



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年3G行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年3G行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/99406.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

电子行业被视为支持中国出口止跌回升的重要力量。不过，电子行业要发挥拉动作用的前景并不乐观。2009年1至2月，电子行业增加值同比下降9.4%，降幅比2008年12月扩大7个百分点。同期，电子信息产品出口也同比大幅下降26.1%，降幅高于全国外贸出口总体下降水平5个百分点。电子元器件行业生产2009年下滑明显。前两个月，电子器件、电子元件制造业总产值同比分别下降21.1%和19.8%，集成电路、分立器件、真空器件行业降幅均超过30%。与此同时，电子行业出口占销售产值的比重进一步降低。1至2月，计算机行业出口下降26.2%，彩电出口下降17.4%。由于中国移动、中国电信、中国联通在年初获得3G牌照，通信设备制造业成为"亮点"，2月份产值增长17.2%。但1至2月，通信设备制造业总产值仍旧同比下降1.6%。产业回暖仍需进一步政策扶持。

3G用户在09年迁转比例预计仍低，从市场空间而言3G对于2009年的影响尚小，乐观预测国内3G用户在09年迁转比例为3%，2010年将达到12%。2008年下半年国内运营商CAPEX达到46%的同比增速，预计该增速在2009年上半年有望保持，且实际增速很有可能更高。由于2008年上半年的增长受重组预期影响而进程滞缓，因此2009年的同比基数较低；另一方面，运营商2009年的CAPEX具有集中在上半年投放的迫切性，因此预测本年1、2季度运营商的CAPEX仍呈爆发性增长态势。从2009年前2月基站产量增长66%这一数字也印证此观点。设备商上半年海外增长仍望实现正增长。通信运营商的移动用户仍将维持快速增长趋势，而全行业的收入增长受经济危机影响，增速放缓。三家运营商共同投入资源拓展移动用户市场，以及双SIM卡用户的增加，这些因素使得用户增长仍快，预计2009年增1.1亿户左右；而受经济危机影响，收入从2008年底开始放缓，2009年前2月同比增长基本在5%左右，但考虑用户的增长在下半年带来收入，预测全年行业收入增长7.5%。

3G在中国的未来发展将有以下几个特点：与全球发展趋势一样，在技术上将向高速率化、宽带化、IP化方向发展；网络不断向后3G演进，当然在这个过程中，如果4G的LTE发展迅速，也可能国内运营商会跳过某一阶段，直接向前演进；对比韩、日的成功经验，3G数据业务在中国的发展具有强劲的用户基础，未来发展前景明确，预计运营商未来几年增值业务(数据业务)收入占比将快速增长；2G和3G网络将长期共存，尤其在发展初期，2G/3G双模手机将成为重要过渡期产品；2-3年后，3G用户发展将进入高峰期、和2G用户向3G用户迁移的高峰期，预计5年内将有一半的移动用户成为3G用户。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工业和信息化部、国家发改委、国家商务部、国家财政部、国务院发展研究中心、中国通信企业协会、3G移动通信行业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及3G行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，重点分析了全球3G市场发展现状、电信重组后我国3G市场发展状况

、行业终端市场现状、国内外电信运营商发展状况、行业市场发展策略、市场竞争格局和竞争策略，以及中国3G行业的趋势和投资机会等。本报告是3G产业、运营企业、科研机构等单位准确了解目前3G行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 3G简介

第一节 移动通信发展概述

一、移动通信三个发展阶段

二、2G技术简介

三、2G到3G网络升级路径

第二节 3G定义及技术简介

一、3G定义及特征

二、3G技术简介

第三节 3G标准及技术演进路径

一、国际3G标准研究组织

二、WCDMA标准演进

三、CDMA2000标准演进

四、TD-SCDMA标准演进

第四节 TD-SCDMA优势分析

一、TD-SCDMA频率利用率高

二、TD-SCDMA成本优势

三、TD-SCDMA系统容量满足处理大业务需求

四、TD-SCDMA能兼容GSM网络

第二章 国外3G行业发展分析

第一节 2008年全球3G业务发展现状分析

一、全球3G发展特点

二、3G业务发展现状

三、3G业务发展趋势

第二节 全球3G用户发展概况

- 一、2008年全球3G用户数量分析
- 二、2008年全球CDMA用户分析
- 三、2013年全球WCDMA用户预测

第三节 全球3G许可证和商用网络

- 一、全球3G许可证达发放现状分析
- 二、2008年全球3G商用现状及发展特征分析
- 三、2009年全球3G业务发展走势

第三章 3G市场和应用发展分析

第一节 3G业务应用现状分析

- 一、2008年奥运将推动中国3G应用
- 二、3G时代手机媒体将大行其道

第二节 3G网络运维需求分析

- 一、3G客户特点分析
- 二、3G业务特点分析
- 三、3G网络特点分析
- 四、3G运维需求总结

第三节 3G业务的实现及发展趋势

- 一、移动业务平台
- 二、业务平台

第四章 电信重组后3G市场发展现状

第一节 2008年3G市场发展分析

- 一、3G及其产业市值分析
- 二、中国3G手机市场正式启动
- 三、2008年3G市场发展分析
- 四、2008年3G格局初显
- 五、2008年3G移动搜索多方共赢需整合产业链

第二节 2008年3G产业发展分析

- 一、3G推动国内外运营商合作
- 二、电信业重组加快中国3G产业的发展

三、三部委发《关于深化电信体制改革的通告》

第三节 2008年3G牌照发放时间分析

一、2008年电信重组将发3张3G牌照

二、2009年发放3G牌照情况

三、3G牌照发放将开启标准博弈

第四节 3G时代增值业务分析

一、3G时代10大增值业务分析

二、3G时代增值业务竞争已经开始

三、3G时代增值业务重视营销策略

第五章 3G终端市场发展分析

第一节 中国3G终端市场现状分析

一、3G终端市场前景看好

二、中国企业拿下全球3G终端市场的份额分析

第二节 3G时代的移动终端发展

一、移动终端的发展趋势

二、移动终端发展中要解决的问题

第三节 3G终端市场发展现状分析

一、3G终端对3G发展的影响

二、全球3G终端市场的发展

三、3G终端技术的发展重点

四、3G终端销售体系可能发生的变化

第四节 3G终端的未来发展方向分析

一、多元化丰富3G终端功能支持更多3G应用

二、专业化提升3G终端性能优化3G业务体验

三、定制化3G终端与业务互动加快3G产业的发展

第六章 重组后电信运营商3G发展分析

第一节 中国新移动3G业务发展分析

一、2008年铁通并入中国移动

二、中国移动自4月1日起TD试商用放号

三、中国移动3G业务的SWOT分析

四、中国移动3G业务的策略分析

第二节 中国新联通3G业务发展分析

一、中国网通并入中国联通

二、2008年重组后WCDMA将成新联通制胜关键

第三节 中国新电信3G业务发展分析

一、中国联通C网并入中国电信

二、2008年电信重组后的竞争新格局

第四节 四大运营商重组后的战略调整分析

一、中国移动（中国移动+铁通）

二、中国电信（中国电信+联通C网）

三、中国联通（中国联通G网+中国网通）

第二部分 行业竞争格局

第七章 3G行业竞争格局分析

第一节 中国3G市场竞争力发展现状

一、3G时代来临市场竞争加剧

二、电信重组后3G时代市场竞争分析

三、系统设备商进入3G竞争格局

四、电信重组改变竞争格局

五、后重组时代电信业格局

第二节 中国3G区域市场竞争力分析

一、中国区域市场特征差异性分析

二、中国未来3G移动运营商分类

三、中国区域市场竞争力比较分析

四、中国运营商未来3G区域市场运营策略

第三节 未来3G行业竞争环境的分析

一、现有各运营商之间的抗衡

二、供应者分析

三、购买者分析

四、3G替代品分析

五、3G潜在进入者分析

第四节 2008-2009年我国3G竞争分析

- 一、2008-2009年我国3G品牌竞争分析
- 二、2008年国内外3G竞争分析
- 三、2008年我国3G市场竞争分析
- 四、2008年我国3G市场集中度分析
- 五、2009年国内主要3G企业动向

第八章 3G企业竞争策略分析

第一节 3G市场竞争策略分析

- 一、2009年3G市场增长潜力分析
- 二、2009年3G主要潜力品种分析
- 三、现有3G产品竞争策略分析
- 四、潜力3G品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 3G企业竞争策略分析

- 一、金融危机对3G行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后3G行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国3G市场竞争趋势
- 四、2009-2012年3G行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年3G行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年3G企业竞争策略分析

第九章 3G网络设备提供商竞争分析

第一节 华为技术有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 阿尔卡特朗讯

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 中兴通讯股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 爱立信公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 诺基亚公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 LG集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十章 3G行业发展趋势分析

第一节 我国业3G市场发展趋势

一、2008-2010年电信行业发展趋势

二、2008-2010年3G行业发展预测

三、2009年TD-SCDMA发展趋势分析

四、2009年TD-SCDMA网络覆盖预测

五、2009年TD-SCDMA手机用户预测

六、2008-2010年TD-SCDMA发展趋势

第二节 2009-2012年中国TD-CDMA市场趋势分析

一、2008-2009年TD-CDMA市场趋势总结

- 二、2009-2012年TD-CDMA发展趋势分析
- 三、2009-2012年TD-CDMA市场发展空间
- 四、2009-2012年TD-CDMA产业政策趋向
- 五、2009-2012年TD-CDMA技术革新趋势
- 六、2009-2012年TD-CDMA价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十一章 未来3G行业发展预测

第一节 2009-2012年国际3G市场预测

- 一、2009-2012年全球3G行业产值预测
- 二、2009-2012年全球3G市场需求前景
- 三、2009-2012年全球3G市场价格预测

第二节 2009-2012年国内3G市场预测

- 一、2009-2012年国内3G行业产能预测
- 二、2009-2012年国内3G行业产量预测
- 三、2009-2012年国内3G市场需求前景
- 四、2009-2012年国内3G市场价格预测
- 五、2009-2012年国内3G行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 3G行业投资现状分析

第一节 2008年3G行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度3G行业投资情况分析

- 一、2009年1季度总体投资及结构
- 二、2009年1季度投资规模情况
- 三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资分析

五、2009年1季度分地区投资分析

六、2009年1季度外商投资情况

第三节 3G投资数额分析

一、2008-2012年我国3G投资预测

二、3G计费的需求及发展趋势分析

三、2008年我国TD-SCDMA投资情况

四、TD设备投资分析

五、2009年我国TD-SCDMA投资预测

第十三章 3G行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年3G行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

一、电子产业振兴规划概述

二、电子产业振兴规划细则

三、电子产业振兴规划三大任务

四、电子产业振兴规划六大工程

五、电子产业振兴规划十项措施

六、电子产业振兴规划的意义与作用

七、电子产业振兴规划对3G行业的影响

第十四章 3G行业投资机会与风险

第一节 3G市场投资机会分析

- 一、3G时代无线互联网投资热情骤增
- 二、电信重组后设备商迎来投资热潮
- 三、电信重组加速移动通信投资
- 四、3G发牌引领通信行业投资机会

第二节 3G行业投资效益分析

- 一、2008-2009年3G行业投资状况分析
- 二、2009-2012年3G行业投资效益分析
- 三、2009-2012年3G行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年3G行业的投资方向
- 五、2009-2012年3G行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响3G行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响3G行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响3G行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响3G行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国3G行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国3G行业发展面临的机遇分析

第四节 3G行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年3G行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年3G行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年3G行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年3G行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年3G同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年3G行业其他风险及控制策略

第十五章 3G行业投资战略研究

第一节 3G行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国3G品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、3G实施品牌战略的意义

三、3G企业品牌的现状分析

四、我国3G企业的品牌战略

五、3G品牌战略管理的策略

第三节 3G行业投资战略研究

一、2009年通信产业行业投资战略

二、2009年我国3G行业投资战略

三、2009-2012年3G行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：2008年1-12月移动电话机产量全国统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量北京市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量天津市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量内蒙古区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量吉林省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量上海市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江苏省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量浙江省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量福建省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量江西省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量山东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量湖北省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广东省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量广西区统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量重庆市统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量四川省统计

图表：2008年1-12月移动电话机产量贵州省统计

图表：调查样本的性别分布

图表：调查样本的年龄分布

图表：调查样本的受教育程度分布

图表：调查样本的职业分布

图表：调查样本的收入分布

图表：消费者接受的服务内容分布

图表：2008年中国3G用户性别分布

图表：2008年中国3G用户年龄分布

图表：2008年中国3G用户所在区域分布

图表：2008年中国3G用户城乡分布

图表：2008年中国3G用户婚姻状况分布

图表：2008年中国3G用户个人月收入分布

图表：2008年中国3G用户家庭月收入分布

图表：2008年中国3G用户受教育程度分布

图表：2008年中国3G用户所在行业分布

图表：2008年中国3G用户所在单位人员规模分布

图表：2008年中国3G用户所在单位年产值规模分布

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——音乐

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——电影

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——电视

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——游戏

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——阅读

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——艺术

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——体育

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——购物

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——旅游出行

图表：2008年中国3G用户兴趣爱好分布——线路信息

图表：3G用户的性别分布

图表：3G用户的年龄分布

图表：3G用户的文化程度分布

图表：学生与非学生3G用户的文化程度分布

图表：3G用户的职业分布

图表：3G用户的个人月收入分布

图表：3G用户第一次使用3G的时间分布

图表：3G用户第一次使用3G的时间分布

图表：3G用户每次使用3G的时长分布

图表：不同使用频率3G用户的每次使用3G时间长度分布

图表：3G用户使用3G的原因分布

图表：3G用户第一次使用3G的时间分布

图表：3G用户知道3G站点的途径分布

图表：使用3G的平均每月花费分布

图表：在最近半年内是否通过3G下载手机图铃调查

图表：在最近半年内是否使用过3G搜索调查

图表：在最近半年内是否通过3G玩在线游戏/下载游戏调查

图表：在最近半年内是否通3G在线试听/下载音乐调查

图表：在最近半年内是否通过3G在线观看视频调查

图表：在最近半年内是否通过3G在线阅读/下载电子图书调查

图表：新老用户使用各种3G服务的比较

图表：重度用户/非重度用户使用各种3G服务的比较

图表：中国手机3G用户主要上网目的调查数据

图表：中国3G业务整体市场规模及环比增长率

图表：手机网游发展阶段

图表：2003-2011年中国网络游戏市场规模及增长率

图表：2005-2011年中国手机游戏市场规模及增长率

图表：手机游戏市场与网络游戏市场差异分析

图表：2008年3季度中国移动搜索市场季度收入规模

图表：N频点组网频率规划方式

图表：3G运维需求分析框架

图表：3G网络结构

图表：3G业务构架

图表：VHE逻辑模型

图表：2008年中国3G手机市场品牌结构图

图表：国内的3G建设将会加速发展

图表：3G将带来丰富多彩的应用

图表：3G给运营商带来新的盈利增长

图表：运营商重组及3G牌照发放预测

图表：2007-2010年3G受益公司时间序列

图表：2008年电信重组方案图解

图表：重组前电信业格局

图表：重组后电信业格局

图表：2008年漫游费、听证会方案和最终降价方案比较

图表：2008年三大运营商重组后情况分析

图表：2008年全国电信业务收入增长情况

图表：2005年-2008年移动电话和固定电话用户新增数情况

图表：以移动通信普及率为基础的中国区域市场分析

图表：以中国移动ARPU为基础的中国区域市场分析

图表：以中国移动数据业务收入为基础的中国区域市场分析

图表：未来3G运营商细分市场运营策略分析

图表：中国3G移动通信市场竞争合作模型

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99406.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。