



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2013年中国3G产业全面 调研与投资战略分析报告

## 一、调研说明

《2010-2013年中国3G产业全面调研与投资战略分析报告》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/144929.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

### 【 报告 前言 】

2009年的"国际电信日",国内最后一个开通3G业务的运营商——中国联通宣布,在55个城市启动3G业务的试商用。这意味着,从此国内3G市场,中国电信、中国移动、中国联通三足鼎立的竞争格局正式形成。

对中国本土电信设备商中兴、华为而言,在有着"主场优势"的中国,其遭遇竞争的血腥程度并不亚于海外。不仅是C网竞争加剧,从长远来看,GSM以及3G的TD、WCDMA都会遇到类似的低价竞争,因为技术成熟度在加大,厂商也在增加。以TD-SCDMA为例,目前大唐、中兴在技术和产品上占绝对优势,但是后面厂商赶上来也会很快,大唐、中兴在TD上的领先是基于此前战略上的成功,目前华为鼎桥以及三星、诺西、爱立信都已经在加大对TD的跟进,如鼎桥,要追上中兴估计时间差就是一年。与"新技术"TD相比,尚未步上台的新联通WCDMA建网也注定要一开局即面临设备商间血腥的肉搏,因为它发展的速度最快,成熟最早,竞争的厂商也最强,华为在欧洲争取WCDMA定单上做得很辛苦,在国内也不会太容易。从全球市场来看,由于欧美各大运营商近年通过资本手段加速了并购重组,大大解决了网络投资重复投资问题,并相应减少了设备的资本开支,这使得全球电信业的投资重点持续向中国、印度等新兴市场转移。

可以看到的是,随着中国市场机会的增加,各大国际巨头近年纷纷加大了在中国的投入,这其中尤以北电最为典型,在北美业务一再受到冲击的背景下,北电加大在华包括4G在内的研发投入,以期通过中国及亚洲业务的增长带动其全球业务复苏。

### 【 报告 目录 】

#### 第一章 2009年全球3G主流技术标准综述 12

##### 第一节 四大标准技术层面比较及优劣势分析 12

###### 一、CDMA2000主要优劣势分析 12

###### 二、WCDMA主要优劣势分析 16

###### 三、TD-SCDMA主要优劣势分析 18

###### 四、WiMAX主要优劣势分析 21

##### 第二节 TD-SCDMA技术标准概述 23

###### 一、TD-SCDMA是中国拥有自主产权3G标准 23

###### 二、中国TD-SCDMA行业标准的制定 23

###### 三、高速下行分组接入(HSDPA) 24

#### 四、上行链路增强技术 26

#### 五、HSPA演进与LTE 33

### 第三节 2009年中国3G技术发展动态 34

#### 一、2009年中国3G技术竞相争鸣 34

#### 二、中国成功研制3G标准高速无线上网卡 35

#### 三、中国出现首家3G可视电话呼叫中心 36

## 第二章 2009年全球3G产业运行状况分析 37

### 第一节 2009年全球3G产业发展现状分析 37

#### 一、全球3G产业迅速发展 37

#### 二、全球3G网络运营稳步推进 38

#### 三、全球3G市场发展模式和资费成关键 38

#### 四、全球3G服务呈阶梯式发展 39

### 第二节 2009年全球3G产业呈现的特点分析 39

#### 一、3G用户增长加快 39

#### 二、后3G技术部署加速 39

#### 三、数据流量剧增资费下降 42

#### 四、3G对运营商业绩贡献巨大 43

#### 五、3G促进无线融合 44

### 第三节 2009年全球3G产业发展动态分析 46

#### 一、全球3G市场继续稳步发展 46

#### 二、埃及电信公司涉足朝鲜3G市场 47

#### 三、2009年 CDMA2000终端正引领美国3G市场 48

### 第四节 2009年欧美3G网络运营现状及盈利分析 49

#### 一、欧美3G网络运营概况 49

#### 二、欧美3G网络运营的特征和经验 50

#### 三、欧美市场3G发展动力不足 51

#### 四、欧美3G商用后面临的困局 52

### 第五节 2009年全球主要国家和地区3G的运行分析 53

#### 一、亚太地区 53

#### 二、法国 55

#### 三、日本 56

## 四、中国香港 57

### 第三章 2009年中国3G产业运行环境解析 59

#### 第一节 2009年国外3G业务管制政策分析 59

##### 一、国外2G的资费及管制政策 59

##### 二、3G业务的特点及企业的资费策略 60

##### 三、国外3G的资费管制政策 63

#### 第二节 2009年中国宏观经济环境分析 64

##### 一、中国GDP分析 64

##### 二、中国经济受金融危机影响分析 66

##### 三、工业发展形势分析 72

#### 第三节 2009年中国3G产业社会环境分析 76

### 第四章 2009年中国3G产业运行形势分析 85

#### 第一节 2009年中国3G产业发展综述 85

##### 一、中国发展3G产业具有重大的战略意义 85

##### 二、中国是全球3G产业发展的核心推动力 88

##### 三、中国自主3G标准产业化进一步发展 88

##### 四、中国3G快速商用成功的因素 91

#### 第二节 2009年中国3G产业发展态势分析 93

##### 一、2009年成为中国3G正式商用元年 93

##### 二、2009年中国3G产业发展形势 93

##### 三、2009年3G运营商竞争拉开帷幕 95

##### 四、2009年各大企业展开3G人才争夺战 96

#### 第三节 2009年中国3G产业面临的问题分析 98

##### 一、中国发展3G产业面临的主要问题 98

##### 二、中国缺少真正3G业务和应用需求 100

##### 三、运营商3G资本支出短期内面临利润压力 100

##### 四、3G神秘化等问题阻碍3G产业发展 101

#### 第四节 2009年中国3G产业发展的策略 101

##### 一、中国发展3G的指导思想和战略重点 101

##### 二、我国在发展3G问题上存在战略缺失 102

- 三、中国3G产业发展的战略对策 103
- 四、中国低频段3G发展的策略分析 104

## 第五章 2009年中国3G终端市场发展动态分析 106

### 第一节 2009年中国3G终端市场运行分析 106

- 一、3G终端与移动通信终端市场现状 106
- 二、3G终端市场格局分析 106
- 三、3G将对中国移动终端市场产生重大影响 107
- 四、3G终端技术分析 108

### 第二节 2009年中国3G终端市场竞争分析 110

- 一、中企占据世界3G终端市场10%份额 110
- 二、国外移动巨头竞谋中国3G终端市场 111
- 三、中国运营商纷纷抢夺3G终端定制 111
- 四、智能化终端成为3G时代竞争焦点 111

### 第三节 2009年中国3G终端市场发展问题与对策分析 112

- 一、影响国内3G终端产业发展的三大难题 112
- 二、运营商对3G终端定制策略的释疑 113
- 三、3G时代的用户需求特点 114

### 第四节 2009年3G终端市场发展趋势与方向分析 116

- 一、3G终端市场将呈多元化发展方向 116
- 二、3G终端市场发展趋势 118
- 三、TD有望占据国内3G终端市场 50%份额 119

## 第六章 2009年中国3G手机产业运行走势分析 121

### 第一节 2009年中国手机市场整体发展现状 121

- 一、中国手机产业发展特点 121
- 二、2007-2009年中国手机产量统计 121
- 三、中国手机市场销量 124

### 第二节 2009年中国3G手机发展综述 127

- 一、3G手机的定义及功能 127
- 二、全球3G手机发展掀起新浪潮 127
- 三、中国3G手机市场争夺战打响 129

- 四、2008年中国3G手机收费标准公布 132
- 五、中国3G商机催热手机电池的研发 134
- 第三节 2009年中国3G手机市场状况分析 134
  - 一、3G手机品牌结构 134
  - 二、3G手机不同制式市场结构 136
  - 三、3G手机不同价位市场结构 137
  - 四、2009年下半年手机关注走势预测 138
- 第四节 2009年中国3G手机发展面临的机遇及挑战 140
  - 一、国产3G手机面临四大机遇 140
  - 二、中国3G市场广阔将导致竞争激烈 140
  - 三、中国TD-SCDMA发展促进因素 141
  - 四、TD-SCDMA发展存在四大挑战 142
- 第五节 2009年中国手机厂商应对3G时代的策略 144
  - 一、掌握核心技术 144
  - 二、关注手机芯片 144
  - 三、细分手机市场 144
  - 四、利用三张牌照做文章 146
- 第六节 未来中国3G手机的发展前景及趋势分析 148
  - 一、2010年全球 3G手机销量将超过2G 148
  - 二、中国3G手机价格将不会过高 149
  - 三、3G手机或将改写中国软件市场格局 149

## 第七章 2009年中国3G业务运行动态分析 151

- 第一节 2009年中国3G业务发展综述 151
  - 一、3G业务的发展特点 151
  - 二、网络效应对消费者接受3G业务的影响 152
  - 三、3G业务开发的要点 154
  - 四、23G业务的影响因素 155
- 第二节 2009年中国3G业务运行分析 157
  - 一、3G架构中会议业务的实现 157
  - 二、中国 3G业务运营模式探讨 162
  - 三、3G时代最具潜力的业务分析 166

### 第三节 2009年中国3G业务定价策略分析 166

#### 一、3G数据业务计费基础的选择 166

#### 二、3G业务计费模式的应用 168

#### 三、国外运营商的3G定价策略 169

#### 四、国内运营商的3G业务定价策略分析 170

## 第八章 2009年中国3G市场竞争格局分析 172

### 第一节 2009年3G市场竞争格局分析 172

#### 一、三足鼎立的竞争格局正式形成 172

#### 二、3G中国焦土战 172

#### 三、成本战与价格战 172

### 第二节 2009年中国3G市场竞争状况分析 173

#### 一、中国3G时代的竞争局势 173

#### 二、中国3G市场竞争格局正在改变 173

#### 三、中国电信业重组后的3G竞争格局 174

#### 四、3G竞争将向有利于消费者方向发展 175

### 第三节 2009年中国3G区域市场竞争力分析 175

#### 一、中国区域市场特征差异性分析 175

#### 二、中国未来3G移动运营商分类 177

#### 三、中国区域市场竞争力比较分析 177

#### 四、中国运营商未来3G区域市场运营策略 178

### 第四节 2009年3G时代中国三大运营商竞争策略 179

#### 一、中国移动在3G时代的SWOT分析 179

#### 二、中国联通3G运营策略 181

#### 三、中国电信和中国网通策略分析 183

### 第五节 2009年中国3G时代移动通信市场竞争分析 184

#### 一、有效竞争促进电信业繁荣 185

#### 二、新经营环境下移动通信市场快速发展 185

#### 三、移动通信市场应防止过度竞争 186

#### 四、建立移动通信市场的有效竞争格局 187

### 第六节 2009年中国3G运营商打造动态竞争力的策略分析 188

#### 一、锻造客户价值深度运营能力 188



- 二、锻造关键战略资源集成能力 188
- 三、锻造全方位技术支撑能力 189
- 四、锻造低成本高效运营能力 189
- 五、锻造集约化价值创新能力 190

## 第九章 2009年中国3G产业相关企业竞争力分析 192

### 第一节 全球重点3G移动通信运营商的发展 192

- 一、日本NTT DOCOMO公司 192
- 二、日本KDDI电信公司 192
- 三、和记黄埔集团 193
- 四、沃达丰集团 193

### 第二节 主要3G网络设备提供商的发展 194

- 一、华为技术有限公司 194
- 二、阿尔卡特朗讯 196
- 三、中兴通讯股份有限公司 198
- 四、爱立信公司 203

### 第三节 主要3G终端制造商的发展 204

- 一、诺基亚 204
- 二、三星 205

## 第十章 2010-2013年中国3G产业发展趋势预测分析 207

### 第一节 2010-2013年中国3G产业发展前景分析 207

- 一、联通最可能借WCDMA崛起 207
- 二、3G应用将带来可观的经济效益 207
- 三、2009-2010年中国3G产业发展展望 208

### 第二节 2010-2013年中国3G产业发展趋势分析 209

- 一、3G技术演进共同迈向LTE 209
- 二、未来几年中国2G与3G并行发展 212
- 三、中国3G发牌将促使手机资费下调 212

### 第三节 2010-2013年中国3G网络发展趋势分析 213

- 一、3G网络宽带化 213
- 二、3G网络融合的要求 214

### 三、3G网络融合的方向 214

## 第十一章 2010-2013年中国3G产业投资机会与风险分析 217

### 第一节 2010-2013年中国3G产业投资现状分析 217

#### 一、2009-2010年中国预计完成3G投资2800亿 217

#### 二、2009年3G发牌拉动超5000亿元产值 217

#### 三、成都移动将投资12亿加快3G项目建设 217

### 第二节 2010-2013年中国3G产业投资潜力分析 219

### 第三节 2010-2013年中国3G产业投资机会分析 220

#### 一、3G发牌为中国通信基础投资提供平台 220

#### 二、三大运营商进入全面竞争阶段 220

#### 三、3G产业链为多种业务创造投资机会 221

#### 四、3G产业价值链分析 223

### 第四节 2010-2013年年电信产业3G投资战略分析 225

#### 一、3G网络建设对于经济增长的影响 226

#### 二、3G投资是电信制造业出口的新机会 227

## 【图表目录】

图表 1 三大标准技术异同比较表 19

图表 2 增强型上行链路的传输信道和物理信道定义 28

图表 3 增强型上行链路E-DCH的协议栈结构 29

图表 4 R99与增强性上行链路的调度流程对比图 30

图表 5 HARQ重传协议操作协议 31

图表 6 2MS与10MS帧的定时 32

图表 7 基站发送到用户图 41

图表 8 2006-2010年欧洲3G用户规模 49

图表 9 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图 64

图表 10 2006-2009年中国季度GDP增长率走势图 65

图表 11 2006-2009年中国季度GDP增长速度表 65

图表 12 1980-2010年世界经济、先进经济体、新兴和发展中经济体增长比较 66

图表 13 1980-2010年美国、日本、欧元区经济增长比较及预测 67

图表 14 2008年分季度美国部分经济指标比较 67

图表 15 2008年分季度日本部分经济指标比较 68

图表 16 2008年分季度欧元区部分经济指标比较 69

图表 17 1980-2010年中国、东盟5国、俄罗斯、印度经济增长比较 69

图表 18 2007年8月-2008年12月中价国际现货、期货价格指数走势 70

图表 19 2008年5-12月美国、欧元区、日本CPI 70

图表 20 2008年12月加拿大、韩国、美国、日本再度纷纷降息 71

图表 21 2003-2008年中国工业增加值增长趋势图 72

图表 22 2008年中国工业主要产品产量及增长速度 73

图表 23 2001-2009年中国工业增加值及发电量增长趋势图 76

图表 24 2001-2008年中国城镇化率走势图 78

图表 25 2008-2009年各月中国价格指数统计表 79

图表 26 2006-2009年6月中国价格指数月度走势图 80

图表 27 2006-2009年5月中国主要消费品CPI月度走势图 80

图表 28 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 81

图表 29 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 82

图表 30 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 83

图表 31 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 84

图表 33 主要的TD机型 112

图表 34 市场对手机的需求特点 115

图表 35 2007-2011年全球手机用户及普及率及预测 121

图表 36 2000-2008年全球手机产量及增长情况 122

图表 37 2008年1-4季度全球手机出货量增长情况 123

图表 38 2005-2008年中国手机产量及增长趋势图 123

图表 39 1990-2008年第三季度中国移动电话用户增长趋势图 125

图表 40 1990-2008年中国移动电话用户增长趋势图 126

图表 41 2008年1-12月中国手机每月出货量及增长情况 126

图表 42 2009年上半年中国不同价格区间各大手机厂商的3G终端分布状况 130

图表 43 2009年上半年中国不同价格区间各品牌3G终端用户关注度分布 131

图表 44 TD-SCDMA试商用标准资费表 133

图表 45 TD-SCDMA试验网套餐资费表 133

图表 46 2009年上半年中国3G手机市场用户关注走势图 135

图表 47 2009年上半年中国3G手机市场品牌关注分布图 136

图表 48 2009年上半年中国3G手机市场不同制式产品用户关注分布图 136

图表 49 2009年上半年中国3G手机市场不同价格区间产品数量分布图 137

图表 50 2009年上半年中国3G手机市场不同价格区间产品用户关注分布图 138

图表 51 2009年下半年中国3G手机市场主流品牌关注度走势预测 139

图表 52 3G网络架构示意图 157

图表 53 IMS分层架构图 158

图表 54 信令/媒体集中控制会议模型 160

图表 55 会议业务模型C-MRF示意图 160

图表 56 KDDI资费方案 168

图表 57 NTT DOCOMO的3G和2G资费比较表 169

图表 58 NTTDOCOMO和和记"3"的3G定价策略比较 170

图表 59 中国新三大电信运营商的形成 174

图表 60 中国新三大电信运营商的差异化竞争优势表 175

图表 61 以移动通信普及率为基础的中国区域市场研究 176

图表 62 以中国移动ARPU为基础的中国区域市场研究 176

图表 63 以中国移动数据业务收入为基础的中国区域市场研究 178

图表 64 未来3G运营商细分市场运营策略分析 178

图表 65 2002-2009年中兴通讯股份有限公司主要经济指标表 198

图表 66 2002-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务增长趋势图 199

图表 67 2002-2009年中兴通讯股份有限公司净利润增长趋势图 199

图表 68 2002-2009年中兴通讯股份有限公司净利润率走势图 200

图表 69 中兴通讯股份有限公司成长能力指标表 201

图表 70 中兴通讯股份有限公司主营业务增长率走势图 201

图表 71 1994-2008年中兴通讯股份有限公司经营能力指标表 201

图表 72 中兴通讯股份有限公司企业盈利能力指标表 202

图表 73 中兴通讯股份有限公司企业偿债能力指标表 203

图表 74 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 231

图表 75 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 232

图表 76 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 233

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144929.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](http://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。