

# 2013-2017年中国IVR市 场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

《2013-2017年中国IVR市场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/yingjian1212/J14380GQDG.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-12-21

【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

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2013-2017年中国IVR市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。介绍了IVR行业相关概述、中国IVR产业运行环境、分析了中国IVR行业的现状、中国IVR行业竞争格局、对中国IVR行业做了重点企业经营状况分析及中国IVR产业发展前景与投资预测。您若想对IVR产业有个系统的了解或者想投资IVR行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国IVR市场深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

## 第一章 IVR相关概述

### 第一节 IVR的涵盖及业务范围

#### 一、语音聊天交友

#### 二、语音点歌

#### 三、电子贺卡

#### 四、手机杂志

### 第二节 IVR业务的SP

#### 一、雷霆无极

#### 二、腾讯

#### 三、鸿联九五

#### 四、新浪

### 第三节 IVR业务特点分析

## 第二章 2011年全球电信增值业务市场运行态势分析

### 第一节 2011年全球电信市场运行综述

#### 一、全球通信市场进入调整期

#### 二、通信服务市场结构性的变化

#### 三、通信市场主导已经变成了消费者

### 第二节 2011年全球电信增值业务剖析

#### 一、全球增值业务经营环境

#### 二、移动增值业务市场会呈现以下几个特点

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

第三节 2011年主要发达国家的电信增值业务市场动态分析

一、美国

二、欧洲

三、日韩

第四节 2013-2017年全球移动通信市场规模及趋势预测分析

第三章 2011年中国电信增值业务运行环境解析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

第二节 2011年监管政策对移动增值业务的影响

一、监管为民鼓励竞争成出发点

二、号码携带基本准备就绪

三、SP治理将越来越严格

四、市场定价机制初步形成

五、网络融合将被积极推动

六、VoIP业务短期难以放开

七、信产部呼吁开发新业务

八、SP企业加速转型

第四章 2011年中国移动通讯及增值业务运行新形势透析

第一节 2011年中国移动通讯业务运行综述

一、中国电信及移动通讯业务收入变化情况

二、中国移动通讯用户数变化情况

第二节 2011年中国移动增值业务发展概况

一、中国移动增值市场用户规模

二、中国移动增值业务上扬

三、盈利模式是最大考验

第五章 2011年中国IVR市场运行动态分析

第一节 2011年中国IVR市场规模分析

一、中国IVR市场收入规模

二、中国IVR用户规模

三、IVR用户占整个移动增值用户的比例

第二节 2011年中国IVR市场动态分析

一、IVR市场走向高集中度

二、IVR市场发展分析及创新研究

三、快速发展中的IVR市场收益

第六章 2011年电信运营商IVR业务运行分析

第一节 中国移动

一、中国移动品牌体系

二、中国移动SP政策以及IVR收入分配模式

三、中国移动IVR业务市场全国按大区分布情况

四、中国移动IVR业务市场省市分布情况

第二节 中国联通

一、中国联通品牌体系

二、中国联通SP政策以及IVR收入分配模式

三、中国联通IVR业务市场全国按大区分布情况

四、中国联通IVR业务市场省市分布情况

第三节 中国移动和中国联通IVR业务比较

一、音信互动“12590”业务

二、娱音在线“12586”业务

二、联通丽音“10159”业务

第七章 2011年中国IVR主要业务运行分析

第一节 2011年IVR服务提供商盈利状况分析

一、SP各业务收入份额

二、IVR服务提供商收入季度变化情况

第二节 IVR聊天交友业务分析

一、IVR聊天交友业务用户规模变化情况

二、中国SP的IVR及IVR聊天市场规模变化情况

三、中国移动IVR聊天市场分区各省市业务分析

四、中国联通IVR聊天市场分区各省市业务分析

七、主要SP的IVR聊天交友业务介绍

第三节 IVR歌曲音乐类业务分析

第四节 IVR其他业务分析

第八章 2011年中国IVR业务 SP的竞争力体现

第一节 2011年IVR市场SP份额

第二节 TOM在线IVR业务分析

一、TOM在线IVR服务简介

二、TOM在线IVR季度收入

三、TOM在线IVR年收入预测

四、TOM在线IVR业务介绍

第三节 新浪IVR业务分析

一、新浪IVR服务简介

二、新浪IVR季度收入

三、新浪IVR年收入情况预测

三、新浪具体IVR业务介绍

第四节 腾讯IVR业务分析

一、腾讯IVR总体简介

二、腾讯IVR年收入情况预测

三、腾讯IVR具体服务介绍

第五节 空中网IVR业务分析

一、空中网简介

二、空中网IVR季度收入情况

一、空中网IVR年收入情况预测

第六节 华友世纪IVR业务分析

一、华友世纪IVR服务简介

二、华友世纪IVR季度收入变化情况

三、华友世纪IVR年收入情况预测

第九章 2011年中国IVR业务用户调研

第一节 IVR服务在网民中的渗透率

第二节 非IVR用户的消费倾向分析

一、非IVR用户不使用IVR服务的原因

二、非IVR用户所希望的IVR服务类型

三、非IVR用户所希望的IVR服务类型的收入交叉分析

四、非IVR用户所希望的IVR服务类型的年龄交叉分析

第三节 IVR用户消费偏好分析

一、网民选择IVR服务的原因分析

二、IVR用户经常使用的IVR服务类型

三、IVR用户经常使用的服务类型与收入的交叉分析

四、网民选择IVR服务提供商的主要考虑因素

第四节 IVR用户使用习惯分析

一、IVR用户最常使用的聊天服务

二、常用IVR聊天服务满意度情况

三、IVR用户使用IVR服务频率情况

四、IVR用户使用IVR服务的时长分析

五、IVR用户每个月用于IVR服务的支出情况

六、IVR用户对目前IVR服务收费价格的态度

第五节 IVR用户了解到IVR服务的途径

第六节 用户对IVR服务的满意度分析

一、IVR用户对IVR服务不满意状况分析

二、IVR用户未来预计IVR服务使用情况分析

第十章 2013-2017年中国IVR业务前景展望与趋势预测

第一节 2013-2017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、运营商将加大集团业务和行业应用产品投入

四、业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展

五、市场主体向产业链上下游方向延伸

## 第二节 2013-2017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 2013-2017年中国IVR业务行业发展预测分析

- 一、2013-2017年中国移动增用户分析
- 二、2013-2017年中国IVR业务用户分析
- 三、2013-2017年中国IVR业务市场规模分析

## 第十一章 2013-2017年中国IVR业务投资战略分析

### 第一节 2011年中国IVR业务投资概况

- 一、IVR业务投资特性分析
- 二、IVR业务投资价值分析
- 三、IVR业务投资政策解读
- 四、外商投资电信出新规获准经营基础及增值电信业务

### 第二节 2013-2017年中国IVR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、IVR业务投资吸引力分析

### 第三节 中国IVR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 投资建议

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/yingjian1212/J14380GQDG.html>