

2021-2027年中国电信运营 商行业前景展望与市场调查预测报告

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

《2021-2027年中国电信运营商行业前景展望与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202106/226028.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

电信运营商是指提供固定电话、移动电话和互联网接入的通信服务公司。中国五大电信运营商分别是中国电信，中国移动，中国联通，中国广电，中信网络。并且中国移动通信集团公司是全球第一大的移动运营商。2016年5月5日 [1]，工信部向中国广播电视网络有限公司颁发《基础电信业务经营许可证》。2019年7月9日，工信部向中信网络有限公司颁发了《基础电信业务经营许可证》。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国电信运营商行业前景展望与市场调查预测报告》共八章。首先介绍了电信运营商行业市场发展环境、电信运营商整体运行态势等，接着分析了电信运营商行业市场运行的现状，然后介绍了电信运营商市场竞争格局。随后，报告对电信运营商做了重点企业经营状况分析，最后分析了电信运营商行业发展趋势与投资预测。您若想对电信运营商产业有个系统的了解或者想投资电信运营商行业，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 2019年中国电信运营所属市场运行动态分析

第一节 2019年中国电信运营市场现状分析

一、电信运营市场规模与增长

二、电信运营市场结构

第二节 2019年中国电信运营市场特点分析

一、固话出现负增长，移动替代效应日趋明显

二、语音业务收入仍占优势，移动电话普及率快速上升

三、电信重组将带来电信投资新一轮增长，投资增速低于预期

四、4G带来移动增值业务新的发展契机，新业务数量呈加速增长趋势

第三节 2019年中国电信企业套餐梳理关键点分析

一、套餐梳理步骤及关键点

二、套餐梳理注意问题及建议

第四节 2019年中国电信运营企业的战略选择分析

- 一、基本竞争战略
- 二、集约化战略
- 三、一体化成长战略
- 四、多元化成长战略
- 五、电信运营企业的战略调整分析

第二章 2019年中国电信运营商所属行业市场发展环境分析

第一节 2019年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）

第二节 2019年中国电信运营商行业政策环境分析

- 一、电信运营商政策分析
- 二、相关产业政策影响分析

第三节 2019年中国电信运营商行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 2019年中国运营商渠道发展形势综述

第一节 2019年中国运营商渠道市场规模与增长

- 一、电信运营市场规模及其增长情况
- 二、用户规模及其增长情况
- 三、市场基本特征分析

第二节 2019年中国运营商渠道销售渠道现状分析

- 一、销售渠道规模及其增长情况

二、渠道分布状况

第三节 2019年中国运营商渠道销售渠道模式现状与特征分析

一、传统代理商模式

二、社会化渠道直供模式

三、自有实体渠道模式

四、自有电子渠道模式

第四章 2019年中国运营商渠道发展策略研究

第一节 中国移动

一、各类渠道的职能

二、不同渠道规模的及其进一步细分

三、不同渠道成本/效益概要分析

四、渠道管理策略

五、渠道发展SWOT分析

第二节 中国电信

一、不同渠道的职能

二、不同渠道的规模及细分

三、渠道成本/效益概要分析

四、渠道管理策略

五、渠道发展SWOT分析

第三节 中国联通

一、不同渠道的职能

二、渠道规模与细分

三、渠道成本/效益概要分析

四、渠道管理策略

五、渠道发展SWOT分析

第五章 2019年中国电信服务外包产业运行透析

第一节 中国电信服务外包产业概述

一、中国电信服务外包意义涵盖

二、中国电信服务外包价值链分析

第二节 2019年中国电信服务外包产业动态分析

- 一、中国电信服务外包渐升温
 - 二、4G对中国电信服务外包的影响分析
 - 三、电信服务外包市场空间有望持续的扩大
 - 四、电信服务外包品牌竞争是必由之路
- 第三节 2019年中国电信服务外包产业发展中热点问题探讨

第六章 运营商渠道发展影响因素分析

- 第一节 渠道效率与可掌控性
- 第二节 新业务推进因素
- 第三节 手机定制厂商支持

第七章 2021-2027年中国电信运营商渠道趋势分析与预测

- 第一节 2021-2027年中国渠道发展趋势分析
 - 一、运营商对社会渠道资源的争夺将日益激烈
 - 二、体验式营销与服务仍将是自有营业厅发展方向
 - 三、电子渠道重要性将得到逐步提升
 - 四、深化一对一营销将成为集团客户发展的重要手段
 - 五、运营商手机定制将深刻影响整个手机渠道
- 第二节 2021-2027年中国运营商渠道规模与结构预测
 - 一、电信用户预测
 - 二、渠道规模预测
 - 三、渠道竞争结构预测

第八章 2021-2027年中国电信运营商产业投资机会与风险研究

- 第一节 2021-2027年中国电信运营商产业投资机会分析
 - 一、地区投资机会研究
 - 二、行业投资机会研究
 - 三、资源开发投资机会研究
- 第二节 2021-2027年中国电信运营商产业投资风险分析
 - 一、政策法律风险分析
 - 二、市场风险分析
 - 三、技术风险分析

四、财务风险分析

五、经营风险分析

第三节建议

一、电信运营商

二、对IT服务商

三、手机渠道商等其他相关厂商

部分图表目录：

图表：2015-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2019年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2015-2019年我国工业增加值增速统计

图表：2015-2019年我国全社会固定资产投资额走势图（2019年不含农户）

图表：2015-2019年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2019年中国货币供应量月度数据统计

图表：2015-2019年中国外汇储备走势图

更多图表见正文……

2021-2027年中国移动增值业务市场深度评估与投资前景预测报告

移动增值业务是移动运营商在移动基本业务（话音业务）的基础上，针对不同的用户群和市场需求开通的可供用户选择使用的业务。移动增值业务是市场细分的结果，它充分挖掘了移动网络的潜力，满足了用户的多种需求，因此在市场上取得了巨大的成功。如预付费业务（神州行、如意通），短消息增值业务（移动梦网、联通在信）都有着众多的用户，已成为运营商的主要品牌。移动增值业务已成为移动运营商价值链最重要的组成部分，市场前景广阔，需求极大。据预测，中国移动增值业务市场将以每年超过30%的速度增长。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国移动增值业务市场深度评估与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了移动增值业务行业市场发展环境、移动增值业务整体运行态势等，接着分析了移动增值业务行业市场运行的现状，然后介绍了移动增值业务市场竞争格局。随后，报告

对移动增值业务做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动增值业务行业发展趋势与投资预测。您若想对移动增值业务产业有个系统的了解或者想投资移动增值业务行业，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1章：全球移动通信增值业务市场发展概况

1.1 移动增值业务概述

1.1.1 移动增值业务的定义

1.1.2 移动增值业务发展历程

1.1.3 移动增值业务的分类

1.2 全球移动通信增值业务市场发展状况

1.2.1 移动通信业务市场规模及其增长状况

1.2.2 移动增值业务市场状况

1.3 全球移动通信增值业务市场基本特点

1.4 主要国家移动通信增值业务市场现状

1.4.1 美国

1.4.2 欧洲

1.4.3 日本

1.4.4 韩国

第2章：中国移动增值业务市场分析

2.1 移动增值业务宏观环境分析

2.1.1 政策环境

2.1.2 经济环境

2.1.3 社会文化环境

2.1.4 技术环境

2.2 移动增值业务市场发展现状分析

2.2.1 移动增值业务收入增长迅速

- 2.2.2 区域发展不平衡性
- 2.2.3 市场竞争参与者多元化
- 2.3 移动增值业务市场规模分析
 - 2.3.1 移动通信市场用户规模现状分析
 - 2.3.2 移动通信市场收入规模现状分析
 - (1) 移动增值业务市场用户规模现状分析
 - (2) 移动增值业务市场收入规模现状分析
- 2.4 年中国移动增值业务特征分析
 - 2.4.1 短信、彩铃业务仍占绝对优势
 - 2.4.2 移动业务的个性化特征日益凸显
 - 2.4.3 社区化服务成为加强用户粘性的有力手段
- 2.5 年移动增值业务市场重大事件及其影响分析

第3章：中国移动增值产业链结构分析

- 3.1 中国移动增值行业产业链结构
 - 3.1.1 产业链结构
 - 3.1.2 产业链特征
- 3.2 各产业链分析
 - 3.2.1 运营商分析
 - 3.2.2 服务提供商分析
 - 3.2.3 内容提供商分析
 - 3.2.4 终端提供商分析
- 3.3 中国移动增值行业产业链演进趋势
 - 3.3.1 产业链生命周期分析
 - 3.3.2 产业链演进

第4章：电信重组及4G发牌后运营商增值业务发展分析

- 4.1 全业务运营下运营商竞争格局分析
- 4.2 运营商策略分析
 - 4.2.1 中国移动
 - 4.2.2 中国联通
 - 4.2.3 中国电信

第5章：中国主要SP移动增值业务发展分析

5.1 SP增值业务发展总体趋势分析

5.1.1 SP市场规模现状

5.1.2 SP发展分析

5.1.3 SP发展趋势预测

5.1.4 主要SP名称

5.2 空中网

5.2.1 移动增值业务业绩分析

5.2.2 业务结构分析

5.2.3 收入结构分析

5.2.4 移动增值业务发展分析

5.3 华友世纪

5.3.1 移动增值业务业绩分析

5.3.2 业务结构分析

5.3.3 收入结构分析

5.3.4 移动增值业务发展分析

5.4 掌上灵通

5.4.1 移动增值业务业绩分析

5.4.2 业务结构分析

5.4.3 收入结构分析

5.4.4 移动增值业务发展分析

5.5 TOM

5.5.1 移动增值业务业绩分析

5.5.2 业务结构分析

5.5.3 收入结构分析

5.5.4 移动增值业务发展分析

5.6 新浪

5.6.1 移动增值业务业绩分析

5.6.2 业务结构分析

5.6.3 收入结构分析

5.6.4 移动增值业务发展分析

5.7 搜狐

5.7.1 移动增值业务业绩分析

5.7.2 业务结构分析

5.7.3 收入结构分析

5.7.4 移动增值业务发展分析

5.8 腾讯

5.8.1 移动增值业务业绩分析

5.8.2 业务结构分析

5.8.3 收入结构分析

5.8.4 移动增值业务发展分析

5.9 北纬通信

5.9.1 移动增值业务业绩分析

5.9.2 业务结构分析

5.9.3 收入结构分析

5.9.4 移动增值业务发展分析

第6章：中国移动增值业务发展分析--基础业务

6.1 SMS

6.1.1 业务发展现状

6.1.2 发展趋势预测

6.2 MMS

6.2.1 业务发展现状

6.2.2 发展趋势预测

6.3 WAP

6.3.1 业务发展现状

6.3.2 发展趋势预测

6.4 CRBT

6.4.1 业务发展现状

6.4.2 发展趋势预测

6.5 IVR

6.5.1 业务发展现状

6.5.2 发展趋势预测

6.6 JAVA

6.6.1 业务发展现状

6.6.2 发展趋势预测

第7章：中国移动增值业务发展分析--热点业务

7.1 手机游戏

7.1.1 业务发展现状

7.1.2 发展趋势预测

7.2 手机音乐

7.2.1 业务发展现状

7.2.2 发展趋势预测

7.3 手机电视

7.3.1 业务发展现状

7.3.2 发展趋势预测

7.4 手机邮箱

7.4.1 业务发展现状

7.4.2 发展趋势预测

7.5 手机搜索

7.5.1 业务发展现状

7.5.2 发展趋势预测

7.6 手机IM

7.6.1 业务发展现状

7.6.2 发展趋势预测

7.7 手机支付

7.7.1 业务发展现状

7.7.2 发展趋势预测

7.8 综合信息查询服务

7.8.1 业务发展现状

7.8.2 发展趋势预测

第8章：中国移动增值行业商业模式分析

8.1 移动增值行业商业模式综述

8.2 新兴商业模式分析

8.2.1 交叉补贴模式

8.2.2 免费+收费模式

8.2.3 劳务交换模式

8.2.4 广告模式

8.2.5 交易分成模式

8.2.6 应用下载商店模式

第9章：2021-2027年中国移动增值产业发展预测

9.1 影响因素分析

9.1.1 有利因素分析

9.1.2 不利因素分析

（1）2021-2027年中国移动增值产业规模预测

（2）2021-2027年中国移动增值产业结构预测

9.1.3 用户规模及结构

9.1.4 收入规模及结构

9.1.5 业务内容及结构

第10章：2021-2027年中国移动增值产业趋势及发展策略

10.1 产业发展趋势

10.1.1 行业政策趋势

10.1.2 应用（业务）趋势

10.1.3 产品技术趋势

10.2 产业发展策略分析

10.2.1 对于政府监管层面

10.2.2 对于运营商

10.2.3 对于设备厂商

部分图表目录：

图表：移动业务和应用的分类层次

图表：应用分类方案一的业务细目

图表：2015-2019年全球移动通信设备市场规模

图表：2015-2019年季度GDP同比增长率

图表：2015-2019年三次产业增加值季度同比增长率

图表：2015-2019年工业增加值及其构成月度累计同比增长率

图表：2015-2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2015-2019年城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2015-2019年按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2015-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/226028.html>