

# 2009-2010年中国3G行业市场调研与投资分析

## 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《2009-2010年中国3G行业市场调研与投资分析》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：<https://baogao.chinabaogao.com/3g/3634836348.html>

报告价格：电子版：6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版：6000

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 引言

全球3G近年来快速成长，从2002年到2008年，全球3G运营已经逐步从最初的惨淡经营转为现在的加速发展。截至2008年6月，全球3G用户累计已达到7.09亿，全球共有84个国家和地区发放了3G许可证，其中有效许可证为249张。

随着全球3G进入快速成长期，中国也开始了3G产业的大规模建设。从全球3G市场发展来看，3G的核心推动力在中国。2007年，中国在10城市中进行TD-SCDMA扩大网络规模技术试验使中国3G产业在以TD-SCDMA为主要力量的方向上快速起步和发展，3G的演进也在坚持自主创新的前提下，融合先进技术，继续向移动通信的前沿领域挺进。2007年，信息产业部在确定了三大3G标准为中国通信行业标准之后，又发布了涉及WCDMA、CDMA2000、TD-SCDMA三大3G技术的130项推荐性通信行业标准。3G标准体系基本确立，无疑对中国3G的商用和产业化起到极大的促进作用。

2008年，TD-SCDMA终于面对普通消费者。2008年4月1日，中国移动宣布在北京、上海、天津、沈阳、广州、深圳、厦门和秦皇岛正式启动TD网络的试商用。在2008年北京奥运上，基于TD无线带宽优势，无线宽带上网、奥运手机电视、奥运视频点播、奥运快讯、奥运多媒体彩铃、手机对讲POC等六项奥运亮点业务成功亮相，并经历了全面的实战。中国兑现了在北京奥运期间提供3G服务的承诺，中国3G产业正在加速成熟。截至2008年年底，全国3G用户累计发展已达41.9万人；截至2008年12月5日，全国TD-SCDMA用户也已达到33.7万户。

2009年1月7日，中国工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放3张第三代移动通信（3G）牌照。中国移动使用我国具有自主知识产权的3G标准TD-SCDMA，中国电信获得CDMA2000牌照，中国联通获得WCDMA牌照。2009年成为中国3G正式商用元年。

中国3G发展相对先进国家比较晚，2009年我国才正式迈进3G时代。在经济危机低迷的状态下，我国3G发展需要借助行业发展来拉动内需，同时刺激消费来实现经济结构转变，这对于3G来说，是一个莫大的挑战。

未来全球3G市场将纵深发展，中国3G商用将在电信业务增长、移动宽带发展、TD完善、运营市场均衡和共建共享五个方面全面推进。估计到2009年底，以大规模用户放号为标志，中国通信业将全面进入3G时代，届时3G将全面开始商用。2-3年后，3G用户发展将进入高峰期，预计5年内将有一半的移动用户成为3G用户。中国的3G蛋糕非常之大，发展前景广阔，中国3G发展也将极大地推动全球3G的发展。

本报告依据国家统计局、国家工业和信息化部、国家发改委、国家商务部、国家财政部、国务院发展研究中心、中国通信企业协会、3G移动通信行业协会等单位提供的大量资料，对我国3G市场的全球市场、发展现状、3G应用、终端市场、竞争力、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国3G整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量

分析方法对我国3G行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

## 目 录

### 第一章 3G概述

#### 第一节 3G定义

#### 第二节 3G的应用分类

##### 一、通信类业务

##### 二、娱乐类业务

##### 三、资讯类业务

##### 四、互联网业务

#### 第三节 3G产业链分析

##### 一、3G产业链的定义

##### 二、3G产业链环节分析

##### 三、3G产业链特点

##### 四、3G产业链各成员的作用

## 第二章 2008-2009年全球3G发展分析

### 第一节 全球3G商用现状及发展特征分析

##### 一、全球3G商用稳步推进

##### 二、3G商用呈现三大主要特征

##### 三、无线技术融合成大势所趋

### 第二节 2008-2009年全球3G产业发展动态

##### 一、2008年全球3G市场继续稳步发展

##### 二、2008年底埃及电信公司涉足朝鲜3G市场

##### 三、2009年CDMA2000终端正引领美国3G市场

##### 四、2009年1月印度正式启动3G市场

##### 五、2013年全球WCDMA用户预测

### 第三节 欧美3G网络运营现状及盈利分析

##### 一、欧美3G网络运营概况

##### 二、欧美3G网络运营的特征和经验

##### 三、欧美市场3G发展动力不足

##### 四、欧美3G商用后面临的困局

### 第四节 国外3G业务管制政策分析

##### 一、国外2G的资费及管制政策

##### 二、3G业务的特点及企业的资费策略

##### 三、国外3G的资费管制政策

### 第五节 全球3G市场监测分析

- 一、3G管制
- 二、3G业务
- 三、3G运营
- 四、3G设备和终端

#### 第六节 海外主要3G市场发展分析

- 一、北美3G市场
- 二、欧洲3G市场
- 三、韩国3G市场
- 四、日本3G市场

#### 第七节 全球3G的发展趋势分析

- 一、全球3G的五大发展趋势
- 二、全球3G业务发展走势

### 第三章 3G主流技术标准综述及比较

#### 第一节 全球主流3G标准概要

- 一、CDMA2000
- 二、WCDMA
- 三、TD-SCDMA

#### 第二节 全球三种主流标准的比较

- 一、WCDMA与CDMA2000
- 二、TD-SCDMA

#### 第三节 TD-SCDMA技术标准的发展

- 一、我国TD-SCDMA行业标准的制定
- 二、高速下行分组接入
- 三、上行链路增强技术
- 四、HSPA演进与LTE

#### 第四节 2008年3G技术发展分析

- 一、2008年3G中国标准高速无线上网卡研制成功
- 二、2008年首家3G可视电话呼叫中心上线
- 三、2008年3G国际技术标准TD服务北京奥运
- 四、2008年3G核心网将引入ASON技术

### 第四章 3G业务应用分析

#### 第一节 3G业务应用现状分析

- 一、3G引领手机产业可持续发展
- 二、3G环境下的数据业务经营
- 三、3G业务特性分析

四、移动互联网将成3G业务收入增长点

五、3G增值业务增长强劲

六、国外3G增值业务成功应用对我国的借鉴

七、3G移动电视技术和业务发展及分析

## 第二节 3G网络运维需求分析

一、3G客户特点分析

二、3G业务特点分析

三、3G网络特点分析

四、3G运维需求总结

## 第三节 3G业务的实现及发展趋势

一、3G业务实现体系结构

二、业务平台

## 第四节 3G业务的分阶段发展策略

一、3G业务的基本分类及评估方法

二、通信类业务分阶段发展策略

三、信息内容类业务发展策略

四、交易类业务发展策略

五、娱乐类业务发展策略

## 第五章 2008-2009年3G市场发展现状

### 第一节 金融危机下中国3G产业的发展分析

一、金融危机下中国应充分利用3G发展机遇

二、中国4万亿元投资计划将加快3G发展速度

三、CDMA技术将为抵御金融危机做出新贡献

四、金融危机驱使演进路线进一步融合

### 第二节 2008年3G市场发展分析

一、3G及其产业市值分析

二、2008年中国3G手机市场正式启动

三、2008年3G市场发展分析

四、2008年3G格局初显

### 第三节 2009年中国3G产业发展态势

一、2009年成为中国3G正式商用元年

二、2009年中国3G产业发展形势

三、2009年3G运营商竞争拉开帷幕

四、2009年各大企业展开3G人才争夺战

### 第四节 3G时代增值业务分析

一、3G时代10大增值业务分析

二、3G时代增值业务优质资源将成竞争重点

三、3G时代增值业务重视营销策略

第五节 3G时代的营销渠道管理分析

一、渠道管理现状

二、进入3G后对渠道管理的要求

三、NTT渠道管理案例

四、3G时代的渠道管理建议

第六节 3G运营模式深层分析

一、宣传策略

二、渠道策略

三、认清业务

四、定价策略

五、产业链建设

第六章 3G产业链分析

第一节 中国3G产业链概况

一、中国3G产业链已基本成熟

二、2008年3G应用产业链加快整合

三、2009年3G产业链之争日趋强化

四、3G产业链将拉动两万亿社会投资

五、3G产业链上下游企业争抢2万亿商机

第二节 中国3G产业价值链发展和市场分析

一、3G产业价值来源

二、3G产业潜在用户

三、3G终端产业发展

四、3G产业网络发展

五、3G产业运营商

六、3G时代的SP/CP商

第三节 2008年3G产业链环节发展动态

一、上游运营商

二、终端产品提供商

三、终端用户

四、资费状况

第四节 3G对中国电信运营商影响分析

一、3G有助于平滑失衡的竞争格局

二、3G将提升中国电信业长期盈利能力

三、3G对三大运营商影响差异分析

第五节 3G对中国电信设备商及IT服务商影响分析

一、3G投资带来电信设备业新机遇

二、3G可提升本土电信设备厂商国际竞争力

三、3G对电信IT服务商发展形成利好

第六节 3G对中国移动增值服务商影响分析

一、日本移动增值服务业发展借鉴

二、中国移动增值服务业发展概况

三、3G将为移动增值服务商带来新发展机遇

第七节 3G运营商产业链竞争的主要影响因素分析

一、产业链的商业模式

二、技术创新和合作

三、有效的监管

第七章 3G终端市场发展分析

第一节 中国3G终端市场现状分析

一、3G终端市场前景看好

二、中国企业拿下全球3G终端市场的份额分析

第二节 3G时代的移动终端发展

一、移动终端的发展趋势

二、移动终端发展中要解决的问题

第三节 3G终端市场发展现状分析

一、3G终端对3G发展的影响

二、3G终端产品发展分析

三、3G终端销售体系可能发生的变化

第四节 3G终端技术发展展望

一、多模3G终端—全球通

二、新业务要求开放的标准

三、智能化

四、安全

五、供电需求

六、接口统一、外设标准化、信息同步

第五节 3G终端的未来发展方向分析

一、多元化丰富3G终端功能支持更多3G应用

二、专业化提升3G终端性能优化3G业务体验

### 三、定制化3G终端与业务互动加快3G产业的发展

#### 第六节 3G时代中国移动电信联通的终端策略

##### 一、趋势

- (一) 中国3G 的后发优势
- (二) 3G之变
- (三) 智能手机大势所趋
- (四) 中国迎来并存期

##### 二、合作

- (一) 3G终端需要新型合作模式
- (二) 终端产业链已成运营商竞争力关键
- (三) 既有合作，也有竞争和博弈
- (四) 合作模式取决于核心价值判断
- (五) 案例

##### 三、需求

- (一) 差异化运营需全能终端商
- (二) 寻找三大运营商的不同诉求点
- (三) 更广泛的终端更差异化的需求
- (四) 3G更需要定制

## 第八章 3G手机发展分析

### 第一节 中国手机市场整体发展现状

- 一、2008年中国手机市场发展分析
- 二、2008年中国手机市场增速放缓
- 三、2009年中国手机市场发展分析

### 第二节 3G手机发展综述

- 一、3G手机的定义及功能
- 二、全球3G手机发展掀起新浪潮
- 三、智能手机加速普及为3G手机发展奠定基础
- 四、中国3G手机市场竞争战打响

### 五、2008年中国3G手机收费标准公布

### 六、中国3G商机催热手机电池的研发

### 第三节 2008年中国3G手机市场状况分析

- 一、3G手机品牌结构
- 二、3G手机不同制式市场结构
- 三、3G手机不同价位市场结构
- 四、2008年1-11月TD手机关注走势分析

#### 第四节 中国3G手机发展面临的机遇及挑战

- 一、中国3G手机发展具有利好因素
- 二、国产3G手机面临四大机遇
- 三、中国3G市场广阔将导致竞争激烈
- 四、中国TD-SCDMA发展存在阻碍因素

#### 第五节 中国手机厂商应对3G时代的策略

- 一、掌握核心技术
- 二、关注手机芯片
- 三、细分手机市场
- 四、利用三张牌照做文章

#### 第六节 3G手机的发展前景及趋势

- 一、2010年全球3G手机销量将超过2G
- 二、2009年中国3G手机市场发展预测
- 三、中国3G手机价格将不会过高
- 四、3G手机或将改写中国软件市场格局

### 第九章 3G业务发展分析

#### 第一节 3G业务的发展特点

- 一、业务继承性
- 二、业务扩张性

#### 第二节 3G业务的影响因素

- 一、3G网络质量的影响
- 二、3G终端的影响
- 三、3G业务模式的影响

#### 第三节 3G业务开发的要点

- 一、构建前瞻性的业务体系
- 二、终端定制与业务定制相配合
- 三、3G业务资费及定价

#### 第四节 3G业务发展概述

- 一、中国3G业务体系架构分析
- 二、中国3G业务运营模式探讨
- 三、3G时代最具潜力的业务分析
- 四、3G时代各种业务发展前景分析

#### 第五节 3G业务定价策略分析

- 一、3G数据业务计费基础的选择
- 二、3G业务计费模式的应用

三、国外运营商的3G定价策略

四、国内运营商的3G业务定价策略分析

第十章 重组后电信运营商3G发展分析

第一节 中国新移动3G业务发展分析

一、中国移动3G业务的SWOT分析

二、中国移动TD业务亮相奥运

三、2009年推出首批3G上网本

四、中国移动启动全国性3G体验

五、中国移动3G谋略

六、中国移动VS中国电信3G政策

七、中国移动3G上网方式及套餐资费

八、中国移动3G业务的策略分析

第二节 中国新联通3G业务发展分析

一、2009年3G品牌WO正式发布

二、2009年20余城市完成3G网部署

三、2009年387亿元投资3G网络

四、定制3G快速起跑战略

五、新联通未来发展思路分析

六、发展策略

第三节 中国新电信3G业务发展分析

一、2009年正式启动3G商用运营

二、中国电信3G业务发布

三、中国电信3G业务的SWOT分析

四、3G业务在广东正式上市

五、3G已覆盖城市分析

六、新电信C网发展策略

第四节 四大运营商重组后的战略调整分析

一、新中国移动（中国移动+铁通）

二、新中国电信（中国电信+联通C网）

三、新中国联通（中国联通G网+中国网通）

第十一章 中国3G市场竞争力分析

第一节 中国3G市场竞争格局分析

一、兵家必争的C网

二、3G中国焦土战

三、成本战与价格战

## 第二节 中国3G市场竞争力发展现状

- 一、3G时代来临市场竞争加剧
- 二、系统设备商进入3G竞争格局
- 三、电信重组改变竞争格局
- 四、后重组时代电信业格局

## 第三节 中国3G区域市场竞争力分析

- 一、中国区域市场特征差异性分析
- 二、中国未来3G移动运营商分类
- 三、中国区域市场竞争力比较分析
- 四、中国运营商未来3G区域市场运营策略

## 第四节 未来3G行业竞争环境的分析及应对策略

- 一、现有各运营商之间的抗衡
- 二、供应者
- 三、购买者
- 四、3G替代品
- 五、潜在进入者

## 第五节 3G运营商打造动态竞争力的策略分析

- 一、锻造客户价值深度运营能力
- 二、锻造关键战略资源集成能力
- 三、锻造全方位技术支撑能力
- 四、锻造低成本高效运营能力
- 五、锻造集约化价值创新能力

## 第十二章 国际重点移动通信运营商分析

### 第一节 日本NTTDoCoMo公司

- 一、公司概况
- 二、业务分析
- 三、2008-2009年财务分析
- 四、2008年在华发展分析
- 五、移动支付业务运作模式分析
- 六、NTTDoCoMo是3G先行者

### 第二节 日本KDDI电信公司

- 一、公司概况
- 二、2008-2009年财务分析
- 三、KDDI3G成功要点分析
- 四、KDDI的3G营销策略

## 五、KDDI价格策略

### 第三节 AT&T

一、公司概况

二、2008-2009年财务分析

三、AT&T公布3G版iPhone价格结构

四、AT&T成功要点分析

五、2009年美国AT&T 3G网络升级至20Mbps

### 第四节 和记黄埔集团概况

一、公司概况

二、2008-2009年3G业务分析

三、H3G的3G发展策略

### 第五节 沃达丰集团概况

一、公司概况

二、2008年沃达丰公布业务及管理层重组计划

三、沃达丰在澳大利亚全国部署3G移动宽带

四、沃达丰3G增值业务模式分析

五、3G发展策略

## 第十三章 主要3G网络设备提供商

### 第一节 华为技术有限公司

一、公司概况

二、2008-2009年3G发展分析

三、华为3G进入全球111家运营商

四、2008年华为成欧洲3G设备主要供应商

五、华为将成为全球3G设备市场第三大供应商

六、华为的3G发展策略

### 第二节 阿尔卡特朗讯

一、公司概况

二、2008-2009年财务分析

三、2009年CDMA解决方案五大优势

四、阿尔卡特朗讯融合创新领跑3G

### 第三节 中兴通讯股份有限公司

一、公司概况

二、2008-2009年财务分析

三、华为VS中兴3G市场分析

四、2008年成为奥运第一大3G通信设备商

五、中兴通讯跻身3G设备亚太三甲

六、中兴通讯全面发力3G市场

#### 第四节 爱立信公司

一、公司概况

二、2008年大唐爱立信联合研发后3G

三、爱立信战略重点分析

四、爱立信3G网络运维经验和策略

#### 第五节 诺基亚公司

一、公司概况

二、2008-2009年财务分析

三、2008年诺基亚西门子获英国3G合同

四、诺基亚积极参与中国的3G建设

#### 第六节 LG集团

一、公司概况

二、2008-2009年财务分析

三、LG居CDMA手机全球市场首位

#### 第七节 NEC

一、公司简介

二、NEC公司领跑世界3G产业终端市场

三、NEC在中国成立3G移动终端研发中心

四、2009年NEC将在华完成“超级3G”手机开发

#### 第八节 三星

一、公司简介

二、三星在中国3G手机市场率先支持TDS-CDMA

三、2007年三星携手Broadcom推出新型3G手机

四、三星积极推动中国3G终端市场发展

### 第十四章 我国3G行业投资分析

#### 第一节 3G行业投资背景

一、中国3G投资空间巨大

二、3G产业未来5年将带来1.5万亿投资

三、3G时代来临通信设备业景气度提升

四、3G时代的四大潜在投资者

#### 第二节 3G行业投资现状

一、2009-2010年中国预计完成3G投资2800亿

二、2009年3G发牌相关投资将超5000亿元

三、成都移动将投资12亿加快3G项目建设

四、3G产业刚刚开启投资扩张序幕

### 第三节 3G行业投资机遇

一、3G发牌为中国通信基础投资提供平台

二、3G投资将辐射过万亿经济发展

三、3G产业链为多种业务创造投资机会

四、3G产业技术领域具有投资价值

### 第四节 电信产业3G投资战略分析

一、3G网络建设对于经济增长的影响

二、3G投资是电信制造业出口的新机会

三、3G产业投资对策建议

## 第十五章 3G市场发展趋势及策略分析

### 第一节 3G行业发展趋势

一、宽带化

二、网络融合

三、3G终端发展趋势分析

四、3G业务发展趋势分析

### 第二节 我国电信行业3G市场发展趋势

一、“十一五”调整电信竞争格局发展3G

二、2011年电信行业发展趋势

三、2011年3G行业发展预测

四、2012年3G手机电视市场发展预测

### 第三节 3G时代移动运营商的手机定制策略

一、手机定制的定义

二、国外手机定制的发展现状

三、我国手机定制渐成新动力

四、我国移动运营商手机定制策略建议

### 第四节 3G时代中国价格管制分析

一、电信价格管制的目标

二、我国电信价格管制沿革

三、3G时代中国价格管制的建议

### 第五节 3G业务资费策略分析

一、数据业务为运营商制定业务资费策略带来更多挑战

二、电信业常见的资费模式

三、3G业务的具体资费模式

#### 四、3G资费策略

#### 五、不同市场地位运营商的3G业务整体资费策略建议

##### 第六节 转型下的中国电信3G市场拓展策略分析

一、力推差异化业务

二、渠道策略

三、营销策略

四、服务策略

部分图表目录

图表 3G产业链

图表 3G产业链主要环节分析

图表 韩国cdma2000用户发展

图表 移动用户的消费行为特征

图表 业务使用中的次数统计

图表 主被叫业务概率

图表 工作流与业务定制的关系

图表 延伸后的技术接受模型框架

图表 CCSA的3G移动应用分类

图表 移动电视的标准

图表 两种主流地面广播技术标准比较

图表 MBMS与现有移动网络视频传输方式的比较

图表 基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表 3G运维需求分析框架

图表 通信类业务市场吸引力评估

图表 通信类业务的市场适应度评估

图表 信息内容类业务的市场适应度评估

图表 交易类业务市场吸引力评估

图表 交易类业务市场适应度评估

图表 娱乐类业务市场吸引力评估

图表 娱乐类业务市场适应度评估

图表 中国3G手机市场品牌结构图（2008年4月1日-4月10日）

图表 重组前电信业市场竞争格局

图表 重组后电信业市场竞争格局预测

图表 新联通在重组过程中5大问题

图表 以移动通信普及率为基础的中国区域市场研究

图表 以中国移动ARPU为基础的中国区域市场研究

图表 以中国移动数据业务收入为基础的中国区域市场研究

图表 未来3G运营商细分市场运营策略分析

图表 中国3G移动通信市场竞争合作模型

图表 NTT DoCoMo移动支付业务产业链

图表 NTT DoCoMo业务体系发展

图表 KDDI为用户设计了独具匠心的数据业务分组包月制

图表 包月制的普及带动数据业务ARPU增长

图表 包月付费使用户的相对数据流量

图表 非包月付费使用户的相对数据流量

图表 Vodafone网络建设策略

图表 Vodafone终端发展策略

图表 资费与通话量的关系图

图表 略.....

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/3g/3634836348.html>