



艾凯咨询
ICAN Consulting

海外运营商3G发展营销策略专题研究——iPhone专题

一、调研说明

《海外运营商3G发展营销策略专题研究——iPhone专题》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/198054.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

当今时代，由于3G移动通信系统持续升温，引发电信运营商越来越多的关注。而运营商之间对于3G开展的营销策略，其纷繁复杂更是让人眼花缭乱。

另一方面，从2007年上市以来，人们对Apple公司的iPhone关注的热情就从未消退。无论是创造性地引入多点触摸屏界面，还是与移动网络——尤其是3G——进行史无前例的紧密结合，iPhone都走在时代的前沿。因此研究各个电信运营商，尤其是海外的极具典型的运营商的意义就显得异常重要。

《海外运营商3G发展营销策略专题研究——iPhone专题》就是在对海外运营商销售iPhone是所采取的各种营销策略进行了深入分析，以期能对国内的运营商有所借鉴。

第1章iPhone产品及用户消费特征介绍，对iPhone产品的发展历程、主要卖点、销售等进行介绍，另外，也对iPhone用户的性别、年龄、下载应用等消费特征进行介绍。

第2章国内外各标杆电信运营商iPhone策略研究，重点选取美国AT&T、Verizon，欧洲沃达丰、O2，日本NTT，中国台湾地区，中国联通进行了深入细致分析。

第3章电信运营商iPhone策略整体归纳，内容包括不同竞争格局、不同时期下的iPhone销售策略总结，各电信运营商销售亮点，与苹果合作模式的总结分析，对中国电信运营商的启示。

第1章 iPhone产品及用户消费特征介绍

1.1 iPhone在世界及中国产品发展历程介绍

1.2 iPhone产品功能特点

1.3 苹果公司优劣势分析

1.4 iPhone用户规模及销售情况

1.5 iPhone用户的消费特征分析

1.5.1 产品的潜在目标客户群

1.5.2 性别和年龄分布特征

1.5.3 购买渠道

1.5.4 运营商选择

1.5.5 月均移动通信消费

1.5.6 应用软件下载渠道

1.5.7 数字产品内容选择类型

1.5.8 下载电子读物类型情况

- 1.5.9 电子读物数量及消费情况
- 1.5.10 浏览新闻资讯媒体情况
- 1.5.11 用户特征与经常使用情况交叉分析

第2章 国内外各标杆电信运营商iPhone策略研究

2.1 运营商选取方法和标准

2.1.1 标杆企业研究思路和研究内容

2.1.2 标杆选择标准与标杆初定

2.2 美国AT&T iPhone策略研究

2.2.1 与Apple公司合作的背景

2.2.2 iPhone整体战略营销布局

2.2.3 iPhone策略演进历程

2.2.4 iPhone套餐体系

2.2.5 iPhone终端补贴政策

2.2.6 iPhone营销推广策略

2.2.7 iPhone用户发展及通信使用情况

2.2.8 与Apple的合作模式

2.2.9 AT&T小结

2.3 美国Verizon iPhone策略研究

2.3.1 与Apple公司合作的背景

2.3.2 iPhone整体的战略营销布局

2.3.3 iPhone套餐体系

2.3.4 iPhone终端补贴政策

2.3.5 iPhone营销推广策略

2.3.6 iPhone用户发展及通信使用情况

2.3.7 与Apple的合作模式

2.3.8 Verizon小结

2.4 欧洲沃达丰英国iPhone策略研究

2.4.1 与Apple公司合作的背景

2.4.2 iPhone整体的战略营销布局和策略研究

2.4.3 iPhone套餐体系

2.4.4 iPhone终端补贴政策

- 2.4.5 iPhone营销推广策略
- 2.4.6 与Apple的合作模式
- 2.4.7 沃达丰英国小结
- 2.5 欧洲O2英国iPhone策略研究
 - 2.5.1 与Apple公司合作的背景
 - 2.5.2 iPhone整体的战略营销布局和策略研究
 - 2.5.3 iPhone套餐体系
 - 2.5.4 iPhone终端补贴政策
 - 2.5.5 iPhone营销推广策略
 - 2.5.6 与Apple的合作模式
 - 2.5.6 O2小结
- 2.6 NTT DOCOMO电信运营商iPhone策略研究
 - 2.6.1 与Apple公司合作的背景
 - 2.6.2 iPhone整体的战略营销布局和策略研究
 - 2.6.3 iPhone套餐体系
 - 2.6.4 iPhone终端补贴政策
 - 2.6.5 iPhone营销推广策略
 - 2.6.6 与Apple的合作模式
 - 2.6.7 NTT小结
- 2.7 中国台湾地区运营商iPhone策略研究
 - 2.7.1 中华电信
 - 2.7.2 台湾大哥大促销及宣传政策
 - 2.7.3 远传电信针锋相对的开卖活动
- 2.8 中国联通iPhone策略研究
 - 2.8.1 联通与Apple公司合作的背景
 - 2.8.2 联通iPhone整体的战略营销布局
 - 2.8.3 联通iPhone策略演进历程
 - 2.8.4 联通iPhone套餐体系
 - 2.8.5 联通iPhone营销推广策略
 - 2.8.6 联通iPhone用户发展及通信使用情况
 - 2.8.7 联通与Apple的合作模式
 - 2.8.8 联通小结

第3章 电信运营商iPhone策略整体归纳

3.1 电信运营商不同竞争格局下iPhone竞争策略

3.2 电信运营商不同阶段iPhone竞争策略

3.3 各电信运营商营销亮点及成功案例分析

3.3.1 AT&T

3.3.2 AT&T与Verizon针锋相对的营销策略

3.3.3 台湾运营商在同一繁华地带针锋相对地开卖iPhone

3.3.4 中国联通针对iPhone制定了庞大的宣传推广政策体系

3.4 与苹果合作模式的总结分析

3.4.1 独家合作模式

3.4.2 非独家合作模式

3.4.3 对电信运营商的主要促进性影响

3.4.4 对电信运营商的主要威胁

3.4.5 iPhone对电信运营商的价值

3.5 对中国电信运营商的启示

图表目录

图表1-1 iPhone合作运营商的终端和业务资费价格策略

图表1-2 仅以澳大利亚为例

图表1-3 AT&T iPhone终端补贴率

图表2-1 全球iPhone季度销售量

图表2-2 2010—2011年中国iPhone手机用户市场规模及趋势

图表2-3 2011年上半年中国智能手机市场品牌占有率情况

图表2-4 2011年上半年中国3G手机市场主流品牌市售产品数量对比

图表2-5 2011年中国苹果iPhone手机用户性别分布结构

图表2-6 2011年中国苹果iPhone手机用户年龄分布

图表2-7 2011年中国苹果iPhone手机用户购买iPhone类型

图表2-8 2011年中国苹果iPhone手机用户购买iPhone渠道分布

图表2-9 2011年中国苹果iPhone手机用户选择运营商情况

图表2-10 2011年中国iPhone用户月均移动通信消费情况

图表2-11 2011年中国iPhone用户使用手机视频的意愿调查

图表2-12 2010年iPhone用户经常和最常下载应用软件渠道

图表2-13 2010年iPhone用户经常下载的数字内容产品类型

图表2-14 2010年iPhone用户最常下载的数字内容产品类型

图表2-15 2010年中国iPhone用户经常和最常进行电子阅读的内容

图表2-16 2010年iPhone用户月下载电子读物数量

图表2-17 2010年iPhone用户月下载免费电子读物数量

图表2-18 2010年iPhone用户月下载电子读物费用情况

图表2-19 2010年iPhone用户iPhone上网浏览新闻资讯媒体情况

图表2-20 2010年iPhone用户最满意的8项iPhone性能

图表2-21 2010年iPhone用户年龄与经常使用应用软件类型交叉分布

图表3-1 Verizon与AT&T的新增用户数比较

图表3-2 2007年与2008年英国电信市场收入格局比较

图表3-3 24个月合约的16G和32G iPhone终端补贴比例

图表3-4 18个月合约的16G和32G iPhone终端补贴比例

图表3-5 12个月合约的16G和32G iPhone终端补贴比例

图表3-6 各合约期平均补贴幅度

图表3-7 2007年英国移动通信市场份额

图表3-8 苹果与O2合作原因分析

图表3-9 2.5G iPhone的包月资费

图表3-10 3G iPhone的包月资费

图表3-11 英国四大运营商的数据业务占总收入比重和合同ARPU值

图表3-12 联通iPhone套餐体系—iPhone3套餐

图表3-13 联通iPhone套餐体系—iPhone4 16GB合约计划

图表3-14 联通iPhone套餐体系—iPhone4 32GB合约计划

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/198054.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专业提供投资咨询报告、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。