

3G上市一年,消费者认可几何? 一项调查或许能回答这个问题

## 六成消费者嫌3G贵

消费者认可的3G月消费在百元以内,和运营商的期望还有差距

本周一是世界电信日,也是3G产品上市一周年的日子。一年过去了,3G产品在消费者中到底推广得如何,消费者又是如何看待三家运营商的3G产品?

也许数据是最能直接回答这些问题的,在3G上市一周年之际,不妨看看新浪网发布的59.3万人次投票的《3G推出一周年网民使用调查报告》。

通信快报

### 行业

#### “云计算”概念被热炒

近期,随着物联网的扩展,“云计算”概念被热炒。在今日召开的第二届中国云计算大会上,中国移动发布了“大云”BC1.0等多项云计算研发成果,能支持3G时代的大规模信息化应用。

与此同时,中国电信也于近日推出以云计算为构架的个人移动增值服务——“e云”。

无独有偶,民间企业也开始应用“云计算”概念,一个小企业商业智慧分享平台“云计划”也被推出。“云计划”是在全球批发采购大市场1688.com开设一个长期的分享互动平台专区,用于汇聚和分享千万小企业的经营经验。该计划邀请马云担任首期导师,与广大小企业创业者和个人网商一同采取问答互动形式进行线上交流分享。 祁京

### 郑州移动

#### 完成省邮电管理局家属院网络覆盖

5月17日,省邮电管理局家属院室内分布系统工程正式开通,此项工程的成功开通,不但解决了信号覆盖问题,还为以后消除网络盲点提供了典型范例。据悉,为了解决省通信管理局家属院的覆盖问题,郑州移动针对复杂的地理环境,自3月份以来数十次到现场勘察,对可能出现的施工瓶颈一一解决,大胆突破常规,设计出三套方案供选择。为保障施工顺利进行,联合攻关小组拟定了施工过程中应急预案,对可能出现的各种突发事情进行了充分的应对。

郑州移动成功完成了省邮电管理局家属院室内分布系统工程,为今后解决弱覆盖难点问题提供了宝贵的实战经验和借鉴案例。 张娟

### 郑州联通

#### 推出“移动OA”产品

日前,郑州联通推出“移动OA”产品。移动OA,即办公信息自动化,它可以提供企业的办公门户、邮件管理、表单流程、公文管理、档案管理、会议管理等。出差在外,打开手机就可浏览单位的通知公告,甚至还可以阅读、审批公文。该产品开发了手机wap、客户端、虚拟桌面三种登录方式,其中,手机wap形式的展现方式由于界面的单一性、画面的局限性,客户选择较少;客户端形式采用的是目前最先进的中间键技术开发,主要适用于使用低档手机人员;虚拟桌面形式将用户的PC机功能程序移入客户的手机中,实现手机电脑的功能,主要适用于高端客户。目前此项产品已在黄委会和南方航空公司测试使用。 薛曼曼

### 郑州电信

#### 让您的生活更美更健康

为庆祝第42个世界电信日,郑州电信于5月17日~5月31日在全市范围隆重推出“让生活更美好更健康——5·17电信日郑州电信给您送健康”活动,旨在为广大电信用户提供更加便捷、专业、实用的健康指导服务。活动期间,凡郑州地区的电信手机用户(133、153、189号段)均可通过使用中国电信号码百事通业务,即使用电信手机拨打118114获得为期一个月的健康顾问使用权。免费享受专业医生提供的24小时在线健康咨询、郑州12家专业医院提前1天预约专家挂号和健康档案、药学服务、健康短信等多项服务。 朱琳

### 【资费】

#### 62.6%受访者认可3G月费百元以内

对于3G服务资费,有50.9%的受访者认为现在资费“偏贵,难接受”,另外认为很便宜或者还能接受的受访者比例总共占39%。

有62.6%的受访者能承受3G通话月费为100元左右,28.1%的受访者选择了50元左右的月费。另外,在3G上网卡的月费选择上,62.8%的受访者能承受100元的价格,35.5%的受访者能承受的价格为50元。

这一结果显然和运营商期望每月最低126元的消费有一定差距,按照运营商内部的想法,语音和短信的通话量应该在3G到来后有很大的下降,转向数据上网业务。但实际情况却是,那些会使用3G上网业务的消费者大多年轻却经济实力有限,难以承担每月百元以上的费用。根据调查显示,50元应该是3G标准用户所能承受的最高数据上网费用上限。

### 【品牌】

#### 移动G3推广得最好

无论是中国移动的TD-SCDMA、中国电信的CDMA2000/EVDO,还是中国联通的WCDMA,技术、网络覆盖等方面都有自己的优势和劣势。因此运营商不谋而合地不去推广自己的技术标准,而专注于强调自己的3G品牌,于是,在消费者眼前,看到更多的是中国移动的“G3”、中国电信的“天翼”及中国联通的“沃”。

调查显示,中国移动的“G3”和中国电信的“天翼”认知度均超过了30%,中国联通的“沃”则由于种种原因,没有其自身的技术标准WCDMA知晓度高。

业内人士认为,三大运营商推广品牌,把各自的3G业务发展拉到了同一起跑线上,真正的中国3G竞争也随之远远超出了技术标准本身,上升到了产业链的层面。对于用户而言,过去一年他们可以大致判断三大运营商谁的网络更快、信号更好。而接下来的重点则转向了G3、天翼、沃,“谁的服务更多更好”,这意味着新的竞争大幕已经拉开。

### 【终端】 外国3G手机销售位列前茅

在卖得最好的3G手机品牌中,苹果、诺基亚和多普达分列前三,苹果以30.1%的得票率居首,诺基亚以20.7%的占有率次之,得票最多的10个品牌里有7个是国外品牌。在国产3G手机品牌中,多普达以20.4%的得票率暂列季军,中兴、华为为次之。

有意思的是,受访者能承受的3G手机价格,有89.3%的人选择1000元~2000元的区间,仅有4.5%的受访者可以接受价格超过2000元的3G手机,而目前无论是国产还是进口的3G手机,价格几乎都在3800元以上,尤其是苹果手机,最便宜的也在3999元。

### 【应用】 高速上网最受欢迎

在针对“您对3G哪一类业务感兴趣?”问题的调查中,59.87%的选票投给了“高速上网”,排在后面的是话费便宜、视频聊天、手机电视和定位服务。但这四项的选票总和,仍无法超越“高速上网”。

在消费倾向上,64.7%的受访者更多在户外使用3G上网卡,31%的受访者更多在异地出差时使用,因此3G上网卡的漫游需求占了相当大的比例,调整资费结构,推出差异化的漫游资费套餐,无疑能吸引更多的3G上网卡用户。在每月上网流量方面,有78.5%的受访者每月上网流量需求超过5G,在运营商推出的各种套餐中,流量封顶可能会使部分受访者在选择上网卡品牌上犹豫不决。

### 【结论】 3G仍在普及期,3G服务待提高

从受访者对三大运营商的3G服务关心的问题来看,普遍集中在信号覆盖、服务资费、上网速度方面,三个问题的比例差别不是很大。

从调查报告来看,大多数消费者所使用的3G服务仍是最基础的高速上网,上网卡成为目前接受程度最高的3G产品,而这一产品,对运营商相对脆弱的3G基站来说,又会造成更大的流量冲击。

消费者对三家运营商的服务感知也比较少,既没有满意的成分,也没有不满意的成分,这说明目前三家运营商在3G服务上尚无和2G区别的特色。业内人士指出,对3G敏感的用户已经被运营商吸收殆尽,在下一个时期,哪家运营商的3G服务有特色,就能在3G普及阶段占得优势。

北京邮电大学教授阚凯力在日前接受采访时则认为,在3G手机促销时,用户购买了3G手机,但实际上用的是2G的功能,3G的关键不在于技术,而在于应用、在于市场、在于需求。

正是在这样的认知下,运营商正在努力培养市场接受3G服务,以郑州移动为例,大规模地推广、话费补贴以及增值业务的开发、手机电视的低价推广都在快速进行之中,可以预期的是,到2011年的电信日,3G用户数将会赢得新的快速增长。

