

# 中国移动互联网服务提供商（SP） 运行动态及行业前景调研分析报告（2010-2013年）

## 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

《中国移动互联网服务提供商（SP）运行动态及行业前景调研分析报告（2010-2013年）》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/tongxun1502/613827CWZA.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】2024-12-23

【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

## 前言

SP 产业依然“朝阳”。由于直接提供移动应用,服务于消费者,SP从一开始就理所当然地被看成朝阳产业。但由于SP众所周知的种种劣行,SP在迅猛发展的同时,也在自毁前程。目前SP已经陷入窘境。有两个原因:一是因为信息产业部和运营商对SP的整治,二是SP不遵守行业道德。SP无疑还将是一个有广阔前景的朝阳行业。首先,SP提供的是基于无线互联网的价值应用,而网络从有线到无线,从固定到移动是发展趋势,移动增值业务才是移动运营商未来增值的最大市场;其次,随着移动互联网的普及,用户群体会不断增加,同时对移动应用体验要求必然会发展,而这种需求必然导致行业发展并使行业得到合理有效的细分;第三,目前主要针对年轻人娱乐市场的SP产品和运营方式只是这个产业的冰山之一角,随着终端升级和应用多元化,无数新需求会得到迸发,这将给行业带来充分的发展机会;第四,行业监管机构和运营商也在不断加强管理能力,行业的健康程度会得到改善。

在电信增值服务业开发之初,高额的利润吸引了大量的市场资本,SP产业一度成为风险投资商竞相投入的热点行业,但随着越来越多不规范操作行为的发生,各种措施对这个“真空地带”的指导和规范,这种规范和引导必然会给SP行业带来短暂的阵痛,这种情况正在发生,不少SP的业绩出现了不同程度的下滑。作为一个备受关注的行业,SP业绩的下滑引来了不小的舆论振荡,这种振荡属正常情况,随着政府监管力度的不断加强,这意味着,曾以暴利、混乱、高速增长引人注目的行业正在迎来新的发展成熟期。一个成熟行业必将拥有一个相对合理的规模,行业的充分竞争并不意味着行业进入增长乏力期。经过多年的发展,再加上规范的行业,必然使得产生不合理的利润空间不复存在,SP已经进入充分竞争的时期,行业利润也必将下降到整个市场的合理利润水平,这时候企业必须要完全依靠充分的业务竞争来赢得用户,创造利润。而且,行业还会因为规范而把产业的蛋糕做的更大。另外,从全球大环境来说,作为全球性朝阳产业的信息产业仍然是人们关注的热点,随着信息化社会的深入,人们对增值业务的不断深入,人们对增值业务的渴望越来越强。我们有理由相信,这个产业必将面临更多的发展机遇,尤其是随着移动网、互联网的不断融合,未来SP必然大有市场。

本报告内容严谨、数据翔实,更辅以大量直观的图表帮助移动互联网服务提供商(SP)企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资前景研究。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,以及我中心对互联网服务提供商(SP)产业的实地调研,结合了行业所处的环境,从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资前景,制定正确竞争和投资规划建议决策的重要决策依据之一,具有重

要的参考价值！

## 正文目录

### 第一章 SP行业相关概述 11

#### 第一节SP的定义 11

#### 第二节SP的分类与特点 11

##### 一、门户型 11

##### 二、专业型 12

##### 三、专项型 12

#### 第三节 移动互联网的特点 12

#### 第四节 无线上网和移动互联网有什么区别 14

### 第二章 2009-2010年全球SP产业运行状况分析 15

#### 第一节2009-2010年全球SP产业运行环境分析 15

##### 一、经济环境分析 15

##### 二、金融危机全球经济的影响 15

##### 三、SP产业政策环境分析 17

#### 第二节 2009-2010年全球SP产业运行简况 20

##### 一、市场开始稳步增长 20

##### 二、业务种类繁多 20

##### 三、3G业务开始进入快速发展期 21

##### 四、全球运营商运营模式在世界范围内推广 22

##### 五、移动运营商业务重点转向数据业务 25

#### 第三节2009-2010年全球部分国家SP产业运行分析 27

##### 一、欧美 27

##### 二、美国 28

##### 三、日本 28

#### 第四节 2010-2013年全球SP产业运行趋势探析 32

### 第三章 2009-2010年中国SP发展环境分析 35

#### 第一节2009-2010年中国SP政策环境分析 35

##### 一、SP监管政策 35

二、互联网政策	35
三、电信运营政策分析	37
四、3G产业政策	38
五、“四网合一”	41
第二节2009-2010年中国宏观经济环境分析	41
一、中国GDP分析	41
二、中国汇率调整分析	44
三、中国CPI指数分析	47
四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析	48
第三节 2009-2010年中国SP社会环境分析	49
一、中国人口规模及学历结构	49
二、城市化进程分析	51
三、居民的消费观念	54
四、互联网及电脑普及状况	57
第四章 2009-2010年中国SP运行形势分析	58
第一节 2009-2010年中国SP发展概况	58
一、手机电视内容提供现状分析	58
二、手机电视内容提供技术分析	58
三、手机电视内容提供行业特征分析	60
第二节 2009-2010年中国手机电视内容提供市场运行分析	61
一、SP供给情况分析	61
二、SP需求分析	62
三、手机电视内容提供市场供需平衡分析	62
第三节 2009-2010年中国SP产业发展存在问题分析	63
第五章 2009-2010年中国网民调查分析	65
第一节 中国网民基本情况调查分析	65
一、手机网民年龄层次调查	65
二、手机网民学历层次调查	65
三、手机网民月收入调查	66
第二节 中国网民消费行为调查分析	68

- 一、网民上网付费方式调查 68
- 二、网民上网频率调查 69
- 三、网民上网地点调查 71
- 四、网民上网时间调查 72
- 五、手机网民最常登陆网站调查 73
- 第三节 中国网民消费行为类型调查分析 76
  - 一、网民各类移动增值服务调查 76
  - 二、网民对网络电视内容期望调查 77
  - 三、手机网民手机搜索信息需求调查 78
- 第四节 中国手机上网消费情况调查分析 79
  - 一、手机网民上网付费方式 79
  - 二、手机网民月均手机资费情况对比 80
  - 三、手机网民月均手机上网资费支出情况对比分析 81
  
- 第六章 2009-2010年WAP业务运行动态分析 83
  - 第一节 WAP相关介绍 83
    - 一、WAP系统的架构 83
    - 二、WAP移动网络关键技术 84
    - 三、WAP的应用 87
  - 第二节 2009-2010年中国WAP业务运行综述 88
    - 一、无线互联网进入导入期 88
    - 二、中国无线互联网资源统计 88
    - 三、WAP用户占手机电视主流 89
    - 四、WAP市场发展背后的隐忧 90
  - 第三节 2009-2010年中国WAP市场动态分析 90
    - 一、西安手机WAP上网用户增长快 90
    - 二、手机阅读遭受版权考验 90
    - 三、VoIP融合移动WAP欲成“杀手应用” 92
    - 四、可口可乐垂涎中国WAP市场 93
  - 第四节 2009-2010年中国WAP主要业务运行分析 93
    - 一、无线广告市场发展分析 93
    - 二、手机游戏市场 94

### 三、中国无线WAP搜索发展分析 95

## 第七章 2009-2010年中国SP其它业务分析 97

### 第一节 空中下载 (OTA) 业务 97

#### 一、OTA业务用户规模 97

#### 二、OTA业务信息费收入情况 97

### 第二节 短信 (SMS) 业务 97

#### 一、用户规模 97

#### 二、短信市场收入情况分析 98

#### 三、短信发送量 98

### 第三节 彩信 (MMS) 业务 99

#### 一、MMS在线与非在线用户规模 99

#### 二、MMS 信息费收入 100

#### 三、SP彩信业务收入分析 100

### 第四节 彩铃声 (CRBT) 业务 103

#### 一、中国CRBT用户规模 103

#### 二、中国运营商CRBT收入及预测 104

#### 三、中国SP信息费收入及预测 105

## 第八章 2009-2010年中国主要SP企业发展现状分析 106

### 第一节 新浪SP 106

#### 一、盈利模式分析 106

#### 二、公司财务运营情况分析 106

#### 三、市场竞争力分析 107

#### 四、主要客户群体分析 108

#### 五、公司发展战略分析 108

### 第二节 网易SP 109

#### 一、盈利模式分析 109

#### 二、公司财务运营情况分析 110

#### 三、市场竞争力分析 111

#### 四、主要客户群体分析 112

#### 五、公司发展战略分析 113

### 第三节 搜狐SP 113

- 一、盈利模式分析 113
- 二、公司财务运营情况分析 114
- 三、市场竞争力分析 115
- 四、主要客户群体分析 115
- 五、公司发展战略分析 116

### 第四节 TOM SP 116

- 一、盈利模式分析 116
- 二、公司财务运营情况分析 117
- 三、市场竞争力分析 118
- 四、主要客户群体分析 118
- 五、公司发展战略分析 119

### 第五节 掌上灵通 119

- 一、盈利模式分析 119
- 二、公司财务运营情况分析 120
- 三、市场竞争力分析 121
- 四、主要客户群体分析 122
- 五、公司发展战略分析 122

### 第六节 华友世纪 123

- 一、盈利模式分析 123
- 二、公司财务运营情况分析 125
- 三、市场竞争力分析 126
- 四、主要客户群体分析 127
- 五、公司发展战略分析 128

### 第七节 空中网 129

- 一、盈利模式分析 129
- 二、公司财务运营情况分析 130
- 三、市场竞争力分析 131
- 四、主要客户群体分析 133
- 五、公司发展战略分析 134

### 第八节 北纬通信 135

- 一、盈利模式分析 135

- 二、公司财务运营情况分析 135
- 三、市场竞争力分析 137
- 四、主要客户群体分析 138
- 五、公司发展战略分析 139

## 第九章 2009-2010年外资SP企业在华经营态势分析 140

### 第一节 国内外资SP企业发展分析 140

- 一、投资特点 140
- 二、SP企业受困行业整顿外资乘机进场并购 140
- 三、外资大幅进入中国电子商务领域影响分析 141
- 四、国内外资SP企业投资趋势分析 143

### 第二节 微软在中国投资及兼并重组情况分析 145

- 一、微软在中国投资情况 145
- 二、微软核心竞争力分析 145
- 三、微软投资与兼并重组趋势分析 148

### 第三节 日本Index公司在中国投资及兼并重组情况分析 148

### 第四节 GXS公司在中国投资及兼并重组情况分析 149

- 一、GXS在中国投资情况 149
- 二、GXS核心竞争力分析 150
- 三、GXS投资与兼并重组趋势分析 151

## 第十章 2009-2010年中国SP主导运营商竞争力与财务状况分析 152

### 第一节 中国移动 152

- 一、企业概况 152
- 二、竞争优势分析 152
- 三、2009-2010年经营状况分析 154
- 四、发展战略分析 155

### 第二节 中国联合通信有限公司 158

- 一、公司基本概述 158
- 二、2009-2010年公司主要财务指标分析 159
- 三、2009-2010年公司盈利能力分析 159
- 四、2009-2010年公司经营效率分析 160

五、2009-2010年公司偿债能力分析 160

六、2009-2010年公司成长能力分析 161

七、2009-2010年公司竞争力分析 161

第三节 中国电信集团公司 161

一、企业概况 162

二、竞争优势分析 162

三、2009-2010年经营状况分析 163

四、发展战略分析 164

第十一章2010-2013年中国SP产业趋势预测分析 166

第一节2010-2013年中国移动互联网服务提供商发展趋势分析 166

一、移动内容服务具有良好收益前景 166

二、手机视频内容市场前景分析 166

三、手机电视内容提供客户需求预测分析 167

第二节2010-2013年中国移动互联网服务提供商盈利预测分析 170

第三节 2010-2013年中国移动互联网服务提供商市场预测分析 171

一、SP产业用户需求预测分析 171

二、SP产业技术方向分析 172

三、SP产业竞争格局预测分析 176

第十二章 2010-2013年中国SP产业投资机会与风险分析 180

第一节2010-2013年中国SP产业投资环境分析 180

一、宏观经济预测分析 180

二、金融危机影响分析 182

第二节2010-2013年中国SP产业投资机会分析 183

第三节2010-2013年中国SP产业投资前景分析 185

一、市场竞争风险 185

二、政策风险 186

三、进入退出风险 188

第四节 中国SP产业投资规划建设分析 190

一、SP产业投资特性 190

二、SP产业投资政策解读 192

- 三、风投巨资下注移动互联网内容提供商蓄势待发 193
- 四、移动互联网存三大优势行业前景调研受青睐 193
- 五、SP产业投资前景预警 194
- 六、投资建议 195

## 图表目录

- 图表 1 1980-2010年世界经济、先进经济体、新兴和发展中经济体增长比较 15
- 图表 2 2008年全球各国非语音移动服务所占份额 17
- 图表 3 2006-2008年全球移动增值业务占移动营收比例走势图 18
- 图表 4 2008年全球移动增值业务收入地区分布图 19
- 图表 5 2006-2008年全球移动增值业务用户数不断增长趋势图 19
- 图表 6 地区文化对移动增值业务发展的影响 19
- 图表 7 2005-2010年美国不同类型移动音乐细分市场规模走势图 28
- 图表 8 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 41
- 图表 9 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 42
- 图表 10 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 42
- 图表 11 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 43
- 图表 12 2005年7月21日-2009年5月人民币兑美元汇率中间价 45
- 图表 13 2009年4月-2009年5月人民币汇率中间价对照表 45
- 图表 14 2008-2010年6月中国价格指数统计表 47
- 图表 15 2008-2010年6月中国价格指数月度走势图 48
- 图表 16 2009年农村居民人均纯收入5153元 49
- 图表 17 2009年我国城镇居民人均可支配收入达17175元 49
- 图表 18 1990-2008年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 50
- 图表 19 2000-2008年我国总人口增长趋势图 50
- 图表 20 2009年人口数及其构成 51
- 图表 21 2001-2009年中国城镇化率走势图 52
- 图表 22 2008年中国手机网民与互联网网民年龄层次对比 65
- 图表 23 2008年中国手机网民与传统网民学历层次对比 66
- 图表 24 2008年中国手机网民与互联网网民月收入情况对比 66
- 图表 25 2008年中国手机网民无收入人群职业构成 67

图表 26 2008 年中国手机网民职业状况 67

图表 27 2008 年中国手机网民手机上网付费方式 68

图表 28 2008 年中国手机网民每周手机上网频次 69

图表 29 2008 年每周不同上网频次的手机网民日均上网频次分布比较 70

图表 30 2008 年每周不同上网频次的手机网民每次手机上网时间分布 71

图表 31 2008 年中国手机网民手机上网地点分布 71

图表 32 2008 年中国手机网民手机上网时间分布 72

图表 33 2008 年中国手机网民经常登录无线互联网网站 74

图表 34 2008 年中国手机网民手机上网最常登录无线互联网网站 75

图表 35 2008 年上网频次不同的中国手机网民最常登录各无线互联网网站的比例 75

图表 36 2008 年中国手机网民使用各类移动增值业务概况 76

图表 37 2008 年中国手机网民对手机电视内容期望 77

图表 38 2008 年中国手机网民手机搜索信息需求 78

图表 39 2009 年中国手机网民上网付费方式比重 79

图表 40 2009 年中国手机网民月均手机资费情况对比 80

图表 41 2009 年中国手机网民月均手机资费情况对比 81

图表 42 2007-2012 年中国手机游戏市场规模及增长率 94

图表 43 2004-2010 年中国短信用户规模及预测 98

图表 44 2008 年一季度~2009 年二季度新浪移动增值收入情况 106

图表 45 新浪公司核心竞争力主要业务特点及杀手级应用 107

图表 46 2008 年一季度~2009 年三季度网易收入增长示意图 111

图表 47 网易主要业务特点营收情况与公司核心竞争力 111

图表 48 网易的杀手级应用与特点 112

图表 49 2006 年~2009 年搜狐营业收入增长趋势 114

图表 50 2008 年一季度~2009 年一季度搜狐网络游戏收入 115

图表 51 搜狐公司核心竞争力主要业务特点及杀手级应用 115

图表 52 TOM 公司核心竞争力主要业务特点及杀手级应用 118

图表 53 商业模式 3W2H 模型 129

图表 54 2007 年一季度~2009 年二季度空中网营收及增长率 131

图表 55 2009 年二季度空中网业务营收构成 132

图表 56 空中网核心竞争力主要业务特点及杀手级应用 133

图表 57 2007 年~2009 年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务情况分析 137

图表 58 2009年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务分行业分析 137  
图表 59 2009年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务分产品分析 137  
图表 60 2009年北京北纬通信科技股份有限公司主营业务分地区分析 137  
图表 61 2000年~2009年中国移动公司营业收入增长趋势 155  
图表 62 2000年~2009年中国移动公司营业利润增长趋势 156  
图表 63 2009年中国联合网络通信集团有限公司主要经济指标表 159  
图表 64 2009年中国联通企业盈利能力指标表 160  
图表 65 2009年中国联通经营能力指标表 160  
图表 66 2009年中国联通企业偿债能力指标表 161  
图表 67 2009年中国联通成长能力指标表 161  
图表 68 2009年中国联通主营业务增长趋势图 162  
图表 69 3G与其他无线通信技术网络共存的现状 173  
图表 70 3G技术与其他无线通信网络技术的比较 174  
图表 71 3G与RFID等近距离通信技术远近结合构建泛在网络 176  
图表 72 3G网络发展进程与受惠通信子行业 191  
图表 73 网络优化高峰期时段 192  
图表 74 三大运营商网络优化时期表 192

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1502/613827CWZA.html>