



艾凯咨询
ICAN Consulting

面向3G的运营商渠道变革与转型策略

一、调研说明

《面向3G的运营商渠道变革与转型策略》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/45754.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。更为重要的事，电信重组带来的是全业务运营，也就意味着：不管是对原来的固网运营商还是移动运营商，竞争对手突然从两家变为三家，竞争变革变得越来越激烈，“双寡头默契”将不复存在。

因此，对三家新运营商来说，3G带来的是两方面的冲击：3G技术演进带来的变革和全业务运营带来的变革。

总之，3G带来的是变革性的冲击和影响，为3G带来的挑战，运营商需要全方位的进行变革转型。其中，渠道是首当其冲的“战略要地”。

通过简单的分析就可知道，渠道就像运营商的拳头，运营商的任何力量都需要通过渠道这一拳头来“发力”——渠道是运营商和客户之间的纽带，是产品、服务、品牌、企业战略传递的载体。另一方面，渠道也需要随着产品的变化、服务的变化、品牌的变化和企业战略变化而变化 and 转型。

从目前竞争格局和未来发展来看，电信渠道未来将会呈现“六化”的发展趋势：一体化、电子化、差异化、整合化、扁平化和信息化。以“电子化”为例，未来互联网、移动互联网和自身具备媒体化特征的产品（如手机报），将成为运营商主要的渠道，实体渠道只是作为电子渠道的补充和终端维护——电子渠道难以覆盖的农村地区，以及行业应用的拓展渠道。

为顺应这一发展趋势，电信运营商需要重点实现几个方面的转型：

1、各渠道的专业化运营，同时实现一体化协同；

2、实体渠道：扁平化和区域化管理；由以服务中心向以销售和体验为中心转型；提升社会渠道忠诚度，稳定渠道发展。

3、电子渠道：重点拓展互联网渠道，以门户网站为突破口实现电子渠道由宣传、业务办理和服务向服务、营销和体验转型。

3-info基于在电信运营方面的多年研究和实战操作经验，对3G应对策略进行了深入的研究，重点探讨面向3G的全业务运营策略，包括面向3G的产品转型策略、渠道变革与转型策略、终端营销策略等。

本报告是3G应对策略系列研究报告的第一份报告——《面向3G的运营商渠道变革与转型策略》。随后，3-info将继续推出面向3G的运营策略的一系列后续报告，敬请关注。

【 目录 】

1 报告简读

1.1 报告背景

1.2 研究框架

1.3 3-info观点

2 电信运营商渠道现状与问题

2.1 运营商现有渠道体系

2.2 国内主要运营商的渠道架构

2.2.1 中国移动

2.2.2 中国联通

2.2.3 中国电信

2.3 电信运营商渠道存在的问题

3 渠道特征分析

3.1 渠道定义和功能

3.2 实体渠道

3.2.1 营业厅

3.2.2 社会渠道

3.3 电子渠道

3.3.1 网站

3.3.2 WAP

3.3.3 电话

3.3.4 短信

3.4 新型渠道

3.4.1 应用场景相关渠道

3.4.2 互联网渠道

4 海外运营商及其他行业渠道经验借鉴

4.1 海外运营商渠道经验

4.1.1 SKT

4.1.2 Vodafone

4.1.3 和黄3

4.1.4 NTT Docomo

4.2 其他行业渠道发展经验

4.2.1 摩托罗拉

4.2.2 PPG

4.2.3 航空公司

5 面向3G时代的渠道变革和整合策略

5.1 3G发展对渠道的要求

5.2 全业务运营对渠道的要求

5.3 运营商渠道未来发展趋势

5.3.1 一体化

5.3.2 扁平化

5.3.3 差异化

5.3.4 整合化

5.3.5 信息化

5.3.6 电子化

5.4 运营商渠道转型重点工作建议

5.4.1 各渠道专业化运营，相互协同

5.4.2 实体渠道转型策略

- 5.4.2.1 由服务为中心向以销售和体验为中心转型
- 5.4.2.2 提升社会渠道的忠诚度
- 5.4.3 电子渠道转型策略
 - 5.4.3.1 由宣传、服务、业务办理为中心向以服务、体验、销售为中心转型
 - 5.4.3.2 以网站为中心和突破口逐步实现电子渠道转型
- 5.4.4 新型渠道拓展策略：根据新业务发展和竞争需要拓展新的渠道形式。
 - 5.4.4.1 应用场景相关渠道——基于产品特征拓展场景营销
 - 5.4.4.2 互联网渠道——核心是搭建合作机制和平台

附录 3-info可提供的相关咨询服务

- 1、 面向3G的数据业务应对策略
- 2、 面向3G的渠道转型
- 3、 面向3G的定制终端营销
- 4、 面向3G的产品设计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45754.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。