



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2013年中国移动运营及电信增值行业运行动态与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2010-2013年中国移动运营及电信增值行业运行动态与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/145067.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 【报告前言】

2009年，虽然受金融危机的波及影响，全球移动增值业务市场规模仍将保持稳步增长，其中消息及娱乐类传统移动增值业务的主流位置不会改变，但增长速度不及移动互联网等新兴业务；产业链上各竞争参与者定位会进一步调整，有望出现新的业务经营模式。3G时代的我国移动运营商将通过降低资费等方式推动移动互联网发展，以开放和合作的姿态积极推动移动内容市场发展。

2009年第三季度，移动网络运营商正在从疲软的基础设施开支中恢复过来，比上一季度增长8%。但是，与2008年相比，2009年仍然可能会下降4%至5%。在全球经济前景从悲观到股市狂热，又回到担忧“需求在哪里的？”的过程中，移动运营商把他们的视野转向了移动宽带通信浪潮中。3G向3.5G设备迁移使得移动设备支出有一个显著的转变。GSM基础设施仍然是向新兴市场抛售的主体，而在发达国家市场，移动运营商正在扩展3G覆盖范围并升级现有的基础设施以支持HSDPA/HSUPA甚至HSPA+。在亚洲，中国和印度市场有可能会对设备供应商的收入作出突出的贡献。尽管TD-SCDMA合同发包已经到了第三轮，中国移动仍需要几年时间部署TD-SCDMA，提高覆盖范围和服务质量，以满足最终用户的期望并解决流量阻塞。在中国，绝大部分合同份额给了华为、中兴和大唐。在印度，虽然政治家对合同发包说三道四，但印度的移动运营商不会热衷于排挤中国厂商。虽然印度的用户市场仍然是发展最快，规模最大的，但每用户平均收入仍然是世界上最低的国家之一。因此印度运营商的利润率较低，而且印度境内的运营商也有比较激烈的竞争，他们的3G牌照也刚刚完成。基站安装量的年增长率在2009年将下降到6.5%。而一些厂商，如阿尔卡特朗讯、爱立信、诺基亚、西门子等开始推出4G LTE设备。

中国和印度在亚洲电信市场中的影响不可忽视。中国已拥有世界上最大的手机市场，并仍以平均每年20%的速度增长，截至2009年2月底，中国手机用户数达到6.6亿，同比增长16.73%。印度手机用户的年增长率为60%，截至2008年12月，印度的手机用户总数超过3.46亿，2009年以来，手机市场的增长仍在持续：2009年2月，印度手机用户数单月增长超过1300万；2009年3月，印度手机用户数单月增长超过1500万。据统计，中国和印度两个国家的手机用户数量占整个亚洲市场的一半以上，并且预计2009至2013年间，这两大市场将新增8.29亿移动服务用户。

与此同时，一直是全球和区域重要电信市场的日本也通过不断增值的电信产业，维持了其勇于创新的声誉。日本电信产业的领导地位主要体现在无线互联网的应用上，2008年初，日

本有超过8700万手机用户使用NTT DoCoMo的i-mode服务或其他专利产品。到2008年底，日本3G用户数超过1亿，占移动通信用户总数的80%以上。日本大力开发FTTH技术作为宽带平台也是其稳居亚洲电信产业领导者地位的重要原因。韩国则继续在亚洲和世界宽带市场保持领先地位，到2008年初，90%的韩国家庭拥有宽带连接。在亚洲，宽带应用的两个主要技术为DSL和有线调制解调器，其中DSL技术采用更广泛。但是，市场正在发生改变，FTTH技术正在许多发达地区快速推进。

## 【 报告 目录 】

### 第一部分 移动运营及电信增值发展现状分析 19

#### 第一章 2009-2010年全球移动运营及电信增值行业发展状况分析 19

##### 第一节 2009-2010年全球移动运营及电信增值行业发展情况分析 19

###### 一、2008-2009年全球移动运营及电信增值行业运行状况 19

###### 二、2009年全球移动运营及电信增值行业运行状况 23

###### 三、全球移动运营及电信增值产业链特点 24

##### 第二节 2009-2013年全球移动运营发展预测分析 25

###### 一、2009年全球电信服务市场发展分析 25

###### 二、2011年全球彩铃业务发展预测 40

###### 三、2012年全球无线娱乐市场发展预测 41

###### 四、2013年全球电信服务市场发展预测 42

###### 五、2013年全球3G用户预测 43

###### 六、2013年全球手机短信销售额预测 43

###### 七、美国无线数据营收预测 43

###### 八、跨国电信运营企业将采取谨慎的发展策略 44

##### 第三节 2009-2010年主要国家和地区行业发展情况分析 45

###### 一、欧盟移动运营及电信增值行业发展及趋势分析 45

###### 二、美国移动运营及电信增值行业发展及趋势分析 46

###### 三、日本移动运营及电信增值分析 46

##### 第四节 2009-2010年国际运营商发展动向分析 50

###### 一、沃达丰发展动向 50

###### 二、DoCoMo发展动向 52

###### 三、英国电信发展动向 52

#### 四、德国电信发展动向 53

### 第二章 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业发展动态分析 55

#### 第一节 2009-2010年中国电信运营市场发展状况分析 55

##### 一、电信运营市场发展特点分析 55

##### 二、2009年前三季度电信运营市场发展状况 55

##### 三、2009年电信运营市场新格局分析 56

#### 第二节 2009-2010年移动运营及电信增值行业发展状况 56

##### 一、2008年电信增值行业发展状况 56

##### 二、2009年前三季度中国移动电信增值业务发展状况 60

##### 三、2009年移动增值彩铃市场情况 61

##### 四、中国电信增值市场存在问题分析 65

#### 第三节 2009年五月份中国各省市移动增值分业务构成情况 66

#### 第四节 2009-2010年电信增值业务的新突破口 73

##### 一、多业务整合 73

##### 二、多终端呈现 73

##### 三、有线无线融合 74

##### 四、社区化 74

### 第三章 2009-2010年中国移动运营及电信增值市场消费分析 75

#### 第一节 2009年电信运营商新增用户变化分析 75

#### 第二节 2009-2010年电信企业消费者行为预测模型及应用 76

##### 一、电信企业消费者行为预测模型分析 76

##### 二、电信企业消费者行为预测模型的应用 79

#### 第三节 2009-2010年手机游戏用户调查分析 80

##### 一、用户对手机游戏的消费特征 80

##### 二、用户对单机手机游戏产品的操作平台偏好 83

##### 三、用户对手机网络游戏的使用习惯和偏好 84

##### 四、用户对手机游戏的付费意愿 86

##### 五、中国手机游戏市场爆发式增长潜力巨大 87

##### 六、手机游戏的盈利模式 88

#### 第四节 把握手机游戏发展机遇的3大对策建议 89

## 第四章 2009-2010年中国移动运营及电信增值细分市场发展分析 92

### 第一节 2009-2010年中国短信彩信彩铃业务分析 92

- 一、全球短信业务发展分析 92
- 二、现有彩信业务类型的分析 94
- 三、彩铃业务市场分析 100
- 四、2011年彩铃将成为移动娱乐业务的主要收入 102

### 第二节 2009-2010年中国WAP业务分析 102

- 一、WAP的定义 102
- 二、WAP的应用 103
- 三、WAP发展中面临的问题 104
- 四、WAP发展趋势 105

### 第三节 2009-2010年中国IVR业务分析 109

- 一、国内IVR业务发展概况 110
- 二、国内IVR市场发展的主要风险 111
- 三、国内IVR发展的前景 111
- 四、对国内IVR业务发展的建议 112

### 第四节 2009-2010年中国3G业务分析 113

- 一、2008年3G市场发展分析 113
- 二、2009年中国3G市场分析 114

### 第五节 2009-2010年中国移动位置服务（LBS）分析 116

- 一、LBS概念及业务分类 116
- 二、移动定位技术 118
- 三、移动定位业务应用前景 125

### 第六节 2009-2010年中国手机游戏业务分析 127

- 一、手机游戏的类型 127
- 二、手机游戏产业链分析 130
- 三、2010年中国手机游戏市场发展预测 131

### 第七节 2009-2010年中国手机电视业务分析 131

- 一、手机电视发展的现状 131
- 二、手机电视发展中的问题 134
- 三、手机电视市场的发展趋势 136

## 第五章 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业区域市场分析 138

### 第一节 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业区域市场特征分析 138

#### 一、中国区域市场与国外比较分析 138

#### 二、中国区域市场特征分析 138

#### 三、中国未来3G移动运营商分类 139

### 第二节 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业区域市场竞争及策略分析 140

#### 一、中国区域市场竞争力比较分析 140

#### 二、中国运营商3G区域市场运营策略 141

## 第六章 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业发展形势分析 143

### 第一节 2009-2010年中国主要电信增值业务分析 143

#### 一、宽带上网 143

#### 二、视频通话 144

#### 三、手机电视 147

#### 四、无线搜索 153

#### 五、手机购物 155

#### 六、手机网游 156

### 第二节 2009-2010年3G时代增值业务动向分析 158

#### 一、3G时代增值业务新模式 158

#### 二、3G时代增值业务重视营销策略 159

#### 三、2008年3G移动搜索多方共赢需整合产业链 159

### 第三节 2009-2010年3G时代移动运营及电信增值业务市场需求分析 160

#### 一、3G增值业务市场需求现状 160

#### 二、3G时代手机增值服务需求分析 162

#### 三、3G增值应用扩展文化产业分析 164

#### 四、运营商捆绑移动互联网 164

## 第二部分 移动运营及电信增值市场竞争格局分析 168

## 第七章 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业竞争格局分析 168

### 第一节 2009-2010年中国移动运营及电信增值行业竞争分析 168

#### 一、移动运营及电信增值行业3G市场竞争分析 168

#### 二、电信运营商布局3G增值业务 168

### 三、电信运营商在手机支付市场竞争分析 169

## 第二节 2009-2010年中国新移动公司移动运营及电信增值业务发展分析 171

### 一、中国移动3G业务的SWOT分析 171

### 二、2009年中国移动"无线宽带"发展重点探讨 174

### 三、2009年中国移动业务调整 176

## 第三节 2009-2010年中国新联通移动运营及电信增值业务发展分析 180

### 一、未来中国网通业务发展特点 180

### 二、重组后中国联通业务发展新策略 182

### 三、2009年中国联通特色业务 183

## 第四节 2009-2010年中国新电信3G业务发展分析 184

### 一、中国电信重组具体情况 184

### 二、电信重组后的竞争策略 186

### 三、2009年中国电信3G网络城市覆盖率预测 188

### 四、重组促进有效竞争格局形成 188

## 第八章 2009-2010年重点企业发展分析 192

### 第一节 中国电信集团公司 192

#### 一、企业概况 192

#### 二、2009年公司发展战略分析 192

#### 三、2010年公司增值业务发展预测 193

### 第二节 中国移动通信集团公司 194

#### 一、企业概况 194

#### 二、2009年公司增值业务分析 194

#### 三、2009年公司增值业务新政分析 197

### 第三节 成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司 198

#### 一、企业概况 198

#### 二、企业主要经济指标分析 199

#### 三、企业成长性分析 201

#### 四、企业经营能力分析 202

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析 203

### 第四节 北京北纬通信科技股份有限公司 204

#### 一、企业概况 204



二、企业主要经济指标分析	206
三、企业成长性分析	206
四、企业经营能力分析	207
五、企业盈利能力及偿债能力分析	207
第五节 中国联合网络通信股份有限公司	208
一、企业概况	208
二、企业主要经济指标分析	208
三、企业成长性分析	210
四、企业经营能力分析	211
五、企业盈利能力及偿债能力分析	212
第六节 拓维信息系统股份有限公司	213
一、企业概况	213
二、企业主要经济指标分析	213
三、企业成长性分析	214
四、企业经营能力分析	214
五、企业盈利能力及偿债能力分析	214
第七节 三维通信股份有限公司	215
一、企业概况	215
二、企业主要经济指标分析	216
三、企业成长性分析	216
四、企业经营能力分析	217
五、企业盈利能力及偿债能力分析	217
第八节 安徽科大讯飞信息科技股份有限公司	218
一、企业概况	218
二、企业主要经济指标分析	220
三、企业成长性分析	222
四、企业经营能力分析	223
五、企业盈利能力及偿债能力分析	223
第九节 恒宝股份有限公司	224
一、企业概况	224
二、企业主要经济指标分析	224
三、企业成长性分析	226

四、企业经营能力分析 227

五、企业盈利能力及偿债能力分析 228

第十节 苏州新海宜通信科技股份有限公司 228

一、企业概况 228

二、企业主要经济指标分析 229

三、企业成长性分析 231

四、企业经营能力分析 232

五、企业盈利能力及偿债能力分析 232

第十一节 中兴通讯股份有限公司 233

一、企业概况 233

二、企业主要经济指标分析 234

三、企业成长性分析 236

四、企业经营能力分析 237

五、企业盈利能力及偿债能力分析 238

第三部分 投资策略与风险预警 240

第九章 2009-2010年移动运营及电信增值行业投资策略分析 240

第一节 2009-2010年电信增值业务及其运营投资模式 240

一、合作运营模式 240

二、虚拟运营模式 240

三、联合运营模式 241

四、合资运营模式 242

五、自营模式 242

六、中国电信产业价值链策略 243

第二节 2009-2010年中国通信行业投资策略分析 245

一、电信运营行业投资策略 245

二、电信增值服务业投资策略 247

三、电信设备制造业投资策略 248

四、通信行业总体投资策略 248

第三节 电信运营商战略规划模型及应用 249

第十章 2009-2010年中国移动运营及电信增值企业管理策略建议 256

## 第一节 2009-2010年国内三大电信运营商经营战略 256

### 一、中国网通经营战略 256

### 二、中国移动经营战略 258

### 三、中国联通经营战略 261

## 第二节 2009-2010年3G增值业务竞争与营销策略 263

### 一、3G时代十大增值业务分析 263

### 二、3G时代增值业务竞争已经开始 265

### 三、3G时代增值业务重视营销策略 266

## 第三节 2009-2010年移动运营及电信增值业务发展策略分析 267

### 一、移动增值业务营销和内容建设反思 267

### 二、2009年运营商增值业务发展策略 269

### 三、2009年电信增值企业创业策略 272

## 第四部分 发展趋势与规划建议 275

## 第十一章 2010-2013年中国移动运营及电信增值行业发展趋势分析 275

### 第一节 2010-2013年中国移动运营增值行业发展趋势 275

#### 一、中国式无线增值服务平台前景分析 275

#### 二、2013年中国手机掌上读书看报业务预测 276

### 第二节 2010-2013年中国电信增值业发展趋势分析 276

## 第十二章 2010-2013年中国移动运营及电信增值行业投资与发展前景分析 280

### 第一节 国内外移动运营及电信增值行业投资机遇与展望 280

#### 一、国内外移动运营及电信增值行业投资机遇 280

#### 二、中国增值服务投资现状与趋势 282

### 第二节 2010-2013年中国移动运营及电信增值行业投资现状分析 285

#### 一、中国移动运营及电信增值行业投资现状 285

#### 二、2009年中国3G建设投资情况 287

#### 三、中国3G网络总投资情况 288

## 第十三章 2010-2013年中国移动运营及电信增值行业投资风险预警 299

### 第一节 2010-2013年中国移动电信增值服务发展机遇分析 299

#### 一、2010-2013年电信增值业务发展机遇分析 299

## 二、3G时代电信增值业务发展机遇分析 301

### 第二节 2010-2013年中国移动电信增值服务发展挑战分析 302

#### 一、MMS彩信 302

#### 二、以Java/Brew平台为基础的软件游戏 303

#### 三、定位系统支持下的位置服务 304

#### 四、手机视频 304

### 第三节 2010-2013年中国投资电信增值风险及控制 306

#### 一、不正当竞争风险 306

#### 二、监管风险 308

#### 三、运营风险 310

## 【图表目录】

图表 1 2008年全球各国非语音移动服务所占份额 22

图表 2 2006-2008年全球移动增值业务占移动营收比例走势图 23

图表 3 2008年全球移动增值业务收入地区分布图 24

图表 4 2006-2008年全球移动增值业务用户数不断增长趋势图 24

图表 5 地区文化对移动增值业务发展的影响 25

图表 6 2009年全球金融危机对用户移动增值业务的影响 26

图表 7 移动增值业务产业链示意图 27

图表 8 移动增值产业链变化趋势图 28

图表 9 2008年第三季度欧洲主要国家电信企业运营情况概览 30

图表 10 2007-2009年亚洲地区主要国家移动用户净增加数 32

图表 11 金融危机下欧洲主要国家移动电话用户数变化情况 33

图表 12 金融危机下欧洲主要国家电信运营商业务每用户均收入水平 34

图表 13 金融危机下欧洲主要国家电信运营商语音业务每用户均收入水平 34

图表 14 2009年第一季度欧洲主要国家电信企业运营情况表 35

图表 15 2007-2008年欧洲主要国家移动电话预付非用户占总人数的比例 36

图表 16 2007-2008年欧洲主要国家电信运营商数据业务每用户平均收入水平 36

图表 17 近年拉丁美洲主要国家移动电话用户净增加数 37

图表 18 2002-2007年非洲移动电话用户数与渗透率 39

图表 19 2007-2008年中东与北非主要国家移动电话用户总数变化情况 40

图表 20 2009年第一季度北美主要电信企业运营情况概览 42

图表 21 加拿大电信运营商每用户平均收入水平 42

图表 22 2007-2008年美国电信运营商每户平均收入水平 43

图表 23 2007-2012年全球手机音乐市场规模及增长预测 44

图表 24 2006-2011年全球无线音乐市场规模增长及预测 44

图表 25 2007-2017年美国移动网络用户人数占无线用户的比例 47

图表 26 2005-2010年美国不同类型移动音乐细分市场规 模走势图 49

图表 27 2005-2009年基础运营商在中国增值电信业务收 入中的份额情况 59

图表 28 2007-2009年中国移动增值业务市场规模统计 表 60

图表 29 2007-2009年中国移动增值业务市场规模增长 趋势图 60

图表 30 2008-2009年各季度增值业务构成（%）变 化统计表 61

图表 31 2008-2009年各季度短信占增值业务比例走 势 61

图表 32 2008-2009年各季度 CRBT占增值业务比例 走势 62

图表 33 2008-2009年各季度 WAP占增值业务比例 走势 62

图表 34 2009年前三季度中国移动电信增值业务规 模增长图 64

图表 35 2005-2008年中国CRBT增值服务市场规模 增长趋势图 65

图表 36 2009年中国网民通过网站定制彩铃业务构 成情况 66

图表 37 2009年中国彩铃用户使用原因 66

图表 38 2009年中国潜在彩铃用户不使用该项业务 原因 67

图表 39 2009年5月中国移动点对点信息分省客户 数 69

图表 40 2009年5月中国移动彩信分省客户数 70

图表 41 2009年5月中国移动彩铃分省客户到达数 71

图表 42 2009年5月份中国移动WAP活跃分省客户 数 72

图表 43 2009年5月中国移动中央音乐平台内容使 用分省用户数 73

图表 44 2009年5月份中国移动手机报付费分省用 户数 74

图表 45 2009年5月份中国移动飞信分省用户数 75

图表 46 用过手机游戏的用户比例 83

图表 47 玩游戏手机的频率 84

图表 48 2009年10月中国手机游戏用户每次玩手 机游戏大约花费的时间 84

图表 49 2009年10月用手机玩游戏的场合 85

图表 50 手机游戏的操作平台调查 86

图表 51 玩游戏过程中关注性能调查 87

图表 52 消费者喜欢的非手机内置游戏调查 88

图表 53 手机应用对用户的吸引呈片状分布 89

图表 54 2005 - 2008年中国手机游戏市场规模 90

图表 55 2005 - 2008年中国手机游戏用户规模 90

图表 56 用户发送彩信的影响因素 98

图表 57 基于用户付费的订阅模式 100

图表 58 第三方付费的两种订阅模式 101

图表 59 2008-2009年第三季度中国彩信占移动增值业务比例走势情况 104

图表 60 2008-2009年第三季度中国彩信营收走势 104

图表 61 2008-2009年Q3中国移动电信WAP营收额走势图 112

图表 62 国内IVR与其它同类产品对比表 114

图表 63 移动位置技术比较 121

图表 64 手机地图业务系统结构图 123

图表 65 代理方式组网图 124

图表 66 直连方式组网图 124

图表 67 客户端方式订购业务时的流程图 125

图表 68 WAP方式订购业务时的流程图 125

图表 69 涉及定位业务的鉴权访问成功的流程 126

图表 70 包月业务使用流程 127

图表 71 WAP游戏的工作原理图 131

图表 72 2006-2010年中国手机电视产业发展趋势 140

图表 73 以移动通信普及率为基础的中国区域市场研究 141

图表 74 以中国移动ARPU为基础的中国区域市场研究 142

图表 75 以中国移动数据业务收入为基础的中国区域市场研究 144

图表 76 未来3G运营商细分市场运营策略分析 144

图表 77 2005-2010年全球电视手机市场规模 150

图表 78 2008年中国手机网民对手机电视内容期望指数 151

图表 79 通过广播网络实现手机电视的主要技术 152

图表 80 主要的电视手机技术比较 153

图表 81 厂商推出的电视手机（部分） 155

图表 82 2004-2012年中国移动增值业务市场需求规模增长趋势图 164

图表 83 2002-2008年中国移动增值服务收入增长情况及占营运收入比重 168

图表 84 重组后三大运营商的优劣势分析 188

图表 85 2002-2009年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司主要经济指标表 202

图表 86 2002-2008年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司主营业务增长趋势图 203

图表 87 2002-2008年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司净利润增长趋势图 203

图表 88 2002-2009年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司净利润率走势图 204

图表 89 成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司成长能力指标表 204

图表 90 1999-2008年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司主营业务增长率走势图 205

图表 91 1993-2008年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司经营能力指标表 205

图表 92 1992-2008年成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司盈利能力指标表 206

图表 93 成都鹏博士电信传媒集团股份有限公司偿债能力指标表 207

图表 94 北京北纬通信科技股份有限公司主要经济指标表 209

图表 95 北京北纬通信科技股份有限公司成长能力指标表 210

图表 96 北京北纬通信科技股份有限公司经营能力指标表 210

图表 97 北京北纬通信科技股份有限公司盈利能力指标表 210

图表 98 北京北纬通信科技股份有限公司偿债能力指标表 211

图表 99 2002-2009年中国联合网络通信集团有限公司主要经济指标表 212

图表 100 2002-2008年中国联通主营业务增长趋势图 212

图表 101 2002-2008年中国联通净利润增长趋势图 212

图表 102 2002-2009年中国联通净利润率走势图 213

图表 103 2002-2008年中国联通成长能力指标表 214

图表 104 2002-2008年中国联通主营业务增长率走势图 214

图表 105 2002-2008年中国联通经营能力指标表 214

图表 106 2002-2008年中国联通企业盈利能力指标表 215

图表 107 2002-2008年中国联通企业偿债能力指标表 215

图表 108 2005-2009年拓维信息系统股份有限公司主要经济指标表 216

图表 109 2006-2008年拓维信息系统股份有限公司成长能力指标表 217

图表 110 2005-2008年拓维信息系统股份有限公司经营能力指标表 217

图表 111 2005-2008年拓维信息系统股份有限公司盈利能力指标表 217

图表 112 2005-2008年拓维信息系统股份有限公司偿债能力指标表 218

图表 113 2003-2009年三维通信主要经济指标表 219

图表 114 2004-2008年三维通信成长能力指标表 219

图表 115 2003-2008年三维通信主营业务增长率走势图 220

图表 116 2003-2008年三维通信经营能力指标表 220

图表 117 2003-2008年三维通信企业盈利能力指标表 220

图表 118 2003-2008年三维通信企业偿债能力指标表 221

图表 119 2005-2009年科大讯飞主要经济指标表 224

图表 120 2002-2008年科大讯飞主营业务增长趋势图 224

图表 121 2002-2008年科大讯飞净利润增长趋势图 224

图表 122 2002-2009年科大讯飞净利润率走势图 225

图表 123 2006-2008年科大讯飞成长能力指标表 225

图表 124 2005-2008年科大讯飞主营业务增长率走势图 226

图表 125 2005-2008年科大讯飞经营能力指标表 226

图表 126 2005-2008年科大讯飞企业盈利能力指标表 226

图表 127 2005-2008年科大讯飞企业偿债能力指标表 227

图表 128 2003-2009年恒宝股份有限公司主要经济指标表 227

图表 129 2003-2009年恒宝股份有限公司主营业务增长趋势图 228

图表 130 2003-2009年恒宝股份有限公司净利润增长趋势图 228

图表 131 2003-2009年恒宝股份有限公司净利润率走势图 229

图表 132 恒宝股份有限公司成长能力指标表 229

图表 133 恒宝股份有限公司主营业务增长率走势图 230

图表 134 恒宝股份有限公司经营能力指标表 230

图表 135 恒宝股份有限公司企业盈利能力指标表 231

图表 136 恒宝股份有限公司企业偿债能力指标表 231

图表 137 新海宜通信科技股份有限公司主要经济指标表 232

图表 138 2002-2009年新海宜通信科技股份有限公司主营业务增长趋势图 233

图表 139 2002-2008年新海宜通信科技股份有限公司净利润增长趋势图 233

图表 140 2002-2009年新海宜通信科技股份有限公司净利润率走势图 234

图表 141 新海宜通信科技股份有限公司成长能力指标表 234

图表 142 新海宜通信科技股份有限公司主营业务增长率走势图 234

图表 143 新海宜通信科技股份有限公司经营能力指标表 235

图表 144 新海宜通信科技股份有限公司企业盈利能力指标表 235

图表 145 新海宜通信科技股份有限公司企业偿债能力指标表 236

图表 146 2002-2009年中兴通讯股份有限公司主要经济指标表 237

图表 147 2002-2009年中兴通讯股份有限公司主营业务增长趋势图 237

图表 148 2002-2009年中兴通讯股份有限公司净利润增长趋势图 238



图表 149 2002-2009年中兴通讯股份有限公司净利润率走势图 238

图表 150 中兴通讯股份有限公司成长能力指标表 239

图表 151 中兴通讯股份有限公司主营业务增长率走势图 239

图表 152 1994-2008年中兴通讯股份有限公司经营能力指标表 240

图表 153 中兴通讯股份有限公司企业盈利能力指标表 241

图表 154 中兴通讯股份有限公司企业偿债能力指标表 241

图表 155 运营商战略规划一般框架模式 252

图表 156 电信企业战略规划体系流程 253

图表 157 电信运营战略视图模型 255

图表 158 最初设想的电信企业战略地图 256

图表 159 战略目标的分解与战略举措的互动 257

图表 160 企业的战略地图 257

图表 161 中国新三大电信运营商的形成 287

图表 162 中国新三大电信运营商的差异化竞争优势表 288

图表 163 2010-2011年中国三大运营商3G投资额 290

图表 164 中国三大运营商3G投资表 290

图表 165 3G各专业子网站的建设投资 291

图表 166 3G网络建设总投资结构图 292

图表 167 无线接入网投资结构图 293

图表 168 实际基站数量的推导图 296

图表 169 典型基站投资估算表 298

图表 170 不同场景下的建设规模、投资规模周期表 300

图表 171 中国电信用户市场发展趋势（2005-2010） 302

图表 172 中国互联网及宽带用户市场发展趋势（2005-2010） 302

图表 173 中国电信收入市场发展趋势（2005-2010） 303

图表 174 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 317

图表 175 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 318

图表 176 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 319

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/145067.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。