



通讯数码周刊

Digital Weekly

总第447期 今日4版 每周三出版
新闻热线 64101903

执行主编 吴辰光



欢迎关注
数码周刊订阅号

B1-B4

2014.12.10

B2 端游巨头转型手游集体提速

被视为“端游化手游元年”的2014年接近尾声，除了凭借手机QQ、微信平台在手游市场一直顺风顺水的腾讯外，畅游、网易、巨人等老牌端游厂商几经摸索，转型也渐入正轨，端游IP移植移动端效果初显。

B3 网秦拿下中移动百万级订单

通过移动互联网管理企业客户的移动终端和应用已成长为极具潜力的市场。相比“企业移动化”这样太行业性的词汇，通过平板、手机等在餐馆点菜或者在银行网点购买理财产品已成为人们熟悉的方式。

B4 移动应用分发量持续增长

据易观国际数据显示，2014年三季度中国全渠道移动应用分发总量达286亿次，较上一季度环比增长12.3%。其中，百度系、360系和腾讯系三大巨头分别占据41.8%、22.7%和21.5%，总和超过八成。

编者按

“智慧公交”口号喊了多年，但人们理想中的智能公交场景却始终未能真正到来：手机轻轻一触刷卡乘车，免费WiFi环境畅玩游戏、观看高清影视、与朋友或陌生人互动交流、公交到站即时提醒……纵有公交集团、电信运营商、应用服务商及其他相关产业方发力，如何攻克移动公交这块难啃的骨头还是成为全行业面临的共同难题。本期，本刊继续对移动公交进行报道。

公交免费WiFi为何沦为摆设

北京公交WiFi推出已两年多，连日来，北京商报记者走访调查发现，尽管扛着“免费”大旗，免费WiFi却在市场上持续遇冷。由于技术条件限制、商业模式不成熟等，免费WiFi往往沦为公交车辆的摆设。



信号撑不到三环

上周，北京商报记者先从宽街路口站乘坐开往时代庄园北站方向的特11路公交车，车内驾驶座后方有明显的蓝色标识，印有提示乘客“免费16WiFi信号已覆盖”的字样。

按照指示，手机用户需下载安装一款名为“e路 WiFi”的App（建议用户在家里WiFi环境下提前安装好），打开这款App后，新用户需用手机号码及获取验证码的方式注册账户，一旦进入公交 WiFi，页面会显示“16WiFi”的连接信号，点击“一键上网”即可连接。

连接成功后，北京商报记者登录手机QQ、微信时较顺利，还打开了“腾讯视频”页面，开始播放某热门电视剧的某一集，当特11路行至北三环外的安贞里站时，视频出现卡壳无法加载现象，而到大屯南再往前行时，视频突然中断，这时打开搜狐新闻客户端，无法更新页面资讯，天猫、京东等购物网站更是无法显示，随后手机QQ与好友的聊天信息也发不出去，手机提示“网络连接中断”。

下了特11后，北京商报记者又更换不同品牌的手机接连体验了617、108、311、484等覆盖免费WiFi的公交线路，同样出现信号不稳定的情况，尤其是当公交车行至三环、四环及更远时，尽管“e路 WiFi”显示有网络接入，但基本打不开网页，微博更新失败，而图片载入较多的购物网站更是无法显示。

在体验过程中，北京商报记者通过随机采访获悉，愿意连接WiFi的乘客寥寥，而且大多受访者都有过无法连接、上不了

的经历。其中一位李先生吐槽道：“在1路、300路、617路等多辆车上都试过，连续 WiFi成功上网的机率也就1/10吧，这么费劲就懒得连了。”

还有一部分手机用户表示“不感兴趣”，称平时乘公交途中，看新闻、聊QQ等靠手机既有的3G、4G网络就能实现，另有部分用户则对免费 WiFi连接带来的安全隐忧提出了担忧。

部分厂商打退堂鼓

事实上，自公交免费 WiFi推出以来，乘客对利用该 WiFi 上网的吐槽声音就从未休止。对此，作为北京公交 WiFi 运营服务商的一路热点公司也心有苦水。一位内部人士向北京商报记者诉苦道：“公交 WiFi 真是件费力不讨好的事情。”

据他介绍，移动公交 WiFi 的部署和运营投入成本非常高，e路 WiFi 在硬件设施方面已经投入了4800万元，这还不包括流量费用、人员成本、运营费用、维护费用等。

起初公交 WiFi 的网络接入是中国移动 CMCC 登录界面，这一阶段中国移动投入了硬件设备、系统支撑及流量卡，但用户体验反馈不佳，主要包括登录过程繁琐，中国联通、中国电信的用户甚至很难接收到注册验证码，上网不流畅等问题。就在前不久，一路热点改变了与中国移动的合作模式，由一路热点向中国移动购买流量，按量计价。

据一位接近中国移动的人士透露，目前移动仅为公交 WiFi 做技术支撑，此前负责公交 WiFi 项目的工程师部分已离职或调岗。另外，正在力推 4G 网络发展的运营商不断下调流量资费，并向流量经营转

型，主要精力放在推广 4G 上。

北京商报记者了解到，目前公交 WiFi 采用的是 TDFi 解决方案，即集成硬件设备内置的 SIM 卡提供的 TDD LTE 与运营商的 WLAN 热点网络，用户乘公交时所看到的 24cm×20cm×6.1cm 大小的盒子，就是 TDFi 硬件设备。

由于公交车辆本身处于移动状态，不像家庭、商铺、企业等固定场所可以借助有线宽带和无线路由器提供较稳定的 WiFi，再加上集成的运营商 WLAN 信号覆盖有强弱之分，因此很容易造成信号的不稳定。需要指出的是，巴士在线、华视传媒等公交电视内容提供商也曾将目光聚焦公交 WiFi 这一领域，采用的是有线电视的接入信号，两家甚至还为“公交 WiFi”打起了专利官司。

巴士在线 CEO 王献蜀表示，公交 WiFi 的成功与否取决于运营商完善的 4G 网络，而当下的 4G 网络还无法实现规模化的公交 WiFi。知情人士称，此前巴士在线仅在北京的 915 路公交车上试水推出过“My WiFi”无线网络，但效果不理想，几个月前该公司调整战略，暂时停止了 My WiFi 的市场推广活动。

缺乏良性运营模式

公交集团、电信运营商、WiFi 运营商、软硬件厂商等尽管不同程度地向公交 WiFi 发力，但却“出力不讨好”，究其根源在于缺乏良性的商业模式。

一路热点官网所列数据显示，其“16 WiFi”已覆盖了北京地区的 2 万部公交车。每车日均客流量约为 800 人次，其中约 65% 为智能手机网民，按照 2 万辆公交车计算，整体日均用户流可达 1100 万人次。

如此庞大的客流量，理论上给商业模式的建立提供了有利条件。与此同时，公共交通有着固定的运行路线、拥有在一定时间里聚合用户群的能力，而且用户手机上网的时间呈现碎片化的特征，移动公交市场空间巨大。

然而，事实是公交 WiFi 却并未形成良性有效的商业模式，投入与回报严重不平衡。目前，WiFi 运营商采用的盈利途径大致分为三类：一是广告营收，包括贴片广告、文字链广告、Banner 通栏广告；一类则是频道合作，指用户连接公交 WiFi 时所看到的新闻、小说、娱乐等内容频道，WiFi 运营商可将某频道外包，或向内容开发商提供 API 接口，由内容开发商提供内容；还有一类则是应用软件合作，主要包括游戏 App 及其他类别的 App，提供应用下载地址。

尽管如此，WiFi 运营商借此获得的营收与其投入力度难以成正比，况且这三种模式各有利弊。有一个共同的症结问题便是很难找到用户付费的痛点，致使公交 WiFi 运营并不顺利。

观察人士分析称，公交 WiFi 本身有着一定的特点：一方面，公交这一手机应用场景本身是移动变化的，这需要产业相关方从技术层面上提供更有效成熟的解决方案，保证连接的便捷稳定以及流畅性；另一方面，公交覆盖用户群广泛，理论上用户规模庞大，但用户的属性又非常复杂，这需要引入大数据和云计算技术的应用，通过对用户习惯、喜好等进行深度分析，找到契合用户需求的内容和模式，方能真正使公交 WiFi 摆脱“只是摆设”的尴尬。

北京商报记者 吴辰光 曲忠芳/文
胡潇/制图