

**品味春天第一抹茶香**

**张一元**

**一天一杯茶 生活更健康**

**西湖龙井 洞庭碧螺春**

**金奖惠明 高桥银峰**

**绿毛猴 岩峰**

**中国茶 张一元 CHINA TEA ZHANG YIYUAN**

始建于1900年

全国免费服务热线: 400-650-6651

登陆张一元网址  
即可进入网上商城购茶  
网址: [www.zyy365.com](http://www.zyy365.com)

地址: 北京市西城区菜市口西砖胡同2号院7号楼

# 三大运营商“宽带大战”日趋白热化

随着又一个国际电信日的到来，运营商之间的“宽带大战”也日趋白热化。在3G大战背后，关于WLAN(无线局域网络)的暗中较劲也越来越明显。

在中国电信最新发布的宽带策略中，最引人注目的是，中国电信针对公共互联网用户，首次推 WiFi时长卡，将 WiFi免费体验时间由2小时提升至5小时，同时也向其他运营商用户进行开放。同时，中国电信还推出了 WiFi国际漫游服务，目前可在13个国家和地区享受该服务。这在业内尚属首例。

业内人士透露，中国联通相关部门正在酝酿推出网速全面升级的沃3G上网卡。这种新型3G上网卡的上网速度下行峰值高达21.6Mbps。此信息引起用户的高度关注。中国联通之前的3G网络的速率是下行7.2Mbps，上行5.76Mbps，最新升级的21M上网卡将是2G时代

最高速率的几十倍。

移动互联网和智能手机的普及，给运营商带来了海量的数据流量。以中国移动为例，流量费收入占非话收入的份额已经从2006年的3%上升到了2010年的20%。这一方面成为了运营商推出各种移动互联网应用的动力，一方面更考验着运营商网络的承载能力。

经常出差的某公司高管甄先生告诉记者，目前，他明显地感受到机场、高校、交通枢纽等越来越多的热点地区都有了运营商的 WiFi信号，而自己的手机套餐中自动赠送了每月数小时的 WLAN上网时间。

有关市场分析人士指出，事实上，目前运营商力推 WiFi的主要动力正是来自于数据业务方面的压力。而随着三大运营商在宽带领域投入重金开始角逐，国内无线局域网开始步入超预期爆发性增长期。未来3年，WiFi建设将

带动近300亿元的电信设备需求。

今年以来，中国移动、中国电信和中国联通都相继启动了大规模的 WLAN 设备采购和建设部署。中国移动今年率先提出了未来3年内建成100万个 WiFi 热点的目标。据不完全统计，目前中国移动全国的 WiFi 热点已经达到12万个。中国电信发布其“无线中国”战略时也称，计划在2012年建成百万个 WiFi 热点，预计到今年底将达到70万个。竞争的白热化已初露端倪。

分析人士称，随着国内3G业务的启动和快速发展，移动数据业务量实现了井喷式增长。 WLAN 适合在室内热点地区与3G网络一起，提供更快、更便捷的无线上网服务；同时，WLAN产业非常成熟，建网和使用的成本都比较低。这也是三大运营商暗中较劲的原因所在。

商报记者 金朝力

渠道合作与自有品牌齐发力

## 卓越亚马逊深化品牌扩张战略

随着消费者需求的转移，电子商务、网购已在市场上大行其道。为更好地满足消费者的需求，中国最大的正品网上综合商城卓越亚马逊日前不断扩充商品种类、深化品牌扩张战略，始终为消费者提供天天低价的最丰富的商品及最便捷的购物体验。

目前，卓越亚马逊能为消费者提供包括图书、音乐、影视、手机数码、家电、家居、玩具、健康、美容化妆、钟表首饰、服饰包包、鞋靴、运动、母婴、食品等28大类、超过200万种的商品，并通过与厂家直接合作、品牌战略合作，以及大力发展自有品牌的方式为消费者提供正品行货的网购保证。

其中，卓越亚马逊通过与供应商的品牌合作，不仅使消费者能够足不出户购买到更丰富的优质商品，价格也较线下其他渠道更有优势。这种品牌扩张包括诸如携手时尚品牌为女性消费者推出网上品牌专营店、与顶尖运动品牌结为合作伙伴为运动爱好者提供运动精品、联合知名汽车导航品牌进驻汽车用品店便捷有车一族等。

此外，继2009年在中

国首度推出亚马逊自有品牌亚马逊倍思后，今年1月，卓越亚马逊再度发力，将其扩充成为刻录光盘、光纤电缆、数码配件三大类、上千件商品的专卖店。近日，卓越亚马逊又宣布亚马逊倍思专卖店正式上线。专卖店提供HDMI连接线、刻录光盘、手机配件、相机配件、电脑配件和其他配件共六大类基本消费电子类商品。卓越亚马逊的自有品牌发展战略为用户提供了更多优质低价的基本电子消费产品选择，也为中国基本电子消费市场注入了新的动力。

亚马逊倍思作为亚马逊电子类自有品牌，在美国、日本和欧洲市场取得了骄人业绩和用户肯定。亚马逊倍思高速编织绝缘 HDMI 连接线(3米)已经成为美国亚马逊电子消费产品排行榜的第一名。光纤电缆成为亚马逊倍思的明星类别和电缆线品类的主力购买商品。

除了表现抢眼的光线电缆类商品，亚马逊倍思的数码配件类商品和刻录光盘也受到了国内消费者的青睐。

目前，亚马逊倍思为国内消费者提供上千件商品，自年初扩充商品以来，

亚马逊倍思硬质小型电器通用便携包取得了月销量增长200%的好成绩。虽然亚马逊倍思在中国尚属起步阶段，但其一直致力于为消费者提供最佳购物体验，除了行业同类产品的最高质量标准，亚马逊倍思同样坚持不断创新。

在亚马逊倍思专卖店上线之际，iPhone 4和iPad的硅胶套、保护包等商品将全线上线，有望吸引大量苹果粉丝的关注。

面对目前国内基本电子消费市场电子产品良莠不齐的现状，亚马逊倍思坚持高标准的产品质量和“天天低价”原则，所有产品线产品均在中国制造，并享受30天无条件退换货、一年之内进行质量问题维修的服务，为基本电子消费市场注入了一针强心剂。

有关专家表示，随着网购群体的急速扩大和网络平台的逐步开放，众多网上商城以加强深化品牌战略来满足消费者的需求。卓越亚马逊在与供应商合作扩充商品的同时，与全球同步大力发展自有品牌，不断提升和优化消费者的网购体验，其商业模式正成为业界的榜样。

商报记者 金朝力