

# 中国号码百事通、12580电话综合信息服务产业研究报告（2009-2013）

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《中国号码百事通、12580电话综合信息服务产业研究报告（2009-2013）》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.chinairr.org/report/R03/R0304/201212/07-115013.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

“号码百事通”是一切基于中国电信114台的增值业务的统称，其目的就是要在充分挖掘和整合用户号码信息的基础上，延伸和拓展传统的查号业务，满足用户现实和潜在各类信息查询需求，将114台打造成一个综合类信息服务平台，提高中国电信差异化服务优势。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

### 第一章 电话综合信息服务的概念 8

#### 第一节 号码查询业务的概念 8

#### 第二节 电话综合信息服务的概念 8

#### 第三节 全球电信业转型的方向——综合信息服务 8

### 第二章 2008-2009年世界电话综合信息服务产业运行分析 17

#### 第一节 2008-2009年世界电话综合信息服务发展特点 17

##### 一、管制放松化 17

##### 二、DA/DQ业务正在按照两条路线演进 17

##### 三、收费模式多样化 18

##### 四、增值业务丰富化 18

#### 第二节 2008-2009年世界电话综合信息服务主要国家市场状况分析 19

##### 一、英国 19

##### 二、美国 25

##### 三、日本 29

#### 第三节 世界电话号码查询（DA/DQ）业务发展趋势及新业务分析 29

##### 一、电话号码查询（DA/DQ）业务的发展特点和趋势 29

##### 二、国外电话号码查询（DA/DQ）新业务 34

### 第三章 2008-2009年中国电话综合信息服务发展环境分析 37

#### 第一节 2008-2009年中国经济环境分析 37

##### 一、中国GDP分析 37

##### 二、城乡居民家庭人均可支配收入 38

三、恩格尔系数	41
四、工业发展形势分析	42
五、财政收支状况	44
第二节2008-2009年中国社会环境分析	45
一、2008年中国人口规模与年龄结构分析	45
二、2008年中国人口学历结构分析	46
三、2009年零售市场情况分析	49
第三节农村综合信息服务站建设和服务基本规范分析	51
一、建设规范	51
二、服务规范	52
三、信息员资格与工作要求	53
四、监督与奖励	53
五、工信部下发《农村综合信息服务规范》对社会的影响	54
第四节2008-2009年中国重点省市通信发展情况分析	54
一、2008-2009年广东省通信发展情况	54
二、2008-2009年北京通信发展情况	55
三、2008-2009年上海通信发展情况	56
四、2008-2009年江苏通信发展情况	57
五、2008-2009年浙江通信发展情况	58
六、2008-2009年江西通信发展情况	59
第四章2008-2009年中国电话综合信息服务产业运行形势透析	60
第一节2008-2009年中国电话综合信息服务的发展特点	60
一、市场竞争呈白热化趋势	60
二、双边市场商业模式成为主流	61
三、面临互联网搜索盈利模式的挤压	63
四、行业发展瓶颈	64
第二节2008-2009年中国电话综合信息服务市场状况透视	66
一、通信运营商	66
二、互联网搜索服务提供商	67
三、语音导航服务	67
四、细分市场下的互联网信息服务企业	68

五、	号码百事通细分领域的竞争环境分析	72
六、	号码百事通前向客户分析	74
第三节	2008-2009年国内外移动增值业务现状及发展趋势	80
一、	移动增值业务的国内外发展现状	80
二、	移动增值业务理论的研究	81
三、	移动增值业务发展需要解决的问题	83
四、	未来移动增值业务产业化发展的思考	84
第四节	2008-2009年中国声讯服务市场调查	85
一、	市场背景	85
二、	收费形式及服务内容	85
第五章	2008-2009年国内三大电话综合信息服务产业运行态势分析	89
第一节	2008-2009年中国电信的号码百事通服务市场分析	89
一、	号码百事通信息查询服务概况	89
二、	号码百事通业务的SWOT分析	94
三、	号码百事通业务发展情况	96
四、	号码百事通业务信息采集策略	97
五、	号码百事通业务运营模式研究	99
六、	号码百事通定位大讨论	100
七、	中国电信号码百事通业务盈利分析	102
九、	未来号码百事通业务战略研究	104
第二节	2008-2009年中国移动的12580综合信息服务服务分析	106
一、	12580综合信息服务简介	107
二、	12580信息查询服务类型	109
三、	12580部分业务swot分析	111
四、	12580构建合理与符合发展趋势的盈利模式	113
五、	12580成功要素分析	116
六、	12580综合信息业务体系架构与竞争对手分析	118
七、	12580综合信息业务成本优势	123
八、	12580综合信息业务发展存在的问题	123
第三节	2008-2009年中国联通的10198联通秘书	124
一、	联通秘书业务功能	125

- 二、联通秘书基本功能资费情况 128
- 三、联通秘书业务开通和取消方式 129
- 四、联通秘书10198服务类型 129

## 第六章2008-2009年国内三大电话综合信息服务企业运行竞争力分析 132

### 第一节 中国联合通信股份有限公司 132

- 一、企业简介 132
- 二、企业营业范围 134
- 三、企业主要财务指标 136
- 四、主营收入分布情况 138
- 五、市场营销分析 138

### 第二节 中国电信股份有限公司 141

- 一、公司主营业务分析 141
- 二、公司业务回顾 141
- 三、公司财务数据分析 143
- 四、最新新闻资讯分析 145

### 第三节 中国移动有限公司 146

- 一、公司主营业务分析 146
- 二、公司业务回顾 148
- 三、公司财务数据分析 149
- 四、最新新闻资讯分析 150

## 第七章 2008-2009年中国电话综合信息服务业务模式与发展路径分析 151

### 第一节2008-2009年中国电话综合信息服务业务模式及演进过程 151

- 一、前向助理类业务模式 151
- 三、业务内容整体走向 152

### 第二节2008-2009年中国电话综合信息服务盈利模式分析 153

- 一、免费模式 153
- 二、单边收费模式 153
- 三、双边收费模式 153

### 第三节2008-2009年中国电话综合信息服务业务运营流程及技术平台 154

- 一、企业黄页 154

二、互联网门户 154

三、语音平台 154

四、短信平台 156

五、WAP无线查询 157

第八章2008-2009年中国电信综合信息服务业务模式与创新研究 157

第一节2008-2009年中国电信综合信息服务热点业务 158

一、订机票 158

二、订酒店 158

三、订餐 158

四、交通旅游信息查询 158

五、其它便民生活信息频道 159

第二节2008-2009年中国电信综合信息服务查询类新业务 159

第三节2008-2009年中国电信综合信息服务商务类新业务 160

第四节2008-2009年中国电信综合信息服务媒体类新业务 162

第九章2008-2009年中国电信综合信息服务的运营研究 166

第一节2008-2009年中国电信综合信息资源经营 166

一、信息采集的三种模式 166

二、号码百事通与12580之运营模式比较 168

第二节 三大运营商客户竞争及策略分析 171

一、三大运营商客户竞争情况 171

二、运营商提升集团客户价值的策略 176

第十章2008-2009年中国电信综合信息服务产业总体走向分析 180

第一节2008-2009年电话综合信息服务行业总体走向 180

第二节2008-2009年重组后电信运营商竞争格局与优劣势比较 183

第三节2008-2009年电话综合信息服务综合竞争力因素 191

一、中国电信号码百事通问题分析与策略建议 191

二、中国移动12580问题分析与策略建议 198

三、中国联通10198与电话导航问题分析与策略建议 203

## 图表目录

- 图表 1 英国DQ业务市场上的四种资费类型 18
- 图表 2 英国DQ业务的响应时间 20
- 图表 3 英国消费者对新的DQ业务的使用和感兴趣的情况 20
- 图表 4 消费者对DQ业务开放的看法 21
- 图表 5 消费者对新的DQ业务的认识度提高很快 22
- 图表 6 消费者对118118认知的主要来源 23
- 图表 7 消费者对特定DQ号码的认知情况 23
- 图表 8 AT&TWIRELESS各种号码查询业务的价格比较 32
- 图表 9 英国DQ业务市场上的四种资费类型 32
- 图表 10 英国各类号码查询业务量的比较 34
- 图表 11 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图 37
- 图表 12 2006-2009年中国季度GDP增长率走势图 37
- 图表 13 2006-2009年中国季度GDP增长速度表 38
- 图表 14 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图 39
- 图表 15 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图 39
- 图表 16 1978-2008年中国城乡居民人均收入增长对比图 40
- 图表 17 1978-2008年中国城乡居民恩格尔系数对比表 41
- 图表 18 1978-2008年中国城乡居民恩格尔系数走势图 42
- 图表 19 2009年全国规模以上工业企业主要经济指标 42
- 图表 20 国家财政收支总额及增长速度 44
- 图表 21 人口数及构成 45
- 图表 22 人口年龄结构 45
- 图表 23 2009年各地区按性别和受教育程度分的人口 46
- 图表 24 2009年商品零售价格分类指数 49
- 图表 25 2009年广东省通信发展情况 54
- 图表 26 2008年广东省通信发展情况 55
- 图表 27 2009年上海通信业发展年度概况 56
- 图表 28 2008年上海通信业发展年度概况 56
- 图表 29 2009年江苏省通信行业主要指标完成情况 57
- 图表 30 2008年底江苏13个本地网用户数表 57
- 图表 31 2009年12月浙江省通信业主要指标统计数据 58



图表 32 2009年江西省电信行业数据统计 59

图表 33 2008下半年江西省电信行业数据统计 59

图表 34 信息查询服务市场竞争状况 60

图表 35 电话综合信息服务市场竞争状 61

图表 36 号码百事通商业模式的演进 61

图表 37 12580提升前向消费量 63

图表 38 2003-2011年中国网民人数及增长率 68

图表 39 2008-2011年中国宽带用户数及增长率 68

图表 40 2004-2010年中国网民年龄结构变化情况 69

图表 41 2010-2011年中国搜索引擎市场规模增长趋势 70

图表 42 2010与2011年中国搜索引擎市场份额情况 71

图表 43 号码百事通行业首查类业务竞争环境 72

图表 44 号码百事通信息发布类业务竞争环境 72

图表 45 号码百事通信助理类业务竞争环境 73

图表 46 号码百事通商旅服务类业务竞争环境 74

图表 47 品牌认知度比较 74

图表 48 号百/114能提供哪些内容 75

图表 49 查号之后还能提供哪些后续业务 75

图表 50 对主要业务的需求情况 76

图表 51 有需求用户使用号百比例 76

图表 52 号百生活信息查询业务品牌金字塔 77

图表 53 号百商旅业务品牌金字塔 77

图表 54 客户对号百各业务及主要竞争对手业务的满意度 78

图表 55 号码百事通在三项服务方面的品牌健康情况 79

图表 56 号码百事通系统架构 89

图表 57 号码百事通信息服务构成表 90

图表 58 号码百事通业务生命周期分析 94

图表 59 大众传播过程模式 96

图表 60 中国电信号码百事通运营模式 97

图表 61 百事通信息库及第三方信息采集流程 97

图表 62 号百信息需求主次情况 98

图表 63 号码百事通业务运营模式（广西组织架构为例） 99

图表 64 中国电信号码百事通盈利模式 102

图表 65 中国电信号码百事通标识 103

图表 66 12580整合目标 107

图表 67 12580总体规划 107

图表 68 12580服务模式 107

图表 69 12580现有业务、信息处理方案 108

图表 70 12580与号码百事通服务特点对比 108

图表 71 中国移动12580盈利模式 113

图表 72 12580网站信息主要内容 117

图表 73 中国移动12580运营模式 118

图表 74 12580的渠道选择 119

图表 75 12580的客户互动营销手段 120

图表 76 12580发展目标 120

图表 77 12580整体策略及思路 120

图表 78 12580主要子业务发展状况 121

图表 79 12580的产品营销策略 122

图表 80 中国联通概况 132

图表 81 2009-2011年中国联通主要会计指标表 136

图表 82 2011年和2010年中国联通服务收入构成变化情况 138

图表 83 中国电信集团公司概况 141

图表 84 2009-2011年中国电信营业收入及净利润情况 143

图表 85 2009-2011年中国电信营业各项业务用户数量统计 144

图表 86 2009-2011年中国电信营业各项业务收入统计 144

图表 87 2008-2011年中国电信资产状况表 145

图表 88 12580语音产品及合作方式 155

图表 89 五合三后重组后电信运营商的新格局 182

图表 90 重组前五大运营商的发展状况对比 183

图表 91 2005-2008年度固定电话用户各月净增比较 184

图表 92 2005-2008年度移动电话用户各月净增比较 184

图表 93 重组后三大运营商的初始状况 185

图表 94 号百主要问题 189

图表 95 品牌宣传注意事项 190

图表 96 知道号码百事通的用户中准确知道接入号的用户比例 191

图表 97 不需要转接的原因分布 195

图表 98 最常使用的号簿储存和转接方式 195

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0304/201212/07-115013.html>