



艾凯咨询
ICAN Consulting

基于AIEAS的移动互联网营销 模式研究

一、调研说明

《基于AIEAS的移动互联营销模式研究》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/45763.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

移动化和互联网化是通信行业未来的发展趋势。移动通信的出现打破了地域的限制，人们不仅可以随时随地使用通信服务，还能享受随身性、身份唯一性等移动通信特性带来的其他便捷服务（手机定位、手机支付等）。而互联网的出现也正在深刻的影响和改变着我们的行为模式和思维模式，它使信息的高速流动成为了可能，使长尾和草根的价值得以体现。

移动与互联网的融合将孕育出一个全新的、广阔的市场，给电信和互联网行业参与者带来前所未有的机遇；但是，移动与互联网的融合又需要运营模式的巨大改变，传统的电信运营模式将不再适应移动互联时代的需求，这将给电信运营商带来一定的挑战。如何转变运营思维以适应新的市场形态和竞争环境，是每一个电信运营商所要面临的问题。

营销活动应该建立在用户分析的基础上，消费者行为研究显得至关重要。消费者行为学领域诞生的很多理论成果，已经广泛应用于各种营销活动。但是，消费者行为特点是随着时代不断变化的，新的渠道和产品的出现，都会对用户的消费行为特点产生影响。而消费者行为特点的变化，又促使了新的消费者分析模型的出现。

随着互联网和电子商务的发展，消费者购买行为的特点开始发生变化，这使得原有的消费者行为学理论模型不能很好地指导新环境下的营销工作了。因此，在消费者行为学的成熟模型AIDMA法则的基础上，电通公司提出了AISAS模型，为互联网时代的营销工作提供了很好的理论指导。

但是，AISAS模型主要关注于传统产品的互联网营销模式，却不能很好的指导移动互联产品的营销。移动互联产品与AISAS模式关注的传统产品有很大的不同：从消费特点上看，传统产品更多是理性消费品，而移动互联产品是感性消费品；从盈利模式上看，传统产品是靠直接销售获利，移动互联产品往往是基础服务免费；从产品类型规模上看，传统产品的同类产品较多、用户选择多，移动互联产品的同类产品有限、用户选择少……由于存在这些差异，传统的AISAS互联网营销模型将不再适用于移动互联产品的营销，需要根据移动互联产品的特性建立一套新的营销模型。

结合移动互联产品的特点，我们对传统的AISAS模型进行了改造，提出了更加适合移动互

联产品营销的AIEAS模型。本报告将围绕AIEAS模型，深入研究移动互联时代营销的重点和方式，为即将到来的移动互联时代的营销工作提供理论和操作的指导。

本报告将围绕下列问题展开：

• 移动互联产品的特点？

• 为什么提出AIEAS模型？

• AIEAS模型的特点是适用范围？

• 如何使用AIEAS模型？

研究亮点

移动互联产品对营销的要求既不同于传统的电信产品的营销，也不同于传统的互联网营销。结合移动互联产品的特性与互联网营销的特点，我们提出了AIEAS模型，作为移动互联产品营销的指导原则。

【 目录 】

第一章 报告简读

1.1. 报告背景

1.2. 研究框架

1.3. 3-INFO观点

第二章 消费者购买决策过程分析模型介绍

2.1. 消费者购买决策理论概述

2.2. 消费者购买决策过程模型（五环节）

2.2.1. 模型介绍

2.2.2. 模型应用及案例

2.2.3. 模型评价

2.3. AIDMA模型

2.3.1. 产生背景

2.3.2. 模型介绍

2.3.3. 模型应用及案例

2.3.4. 模型评价

2.4. AISAS模型

2.4.1. 产生背景

2.4.2. 模型介绍

2.4.3. 模型应用及案例

2.4.4. 模型评价

第三章 移动互联及AIEAS模型

3.1. 移动互联产品介绍

3.2. 移动互联产品特点及消费者购买行为的特点

3.3. 传统模型应用于移动互联产品营销的局限性

3.4. AIEAS模型

3.4.1. 模型介绍

3.4.2. 模型特点与适用范围

第四章 AIEAS模型的应用

4.1. 应用于渠道体系优化

4.1.1. 应用方式介绍

4.1.2. 应用案例——互联网网站渠道优化

4.2. 应用于营销策略制定

4.2.1. 应用方式介绍

4.2.2. 应用案例——网吧场景整合营销

附录 3-INFO可提供的相关咨询服务

1、 移动互联运营体系咨询

2、 移动互联产品创新咨询

3、 移动互联营销和渠道体系

4、 基于互联网的数据业务深度运营

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45763.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。