

# 中国移动运营市场调查及未来五年发展战略研究报告

## 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《中国移动运营市场调查及未来五年发展战略研究报告》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/222816222816.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

报告大纲：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国移动运营行业发展综述

第一节 移动运营行业定义及分类

一、移动运营的定义

二、移动运营业务分类

第二节 移动运营行业特征分析

一、行业成长性分析

二、行业垄断性分析

三、行业周期性分析

第三节 移动运营行业市场环境分析

一、行业政策环境

1、行业监管体制

2、行业政策动向

3、行业发展规划

二、行业经济环境

1、国际宏观经济运行分析

2、国内宏观经济运行分析

三、行业技术环境

1、FTTH技术分析

2、WiMAX技术分析

3、3G和4G技术分析

4、IPV6技术分析

5、IMS技术分析

第二部分 行业深度研究

第二章 中国移动运营行业发展分析

第一节 电信行业发展分析

一、电信用户规模分析

1、电话用户发展规模及增长情况

2、互联网用户规模及增长情况

3、手机网民用户规模及业务发展

二、电信行业经营情况分析

1、电信业务总量分析

## 2、电信业务收入分析

## 3、电信业务盈利分析

## 4、通信能力建设分析

### 第二节 移动运营行业整体发展情况

#### 一、移动运营行业经营情况分析

##### 1、移动运营行业收入分析

##### 2、移动运营行业盈利分析

#### 二、移动运营行业基础设施建设

##### 1、移动运营基站建设现状及规划

##### 2、光纤宽带网络建设现状及规划

##### 3、无线网络建设现状及规划

#### 三、移动运营行业3G和4G发展情况

##### 1、3G和4G用户规模分析

##### 2、3G和4G主要应用分析

### 第三节 移动运营行业三大运营商对比分析

#### 一、移动用户规模对比分析

##### 1、中国移动用户规模

##### 2、中国联通用户规模

##### 3、中国电信用户规模

#### 二、移动用户ARPU值对比分析

##### 1、中国移动ARPU值

##### 2、中国联通ARPU值

##### 3、中国电信ARPU值

#### 三、移动运营商经营情况对比分析

##### 1、中国移动收入与盈利情况

##### 2、中国联通收入与盈利情况

##### 3、中国电信收入与盈利情况

### 第三章 2014年通信运营统计分析

#### 第一节 通信综合分析

##### 一、行业保持平稳增长

##### 二、行业转型步伐加快

#### 第二节 通信用户规模分析

##### 一、移动电话普及率突破100部/百人

##### 二、移动用户结构加速优化，4G移动电话用户发展迅速

##### 三、光纤接入用户和高速率宽带用户占比提升明显

### 第三节 通信业务使用分析

- 一、移动话音业务量增长低迷，MOU明显下降
- 二、移动短信业务量和收入降幅均超过10%
- 三、移动互联网流量高速增长，手机上网流量贡献超八成

## 第四章 中国居民移动增值服务消费分析

### 第一节 城市居民手机上网情况分析

#### 一、城市居民手机上网分析

- 1、城市居民利用手机上网分析
  - 2、城市居民利用手机上网方式分析
  - 3、城市居民利用手机上网目的分析
- #### 二、不同人口特征城市居民利用手机上网分析
- 1、不同性别居民利用手机上网分析
  - 2、不同年龄居民利用手机上网分析
  - 3、不同学历居民利用手机上网分析
  - 4、不同个人月收入居民利用手机上网分析
  - 5、不同手机花费的居民利用手机上网分析

### 第二节 城市居民手机广告接触分析

#### 一、城市居民手机广告接收分析

- 1、城市居民接收过手机广告分析
- 2、城市居民接收的手机广告形式分析
- 3、城市居民手机广告接收频率分析
- 4、城市居民手机广告阅读分析

#### 二、不同人口特征城市居民手机广告阅读分析

- 1、不同性别居民手机广告阅读分析
- 2、不同年龄居民手机广告阅读分析
- 3、不同学历居民手机广告阅读分析
- 4、不同个人月收入居民手机广告阅读分析

### 第三节 城市居民手机电视接触分析

#### 一、城市居民对手机电视的未来收看意愿分析

- 1、城市居民手机电视未来收看意愿分析
- 2、城市居民手机电视节目类型未来收看意愿分析

#### 二、不同人口特征城市居民手机电视未来收看意愿分析

- 1、不同性别居民希望收看手机电视分析
- 2、不同年龄居民希望收看手机电视分析
- 3、不同学历居民希望收看手机电视分析

#### 4、不同个人月收入居民希望收看手机电视分析

#### 5、不同手机花费居民希望收看手机电视分析

### 第三部分 市场全景调研

## 第五章 中国移动运营通话业务分析

### 第一节 移动运营通话业务发展分析

#### 一、移动运营通话业务总量分析

#### 二、移动运营通话业务结构分析

#### 三、移动电话用户地区分布情况

### 第二节 移动运营通话业务资费分析

#### 一、中国移动通话资费标准

#### 二、中国联通通话资费标准

#### 三、中国电信通话资费标准

### 第三节 移动运营通话业务前景分析

#### 一、移动运营通话业务资费变化趋势

#### 二、移动通话业务通信质量变化趋势

#### 三、移动通话业务替代固话业务趋势

#### 四、移动运营通话业务发展前景分析

## 第六章 中国移动运营增值业务分析

### 第一节 移动运营行业增值服务概述

#### 一、增值服务的定义及分类

#### 二、移动增值服务发展阶段

#### 三、移动增值服务市场规模

### 第二节 移动增值服务产业链分析

#### 一、移动增值服务产业链简介

#### 二、移动增值服务产业链分析

##### 1、用户对增值服务的需求分析

##### 2、服务提供商（SP）集中度走势

##### 3、内容提供商（CP）地位变化趋势

##### 4、增值业务成移动运营商的核心增长力

### 第三节 传统移动增值业务分析

#### 一、短信（SMS）

##### 1、短信市场规模分析

##### 2、短信市场增长预测

#### 二、无线音乐（CRBT）

##### 1、无线音乐业务发展阶段

2、无线音乐市场规模分析

3、无线音乐市场增长预测

三、彩信（MMS）

1、彩信市场规模分析

2、彩信市场增长预测

第四部分 竞争格局分析

第七章 中国移动运营行业竞争分析

第一节 中国移动运营行业竞争格局综述

一、移动运营行业竞争概况

1、中国移动运营行业品牌竞争格局

2、移动运营未来竞争格局和特点

3、移动运营市场进入及竞争对手分析

二、中国移动运营行业竞争力分析

1、我国移动运营行业竞争力剖析

2、我国移动运营企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内移动运营企业竞争能力提升途径

第二节 2013-2014年移动运营行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外移动运营竞争分析

二、2013-2014年我国移动运营市场竞争分析

三、2013-2014年我国移动运营市场集中度分析

四、2013-2014年国内主要移动运营企业动向

五、2014年国内移动运营企业拟在建项目分析

第三节 移动运营行业并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第四节 移动运营市场竞争策略分析

第八章 移动运营行业国内领先企业经营形势分析

第一节 中国移动通讯集团公司

一、企业发展概述分析

二、企业经营情况分析

三、企业研发实力分析

四、企业营销增长分析

五、企业新服务动向分析

六、企业扩张规划分析

七、企业行业竞争力分析

八、企业品牌影响力分析

九、企业区域影响力分析

十、企业发展战略分析

十一、企业最新动态分析

十二、企业4G业务市场分析

## 第二节 中国联合网络通信股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

六、企业研发实力分析

七、企业新服务动向分析

八、企业区域影响力分析

九、企业并购重组分析

十、企业发展战略分析

十一、企业4G业务市场分析

## 第三节 中国电信股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业盈利能力分析

三、企业运营能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展能力分析

六、企业品牌影响力分析

七、企业行业竞争力分析

八、企业主要研发方向分析

九、企业业务转型分析

十、企业最新动态分析

十一、企业4G业务市场分析

## 第九章 移动运营行业国际领先企业经营形势分析

### 第一节 美国AT&T公司

一、企业发展概况分析

二、企业行业影响力分析

三、企业合作伙伴分析

四、企业国际地位分析

五、企业发展战略分析

六、企业最新动态分析

第二节 日本NTT公司

一、企业发展概况分析

二、企业行业影响力分析

三、企业合作伙伴分析

四、企业国际地位分析

五、企业发展战略分析

六、企业最新动态分析

第三节 美国Verizon公司

一、企业发展概况分析

二、企业行业影响力分析

三、企业合作伙伴分析

四、企业国际地位分析

五、企业发展战略分析

六、企业最新动态分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2015-2020年移动运营行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年移动运营市场发展前景

一、2015-2020年移动运营市场发展潜力

二、2015-2020年移动运营市场发展前景展望

第二节 2015-2020年移动运营市场发展趋势预测

一、2015-2020年移动运营行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、服务发展趋势分析

3、服务应用趋势分析

二、2015-2020年移动运营市场规模预测

1、移动运营行业市场容量预测

2、移动运营行业营销收入预测

3、移动运营商、终端和应用：2014年十大关键趋势预测

三、2015-2020年移动运营行业应用趋势预测

四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第十一章 中国移动运营行业投融资分析

## 第一节 电信业投融资体制改革

- 一、电信业投融资历史回顾
- 二、电信业投融资结构的变化趋势
- 三、政府对电信投融资来源的管制趋势
- 四、政府对电信投融资方向的管制趋势

## 第二节 电信业投融资环境分析

- 一、电信业投融资的社会环境
- 二、电信业投融资的行业环境
- 三、电信业融资的必要性分析

## 第三节 移动运营行业投资分析

- 一、电信业投资规模分析
- 二、三大运营商投资分析
  - 1、中国移动投资分析
  - 2、中国联通投资分析
  - 3、中国电信投资分析

## 第六部分 发展战略研究

### 第十二章 2015-2020年移动运营行业面临的困境及对策

#### 第一节 2014年移动运营行业面临的困境

- 一、遭遇移动应用冲击—运营商面临转型困境
- 二、中国移动陷创新困境-移动飞聊已停止研发
- 三、中移动面临市场饱和和红利消失的困境
- 四、宽带中国困境-互联网公司运营商争夺宽带主导权
- 五、运营商受累终端补贴-需创新破囚徒困境

#### 第二节 中国移动三步走模式突破困境分析

- 一、中国移动找准新定位—“立定”
- 二、中国移动找准新模式—“转身”
- 三、中国移动完善新组织—“突围”

#### 第三节 中国移动运营行业存在的问题及对策

- 一、中国移动运营行业存在的问题
- 二、移动运营行业发展的建议对策
  - 1、把握国家投资的契机
  - 2、竞争性战略联盟的实施
  - 3、企业自身应对策略
- 三、市场的重点客户战略实施
  - 1、实施重点客户战略的必要性

## 2、合理确立重点客户

## 3、重点客户战略管理

## 4、重点客户管理功能

## 第四节 中国移动运营市场发展面临的挑战与对策

## 第十三章 移动运营行业案例分析研究

### 第一节 移动运营行业并购重组案例分析

#### 一、移动运营行业并购重组成功案例分析

##### 1、国外移动运营行业并购重组成功案例解析

##### 2、国内移动运营行业并购重组成功案例解析

#### 二、移动运营行业并购重组失败案例分析

##### 1、国外移动运营行业并购重组失败案例解析

##### 2、国内移动运营行业并购重组失败案例解析

#### 三、经验借鉴

### 第二节 移动运营商的客户流失管理案例分析

#### 一、问题的提出

#### 二、中国移动-客户流失管理的支撑系统和策略

##### 1、支撑系统

###### (1) 经营分析系统建设概述

###### (2) 经营分析系统的意义

###### (3) 经营分析系统的经济效益

##### 2、策略

#### 三、中国联通-客户全生命周期的维系与挽留支撑系统

#### 四、评价

#### 五、建议

##### 1、在客户流失管理中应该注意

##### 2、全生命周期的客户流失管理的思路

### 第三节 从中国移动看电信运营商的网络营销

#### 一、中国移动网络营销应运而生

##### 1、网络营销有广泛的受众基础

##### 2、网络营销有丰富的渠道基础

##### 3、国内外电信运营商网络营销案例

#### 二、网络协同营销，推动公司之间、品牌之间的互动

#### 三、网络互动营销，推动产品与消费者之间的互动

图文详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/222816222816.html>