



艾凯咨询
ICAN Consulting

面向3G的运营商定制终端营销 策略

一、调研说明

《面向3G的运营商定制终端营销策略》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/45755.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。而在这一过程中，终端起着决定性的作用，因为在3G时代，无论是话音还是数据业务的拓展，都依赖于与2G时代完全不同的3G终端作为载体。

在2G时代，由于种种原因，运营商在终端销售中参与程度很低，更多是由手机厂商来完成。这虽然在一定程度上促进了移动通信产业的发展，但也必然带来一些问题——手机厂商和运营商战略和步伐的不一致导致二者难以真正协同发展，这在数据业务的发展过程中已经暴露无遗。在3G时代，不论是话音业务合适数据业务，都将更多依赖于终端，可以说终端的成败将决定运营商的成败。

因此，运营商有必要主动、积极的介入3G终端销售市场，通过对终端销售市场的影响力引导终端产业链。

落实在具体策略上，运营商需要建立以“手机大卖场为点，营业厅为线，社会渠道为面的点线面结合”的终端营销渠道体系，扩大在终端产业链的影响力。而对于“运营商手机大卖场”，运营商需要充分借助自身的品牌优势和资源优势，借鉴手机卖场运营经验，实现手机卖场的专业化、连锁化运营。

与其他手机卖场不同的是，建设手机大卖场和终端销售体系的目的不在于如何通过压榨手机厂商获得更多的利润和现金流，而在于通过在终端销售行业的影响力带动手机厂商与自身策略保持一致，并且借助终端的销售进行话音业务（3G发展前期的重点）和数据业务（3G

发展中后期)的渗透、拓展和占领。

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一份报告——《面向3G的运营商定制终端营销策略》,此系列还包括如《面向3G的运营商渠道变革与转型策略》等报告,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 运营商定制终端营销现状

2.1 中国移动:心机营销体系

2.2 中国联通:联通华胜与定制终端营销

2.3 中国电信:终端运营公司与定制终端营销

3 终端运营在3G运营体系中的地位

3.1 3G发展对终端的要求

3.2 终端运营在3G电信运营体系中的位置

3.3 3G定制终端市场需求预测

4 终端产业链和终端销售市场现状

4.1 终端产业链构成和各环节分析

4.2 终端销售市场分析

4.3 目前销售市场现状和主要销售模式分析

4.4 用户终端购买行为分析(用户在终端购买行为中,对专业化和品牌化的偏好)

5 海外运营商3G终端销售策略

5.1 SKT

5.2 NTT Docomo

5.3 Vodafone

6 面向3G的运营商定制终端营销策略

6.1 电信运营商定制终端运营总体定位

6.2 电信运营商定制终端营销体系：建立以“手机大卖场为点，营业厅为线，社会渠道为面的点线面结合”的终端营销渠道体系

6.3 手机大卖场建设和运营策略

6.3.1 手机大卖场建设和运营总体策略：连锁化、专业化、品牌化运营

6.3.2 布局选址和建设模式

6.3.3 卖场店面布局

6.3.4 卖场运营管理

6.3.5 手机销售和电信业务营销——体验式营销

6.3.6 物流、信息流、资金流管理

6.3.7 终端增值服务

6.3.8 卖场组织架构

6.4 定制终端与电信业务整合营销策略

6.4.1 通过终端明星产品（如Iphone）拉动市场份额

6.4.2 终端与新业务的整合营销

6.4.2.1 业务内置

6.4.2.2 交叉销售

6.4.2.3 与新业务体验营销相结合

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/45755.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。