

2011-2015年中国MMS(彩信)市场监测与投资策略咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国MMS(彩信)市场监测与投资策略咨询报告》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.bosidata.com/tongxun1502/U251048VYF.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-02-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2011-2015年中国MMS(彩信)市场监测与投资策略咨询报告》共十一章。报告介绍了MMS(彩信)行业相关概述、中国MMS(彩信)产业运行环境、分析了中国MMS(彩信)行业的现状、中国MMS(彩信)行业竞争格局、对中国MMS(彩信)行业做了重点企业经营状况分析及中国MMS(彩信)产业发展前景与投资预测。您若想对MMS(彩信)产业有个系统的了解或者想投资MMS(彩信)行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 2009-2010年中国彩信业务市场运行环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国彩信业务市场政策环境分析

- 一、彩信业务费政策
- 二、中国增值业务力监管政策及影响
- 三、其它相关行业法律法规

第三节 2009-2010年中国彩信业务市场技术环境分析

第四节 2009-2010年中国彩信业务市场社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、中国手机普及状况

第二章 MMS业务服务概述

第一节 MMS业务基础概述

- 一、MMS业务的发展特点
- 二、MMS的技术实现方式
- 三、MMS业务类型

第二节 MMS价值链与商业模式分析

- 一、MMS价值链
- 二、参与者定位
- 三、商业模式

第三章 2009-2010年全球彩信业务运行状况分析

第一节 2009-2010年全球电信增值业务运行分析

一、全球增值业务经营环境

- 1、新技术的发展使网络提供增值业务的能力不断提高
- 2、网络运营商的竞争给增值业务运营商提供了选择的机会

二、移动增值业务市场会呈现以下几个特点

- 1、SMS在信息服务方面依然占据最重要的位置
- 2、基于WAP的移动上网业务迎来高峰
- 3、语音增值业务令人期待

三、宽带业务为主导的固定增值业务分析

四、增值业务逐渐受到更多关注

第二节 2009-2010年全球部分国家地区彩信业务动态分析

一、日本、韩国的MMS市场情况

二、欧洲国家的MMS市场情况

- 1、MMS业务成欧洲增值业务摇钱树
- 2、诺基亚引领欧洲MMS业务发展
- 3、欧洲青少年使用彩信规模

第三节 2011-2015年全球彩信业务趋势探析

第四章 2009-2010年中国电信增值业务市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国电信增值业务最新资讯透析

- 一、大唐高鸿挺进电信增值业务高地
- 二、东信亚洲VAS展重磅推出融合型多媒体电信增值业务平台
- 三、IT增值新业务销售引争议

第二节 2009-2010年中国移动增值业务市场运行总况

- 一、移动增值业务收入增长迅速
- 二、区域发展的不平衡性
- 三、市场竞争参与者继续多元化

第三节 2009-2010年中国移动增值业务特征分析

- 一、短信、彩铃业务仍占据绝对优势
- 二、移动业务的个性化特征日益凸显
- 三、社区化服务成为加强用户粘性的有力手段

第四节2009-2010年中国移动增值行业市场动态分析

- 一、中国将重点发展移动增值及宽带三大增长业务
- 二、移动增值业务市场将会有有一个迅猛的增长
- 三、2008年中国移动增值热点事件六大盘点

第五节 2009-2010年中国移动增值市场存在的问题探讨

- 一、目前电信增值业务发展存在四大问题
- 二、增值电信业务知识产权问题研讨会
- 三、短信、IVR等电信增值业务中，广告发布权的问题研究

第五章 2009-2010年中国电信增值业务及其运营模式研究

第一节2009-2010年中国电信增值业务的运营模式研究

- 一、合作运营已成为提供增值业务的主要模式
- 二、虚拟运营模式有利于促进产业分工合作
- 三、联合运营模式便于横向整合
- 四、合资运营模式以资本纽带打造利益共享
- 五、自营模式仍在相当大范围内具有发展空间
- 六、中国电信的产业价值链策略建议

第二节 2009-2010年中国电信增值业务发展的SWOT分析

- 一、内部条件的优势分析（Superiority）
- 二、内部条件的劣势分析（Weaken）
- 三、外部环境的机会分析（Opportunity）
- 四、外部环境的威胁分析（Threaten）

第六章 2009-2010年中国彩信（MMS）业务市场动态分析

第一节 2009-2010年中国彩信（MMS）业务市场资讯

- 一、北京电信全面开通彩信业务 最低0.17元/条
- 二、AT&T正式启动iPhone用户MMS彩信业务
- 三、电信彩信可与移动联通互通

第二节 2009-2010年中国彩信（MMS）业务现状综述

- 一、中国MMS发展方兴未艾
- 二、中移动进行彩信业务稽核 SP结算额大幅度下降
- 三、中国彩信业务新模式拓展分析

四、Sybase ASE中国移动彩信业务应用案例

五、彩信业务营销策略

第三节 2009-2010年中国的彩信细分市场运行分析

一、中国移动的“彩信”业务

二、中国联通的“彩e”业务

第四节 2009-2010年中国MMS市场规模分析

一、MMS用户规模

二、MMS业务收入

三、细分内容收入结构

第五节 2009-2010年中国MMS市场影响因素分析

第七章 2009-2010年中国MMS用户调研

第一节 2009-2010年中国MMS用户基本概况

一、认知程度分析

二、使用情况分析

三、用户评价分析

第二节 网民的彩信业务使用情况分析

一、网民使用手机档次的分析

二、网民通过网络使用各项增值服务的情况

三、网民未来使用彩信服务的可能性

四、网民对彩信收费价格的看法

五、网民对彩信的满意度情况

第三节 影响用户使用MMS的因素分析

第八章 2009-2010年中国四大品牌彩信市场运营分析

第一节 全球通

第二节 动感地带

第三节 神州行

第四节 中国联通彩e

第九章 2009-2010年中国MMS主要SP市场竞争分析

第一节 空中信使

- 一、企业概况
- 二、空中网将携手Opera开发手机浏览器
- 三、空中网进军无线社区
- 四、2009-2010年空中网经营状况分析
- 五、2009-2010年全年空中网手机广告业务发展情况

第二节 新浪

- 一、新浪移动增值业务业绩分析
- 二、新浪移动增值业务发展分析

第三节 TOM

- 一、企业概况
- 二、公司的主要收入来源
- 三、TOM移动增值业务业绩分析
- 四、TOM业务结构转型分析
- 五、TOM在线SP业务分析

第十章 2011-2015年中国MMS增值服务趋势分析

第一节 2011-2015年中国移动增值业务行业发展趋势分析

- 一、已商用业务不断演进
- 二、手机音乐、手机电视、手机游戏将成为新的增长亮点
- 三、移动搜索成为新兴业务
- 四、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入
- 五、业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展
- 六、市场主体向产业链上下游方向延伸

第二节 2011-2015年中国电信增值服务商的发展趋势

- 一、电信增值服务商新机会和威胁
- 二、与相关产业链主体的合作模式
- 三、运营商在终端定制中将发挥更加重要的作用

第三节 2011-2015年中国MMS增值服务市场预测分析

- 一、2011-2015年中国移动增用户分析
- 二、2011-2015年中国移动增值业务用户分析
- 二、2011-2015年中国移动增值业务市场规模分析

第十一章 2011-2015年中国彩信业务投资规划建设分析

第一节 2009-2010年中国彩信业务投资概况

一、彩信业务投资特性分析

二、彩信业务投资价值分析

三、彩信业务投资政策解读

第二节 2011-2015年中国彩信业务投资机会分析

一、增值业务成电信投资亮点长期发展空间大

二、彩信业务投资吸引力分析

第三节 2011-2015年中国电信增值业务市场发展的影响因素分析

一、市场监管政策的强化

二、3G业务推出的影响

三、用户市场需求的满足

四、产业链主体关系变化

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：宽带业务市场的份额

图表：各种宽带业务对整个宽带增值业务收入的贡献

图表：国外各种主要的电信增值市场发展模式特点

图表：2006年中国电信增值业务细分产品市场收入分布情况

图表：短信业务在行业应用中的主要功能

图表：多彩回铃音业务在4大电信运营商的不同称谓

图表：彩信业务的主要功能分类

图表：2003-2009年中国WAP业务市场收入情况

图表：中国联通的UNI品牌所包括的6大业务功能群

图表：中国主要增值服务业务及增值服务商数量

图表：2001-2009年全球通信市场总体规模变化情况

图表：2004-2009年中国电信增值业务市场规模及占比变化情况

图表：中国移动数据业务应用的产业链关系图

图表：2007-2011年中国移动增值业务市场总体规模预测图

图表：2007-2011年中国电信增值业务细分市场预测图

图表：略……

更多图表见报告正文

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1502/U251048VYF.html>