

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

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（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 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e”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……

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>