



艾凯咨询
ICAN Consulting

运营商电子渠道发展策略研究报告

一、调研说明

《运营商电子渠道发展策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/174356.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

执行摘要

随着3G牌照的发放和运营商整体重组以及移动互联网的快速发展，客户的业务需求产生了巨大变化，网络、自助体系由于其便捷性与资源的丰富性越来越得到消费者的青睐，电子商务逐渐被广大消费者所接受，并逐渐成为广大消费者的首要选择。电子渠道不受地域、时间限制，可以让客户随时随地享受优质的高效服务，极大程度提升了客户满意度和忠诚度。随着近几年各大运营商对电子渠道的大力建设，电子渠道目前已经逐步实现服务门户与产品门户的融合，实现了所有业务的网上销售以及移动业务的互联网化，渠道掌控能力进一步加强。如何通过有效的营销与管理手段，充分培养客户电子渠道消费行为习惯，进一步提升客户价值成为了运营商越来越关注的热点问题之一。

虽然电子渠道正在逐步展现其强大优势，但仍然有很多问题亟需解决：第一，客户在电子渠道使用习惯已经逐步形成，但消费习惯仍有待培养；第二，面向移动互联网的电子渠道营销体系仍有待完善；第三，电子渠道目前仍处在服务导向阶段，仍未实现从"服务导向"向"销售导向"的价值型渠道转型；第四，基于电子渠道的电子商务模式仍处于发展初期，缺乏统一的规划与科学的发展战略。

因此，本报告主要在分析国内外运营商电子渠道的发展状况基础上，结合和借鉴传统行业电子渠道的成功经验，在移动互联网逐步发展，移动商务成为下一代移动通信热点的背景下，针对国内移动运营商电子渠道发展面临问题为移动运营商发展电子渠道的策略给出了第三方咨询的建议。艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创，为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

目录 Table of Contents

报告目录Table of Contents

第1章 报告摘要

1.1 研究背景

1.2 研究发现

第2章 电子渠道概述

2.1 电子渠道定义与特征

2.1.1 电子渠道定义

2.1.2 电子渠道分类

2.1.3 电子渠道特征

2.2 电子渠道价值

2.2.1 电子渠道对客户价值

2.2.2 电子渠道对运营商价值

2.3 电子渠道发展影响因素

第3章 电子渠道的定位与职能

3.1 电子渠道的定位

3.2 电子渠道的职能

3.2.1 营销职能

3.2.2 销售职能

3.2.3 服务职能

第4章 国内外电子渠道发展现状

4.1 国外电子渠道发展现状

4.2 国内电子渠道发展现状

4.3 电子渠道未来发展趋势

4.3.1 长尾理论与电子渠道

4.3.2 技术发展与电子渠道

4.3.3 电子渠道未来发展方向

第5章 电子渠道行业应用探讨

5.1 银行业

5.1.1 银行业电子渠道概述

5.1.2 银行业电子渠道发展策略

5.2 淘宝网

5.2.1 淘宝网电子渠道发展历史

5.2.2 淘宝网电子渠道发展策略

5.3 国外运营商

5.3.1 SKT

5.3.2 NTT

第6章 电子渠道目标客户消费特征分析

6.1 电子渠道目标客户特征分析

6.1.1 电子渠道渠道特征分析

6.1.2 电子渠道业务特点分析

6.1.2 电子渠道客户偏好分析

6.2 电子渠道目标客户消费行为分析

6.2.1 电子渠道目标客户消费的五大阶段

6.2.2 电子渠道客户消费行为习惯的培养

第7章 电子渠道电子商务发展策略

7.1 电子商务背景介绍 艾凯数据研究中心发布的《运营商电子渠道发展策略研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

7.2 电子渠道在电子商务中的价值

7.2.1 电子渠道主动营销提升

7.2.2 电子渠道电子商务发展总体思路

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/174356.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。