

e时代周刊 etimes

江苏省最专业的数码家电周刊

>>>版面互动

移动用户编写100000发
送到10658655,即可免费获
得本期**海量版e时代!**
(通信费、信息费均免)



3G消费越来越个性 3000元以下成消费主流价位

老客户调查 温先生的第七台电脑

随着3G普及步伐的不断延伸,现在3G手机消费逐渐成为消费者以及市场上的一个热点。目前3G手机呈现出了怎样的发展态势,消费者对哪一价格区间的手机最感兴趣?来自中国互联网络信息中心近日发布的最新版的《2009年中国移动互联网与3G用户调查报告》显示。目前尚未购买使用3G手机的用户中能够接受的3G手机价位在3000元以下的占80%,其中52.9%的用户能够接受的价位在2000元以下。报告同时显示,终端发展正趋向个性化,以适应3G业务走向个性化和娱乐化的要求。

上周六一大早,家住大明路的温先生就驱车赶到了宏图三胞珠江路旗舰店,为自己买了一台心仪已久的联想U350超轻薄笔记本。算起来,这已经是他在宏图三胞购买的第七台笔记本了。

温先生略懂电脑,这几年快成身边亲戚朋友的电脑选购顾问了,只要买电脑都会来找他帮忙参谋,现在轮到他自己买了,他反而左挑右选,犹豫不决,为此他已经去了几次宏图三胞的卖场。说起宏图三胞,最近几年他都是在这里为自己或者帮亲戚朋友购买电脑、数码产品。早年的的一次被不良商家欺骗的经历让他记忆犹新,从此以后但凡购买这类产品,他都会选择有实力、有保障的商家。“花了钱,就得当真正的上帝”。温先生说,作为非常理性的消费者,他非常重视商家的诚信和服务水平。

温先生说:“销售员很亲切,你不招呼他,他肯定不会过来打扰你,这种感觉非常好,就像在超市选东西一样。”现在的商家都把消费者的心理研究得很透彻,像宏图三胞这种无干扰式的PCMALL销售模式,在国内是走在前列的。

上周五,温先生习惯性地在报纸上搜索各大商家的促销信息。当看到该店店庆的促销广告后,温先生觉得现在已经是下手的时机了。周六一早,他带着上次回收旧家电时的“以旧换新”凭证,直奔之前选中的机型——联想U350。宏图三胞这次店庆促销又降低了这款电脑的售价,再加上参加以旧换新,优惠了一千多元。而且联想的这款机型目前很热销,能抢到一台,温先生也觉得很庆幸。

10月份确定了笔记本购买计划以后,温先生就开始在网络中寻找各类产品信息,并到卖场实际试用和对比。用温先生的话说,现在的消费者就应该把自己培养成专家型消费者,一大串脱口而出的计算机专业术语让他非常自得。他也有一套自己的消费理论:电脑的价格行情犹如股票,有涨有跌。旺季的时候虽然促销活动多,但价格并不一定真正便宜。只有在淡季才能淘到真正实惠的产品。

该卖场的一个小细节让温先生记忆深刻。为了挑选到满意的电脑,他已经到卖场实地考察了五六次,每次去的时候都没有流露出购买意向,但是销售员始终保持着同样的热情来接待他。

快报记者 徐勇

敢于“尝”鲜 3G用户彰显年轻化特征

年轻人永远是时代中追求变革和创新的主要群体。调查报告显示,3G手机用户的年龄分布集中在20-29岁之间,该年龄段的用户群体占到3G手机用户总数的55.6%。10-19岁的用户占到了23%,也是重要的3G用户人群。此外,与2.5G手机用户对比来看,高学历人群对于3G手机有着更高的使用需求,大专、大本和研究生学

历的人群,都是3G手机的重要人群。在3G用户的职业结构中,学生以20.8%的比例占到了第一位,企业公司一般职员仅次于,比例为19.6%。通过数据,我们还了解到,3G手机用户是收入较高的人群,月收入在2000-5000元的人群是第一收入结构梯队,总比例占到了37.6%。5000元月收入群体占到整体的13%。

资深业内人士分析表示,与2.5G手机用户的年龄结构相比,3G手机用户年龄结构更偏向于年轻化和知识化人群,一方面说明了年轻人在引导3G变革中将发挥重要的角色;另一方面,则说明了知识人群对3G手机拥有更高速度、更多娱乐性能等特征的认可。他们想充分利用3G手机,“尝”遍所有丰富的3G应用。



记者手记

3G在全球的发展已呈愈演愈烈之势,但真正适应3G网络的手机研发却显得有些滞后,终端商用产品匮乏成为了一个比较现实的问题,为此,我们应该在关注3G网络建设的同时,也需要将更多目光转移到3G终端方面。在某著名论坛上看到了这样一个帖子颇具代表性,“想用3G了,请大家推荐一个带GPS的3G手机,价格在3000元以下”。想必消费者在关注3G的同时,肯定会关注更为直观,并且是看得见的终端产品以及价格,而功能的丰富性与否,将直接决定它是否跨步到3G行列中去。

快报记者 徐勇

合理价格 3000元以下消费者最关注

“3G终端手机的销售价格,一直是消费者使用3G的一个重要证明。”根据调查,发现尚未购买使用3G手机的用户中,能够接受的3G手机价位在3000元以下的占80%,其中52.9%的用户能够接受的价位在2000元以下。这也和运营商的政策相吻合,中国电信就曾表

示,在3G终端方面,中国电信一直用两条腿走路,在打造中高端明星旗舰手机的同时,一直在推动千元3G手机的普及。年中,中国电信就启动了千元3G手机的联合采购招标。业内人士分析表示,价格作为手机用户使用3G手机的一个重要“屏障”,肯定受到了消费者的一致关注,“自

己所准备更换的3G手机,价格究竟如此。”一定会成为若干人更换3G手机必须考虑的问题。在调查中,记者还发现,有58%的用户表示愿意参加运营商组织的“预存话费换3G手机”活动。因此,业内人士建议,运营商提供较为合理的促销策略时,将会取得不错的市场效果。

差异化需求 导致3G手机终端个性化

“消费者的最终需求,才是手机厂商竞相努力的方向。”报告说,终端可用性影响着消费者最终的认可度。用户开始使用3G时,最初的直观感受非常重要。用户通过终端来体验3G新业务,若终端缺陷多、操作繁琐、界面不人性化等等,即使手机价格适当,业务内容富有吸引力,消费者也可能没有足够的耐心

和信心继续使用。用户需求的差异性要求终端趋向个性化。这也是3G业务走向个性化和娱乐化的必然要求。因此,业内人士指出,在多数3G网络高度同质化的今天,网络优化手段也日益丰富,不同运营商网络能力和质量可能非常接近,基于这些网络所提供的业务也是趋同的,因此只有不断地

开发出满足市场需求、符合不同消费群体要求的个性化业务,并通过个性化终端给予很好的支持,才会极大地促进新3G的健康发展。调查报告同时表示,双多模终端对3G业务发展至关重要。从消费者的角度看,双多模终端有助于克服网络隔离造成的业务的分割,从而提供消费者服务体验。

江苏移动摘得“中国(亚太)最佳呼叫中心”大奖

第五届“中国(亚太)最佳呼叫中心大奖”评选日前举行颁奖典礼。中国移动江苏公司客服中心荣获“2009中国(亚太)最佳呼叫中心”称号。

此次评选由中国电子商会呼叫中心及客户关系管理专业委员会(CNCCA)主办,国内知名的呼叫中心门户网站CTI论坛承办,代表中国唯一接轨亚太地区最佳呼叫中心年度大奖的评选,评选级别为行业内最高。

该客户服务机构在服务管理创新、服务效率提升、服务外

包拓展等方面进行了积极探索和实践,首创首席管理模式,大大提高客户问题解决能力;通过多维度质量监控体系强化质量监控,既关注内部质量控制,又关注外部客户感知;建立热线满意度模型,以模型为依据,规范管理,建立高效的热线运营管理体系;实现电子渠道全业务办理,创新客户自助服务手段,强化互联网渠道化运营管理;规模化发展“驻家座席”,取得服务质量、服务效率与员工满意度的多赢。 俞婷

网上充值,越享越值! 一充多得更超值³

11月11日—11月22日期间使用网上银联卡充值,更有机会赢得动感地带“音乐动力营”年终演唱会双人门票,详情请登录网上银联卡充值页面!

江苏移动 搜索

网上充值,越享越值!现在网上搜索“江苏移动”即可进入中国移动江苏公司网站www.s.chinamobile.com,选择网上银联卡充值,就有话费送,还能参加抽奖,有机会获得G3上网笔记本!推荐亲友充值更可获赠千元充值卡!

活动时间 2009年10月1日—2009年12月31日

活动内容

1、送话费
客户使用中国移动江苏公司网上营业厅银联卡充值,单笔充值满30元送1元,50元送2元,100元送5元,200元送12元,500元送35元,多充多送,上不封顶。

2、送G3笔记本
每人将从网上单笔充值100元及以上的客户中抽取一名幸运客户,赠送价值约3000元的G3笔记本电脑一台。

3、送千元充值卡
推荐您的亲朋好友登录活动专区,并成功使用银联卡充值,即可参加当月“越享越值”排名,累计推荐的充值金额排名靠前,即可获得2000元、500元、100元充值卡。

网上充值: www.s.chinamobile.com
短信充值: 发送“10996”至10996
掌上充值: wsp.s.chinamobile.com

客服热线: 10086 www.chinamobile.com
中国移动通信集团江苏有限公司