



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年运营商电子渠道市场运营态势与战略咨询研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年运营商电子渠道市场运营态势与战略咨询研究报告》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/206630.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

电子渠道是为了满足客户实时服务的需求，降低营业前台服务压力和服务成本，而迅速发展起来的自助式新型营销服务渠道，它以互联网技术和通信技术为基础，将产品的销售与服务数字化，让客户借助终端设备，可自助订购产品、获取服务。一开始只作为对传统实体渠道的有效补充和延伸。但是，随着竞争的加剧和3G数据业务、增值业务的不断发展，客户自己进入相关网上营业厅或者利用其他方式自由地选择各类新业务、体验新业务，自己办理各类增值业务的订阅、退订等手续，就如同客户进入电信运营商开办的业务超市一样。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年运营商电子渠道市场运营态势与战略咨询研究报告》共十一章。首先介绍了电子渠道概述，接着分析了中国电子渠道发展的现状，然后介绍了运营商电子渠道发展规划与策略。最后分析了中国运营商电子渠道发展前景展望。您若想对运营商电子渠道产业有个系统的了解或者想投资运营商电子渠道行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 目录

#### 第一章 电子渠道概述 1

##### 第一节 电子渠道简介 1

###### 一、定义与定位 1

###### 二、特征与功能 1

##### 第二节 渠道业务类型 1

##### 第三节 电子渠道职能定位总结 1

##### 第四节 发展阶段 2

###### 一、传统渠道的补充 2

###### 二、客户服务的重要渠道 3

###### 三、服务营销的主要渠道 3

###### 四、自助业务主接口 4

###### 五、客户交互IT中心（个人信用中心） 5

## 第五节 主要优势 5

### 一、通信运营商 5

### 二、客户 6

## 第六节 实际应用 6

## 第二章 中国电子渠道发展现状 8

### 第一节 电子渠道价值评估 8

#### 一、市场效果评估 8

#### 二、用户体验评估 8

### 第二节 电子渠道的营销模式 8

### 第三节 运营商电子渠道瓶颈 9

## 第三章 电信运营商电子渠道发展影响因素 11

### 第一节 运营商3G产品一体化及全业务运营策略的影响 11

### 第二节 移动互联网的发展给电子渠道带来的挑战与机遇 12

### 第三节 电子商务的发展对电子渠道影响分析 12

### 第四节 网络融合及业务融合的发展影响分析 15

## 第四章 中国电子渠道运营状况分析 26

### 第一节 电子渠道功能种类 26

#### 一、网站 26

#### 二、短信 27

#### 三、IVR 27

#### 四、WAP 28

#### 五、自助终端 29

#### 六、热线人工 30

#### 八、营业厅 31

### 第二节 电子渠道整体业务占比情况 31

### 第三节 电子渠道分类业务占比情况分析 32

### 第四节 电子渠道业务功能承载情况 32

### 第五节 中国电子渠道项目建设思路 33

#### 一、项目概述 33

二、总体建设方案 36

三、应用系统建设方案 38

四、平台配置建议 40

第六节 电子渠道面临的关键问题 53

一、实体渠道的业务压力较大，电子渠道对其中部分业务存在分流潜力 53

二、部分电子渠道的使用率低，有潜在的提升空间 54

三、电子渠道的主要承载职能仍以服务为主，营销能力有待提升 56

第五章 运营商电子渠道发展规划与策略分析 59

第一节 中国移动 59

一、电子渠道体系 59

二、电子渠道营收 60

三、电子渠道优势 60

四、电子渠道规划 62

五、电子渠道营销策略 66

第二节 中国联通 70

一、电子渠道体系 70

二、电子渠道营收 72

三、电子渠道优势 72

四、电子渠道规划 74

五、电子渠道营销策略 75

第三节 中国电信 76

一、电子渠道体系 76

二、电子渠道营收 78

三、电子渠道优势 78

四、电子渠道规划 79

五、电子渠道营销策略 82

第六章 电子渠道深度运营实施策略建议 84

第一节 全渠道协同发展战略 84

第二节 电子渠道精细营销策略 85

第三节 行业环境变化与电子渠道优化 89

## 第七章 电子渠道用户体验分析 92

### 第一节 用户特征及使用习惯 92

### 第二节 电子渠道服务体验的测量与管理 92

### 第三节 提升电子渠道客户体验的方式 96

## 第八章 运营商电子渠道改造案例 100

### 第一节 国外运营商电子渠道运营案例 100

#### 一、ORANGE渠道运营分析 100

#### 二、SK TELECOM渠道运营分析 102

### 第二节 国内运营商电子渠道运营案例 103

#### 一、浙江移动"移动+互联"模式分析 103

#### 二、新疆电子渠道营销推广模型分析 105

## 第九章 中国电子渠道各省发展态度分析 106

### 第一节 北京----形成较为全面的电子渠道体系 106

### 第二节 江苏移动全面推进电子渠道体系化建设 108

### 第三节 河南省以电子渠道提升服务能力 110

### 第四节 其它 111

## 第十章 2012-2016年中国运营商电子渠道发展前景展望与趋势预测分析 116

### 第一节 2012-2016年中国运营商电子渠道发展前景展望 116

### 第二节 2012-2016年中国运营商电子渠道发展趋势预测分析 117

### 第三节 2012-2016年中国运营商电子渠道拓展策略分析 120

## 第十一章 2012-2016年中国电子渠道发展目标实现分析 122

### 第一节 实现目标的背景 122

### 第二节 实现目标的挑战与困难 122

#### 一、企业所需人才的转换 122

#### 二、营销渠道模式的转化 123

#### 三、客户消费方式的转变 123

#### 四、企业利润来源的转型 123

### 第三节 实现目标的策略与举措 123

- 一、系统支持，技术支撑 123
- 二、渠道变革，品牌宣传 123
- 三、安全保障，服务品质 124

通过《2012-2016年运营商电子渠道市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/206630.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](http://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。