



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年移动即时通讯（ Mobile IM ）产业市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年移动即时通讯（ Mobile IM ）产业市场市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/69685.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2008年移动即时通讯（ Mobile IM ）产业市场分析及发展趋势研究报告

目 录

第1章 研究概述 1

1.1 研究背景 1

1.2 研究方法 2

第2章 移动即时通讯（ MOBILE IM ）概述 4

2.1 定义 4

2.2 类别 4

第3章 移动IM技术实现方式比较 6

3.1 移动IM技术实现方式 6

3.1.1 基于SMS的移动IM 6

3.1.1.1 实现方式 6

3.1.1.2 典型介绍 6

3.1.2 基于WAP的移动IM 6

3.1.2.1 实现方式 6

3.1.2.2 典型介绍 6

3.1.3 基于客户端的移动IM 7

3.1.3.1 JAVA 7

3.1.3.2 Symbian 7

3.1.3.3 Linux 8

3.1.3.4 Windows mobile 9

3.1.3.5 Palm OS 9

3.1.4 基于多种平台移动IM 10

3.1.4.1 实现方式 10

3.1.4.2 典型介绍 11

3.2 移动IM技术实现方式比较 11

第4章 移动IM产业链及商业模式分析 13

4.1 目前产业链总体结构分析 13

4.2 目前主要商业模式分析 14

4.2.1 SP模式 14

4.2.1.1 概念定义 14

4.2.1.2 产业链分析 14

4.2.1.3 职责分工 15

4.2.1.4 典型介绍 15

4.2.1.5 模式评价 16

4.2.2 IM服务提供商自营模式 16

4.2.2.1 概念定义 16

4.2.2.2 产业链分析 17

4.2.2.3 职责分工 17

4.2.2.4 典型介绍 18

4.2.2.5 模式评价 18

4.2.3 运营商自营模式 19

4.2.3.1 概念定义 19

4.2.3.2 产业链分析 19

4.2.3.3 职责分工 20

4.2.3.4 典型介绍 21

4.2.3.5 模式评价 22

第5章 移动IM用户分析 23

5.1 移动新业务的用户行为及特征分析 23

5.1.1 上网手机用户比例 23

5.1.2 被调查用户特征分析 23

5.1.3 使用新业务的行为和习惯分析 27

5.2 移动即时通讯用户行为及特征分析 29

5.2.1 对移动即时通讯业务的认知度分析 29

5.2.2 对移动即时通讯业务的使用分析 29

5.2.3 对移动即时通讯业务的需求分析 30

5.3 互联网即时通讯业务 31

- 5.3.1 使用分析 31
- 5.3.2 偏好分析 34
- 5.4 手机安装或内置软件方式的移动即时通讯业务 34
- 5.4.1 接受度分析 34
- 5.4.2 需求分析 35

第6章 移动IM产业环境PEST分析 36

- 6.1 政策 36
- 6.1.1 法规政策 36
- 6.1.2 中国移动政策 39
- 6.1.3 中国联通政策 40
- 6.2 经济 41
- 6.3 社会 43
- 6.4 技术 44

第7章 移动IM运营商分析 45

- 7.1.1 诺基亚 45
- 7.1.2 摩托罗拉 48
- 7.1.3 三星 50
- 7.1.4 LG 52
- 7.1.5 大显 53

第8章 国外移动运营商及IM厂商分析 55

- 8.1 VODAFONE 55
- 8.2 BT 56
- 8.3 VERIZON WIRELESS 57
- 8.4 CINGULAR WIRELESS 58
- 8.5 T-MOBILE 59
- 8.6 VIRGIN 60
- 8.7 和黄 61
- 8.8 微软 62
- 8.8.1 公司介绍 62

8.8.2	产品介绍	65
8.8.3	市场表现及行动	67
8.9	SKYPE	67
8.9.1	公司介绍	67
8.9.2	产品介绍	67
8.9.3	市场表现及行动	68
8.10	AGILEMOBILE.COM	69
8.10.1	公司介绍	69
8.10.2	产品介绍	69
8.10.3	市场表现及行动	70
8.11	雅虎	70
8.11.1	公司介绍	70
8.11.2	产品介绍	71
8.11.3	市场表现及行动	71
8.12	GOOGLE	72
8.12.1	公司介绍	72
8.12.2	产品介绍	72
8.12.3	市场表现及行动	73
8.13	AOL TIME WARNER (美国在线-时代华纳公司)	74
8.13.1	公司介绍	74
8.13.2	产品介绍	75
8.13.3	市场表现及行动	76
8.14	VODAFONE	76
8.14.1	公司介绍	76
8.14.2	产品介绍	77
8.14.3	市场表现及行动	77

第9章 国内移动运营商及IM厂商分析 78

9.1	中国移动 (飞信)	78
9.1.1	产品特性及竞争力分析	78
9.1.2	中国移动IM业务发展策略	79
9.1.3	用户规模分析及预测	82

9.1.4 其他合作	83
9.2 中国联通（超信）	83
9.2.1 产品特性及竞争力分析	83
9.2.2 中国联通IM业务发展策略	84
9.2.3 用户规模分析及预测	84
9.2.4 其他合作动态	84
9.3 腾讯	85
9.3.1 公司介绍	85
9.3.2 产品特性及竞争力分析	86
9.3.3 用户规模分析及预测	88
9.4 掌中无限	88
9.4.1 公司介绍	88
9.4.2 产品介绍特性及竞争力分析	89
9.4.3 用户规模分析及预测	90
9.5 邦邦通	91
9.5.1 产品概况	91
9.5.2 主要功能	91
9.6 密友（MEYOU）	93
9.6.1 产品概况	93
9.6.2 主要功能	93
9.7 UU语音	95
9.7.1 产品概况	95
9.7.2 主要功能	95
9.8 随E聊	96
9.8.1 产品概况	96
9.8.2 主要功能	96
9.9 HIER	97
9.9.1 产品概况	97
9.9.2 主要功能	98
9.10 PINGCO	98
9.10.1 产品概况	98
9.10.2 主要功能	99

9.11 HELLO!	100
9.11.1 产品概况	100
9.11.2 主要功能	100
9.12 XROSE	100
9.12.1 产品概况	100
9.12.2 主要功能	100
9.13 KUCALL	102
9.13.1 产品概况	102
9.13.2 主要功能	102

第10章 移动IM市场规模预测 103

10.1 服务市场规模	103
10.2 用户规模预测	103

第11章 移动IM用户体验评测 105

11.1 评测时间	105
11.2 评测对象	105
11.3 评测目的	105
11.4 评测体系设计	105
11.5 评测结果	106
11.5.1 综合得分	106
11.5.2 服务可获取性得分排名	107
11.5.3 产品功能得分排名	107
11.5.4 产品可用性得分排名	108

图表目录：

图表 移动即时通讯分类情况列表	5
图表 移动即时通讯产业链	13
图表 传统型SP模式产业链分析	14
图表 被调查用户性别状况分布	24
图表 2007年手机网民被调查用户文化程度	24

图表 被调查用户年龄分布 25

图表 被调查用户职业分布 25

图表 被调查用户月均手机费用支出 27

图表 被调查用户月均手机上网费用支出 27

图表 用户使用移动IM的驱动因素选择分布情况 28

图表 移动即时通讯使用分析 29

图表 2002-2010年中国即时通讯用户规模及预测 31

图表 1998-2007中国即时通讯发展进程 32

图表 2007年对互联网即时通讯业务的使用分析 33

图表 2007年即时通讯用户经常使用的即时通讯功能 33

图表 2007年对互联网即时通讯业务的偏好分析 34

图表 2007年通信行业主要指标完成情况 41

图表 中国移动飞信用户规模分析及预测（万人） 83

图表 中国联通超信用户规模分析及预测（万人） 84

图表 腾讯移动即时通讯大事记 86

图表 各版本移动QQ比较 86

图表 中国移动QQ用户规模分析及预测（万人） 88

图表 PICA用户规模分析及预测（万人） 90

图表 2005-2010年中国移动IM市场规模 103

图表 2005-2010年中国移动IM用户规模 104

图表 评测综合得分 106

图表 服务可获取性得分排名 107

图表 产品功能得分排名 107

图表 产品可用性得分排名 108

A039

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/69685.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。