



艾凯咨询
ICAN Consulting

重组后面向3G的家庭市场竞争策略研究

一、调研说明

《重组后面向3G的家庭市场竞争策略研究》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/45710.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

电信重组后，家庭市场作为全业务竞争的焦点之一，在各方的竞争博弈中的重要性开始凸显出来。中国电信和中国联通都在新的组织架构中设置了独立的家庭客户部。那家庭市场对重组后的三大电信运营商意味着新的血拼市场，还是鸡肋呢？

我们在这份报告里面重点围绕着以下四个问题展开：

1)进入家庭市场的目的是什么？

2)家庭市场的需求是什么？

3)针对家庭市场竞争，4)运营商之间应该如何博弈？

5)家庭市场竞争会对设备6)厂家等产业链上下游相关者能带来哪些市场机会？

在这份报告中，机构基于在固网和移动通信行业的多年研究和实战操作经验，在回答以上几个重点问题外，还着重思考了家庭市场的本质是什么？在报告研究过程中，我们重点参考了国际电信运营商在家庭市场上的拓展行为以及泛行业在拓展家庭市场上的思路，提出了从商业客户进入家庭市场、从个人客户进入家庭市场两个不同的进军线路，提出不同背景的电信运营商在竞争中应该采取的市场策略。

本研究报告不是一份强调家庭信息化，也不是一份基于未来融合设备分析报告，而是重点着眼于3G重组后电信运营商基于家庭市场的竞争策略报告，并分析由此给设备厂家等价值链相关环节的潜在市场投资机会。

【 目录 】

第一章报告简读

1.1 报告背景

1.2 研究框架

1.3 机构观点

第二章重组后的3G竞争形势

2.1.重组前的运营商竞争形势

2.2.电信重组后市场竞争形势和实力对比

2.2.1.总体力量对比

2.2.2.移动通信市场对比

2.2.3.固话市场对比

2.2.4.宽带市场对比

2.3.重组三大运营商竞争地图

第三章家庭市场分析

3.1.为什么要进入家庭市场

3.1.1.现阶段竞争目的

3.1.2.长远目的

3.2.运营商现有家庭市场竞争现状

3.2.1.中国电信

3.2.2.中国移动

3.2.3.中国联通（网通）

3.2.4.小结

3.3.泛行业家庭市场竞争借鉴

3.3.1.从商业客户市场进入家庭客户市场

3.3.2.从个人客户市场进入家庭客户市场案例

3.4.家庭市场的本质

3.5.中国家庭需求分析

3.5.1.我国家庭特点

3.5.2.电信市场家庭消费特征

3.5.3.马斯洛需求层次

3.5.4.小结

3.6.中国家庭购买决策方式

第四章海外运营商借鉴

4.1.日韩

4.1.1.KDDI

4.1.2.NTT Docomo

4.2.欧美

4.2.1.BT

4.2.2.德国电信

4.2.3.法国电信

4.2.4.沃达丰

4.2.5.AT&T

4.2.6.Verizon

4.2.7.小结

第五章运营商竞争博弈分析

5.1.新三大运营商在家庭市场上的SWOT分析

5.1.1.中国移动

5.1.2.中国电信

5.1.3.中国联通

5.2.在家庭市场上的竞争局势

5.2.1.角色丛

5.2.2.运营商在角色丛的竞争关系

5.3.运营商的竞争策略

5.3.1.中国电信（固网运营商）

5.3.2.中国移动（移动运营商）

5.3.3.中国联通

5.4.竞争链模型

5.4.1.模型介绍

5.4.2.资费

5.4.3.产品附加功能竞争

5.4.4.品牌竞争

5.5.家庭市场的行业竞争者和合作者

第六章基于家庭市场的产品研发和投资机会分析

6.1.未来家庭市场发展方向

6.1.1.未来固网与移动大融合，无处不在的服务和网络

6.1.2.家庭宽带发展方向

6.1.3.家庭应用发展方向

6.2.产品研发方向

6.3.投资机会分析

6.3.1.对电信运营商

6.3.2.对设备厂商

6.3.3.对应用提供商

图表目录（30）

图2 1：重组后移动通信市场竞争格局6

图2 2：重组后固话市场竞争格局7

图2 3：重组后宽带接入市场竞争格局7

图2 4：重组后运营商竞争地图9

图3 1：客户体验整合模型12

表3 2：中国电信“我的e家”e6资费结构13

表3 3：北京移动i-home主要业务15

图3 4：TD家庭资费套餐15

图3 5：三星ML-1630打印机18

表3 6：2000年全国家庭结构细分22

图3 7：马斯洛需求层次33

表4 1：NTT Docomo家庭客户折扣优惠费用39

表4 2：NTT Docomo家庭客户折扣优惠费用40

表4 3：BT家庭业务42

表4 4：T-mobile家庭优惠资费44

表4 5：法国电信家庭业务45

表4 6：Verizon家庭优惠资费48

表 5 1 重组后中国移动SWOT分析49

表 5 2 重组后中国电信SWOT分析50

表 5 3 重组后中国联通SWOT分析50

图5 1：一个人在社会中承担的角色——角色丛52

图5 2：运营商在家庭市场竞争博弈图53

图5 4：竞争链模型57

图5 5：增值业务发展三个阶段60

图5 6：价值网分析模型64

图6 1 3G价值链与参与者的对应关系73

图6 2 2009-2011年我国数字家庭市场规模预测73

图6 3 2009-2011年我国数字家庭市场规模收入预测74

表6 4：Femtocell和WiFi比较78

图6 5 未来家庭信息化应用79

附录：

1、机构可提供的相关咨询服务

3G增值业务产品规划咨询

面向3G的电信业务融合应对咨询

面向3G的渠道变革与转型咨询

面向3G的定制终端营销咨询

2、机构可提供的相关培训服务

3G时代的电信运营体系培训

3G时代的电信业务整合营销培训

3G时代电信服务营销与运营

移动互联网运营与运营商转型培训

基于品牌的产品策略培训

互联网营销与电子渠道拓展

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45710.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。