



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国电信营运行业投资评价报告(6月版)

一、调研说明

《2008年中国电信营运行业投资评价报告(6月版)》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/45769.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

电信运营行业是资金密集型和技术密集型行业，具有建设规模和发展速度适度超前的特点。下图是1995-2007年前电信业务收入及其同比增长率的情况。与GDP增长率相比，电信业务收入的增长率总是高于同期GDP增长率。因此，不难预测未来的电信业务收入在经济稳步增长、人民收入水平提高以及消费观念有所改变等前提下，仍将保持快速、稳定的发展态势。

2007年，我国完成电信固定资产投资2279.9亿元，同比增长4.3%。我国电信业固定资产投资占全社会固定资产投资比重从2003年至2006年一直呈下滑趋势，由2003年的3.99%降至2006年的2.01%，如图6所示。出现这种现象主要是由于电信行业近几年固定资产投资速度增长比较缓慢，2004年以前甚至有所下降，2005年以后的平均增速也只有4.5%左右，而全国固定资产投资增速保持在20%以上。需求方面，移动电话用户增幅较大，固定电话用户下滑。移动通讯资费的下调是移动电话加速替代固定电话的主要原因，移动运营商分享了中国电信行业的黄金发展阶段，而固网运营商由于市场准入的限制丧失了分享移动通讯市场迅速成长的良好时机。在固定本地电话通话量下降的同时，移动本地电话通话时长上升，2007年，移动本地电话通话时长累计达到21482.3亿分钟，同比增长35.3%，较2006年的增长率有所上升。移动本地电话通话替代固定本地电话通话的趋势显著。

短信市场继续保持高速发展，产业规模不断扩大，为其未来发展打下了坚实基础。从2002年至今，整个短信市场都在以30%以上的超高速增长。从短信业务发展的时段性看，国内的短信市场其实还处于起步阶段。现阶段，由于短信业务的收入来源主要还是基于庞大的移动手机用户，而事实上，短信业务远不止于此，其它基于互联网的即时通信类短信、固话短信等业务，也都属于短信的范畴。如今，国内其他类型的短信业务市场也逐渐成长，短信业务类型开始逐渐向多元化方向发展。对于推动短信业务发展，固网运营商无疑起到了关键作用。另外，在固话硬件基础上，固网运营商也极富创新意识，不断丰富短信业务的类型。

随着贸易的全球化，各国电信市场在全球范围内不断放开。到目前为止，全球固网方面在涵盖本地业务、长途业务和国际业务的电信基础业务领域，对外开放的国家已经超过了50%，而移动领域则达到85%之多。面对逐渐放开的电信市场，各国电信管制机构对本土电

信竞争的宏观调控也越来越严格。在成熟市场中，垄断型运营商的垄断地位正逐渐被打破，新兴运营商的进入在推进电信产业发展的同时，也为竞争者提供了转型的压力。面对市场的饱和、竞争者的蚕食，在不增量不增收的情况下，开发新的业务和利润增长点更显得尤为重要。

· 反观中国市场，同为纯固网运营商的中国电信在经历了持续、高速的发展之后也进入了发展的疲劳期。中国电信市场广阔，目前网络的发展已经达到一定规模，而用户数增长的收益已经明显无法弥补ARPU下降所带来的业务收入下降。针对这种发展趋势，中国电信毅然启动了“ChinaNet2(CN2)”的转型策略。CN2强调差异化运营的理念，提供5个等级的差异化业务。与此同时，还承载大客户VPN业务，最大限度地保障了用户体验。

· 2007年第2季度TD-SCDMA总市场规模已达到72亿人民币，随着中国移动在北京、天津、沈阳、深圳、秦皇岛、厦门、上海和广州等8城市TD-SCDMA试验网建设的开展，中国电信和中国网通的TD-SCDMA网络扩容工作也在2季度开始启动，此次扩容主要在青岛和保定的原有TD-SCDMA网络基础上进行，涉及厂家包括中兴、大唐和鼎桥。TD-SCDMA的开发，带动了我国信息通信产业薄弱环节和领域的发展。我国的信息通信产业在发展过程一直存在着一些比较薄弱的环节，例如，芯片、测试仪器和仪表等等。通过TD-SCDMA产业化的推进，在TD-SCDMA技术的带动下，我国在这些领域的实力，特别是自主研发能力得到了明显的提高。

· 2007年，我国各地区之间电信发展不均衡的问题依然存在，但中西部正在加快步伐追赶。根据信息产业部的统计数据，1-10月份，东、中、西部通信业务收入比去年同期分别增长10.9%、11.4%和12.3%。由于拥有深厚的基础，虽然东部发展速度放缓，但通信业务收入总量达到了3699.2亿元，比中西部的总和2984.2亿元还多715亿元（中部为1752.9亿元，西部为1231.3亿元）。

· 各区域间的移动电话渗透率存在较大差异，这种差异的存在意味着市场空间的存在。中西部地区移动用户数2007年前三季度同比增长均超过22%，大大高于东部地区12.82%的增速，市场潜力巨大。

· 中国电信业入世过渡期在2006年年底结束，2007年中国电信市场直面国外巨头竞争。许多海外电信巨头如沃达丰、新加坡电信、AT&T等曾表示，希望能够入股中国电信、

中国移动等基础电信运营商，介入运营。越来越多的海外运营商通过各种渠道进入我国电信运营业，这对本土运营商来说，面临着更大的业务挑战和经营挑战。

3G时代的产业链条将会更复杂，运营商处于产业链条的核心地带，如何通过构建科学、严密的合作模式来规避外部关联风险，这也将成为一个日益突出的问题。

电信增值服务是目前国内的投资热点，国内外很多投资人在密切关注这方面的投资机会，包括其中的成功故事和失败案例。目前，有三类风险值得关注：一是市场主体间不正当竞争造成的风险，简称不正当竞争风险；二是监管机构的高度管制行为给投资人造成的风险，简称监管风险；三是日常运营中可能面临的风险，简称运营风险。

分业经营的风险在急速放大，并已成为我国电信业当前最大的风险所在。渴望经营全业务，借以转型为综合信息服务商，寻找新市场空间，已经成为当前我国电信运营商的共同心声。市场需求在走向综合化、多样化、个性化、简捷化，为用户提供一站式、综合化、一揽子的解决方案，已经成为电信市场的潮流；信息技术发展走向融合，固移融合、三网融合在世界各地此起彼伏。因此，分业经营的风险在汇聚并急速放大，并已成为我国电信业当前最大的风险所在。

【 目 录 】

第一章 电信运营行业市场分析及预测 1

第一节 行业在国民经济中的地位变化 1

一、行业产业链分析 1

二、电信运营业及其上游行业在国民经济中的地位 3

三、行业投资额度变化分析 5

四、电信行业收入波动性及周期性分析 6

第二节 行业供给情况及预测 8

一、2007年电信能力建设情况分析 8

二、互联网基础资源情况分析 8

三、在建及拟建项目分析 9

四、制度供给“过剩” 9

五、2008年供给预测	10
第三节 行业需求情况及预测	11
一、电信运营用户情况统计与分析	11
二、业务使用情况分析	15
第四节 行业价格战尚未偃旗息鼓	20
一、目前电信业务的主要定价方法	20
二、互联业务的定价比较	22
三、价格战现象分析预测及应对建议	23
第二章 电信运营行业发展环境特征分析	27
第一节 2006-2007全球电信运营市场回顾	27
一、全球电信运营商涌现转型大潮	27
二、多方博弈构成新平衡	31
第二节 我国电信运营在全球中的地位	33
一、我国主要电信运营企业竞争力近几年提升	33
二、我国是全球十大移动业务潜力市场之一	34
三、2008年全球电信运营发展环境展望	36
第三节 行业政策环境分析	37
一、2007年电信运营主要政策分析	37
二、政策失衡原因分析	37
第三章 行业竞争结构分析及预测	38
第一节 电信运营竞争结构性失衡	38
第二节 行业十一五规划发展意见	39
一、新农村：从基础设施到信息资源	39
二、信息化：从广泛应用到深度开发	40
三、数字内容：从结合到丰富	40
第三节 行业重组即将优化竞争结构	42
一、国际进行行业重组以打破垄断	42
二、国内行业市场格局急需进行重组	42
三、行业重组对主要电信运营商产生的影响分析	43

第四章 电信运营行业技术发展及预测	45
一、TD-SCDMA发展对电信业的影响分析	45
二、移动WiMAX加快测试步伐	46
三、运营商加快部署NGN	48
四、2008年电信运营行业技术发展趋势预测	49
第五章 2007年关联行业运行情况分析	52
一、通信设备制造业	52
二、手机生产情况及分析	53
三、光通信设备生产情况分析 & 预测	54
四、增值服务商2007年发展情况分析	56
第六章 细分地区分析	60
第一节 中、东、西部地区发展比较	61
一、移动渗透率差异情况分析 & 预测	61
二、全国三大区域2007年行业发展情况分析	61
第二节 行业省份分布总体分析及预测	65
一、各省份电信运营主要指标总体情况一览	65
二、电信运营发展不平衡情况深入分析	68
第三节 广东省电信运营业发展 & 预测	70
一、理性竞争下的广东省电信运营业	70
二、2007年有所创新	70
三、通信类投诉2007年有所下降	70
四、2008年广东电信运营业发展展望	71
第四节 江苏省电信运营业发展 & 预测	72
一、企业创新活力充沛	72
二、信息化服务卓有成效	72
三、2008年江苏省电信运营业将有三大突破	73
第五节 浙江省电信运营业发展 & 预测	74
一、2007年保持健康发展势头	74
二、浙江电信与微软签约合作打造企业统一通信国际标准	74
第六节 山东省电信运营业发展 & 预测	75

第七章 企业分析	76
第一节 行业企业特征分析	76
一、我国电信运营企业IT支撑系统现状	76
二、信息化发展趋势	79
第二节 中国移动通信集团公司分析	82
一、企业基本情况	82
二、中国移动第三季度财报透视	82
第三节 中国联合通信集团公司分析	86
一、企业基本情况	86
二、中国联通第三季度财报透视	86
第四节 中国网络通信集团公司分析	89
一、企业基本情况	89
二、中国网通第三季度财报透视	89
第五节 中国电信集团公司分析	92
一、企业基本情况	92
二、中国电信第三季度财报透视	92
第八章 电信运营行业风险分析	96
一、海外运营商参与竞争加剧风险	96
二、3G时代运营商面临更多风险	97
三、电信增值服务商面临的风险	97
四、TD-SCDMA运营风险不容忽视	100
五、分业经营带来的风险	101
第九章 电信运营行业投资建议	103
一、电信运营行业总体投资策略	103
二、技术投资机会及投资建议	103
三、主要电信运营商投资机会及投资建议	104
附表	
表1 电信运营行业分类及代码	1

表2 修订后的1993-2007年我国GDP增长率	4
表3 2007年主要电信能力指标增长情况	8
表4 2007年互联网基础资源数量增长情况	8
表5 2007年电信行业主要在建及拟建项目	9
表6 2003-2007年电话用户到达数和新增数	11
表7 我国城镇网民与农村网民数量增长情况	15
表8 2007年长途电话通话时长	17
表9 采用完全分摊成本和长期增量成本计算互联费用比较	22
表10 采用现行成本和历史成本计算互联费用比较	22
表11 2007年全球50强电信运营商排名	33
表12 全球十大移动业务潜力市场（美国除外）	35
表13 电信运营行业十一五发展重点项目	39
表14 目前流传最多的重组版本及对主要运营商影响	44
表15 2007年1-10月行业总体经营指标	52
表16 2007年10月主要累计出口产品增长情况	52
表17 2007年10月主要累计进口产品增长情况	53
表18 各省网民数和互联网普及率	67
表19 四大电信运营商第三季度主要指标比较	85
表20 中国联通GSM业务与CDMA业务主要指标之比较	87
表21 中国电信与中国网通主要指标对比	95

附 图

图1 传统电信运营模式下的单链条结构示意图	1
图2 通信设备、计算机及其他电子设备制造业工业总产值占GDP比重变化	3
图3 2007年电信业务收入构成	4
图4 1995-2007年电信业务收入及其增长率	5
图5 2003-2011年全球电信行业投资额与增速变化情况及预测	5
图6 2003年-2007年电信固定资产投资及其占全社会固定资产投资比重	6
图7 各大行业2000-2006年收入增长率波动趋势	6
图8 通讯行业景气指数	7
图9 2003-2007年移动电话用户所占比重	11
图10 2005-2007年移动电话用户各月净增比较	12

- 图11 2005-2007年各月固定电话用户净增比较 12
- 图12 2003-2007年无线市话用户所占比重 13
- 图13 2003-2007年公用、办公、住宅电话用户所占比重 13
- 图14 2003-2007年网民数和互联网普及率 14
- 图15 2004年以来各月互联网拨号、宽带接入用户净增比较 14
- 图16 2007年我国网民年龄结构饼图 15
- 图17 2003-2007年固定本地电话通话量 16
- 图18 2003-2007年移动本地电话通话时长 16
- 图19 2003-2007年长途电话市场构成 17
- 图20 2006-2007年IP电话发起方式 18
- 图21 2004-2007年短信业务发展情况 18
- 图22 2005-2007年基础电信企业的增值业务收入 19
- 图23 2003-2007年移动运营商资费下调情况 23
- 图24 目前国内漫游费率情况和听证漫游费方案情况一览 25
- 图25 全球不同国家ARPU与ARPU/GDP Per Capital比 25
- 图26 业务融合带来的英国电信总收入反弹 29
- 图27 国外电信运营行业竞争格局均呈现寡头竞争 42
- 图28 各电信运营商收入份额对比 43
- 图29 各电信运营商利润份额对比 43
- 图30 2007年TD无线网设备份额饼图 45
- 图31 3G、WiMAX和WiFi三种技术之间的关系 47
- 图32 通信设备制造业、计算机及其他电子设备制造业投资情况 53
- 图33 各种光传送产品所处的生命周期示意图 55
- 图34 2004-2010年中国移动增值服务市场的规模情况及预测 57
- 图35 2006年移动增值业务使用调查情况 58
- 图36 各国移动电话渗透率对比 60
- 图37 我国移动电话渗透率不平衡情况 61
- 图38 2006-2007年同期东、中、西部通信业务收入比较 62
- 图39 2005-2007年同期东、中、西部新增固定电话用户比较 62
- 图40 2005-2007年同期东、中、西部新增移动电话用户比较 63
- 图41 2007年电信业务总量排名前十名的省份 65
- 图42 2007年固定电话用户排名前十名的省份 66

图43	2007年移动电话用户排名前十名的省份	66
图44	不同省份网民人数比较	68
图45	IT支撑系统组成示意图	77
图46	eTom Level模型	78
图47	未来IT支撑系统组成示意图	80
图48	中国移动2007年前三季度主要财务数据同比变化状况	83
图49	中国移动用户规模增长状况	84
图50	中国移动ARPU和MOU趋势	85
图51	2007年前三季度中国联通营业收入结构	87
图52	中国联通主要成本指标的增长情况	88
图53	中国网通电话及宽带用户规模季度发展状况	90
图54	中国网通运营收入季度发展状况	91
图55	中国网通电话及宽带用户规模季度发展状况	93
图56	中国电信营收规模及EBITDA的季度发展情况	94

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45769.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。