

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: 200215148

UDC _____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

电 信 增 值 业 务 研 究

Telecom VAS Study

范 圣 夫

指导教师姓名: 刘 持 金 教 授

专 业 名 称: 工 商 管 理 (EMBA)

论 文 提 交 日 期: 2007 年 10 月

论 文 答 辩 日 期: 2007 年 月

学 位 授 予 日 期: 2007 年 月

答 辩 委 员 会 主 席: _____

评 阅 人: _____

2007 年 10 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

- 1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。
- 2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期： 年 月 日

导师签名：

日期： 年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

中文摘要

随着我国电信业改革的逐步深入和各项改革措施的逐步到位,中国电信市场的有效竞争格局正在逐步形成,我国中国电信行业管理政策将会全面转型,落实创新。基础电信业务收入的增幅在减小,实现利润的能力在下降,发展的空间越来越狭小,为使中国电信能够持续、快速、健康地发展,必须从战略的高度出发实施业务转型,发展增值业务是电信业务转型的标志。中国电信运营企业以增值业务为契机,不但能在企业信息化建设和应用中如鱼得水,还能以此为契机,打破目前量收不平衡、ARPU 值不断降低的发展僵局。同时中国电信企业的发展对于实现电信行业可持续发展、建设中国电信强国具有重要意义。本论文全面总结了目前中国电信增值业务发展现状,详尽分析了该业务各关键因素,并对其市场竞争格局与主要运营商市场的价值定位进行了分析和研究。

本文从对中国电信行业近年来的发展现状分析入手,揭示了中国电信行业特别是电信增值业务领域面临的挑战和机遇。简单地应用价值链分析方法分析多元化的电信增值业务环境发展与变化变得非常困难,在分析过程中为了能够更形象的展示电信增值业务环境的特征特性并从中发现挑战和机遇,本文引入生态系统分析方法,类比分析电信增值业务生态系统,并得到了生动形象的分析结果。最后利用其结果,本文给出了两个典型分析案例,阐述电信增值业务的机遇。

关键词: 增值业务; 价值链; 生态系统

厦门大学博硕士学位论文摘要库

ABSTRACT

Along with the evolution and deregulation of China telecom industry, China telecom market is moving into more and more competitive situation. Traditional telecom service market is growing slowly in China market recent years after China Telecom was restructured into four operators. On the other hand, telecom value-added-services market is growing faster and faster since 2002. To keep market share and maintain ARPU, China operators are facing the challenge of resetting their strategy. The big potential market of telecom value-added-services attracts not only operators but more and more small companies moving into this area. All players in the market place agree that value-added-services is the future of telecom industry. This article study the situation of value-added-services market and potential evolution by using the method of Michael E. Porter Value-chain and ecosystem, and try to explain the key elements of competitive advantage in value-added-services area.

According to the study, we select two typical cases at the end of this article to explain how to use our study analysis telecom value-added-services market and potential opportunity.

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目录

引言.....	1
第一章 绪论	2
1.1 中国电信行业发展阶段回顾	2
1.2 传统电信产业价值链.....	3
1.3 电信增值业务引发的价值链变化	4
第二章 电信增值业务发展现状	7
2.1 电信增值业务简介	7
2.2 国外电信增值业务发展情况简介	7
2.3 中国电信增值业务发展现状	9
第三章 中国电信增值业务价值链分析	12
3.1 迈克尔·波特价值链理论概述	12
3.2 电信增值业务分类	13
3.3 中国移动运营商增值业务价值链分析	14
3.4 中国固网增值业务价值链分析	17
3.5 3G 时代中国电信增值业务价值链的演进.....	18
第四章 电信增值业务生态系统特征分析	22
4.1 电信增值业务生态系统概念.....	22
4.2 电信增值业务生态系统特征分析	25
第五章 电信增值业务生态系统分析	28
5.1 电信增值业务生态系统环境.....	28
5.2 电信增值业务生态系统中各企业间的相互作用.....	30
5.3 电信增值业务价值链再分析	33
5.4 电信增值业务生态系统中各企业的价值定位	33
5.5 增值业务商务模式的思考	37

第六章 商机	39
6.1 基础电网络环境变化带来的商机—3G 技术.....	39
6.2 价值链演变带来的商机.....	41
结束语.....	49
参考文献.....	50

厦门大学博硕士论文摘要库

引言

随着电信和信息技术的发展，全球电信市场酝酿着变革。电信业在传统业务客户市场日趋饱和和市场竞争日益激烈的环境下，电信增值业务以其特殊的活力与优势，在这场变革中日趋成为焦点。增值业务发展突飞猛进，业务收入占电信业务总收入的比重在逐年攀升。据预测，到 2007 全球范围增值业务的收入将增加到 30%，我国有望达到 20%。2004 到 2010 年，全球移动增值业务的复合增长率将达到 21%，我国将达 17%。

增值业务已成为中国电信企业新业务增长点，也是投资方看重的企业成长性的重要指标。根据中国移动公司相关资料显示，在 2006 年中国移动春晚彩铃营销活动中，将春晚节目制作成彩铃供客户现场下载使用，仅《你是我的玫瑰花》一首歌在 20 天内定制次数达到了 150 万次，创造业务收入约 300 万元。增值业务发展吸引了全球范围的高度关注。电信的传统产业链正在延伸和扩展，一个包括“基础网络运营商—内容收集者和生产者—业务提供者—手机终端——用户”的新型产业价值链正在形成，而且电信产业价值链的形态也发生着快速裂变，由原有简单的单一清晰的价值链演变成错综复杂的价值链网络。人们感到电信增值业务领域充满机会。本文通过分析电信增值业务市场的发展现状结合国际运作经验，以具体的实例分析结合价值链、市场竞争、生态系统分析方法等对电信增值业务的发展演进进行探讨。以期对电信产业发展现状进行清晰描述，并从中发现产业的发展方向和新的商业机会。

第一章 绪论

1.1 中国电信行业发展阶段回顾

近几年，电信领域的快速发展令人瞩目。我国自 2001 年 12 月 11 日加入 WTO 后伴随着中国经济的腾飞电信业也保持着迅猛的增长的势头。中国的电信业务用户数从 2001 年底的 18039 万户快速增长到 2005 年底的 74385 万户，电信业务收入也保持稳步的增长，具体数据可参见图 1-1：

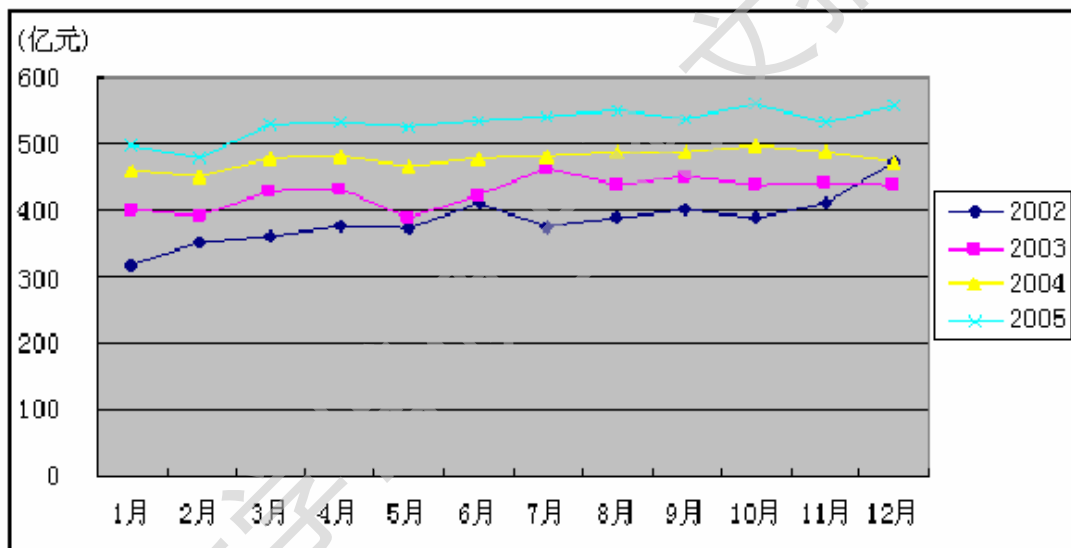


图 1-1: 2002-2005 年各月电信业务收入比较

资料来源:《2005 中国电信统计年度报告》人民邮电出版社

我国的电信业的迅猛发展对我国的国际贸易也做出了巨大的贡献。2001 年中国信息产业工业总产值达到 13571 亿美元,比上年同期增长 26.8%,完成出口 650 亿美元,同比增长 13.9%,占全国出口总额的 24.3%,成为各工业部门中规模最大、出口最多、效益最好、发展速度最快的第一支柱产业。到了 2006 年全年信息产品累计出口额为 2681.7 亿美元,同比增长 29.2%,高于全国外贸出口增速 0.8 个百分点,占全国外贸出口额的 35.2%,对全国外贸出口增长的贡献率达 36%,拉动全国外贸出口增长 28.4 个百分点中的 10.2 个百分点。

12 月份出口金额为 292.7 亿美元，当月出口增速高于全国外贸当月出口增速。累计进口总额为 2205.6 亿美元，同比增长 21.9%，高于全国外贸进口增速 4.3 个百分点，累计实现贸易顺差 476.1 亿美元。

1.2 传统电信产业价值链

1.2.1 产业价值链的内涵

产业价值链有广义和狭义之分。广义的产业价值链应该包括提供能满足消费者某种需要的效用系统的所有企业的集合。例如：提供能满足人们对物美价廉移动通讯需要的效用系统的产业价值链，不仅包括直接提供移动通讯服务企业、发射设备研制企业、终端设备研制企业等，而且还可以上溯到为它们提供原材料和其它辅助设备的企业，因为这些企业也可能间接影响消费者需求的满足程度与质量。狭义的产业价值链则是指直接提供满足消费者某种需要的效用系统的企业集合，舍弃了间接影响的企业。例如上例中就不再考虑那些“提供原材料的企业和其它辅助设备”的情况。

1.2.2 传统电信产业价值链

传统的产业价值链只有三个环节，分别是设备提供商、网络运营商和终端用户，在基本的产业链结构中，设备提供商处于上游，既提供了网络设备又提供了终端产品，其中网络设备主要提供给中游的网络运营商，终端产品则直接销售给客户。网络运营商在产业链中占据着重要的地位，它一方面是上游设备提供商的主要客户，另一方面通过经营电信网络，将电信业务提供给下游的客户，如图所示。由于传统电信的基础电信业务相对来说比较简单，主要提供语音业务，因此所有的电信业务均由网络运营商独自提供，而这些基本元素正是通过产品或服务相互联系。

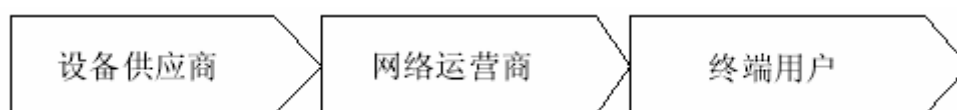


图 1-2 传统电信产业价值链模型

可以看出，在传统电信业务的价值链中，各价值链成员间的界面清晰，分别处在不同的上下游位置，各司其职，各利益主体关系松散，但从整个价值链看，网络运营商在其中起承上启下作用，它通过垂直整合控制着整个价值链，并使整个电信产业表现为网络和服务合二为一的简单电信服务系统。

1.3 电信增值业务引发的价值链变化

1.3.1 增值业务的内涵

增值服务 VAS (Value- Added Service) 是在电信服务中，除去传统的点对点语音服务，其它通过电信终端实现的各种生活、工作、学习、娱乐、管理、控制等服务。增值服务是一种开拓服务，是获取新的收入来源和商业机会的服务；也是任何可产生利润和减低客户流失率的服务。在传统的电信概念上，增值业务仍旧是电信服务范畴，但随着服务内容的深度化、服务形式的多样化、客户需求的个性化等演变，增值业务越来越表现为电信行业与其他行业的融合服务。

1.3.2 电信增值业务引发的价值链变化

随着电信技术的不断进步，增值业务已深入到各个产业和人们生活的各个部分，电信业务价值链正在不断延伸和扩展。从现代工业产业价值链来看，一个完整的价值链包括原材料加工、销售、服务等多个环节，不同的环节有不同的角色参与运行，发挥不同的作用，获得各自的利益。对于电信价值链而言，包括基础网络的建设与运营、提供电信设备、提供电信个性化服务支持以及终端销售等各个环节。正如一个企业不可能包揽从材料加工到销售、服务整个价值链一样，在开放竞争的电信市场中，一个基础电信运营商想要跨越整个链条，将每个环节都做得很好是不可能的，也是不现实的。

在目前的电信服务的整个产业价值链中，基础电信运营商拥有最重要的物理网络资源，无论哪一项新业务，无论什么新设备，都必须通过网络才能实现其价值和功能。不管是系统集成商、软件开发商还是内容提供商，都要通过电

信运营商的网络向最终用户提供服务，他们的价值要通过电信运营商才能体现出来。而增值电信运营则可以弥补基础电信企业的不足，将电信产业这一产业价值链运转得更加润滑和丰富（如图 1-3）。增值电信运营倡导的是一种电信服务的新理念。电信是作为传输平台产生和发展的，随着技术和经济的发展，电信已经成为更广泛意义上的应用和开发平台。如何在电信平台上应用与增值，已经成为整个电信产业发展的焦点。基础电信运营商与增值运营商相互依赖、共同发展的运营模式，也是电信业“服务竞争”时代的产物。如今，电信业的发展已步入“服务竞争”时代，以往靠相互比拼价格已把电信企业的利润降到最低水平，而在这“服务竞争”时代，服务质量至关重要。基础电信运营商必须拓展服务范围，开拓更大的市场空间才能在竞争中生存。增值业务运营商与各基础网络运营商的关系，是合作而不是竞争，是多赢的关系。在合作中，各方都是产业链中重要的一环，都会找到自己的位置和获利的机会：运营商提供接入平台和信息通道；服务商提供有一价值的信息；设备商提供更多的系统设备；而最终的结果是都会获得利润而发展自己。

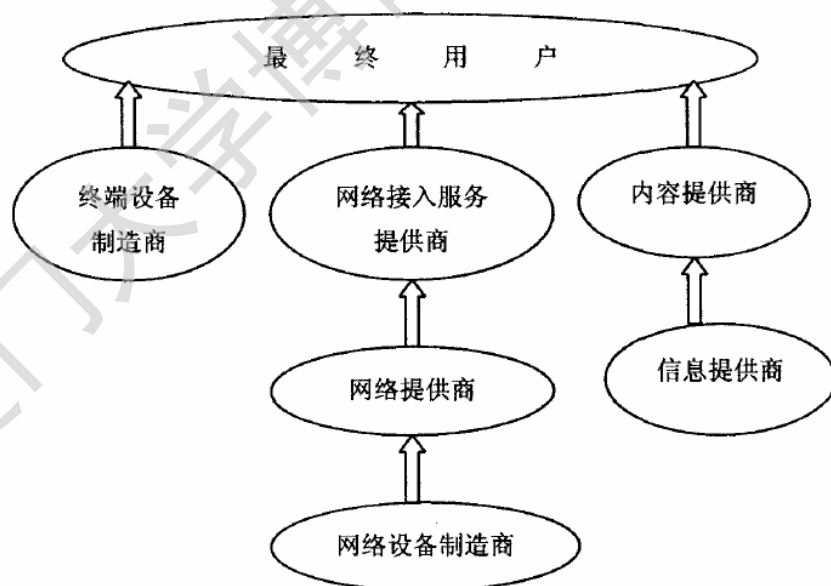


图 1-3 新的电信业务价值链

增值业务商的出现，有利于基础网络运营商从提高网络使用率中增加收益，进一步扩大网络覆盖范围，对消费者而言，则有了更多的选择权利，同时也有

利于今后广泛开发与推广网络增值服务，使消费者得到更多的优质服务。提供各种内容、服务的增值运营商与基础电信运营商相互依存、发展的运营模式，是电信市场竞争格局变化和市场需求多样化的必然结果，同时这也预示着电信服务将更趋个性化、人本化。由于企业用户和个人用户的需求千变万化，要求产业提供的内容和服务能够满足众多个性需求，而众多个性需求保证了价值链上游的各类企业得以生存和发展，同时也使得电信产业价值链裂变为复杂的价值链网络。要想清晰地分析、掌握增值业务的价值链网络将非常困难。本文试图利用生态系统分析方法对电信增值业务价值链网络进行分析，类比地得到对电信增值业务系统深刻的理解。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库