



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国移动运营市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国移动运营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/45764.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

2007年是移动电话用户增长最多的一年，其中10月份新增移动电话用户813.2万户，刷新单月增长纪录。移动电话普及率达到41.6部/百人。移动电话用户中，移动分组数据用户新增1217.1万户，达到15026.4万户。移动分组数据业务的渗透率从上年底的27.5%进一步上升到30.0%。2007年，无线市话短信业务量311.2亿条，同比增长4.4%。移动短信业务量5921.0亿条，同比增长37.8%。

2007年中国移动增值服务市场规模达1050亿元，同比增长20.5%。2007年，虽然通信行业监管部门对增值业务的市场监管力度不断加大，但移动增值业务仍然获得了长足发展。面向未来，随着3G的商用，国内移动增值业务仍将保持持续增长的态势，市场前景看好。

国内移动增值市场的主要特点：在各主要业务市场规模中，SMS仍是目前移动增值收入的主体。2007年SMS（含点对点）以68.2%的市场收入份额位居第一，但其他业务对SMS的分流和替代使其增长率有所下降。而非官方WAP网站流量的增长使WAP业务成为2007年度增长最快的业务的之一，其市场规模达109.3亿，同比增长58.3%。此外，2007年MMS和CRBT业务市场规模增长率均超过50%，但由于MMS规模较小，其对移动增值服务整体市场规模影响较小。综合各业务发展可以看出，目前2G业务和2.5G业务市场规模比例约为8：2。

2008年上半年，我国电信业务总量累计完成10953.1亿元，比上年同期增长了25.9%。在固定电话业务使用量继续下滑的同时，移动通信业务使用量则高速增长。今年前6个月，无线市话小灵通的通话量明显缩减，仅为794.1亿次，比上年同期下降10.1%之多。

从用户使用的业务类型上来看，在上半年，作为“拇指经济”代表的手机短信发送量再创新高，累计达到3441.3亿条，比上年同期增长了23.3%。在通话时长方面，手机通话时长大幅增加，累计已达14176.7亿分钟，比上年同期增长33.4%。与此对照的是，我国固定传统长途电话通话时长则只有437.5亿分钟，比上年同期下降13.9%；IP电话通话时长仅为721.0亿分钟，比上年同期下降4.8%。

本报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国民经济景气监测中心、电信研究院、工业和信息化部等单位提供的大量资料，对我国移动运营市场的全球市场、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。在对我国移动运营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移动运营行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目 录 】

第一章 2007-2008年全球移动运营市场分析

第一节 2007年全球电信业发展回顾

- 一、运营商执行转型路多艰
- 二、管制者力推变革绘鸿篇
- 三、产业界多方博弈谋新天

第二节 2007年全球3G发展分析

- 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 2007-2008年全球移动运营发展分析

- 一、2007年全球电信运营商排名分析
- 二、2007年美国3大电信移动运营商竞争状况
- 三、2007年全球12大移动运营商联手推的移动支付服务
- 四、2007年国际移动运营商拟提供手机跨国汇款
- 五、2007年全球彩信业务收入规模分析
- 六、2007年日本三大移动运营商竞拍两个WiMax牌照
- 七、2008年美三大移动运营商竞相降价
- 八、2008年美国第四大移动运营商推出3G网络
- 九、2008年非洲移动运营商增加网络投资
- 十、2008年Mobily已实现与全球385个移动运营商连接
- 十一、2008年欧盟欲强制移动运营商短信漫游费降价

第四节 世界移动搜索发展现状与趋势

一、世界各国移动搜索发展概况

- (一) 英国
- (二) 日本

(三) 韩国

(四) 美国

(五) 中国

二、移动搜索的发展趋势

第五节 移动互联网的发展现状和发展趋势

一、移动互联网的特点

二、移动互联网发展现状

(一) 日本移动互联网业务发展现状

(二) 韩国移动互联网业务发展现状

(三) 我国移动互联网业务发展现状

三、发展趋势分析

第六节 全球移动运营市场预测

一、2010年全球手机电视市场用户规模预测

二、2011年全球手机信息收入预测

三、2012年西欧地区手机付费搜索广告市场收入规模预测

四、2013年全球移动运营商在4G和FMC上的投资预测

五、全球移动运营商采取不同IMS演进分析

第二章 2007-2008年中国移动通信运营产业环境分析

第一节 2007-2008年通信行业政策环境分析

一、中国政府积极推动TD-SCDMA不断成熟和商用

二、国家发展改革委进一步推进电信资费改革总体思路 and 具体方法步骤

三、《反垄断法》的出台将对电信行业发展产生重要影响

四、电信央企将上缴税后利润

五、广电将主导手机电视业务

六、中国电信重组影响中国联通用户发展

第二节 2007年中国电信行业分析

一、总体情况

二、电信用户

三、业务使用情况

四、经济效益

五、电信能力建设

六、增值电信业务

七、村通工程与农村信息化建设

第三节 2008年上半年电信行业分析

一、2008年1月电信业统计分析

二、2008年2月电信业统计分析

三、2008年3月电信业统计分析

四、2008年4月电信业统计分析

五、2008年5月电信业统计分析

六、2008年6月电信业统计分析

第三章 2007-2008年我国移动运营市场分析

第一节 2007-2008年移动运营市场发展情况

一、2007年电信企业发展情况

二、中移动欲做全业务运营商

三、2007年移动运营商细分市场推增值服务

四、2008年移动运营商掘金RFSIM

五、移动互联网是运营商业务发展重点

第二节 2007年移动通信技术发展分析

一、前向兼容：积蓄平滑演进的能量

二、技术进步：积蓄带宽升级的能量

三、应用融合：积蓄业务开发的能量

第三节 2007-2008年国内移动终端市场发展现状及趋势

一、我国移动终端市场的规模及特点

（一）市场规模

（二）发展特点

二、移动终端的发展现状

（一）音乐和拍照手机稳步发展

（二）智能手机步入高速发展期

三、移动终端发展趋势

（一）功能强大化

（二）单模单待向多模多待发展

（三）终端定制化

（四）操作系统开放化

四、3G时代移动用户终端选择趋向分析

（一）3G手机购买选择倾向用户细分

（二）购买3G手机主要考虑要素

（三）个性化的3G产品设计和产品推广策略

第四节 移动信息化运营的服务与资源分析

一、移动信息化业务发展遭遇瓶颈

二、移动信息化运营的服务类型分析

三、移动信息化运营的资源分析

第五节 移动运营商农村渠道发展分析

一、农村渠道现状

二、农村渠道发展模式

三、农村渠道的管理

第四章 中国移动增值业务发展分析

第一节 移动增值业务发展概况

一、移动增值服务特点凸现

二、移动增值业务产业链分析

三、移动增值业务在各类增值业务中处首要位置

四、移动增值应用情况

五、我国将重点发展移动增值及宽带三大增长业务

第二节 2007年移动增值业务市场发展情况

一、娱乐业务，日益走向普及

二、商务应用，成为新的热点

三、行业应用，渗透步伐加快

第三节 移动增值业务发展趋势分析

一、移动增值业务将多元化发展

二、国内移动增值业务市场前景看好

三、手机增值业务市场的发展方向

四、多媒体视频是增值业务的发展方向

五、移动增值进入跨媒体融合时代

六、国内移动增值业务发展走势

第四节 移动增值业务发展策略

- 一、移动增值业务的特点
- 二、移动增值业务发展中面临的问题
- 三、移动增值业务发展策略
 - (一) 对于政府监管层面
 - (二) 对于运营商
 - (三) 对于设备厂商

第五章 2007-2008年3G业务分析

第一节 3G全球和我国的发展状况简介

- 一、十一五政策导向
- 二、信产部对我国3G市场预测
- 三、各大运营商对3G建设的部署

第二节 2007-2008年3G 发展定位

- 一、技术标准的比较
- 二、技术成熟性
- 三、系统容量和覆盖比较
- 四、基站和终端价格
- 五、利益相关者分析

第三节 2007-2008年3G牌照

- 一、经营好2G基础上，再发3G牌照
- 二、3G牌照发放时间预测

第四节 2007-2008年3G网络规划

- 一、3G网络规划原则
- 二、3G网络规划实施步骤
- 三、网络目标容量
- 四、3G基站容量分析

第五节 2007-2008年3G市场发展分析

- 一、中国3G手机市场购买潜力调查分析
- 二、2007年TD-SCDMA发展分析
- 三、2007年香港3G用户数分析
- 四、2007年3G与业务转型

- 五、2007年中国手机市场打响3G前哨战
- 六、2008年中国3G网络现状分析
- 七、2008年一季度亚太地区3G用户规模分析
- 八、百度联手诺基亚布局中国3G市场
- 九、中国3G标准首次进入欧洲市场

第六章 2007-2008年短信彩铃业务分析

第一节 2007-2008年短信业务发展分析

- 一、2007年移动短信业务量分析
- 二、2008年上半年移动短信业务量分析
- 三、移动电邮将逐步取代短信服务
- 四、信产部将统一短信寻址行业数据库
- 五、2013年全球手机短信销售额预测

第二节 彩信业务发展现状

- 一、现有彩信业务类型的分析
- 二、2007年第四季彩铃彩信收入分析
- 三、移动新一期彩信扩容

第七章 2007-2008年WAP业务分析

第一节 国际WAP业务发展分析

- 一、全球3G网络部署推动WAP发展
- 二、欧美WAP业务发展分析
- 三、日韩WAP模式分析
- 四、视频类、娱乐类业务仍是热点

第二节 2007-2008年中国WAP发展现状

- 一、2007中国无线互联网WAP用户行为分析
- 二、2007年第4季度中国移动WAP 市场规模分析
- 三、2007年非官方WAP门户对流量贡献分析
- 四、2007-08年移动搜索WAP站点用户请求量分析
- 五、2008年第1季度中国官方WAP市场分析
- 六、2008年中国首家商务WAP门户上线

第三节 中国WAP市场投资状况与前景分析

- 一、中国WAP的投资特点
- 二、国外投资趋势预测
- 三、GPRS + WAP是中国移动互联网市场理想的模式

第四节 WAP市场发展趋势

- 一、中国无线互联网用户将超传统互联网
- 二、3G时代WAP将迎来爆发期
- 三、2008年移动互联网八大发展趋势

第八章 IVR业务分析

第一节 国内IVR市场发展现状

- 一、IVR业务谋求变革
- 二、IVR语音增值业务分析

第二节 IVR业务市场状况及竞争分析

- 一、整体市场情况介绍
- 二、市场竞争分析
- 三、固话IVR业务市场状况及分析

第九章 移动位置服务（LBS）分析

第一节 国外移动定位业务发展分析

- 一、国外移动定位业务发展概况
- 二、全球移动定位业务市场规模
 - （一）北美移动定位业务市场分析
 - （二）欧洲移动定位业务市场分析
 - （三）日本移动定位业务市场分析
 - （四）韩国移动定位业务市场分析
- 三、运营商开展移动定位业务的经验
- 四、发展移动定位业务的建议

第二节 移动定位服务应用发展现状分析

- 一、移动定位服务应用类型
- 二、全球定位应用服务市场发展
- 三、LBS技术的实现与创新

第三节 移动位置服务市场发展分析

- 一、中国市场对移动位置服务（LBS）有强烈需求
- 二、2007年中国LBS市场分析
- 三、移动联通大规模启动定位服务
- 四、手机导航市场潜在规模分析

第十章 2007-2008年手机游戏业务发展分析

第一节 手机游戏业务概述

- 一、手机游戏的类型
- 二、手机游戏产业链及收费模式
- 三、手机游戏市场驱动力量分析

第二节 2007-2008年手机游戏市场发展分析

- 一、2007年中国手机游戏市场状况
- 二、2007中国手机游戏行业复苏
- 三、北京手机游戏占全国15%市场份额
- 四、2008年第1季度中国JAVA/BREW手机游戏市场分析
- 五、2008年2季度中国JAVA/BREW手机游戏市场
- 六、2008年手机游戏产业面临的机遇与挑战
- 七、2008年手机制造商纷纷推出新款游戏手机

第三节 2008年手机游戏用户调查分析

- 一、2008年中国游戏手机市场用户不同年龄段分布对比
- 二、2008年中国游戏手机市场用户不同职业分布比例
- 三、2008年中国游戏手机市场用户样本区域分布状况
- 四、2008年中国游戏手机市场用户不同品牌手机分布比例
- 五、2008年中国游戏手机市场用户是否用手机玩过游戏
- 六、2008年用户每次玩手机游戏大约花费的时间
- 七、2008年中国游戏手机市场用户操作平台调查
- 八、2008年中国游戏手机用户手机游戏内容的主要来源
- 九、2008年中国游戏手机内置游戏的种类调查
- 十、2008年中国游戏手机用户喜欢的非手机内置游戏调查

第四节 手机游戏业务的发展趋势

- 一、手机游戏市场潜力分析
- 二、2010年我国手机游戏市场预测

三、2011年中国手机游戏市场发展预测

四、2012年全球手机游戏市场规模预测

第十一章 2007-2008年手机电视业务分析

第一节 2007-2008年手机电视业务发展分析

一、2007年手机电视抢滩北京奥运

二、2008年手机电视市场规模分析

三、手机电视运营借鉴全球经验

四、2008年手机电视国标争议声中审定

五、2008年手机电视标准规划出炉

六、2008年中兴即将推出首款TD手机电视

第二节 手机电视产业化发展问题分析

一、手机电视技术实现方式

二、手机电视传输技术标准

三、手机电视视音频编解码标准

四、手机电视业务平台基本组成

五、手机电视产业化发展驱动因素

六、手机电视产业化发展面临问题

第三节 手机电视业务的发展趋势

一、三网融合不可避免

二、用户规模逼近有线电视用户

三、市场规模不断膨胀

四、手机媒体可能成为最强势的新媒体

五、2010年中国手机电视发展预测

六、2010年全球手机电视市场发展预测

第四节 手机电视产业化发展策略

一、遵循有关监管政策

二、确定手机电视行业标准

三、发展手机电视技术

四、培育用户

五、树立内容为王的经营策略

六、打造合作共赢的产业链

- 七、探索运营模式
- 八、创新赢利模式
- 九、采取多样化计费方式

第十二章 2007-2008年中国新兴移动增值业务市场分析

第一节 移动即时通信业务市场

- 一、2007年移动IM市场规模分析
- 二、2008年即时通信市场竞争分析
- 三、2008年即时通信使用率分析
- 四、三大运营商各自垄断
- 五、移动IM发展瓶颈分析

第二节 无线广告业务市场

- 一、无线互联网广告盈利模式分析
- 二、2008年中国无线广告市场规模分析
- 三、无线广告面临困局
- 四、2008年全球无线广告开支分析
- 五、无线广告营销“无限”
- 六、无线广告业务市场潜力分析

第三节 移动视讯业务市场

- 一、联想发布手机视频战略
- 二、移动音乐下载收入增幅缓慢
- 三、国内视频业务市场期待爆发式成长

第四节 其它移动增值业务市场

- 一、手机电邮市场
- 二、手机搜索市场
- 三、手机阅读市场
- 四、手机动漫
- 五、手机报
- 六、移动博客
- 七、手机二维码业务

第十三章 2007-2008年中国移动通信竞争分析

第一节 2007-2008年中国移动通信市场竞争格局

- 一、移动运营商面临全业务运营竞争
- 二、打造移动通信产业的整体竞争力
- 三、电信业重组下移动通信竞争空前激烈

第二节 3G时代移动通信有效竞争分析

- 一、有效竞争需要具备三个特点
- 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

第三节 移动通信市场竞争策略分析

- 一、移动通信市场竞争态势
- 二、规划移动公司竞争战略
- 三、制定移动公司竞争策略

第十四章 2007-2008年国内主要移动运营商分析

第一节 中国移动

- 一、2007-2008年财务分析
- 二、重组新格局分析
- 三、3G应用带来新机遇
- 四、中国移动运营商欲争得4G标准主动权
- 五、中国移动TD发展策略

第二节 中国联通

- 一、2007-2008年财务分析
- 二、2008年业务数据分析
- 三、2008年中国联通CDMA业务出售分析
- 四、中国联通实现全国31省市全网GPRS升级

第三节 中国电信

- 一、2007-2008年财务分析
- 二、小灵通转网分析
- 三、中国电信C网发展预测
- 四、中国电信移动战略分析

第四节 中国网通

- 一、2007-2008年财务分析
- 二、2008年上半年服务质量分析

第十五章 移动运营行业发展趋势及策略分析

第一节 移动通信产业未来发展趋势

- 一、重在从传统的通信产业转变为信息通信产业
- 二、3G的发展趋势和应用
- 三、差异化的业务会带来更多的用户和业务收入

第二节 移动互联网智能终端融合发展趋势

- 一、低端智能手机 应用服务
- 二、高端智能手机 应用服务
- 三、差异化服务 定制终端

第三节 固网运营商发展移动业务战略分析

- 一、突出业务新体验
- 二、凸现固网移动业务特色
- 三、细分市场进行针对性营销
- 四、手机定制确保业务支撑

第四节 电信运营商国际化战略分析

- 一、目标市场评估
- 二、内部资源和能力的评估
- 三、国际化战略选择
- 四、国际化模式选择

第五节 3G时代移动运营商的手机定制策略

- 一、国外手机定制的发展现状
- 二、我国手机定制渐成新动力
- 三、我国移动运营商手机定制策略
 - (一) 制定手机规范，主导终端产业链
 - (二) 增加手机品种，满足用户个性需求
 - (三) 定制低端手机，迅速启动市场

第六节 移动运营商在固定移动融合形式下的发展策略

- 一、FMC的特征
- 二、全球FMC的发展现状

三、移动运营商的发展思路和模式

部分图表目录

图表 2008年1-6月全国移动短信业务量

图表 2006-2008年Q1中国WAP业务整体市场规模及环比增长率

图表 2007-2008年Q1手机游戏市场季度规模

图表 2007-2008年Q2中国手机游戏市场季度市场规模

图表 2008 - 2012年中国TD-SCDMA用户数预测

图表 2004-2010年中国移动增值服务市场规模预测

图表 2006-2010年全球彩信收入规模

图表 2006-2010的全球手机电视用户规模及预测

图表 2006-2011年全球手机信息收入规模及增长情况

图表 2007-2012年西欧地区手机付费搜索广告市场收入规模及增长情况

图表 2008年1月全国电信业主要指标完成情况

图表 2008年1月全国电话用户分省情况

图表 2008年2月全国电信业主要指标完成情况

图表 2008年2月全国电话用户分省情况

图表 2008年3月全国电信业主要指标完成情况

图表 2008年全国第一季度电信业主要通信能力

图表 2008年3月全国电话用户分省情况

图表 2008年4月全国电信业主要指标完成情况

图表 2008年4月全国电话用户分省情况

图表 2008年5月全国电信业主要指标完成情况

图表 2008年5月全国电话用户分省情况

图表 2008年6月全国电信业主要指标完成情况

图表 2008年全国第2季度通信行业主要通信能力

图表 2008年6月全国电话用户分省情况

图表 2008年第2季度全国通信水平分省情况

图表 2008年中国游戏手机市场用户不同年龄段分布对比

图表 2008年中国游戏手机市场用户不同职业分布比例

图表 2008年中国游戏手机市场用户样本区域分布状况

图表 2008年中国游戏手机市场用户不同品牌手机分布比例

图表 2008年中国游戏手机市场用户是否用手机玩过游戏

图表 2008年中国游戏手机市场用户每次玩手机游戏大约花费的时间

图表 2008年中国游戏手机市场用户操作平台调查

图表 2008年中国游戏手机用户手机游戏内容的主要来源

图表 2008年中国游戏手机内置游戏的种类调查

图表 2008年中国游戏手机用户喜欢的非手机内置游戏调查

图表 2007-2012年全球手机游戏市场规模及增长

图表 2007-2012年全球手机电视市场规模及增长

图表 2005年-2011年中国无线广告市场规模及增长率

图表 2008年6月的用户搜索各类信息排行

图表 2003-2007年全国电信综合价格水平下降情况

图表 2003-2007年全国电话用户到达数和新增数

图表 2003-2007年全国移动电话用户所占比重

图表 2005-2007年全国移动电话用户各月净增比较

图表 2005-2007年全国固定电话用户各月净增比较

图表 2003-2007年全国无线市话用户所占比重

图表 2003-2007年全国公用、办公、住宅电话用户所占比重

图表 2003-2007年全国网民数和互联网普及率

图表 2004-2007年全国各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较

图表 2003-2007年全国固定本地电话通话量

图表 2003-2007年全国移动本地电话通话时长

图表 2007年全国长途电话通话时长

图表 2003-2007年全国长途电话市场构成

图表 2006-2007年全国IP电话发起方式

图表 2004-2007年全国短信业务发展情况

图表 2007年全国电信业务收入构成

图表 2003-2007年全国邮政、电信固定资产投资

图表 2007年全国主要电信能力指标增长情况

图表 2005-2007年全国基础电信企业的增值业务收入

图表 2007年全国电信总量、收入、投资、用户分省情况

图表 2007年全国光缆、交换机容量、电话普及率分省情况

图表 2003-2007年基础电信企业的用户、收入HHI指数

图表 2006年第一季度至2007年第二季度国内移动终端销量变化

图表 2002-2007年国内移动终端厂商销售市场份额

图表 2005-2007年运营商定制手机量及占全国移动终端销售量之比

图表 2007年国内运营商动态及定制合作伙伴

图表 2007年香港3G用户增长情况

图表 2001-2007年中国手机市场销量及增长率

图表 2004-2007年中国手机市场结构变化

图表 2007年1-12月全国移动短信业务量

图表 2007年中国非官方WAP门户市场规模

图表 2007年中国移动营业额和净利润情况

图表 2007年中国移动增值业务收入情况

图表 2007年中国移动支出情况

图表 2005-2007年中国联通成长性分析

图表 2005-2007年中国联通现金流量分析

图表 2005-2007年中国联通经营能力分析

图表 2005-2007年中国联通盈利能力分析

图表 2005-2007年中国联通偿债能力分析

图表 2008年第一季度中国联通主营收入情况

图表 2008年第一季度中国联通净利润和每股基本收益

图表 2008年上半年中国联通G网和C网累计新增数对比

图表 2008年上半年中国联通G网和C网用户规模对比

图表 2007年中国电信收入和利润情况

图表 2007年中国电信用户数情况

图表 2008年一季度中国电信各用户数情况

图表 2007年中国网通经营业绩分析

图表 2007年中国网通的宽带及互联网相关业务收入情况

图表 2008年第一季度中国网通经营业绩分析

图表 2006年全球电信运营商运营总收入50强

图表 2006年全球十大移动业务潜力市场（除美国外）

图表 2001-2006年中国移动用户增值业务市场规模

图表 2006年月度WAP用户规模

图表 2006年12月份各主要WAP站点流量排名

图表 电信运营商国际化模式

图表 部分典型运营商FMC发展现状

图表 FMC的演进方式

图表 固定-移动替代的语言业务转移示意图

图表 美国手机用户对搜索服务付费的意愿

图表 是否拥有3G手机及是否购买意向情况

图表 移动用户购买3G手机时重点考虑要素

图表 可接受的3G手机价位

图表 用户看重的手机功能

图表 用户准备购买手机时间

图表 用户购买手机渠道

图表 用户搜集信息渠道

图表 用户喜欢的促销方式

图表 价格与业务品牌用户细分

图表 电信服务类型矩阵

图表 电信服务产品的二维生成矩阵

图表 网民使用过的手机增值服务

图表 消费者是否愿意购买3G手机

图表 用户发送彩信的影响因素

图表 基于用户付费的订阅模式

图表 第三方付费的两种订阅模式

图表 全球LBS市场规模预测

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 LBS业务产业链示意图

图表 手机游戏产业链及收费模式

图表 手机电视终端的选择因素

图表 电信运营商国际化战略分析框架

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45764.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。