



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国移动运营行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国移动运营行业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/45792.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1~10月份，全国移动电话用户新增7038.9万户，达到53144.7万户，其中10月份新增813.2万户，刷新单月增长纪录。从发展趋势来看，移动电话用户增长呈加速趋势，单月新增用户数量屡创历史纪录。2006年11月，移动用户新增数量首次突破600万户，2007年5月，月度新增用户首次突破700万户，而2006年10月，月度新增用户首次突破800万户。移动用户加速增长的主要原因是，受益于移动资费水平持续下降，移动对固定电话替代效应增强。

由于增长速度加快，移动电话用户在电话用户数中所占比重的提高速度也呈加快趋势。2003年10月，移动电话用户数首次超过固定电话用户数，到2007年10月，移动电话用户数与固定电话用户数的差距拉大到16076.4万户，移动电话用户在电话用户总数中所占的比重达到58.9%，比去年末提高3.3个百分点，超过去年全年2.7%的增幅。

2007年1~10月份，全国移动分组数据用户比上年末减少613.0万户，达到13196.4万户，占移动电话用户数的比重为24.8%，比上年末下降5.1个百分点。移动分组数据用户数回调的主要原因是移动电话用户在单向收费套餐逐渐普及背景下更换套餐引起的。但值得注意的是，9月和10月，移动分组数据用户分别增加474.5万户和313.4万户，已经连续2个月大幅增加，扭转了之前三个月持续减少的态势。种种迹象表明，移动运营商通过科学设计套餐，加大营销力度，已经逐渐克服单向收费套餐调整给移动分组数据业务发展用户的负面影响，移动分组数据用户重新回到了快速增长的轨道。

移动短信业务量保持较高增长速度。1~10月，移动短信息发送量累计达到4837.7亿条，比上年同期增长37.8%，比去年全年增速放缓3.2个百分点，月均发送短信483.8亿条，高于去年全年月均358.1亿条的发送量。移动短信业务量保持较高增长速度的主要原因是移动用户的高速增长。

语音增值、移动短信、WAP等增值业务在电话用户中的渗透率快速增长。以个性化回铃业务为例，2007年1-10月，固定个性化回铃用户新增3412.9万户，达到8768.7万户，渗透率从上年底的14.6%上升到23.7%；移动个性化回铃用户新增10010.7万户，达到30672.3万户，渗透率从上年底的44.8%上升到57.7%。。

本研究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、信息产业部，全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国移动运营市场的供给与需求状况、竞争格局等进行了分析，并对国际移动运营市场、及加入WTO后中国移动运营市场变化等方面进行了深入探讨。是移动运营经营企业以及相关企业和单位、计划投资于移动运营的企业和个人等准确了解目前中国移动运营市场发展动态，把握移动运营行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品!

【 目录 】

第一章 2007-2008年中国移动通信运营产业环境分析

第一节 2007-2008年中国宏观经济发展状况分析

- 一、2007年宏观经济发展状况分析
- 二、2008年宏观经济发展趋势预测

第二节 2007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和具体方法步骤
- 三、信息产业部继续加强对信息服务市场的监管
- 四、《反垄断法》的出台将对电信行业发展产生重要影响
- 五、电信央企将上缴税后利润
- 六、审计署将从10月上旬开始对电信行业开展审计工作
- 七、广电将主导手机电视业务

第三节 2007年中国电信行业分析

一、电信业务收入

- 1、电信业务总量与业务收入总额
 - 2、电信业务收入结构分析
- ##### 二、电信固定资产投资
- ##### 三、用户发展情况
- 1、电话用户总数保持快速增长
 - 2、固定电话用户连续3个月减少
 - 3、移动电话用户保持高速增长

4、基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化

四、业务开展情况

1、移动本地电话业务对固定本地业务的替代效应持续增强

2、移动电话对固定电话长途业务和IP电话的替代效应也在加强

3、增值业务渗透率快速增长

五、四大基础电信上市公司运营情况

1、移动和固话运营商的新增用户继续出现两极分化

2、迫切需要通过重组、发放全业务牌照改变电信市场严重失衡局面

第二章 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、管制力推变革绘鸿篇

三、产业多方博弈谋新天

第二节 2007年全球移动运营发展分析

一、2007年全球彩信业务收入规模达140亿美元

二、国外移动运营商力推音乐下载服务

三、英国通信市场空前繁荣

四、Telefonica德国公司将组建低资费移动运营商

五、韩国欲引入虚拟移动运营商促进有效竞争

六、雅虎与亚洲六大移动运营商战略合作

七、日本三大移动运营商竞拍两个WiMax牌照

八、非洲VOIP挑战移动运营商

第三节 国际运营商发展动向分析

一、2007年全球电信运营商最新排名透视

二、国际电信业并购后业绩分析

三、美国3大电信移动运营商竞争状况

四、2007年上半年国际电信运营商发展情况

五、全球移动运营商采取不同的IMS演进之路

第四节 2007-2008年全球3G的发展状况分析

一、全球3G发展特点

二、3G业务发展现状

三、3G业务发展趋势

第五节 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

第六节 全球移动运营市场预测

一、全球手机短消息收入在未来三年可能下滑

二、全球手机信息类通讯收入规模08年将达到840亿美元

三、2011年全球手机信息收入将达到1087.6亿美元

四、2010年全球手机电视市场用户规模将突破2.1亿人

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、移动对固话的替代效应明显

二、移动通信市场的黄金规模增长期

三、固话运营商的痛苦转型期

第二节 2007-2008年移动运营商发展情况

一、2007年前三季度中国移动运营商业绩

二、中国移动备战TD加紧调研用户定位

三、中国移动增值服务产业合作发展透视

四、中国移动增值业务扩容

五、中国联通双网发展增值业务

六、中国电信布局移动增值业务

第三节 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

第四节 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

第五节 中国移动运营商发展策略

一、移动运营商基业长青之道

二、运营商备战增值业务市场竞争

三、移动运营商在固定移动融合形式下的发展策略

四、3G时代移动运营商的手机定制策略浅析

五、移动运营商规划下一代基站未来发展

第四章 2007-2008年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、移动增值业务发展概述

二、移动增值服务特点凸现

三、移动增值业务产业链分析

四、移动增值业务在各类增值业务中处首要位置

五、移动增值应用情况

六、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、奥运增值业务市场热点

二、国内移动增值业务市场前景看好

三、多媒体视频是增值业务的发展方向

四、3G商用将推动移动增值业务市场深化发展

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、移动增值业务发展建议

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

六、2008年3G发展定位预测

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投资规模分析与预测

一、3G基站需求规模分析与预测

二、3G设备投资市场规模分析与预测

三、3G手机市场规模分析与预测

第六节 2007-2008年我国通信固定资产投资规模预测

一、各电信运营商固定资产投资规模预测

二、国内电信固定资产投资规模预测

第六章 2007-2008年短信彩铃业务分析

第一节 短信业务发展概述

一、2007年移动短信业务量分析

二、移动电邮将逐步取代短信服务

三、国内手机短信寻址产业提速

第二节 彩信业务发展现状

一、现有彩信业务类型的分析

二、移动网内彩信降价

三、移动新一期彩信扩容

第三节 彩铃市场发展分析

一、彩铃业务市场发展状况

二、彩铃用户调查

第七章 2007-2008年WAP业务分析

第一节 国际WAP业务发展情况

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

第二节 中国WAP发展现状

一、中国WAP发展现状

二、2007上半年WAP发展分析

二、WAP服务用户分析

三、网民调研分析

第三节 2008年WAP市场发展趋势

- 一、2008年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语音增值业务研究

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

第三节 IVR业务市场调查分析

第九章 移动位置服务（LBS）分析

第一节 移动位置服务概述

- 一、移动定位业务发展概况
- 二、移动位置服务发展现状

第二节 移动位置服务市场发展状况

- 一、移动联通大规模启动定位服务
- 二、手机定位实用服务稳步推进
- 三、手机导航市场潜在规模分析

第十章 手机游戏业务分析

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
- 四、中国手机游戏商业模式

第二节 手机游戏市场发展现状

- 一、日韩手机游戏业务发展状况
- 二、国内手机游戏业务日渐崛起
- 三、手机游戏产业焦点面临井喷
- 四、无线游戏产业面临的挑战与机遇

第三节 手机游戏业务的发展趋势

- 一、手机游戏市场潜力分析
- 二、全球手机游戏市场预测
- 三、手机网游发展前景分析

第四节 手机游戏用户调查分析

- 一、用户对手机游戏的消费特征
- 二、用户对单机手机游戏产品的使用习惯和偏好
- 三、用户对手机网络游戏的使用习惯和偏好
- 四、用户对手机游戏的付费意愿
- 五、用户对手机游戏市场推广手段的偏好

第十一章 2007-2008年手机电视业务分析

第一节 手机电视业务概述

- 一、手机电视业务发展概述
- 二、手机电视的发展现状与思考
- 三、手机电视业务发展策略

第二节 手机电视业务发展状况

- 一、手机电视在美国发展情况
- 二、手机电视发展瓶颈分析
- 三、手机电视可以借鉴IPTV

第三节 手机电视业务的发展趋势

- 一、2008年手机电视市场消费需求预测
 - (一) 中国手机电视市场规模巨大
 - (二) 奥运会将是手机电视爆发的绝佳平台
 - (三) 市场消费需求即将“井喷”
- 二、2010年全球手机电视发展预测

第十二章 2007-2008年中国新兴移动增值业务市场分析

第一节 2007年中国移动通信增值业务发展现状

一、2007年前三季度全国通信行业运行状况分析

二、中国移动增值业务发展及预测

第二节 移动即时通信业务市场

一、国外移动即时通信发展现状

二、我国电信运营商经营即时通信业务前景分析

三、2007年移动IM争夺战

四、电信运营商发展IM策略

第三节 无线广告业务市场

一、2007年全球手机移动广告花费规模

二、无线广告崛起“威胁”互联网广告市场

三、无线广告争夺大战

四、无线互联网广告盈利模式盘点

五、2008年中国无线广告市场规模预计

第四节 移动视讯业务市场

一、央视联手iMEDIA推出手机视频杂志

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

第五节 其它移动增值业务市场

一、2007年移动搜索市场发展研究

二、全球移动商务发展现状及趋势

三、移动电邮发展前景

四、手机二维码业务发展态势

五、移动博客发展现状

六、手机阅读遭受版权考验

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、行业竞争有限，中移动主导市场

二、电信重组影响未来竞争格局

第二节 2006-2007年国内主要移动运营商分析

一、中国移动

- 二、中国联通
- 三、中国电信
- 四、中国网通

图表目录

- 图表：2009-2011年WCDMA 基站年度需求预测（台）
- 图表：2009-2011年TDS-CDMA 基站区域需求预测（台）
- 图表：2009-2011年TDS-CDMA 基站年度需求预测（台）
- 图表：2009-2011年3G 基站扩容规模需求预测(台)
- 图表：2009-2011年新建3G 基站规模需求预测(台)
- 图表：2009-2011年3G 基站设备价格预测（万元）
- 图表：2009-2011年3G 基站设备市场规模预测(亿元)
- 图表：2009-2011年3G 基站升级投资市场规模预测(亿元)
- 图表：2009-2011年核心网络设备投资与基站投资占比关系预测（亿元）
- 图表：2009-2011年3G 核心网络设备市场规模预测(亿元)
- 图表：2009-2011年用于3G 接入网的传输设备投资市场规模预测（亿元）
- 图表：2009-2011年PDH/SDH 传输设备投资市场规模预测(亿元)
- 图表：2009-2011年3G 网络优化设备投资市场规模预测(亿元)
- 图表：2009-2011年3G 通信设备投资市场规模预测（亿元）
- 图表：2009-2011年3G 项目投资规模预测（亿元）
- 图表：2009-2011年3G 手机市场需求分析与预测
- 图表：2009-2011年3G 手机市场需求规模预测
- 图表：2005-2011年中国移动未来几年资本投资规模预测（亿元）
- 图表：2005-2011年中国电信资本投资规模预测（亿元）
- 图表：2005-2011年中国网通资本投资规模预测（亿元）
- 图表：CDMA2000 网络规划及基站需求规模预测
- 图表：CDMA2000 基站区域需求预测
- 图表：CDMA2000 基站年度需求预测
- 图表：WCDMA 网络规划及基站需求规模预测
- 图表：WCDMA 基站区域需求预测（台）
- 图表：TDS-CDMA 网络规划及基站需求规模预测
- 图表：2006-2007年中国官方WAP业务整体市场规模及环比增长率

图表：2006-2007年空中网各季度营业收入及增长情况

图表：2005-2010年中国无线广告市场规模及增长率

图表：2005-2011年中国无线广告市场规模及增长率

图表：2006-2010年全球手机彩信收入规模

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：2006-2013年全球PND出货量和收入预测

图表：2002-2007年中国即时通讯市场规模与增长

图表：2007年第3季度中国即时通讯市场份额

图表：2007-2011年中国手机游戏趋势预测

图表：2005年H1 - 2007年H2E手机销售量及增长率

图表：2005年H1 - 2007年H2E手机销售额及增长率

图表：2007年H1重点品牌国内市场销售份额

图表：2006年H1 - 2007年H1国内手机细分产品市场结构

图表：2001-2007年中国手机市场发展趋势

图表：2002-2010年中国即时通信用户规模及预测

图表：2005-2010年中国移动IM市场规模

图表：2006-2007年中国电信业务总量与收入同比增长趋势比较

图表：2006-2007年电信各项收入同比增长趋势比较

图表：2006年10月-2007年10月全国电信业固定资产投资完成额增长情况表

图表：2006-2007年全国电信业固定资产投资完成额增长趋势

图表：2005-2007年全国电话用户用户数发展趋势

图表：1949年-2007年10月我国电话用户发展情况

图表：2006-2007年同期东、中、西部电话用户所占比重

图表：2005-2007年固定电话和移动电话用户各月新增数量走势比较

图表：2006-2007年全国固定电话用户各月净增数量走势

图表：2002-2007年无线市话用户所占比重变化情况

图表：2002-2007年公用、商业、住宅电话用户所占比重

图表：005 ~ 2007年同期东、中、西部新增固定电话用户比较

图表：2007年10月固定电话用户排名前十名的省份

图表：2000-2007年移动电话用户所占比重变化情况

图表：2005 ~ 2007年同期东、中、西部新增移动电话用户比较

图表：2007年10月移动电话用户排名前10的省份

图表：2006-2007年全国移动电话用户和移动分组用户数增长趋势

图表：2006-2007年全国基础电信企业互联网接入用户数量增长趋势

图表：2006-2007年固定本地电话通话量和移动本地电话通话时长同比增长趋势比较

图表：2006-2007年三种方式长途电话通话时长同比增长趋势比较

图表：2007年1 ~ 10月长途电话通话时长的构成情况

图表：2006-2007年移动短信月均发送量变化趋势

图表：2006-2007年各月个性化回铃业务渗透率

图表：2006-2007年四大运营商每月新增电话用户数量比较

图表：2007年11月通信业务收入排名前十名的省份

图表：2007年11月固定电话用户排名前十名的省份

图表：2007年11月移动电话用户排名前十名的省份

图表：2007年前3季度四家上市电信公司主要财务数据比较

图表：2006年10月-2007年10月移动短信业务量变化情况

图表：2006年10月-2007年10月移动短信月均发送量变化趋势图

图表：2006-2007年中国各地区移动电话渗透率对比

图表：2007Q3 移话通话时长近6000 亿分钟

图表：2007 年9 月通话时长超过2000 亿分钟

图表：2003A—2007Q1-3移动运营商价格弹性

图表：2003-2007年中国移动每月新增签约客户

图表：2003-2007年中国移动每月新增预付客户

图表：2004-2007年ARPU及MOU走势比较（当年累计数据）

图表：2004-2007年部分增值业务发展情况（当年累计数据）

图表：2007年6月底世界部分国家的移动电话普及率

图表：2008-2011年中国联通用户增长率及用户数

图表：2005-2007年联通G网和C网的ARPU 值变动趋势

图表：2005-2007年联通G网和C网的MOU值走势

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45792.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。