

一线大城市逊色。记者在泸州最大的水货渠道商的单柜计时10分钟，伙计一共出货5台3000元以上的智能手机，其中三星NOTE 1一部，苹果4S、三星NOTE 2各两部，全是个人购买。

三线城市的渠道再下沉，便是乡镇、农村市场。

当日，距离泸州市区约1小时车程的奇峰镇正逢“赶集日”，最热闹的是几家运营商的营业厅。“学生手机节智能手机399元”、“买488元智能手机，送488元话费”、“买1599元智能手机送1599元话费+全自动洗衣机”、“1999元智能手机送1999元话费+32寸电视机”……在农村市场的智能手机市场，记者发现自己对中国智能手机品牌的了解还不够多，除了主要的中兴、华为，还有BTF、高科、海尔等品牌。

“乡镇市场的智能手机销售比例也高达70%左右，但是多以500元左右的价位为主。”据营业员余佳介绍，千元智能机在乡镇的购买能力相对弱，必须依靠强大的商品促销。

离线视频使用率高

面对“谁是购买主体”的问题，胡娜有些惊讶地扬起嗓音：除了极少数的老年人，年轻人、中年人几乎所有的成年人都买智能手机。

使用功能上，低端智能机的智能更多地还停留在概念上。余佳说：“拍照，当成相机使用，这是最受欢迎的功能；其次是游戏功能，有的大人买智能手机回家，直接给小孩子当游戏机用。”

但据记者观察，中高端智能机用户也最青睐拍照和游戏功能。据记者观察，《神庙逃亡》等游戏最受千元智能机用户欢迎，而《愤怒的小鸟》则在低端智能机普及很高。让人略感意外的是，在线视频功能已经超过及时通讯工具，成为三线城市智能手机用户最喜欢的应用类APP。

胡娜描述说，超过一半的顾客都会选择安装PPS等在线视频软件，通过客户端在有WiFi的地方下载视频，利用碎片时间观看。但是，微信、微博等的普及率不如视频类高。她也告诉记者，每卖出一部智能手机，她和店员都会告诉顾客：“用智能手机，就要使用到流量；如果不开流量，无意中造成下载，功能费用高很多。”

可能每个地区不同，四川南部的中国移动、中国电信信号覆盖较好，二者充分利用先前的用户基础：中国电信主要与家庭宽带，如：E家169元套餐捆绑；中国移动则在原来套餐的基础上，推出了每月5元包30M和10元包70M流量。



“两种流量套餐都很受欢迎，家里有宽带的买个无线路由器，一般都够用了。”胡娜说，为了省流量，大多数人在没有WiFi的地方都会关闭其他需要流量的功能，因此离线视频、离线书籍的使用率更高。

不可回避的是，虽然WiFi的家庭普及率很高，但在三四线城市，带宽环境没有像一二线城市这样好。以在线视频为例，大部分视频网站采用的直接访问CDN服务器的方式，只有PPS采用了P2P的技术利用，利用用户之间共存数据使得观看体验效果好，所以普及率更高。

另一方面，三线城市公共区域的WiFi建设并没有跟上，包括电影院、咖啡厅甚至私密会所在内，带宽并不理想。按照林淑的说法，她很希望有天在茶馆里也能有免费WiFi，可以接收女儿的微信照片。

（来源：第一财经日报 黄远\文）