

2012年海外3G运营商标杆案例 研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012年海外3G运营商标杆案例研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tongxun1203/D471984267.html>

【报告价格】 纸介版**14800**元 电子版**15800**元 纸介+电子**16300**元

【出版日期】 2012-03-09

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

摘要

2009年1月，我国第三代移动通信（3G）牌照发放，2009年成为我国的3G元年。3G牌照发放后，中国通信业进一步强化形成一条包括3G网络建设、终端设备制造、运营服务、信息服务在内的通信产业链，对扩大内需、刺激经济产生重要作用。3G时代对中国电信行业发展影响意义重大，不仅给电信行业的相关企业带来重大利好，也将使电信市场竞争更为激烈，伴随着中国3G市场的逐步深化发展，中国的3G产业链成员亟需更为深入地借鉴国外3G业务、应用发展经验，以便制定自身更为有效的发展策略，积极呼应行业发展趋势与应对同业竞争。本报告通过对海外七家电信运营商的3G发展历程进行详细地回顾，结合竞争变化，基于七大3G运营商不同时期的网络建设战略分析，对各标杆运营商3G增值服务发展涉及的应用、产业链合作、市场策略、用户需求和行为等进行了多方位剖析。为进入中国3G产业的企业，总结海外3G运营与增值业务发展的众多经验教训，带来思考和借鉴，推动中国3G企业和增值业务市场的发展。

本报告由八章组成，分为两部分：

第一部分（前七章）从运营商公司背景、3G网络建设、3G业务分类及增值业务发展策略、3G用户发展和产业链角度，深入研究了NTT DoCoMo、KDDI、SKT、AT&T、Vodafone、和记3和Orange七家海外3G运营商的运营策略。

第二部分（第八章）在此基础上进行总结，归纳了全球3G牌照发放情况，以及3G网络建设与用户发展情况，并概要介绍了海外运营商3G业务开展情况。总结出运营商的五点市场策略：推广强势品牌、专注娱乐体育内容服务、加强对SP/CP的控制、加强手机定制、保持用户精细型增长。同时对已经开展3G业务的国内运营商提出五点建议：一、建设高质量、高覆盖的3G网络；二、终端准备必须丰富、充分；三、以3G新品牌为基础创造丰富的业务形态；四、运营商要掌控产业链；五、关注行业应用实现规模突破。

欢迎业内企业共同交流探讨，推动3G业务在中国的发展。

报告目录

执行摘要 EXECUTIVE SUMMARY 10

第1章NTT DOCOMO 11

1.1公司背景及3G发展历程

.....
.....11

[illegible]

2.1 公司背景及3G发展历程

.....
.....45

2.1.1 公司背景 45

2.1.2 3G发展历程 45

2.2 网络建设

.....
.....
.....46

2.3 3G用户发展

.....
.....
.....47

2.3.1 用户规模及增长趋势 47

2.3.2 市场推广策略 48

2.4 3G增值业务发展

.....
.....
.....52

2.4.1 增值业务分类 52

2.4.2 财务指标表现 55

2.4.3 内容应用推陈出新 56

2.4.4 增值业务发展策略 58

2.4.5 典型3G增值业务介绍 60

2.5 产业链合作策略

.....
.....
.....64

2.5.1 终端策略 64

2.5.2 价值链和合作策略 67

2.6 KDDI的主要发展策略启示

.....

3.4 3G增值业务发展

.....
.....
.....81

3.4.1 增值业务分类 82

3.4.2 增值业务发展策略 84

3.4.3 典型3G增值业务介绍 86

3.5 产业链合作策略

.....
.....
.....90

3.5.1 终端策略 90

3.5.2 价值链和合作策略 92

3.6 SKT发展经验总结

.....
.....
96

第4章AT&T 98

4.1 公司背景

.....
.....
.....98

4.2 3G网络建设

.....
.....
.....99

4.3 3G用户发展

.....
.....
.....100

4.3.1 用户规模及增长趋势 100

4.3.2 市场推广策略 102

4.4 3G增值业务发展

[illegible]

4.4.1 增值业务分类 107

4.4.2 增值业务发展策略 110

4.4.3 典型增值业务介绍 113

4.5 产业链合作策略

[illegible]

4.5.1 终端策略 117

4.5.2 价值链合作与策略 118

4.6 AT&T发展策略启示

[illegible]

第5章VODAFONE 122

5.1 公司背景及3G发展历程

[illegible]

5.1.1 公司背景 122

5.1.2 沃达丰3G发展历程 123

5.2 3G网络建设

…………………………………
 …………………………………
 ………...124

5.2.1 网络建设现状 124

5.2.2 网络建设发展策略 125

5.3 3G用户发展

…………………………………
 …………………………………
 ………...127

5.3.1 用户规模及增长趋势 127

5.3.2 市场推广策略 128

5.4 3G增值业务发展

[illegible]

5.4.1 增值业务分类 131

5.4.2 财务指标表现 133

5.4.3 典型3G增值业务介绍 136

5.4.4 业务发展策略 139

5.5 产业链合作策略

[illegible]

5.5.1 终端策略 140

5.5.2 价值链和合作策略 141

5.6 沃达丰发展经验总结

[illegible]

第6章 和记3 148

6.1 公司背景及3G发展历程

[illegible]

6.1.1 公司背景 148

6.1.2 3G发展历程 149

6.2 3G网络建设

………………………………
………………………………
………...151

6.3 3G用户发展

[illegible]

………...152

6.3.1 用户规模及增长趋势 152

6.3.2 用户ARPU值变化及财务指标 153

6.4 3G增值业务发展

[illegible]

6.4.1 和记主要服务 154

6.4.2 典型3G增值业务介绍 155

6.4.3 和记3服务的创新点 163

6.5 产业链合作策略

[illegible]

6.5.1 终端策略 163

6.5.2 价值链和合作策略 164

6.6和记3发展经验总结

[illegible]

第7章ORANGE（法国） 166

7.1 公司背景及3G发展历程

[illegible]

7.1.1 公司背景 166

7.1.2 3G发展历程 167

7.2 3G网络建设

[illegible]

7.2.1 3G网络建设情况 169

7.2.2 3G部署中的几点经验 171

7.3 3G用户发展

.....
.....224

8.2.1 推广强势品牌 225

8.2.2 专注娱乐体育内容服务 228

8.2.3 加强对SP/CP的控制 229

8.2.4 手机定制补贴促进用户增长 230

8.2.5 保持用户精细型增长 231

8.3影响3G业务成功的关键因素

.....
.....233

8.3.1高质量、高覆盖的3G网络 233

8.3.2终端提供必须丰富、充分 234

8.2.3以3G新品牌为基础创造丰富的业务形态 235

8.2.4电信运营商要掌控产业链 236

8.2.4关注行业应用实现规模突破 237

图片目录

图 1 1 FOMA网络发展情况，左图为用户覆盖，右图为基站数 13

图 1 2 4G LTE网络基站数量及人口覆盖 14

图 1 3 NTT DOCOMO的3G网络发展与进步 16

图 1 4 NTT DOCOMO 2G与3G用户的发展 17

图 1 5 NTT DOCOMO增加总ARPU的策略 18

图 1 6 NTT DOCOMO与其它公司比较客户流失率变化曲线 19

图 1 5 NTT DOCOMO业务体系发展 23

图 1 8 I-MODE的业务发展曲线图 28

图 1 9 OSAIFU-KEITAI的业务发展曲线图 31

图 1 10 NTT DOCOMO移动支付业务产业链 32

图 1 11 ID PAYMENT 与DCMX的用户数 34

图 1 12 I-CONCIER 用户数的变化 35

图 1 13 FOMA基站主要供货商供货比例 36

图 2 1 KDDI网络建设演进图 47

图 2 2 KDDI 2006-2010移动用户增长 48

图 2 3 KDDI移动用户数离网率 48

图 2 4 KDDI CDMA 1X WIN PLAN L套餐数据包月资费 50

图 2 5 KDDI 3G 用户数发展 52

图 2 6 KDDI借助发展网络有效增强用户体验 53

图 2 7 KDDI营业利润与利润率 55

图 2 8 KDDI通话分钟数及ARPU值 56

图 2 9 KDDI MOVIE MAIL功能列表及实例 60

图 2 10 KDDI PHOTO MAIL功能列表及实例 60

图 2 11 EZ CHANNEL PLUS用户界面 62

图 3 1 SKT用户数及市场占有率（单位1000） 74

图 3 2 SKT 2007-2010年的ARPU值（单位：韩元） 74

图 3 3 SKT业务收入发展情况（单位：万亿韩元） 75

图 3 4 SKT合作厂商及定制手机款数 92

图 4 1 AT&T 无线服务用户增长图（单位：百万） 101

图 4 2 AT&T各项业务用户数 102

图 4 3 2011年第一季度的营业收入比例 102

图4 4 U-VERSE TV收入表（左图）以及用户数（右图） 114

图4 5智能机销售与移动业务收入关系 118

图5 1沃达丰欧洲地区3G覆盖情况 126

图 5 2 VODAFONE年业务收入利润表 135

图 5 3 VODAFONE各地区各项业务收入表 136

图 5 4 VODAFONE LIVE 多渠道销售网络 137

图 5 5 VODAFONE LIVE的用户界面 138

图 6 1和记3公司移动通信网络覆盖率 152

图 6 2 和记3公司3G用户的发展（单位：1000） 152

图 6 3 PLANET 3用户界面 157

图 7 1 3G覆盖状况 169

图 7 2 欧洲WCDMA/EDGE部署情况 170

图7 3 ORANGE网络建设情况 170

图：7 4 ORANGE全球手机和互联网用户规模 172

图 7 5 ORANGE 市场份额变化图 172

图 7 6 2010年ORANGE在法国的ARPU	173
图 8 1 我国三大运营商3G用户数占比	190
图 8 2 2010年底我国三大运营商基站建设情况	191
图 8 3 2006-2010中国移动电邮个人用户规模	205
图 8 4 2010年第四季度国内移动IM累计账户市场份额	208
图 8 5 2010年第四季度国内移动IM活跃账户市场份额	208
图 8 6 2009Q1-2010Q3中国无线音乐市场用户规模	210
图 8 7 2010年第三季度中国三大运营商无线音乐用户占比	210
图 8 8 2009Q2-2010Q3中国无线音乐市场收入规模	210
图 8 9 2010第三季度厂商无线音乐市场占收比	211
图 8 10 中国移动139说客主页	216
图 8 11 中国电信天翼V博主页	216
图 8 12 中国联通沃联系主页	217
图 8 13 2007-2010上半年中国位置服务用户规模	219
图 8 14 2007-2010上半年中国位置服务市场规模及增长	219

表格目录

表 1 1 日本3G用户市场份额	17
表 1 2 ARPU (FOMA + MOVA+XI)(YEN/MONTH/CONTRACT)	18
表 1 3 DOCOMO数据业务基本套餐	20
表 1 4 DOCOMO数据业务套餐	21
表 1 5 FOMA提供的主要业务和特点	23
表 1 6 NTT DOCOMO的I-MODE服务分类	29
表 2 1 KDDI提供的套餐方案资费对比	49
表 2 2 KDDI CDMA 1X WIN 套餐月租	50
表 2 3 KDDI折扣种类与特点	51
表 2 4 KDDI的3G业务品牌	54
表 2 5 KDDI EZWEB内容及特点	61
表 3 1 SKT网络建设	73
表 3 2 SKT增值业务构成	82
表 3 3 SKT 提供的3G业务	83

表 3 4 JUNE业务的具体服务 87

表 4 1 AT&T重组——美国电信业从垄断到竞争，再回归“垄断”的演变缩影 99

表 4 2 AT&T运营收入增长表（单位：百万） 101

表 4 3 AT&T手机个人套餐资费方式 105

表 4 4 AT&T手机家庭套餐资费方式 105

表 5 1 手机电视包 129

表 5 2 预付费资费套餐 130

表 5 3 VODAFONE年收入表 133

表 5 4 VODAFONE用户细分和功能需求 133

表 5 5 欧洲地区VODAFONE年收入表 134

表 6 1 和记3公司HSDPA网络建设计划 151

表 6 2 英国的“PLANET 3”3G业务及主要内容 156

表 6 3 英国、3意大利及3澳大利亚公司的主要移动电视节目 159

表 6 4 和记3公司X-SERIES业务及特点 161

表 7 1 ORANGE在各国营业有机收入变化 174

表 7 2 ORANGE的CP/SP合作与发展模式体系 184

表 8 1 美国各移动运营商3G网络建设进程 189

表 8 2 中国三大运营商手机邮箱比较 206

表 8 3 部分运营商的市场品牌细分情况 225

表 8 4 部分运营商的 3 G 品牌 226

表 8 5 我国运营商的 3 G 品牌 226

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1203/D471984267.html>