

海外3G运营与增值业务成功案例研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《海外3G运营与增值业务成功案例研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/3g/129582129582.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：15800元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

执行摘要 Executive Summary

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，中国电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。

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。他山之石可以攻玉，真诚希望通过此份研究报告，能为进入中国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。

目录

执行摘要 EXECUTIVE SUMMARY 11

.第1章NTT DOCOMO 12

1.1公司背景及3G发展历程 12

1.1.1公司背景 12

1.1.2 3G发展历程 12

1.2

3G网络建设

..... 14

1.2.1 网络建设现状 14

1.2.2 网络建设不同阶段策略	15	
1.3		3G用户发展
.....		18
1.3.1 用户规模及增长趋势	18	
1.3.2 用户ARPU值变化	19	
1.3.3 市场推广策略	20	
1.4		3G增值业务发展
.....		22
1.4.1 3G增值业务分类	22	
1.4.2 增值业务发展策略	25	
1.4.3 典型3G增值业务介绍	29	
1.5		产业链合作策略
.....		36
1.5.1 终端策略	36	
1.5.2 价值链和合作策略	39	
1.6	NTT	DOCOMO
.....		3G发展启示
.....		41
.第2章KDDI	46	
2.1 公司背景及3G发展历程		46
2.1.1 公司背景	46	
2.1.2 3G发展历程	46	
2.2		网络建设
.....		47
2.3		3G用户发展
.....		48
2.3.1 用户规模及增长趋势	48	
2.3.2 市场推广策略	49	
2.4		3G增值业务发展
.....		53
2.4.1 增值业务分类	53	
2.4.2 财务指标表现	56	
2.4.3 内容应用推陈出新	57	
2.4.4 增值业务发展策略	59	
2.4.5 典型3G增值业务介绍	61	
2.5		产业链合作策略

.....	65
2.5.1 终端策略	65
2.5.2 价值链和合作策略	68
2.6	KDDI的主要发展策略启示
.....	70
.第3章SKT	72
3.1	公司背景及3G发展历程
.....	72
3.1.1	公司背景
.....	72
3.1.2	3G发展历程
.....	73
3.2	3G网络建设
.....	73
3.3	3G用户发展
.....	74
3.3.1	用户规模及增长趋势
.....	74
3.3.2	用户ARPU值变化及财务指标
.....	75
3.3.3	市场推广策略
.....	76
3.4	3G增值业务发展
.....	82
3.4.1 增值业务分类	83
3.4.2 增值业务发展策略	85
3.4.3 典型3G增值业务介绍	87
3.5	产业链合作策略
.....	91
3.5.1 终端策略	91
3.5.2 价值链和合作策略	93
3.6	
SKT发展经验总结.....	97
.第4章AT&T	99
4.1 公司背景.....	

..99	
4.2	3G网络建设
.....	100
4.3	3G用户发展
.....	101
4.3.1 用户规模及增长趋势	101
4.3.2 市场推广策略	103
4.4	3G增值业务发展
.....	108
4.4.1 增值业务分类	108
4.4.2 增值业务发展策略	111
4.4.3 典型增值业务介绍	114
4.5	产业链合作策略
.....	118
4.5.1 终端策略	118
4.5.2 价值链合作与策略	119
4.6	AT&T发展策略启示
.....	122
.第5章VODAFONE	123
5.1	公司背景及3G发展历程
.....	123
5.1.1 公司背景	123
5.1.2 沃达丰3G发展历程	124
5.2	3G网络建设
.....	125
5.2.1 网络建设现状	125
5.2.2 网络建设发展策略	126
5.3	3G用户发展
.....	128
5.3.1 用户规模及增长趋势	128
5.3.2 市场推广策略	129
5.4	3G增值业务发展
.....	132
5.4.1 增值业务分类	132
5.4.2 财务指标表现	134

5.4.3 典型3G增值业务介绍	137
5.4.4 业务发展策略	140
5.5	产业链合作策略
.....	141
5.5.1 终端策略	141
5.5.2 价值链和合作策略	142
5.6沃达丰发展经验总结	
.....	145
.第6章 和记3	149
6.1 公司背景及3G发展历程149
6.1.1 公司背景	149
6.1.2 3G发展历程	150
6.2	3G网络建设
.....	152
6.3	3G用户发展
.....	153
6.3.1 用户规模及增长趋势	153
6.3.2 用户ARPU值变化及财务指标	154
6.4	3G增值业务发展
.....	155
6.4.1 和记主要服务	155
6.4.2 典型3G增值业务介绍	156
6.4.3 和记3服务的创新点	164
6.5	产业链合作策略
.....	164
6.5.1 终端策略	164
6.5.2 价值链和合作策略	165
6.6和记3发展经验总结	
.....	166
.第7章ORANGE（法国）	167
7.1	公司背景及3G发展历程
.....	167
7.1.1 公司背景	167
7.1.2 3G发展历程	168
7.2 3G网络建设170

7.2.1 3G网络建设情况	170	
7.2.2 3G部署中的几点经验	172	
7.3		3G用户发展
.....	173	
7.3.1 用户规模及增长趋势	173	
7.3.2 用户ARPU值变化	174	
7.3.3 财务指标表现	175	
7.4		3G增值业务
.....	176	
7.4.1 移动增值业务分类	176	
7.4.2 个性化套餐	176	
7.4.3 融合服务	177	
7.4.4 典型3G增值业务介绍	180	
7.5		产业链合作策略
.....	182	
7.5.1 终端策略	182	
7.5.2 价值链和合作策略	183	
7.6		ORANGE发展策略启示
.....	186	
.第8章 全球3G运营商标杆研究总结和建议	189	
8.1		3G运营状况总结和建议
.....	189	
8.1.1 全球3G网络建设与用户发展	189	
8.1.2 我国3G网络建设与用户发展	191	
8.1.3 全球3G运营商业务开展	192	
8.1.4 我国3G运营商业务开展	205	
8.2		全球3G运营营销策略
.....	225	
8.2.1 推广强势品牌	226	
8.2.2 专注娱乐体育内容服务	229	
8.2.3 加强对SP/CP的控制	230	
8.2.4 手机定制补贴促进用户增长	231	
8.2.5 保持用户精细型增长	232	
8.3 影响3G业务成功的关键因素	234
8.3.1 高质量、高覆盖的3G网络	234	

8.3.2终端提供必须丰富、充分 235

8.2.3以3G新品牌为基础创造丰富的业务形态 236

8.2.4电信运营商要掌控产业链 237

8.2.4关注行业应用实现规模突破 238

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 14

图 1 2 4G LTE网络基站数量及人口覆盖 15

图 1 3 NTT DOCOMO的3G网络发展与进步 17

图 1 4 NTT DOCOMO 2G与3G用户的发展 18

图 1 5 NTT DOCOMO增加总ARPU的策略 19

图 1 6 NTT DOCOMO与其它公司比较客户流失率变化曲线 20

图 1 5 NTT DOCOMO业务体系发展 24

图 1 8 I-MODE的业务发展曲线图 29

图 1 9 OSAIFU-KEITAI的业务发展曲线图 32

图 1 10 NTT DOCOMO移动支付业务产业链 33

图 1 11 ID PAYMENT 与DCMX的用户数 35

图 1 12 I-CONCIER 用户数的变化 36

图 1 13 FOMA基站主要供货商供货比例 37

图 2 1 KDDI网络建设演进图 48

图 2 2 KDDI 2006-2010移动用户增长 49

图 2 3 KDDI移动用户数离网率 49

图 2 4 KDDI CDMA 1X WIN PLAN L套餐数据包月资费 51

图 2 5 KDDI 3G 用户数发展 53

图 2 6 KDDI借助发展网络有效增强用户体验 54

图 2 7 KDDI营业利润与利润率 56

图 2 8 KDDI通话分钟数及ARPU值 57

图 2 9 KDDI MOVIE MAIL功能列表及实例 61

图 2 10 KDDI PHOTO MAIL功能列表及实例 61

图 2 11 EZ CHANNEL PLUS用户界面 63

图 3 1 SKT用户数及市场占有率（单位1000） 75

图 3 2 SKT 2007-2010年的ARPU值（单位：韩元） 75

图 3 3 SKT业务收入发展情况（单位：万亿韩元） 76

图 3 4 SKT合作厂商及定制手机款数 93

图 4 1 AT&T 无线服务用户增长图（单位：百万） 102

图 4 2 AT&T各项业务用户数 103

图 4 3 2011年第一季度的营业收入比例	103
图 4 4 U-VERSE TV收入表（左图）以及用户数（右图）	115
图 4 5 智能机销售与移动业务收入关系	119
图 5 1 沃达丰欧洲地区3G覆盖情况	127
图 5 2 VODAFONE年业务收入利润表	136
图 5 3 VODAFONE各地区各项业务收入表	137
图 5 4 VODAFONE LIVE 多渠道销售网络	138
图 5 5 VODAFONE LIVE的用户界面	139
图 6 1 和记3公司移动通信网络覆盖率	153
图 6 2 和记3公司3G用户的发展（单位：1000）	153
图 6 3 PLANET 3用户界面	158
图 7 1 3G覆盖状况	170
图 7 2 欧洲WCDMA/EDGE部署情况	171
图 7 3 ORANGE网络建设情况	171
图：7 4 ORANGE全球手机和互联网用户规模	173
图 7 5 ORANGE 市场份额变化图	173
图 7 6 2010年ORANGE在法国的ARPU	174
图 8 1 我国三大运营商3G用户数占比	191
图 8 2 2010年底我国三大运营商基站建设情况	192
图 8 3 2006-2010中国移动电邮个人用户规模	206
图 8 4 2010年第四季度国内移动IM累计账户市场份额	209
图 8 5 2010年第四季度国内移动IM活跃账户市场份额	209
图 8 6 2009Q1-2010Q3中国无线音乐市场用户规模	211
图 8 7 2010年第三季度中国三大运营商无线音乐用户占比	211
图 8 8 2009Q2-2010Q3中国无线音乐市场收入规模	211
图 8 9 2010第三季度厂商无线音乐市场占收比	212
图 8 10 中国移动139说客主页	217
图 8 11 中国电信天翼V博主页	217
图 8 12 中国联通沃联系主页	218
图 8 13 2007-2010上半年中国位置服务用户规模	220
图 8 14 2007-2010上半年中国位置服务市场规模及增长	220
表格目录	
表 1 1 日本3G用户市场份额	18
表 1 2 ARPU (FOMA + MOVA+XI)(YEN/MONTH/CONTRACT)	19
表 1 3 DOCOMO数据业务基本套餐	21

- 表 1 4 DOCOMO数据业务套餐 22
- 表 1 5 FOMA提供的主要业务和特点 24
- 表 1 6 NTT DOCOMO的I-MODE服务分类 30
- 表 2 1 KDDI提供的套餐方案资费对比 50
- 表 2 2 KDDI CDMA 1X WIN 套餐月租 51
- 表 2 3 KDDI折扣种类与特点 52
- 表 2 4 KDDI的3G业务品牌 55
- 表 2 5 KDDI EZWEB内容及特点 62
- 表 3 1 SKT网络建设 74
- 表 3 2 SKT增值业务构成 83
- 表 3 3 SKT 提供的3G业务 84
- 表 3 4 JUNE业务的具体服务 88
- 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 100
- 表 4 2 AT&T运营收入增长表（单位：百万） 102
- 表 4 3 AT&T手机个人套餐资费方式 106
- 表 4 4 AT&T手机家庭套餐资费方式 106
- 表 5 1手机电视包 130
- 表 5 2 预付费资费套餐 131
- 表 5 3 VODAFONE年收入表 134
- 表 5 4 VODAFONE用户细分和功能需求 134
- 表 5 5欧洲地区VODAFONE年收入表 135
- 表 6 1 和记3公司HSDPA网络建设计划 152
- 表 6 2 英国的“PLANET 3”3G业务及主要内容 157
- 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 160
- 表 6 4 和记3公司X-SERIES业务及特点 162
- 表 7 1 ORANGE在各国营业有机收入变化 175
- 表 7 2 ORANGE的CP/SP合作与发展模式体系 185
- 表 8 1 美国各移动运营商3G网络建设进程 190
- 表 8 2 中国三大运营商手机邮箱比较 207
- 表 8 3 部分运营商的市场品牌细分情况 226
- 表 8 4 部分运营商的 3 G 品牌 227
- 表 8 5 我国运营商的 3 G 品牌 227

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/3g/129582129582.html>