



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国通信市场研究 年度总报告

一、调研说明

《2004-2005年中国通信市场研究年度总报告》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/45925.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

【 目 录 】 主要结论

一、2004年全球通信市场发展概述

4 (一) 发展现状

4 1、全球通信市场总体上已进入了复兴期

5 2、通信市场结构仍未产生革命性的变化

6 3、多层面竞争促进全球通信市场的发展

7 4、移动通信用户数量增长速度继续加快

8 (二) 主要特点

8 1、全球市场增长呈现不平衡局面

9 2、移动网络设备市场正稳定增长

9 3、3G市场逐步进入快速成长阶段

11 4、IP电话网络投资增势十分强劲

12 5、电信业务融合已成为必然趋势

13 6、ADSL代表的宽带市场继续走高

14 (三) 主要国家和地区发展概要

15 1、美国

17 2、欧洲

19 3、日本

21 4、韩国

25 5、印度 二、2004年中国通信市场规模与结构

27 (一) 市场规模

27 1、收入增速与用户增速反向发展

29 2、2004年各季度市场波动性变化

33 (二) 区域市场结构

35 1、东部地区

36 2、中部地区

36 3、西部地区

37 (三) 应用市场结构

37	1、公众用户市场总体走入相对成熟阶段
38	2、行业市场成为了通信企业关注的重点
38	3、海外市场成为中国通信企业的新开地 三、2004年中国电信业务市场发展状况
40	(一) 基础语音业务市场
40	1、固定话音业务市场趋向成熟
41	2、移动通信业务市场增速放慢
42	3、小灵通业务市场进入平稳期
44	(二) 增值业务市场
44	1、语音增值业务市场增长超乎想像
44	2、数据增值业务总体保持平稳增长
47	3、宽带互联网业务波动中高速成长 四、2004年中国通信设备市场发展状况
50	(一) 移动通信系统设备市场状况
50	1、GSM系统市场呈现出收缩性增长态势
51	2、CDMA系统市场增长因网络完善而趋缓
52	(二) 无线市话系统设备市场状况
52	1、小灵通网络工程建设主体完成
54	2、SCDMA系统设备市场已全面启动
55	(三) 互联网设备市场状况
55	1、ADSL设备市场正快速增长
56	2、FTTH设备已开始逐步普及
57	3、WLAN设备市场进一步发展
58	4、NGN系统设备市场前景看好 五、2004年中国通信市场竞争格局与主力厂商的市场竞争力评价
61	(一) 市场竞争格局
61	1、电信运营市场竞争格局
63	2、通信设备市场竞争格局
63	(二) 电信运营企业竞争力评价
64	1、中国电信
68	2、中国网通
73	3、中国移动
79	4、中国联通
85	(三) 通信设备厂商竞争力评价
85	1、华为

90	2、中兴
95	3、大唐
98	4、烽火 六、影响2005 - 2009年中国通信市场的发展因素
102	(一) 有利因素
102	1、国民经济快速增长为通信市场扩大提供条件
103	2、电信法的出台有利于电信业务运作的市场化
103	3、下一代网络将成为现实的通信市场发展基础
104	4、国内高端技术发展有利于市场竞争格局改善
105	(二) 不利因素
105	1、3G网络的盈利前景仍受到许多不确定因素的影响
106	2、通信市场上的同质激烈竞争的态势将在近期延续
106	3、互联网应用不足的难题仍困扰着宽带市场的发展
107	4、电信市场对外开放将会带来更多的市场竞争力量 七、2005 - 2009年中国通信市场趋势分析
108	(一) 中国通信市场将保持稳定增长的态势
108	(二) 电信业务市场发展趋势
108	1、电信运营市场格局将进一步地变化
109	2、电信业务与行业应用将更密切结合
110	3、3G移动通信的启动将改变市场格局
110	4、应用将超过接入成为宽带业务主体
111	5、多媒体应用将成为网络应用的主流
112	(三) 通信设备市场发展趋势
112	1、国内厂商的国际竞争力将快速增强
112	2、3G和NGN将成为通信设备市场的核心
113	3、光通信设备市场将迈进快速成长期
113	4、其他无线通信网络与3G将长期并存 八、2005 - 2009年中国通信市场发展预测
114	(一) 电信业务市场预测
114	1、电信业务总体市场预测
115	2、语音业务市场预测
118	3、宽带接入业务市场预测
119	(二) 通信设备市场预测
120	1、3G设备市场预测

120	2、NGN设备市场预测
121	3、光通信设备市场预测
121	4、其他通信设备市场预测 九、 建议
122	(一) 对电信运营商的建议
122	1、通过开展全业务运营来寻求新的机会点
123	2、利用各自相对优势实现差异化市场定位
123	3、围绕着3G业务快速形成完整的产业链
124	4、结合技术等优势开拓增值电信业务领域
124	(二) 对通信设备厂商的建议
124	1、联合开发核心技术与国际品牌争夺国内高端市场
125	2、把握非电信行业市场的个性化以争取多领域突破
125	3、从网络优化和运行维护中争取长期技术服务市场
126	4、从发展中国家向发达国家逐步开拓海外通信市场 报告说明 表目录 10 表1 各国主要3G运营商情况
12	表2 各类融合业务的情况描述
14	表3 目前各类主流无线网络接入方式
24	表4 SK电讯的分年龄段设立的品牌
24	表5 KT的宽带系列品牌
26	表6 印度的三大无线运营商的用户情况
29	表7 2004年一季度中国电信业务市场发展情况
30	表8 2004年二季度中国电信业务市场发展情况
31	表9 2004年三季度中国电信业务市场发展情况
32	表10 2004年四季度中国电信业务市场发展情况
33	表11 2004年中国不同地区电信业务发展状况
41	表12 2002 - 2004年中国IP电话业务市场发展情况
45	表13 2004年中国联通推出的移动数据增值业务
47	表14 2004年中国移动推出的行业示范基地
51	表15 2002 - 2004年中国GSM移动通信网络容量变化情况
51	表16 2002 - 2004年中国CDMA移动通信网络容量变化情况
53	表17 中国小灵通业务各发展阶段的历程
54	表18 2004年中国小灵通网络建设的部分主要工程
59	表19 中国各大电信运营商的NGN部署

60	表20	参与中国各大电信运营NGN网络试验的设备厂商
62	表21	中国电信运营商的企业竞争力评估
63	表22	中国通信设备厂商的企业竞争力评估
65	表23	2004年中国电信的多业务产品线
66	表24	中国电信“走出去”的战略的具体内容
68	表25	2003年下半年与2004年上半年中国电信固定电话服务质量对比
69	表26	2003 - 2004年中国网通收入发展情况
70	表27	2005年中国网通的9大工作任务
72	表28	2003年下半年与2004年上半年中国网通固定电话服务质量对比
73	表29	2004年中国网通品牌建设体系
74	表30	2002 - 2004年中国移动的业务发展情况
75	表31	中国移动的各类业务漫游情况
75	表32	中国移动的新一代定制手机
76	表33	2004年部分中国移动省公司的优惠活动
78	表34	2004年部分中国移动省公司的市场活动
78	表35	2003年下半年与2004年上半年中国移动通信业务服务质量对比
83	表36	中国联通移动通信业务覆盖的地市范围
83	表37	2004年中国联通移动通信市场推广活动
84	表38	2003年下半年与2004年上半年中国联通移动通信业务服务质量对比
85	表39	2000 - 2004年华为公司销售情况
91	表40	2000 - 2004年中兴公司销售情况
92	表41	中兴公司的主要产品线业务发展情况
94	表42	中兴公司的两个海外市场营销部的区域划分情况
104	表43	中国联通下一代网络的4大发展战略
120	表44	部分中国电信运营商的3G设备合作伙伴
图目录 4	图1	2001 - 2004年全球通信市场总体规模变化情况
6	图2	2004年全球各地区DSL宽带业务市场比例
7	图3	2003年亚太地区各主要移动通信设备厂商的市场份额比例
8	图4	1997 - 2004年全球移动电话用户规模和增长率
11	图5	2003 - 2007年全球VoIP设备市场发展预测
13	图6	全球各类宽带接入市场比例
20	图7	日本i - MODE的业务量比例
27	图8	1998 - 2004年中国电话用户数量增长情况

- 28 图9 1998 - 2004年中国电信业务收入增长情况
- 34 图10 2003 - 2004年中国各区域的固定电话用户数
- 35 图11 2003 - 2004年中国各区域的移动电话用户数
- 37 图12 2003 - 2004年中国电话普及率情况
- 40 图13 2001 - 2004年中国固话业务用户总量变化
- 42 图14 2001 - 2004年中国移动通信用户市场总量
- 43 图15 2000 - 2004年中国小灵通业务用户的市场总量及增速情况
- 48 图16 2001 - 2004年中国宽带接入用户数增长情况
- 58 图17 中国不同WLAN设备市场份额情况
- 61 图18 2004年中国六大电信运营商的业务收入比例
- 64 图19 2002 - 2004年中国电信业务收入变化情况
- 67 图20 中国电信的各种客户群的收入贡献
- 77 图21 中国移动渠道管理组织体系
- 80 图22 1999 - 2004年中国联通的业务收入变化情况
- 86 图23 华为公司网络与业务解决方案架构
- 88 图24 华为公司销售体系架构
- 89 图25 1999 - 2004年华为海外销售增长示意图
- 100 图26 烽火网络的渠道管理体系
- 101 图27 烽火的客户服务管理体系
- 102 图28 2001 - 2004年中国电信业务收入增速与国民生产总值GDP增速比较
- 114 图29 2005 - 2009年中国电信业务收入变化情况预测
- 115 图30 2005 - 2009年中国移动通信用户变化情况预测
- 116 图31 2005 - 2009年中国固定电话用户变化情况预测
- 117 图32 2005 - 2009年中国PHS用户变化情况预测
- 118 图33 2005 - 2009年中国IP电话时长预测
- 119 图34 2005 - 2009年中国宽带接入用户变化情况预测
- 121 图35 2005 - 2008年中国FTTx用户增长预测情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45925.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。