

2017-2022年中国通信设备制造产业竞争现状及发展趋势前瞻报告

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年中国通信设备制造产业竞争现状及发展趋势前瞻报告》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/290215290215.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。

3用户对高速数据业务的需求增长

2015年，我国三家基础电信运营商固定互联网宽带接入用户净增加1288.8万户，总数为2.13亿户。其中光纤接入用户净增加5140.8万户，总量为1.2亿户，占宽带用户总量的56.1%，较上年提升22个百分点。到2016年9月末用户数达到2.92亿户，其中1-9月净增加3221万户，光纤接入用户数达到2.10亿户，占宽带用户总量的比重已达72.0%。较2015年净增加6185万户。用户对高速数据业务的需求不断增长。

2015年，移动电话用户净增加1964.5万户，总量为13.06亿户，移动电话用户普及率达到95.5部/百人，较上年提升1部/百人。到2016年9月末总量达到13.16亿户，4G用户总量达到6.86亿户，保持爆发式增长态势，占移动电话用户总量的比重达到52.1%，其中1-9月就净增加2.56亿户。用户对移动高速数据业务的需求也在不断增长。

另外，从业务使用量方面看，移动彩信和短信业务量持续下降。2016年1-9月，移动彩信量同比降低10.9%，发送总量为421亿条。短信业务收入为278亿元，同比降低10.2%。移动短信业务量为4971亿条，同比降低6.7%。其中移动用户发起的短信量同比降低29.9%，移动短信量占比降低到30.1%，较上年同期降低10个百分点。移动电话通话量持续下降，国内漫游通话量增速明显回落。1-9月，移动电话去话通话时长为2.11万亿分钟，同比降低1.2%。其中，国内漫游、国际漫游、港澳台漫游和国内非漫游通话时长与上年同期相比，分别降低0.04%、16.7%、13.9%和1.3%。短信、彩信和移动通话传统业务下降明显。与此相反，户均移动互联网接入的流量，1-9月累计达62.1亿G，同比增长122.7%。其中使用移动电话上网的流量为55.6亿G，依然保持翻倍增长趋势，占移动互联网总流量的比重达89.4%。固定互联网的使用量也快速增长，固定互联网接入的时长达到42.7万亿分钟。用户对高速数据业务的需求增长，必然使通信行业进行基础设施的投资增加，对通信设备的采购也会增长，从而促进通信设备制造行业市场的发展。

4通信行业企业收入增速的稳步回升

能够提供满足用户需求的商品是电信企业进行投资的动力，而电信收入增速的稳步回升，给企业进行投资提供了财力保障。

2015年电信收入为11251.4亿元，按可比口径计同比增长0.8%。电信业务总量为23141.7亿元，同比增长27.5%，较上年提升12个百分点。相应的同年，行业固定资产投资额为4539.1亿元。

完成投资额较上年净增546.5亿元，同比增加13.7%，较上年增速提升7.4个百分点。移动投资额达2047.5亿元，同比增加26.5%，占全部投资的45.1%，较上年提升4.6个百分点。数据通信和互联网投资额达到716.8亿元，同比提升79.9%，所占比重从上年的10%提升到15.8%。到2016年1-9月，电信收入为9101亿元，同比增长4.8%。电信业务总量为25061亿元，同比增长50.3%。相应期间的与固定资产投资相关的数据没有取到，相信增长不会低于上年的水平。随着电信收入增速的稳步回升，企业加大投资的能力和意愿也会得到提升。

图：2015-2016年中国电信业务收入发展情况

资料来源：公开资料，中国报告网整理

伴随着移动4G网络建设全面展开、互联网宽带接入端口“光进铜退”、高速数据业务的需求增长以及通信行业企业收入增速的稳步回升，通信行业固定资产投资规模将持续增长，通信设备制造业的市场也将会不断扩大，虽然2016年总体经济下行压力增大，但通信设备制造业的企业依然有着较好的发展机会，未来几年这种良好发展趋势也不会有大的改变。

中国报告网发布的《2017-2022年中国通信设备制造产业竞争现状及发展趋势前瞻报告》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

1.1.2新增电信用户数量分析

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规模经济特点催化竞争

1.3.2运营商反对行业垄断

1.3.3价格战仍是主要竞争手段

1.3.4技术变革能导致竞争地位变革

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技术创新可导致竞争格局洗牌

2.1.2专利授权费可成为稳定收入

2.1.3专利是抢占市场份额的利器

2.1.4专利起诉可干扰竞争对手接单

2.2通信设备制造企业技术专利创新现状

2.2.1通信设备制造企业专利数走势分析

2.2.2通信设备制造企业专利持有数分析

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专利分析

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西门子通信技术创新分析

2.3.8烽火通信技术创新分析

2.3.9普天通信技术创新分析

2.3.10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) 手机行业市场规模分析
- (2) 手机用户数量分析
- (3) 手机市场利润分析

3.1.2手机市场竞争企业分析

- (1) 国产手机品牌分析
- (2) 国产手机竞争优势劣势分析
- (3) 进口手机品牌分析
- (4) 进口手机竞争优势劣势分析

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
- (4) 手机市场区域分布格局

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) 路由器产品种类分析

3.2.2路由器市场竞争格局分析

- (1) 路由器生产企业分析
- (2) 路由器品牌竞争分析
- (3) 路由器价格竞争分析
- (4) 路由器性能竞争分析

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

3.3.2交换机市场竞争格局分析

- (1) 高端交换机市场竞争格局
- (2) 中低端交换机市场竞争格局

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基站建设的规模经济效应分析

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主要基站建设产品优劣势分析

3.4.5主要企业基站建设竞争力分析

3.4.6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) 3G网络建设需求分析
- (4) 智能电网建设需求分析
- (5) 广电网络 (NGB) 建设需求分析
- (6) 三网融合需求分析
- (7) “宽带中国”战略需求

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) 中国联通招标分析
- (3) 中国电信招标分析

3.5.3光缆光纤企业竞争分析

- (1) 光缆光纤生产企业分析
- (2) 光缆光纤品牌竞争分析
- (3) 光缆光纤价格竞争分析
- (4) 光缆光纤性能竞争分析

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

3.6.2对讲机行业市场竞争现状

- (1) 销售竞争——以价格战主
- (2) 渠道竞争——串货现象严重
- (3) 利润竞争——假冒伪劣泛滥
- (4) 业务竞争——恶性冒名顶替
- (5) 品牌竞争——品牌商互相贬低

3.6.3对讲机行业竞争策略与建议

3.7光端机市场竞争分析

3.7.1光端机市场竞争背景

- (1) 光端机市场规模分析
- (2) 光端机订单数量分析

3.7.2光端机竞争现状分析

- (1) 市场处于无序竞争状态
- (2) 企业竞争以价格战为主
- (3) 产品同质化严重

3.7.3光端机企业发展建议

- (1) 盈利模式由卖产品转向卖解决方案
- (2) 加大个性化产品的开发能力
- (3) 注重对芯片价格的控制

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排照发放进程分析
 - (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) 硬件需求将远超软件需求
 - (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
 - (1) 大数据硬件生产企业竞争分析
 - (2) 大数据软件提供企业竞争分析
 - (3) 大数据服务提供企业竞争分析
 - 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 大数据产业竞争策略与建议
- 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 香港通信设备市场竞争分析

5.1.1香港通信设备竞争背景分析

- (1) 香港电信普及率分析
- (2) 香港通信运营商发展状况
- (3) 香港通信设备制造行业发展状况

5.1.2香港通信设备市场竞争格局

5.1.3香港通信设备市场竞争对手分析

5.1.4香港通信设备市场竞争前景预测

5.2美国通信设备市场竞争分析

5.2.1美国通信设备竞争背景分析

- (1) 美国电信普及率分析
- (2) 美国通信运营商发展状况
- (3) 美国通信设备制造行业发展状况

5.2.2美国通信设备市场竞争格局

5.2.3美国通信设备市场竞争对手分析

5.2.4美国通信设备市场竞争前景预测

5.3日本通信设备市场竞争分析

5.3.1日本通信设备竞争背景分析

- (1) 日本电信普及率分析
- (2) 日本通信运营商发展状况
- (3) 日本通信设备制造行业发展状况

5.3.2日本通信设备市场竞争格局

5.3.3日本通信设备市场竞争对手分析

5.3.4日本通信设备市场竞争前景预测

5.4荷兰通信设备市场竞争分析

5.4.1荷兰通信设备竞争背景分析

- (1) 荷兰电信普及率分析
- (2) 荷兰通信运营商发展状况
- (3) 荷兰通信设备制造行业发展状况

5.4.2荷兰通信设备市场竞争格局

5.4.3荷兰通信设备市场竞争对手分析

5.4.4荷兰通信设备市场竞争前景预测

5.5德国通信设备市场竞争分析

5.5.1德国通信设备竞争背景分析

- (1) 德国电信普及率分析
- (2) 德国通信运营商发展状况

(3) 德国通信设备制造行业发展状况

5.5.2 德国通信设备市场竞争格局

5.5.3 德国通信设备市场竞争对手分析

5.5.4 德国通信设备市场竞争前景预测

5.6 韩国通信设备市场竞争分析

5.6.1 韩国通信设备竞争背景分析

(1) 韩国电信普及率分析

(2) 韩国通信运营商发展状况

(3) 韩国通信设备制造行业发展状况

5.6.2 韩国通信设备市场竞争格局

5.6.3 韩国通信设备市场竞争对手分析

5.6.4 韩国通信设备市场竞争前景预测

5.7 新加坡通信设备市场竞争分析

5.7.1 新加坡通信设备竞争背景分析

(1) 新加坡电信普及率分析

(2) 新加坡通信运营商发展状况

(3) 新加坡通信设备制造行业发展状况

5.7.2 新加坡通信设备市场竞争格局

5.7.3 新加坡通信设备市场竞争对手分析

5.7.4 新加坡通信设备市场竞争前景预测

5.8 台湾通信设备市场竞争分析

5.8.1 台湾通信设备竞争背景分析

(1) 台湾电信普及率分析

(2) 台湾通信运营商发展状况

(3) 台湾通信设备制造行业发展状况

5.8.2 台湾通信设备市场竞争格局

5.8.3 台湾通信设备市场竞争对手分析

5.8.4 台湾通信设备市场竞争前景预测

5.9 英国通信设备市场竞争分析

5.9.1 英国通信设备竞争背景分析

(1) 英国电信普及率分析

(2) 英国通信运营商发展状况

(3) 英国通信设备制造行业发展状况

5.9.2 英国通信设备市场竞争格局

5.9.3 英国通信设备市场竞争对手分析

- 5.9.4英国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) 马来西亚电信普及率分析
 - (2) 马来西亚通信运营商发展状况
 - (3) 马来西亚通信设备制造行业发展状况
 - 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) 印度电信普及率分析
 - (2) 印度通信运营商发展状况
 - (3) 印度通信设备制造行业发展状况
 - 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) 法国电信普及率分析
 - (2) 法国通信运营商发展状况
 - (3) 法国通信设备制造行业发展状况
 - 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发达国家电信支出增长有限
 - 6.1.3面临中国厂商的低成本竞争
 - 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华为的美国收购案

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上市企业投资分析

6.4.1IPO上市企业投资规模分析

6.4.2IPO上市企业投资项目分析

6.4.3IPO上市企业预计收益分析

6.4.4IPO上市企业实际收益分析

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诺西公司经营情况分析

- (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) 降价过度引起利润率降低
- (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 通信设备制造企业差异化竞争战略实现方式

- (1) 使用具有独特性能的原材料和其他投入要素
- (2) 开展技术开发活动
- (3) 严格的生产作业活动
- (4) 特别的营销活动
- (5) 扩大经营范围

8.2.3 差异化竞争战略的优势分析

- (1) 建立起顾客对企业的忠诚
- (2) 形成强有力的产业进入障碍
- (3) 增强了企业对供应商讨价还价的能力
- (4) 削弱购买商讨价还价的能力
- (5) 加大与替代品之间的竞争优势

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) 爱立信的成本领先战略分析
- (2) 诺西的成本领先战略分析

8.3集中竞争战略分析

8.3.1集中战略的实施条件

- (1) 目标市场足够大，可以盈利
- (2) 集中的小市场具有很好的成长潜力
- (3) 小市场不是主要竞争厂商成功的关键
- (4) 公司拥有有效服务目标-选定市场的资源和能力
- (5) 公司拥有一定商誉来防御小市场中的竞争者

8.3.2通信设备制造企业集中战略的产品业务选定方法

- (1) 该市场购买群体在需求上存在差异
- (2) 该市场没有其他竞争对手试图采用重点集中战略
- (3) 该市场在市场容量、成长速度、获利能力、竞争强度方面具有相对的吸引力
- (4) 目标市场与本企业可使用资源相匹配

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) 能建立较为有效的选定市场竞争优势
- (3) 集中市场的客户忠诚度较高

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) 阿朗的成本领先战略分析
- (2) 思科的成本领先战略分析

第九章：通信设备制造企业竞争力提升策略

9.1通信设备制造企业品牌竞争力提升策略

9.1.1行业品牌竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.1.2领先企业品牌竞争力提升策略借鉴

- (1) 领先企业品牌竞争力排名
- (2) 领先企业品牌竞争力提升策略

9.1.3企业品牌竞争力提升策略与建议

9.2通信设备制造企业产品竞争力提升策略

9.2.1行业产品竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.2.2领先企业产品竞争力提升策略借鉴

(1) 领先企业产品竞争力排名

(2) 领先企业产品竞争力提升策略

9.2.3企业产品竞争力提升策略与建议

9.3通信设备制造企业研发竞争力提升策略

9.3.1行业研发竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.3.2领先企业研发竞争力提升策略借鉴

(1) 领先企业研发竞争力排名

(2) 领先企业研发竞争力提升策略

9.3.3企业研发竞争力提升策略与建议

9.4通信设备制造企业渠道竞争力提升策略

9.4.1行业渠道竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.4.2领先企业渠道竞争力提升策略借鉴

(1) 领先企业渠道竞争力排名

(2) 领先企业渠道竞争力提升策略

9.4.3企业渠道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行业出口竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.5.2领先企业出口竞争力提升策略借鉴

(1) 领先企业出口竞争力排名

(2) 领先企业出口竞争力提升策略

9.5.3企业出口竞争力提升策略与建议

9.6通信设备制造企业服务竞争力提升策略

9.6.1行业服务竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.6.2领先企业服务竞争力提升策略借鉴

(1) 领先企业服务竞争力排名

(2) 领先企业服务竞争力提升策略

9.6.3企业服务竞争力提升策略与建议

9.7通信设备制造企业质量竞争力提升策略

9.7.1行业质量竞争力对市场购买力的影响系数分析

9.7.2领先企业质量竞争力提升策略借鉴

(1) 领先企业质量竞争力排名

(2) 领先企业质量竞争力提升策略

9.7.3企业质量竞争力提升策略与建议

图表目录

图表1：2016年中国通信设备制造行业销售收入走势图（单位：亿元，%）

图表2：2016年中国通信设备制造行业利润规模走势图（单位：亿元，%）

图表3：2016年中国通信设备制造企业数量走势图（单位：家，%）

图表4：2022年全球云计算市场规模及预测（单位：亿美元）

图表5：2016年全球云计算的市场结构（单位：%）

图表6：云计算市场区域分布（单位：%）

图表7：全球云计算市场竞争格局的变化

图表8：云计算产业各领域主要领先厂商

图表9：国际云计算企业云能力排行榜（1-10名）

图表10：国际云计算企业云能力排行榜（11-20名）

图表11：互联网云计算生态系统

（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/290215290215.html>