



通信产业竞争情报监测报告

决策·参考

■ 人马未动 ■ 粮草先行 ■ 运筹帷幄 ■ 决胜千里 ■

2009. 01. 14

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

- **3G 发牌将激发移动互联网市场潜力**

针对 3G 牌照正式发放，易观国际首席分析师符星华认为，此举将快速激发移动互联网市场潜力。7 日下午，中国工业和信息化部正式为中国移动、中国电信和中国联通发放 3 张第三代移动通信 (3G) 牌照。
- **3G 投资能否成为刺激中国经济的“奇兵”**

3G 牌照的发放终于在千呼万唤中正式启动。7 日，工信部宣布，中国将发放 3 张 3G 牌照。而牌照发放的方式和此前业内预期的一致，中国移动获得 TD-SCDMA 牌照，中国联通获得 WCDMA 牌照，中国电信获得 CDMA2000 牌照。
- **全球 3G 发展现状**

截至 2008 年 6 月底，全球 84 个国家和地区发放了 249 张有效的 3G 牌照，主要的 WCDMA 网络运营商包括美国的 AT&T、日本的 NTTDoCoMo、英国的 Vodafone 等。
- **移动通信将呈现诸多亮点**

跨入 2009 年，业界对于未来一年中国电信市场的表现也充满了期待。毫无疑问，伴随着全球电信业移动化。
- **工信部公布 2008 年中国政府网站绩效评估结果**

2008 年，在各地各部门的共同努力下，我国政府网站在政务公开、公民和企业获取政府服务、社会公众和政府互动等各个方面取得了新的进展。政府网站普及率不断提高，2008 年，中央部委政府网站的普及率达到 96.1%，省市级政府网站普及率达到 100%，地市级政府网站普及率达到 99.1%。

目 录

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	4
3G 发牌将激发移动互联网市场潜力	4
3G 投资能否成为刺激中国经济的“奇兵”	5
全球 3G 发展现状	7
移动通信将呈现诸多亮点	8
产业环境篇	9
【政策监管】	9
工信部公布 2008 年中国政府网站绩效评估结果	9
广电总局发布移动多媒体广播安全部分行业标准	10
全业务经营模式下的电信管制重建	10
福建通信管局采取四项举措整饬互联网低俗之风	14
【国内行业环境】	15
部分城市 CDMA 网建设“临场换将”	15
移动行业应用拉动智能手机新增长	17
3G 时代三大运营商谁最受益	18
3G 能否真正撬动用户心	19
品牌手机该如何应对冲击	20
融合创新+差异化服务	23
对全业务背景下号码百事通“本地通”业务发展思考	25
2009, 中国通信设备商直面“危中之机”	27
电信运营商集团客户市场示范营销模式研究	29
三大运营商上市公司股价大跌	32
双模双待手机陷专利纠纷泥潭	32
【国际行业环境】	34
美国联邦通信委员会批准用“白色空间”提供服务	34
中兴通讯 NGN 产品稳居印度电信市场第一	34
日本 3G 手机业务何以发展迅猛?	34
运营竞争篇	35
【中国移动】	35
中移动 2009 年七大重点百亿补贴终端	35
中移动试水向合作伙伴开放数据业务平台	36
中国移动: 实现 238 个城市 TD-SCDMA 网路覆盖	38
中移动明暗两线猛攻互联网业务匮乏仍是掣肘	38
中移动将公布终端政策代理费将超 GSM 一倍	41
中国移动竞争优势获捧投行纷纷唱好	41
中国移动: 全力做好 TD-SCDMA 建设运营	42
中移动进军光纤宽带: 江苏广东试水固网建设	42

中国移动发动互联网资费猛烈攻势.....	43
消息称中移动 TD 三期建设将提前至一季度招标.....	45
中国移动在美国硅谷成立研发中心.....	45
【中国联通】	46
中国联通提供全业务服务手机加入“亲情 1+”	46
联通 WCDMA 拟 5 月放号两年内投资 1000 亿元建网.....	47
【中国电信】	47
3G 打响时间战：中国电信夹缝发力	47
中国电信设定一线城市 3G 攻略.....	49
【其他地区运营商】	50
Safari 占美国手机上网浏览器份额近 50%.....	50
全球 3G 发展冷热不均发牌提升运营商国际竞争力.....	50
制造跟踪篇	52
【诺基亚】	52
诺基亚停止生产 WiMAX 手机.....	52
【索尼爱立信】	53
索爱与摩托合资公司 UIQ 申请破产.....	53
【华为】	53
华为 08 年销售额逆势增 46%未避免裁员分流	53
【夏新】	55
夏新部分手机生产外包重组方案月底出炉.....	55
夏新在 TD 上“过度投入”倒在 3G 门口.....	56
服务增值篇	58
【趋势观察】	58
中国手机网游产业将进入商业化运营阶段.....	58
专家认为未来几年 2G 与 3G 并行发展.....	59
中国 3G 牌照正式发放手机资费下调成大势所趋.....	59
全球 3G 步入规模化商用阶段.....	60
3G 时代的两大悬念	63
烽火通信：研发带动抢抓 3G 机遇.....	64
3G 终携千亿投资逼近：外资电信设备时代远去	65
3G 产业链上下游厂商争食 2 万亿蛋糕	67
【网络增值服务】	69
移动互联网带动 MID 市场高速增长.....	69
侯自强：移动互联网推进产业链变革.....	70
技术情报篇	72
【数据通信】	72
美国波特兰开通 4G 下载速度可达每秒 4M 字节.....	72
下一站：移动宽带.....	72

【终端】	74
无线宽带将成跨终端的标配	74
【运营支撑】	76
电信行业呼唤立体防病毒解决方案	76
市场跟踪篇	77
【数据参考】	77
2008年1-11月中国对白俄罗斯手机出口60.68万部	77
软银手机新用户数首获日本年度第一	78
联通网通重组央企户数调整为141户	78
借3G产业全面洗牌手机需求每年激增1200亿	78
国内手机销量单季度下降2.7%	79
预测显示：2013年美移动宽带用户将达1.4亿	79
全球创新指数报告：中国电信领域第48	80
【市场反馈】	81
危机与增长并存移动市场成金砖四国掘金点	81
国美苏宁欲分食3G蛋糕已与运营商达成初步协议	83
符星华：3G发牌将激发移动互联网市场潜力	83
移动、联通、电信：谁会先在3G上盈利？	84

亚博聚焦

3G发牌将激发移动互联网市场潜力

针对3G牌照正式发放，易观国际首席分析师符星华认为，此举将快速激发移动互联网市场潜力。7日下午，中国工业和信息化部正式为中国移动、中国电信和中国联通发放3张第三代移动通信(3G)牌照。

对此，符星华认为，就中国目前的市场格局而言，预计3G对接入与增值业务将有极大促进，而面向消费者的服务将从单纯的内容向移动互联网应用转型。3G将在移动互联网上催生出互联网的消费习惯并有所扩充，更多增值服务业务将被研发出来。

据易观国际统计数据显示，截至2008年12月，月度活跃的移动互联网用户总量超过8000万。而3G的商用、带宽的增加和资费的下降，将有效地快速激发这个市场的潜力。

而在无线互联网企业空中网CEO王雷雷看来，之前由于成本过高，用户使用3G业务的活跃度低迷，现在中国使用短信的用户渗透率接近100%，大量用户通过彩信报获取新闻资讯，手机上网用户过亿，这无疑说明中国拥有雄厚的3G用户基础和需求。

王雷雷同时指出，从3G发牌到市场上形成规模化的3G网络的用户群还需要时间。无线互联网企业要尽快和运营商紧密合作，尝试新的基于3G网络的业务模式。

来源：上海证券报 2009 年 01 月 08 日

[返回目录](#)

3G 投资能否成为刺激中国经济的“奇兵”

3G 牌照的发放终于在千呼万唤中正式启动。7 日，工信部宣布，中国将发放 3 张 3G 牌照。而牌照发放的方式和此前业内预期的一致，中国移动获得 TD-SCDMA 牌照，中国联通获得 WCDMA 牌照，中国电信获得 CDMA2000 牌照。

TD-SCDMA 产业联盟秘书长杨骅表示，在这个时间发放 3G 牌照是非常及时非常恰当的。3G 牌照的发放是整个运营格局调整的一个很重要的战略举措。

三大运营商进入全面竞争阶段

随着 3G 牌照的正式发放，运营商之间的 3G 大战也将全面爆发。在过去一个月当中，中国移动首先掀起价格战，下调了数据业务资费，其 TD-SCDMA 网络正在十城市测试，下一步将扩大至三十八个城市；中国电信则推出了新品牌天翼一八九品牌，并投入巨资进行市场推广互联网手机；相对低调的中国联通则拥有 WCDMA 这张最成熟的 3G 牌照，并在七个城市进行 WCDMA 试验，首批 WCDMA 试验网络也正在加紧内部测试中。

工业和信息化部电信研究院副总工程师陈金桥认为，三大全业务运营商都获得了比较平等的发展和竞争机会。但弱势运营商在初期会获得一个比较好的追赶机会。三大运营商各自都有优势和短处，例如中国联通在 3G 的起步期就具有了全球 WCDMA 的产业链的优势；传统强势运营商中国移动则需要处理好新技术商用与传统优势市场的衔接，做好从 2G 向 3G 的快速过渡，需要克服技术的局限和 TD 产业链的不足，如何把 2G 的规模优势、运营优势、客户优势转化为 3G 时代竞争的强势是一个特别大的挑战；对于中国电信的挑战，则是如何整合好固定网络和移动网络的融合。陈金桥建议运营商要充分抓住自己的最大的优势，拼时间、抢速度。

至于 3G 牌照发放后未来电信运营商竞争格局的变化，陈金桥预测，因为 2009 年期间还是网络的建设时期，所以一直到 2009 年底还无法看到竞争局面的变化，真正的 3G 的放号应该是 2009 年第三季度以后。2010 年到 2011 年，运营商竞争格局会有比较大的变化。最终将对消费者带来很大的好处。因为运营商竞争的激化、实力的接近，将会让运营商更加注意消费者感受，更加快速的推出物美价廉的 3G 通信服务。在国外已经运营了几年的 3G 服务。从语音通讯时代进入多媒体通讯时代。

可优化电信市场竞争结构

在国际金融危机影响日渐深入的 2009 年，围绕 3G 的巨额投资能否成为刺激中国经济的一支“奇兵”，成为社会关注的焦点。

3G 与目前第二代移动通信网络(2G)最大的区别在于通信信道容量增加。这意味着首先需要大规模地改造升级，甚至建设和使用全新的网络和设备，中国有超过 6 亿户的手机用户规模，移动通信网络规模和用户数均居全球第一。

对于此次 3G 牌照的发放，杨骅认为，在这个时间发放 3G 牌照是非常及时非

常恰当的。3G 牌照的发放是整个运营格局调整的一个很重要的战略举措。

易观国际高级副总裁张鹰指出：“3G 牌照的发放是符合政府拉动内需的战略的。3G 牌照的发放的政策利好主要是：上至宏观经济、中至工业企业结构调整和产业竞争力升级、下至通信业发展利大于弊，除了拉动内需之外，特别有利于加快企业互联网化的进程，提升企业的综合竞争力。”

陈金桥表示，目前正值金融危机持续影响的过程中，通信行业新技术的全面商用，可以启动新一轮的建设投资，对于做大国内市场、带动产业链发展将会发挥巨大推动作用。3G 牌照的发放可以推动相关产业链形成一条包括 3G 网络建设、终端设备制造、运营服务、信息服务在内的通信产业链。

中国电信有关人士称，发放第三代移动通信牌照对于拉动内需，促进经济增长，优化电信市场竞争结构，促进相关产业链成熟，具有重要作用，对我国电信业的发展将产生重要影响，有利于提升电信业的整体水平，有利于我国民族产业的自主创新。

中国电信进一步表示，在这个过程中，将加强与其他运营商的合作，推进通信基础设施的共享共建，避免重复建设和资源浪费，促进电信业又好又快发展，加快国民经济和社会信息化进程。

何时能给运营商带来利润增长

统计显示，2008 年上半年，中国移动和中国联通的移动业务收入达 2300 亿元，其中传统的语音业务占到近四分之三，而随着 3G 网络铺开，围绕数据传输的增值业务有望占移动运营商收入的 50% 以上。

业内估计，在 2010 年左右，随着中国三大全业务电信运营商 3G 网络的全面部署以及与固定业务的充分融合，固网移动融合和移动对固网替代业务将会大量涌现，中国 3G 市场将迎来第一个增长高峰。

不过，在易观国际发来的一份报告中，易观国际的预计并没有那么乐观：3G 业务爆炸式增长将不会在 2009 年到来。

易观国际称，根据追踪研究，电信业重组后的建网、改造、升级都需要一定的时间，终端用户对业务产生认知，包括转换业务平台也都需要时间。中国电信的 CDMA 网络仅通过软件升级可过渡到 3G 网络，三至六个月即可完成，将升级速度最快的一家网络。中国联通由于 GSM 基站较少，将首先进行 GSM 网络的完善和扩容。而中国移动 TD-SCDMA 网络的建设难度最大，在产业链、网络设备和终端成熟度上也处于劣势。但中国移动拥有最多的用户数，如能保有现有客户平滑向 TD-SCDMA 过渡，将成为最大优势。

3G 牌照的发放何时能给运营商带来切实的利润增长呢？招商证券预计三大运营商将在 3G 运行的第三年达到盈亏平衡，第五年才能实现大规模盈利，中国联通的“撒手锏”WCDMA 在近期内难以为其获取高利润增长。

来源：上海证券报 2009 年 01 月 08 日

[返回目录](#)

全球 3G 发展现状

截至 2008 年 6 月底，全球 84 个国家和地区发放了 249 张有效的 3G 牌照，主要的 WCDMA 网络运营商包括美国的 AT&T、日本的 NTTDoCoMo、英国的 Vodafone 等。

全球最早开展 3G 业务的是日本运营商，NTTDoCoMo 和 KDDI 分别于 2001 年和 2002 年开通了各自的 3G 服务；韩国运营商 SKT 和 KTF 也于 2002 年开始 3G 运营。全球范围内大面积的 3G 网络部署开始于 2003 年，和记电讯 3 公司于 2003 年在欧洲开通了欧洲第一个 3G 网络，同年 Verizon 也在美国开通了 3G 服务。2004 年则是 3G 发展的高潮，Vodafone、Orange 等运营商相继在英国、法国、德国、意大利等主要国家开通了 3G 服务。

欧洲：3G 发展步履维艰

欧洲于 2003 年即开始部署基于 WCDMA 技术的 3G 网络。但从 3G 用户占比、3G 数据服务发展态势和 3G 运营商盈利能力等三个维度来看，欧洲 3G 发展可谓步履艰难。而欧洲 3G 发展得不尽如人意，也是中国决策层屡屡推迟牌照发放的主要原因之一。

我们认为，欧洲 3G 发展之所以不尽如人意，主要原因有：高额牌照费用加重了运营商的负担；欧盟的强力反垄断措施，致使欧洲电信市场竞争异常激烈；或受文化及消费习惯因素影响，欧洲移动用户的数据服务需求未因 3G 服务的推出而有显著增加；欧洲发展 3G 之时，其 2G 服务已高度普及，致使欧洲运营商 3G 服务的边际效用不明显。

尽管运营商的 3G 业务持续亏损，但是用户数仍然得到了较快发展，目前，和记电讯 3 公司在欧洲的 3G 用户已经超过了 1500 万。截至 2004 年 3 月 31 日，Vodafone 为取得各国的 3G 牌照累计支付了 144 亿英镑，这使得各运营商在随后的经营中面临着高额的折旧摊销等费用。

日本：3G 显著提升运营商盈利能力

与欧洲 3G 的举步维艰不同，3G 服务显著提升了日本运营商的盈利能力。自从 2001 年 NTTDoCoMo 推出全球第一个 3G 商用网络以来，其 3G 用户发展极为迅速，在移动用户中所占比例快速增加，并且 NTTDoCoMo、KDDI 以及 Softbank 三家运营商也都已停止接受新的 2G 客户。

在 3G 服务推出的 2001 年和 2002 年，无线上网用户都有较快增长，而之后则维持在较高的水平。而无线上网用户的增加对运营商的整体 ARPU 值（每用户每月收入）则会起到很强的推动作用，从 NTTDoCoMo 的发展历程可以看出，尽管 ARPU 值逐渐下降是电信业不可避免的总体趋势，但在 NTTDoCoMo 1999 年推出 i-mode 服务后，其 ARPU 值下滑的速度明显变慢。

来源：中国证券报 2009 年 1 月 8 日

[返回目录](#)

移动通信将呈现诸多亮点

跨入 2009 年，业界对于未来一年中国电信市场的表现也充满了期待。毫无疑问，伴随着全球电信业移动化、宽带化的发展浪潮，移动通信必然也将是中国电信业在 2009 年最为亮丽的一道风景线。例如，在市场咨询公司 In-Stat 发布的 2009 年中国十大预测之中，多达六项均与移动通信有关。我们相信，各种带有移动宽带烙印的技术、应用，将在 2009 年带给最终用户全新的体验。

3G，将成为中国电信业 2009 年最为重要的关键词。由于在 2008 年 12 月 31 日，国务院常务会议同意工业和信息化部按照程序启动 3G 牌照发放工作，因此 2009 年必将成为中国的 3G 元年。与此同时，中国电信业重组后形成的三大电信运营商也均在积极备战 3G，并引发了产业价值链其他环节的连锁反应。因此，3G 虽然在 2009 年的市场表现仍需检验，但并不妨碍其成为最大的热点。

TD-SCDMA (简称 TD) 在 2009 年的表现将在很大程度上取决于数据卡的进展。In-Stat 认为，TD 网络 2009 年将继续延伸到三级城市，覆盖的城市数量在 2009 年年底也将超过 100 个。然而，相对于网络建设而言，TD 用户的增加将在很大程度上取决于中国移动的集采数量、GSM/TD 双模手机的成熟度以及中国移动实现其用户从 2G 到 3G 的带号转移的时间点。与此同时，TD-HSPDA 将是 TD 成功的关键，这使得 TD-HSDPA、EDGE、GPRS 双模数据卡成为一项值得大规模推广并富有前途的业务。预计到 2009 年年底，TD 用户总数将超过 700 万。而引人注目的是，其中将有 100 万为 TD-HSDPA、EDGE、GPRS 双模数据卡用户。

CDMA 也将在 2009 年取得相当大的进步。In-Stat 预计，CDMA 在 2009 年用户数将增长至 7000 万，话音网络的全国覆盖率同时也将达到 90%。作为新 CDMA 运营商，中国电信自 2008 年 8 月正式运营 CDMA 网络后，提出了在未来三年内赢得 1 亿用户的目标。但是，重组之前的 CDMA 网络用户数为 4000 万，并且由于高转网率，目前已经流失了 20%~30% 的用户。因此，中国电信在接手 CDMA 业务后，将首先扩大 CDMA2000 的话音服务覆盖范围，而致力于提供数据业务的 CDMA20001XEVD0 网络，最初将仅在大城市部署。

WCDMA 在 2009 年的表现尤为令人期待。In-Stat 指出，2009 年上半年，中国联通将在各大城市开始部署 WCDMA 网络，并于 2009 年年底提供商用服务；WCDMA 网络将覆盖 30 个一、二级城市。在技术选择上，中国联通将直接部署 HSDPA 网络。In-Stat 预计，中国的 WCDMA 用户数在 2009 年年底将达到 150 万。

GPS 向手机的移植以及移动互联网等融合应用也将在 2009 年继续吸引人们的眼球。从音乐到游戏，消费电子产品功能向手机的移植，早已掀起了一波又一波浪潮。2009 年里，功能移植的主角将是 GPS。正如 In-Stat 预测的那样，GPS 功能将在 2009 年和 2010 年成为高端智能手机的标准功能。据悉，诺基亚、多普达和其他手机制造商将在 2009 年推出数十款支持 GPS 的智能手机。从总体上来看，2009 年将约有 50% 的高端智能手机支持 GPS 功能，并且越来越多的移动用户倾向于通过 GPS 手机来实现个人导航。与此同时，移动运营商和第三方应用提供商都将发布一系列有吸引力的基于位置的信息服务 (LBS)。

移动融合应用也将在 2009 年频频出现。In-Stat 认为，结合社交网络的兴起，与 LBS 和即时通信（IM）相关的新应用都将在 2009 年里涌现，并在中国移动互联网市场获得驱动力，而这也将为中国中小企业带来机会。

综上所述，蓄势待发的 3G 携手蓬勃发展的移动融合应用，必将在 2009 年的中国电信业的大舞台上呈现精彩的演出。

来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部公布 2008 年中国政府网站绩效评估结果

2009 年 1 月 11 日上午，工业和信息化部召开第七届（2008）中国政府网站绩效评估结果发布暨经验交流会。工业和信息化部副部长杨学山出席会议并致辞。杨学山表示，2008 年，在各地各部门的共同努力下，我国政府网站在政务公开、公民和企业获取政府服务、社会公众和政府互动等各个方面取得了新的进展。政府网站普及率不断提高，2008 年，中央部委政府网站的普及率达到 96.1%，省市级政府网站普及率达到 100%，地市级政府网站普及率达到 99.1%。政府网站在服务质量稳步上升的同时，也成为政民沟通、公民表达自己意见、提出自己要求的重要渠道。

杨学山在致辞中充分肯定了绩效评估工作对推进网站建设的重要作用，并对今年绩效评估工作做出了部署。他指出，政府网站绩效评估工作通过指标引导、任务分解、分析评议、总结交流，为政府网站建设的发展和完善发挥了积极作用。但同时，绩效评估工作在评价方法、指标体系、组织方式等方面还存在缺陷，需要进一步改进和完善。他表示，将在今年的第一季度末之前公布政府网站绩效评估核心指标体系，核心指标体系将围绕三个重点方面进行设计：一是要把政府网站作为政府信息公开和政务公开的主渠道；二是要把政府网站作为企业和公民获取政府服务的渠道；三是要把政府网站作为公民表达意志需求、政民互动的重要渠道。他表示，将不再委托专门的机构进行测评，科研机构、中介机构、咨询机构等相关机构乃至各级政府自身都可以根据核心指标体系进行测评。

国家预防腐败局办公室副主任李洋代表全国政务公开领导小组办公室在会上致辞。他介绍了全国政务公开工作有关情况，回顾了政务公开取得的工作成果，同时针对政府网站在推进政务公开工作中发挥着越来越重要作用，提出了进一步要求：一是要体现权威性，努力打造政府信息公开第一平台；二是要增强互动性，努力促进公共服务水平的提升；三是要注重应用性，努力在推进行政权利公开透明运行工作中发挥更重要的作用。

会上，中国软件评测中心发布了 2008 年中国政府网站绩效评估结果。国家税务总局办公厅副主任郭晓林、湖南省人民政府办公厅副主任徐正宪、深圳市人

民政府副秘书长高国辉、上海市虹口区信息化委员会主任卞学敏分别做了经验交流，国家行政学院教授汪玉凯、香港特别行政区政府资讯科技总监办公室副总监苏植良作为特邀嘉宾进行了发言。

会议由工业和信息化部信息化推进司司长徐愈主持。来自中共中央办公厅、全国人大常委会办公厅、国务院办公厅、全国政协办公厅、最高人民法院、最高人民检察院以及国务院 64 个部门、27 个省（自治区、直辖市）、新疆生产建设兵团和部分地市、区县的代表共 500 余人参加了会议。

来源：中国信息产业网 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

广电总局发布移动多媒体广播安全部分行业标准

近日，国家广电总局向各省、自治区、直辖市广播影视局，新疆生产建设兵团广播电视局，总局直属有关单位发出《广电总局关于发布〈移动多媒体广播第 10 部分：安全广播〉一项广播电影电视行业标准的通知》。通知称，根据广播电影电视标准制订计划，广电总局组织审查了 GY/T220.10-2008《移动多媒体广播第 10 部分：安全广播》标准，并批准为中华人民共和国广播电影电视行业标准。标准自发布之日起实施。

此次发布的安全广播标准由广电总局广播电视规划院负责发行。

来源：通信世界网 2009 年 1 月 13 日

[返回目录](#)

全业务经营模式下的电信管制重建

依靠重组并不能一次性解决所有的市场失衡问题，电信业的有效竞争格局真正形成还有待时日。在全球电信放松管制的大环境下，我国电信管制体制从外到内都面临着巨大的挑战。

电信全业务经营模式下是否还需要管制？

笔者认为答案是肯定的。在电信业放松管制的大背景下，电信行业还不能完全靠竞争调整而不需要任何管制，因为市场手段存在缺陷，竞争不能解决所有的市场缺陷。因此，管制仍然是必需的，理由如下：

1. 电信业某些环节仍存在自然垄断性质。虽然电信业的自然垄断属性正在逐渐淡化，但是相比其他自由竞争的行业，电信业在某些业务和环节上仍具有一定程度的自然垄断性质（比如本地电信业务）。

2. 反竞争行为存在的必然性。为了继续保持垄断利润，原有在位优势企业可能利用其具有的先发优势（固定的用户群、庞大的网络、优秀的技术管理人才、雄厚的资金等条件），采取拒绝交易、搭售、掠夺性定价等手段阻碍新运营商进入电信市场。在这种情况下，放任自由并不能够形成有效竞争，不对称管制政策是必要的。

3. 单纯市场调节手段的不足。市场本身无法解决自由竞争后出现的诸如垄断、合谋、滥用优势地位等不正当竞争行为，传统的以契约自由、人格平等和所

有权绝对为基本原则和以个人利益为本位的民法也无能为力，只有国家的直接行政干预或者是体现国家干预意志的竞争法才能实现国家调节失灵市场的目的。

4. 维护公共利益的需要。电信业是国民经济的基础产业，关系国计民生、国防安全及国际贸易关系等公共利益。但是在依靠自由竞争、不存在管制的电信市场，以追求利润为目标的企业会出现所谓的“撇奶皮”竞争，即只希望在地理位置好、业务量大、容易赚钱的地方开展业务，而不愿意对地理偏僻、业务量少的地区提供服务。在这样的情况下，电信的普遍服务目标就不可能实现。

基于以上理由，笔者认为，在全业务经营模式下，单纯的市场调解不可能解决所有问题，电信管制仍然是必要的。

完全竞争性管制是否可行？

基于我国电信市场化进程的加剧和我国竞争法体系的逐步完善，有人提出是否可依靠竞争法律对电信业实行事后管制，放弃原来事先的经济性管制。笔者认为这是不妥的。这里暂且用新西兰和欧盟的例子做一个说明。

新西兰是世界上独一无二的实施了完全竞争性管制的国家，即完全依靠反垄断法对电信业进行事后管制，这种彻底的放松行业管制的做法在新西兰当地被称为“轻手管制”(light-handed regulation)模式。新西兰的轻手管制取消了传统电信行业管制涉及的市场准入管制、价格管制、网间互联管制和普遍服务管制等。在完全的竞争性管制情况下，新西兰电信企业只需要遵守两种法律的规定：第一种是产业特别管制法律，这些法律要求企业披露其财务和经营业绩信息；第二种是新西兰竞争法，即1986年商业法。新西兰是目前世界上唯一实践了在自然垄断性质的行业实行完全反垄断法调整的国家。在新西兰的轻手管制实践中，新西兰电信产业取得了不少成功。然而，由于放弃了传统的事先行业管制，这种事后的反垄断法的作用就大打折扣。尤其是在一些仍具有一定自然垄断性质的环节（重点是网间互联），由于放弃了事先的行业管制，使得这些环节呈现出一片混乱的局面。著名的Clear起诉新西兰电信公司网间互联案就是此种情况的代表。此案说明在缺乏行业管制机构事先干预的情况下，新进入者在同原来的主导运营商进行网间互联谈判时总处于不利地位，原主导运营商不会因为担心事后的竞争法适用而放弃阻挠网间互联的企图。在这种阻挠下，新进入者因无法进入、进入迟延或通信质量下降而导致的市场机会丧失也是无法通过竞争法的事后救济来补偿的。2000年后期，新西兰政府发布了《电信部长问询最终报告》，该报告要求建立一个唯一的管制者——电子通信委员会。显示出新西兰已意识到了轻手管制并不适应目前电信市场的实际竞争情况，转而向混合管制过渡。

与新西兰完全竞争性管制不同的是，欧盟的混合管制模式被公认为是比较成功的。欧盟对电信业的管制较好地体现了将反垄断法融入经济性管制的发展思路。对于大多数正在尝试向混合管制体制过渡的国家来说，欧盟的电信管制是从最开始的完全经济性管制过渡到目前的经济性管制和反垄断法管制并存的双重管制体制的一个优秀典范。欧盟的混合管制主要思路是，运用竞争法的原理对电信市场进行详细划分和认定。主要包括两个步骤：第一步，划分和认定相关市场。

第二步，判断该市场是否实现了有效竞争。第三步，如果实行了有效竞争，则对其进行竞争法管制；如果没有实现有效竞争，则根据一定的标准，评价每个相关市场上运营商的市场影响力，从而找出该市场上拥有显著市场力量的运营商，对其进行不对称的行业管制。

欧盟的混合管制方式综合运用了经济性管制和反垄断法管制两种管制方式，并且在具体的措施上体现了将竞争法一些成熟的做法融入经济性管制的思想。欧盟的电信管制既顾及了电信业本身的经济特性，又带有一定的前瞻性。经实践证明，欧盟的做法是成功的，欧盟内成长起了一大批类似英国电信、法国电信、沃达丰、德国电信等国际电信运营企业。相反，新西兰的电信管制则证明是走了一段弯路，从其完全放弃经济性管制到重新采用混合管制的过程说明：至少在目前的电信业，完全的竞争性管制仍是不适应的。

全业务经营模式需要什么样的电信管制？

在回答了以上两个问题后，接下来这个问题就好回答了。笔者认为：在电信业引入竞争的前提下，应进行电信管制重建，即在传统电信管制的基础上加入竞争性管制内容。

传统的电信管制是纯粹的经济性管制，即指政府采用直接的经济调解手段进行管制，其目标是要维持一定的自然垄断性质，引入适当竞争和对消费者进行保护；反垄断法管制指运用反垄断法对经济的管制，其目标是对电信领域的垄断行为进行事后的管制，来维持电信业的竞争局面。

传统的电信管制是针对电信垄断状态下的技术、经济、社会、文化和政治背景而言的。管制的对象是垄断电信企业；管制目标是要维持一定的自然垄断性质和对消费者利益进行保护；管制采取的手段是直接的经济干预；管制的方面是对电信的市场准入、价格、服务等方面的全方位管制。而随着技术的进步，原先电信市场的一些基本要素已经发生了质的改变，竞争成为电信市场的主旋律。这时的管制目标已经从管制垄断发展到促进竞争。管制目标的改变决定了管制方式的变化，原先的纯经济性管制不足以调整竞争性的电信市场，原先的直接干预方式也不足以适应鼓励竞争的目标。正如英国著名的应用经济学者戴维·M·纽伯里在谈到放松管制所需要的制度创新时谈到的：“管制者和立法者意识到，处理网络所提供的范围更广的市场势力滥用问题需要有新的工具……越来越多的国家把罗马条约(处理多国的反竞争行为)的81条和82条写进了本国的竞争法中……如果市场要维持充分竞争，就需要有高效的反垄断机构加以保证”。此言点出了电信管制重建中的一个重要思想，即竞争的了的电信市场需要竞争的手段进行调整。因此，在电信引入竞争后，用反垄断法对电信业进行管制是目前各国的一个普遍趋势。

但是，相比完全经济性管制导致电信市场竞争不足、有效电信竞争和自身激励机制无法形成的弊病，完全的反垄断法管制也存在其适用的不足。即完全的反垄断法管制适用的前提是完全自由竞争性市场的建立，但根据各国目前的情况，很难说完全竞争的电信市场已经建立了，单纯靠事后的反垄断法来调整电信业的

反竞争行为是不够的。而且由于目前的电信市场本身具有了层次性和多元化（即某些环节和业务上仍具有自然垄断性质，某些环节和业务已经具备了自由竞争的条件），因此，管制重建也就应实行多元化的管制体制。即对电信业仍具有自然垄断性质的方面（比如本地电话和网间互联）应该主要进行经济性管制，而其余不具有强自然垄断性质的业务或竞争性的业务，就可以尝试减少经济性管制，主要依靠反垄断法管制。因此，针对目前的电信市场，实行经济性管制和反垄断法管制相结合的混合管制体制最符合实际需要。

理论上说，混合管制具有过渡性。混合管制是从完全经济性管制向完全反垄断法管制的过渡，其最终目标是要实行电信业的有效竞争。即，将规模经济和竞争活力这两个有着内生排斥性和目标一致性的事物有效地协调起来，从而形成一种有利于长期均衡的竞争格局。混合管制的内在含义是，电信管制要依据细分的电信市场来实行不同的管制，对仍然存在规模经济的领域可以实行一定的垄断并进行经济性管制，对可以引入竞争的领域则可以放弃事前的经济性管制，改用反垄断法来做事后调整。

对我国电信管制重建的具体建议

针对目前的全业务竞争局面，笔者对我国的电信管制重建建议如下：

（一）建立独立电信管制机构

首先，因为我国实行人民代表大会制，因此，那种仿照美国 FCC 建立与政府部门分立的独立管制机构的提法缺乏政治前提。其次，独立电信管制机构的独立性主要体现在其裁决实质的公正性，形式上的独立与否并不是一个关键问题。在现行体制架构下，可行之策是仿照银监会和保监会模式，建立直接隶属于国务院下的电信监督委员会，电信监督委员会与工业和信息化部分立，专门负责对电信市场进行监督管理，向国务院负责和报告工作，保持一定的独立性。具体建立时应注意以下几点：

1. 权限法定

建立独立电信管制机构首先需要明确其具体权限、领导任命、组织架构、经费来源等关键内容。美国 1996 年电信法用了整整一章的内容规定美国联邦通信委员会的组织机构和职责等内容。而目前我国《电信条例》涉及管制机构的规定只有简短的第三条。因此，建立独立的电信监督委员会应首先在《电信法》中明确以上内容。

2. 决策透明

决策透明是保证监管机构裁决公正的必要条件。WTO 中的透明度原则要求各成员方将有效实施的有关管理对外贸易的各项法律、法规、行政规章、司法判决等迅速加以公布，以让其他成员方政府和贸易经营者熟悉。为保障电信服务的提供者和消费者知情权的要求，独立的电信监督委员会必须做到：通信行政信息或情报公开、在整个通信行政领域建立健全以通信行政公开为核心的通信行政程序体系、加强舆论监督并建立健全舆论监督法律制度。

3. 集权管制

我国目前的管制机构设置是按照行政区域划分设立的，这种设置已经不符合电信市场的实际情况，直接导致管制重叠或管制空缺，不利于监管职能的有效行使。同时，互联网的普及和全球信息基础设施建设目标的推进，减低了按地域界限划分权限的合理性。如果坚持原来的行政管制模式，财务上受制于行政机关，用人机制、官员任命等方面没有独立的决策权，难以保证电信管制机构独立地发挥职能。因此，建立集中管理的市场监管体制是我国电信管制机构的改革目标。

4. 融合管制

由于历史原因，我国目前的电信管制职能由工信部和广电总局联合行使。工信部管电信行业，广电总局管电视及广播等媒体行业，这样的管理职责分割不符合电信技术的发展趋势。因为随着电信技术的发展和三网融合加强，对电信、电视和互联网进行统一管制是大势所趋。结合其他电信发达国家的成功经验，独立管制机构必须拥有覆盖电信、电视和互联网的融合管制权。

（二）产权多元化

只有产权之间存在竞争关系，产权制度才能起到激励企业提高经营效率的作用，因此，电信业引入多元化的产权结构是必走之路。适时对民营资本放开进入基础电信领域是实行多元化产权结构的可行之策。但是从目前国际电信业的竞争是从国内转向国际的现状来看，先对内开放再最外开放是不能颠倒的顺序，我国还应维持对外资进入基础电信领域 49% 的控股比例上限。

（三）建立完善的法人治理机制

十五届四中全会指出：“公司法人治理结构是公司制的核心”。完善公司法人治理结构是公司制度发挥作用的基础，是现代企业制度建设的关键环节。建立真正政企分开、具有内部激励约束机制和权力制衡机制的法人治理机制，是确保电信业实现市场竞争的基础。通过一系列激励合约的等级分解，将经理人员对个人效用的追求转化为对企业利润最大化的追求。通过内部权力制衡机制的建立，让股东会、董事会、经理人和监事会在各自的范围内独立行使权力，承担相应责任，享有相应利益，同时又彼此制约，共同推进公司有效运作。

来源：通信企业管理 2008 年 12 期

[返回目录](#)

福建通信管局采取四项举措整饬互联网低俗之风

福建省通信管理局日前紧急行动，采取 4 项切实有效的措施集中清理整治网上低俗内容，规范互联网信息传播秩序。

福建通管局认真落实七部委要求，提出要集中清理整治网上 13 类低俗内容，严厉打击网络淫秽色情，切断网络淫秽色情信息传播利益链条。福建运营企业也积极参与到专项行动中来。

通管局还将采取 4 项举措整治互联网低俗之风：深入开展互联网接入市场清理整顿工作。要求各基础电信运营企业对本单位及分支机构建立互联网接入管理制度和措施的情况进行自查，已形成的制度要进一步固化并完善；尚未落实或落实不到位的要立即整改。要对所接入主机托管和虚拟主机等互联网接入服务单位

资质情况进行逐一排查。通管局将针对本地主机托管和虚拟主机服务等接入中的薄弱环节进行重点规范。对接入责任不落实或落实不到位的，结合许可证年检工作从严规范，直至落实到位；对接入责任不落实、为违法违规网站提供互联网接入服务的，将依法从重处罚。 狠抓基础电信运营企业信息安全管理责任的落实。要求基础电信运营企业尽快按专项行动的要求对自营业务和自营网站进行自查，对容易出问题又不容易被发现的环节，争取做到主动发现、主动处理，确保专项行动不留死角。

强化技术手段建设，发挥互联网基础管理的支撑作用。要求各基础电信运营企业和互联网接入服务提供者按照通管局的统一部署，做好相应 IP 地址备案信息和 ICP 备案信息的核查更新工作，确保备案率和信息准确率逐步提高并维持在一个较高的水平。

建立快速处理机制，依法积极配合相关部门开展查处打击工作。将深入开展对商业网站、搜索引擎网站、大型社区论坛网站、视频网站、游戏网站、动漫网站、WAP 网站、手机电视等的清理检查工作，规范经营服务秩序；及时向相关部门提供互联网基础信息的查询服务，及时向相关部门和企业通报进展、共享信息，形成专项行动的合力。来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

部分城市 CDMA 网建设“临场换将”

近日，在 2008 年 8 月中国电信“轰轰烈烈”的 CDMA 网络设备招标后，中国电信各省市分公司已陆续按照竞标结果采购相应的网络设备，但有些省份却出现了“临场换将”的现象——由于原定设备厂商未能及时供货，中国电信已在部分省份改换其他厂商设备进行采购。

临时撤换设备商

据了解，这种“临场换将”行为是由于个别海外通信设备厂商自身运营受阻、产品线投入不足，无法在预定时间向中国电信提供设备造成的。有消息称，截至 2009 年 1 月份，个别海外设备厂商的 CDMA 网络设备到货率还不足 70%。

从某设备厂商人士口中，得知进一步情况。“个别厂商的设备没办法及时到货，运营商也只能临时采购其他厂商的设备代替。”该人士继续表示，“截至目前，国内某设备厂商已因此在中国电信 C 网原有中标份额基础上再提 5 个百分点。”

根据这一情况，有关人士分析，导致设备供应商无法按时交货的原因主要有三点。首先，企业自身深陷困境，业绩下滑使资金链异常紧张，全球经济环境的恶化又加剧了企业融资难度，一时间运营出现危机，生产工期拖延，导致无法按时交货。其次，企业在招标时只顾“跑马圈地”，不顾及内部产品线的调整及对产品市场的倾斜，后期生产估算出现“入不敷出”，为避免进一步的损失，被迫放弃了国内一些地区的 CDMA 市场份额。再次，CDMA 网络建设工期较紧，设备商想要在较短时间内抢通成千上万个基站，“第三方”合作成为了关键一步，而国

外一些厂商由于中标份额不多，在与“第三方”洽谈中处于劣势地位，无法聚拢更多的“第三方”为它效力，导致“有些设备即使到货也无法安装”。

就这一消息，均未得到正面答复。据中国电信内部人士介绍，临时撤换设备厂商在全国 CDMA 网络建设中并非普遍现象。“被撤换下来的设备厂商在 CDMA 网络招标中所占份额很少，因此全国只有少数地区出现了这一现象。”

江苏分公司人士表示，继去年 CDMA 网络设备招标后，该公司迅速调集人员组织建网扩容工作，网络设备也陆续到货，该省 CDMA 网络的扩容补建工作基本上按照预定规划完成，目前扩容部分已全部交付使用。

缺乏“第三方”合作

从中国电信方面了解到，目前运营商对于设备供应商的招标均采用“设备+服务”的方式，设备供应商不仅负责设备的生产、运输，还要与运营商共同承担设备的安装、调试和系统建设等工作。

“我们在 C 网扩建期间平均一天要抢通 200 多个基站，这样繁重的工作量没有足够的人手是不足以支撑的。除了调用公司内部所有的技术人员，启动一切‘第三方’力量是为我们赢得时间的关键环节。”前述设备厂商人士如此表示。

同时，一位电信市级公司无线网优中心的工作人员也表示：“为了配合 CDMA 网络的综合接割工作以及牌照发放前的网络扩容升级准备，中国电信对此次建网工作非常重视。”目前，中国电信各地分公司已经成立网络建设部和无线网优中心专门负责 CDMA 的网络建设和系统优化工作，并组织成立了多个项目团队共赴网络建设一线。

“此次 C 网扩容要求质量高、速度快，基站建设的难度也就凸显出来。而在基站设备安装前，仅基站设计绘址、向有关部门递交新建基站申请就需要 28 天的周期；待批复后，在前期基站铁塔搭建方面，无论是楼顶塔还是地面塔都需要一个长达 42 天的保养期，这样计算就已经花费近 2 个月的时间，留给设备供应商的时间确实不多。”前述国内设备厂商人士介绍，设备供应商选择“第三方”的合作已是惯例，但不会盲目，因为只有具备相关资质的“第三方”才能被列入设备供应商选择的范围，因此去年的“第三方”市场也变得抢手起来。

产业链“生存法则”显现

专家分析，运营商在设备招标时，虽然要保持产业链的丰富性，本着“利益均沾”原则使设备种类更加丰富，但同时也应重点考虑厂商的综合供货能力，包括其相应产品线的后续研发力量。

电信专家付亮表示，尽管中国电信去年的 CDMA 网络设备招标份额较重，但全球 CDMA 网络市场萎缩已是不争的事实，部分海外厂商受到大环境的影响减少投入，出卖、分拆产品线也不失为一种应对策略，运营商对于这一现象应该早有预期。“形象地说，产业链若要丰富，需要将 CDMA 这张‘饼’做大做圆，不然产业各方只会加速优胜劣汰，一些设备厂商的‘退市’在所难免。”

而就此问题，北京邮电大学经济管理学院院长吕廷杰也表示，设备厂商无法按时交货，其元凶应该是资金链的断裂，而席卷全球的金融危机让许多处在忧患

中的企业的资金问题加剧。“我们无法避免这一问题的发生，运营商在其中并不起掌控作用。但值得注意的是，这种现象多发生于一些国外企业身上，在经济衰退时，他们无法获得国家的有力支持；在这方面，一直得益于国家扶持的国内通信制造企业的情况就好得多了。”他表示，在目前情况下，企业只有挺过“风暴”的来袭，死守现有市场阵地，才有可能在后续发展中“恢复元气”。

来源：通信世界周刊 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

移动行业应用拉动智能手机新增长

近日，多普达盛邀全国 ISV（独立软件开发商）亲密合作伙伴共同探讨和展望信息化大潮下，移动业务发展的现在和未来。在中国 3G 全面起航的推力下，此次大会不仅彰显出多普达致力于智能手机发展，支持中国 3G 迈进的决心，也进一步坚定了合作伙伴的信心，双方将共同努力开拓行业应用市场，挖掘智能手机移动应用的新增长点。

针对移动应用业务的发展，多普达早在创立之初，便设立了企业应用事业部，率先开始布局行业市场。几年来，多普达在行业市场精耕细作，不仅与众多业内实力雄厚的领导性 ISV 企业建立了强大的战略伙伴关系，推出了一系列优秀的移动应用解决方案；更将这些解决方案在城管、警务、工商、税务、医药、煤矿、汽车等多个领域进行推广使用，获得了用户的认可。在不久前由中国电子信息产业发展研究院与中国信息化推进联盟举行的“移动商务”高峰论坛上，多普达荣获“中国最具竞争力移动商务终端设备提供商”奖项，这是对多普达在行业应用方面的肯定。

“行业应用是多普达一直以来所看好的领域，也是公司的一大盈利点。”多普达 CEO 兼企业应用事业群总经理陈敬宏表示，“工商、税务、公安和未来的能源、医疗等行业市场的成败会决定多普达智能手机的增长份额。”据资料显示，在目前国内智能手机的市场排名中，多普达排在了诺基亚和摩托罗拉之后，列第三位。而在使用微软的 Windows Mobile 手机操作系统的产品中，多普达占据了第一位。而陈敬宏作为公司 CEO 同时身兼企业应用事业群总经理，这本身也说明了多普达对于行业应用的厚望。针对目前政府大力倡导的信息化与工业化的融合，陈敬宏认为这是对于智能手机发展而言的极好机遇。陈敬宏表示，两化融合具体到细节上而言就是“E”化（电子化）和“M”化（移动化），只有当把以前没有电子化的环节电子化了，把固定的环节移动化了，才能真正地说把信息化融进了工业化，而这对于智能手机而言意味着巨大的商机。

随着国内 3G 即将进入商用，人们对移动行业应用的需求日益高涨。陈敬宏表示：“随着 3G 时代的到来，移动智能终端将深入社会生活的方方面面，信息从桌面到掌上过渡是全球发展的一个大趋势。因此对于移动应用业务而言是个契机和挑战，移动商务的到来将开启从桌面到掌上的信息化革命。”作为一家致力于智能手机创新的厂商，多普达非常欣喜地看到，中国的 3G 以及移动互联网环境已经趋于成熟。早前针对移动的 TD 落地，多普达推出高端智能手机 S700，成为

最早支持 TD 的产品。刚刚推出的“天翼”189 是以“移动+互联网”无缝结合为理念的全新服务品牌，多普达也率先推出集时尚与智能于一身的 S500、S505，成为支持此计划的终端产品。多普达非常看好中国 3G 的未来，在 2009 年一定有更多优秀的产品问世，为广大用户提供更丰富的选择。与此同时，在金融危机形势下，如何有效节约成本已成为企业管理的重点。多普达与合作伙伴提供的移动应用解决方案能协助企业提升生产效率，降低成本，为智能手机拓展移动应用提供了良好契机。

陈敬宏表示：“目前，多普达行业应用的整体销量稳步增长，每年呈现倍数递增的良好趋势。未来，多普达愿意与广大合作伙伴共同努力，开展更加广阔深入的合作，从而促使整个产业链的内涵延伸，全力打造在各行业领域内的移动应用环境。相信未来的移动应用之路，我们一定可以走得更好更远。”对多普达而言，移动行业应用将是智能手机开拓“蓝海”战略的新增长点。

“2009 年全国手机销售市场整体很可能与 2008 年持平，但智能机会逆势上扬有一个很好的前景。”陈敬宏对 2009 年的市场信心满满，“多普达 2009 年业务增长目标是在 50% 以上。”

陈敬宏介绍说，目前多普达与中国移动合作，在北京、上海、南京等城区域管系统运行的“城管通”就是一个相当成功的案例。“城管通”被称为“城市管理新模式”，是将城管的辖区范围划分为若干个网格单元，利用地理编码技术，将路牌、井盖、垃圾站、城市雕塑等 16 万多个城市部件逐一编码，定位在每个约 1 万平方米的单元网格中。手持“城管通”的监督员在各自负责的网格单元内巡查，发现问题或接到居民举报，可在第一时间将信息发送到城市管理监督中心，管理中心利用信息平台，实现精确定位、快速处置和对监督员的协调管理。

与“城管通”相类似的还有“警务通”、“移动工商”等在相关行业中的应用。“目前多普达有了超过九成的行业占有率。”陈敬宏表示。也正是这种应用平台给了多普达在智能手机中难得的增长空间。

来源：中国信息产业网 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

3G 时代三大运营商谁最受益

3G 牌照的发放究竟会给中国三大电信运营商带来怎样的新格局？分析人士指出，中国电信将最为受益。而中国移动将受到另外两家运营商更猛烈的冲击。

电信专家项立刚指出，中国移动采用的是 TD-SCDMA，是全球 3G 三大标准中成熟度低的标准，它需要重建一个网络。从中国移动的规划来看，第一轮的过程中，它只能在 38 个城市提供 TD-SCDMA 的服务，因此在第一轮竞争的 2009 年，中国移动很难在 3G 领域取得较为优势的地位。而中国联通要把 WCDMA 在国内建设成覆盖较好的网络必须进行网络升级，并且同样的区域需要再增加 2 个基站才能达到较好的效果，这至少需要 2 到 3 年时间。

中国电信采用的 CDMA2000，最大的优势是不需要重新建设网络。目前中国电信 CDMA2000 招标，所采购的设备事实上都是支持 3G 的，而且覆盖全国。国家

发放 3G 牌照后，这些设备进行软件升级，中国电信就会在第一时间里建设起一张全国覆盖的 3G 网络。这个时间不会超过 3 个月。

项立刚表示，在 3G 建设的第一阶段，要用最短时间建设起一个全国覆盖的、用户体验相对较好的网络，中国电信的优势最大。

不过，在去年 12 月 31 日明确启动 3G 牌照发放以来，香港上市的中国三家电信运营商在连续 4 个交易日内股价纷纷大涨。其中，中移动涨幅为 8.8%，中国联通为 11.99%，中国电信涨幅为 12.26%。但就在昨日市场传出将于 7 日正式发放 3G 牌照消息后，三大运营商的股价却不涨反跌，中国电信持平，中移动下跌 2.35%，而中国联通则大跌 5.34%。

来源：上海证券报 2009 年 01 月 07 日

[返回目录](#)

3G 能否真正撬动用户心

1 月 7 日，工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放三张第三代移动通信牌照。3G 牌照的发放意味着经过多年的酝酿准备，中国 3G 市场的竞争大幕正式拉开，刚刚重组完毕的三大运营商将依托各自的标准模式和战略向市场发起冲锋，这将对我国信息产业产生深远影响。

在国际经济危机影响难测的 2009 年，3G 能否成为中国拉动内需提振经济的一支“奇兵”，眼下成为社会关注的焦点。

3G 给移动互联网市场带来机会

通俗地说，3G(第三代移动通信)与目前 2G 通信网络最大的区别在于通信信道的容量大大增加。这首先需要大规模地改造升级，甚至建设全新的网络和设备。工业和信息化部部长李毅中近日表示，三家电信运营企业将根据各自发展规划，加快 3G 网络建设，明后两年预计完成 3G 投资 2800 亿元左右。

工信部专家分析认为，3G 牌照的发放还可以推动相关产业链形成，未来三年更能借此拉动近两万亿元的社会投资，有助于刺激中国经济增长。

专家指出，3G 时代，手机的数据传输业务速度将比现有网络提升几十倍以上，将给信息时代的消费模式带来颠覆性冲击。相比于 3G 建设所刺激起来的消费需求，其建设投入的规模还只是冰山一角。

工信部电信经济专家委员会秘书长杨培芳说，毫无疑问，3G 给移动互联网消费市场带来了裂变式的增长机会，未来的 3G 手机除了进行高质量通话外，还将很有可能成为快速上网、移动定位、可视电话、视频互动游戏、手机钱包、电子购物、家庭监控等等新应用的主阵地。

高投入是否带来高资费

1999 年国际电联 (ITU) 正式批准中国提出的 3G 标准 TD-SCDMA 为国际标准。之后，中国就开始酝酿上马第三代移动通信技术。目前，国际电联批准通过的 3G 标准还包括欧洲提出的 WCDMA 以及美国提出的 CDMA2000 和 WiMAX。

2007 年，中国移动的 TD-SCDMA 率先试商用。而早在电信重组尘埃未定时，中国电信就开始部署 CDMA2000。中国联通的 WCDMA 也具有最成熟的技术和产业

链。三大运营商短期内的大规模建设投入是否会转嫁到消费者头上，拉高 3G 资费水平呢？

专家认为，3G 时代的资费水平将不会超过 2G 时代。专家说，在 1G、2G 时代，由于中国缺乏技术专利，国外企业从中国获得了超过 7500 亿元的收入。3G 时代，中国具有自主知识产权的 TD-SCDMA 不仅能够节省大量专利费用，而且其本身也牵制了其他制式产品的价格。

杨培芳说，如果说 2G 时代，我们形成了资费价格双寡头，那么 3G 时代在新的市场格局下，三强鼎立有望形成有效竞争，资费价格更有可能向着有利于消费者的方向发展。

3G 面临诸多市场因素考验

尽管 3G 技术的未来图景美好，市场蛋糕诱人，但究竟是灿烂盛开惠及全社会，还是成为昙花一现的过渡技术，都还面临诸多市场因素考验。

自 TD-SCDMA 试商用以来，3G 业务并未获得市场预期的效果。相关数据表明，目前中移动 TD 用户仅 33.7 万户，TD 网络商用经验的缺失，令其中国式 3G 道路并不顺利。

TD 试商用期间试用机被弃用的现象并不少见，不少参与试商用的友好用户反映，信号差以及新业务少是测试机遭弃用的主要原因。

“消费者不会关心运营商的技术是 2G、3G 还是 4G，他们要的是实实在在的改变。”中国移动一位高层人士表示，前一阶段的试商用期间，我们已经将 3G 和 2G 信号设为互相补充，但由于终端产品性能差，无法及时切换，所以造成了 3G 手机信号差，甚至是 TD 技术不过关的印象。

换网换号也是阻碍不少用户选择 3G 网络的一大因素。未来，中国移动计划让用户在不更换手机号的情况下，过渡到 3G 网络，用户只要发送短信就可以决定是否选择 3G 网络。

电信专家项立刚认为，从目前的情况看，中国电信采用的 CDMA2000 是一个较为成熟的制式，它不需要重新建设网络，通过软件升级就能上到 3G，因此中国电信最有可能在第一时间建起覆盖全国的 3G 网络。而中国移动采用的 TD 技术不仅成熟度低，而且基本需要重新建网，因此短期内很难取得优势。

来源：经济参考报 2009 年 1 月 8 日

[返回目录](#)

品牌手机该如何应对冲击

“‘山寨’不平，品牌不起”。对于国产手机品牌而言，“山寨机”是心头大患。然而，对“山寨机”应该采取怎样的姿态呢？是大力“剿杀”还是恩威并施，为“招安”铺平道路？

IMEI 登记核查制影响不明显

不久前，工信部电信管理局对外宣布，工信部下属电信终端测试技术协会 (TAF) 已经取得 GSMA (全球移动通信协会) 的授权，实现在国内向手机企业核发 TD-SCDMA、GSM 手机的 IMEI (国际移动设备识别码，每一部手机在组装完成后被

赋予的一组号码，俗称“机身码”），为加强手机 IMEI 管理，将开发“移动电话机 IMEI 号码登记核查管理系统”。

由于不进行入网测试，山寨机的 IMEI 号都是随意编写，“一般前 6 个或者前 8 个号码是固定的，后面的都是随意编的，有时一个厂商生产的一款手机都使用同样的 IMEI 号，重复比例相当高。”华强北手机经销商陈平表示。

因此，“移动电话机 IMEI 号码登记核查管理系统”的消息一出，一些业内人士曾乐观地认为“山寨手机”将走向末路。这一消息对当前“山寨机”市场的影响并不明显。

一方面，业内人士认为，自从我国手机牌照从审批制转向核准制后，将近 110 家企业获得了牌照，加上之前的老牌厂商，正规的手机生产企业在 150 家左右。而每年在售手机型号数达数千种，目前工信部仅向 200 多款手机发了标识号，“要把所有的正规厂商产品都纳入标识号体系将是一个长期工程，所以对目前的山寨机市场影响不大。”不少业内人士说。

另一方面，即使主管部门真的下狠招，“‘山寨机’仿造个 IMEI 号也并非不可能，那么多环节，总可以买到然后进行复制。主管部门严查，就只能将同一 IMEI 号的正牌手机和‘山寨机’一起停掉。”陈平表示。

了解到，在国外，一些运营商共享 IMEI 数据，丢失或被窃的手机被锁定后无法与其网络连接，因而无法通信，手机 IMEI 码的惟一性作用即在此。但是国内一直都未启用 IMEI 的防盗功能，这使得被盗者只能补卡再购买手机，大量 IMEI 序号相同的“山寨机”可正常使用。

深圳一家“山寨机”生产企业负责人孙云认为，现在“山寨机”用户已相当庞大，根据 2007 年的数据，“山寨机”的出货量已达 1.5 亿台。因此，如果主管部门此时通过 IMEI 号封杀，会给用户造成巨大的损失，损失该由谁埋单，也是个大问题。

管理方面问题亟须破解

“客观地说，‘山寨机’之所以出现，一方面是一些不规范企业逐利，另一方面则在于手机行业管理存在问题。”陈平说。

“‘三码机’之所以出现是由于当时有关方面规定的手机企业门槛过高，采取审批制，总投入需达几亿元之巨。即使在 2007 年实行备案制后，门槛依旧过高。备案制度要求企业有 3000 万元的资金、还要有自己的工厂(或有工厂担保)等。但实际上，随着手机生产核心技术的破解(MTK)，生产一款手机的启动资金只要 200 万-400 万元就可以。3000 万元的门槛把很多企业排除在门外，这也是‘三码机’出现的诱因之一。”陈平说。

另一个行业管理问题是手机入网测试方面存在不合理状况：目前手机入网测试要先后进行无委、泰尔、恩耐特三方检测，企业生产一款型号手机，需抽取 50 部手机送北京检测，检测时间大约需要 1-3 个月，每款手机的检测费用需要 30 万元以上。了解到，虽然目前泰尔实验室在深圳也设置了检测点，但相关费用依然需要十多万元。

深圳市工商局福田分局经济检查科的姚雪雄认为，对于山寨厂商而言，手机推陈出新的速度快是其在市场制胜的法宝，1-3个月的检测时间，会导致企业避开入网检测程序而出“三码机”或“光板机”，也有企业先推出“三码机”或“光板机”以收回投资，待入网检测过关后，再推“五码机”。

值得注意的是，目前入网测试制度，仅要求企业一方自行抽取50部样机送检，根本无法保证企业送检的样机与投入市场的手机在质量、用料和工艺上是一致的。“因此入网检测仅仅是做做样子，不客气地说就是花钱、花时间买入场券。”相关人士这样说。

深圳市工商局福田分局的一份调查报告认为，“三码机”由于门槛高、入网检测时间长而误入旁门左道，只要政策松动是可以“招安”的，应以商品质量检测为依据，质量合格的，鼓励走入正规渠道；质量不合格的，清理出市场。而“高仿机”和“翻新机”，因侵害他人合法权益，要坚决打击。

孙云表示，在“山寨机”行业内部，很多人是倾向于转型为“正规军”的。“我们希望把门槛降低，把恶性竞争，变为良性竞争，同时‘招安’也有利于国家增加税收。”孙云希望国家给“山寨机”以政策倾斜，加快测试速度，减少测试费用，把它们引上正路。

价格低廉成为重要因素

终端消费者的“溺爱”也是“山寨机”拥有强大生命力的重要因素。如今，此前一直主打三、四级市场的“山寨机”似乎已经得到一线城市消费者的青睐。

在上海火车站附近的不夜城通信市场，有众多的店铺出售山寨机，这里被上海的“山寨”推崇者们称为“上海最大的山寨机聚集地”，在这些山寨机的店铺，看到不少上海的消费者前来选购“质优价廉”的山寨机。

“这个版本的1000元，上海市面上基本都是这个价，我们的货来自广东深圳，最近已经卖出了好几台。”虬江路一家店铺的店员向兜售一台高仿的苹果iphone。在他的柜台里，还有高仿的诺基亚N96、N95、N82等一批高仿手机，售价均在1000元上下。

“山寨机的质量其实并不都那么差，只要你识货，还是可以挑到好的，有些比正规牌子还好用，而且功能更多、外观更好。至于售后服务，反正正规军的售后服务也不怎么样，何况有些山寨机还有售后服务呢！”在上海某单位上班的白领徐锋明表示，他就是“山寨机”的用户。“‘山寨机’的价格实惠，一些手机售价五六千，‘山寨机’一出来，那些手机只用一千多块就能买到了，为消费者省钱，‘山寨机’功不可没。”他说。

有关专家指出，“山寨机”在消费者中的口碑，表明其拥有顽强的生命力，这也是“山寨机”可能被“收编”的基础，而国产品牌手机要应对山寨机带来的冲击，只有在提升自身产品品质的基础上，降低价格。

来源：上海证券报 2009年01月09日

[返回目录](#)

融合创新+差异化服务

——全业务经营时代电信企业如何确立比较优势

2009年，电信业的发展主题就是融合创新。在技术和市场的双重驱动下，电信服务的内涵发生深刻变化，传统电信服务将不断走向融合化。融合化体现在电信业的诸多方面。第一是企业融合及行业融合，如信息化与工业化的融合。第二是网络融合，随着技术的进步，IT化、数字化的网络融合已经变成现实。互联网、有线电视网、移动网、固网的边界不再明显，这些网络的网源已经没有什么差别。网络运营商通过基础网络、接入端、运营支撑系统和业务平台四个层面的融合可实现网络的全面融合。未来的网络是经过整合的网络共同体，网络将呈多元化、资源共享、互联互通、地址无限的格局。第三是业务融合，以网络融合作为基础可以推出多样化、智能化的融合业务。例如，通信业与金融领域的融合则可推出移动银行；与广播电视领域的融合则可推出地面广播方式的手机电视；与音乐娱乐领域的融合则可推出移动音乐、投资原创音乐及建立音乐门店等。目前，国外运营商大多以通信为基础开展业务融合。

融合带来了电信业服务领域的扩展、服务功能的强化和服务内涵的深化，融合推动电信业务从基本的生活消费品向时尚与娱乐消费品转变，未来的电信产业是一个整合了消费、教育、娱乐、金融等行业的开放生态的系统。电信产业也将从技术驱动演变为市场驱动和客户需求驱动。这一变化造就了信息服务的大行业。业界专家认为移动与固网的融合及ICT融合服务将成为未来市场最热的增长点，“融合”将是全业务运营时代的主旋律，提供差异化服务是固网运营商的必然选择。固网运营商如何充分发挥固网资源优势、宽带客户优势及政企客户群优势，发挥CDMA+WLAN的组合优势，摒弃过去传统的观念，准确把握市场机会，把握信息化与工业化融合的机遇，在网络融合、终端融合以及业务融合等方面做足融合文章，将移动元素与综合信息服务有机融合，不断丰富融合业务的种类，增强融合业务的吸引力，全方位、多角度推进电信业务转型、服务创新、网络融合，从而建立起全业务运营时代的比较优势，成为中国电信运营商一个重要课题。

笔者认为，做足固网和移动网融合的文章，打出移动宽带的差异化“王牌”是中国电信在全业务运营时代一个比较优势。

随着全业务经营时代的到来以及移动互联网的出现，电信行业进入了一个崭新的历史阶段，移动与固网的融合变革风暴将在各个商业服务领域掀起，休闲娱乐类、仓库和工厂类、运输和航运类、零售业类、公共安全类、应急响应类、金融服务类等等，宽带移动互联网的应用可谓永无止境。发挥固网资源优势及CDMA+WLAN的组合优势，通过统一品牌、统一客户服务进行融合服务，通过固网、互联网和移动网的业务融合推出捆绑套餐、融合业务及融合终端等融合产品，提供无缝的移动无线宽带上网服务，迅速打出移动宽带的差异化“王牌”是中国电信在全业务运营时代一个比较优势。

所谓固定网络和移动网络的融合，指用户无须考虑终端、网络和位置等因素，使用一个终端就能完成以前多个终端才能实现的应用，而且，用户可像设置手机

一样随意设定他们想要的服务及终端界面。当然，这一融合业务的推出必须实现设备和网络层面的无缝连接，能够在不同的网络平台间传输多种应用，而且两种不同的网络间的切换不会因中断或时延而产生服务质量问题。目前，沃达丰已通过 IP 实现 DSL 和移动技术的融合，从而将移动业务和互联网业务融合起来，在手机上实现所有互联网功能，在电脑上实现所有手机功能，并且让两者达到无缝连接；和黄则打造了名为 X-Series 的手机业务，用户通过 Skype 无限量使用手机语音服务，通过 Sling 在手机上观看家居电视，通过 Orb 接入家中个人电脑，还可以使用 Yahoo、WindowsLiveMessenger 和 Google 等各种互联网及即时消息服务。

做足 ICT 融合文章，推差异化、个性化、融合化 ICT 产品是中国电信在全业务运营时代另一个比较优势。

传统固网运营商拥有良好的企业形象、信誉和庞大的网络体系、丰富的客户资源、完整的营销体系和较强的现金流，做足文章盘活资源，利用自身的资源和优势，利用电信网的可控、安全、电信级等特点，加强与用户的联络与管理，按照“圈子经济”、“行业经济”进行细分，大力发展各种网上应用，通过多网络、多终端、多业务的融合与价值链的延伸，进一步挖掘客户价值，与内容提供商等合作伙伴一起开拓新型业务模式，切实做好应用、客户与通信方式的紧密捆绑工作，开发和经营更多针对不同用户群的个性化业务，为客户提供更加便捷、丰富、个性化的综合、一站式服务，通过捆绑、差别定价等方式推差异化、个性化、融合化 ICT 产品是中国电信在全业务运营时代另一个比较优势。

笔者认为，传统固网运营商在拓展 ICT 融合服务中要重点抓好以下几方面的工作：

一是采用细分化客户需求策略。企业信息服务的特征决定了需要对客户提供“贴身服务”。这首先需要深入理解企业客户的需求，主动走出去与企业客户进行沟通，倾听企业客户的声音，认真理解并将其转化为客户需求，并根据其需求进行有针对性的设计与改进。这就要求我们采用细分化客户需求策略，切实做好客户群的细分工作，以个人、家庭、企业、集团和行业客户的各类差异化需求为导向，敢于依据用户的真实价值需求，建立以客户价值为中心的战略逻辑，突破现有的行业惯例，针对具体客户群，开发简单实用的针对性产品，大胆创新差异化、个性化、融合化产品和服务。例如韩国 SK 以客户年龄进行细分推出了 TING、TTL、UTO 等差异化品牌产品，真正实现为客户提供量身定制的服务。

二是要把贯彻落实国家以信息化带动工业化发展战略纳入企业长远发展规划。要发挥拥有广覆盖、有质量保证的宽带公网的优势，发挥品牌可信赖、持续服务有保证及 CDMA+WLAN 组合的优势，进一步创新商业模式，通过广泛合作，进一步延伸和完善产业链，注重经济效益和社会效益双丰收，积极打造视讯信息应用、网络及 IT 外包、网络信息安全应用等重点 ICT 差异化解决方案。

三是要聚焦发展依托网络能够规模性快速复制的成熟 ICT 业务。成熟业务不但基于电信网络，而且性能稳定，技术支撑到位，能够规模性地快速复制。如视

频监控、新视通、呼叫中心外包、机房无忧、安全网关、网络安全专家等诸多产品。及时总结行业经验，提高客户的感知度，为客户定制全面的安全解决方案。以优异的解决方案，为客户创造竞争优势，便于把 ICT 产品推广。四是要构建新型信息产业链，进军产业链的关键环节。“无所不在”的融合通信已使通信业务的融合不再局限于通信领域，跨产业合作是融合通信发展的必然趋势，信息产业价值链也在不断创新、重构。运营商要创造出一种良性互动的产业合作机制，不断延伸产业价值链，构建多层次的合作体系，加强互补性资源能力的获取，从而保证整体产业链能够源源不断地生产出满足用户需求的信息业务和应用。在此过程中，电信运营商应该仔细审视自己所参与的价值过程，从功能与成本的比较中，研究在哪些环节上自己具有比较优势，或有可能建立起竞争优势，集中力量培育并发展这种优势，进军产业链的关键环节，积极主动利用市场，寻求合作伙伴，共同完成价值链的建立。深入理解产业的融合与统一、对客户端积极掌控以及对一流优质资源的获取是在竞争中取胜的关键。

虽然几乎所有的企业客户都需要电信运营商的网络服务，但是，大企业客户同时也需要深入理解其流程后定做的个性化综合解决方案，因而对软件开发和集成服务能力要求都很高。在客户信息化需求超出电信运营商独立服务能力的情情况下，构建多层次合作体系成为电信进军信息化蓝海市场的一个关键性课题。目前，国内外各大运营商纷纷与大型优质资源建立战略联盟、构建价值链平台，广泛吸引合作伙伴。以法国电信去年收购企业网服务公司 Diwan 集团为代表，适度的企业兼并与收购值得国内电信企业借鉴。

来源：人民邮电报 2009 年 1 月 7 日

[返回目录](#)

对全业务背景下号码百事通“本地通”业务发展思考

近两年，国内涌现了众多本地搜服务网站，垂直搜索引擎根据用户所输入的位置信息和关键词，精确地搜索到当地的各类生活信息，包括餐饮、购物、折扣、交通出行等。整体来看，本地搜业务种类繁多，但尚未形成有效、清晰的商业模式。而中国电信号码百事通历经 3 年，已经发展成为有影响力的本地生活信息搜索服务，也逐步从语音搜索向互联网领域、线下营销服务领域拓展。目前，移动牌照的下发，又为号码百事通的业务发展提供了广阔的空间。从全业务背景下号码百事通“本地搜”业务的拓展来看，中国本地搜信息服务市场潜力巨大，价值亟待挖掘。

市场现状：需求强烈，群雄纷争

据 PiperJaffray 的调研表明，2006 年在美国，本地搜以 57.6% 的应用程度仅次于电子邮件，成为第二大互联网应用。美国本地搜索广告营业收入在 2004 年就已经达到了 1.62 亿美元。根据最新报告数据显示，美国本地搜索在互联网搜索的比例在 10% 到 30% 之间，其中约有 40% 的当地信息搜索用户寻找的是自己所生活地区的各种信息，59% 的用户搜寻餐馆、电影院、主题公园、景区等生活信息。据调查，用户通过移动终端搜索本地信息的需求更为明显。移动搜索具有

随时、随地、随机的特点，通过手机获取的信息量有限，因此对信息的准确性要求较高，本地生活信息搜索恰好契合以上移动搜索特性的要求，具备良好的发展基础。2007年通过对我国无线搜索 WAP 网站 Cgogo 用户调研发现，促销活动、产品或服务信息、购买地点、企业信息等是用户最想获取的信息内容类型，具有很强的本地化属性。

目前，我国的本地搜业务运营商尚未形成绝对的市场垄断者，业务模式种类较多，适合用户不同的使用需求。其普遍存在的问题是，除了传统的竞价排名和广告产品外，没有形成更有效的商业模式，市场发展潜力有限。按照主要提供的服务内容和模式，我国的本地搜业务运营商可分为以下几类：

——以垂直搜索为主，如酷讯、爱帮、奇虎等。该类网站偏重于分类生活信息的垂直搜索，如火车票、房产、招聘等。通过垂直搜索技术抓取相关网站的分类信息，再经过整合、排除重复之后给用户提供更丰富、完整的信息。

——以本地新闻信息为主的，如各地热线、互联星空及信息港等。该类网站是本地综合信息的门户，包含与民生相关的各类信息，如股票、财经、健康、家政等，信息量大，更侧重于新闻类信息。

——以本地地图服务为主的，如丁丁地图、Mapbar 等。该类网站以地图信息服务为切入点，通过周边查询、公交线路、自驾路线查询，在为用户出行提供方向和路线指南的同时，通过地图信息整合、展示各类生活信息。

——以 Web2.0 方式为主的，如百姓网、赶集网、大众点评网等。该类网站通过 Web2.0 互动的方式吸引用户主动发布分类信息，用户既是信息的使用者，也是信息的生产者，快速聚集了流量和人气。

竞争优势：打造“搜索+服务”业务模式

2005年10月18日，中国电信推出号码百事通业务，这是基于中国电信号码信息资源提供的本地生活信息增值服务的统称，被形象地称为“语音搜索引擎”。截至2008年8月，号码百事通日均语音呼叫量已超过400万次，号码百事通互联网搜索服务全国的日均搜索量也超过4000万次，与百度、Google一起成为最受欢迎的国内搜索之一。

通过对号码百事通各类用户需求、生活角色客户和使用场景的深入分析和深入挖掘可以发现，用户在信息服务方面的需求是呈闭环的链状模式。前向个人用户信息服务需求链包括“搜索-比较-预订-购买”，从搜索企业的企事业单位名称、地址、电话号码等信息开始，之后通过对所获信息和线索的比较、思考及决策，选择预订商品或服务，直到在线下或线上使用产品或服务，完成交易。而后向商家需求链则包括“宣传-营销-交互-销售”，首先企业需要借助一个或多个平台和媒介发布各类产品信息，再通过与目标客户的建立联系和信息交互，将潜在商机转换为产品或服务的交易，以商家获得收益为需求链的最终环节。针对前后向客户需求链，号码百事通平台的功能定位从最初的信息查询及发布，发展为前后向客户商机信息的撮合，实现客户在线交易。号码百事通的业务模式也由简单的信息查询向“搜索+服务”的业务模式探索。

“搜索+服务”的业务模式是指在为用户提供本地生活信息的查询之后，通过为用户提供后续的服务或商品预订、地图查询和相关信息推荐等服务。“搜索+服务”的业务模式是在充分整合号百现有资源优势的基础上形成的一站式的搜索服务。号码百事通“搜索+服务”的业务模式既符合前向个人用户需求和习惯，也充分拉动了后向商家竞价排名、广告发布、预订分成等业务的销售，形成个人、企业和号码百事通三方共赢的良性循环和互动。

发展目标：打造跨平台本地搜第一门户

中国电信接管联通 CDMA 网后，号码百事通业务也将注入新的“移动元素”，在全业务背景下打造跨平台的本地生活信息服务第一门户，将成为号码百事通本地搜服务的发展目标。

全业务运营为中国电信带来了新的机遇和挑战，号码百事通业务也进入了新的发展阶段。通过整合移动、固定电话、互联网、IPTV、黄页等渠道的服务提供能力，拓展基于移动终端上的 WAP、SMS、MMS、IVR、客户端等更多的业务渠道，利用自有企业和商业信息资源，号码百事通可提供跨平台的本地生活信息搜索和服务，立体化地介入信息服务领域，从而更具使用价值和商业价值。

——以客户为导向进行产品开发。借助于移动终端，前向个人用户可随时随地接入服务，并个性化地使用本地生活信息搜索及服务可获取号码百事通根据其搜索、预订等使用行为分析主动推送的相关信息。同时，号码百事通移动业务可汇集大量消费可能性大、高价值的目标客户，有助于后向商家实现精确营销和主动营销。通过使用场景模拟和角色刻画等方法进行客户需求分析，深入挖掘用户的信息需求，从而将更多的号百服务嵌入用户的生活、工作中去，为用户提供便捷的一站式本地生活信息搜索及服务。

——做深、做精信息经营。号百提供的信息种类包括企事业单位名址号的基础信息，企业产品信息、促销等商业信息，以及酒店、机票等实时信息。在已有信息基础上，以本地生活为维度，围绕餐饮、休闲、购物等用户需求量大的重点，分类进行信息的深化和精细化经营。

——拓展更多的应用服务。提供搜索后续的预订、地图、优惠券下载等延伸服务是体现号码百事通业务差异化和吸引前后向用户的重要手段，号百公司可整合电信和各类 CP 及 SP 的服务资源，拓展更多的后续服务。

来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

2009，中国通信设备商直面“危中之机”

经济危机，是危大于机，还是机大于危？

当肆虐全球的金融风暴无情地跨越 2008 年全面向实体经济蔓延时，中国的通信设备制造商直面这道艰难的选择题。

始于上世纪 90 年代的“走出去”战略，让华为和中兴等厂商开始在世界通信舞台上展现出“中国力量”。从点到面，从单个产品到整体解决方案，从新兴市场到跨国运营商，他们正在悄然改写通信设备市场的格局。

突然而至的金融风暴，打乱了他们的前进节奏。在可能出现需求萎缩的市场上、在恐惧感四处传播的产业界，依然处于上升通道的中国通信厂商，遇到了诸多以往未见的课题。由于已经形成可观的市场规模，而且保持了多年的扩展势头，骤然间提高的财务风险，不得不让人心存警惕。最新统计数据显示，去年前 11 个月，我国通信设备产品出口增幅比上年同期下降 5.7 个百分点。阿里巴巴的马云说过：“今天很残酷，明天更残酷，后天很美好，但是大多数人死在明天晚上，看不到后天的太阳。”

一位投资家曾经就中国企业金融危机下的生存之道提出三大要素，排在第一位的就是“要有良好的资金支持”，而把“先进的技术”、“正确的市场策略”放到后两位。企业在短时间内应该从战略高度分析金融危机对现金流的影响，做好充足的准备。

金融危机使得全球运营商面临较大的资金压力，在网络升级、终端定制等方面，会出现不小的资金缺口，会更多地考虑采用压缩成本、保持企业稳定的发展策略。从电信行业自身来看，即便没有金融危机，在以市场驱动的时代，运营商对于技术的态度不会是一味求新，而青睐于更“适用”的产品。

新一轮残酷的洗牌已经不可避免。然而，这并不意味着全面收缩战线便是最佳策略。从短期看，中国厂商与国际同行一样面临财务上的压力；从中期看，其高性价比的产品的优势会进一步凸现；从长期看，经过洗礼后、实现升级的中国厂商有望跻身于通信舞台的“顶级俱乐部”。

与顶级的国际同行相比，中国通信厂商在技术和客户上都存在一定差距：在技术研发上，更多扮演追赶者的角色；在客户资源上，北美和西欧运营商尚未全面向他们敞开大门。

此次金融危机出现之际，也正值全球电信业新一轮网络升级换代。与以往不同，这一轮以 3G 为代表的网络升级，在技术储备上已经经历了多年积累，中国厂商一直奋力追赶，终于赶在大规模全面商用前，具备了同样优秀的产品。更先进、利润更丰厚的尖端产品不会引起运营商太多兴趣，今后几年，以 HSPA、EV-DO、无源光网络、IP 核心网、40G 光传输为代表的一批成熟设备市场，将是真正的决战阵地。

金融危机和网络升级，留给中国企业一个时间窗口。

成本的优势，会在今后几年得到进一步淋漓尽致的发挥。当然这绝不仅意味着低价。在电信服务需求走向个性化越来越明朗的今天，运营商需要的是为其量身订制的技术、产品和解决方案，而不是凭借若干关键技术指标称雄的时代。中国厂商以研发、市场为主的哑铃型人力资源结构，能够保证前端及时了解客户需求，后端迅速开发出定制化的产品。

西欧和北美，占据全球通信设备市场的半壁江山，也是这次金融风暴的核心地带。捂紧了腰包的运营商，更加期望合理的价格。沃达丰最近就曾表示，基于全球制造业成本的不断上升，加之当前全球金融形势悲观，沃达丰决定加大对中国厂商的采购规模，希望借助中国制造的低成本高质量产品来更新其网络。

这显然是一次机会，但不是瓜熟蒂落、水到渠成的机会。给的钱少了，并不意味着要求的降低。中国厂商无论是在营销上还是定制化开发上，都会承受比以往更大的成本压力。但这毕竟是一个战略性的机会，也是难得的淬炼机会，尽管艰难但也充满诱惑。

如果中国厂商把此时拓展欧美市场只是视为扩大份额的机会，那么当金融风暴过去后，花费巨大代价争取来的客户，有可能被重新夺走。只有真正掌握了客户的需求和游戏规则，进而形成对产业链的掌控能力，才能牢牢粘住客户。所以，实现市场份额与企业实力的同时升级，才会走得更远。

2009年，中国的通信厂商面临一场真正的大考，也面临一次实现升级的机遇。

来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

电信运营商集团客户市场示范营销模式研究

摘要：借鉴其他行业的证言式营销推广成功经验，文章提出了电信运营商集团客户信息化解决方案及产品的“示范营销”模式，其核心是扩大“第三方影响者”的声量，并具体阐述了示范营销的内容、措施及建议。

关键词：集团客户，信息化，示范营销

1 引子：来自阿里巴巴和 IBM 的启示

在 B2B 营销领域有着出色表现的阿里巴巴在实施营销传播过程中，充分挖掘其客户中的典型案例，并直接以该批典型客户作为传播主角，通过网站、电视、软文等方式，进行整合传播，但传播的核心和基本模式都是通过真实的客户证明“阿里巴巴让我们成功，让我们的生意更容易做”。例如阿里巴巴在网站上专门开设“他们为什么能成功”的栏目，把不同行业通过阿里巴巴用网络做生意的成功案例进行展示，传播阿里巴巴的服务价值。近期阿里巴巴还在其网站上实施了“成功之路，阿里巴巴邀您一同见证”传播活动，也是通过展示个体的典型案例，传播阿里巴巴“让天下没有难做的生意”的使命。

IBM 在推广其解决方案的手法中，也高度重视对成功案例的传播，例如 IBM 近期的一则电视广告中，邀请意大利某知名歌剧院院长现身说法：“IBM 的解决方案为我们保留了珍贵的演出资料，并向全球共享，培养了更大规模的歌剧观众，并吸引他们涌入意大利的歌剧院……”成功案例的展示可以将复杂的解决方案的核心价值通俗化，同时可增强潜在客户应用的信心。

阿里巴巴和 IBM 的营销推广思路对于集团信息化解决方案或标准产品的销售有借鉴意义：都是 B2B 模式，销售内容都是为企业集团客户提供的信息化解决方案。在集团信息化推广初期，各级公司也提出了通过标杆企业带动应用和推广的工作思路，但没有形成系统的执行方案。结合阿里巴巴等经验和以往的实际工作实践，下文将提出示范营销的具体内涵和操作模式，以期今后的集团信息化推广工作提供参考建议。

2 示范营销内涵：提高“第三方影响者”的声量

2.1 “影响者”的分类

集团(组织)信息化产品或解决方案购买和应用过程比个人客户复杂,涉及到影响者、决策者、购买者、使用者等多群体。其中影响者是能对决策者决策产生影响的各种群体或个人,具体分为多种:

(1)集团客户内部“甲方影响者”:包括产品或解决方案的需求者(未来的使用者)、集团客户与电信运营商联系人等;

(2)运营商服务销售人员(“乙方影响者”):主要是客户经理等运营商工作人员,主要通过直接访谈或影响“甲方影响者”而对决策者等产生影响;

(3)“第三方影响者”:主要是集团客户所在行业或相关行业的集团客户,该群体与目标集团客户具有相同或类似的特点,特别是在行业内具有一定影响力的集团客户对行业内其他客户有重要影响力(即所谓的“行业标杆”)。

2.2 “第三方影响者”的特殊作用

正如上文所述,阿里巴巴和IBM等推广模式就是通过实际的客户向其他潜在客户“证明”其解决方案或产品服务的价值。利用“第三方影响者”来影响目标客户的决策者具有三点优势:

首先,实证式传播更有说服力。“第三方影响者”现身说法,潜台词就是:该项产品或服务很好,适合“我们”以及相类似的企业,而且通过“我们”的应用为“我们”创造了特殊的价值。而其他形式广告,“王婆卖瓜”的嫌疑更大些,说服力相对较差。

其次,故事式传播更容易被接受。“第三方影响者”是采用“讲故事”方式讲述自己企业(组织)的情况,介绍产品或服务的应用效果和价值,能够将产品或服务的特殊功能、价值通过鲜活的案例呈现(如上文IBM的广告创意),便于受众接受。

第三,形式上更容易被潜在客户接受。使用“第三方影响者”来影响潜在客户,形式上更容易让潜在客户感受到服务和产品是“以我的需求为中心”,更容易接受同行的先进经验和建议。

2.3 示范营销的核心是提高“第三方影响者”的声量

如上所述,集团客户服务营销中,第三方影响者的影响力非常重要。示范营销核心就是通过扩大“第三方影响者”的影响力,借用该影响力向目标客户的决策者、潜在使用者等传播产品或服务信息,即通过标杆客户向潜在客户示范。

3 示范营销实施措施及建议

示范营销具体执行和操作可以为4个步骤:示范客户/点发展工作;示范客户/点验收及案例提炼工作;潜在目标客户情报收集及甄别工作;示范效应释放工作。

3.1 示范客户发展工作

示范客户的选择应该具备以下基本标准:

(1)现有的集团客户,且在行业内拥有一定的实力和良好的口碑,在地区内有着比较广泛的影响力;

(2)与运营商保持着良好的关系,已经使用运营商信息化服务或产品,或有强烈的使用意愿。

考虑到示范营销的后续工作,运营商与示范客户还必须签订协议,主要内容应该包括:

(1)示范企业可以在推广初期(如一年或半年内)最优惠甚至免费获得运营商提供的信息解决方案或产品,积极在内部予以推广和应用,并取得预期的效果;

(2)示范企业授权运营商运用示范企业的案例进行宣传,即开展联合宣传:对于运营商提高产品或解决方案的传播效果;对于示范企业则可借运营商传播通道提升形象。

3.2 示范客户案例提炼工作

示范客户在应用运营商的解决方案或产品取得实际效果后,需要组织营销策划人员对示范客户的应用情况进行总结、提炼,形成案例报告,并提交给策划人员进行创意创作,形成各种传播的广告物料(文字、图案、视频等)。

案例传播利益点的提炼和创意,主要分别针对相近相关企业的决策者和潜在使用者,即需要根据目标集团客户的不同人群传播不同的利益点,如针对决策者传播的利益点可归类以下三种:

- ◆提高管理及运作效率
- ◆降低运营成本
- ◆提升企业或组织形象

而对于潜在使用者,传播的利益点则必须有所差异,如降低劳动强度、提高工作效率等。

3.3 潜在目标客户甄别工作

潜在目标客户应该是与示范客户相同或相近行业的集团客户。该部分工作需要通过市场情报工作获得相关传播目标的信息,主要是目标客户决策人及信息,核心是获得该目标客户的人员通讯录,包括人员所在部门等性质。

3.4 示范效应释放工作

示范效应释放实质上是指将示范客户的案例及相关软、硬广告物料通过适当途径、形式准确传达到目标客户受众中,促进后续的实际销售及服务结果,主要内容分类建议如下:

(1)直邮方式。建议主要通过如 139 邮箱等运营商自有的电子信息通道,直达目标客户决策者等;

(2)上门方式。客户经理直接带着宣传物料实物,直接针对目标客户及人物进行传播;

(3)会议营销方式。要求目标集团客户中关键人(决策人、联系人等)参加,现场介绍示范客户的成功案例,或现场邀请示范客户做经验介绍;

(4)大众媒体或专业杂志投放。在电视、报纸、网络或专业报纸针对性投放;

(5)示范客户现场参观体验。组织客户到示范客户处进行参观体验,邀请示范客户做现场说明。

4 结语

示范营销的核心思想是扩大“第三方影响者”的传播声量，具体实施中首先要做好示范客户的发展和案例编写及策划工作；第二，要做好潜在目标客户的情报收集工作，这是实施精确传播、营销的另外一个基础条件。示范营销只是集团信息化解决方案或产品利益点传播的一种形式，最后完成销售还需要与顾问式销售工作结合，以“为客户找产品”为基本思路，将客户的需求与产品或方案高度契合，实现最终的销售。

作者简介：谢张军，经济师，硕士毕业于东南大学，现任职于中国移动通信集团广东有限公司惠州分公司，研究方向：市场营销。

来源：《移动通信》2008年第19期

[返回目录](#)

三大运营商上市公司股价大跌

针对三大运营商香港上市公司于7日获得牌照后股价大跌，中国联通发布公告表示不明原因，投行也发布看法，维持评级。

该日，中国移动跌4.6%，至79.15港元；中国联通下跌9.0%，至9.35港元；中国电信下跌5.3%，至3.02港元。

投行分析认为，在香港上市的中资电讯股及电信设备类股股价下跌，是因为在这些股票受3G牌照的消息刺激早就走高，之后正式公布结果后，机构要获利回吐。

对于未来走势，瑞信称，牌照不会改变基本面；中国移动（0941.HK）仍然是类股首选，同时维持中国电信（0728.HK）的中性评级，目标价3.60港元，对联通也维持评级，主要是因为他们的估值充分，收益的能见度低。来源：新浪科技

[返回目录](#)

双模双待手机陷专利纠纷泥潭

由于具备一机多卡、多网在线等功能，双模双待手机上市之后迅速赢得了商务人士的青睐，并被业界认为是2G向3G手机进行平滑过渡的首选。尽管在商务市场拥有一定的需求，但持续不断的专利纠纷还是为双模双待手机的发展蒙上了一层阴影。

三星或支付千万专利赔偿

近日，杭州市中级人民法院对华立通信（以下简称“华立”）状告三星电子（以下简称“三星”）GSM/CDMA双模手机专利侵权案宣布了一审判决结果，判决三星侵权成立并赔偿华立人民币5000万元。

开始于2007年4月的此次诉讼，是目前中国手机行业赔偿金额最大的专利侵权案。接到华立的起诉后，三星曾于当年5月向国家知识产权局专利复审委员会递交无效宣告请求，主张华立的双模专利无效，要求国家知识产权局撤销华立通信的上述专利。但经过半年多的审理，国家知识产权局专利复审委员会做出了

华立专利有效的复审判决。

华立执行董事葛晨对外透，由于起诉时间的原因，5000 万元的赔偿金额只涉及到三星在 2007 年 4 月前侵权销售的产品。葛晨强调，公司还将对三星在起诉后的侵权销售追究法律责任，并将进一步追溯三星赔偿经济损失。

面对一审判决，三星中国公司对外表示，公司认为该专利覆盖范围有限，并不能涵盖三星的产品，由于目前没有拿到正式的判决书，因此是否上诉还不能回应。

专利权归属众说纷纭

由于市场需求量较大，围绕着双模双待手机的专利纠纷一直就未曾间断。因此，直到现在，双模双待手机的专利归属于哪家公司还是个未知数。

早在 2006 年 9 月，全球在线以“侵犯双模专利”为由将宇龙酷派告上了法庭。经过 1 年多的拉锯战，今年年初，全球在线和宇龙酷派达成和解，双方“签订了专利许可合同书”。

但事情远没有结束，全球在线董事长洪川田此后公开宣称，作为多卡双向收发手机的发明人和专利权人，将向国内外涉嫌侵权手机企业发出律师函，对期限内未签署专利许可合同的企业，将依法追究法律责任。

“多卡双向收发手机发明人和专利权人”这一头衔，成为了洪川田叫板国内外厂商的最大资本。在与三星的纠纷中，华立同样表示，公司是 GSM/CDMA 双模手机的专利持有者，该公司表示，已于 2002 年 1 月申请了《CDMA/GSM 双模式移动通信的方法及通信设备》发明专利，并且基本覆盖了 GSM/CDMA 双模通信产品的主要硬件设计思想和实现手段。

未来 3G 市场何去何从

北京邮电大学经济学院院长吕廷杰曾指出，在 3G 市场的培育阶段，双模双待机拥有很大的市场规模。在他看来，国内 3G 开始运营之后，所有的运营商将拥有两张网络，由于双模双待机能够连接 2G 和 3G 网络，所以更能适合运营商和用户的需求。

不过，电信重组的推进，对双模双待机手机市场造成了不小的影响。电信专家付亮指出，GSM/CDMA 双模双待手机的出现，本身就是特殊时期的产物，而随着联通出售 CDMA 网络后，原来运营商积极支持双模双待的态度势必发生变化。虽然双模双待手机的财产很可能随着原来的技术和研发部门留在新的中国联通，但该公司是否继续为此投入还是个未知数。

对杀回移动市场的中国电信来说，多模终端将有助于争夺用户，但该公司应该更多地考虑如何降低 CDMA 手机的成本，且充分发挥中国电信自身业务的融合优势。与 GSM 与 CDMA 的双模双待相比，中国电信“天翼”业务更多地将会实现 CDMA 与 WIFI 两大技术的融合。来源：北京商报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

美国联邦通信委员会批准用“白色空间”提供服务

日前，美国联邦通信委员会(FCC)批准利用尚未使用的“白色空间”提供无线服务。据悉，“白色空间”是传统电视频道之间防止干扰的频率资源，随着美国向数字电视转移，这部分间隙频率资源被解放出来。这些频率目前无人使用，因此谷歌和微软等公司希望 FCC 能够批准将这些频率用于无线服务。FCC 表示，在“白色空间”设备被批准前，还要进行更多测试。事实上，这不仅是谷歌和微软等 IT 公司的胜利，也是整个 IT 界的胜利。

当前，Wi-Fi 已改变了人们在家庭和办公室接入互联网的方式。而“白色空间”频段资源可以将无线服务普及到更远地区。对此，专家表示：“工程人员和企业家可利用这部分频谱资源提供一些令人难以置信的服务。相信这部分资源将与 Wi-Fi 一样得到长足发展。”

来源：中国信息产业网 2009 年 1 月 9 日

[返回目录](#)

中兴通讯 NGN 产品稳居印度电信市场第一

著名电信咨询公司 iLocus 近日发布《Carrier Nextgen Voice Networks in India》报告，报告称迄今印度电信运营商已部署超过 1490 万端口 C4 与 410 万线 C5 的 NGN 网络。iLocus 预测，在未来几年印度 NGN 网络市场规模将跻身世界前列，至 2012 年印度 NGN 网络部署容量将达 1890 万线 C4 与 1760 万线 C5。

据报告分析，中兴通讯以 71% 的市场份额稳居印度已商用 NGN 网络份额第一的位置，NSN 与阿尔卡特朗讯随后。另据近期 DITTBERNER 咨询公司发布的“NGN 出货量季度分析”报告，2008 年三季度中兴通讯 NGN 发货端口数已居全球第二。

1998 年，中兴通讯开始 NGN 产品的研发；2001 年，推出世界上首个商用 NGN 网络；2005 年，独家承建世界上最大的长途 NGN 骨干网。中兴通讯 NGN 产品在全球范围内已经获得广泛应用。中兴通讯在中国市场一直保持着“NGN 第一品牌”的市场地位，在印度与中国这两个人口最多、电信发展最迅速的市场上，中兴通讯 NGN 产品获得了巨大成功。

来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

日本 3G 手机业务何以发展迅猛？

日本是世界上最早开展 3G（第三代移动通信）手机业务的国家之一。由于政府和企业采取了适当的管理和运营模式，日本 3G 手机业务近几年发展迅猛，目前日本 3G 手机用户数已有约 1 亿，超过移动通信用户总数的 80%。

日本国际通信经济研究所高级研究员裘春晖表示，日本 3G 手机业务发展迅速与政策和技术因素分不开。首先是日本没有采取欧洲拍卖 3G 牌照的做法。欧

洲的移动通信运营商一开始就要为获得 3G 牌照付出数十亿美元的资金，这笔初期投资导致许多运营商在后来建设 3G 网络时出现资金短缺现象。而日本采用电信监管审查、评比，然后决定把牌照发放给哪家运营商的方式，为运营商节约了大量成本。

其次，日本开展 3G 业务的运营商在技术方面都相当成熟。3G 网络和 2G 网络相比最大的特点是通信速度快，日本爱友和多科莫等大型通信运营商在保证手机网络通信速度方面一直走在世界前列，其通信质量也得到了用户的普遍认可。

许多日本通信业专家认为，日本移动通信运营商在 3G 领域的最成功之处或许是创造了一个良好的运作模式，或者说是赢利模式。许多移动通信运营商明白，如果让用户感到 3G 手机也就是“打个电话”这么简单，就没有人愿意用 3G 手机了。所以 3G 手机的服务内容一定要好，要丰富，运营商要有自己明确的服务定位。比如，爱友公司的定位主要是面向年轻人，其提供的娱乐方面的服务就比较多，多科莫公司将手机定位为“生活的一个部分”，所以该公司 3G 手机中“手机钱包”等功能就比较发达。

丰富手机服务内容的另一要点是跟内容提供商搞好关系。在日本，作为运营商，要向内容提供商提供一个它们容易开展工作的环境，比如向内容提供商公开技术平台参数等。实践证明，内容提供商提供的服务内容越丰富，手机用户选择的空间就越大，运营商也就能吸引越多的用户。

另外，日本手机行业一个普遍的做法是用户向运营商购买手机，而不是向制造商购买手机。运营商贴钱把手机从制造商处买过来，再把手机比较便宜地卖给用户。3G 手机业务需要配套的专用手机，日本手机用户以一个比较便宜的价格就能让自己的手机更新换代。运营商借此能够较顺利地发展 3G 用户，再通过向用户收取使用业务的费用赢利。而制造商也不用担心 3G 手机生产出来卖不出去。

目前，日本 3G 手机业务发展势头依然良好，日本 3G 手机的服务内容也越来越丰富，这些服务包括下载音乐、收看电视、实时导航、网上购物、在线游戏、手机钱包等。对日本人来说，3G 已经是他们生活的一部分。来源：新华网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【中国移动】

中移动 2009 年七大重点百亿补贴终端

在 1 月 13 日上午召开的中移动 2009 年工作会上，中移动将确立七大 2009 年工作重点，其中 TD 网络建设和运营作为核心业务被列入了重点项目。

1 月 12 日下午，中国移动召集 34 家手机终端厂家，公布 TD 终端补贴政策。据透露，中移动出台 TD 终端补贴资金支持超百亿。

据中国移动副总裁鲁向东介绍，为了共同促进 TD 产业发展，中国移动在终端补贴方面将出台多项措施，其中，中国移动将建立 TD 中终端库，所有获得工

信部入网许可证的 TD 手机都可以进入该终端库。

据悉，中国移动会根据市场需求和 TD 终端特点，对所有 TD 手机终端进行分级，目前规划分为 3 类，其中第一类为最佳产品，进入该类的产品有望被中国移动深度定制、捆绑销售甚至完全包销。二类产品和三类产品则根据相关规定进行不同档次的补贴。

鲁向东表示，尽管所有的 TD 终端都将得到补贴，但是，对于一类和二类的产品的选择上，将实现与 2G 手机联动。如果有些厂商在 TD 终端上没有任何贡献，那么，其 2G 产品的定制将受到影响。

据悉，2009 年的七大工作重点为：推动科学发展；推动自主创新，TD 建设和运营应该取得显著成效；要在核心市场和重点领域有突破，开拓家庭和集团客户；要有强有力的运营支撑能力；进一步提升管理；履行企业责任；发挥政治优势，在中国电信业的改革中发挥更大作用。

来源：通信产业网 2009 年 1 月 13 日

[返回目录](#)

中移动试水向合作伙伴开放数据业务平台

中国移动新平台捆绑独立 WAP 网站

运营商数据战前夜，中国移动推出“招安”平台，试图捆绑更多独立 WAP 网站。

消息人士透露，中国移动“招安”外部合作伙伴的新平台——DO 平台已进入内部测试阶段。通过 DO 平台，独立 WAP 网站绕开 SP 推广中国移动数据业务，可获得 45% 的分成之前，独立 WAP 网站在移动梦网的体系内并无位置，更受到排斥。

目前中国移动已经选定搜狐等几家独立 WAP 做内部测试，并计划推广。

中国移动对 WAP 网站在内增值业务营销渠道的态度日趋开放，这对于 WAP 网站利好。

“收编”独立 WAP

一位消息人士透露，中国移动这款独立于移动梦网之外的下载平台——DO 平台，主要针对独立 WAP 网站、电视台、广播台等具有媒体属性的内容提供商，允许他们在该平台提供铃声、图片、主题、视频等产品的下载服务。

在 DO 平台上，包括独立 WAP 网站在内的内容提供商的分成比例大幅提高。原有移动分成模式移动和移动推广渠道 (15%：85%) 调整为业务推广方、产品提供方、卓望信息、中国移动各占 45%：30%：10%：25%。

这是中国移动与独立 WAP 网站首次在集团层面的合作。

而此前的 2008 年 11 月的中国移动“五节整合营销会议”被看做是集团层面放开数据业务营销渠道的信号。

一位独立 WAP 网站负责人透露，“五节”整合营销活动从 2008 年 12 月 15 日至 2009 年 2 月 28 日，将采用中国移动“梦网”与外部推广渠道相结合推广，中国移动称加强与包括独立 WAP 在内的外部伙伴合作。

在此次活动中，包括 SP、WAP 网站等众多数据业务营销渠道都摆脱了“灰色”身份。此前，由于与中国移动数据增值平台“移动梦网”有竞争，这类营销渠道被中国移动打压。即使帮中国移动推广其数据业务，其身份并没有得到中国移动的正式承认。此次，这类渠道都被纳入到中国移动的“外部推广渠道”的“合法”身份。

承认其合法身份，固化其初级合作模式，魅媒无线总裁丁志锋认为，这是中国移动集团拟招安独立 WAP 网站。

应对增值战

中国移动“收编”独立 WAP 等社会渠道，实际上是对其数据业务营销的调整，以备 3G 发牌后与中国电信和中国联通在数据业务的竞争。

此前，大批 WAP 网站的崛起，让中国移动数据业务推广平台“移动梦网”模式受到大挑战。据中国互联网信息中心统计，我国具有独立域名的 WAP 站点数约为 6.5 万个。而 3G 门户、空中网等更多独立 WAP 门户的流量超过了移动梦网。易观国际分析称，2007 年非官方门户带来的流量费和官方门户的流量费比值达到 73:27。WAP 网站蓬勃发展，大批量数据业务在其平台推广。中国移动面临沦为数据管道的威胁。

指点传媒 CEO 曹彤认为，中国移动“收编”WAP 网站是为了巩固自身的数据业务平台地位，避免沦为 WAP 网站的通道的边缘化地位。

2008 年起，中国移动调整了无线互联网战略，“移动梦网”将从管道变身为平台。2008 年下半年，中国移动总裁王建宙曾在一个公开场合称，移动梦网将从梦的网络进一步延伸到梦的商店。转型后的移动梦网可以销售各种业务和应用。

此外，固话收入已经稳定，电信重组后，能带来增值的数据业务成为运营商抢夺的新领域。而近来新电信和新联通在数据业务的积极让中国移动有压力。相比中国移动来，中国电信和中国联通在数据业务的发展没有历史包袱。

目前，中国电信已发 189 号码。中国电信称要让 189 天翼成为“互联网手机”品牌，并加强在互联网领域发力。中国电信对旗下的中国游戏中心和广东电信旗下 21CN 资源进行整合。中国电信在广东建试点，把有线、无线以及信息港等互联网资源做有机整合。此次试点整合不仅有网游、新闻资讯等互联网服务，还包括宽带、CDMA 手机上网等业务线。

据一位业内人士证实，21CN 不仅收编电信在各地的信息港，还可能以 21CN 为点建立中国电信 CDMA 手机上网的门户网站，用来对抗中国移动的移动梦网。目前，存在的障碍是 21CN 的股权还在广东电信，中国电信如果要把其作为集团数据业务平台的一部分就要将其放到集团层面来运营。

中国移动已经感到了压力，已在广东、浙江两省做了开放数据业务平台的试水。据业内知情人士介绍，2008 年 6 月起，广东移动已与一些外部数据业务营销渠道合作伙伴签订了正式合作合同，而合作伙伴的准入要求也被明确提出并细化。

“虽然现在还没能实现分成，” 3G 门户 CEO 邓裕强认为，至少传递了广东移动开放信息。

来源：中国经营报 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

中国移动：实现 238 个城市 TD-SCDMA 网络覆盖

中国移动 10 日公布的 2009 年 TD-SCDMA 网络发展规划显示，预计 2009 年将投资 588 亿元，新建 TD-SCDMA 基站约 6 万个，此举将使 TD-SCDMA 网络基站总数超过 8 万个，实现网络覆盖 238 个地级城市业务热点区。

了解到，这 238 个地级城市占全国地级城市数量的 70% 以上，其中东部省(市)的地市将实现全覆盖。中国移动同时宣布，TD-SCDMA 二期工程建设正在顺利推进，TD-SCDMA 三期工程建设招标工作即将展开。

中国移动表示，在网络建设中，将考虑 TD-SCDMA 网络与现有第二代移动通信(2G)网络充分融合，可支持面向未来的平滑过渡，具备提供“无线+宽带+信息”服务能力，全面落实中国移动“移动信息专家”的发展战略。

中国移动表示，为确保 2009 年 TD-SCDMA 发展目标的实现，希望政府在政策、资金等各个方面继续给予大力支持，也希望产业链各方进一步加大产业协同力度，全面提升 TD 产业竞争力。

来源：经济参考报 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

中移动明暗两线猛攻互联网业务匮乏仍是掣肘

中移动在 2009 年第一天开始的资费下调似乎在 3G 伊始就将竞争引入白热化，但是，在 3G 市场，中移动需要更多的同盟者。

如同大战前夜，3G 发牌前后运营商之间的竞争已经趋近白热化，在中电信大幅下调 C 网各项资费后，中移动在 2009 年伊始“高台跳水”般的流量费价格举措似乎在捍卫着自己的地位。

但是，作为 2G 时代无可争议的霸主，中移动在 3G 时代似乎更愿意将自身的角色转换为“盟主”——产业牵引者。

3G 开打：明暗两条战线

2009 年 1 月 1 日，北京移动宣布大幅下调 GPRS 上网资费，根据北京移动的公告，其 GPRS 上网资费仅相当于调整前的 1/3，以最低的 5 元包月流量为例，从原有的 10M 调整为 30M，“基本能够满足无线上网需求，如 QQ、WAP 浏览等”，一位业内人士表示。在北京移动上网资费下调的同时，全国大多省市也刷新了当地 GPRS 资费新低。江西移动更推出了 1 元包省内月流量 120M 等 4 款风暴套餐。

“对于目前处于蓬勃发展期的无线互联网网站来说，这是绝对的利好消息。” 3G 门户 CEO 邓裕强兴奋地表示。相比于移动运营经验不足的中电信与重组难度最大的中联通，先发无疑是中移动的最大优势。因此，在 3G 开端就将无线数据“价格战”提升至白热化程度，资本最为雄厚的中移动优势明显。

与广受关注的资费下调相比，北京移动正在进行的另外一项活动——梦网之星信息服务大赛——并不引人注目。但是对于未来，其重要性似乎更加明显。

根据北京移动公开的介绍，此次赛事目的的一方面在于引导优秀 SP 拓展新资源，开发新产品；另一方面则在于倡导无线业务的绿色消费。

但是在业内人士看来，“从某种程度上，这将是北京移动为未来进行的业务储备。”虽然没有点明，但是毋庸置疑这里的“未来”正是 3G 时代。据了解，“梦网之星信息服务大赛”是北京移动首次与 SP 合作举办的赛事。

在此次大赛中，北京移动一方面期望通过绿色无陷阱消费消除消费者对旧有手机业务的误解，一方面则在通过督促 SP 的方式催生新的业务，以便在 3G 启动伊始占据先机。“虽然梦网相关业务的推广仍然集中在短信、彩信类业务，但是基于北京本地的无线数据类业务似乎是目前中移动强调的重点。”一位不愿透露姓名的参赛 SP 表示。

在密集推行资费政策的同时储备无线数据业务，中移动已经敲响了 3G 时代的战鼓。

开门迎客

“对于运营商而言，目前最重要的是实现从 2G 向 3G 业务的平滑过渡。”易观国际分析师邓中元向《通信产业报》表示。但是，当 2.5G 的 GPRS 升级为 TD-SCDMA 时，中移动已经意识到其所面对的不再是屈指可数的手机应用，源于并超越传统互联网的各项应用将会在移动互联网上爆发——中移动需要借助更多的外部力量。

在专家看来，以 SP 为主流的梦网模式显然难以适应 3G 时代的需要。“目前梦网的业务仍然主要以短信、铃音为主，而在 3G 时代，手机网游、流媒体业务将会逐渐成为主流。”一位参赛 SP 表示。

中移动显然也意识到上述软肋，以推出精品业务为主要目的的改良已经持续了两年。北京移动此次大赛正是在移动梦网行业经过两年的专项治理后，对于梦网体制的进一步改良。

在改革“体制内”的 SP 同时，中移动同样开始向“体制外”的合作伙伴释放善意。此前，中移动推出的借助独立 WAP 渠道进行产品营销的 DO 平台已经引发了业界联想。

毕竟，中移动更希望借助各方力量将 TD 产业链尽快完善，其中业务应用一环不可或缺。

“与基于 PC 的互联网相比，移动互联网更多地将基于本地应用。”谷歌中国工程研究院副院长林斌向《通信产业报》表示。据了解，基于本地的无线数据业务同样是北京移动的未来重点。因此，虽然参与此次主题推广活动的 SP，在活动申报、上线期间的信用等级都必须达到 C 级以上。但北京移动将会将其办成一项长期活动，未来将会对非 SP 合作伙伴开放。北京移动显然希望借助于外部的力量推广自己的“业务本地化”。

“随着重组的推进，中国移动想要在 3G 上取得先机，就必须在业务推广上

拔得头筹。”格锐数码的相关人士表示。在他看来，中移动目前采取的较为宽松的增值业务营销和推广政策，主要是为了应对即将到来的新电信和新联通对中国移动的威胁。

从大环境来看，电信重组，运营商之间的竞争开始加剧，在无线互联网领域，中国电信等拿到 3G 牌照的运营商也开始动作频频，而且相对于中国移动，中国电信等运营商没有历史包袱，也没有失去既得利益(梦网)的担忧，从而在竞争策略和手段上将更加灵活，中移动应该是看到了这种形势，从营销方案的细节不难看出中移动在运营商竞争中想先发制人，抢占市场先机的心理。

期待后续措施

“就目前而言，5元、10元的包月已经能够满足基本的手机上网需求，但是这仅仅只能针对 WAP 浏览与手机 IM 的低流量业务。”一位资深的手机玩家表示。在他看来，如果类比传统互联网，移动互联网的包月流量仍然“不堪重负”，因为目前一个门户网站的主页可能就超过 1M，用户更无法使用高流量的视频与网络游戏服务。

目前手机上网能获取的服务已从原先简单的图片铃声下载发展为在线音乐、在线手机电视、在线互动网游等高级无线应用，所需要的流量已经开始以 M 计算。根据 3G 门户 10 月针对手机上网用户的服务喜好调查反映，目前 80% 的手机上网用户偏向手机网游、手机电视等耗费流量较大的无线应用，但这两项服务的流量较大，70% 的手机上网用户同时选择尽量少用。因此，以 G 级别流量封顶的包月成为业内的下一个期待。

与流量资费仍显不足并存的则是梦网业务匮乏。

据了解，目前梦网仍旧保持以短信、铃声为主的业务模式，“在智能手机普及的时代，运营商显然需要更加吸引用户的业务。”邓中元表示。而此次北京移动的此次大赛的目的无疑正是如此——借助于用户的力量推动 SP 开发更好的产品，进而优化梦网模式。“我们将会根据用户的反映，在评选中逐渐加入更多的新型业务。”参加此次大赛的 SP 人士表示。在他看来，视频、游戏、社交网站、电子商务等基于北京本地的无线数据业务将是北京移动未来的发展重点。“在此次比赛中，我们已经看到了种种迹象——M0 个股行情、北京实时路况等业务收到了用户的热烈欢迎。”显然，作为无线产业链的核心，运营商的推动将是 3G 普及的最大动力——北京移动正在力图证明这一点。

三大运营商决胜上网资费

中移动：下降幅度超过 66%

中国移动在新年第一天基于全国范围调整 GPRS 上网流量费，全球通、动感地带用户及神州行畅听卡用户 GPRS 套餐内流量增 3 倍，流量费均 500 元封顶，超出部分由 0.03 元/KB 降为 0.01 元/KB，下降幅度超过 66%。

中电信：无线宽带包月最低 50 元

中国电信于 2008 年 10 月 1 日正式承接运营 CDMA 网络后，积极投入巨资优化网络，于 2008 年 12 月 22 日正式发布 3G 专属的 189 号段并启动天翼战略，在

打造移动互联网手机的思想下，在天翼套餐中，把无限上网套餐最低包月费拉低至为 50 元。并随后承诺，2009 年上半年完成优化全国 340 多座城市的 C 网，其中 80 多主要重大城市 C 网速率将达 1Mbps。

中国联通：多样化 GPRS 套餐

中国联通一方面在 WCDMA 招标中要求 HSPA 为起步标准，另一方面悄然把 GSM 网络的 GPRS 流量资费按世界风、新势力与如意通三品牌推出多样化的套餐，最高为 300 元/月无限流量，在三大运营中，第一家把超出套餐流量费降至 0.01 元/分钟。

来源：通信产业网 2009 年 1 月 11 日

[返回目录](#)

中移动将公布终端政策代理费将超 GSM 一倍

中国移动公开表示，TD 试商用正式结束，并将于下周一公布终端政策。据了解，中移动将为 TD 终端设立基金，推动终端发展，提升种类，提高质量。同时，对于社会上手机的代理渠道，TD 手机代理会获得超过 GSM 一倍的代理费。

据中国移动负责人介绍，TD 终端渠道将是一个全渠道，更多采用直销服务，推动市场。中移动将鼓励创新的终端产品和终端应用。他同时表示，终端有一个庞大的资金补贴，TD 终端一旦获得入网许可，对于 TD 终端销售，无论哪一个渠道，都给予补贴。

另据了解，随着 TD 试商用的正式结束，此前 TD 友好用户每月 800 元的话费补贴将会持续到一季度，届时，TD 友好用户手机卡中的话费余额将清零，但是 TD 终端不收回。来源：中国通信在线

[返回目录](#)

中国移动竞争优势获捧投行纷纷唱好

据香港媒体报道，昨日显著回吐的中国移动今日继续随市走低，股价半日跌 2.68% 至 76.35 港元，成交 1840 万股。而继大华继显（UOB）呼吁买入中国移动并列为同业首选股后，其它国际投行也纷纷唱好该股。

里昂证券发表报告称，虽然中国内地发放 3G 牌照可能引发手机补贴价格战，三大电信运营商都面临利润风险，但中国移动因收益率高且居龙头地位，仍被该行列为首选股。为此给予中国移动优于大市评级，目标价 85 港元，比市价溢价 11%。而里昂只给予中国联通及中国电信弱于大市评级，目标价分别为 13 港元及 3 港元。花旗也指出，随着内地 3G 牌照发出，市场对相关电信运营商的资本开支（包括 3G 及 2G）有所预期，主要的问题终归还是竞争；因此只建议买入中国移动，目标价 90 港元；只给予中国联通及中国电信持有评级，目标分别 11 港元及 3 港元。

同时追捧中国移动的还有德意志银行，其维持了中国移动的买进评级，目标价更高达 103.4 港元。指在 3G 牌照颁发后，投资者可能将注意力转向实际的竞争水平和今后的运营表现。而中国移动在 2009 年面临较少的不对称管制，上市

公司资本支出威胁也最小，应能保持住质量最高运营商的头衔。来源：新浪科技

[返回目录](#)

中国移动：全力做好 TD-SCDMA 建设运营

就在中国移动获得 TD-SCDMA 牌照的当天，中国移动宣布正式推出全新 3G 品牌标识“G3”和 3G 专属的 188 号段，并率先提供相关 3G 服务。广东和上海两地作为试点省市已于近日放号，今年 6 月 28 日省 3G 网络建设完成后将在全国 38 个 TD 城市放号。

3G 牌照发放后，我国具有核心知识产权的 TD-SCDMA 的发展将进入一个新的阶段。中国移动表示，将进一步以推动自主创新、发展 TD-SCDMA 为己任，周密部署，全力以赴做好 TD-SCDMA 建设和运营工作，为拉动国内需求、促进经济平稳较快发展做出积极贡献。

中国移动相关人士向透露，中国移动 3G 服务专属的 188 号段亦于同期上市，广东和上海两地作为试点省市已于近日放号，并将在春节前扩大至已运营 3G 网络的 8 省 10 市，今年 6 月 28 日省 3G 网络建设完成后将在全国 38 个 TD 城市放号。中国移动还将重点推广 3G 高速上网、手机电视和视频通话等典型 3G 业务。

中国移动还表示，TD-SCDMA 的二期工程建设已经全面展开，今年 6 月可新增 28 个城市的 TD-SCDMA 的网络覆盖。根据公司的规划，到 2011 年，TD-SCDMA 网络将覆盖全国 100% 的地市。来源：上海证券报

[返回目录](#)

中移动进军光纤宽带：江苏广东试水固网建设

3G 牌照终于掀开神秘的面纱，但事实上中国移动、中国电信和中国联通三大运营商早在去年底开始布局，悄然进入全业务运营竞争时代。

某设备商内部人士对《第一财经日报》透露，中国移动在去年底已经在江苏省部分区域开始铺设固网。“中国移动在宽带接入的最后 100 米存在很大劣势。”一旦中国移动扩大固网建设的试点，这意味着上百亿元订单。

“围绕全业务运营和 3G 的争夺，是电信行业新一轮竞争焦点所在。”东方证券分析师也表示，中国移动最大劣势在于缺乏固网资源，在融合业务上相对较弱。

试水固网

补短板已经迫在眉睫。

《第一财经日报》从中国移动公司江苏分公司（下称“江苏移动”）获悉，江苏移动已经在 2008 年 11 月启动首批光纤接入工程，开始在全省范围内大规模部署 FTTx（光纤到户）。烽火通信拿下包括苏州在内的江苏多地的 FTTx 合同。

江苏移动首批 FTTx 试点主要包含移动营业厅、高档商业楼宇以及 APRU 值较高的大客户数据服务三项应用。由于首批项目主要针对商业用户，所以工程要求具备强大的全业务支持能力，提供高达 1000Mbps 的带宽，在支持超高速上网业务的同时，具备开展高清 IPTV、互动视频类型业务的能力，还要保留对电话、TDM 专线业务的支持。

江苏移动一位内部人士指出，随着全业务运营时代的到来，中国移动对于发展高速宽带网络与服务的愿望也更加迫切，除了在江苏外，广东等发达省份也在进行 FTTx 试点工程的建设。

“前几年网通在南方发展了很多宽带用户，也建设了很多固网资源。”上述设备商内部人士指出，现在网通已经并入中国联通，这种资源也同样融入中国联通，而中国电信在南方的网络资源传统优势非常明显，使得南方的电信运营商竞争局势非常激烈。珠三角和长三角也是中国移动用户最多的地区之一。

该有关人士指出，在全业务竞争时代，虽然无线宽带是大趋势，但固网宽带也是一个有机的补充，中国移动不建固网是不行的。

铁通的身影

目前中国移动的宽带业务和用户部分是要通过铁通原有资源来扩张。

“虽然铁通与中国移动的合并还没有完成，但基于未来发展的方向，所以推广宽带业务的力度明显加强。”广东铁通有关人士对《第一财经日报》表示，目前铁通各个分公司都开始与当地移动分公司合作来推广铁通宽带产品。比如，扬州移动近日就展开预充 600 元话费送 1 年宽带的促销活动。

广东铁通市场总监阮兴灿表示，铁通近几年利用原有的资源还是发展了相当一部分宽带用户。其中广东铁通目前有 45 万宽带用户，占广东宽带用户的 5% 左右。目前铁通公司的清产核资工作已经进入尾声，即便与中国移动合并，宽带业务也肯定是未来的重点业务。

事实上，中国移动在宽带业务部署上并不止这些。

iSuppli 中国电信行业分析师赵国璋透露，中国移动最近完成以太无源光网络 (EPON) 的测试，而 EPON 技术的核心也是实现宽带接入。不过，从目前形势来看，中国移动拓展个人宽带用户主要还是依靠铁通，固网宽带的试点针对的是行业用户。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

中国移动发动互联网资费猛烈攻势

中移动在 2009 年第一天开始的资费下调似乎在 3G 伊始就将竞争引入白热化，但是，在 3G 市场，中移动需要更多的同盟者。

如同大战前夜，3G 发牌前后运营商之间的竞争已经趋近白热化，在中电信大幅下调 C 网各项资费后，中移动在 2009 年伊始“高台跳水”般的流量费价格举措似乎在捍卫着自己的地位。

但是，作为 2G 时代无可争议的霸主，中移动在 3G 时代似乎更愿意将自身的角色转换为“盟主”——产业牵引者。

3G 开打：明暗两条战线

2009 年 1 月 1 日，北京移动宣布大幅下调 GPRS 上网资费，根据北京移动的公告，其 GPRS 上网资费仅相当于调整前的 1/3，以最低的 5 元包月流量为例，从原有的 10M 调整为 30M，“基本能够满足无线上网需求，如 QQ、WAP 浏览等”，一位业内人士表示。在北京移动上网资费下调的同时，全国大多省市也刷新了当

地 GPRS 资费新低。江西移动更推出了 1 元包省内月流量 120M 等 4 款风暴套餐。

“对于目前处于蓬勃发展期的无线互联网网站来说，这是绝对的利好消息。” 3G 门户 CEO 邓裕强兴奋地向《通信产业报》表示。相比于移动运营经验不足的中电信与重组难度最大的中联通，先发无疑是中移动的最大优势。因此，在 3G 开端就将无线数据“价格战”提升至白热化程度，资本最为雄厚的中移动优势明显。与广受关注的资费下调相比，北京移动正在进行的另外一项活动——梦网之星信息服务大赛——并不引人瞩目。但是对于未来，其重要性似乎更加明显。

根据北京移动公开的介绍，此次赛事目的的一方面在于引导优秀 SP 拓展新资源，开发新产品；另一方面则在于倡导无线业务的绿色消费。

但是在业内人士看来，“从某种程度上，这将是北京移动为未来进行的业务储备。”虽然没有点明，但是毋庸置疑这里的“未来”正是 3G 时代。据了解，“梦网之星信息服务大赛”是北京移动首次与 SP 合作举办的赛事。

在此次大赛中，北京移动一方面期望通过绿色无陷阱消费消除消费者对旧有手机业务的误解，一方面则在通过督促 SP 的方式催生新的业务，以便在 3G 启动伊始占据先机。“虽然梦网相关业务的推广仍然集中在短信、彩信类业务，但是基于北京本地的无线数据类业务似乎是目前中移动强调的重点。”一位不愿透露姓名的参赛 SP 表示。

在密集推行资费政策的同时储备无线数据业务，中移动已经敲响了 3G 时代的战鼓。

开门迎客

“对于运营商而言，目前最重要的是实现从 2G 向 3G 业务的平滑过渡。”易观国际分析师邓中元向《通信产业报》表示。但是，当 2.5G 的 GPRS 升级为 TD-SCDMA 时，中移动已经意识到其所面对的不再是屈指可数的手机应用，源于并超越传统互联网的各项应用将会在移动互联网上爆发——中移动需要借助更多的外部力量。

在专家看来，以 SP 为主流的梦网模式显然难以适应 3G 时代的需要。“目前梦网的业务仍然主要以短信、铃音为主，而在 3G 时代，手机网游、流媒体业务将会逐渐成为主流。”一位参赛 SP 表示。

中移动显然也意识到上述软肋，以推出精品业务为主要目的的改良已经持续了两年。北京移动此次大赛正是在移动梦网行业经过两年的专项治理后，对于梦网体制的进一步改良。

在改革“体制内”的 SP 同时，中移动同样开始向“体制外”的合作伙伴释放善意。此前，中移动推出的借助独立 WAP 渠道进行产品营销的 DO 平台已经引发了业界联想。

毕竟，中移动更希望借助各方力量将 TD 产业链尽快完善，其中业务应用一环不可或缺。

“与基于 PC 的互联网相比，移动互联网更多地将基于本地应用。”谷歌中国工程研究院副院长林斌向《通信产业报》表示。据了解，基于本地的无线数据

业务同样是北京移动的未来重点。因此，虽然参与此次主题推广活动的 SP，在活动申报、上线期间的信用等级都必须达到 C 级以上。但北京移动将会将其办成一项长期活动，未来将会对非 SP 合作伙伴开放。北京移动显然希望借助于外部的力量推广自己的“业务本地化”。

“随着重组的推进，中国移动想要在 3G 上取得先机，就必须在业务推广上拔得头筹。”格锐数码的相关人士表示。在他看来，中移动目前采取的较为宽松的增值业务营销和推广政策，主要是为了应对即将到来的新电信和新联通对中国移动的威胁。

从大环境来看，电信重组，运营商之间的竞争开始加剧，在无线互联网领域，中国电信等拿到 3G 牌照的运营商也开始动作频频，而且相对于中国移动，中国电信等运营商没有历史包袱，也没有失去既得利益（梦网）的担忧，从而在竞争策略和手段上将更加灵活，中移动应该是看到了这种形势，从营销方案的细节不难看出中移动在运营商竞争中想先发制人，抢占市场先机的心理。来源：通信产业报

[返回目录](#)

消息称中移动 TD 三期建设将提前至一季度招标

根据中国移动近日透露的消息，中国移动 TD 网络三期建设的招标工作有望于今年第一季度就举行，将比之前预计的时间表提前。

在近日宣布 2009 年将投资 TD 网络建设 588 亿元、新建 6 万个 TD-SCDMA 基站的同时。中国移动同时宣布，TD-SCDMA 二期工程建设正在顺利推进，TD-SCDMA 三期工程建设招标工作即将展开。

此前，业内预计，中国移动 TD 网络三期工程招标要到今年第二季度开始，但该人士表示，随着 3G 牌照的发放，中国移动也将很快启动 TD 三期建设。这样的话，招标工作也将提前。

之前曾有报道称，TD 三期网络计划在 162 个城市建设，但目前看来，中国移动要加快 TD 网络的建设部分，TD 三期将不会仅是 162 个城市。

同时，业内预计，中国移动的 TD 建设步伐将刺激其它两家电信运营商加快 3G 建设。中国电信集团公司副总经理张继平在接受媒体采访时曾表示，中国电信拿到 3G 牌照以后，大约要用 3 个月左右的时间进行网络建设和业务准备，陆续地在 100 个城市，开始推出 3G 的通信服务。而中国联通筹备组负责人之一李刚则表示，正式推出 3G 业务的时间还没定，争取 09 年内推出。不过，业内认为，这是一个非常保守的说法，实际推出时间远远不会如此。来源：新浪科技

[返回目录](#)

中国移动在美国硅谷成立研发中心

中国最大的移动通信运营商“中国移动通信”1月5日于硅谷成立在美国第一家研发中心，旨在吸引美国当地人才。

中国移动通信研究院院长黄晓庆表示：“我们把创新当作中国移动通信未来

发展重要的方向，创新一开始从自己做起，中国有很多人才，到美国设立研发中心则不是简单的人才问题，而是学习创新文化，建立创新的桥梁，联合创新的力量。”

他强调，“人才是创新的最重要因素，硅谷是世界最著名的与最大的创新基地，我们在这里可以直接联系到世界最新的科技，等于是建立直通车，作为我们的创新科技的基础与引导。”

黄晓庆指出，此研发中心首先作为中国移动通信在世界科技的窗户，起初规模不大，先吸引几位有经验的专业人才和中国的研发人员一起有效地组成共同的研发团队。同时当成一个平台，使国内的人员有效地与硅谷人才交流，采取定期的科技培训，把国内优秀人才轮流送到美国来，同时把美国人才请回中国去交流。中心第一年先会雇用十人，包含各领域专业人才，如无线，互联网，半导体，计算机等类别，雇请在工业界比较有影响力的资深专家。

黄晓庆进一步表示，中国移动通信到硅谷开研发中心不是来花钱的，是来投资。投资要付出代价，愿意这么做代表着我们看到未来绝大的回报。中国移动觉得研发经费必须投入，控制成本会在其他地方着手，但在创新方面，研发经费还是得投资，研发是重要的未来。

“过去二十年，移动通信的发展已经取代了以电话为主的固定通讯，现在几乎每个人都有手机。”黄晓庆说，未来二十年，移动通讯将成为互联网，不光是电话，未来的手机，计算机，电子产品都将成为移动凶信的终端，越来越多的电子设备将与移动工业产生联系。也因此，中国移动未来的重要发展方向，是无处不在与无所不能的服务。

黄晓庆给了一个更清楚直接的比喻，比方说，未来很有可能家里不需要固网的上网服务了，未来如果有人家里要接线缆才能上网，那可能成了一件很荒谬的事情。来源：新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通提供全业务服务手机加入“亲情 1+”

在春节即将到来之际，中国联通将手机业务纳入家庭客户品牌“亲情 1+”，这标志着中国联通正式为用户提供包括固话、宽带、移动、增值在内的全业务服务。已经被广大用户熟悉的“亲情 1+”服务从固话、宽带+小灵通升级到固话、宽带加手机捆绑，使家庭用户间的通话更加优惠。

据中国联通家庭客户负责人介绍，此次中国联通“亲情 1+加手机，家精彩”活动推出了固定电话、宽带加手机组合优惠套餐。新的套餐增加了手机与固话通话优惠，固话与手机同振，用户自由选择接听，避免用户错过重要来电等功能。用户除了享受到价格的优惠外，办理业务也更加便利，只要在营业厅的一个柜台就可以办理所有业务的开通、变更与缴费。

中国联通“亲情 1+”业务推出两年多来，为广大用户提供着多样化的家庭

通信服务。为了更加丰富用户的体验，中国联通将手机业务融入“亲情 1+”套餐，在扩展用户业务选择空间的同时，也使用户能够充分享受到全业务方案和一站式服务的便捷与体贴。

有专家指出，中国联通推出的“亲情 1+加手机，家精彩”融合业务方案通过全业务捆绑降低了整体服务成本，进而将更多优惠回馈给用户，在降低用户通信成本的同时，更方便了家庭成员之间的沟通，实现了家庭的综合通信需要。

来源：通信世界网 2009 年 1 月 13 日

[返回目录](#)

联通 WCDMA 拟 5 月放号两年内投资 1000 亿元建网

11 日，从中国联通内部获悉，中国联通计划今年世界电信日前后（5 月 17 日）对 WCDMA 网络进行放号。届时，185、186 为 WCDMA 专用号段，联通 130、131、132、156 用户无需换号可直接升级 3G。自 1 月 7 日获工信部颁发 3G 牌照中的 WCDMA 牌照后，联通曾表示预计今年第三季度推出 3G 服务。

根据中国联通的时间表，2009 年 1 月将进行设备招标，2 月设备到货开始建设，5·17 电信日开通 WCDMA 网络。此前，联通已宣布，将在 3G 发牌后两年内投资 1000 亿建网。目前中国联通正在七个城市进行 WCDMA 试验。

至 2007 年底全球 68% 的 3G 用户是 WCDMA 网络的用户。因为产业链成熟优势、手机终端更为丰富、网络规模效应，包括诺基亚、爱立信等越来越多的运营商、设备商都是 WCDMA 阵营的忠实拥趸。

来源：新京报 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

【中国电信】

3G 打响时间战：中国电信夹缝发力

1 月 10 日，从有关渠道了解到，中国电信（00728.HK）的 3G 业务也已箭在弦上，争分夺秒地向该领域业务推出全力冲刺。

论综合实力，不及中国移动（00941.HK）；就 3G 技术而言，又稍逊中国联通（00762.HK）；对中国电信来说，或许时间是其在电信重组后参与市场竞争的“利器”之一。

虽然中国电信集团副总经理张继平公开表示，中国电信拿到 3G 牌照后，大约要 3 个月进行网络建设和业务准备，并将陆续在 100 个城市，开始推出 3G 通信服务。但采访获知，今年 2 月底，中国电信北京分公司或将率先推出 3G 业务。

“中国电信或将成为国内三家电信运营商中，首家大范围推出 3G 业务的运营商，时间对中国电信来说，是很大的优势。”某电信行业人士表示，对于中国移动的 TD，中国电信的 CDMA2000 拥有技术优势，而相对于正处于整合的中国联通，中国电信 CDMA2000 虽然技术棋差一招，但可谓占尽市场先机。

“田忌赛马”似的竞争

对于中国电信来说，或许无论从哪方面考量，中国电信业三大运营商第二把交椅的位置都当仁不让，但尴尬的“中间”地段，似乎给中国电信带来了些许尴尬。

“电信重组乃至 3G 发牌，就如‘田忌赛马’。”招商证券电信行业分析师曾斌接受采访时坦言，电信重组后，要平衡市场，运营商格局已被打破，新成立的三家运营商要达到平衡，限强扶弱已成为业内共知的政策倾向，于是，3G 业务划分上，综合实力最强的中国移动，获得技术和产业链最不成熟的 TD 模式，实力最薄弱的中国联通，获得无论技术还是产业支持都最先进的 WCDMA 模式，而处于中间位置的中国电信，则获得 CDMA2000。

“此时颁发 3G 牌照，短期内对于中国电信或许是最有利时机。”1 月 6 日，3G 牌照发放前夕，中原证券研究所通信行业分析师马钦琦表示，一方面，中国移动 TD 业务技术，不可能短期内超越中国电信的 CDMA2000，另一方面，中国联通和网通整合才刚开始，其中涉及业务较繁杂，而且现在 3G 业务都是捆绑的，则势必影响到 3G 业务的拓展。

“对于中国电信来说，这个时点很重要，其首要任务是如何稳固发展渠道和客户群。”曾斌担忧地表示，中国电信 C 网也是国内唯一一张用户逐月流失的移动通信网络。

中国电信网络运行维护事业部副总经理王峰公开表示，自电信重组消息宣布后，C 网的网络质量出现严重下滑，某些指标下滑程度甚至在 60%-70%。

“市场一直比较认可中国电信的管理和技术能力，但中国电信已有近 10 年没有经营过移动业务，未来有较大不确定性。”招商证券电信行业研究小组近期的一份研究报告指出，去年 10 月的数据表明，中国电信 CDMA 用户在移动市场的占比仅 5%，这使其未来 3G 业务的开展，面临较大制约。

“但无论如何，对于中国电信的最大利好，来源于其获得全业务牌照所带来的市场竞争力增长，”曾斌表示，虽然其后 3G 业务的发展状况，要看中国电信能否把握自身时间和技术优势。“至少，目前市场环境中，3G 业务牌照下发，让中国电信看到了赶超中国移动的希望。如果中国电信提前推出的 3G 业务，服务和通信质量能深入人心，那么就能为其占领市场打下坚实基础。”

受限产业链发展

虽然中国电信的 3G 业务拥有时间和技术优势，但其劣势同样明显。

工业与信息化部电信研究院副总工程师陈金桥指出，就单个运营商而言，中国电信发展 3G 面临的压力最大。

陈表示，中国电信起步阶段是最小的一家 2G 网——CDMA 网外，其面对的还是衰退产业链。

众所周知，通信业发展取决于产业链发育。

目前，中国联通 WCDMA 拥有国际认可的标准制式，其产业链也最完备，国际品牌的中高端 GSM 手机中，基本都是同时支持 GSM/WCDMA 两种网络的产品，有数据统计，目前，国内大量直接来源于国外的“水货”手机中，95%都是采用 WCDMA

模式。

“对于这部分用户来说，其需要 3G 业务，则只需更换 SIM 卡，则自然成为 WCDMA 的潜在用户。”曾斌说。

而对于 CDMA2000 标准的终端设备来说，则恰好相反。近年来，受 CDMA 用户规模限制和专利费影响，一些设备、终端厂商积极性不高。

陈金桥坦言，CDMA2000 由于一些产业链上游的关键公司的立场问题，包括世界知名的公司 SKT、澳洲电信，甚至美国运营商从第二代到第三代转移时，已从 CDMA 转向 GSM 的阵营。

“国外的 CDMA2000 标准 3G 终端设备不仅占比较小，而且此类终端设备多是机卡一体，无法直接在国内使用。”曾斌补充道。

虽然中国移动 TD 业务的终端设备也面临如中国电信般尴尬，但中国移动在资金和政策上，却拥有中国电信无法比拟的优势。

陈金桥认为，作为中国自主研发的中国移动 TD 业务，是全新的技术部署，除中国移动拥有庞大 2G 客户、巨额财务支持外，还有运营经验，再加上中国政府大力支持，所以这个产业链的难度并不太大。

有消息称，今年 8 月，中国电信 3G 业务将全面推开。

“但 3G 业务今年并不会给中国电信的业绩带来爆发性增长，反而还有业绩增速放缓的可能性。”一位不愿透露姓名的某券商通信行业研究员表示，“新业务伊始，会出现大量计提，而中国电信 3G 业务今年也并不会带来多大实际收益，故对今年中国电信的收益并不能抱太大期望。”

申银万国通信行业分析师方璐认为，中国电信收入增速今年开始提升，据他预测，2009 年中国电信的收入增速仅 1.54%，

“5 年后，也就是至 2013 年，中国电信的收入增速或将接近中国移动的增速。”方璐表示，2013 年中国电信的收入增速或将达 8.62%。

1 月 12 日，3G 发牌后的第三个交易日，连续大跌 2 日后的中国电信，仍没有看到黎明的曙光。当日，以 2.81 港元开盘的中国电信，几乎全无高潮地下跌，最终收报 2.73 港元，全天跌幅达 5.536%。

来源：21 世纪经济报道 2009 年 1 月 13 日

[返回目录](#)

中国电信设定一线城市 3G 攻略

“中国电信酝酿于 2 月底在北京推出 3G 业务。”中国电信北京公司相关负责人 11 日如此表示。而上海电信内部人士也透露，一季度上海等准备充分的一线城市将陆续推出 CDMA2000 的 3G 业务。

而对于 3G 推进速度，中国电信集团副总经理张继平近日表示，中国电信拿到 3G 牌照以后，大约要用 3 个月左右的时间进行网络建设和业务准备，将陆续在 100 个城市开始推出 3G。

北京电信总经理刘博透露，将在一季度完成北京城区的 3G 网络覆盖，网络覆盖率将达到主城区 100%。

北京电信对 CDMA 网络进行升级改造的计划是，在 2009 年 2 月 28 日之前，完成北京全市 C 网网络的升级改造工作，涉及全市近 4000 个 C 网基站。在网络升级完成后，CDMA 无线上网速率将升至下行 3.1M、上行 1.8M，比目前 ADSL 常见的下行 2M、上行 512K 更快。

目前，与中国移动的策略类似，中国电信也计划推出“三不原则”：即不改号，用户在 2G 时使用的号码，加入 3G 后仍然使用；不换卡，用户将目前使用的手机卡直接插入 CDMA2000 手机就可使用；不需要登记办理。

上海电信专家表示，CDMA 网络直接升级便可提供 3G 服务，因此中国电信在 3G 网络覆盖速度上占有优势。重组以后中国电信的优势是 CDMA 1X 在全国的大规模建设已经完成，升级到 CDMA2000 提供 3G 服务所需的网络设备投资较小。因此未来中国电信可以较为迅速地提供 3G 服务。

根据中国电信披露的计划，在 3 月底之前，使包括中国电信 133/153 在内的全部用户均可以使用目前 189 的“天翼”业务。

来源：第一财经日报 2009 年 01 月 12 日

[返回目录](#)

【其他地区运营商】

Safari 占美国手机上网浏览器份额近 50%

据国外媒体报道，手机广告调查公司 AdMob 近日发表报告称，iPhone 和 iPod 中的 Safari 在美国手机上网浏览器中所占垄断地位进一步增强。该报告指出，截至去年 12 月份，Safari 在美国市场浏览器竞争中战胜了微软和 RIM，在全球范围内的增长也超过了目前在美国以外市场领先的 Symbian。

自 2007 年 6 月推出 iPhone 后，该手机的操作系统在手机以及浏览器市场中的份额都获得了快速增长。AdMob 的报告指出，iPhone 在去年、尤其是在年底购物旺季获得强劲增长后，其操作系统在全球手机上网市场中所占份额为 10.8%，在美国智能手机市场中所占份额高达 48%，这超过了 RIM（19%）和微软 Mobile 操作系统（15%）所占份额的总和。

在全球智能手机上网市场中，iPhone 操作系统所占份额为 32%，仅次于 Symbian，后者在欧洲、非洲和亚洲的市场份额高达 41%。去年 12 月份，智能手机上网在全球手机上网所占份额为 33%，高于去年 5 月份时的 22%。来源：新浪科技

[返回目录](#)

全球 3G 发展冷热不均发牌提升运营商国际竞争力

3G 牌照 1 月 7 日下午正式发布，虽然之前相关政府部门的表态以及各种传闻已使本次发牌没有多少悬念，但正式宣布发牌还是令业界欣喜，毕竟经过多年努力与等待，中国电信业最终迎来 3G 时代。

在全球金融危机的大背景下，中国适时启动 3G 产业，不仅被寄予拉动经济

增长的厚望，而且也有机会凭借全球 3G 发展“冷热不均”的机遇，让我国运营商进一步提升国际竞争力，在 3G 竞争中获得更加有利的市场基础。

“3G 无用论”缺乏依据

虽然业界有些人士对我国启动 3G 持否定的态度，既有人认为“3G 是鸡肋”，也有人觉得“3G 无用”，甚至有人提出“发展 3G 或累营运商亏损”，整体来看这些观点都比较片面，缺乏从产业发展的高度看问题。例如，工信部电信经济专家委员会秘书长杨培芳就提出，对于市场上关于“3G 无用论”的讨论，那是没有依据的，3G 业务能否有需求，主要看性价比。如果价格合适，用户一定会欢迎高速率的移动网络，享受多样化的移动互联网应用。

虽然目前欧洲 3G 发展步履为艰，但这绝不能成为我国不应该发展 3G 的原因，相反只要我国发展条件成熟还能成为我国 3G 相关企业提升国际竞争力不可错过的契机。3G 对需求的拉动是一个持续不断的过程，而且是一个链式的关系，需求是能培育的。例如，2001 年开始运营 3G 的日本 NTT 公司，3G 服务就明显提升了其盈利能力，通过开发音乐下载、视频下载、手机银行、手机电视等增值业务带来了可观且消费需求更为固定的用户。

3G 本身是一个服务市场，发牌本身肯定会对电信制造业企业会有一个推动的发展，同时对内容商和其他服务商也会带来相应的拉动。我国拥有全球最多的手机用户，且移动通信业的发展正处于上升阶段，因此在欧洲 3G 发展出现困难的情况下，适时启动 3G 发展无疑对全球 3G 产业发展是一剂“强心剂”，特别是对欧美设备商更是释放了积极信号，对推动中国 3G 和全球 3G 的发展都有正面作用。三大牌照分别代表“欧洲标准”、“美国标准”和“中国标准”，如此看来，中国市场完全有可能成为国际通信巨头的避风港。

发牌属长期利好

3G 发牌经历了一个较长的时间，并非一蹴而就。如果从 1997 年国家正式成立 3G 评估研究小组到今天牌照的发放，算来已过去近 12 个年头。尤其是进入本世纪以来，业界对于 3G 发牌热情与期望也逐年高涨。

在电信业市场竞争格局日益加剧的情况下，重组与 3G 牌照发放都成为实现市场有效竞争的关键手段，也是电信业体制改革进一步深化的重要推动力量，因此在电信业重组基本完成的情况下，工信部适时启动 3G 牌照的发放工作是深化电信业改革的关键一步。

通过发放三张 3G 牌照，电信业市场格局面临新一轮调整，虽然新成立的三家全业务运营商在短期内的市场排位不会出现重大波动，但运营商拿到 3G 牌照后，在建网、网络调试优化及营销等基础工作大体完成并展开实质运营后，即发牌一年至一年半后有可能对现有的运营商格局造成影响，这正是电信业优化市场竞争结构改革所期望看到的结果。

因此，3G 发牌有利于运营商将更多的精力投入 3G 建设而不是恶性价战，对运营业下一步发展具有重要意义。据长江证券分析，3G 短期可平滑市场竞争格局，有利于当前处于弱势地位的中国联通和中国电信，长期则可拓展运营业的

营收边际，利好整个行业。

中国有望发挥后发优势

目前，3G 在全球发展已近 10 年，在欧洲和日本也出现差异化的发展态势和运营结果。通过分析发现，日本 3G 发展较好的最大原因在于较高的数据业务需求，而这一消费习惯与中国用户比较接近。据工信部统计数据显示，截止 08 年 11 月，数据通信网业务收入 742.8 亿元，比上年同期增长 38.8%，占电信业务收入的比例为 10%。

发放 3G 牌照后，对运营商来讲，一定要发挥好后发优势。从全球角度来看，我国启动 3G 商用的时间相对较晚，已没有先发优势可言，但作为后来者却能更好借鉴一些其他市场的经验，比如业务开发、网络部署、未来技术演进等，在总结他人经验的基础上发展我国 3G 产业这才是我们的机会所以，因为中国市场足够大是任何一个国家都无法比拟的优势。通信业是一个讲究规模效益的产业，只有达到足够的用户规模才能实现边际效益最大化。2008 年中国移动电话用户数将达 6.5 亿，同比增长 19.0%；2008 年中国移动增值用户规模预计将达 6.13 亿人占中国移动电话用户规模的 94.1%。预计到 2009 年中国移动增值用户规模将达到 6.91 亿人，而到 2012 年将突破 9 亿人。

2008 年新一轮的电信重组顺利完成，三大运营商发展 3G 的意识前所未有高涨，先期建网工作均已有条不紊展开，并不约而同地将 09 年的工作重点纷纷都定调在移动互联网战略上，运营商的发展热情将使中国市场成为全球 3G 发展的新势力。据统计，截至 2008 年上半年，中国的手机网民就达到 7305 万人，约占网民总数的 30%。此外，工信部副总工程师庾志成表示：“移动互联网在 2008 年已经成为热点，在 2009 年，移动互联网非常值得关注，它将为运营商以及其他行业的参与到移动互联网中的市场主体创造出一系列的业务增长点。”

3G 适时启动，有助提升中国电信业在国际市场上的话语权、有助于电信业提升国际市场竞争力，使中国市场一跃成为全球 3G 市场的新增长点。来源：通信信息报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【诺基亚】

诺基亚停止生产 WiMAX 手机

据国外媒体报道，诺基亚表示已经停产了 N810 移动终端的 WiMAX(802.16e) 版本。N810 是诺基亚旗下唯一支持 WiMAX 的终端产品，诺基亚称其已达到生命周期终点停止生产。

N810 是尺寸介于手机及笔记本电脑之间的无线上网终端，最初有 WiFi 版本，去年 4 月诺基亚展示了 WiMAX 版本的 N810，原计划随着美国 WiMAX 网络的商用而在去年夏天推出。

N810 拥有 4.13 英寸的超大屏幕，分辨率 800×480，侧滑盖 QWERTY 键盘，摄像头，采用 InternetTabletOS2008 操作系统；N810 配备一颗德州仪器 OMAP2420 处理器，频率 400MHz，128MBRAM/256MBROM 内存空间，内置有 GPS 模块，原本是功能强悍的 WiMAX 终端产品。

2007 年 1 月，诺基亚与摩托罗拉、三星电子一起分享了美国移动运营商 SprintNextel 的 WiMAX 大单，将提供 WiMAX 基站和手机。诺基亚、摩托罗拉都曾计划在 2008 年推出 WiMAX 手机等终端产品，但是目前唯一拿出商用产品的却是宏达电 (HTC)。

不过 SprintNextel 部署 WiMAX 网络的时间延后，一直到去年 9 月才在美国巴尔的摩推出 WiMAX 服务；至于 WiMAX 版 N810 上市的时间则众说纷纭，有人说一直到去年 10 月才上市。

诺基亚的退出对于 WiMAX 产业链是不小的打击，该公司没有明确今后是否会推出支持 WiMAX 的手机终端，表示将继续关注 WiMAX 技术及其发展情况；诺基亚旗下生产网络设备的诺基亚西门子目前还没有公开宣布调整 WiMAX 的策略，但是诺基亚西门子近期的研发重点已经有倾向于 LTE 的趋势，并且宣布与沃达丰联合测试 LTE。

来源：2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

【索尼爱立信】

索爱与摩托合资公司 UIQ 申请破产

据国外媒体报道，索尼爱立信与摩托罗拉合资成立的软件公司 UIQ 首席执行官约翰·桑德柏格 (Johan Sandberg) 周一表示，该公司已向瑞典一家地区法院提交破产申请。

这家总部位于瑞典的软件开发商从 6 个月前就开始裁员。在此之前，公司股东决定将 UIQ 软件与塞班 (Symbian) 平台合并。诺基亚在去年 12 月完成了对塞班的并购，并承诺用户可免费使用这款软件。

桑德柏格对称：“在当前金融环境下，没有开创新业务的机会。” 该公司约有 200 名员工。来源：新浪科技

[返回目录](#)

【华为】

华为 08 年销售额逆势增 46%未避免裁员分流

国际市场收入占比超 75%；内部员工透露，华为总部今年将有约 20% 的员工被裁减或分流

1 月 2 日中午 12 点多，尚在元旦假期中的华为员工，收到了董事长孙亚芳的一封电子邮件。

这是一封洋溢着喜悦之情的邮件。孙亚芳在邮件中说：“2008年，我司继续保持了稳健的、健康的成长，全球销售额达到233亿美元，同比增长46%，国际市场收入所占比例超过75%。”

华为公布的销售收入一般是指合同销售额，而实际销售额，按照华为往年的平均水平，大概为合同销售额的72%~75%。因此，华为2008年的实际销售收入应约为170亿美元。

了解2008年全球IT业境况的人，是不难理解孙亚芳此刻的喜悦的。谈到这一年的困难，孙亚芳在邮件中用了“复杂”、“挑战”、“奋斗”、“拼搏”这样一些字眼。

在2008年12月17日出版的美国《商业周刊》上，华为作为全球十大最具影响力的公司而上榜。《商业周刊》指出，华为已经成了如何赢得全球影响力的榜样。

成绩单背后隐忧

233亿美元的销售收入，与华为之前的预测基本一致。华为在公布2007年业绩时就曾预计，2008年的销售收入将增长44%，达到230亿美元。华为2007年的销售收入为160亿美元，海外收入比重为72%。

但是，进入2008年以来，全球范围的金融危机让华为的发展充满了不确定性。特别是海外收入已经占到相当大比重，更让外界充满了对华为资金链紧张的猜测。“大家要对经济全球化以及市场竞争的艰难性、残酷性做好充分的心理准备。”华为总裁任正非在年初的一次内部讲话中指出。

对于设备商而言，每年的第三和第四季度是回款的密集期。据华为内部人士透露，本来华为内部预计第四季度回款正好遇上金融危机，压力会比较大，但出乎意料的是，情况并没有想象中那么糟糕。

上述华为内部人士表示，华为高层在内部会议上透露，单是去年第四季度的回款就达到了110亿美元。这意味着华为在前三个季度只完成了收入回款的约三成，而第四季度着实打了一个翻身仗。

不过，233亿美元的销售收入和46%的增长速度，并不代表着华为在这场全球金融危机面前可以“独善其身”。

华为内部员工透露，华为今年开始严格执行“末位淘汰制”，之前这项制度虽然一直存在，但并没有真正执行过。此次，通过这种方式计划裁掉的员工比例大约为5%，另外，还会有15%的总部员工会分流到海外，两者相加，华为总部将有约20%的员工被压缩。

由于并非正式财报，孙亚芳的邮件中没有公布2008年的净利润等情况。不过根据华为之前的公开数据，其2007年的资产负债率达67%，已接近75%的财务临界点，表明华为财务成本压力较大；而应收账款也明显增长，从2004年占总资产的24%上升到了2007年的超过50%，导致资金占用情况严重。

300亿美元目标

在连续多年保持快速增长之后，面对经济形势可能更加困难的2009年，华

为还能继续增长吗？孙亚芳在邮件中说：“2009年，世界经济形势非常复杂，这对我们既是挑战也是机会。展望2009年，我们全球销售额将会超越300亿美元。”

值得注意的是，如以2009年300亿美元的销售收入计算，其增长率将为28.8%，这或将是其增速5年来首次低于30%。2008年，华为的增长率为46%，2007年为48%，2006年为45%，2005年为40%。不过，虽然增速有所放缓，华为的增幅仍然远高于其他国际设备商。

前不久，阿尔卡特朗讯及诺基亚西门子分别对2009年的前景作出了预测。前者认为，移动和固定设备市场以及相关的电信服务市场将在2009年缩减8%~12%。后者则认为，2009年的市场将会缩减至少5%。

华为内部人士曾向本报介绍，金融危机对所有设备商都是挑战，相比之下，由于华为和中兴等企业更具成本优势，因而会获得更大的机会。“在运营商都希望缩减投资的情况下，当然会首选价格更有竞争力的产品。”该人士认为。

华为内部人士表示，在成本上，比如一个中国工程师的工资只是一个外国工程师的1/7；再比如，通过与各地酒店签订协议，员工的旅店费用仅为每天一两百元，而外资企业同样等级费用一般要上千元。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

【夏新】

[返回目录](#)

夏新部分手机生产外包重组方案月底出炉

3G发牌，也让*ST夏新（600057.SH，下称“夏新电子”）总裁卢振宇终于等到了重组的曙光。

1月6日，夏新电子再次发布股票暂停上市风险提示性公告，由于2008年度业绩预计亏损，所以公司股票将在披露2008年年度报告之日（即2009年4月30日）起停牌。

夏新电子实际控制人中国电子集团（CEC）一位内部人士对《第一财经日报》透露，重组夏新电子的初步方案将在本月底出炉。

CEC内部人士透露，重组方要求夏新电子员工的人数降到一个合理的水平。为此，夏新电子高层在去年12月中旬召开了一个秘密会议。随后，夏新电子再度裁员。

“因为规模的原因，自己工厂的手机成本可能比大规模的代工厂商更贵，所以部分型号的夏新手机已经交给国内一家大型手机代工厂商在代工。”一位熟悉夏新的手机经销商对表示，目前夏新电子的生产线只做一些有长期合同的订单，比如香港电信运营商和记黄埔和内地三大运营商集采的订单，因为这些手机订单有其特殊性。

中国电子集团一位内部人士透露，重组方之所以看好夏新电子，其实也是看好中国3G的潜力。

去年7月的中移动二期20万部TD终端招标中，夏新中标1.9万部，市场

份额为 9.5%，仅次于中兴通讯、三星电子和新邮通。此外，夏新还有 5 款 CMDA 手机入围中国电信的 CMDA 手机集采，并为和黄推自有品牌的首款定制互联网通话手机 INQ。

“夏新电子 3G 手机核心研发队伍基本被保留。”夏新电子市场管理中心总经理郑世纲透露，并将其中的 TD 和 WCDMA 合并成一个 3G 研发部门，整体研发队伍规模有 300 多人。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

夏新在 TD 上“过度投入”倒在 3G 门口

工厂全面停产、职工大部分离去、债主络绎不绝、管理层避不见客……夏新正面临重重困境。7 名夏新债主表示，“前两天刚从夏新财务部了解到，夏新目前净负债远远超过上市公司季报透露的 27 亿元。”夏新今日的困境，在一些长期关注它的市场人士看来，有一个特殊的原因：在中国自主 3G 标准 TD-SCDMA 的终端研发上的“过度投入”。夏新手机研发部门离职员工李慧（化名）表示：“夏新可能熬不到 TD 春天来临的那一刻。”

现场几乎看不到一线工人

在厦门，随处可见“夏新”痕迹：饭店商店使用的夏新液晶电视，体育路上紧邻夏新公司旧址的夏新酒店、夏新小区，甚至路边警讯牌上一角也专门打上了“夏新电子股份有限公司”字样。

位于厦门市体育路 45 号的夏新公司旧址，原本是夏新从改革开放初期厦门首家中外合资企业“厦新”，发展为 2003 年上半年纳税即超过 2 亿元的国产手机排头兵的最好见证，如今，大门上还打着“夏新电子有限公司”字样的企业园区，已经悄然变成了“厦门仙岳汽配城筹建处”。据该园区保安介绍，这个园区“早已经和夏新脱了关系”，至于夏新是将其租了还是卖了，保安表示并不清楚。

物是人非的不仅是夏新旧址。在位于厦门市沧海新区、占地 40 万平方米、曾经聚集了超过万名夏新生产和行政人员的夏新电子城，看到这里已全面停产。整个厂区内，除了不到百人的行政人员还在处理钱款、人事事务外，已几乎看不到一线工人的身影。

据一名员工透露，从去年 12 月 1 日起，该园区内的手机、笔记本、音箱、功放生产线全面停产。绝大部分工人已辞职，只剩下像她这样的孕妇，以及十几个还在商量赔偿事宜的工人。

各地经销商登门讨债

来到行政办公楼，表示了“想见董事长或者总经理”的来意后，楼内保安的第一反应就是：“公司欠你们多少钱？”

在等候夏新电子董秘吕东的时间里，先后采访了前来讨债的夏新福州、莆田等地的 7 位经销商和广告商。经销商武刚（化名）表示，27 亿元这个财报已经披露的数字，其实不包括夏新各地分公司没有报到总公司来的未知债，所以说，夏新的实际欠债总金额可能会远远超过 27 亿元。”

了解到，武刚所言“夏新分公司没有报到总公司的未知债”的确存在，据前

来与武刚等人交涉的夏新内部人员透露，2008年初开始，夏新“总公司就停止接报分公司债务”。

在前后来了3次、又苦等了一个上午后，经销商罗荣（化名）终于拿到了按出厂价算金额为12万元的夏新手机的批条，而这是夏新对他50余万元债款的全部赔偿。罗荣对表示，由于之前他都是和夏新分公司签约，所以现在夏新总公司只对他的部分债款“认账”，而且不是现金偿还，只能以货抵债。

“拿了货，总好过什么都没有”，罗荣介绍，现在夏新手机销路不好，每月销量是2006年同期的10%，价格也不高。

揭秘

管理上存在漏洞？

在夏新财务部的一张办公桌上，看到一份文件上写着：“凯德垫付3月到5月工资及费用318794.19元。”

是什么原因，让曾在上世纪末造就国产中高端手机第一品牌的夏新，变成了眼前这个连区区30万元都无力支付的悲情角色？

据罗荣透露，广州金楷是夏新手机在福建省的代理商，而目前，“广州金楷的人员就是原来夏新福建省分公司的原班人马”。

罗荣表示，早在夏新手机还销售正常、夏新公司也未出现明显困难迹象的前几年，夏新福建省分公司内的部分员工既在夏新公司做销售，又在金楷拿钱，“货从左手倒右手，钱款也是一样”。

在售后服务方面，多位经销商透露，“夏新并未在（手机）售后服务上直接投入，而是以授权的方式让人承包”。由于夏新在授权时“曾收取承包商的保证金”，所以现在这些保证金也成了一大债务。“不仅保证金没有退，维修材料和人工费也是长期拖欠的”。

由于吕东等夏新管理层一直未出面接受采访，截至发稿前上述情况还未得到夏新方面的证实。

TD上的“过度投入”

市场人士认为，夏新的困境还有一个原因，那就是在中国自主3G标准TD-SCDMA的终端研发上的“过度投入”。

李慧介绍，之前，在国产手机厂商中，对TD终端研发投入较大的有夏新、中兴和宇龙，其中，中兴主要由其他业务补给能量，而宇龙、夏新的业务面都相对较窄，所以在去年4月以前TD运营商久久未确定、商业化进程一拖再拖的情况下，夏新花大力气大本钱研发的产品虽然好，但找不到地方卖，受此拖累而倒下。

*ST夏新（600057,SH）2008财年三季度财报显示，去年1-9月，该公司净亏损4.65亿元，负债总额高达27.3亿元，而公司资产总额仅为20.3亿元，已是资不抵债。

在去年7月的中移动二期20万部TD终端招标中，夏新中标1.9万部，市场份额为9.5%，仅次于中兴通讯、三星电子和新邮通。当时夏新预计，2010年，

TD 终端市场需求在 2000 万~4000 万部，可创造 250 亿元以上的销售收入。“若我们能保持现有的市场份额，公司 2010 年有望通过销售 TD 手机获得 23 亿元以上的收入。”夏新电子一高层当时这样表示。但现在看来，虽然 TD 大规模集采指日可待，但夏新可能已赶不上这班开往春天的列车了。

来源：每日经济新闻

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

中国手机网游产业将进入商业化运营阶段

2008 年手机游戏开发商对于网游产品的开发力度逐渐加大，网游产品不断涌现，易观国际最新研究数据显示，2008 年手机网游 CP/SP 通过非官方渠道推广的收入规模达 1.43 亿人民币，占中国手机游戏整体市场规模的 10.46%。易观国际 (Analysys International) 预测：2009 年中国手机游戏市场规模将达 19.44 亿元。

易观分析：

易观国际 (Analysys International) 对 2009 年中国手机游戏市场规模将达 19.44 亿元分析认为：其中的收入规模增长一方面来源于手机单机游戏收入的稳定增长，另一方面中国手机联网游戏将进入商业化运营阶段，部分厂商将通过网游产品获得盈利，促进整体市场收入规模的增长。

2009 年中国手机联网游戏进入商业化运营阶段，主要表现为以下几个方面：

1. 产品经历质量关，正常运营的产品比例有所提升并能够实现收费。

截止到 2008 年 11 月，手机网游产品已增长到 200 款左右，但由于部分产品存在较多漏洞导致用户体验差，能够正常运营的游戏产品仅有 10% 左右。这主要是由于开发商存在高投入低回报的顾虑导致投入力度和重视程度不足，同时部分厂商并不具备完善的网游产品开发体系，缺乏对手机网游产品的认知。2008 年底，运营商新游戏平台的推出为 SP 提供了新的网游产品推广渠道，但通过产品数量的限制措施对于游戏的质量要求更高。同时 2009 年随着新产品的不断推出，用户对于产品的选择机会更多，对于游戏产品的质量将有更高的要求，因此厂商对于游戏的开发上将严守质量关，并尝试通过内容和题材的创新吸引用户使用并为之付费，因此产品将经历商品化过程。

2. 部分厂商将加大网游产品精细化的开发力度，并通过网游产品实现盈利。易观国际 (Analysys International) 认为，2009 年手机联网游戏产品经过质量关后，将经历第一轮筛选，届时将突出在游戏质量和表现上被用户和市场认可的产品，与此同时突出第一批优秀手机网游开发商，带动市场进入商业化运营阶段。而在此过程中，开发商将加大网游产品精细化的开发力度，并实现盈利。如在空中网发布的 2008 年第 3 季度的财报中发现，空中网手机联网游戏的季度营

收达 48 万美元，环比增长率达 61%，而其主打手机网游产品《天劫 online》月登陆用户已达 50~60 万，空中网高层表示 2009 年将加大手机游戏业务资源的投入和开发力度。而在 2007、2008 年通过网游产品《大宋豪侠》获得业界好评的随手互动，通过两年开发和运营经验的积累，2009 年对于产品的开发和代理上寻求精品的产品资源，同时基于广泛的渠道优势实现规模性盈利。 3. 产业链各环节合作更加紧密，合作呈现流程化、丰富化、成熟化特点。

在产品开发和运营两个环节，基于网游产品对后期运营的重要性，游戏开发商和运营商合作将越发紧密，存在开发商和运营商合作开发产品的现象，因此开发、运营日趋一体化。而在开发过程中，为了通过产品题材吸引用户，开发商积极寻求与内容资源或版权提供商的合作，随着产品实现盈利，将激发内容资源或版权提供商的合作积极性。在产品的推广过程中，产品推广平台商（如移动运营商、非官方互联网站点）将通过相对成熟化的流程与游戏运营商合作推广产品，通过最大化实现产品盈利获取分成。来源：易观国际

[返回目录](#)

专家认为未来几年 2G 与 3G 并行发展

工信部电信研究院副院长曹淑敏日前在出席“2009 中国通信技术年会”时表示，尽管已经发放 3G 牌照，但由于我国二元结构明显，2G 在今后一段时间仍会是运营商经营重点，未来将会是现有 2G 网络与 3G 共同发展的市场格局。

在全球市场，移动用户呈现快速增长态势，但 2G 仍然在新兴市场居于主导地位。曹淑敏认为，与发达国家不一样，我国仍处在移动通信大发展时期，2008 年全年新增用户将突破 9000 万，而与新兴市场不同的是，在北京上海等发达地区的移动电话普及率已经超过了 100%。

“我国市场二元结构非常明显，这就标志着 2G 和 3G 发展不同于新兴市场，又不同于发达国家市场，而是 3G、2G 共同发展的状态。此外，我国竞争格局仍然是在严重失衡的情况下发展 3G。所以我想强调，3G 牌照发放不仅仅意味着 3G 技术的竞争，更大意义上是三个运营商之间的竞争；不仅是 3G 的竞争，而且是 2G 加 3G 的竞争。”

来源：中国证券报 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

中国 3G 牌照正式发放手机资费下调成大势所趋

中国工业和信息化部 7 日下午正式发放了 3G 牌照。对于广受关注的资费问题，此前各方表态及当前市场现状表明，手机资费下调成大势所趋。

降价端倪已现

从 4 月 1 日开始，中国自主研发的 3G 标准 TD-SCDMA 在北京、上海、天津、沈阳、广州、深圳、厦门、秦皇岛八个城市进行社会化业务测试和试商用，其号段为 157。在试商用期间，用户在中国移动 TD-SCDMA 试验网的通信费用享受五折优惠。

按照 TD-SCDMA 试商用标准资费，用户在缴纳 50 元的月租费后，可以享受被叫免费。而本地通话主叫话费是每分钟 0.4 元，备受外界关注的视频通话主叫费用则是每分钟 0.6 元。

近一段时间以来，三大运营商已经在手机资费、用户黏性等方面开始了激烈竞争。进入 12 月，三大运营商就展开了岁末资费大战，北京移动旗下的“全球通”预存返话费额度达到 50%，“神州行”充值 600 元送 150 元，“动感地带”累计充值 300 元增 120 元；北京联通对旗下所有品牌手机用户充值返话费最高比例达 50%，门槛则降低到 100 元，2M 宽带包月费则是首次降价，从 188 元降低到 168 元；中国电信北京公司则利用刚接手 CDMA 的无线上网优势，推出了 CDMA+WiFi 套餐。189 号段正式放号，虽然目前起放号的 189 号码都属于 CDMA 网络，目前提供的仍然是 2G 语音通话服务，不过，将来 189 号码可以不换号就顺利升级到 3G 业务。目前，189 号码通话费相当或者略低于各地现行的移动通话费。

月租费、漫游费广受诟病 消费者盼取消

月租费的问题一直被认为是“霸王”条款，饱受诟病，关于取消月租费的争吵从来没有中断过。面临 3G 时代的不确定未来，各大通讯厂商将不得不祭出价格战保证 3G 放号后的基础用户量。从试点情况来看，2008 年 11 月底，北京电信大幅下调 CDMA 上网卡价格，四川电信天翼试销计划推本地接听免费计划。在无需缴纳月租费的基础上，所有套餐的本地接听全都免费，并包括不同兆数的手机上网流量费。

某网站也曾经就漫游费和月租费问题做了网友态度调查，共有超过 18 万名网友参与了调查，其中合计有 96% 的网友表示，最希望下一个被取消的是漫游费与月租费。合计有 89064 名网友希望取消月租费、85206 名网友希望取消漫游费。

专家预测 3G 发牌将逼迫手机费用下降

著名电信观察家项立刚认为，到了 3G 时代，运营商需要通过相对较低的价格来吸引大量的用户。与 2G 时代相比，现在网络设备的成本大大降低了，因此相信 3G 时代到来之时也是移动数据业务降价之时。业内人士也认为，随着 3G 的到来，手机上网的资费肯定会越来越低，手机上网的群体会进入快速增长的阶段。

对于市民关注的资费问题，业内人士预测，由于三家运营商都有固定电话和手机业务，属于“同质竞争”，资费上的竞争将在所难免。

业内人士分析称，以往中国移动和中国联通大都会在年末进行充值赠话费活动，但今年力度非常之大，而从长远来看，三大运营商之间的竞争将进一步降低资费，给消费者带来便利。

来源：第一财经日报 2009 年 01 月 07 日

[返回目录](#)

全球 3G 步入规模化商用阶段

当前，3G 技术在全球范围内已经获得广泛应用和发展，商用网络 and 用户数也在逐年高速增长，移动宽带业务已经越来越受到市场的青睐。多数专家乐观地预计，在未来的数年内，3G 移动网络用户数将会超过 2G，3G 将成为主流移动网络。

随着用户对于高带宽、高流量、高交互式移动业务需求的增加,移动网络将向着进一步降低每比特业务成本的方向来提升网络性能,现有的各种移动接入技术都将向着一个共同的目标发展,那就是更高的吞吐量、更优的频谱效率、更简单的网络架构和更低的时延。进入 3G 时代之后,移动通信业务将不再是传统的话音业务和低端的数据业务的组合,传统移动运营商要想在如今多元化的数字时代和新兴互联网通信服务层出不穷的环境中继续保持竞争力,必须改变观念,加快步伐,利用第三代移动通信的高带宽、高移动性特点,结合移动通信固有的即时性和便捷性,在复制和参考固定宽带成功业务的同时,进一步向移动信息、移动娱乐等新一代移动业务方向迈开步伐。

日本:

是世界上最早开展 3G 业务的国家之一。由于政府和企业采取了适当的管理和运营模式,日本 3G 手机业务近几年发展迅猛,目前用户数已有约 1 亿,超过移动通信用户总数的 80%。日本没有采取欧洲拍卖 3G 牌照的做法,而是通过电信监管审查、评比,然后决定把牌照发放给哪家运营商的方式,为运营商节约了大量成本。现在,日本开展 3G 业务的运营商在技术方面都相当成熟。许多日本通信业专家认为,日本移动通信运营商在 3G 领域的最成功之处或许是创造了一个良好的运作模式,或者说是盈利模式。例如 KDDI 公司的定位主要是面向年轻人,其提供的娱乐方面的服务就比较多,Do-CoMo 公司将手机定位为“生活的一个部分”,所以该公司 3G 手机中“手机钱包”等功能就比较发达。另外,运营商也积极与内容提供商开展合作,为其提供一个容易开展工作的环境,比如向内容提供商公开技术平台参数等。实践证明,内容提供商提供的服务内容越丰富,手机用户选择的空间就越大,运营商也就能吸引越多的用户。现在,,日本 3G 业务发展势头依然良好,服务内容也越来越丰富,这些服务包括下载音乐、收看电视、实时导航、网上购物、在线游戏、手机钱包等。对日本人来说,3G 已经是他们生活的一部分。

韩国:

3G 业务发展一直领先于欧美国家,截至 2008 年 11 月底,韩国 3G 用户数量约为 1586 万,占移动通信用户总数的 34.95%,比欧美国家 28% 的平均水平高出许多。3G 可为用户提供更为稳定的各种多媒体服务,3G 手机不仅可以通话,更具备了音乐、视频、游戏和照相等功能。随着终端设备生产商针对消费者的喜好在手机功能上大做文章,各种手机新功能层出不穷,韩国运营商一直紧跟手机新功能频出的步伐,提供配套服务。

西欧:

比起韩日等国 3G 业务的一帆风顺,西欧 3G 的发展之路可谓曲折得多。例如法国尽管从 2001 年开始出售 3G 牌照,但乏人问津,直到近几年 3G 业务才重获新生。法国政府后来放宽了 3G 牌照发放的门槛,以避免 3G 产业的发展受到不利影响。按照修改后的规定,每家公司只需在获得 3G 牌照的头一年支付 6.19 亿欧元,其余费用将视 3G 服务的销售情况而定。这一决定立刻受到了运营商的欢迎。

此后，法国 3G 手机业务迅速发展，其电信监管机构的一项最新调查显示，法国 3G 用户在过去一年内激增 61.3%，达到 760 万。

美国：

在 3G 领域起步相对较晚，但近年来加快了追赶的脚步，并表现出反超之势。美国市场调查公司 comScore 去年 9 月发布统计结果说，2007 年 6 月至 2008 年 6 月的一年间，美国 3G 手机用户数量猛增 80%，达到 6420 万，占移动通信用户总数的 28.4%，这一比例比英国、法国、德国、西班牙和意大利等欧洲 5 大国的平均水平高出了 0.1%。近年来，3G 网络技术不断取得进展，美国主要移动通信运营商大力建设 3G 网络，以及多种新款 3G 设备竞相进入美国市场，是推动美国 3G 业务快速发展的主要原因。该公司的分析师马克多·诺万称，这表明美国在采纳 3G 技术方面终于赶上了西欧国家。在美国几大移动通信运营商中，Verizon 公司于 2003 年率先开始提供 3G 宽带服务，随后一直致力于改进 3G 网络，目前其 3G 网络已覆盖美国近 260 个主要地区。Sprint 公司 2006 年开始对其移动宽带网进行改造，全面采用速度更快的 3G 技术，其网络目前已覆盖美国近 220 个主要地区。为了给独家运营的 3G 版 iPhone 手机上市做准备，AT&T 公司今年也积极扩大其 3G 网络覆盖面，2008 年，其网络已覆盖美国约 350 个主要地区。T-Mobile 虽然属于后来者，却来势迅猛，该公司近年来花费 40 多亿美元从美国主管部门手中竞拍到 100 多份无线频谱牌照，去年 5 月开始在纽约首次提供 3G 网络服务，10 月开始销售首款谷歌手机 G1。该公司的 3G 网络目前已覆盖到约 120 个美国重要城市。此外，美国在 3G 设备开发方面也体现出创新实力雄厚的优势。苹果公司的 3G 版 iPhone 手机就是一个突出例子，它不仅具有苹果的品牌优势和时尚设计，而且还创造性地引入了“软件应用商店”这一手机软件营销模式，使得手机软件可以由出厂时预装改为用户自己根据个性化的需求安装或购买，这被认为是手机软件业发展的里程碑，对推动 3G 应用将会产生深远影响。3G 版 iPhone 手机于去年 7 月正式推出，随即占据美国去年第三季度手机销量的榜首，其“软件应用商店”的下载量目前已经数以亿计，相关的应用软件种类已达到数千种。

中国香港：

也是较早引入 3G 网络的地区，已经拥有 4 张 3G 网络。近年来，香港运营商不断升级 3G 网络，并积极开发各种应用。香港 3G 运营商的网站首页，与网易等门户网站的首页功能差不多，就是所有资讯和服务的集合，包括新闻、音乐、游戏、下载、股市、电影等。点击“目录”即可进入服务列表，除了我们常见的新闻、财经、娱乐等资讯外，图片铃声游戏下载、体育赛事转播、投资理财服务也是应有尽有。除了手机上网浏览等传统应用外，香港的 3G 服务还有诸多创新业务，在线听歌、在线视频播放、电视直播、高清视频、交通状况监控、赛马投注……目前香港每个运营商的 3G 服务都包括 20 多种不同的频道，3G 网络的带宽能力使得差异化的服务成为可能。

来源：人民邮电报 2009 年 1 月 8 日

3G 时代的两大悬念

我国第三代移动通信（3G）牌照终于在 2009 年 1 月 7 日揭开神秘面纱。可以预见，一场标准迥异的 3G 大战即将爆发，中国电信业由此步入 3G 时代。而与此相随，一些社会关注热点也逐步升温。

悬念一：3G 市场能否“刺激”中国经济

在国际金融危机影响日渐深入的 2009 年，围绕 3G 的巨额投资能否成为刺激中国经济的一支“奇兵”，成为社会关注的焦点。

3G 与目前第二代移动通信网络（2G）最大的区别在于通信信道容量增加。这意味着首先需要大规模地改造升级，甚至建设和使用全新的网络和设备，中国有超过 6 亿户的手机用户规模，移动通信网络规模和用户数均居全球第一。工业和信息化部部长李毅中表示，三家电信运营企业将根据各自发展规划建设 3G 网络，2009 年、2010 年预计 3G 投资达 2800 亿元左右。

“而 3G 牌照发出，立刻会吸引社会资金蜂拥而入，因为市场对 3G 牌照发放已经早有期待，未来三年在相关产业链形成过程中，更能拉动近 2 万亿元的社会投资。”工业和信息化部电信研究院副总工程师陈金桥说。

3G 时代，手机的数据传输业务速度比现有网络提升几十倍，将给信息时代的消费模式带来颠覆性冲击。专家认为，相比于 3G 建设所刺激带来的消费需求，其建设投入的规模还只是冰山一角。

“3G 给移动互联网消费市场带来了裂变式的增长机会，未来的 3G 手机除了进行高质量通话外，还很有可能成为快速上网、移动定位、可视电话、视频互动游戏、手机钱包、电子购物、家庭监控等新应用的主阵地。”工业和信息化部电信经济专家委员会秘书长杨培芳说。

业界估计，在 2010 年左右，随着中国三大全业务电信运营商 3G 网络的全面部署以及与固定业务的充分融合，固网移动融合和移动对固网替代业务将会大量涌现，中国 3G 市场将迎来第一个增长高峰。

悬念二：3G 能否如愿惠及普通百姓

虽然电信行业已讨论多年，但 3G 对于普通百姓仍是一头雾水。

中国联通科技委主任刘韵洁认为，3G 时代的资费水平将不会超过 2G 时代。刘韵洁说，在 1G、2G 时代，由于中国缺乏技术专利，国外企业从中国获得了超过 7500 亿元的收入。3G 时代，中国具有自主知识产权的 TD-SCDMA 不仅能够节省大量专利费用，而且其本身也牵制了其他制式产品的价格。

就在 3G 牌照发放前夕，刚刚重组完毕的电信市场已经嗅到浓浓的火药味，围绕用户资源的争夺战打响，低资费成为运营商的“杀手锏”，手机资费将向着有利于消费者的方向发展。

2008 年 12 月 22 日，中国电信 189 号段在全国范围放号。重庆电信推出的一款天翼畅聊套餐中，每月花 89 元可享受 550 分钟区内通话时间、10 小时手机上网、3 个亲情号码，同时拨打区外本地通话 0.2 元/分钟。

而中国移动也不示弱，随即宣布于2009年1月8日8时开始在广州和深圳同时进行3G号段188的正式放号。广东移动同时公布了针对188号段的“全球通3G”八大套餐，其中新商旅TD套餐分为98元、168元、268元、388元、488元5种包月套餐，本地通话费为0.29元。

除了资费以外，移动互联网是一个新兴领域，开发更适合中国百姓消费习惯的业务才能带给用户3G体验。“在短期内多数用户形成非语音消费习惯还不大可能，只能在起步阶段坚持走普及化和高端化并举之路，逐步培养3G消费市场。”陈金桥说。

来源：中国青年报2009年1月8日

[返回目录](#)

烽火通信：研发带动抢抓3G机遇

因国内的3G牌照发放时间晚于其他国家，国内厂商的技术、产品水平已经达到了与国外厂商平分秋色的地步，且产品实现本地化，综合成本较低，将有可能在竞争中占据主导地位。烽火将利用3G领域多年的深厚积淀，积极开拓3G市场，抢抓3G启动所带来的巨大机遇。

大力投入3G研发

烽火科技集团自2001年便开始了3G领域的拓展工作，在接入网、核心网、网络优化等各个方面进行了持续的努力，已具备了提供TD-SCDMA和WCDMA两种标准的全网解决方案及服务的能力。

到目前为止，烽火科技移动通信相关产品累计销售超过30亿元人民币，拥有移动通信技术专利313项，获得软件著作权26件，参加起草行业标准10项，近3年承担省部级以上项目16项。

为了响应国家自主创新的号召，推动中国3G标准TD-SCDMA的发展，烽火科技作为TD-SCDMA联盟的高级成员单位，在TD-SCDMA无线接入网系统设备、射频拉远单元、室内覆盖、测试仪表、网络优化工具等领域进行了持续的投入。此外，烽火科技在原有的移动通信研发中心的基础上专门成立了武汉烽火移动通信有限公司（以下简称“烽火移动”），专注于为国内运营商提供TD-SCDMA的产品和服务。烽火移动借助自身以及烽火科技集团的技术、市场、工程服务能力和海外3G建设经验，进一步推动TD-SCDMA的产业化进程。2007年，在中国移动TD-SCDMA规模网络应用技术试验网项目中，烽火移动经过不懈努力，提前完成了100%的网络开通任务，综合表现赢得了各方的高度评价。

在WCDMA方面，烽火科技一直紧跟国内的发展动态。2004年该公司参与了信息产业部组织的外场测试；2005年开始，烽火科技先后在国内建设了多个WCDMA试验网络，向用户提供了包括HSDPA在内的最先进的技术和系统的商用化经验。

3G传输网体现竞争力

经过多方严格的评选考核后，江苏电信C网传输设备招标结果于近日出炉，烽火通信以领先的技术优势成功获得多个地市的承建权。

随着收购中国联通 CDMA 网的“尘埃落定”，中国电信开始在全国范围内逐渐拉开 CDMA 网络设备招标大幕。作为中国电信的合作伙伴，烽火通信将提供从接入层到核心层的全系列设备以及业界领先的 3G 传输网解决方案，以保证未来 3G 业务的顺利开展和运营。

在该方案中，烽火通信针对 3G 网络的发展特点和业务需求，提供独特的优化处理方案，极大地降低了投资成本，提高了系统的可靠性，充分适应了今后 3G 网络中多种业务的发展需求。该方案可提供通道保护、复用段保护等多种完善的保护措施，具有多业务承载能力、强大的组网能力和高可靠性；除支持传统语音业务外，还支持 10M、100M、1000M 全速率的以太网业务、ATM 业务等；内嵌的以太网二层交换、低阶虚级联、LCAS、VLAN、MPLS、RPR、ATM 业务的统计复用等扩展功能又极大地优化了数据业务的处理能力。

目前，我国电信业的重组已经完成，3G 将成为各大运营商争夺的主战场。烽火通信将依托在光通信领域深厚的技术底蕴，密切关注 3G 业务的需求和发展趋势，努力提供先进而成熟的 3G 解决方案和优质的服务，与各大运营商共同面对未来的机遇与挑战。

来源：中国电子报 2009 年 1 月 9 日

[返回目录](#)

3G 终携千亿投资逼近：外资电信设备时代远去

后来居上

3G 终携千亿投资逼近，但外资电信设备一统江山的时代也正在远去

《环球企业家》王文静

一身白衣的型男邓超潇洒地在全国黄金时段的电视广告里炫耀着他的新手机号码，“它不只是手机号，还是上网账号，走到哪用它都能上网？？？？宽带还能漫游？？？这就是天翼，你也可以拥有，189 值得期待。”

广告就差没有直接喊出那个名字：3G。多年来沦为鸡肋的 CDMA 网络终于在中国电信手中发力。189 实则为 3G 号段，一旦牌照发放，即可平滑过渡到 3G 标准。在 189 “抢跑”之后，中国移动和中国联通也正紧锣密鼓推出各自的新号段一三大运营商各就各位，中国民众无限接近 3G 手机时代。

乐观者预测，3G 牌照在 2009 年 1 月份将顺利发放，这将打响 3G 投资竞赛的发令枪—未来 3 年中国在 3G 无线网络方面投资人民币 2500 亿元。其中，仅在设备方面的投资将达到 1000 亿人民币。

2009 年全球电信设备供应商将面临诸多挑战，一方面，一度给销售带来提振的发达国家第三代移动通信（3G）网络扩建工程基本结束。另一方面，面对全球经济危机，网络运营商们纷纷削减成本。因此，中国这个世界第一大手机用户市场迟来的 3G 投资对电信设备商而言无异于雪中送炭。

摩托罗拉、朗讯科技、北电网络和爱立信等外资电信设备生产商长期以来一直在中国的电信设备市场居主导地位。而中国对他们来说也是举足轻重—摩托罗拉公司 2005 年近 20% 的无线基础设施收入来自中国市场，朗讯科技和北电网络

这项收入中来自中国市场的比例分别为 12%和 9%。

但随着 TD-SCDMA、CDMA 和 WCDMA 三大 3G 网络招标的进行，中国电信市场的受益者却有可能丧失这一市场的优势地位，取代者正是在 2G 时代的局外人——以华为和中兴通讯为代表的本土电信设备运营商。

权杖更迭

2008 年 11 月 15 日，中国自主研发的 TD-SCDMA 终端设备第二轮招标揭晓，TD 的缔造者大唐电信不出意外拿到 40%的份额。中兴、华为、中国普天共享近 50%的份额。外资电信设备商中诺基亚西门子获得 7.5%，而爱立信仅获得 4.5%。爱立信大中华区总裁马志鸿表示，他对仅获得 5%的合同份额感到失望，并已向中国移动充分表达了这种情绪。

但事实上，外资电信设备商在 TD 上的完败早已注定。在 TD 上，大唐、华为、中兴皆投入大量资金进行配套设备研发。而外资电信巨头们则低估了中国政府推进自主研发 3G 标准的决心，固守在全球广泛应用的 WCDMA 和 CDMA2000 阵地，直至 2007 年才开始做出应对。

2008 年的电信重组前，在 TD 上毫无优势的外资电信设备商匆忙站队，试图通过与中国公司合资的方式分得一杯羹。诺西与华为组建鼎桥系公司专门发展 TD 全业务，并建立了一支超过 1200 人的 TD 专业服务团队，投入约 2.38 亿美元，用于开发与中移动 3G 匹配的设备。

诺西付出的代价不可谓不大，但当 TD 真正开始竞标时，华为仍然甩开诺西单独竞标。“诺西与华为的关系既是竞争又有合作，这需要平衡。”诺西大中国区总裁张志强向《环球企业家》解释说，诺西并未从华为身上获得捷径。

共此命运的还有中国 2G 最大的赢家之一爱立信。爱立信选择了与中兴通讯公司合作。在 TD 一期招标中，爱立信与中兴共获得了 46.78%的份额，但爱立信在其中只分得 1.24%的份额。

而此前在 2008 年 9 月底公布的中国电信 C 网高达 300 亿元的招标更像一场战争。原本在 C 网占有率不到 5%的华为，凭借 7 亿元的地板价以近 30%的份额居首。传统 C 网巨头阿尔卡特朗讯、摩托罗拉、北电市场份额皆低于 20%。

有电信设备商指责说，是中国运营商对本土设备商的偏好导致了外资设备商的集体“陷落”。而 TD 论坛原秘书长陈昊飞向本刊指出，“偏好”本土供应商在欧美更为明显。中国运营商早就借鉴沃达丰等国际同行，建立了包括性能、价格、售后服务以及未来升级的平滑程度在内的筛选体系。如果说上述标准让外资电信设备垄断了 2G 时代的订单，那么此次在 3G 角逐上的失利也是同样的道理。张志强也承认，在运营商评标过程中，中移动出于自己的标准体系做出了选择。而非其它。

全球通信设备巨头对 3G 形势的判断失误，使中国本土设备商获得了宝贵的追赶时间。而在市场层面，外资电信的中国分支机构仍扮演单一的销售平台角色，在价格和产品推广策略上受控于总部，难以及时把握中国市场的脉搏。比如，各大运营商此次将很多选择权下放给了各分公司，这让一直擅长集团公关的外资

电信设备商有些措手不及，而其中国同行显然更喜欢这种错综复杂的局面。更进一步的原因在于，外资电信设备商在利用中国低廉研发成本上做得远远不够，在价格上无法与华为、中兴抗衡。

喘息之机

相比之下，中国联通正在进行的 WCDMA 建网招标，为中外电信设备商之争增添了变数。WCDMA 技术在全球成熟时间最早，也是外资电信设备厂商的传统优势领地。

爱立信大中华区总裁马志鸿表示，希望占到中国联通 WCDMA 市场份额的 30%。此前，爱立信一家就占据了我国 G 网 35% 的市场份额。而诺西自认为是“大中国区最有经验的 WCDMA 供应商”，也把 WCDMA 列为其中国 3G 中的重头戏。诺西承诺在 3G 牌照发放后，诺基亚能够将全系列 WCDMA 产品投放到中国市场。

自从 2006 年阿尔卡特与朗讯合并后，CDMA 业务的下滑连累整个阿朗业绩不振。据知悉阿朗的业内人士透露，阿朗在中国的 WCDMA 的份额在 20% 到 21% 之间。2008 年 12 月初，中国电信与阿朗签定了价值 2.3 亿美元的移动通信网络设备和服务合同。业内分析人士认为，顾及外资电信设备在 G 网的高占有率，为了低成本平滑过渡到 WCDMA 阶段，新联通仍会向外资电信设备厂商倾斜。

尽管如此，爱立信和诺西仍需面对来自中国华为和中兴的围剿。除了极具诱惑力的价格，华为和中兴的技术也与世界领先水平非常接近，在全球范围内二者已能做到与顶尖对手角逐，取得胜利，并赢得尊敬。华为迄今已取得 WCDMA 5% 的基本专利，在全球取得了 11 个商用合同。中兴在 WCDMA 上也取得了 9 个商业合同。在中国本土三战已胜其二后，二者自然不会放过在外资电信设备“自留地”里证明自己的机会。

“我们永远都希望能够争取更大的份额。”面对华为和中兴的强势崛起，摩托罗拉中国区总裁高端彬对《环球企业家》透露，他们亦有应对之道。摩托罗拉在 C 网中已经获得了约 17% 的份额，但其在北京的中标单最终还是交给了本土电信设备商——摩托罗拉正在试图从竞争白热化的设备竞争中抽力出来，直接进入下一轮的布局。有别于 2G 时代的话音和数据业务为核心，3G 时代将以媒体应用为主。高端彬认为摩托罗拉在网络、有线电视和移动通信的结合上拥有更强的竞争优势。在 C 网上，摩托罗拉在美国和日本有很大的市场份额，并得以近距离积累 3G 向 4G 时代演进路径上的独特经验。实际上这也是外资电信设备商的普遍心态。“不管哪个标准实施，做好应用总会抢先一步。”来源：环球企业家

[返回目录](#)

3G 产业链上下游厂商争食 2 万亿蛋糕

3G 牌照正式发放后，一条包括 3G 网络建设、终端设备制造、运营服务、信息服务在内的通信产业链正逐渐浮出水面。业内专家预计，未来 3 年内，该产业链将拉动 1.8 万亿—2 万亿元社会投资。面对如此巨大的盈利蛋糕，各相关厂商也纷纷开足马力，争抢“3G 蛋糕”。

TD 设备商加大投入

目前中国移动掌握的 TD 系统设备领域，主要以“中兴、大唐、华为为主，国外少数厂商为辅”。由于 TD 目前形成成熟产业链仍需一定时间，所以介入 TD 环节的各厂商也还需要进一步加大投入，辅助 TD 建设与发展。

作为 TD-SCDMA 标准的提出者，大唐电信集团有关负责人表示，TD-SCDMA 的正式商用将有力地促进产业链上的企业加快 TD 产品的市场化，推动整个 TD-SCDMA 产业链的快速发展。

上海贝尔阿尔卡特董事长袁欣指出，在 TD-SCDMA 领域，上海贝阿主要是与大唐移动展开战略合作。此次中国移动扩大的 TD-SCDMA 二期工程将在全国 28 个城市展开。根据合同规定，上海贝阿和大唐移动将为中国移动在南京、杭州、宁波等 11 个城市提供 TD-SCDMA 解决方案，该项目预计在 2009 年 6 月底之前完成，届时上述 11 个城市的用户将能够享受到一系列多媒体业务，包括彩铃、彩信以及将来实现应用的可视电话等 3G 业务。

目前，上海贝阿已在各方面做了充分准备，包括网络规划、设备安装和选址、工程设施及技术人员的储备和培训。只要市场启动，公司随时可以投入生产、提供设备、实施工程。“当然 TD-SCDMA 的成功与否还要取决于其在中国市场的最终表现。”袁欣认为。

3G 盈利“钱景”广阔

尽管资本市场昨日对运营商获 3G 牌照发放“冷脸相对”，但是下游设备厂商还是持积极欢迎态度。国泰君安分析人员指出，由于工业与信息化部预计 2009 年到 2010 年完成 3G 投资为 2800 亿元，这将对包含 3G 和 2G 扩容、传输、宽带数据、支撑系统等电信总投资将分别达 3237 亿元、3298 亿元，同比分别增长 26%、1.9%。

袁欣指出，未来由于 3G 技术及网络的带动，我国整个信息产业的自主创新、结构优化、技术应用等能力都将显著提高。在外部需求收缩的情况下，3G 肩负着扩大内需的职责。3G 网络的建设将直接带来数百亿甚至数千亿元的投资，基础运营商和增值电信企业的 3G 应用也将带来可观的经济效益。同时，3G 对国民经济各部门的就业机会均有显著促进作用。

爱立信大中华区总裁马志鸿 (Mats H Olsson) 也对表示，3G 牌照的发放将会有力推动中国电信市场迎来新一轮的高速增长期，爱立信中国也通过持续增强本地研发、本地供应链以及本地服务能力，为中国 3G 的启动做好了充分准备。

作为下游终端企业，海信通信总经理张立军对 3G 牌照的发放持欢迎态度，“3G 的推出无疑是盘活经济的一个重要‘棋子’，3G 开通将引发国内换机高峰，每年将拉动手机消费 1200 亿元。”

由于享受 3G 服务要更换专门 3G 手机，假设用户更换 3G 手机以年均 20% 的速度增长，每部手机按 1500 元计算，那么 3G 将在手机业产生 1200 多亿元的市场需求，也就是说，每年就可拉动 1200 多亿元的内需，5 年就是 6000 多亿元。此外，因手机消费而拉动的多个“链条”联动所产生的效益更是极为可观。

她同时表示，当前在 2G 手机全面占据市场的情况下，3G 手机如何赢得消费

者认可可是成败的关键。来源：中国证券报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

移动互联网带动 MID 市场高速增长

近几年，全球移动通信一直呈现快速发展态势，3G 网络部署、移动带宽提高和更多的互联网应用服务涌现都在促进移动互联网的蓬勃发展。在中国市场，随着中国 PC 互联网网民和移动互联网网民两个群体的逐步融合，中国消费者对在移动终端上享受真正互联网服务的需求越发强烈。

2008 年 8 月，Aigo 发布了全球第一款 MID 产品 P8860，之后联想也发布了 ideapadU8。与手机、笔记本电脑等移动终端相比，MID 既能提供完全的互联网体验，又具备非常好的便携性，非常适合用户体验移动互联网应用和服务。MID 定位于在移动的过程中为用户提供通信、娱乐和计算处理功能为一体的消费电子设备。从无线连接上，MID 支持蜂窝网络、WiFi 网络，能使用户最大便利地在移动中体验互联网服务。

从 2007 年英特尔提出 MID 概念以后，MID 迅速被业界所接受，并被认为是移动终端设备未来的发展趋势。MID 有两种，分别是以英特尔为代表的 X86 芯片阵营和以德州仪器、Qualcomm、NVIDIA 为代表的 ARM 芯片阵营。

2008 年 4 月，英特尔发布了 Atom 处理器和 CentrinoAtom 处理器，这两种处理器能为 MID 提供最大性能的支持。而英特尔计划在 2009 年发布的 Moorestown 平台将会实现处理器芯片 50% 的尺寸缩小和 50% 功耗的缩减，这将大大提高 MID 的便携性和实用性。2007 年 7 月由英特尔发起成立的 Moblin 是一个致力于为 MID 开发操作系统和应用的组织。目前，该组织已经有超过 30 家的 OEM 厂商和 20 多家服务提供商加入，共同推动 X86 架构 MID 的快速发展。

以德州仪器为代表的 ARM 阵营目前也在加紧与合作伙伴开发基于 ARM 的 MID 产品。德州仪器的 OMAP3440 平台和高通的 Snapdragon 平台都基于 ARMCortex-A8 芯片。据悉，联想的另外一个团队在开发基于高通 Snapdragon 平台的 MID 产品，之前诺基亚发布的 N770、N800 和 N810 都是基于 ARM 架构的 MID 产品。

X86 架构的 MID 和 ARM 架构的 MID 各有优缺点。前者的优势是计算处理能力强、兼容性强、支持更多的移动互联网应用，而且目前已经形成了产业链和产品，但缺点是较为耗电，电池时间短；后者的优势是省电，待机时间长，但计算处理能力较弱，同时还缺乏一个完善的生态系统和产品。

目前，MID 正处于市场导入期，产品种类少，产品价格高，但随着芯片成本和元器件成本价格的下降，市场需求将很快被激发。根据市场研究机构 In-Stat 的乐观预测，在消费者需求的增长、互联网应用和服务的发展和 MID 产业链成熟的驱动下，将迎来未来几年的迅猛发展，到 2012 年中国 MID 市场的出货量将达到 720 万台，2007 到 2011 年间的年复合平均增长率 (CAGR) 将达到 136%。

来源：中国信息产业网 2009 年 1 月 10 日

侯自强：移动互联网推进产业链变革

10年来电信业在互联网的冲击下经历了IP化的重大变革之后，致力于发展可管理的IP网并在其上建立IMS/NGN平台，形成一个“带围墙的花园”，建立一个以运营商为核心的产业链。对移动梦网来说中国移动是整个产业链的龙头老大，但是随着免费WAP网站、开放的移动互联网的快速发展，面对习惯于在互联网开放环境中自由驰骋的广大消费者用户，这种“带围墙的花园”的体制不断碰壁。

目前移动互联网上正在形成以消费者为核心的价值网，终端制造商和内容提供商可以直接面对客户。在移动互联网上正在上演诺基亚、谷歌和苹果的新三国演义。电信专家侯自强指出，包括中国移动在内的运营商不甘心“沦为通道供应商”，正在面向移动互联网谋“变”，这就是中国移动“新政”的推动力。

合作共赢

中国移动董事长王建宙在不同场合指出：“中国移动如果不创新，不进入Google的地盘，迟早会被对方干掉的。”“中移动可以学习苹果，提供平台，内容商可以利用平台销售自己的产品与服务。”所谓“新政”核心就是“变”，也就是我们常说的“电信转型”中国移动要成为“移动信息服务商”。侯自强分析后认为，这主要涉及三个方面，即产业链、运营模式和网络体系结构。产业链问题涉及与SP、CP、免费WAP网站以及终端制造商的关系，也是今天大家谈“新政”最关心的问题。

首先是与独立移动互联网站的关系，两年前王建宙就表示免费WAP的接入通道是打开的，梦网和免费WAP应该是一种共存的关系。正是在这种政策的支持下，近两年我国移动互联网得到快速发展，一些独立WAP网站已经形成自己忠实的消费群体，在访问量、流量方面已经超过了移动梦网。移动梦网的围墙已经被打开，移动互联网进入了快速发展的轨道，对梦网产生巨大冲击。2008年上半年中国移动WAP业务流量与2007年同期相比增加了140%，而收入只增加了20%。突破专网束缚，移动互联网将带来广阔的发展空间。易观国际预测我国WAP市场规模到2011年将达到508.9亿户，WAP用户规模到2011年将达到1.85亿户。

在基本服务免费的移动互联网时代移动梦网如何定位发展？2008年上半年中国移动WAP业务收入53亿元（其中包括流量费和内容及服务费）。中国移动梦网拥有习惯于付费的客户群以及畅通的收费和分成渠道、成熟的产业链。在这方面拥有独立移动互联网站不可比的优势。今后梦网作为移动互联网上的“具有品牌的收费服务平台”仍然有发展空间。2008年11月中国移动“五节整合营销会议”上提出将加强与独立WAP在内的外部伙伴的合作。收入将按30（产品）：45（渠道）：25（移动）的比例分成。相比于去年，渠道方（包括独立WAP）的分成比例得到提高，包括独立WAP、电视台、广播台等具有媒体属性的渠道被正式纳入移动的合作伙伴队伍。对中国移动而言发挥更多营销渠道的作用去推广其数据业务，比单纯依靠SP要更有效率和更有针对性。因此，侯自强认为，中移动

对待新的合作伙伴的态度已经开始转变—从产业链中说一不二的霸主转变为谋求产业链共赢的盟主。

做好管道，收费包月为主

侯自强预测，中国移动已经开展多种互联网业务，还将进一步进入上游领域。但电信公司与互联网公司在管理和企业文化上有很多差距。以资本为纽带建立子公司运营是较好的方法。中国移动已经和即将开始提供的四大移动互联网类产品，包括即时通信产品飞信、SNS 社区、有线无线广告以及 139 邮箱，将由中移动下属互联网业务的独立子公司“卓望互联”（中移动联合卓望控股共同投入 3000 万美元组建“卓望互联”，目前已经完成注册。卓望控股是由中移动联同美林、沃达丰等合股成立的唯一有外资背景的子公司）运营。中国移动有雄厚的资金，通过收购、控股成功的互联网和媒体公司是快速进入上游的最有效方法。本次金融危机也可能会提供一些机会。

在移动互联网时代，电信运营商提供基础传输业务仍然是有利可图的。到 2011 年中国移动的移动互联网用户如果达到 1 亿户，每人每月接入费以 50 元计，年收入可达 600 亿元。

侯自强指出，互联网用户能够接受的主要收费模式是包月。固网宽带业务是在提供包月不封顶业务后才得到快速发展。移动互联网也是一样，2006 年底和黄在英国率先提供包月接入业务，一年后包月业务席卷欧美，移动互联网流量激增。面前电信运营商对于 Skype 对话音业务的冲击已经不甚介意，欧美运营商允许数据包月用户使用 Skype 电话。随着 3GHSPA 的部署，容量大幅度提高，带宽成本降低使得实行包月制成为可能。我国手机上网主要是 WAP 窄带移动互联网，若能将资费调整到 50 元包月（2Gbyte 封顶），或与语音打包必能推动移动互联网的快速发展。

改进网络结构

今天 3G 蜂窝移动通信网络的体系结构是按照话音为主面向连接的业务设计的，以后经历了 IP 化的演进，形成了今天的 3GPP R6。在可管理的 IP 网上，通过 IMS 平台提供各种业务。这种体系结构不能很好满足移动互联网业务的需求，需要在两方面进行改进，一是采用 I-HSPA 实现网络结构扁平化，二是平行于可管理 IP 网上的 IMS，在公共移动互联网上建立分布业务网 DSN。

在发展 I-HSPA 方面，中国移动在 TD-SCDMA 前两期工程均未采用该技术。如果中国联通在 WCDMA 网络建设中采用此项技术，将在成本和时延性能方面对中国移动构成压力。等到 LTE 时再实现网络扁平化就太晚了。

中国移动已经发布了分布式业务网络 DSN 白皮书，侯自强认为，这不仅顺应了发展趋势，更抢占了先机。发展 DSN 重点在于提供分布式管理和支撑环境，应对未来移动互联网和网络新媒体的需求。目前 DSN 的概念尚在发展演化中，侯自强指出，保持互联网的开放性是非常重要的，DNS 应该能够支持互联网上的各种应用，从今天的 P2P 流媒体，各种 Web2.0 应用到未来的网络新媒体、Web3.0 语义网。重点是鼓励和支持互联网上层出不穷的各种新应用而不是自己去发展一

些应用，这样就能够形成一个健康的产业链。

中国移动“新政”已经开启了面向移动互联网转型、变革的进程。2009年随着电信重组完成，3G牌照发放，三大运营商将面向移动互联网展开激烈竞争。侯自强认为，中国移动“新政”推行的步伐还不够快，应该步伐更坚定些速度更快些。中国移动应该首先从大力推进包月开始，要给用户一个心动的价格。顺势者昌，抢占先机者为王。来源：通信世界周刊

[返回目录](#)

技术情报篇

【数据通信】

美国波特兰开通 4G 下载速度可达每秒 4M 字节

美国俄勒冈州波特兰市 6 日正式开通 4G(第四代移动通信)移动互联网业务，波特兰因此成为美国西部首个迈入 4G 时代的城市。

推出这一业务的美国 Clearwire 公司称，在波特兰开通的 4G 网络采用了 WiMAX 标准。这也是美国迄今第二个开通采用该标准 4G 网络的城市。美国东部巴尔的摩市去年 10 月曾开通类似网络。

这家公司的首席执行官沃尔夫在一份新闻公报中说，在波特兰开通 4G 业务，对该市以及整个美国移动计算和移动通信业的发展都具有重要意义。新闻公报称，这一业务开通后，波特兰将成为美国西部移动上网速度最快的城市。

目前，美国市场上还没有支持 WiMAX 标准的 4G 手机，采用这种标准的 4G 网络用户还只能使用带 USB 连接功能的调制解调器等，通过笔记本电脑移动上网。

据悉，通过这一网络移动上网最快下载速度可达每秒 4M 字节。

来源：经济参考报

[返回目录](#)

下一站：移动宽带

3G 牌照终于在人们的翘首期盼中发放了，也许我们不能奢望牌照的发放能够对移动通信的发展起到立竿见影的作用，但是这确实给移动通信走向宽带化、融合化提供了一个更加广阔的平台。我国电信业重组的完成、3G 牌照的发放，使得未来的电信市场竞争将围绕着构筑移动业务和宽带领域的优势而展开，另外，从目前的发展情况来看，移动的宽带化将成为未来几年推动整个电信业增长的新亮点。

市场发展为移动宽带大发展埋下伏笔

过去的几年是移动通信历史上发展最为迅速的一段时期，国际上，随着 3G 产业的日臻成熟以及一些新兴市场崛起，使得移动用户猛增。截至 2008 年年底，全球移动用户数已经超过 35 亿，而在未来的几年内更将超过 50 亿，人人都可以平等地接入网络，自由地使用通信工具进行沟通，人们的工作和生活方式也将随

之发生深刻的改变，人类社会真正进入网络化的社会。其中，令人鼓舞的是，移动宽带用户增长的步伐将更快，据预测，未来5年，移动宽带用户数将超过14亿，其中新增用户12亿，呈现出爆发式增长的态势；而在国内，虽然此前3G牌照一直没有尘埃落定，但是丝毫没有影响人们对移动宽带的热情。2008年以来，中国每个月都新增约800万个移动用户，用户总数早已超过6亿，到2012年底预计会拥有9.6亿用户，4年间新增约3.2亿用户。从业务收入来看，截至2008年10月的移动业务收入同比增长了15.7%，占整个电信业务收入的比例为54.8%。按照这个趋势发展下去，2012年将有70%的电信业务收入是来自移动业务的，总规模接近8000亿元。与此同时，我国的宽带用户数也在激增，据预测，到2012年，将突破1.6亿。

从今后的市场环境上来看，移动化和宽带化也是电信产业内所有参与者的必然选择。随着传统话音业务的没落和固定网络窄带接入的衰退，支撑电信产业发展的重担无可避免地落在移动和宽带上。运营商与移动和宽带直接相关的收入及投资的比例将高达80%以上，所以移动化和宽带化将是赢得竞争的必然要求。今后电信业市场发展的主题是融合，因融合带来的内容和应用的极大丰富、移动互联网的发展都需要借助移动和宽带的网络得以实现。多年来移动和宽带两个市场的积累，为今后移动宽带化和融合化的发展埋下了伏笔。

移动宽带技术正迎来全方位的融合

过去的一年中，2G技术不仅在用户规模上得到了大规模发展，而且在覆盖性能、带宽条件、支持速率等方面不断得到升级优化，为将来的平滑演进奠定了坚实基础。而3G技术也在宽带化这一大旗的指引下阔步前行，HSPA、EV-DO、LTE等增强型技术和未来演进版本在标准、商用解决方案等方面的发展也非常迅猛，带宽纪录在不断被刷新。

我国3G的开启由于时间点相对较晚，因此也站在了一个相对较高的平台上。我国具有自主知识产权的TD-SCDMA，整体研发和产业化在过去一段时间以来也获得了突破性进展，试商用在稳步推进，后续演进的基于正交频分复用技术方案也被广泛认可，向更高带宽和速率的LTE的平滑演进路线也逐渐清晰，只等我们未来一步一步去实践。

事实上不仅是传统的蜂窝移动技术在快速融合，城域网、局域网、短距离无线技术的大量涌现和快速发展也将“无线融合”的范围快速拓展，随之而来的，业务平台、支撑技术等方面的融合也在继续深化。

首先，蜂窝移动通信各种制式之间的融合在加深。目前，针对运营商建网的实际需要，各种制式的接入都要求在一个基站内完成，近两年来这种“双模”甚至“多模”的移动基站逐渐推出，在新的一年里基站内部的资源调度、智能控制等技术将得到进一步完善，从而实现真正的和谐发展。此外，这种融合还表现在现有技术向新技术的平滑演进方面。比如，核心网的IP化将进一步深化，从而使运营商能充分挖掘现有移动网络的潜力。

其次，传统移动技术与新无线技术的融合。目前，以ITU和3GPP/3GPP2为

引领的蜂窝移动通信从 3G 到 E3G, 再走向 B3G/4G 的演进道路, 以及 IEEE 引领的无线宽带接入从无线个人域网到无线局域网、无线城域网, 再到无线广域网的演进道路, 交融点越来越多, 移动通信不断强化宽带传输性能, 无线宽带接入不断增强漫游性能以及安全性能, 这种趋势会随着我国 3G 时代的全面到来而加快。

最后, 移动通信技术与互联网技术的融合步伐将加快。纵观近年的发展, 我们清晰地看到, 电信业务的移动化、宽带化、IP 化、媒体化趋势明显, 三网融合趋势加快, 这在技术上为移动互联网发展开辟了广阔的空间。业内很多专家都认为, 移动互联网必然会随着移动通信的拓展和互联网的不断发展而孕育前所未有的创新空间。相关统计显示, 近几年, 全球的互联网用户数是十几亿, 年增长 20%, 其中宽带网民和用手机上网的网民数的强劲增长足以说明宽带、互联网和移动的结合, 是一种必然趋势, 而且对各方发展都会产生巨大影响。过去, 由于移动带宽以及当时 WAP 的局限性, 移动互联网的应用还是非常受限的, 随着移动宽带化的深入, 以及各移动运营商和互联网厂商及终端厂商的大力出击, 移动互联网正以其独有的新的娱乐方式、新的阅读方式、新的社交方式、新的社会服务方式, 悄然改变着我们的生活方式。

移动宽带产业链趋于成熟

综上, 市场基础和技术的发展催生了产业链的繁荣。从国际上去年针对移动宽带的举动可以看出, 移动宽带的产业链正日趋成熟。资料显示, 在终端产品方面, 全球有接近 140 多个厂商推出了 1000 多种 HSPA 终端, 其中包括了 PC 卡、内置式模块等多种类型, 黑莓和苹果近期推出的手机也把支持 HSPA 作为重要的卖点。此外, 越来越多的移动消费类电子产品集成移动宽带功能。比如联想、东芝、戴尔等许多主流笔记本电脑厂商在考虑将移动宽带引为标准配置, 导航设备、车载娱乐设备以及游戏和视频设备也开始内置移动宽带能力。而更多的通信设备厂商、标准机构、电信运营商也正在结成各种各样的联盟, 专门推广移动宽带的理念, 倡导这种融合化的生活方式。

在传统话音市场仍然无可撼动的今天, 我们迎来了 3G 牌照的发放, 要想走出与 2G 差异化的发展之道, 运营商会发现 3G 业务最大突破口应该是在移动宽带领域。有机构预测, 未来 4 年内, 移动宽带用户将会以每年 3000 万户以上的速度增长, 其中所蕴含的战略机遇不言而喻。

3G 牌照发放这个夙愿已了, 随之而来的移动宽带巨大市场更值得我们期待!

来源: 人民邮电报 2009 年 1 月 8 日

[返回目录](#)

【终端】

无线宽带将成跨终端的标配

伴随着全球 3G 商用步伐的持续推进, 尤其是中国——这个全球最大的移动通信市场, 对于 3G 商用的即将全面开启, 无线宽带本身就已经成为移动通信业务的“杀手级”应用。与此相应, 通信、IT 终端也将无线宽带作为跨终端、多

屏幕的统一功能。可以预见，在刚刚到来的 2009 年里，无论是手机还是笔记本电脑，乃至新兴的 MID，都将加大对无线宽带的支持力度，从而将这一趋势进行到底。

无线宽带将成为多种终端的标准配置，从而在最贴近用户的环节，将因为 3G 以及 HSPA 而产生的各种高速数据业务，转换为用户便捷、快速以及无所不在的体验。

首先，手机支持高速数据传输的能力不断提升。契合移动通信网络演进以及商用部署的步伐，不仅 3G 手机早已全面推向市场进入规模化增长时期，而且有着更高数据传输速率的 HSDPA 手机，在 3G 手机中所占份额也迅速攀升。以 WCDMA 为例，目前全球实现商用的 WCDMA 手机终端共有 700 余款，其中 300 余款属于 HSDPA 终端。而且，WCDMA 终端在外形、重量和种类上都有了明显的改进和丰富。

中国手机制造商在全球 3G 以及 3.5G 终端领域的卓越表现，为中国 3G 的商用已经做好了充分的准备。来自市场咨询公司的数据显示，2008 年中国生产的 WCDMA 手机，将以 55% 的市场份额在 3G 手机市场上占有绝对优势。其中，中兴、华为、夏新等中国 3G 手机制造商，已经进入中东、北非、拉美、亚太，甚至欧洲、澳洲、北美等高端市场，抢占了全球 10% 左右的 3G 手机市场份额。基于此，我们相信，中国的 3G 将因为终端“瓶颈”的不复存在，而呈现更快的发展。

其次，伴随着 3G 数据卡，尤其是 HSPA 数据卡的蓬勃发展，笔记本电脑也将成为无线宽带最为重要的终端之一。利用笔记本电脑实现无线宽带，其根本动力主要体现在两个方面。其一，商务应用对于移动性有着持续而强劲需求，但曾经试图满足这一需求的 Wi-Fi，却因为发展相对较慢而无法满足这一需求。其二，伴随着全球 3G 商用网络部署的速度加快和规模提升（截至 2008 年 6 月底，全球 3G 网络总数已经达到 293 个），基于 3G 而实现高效的移动办公也已经成为可能。在这样的情况下，利用 3G 数据卡、HSPA 数据卡而为笔记本电脑插上“无线宽带”之翼，迅速成为受用户欢迎的热门 3G 应用。

高速无线上网数据卡，将成为 3G 运营商的热门业务之一。伴随着数据卡自身价格以及高速数据传输服务价格的双双下降，数据卡业务的用户需求将持续为运营商创造可观的收入。市场咨询公司 ABIResearch 的报告显示，3G 数据卡的销量已经从 2006 年到 2007 年期间增长了 300%；预计到 2013 年，年收入将从 2007 年的 30 亿美元增至 220 亿美元以上。运营商则在加大力度降低服务价格，以实现数据卡业务的规模化发展。例如，Verizon 已经开始以每月 29.99 美元的价格向用户提供两年合同期的 USB 数据卡业务。在此之前，美国的 SprintNextel、Verizon 和 AT&T 的包月收费计划，均向 3G 数据流量收取高达 59.99 美元的服务费用。

从总体上来看，当前最受欢迎、最为热卖的数据卡为 USB 型数据卡，而 PCI 调制解调器以及插入 PC 卡插槽的数据卡则已经开始上市预售。预计，未来直接内置数据卡的笔记本电脑，也将占据笔记本电脑市场的很大份额，甚至内置数据卡有望成为未来笔记本电脑的标配。

最后，面向无线宽带应用的专用终端（如 MID、移动互联网设备），也将成为无线宽带终端的一个重要分支。目前，随着中国 PC 互联网网民和移动互联网网民两个群体的逐步融合，消费者对于在移动终端上享受高速的互联网冲浪的需求越发强烈，这相应激发了 MID（移动互联网设备）市场的快速发展。中国的 MID 市场在 2008 年迅速起步，爱国者、联想均相继发布了 MID 产品。与手机、笔记本电脑等移动终端相比，MID 既能提供完全的互联网体验，又具备非常好的便携性，非常适合用户获得移动互联网应用和服务，因此必将成为无线宽带终端的重要组成部分。由于尚处于市场的导入期，MID 存在着产品种类少而价格高的问题。但是，随着芯片成本和元器件成本价格的下降，MID 市场将得到迅速发展。根据 In-Stat 的乐观预测，MID 将迎来迅猛发展：预计到 2012 年，中国 MID 市场的出货量将达到 720 万部，年平均复合增长率将达到 136%。

来源：中国信息产业网 2009 年 1 月 8 日

[返回目录](#)

【运营支撑】

电信行业呼唤立体防病毒解决方案

某大型电信企业因网络主干网、办公网及网关病毒防护和网络监控部署不完善，现有防病毒体系过于老旧，无法满足现代病毒防护要求；缺乏整体的桌面、主机安全策略，仅在各个部门部署独立的杀毒软件，但没有进行整合，形成其杀毒软件各自为政的局面。此外，该电信企业 IT 人员均身兼数职，不能完全解决当下频繁发生的病毒问题，企业信息安全存在极大的隐患。并且，该电信企业体系庞杂，拥有众多的下属机构和各地分公司，企业网络规模庞大，结构复杂，每天大量业务数据均通过网络传输和处理，共有上千台客户端计算机。因此，选择能够集中管理并且可以实现分级管理的立体化防病毒解决方案成为该电信企业保障信息安全的当务之急。

该企业在对网络中所有可能存在的病毒侵入点进行详细分析后，希望通过建立由一个或几个病毒监控管理系统中心集中对企业网络进行病毒查杀，实现企业全网的智能、高效和统一的安全管理。因此，该电信企业向安全厂商提出了五点要求：所使用的杀毒软件必须适应企业管理的特点和需要，必须能够实现企业多级化、分布式管理的需要；必须对整个网络实行全方位、多层次的病毒防护，对所有可能存在的病毒侵入点进行防护，也就是说应该在网络的每一个层次，包括客户端、服务器都要进行有效的病毒防护；提供强大的远程操作功能，实现远程安装、远程杀毒、远程监控等，减轻网络管理人员的工作压力；由于电子邮件已成为企业应用最多的网络工具，因此杀毒软件必须具备最先进的邮件监控功能，具有对邮件病毒的专门处理方式，遇到邮件病毒时能够快速有效地将病毒清除，防止邮件病毒对企业造成更大的危害；病毒定义码和扫描病毒引擎的更新必须快速、方便，内部网络的客户端、服务器端能够自动升级，无需任何设置和操作。瑞星在了解该企业的网络现状和组织结构后，结合企业的五点要求，为企业提供

了防病毒立体解决方案，构建了解决企业信息安全问题的捷径和坚实的信息安全保护机制。

此电信企业在各处网关以及与第三方网络接口处分别部署瑞星防毒墙 RSW-9300，对外部的网络病毒和攻击进行防范。该防毒墙在使用中无需在客户端和服务端上进行设置，而是作为独立于操作系统之外的硬件防毒网关，在企业网络的入口处提供“即插即用”式的保护。它可以使用透明、路由以及混合模式接入网络，满足复杂网络环境中的应用；并可以根据用户的不同需要，具备针对 HTTP、FTP、SMTP、POP3、IMAP 以及 MSN 协议的内容检查、清除病毒的能力，还可以在爆发病毒疫情的时候对网络的敏感环节进行隔离。

作为立体防病毒体系的组成部分，该电信企业在全网内部署瑞星杀毒软件网络版 2008 高级企业版，它全面强调了集中管理，通过全网管理功能、增强型全网漏洞管理、强大的网络管理能力等方式，为企业实现集中安全管理提供了强大的平台。该软件能全面监控该企业内部网络的信息安全情况，以求消除网络内及客户端存在的病毒，确保客户端防毒系统的运行及升级正常，并且能够向网络管理员提供指导性的操作建议，帮助他们及时掌握网络中的总体安全情况并针对其企业的特点对防毒策略进行调整。此外，它还可以帮助网络管理员对这些客户端的查杀病毒、实时监控、主动防御、自我保护、扫描漏洞、安装补丁、即时升级和发送消息等方面进行远程控制；并且让管理员可以在控制台上按照需要，根据 IP 地址、操作系统类型等不同侧面对网络终端节点进行任意分组，进行有针对性的特别管理、查杀病毒、设置统一防毒策略。另外，管理员还可以针对某个特定客户端、用户组或全网范围内统一进行查杀病毒，让未启动的计算机在开机后自动查杀，以求最大限度地减小病毒在网络内部传播的可能性。

来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

2008 年 1-11 月中国对白俄罗斯手机出口 60.68 万部

据白俄罗斯海关委员会统计，2008 年 1-11 月白进口手机 60.68 万部，同比增长 67%，进口金额达 4970 万美元，同比增长 40.5%。

按手机进口数量排序，第一是中国手机，从中国进口手机 29.16 万部（增长 2 倍），其次是韩国手机，进口 22 万部（增长 1.13 倍），第三是匈牙利手机，进口 7.23 万部（减少 1.25 倍）。

2008 年白手机进口的特点之一是中国代替匈牙利成为供应商的领头羊；特点之二是进口商进口规模和批量数量呈上升趋势；特点之三是保持通过正式渠道扩大进口态势。

来源：驻白俄罗斯经商参处 2009 年 1 月 12 日

[返回目录](#)

软银手机新用户数首获日本年度第一

日本电气通信事业者协会 9 日公布的数据显示，2008 年软银移动公司以 238.63 万的新增用户数，首次获得日本年度排名第一的宝座。

数据表明，到 2008 年底，日本各移动运营商的签约用户数总计达 1.582 亿，同比增加 5.3%。但是，由于日本手机销售方式发生改变，在调低通话费的同时，提高了手机终端的价格，因此用户更换手机的需求减少，手机销量陷入低迷。而软银移动凭借推出的网内免费通话服务，到 2008 年 12 月为止，连续 20 个月保持单月新增用户第一，累计签约用户数在今年 1 月 1 日突破了 2000 万。

2008 年新增用户数排名第二的是 NTT 多科莫公司，新用户数为 100.46 万。自实行转网保号制度以来，NTT 多科莫公司新入网客户逐渐增加，业绩有所好转，同时通话信号有所改善，因此解约数量有所减少。

2007 年排名首位的 KDDI 公司则跌至第三位，全年新增用户 99.54 万，E-mobile 公司则以 91.42 万名列第四。而唯一的小灵通运营商 Willcom 公司用户则减少了 4.71 万。来源：新华网

[返回目录](#)

联通网通重组央企户数调整为 141 户

从国资委获悉，经国务院同意，中国联合通信有限公司与中国网络通信集团公司重组合并。至此，国资委履行出资人职责的企业由 142 户调整为 141 户。

据悉，重组合并后的新公司名称为中国联合网络通信集团有限公司，由国资委代表国务院对其履行出资人职责。

按照国资委确定的目标，经过战略重组，到 2010 年，中央企业户数将调整到 80 户至 100 户。来源：上海证券报

[返回目录](#)

借 3G 产业全面洗牌手机需求每年激增 1200 亿

宇龙酷派常务副总裁李旺昨天接受信息时报采访时表示，3G 牌照发放后，运营商在未来两三年的投资将会达到数万亿元，成为金融危机下刺激经济增长的引擎，国内混乱的终端市场格局有望借助 3G 产业全面洗牌。

海信通信总经理张立军则认为，因 3G 网络开通引发的国内换机高峰将产生每年 1200 多亿元的内需。她表示，3G 的推出无疑是“盘活”经济的一个重要“棋子”，3G 开通肯定将引发国内换机高峰。“假设用户更换为 3G 手机以年均 20% 的速度增长，每部手机按 1500 元计算，那么 3G 将在手机业产生 1200 多亿的市场需求，也就是说，每年就可拉动 1200 多亿元的内需，5 年就是 6000 多亿元。”张立军说，“此外，因手机消费而拉动的多个‘链条’联动所产生的效益更是极为可观。”

在认为 3G 的发牌将拉动积极拉动内需的同时，上述两位国产手机负责人几

乎一致认为，3G 市场的启动，将加速推动手机终端产业的结构调整，拥有研发技术优势等核心竞争力的终端企业将抢占先机，手机行业洗牌将加速。

李旺表示，依据国外的经验来看，在以数据增值应用服务为主的 3G 市场，运营商在产业链的主导性将进一步增强。3G 手机终端作为运营商语音与数据服务的载体和差异化竞争优势的集中体现，将会越来越多的走向定制，这将提高手机终端产业的技术门槛，没有技术实力的企业将面临出局。张立军则称，3G 时代，研发实力和市场营销能力将决定手机企业的未来。

据了解，目前在已经试商用的 TD-SCDMA 终端市场，中兴通讯、宇龙酷派、海信通信等技术派国产手机厂商已纷纷获得大单。而针对 CDMA2000 和 WCDMA 制式的 3G 终端产品，上述手机厂商均进行了充分的技术储备，随时可以全面出击三种制式的手机终端。来源：信息时报

[返回目录](#)

国内手机销量单季度下降 2.7%

在近期发布的《2008 年第三季度中国移动终端市场季度监测》中，易观国际指出，去年第三季度，国内手机销售总量达 3497 万部，环比下降 2.7%。

在多种消极因素的影响下，国内手机市场出现增长乏力的情况也属正常。按照预计，去年第四季度，虽然在春节销售高峰期的影响下会比第三季度有所增长，但国内手机市场将出现萎缩。尽管如此，在电信市场新竞争格局和 3G 市场启动的积极因素影响下，整体的市场调整至多还能够再延续半年到一年的时间。

去年第三季度，诺基亚仍然保持着中国市场的领导地位，占据市场 38.9% 份额，市场份额较上季度有所提高。此外，三星手机的市场份额进一步提升至 18.6%，稳定国内市场第二位置。与此同时，摩托罗拉依旧因为新品上市速度慢，以 8.8% 的市场份额排名第三。

在国产厂商中，天语手机以 283 万部的整体销量占据 8.1% 的市场份额，位居国产厂商第一位，联想则以 3.9% 的市场份额排名国产阵营第二位。在 CDMA 市场，三星仍以 26.9% 的市场份额位居第一。来源：北京商报

[返回目录](#)

预测显示：2013 年美移动宽带用户将达 1.4 亿

美国市场研究公司 Parks Associates 一项新预测显示，到 2013 年，美国移动宽带用户将由 2008 年的 4600 万增长至 1.4 亿。

据国外媒体报道，Parks Associates 的预测还显示，2013 年智能手机销售量的增长将超过两倍，达到约 6000 万部。

Parks Associates 分析师安顿德尼索夫 (Anton Denissov) 称，消费者将越来越习惯于舒适快捷的移动宽带服务，并将视其为日常生活的一部分，不仅通过宽带上网冲浪、玩游戏、共享照片，并能随时随地通过社交网站与朋友联系。

德尼索夫还指出，2008 年经济衰退形势下，智能手机的销售仍保持强劲，充分体现了其作为地位象征和具有强大功能的吸引力。因此，智能手机销售没有

放缓，要么是智能手机市场的反应迟钝，要么是其对经济衰退的抵抗力较强。

德尼索夫以苹果为例进行解释，苹果第三财季销售了近 700 万部 3G iPhone，轻松超过分析师预测。而黑莓手机制造商 RIM 第三财季的销售额更是创下记录，其中有一部分原因是运营商囤购新触屏 Storm 手机和高分辨率的 Bold 手机。

但德尼索夫承认，由于经济低迷的影响，今年智能手机需求可能放缓。Parks Associates 预计，2009 年智能手机销售量将只增长 100 万部，达到 1900 万部。

今年，移动宽带用户将增长约 20% 而达到 5600 万。这一数字将包括基于订购的和拉单的移动服务。

德尼索夫表示，尽管手机媒体受众的增长将为移动媒体吸引广告客户，其他分析师却认为，手机广告市场尚处于萌芽阶段，大量挑战仍然存在，技术以及不同运营商和手机之间的互操作性等都存在问题。

摩根大通在一份研究报告中称，移动广告将受到经济衰退的严重打击。

但德尼索表示，广告将成为一种重要的收入来源，有助于弥补移动数据流量增长的成本，网络服务运营商通常收取单一的上网费，那么内容创收将成为移动市场发展的关键。来源：赛迪网

[返回目录](#)

全球创新指数报告：中国电信领域第 48

权威报告：中国全球竞争力第 5 电信领域第 48

据外电报道，欧洲工商管理学院近日（INSEAD）发布“全球创新指数”研究报告称，美国居首，德国、瑞典、英国紧随其后，中国居第 37 位。

欧洲工商管理学院总部位于法国巴黎。INSEAD 在报告中称，目前尽管受到金融危机袭击，美国仍然是世界最具创新力的经济体，拥有无可匹敌的商业成熟度和竞争力。同样陷入衰退的英国位列全球创新经济体第 4 位，仅次于德国和瑞典。

据悉，此次报告对 130 个国家和地区的整体创新能力进行排名，并对其财富、竞争力和知识进行了评估，将创新描述为“导致产生经济和社会价值的发明和创造的融合”。

其中，中国和印度的世界排名分别为 37 和 41，也显示出两国优劣势的显著差别。包括电信在内的基础设施领域，中国排名 48 位，远远超过印度 76 位。在全球竞争力方面，中国排名第 5。但是印度的人力资源排名 28，胜过中国的第 38 位。

此次发布的“全球创新指数”不同于传统的创新指标，如 GDP 中研发的比重、年工程专业毕业生数量、专利数量和科技论文发表数量等。而是通过评估制度和政策、基础设施、商业和市场的成熟度以及人力技能来衡量一个经济体广泛的经济创新能力。

在亚洲，“全球创新指数”评定新加坡为该区域最具创新力的经济体，其在全球排名第 5。其后为韩国，排名第 6。在制度和政策环境方面，新加坡全球排

名第 2，仅次于芬兰，而韩国在知识创造方面全球排名第 1。世界第二大经济体日本由于在制度和市场商业成熟度方面表现不佳，排名落后，成为亚洲第 3，全球第 9。中国香港位列世界排名第 12 位，其市场被评为世界最成熟，但人力技能仅为世界 26 位。来源：比特网 ChinaByte

[返回目录](#)

【市场反馈】

危机与增长并存移动市场成金砖四国掘金点

过去的一年，全球经济在金融危机中行走，风雨飘摇。全球电信业面对金融危机，也是如履薄冰。当前，在欧美发达市场，电信业和整个服务业，出现了全面萎缩。相对而言，新兴国家或地区的电信市场，普遍表现好一些。尤其，中国、印度、俄罗斯和巴西“金砖四国”的电信市场，表现尤为抢眼。

新兴市场表现不错

从新兴市场的电信业看，由于他们还只是忙于国内市场，参与国际竞争不够，参与全球化程度不高，资本流动性很有限，客观上受金融危机的影响也有限。面对全球金融危机，他们以守为攻，减员、降薪、裁并机构、出售资产等一些欧美电信企业在面临金融危机时常常采用的手段，在新兴市场却不轻易被采用。总的来说，不论亚太，不论拉美，也不论非洲，面对当前全球性的金融危机，新兴电信市场表现不错。

说新兴市场的电信业表现不错，不代表自身抗风险能力比欧美国家公司强。此次金融风险好比一场大地震，震源和震中都在美国，美国企业当然首当其冲，电信业也在劫难逃。欧盟的许多大企业，因地理和政治缘故，向来与美国企业的关系不一般。美国企业在金融危机中受到严重打击，欧盟企业，包括电信企业，不可能没有感应，不可能完好无损。新兴市场也受到了此次金融地震的波及，受到影响小一些，客观上就表现好一些。

同一种业务，同一时期，出现在欧美市场和新兴市场，后果不一样。解决金融危机的出路是加大基础设施投资和扩大内需，新兴国家的电信业还没有饱和，还处在普遍增长上升期，加大投资和扩大内需正好符合上升期电信业发展的需要。

拉美地区继续拓展

新兴国家居多的拉美地区市场尤其令人鼓舞。最近的调查资料显示，截至 2008 年底，拉美地区手机用户将达 3.88 亿，占全球总量的 9.6%。其中巴西是该地区最大的电信市场，移动电话用户为 1.432 亿，墨西哥和阿根廷分别以 7690 万和 4480 万用户紧随其后，这 3 国手机数量占地区总量的近 70%。按手机人均持有量看，阿根廷手机普及率最高，每 100 人拥有 102.2 部手机；乌拉圭和智利为人均一部手机；秘鲁、墨西哥和巴西的手机用户占本国人口比例相对较低。较之欧美和亚洲国家，拉美电信业发展仍欠发达，这意味着拉美移动电信业有很大的拓展空间。

2009年，拉美主要国家的电信业还将延续目前的发展态势，其中移动通信还是主角。拉美地区总人口超过5.3亿，国民生产总值超过2万亿美元。巨大的市场得到电信运营商的青睐。2000年至2006年，拉美各电信运营商将28%的收入投资于网络系统和电信基础设施。而在欧洲和美国，这一投资的同期比例仅为13%和18%。世界银行预计，到2010年，拉美电信业还需要6000亿美元的投资。

“金砖四国”值得期待

2009年全球经济可能进一步恶化，“金砖四国”的电信市场发展与困难并行，有机遇，更有挑战。四国电信业一如既往，主打国内市场。

俄罗斯，发展是主旋律。俄罗斯也是一个移动通信大市场。2008年俄罗斯移动市场至少增加2000万用户，全国的移动用户总数超过1.7亿，电话用户总数将达到2亿户，普及率为137部/百人。在当前的金融危机中，俄罗斯遭受的打击并不像欧美国家那样严重，而且有将近6000亿美元外汇储备做担保。俄罗斯最大移动运营商MTS计划在今后5年内投资147亿美元。这些基本条件可以确保俄罗斯2009年电信业继续平稳发展。

巴西，竞争更加激烈。2009年是巴西实行号码携带业务第一年，号码携带要求网络服务质量更高，而巴西网络稳定性一直不是很好。因此，2009年巴西电信运营商在网络和服务方面必定加大投入。从巴西投资需求来看，2009~2018年，巴西电信业每年将吸引投资约105.6亿至155.28亿美元，主要集中在互联网宽带系统和移动电话。

印度，有个问号。目前的印度电信市场，不论发展速度，还是发展趋势，或者市场占有率，移动通信风头正劲。实际上，这些年来，印度电信业一直与中国较真。2008年6月，印度新增手机用户890万，总用户达到2.869亿户，月增手机用户超过同期的中国数量的864万。近期另一目标是，2009年手机销量要超过中国，达到1.39亿部。所以，不难看出，发展无线通信仍然是印度电信业的当务之急，也是2009年的发展重点。非常碰巧的是，印度和我国一样，2009年也将正式发放3G牌照。这样，3G业务明年无疑是中印两国重点，也是业内普遍关注的焦点。

中国，3G保增长。2009年是我国的3G年。发放3G牌照后，我国电信市场马上就会进入网络建设高潮。为了迎合和加快网络基础设施建设，政府部门将投入2000亿人民币。国内运营商和制造商在开发3G市场上扮演不同角色，获得不同的利益。据发改委研究人员称，到2010年，3G对我国GDP的贡献将达到6%~7%。3G产业巨大的经济规模意味着它将可能成为未来10年中国三个“万亿元”高新技术产业之一。

实际上，3G的发展为我国电信业的大发展提供了新机遇。这种发展机遇在我国近30多年的电信史中有过几次，如数字程控交换，GSM移动通信……每个这样的机遇如同一次战役，经过一次又一次的重大战役，我国电信业得到了量的飞跃、质的提升，电信业由此获得了今天的大发展。在以往的机遇中，巨大的中国电信市场成就了一大批美国、加拿大、法国、德国、芬兰、瑞典、日本、韩国

通信企业。另外，也有些国外企业对中国市场信心不足，显得畏首畏脚、举棋不定。到头来，这些企业除了后悔，还是后悔。如今又面临一个机遇，又面临一种选择。3G 市场的良好预期在带给国内企业好处的同时，也给国外的合作伙伴带来希望。为了在我国上 3G，为了这一次大机遇，不少国外制造商与他们的中国同行至少苦等了 5 个年头！现在，新的机遇来了，凡对中国 3G 市场充满希望，并为之出力的国外企业，中国市场一定就像当年一样慷慨地回报他们。即便遇到今天的金融危机，这一律条不会改变！

当下，世界顶级的设备制造商在此次金融危机中遭遇打击，不少国外电信巨头把中国当作了避风港，不失明智之举。他们在为中国电信业发展提供动力的同时，也将赢得市场机会。

来源：通信信息报

[返回目录](#)

国美苏宁欲分食 3G 蛋糕已与运营商达成初步协议

3G 牌照发布，中国正式步入 3G 时代，中移动已正式在广州和深圳放号。从国美、苏宁获悉，国美、苏宁目前已确认成为 188 首批放号的社会渠道，虽然号码何时到店目前还没有时间表，但国美、苏宁均称对 3G 业务“抱有期待和信心”，称家电连锁渠道在经营 3G 业务上有自身独特的优势，希望与运营商加强联系，改变目前手机业务毛利率低的窘况。

广州国美通讯负责人王曙明透露，在前期中国移动的试放号阶段业务中，国美在广州市场主要的业务是销售一些 TD 手机和上网卡，但业务量不大，较为零星。苏宁电器总裁孙为民也确认，3G 业务目前在终端没有太多的动静，预计要到今年 6 月份才会有较大的市场反应。

据了解，按照国美、苏宁目前与运营商达成的初步合作协议，未来国美、苏宁在 3G 方面的业务将主要集中在机器销售和办卡业务上，这显然略显单薄。苏宁电器董事长张近东坦言，未来 3G 综合卖场手机销售一定离不开与运营商的深度合作，苏宁此前在这方面的拓展力度不是很多，今后将积极与各大运营商谋求协作。

来源：广州日报 2009 年 01 月 09 日

[返回目录](#)

符星华：3G 发牌将激发移动互联网市场潜力

针对 3G 牌照正式发放，易观国际首席分析师符星华认为，此举将快速激发移动互联网市场潜力。

7 日下午，中国工业和信息化部正式为中国移动、中国电信和中国联通发放 3 张第三代移动通信（3G）牌照。

对此，符星华认为，就中国目前的市场格局而言，预计 3G 对接入与增值业务将有极大促进，而面向消费者的服务将从单纯的内容向移动互联网应用转型。3G 将在移动互联网上催生出互联网的消费习惯并有所扩充，更多增值服务业务

将被研发出来。

据易观国际统计数据显示，截至 2008 年 12 月，月度活跃的移动互联网用户总量超过 8000 万。而 3G 的商用、带宽的增加和资费的下降，将有效地快速激发这个市场的潜力。

而在无线互联网企业空中网 CEO 王雷雷看来，之前由于成本过高，用户使用 3G 业务的活跃度低迷，现在中国使用短信的用户渗透率接近 100%，大量用户通过彩信报获取新闻资讯，手机上网用户过亿，这无疑说明中国拥有雄厚的 3G 用户基础和需求。

王雷雷同时指出，从 3G 发牌到市场上形成规模化的 3G 网络的用户群还需要时间。无线互联网企业要尽快和运营商紧密合作，尝试新的基于 3G 网络的业务模式。来源：上海证券报

[返回目录](#)

移动、联通、电信：谁会先在 3G 上盈利？

新年伊始，中国移动、中国联通、中国电信三家运营商便收到了期待已久的一份厚礼。

1 月 7 日晚 21:14 分，中国联通及时发布公告表示，已于 2009 年 1 月 7 日获得由中华人民共和国工业和信息化部（下称：工信部）发放的 WCDMA 第三代数字蜂窝移动通信业务经营许可。经工信部批准，联通集团授权公司持有的下属公司 - 中国联合网络通信有限公司在全国范围内经营该业务。

按照工业和信息化部的讨论报告材料，政府一共发放三张 3G 牌照，即对中国移动发放 TD-SCDMA 这个具有中国自主知识产权技术标准的牌照；对刚刚完成重组的中国联通发放 WCDMA 牌照，对中国电信发放 CDMA2000 牌照。

3G 时代来临

7 日下午两点致电工信部，工作人员称正在准备 3G 牌照发放仪式。该名工作人员同时强调，因为仅仅是发放仪式，只准许电信运营商参加，不允许外媒参与和现场采访。

两个小时后，再次致电工信部得知，3G 牌照发放仪式已经结束。随后致电三大电信运营商，均表明已获得牌照。

3G 牌照的发放，标志着我国正式进入第三代移动通信时代。

发放仪式结束前还有媒体猜测称，会先向中国移动发出 TD 牌照，其余两张何时发放待定。

发放仪式终结了坊间的所有猜想。没有先后，是同时。某管理咨询公司的高级顾问称：“不可能只发放一张，三家是一种竞争关系，需要达到一种平衡。先发给谁就意味着谁先起步，这样不利于公平竞争。”

银河证券研究所执行总经理王国平在接受采访时称，除了竞争因素外，TD-SCDMA 制式是我国的自主知识产权，之前尚不成熟，但已经试运行了一段时间了。现在来看，TD-SCDMA 技术已经足够成熟。

“中国联通 7 日发布公告称，‘中国联通集团吸收合并网通集团已经取得国

务院国资委的批准并已生效。’这则公告即宣布电信重组工作的结束，是为次日3G牌照的发放做最后一个准备工作。这也说明不可能先向中国移动发放牌照。”王国平向分析称。

3G后时代：先投入，再盈利
是厚礼，也是一份期待。

发放3G牌照前，国务院常务会议就指出：发放第三代移动通信牌照对于拉动内需，优化电信市场竞争结构，促进TD-SCDMA产业链成熟，具有重要作用。目前，三大运营商对3G网络的升级工作才刚刚展开。

“对拉动内需肯定会起作用。但对运营商来说，这两年主要是投入，产出是一个相对靠后的事情。”银河证券研究所执行总经理王国平在接受采访时表示。

王国平在《2009年通信行业策略》的研究报告中指出，中国电信未来2~3年在CDMA上投资超过800亿元。中国移动TD网络投资规模预计达到460亿元，2010年投资还会进一步提升，达到500亿元左右。2009年也将成为中国联通WCDMA网络投资的最高峰，投资总额预计为550亿元。

据悉，中国电信推出的天翼套餐是原CDMA加WIFI上网技术，非真正意义上的3G，在获得牌照后，3G业务的全面开展还需时日；而从技术和全球应用来看，中国联通的WCDMA技术最为先进和完善，但因中国联通内部整合后续问题，其WCDMA要5月份才能正式推出自己产品。而先行试商运行的中国移动TD-SCDMA标准在技术上还稍滞后于另外两个标准，有待进一步完善。

首问管理咨询有限公司行业分析员认为，不可能很快盈利。预计09年将是网络升级投资的高峰年，3G业务收入形成规模并完全转化成公司业绩还需要一段时间。

中国电信投资者关系部高级经理郦建栋接受采访时称，3G牌照发放后，公司需要讨论下一步的运营方案。先在有限的地区内开展，日后再全面推行。短期内不敢保证利润会增加。

“对于运营商来说，主要是为了盈利。但如同修路一样，3G业务的全面开展是一个过程，不会一蹴而就。且盈利能力不仅取决于技术水平，还取决于运营商的管理能力、运营水平、网点的质量，以及现有的用户数量。”

通俗来讲，3G牌照可以视为经营许可证；但如何经营，能否盈利，完全看运营商自己了。来源：证券日报

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟



踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：	(010) 6598-1925、6598-1897	E-mail: apptdc@apptdc.com
服务平台：	(010) 6598-1925-602	E-mail: fuwu@apcsr.com
北京公司：	(010) 6598-1925、6598-1897	E-mail: beijing@apptdc.com
深圳公司：	(0755) 8209-6199、8209-1095	E-mail: shenzhen@apptdc.com
上海公司：	(021) 6876-1000、6876-9867	E-mail: shanghai@apptdc.com
重庆公司：	(023) 6300-3200、6300-3220	E-mail: chongqing@apptdc.com
杭州公司：	(0571) 8993-5943、8993-5942	E-mail: hangzhou@apptdc.com
广州公司：	(020) 3758-0643、3758-0421	E-mail: guangzhou@apptdc.com