

# 2013-2017年中国移动运营 市场现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2013-2017年中国移动运营市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tongxun1305/E647753T24.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-05-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国移动运营市场现状分析及投资前景研究报告》对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

通过《2013-2017年中国移动运营市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

随着数字通信技术的发展，消费者对移动运营增值服务的消费需求稳步提升。从移动通话业务以及移动增值服务的增长趋势来看，中国移动运营市场蛋糕将会越做越大，中国移动、中国联通、中国电信三大运营商的竞争将更加精彩。

## 第一章 2011-2012年全球移动运营动态分析

### 第一节 2011-2012年全球移动运营发展总况

#### 一、全球电信运营商排名

#### 二、亚洲推进LTE部署

#### 三、非洲电信市场现状与发趋势

#### 四、欧洲4GLTE网络建设情况

#### 五、美国三大移动运营商欲发展移动支付服务

#### 六、拉美电信业发展情况

### 第二节 2011-2012年全球移动互联网发展现状与趋势

#### 一、移动互联网的特点

#### 二、移动互联网发展现状

#### 三、发展趋势分析

### 第三节 2011-2012年世界移动搜索发展现状及趋势

#### 一、世界各国移动搜索发展概况

##### 1、英国

##### 2、日本

##### 3、韩国

#### 4、美国

#### 5、中国

### 二、世界各国移动搜索的发展趋势

## 第四节2011-2012年全球移动互联网的发展现状和发展趋势

### 一、移动互联网的特点

### 二、移动互联网发展现状

#### 1、日本移动互联网业务发展现状

#### 2、韩国移动互联网业务发展现状

#### 3、我国移动互联网业务发展现状

### 三、发展趋势分析

## 第二章 2011-2012年中国移动通信运营产业环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国移动运营政策环境分析

## 第三章 2011-2012年我国移动运营市场分析

### 第一节2011-2012年移动运营市场发展情况

#### 一、电信企业发展情况

#### 二、移动运营商细分市场推增值服务

#### 三、移动运营商掘金RFSIM

#### 四、移动互联网是运营业务发展重点

### 第二节2011-2012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

#### 二、移动终端的发展现状

##### 1、音乐和拍照手机稳步发展

##### 2、智能手机步入高速发展期

#### 三、移动终端发展趋势

##### 1、功能强大化

##### 2、单模单待向多模多待发展

3、终端定制化

4、操作系统开放化

#### 四、3G时代移动用户终端选择趋向分析

1、3G手机购买选择倾向用户细分

2、购买3G手机主要考虑要素

3、个性化的3G产品设计和产品推广策略

#### 第三节 3G时代我国移动运营商产业链角色定位

一、角色定位的原则

二、角色定位的依据

三、角色定位的实施步骤

四、角色定位的借鉴模式

1、NTT DoCoMo模式

2、Vodafone 模式

3、和记电讯模式

#### 第四节 移动信息化运营的服务与资源分析

一、移动信息化业务发展遭遇瓶颈

二、移动信息化运营的服务类型分析

三、移动信息化运营的资源分析

#### 第五节 移动运营商农村渠道发展分析

一、农村渠道现状

二、农村渠道发展模式

三、农村渠道的管理

### 第四章2011-2012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、移动增值服务特点凸现

二、移动增值业务产业链分析

三、移动增值业务在各类增值业务中处首要位置

四、移动增值应用情况

五、我国将重点发展移动增值及宽带三大增长业务

#### 第二节 2011-2012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 2011-2012年移动增值业务市场发展情况

一、市场规模

二、用户规模

三、业务发展

四、竞争格局

### 第四节 移动增值业务发展趋势分析

一、移动增值业务将多元化发展

二、国内移动增值业务市场前景看好

三、手机增值业务市场的发展方向

四、多媒体视频是增值业务的发展方向

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

### 第五节 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、移动增值业务发展策略

1、对于政府监管层面

2、对于运营商

3、对于设备厂商

## 第五章 2011-2012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 2011-2012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

### 第三节2011-2012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

### 第四节2011-2012年3G市场发展分析

#### 一、中国3G手机市场购买潜力调查分析

#### 二、TD-SCDMA发展分析

#### 三、香港3G用户数分析

#### 四、3G与业务转型

#### 五、中国手机市场打响3G前哨战

#### 六、2011-2012年中国3G网络现状分析

#### 七、2011-2012年亚太地区3G用户规模分析

#### 八、亚太地区3G用户规模预测

#### 九、2013年亚太地区3G用户规模预测

#### 十、中国3G标准首次进入欧洲市场

## 第六章 2011-2012年短信彩铃业务分析

### 第一节 2011-2012年短信业务发展分析

#### 一、移动短信业务量分析

#### 二、移动电邮将逐步取代短信服务

#### 三、信产部将统一短信寻址行业数据库

#### 四、2013年全球手机短信销售额预测

### 第二节 彩信业务发展现状

#### 一、现有彩信业务类型的分析

#### 二、2011-2012年彩铃彩信收入分析

#### 三、移动新一期彩信扩容

## 第七章 2011-2012年WAP业务分析

### 第一节 国际WAP业务发展分析

#### 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

#### 四、视频类、娱乐类业务仍是热点

#### 第二节 2011-2012年中国WAP发展现状

##### 一、中国无线互联网WAP用户行为分析

##### 二、官方WAP市场整体规模分析

##### 三、非官方WAP门户对流量贡献分析

##### 四、移动搜索WAP站点用户请求量分析

##### 五、中国官方WAP市场分析

##### 六、中国首家商务WAP门户上线

#### 第三节 中国WAP市场投资机会分析

##### 一、中国WAP的投资特点

##### 二、国外投资趋势预测

##### 三、GPRS + WAP是中国移动互联网市场理想的模式

#### 第四节 WAP市场发展趋势

##### 一、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、移动互联网发展新趋势探析

### 第八章 2011-2012年中国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语音增值业务分析

#### 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

### 第九章 2011-2012年中国LBS业务分析

#### 第一节 国外移动定位业务发展分析

##### 一、国外移动定位业务发展概况

##### 二、全球移动定位业务市场规模

##### 1、北美移动定位业务市场分析

##### 2、欧洲移动定位业务市场分析



3、日本移动定位业务市场分析

4、韩国移动定位业务市场分析

三、运营商开展移动定位业务的经验

四、发展移动定位业务的建议

第二节 移动定位服务应用发展现状分析

一、移动定位服务应用类型

二、全球定位应用服务市场发展

三、LBS技术的实现与创新

第三节 移动位置服务市场发展分析

一、中国市场对移动位置服务（LBS）有强烈需求

二、中国LBS市场分析

三、移动联通大规模启动定位服务

四、手机导航市场潜在规模分析

第十章 2011-2012年手机游戏业务发展分析

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

第二节 2011-2012年手机游戏市场发展分析

一、中国JAVA/BREW手机游戏市场分析

二、手机游戏产业面临的机遇与挑战

三、手机制造商纷纷推出新款游戏手机

第三节 手机游戏用户调查分析

一、中国游戏手机市场用户不同年龄段分布对比

二、中国游戏手机市场用户不同职业分布比例

三、中国游戏手机市场用户样本区域分布状况

四、中国游戏手机市场用户不同品牌手机分布比例

五、中国游戏手机市场用户是否用手机玩过游戏

六、用户每次玩手机游戏大约花费的时间

七、中国游戏手机市场用户操作平台调查

八、中国游戏手机用户手机游戏内容的主要来源

九、中国游戏手机内置游戏的种类调查

十、中国游戏手机用户喜欢的非手机内置游戏调查

#### 第四节 2012-2016年手机游戏市场发展预测

一、手机游戏市场潜力分析

二、我国手机游戏市场预测

三、全球手机游戏市场规模预测

### 第十一章 2011-2012年手机电视业务分析

#### 第一节 2011-2012年手机电视业务发展分析

一、2011-2012年手机电视市场规模分析

二、手机电视运营借鉴全球经验

三、手机电视标准规划出炉

#### 第二节 手机电视产业化发展问题分析

一、手机电视技术实现方式

二、手机电视传输技术标准

三、手机电视视音频编解码标准

四、手机电视业务平台基本组成

五、手机电视产业化发展驱动因素

六、手机电视产业化发展面临的问题

#### 第三节 手机电视业务的发展趋势

一、三网融合不可避免

二、用户规模逼近有线电视用户

三、市场规模不断膨胀

四、手机媒体可能成为最强势的新媒体

五、2011-2012年全球手机电视市场发展预测

#### 第四节 手机电视产业化发展策略

一、遵循有关监管政策

二、确定手机电视行业标准

三、发展手机电视技术

四、培育用户

五、树立内容为王的经营策略

六、打造合作共赢的产业链

七、探索运营模式

八、创新赢利模式

九、采取多样化计费方式

## 第十二章 2011-2012年中国新兴移动增值业务市场分析

### 第一节 移动即时通信业务市场

一、即时通信市场竞争分析

二、2011-2012年即时通信使用率分析

三、三大运营商各自垄断

四、移动IM发展瓶颈分析

### 第二节 无线广告业务市场

一、无线互联网广告盈利模式分析

二、全球无线广告开支分析

三、无线广告营销“无限”

四、无线广告业务市场潜力分析

五、2012-2016年无线广告市场规模增长及预测情况

### 第三节 移动视讯业务市场

一、联想发布手机视频战略

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

### 第四节 其它移动增值业务市场

一、手机电邮市场

二、手机搜索市场

三、手机阅读市场

四、手机动漫

五、手机报

六、移动博客

七、手机二维码业务

## 第十三章 2011-2012年中国移动运营竞争分析

### 第一节 中国移动通信市场竞争格局

一、打造移动通信产业的整体竞争力

- 二、电信业重组下移动通信竞争空前激烈
- 三、移动互联网正变成运营商战略重点
- 四、移动SNS成运营商的竞争焦点

## 第二节 3G时代移动通信有效竞争分析

- 一、有效竞争需要具备三个特点
- 二、新经营环境下移动通信市场快速发展
- 三、移动通信市场应防止过度竞争
- 四、建立移动通信市场的有效竞争格局

## 第三节 移动通信市场竞争策略分析

- 一、移动通信市场竞争态势
- 二、规划移动公司竞争战略
- 三、制定移动公司竞争策略

# 第十四章 2011-2012年中国主要移动运营商运行透析

## 第一节 中国移动

- 一、企业基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、市场定位
- 四、3G应用带来新机遇
- 五、中国移动运营商欲争得4G标准主动权
- 六、中国移动TD发展策略

## 第二节 中国联通

- 一、企业基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、市场定位
- 四、中国联通CDMA业务出售分析
- 五、中国联通实现全国31省市全网GPRS升级

## 第三节 中国电信

- 一、企业基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、市场定位
- 四、小灵通转网分析

## 五、中国电信C网发展预测

## 六、中国电信移动战略分析

### 第四节 2011-2012年三大运营商财务报表比较分析

- 一、经营业绩总体还可以
- 二、全业务战略显差异化
- 三、3G竞争使移动市场进入存量争夺
- 四、转型业务竞争处于胶着

## 第十五章 2012-2016年移动运营行业发展趋势及策略分析

### 第一节 移动通信产业未来发展趋势

- 一、重在从传统的通信产业转变为信息通信产业
- 二、3G的发展趋势和应用
- 三、差异化的业务会带来更多的用户和业务收入

### 第二节 移动互联网智能终端融合发展趋势

- 一、产业融合催生移动互联网“终端+业务”一体化模式
- 二、娱乐与商务应用将成为智能终端融合方向
- 三、智能终端融合呈现三大发展趋势
  - 1、低端智能手机+应用服务
  - 2、高端智能手机+应用服务
  - 3、差异化服务+定制终端

### 第三节 移动运营商全业务运营策略分析

- 一、移动化是竞争之根本
- 二、宽带化是成功之关键
- 三、客户化是运营之关键

### 第四节 电信运营商的移动互联网战略

- 一、网络优先
- 二、终端为辅
- 三、制定规则
- 四、应用为王
- 五、在线计费

### 第五节 电信运营商国际化战略分析

- 一、目标市场评估

二、内部资源和能力的评估

三、国际化战略选择

四、国际化模式选择

第六节 运营商面向中小企业的移动信息化推广策略

一、转变观念，细分市场

二、深入流程，需求分析

三、协同合作，主导产业

第七节 3G时代移动运营商的手机定制策略

一、国外手机定制的发展现状

二、我国手机定制渐成新动力

三、我国移动运营商手机定制策略

1、制定手机规范，主导终端产业链

2、增加手机品种，满足用户个性需求

3、定制低端手机，迅速启动市场

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1305/E647753T24.html>