中国电信行业营销渠道分析与终端渠道建设运营发展研究报告(2026-2031版)

报告简介

随着通信行业竞争加剧，线上渠道日益强大，传统电信运营商愈发难以维持原有的线下优势。内外环境的巨变迫使运营商不断尝试转型，以提升内部经营能力，应对外部竞争。比如，在激发员工能动性方面，开展了划小承包、以店包片、营维合一等工作。

在渠道转型方面，对传统线下渠道和自有营业厅进行大胆创新，推出了引商入店或者整厅外包等举措。通过与终端代理商的紧密合作，有效解决了终端现金流问题，缓解了实体门店的人工成本压力，比较快速地进入了智能手机市场，带动了业务的发展。但同时，这种合作方式也暴露出了一些问题。首先，一些代理商门店的服务质量难以达到电信公司的要求，特别是中小门店;其次，门店工作人员更换频繁，培训工作压力巨大;最后，针对同一个门店存在自有员工和代理商员工两支队伍的管理难度也在增加。认识到这些问题后，中国电信适时提出了构建专业化运营体系的要求，以推动管理理念和管理方式的根本改变。其内涵是实现从“按职能细分的岗位管理”向“按市场细分的团队化运作”转变，通过提升专业条线的队伍能力建设，激发团队活力，进一步向市场要效益。为此，中国电信浙江公司在营业厅专业化运营方面开展了一些探索性工作，目前也取得了一定的成效。

2020年，固定数据及互联网业务实现收入2376亿元，比上年增长9.2%，在电信业务收入中占比由上年的16.6%提升至17.5%，拉动电信业务收入增长1.53个百分点，对全行业电信业务收入增长贡献率达42.9%;固定增值业务实现收入1743亿元，比上年增长26.9%，在电信业务收入中占比由上年的10.5%提升至12.9%，拉动电信业务收入增长2.82个百分点，对收入增长贡献率达79.1%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国电信运营商市场进行了分析研究。报告在总结中国电信运营商行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面

因素，对中国电信运营商行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为电信运营商企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 电信行业发展概况

第一节 电信行业定义及发展综述

一、电信行业定义

二、电信行业运行现状

三、电信行业发展模式分析

四、电信行业市场规模分析

第二节 电信营业厅建设及运营情况分析

一、电信营业厅数量及增长分析

二、电信营业厅区域分布情况

三、电信营业厅市场竞争状况分析

第三节 电信运营商发展分析

一、电信运营商发展现状

二、电信运营商市场竞争格局

三、电信运营商用户结构分析

四、三大电信运营商经营情况分析

五、电信运营商发展趋势分析

第二章 电信行业营销渠道发展综述

第一节 电信营销渠道组成要素

第二节 电信营销渠道主要合作伙伴

第三节 电信企业营销渠道管理问题及完善措施分析

一、电信企业营销渠道管理现状及问题分析

二、电信营销渠道管理问题的完善措施分析

第四节 市场细分下的电信营销策略分析

一、电信行业营销中所存在的弊端

二、提高和完善营销策略的措施

第三章 中国电信行业主要营销渠道分析

第一节 大客户渠道

一、客户特性

二、客户服务现状

三、业务偏好

四、效益水平

五、发展潜力

第二节 商业客户渠道

一、客户特性

二、客户服务现状

三、业务偏好

四、发展潜力

第三节 公众客户渠道

一、客户特性

二、客户服务现状

三、业务偏好

四、发展潜力

第四节 流动客户渠道

一、客户特性

二、客户服务现状

三、发展潜力

第四章 互联网时代电信运营商渠道转型研究

第一节 互联网时代运营商面临的渠道环境分析

一、互联网时代电信运营商发展的特征

二、移动互联网时代运营商转型的环境分析

第二节 运营商现有渠道面临的问题与转型必要分析

一、运营商现有渠道面临的主要问题

二、运营商渠道存在问题产生的原因分析

三、电信运营商渠道转型的必要性与可行性分析

第三节 运营商渠道转型策略的设计与实施

一、互联网时代运营商渠道转型目标与设计思路

二、运营商渠道转型战略的实施

三、运营商渠道转型的保障措施

第五章 中国电信行业企业营销渠道管理策略

第一节 中国电信行业企业营销渠道管理优化设计

一、营销渠道管理优化原则

二、营销渠道管理的层级管理优化

三、营销渠道管理的模式调整优化

四、营销渠道管理的引导提升优化

五、自有渠道管理的建设配置优化

第二节 中国电信企业营销渠道管理保障措施

一、加强支撑，实现营销渠道扁平化管理

二、集中整合在建营销渠道资源

三、优化营销渠道激励与绩效评估

四、完善直销团队人员建设

第六章 电信营业厅综合运营管理系统的设计与实现

第一节 电信营业厅管理信息系统规划与设计

一、电信营业厅管理信息系统总体规划

第二节 电信营业厅管理系统功能设计及主要功能实现

一、功能模块划分

二、功能模块详细设计及主要功能实现

第三节 业务需求分析与系统架构设计

一、业务战略与渠道体系分析

二、网点渠道转型业务价值链分析

三、营业厅综合运营管理系统建设的功能需求分析

四、营业厅综合运营管理系统建设的非功能需求分析

五、营业厅综合运营管理系统的架构设计

六、智能排队子系统概要设计

七、厅堂管理子系统概要设计

第四节 营业厅综合运营管理系统的详细设计与实现

一、用户体验框架的设计与实现

二、智能排队功能模块的详细设计与实现

三、基于多重c/s与b/s交互模式的详细设计与实现

第七章 电信增值业务发展现状及发展趋势

第一节 电信增值业务分类及介绍

一、电信增值业务种类

二、电信增值业务界定与分类

三、电信增值业务管制体系

第二节 电信增值业务主要种类介绍

一、电子信箱业务

二、可视图文业务

三、电子数据互换业务

四、传真存储转发业务

五、语音信息业务

六、固网彩铃业务

七、预付费业务

八、移机不改号业务

第三节 2021-2026年增值电信企业发展分析

一、2021-2026年全国增值电信业务经营许可企业数量分析

二、2021-2026年全国增值电信业务持证企业数量结构

三、2021-2026年全国增值电信业务分类许可情况

四、2021-2026年全国跨地区增值电信企业注册资金规模分布

五、2021-2026年全国跨地区增值电信企业经济性质分布

六、2021-2026年全国跨地区增值电信企业区域分布

第四节 电信增值行业发展趋势分析

一、业务发展趋势

二、用户规模发展趋势

第八章 电信营业厅运营模式与发展策略

第一节 电信营业厅连锁运营问题及策略

一、国内外连锁运营模式发展现状及研究

二、电信营业厅经营现状分析

三、电信营业厅连锁运营策略

第二节 电信营业厅专业化运营探索

一、专业化运营标准

二、营业专业化队伍培训

三、专业化平台实现

第三节 中国电信营业厅卖场化运营新模式分析

一、电信营业厅传统运营模式现状分析

三、解决思路——构建以客户为中心的运营新模式

四、营业厅运营新模式实施成效预测

图表目录

图表：2021-2026年三大电信运营商营业厅数量(万家)

图表：全国电信营业厅区域分布情况

图表：渠道分层管理模式

图表：数据库表的分离设计

图表：数据库表的分层设计

图表：网络结构图

图表：系统功能模块划分

图表：日常工作配置

图表：营业日常工作

图表：电子化排班

图表：服务规范管理

图表：业务处理

图表：知识库

图表：系统用例需求图

图表：柜员状态图

图表：系统技术视图

图表：系统配置表数据库设计

图表：系统边界图

图表：基于多重c/s与b/s的交互模式

图表：智能排队子系统逻辑架构图

图表：智能排队子系统持久层设计

图表：厅堂管理子系统逻辑架构图

图表：系统用户体验框架层次结构

图表：智能排队模块处理类图

图表：交互模式详细设计

图表：通信控件详细设计

图表：坐席侧营业员顺呼处理机制顺序图

图表：排队机侧顺呼处理机制顺序图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：233819

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20211203/233819.shtml

在线订购：点击这里