

# 中国移动运营市场竞争格局与投资前景分析报告 (2012-2016)

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国移动运营市场竞争格局与投资前景分析报告（2012-2016）》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/tongxin/134449134449.html>

报告价格：电子版: 7000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

移动运营商是指提供移动通讯业务的服务部门。国内的三大通信运营商：中国移动，中国联通，中国电信。移动运营商提供网络服务的供应商，因为国家在通信管理方面相当严格。只有拥有信息产业部颁发的运营牌照的公司才能架设网络，从通信行业来说，设备生产商和运营商是相互依存的，但运营商一般更有优势，就好像中国移动规定Nokia等手机生产商生产的部分手机上打上全球通的品牌一样。

中国报告网发布的《中国移动运营市场竞争格局与投资前景分析报告（2012-2016）》共十五章。首先介绍了中国移动运营行业市场发展环境、中国移动运营整体运行态势等，接着分析了中国移动运营行业市场运行的现状，然后介绍了中国移动运营市场竞争格局。随后，报告对中国移动运营做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动运营行业发展趋势与投资预测。您若想对移动运营产业有个系统的了解或者想投资移动运营行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 全球移动运营市场调研分析

#### 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、中国移动互联网业务发展现状

##### 三、发展趋势分析

#### 第五节 2012-2016年全球移动运营市场预测

##### 一、全球手机电视市场用户规模预测

##### 二、全球手机信息收入预测

##### 三、西欧地区手机付费搜索广告市场收入规模预测

##### 四、全球移动运营商在4G和FMC上的投资预测

##### 五、全球移动运营商采取不同IMS演进分析

### 第二章 中国移动通信运营产业环境分析

#### 第一节 2011-2012年通信行业政策环境分析

##### 一、中国政府积极推动TD-SCDMA不断成熟和商用

##### 二、国家发改委进一步推进电信资费改革

##### 三、《反垄断法》的出台对电信行业发展产生重要影响

##### 四、电信央企将上缴税后利润

##### 五、广电将主导手机电视业务

##### 六、中国电信重组影响中国联通用户发展

#### 第二节 2011-2012年中国电信行业总体运行情况分析

##### 一、总体情况

##### 二、电信用户

##### 三、业务使用情况

##### 四、经济效益

##### 五、电信能力建设

##### 六、增值电信业务

##### 七、村通工程与农村信息化建设

#### 第三节 2011-2012年中国电信行业分析

##### 一、业务总量增长幅度

###### 1、移动电话用户

###### 2、固定电话用户

### 3、互联网用户

#### 二、业务收入增长情况分析

##### 1、本地电话业务

##### 2、长途电话业务

#### 三、电信重组形成全业务经营企业

#### 四、农村通信水平上新台阶

### 第四节 2011-2012年中国电信行业分析

#### 一、电信业务收入情况

#### 二、电信业务收入预测

### 第三章 中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、中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时代中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 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、中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 3G业务分析

### 第一节 3G全球和中国的发展状况简介

#### 一、十一五政策导向

#### 二、信产部对中国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 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 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 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 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 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、中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 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 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 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 中国主要移动运营商运行分析

### 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、中国手机定制渐成新动力

三、中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（部分）：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

《中国移动运营市场竞争格局与投资前景分析报告（2012-2016）》系统全面的调研了移动运营的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/134449134449.html>