

2021年中国移动通讯设备行业分析报告- 市场现状与投资潜力分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国移动通讯设备行业分析报告-市场现状与投资潜力分析》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/557358557358.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

10月20日，爱立信公布2021年第三季度财报。财报显示，2021年三季度该公司整体销售额同比下降2%，在华销售额仅为去年的一半。其总裁兼首席执行官鲍毅康警告称，爱立信未来在中国市场的份额可能还会大幅下降，计划从四季度开始调整在中国的销售和配送。

爱立信业绩持续下滑

自2021年以来，爱立信业绩持续下滑。根据爱立信官网发布的业绩数据显示，2021年第三季度销售额为563亿瑞典克朗，而去年同期为575亿瑞典克朗，同比下降了2.10%。具体如下：

报表日期

2021/9/30

2021/6/30

2021/3/31

2020/12/31

2020/9/30

2020/6/30

盈利能力

收入

562.6亿

549.4亿

497.8亿

695.9亿

574.7亿

555.8亿

收入增长

-2.10%

-1.15%

0.06%

4.85%

0.60%

1.40%

毛利

247.8亿

238.6亿

212.9亿

282.6亿

247.6亿

209.2亿

毛利增长

0.06%

14.06%

7.62%

15.65%

14.96%

4.22%

归母净利润

57.52亿

36.79亿

31.87亿

75.22亿

53.53亿

24.52亿

归母净利润增长

7.45%

50.04%

47.82%

69.80%

185.94%

43.81%

基本每股收益

1.73

1.1

0.96

2.26

1.61

0.74

稀释每股收益

1.73

1.1

0.96

2.26

1.61

0.74

销售毛利率

44.04%

43.42%

42.78%

40.60%

43.09%

37.64%

销售净利率

10.25%

7.10%

6.36%

10.33%

9.68%

4.65%

营运能力

应收账款周转率(次)

--

1.26

--

--

--

1.37

存货周转率(次)

--

1.81

--

--

--

1.72

总资产周转率(次)

--

0.2

--

--

--

0.2

应收账款周转天数

--

71.47

--

--

--

65.5

存货周转天数

--

49.77

--

--

--

52.23

总资产周转天数

--

451.6

--

--

--

460.77 数据来源：公司财报

根据公布的财报显示，2021年前三季度爱立信收入为1610亿元，同比下降1.12%；归母净利润为126.2亿元，毛利为699.3亿元。具体如下：

报表日期

2021/9/30

2021/6/30

2020/9/30

2020/6/30

2019/9/30

2019/6/30

财报类型

Q9

Q6

Q9

Q6

Q9

Q6

年结日

12月31日

12月31日

12月31日

12月31日

12月31日

12月31日

币种

瑞典克朗

瑞典克朗

瑞典克朗

瑞典克朗

瑞典克朗

瑞典克朗

盈利能力

收入

1610亿

1047亿

1628亿

1053亿

1608亿

1037亿

收入增长

-1.12%

-0.58%

1.22%

1.55%

9.40%

11.26%

毛利

699.3亿

451.5亿

654.7亿

407.1亿

603.9亿

388.5亿

毛利增长

6.81%

10.92%

8.41%

4.77%

16.54%

20.69%

归母净利润

126.2亿

68.66亿

99.61亿

46.08亿

-22.07亿

40.22亿

归母净利润增长

26.67%

49.00%

551.34%

14.57%

-9696%

247.76%

基本每股收益

3.79

2.06

3

1.39

-0.67

1.22

稀释每股收益

3.79

2.06

3

1.39

-0.67

1.21

销售毛利率

43.44%

43.12%

40.21%

38.65%

37.55%

37.46%

销售净利率

7.97%

6.75%

6.41%

4.62%

-1.64%

4.10% 数据来源：公司财报（WW）

从主要业务来看，如果不考虑中国大陆市场的销售额，网络业务销售额同比保持稳定，三季度与去年同期相比增长了8%。数字服务销售额增长了1%，如果不考虑中国大陆市场的销售额，三季度数字服务销售额与去年同期相比增长了6%。

从地区来看，爱立信在中国市场的业绩并不乐观。据有关资料显示，爱立信在华销售额连续两个季度大幅下滑，仅在三季度中国地区销售就减少了36亿瑞典克朗。三季度中国市场销售额仅占该公司营业额的5%，是去年同期的一半，这主要是受到网络和数字服务销售两个关键领域下降的影响。

对此有业内人士分析认为，爱立信在华业绩下滑主要是受其本身竞争力下降以及国际关系影响。

爱立信在华的5G设备市场份额不断缩小

爱立信总裁兼首席执行官鲍毅康表示，中国市场占我们总收入的8%，对我们来说，在中国的业务具有重要战略意义。目前在5G网络的部署上，中国已经走在前列，根据2021年6月发布的一项新研究结果显示，拥有5G覆盖城市最多的前三个国家是中国（376个）、美国（284个）和菲律宾（95个）。

但近年来爱立信在华的5G设备市场份额不断缩小。根据2021年7月的中国移动5G 700M主设备招标中的资料显示，华为所占份额约为60%，中兴通讯获得31%的份额，中国大唐电信获得3%的份额，诺基亚份额为4%，爱立信去年还曾获得11%的份额，此轮只剩下2%。另外爱立信的价格也比华为和中兴低，其单站中标价格约为7.4万元，而华为和中兴的价格分别为7.98万元和7.96万元。

对于目前爱立信在华的5G设备市场份额不断缩小的原因，有相关人士分析认为，一方面是因为技术和设备的竞争力下降以及国际关系的恶劣影响。另一方面是这两年国内运营商主要进行5G的网络建设，但在5G通信设备集采中，爱立信拿到的份额都不多，有的是5%，有的只有2%-3%，这势必会影响爱立信的业绩。

预计短期在华业绩难以恢复

对此有相关人士分析认为，如果以上所提到的问题不能根本解决，爱立信单纯重组效果不大。此外爱立信现在所谓的重组业务，其实就是通过裁员降低成本，但其实，爱立信在5G时代恢复在中国市场的份额可能性不大，除非一些环境因素能得到改善。

爱立信计划削减在中国业务

10月19日，瑞典爱立信宣布计划削减在中国的业务。由于瑞典禁止华为在瑞典销售5G设备，中国对此实施报复反制，导致爱立信在中国市场营收锐降。此前中国曾是爱立信最大的市场之一。

观研报告网发布的《2021年中国移动通讯设备行业分析报告-市场现状与投资潜力分析

》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国移动通讯设备行业发展概述

第一节 移动通讯设备行业发展情况概述

- 一、移动通讯设备行业相关定义
- 二、移动通讯设备行业基本情况介绍
- 三、移动通讯设备行业发展特点分析
- 四、移动通讯设备行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、移动通讯设备行业需求主体分析

第二节 中国移动通讯设备行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、移动通讯设备行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国移动通讯设备行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国移动通讯设备行业生命周期分析

一、移动通讯设备行业生命周期理论概述

二、移动通讯设备行业所属的生命周期分析

第四节 移动通讯设备行业经济指标分析

一、移动通讯设备行业的赢利性分析

二、移动通讯设备行业的经济周期分析

三、移动通讯设备行业附加值的提升空间分析

第五节 中国移动通讯设备行业进入壁垒分析

一、移动通讯设备行业资金壁垒分析

二、移动通讯设备行业技术壁垒分析

三、移动通讯设备行业人才壁垒分析

四、移动通讯设备行业品牌壁垒分析

五、移动通讯设备行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球移动通讯设备行业市场发展现状分析

第一节 全球移动通讯设备行业发展历程回顾

第二节 全球移动通讯设备行业市场区域分布情况

第三节 亚洲移动通讯设备行业地区市场分析

一、亚洲移动通讯设备行业市场现状分析

二、亚洲移动通讯设备行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲移动通讯设备行业市场前景分析

第四节 北美移动通讯设备行业地区市场分析

一、北美移动通讯设备行业市场现状分析

二、北美移动通讯设备行业市场规模与市场需求分析

三、北美移动通讯设备行业市场前景分析

第五节 欧洲移动通讯设备行业地区市场分析

一、欧洲移动通讯设备行业市场现状分析

二、欧洲移动通讯设备行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲移动通讯设备行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界移动通讯设备行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球移动通讯设备行业市场规模预测

第三章 中国移动通讯设备产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国移动通讯设备行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国移动通讯设备产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国移动通讯设备行业运行情况

第一节 中国移动通讯设备行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国移动通讯设备行业市场规模分析

第三节 中国移动通讯设备行业供应情况分析

第四节 中国移动通讯设备行业需求情况分析

第五节 我国移动通讯设备行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国移动通讯设备行业供需平衡分析

第七节 中国移动通讯设备行业发展趋势分析

第五章 中国移动通讯设备所属行业运行数据监测

第一节 中国移动通讯设备所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国移动通讯设备所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国移动通讯设备所属行业财务指标分析

- 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

第六章 2017-2021年中国移动通讯设备市场格局分析

第一节 中国移动通讯设备行业竞争现状分析

- 一、中国移动通讯设备行业竞争情况分析
- 二、中国移动通讯设备行业主要品牌分析

第二节 中国移动通讯设备行业集中度分析

- 一、中国移动通讯设备行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国移动通讯设备行业市场集中度分析

第三节 中国移动通讯设备行业存在的问题

第四节 中国移动通讯设备行业解决问题的策略分析

第五节 中国移动通讯设备行业钻石模型分析

- 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

第七章 2017-2021年中国移动通讯设备行业需求特点与动态分析

第一节 中国移动通讯设备行业消费市场动态情况

第二节 中国移动通讯设备行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 移动通讯设备行业成本结构分析

第四节 移动通讯设备行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国移动通讯设备行业价格现状分析

第六节 中国移动通讯设备行业平均价格走势预测

一、中国移动通讯设备行业价格影响因素

二、中国移动通讯设备行业平均价格走势预测

三、中国移动通讯设备行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国移动通讯设备行业区域市场现状分析

第一节 中国移动通讯设备行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区移动通讯设备市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区移动通讯设备市场规模分析

四、华东地区移动通讯设备市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区移动通讯设备市场规模分析

四、华中地区移动通讯设备市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区移动通讯设备市场规模分析
- 四、华南地区移动通讯设备市场规模预测

第九章 2017-2021年中国移动通讯设备行业竞争情况

第一节 中国移动通讯设备行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国移动通讯设备行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国移动通讯设备行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 移动通讯设备行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国移动通讯设备行业发展前景分析与预测

第一节 中国移动通讯设备行业未来发展前景分析

- 一、移动通讯设备行业国内投资环境分析
- 二、中国移动通讯设备行业市场机会分析
- 三、中国移动通讯设备行业投资增速预测

第二节 中国移动通讯设备行业未来发展趋势预测

第三节 中国移动通讯设备行业市场发展预测

- 一、中国移动通讯设备行业市场规模预测
- 二、中国移动通讯设备行业市场规模增速预测
- 三、中国移动通讯设备行业产值规模预测
- 四、中国移动通讯设备行业产值增速预测
- 五、中国移动通讯设备行业供需情况预测

第四节 中国移动通讯设备行业盈利走势预测

- 一、中国移动通讯设备行业毛利润同比增速预测
- 二、中国移动通讯设备行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国移动通讯设备行业投资风险与营销分析

第一节 移动通讯设备行业投资风险分析

- 一、移动通讯设备行业政策风险分析
- 二、移动通讯设备行业技术风险分析
- 三、移动通讯设备行业竞争风险分析
- 四、移动通讯设备行业其他风险分析

第二节 移动通讯设备行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国移动通讯设备行业发展战略及规划建议

第一节 中国移动通讯设备行业品牌战略分析

- 一、移动通讯设备企业品牌的重要性
- 二、移动通讯设备企业实施品牌战略的意义
- 三、移动通讯设备企业品牌的现状分析
- 四、移动通讯设备企业的品牌战略
- 五、移动通讯设备品牌战略管理的策略

第二节 中国移动通讯设备行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国移动通讯设备行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国移动通讯设备行业发展策略及投资建议

第一节 中国移动通讯设备行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国移动通讯设备行业营销渠道策略

一、移动通讯设备行业渠道选择策略

二、移动通讯设备行业营销策略

第三节 中国移动通讯设备行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国移动通讯设备行业重点投资区域分析

二、中国移动通讯设备行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/557358557358.html>