

移动电子商务产业研究报告（2011版）

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《移动电子商务产业研究报告（2011版）》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201106/69030.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

[摘要]

移动电子商务近年在国内外高速发展，本报告通过对移动电子商务定义、移动电子商务海外标杆研究、移动电子商务生态环境、移动电子商务创新研究，为运营商提供移动电子商务发展策略建议。

[目录]

- P2、 版权与保密声明
- P3、 目录一：移动商务和移动电子商务定义
- P4、 新媒体到底是属于哪个产业？
- P5、 门户影响力经济、搜索经济和社会化网络经济
- P6、 新媒体产业是赢家的天下，用户规模是前提
- P7、 新媒体商业价值的四大要素，取决于用户控制力
- P8、 新媒体企业的持续竞争力在于用户粘着力和挖掘定向能力
- P9、 移动运营商转型= 控制能力+渗透能力
- P10、 根据产业差异，运营商控制战略，考虑因素不同
- P11、 手机将不仅仅是一种通信工具
- P12、 移动增值产业发展“三个中心”理论
- P13、 什么是移动商务？
- P14、 电子商务结构
- P15、 移动电子商务
- P16、 移动电子商务≠已有互联网电子商务
- P17、 目录二：中国移动电子商务商业生态
- P18、 中国B2B发展现状和趋势
- P19、 B2C发展现状和趋势
- P20、 C2C市场现状和发展趋势
- P21、 移动电子商务和基于互联网的电子商务的区别
- P22、 电子商务模式——阿里巴巴盈利模式
- P23、 电子商务模式——阿里巴巴商业模式研究
- P24、 中国电子商务产业的发展趋势
- P25、 运营商进入电子商务的驱动力
- P26、 运营商如何主导移动商务

- P27、 目录三：海外运营商移动商务案例研究
- P28、 日本移动商务市场规模和分布
- P29、 日本手机钱包业务的典型应用
- P30、 成熟的电子钱包市场环境下的手机支付发展
- P31、 电子支付环境是手机钱包现场应用的重要支撑
- P32、 运营商的魄力：Sony和NTT资本层面的产业链整合
- P33、 韩国SKT的MONETA手机支付业务
- P34、 韩国SKT的MONETA——信用卡业务
- P35、 韩国SKT的MONETA——移动银行业务
- P36、 韩国SKT的MONETA——m-STOCK
- P37、 韩国SKT的MONETA——会员服务
- P38、 韩国SKT的MONETA——Phone Bill（手机小额结算服务,手机账单）
- P39、 韩国SKT的MONETA——Ubikey
- P40、 SKT手机支付的平台构建
- P41、 SKT手机在线支付是提高运营商综合服务的必要手段
- P42、 海外案例小结：虽然现场支付不是一个盈利性业务，但却是移动运营商向更广泛的社会商务“蓝海”进军的桥梁，是必争之地！
- P43、 目录四：移动电子商务核心环节和国内创新案例
- P44、 移动RFID技术概述
- P45、 中国RFID卡典型应用
- P46、 移动支付具有独特的服务优势
- P47、 多方博弈，正在演变中的移动支付商业模式
- P48、 国内主要第三方支付服务商
- P49、 移动支付的方式和模式
- P50、 帐户、收单、清算是政策监管和金融管制的内容
- P51、 手机支付中移动存在的风险控制和规避
- P52、 同时尽量规避其他电子支付面临的重要管理、监管内容
- P53、 打造适于多种商业模式的手机钱包平台，未雨绸缪，资源整合
- P54、 国内移动支付刚刚起步
- P55、 远程支付市场空间巨大，是长期价值和短期收益双收的战略重点突破领域
- P56、 移动支付应用咨询方法，需要进行商业评估，找到适合手机支付的商业领域，并针对不同的商业领域采取不同的支付模式

- P57、第三方支付看重的典型业务，争抢资源
- P58、联动优势的各省典型业务
- P59、几大移动支付试点省在移动支付方面的一些尝试
- P60、目录五：运营商发展移动商务创新建议
- P61、5.1 移动会员制
- P62、可控制的会员制信息库和商业挖掘/推送能力是嗲你选你运营商未来的竞争力
- P63、5.2 双边战略的构建
- P64、移动商务双边模式的创新——移动优惠券
- P65、手机支付业务的合纵联合
- P66、移动电子优惠券的服务模式
- P67、5.3 移动运营商网上电子商城
- P68、移动电子商城业务需要从四个方面进行分析
- P69、明确钱的来源和钱的去想是关键
- P70、可用于支付的商品包括了三种类型
- P71、消费者的习惯：体验网上支付的主要商品和业务
- P72、远程交易的商品类型
- P73、远程交易商品的选择
- P74、数字类商品的选择：虚拟货币、游戏点卡、自助软件
- P75、公共事业缴费覆盖广、社会效果佳，如果有接入可能是难得的资源性业务
- P76、对于现场交易商品，除了可以直接在现场完成交易之外，还可以通过远程购买电子凭证，然后去现场认证的方式进行交易
- P77、对于商家的管理主要包括五个方面
- P78、对于缴纳更多宣传费的商家还可以采用对用户消费进行奖励的方式帮助商家推广
- P79、5.4 电信运营商电子商务渠道建议——号百，12580
- P80、号百业务的行业竞争环境
- P81、现阶段号百需要思考的主要问题：
- P82、中国商旅服务市场空间巨大
- P83、专注于商旅市场的携程
- P84、商旅市场发展趋势
- P85、网络搜索引擎的四大发展趋势
- P86、新媒体的三种信息传播模式
- P87、大而通吃？百事通真是通百事？

- P88、 根据产业差异，运营商控制战略，考虑因素不同
- P89、 竞争：12580的特色
- P90、 12580不仅仅是一个综合信息门户，而是如何更好利用信息、发挥渠道、创造价值，是电子商务基础强梁
- P91、 12580业务渠道创新四大方向
- P92、 12580生活播报
- P93、 中国电视购物市场前景广阔，快乐购膨胀迅速
- P94、 快乐购的运作模式和问题
- P95、 作为电视购物和直销渠道下的12580
- P96、 移动运营商可以比任何一家机构（甚至银行），能更有效促进买卖的权益保障
- P97、 电视购物 – 直接支付业务流程
- P98、 电视购物 – 预授权支付业务流程
- P99、 电信运营商发展电话商务渠道的未来空间
- P100、 5.5 运营商发展电子商务的机制问题

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/69030.html>