

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

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>