



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国3G产业发展 动态与战略投资前景预测分析报 告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国3G产业发展动态与战略投资前景预测分析报告》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/158165.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

### 第一章 2010年中国3G产业运行环境分析

#### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2010年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2010年国外3G业务管制政策分析

##### 一、国外2G的资费及管制政策

##### 二、3G业务的特点及企业的资费策略

##### 三、国外3G的资费管制政策

### 第二章 全球3G主流技术标准分析

#### 第一节 四大标准技术层面比较及优劣势分析

##### 一、CDMA2000主要优劣势分析

##### 二、WCDMA主要优劣势分析

##### 三、TD-SCDMA主要优劣势分析

##### 四、WiMAX主要优劣势分析

#### 第二节 TD-SCDMA技术标准概述

##### 一、TD-SCDMA是中国拥有自主产权3G标准

##### 二、中国TD-SCDMA行业标准的制定

##### 三、高速下行分组接入（HSDPA）

##### 四、上行链路增强技术

##### 五、HSPA演进与LTE

#### 第三节 2010年中国3G技术发展动态

##### 一、2010年中国3G技术竞相争鸣

##### 二、2010年中国成功研制3G标准高速无线上网卡

##### 三、2010年中国出现首家3G可视电话呼叫中心

### 第三章 2010年全球3G产业运行状况分析

#### 第一节 2010年全球3G产业发展现状分析

##### 一、全球3G产业迅速发展

二、全球3G网络运营稳步推进

三、全球3G市场发展模式和资费成关键

四、全球3G服务呈阶梯式发展

第二节 2010年全球3G产业呈现的特点分析

一、3G用户增长加快

二、后3G技术部署加速

三、数据流量剧增资费下降

四、3G对运营商业绩贡献巨大

五、3G促进无线融合

第三节 2010年欧美3G网络运营现状及盈利分析

一、欧美3G网络运营概况

二、欧美3G网络运营的特征和经验

三、欧美市场3G发展动力不足

四、欧美3G商用后面临的困局

第四节 2010年全球主要国家和地区3G的发展分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、韩国

五、中国香港

第四章 2010年中国3G产业运行形势分析

第一节 2010年中国3G产业发展综述

一、中国发展3G产业具有重大的战略意义

二、中国是全球3G产业发展的核心推动力

三、中国自主3G标准产业化进一步发展

四、中国3G快速商用成功的因素

第二节 2010年中国3G产业发展态势

一、2010年中国 3G产业发展形势

二、2010年3G运营商竞争格局分析

三、各大企业展开3G人才争夺战

第三节 2010年中国3G产业面临的问题分析

- 一、中国发展3G产业面临的主要问题
- 二、中国缺少真正3G业务和应用需求
- 三、运营商3G资本支出短期内面临利润压力
- 四、3G神秘化等问题阻碍3G产业发展

#### 第四节 2010年中国3G产业发展的策略

- 一、中国发展3G的指导思想和战略重点
- 二、中国3G产业发展的战略对策
- 三、中国3G网络建设的对策建议
- 四、中国低频段3G发展的策略分析

### 第五章 2010年中国3G终端市场发展动态分析

#### 第一节 2010年中国3G终端市场发展概况

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

#### 第二节 2010年中国3G终端市场竞争分析

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

#### 第三节 2010年中国3G终端市场发展问题与对策分析

- 一、影响国内3G终端产业发展的四大难题
- 二、运营商对3G终端定制策略的释疑
- 三、3G时代中国移动终端业发展对策

#### 第四节 2011-2015年3G终端市场发展趋势与方向分析

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

### 第六章 2010年中国3G手机产业运行走势分析

#### 第一节 2010年中国手机市场整体发展现状

一、中国手机产业发展特点

二、中国手机生产能力分析

三、中国手机市场销售情况分析

## 第二节 2010年中国3G手机发展综述

一、3G手机的定义及功能

二、全球3G手机发展掀起新浪潮

三、智能手机加速普及为3G手机发展奠定基础

四、中国3G手机市场争夺战打响

五、中国3G手机收费标准公布

六、中国3G商机催热手机电池的研发

## 第三节 2010年中国3G手机市场状况分析

一、3G手机品牌结构

二、3G手机不同制式市场结构

三、3G手机不同价位市场结构

四、TD手机关注走势分析

## 第四节 2010年中国3G手机发展面临的机遇及挑战

一、中国3G手机发展具有利好因素

二、国产3G手机面临四大机遇

三、中国3G市场广阔将导致竞争激烈

四、中国TD-SCDMA发展存在阻碍因素

## 第五节 2010年中国手机厂商应对3G时代的策略

一、掌握核心技术

二、关注手机芯片

三、细分手机市场

四、利用三张牌照做文章

## 第六节 2011-2015年中国3G手机的发展前景及趋势

## 第七章 2010年中国3G业务发展分析

### 第一节 2010年中国3G业务发展综述

一、3G业务的发展特点

二、3G业务的影响因素

三、3G业务开发的要点

## 第二节 2010年中国3G业务发展概述

### 一、中国3G业务体系架构分析

### 二、中国3G业务运营模式探讨

### 三、3G时代最具潜力的业务分析

### 四、3G时代各种业务发展前景分析

## 第三节 2010年中国3G业务定价策略分析

### 一、3G数据业务计费基础的选择

### 二、3G业务计费模式的应用

### 三、国外运营商的3G定价策略

### 四、国内运营商的3G业务定价策略分析

## 第八章 2010年中国3G市场竞争格局分析

### 第一节 2010年3G市场竞争格局分析

#### 一、兵家必争的C网

#### 二、3G中国焦土战

#### 三、成本战与价格战

### 第二节 2010年中国3G市场竞争状况分析

#### 一、中国3G市场竞争序幕已然拉开

#### 二、中国3G时代的竞争局势

#### 三、中国3G市场竞争格局正在改变

#### 四、中国电信业重组后的3G竞争格局

#### 五、3G竞争将向有利于消费者方向发展

### 第三节 2010年中国3G区域市场竞争力分析

#### 一、中国区域市场特征差异性分析

#### 二、中国未来3G移动运营商分类

#### 三、中国区域市场竞争力比较分析

#### 四、中国运营商未来3G区域市场运营策略

### 第四节 2010年 3G时代中国三大运营商竞争策略

#### 一、中国移动率先推出正式3G商用服务

#### 二、中国移动实施三年3G网络规划

#### 三、中国联通WCDMA 占据3G发展有利位置

#### 四、中国电信设定一线城市3G攻略

## 第五节 2010年中国3G时代移动通信市场竞争分析

- 一、有效竞争促进电信业繁荣
- 二、新经营环境下移动通信市场快速发展
- 三、移动通信市场应防止过度竞争
- 四、建立移动通信市场的有效竞争格局

## 第六节 2010年中国3G运营商打造动态竞争力的策略分析

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

## 第九章 2010年中国3G产业相关企业竞争力分析

### 第一节 全球重点3G移动通信运营商的发展

- 一、日本NTT DOCOMO公司
- 二、日本KDDI电信公司
- 三、AT&T
- 四、和记黄埔集团
- 五、沃达丰集团

### 第二节 主要3G网络设备提供商的发展

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

### 第三节 主要3G终端制造商的发展

- 一、诺基亚
- 二、NEC
- 三、三星

## 第十章 2011-2015年中国3G产业发展趋势预测分析

### 第一节 2011-2015年中国3G产业发展前景分析

- 一、中国3G产业发展前景预测



二、3G应用将带来可观的经济效益

三、中国3G产业发展潜力预测

## 第二节 2011-2015年中国3G产业发展趋势分析

一、未来全球3G市场四大发展趋势

二、3G产业走向三大趋势

三、未来几年中国2G 与3G并行发展

四、中国3G发牌将促使手机资费下调

## 第三节 2011-2015年中国3G网络发展趋势分析

一、3G网络宽带化

二、3G网络融合的要求

三、3G网络融合的方向

四、3G网络未来盈利模式

# 第十一章 2011-2015年中国3G产业投资机会与投资风险分析

## 第一节 2010年中国3G产业投资现状分析

一、2010年中国预计完成3G投资2800亿

二、2010年3G发牌相关投资将超5000亿元

三、成都移动将投资12亿加快3G项目建设

四、3G产业刚刚开启投资扩张序幕

## 第二节 2011-2015年中国3G产业投资背景分析

一、中国3G投资空间巨大

二、3G产业未来5年将带来5万亿投资

三、3G时代来临通信设备业景气度提升

四、3G时代的四大潜在投资者

## 第三节 2011-2015年中国3G产业投资机会分析

一、3G发牌为中国通信基础投资提供平台

二、3G投资将辐射过万亿经济发展

三、3G产业链为多种业务创造投资机会

四、3G产业技术领域具有投资价值

## 第四节 2011-2015年电信产业3G投资战略分析

一、3G网络建设对于经济增长的影响

二、3G投资是电信制造业出口的新机会

### 三、3G产业投资对策建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：3G各制式特征

图表：3G产业链

图表：3G产业链主要环节分析

图表：N频点组网频率规划方式

图表：1999-2008年上半年全球当年发放3G许可证的国家数趋势图（按经济发展程度分）

图表：我国3G产业链构成

图表：3G价值链构成

图表：3G潜在用户年龄分布

图表：中国六大城市3G潜在用户收入分布

图表：2008年中国十大城市TD基站建设状况

图表：2008年3G系统设备商市场分布状况

图表：截至2008年10月三大运营商总用户数

图表：截至2008年10月三大运营商移动用户数

图表：2002-2007年日本各运营商3G用户发展情况

图表：2002-2007年KDDI与NTT DoCoMo市场分额比较

图表：2002-2007年KDDI与NTT DoCoMo3G市场份额比较

图表：中国、日本与欧洲3G环境比较

图表：2006年6月-2008年6月中国手机用户上网比例与KDDI的比较

图表：WCDMA与CDMA2000产业链比较

图表：日本3G网络历时三年达到100%覆盖率

图表：1999-2007年NTT DoCoMo与KDDI净利润对比

图表：各种3G制式终端种类比较

图表：中国移动、中国联通和中国电信3G优势、劣势分析

图表：2008年4-10月电信业固定资产投资（累计数据）

图表：2008-2010年运营商资本开支结构状况及预测

图表：2008-2011年中国运营商基站建设状况及预测

图表：2005-2007年爱立信、诺基亚西门子、阿尔卡特朗讯净利率变化

图表：国内外电信设备厂商人力成本比较

图表：3G业务对集成商和运维商传导路径

图表：2004-2010年电信业应用软件投资额

图表：电信运营商BOSS占总投资比重对比

图表：以客户价值为主的电信运维外包产业链

图表：电信网运维发展趋势

图表：2002-2007年全球电信运维外包市场规模

图表：日本i-mode产业链示意

图表：1999-2007年NTT DoCoMo数据业务收入及占比

图表：Cybird 3G业务实现总收入和净利润增长

图表：中国增值服务行业的发展历程

图表：中国移动增值服务产业链示意

图表：2003-2007年中国移动增值用户情况

图表：2004-2010年中国移动增值服务市场规模情况及预测

图表：2002-2007年中国移动增值业务收入及对总收入贡献率

图表：2005-2007年北纬通信和拓维信息营业利润

图表：中国与日本运营商增值业务占比

图表：2008年第三季度中国移动增值服务市场细分

图表：2004-2007年北纬通信移动增值服务收入结构

图表：2007-2008年三季度中国WAP市场规模

图表：移动增值服务行业主要公司市场份额

图表：2004-2007年6月全球WCDMA终端款数统计

图表：3G终端与2G终端的性能比较

图表：2004-2007年6月全球cdma2000终端款数统计

图表：2004-2006年TD-SCDMA移动终端核心芯片发展历程

图表：2004-2007年中国移动通信终端产品出货量规模与增长

图表：2007年中国移动通信终端产品出货量品牌结构

图表：中国三大电信运营商3G明星终端对比

图表：传统的电信产业链模式

图表：移动互联网时代电信产业链模式

图表：2001-2007年中国手机市场销量情况

图表：2008上半年中国手机市场各月销售情况

图表：2008上半年中国手机市场品牌竞争结构

图表：国产手机品牌仍陷身山寨手机困局

图表：2008年上半年中国手机市场十大厂商高像素拍照手机数量分布

图表：2008上半年中国手机市场零售渠道竞争结构

图表：2008年1-9月中国手机市场各月销售情况

图表：2008年第三季度中国手机市场品牌竞争结构

图表：2008年第三季度中国手机市场主要功能手机TOP10型号

图表：2008年第三季度中国手机市场零售渠道竞争结构

图表：2008年第4季度中国手机市场最受用户关注的15大品牌分布

图表：2008年第4季度最受用户关注的前十大手机品牌关注比例变化

图表：2008年10月-12月TOP10前四大品牌关注比例走势

图表：2008年10月-12月TOP5-TOP10六大品牌关注比例走势

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大音乐手机品牌排行榜

图表：2008年第4季度中国市场最受关注的十大智能手机品牌排行榜

图表：2008年第4季度中国七大区域手机市场用户关注分布状况

图表：2008年10月-12月七大区域手机市场用户关注比例走势

图表：2008年第4季度七大区域手机市场用户关注的十大品牌分布

图表：2008年第4季度北京地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第4季度上海地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第4季度广东地区最受关注的十大手机品牌分布

图表：2008年第4季度诺基亚关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度三星用户关注度分布最高的15大地区

图表：2008年第4季度索尼爱立信用户关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度摩托罗拉用户关注度最高的15大地区分布

图表：2008年第4季度诺基亚与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年第4季度三星与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年第4季度索尼爱立信与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年第4季度摩托罗拉与其他手机品牌搜索人群重合度分布

图表：2008年Q3与Q4音乐手机和智能手机关注比例分布

图表：2008年10月-12月不同特征手机用户关注比例走势对比

图表：2008年Q3与Q4不同像素手机关注比例对比

图表：2008年10月-12月不同像素手机关注比例走势

图表：2008年Q3与Q4不同价位区间手机关注比例分布

图表：2008年10月-12月不同价位手机关注比例走势

图表：2008年第4季度整体手机市场价格指数走势

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机价格指数走势对比

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机价格指数走势对比

图表：2008年第4季度整体手机市场均价走势

图表：2008年第4季度音乐手机与智能手机均价走势对比

图表：2008年第4季度主流像素拍照手机均价走势对比

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价对比

图表：2008年第4季度主流厂商产品均价调整对比

图表：2008年1-10月国内外品牌零售量份额走势图

图表：2008年1-10月智能手机与非智能手机零售量份额走势图

图表：2008年1-10月不同价格区间产品零售量份额走势图

图表：2008-2009年度中国最受用户关注的15大手机品牌对比

图表：TD-SCDMA试商用标准资费

图表：可视电话资费标准

图表：语音资费套餐

图表：2008年最受用户关注的十大3G手机品牌分布

图表：2008年最受用户关注的主流WCDMA手机品牌分布

图表：2008年最受用户关注的主流TD-CDMA手机品牌分布

图表：2008年WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2008年用户关注的WCDMA与TD-SCDMA手机数量对比

图表：2008年不同价位WCDMA与TD-SCDMA手机关注对比

图表：2008年用户关注度最高的前五款WCDMA与TD手机

图表：2008年1-11月TD-SCDMA手机用户关注比例走势

图表：2009年度中国最受用户关注的10大3G手机品牌排名

图表：2009年度中国最受用户关注的10大3G手机品牌分布

图表：2009年Q1-Q4中国最受用户关注的10大3G手机品牌走势

艾凯数据研究中心

发布的《2011-2015年中国3G产业发展动态与战略投资前景预测分析报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009年度中国最受用户关注的10大3G手机产品排名

图表：2009年Q1-Q4诺基亚3G手机品牌关注比例走势

图表：2009年Q1-Q4三星、索尼爱立信、摩托罗拉、LG3G手机品牌关注比例走势

图表：IMS分层体系结构

图表：3G业务体系构架

图表：2G到3G的产业价值链演变

图表：以移动通信普及率为基础的中国区域市场研究

图表：以中国移动ARPU为基础的中国区域市场研究

图表：以中国移动数据业务收入为基础的中国区域市场研究

图表：未来3G运营商细分市场运营策略分析

图表：沃达丰在全球不同市场的HSDPA网络商用进展

图表：沃达丰3G与2G业务内容对比

图表：沃达丰移动固定融合的DSL业务发展

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158165.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专业提供投资咨询报告、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。