

北京： 传统回归中的时尚张扬



今年北京的春节别有一番味道，久违了的鞭炮声响彻大街小巷，听这震耳欲聋的动静迎接新一年的到来，显得格外喜庆。放鞭炮、贴春联、逛庙会、到老茶楼听相声，地道的民俗特色让人感受到的是浓浓的节日气氛。春节、情人节、元宵节接踵而至，给人们的生活带来喜庆和快乐的理由，无限的商机也撑起了节日中的北京通信市场。

与鞭炮声同样震撼的是响彻耳边的“通信铃声”，春节假期，家里拜年的电话铃声不绝于耳，座机响完，手机响；接完电话、回信息；再加上网络拜年，少不了QQ、MSN的“嘀~嘀嘀”，我们的生活已经离不开通信，我们的节日也因为通信更生动。

通信服务在人们心目中越发受到重视，“绝对不可缺少”成了大多数北京人坚定的答案；在建立更多通信渠道、丰富营销模式的同时，提供“更优质的服务”是人们对通信行业的希望。回顾过去，才能展望新的一年——2005年北京固定电话用户新增102.6万户，总数达到950万户；宽带用户更突破200万大关；北京移动电话用户2005年新增了129.3万户，达到1470万户，北京市居民移动电话普及率达到每百人97部；北京联通已拥有CDMA和GSM移动通信用户近400万，193长途、17910和17911IP电话，以及165互联网拨号用户的市场份额大幅度提高；北京小灵通从网络到用户都表现出超高速发展状态，基站数量已超过2万个，地面信号覆盖率达98%以上，用户数已达200万；北京铁通、卫通等运营商的网络建设迅速获得商用，北京的通信市场表现出良好的适应性和广阔的市场前景。

对于运营商来说，春节期间电信业务的商机颇多：长假带来的“非理性消费”舞台、文化类业务的个性化需求和传统节日习俗的消费等等需求共同支撑起了节日市场热潮。春节长假，作为百姓们最为看重的传统节日，给人们创造更多的休息机会，也极大地刺激了消费，带来了一种集中消费形式。此时，“假日经济”给人们一个实现“非理性消费”的应用舞台。所有的基础和增值电信业务都可以从“假日经济”中受益。

作为首都的北京，节前返城、来京旅游、节后各地人员来京务工的现象造成了人口流动性大的特点。对于运营商来说，面对这样一个庞大而又多样化的消费市场，推出各种优惠促销活动成为他们打好“节日攻坚仗”的最好武器，对于市场拓展也具有非同寻常的意义。

面对如此巨大的商机，众多运营商在北京纷纷出招，亮出了各自的秘密武器：移动推出主题为“福满新春实惠多，畅享移动新生活！”的神州行充值有奖大回馈，充值的同时有机会

获得相应价值的超市购物或生日蛋糕兑换券，更可“加一元”获得超值的数据业务；节假日是旅游的旺季，但由于地理环境陌生的缘故，旅游的时候总会受到诸多的限制和约束，于是春节成了运营商们声讯服务展示实力的最好舞台；越来越多的北京人在春节长假期间选择出境旅游，北京联通春节推出的“出境旅游 轻松漫游”新服务正是他们所需要的，这项服务避免了通常手机用户要出境漫游必须持本人有效证件，到运营商的营业厅缴纳数千元押金才能办理的不便，春节期间特别简化了国际漫游开通手续的新服务，用户只需一个电话即可开通国际漫游及国际长途功能；作为2005年底火力最猛的Up新势力，也在春节期间推出“畅游香港迪士尼”活动，为新年讨个开门红，凡北京联通“Up新势力”用户，只要在指定时间段内累计充值100元及以上，就有机会参加抽奖，赢取香港迪士尼乐园双人四日游或是高额话费奖励等等。

传统风俗习惯所形成的需求推动了北京独具特色的节日市场需求，岁末年初正是各运营商大打“亲情”牌促销的黄金时间，新春佳节，人们都会走门串户，向自己的亲朋好友拜年，共诉亲情。中国移动和中国联通摩拳擦掌的准备好了迎接2006年“春节—情人节—元宵节”这一连串的短信高峰。不光是短信，长途电话、IP电话等业务对春节都是机不可失。运营商纷纷打出“为用户精打细算”的口号，推出优惠促销措施，以满足用户的需求。比如，北京网通的国内长途假日促销和小灵通免费大体验活动，活动从圣诞延续到春节，还将延续到正月十五等重要节日。

在产品终端方面，随着2006年3G的风雨欲来，运营商将成为手机销售渠道的一支主导力量。中国移动、中国联通纷纷把自己的营业厅办到了普通卖场里。通过这种方式，消费者可以以更省事地买到服务针对性更强的产品。

追求个性化的消费群正在北京壮大，节假日是一个最好的显示自身个性的机会，看到朋友的MSN上链接了他父亲的space空间，里面竟也装潢得有模有样；给老妈打手机，惊讶地发现她手机的“嘟嘟”声也已经换成彩铃了，还是最新的“拜年版本”。时尚的通信生活已经不再是年轻人的专利，它渐渐变成了北京人的一种生活习惯，不分男女老少，只要你有热情，就是通信需求最好的注解。人们追求个性的趋势促使商家的各式新业务层出不穷，而许多网站也不失时机地推出了新的短信和彩铃下载，短信彩铃的新春促销大战火爆异常。

春节作为新年的第一个黄金促销期，给北京的通信行业一次实战的机会，面对新的一年，他们已经蓄势待发。