

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: X2007156203

UDC_____

厦门大学

硕士学位论文

北京电信 3G 业务营销策略研究

Study of Beijing Telecom 3G Business Marketing Strategy

徐光

指导教师姓名: 翁君奕教授

专业名称: 工商管理(EMBA)

论文提交日期: 2013年2月

论文答辩日期: 2013年 月

学位授予日期: 2013年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2013年2月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈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其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘 要

近年来，随着信息技术的飞速发展，3G浪潮在国内外风起云涌，第三代移动通信3G的时代已经来临。目前我国3G发展已经渡过艰难的起步期，进入平稳的发展阶段。网络建设初具规模，用户发展开始加速，3G业务逐渐丰富。在目前中国电信、中国移动和中国联通的市场格局情况下，作为3G市场的后进入者，中国电信应在全面进入3G市场时对其市场进行充分的分析和研究。

本文以中国电信北京公司（以下简称“北京电信”）3G业务为研究对象，通过理论联系实际，围绕北京电信如何调整3G业务营销策略实现市场格局突破为核心，全面梳理北京的3G市场竞争环境，提出要尽快从固网融合拉动的单一发展策略转向聚焦客户群体的市场营销策略上来，并通过聚焦“年轻群体”和“差异化群体”的营销策略带动整体3G规模发展，抓住3G时代机遇改变市场竞争格局。同时，在研究两个群体消费特征和趋势的基础上，结合北京电信自身运营能力和内外部环境优势，提出对这两个群体的发展规划及营销策略建议。

本文主要应用竞争环境分析，营销策略及消费者行为研究三个方面的理论知识，深入分析北京电信的竞争形势及内外部优劣势，提出营销策略调整方向以及具体的营销策略建议。

关键词：北京电信；3G业务；营销策略

厦门大学博硕士学位论文摘要库

ABSTRACT

In recent years, with the technology, 3G wave is surging a rapid development of information home and abroad. The third generation 3G mobile communication era has arrived. The current 3G development in China has been through the difficult initial stage, entering a stage of development. Network construction beginning to take shape, the user has begun to accelerate, 3G services are gradually enriched. In the current China telecom, China mobile and China Unicom's market circumstances, as a leader in telecom operators, China Mobile 3G market should be full access to the market when it is full of analysis and research.

In this paper, Beijing Telecom 3G for me study, by integrating theory with practice, focusing on how to adjust the development strategy of Beijing Telecom 3G realize market breakthrough as the core, a comprehensive carding domestic competition environment and foreign experience, put forward to focus on customer group marketing strategy, and through focus group of young and group of difference operation strategy to drive overall 3G scale development, seize 3G the times change of market competition pattern. At the same time in the research of the two groups characteristics and trend on the basis of the combination of telecommunication the operation ability and environment of Ministry of inside and outside edge, the two groups of development planning and marketing strategy.

This paper applied the competitive environment analysis, marketing strategy and consumer behavior research on three aspects of the theory of knowledge, in-depth analysis of Beijing Telecom competitive situation and the actor inferior position of inside and outside, put forward retransition strategy direction and specific management strategy suggestion.

KEY WORDS: Beijing Telecom; 3G Business; Marketing Strategy;

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景	1
第二节 研究目的和意义	3
第三节 研究思路及方法	3
第四节 全文结构	4
第二章 市场营销相关理论和分析方法	6
第一节 市场营销组合策略（4P）	6
第二节 PEST 分析法	8
第三节 五力分析法	9
第四节 SWOT 分析模型（SWOT ANALYSIS）	9
第三章 北京电信 3G 业务所面临的营销环境分析	12
第一节 “北京”的战略意义	12
第二节 国内电信运营商 3G 业务简述	13
第三节 北京电信外部环境分析	14
一、宏观环境分析	14
二、行业环境分析	19
第四节 北京电信内部环境分析	27
一、内部优势	27
二、内部劣势	29
第五节 北京电信 SWOT 分析	31
一、单一的固网融合拉动策略，已经不能满足规模发展需要	32
二、营销政策不聚焦客户，缺乏面向 3G 细分市场的研究和策略。	32
第四章 北京电信 3G 业务营销策略的建议	35
第一节 北京电信当前 3G 业务营销策略	35
第二节 北京电信年轻群体 3G 业务营销策略建议	38
一、消费行为研究的目的和方法	39

二、年轻群体 3G 消费行为分析	40
三、北京三家运营商年轻群体运营情况对比	44
四、年轻群体的聚类分群建议	45
五、北京电信年轻群体市场营销策略建议	48
第三节 北京电信差异化群体 3G 营销策略建议	53
一、差异化群体 3G 消费行为分析	53
二、北京三家运营商差异化群体运营情况对比	54
三、智慧北京	55
四、北京电信差异化群体 3G 业务营销策略建议	58
第五章 总结与展望	65
第一节 论文的主要结论.....	65
第二节 本文研究的不足与展望.....	65
参考文献.....	67
附件:北京电信营业中心问卷调查提纲.....	68
致谢.....	70

图目录

图 1: 国内电信运营商重组图.....	1
图 2: 国内三家运营商的商标标识.....	14
图 3: PEST 分析模型.....	15
图 4: 波特五力分析模型.....	19
图 5: 北京 IT 网民中 3G 手机用户所用手机品牌分步.....	20
图 6: 北京三家运营商 3G 终端销售趋势图及 3G 终端销售份额.....	21
图 7: 北京 IT 网民中 3G 手机用户购买 3G 手机的原因及年龄分步.....	22
图 8: 2011 年北京电信固网融合率增长趋势.....	38
图 9: 三家运营商对年轻群体的品牌策略比较.....	45
图 10: 智慧北京所涉及的工作群体描述.....	57
图 11: 北京电信在“智慧北京”的初期建设阶段的工作重点.....	59
图 12: 智慧厦门品牌标识.....	63

厦门大学博硕士论文摘要

厦门大学博硕士学位论文摘要库

表目录

表 1: 北京电信 3G 业务营销策略 SWOT 分析.....	31
表 2: 年轻群体 3G 消费行为分析.....	41
表 3: 三家运营商在年轻人市场的营销对比情况.....	44
表 4: 北京电信年轻群体的聚类分群.....	47
表 5: 北京运营商差异化群体运营情况对比.....	54
表 6: 北京电信差异化群体需要聚焦的重点应用及产品.....	59

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景

近年来，我国移动通信业发展速度极快，前景广阔。随着移动通信技术的不断演进，中国第三代移动通信（简称3G）已经成长为庞大而生机勃勃的产业。根据互联网消费调研中心（ZDC）的数据显示，2011年月全球移动用户规模已超过8.65亿，增长率13.5%，其中中国3G用户已超过4700万，预计2012年将超过2亿，这将达到欧美、日本等发达国家经历过的3G高速增长的临界点。

与世界各国电信业的发展过程相似，我国电信业也经历了从改革开放前的中国电信（原国家邮电部）独家垄断，到1994年中国联通公司成立，2000年中国移动公司从中国电信剥离，国内电信业开始真正引入竞争机制，之后到2002年第二次电信拆分重组，形成了中国电信、中国网通、中国移动、中国联通、中国铁通和中国卫通的“5+1”竞争格局，最后在2008年的“六合三”重组中，国内电信业最终形成了中国电信、中国移动和中国联通“三分天下”的局面。详见图1：国内电信运营商重组图

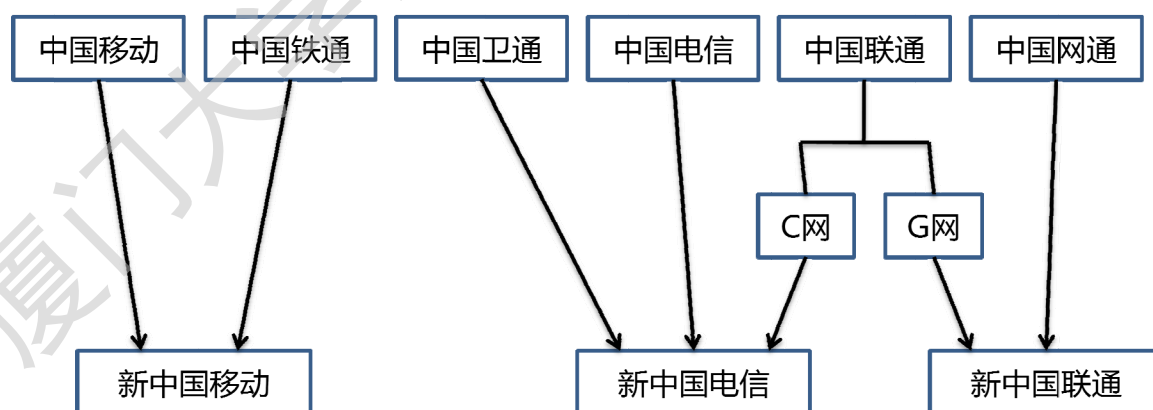


图 1：国内电信运营商重组图

数据来源：赛迪顾问

2009年1月7日，国家工业和信息化部为中国电信、中国移动和中国联通正是发放了3张第三代移动通信牌照，宣告我国通信领域正式进入了3G运营时代。时

至今日，国内3G通信市场已进入快速发展和全面竞争阶段，国内三家电信运营商分别根据自身条件制定和推进各自的3G发展战略。中国移动作为2G时代的主导运营商采取平滑过渡的3G发展策略，一方面尽量避免3G发展过快造成对2G存量市场优势的冲击，另一方面则受制于TD-SCDMA技术而加快推进LTE，试图跨越3G发展阵痛期。中国联通作为2G时代的追随者采取了全面推进的3G的发展策略，通过引入IPHONE合作、打造沃品牌体系、全国统一资费等一系列强势策略，并借助WCDMA的产业链优势，试图通过3G改变市场竞争格局。中国电信作为移动运营商的后进入者，先后投入近2000亿用于全国的移动网络改造和扩容以及新产品的研发，在充分发挥固网融合优势的基础上有效拉动了移动用户的规模增长，截至2012年年底中国电信实现移动用户规模突破一亿关口，其中3G用户近6000万，在国内的移动通信市场份额超过了12%。

“三分天下”的局面使三家运营商在全国范围内开展了规模空前的市场竞争，移动3G用户的争夺成为了此次竞争的主旋律。北京作为首都，更是各家运营商争夺的焦点。北京联通和北京移动依托在北京多年的资源沉淀和积累，分别在固定电话领域和移动电话领域占据了北京绝大部分市场份额，而北京电信则是中国电信南北拆分后于2002年才刚刚成立的新公司。10年间，北京电信集中优势资源，聚焦重点行业客户，建立VIP服务体系，提升客户感知，截至2012年全年业务收入突破70亿，移动用户数达到400万，占到北京移动用户市场份额的12%，是中国电信北方省份中唯一一个净利润为正的公司。如此快速增长速度在全集团内名列前茅，甚至超过了很多南方大省，在全世界范围内的新兴电信运营商里也算是一个奇迹。

北京电信作为北京市场移动运营商的后进入者，能否将这一场变革化解为从优秀到卓越新跨越的历史机遇呢？笔者以此为切入点，分析在中国通信业大环境下，北京3G业务市场环境和北京电信公司面临的竞争环境，分析北京电信和其挑战者之间的优势和劣势，准确把握自身的特点，发掘北京电信3G新技术商用的市场机遇，阐述北京电信现阶段3G业务的营销战略。

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