

# 加大补贴力度,争开应用商店,扩展手机支付 3G上市一年 运营商开始回归寻常身价

□晚报记者 祁京/文 白韬/图

今年的5月17日,是中国的3G产品正式上市的一周年。

一年多的时间,中国3G的发展并不如预想中那么顺利,截至2010年4月,中国移动、中国电信和中国联通的3G用户数分别为769万、557万户和482.4万户,3G用户总数为1808万,仅占移动用户总量的2.4%。

价格的因素,成为了消费者使用3G的最大障碍,和运营商的期望不同的是,中国消费者既然已经习惯了买手机送话费的模式,就不会退回去,不管你是3G还是4G。

于是,我们看到,如果说一年之前,运营商更多的关注网络建设的问题,到了2010年,尤其是进入第二季度,发展用户数、开展新业务就成了当务之急,于是,三大运营商齐齐放下3G的架子,纷纷打起价格战,让3G回归到了价格战的老路上来。

与此同时,手机应用商店和手机支付正随着3G的铺开而快速发展,在未来的日子里,它们可能会成为支撑中国3G发展的真正基石。

今年的5月17日,是中国3G产品正式上市的一周年。

一年之前,运营商关注更多的是网络建设的问题,而到了2010年,发展用户数、开展新业务则成了当务之急,于是,三大运营商齐齐放下3G的架子,回归到了价格战的老路上来。

随着5·17的临近,中国电信发布了新营销方案,下调2G补贴,上调3G补贴,“优惠和补贴政策向3G手机倾斜,3G补贴比2G优惠10个百分点”。

高额补贴意味着电信对3G的发展充满了期望,2009年,中国电信发展了557万户3G用户,仅次于中国移动。

而中国移动的补贴力度则更大,中国移动的终端按照合格、良好、优秀三类划分,并给与不同的补贴额度,在中国移动补贴政策中,取得工信部入网许可证的产

不仅要花钱买手机,还要花钱买手机应用,苹果AppStore的模式刺激了国内的三大运营商。于是,在2009年底开始,三大运营商纷纷把手机应用商店作为主推对象。

中国移动是运营商创新的先锋,2009年8月17日,中国移动应用商店第一个亮相,虽然到目前为止尚显单薄,但是中国移动应用商店已经能够提供手机游戏、手

和运营商缓慢增长的3G用户数量不同的是,手机支付发展非常迅速,无论是手机银行还是第三方支付,都借着3G的东风,大大扩展了一把。此前,中国第一大支付平台支付宝就宣布,自己的用户数已经达到了3个亿,而中国的手机用户数也只有6亿多一点。

来自工信部的统计数据也显示,2009年上半年,我国手机支付用户突破1920万户,实现交易6268.5万笔,支付金额共170亿



随着5·17的临近,中国移动加大了G3手机的优惠幅度。

## 三大运营商提高3G补贴

品即为合格类产品;良好类为除取得入网许可外,还必须具备移动宽带互联网应用能力和RFID(射频识别)功能;优秀类必须在具备前两类功能的基础上拥有良好的用户界面和操作设计,具备较强的市场竞争力等软指标。其中,合格类的补贴标准为20%~30%,良好类的补贴标准为30%~50%,而优秀类的补贴标准高达50%~70%。

这种补贴反映在市场上就是:按照郑州移动第二季度G3手机营销方案,其中有多款千元左右的G3手机,凡是购买这几款手机的用户不仅可以享受超低价格,还可以获得最多600元的手续费。

郑州移动规定,在购买指定的G3手机时,如果客户预存有话费,则话费可以冲抵一部分购机款,同时还能用手机里的积分或M值冲抵一部分购机款。除了购

## 应用商店成为主要方向

机软件、手机主题等手机应用下载。

重要的是,在中国移动的应用商店中,运营商的比重被放大,所有开发者都必须通过其自有的操作系统OMS来开发软件,这样,中国移动就在3G互联网发展的前期占领了阵地。

与此同时,中国移动还通过139社区、手机支付、电子阅读等领域的探索,抢先在其他运营商还在进行网络建设的同时,

## 手机支付发展迅速

元,并预计,手机支付将超过网上支付规模。

手机支付的快速兴起刺激了商业平台的发展,中国最大的购物平台淘宝网宣布,与软银集团控股雅虎日本宣布将展开战略合作,双方将通过数据对接全面打通中国和日本的网购平台,这是中国首个跨国界的网购平台。

按照规划,淘宝网上将开设“淘日本”中文平台,能够为淘宝用户提供日本产品。同时在雅虎日本网站上开设日文平

买G3手机有优惠外,郑州移动还规定,购买G3固话也有多种优惠措施,预存话费甚至可以“0元购机”。

如此大幅度补贴带来的是中国移动3G用户的快速增长。据悉,中国移动2010年3月净增用户597.1万户,较2月份净增551.8万户有所提高。在目前的3G市场上,中国移动的3G用户数量占据着绝对的优势。

重压之下,此前一直抱着“皇帝的女儿不愁嫁”的联通也终于在3G上进行补贴,从5月1日开始,郑州联通执行新的3G资费方案,新增了36元套餐,同时还调整了iPhone合约计划,iPhone价格降低千元左右。

而在此之前,联通一直将3G目标用户定位于“对数据业务有大量需求的高端用户”,将联通版iPhone等昂贵的手机作为其3G业务的主推产品,并一再做出“3G不补贴,不降价”的表示。

就进入了应用探索阶段。

中国电信的天翼空间也于两个月之前正式上线,中国电信的定位是一个同时面向各类内容及服务提供商、终端厂商、手机软件开发者和个人开发者,并为用户提供基于手机各类应用和数字商品的全新平台。

到目前为止,只有联通应用商店还未正式上线。

台“中国商城”,雅虎日本用户能够在这上面买到中国产品。显然,若没有3G时代手机上网和手机支付的强力扩展,这种跨国界的交易是不可想象的。

“这意味着,手机支付的发展将不会像运营商和银行预想的那样,先在理财领域铺开,而是先在消费领域扩展。”业内人士指出,从这一点上,运营商应该发现3G时代的消费者主导性,及早地做出改变,以赶上手机支付发展的大潮。

通信快报

## 行业 >>>

女性上网买手机,男性购买充值卡  
河南人上网爱买这两样

《2009~2010年度中国网购热门城市报告》近日发布,报告显示,在“中国网购消费力增长最快的十大城市”中,漯河市以超过10倍的年增长速度排在澳门之后;而在“中国网购消费力增长最快的十大省份”排名中,我省仅以微弱的差距落后山西。

根据报告显示,服装和3C数码成为网购消费力十大城市中最为热卖的两大类。手机因为是现代人沟通联络的必备,所以毫无争议地占据了重要位置。报告分析认为,18岁至40岁的用户是网上购买手机和3C产品的主要消费群体。其中25岁到34岁的消费者更是中坚力量,这部分群体处于人生事业起步发展的阶段,出于业务及社交需求,对于手机等电子产品的需求较为刚性,舍得花钱的同时也对于手机有较高的鉴别与挑选力,消费观念比较成熟。

其中,手机呈现女性化消费特征,游戏类和通信充值卡类产品呈现明显的男性消费特征。

祁京

## 郑州移动 >>>

举办TD终端包销加盟会

近日,郑州移动金水分公司组织召开经销商TD终端包销加盟沟通会,调动和吸引社会渠道的力量,群策群力,发挥规模优势,加快TD终端推广销售。

中鑫公司是郑州移动的重点签约经销商,TD终端包销加盟工作开展较早,销售业绩比较突出。在会议上,中鑫公司结合自身的运营经验,针对包销TD终端的销售政策、包销优势以及销售利润等具体细节,进行了现身说法。经过沟通交流,与会经销商八成以上现场表示了包销加盟意向,为全面加快TD终端销售打开了新局面。

张娇

## 郑州联通 >>>

打造114媒体联盟

最近,在郑州,无论是电视节目的新闻热线,还是广播节目的直播热线,甚至是娱乐节目的海选报名热线,越来越多的媒体热线都改为114转接的形式。这是郑州联通传媒中心大力开发114电话导航社会服务功能的结果。

“114电话导航”是在原114号台业务的基础上,面向公众客户推出的一个综合信息查询和发布平台。郑州联通积极与省市各大媒体联系,依据资源共享的原则,共同开发了多个栏目的114转接热线。郑州联通表示将进一步加强与媒体的合作,实现共同参与、利益共享的最佳效果,最终打造114媒体联盟,树立114电话导航热心服务社会的公益形象,力争电视有形、广播有声、报纸有文,进一步提升114的品牌影响力。

薛曼曼

## 郑州电信 >>>

推出社区专场活动

为了向广大用户提供更加优质便捷的通信服务,答谢用户对于郑州电信的关心和支持,迎接5·17世界电信日的到来,近期,郑州电信推出以“电信E家为家庭带来健康新生活”为主题的系列社区专场活动。

在活动期间,郑州电信将选择部分郑州市社区开展互动游戏、有奖知识问答、播放电影等精彩纷呈的节目,参与活动即可获得纪念品一份。此外,在活动期间,郑州电信还将针对活动社区开展产品优惠促销活动,现场办理业务即可获得入网礼,用户还可以参加抽奖活动,中奖率达100%。

朱琳

