



三年将减 400 亿 三大运营商“痛砍”营销费



削减营销费,对马上就要开启 4G 面对面竞争的运营商来说,并不是个好消息。

林其玲 刘方远 薛松

三大运营商的日子越来越难过了。7 月 8 日,记者从运营商内部获悉,国资委已经给移动、电信、联通下发通知,要求三大运营商在 3 年内连续削减营销费用,降幅达 20%,估算金额约 400 亿元。这对马上就要开启 4G 面对面竞争的运营商来说,并不是一个好消息。这一要求让一些运营商一线员工感到不理解,市场竞争越来越激烈,营销费用也随之水涨船高,强制降低费用只会让基层员工越来越难做。但也有人认为,“现在运营商之间为了抢用户有点过度营销,如果三家运营商一起降,也是好事。”

电信分析师付亮认为,“三年降低营销费”本身对于运营商总体经营的影响并不会特别大。但关键是,结合近期袭向运营商的各项政策,包括“营业税改增值税”、“虚拟运营商”、“铁塔公司”等等,再加上撤销机场贵宾厅、降低营销费用等要求,会合力给运营商造成巨大的压力。

“特别是对中层、基层人员,经营压力越来越大,能用的弹药反而少了。”付亮说,这可能会造成又一波运营商人员流失。

AB 削减 400 亿营销费分三年连降 营销过度 愈演愈烈

据运营商内部人士透露,国资委要求中国移动、中国电信和中国联通营销费用大幅削减 20%,而且是 3 年内连续降低。据其估算,三大运营商大约一年削减营销费约 400 亿元。记者查阅三大运营商 2013 年财报获悉,2013 年中国移动总运营支出为 4945 亿元,其中销售费用 918 亿元;中国联通总支出 2223 亿元,其中销售费用 429 亿元;中国电信总支出 2941 亿元,其中营销和一般管理费用共 704 亿元。三大运营商 2013 年营销销售费用合计 2051 亿元,以 20%的比例计算,今年三大运营商将减少营销销售费用 410.2 亿元。中新社报道称,国资委相关负责人表示,此次压降销售费用是三家中央电信企业有效应对当前严峻形势而主动采取的提升管理、降本增效的措施,无论对电信企业、投资者,还是用户个人都是有益的。国资委对此将积极支持,并将全力做好督促指导工作。另有媒体报道,导致三大运营商消减营销费用的原因之一,是三大运营商营销过度,送礼品、送话费越演越烈,尤其是 iPhone 这样的终端每卖出一部要补贴几千元。

“送米、送电视”或不再

运营商内部人士 8 日向记者透露,几个缩减营销费用的方向,包括手机补贴、广告费用、渠道补贴、促销费用等。“比如取消实物促销,以前运营商促销经常送米、油、自行车,甚至送电视,以后这种非通信类的产品可能就不会再成为补贴对象了。”一位运营商内部人士称。此前有消息称,三大运营商在逐步调整

补贴策略,2014 年手机补贴额度将下调 100 亿元,其中移动 50 亿,联通、电信各 25 亿。据业内人士透露,这种终端补贴主要是对手机厂商的补贴,而不是对用户的补贴,会对手机厂商的研发与生产方向产生较大的影响,比如从 3G 手机转向 4G 手机。“以前运营商搞‘预存话费送手机’活动,以后的活动会变成消费者买手机,运营商送话费。”运营商内部人士表示,对消费者而言变化不会特别明显,“花差不多的钱,得到差不多的产品服务,但运营商通过游戏规则的改变,却缩减了对渠道和手机厂商的补贴。”

B 质疑 是否过度营销? 强减费用是否合理?

运营商有没有过度营销?

国资委要求运营商大幅削减营销费用的原因到底是什么?目前看来,可能的原因有国有资产保值保利润、落实“中央八项规定”等等。

无论原因如何,这都将彻底改变运营商之前的营销模式。在过去,三大运营商的营销支出一直是呈逐年增长的趋势,且年增幅都在 10%以上,营销支出占总体营收的 20%左右。

以中国移动为例,其 2013 年全年营运支出为 4945 亿元,比上年增长 15.2%。营运支出占到了总体营收的 78.5%,且增幅高于收入增幅。2013 年,中移动全年营收 6302 亿元,比上年增长 8.3%。

中移动财报显示,在具体的支出中,去年“销售费用”为 918 亿元,比上年增长 14.5%,占营运收入的比重为 14.6%。中移动解释这些营销费用的主要目的,是用于保住存量客户,以及维系中高端客户。

另外,去年中移动“销售产品成本”为 614 亿元,比上年增长 48%,主要是用于 TD 智能手机的销售。

电信和联通的营销投入也同样巨大。中国电信 2013 年财报显示,其 2013 年全年营收 3216 亿元,同比增长 13.6%。全年经营成本 2941 亿元,比上年增长 12.3%。

电信将营销成本划在“销售、一般及管理费用”中,去年这部分成本为 704 亿元,同比增长 11.6%。占经营收入的比重为 21.9%。中国电信解释称,增加投入的原因是加大了社会渠道拓展力度,增加了营销投入。

中国联通 2013 年全年成本费用合计 2813 亿元,同比增长 17.5%。其中销售费用 430 亿,同比增长 22.7%。另外,3G 终端补贴成本为 78 亿元,同比增长 27.8%。

总体来看,由于竞争日益激烈,三大运营商去年的营销投入同比都增长了 10%以上。

另外,用于终端补贴的成本更是大幅增加。现在国资委强制要求降低这部分成本,将逼迫三大运营商改变过去发展用户的模式和思路。

强制削减费用是否合理?

付亮认为,近期实施的“营改增”本已影响了运营商的经营,再要求降低营销投入有

点“不合理”。

根据财政部和国家税务总局 4 月发布的《关于将电信业纳入营业税改征增值税试点的通知》,明确从 2014 年 6 月 1 日起,将电信业纳入营改增试点范围。税率由之前 3%的营业税,改为差异化的增值税,其中基础电信服务 11%、增值电信服务 6%。

短期来看这会对运营商利润产生影响。据工信部之前发布的一个统计称,有企业反映:目前信息服务业企业利润率不足 6%,实施营改增后,三大基础运营商利润将下降 36.5%。

从保持央企利润的角度,在难以把增加的压力转嫁给消费者的情况下,三大运营商只能通过降低成本来应对“营改增”的影响。

不过,降低市场营销费用是不是一个好方法?因为从前面三大运营商的财报我们也能看出,营销投入某种程度上跟收入呈正相关。降低投入的同时会不会也会导致收入增长受到影响?

付亮认为,降低营销投入的要求不应该一刀切,而是应该遵循市场规律。

“实际上市场是多变的,比如电信由于还没有正式拿到 FDD 牌照,在营销上的投入就会相对较少。”付亮说。明年电信为了大力发展 4G 可能就会大幅提高市场营销的成本。一味要求连续降低并不符合经营的规律。



实物促销有可能会被取消。



策划词:正当 4G 推广之际,国资委要求三大运营商在 3 年内连续削减营销费用,降幅达 20%,估算金额约 400 亿元,主要为手机补贴、广告费用、促销费用等,一石激起千层浪。

另外从具体措施来看,运营商只能从减少广告投放、减少渠道和终端补贴、减少对消费者的实物赠送等等来降低营销成本。这些指标都会随之摊派到一线,但同时发展用户发展业务等各项 KPI 考核又不会降低,这将导致运营商一线压力更大。

付亮认为,这甚至会造成又一波人才流失。

电信行业专家曾韬认为,要求三大运营商减少销售费用“有违市场化”。“从当年运营商计划斥资建设 3G 网络被干涉,到现在运营商建 4G 网络还要国家发牌照,这些行为跟市场化趋势很不相称。”曾韬说。

C 冲击 补贴减少 苹果三星或受伤

运营商大幅削减营销费用会带来什么影响?易观分析师王珏认为,目前国内有 50%的手机通过补贴销售出去,这个政策肯定会对手机厂商产生影响,但不会很剧烈,因为补贴不是全部取消,只是减少补贴,从以往的普众型向精细化运营。

每卖一部 iPhone 补贴几千

电信行业专家曾韬则认为,这个政策对那些过分依赖运营商补贴销售的厂商影响很大,苹果首当其冲。“苹果的售价仍然很高,而且苹果 70%的产品是通过全球运营商出货。在国内苹果之所以能成为街机,也是因为运营商提供大量终端补贴,让用户用得起苹果。如果运营商取消营销费用很快的话,苹果可能受到重大打击。”

也有分析称,预计此举将对苹果、三星以及部分依赖运营商补贴的手机厂商造成不利

影响,他们靠运营商吃饭的日子将一去不复返。

以苹果为例,每家运营商至少为 iPhone 支出了数亿元广告费,尤以 iPhone4、iPhone4s 和 iPhone5 补贴更为凶猛,运营商每卖出一部 iPhone 就得补贴几千元,而这些广告基本在最后半秒才露出运营商的标识,被指绝大部分在为苹果宣传。

削减营销成本意味着,到了 4G 时代,三大运营商将统一取消对 iPhone、三星等手机的补贴,预计今年削减补贴额度将超过 100 亿元。有业界人士形容,苹果、三星等手机制造商以及迪信通等渠道商,靠运营商吃“软饭”的日子将一去不返。

不过曾韬认为,取消终端补贴是全球趋势。当年运营商进行手机补贴,是因为智能手机价格太高,运营商希望通过补贴降低门槛,让更多老百姓能使用智能手机。但现在终端厂商竞争激烈,产品价格门槛不断下降,运营商补贴的价值已经不大。目前全球运营商的利润都在下滑,而苹果、三星两家手机厂商的利润非常丰厚,“以薄利润者去补贴厚利者,这个逻辑说不通”。

贵宾厅关闭时间未定

三大运营商缩减营销费用还包括大量广告费用的减少。

而令用户更为关注的则是遍布全国机场、火车站的各种贵宾厅的陆续关闭。目前,已经有部分机场发布通知称,按国家相关管理部门的要求,各通信运营商须停止机场、火车站的贵宾厅服务。

广东一家运营商人士对记者表示该消息靠谱,正着手相关事宜,具体关闭时间未定。记者也了解到,机场贵宾厅由电信等行业向机场租借一部分面积,主要针对通信中高端用户,其成本不菲,每用户使用该服务的平均成本为两百元左右。不过,运营商都会向客户提供一定的免费使用次数,使用完毕后才需要客户支付 150 元费用或者扣减客户一定积分。

业内人士说,如果真的关闭贵宾厅,虽然运营商减少了该项高成本支出,企业利润将会增长,但是企业需要从其他方面入手提高服务,来满足高端客户的需求。

▼ 观察

“营改增”逼迫运营商降成本

今年 6 月 1 日电信行业“营改增”正式实施,或许是此次三大运营商被要求缩减营销费的根源。业内认为,此前电信行业“营改增”将征税率从 6%增到 11%,为保持利润不为负值,只好要求三大运营商降低营销成本。

一方面,“营改增”后,由于通信企业不会像制造类企业一样,大量购进原材料或可抵扣固定资产,因此,增值税发票的抵扣将面临较大的缺失。另一方面,对于通信企业来说,需要租用居民楼或郊野等地方放置及维护基站运营等,成为企业经营成本中的一部分。但是,由于出租方并非增值税一般纳税人,这部分费用无法取得增值税专用发票用以抵扣。

工信部此前发布统计称,实施“营改增”将进一步加大企业税负,“企业反映:目前信息服务业企业利润率不足 6%,实施营改增后,三大基础运营商利润将下降 36.5%,信息服务业和软件业企业将下降 20%”。

以三大运营商去年净利润 1400 多亿来计算,归属上市公司大股东的大概有八九百亿,利润下降 36.5%就意味着三大运营商每年减少利润 300 多亿元。(林其玲)

