

分析师： 陈志坚 (8627)65799506 chenzj@cjsc.com.cn

执业证书编号： S0490208040136

联系人： 胡路 (8627) 65799537 hulu@cjsc.com.cn

中国联通：3G 用户迈入加速发展通道

事件描述

■ 中国联通自 5 月 1 日起执行新的 3G 资费套餐

中国联通从 5 月 1 日起实行新的 3G 资费套餐。据悉，3G 新资费将新增 96 元档 iPhone 套餐（原最低 iPhone 用户最低套餐为 126 元）、调整 3G 基本套餐、新增 36 元数据套餐、调整无线上网卡首月计费规则等。

具体来说，针对 iPhone 用户，中国联通降低了准入门槛，将最低套餐标准调整为 96 元；同时，调整 iPhone 合约购机计划，用户只需要选 286 元的套餐就能免费得到一部 16GB 的 iPhone 手机，过去只有最高一档 886 元的套餐，需要预存话费 6999 元才可以“0 元”购机。

针对非 iPhone 用户，增加了最低为 36 元和 66 元的 3G 套餐（原非 iPhone 用户最低套餐标准为 96 元，原 66 元套餐为只适用学生用户），同时将每款套餐设定区分为 A、B 两类，其中 A 类为以数据消费为主，而 B 类则以语音消费为主。

事件评论

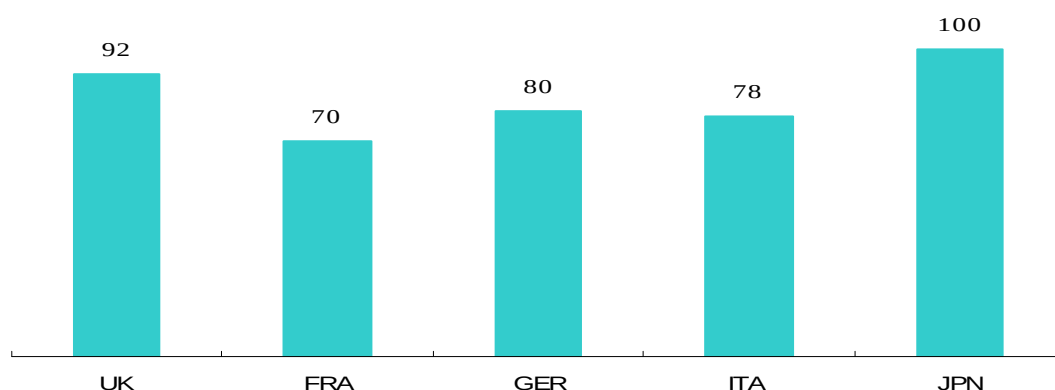
中国联通自 5 月 1 日起开始执行新的 3G 资费套餐，可以看到新的资费套餐基本沿袭原有 3G 资费套餐体系，并在此基础上进行了进一步延伸和细化。关于上述事件，我们有如下观点：

第一、新的资费体系是大规模 3G 营销推广的开始

从国际上 3G 运营的经验来说，成功要素必须包括以下方面：1.快速而良好的网络覆盖及网络质量，这是 3G 发展的基础；2.合理的套餐及资费设计，具体来说即相比 2G 时代便宜得多的语言资费、套餐包含丰富的数据应用，以便体现 3G 时代数据应用的特点并培养用户数据消费习惯；3.快捷方便的渠道体系，包括终端分发及业务分发两个层面。

从日本与欧洲 3G 运营的不同成败表现来看，完善的网络覆盖及高的网络质量对用户体验相当关键，而中国联通也充分吸收了其 CDMA 运营失败的教训，故在其网络建设完善之前并未展开大规模的 3G 营销推广活动。

图 1：欧洲各国与日本 3G 网络覆盖率比较（%）



资料来源：OFCOM，2007 年，长江证券研究部

经过一年的 3G 网络建设后，中国联通已经在 3G 网络准备上具备基本条件，因此，其展开大规模的 3G 营销推广活动也是顺利成章的事情，而资费套餐体系的进一步完善补充可认为是这一大规模营销推广活动的序曲。

第二、新资费体系体现了更好的用户细分思想，将使 3G 资费体系更加合理

相比老的 3G 资费体系，中国联通 3G 资费体系主要有如下两点差异：1.较大幅度降低了用户准入门槛，表现为针对 iPhone 用户的 96 元套餐及非 iPhone 用户的 36 元及 66 元套餐，体现了对用户消费能力的细分；2.将原有的各种套餐档次划分为 A、B 两类，分别满足高数据低语音的年轻用户及高语音低数据的传统用户的需求，体现了对用户需求的细分；3.显著降低 iPhone 合约购机的门槛，将原 886 元的送机标准降低为 286 元，体现了对高端客户的进一步细分。

从中国联通 3G 营销策略来说，其“定位于高端，逐渐带动中端并最终实现高中低端全面引爆”的思路要求其不断降低 3G 套餐标准，因此其降低准入门槛的举措在意料之中；而针对不同用户的需求实现差异化的 A、B 两类套餐标准则体现了其营销策略的不断细化，我们认为相较而言这项举措将对市场产生更大影响。

第三、新的资费套餐体系将助力中国联通 3G 用户快速发展

从之前中国联通 3G 用户发展的情况来看，虽然中国联通掌握了最成熟的 WCDMA 制式标准，但由于种种原因，其 3G 用户发展速度一直低于预期。

图 2：公司 3G 月度新增用户情况（万户）



资料来源：公司公告，长江证券研究部

我们认为造成这一问题的主要原因为：1. 用户对 3G 业务没有形成良好认知，因此对 3G 业务接受度不高；2. 3G 发展初期网络覆盖情况及质量均存在不足，影响用户业务体验；3. 公司 3G 目标用户群定位高端，资费及终端价格都具备很高门槛，用户数量本身相对较少。因此，公司在初期的 3G 用户发展并未取得预料中的情况。

而在公司推出新的 3G 资费套餐体系后，资费的降低、用户需求的进一步细分及更高的终端补贴都会形成可观的新增 3G 用户增量，我们认为中国联通 3G 用户将会进入加速发展通道。

第四、总结：

基于以上分析，我们认为，中国联通 3G 资费策略调整是对其原有 3G 资费体系的完善和补充。同时，我们认为新的资费及套餐体系将对用户形成较强吸引力，并将创造大量的新增用户，由此中国联通的 3G 用户将进入快速发展通道。故此，我们维持对中国联通“推荐”评级。

分析师介绍

陈志坚，清华大学工商管理硕士，华中理工大学通信工程学士，从事 TMT 行业研究。
胡路，北京邮电大学信息管理与信息系统硕士，北京邮电大学通信工程学士，从事 TMT 行业研究。

对本报告的评价请反馈至长江证券机构客户部

姓名	分工	电话		E-mail
伍朝晖	副主管	(8621) 68752398	13564079561	wuzh@cjsc.com.cn
甘 露	华东区客户经理	(8621) 68751916	13701696936	ganlu@cjsc.com.cn
吕 洁	华东区客户经理	(8621) 68751926	13564863429	lvjie@cjsc.com.cn
鞠 雷	华南区客户经理	(8621) 68751863	13817196202	julei@cjsc.com.cn
易 敏	华南区客户经理	(8621) 68755178	13817111316	yimin@cjsc.com.cn
李 靖	华北区客户经理	(8621) 68751860	13761448844	lijing2@cjsc.com.cn

投资评级说明

行业评级	报告发布日后的 12 个月内行业股票指数的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为： 看 好： 相对表现优于市场 中 性： 相对表现与市场持平 看 淡： 相对表现弱于市场
公司评级	报告发布日后的 12 个月内公司的涨跌幅度相对同期沪深 300 指数的涨跌幅为基准，投资建议的评级标准为： 推 荐： 相对大盘涨幅大于 10% 谨慎推荐： 相对大盘涨幅在 5% ~ 10% 之间 中 性： 相对大盘涨幅在 -5% ~ 5% 之间 减 持： 相对大盘涨幅小于 -5% 无投资评级： 由于我们无法获取必要的资料，或者公司面临无法预见结果的重大不确定性事件，或者其他原因，致使我们无法给出明确的投资评级。

重要声明

长江证券系列报告的信息均来源于公开资料，本公司对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，也不保证所包含的信息和建议不会发生任何变更。本公司已力求报告内容的客观、公正，但文中的观点、结论和建议仅供参考，不代表对证券价格涨跌或市场走势的确定性判断。报告中的信息或意见并不构成所述证券的买卖出价或征价，投资者据此做出的任何投资决策与本公司和作者无关。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告中所评价或推荐的证券没有利害关系。本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用、刊发，需注明出处为长江证券研究部，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。