



China CRBT Market Research Report

中国彩铃市场研究报告 2004 年简版

上海艾瑞市场咨询有限公司
Shanghai iResearch Co., Ltd.

版权声明：该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归上海艾瑞市场咨询有限公司所有。其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。艾瑞公司取得数据的途径来源于公开的资料，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络艾瑞公司。

目 录

I. 研究背景	2
II. 概念定义	2
III. 研究方法	4
1. 中国移动通信与移动通信市场数据业务发展分析	5
1.1. 中国移动通信市场发展规模与预测	5
1.2. 中国移动通信市场数据业务发展规模与预测	7
2. 网民使用无线增值业务的情况分析	11
2.1. 网民对无线增值业务的使用情况	11
2.2. 网民通过网络使用各项增值服务的情况	12
3. 彩铃市场情况概述	13
3.1. 彩铃服务概述	13
3.2. 中国彩铃市场规模及预测	15
3.3. 彩铃市场业务细分	16
4. 网民使用彩铃的情况分析	17
4.1. 网民一首彩铃的平均使用时间分析	17
4.2. 网民每个月愿意为手机彩铃支付的费用分析	17
4.3. 网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析	18
附录 1	20
附录 2	22

I. 研究背景

上海艾瑞市场咨询有限公司 (www.iresearch.com.cn) 在2004年6月底通过E-MAIL 发送问卷, 进行了中国无线增值用户的用户调研, 共回收问卷14944份, 通过问卷甄别, 有效问卷为9471份。

本次调查推出 7 份报告, 主要包括——

- 《中国移动增值服务市场研究报告》
- 《中国 IVR 市场研究报告》
- 《中国短信市场研究报告》
- 《中国彩信市场研究报告》
- 《中国 WAP 市场研究报告》
- 《中国手机游戏市场研究报告》
- 《中国彩铃市场研究报告》

II. 概念定义

彩铃业务

全称为 CRBT (Coloring RingBackTone) 多彩回铃音业务 (简称彩铃), 是一项由被叫用户定制, 为主叫用户提供一段悦耳的音乐或一句问候语来替代普通回铃音的业务。

调研总体定义描述

- iResearch 根据用户所在地区将其分为华北、华东、华南、西南、西北、东北、华中以及中心城市、一级城市和二级城市。

华北: 北京、天津、河北、山西、内蒙古、山东

华东: 上海、浙江、江苏、安徽

华南: 广东、福建、广西、海南

西南: 四川、重庆、云南、贵州、西藏

西北: 陕西、甘肃、宁夏、青海、新疆

东北: 吉林、辽宁、黑龙江

华中: 湖南、湖北、江西、河南

中心城市: 北京/上海/广州

一级城市: 北京/上海/天津/重庆/广州/深圳/杭州/哈尔滨/长春/沈阳/大连/石家庄/太原/济南/青岛/南京/合肥/福州/厦门/成都/昆明/贵阳/西安/兰州/长沙/武汉/南昌/郑州/南宁

其他地区: 除一级城市以外的其他城市或其他地区, 包括县、镇和农村

- iResearch 将用户的月收入分为高、中、低三类

低收入: 1000元以下 (含无收入) /月

中收入：1001-4000元/月

高收入：4001元以上/月

— iResearch 将用户的学历分为高、低学历

高学历：大专及以上

低学历：高中及以下

— iResearch 根据用户的网龄将其分为以下三类网民

新网民：网龄1年以下

一般网民：网龄1-5年

老网民：网龄5年以上

— iResearch 根据用户的年龄将其分为少年、青年、中年和老年四类

少年：18岁以下

青年：18-35岁

中年：36-60岁

老年：60岁以上

III. 研究方法

报告数据收集和分析Email调查，以及对相关的运营商和SP进行深入访谈和研究获得。

1. Email问卷调查获得调查样本数据

本次调查主要Email问卷调查的方式进行，经过处理排除无效问卷并对样本配额后随机抽样共获得了9471份有效问卷：

1.2 关于无效问卷的定义

- 根据用户填写问卷时在每道题上所花费的平均时间来进行排序，平均时间最长的3%问卷和最短的3%问卷作为无效问卷处理
- 问卷回答中逻辑明显不合理的情况作为无效问卷处理
- 根据用户填写问卷的个人信息，重复用户问卷作为无效问卷处理

1.3 关于网民男女性别比例

根据CNNIC于2004年7月公布的网民性别比例进行样本配额，并对问卷进行随机抽样。

2. 对运营商和SP进行深入访谈等方式获得行业数据

主要通过四大运营商和50多家SP进行深度访谈，了解行业信息和SP经营情况。

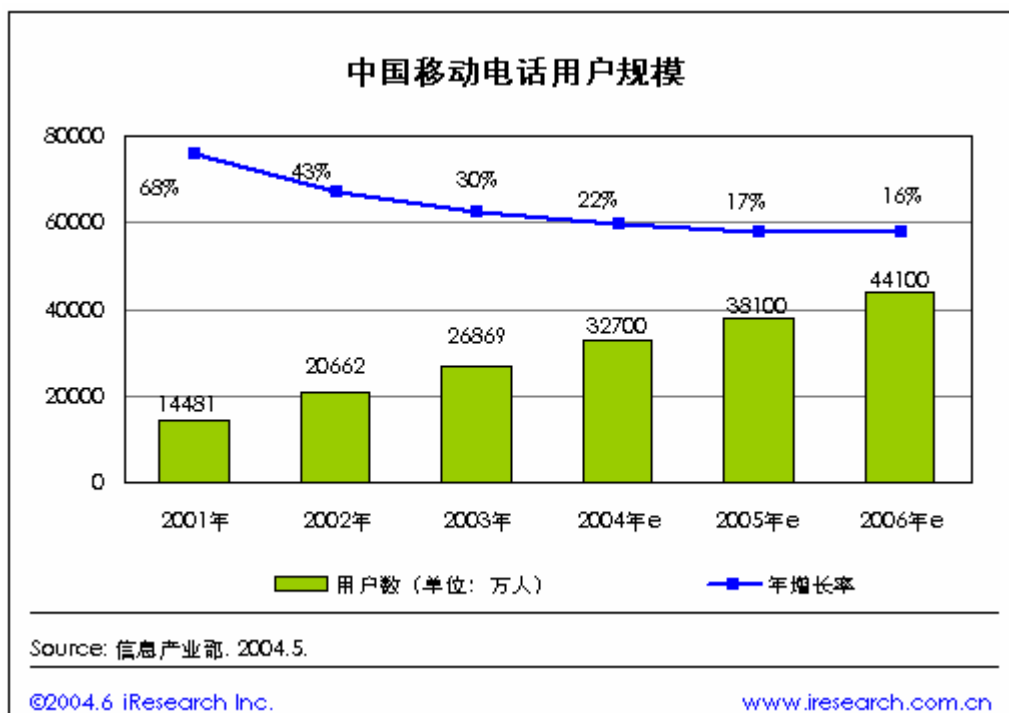
3. 二手资料研究

主要是运营商和SP网站、专业无线增值网站及网络媒体、报刊杂志等。

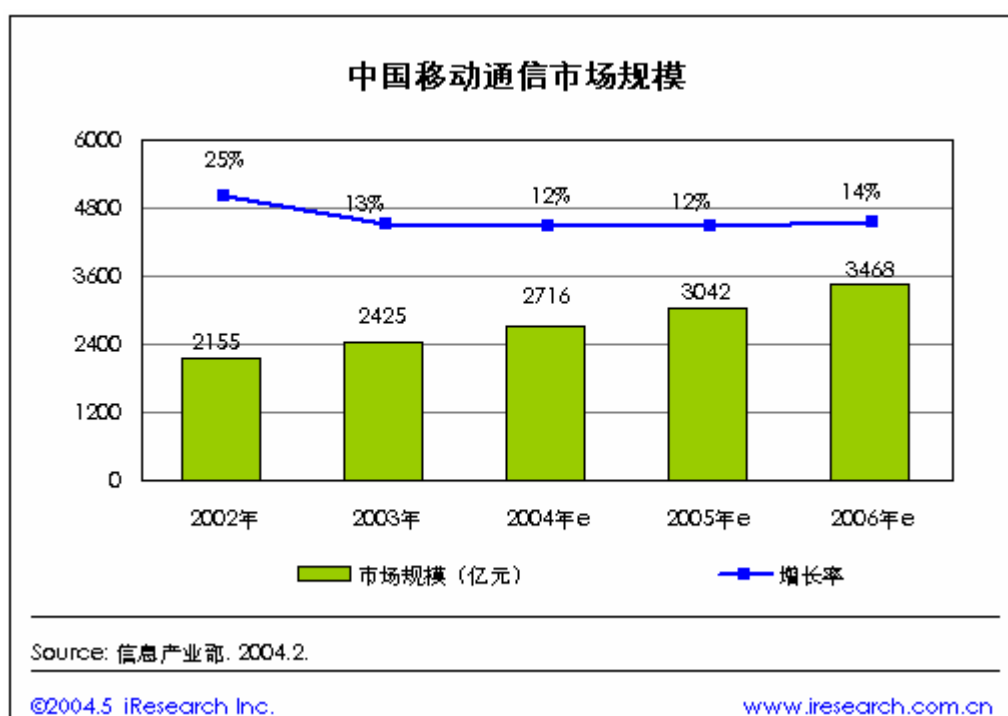
1. 中国移动通信与移动通信市场数据业务发展分析

1.1. 中国移动通信市场发展规模与预测

截至2003年底，中国移动电话用户的数量已经达到了2.6869亿人，20.92部/百人，增幅达到了30%，并且已经成为全球最大的移动电话市场。在2003 年全球新增的移动用户中，有四分之一多来自中国。2004年一季度，全国移动电话用户又新增了2169.2万户，全国移动用户数已达到2.9030亿户。根据信息产业部数据，2004 年，我国计划新增移动电话用户5200 万户，移动电话普及率达到24.5%。到2006年将达到4.41亿人，年平均增长率仍然将超过18%。2004年7月信息产业部发布最新移动通讯市场数据，2004年上半年中国新增移动电话用户3500万户，总数达3.05亿户，到2010年，中国移动用户将突破7亿户。移动电话用户的庞大规模，为以短信为代表的移动通信市场数据业务的发展提供了良好的市场基础。

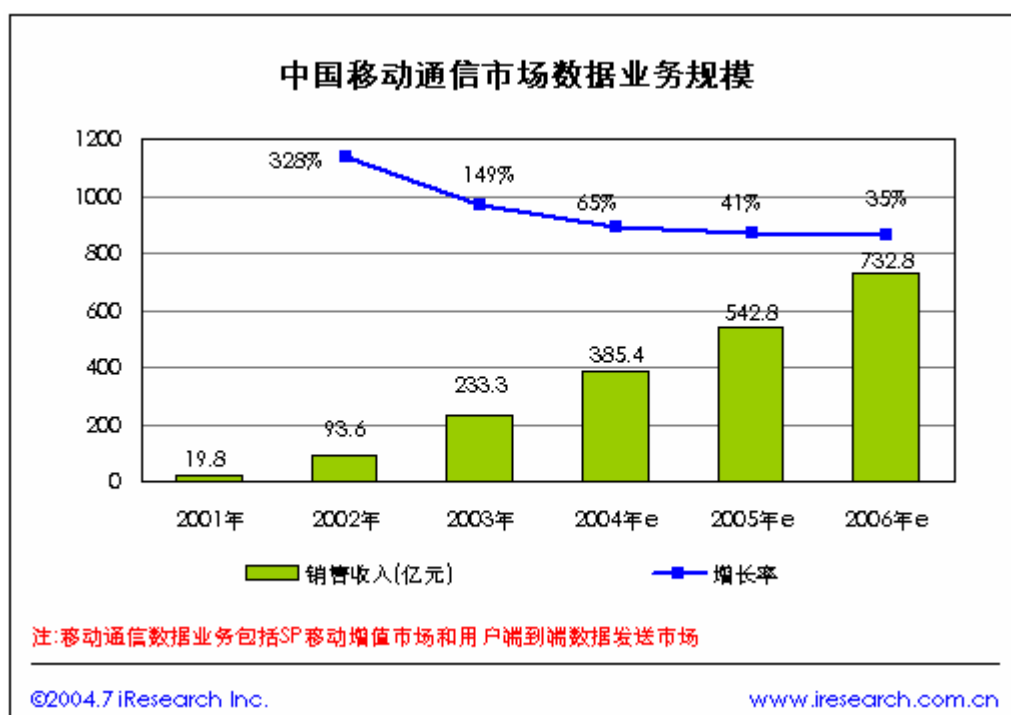


从移动通信业的运营收入来看，2002 年移动通信行业总收入为 2155 亿元，2003 年增长了 13%，达到了 2425 亿元。iResearch 预测，2004 年移动通信业运营收入将达到 2716 亿元，并将保持 12% 左右的年平均增长速度。预计到 2006 年，移动通信业运营收入将达到 3468 亿元的规模，到 2010 年，移动通信业运营收入将突破 5000 亿元。

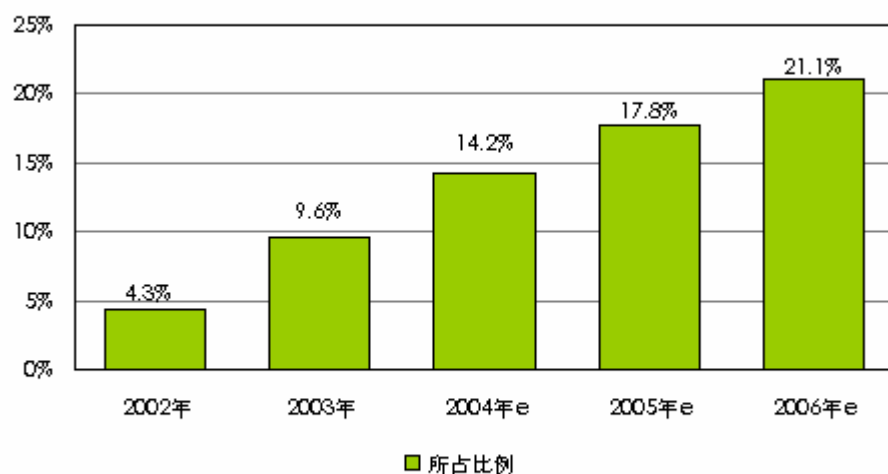


1.2. 中国移动通信市场数据业务发展规划与预测

移动通信市场数据业务的用户不增长，目前约80%的手机用户使用移动通信数据业务。移动通信市场数据业务收入增长水平是超过了其他电信业务的增长水平，2004年上半年，短信业务增长了百分之七十一，宽带接入用户新增六百五十八万户，总数达到了一千七百多万户。数据表明，2001 移动通信市场数据业务的市场规模为19.8 亿元人民币，2002 是增加最快，增长了328%，达到93.6 亿元人民币的市场规模。2003 年移动通信市场数据业务规模达到233.2亿，预计2004 年，移动通信数据业务的收入为385.4 亿元人民币规模，2006 年为640.5 亿元人民币，增长逐渐趋缓。

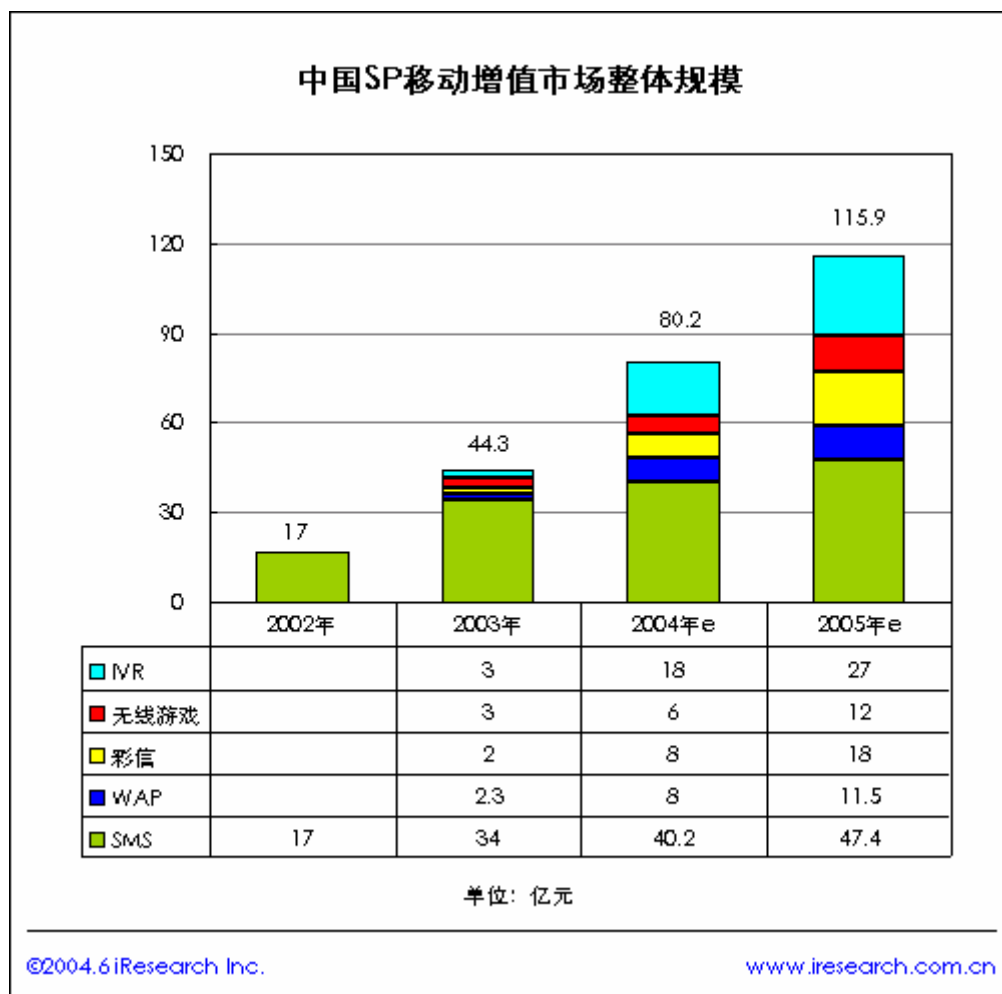


中国移动通信市场数据业务在移动通信市场中所占比例

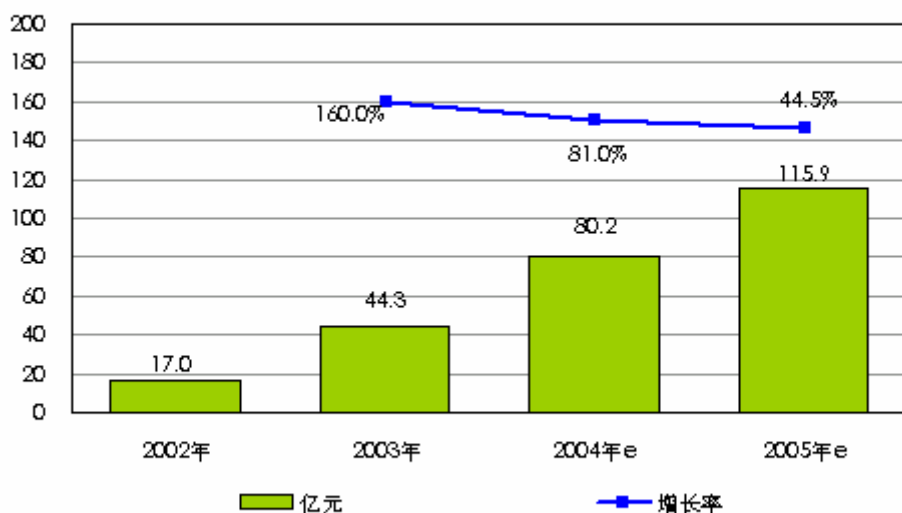


注:移动通信数据业务包括SP移动增值市场和用户端到端数据发送市场

根据 iResearch 的研究统计, 2002 年, SP 移动增值服务市场基本上就是短信市场, 当年市场规模为 17 亿元。2003 年, 在短信市场飞速增长的同时, 2.5G 增值服务市场也开始启动, 当年 SP 增值服务市场总规模为 44.3 亿元。预计 2004 年将进一步增长到 80.2 亿元的规模。到 2005 年, 预计 SP 增值服务市场总规模将达到 115.9 亿元, 其中短信为 47.4 亿元, WAP 为 11.5 亿元, 彩信为 18 亿元, 无线游戏为 12 亿元, IVR 市场为 27 亿元。



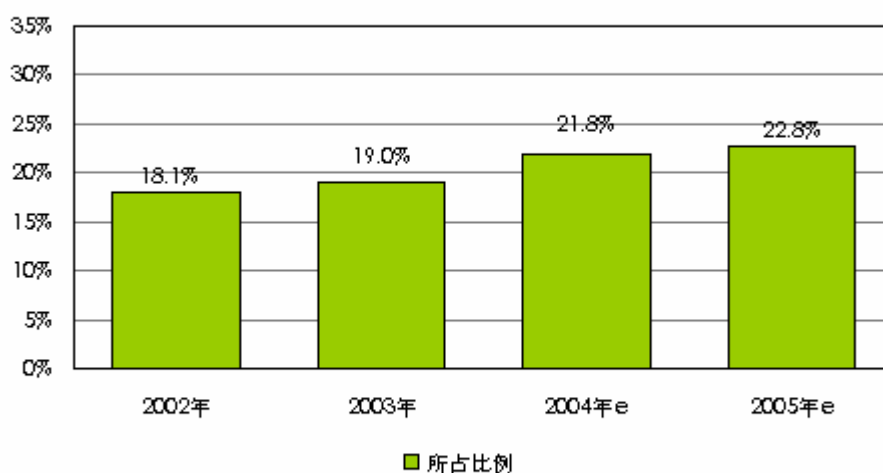
中国SP移动增值业务增长率



©2004.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

中国SP移动增值市场在移动通信市场数据业务中所占比例



注:移动通信数据业务包括SP移动增值市场和用户端到端数据发送市场

©2004.7 iResearch Inc.

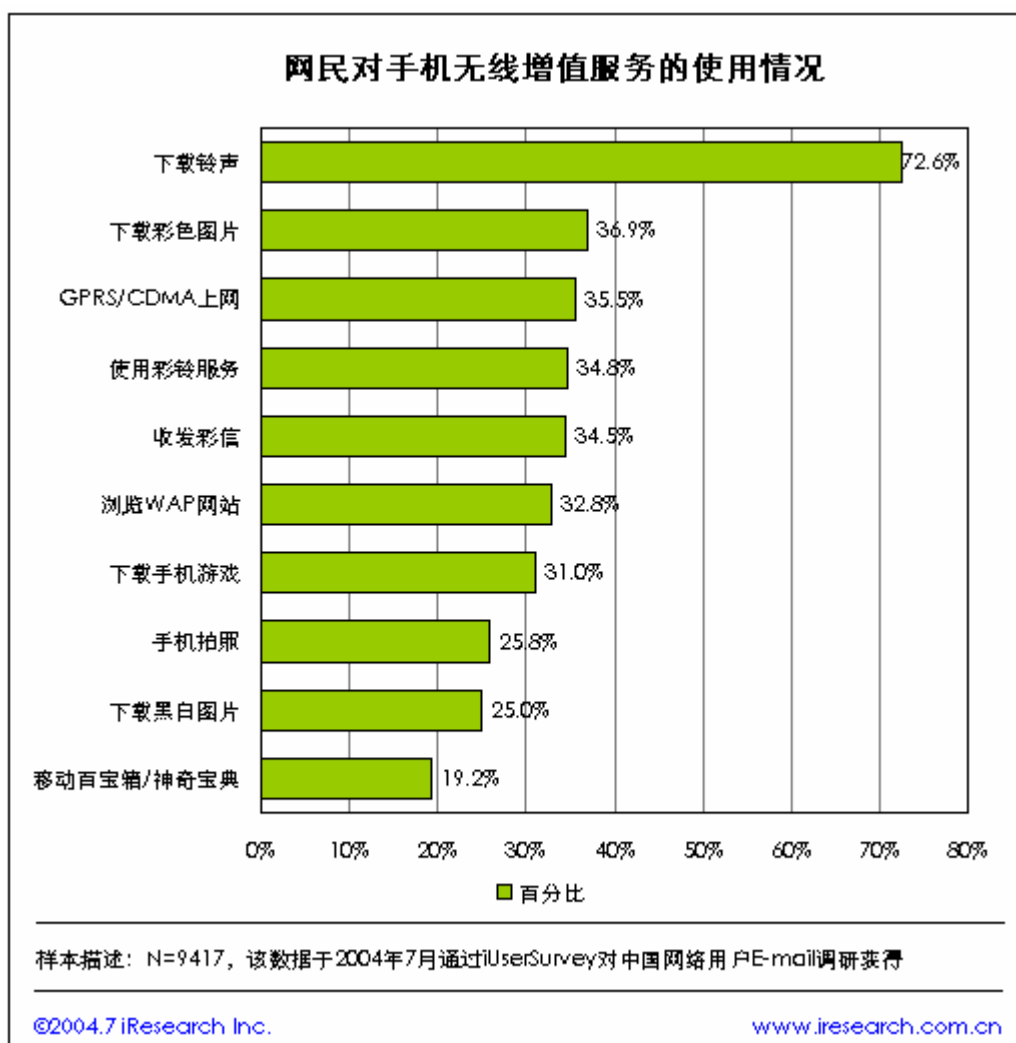
www.iresearch.com.cn

[换成什么?](#)

2.网民使用无线增值业务的情况分析

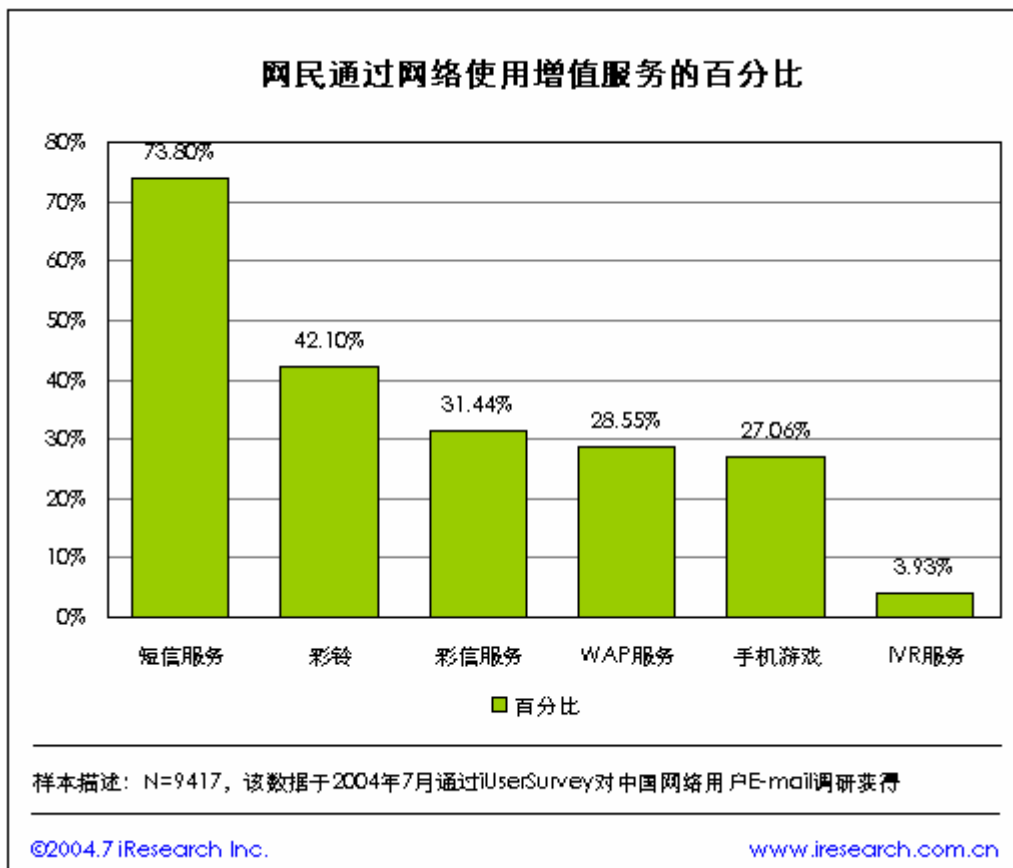
2.1. 网民对无线增值业务的使用情况

从使用情况来看，下载铃声的用户最多，比率为 72.62%。下载手机游戏的比例也超过了 30%，占有相当的份额。



2.2.网民通过网络使用各项增值服务的情况

用户通过网络使用增值服务，短信的比率最高，为 73.8%，其次依次是彩铃、彩信、WAP 和手机游戏，IVR 的用户最少。这与各项服务的实际用户人数和业务特点有关，IVR 服务与网络的相关性比较小，通过网络使用的用户数也最少。



3.彩铃市场情况概述

3.1. 彩铃服务概述

彩铃业务最早由韩国 SK 电讯于 2002 年 3 月在韩国推出，短时间内便风靡全韩。上海移动在中国率先推出彩铃业务，从 2003 年 5 月 17 日开始免费试用，到 2003 年 10 月 1 日开始收费，用户以每天数以千计的速度增长，异常火爆。在北京、广东、浙江等省份，彩铃业务的火爆局面一如上海。

在国内开展的众多移动增值业务中，短信业务一直一支独秀，但是其他业务和短信相比规模始终很小，市场渗透率很低。如今，彩铃业务改变了这一切，目前韩国的彩铃业务渗透率已经超过了 50%，在中国，自从 2003 年中国移动引入彩铃业务以后，彩铃业务出现了爆发式的增长，市场渗透率也有希望出现一个较大的突破，将达到 20%。于是许多运营商和 SP 纷纷盯上了这个市场。移动和联通各省公司纷纷推出彩铃业务，电信和网通也打算在小灵通上及时开展这项业务。

中国移动在 2003 年 5 月 17 日电信日当天推出彩铃业务后，用户增长便一发不可收拾。移动公司在彩铃业务的推广工作上并没有下很大的力气，然而申请彩铃的用户却十分踊跃，以至于公司不得不在试验期采取了限制每天新申请用户数量的措施。可这也阻挡不住高涨的申请热情，在一些限制名额的地区，还出现了用户为抢注彩铃的现象。

中国联通也推出了类似的炫铃业务，首先在其高端用户占主流的 CDMA 网中开展。商用之后进一步扩大炫铃的用户容量，以便使联通 130/131 号段的 GSM 网用户也可以和 CDMA 用户一样使用炫铃服务。

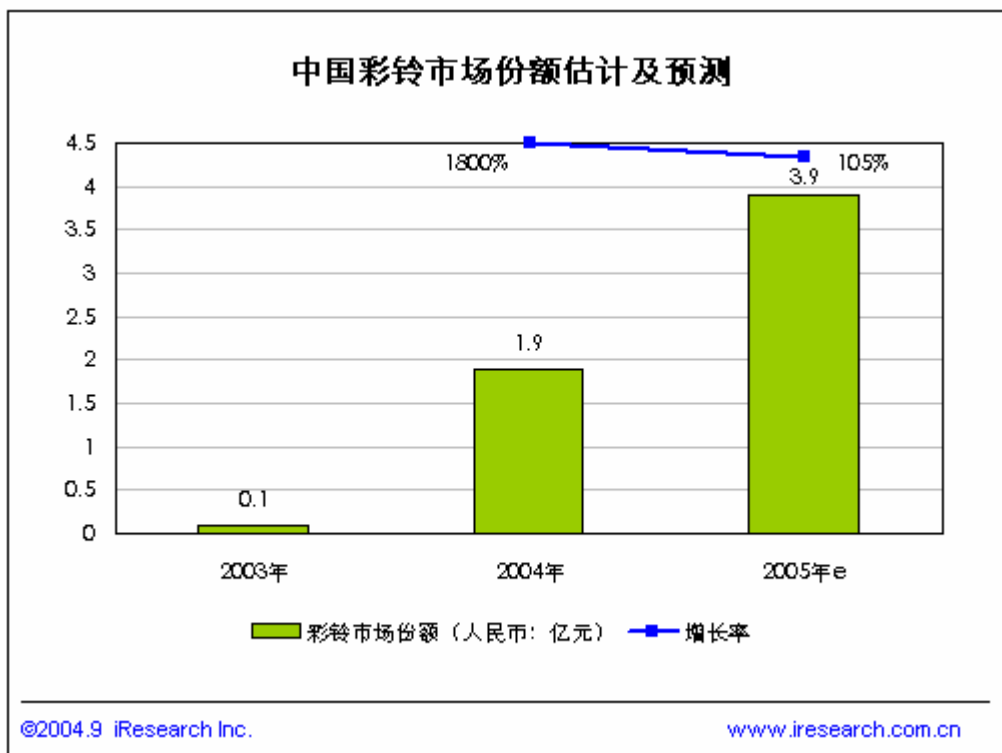
在运营商 ARPU 值下降的大背景下，整个产业链都在寻找能够对 ARPU 值有较大贡献的服务（不论是基础服务还是增值服务）。彩铃对 ARPU 值的拉动作用将比较明显，彩铃的立足点不是人们普遍看好的数据服务，而是被认为已经没有潜力的语音服务，彩铃的横空出世给业界带来很多有益的启示。

移动、联通彩铃进程对比表

项目	中国移动	中国联通
开通彩铃时间	2003 年 5 月 17 日	2004 年 1 月 6 日
彩铃收费	费用由月功能使用费和用户下载个性铃音的信息费组成，按月收取月功能费，各省资费不同，大致为 5 至 10 元不等。用户下载个性铃音的信息费，价格上限为每首 5 元。	资费包括月租费、信息费和通信费三部分。月租费：用户开通后按月向用户收取，每月 5 元。信息费：信息费一般为 0.5 元~2 元/首，最高不超过 5 元/首。通信费：用户通过 WAP 使用将收取 CDMA1X 的通信费 (0.01 元 /KB) ;用户使用自动语音系统 (IVR)的通信费按本地网内通话费收取。
目前彩铃用户数	近 800 万	无
和网站的业务分成比	15: 85	无
合作的网站数	14 家	无
©2004.6 iResearch Inc.		www.iresearch.com.cn

3.2. 中国彩铃市场规模及预测

由于彩铃业务 2003 年 10 月开始部分省份收费，所以，2003 年的市场份额很小，只有 1000 万元。2004 年，随着收费的普及和各 SP 投入力度的加大，2004 年 SP 彩铃市场预计份额为 1.9 亿元人民币。2005 年，彩铃市场仍是高速成长期，预计市场份额将达到 3.9 亿人民币。



3.3. 彩铃市场业务细分

目前各个 SP 的彩铃主要分为明星专区、流行歌曲、个性搞笑、最新推荐等板块，主要 SP 业务细分见下表：

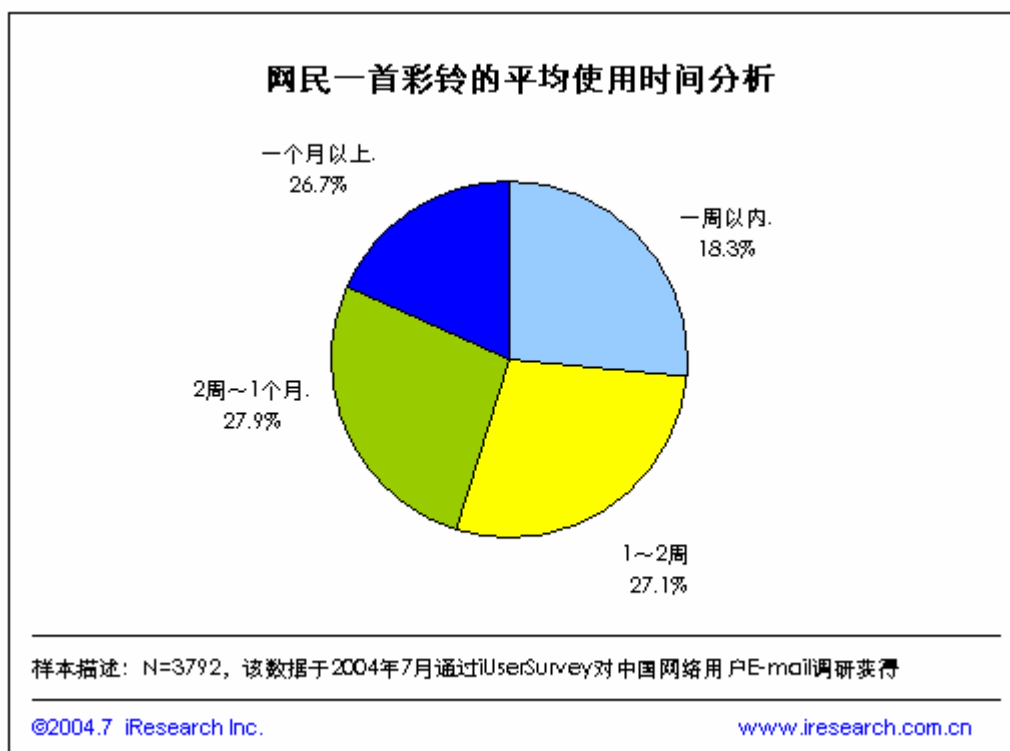
主要 SP 彩铃业务细分

SP 名称	明星专区	流行歌曲	个性搞笑	最新推荐	彩铃 DIY	彩铃排行榜
龙腾阳光	有	有	无	有	有	有
腾讯	有	有	有	无	有	有
全天通	无	有	有	有	无	无
掌上灵通	有	有	无	有	有	有
TOM	有	有	有	有	有	有
新浪	有	有	有	有	有	有
©2004.6 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn						

4.网民使用彩铃的情况分析

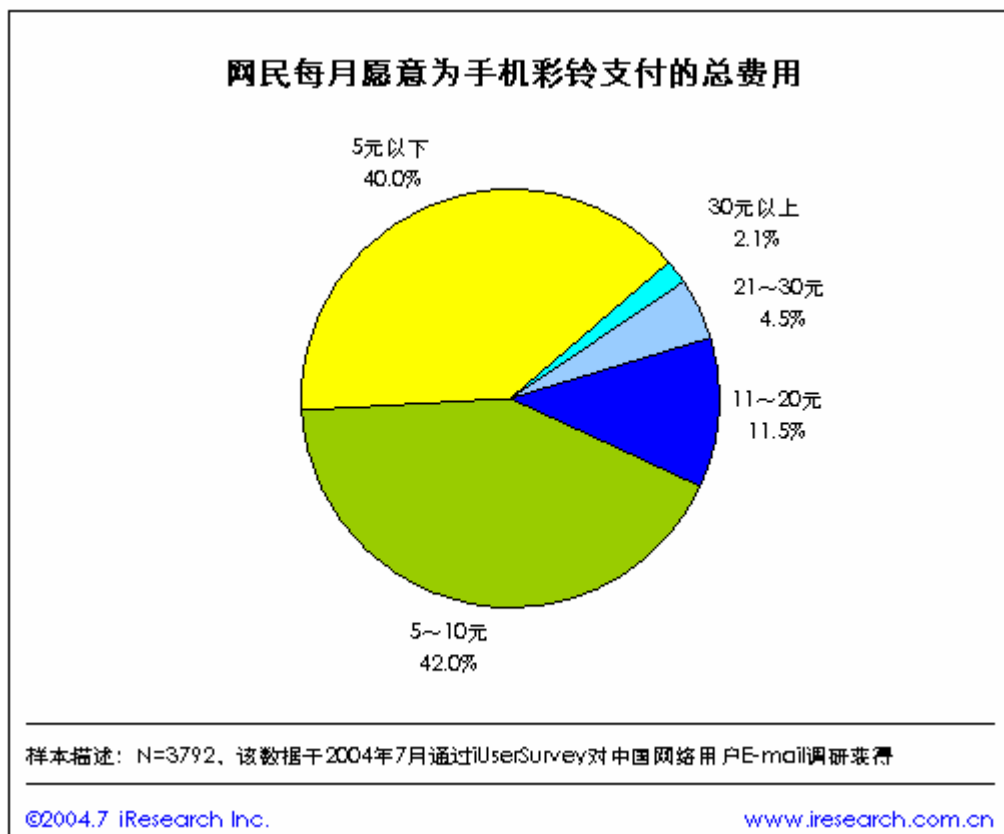
4.1. 网民一首彩铃的平均使用时间分析

中国彩铃用户使用彩铃的时间，一周以下时间的网民相对较少，比例为 18.3%，一周以上时间比例为 81.7%。从以下研究数据可以看出，网民更换彩铃的频率较低，需要 SP 加大市场推广和教育用户的力度。



4.2. 网民每个月愿意为手机彩铃支付的费用分析

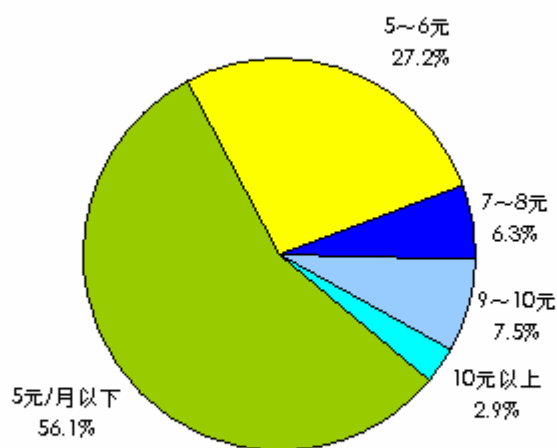
网民每个月愿意为手机彩铃支付的费用分析调研结果显示：网民大部分选择了 5 元以下和 5-10 元，比例分别为 40.0%和 42.0%。选择 30 元以上的网民只占 3.1%。



4.3. 网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析

在网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析的调研结果中显示: 大部分网民选择了5元/月以下的月租功能费, 比例为56.1%, 其次为5-6元/月的月租功能费, 比例为27.2%。总体看来, 随着价格的升高, 比例逐渐减少, 选择10元以上的比率仅为2.9%。

网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析



样本描述: N=3792, 该数据于2004年7月通过iUserSurvey对中国网络用户E-mail调研获得

©2004.7 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

附录 1

2004 年中国彩铃市场研究报告-----正式版报告目录

Page3	I.研究背景
Page3	II.概念定义
Page4	III.研究方法
Page5	1.中国移动通信与移动增值服务市场发展分析
Page5	1.1.中国移动通信市场发展规模与预测
Page7	1.2.中国移动增值服务市场发展规模与预测
Page11	2.彩铃市场发展分析
Page11	2.1.彩铃服务概述
Page13	2.2.彩铃市场发展规模与预测
Page14	2.3.彩铃市场业务细分
Page15	2.4.彩铃市场 SP 竞争分析
Page16	3.主要移动增值服务提供商 SP 分析
Page17	3.1.龙腾阳光
Page17	3.2.腾讯
Page17	3.3.滚石移动
Page17	3.4.全天通
Page18	3.5.掌上灵通
Page18	3.6.TOM
Page18	3.7.新浪无线
Page19	4.网民无线增值业务使用情况分析
Page19	4.1.网民使用手机档次的分析
Page20	4.2.增值业务在网民每月手机话费中所占比例
Page21	4.3.网民对无线增值业务的了解程度
Page22	4.5.网民通过网络使用各项增值服务的情况
Page23	5.网民使用网络彩铃服务的支付情况
Page23	5.1.网民使用彩铃收费情况分析
Page24	5.2.一首彩铃的平均使用时间分析
Page25	5.2.1.不同年龄网民一首彩铃的平均使用时间分析
Page26	5.2.2.不同性别网民一首彩铃的平均使用时间分析
Page27	5.2.3.不同收入网民一首彩铃的平均使用时间分析
Page28	5.2.4.不同城市类型网民一首彩铃的平均使用时间分析
Page29	5.3.彩铃收费后，使用情况分析
Page30	5.3.1.彩铃收费后，不同年龄网民使用情况分析
Page31	5.3.2.彩铃收费后，不同性别网民使用情况分析
Page32	5.3.3.彩铃收费后，不同收入网民使用情况分析
Page33	5.3.4.彩铃收费后，不同城市类型网民使用情况分析
Page34	5.4.网民每个月愿意为手机彩铃支付的费用分析
Page35	5.4.1.不同年龄网民每个月为手机彩铃支付的费用
Page36	5.4.2.不同性别网民每个月为手机彩铃支付的费用分析

Page37	——5.4.3.不同收入网民每个月为手机彩铃支付的费用分析
Page38	——5.4.4.不同城市类型网民每个月为手机彩铃支付的费用分析
Page39	——5.5.网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析
Page40	——5.5.1.不同年龄网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析
Page41	——5.5.2.不同性别网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析
Page42	——5.5.3.不同收入网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析
Page43	——5.5.4.不同城市类型网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析
Page44	——5.6.网民愿意为每条彩铃支付费用分析
Page45	——5.6.1.不同年龄网民愿意为每条彩铃支付费用分析
Page46	——5.6.2.不同性别网民愿意为每条彩铃支付费用分析
Page47	——5.6.3.不同收入网民愿意为每条彩铃支付费用分析
Page48	——5.6.4.不同城市类型网民愿意为每条彩铃支付费用分析
Page49	——5.7.网民对目前彩铃收费的看法分析
Page50	——5.7.1.不同年龄网民对目前彩铃收费的看法分析
Page51	——5.7.2.不同性别网民对目前彩铃收费的看法分析
Page52	——5.7.3.不同收入网民对目前彩铃收费的看法分析
Page53	——5.7.4.不同城市类型网民对目前彩铃收费的看法分析
Page54	——6.网民喜欢的彩铃类型分析
Page55	——6.1.不同年龄网民喜欢的彩铃类型分析
Page56	——6.2.不同性别网民喜欢的彩铃类型分析
Page57	——6.3.不同收入网民喜欢的彩铃类型分析
Page58	——6.4.不同城市类型网民喜欢的彩铃类型分析
Page59	——研究结论

附录 2

2004 年中国彩铃市场研究报告——正式版报告图表目录

图——中国移动电话用户规模.....	5
图——中国移动通信市场规模.....	6
图——中国移动移动通信市场数据业务规模.....	7
图——中国整体移动增值市场在移动通信市场占比例.....	8
图——中国 SP 移动增值市场整体规模.....	9
图——中国 SP 移动增值业务增产率.....	10
图——中国 SP 移动增值市场在整体移动增值市场中所占比例.....	10
表——中国移动、中国联通彩铃发展进程对比表.....	12
图——彩铃市场份额估计及预测.....	13
表——主要 SP 彩铃业务细分.....	14
图——2004 年主要彩铃 SP 所占市场份额.....	16
图——网民购买不同手机档次的比例.....	19
图——增值业务在网民每月话费中所占的比例.....	20
图——网民对无线增值业务的了解情况.....	21
图——网民通过网络使用各项增值服务的百分比.....	22
图——网民使用彩铃收费情况分析.....	23
图——一首彩铃的平均使用时间分析.....	24
图——不同年龄网民一首彩铃的平均使用时间分析.....	25
图——不同性别网民一首彩铃的平均使用时间分析.....	26
图——不同收入网民一首彩铃的平均使用时间分析.....	27
图——不同城市类型网民一首彩铃的平均使用时间分析.....	28
图——彩铃收费后, 使用情况分析.....	29
图——彩铃收费后, 不同年龄网民使用情况分析.....	30
图——彩铃收费后, 不同性别网民使用情况分析.....	31
图——彩铃收费后, 不同收入网民使用情况分析.....	32
图——彩铃收费后, 不同城市类型网民使用情况分析.....	33
图——网民每个月愿意为手机彩铃支付的费用分析.....	34
图——不同年龄网民每个月为手机彩铃支付的费用.....	35
图——不同性别网民每个月为手机彩铃支付的费用分析.....	36
图——不同收入网民每个月为手机彩铃支付的费用分析.....	37
图——不同城市类型网民每个月为手机彩铃支付的费用分析.....	38
图——网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析.....	39
图——不同年龄网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析.....	40
图——不同性别网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析.....	41
图——不同收入网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析.....	42
图——不同城市类型网民每个月愿意为手机彩铃月租功能费支付费用情况分析.....	43
图——网民愿意为每条彩铃支付费用分析.....	44
图——不同年龄网民愿意为每条彩铃支付费用分析.....	45

图——不同性别网民愿意为每条彩铃支付费用分析.....	46
图——不同收入网民愿意为每条彩铃支付费用分析.....	47
图——不同城市类型网民愿意为每条彩铃支付费用分析.....	48
图——网民对目前彩铃收费的看法分析.....	49
图——不同年龄网民对目前彩铃收费的看法分析.....	50
图——不同性别网民对目前彩铃收费的看法分析.....	51
图——不同收入网民对目前彩铃收费的看法分析.....	52
图——不同城市类型网民对目前彩铃收费的看法分析.....	53
图——网民喜欢的彩铃类型分析.....	54
图——不同年龄网民喜欢的彩铃类型分析.....	55
图——不同性别网民喜欢的彩铃类型分析.....	56
图——不同收入网民喜欢的彩铃类型分析.....	57
图——不同城市类型网民喜欢的彩铃类型分析.....	58

法律声明:

本报告为上海艾瑞市场咨询有限公司制作, 报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可, 任何组织和个人, 不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

本报告中部分文字和数据采集于公开信息, 所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可, 任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

公司联系方式:

上海艾瑞市场咨询有限公司
地址: 上海市徐汇区紫阳路 80 号 210 室, 200030
电话: (021)64381678, 64699956
传真: (021)64699956

上海艾瑞市场咨询有限公司 北京办事处
地址: 北京市朝阳区建国路 88 号 SOHO 现代城 D 座 2913 室, 100022
电话: 010-85804143, 85806810, 85800987
网站: www.iresearch.com.cn

报告顾问/业务联系:

杨伟庆
电话: (021) 64381678
Email: henry@iresearch.com.cn