

运营商

行业研究报告

全国营销中心



Contents 目录

01

运营商行业市场趋势变化

02

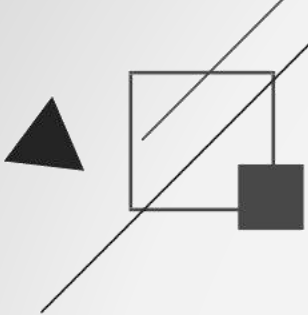
运营商行业广告投放趋势

03

运营商行业营销趋势

04

运营商行业营销策略建议



运营商行业市场趋势变化

运营商2017年市场现状

2016年以来，三大运营商业绩整体向好，其中**中国移动优势明显**，中国电信业绩稳步提升，中国联通已走出了经营困局。市场业务方面，三大运营商传统业务（语音、短信）等均处于下滑态势，三大运营商均积极推进移动用户结构的优化，4G市场的竞争更加激烈。

2017年Q1-Q3三大运营商业绩营收

中国移动**增长绝对值最大**

5695亿元

中国电信**增幅最大**

2747亿元

中国联通**同比猛增**

2057亿元

三大运营商业绩整体向好



运营商2017年营收方向变化

数据显示从 2010 年至2016年，三大运营商的语音业务收入持续下降，移动数据业务在营收中的占比也从 6% 增长到 36%。流量维持着运营商的收入增长，运营商由语音经营走向**流量经营、数据经营**。

语音业务收入占比下降

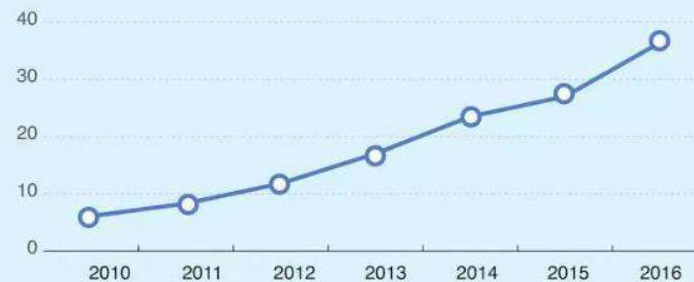
2010-16 年语音业务和非语音业务收入占比变化情况



**流量
营收成为
运营商最重要
的收入来源**

移动数据收入占比直线上升

移动数据收入占比 单位：%



运营商2017行业重点市场动态

随着移动端的深入发展，传统运营商面临着众多挑战与阻碍。2017三大运营商**发力转型**响应“提速降费”，强化智能布局，扩大流量入口，积极布局5G网络...

扩大流量入口

流量业务大规模增长，三大运营商创新流量经营，跨界合作拓展用户入口。

联通大王卡

联通蚂蚁宝卡

电信斗鱼套餐包

联通新浪v卡

移动专属媒体
流量套餐

产品资费调整

两会政府工作报告提出“2017网络提速降费要迈出更大步伐”三大运营商“提速降费”

推进智能生态

三大运营商布局“大连接”，强化智能物联业务。

中国电信智慧家庭

中国移动智能物联

积极布局5G网络

三大运营商都已经着手5G布局，加速5G商用，进程，开展5G试点工作。

加速混改转型

2017作为首批混改试点的中国联通，改革转型成为重中之重，联通加速互联网化创新转型。

中国联通混改

运营商行业未来发展趋势

随着用户消费习惯的改变，三大运营商均在运营战略中**积极布局5G，强化互联网+，流量经营等概念，并积极开拓如物联网、云计算、大数据等创新业务**，以进一步提升其服务客户的业务能力。

“建立开放生态”
融合发展



中国移动

中国移动提前布局5G“大连接”战略，加快物联网业务发展

● 移动终端

● 数字家庭

● 智能物联及行业信息化

● 数字服务

推进转型，
共建“生态魔方”



中国电信

加快5G网络演进，强化生态协同，综合智能信息服务运营商

● 智能连接

● 智慧家庭

● 物联网

● 互联网金融

● 新兴ICT

全面推动混改
融通发展



中国联通

积极布局5G发展，抓好混改推进互联网化转型

● 普遍服务

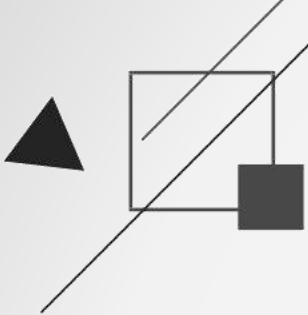
● 万物互联

● 数据创新

● 智慧未来



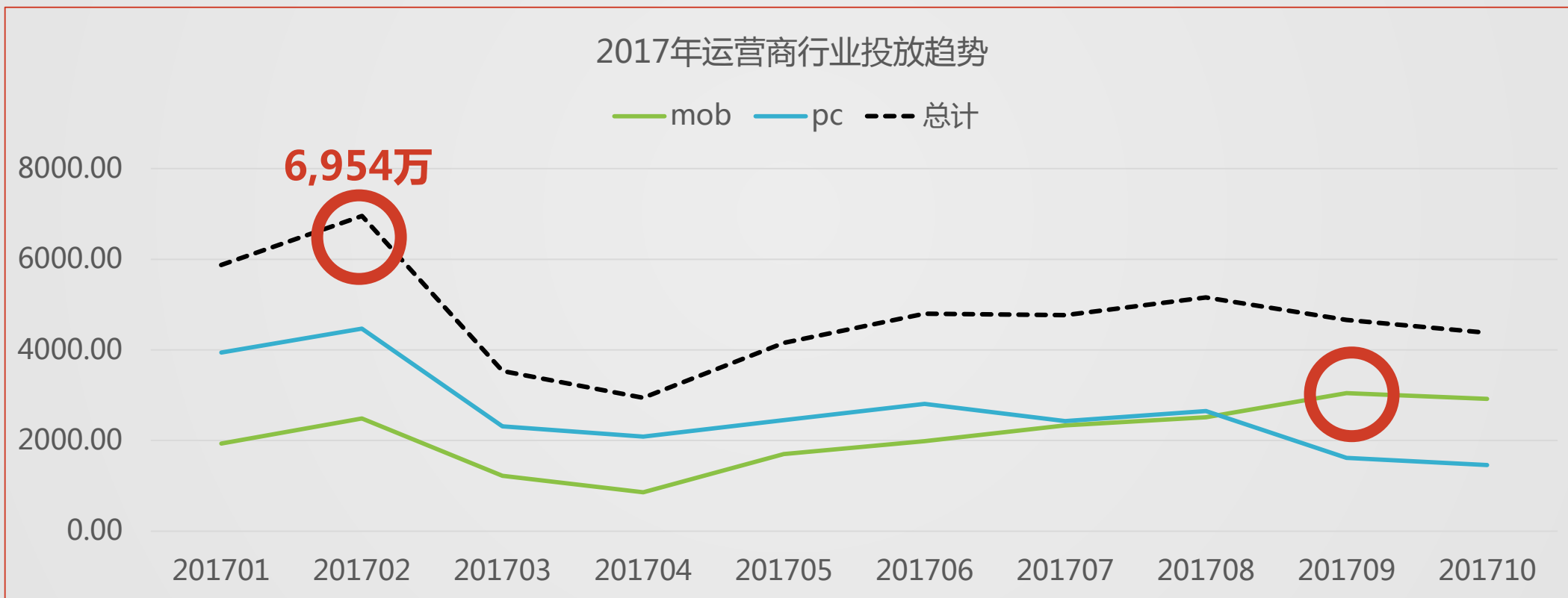
2020年实现5G商用

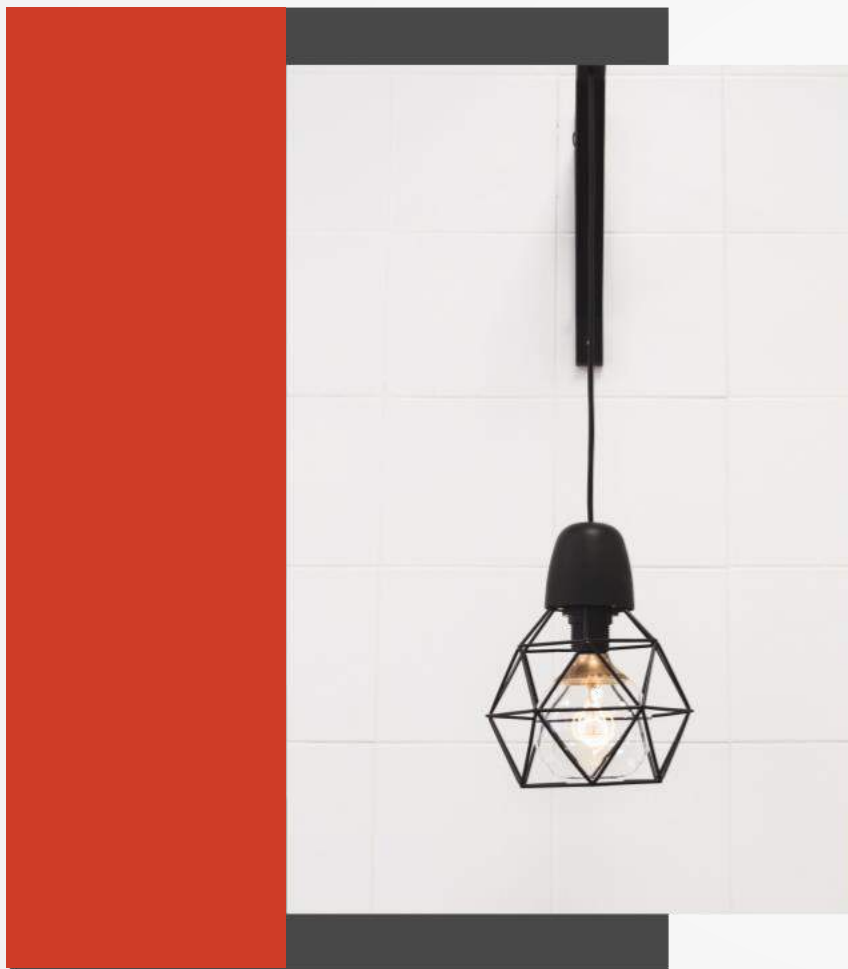
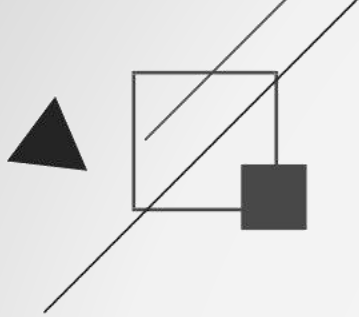


运营商行业广告投放趋势

运营商行业投放趋势

全民4G时代，用户更依赖使用移动设备，三大运营商在广告投放中逐渐**更倾向于移动端广告投放**。其中2月是全年广告投放的峰值，共计6,954万。根据数据显示2017年9月运营商移动端广告投放开始超过PC端。





3

PART 03

运营商行业营销趋势

运营商2017营销传播关键词

从增值业务到短信，运营商的业务正一个个被互联网公司所挑战。2017三大运营商面临着众多挑战与阻碍，运营商在互联网+新商业时代下发力转型**寻求创新营销**。

【流量“经营”，跨界合作】

满足用户流量使用场景

【资源“赋能”，深度合作】

内容资源赋能、跨领域合作

【产品发布，“新奇”创新】

重点产品新奇发布吸引用户

【校园营销，寻求“突破”】

校园落地受限，尝试创新推广



运营商2017营销传播关键词 - 流量“经营” 跨界合作

在OTT时代（互联网向用户提供各种应用服务），运营商进一步**深化流量经营**成为一大趋势。基于满足用户不同兴趣场景，运营商联手互联网巨头，推出针对不同需求的定制流量卡，提供更丰富的流量服务吸引更多用户选择。



追剧党

优酷大酷卡、畅视卡、腾讯王卡

看球党

腾讯王卡

搜索党

百度大小神卡

轻度上网党

工行梦想e卡

电话党

钉钉商务卡

网购党

京东红包卡、蚂蚁宝卡

直播党

花椒直播卡

二次元党

哔哩哔哩33卡

社交党

新浪V卡

流量经营合作
以**联通**最为丰富，
满足用户**不同场景**
兴趣需求

运营商2017营销传播关键词 - 产品发布 “新奇” 创新

联通积极响应国家提速降费要求，2017年2月联通发布国内不限流量、不限通话的冰激凌套餐。为了让更多用户了解，联通与DQ跨界合作，创造了398人同时品尝冰激凌的大世界吉尼斯记录。打造了一场**冰激凌+吉尼斯+跨界+无限量**的不一样上市发布活动。

国内流量
不限量

398档
国内通话
不限量



DQ冰淇淋跨界合作

冰淇淋新套餐完整发布

限时半价优惠: 198

联通积极响应国家提速降费，推出“不限量”套餐打破了以往套餐产品的界限

398人同一地点同一时间（上海陆家嘴）同吃冰激凌创造了最多人同时品尝冰激凌的大世界吉尼斯记录。

398人同吃冰激凌创造**吉尼斯纪录**

网红现场直播

各路网红宝宝加入现场直播互动，腾讯、搜狐、新浪、网易、凤凰、今日头条、腾讯视频、乐视TV直播报道

运营商2017营销传播关键词 - 产品发布 “新奇” 创新

2017 “世界电信日” 中国电信举办以“宽无界·新精彩”为主题的中国电信智能光纤宽带新标准发布会。与以往专题内容报道不同的是此次电信发布会**全程视频直播**，并将直播视频同步推流至多家主流媒体和直播平台。

517
电信日

主题
发布会

产品
发布

直播
推广



运营商2017营销传播关键词 - 资源“赋能” 深度合作

2017年8月网易牵手联通战略合作，匠心内容优质网络强强联合。“内容”和“流量”、“大数据”和“用户”成为了本次的关键词。网易与联通将全面加速资源赋能、大数据领域的合作，在电商领域展开合作推出网易商城，并发布特色2I新品“网易福卡”。

电商领域合作

网易考拉海购、网易严选入驻中国联通手机营业厅，中国联通用户在网络购物中永久免流量费。

客户日长期合作

网易与“浙江联通客户日”活动合作，每月25日客户日，满足客户的多样化消费需求。

渠道服务合作

推出联通网易福卡，用户可以摆脱流量束缚尽情畅享网易游戏、在线教育、电子商务、网易新闻等多种网易服务。

大数据个性合作

网易云销大数据满足联通用户分类个性化商品推荐。



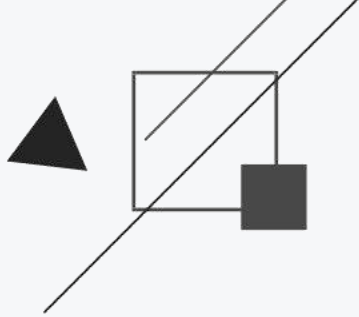
运营商2017营销传播关键词 - 校园营销 寻求“突破”

校园市场向来是运营商的必争之地，其中恶性竞争严重，2016年工信部专门部署规范秋季校园电信市场竞争秩序相关工作。三大电信运营商不得不对目前的营销模式作出一些改变，尤其是校园摆摊、接待营销、扫楼营销等校园营销的“三板斧”。**校园营销亟需寻求突破转变营销方式。**

校园
电信市场
营销禁签
排他协议，
通管局做
出了更多
“禁止”
动作



校园
营销
寻求创新
突破



4

PART 04

运营商行业营销策略建议

新浪大平台运营商营销合作建议

结合三大运营商在新浪广告投放特点及2017年营销传播关键词，整合新浪大平台优势资源组合推荐

1、媒介整合优化

双端媒介资源多场景覆盖



3、内容传播标准化合作

内容资源赋能深度合作

独家精品策划

全程跟踪报道

跨界推广合作



品牌定制话题
新浪粉丝资产联合传播
2、产品发布创新社交传播
频道官V转发
直发带话题词微博
话题冲榜

开学季热点事件
全民热点事件
行业热点事件

重点活动结合热点事件传播
4、重点活动事件化传播

1.媒介整合优化 - 双端媒介资源多场景覆盖

基于新浪优势三端资源矩阵，提供多元广告产品，满足运营商客户不同传播场景助力品牌实现用户覆盖。



新浪新闻客户端

月覆盖 6,960万
稳居**行业前三**



手机新浪网

用户规模位居
综合门户第一



新浪PC

每天超过**100,000,000**
主流用户通过新浪网来了解世界
每天超过**4,000,000,000**
页面访问及内容消费

**霸屏
广告**

**信息流
广告**

**精准圈层
广告**

**创新
广告**



强势直击覆盖



内容式分发



**轩辕
产品**

精准更有效



创新组合吸引

广告展示示意

1. 媒介整合优化



移动化增长下，
媒介资源推荐
移动化

资源推荐移动化

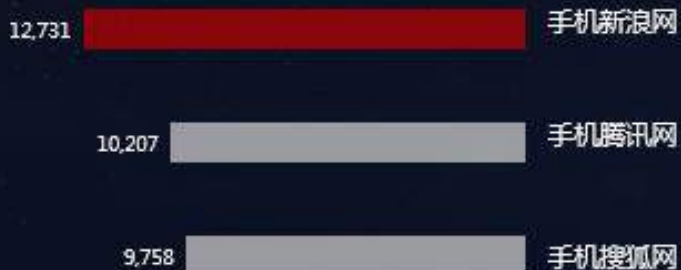
新浪新闻客户端稳居行业前三，用户覆盖及活跃度增长率第一

月覆盖用户（MAU）同比提升 55%

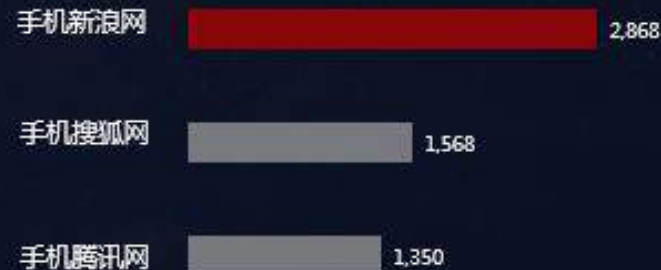
MAU排行	媒体名称	2017.8	2016.8	同比增长率
1	腾讯新闻	20,983	19,568	7.23%
2	今日头条	18,484	13,137	40.70%
3	新浪新闻	6,960	4,489	55.05%
4	网易新闻	6,515	5,916	10.11%
5	搜狐新闻	4,566	4,498	1.51%
6	凤凰新闻	3,014	2,142	40.70%
7	一点资讯	2,300	2,533	-9.19%
8	百度新闻	164	172	-4.34%
9	澎湃新闻	143	109	31.89%
10	央视新闻	128	102	25.39%

手机新浪网用户规模及活跃度行业第一

WAP网站月度活跃用户规模TOP3



WAP网站日均活跃用户规模TOP3



1. 媒介整合优化



基于新浪智能媒体平台，结合运营商不同投放需求智能投放

人群选择智能化

广告投放智能创意多场景匹配 为不同人群匹配更适合的广告创意

社交党

二次元党

网购党

追剧党

看球党

搜索党

直播党

电话党

智能匹配过程

建立画像

特征交叉

模型训练

择优投放



人群	年龄	性别	系统
亲子家庭 8 投资理财 7 游戏战略 7 商务人士 6	41+ 8 36-40 7 26-30 7	男 8 女 6	安卓 8 IOS 5
亲子家庭 9 运动健身 6 都市白领 6 旅游出行 5	41+ 9 21-25 9 26-30 6	男 7 女 6	安卓 7 IOS 6
青春校园 7 购车一族 6 美食老饕 6 时尚达人 6	21-25 9 26-30 8 1-20 7	男 6 女 9	安卓 7 IOS 7
运动健身 8 家居家装 6 高端人群 6 极客人群 5	31-35 9 36-40 9 41+ 8	男 8 女 6	安卓 9 IOS 6



智能匹配效果对比



数据来源: SinaX广告平台

2. 内容传播标准化合作 - 内容资源赋能深度合作

为运营商日常活动报道及重点机型深度报道提供“超击报道”标准服务，内容资源深度整合推广。

“超击报道”

运营商报道解决方案

汇聚新浪专业资源 | 全程跟踪深度报道 | 整合内容传播资源

运营商
重点定制
机型深度报道

运营商
日常活动
报道

全程跟踪报道

第1步
全程直击

新品上市前、中、
后最快、最全资讯，
直击受众关注要点

#预热期#

新闻曝光、历史回顾

#发布中#

发布会专题、直播、现场体验简
评、图赏、高层访谈

#发布后#

深度评测、解析、产品对比、关注
度分析、数据增值服务

#上市期#

《机智堂》《今日推荐》

独家定制策划

《众测》

《情景漫画》

《浪游记》

《浪淘季》

《VIP俱乐部》

个性化深度定制内容，
独具特色传播形式，持续营造话题热
点。

第2步
乘势追击

第3步
精准打击

跨界推广合作

新浪财经、时尚、新闻频道跨界合作，
触达目标人群精准传播。

新浪新闻

内容定制专题
《讲好中国故
事》

新浪时尚

发布会专题
《街拍时刻》

新浪财经

发布会专题
《品牌不二》

发布倒计时

新品猜想

现场直击直播报道

发布会回顾

后续内容导购

2、内容传播标准化合作



5G布局发展报道内容深度合作示意

讲好中国故事（新浪新闻重点项目）

中国5G有望领先全球

日常活动
报道



合作示意：
结合新浪新闻重点项目
《讲好中国故事》深度合作，
运营商报道结合项目
不同内容进行主题内容定制。

运营商技术匠人故事

运营商5G发展道路

运营商高层对话5G布局

中国文化篇



中国道路篇



一带一路篇



3. 产品发布创新社交传播 - 新浪粉丝资产联合传播

运营商重点产品发布，新浪提供微博大账号粉丝参与式沟通，为运营商建立粉丝强关系。

微博社交传播

品牌定制话题

频道官V转发

直发带话题词微博

话题冲榜

40个
官方微博账号矩阵

粉丝
资产联合
传播

62类
微博大号

新浪新闻频道

6个 微博账号
粉丝量 8000万+

新浪财经频道

16个 微博账号
粉丝量 2000万+

新浪科技频道

6个 微博账号
粉丝量 2300万+

新浪时尚女性频道

7个 微博账号
粉丝量 2000万+

新浪育儿频道

2个 微博账号
粉丝量 240万+

新浪教育频道

2个 微博账号
粉丝量 600万+

新浪星座频道

1个 微博账号
粉丝量 677万+

产品发布时尚话题结合示意



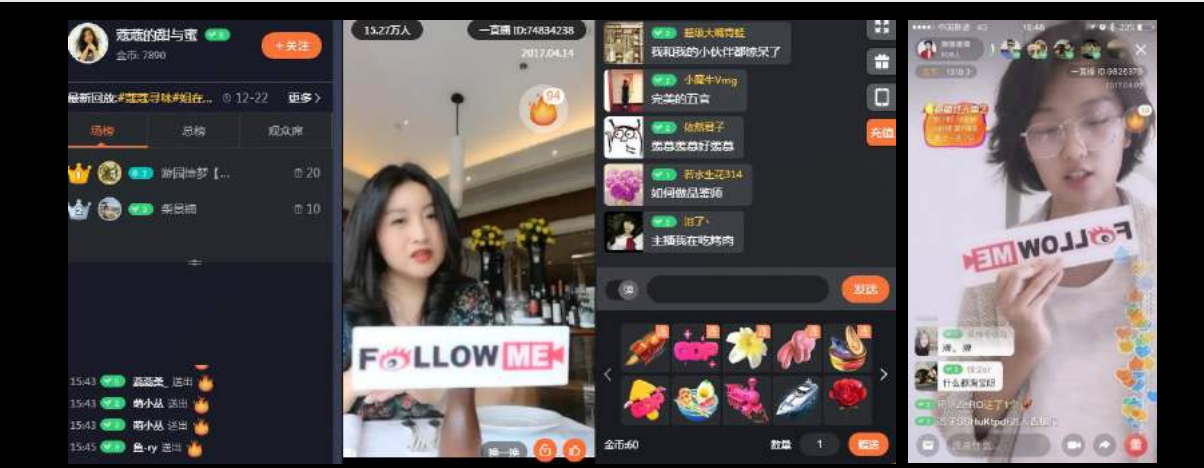
#运营商产品发布#话题社交营销传播

运营商重点产品发布与新浪垂直内容深度结合，定制传播方向。由新浪网财经科技/时尚生活事业部出品的#FollowMe#自媒体技能主播进行运营商产品主题直播并进行社交内容传播，主播阵容包括人气明星、超模、网红和各专业领域大咖，分享最有料的多元时尚内容。

[主题定制]

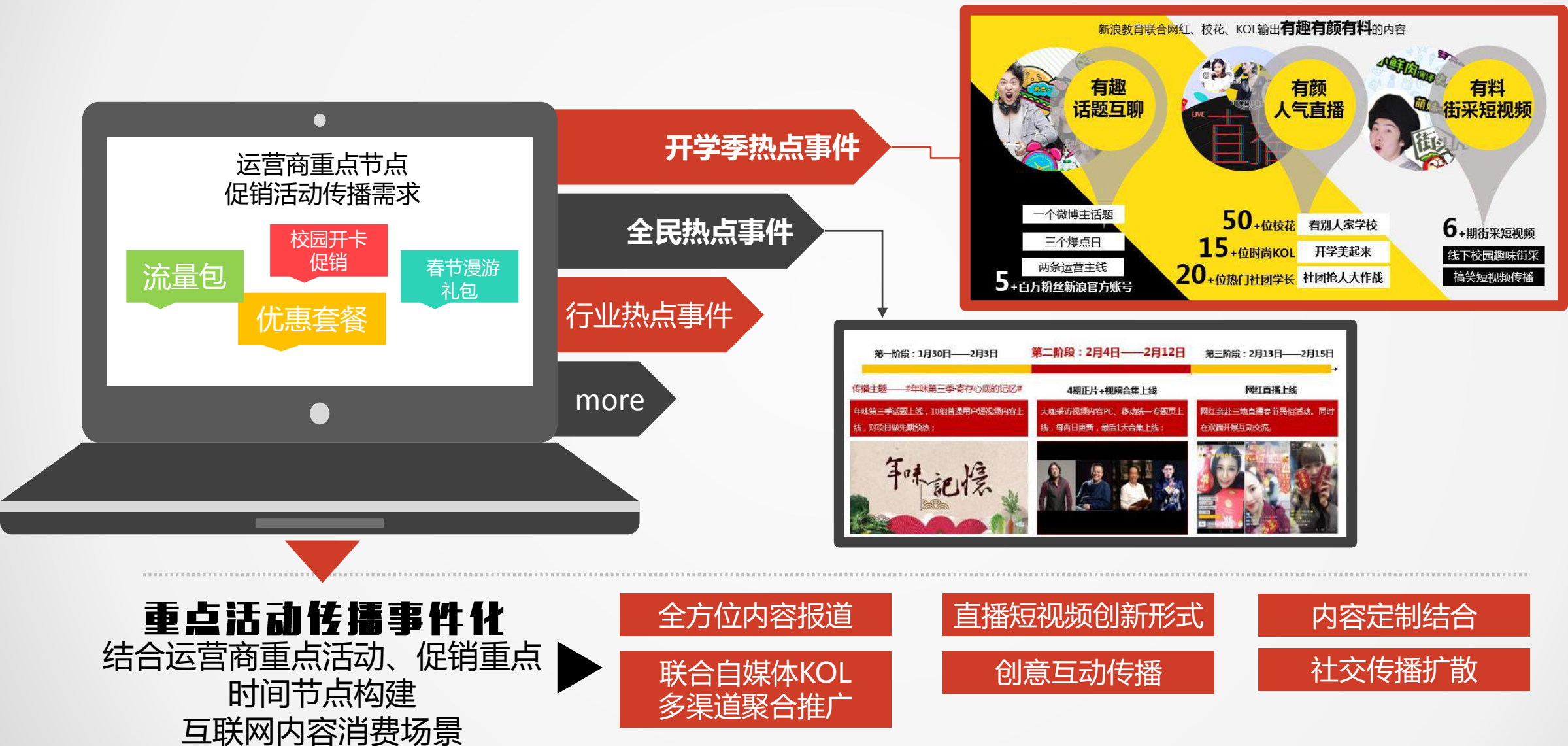
[KOL网红直播]

[时尚结合]



4.重点活动事件化传播 - 重点活动结合热点事件传播

为运营商提供“活动输出 + 热点事件”个性化泛生活场景内容，整合行业上下游资源，结合运营商重点活动制造事件化传播。



运营商开学季重点活动结合示意

getv

运营商开学季活动

getv

开学时间节点

getv

95后群体偏好



定制运营商
开学主话题

新浪频道官微联合发布



有趣
话题互聊

花Young开学季

校花网红人
气主题直播

指定区域校园网红



有颜
人气直播

带你逛校园

社团迎新抢人作战

开学美起来

定制运营商
街采话题内容

运营商开学季主题方向结合



有料
街采短视频

没有流量不成活

开学必备

新浪三端资源强势曝光受众全覆盖

运营商春节重点活动结合示意

getv

运营商春节促销活动

getv

春运节点

getv

大众群体偏好



唤起记忆中“年”的味道
春节热点事件营销，运营商与用户情感沟通

年味
回忆话题

大咖
一起过年

网红
民俗直播



定制运营商
年味回忆话题

征集记忆中的短信拜年故事



大咖采访
畅聊衣食住行

畅聊运营商服务



网红直播
流量直播民俗

直播运营商春节服务场景

THANKS

全国营销中心

