

# 2012-2016年中国移动互联 网服务提供商（SP）市场调查与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2012-2016年中国移动互联网服务提供商（SP）市场调查与投资战略研究报告》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.cction.com/report/201203/84432.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

SP是英文Service Provider的缩写，中文翻译为服务提供商，通常是指在移动网内运营增值业务的社会合作单位。它们建立与移动网络建立相连的服务平台，为手机用户提供一系列信息服务，如：娱乐、游戏、短信、彩信、WAP、彩铃、铃声下载、定位等等。

中国产业信息网发布的《2012-2016年中国移动互联网服务提供商（SP）市场调查与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了移动互联网服务提供商（SP）相关概述、中国移动互联网服务提供商（SP）市场运行环境等，接着分析了中国移动互联网服务提供商（SP）市场发展的现状，然后介绍了中国移动互联网服务提供商（SP）重点区域市场运行形势。随后，报告对中国移动互联网服务提供商（SP）重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网服务提供商（SP）行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网服务提供商（SP）产业有个系统的了解或者想投资移动互联网服务提供商（SP）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 SP行业相关概述

#### 第一节 互联网及互联网信息服务的相关概述

##### 一、互联网信息服务阐述

##### 二、互联网信息服务的分类

##### 三、经营性与非经营性互联网信息服务

#### 第二节 SP服务范畴

#### 第三节 SP按业务开展角度分类与特点

##### 一、门户型SP

##### 二、专业型SP

##### 三、专项型SP

### 第二章 全球SP产业运行状况分析

#### 第一节 2011年全球SP产业运行环境分析

##### 一、经济环境分析

##### 二、金融危机全球经济的影响

##### 三、SP产业政策环境分析

## 第二节 2011年全球SP产业运行简况

- 一、市场开始稳步增长
- 二、业务种类繁多
- 三、3G业务开始进入快速发展期
- 四、全球运营商运营模式在世界范围内推广
- 五、移动运营商业务重点转向数据业务

## 第三节 2011年全球部分国家SP产业运行分析

- 一、欧美
- 二、韩国
- 三、日本

## 第四节 2012-2016年全球SP产业运行趋势分析

## 第三章 中国移动互联网服务提供商（SP）发展环境分析

### 第一节 国内移动互联网服务提供商（SP）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年中国移动互联网服务提供商（SP）经济发展预测分析

### 第二节 中国移动互联网服务提供商（SP）行业政策环境分析

## 第四章 中国互联网信息服务行业市场分析

### 第一节 2011年中国互联网信息服务行业市场规模

### 第二节 2011年中国互联网信息服务行业产品结构

- 一、网络游戏
- 二、移动增值
- 三、网络广告
- 四、搜索引擎
- 五、电子商务

### 第三节 2011年中国互联网信息服务行业产业结构分析

- 一、组成基础：技术基础、商务基础、心理基础
- 二、功能平台：媒体平台、商务平台、通信平台
- 三、消费趋向性：娱乐性、商务性、实用性

### 第四节 2011年中国互联网信息服务行业市场品牌结构

### 第五节 2011年中国互联网信息服务行业主要厂商分析

- 一、新浪市场营运状况分析

二、网易市场营运状况分析

三、腾讯市场营运状况分析

四、搜狐市场营运状况分析

五、百度市场营运状况分析

六、盛大市场营运状况分析

七、TOM在线市场营运状况分析

## 第五章 中国互联网信息服务行业发展现状综述

### 第一节 2011年中国互联网产业发展概况

一、互联网快速融入渗透中国经济社会

二、中国国互联网产业亮点聚焦

三、中国式创新催生互联网产业新格局

四、中国互联网行业走上盈利道路

五、2011年被普遍认为是中国移动互联网元年

### 第二节 2011年中国互联网产业问题对策分析

一、互联网行业的大危机解析

二、制约中国互联网业发展的几大因素

三、中国互联网发展过程中存在的问题及对策

四、无线互联网监管问题解析

### 第三节 影响互联网信服服务技术发展的核心因素分析

一、TD、FD和LTE的发展融合

二、核心芯片的开发

三、完整的终端测试的平台

## 第六章 中国移动互联网服务提供商（SP）运行形势分析

### 第一节 2011年中国移动互联网服务提供商（SP）发展概况

一、手机电视内容提供现状分析

二、手机电视内容提供技术分析

三、手机电视内容提供行业特征分析

### 第二节 2011年中国手机电视内容提供市场运行分析

一、移动互联网服务提供商（SP）供给情况分析

二、移动互联网服务提供商（SP）需求分析

三、手机电视内容提供市场供需平衡分析

### 第三节 2011年中国移动互联网服务提供商（SP）存在的问题分析

## 第七章 中国网民调查分析

### 第一节 中国网民基本情况调查分析

#### 一、手机网民年龄层次调查

#### 二、手机网民学历层次调查

#### 三、手机网民月收入调查

### 第二节 中国网民消费行为调查分析

#### 一、网民上网付费方式调查

#### 二、网民上网频率调查

#### 三、网民上网地点调查

#### 四、网民上网时间调查

#### 五、手机网民最常登陆网站调查

### 第三节 中国网民消费行为类型调查分析

#### 一、网民各类移动增值服务调查

#### 二、网民对网络电视内容期望调查

#### 三、手机网民手机搜索信息需求调查

### 第四节 中国手机上网消费情况调查分析

#### 一、手机网民上网付费方式

#### 二、手机网民月均手机资费情况对比

#### 三、手机网民月均手机上网资费支出情况对比分析

## 第八章 WAP业务运行动态分析

### 第一节 WAP相关介绍

#### 一、WAP系统的架构

#### 二、几种承载方式

#### 三、WAP移动网络关键技术

#### 四、WAP的应用

### 第二节 2011年中国WAP业务运行综述

#### 一、无线互联网进入导入期

#### 二、中国无线互联网资源统计

#### 三、WAP用户占手机电视主流

#### 四、WAP市场发展背后的隐忧

### 第三节 2011年中国WAP市场动态分析

#### 一、西安手机WAP上网用户增长快

二、手机阅读遭受版权考验

三、VoIP融合移动WAP欲成“杀手应用”

四、可口可乐垂涎中国WAP市场

#### 第四节 2011年中国WAP主要业务运行分析

一、无线广告市场发展分析

二、手机游戏市场

三、中国无线WAP搜索发展分析

#### 第九章 中国移动互联网服务提供商（SP）其它业务分析

##### 第一节 空中下载（OTA）业务

一、OTA业务用户规模、

二、OTA业务信息费收入情况

##### 第二节 短信（SMS）业务

一、用户规模

1、月短信用户规模

2、短信用户结构

二、短信市场收入情况分析

三、短信发送量

##### 第三节 彩信（MMS）业务

一、MMS在线与非在线用户规模

二、MMS 信息费收入

三、SP彩信业务收入分析

##### 第四节 彩铃声（CRBT）业务

一、中国CRBT用户规模

二、中国运营商CRBT收入及预测

三、中国SP信息费收入及预测

#### 第十章 中国主要SP企业运营状况分析

##### 第一节 新浪SP

一、盈利模式分析

二、公司财务运营情况分析

三、市场竞争力分析

四、主要客户群体分析

五、公司发展战略分析

## 第二节 网易SP

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

## 第三节 搜狐SP

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

## 第四节 TOM SP

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

## 第五节 掌上灵通

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

## 第六节 华友世纪

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

## 第七节 空中网

- 一、盈利模式分析



二、公司财务运营情况分析

三、市场竞争力分析

四、主要客户群体分析

五、公司发展战略分析

第八节 北纬通信

一、盈利模式分析

二、公司财务运营情况分析

三、市场竞争力分析

四、主要客户群体分析

五、公司发展战略分析

第十一章 中国SP主导运营商竞争力与财务状况分析

第一节 中国移动

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011年经营状况分析

四、发展战略分析

第二节 中国联通

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 中国电信集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011年经营状况分析

四、发展战略分析

第十二章 外资SP企业在华经营态势分析

第一节 国内外资SP企业发展分析

一、投资特点

二、SP企业受困行业整顿外资乘机进场并购\_国研网

三、外资大幅进入中国电子商务领域影响分析

三、国内外资SP企业投资趋势分析

第二节 微软在中国投资及兼并重组情况分析

一、微软在中国投资情况

二、微软核心竞争力分析

三、微软投资与兼并重组趋势分析

第三节 日本Index公司在中国投资及兼并重组情况分析

一、Index在中国投资情况

二、Index核心竞争力分析

三、Index投资与兼并重组趋势分析

第四节 GXS公司在中国投资及兼并重组情况分析

一、GXS在中国投资情况

二、GXS核心竞争力分析

三、GXS投资与兼并重组趋势分析

第十三章 2012-2016年中国SP发展战略分析

第一节 网页策略

一、抢占优良的网址并加强网址宣传

二、精心策划网站结构

三、网站维护

第二节 产品策略

一、分析网上消费者的特征

二、提供定制化产品服务

三、个性化营销

第三节 价格策略

一、建立自动调价系统

二、开发智慧型议价系统

三、定价公开化

第四节 渠道策略

第五节 促销策略

一、推广网络广告

二、促进情感消费

三、建立促销联盟

#### 四、借助网络文化

### 第十四章 2012-2016年中国SP产业前景预测与投资战略分析

#### 第一节 2012-2016年中国移动互联网服务提供商发展趋势分析

##### 一、移动内容服务具有良好收益前景

##### 二、手机视频内容市场前景分析

##### 三、手机电视内容提供客户需求预测分析

#### 第二节 2012-2016年中国移动互联网服务提供商盈利预测分析

#### 第三节 2012-2016年中国SP产业投资战略分析

##### 一、SP产业投资特性

##### 二、SP产业投资政策解读

##### 三、风投巨资下注移动互联网内容提供商蓄势待发

##### 四、移动互联网存三大优势投资前景受青睐

##### 五、SP产业投资风险预警

#### 图表目录（部分）：

图表 2005-2011年国内生产总值

图表 2005-2011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 2005-2011年国家外汇储备

图表 2005-2011年财政收入

图表 2005-2011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 手机网民年龄层次调查

图表 手机网民学历层次调查

图表 手机网民月收入调查

图表 网民上网付费方式调查

图表 网民上网频率调查

图表 网民上网地点调查

图表 网民上网时间调查

图表 手机网民最常登陆网站调查

图表 网民各类移动增值服务调查

图表 网民对网络电视内容期望调查

图表 手机网民手机搜索信息需求调查

图表 手机网民上网付费方式

图表 手机网民月均手机资费情况对比

图表 手机网民月均手机上网资费支出情况对比分析

图表 中国联通主要经济指标走势图

图表 中国联通经营收入走势图

图表 中国联通盈利指标走势图

图表 中国联通负债情况图

图表 中国联通负债指标走势图

图表 中国联通运营能力指标走势图

图表 中国联通成长能力指标走势图

图表 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201203/84432.html>