

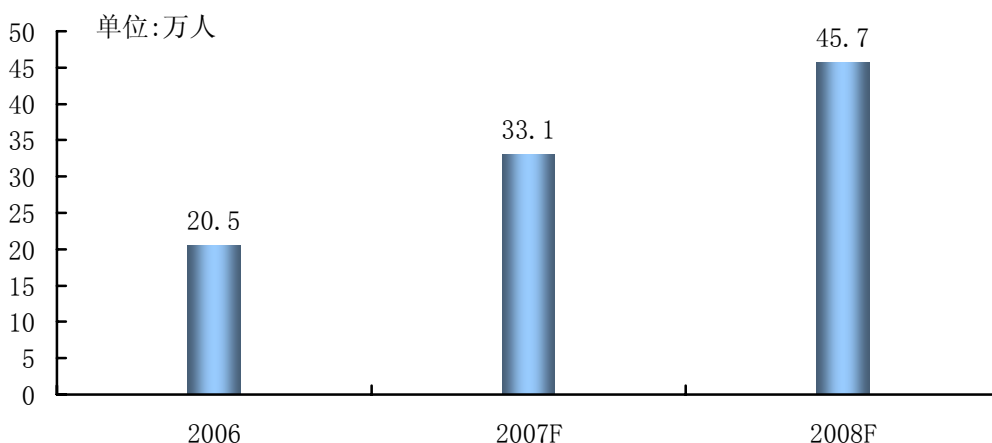
# 2007 年 手机电邮专题 研究报告

报告名称	2007 年手机电邮专题研究报告														
报告序号	A117	字数	1.8 万	报告页数	57										
图表数量	56	报告语种	中文	完成时间	07 年 12 月										
电子版(RMB)	8000	纸质版(RMB)	7000	会员价:	八折										
报告摘要	<p>随着手机等掌上移动设备逐渐具备了越来越强的计算能力和越来越高的存储能力，以及企业信息化的发展，对邮件的及时处理已经成为提高企业办公效率的重要环节。手机电子邮件作为移动业务与传统互联网业务融合的新型增值应用，有望成为继语音通话和文本信息之后的第三大业务。</p> <p>手机电邮业务是指在手机上实现收发电子邮件功能的业务。</p> <p>手机电邮主要实现方式有两种，可以概括为 Push Mail 和 Pull Mail。</p> <p>在 Push Mail 出现之前，用户需手动拨号上网，收取邮件，这是一种 Pull 技术。这种实现方式实质上就是通过手机接入网络，浏览电子邮件的内容。只是把接收电子邮件的终端由 PC 上转移到手机上。用户需要登陆邮箱才能浏览邮件内容。</p> <p>PushMail 是使用“推送”技术将电子邮件主动、安全地推送到用户移动终端（手机、PDA 等）上的全新移动电子邮件解决方案。</p> <p style="text-align: center;"><b>PushMail 手机电邮产品主要优势</b></p> <table border="1"> <tr> <td>1、时效性</td> <td>只要手机有信号，就可随时随地、及时接收到新邮件，不会错失信息；</td> </tr> <tr> <td>2、便捷性</td> <td>收取过程非常简便，不需任何操作邮件自动送达，如同短信一样简单；</td> </tr> <tr> <td>3、安全性</td> <td>邮件仅保存在企业服务器端和用户的移动终端，任何第三方无法查看；</td> </tr> <tr> <td>4、可用性</td> <td>在移动终端上直接阅读 PDF、DOC、XLS、PPT、PPS、ZIP、RAR、HTML、各种图片、动态 GIF、WAV、视频文件等附件，用户可选择多种附件处理方式；</td> </tr> <tr> <td>5、灵活性</td> <td>用户可设置黑白名单的过滤策略，如：发件人地址过滤、拒绝垃圾邮</td> </tr> </table>					1、时效性	只要手机有信号，就可随时随地、及时接收到新邮件，不会错失信息；	2、便捷性	收取过程非常简便，不需任何操作邮件自动送达，如同短信一样简单；	3、安全性	邮件仅保存在企业服务器端和用户的移动终端，任何第三方无法查看；	4、可用性	在移动终端上直接阅读 PDF、DOC、XLS、PPT、PPS、ZIP、RAR、HTML、各种图片、动态 GIF、WAV、视频文件等附件，用户可选择多种附件处理方式；	5、灵活性	用户可设置黑白名单的过滤策略，如：发件人地址过滤、拒绝垃圾邮
1、时效性	只要手机有信号，就可随时随地、及时接收到新邮件，不会错失信息；														
2、便捷性	收取过程非常简便，不需任何操作邮件自动送达，如同短信一样简单；														
3、安全性	邮件仅保存在企业服务器端和用户的移动终端，任何第三方无法查看；														
4、可用性	在移动终端上直接阅读 PDF、DOC、XLS、PPT、PPS、ZIP、RAR、HTML、各种图片、动态 GIF、WAV、视频文件等附件，用户可选择多种附件处理方式；														
5、灵活性	用户可设置黑白名单的过滤策略，如：发件人地址过滤、拒绝垃圾邮														

	件等；
6、经济性	支持现有 Windows Mobile 的主流商务移动终端，系统建置成本低； 支持多种邮件系统：Lotus Notes、Exchange 各种版本等。

PushMail 可以将急待处理的邮件推送到移动终端，进行阅读、回复、转发等操作。同时，高科技企业员工、传统企业核心运营人员等所处理的邮件往往涉及商业秘密，这部分客户对 PushMail 还有内容加密的需求。PushMail 革命性地改变了手机的用途，让用户体验移动办公的乐趣，并成为商务人士工作和生活中的好助手。

2006-2008年中国手机电邮用户规模预测



来源：水清木华研究中心

2006 年底中国手机电邮业务用户数量总计达到了 20.5 万户。预计，到 2007 年底将有 33.1 万人成为手机电邮用户，市场规模约为 6430 万元。而 2008 年手机电邮用户数将达到 45.7 万人左右，市场规模将达到 9600 万元左右。

水清木华研究中心认为：中国手机电邮业务依然处于业务拓展初期阶段，用户总数和市场规模十分有限。如何培养用户习惯，以及合理的业务资费设计是我国手机电邮业务发展的关键问题。

正文目录	第一章 手机电邮 1.1 手机电邮定义
------	------------------------

1.2 手机电邮实现方式
1.3 手机电邮的产业链构成
第二章 手机电邮发展历程
2.1 美国手机电邮发展历程
2.2 英国手机电邮发展历程
2.3 日本手机电邮发展历程
2.4 中国手机电邮发展历程
第三章 中国手机电邮市场分析
3.1 中国手机电邮用户特征分析
3.2 手机电邮用户规模分析
3.3 手机电邮费用支出分析
3.4 手机电邮市场规模分析
第四章 中国手机电邮业务分析
4.1 以运营商为主体的业务运营
4.1.1 中国移动手机电邮业务
4.1.2 中国联通手机电邮业务
4.2 邮件服务提供商
4.3 解决方案提供商
4.3.1 微软解决方案
4.3.2 诺基亚解决方案
4.3.3 Visto 解决方案
第五章 中国手机电邮运营商分析
5.1 中国移动
5.1.1 中国移动手机电邮产品分析
5.1.2 中国移动手机电邮市场策略分析

	<p>5.2 中国联通</p> <p>5.2.1 中国联通手机电邮产品分析</p> <p>5.2.2 中国联通手机电邮市场策略分析</p> <p>第六章 手机电邮业务解决方案提供商</p> <p>6.1 RIM</p> <p>6.2 诺基亚</p> <p>6.3 VISTO (伟思拓)</p> <p>6.4 微软</p> <p>6.5 尚邮</p> <p>6.6 网际飞潮 (FACIO)</p> <p>6.7 摩网</p> <p>6.8 263 网络通信</p> <p>手机电邮研究结论</p>
<p>图表目录</p>	<p>图：手机电邮用户规模预测示意图</p> <p>图：2003-2008 年中国活跃电子邮箱账户规模</p> <p>图：2003-2007 年中国 WAP 用户规模</p> <p>图：2006-2008 年中国手机电邮用户规模预测</p> <p>图：2006-2008 年中国手机电邮市场规模预测</p> <p>图：中国移动手机电邮企业解决方案</p> <p>图：RIM 公司 2003-2008 黑莓全球用户数增长图</p> <p>图：RIM 公司 05Q3-07Q3 净盈利图表</p> <p>图：RIM 公司 05Q3-07Q3 总营收图表</p> <p>图：Windows Mobile 2005 界面</p> <p>图：尚邮使用流程</p> <p>图：摩网 Momail 登陆界面</p> <p>图：263 网络通信组织架构图</p> <p>表：PushMail 手机电邮产品主要优势</p>

- 表：美国手机电邮发展
- 表：2007 年手机上网用户的年龄分布
- 表：手机电邮用户推导思路
- 表：中国移动 BlackBerry 的资费标准
- 表：中国移动手机电邮市场策略分析
- 表：中国联通企业级 PushMail 的特色
- 表：中国联通“红莓”电邮版本
- 表：中国联通“红莓”电邮资费套餐
- 表：中国移动手机电邮市场策略分析
- 表：BlackBerry 业务的主要功能特点
- 表：Intellisync 移动电子邮件快递
- 表：Windows Mobile 2006 主要特点
- 表：巴别塔背景分析
- 表：尚邮手机电邮特点
- 表：尚邮服务类型
- 表：尚邮 JAVA 手机版特点
- 表：网际飞潮背景分析
- 表：摩网 Momail 六大特色
- 表：263 手机邮箱的服务功能
- .....

## 如何申请购买报告

- 1, 请填写《研究报告订购协议》([http://www.pday.com.cn/research/pday\\_report.doc](http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc)), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。
- 2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。
- 3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:  
开户行: 交通银行世纪城支行 帐号: 110060668012015061217  
户名: 北京水清木华科技有限公司
- 4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570