



2013年底和2014年初,工信部先后向19家企业发放了虚拟运营商牌照。随着虚拟运营商各项工作的展开,传说中的170号段逐渐解开神秘的面纱。5月份,一些虚拟运营商逐渐开始发售自己的170号段。记者通过对比发现,尽管有着零月租、无套餐、免漫游费等优势,但是各虚拟运营商给出的价格并没有想象中的那么便宜。中国虚拟运营商产业联盟秘书长邹学勇表示,资费优惠只是目前吸引消费者的一个手段,并不是虚拟运营商的优势所在。虚拟运营商应当从服务方面入手,提供个性化、差异化的服务,再和企业业务结合,这才是虚拟运营商的王牌。

现代快报记者 蔡旺 王立航

虚拟运营资费看上去很美?

调查

价格有优势吗?

声音

不排除退市的风险

今年4月份,杭州话机世界发布了9种话费套餐,从最低29.9元/月到最高399.9元/月。前期主要以1700为主,也就是其与中国电信签约的转售业务。不过,把中国电信与话机世界的相关套餐对比以后,记者发现,这些套餐吸引力并不大。以话机世界59.9元这档为例,其中包含了260M国内流量和100分钟国内语音通话。中国电信在浙江的乐享49元套餐,则包含了200M流量和100分钟国内语音通话。“这个很正常,我们在通信资费方面本来就不占优势。”对于话费套餐不实惠的疑问,话机世界移动转售总裁江卫平坦陈。另外,不少消费者期待的流量不清零也未出现在套餐里面。江卫平表示,6月份会推出新的套餐,其中一个特点就是流量不清零。

蜗牛移动主打虚拟运营“免”品牌,旗下170号段产品为“免卡”。免卡系列首个主题产品“999免卡”目前售价为699元,半年内语音通话全免费,半年内3个G全国流量,而且零月租、无套餐、流量两年不清零。而“399免卡”售价0元(包邮),每月免费赠送消费者100M流量和

40分钟语音,另外还包括无套餐、零月租(不含来电显示)、余量两年不清零等特点。超出的部分可额外购买流量包、语音包等业务包。

据记者了解,阿里通讯的资费标准为,次月开始的7元保底费用,号码语音、短信和上网一样,均以流量计费,收费标准0.125—0.2/M,无服务费无漫游费,全国接听免费。京东通信170号段于5月17日预约售号,5月28日发售,首批开放城市为北京、上海、南京等8座城市。目前京东通讯已经投入使用,面向京东会员提供语音、短信、流量等服务。费用方面,全国统一资费语音0.15元/分钟、流量0.15元/M、短信0.1元/条、服务费10元/月,包含会员特权和来电显示。长途、市话、漫游资费合一,通话被叫全国免费。据了解,截至5月20日,京东170号段总预约人数已达到20余万人。

与三大运营商相比,虚拟运营商提供的无漫游费、接通免费、全国资费统一等服务是亮点,其他并无太令人满意的价格。

靠什么吸引顾客?

为了吸引消费者,话机世界最近向消费者提供了五大免费服务,包括免费贴膜、免费换壳、免费清洗、免费下载、免费充电。“面向全国用户开放很容易,但这个市场尚处于培育期,商业盈利模式还没有建立起来。”话机世界移动转售总裁江卫平说,受此限制,他们的业务目前只针对浙江用户。话机世界的优势在于线下渠道,眼下在推动170号段业务上仍然偏重于传统促销。对于用户使用情况的反馈,在江卫平看来,需要足够的时间和用户才能去做评估,只有在达到几万乃至几十万的量才会考虑这个事情,目前数量上还不具备分析的价值。对于未来的发展,江卫平表示,还是在整合自己的优势上下功夫,把虚拟号当成一个组件,开放给各个行业。客户有什么需求,话机世界就提供相应的服务,包括基础运营商提供不了的服务。

京东相关负责人说,京东通信将提供差异化服务,把“特权”体验与网购平台相挂钩,计划推出优惠购物特权计划。只要消费者购买京东通信170号码并关联京东账户,就能够以优惠价格在京东平台上购买到多种“特权”商品。未来将结合京东商城自身的数字商品,提供具有电商或互联网特色的增值服务,比如电子书、电子

音乐、电子游戏等。阿里巴巴工作人员告诉记者,阿里通信最大的优势是计费方式基于互联网方式的设计,资费都转换成流量计算。天猫淘宝会员使用阿里通讯时会有一些特权,比如接下来会员可以欠费。阿里通讯也在探索全民WiFi计划,就是用户在有WiFi的条件下,可以免费打电话发信息。两大电商集团虚拟运营业务基本都是围绕自己会员展开,等级越高的会员将享有更多的特权。例如京东银牌及以上用户,每在京东消费2元钱,就可为自己的170号码增加1分钟通话时间和1兆流量。

而蜗牛移动目前推出的两个170号段产品,不管是999免卡还是399免卡,运用了互联网思维,与传统的通信业务不太一样,所以部分用户有些不适应。比如语音业务,采用了到免商店内领取免费语音包的形式,每2小时领取一次免费语音包。不过,999免卡目前处于测试放号阶段。目前,蜗牛移动正在为尽早放号做多方面的准备,放号的地区针对全国范围用户。“作为一家立足于游戏行业十几年的公司,蜗牛移动今后的盈利点还是要从游戏方面着手。”蜗牛移动相关负责人说,通过通信业务与游戏业务的结合,给消费者提供差异化的增值服务,最终赢得消费者关注,并由此取得经济收益。

虽然已经有19家企业获得了虚拟运营商牌照,但目前仅有蜗牛移动、话机世界等10家公司发布了资费套餐情况,还有9家企业到现在没有动静。中国虚拟运营商产业联盟秘书长邹学勇分析,原因在于企业自己的相关测试还没完成,如果贸然推出相关业务,很难给消费者带来好的体验。另一方面,通信业务与企业产品的整合还没完成。据记者了解,工信部近日发出通知,要求虚拟运营商建立网上电信资费专区,并于2014年7月31日前完成。因此,各家已经获得移动转售业务牌照的企业开始进入密集的业务发布期。“现在是在用户体验期,各项活动都是为了增加用户数量,积累用户群。”邹学勇告诉记者,目前虚拟运营商的放号渠道和用户规模并不明确,预计在8月份将会出现全面放号的场景。

从争取用户的手段来看,各家虚拟运营商采取的是资费套餐折扣大战,返利给消费者。同时,企业把自有业务与通信业务打通,存量客户转化为用户。邹学勇认为,资费优惠只是吸引客户的一个临时手段,不是突破性创新,更不是虚拟运营商的强项,用户看重的是流量不清零、全国范围免费接听等个性化服务。虚拟运营商的竞争力在于从用户需求的角度出发设计套餐产品,差异化的服务和企业业务融合在一起才能立于不败之地。“现在还处于试点时期,虚拟运营商之间争夺用户,暂时不会出现倒闭或者并购的情况。”邹学勇说,当市场竞争充分之后,部分业务能力差、只打价格战的企业将面临生存危机。因此,企业应当变“价格战”为“价值战”,提供差异化服务。比如一个号码连天下,打通移动通信与自身积分、会员、支付、金融等业务,增强用户粘性。业内人士分析,电商集团涉足虚拟运营业务,都是想从通信入口获取移动入口,提供针对性的服务,增加用户黏合度。很多增值服务都是依托网购平台展开,并不是单纯为了提供低价通信服务。