

2018年中国通讯行业分析报告- 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年中国通讯行业分析报告-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/tongxin/325063325063.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

1、互联网业务保持高增长

在宽带中国战略和宽带接入市场开放试点等政策的推进下，民营资本持续进入宽带接入市场扩大投资，用户数量稳步增长。截止10月末，互联网企业共发展宽带接入用户4365万户，同比增长42.6%，互联网数据中心业务收入111亿元，同比增长8.1%，互联网接入业务收入158.3亿元，同比下降34.8%。

图：2016~2017互联网业务收入增长情况

图：2016~2017互联网接入业务收入增长情况 资料来源：观研天下整理

移动宽带网络的互联网应用中，游戏类应用仍然占较大优势，应用数量超119万款；而生活服务和电子商务类分列二、三位，应用规模分别为52.4万款和41.5万款；第四位的是规模达32.3万款的办公学习类。在市场热点类应用当中，以物流企业应用、货运运输服务应用和具有自有物流服务能力电子商城为代表的智慧物流类应用数量超过14300款；而提供二维码扫码、转账等金融支付功能的网络支付类应用数量则超过10000款。在下载总量中，游戏类应用（1665亿次）、系统工具类应用（1502亿次）和影音播放类应用（1046亿次）位于整体前三位。由此可以看出，建立在宽带互联网的应用已经极大的丰富，而且前几位的应用都是基于流量的，对于流量经营也是一种相互促进。此块市场目前虽然主要由BAT类企业主导，但是随着通信企业的外延式拓展，进行上下游产业链打通加强协同效应，互联网应用必然也是通信领域涉及的领域。我们看好凭借入口优势的设备企业拓展互联网应用市场的势头。

2、三大运营商稳重求变

工信部2018年的工作重点是加快重点领域改革，做好电信混合所有制改革。对电信行业的主要预期目标：电信业务总量、互联网行业、软件和信息技术服务业收入分别增长50%、30%和13%左右。

通信市场基于今年宽带用户的稳步攀升，三大运营商的移动用户数基本保持小幅攀升的格局，4G用户占比也是逐月提高。增速方面，三家运营商都显现出下降趋势，一方面由于4G逐渐进入平稳发展期，另一方面由于用户天花板效应，4G用户占比突破50%以后，将会迅速减速。3家运营商移动宽带用户规模中，中移动在宽带用户群体中占据绝对优势，而电信与联通紧随其后。随着多种移动互联网应用普及和生活习惯的改变，网速、带宽、流量以及功能强大的智能终端将是未来运营商网络针对客户所要提升体验度的关键点。这些体验度将大大提升用户的粘性，促使现有业务量与营业收入的稳步增长。在18年，我们将看到运营商将轰轰烈烈的推销各自网络的优势与自身特色服务。

中国电信：2016年年底，中国电信首提“生态圈”概念，并明确在“十三五”阶段，中国电信将与产业链共创智能连接、智慧家庭、互联网金融、新兴ICT、物联网五大业务生态圈。在这一战略引领下，2017年，中国电信五大生态圈同步精进，并收割了头茬果实：智能连

接生态快速扩张，智慧家庭生态基础巩固，新兴ICT生态势头良好，物联网生态已具雏形，互联网金融生态发展加速。一跃成为全球最大的FDD4G、光纤宽带、IPTV和固定电话运营商。根据最新官方透露，中国电信定调2018全年工作思路：将“加快网络智能化、业务生态化、运营智慧化步伐”作为长期任务。可以看出，2018年将是中国电信转型升级持续深化的关键一年，要加快加深耕作生态圈的建设，实现一个新的突破。

中国移动：物联网是一个蕴含着百亿连接、万亿规模的新市场，中国电信看到了潜力，中国联通也看到了，中国移动更看到了。因此，一年前，中国移动把握技术演进趋势和万物互联时代特征，制定了面向未来的“大连接”发展战略，并宣称“在现有十亿级人与人连接服务的基础上，推动连接对象从个人向家庭、企业以及万物互联扩展，力争到2020年连接数量较2015年‘翻一番’，实现从8.6亿的客户翻一番到17.5亿的连接规模”。伴随5G带来的机会，预计到2020年，国内包括网络、硬件平台和业务在内的万物互联市场将达到一万亿，到2025年，全球将在交通、健康、金融等九大行业创造过十万亿美元的新增市场规模。这一巨大蛋糕，必然推动中国移动坚定不移地把深化实施“大连接”战略进行下去。

中国联通：2017年，作为国企改革的开拓年，中国联通打响了央企集团层面“混改”第一枪，作为第一家央企集团层面的“混改”试点，联通发布混改方案，拟向包括百度、阿里、腾讯、京东等互联网巨头在内的战略股东非公开发行不超过约90.37亿股股份，募集资金不超过约617.25亿元。联通混改起到了正面积积极的作用和影响，“引来了大量资金，实现了骨干员工和联通利益的捆绑，并对机构臃肿的问题进行了削减，优化了子公司。对于一直处于通信“老三”位置的中国联通来说，虽然有BAT巨头参与“混改”，但真正进入市场化运营，必须打破原有的机制体制，这一过程会相当艰难。可以预见，2018年包括中国联通在内的国企“混改”将持续升温，并全面加速向纵深推进。但是对于中国联通来说，“混改”，与其说是一场攻坚战，倒更像一场持久战。

虚拟运营商：在近日召开的全国工业和信息化工作会议上，工信部表示，虚拟运营商试点期已满，正式商用政策正在制定流程中，预计不久2018年出台。经历了4年试用的移动转售企业来说，是即将获得身份的新时机。不过随着虚拟运营商即将迎来正式商用，对于一部分仍然没有找到自己定位的虚商来说，在受到传统运营商和大的虚商双重挤压下，行业洗牌不可避免，整体市场格局将会发生重大变化，这既是机遇又是挑战。

2018年在整个电信行业周期看，仍然属于投资低谷期，大的格局将延续2017年，但是在行业深层次中仍有一股力量在按照技术与经济发展的节奏一步步推进，行业内求变求新的动力一直是不间断、不停顿的，最终将在未来5G时代的到来后实现重大跳跃。

观研天下发布的《2018年中国通讯行业分析报告-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、通讯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年中国通讯行业发展概述

第一节 通讯行业发展情况概述

- 一、通讯行业相关定义
- 二、通讯行业基本情况介绍
- 三、通讯行业发展特点分析

第二节 中国通讯行业上下游产业链分析

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

第三节 中国通讯行业生命周期分析

- 一、通讯行业生命周期理论概述
- 二、通讯行业所属的生命周期分析

第四节 通讯行业经济指标分析

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

第五节 国中通讯行业进入壁垒分析

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

第二章 2015-2017年全球通讯行业市场发展现状分析

第一节 全球通讯行业发展历程回顾

第二节 全球通讯行业市场区域分布情况

第三节 亚洲通讯行业地区市场分析

- 一、亚洲通讯行业市场现状分析
- 二、亚洲通讯行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲通讯行业市场前景分析

第四节 北美通讯行业地区市场分析

- 一、北美通讯行业市场现状分析
- 二、北美通讯行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美通讯行业市场前景分析

第五节 欧盟通讯行业地区市场分析

- 一、欧盟通讯行业市场现状分析
- 二、欧盟通讯行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟通讯行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界通讯行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球通讯行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国通讯产业发展环境分析

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 中国通讯行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国通讯产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、通讯环境分析

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年中国通讯行业运行情况

第一节 中国通讯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 中国通讯行业市场规模分析

第三节 中国通讯行业供应情况分析

第四节 中国通讯行业需求情况分析

第五节 中国通讯行业供需平衡分析

第六节 中国通讯行业发展趋势分析

第五章 中国通讯所属行业运行数据监测

第一节 中国通讯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 中国通讯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 中国通讯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年中国通讯市场格局分析

第一节 中国通讯行业竞争现状分析

- 一、中国通讯行业竞争情况分析
- 二、中国通讯行业主要品牌分析

第二节 中国通讯行业集中度分析

- 一、中国通讯行业市场集中度分析
- 二、中国通讯行业企业集中度分析

第三节 中国通讯行业存在的问题

第四节 中国通讯行业解决问题的策略分析

第五节 中国通讯行业竞争力分析

- 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年中国通讯行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国通讯行业消费特点

第二节 中国通讯行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 通讯行业成本分析

第四节 通讯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

第四节 中国通讯行业价格现状分析

第五节 中国通讯行业平均价格走势预测

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

第八章 2015-2017年中国通讯行业区域市场现状分析

第一节 中国通讯行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地通讯市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区通讯市场规模分析
- 四、华东地区通讯市场规模预测

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、华中地区通讯市场规模分析
- 四、华中地区通讯市场规模预测

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、华南地区通讯市场规模分析

第九章 2015-2017年中国通讯行业竞争情况

第一节 中国通讯行业竞争结构分析（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 中国通讯行业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 中国通讯行业竞争环境分析（通讯T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 通讯行业企业分析（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年中国通讯行业发展前景分析与预测

第一节 中国通讯行业未来发展前景分析

一、通讯行业国内投资环境分析

二、中国通讯行业市场机会分析

三、中国通讯行业投资增速预测

第二节 中国通讯行业未来发展趋势预测

第三节 中国通讯行业市场发展预测

一、中国通讯行业市场规模预测

二、中国通讯行业市场规模增速预测

三、中国通讯行业产值规模预测

四、中国通讯行业产值增速预测

五、中国通讯行业供需情况预测

第四节中国通讯行业盈利走势预测

- 一、中国通讯行业毛利润同比增速预测
- 二、中国通讯行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国通讯行业投资风险与营销分析

第一节 通讯行业投资风险分析

- 一、通讯行业政策风险分析
- 二、通讯行业技术风险分析
- 三、通讯行业竞争风险分析
- 四、通讯行业其他风险分析

第二节 通讯行业企业经营发展分析及建议

- 一、通讯行业经营模式
- 二、通讯行业销售模式
- 三、通讯行业创新方向

第三节 通讯行业应对策略

- 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年中国通讯行业发展策略及投资建议

第一节 中国通讯行业品牌战略分析

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

第二节中国通讯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 中国通讯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年中国通讯行业发展策略及投资建议

第一节中国通讯行业产品策略分析

- 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 中国通讯行业定价策略分析

第二节中国通讯行业营销渠道策略

- 一、通讯行业渠道选择策略
- 二、通讯行业营销策略

第三节中国通讯行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国通讯行业重点投资区域分析
- 二、中国通讯行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/325063325063.html>