

# 2010-2013年中国IVR（交互语音应答系统）市场 调研与前景预测分析报告

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《2010-2013年中国IVR（交互语音应答系统）市场调研与前景预测分析报告》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/guanggaochuanmei/8759187591.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

### 第一章 IVR相关概述

#### 1.1 IVR的涵盖及业务范围

##### 1.1.1 语音聊天交友

##### 1.1.2 语音点歌

##### 1.1.3 电子贺卡

##### 1.1.4 手机杂志

#### 1.2 IVR业务的SP

##### 1.2.1 雷霆无极

##### 1.2.2 腾讯

##### 1.2.3 鸿联九五

##### 1.2.4 新浪

#### 1.3 IVR业务特点分析

### 第二章 2010年全球电信增值业务市场运行状况分析

#### 2.1 2010年全球电信市场运行综述

##### 2.1.1 全球通信市场进入调整期

##### 2.1.2 通信服务市场结构性的变化

##### 2.1.3 通信市场主导已经变成了消费者

#### 2.2 2010年全球电信增值业务运行分析

##### 2.2.1 全球增值业务经营环境

##### 2.2.2 移动增值业务市场会呈现以下几个特点

##### 2.2.3 宽带业务为主导的固定增值业务分析

##### 2.2.4 增值业务逐渐受到更多关注

#### 2.3 2010年主要发达国家的电信增值业务市场分析

##### 2.3.1 美国

##### 2.3.2 欧洲

##### 2.3.3 日韩

#### 2.4 2010-2013年全球移动通信市场规模及趋势预测分析

### 第三章 2005年-2010年中国电信增值业务运行环境分析

#### 3.1 2010年中国宏观经济动态分析

##### 3.1.1 对2010年宏观经济形势的基本判断

##### 3.1.2 2010年中国经济面临的主要问题及增长指标预测

##### 3.1.3 对2010年后扩大内需保增长的政策建议

#### 3.2 2010年监管政策对移动增值业务的影响

### 3.2.1 监管为民鼓励竞争成出发点

### 3.2.2 号码携带基本准备就绪

### 3.2.3 SP治理将越来越严格

### 3.2.4 市场定价机制初步形成

### 3.2.5 网络融合将被积极推动

### 3.2.6 VoIP业务短期难以放开

### 3.2.7 信产部呼吁开发新业务

### 3.2.8 SP企业加速转型

## 第四章 2010年中国移动通讯及增值业务运行新形势透析

### 4.1. 2010年中国移动通讯业务运行综述

#### 4.1.1 中国电信及移动通讯业务收入变化情况

#### 4.1.2 中国移动通讯用户数变化情况

### 4.2 2010年中国移动增值业务发展概况

#### 4.2.1 中国移动增值市场用户规模

#### 4.2.2 中国移动增值业务上扬

#### 4.2.3 盈利模式是最大考验

## 第五章 2010年中国IVR市场运行动态分析

### 5.1 2010年中国IVR市场规模分析

#### 5.1.1 中国IVR市场收入规模

#### 5.1.2 中国IVR用户规模

#### 5.1.3 IVR用户占整个移动增值用户的比例

### 5.2 2010年中国IVR市场动态分析

#### 5.2.1 IVR市场走向高集中度

#### 5.2.2 IVR市场发展分析及创新研究

#### 5.2.3 快速发展中的IVR市场收益

## 第六章 2010年电信运营商IVR业务运行分析

### 6.1 中国移动

#### 6.1.1 中国移动品牌体系

#### 6.1.2 中国移动SP政策以及IVR收入分配模式

#### 6.1.3 中国移动IVR业务市场全国按大区分布情况

#### 6.1.4 中国移动IVR业务市场省市分布情况

### 6.2 中国联通

#### 6.2.1 中国联通品牌体系

#### 6.2.2 中国联通SP政策以及IVR收入分配模式

#### 6.2.3 中国联通IVR业务市场全国按大区分布情况

#### 6.2.4中国联通IVR业务市场省市分布情况

### 6.3 中国移动和中国联通IVR业务比较

#### 6.3.1音信互动“12590”业务

#### 6.3.2娱音在线“12586”业务

#### 6.3.2联通丽音“10159”业务

## 第七章 2010年中国IVR主要业务运行分析

### 7.1 2010年IVR服务提供商盈利状况分析

#### 7.1.1 SP各业务收入份额

#### 7.1.2 IVR服务提供商收入季度变化情况

### 7.3.IVR聊天交友业务分析

#### 7.3.1IVR聊天交友业务用户规模变化情况

#### 7.3.2中国SP的IVR及IVR聊天市场规模变化情况

#### 7.3.3.中国移动IVR聊天市场分区各省市业务分析

#### 7.3.4.中国联通IVR聊天市场分区各省市业务分析

#### 7.3.7.主要SP的IVR聊天交友业务介绍

### 7.4.IVR歌曲音乐类业务分析

### 7.5 IVR其他业务分析

## 第八章 2010年中国IVR业务 SP的竞争力体现

### 8.1 2010年IVR市场SP份额

### 8.2 TOM在线IVR业务分析

#### 8.2.1 TOM在线IVR服务简介

#### 8.2.2 TOM在线IVR季度收入

#### 8.2.3 TOM在线IVR年收入预测

#### 8.2.4 TOM在线IVR业务介绍

### 8.3.新浪IVR业务分析

#### 8.3.1新浪IVR服务简介

#### 8.3.2新浪IVR季度收入

#### 8.3.3新浪IVR年收入情况预测

#### 8.3.3新浪具体IVR业务介绍

### 8.4.腾讯IVR业务分析

#### 8.4.1腾讯IVR总体简介

#### 8.4.2腾讯IVR年收入情况预测

#### 8.4.3腾讯IVR具体服务介绍

### 8.5.空中网IVR业务分析

#### 8.5.1空中网简介

## 8.5.2空中网IVR季度收入情况

### 8.5.1空中网IVR年收入情况预测

## 8.6.华友世纪IVR业务分析

### 8.6.1华友世纪IVR服务简介

### 8.6.2华友世纪IVR季度收入变化情况

### 8.6.3华友世纪IVR年收入情况预测

## 第九章 200年中国IVR业务用户调研

### 9.1 IVR服务在网民中的渗透率

### 9.2 非IVR用户的消费倾向分析

#### 9.2.1 非IVR用户不使用IVR服务的原因

#### 9.2.2. 非IVR用户所希望的IVR服务类型

#### 9.2.3 非IVR用户所希望的IVR服务类型的收入交叉分析

#### 9.2.4 非IVR用户所希望的IVR服务类型的年龄交叉分析

### 9.3 IVR用户消费偏好分析

#### 9.3.1 网民选择IVR服务的原因分析

#### 9.3.2 IVR用户经常使用的IVR服务类型

#### 9.3.3 IVR用户经常使用的服务类型与收入的交叉分析

#### 9.3.4 网民选择IVR服务提供商的主要考虑因素

### 9.4 IVR用户使用习惯分析

#### 9.4.1 IVR用户最常使用的聊天服务

#### 9.4.2 常用IVR聊天服务满意度情况

#### 9.4.3 IVR用户使用IVR服务频率情况

#### 9.4.4 IVR用户使用IVR服务的时长分析

#### 9.4.5 IVR用户每个月用于IVR服务的支出情况

#### 9.4.6 IVR用户对目前IVR服务收费价格的态度

### 9.5 IVR用户了解到IVR服务的途径

### 9.6 用户对IVR服务的满意度分析

#### 9.6.1 IVR用户对IVR服务不满意状况分析

#### 9.6.2 IVR用户未来预计IVR服务使用情况分析

## 第十章 2010-2013年中国移动增值业务前景展望与趋势预测

### 10.1 2010-2013年中国移动增值业务行业发展趋势分析

#### 10.1.1 已商用业务不断演进

#### 10.1.2 手机音乐、手机电视、手机游戏将成为新的增长亮点

#### 10.1.3 运营商将加大集团业务和行业应用产品投入

#### 10.1.4 业务接入、管理平台从垂直化向水平化发展

10.1.5 市场主体向产业链上下游方向延伸

10.2 2010-2013年中国电信增值服务商的发展趋势

10.2.1 电信增值服务商新机会和威胁

10.2.2 与相关产业链主体的合作模式

10.2.3 运营商在终端定制中将发挥更加重要的作用

10.3 2010-2013年中国VIR业务行业发展预测分析

10.3.1 2010-2013年中国移动增用户分析

10.3.2 2010-2013年中国VIR业务用户分析

10.3.3 2010-2013年中国VIR业务市场规模分析

第十一章 2010-2013年中国移动增值业务投资战略分析

11.1 2010年中国VIR业务投资概况

11.1.1 VIR业务投资特性分析

11.1.2 VIR业务投资价值分析

11.1.3 VIR业务投资政策解读

11.1.4 外商投资电信出新规获准经营基础及增值电信业务

11.2 2010-2013年中国VIR业务投资机会分析

11.2.1 增值业务成电信投资亮点长期发展空间大

11.2.2 VIR业务投资吸引力分析

11.3 中国VIR业务市场发展的影响因素分析

11.3.1 市场监管政策的强化

11.3.2 3G业务推出的影响

11.3.3 用户市场需求的满足

11.3.4 产业链主体关系变化

11.4 华经权威专家投资建议

图表目录：（部分）

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：2005年-2010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：2005年-2010年全球通信市场总体规模变化情况

图表：2005年-2010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：2006年中国短信业务的市场竞争格局

图表：2006年中国彩铃业务的市场竞争格局

图表：2006年中国彩信业务的市场竞争格局

图表：2006年中国WAP增值服务商的市场竞争格局状况

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/8759187591.html>