



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国3G市场市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国3G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/45738.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

全球3G近年来快速成长，主要是原先困扰3G发展的终端、业务应用及盈利模式等问题都得到了较好的解决。在这种情况下，发展中国家也开始大规模启动3G市场，掀起了全球新一轮的3G许可证发放热潮。随着全球3G进入快速成长期，中国3G大规模建设的时间也是日益临近。无论从运营商自身发展的需求，还是从国家做强电信产业链的战略需要来看，3G在中国都是不可逾越的发展阶段。未来3G的数据应用所带来的爆发式增长将带来总体市场规模的增加，相关产业链均高度受益。

2008年5月24日，三部委联合发布《关于深化电信体制改革的通告》，正式宣布我国六大电信运营商将整合为三家。更重要的是，三部委首次明确，电信重组目标是发放3张3G牌照，改革重组与发放3G牌照相结合，重组完成后发放3G牌照。《通告》正式宣布，电信重组方案为：中国电信收购中国联通CDMA网（包括资产和用户），中国联通与中国网通合并，中国卫通的基础电信业务并入中国电信，中国铁通并入中国移动。根据重组方案，3G牌照最有可能的发放方式是：中国移动获得TD-SCDMA牌照，中国电信获得CDMA2000牌照，中国联通获得WCDMA2000牌照。不过，目前3G发牌的具体时间表，仍没有明确。

运营商2008年重组完成后，3G牌照也将随后发放，运营商就会各自启动3G网络的建设。2008年年底，中国的3G用户预计有40万，主要就是TD的用户。2009年底3G用户数预计达到1600万，除了TD之外，也有部分的WCDMA用户和CDMA2000用户。到了2010年年底，各运营商在全国大部分区域都有3G网络的覆盖，用户数迅速增长到1亿左右。预计到2011年年底，全国会拥有3.5亿的3G用户，占到移动总用户的38.7%。从重组进程看，3G实质性启动在2009年初可能性较大，3G项目启动将促进我国电信业资本支出的新一轮投资，2008、2009、2010、2011年我国电信业资本投资规模预计分别为2355.32亿元、2797.57亿元、3107.05亿元和3486.53亿元，同比增速分别为6.67%、18.78%、11.06%和12.21%。

本报告依据国家统计局、国家工业和信息化部、国家发改委、国家商务部、国家财政部、国务院发展研究中心、中国通信企业协会、3G移动通信行业协会等单位提供的大量资料，对我国3G市场的全球市场、发展现状、3G应用、终端市场、竞争力、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国3G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3G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 3G概述

第一节 3G定义

第二节 3G的应用分类

一、通信类业务

二、娱乐类业务

三、资讯类业务

四、互联网业务

第三节 3G产业链分析

一、3G产业链的定义

二、3G产业链环节分析

三、3G产业链特点

四、3G产业链各成员的作用

第二章 全球3G发展现状分析

第一节 全球3G商用现状及发展特征分析

一、全球3G商用稳步推进

二、3G商用呈现三大主要特征

三、无线技术融合成大势所趋

第二节 2007年全球3G业务现状及趋势分析

一、全球3G发展特点

二、3G业务发展现状

三、3G业务发展趋势

第三节 全球3G用户发展概况

一、2008年全球3G用户数量分析

二、2008年全球CDMA用户分析

三、2013年全球WCDMA用户预测

第四节 全球3G市场监测分析

一、3G管制

二、3G业务

三、3G运营

四、3G设备和终端

第五节 海外主要3G市场发展分析

一、北美3G市场

二、欧洲3G市场

三、韩国3G市场

四、日本3G市场

第六节 全球3G的发展趋势分析

一、全球3G的五大发展趋势

二、全球3G业务发展走势

第三章 3G主流技术标准综述及比较

第一节 全球主流3G标准概要

一、CDMA2000

二、WCDMA

三、TD-SCDMA

第二节 全球三种主流标准的比较

一、WCDMA与CDMA2000

二、TD-SCDMA

第三节 TD-SCDMA技术标准的发展

一、我国TD-SCDMA行业标准的制定

二、高速下行分组接入

三、上行链路增强技术

四、HSPA演进与LTE

第四节 2008年3G技术发展分析

一、2008年3G中国标准高速无线上网卡研制成功

二、2008年首家3G可视电话呼叫中心上线

三、2008年3G国际技术标准TD服务北京奥运

四、2008年3G核心网将引入ASON技术

第四章 3G业务应用分析

第一节 3G业务应用现状分析

- 一、3G引领手机产业可持续发展
- 二、3G环境下的数据业务经营
- 三、3G业务特性分析
- 四、移动互联网将成3G业务收入增长点
- 五、3G增值业务增长强劲
- 六、国外3G增值业务成功应用对我国的借鉴
- 七、3G移动电视技术和业务发展及分析

第二节 3G网络运维需求分析

- 一、3G客户特点分析
- 二、3G业务特点分析
- 三、3G网络特点分析
- 四、3G运维需求总结

第三节 3G业务的实现及发展趋势

- 一、3G业务实现体系结构
- 二、业务平台

第四节 3G业务的分阶段发展策略

- 一、3G业务的基本分类及评估方法
- 二、通信类业务分阶段发展策略
- 三、信息内容类业务发展策略
- 四、交易类业务发展策略
- 五、娱乐类业务发展策略

第五章 2008年电信重组后3G市场发展现状

第一节 2008年3G产业发展分析

- 一、3G推动国内外运营商合作
- 二、电信业重组加快中国3G产业的发展
- 三、中国3G市场蛋糕15万亿

第二节 2008年3G市场发展分析

- 一、3G及其产业市值分析
- 二、2008年中国3G手机市场正式启动
- 三、2008年3G市场发展分析
- 四、2008年3G格局初显

第三节 2008年3G牌照发放时间分析

- 一、2008年电信重组将发3张3G牌照
- 二、3G牌照发放将开启标准博弈

第四节 3G时代增值业务分析

- 一、3G时代10大增值业务分析
- 二、3G时代增值业务优质资源将成竞争重点
- 三、3G时代增值业务重视营销策略

第五节 3G时代的营销渠道管理分析

- 一、渠道管理现状
- 二、进入3G后对渠道管理的要求
- 三、NTT渠道管理案例
- 四、3G时代的渠道管理建议

第六节 3G运营模式深层分析

- 一、宣传策略
- 二、渠道策略
- 三、认清业务
- 四、定价策略
- 五、产业链建设

第六章 3G终端市场发展分析

第一节 中国3G终端市场现状分析

- 一、3G终端市场前景看好
- 二、中国企业拿下全球3G终端市场的份额分析

第二节 3G时代的移动终端发展

- 一、移动终端的发展趋势
- 二、移动终端发展中要解决的问题

第三节 3G终端市场发展现状分析

- 一、3G终端对3G发展的影响
- 二、3G终端产品发展分析
- 三、3G终端销售体系可能发生的变化

第四节 3G终端技术发展展望

- 一、多模3G终端—全球通

二、新业务要求开放的标准

三、智能化

四、安全

五、供电需求

六、接口统一、外设标准化、信息同步

第五节 3G终端的未来发展方向分析

一、多元化丰富3G终端功能支持更多3G应用

二、专业化提升3G终端性能优化3G业务体验

三、定制化3G终端与业务互动加快3G产业的发展

第七章 重组后电信运营商3G发展分析

第一节 中国新移动3G业务发展分析

一、2008年铁通并入中国移动

二、中国移动自4月1日起TD试商用放号

三、中国移动3G业务的SWOT分析

四、中国移动TD业务亮相奥运

五、中国移动3G网络试商用城市扩至38个

六、中移动推出4种国产3G资费套餐

七、3G应用给中国移动全业务运营带来新机遇

八、中国移动3G业务的策略分析

第二节 中国新联通3G业务发展分析

一、中国网通并入中国联通

二、2008年重组后WCDMA将成新联通制胜关键

三、宽带与3G业务将成为新联通发展动力

四、新联通发展目标

五、新联通未来发展思路分析

六、发展策略

第三节 中国新电信3G业务发展分析

一、中国联通C网并入中国电信

二、2008年电信重组后的竞争新格局

三、中国电信3G业务的SWOT分析

四、新电信不求大而全

五、新电信C网发展策略

第四节 四大运营商重组后的战略调整分析

- 一、中国移动（中国移动 铁通）
- 二、中国电信（中国电信 联通C网）
- 三、中国联通（中国联通G网 中国网通）

第八章 中国3G市场竞争力分析

第一节 中国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 中国3G市场竞争力发展现状

- 一、3G时代来临市场竞争加剧
- 二、系统设备商进入3G竞争格局
- 三、电信重组改变竞争格局
- 四、后重组时代电信业格局

第三节 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 未来3G行业竞争环境的分析及应对策略

- 一、现有各运营商之间的抗衡
- 二、供应者
- 三、购买者
- 四、3G替代品
- 五、潜在进入者

第九章 国际重点移动通信运营商分析

第一节 日本NTTDoCoMo公司

- 一、公司概况
- 二、业务分析

三、2008年财务分析

四、2008年在华发展分析

五、移动支付业务运作模式分析

六、NTTDoCoMo是3G先行者

第二节 日本KDDI电信公司

一、公司概况

二、2008年财务分析

三、KDDI3G成功要点分析

四、KDDI的3G营销策略

五、KDDI价格策略

第三节 AT&T

一、公司概况

二、2008年3G助力AT&T业绩增长

三、AT&T公布3G版iPhone价格结构

四、AT&T成功要点分析

五、2009年美国AT&T 3G网络升级至20Mbps

第四节 和记黄埔集团概况

一、公司概况

二、2007-2008年3G业务分析

三、H3G的3G发展策略

第五节 沃达丰集团概况

一、公司概况

二、2008年沃达丰公布业务及管理层重组计划

三、沃达丰在澳大利亚全国部署3G移动宽带

四、沃达丰3G增值业务模式分析

五、3G发展策略

第十章 主要3G网络设备提供商

第一节 华为技术有限公司

一、公司概况

二、2007-2008年3G发展分析

三、华为3G进入全球111家运营商

四、2008年华为成欧洲3G设备主要供应商

五、华为将成为全球3G设备市场第三大供应商

六、华为的3G发展策略

第二节 阿尔卡特朗讯

一、公司概况

二、2007-2008年财务分析

三、2008年公司部署太平洋列岛首个3G网

四、阿尔卡特朗讯融合创新领跑3G

第三节 中兴通讯股份有限公司

一、公司概况

二、2007-2008年财务分析

三、中兴通讯面向FMC的HLR解决方案

四、2008年成为奥运第一大3G通信设备商

五、中兴通讯跻身3G设备亚太三甲

六、中兴通讯全面发力3G市场

第四节 爱立信公司

一、公司概况

二、2008年大唐爱立信联合研发后3G

三、爱立信战略重点分析

四、爱立信3G网络运维经验和策略

第五节 诺基亚公司

一、公司概况

二、2007-2008年财务分析

三、2008年诺基亚西门子获英国3G合同

四、诺基亚积极参与中国的3G建设

第六节 LG集团

一、公司概况

二、2007-2008年财务分析

三、LG居CDMA手机全球市场首位

第十一章 我国3G行业发展趋势及投资分析

第一节 3G行业发展趋势

一、宽带化

二、网络融合

三、3G终端发展趋势分析

四、3G业务发展趋势分析

第二节 我国电信行业3G市场发展趋势

一、“十一五”调整电信竞争格局发展3G

二、2011年电信行业发展趋势

三、2011年3G行业发展预测

四、2012年3G手机电视市场发展预测

第三节 我国3G市场投资机会分析

一、3G时代无线互联网投资热情骤增

二、电信重组加速移动通信投资

三、3G发牌引领通信行业投资机会

第十二章 3G市场发展策略分析

第一节 3G时代移动运营商的手机定制策略

一、手机定制的定义

二、国外手机定制的发展现状

三、我国手机定制渐成新动力

四、我国移动运营商手机定制策略建议

第二节 3G时代电信价格管制分析

一、电信价格管制的目标

二、我国电信价格管制沿革

三、3G时代电信价格管制的建议

第三节 3G业务资费策略分析

一、数据业务为运营商制定业务资费策略带来更多挑战

二、电信业常见的资费模式

三、3G业务的具体资费模式

四、3G资费策略

五、不同市场地位运营商的3G业务整体资费策略建议

第四节 转型下的中国电信3G市场拓展策略分析

一、力推差异化业务

- 二、渠道策略
- 三、营销策略
- 四、服务策略

部分图表目录

- 图表 2006-2013年全球PND出货量和收入预测
- 图表 2008年1-4月电信业主要指标
- 图表 2007年1-7月全球3G用户发展
- 图表 2007年1-7月全球3G终端统计
- 图表 2007年第二季度全球各地区非短信数据业务收入发展
- 图表 2001-2007年日本移动用户发展
- 图表 2001-2007年日本新增3G用户
- 图表 2001-2007年NTT DoCoMo 3G用户发展与网络建设的关系
- 图表 2004-2007年上半年中国移动通信终端产品规模与增长
- 图表 2006 - 2007年联通财务数据
- 图表 2006年联通营业收入结构
- 图表 2007年联通营业收入结构
- 图表 2006年联通营业利润结构
- 图表 2007年联通营业利润结构
- 图表 2001-2007年NTT DoCoMo 3G用户的发展
- 图表 2007年日本3G用户市场份额
- 图表 2007年华为WCDMA和CDMA2000 1x EV-DO合同数情况
- 图表 2008年上半年中兴通讯国内外收入情况
- 图表 2008年上半年中兴通讯按产品分收入情况
- 图表 2008年上半年中兴通讯按地区分收入情况
- 图表 2005-2007年中兴通讯成长性分析
- 图表 2005-2007年中兴通讯现金流量分析
- 图表 2005-2007年中兴通讯经营能力分析
- 图表 2005-2007年中兴通讯盈利能力分析
- 图表 2005-2007年中兴通讯偿债能力分析
- 图表 2008年上半年中兴通讯主营收入情况
- 图表 2008年上半年中兴通讯净利润和基本每股收益情况

图表 2007年第四季度及全年诺基亚主要业绩

图表 2007年第四季度各地区诺基亚移动终端销量

图表 2007年第四季度诺基亚西门子通信公司各地区净销售额

图表 2007年各地区诺基亚移动终端销量

图表 2008年2季度诺基亚主要业绩

图表 2008年诺基亚第二季度净销售额

图表 2008年第二季度诺基亚在各地按季度统计的移动终端销量

图表 2008年第二季度诺基亚西门子通信公司各地区净销售额

图表 3G产业链

图表 3G产业链主要环节分析

图表 韩国cdma2000用户发展

图表 移动用户的消费行为特征

图表 业务使用中的次数统计

图表 主被叫业务概率

图表 工作流与业务定制的关系

图表 延伸后的技术接受模型框架

图表 CCSA的3G移动应用分类

图表 移动电视的标准

图表 两种主流地面广播技术标准比较

图表 MBMS与现有移动网络视频传输方式的比较

图表 基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表 3G运维需求分析框架

图表 通信类业务市场吸引力评估

图表 通信类业务的市场适应度评估

图表 信息内容类业务的市场适应度评估

图表 交易类业务市场吸引力评估

图表 交易类业务市场适应度评估

图表 娱乐类业务市场吸引力评估

图表 娱乐类业务市场适应度评估

图表 中国3G手机市场品牌结构图（2008年4月1日-4月10日）

图表 重组前电信业市场竞争格局

图表 重组后电信业市场竞争格局预测

图表 新联通在重组过程中5大问题

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 中国3G移动通信市场竞争合作模型

图表 NTT DoCoMo移动支付业务产业链

图表 NTT DoCoMo业务体系发展

图表 KDDI为用户设计了独具匠心的数据业务分组包月制

图表 包月制的普及带动数据业务ARPU增长

图表 包月付费使用户的相对数据流量

图表 非包月付费使用户的相对数据流量

图表 Vodafone网络建设策略

图表 Vodafone终端发展策略

图表 资费与通话量的关系图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45738.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。