



## 中国无线互联行业分析月报

主编：丁志锋

第十二期

2007-8

魅媒科技 MMClick.com 提供

协办媒体：<http://tech.163.com> **网易科技**

<http://www.21cn.com/>



编读互动 [Webmaster@mmclick.com](mailto:Webmaster@mmclick.com)

*版权声明：该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归魅媒科技所有，使用权归魅媒科技，及此次调查活动协办单位共同所有。此次调查报告所有内容均免费提供，可免费转载和引用，引用需标注出处。*

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 报告简介.....                     | 2  |
| 中国移动对独立Wap网站系列措施回顾.....       | 2  |
| 热点讨论.....                     | 4  |
| 一、事件背景.....                   | 4  |
| 二、邀请嘉宾.....                   | 4  |
| 三、采访内容.....                   | 4  |
| WAP 行业大事记.....                | 7  |
| 一、 WAP门户焦点新闻.....             | 7  |
| 二、 WAP 行业发展趋势.....            | 8  |
| 三、移动政策动态.....                 | 9  |
| 国内独立WAP门户信息.....              | 9  |
| 一、独立wap网站现状分析.....            | 9  |
| 二、无线技术发展动态.....               | 12 |
| 魅媒营销观感.....                   | 12 |
| 无线营销案例推荐.....                 | 13 |
| 魅媒视点全新改版、一分为二强势推出.....        | 14 |
| 《魅媒视点》邮件通知订阅服务.....           | 15 |
| 《魅媒视点》诚意邀请你的加入.....           | 15 |
| 诚邀需要利用 wap 联盟平台营销业务的合作机构..... | 15 |

## 报告简介

《魅媒视点》是魅媒科技 MMclick.com 在国内首先推出，基于庞大的数据调查为基础的中国无线互联分析月报，从 2005 年 12 月起向广大的中国无线业界提供。同时，我们通过 SP 论坛随其行业分析报告，第十期的报告发行量超过 90000 份。

魅媒科技一直专注无线互联的发展，魅媒网 MMClick.com 相继推出国内第一个专业的 WAP 流量分析平台、友情链接系统、流量交易平台等，填补了国内无线互联市场上流量领域的空白。凭借我们专业、专注的精神，魅媒网已经成为国内无线互联的新星，推出不到 4 个月的时间里面已经迅速积累超过 15000 个 WAP 网站，深受广大 WAP 网站的欢迎，各类 WAP 网站纷纷使用我们的系统作为第三方的流量统计平台，有效地促进了国内无线互联行业的发展。同时凭借着与广大独立 wap 相互了解和沟通，以及我们专业的平台优势，魅媒网更与国内多个知名的 SP 进行各类深度的合作；另外，我们也多次受风险投资机构的委托，进行项目的引进、评估等工作，共同推动中国无线互联业务的发展。

## 中国移动对独立 Wap 网站系列措施回顾

- 2006 年 1 月份：发动关于独立 wap 不受政府监督的大量文章，过大地强调用户权益受损、黄色信息泛滥、盗版侵权等问题；

- 2006年2月份：限制了动感地带和神州行原有的GPRS包月上网套餐服务；
- 2006年3月份：广东移动在广东各大媒体，采用广告软文的方式，打击独立wap网站。
- 2006年4月后基本没有其他的动作再出台。
- 2006年5月份，移动对SP出台强硬的11条管理措施，直接影响整个无线增值业务的市场；
- 2006年6月份，移动贯彻执行新管理措施，加强对sp的整肃；
- 2006年7月份，关于对浏览非梦网WAP网站流量差异化计费的风声四起，引起了整个无线互联行业多的关注以及热切讨论；
- 2006年8月份，中移动对免费WAP的整治计划悄然推进，并将无线音乐、即时通讯、移动博客、移动搜索确定为移动梦网的四项核心业务，未来独立WAP网站将被不可避免地并入移动体系，成为专门的CP/SP。
- 2006年9月份，中国移动总裁王建宙在北京举行的中国企业高峰论坛会议上表示独立WAP的通道是打开的，独立WAP对于中国移动不一定是挑战，双方是一种共存的关系，中国移动和免费WAP应寻找一种共赢模式。
- 2006年10月份，2006年第三季度，由于移动WAP业务受到政策调控的影响，WAP业务整体市场规模两年来首度出现负增长。第三季度WAP总收入环比下降8.1%，未有如投资和业内所预计的业务收入下降超过40%。
- 2006年11月份，中移动对移动梦网wap上的几个栏目进行了招标，将其中一部分栏目的内容交由CP和SP来经营，业界预言这对大型SP是一个重生的机遇，同时对独立wap站形成更正面的挑战。
- 2006年12月，中移动再次下达严禁泄露客户号码的通知，并设置wap业务黑白名单对SP进行管制，间接对WAP网盟业务开展造成一定影响。
- 2007年1月，传出关于移动悄然封锁十地网关的消息，引起无线互联行业业内较大的轰动，各方热切的关注动态的发展。
- 2007年3月，中移动内部文件显示，今年将重点考核SP的无线音乐、飞信、手机报和短信4类业务，进一步集权成为此次调整的核心思路。
- 2007年4月，25日中移动宣布，从5月17日起，将推出“WAP手机上网资费提醒”服务。同月，中移动广东公司对数千家SP实施更严格、细致的管理新规，正式实施新的“红、黄牌SP考核淘汰管理办法”。
- 2007年5月，从10日测试开始，中移动17日正式推出“WAP手机上网资费提醒”服务，对FREE WAP甚至整个行业造成一定的影响。
- 2007年6月，上海、四川等地陆续取消GPRS包月套餐，引起部分用户不满，此举动不但对手机用户来说影响很大，对WAP行业的发展更是又一新的挑战。此外，在月初“WAP手机上网资费提醒”服务升级，设置取消功能，收到众多手机网民以及WAP业界的欢迎。
- 2007年7月，中移动集团奥运办公室主任周毅透露，移动已经获得广告资质。表明中移动正式获得迈出了转身无线媒体商的又一步——进军移动广告市场。

# 热点讨论

本期主题：近两个月，连翻的打击网络“涉黄”、GPRS资费调整、以及中国移动“WAP资费提醒页面”事件，都使无线互联网这一新生行业受到前所未有的关注及讨论。面对外部的讨论和关注，运营商政策的调整，以及行内的日趋激烈竞争，无线互联网行业该如何顶住压力，继续自己的发展之路？免费WAP站的抗压力到底有多强？我们将针对以上话题邀请无线营销同行、独立WAP门户负责人及无线互联网领域的专家共同展开讨论。

## 一、事件背景

在5月初，一直倍收关注及热议中的中国移动“WAP资费提醒页面”开始在全国大面积出现。“WAP资费提醒页面”几乎涵盖了所有免费WAP网站，连中国移动本身的官方收费门户移动梦网也出现了类似的资费提醒页面。而且在出现的WAP资费提醒页面中，没有出现内外有别的白名单制度以及指向移动梦网的广告，但也没有设置用户可以取消资费提醒的功能。这一举动，行内人士一片哇然。

但到了6月22日，所有WAP站似乎终于熬过这“黎明前的黑暗”。因为使用WAP网站的用户发现在访问WAP网站时出现的资费提醒页面中，出现了一个取消资费提醒的消息：“您可以选择取消本提醒服务，取消后再登陆本网站不会收到该提示页面。”

## 二、邀请嘉宾

|         |     |
|---------|-----|
| 摩网总裁    | 赖奕龙 |
| 数字鱼副总裁  | 赵龙飞 |
| 移动书城总经理 | 于建波 |
| 万碟总裁    | 项方伟 |
| 飞天网景总裁  | 黎华  |

## 三、采访内容

记者：中国移动曾明确指出：推出“WAP手机上网资费提醒”服务的目的是为了保护消费者，进一步提高资费信息清晰透明度。你认为这做法有必要么？你觉得新政对自身的发展会带来怎样的影响？

【摩网总裁 赖奕龙】：这种设置上网门槛的做法完全没必要。现时手机上网有很高的上网参数设置门槛，客观事实说明，加大了这种门槛的结果是双输，官方网站和独立WAP网站都受到了一定的影响。

【万碟总裁 项方伟】：最后调整的上网资费提醒页面，对我们独立WAP影响较小。但此过程中的不同页面有过不同程度的影响。说明，任何一个网关级别的变动都要非常谨慎，差之

毫厘，谬之千里。也提醒大家要盯住网关变化的每一个细节。网关变化无小事。

**【数字鱼副总裁 赵龙飞】**：的确有必要。因为目前，中国移动所有品牌都开通了 GPRS，资费存在各地差异，所有资费提醒有助于消费者在浏览网站时候，可以提前了解 GPRS 的资费标准。资费提醒对于我们 WDA 用户群而言几乎没什么影响，因为我们 WDA 用户群属于高端用户，对手机资费非常了解，并且不在乎上网费用。但估计对其它面向中低端用户群的免费 WAP 站而言，可能影响比较大。

**【移动书城总经理 于建波】**：若是为了保护消费者，进一步提高资费信息清晰透明度，wap 手机上网资费提醒那当然是有必要的，这是对消费者最起码的尊重。我们都相当欢迎移动做这样的措施的。我个人认为，移动的新政策对于移动书城来说，是有利的。因为手机上网资费提醒无疑是告诉每一个使用手机上网业务的消费者要时刻注意自己的流量是需要费用的，对于用户来说，潜意识的就是要提高自己的手机上网效率，节约流量，获得更有价值的服务。从某些角度来说，漫无目的的手机上网时代已经渐行渐远，用户将从盲目趋于理性。对自己的需求也更加明确。而移动书城作为垂直类门户，专注于手机中文阅读，不管在内容、技术、运营上都有着极高的优越性。在同类行业竞争中，一直保持一定距离的领先。

**【飞天网景总裁 黎华】**：从运营商的角度来看，这个事情当然有他的必要性，政府方面一直希望移动互联网是一个“安全”的，“可控”的网络环境，所谓的上网资费提醒页面不能不说是一个很好的监控途径。但从价值链的角度来看，这个事情意义不大，推送页面对于价值链完全没有刺激作用，反而从一定程度上会损害价值链的利益。从用户的角度来看，则要一分为二，对于老用户，那是完全没有意义的；而对于新用户，多少有一些“教育”意义，但这个教育意义应该集中在教导用户如何使用手机上网业务，如何区分消费陷阱，而不应该教导或者误导用户的正常使用习惯，从这一点出发，当前的推送页面仍然没有达到真正的教育意义。总结起来，推送页面这个东西是非常具有中国特色的一个事件，虽然说中国的事情很复杂，情况很特殊，但如果总是滥用“中国特色”，藉此作为实现一己利好的工具，在未来更复杂的竞争环境中，尤其是 2007 年年底 WTO 要求的全面开发电信业之后，是很容易被竞争对手诟病并且攻击的。

**记者**：在“WAP 资费提醒页面”事件中，你对于中移动这种转变有何看法？认为这是对舆论的积极回应？还是只是对新政的完善？

**【万碟总裁 项方伟】**：我觉得中移动在进步。开放和公平竞争的移动互联网的呼声越来越高，随着 3G 的到来，这一个原则将得以确立。中移动也积极进入互联网行业，我认为这也是一个中移动意识到移动互联网的这一不可逆转的趋势。

**【移动书城总经理 于建波】**：任何事物都是在不断改善中才能更加符合这个生存环境，对于 wap 资费提醒页面，确实没什么好说的，这本来就是非常正常的发展，大家可以参照达尔文的进化论。而我们还是要感谢中国移动的，能在这么短的时间内多次“进化”，即保护了消费者的利益，又解决了资深用户经常被“打扰”的烦恼。不管是对舆论的积极回应，或者是对新政的完善。既然处理都是积极的，谁还在乎这些呢？时间总能证明一切。

【摩网总裁 赖奕龙】：提醒页面后来出现可以取消的做法，是一种明智的转变。我认为原因应该是用户对这一做法的产生了很大的意见而导致这种改变的，这种做法的确给手机上网用户带来了很大的不便。

【数字鱼副总裁 赵龙飞】：中国移动在资费提醒事件中提供一个折中方案非常好，一方面让普通消费者明明白白消费，另一方面让成熟消费者可以取消提示，非常友善。这是双赢的做法，但从长远来说，随着资费进一步透明，这种提醒做法可以逐步取消。否则免费 WAP 站与移动梦网永远处于一种不平等的竞争关系，不利于整个 WAP 市场的健康发展。

【飞天网景总裁 黎华】：现在的中国移动不仅要考虑稳定住现在的市场份额（否则资本市场可不好应付），又要考虑到未来 3G 运营的复杂性，以及在前 3G 时代积累充分的运营经验。毕竟，在 2G 时代，中国移动的一家独大，如期说是运营做的好，不如说是屁股坐的好。不早不晚，在 1999 年从中国电信剥离，然后遇上中国移动通信腾飞的 5 年时间，再加上移动梦网概念的推波助澜，成就了当今世界第一大移动运营商，但是须知，这个第一是很虚的，是非国际化的，也是有待时间和市场考验的。行业内一直有一个共识，那就是 2G 可以靠屁股，3G 就必须靠脑袋了，这个脑袋指的是“运营”，注意，不是今天这种粗放式的运营。有兴趣的话，大家可以去研究一下中国移动的年报，它的销售是最大的，它的利润是最多的，它的增长也是最快的，但有一项数据，你在年报里是绝对找不到的，这个数据就是资本回报率，中国移动的快速发展以及高利润，完全是建立在高投资之上的，这个短板不得不归咎于中国移动的粗放式运营。这一次的 WAP 推送页面就是中国移动粗放式经营的又一个“亮点”，相信，中国移动内部早就意识这样的问题，不论是迫于舆论还是勇于完善自我，只要是把粗放推进到精耕细作，那么不仅是对中国移动，更是对整个中国的移动通信产业，乃至中国的广大消费者，都是大有裨益的，“人必有一善，集百人之善可以为贤人；人必有一见，集百人之见可以决大计”，在这个方面，中国移动，包括中国其他的运营商，可以多思考思考。

记者：中移动在资费提醒页上的改善，以及此前多位高层的表态鼓励独立 WAP 发展，是否让您感觉到 WAP 行业的新机遇到来了？面对新机遇，你们做了什么策略上的调整？

【数字鱼副总裁 赵龙飞】：不能说这是新的机遇来临，门槛降低，意味着竞争加剧。规范市场不仅是必需的，而更是应该加强的。否则，整个市场会被一些提供涉黄、欺骗用户的害群之马而葬送。而作为行业中唯一一个面向高端用户的 WAP 站，我们认为任重道远，不能为了短期利益，而肆意提供违法，不道德的 WAP 内容。我们希望通过这次洗牌，还行业一个健康的环境，还我们一个发展的空间。

【摩网总裁 赖奕龙】：现在还处于不太清晰的阶段，说新机遇的到来为时过早，还需要看下一步的变化。独立 WAP 的发展，在各种政策出台的背境下，仍然保持着很快的增长速度。所以，做好自己的事，继续保持快速增长是目前我们最大的策略。

【万碟总裁 项方伟】：我认为 WAP 发展的机遇一直存在，我认为，我们不仅要放眼未来的大趋势，也要争取当前的生存环境。我们从业务，将从移动博客交友社区发展到综合性的手

机交友服务公司。

**【移动书城总经理 于建波】：**我们坚持认为 wap 行业是前途无限的，移动书城也是前途无限的。政策永远都是在变的，今天可能有一个中移动资费提示页面，明天可能又有一另一个提示后天又有一个，这是我们任何人无法把握的。况且还有一个比中国移动更大的市场规律之手在协调这一切。事实证明，在一个正常而合理的行业发展中，我们一直认为每个时期都是有新的机遇，但是前提必须是你踏踏实实做事情来为这一切做准备和铺垫。否则一切都是妄想。我们现在的策略就是继续我们以前的策略。

**【飞天网景总裁 黎华】：**WAP 行业发展的机遇并不会因为资费提醒页面的改善，高层的吹风，就有多大的改观，或者就能创造出多少新的机遇来，一个行业的发展，不仅需要“时势”，更需要“英雄”！当务之急，行业的从业者仍然应该脚踏实地，多站在“体验创新”的立场上考虑问题，少一点“叶公好龙”的浪漫，少一点“杞人忧天”的惶恐，尤其是中小创业者，更加应该以自我为中心，明确自己的核心竞争力，坚持不懈地放大这个竞争力，那么，等到这个行业的“时势”到来时，“英雄”也就应运而生了！正是基于这样的考虑，我们的政策一直都没有什么大的调整，围绕用户的需求，强化自身的技术优势，提高产品的可用性，循序渐进地加强推广……这个经营思路估计在很长一段时间，都不会改变！

记者：谢谢各位在百忙中接受我们的采访。

## WAP 行业大事记

### 一、WAP 门户焦点新闻

07 年的无线互联网行业重整姿态，不少 WAP 门户纷纷打出新的市场攻势，以抢占市场的先机。摩网根据市场对音乐的需求适时推出手机音乐客户端软件——MOMO，让用户能随身拥有一个容量的音乐魔盒，其线交友聊天功能还能听歌、聊天，两不误。我族网则洞悉现今都市生活的寂寞，以交友为切入点，打出全民互动交友的旗号。而定位于 3G 时代最大的手机门户网站——3G 门户也开始了自己手机电视、手机邮箱以及新媒体的“3G 跳”，从在竞争中实现跳跃，挑战传统门户。

除了自身努力开拓市场，部分 WAP 门户则选择与运营商合作，共同发展努力达到双赢局面。UUCUN 与中国电信集团旗下的中国电信黄页正式达成战略合作伙伴，共同切入本地化无线搜索，携手推出了无线黄页搜索服务。此合作迅速推动本地化无线搜索步伐的加快，也将推进无线互联网的迅速扩张。据了解，还有不少的 WAP 门户与运营商紧密联系，相信在不久的将来，将会有更多新动作、新消息传出。

2007 年 7 月，为嘉奖 07 年度对中国新营销模式发展作出贡献的公司，iResearch 艾瑞咨询集团特意在“2007 艾瑞新营销年会”进行艾瑞新营销奖项颁奖仪式。魅媒科技以在无线业界广告代理的娇人成绩获得大会颁发“2007 年度最佳无线广告代理公司奖”，以表彰其在无线广告领域的特出贡献。

## 二、WAP 行业发展趋势

中国移动在今年的 5.17 电信日推出了“WAP 资费提醒”服务，也即通过手机访问 WAP 网站时，中国移动将向用户主动提供一个收费提示页面，提醒用户正在使用手机上网业务，若继续浏览网页，将会产生 GPRS 通信费。在 6.22 日就出现资费通知的提醒取消页面，如果取消提醒服务，再登录该网站就不会收到该提示页面。是什么让中移动在仅仅一个月时间转变如此之快？

在中移动推送页面推出前，免费 wap 就一直遭遇一个瓶颈问题，国内上万家免费 WAP 网站普遍规模较小，内容同质化严重，赢利模式单一，缺乏内容创新，WAP 应用形式比较初级，经常有违法违规行为发生。这也是中移动决定推出推动页面的理由之一，但更多目的在于控制免费 wap。数据显示，截至 2006 年 11 月，国内拥有独立域名的 WAP 站点总量已突破 5 万。而中国互联网络信息中心(CNNIC)最新公布的第 20 次中国互联网络发展状况报告显示：截至 2007 年 6 月 30 日，我国内地网民总人数达到 1.62 亿，宽带网民数达 1.22 亿，手机网民数较去年翻了 2.6 倍，已有 4430 万人。因为免费的出现和冲击，中移动移动梦网的市场占有率正在下滑。去年 9 月中移动的报告指出，当时移动梦网的用户访问量已落后于腾讯，且正被 3G 门户、新浪、空中网、TOM 和泡泡网等赶超。在免费 wap 如此强势之下，中移动到最后只能沦为互联网产业的通道。

推送页面推出后，立刻遭到独立免费 wap 网站的强烈不满和各方声讨，他们表示，中移动此举完全背离了移动互联网“开放”的发展趋势，也背离了消费者的选择。期间更有不少独立 wap 免费网站用户直接向中移动投诉要求撤消提示页面，指出提示页面影响了用户的浏览速度，更多用户看到此提醒后，由于担忧产生高额收费，大多数用户就放弃了继续登录。

未经证实的消息称，仅在 5 月份，各大手机 WAP 网站和手机搜索的访问量均下降了一半左右。而中国移动 5 月份 WAP 收入减少 1.2 个亿，从原来的 2.0 亿元骤降到 0.8 亿元。这是中移动远远料想不到的后果，控制免费 wap 的同时却也令该自身收入严重下降。面临如此之大的亏损，迫使中移动不得不作出修改的措施，从“推出资费通知页面”修改为“用户主动取消提醒”。

比邻日韩的无线网络发展如火如荼，中国移动通信用户和互联网用户的也随着高速增长，奠定了增值业务快速发展的基础。中国的移动增值用户规模 2006 年将达到 3 亿 6000 万户，预计 2008 年将达到 4 亿 9000 万户。2006 年 wap 用户数将达到 1.1 亿户，预计到 2008 年中国 wap 用户规模将达到 2.3 亿户。中国 wap 整个市场规模 2006 年将达到 100 亿，预计到 2008 年达到 220 亿元人民币，巨大的商业机会不言而喻。移动营销是未来的发展趋势，蕴含着巨大的市场商机。一个新兴产业的发展是需要多方面的扶持，中移动肩负着推进无线互联网移动信息产业化、无线互联网行业发展等多重社会责任等角色，除了看重经济效益外，更应和独立免费 wap 形成强大的合力推动这一产业发展。如何适应市场，强化核心竞争力，不断创新才是免费 wap 及中移动的当务之急。

### 三、移动政策动态

“WAP资费提醒”服务是中国移动在今年的“5·17”电信日推出的一项服务，用户通过手机访问WAP网站时，中国移动将向用户主动提供一个收费提示页面，提醒用户正在使用手机上网业务，若继续浏览网页，将会产生GPRS通信费。

6月22日，用户登录WAP网站时却发现了“资费提示取消通知”，用户如果选择了取消服务，则在下次登录同个网站时不会再出现资费提醒，但如果首次登录其他网站，资费提示还会出现。这让不少无线行业从业者认为是个好的开始。

中国移动综合部总经理高颂革表示，经向上级查询，没有取消WAP提示页的通知，所有上网用户都会出现WAP资费提示页面。假如没有出现，可能是之前上网没有退出，或者是系统故障，北京移动没有取消WAP资费提示页的计划。

上海移动取消了GPRS无限量包月套餐。并强制要求目前使用该套餐的用户在6月1日之前选择其他套餐替代GPRS无限量包月套餐。至此一级城市几乎已全部取消无限GPRS套餐。

电信专家、北京邮电大学阚凯力教授一针见血地指出，中国移动取消GPRS包月套餐是为了打击免费WAP。

面对全面取消“不限流量”GPRS套餐的传言，中国移动昨天表示尚无此计划。按照上海移动的官方表态，取消“不限流量”GPRS套餐主要是由于移动通信网络技术升级和手机功能的增强，手机上网方式从原来的CMWAP为主发展到目前的CMWAP和CMNET兼有，使GPRS20元WAP套餐客户不易辨别是以CMWAP方式接入还是以CMNET方式接入。

6月5日，中国移动在京正式宣布手机即时通信业务——飞信进入商用，并开始全面推广。飞信自亮相后，中国移动北京公司便担当起业务试点的“急先锋”，开展了一系列有特色的市场营销和宣传活动。

6月18日消息：飞信正式商用开始。出于观察即时通信市场需要，笔者进行了注册试用。除了软件设计方面相比QQ和MSN信使的“稚嫩”之外，笔者在这款宣称免费的即时通信工具中发现了其东家固有的霸王收费作风。

除了电脑到手机的短信免费之外，手机短信到电脑客户端仍需要支付短信费，从手机客户端到手机或电脑客户端仍需要支付GPRS流量费，这是一些不熟悉移动IM的用户需要注意的。

## 国内独立WAP门户信息

### 一、独立wap网站现状分析

#### 行业展望

2007年的第二季度始，无线网络硝烟弥漫、剑拔弩张，移动开通了WAP主页推送，让整个移动数据网关的流量大减；信产部、公安部大规模的扫黄整治，取缔了大量不良的WAP

网站，几大WAP联盟的收益也大打折扣；GPRS包月套餐服务的逐渐取消，对于提供手机视频、图铃下载等服务的WAP网站而言有着致命的影响。等等一系列的举措让人眼花缭乱、目不暇接，很多WAP站长完全不能喘息，时刻都在关注着政策的风向。除互联网外，无线互联网亦是重点关注的领域，各大型门户，对含有两性字眼，情色字眼及偏向成人的栏目进行了删减，流量出现了不同程度的递减，而推送页的实施，现成了双刃剑，一方面让上WAP的用户，心里踏实，另一方面，让用户感觉烦琐，去一个网页要经过一个屏障，手机操作原本就没有电脑方便，多一个屏障，更令用户体验下降。这也是流量下滑的主要原因之一。

运营商对WAP资费（扣费方式）是进行整顿，除了分层分级的合作模式外，WAP资费的透明度也是运营商明确规定的。虽然中国移动推出的“全球通全免单向收费套餐”遭遇质疑，但资费透明化有了很大的进步，一位手机用户告诉记者，一般碰到SP厂商恶意扣费，打10085几天后就得到了赔偿。又比如移动“错一赔二”的承诺，全国营业厅推行话费清单随时打印，同时可以通过互联网、传真查询自己的话费清单。过去移动梦网平台上由SP引起的资费陷阱投诉一度占据80%的比例，短信时代出现的问题不能再蔓延到WAP资费领域。

对于饱受指责的5.17WAP主页推送计划，中国移动态度有了转变，“这只是WAP手机上网资费提醒功能，之所以引起轩然大波，是因为过去的WAP资费监管是空白的，这本是一个非常简单的举措，其用意在于，提示用户明白消费，避免用户在少数不良WAP网站的“免费”诱导下消费而不自知。许多WAP站点仅仅借用中国移动的手机上网平台，不加入中国移动的监管平台，因此不受中国移动相应技术、制度管理的限制。这种游离在外的模式可能会使‘强制订阅、恶意扣费’死灰复燃。”

业内人士认为，WAP资费提醒是在逼宫独立WAP网站回归到移动的监管轨道上来。而中国移动一内部人士向记者透露，“WAP手机上网资费提醒”功能实质上就是中国移动做的一个保护界面，在用户浏览前给出一个善意的提醒，但他承认可能会影响用户的消费体验感。他表示，一旦WAP资费透明化程度提高，行业监管真空被填补后，“WAP手机上网资费提醒”功能将会被取消。而对于是否会在WAP资费提醒中推送梦网业务，答案是暂时不会考虑。有SP厂商表示，无论是分层分级政策的收拢，还是WAP资费提醒的铁腕实施，针对SP行业的监管风暴可能会再次袭来。

也许这正是一个朝阳产业所要经历的，对一些靠不正当内容换取流量的WAP站来讲受到了严厉的打击，很多站点在经历了最近的风波后，不得不积极的开拓新的业务或者干脆艰难的作出转型的决定。但是对于很多有前景、有着优势内容的站点来说却预示着机遇，它们正趁着这个“好时机”大力发展业务。

在此之前，WAP界一直是以手机娱乐为先导，前期培养了一部分低龄娱乐化的WAP用户。但手机随时随地随身性却有待进一步的被深挖，于是，一批致力于手机上网生活化的WAP站点，肩负着开荒者的使命，为培养真正的高端WAP用户而努力。他们为无线网络开辟了新径，为整个行业输送了新鲜的血液。

在这些WAP站中，找到网对于业内人士来说并不陌生。在过去的一年里，找到网已经和一批站点达成了战略合作关系，为他们的用户提供手机本地搜索服务。找到网做的手机本地搜索完全抛开了手机娱乐的主题，而是抓住了用户最基本的生活需求，为用户提供与地理位置相结合的信息查询服务。相比娱乐人群来讲，使用手机进行生活消费的群体范围还比较

小。但是，已经有一批用户开始使用手机查询同城的生活资讯、查找身边的本地信息，他们逐渐习惯从手机上查找实用的信息，也开始学会利用手机进行快捷消费。除了找到网，还有一批电子商务型的WAP网站也在逐渐发展壮大，他们无疑为现有的WAP舞台注入了新的活力。

虽然来自移动的政策压力从06年下半年至今没有间断，但欣慰的是整个WAP行业在经历了这么多以后逐渐步入正轨，真正的WAP大站才刚开始打响，整个WAP界没有绝对的王者，一切的变化皆有可能！好的产品和服务才是最好的出路，我们期待着有更多好的站点涌现，为整个无线行业的初期营造更加健康有特色的氛围。

#### 广州日报·3G门户

【全媒体报道】

[\[全媒体\]](#)

[10周年:预测香港厄运的人错了](#)

[为导师视频主角孙老师找工作](#)

[\[大洋面对面\]](#)

[音乐胎教出神童](#)

[林一峰:民谣之夜](#)

[\[名记专家在线\]](#)

[巧避股市风险](#)

[\[报网直播室\]](#)

[散户的生存法则](#)

[\[视频\]](#)

[少年索要上网费未果砍死母亲](#)

[国内](#) [国际](#) [广东](#)

[体育](#) [娱乐](#) [财经](#)

[都市](#) [美食](#) [时评](#)

[广州日报·3G门户](#)

[返回3G门户](#)

广州日报 3G报时20:45

0.719s

#### 独立 WAP 门户信息

标志着，新旧媒体的容合，纸媒体与手机媒体的结合，广州日报报业集团与手机上网门户 3G 门户达成合作，宣布共同推出手机网站，此次合作显示着在中国传统媒体最活跃的华南地区，强势纸媒开始尝试与最新的媒体无线互联网共赴“蜜月期”，告别传统互联网与传统媒体几乎都是提供或出售内容的简单合作模式，迎来了更亲密的新关系。

新旧媒体相互示好，目前，中国有过亿的手机上网网民，而2007年这个数字将达到1.7亿，直接超过Internet网民。手机上网已经成为都市人接受信息新渠道，年轻人已经非常习惯在手机上看新闻、查资讯、听音乐、甚至看电视等等。而在中国南方，媒体的创新意识一直开全国风气之先。广州日报报业集团是中国第一个报业集团，连续12年位居全国报纸广告

收入第一位；同样，新崛起的新媒体3G门户在全国也拥有3300万注册用户，是目前最大的无线互联网门户。整合各自优势，两家媒体联合推出共同品牌旗下纸媒所提供的新闻资讯和无线平台与技术结合，快捷地承载文字、图片、音视频等各类传播方式和内容，向双方领域渗透。

手机作为新兴媒体的功能被一致看好，但目前一般的手机网站都是以摘选报纸、网络新闻为主，原创性的内容很少，同质化严重。突破常规，依托广州日报和大洋网的传统媒体采编力量，让刚刚发生的新闻马上就可以在WAP站上看到。同时经过精心加工，运用图片、视频、音频、互动等多媒体的手段呈现出更精彩更吸引人的新闻产品，进一步发挥新闻影响力。同时还结合手机媒体的互动性，推出《报网直播室》《名记专家在线》等视频节目讲述新闻背后的故事，引入互动报料和评论平台，实现深度挖掘与跨媒体互动。实际上，在互联网的冲击下，传统媒体曾一度很警惕新媒体的“扩张”。但“广州日报·3G门户”显示出新旧媒体完全可以联合合作。新媒体提供互动，是在继续着报纸的影响力，甚至可以与报纸一起生产内容。

对于无线门户来讲，争夺本地资讯将成为下一阶段重点。由于手机特性，无线门户可以

轻易判断出用户所在地，并推送适合用户的本地信息。目前 3G 门户正在针对不同地区用户推出本地化新闻与资讯服务，“广州日报·3G 门户”正是第一步尝试。

## 二、无线技术发展动态

中移动计划让 TD 网络在原有十个城市的基础上，逐步覆盖全国，达到“全程全网”水平。据悉，中移动多个省市的分公司已经开展 TD 培训，并由集团分管运维的老总亲自主抓相关工作。

此前，中国电信、中国移动、中国网通三大运营商在北京、上海、天津、广州、深圳、沈阳、厦门、保定、青岛、秦皇岛十个城市展开 TD-SCDMA 预商用试验，其中包括青岛、秦皇岛等六个奥运城市，投资规模达到数百亿元。TD-SCDMA 产业联盟秘书长杨骅证实，TD-SCDMA 标准将在三季度全面测试，四季度北京等十座城市的普通用户可参与预商用试验。

不过，TD 联盟的一位人士透露，“中移动对于 TD 终端测的结果并不满意。中移动已经要求终端厂商重新修改设计”。

国产 3G 联盟工作组组长赵宏预计，未来中国发放 3G 牌照后，国产 3G 技术 TD-SCDMA 有望占五成的市场份额。中国 3G 的未来，将是 TD 占据 50%、WCDMA 占据 40%、CDMA2000 占据 10% 的市场格局。

据悉，目前 TD-SCDMA 只有 2 万用户，且全部为友好用户，而且，由于北京的 TD 网络由网通改由中国移动承建，部分友好用户的终端已收回。

在 4 月底举行的 2007 年中国移动通信产业高峰论坛上，TD 产业联盟产业部总监金毅敦透露，在下阶段展开的 10 城市 TD 扩大规模建网中，实际铺设的基站将超过 1.3 万个，“每个城市的基站数可能有 1000 个以上，达到与 GSM 网络基本相同的水平。”

## 魅媒营销观感

MMC 老员工小霸王以为，商场如战场，现代营销不仅需要战略与策略的成功，也需要营销环境及平台的进步。所以从营销平台上来看，现代企业营销都具备与经历了两个终端变革时代的营销平台。

原始营销平台：企业产品展示载体。这种传统营销平台主要是由传统实物式营销工具所构成。如传统企业画册、产品目录、经销商名录、调查问卷，等等实物式组合。

缺点：这些传统实物式营销工具往往成本高、变更麻烦、携带不方便、使用效率低。

WEB 营销平台：储物式营销展示平台——企业互联网官方网站。这种伴随有线互联网而生的企业互联网网站，超越了传统营销平台，让企业走上了信息高速公路，现在已经成为企业必备之平台。

缺点：受有线互联网与终端设备（电脑）的影响，导致了信息的传播不贴身不即时，不能最大程度实现企业无缝式信息传播。

但随着手机互联网的应用，以及中国 4.26 亿的手机用户里已经有 1/3 为手机网民，自然就产生了新的无线营销平台。企业无线营销平台，又被称为企业移动营销平台，或手机互联网营销平台，是基于企业 wap 网站的新一代企业信息门户。其不仅集成了上一代企业互联网门户的所有功能，其掌上信息终端的特性更带来了即时贴身性的新一代营销商务特性。从而使企业 wap 网站成为了信息时代真正的贴身即时性掌上便携企业门户。

**WAP 营销平台：**企业无线营销平台——企业移动营销网站。这种伴随手机无线互联网而生的企业无线 wap 网站，进一步超越了有线互联网平台，真正让企业走上了光速般的无线信息高速公路，已经成为现代企业突破竞争环境的一把利器，升级现有产品与服务的一把利器。

**优点：**受无线互联网与即时终端设备（手机）的影响，导致了信息传播的贴身即时，并真正实现了最大程度的企业无缝式信息传播，让企业的产品与服务更快速与零距离的与目标客户及消费群进行价值传递。

企业无线营销平台——企业移动营销网站共分为五个基本模块，从企业的信息即时贴身无线发布，到与手机平台最充分结合的企业手机图铃视频传播，以及无线营销平台上杀手级的营销应用——无线即时销售平台，以及企业对外部客户即时贴身沟通与关系维护的无线 CRM 平台，对内部员工整合即时沟通的企业内部信息平台。五大基本模块每一块都具有独立的细分功能与细分价值，都能够独立承载无线营销平台的使命，而合而为一，将能真正完善及发挥无线营销平台的最大价值。

对企业外部营销而言，企业无线营销平台能使企业能够 24 小时全空间无缝式与目标客户及目标消费群进行贴身即时的信息交流及深度互动沟通，提升整合传播在时间与空间上的覆盖率及纵深度，以企业无线营销元素植入性与病毒式纵深目标受众，及时零距离实现无线即时销售。

对企业内部管理与沟通而言，企业无线营销平台能以企业全员手机终端一体化识别加强企业 CI 识别深度及整合企业全员团队凝聚力，及实现企业内部贴身即时地无线信息发布及内部信息沟通。

## 无线营销案例推荐

### 案例一、东山少爷“唱好广州”歌迷见面会活动

#### 广告投放目标：

通过与歌迷的见面会能够让校园学生更多的认识到东山少爷的歌曲。

#### 营销项目：

喜爱东山少爷和他的音乐的朋友，通过手机登录摩网音乐中m.moabc.com，订制任何



可入场。现场还从订制彩铃的歌迷中挑  
与 (MOTO L7 手机、IPOD、运动背囊、

**推广形式:**

歌迷见面会形式及与观众互动

**营销手法:**

由中国移动无线音乐俱乐部主办、摩网音乐中心承办的“东山少爷”歌迷见面，让东山少爷走进校园，与大学生们一起“唱好广州”。通过手机登录摩网音乐中心m.moabc.com，订制任何一首东山少爷的歌曲为彩铃，当晚凭该彩铃换票入场。

## 案例二、“蓝色天使”飞行员TV大搜寻活动

**广告投放目标:**

通过“蓝色天使”飞行员TV大搜寻活动提高中国航空运动协会的知名度

**营销项目:**

为所有热爱蓝天白云和飞行事业的年轻的女性搭建一个实现梦想的舞台，同时并提高中国航空运动协会的知名度。

**推广形式:**

“蓝色天使”飞行员TV大搜寻及与摩网无线网上的宣传

**营销手法:**

手机娱乐门户网站摩网(wap.moabc.com)为此次活动的独家无线内容支持媒体，广大网友可以通过摩网的WAP平台了解活动的详细信息及进展。有意参与活动的网友还可以在摩网提交报名信息或者给自己支持的选手投票，届时，参赛选手将在摩网开设个人空间并组建粉丝群，实现与网友近距离、全方位的互动。

### 魅媒视点全新改版、一分为二强势推出

2007年8月，致力于中国移动媒体领域的无线营销先锋魅媒科技宣布其所属报告《魅媒视点》在本月开始改版上线，改版后的《魅媒视点》将分为资讯版和数据版，隔月推出。资讯版将以行业信息以及行业发展趋势的分析为主，从最立体、最全面的角度报道、分析无线互联行业的发展。数据版将通过魅媒科技本身的网站综合分析平台以及在行业内部得到的第一手数据，由魅媒与国内外资深的无线互联行业的专家、学者、运营商代表、行业知名人士、风险投资经理一道讨论并进行总结撰写出来。

此外，《魅媒视点》还会不定期推出《无线广告用户调研报告》、《无线搜索用户调研报告》等多项调查报告，向读者展现较全面的无线世界。

## 《魅媒视点》邮件通知订阅服务

如想在第一时间了解《魅媒视点》内容，请订阅邮件通知，我们将向您发送关于《魅媒视点》的最新消息

邮件订阅详情参见以下网址：

<http://www.mmclick.com/maillist/>

## 《魅媒视点》诚意邀请你的加入

为进一步推进国内无线互联的发展，魅媒网已经推出策划已久的《魅媒视点》，我们将与国内外资深的无线互联行业的专家、学者、运营商代表、行业知名人士、风险投资经理一道共同推进中国无线互联的发展。我们深深地相信国内无线互联正处于起步阶段，需要行业各环节的同行们共同讨论行业的发展，我们将努力搭建一个宽容、自由、开放的讨论平台，让不同的观点进行碰撞。我们欢迎大家的共同参与，无论你对无线行业只是点滴字句，还是雄韬伟论，相信对我们无线互联这个行业都会是一个良好的促进。同时，魅媒网也相信您可以通过这个平台，展示你的风采，结识更多的朋友。

我们诚意邀请各类知名人士共同参与，你可以你的相片、经历、以及对你无线互联的理解，填写好附表的内容，发邮件到：[webmaster@mmclick.com](mailto:webmaster@mmclick.com)，或者到我们的论坛：

<http://bbs.mmclick.com> 留言，我们会有专业的团队为您服务。

## 诚邀需要利用 wap 联盟平台营销业务的合作机构

魅媒无线营销就是基于无线互联网（手机上网）网络分众营销广告，它能通过分析网页内容、辨别网民所在地、终端设备（手机号码、地域、手机型号）按广告主要求和设置，将广告有针对性地投放到超过 50000 家网站目标客户面前。这种新型网络广告模式更加有效地节约了广告成本，提升了广告效率。

## 丰富的营销数据库

截止至 07 年 7 月 MMC 营销体系已经有超过 50000 家无线互联网站加盟。每天流量超过 5000 万 及超过3000 万人次手机网民资源作为我们的营销依据，令你的投放更具实效性。

我们拥有专业的营销团队，为客户提供专业的无线营销方案，提供包括流量拉动、[3GG.cn](http://3GG.cn)、[www.MMClick.com](http://www.MMClick.com)、《魅媒视点》等专业营销平台，为各位 SP、独立 wap 网站、传统广告主等提供专业的服务。

只按有效点击收费

广告不点击就不收费 —— 最实效！最便宜！

### 与我们合作意味着

您的广告推送到数以百万计的用户手机中；

您的广告有机会发布在众多知名无线网站；

效果与品牌同时提升，从而助您实现有效的无线分众营销。

现面向全国征寻合作伙伴，诚邀需要利用 wap 平台推广业务的合作机构，本合作邀约长期有效，有意合作者请联系

崔先生： MSN:cuismart@21cn.com

QQ: 598507817

联系电话： 020-34249927

联系邮箱： cuismart@mmclick.com

### 法律声明

该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归魅媒科技所有，使用权归魅媒科技及此次调查活动协办单位共同所有。此次调查报告所有内容均免费提供，可供免费转载和引用。

本报告为魅媒科技制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。

本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为魅媒科技所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

公司网站 / 免费资讯：

中文研究网站：

<http://www.mmclick.com>