



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国运营商手机定制年度综合报告2006

## 一、调研说明

《中国运营商手机定制年度综合报告2006》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/43500.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](mailto: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

### 〔目录〕

1相关定义与术语	1
1.1相关定义	1
1.2相关专业术语	2
2中国移动通信产业环境和产业链分析	5
2.1中国移动通信产业环境分析	5
2.2移动通信产业链现状和特点分析	8
2.3运营商手机定制产业链现状	9
2.4运营商手机定制对产业链产生的影响及发展趋势分析	11
2.4.1对终端厂商的影响	11
2.4.2对渠道商的影响	14
2.4.3对增值服务提供商的影响	16
3运营商手机定制市场发展	18
3.1中国运营商手机定制	18
3.2中国手机定制市场竞争格局	21
3.2.1 2005年中国手机市场竞争格局	21
3.2.2 2005年中国定制手机市场竞争格局	23
4中国移动手机定制现状	25
4.1中国移动手机定制规模发展	25
4.2中国移动产业链合作方式	26
4.3中国移动营销策略的变化	29
4.4手机定制操作流程	35
4.5渠道商和中国移动合作机会分析	38

5 中国联通手机定制现状	39
5.1 中国联通产业链构建及合作状况	39
5.2 中国联通运营及营销策略变化	41
5.3 手机定制操作流程变化	44
5.4 终端厂商和中国联通合作机会分析	45
5.5 渠道商和中国联通合作机会分析	47
6 其他运营商	48
6.1 新进移动运营商市场策略	48
6.2 终端厂商和中国网通及中国电信合作机会分析	49
6.3 渠道商和中国网通及中国电信合作机会分析	50
7 移动增值服务市场对手机定制的影响	51
7.1 移动增值服务市场现状	51
7.2 移动增值服务产业链发展趋势分析	54
7.3 移动增值服务对定制终端的要求	56
7.3.1 中国移动增值服务对定制终端的要求	56
7.3.2 中国联通增值服务对定制终端的要求	58
8 运营商手机定制发展趋势预测	59
8.1 中国3G市场发展现状及预测	59
8.1.1 3G终端市场分析假设	59
8.1.2 3G市场宏观环境分析	60
8.1.3 中国3G市场发展预测	61
8.2 3G规模商用后移动增值服务的演变趋势	62
8.3 3G发牌后手机定制手机渠道的变化	65
9 易观建议	66
附录1：厂商中英文名称对照表	70
附录2：易观数据采集流程和方法论	74
1 总体介绍	74

2消费者市场的研究方法 75

3不同类型企业市场的研究方法 78

4数据分析流程与方法 79

## 图目录

图2-1 2002-2005年移动用户发展情况 5

图2-2 2002-2005年移动终端市场规模变化 6

图2-3移动增值服务市场现状（单位：亿元）6

图2-4移动通信产业链构成 8

图2-5运营商手机定制产生原因 9

图2-6 运营商手机定制产业链 10

图2-7 运营商进入传统终端价值链 11

图2-8移动终端产业链主导因素的变化 12

图2-9运营商手机定制对移动终端产业链的影响 13

图2-10移动终端销售渠道的变化情况 14

图2-11渠道商业模式的变化情况 15

图2-12运营商手机定制对增值服务产业链的影响 16

图3-1 2004-2006年运营商定制手机市场规模发展 19

图3-2 2005年中国手机市场份额 21

图3-3 2005年中国GSM市场份额 21

图3-4 2005年中国CDMA市场份额 22

图3-5 2005年定制手机市场份额 23

图3-6 2005年中国移动定制手机市场份额 24

图3-7 2005年中国联通定制手机市场份额 24

图4-1 2004-2008年中国移动定制手机市场规模发展及预测 25

图4-2中国移动业务开发和终端定制模式 30

图4-3中国移动定制手机流程 35

图5-1中国联通定制手机流程 44

图5-2 2004-2006年中国联通手机定制订单及实际销售数量 45

图7-1移动增值服务市场现状（单位：亿元）51

图7-2 2005年移动增值服务各服务市场规模（单位：亿元） 51

图7-3 2005年移动增值服务各服务市场份额 52

图7-4 2005年移动增值服务各服务用户规模（单位：百万）	53
图7-5增值服务产业链主导因素的变化	54
图7-6 移动增值服务产业链主要环节的关系变化	55
图8-1 中国3G用户规模和网络容量预测	61
图8-2 竞争引发的以“用户为中心”的营销变革	62
图8-3 2.5G和3G时代不同的业务开发方式	63
图8-4 用户认知的不断发展过程	64
表目录	
表3-1 2005年运营商定制手机销售状况	19
表3-2 2005年定制手机品牌市场排名前五位厂商	23
表4-1中国移动三大主要品牌定位	29
表4-2中国移动运营和营销策略调整	29
表4-3中国移动2005年定制全球通手机机型	31
表4-4中国移动2005年定制动感地带手机机型	32
表4-5中国移动定制手机销售的不同渠道	33
表4-6 中国移动关于定制的音乐手机的规范要求	36
表5-1中国联通uni品牌的主要业务	41
表5-2联通2005年定制世界风手机机型	42
表5-3联通2005年定制炫机机型	42
表7-1 2005年各增值服务新增收入情况	52
表7-2中国移动2005年定制动感地带手机支持的移动增值服务功能	56
表7-3移动2005年定制全球通手机支持的移动增值服务功能	57
表7-4联通2005年定制世界风手机支持的移动增值服务功能	58
表7-5联通2005年定制炫机支持的移动增值服务功能	58

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43500.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。