

2008年中国移动运营市场分析及 发展前景报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2008年中国移动运营市场分析及发展前景报告》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.chinairr.org/report/R03/R0301/200808/15-6088.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

第一章 2007-2008年全球移动运营市场分析

一、2007年全球电信业发展回顾

- (一) 运营商执行转型路多艰
- (二) 管制者力推变革绘鸿篇
- (三) 产业界多方博弈谋新天

二、2007年全球3G发展分析

- (一) 全球3G发展特点
- (二) 3G业务发展现状
- (三) 3G业务发展趋势

三、2007-2008年全球移动运营发展分析

- (一) 2007年全球电信运营商排名分析
- (二) 2007年美国3大电信移动运营商竞争状况
- (三) 2007年全球12大移动运营商联手推的移动支付服务
- (四) 2007年国际移动运营商拟提供手机跨国汇款
- (五) 2007年全球彩信业务收入规模分析
- (六) 2007年日本三大移动运营商竞拍两个WiMax牌照
- (七) 2008年美三大移动运营商竞相降价
- (八) 2008年美国第四大移动运营商推出3G网络
- (九) 2008年非洲移动运营商增加网络投资
- (十) 2008年Mobily已实现与全球385个移动运营商连接
- (十一) 2008年欧盟欲强制移动运营商短信漫游费降价

四、全球移动搜索发展现状与趋势

(一) 全球各国移动搜索发展概况

- 1、英国
- 2、日本
- 3、南韩
- 4、美国
- 5、中国

(二) 移动搜索的发展趋势

五、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、南韩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

六、全球移动运营市场预测

- （一）2010年全球手机电视市场用户规模预测
- （二）2011年全球手机信息收入预测
- （三）2012年西欧地区手机付费搜索广告市场收入规模预测
- （四）2013年全球移动运营商在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 2007-2008年中国移动通信运营产业环境分析

一、2007-2008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）国家发展改革委进一步推进电信资费改革总体思路和具体方法步骤
- （三）《反垄断法》的出台将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

二、2007年中国电信行业分析

- （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

三、2008年上半年电信行业分析

- （一）2008年1月电信业统计分析
- （二）2008年2月电信业统计分析
- （三）2008年3月电信业统计分析

- (四) 2008年4月电信业统计分析
- (五) 2008年5月电信业统计分析
- (六) 2008年6月电信业统计分析

第三章 2007-2008年我国移动运营市场分析

一、2007-2008年移动运营市场发展情况

- (一) 2007年电信企业发展情况
- (二) 中移动欲做全业务运营商
- (三) 2007年移动运营商细分市场推增值服务
- (四) 2008年移动运营商掘金RFSIM
- (五) 移动互联网是运营商业务发展重点

二、2007年移动通信技术发展分析

- (一) 前向相容：积蓄平滑演进的能量
- (二) 技术进步：积蓄带宽升级的能量
- (三) 应用融合：积蓄业务开发的能量

三、2007-2008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

1、市场规模

2、发展特点

(二) 移动终端的发展现状

1、音乐和拍照手机稳步发展

2、智慧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

四、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

五、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 中国移动增值业务发展分析

一、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

二、2007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

三、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

四、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

1、对于政府监管层面

2、对于运营商

3、对于设备厂商

第五章 2007-2008年3G业务分析

一、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

二、2007-2008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

三、2007-2008年3G牌照

- (一) 经营好2G基础上，再发3G牌照
- (二) 3G牌照发放时间预测

四、2007-2008年3G网络规划

- (一) 3G网络规划原则
- (二) 3G网络规划实施步骤
- (三) 网络目标容量
- (四) 3G基站容量分析

五、2007-2008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) 2007年TD-SCDMA发展分析
- (三) 2007年香港3G用户数分析
- (四) 2007年3G与业务转型
- (五) 2007年中国手机市场打响3G前哨战
- (六) 2008年中国3G网络现状分析
- (七) 2008年一季度亚太地区3G用户规模分析
- (八) 百度联手诺基亚布局中国3G市场
- (九) 中国3G标准首次进入欧洲市场

第六章 2007-2008年短信彩铃业务分析

一、2007-2008年短信业务发展分析

- (一) 2007年移动短信业务量分析
- (二) 2008年上半年移动短信业务量分析
- (三) 移动电邮将逐步取代短信服务
- (四) 信产部将统一短信寻址行业数据库
- (五) 2013年全球手机短信销售额预测

二、彩信业务发展现状

- (一) 现有彩信业务类型的分析
- (二) 2007年第四季彩铃彩信收入分析
- (三) 移动新一期彩信扩容

第七章 2007-2008年WAP业务分析

一、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

二、2007-2008年中国WAP发展现状

- (一) 2007中国无线互联网WAP用户行为分析
- (二) 2007年第4季度中国移动WAP 市场规模分析
- (三) 2007年非官方WAP门户对流量贡献分析
- (四) 2007-08年移动搜索WAP站点用户请求量分析
- (五) 2008年第1季度中国官方WAP市场分析
- (六) 2008年中国首家商务WAP门户上线

三、中国WAP市场投资状况与前景分析

- (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

四、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）2008年移动互联网八大发展趋势

第八章 IVR业务分析

一、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

二、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 移动位置服务（LBS）分析

一、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、南韩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

二、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

三、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）2007年中国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 2007-2008年手机游戏业务发展分析

一、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

二、2007-2008年手机游戏市场发展分析

（一）2007年中国手机游戏市场状况

（二）2007中国手机游戏行业复苏

（三）北京手机游戏占全国15%市场份额

（四）2008年第1季度中国JAVA/BREW手机游戏市场分析

（五）2008年2季度中国JAVA/BREW手机游戏市场

（六）2008年手机游戏产业面临的机遇与挑战

（七）2008年手机制造商纷纷推出新款游戏手机

三、2008年手机游戏用户调查分析

（一）2008年中国游戏手机市场用户不同年龄段分布对比

（二）2008年中国游戏手机市场用户不同职业分布比例

（三）2008年中国游戏手机市场用户样本区域分布状况

（四）2008年中国游戏手机市场用户不同品牌手机分布比例

（五）2008年中国游戏手机市场用户是否用手机玩过游戏

（六）2008年用户每次玩手机游戏大约花费的时间

（七）2008年中国游戏手机市场用户操作平台调查

（八）2008年中国游戏手机用户手机游戏内容的主要来源

（九）2008年中国游戏手机内置游戏的种类调查

（十）2008年中国游戏手机用户喜欢的非手机内置游戏调查

四、手机游戏业务的发展趋势

（一）手机游戏市场潜力分析

（二）2010年我国手机游戏市场预测

（三）2011年中国手机游戏市场发展预测

（四）2012年全球手机游戏市场规模预测

第十一章 2007-2008年手机电视业务分析

一、2007-2008年手机电视业务发展分析

（一）2007年手机电视抢滩北京奥运

- (二) 2008年手机电视市场规模分析
- (三) 手机电视运营借鉴全球经验
- (四) 2008年手机电视国标争议声中审定
- (五) 2008年手机电视标准规划出炉
- (六) 2008年中兴即将推出首款TD手机电视

二、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

三、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) 2010年中国手机电视发展预测
- (六) 2010年全球手机电视市场发展预测

四、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 2007-2008年中国新兴移动增值业务市场分析

一、移动实时通信业务市场

- (一) 2007年移动IM市场规模分析
- (二) 2008年实时通信市场竞争分析
- (三) 2008年实时通信使用率分析
- (四) 三大运营商各自垄断
- (五) 移动IM发展瓶颈分析

二、无线广告业务市场

- (一) 无线互联网广告盈利模式分析
- (二) 2008年中国无线广告市场规模分析
- (三) 无线广告面临困局
- (四) 2008年全球无线广告开支分析
- (五) 无线广告营销“无限”
- (六) 无线广告业务市场潜力分析

三、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

四、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 2007-2008年中国移动通信竞争分析

一、2007-2008年中国移动通信市场竞争格局

- (一) 移动运营商面临全业务运营竞争
- (二) 打造移动通信产业的整体竞争力
- (三) 电信业重组下移动通信竞争空前激烈

二、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

三、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 2007-2008年国内主要移动运营商分析

一、中国移动

- (一) 2007-2008年财务分析
- (二) 重组新格局分析
- (三) 3G应用带来新机遇
- (四) 中国移动运营商欲争得4G标准主动权
- (五) 中国移动TD发展策略

二、中国联通

- (一) 2007-2008年财务分析
- (二) 2008年业务数据分析
- (三) 2008年中国联通CDMA业务出售分析
- (四) 中国联通实现全国31省市全网GPRS升级

三、中国电信

- (一) 2007-2008年财务分析
- (二) 小灵通转网分析
- (三) 中国电信C网发展预测
- (四) 中国电信移动战略分析

四、中国网通

- (一) 2007-2008年财务分析
- (二) 2008年上半年服务质量分析

第十五章 移动运营行业发展趋势及策略分析

一、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

二、移动互联网智慧终端融合发展趋势

(一) 低端智能手机+应用服务

(二) 高端智能手机+应用服务

(三) 差异化服务+定制终端

三、固网运营商发展移动业务战略分析

(一) 突出业务新体验

(二) 凸现固网移动业务特色

(三) 细分市场进行针对性营销

(四) 手机定制确保业务支撑

四、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

五、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

六、移动运营商在固定移动融合形式下的发展策略

(一) FMC的特征

(二) 全球FMC的发展现状

(三) 移动运营商的发展思路 and 模式

图表目录略

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/200808/15-6088.html>