

# 2012-2016年中国MMS( 彩信)行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2012-2016年中国MMS(彩信)行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tongxun1112/4832719XCM.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-12-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国MMS(彩信)行业深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国MMS(彩信)行业的概念，接着分析了中国MMS(彩信)行业发展环境，然后对中国MMS(彩信)行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国MMS(彩信)行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国MMS(彩信)行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

MMS为Multimedia Messaging Service的缩写，中文译为多媒体短信服务。中国移动公司把它定名为“彩信”，可以用于传送文字、图片、动画、音频和视频等多媒体信息。

## 第一章 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

## 第二章 2011年全球彩信业务运行状况分析

### 第一节 2011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 2011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 2012-2016年全球彩信业务趋势探析

#### 第三章 2011年中国彩信业务市场运行环境解析

##### 第一节 国内宏观经济环境分析

###### 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、2012年中国宏观经济发展预测分析

##### 第二节 2011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 2011年中国彩信业务市场技术环境分析

##### 第四节 2011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

#### 第四章 2011年中国电信增值业务市场运行动态分析

##### 第一节 2011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 2011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2011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2011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、中国移动增值热点事件盘点

### 第五节 2011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 2011年中国电信增值业务及其运营模式研究

### 第一节2011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 2011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（Superority）
- 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 2011年中国彩信（MMS）业务市场动态分析

### 第一节 2011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 2011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 2011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“彩信”业务

## 第四节 2011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 2011年中国MMS市场影响因素分析

## 第七章 2011年中国MMS用户调研

### 第一节 2011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 2011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 2011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、2011年空中网经营状况分析
- 五、2011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 2012-2016年中国MMS增值服务前景预测分析

### 第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国MMS增值服务市场预测分析

- 一、2012-2016年中国移动增用户分析
- 二、2012-2016年中国移动增值业务用户分析
- 二、2012-2016年中国移动增值业务市场规模分析

## 第十一章 2012-2016年中国彩信业务投资战略分析

### 第一节 2011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 2012-2016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 2012-2016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

### 第四节 专家投资指导

## 图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

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规模预测图

图表：略&hellip;&hellip;

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/tongxun1112/4832719XCM.html>