



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005-2006年中国移动通信产业 研究年度报告

# 一、调研说明

《2005-2006年中国移动通信产业研究年度报告》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/45895.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

**报告推荐** 本报告全面总结了2005年全球与中国移动通信产业发展情况，揭示了中国移动通信产业链各环节的特点，分析了中国移动通信产业竞争格局，从多个角度揭示了产业结构与供需关系特点，并对产业链各环节主要厂商的市场竞争力进行了综合评价。 本报告特别指出：2005年，中国稳健务实地推动了第三代移动通信的发展，尽管3G牌照尚未发放，但产业条件日臻成熟，特别是TD-SCDMA目前已具备大规模同频组网能力。移动通信业务收入位居电信总收入榜首，新的业务创新与合作商务模式使得以移动通信运营商为核心的移动通信产业链合作紧密，更深层次促进了该产业链参与主体的竞争合作关系，同时，运营商不断强化产业链主导地位。中国移动通信整体水平与国际发达国家相比仍有待于进一步提高。

本报告深入分析了影响2006-2010年中国移动通信产业链发展的主要因素，在此基础上对其发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测，并对运营商及主力厂商提出了有针对性的发展策略与建议。

**报告亮点** \* 通过对2005年中国移动通信市场回顾，将移动通信一般发展规律同中国特色相结合，找到中国移动通信市场未来发展契机和业务盈利点 \* 通过对移动通信各业务生命周期和盈利空间分析，帮助基础运营商、SP及其他服务供应商制定不同的产业战略，特别是通过培养需求导向性强的移动数据业务，帮助制定差异化竞争策略

\* 从产业链角度出发更加突出商务模式创新，在业务主导的市场背景下找到新的合作模式，突出移动通信市场在整个通信市场的主导地位。

**研究对象 1 主要结论**

1 一、2005年全球移动通信产业发展概述 3 (一) 发展现状 3 1、全球移动通信产业逐渐回暖 3 2、新增用户主要来源于亚太地区 5 3、3G促进全球通信设备市场再兴 7 4、移动娱乐业务是增长亮点 8 (二) 基本特点 8 1、WCDMA发展表现突出，3G终端“瓶颈”破除 8 2、发达国家移动电话普及率逐步饱和，亚太地区需求有待激发 9 3、移动娱乐类增值服务带动产业发展 10 4、行业受技术推动呈现波动状态 10 (三) 主要国家和地区发展概要 11 1、美国 11 2、欧洲 12 3、日本 13 4、韩国 15

二、2005年中国移动通信产业发展状况 16 (一) 发展现状 16 1、产业规模 16 2、产业发展环境 19 (二) 基本特点 22 1、移动通信在通信市场中的主体地位进一步加强 22 2、本地电话移动化成为趋势，WAP和彩铃业务异军突起 23 3、尽管3G牌照悬而未决，3G市场启动加快 23 4、移动增值业务市场创新与业务监管同步完善 24 5、国内电信设备企业面临的市场环境国际化特征显著 25 6、移动运营商定制市场初见端倪 26 (三) 2005年中国移动通信业务分析 26 1、移动语音业务 26 2、移动增值业务 27

三、2005年中国移动通信产业链分析 39 (一) 中国移动通信产业链关系 39 (二) 中国移动通信产业经营模式 41 (三) 产业成熟度 43 (四) 产业发展瓶颈 45 1、移动通信制造业总体自主研发能力薄弱 45 2、3G市场商用化进程有待进一步加快 45 3、应用内容匮乏影响移动通信产业深化发展 46 4、手机终端仍是我国发展3G移动通信的主要瓶颈 46

四、2005年中国移动通信产业竞争格局与重点企业SWOT分析 47	(一) 竞争格局分析 47	1、移动通信运营商 47	2、移动通信设备提供商 52	(二) 重点企业SWOT分析 53	1、移动通信运营商SWOT分析 53	2、主力通信设备提供商SWOT分析 54	五、影响2006 - 2010年中国移动通信产业发展因素 55	(一) 有利因素 55	1、潜在的市场空间较大，新业务发展的基础逐渐具备 55	2、用户体验深化催生新的移动增值业务 55	3、设备性价比快速提高，系统设备成本和价格还会有所降低 56	4、产业链不断完善促进移动通信持续健康发展 56	(二) 不利因素 57	1、经济发展不平衡阻碍移动通信产业的发展 57	2、移动运营商的运营管理能力有待提高 58	3、3G三种标准增加了市场的不确定性 58	4、小灵通等替代品的市场分流 59	六、2006 - 2010年中国移动通信产业趋势分析 60	(一) 中国移动通信市场格局将随3G牌照而变 60	(二) 移动通信的主导地位进一步显现 60	(三) 移动通信与固定通信结合趋势明显，相互促进 61	(四) 3G市场启动将带动移动增值应用将逐步兴起 61	(五) 移动通信行业应用前景广阔 62	七、2006 - 2010年中国移动通信产业发展预测 63	(一) 产业规模预测 63	(二) 产业结构预测 66	八、2006 - 2010年中国移动通信产业投资机会分析 68	(一) 移动通信运营业投资机会 68	(二) 移动通信设备制造业投资机会 68	九、建议 70	(一) 对运营商的建议 70	1、业务品牌与用户品牌相结合 70	2、保持业务的长期性 70	3、合作层次向纵深领域挺进 71	(二) 对设备厂商的建议 72	1、依靠现有网络基础，提高3G产品的影响力 72	2、紧随运营商业务发展需求，积极拓展合作模式 72	3、加强终端和系统设备的整合力度，提高在价值链中的影响力 72	(三) 对投资者的建议 73	1、投资各类基于3G网络的内容服务 73	2、投资面向行业用户和普通用户的移动终端 73	报告说明 74	表目录	表1 2002 - 2005年中国移动增值业务收入增长状况 28	表2 2002 - 2005年各种移动增值业务的结构情况 29	表3 2002 - 2005年中国移动短信业务发展情况 30	表4 IVR业务种类以及特点 32	表5 2004 - 2005年中国WAP发展状况 35	表6 2G/3G移动通信行业特征对比 39	表7 2005年中国移动、中国联通经营合作模式及特点 42	表8 中国移动与SP/CP分成比例 43	表9 移动通信运营商SWOT分析 53	表10 主力通信设备提供商SWOT分析 54	表11 中国2006 - 2010年移动通信运营商3G网络规模发展预测 65	表12 2006 - 2010年中国3G系统设备价格预测 69	图目录	图1 近5年全球电信业务收入发展状况 3	图2 2001 - 2005年全球通信设备市场发展情况 4	图3 2005年全球移动电话用户分布情况 6	图4 2005年亚太地区主要移动通信设备厂商市场份额比例 7	图5 1999 - 2005年中国移动电话用户发展规模 16	图6 2005年中国电信业的业务收入结构情况 17	图7 2005年中国电信业各业务收入增长情况 18	图8 2000 - 2005年中国移动电话交换机容量发展规模 18	图9 2002 - 2005年中国移动通信主设备(基站和交换机)投资情况 19	图10 2004 - 2005年移动本地与长途电话通话时长增长情况 27	图11 2002 - 2005年中国移动增值业务收入增长情况 28	图12 2005年中国移动增值业务结构 29	图13 2002 - 2005年中国移动短信业务量发展情况 30	图14 2003 - 2005年中国IVR发展状况 32	图15 2004 - 2005年中国MMS发展状况 33	图16 2005年中
-----------------------------------	---------------	--------------	----------------	-------------------	--------------------	----------------------	---------------------------------	-------------	-----------------------------	-----------------------	--------------------------------	--------------------------	-------------	-------------------------	-----------------------	-----------------------	-------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------	-----------------------------	-----------------------------	---------------------	-------------------------------	---------------	---------------	---------------------------------	--------------------	----------------------	---------	----------------	-------------------	---------------	------------------	-----------------	--------------------------	---------------------------	---------------------------------	----------------	----------------------	-------------------------	---------	-----	----------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	-------------------	-----------------------------	-----------------------	-------------------------------	----------------------	---------------------	------------------------	--	---------------------------------	-----	----------------------	-------------------------------	------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	---------------------------	-----------------------------------	---	--------------------------------------	-----------------------------------	------------------------	----------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------

国WAP业务细分情况 35 图17 2004 - 2005年中国手机游戏发展状况 37 图18 2005年中国手机游戏市场结构 38 图19 面向3G时代新的移动通信产业价值链关系图 40 图20 中国当前通信产业各细分业务所处生命周期阶段 44 图21 中国移动通信产业技术与市场成熟对比关系 44 图22 2005年中国移动、中国联通的移动通信市场份额(市场占有率)情况 48 图23 2003-2005年6月中国移动和中国联通GSM网络容量发展情况对比 48 图24 2002 - 2005年中国移动运营商发展用户情况 50 图25 2002 - 2005年9月中国联通CDMA网络容量发展情况 51 图26 2005年中国GSM移动通信系统主设备市场份额 52 图27 中国移动通信网络容量区域分布情况 57 图28 2005 - 2010年中国移动电话用户发展规模预测 64 图29 2006 - 2010年中国3G移动用户规模及增长情况 64 图30 2006 - 2010年中国移动通信运营商3G主设备投资预测 66 图31 2006年中国移动增值市场业务结构 67 图32 2006 - 2010年中国移动增值业务收入增加状况 67

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45895.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](http://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。