

学校编码：10384

学号：17920061151438



分类号\_\_\_\_密级\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_

廈門大學

硕士学位论文

中国电信福州分公司3G 流量经营策略研究

Research on the 3G Traffic Operation of Fuzhou Telecom

陈舒

指导教师姓名：戴亦一 教授

专业名称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2013年 2 月

论文答辩日期：2013年 3 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席\_\_\_\_\_

评 阅 人\_\_\_\_\_

2013年3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

随着 3G 技术的成熟和 LTE、4G 技术的快速发展，移动互联网成为如今发展最快、市场潜力最大的行业，特别是近几年智能手机的快速发展，移动流量也呈现出几何式的增长，这不仅影响着消费者的行为模式，同样也对传统运营商的经营模式带来机遇与挑战。

本文主要对中国电信福州分公司的 3G 流量经营进行研究。首先，对产品和市场营销理论、客户关系理论、3G 流量经营等相关理论进行回顾；在此基础上，本文对中国电信福州分公司的 3G 流量经营现状进行分析，包括福州电信流量经营的总体情况和具体工作，并对比中国移动、中国联通某分公司流量经营的工作，对中国电信福州分公司 3G 流量经营取得的成效进行总结；并以此为基础，对中国电信福州分公司 3G 流量经营存在的主要问题进行分析。本文认为中国电信福州分公司的 3G 流量经营存在五个主要的问题：一是流量经营产品同质化、计费方式单一；二是流量经营的市场营销不够系统化；三是流量经营客户关系管理意识不强；四是流量经营面临“哑管道”的挑战和面临流量规模与流量收入的剪刀差；五是流量经营思维欠缺。最后，本文根据问题有针对性地给出相应的对策建议：一是创新业务产品和丰富计费方式；二是构建营销组合策略提高营销效果；三是全方位和差异化的服务；四是打造智能管道和构建聚合平台；五是以规模为基础提升流量价值、构建合理的结构体系，希望这些对策建议对中国电信福州分公司的 3G 流量经营有所启发和帮助。

关键词：福州电信；3G；流量经营

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## **Abstract**

With the rapid development of 3G technology, LTE technology and 4G, mobile Internet has become the fastest growing market in the world. Especially the rapid development of 3G mobile phone in recent years, the mobile traffic also showed a geometric growth, which not only affects the consumer behavior patterns, but also brings opportunities and challenges for traditional operators.

This paper mainly makes research on the 3G traffic management of China Telecom Fuzhou branch. Firstly, the paper makes literature reviews on product and marketing theory, customer relations theory, 3G traffic management and so on. On this basis, the paper analyzes the present situation of the 3G traffic management of China Telecom Fuzhou branch, including the overall situation of Fuzhou telecommunication 3G traffic management and the concrete work compared with China Mobile and China Unicom. Based on this, the paper analyzes the main problems of 3G flow management in China Telecom Fuzhou branch, and concludes five problems as follows: the first one is the homogenous products and single charging mode, the second is the unsystematic marketing, the third is the weak awareness of customer relationship management, the fourth is "dumb pipes" and price scissors, the fifth is lack of 3G flow management concept. Finally, the paper provides some suggestions as follows: firstly, innovating business products and enriching charging mode; secondly, constructing systematic marketing strategy; thirdly, providing full range and differentiated services; fourthly, building intelligent pipeline and aggregation platforms; fifthly, constructing the reasonable structure. Therefore, the paper hopes that these suggestions will give inspiration for 3G traffic management.

**Keywords: Fuzhou Telecom; 3G; Traffic operation**

厦门大学博硕士学位论文摘要库



## 目 录

<b>第一章 绪论</b> .....	<b>1</b>
第一节 研究背景及意义.....	1
一、研究背景.....	1
二、研究意义.....	2
第二节 研究方法和主要内容.....	3
一、研究方法.....	3
二、研究的主要内容及框架.....	4
<b>第二章 相关文献综述</b> .....	<b>5</b>
第一节 产品和市场营销相关理论.....	5
第二节 客户关系管理相关理论.....	6
第三节 智能管道相关理论.....	7
第四节 流量经营理念.....	8
第五节 3G 流量相关的文献综述.....	9
<b>第三章 中国电信福州分公司 3G 流量经营现状分析</b> .....	<b>10</b>
第一节 中国电信福州分公司流量经营总体情况.....	10
第二节 中国电信福州分公司与其它运营商流量经营工作.....	12
一、中国电信福州分公司流量经营工作.....	12
二、其它运营商流量经营工作.....	17
第三节 中国电信福州分公司 3G 流量经营取得的成果.....	19
<b>第四章 中国电信福州分公司 3G 流量经营存在的主要问题</b> .....	<b>20</b>
第一节 3G 业务产品同质化和计费方式不丰富.....	20
一、业务产品同质化.....	20
二、3G 业务产品计费方式不丰富.....	21
第二节 市场营销不够系统化.....	22
一、对目前手机上网用户的消费行为分析不足.....	22
二、对目标市场细分不足.....	错误！未定义书签。
三、价格等相关项目没有优势.....	24
四、渠道推广太单一.....	25
五、促销和体验营销方式不足.....	26
第三节 客户关系管理意识不强.....	28
一、客户差别化对待不够.....	28
二、细微服务和良好形象有待塑造.....	29
第四节 “哑管道”效应显现.....	30
一、面临“哑管道”的挑战.....	30
二、面临流量规模与流量收入的剪刀差.....	31
第五节 流量经营思维欠缺.....	31

一、扩大流量规模与提升流量价值的方法欠缺 .....	31
二、缺乏有效的组织架构和考核激励办法 .....	31
<b>第五章 中国电信福州分公司 3G 流量经营的对策建议 .....</b>	<b>33</b>
第一节 创新业务产品和丰富计费方式 .....	33
一、创新业务产品 .....	33
二、丰富计费方式 .....	34
第二节 构建营销组合策略提高营销效果 .....	35
一、科学的细化和选定目标 .....	35
二、创新定价机制 .....	36
三、建立多样化的营销渠道 .....	37
四、科学安排促销方式 .....	38
第三节 客户关系管理建议 .....	40
一、全方位和差异化的服务提升忠诚度 .....	40
二、细微服务提升品牌形象 .....	41
第四节 打造智能管道和聚合平台 .....	42
一、打造智能管道克服“哑管道”效应 .....	42
二、构建聚合平台缩小“剪刀差” .....	42
第五节 流量经营思维模式建议 .....	43
一、以规模为基础提升流量价值 .....	43
二、构建合理的结构体系 .....	43
<b>第六章 结论与展望 .....</b>	<b>50</b>
第一节 本文的主要结论及建议 .....	50
第二节 展望 .....	50
<b>参考文献 .....</b>	<b>52</b>
<b>致谢语 .....</b>	<b>54</b>

## CONTENTS

<b>CHAPTER 1 INTRODUCTION</b> .....	<b>1</b>
1.1 RESEARCH BACKGROUND AND SIGNIFICANCE .....	1
1.1.1 Research background .....	1
1.1.2 Research significance.....	2
1.2 RESEARCH CONTENTS AND METHODS .....	3
1.2.1 Research methods.....	3
1.2.2 Research contents.....	4
<b>CHAPTER 2 LITERATURE REVIEW</b> .....	<b>5</b>
2.1 THEORY OF PRODUCT AND MARKETING .....	5
2.2 THEORY OF CRM.....	6
2.3 THEORY OF INTELLIGENT PIPE .....	7
2.4 CONCEPT OF FLOW OPERATION.....	8
2.5 LITERATURE REVIEW OF 3G FLOW .....	9
<b>CHAPTER 3 ANALYZING PRESENT SITUATION OF 3G TRAFFIC     OPERATION</b> .....	<b>10</b>
3.1 OVERALL SITUATION OF 3G TRAFFIC OPERATION.....	10
3.2 3G TRAFFIC OPERATION OF CHINA TELECOM FUZHOU BRANCH AND OTHER OPERATORS.....	12
3.2.1 Traffic operation of China Telecom Fuzhou branch.....	12
3.2.2 Traffic operation of other operators .....	17
3.3 ACHIEVEMENTS OF TRAFFIC OPERATION IN CHINA TELECOM FUZHOU BRANCH .....	19
<b>CHAPTER 4 PROBLEMS OF 3G TRAFFIC OPERATION</b> .....	<b>20</b>
4.1 HOMOGENIOUS PRODUCTS AND SINGLE CHARGING MODE .....	20
4.1.1 Homogenous products.....	20
4.1.2 Single charging mode.....	21
4.2 UNSYSTEMATIC MARKETING .....	22
4.2.1 Analysis of consumer behavior .....	22
4.2.2 Unreasonable target market segmentation .....	24
4.2.3 Disadvantage in tariff.....	24
4.2.4 Single marketing channel.....	25
4.2.5 Ineffective promotion method.....	26
4.3 WEAK AWARENESS OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT .....	28

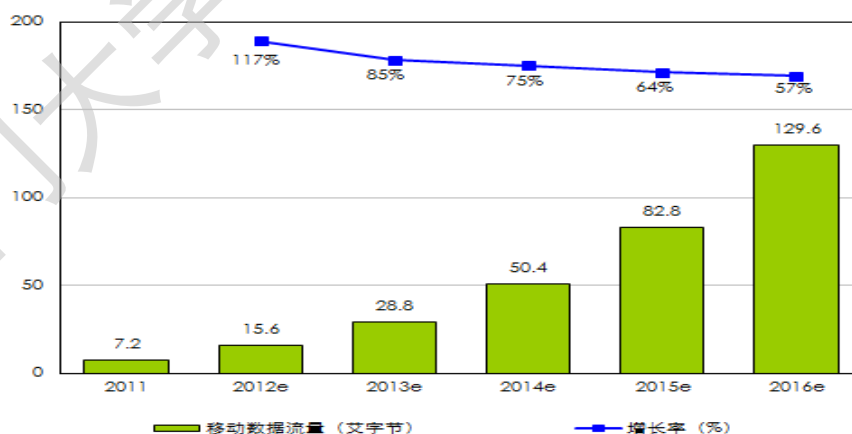
4.3.1 Customer differentiation .....	28
4.3.2 Fine service and good image to be created .....	29
4.4 " DUMB PIPES " AND PRICE SCISSORS.....	30
4.4.1 Facing the challenge of " dumb pipes " .....	31
4.4.2 Facing the flow size and flow income price scissors .....	31
4.5 LACK OF 3G FLOW MANAGEMENT CONCEPT.....	31
4.5.1 Lack of methods to enhance the value of traffic .....	31
4.5.2 Lack of organizational structure and incentive measures .....	31
<b>CHAPTER 5 SUGGESITONS OF 3G TRAFFIC OPERATION .....</b>	<b>33</b>
5.1 INNOVATING BUSINESS PRODUCTS AND ECRICHING CHARGING MODE .....	33
5.1.1 Innovating business products .....	33
5.1.2 Ecriching charging mode .....	34
5.2 CONSTRUCTING SYSTEMATIC MARKETING STRATEGY .....	35
5.2.1 Scientific segmentation and target market .....	35
5.2.2 Innovative pricing mechanism .....	36
5.2.3 Establishing diversified marketing channels.....	37
5.2.4 Scientific arrangement of promotion.....	38
5.3 SUGESSTIONS FOR CRM.....	40
5.3.1 Providing full range and differentiated services .....	40
5.3.2 Fine service to enhance the brand image .....	41
5.4 BUILDING INTELLIGENT PIPELINE AND AGGREGATION PLATFORMS .....	42
5.4.1 Building intelligent pipeline.....	42
5.4.2 Building aggregation platforms.....	43
5.5 CONSTRUCTING 3G FLOW MANAGEMENT CONCEPT.....	43
5.5.1 Enhancing traffic value based on scale .....	43
5.5.2 Constructing the reasonable structure .....	43
<b>CHAPTER 6 CONCLUSIONS AND OUTLOOK .....</b>	<b>50</b>
6.1 CONCLUSIONS .....	50
6.2 OUTLOOK.....	50
<b>REFERENCE .....</b>	<b>52</b>
<b>ACKNOWLEDGEMENT .....</b>	<b>54</b>

## 第一章 绪论

### 第一节 研究背景及意义

#### 一、研究背景

随着 3G 技术的成熟和 LTE、4G 技术的快速发展，移动互联网成为如今发展最快、市场潜力最大的行业，人们生活中无时无刻不在与移动互联网打交道，特别是近几年智能手机的快速发展，移动流量也呈现出几何级数式的增长。Cisco Visual Networking Index 在 2012 年 2 月发布数据，预计 2016 年全球移动数据流量将达到 2011 年全球移动数据流量的 18 倍，达到 129.6 艾字节，从 2011 年开始，全球移动数据流量年增长率将保持在 50% 以上，将处于一个稳定增长的态势<sup>①</sup>，具体见图 1-1。根据易观智库产业数据库发布的《2012 年第 3 季度中国手机终端市场监测报告》，2012 年第 3 季度我国智能手机保有量为 2.9 万台，环比增长率高达 19.9%，同比增幅更是高达 95.3%，易观智库预计，2013 年中国智能手机渗透率将过半，达到 55%，同时，世界知名数据公司 IDC 预计 2013 年中国智能终端市场增长 33.1%，2016 年该市场规模将达 5.6 亿台<sup>②</sup>。



Source: Cisco Visual Networking Index, 2012.2.

图 1-1 2011-2016 年全球移动数据流量及增长率

<sup>①</sup> 人民网，2016 年预计全球移动数据流量将达到 2011 年的 18 倍，<http://scitech.people.com.cn/h/2012/0330/c227887-4229662494.html>，2012-3-30。

<sup>②</sup> 199IT，预计 2013 年中国智能手机渗透率达到 55%，<http://www.199it.com/archives/86855.html>，2012。

移动流量的爆炸式增长不仅影响着消费者的行为模式，同样也对传统运营商的经营模式带来机遇与挑战，根据伦敦市场调研公司 Ovum 的预测，2015 年全球移动数据收入将从 2010 年的 9068.2 亿美元增至 1 万亿美元，增幅 10%，相反，2015 年全球移动语言业务收入将从 2010 年的 6633.6 亿美元降至 6079.1 亿美元，下降 8.4%<sup>①</sup>。未来数据业务收入逐渐取代语言及宽带成为运营商最重要的收入来源，并且流量经营相比语言、宽带经营会越来越重要已经成为全球运营商的共识。

在国内，首先，智能终端的普及速度加快，2012 年移动互联网用户已超过 5 亿，手机用户超过 4 亿。智能手机、平板电脑、电子书及各类新型移动互联网终端的销量快速增长，拥有量和普及率均大幅提高。随着 3G 智能机的普及，流量价值提升条件成熟，按照国际主流运营商的发展经验，3G 渗透率一旦达到 15%就意味着将进入规模爆发增长阶段。国内移动用户市场的 3G 渗透率已突破 15%，可以预见，随着我国移动流量新应用兴起，流量经营必将进入高速发展期。用户行为模式向娱乐商务功能转移，随着产业链完善，4 寸以上双核智能机成为普及趋势。移动互联网发展速度加快也促使流量业务快速增长，爱立信预测，2011 年至 2016 年间，移动数据流量有望每年增长近 60%，移动数据流量将是话音流量的 30 倍。第二，移动语音与数据业务快速增长。据 Ovum 预测，2011-2016 年，全球移动语音收入将逐年降低，而移动数据业务收入将以 10.2% 的速度增加，移动数据业务 ARPU 将从 2011 年的 4.31 美元提升至 4.67 美元；2011-2016 年，国内移动语音收入仍将保持增长，但增速放缓，年复合增长率为 1.6%，而移动数据业务收入将以 10.97% 的年复合增长率高速增长，移动数据业务 ARPU 将从 2011 年的 3.1 美元提升至 2016 年的 3.31 美元<sup>②</sup>。第三，手机客户消费行为发生较大变化，用户使用传统语音和短彩信的次数没有显著增加，甚至缓慢下降，而使用数据业务的时间显著增加（如网页浏览、手机微博、手机下载等）。

## 二、研究意义

移动互联网时代的运营商面临的机遇和挑战，其传统的业务和内容已经逐渐

<sup>①</sup> 移动 LABS，移动数据业务正成电信运营商发展重点，<http://labs.chinamobile.com/news/48131>，2011.

<sup>②</sup> 张作风.运营商如何做好流量经营[J].移动通信，2012（7）：67.

变得开放，否则很难受到更多消费者的欢迎和喜爱。特别是原有的很多业务都需要收费才能获取，而现在移动互联网给顾客带来了许多免费的服务和内容，运营商的收益必将受到影响。一些可以代替原有语音和短信的功能软件的诞生，使得原来需要收费的语音类业务收入减少，如：手机微信能够代替一些电话及短信等，在原有的电话或短信通信的基础上，融入及时语音、社交网络、位置服务等更受欢迎的新功能，必将分流运营商的传统短信业务量。

可见，在未来相当一段时间内，国内运营商必将在数据流量收入方面加以重视，流量经营变得非常重要，但运营商在流量经营过程中也面临着各种问题（管道、客户、市场等），同时，移动流量增长并没有带来相应的收益增长<sup>①</sup>。在此背景下，中国电信集团公司明确提出了坚持“规模经营，流量经营”两个并重的策略，“流量经营”日益成为中国电信新的转型焦点。因而，对中国电信福州分公司 3G 流量经营的现状和问题进行研究，具有较大的实际意义。本文在回顾相关理论的基础上，从中国电信福州分公司 3G 流量经营的现状出发，借鉴国内外运营商 3G 流量经营的实例，剖析中国电信福州分公司 3G 流量经营存在的主要问题，并有针对性地给予相应的对策建议，希望笔者的研究对中国电信福州分公司改进和完善 3G 流量经营具有一定的借鉴意义。

## 第二节 研究方法和主要内容

### 一、研究方法

总体来说，本文采用了以下几种研究方法：第一，理论回顾和文献综述法，本文对相关理论基础进行阐述，并对目前国内相关的文献进行梳理，为本文的写作提供基础；第二，实例论证法，本文在论证的过程中，会对相关的某些论点提供一些相关的实例，辅助性的对论点进行论证，以使得论证说明更加有理充分；第三，问题建议分析法，本文对中国电信福州分公司 3G 流量经营存在的问题进行剖析，并根据问题给出相应的对策建议，使得本文的分析更具有逻辑性和连贯性；第四，数字论据法，本文在研究背景和相关章节的论述过程中，会采用相应的数据进行支持说明相关的论点，从而更加直观的反映相关情况。

<sup>①</sup>龚勉，王旭昊.电信运营商流量经营现状及流量经营转型的策略研究[J].管理纵横，2012（2）.

## 二、研究的主要内容及框架

本文共有六个章节，第一章是绪论，对研究背景、研究意义、研究内容及框架等进行介绍，主要是对整篇论文进行概括性的介绍；第二章对文章相关的理论进行介绍，对 3G 流量相关的文献进行回顾，为后面中国电信福州分公司 3G 流量的分析奠定理论基础；第三章主要对中国电信福州分公司 3G 流量经营现状进行分析，为后面章节问题分析提供基础。第四章对中国电信福州分公司 3G 流量经营存在的主要问题进行梳理，为后面的对策建议提供依据。第五章将结合第四章的问题进行分析，有针对性的给出对策建议，希望对中国电信福州分公司 3G 流量经营的发展提供借鉴。第六章对整篇文章进行总结，并对未来的研究提出展望。本文的研究思路见图 1-2。

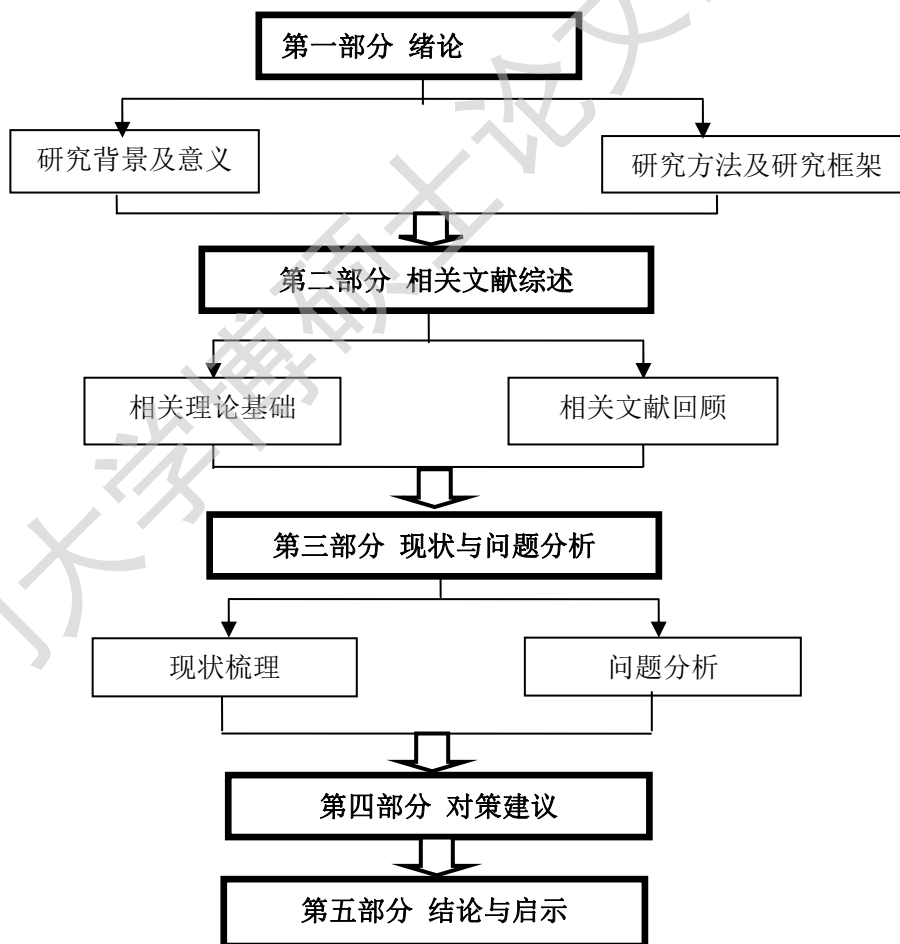


图 1-2 本文的写作框架



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](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库