

2018年中国电信服务行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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年中国电信服务行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/zengzhifuwu/341761341761.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

eSIM 更适应物联网设备的需求 与传统SIM 卡相比，eSIM 更加符合物联网时代的设备需求。在物联网发展过程中，传统SIM卡出现了许多弊端，限制了物联网设备的联网能力，而GSMA 推出的eSIM 卡更符合物联网的业务特征：

解决了SIM 卡接触不良的问题。由于SIM 卡插拔式的结合方式，终端必须设备设置卡槽，而卡槽容易进入灰尘，剧烈震动时导致接触不良，无法适应大规模物联网部署。比如在车联网中，汽车需要使用SIM卡连接网络，汽车的行驶特点决定SIM卡必须是嵌入式的，而非易导致接触不良的插拔式SIM 卡。

突破了单一运营商网络锁定的限制。同样在车联网领域，由于车辆跨国销售、行驶等特点，汽车需要能快速切换不同运营商的网络。可远程编程的eSIM 卡比需频繁更换的传统SIM 卡更适应车联网的发展。

推动了设备终端设计的优化升级。传统SIM 卡大大限制了终端设备的设计和性能。对智能手表、VR 等可穿戴设备来说，无需卡槽且能节约近90%空间的eSIM 卡比传统SIM 卡也更有利于设备商生产出小巧、轻便、高性能终端设备。

具备“一号多终端”的特性，实现设备的批量上网。物联网时代，用户往往需要管理海量的设备。传统的SIM 卡只能是一卡一号，而eSIM 具备一号多终端特性，可以实现设备的批量入网，降低设备入网成本。

资料来源：互联网

资料来源：公开资料整理 应用遍地开花，eSIM 发展进入快车道

面向物联网应用，eSIM 卡开启广阔蓝海市场。在满足了物联网对低成本、安全性、稳定性等诸多要求后，eSIM 卡能有效应用到包括车联网、可穿戴设备、智能家居、远程智能抄表等诸多物联网场景中。

因此，市场对eSIM 的需求将出现爆发式增长，根据预测，至2020 年，仅M2M 场景下的全球eSIM 市场规模就将突破14 亿美元。

数据来源：公开数据整理

eSIM 和物联网市场将协同发展

国内运营商正利用eSIM 卡积极打造自己的物联网平台。1) 中国移动：推出内置eSIM 卡的物联网芯片；2) 中国联通：根据具体场景提供eSIM 服务；3) 中国电信：已完成物联网eSIM 卡平台建设，并进行平台与机卡兼容性的测试，推动物联网eSIM 商用的实现。

物联网领域也是运营商面临的巨大挑战所在。按照我们的分析，eSIM 卡的推出对于单向通信需求、号码粘性小、成本敏感的用户影响最大，这些用户会积极切换运营商以实现使用成本的最优化。因此，eSIM 技术将和物联网技术协同发展：

eSIM 卡降低了物联网的综合使用成本，有助于物联网加速推广。因此我们认为eSIM卡大规模应用会和物联网的发展更紧密的联系在一起。物联网终端设备会优先考虑集成eSIM 卡，以实现未来运营商服务的切换。

运营商将面临用户增加和保持ARPU 的抉择。在物联网领域，用户切换运营商成本降低，运营商就需要通过更具性价比的产品吸引用户，因此用户ARPU会受影响。但是物联网是一个新兴市场，连接数增长潜力巨大，所以我们认为运营商会调低资费标准促进物联网连接数增长。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国电信服务行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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家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、PEST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 2016-2018年中国中国通信行业发展概述

第一节 中国通信行业发展情况概述

- 一、中国通信行业相关定义
- 二、中国通信行业基本情况介绍
- 三、中国通信行业发展特点分析

第二节 中国中国通信行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、中国通信行业产业链条分析
- 三、中国中国通信行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国中国通信行业生命周期分析

- 一、中国通信行业生命周期理论概述
- 二、中国通信行业所属的生命周期分析

第四节 中国通信行业经济指标分析

- 一、中国通信行业的赢利性分析
- 二、中国通信行业的经济周期分析
- 三、中国通信行业附加值的提升空间分析

第五节 中国中国通信行业进入壁垒分析

- 一、中国通信行业资金壁垒分析
- 二、中国通信行业技术壁垒分析
- 三、中国通信行业人才壁垒分析
- 四、中国通信行业品牌壁垒分析
- 五、中国通信行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球中国通信行业市场发展现状分析

第一节 全球中国通信行业发展历程回顾

第二节 全球中国电信行业市场区域分布情况

第三节 亚洲中国电信行业地区市场分析

- 一、亚洲中国电信行业市场现状分析
- 二、亚洲中国电信行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲中国电信行业市场前景分析

第四节 北美中国电信行业地区市场分析

- 一、北美中国电信行业市场现状分析
- 二、北美中国电信行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美中国电信行业市场前景分析

第五节 欧盟中国电信行业地区市场分析

- 一、欧盟中国电信行业市场现状分析
- 二、欧盟中国电信行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟中国电信行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界中国电信行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球中国电信行业市场规模预测

第三章 中国中国电信产业发展环境分析

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、全社会消费品中国电信总额
- 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 中国中国电信行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国中国电信产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国中国电信行业运行情况

第一节 中国中国电信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 中国中国电信行业市场规模分析

第三节 中国中国电信行业供应情况分析

第四节 中国中国电信行业需求情况分析

第五节 中国中国电信行业供需平衡分析

第六节 中国中国电信行业发展趋势分析

第五章 中国中国电信所属行业运行数据监测

第一节 中国中国电信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 中国中国电信所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国中国电信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 2016-2018年中国中国电信市场格局分析

第一节 中国中国电信行业竞争现状分析

一、中国中国电信行业竞争情况分析

二、中国中国电信行业主要品牌分析

第二节 中国中国电信行业集中度分析

一、中国中国电信行业市场集中度分析

二、中国中国电信行业企业集中度分析

第三节 中国中国电信行业存在的问题

第四节 中国中国通信行业解决问题的策略分析

第五节 中国中国通信行业竞争力分析

- 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 2016-2018年中国中国通信行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国中国通信行业消费特点

第二节 中国中国通信行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 中国通信行业成本分析

第四节 中国通信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 中国中国通信行业价格现状分析

第六节 中国中国通信行业平均价格走势预测

- 一、中国中国通信行业价格影响因素
- 二、中国中国通信行业平均价格走势预测
- 三、中国中国通信行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国中国通信行业区域市场现状分析

第一节 中国中国通信行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区中国通信市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区中国通信市场规模分析
- 四、华东地区中国通信市场规模预测

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、华中地区中国电信市场规模分析
- 四、华中地区中国电信市场规模预测
- 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、华南地区中国电信市场规模分析

第九章 2016-2018年中国中国电信行业竞争情况

第一节 中国中国电信行业竞争结构分析（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 中国中国电信行业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 中国中国电信行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 中国电信行业企业分析（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年中国中国通信行业发展前景分析与预测

第一节中国中国通信行业未来发展前景分析

一、中国通信行业国内投资环境分析

二、中国中国通信行业市场机会分析

三、中国中国通信行业投资增速预测

第二节中国中国通信行业未来发展趋势预测

第三节中国中国通信行业市场发展预测

一、中国中国通信行业市场规模预测

二、中国中国通信行业市场规模增速预测

三、中国中国通信行业产值规模预测

四、中国中国通信行业产值增速预测

五、中国中国通信行业供需情况预测

第四节中国中国通信行业盈利走势预测

一、中国中国通信行业毛利润同比增速预测

二、中国中国通信行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国中国通信行业投资风险与营销分析

第一节 中国通信行业投资风险分析

一、中国通信行业政策风险分析

二、中国通信行业技术风险分析

三、中国通信行业竞争风险

四、中国通信行业其他风险分析

第二节 中国通信行业企业经营发展分析及建议

一、中国通信行业经营模式

二、中国通信行业销售模式

三、中国通信行业创新方向

第三节 中国电信行业应对策略

- 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年中国中国电信行业发展策略及投资建议

第一节 中国中国电信行业品牌战略分析

- 一、中国电信企业品牌的重要性
- 二、中国电信企业实施品牌战略的意义
- 三、中国电信企业品牌的现状分析
- 四、中国电信企业的品牌战略
- 五、中国电信品牌战略管理的策略

第二节 中国中国电信行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国中国电信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年中国中国电信行业发展策略及投资建议

第一节 中国中国电信行业产品策略分析

- 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 中国中国电信行业定价策略分析

第三节 中国中国电信行业营销渠道策略

- 一、中国电信行业渠道选择策略

二、中国电信行业营销策略

第四节中国中国电信行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国中国电信行业重点投资区域分析

二、中国中国电信行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zengzhifuwu/341761341761.html>