



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 电信运营商全业务运营策略研究

## 一、调研说明

《电信运营商全业务运营策略研究》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/45734.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

随着电信重组的尘埃落地，中国电信市场的竞争格局终于从迷雾走向清晰——三足鼎立。电信重组带来的是两个结果：全业务运营和3G的上马。

可以想象，在未来的几年内，对用户的争夺将会异常激烈，尤其是在3G话音市场上。在移动市场格局基本稳定之后，全业务运营将成为电信运营的重中之重。如何玩转全业务运营，释放全业务的整合优势，将是运营商需要重点解决的问题。

鉴于此，我们对海外领先的全业务运营商AT&T、德国电信、法国电信和英国电信进行了重点研究，其中法国电信（FT）可以说是这方面的典范。早在2005年，法国电信为更好发挥全业务的整合优势，提出“NExT计划”，目标是从2006到2008年，通过实施一系列创新性计划，统一服务门户网站，统一客户支持服务，统一品牌架构，将企业品牌统一为“Orange”；甚至基于全业务运营的要求，将以业务为中心的组织架构调整为以客户为中心的组织架构，以更好地响应客户需求和为客户提供更完美的客户体验。

同时我们也结合重组后新三大运营商情况，分析出各大运营商在3G和全业务运营上可能的策略。总结出全业务运营的成功关键要素，并针对性的提出相应的解决方案。

### 【 目录 】

1. 报告简读	1
1.1. 报告背景	1
1.2. 研究框架	1
1.3. 3-info观点	2
1.3.1. 主要发现	2
1.3.2. 发展建议	3
2. 海外全业务运营商经验借鉴	4
2.1. AT&T全业务运营策略	4

2.1.1.	AT&T的发展历程和全业务构成	4
2.1.2.	AT&T业务发展状况	6
2.1.3.	AT&T的全业务运营总体策略	9
2.1.4.	AT&T全业务运营的业务发展策略	9
2.1.5.	全业务运营的营销策略	12
2.1.6.	全业务网络和终端策略	15
2.2.	德国电信（DT）全业务运营策略	15
2.2.1.	德国电信的发展历程和全业务构成	15
2.2.2.	德国电信的业务发展状况	17
2.2.3.	德国电信的全业务运营策略	17
2.3.	法国电信（FT）全业务运营策略	25
2.3.1.	法国电信的发展历程和全业务构成	25
2.3.2.	法国电信的业务发展状况	27
2.3.3.	法国电信的全业务运营策略	27
2.4.	英国电信（BT）全业务运营策略	36
2.4.1.	英国电信的发展历程	36
2.4.2.	英国电信的业务发展状况	36
2.4.3.	英国电信的全业务运营策略	37
3.	电信产业发展趋势和对全业务运营的要求	44
3.1.	电信产业发展趋势	44
3.1.1.	远期：固网和移动的大融合（FMC）	44
3.1.2.	近期：互联网和移动的融合	45
3.2.	电信业务发展趋势	48
3.2.1.	电信业务未来发展的三个阶段	48
3.3.	产业融合对全业务运营的要求	50
3.3.1.	满足客户多元化需求的需要	50
3.3.2.	“三网合一”的驱动	51
3.3.3.	提高资源利用率，分散经营风险	51
3.4.	融合可以带来的价值	52
3.4.1.	为客户提供更好体验的同时，驱动收入增长	52
3.4.2.	提高客户忠诚度	52

4. 电信重组后市场竞争格局	53
4.1. 电信重组后市场竞争格局：三足鼎立	53
4.2. 新移动、新电信、新联通的3G牌照发放情况	53
4.3. 新三大运营商竞争实力对比分析	55
4.3.1. 总体力量对比	55
4.3.2. 移动通信市场对比	56
4.3.3. 固话市场对比	57
4.3.4. 宽带市场对比	58
4.3.5. 其他因素对比	59
4.4. 新三大运营商的SWOT分析	64
4.4.1. 中国移动SWOT分析	64
4.4.2. 中国电信SWOT分析	64
4.4.3. 中国联通SWOT分析	65
5. 新三大运营商3G和全业务竞争策略	67
5.1. 运营商竞争地图	67
5.2. 三大运营商重组后全业务运营策略分析	68
5.2.1. 中国移动全业务运营策略	69
5.2.2. 中国电信全业务运营策略	70
5.2.3. 中国联通全业务运营策略	71
5.3. 三大运营商重组后3G竞争策略分析	72
5.3.1. 中国移动3G竞争策略分析	72
5.3.2. 中国电信3G竞争策略分析	73
5.3.3. 中国联通3G竞争策略分析	74
6. 全业务运营成功关键要素	75
6.1. 全业务运营的关键业务	75
6.1.1. 基础电信业务	75
6.1.2. 增值业务	76
6.2. 全业务运营成功关键要素	78
6.2.1. 互联网和3G增值业务开发策略	79

6.2.2.	业务捆绑与业务融合策略	80
6.2.3.	统一的品牌运营策略	82
6.2.4.	合作、共赢的开放式产业链合作	83
6.2.5.	以客户为中心的组织架构	84

&#8226;	3-info可提供的服务	85
---------	--------------	----

一、	3-info可提供的服务	85
----	--------------	----

二、	3-info公司简介	89
----	------------	----

## 图表目录 ( 43 )

图11：	全业务运营策略研究框架	2
------	-------------	---

表21	AT&T全业务构成	6
-----	-----------	---

图21	2004-2007年AT&T无线用户数发展	6
-----	-----------------------	---

图22	2004-2007年AT&T宽带用户数发展	7
-----	-----------------------	---

图23	2007年AT&T收入构成（按客户）	7
-----	--------------------	---

表22	2007年AT&T收入构成（按业务）	8
-----	--------------------	---

图24	2006-2010年AT&T U-verse业务发展	8
-----	----------------------------	---

表23	AT&T捆绑式资费套餐	13
-----	-------------	----

表24	德国电信的品牌架构	23
-----	-----------	----

表25	德国电信的全业务构成和组织架构	25
-----	-----------------	----

表26	法国电信的新型捆绑通信服务套餐	30
-----	-----------------	----

表27	法国电信新型企业服务	32
-----	------------	----

图25	法国电信以技术主导向客户主导的组织架构转型	33
-----	-----------------------	----

图26	2007年英国电信收入构成（按客户）	36
-----	--------------------	----

图27	2007年英国电信收入构成（按业务内省）	37
-----	----------------------	----

图28	英国电信战略转型思路	37
-----	------------	----

图29	英国电信21CN网络演进技术思路	42
-----	------------------	----

表28	英国电信转型前以业务为中心的组织架构	42
-----	--------------------	----

表29	英国电信转型后以客户为中心的组织架构	43
-----	--------------------	----

图31：	互联网发展的下一阶段是移动互联网	46
------	------------------	----

图32：	移动互联网发展的三个阶段	47
------	--------------	----

图33：	电信业务未来发展三个阶段	48
------	--------------	----

图4 1：电信重组示意图	53
表 4 1 重组后3G牌照分布	54
表 4 2 重组后市场格局对比	55
图4 2：重组后移动通信市场竞争格局	56
图4 3：重组后固话市场竞争格局	57
图4 4：重组后宽带接入市场竞争格局	58
图4 5：中国电信向综合信息服务提供商转型策略	59
图4 6：中国移动向移动信息专家转型策略	61
图4 7：重组前四大运营商2007年营业利润率对比	62
图4 8：重组前四大运营商2007年净利润率对比	63
表 4 3 重组后中国移动SWOT分析	64
表 4 4 重组后中国电信SWOT分析	64
表 4 5 重组后中国联通SWOT分析	65
图5 1：重组后运营商竞争地图	67
图5 2：重组后全业务运营发展的三个阶段	68
图6 1：业务融合自下而上的演进路径	76
图6 2：基于未来发展趋势的电信产品地图	77
表 6 1 全业务运营背景下的电信业务捆绑策略	80
表 6 2 全业务运营背景下的电信业务融合策略	80
表 6 3 全业务运营下的中国移动品牌架构	82
表 6 4 全业务运营下的中国移动组织架构	83

## 附录：

### 1、3-info可提供的相关咨询服务

- 1) 3G增值业务产品规划咨询
- 2) 移动互联融合应对策略
- 3) 面向3G的电信业务融合应对咨询
- 4) 面向3G的渠道变革与转型咨询
- 5) 面向3G的定制终端营销咨询

.....

### 2、3-info可提供的相关培训服务

- 1) 3G时代的电信运营体系培训

- 2) 3G时代的电信业务整合营销培训
- 3) 3G时代电信服务营销与运营
- 4) 移动互联网运营与运营商转型培训
- 5) 基于品牌的产品策略培训
- 6) 互联网营销与电子渠道拓展

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45734.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。