**2024-2029年中国广告短信行业发展前景及投资风险预测报告**

**报告简介**

广告短信顾名思义就是将广告内容以手机短信的形式发送出去，包括文字短信和彩信。是基于中国联通、电信直接提供的短信接口实现与客户指定号码进行短信批量发送和自定义发送的目的。

随着中国手机用户的快速增长，手机短信作为“第五媒体”的地位，已经得到广泛的认同，与传统的媒体广告相比，广告短信拥有庞大的受众群体。广告短信可以为企业发展节约开支，提高效率。它将“打折信息”、“促销活动”、“新品发布”等相关信息发布到目标客户的手机上，为企业树立品牌形象或占有市场创造了无限商机，也能为企业大幅降低广告开支。因此，广告短信正在越来越收到商家企业的青睐。

得益于B2B领域企业短信需求的集体迸发，主要来源于互联网金融、泛金融领域、O2O出行、上门等领域、手游领域等;我国从事广告短信业务的企业数量不断增长。

广告短信被广泛应用于多个应用场景，例如移动互联网、电子商务、OTA、金融等多个领域;同时相较于OTT等新一代通信方式，短信本身在用户覆盖率、传递安全性、传递效率方面中短期仍具有明显的优势;目前企业短信下游客户主要集中于互联网、金融、零售服务等景气度较高服务行业。

目前，国内广告短信行业的企业集中度很低。随着时代发展，从企业角度来看，发送短信不再仅要求速度快、价格低，市场成熟后，安全性越来越重要。企业短信市场越来越成熟，也有了相对成熟的价格体系，服务商单以价格取胜已不太现实。并且市场需求不断增大，“双创”简化了注册成本、节约了时间，会有越来越多的年轻公司加入到这个行业中。行业不断发生变化，规则也在变，在上千家公司的竞争格局中，排名也是不断变化的。服务商的竞争优势除了与基础运营商议价能力外，关键还是要靠创新模式，在服务上创新，比如如何为客户从技术上解决数据安全问题。这也是众多广告短信服务商努力的一大方向。

目前广告短信市场上的竞争很分散，据了解，目前主板上市共有6家企业短信服务公司，新三板大概有小十家企业，但行业龙头企业却只占据了其中不到2%的份额。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、工信部、通信行业协会、各企业公布年报及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国广告短信的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、并重点分析了我国广告短信行业发展状况和特点，以及中国广告短信行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球广告短信行业发展态势作了详细分析，并对广告短信行业进行了趋向研判，是广告短信、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前广告短信行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

**报告目录**

**第一章 2019-2023年中国广告短信行业发展概述 1**

第一节 广告短信行业发展现状 1

一、广告短信行业概念 1

二、广告短信行业特性及在国民经济中的地位 1

第二节 广告短信行业供求情况 3

一、广告短信行业需求情况 3

二、广告短信行业市场规模 3

第三节 2024-2029年中国广告短信行业发展趋势分析 4

一、广告短信行业发展趋势 4

二、广告短信市场规模预测 5

三、广告短信行业应用趋势预测 6

四、广告短信细分市场发展趋势预测 6

**第二章 2019-2023年中国广告短信行业发展环境分析 8**

第一节 经济发展环境分析 8

一、中国gdp增长情况分析 8

二、工业经济发展形势分析 8

三、社会固定资产投资分析 14

四、城乡居民收入增长分析 15

五、居民消费价格变化分析 16

第二节 广告短信行业政策环境分析 17

一、行业监管管理体制 17

二、行业相关政策分析 17

三、上下游产业政策影响 20

第三节 广告短信行业环境分析 21

一、行业发展概况 21

二、行业发展现状 21

第四节 广告短信行业社会环境发展分析 23

一、广告短信产业社会环境 23

二、社会环境对广告短信行业的影响 24

**第三章 2019-2023年中国广告短信行业产业链分析 25**

第一节 广告短信行业产业链概述 25

一、上游行业影响及风险分析 25

二、下游行业风险分析及提示 25

三、关联行业风险分析及提示 25

第二节 广告短信上游产业发展状况分析 26

一、上游行业发展现状 26

二、上游行业发展趋势 26

第三节 广告短信下游应用需求市场分析 26

一、下游行业发展现状分析 26

二、下游行业需求状况分析 27

三、下游行业需求前景分析 27

**第四章 2019-2023年中国广告短信行业渠道分析 28**

第一节 渠道形式及对比 28

第二节 各类渠道对广告短信行业的影响 28

第三节 主要广告短信企业渠道策略研究 29

**第五章 2019-2023年中国广告短信行业发展分析 31**

第一节 中国广告短信行业发展现状 31

第二节 广告短信行业特点分析 31

第三节 广告短信行业发展趋势分析 33

**第六章 2019-2023年中国广告短信行业供需情况及集中度分析 36**

第一节 广告短信行业发展状况 36

一、广告短信行业市场供给分析 36

二、广告短信行业市场需求分析 38

三、广告短信行业市场规模分析 39

第二节 广告短信行业集中度分析 40

一、行业市场区域分布情况 40

二、行业市场集中度情况 40

三、行业企业集中度分析 41

**第七章 2019-2023年中国广告短信行业运行状况分析 42**

第一节 行业市场概况 42

第二节 行业现行情况分析 43

第二节 行业最新动态分析 43

一、行业相关动态概述 43

二、行业发展热点聚焦 45

**第八章 2019-2023年中国广告短信行业主要数据监测分析 46**

第一节 广告短信行业总体数据分析 46

第二节 广告短信行业不同规模企业数据分析 46

第三节 广告短信行业不同所有制企业数据分析 47

**第九章 2019-2023年中国广告短信行业竞争格局分析 48**

第一节 行业总体市场竞争状况分析 48

一、广告短信行业竞争结构分析 48

1、现有企业间竞争 48

2、潜在进入者分析 48

3、替代品威胁分析 49

4、供应商议价能力 49

5、客户议价能力 50

二、广告短信行业企业间竞争格局分析 50

三、广告短信行业swot分析 51

1、广告短信行业优势分析 51

2、广告短信行业劣势分析 52

3、广告短信行业机会分析 53

4、广告短信行业威胁分析 53

第二节 广告短信行业竞争格局综述 54

一、广告短信行业竞争概况 54

1、广告短信行业竞争格局 54

2、广告短信业未来竞争格局和特点 54

3、广告短信市场进入及竞争对手分析 55

二、广告短信行业竞争力分析 56

1、广告短信行业竞争力剖析 56

2、广告短信企业市场竞争的优势 56

3、国内广告短信企业竞争能力提升途径 56

三、广告短信(服务)竞争力优势分析 57

1、整体竞争力评价 57

2、竞争力评价结果分析 58

3、竞争优势评价及构建建议 59

**第十章 2019-2023年中国广告短信主要企业发展概述 61**

第一节 深圳市梦网科技发展有限公司 61

一、公司发展概况 61

二、市场定位情况 61

三、公司竞争优劣势分析 61

四、企业经营状况分析 65

五、主要经营数据指标 66

六、公司发展战略与规划 66

第二节 上海亿业网络科技有限公司 67

一、公司发展概况 67

二、企业主要业务情况 67

三、公司竞争优劣势分析 68

四、企业经营状况分析 68

五、企业主要经营成果 69

六、公司发展战略与规划 69

七、企业案例 70

第三节 安徽天瑞信息技术有限公司 77

一、公司发展概况 77

二、市场定位情况 77

三、公司主要产品情况 77

四、企业经营状况分析 78

五、公司发展战略与规划 78

第四节 北京金楼世纪科技有限公司 78

一、公司发展概况 78

二、市场定位情况 79

三、公司竞争优劣势分析 79

四、企业经营状况分析 80

五、主要经营数据指标 80

六、公司发展战略与规划 80

第五节 深圳市云之讯网络技术有限公司 81

一、公司发展概况 81

二、市场定位情况 81

三、公司竞争优劣势分析 81

四、企业经营状况分析 81

五、主要经营数据指标 82

六、公司发展战略与规划 82

七、企业合作案例 82

第六节 上海示远信息科技有限公司 86

一、公司发展概况 86

二、市场定位情况 86

三、公司竞争优劣势分析 87

四、企业经营状况分析 87

五、主要经营数据指标 87

六、公司发展战略与规划 88

第七节 上海创蓝文化传播有限公司 88

一、公司发展概况 88

二、公司经典案例情况 88

三、公司竞争优劣势分析 89

四、企业主要客户分析 90

五、主要经营数据指标 92

六、公司发展战略与规划 92

第八节 北京美联软通科技有限公司有限 93

一、公司发展概况 93

二、市场定位情况 93

三、公司竞争优劣势分析 93

四、企业合作客户分析 94

五、主要经营数据指标 95

六、公司发展战略与规划 95

第九节 上海秒赛通信技术有限公司 96

一、公司发展概况 96

二、公司主营短信业务 96

三、公司竞争优劣势分析 97

四、企业经营状况分析 98

五、公司发展战略与规划 99

第十节 北京亿美软通科技有限公司 99

一、公司发展概况 99

二、市场定位情况 99

三、公司产品及竞争优劣势分析 100

四、企业经营状况分析 101

五、主要经营数据指标 102

六、公司发展战略与规划 102

**第十一章 2024-2029年广告短信行业发展前景预测分析 104**

第一节 广告短信行业未来发展预测分析 104

一、广告短信行业发展方向及投资机会分析 104

二、广告短信行业发展规模分析 104

三、广告短信行业发展注意事项 105

第二节 广告短信行业供需预测 106

一、广告短信行业供给预测 106

二、广告短信行业需求预测 106

**第十二章 2024-2029年中国广告短信行业投资风险预警 108**

第一节 广告短信风险评级模型 108

一、行业定位 108

二、宏观环境 108

三、需求空间 111

四、供给约束 111

五、行业风险评级的结论 113

第二节 广告短信行业发展中存在的问题 113

第三节 针对广告短信不同企业的投资建议 113

一、广告短信总体投资建议 113

二、大型企业投资建议 114

三、中小型企业投资建议 115

第四节 广告短信投资风险提示 115

一、政策和体制风险 115

二、技术发展风险 116

三、市场竞争风险 116

四、经营管理风险 116

**第十三章 2024-2029年中国广告短信行业发展策略及投资建议 118**

第一节 广告短信企业发展战略规划背景意义 118

一、广告短信应具备的特点 118

二、转化率高的广告短信要点 119

三、短信平台运营模式与短信产业链模式 120

四、广告短信的势能 123

第二节 广告短信行业经营策略分析 125

一、广告短信市场细分策略 125

二、广告短信市场创新策略 126

三、品牌定位与品类规划 127

四、广告短信新产品差异化战略 129

第三节 广告短信企业战略规划策略分析 133

一、战略综合规划 133

二、技术开发战略 134

三、区域战略规划 136

四、产业战略规划 146

五、竞争战略规划 147

第四节 广告短信企业重点客户战略实施 151

一、重点客户战略的必要性 151

二、重点客户的鉴别与确定 152

三、重点客户的开发与培育 152

**图表目录**

图表：2019-2023年1-6月全国移动短信业务量当期值 3

图表：2019-2023年7月-2019-2023年6月全国移动短信业务量统计分析图 4

图表：2019-2023年我国广告短信行业市场规模及预测 5

图表：广告短信的细分市场应用 7

图表：各月累计主营业务收入与利润总额同比增速 9

图表：2019-2023年1-6月份规模以上工业企业主要财成本指标 10

图表：2019-2023年7月-2019-2023年6月各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本 11

图表：2019-2023年1-6月份规模以上工业企业经济效益指标 12

图表：2019-2023年1-6月份分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速 13

图表：2019-2023年1-6月份规模以上工业企业主要收入指标 14

图表：2019-2023年全国人口数及其构成 23

图表：普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数(单位：万人) 24

图表：2019-2023年企业发送短信数量及增速情况 37

图表：2019-2023年点对点及企业短信占比情况 37

图表：2019-2023年广告短信行业市场规模 39

图表：我国广告短信企业区域分布情况 40

图表：2019-2023年我国广告短信行业主要数据情况 46

图表：不同营收阶段企业数量分布情况 47

图表：2019-2023年上半年梦网科技主要经营指标情况 66

图表：业务流程简介图 83

图表：通话加密传输流程 84

图表：亿美软通公司短信产品的优势 101

图表：2024-2029年我国广告短信行业市场规模预测 105

**把握投资 决策经营！**  
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**  
本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20181022/103134.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/bg/20181022/103134.shtml)