

2021-2027年中国移动运营 市场前景展望与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国移动运营市场前景展望与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yidong/774128HKQP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国移动运营市场前景展望与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了移动运营行业市场发展环境、移动运营整体运行态势等，接着分析了移动运营行业市场运行的现状，然后介绍了移动运营市场竞争格局。随后，报告对移动运营做了重点企业企业经营状况分析，最后分析了移动运营行业发展趋势与投资预测。您若对移动运营产业有个系统的了解或者想投资移动运营行业，本报告是您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 2016-2019年全球移动运营动态分析

第一节 2016-2019年全球移动运营发展总况

一、全球电信运营商排名

二、亚洲推进LTE部署

三、非洲电信市场现状与发趋势

四、欧洲4GLTE网络建设情况

五、美国三大移动运营商欲发展移动支付服务

六、拉美电信业发展情况

第二节 2016-2019年全球移动互联网发展现状与趋势

一、移动互联网的特点

二、移动互联网发展现状

三、发展趋势分析

第三节 2016-2019年世界移动搜索发展现状及趋势

一、世界各国移动搜索发展概况

1、英国

2、日本

3、韩国

4、美国

5、中国

二、世界各国移动搜索的发展趋势

第四节2016-2019年全球移动互联网的发展现状和发展趋势

一、移动互联网的特点

二、移动互联网发展现状

1、日本移动互联网业务发展现状

2、韩国移动互联网业务发展现状

3、我国移动互联网业务发展现状

三、发展趋势分析

第五节 2014-2019年全球移动运营市场预测

一、全球手机电视市场用户规模预测

二、全球手机信息收入预测

三、西欧地区手机付费搜索广告市场收入规模预测

四、全球移动运营商在4G和FMC上的投资预测

五、全球移动运营商采取不同IMS演进分析

第二章 2016-2019年中国移动通信运营产业环境分析

第一节 2016-2019年通信行业政策环境分析

一、中国政府积极推动TD-SCDMA不断成熟和商用

二、国家发改委进一步推进电信资费改革

三、《反垄断法》的出台对电信行业发展产生重要影响

四、电信央企将上缴税后利润

五、广电将主导手机电视业务

六、中国电信重组影响中国联通用户发展

第二节 2016-2019年中国电信行业总体运行情况分析

一、总体情况

二、电信用户

三、业务使用情况

四、经济效益

五、电信能力建设

六、增值电信业务

七、村通工程与农村信息化建设

第三节 2016-2019年中国电信行业分析

一、业务总量增长幅度

1、移动电话用户

2、固定电话用户

3、互联网用户

二、业务收入增长情况分析

1、本地电话业务

2、长途电话业务

三、电信重组形成全业务经营企业

四、农村通信水平上新台阶

第四节 2016-2019年中国电信行业分析

一、电信业务收入情况

二、电信业务收入预测

第三章 2016-2019年我国移动运营市场分析

第一节 2016-2019年移动运营市场发展情况

一、电信企业发展情况

二、移动运营商细分市场推增值服务

三、移动运营商掘金RFSIM

四、移动互联网是运营业务发展重点

第二节 2016-2019年国内移动终端市场发展现状及趋势

一、我国移动终端市场的规模及特点

二、移动终端的发展现状

1、音乐和拍照手机稳步发展

2、智能手机步入高速发展期

三、移动终端发展趋势

1、功能强大化

2、单模单待向多模多待发展

3、终端定制化

4、操作系统开放化

四、3G时代移动用户终端选择趋向分析

- 1、3G手机购买选择倾向用户细分
- 2、购买3G手机主要考虑要素
- 3、个性化的3G产品设计和产品推广策略

第三节 3G时代我国移动运营商产业链角色定位

- 一、角色定位的原则
- 二、角色定位的依据
- 三、角色定位的实施步骤
- 四、角色定位的借鉴模式

- 1、NTT DoCoMo模式
- 2、Vodafone 模式
- 3、和记电讯模式

第四节 移动信息化运营的服务与资源分析

- 一、移动信息化业务发展遭遇瓶颈
- 二、移动信息化运营的服务类型分析
- 三、移动信息化运营的资源分析

第五节 移动运营商农村渠道发展分析

- 一、农村渠道现状
- 二、农村渠道发展模式
- 三、农村渠道的管理

第四章2016-2019年中国移动增值业务发展分析

第一节 移动增值业务发展概况

- 一、移动增值服务特点凸现
- 二、移动增值业务产业链分析
- 三、移动增值业务在各类增值业务中处首要位置
- 四、移动增值应用情况
- 五、我国将重点发展移动增值及宽带三大增长业务

第二节 2016-2019年移动增值业务市场发展情况

- 一、娱乐业务，日益走向普及
- 二、商务应用，成为新的热点
- 三、行业应用，渗透步伐加快

第三节 2016-2019年移动增值业务市场发展情况

- 一、市场规模
- 二、用户规模
- 三、业务发展
- 四、竞争格局

第四节 移动增值业务发展趋势分析

- 一、移动增值业务将多元化发展
- 二、国内移动增值业务市场前景看好
- 三、手机增值业务市场的发展方向
- 四、多媒体视频是增值业务的发展方向
- 五、移动增值进入跨媒体融合时代
- 六、国内移动增值业务发展走势

第五节 移动增值业务发展策略

- 一、移动增值业务的特点
- 二、移动增值业务发展中面临的问题
- 三、移动增值业务发展策略

第五章 2016-2019年3G业务分析

第一节 3G全球和我国的发展状况简介

- 一、十一五政策导向
- 二、信产部对我国3G市场预测
- 三、各大运营商对3G建设的部署

第二节 2016-2019年3G 发展定位

- 一、技术标准的比较
- 二、技术成熟性
- 三、系统容量和覆盖比较
- 四、基站和终端价格
- 五、利益相关者分析

第三节 2016-2019年3G牌照

- 一、经营好2G基础上，再发3G牌照
- 二、3G牌照发放时间

第四节 2016-2019年3G市场发展分析

- 一、中国3G手机市场购买潜力调查分析

- 二、TD-SCDMA发展分析
- 三、香港3G用户数分析
- 四、3G与业务转型
- 五、中国手机市场打响3G前哨战
- 六、2016-2019年中国3G网络现状分析
- 七、2016-2019年亚太地区3G用户规模分析
- 八、亚太地区3G用户规模预测
- 九、2013年亚太地区3G用户规模预测
- 十、中国3G标准首次进入欧洲市场

第六章 2016-2019年短信彩铃业务分析

第一节 2016-2019年短信业务发展分析

- 一、移动短信业务量分析
- 二、移动电邮将逐步取代短信服务
- 三、信产部将统一短信寻址行业数据库
- 四、2013年全球手机短信销售额预测

第二节 彩信业务发展现状

- 一、现有彩信业务类型的分析
- 二、2016-2019年彩铃彩信收入分析
- 三、移动新一期彩信扩容

第七章 2016-2019年WAP业务分析

第一节 国际WAP业务发展分析

- 一、全球3G网络部署推动WAP发展
- 二、欧美WAP业务发展分析
- 三、日韩WAP模式分析
- 四、视频类、娱乐类业务仍是热点

第二节 2016-2019年中国WAP发展现状

- 一、中国无线互联网WAP用户行为分析
- 二、官方WAP市场整体规模分析
- 三、非官方WAP门户对流量贡献分析
- 四、移动搜索WAP站点用户请求量分析

五、中国官方WAP市场分析

六、中国首家商务WAP门户上线

第三节 中国WAP市场投资机会分析

一、中国WAP的投资特点

二、国外投资趋势预测

三、GPRS + WAP是中国移动互联网市场理想的模式

第四节 WAP市场发展趋势

一、中国无线互联网用户将超传统互联网

二、3G时代WAP将迎来爆发期

三、移动互联网发展新趋势探析

第八章 2016-2019年中国IVR业务分析

第一节 国内IVR市场发展现状

一、IVR业务谋求变革

二、IVR语音增值业务分析

第二节 IVR业务市场状况及竞争分析

一、整体市场情况介绍

二、市场竞争分析

三、固话IVR业务市场状况及分析

第九章 2016-2019年中国LBS业务分析

第一节 国外移动定位业务发展分析

一、国外移动定位业务发展概况

二、全球移动定位业务市场规模

1、北美移动定位业务市场分析

2、欧洲移动定位业务市场分析

3、日本移动定位业务市场分析

4、韩国移动定位业务市场分析

三、运营商开展移动定位业务的经验

四、发展移动定位业务的建议

第二节 移动定位服务应用发展现状分析

一、移动定位服务应用类型

二、全球定位应用服务市场发展

三、LBS技术的实现与创新

第三节 移动位置服务市场发展分析

一、中国市场对移动位置服务（LBS）有强烈需求

二、中国LBS市场分析

三、移动联通大规模启动定位服务

四、手机导航市场潜在规模分析

第十章 2016-2019年手机游戏业务发展分析

第一节 手机游戏业务概述

一、手机游戏的类型

二、手机游戏产业链及收费模式

三、手机游戏市场驱动力量分析

第二节 2016-2019年手机游戏市场发展分析

一、中国JAVA/BREW手机游戏市场分析

二、手机游戏产业面临的机遇与挑战

三、手机制造商纷纷推出新款游戏手机

第三节 手机游戏用户调查分析

一、中国游戏手机市场用户不同年龄段分布对比

二、中国游戏手机市场用户不同职业分布比例

三、中国游戏手机市场用户样本区域分布状况

四、中国游戏手机市场用户不同品牌手机分布比例

五、中国游戏手机市场用户是否用手机玩过游戏

六、用户每次玩手机游戏大约花费的时间

七、中国游戏手机市场用户操作平台调查

八、中国游戏手机用户手机游戏内容的主要来源

九、中国游戏手机内置游戏的种类调查

十、中国游戏手机用户喜欢的非手机内置游戏调查

第四节 2014-2019年手机游戏市场发展预测

一、手机游戏市场潜力分析

二、我国手机游戏市场预测

三、全球手机游戏市场规模预测

第十一章 2016-2019年手机电视业务分析

第一节 2016-2019年手机电视业务发展分析

一、2016-2019年手机电视市场规模分析

二、手机电视运营借鉴全球经验

三、手机电视标准规划出炉

第二节 手机电视产业化发展问题分析

一、手机电视技术实现方式

二、手机电视传输技术标准

三、手机电视视音频编解码标准

四、手机电视业务平台基本组成

五、手机电视产业化发展驱动因素

六、手机电视产业化发展面临问题

第三节 手机电视业务的发展趋势

一、三网融合不可避免

二、用户规模逼近有线电视用户

三、市场规模不断膨胀

四、手机媒体可能成为最强势的新媒体

五、2016-2019年全球手机电视市场发展预测

第四节 手机电视产业化发展策略

一、遵循有关监管政策

二、确定手机电视行业标准

三、发展手机电视技术

四、培育用户

五、树立内容为王的经营策略

六、打造合作共赢的产业链

七、探索运营模式

八、创新赢利模式

九、采取多样化计费方式

第十二章 2016-2019年中国新兴移动增值业务市场分析

第一节 移动即时通信业务市场

- 一、即时通信市场竞争分析
- 二、2016-2019年即时通信使用率分析
- 三、三大运营商各自垄断
- 四、移动IM发展瓶颈分析
- 第二节 无线广告业务市场
 - 一、无线互联网广告盈利模式分析
 - 二、全球无线广告开支分析
 - 三、无线广告营销“无限”
 - 四、无线广告业务市场潜力分析
 - 五、2014-2019年无线广告市场规模增长及预测情况
- 第三节 移动视讯业务市场
 - 一、联想发布手机视频战略
 - 二、移动音乐下载收入增幅缓慢
 - 三、国内视频业务市场期待爆发式成长
- 第四节 其它移动增值业务市场
 - 一、手机电邮市场
 - 二、手机搜索市场
 - 三、手机阅读市场
 - 四、手机动漫
 - 五、手机报
 - 六、移动博客
 - 七、手机二维码业务

第十三章 2016-2019年中国移动运营竞争分析

第一节 中国移动通信市场竞争格局

- 一、打造移动通信产业的整体竞争力
- 二、电信业重组下移动通信竞争空前激烈
- 三、移动互联网正变成运营商战略重点
- 四、移动SNS成运营商的竞争焦点

第二节 3G时代移动通信有效竞争分析

- 一、有效竞争需要具备三个特点
- 二、新经营环境下移动通信市场快速发展

- 三、移动通信市场应防止过度竞争
- 四、建立移动通信市场的有效竞争格局

第三节 移动通信市场竞争策略分析

- 一、移动通信市场竞争态势
- 二、规划移动公司竞争战略
- 三、制定移动公司竞争策略

第十四章 2016-2019年中国主要移动运营商运行透析

第一节 中国移动

- 一、企业基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、市场定位
- 四、3G应用带来新机遇
- 五、中国移动运营商欲争得4G标准主动权
- 六、中国移动TD发展策略

第二节 中国联通

- 一、企业基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、市场定位
- 四、中国联通CDMA业务出售分析
- 五、中国联通实现全国31省市全网GPRS升级

第三节 中国电信

- 一、企业基本概况
- 二、生产运营与财务状况分析
- 三、市场定位
- 四、小灵通转网分析
- 五、中国电信C网发展预测
- 六、中国电信移动战略分析

第四节 2016-2019年三大运营商财务报表比较分析

- 一、经营业绩总体还可以
- 二、全业务战略显差异化
- 三、3G竞争使移动市场进入存量争夺

四、转型业务竞争处于胶着

第十五章 2014-2019年移动运营行业发展趋势及策略分析

第一节 移动通信产业未来发展趋势

- 一、重在从传统的通信产业转变为信息通信产业
- 二、3G的发展趋势和应用
- 三、差异化的业务会带来更多的用户和业务收入

第二节 移动互联网智能终端融合发展趋势

- 一、产业融合催生移动互联网“终端+业务”一体化模式
- 二、娱乐与商务应用将成为智能终端融合方向
- 三、智能终端融合呈现三大发展趋势
 - 1、低端智能手机+应用服务
 - 2、高端智能手机+应用服务
 - 3、差异化服务+定制终端

第三节 移动运营商全业务运营策略分析

- 一、移动化是竞争之根本
- 二、宽带化是成功之关键
- 三、客户化是运营之关键

第四节 电信运营商的移动互联网战略

- 一、网络优先
- 二、终端为辅
- 三、制定规则
- 四、应用为王
- 五、在线计费

第五节 电信运营商国际化战略分析

- 一、目标市场评估
- 二、内部资源和能力的评估
- 三、国际化战略选择
- 四、国际化模式选择

第六节 运营商面向中小企业的移动信息化推广策略

- 一、转变观念，细分市场
- 二、深入流程，需求分析

三、协同合作，主导产业

第七节 3G时代移动运营商的手机定制策略

一、国外手机定制的发展现状

二、我国手机定制渐成新动力

三、我国移动运营商手机定制策略

1、制定手机规范，主导终端产业链

2、增加手机品种，满足用户个性需求

3、定制低端手机，迅速启动市场

部分图表目录：

图表：2016-2019年中国TD-SCDMA用户数预测

图表：2016-2019年西欧地区手机付费搜索广告市场收入规模及增长情况

图表：2016-2019年全球手机游戏市场规模及增长

图表：2016-2019年全球手机电视市场规模及增长

图表：2016-2019年中国移动增值市场规模及增长率情况

图表：2016-2019年中国移动增值用户规模情况

图表：2016-2019年全球手机信息收入规模及增长情况

图表：2014-2019年中国无线广告市场规模及增长率

图表：2016-2019年全球彩信收入规模

图表：2016-2019年全球手机电视用户规模及预测

图表：2016-2019年中国手机电视用户规模情况

图表：2016-2019年中国手机电视市场规模情况

图表：2016-2019年中国移动增值服务市场规模预测

图表：2019年全球LBS市场规模预测

图表：2016-2019年我国网民的即时通信使用率情况

图表：2016-2019年我国网民与即时通信用户的年龄结构情况

图表：2016-2019年中国联通每股盈利情况

图表：2016-2019年中国联通综合损益情况

图表：2016-2019年中国联通资产负债情况

图表：2016-2019年中国联通现金流量情况

图表：2016-2019年中国移动每股盈利情况

图表：2016-2019年中国移动综合损益情况

图表：2016-2019年中国移动资产负债情况

图表：2016-2019年中国移动现金流量情况

图表：2016-2019年中国电信每股盈利情况

图表：2016-2019年中国电信综合损益情况

图表：2016-2019年中国电信资产负债情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/774128HKQP.html>