

空前发展的中国无线数据业

作者: Tony Perkins, Paul Brown-Kenyon

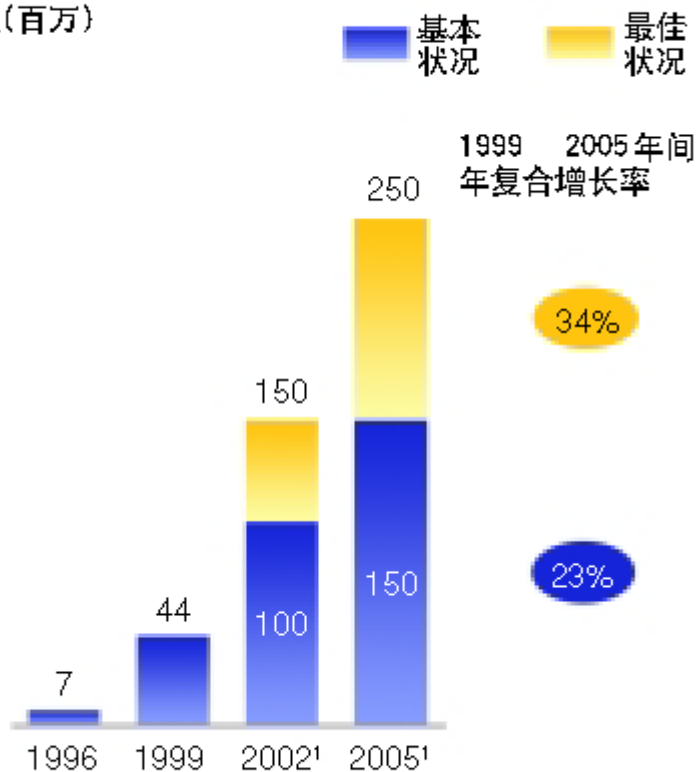
来源: 《麦肯锡高层管理论丛》 2001. 1

中国的无线数据接入正呈飞速增长。据预测,手机用户将从1999年末的4400万增长至2005年的1.5亿至2.5亿之间(图表1),中国也将因此成为世界上手机用户最多的市场,即使营业收入未必名列第一。根据这一发展趋势,在未来的5年内,中国的无线互联网用户将增加到4千万至5千万之间。而到2003年,用户向电信公司缴纳的无线上网费用可能高达40亿美元(图表2)。

图表 1

空前发展的中国无线通信业

用户数(百万)



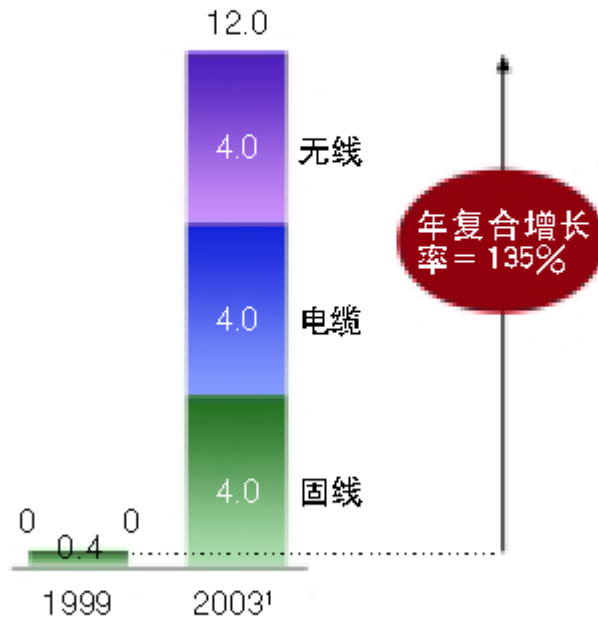
¹预测。

资料来源: 经济学人资讯处; 分析报告: 麦肯锡分析。

图表 2

互联网接入营业额的增长指数

单位: 10 亿美元



¹预测。

资料来源: 麦肯锡分析。

推动中国的无线互联网发展的因素主要来自两方面：移动通信基础设施相比固定线路更为健全，并且手机价格相比个人电脑也更低廉。麦肯锡公司近期的一项研究项目抽样采访了北京、上海、广州三地的 100 名手机用户，其中 68% 的被访者对使用无线数据服务表示了浓厚的兴趣。

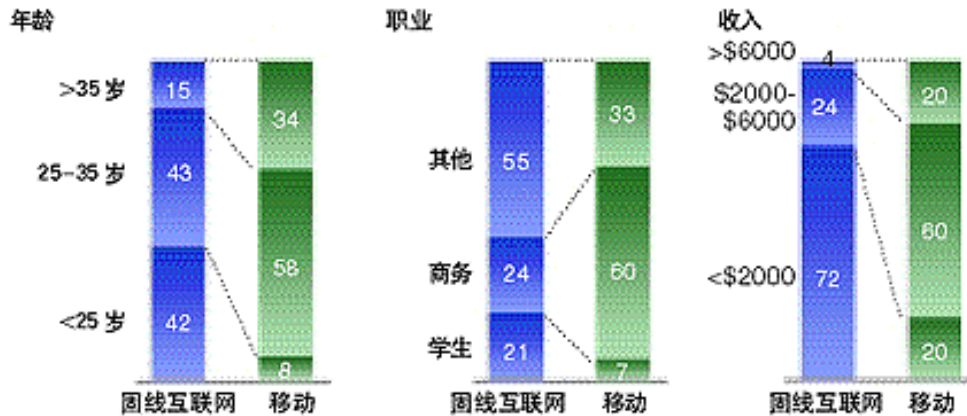
在基础设施方面，目前中国市场的移动网络整体来说数据传输的性能良好。国内最大的运营商中国电信以及中国联通已经在主要城市着手尝试 GPRS 系统，实现对第二代的 GSM 系统的升级，GPRS 系统可望在 2001 年初投入运营。如果一切顺利，中国将成为全球最先使用该项新技术的少数国家之一。

中国拥有庞大的手机用户群，因此从商业角度来讲，他们的固线用户更具商业潜力。这一特征也将极大推动无线互联网服务的发展。在年龄结构上，92% 的手机用户年龄在 25 岁左右，只有 58% 左右的固线用户在 25 岁左右（图表 3）；在收入结构上，80% 的手机用户人均年收入超过二千美元，而固线用户只有 28% 超过这个收入水平。

图表 3

移动用户购买能力更强

2000年用户构成(百分比)



同时，中国的固线用户中只有 24%左右属商务型，而商务型手机用户比例高达 60%。商务型用户不仅收入和消费水平高，同时拥有更高的通讯和信息要求。此外，中国手机用户的使用率在全球高居榜首：平均每位手机用户每月使用 300 分钟移动通信服务，接入费用多达 35 美元，由此可以推论，通过手机上网的用户很有可能是集中在通话服务使用率高的客户群，他们在电子商务上的消费也将比固线用户高。

由于商机无限，无线互联网市场的竞争也在加剧。国内的运营商一方面更新网络设施，一方面正在中国主要省份与设备制造商一起纷纷推出 WAP 服务。其中，中国移动旗下的广东移动今年年初与爱立信、西门子分别合作，旨在为广东地区的 850 万 GSM 用户提供 WAP 服务，并将在 GPRS 投入运营后进行同样的合作。同样的合作也纷纷在北京、福建、上海、浙江等地进行。与世界其它地区一样，中国的无线互联网将提供新闻、旅游咨询、预订、股市行情、电子邮件和娱乐服务。

当移动运营商纷纷更新网络，推出 WAP 新服务项目时，一系列的无线互联网企业、固线门户网站和国际运营商也争相开发独立的服务。互联网企业纷纷建立无线门户网站，并已经开始吸引访问者和投资者。例如 1999 年成立的灵通网 Linktone.com 可以提供最新新闻快递、交通时刻表、电子邮件和天气预报等信息服务。同年成立的 Byair.com 已经从香港新世界集团、IDG 和英特尔公司获得了 1100 万美元的风险投资。固线门户网站到目前为止虽未有大的动作，但也开始在设备供应商的协助下通过 WAP 使用网络内容实现无线传递，进入无线网络领域。国际大型的门户网站正在通过直接营运或取得经营许可，积极挖掘中国的发展机遇。

需要明确的是无线网络的发展道路上还有许多障碍。目前 WAP 服务速度还很慢，且不太稳定，而且不是所有的手机都可以接入，因此早期用户往往会不甚满意。其次，在小小的手机屏幕上做广告吸引力显然不大，因此相比传统的 www 万维网来说，无线数据服务更多依靠入网费和商业收入，而如果缺少一个健全有效的支付平台，一些 WAP 服务必将受到制约。而最大

的障碍将来自于过高的期望值，手机生产商五彩缤纷的广告营销为消费者描绘了精彩刺激的WAP世界，但现实的服务却无法到位，失望的消费者会作何反应呢？