



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 重组后中国3G市场竞争与运营商全业务发展策略研究

## 一、调研说明

《重组后中国3G市场竞争与运营商全业务发展策略研究》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/45760.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。

对于“新生”的三个全业务运营商来说，电信重组均是一个新的拐点。在重组后，三大运营商各自有优劣势，中国移动一家独大的局面很快就将一去不复返，移动市场8：1：1的局面肯定会发生巨大的变革。如果只是得出这样的结论，那么本报告就只能免费送给您阅读了。我们在本报告里研究的第一个问题就是：在全面分析重组后三大运营商的优劣势后，准确判断出三大运营商的竞争策略，以及最主要的招术。可以肯定的是，三大运营商的第一个目标是一致的——抢用户，但是效果会更不相同，因为有些运营商已经早开始做准备，通过一些类似即时通讯、手机邮箱这样粘性业务的渗透提高客户的在网粘性。……

新的市场格局达到均衡状态之后，三大运营商又会面临“同样”的问题——全新的、3G业务的运营。3G时代区别于2G时代最大的变化就在于增值业务，而3G增值业务与2G/2.5G增值业务不同的是逐步实现与互联网的融合，正是这一融合，带来了从盈利模式到商务模式、运营模式的巨大变革——这些变革对现有运营商运营机制带来的是革命性的冲击和挑战，远远超过业务的变化带来的冲击。

因此，我们对欧美和日韩地区的3G先行者进行了全面的研究——从网络建设到产品、营销和终端，并从中总结出我们可以借鉴的经验。从分析来看，由于客户的消费习惯于国内客户更为接近，日韩地区的3G运营商们为国内运营商提供更多的可供借鉴的经验。而主要依靠话音的欧美3G运营商们似乎在3G的战场上提供的更多的是失败的教训——光靠话音的3G是很难成功的。……

此外，我们还对3G时代的一些核心业务进行了全面的分析和研究。主要包括：手机音乐、手机游戏、移动电子商务、移动定位、移动支付等，主要从市场规模、商业模式、运营模式和成功关键因子等方面进行研究，试图为运营商及相关的企业提供有力的决策支撑。如果能使得相关产业少走一些弯路，推动这些产业的良性发展，将是我们的荣幸！

总之，“千呼万唤始出来”的3G带来的绝对是革命性的变化——不是因为在技术上它有

多么的先进，而是在于它带来的市场格局的变化和商业模式的变革。

3-info基于在电信运营和增值业务的多年研究和实战操作经验，试图从第三方的角度，对3G从建设到运营，从产品到营销，从前台到后台，从现在到未来，做一个全景的透视，从而帮助运营商及相关的实施者快速的认识它，了解它，征服它！

本报告是面向3G运营和产品策略的系列报告中的一份报告——《面向3G的手机音乐发展策略报告》。如您感兴趣，可以访问我们的网站或者和我们直接联系，了解其他报告的更多信息。

## 【 目 录 】

### 第一章 报告简读

#### 1.1 报告背景

#### 1.2 研究框架

#### 1.3 3-info观点

### 第二章 欧美主导运营商3G市场发展分析

#### 2.1 欧美3G商用发展情况

##### 2.1.1 欧洲3G总体发展情况

###### 2.1.1.1 整体格局

###### 2.1.1.1 通信发展环境

##### 2.1.2 美国3G总体发展情况

###### 2.1.2.1 整体格局

###### 2.1.2.1 通信发展环境

#### 2.2 和黄（HUTCHISON）3G发展研究

##### 2.2.1 和黄的3G发展概况

##### 2.2.2 和黄的3G用户和业务收入

##### 2.2.3 和黄的3G策略分析

###### 1) 和黄3G网络建设和技术演进策略

###### 2) 和黄3G的产品策略

3) 和黄3G的营销策略

4) 和黄终端发展策略

2.2.4和黄3G可借鉴的经验

2.3 沃达丰 ( VODAFONE ) 3G发展研究

2.3.1沃达丰的3G发展概况

2.3.2沃达丰的3G用户和业务收入

2.3.3. 沃达丰的3G策略分析

1) 沃达丰3G网络建设和技术演进策略

2) 沃达丰3G的产品策略

3) 沃达丰3G的营销策略

4) 沃达丰终端发展策略

2.3.4沃达丰3G可借鉴的经验

2.4Orange 3G发展研究

2.4.1Orange的3G发展概况

2.4.2Orange的3G用户和业务收入

2.4.3. Orange的3G策略分析

1) 3G网络建设和技术演进策略

2) 3G的产品策略

3) 3G的营销策略

4) 终端发展策略

2.4.4Orange3G可借鉴的经验

2.5T-MOBILE 3G发展研究

2.5.1 T-MOBILE的3G发展概况

2.5.2 T-MOBILE的3G用户和业务收入

2.5.3. T-MOBILE的3G策略分析

1) 3G网络建设和技术演进策略

2) 3G的产品策略

3) 3G的营销策略

4) 终端发展策略

2.5.4 T-MOBILE 3G可借鉴的经验

2.6Verizon 3G发展研究

2.6.1 Verizon的3G发展概况

#### 2.6.2 Verizon的3G用户和业务收入

#### 2.6.3. Verizon的3G策略分析

- 1) 3G网络建设和技术演进策略
- 2) 3G的产品策略
- 3) 3G的营销策略
- 4) 终端发展策略

#### 2.6.4 Verizon 3G可借鉴的经验

### 2.7Cingular 3G发展研究

#### 2.7.1 Cingular的3G发展概况

#### 2.7.2 Cingular的3G用户和业务收入

#### 2.7.3. Cingular的3G策略分析

- 1) 3G网络建设和技术演进策略
- 2) 3G的产品策略
- 3) 3G的营销策略
- 4) 终端发展策略

#### 2.7.4 Cingular 3G可借鉴的经验

## 第三章 日韩主导运营商3G市场发展分析

### 3.1日韩3G商用发展情况

#### 3.1.1日本3G总体发展情况

##### 3.1.1.1 整体格局

##### 3.1.1.2通信发展环境

#### 3.1.2韩国3G总体发展情况

##### 3.1.2.1 整体格局

##### 3.1.2.2通信发展环境

### 3.2 NTTDOCOMO 3G发展研究

#### 3.2.1 NTTDOCOMO的3G发展概况

#### 3.2.2 NTTDOCOMO的3G用户和业务收入

#### 3.2.3. NTTDOCOMO的3G策略分析

- 1) 3G网络建设和技术演进策略
- 2) 3G的产品策略
- 3) 3G的营销策略

#### 4) 终端发展策略

### 3.2.4 NTTDOCOMO 3G可借鉴的经验

## 3.3 KDDI 3G发展研究

### 3.3.1 KDDI的3G发展概况

### 3.3.2 KDDI的3G用户和业务收入

### 3.3.3. KDDI的3G策略分析

#### 1) 3G网络建设和技术演进策略

#### 2) 3G的产品策略

#### 3) 3G的营销策略

#### 4) 终端发展策略

### 3.3.4沃达丰3G可借鉴的经验

## 3.4 SKT 3G发展研究

### 3.4.1 SKT的3G发展概况

### 3.4.2 SKT的3G用户和业务收入

### 3.4.3. SKT的3G策略分析

#### 1) 3G网络建设和技术演进策略

#### 2) 3G的产品策略

#### 3) 3G的营销策略

#### 4) 终端发展策略

### 3.4.4 SKT 3G可借鉴的经验

## 3.5 KTF 3G发展研究

### 3.5.1 KTF的3G发展概况

### 3.5.2 KTF的3G用户和业务收入

### 3.5.3. KTF的3G策略分析

#### 1) 3G网络建设和技术演进策略

#### 2) 3G的产品策略

#### 3) 3G的营销策略

#### 4) 终端发展策略

### 3.5.4 KTF 3G可借鉴的经验

## 第四章 电信重组后市场竞争格局

### 4.1电信重组后市场竞争格局：三足鼎立

4.2新移动、新电信、新联通的3G牌照发放情况

4.3新三大运营商的对比分析

4.3.1用户数

4.3.2收入

4.3.3业务范围

4.4新三大运营商的SWOT分析

4.4.1中国移动SWOT分析

4.4.2中国电信SWOT分析

4.4.3中国联通SWOT分析

## 第五章 新三大运营商3G竞争策略

5.1运营商竞争地图

5.2三大运营商可能的3G竞争策略分析

5.2.1 中国移动3 G 竞争策略分析

1) 市场目标

2) 竞争策略

5.2.2中国电信3 G 竞争策略分析

1) 市场目标

2) 竞争策略

5.2.2中国联通3 G 竞争策略分析

1) 市场目标

2) 竞争策略

## 第六章 3 G 业务市场发展分析

6.1移动通信未来发展的三个阶段

6.2基于未来发展的移动产品地图

6.3 3G时代核心产品和应用分析

6.3.1基础通信业务

1) 市场规模预测

2) 商业模式

3) 运营模式

4) 成功关键点.



### 6.3.2手机音乐

- 1) 市场规模预测
- 2) 商业模式
- 3) 运营模式
- 4) 成功关键点.

### 6.3.3手机游戏

- 1) 市场规模预测
- 2) 商业模式
- 3) 运营模式
- 4) 成功关键点.

### 6.3.4移动电子商务

- 1) 市场规模预测
- 2) 商业模式
- 3) 运营模式
- 4) 成功关键点.

### 6.3.5移动支付

- 1) 市场规模预测
- 2) 商业模式
- 3) 运营模式
- 4) 成功关键点.

### 6.3.5移动定位

- 1) 市场规模预测
- 2) 商业模式
- 3) 运营模式
- 4) 成功关键点.

## 6.4 网络投资市场预测

### 6.4.1网络设备

### 6.4.2终端设备

### 6.4.3支撑系统

## 第七章 3G业务价值链分析

### 7.1 3G业务价值链构成

- 7.1.1传统电信业务价值链构成
- 7.1.2 3G业务价值链构成
- 7.1.3 3G业务价值链的核心控制点
- 7.2 3G业务的商业模式
  - 7.2.1 3G业务的盈利模式
  - 7.2.2 3G业务的价值分配原则
- 7.3 3G业务的运营模式
  - 7.3.1 3G业务的产品开发和产品管理模式
  - 7.3.2 3G业务的营销模式
- 7.4 3G业务的产业空间
  - 7.4.1 产业整体空间
  - 7.4.2 运营商
  - 7.4.3 网络设备厂商
  - 7.4.4 终端厂商

## 第八章 运营商3G应对策略

- 8.1 运营商的总体定位
- 8.2 产业链定位的变革
- 8.3 业务开发和业务管理模式的变革
- 8.4 营销模式和渠道的变革
- 8.5 组织架构和企业文化的变革

## 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/45760.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。