2009年9月10日 星期四 责编/姜健 美编/江寒

"店中店"模式推广手机应用商店

中移动满足用户多样化需求



中国移动的手机应用商店"Mobile Market"(以下简称MM商店)8

月 17 日正式开张后,业界都在推测其是否会像 AP-PLE STORE 一样受到追捧?



40 多款手机将预装 MM 商店软件

中国移动针对 MM 商店的 首批预装机型,甄选出 40 多种 终端机型,包括诺基亚、三星、 LG、多普达、酷派等手机厂家的 2G和 3G 手机。 同时,中国移动 Mobile Market 项目组表示,MM 平台除了自身的应用程序商店外,同时还内 嵌了诺基亚、谷歌、三星、索尼爱 立信等手机厂商大公司推出的应 用程序商店。易观分析师张亚男 认为,中国移动作为市场后进者 采用"店中店"模式,有利于其广 泛地集中优秀的手机应用产品, 极大地满足用户多样化的需求。

B

手机厂商:应用商店运营模式或变

业内人士认为, MM 商店上 线成为全球首个由运营商主导 的线上移动应用商场。但终端厂 家和运营商"扎堆"应用程序商 店, 两者不会产生冲突和矛盾?

据介绍,一直免费的酷派 Coolmart 与中国移动 Mobile Market 的合作方向,将可能是将 酷派 Coolmart 应用程序商店的 内容内置到中移动 Mobile Market 中,作为中国移动 Mobile Market 应用程序的一部分,中国移动与酷派按照第三方开发者的收费模式分成,从这个角度来说,未来厂家的应用程序商店的角色定位,成为 Mobile Market 平台的"店中店"。

业内人士认为,如果诺基

亚、谷歌、三星、索尼爱立信都能顺利在 MM 商店中建立"店中店",那么其免费的模式可能调整为收费分成模式,更重要的是,借助中国移动庞大的用户量,可以迅速壮大手机厂商应用商店的用户群,同时不可避免地将削弱手机厂商自己的主动权。



收费模式:先体验、后付费

据某门户网站此前的一项调查表明,习惯了"免费午餐"的手机用户目前还不接受类似App Store

的收费模式。也许是为了"调适"用户的使用习惯,中国移动表示,MM销售各类应用鼓励采用"先体验、后

付费"的方式。初期,用户在下载和使用 Mobile Market 客户端过程中所产生的流量费免收。 ■李光焱

中移动TD网质量提升快: 2/3G 切换成功率 95%

中国移动在目前完成 38 城市覆盖的基础上,TD 网络年底将覆盖 238 城市。随着网络建设及进一步的优化,TD 网络质量改善很快,特别是在增加了 B 频段的 20 兆赫频谱后,TD 网络容量得到增加,上网速度改善明显。

"2、3G的切换成功率非常高,总体达到95%以上,各项网络的情况改善非常快。"中国移动相关负责人表示。回顾邻国日本8年前启动3G,当时日本最大的运营商DoCoMo新建3G网络与现网不兼容,由于孤岛式的网络建设,3G手机终端适用范围十分有限,再加上前期缺少双模切换的功能,这让很多有出差需求的商务人士很难接受。尽管后来DoCoMo快速调整了迁移策略,但已经错失发展先机,3G客户迁移速度远远落后于竞争对手KDDI,两年内3G用户只增加1854000,3G渗透率仅为4.2%。

业内人士指出,随着中国移动 3 期 TD 建设的铺开与 B 频段的启动,我们可以看到中国移动在有意识地合并一些发展步骤,跨越式发展。与此同时,有分析师指出,显然承担新建 TD 网络的中国移动与当年日本 DoCoMo 有着相似之处,但 2009 年始建的中国 3G 建设,最大益处是可以借鉴 3G 发展成熟的国家,避免走弯路。有关专家表示,在中国移动的倾力投入下,中国的 TD 之路会越走越宽,人们也将享受到更好更便捷的 TD 应用和服务。

时尚 G3 自在移动

■向顺明 摄

中国移动正式推出"139 说客"

中国移动旗下网站 139.com 的 "139说客"服务已于日前正式上线,用户将可通过 PC和手机短信,让朋友"听"到自己想说的话。

"139 说客"是个随时随地沟通和分享的平台,用户可以通过手机、PC 等多种方式注册和登录,有些类似于 Twitter 的微博客,是一种可以即时发布消息的类似博客的系统。用户不仅能够通过 PC 和手机短信让朋友"听"到自己想说的话,也能通过

PC 和手机短信随时"收听"好友的语录。中国移动"139 说客"的用户必须使用个人手机号进行注册,用户多采用实名并和熟悉的朋友沟通,最大程度地避免了网络马甲和不负责任的言论,保证了用户交流的真实可靠与健康和谐。中国移动还表示,139.com 将持续对"139 说客"进行升级,未来将会支持更多的终端接受和发送该业务。

中国人手机阅读时间平均每天 4.47 分钟

中国出版科学研究所向本报独家最新透露的"国民阅读调查分析报告"数据表明:我国 18~70 岁国民"手机阅读"平均每天阅读时间为 4.47 分钟,在这一领域平均花费是 17.04 元人民币。"手机阅读"在 14~70 岁的国民中所占的比例已超过 10.0%。其中,男性、年纪较轻、学历较高、收入较高的群体,其"手机阅读"使用者比例最高。

该报告基于去年进行的"第六次国民阅读调查"。调查分析说:在"数字阅读"中,"手机阅读"使用者 64.5%为男性,其中63.5%为 18~29 岁的年轻人,近九成的手机使用者集中在 18~39 岁之间;从学历和收入来看,"手机阅读"者中,低学历、中低收入者的使用数量,普遍要高于高学历、高收入的使用者数量;从城乡划分来看,农村中的手机阅读者的绝对量要高于城市。

在时间和费用的花费上,总体来看,高中以上学历18~29岁的男性在"手机阅读"上花费的时间较多。里性均显著真于在性

上花费的时间较多。男性均显著高于女性。 "手机报"是"手机阅读"的主要阅读 方式。网络诵讯工具也通过手机终端赢得 了不少使用者。"手机 QQ、飞信"等的使用者在"手机阅读"使用群体中所占比例已接近 40.0%。"手机小说"、"手机音乐"、"手机游戏"等也均有相当数量的使用者,比例均在 25.0%左右。

"第六次国民阅读调查"数据分析显示:在我国 18~70 岁的国民中,有 24.5%的人以不同形式接触过数字阅读;而在 14~17 岁的国民中,这一比例则为 100.0%,即,14~17 岁的年轻人基本上都接触过不同形式的数字阅读。"手机阅读"也已成为一种较为流行的数字阅读方式。"手机阅读"使用者在 14~70 岁的国民中所占的比例已超过 10.0%。

"网络阅读"主要场所是"家中"、"学校或单位",以及"网吧"。"便利性"是人们选择数字阅读的主要原因,这包括"获取便利"、"方便信息检索"、"方便复制和分享"。据悉,互联网、手机在这些方面的优势更为凸显,也就容易成为较多人使用的数字阅读方式。"收费少或者不收费"也是吸引人使用某种数字阅读方式的原因之一。

红彩信制作传播大赛

从8月20日起至11月8日,中国移动客户发彩信(反映本土精彩风貌、生活动人瞬间、湖湘改革三十年发展变化、社会主义和谐发展的照片)至18873109960每周可中上网本、手机充值卡。

详情登陆:

http:xxp.voc.com.cn

http:hunan .voc.com.cn

www.hn.chinamobile.com 占主"彩传感世 情动湖湖"红

点击"彩传盛世,情动湖湘"红彩信制作传播大赛,并可邀请您的朋友编辑您的作品序号发送到 1065868860 对作品进行短信投票或发送到 10658688601 进行彩信下载,根据短信投票量和彩信下载量,您将可能成为"红彩之星",您的朋友也可中"红彩信传播大奖"。