

2006-2007年度华为技术有限公司研究报告

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《2006-2007年度华为技术有限公司研究报告》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/xiantiyongpin/2954229542.html>

报告价格：电子版: 15500元 纸介版：15000元 电子和纸介版: 8500

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

2006 年，华为继续保持良好的增展态势，销售收入比2005 年增长超过 30 %。全球市场，移动网络占据收入的30%以上，其次是固定网络。海外市场取得突破，获得美国和日本运营商的订单， 2006 年海外市场收入占据总收入的65%。海外3G市场发展良好，2006年，华为在全球累计获得67个3G商用合同。中国市场则主要收入来自固定网络、光通信等，移动网络则不足10 %。《2006-2007年度华为技术有限公司研究报告》是一部全面反映2006年华为经营业绩、主要产品收入、市场发展重点、主要客户、发展战略、研发以及今后发展重点的综合性分析报告。报告中运用了大量的数据和图表，为企业了解华为提供重要的参考依据。报告亮点

- 对华为产品进行细分，分析细分产品在 2006 年的收入和市场表现
- 汇总华为 2006 年主要项目，分析华为全球重点区域市场
- 分析华为财务状况、细分产品毛利、以及利润情况

研究华为发展战略和竞争策略，并指出未来发展重点

第 1 章 公司概况 1.1 基本信息 1.2 发展历程 1.3 管理层介绍 1.4 人力资源构成 1.5 股东构成 1.6 组织结构

第 2 章 华为经营业绩 2.1 2002 ~ 2006 年收入情况 2.2 国内和国际市场收入

第 3 章 华为产品分析 3.1 产品结构和变化 3.1.1 全球市场概况 3.1.2 中国市场概况 3.2 分产品销售收入概况 3.2.1 全球市场分产品销售收入 3.2.2 中国市场分产品销售收入 3.3 移动核心网络及其收入 3.4 移动基站及其收入 3.5 光网络及其收入 3.6 接入网及其收入 3.7 交换网及其收入 3.8 数据通信及其收入 3.9 增值业务及其收入 3.10 终端产品及其收入 3.11 其他产品及其收入

第 4 章 华为解决方案分析 4.1 运营商解决方案 4.2 企业和行业解决方案 4.3 核心网解决方案 4.4 无线接入网解决方案 4.5 承载网和宽带接入解决方案 4.6 增值业务解决方案 4.7 存储与网络安全解决方案 4.8 终端解决方案

第 5 章 华为市场分地区分析 5.1 欧洲市场 5.2 亚太市场 5.3 美国市场 5.4 非洲市场 5.5 拉美市场

第 6 章 财务状况分析 6.1 年度经营状况 6.2 主要财务指标分析 6.3 产品毛利分析 6.4 利润和增长点分析

第 7 章 资本运作分析 7.1 投资行为 7.2 资本运作战略分析

第 8 章 主要客户及合作伙伴 8.1 主要客户及合作项目 8.2 主要合作伙伴及合作项目

第 9 章 业务发展战略 9.1 目前的发展战略 9.1.1 全球化战略 9.1.2 竞争对手合作战略 9.1.3 中国市场战略 9.2 未来发展战略

第 10 章 竞争策略分析 10.1 产品策略分析 10.1.1 以高性价比的产品打开国际市场 10.1.2 差异化产品策略 10.1.3 产品多元化策略 10.2 品牌策略分析 10.3 营销策略分析 10.3.1 差异化营销理念和关系营销策略 10.3.2 加强用户研究 10.3.3 “攻守兼备”的价格战 10.3.4 完善的服务体系 10.3.5 清晰的产品销售策略 10.3.6 适当的产品营销和销售考核 10.4 定价策略分析 10.5 渠道策略分析

第 11 章 技术研发分析 11.1 科研成果 11.2 重点投资项目 11.3 创新能力 11.4 2006 年华为部分产品研发现状

第 12 章 SWOT 分析 12.1 优势 12.1.1 研发及技术 12.1.2 市场运作与产品 12.1.3 成本 12.1.4 政策支持 12.2 劣势 12.3 机遇 12.3.1 3G 产业 12.3.2

下一代网络 12.4 挑战 12.4.1 国内 12.4.2 来自海外的挑战 第 13 章 面临的主要问题 13.1 股权问题 13.2 权力结构 13.3 行业进入 13.4 后备队伍 13.5 资本资源 13.6 国际化 第 14 章 2007 年业务重点及前景分析 14.1 3G 业务 14.2 手机业务 14.3 NGN 业务 14.4 增值业务

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2954229542.html>