



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国电信市场市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国电信市场市场分析及发展趋势研究报告》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/45737.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

改革开放以来，中国通信业得到了巨大的发展，取得了举世瞩目的成就，实现了历史性的跨越。纵观20多年的历程，中国通信业大致经历了两个不同的发展阶段，实施了两次转型。以2000年前后为界(电信政企分开，电信企业分拆重组)，之前为第一个发展阶段，经历了准备期(1979-1983年)、起步与加快发展期(1984-1992)、腾飞期(1993-2000年)，与中国实现由计划经济向社会主义市场经济的转变同步，通信业也实现了与此相适应的转型；之后为第二个发展阶段，经历了准备期(2000年起，至2005年各大电信运营商提出战略转型目标以前)，目前正处在转型关键期(2-3年)，还将经历转型基本实现期(未来5-6年)，转型深化期(未来8-10年)，目标是成为现代综合信息服务提供商。

2008年电信重组尘埃落定，五合三，铁通并入移动，联通把C网卖给电信，同时兼并网通组成新联通，可以说只有这种方案才是最平衡，资源分割最不浪费的。

对于电信重组后格局变化的展望，中国移动目前在资产规模、收入规模、盈利能力等各方面优势都很大，重组以后的市场依然是结构失衡的市场，未来一两年内无法改变市场失衡格局。

对于重组以后三家能力对比，中国移动在移动语音和数据方面占优，但是中国电信在宽带和固网上占优，新联通在几个方面都比较弱，在产品广度上中国电信占优，在渠道上中国移动更强。

本报告依据国家统计局、万方数据库、电信研究院、中国社会经济调查研究中心、国务院发展研究中心、中国经济信息网以及各省市相关统计单位提供的大量资料，对我国电信市场的全球市场、发展现状、增值业务、竞争格局、重点企业、发展趋势及战略等进行了深入分析。在对我国电信行业整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国电信行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目录 】

第一章 电信行业概述

第一节 新时期电信行业规划的定位、作用和基本内容

- 一、电信行业规划是国家综合规划的重要组成部分
- 二、行业规划的作用
- 三、电信行业规划的基本内容中长期战略发展规划

第二节 《反垄断法》的出台对电信行业的影响

- 一、《反垄断法》不会改变电信行业竞争格局
- 二、《反垄断法》将规制电信业的垄断行为
- 三、《反垄断法》将对电信行业并购重组产生重大影响

第三节 电信资费改革分析

- 一、电信资费现状分析
- 二、电信资费热点问题分析及建议
- 三、对我国电信资费改革的思考

第二章 国际电信市场发展分析

第一节 世界电信市场发展趋势

第二节 国际电信巨头的并购分析

第三节 美国电信规制改期及其启示

- 一、美国电信业改革的三个阶段及其效果
- 二、美国的激励性规制改革
- 三、对我国电信改革的几点启示

第四节 NExT战略下的法国电信全业务运营

- 一、新形势新需求
- 二、全业务运营战略分析
- 三、财务状况分析

第五节 发达国家的电信管制机构及其启示

- 一、发达国家电信管制机构的主要模式
- 二、发达国家电信管制机构的发展趋势
- 三、发达国家电信管制机构对我国的若干启示

第六节 全球电信市场发展机遇与挑战分析

- 一、全球电信市场发展特点和趋势
- 二、面临的机遇和挑战

第三章 我国电信行业政策与发展环境分析

第一节 “十一五”我国电信业规划分析

一、电信业“十一五”规划的指导思想和发展主线

二、电信业“十一五”发展目标

三、电信业“十一五”规划中的发展重点

第二节 电信行业相关政策

一、发改委再发手机牌照

二、增值电信业务全部对外开放

三、信产部：三大措施将推进单向收费

四、信产部：全面规范互联网接入服务

五、信产部：继续积极推动《电信法》立法

六、国务院：放宽电信等行业市场准入

七、信产部与香港工商局签署信息产业合作协议

八、关于深化电信体制改革的通告

第三节 电信行业技术环境

一、3G

二、WiMAX

三、NGN

四、三网融合

第四节 电信运营企业面临的市场环境分析

第四章 中国电信运营市场发展分析

第一节 近年中国电信业发展状况回顾

一、思维从保守走向开放

二、市场从孤立走向融合

三、企业从国内走向国际

第二节 2007-2008年中国电信市场发展分析

一、2007中国电信市场分析

二、2008中国电信市场分析

第三节 外资进入电信业分析

一、进入时机的选择

二、业务领域与目标客户的选择

三、利益纠葛问题

四、股权纷争

五、文化理念上融合的难度

第四节 国内电信运营产业结构优化分析

一、电信产业的经济特征分析

二、国内电信业经济增长方式分析

三、国内电信产业结构分析

四、产业结构的合理化标准

五、电信业产业结构优化建议

第五节 电信增值服务商同业关联交易问题分析

一、问题的提出

二、关联SP不正当同业竞争的危害

三、关联SP不正当同业竞争的管制建议

第六节 我国电信运营企业信息化建设中问题分析

一、企业信息化概念

二、我国电信运营企业IT支撑系统现状

三、信息化发展趋势

四、运营企业信息化发展建议

第七节 电信企业套餐梳理关键点分析

一、套餐梳理步骤及关键点

二、套餐梳理注意问题及建议

第八节 电信运营企业的战略选择分析

一、基本竞争战略

二、集约化战略

三、一体化成长战略

四、多元化成长战略

五、电信运营企业的战略调整分析

第九节 我国电信运营商经营即时通信业务前景分析

一、运营商进军即时通信领域的主要目的

二、运营商经营即时通信业务的发展现状及目标

三、运营商经营即时通信业务发展前景分析

第五章 电信业主要业务市场分析

第一节 2007-2008我国电信基础业务分析

一、固定电话业务

二、移动电话业务

三、互联网业务

第二节 移动增值业务发展

一、移动增值业务现状和发展路径分析

二、移动增值业务产业链分析

三、3G商用将推动移动增值业务市场发展

四、移动增值业务发展分析

第三节 主要的移动增值业务

一、移动短信业务

二、手机游戏

三、手机电视

四、IVR业务

五、无线广告

六、移动定位

七、VoIP

八、IPTV

九、WAP

十、移动电邮

第六章 我国电信设备市场发展分析

第一节 我国电信设备制造业的“跨越式”发展

第二节 电信运营促进设备制造业快速增长

一、产业规模持续扩大

二、技术突破提升产业

第三节 我国电信设备厂商进军美国

第四节 主要电信设备商分析

一、华为

二、中兴通讯

- 三、阿尔卡特-朗讯
- 四、北电
- 五、摩托罗拉
- 六、诺基亚
- 七、爱立信

第七章 2007-2008我国通信设备制造综合运营数据

第一节 2007-2008年中国通信设备制造产销情况

- 一、2007-2008年中国通信设备制造产成品
- 二、2007-2008年中国通信设备制造工业总产值
- 三、2007-2008年中国通信设备制造产品销售收入

第二节 2007-2008年中国通信设备制造成本费用情况

- 一、2007-2008年中国通信设备制造销售成本
- 二、2007-2008年中国通信设备制造销售费用
- 三、2007-2008年中国通信设备制造管理费用
- 四、2007-2008年中国通信设备制造财务费用

第三节 2007-2008年中国通信设备制造资产负债情况

- 一、2007-2008年中国通信设备制造资产总计
- 二、2007-2008年中国通信设备制造负债合计
- 三、2007-2008年中国通信设备制造资本负债率
- 四、2007-2008年中国通信设备制造保值增值率

第四节 2007-2008年中国通信设备制造行业规模情况

- 一、2007-2008年中国通信设备制造企业单位数
- 二、2007-2008年中国通信设备制造全部从业人员平均人数

第五节 2007-2008年中国通信设备制造行业效益情况

- 一、2007-2008年中国通信设备制造利润总额
- 二、2007-2008年中国通信设备制造产值利税率
- 三、2007-2008年中国通信设备制造成本费用利润率
- 四、2007-2008年中国通信设备制造资金利税率
- 五、2007-2008年中国通信设备制造产成品资金占用率

第六节 2007-2008年中国通信设备制造亏损情况

- 一、2007-2008年中国通信设备制造亏损单位数

二、2007-2008年中国通信设备制造亏损企业亏损总额

第七节 2007-2008年中国通信设备制造不同规模企业主要经济指标

一、2007-2008年中国通信设备制造大型企业主要经济指标

二、2007-2008年中国通信设备制造中型企业主要经济指标

三、2007-2008年中国通信设备制造小型企业主要经济指标

第八章 3G发展分析和预测

第一节 全球3G的发展状况

一、2007年全球3G业务现状及未来趋势

（一）、全球3G发展特点

（二）、3G业务发展现状

（三）、3G业务发展趋势

二、欧美3G运营分析

三、国外运营商3G发展案例分析

四、4G(后3G)技术国内国际发展走势

第二节 中国3G市场全方位分析

一、3G价值来源分析

二、潜在用户分析

三、3G终端发展分析

四、3G网络发展分析

五、3G运营商分析

六、SP/CP商分析

七、3G业务资费及定价策略分析

第三节 3G三大标准优势分析

一、WCDMA竞争力全面提升

二、CDMA优势集中在区域市场

三、TD-SCDMA异军突起不容小视

第四节 3G业务定位分析

一、3G产业发展背景

二、发展3G的业务定位

三、3G时期品牌建设分析

四、3G定位的市场展望

第五节 我国运营商3G发展策略分析

- 一、细分市场，打造品牌
- 二、以战术市场细分为基础的差异化营销策略
- 三、建立3G精益运营模式
- 四、掌控资源，坚持共赢

第六节 “重组 3G ”加速融合支撑系统演进分析

第九章 电信行业竞争格局分析

第一节 我国电信企业竞争力比较

第二节 内外因共同促成电信企业竞争力落差分析

- 一、移动对固定的替代作用
- 二、经营效率的差距
- 三、呼唤电信法

第三节 创新竞争开拓电信新格局

- 一、电信市场风云变幻
- 二、竞争格局亟待改善
- 三、创新引领未来发展

第四节 运营商年报分析电信市场格局

第五节 电信企业核心竞争力分析

- 一、培育核心竞争力四大障碍
- 二、提升核心竞争力六大途径

第六节 电信重组后的竞争格局分析

第十章 我国电信主要运营商分析

第一节 中国电信

- 一、集团简介
- 二、新业务分析
- 三、市场战略分析
- 四、中国电信重组后的渠道之变
- 五、如何优化中国电信品牌建设

第二节 中国移动

- 一、集团简介

二、中国移动搜索市场分析

三、中国移动数据通信发展策略分析

四、中国移动互联网战略思想的三重转变

五、中国移动经营分析系统现状研究及改进策略

第三节 中国联通

一、集团简介

二、中国联通WiMAX试验网商用思路分析

三、中国联通对移动通信行业发展的促进作用分析

四、重组后中国联通的发展思路

第四节 中国卫通

一、集团简介

二、业务领域

三、发展战略

第十一章 电信行业投融资分析

第一节 电信业投资分析

一、电信投资的特点

二、电信投资来源的变化

三、电信投资趋于理性趋于平缓

第二节 电信企业融资分析

一、电信企业主要融资历程

二、电信企业上市更为改制、更为走向全球

三、目前我国电信企业融资存在的主要问题

四、对策建议

第三节 中国电信业投融资发展分析

一、投资趋于理性、平稳、融合

二、融资立足国内、关注外资

第四节 我国电信业多元化投融资分析

一、我国电信业融资历程和现状

二、电信业多元化融资势在必行

三、电信业多元化融资意义深远

第五节 电信业投资建议

- 一、投资机会
- 二、投资风险提示

第十二章 我国电信行业发展趋势及对策分析

第一节 我国电信市场的发展趋势

- 一、移动通信的发展态势
- 二、固定通信的发展态势
- 三、数据、多媒体业务及宽带网络

第二节 中国电信服务业对外开放发展趋势分析

- 一、未来中国电信服务业对外开放的政策导向
- 二、外资进入中国电信服务业前景展望

第三节 电信运营企业在转型中创新商业模式的对策分析

- 一、双边经营是运营商的必然选择
- 二、双边经营将发挥网络渠道效能

第四节 我国增值电信业务发展对策分析

- 一、政府监管方面
- 二、电信业务经营者

第五节 电信企业持续成长战略原则分析

部分图表目录

图表 2002-2010年中国即时通信用户规模及预测

图表 2003-2010年中国移动增值SP市场规模

图表 2003-2010年中国的IPTV用户

图表 2005-2010年中国移动IM市场规模

图表 2003-2009年全球移动定位市场规模

图表 2004-2008年中国移动定位市场规模

图表 2005-2008年各月电信业务收入比较

图表 2006-2008年同期长途电话通话时长构成

图表 2006-2008年同期东、中、西部净增固定电话用户

图表 2006-2008年同期东、中、西部净增移动电话用户

图表 2007-2008年同期东、中、西部电信业务收入

图表 2008年1-8月电信业务收入排名前十名的省份

图表 2008年1-8月移动短信业务量

图表 2008年1-8月电信业务收入构成

图表 2008年1-8月电信业务收入构成

图表 2008年1-8月各项业务收入同比增长率

图表 2008年1-8月固定本地与移动本地通话量比较

图表 2008年1-5月中国通信设备制造产成品

图表 2008年1-5月中国通信设备制造工业总产值

图表 2008年1-5月中国通信设备制造产品销售收入

图表 2008年1-5月中国通信设备制造销售成本

图表 2008年1-5月中国通信设备制造销售费用

图表 2008年1-5月中国通信设备制造管理费用

图表 2008年1-5月中国通信设备制造财务费用

图表 2008年1-5月中国通信设备制造资产总计

图表 2008年1-5月中国通信设备制造负债合计

图表 2008年1-5月中国通信设备制造资本负债率

图表 2008年1-5月中国通信设备制造保值增值率

图表 2008年1-5月中国通信设备制造企业单位数

图表 2008年1-5月中国通信设备制造全部从业人员平均人数

图表 2008年1-5月中国通信设备制造利润总额

图表 2008年1-5月中国通信设备制造产值利税率

图表 2008年1-5月中国通信设备制造成本费用利润率

图表 2008年1-5月中国通信设备制造资金利税率

图表 2008年1-5月中国通信设备制造产成品资金占用率

图表 2008年1-5月中国通信设备制造亏损单位数

图表 2008年1-5月中国通信设备制造亏损企业亏损总额

图表 2008年1-5月中国通信设备制造大型企业主要经济指标

图表 2008年1-5月中国通信设备制造中型企业主要经济指标

图表 2008年1-5月中国通信设备制造小型企业主要经济指标

图表 2008年1 - 4月电信业主要指标

图表 2007年1-12月中国通信设备制造产成品

图表 2007年1-12月中国通信设备制造工业总产值

图表 2007年1-12月中国通信设备制造产品销售收入

图表 2007年1-12月中国通信设备制造销售成本

图表 2007年1-12月中国通信设备制造销售费用

图表 2007年1-12月中国通信设备制造管理费用

图表 2007年1-12月中国通信设备制造财务费用

图表 2007年1-12月中国通信设备制造资产总计

图表 2007年1-12月中国通信设备制造负债合计

图表 2007年1-12月中国通信设备制造资本负债率

图表 2007年1-12月中国通信设备制造保值增值率

图表 2007年1-12月中国通信设备制造企业单位数

图表 2007年1-12月中国通信设备制造全部从业人员平均人数

图表 2007年1-12月中国通信设备制造利润总额

图表 2007年1-12月中国通信设备制造产值利税率

图表 2007年1-12月中国通信设备制造成本费用利润率

图表 2007年1-12月中国通信设备制造资金利税率

图表 2007年1-12月中国通信设备制造产成品资金占用率

图表 2007年1-12月中国通信设备制造亏损单位数

图表 2007年1-12月中国通信设备制造亏损企业亏损总额

图表 2007年1-12月中国通信设备制造大型企业主要经济指标

图表 2007年1-12月中国通信设备制造中型企业主要经济指标

图表 2007年1-12月中国通信设备制造小型企业主要经济指标

图表 2007年1-12月移动短信业务量

图表 2007年长途电话通话时长

图表 2007年电信业务收入构成

图表 2007年主要电信能力指标增长情况

图表 2000-2007年法国电信财务报表比较

图表 2003-2007年长途电话市场构成

图表 2003-2007年电信综合价格水平下降情况

图表 2003-2007年固定本地电话通话量

图表 2003-2007年移动本地电话通话时长

图表 2004-2007年短信业务发展情况

图表 2005-2007年基础电信企业的增值业务收入

图表 2005-2007年法国电信家庭、移动、办公类用户数

图表 2006-2007年IP电话发起方式

图表 2006-2007年3月月均短信业务量与同比增长情况

图表 2006-2007年中国联通营业收入与营业利润结构变化图

图表 2006年12月即时通信软件月度总覆盖用户数的市场份额

图表 2001-2006年中国移动用户增值业务市场规模

图表 2003-2006年中国的IPTV用户分布

图表 全球十大移动业务潜力市场

图表 当前融合的热点—三网融合

图表 从基于网络的业务向综合业务演进

图表 融合给管制带来的挑战

图表 传统通信运营商转型为综合信息服务提供商

图表 WiMAX与3G的技术比较

图表 电信运营商的挑战与机遇

图表 电信产业的劳动生产率和资本生产率

图表 IT支撑系统组成示意

图表 eTom Level模型

图表 未来IT支撑系统组成示意图

图表 套餐与促销的区别

图表 某电信公司套餐梳理过程

图表 NTT DoCoMo的FOMA品牌的业务内容

图表 各地移动增值业务市场的发展阶段

图表 各地运营商各个阶段的具体内容

图表 Sprint公司增值业务的核心内容

图表 网络发展与业务产品的关系

图表 国内手机游戏市场规模与增长预测

图表 基于地面广播电视网络的技术实现方式

图表 移动定位服务应用类型

图表 日韩LBS市场发展现况与趋势

图表 CDMA网络制式的几种定位技术比较

图表 GSM网络制式的几种定位技术比较

图表 GPS定位原理

图表 三种定位技术比较

图表 中国IPTV的主要运营商和业务开展情况

图表 各种DSL接入技术的速率比较

图表 IPTV业务对承载网的QoS要求

图表 承载网两种方式的比较

图表 美国3G运营商目前的3G用户数量情况

图表 Vodafone移动业务情况

图表 Hutchison的亮点业务情况表

图表 Verizon业务发展情况表

图表 Vodafone网络建设策略

图表 Vodafone终端发展策略

图表 3G价值链的主要环节

图表 3G潜在用户的年龄分布

图表 六大城市3G潜在用户收入分布

图表 3G业务定位体系框架

图表 品牌营销周期模型

图表 原联通、原网通业务范围

图表 电信企业竞争力的指标框架

图表 电信企业的市场规模比较

图表 电信企业盈利能力比较

图表 电信企业网络规模比较

图表 移动通信服务质量比较

图表 固定通信服务质量比较

图表 电信渠道结构图

图表 中国电信渠道新模式

图表 中国电信的品牌体系

图表 我的e家品牌与非品牌客户的对比

图表 政企客户固定电话用户数变化曲线

图表 CARA品牌的驱动要素

图表 移动搜索的几种形式

图表 无线搜索与互联网搜索的区别

图表 移动搜索价值链

图表 中国无线搜索市场规模及发展预测

图表 中国移动经营分析系统1.5框架

图表 北京联通WiMAX试验网网络结构

图表 重组前后三大运营商的竞争图

图表 新联通重组过程中呈现出5大问题

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45737.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）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。