



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006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

《2006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/45883.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

【 描述 】

2005年，各大电信运营商财务表现趋于良性，促使运营商开始将重点从成本控制转移到投资增长。2005全年，电信业务收入达到5790亿元，比2004年增长11.2%。宽带、WiMAX、NGN、3G、PHS将成为2006年亚太市场的最大热点。目前，我国电话用户总数已居世界首位，互联网用户数居世界第二位。2005年全国固定话音业务收入达2410亿元，年增长8%左右。固定电话用户数预计新增4500万户，达到3.57亿户，年增长14.4%；其中无线市话用户预计新增2008万户，达到8530万户，年增长30.8%。

目前，电信业务发展已处于调整转折时期，业务结构将呈现多元化。未来几年电信运营市场还能发展吗？未来发展趋势如何？竞争格局怎么样变化？运营商之间该采用那种战略？我们对2006年电信的热点问题进行了深入的分析，既能够从中窥出2006年电信运营业的发展趋势全貌，也为未来5年电信业发展做出了预测。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家信息产业部、国家电子产业部、国务院发展研究中心、国家经贸委、中国邮电通信、国民经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市通信管理局、产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国移动通信运营现状、发展状况、全球运营形势等进行了全面的论述和分析。报告综合了移动通信运营的特性与我国移动通信运营的发展格局，结合我国移动通信运营现状，对其运营前景与竞争趋势做了详尽而独到的阐述。结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国移动运营行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，提出了可操作性创新建议，是移动通信运营企业、移动通信投资、移动通信运营研究单位等准确、全面、迅速了解目前移动通信运营发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。报告全文近24万字。在撰写过程中，对中国移动、中国联通、中国电信、中国铁通、中国网通、中国卫通等企业进行了具体、细致的分析，也得到了各相关单位提供的最新信息和市场情况，在此表示感谢！

【 目录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 我国电信业发展环境分析 1

第一节 我国电信发展环境分析 1

第二节 世界电信发展环境分析 4

一、国际电信运营商呈现出新特点 4

二、投资压力骤然增长竞争形势日益严峻 4

三、美国业务频传捷报欧洲扩张 6

第三节 我国电信发展思路分析 7

一、保持健康发展，确保目标实现 7

二、重视区域特色，促进协调发展 7

三、加强法规建设，强化引导监管 8

四、鼓励改革创新，提升综合实力 8

五、推动"走出去"，提高国际竞争力 9

第四节 我国电信发展回顾 13

一、科学发展观带来竞争观念大转变 14

二、政府倾力营造理性竞争大环境 14

三、企业致力于业务创新谋求大发展 15

第二章 我国移动运营产业发展情况 17

第一节 我国电信行业发展情况 17

一、中国运营市场现状 17

二、我国通信运营市场呈现的趋势 18

三、未来的电信市场分析 19

四、新一代移动通信系统的关键技术 21

第二节 我国电信业务发展特点分析 23

一、电信业务增长量 23

二、农村电话的普及率 26

三、西部电信特点 27

四、电信业的发展展望 28

第三节 我国移动通信设备市场发展情况 28

一、中国移动通信市场现状分析 28

二、中国移动通信市场趋势 32

三、中国移动通信服务分析	39
四、GSM-Modem 短信猫的市场和性能分析	46
五、中国移动通信服务分析	50
第四节 CDMA发展分析	75
一、CDMA用户情况	75
二、CDMA发展趋势	77
三、CDMA的发展前景	79
第五节 TD-SCDMA	80
一、芯片厂商力推新产品	80
二、商用化进入冲刺阶段	81
三、下一代演进迫在眉睫	83
第六节 我国电信制造业发展情况	83
一、高科技为发展奠基	84
二、于细微处提升服务质量	84
三、主动出击为发展探路	84
第七节 通信行业运行状况分析	87
一、电话用户发展	87
二、业务结构分析	88
三、地区发展比较	90

第二部分 市场现状分析

第三章 国外移动运营行业发展情况及对比分析 93

第一节 全球移动通信市场分析 93

- 一、全球移动通信市场现状 93
- 二、亚洲电信发展趋势 98
- 三、移动资费分析 100
- 四、电信把握"成本原则" 101

第二节 我国电信行业国际竞争力分析 103

- 一、电信业国际竞争力 103
- 二、我国电信业国际竞争力现状 104

第三节 提升我国电信国际竞争力对策 105

- 一、运营商竞争策略 105

二、在未来电信市场 108

第四节 中国移动通信业的优劣分析 109

一、中国移动运营商的劣势 110

二、中国移动运营商的优势 112

第五节 移动通信运营市场利润分析 113

一、不同业务，不同价格，不同利润 113

二、细化通信业务，控制价值链，获取高利润 114

三、细分消费行为，量价配合，保持利润水平 115

第六节 中国电信企业战略分析 116

一、固定电话运营商的现状与困境 116

二、固定电话运营商的困境 117

三、固定电话运营商的发展规律及趋势 119

四、中国电信企业战略转型的必然性 121

第四章 3G市场发展预测 126

第一节 全球3大3G标准技术性比较分析 126

一、规模全面预测 127

二、主流3G标准概要 134

三、三种主流标准的比较 136

第二节 3G重塑移动运营市场竞争 139

一、3G全程全网覆盖的宽带移动通信系统 139

二、全球3G商用状况 140

三、3G对运营商的影响 140

四、手机市场的增长分析 141

五、网络维护优化 141

第三节 3G技术的发展及应用 142

一、3G开始迈入大众市场 142

二、中国3G建设分析 143

三、韩国市场 144

第四节 我国3G发展投资 145

一、3G将带来ARPU值的增长 145

二、3G收益将逐步显现 148

三、3G网络建设投资 150

第五节 移动运营商3G商业模式分析 152

一、商业模式的概念 152

二、商业模式分类 152

三、未来移动运营商竞争的焦点 153

第六节 中国3G市场前景分析 155

一、移动通信蜂与窝移动通信 156

二、整个蜂窝移动通信与3G移动通信 156

三、3G对中国移动业务的影响 158

第七节 3G价值链分析 159

一、3G的业务价值链 160

二、网络运营商 160

三、内容提供商和增值服务提供商 162

四、网络设备供应商 163

五、终端设备厂商 164

第三部分 竞争格局分析

第五章 我国主要电信运营商发展情况 165

第一节 中国移动 165

一、中国移动SWOT分析 165

二、我国移动资费标准 168

三、移动市场竞争策略 171

第二节 中国联通 176

一、联通发展概况 176

二、中国联通市场营销发展分析 177

三、中国联通财务分析 183

第三节 中国电信 186

一、中国电信企业的SWOT分析 186

二、电信资费改革 187

三、电信价格竞争 189

第四节 中国网通 194

一、网通发展分析 194

二、网通竞争力 195

第五节 中国铁通 197

一、铁通市场定位 197

二、铁通未来发展战略 198

第六节 中国卫通 200

一、中国卫通发展趋势 200

二、卫通发展战略分析 201

第六章 电信运营竞争力分析 202

第一节 电信业的重复建设和有效竞争 202

第二节 电信运营商竞争策略转移分析 204

一、运营商竞争策略的转移 205

二、运营商之间的竞争理性 206

三、在未来电信市场竞争 207

四、电信市场竞争新问题 207

第三节 中国电信运营市场回顾与展望 208

一、电信运营市场主要特征 208

二、电信市场发展主要影响因素分析 213

第七章 中国移动通信行业竞争态势 215

第一节 移动运营商的竞争变局 215

一、竞争背景 215

二、资费新政的目的 215

三、对移动运营商的影响 216

四、移动运营商的对策 221

第二节 中国移动通信市场竞争形势 226

一、当前中国移动通信业的竞争形势 226

二、对中国移动通信业竞争的博弈分析 228

第八章 移动运营市场竞争策略 230

第一节 传统运营商竞争策略 230

一、根据业务和用户设置与调整组织机构 230

- 二、大力实施全球化策略 231
- 三、实施公司品牌归一策略 231
- 四、移动和互联网成为投资重点 232
- 五、业务新增长点 232
- 第二节 市场细分策略 233
 - 一、电信市场细分程序和方法 233
 - 二、电信企业的品牌营销策略 234

第四部分 技术与业务发展

第九章 WLAN技术发展情况 237

- 第一节 WLAN技术 237
- 第二节 WLAN制造测试技术的发展 243
- 第三节 Wi-Fi技术解析 247
 - 一、"Wi-Fi" (Wireless Fidelity) 247
 - 二、"无线局域网" (Wireless LAN, WLAN) 248
- 第四节 Wi-Fi四大技术发展趋势辨析 249
 - 一、网络配置趋向智能化 250
 - 二、网络结构趋向标准化 251
 - 三、位置感知趋向精确化 252
 - 四、网络漫游趋向广泛化 253

第十章 移动增值业务分析 255

- 第一节 增值业务市场分析 255
 - 一、增值业务发展概况 255
 - 二、运营商未来增值业务 257
 - 三、未来3G的竞争焦点在增值业务 258
- 第二节 影响增值业务发展的因素及对策分析 260
 - 一、影响增值电信业务发展的因素 260
 - 二、促进增值电信业务发展的对策 262
 - 三、中国移动增值业务分析 265
- 第三节 短信息市场分析 270

一、中国短消息市场经济发展分析 270

二、市场前景预测 272

第四节 移动智能网技术浅析 272

一、移动智能网的概念 272

二、CAMEL与WIN 273

三、移动智能网的发展趋势 276

第五节 移动数据业务发展状况和前景展望 277

一、中国的移动数据业务发展现状 277

二、未来移动数据业务的特征与架构 278

三、中国的移动数据业务前景展望 279

第十一章 小灵通的发展及影响 285

第一节 小灵通的优势及在我国发展现状 285

一、小灵通市场现状 285

二、小灵通的优势 287

三、PHS的市场需求分析 287

第二节 3G发牌对小灵通的影响 289

一、小灵通用户向3G时代的过渡 289

二、小灵通仍扩大投资分析 292

第三节 小灵通增值业务的机遇与挑战 293

一、台湾小灵通增值业务缘何成功 293

二、内地小灵通增值业务 295

三、小灵通用户市场 297

四、小灵通增值业务发展前景 298

第五节 我国小灵通业务发展策略 300

第六节 2006年小灵通市场发展态势 302

一、机型：匮乏之痛 302

二、销售：利益之伤 302

三、发展的瓶颈 303

四、小灵通增长趋势 304

第十二章 移动通信资费分析 305

第一节 现行移动通信资费状况与改革分析 305

一、通讯资费现状分析 305

二、移动寻求资费改革之路 307

三、资费的改革分析 308

第二节、资费套餐 310

一、资费套餐的由来 310

二、资费套餐奶酪说 311

三、使资费套餐成为奶酪建议 313

第三节 小灵通资费标准 316

第四节 单向收费趋势 317

第五部分 行业发展趋势

第十三章 移动运营商未来发展与展望 321

第一节 电信运营商国际化的战略选择 321

一、电信运营商国际化的战略分析 321

二、电信运营商国际化的战略选择 323

第二节 移动通信技术发展趋势分析 324

一、美国3G发展趋势 324

二、对未来通信技术的分析 325

第三节 宽带移动通信的关键技术 326

一、未来宽带移动通信系统要求 326

二、有关宽带移动通信的关键技术 327

第四节 宽带产业发展趋势 331

一、宽带是一种生活的事实 331

二、IPTV和VOD的试验年 331

三、VOIP：有线造就其绝大部分 332

四、WiMAX：更现实的期待 333

五、一体化趋势 334

第十四章 我国电信行业走势分析 337

第一节 我国电信业发展前景分析 337

一、电信业未来发展前景 337

二、全球规模及预测	337
三、3G继续备受关注	338
四、农村通信市场分析	339
五、基础电信资费改革	341
第二节 我国电信监管政策走势分析	344
第三节 中国电信投资趋势分析	348
一、电信对经济的贡献	348
二、电信企业重组	349
三、SMS与MMS分析	350
四、彩铃业务与游戏业务分析	350
五、宽带发展特点突出	351
六、手机需求个性化	351
七、电信投资特点	351
第四节 我国电信企业价格分析	352
一、导致电信市场价格战的原因	352
二、政府管制中应注意的问题	357
三、企业经营中应对价格战的策略	358
第五节 全球电信普遍服务深度分析	359
一、全球电信普遍服务发展成效	359
二、全球电信普遍服务主要实践	360
三、普遍服务内涵不断演化	361
四、全球电信普遍服务形势依然严峻	362
五、政府作用不可或缺	364

图表目录

图表：中国电信服务业WTO时间表	3
图表：2005年12月固定本地与移动本地通话量比较	13
图表：2005年1-12月固定本地与移动本地通话量比较	13
图表：电信运营产业供应链的产品流	18
图表：电信运营产业供应链的资金流	18
图表：2005～2010年中国移动用户数预测	21
图表：2000～2005年中国移动通信的发展趋势	32

图表：2000～2005年中国GSM用户与CDMA用户的增长趋势 33

图表：2000～2005年中国CDMA发展趋势 34

图表：2000～2005年中国移动通信发展趋势 35

图表：2005年我国主要通信设备公司销售情况 38

图表：2005年消费者对网点服务内容的使用率 40

图表：2005年消费者对服务主体的满意度评分 41

图表：2004-2005年消费者对增值服务内容的使用率 42

图表：1995-2005年非洲地区GSM用户增长图 49

图表：2005年消费者对网点服务内容的使用率 50

图表：2005年消费者对服务主体的满意度评分 51

图表：2004-2005年消费者对增值服务内容的使用率 52

图表：2005年1-12月北京通信设备制造北京市合计 57

图表：2005年1-12月通信设备制造天津市合计 58

图表：2005年1-12月上海通信设备制造上海市合计 60

图表：2005年1-12月通信设备制造江苏省合计 62

图表：2005年1-12月通信设备制造四川省合计 64

图表：2005年1-12月通信设备制造辽宁省合计 66

图表：2005年1-12月通信设备制造山东省合计 67

图表：2005年1-12月通信设备制造湖北省合计 69

图表：2005年1-12月通信设备制造湖北省合计 71

图表：2005年1-12月通信设备制造广东省合计 73

图表：中国联通CDMA用户发展情况 76

图表：2005年1-12月通信设备制造累计产品销售收入 84

图表：2005年通信设备制造累计产品销售成本 86

图表：2002-2005年个月通信业务收入比较 87

图表：2002-2005年固定电话用户个月净增比较 87

图表：2002-2005年移动电话用户个月净增比较 88

图表：2005年1月电信业务收入构成与2004年1月比较 89

图表：2005年1月个项业务收入同比增长率 89

图表：2003-2005年同期长途通话时长构成 90

图表：2004-2005年同期东、中、西部通信业务收入 91

图表：2003-2005年同期东、中、西部固定电话用户新增 91

图表：2003-2005年同期东、中、西部移动电话用户新增 91

图表：2005年通信业务收入排名前十位的省份 92

图表：新增固定电话用户排名前十位的省份 92

图表：新增移动电话用户排名前十位的省份 92

图表：预计2007年全球通讯市场份额分布 103

图表：2005年通信设备制造累计产品销售收入比去年同期增长 124

图表：3G潜在用户市场规模预测 127

图表：运营商内部创新 128

图表：3G设备投资规模预测 130

图表：2006~2008年中国手机用户数预测 133

图表：2006~2008年中国3G终端销售预测 133

图表：2006~2008年中国3G终端销售预测 134

图表：2005年8月全球不同制式3g终端种类情况 139

图表：NTTDOCOMO用户ARPU值变化 145

图表：3G建设成本构成 147

图表：2005-2008年我国3G设备市场规模变化预测 148

图表：2005-2010我国3G网络投资收益预测 148

图表：中国联通3G投资预测 150

图表：中国移动3G投资预测 150

图表：中国电信3G投资预测表 150

图表：2G-3G产业价值链裂变和细化 154

图表：全球通资费标准 168

图表：中国移动的品牌体系 175

图表：中国联通的品牌体系框架 177

图表：联通与中国移动新增用户比较 179

图表：联通GSM与CDMA新增用户比较 180

图表：联通与中国移动用户ARPU比较 180

图表：2004-2005年中国联通每股指标 183

图表：2004-2005年中国联通利润构成 184

图表：2004-2005年中国联通获利能力 184

图表：2004-2005年中国联通经营能力 185

图表：2004-2005年中国联通资本结构 185

图表：2004-2005年中国联通发展能力 185

图表：2004-2005年中国联通资金流量 185

图表：我国电信业务收入增长预测 192

图表：2005年2月电话用户分省情况 192

图表：中国电信的品牌体系 194

图表：中国网通的品牌体系 195

图表：2004-2005年中国网通PHS设备投资 197

图表：2000-2009年电信业务收入发展趋势 209

图表：2000-2009年电话用户发展趋势 209

图表：2000-2009年电信投资发展趋势 210

图表：2000-2009年移动通信收入及其占电信收入比例变化趋势 210

图表：2000-2009年数据通信收入及其占电信收入比例变化趋势 211

图表：国外运营商的发展趋势 221

图表：传统运营商SWOT分析 231

图表：电信品牌塑造类别及优劣势分析 235

图表：基于黄金射频的制造系统 244

图表：集成化的WLAN测试装置制造系统 244

图表：2006年不同传输速率的全球城域网市场份额预测 249

图表：2002-2006年美国光城域网业务年收入及预测 251

图表：2006年不同国家移动媒体收入情况预测 259

图表：2005年1-8月通信设备制造资本保值增值率 268

图表：2005年1-8月通信设备制造资金利润率 269

图表：2005年2月通信行业主要业务量完成情况 280

图表：2005年通信设备制造资本保值增值率最好水平 282

图表：2005年1-12月各项业务收入同比增长率 283

图表：2005年1-12月通信设备制造去年本月止累计利润总额 284

图表：PHS的技术比较 288

图表：小灵通用户的构成 288

图表：广东动感地带2005年5月-11月资费标准 310

图表：广东联通2005年5-10月如意南粤卡资费标准 310

图表：联通uni七大资费套餐 314

图表：上海电信推出了A、B两种9类套餐 315

图表：单纯降价和资费套餐差异 315

图表：2005年8月移动什么资费套餐 316

图表：2005年小灵通通话基本资费 316

图表：2005年亲情全家福业务资费 316

图表：2005年小灵通增值业务资费 317

图表：2005年广州移动单向收费方式 317

图表：2005年广州联通单向收费方式 318

图表：2005年1-12月通信设备制造累计利润总额 319

图表：国际市场象限划分 322

图表：中国电信业国际竞争力的优势和劣势 323

图表：不同象限的典型国家 323

图表：宽带门户网站的总体监测结果 334

图表：宽带门户网站的总体监测结果 335

图表：网站功能监测结果 335

图表：宽带门户网站功能监测结果 336

图表：2005年8月中国电信宽带价格 336

图表：2002-2006年中国和全球电信运营市场规模及预测 337

图表：2002-2006年中国与全球电信运营市场主要指标的增长速度及预测 338

图表：电信普遍服务内涵的演进 362 图表：发展中国家与发达国家之间电信发展的差距 363

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45883.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。