

2015-2020年中国移动增值 服务行业市场分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2015-2020年中国移动增值服务行业市场分析及投资前景研究报告》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/R0303/201501/07-174897.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

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

移动增值服务行业直接面向广大消费者，经营者的规范经营水平一直受到广泛关注。随着3G在中国的商用步伐加快，对于具有雄厚技术积累和良好资本规模以及市场营销能力的增值电信服务提供商而言，3G在中国的商用为企业发展提供了难得机遇。

智能手机在移动终端市场的大量普及，基于手机的各类操作系统的高度集中，用户通过手机下载和安装应用程序与通过电脑终端下载应用程序一样简单方便，为移动增值服务提供更为广阔的开发领域。2013年，我国移动增值业务收入达到了1897.1亿元。移动增值业务已开始了蓬勃发展阶段，被业界称为“最具发展潜能的新兴业务”之一。

本报告由中国产业研究报告网的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个移动增值服务行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据移动增值服务行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国移动增值服务行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国移动增值服务行业将面临的机遇与挑战，对移动增值服务行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是移动增值服务企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

第一章 移动及电信增值服务相关概述 9

第一节 电信增值服务的界定 9

第二节 增值业务分类 9

一、以增值网（VAN）方式出现的业务 9

二、以增值业务方式出现的业务 9

第三节 目前我国电信网上开放的主要增值业务阐述 9

一、电子信箱 9

二、可视图文 9

三、电子数据互换（EDI） 10

四、传真存储转发 10

五、在线数据库检索 10

六、国际互联网（Internet），也称网间网 10

第四节 移动增值服务产业链分析 11

一、移动增值服务产业链图 11

二、移动增值业务产业链分析 12

第二章 全球移动增值业务市场运行状况分析 14

第一节 全球移动市场运行综述 14

一、全球通信市场进入调整期 14

二、通信市场主导已经变成了消费者 14

三、全球移动通信设备市场规模分析 15

第二节 全球移动增值业务运行分析 15

一、全球增值业务经营环境 15

（一）新技术的发展使网络提供增值业务的能力不断提高 15

（二）网络运营商的竞争给增值业务运营商提供了选择的机会 16

二、移动增值业务市场会呈现以下几个特点 16

（一）SMS在信息服务方面依然占据最重要的位置 16

（二）基于WAP的移动上网业务迎来高峰 16

（三）语音增值业务令人期待 17

三、宽带业务为主导的固定增值业务分析 17

四、增值业务需要关注的地方 18

第三节 主要发达国家的移动增值业务市场现状 18

一、美国增值业务分析 18

二、欧洲增值业务分析 19

三、韩国增值业务分析 19

四、日本增值业务分析 20

第四节 全球移动通信市场规模及趋势预测分析 21

一、全球移动通信市场规模分析 21

二、全球移动增值业务的发展趋势分析 21

第三章 中国移动增值业务运行环境分析 24

第一节 2014年中国经济环境分析 24

一、2014年中国GDP增长情况分析 24

二、2014年工业经济发展形势分析 25

三、2014年社会固定资产投资分析 26

四、2014年全社会消费品零售总额 27

五、2014年城乡居民收入增长分析 28

六、2014年居民消费价格变化分析 29

七、2014年对外贸易发展形势分析 30

第二节 移动增值业务相关政策 31

一、《关于做好工业通信业和信息化“十二五”规划工作的意见》 31

二、《关于保障移动电话用户资费方案选择权的通知》 31

三、《通信网络安全防护管理办法》 32

四、整治互联网和手机媒体淫秽及低俗信息专项行动 32

五、工信部关于进一步加强通信业节能减排工作的指导意见 32

六、《卫星固定业务通信网内设置使用移动平台地球站管理暂行办法》 33

第三节 监管政策对移动增值业务的影响 33

一、监管为民鼓励竞争成出发点 33

二、号码携带基本准备就绪 33

三、SP治理将越来越严格 34

四、市场定价机制初步形成 34

五、网络融合将被积极推动 34

六、VoIP业务短期难以放开 35

七、借实名制规范市场 35

八、信产部呼吁开发新业务 36

九、SP企业加速转型 36

第四节 移动增值业务发展环境分析 36

一、电话用户总体规模分析 36

二、移动电话用户规模分析 37

三、固定电话用户规模分析 37

四、3G和TD电话用户规模分析 38

第四章 中国电信增值业务市场运行动态分析 39

第一节 中国电信增值业务最新资讯透析 39

一、大唐高鸿挺进电信增值业务高地 39

二、民资进入电信增值业务领域 40

三、传统移动增值业务放缓 41

第二节 中国移动增值业务市场运行总况 41

一、增值电信业务收入情况 41

二、移动增值业务收入情况 42

三、区域发展的不平衡性 43

第三节 中国移动增值业务特征分析 43

一、短信、彩铃业务仍占据绝对优势 43

二、收入结构逐步发生变化 44

三、移动互联网时代增值业务的特征 45

第四节 中国移动增值行业市场动态分析 46

一、中国重点发展移动增值及宽带三大增长业务 46

二、移动增值业务市场竞争态势 47

三、移动互联网对增值业务APP的影响 48

第五节 中国移动增值市场存在的问题探讨 49

一、移动增值服务面临的主要问题 49

二、目前电信增值业务发展存在四大问题 50

三、移动增值业务安全性能尚需提高 51

第五章 2014年中国移动增值业务细分市场运行分析 52

第一节 短信息（SMS） 52

第二节 彩铃 53

第三节 彩信 54

第四节 WAP 55

第五节 手机视频 57

第六节 手机邮箱 59

第六章 2014年中国主要SP移动增值业务发展分析 60

第一节 2014年SP增值业务发展总体分析 60

一、SP市场发展现状 60

二、SP发展分析 60

三、3G为SP发展带来新机遇 61

四、SP发展趋势预测 62

第二节 光宝联合移动增值业务分析 63

一、光宝联合移动增值业务分析 63

二、光宝联合业务结构分析 63

三、光宝联合移动增值业务发展分析 64

四、光宝联合移动增值业务发展规划 65

第三节 掌上灵通移动增值业务分析 68

一、掌上灵通移动增值业务业绩分析 68

二、掌上灵通业务结构分析 69

三、掌上灵通移动增值业务优势分析 70

第四节 拓维信息移动增值业务分析 70

一、拓维信息移动增值业务业绩分析 70

二、拓维信息移动增值业务转型分析 71

三、拓维信息公司业务结构分析 71

四、拓维信息移动增值业务发展分析 71

第五节 新浪移动增值业务分析 72

一、新浪移动增值业务业绩分析 72

二、新浪移动增值业务发展分析 72

第六节 人民网移动增值业务分析 72

一、人民网移动增值业务业绩分析 72

二、人民网移动增值业务发展分析 73

第七节 腾讯移动增值业务分析 73

一、腾讯移动增值业务业绩分析 73

二、腾讯移动增值业务发展分析 74

第八节 北纬通信 74

一、北纬通信的移动增值业绩分析 74

二、北纬通信的移动增值业务发展分析 74

第九节 华友世纪 74

第七章 2014年中国空中网移动增值业务分析 76

第一节 空中网移动增值业务业绩分析 76

一、近三年空中网业绩同比分析 76

二、空中网移动增值业务运营动态 76

第二节 空中网业务结构分析 76

第三节 空中网移动增值业务发展分析 77

一、空中网移动增值业务发展经历 77

二、空中网移动增值业务发展布局 78

第八章 2014年中国移动增值业务行业成熟业务发展分析 79

第一节 2014年中国SMS业务发展分析 79

一、国内SMS市场发展规模分析 79

二、国内取消手机短信国内网间差别定价 79

三、短信互译市场前景看好 80

四、业务发展预测 80

第二节 2014年中国MMS业务发展分析 81

一、国内MMS市场发展规模分析 81

二、中国MMS发展现状分析 81

三、MMS业务发展预测 82

四、中国MMS发展建议 82

第三节 2014年中国WAP业务发展分析 84

一、国内WAP市场发展规模分析 84

二、2014年国内WAP用户规模分析 84

三、免费WAP之创新市场的需求 84

四、业务发展预测 85

第四节 2014年CRBT业务发展分析 86

一、国内CRBT市场发展规模分析 86

二、手机音乐客户端使用情况分布 86

三、行业发展策略与建议 87

第五节 2014年IVR业务发展分析 88

一、移动IVR市场发展规模 88

二、移动IVR未来的营销模式 88

三、移动IVR目前存在的问题 89

四、移动IVR的未来发展趋势 90

第九章 2014年中国移动增值业务行业热点业务分析 92

第一节 移动音乐 92

一、移动音乐业务现状分析 92

二、移动音乐市场格局分析 92

三、移动音乐业务发展预测 94

第二节 2014年中国短信搜索与WAP搜索分析 95

一、中国电信推出“短信全能搜” 95

二、我国移动搜索产业面临新拐点 95

三、用户对休闲娱乐类信息搜索需求大，音乐搜索最受欢迎 96

四、搜索业务发展预测 96

第三节 2014年中国移动即时通信分析 98

一、移动即时通信业务发展分析 98

二、企业即时通信发展三大特点 98

三、移动即时通信用户规模分析 100

四、移动及时通信业务发展存在的问题 101

第四节 2014年手机游戏市场分析 103

一、手机游戏市场规模分析 103

二、国内手机游戏市场现状分析 104

三、中国手机游戏市场前景光明 105

四、业务发展预测 106

第五节 移动流媒体 106

一、业务现状分析 106

二、移动流媒体的业务模式 108

三、业务发展预测 110

第十章 2013-2014年中国移动运营商增值业务运行动态分析 112

第一节 2013-2014年中国移动增值业务发展分析 112

一、企业用户规模分析 112

二、企业经营情况分析 113

三、移动增值业务分析 114

四、中国移动有声阅读 114

第二节 2013-2014年中国联通增值业务发展分析 117

一、企业用户规模分析 117

二、企业经营情况分析 118

三、移动增值业务分析 119

四、增值业务发展动向 121

第三节 2013-2014年中国电信增值业务发展分析 121

一、企业用户规模分析 121

二、企业经营情况分析 123

三、移动增值业务分析 124

四、移动增值业务动态 125

第十一章 中国电信增值业务市场竞争格局新格局透析 126

第一节 中国电信增值业务竞争总况 126

一、中国增值电信业务进入国际竞争时代 126

二、电信重组进入3G时代增值业务优质资源将成竞争重点 126

三、引入竞争中国增值电信业务已向外资全部开放 127

第二节 中国电信运营商市场竞争分析 127

一、3G牌照发放电信市场新竞争特点 127

二、4G牌照将发电信运营商加快转型 128

第三节 中国电信增值服务商的竞争分析 129

一、三大电信服务商竞争力透析 129

二、竞争加剧中国电信将向综合信息服务提供商转型 130

第四节 中国电信增值业务市场竞争趋势探析 131

第十二章 2015-2020年中国移动增值业务前景展望与趋势预测 132

第一节 2015-2020年中国移动增值业务行业发展趋势分析 132

一、已商用业务不断演进 132

二、移动搜索成为新兴业务 132

三、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入 132

四、业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展 133

五、移动增值业务细分市场变得愈加重要 133

第二节 2015-2020年中国电信增值服务商的发展趋势 133

一、电信增值服务商新机会和威胁 133

二、与相关产业链主体的合作模式 134

| | |
|--------------------------------|-----|
| 三、运营商在终端定制中将发挥更加重要的作用 | 135 |
| 第三节 2015-2020年中国移动增值业务行业发展预测分析 | 135 |
| 一、2015-2020年中国移动电话用户分析 | 135 |
| 二、2015-2020年中国移动增值业务用户分析 | 135 |
| 三、2015-2020年中国移动增值业务市场规模分析 | 136 |
| 第四节 2015-2020年中国电信增值业务发展战略分析 | 137 |
| 一、对电信运营商的建议 | 137 |
| （一）整合外部资源加速向新兴电信增值业务市场推进 | 137 |
| （二）重整产业链与合作伙伴实现共同成长利益共享 | 137 |
| （三）关注用户体验以创新3G业务推进用户市场增长 | 137 |
| 二、对增值服务商的建议 | 139 |
| 三、行业政策策略 | 140 |
| 四、商业模式策略 | 140 |

第十三章 2015-2020年中国移动增值业务投资战略分析 142

第一节 2015-2020年中国移动增值业务投资概况 142

- 一、移动增值业务投资特性分析 142
- 二、移动增值业务投资价值分析 143
- 三、移动增值业务投资政策解读 143

第二节 2015-2020年中国移动增值业务投资机会分析 144

- 一、增值业务成电信投资亮点长期发展空间大 144
- 二、移动增值业务投资吸引力分析 145

第三节 2015-2020年中国电信增值业务发展影响因素分析 145

- 一、市场监管政策的强化 145
- 二、3G业务推出的影响 145
- 三、用户市场需求的满足 146
- 四、产业链主体关系变化 146

第四节 2015-2020年中国电信增值业务投资策略及建议 147

图表目录

图表1 移动增值服务产业链图 11

图表2 2006-2013年全球移动通信设备市场规模 15

| | |
|-------------------------------------|----|
| 图表3 美国移动增值业务使用情况 | 18 |
| 图表4 2006-2013年全球移动通信市场规模及增长趋势分析 | 21 |
| 图表5 2014年国内生产总值构成及增长速度统计 | 24 |
| 图表6 2010-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 | 25 |
| 图表7 2014年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 | 26 |
| 图表8 2014年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 | 26 |
| 图表9 2010-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 | 27 |
| 图表10 2010-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 | 28 |
| 图表11 2010-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 | 29 |
| 图表12 2010-2014年农村居民人均纯收入及增长趋势图 | 29 |
| 图表13 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 | 30 |
| 图表14 2010-2014年中国进出口总额增长趋势图 | 31 |
| 图表15 2008-2014年中国电话用户到达数和净增数 | 37 |
| 图表16 2012-2014年固定电话用户各季度净增比较 | 38 |
| 图表17 2012-2014年3G电话用户和TD电话用户各季度净增比较 | 38 |
| 图表18 2012-2014年增值电信业务收入情况 | 42 |
| 图表19 2011-2014年中国移动增值业务市场收入情况 | 43 |
| 图表20 2013年主要移动增值业务发展情况 | 44 |
| 图表21 2012-2014年移动增值业务收入结构 | 45 |
| 图表22 移动增值服务竞争“五力”模型 | 47 |
| 图表23 2010-2014年移动短信业务发展情况 | 52 |
| 图表24 2012-2014年中国个性化回铃用户数量 | 53 |
| 图表25 2010-2014年移动彩信业务发展情况 | 55 |
| 图表26 2009-2013年中国WAP市场规模 | 56 |
| 图表27 2012-2014年中国手机视频用户数变化趋势图 | 58 |
| 图表28 2012-2014年中国手机邮箱用户规模变化趋势图 | 59 |
| 图表29 2013-2014年光宝联合科技股份有限公司移动增值业务分析 | 63 |
| 图表30 2013年拓维信息系统股份有限公司移动增值业务收入及成本统计 | 70 |
| 图表31 2012-2014年空中网营业收入及毛利情况统计 | 76 |
| 图表32 2013-2014年各季度空中网营业收入情况变化趋势图 | 77 |
| 图表33 空中网的SWOT分析 | 78 |
| 图表34 2012-2014年中国SMS市场规模变化趋势图 | 79 |

图表35 2012-2014年中国MMS市场规模变化趋势图 81

图表36 2012-2014年中国WAP市场规模变化趋势图 84

图表37 2012-2014年中国CRBT市场规模变化趋势图 86

图表38 2012-2014年中国IVR市场规模变化趋势图 88

图表39 2013年中国移动音乐市场实力矩阵 94

图表40 2012-2014年中国手机即时通信网民规模变化趋势图 101

图表41 2010-2014年中国手机游戏市场规模增长趋势图 103

图表42 2013-2014年中国手机游戏行业市场结构 104

图表43 移动流媒体业务系统结构 109

图表44 2012-2014年中国移动主要业务数据 112

图表45 2013-2014年中国移动各月移动电话用户数变化 112

图表46 2013-2014年中国移动通信集团公司收入与利润统计 113

图表47 2013-2014年中国移动通信集团公司资产与负债统计 113

图表48 2013-2014年中国移动通信集团公司业务情况 113

图表49 2013-2014年中国联通各月移动电话用户数变化 117

图表50 2013-2014年中国联通各月固定电话用户数变化 117

图表51 2013-2014年中国联通各月宽带用户数变化 118

图表52 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司收入与利润统计 118

图表53 2011-2014年中国联合网络通信集团有限公司资产与负债统计 119

图表54 2013-2014年中国联合网络通信集团有限公司业务情况 119

图表55 2012-2014年中国电信集团公司分业务用户规模 122

图表56 2013-2014年中国电信各月移动电话用户数统计 122

图表57 2013-2014年中国电信各月固定电话用户数统计 123

图表58 2013-2014年中国电信各月宽带用户数统计 123

图表59 2013-2014年中国电信集团公司收入与利润统计 124

图表60 2013-2014年中国电信集团公司资产与负债统计 124

图表61 2013-2014年中国电信集团公司业务情况 124

图表62 2015-2020年中国移动电话用户数预测趋势图 135

图表63 2015-2020年中国移动业务用户渗透率预测趋势图 136

图表64 2015-2020年中国移动增值业务收入预测趋势图

略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0303/201501/07-174897.html>