

2016-2022年中国移动运营市场产销调研及十三五 投资商机研究报告

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《2016-2022年中国移动运营市场产销调研及十三五投资商机研究报告》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/247838247838.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

目前，我国的3G发展进入到爆发增长前夜。工信部最新统计数据显示，我国3G用户目前已超过2.6亿户，成为全球第二大3G用户国家。三大运营商2015年3月新增3G用户1741万，再创新高。其中中国移动与中国联通分别新增3G用户988万、433万，均为历史新高。截止1季度末，三大运营商3G渗透率29.4%，较12年底增长4.9个百分点，预计未来3G的渗透率还会加速增长。预计2015年我国新增3G用户目标将超过1亿户，从而替代美国成为全球第一大3G用户国家。

3G的规模发展必将驱动移动互联网应用的爆发，一个崭新的移动互联网时代即将到，移动互联网迎来井喷式发展。苹果在iPhone和iPad上的创新突破了用户体验的临界点；Android开放联盟突破了智能终端价格的临界点。云计算的发展支持以超低成本进行内容和应用的创新，驱动整个生态系统持续创新，现在各种应用商店累计已有100万应用。

中国报告网发布的《2016-2022年中国移动运营市场产销调研及十三五投资商机研究报告》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。

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家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。

报告目录

第一章 移动运营行业综述

第一节 移动运营行业定义及分类

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

（一）行业管理体制

（二）行业政策现状

(三) 行业政策趋势

(四) 行业发展规划

二、行业经济环境

(一) 国际宏观经济环境

(二) 国内宏观经济环境

(三) 行业宏观经济环境

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、电话用户发展规模及增长情况

二、互联网用户规模及增长情况

三、手机网民用户规模及业务发展

四、电信行业经营情况分析

(一) 电信业务总量分析

(二) 电信业务收入分析

(三) 电信业务盈利分析

(四) 通信能力建设分析

第二节 移动运营行业整体发展情况

一、移动运营用户规模分析

二、移动运营行业整体经营情况

(一) 移动运营行业收入分析

(二) 移动运营行业盈利分析

三、移动运营行业基础设施建设

(一) 移动运营基站建设现状及规划

(二) 光纤宽带网络建设现状及规划

(三) 无线网络建设现状及规划

四、移动运营行业3G发展情况

(一) 3G用户规模分析

(二) 3G主要应用分析

(三) 3G业务收入与盈利情况

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

(一) 中国移动用户规模

(二) 中国联通用户规模

(三) 中国电信用户规模

二、移动用户ARPU值对比分析

(一) 中国移动ARPU值

(二) 中国联通ARPU值

(三) 中国电信ARPU值

三、移动运营商经营情况对比分析

(一) 中国移动收入与盈利情况

(二) 中国联通收入与盈利情况

(三) 中国电信收入与盈利情况

四、基站建设对比分析

(一) 中国移动基站建设现状及规划

(二) 中国联通基站建设现状及规划

(三) 中国电信基站建设现状及规划

五、光纤宽带网络建设对比分析

(一) 中国移动光纤宽带网络建设现状及规划

(二) 中国联通光纤宽带网络建设现状及规划

(三) 中国电信光纤宽带网络建设现状及规划

六、无线网络建设对比分析

(一) 中国移动无线网络建设现状及规划

(二) 中国联通无线网络建设现状及规划

(三) 中国电信无线网络建设现状及规划

七、3G业务对比分析

(一) 移动运营商3G业务对比

(二) 移动运营商3G资费对比

(三) 移动运营商3G网络建设对比分析

(1) 中国移动的网络建设和资本支出计划

(2) 中国电信的网络建设和资本支出计划

(3) 中国联通的网络建设和资本支出计划

(四) 3G对移动运营行业竞争格局的影响

第四节 移动运营行业市场前景分析

一、移动运营市场增长趋势

二、农村移动运营市场增长潜力

三、城镇移动运营市场增长潜力

第三章 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

第四章 中国移动运营增值业务分析

第一节 移动运营行业服务特点

第二节 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

第三节 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

（一）用户对增值服务的需求分析

（二）服务提供商（SP）集中度走势

（三）内容提供商（CP）地位变化趋势

（四）技术平台提供商（TP）技术分析

（五）增值业务成移动运营商的核心增长力

第四节 传统移动增值业务分析

一、短信（SMS）

（一）短信市场规模分析

（二）短信市场增长预测

二、无线音乐（CRBT）

（一）无线音乐业务发展阶段

（二）无线音乐市场规模分析

（三）无线音乐市场增长预测

三、彩信（MMS）

（一）彩信前期制约因素

（二）彩信市场规模分析

(三) 彩信市场增长预测

四、交互式语音应答 (IVR)

(一) IVR市场规模分析

(二) IVR市场增长趋势

五、手机上网 (WAP)

(一) WAP前期制约因素

(二) WAP市场规模分析

(三) WAP市场增长趋势

第五节 3G移动增值业务分析

一、手机资讯类业务分析

(一) 手机报

(1) 手机报市场规模分析

(2) 手机报市场增长趋势

(二) 手机电视

(1) 手机电视市场规模分析

(2) 手机电视市场增长趋势

(三) 手机广告

(1) 手机广告市场规模分析

(2) 手机广告市场增长趋势

二、手机娱乐类业务分析

(一) 手机游戏

(1) 手机游戏市场规模分析

(2) 手机游戏盈利模式分析

(3) 手机游戏发展对策建议

(4) 手机游戏市场增长趋势

(二) 其他娱乐业务

三、手机生活类业务分析

四、手机商务类业务分析

(一) 手机支付

(1) 手机支付市场规模分析

(2) 手机支付应用进展分析

(3) 手机支付市场增长趋势

(二) 其他商务业务

第五章 中国居民移动增值服务消费行为调研

第一节 城市居民手机上网情况

一、城市居民手机上网情况

- (一) 城市居民是否利用手机上网
 - (二) 城市居民利用手机上网方式
 - (三) 城市居民利用手机上网目的
- ## 二、不同人口特征城市居民是否利用手机上网
- (一) 不同性别居民是否利用手机上网
 - (二) 不同年龄居民是否利用手机上网
 - (三) 不同学历居民是否利用手机上网
 - (四) 不同个人月收入居民是否利用手机上网
 - (五) 不同手机花费的居民是否利用手机上网

第二节 城市居民手机广告接触情况

一、城市居民手机广告接收情况

- (一) 城市居民是否接收过手机广告
- (二) 城市居民接收的手机广告形式
- (三) 城市居民手机广告接收频率
- (四) 城市居民平均每天接收的手机广告条数
- (五) 城市居民手机广告阅读情况

二、不同人口特征城市居民手机广告阅读情况

- (一) 不同性别居民手机广告阅读情况
- (二) 不同年龄居民手机广告阅读情况
- (三) 不同学历居民手机广告阅读情况
- (四) 不同个人月收入居民手机广告阅读情况

第三节 城市居民手机电视接触情况

一、手机电视用户具体描述

二、城市居民对手机电视的未来收看意愿

- (一) 城市居民手机电视未来收看意愿
- (二) 城市居民手机电视节目类型未来收看意愿

三、不同人口特征城市居民手机电视未来收看意愿

- (一) 不同性别居民是否希望收看手机电视
- (二) 不同年龄居民是否希望收看手机电视
- (三) 不同学历居民是否希望收看手机电视
- (四) 不同个人月收入居民是否希望收看手机电视
- (五) 不同手机花费居民是否希望收看手机电视

第六章 中国移动运营行业技术水平分析

第一节 国际技术水平分析

一、国际FTTH水平现状

二、国际WiMAX水平现状

三、国际3G水平现状

四、国际IPv水平现状

五、国际IMS水平现状

第二节 国内技术水平分析

一、国内FTTH水平现状

二、国内WiMAX水平现状

三、国内3G水平现状

四、国内IPv水平现状

五、国内IMS水平现状

第三节 技术进步与科技创新

一、FTTH进步与创新

二、WiMAX进步与创新

三、3G进步与创新

四、IPv进步与创新

五、IMS进步与创新

第七章 中国移动运营行业企业分析

第一节 国外领先移动运营商经验借鉴

一、美国AT&T经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展经验借鉴

二、日本NTT经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展经验借鉴

三、美国Verizon经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展经验借鉴

四、德国电信经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展经验借鉴

五、西班牙电信经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展经验借鉴

第二节 中国领先移动运营商经验借鉴

一、中国移动经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展策略及展望

二、中国联通经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展策略及展望

三、中国电信经营分析

（一）企业发展简况分析

（二）企业经营情况分析

（三）企业发展策略及展望

第八章 2016-2022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、电信业投融资的必要性分析

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

（一）中国移动投资分析

（二）中国联通投资分析

（三）中国电信投资分析

第四节 移动运营行业融资分析

一、电信业融资规模分析

二、电信业rong资结构分析

三、三大运营商rong资分析

（一）中国移动rong资分析

（二）中国联通rong资分析

（三）中国电信rong资分析

第五节 移动运营行业投rong资风险及前景

一、移动运营行业投rong资风险提示

二、移动运营行业投资前景预测

三、移动运营行业rong资前景预测

图表目录

图表：电信资费管制框架示意图

图表：2013-2015年欧元区 and 英国GDP增速状况与预测（单位：%）

图表：2013-2015年欧洲各国削赤任务状况与预测（单位：%）

图表：2013-2015年欧洲各国削赤任务状况与预测（单位：%）

图表：2013-2015年欧洲各国国zhai收益率状况（单位：%）

图表：2013-2015年中国经济与政策状况（单位：%）

图表：2013-2015年中国进出口金额及增长状况（单位：%、亿美元）

图表：2013-2015年社会消费品零售总额增速状况（单位：%）

图表：2014-2015年GDP增速状况与预测（单位：%）

图表：2013-2015年房地产投资增长状况与预测（单位：%）

图表：2013-2015年中国工业部门扩张增速（单位：%）

图表：2013-2015年社会消费品零售总额增长状况与预测（单位：%）

图表：2014-2015年中国各月电信业业务收入情况（单位：亿元）

图表：2013-2015年固定电话用户各月净增比较（单位：万户）

图表：2014-2015年移动电话新增用户情况（单位：百万户，%）

图表：2014-2015年新增宽带用户情况（单位：百万户，%）

图表：2013-2015年手机网民用户规模及占比情况（单位：百万户，%）

图表：手机上网应用渗透率（单位：%）

图表：2014-2015年中国电信业务总量及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年各月电信主营业务收入比较（单位：亿元）

图表：2015年电信主营业务收入构成（单位：%）

图表：2013-2015年中国光缆铺设里程增长情况（单位：万公里，%）

图表：2015年中国通信能力建设情况（单位：公里，万路端，万户，万个，万门）

图表：2014-2015年中国移动电话用户规模及增长情况（单位：百万户，%）

图表：2013-2015年移动电话用户各月净增比较（单位：万户）

图表：2013-2015年中国移动通信收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2015年中国移动通信收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国移动通信在电信主营业务收入中所占的比重变化情况（单位：%）

图表：移动运营商基站建设数量（单位：万个）

图表：光纤宽带网络建设目标与现状对比

图表：无线网络建设历程

图表：无线网络优化历程

图表：无线网络优化维护历程

图表：三大运营商无线网络工作频段及模式

图表：2014-2015年中国3G用户规模情况（单位：万户）

图表：2014-2015年中国3G用户渗透率及月度新增用户中G用户占比情况（单位：%）

图表：2014-2015年中国移动3G用户增长情况（单位：万户，%）

图表：2014-2015年中国联通3G用户月度新增情况（单位：万户）

图表：2014-2015年中国电信移动用户增长情况（单位：万户，%）

图表：2013-2015年中国移动用户综合ARPU值（单位：元，%）

图表：中国移动TD各期基站建设规模（单位：万个）

图表：中国电信宽带目标（单位：百万户，%）

图表：中国联通3G业务

图表：中国移动Mobile Market业务种类丰富

图表：中国移动TD-SCDMA网络投资回顾

图表：中国移动1期TD-SCDMA基站数与GSM基站数对比（单位：个，%）

图表：中国三大运营商财务情况对比（单位：亿元，%）

图表：2015年中国移动电话业务总量及增长情况（单位：分钟，%）

图表：2015年中国移动电话业务结构（单位：%）

图表：2015年中国移动电话用户分地区数量情况（单位：万户）

图表：2015年中国移动电话用户分省份数量情况（单位：万户）

图表：2014-2015年中国移动通信累计用户数及同比增速（单位：万户，%）

图表：2014-2015年中国新增电信用户情况（单位：万户）

图表：移动增值服务的分类 图表：移动增值服务行业发展周期

图表：2013-2015年中国移动增值市场规模（单位：亿元）

图表：2015年中国移动增值业务收入份额（单位：%）

图表：2014-2015年中国移动增值市场规模（单位：亿元，%）

图表：移动增值服务产业链

图表：2013-2015年中国手机网民及占比（单位：百万，%）

图表：2013-2015年移动增值服务主要上市公司及收入份额（单位：%）

图表：2013-2015年中国移动增值服务收入增长情况及占营运收入比重（单位：百万元，%）

图表：2013-2015年中国SMS市场规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国SMS市场用户规模及增长情况（单位：万户，%）

图表：2014-2015年中国SMS市场规模预测（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国无线音乐市场规模（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国无线音乐用户规模（单位：万户，%）

图表：2014-2015年中国无线音乐市场规模预测（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国MMS市场规模及增速（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国MMS市场用户规模及增速（单位：亿元，%）

图表：2014-2015年中国MMS市场规模预测（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国IVR市场规模（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国IVR市场用户规模（单位：万户，%）

图表：2014-2015年中国IVR市场规模预测（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国WAP市场规模及增速（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国WAP市场用户规模及增速（单位：万户，%）

图表：2014-2015年中国WAP市场规模预测（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国手机广告市场规模（单位：亿元，%）

图表：2014-2015年中国手机游戏用户数量及增速（单位：亿元，%）

图表：2014-2015年中国手机游戏市场规模（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国手机支付交易额规模（单位：亿元，%）

图表：2013-2015年中国手机支付用户规模（单位：亿元，%）

图表：2014-2015年中国手机电子商务交易规模（单位：亿元，%）

图表：城市居民是否利用手机上网（单位：%）

图表：城市居民利用手机上网方式（单位：%）

图表：城市居民利用手机上网目的（单位：%）

图表：不同性别居民是否利用手机上网（单位：人，%）

图表：不同年龄居民是否利用手机上网（单位：人，%）

图表：不同学历居民是否利用手机上网（单位：人，%）

图表：不同个人月收入居民是否利用手机上网（单位：人，%）

图表：不同手机花费的居民是否利用手机上网（单位：人，%）

图表：城市居民是否接收过手机广告（单位：%）

图表：城市居民接收的手机广告形式（单位：%）

图表：城市居民手机广告接收频率（单位：%）

图表：城市居民平均每天接收的手机广告条数（单位：%）

图表：城市居民手机广告阅读情况（单位：%）

图表：不同性别居民手机广告阅读情况（单位：人，%）

图表：不同年龄居民手机广告阅读情况（单位：人，%）

图表：不同学历居民手机广告阅读情况（单位：人，%）

图表：不同个人月收入居民手机广告阅读情况（单位：人，%）

图表：城市居民是否希望收看手机电视（单位：%）

图表：城市居民希望收看的手机电shi节目类型（单位：%）

图表：不同性别居民是否希望收看手机电视（单位：人，%）

图表：不同年龄居民是否希望收看手机电视（单位：人，%）

图表：不同学历居民是否希望收看手机电视（单位：人，%）

图表：不同个人月收入居民是否希望收看手机电视（单位：人，%）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/247838247838.html>