

2011-2015年BOSS系统

行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年BOSS系统行业前十大企业竞争力分析及行业投资潜力研究报告》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.cction.com/report/201010/52119.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2010年我国电信主营业务收入呈逐月回升趋势，1-8月，全国电信业务总量累计完成20067.1亿元，比上年同期增长20.9%；电信主营业务收入累计完成5882.9亿元，比上年同期增长6.8%。从短期乃至中期来看，我国电信行业由于行业竞争加剧、固话业务持续下滑、移动业务增速放缓以及3G业务目前仍处于培育期等诸多因素影响，电信行业成长依旧保持较低水平。从电信主营业务收入的结构看，移动通信业务收入占比持续提升，固定通信收入占比持续下滑。1-8月，移动通信收入累计完成4085.9亿元，比上年同期增长12.2%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的66.12%上升到69.45%；固定通信收入累计完成1797.0亿元，比上年同期下降3.7%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的33.88%下降到30.55%。目前电信行业竞争较为激烈，行业收入增长虽然呈现止跌企稳态势，但增速依旧较慢。目前国内电信行业正处于回暖阶段，相信随着3G业务在国内普及率的提高会有越来越多的消费者使用3G业务，电信行业收入增速将继续。

随着3G商用的推进，在运营商和SP等产业各方的共同推动下，国内移动运营商必将迎来一个新的快速增长期。新的移动通信市场竞争格局的形成和3G时代的来临，必将有力地促进国内移动运营商的快速增长。由于移动通信依然具有巨大的市场空间，因此在实施“六合三”电信重组之后，移动通信必将成为三家电信运营企业进行市场角逐的重点。电信重组之后，新的中国移动、中国联通和中国电信在争夺增量市场、积极拓展话音业务的同时，必然会把发展移动增值业务作为企业发展的重中之重，全面加强移动增值业务的创新能力，提升自身的核心竞争力。我国电信竞争大格局的形成，市场竞争的日趋激烈，使得电信运营意识到本身的生存和发展危机，更加重视自身的建设和对客户的争夺。这对电信网络的业务能力和服务能力提出了新的要求。由此引发了有一轮的竞争，竞争的焦点从资源竞争逐渐转向了以软投资的加大为标志的质量竞争。电信运营商们的BOSS系统、客户分析系统和OA系统为核心的软投资的增加，为广大的设备系统集成商们提供了广阔的市场，并且拉开了产业链上下游各个环节之间的或合作或竞争的帷幕。当前形势下，我国BOSS系统行业的投资潜力如何？存在哪些投资机会？前十大优秀企业又有哪些经验值得借鉴呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工业和信息化部、国家商务部、国务院发展研究中心、国家发改委、中国通信企业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、BOSS系统行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国BOSS系统市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了BOSS系统前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对BOSS系统市场风险进行了预测，为BOSS系

统药品生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在BOSS系统行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国BOSS系统行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业运行现状

第一章 中国BOSS系统行业发展概述

第一节 BOSS系统行业发展情况

一、BOSS系统定义

二、BOSS系统行业发展历程

第二节 BOSS系统产业链分析

一、产业链模型介绍

二、BOSS系统产业链模型分析

第三节 2008-2010年中国BOSS系统行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 全球BOSS系统市场发展分析

第一节 全球BOSS系统市场发展情况分析

一、2009年全球BOSS系统市场发展分析

二、2009年全球BOSS系统市场统计分析

三、2010年上半年全球BOSS系统市场分析

四、2010年上半年全球BOSS系统销售排名

五、2010年全球BOSS系统消费者调查分析

第二节 2010年世界主要国家BOSS系统市场分析

一、2010年美国BOSS系统市场现状分析

二、2010年欧洲BOSS系统市场现状分析

三、2010年日本BOSS系统市场现状分析

四、2010年韩国BOSS系统市场现状分析

五、2010年中东与非洲BOSS系统市场分析

第三章 中国BOSS系统市场运行分析

第一节 BOSS系统行业市场发展基本情况

一、市场现状分析

二、市场规模分析

三、市场特点分析

四、市场技术发展状况

第二节 BOSS系统行业技术研发情况

一、行业研发情况分析

二、竞争对手研发占投入比

三、研发投入与研发成果关系

第三节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第四节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年上半年市场产品价格走势

四、2011-2015年市场产品价格趋势预测

第四章 中国BOSS系统行业的国际比较分析

第一节 中国BOSS系统市场发展情况分析

一、2009年中国BOSS系统市场发展分析

二、2009年中国BOSS系统市场统计分析

三、2010年中国BOSS系统市场发展分析

四、2010年中国BOSS系统细分市场分析

第二节 中国BOSS系统行业的国际比较分析

一、中国BOSS系统行业竞争力指标分析

二、国际BOSS系统行业竞争力指标分析

三、中国BOSS系统行业经济指标国际比较分析

第三节 全球BOSS系统行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国BOSS系统行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国BOSS系统行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国BOSS系统行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国BOSS系统行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国BOSS系统行业生产现状分析

第一节 BOSS系统行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析

第二节 BOSS系统行业产能分析

一、2009-2010年BOSS系统产能分析

二、2009-2010年重点企业产能及占有份额

二、2011-2015年BOSS系统产能预测

第三节 BOSS系统行业产量分析

一、2009-2010年BOSS系统产量分析

二、2010年产能配置与产能利用率调查

三、2011-2015年BOSS系统产量预测

第四节 BOSS系统行业市场供给分析

一、2010年BOSS系统生产规模现状

二、2010年BOSS系统产能规模分布

三、2010年BOSS系统市场价格走势

四、2010年BOSS系统重点厂商分布

五、2010年BOSS系统产供状况分析

第七章 BOSS系统行业采购状况分析

第一节 BOSS系统成本分析

一、2009-2010年原材料成本走势分析

二、2009-2010年劳动力供需及价格分析

三、2009-2010年其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析

三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 BOSS系统产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第八章 中国BOSS系统市场供需分析

第一节 2010年BOSS系统市场需求分析

一、BOSS系统行业需求市场

二、BOSS系统行业客户结构

三、BOSS系统行业需求的地区差异

第二节 2010年BOSS系统市场供给分析

一、2010年BOSS系统市场供给分析

二、2011-2015年BOSS系统市场供给预测

第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2011-2015年BOSS系统行业的需求预测

二、2009-2010年BOSS系统供求平衡分析

三、2011-2015年BOSS系统供求平衡预测

第九章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节 BOSS系统行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第六节 BOSS系统重点地区销售分析

一、BOSS系统各地区对比销售分析

二、BOSS系统“重点地区一”销售分析

三、BOSS系统“重点地区二”销售分析

四、BOSS系统“重点地区三”销售分析

五、BOSS系统“重点地区四”销售分析

六、BOSS系统“重点地区五”销售分析

七、BOSS系统“重点地区六”销售分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 BOSS系统市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 BOSS系统竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 BOSS系统行业竞争格局分析

一、2010年BOSS系统行业竞争分析

二、2010年国内外BOSS系统竞争分析

三、2010年中国BOSS系统市场竞争分析

四、2010年中国BOSS系统市场集中度分析

五、2010年中国BOSS系统竞争对手市场份额

六、2010年中国BOSS系统主要品牌企业梯队分布

第十一章 BOSS系统行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国BOSS系统行业参与国际竞争的战略市场定位

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 亚信

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 朗讯

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 大唐软件

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 华为

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 IBM

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 CA

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 神州数码

一、企业概况

二、市场定位情况

三、市场占有份额情况

四、2009-2010年产能及占比

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 浪潮

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第九节 北京思特奇

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 联创

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、市场占有份额情况
- 四、2009-2010年产能及占比
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2011-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资潜力预测

第十三章 2011-2015年BOSS系统行业发展趋势及影响因素

第一节 BOSS系统市场前景分析

- 一、BOSS系统市场容量分析
- 二、BOSS系统行业利好利空政策
- 三、BOSS系统行业发展前景分析

第二节 BOSS系统未来发展预测分析

- 一、中国BOSS系统发展方向分析
- 二、2011-2015年中国BOSS系统行业发展规模
- 三、2011-2015年中国BOSS系统行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年BOSS系统行业供需预测

- 一、2011-2015年BOSS系统行业供给预测
- 二、2011-2015年BOSS系统行业需求预测
- 三、2011-2015年BOSS系统行业进出口预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国BOSS系统行业SWOT分析

第十四章 2011-2015年BOSS系统行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 BOSS系统行业投资潜力与机会

第五节 新进入者应注意的障碍因素

第六节 2011-2015年中国BOSS系统行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第五部分 市场策略研究

第十五章 行业发展环境与渠道分析

第一节 全国经济发展背景分析

- 一、2010年宏观经济数据分析
- 二、2010年宏观政策环境分析
- 三、“十二五”发展规划分析

第二节 主要城市发展背景分析

- 一、主要城市区域市场特点分析
- 二、主要城市社会经济现状分析
- 三、未来主要城市经济发展预测

第三节 竞争对手渠道模式

- 一、BOSS系统市场渠道情况
- 二、BOSS系统竞争对手渠道模式
- 三、BOSS系统直营代理分布情况

第四节 主要商圈发展趋势分析

- 一、各城市主要商圈渠道分布情况
- 二、各城市主要商圈销售规模分析
- 三、各城市主要商圈发展趋势分析

第十六章 2011-2015年BOSS系统行业市场策略分析

第一节 消费者调查研究

- 一、消费者生活方式调查
- 二、未来社会人口生活水平
- 三、BOSS系统消费者调查
- 四、发达国家同期消费者感知

第二节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

第三节 多元化策略分析

- 一、行业多元化策略洋酒
- 二、现有竞争企业多元化业务模式
- 三、上下游行业策略分析

第四节 广告投放策略分析

- 一、行业广告投放现状分析
- 二、2009-2010年广告投放方式变化分析
- 三、2009-2010年广告投放总量变化分析

四、2011-2015年广告投放策略分析

第五节 品牌策略分析

一、各品牌定位及策略分析

二、各品牌知名度及策略分析

三、各品牌美誉度及策略分析

四、各品牌忠诚度及策略分析

图表目录

图表：BOSS系统产业链分析

图表：BOSS系统行业生命周期

图表：2009-2010年中国BOSS系统行业市场规模

图表：2009-2010年全球BOSS系统产业市场规模

图表：2009-2010年BOSS系统重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国BOSS系统行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国BOSS系统行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国BOSS系统行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国BOSS系统竞争力分析

图表：2011-2015年中国BOSS系统市场前景预测

图表：2011-2015年中国BOSS系统市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国BOSS系统发展前景预测

图表：2009-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2009-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2009-2010年国家外汇储备

图表：2009-2010年税收收入及其增长速度

图表：2009-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2009-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2009-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2009-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2009-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2009-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2009-2010年电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2009-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2009-2010年各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2009-2010年农村居民收入及其增长速度

图表：2009-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2010年1-9月工业生产主要指标

图表：2009-2010年9月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年9月工业品出厂价格指数

图表：BOSS系统产业的价值链

图表：BOSS系统产品制造业的价值链

图表：BOSS系统产业与其他产业的关系

图表：新一代OSS标准以及相关的信息

图表：OSS远程监控标准种类及其功能应用统计

图表：OSS功能表

图表：OSS业务实施市场分析

图表：OSS业务保障市场分析

图表：全球OSS计费系统细分市场规模统计

图表：全球传统和下一代通信网络OSS计费市场竞争结构

图表：全球OSS计费整体市场及传统和下一代网络主要市场竞争者市场份额

图表：无线OSS计费市场竞争者各级别厂商及其特性

图表：无线OSS计费市场：2007年全球按照地区划分的无线用户渗透率

图表：全球无线OSS计费市场按地区划分的用户市场规模

图表：潜在的无线计费市场的竞争群体优劣势对比

图表：全球各地区无线OSS计费细分市场规模

图表：全球无线OSS计费市场各公司市场份额

图表：美国的固定网OSS服务保障市场的增长趋势

图表：美国的固定网OSS服务保障市场的各细分市场

图表：美国固定网OSS服务保障竞争者市场份额

图表：中国电信数据通信业务发展的总体目标

图表：中国联通主要经营目标

图表：中国移动主要经营目标

图表：2010年中国电信项目建设

图表：2010年中国移动项目建设

图表：2010年中国联通项目建设

图表：2010年中国移动系统集成市场状况

图表：2010年中国联通系统集成市场状况

图表：2010年中国电信系统集成市场状况

图表：韩国电信（kt）与国内电信运营商宽带互联网业务服务种类比较

图表：2010年电信运营商客服系统建设情况

图表：中国电信各分公司已经建设完成的运营支撑系统项目统计

图表：中国电信各分公司正在建设的运营支撑系统项目统计

图表：中国移动各分公司BOSS系统已经建设的项目统计表

图表：中国移动各分公司BOSS系统正在建设项目统计表

图表：中国联通各省公司BOSS系统完成情况统计

图表：中国联通各分公司BOSS系统在建工程项目统计

图表：1999年-2007年欧洲各移动运营商平均ARPU值分布图

图表：2007年全球各地区无线OSS计费细分市场比例

图表：2001-2010年全球OSS市场预测

图表：全球OSS/BSS市场规模预测

图表：2010年中国电信BSS/OSS的市场投入所占全部投入的比重

图表：2010年中国移动BSS/OSS的市场投入所占全部投入的比重

图表：2010年中国联通BSS/OSS的市场投入所占全部投入的比重

图表：2009年1-12月移动用户月度数据

图表：2000-2010年中国移动增值服务市场规模及增长

图表：2010年移动增值服务各组分市场收入份额

图表：2007-2010年年中国移动增值用户规模

图表：2010年中国主要移动增值服务用户规模

图表：基于主流用户细分方案对不同用户群的终端需求一览表

图表：2006-2010年中国移动增值服务市场规模及增长

图表：2010年中国移动增值细分市场份

图表：2009年1-12月中国移动通信增值业务市场规模

图表：2006-2010年中国移动通信增值业务市场规模及占比变化情况

图表：2010年中国SMS市场规模及增长

图表：2008-2010年1季度中国MMS市场规模及增长

图表：2008-2010年1季度中国CRBT市场规模及增长

图表：2008-2010年1季度中国WAP市场规模及增长

图表：2008-2010年1季度中国移动JAVA市场规模及增长

图表：2008-2010年1季度中国BREW市场规模及增长

图表：2010年中国手机支付业务收入分布情况

图表：2010年中国移动通信增值业务细分产品市场收入分布情况

图表：网民使用过的手机增值服务

图表：2010年中国移动增值服务市场规模及预测

图表：通信行业的产业链

图表：2010年通信设备制造业的子行业概况

图表：2010年通信设备制造业的子行业的销售收入与利润率

图表：2010年电信业务收入以移动通信与固定通信为主

图表：2010年数据通信与移动通信业务收入增速较快

图表：2010年固网运营商主要的收入来源与增长率

图表：2010年移动通信运营收入结构及其增长率

图表：2010年电信运营商的收入及其增幅

图表：2010年电信运营商的净利润及其增幅

图表：2007-2010年中国移动、中国联通的增值业务收入占移动服务收入的比重

图表：2007-2010年电信运营商投资占收入的比重

图表：2007-2010年中国联通的各项成本占收入的比重

图表：2007-2010年中国移动的各项成本占收入的比重

图表：2010年中国电信、中国网通的各项成本占收入的比重

图表：电信增值服务提供商的业务模式

图表：移动增值服务行业不同类型公司的经营模式

图表：2010年2季度短信息仍是移动增值业务中最重要的业务

图表：移动网络升级将带来新的增值业务

图表：电信设备制造商的类别

图表：移动通信技术演进路线图

图表：通信系统设备产品的研发流程

图表：2010年中国移动新增系统设备市场份额

图表：2010年中国联通新增GSM系统设备市场份额

图表：2010年TD-SCSMA一期招标中各厂商的市场份额

图表：通信网络配套、辅助设备厂商的营业模式

图表：2010年中国新增手机用户数与手机销量

图表：2010年国内主要手机厂商的市场份额

图表：2010年三大国际品牌的市场份额

图表：2010年中国市场手机品牌销量份额

图表：电信运营行业的竞争力分析

图表：2010年全球主要的通信设备集成商的销售收入

图表：2010年全球移动电话用户普及率在逐步提升

图表：2010年中国的移动电话普及率

图表：2010年电信业务收入增长

图表：2010年中国移动用户的每月通话时长

图表：2010年移动运营商的每月每户话费

图表：新的三大运营商的比较

图表：增值服务提供商的竞争力

图表：通信系统设备厂商的竞争力分析

图表：我国系统设备厂商与国际厂商在国内G设备市场上的优劣势对比

图表：2010年各省人均GDP与其移动电话普及率的关系

图表：各国电信收入占GDP的比例

图表：各国的电信投资占电信收入的比例

图表：电信重组、牌照等重大事件对电信投资有显著影响

图表：新一轮电信重组后的竞争格局

图表：2010年城镇居民通信消费支出及其占总消费支出的比例

图表：2010年居民收入增幅与电信收入增幅的相关性

图表：我国电信设备投资主体的分类

图表：2010年通信设备制造业产品销售收入增速与电信投资增速

图表：国内上市的主要电信服务商

图表：中国即时通信用户经常使用的即时通讯功能

图表：2010年中国即时通信用户规模及预测

图表：2010年中国移动IM市场规模及预测

图表：模型的具体权重和等级评估原则

图表：对中国无线增值业务的评估

图表：无线音乐业务在日本、韩国和中国的发展情况

图表：无线音乐的现状以及成功的关键因素

图表：移动支付业务技术实现方式优劣势比较

图表：基于手机终端设计的移动支付安全认证

图表：线下受访者日常消费习惯付费方式

图表：线上受访者日常消费习惯付费方式

图表：线下受访者移动支付方式

图表：线下受访者移动支付面临主要问题

图表：线上受访者移动支付面临主要问题

图表：线下受访者移动支付主要的场合

图表：线下受访者手机账户预存金额

图表：线上受访者手机账户预存金额

图表：线下受访者最信任的移动支付服务机构

图表：线下受访者对移动支付不可接受的成本

图表：用户对移动支付应用的功能需求

图表：用户对移动支付应用产品的体验感受

图表：用户对移动支付产品的心理价位接受度

图表：国内的G建设将会加速发展

图表：G将带来丰富多彩的应用

图表：G给运营商带来新的盈利增长

图表：运营商重组及G牌照发放预测

图表：SKT的品牌定位

图表：国内G发牌后三年每年G投资规模及细分预测

图表：年电信重组方案图解

图表：重组前电信业格局

图表：重组后电信业格局

图表：2010年全球移动定位市场规模

图表：2010年中国移动定位市场规模

图表：A-GPS工作原理

图表：移动定位技术比较

图表：移动定位服务应用类型

图表：2010年全球LBS市场发展及预测

图表：日韩LBS市场发展现况与趋势

图表：CDMA网络制式的几种定位技术比较

图表：GSM网络制式的几种定位技术比较

图表：定位服务的精度要求

图表：全球和中国移动定位市场发展阶段对比

图表：网民使用移动定位服务的途径选择

图表：网民使用移动定位服务的运营商选择

图表：主要省区网民使用移动定位服务的途径

图表：网民期望的移动定位服务功能

图表：网民期望的移动定位服务价格

图表：移动运营商主导的产业链

图表：广电运营商主导的产业链

图表：韩国TUMedia手机电视商业模式

图表：美国Sprint手机电视商业模式

图表：用户选择手机电视终端的驱动因素

图表：用户观看手机电视节目类型的选择偏好

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201010/52119.html>