

用户体验与广告诉求脱节

惨淡经营影响 3G 普及

原以为 3G 发牌后销售将呈现“井喷”增长,成为一个新的利润增长点——这正是重组后中国移动、中国电信、中国联通不惜血本,豪赌 3G 广告的动力。但从目前市场反馈情况来看,现实远不如预期那样火爆。

牌照到手伊始,三大运营商都对发展 3G 雄心勃勃,或暗中蓄劲要继续领跑,或明目张胆企图超越。中国移动计划发展 1000 万 TD 用户,中国电信计划发展 2000 万 3G 用户——这两组数据凸显中国电信在移动牌照到手后,觊觎借 3G 超越中国移动的野心。由于新联通是由实力相当的中国联通和中国网通合并组成,内部整合存在较大难度,需要一段相对较长的时间,造成联通在 3G 卡位大战中显得比较落后低调。

但“沃”品牌的强势发布,凸显联通不甘落后挨打。观察家认为,由于联通拥有的 WCDMA 制式代表世界上最成熟的 3G 产业链,特别是占据 70%左右份额的终端制式,所以,联通一旦发力,加速度无疑很大,迎头赶上,甚至后来居上,问题不大。因此,联通对 3G 也是志在必得。

从今年初 3G 牌照发放到现在,几个月过去,消费者对 3G 的态度给三大运营商迎头泼下一盆冷水。据有关数据统计,截止 6 月底,中国移动的 TD 用户不足 100 万;中国电信的天翼 3G 手机用户仅为 10 多万;新联通二季度销售的 3G 手机不足 5 万。现实的残酷迫使运营商纷纷调低年度 3G 用户目标,中国移动从 1000 万调低为 300 万,缩水 2/3;中国电信从 2000 万调为 1000 万,缩

水一半;中国联通计划到十月份发展 3G 用户仅为 20 万。

或许年底盘点,运营商将发现发展的 3G 用户仍与调整后的目标有相当差距。换句话说,三大运营商调整后的目标仍然不切实际,难以实现。观察家认为,如果运营商务实推动,年底 3G 用户在现在基础上实现一倍两倍增长是有可能的,但呈现几何级数式增长是不现实的。毕竟目前 3G 网络不健全,3G 用户体验难以短期内实现质的提升,用户对 3G 使用,在相当长一段时间仍将徘徊观望,消费者购机都以 2G 为主要考量。也就是说,我们虽然进入了 3G 时代,但以 3G 为主要消费潮流的时代还没到来。具体什么时候 3G 销售出现“井喷”,取决于用户对

3G 的需求期望值在多大程度上得到满足。而 3G 网络建设是基础工程。如果网络不健全,其他服务将是空中楼阁,激发 3G 巨大的消费潜能或成为一句空话。

与运营商 3G 惨淡经营形成鲜明对照的是,三大运营商的 3G 广告投入十分惊人,创造了中国广告史上的数字奇迹。据有关数据统计,虽然三大运营商投放 3G 广告的时间不长,但已经烧掉了上 100 亿巨资。业内人士估计,目前三大运营商的 3G 销售收入远不如 3G 的广告投入。3G 和种种功能被运营商吹得天花乱坠,而实际上很多功能目前都无法实现,或者由于网络信号不全成为一种摆设,造成用户体验与广告诉求的脱节——这正是用户对 3G 打起退堂鼓的原因。(曾高飞)

业界资讯

谷歌中国恢复 联想词搜索功能

昨天,记者从谷歌中国证实,因“色情门”被暂停了一个半月的联想词搜索业务重新悄然开启。

昨天,有网友通过测试发现,在谷歌中国的搜索框内输入关键词的同时确实会出现一些联想词,但搜索“儿子”、“性”等遭央视曝光的一些涉及色情与低俗信息的关键词后,会弹出一行“根据当地法规和政策,部分结果未予显示”的说明。

6 月 18 日,中央电视台在《新闻联播》、《焦点访谈》和《新闻 1+1》三档节目连续报道“谷歌中国”存在大量淫秽色情和低俗信息的内容。

业内人士表示,谷歌中国重开联想词搜索功能,表明其整顿结果已被有关部门认可。(李斌)

戴尔出 910 万美元和解性别歧视案

7 月 26 日消息,戴尔拟出资 910 万美元,和解由两名前女性员工在德克萨斯州奥斯丁联邦地方法院提起的性别歧视诉讼案。

据国外媒体报道称,法庭文件显示,美国联邦法官詹姆士·诺林当天初步批准了原、被告双方达成的和解协议。戴尔还将聘请心理学家评估其招聘活动,聘请一名劳动经济学家对某些岗位女性员工薪酬的调整提出建议。

戴尔同意,薪酬调整的追溯时间截至 2009 年 5 月 31 日,“因此,评估活动的延迟对集体诉讼案原告没有任何影响”。

戴尔公司总部高管吉尔·胡布利 2008 年起诉了戴尔。随后,戴尔前高管劳拉·冈瑟成为该案共同原告。她们诉称,戴尔在薪酬和提拔方面“有系统地歧视女性员工”。另外,戴尔在培训、海外任职和加速提拔计划方面也存在性别歧视行为。

戴尔发言人大卫·弗林克在接受电话采访时表示,“我们对和解这一诉讼感到高兴。”(刘彦青)

家电课堂

家庭主妇绝密手册 妙用微波炉四大招

一、食物干燥、脱水。利用微波炉加热食品能够大量蒸发水分的原理,可对豆类等食物进行干燥或脱水处理,达到防腐变或长期保存的目的。另外,如果白糖、红糖结块,可将其同一小块面放在密封的容器内,高温加热 30-60 秒钟。

二、炒坚果。将生瓜子、花生、生松子或生榛子等坚果,均匀摊平放在微波炉内的玻璃盘上,以中火加热,中间停炉翻动几次,3 分钟左右听到“咔咔”果皮的裂开声,这说明食物已经炒熟,晾凉后就可以食用。

三、去食物表皮。比如去西红柿皮,可先将西红柿扎几个小孔,然后放在盛有热水的容器中,在微波炉里用高火加热约 1 分钟,直到西红柿皮脱落。同样的方法,在微波炉中加热 2 分钟,你可以很轻松地去除杏仁等坚果的外皮。

四、软化果皮。许多人在榨果汁时都会遇到水果表皮太硬,不容易榨汁或榨不干净的情况。如果在榨汁前先把橙子、柠檬等硬皮水果外皮扎若干个小孔,再放入微波炉内,加热 1 分钟,果皮变软,就很容易榨出果汁。(晓华)

病毒播报

11 亿人次受攻击 木马网站数量增加

日前,瑞星公司发布《2009 年上半年中国大陆地区互联网安全报告》。今年上半年,瑞星“云安全”系统拦截到的挂马网页数累计达 2.9 亿个,共有 11.2 亿人次网民遭木马攻击,平均每天有 622 万余人次网民被挂马网站攻击,广东、北京、湖南是受木马网站攻击次数最多的三个省市。木马网站数量比去年同期有大幅增加。

用户访问色情网站时,瑞星软件会提前进行拦截并告知用户存在不良内容或危险,报告显示有近 65.5%的用户仍选择继续浏览,为满足好奇心不惜感染病毒。

网民使用的浏览器最容易被挂马网站攻击而染毒,成为病毒的温床。报告显示,IE、腾讯 TT、遨游等浏览器访问挂马网站的次数最多。

报告显示,有大量大型的网站被挂马,MSN 中国、中华英才网、北京大学网站等大型网站、高校网站多次被挂马,一些明星网站、名人博客也被植入木马链接,使得很多网民浏览网页后被木马侵袭。

报告称,传统的“感染型病毒”逐渐抬头,病毒制造团伙在挂马网站被封堵的情况下,只好回归以往高成本的“感染性病毒”(编写较为复杂、感染效率低)攻击方式。2009 年 1 月份受感染型病毒侵袭的网民为 106 万,而 6 月份则达到了 395 万,上升了近 3 倍。(王超)

家电医生

炎炎夏日 等离子电视也需“防中暑”

据有关数据显示,7 至 9 月电视机的损坏率约为其他月份的 3 至 4 倍。等离子电视由于在动态画质方面的优势被经常收看有线电视及高清影片的消费者所钟情。另一方面,由于工作原理的原因,等离子电视在发热量方面要相对大一些,因而夏季等离子电视的散热问题显得尤其突出。

那么,拥有等离子电视的家庭应该注意哪些方面来避免高温天气对电视机造成的损害呢?

摆放位置。等离子电视由于散

热量大,最好摆放在阴凉的地方,不要受到阳光的直射。对于装修中用到的射灯也要尽量地避免靠得太近。电视机散热口与墙应留有 5 至 10cm 的空间,并要注意机壳四周的通气孔不被遮挡。

安装方式。一定要请专业人士安装,如果选择壁挂式安装,一定要使电视机离墙壁有 10cm 以上的距离,以保证通风散热;如果是嵌入墙体安装,则一定要在电视机背后留有通风道,而且通风道不能封闭。

覆盖物。使用等离子电视时,不要覆盖塑料布、布套等,在底部也不要垫泡沫塑料。以免影响彩电透气、散热,如果需要遮盖应选用抗静电的布套。关机后不要立刻罩上电视机罩,应等它降温后再罩。

使用环境。避免居室湿度过高,注意等离子电视的防尘,特别是对于带有散热风扇的等离子电视,过多的灰尘会影响散热效果,还可能引起噪音问题。

(任民)

业界调查

彩电企业为保市场不言提价

上游面板价格最大的上升幅度都接近七成了,终端的平板电视是否因此涨价?记者昨日从多家彩电企业最新发布的产品价格体系中发现,今年新品的价格并未出现“借新品涨价”的现象。

近一个月来,关于彩电涨价的传言甚嚣尘上,理由是上游的液晶面板价格近半年来飙升,根据市场调研 Displaysearch 公布的信息,今年 2 月以来,面板价格就一路上扬,其中 32 英寸液晶面板从 2 月初的 130 美元涨至 7 月初的 220 美元,价格上涨了近 70%。

不过上游面板价格的上升似乎并未在终端上得到体现,TCL 昨日在广州发布了最新的互联网电视,虽然开启了互联网后台自动升级系

统,但产品价格与往年新品相比还是低了很多,“去年 46 英寸的新品价格都是超过万元的,但今年已经跌破万元这条线。”广州 TCL 电器销售公司市场部经理魏镇涌告诉记者。

索尼即将在 8 月上市的主打绿色环保新品,采用了包括全球首创 HCLF(热阴极)高效节能背光源等一系列节能技术,但 46 英寸新品的最低价格不超过 1.4 万元,主打高端的产品价格也普遍在 2 万元以内。“我们加强了环保功能,但希望不给消费者带来明显的购买负担。”索尼相关负责人表示。

记者综合这些新品价格发现,与现在市场上成熟的产品相比,价格普遍高出 20%左右,“不过彩电企业现在推出新品,是为十一黄金周

作准备的。”广州国美广宣经理王勇宏透露,“上市一开始价格虽高点,但重要节点肯定会降 15%~20%”,“与往年新品价格相比较确实是低了一些”。

记者走访家电连销卖场发现,市场上特价机和赠品虽有减少,但彩电产品价格几无变化。帕勒咨询资深董事罗清启分析认为,“品牌之间的市场份额正在急剧发生改变,谁也不会在这个节骨眼上轻易涨价”。

去年的面板价格猛跌已为彩电企业积累了不少可观的利润,“现在不提价,减少的只是利润,迟早可以再回来,但如果提价,减少的市场份额可能就再也回不来了。”中国电子商会副秘书长陆刃波表示。

(新宇)