

# 2011-2015年中国MMS(彩信)市场深度调研与发展 策略咨询报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国MMS(彩信)市场深度调研与发展策略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。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，以及我中心对本行业的实地调研，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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/8742187421.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

## 二、报告目录及图表目录

### 摘要

(MMS - Multimedia Messaging Service)是在短消息业务基础上发展起来的一种新型消息业务。MMS是第3代移动通讯标准化组织3GPP制定的全球信息传送标准，是一项全新的数据业务，用户可以像使用短消息一样收发更加个性化的多媒体消息。它将不同的媒体，如文本、图片、照片、音频、视频等组合成一个多媒体消息进行发送。MMS信息容量也大大增长，可以达到100kB左右。用户在终端上发送MMS操作也非常方便。和SMS一样，MMS采用“存储转发”的技术，用户创建的信息能够自动、快速的在手机和手机之间传送；信息的传送仍然按接收方手机号码进行定位；当接收方关机或暂时不在服务区的情况下，信息将存储在多媒体消息中心(MMSC)，直到能够正确送达为止。

多媒体消息服务并不依赖于基础网络，它能够在第2代、第2.5代及第3代无线网络中实施，无论GSM、GPRS、WCDMA网络都可以支持MMS业务。考虑到网络带宽、数据传输速度，MMS业务将在当前GPRS网络上起飞，在未来3G网络中走向成熟。

手机终端合成多媒体消息后，可以向网内所有合法用户发送多媒体消息，由多媒体消息中心MMSC对多媒体消息进行存储和处理，并负责将多媒体消息在不同MMSC之间的传递等操作。同时接收方用户可以从MMSC接收多媒体消息。多媒体消息服务要求一个WAP网关，一个数据传输网如电路交换网、GPRS或WCDMA网络，和一个短消息中心。目前，MMS业务在实现时是以WAP作承载，短消息作提示通知，由MMS手机自动到多媒体消息中心MMSC中去提取。在用户的眼里，多媒体消息像短消息一样是从多媒体消息中心主动发送过来的。

### 目录

#### 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增值服务前景预测分析

### 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战略分析

### 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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/8742187421.html>