

2009-2012年BOSS系统行业竞争格局与投资前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年BOSS系统行业竞争格局与投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/3565735657.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2008年新一轮电信重组全面启动，这为国内增值业务行业带来了难得的发展机遇，为中国电信行业的发展奠定了一个新的格局和方向，那就是以全业务为目标不断推进电信行业的发展。对于这个目标，运营商面临的挑战各不相同，而如何面向全业务打造一个新一代的BOSS系统，实现BOSS系统的全面转型将是各个运营商面临的共同问题。2009年，三张3G牌照的发放标志着我国正式进入3G时代，随着运营商重组的完成，全业务的脚步声也越来越近，对于我国通信业而言，新时期机遇与挑战并存。打造具有端到端能力的综合性支撑系统，对于运营商在通信新时代的发展具有重要意义。3G时代和全业务时代的到来意味着各种新技术的应用、丰富的个性化业务的推出。3G和全业务对电信运营支撑系统提出了更高的要求。

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。

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、中国通信网、国内外相关刊物的基础信息以及各省市通信管理局、产业研究单位等公布和提供的大量资料。报告从市场需求出发，立足于国内运营商BOSS系统的建设投资状况，详细介绍了从国外到国内运营BOSS系统的建设情况和系统供应商的解决方案，对中国市场BOSS系统供应商之间的竞争情况进行了详细的分析，并且对BOSS系统的发展前景和发展趋势进行了预测。本报告是移动通信运营企业、电信相关企业、BOSS系统供应商、BOSS系统研究单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 电信行业发展分析

第一章 全球电信市场发展分析

第一节 世界电信业发展展望

- 一、2008年世界电信业发展分析
- 二、2009年全球无线市场发展预测
- 三、2010年全球电信市场发展预测

第二节 2008年国际运营商发展分析

- 一、日韩移动运营商3G发展分析
- 二、2008年英国电信业务发展分析
- 三、2008年亚洲电信运营商发展分析
- 四、2008年肯尼亚移动运营移动转账业务分析
- 五、2008年南非运营商发展分析

第三节 金融危机影响对全球电信行业的影响

- 一、终端商和设备商遭受的冲击
- 二、运营商受到的波及与应对
- 三、金融危机对全球电信业的影响
- 四、研究分析机构看经济危机中的全球电信业

第四节 2009年全球电信业展望

- 一、金融危机下的全球移动通信市场
- 二、2009年北美电信业发展形势分析
- 三、2009年拉美电信业发展形势分析
- 四、2009年非洲电信业发展形势分析
- 五、2009年亚太电信业发展形势分析
- 六、2009年中国电信业发展形势分析
- 七、2009年印度电信业发展形势分析
- 八、2009年俄罗斯电信业发展形势分析
- 九、2009年欧洲电信业发展形势分析
- 十、2009年全球电信市场增长预测

第二章 中国电信市场发展分析

第一节 2008年我国电信业发展分析

- 一、2008年全国电信业运行状况分析
- 二、2008年电信业竞争模式亟待转轨
- 三、2008年电信运营商重组须重服务
- 四、2008年电信运营商IPTV业务发展新思路
- 五、2008年重组后中国电信市场格局分析
- 六、2008年电信重组有利发展无线增值业务

七、2008年电信重组后增值业务优质资源分析

第二节 2008年移动运营市场发展情况

一、2008年电信重组对移动增值业务的影响

二、2008年中国移动扩大领先优势

第三节 中国移动增值市场发展及运营策略分析

一、2008-2011年移动增值市场规模及用户规模

二、中国移动运营策略分析

三、中国联通运营策略分析

四、2011年移动增值业务发展趋势

第四节 2009年中国通信业发展趋势分析

一、移动、宽带、3G发展趋势

二、全业务运营加快融合的步伐

三、通信业创新对社会、经济的影响

第三章 3G行业发展分析

第一节 2009年3G市场分析

一、2009年3G行业发展分析

二、2009年3G牌照发放将引发行业投资热潮

三、2009年3G牌照发放引发的行业竞争分析

四、2009年3G投资规模预测

五、2009年3G手机销售规模

六、未来3G发展方向分析

第二节 3GBOSS系统规划解析

一、3G业务支撑系统的建设

二、业务运营支撑系统现状

三、3G运营支撑系统功能

四、3G业务运营支撑系统建设原则

五、3G业务运营支撑系统规划方案

六、3G业务与运营支撑系统

七、2009年3G建设对产业链的影响

第二部分 行业发展现状

第四章 BOSS系统概述

第一节 BOSS系统的概念

一、OSS (运营支持系统)

二、BSS (业务支持系统)

三、BOSS (综合业务和运营支撑系统)

第二节 BOSS系统的结构

- 一、计费及结算系统
- 二、营业、帐务系统
- 三、客户服务系统
- 四、决策支持系统

第三节 BOSS系统的功能

- 一、面向多种业务的功能
- 二、面向一般消费者及大众化IP业务的功能
- 三、面向企业和个人用户的数据业务的功能

第四节 NGOSS（下一代运营支持系统）概述

- 一、NGOSS的概念
- 二、NGOSS的提出
- 三、NGOSS的特征
- 四、NGOSS的体系结构
- 五、NGOSS的方法论及与CORBA的映射

第五节 OSS/BSS与电信运营商的信息化建设

- 一、竞争格局变化
- 二、突破口的选择
- 三、突破策略分析

第六节 电信运营支撑系统中数据系统体系的改进

- 一、计费系统的数据
- 二、经分系统的数据
- 三、几个方面的问题
- 四、数据体系改进建议

第五章 全球BOSS系统发展分析

第一节 国外BOSS发展概况

- 一、发展历程
- 二、OSS提供的服务
- 三、OSS/BSS标准的提出
- 四、发展OSS的目的

第二节 国外市场发展现状

- 一、OSS实施系统市场
- 二、SS保障系统市场
- 三、SS计费系统市场
- 四、市场预测

第三节 全球市场分析

- 一、2009年全球BOSS系统需求
- 二、2009年主要运营商需求分析
- 三、2009年全球供应商竞争分析

第四节 美国固定网OSS保障系统市场分析

- 一、市场综述
- 二、竞争分析
- 三、市场影响因素
- 四、美国OSS市场的发展趋势

第六章 中国BOSS系统发展分析

第一节 行业制度

- 一、BSS专业委员会作用
- 二、BSS专业委员会主要会员

第二节 行业发展概况

- 一、运营支撑系统的组成
- 二、运营支撑系统是电信业发展的关键
- 三、我国运营支撑系统发展历程
- 四、运营支撑系统助力全业务运营

第三节 电信运营支撑系统现状分析

- 一、现有系统的支撑能力
- 二、运营支撑系统的技术体系
- 三、运营支撑系统发展现状分析
- 四、运营支撑系统的现状及问题
- 五、2008-2009年运营支撑系统发展分析

第四节 电信运营机制改革对运营支撑系统的影响

- 一、改革开放30年电信运营支撑系统的发展
- 二、电信运营机制改革对运营支撑系统的影响

第五节 电信重组后业务支撑面临的挑战

- 一、综合运营与多业务支撑的挑战
- 二、人才的挑战
- 三、开发商的挑战
- 四、业务支撑系统本身的挑战
- 五、下一代运营环境给OSS系统带来的挑战
- 六、3G时代OSS系统发展将面临的挑战

第六节 电信重组后的运营支撑系统变局

一、电信业务整合方向

二、支撑系统建设思路

第七章 电信运营商BOSS系统发展现状及投资分析

第一节 中国电信

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第二节 中国移动

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第三节 中国联通

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第四节 日本NTTDoCoMo公司

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第五节 日本KDDI电信公司

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第六节 KTF

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第七节 和记黄埔集团

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第八节 沃达丰集团概况

一、企业概况

二、系统主要特点

三、2008年系统建设进度

四、2009-2010年项目投资计划

第三部分 行业竞争格局

第八章 BOSS系统集成商竞争分析

第一节 市场竞争现状分析

一、2008年市场竞争分析

二、2009年供应商竞争分析

三、2009年运营商需求情况分析

四、2008年电信重组后市场竞争分析

第二节 2008年设备市场特点分析

第三节 2008-2009年市场规模分析

第四节 国外专业OSS公司进入中国机会分析

第五节 市场建议

一、运营商

二、厂商

第九章 BOSS系统企业竞争策略分析

第一节 BOSS系统市场竞争策略分析

一、2009年BOSS系统市场增长潜力分析

二、2009年BOSS系统主要潜力品种分析

三、现有BOSS系统产品竞争策略分析

四、潜力BOSS系统品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 BOSS系统企业竞争策略分析

一、金融危机对BOSS系统行业竞争格局的影响

二、金融危机后BOSS系统行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国BOSS系统市场竞争趋势

四、2009-2012年BOSS系统行业竞争格局展望

五、2009-2012年BOSS系统行业竞争策略分析

六、2009-2012年BOSS系统企业竞争策略分析

第十章 BOSS系统集成商竞争分析

第一节 亚信

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 朗讯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 大唐软件

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 华为

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 IBM

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 CA

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 神州数码

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 浪潮

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 北京思特奇

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 联创

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四部分 行业前景预测

第十一章 BOSS系统行业发展趋势分析

第一节 BOSS系统研发趋势分析

一、BOSS系统研究开发新趋势

二、BOSS系统主要品种发展趋势

第二节 BOSS系统发展前景分析

一、OSS/BSS系统渐受青睐

二、3G让运营商加大对OSS系统投入

三、OSS/BSS将成为下一代网络管理的首选

第三节 运营支撑系统发展趋势分析

一、以科学发展观指导运营支撑系统建设

二、在运营管理中将发挥更为关键的作用

三、运营支撑系统向集中化方向发展分析

四、运营支撑系统向服务化方向发展分析

五、运营支撑系统向标准化方向发展分析

六、电信运营支撑系统的产业链发展趋势

七、运营支撑系统的建设思路

第四节 全业务转型过程中的OSS建设方向

一、电信重组与OSS建设

二、OSS的运营模式分析

三、新老系统的演变分析

四、NOC要按业务导向的模式分步骤改造成SOC

五、OSS转型中对原有OSS系统的改造

六、统一的多业务融合支撑方案

第五节 2009-2012年中国BOSS系统发展趋势分析

一、2008-2009年BOSS系统市场趋势总结

二、2009-2012年BOSS系统发展趋势分析

三、2009-2012年BOSS系统市场发展空间

四、2009-2012年BOSS系统产业政策趋向

五、2009-2012年BOSS系统技术革新趋势

六、2009-2012年BOSS系统价格走势分析

第十二章 未来BOSS系统行业发展预测

第一节 2009-2012年国际BOSS系统市场预测

一、2009-2012年全球BOSS系统行业供给预测

二、2009-2012年全球BOSS系统市场需求前景

三、2009-2012年全球BOSS系统市场价格预测

第二节 2009-2012年国内BOSS系统市场预测

一、2009-2012年国内BOSS系统行业供给预测

二、2009-2012年国内BOSS系统行业形势预测

三、2009-2012年国内BOSS系统市场需求前景

四、2009-2012年国内BOSS系统市场价格预测

五、2009-2012年国内BOSS系统行业集中度预测

第五部分 投资战略研究

第十三章 BOSS系统行业投资现状分析

第一节 2008年BOSS系统行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度BOSS系统行业投资情况分析

一、2009年1季度总体投资及结构

二、2009年1季度投资规模情况

三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资分析

五、2009年1季度分地区投资分析

六、2009年1季度外商投资情况

第十四章 BOSS系统行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年BOSS系统行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

一、电子产业振兴规划概述

二、电子产业振兴规划细则

三、电子产业振兴规划三大任务

四、电子产业振兴规划六大工程

五、电子产业振兴规划十项措施

六、电子产业振兴规划的意义与作用

七、电子产业振兴规划对BOSS系统行业的影响

第十五章 BOSS系统行业投资机会与风险

第一节 BOSS系统行业投资效益分析

一、2008-2009年BOSS系统行业投资状况分析

二、2009-2012年BOSS系统行业投资效益分析

三、2009-2012年BOSS系统行业投资趋势预测

四、2009-2012年BOSS系统行业的投资方向

五、2009-2012年BOSS系统行业投资的建议

第二节 影响BOSS系统的积极因素

一、提高竞争力的需要

二、发展新业务的需要

三、挖掘客户资源的需要

四、提升管理水平的需要

第三节 影响BOSS系统的阻碍因素

一、业务流程纷乱

二、传统BOSS系统分散

三、运营理念陈旧

四、网络建设不成熟

第四节 BOSS系统行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年BOSS系统行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年BOSS系统行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年BOSS系统行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年BOSS系统行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年BOSS系统同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年BOSS系统行业其他风险及控制策略

第十六章 BOSS系统行业投资战略研究

第一节 BOSS系统行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国BOSS系统品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、BOSS系统实施品牌战略的意义

三、BOSS系统企业品牌的现状分析

四、我国BOSS系统企业的品牌战略

五、BOSS系统品牌战略管理的策略

第三节 BOSS系统产业发展策略

一、BOSS系统后续项目谈判策略

二、BOSS系统企业发展策略分析

三、我国BOSS系统产业提高全球交付能力策略

四、中国BOSS系统业发展策略

第四节 BOSS系统行业投资战略研究

- 一、2009年电信行业投资战略
- 二、2009年BOSS系统行业投资战略
- 三、2009-2012年BOSS系统行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

第五节 全业务运营支撑系统发展策略思考

- 一、新形势下运营支撑系统面临的挑战
- 二、全业务运营对支撑系统的能力需求
- 三、运营支撑系统发展策略分析
- 四、系统建设方案选择
- 五、全业务运营支撑系统建设需注意的问题

第六节 2009年运营支撑系统发展趋势及策略

- 一、新一代运营支撑系统已成企业核心竞争力
- 二、面向客户感知构建新一代网管系统
- 三、科学地建立运维支撑系统
- 四、多业务实行在线计费
- 五、网络融合驱使运营支撑系统融合
- 六、融合计费系统势在必行
- 七、建立IT基础设施管理统一平台
- 八、以成本实现话费详单数据高效存储
- 九、“未稍服务”助推运维智能化
- 十、建立多业务运营模式
- 十一、将服务快速推向市场提升竞争力
- 十二、计费系统减少助推融合计费
- 十三、全业务竞争靠的是IT竞争

图表目录

- 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：2008年中国电信项目建设

图表：2008年中国移动项目建设

图表：2008年中国联通项目建设

图表：2008年中国移动系统集成市场状况

图表：2008年中国联通系统集成市场状况

图表：2008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：2008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：2001-2009年全球OSS市场预测

图表：全球OSS/BSS市场规模预测

图表：2008年中国电信BSS/OSS的市场投入所占全部投入的比重

图表：2008年中国移动BSS/OSS的市场投入所占全部投入的比重

图表：2008年中国联通BSS/OSS的市场投入所占全部投入的比重

图表：2008年1-12月移动用户月度数据

- 图表：2000-2008年中国移动增值服务市场规模及增长
- 图表：2008年移动增值服务各组分市场收入份额
- 图表：2007-2008年年中国移动增值用户规模
- 图表：2008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：2006-2008年中国移动增值服务市场规模及增长
- 图表：2008年中国移动增值细分市场份
- 图表：2008年1-12月中国移动通信增值业务市场规模
- 图表：2006-2008年中国移动通信增值业务市场规模及占比变化情况
- 图表：2008年中国SMS市场规模及增长
- 图表：2008-2009年1季度中国MMS市场规模及增长
- 图表：2008-2009年1季度中国CRBT市场规模及增长
- 图表：2008-2009年1季度中国WAP市场规模及增长
- 图表：2008-2009年1季度中国移动JAVA市场规模及增长
- 图表：2008-2009年1季度中国BREW市场规模及增长
- 图表：2008年中国手机支付业务收入分布情况
- 图表：2008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：2008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：2008年通信设备制造业的子行业概况
- 图表：2008年通信设备制造业的子行业的销售收入与利润率
- 图表：2008年电信业务收入以移动通信与固定通信为主
- 图表：2008年数据通信与移动通信业务收入增速较快
- 图表：2008年固网运营商主要的收入来源与增长率
- 图表：2008年移动通信运营收入结构及其增长率
- 图表：2008年电信运营商的收入及其增幅
- 图表：2008年电信运营商的净利润及其增幅
- 图表：2007-2008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：2007-2008年电信运营商投资占收入的比重
- 图表：2007-2008年中国联通的各项成本占收入的比重
- 图表：2007-2008年中国移动的各项成本占收入的比重
- 图表：2008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：2008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：2008年中国移动新增系统设备市场份额

图表：2008年中国联通新增GSM系统设备市场份额

图表：2008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：2008年中国新增手机用户数与手机销量

图表：2008年国内主要手机厂商的市场份额

图表：2008年三大国际品牌的市场份额

图表：2008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：2008年全球主要的通信设备集成商的销售收入

图表：2008年全球移动电话用户普及率在逐步提升

图表：2008年中国的移动电话普及率

图表：2008年电信业务收入增长

图表：2008年中国移动用户的每月通话时长

图表：2008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：2008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：2008年城镇居民通信消费支出及其占总消费支出的比例

图表：2008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：2008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：2008年中国即时通信用户规模及预测
- 图表：2008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：年月日-日中国G手机市场品牌结构图
- 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：2008年全球移动定位市场规模
- 图表：2008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：2008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://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/3565735657.html>