

2017-2022年中国通信设备行业发展态势及竞争策略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国通信设备行业发展态势及竞争策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/290201290201.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、电子及通信设备的内容

电子及通讯设备行业是资金、技术、密集型产业，也是我国国民经济的支柱性行业之一，关系到国民经济和国家安全的基础性产业和战略性产业。根据行业的划分，电子及通信设备行业主要包括以下行业:通讯设备制造业(传输设备、交换设备、通信终端设备及其他通信设备)，广播电视设备制造业，电子计算机设备制造业(电子计算机外部设备、电子计算机整机)，电子器件制造业(半导体器件、电真空器件、集成电路)，电子元件制造业，日用电子器具制造业(电视机、录像机、摄像机、电子计算机、收音机、录音机)及其他电子设备制造业。

二、电子及通信设备行业的现状

改革开放以来，虽然我国电子及通信设备行业得到了迅猛的发展，但是基本上都是依靠自身的劳动力及土地等低成本的要害优势，通过承接国际电子及通信设备产业转移及为跨国公司代工等途径实现快速发展的模式。

图：2011-2015年三大运营商营业收入情况（单位：亿元，%）资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2011-2016年第一季度无线网络优化与覆盖净利润（亿元）资料来源：公开资料，中国报告网整理

三、我国电子及通讯设备行业改进的措施

1)加大电子及通信行业的研发投入并寻求国际化的研发合作。

研发投入是电子及通信设备行业长足发展必不可少的因素，但是电子通信行业研发所具有的特点又决定了其在研发的过程当中要寻求合作的道路。一国电子及通信设备行业与其他国家同行业间展开技术交流与研发合作是一种有效途径，这样双方都可以实现优势互补，减少研发成本，节约研发时间，合理利用国际资源，获取了最佳的经济利益。

2)融入全球电子及通信设备行业价值链的高端环节。

一、我们应该根据我国行业的具体情况，选择符合自身的研发道路，并持续增加电子及通信设备研发经费，促进设备产品创新和功能创新，在核心不见及技术上取得突破发展，实现向优势价值链的升级;二、完善全球的营销网络，借助快速发展的电子商务平台，让全球的客户都能随时随地的接触到我国电子及通信设备产品及服务，通过产品销售与全程服务

为消费者带来价值增值，不仅让我国的产品研发、技术处于价值链的高端，同样也是营销、服务处于价值链的高端;三、从“中国制造”到“中国品牌”的跨越，制造是一个过程，品牌是一个标志，人们容易忘记制造的过程，但对于品牌的认可却是长久的过程，加强我国电子及电信设备全球品牌的建设、实施品牌国际化的发展战略，可以让我国的电子及通信设备长久的处于全球价值链的高端。

3)大力实施人才战略，培养专业行、复合型高级人才。

人是发展一切的动力，尤其对于高技术产业来说，人才更是必不可少的因素因此我国要大力培养专业的技术研发人员，尤其是对电路、软件工程以及关键元件设计人才，从根本上推动我国电子及通信设备行业的长足发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国通信设备行业发展态势及竞争策略分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章：通信设备制造企业的竞争环境

1.1通信行业发展现状分析

1.1.1电信业务收入分析

(1) 电信业务收入

(2) 电信业务收入结构分析

1.1.2新增电信用户数量分析

(1) 电信用户净增数分析

(2) 各制式移动电话用户净增数

1.1.3宽带用户数量分析

1.1.4电信固定资产投资分析

1.2通信设备制造行业发展状况

- 1.2.1通信设备制造行业销售收入走势
- 1.2.2通信设备制造行业利润规模走势
- 1.2.3通信设备制造行业竞争对手数量增减情况
- 1.3通信设备制造行业竞争特点
 - 1.3.1垄断和竞争相互强化
 - 1.3.2价格战仍是主要竞争手段

第二章：通信设备制造企业专利技术发展与创新分析

- 2.1通信设备制造企业技术创新的价值
 - 2.1.1技术创新的价值
 - 2.1.2技术创新的特点
- 2.2通信设备制造行业技术专利创新现状
 - 2.2.1通信设备制造行业申请专利数走势分析
 - 2.2.2通信设备制造行业公开专利数分析
 - 2.2.3通信设备制造企业技术创新力分析
 - 2.2.4通信设备制造行业热门专利分析
 - 2.2.5通信设备制造行业最新技术分析
- 2.3领先企业创新能力及技术创新分析
 - 2.3.1高通通信技术创新分析
 - 2.3.2华为通信技术创新分析
 - 2.3.3中兴通信技术创新分析
 - 2.3.4三星通信技术创新分析
 - 2.3.5阿尔卡特通信技术创新分析
 - 2.3.6诺基亚通信技术创新分析
 - 2.3.7烽火通信技术创新分析
 - 2.3.8普天通信技术创新分析
 - 2.3.9大唐通信技术创新分析
- 2.4行业经典专利案及影响分析
 - 2.4.1华为专利案分析
 - 2.4.2摩托罗拉专利案分析
 - 2.4.3北电网络6000项专利案分析

第三章：通信设备制造企业细分市场竞争战略

- 3.1手机市场竞争分析
 - 3.1.1手机市场竞争背景

- (1) 手机用户数量分析
- (2) 手机产量分析
- (3) 手机出货量分析
- 3.1.2手机市场竞争企业分析
 - (1) 中国智能手机市场品牌分析
 - (2) 国产手机竞争优劣势分析
 - (3) 进口手机竞争优劣势分析
- 3.1.3手机市场竞争格局分析
 - (1) 国产/进口手机所占比重分析
 - (2) 厂商所占市场份额分析
 - (3) 手机价格分布格局分析
- 3.1.4手机企业竞争策略分析
 - (1) 国产品牌竞争策略分析
 - (2) 国外品牌竞争策略分析
- 3.1.5手机行业竞争策略与建议
- 3.2路由器市场竞争分析
 - 3.2.1路由器市场竞争背景
 - (1) 路由器市场规模分析
 - (2) 路由器销量分析
 - (3) 路由器产品种类分析
 - 3.2.2路由器市场竞争格局分析
 - (1) 无线路由器市场竞争格局分析
 - (2) 企业级路由器市场竞争格局分析
 - 3.2.3路由器行业竞争策略与建议
- 3.3交换机市场竞争分析
 - 3.3.1交换机市场规模分析
 - (1) 程控交换机产量
 - (2) 数字程控交换机产量
 - (3) IP交换机市场规模
 - 3.3.2交换机市场竞争格局分析
 - (1) 以太网交换机品牌竞争格局
 - (2) 以太网交换机产品竞争格局
 - (3) 以太网交换机产品类型结构
 - (4) 以太网交换机价格分布
 - 3.3.3思科交换机竞争战略解读

3.3.4交换机行业竞争策略与建议

3.4通信基站市场竞争分析

3.4.1基站建设的规模分析

(1) 全球移动基站设备市场规模

(2) 中国移动基站设备市场规模

3.4.2三大运营商基站建设投入规模

(1) 中国移动基站建设投入规模

(2) 中国联通基站建设投入规模

(3) 中国电信基站建设投入规模

3.4.3基站建设参与企业竞争分析

3.4.4通信基站行业竞争策略与建议

3.5光缆光纤市场竞争分析

3.5.1光缆光纤市场竞争背景分析

(1) 光缆光纤行业市场规模分析

(2) 光纤宽带网络建设需求分析

(3) 4G网络建设需求分析

(4) 智能电网建设需求分析

(5) 三网融合需求分析

(6) 农村宽带建设需求

3.5.2光缆光纤运营商集中招标分析

(1) 中国移动招标分析

(2) 中国电信招标分析

3.5.3光缆光纤企业竞争分析

3.5.4光缆光纤行业竞争策略与建议

3.6对讲机市场竞争分析

3.6.1对讲机行业市场规模分析

(1) 行业总体规模分析

(2) 行业进口规模分析

(3) 行业出口规模分析

3.6.2对讲机行业市场竞争现状

3.6.3对讲机行业竞争策略与建议

(1) 以产品为竞争要点

(2) 以服务竞争为要点

3.7光端机市场竞争分析

3.7.1光端机市场竞争背景

3.7.2光端机竞争现状分析

3.7.3光端机企业发展建议

第四章：通信设备制造企业新兴市场竞争策略

4.13G市场竞争分析

4.1.13G市场竞争背景

(1) 中国3G行业市场规模分析

(2) 3G市场投资金额分析

4.1.2三大运营商3G建设布局分析

(1) 中国移动3G建设布局分析

(2) 中国联通3G建设布局分析

(3) 中国电信3G建设布局分析

4.1.3主要3G设备商竞争力分析

(1) 价格竞争力分析

(2) 技术竞争力分析

(3) 性能竞争力分析

4.1.4主要3G标准布局分析

(1) CDMA布局分析

(2) WCDMA布局分析

(3) TD-SCDMA布局分析

(4) WiMAX布局分析

4.1.53G市场竞争策略与建议

4.24G市场竞争分析

4.2.1政府4G建设引导分析

(1) 4G牌照发放进程分析

(2) 政府4G建设相关政策解读

4.2.24G设备采购分析

(1) 中国移动4G设备采购分析

(2) 中国联通4G设备采购分析

(3) 中国电信4G设备采购分析

4.2.3主要4G设备商竞争力分析

(1) 价格竞争力分析

(2) 技术竞争力分析

(3) 性能竞争力分析

4.2.44G市场竞争预测

- (1) 价格战仍将是主要竞争手段
- (2) 用户体验变得越来越重要
- (3) 竞争赢家利润率将较低
- 4.2.54G市场竞争策略与建议
- 4.3云计算市场竞争分析
 - 4.3.1全球云计算市场竞争背景
 - (1) 全球云计算市场规模
 - (2) 全球云计算市场结构
 - (3) 全球云计算区域分布
 - 4.3.2全球云计算市场竞争格局
 - (1) 全球云计算市场整体竞争格局
 - (2) 云计算不同领域国际领先企业概况
 - (3) 全球云计算企业云能力排行榜
 - (4) 互联网云计算生态系统格局
 - (5) IT厂商云计算生态系统格局
 - (6) 电信运营商云计算生态系统格局
 - 4.3.3中国云计算市场竞争背景
 - (1) 中国云计算市场规模分析
 - (2) 中国云计算发展特点分析
 - (3) 中国云计算产业发展前景预测
 - 4.3.4中国云计算市场竞争分析
 - (1) 中国云计算企业竞争格局
 - (2) 中国云计算市场分布格局
 - (3) 中国云计算细分市场竞争对手分析
 - 4.3.5云计算市场竞争策略与建议
- 4.4大数据产业竞争分析
 - 4.4.1全球大数据产业竞争背景
 - (1) 全球大数据储量规模
 - (2) 全球大数据地区分布
 - (3) 全球大数据细分市场
 - (4) 全球大数据专业服务市场及预测
 - (5) 全球大数据计算机市场规模及预测
 - (6) 全球大数据软件市场规模及预测
 - 4.4.2中国大数据产业竞争背景
 - (1) 中国大数据产业市场规模分析

(2) 中国大数据应用行业投资分布

(3) 技术平台全面发展

(4) 大数据一体机盛行

(5) 企业对大数据的投入增加

(6) 业界巨头加快产业链布局

(7) 新兴企业不断涌现

4.4.3 大数据企业商业模式分析

(1) 大数据内生型价值模式

(2) 大数据外生型价值模式

(3) 大数据寄生型价值模式

(4) 大数据产品型价值模式

(5) 大数据云计算服务型价值模式

4.4.4 大数据产业竞争企业分析

4.4.5 大数据产业竞争格局分析

(1) 全球大数据专营厂商收入占比

(2) 全球大数据专营厂商市场格局

(3) 全球大数据产业企业类型分析

4.4.6 大数据产业并购趋势

4.5 移动通信市场竞争分析

4.5.1 移动通信市场竞争背景

(1) 移动电话用户总数分析

(2) 通信业务移动化程度分析

(3) 移动通信收入分析

4.5.2 政府对TD-SCDMA的支撑政策分析

4.5.3 中国TD-SCDMA标准对移动通信竞争格局的影响

4.5.4 国内外主要企业的价格竞争分析

4.5.5 移动通信市场竞争策略与建议

4.6 光通信市场竞争分析

4.6.1 光通信市场竞争背景

(1) 光通信市场规模分析

(2) 光通信市场企业数量

(3) 光通信市场发展前景

4.6.2 光通信市场竞争影响因素

(1) 通信技术升级因素

(2) 全球分工与产业转移因素

- (3) 宽带接入建设持续升温
- 4.6.3光通信市场竞争企业分析
 - (1) 国内主要竞争企业分析
 - (2) 国际大型跨国企业分析
- 4.6.4光通信市场竞争结构分析
 - (1) 现有竞争者之间的竞争
 - (2) 关键要素的供应商议价能力分析
 - (3) 购买者议价能力分析
 - (4) 行业潜在进入者分析
 - (5) 替代品风险分析
- 4.6.5光通信市场竞争策略与建议

第五章：通信设备制造企业出口市场竞争分析

- 5.1全球通信设备市场总体发展
 - 5.1.1全球通信设备市场背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率
 - 5.1.2全球通信设备行业总体规模
 - 5.1.3全球通信设备行业竞争对手分析
 - 5.1.4全球通信设备行业竞争前景分析
- 5.2香港通信设备市场竞争分析
 - 5.2.1香港通信设备竞争背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率
 - (3) 固定宽带用户数
 - 5.2.2香港通信运营商
 - 5.2.3香港通信设备市场竞争格局
 - 5.2.4香港通信设备市场竞争前景预测
- 5.3美国通信设备市场竞争分析
 - 5.3.1美国通信设备竞争背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率
 - (3) 固定宽带用户数
 - 5.3.2美国通信运营商
 - 5.3.3美国通信设备市场竞争格局

5.3.4美国通信设备市场竞争对手分析

5.3.5美国通信设备市场竞争前景预测

5.4日本通信设备市场竞争分析

5.4.1日本通信设备竞争背景分析

(1) 电信普及率分析

(2) 互联网普及率

(3) 固定宽带用户数

5.4.2日本通信运营商

5.4.3日本通信设备市场竞争格局

5.4.4日本通信设备市场竞争对手分析

5.4.5日本通信设备市场竞争前景预测

5.5荷兰通信设备市场竞争分析

5.5.1荷兰通信设备竞争背景分析

(1) 电信普及率分析

(2) 互联网普及率

(3) 固定宽带用户数

5.5.2荷兰通信运营商介绍

5.5.3荷兰通信设备市场竞争格局

5.5.4荷兰通信设备市场竞争前景预测

5.6德国通信设备市场竞争分析

5.6.1德国通信设备竞争背景分析

(1) 电信普及率分析

(2) 互联网普及率

(3) 固定宽带用户数

5.6.2德国通信运营商

5.6.3德国通信设备市场竞争对手分析

5.6.4德国通信设备市场竞争前景预测

5.7韩国通信设备市场竞争分析

5.7.1韩国通信设备竞争背景分析

5.7.2韩国通信运营商

5.7.3韩国通信设备市场竞争格局

5.7.4韩国通信设备市场竞争对手分析

5.7.5韩国通信设备市场竞争前景预测

5.8新加坡通信设备市场竞争分析

5.8.1新加坡通信设备竞争背景分析

- (1) 电信普及率分析
- (2) 互联网普及率
- (3) 固定宽带用户数
- 5.8.2新加坡通信运营商
- 5.8.3新加坡通信设备市场竞争对手分析
- 5.8.4新加坡通信设备市场竞争前景预测
- 5.9台湾通信设备市场竞争分析
- 5.9.1台湾通信设备竞争背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率
 - (3) 固定宽带用户数
- 5.9.2台湾通信运营商
- 5.9.3台湾通信设备行业产值分析
- 5.9.4台湾通信设备市场竞争对手分析
- 5.9.5台湾通信设备市场竞争前景预测
- 5.10马来西亚通信设备市场竞争分析
- 5.10.1马来西亚通信设备竞争背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率
 - (3) 固定宽带用户数
- 5.10.2马来西亚通信设备市场竞争格局
- 5.10.3马来西亚通信设备市场竞争对手分析
- 5.10.4马来西亚通信设备市场竞争前景预测
- 5.11印度通信设备市场竞争分析
- 5.11.1印度通信设备竞争背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率
 - (3) 固定宽带用户数
- 5.11.2印度通信设备市场竞争格局
- 5.11.3印度通信设备市场竞争对手分析
- 5.11.4印度通信设备市场竞争前景预测
- 5.12法国通信设备市场竞争分析
- 5.12.1法国通信设备竞争背景分析
 - (1) 电信普及率分析
 - (2) 互联网普及率

(3) 固定宽带用户数

5.12.2 法国通信设备市场竞争格局

5.12.3 法国通信设备市场竞争对手分析

5.12.4 法国通信设备市场竞争前景预测

第六章：通信设备制造企业产业链扩张及综合竞争力提升分析

6.1 企业投资兼并重组动因（利润下滑）解读

6.1.1 企业战略出现失误

6.1.2 国际业务市场竞争加剧

6.1.3 设备提供商的利润下降

6.1.4 通过合并提升竞争力

6.2 行业投资兼并重组现状

6.2.1 投资兼并重组频率分析

6.2.2 行业横向投资兼并重组分析

6.2.3 行业纵向投资兼并重组分析

6.3 企业投资兼并重组案例

6.3.1 诺基亚阿朗合并

6.3.2 爱立信收购广东北电

6.3.3 诺西收购摩托罗拉无线

6.4 行业IPO上市企业投资情况分析

6.4.1 IPO上市企业投资规模分析

6.4.2 IPO上市企业投资项目分析

6.4.3 IPO上市企业预计收益分析

第七章：领先通信设备制造企业竞争力分析

7.1 国外通信设备制造企业竞争分析

7.1.1 爱立信公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.2 诺基亚解决方案与网络公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.3 摩托罗拉公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.4 阿朗公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.1.5 思科公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2 国内通信设备制造企业竞争分析

7.2.1 华为技术有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.2 中兴通讯股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.3 烽火通信科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.4 北京索爱普天移动通信有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.5大唐电信科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.6天津三星通信技术有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.7北京天宇朗通通信设备股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.8鸿富晋精密工业(太原)有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.9英华达(上海)科技有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.2.10仁宝信息技术(昆山)有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第八章：通信设备制造企业的竞争战略

8.1成本领先战略分析

8.1.1 成本控制点寻找与选定的理论基础

- (1) 价值链分析体系
- (2) 战略定位理论模型
- (3) 成本动因分析理论
- (4) 产品生命周期理论

8.1.2 通信设备制造企业成本领先战略实现方式

- (1) 简化产品型的成本领先
- (2) 改进设计型的成本领先
- (3) 材料节约型的成本领先
- (4) 人工费用降低型的成本领先
- (5) 生产创新及自动化型的成本领先

8.1.3 成本领先战略的优势分析

- (1) 抵挡住现有竞争对手的对抗
- (2) 抵御购买商讨价还价的能力
- (3) 更灵活地处理供应商的提价行为
- (4) 形成进入障碍
- (5) 树立与替代品的竞争优势

8.1.4 成本领先战略的风险分析

- (1) 市场需求下降
- (2) 新加入者可能后来居上
- (3) 丧失对市场变化的预见能力
- (4) 技术变化降低企业资源的效用
- (5) 容易受外部环境的影响

8.1.5 通信设备成本领先企业分析

- (1) 华为的成本领先战略分析
- (2) 中兴的成本领先战略分析

8.2 差异化竞争战略分析

8.2.1 差异化竞争战略的制定原则

- (1) 效益原则——差异化效益大于原有效益
- (2) 适当原则——差异化产品的溢价应适当
- (3) 有效原则——客户关注的重点应用显著改善

8.2.2 通信设备制造企业建立差异化战略的步骤

- (1) 了解客户需求
- (2) 设计价值定位、产品方案
- (3) 制定详细的客户群产品方案

- (4) 实施产品方案
- (5) 制定沟通计划
- 8.2.3 差异化竞争战略的优势分析
- 8.2.4 差异化竞争战略的风险分析
 - (1) 可能丧失部分客户
 - (2) 用户所需的产品差异的因素下降
 - (3) 大量的模仿缩小感觉得到的差异
 - (4) 过度差异化
- 8.2.5 通信设备差异化战略企业案例分析
 - (1) 阿尔卡特—朗讯服务异化战略分析
 - (2) 中兴的差异化战略分析
- 8.3 集中竞争战略分析
 - 8.3.1 集中战略的实施条件
 - 8.3.2 通信设备制造企业集中战略的推进方法
 - (1) 产品聚焦
 - (2) 区域聚焦
 - (3) 概念聚焦
 - (4) 传播聚焦
 - 8.3.3 集中战略的优势分析
 - (1) 集中资源于一点突破的成功率较高
 - (2) 有利于企业提高资源利用率
 - 8.3.4 集中战略的风险分析
 - (1) 其他竞争对手同样对该市场采取集中战略
 - (2) 选定的集中市场宽度过宽
 - (3) 行业整体的技术变革破坏企业的集中优势
 - 8.3.5 通信设备制造企业集中战略案例分析
 - (1) 爱立信集中战略分析
 - (2) 中兴集中战略分析

第九章：通信设备制造企业竞争力提升策略

9.1 通信设备制造企业营收竞争力提升策略

9.1.1 行业营业收入对比分析

9.1.2 领先企业营收竞争力提升策略借鉴

9.1.3 企业营收竞争力提升策略与建议

9.2 通信设备制造企业运营效率竞争力提升策略

- 9.2.1行业运营效率对比分析
- 9.2.2领先企业运营效率竞争力提升策略借鉴
- 9.2.3企业运营效率竞争力提升策略与建议
- 9.3通信设备制造企业盈利能力竞争力提升策略
- 9.3.1行业盈利能力对比分析
- 9.3.2企业盈利能力竞争力提升策略与建议
- 9.4通信设备制造企业研发能力竞争力提升策略
- 9.4.1行业研发投入对比分析
- 9.4.2领先企业研发能力竞争力提升策略借鉴
- 9.4.3企业研发能力竞争力提升策略与建议
- 9.5通信设备制造企业出口竞争力提升策略
- 9.5.1行业出口对比分析
- 9.5.2领先企业出口竞争力提升策略借鉴
- 9.5.3企业出口竞争力提升策略与建议

图表目录

- 图表1：电信业务总量与业务收入增长情况（单位：亿元，%）
- 图表2：话音业务和非话音业务收入占比变化情况图（单位：%）
- 图表3：固定与移动通信业务收入占比情况（单位：%）
- 图表4：固定与移动数据业务收入发展情况（单位：%）
- 图表5：我国电话用户和移动电话用户净增数（单位：户）
- 图表6：1949-固定电话、移动电话用户发展情况（单位：部/百人）
- 图表7：各制式移动电话用户净增数（单位：万户，%）
- 图表8：3G/4G用户发展情况（单位：万户，%）
- 图表9：互联网宽带接入用户发展和高速率用户占比情况（单位：万户，%）
- 图表10：电信固定资产投资完成情况（单位：亿元，%）
- 图表11：固定资产投资主要业务投资变化情况（单位：%）
- 图表12：中国通信设备制造行业销售收入走势图（单位：亿元，%）
- 图表13：中国通信设备制造行业利润规模走势图（单位：亿元，%）
- 图表14：中国通信设备制造行业企业数量走势图（单位：家，%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/290201290201.html>