

# 中国电信运营行业分析报告

## (2007年3季度)

出版日期：2007年11月

WWW.CEI.GOV.CN

### 编写说明

2007年1—9月,全国通信业务总量完成14091.4亿元,比去年同期增长26.6%。其中,电信业务总量13482.7亿元,增长27.3%;邮政业务总量608.7亿元,增长12.3%。

1—9月,全国累计新增电话用户6612.9万户,总数达到89497.2万户,已接近9亿户。其中固定电话用户新增387.2万户,达到3.72亿户;移动电话用户新增6225.7万户,达到5.23亿户。

1—9月,互联网拨号用户比去年末减少了571.4万户,降至2073.3万户;专线用户比去年末增加了6842万户,达69802万户;而互联网宽带接入用户新增1219.7万户,达到6305.0万户;其中xDSL用户比去年末新增1166.8万户,达到4876.7万户。基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化。

1—9月,移动通信收入和固定数据通信收入在电信业务总收入中所占的比重分别为50.75%、7.89%,比去年同期分别上升了3.07和1.92个百分点。而固定本地电话业务收入在电信业务总收入中所占的比重为24.82%,比去年同期下降了3.98个百分点。无线寻呼业务在电信业务收入比重为0.05%,比去年同期下降了0.01个百分点。卫星通信在电信业务收入比重为0.03%,比去年同期增加了0.01个百分点。

## 目 录

I	主要指标发展情况.....	1
	一、业务总量和业务收入 .....	1
	(一) 业务总量 .....	1
	(二) 业务收入 .....	1
	二、电话用户发展 .....	2
	(一) 固定电话 .....	2
	(二) 移动电话 .....	3
	三、互联网用户 .....	3
	四、固定资产投资 .....	4
II	业务结构分析.....	4
	一、电信业务收入 .....	4
	二、本地电话业务 .....	5
	三、长途电话业务 .....	6
	四、移动电话业务 .....	7
	五、IP电话业务 .....	8
III	地区发展比较.....	8
	一、东、中、西部地区电话用户比较 .....	8
	二、分省情况 .....	10
	(一) 固定电话用户排名前十名的省份 .....	10
	(二) 移动电话用户排名前十名的省份 .....	11
IV	主要运营商发展情况.....	12
	一、中国移动 .....	12
	二、中国联通 .....	14
	三、中国网通 .....	17

四、中国电信 ..... 20

## 图表目录

图表 1	2007年1—9月通信业务收入 .....	1
图表 2	2007年1—9月通信业务收入逐月累计同比增长 .....	1
图表 3	2007年1—9月各月固定电话用户新增情况 .....	2
图表 4	2007年1—9月各月移动电话用户新增情况 .....	3
图表 5	2007年1—9月我国互联网新增用户情况 .....	3
图表 6	2007年1—9月电信业务收入构成变化 .....	4
图表 7	2007年1—9月我国电信业各项业务收入增长对比 .....	5
图表 8	2007年1—9月固定本地与移动本地通话量比较 .....	5
图表 9	2007年1—9月本地电话业务情况 .....	5
图表 10	2007年1—9月各月本地业务情况 .....	6
图表 11	2007年1—9月长途电话业务情况 .....	6
图表 12	2005-2007年1—9月长途电话业务通话时长比重 .....	7
图表 13	2007年1—9月移动电话业务具体情况 .....	7
图表 14	2007年1—9月IP电话业务情况 .....	8
图表 15	2006-2007年1—9月东、中、西部通信业务收入比较 .....	9
图表 16	2007年9月东、中、西部电话用户情况 .....	9
图表 17	2005-2007年1—9月东中西部新增固定电话比较 .....	9
图表 18	2005-2007年1—9月东中西部新增移动电话比较 .....	10
图表 19	2007年各月东中西部移动电话用户数量变化走势 .....	10
图表 20	2007年9月固定电话用户排名前十名的省份新增用户 .....	11
图表 21	2007年9月移动电话用户排名前十名的省份新增用户 .....	11

本报告图表如未标明资料来源，均来源于“中经网统计数据库”

## I 主要指标发展情况

### 一、业务总量和业务收入

#### (一) 业务总量

2007年1—9月份，全国通信业务总量完成14091.4亿元，比去年同期增长26.6%。其中，电信业务总量13482.7亿元，增长27.3%；邮政业务总量608.7亿元，增长12.3%。

#### (二) 业务收入

2007年1—9月份，全国通信业务收入完成5941.7亿元，比去年同期增长11.3%。其中，电信业务收入5389.7亿元，增长11.0%；邮政业务收入552.0亿元，增长15.2%。

具体通信业务月收入见下表：

图表 1 2007年1—9月通信业务收入

单位：亿元

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
通信业务收入	591.8	578.7	665.1	692	659.1	697.8	644.2	706	707
邮政业务收入	59.5	57.9	67.6	59.6	55.2	68.5	56.6	56.9	70.2
电信业务收入	532.4	520.7	597.4	632.5	603.8	629.4	587.7	649	636.8

通信业务收入增长率逐月攀升。其中，电信业务收入增长走势与通信行业一致。邮政业务收入二季度增长逐渐放缓，尽管在6月有小幅回升，但随后两月一直保持降低的趋势。到9月降至15.2%，与5月份同比增长率相同。

图表 2 2007年1—9月通信业务收入逐月累计同比增长

单位：%

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
通信业务收入	7.4	8.4	9.2	9.5	10.1	10.5	10.5	11	11.3
邮政业务收入	15.7	14.4	16.9	15.7	15.2	16.2	14.8	14.3	15.2

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
电信业务收入	6.6	7.7	8.4	8.9	9.6	9.9	10.1	10.7	11.0

## 二、电话用户发展

9月新增电话用户685.1万户，其中固定电话用户减少79.4万户，移动电话用户新增764.5万户。1—9月全国累计新增电话用户6612.9万户，总数达到89497.2万户，已接近9亿户。其中固定电话用户新增387.2万户，达到3.72亿户；移动电话用户新增6225.7万户，达到5.23亿户。

### （一）固定电话

固定电话用户连续两个月出现负增长，其中9月份减少79.4万户。1—9月份，全国固定电话用户新增387.2万户，达到37165.7万户。其中，城市电话用户新增194.9万户，达到25327.9万户；农村电话用户新增192.2万户，达到11837.8万户。无线市话用户减少182.0万户，达到8881.0万户，在固定电话用户中所占的比重为23.9%，比2006年底下降0.9个百分点。

具体每月新增固定电话用户见下表：

图表 3 2007年1—9月各月固定电话用户新增情况

单位：万户

年份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	累计增加
固定电话用户合计	103.8	100.9	115.9	97.6	21.3	46.7	9.7	-31.9	-79.4	387.2
无线市话用户	-77.1	-3.6	35.8	19	4.7	-36.4	-27.6	-69.2	-77.3	-182
公用电话用户(万部)	-19.8	-2.3	-2.5	16.8	11	-0.4	1.5	14.1	5	45
城市电话用户	2.9	58.8	116.9	118.3	-27.2	-7.1	11.8	-26.8	-58.3	194.9
住宅电话用户	-65.5	32.2	56.3	48.9	45.2	-18.8	-9.8	-54.3	-76.1	-49.2
农村电话用户	100.9	42.1	-1	-20.7	48.5	53.8	-2.1	-5.2	-21	192.2
住宅电话用户	80.3	28.9	24.7	-25	34.4	56.4	-7	-14.9	-25.9	145.3

2007年前9个月我国固定电话用户中，无线市话用户占23.90%，公用电话用户占8.09%。城市电话用户占68.15%，农村电话用户占31.85%。城市电话用户中，住宅电话用户占47.49%。农村电话用户中，住宅电话用户占28.81%。

## （二）移动电话

去年下半年以来，各月新增移动电话用户逐月上升，移动电话用户呈现加速增长的趋势。移动电话用户继续保持快速增长。1—9 月份，全国移动电话用户新增 6225.7 万户，达到 52331.5 万户，其中 9 月份新增 764.5 万户。

1—9 月份，移动分组数据用户减少 926.4 万户，达到 12883.0 万户。移动电话普及率为 39.9 部/百人。

具体每月新增移动电话用户见下表：

**图表 4 2007 年 1—9 月各月移动电话用户新增情况**

单位：万户

年份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
移动电话用户合计	632.7	652	672.2	678.2	716.2	705.2	691.6	710.5	764.5
移动分组数据用户	-17.8	-488.9	501.6	-457	188	-724.4	-335.9	-66.5	474.5

## 三、互联网用户

基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化。1—9 月份，互联网拨号用户比去年末减少了 571.4 万户，降至 2073.3 万户；专线用户比去年末增加了 6842 万户，达 69802 万户；而互联网宽带接入用户新增 1219.7 万户，达到 6305.0 万户；其中 xDSL 用户比去年末新增 1166.8 万户，达到 4876.7 万户。

具体各个月份新增互联网用户情况详见下表：

**图表 5 2007 年 1—9 月我国互联网新增用户情况**

单位：万户

指标名称	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	累计新增
互联网拨号用户	-230.6	-76.1	-55.2	-58	-38.3	-22.7	2.8	-25.2	-68.1	-571.4
互联网专线用户(户)	11972	5126	-6586	570	1072	2442	-6360	-3845	2451	6842
互联网宽带接入用户	36.4	248.6	151.2	100.3	97.8	119.1	117.6	130.5	218.2	1219.7
其中：xDSL 用户	119.3	170.6	120.2	92.6	116	145.1	159.6	124.2	119.3	1166.8

## 四、固定资产投资

2007年1—9月固定资产投资较去年同期有大幅增长，通信固定资产投资完成1548.8亿元，比去年同期增长7.3%。其中，电信投资完成额为1528.7亿元，增长7.3%，而邮政投资完成额仅为20.1亿元，增长9.5%。

## II 业务结构分析

### 一、电信业务收入

2007年1—9月移动通信收入和固定数据通信收入在电信业务总收入中所占的比重分别为50.75%、7.89%，比去年同期分别上升了3.07和1.92个百分点。而固定本地电话业务收入在电信业务总收入中所占的比重为24.82%，比去年同期下降了3.98个百分点。无线寻呼业务在电信业务收入比重为0.05%，比去年同期下降了0.01个百分点。卫星通信在电信业务收入比重为0.03%，比去年同期增加了0.01个百分点。

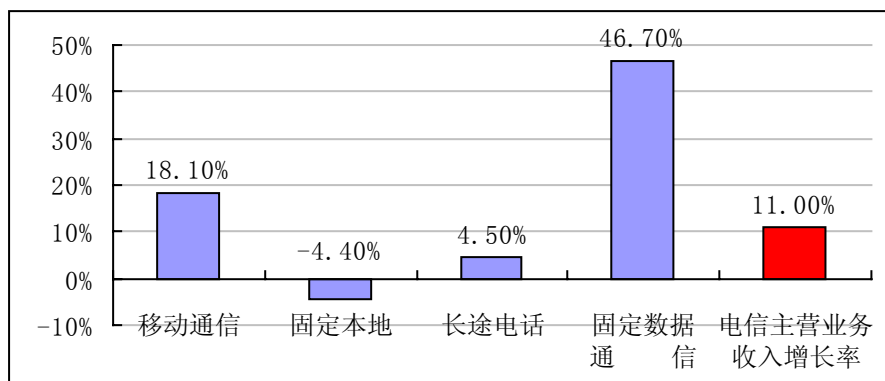
**图表 6 2007年1—9月电信业务收入构成变化**

单位：%

指标名称	2006年1—9月	2007年1—9月	增长(百分点)
移动通信	47.68	50.75	3.07
固定本地	28.80	24.82	-3.98
长途电话	17.48	16.46	-1.02
固定数据	5.97	7.89	1.92
无线寻呼	0.06	0.05	-0.01
卫星通信	0.02	0.03	0.01

2007年1—9月电信主营业务收入增长率为11%，移动通信收入和固定数据通信收入比去年同期分别增长18.1%和46.7%，在电信业务总收入中所占的比重比去年同期分别上升了3.07和1.92个百分点。而固定本地电话业务收入比去年同期减少4.4%，在电信业务总收入中所占的比重比去年同期下降了3.98个百分点。在移动通信领域，移动数据业务发展迅速，其业务收入增长率高达33.6%。长途电话业务收入增长率比去年同期增长了4.5%，低于电信主营业务收入增长率6.5个百分点。

图表 7 2007年1—9月我国电信业各项业务收入增长对比



## 二、本地电话业务

2007年1—9月固定本地电话通话量比去年同期下降3.5%，而移动本地电话通话时长比去年同期增长36.0%，对固定本地业务的替代效应持续增强。

图表 8 2007年1—9月固定本地与移动本地通话量比较

指标名称	单位	2006年1—9月	2007年1—9月	增长率(%)
固定本地电话通话量	亿次	5312.3	5128.1	-3.5
其中：传统固定电话	亿次	3948.9	3808.4	-3.6
无线市话	亿次	1363.4	1319.6	-3.2
移动本地电话通话时长	亿分钟	11400.2	15504.8	36

2007年1—9月固定本地电话通话量中网内拨号上网通话量下降幅度最大，本地网内拨号上网通话量144.9亿次，比去年同期减少了15.6%。本地网内区间电话通话量586.4亿次，比去年同期增加了0.9%；本地网内区内电话通话量4396.8亿次，比去年同期减少了3.6%。

图表 9 2007年1—9月本地电话业务情况

指标名称	2007年1—9月(亿次)	同比增长(%)
本地网内区间电话通话量	586.4	0.9
本地网内区内电话通话量	4396.8	-3.6
本地网内拨号上网通话量	144.9	-15.6

具体每月本地业务完成情况见下表：

**图表 10 2007年1—9月各月本地业务情况**

单位：亿次

指标名称	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
本地网内区间电话通话量	53.1	57.2	68	67.6	66.6	67.3	69.4	69.3	67.9
本地网内区内电话通话量	488.3	445.9	500.8	494.1	485.2	491.2	499.7	502	489.6
本地网内拨号上网通话量	15.6	13	15.5	15.2	17.2	17.2	17.5	17.5	16.2

### 三、长途电话业务

2007年1—9月我国固定传统国内长途通话时长7801843.6万分钟，比去年同期增长了7.5%，增速高于二季度0.5个百分点。其中，国内长途通话时长7707154.3万分钟，比去年同期增加了7.5%，增速高于二季度0.5个百分点；国际去话51758.2万分钟，比去年同期增加了18.3%，比二季度降低了0.4个百分点；港澳台去话42931.1万分钟，比去年同期下降了6.2%，比二季度降低了1.2个百分点。

具体长途电话业务各个季度情况详见下表：

**图表 11 2007年1—9月长途电话业务情况**

单位：万分钟

	固定传统长途电话通话时长合计	国内长途电话通话时长	国际电话去话通话时长	港澳台电话去话通话时长
1月	808465.2	797801.8	5832.8	4830.6
2月	687985.5	680346.9	4154.3	3484.3
3月	876026.4	865683.5	5626.7	4716.3
4月	899518.3	889310	5456.5	4751.8
5月	905904.1	894688.3	6014.1	5201.7
6月	905951.8	895302.9	5830.9	4817.9
7月	882962.7	872051.3	5920.9	4990.6
8月	882476.6	871084	6062.2	5330.3
9月	952553	940885.6	6859.8	4807.6

移动长途近三年业务保持持续增长，通话时长从 2005 年同期的 469.1 亿分钟增加 2007 年 1—9 月的 1115.8 亿分钟，在长途电话通话时长比重从 24.49% 增加到 60.5%。具体见图表 12。

图表 12 2005-2007 年 1—9 月长途电话业务通话时长比重

	1—8 月通话总时长(亿分钟)			1—8 月在长途电话通话总时长比重(%)		
	2005 年	2006 年	2007 年	2005 年	2006 年	2007 年
固定传统长途	655.5	725.9	780.2	30.20	28.80	7.5
移动长途	531.4	695.2	1115.8	24.49	27.58	60.5
IP 电话	983.3	1099.3	1127.0	45.31	43.62	2.5
合计	2170.2	2520.4	3022.9	100	100	100

#### 四、移动电话业务

2007 年 1—9 月份移动电话通话时长合计（含本地）为 166205521 万分钟，比去年同期增加了 37.4%；国内长途通话时长 11071887.5 万分钟，比去年同期增加了 60.6%；国际通话时长 40954.1 万分钟，比去年同期增加了 38.1%；港澳台通话时长 44966.7 万分钟，比去年同期增加了 58.1%；移动短信业务量 4311.6 亿条，比去年同期增加了 38.9%。

具体各个月份移动电话业务情况详见下表：

图表 13 2007 年 1—9 月移动电话业务具体情况

单位：万分钟

	通话时长合计(含本地)	国内长途通话时长	国际电话通话时长	港澳台通话时长	短信业务量(亿条)
1 月	16292632	1002257	3874.1	4289.8	411.6
2 月	15073514	996482.3	3603.9	3735.3	461
3 月	18186261	1212324	4259.3	4569.6	485.2
4 月	18529975	1225202.6	4371.1	4702.8	468.2
5 月	19055470	1270043.2	4549.3	4927	480.3
6 月	19150512	1276723	4641.3	4985.6	483.9
7 月	19475998	1317240	4948.7	5462.2	494.1
8 月	19854272	1347440	5234.3	6036.9	500.8
9 月	20586888	1424178	5472.1	6257.5	526.5

## 五、IP 电话业务

2007 年 1—9 月我国 IP 电话通话时长合计累计达到 11269762.2 万分钟，比去年同期增长 2.5%，其中国内长途通话时长为 11107746.8 万分钟，比去年同期增长 2.6%；国际电话通话时长为 93113 万分钟，比去年同期增长 2.3%，港澳台电话通话时长累计达到 68902.5 万分钟，比去年同期下降 13.6%。具体各个月份 IP 电话业务情况如下表：

图表 14 2007 年 1—9 月 IP 电话业务情况

单位：万分钟

	IP 电话通话时长			
	合计	(1) 国内长途	(2) 国际长途	(3) 港澳台
1 月	1269856	1249020	11860.9	8974.9
2 月	1101024	1086799	8171.3	6053.3
3 月	1366540	1346938	11364.7	8236.4
4 月	1307171.9	1288313.6	10745.8	8112.5
5 月	1263120.9	1245680.9	9969.1	7470.9
6 月	1265983	1247947	10483.3	7552.7
7 月	1232780	1214541	10412.8	7825.9
8 月	1205487	1187315	10363.6	7808.5
9 月	1257801	1241192	9741.5	6867.4

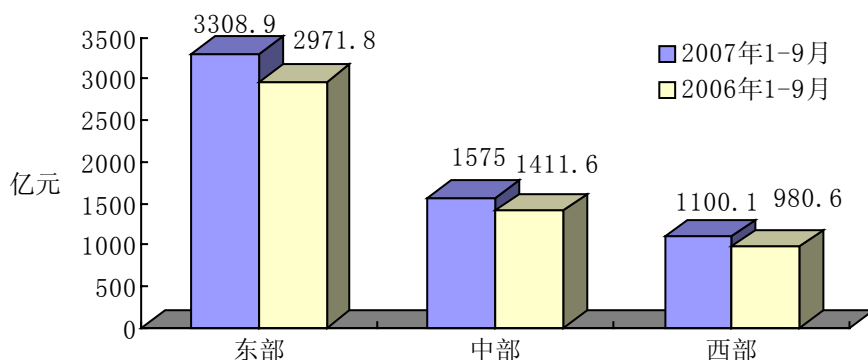
## III 地区发展比较

### 一、东、中、西部地区电话用户比较

2007 年 9 月，东、中、西部固定电话用户分别为 17769.7 万户、11320.5 万户、7662.3 万户，移动电话用户分别为 25652.6 万户、15468.9 万户、11210.0 万户。固定电话用户中，城市电话用户东、中、西部分别为 12807.0 万户、7026.1 万户、5127.2 万户；农村电话用户东、中、西部分别为 4962.7 万户、4294.5 万户、2535.1 万户。

2007 年 1—9 月，东、中、西部通信业务收入比去年同期分别增长 11.3%、11.6% 和 12.2%。

图表 15 2006-2007 年 1-9 月东、中、西部通信业务收入比较



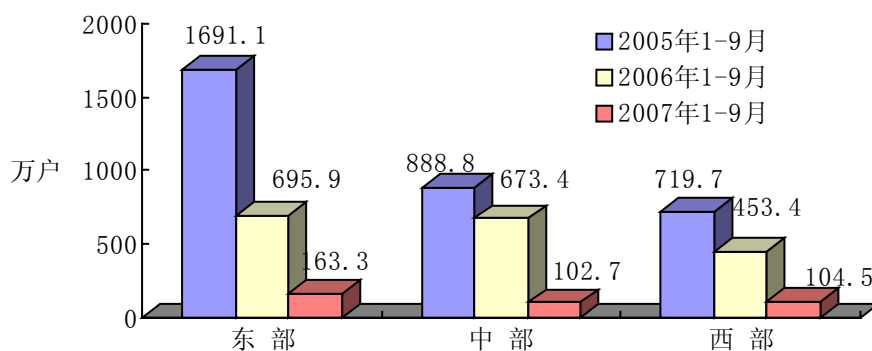
图表 16 2007 年 9 月东、中、西部电话用户情况

单位：万户

	固定电话			移动电话
	合计	城市电话	农村电话	
全国	37165.7	25327.9	11837.8	52331.5
东部	17769.7	12807.0	4962.7	25652.6
中部	11320.5	7026.1	4294.5	15468.9
西部	7662.3	5127.2	2535.1	11210.0
总部及直属	413.2	367.5	45.7	

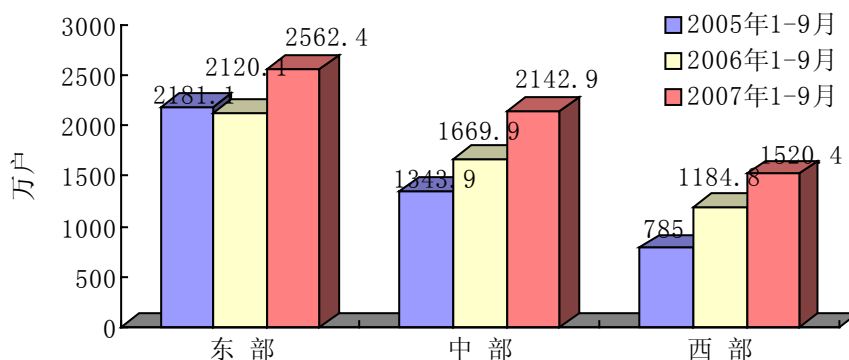
与去年同期相比，东、中、西部新增固定电话用户均大幅减少。个别地区固定电话用户总数还出现减少的趋势。

图表 17 2005-2007 年 1-9 月东中西部新增固定电话比较



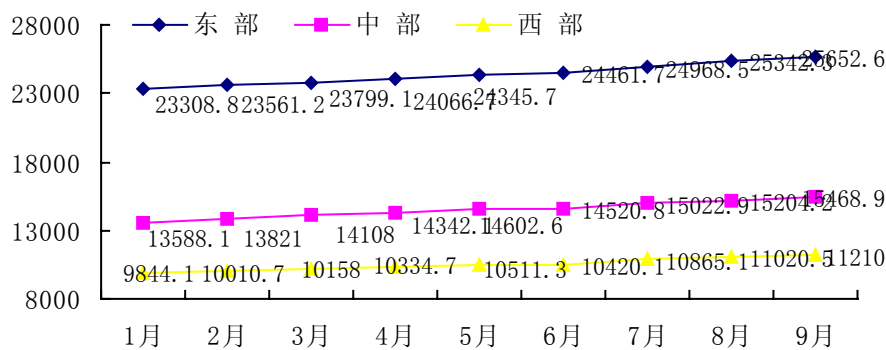
与去年同期相比，东、中、西部新增移动电话用户均有所增加，但中、西部移动电话用户增速快于东部。

图表 18 2005-2007 年 1-9 月东中西部新增移动电话比较



从今年来看，东部和中部移动电话月平均在 230 万户以上，分别为 284.712 万户、238.1 万户，而西部月平均增加 168.93 万户。

图表 19 2007 年各月东中西部移动电话用户数量变化走势



## 二、分省情况

### (一) 固定电话用户排名前十名的省份

2007 年 1-9 月，全国固定电话用户新增 387.2 万户，达到 37165.7 万户，前十个省市为广东、江苏、山东、浙江、河南、四川、辽宁、河北、安徽、福建，合计 21923 万户。

与去年末相比，在固定电话用户排名前十位的省份中，广东和江苏省新增固定电话较多，在 40 万户以上，分别占全行业新增用户的 27.04%和 10.36%；河北省固定电话用户较去年末有所减少，23.2 万户取消了固定电话服务。2007 年 1—9 月新增固定电话排名前十名省份见图表 20。

**图表 20 2007 年 9 月固定电话用户排名前十名的省份新增用户**

单位：万户

省份	2006 年末	9 月	比 2006 年末新增
广东	3639.3	3744	104.7
江苏	3224.9	3265	40.1
山东	2544	2554	10
浙江	2390.7	2407	16.3
河南	1945	1950	5
四川	1711.2	1745	33.8
辽宁	1647.1	1678	30.9
河北	1600.2	1577	-23.2
安徽	1501.4	1508	6.6
福建	1474.5	1495	20.5

**(二) 移动电话用户排名前十名的省份**

2007 年 1—9 月份，全国移动电话用户新增 6225.7 万户，达到 52331.5 万户。移动电话用户前十个省市为广东、山东、浙江、江苏、河南、河北、四川、辽宁、湖北、福建，合计 30797 万户，合计占 58.85%。前十个省中，广东省新增移动电话用户最多，为 422.5 万户，而福建新增用户依旧最少，为 216.1 万户。而福建进入了前十名行列，移动电话用户数达 1755 万户。2007 年 1—9 月新增移动电话排名前十名省份见图表 21。

**图表 21 2007 年 9 月移动电话用户排名前十名的省份新增用户**

单位：万户

	2006 年	2007 年 1-9 月	新增
广东	7117.5	7540	422.5
山东	2916	3480	564
浙江	3012.3	3404	391.7
江苏	2873	3170	297

	2006年	2007年1-9月	新增
河南	2351.2	2765	413.8
河北	2251	2677	426
四川	1976.8	2270	293.2
辽宁	1612	1895	283
湖北	1603.3	1841	237.7
福建	1538.9	1755	216.1

## IV 主要运营商发展情况

### 一、中国移动

2007年1-9月，中国移动净利润598亿元，较去年同期增加了29.8%；第三季度净利润达到218.35亿元。营运收入达到2584.65亿元，用户净增4843万户。虽然中移动话费下调，从每位用户每分钟获得的平均收入为0.198元，比去年同期的0.201元少了0.003元，但业务量却不断上升。

今年前9个月，中移动的总通话时间为13028.2亿分钟，比上年同期增长45.2%，短信业务量也比上年同期增长43.2%，平均每月每户收入也从去年的88元微升至89元。到今年9月，中国移动用户已达到3.5亿，仅9月就新增用户610.3万，较8月的558.6万有显著增加，这与其扩大单向收费及开拓农村市场密不可分。

#### 1、山东移动开通出租车辆定位调度平台

由中国移动山东公司与山东省交通运输集团联合研发的交运出租定位调度平台在济南开通。出租车公司通过监控调度平台可以实时掌握出租车辆所在位置及运行轨迹，并根据工作情况对车辆进行灵活的语音调度，同时系统提供的轨迹回访及报表统计等功能，还能为交运出租的管理水平提升以及领导决策提供帮助。

此前，山东移动济南分公司还与济南市公交总公司联合开通了智能交通调度系统，通过该系统，依托中国移动优质可靠的GPRS网络覆盖，车辆调度台可以实时知道每辆车的具体位置和状态，并可下发调度指令和路况信息，有效解决了车辆被盗、被劫和交通堵塞的问题。通过智能化站牌，等车的乘客可以知道即将到达的车辆是哪一班车、多长时间到等交通信息。另外，用户可以使用手机查出各种实时的交通信息。

## 2、中国移动携 CRI 深化手机电视战略

手机电视是最被手机用户期待的奥运通信项目，随着奥运会的日益临近，用户对于运营商针对该项业务的部署进展也愈加关注。日前，中国移动与中国国际广播电台（CRI）手机电视合作签约仪式在京举行。双方联合宣布，CRI 手机电视在中国移动的流媒体平台上正式开通。同时，中国国际广播电台与北京电视台联手打造的手机电视奥运频道——“奥运直通车”也在“CRI 手机电视”专区中全新亮相。

至此，中国移动的手机电视推广已经联合了上海文广、央视国际以及 CRI 三家，借着奥运的大旗，中国移动的手机电视战略已经全面铺开。中国移动副总裁李跃表示，凭借公司拥有的覆盖范围广、通信质量高、业务品种丰富、服务水平一流的移动通信网络，中国移动将为用户提供权威、及时、全面的奥运报道，使他们了解北京奥运，参与北京奥运。业内分析人士指出，奥运可谓是手机电视应用大行其道的临界点，借奥运的东风，产业链将有望共同分享手机电视大餐。

## 3、打造服务公众的移动电子商务

当前，中国移动已推出的移动电子商务服务包括：手机钱包、手机炒股、手机彩票、移动 OA、UM（统一消息服务）、PIM（个人信息管理）、WAD（无线广告）。一些发达省份运营商的移动商务开展业务更为丰富，例如：中国移动在湖南推出的 VIP 电子卡、手机支付、电子医疗预约挂号、移动订票等业务运作得非常成功。2003-2006 年，中国移动支付交易金额从 0.3 亿元增至 4.9 亿元，增长幅度高达 15.3 倍，势头看似十分迅猛。然而高增长并不能掩盖总量上的欠缺，4.9 亿元的交易额在中国庞大的商务交易市场中显得微不足道，移动支付额度只占电子支付比例的 1.2%。只有 5% 的移动用户使用移动终端进行商业支付。显然，移动电子商务的高增长主要源于前几年基数过低，并非真正质的飞跃，移动电子商务的高认知度、低认同度、低使用率正是目前制约移动电子商务大规模发展的瓶颈。基于此，笔者认为：公众用户对于移动电子商务的认同感和使用度的提升将成为该领域爆发性增长的突破点。

## 4、TD 建网初见成效，产业合作日益紧密

TD-SCDMA 在十城市的规模建网已经初见成效，秦皇岛、青岛已经基本完成，保定、厦门、深圳等地也在按照计划建设。尽管北京、上海等一线城市进展不快，但从政府、运营商到制造商，都在努力解决相关难题。中国移动还将在十月份深圳高交会上，利用其已经建好的 TD-SCDMA 网络，向参观者展示 TD-SCDMA 终端在 TD-SCDMA 和 GSM 网间的自动漫游，还有基于 TD-SCDMA 的新业务。这些举动被业内人士认为是对 TD-SCDMA 规模商用的预热。据悉，为了配合中国移动能够顺利完成北京、上海的网络建设，由 TD-SCDMA 产业联盟组团在高交会上

展出的基站与天线，将向公众说明其安全性。

### 5、中兴通讯获中国移动巴基斯坦 GSM 大单 部署 1400 个基站

中兴通讯已与中国移动巴基斯坦控股公司 CMPAK 正式签署 GSM 扩容合同。此次网络扩容将采用基于中兴通讯新一代 ALL-IP V3 硬件平台的设备，合同包括 1000 万线核心网和 1400 余个基站以及增值业务产品等，为此次扩容中的最大份额。

### 6、运营商加速手机定制，产业链渗透大势所趋

7 月 5 日，中国移动在北京正式发布“心机”的新品牌标识。尽管早在 2003 年，中国移动便开始发力定制手机，但此前并未统一品牌，“心机”一直以“全球通”或“动感地带”区分，如今以统一标识和品牌推出，意味着中国移动将对定制手机整合发力。目前已经有摩托罗拉、诺基亚、三星、索爱、LG、联想、多普达、TCL、波导、康佳、夏新、海尔、飞利浦等 13 家厂商参与心机定制。据了解，今后中国移动的“心机”将会在外观、开关机界面、专用键、菜单呈现及通用要求等五方面，由中国移动提出统一的定制标准，并针对不同产品植入不同的特色业务，实现个性化的手机定制。

### 7、上海开通手机电视个性化频道第五媒体

在国内率先获得手机电视牌照的上海文广传媒集团日前宣布与中国移动、中国联通合作，开通手机电视个性化频道“第五媒体”。

眼下，通过手机通信网络，随时随地收看电视和视频节目已经非常便捷。中国移动上海公司杨海康介绍说，手机电视业务在上海已有免费、包月、点播等多种形式。“手机电视”业务在中国正进入内容整合和终端适配阶段。而伴随 GPRS 网络进一步升级，手机电视的收看质量将得到显著提高。

## 二、中国联通

2007 年前三季度中国联通总营业收入 741.23 亿元，同比增长 5.5%，净利润为 51.12 亿元，同比增长 22%。

2007 年前三季度，中国联通的 GSM 业务收入总计 466.42 亿元，同比增长 5.2%，平均每月每用户通话分钟数（MOU）为 248.8 分钟，平均每月每用户收入（ARPU）为 46.8 元；CDMA 业务收入为 204.56 亿元，同比增长 0.11%，MOU 值为 265.1 分钟，ARPU 值为 59.2 元；长途、数据及互联网业务服务收入为 30.9 亿元。

9 月中国联通新增用户 152 万户，其中 G 网 116.6 万户，C 网 35.4 万户；

## 1、打造服务公众的移动电子商务

中国联通已推出的移动电子商务服务包括：手机钱包、手机炒股、手机彩票、移动 OA、UM（统一消息服务）、PIM（个人信息管理）、WAD（无线广告）。一些发达省份运营商的移动商务开展业务更为丰富。

## 2、北京联通加快信息化服务

围绕“联通移动信息化解决方案”，首先就“联通基于 CDMA 在行业信息化应用的探索与展望”进行发言；联通移动信息化解决方案实现了信息流不间断，信息流不受人员、物理位置的限制。基于联通 CDMA 网络的移动信息化解决方案将可能带来各行业“重新洗牌”的契机。随着互连网络和移动通信行业的迅猛发展，移动信息化已更多的被各类大中型政府及企事业单位所应用，移动信息化的出现对加速信息化的发展有着重要的作用。

## 3、中国联通 C 网以用户需求划分业务

中国联通 C 网目前发展策略是，调整以技术平台对产品进行分类的模式，打造很多跨平台的、以用户的体验与用户的使用区隔业务。

从中国联通 C、G 两网分营之后，C 网面临着一个很主要的市场推广工作就是数据业务，C 网经营差异化主要体现在数据业务上，之所以有差异化是因为整个网络技术优势非常明显。中国联通也一直致力于在 C 网上打造一些亮点产品。比如说基于 BREW 的流媒体的业务很受用户欢迎。手机支持流媒体，具有流媒体播放器的流媒体业务也开通了，结合奥运将在这个业务上充分展现 1X 网络的优势，会打造一些有亮点的业务和产品。

除此之外，中国联通的掌中宽带业务在市场上占据着绝对的市场份额。此外，中国联通 C 网有一个无线互联网的门户，在“UNI”品牌下基于手机上网的 WAP 业务，还有基于邮箱的彩 e 业务，以及基于下载的有 BREW 和 JAVA 平台服务。

接下来中国联通还将打造音乐手机、电视手机、导航手机、聊天手机等，用户拿到这个手机之后会在你所需求的业务上给你一个最丰厚的、感受最好的业务形态，这是 C 网目前在数据业务推广中的大思路。

中国联通的股票手机就是一个跨平台业务。涉及到 WAP 平台、BREW 平台，也涉及到短信平台。

## 4、上海联通正式推商用 CDMA 手机电视业务

人们最为期待的热门 3G 业务之一——手机电视，本市的部分手机用户已经可以提前享受。昨天，上海文广与上海联通联合宣布，手机电视业务率先在 CDMA

网实现商用。联通 CDMA 用户发送“TV”至 8710，即可实现开通。用户不仅可以通过手机观看东方卫视、第一财经频道的直播节目及专门定做的资讯等点播类节目，甚至还可以在线观看电影。

### 5、山东移动信息化服务平台年内启动

为加快推进山东省移动信息化进程，由山东省信息产业厅牵头组织建设的山东移动信息化综合服务平台将于年内全面启动。“平台”构建在山东省联通等各家电信运营商基础网络之上，以政府信息化、企业信息化、公众信息化及电子商务为四个主要业务发展方向。目前已完成支撑平台建设，并已开通移动办公、移动邮箱等功能，同时为各类第三方应用提供了标准接口。

“平台”建设的目的是通过构建全省移动信息化应用门户，推动全省移动信息化产业的发展。该平台将进一步发挥聚集效应，逐步统一技术标准和服务规范，结合区域经济特点，整合、开发和推广一批先进移动产品和优质服务，全面推进移动信息化产业链的形成。

### 6、北京联通推 CDMA 警务新时空

在北京即将举办奥运会的背景下，重大赛事、重大活动，都是对首都安全保卫系统的一次考验。近日，北京联通宣布，首都警务机关与北京联通合作，开发了适应首都警务需求的“警务新时空”无线信息技术系统。

利用该系统，一线警员可以通过北京联通为其定制的 CDMA 移动终端随时随地实现安全、高速地访问后台数据库，完成对个人、车辆等业务数据进行查询和检索；在信息采集环节，一线警员用 CDMA 手持终端通过拍照、摄像、录入等步骤，将取证信息、处理结果、处罚情况等信息通过 CDMA 无线网络，及时反馈到公安部门后台系统中，后台系统自动归档并形成处理记录；在应急指挥环节，后台指挥中心通过对一线警员手持的 CDMA 终端进行精确定位，即可清晰知晓其所在位置，可以及时指引离事故现场最近的警员出警。

### 7、联通推 72 款股票手机，所有 CDMA 厂商上阵

8 月 28 日下午，中国联通的股票手机策略正式出炉。中国联通宣布，携手 20 余家 CDMA 手机厂商，共同推出多达 72 款 CDMA 股票手机，欲掀起新一轮的手机炒股热潮。

此次中国联通一口气推出的 72 款手机，均可支持联通“掌上股市”业务，能够与国内 90%以上券商旗下的 3000 多家营业部直接连通，涵盖了 A 股、B 股、H 股、期货等各方面的证券信息，用户不仅可以随时随地掌握股市最新资讯，还能委托交易下单，是股民最为便捷的炒股利器。此次股票手机对于联通 C 网增值业

务也非常重要，目前，联通 CDMA 掌中宽带业务占移动无线上网总业务份额的比重极大，股票手机推广成功将对 C 网增值业务有很大拉动。

### 8、重庆联通开通 GPRS 业务

经过长达半年的测试，联通 GSM 网络正式升级到了 GPRS，从现在起，重庆联通的手机用户可在各大营业厅网点进行申请，现在申请还可以享受免费手机上网 3 个月。

经过测试，重庆联通在 6 月底完成了对现有 GSM 网络的升级工作，全市范围 40 个区县的城区已实现 GPRS 的网络覆盖，400 万联通 GSM 用户都能实现便捷的手机上网。

### 9、中国联通与 AMD 合作，拓展数据增值业务市场

AMD 公司与中国联通共同宣布，将通过各自的优势技术和资源，向中小企业提供基于 AMD 领先技术的中国联通数据增值业务解决方案，并在推广和营销方面密切合作。AMD 将提供硬件测试平台，为中国联通提供技术支持和软件测试环境，同时协调 OEM 合作伙伴，配合中国联通推广基于 AMD 技术的数据增值业务解决方案。

从未来通信的整体发展方向看，增值及数据业务将是国内电信行业必然的增长点，人们生活和工作的应用将逐渐转变成生产流程工具的应用，融合的趋势将日益明显：网络和技术的融合、移动和固网的融合，客户的需求也呈现出基于互联网的固网与移动的无缝融合等。中国联通联手 AMD，建立起推动中小企业信息化发展的战略合作伙伴关系，必将有助于进一步加快我国中小企业信息化建设的进程。

## 三、中国网通

截至 9 月底，网通本地电话流失的趋势继续加剧，中国网通本地电话用户较去年年底净增 50.8 万户，达 11448 万户，但比上一季度末减少 59.7 万户。中国网通包括宽带、增值和 ICT 在内的增长型业务继续增长。该公司宽带用户较去年年底净增 393.5 万户，达到 1836.3 万户，比上年同期增长 34.1%。

### 1、中国网通率先通过《萨班斯法案》404 条款

《萨班斯法案》404 条款要求所有在美国上市的企业，公司管理层每年需就财务报告内部控制出具评估报告，并要求独立外部审计师对管理层的报告发表声明，其内容包括建立和维护有效内部控制的责任声明、内部控制评估标准、管理层评估结论和外部审计师意见等。包括中国网通在内的中国四大电信运营商从 2006 年

开始执行该法案。

中国网通集团所属的中国网通集团（香港）有限公司，以零缺陷的测试结果通过了普华永道会计师事务所对其财务报告的内控审计，成为率先过关美国《萨班斯法案》404 条款的国内电信运营商。

## 2、北京网通与市政交通达成协议，公交卡可打 IC 卡电话

北京网通已经与市政交通一卡通达成协议，从 5·17 电信日在长安街沿线 IC 卡公话上试验推出“公交卡打电话”业务。除了可以坐公交、付打车费、交高速公路通行费外，已经拥有千万用户的市政交通一卡通又增加一项内容。为了推出这项业务，北京网通公话中心和北京市政交通一卡通公司之前用了近一年的时间准备这项业务。

## 3、小灵通手机充电器 8 月起统一

中国固网和无线终端联盟在其官方网站公布了小灵通统一充电器标准的时间表。为响应国家政策、降低企业采购成本、方便用户使用小灵通终端充电器，经联盟研究决定小灵通实施安排表。首先，各厂商小灵通终端充电器及接口统一标准请参考联盟发布的《中国固网和无线终端联盟-PHS 手持终端充电器及接口技术要求》执行；其次，联盟小灵通终端充电器及接口统一标准从 2007 年 8 月 1 日起开始执行；最后，从 2007 年 8 月 1 日起送联盟检测的小灵通终端必须满足充电器及接口统一标准。这也意味着从 8 月 1 日开始，厂商所有送检小灵通必须配有统一充电器，否则将被禁止销售。届时，小灵通充电器及接口将与信产部制定的手机相关标准完全一致，手机和小灵通将可使用相同的充电器。

## 4、河北网通升级本地交换网管系统

在固网交换网管领域，大唐电信旗下大唐软件为河北网通升级本地网交换网管系统。大唐软件根据河北网通的现状，于 2005 年成功推出“本地电话网网管系统（MsNet2.0）”。基于这一先进的产品，大唐软件以廊坊、邢台两个地市作为试点建设获得了成功，并于 2006 年顺利完成石家庄、张家口、沧州、衡水和邯郸推广工作。2007 年，大唐软件凭借在上述几个地市的成功经验，继续在保定、承德、唐山和秦皇岛推广该成熟产品，并承建省网管中心的纵向联网系统。该系统上线后，河北本地网管系统技术水平将在国内位居前列，并为实现全省交换网的“集中监控、集中维护、集中管理”提供可靠、便利的手段。

## 5、AT&T 签约中国网通，提供奥运电视网络服务

日前，AT&T 宣布与网通签约，将在 2008 北京奥运会期间提供中国和美国之间的电信连接服务。通过该服务，AT&T 将为美国全国广播公司（NBC）提供数字

电视传输网络，从而将 2008 北京奥运会赛事传送回美国国内，通过 NBC 电视网进行直播。此外，AT&T 正在与网通展开合作，为 NBC 建立一条专线，用于 TODAY SHOW 栏目直播奥运赛事。

## 6、沈阳市政府率先在全国开通 114 政务信息“一号通”

为建设服务型政府，为市民提供方便快捷和低成本政务信息咨询服务，沈阳市政府将各区、县（市）、政府各部门及公共企事业单位 2252 家的 4123 部政务公开、办事公开电话和监督投诉电话与“114”无缝连接，市民只要拨打“114”一个电话号码，所有依法公开的政务、办事信息都可咨询和了解，率先在全国实现了政府政务信息“一号通”。

## 7、网通将推 26 项奥运通信服务

中国网通发布三大奥运系列的宽带奥运产品及《中国网通奥运服务标准》。本次推出的奥运三大系列产品，针对不同的用户群体可细化为 26 项产品服务。完美服务系列产品主要服务奥组委等官方机构，其中有奥运呼叫中心、奥运网络监控等产品；便捷信息系列产品面向公众群体，包括奥运城市通、奥运黄页、网络快印等服务；还有面向媒体的价值提升系列产品，有奥运高清晰视频传送、媒体宽带卡等解决方案。三大系列产品不仅是奥运的专属，今后更会服务大众。诸如，媒体所使用的插卡式宽带服务等，今后就有望被推广至机场、咖啡厅等有宽带需求的场所。

## 8、北京网通推一号双机，固话也可移动接听

继固网、小灵通、宽带捆绑式销售的“亲情 1+”后，北京网通近日发布公告，推出“一号双机”业务。这项业务与“亲情 1+”的最大区别在于，固定电话与小灵通使用同一号码，当用户申请之后即使外出，只要带着同号码的小灵通，呼入电话也可以做到一个不漏。

“一号双机”业务月功能费为 5 元，办理后当电话呼入时，固话和小灵通会同时振铃，用户可用任何一个终端接听来电。当用户外出时，可用小灵通接听同号码固网来电。另外，办理后同号码的小灵通与固话可相互拨打通话，当一个终端正在通话时，若有电话呼入，也可用另一个终端接听，而不是使对方听到忙音，相当于一部固定电话可同时接听两个电话。同时，“一号双机”的小灵通还可收发短信，设悦铃等。

## 9、北京网通推座机呼叫转移

北京网通近日正式推出“同振”业务，座机号码可以与小灵通、手机捆绑，来电可以同时或顺序振铃，随处可以接听固话。包月资费为家庭用户 5 元，商务大

客户 10 元，每位用户可最多绑定 4 个号码。

座机号随时找到用户：通俗讲，网振业务就是包月呼叫转移，呼叫一个固话号码即可找到用户。但这项业务不同于一号双机，业务不可同时申请。很多中小型企业采用一号通方式来实现自动转接，防止来话和业务丢失，如果固话自带了这种业务话就更加可靠方便，前提是资费合理。

## 四、中国电信

2007 年前三季度，中国电信经营收入达 1312.2 亿元，比去年同期增长 2.8%；净利润达 172.58 亿元，比去年增长 1.8%。但是，中国电信第三季度净利润比第二季度下滑 2.34 亿元，电话用户出现负增长，第三季度本地电话用户减少 105 万，这些用户多为小灵通用户。

### 1、中国电信酝酿 114 查号台全国联网

电信将着手实施查号台的全国联网工作，待实现联网后，将为异地查号的市民带来极大便利。目前，各地电信公司查号台的数据库是相互独立的，如果上海的市民要想查询外省市的电话号码，须得拨打长途到当地的查号台，这样自然会有长途费用产生。而一个多月前，中国电信宣布在江苏、浙江、上海三地启动长三角信息化联动工程，承诺将率先在长三角地区实现异地查号的“本地化”。

### 2、中国电信武汉规模推进光纤到户，入户带宽达 10M

2004 年，武汉建成内地首个光纤到户住宅小区。武汉电信通过试点项目的实施积累了大量经验，在此基础上为了进一步探索市场运营和网络维护模式，并根据用户需求在特定的小区适度扩大了建设规模。此次扩建，采用光纤到楼+LAN 的方式提供光纤接入服务，多个用户分享带宽，在家插上普通网线即可使用。这种方式部署迅速、组网灵活、便于管理，且降低了网络建设成本。

中国电信武汉分公司日前再度追加光纤到户商用工程，针对武汉三镇十多个高档楼盘的光纤接入工程公开招标。该工程开通后，可提供 8—10Mbps 的入户带宽，终端用户能够享受数字语音、高速宽带上网、CATV 有线电视等综合业务。

中国电信今年上半年已完成 EPON 设备全面测试，重点验证了不同厂商 EPON 设备的互连互通。EPON 技术成熟且成本较低，上行下行速率均为 1.25Gbps。

### 3、广东电信打造个性化餐饮信息平台

中国电信 114 查号台已从简单的查号台转型为华南地区横跨语音、互联网、电视的餐饮服务网络。号码百事通多业务延伸。“现在，号码百事通已经开通了订餐、

订酒店、订机票等预订类业务，使用户能够借助一个电话号码，解决出门要面对的大小事宜，”据广东电信公司介绍。日前，中国电信在上海成立了号码百事通信息服务公司，将“号码百事通”品牌分拆并深度运营。中国电信不但要打造语音搜索第一品牌，更要将传统意义上的“114 号码查询台”整合成多元化信息服务平台。

将号码百事通从一个单纯的业务向全方位的品牌建设、经营推进，可以看出中国电信转型成为“综合性信息提供商”的雄心。广东电信作为先行者，希望将这一品牌打造成“广东地区的语音门户”，使号码百事通从单一语音搜索向囊括语音、IPTV、短信、互联网等多方式搜索服务延伸。

#### 4、北京电信推出“新视通”助力酒店行业信息化

随着移动业务取代传统固话业务趋势的日益明显，固网运营商不断加快转型的步伐。近日，中国电信北京公司将新视通远程视频会议系统接入国宾酒店，加大了推进酒店行业信息化的力度。

“新视通”是中国电信推出的集视频、音频和数据于一体的交互式多媒体通信业务。具有自主召开会议、自主会议控制、数据会议等功能。用户可通过点对点呼叫、多点主叫呼集、网上预约等方式召开视频会议，并可在会议中自主控制会议时间、延长会议时长、增加会议方数，每个客户可看到多个画面、具有多种方式的多画面组合等。此外，“新视通”具有远程播放幻灯片等功能，可在“面对面”交流的同时，将会议使用的有关文件、资料、图片等与异地的分会场共享。用户可通过普通电话加入会议，接收视讯会议的音频信息，也可以进行远端发言。

目前，中国电信“新视通”网络覆盖 31 个省市，凭借通达全国的视讯网络，“新视通”业务支持互联网接入、专线接入、ISDN 接入、混合接入等多种接入方式，以适应客户各种网络环境。据介绍，使用“新视通”业务，酒店不需要新建、维护自己的视频会议网络，只需在网络延伸到的任意地方安装视频终端即可及时、方便地召开视频会议，并节约酒店管理成本。

#### 5、江苏电信“我的 e 家”用户破百万

中国电信我的 e 家客户品牌自 2007 年元旦推向市场，便得到全省市民的普遍欢迎，短短几个月，全省用户已经突破百万。9 月 26 日，中国电信江苏公司全省客户过百万，正式启动家庭品牌客户的优质服务和系列回馈计划。

中国电信我的 e 家产品以固话为核心，融合小灵通和宽带，主要提供 e6、e8 两款套餐。e6 套餐主要面向无线语音需求较高的家庭客户，对固话与小灵通等有线、无线、语音增值产品进行打包优惠。e8 套餐主要面向宽带使用多应用需求较高的家庭客户，对固定电话与宽带、网上应用进行打包优惠，并分别提供标准版

e8、星空版 e8、超级宽带版 e8 等来满足不同客户的需求。

据悉，我的 e 家客户还能享受很多优质服务：（1）10000 号优先快捷接入服务，10000 号不仅能够自动识别品牌客户，还设立品牌客户服务专用键—8 号键，配备专业化服务水平高的服务人员，确保提供优质服务。（2）网上客服中心品牌客户专区服务，不仅提供网上业务办理，还可查询帐单，进行积分礼品兑换，足不出户，尽享服务。（3）中心营业厅品牌专区服务，客户可直接在现场体验多人无线上网、远程视频、宝宝在线、网络视讯等各类现代信息化生活应用。还有 10001 自助服务、快捷安装及修障等更多优先服务。

## 6、湖北最大 BOSS 系统在武汉电信上线

8 月 10 日，湖北最大的信息化支撑体系 BOSS 系统在武汉电信上线运营，它标志全国又一大型本地网全面采用现代信息化客户服务、业务管理、计费支撑、数据分析系统投入市场运营，也标志着湖北电信 IT 支撑服务系统水平迈上新台阶。

从 2005 年开始，武汉电信开始开发 BOSS 系统，去年 9 月全面启动，先后集中 200 多人进行了开发、测试、建设。武汉电信 BOSS 系统研发建设工作十分复杂，涉及的功能点达 1100 多个、接口 56 个、报表 601 张、业务流程数 6300 多个、销售品种 3600 多种，其建设难度在全国大型本地网中也属罕见。因此，武汉电信 BOSS 系统建设受到中国电信集团、湖北电信各级领导的高度重视，并提出了具体的研发意见，解决系统建设中存在的问题。朗讯、大唐公司也调集了 100 多人进行现场开发工作，先后解决了上百个技术难题。目前，武汉电信 BOSS 系统已通过数据上移、基本测试、计费核对等主要测试，全面上线进行试运营调整，预计 9 月份将正式投入运营。

## 7、“金安”工程一期建设项目启动

国家安全生产信息系统建设项目（“金安”工程一期）合同签字仪式日前在北京举行。中国电信成为该项目系统集成的总承包单位。作为此项目的总承包单位，中国电信系统集成公司还将与中国软件与技术服务股份有限公司（中国电子信息产业集团公司控股公司）、网御神州科技（北京）有限公司加强合作。

在此项目中，中国电信将提供电路保障并承建国家安全生产信息系统，通过构建连接全国各地安全生产监督管理和煤矿安全监察机构的资源专网系统，开发并形成供各级安监机构共享的数据库群和应用系统，为全国确保安全生产提供信息网络保障。

## 8、固网支付为电信融合打下基础

在经过历时一年多的网络建设后，中国电信确定的江苏、上海、湖北、湖南四个固网支付试点省份，相继完成与当地银联系统的对接，开始大规模提供公共事业缴费、银行卡转账、电话支付等相关业务。与此同时，固网支付的试点还将在今年8月扩展到中国电信最大的省公司广东电信。

本报告图表如未标明资料来源，均来源于“[中经网统计数据库](#)”

中国经济信息网

www.cei.gov.cn