

2018年中国移动通信转售行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

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《2018年中国移动通信转售行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/330559330559.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、行业格局：竞争集中化不断加强

从国际经验来看，在成熟的移动虚拟运营市场中，马太效应凸显，即领先的 MVNO 更容易获得生存空间。欧洲英国、德国等国家在虚拟运营市场排名前几的 MVNO 拥有本国整体 MVNO 市场份额 70%以上。

图表：国外市场领先 MVNO 占总市场份额

近半年内，我国 42 家转售企业中行业前 10 的企业收入、用户占比均在 80%左右小幅浮动，保持相对稳定，自 2016 年底起，用户数排名前十的企业连续 7 个月保持稳定不变，集中化格局基本成型。在现有码号资源发放情况下，行业格局预计仍将会继续维持集中化趋势。

图表：转售企业发展规模对比

图表：累计盈利的转售企业增长数

截止 2017 年 6 月底，排名前十位企业转售用户数占全部转售用户数的 77%。共有 20 家企业用户数超过 50 万，16 家转售企业用户超过 100 万，9 家超过 200 万，最大达到 1000 万左右，已实现群体突破。从单个企业来看，目前用户最大的虚拟运营商蜗牛移动经历两年半左右的发展时间即实现用户数突破 800 万户。从国际上看，单一品牌若在单个国家发展四五百万用户则规模相当可观不容小觑。国外拥有两三千万用户的移动虚拟运营商，一般是在多个国家发展用户，或者是在同一国家通过资本收购的方式收购多个虚拟运营品牌从而壮大了用户规模。从用户规模角度看，我国大型虚拟运营商已经在全球占据较为领先位置，这与我国市场容量较大密切相关。

图表：移动通信转售企业用户数（截止 2017 年 6 月）

而相对于盈利来说，我国转售企业也在近期有了快速的增长。最大的蜗牛移动运营商 2017 年上半年累计收入达到 2.4 亿元，此外还有两家累计收入超过 1 亿元的企业，共有 9 家企业累计收入超过 5000 万元，在用户规模上分别排名 1、2、3、4、5、6、8、9、13 名。

图表：移动通信转售企业 2017 年上半年累计收入

目前行业内各企业之间用户数与累计收入差异化也非常明显，这主要归结于，一是各转售企业获得试点批文的时间不同，前后相差最大的达 1 年左右，目前排名前十位的转售企业均为首批或第二批获得转售试点批文企业，其放号时间及运营时间较长，运营经验逐渐丰富；二是各转售企业资源投入不同，发展用户较多的企业基本上财力、人员投入均较多，部分企业资金投入超过 1 亿元，人员投入超过 500 人。

移动转售用户净增份额是衡量转售企业竞争能力的更为重要的指标。2015 年，移动转售净增用户占全国净增移动用户比例达 48%；2016 年，移动转售用户净增份额达 33%；2017 年 1-6 月达到 17%。考虑到三家基础电信企业各自的雄厚资源和几十万员工的实力

，转售企业整体净增份额历史增长趋势明显，目前已进入平稳期。不过转售企业总体竞争能力仍然不可小觑。

此外，在 42 家企业当中，行业内部竞争同样十分激烈。截止 2016 年 11 月底，42 家获得试点批文的转售企业中，共 41 家企业正式放号。他们大部分属于通信产业链上游企业，基本处于所在行业龙头地位，使得我国移动转售业务发展起点很高。其中，拥有实体渠道、互联网和拥有行业应用背景的企业发展最好。其中拥有渠道背景的转售企业更能发挥自有优势，能更快的提升客户量与培养客户价值。这类型的转售企业的用户数量、增速一直处于领先地位，在用户排名前 11 位的企业中占 7 家。

图表：移动转售企业总览

二、实体渠道、互联网、行业应用背景企业表现突出

开通业务的转售企业大部分为通信产业链上下游企业，例如，通信终端销售企业、通信终端制造企业、信息内容/行业应用企业、互联网基础设施企业等，也包括航空、金融、服装等其他行业企业。这些企业基本都是所在行业的龙头企业，使得我国移动转售业务发展的起点比较高。从转售企业的品牌策略上看，现阶段转售企业以延伸品牌策略为主，采用全新品牌的属于少数。

在排在前列的转售企业中，拥有实体渠道、互联网和行业应用背景的企业表现更为突出，尽管其他行业背景的企业用户占比正在逐步扩张，但这三个企业用户占比仍达到 89%。实体渠道背景的企业用户数从 2015 年的 412 万户增长至 2017 年的 1960 万户，但用户数占比从 53%下降为 38%。互联网企业近两年占比维持不变，但用户总数从 830 万户增加至 1414 万户。具有行业应用背景的企业占比先升后降，但两年内总体 10%的涨幅仍表现出相当可观的实力。

图表：分类移动通信转售企业用户占比变化情况

互联网背景企业用户增长放缓，更注重保持收入份额：互联网企业的转售用户数量次之，在用户排名前 11 位的有 2 家，领先企业用户达 400 万左右。这类企业一旦看清方向，投入坚决，部署较快，拓展有力。

终端制造背景企业、传统行业企业关注创收表现胜于用户扩张：拥有行业应用背景的转售企业用户增长也非常快，并没有局限在政企客户市场发展，在大众市场拓展力度也非常大，领先企业用户超 200 万。

观研天下发布的《2018年中国移动通信转售行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、移动通信转售T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国移动通信转售行业发展概述

第一节 移动通信转售行业发展情况概述

- 一、移动通信转售行业相关定义
- 二、移动通信转售行业基本情况介绍
- 三、移动通信转售行业发展特点分析

第二节 中国移动通信转售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、移动通信转售行业产业链条分析
- 三、中国移动通信转售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国移动通信转售行业生命周期分析

- 一、移动通信转售行业生命周期理论概述
- 二、移动通信转售行业所属的生命周期分析

第四节 移动通信转售行业经济指标分析

- 一、移动通信转售行业的赢利性分析
- 二、移动通信转售行业的经济周期分析
- 三、移动通信转售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国移动通信转售行业进入壁垒分析

- 一、移动通信转售行业资金壁垒分析
- 二、移动通信转售行业技术壁垒分析
- 三、移动通信转售行业人才壁垒分析

四、移动通信转售行业品牌壁垒分析

五、移动通信转售行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球移动通信转售行业市场发展现状分析

第一节 全球移动通信转售行业发展历程回顾

第二节 全球移动通信转售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲移动通信转售行业地区市场分析

一、亚洲移动通信转售行业市场现状分析

二、亚洲移动通信转售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲移动通信转售行业市场前景分析

第四节 北美移动通信转售行业地区市场分析

一、北美移动通信转售行业市场现状分析

二、北美移动通信转售行业市场规模与市场需求分析

三、北美移动通信转售行业市场前景分析

第五节 欧盟移动通信转售行业地区市场分析

一、欧盟移动通信转售行业市场现状分析

二、欧盟移动通信转售行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟移动通信转售行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界移动通信转售行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球移动通信转售行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国移动通信转售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国移动通信转售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国移动通信转售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、移动通信转售环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国移动通信转售行业运行情况

第一节 中国移动通信转售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国移动通信转售行业市场规模分析

第三节 中国移动通信转售行业供应情况分析

第四节 中国移动通信转售行业需求情况分析

第五节 中国移动通信转售行业供需平衡分析

第六节 中国移动通信转售行业发展趋势分析

第五章 中国移动通信转售所属行业运行数据监测

第一节 中国移动通信转售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国移动通信转售所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国移动通信转售所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国移动通信转售市场格局分析

第一节 中国移动通信转售行业竞争现状分析

一、中国移动通信转售行业竞争情况分析

二、中国移动通信转售行业主要品牌分析

第二节 中国移动通信转售行业集中度分析

一、中国移动通信转售行业市场集中度分析

二、中国移动通信转售行业企业集中度分析

第三节 中国移动通信转售行业存在的问题

第四节 中国移动通信转售行业解决问题的策略分析

第五节 中国移动通信转售行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国移动通信转售行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国移动通信转售行业消费特点

第二节 中国移动通信转售行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 移动通信转售行业成本分析

第四节 移动通信转售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国移动通信转售行业价格现状分析

第六节 中国移动通信转售行业平均价格走势预测

一、中国移动通信转售行业价格影响因素

二、中国移动通信转售行业平均价格走势预测

三、中国移动通信转售行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国移动通信转售行业区域市场现状分析

第一节 中国移动通信转售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地移动通信转售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区移动通信转售市场规模分析

四、华东地区移动通信转售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区移动通信转售市场规模分析

四、华中地区移动通信转售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区移动通信转售市场规模分析

第九章 2015-2017年中国移动通信转售行业竞争情况

第一节 中国移动通信转售行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国移动通信转售行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国移动通信转售行业竞争环境分析（移动通信转售T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 移动通信转售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国移动通信转售行业发展前景分析与预测

第一节 中国移动通信转售行业未来发展前景分析

一、移动通信转售行业国内投资环境分析

二、中国移动通信转售行业市场机会分析

三、中国移动通信转售行业投资增速预测

第二节 中国移动通信转售行业未来发展趋势预测

第三节 中国移动通信转售行业市场发展预测

一、中国移动通信转售行业市场规模预测

二、中国移动通信转售行业市场规模增速预测

三、中国移动通信转售行业产值规模预测

四、中国移动通信转售行业产值增速预测

五、中国移动通信转售行业供需情况预测

第四节 中国移动通信转售行业盈利走势预测

一、中国移动通信转售行业毛利润同比增速预测

二、中国移动通信转售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国移动通信转售行业投资风险与营销分析

第一节 移动通信转售行业投资风险分析

一、移动通信转售行业政策风险分析

二、移动通信转售行业技术风险分析

三、移动通信转售行业竞争风险

四、移动通信转售行业其他风险分析

第二节 移动通信转售行业企业经营发展分析及建议

一、移动通信转售行业经营模式

二、移动通信转售行业销售模式

三、移动通信转售行业创新方向

第三节 移动通信转售行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国移动通信转售行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动通信转售行业品牌战略分析

- 一、移动通信转售企业品牌的重要性
- 二、移动通信转售企业实施品牌战略的意义
- 三、移动通信转售企业品牌的现状分析
- 四、移动通信转售企业的品牌战略
- 五、移动通信转售品牌战略管理的策略

第二节 中国移动通信转售行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国移动通信转售行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国移动通信转售行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动通信转售行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国移动通信转售行业定价策略分析

第二节 中国移动通信转售行业营销渠道策略

- 一、移动通信转售行业渠道选择策略
- 二、移动通信转售行业营销策略

第三节 中国移动通信转售行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国移动通信转售行业重点投资区域分析

二、中国移动通信转售行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/330559330559.html>