

2018年中国通讯行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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年中国通讯行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/tongxin/325065325065.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

在进入4G建设后周期时代，宽带移动网络建设已经基本完成，行业的利润逐步向运营与应用领域转移。因此依赖于运营商资本开支投入的设备商的盈利情况开始由高点回落，而运营和第三方应用将逐渐进入佳境。在5G网络大规模开始建设前，这一趋势都将延续。基于此，17年的行业毛利率相比去年发生了结构性的变化，具体可以从下图中看出年度上行业整体毛利率呈现从下降转向上升。自2014年以来的行业整体毛利率下滑趋势由今年开始扭转，达到25.49%。这主要由于电信运营类的整体好转以及光通设备持续性的拉动，通信行业的局部亮点带动行业毛利率的回升，而且通信行业特点是订单的确认多在四季度，三季度显示的毛利率回升有望在年报上得到加强。同时我们注意到，三个子行业中设备和服务行业毛利率是下降的，特别是服务板块呈现加速下滑趋势，主要是该板块受到BAT领域的挤压，盈利的优势进一步缩减，已经落到近年来的新低点23.83%。虽然行业利润向该领域聚集，但是收到的外部的竞争更加激烈，同时运营商不甘于做管道的企图也蚕食了一部分的市场与空间，而导致这已经成为一个红海市场。

图：BH通信板块销售毛利率变化趋势（整体法）

对比行业历年来的行业净利润率，整体变化不是大，近5年来围绕着4%左右波动。这一方面说明通信行业已经是一个成熟的行业，盈利模式都已经基本固定，另一方面能抵抗毛利率趋势，说明各家企业能很好的控制自身的管理与财务等各项费用。从技术发展角度来看，成熟的技术导致行业趋于稳定，在没有跨越式的技术大规模应用前，行业的绝对净利率依然会保持稳定的区间波动。值得我们关注的是通信设备与运营板块呈现翻转上升的势头，特别是运营板块提升近2个百分点，主要还是联通等企业内部提升效率而产生了明显的效果。服务板块的净利润一直较高一方面该板块是轻资产，另一方面该板块的净利润也趋于平稳，说明内生性的驱动力已经不足，需要结构性的而变化来推动其上升。譬如和医疗，AR/VR、汽车电子等行业应用深度合作，高增长高利润来自于行业融合所开辟的新领域。因此通信行业价值挖掘点应该集中到以通信技术为基础，以信息服务为目的，与其他行业相互融合成功开辟出新商业模式的标的上。

图：通信板块净利润率变化趋势（整体法）资料来源：观研天下整理

从近5年来通信行业的基本财务数据也可以看出，营收是逐年增加，扣非后的净利润波动不小，并呈现下降趋势。这一方面是相关的通信行业上市公司逐年增多，带来营收与利润的增加，另一方面也是由于外部经济环境的变化以及公司内部管理水平提高，带来各个年度净利润的波动。不过自16年以来，扣非后的净利润有下降趋势，该趋势是否延续有待于从今年年报的数据进行验证。

图：BH通信板块近5年的营收合计资料来源：观研天下整理

图：BH通信板块近5年的净利润（扣非）资料来源：观研天下整理

此外我们从行业整体的三项费用历年状况可以看出，整体费用增速下滑后，到近两年又开始加快增长。其中销售费用已经处于平稳状态中，而管理费用的增长是三项中最快的一项，这也是由于通信行业是知识密集型有关，企业的增长大多来自技术的革新，而这正需要研发费用与人员的投入。财务费用一直以来也是保持小范围波动，但是16年以来所有降低主要是处于资金的成本降低以及多家公司再融资从而获得的资金降低了负债，减少了财务成本。后续我们预计三费仍将保持稳步增长，而其主导作用的依然是以技术投入为主的管理费用，这也是公司保持竞争力的必然选择，这与业内的标杆——华为公司的发展趋势是一致的。

图：BH通信板块三项费率 资料来源：观研天下整理 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、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

第二节 通讯行业成本分析

第三节 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/325065325065.html>