

最新中国通信业 竞争力培育(与)运营创新

JINGZHENGLI PEIYU YU YUNYING CHUANGXIN 指导全书

主 编 曹金洪

人民日报出版社

最新中国通信业竞争力培育 与运营创新指导全书

曹金洪 主 编

下 卷

人民日报出版社

目 录

第一篇 绪 论

第一章 21 世纪通信展望	(3)
第一节 信息化与信息基础设施	(3)
第二节 21 世纪通信发展的目标及其实现	(5)
第三节 基础与支撑技术	(10)
第二章 未来的通信业务	(19)
第一节 通信业务的发展趋势	(19)
第二节 多媒体通信业务	(21)
第三节 基于 IP 的业务	(26)
第四节 移动数据通信业务	(34)
第五节 智能网(IN)业务	(36)
第三章 知识经济时代与通信企业	(42)
第一节 21 世纪是知识经济的时代	(42)
第二节 知识经济下通信企业外部环境的变化	(44)
第四章 通信企业复杂多变的局面	(51)
第一节 通信企业经营的宏观经济背景	(51)
第二节 微利时代的通信企业	(52)
第三节 企业与市场之间关系的 3 种境界	(57)
第四节 通信生态链	(60)
第五节 通信企业经营观念的现代化	(62)
第六节 技术进步的悖论	(67)
第五章 关于通信竞争	(71)
第一节 竞争的定义及基本原则	(71)
第二节 竞争的意义	(71)
第三节 市场结构与竞争	(73)
第四节 影响通信行业竞争的主要因素	(73)
第五节 通信垄断与竞争的选择	(75)
第六章 管理创新在通信企业发展中的位置	(78)
第一节 创新理论及其发展	(78)

第二节	管理创新在通信企业发展中的位置	(82)
第三节	管理理论的发展与创新	(86)

第二篇 二十一世纪通信业发展趋势

第一章	IP 技术、核心网宽带化与下一代网络技术	(97)
第一节	通信网发展中面临的问题	(97)
第二节	全球信息基础设施(GII)	(99)
第三节	电路交换网的发展趋势	(104)
第四节	ATM 现状和前景	(110)
第五节	IP 网络及其发展趋势	(113)
第六节	核心网向宽带多业务网演进	(146)
第七节	下一代网络技术	(149)
第二章	宽带接入网技术	(157)
第一节	接入网概述	(157)
第二节	IP 接入网	(161)
第三节	宽带综合接入	(165)
第四节	接入网技术及其发展趋势	(167)
第五节	用于双绞铜缆的宽带 XDSL 技术	(173)
第六节	HFC 技术	(179)
第七节	光纤接入网(OAN)技术	(182)
第八节	本地多点分配业务(LMDS)技术	(189)
第九节	直播卫星(DBS)技术	(191)
第十节	低轨卫星本地宽带固定接入技术	(193)
第三章	第三代移动通信与无线通信技术	(195)
第一节	第三代移动通信的背景	(195)
第二节	第三代移动通信系统简介	(197)
第三节	2G 向 3G 网络的演进	(203)
第四节	GSM 向 3G UMTS 演进	(208)
第五节	窄带 CDMA 向 3G 宽带 CDMA 演进	(223)
第六节	WAP(无线应用协议)及其应用	(231)
第七节	H.323 移动 IP 网络技术	(234)
第八节	无线 ATM(WATM)	(236)
第九节	无线局域网(WLAN)	(242)
第四章	家庭信息化与家庭联网技术	(247)
第一节	家庭信息化与家庭网络	(247)

第二节	家庭网络的组成和联网方式	(249)
第三节	家庭网络的互操作性研究进展	(250)
第四节	家庭射频局域网(Home RF LAN)	(252)
第五节	电力线以太网	(254)
第六节	电话线家庭网络	(256)
第七节	基于同轴电缆的家庭网络	(259)

第三篇 当今中国通信市场热点透视

第一章	通信网络市场调查	(263)
第一节	中国光通信市场前景透视	(263)
第二节	中国城域网的市场与前景展望	(272)
第三节	中国宽带接入网的市场与发展趋势	(282)
第四节	解读中国无线接入市场	(289)
第二章	通信业务市场研究	(302)
第一节	中国防范通信欺诈的策略研究	(302)
第二节	中国通信增值业务的现状与发展趋势	(305)
第三节	中国 BOSS 的现状与发展趋势	(313)
第四节	中国通信测试维护市场的现状及走向	(319)
第五节	中国呼叫中心市场的现状与展望	(326)
第三章	移动通信市场观察	(339)
第一节	中国 3G 移动通信市场透析	(339)
第二节	中国移动数据业务及发展趋势	(344)
第三节	中国 WLAN 市场前景展望	(353)

第四篇 现代通信企业保持持续竞争力的奥秘

第一章	通信企业核心竞争力的形成与保持	(367)
第一节	通信企业核心竞争力的内涵和特征	(367)
第二节	中国通信企业核心竞争力实例分析	(373)
第三节	通信企业核心竞争力的培育和提升	(376)
第四节	通信企业全业务经营与核心竞争力的关系	(382)
第二章	通信企业流程再造与企业核心竞争力	(388)
第一节	企业流程再造的两种形式	(388)
第二节	通信企业流程建模	(392)

第三节	通信企业流程的分析与诊断	(402)
第四节	通信企业流程的评价体系及基准选择	(409)
第三章	通信企业知识与企业核心竞争力	(417)
第一节	企业知识	(417)
第二节	企业知识理论	(419)
第三节	通信企业知识与企业核心能力	(427)
第四章	通信企业文化与企业核心竞争力	(438)
第一节	企业文化的内涵和特征	(438)
第二节	通信企业文化与企业核心竞争力的关系和焦点	(440)
第三节	通信企业文化的营造	(444)
第四节	通信企业文化建设的评价体系	(445)

第五篇 通信竞争与对策

第一章	WTO 与中国通信业的开放	(455)
第一节	中国信息产业伴随“入世”过程的发展	(455)
第二节	世贸组织协议中与信息领域相关的协定	(456)
第三节	加入世贸组织国家的电信开放概况和特点	(458)
第四节	中国加入世贸组织后电信业务开放进程	(461)
第五节	中国加入 WTO 对通信行业产生的影响	(463)
第二章	国外电信市场开放的经验	(464)
第一节	欧美发达国家电信市场开放情况	(464)
第二节	东欧国家通信市场开放情况	(473)
第三节	亚洲主要国家通信市场开放的情况	(477)
第四节	非洲及拉丁美洲国家通信市场开放情况	(481)
第三章	中国通信市场国际环境分析	(484)
第一节	全球经济发展状况	(484)
第二节	全球信息产业发展状况	(484)
第三节	全球通信发展	(486)
第四节	技术环境	(488)
第四章	中国通信行业的 5 种竞争力分析	(492)
第一节	现有竞争者	(492)
第二节	供方(卖方-设备提供商)讨价还价能力	(499)
第三节	买方(消费者)的讨价还价能力	(499)
第四节	潜在进入者	(500)
第五节	替代品	(502)

第五章 中国通信市场的竞争格局	(503)
第一节 通信运营商的发展情况	(503)
第二节 通信运营商的投融资情况	(510)
第三节 通信运营商的并购与重组情况	(512)

第六篇 成功把握通信竞争市场的策略

第一章 成功竞争、竞争失误与竞争对策	(519)
第一节 成功竞争	(519)
第二节 竞争失误	(528)
第三节 竞争对策	(538)
第二章 重写成功法则	(549)
第一节 波特的竞争战略模型	(549)
第二节 与真正竞争者和战略性竞争者竞争	(551)
第三节 与变化中的未来同步	(553)
第四节 技术:新进入者的市场壁垒与企业差异性	(555)
第五节 客户购买模式	(555)
第六节 增加业务量的要素	(556)
第三章 经营模式与组织策略	(560)
第一节 经营模式	(560)
第二节 组织策略	(571)
第四章 分销策略与定价策略	(581)
第一节 分销策略	(581)
第二节 定价策略	(590)
第五章 行业领先与融资策略	(601)
第一节 行业领先	(601)
第二节 融资策略	(609)

第七篇 通信企业经营竞争的切入点

第一章 通信市场竞争过度	(621)
第一节 供大于求,竞争过度	(621)
第二节 竞争过度成因	(623)
第三节 对策分析	(624)

第二章	如何处理通信企业之间的关系	(628)
第一节	中国通信企业之间关系的现状	(628)
第二节	竞争求存	(630)
第三节	协同发展	(635)
第四节	通信企业间的互联互通	(640)
第五节	大企业与小企业之间的关系——智猪博弈与搭便车	(648)
第三章	消费者意识和行为变化	(650)
第一节	消费趋势发生变化,消费者意识觉醒	(650)
第二节	早熟和幼稚并存,消费观念不稳定	(652)
第三节	应该如何理解“消费者是上帝”	(654)
第四节	影响消费者满意度的因素分析	(656)
第五节	消费者主权意识觉醒对企业的影响	(659)
第六节	对策分析	(662)
第四章	外资进入导致通信市场的深刻变化	(672)
第一节	当前的中国通信市场	(672)
第二节	人世以后通信市场展望	(676)
第三节	中国通信运营企业面临开放市场的对策建议	(681)
第五章	通信资费问题上的博弈	(690)
第一节	经济转型期通信资费演变分析	(690)
第二节	在价格问题上市场主体之间的博弈	(695)
第三节	国际通信企业定价方法比较	(699)
第四节	企业价格策略与定价方法	(701)
第五节	如何看待当前的不规范价格战	(704)
第六章	中国通信企业走向世界	(707)
第一节	全球经营是世界潮流	(707)
第二节	有利条件	(709)
第三节	我国通信业国际化现状	(710)
第四节	跨国经营的具体形式	(712)

第八篇 通信营销提升竞争力法宝——为客户创造价值

第一章	市场选择与市场定位	(723)
第一节	目标市场营销	(723)
第二节	市场细分	(724)
第三节	目标市场选择	(732)
第四节	市场定位	(738)

第二章 产品策略	(749)
第一节 产品整体概念	(749)
第二节 产品生命周期策略	(751)
第三节 新产品开发策略	(758)
第四节 产品组合策略	(769)
第五节 品牌和品牌策略	(773)
第三章 促销策略	(780)
第一节 促销组合与有效传播	(780)
第二节 广 告	(786)
第三节 销售促进	(792)
第四节 人员销售	(797)
第五节 公共关系	(803)
第四章 服务营销	(808)
第一节 服务与服务营销	(808)
第二节 服务营销战略	(812)
第三节 服务质量与质量管理	(820)
第五章 客户关系管理	(837)
第一节 客户关系管理概述	(837)
第二节 客户关系管理系统设计	(840)
第三节 电信企业客户关系管理实施	(846)
第四节 客户关系管理在通信企业中的运用	(853)

第九篇 现代通信企业管理创新

第一章 管理与管理思想	(865)
第一节 管理的概念	(865)
第二节 管理者	(868)
第三节 管理理论与思想的发展	(871)
第二章 通信企业战略管理创新	(885)
第一节 企业战略——通信企业制胜的法宝	(885)
第二节 外部环境分析	(888)
第三节 内部环境分析	(895)
第四节 通信企业战略管理工具创新	(901)
第五节 通信企业竞争战略创新	(908)
第六节 公司战略	(914)

第三章 通信企业管理的新发展	(921)
第一节 管理面临的变革	(921)
第二节 管理思想的新发展	(922)
第三节 通信企业管理模式的新发展	(930)
第四节 通信企业管理手段的新发展	(937)

第十篇 通信服务与技术创新

第一章 技术创新基本理论	(961)
第一节 技术创新研究的兴起与发展	(961)
第二节 技术创新的概念	(964)
第三节 技术创新的分类	(968)
第四节 技术创新战略	(972)
第五节 企业技术创新的过程模型	(976)
第六节 企业技术创新组织	(979)
第七节 技术创新的扩散	(983)
第八节 创新成功的要素	(987)
第二章 通信企业的技术创新能力	(990)
第一节 企业技术创新能力的构成与评价内容	(990)
第二节 通信企业创新资源存量评价	(991)
第三节 通信企业创新倾向与创新管理能力评价	(994)
第四节 通信企业创新效益评价	(996)
第五节 通信企业创新能力评价指标体系	(1009)
第三章 通信服务创新的内容与特点	(1011)
第一节 通信企业的性质与类型	(1011)
第二节 通信服务创新的定义、层次与内容	(1013)
第三节 通信服务形成过程分析	(1017)
第四节 通信服务创新的特点	(1020)
第五节 通信服务创新在通信技术创新群中的地位	(1023)
第四章 通信服务创新过程	(1029)
第一节 通信服务创新过程模型	(1029)
第二节 通信服务创新的六阶段	(1030)
第三节 规范化的通信服务创新过程	(1038)
第五章 通信服务创新模式	(1041)
第一节 通信企业创新的推动力量分析	(1041)
第二节 通信企业创新的制度轨道与管理轨道	(1046)

第三节	通信技术范式与技术轨道	(1050)
第四节	通信企业创新模式的发展变化	(1054)
第五节	通信服务创新典型案例	(1059)
第六章	通信产业创新系统	(1066)
第一节	创新系统理论简介	(1066)
第二节	通信产业创新系统的构成与运行	(1068)
第七章	通信企业服务创新现状及发展	(1071)
第一节	我国通信企业创新能力分析	(1071)
第二节	我国通信企业创新案例	(1075)
第三节	我国通信企业创新面临的问题	(1078)
第四节	增强我国通信企业的创新能力	(1079)
第五节	构建中国通信产业创新系统	(1086)

第十一篇 通信企业生产管理创新

第一章	通信企业生产运作创新趋势	(1093)
第一节	生产运作管理的基本概念	(1093)
第二节	通信企业生产运作的特征	(1097)
第三节	通信企业生产运作管理的基本职能	(1099)
第四节	现代通信企业生产运作管理的创新趋势	(1103)
第二章	通信企业生产运作管理信息系统创新研究	(1110)
第一节	通信企业生产运作的信息管理	(1110)
第二节	通信企业生产运作管理信息系统的开发流程	(1118)
第三节	通信企业生产运作管理信息系统的应用实例	(1128)
第四节	通信企业生产运作管理信息系统的创新研究	(1132)
第三章	通信企业生产运作流程再造	(1136)
第一节	通信企业生产运作过程及组织概述	(1136)
第二节	通信企业的工作研究和时间研究	(1138)
第三节	通信企业生产运作系统的作业排序	(1147)
第四节	通信企业生产运作流程再造	(1151)
第四章	通信企业几种先进生产方式研究	(1157)
第一节	精益生产	(1157)
第二节	准时生产制(JIT)	(1162)
第三节	延迟生产	(1166)

第十二篇 通信企业信息化与信息系统创新

第一章 通信企业信息化	(1175)
第一节 信息化	(1175)
第二节 信息化与工业化	(1181)
第三节 通信企业信息化与管理信息系统	(1186)
第四节 信息系统与通信企业的战略	(1194)
第五节 通信企业的信息化建设	(1198)
第二章 通信企业信息系统模式	(1205)
第一节 通信企业的管理决策层次及其对应的信息系统	(1205)
第二节 通信企业信息系统的发展阶段	(1212)
第三节 事务处理系统	(1216)
第四节 决策支持系统和群决策支持系统	(1225)
第五节 主管信息系统和战略信息系统	(1232)
第三章 通信企业信息系统的创新	(1239)
第一节 管理信息系统的新发展	(1239)
第二节 因特网、企业内部网和企业外部网	(1247)
第三节 通信企业资源计划(ERP)	(1253)
第四节 通信企业应用整合	(1259)
第五节 电信企业的业务运营支撑系统(BOSS)	(1267)

第十三篇 通信企业文化创新

第一章 剧烈冲击下的通信企业文化	(1279)
第一节 通信改革与企业文化	(1280)
第二节 技术进步与通信企业文化	(1285)
第三节 全球通信浪潮与中国通信企业	(1287)
第四节 企业文化简述	(1289)
第二章 通信企业文化的底蕴	(1292)
第一节 通信企业文化是一种开放的文化	(1292)
第二节 通信文化与同时代先进科学技术的联系	(1294)
第三节 中国通信企业文化与中国传统文化的干系	(1304)
第三章 通信企业文化的个性特征	(1307)
第一节 引人思考的几个例子	(1307)

第二节	解读“全程全网”	(1310)
第三节	中国通信服务文化的独特表现	(1313)
第四节	改革开放以来鲜明的发展导向	(1316)
第五节	中国通信,一支战斗过的队伍	(1321)
第四章	与通信企业文化交互作用的通信消费文化和政府管制文化 ..	(1327)
第一节	处在剧烈变化中的通信消费文化	(1327)
第二节	政府管制对今后通信企业文化发展的关系	(1341)
第五章	通信企业文化创新是企业创新的动力源泉	(1351)
第一节	企业文化创新与通信企业创新	(1351)
第二节	知识经济时代的通信企业文化创新观念	(1353)
第六章	通信企业文化创新的方式	(1356)
第一节	我国通信企业文化创新的路径选择	(1356)
第二节	发现与创建通信企业核心理念	(1358)
第三节	我国通信企业文化创新的实施过程和方法	(1359)
第七章	塑造中国特色的通信企业文化	(1361)
第一节	从全球 500 强看中国通信	(1362)
第二节	中国通信企业在国际竞争中的文化态势	(1367)
第三节	中国通信企业在本土迎接国际竞争的必要条件	(1368)
第四节	中国通信企业走出国门的潜力	(1376)
第五节	注重保持和发扬通信企业文化的优势	(1378)
第六节	注重吸收新的文化因素	(1380)
第七节	顺应历史潮流,在改革中重构企业文化	(1385)

第十四篇 通信企业质量管理创新

第一章	通信企业的质量管理	(1391)
第一节	质量与质量管理的基本概念	(1391)
第二节	全面质量管理	(1400)
第三节	ISO 9000、ISO 14000、TL9000 质量体系标准	(1408)
第四节	× × 市电信公司贯彻 ISO 9000 标准的案例	(1418)
第二章	通信企业全面质量——质量观念创新	(1427)
第一节	从产品“符合规定要求和标准”到“用户满意”	(1427)
第二节	“满足用户规定或明确的需求”到“满足用户潜在的需求”	(1428)
第三节	质量定义对象:从“有形产品”到包括“服务或过程”,最后到“实体” ..	(1428)

第三章 通信企业质量管理创新	(1431)
第一节 质量管理发展历程	(1431)
第二节 质量管理的新趋势	(1434)
第四章 通信企业质量经营创新	(1437)
第一节 质量经营的内涵	(1437)
第二节 通信企业质量经营实践	(1438)
第三节 质量经营与国际贸易壁垒	(1440)
第五章 我国通信质量管理面临的挑战	(1442)
第一节 当今通信企业质量管理运作在新经济条件下面临的“围城”	(1442)
第二节 我国通信企业质量管理存在的问题	(1443)
第六章 我国通信企业质量创新选择	(1445)
第一节 通信企业质量战略创新	(1445)
第二节 通信企业质量观念创新	(1445)
第三节 通信企业质量管理方法创新——推行六西格玛管理	(1446)
第四节 注重领导、鼓励全员参与	(1450)
第五节 持续有效地开展内部质量审核,进行质量监督	(1451)
第六节 培养通信企业质量文化	(1452)

第十五篇 通信企业人力资源管理创新

第一章 通信人力资源管理概述	(1457)
第一节 现代通信企业面对什么——人力资源竞争	(1457)
第二节 现代通信企业需要什么——人力资源理念	(1465)
第二章 应对知识经济的必由之路	(1484)
第一节 知识经济对通信企业人力资源管理的冲击	(1484)
第二节 企业管理本身的变革对通信企业人力资源管理的冲击	(1485)
第三节 经济全球化对通信企业人力资源管理的冲击	(1486)
第三章 通信企业人力资源管理理念创新	(1487)
第一节 人力资源管理思想的演变	(1487)
第二节 人本管理	(1490)
第三节 能本管理	(1491)
第四节 人本管理和能本管理在通信企业人力资源管理中的应用	(1492)
第四章 通信企业人力资源管理创新趋势	(1495)
第一节 实施通信企业战略人力资源管理	(1495)
第二节 通信人力资源管理部门职能的变化	(1498)
第三节 通信人力资源管理信息化、网络化	(1499)

第四节 柔性管理成为通信人力资源管理的重要形式	(1501)
-------------------------------	--------

第十六篇 通信新业务推广战略

第一章 从失败的教训到成功的经验	(1505)
第一节 不是为股东打工:AT&T	(1505)
第二节 陷入不理智的收购之中:PSINet	(1506)
第三节 在不能盈利的网络上浪费资金:Winstar	(1507)
第四节 错误的客户定位:Northpoint	(1508)
第五节 通信行业怎么了	(1509)
第六节 识别失败者中的潜力股	(1510)
第七节 改变行为:管制和其他方面	(1513)
第二章 制定有效的业务战略	(1518)
第一节 技术在业务战略中的角色	(1518)
第二节 针对宽带技术的选择推荐几个战略	(1519)
第三节 评估其他技术方案及其成本	(1519)
第四节 考虑市场定位	(1520)
第五节 确定带宽要求	(1520)
第六节 建立业务组合:业务种类与数量	(1520)
第七节 如何选取业务组合	(1529)
第八节 为业务下定义	(1530)
第九节 服务定价	(1535)
第三章 追求高利润的市场进入战略	(1542)
第一节 评估公司核心竞争力	(1543)
第二节 找到一个属于你的市场空白	(1544)
第三节 制定外包战略	(1545)
第四节 制定可行的财务模式和商业模式	(1545)
第五节 关于建网、转售或租用的决策	(1552)
第六节 ASP 的市场进入战略	(1554)
第七节 市场补缺战略的例子	(1556)
第八节 总结:如何建立市场进入战略	(1559)
第四章 合作关系——高败激活价值链	(1561)
第一节 市场合作 VS 战略合作	(1561)
第二节 将合作伙伴视为战略性资产	(1562)
第三节 MTU 市场上的合作	(1567)
第四节 管理业务价值链上的各方	(1569)
第五节 衡量合作关系成功与否的指标	(1574)

第十七篇 地方先进经验交流篇

- 用优秀文化承载企业发展**
中国铁通新疆维吾尔自治区分公司党委 (1577)
- 勇挑农牧通信重担 争当信息扶贫先锋**
——西藏电信发展农牧区通信纪实
西藏自治区电信公司党组书记、总经理 李晓华
西藏自治区电信公司秘书主管 罗先林 (1581)
- 南宁网通管理实践与探索**
中国网络通信集团公司南宁市分公司 (1584)
- 把握形势 与时俱进 创新开展人才队伍建设**
中国网通江苏省扬州市分公司 徐宗彬 李 震 (1587)
- 以管理提效率 以服务创效益**
中国铁通甘肃省兰州分公司总经理兼党委副书记 梁兰生 (1590)
- 打造专业品质 保证卓越服务**
中国铁通河北省保定市分公司 韩银田 李 江 (1592)
- VPN 技术——铁通公司网络业务发展的新机遇**
中国铁通集团公司黑龙江省大庆分公司 赵忠启 (1894)
- 从 CDMA1X 技术的应用优势看电子政务发展**
中国联通广东省汕头市分公司综合部 杨涌海 (1600)
- 科学测定 精细管理 严格执行 自我加压 寻求收支平衡**
黑龙江省绥化市铁通分公司 卢春崎 (1603)
- 关于人才培养发现选拔的思考**
湖南省电信有限公司浏阳市分公司党委书记、总经理 陈春芳 (1608)
- 浅析边远少数民族地区电信通信事业的发展与人力资源的管理开发**
四川省电信有限公司白玉县分公司总经理 潘 云 (1611)
- 让执行力具体化是提升执行力的关键**
山西省武乡县通信分公司 宋利文 (1615)
- 谈谈企业如何调动员工参与业务流程重组**
福建省电信有限公司龙海市分公司 陈建忠 (1617)
- 后小灵通时代的业务发展思路浅探**
中国网通(集团)有限公司辽宁省营口市老边区分公司 王晓昕 (1620)
- 他在“来显风”中大显身手**
——徐闻县分公司李凌云来电显示营销纪事
广东省徐闻县电信分公司 郑 勇 (1623)

也谈转型

广东省徐闻县电信分公司 郑 勇 (1624)

三化管理练内功 优质服务创效益

——宁武县通信分公司持续快速发展记略

山西省宁武县通信分公司 侯有绪 (1625)

浅谈企业人才队伍建设

云南省电信有限公司罗平县分公司 田绍山 (1627)

中国电信业战略管理

四川省冕宁县电信公司总经理 白如松 (1630)

吉林省通信公司江源县分公司精神文明建设工作巡礼

吉林省通信公司江源县分公司 王永利 (1632)