

手机下乡引起“农村攻势战”



进入3月上旬,三大运营商“手机下乡”活动已经全面展开。对于三大运营商来说,农村市场将是一个很有潜力的大市场,这不仅是指终端销售,更指通信需求。有数据称,中国移动2007年近半数新增用户都是来自农村地区的。不仅中国移动,包括电信、联通在内,三大运营商都会在日后更加激烈和深入地争抢农村市场,拉动通讯消费的一场竞争已经开始。

各显神通 深耕农村市场

随着手机白菜价时代的到来,农村居民买手机的越来越多。针对农村市场的开发,三大运营商各出其招。据悉,中国移动专门挑选了一批质优价廉、适合农村市场消费的手机,农民朋友在中国移动的家电下乡指定网点,将享受到从手机选购、业务办理到维修服务的一站式服务。电信借助“手机下乡”的东风,在满足农民“用得起、用得好”的需求上,推出天翼手机。天翼手

机辐射小,对环境、健康起到保护作用,享有“绿色手机”的美誉。另外,天翼手机不仅通话质量好、发射功率小、保密性强、数据传输速率高,而且部分产品低价但不低质。联通则专门为农村市场定制了数十款符合农民用户使用习惯的手机,并拥有20多万员工组成的服务保障团队,为此次手机下乡做保障。记者分别从三大运营商的相关部门了解到,他们都根据家电下乡促销政策提前安排了终端,力保下乡手机能够及时供货。

争夺用户 将优惠进行到底

三大运营商利用自身优势,将优惠进行到底,力争吸引更多的农村用户。电信推出信息大礼包,农民只要购买任意一款“家电下乡”手机终端,不仅可以得到政府发放的13%的终端补贴,而且还将享受到按月分期赠送的话费,赠送话费的总额达到手机终端价格的40%。相当于购买的手机,在享受政府补贴后还打了个“六折”。中国移动在给农民送实惠的同时,也不忘推行固话业务,

并将优惠策略和固话进行捆绑。如农民花300元买一部家电下乡手机,再充值150元,则能获赠一部移动固话。另外,凭购机发票到政府相关部门可领到39元的财政补贴。这样算下来,农民只花411元就能得到两部手机和150元的话费,确实非常实惠。联通打出“资费返还”牌。农村用户在购买下乡手机时,不但能享受到政府补贴,还享受每个月话费10%的用户入网补贴。而且,联通还赠送增值业务包,包括手机报、农业致富信息、天气预报等服务。

相关链接

诺基亚“大篷车”送手机下乡

“现在经济不景气,我更不能像以前那样随时出手买我喜欢的新手机了。要是有什么办法能让我的手机‘与时俱进’就好了。既不用多花钱,又总能有新鲜体验……”

诺基亚全球副总裁邓元口认为,关键在于站在用户的角度去思考,为用户提供更具效率、更富价值的产品和服务。

严格的检验程序确保了诺基亚产品稳定而卓越的质量。诺基亚的手机在出厂之前都要经过十几道工序的检验及严格的可靠性实验。良好的产品质量可降低手机的长期拥有成本,从根本上增强消费者的消费信心。

诺基亚为用户提供了售前、售中、售后全方位服务的多样而便捷的渠道,包括免费客户服务热线4008 800123、遍布全国的700多家服务网点,以及提供技术支持的诺基亚网站(www.nokiacomcn/support)。

诺基亚还于2009年2月首次推出延保服务,为用户的产品提供原有保证期之外额外12个月的一系列维修和支持服务,覆盖几乎所有的诺基亚手机型号。诺基亚还针对乡村地区特别推出了收集点、流动服务车等服务,以保证乡村消费者能享受到及时高效的客户服务。诺基亚目前拥有的1.6亿中国用户有很大一部分来自乡

村,诺基亚一直致力于为他们“零距离”提供产品和服务,以满足其消费需求。自2006年起,诺基亚连续三年开展“大篷车”活动,将“大篷车”开进全国近千个四五级城镇,与一千万人次的消费者亲密接触。

今年,响应国家“家电下乡”的号召,诺基亚为全国的农村消费者奉上了12款价格实惠、质量过硬的手机产品。

快报记者 沙辰 徐勇

延伸阅读

漫步家电下乡的“最后一公里”

“最后一公里”——原意指完成长途跋涉的最后一段路程,后引申为完成一件事情的时候,最后的而且是关键性的步骤,通常还说明此步骤充满困难与挑战。“家电下乡”这一中国式运动正漫步在最后一公里上,风景如何?

边走边想如何发展

2009年3·15消费者权益日的主题中出现了并不为普通老百姓常用的词语“发展”,“家电下乡”作为一场刺激我国内需,拉动国民消费的中国国家式运动,已经进入了“最后一公里”的阶段,已经到了家电企业仁者见仁,智者见智,抢占先机,促进发展的时刻。从“家电下乡”的角度去解释发展,我们希望能从中体会到,发展对于家电企业来说到底是怎样的一个未来?

是不是落到实处的一系列动作?凭借技术的优势、对消费者的购买习惯以及宏观市场情况的了解,家电企业能明白如何去吗?

边走边聊农村消费

农村消费者对于家电的消费需求与都市中连锁家电卖场的“逛街式”购物大不相同,这与家电厂商和家电连锁卖场在产品、店面布局以及销售模式方面密切相关。

对于农村家电消费而言,顾客的消费动机如果用一句话来说,那么就是选购最特惠产品作为唯一的目标。对于城市居民而言,丰富的产品功能、时尚的产品外观、明亮的购物环境、合适的温度和色彩、轻松愉悦的声音环境、亲切的微笑和周到的服务是他们的需要。而对于农村顾客而言,就没有这

样的“购物即休闲”的理念,他们只关心购买的洗衣机会不会被老鼠咬坏,安装的电视机会不会因为夜里电压变化而无法收视等问题。除此之外围绕农村消费的特点,农村地域广阔,物流配送,售后服务都是销售增长的关键因素。家电下乡“最后一公里”考验的正是企业对农村消费的了解程度以及企业的基本功和综合实力。

走“最后一公里”看企业发展之道

为使家电下乡产品符合农村消费特点,切实维护农民利益,防止将城市商品简单推向农村甚至滞销商品向农村转移,家电下乡产品在节能、环保、耐用、安全等方面提出明确要求。如宽电压、强信号的彩电,耗电低、冷冻量大、环保的电冰箱,强信号、待机时间长、

方便收发农业科技和市场信息的手机,宽电压、宽水压、洗涤量大、方便排水的洗衣机。同时,家电企业通过简化不适合农村消费的功能和包装,降低生产成本,确保家电下乡产品质量可靠、功能实用、价廉物美。机会只眷顾有准备的人。在家电下乡的最后一公里中,很多家电厂商都在积累农村市场的开拓经验,抓住家电下乡政策本身的利好促进销售,根据农村消费的特定情况主动出击,正是这种根据市场、根据消费行为指导而决定的“HOW TO DO”成就了国产家电企业在农村市场发展,我们也将继续深入观察和报道由家电下乡引发的消费与发展。

快报记者 王多 都市圈网 陈钊

家电下乡系列报道之三

2009 手机流行趋势解析



2009年1月7日,工业和信息化部正式发放三张3G牌照,这标志着中国正式进入3G时代,也将给支持3G标准的手机提供了大展拳脚的舞台。日前,全球第一份手机体验白皮书在3G门户正式发布,通过36万个用户的点差,以下各大关键词成为人们关注3G手机终端的焦点。

关键词:触屏

TOUCH IT! 手机从诞生之日起,就是带有数字键盘的,所有的操作都必须依赖于手指的灵动。这一基本功能设计直到2008年依然固我。但在2008年,在iPhone的Multi-Touch控制技术的推出、多普达TOUCH-WIZ广应用之后,触屏的操作被赋予了更多功能和便利。毫无疑问,直接在屏幕上进行的操控,比通过物理键盘进行中介的操控,要更加方便快捷,更加符合人机交互的逻辑。

iPhone带来了触屏操作的革新,手机上的触控已经不是原本的触屏体验。绚丽的界面搭配简洁的触控操作,TOUCH IT这句话应该包含更深更广的含义。因为用户的一致好评,也引来厂商的蜂拥而上,2009年更多的手机将加入触屏的阵营。

关键词:智能

智能手机不断扩大的市场份额,证明了手机用户对智能的需求。手机内在的计算能力,从主要服务于移动通讯功能,转而像电脑一样,在更复杂的计算环境、硬件环境中,提供更全面方便的功能模组管理和扩展支持。手机的移动性和便携性,在更广泛的时间、空间内,将像电脑一样可以发挥思考、计算、存储的作用。把手机的操作系统平台和独立的各种功能进行更加智能和人性化的融合,将使手工切换各种软件、各种选项,从而达成某一任务的操作,变为人性化的自动处理。智能不仅仅意味着搭建操作系统,第三方软件支持,更人性、更自动、更融汇的处理,才是智能的核心价值。

关键词:高分屏幕

手机屏幕的功能,早已经不只是短信、电话号码的显示。更多的色彩,更高的分辨率,被引入手机屏幕。非Q屏的手机,正在逐渐消失。Q屏是时下的标配,但当视频、网络、图片等功能更受欢迎时,Q屏已经不够看了。更高分辨率的屏幕,被使用在手机上。VGA在高端机型上风行一时,而厂商们也很快将参数攀升到WQVGA、WVGA。W代表着更宽,这也正是分辨率攀升的核心所在。手机屏幕的视觉体验,将更接近电脑屏幕的体验。这种体验的变化,涵盖了图片浏览、视频播放、网络浏览等。尤其是800×480的WVGA屏幕,已经等同于低端上网本的屏幕分辨率。

关键词:电池

不论是手机上网,还是手机游戏、手机影音,都需要在手机上进行较长时间的操作,需要手机的电池能够支持更长的时间。而硬件配置的攀升,CPU处理速度的提升,屏幕尺寸更大分辨率更高,同样需要电力的保障。手机所谓的标准配置,其“一电一充”的规格已经多年未改。手机电池自从发展到锂电之后,就再没有更大的技术进步,现在厂商开始关注其他电力来源。太阳能手机,作为电力不足的补充手段,已经在市场上频繁出现,更好用的燃料电池,也已经有比较成型的产品。在2009的下半年,有望出现使用燃料的手机电池。更小的体积、更强的电力,或许又能促使手机硬件的规格更进一步。

快报记者 徐勇



中国移动通信 CHINA MOBILE

移动 信息 专家

秉承2G优势,开创G3时代

——坚实的基础,成就每一步的跨越

99.5%以上移动网络覆盖率

99.999%以上计费准确率

全国28000多个营业点

全国客户总数超4000万

中国移动,全力发展G3。

沟通100 100 服务100 用心服务

引领3G生活

客服热线:10086 www.10086.com

中国移动通信集团江苏有限公司

继承才有发展,传承昨天,才能开创更美好的明天。中国移动江苏公司秉承2G通信时代网络好、计费准、服务优、网点多、业务多,及提供10086、沟通100、e100等优势服务的坚实基础,为你开启G3通信时代,一如既往,全心为你。