

海外运营商3G发展营销策略专题研究——iPhone 专题

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《海外运营商3G发展营销策略专题研究——iPhone专题》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/129583129583.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：17800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

内容提要

当今时代，由于3G移动通信系统持续升温，引发电信运营商越来越多的关注。而运营商之间对于3G开展的营销策略，其纷繁复杂更是让人眼花缭乱。

另一方面，从2007年上市以来，人们对Apple公司的iPhone关注的热情就从未消退。无论是创造性地引入多点触摸屏界面，还是与移动网络——尤其是3G——进行史无前例的紧密结合，iPhone都走在时代的前沿。因此研究各个电信运营商，尤其是海外的极具典型的运营商的意义就显得异常重要。

最新研究报告《海外运营商3G发展营销策略专题研究——iPhone专题》就是在对海外运营商销售iPhone是所采取的各种营销策略进行了深入分析，以期能对国内的运营商有所借鉴。

第1章iPhone产品及用户消费特征介绍，对iPhone产品的发展历程、主要卖点、销售等进行介绍，另外，也对iPhone用户的性别、年龄、下载应用等消费特征进行介绍。

第2章国内外各标杆电信运营商iPhone策略研究，重点选取美国AT&T、Verizon，欧洲沃达丰、O2，日本NTT，中国台湾地区，中国联通进行了深入细致分析。

第3章电信运营商iPhone策略整体归纳，内容包括不同竞争格局、不同时期下的iPhone销售策略总结，各电信运营商销售亮点，与苹果合作模式的总结分析，对中国电信运营商的启示。？

报告目录

第1章 iPhone产品及用户消费特征介绍

1.1 iPhone在世界及中国产品发展历程介绍

1.2 iPhone产品功能特点

1.3 苹果公司优劣势分析

1.4 iPhone用户规模及销售情况

1.5 iPhone用户的消费特征分析

1.5.1 产品的潜在目标客户群

1.5.2 性别和年龄分布特征

1.5.3 购买渠道

1.5.4 运营商选择

1.5.5 月均移动通信消费

1.5.6 应用软件下载渠道

1.5.7 数字产品内容选择类型

1.5.8 下载电子读物类型情况

1.5.9 电子读物数量及消费情况

1.5.10 浏览新闻资讯媒体情况

1.5.11 用户特征与经常使用情况交叉分析

第2章 国内外各标杆电信运营商iPhone策略研究

2.1 运营商选取方法和标准

2.1.1 标杆企业研究思路和研究内容

2.1.2 标杆选择标准与标杆初定

2.2 美国AT&T iPhone策略研究

2.2.1 与Apple公司合作的背景

2.2.2 iPhone整体战略营销布局

2.2.3 iPhone策略演进历程

2.2.4 iPhone套餐体系

2.2.5 iPhone终端补贴政策

2.2.6 iPhone营销推广策略

2.2.7 iPhone用户发展及通信使用情况

2.2.8 与Apple的合作模式

2.2.9 AT&T小结

2.3 美国Verizon iPhone策略研究

2.3.1 与Apple公司合作的背景

2.3.2 iPhone整体的战略营销布局

2.3.3 iPhone套餐体系

2.3.4 iPhone终端补贴政策

2.3.5 iPhone营销推广策略

2.3.6 iPhone用户发展及通信使用情况

2.3.7 与Apple的合作模式

2.3.8 Verizon小结

2.4 欧洲沃达丰英国iPhone策略研究

2.4.1 与Apple公司合作的背景

2.4.2 iPhone整体的战略营销布局和策略研究

2.4.3 iPhone套餐体系

2.4.4 iPhone终端补贴政策

2.4.5 iPhone营销推广策略

2.4.6 与Apple的合作模式

2.4.7 沃达丰英国小结

2.5 欧洲O2英国iPhone策略研究

2.5.1 与Apple公司合作的背景

- 2.5.2 iPhone整体的战略营销布局和策略研究
- 2.5.3 iPhone套餐体系
- 2.5.4 iPhone终端补贴政策
- 2.5.5 iPhone营销推广策略
- 2.5.6 与Apple的合作模式
- 2.5.6 O2小结
- 2.6 NTT DOCOMO电信运营商iPhone策略研究
- 2.6.1 与Apple公司合作的背景
- 2.6.2 iPhone整体的战略营销布局和策略研究
- 2.6.3 iPhone套餐体系
- 2.6.4 iPhone终端补贴政策
- 2.6.5 iPhone营销推广策略
- 2.6.6 与Apple的合作模式
- 2.6.7 NTT小结
- 2.7 中国台湾地区运营商iPhone策略研究
- 2.7.1 中华电信
- 2.7.2 台湾大哥大促销及宣传政策
- 2.7.3 远传电信针锋相对的开卖活动
- 2.8 中国联通iPhone策略研究
- 2.8.1 联通与Apple公司合作的背景
- 2.8.2 联通iPhone整体的战略营销布局
- 2.8.3 联通iPhone策略演进历程
- 2.8.4 联通iPhone套餐体系
- 2.8.5 联通iPhone营销推广策略
- 2.8.6 联通iPhone用户发展及通信使用情况
- 2.8.7 联通与Apple的合作模式
- 2.8.8 联通小结
- 第3章 电信运营商iPhone策略整体归纳
- 3.1 电信运营商不同竞争格局下iPhone竞争策略
- 3.2 电信运营商不同阶段iPhone竞争策略
- 3.3 各电信运营商营销亮点及成功案例分析
- 3.3.1 AT&T
- 3.3.2 AT&T与Verizon针锋相对的营销策略
- 3.3.3 台湾运营商在同一繁华地带针锋相对地开卖iPhone
- 3.3.4 中国联通针对iPhone制定了庞大的宣传推广政策体系

3.4 与苹果合作模式的总结分析

3.4.1 独家合作模式

3.4.2 非独家合作模式

3.4.3 对电信运营商的主要促进性影响

3.4.4 对电信运营商的主要威胁

3.4.5 iPhone对电信运营商的价值

3.5 对中国电信运营商的启示

图表目录

图表1-1 iPhone合作运营商的终端和业务资费价格策略

图表1-2 仅以澳大利亚为例

图表1-3 AT&T iPhone终端补贴率

图表2-1 全球iPhone季度销售量

图表2-2 2010—2011年中国iPhone手机用户市场规模及趋势

图表2-3 2011年上半年中国智能手机市场品牌占有率情况

图表2-4 2011年上半年中国3G手机市场主流品牌市售产品数量对比

图表2-5 2011年中国苹果iPhone手机用户性别分布结构

图表2-6 2011年中国苹果iPhone手机用户年龄分布

图表2-7 2011年中国苹果iPhone手机用户购买iPhone类型

图表2-8 2011年中国苹果iPhone手机用户购买iPhone渠道分布

图表2-9 2011年中国苹果iPhone手机用户选择运营商情况

图表2-10 2011年中国iPhone用户月均移动通信消费情况

图表2-11 2011年中国iPhone用户使用手机视频的意愿调查

图表2-12 2010年iPhone用户经常和最常下载应用软件渠道

图表2-13 2010年iPhone用户经常下载的数字内容产品类型

图表2-14 2010年iPhone用户最常下载的数字内容产品类型

图表2-15 2010年中国iPhone用户经常和最常进行电子阅读的内容

图表2-16 2010年iPhone用户月下载电子读物数量

图表2-17 2010年iPhone用户月下载免费电子读物数量

图表2-18 2010年iPhone用户月下载电子读物费用情况

图表2-19 2010年iPhone用户iPhone上网浏览新闻资讯媒体情况

图表2-20 2010年iPhone用户最满意的8项iPhone性能

图表2-21 2010年iPhone用户年龄与经常使用应用软件类型交叉分布

图表3-1 Verizon与AT&T的新增用户数比较

图表3-2 2007年与2008年英国电信市场收入格局比较

图表3-3 24个月合约的16G和32G iPhone终端补贴比例

图表3-4 18个月合约的16G和32G iPhone终端补贴比例

图表3-5 12个月合约的16G和32G iPhone终端补贴比例

图表3-6 各合约期平均补贴幅度

图表3-7 2007年英国移动通信市场份额

图表3-8 苹果与O2合作原因分析

图表3-9 2.5G iPhone的包月资费

图表3-10 3G iPhone的包月资费

图表3-11 英国四大运营商的数据业务占总收入比重和合同ARPU值

图表3-12 联通iPhone套餐体系—iPhone3套餐

图表3-13 联通iPhone套餐体系—iPhone4 16GB合约计划

图表3-14 联通iPhone套餐体系—iPhone4 32GB合约计划

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/3g/129583129583.html>