

2020-2025年中国MMS（彩信）行业市场调查研究及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国MMS（彩信）行业市场调查研究及投资战略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/detail/507913.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

亦称“彩信”。用于手机之间或手机与因特网之间收发图像、大型图表、音频信息、视频信息等多媒体信息的服务。是继文本短信服务（SMS）、增强型短信服务（EMS）后的“第三代短信服务”。

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。

报告目录：

第一章 2015-2019年中国彩信业务市场运行环境解析

第一节 2015-2019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、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2015-2019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 2015-2019年中国彩信业务市场技术环境分析

第四节 2015-2019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 2015-2019年全球彩信业务运行状况分析

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2020-2025年全球彩信业务趋势探析

第四章 2015-2019年中国电信增值业务市场运行动态分析

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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六大盘点

第五节 2015-2019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 2015-2019年中国电信增值业务及其运营模式研究

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国彩信（MMS）业务市场动态分析

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国MMS市场影响因素分析

第七章 2015-2019年中国MMS用户调研

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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、2015-2019年空中网经营状况分析
- 五、2015-2019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 2020-2025年中国MMS增值服务前景预测分析

第一节 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025年中国MMS增值服务市场预测分析

- 一、2020-2025年中国移动增用户分析
- 二、2020-2025年中国移动增值业务用户分析
- 三、2020-2025年中国移动增值业务市场规模分析

第十一章 2020-2025年中国彩信业务投资战略分析

第一节 2015-2019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 2020-2025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 2020-2025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：

图表：中国移动数据业务应用的产业链关系图

图表：2020-2025年中国移动增值业务市场总体规模预测图

图表：2020-2025年中国电信增值业务细分市场规模预测图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/507913.html>