



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. 02. 11

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 国外对中国 3G 发展的四种心态

中国 3G 的发展状况正引起国外的关注。许多国外媒体都看到了中国 3G 的市场的巨大前景，但部分国外人士对中国 3G 的发展提出一些论调，有些是嫉妒，有些是担心，有些则是偏见与短视。

■ 中国电信业成鼎足之势 3G 给中国经济带来什么？

将 TD-SCDMA、CDMA2000、WCDMA 三张 3G 牌照分别发放给中国移动、中国电信和中国联通，可以说是政府有关部门深思熟虑后作出的决定。

■ 国资委严查电信等央企行业投资情况

国务院国资委主任李荣融在日前举行的中央企业纪检监察工作会议上表示，针对四万亿人民币的刺激经济落实计划，国资委将严查中央企业专案进展和资金使用情况，严防腐败现象发生。

■ 信息产业规划技术升级促内需聚焦六大工程

相关行业协会负责人透露，提交给发改委讨论的电子信息产业振兴规划初稿，其主要指导原则是推动工业化与信息化的融合，通过在财政、税收等方面采取十大扶持政策，同时实施集成电路、平板制造、TD 等六大工程，以此强化自主创新能力，带动信息产业振兴。

■ 电信业调整振兴规划即将出台

为应对全球性经济与金融危机、振兴电子信息产业这一在国民经济中具有战略性、基础性和先导性的支柱产业，国家于近日编制了《电子信息产业振兴规划（2009 年-2011 年）》。

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
国外对中国 3G 发展的四种心态	4
中国电信业成鼎足之势 3G 给中国经济带来什么?	6
产业环境篇	9
【政策监管】	9
国资委严查电信等央企行业投资情况	9
信息产业规划技术升级促内需聚焦六大工程	9
山寨机侵权问题突出专家建议实行分类监管	11
工信部首次颁发 14 开头手机子号段独家给 TD	13
电信业调整振兴规划即将出台	14
【国内行业环境】	14
中国运营 3G 应避免盲目乐观	14
CDMA 手机市场销量猛增国产品牌占据半壁江山	16
北京发现刮开无密码移动充值卡	17
中移动联通兑现部分股票期权	18
外资在华出现新取舍: 收缩制造放大营销	18
拿着 3G 牌照怎么走 3G 运营商需要冷思考	19
评论: 警惕电信业恶性竞争卷土重来	20
光通讯: 08 年保持增长 09 不确定性增大	21
3G 盈利是世界难题中国将创造奇迹的三大理由	24
通信行业突围路在何方?	26
中国应形成“中关村模式”的聚集效应区	29
【国际行业环境】	34
前景看好适者生存——看经济危机中的全球电信业	34
亚洲电信业短期内得益于健康经济	36
GSM 协会主席呼吁通过移动行业刺激经济复苏	37
爱尔兰对中国产手机发出预警	38
2009 年全球手机产业前景暗淡	39
全球 3G 发展新浪潮透视	39
韩国手机在美国市场所占份额超四成	40
运营竞争篇	41
【中国移动】	41
iPhone 进中国拉锯一年半: 中移动苹果互不相让	41
德瑞咨询: 中移动或为小灵通退市最大赢家	42
【中国联通】	43
联通或新增 1430 万 186 号码专用 3G 业务	43

联通 3G 优先网络建设确定“三不”原则.....	44
联通与网通如何实现 1+1>2	46
【中国电信】	49
中国电信开始全面启动“手机下乡”工作.....	49
中国电信出手采购 2000 万部 3G 终端.....	50
中电信透露将启动第二轮大规模手机招标.....	51
中电信 C 网手机新政：主要利润让给手机商渠道商.....	52
中国电信首批 3G 终端招标选型结束.....	55
【欧洲地区运营商】	55
分析：法德电信还能否独善其身.....	55
中国联通 3G 业务牵手西班牙电信.....	58
西班牙电信等 6 大运营商将销售 Linux 系统手机.....	58
【其他地区运营商】	59
香港四家运营商将部署 LTEWiMAX 正式死亡.....	59
日本 KDDI 发展 CDMA 的启示.....	61
越南电信业务急速发展.....	62
阿联酋电信公司海外拓展之路.....	62
沃达丰和记黄埔合并澳大利亚电信业务.....	64
沃达丰将融资 20 亿美元竞购印度 3G 频段.....	65

制造跟踪篇.....65

【摩托罗拉】	65
摩托罗拉即将开始在华裁员手机部门为重点.....	65
摩托罗拉：2010 年参与 WindowsMobile7 上市	66
【爱立信】	67
爱立信瞄准 TD 手机芯片.....	67
爱立信间接控股 T3G	67
【诺基亚】	68
洋品牌不挺 TD 中移动急洽诺基亚.....	68
诺基亚宣布对 E71 等智能手机进行大规模降价.....	69
【三星】	69
三星联手电信深度定制手机.....	69
【华为】	70
视察华为：中国企业能够在海外发展起来.....	70
华为与沃达丰加深战略合作.....	72
【中兴】	72
中兴：2009 要成为全球 GSM 厂商前三强	72
中兴推业界最小移动 WiMAX 射频单元.....	73
【大唐】	73
大唐电信集团与上海市签署战略合作框架协议.....	73
大唐电信旗下 TD 产业园落户上海.....	75

服务增值篇.....76

【趋势观察】	76
移动信息领域六大创业机遇	76
中芯国际将削减资本支出 72%	77
抓住移动通信和互联网结合新趋势	77
4G 仍面临障碍组网层面改进空间较大	79
移动增值市场期待调整升级	80
移动宽带或成运营商利润新来源	81
【视频服务】	82
视频业务期待爆发式成长	82
【网络增值服务】	84
中移动将出增值业务新政：TD 业务优先结算	84
技术情报篇	84
【终端】	84
报告称 MID 有望取代智能手机和上网本	84
传中国移动 TD 手机将嵌入 WIFI	85
【运营支撑】	85
陈如明：加快 FDD/TDD 融合组网研究	85
王建宙谈互联网发展两大趋势：云计算和移动化	88
CMMB 前进路上仍面临着五大技术挑战	90
分析：LTE 正在阻碍 WiMAX 前进的脚步	91
CDMA1xEV-DO 无线网络建设分析	93
市场跟踪篇	95
【数据参考】	95
CDMA 手机销量猛增国产品牌占据半壁江山	95
联发科第四季度净利环比下滑 60%	95
思科第二季度净利润同比下降 27%	96
中芯国际 2008 年第四季度净亏损 1.245 亿美元	96
【市场反馈】	97
清理频段支持 TD 小灵通三年内彻底退市	97
宏达电初尝谷歌手机甜头	98

亚博聚焦

国外对中国 3G 发展的四种心态

中国 3G 的发展状况正引起国外的关注。许多国外媒体都看到了中国 3G 的市场的巨大前景，但部分国外人士对中国 3G 的发展提出一些论调，有些是嫉妒，有些是担心，有些则是偏见与短视。我们应该关心世界对中国 3G 甚至通讯市场的观点，因为中国要放眼全球的通讯市场，而不能仅局限于中国。看看国外怎么看我们，想想我们应该怎样做。

一、嫉妒：中国的无线通讯市场太大了

分析师 EugeneBukoveczky 指出，中国移动在八个城市测试 TD-SCDMA 标准的行动，可能将成为中国人重新掌控世界最大的、增长速度最快的无线通讯市场战役的第一阶段。据预计，今年中国大陆手机用户将达 6 亿人，手机销售将超过 1.40 亿部。对于外国手机生产商来说，中国是一个巨大的市场。仅就今年而言，中国市场上支持 TD-SCDMA 标准的手机销售就将达到 2000 万至 5000 万部左右；到 2012 年，使用 3G 手机的中国用户可能将超过 1 亿人。陈永东认为，中国因为人多，所以中国的通讯市场也是全球最大的，这引起了国外人士与相关企业的嫉妒。国外许多人士与企业最嫉妒的事是，中国人自己的通讯市场可能会被中国人自己完全控制，那么这块巨大的蛋糕可能国外企业就几乎分享不了多少。当然，中国人做事就要让世界看到中国人是如何用自己的技术把全球最大的通讯市场办出水平，在全球最大的通讯市场里的用户能享受到最实惠、最高效的服务。

二、担心：中国要取得本土无线市场的掌控权

上周四发表分析文章称，分析师 EugeneBukoveczky 撰文称，中国政府规划者不惜一切代价抓紧开发自有 3G 标准，这向世界发出了清晰的信号——他们想要取得更多的本土无线市场掌控权。一旦成功，则本土生产商将在中国手机市场上占据很大一部分份额，诺基亚、摩托罗拉和三星这三家占有中国手机市场最大份额的公司将因此面临直接的挑战。

陈永东认为，国外许多人士与企业担心，中国在不断地取得中国本土无线通讯市场的掌控权，他们担心中国的成功、中国的强大。他们担心中国在技术领域的崛起，他们担心中国在通讯行业越来越强发言权。我认为，我们要把国外这种担心变成一种动力鞭策。中国在推行自己的 TD-SCDMA 这一 3G 标准时，应该要由政府制订明确的发展计划，要体现中国一贯提倡的“科学发展观”。还是那句，要推行 TD，就要有规划，不仅要让世界看到中国有超强的技术水平，也要让世界看到中国有超强的管理水平。不能让管理落后于技术。

三、偏见：中国的 3G 把外国竞争拒之门外

上周四，美国商务部副部长克里斯托夫·帕迪拉(Christopher Padilla)称，中国开发独一无二的自有 3G 标准将把外国竞争拒之门外，并将面临“技术孤立”的风险。中国政府似乎倾向于支持这种中国特有的 3G 标准，而不是国际认可的标准。“这可能将在短期内为本土企业提供竞争优势，但实际上则阻断了合作、限制了产品开发、减少了消费者选择，并将妨碍中国的竞争力和经济增长。”

陈永东认为，这显然是某些国外人士的偏见。中国的行业主管部门从来没有说中国的 3G 标准拒绝国外企业的介入。虽然在当前正在进行的测试中，过半的手机来自于本土生产商，仅有三星等国外公司参与测试。但至少要有国外公司的参

与，且许多 TD 芯片生产企业也都有国外企业的参股。并且，中国的 TD-SCDMA 是全球相关组织通过的四大 3G 标准之一，怎么能说是“技术孤立”呢？产生这种偏见的原因可能是一些国外人士不能完全接受中国也能研发成功 3G 标准这一事实。面对偏见，我们中国只有做得更好些，让国外的同等能心服口服。

四、短视：中国的 TD 不可能在海外市场成功

分析师 Eugene Bukoveccky 认为，由于当前主导世界无线市场的是其他 3G 协议，因此对诺基亚或摩托罗拉等全球手机生产商来说，拨出大量资源生产符合 TD-SCDMA 标准的手机不大可能。虽然中国政府冀望很高，但 TD-SCDMA 标准短期不太可能在中国以外的市场上获得太大成功。

陈永东认为，由于某些特殊的原因，目前世界几大手机巨头只有三星参与了中国的 3G，但这并不意味着诺基亚或摩托罗拉等全球手机生产商对中国巨大的 3G 市场无动于衷。目前，诺基亚在中国手机市场中所占份额为 31%，摩托罗拉为 22.5%，三星为 9.8%，如果 3G 手机不断普及，那么几大国外手机投靠将失去这些份额巨大的市场，他们会愿意吗？我认为，他们还在狡猾地观望，他们还在等待时机，一旦时机成熟，诺基亚或摩托罗拉等全球手机生产绝对会进军中国的 3G 手机市场。倒是目前占据了天时、地利的中国手机制造厂应该居安思危，早些做好应对准备。并且，中国的 3G 也会放眼全球的通讯市场，而不是仅局限于中国本土市场。来源：中国邮箱网

[返回目录](#)

中国电信业成鼎足之势 3G 给中国经济带来什么？

3G 时代大幕开启，中国电信业成鼎足之势，热点看点层出不穷——

未来，三种 3G 标准，各有优劣，TD 能否打赢我国科技自主创新“第一仗”？

移动通信领域，中国移动一家独大局面会否发生变化？

2800 亿元直接投资将如何拉动内需？

三足鼎立各有千秋

将 TD-SCDMA、CDMA2000、WCDMA 三张 3G 牌照分别发放给中国移动、中国电信和中国联通，可以说是政府有关部门深思熟虑后作出的决定。中国移动的最大优势是建立了中国覆盖最广的 2G 网络，拥有最多的用户，同时盈利能力远远超过竞争对手。截至 2008 年 11 月底，中国移动拥有手机用户 4.5 亿，2008 年上半年，中国移动实现净利润 548 亿元，是另外两家运营商利润总和的 3.2 倍。但是，拥有我国自主知识产权的 TD-SCDMA 却有产业链成熟度低、终端选择性少等缺点。此外，在网络建设上，由于 TD-SCDMA 目前占用的 2.1G 频段穿透力不足，需要进行大规模的基站建设。

中国电信的最大优势在 CDMA2000 网络建设上。鉴于之前 C 网所采购的设备

都支持 CDMA2000 制式，从理论上讲，中国电信不需要重新建设网络，在 3G 牌照发放后，只需进行软件升级，就会建设起一张全国覆盖的 3G 网络。此外，中国电信还拥有中国最大、最完善的固话和宽带网络。不过，由于 CDMA2000 全球市场占有率仅为 23%，加上过去联通 C 网用户发展数量不足，当前用户规模为 2797 万，中国电信面临着繁重的用户发展任务。

中国联通的最大优势是获得了全球最具优势的 WCDMA 牌照。目前，全球有 100 多个国家、258 张网络采用了 WCDMA 制式，拥有 3.2 亿用户，全球市场占有率为 77%。与此同时，几乎所有的终端制造商都推出了 WCDMA 手机，终端选择性最广。然而，与 TD-SCDMA 相似，由于频谱资源的原因，要建成一张覆盖全国的精品网络，中国联通也需要增加基站数量，进行网络升级。因此，网络建设的难度较大，耗费时间较长。此外，联通还面临着繁杂的内部整合工作。

北京邮电大学经济管理学院教授曾剑秋认为，三大标准各有千秋，很难出现“一统江湖”的局面，谁能占据更大的市场份额，关键要看谁更符合中国市场的需求。三雄竞技各显神通

三大运营商、三个标准，注定了未来 3G 时代的电信竞争将更加激烈，也更有看头。

去年 12 月 22 日，中国电信正式发布了“天翼”互联网手机品牌，并启动了 189 号段全国范围的放号。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。

1 月 7 日，中国移动推出了全新 3G 品牌标识“G3”和 3G 专属的 188 号段。1 月 8 日，188 号段开始在广州和深圳同时放号。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，本地通话费为每分钟 0.29 元。

对于中国移动而言，要想赢得 3G 时代的竞争，最关键的是利用好现有的庞大客户资源。而让现有的 2G 客户“不换号、不换卡、不登记”、只要换一部双模手机就可以方便地使用 3G 服务，是中国移动 3G 战略的核心。中国移动更大的野心是让今后的 2G 手机上都附带 TD 功能，如此一来，购买新手机的客户就自动成为中国移动的 3G 用户。“这一设想已经得到了手机厂商的正面回应。”中国移动市场部总经理徐达透露，近期，中国移动将公布对手机终端厂家的激励计划，预计今年将有几十款功能丰富、质量可靠、价格适中的 TD、GSM 双模手机上市。

业内专家认为，3G 在中国真正大规模增长至少需要两年时间。几年之后，三种 3G 标准的技术都将达到相等水平，竞争将不再是技术之争，而是营销和服务之争。

中国电信的 3G 战略则正是从品牌切入，通过打造“天翼”这一“互联网手机”高端品牌，采取同位换号、双模手机渗透等营销手段，分流中国移动的中高端客户。

相比中国移动和中国电信的明争暗斗，中国联通却显得有点悠然。鉴于拿到的 WCDMA 是最成熟的 3G 牌照，在国际上有最广泛的终端设备，中国联通的战略显然是后发制人。

拉动内需又一重拳

工业和信息化部部长李毅中说，按照电信运营企业各自发展规划，2009 年、2010 年两年预计完成 3G 直接投资 2800 亿元左右。有专家认为，3G 投资近 3 年能拉动近 2 万亿元社会投资，有助于刺激中国经济增长。

统计显示，在 1G、2G 时代，由于中国缺乏技术专利，产业链不够完善，国外企业从中国获得了超过 7500 亿元的收入。TD-SCDMA 不仅能够节省大量专利费用，牵制其它制式产品的价格，更重要的是，在 3G 时代，以华为、中兴、大唐为代表的国内电信供应商，将有望打破对国外专利和技术的依赖，实现快速发展。据报道，目前，国内电信供应商占据了 TD 产业链 90% 左右的市场份额。在中国移动 TD 二期招标中，华为参与投标并承担销售、市场、交付等职能，市场份额为 17.5%。不仅如此，在 2008 年的中国电信 C 网一期招标中，华为拿到约 30% 的无线基站份额，进入北京、西安、广州、天津以及江苏、浙江、福建、广东等沿海发达市场。华为还拥有 156 件 WCDMA 核心专利，占总数的 7%，排名第五，并且新增 WCDMA/HSPA 商用合同连续两年排名业界第一。

中兴不仅是 TD 产业链最大的供应商，还连续 2 年位居全球 CDMA 发货量首位。在 2008 年中国电信 C 网招标中，中兴在原有 32% 的份额基础上有显著提升，继续保持了国内第一供应商的地位。

当然，在 3G 时代，TD 能否打赢我国科技自主创新“第一仗”，同样值得期待。中国移动总裁王建宙表示，3G 牌照发放后，TD 的发展将进入一个新阶段。中国移动将进一步以推动自主创新、发展 TD 为己任，全力以赴做好 TD 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。

TD-SCDMA 产业联盟秘书长杨骅认为，3G 牌照发放会推动 TD 的发展。因为三种标准同台竞技，会对整个 TD 产业链形成压力，过去处在观望状态的供应商和运营商将加大投入，伴随着市场应用的扩大，TD 终端也将进一步成熟。我们期待着 TD 在 3G 时代有更佳的表现。来源：通信网

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

国资委严查电信等央企行业投资情况

国务院国资委主任李荣融在日前举行的中央企业纪检监察工作会议上表示，针对四万亿人民币的刺激经济落实计划，国资委将严查中央企业专案进展和资金使用情况，严防腐败现象发生。国资委纪委监察局将适时开展对电网、电信、交通、装备、建筑、冶金、建材等领域中央企业承担重大专案进展以及资金使用情况的监督检查。

李荣融指当前国际金融危机仍在蔓延和加深，对央企生产经营的影响和冲击还在不断显现；为了保持经济平稳较快发展，中央已经出台了一系列扩大内需促进经济增长的政策措施，央企在扩大内需保持国民经济平稳较快增长中肩负的任务很重，越是在各项生产建设任务繁重的时候，越要加强反腐倡廉工作。

国资委将特别针对投资决策、工程招投标、物资采购、建设管理、转包分包、设计变更、验工计价、资金拨付等关键环节加强督查，以促进企业完善责任体系，防范违规违纪，确保项目优质、资金安全。此外，国资委还将检查企业工程项目规划和立项是否符合中央企业规定的投资方向，以及是否符合企业的主业和发展战略，以防止低水平重复建设和盲目发展高耗能、高污染、产能过剩的节目，防止盲目扩张。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

信息产业规划技术升级促内需聚焦六大工程

相关行业协会负责人透露，提交给发改委讨论的电子信息产业振兴规划初稿，其主要指导原则是推动工业化与信息化的融合，通过在财政、税收等方面采取十大扶持政策，同时实施集成电路、平板制造、TD 等六大工程，以此强化自主创新能力，带动信息产业振兴。

聚焦六大工程

据悉，振兴规划初稿主要聚焦六大工程，涉及集成电路、平板制造、TD、数字电视、计算机及下一代互联网、软件及信息服务，通过财政、税收方面的扶持政策加快相关产业的发展，促进国内需求。

在集成电路方面，支持骨干整机制造企业和芯片企业间的兼并重组，建立国家级集成电路研发中心和公共服务平台。推动平板产业升级和彩电工业转型，支持骨干企业建设等离子生产线和开展大尺寸 OLED 工艺技术开发，建设试验生产

线。在 3G 产业，重点完善 TD 产业链，结合国家科技重大专项，支持 LTE 演进技术发展，推动芯片、终端、测试设备的产业化，围绕 3G 和移动互联网发展，支持新型服务业务创新。

在政策层面，还计划出台十项扶持政策，包括加大财政投入、改善投资环境、加快出台和落实财税扶持政策、加大对外向型企业的支持力度、支持信息技术在传统产业中的应用、强化自主创新能力、完善融资体系、支持优势企业并购重组、扩大国内需求、建立产业安全和损害预警机制。

在财政投入方面，以贷款贴息、研发和产业化补助、政府采购、资本金注入等多种方式引导社会资源投向电子信息领域。在税收方面，继续原有鼓励政策实施期限，免除软件企业营业税；鼓励新兴显示器发展，优惠政策覆盖范围扩大至等离子、OLED 等，实行免进口关税及增值税；落实数字电视产业政策；加快高新技术企业认证进程，将自主品牌骨干彩电、新兴显示器、软件和信息技术服务外包企业纳入高新技术企业范畴。

日信证券研究员张广荣认为，扶持政策将会在一定程度上缓解我国电信信息产业面临的不利局面，短期内能提升行业的景气度。就细分板块而言，通信板块前期受 3G 因素拉动股价有所回升，估计此项政策的刺激效应不大；对软件企业与下游行业的拉动则较为明显；电子元器件板块前期一直处于低点，受此政策效应刺激，有望出现反弹。

刺激内需

针对信息产业过于依赖海外市场的特点，规划希望能通过技术升级来启动国内市场需求。规划要求推进 3G、下一代互联网、数字电视网络建设，形成 6000 亿元以上的投资规模；实施政府国产软件替代计划；将国产计算机纳入“家电下乡”范围；鼓励开展光伏发电。

中国电子商会常务副主任彭李辉对中国证券报表示，电子信息产业面临的主要问题是海外市场需求的下滑，此时通过技术升级和改造，其目的不仅可以带动国内需求，也是为下一轮扩张期培育增长点。

工信部电信研究院副总工程师陈金桥预计，我国将形成一条包括 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，对扩大内需，刺激经济产生重要作用，在未来三年内，3G 产业链将拉动 1.8 万亿元到 2 万亿元的社会投资。

上海证券研究员陈启书认为，对于信息产业而言，目前产能扩张之路显然走不通，技术改造和推动工业化与信息化的融合将是产业振兴的主要方向。

业内人士称，“核高基”项目所获得的补助金额会比以往有大幅增长，应重点关注国产基础软件、集成电路等基础科技研究。来源：中证网

山寨机侵权问题突出专家建议实行分类监管

日前走访了“山寨手机”云集的深圳市华强北电子一条街，发现这些价格低廉、貌似“名牌”的手机吸引了大批消费者。但与此同时，这些以仿冒取胜的“山寨机”因侵犯知识产权、质量无保障等问题，在业界引起了广泛质疑。

“山寨机”究竟该何去何从？有专家建议，应该对“山寨机”实行分类监管，鼓励有实力的“山寨企业”加入“正规军”。

“山寨机”销售火爆深圳出现“山寨一条街”

新春之际，走访了深圳市华强北商业街大大小小的手机通信市场，发现每一个手机通信市场内都是人潮涌动，人声鼎沸。许多顾客都是来深圳打工的外来务工人员，他们的目的很明确：花三四百元钱，买一款外表光鲜、功能多样的“山寨机”，过年时向亲戚朋友们“秀秀”。

深圳市工商局福田分局相关负责人告诉，没拿到手机牌照（或备案）的国内手机企业生产的手机统称为“山寨机”。据该分局调查统计，到2007年底，华强北已拥有通信及电子专业市场39家，其中规模在1万平方米以上的电子通信市场35家，华强北周边聚集的与手机相关的企业超过1000家，从业人员达20万人。在市场繁荣的同时，“山寨机”开始滋生泛滥。如今华强北几乎每个手机通信市场都成为“山寨机”的天下，仅明通数码城、远望数码商城就有90多个品牌的5000多款“山寨机”销售。一位曾经销售“山寨机”的业内人士告诉，华强北的“山寨机”有上万种之多。

销售人员告诉，购买“山寨机”的消费者多为低收入人群，“还有一些学生，他们赶潮流，不断地换手机，这种几百元的手机最适合他们了。”在远望数码商城见到了正在埋头挑选手机的周华，周华是深圳市八卦岭一家服装厂的工人，他告诉，手机是他最主要的娱乐工具，一有新款上市他就忍不住“尝鲜”，因此他两年来已换了4个手机。

与“山寨机”销售火爆相对的是，国产手机品牌的市场份额不断缩减，销售量大幅下降。华强北虽然也有不少品牌手机店，但看到，不少消费者一进门就问“有没有山寨机”，当品牌手机店的服务员回答说“没有”时，他们转身就走。东莞一家国产手机品牌企业调查后认为：“山寨机”已占国产手机市场的34%左右。在“山寨机”的低价攻势下，目前不少国产手机品牌企业连基本的运转都难以支持，更不要说继续投入资金研发新产品、打造自主品牌了。

“山寨机”的吸引力：价格低，跟风快

“山寨机”的吸引力究竟在哪里？在采访中了解到，“山寨机”绕开入网检测的限制，推陈出新快，生产出来的手机价格低廉，仅是品牌手机的三分之一，

价格大都在 400 元左右，有的甚至低至 200 元。

除了价钱便宜外，“山寨机”最吸引人的地方是“傍名牌”，其跟风速度之快真是令人咋舌。在龙胜手机批发中心从事手机销售的张松向展示了一款“山寨”版的“iphone”，它在外观上与真正的“iphone”几乎一模一样，对真机的屏幕、配件、重量、接口、内存等均进行 1:1 模仿，用手指触摸屏幕上的“相册”“音乐”“游戏”等图标，界面一一呈现。要不是画面的色彩与真机尚有出入，这款“山寨机”真的可以以假乱真了。这款“山寨机”的价格是 780 元，而同一款“iphone”真机的售价为 4000 多元。

在华强北的手机通信市场见到了形形色色“傍名牌”的“山寨机”，它们在外观上与名牌手机都十分接近，为了逃避知识产权问题，这些手机有的没有印上品牌标识，有的标识与名牌手机做出细微差别：如“Dopuda”做成“Donoda”，“Samsung”做成“Sumsung”等。此外，有些“山寨机”在仿冒名牌时，对屏幕设置、键盘的按键布局等也进行了稍许改动。

“山寨机”生产商阿强告诉，这类“傍名牌”的手机叫“高仿机”，其产业链以一些开发模具的企业为龙头，专门开发生产畅销机型的模具，并大量生产手机配件，一些地下加工作坊只需具备简单的生产工具即可进行手机装配。一般品牌手机的新款推出 15 天之内，“高仿机”就可以登上手机通信市场的柜台。“山寨”工厂有人专门负责收集信息，反应十分灵敏，甚至有些品牌手机刚打出广告，还没有正式投放市场，“山寨”工厂就已经“高仿”出同样款式的手机了。

专家建议对“山寨机”实行分类监管

了解到，如今在华强北周边已形成一条非常庞大而完整的“山寨机”产业链，囊括了组成一部手机的任何一个环节，从方案设计、软件开发、模具制作、主板配件的供应、装配加工、印刷包装，到营销推广、物流配送、售后服务等无所不有。

这条完整的产业链为什么没能纳入“正规军”的行列，却执意要为“山寨机”服务呢？“山寨机”生产商阿强告诉，他生产的手机与正规手机的生产流程相比，仅仅只是少了“企业备案”和“送样入网检测”这两个环节。阿强为什么不让自己的手机“转正”？因为手机入网测试要先后进行三方测试，企业生产一款型号的手机，需抽取 50 部手机进行送样检测，检测时间需要 1 个月至 3 个月，每款手机的检测费用需 30 万元以上。高昂的检测费用和漫长的检测时间使阿强望而却步，所以阿强尽管对自己的“山寨”身份不大甘心，但还是迟迟没有加入“正规军”的行列。

深圳市工商局福田分局经济检查科副科长姚雪雄在接受采访时谈到，当今市场，手机推陈出新速度快是在市场上制胜的法宝，测试时间过长确实有可能迫使

部分企业避开入网检测程序而推出“山寨机”。姚雪雄认为，手机技术发展到目前已基本定型，新的手机主要是在外观和附加功能上予以突破，入网测试可以适当降低门槛，以此鼓励更多企业转为“正规军”。

姚雪雄认为，目前“山寨机”行业中既有小作坊，也有具备一定实力的大企业，应该实行分类监管，并对有可能“转正”的部分“山寨企业”加以引导。据姚雪雄介绍，华强北的“山寨机”可分为 ABC 三大类：A 类机包括租用有牌照企业的牌子、贴牌生产手机的“贴牌机”，假冒“贴牌机”，以及无厂名厂址的“光板机”这三种；B 类机是专门仿冒品牌手机畅销机型的“高仿机”；C 类机是“翻新机”，是购买“高仿”国内知名品牌手机外壳，套装旧手机芯片主板拼装而成。

姚雪雄建议：对那些仿冒他人品牌、侵害他人合法权益、赚取非法利润的 B、C 类机，要坚决打击；而对于那些因为“门槛高”而误入旁门左道的 A 类机，则应采取较为宽松的政策，以商品质量检测结果为依据，质量合格的鼓励加入“正规军”，质量不合格的坚决清理出市场。来源：新华网

[返回目录](#)

工信部首次颁发 14 开头手机子号段独家给 TD

有工信部人士证实，已给运营商颁发一个 14 打头的移动通信子号段，独家给中国移动发展 TD 用户使用。这是首个批复的 14 打头子号段。

目前我国绝大多数用户使用的是 13 打头的手机号码，但随着手机用户的爆发似增长，早在几年前就不够用，2006 年，15 号段开始发给中国移动和中国联通，部分用于发展 2G 用户。其中，156 号段已被联通广为使用，159 等已被中国移动广泛使用于 GSM 用户，157 被中国移动用于 TD 试商用；153 先是被联通用于 CDMA 用户，后随着 C 网出售给中国电信，现为中国电信 CDMA 号段；189 号段则于今年 12 月被中国电信用于天翼品牌。

18 号段实际上也有不少被分配，目前 188 号段已被中国移动广东公司用于 TD，预计近期在各地移动公司广为放号，用于发展 TD 用户。

14 号段此前从未听说过投入运营，其突然露面是缘于近日有消息称中国移动将用一 14 号段发展 TD 上网卡用户。有工信部人士证实，其中的 147 号段确实已批给中国移动使用，并且，目前只有中国移动一家运营商获得了 14 子号段。中国电信和中国联通的一些中高层也均表示，未听说自己所在公司获得 14 子号段。

这是中国移动因 TD 再次获得的一次政策支持。此事一直处于相对保密状态，三家运营商知道的人均不多。对此，其它两家运营商人士在接受咨询时均表示惊讶。

有常年研究手机号码分配的工信部电信研究院人士此前还表示，我国移动通

信号资源丰富，14、15、18 三个号段的理论容量是 30 个亿电话号码。将来如果不够，还可以再扩展，目前我国移动电话号码的长度是 11 位，将来移动电话的号码长度甚至可以扩展到 13 位。来源：新浪科技

[返回目录](#)

电信业调整振兴规划即将出台

为应对全球性经济与金融危机、振兴电子信息产业这一在国民经济中具有战略性、基础性和先导性的支柱产业，国家于近日编制了《电子信息产业振兴规划（2009 年-2011 年）》。《振兴规划》的主要任务包括以集成电路、新型显示器件和软件为重点领域寻求突破，确保电子元器件、计算机、视听产业等传统骨干行业稳定发展，并通过促提升、平板产业升级和彩电工业转型、新一代移动通信（TD-SCDMA）产业完善、数字电视推广和应用和产业链建设、计算机和下一代互联网应用以及软件及信息服务培育，并辅之以加大财政投入力度、改善投资环境、加快出台和落实财税扶持政策、加大对外向型企业的支持力度、支持信息技术在传统产业中的应用、强化自主创新能力建设、完善融资体系、支持优势企业并购重组、扩大国内需求、建立产业安全和损害预警机制十项政策措施。

由于《振兴规划》的最终方案和实施细则尚未出台，目前尚难具体估算相关上市公司的受益程度。涉及两地上市公司有数十家，我们建议关注航天信息、用友软件、东软股份、同方股份、远望谷、卫士通、中国软件、法拉电子、中航光电、中环股份、大族激光等。来源：《上海证券报》2009 年 02 月 10 日

[返回目录](#)

【国内行业环境】

中国运营 3G 应避免盲目乐观

在拿到第三代移动通信(3G)牌照后，中国移动、中国联通、中国电信日前相继公布 3G 业务推出时间表，一些运营商甚至预计在 2010 年就能实现赢利，对此部分专家认为，由于 3G 市场尚未成熟，应避免对中国 3G 前景盲目乐观。

网络建设面临阻力

1 月 7 日工业和信息化部发放三张 3G 牌照，中国移动获得了 TD-SCDMA 牌照，中国电信获得了 CDMA2000 牌照、中国联通则获得了 WCDMA 牌照。至此，中国通信产业酝酿了多年的 3G 战略终于“水落石出”。

上海市民罗小姐去年 10 月成为一名中国移动的 3G 体验用户，三个月体验下来罗小姐对 3G 大为失望。她说：“网络信号非常差，经常出现断线和无法接通，语音也听不清，另外 3G 的应用非常少，像视频通话很难实现。如果不是因为中国移动给每部手机都有一定额度的补贴，早就放弃了。”

据了解，在从去年4月开始建设运营TD网络的八个城市中，上海被认为是最为成功的城市，目前已发展TD用户超过7.5万，其中试商用客户超过5.3万，占同期全国总量的42%，购买数据上网业务的用户已超过4.5万，占同期全国总量的51%。

上海移动有关人士解释称，目前在上海TD-SCDMA的基站已超过4000个，实现了外环以内全覆盖以及城镇中心带的覆盖，但还不能像GSM网络那样覆盖全市范围，所以会出现网络信号差的问题。不过，3G网络建设有个逐步完善的过程，基站会越来越多，信号也会越来越好。

但随着市民环保意识的提高，以辐射为由拒绝运营商将基站建到居民小区的事件在上海十分突出，不仅是TD网络，GSM网络信号质量也受到很大影响，包括联通和电信都遇到同样的难题。考虑到建设3G网络与居民抵制基站建设的矛盾，此前工信部已经要求运营商避免重复建设，在通信设施方面共建共享。

北京邮电大学教授阚凯力表示，三大运营商互为竞争对手决定了共建共享很难实现，重复建设和浪费不可避免。阚凯力表示，从中移动TD前期的试商用效果看并不好，用户对3G反映冷淡。

3G巨大回报期至少二到三年

中移动前不久率先宣布3G商用，中国移动通信集团副总裁李跃日前表示，将于10月底在我国238个城市向社会提供TD-SCDMA服务，并计划在三年内建成全球最大规模3G网络。中国电信执行副总裁张继平日前也透露，将于3月底前在100个主要城市提供3G服务，今年7月将在全国开展3G服务。中国联通董事长常小兵则表示，今年上半年将在全国55个城市开展3G业务，年底前将该服务的覆盖范围扩大至282个城市，预计3G业务将在2010年实现赢利。

根据工业和信息化部此前预计，未来两年三大运营商对3G网络建设总投资将达到2800亿元。工信部电信研究院副总工程师陈金桥认为，3G发牌后，将形成一条包括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，据估算，在未来三年内，该产业链将拉动1.8万亿元到两万亿元的社会投资。

交银国际报告认为，3G对于运营商而言将是一个逐步建设、逐步培育的过程，在3G推广初期，用户增速及ARPU值(每用户平均收入)难以出现较大的改善，而推广初期的资本开支将大幅增加，电信运营商的赢利能力将受到较大的影响。3G业务要实现赢利至少需要二到三年，未来3G用户可能会出现快速增长，但这不能必然代表运营的成功，2G业务依然是重组后三大运营商移动业务收入和利润的主要来源。国外案例表明，语音业务依然是3G业务中的主要贡献，数据业务占比弱于预期。

3G缺乏成熟的赢利模式，国外运营商运营3G多年至今都没有实现赢利。国

金证券电信行业资深分析师陈运红认为，中国三家运营商在 3G 业务上需要三到五年才有望赢利。

中国移动总裁王建宙也指出，现在谈论 3G 的赢利问题还为时过早。

国外 3G 运营不尽如人意

几年前人们一直希望技术革命能够给全球的通信行业带来翻天覆地的变化，但是，从这几年国外运营商运营 3G 的效果来看并不尽如人意。沃达丰、和记电讯等运营商在推出 3G 业务之后并没有达到预期的效果，和记电讯原来说八年扭亏为盈，但现在都还没有实现。而被行业公认为运营最成功的日本 NTTDoCoMo 公司运营 3G 网络多年后至今净利润复合增长率也不到 3%。

据阚凯力介绍，从全球来看用户对于 3G 的应用还大多停留在语音业务上，而运营商寄予厚望的增值业务并没有如期爆发，运营商大规模的资本投入在带来巨大成本负担的同时，没有带来收入的突飞猛进。尽管现在的产业链成熟度已大大高于当时，但市场仍存在较大的不确定性，因此对中国运营 3G 网络应避免盲目乐观。

根据 2008 年中期业绩，中国联通 GSM 用户的 ARPU 值仅为 42.8 元，原中国网通的 ARPU 值为 68.5 元，而中国移动的 ARPU 值为 84 元。ARPU 值逐渐下降是电信业不可避免的总体趋势，3G 时代的数据业务将成为挽救各运营商 ARPU 值的关键。

阚凯力认为，3G 在全世界都有一个共同的特点，就是严重缺乏应用、需求和市场。而中国的 2G 在世界上是规模最大、技术最好、覆盖面最广、技术水平最先进的，因此，3G 在中国会尤其缺乏应用和需求，与之相对应的是，中国人均收入和消费能力远远低于发达国家，3G 运营将面临比其他国家大得多的困难。

“3G 在我国，不管采用哪一个技术标准，都会给电信运营商带来巨额的亏损。”

电信专家李进良称，大部分国外 3G 运营商都是亏损的，但也有赢利的运营商。对于中国的运营商来说，初期投入较大，所以前几年亏损也比较正常，但今后的赢利取决于运营商的运营情况，如中国移动和中国联通都在经营 GSM，中国移动每天净利润超过三亿元，而中国联通与之相差甚远。来源：经济参考报 2009 年 2 月 5 日

[返回目录](#)

CDMA 手机市场销量猛增国产品牌占据半壁江山

赛诺近日发布的统计数据显示，在经历电信重组带来的短暂低迷之后，CDMA 手机市场在 2008 年底逆势反弹，2008 年 12 月，CDMA 手机共售出 129 万台，同比增长 33.6%，是自 2003 年以来 CDMA 市场单月销量最高值。

与 CDMA 年底高歌猛进相比，GSM 市场继续下降，2008 年 12 月销售量为 1074

万台，环比下调 1.4%，同比下降 11.0%。

同时，与 CDMA 手机市场同步回暖的是国产手机占比出现明显增长。数据显示，在 2008 年 12 月份 CDMA 手机销量中，国产手机份额达到 46%。销量前五名厂商中，华为、酷派与中兴占据其中三席。

由于中国 3G 牌照发放以及国家对农村市场的重视，2009 年的中国手机市场仍然值得期待。iSuppli 公司近日预测，虽然全球手机市场在 2009 年将有 5% 的下滑，但中国手机市场仍然将继续增长，2009 年国内手机市场规模高达 2.4 亿，增长率在 7% 以上。来源：上海证券报

[返回目录](#)

北京发现刮开无密码移动充值卡

“密码条刮开以后居然什么都没有”，前几天，卖了十年充值卡的报亭老板张女士从马甸邮币卡市场购进的 50 张移动充值卡里，有一张卡没有密码。北京移动的工作人员表示，张女士可能买到了假卡。

张女士说，2 月 4 日，一位顾客来报亭买了一张面值 100 元的移动充值卡，并要求当场充值。她随即替顾客刮开卡的密码条，却发现没有密码，再仔细一看，这张卡连序列号和截止日期都没有。担心其他充值卡是“无字卡”，张女士赶紧刮开了相连的其他几张卡，但这些卡没有问题。张女士说，她卖了十年充值卡，货也是从有一年交情的老主顾那里进的，从来没遇到过这样的事情。2 月 2 日，她以每张卡 98.5 元的价格从马甸邮币卡市场购进 50 张面值 100 元的移动充值卡，就这一张有问题，这令她非常不解，“应该是漏印了，如果是假卡，怎么会只有一张，而且假卡都是错码，不会什么都没有”。

昨天看到了这张无密码的充值卡。从正面看，这张卡与其他充值卡没有任何不同，但是刮开的密码条却是一片空白，背面下方的序列号和截止日期也没有注明。事发后，张女士曾找供货商协调，但未得到解决。供货商周先生说，由于张女士上下相连的卡都已卖掉，单张的卡片真实性值得怀疑，“卖那么多货都没问题，也许是被掉包了”。

北京移动公司相关工作人员刘女士称，移动营业厅或代售点售出的充值卡还未出现过这样的问题。移动公司售出的充值卡，序列号都会有登记，如果充值中出现问题可以立即与客服联系。如果张女士的供货商是从移动公司购货，那么她将当日购进的其他卡片序列号报给供货商，再通过供货商与移动公司核对，方可查明情况。

由于同批卡片全部卖光，无法推断序列号，加上卡市发货都没有号段的登记，这张卡究竟是漏印，还是鱼目混珠的假货，也无从查起。刘女士建议，市民最好通过移动公司的正常途径购买充值卡。来源：京华时报

[返回目录](#)

中移动联通兑现部分股票期权

中国移动和中国联通均于近日公布了行使期权的进展。

中国移动 2 月 2 日晚发布公告，称有 57.9925 万份股票期权被行使，购股金额为 1349.777 万港元。

2 月 3 日，中国联通公告称，该公司 2 月底将有约 2.23 亿股期权和 1.90 亿股认股权解禁，截止公告当日，这些期权和认股权尚未行使。此前，1 月 6 日，中国联通曾有 58.4 万股期权行权，行权时购股金额为 298.42 万港元，按中国联通当日股价计算，收益接近 300 万港元。

2 月 2 日中国移动收盘价 68.2 港元。而根据公告显示，相关股票期权的行权价分别为 22.85 港元/股（共 50.2 万股）、22.75 港元/股（5.69 万股）和 34.87 港元/股（2.487 万股），相关期权的收益达 2605 万港元。这批行权的股票，是中移动 2002 年 6 月 24 日根据修订后的激励计划授出的。

此前媒体报道称，中移动仍有已经授予但当事人尚未行使的期权 5 亿股，这些期权的授予价在每股 20 港元至 45 港元之间，按目前市价，收益当在 200 亿港元左右，但在本次电信重组之前，国资委已经明确要求不准利用人事调整的机会行权。来源：和讯网

[返回目录](#)

外资在华出现新取舍：收缩制造放大营销

一年之前，外资制造企业利润的基石很大程度上是中国成本低廉的本土制造，现在，他们更多的是指望中国正全力拉动的内需。变化已经发生，在跨国公司眼里，中国制造基地的属性正越来越明显地转向消费市场。

因此，我们看到很多类似的情节——生产线被谨慎收缩，营销资源却集中投放。这是经济热潮退却时外资在中国的新取舍。

由于全球市场需求减少和制造成本增加，企业想获得和以前持平的净利润变得越来越困难。加上大宗商品价格去年 7 月份以来的暴跌，让很多企业开始了漫长的去库存化过程。他们必须具备合理的结构、合适的产品和较低的成本，很多制造商不得不选择进行临时调整，暂停一些生产线。任何生产计划都酝酿着风险，降低人工成本的努力比比皆是。

然而，中国春节期间的消费数据却为“寒冬”笼罩下的全球经济带来了一丝暖意。中国商务部 1 月 31 日发布的监测显示，牛年春节大年三十至正月初六，全国实现社会消费品零售总额 2900 亿元人民币，同比增长 13.8%。在政府一系列刺激内需的政策拉动下，中国消费者无疑比“寅吃卯粮”的美国消费者更加可

靠。欧美市场已经让外资公司吃尽了苦头。除了利润锐减的伊莱克斯外，据粗略估算，全球化了的日立、松下、索尼、东芝、富士通、NEC 和夏普 7 家日本企业在刚刚过去的财政年度，税后净亏损将达到 223 亿美元。

外资公司的策略由此发生明确转变，他们不再高高在上，而是与渠道商修好以获得一个有利的铺位；他们也不再回避“收缩生产”可能带来的就业问题，毕竟“利润至上”而非“规模至上”才是商业准则。而对于中国而言，这也许只是经济结构和增长方式调整的一个必经阶段。来源：北京晨报

[返回目录](#)

拿着 3G 牌照怎么走 3G 运营商需要冷思考

舆论关注数年之久的 3G 牌照，1 月 7 日下午终于正式发放：工业和信息化部为中国移动、中国电信和中国联通发放 3 张第三代移动通信（3G）牌照。3G 发牌方案是一分为三：中国移动获得 TD-SCDMA 牌照，中国电信获得 CDMA2000 牌照，中国联通获得 WCDMA 牌照。这标志着我国将正式进入 3G 时代。

3G 发牌的消息连续几天登上各大媒体的重要版面，不仅三大运营商及相关企业异常兴奋，而且电信类股全线上涨，一度拉动香港股市大涨。尤其在经济低迷的当下，有人估算出 3G 牌照发放在未来三年可以拉动近 2 万亿元的社会投资，为拉动内需再烧一把火。显然，3G 牌照发放不仅是通信行业的大事，也是国家的标志性事件。

电讯市场竞争更烈

3G 发牌的确对中国意义重大，不仅给电信行业的相关企业带来重大利好，也将使电信市场竞争更为激烈，而且从国外 3G 发展经验来看，手机上网资费将会逐步走低，最终将使消费者受益。但在笔者看来，3G 狂欢之后还需要冷思考，切不可兴奋过度。

对监管部门来说，是否能做好 3G 时代的「守夜人」需要追问。3G 技术相对于 2G 技术而言是一次技术革命，但监管能否跟上技术进步却需要多反思。因为 2G 时代的管理体系已不适应 3G 时代。更重要的是，有关方面之前对于电信市场的监管，不是存在缺位问题就是存在越位现象，导致电信市场长时间相当混乱，但愿在 3G 时代这不再重演。

对于三大运营商而言更要深思。一要反思技术问题。譬如，互联互通问题在 2G 时代就曾让消费者大为不满，在 3G 时代能否避免是个大问题，再者，3G 的技术稳定性也让人关注。二要思考定位问题。新业务与现有业务之间如何区分、如何协调需要科学论证，更不能因为有新业务就忽视旧业务。三要反思服务问题。过去通信业经常成为投诉焦点，原因之一就在于服务质量不高。

避免走欧洲的老路

同时，运营商还有面对亏损风险和消费者能不能接受的风险。显而易见，由于运营商缺乏 3G 运作经验，再加上市场需要培育，最初一段时间内很可能会出现比较严重的亏损。尽管 3G 已探讨了多年，但普通百姓对 3G 的概念仍很模糊，改变消费观念需要一个过程。可见，风险是对运营商的一大考验，运营商不仅要进行风险评估，更要有解决之道。

熟悉 3G 的人都知道，欧洲市场曾经出现过 3G 泡沫，对电信业的打击相当严重，导致 3G 网络的商用化无法如期启动，运营商负债累累，德英法荷等国电信公司的资本负债率上升 120%至 210%。虽然说，现在的中国国情不同于当时的欧洲，三大运营商也有能力承担相应成本，但中国应避免走欧洲的老路。

在笔者看来，三大运营商目前仅仅只是拿到一张牌照，更大的挑战还在后面，如何运营 3G 业务，如何应对 3G 所带来的转型和挑战等，都需要深刻思考。对运营商来说，拿到 3G 牌照目前只能算是万里长征的第一步，不宜持久狂欢，还需要冷思考。来源：中国邮箱网

[返回目录](#)

评论：警惕电信业恶性竞争卷土重来

随着 3G 牌照发放，中国名正言顺进入 3G 时代。三大运营商为了抢得 3G 头筹，纷纷使出浑身解数。

中移动下手最早，TD 的前两期招标已经完成，8 月完成大部分网络建设，10 月底开通三期全部城市。与此同时，中移动还高调发布了 3G 业务品牌“G3”，并在各大媒体进行密集“轰炸”。

特别值得注意的是，中移动在大力进行品牌营销的同时，还伴随有猛烈的降价动作。从 1 月起，全国大多数省市刷新了当地 GPRS 资费新低。其中，上海移动 GPRS 流量费最高下降近七成；湖北移动 10 元套餐则包含了 80M 流量。

手机上网费的大幅松动，实际上是运营商竞争的结果。而中移动 GPRS 流量资费的大降，根本原因在于针对中国电信的互联网手机——天翼开展的竞争。目前中移动掀起的手机上网资费降价潮，又带动竞争对手火速跟进。

中国电信声称，刚刚面世的“互联网手机”天翼业务中，超出套餐部分的手机上网流量费每 1KB 只要 0.005 元，这一价格比先前下降近 50%。

联通方面，也进一步把 G 网的 GPRS 流量资费进行了下调。按“世界风”、“新势力”与“如意通”三大品牌的划分推出多款套餐，其中最高为 300 元/月的套餐甚至不限流量，几乎是把手机上网价格一降到底。

显然，运营商在 3G 市场针锋相对的竞争已经展开，普通用户的通信成本不断被降低，重组想要达到的效果开始显现出来。

大幅下调手机上网流量费所带来的好处显而易见。低资费搬开了用户使用业

务的价格门槛，将大幅增加用户的使用；用户流量的提升又将带动运营商的业务收入增长，毕竟只有竞争才有更好的发展。

然而，此次手机上网资费大幅下调在让市场惊喜的同时也引发思考：如果单纯只是竞争加剧，为保有用户所做出的价格调整，这样的价格降幅颇出人预料。

再进一步，如果运营商一味地通过价格乱战打压对手，其结果就不仅仅是伤敌一千，自损八百那么简单了。抬高市场竞争的门槛或许在短期内会阻碍竞争对手的进入，但是由于低价格所带来的零利润甚至是负利润无疑会导致市场生态的破坏，市场的增值空间提早被挤压，竭泽而渔的后果只能最后大家都没鱼吃。

在大家一致看好未来的时候，就必须敲响警钟：警惕在 3G 时代，恶性竞争卷土重来。李毅中部长在去年底也指出，通信业市场经营必须规范，不要搞无序竞争、恶性竞争、低于成本价竞争。企业要切实搞好自律，主管部门也要继续加强市场监管，

事实上，在中国电信市场，恶性竞争的身影从未远去。以“价格战”方式排挤竞争对手，虽然短期内能使用户获益，但就长期而言，并不利于通信产业的发展。为此，我们更应严控市场恶性竞争，避免新兴产业发展被扼杀在襁褓之中。
来源：通信产业报

[返回目录](#)

光通讯：08 年保持增长 09 不确定性增大

风云变换的 2008 年已经过去，充满迷雾和未知的 09 年也来到跟前，2008 年全球光通讯行业经受了经济大环境的影响，依然保持增长势头，不过这种增长势头能否延续到 2009 年，我们不得而知，也不想枉加评判，这里我们只归纳总结一些业内人士的统计和预测，希望能为您提供一些有益参考。

光设备市场：总体增长但个别市场出现下滑

根据 Infonetics 的前三季度统计结果，我们初步预测 2008 年全球光网络硬件市场产值为 150 亿美元左右，相比去年的 139 亿美元，仍有不小的增幅。

今年热点是 WDM 设备和分组光传输设备，Infonetics 预测今年全球 WDM 光设备销售额将比去年增长 23%，在总体光硬件设备中所占市场份额将超过 50%，而受到运营商希望借助 WDM 技术来提升带宽容量和增加网络速率的影响，SONET/SDH 设备市场将持续萎缩。

另外 08 年分组光传输系统 (POT-S) 市场也发展迅速，Infonetics 预测全球 POT-S 设备制造商收入至少在 2011 年之前都将保持双位数的强劲增长。

“目前来看，全球经济衰退给光网络硬件市场造成的影响可能是最小的，这是因为消费者和商业用户对带宽的需求一直在增长，包括视频应用，移动流量，游戏和其他带宽密集型应用都在增长。受到流量压力的驱使，服务提供商将继续

建造 IP 工程，加大光设备投资，不过最终光网络硬件市场的增长将会趋缓。”

展望 2009，我们认为全球光网络硬件市场的增长势头将会受经济大环境影响而被遏制，尽管这种影响相对其他行业来说还是比较小的，但并不意味着影响不大。最大的光网络市场——北美市场二季度已经出现下滑，这一趋势很难短时间内改变，欧洲估计将步北美后尘——除非出现大的政策调整，例如奥巴马上台后果如其竞选所讲：大力建设宽带网络，否则短期下降走势不可避免。

光器件市场：增长可观

综合 Ovum 和 LightCounting 调查公司发布的统计数据，2008 光器件市场相比去年同期出现不小的增幅，尤其是上半年增长都是两位数，连续多个季度收入超过 10 亿美元，全年收入预计将超过 45 亿美元，比 2007 年增长 10%。

“2007 年困扰光器件产业的库存问题在 2008 终于趋于稳定，” Ovum 负责通讯器件研究的副总裁 DarylInniss 表示，“我们看到市场对那些能支持网络灵活操作、带宽拓展以及降低总传输成本的新产品的需求一直很强劲。服务提供商们在新兴服务上的竞争将继续影响光器件市场的产值和发展。”

通过调查，Ovum 发现，那些支持 10Gbits/sec，40Gbits/sec 以及 ROADMs 的器件和模块是最受市场青睐的，也是增速最快的产品。其中 JDSU 和 Optium 的 ROADMs 业务增速很快，Opnext 靠 40G 转发器取胜，Bookham 的可调激光器和转发器表现抢眼。Finisar 的 1-8Gbit/sec LAN/SAN 收发模块和 10G/40G 收发模块功不可没。本年度全球前十大光器件供应商排名出现了重大变化，起因是多个大型收购兼并活动的发生，以及中国光器件商的崛起。如 Finisar 以 2.13 亿美元换股收购 Optium，Opnext 收购 StrataLight 大力拓展 40G 产品线等，这都引发相关排名的变化，今年要特别关注的是中国国内光器件商的业绩增长，受金融危机影响，国外厂商在某些产品的停产/转移，以及业务外包，使得国内不少光器件商受益良多，根据烽火科技集团副总工刘文的介绍，今年光迅科技收入将突破 1 亿美元，WTD 收入 5 个亿（RMB），完全有实力进入全球前十。

不过，光器件市场的增长正被来自金融市场的风暴给逐渐减缓——如大家所关注的，雷曼兄弟的破产，美林的出售，AIG 的紧急援助，——都预示着全球经济衰退已经不可避免。

“这些事件都是影响非常大的事件，相信电信市场也将会受到很大影响。” Ovum 负责通讯器件研究的副总裁 DarylInniss 说，“不过在这些事情发生之前，光器件供应商已经看到市场疲软的迹象。”

例如，Avanex 将 08 财年 3 季度收入的下降归咎于亚洲市场的下滑。JDSU 在报告市场前景不明时候归因于经济环境的恶化，导致北美运营商调整采购计划等。在光设备厂商方面，阿朗，泰乐和 Ciena 都调低了收入预期，北电在年底的

破产保护也将压制其器件供应商的收入。“尽管市场前景并不明朗，不过由 IP 数据主导的流量继续稳定增长。” Inniss 表示。

来自 LightCounting 公司的研究主管 RoyRubenstein 博士也表达了他的乐观态度，针对光器件市场中最热门的区分市场——光收发模块市场，他说：“尽管当前全球正处于经济衰退中，但从光收发器行业的全球销售情况来看，2008 年将是该行业有史以来最好的一年。基于推动整个带宽需求增加的互联网流量及企业数据传输似乎并没有出现下降的事实，该行业足可以对未来充满信心。”

展望 09 年光器件市场，我们判断是跟光设备市场类似，增速将趋缓，甚至下跌，这其中也有很多不确定性因素，包括美国经济明年下半年能否有起色，各国经济刺激计划能否真正落实。

FTTX 市场 08 年加速推进

OVUMRHK 的高级分析师 LYnnHutcheson 表示，总体上全球 FTTX 继续保持强劲增长势头，目前全球 FTTX 用户已经达到 3500 万户，预计到 2012 年这一数字将攀升至 1.2 亿户。而亚太市场依旧是最大的 FTTX 市场，不过值得注意的是，北美也是一个强大市场，除了 Verizon 以外，AT&T、Quest，以及加拿大贝尔也将最终采用光纤接入技术。而欧洲市场则会保持适度发展。

LYnnHutcheson 在分析全球各种 PON 技术投资情况时表示，2008 年 PON 开支将略低于 P2P 市场，不过随着时间的推移，PON 市场产值将超过 P2P，预计到 2013 年 PON 开支将是 P2P 的 3 倍之多。在 PON 领域，Verizon 将继续充实/增添传统 BPON 系统，不过 GPON 预计将从 2009 年中开始大规模应用。

在谈到 08 年全球 FTTx 市场热点的时候我们必须提到中国市场，今年被认为是中国 FTTX 大规模部署的元年。2008 年，中国电信的“光进铜退”战略迈进实质性一步。中国电信 EPON 采购已经完成了两期，规模从初期的 4 万线扩大到 400 万线，涉及省份也从南方 21 省过发展到北方 10 省。

截至 2008 年 10 月，中国有 2.73 亿的上网用户，而且这个数字还在快速增长中，得益于用户对于带宽需求的快速增长和政府的大力推动，光纤网络市场的巨大潜力正在被释放出来。在国家经济计划的宏观背景下，In-Stat 预计 2009 年中国电信和中国联通将会引领新一轮的 FTTx 建设浪潮。

In-Stat 预测 2008 年全球 FTTx 用户将能够达到 5820 万。由于中国和美国大规模部署，FTTx 用户将在 2009 年达到 7480 万。到 2012 年时，预计全球 FTTx 用户数将达到 1.16 亿，五年年复合增长率为 14.6%。

展望 09 年全球 FTTx 市场热点，中国和美国非常值得关注，前者将受益国家大规模网络基础设施建设，后者寄希望于奥巴马新政府上台后关于“大力建设宽带网络”的计划。

40G 传输商用化步伐正在加速

进入 2008 年后，全球 40G 传输商用化进程出现明显的加速趋势，开始规模部署。其中，北美的 AT&T、Sprint 都在筹备 40GDWDM 全国骨干商用网络，XO、Hibernia 已建成 40G 传输网络并投入使用；在欧洲，40G 传输的建设项目正在大量出现，Telefonica、DT、FT、BT、KPN、TI、Arcor、Viatel 等先后启动 40GDWDM 网络建设或试点网络建设；在独联体，TransTeleCom 的长途骨干网上已经成功开通 40G 业务，Rostelecom 准备年内完成建设；在亚太，NTT、越南 VNPT、马来西亚电信等将在年底完成 40G 商用网建设；在国内，中国电信、中国网通也正在筹备 40G 传输商用网计划。

商用化进程的加速也带动了产业链的发展，主流器件供应商纷纷加速产能的增长，不但可以支持规模商用，同时也使 40G 设备价格呈现快速下降趋势。

Ovum 公司研究主管，同时也是 40G/100G 分析报告的作者 RonKline 表示：“经过多年的等待，40G 市场终于开始进入广泛部署阶段。可以期待的是，40G 网络部署将会持续健康发展，现在行业最重要的事情是降低 40G 的成本，让更多的用户接受它。”来源：光电新闻网

[返回目录](#)

3G 盈利是世界难题中国将创造奇迹的三大理由

春节期间，三大运营商尤其中移动可以说赚得盆满钵满，让业界对中国 3G 的未来盈利前景更加看好。当前，三大运营商踌躇满志的建网计划相继推出，但业界对于 3G 如何盈利仍在激烈争论。国外运营商运营 3G 多年至今都很少实现盈利，中国能否创造奇迹，自然备受关注。

对于三大运营商来说，3G 是个全新命题，如何建网、如何开发业务、如何协调 2G 和 3G 都是需要解决的问题。所幸的是，我国运营商不用“摸着石头过河”，因为国外运营商在 3G 上积累了丰富的经验，借鉴这些经验，我们可以少走弯路，甚至创造奇迹。

移动市场的消费模式悄然转变是 3G 盈利的基础

根据三家电信企业的 3G 网络建设规划，三年内 3G 建设投资预计约 4000 亿元，基本覆盖全国所有地市、大部分县城和发达乡镇，中国电信、中国移动和中国联通 3G 用户计划发展目标均要达到 5000 万户左右。如此雄心勃勃的发展目标基础就在于快速增长的移动市场。工信部最新统计显示，截至去年 12 月底，我国移动电话用户合计已经超过 6 亿户，比上年末增加近 9400 万户。在庞大的手机用户基数及手机网民持续增长的形势下，3G 所带来的网络带宽的改善及终端功能的丰富将促使运营商加速推出融合业务，电信消费者的消费模式正悄然转变。

从三家运营商去年全年业绩来看，尽管三大运营商均还未出财报，但根据工信部的相关统计，三大运营商去年电信业务收入累计完成 8139.9 亿元，同比仅增长 7%。据悉，去年，移动通信网业务收入 4485.9 亿元，比上年增长 15.1%，而固网业务收入大降，这其中，固定本地电话网业务收入比上年下降 9.4%；长途电话网业务比上年下降 7%。而且，固网呈现用户数和通话时长双重减少。去年，全国固定电话用户减少 2483.2 万户，含小灵通用户至 3.41 亿户。

可见，移动用户市场快速增长已经成为电信业的主流，而且中国移动通信市场远没有饱和，这为 3G 盈利提供了庞大的用户基础。

智能手机加速普及成 3G 业务创新保证

当前，移动通信用户的消费模式正在转变。国际著名研究公司 ABI 日前发布报告指出，智能手机 2008 年占据全球市场 14% 份额，今年其份额应该可以增长到 17%。而且智能手机继续保持增长是在手机销量整体下滑的预期背景下实现的，ABI 称，2007 年全球智能手机销量为 1.16 亿部，2008 年增长至 1.71 亿部，2009 年将进一步增长至 2.03 亿部，增幅将达 18%。这其中，中国市场的智能手机增长前景尤其成为亮点。智能手机是移动互联网的基础，也是 3G 应用阔步发展和实现盈利的基础。

早在去年 11 月，诺基亚就与中国移动宣布将在 2009 年推出采用诺基亚 S60 操作系统的 TD-SCDMA 手机，这是诺基亚第一次公开发布其针对 TD 标准的产品计划。随着中国移动 TD 建网的迅速展开，TD 在中国 3G 市场中举足轻重的地位越来越吸引更多的厂商加入。而在已经相对成熟的 WCDMA 和 CDMA 市场上，智能终端的发展已经驾轻就熟、新品不断。

事实上，中国智能手机在 2007 年的出货量就已经占到手机销量的 14% 左右，用户需求的拉动和手机厂商的大力推动促进了智能手机从 2006 年开始就呈现快速发展态势。进入到 2008 年，给用户带来了不同的手机使用体验和移动互联网体验的 iPhone 以及 iPhone3G 的成功吸引了更多的厂商在设计和开发类似的产品。无论是全球手机厂商如摩托罗拉、三星、LG，还是国内手机厂商如多普达、魅族等在 2008 年都推出了能给用户提供优秀的智能手机。根据 In-Stat 的预测，由于市场需求的大力拉动，2012 年中国智能手机出货量将达到 6200 万台，占手机总体销量的 28.4% 以上。

智能手机市场的繁荣，得益于 3G 带动的移动互联网业务的蓬勃发展。根据 AdMob 对 2008 年 11 月的数据统计结果，智能移动设备在移动互联网流量中的获取比例已经从 22.4% 快速上升到 31.4%，而半年前这一数字仅为 7%。由于越来越多的移动互联网流量将通过移动终端获得，智能手机的迅速普及和备受追捧成为中国 3G 后来居上的重要保证。

中国启动 3G 时机恰到好处有望加快盈利

在今天的达沃斯世界经济论坛上，尽管各大行业都陷在全球金融危机的一片愁云惨雾中，但信息技术产业、电信业却被与会人士一致推选为最有希望的两大领域。中国 3G 启动尤其受到广泛关注。易观国际的分析报告认为，3G 市场的启动将成为市场发展的转折点。随着三大运营商全业务竞争格局的形成，未来中国 3G 市场的发展将会创造和释放大量的 3G 业务需求。

值得一提的是，中国 3G 牌照发放没有采用欧美国家过去采用的拍卖方式，这在很大程度上减轻了运营商的运营成本。而且，在目前全球经济低迷情况下，主要设备厂商和终端厂商为了扩大市场份额，开始降低价格，这些都为中国 3G 的稳健起步打好了基础。有效规避国外 3G 运营亏损多年的惯例，促进中国 3G 产业快速实现盈利。

中国联通董事长常小兵就表示，初期中国移动、中国电信在 3G 业务市场占有优势，原因是中国电信的 3G 技术与 2G 共享，中国移动则早在去年就开展 TD 试商用。对于何时能实现 3G 业务盈利，常小兵预计明年有望实现盈利，目标是语音及数据业务的收入比重各占一半，并计划在两年内实现这一目标。

另一方面，全业务融合速度正在加快，据韩联社报道，韩国政府计划截至 2012 年，全国将建立速度达到现在的光缆速度 10 倍的有线、无线宽带汇聚网络 UbcN，当前，中国的光进铜退也正在如火如荼地展开。全业务网络和业务的快速发展也为 3G 盈利打开了大门。来源：通信信息报

[返回目录](#)

通信行业突围路在何方？

近来我国通信行业已被纷纷嚷嚷的 3G 标准之争、迭迭不休的行业均衡之闹，搅的周天寒彻。这个行业，虽然通过了大整合的洗礼，但家家又似乎都处在一个重大的十字路口，瞻前顾后、心事重重。行业之路，到底路在何方？难道标准事定，各家均衡，就能解决行业的出路与和谐发展吗？非也，TLE 的出世，高通的转向，标准在变；中移动的 TD 网络的扩大，中电信 C 网重建，联通与网通的整合变数，均衡也在变。如恒河流沙，不同时间踏入，此河已非彼河，此事已非彼事。以不变之术去解决恒变之道，与刻舟求剑何易？

正如十年前“邮电”这个专有名词，在国家的体制改革中已逐步消亡一样，“电信”这一专有名词也将随国家信息化的进程而渐渐消亡。可总有一些“满清遗老”，走了十里地，还没有把“电信”这一将过气的名词“放下”。其实“电信”正是当前通信行业实现突围的最大“心魔”。世界已走进了信息化 3.0 时代，整合后的电信三兄弟能挑得起国家信息化的大梁么？

TD 也好，WCDMA 也罢，根本上说只是手机从窄带走向宽带的电信标准而

已。未来的国家个人信息化就这么简单么？宽带就能解决我们在信息化之路上的所有问题么？作为国家骨干的信息化主导企业，我们能为国家的信息化战略做些什么呢？再其次，假定解决了中国移动一家独大，实现暂时了行业均衡，就能满足中国近 6 亿手机用户的个人信息化需求，就能解决行业垄断的壁垒么？非也！

当前，正是决定国家信息化战略，何去何从的重要时期；正是解决我国从电信大国迈向电信强国关键时刻；正是以信息化之力，进一步提升整合我国各行业的效率，实现从信息化弱国向信息化强国迈进的重大转折关头。我想这才是我国新一代国家领导人对“工业与信息化部”横空出世时所寄的深切厚望。

“居庙堂之高则忧其民，处江湖之远则忧其君”。在这样的时刻，我们如果只讨论着企业的得得失失；我们只想着庙分庙合的方丈之位多寡；我们只念着如何瓜分业务，关起门来制定此消彼长经营策略……我们还配做这个国家信息化骨干企业的老大、老二、老么么？

这个世界信息化进程已是一日千里，以美国为首的信息化大国，正是以经济全球化为幌子，以信息化为手段向各国渗透。所谓金融危机，根本上还是穷国为富国买单的商机，还是弱国为强国铺路垫背的理由。

200 年前，西方列强以船坚炮利之势，轻易叩开了中国的大门。200 年后，西方列强根本用不着派军队，一夜之间就可以让中国 90% 的计算机都挂上它国的国旗，让我们几乎所有的计算中心都躺下来，悠闲地抽上一袋越洋送达的免费“鸦片”……

前事不忘后事之师。这一切不是不可能发生，而是我们太多的“满清遗老”们不愿去想它，也不愿去改变它！以为把头埋在沙里就大可相安无事了。“世上本无事，庸人自扰之”。每读历史，我深为 200 年前，我们的海关交由英夷代管而切齿，没想到 200 年后我们的信息海关仍由洋夷通行无阻。200 年前，我们的先人提出的“师夷技而制夷”的口号，而渐渐在“洋教士”们的感化下与呼悠下，演变成：“师夷技而从之，得夷粮而食之，享夷乐而迷之……”如此下来，古老的东方大国复兴大梦，只能沉浸在微软、英特尔等山姆大叔新鸦片的烟云中……

当今之计，对于我国的信息化战略，规划应比管理更为重要；促进各行业、各大企业的融合、整合与提升应比分散的条块化行业管理更为迫切；打破电信的行业局限，共建统一的国家公用信息化平台比单纯地发不发 3G 牌照更为有效；建立我国强大的信息电子流的海关，比单纯注重我们现行看的见，摸的着的物流海关更为急切。当今之际，落后并不象以前那样挨打几下，割地赔款那样简单，顶多只是皮肉之痛。痛定思痛，奋发图强，我们还有东山再起的机会。在信息时代，落后意味着永远背上的是心灵之役，地域之门由此打开……

为今之时，作为国家信息产业龙头的电信三兄弟，实际上是有更多的工作要我们去完成，而不是在通信市场的红海中你争我夺，拿不对称管制说事；更不是以一己之小利，拿国家的钱去替洋人擦屁股，当洋人信息侵略的急先锋。

为今之能，首先应站在国家信息化能力提升的角度，为国家的产业整合，行业信息化应用等方面提供一个高效的便捷的公用信息化支撑平台。我们的企业家就是要有悲天悯人、博大开明的慈悲心怀。以社会信息化为己任，全力拓展传统通信概念以外的市场。

第二是迅速转变自己的经营模式。互联网的运作模式是已被证明了的最好的信息化运作模式。如果我们的通信运营商没有能够迅速地使自己成功转型，摆脱长途、本地话务为主，套餐捆绑，区域化经营传统的旧的商业模式，迟早将会被互联网企业所替代。到那时我们还能称自己是信息化企业的龙头么？

第三是迅速促进个人电子商务的提升。当今我国的电子商务水平推进之慢，令人不可容忍。其核心问题并不在于技术，而是我们上层建筑的行业垄断与行业壁垒。不恰当的行业管理已经成为技术进步最大的拌脚石。金融行业如是，通信行业如是.....

第四迅速建立健全移动互联网的商业模式。八年前一个梦网宣言就带动了一批 sp 产业的发展，但几株杂草，就险些毁灭了整个花园。所以，根本上还不是讨论移动互联网技术储备与时机的问题，关键是我们是否有能力，有这个机制管理好这个移动互联网的百花园？因此如何建立健全移动互联网的商业模式，是通信运营商在下一轮竞争中，取得胜利的核心竞争力。

第五是迅速整合目前百花齐放的“山寨机”资源，为移动信息化的专业，行业应用提供有源之水。充分发挥民族产业的创新优势，只有消费者自己才是实现产品创新的原动力。移动运营商要迅速从机卡分离，单纯提供管道，到提供专业，行业各式各样的信息化服务上来。机卡分离的单一运营模式已经大大制约了移动运营商自身的深度发展。但目前仅以少数几个品种为主的“移动心机”，不仅功能少，杀手级的应用少，而且使 MOTO 等厂商迷恋上“心机温床”更加缺少了创新的动力，我想这可能也是 MOTO 等大型手机厂商突然死亡的催化剂。产品不贵博、而贵乎专，集中几个“山寨资源”专门生产一些对路的专项定制化的网络与终端联动的信息化产品，何愁找不到销路呢？

第六是迅速跳出通信企业“全业务”的老套路，放下架子进一步拓展全业务服务的蓝海。目前移动，电信，联通也都有一些跨行业的应用，之所以都开展不好，究其原因，很多不在产品上，而是在合作的心态上。大海总是以最低的姿态来迎接百川之流，云儿的姿态虽高，但飘浮不定，没有办法形成规模。以全社会的信息化为己任，就是使自己迅速融入各行各业的具体的信息化应用之中，为全

社会打造一个高效的信息化应用平台。目前我们的各行各业几乎清一色地自建信息化系统。使社会的信息化资源不能得到有效的复制与利用。如果我们的通信运营企业能放下架子，象华为、中兴等制造业企业一样贴身地为各行各业打造标准化与非标准化的信息化系统，我们早已是信息化强国了。如果我们的“全业务”还是象现在这样，我们的通信企业还是沦为社会的“管道工”。这样的“全业务”还有什么意义呢？

第七迅速拓展专用或通用的个人移动信息应用的领域。手机不仅打电话，这句口号八年前就有人提出了，但是八年之后手机除了短信，彩信，彩铃等更深层的个人应用就很少了。其实手机身份证，手机的健康监护仪，手机的防盗器等等……，手机以其特有的安全性，实时联网性，与个人应用的特殊定制个性化，促成了以网络支撑的手机已达到无所不能，无所不在，无所不独的个性，赢得了广大用户的认可。这一领域，前景将十分广阔。

第八迅速加大科技研发的投入。这几年来我们的几大运营商，看看其财务报表，研发投入这块占总成本的多少？我们的员工结构中科研人员的比例是多少，服务人员的比例是多少？不算不知道，一算吓一跳。我们与餐饮酒店等服务密集型行业也好不到那里去，我们还算是高科技型企业么？外包，外包把动脑的事情包出去，把动手的事件留下来，我们将很快成为四肢发达，头脑简单的恐龙，而不是快跑的大象。

第九迅速整合好我们的业务。这几年我们最成功的创新就是套餐。名为业务，实则迷雾。翻来倒去，区别只在于是早上3个还是晚上3个的简单问题，我们就是这样回报生我养我的新老客户么？

其实最大的敌人，正是我们自己！最大的困境正是我们的心境。我们不仿冥想一下，未来信息化的蓝海将有多大？可以想见手机对人类工作、学习与生活的改变，其影响度远超过了100年前汽车、飞机给人类所带来的变化。其中的商机我们目前还只开发了冰山的一小角。信息化的未来，其容何大，其路何宽，我们何苦要去高喊“狭路相逢勇者胜”之口号；其思之巧，其谋之远，我们何必在3G、4G打转转；其变若何，其势若定，我们又何须呈一时之强。我们应该庆幸我们遇上了这一伟大的时代；我们更应该把握好这一稍纵即逝的宝贵时机，世界是我们的，未来是我们的……。来源：移动 Labs

[返回目录](#)

中国应形成“中关村模式”的聚集效应区

“中关村是广义的，现在我们把它变成了中国最大的科技园区。我把这称为‘中关村现象’和‘中关村奇迹’。

为什么中关村能成为目前世界最大的高新技术的聚集地？一是这里拥有最

优秀、最高质量的人才，二是拥有最具竞争力的企业，三就是规模经济，加速各类劳动力，企业家、科技人才、各类资本以及货物服务、创新活动思想、思维创意在这个地区聚集。这就解释了为什么中关村 20 年前还只是有少数几个科技人员的创业，而 20 年后就成为北京市的支柱产业园区的原因。”

中国经济起飞 30 年

《中关村》：2008 年是中国改革开放 30 年。许多年以来，我们都在谈北京是“世界革命中心”和“政治中心”，可是如今谈论更多的是北京已经成为“经济中心”，这个观念改变是从什么时候开始的？

胡鞍钢：从宏观上看，中国的发展从 1978 年后进入经济起飞阶段，持续到 2002 年；从版图看，形成了“井字型”结构，二竖：大连到湛江，京广线，二横：长江三角洲，陇海线。在“井字型”中有三个龙头：以北京、天津为首的黄渤海地区，以上海为中心的长江三角洲地区，第三个是南部沿海地区，以广东，香港，深圳为中心。虽然国土面积不大，但占到了 43% 的 GDP，70% 的贸易量，是整个中国的经济精华，是开放前沿，是区域一体化的所在之地。不久就会构成三大城市群，到 2012 年将会成为中国经济的核心地带，也就是“聚集效应”。将人才要素、高等教育要素、资本要素、科技要素、知识要素聚集在一起，都会成为代表三大城市群的知识高度。

将北京和纽约进行比较。之前世界高等教育在校生最多的是纽约，人数是 60 万，现在北京已经有 73 万在校生。北京已经不仅仅是中国高等教育的中心，而且已经成为世界高等教育中心。本科以上人口纽约一直以来是最多的，但最新数据是北京超过了纽约。从研究生和专业人口看，还是纽约最多，主要集中在华尔街。

北京也是很重要的金融中心。北京的实际生活质量要比人们想象的高。北京的人口住宅面积（自有房率）比纽约要高。大城市还有一个指标是人类发展指标，即 HDI。由三个指标构成，一是人均购买力，二是教育指标，成人识字率，三级入学率。三是健康指标。北京的指标是比较高的，世界排名是 29 位，将来可能会进入前 20 名。第一，从人口看，北京已经达到了 1500 万人，将来可能是 1700 万人，目前已经达到了大城市的人口水平。二是本身的产业特性，使得北京成为现代服务业的龙头。高于上海和其他地区，比例在迅速提高，北京成为全国服务业的中心、全国物流中心、金融服务业中心、信息产业中心、商务服务业中心、全国的现代交通运输业中心。

《中关村》：如何理解“北京成为现代服务业的龙头”这个提法？

胡鞍钢：从航空进出人员来看，北京已经成为亚洲的航空运输港之一。由此可见北京是靠服务业来发展的，是区别于其他国家的工业强势发展路线的。从北

京市本身来看：北京核心区的新四区（海淀区，石景山区，丰台区，朝阳区）和拓展中的老四区（东城区、西城区，崇文区，朝阳区），占全市国土面积的 8.33%，这个地区产业结构构成完全是现代服务业的。服务业占 90%以上，从业人占 80%以上。精华就在这 8 个区发展服务业，而不是在耗水高、污染高、耗能高的产业。

北京成为创新的聚集地

《中关村》：北京的发展为外界赞叹，经过奥运会后使得越来越多的人肯定了北京的现代都市形象。

胡鞍钢：发展服务业使得北京成为世界级现代服务业中心之一。“龙抬头”最主要就是要现代服务业带动现代制造业，发展高科技产业，这样才能辐射到全国。如今北京已经成为全国技术贸易市场的第一位，60%的产品通过此传输到全国形成所谓的规模经济。北京的发展既是压缩饼干式的又是跨越式的，例如，1989 年城市人口约 179 万人，只相当于纽约 1820 年的城市人口；到 1956 年北京达到 328 万人，相当于纽约 1900 年的人口；到 1993 年突破了 700 万人，相当于纽约 1940 年的人口；现在纽约 2007 是 827 万人，北京接近 1400 万，这个数字远高于纽约。纽约建成现在世界中心城市经历了 100 多年时间，但是北京作为现代城市，成长到近日就是 60 年，我们比其他国家时间要短得多。

北京是世界高校在校生最多的城市，也是全国干部培训，职业经理人培训的都市。类似于纽约，华尔街是人才中心，百脑汇是戏剧中心等。大城市应该是人才和技术以及观念创新的聚集地。由此可见，北京发生的巨大变化是令人惊叹的。

《中关村》：您怎样看待北京越来越多的外地人口呢？

胡鞍钢：充满活力的城市一定是大规模移民的城市。这也解释了城市人口的大增长。根据人口统计数据表明，人口迁移都是向资源丰富地区的转移。这是因为人力资本水平不断提高和工作人口年龄在提高。近日北京人可能大部分是外地人，就像美国大部分人口也是各个国家移民过去的一样。北京就像是美国，人才的流动是他们自主选择的结果，也因为现在北京具备了强大的吸引人才的能力。

《中关村》：北京发展到现在这个阶段，他在中国到底占什么位置，对中国又意味着什么？

胡鞍钢：到 2020 年中国一定会成为世界最大的贸易国，2010 年我们已经是世界上最大的出口国，但进口要小于美国，所以要到 2020 年才是最大的贸易国。中国就需要世界级的城市群，也就是我前面说的三个龙头。这三个地方的崛起就是我们所说的“龙抬头”。从这个意义上来看，北京的发展是使得周边地区乃至全国受益的，结果也是越来越明显，希望北京继续发挥这个龙头的作用。

从“中关村现象”到“中关村奇迹”

《中关村》：您见证了中关村的发展历程。2008 年是中关村科技园区成立 20

周年，有多种回顾和解读的视角，从经济学上怎么看？

胡鞍钢：1988年我从中国科学院博士毕业，当时在北京重大的事件就是建立了高新技术实验区，就是我们所说的中关村了。中关村是广义的，我们现在把它变成了中国最大的科技园区，我把他称为“中关村现象”和“中关村奇迹”。

对中关村最新的理论解释是，一个地区发展好坏取决于地区要素的形成。为什么中关村能成为目前世界最大的高新技术的聚集地之一？一是这里拥有最优秀的、最高质量的人才，二是拥有最具竞争力的企业。2000年以来，中关村企业年平均增长率19%，估计这也是世界最高的。其中私企是32.6%。第二类是专业化，通过专业分工提高了经济效率。体现在两个方面，一是发展具有特色的高新技术产业。2007年，中关村高新技术增加值达到1600亿元，相当于北京GDP比重的18%，成为高技术制造业中心。二是技术贸易专业化，现在中关村技术贸易额占了全国贸易额的四分之一以上，不仅在中国也在向国外输出。三就是规模经济，就是加速各类劳动力、企业家、科技人才、各类资本以及货物服务、新活动思想、思维创意在这个地区聚集。这就解释了为什么中关村20年前还只是少数几个科技人员的创业，而20年后却成为北京市支柱产业的原因。2007年中关村的工贸技收入就超过了9000亿元。

中关村的迅速发展比硅谷的规模要大得多，不仅从全部销售收入、创业人员来看，还是对中国的贡献来说都是最大的。从经济角度说在单位面积上中关村的产出是最高的，符合我们所说的聚集效应。这种聚集效益和我们的规模经济、要素的流动驱动了整个中关村的发展，创造了中关村的发展奇迹。这是从经济学的角度来给出的一个解释。我个人来看，中关村形成了示范效应，在中国的城市应该形成“中关村模式”的聚集效应地区。

《中关村》：当年沿海经济开发的时候是“深圳模式”，“中关村模式”的产生也是改革开放中最大的发现。

胡鞍钢：因为改革开放后初期不可能是一下子全部对外开放，所以就有了“深圳模式”。开放十年后党中央就决定了要科技体制改革，1985年开始体制改革。就有了所谓的“中关村电子一条街”，开始评价不好，说是“骗子一条街”。1988年后，建立了中关村科技试验园，给了很多优惠政策，成了近日意义上的“中国硅谷”。10多年前我们去东京所谓的“硅谷”，看到很多各种质量好、价格便宜、品种多的电子产品，但是现在已不能与中关村的电子产品卖场相比了。很多人都会去中关村采购质优价廉的电子产品，也就说明中关村现在已经是科技中心和商贸中心了。现在我们力求把中关村打造成为世界的商贸中心。

《中关村》：随着中关村的出现逐渐发展，一些区域也慢慢开始发展了一些高档的商场和外国商务中心。

胡鞍钢：北京贸易中心的发展模式是不同于纽约曼哈顿的，曼哈顿就是商业中心，面积小但是很多的商贸大楼集中在此。而深圳，上海，广州基本上依托于大城市在不同的地理位置形成若干聚集效应，在海淀区主要是靠科技人才发展模式。在东部一直是对外的机构和跨国公司，就形成了一个模式。特别是北京不是像曼哈顿那样单独地区形成 CDP，可能还会形成多个。但是越是聚集、越是发展的地方，就是交通越堵塞的地方，环境污染严重的地方。北京就应该想办法建立适宜人工作，生活，旅游的中心，形成宜居的旅游城市。

可持续发展是长期的问题

《中关村》：城市的发展越快越强，就必然要付出更多代价，包括很多有形无形成本的付出，您怎么看？

胡鞍钢：这取决于几个条件，一是有没有灵活的制度，二取决于公共交通，三就是这个地区发展特别是老新四区的核心发展应该是高附加值的服务业，当然也应该发展劳动密集型的餐饮服务业、商贸业。尽可能把这八区的制造业转移出去。我们只能在发展中不断的解决那些不科学的问题。

《中关村》：回到人才问题上。改革开放 30 年来，我们经历了“出国潮”和“归国潮”。

胡鞍钢：根据新的计算和统计，从 1978 年开始现在已出国人员有 121 万，如今大约有三分之一的人陆续回国了。中关村的数据来看，2000 年吸引 1975 名留学人员回国，到 2007 年吸引留学回国人员达到了 9527 人，是 2000 年的 4.8 倍。这反映了我国是越来越开放的。中国越发展给人才创造的机遇也越多，越开放就会拥有更多的吸引力。

《中关村》：有人说，经济地位决定了话语权。您是怎样看待这句话的呢？

胡鞍钢：讲话是凭实力的，实力就包括经济实力和其他的实力，但是主要是经济实力。中国的经济实力已经被世人所认同，而这一次张艺谋导演的奥运会开幕式就让世界为之一振，让世界看到了中国的文化实力，也就是软实力，这也是实力的一种。

《中关村》：北京在发展过程中有那些问题，需要怎样对待？

胡鞍钢：目前北京发展遇到的最大的问题是人与自然的差距，北京是干旱地区，从自然地理条件来看是不能和一些国外大城市相比的。特别是现在人口的增加，水资源的问题也凸显了，这个矛盾是十分突出的。怎样使北京实行可持续发展是长期的问题。二是人与人之间的矛盾，整个城市化进程发展的过程中就会导致包括公共服务、收入的差异和社会冲突事件的发生等一系列问题。怎样处理好人与人之间的关系也是十分重要的。这里北京就要做到三个率先：要在 2020 年在全国率先建立小康社会，率先构建出绿色城市，率先构建成和谐社会。来源：

【国际行业环境】

前景看好适者生存——看经济危机中的全球电信业

虽然有悲观者认为，2009年，经济的萧条对整个电信市场的影响会更加严重，从在线广告到芯片销售莫不如此。但有更多的研究成果表明，尽管某些市场已经显现出下滑的迹象，但总体而言，电信行业的前景十分看好，一些能抓住时机的大型企业甚至能在危机中获得意想不到的发展机遇。

这不是盲目乐观，而是习惯用数据说话的一群人得出的结论。最近许多咨询公司、研究机构、评级机构都作了关于电信业前景的调查，他们并没有忽视电信运营商和设备制造商为了应付危机纷纷采取结构重组和收缩策略的事实：2008年11月，英国电信公司宣布裁员1万人；2008年12月，美国AT&T公司裁员1.2万人，意大利电信裁员4000。此外，手机终端等许多领域都面临着销售量锐减的局面。然而，尽管现实情况看上去十分糟糕，但是绝大多数行业分析师在经过几个月的调查、统计和分析后，还是倾向于发布谨慎而乐观的评论。他们的结论也惊人地相似：在全球经济下滑的近日，电信行业可能将成为少数受影响不大的行业之一。

直面现实：增长放缓

Infonetics 研究公司估计，全球电信服务提供商2008年的收入可能达1.63万亿美元，较2007年增加9.5%。市场分析机构金字塔研究公司的最新报告则显示，由于经济形势严峻，汇率大幅波动，2009年的电信服务市场产值预计将为1.4万亿美元，较上年增幅仅为1%。

金字塔公司认为，今年，电信公司将不断推出多种套餐和具有价格竞争力的多功能设备。报告显示，2009年，语音服务受创将最为严重，而非语音移动应用和宽带互联网接入服务有望保持强劲增长势头。2009年，语音服务市场预计将整体缩水3%（2008年增长6%），而固定和移动数据市场却将达到4110亿美元，较2008年增长12%。

惠誉国际评级认为，作为电信行业增长的重要支柱，宽带服务在某些普及率已达60%的成熟市场已经遭遇增长放缓的问题。在经济衰退期，宽带服务收入增幅的下滑可能会更快，在一些国家甚至有可能出现增长停滞的局面。

Infonetics 的首席分析师 Stephane Tera1 表示，2009年，全球电信运营商的资本性支出（capex）将会减少。在美国、EMEA（欧洲/中东/非洲）及CALA（加勒比海/拉丁美洲）地区，运营商 capex 的削减幅度应该在5%以内，这是因为他

们已经在一个相对较低的资本密度（capex/收入比）下运营，不会再有很大的削减空间。但是俄罗斯和亚洲市场，资本密度非常高，在经济不景气的近日，运营商削减资本支出的比例很可能将超过10%。

辩证对待：地域差异

Ovum 咨询公司对不同地区的电信行业受金融危机影响的程度进行了调查分析。在参考了2008年第三季度全球移动通信运营商的财报后，Ovum 公司指出，欧洲将成为最先受到影响的地区，该地区领先的移动通信运营商的表现整体上弱于其他地区，多家运营商的表现相较之前的季度明显走弱，其前景令人担忧。相反，北美市场的表现依然稳健，预计还将维持增长的态势。其中一个较大的原因是，北美市场上超过两年的长期合同有所增加。而新兴市场运营商的表现则更为突出。许多运营商依然保持强劲的发展态势，其中一些拉丁美洲和非洲地区的运营商更是取得了两位数的增长业绩。

由此，Ovum 分析师 EmekaObiodu 表示，尽管个别公司的表现令人担忧，但全球移动市场总体而言呈现良好的发展势头。移动通信已经成为用户必不可少的通信手段，不管全球经济如何演变，移动通信市场的中长期发展向好。

金字塔公司的报告也对区域性电信服务的营收增幅进行了预测，结论是新兴市场在预测的这段时间内依然充满活力。Arathoon 说：“如今全球移动服务的普及率为60%，预计至2013年，这一数字将在印度和中国的带动下增至84%。2009至2013年间，这两大市场将新增8.29亿移动服务用户，相当于这段时期全球净增用户总数的44%。中东欧、亚太、非洲和中东地区的电信服务营收的年增幅将达7%，而北美和西欧这类成熟市场将受到经济环境恶化的影响。”

把握时机：适者生存

惠誉国际评级（FitchRatings）在调查了欧洲运营商的财报后表示，大多数公司2009年的收入都会保持稳定。该机构称，对债券投资者来说，电信领域显示了很强的自卫特性，电信公司有着充足的现金流，在削减成本上有很大的弹性，流动性也非常好。

惠誉还认为，全球性的信贷危机对一些实力强大的电信公司来说甚至是一种绝佳的机会，因为现在的电信资产价格已经跌至十分合理的水平，因此，大型电信公司很可能将获得意想不到的好时机来实施收购和兼并。事实上，当前已经有一些具有专长的小公司由于资金不足而面临倒闭；许多公司开始出售非核心资产度日；企业裁员名单中也不乏一些专业人士……在电信运营商大力开发融合服务的近日，这些低成本、高质量的“资源”弥足珍贵，能抓住这些机会的企业就离复苏更近一步，也能踏上未来发展更高的起点。此外，由于一些小型运营商将由于经济形势而退出市场，大公司承受的竞争压力也将有所缓和。

但是，惠誉的分析师也提出警告说，在某些市场中的企业必须采取更快速的反应措施。像英国和西班牙这样的国家，消费者信心持续下滑，运营商必须设法提供更有吸引力的移动和固定电话套餐服务才能留住一些用户。

看好未来：复苏可待

全球电信业将在 2010 年逐步走向复苏，这一点已经成为分析师的共识。Infonetics 研究公司的首席分析师 Stephane Teral 指出，大多数运营商的资产负债表都很“干净”，财务基础坚实，在应对全球性金融危机时有强大的后盾。他说，电信公司经过了世纪之交的网络泡沫和电信泡沫后，自我调整的能力显著提高，控制成本的能力也大大增强。据 Infonetics 的统计分析，2008 年全球电信运营商的资本性支出（capex）达 2750 亿美元，比 2007 年增长 10.5%；但预计 2009 年这一数字将减少 2%；2010 年的支出大约与 2009 年持平；到 2011 年以后，电信运营商的 capex 将缓慢回升。金字塔研究公司调研部副总裁 Leslie Arathoon 表示，由于受到多种因素的推动，全球电信市场有望在 2010 年复苏。他说：“移动数据将成为增长的主要动力，2009 年的营收将增至 2230 亿美元，增幅为 15%。包括 3G 移动用户在内的宽带用户人数到 2013 年将增长一倍多，从目前的 9.65 亿增至 20 多亿。这将为数字内容、应用产品和广告创造一个重要的目标市场。”

卫星行业的咨询公司 NSR 认为，卫星服务将在未来几年持续增长。不过，商业卫星运营商在未来 12~18 个月里可能要过一段苦日子。NSR 的高级分析师 Patrick French 说，在接下来的几个季度中，需求将比前几年少，但也不会一下子减少到无。French 指出，2009 年~2010 年，还有多颗卫星要发射，使卫星服务的覆盖范围再次扩大，这将为经济逐步恢复时需求的回暖打好基础。他预计，2007 年到 2017 年间，全球卫星服务的收入将以年均 4.5% 的幅度增长，到 2017 年将达 129 亿美元。来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

亚洲电信业短期内得益于健康经济

电信研究和咨询公司 BuddeComm 近日发布了《2008 年亚洲电信产业市场报告》。报告指出，2007 年至 2008 年早期，亚洲地区总体经济持续高速增长。在 2008 年下半年，在滚雪球效应的影响下，亚洲也受到了源自美国并波及欧洲的全球性金融危机的冲击。尽管未来仍不明朗，但回首过往，亚洲地区的电信产业很明显还将得益于一段时间内的经济健康成长。

这份 1700 页的报告范围涉及 35 个亚洲国家，共分 8 卷，对亚洲这一世界上最具活力地区的诸多电信领域进行了研究。

报告称，2008 年电信业的亮点包括：亚洲手机市场持续快速增长，2006 年

底跨越了 10 亿用户这个里程碑，之后手机市场以每年接近 30% 的速度扩张，并在 2008 年中拥有了 15 亿用户；3G 手机服务在亚洲主要市场上持续推进，其中发达国家市场的发展尤为强劲；亚洲地区互联网接入从拨号上网迅速转向宽带连接，亚洲的互联网用户数也已居世界首位；宽带连接技术日趋成熟和复杂，其中发达国家市场开始使用光纤到户 (FTTH) 技术；亚洲的发达经济体也成为该地区下一代网络 (NGN) 部署的佼佼者。

BuddeComm 称，研究亚洲电信市场，中国和印度的影响不可忽视。中国已拥有世界上最大的手机市场，并以每年 20% 的速度增长。到 2008 年 7 月底，中国手机用户数已超 6 亿。同时，印度手机用户的年增长率为 60%，到 2008 年 10 月达到 3.26 亿。这两个国家的手机用户数量占整个亚洲市场的一半以上。

与此同时，一直是全球和区域重要电信市场的日本也通过不断增值的电信产业，维持了其勇于创新的声誉。日本电信产业的领导地位体现在无线互联网应用上，2008 年初，日本有超过 8700 万手机用户使用 NTTDoCoMo 的 i-mode 服务或其他专利产品。到 2008 年底，日本 3G 用户数超过 1 亿，占移动通信用户总数的 80% 以上。日本大力开发 FTTH 技术作为宽带平台，也是其稳居亚洲电信产业领导者地位的重要原因。

韩国则继续在亚洲和世界宽带市场保持领先地位，到 2008 年初，90% 的韩国家庭拥有宽带连接。在亚洲，宽带应用的两个主要技术为 DSL 和有线调制解调器，其中 DSL 技术采用更广泛。但是市场正在发生改变，FTTH 技术正在许多发达地区快速推进。

报告指出，亚洲地区各国的电信和 IT 业的发展方面很不平衡，存在两极化，该地区既有一些在技术发展和应用方面居于世界领先地位的国家，也有许多还处于电信和 IT 发展初级阶段的国家。然而，亚洲国家已经强烈意识到电信和信息产业的重要性，电信的商业意义也被广泛认可，同时，电信产业对于社会和文化的潜在贡献也受到了重视。因此，亚洲市场的增长潜力十分巨大，新的驱动力来自于宽带和 IP 服务，以及不断增长的手机市场，特别是越来越多的移动增值服务开始得到应用。

来源：中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

GSM 协会主席呼吁通过移动行业刺激经济复苏

通信行业组织 GSM 协会主席亚历山大·伊卓西莫夫日前在达沃斯论坛上称，各国政府和监管机构应认识到移动电话行业刺激经济的作用。

他表示，应以更具长期性的眼光来看待移动电话行业，认识到这个行业刺激其他经济行业增长的催化剂作用，将移动电话行业视为具有强大推动作用的因

素，而不要只是把它看做“直接的现金来源”。

伊卓西莫夫表示，在很多其他行业都在寻求救助的时候，移动电话行业状况依旧健康，而且愿意投资。但是他表示，如果监管环境仍然没有确定性、政府不断试图通过新的 LTE（3G 长期演进技术）营业许可证从移动运营商收取更多钱财的话，移动电话行业的状况也许会发生改变。

伊卓西莫夫是俄罗斯第二大移动通信公司 AOVimpelCom 的首席执行官，同时也是代表广大电信运营商的 GSM 协会的主席。他表示：“现在各国政府都想到了拍卖许可证的做法，打算通过 LTE 许可证获得几十亿欧元的收入。但这是不可能的。”

伊卓西莫夫表示，应该鼓励移动电话行业发展，其原因之一在于移动电话使用率每提高 10%，就会推动 GDP 增长 1%。

根据 GSM 协会的预测，如果全球的宽带通信使用率能够达到西欧的水平，即提高到 54%，那么全球每年 GDP 增长率将提高 0.8% 至 1.2%。

在达沃斯论坛上，高通 CEO 保罗·雅各布也发表了赞成伊卓西莫夫观点的讲话。他表示，美国的电视运营商由模拟信号向数字信号转变的过程迟缓，造成了不良后果。他表示，高通公司已经向新的无线通信领域投入了数亿美元，使用户可以通过移动电话实时收看电视节目。

雅各布和伊卓西莫夫都表示，经济危机使移动通信行业难以预测今年市场表现如何。但迄今为止，这个行业还很少出现疲软的迹象，诸如苹果 iPhone 之类综合了计算机功能和移动科技的智能电话销售形势强劲，价格稳定。雅各布表示：“消费者仍在购买高端智能手机，在经济危机当中这令人感到惊讶。但其本质是大家都认识到了无线数据的价值。”伊卓西莫夫则说，鉴于人们在经济风暴当中仍然倾向于在娱乐和信息方面消费，移动电话行业很有可能会安然渡过此次经济危机。他表示：“人们可能会拒绝某些事，但还是会保持他们的社会关系。”来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

爱尔兰对中国产手机发出预警

2月3日，爱尔兰消费者事务署根据欧盟市场预警公告对中国生产的一款三星 SGH-C450 手机发出商品预警。这批产品是在中国生产，经由荷兰进入欧盟市场的。此次预警编号为 8431487118716，预警原因为有损用户身体健康。来源：商务部网站 2009 年 2 月 5 日

[返回目录](#)

2009 年全球手机产业前景暗淡

路透社分析师的最新调查预测，2009 年全球手机市场销量将下滑 10.7%，降至 10.8 亿支，是手机产业有史以来最惨烈的一年，也是继 2001 年下滑 6% 以来的第二次全年衰退。预计 2010 年手机市场将略见复苏，可能增长 5.8%。但仍有部分分析师维持下滑预测。

诺基亚、Salcomp 等手机龙头企业圣诞节销售业绩明显低于预期，摩托罗拉与 SonyEricsson 在 2009 年可能将受创最深，预估市场占有率将双双下滑。

专家分析认为，除消费者信心低迷外，零售商的信贷问题及多数主要市场的货币贬值，亦进一步打击需求。来源：商务部网站 2009 年 2 月 5 日

[返回目录](#)

全球 3G 发展新浪潮透视

视频通话、下载音乐、收看电视、实时导航、网上购物、在线游戏、手机钱包……随着近几年 3G（第三代移动通信）技术和服 务逐渐步入成熟期，其丰富多彩的功能让手机不再是“打电话”那么简单了，一股 3G 手机发展新浪潮也随之在全球掀起。

日本 3G 手机业务发展近两年非常迅速，日本 3G 手机的用户数已有约 1 亿，超过移动通信用户数的 80%。美国在 3G 领域起步相对较晚，但近年来加快了追赶的脚步，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。欧洲国家也出现了 3G 发展突然加速的现象，法国电信监管机构日前发布最新调查显示，法国 3G 用户数过去一年内激增 61.3%，达到 760 万。

另据市场调研机构美国 ABI 研究公司的报告，2006 年至 2007 年，全球 3G 用户数量猛增 83%。而 3G 美国协会去年年底发布报告说，全球 3G 用户数接近 4.15 亿，比两年前预测的两亿多出一倍以上。

3G 手机业务这几年的迅猛发展似乎有些出人意料。就在七八年前 3G 业务刚开始实施，由于网络标准混乱，加之有关技术也不成熟，3G 手机鲜有人问津。“不就是，打电话么！”这就是许多人当时对 3G 的认识，而且 3G 用户也对有关服务很不满意。雪上加霜的是，在许多发达国家，申请 3G 牌照和建设运营费用非常高，让许多“豪赌”3G 的企业不堪重负，一些企业甚至打了退堂鼓。曾被 IT 人士寄予厚望的 3G 曾一度乏人问津。

然而就在这几年，3G 的命运峰回路转，这又是什么原因呢？有关专家认为，服务制胜、政策调整及设备创新是 3G 起死回生的重要因素。

如果光是满足语音通信，2G 就足够了，而如果要数字通信，则必须用高速 3G 技术才能实现。在日本，3G 手机近几年提供的数字服务已包括下载音乐、收

看电视、实时导航、网上购物、在线游戏、手机钱包等，这比 2001 年日本颁发 3G 牌照时 3G 手机提供的服务多得多。对日本人来说，3G 已经是他们生活的一部分。欧洲与美国的 3G 手机服务近两年也大为改善，从而使 3G 不再是“打电话”这么简单，人们开始喜欢上这个新网络终端。

许多移动通信运营商通过改善服务，逐渐找到了盈利模式。日本运营商发现，若想使 3G 手机业务吸引人，其服务内容一定要好且丰富，运营商要有自己明确的业务定位。比如，日本爱友公司的定位主要面向年轻人，其提供娱乐方面的业务就比较多，NTTDoCoMo 公司将手机定位为“生活的一部分”，所以像手机钱包等功能就比较发达。

政策调整也挽救了 3G 的命运。看到欧洲国家巨额拍卖 3G 牌照效果不佳后，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 牌照付出相当一大笔钱，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操作方法，为运营商节约了大量成本。

在吸取以往教训的基础上，欧洲国家政府后来降低了 3G 牌照发放的门槛，以避免 3G 产业的发展受到不利影响。在法国按照修改后的规定，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，这与过去申请到牌照后一次缴费数十亿美元的情况有了很大不同。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。

设备创新也是 3G 吸引用户的重要因素。美国在 3G 设备开发方面也体现出创新实力雄厚的优势。苹果的 3G 版 iPhone 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而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 应用产生了深远影响。3G 版 iPhone 于去年 7 月正式推出，随即占据美国 2008 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。

业内人士指出，在技术逐渐成熟和总结各国 3G 发展经验后，作为全球最大手机用户市场的中国发放了 3G 牌照并正式推出自主 3G 标准——TD-SCDMA 标准。这无疑将对全球 3G 产业发展产生重要影响，预计今后全球 3G 发展将呈现进一步加速态势。来源：《人民邮电报》2009 年 2 月 4 日

[返回目录](#)

韩国手机在美国市场所占份额超四成

据韩国媒体 9 日报道，韩国三星电子和 LG 电子公司生产的手机产品在美国

市场所占的份额达到 42.7%。

韩国媒体援引市场调查机构的数据报道说，2008 年，在美国手机市场上，三星品牌的手机以 22% 的占有率居各品牌之首，占有率较 2007 年的 18.1% 上升了 3.9 个百分点。这是三星手机自 1997 年进入美国市场以来，首次占据市场龙头地位。

与此同时，摩托罗拉手机在美国市场的占有率从 2007 年的 33.4% 跌至 21.6%，退居第二。韩国另一品牌 LG 的手机产品则以 20.7% 的市场占有率排在第三位。

韩国业界人士认为，由于美国是高端通信技术集中地 and 世界最大的手机市场，韩国手机品牌在美国市场占有率提高意义重大。

来源：新华网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【中国移动】

iPhone 进中国拉锯一年半：中移动苹果互不相让

据中国移动人士透露，已经和苹果就 iPhone（手机上网）进入中国内地市场谈判了一年半，但至今仍然没有结果。中国移动与苹果双方都表现强势，使 iPhone 正式进入内地的进程仍在拉锯。

严格意义上说，苹果在中国已经有所突破，除了超过 100 万部解锁版 iPhone 水货已经运行于中国移动的网络，iPhone 已经于去年 9 月进入我国香港，苹果合作伙伴为和记电讯；并于 12 月进入我国台湾，合作伙伴为中华电信。

王建宙与乔布斯多次会谈

自 2007 年下半年开始，中国移动与苹果就引入 iPhone 正式接触，至今已经谈判一年半。

期间，中国移动总裁王建宙与苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯，通过电话会议进行过多次接触。而中国移动的谈判团队与苹果 COO 蒂姆·库克也有多次面对面的谈判，库克也是乔布斯的继任者，已实质掌管苹果多年。

但是到目前为止，双方仍然没有任何实质进展，iPhone 未能引入中国移动。

iPhone 模式对电信业冲击大

在最初阶段，苹果希望从中国移动获得 20%~30% 的分成，也就是运营商要把部分每月流量费分给苹果，这种业务分成模式遭到中国移动拒绝。

在第二阶段，苹果已经取消了业务分成模式，可以一次性采购终端；但要求运营商每部 iPhone 600 美元要一次性付给苹果，并且运营商还必须给客户以补

贴，这一方式也遭到了运营商的质疑。

在当前的第三阶段，用户可不与运营商捆绑就购买 iPhone 裸机，任何 SIM 卡插上去都可以使用；苹果采用了在线软件商店 iTunesAPPStore，通过用户在网上下载大量的软件获利。

即使是这看似开放的第三阶段，也不可小觑，新加坡 9 岁男童都在为 iPhone 开发应用；而日本软银孙正义则表示，不要小看 iTunesAPPStore，这将运营商冲击非常大。

苹果：iPhone 不是你的用户

中国移动人士转述苹果的表态：“所有喜欢 iPhone 的用户都是我（苹果）的用户，不是你（运营商）的用户。因为尽管用户使用运营商的网络，但是所有内容都是在我的网站商店处下载，而且钱都付给了苹果。”

这让包括中国移动在内的运营商难以容忍，即使与苹果合作十分愉快的运营商也对此不悦，苹果给出的态度是想成为价值链的控制者。

但不可抗拒的是，互联网的方式对传统电信业渗透加剧。如 Google 也跟进做出谷歌手机，而微软也在积极投入；加拿大 RIM 的黑莓就结合了终端产品和服务，超越北电等巨头成为加拿大市值最高的公司，由经营模式改变了公司的命运。

王建宙认为：“苹果 iTunesAPPStore 再厉害也有弱点，即其成交方式是信用卡；而中国内地没这种习惯，大部分普通用户不会这么做，但是中国移动可以从电话费里扣。我们有自己的用户和新战略所在，创新变得越来越重要了。”来源：新浪科技

[返回目录](#)

德瑞咨询：中移动或为小灵通退市最大赢家

目前小灵通（PHS）客户规模和使用量呈现下降趋势。而随着小灵通退网政策的出台，必将加速这一趋势，并且对整个通信产业链带来极大的影响。从运营商角度来看，小灵通退网将会释放数千万的新客户，势必会引起新一轮客户争夺，但是由于客户规模等原因的影响，各家运营商的策略各有不同。

中国移动，静观其变，伺机而动。静观其变，主要是指以目前中国在通信市场上的品牌形象和客户规模，都会对转网的小灵通客户具有很大的吸引力。根据新浪网 70723 网友参与的调查，在“您的小灵通退网后，是否还会选择原运营商的手机服务”选项中，31%的网友表示将转向中国移动。伺机而动，是指如果新联通和新电信极力地拓展转网小灵通客户，中国移动也会参与到这场客户争夺战之中。

新电信，有心无力，两难困境。有心无力，是指中国电信在收购联通的 C 网之后，具备了开展手机业务的基础，但是目前新电信的“天翼”手机，主要是针

对高端用户，其提供的业务范围大大超出了低端客户的使用范围。两难困境，是指如果新电信把这部分小灵通转网客户并入“天翼”业务之下，客户可能并不会完全接受这么多的服务，并为这些服务付费，但是要放弃这些客户，而完全拓展新客户和反挖其他运营商的高端客户，也是一个非常难的问题。

新联通，调整资费，积极捆绑。调整资费、积极捆绑，是指新联通可能会采取终端补贴、话费补贴等形式，实现小灵通客户向 G 网平稳过渡。但是，在新浪网上 70723 网友参与的调查中，40%的网友对小灵通退网后，选择原运营商的手机服务持犹豫态度。这对于新联通和新电信来说，在挽留客户方面还有很多不足之处。

综上所述，或许中国移动将是小灵通退市的最大赢家，不仅获得了 TD 后续发展的频率资源，还或许能够“收获”高比例的小灵通用户。来源：通信产业报

[返回目录](#)

【中国联通】

联通或新增 1430 万 186 号码专用 3G 业务

联通 3G 号段浮出水面。

据《每日经济新闻》从联通内部人士处了解到，联通 3G 网络预计 4 月在 7 城市调通，并在 5 月 17 日正式放号。据一份遭曝光的联通内部文件披露，属于 3G 网络的 186 号段首批放号 1430 万个。《每日经济新闻》从联通内部获悉，中国联通下一步会在手机资费调整上有大动作，上海联通最快将在下周先行开始调整。

186 首批放号 1430 万个？

昨日遭曝光的一份联通内部文件披露，2009 年中国联通计划首批新增号码总计 1460 万个，其中属于 186 号段的 1430 万个，其余 30 万个为 156 号段。首批 186 移动用户号段数据已完成分配和汇总工作，确定号码为 1861640XXXX，1861641XXXX，1861642XXXX，1861643XXXX。

根据这份曝光的内部文件，新增号码的各项数据工作将分阶段进行：网内数据制作将在 3 月 5 日之前完成，与其他运营商的网间交换工作将在 3 月 15 日之前完成，最后进行的是针对国外运营商的境外数据制作，完成时间定在 5 月 10 日之前。目前，中国联通正处在网内、网间数据的制作及交换阶段。

据透露，从 2 月 1 日起，联通的各分公司便可向联通兴业订购新号段测试卡。但由于 186 号段专属于联通 3G，因此各分公司在集团未下达统一指令前，不得率先启用该号码资源。号码测试结果及进展情况将由各相关部门汇总，并于 4 月 16 日前向个人客户部提交情况反馈。

7城市4月调通WCDMA网络

尽管上述内部文件披露的内容未能得到联通集团方面的证实，但一位联通内部人士对文件内容基本认可。

据该人士透露，集团给各地方分公司下达了不同时间进度的目标。先期启动WCDMA试验网建网工作的北京、上海、深圳等7个城市，定于4月中旬完成网络调通，经过一个月左右的调试，将在5月17日正式放号商用。其他联通公司的WCDMA网络调试和商用将视各自情况而定。

联通的WCDMA终端正式招标启动在即，据上述联通内部人士表示，现在联通配发员工的定制手机、采用WCDMA制式的水货手机，甚至一些山寨机，都可在WCDMA建网较完善的区域内搜索到联通的3G信号。

这位联通内部人士还透露，中国联通下一步会在手机资费上有大规模动作。除了直接的资费调整外，还考虑采用多项业务融合，打包优惠的资费方式。据他所知，上海联通最快将在下周先行开始调整。来源：每日经济新闻

[返回目录](#)

联通3G优先网络建设确定“三不”原则

时至今日，虽然中国联通的3G步伐略显滞后，但是中国联通手中握有目前成熟度最高的3G技术——WCDMA，所以很多业内人士依然看好其未来发展。

针对近日网上流传的联通WCDMA招标结果，联通内部知情人士表示，目前最后结果还没有出来，需要做进一步的微调，部分省市的份额可能会有所调整，但是总体结果将不会出现大的变化。“这么大的招标，肯定不会在短时间内完全把结果定下来。”该人士表示，最终的结果可能要在2月中下旬公布。

初步获知的是，采用华为设备的华为和摩托罗拉以30.6%的市场份额占据第一，爱立信则结盟新邮通和烽火通信，得到了26.5%的市场份额，中兴出人意料地夺下第三的位置，份额为21.5%，此外还有诺基亚西门子11.1%和上海贝尔的10.2%。

据悉，联通计划在2月底前完成供货，5.17开始试商用，对友好用户开放3G业务。“时间非常紧张，我们建设部的同事春节只休息了两天。”另一位联通内部人士告诉。就算加班加点，联通完成网络建设并优化的时间也所剩不多。

质量重于时间

3G牌照的发放，让三家全业务运营商的竞争日趋白热化。此前，中国联通董事长常小兵在股东大会上曾表示，预期年内中国联通WCDMA覆盖城市将达到282个，其中55个将于上半年完成。今明两年3G资本开支合计约1000亿元人民币，今年约600亿人民币。

而先行一步的中国移动在去年9月就启动了28城市的TD二期网络建设，近

日中移动已经向各 TD 设备厂商提出明确要求，6 月底前必须完成二期建网规划，并在年内完成 200 座城市的 TD 网络覆盖。与此同时，中国移动已经率先推出了 3G 业务的商用。截至到 2009 年 12 月，TD 用户数已经达到 33.7 万。

在中国电信方面，已经于去年 9 月完成了 C 网扩容招标，且此次招标的设备都支持向 EV-DO 的软件升级。中国电信相关人士表示，计划于今年 3 月底在共 100 个大中城市提供 3G 服务。

由于受到与原中国网通在业务和人员合并等方面的影响，中国联通的 3G 步伐略显滞后。但是中国联通手中握有目前成熟度最高的 3G 技术——WCDMA，所以很多业内人士依然看好其未来发展。

中国联通研究设计院副总工程师马红兵在接受通信产业报采访时表示，WCDMA 技术发展已经极为成熟，在支持的国家数量、运营商数量、产业链成熟度、全球统一频段、标准化进程等各方面具有巨大优势。

但是与另外两家运营商相比，联通的 3G 布局并没有将速度放在第一位。“只有首先将网络覆盖做好，保证用户的应用体验，才是 3G 竞争的制胜之本。”一位联通的技术人员向表示。也许是吸取了当初 CDMA 推广时的冒进教训，所以，如今在电信、移动纷纷抢滩 3G 用户，全力推出 3G 业务，重金打造形象广告的时候，联通并没有太多市场推广动作，而是勤练内功，将网络建设放在工作首位。

2G/3G 协同发展

此次中国联通的 WCDMA 建网原则是，在东部沿海省市要覆盖到所有城市市区、县城城区和重点乡镇；中部省市要覆盖到所有城市市区、重点县城；西部省市要覆盖到重点城市市区；郊区覆盖原则上不允许采用新建 3G 站址补盲 2G 覆盖。行政村原则上初期不考虑 3G 覆盖。

所以中国联通要在短时间内为用户提供较好的 3G 体验，提高 2G 网络覆盖和质量仍然非常重要。但是有专家表示，联通 GSM 在深度覆盖方面还表现不足。据公开资料显示，目前中国移动 GSM 基站已达 35 万个，覆盖率高达 98%，而中国联通 GSM 基站只有 15 万个，数量上的明显差距使得中国联通在网络质量的竞争中很难占到优势。

中兴通讯副总裁刘鹏在一次沟通会中指出，中国联通应该把 GSM 作为优质网络，在 3G 运营初期与 WCDMA 形成互补。他同时表示，要想达到这样的效果，中国联通的 GSM 基站数量必须达到 200 万载频，扩容升级工作还相当棘手。

其实对于提高 2G/3G 的互操作性，联通早已着手准备。早在 2008 年初，联通就对其 GSM 进行了大规模扩容，并且升级到 GPRS，目前中国联通已经在全国 31 个省市中近 300 个城市开通 GPRS 业务。联通有关人士表示，建设 WCDMA 并不意味着 GSM 网络将停止发展，相反，目前联通 G 网还在不断升级中，并且将与

WCDMA 一起组成 2G/3G 互补的网络。

同时据了解，中国联通的此次招标设备均支持向 HSDPA 的软件升级，完成升级后，可提供最高达 14.4Mbps 的带宽应用。“实际上对于我国的 WCDMA 运营商，选择 WCDMA+HSDPA 将是必然选择。”马红兵表示。目前 HSDPA 已经在国外拥有很多成功的建设经验和商业模式，中国联通显然是希望借 HSDPA 抢占 3G 商用的先机。

等待“5.17”奉行“三不”原则

尽管中国联通意在要以质量取胜，但是实际上，联通并没有放松建网进度。就在所在报社大楼旁，原网通营业厅的楼顶上已经竖起了六角形的基站天线支架，其工作人员表示，目前正在为 3G 做“周全准备”。

据了解，中国联通计划于今年“5.17”期间在部分城市进行 3G 试商用，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。据中国联通内部人士表示，中国联通 WCDMA 业务也将奉行“不换卡、不换号、不登记”的原则。这意味着目前市场上充斥的大量 WCDMA 手机水货将率先无障碍平滑进入 3G 时代。

与受困于终端瓶颈的中国移动 TD-SCDMA 相比，中国联通 WCDMA 的优势之一就是种类丰富、数量巨大，且应用成熟的 WCDMA 手机，将为联通的 3G 商用计划推波助澜。

据了解，中国联通的核心 3G 业务也于近日确定，其中包括数字家庭、3G 地图、手机邮件、家庭在线、MMS 多媒体、图文共享、电子书、视频电话、在线电视等多项 3G 业务。来源：通信产业网 2009 年 2 月 8 日

[返回目录](#)

联通与网通如何实现 1+1>2

众所周知，作为两家大型国有通信企业，由两家合并为一家并不是一件很容易的事，固定资产和营业场所好合并，人员岗位斟酌协调后也可以解决，但最关键、也是最难的要数两家不同文化的员工怎样重新组合在一起，高效工作，实现 1+1>2。各自不同的文化理念、工作习惯、思维模式等会发生碰撞，这往往决定着“新联通”能否在最短时间内高效运作，实现“抱团打天下”。

统一思想，才能统一行为。作为具有多年企业文化和团队建设培训经验的高级培训讲师和管理者，我想从以下几方面就企业重组变革时期对企业文化和团队建设谈几点想法：

适应重组首先要思维转型

思维决定一切，想法决定活法。中国有句俗语，叫“江山易改，秉性难移。”企业变革，首先要改变员工的思维意识，特别是要根据不同年龄阶段员工的心理

特征来调整他们对新事物的接受程度和融入程度，忘记过去，重新开始。

我所在的中国联通内蒙古免渡河分公司有很多二十出头的年轻员工。他们生在 80 后、个性很强，在工作中容易冲动，特别是团队意识薄弱。当今时代，有个性不是坏事，要在工作中充分发挥他们的独有作用，听取他们的想法，但同时也要考虑到他们过分的个性会影响团队的和谐。

年轻人有年轻人的特点和优势，他们接受新鲜事物的能力强。因此，企业变革对他们来说是件好事，可以强化他们的团队精神，为他们创造更多的机会，引导他们从思维到言行进行深层次的自我改变。对 80 后的年轻人来说，企业重组是他们人生道路上或者工作经历中所遇到的第一次重大变革，对其内心和人生观、价值观影响很大。企业领导要充分认识到这一点，对他们的工作要循序渐进，推心置腹，要让每个员工都认识到改变是为了自身发展。只有当所有员工都想主动自我改变的时候，一个新企业的变革才算成功。

与联通相比，原网通员工的平均年龄可能要稍微大一些，如何面对新企业，对这部分员工来说是一种挑战，更是一种自我变革。突破自我，实现自己的二次腾飞，是他们需要认真思考并积极行动的。

要树立明确的核心价值观

在企业变革重组期，明确目标特别重要。这在很大程度上可以稳定军心，让团队成员在短时间内消除不安定情绪，集中精力投入工作。企业领导在确定新的企业核心价值观时一定要采取征求意见的办法，让全体员工都参与公司核心价值观的确定，让他们的“心”尽快回到以往的工作状态。

在给诸多团队做培训的时候，我通过问卷调研和面对面沟通，甚至通过他们在培训现场的表情状态，就可以看到和感觉到当下很多员工都把工作的目的停留在了过日子的层面上，根本就没有与自己今后的人生发展相结合，他们日常工作的状态只是在按部就班地完成公司布置的工作，没有全身心地投入。工作一完事，他们的心思就回到家里、孩子和朋友身上，对如何改进工作、如何创新的思考根本就无从谈起。很多人没有明确的目标和人生追求，只是把工作看成维持生活的手段。平时如此，关键时刻更加盲目，有的员工甚至抱着无所谓的态度。我听到过这样的议论：“你选择去哪儿，电信还是新联通”？“哎，哪儿不都一样干活啊！”从这些言行就可以看出员工对工作的态度，而对待工作的态度正好决定他们的工作质量。

应该说，重组是个机会。企业的领导者正可以通过改变让员工树立起明确的核心价值观，并通过员工参与确立企业的核心价值观。事实上，对企业重组，很多员工的心态并不是很好，无论是 2008 年夏天去基层做团队训练，还是在日常管理中，我都明显地感受到了这一点。大家很盲目，不知今后何去何从？如何让

他们对新的企业充满信心，如何使他们在新的企业中能够改变以往消极怠慢的精神状态是管理者的工作。领导者要去引导员工，激励他们勾勒自己美丽的梦想，为他们制定职业发展规划和晋升阶梯，细化企业发展目标，将企业核心价值观体现在实处并让员工感觉到。只要员工能切实体验到“只要你动一动，即会与众不同！”就会逐渐激发起他心中的梦想和追求！

发挥每一个团队成员的优势

面对企业的变化和重组，员工的第一直觉就是：我今后的工作会怎样？是不是还在现有岗位？这种担心和焦虑乃人之常情，是企业管理者重组后首先要回答的问题。我的想法是，参考员工以前所从事的岗位及其自身长项，妥善安排新工作。也只有这样，才会让员工安心做好新工作。

在很多外资企业里，公司总裁或董事长办公室的门都是敞开的，随时欢迎员工发表意见与想法。而在国企，大多数公司老总的办公室经常都是关着的，有的甚至是装着防盗门，安有门铃。其实，领导最需要倾听下面的想法，特别是在企业重组变革时。很多有能力的员工想主动与领导沟通，却打不通电话、找不到人，这让员工很失望。试想，没有激情和创新的工作，又有什么意义呢？重组后的新企业一定要有新面貌和新做法，否则，也是换汤不换药！简言之，理顺沟通渠道，尊重员工，重能力不重关系，充分了解员工特长，发挥员工优势，是新企业一把手需要认真思考和切实做到的。

我认为，重组后的新企业最好对员工做一个工作意向调查，让员工写出自己对今后工作的看法、岗位意向以及自己的优势和特长。因为只有充分了解员工需求，严格按照“员工第一”的原则，才会消除员工的不满情绪，充分调动他们的积极性，让新的企业焕发生机！

统一思想比业务培训更重要

网通和联通重组为一家，自然是要相互学习，特别是在技术业务上更需要取长补短。但比这更重要的，是团队凝聚力的提升。对于通信企业来说，团队精神和情感服务的培训要比业务技术培训更重要。不同背景的人走到一起，能否在工作中和谐共事，关键在于沟通，在于如何使原来从属于两个企业的人能够尽快从陌生到熟悉、到信任。因为只有在相互信任的团队里，大家才能工作愉快，而良好的工作氛围，才能给客户带来亲切的消费体验。

需要指出的是，原网通员工的平均年龄可能会比原联通员工的平均年龄高一些，不同年龄段的员工在思维模式上，肯定有所不同。要想让他们在重组的新联通中更快地融为一体，需要通过加强团队建设训练，使他们在丰富多彩的团队生活中尽快消除隔阂、高效协作。

让品牌在员工心里扎根

一个新的品牌要想得到消费者的认同，首先要让自己企业的员工喜爱，而员工喜爱的前提是对企业的满意度。企业有必要做一份员工满意度调查，包括他们对重组后调整的新工作岗位、薪酬待遇、工作环境等是否满意。重组的企业应该是向着更好的方向改变。如果员工在经历了企业的变革重组后没有感觉到比以前好，甚至还不如以前的话，可以说变革就是不成功的。员工不满意，就不会在工作中表现出最佳状态，只能是程序化地应付，更谈不上积极性与主动性。而员工的所有消极表现最终都会为消费者不满意埋下隐患，并在很大程度上影响品牌的市场发展。

让工作改变生活是当前每个员工择业时的愿望，而让工作成为每个员工的生活方式则应该成为企业管理者思考的内容。新品牌能带给员工什么样的新生活，让员工感受到什么新惊喜，员工就会把什么样的新生活与新惊喜，通过他们的工作传达给客户，企业品牌也就通过客户的新体验被确立起来。

改变，为了更好；重组，也为了更好。这是国家改革通信行业的目的和初衷，也是国人的期待，更是通信员工和家属的期盼。企业重组已经开始，成功与否的关键在于员工言行的尽快统一，而统一的前提是改变，改变的方式靠培训，培训要做到的是切实加强团队训练。领导者的任务就是要让新的企业文化、新的企业精神像血液一样，融入每一位员工的头脑和身体，使新联通充满活力，并尽快形成自己的强势品牌。来源：《人民邮电报》2009年2月4日

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信开始全面启动“手机下乡”工作

“谁说农村用户不用3G？我们启动3G服务之后，农村市场也将为我们发展3G积累客户资源。”中国电信有关人士表示

中国移动每年新增用户的一半来自农村市场，对于急需发展移动用户的中国电信和中国联通来说，显然都瞄准了这个契机。

日前，中国电信宣布，中国电信成为国内唯一一家在全国31个省区市均具备销售“家电下乡”产品资质的通信运营商，并开始全面启动“手机下乡”工作。

这是中国电信第二次中标“家电下乡”推广工作流通企业项目。此前，中国电信已于2008年11月20日获得了在部分省市推进“家电下乡”的资质。

去年底，中国联通率先在12个省区市启动了“家电下乡”项目。

中国电信有关负责人介绍，除了政府对下乡产品进行13%的补贴之外，中国电信将充分利用自身的网点优势，向农村用户提供一定的话费补贴，并可提供固话、宽带、移动业务的组合优惠补贴。

此外，中国电信还制定了应急预案，与各厂家签订紧急供货合同，一旦出现销售高峰导致的手机产品供货不足的情况，优先安排“家电下乡”产品的供货；同时联合多家物流公司，保证在最短工作日内完成货物的配送工作。

除了三大运营商之外，各终端零售企业也参与到“手机下乡”的项目中来，包括中邮普泰、天音通信以及迪信通等。

中国联通相关副总裁曾对《第一财经日报》表示，在“手机下乡”项目中，运营商更看重农村用户的增长和积累。

2008年，中国移动的新增用户为8791万，每月的净增用户都在700万以上，如果按照一半用户来自农村市场计算，农村市场在2008年为中国移动贡献了接近4400万用户。而目前中国联通的用户总数仅为1.3亿左右，中国电信则为2800万左右，农村市场的意义显而易见。

“谁说农村用户不用3G？我们启动3G服务之后，农村市场也将为我们发展3G积累客户资源。”中国电信有关人士表示。可以肯定的是，与一级城市3G争夺战一样，三大运营商在2008年的农村市场同样将展开激烈的竞争。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

中国电信出手采购 2000 万部 3G 终端

终端采购计划的背后，是中国电信雄心勃勃的用户发展计划。

9日，中国电信天翼电信终端公司副总经理马道杰表示，2009年中国电信CDMA终端需求预计为5000万部，其中，具备3G功能的CDMA终端将占到40%，约为2000万部。

加速争夺 3G 用户

根据国外运营商经验，向3G转型初期，3G手机将占市场总量的1/3。

按照之前工信部公布的运营商发展计划，中国电信计划在3年的时间内发展5000万3G用户，2000万CDMA3G终端采购计划，是中国电信2009年的3G用户发展目标。

中国电信的招标事实上已经开始，首轮招标已经在元旦前启动，首批3G终端和3G上网卡的招标选型工作也已经完成，第二次终端招标即将开始。

截至去年12月底，通过中国电信定制规范在社会渠道销售的CDMA手机为100款以上，在中国电信网站的天翼“手机定制库”中的CDMA手机已超过60款，已经有70多家厂商和40多家设计公司参与CDMA终端的研发及生产。

天翼电信终端公司的内部统计显示，今年元旦以来，CDMA手机销量每天达到5万部左右，而近期，CDMA手机销量达到了每天6万部以上。自中国电信天翼品牌189号段在各地放号后，CDMA手机恢复增长势头。

“5000 万的市场需求对任何厂商来说都具有相当大的吸引力。”马道杰说。目前，中邮器材、普天太力、天音通信、深圳爱施德等渠道商，以及诺基亚等强势 GSM 厂商都已经进入 CDMA 领域。

社会渠道

为了进一步提高产业链厂家的积极性，促进 CDMA 终端采购和销售的社会化，马道杰表示，中国电信将采取“冷热交替法”平衡产业链利益：一方面对手机厂商初期不愿涉及的机型进行集采，另一方面，对已经承诺集采的手机，中国电信将继续集中采购及分销。

中国电信提供的统计数据显示，社会渠道销售 CDMA 手机的数量和比重正在明显增加。到 2008 年 12 月，由天翼电信终端公司集采的 CDMA 比重由 93% 降低至 89%，社会化渠道销售的手机在总销量中的比重提高到 11%。

截至去年底，中国总共有 6.34 亿手机用户，其中，中国移动的用户为 4.57 亿，中国联通为 1.33 亿，中国电信为 2800 万，中国电信在用户数方面的差距非常大，CDMA 手机在产业链上的不足也非常明显。

目前，三大运营商都积极开展了终端的定制、集采和补贴工作，中国移动计划在终端补贴上投入 100 多亿元人民币，中国联通的终端定制公司联通华盛则正在拓展渠道和零售覆盖程度。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 10 日

[返回目录](#)

中电信透露将启动第二轮大规模手机招标

中国电信旗下天翼电信终端公司副总经理马道杰近日透露，中国电信将加速中电信 3G 终端的采购和销售，将于近期启动第二轮大规模手机招标。

加速中电信 3G 终端的采购和销售

此前的去年年中，中国电信启动了规模达 500 万部的 CDMA 手机招标，而今年 2 月，又进行了 3G 上网卡的招标，这是中国电信第一次对 3G 终端招标。

旗下天翼电信终端公司副总经理马道杰透露，为保证中国电信 CDMA 网络升级到 3G 后，各项业务能够快速开展，已组织相关部门和部分省公司专家对 3G 终端进行集中招标。同时，为进一步调动社会渠道运作 3G 终端的积极性，天翼电信终端公司将建立满足中国电信 UI 及业务规范的 EVDO 终端产品库。

对于 3G 数据卡，中国电信并不担心。由于数据卡的生产厂家较多、积极性高，品种较丰富，已具备社会化采购和销售的条件。

“中国电信运营 CDMA 手机仅两三个月就远远超过历史最高销量，分公司、厂家和代理商看到了希望，各级社会代理商踊跃参与 CDMA 销售。2009 年中国电信 CDMA 终端需求预计为 5000 万部，这个量对任何厂商来说都具有相当大的吸引力”，马道杰如此表示。

将启动第二轮 3G 手机招标

据了解，中国电信已经于元旦前启动了 3G 终端的第一轮招标，日前，也完成了首批 3G 终端和 3G 上网卡的招标选型工作。马道杰表示，根据国外运营商的经验，向 3G 转型初期，3G 手机将占市场的 1/3，考虑到中国电信有融合业务的优势，所以，预计 3G 手机在 09 年将占 CDMA 手机销量 40%，接近 2000 万部，市场容量巨大。

他还透露，接下来，还将进行第二轮大规模的手机招标选型工作，希望广大的厂家和代理商参与这次即将到来的机会。

CDMA 手机已实现供需两旺

自 2008 年 10 月中国电信成为 CDMA 网络经营主体以来，CDMA 手机的实际情况一直不被外界所了解。近日，天翼电信终端公司的一份内部材料和市场调研公司赛诺的一份统计数据同时显示了相关情况。

赛诺的一份统计数据称，2008 年 12 月 CDMA 手机共售出 129 万台，是自 2003 年以来，CDMA 市场单月销量最高值。环比增长率达到 183%，同比增幅为 33.6%。虽然 CDMA 整体市场规模较 GSM 仍然较小，但持续的高增长，对于整体市场格局的影响力逐步加强。

而天翼电信终端公司的内部统计则显示了更新的数据：今年元旦以来，CDMA 手机销量每天达到 5 万部左右，而近期，CDMA 手机销量更是达到了每天 6 万部以上。之前，CDMA 手机 2007 年销售近千万部，平均每天销售 3 万。显然，自中国电信天翼品牌 189 号段在各地放号后，CDMA 手机呈现出快速增长的趋势。市场调研公司赛诺的报告同时将 CDMA 手机与 GSM 手机做了对比。该报告称，“受宏观经济形势影响，GSM 终端规模环比下降 1.4%，但 CDMA 终端需求及销售继续高速增长，从而带动整体终端市场规模环比增长 6%，CDMA 市场份额一举达到 10.8%，创 2003 年以来最高份额”。

赛诺的报告还显示，2008 年 12 月，共有来自 56 个品牌的 166 款新品上市，其中包括 138 款 GSM 产品和 28 款 CDMA 产品，CDMA 新机型的占比高达 17%，大大高于 10% 的历史平均比例。另外，共有 11 个品牌推出 CDMA 新品，其中天宇一举推出 9 款 CDMA 新品，成为新进入 CDMA 市场品牌的领头羊。来源：新浪科技

[返回目录](#)

中电信 C 网手机新政：主要利润让给手机商渠道商

中国电信相关业务负责人近日接受采访时透露了 2009 年 CDMA 手机运营新思路：春节后，中国电信将采取各种措施全力加快推进 CDMA 手机社会化运营的进度，朝中国电信 09 年终端需求 5000 万部的目标迈进。

09 年加速 CDMA 手机社会化

天翼电信终端公司副总经理马道杰近日如此描述中国电信对 CDMA 终端下一步的运作策略：“根据中国电信集团公司王晓初总经理关于 CDMA 终端社会化的指示精神，中国电信将进一步加大力度推进终端采购和销售的社会化。”

对于 CDMA 手机，中国电信 2008 年以集采为主。客观来说，中国电信 2008 年中的集采对 CDMA 手机产业链的繁荣起了巨大引导作用。当时，中国电信还未接手 C 网，但终端采购已经先行一步。2008 年三季度，中国电信集团组织了 76 款手机的集中采购及销售工作，极大的调动了厂商和代理商的积极性。

在之后的巨大市场需求刺激下，目前，有 70 多家厂商和 40 多家设计公司参与 CDMA 终端的研发及生产，已上市的新品逾百款。另外，有数十款新品也计划与一季度上市。

不过，中国电信显然并不满足于此步伐。

据悉，中国电信将在两个方面进行全面转型。一方面是，中国电信运营 CDMA 手机的内部管理体制的转型，另一方面则是对 CDMA 手机厂商和渠道商的激励政策。

马道杰透露，天翼电信终端公司与中国电信移动终端管理中心是两块牌子、一套人马。按照新的思路，天翼电信终端公司将更侧重于引导 CDMA 手机产业链健康发展，更多的责任是组织社会化，即由“销售为主”转向“管理为主，销售为辅”，当然也会整合多方资源进一步打造市场上畅销的明星产品，来提升中国电信互联网手机的整体形象。

另一方面，中国电信将鼓励手机渠道商大力进军 CDMA 手机销售领域。此前，中国电信总经理王晓初会见了四大国际手机品牌和四大国内最大的手机经销商。据悉，会见后的结果是，目前，中邮器材、普天太力、天音通信、深圳爱施德等国内最大的手机代理商均已介入 CDMA 手机销售，而除三星、酷派、华为、中兴等十几家老牌 CDMA 手机厂商外，诺基亚、摩托罗拉、天语、多普达、康佳、金立等传统 GSM 强势厂商不仅进军 CDMA 手机领域，也开始通过其自有渠道销售 CDMA 手机。

平衡产业链各方利益

据中国电信相关内部材料透露，为了进一步推动移动终端采购和销售的社会化，中国电信将加大力度实施 CDMA 终端采购和销售社会化为主、有选择的少量集中采购为辅的运作思路，充分调动和发挥厂商、代理商的积极性。对于符合中国电信业务发展战略的终端产品，但市场处于培育期、需求不足，或上游厂商生产积极性不高，中国电信将有选择的牵头组织采购及销售。

马道杰还特意提及了中国电信在管理上采取的“冷热交替法”，平衡产业链各方利益。对此，马道杰说，中国电信就是希望通过政策创造一种良性循环：C

网市场增长快，产业回报大，积极性高，渠道走向以厂商、代理商为主的良性运转。

具体来说，就是为提高厂家、国代、省代的积极性，将采取“市场热终端公司冷，市场冷终端公司热”的动态方法，调动各方的积极性，全力推动产业链健康有序发展。

同时，中国电信也将加强 CDMA 市场的活力，对一些手机厂商初期不愿涉及的机型进行集采。具体来说，就是为提升公司移动业务品牌形象、满足业务发展需求，中国电信集团将本着控制数量和品种的原则对少数机型进行采购。

主要利润要让位于厂商和代理商

事实上，这一转型已部分显示结果：根据统计，2008 年 12 月，由天翼电信终端公司出售的 CDMA 手机占比减少，CDMA 集采占比由 93% 降低至 89%。也就是说，接手 C 网仅两个多月，社会化渠道销售的手机即增至该月 CDMA 手机总销量的 11%。

不过，这仅仅是一个最初步的效果。据悉，原来预计需要 2-3 年才逐步推广 CDMA 手机社会化，按照上述政策，中国电信将在 2009 年伊始就开始全力加快推进社会化的进度，力争在上半年有较大提升。

据国代商透露，中国电信集团总经理王晓初在会见 8 家中外手机企业代表时曾说，“电信运营企业是靠发展业务来创造价值，不是靠终端销售来创造价值，终端销售的价值坚决要让给社会化渠道”。实际上也就是说，CDMA 手机的利润要让位于厂商和代理商。

鼓励国代商和厂商自行销售

“我们鼓励国代商、省代商与厂家直接合作销售”，马道杰如此说。

马道杰同时表示，在走向 CDMA 终端运营社会化的转型期间，将同时开展两方面的工作。

一是继续做好首批集采手机的采购和销售工作，进一步坚定合作厂商信心。

他说，对于前期向厂商承诺集采的手机，中国电信将继续做好集中采购及分销，严格履行合同约定，体现中国电信诚信经营的原则。对于其中合同到期的产品，厂商（或其指定的代理商）可自行组织销售。

二是，尽快推动终端运营的社会化。

具体来说就是，对于新上市的新产品，中国电信集团将引导和鼓励厂商自行组织销售。同时，集团将加大管理和协调力度，平衡厂商和代理商利益，推动产业链健康发展。来源：新浪科技

[返回目录](#)

中国电信首批 3G 终端招标选型结束

中国电信天翼电信终端公司副总经理马道杰近日透露，中国电信已组织相关部门和部分省公司对 CDMA2000 终端进行集中招标，首批招标选型工作已经结束。中国电信还将于近期启动第二轮大规模手机招标。

据马道杰透露，为保证中国电信 CDMA 网络升级到 3G 后，各项业务能够快速开展，已组织相关部门和部分省公司专家对 3G 终端进行集中招标。同时，为进一步调动社会渠道运作 3G 终端的积极性，天翼电信终端公司将建立满足中国电信 UI 及业务规范的 EVDO 终端产品库。

中国电信已经于元旦前启动了 3G 终端的第一轮招标，目前已经也完成了首批 3G 终端和 3G 上网卡的招标选型工作。马道杰表示，根据国外运营商的经验，向 3G 转型初期，3G 手机将占市场的 1/3，考虑到中国电信有融合业务的优势，预计 3G 手机在 09 年将占 CDMA 手机销量 40%，接近 2000 万部，市场容量巨大。

马道杰表示，中国电信还将进行第二轮大规模的手机招标选型工作，希望广大的厂家和代理商共享这次即将到来的手机盛宴，共创 CDMA 产业辉煌，共享 CDMA 产业价值。

自 2008 年 10 月中国电信成为 CDMA 网络经营主体以来，CDMA 手机销售实际情况一直不被外界所了解。近日，据相关资料显示，中国电信 CDMA 终端已经进入了供需两旺的良性循环阶段。据春节期间的统计，CDMA 终端的日销量达到了 6 万部，创历史最高水平。

与之对应的是，CDMA 产业链也在不断的壮大，除去华为、摩托罗拉、中兴、三星、LG、宇龙酷派等老牌 CDMA 终端厂商，诺基亚以及众多的国内厂商已经宣布将推出 EVDO 产品，其中的天宇更是不遗余力。来源：通信世界网 2009 年 2 月 9 日

[返回目录](#)

【欧洲地区运营商】

分析：法德电信还能否独善其身

过去一年，全球电信行业惨淡经营。但其中不乏亮点，法国电信和德国电信就是佼佼者。数据显示，2008 年第三季度，法国电信的季度营收已经从去年同期的 135.1 亿欧元增长至 135.5 亿欧元。同期，德国电信季度利润也达到了 11.8 亿欧元 合 15.2 亿美元，增长 12%。可以预计，法国电信和德国电信 2008 年的财报将是盈余和丰收的。为什么这两家电信公司在当前金融危机下逆势而上，2009 还能继续独善其身吗？

1、国内背景不同

2008年，法国电信和德国电信的国内背景与美国电信企业的国内背景不同。简单地说，法德的国内背景优于美国。

首先，当前全球性的金融危机的重灾区在美国，仅美、德、法三国比较，美国2008年的经济增长预期调整幅度明显大于其余两国，说明美国经济受金融危机的打击更大。这一年，法国和德国的经济形势在发达国家中，算是喜人的。尤其德国，经济发展比较平稳，房地产业不降反升更是令人刮目相看。由此可知，过去一年，从经济的宏观层面看，法国和德国经济总体来说对电信业的负作用小于美国。

从服务业的角度看，法德两国的情况比美国强，美国更糟。美国著名研究机构供应管理协会2008年1月5日公布的调查报告显示，美国服务业今年1月份出现了2003年3月以来的首次收缩。该协会编制的美国服务业活动指数1月份为44.6，是过去58个月来首次低于50。该指数等于或高于50表明服务业扩张，低于50则表明该行业收缩。服务业全面收缩是美国整体经济降温的一个迹象，行业活动指数情况意味着服务业的长时间扩张已经结束。而电信行业也不可能在服务业全面收缩下不受影响。

在法德两国，电信业虽然也在竞争，但竞争没有美国那么厉害，资本流动性有限。另外，法国电信和德国电信原来都是各自国家的国有企业，虽经私有化改造，但国家和政府的影子还时常存在，法德两国政府仍有意无意、明里暗里支持这些企业。这一点与完全私有化的美国电信公司不同。

2、改革弱化危机

2004-2008年，正值法国电信和德国电信的“转型”或改革时期，这种变革成就了企业的平稳发展，化解了许多矛盾，无意中提前弱化了本次金融危机对企业的打击。德国电信的许多做法更加有力、有效。

2006年底，奥伯曼（Rene Obermann）接任德国电信CEO，不久就推出了一系列强有力的改革措施。奥伯曼的改革拯救了困境中的德国电信，客观上增强了抵抗当前金融危机的能力。调整内容包括裁员（总数将超过公司全球总员工的1/5，甚至更多）、转岗、全员降薪6.5%、放弃固定/移动融合的FMC服务，出售在西班牙和法国的互联网业务、不动产业务，以及在美国和德国的一些基站等一些非核心资产。调整的目标是在2010年之前将通过多种渠道削减47亿欧元的企业成本。2007年，德国电信果然抓住移动业务发展机会，移动收入达47.36亿欧元，增幅为8.4%。其中，受iPhone（手机上网）以及诸多资费套餐的推动，本土的移动业务发展尤其顺利，用户总数突破3600万户，增幅达20%；在全球的移动用户数达到1.196亿户，同比增长10.3%，不仅弥补了固定电话用户数减少带来的损失，更成为德国电信增长最强劲的业务。此外，移动数据业务量显著增加，

除短信和彩信外，移动数据业务收入增长 40%，达 19 亿欧元。这些业绩是德国电信近几年所没有过的。

3、危险仍然存在

虽然法国电信和德国电信在 2008 年的业绩不俗，但危险依然存在。2009 年能不能继续 2008 年的趋势，很难说。

第一、现实看待已有业绩。当外界对法国电信和德国电信 2008 年逆势而上的表现投以赞许和羡慕眼光时，这两家公司并没有因时下的业绩而忘乎所以。法国电信公司首席执行官 2008 年初在预测公司的发展前景时出言低调，称 2008 年法国电信遵循“谨慎型发展策略”。德国电信的财务报表虽然不难看，但国内市场多年积累的问题使公司不敢有半点松懈。德国电信新掌门人早在继任伊始就曾提醒股东，不要期待公司很快发生扭亏为盈的奇迹。

另外，不论德国电信，还是法国电信，各自企业的财务年报并不都是风光灿烂，风光中也有明显的问题和不足。最近几年，法国电信的企业利润多数情况下都是下滑。其中，2006 年的净利润上年下降了 28%，2007 年没有大的改进，2008 年上半年的纯利润下降了 18%。德国电信 2008 年上半年财报有喜有忧，上半年的销售额同比下降了 3%，为 301 亿欧元。这些数据，使这两家世界级的电信公司不敢盲目乐观或自傲。

第二、负债经营仍感实力不济。截至 2008 年初，法国电信的负债总额为 397 亿欧元。德国电信在几年前的 3G 泡沫时，曾负债高达 625 亿欧元，如今仍然债务缠身。沉重的债务使公司在处理收购问题时常常感到力不从心，也常常为降低成本而费尽心思。

第三、都有裁员包袱和裁员之苦。法国电信 2008 年在全球范围内裁减 8% 的员工，大约 1.7 万名职员，其中 1.6 万名为本土职员，由此降低公司的人力成本。目前，工资性开支占总成本的比例由 15.4% 下降到 14.8%。但裁员是冒险的，也是有代价的。裁员计划已引起公司员工不满，罢工刚刚平息，但这一工作 2009 年还将继续。德国电信 2010 年前将裁员 5.5 万，且大部分也是本土职员，同样引起了不满，2009 年也是很难熬的。

第四、国际市场不容乐观。目前，德国电信是欧洲最大、世界第三大电信运营商，在 29 个国家和地区拥有 71 个分公司、子公司、联盟公司及合资公司，截至 2008 年初拥有 3100 万固定用户、1300 万宽带用户和 1.2 亿移动用户。德国电信集团的收入结构中，47% 来自海外，国内市场的收入减少往往由国外市场补贴。尤其，T-Mobile 美国公司一直是德国电信收入增长的主要来源，其销售量占德国电信总销售量的 22%。如今美国遭遇金融海啸，T-Mobile 在美国的命运前途未卜！法国电信是全球排名第四的电信运营商，2007 年集团销售额为 529

亿欧元，业务遍及五大洲。旗下拥有 1.74 亿用户，超过 1 亿户在海外。近年，法国电信的收入总量中，将近一半来自海外。公司预计，未来三年在西欧市场的业务收入增加 1%~2%，东欧 5%~7%，中东和非洲 15%~19%。

当前金融危机如此凶险，法德电信寄以希望的新兴市场遇到了新的困难，前面的这些市场预计能够兑现多少？目前，金融危机还没有见底，2009 年法国和德国的宏观经济环境将面临许多不确定因素，不见得还能延续上年的发展局面。在这种情况下，新的一年，法国电信和德国电信还能继续走好吗？来源：通信信息报

[返回目录](#)

中国联通 3G 业务牵手西班牙电信

日前从中国联通处证实，中国联通已与西班牙电信签署了 3G 业务合作框架协议。这是中国联通与西班牙电信除股权合作之外进一步达成的业务合作框架。

双方的新协议目的是进一步深化业务合作，在移动通信、WCDMA 制式的 3G 服务，宽带应用、国际业务、市场营销和面向企业客户的电信服务等方面加强合作。

而在此之前，中国联通与西班牙电信在设备采购、国际漫游、技术研发等领域已经展开了合作。在新协议之下，双方还将在包括采购、漫游、市场营销、技术创新与研发等领域进一步加强合作。

2005 年，西班牙电信以 2.4 亿欧元收购了中国网通 2.99% 的股权，成为中国网通第二大股东。目前，西班牙电信是中国联通香港上市公司最大的私有股东，持股比例为 5.38%。长远来看，这一比例还会继续增加到 9.9%。

中国联通表示，3G 发牌之后，中国联通与西班牙电信有着同样的综合业务模式和 3G 移动制式 (WCDMA)，这为双方进一步深化合作创造了更为有利的条件。来源：第一财经日报 2009 年 02 月 06 日

[返回目录](#)

西班牙电信等 6 大运营商将销售 Linux 系统手机

据国外媒体报道，西班牙电信周一加入移动 Linux 基金会 LiMo，并与其他 5 家运营商联手在今年销售使用 LiMo 软件的手机。

在下周将于巴塞罗那举办的全球移动大会之前，该公司签署联合协议称，沃达丰、Orange、日本 DoCoMo、韩国 SK 电讯以及美国最大移动运营商 Verizon 也将在今年销售使用 LiMo 软件的手机。英国市场研究公司 CCSInsight 分析师乔夫·布拉伯 (GeoffBlaber) 称：“随着多家运营商宣布将在今年推出手机，我们预计 LiMo 在 2010 年将开始取得实质性的进展。”

手机软件平台的领先者是诺基亚的 Symbian 操作系统，但去年被苹果和黑莓制造商 RIM 抢夺了不少市场份额。迄今为止，计算机操作系统 Linux 在手机上取得的成功仍寥寥无几，但随着 LiMo 平台以及谷歌采用该系统开发 Android 平台，其重要性正日益提高。

LiMo 是一个非营利的基金会，希望通过向运营商提供软件开发并获得更大的发言权而受益。布拉伯表示：“由于得到运营商的保证和手机厂商的支持，Android 目前如日中天。但是，对于大量寻求独立及服务中立平台的运营商而言，LiMo 仍具备长期优势。”

由于支持多个操作系统的成本耗费时间且成本高昂，沃达丰及其他运营商已保证减少操作系统的数量，但随着苹果和谷歌相继进入手机市场，过去几年来大型操作系统的数量在增加。LiMo 基金会执行主席摩根·吉利斯 (MorganGillis) 表示：“行业中最大的战役是控制用户体验。苹果、谷歌和诺基亚都在争取获取主要运营商的支持。各大运营商主要考虑的是，减少所用的平台的数量，在目前的经济环境下这个需求则更为强烈。”

Linux 是最为流行的自由或所谓的开源计算机操作系统，该系统允许公众使用、修改和共享。Linux 的提供商往往通过改善产品或者提供技术服务获取营收，该操作系统的直接竞争对手是微软的 Windows，后者要求用户付费并且反对免费分享其代码。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

【其他地区运营商】

香港四家运营商将部署 LTEWiMAX 正式死亡

获得香港新无线牌照的三家运营商均计划部署 LTE，此外数码通沃达丰将在现有频段部署 LTE，LTE 最快于 2011 年在香港商用；因为没有投资者计划在香港建立 WiMAX 网络，WiMAX 在香港出师未捷身先死。

香港特区政府“宽带无线接入服务 (BWA)”原计划拍卖 2.3GHz 和 2.5GHz 频段，可供 WiMAX 及 LTE 建设。

运营商只对 LTE 感兴趣

GeniusBrand (电讯盈科与和记黄埔合营)、香港移动通讯 (CSL) 和中国移动香港三家中标运营商共花费 15.357 亿港元获得 90MHz 频段；共有五家公司参与了竞购，全部只对 LTE 频段有兴趣。

国际电信联盟分配 2.3~2.4GHz 为 TDD 技术使用，也就是 TD-SCDMA 和 WiMAX，而此次没有运营商竞购此频段，因此宣告 WiMAX 技术出局。

数码通沃达丰此次没有拍得频段，但公司表示将在现有频段部署 LTE；而在原有的低频率频段部署 LTE，也能获得较好的覆盖。数码通沃达丰目前的 HSPA 网络能支持 14.4Mbps 的下载速度，和 5.76Mbps 的上传速度。

中国移动部署技术待解

中国移动香港（此前的中国移动万众，于去年 12 月更名，服务品牌仍为“PEOPLES”）是香港五家移动运营商中，唯一一家还没有部署 3G 服务的。香港其他 WCDMA 运营商都会顺理成章的演进到 LTEFDD。

颇有些费解的是，中国移动没有购买可用于 TD-SCDMA 的 2.3GHz 的频段。中国移动获得 30MHz（2555 - 2570MHz 与 2675 - 2690MHz 成对）频段，频率最高，不是部署移动通信十分理想的频段，这也是中国移动出价最低的原因。

目前还不清楚中国移动是否已经明确了技术制式，还是先做囤积频段的准备。2.5GHz 的这一段技术制式比较复杂，到现在还没有定论，部署 LTETDD 和 LTEFDD 都有可能。

由于中国移动目前还未公开表态使用何种制式，现在还不能确定中国移动的意图。理论上中国移动可以在香港部署 LTETDD 以做漫游之用，而且五年的时间也足够等待 LTETDD 的成熟，在香港与内地同时部署 LTE。

WiMAX 回归无线宽带

新浪科技咨询一家位于 WiMAX 第一阵营的设备商，该公司内部的态度为，WiMAX 将退回到无线宽带接入市场，无法打入大型运营商建设“全程全网”的通信网，市场空间远远达不到当初的预期；而 LTE 将成为“移动 + 宽带”的领袖。

在 CDMA 衰落之后，WiMAX 目前是唯一仅存的“贴有美国标签”的大型通信技术标准。作为 WiMAX 的最大幕后推动者英特尔，近年来对 WiMAX 投入了大量的资金和精力，希望能复制 WiFi 曾经取得的成功。

对 WiMAX 一度坚定投入的阿尔卡特朗讯、北电已经调整或裁减了 WiMAX 部门，华为也召开了讨论相关事宜的内部会议；目前只有 IT 业背景的三星电子未公布其 WiMAX 策略动态。

英特尔将于美国东部时间 2 月 11 日 14:00 召开电话会议，对外提供 WiMAX 最新消息，届时可能宣布其 WiMAX 政策的调整。

附：香港宽带无线接入（BWA）牌照拍卖结果

竞投人	无线频谱	频谱使用费（亿港元）
GeniusBrandLimited	30MHz（2500 - 2515MHz 与 2620 - 2635MHz 成对）	5.180
香港移动通讯有限公司	30MHz（2540 - 2555MHz 与	5.230

	2660 - 2675MHz 成对)	
中国移动香港有限公司	30MHz (2555 - 2570MHz 与 2675 - 2690MHz 成对)	4.947
总计	90MHz	15.357

来源：新浪科技

[返回目录](#)

日本 KDDI 发展 CDMA 的启示

在全球的 CDMA 运营商中，日本 KDDI 是非常突出的一家，它在推出 CDMA2000 业务 22 个月之后用户数就达到了 1230 多万。KDDI 的 3G 发展如此之快，主要原因有以下几个方面。

第一，网络覆盖非常好，在提出提供 3G 业务之后的半年内，其网络就基本覆盖了全日本的 90%，而且没有覆盖的地方可以与 2G 平滑过渡，当时其他运营商只实现大城市覆盖。

第二，终端非常成熟，CDMA 是非常有优势的技术，而且产业链相对完善，可以提供非常好的终端，KDDI 对终端的补贴非常多。在推出某款终端时，KDDI 提前一年就开始做终端定制，先选择厂商，跟厂商进行共同设计，提出 KDDI 的需求，双方派出自己的人员进行设计，共同确定什么时候推出，款式是什么，每年 KDDI 的终端生产量大概就是 1200 万台，基本上是零库存，产销方面控制得非常好。

第三，注重用户体验，KDDI 的市场总监之前供职于丰田汽车。汽车行业非常注重客户体验，他把这个经验带到 KDDI，在日本最时尚的商业区设立了一个专门的体验厅，体验厅里有各种手机，任何人都可以进去体验。这个商业区集中了全日本最时尚的青年，他们穿的鞋子、衣服是全日本甚至全亚洲最时尚的，KDDI 的设计师通过这样的方式，可以最准确地把握时尚的脉搏，对于用户体验有一个很好的诠释。

另外，在全业务运营方面，KDDI 的能力是其他运营商无法比拟的。虽然 NTT 也是全业务运营商，但采用的是子公司结构，彼此之间在财务上不是很顺畅，不便于提供捆绑服务，但是 KDDI 可以。尽管如此，KDDI 还是将重点放在移动业务上，尤其是 AU 移动品牌的业务上，其整个收入结构也是这样，KDDI 每年大约三分之二的收入来自 AU 业务，三分之一来自固定宽带，这一点值得我国运营商借鉴。

在移动领域，KDDI 把重点锁定在 3G 上。KDDI 在起步初期实际上有很多小灵通业务，后来卖给了 NTT。KDDI 还收购了一家专门做 2G 的公司，通过推行内部号码携带实现 2G 用户向 3G 的转移，对于转网到 3G 的 2G 用户，提供了大量补贴。

值得注意的是，KDDI 将每月的转网用户数控制在 15 万，这样一方面网络容量可以承受，另一方面可以有步骤地转换用户。此外，KDDI 的营业厅主要陈列 3G 终端，其他终端放在很不起眼的地方，用户一般很难发现，由此做到了很好的品牌区隔，这也是 KDDI 在发展 3G 上的一个很好的经验。

KDDI 的音乐下载业务非常成功，开始是彩铃，之后是完整音乐下载。另一个特色业务是导航，包括人的导航和汽车导航。此外还有移动广播电视业务、移动电子商务、手机搜索业务等。来源：《人民邮电报》2009 年 2 月 5 日

[返回目录](#)

越南电信业务急速发展

根据越南新闻通信部长黎尹合日前对外公布的数据，越南电信市场在刚刚过去的 2008 年实现了高速增长。

数据显示，越南 2008 年的电信业收入为 54 亿美元，同比剧增 38%。截至 2008 年年底，越南登记入网的电话用户数为 8225 万，其中 85.5% 为移动用户。同期互联网用户增至 2067 万，同比增幅为 28%。黎尹合称，新闻通信部 2009 年将致力于将互联网服务引入校园和偏远地区。此外，该部还将推出一个国外新闻频道。来源：中国信息产业网 2009 年 2 月 5 日

[返回目录](#)

阿联酋电信公司海外拓展之路

作为一家综合电信业务提供商，阿联酋电信公司的业务遍及阿联酋、中东、非洲和亚洲的一些国家。在不断扩张的海外之路上，业务收入和市场范围都在不断扩大，其经验值得借鉴

阿联酋电信公司(EmiratesTelecommunicationsCorporation,简称 Etisalat 是中东和北非地区第二大电信运营商，在全球电信企业中它的排位是第 16 位。

作为一家综合电信业务提供商，它为用户提供的业务包括：固定、移动、互联网、数据和其它电信业务等。它的业务遍及阿联酋、中东、非洲和亚洲的一些国家。

2005 年前，Etisalat 在本国固定和移动业务市场占据着垄断地位；2005 年后，随着新竞争者 DU 的市场进入，它的垄断地位被打破。在阿联酋市场，Etisalat 的主要竞争对手是 DU 和 Orascom 电信公司。由于竞争的引入，Etisalat 的市场占有率从 2006 年的 100%，下降到 2007 年的 80.9%。从目前来看，Etisalat 仍在移动市场起主导作用，主要依靠它强有力的基础设施。

2007 年，Etisalat 的业务收入达到了 62.4 亿美元，其中 64% 的收入来自移动业务。净利润 19.9 亿美元。固定、移动和互联网用户分别达到了 130 万、640

万和 87.5 万。这三种业务相对 2006 年的增长分别为 3%、15.46%、32%。Etisalat 的固定和移动普及率分别为 25.5%和 122%。

Etisalat 参加了东非海底系统和东南亚、中东及西欧 4 项目的建设。

2004 年, Etisalat 用 34.5 亿美元购买了沙特的第二张 GSM 许可证, 从此开始了海外扩展的道路。现在, Etisalat 在中东、亚洲和非洲管理着 14 家运营商, 公司实际接入的用户达到了 3200 万, 普及率高达 150%, 而可接入的潜在用户达到 4 亿。Etisalat 的海外收入增长率为 17.6%。2007 年, 海外收入占总收入的比重为 4%, 2012 年, 这个数字可能会增加到 24%。

1、中东

2004 年进入沙特电信市场后, Etisalat 利用它在沙特的公司 Mobily 不断扩大市场范围。到 2007 年, Mobily 的移动用户数量已达到 1110 万。2008 年 4 月, Etisalat 出售了 Mobily 的 8.75%的股份, 使自己的持股下降到 26.25%。

Mobily 在沙特移动市场的经营只有两年, 但市场占有率已达到 34%。在它的 620 万用户中, 3G 用户有 100 万, 这使它成为中东和北美地区提供 3G 无线业务的运营商中列第七位的经营商。

Etisalat 还把触角伸向了阿富汗。2006 年, Etisalat 出资 0.40 亿美元, 获得了在阿富汗经营 GSM 的许可证, 这也是阿富汗发放的第 4 张移动经营许可证。考虑到战后阿富汗的实际情况, 它的经营重点放在话音和文本业务上。在移动业务上则侧重于 2G 业务的提供。

2、非洲

在非洲, Etisalat 非常活跃。首先, 它收购了 Atlantique 电信公司 (AtlantiqueTelecom, 简称 AT) 50%的股份。AT 是一家基地在象牙海岸的公司, 它在贝宁、布基纳法索、多哥、尼日尔、中非共和国、加蓬和象牙海岸都有移动运营商。2007 年, Etisalat 将它在 AT 的股份增加到 70%, 2008 年 5 月增加到 82%。到 2007 年底, AT 的用户达到了 290 万。

在尼日利亚, Etisalat 已签订了收购和管理新市场电信业务提供商 (EmergingMarketsTelecommunicationsServices, 简称 EMTS) 的协议。EMTS 是尼日利亚第 5 家 GSM 运营商。Etisalat 通过对 EMTS 公司 40%的参股, 间接获得了在尼日利亚 15 年的普遍接入经营许可。目前, 它已投资 10 亿美元用于尼日利亚的网络建设。

1999 年, Etisalat 收购了坦桑尼亚一家移动公司—Zanzibar 电信的股份, 收购价格是 240 万美元。2007 年, 它又将在这一公司的股份增加到 17%。

在埃及, 2006 年, Etisalat 出资 29 亿美元, 获得了一张许可证, 管理一家 GSM 运营商—EtisalatMisr, 成为埃及第三家移动运营商, 开通了埃及第一个

3. 5G 网，为当地用户提供移动电视、高速互联网接入及可视电话业务。到 2007 年，公司已发展了用户 160 万。

Sudatel 是苏丹一家经营固定、移动和互联网业务的运营商，Etisalat 拥有它 4% 的股份。此外，在苏丹，Etisalat 还是 Canar 电信公司（经营固定业务）的十个基金人之一。2007 年，Etisalat 将它在 Canar 电信 37% 的股份扩大到 82%，为此支出的费用是 1.59 亿美元。

3、亚洲

在亚洲，Etisalat 的第一宗收购是 PTExcelcomindoPratama 公司，它是一家基于印尼的公司。收购价格是 4.38 亿美元，获得的 PT 股份是 15.97%。PT 是印尼的一家移动运营商，收购时，PT 的用户为 1500 万。

2006 年底，Etisalat 又收购了巴基斯坦电信公司 PakistanTelecommunicationCompany，简称 PTCL 的 26% 的股份，收购价格是 26 亿美元。

在印度，Etisalat 正在建设 Etisalat 软件解决方案，为 Etisalat 开发和生产软件产品和 IP 产品。来源：通信信息报

[返回目录](#)

沃达丰和记黄埔合并澳大利亚电信业务

据国外媒体报道，为了与澳大利亚两大主要移动运营商澳洲电信（Telstra）和 Optus 竞争，沃达丰和和记黄埔周一宣布，将合并双方的澳大利亚电信业务。

合并后，新公司用户数量将达到 600 万，年营收将达到 40 亿澳元（约合 27 亿美元），与澳大利亚当前两大移动服务运营商澳洲电和 Optus 在规模上旗鼓相当。Optus 隶属于新加坡电信。

新公司将以“沃达丰”品牌运营，服务范围将涵盖澳大利亚 95% 的居民。沃达丰 CEO 维托里奥·科劳（VittorioColao）表示：“新公司在规模上有足够市场竞争力，因此对澳大利亚用户大有裨益。”

当前，澳洲电信年营收为 55 亿澳元，而 Optus 营收略高于 40 亿美元。由于双方存在价值评估差异，该交易涉及到一项 5 亿澳元的延期付款条款。

沃达丰在澳大利亚拥有 420 万用户。在截至 2008 年 3 月 30 日的上一财年，未计利息、税项、折旧及摊销前利润（以下简称“EBITDA”）为 4.99 亿澳元，而和记黄埔在截至 2008 年 6 月 30 日的上一财年的 EBITDA 为 1.73 亿澳元。来源：新浪科技

[返回目录](#)

沃达丰将融资 20 亿美元竞购印度 3G 频段

据国外媒体报道，知情人士透露，沃达丰印度公司计划融资 1000 亿卢比(约合 20.4 亿美元)作为过桥贷款，以参与印度即将进行的 3G 和 4G 无线频段拍卖。

知情人士称：“沃达丰印度已经指定印度国家资本市场(SBICapitalMarkets)帮助安排筹资事宜，并已与多家银行展开了融资谈判。”另一名知情人士表示，沃达丰印度将从多家银行组成的财团获得融资，“卡纳拉银行(CanaraBank)已经同意为沃达丰提供 75 亿卢比的贷款，其余资金将由其它银行提供”。一名沃达丰高管称，筹措的部分资金可能用于网络扩容等用途。

去年 8 月份，印度联邦政府公布了在全球拍卖 3G 和 4G 频段的纲要，并希望籍此融资 4000 亿卢比。BhartiAirtel、IdeaCellular、Reliance 等本地运营商及部分海外运营商计划参与竞购。

有电信分析师指出，尽管目前全球信贷紧缩，但沃达丰筹集 1000 亿卢比并非难事，该分析师称：“沃达丰可能获得最低为 8.5% 的低息贷款，因为其竞争对手 BhartiAirtel 也曾以此利息获得贷款。”

2007 年 2 月，沃达丰以 110 亿美元从和记电讯国际手中收购了印度运营商和记伊沙 67% 的股权。去年第四季度，印度市场占据了沃达丰全球 1413 亿分钟总通话量的 45%、新增 970 万用户中的 65%。

印度政府还没有确定频段拍卖日期，有分析师称，在印度大选前举行拍卖的可能性不大。按照规定，大选必须在 5 月前举行。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【摩托罗拉】

摩托罗拉即将开始在华裁员手机部门为重点

针对有传闻称摩托罗拉将于近日宣布裁员计划，摩托罗拉中国公司公关总监陈雷表示，不清楚近日是否宣布名单。

此前，摩托罗拉财报中披露，摩托罗拉在全球将裁 4000 人，摩托罗拉已表示未来重点是加大对美洲和中国的投入，这也是摩托罗拉业绩最好的两个地区，同时，减少对欧洲、中东和部分亚洲国家的投入。由于中国是摩托罗拉全球重要的战略市场和重点发展的地区，此次裁员受影响相对小些。

陈雷表示，包括中国公司在内的各国都难免列入其中，不过，裁员是按照各部门来划分的，没有按国家来分，因此，各国裁员数字无法确定及公布，具体

裁员时间和名单也未听说何时公布。

据悉，此次裁员主要为手机部门，其它事业部和职能部门也会有些涉及，其中，手机部门裁员 3000 人，占 3/4。另外 1000 人是公司行政部门以及包括对讲机、企业移动解决方案、宽带网等其他业务部门的员工。

具体到中国，摩托罗拉中国公司手机部门在北京一位员工表示，截止近日，并未看到周边同事有被裁的消息。此前曾传，摩托罗拉将撤销在南京的 CDMA 研发中心，裁员还涉及北京软件研发中心的部分人员，后来又被证实不属实。“裁员肯定是要进行的，只是哪天宣布的问题，”摩托罗拉中国公司一位员工如此说。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

摩托罗拉：2010 年参与 WindowsMobile7 上市

摩托罗拉 CEO Sanjay Jha 透露，摩托罗拉手机最终将采用微软 WindowsMobile7 系统。

Jha 在财报会上回复分析师提问时说：“是的，我们仍指定使用 WindowsMobile。如你所知，Windows6 系列会在 2009 年推出，而与 Android 相较，我们认为在 2009 年，Android 较具竞争力，我们 2009 年的重心会放在 Android，但在 2010 年，我们将以更专注的方式，参与 WindowsMobile7 上市。”

微软代表不愿评论 Jha 的发言，也没有额外说明。CNETNews 曾在去年 9 月报道，微软通知其伙伴 WindowsMobile7 至少要到 2009 年下半年才可能完成。Jha 的说法似乎暗示，完工期限再次延后。

微软寄望下一版的 WindowsMobile 能与苹果的 iPhone(手机上网)抗衡。重所期待的新特色包括先进的手势识别系统，或许与 iPhone 同级，但也可能利用相机镜头为识别手势的工具。

微软 WindowsMobile 阵线已沉寂一段时间，但预期微软 CEO 鲍尔默会在本月稍后的巴塞罗那世界移动大会(MobileWorldCongress)上，发布重大信息。微软表示，在操作系统、合作伙伴和移动服务面，都会有新消息。

虽然 WindowsMobile7 可能还要一段时间，微软表示，称为 WindowsMobile6.5 的过渡版正在赶工中，并承诺今年会改善浏览和其他功能。微软移动部门官员 Andy Lees 上月受访时承认，他们必须加紧赶工。

Lees 说：“你们会在世界移动大会上得到很多新信息，但未来的 12 至 18 个月间，你们也会陆续看到一堆不同的东西。”除了传统的操作系统部门，微软还设立一个相当神秘的“高级移动服务”工作小组，由 Roz Ho 负责。该小组成员还包括微软在收购 Sidekick 制造商 Danger 时接收的团队。此外，微软 WindowsLive 部门也在为 WindowsMobile 制作新一波服务。

来源：CNET 科技资讯网

[返回目录](#)

【爱立信】

爱立信瞄准 TD 手机芯片

2月7日晚间，爱立信总裁兼 CEO 思文凯在青岛接受本报采访时表示，将全力投入支持中国 TD（国产 3G 标准）网络，并将焦点放在 TD 芯片的生产研发上。

针对中国国内开始的 3G 牌照的发放以及 3G 网络的建设，思文凯表示，虽然爱立信是 WCDMA（3G 标准之一）设备全球最成熟的供应商之一，并已经确立了在全球 WCDMA 的投资总量将会超过 TD，“但爱立信会全力投入支持 TD，会把焦点放在 TD 芯片的生产研发上。”目前中国是爱立信最大海外市场，爱立信在中国的收入占其全球总收入的 10%。

谈及对 TD 手机层面的支持时，思文凯表示，对于爱立信而言，生产手机芯片更为重要，因为这是与基站最直接对话的产品。目前已经通过与意法半导体建立的合资公司研发生产 TD 芯片。但是，对于 TD 手机，目前还没有确定是否生产。

陪同思文凯一并出席的爱立信大中华区总裁马志鸿表示，在 TD 二期网络建设设备招标，爱立信只获得了 5% 的份额，对此结果爱立信并不满意。马志鸿解释，这是因为爱立信进入 TD 产业链的时间比很多国内设备厂商晚了很多，但爱立信在研发上有强大的储备，现在会全力投入支持 TD，很快能在 TD 技术上赶超其他竞争对手。

此外，对于爱立信此前宣布的全球范围裁员 5000 人计划，思文凯也作出回应称，爱立信裁员的首要原因是新技术的应用，将不会有那么多的人力需求。同时受国际金融危机大环境影响，“爱立信公司是在做未雨绸缪的调整。”来源：新京报

[返回目录](#)

爱立信间接控股 T3G

爱立信总裁兼 CEO 思文凯的新春中国行，显然是冲着中国移动的 TD 而来，因为爱立信在前几天刚刚完成 TD 芯片研发的布局。

日前，爱立信台湾分公司新闻负责人透露，爱立信与意法半导体（ST）于 2 月 3 日成立了双方各持股 50% 的合资公司，完成爱立信手机技术平台与 ST-NXPWireless 的整合。

爱立信对新合资公司注册 11 亿美元，其中 7 亿美元将通过合资公司支付给意法半导体。

一位业内人士指出，由于 TD 重要芯片厂商 T3G 公司股东方为恩智浦半导体、

意法半导体和 ST-NXP Wireless，此次爱立信是借合资公司进入了 TD 芯片领域，间接控股了 T3G。

“目前 T3G 已经成为爱立信与意法半导体合资公司的子公司。”爱立信中国公司有关负责人说。

而 T3G 高层则表示，股东变动情况将会在最近几天对外宣布。

iSuppli 中国分析师顾文军指出，T3G 的主要客户就是诺基亚、三星和摩托罗拉，爱立信对 TD 态度的突然转向，应该会促进诺基亚的 TD 手机研发进程。此外，爱立信也是索尼爱立信的股东，应该也会让索尼爱立信加速进入 TD 阵营。

此前，有媒体报道，T3G 资金链在 2008 年底已经遇到困难。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 10 日

[返回目录](#)

【诺基亚】

洋品牌不挺 TD 中移动急洽诺基亚

2 月 9 日，坊间有消息称，中国移动的高层将于近期飞赴芬兰，与诺基亚方面会谈，敦促其加快对 TD 手机的研发和生产。昨天，诺基亚（中国）相关负责人对《每日经济新闻》表示，双方保持定期的联系和访问是很正常的事情。而中移动老总王建宙上月底在达沃斯世界经济论坛上曾表示，“我们也在跟洋品牌协商，希望他们能够更快一点推出更多的款式”。王建宙近期表示，今年 6 月 TD 网络将铺开全国 38 个城市，同时，TD 第三期建网工程即将展开。不过，TD 终端的进程却未见成效，仍是中国移动的心头大患。在去年 11 月举行的 GSM 大会上，诺基亚总裁曾公开宣布，公司正式投身 TD 阵营，正在研发支持中国 TD-SCDMA 的手机，并已与中移动签约，预计 2009 年 10 月可推向市场。这款诺基亚 TD 手机是其史上第一款 TD 产品，而对中国移动来说，却只是 TD 阵营中为数不多的 7 款外资手机之一。迄今为止，除了最早参与 TD 研发的三星、LG 终端已被中国移动推广之外，其他洋品牌都还没有大的进展。摩托罗拉公司在 2008 年曾试着推出了一款，但应用方面仍显得较低端。诸如索尼爱立信等其他外资大牌却仍坐壁上观，爱立信全球 CEO 思文凯日前公开称索爱依然没有推出 TD-SCDMA 手持终端的时间表。有分析人士认为，外资大厂商有自己的打算，相对于已具有 WCDMA 和 CDMA2000 制式手机的成熟经验，TD-SCDMA 手机在研发和生产上都需要一笔数目不小的投资。国外手机生产商的这种观望态度无疑让中国移动着急。一方面，目前得到最广泛应用的仍是 WCDMA 和 CDMA2000 制式的手机，TD 终端在国际上仍被排斥在主流之外。另一方面，相对于中国移动强大的 TD 网络覆盖速度，TD 终端的匮乏更显窘迫。据中移动披露的最新动态，去年中国移动已经完成了 10 个

大中城市的网络覆盖。现在正在进行第二期 28 个城市。到今年 6 月之前有 38 个大中城市可有 TD-SCDMA 网络覆盖。同时, TD 第三期 200 个城市的工程即将于近期展开。无怪乎今年一月, 中国移动除了宣布将向厂商发放 100 亿元人民币的 TD 终端补贴的同时, 还向徘徊犹豫的洋品牌发出警告——部分国外企业至今尚未真正投入研发生产 TD 手机。如果有些厂商在 TD 终端上还没有任何贡献, 必然会影响到其 2G 手机的定制。来源:《每日经济新闻》2009 年 2 月 10 日

[返回目录](#)

诺基亚宣布对 E71 等智能手机进行大规模降价

在成为中国手机市场老大和智能手机市场领导者后, 诺基亚正试图进一步扩大其在这一市场的领导地位。诺基亚昨天宣布, 从即日起, 在北京对其全新的全钢 E 系列智能手机进行促销, 包括 E71 和 E66 的最高降价将达到 500 元, 降幅在 10%-20% 之间。

诺基亚宣布, 诺基亚将在 2 月 6 日至 2 月 10 日之间, 和北京新世界影院、大悦城首都华融影院、鹏润大厦、亮马河大厦、中关村财智大厦赛特大厦、丰联广场等影院和商场合作, 消费者可以在现场体验产品并获得预约卡。在 3 月 1 日前, 到包括西单大悦城中复电讯等指定地点购买诺基亚 E71 和 E66, 将可以获得 200 元至 500 元不等的价格优惠。

引人关注的是, 诺基亚此次对其新上市的手机进行大规模降价, 在整个洋品牌中也是罕见的做法。此前由于成为全球最薄的全键盘手机, 诺基亚 E71 和 E66 均是市场上最为畅销的智能手机终端之一。外界认为, 借助对新款智能手机进行降价, 将有利于诺基亚进一步扩大其在高端手机市场的占有率。

来源: 京华时报

[返回目录](#)

【三星】

三星联手电信深度定制手机

在运营商重组和 3G 启动的大背景下, 定制手机的高潮正在掀起。近日, 三星电子联手中国电信推出了深度定制的高端旗舰手机 SCH-W699, 中文品牌名为“臻金”。

三星此次和电信合作, 很大程度上就是看好了电信“天翼”品牌发布和 189 号段启用对高端商务客户市场的冲击力。为此, 三星在 W699 上采用了深度定制的做法, 一方面保持了其自身产品的双网双待、强大商务功能, 时尚 Touchwiz 触控设计、丰富多媒体能力、内置 GPSone 导航技术的特点, 另一方面还预置了多项中国电信增值服务, 支持中国电信互联星空、彩信 MMS 和号码百事通等业务。

业内专家认为,手机厂商热衷于运营商定制是因为运营商有着更好的客户细分能力,并且可以通过资费补贴、号码资源等手段更直接地把握细分客户市场。

来源: 南方日报

[返回目录](#)

【华为】

视察华为：中国企业能够在海外发展起来

“中国的企业能够在海外发展起来”——记温家宝总理参观华为技术有限公司英国分公司并听取中资企业“走出去”情况汇报

金融危机加剧蔓延,温家宝总理牵挂着海外中资企业的状况。2月1日,他专程来到距离伦敦市中心77公里的华为技术有限公司英国分公司视察并听取中资企业“走出去”情况汇报。

华为于2001年进入英国市场。经过近8年的发展,其市场份额不断扩大,已和包括英国电信、沃达丰、德国电信等主流运营商建立业务。华为英国公司目前有350名员工,其中75%为本地招聘,累计投资额近一亿美元。

一踏进华为公司,朝气蓬勃的中外员工激动地呼喊“温总理,春节好”。温总理高兴地说:“给大家拜年!在金融危机给经济带来困难的情况下,华为人还是乐观的、充满自信的。你们的信心来自实力,来自于你们掌握的高科技,来自于员工的奋斗。”

在华为公司董事长孙亚芳陪同下,温总理一边听介绍,一边参观了员工互动区、海外布点图、研发区等。

当得知华为去年的销售额是200亿美元,今年的目标锁定在300亿美元时,温总理说:“这是一个有希望的目标,说明我们在海外企业只要经营的好,占据有利的高科技位置,是能够应对各种风险,取得发展的。”

温总理来到会议室。通过网络视频,华为公司驻德国、瑞典、荷兰、俄罗斯和巴西分公司的员工向温总理和祖国人民拜年。“我们已经成为当地主流供应商”,“我们已与北欧最大运营商签署合作协议”,“我们是华为最早的海外市场”,各分公司都自豪地向总理汇报了自己的业绩。温总理露出满意的笑容。

随后,温总理与中国电信(欧洲)有限公司、中国移动驻英国代表处、中兴通讯(英国)有限公司、上海汽车英国技术公司等9家中资企业进行了座谈,听取了他们的情况介绍。

孙亚芳首先表达了华为公司度过金融危机的信心。她说,金融形势的冬天对于华为来说是机遇,因为电信行业的需求还在,运营商业绩很好,华为引入先进的企业管理制度,对研发投入大,加上金融危机发生后生产成本下降,华为有信

心渡过难关。

温总理听后高兴地说，你们提出的先进的电信技术，诚信的企业作风，以人为本的管理理念，都是宝贵的经验，有助于当地和谐发展，使企业能够融入当地社会。希望你们继续搞好研发，同时改善企业管理，在世界上保持领先地位。

中国电信（欧洲）有限公司总经理欧岩介绍了公司快速发展的原因：客户延伸，服务延伸，网络延伸的自主发展战略。客户延伸主要是服务“走出去”的企业和中资企业、驻外机构和在华投资的跨国企业；服务延伸是要在欧洲创品牌，以优质服务立足。网络延伸就是指建立更多的光缆网络。

“三个延伸实际上是在经营中扩大服务对象，为企业增添新的客户。我希望你们以高效良好的经营服务赢得世界各地对你们的信任，”温家宝为中国电信的发展战略做了精辟的总结。

中兴通讯（英国）有限公司总经理戚以东则提出了目前所面临的一些挑战，包括英国电信市场的饱和，英国电信合作往往愿意选择战略伙伴而比较少考虑价格因素等。当他谈到最近国务院同意启动第三代移动通信牌照发放时，引起了在座各家电信公司的共鸣。大家纷纷称赞 3G 牌照的发放是电信业发展的机遇，是“恰逢其时”，“雪中送炭”，“提振信心”的举措。

温总理说：“我们在关键时刻推出第三代移动通信牌照，既考虑到电信业的发展，也考虑到当前的金融危机。现在不推出，将来是要后悔的。现在看来，采取积极稳妥方式把第三代移动通信牌照推出，反响很好。”

他说，面对市场饱和的困难就必须有更高端的产品。要提高产品质量，服务水平，最终打出品牌。什么是竞争力？竞争力就是知识产权，是专利，是标准。

温总理勉励华为和中兴公司：电信行业是我国优势产业，“走出去”方兴未艾，要边干边学，总会闯出一条路来。

吉利汽车是一家通过海外融资发展起来的汽车企业。该公司负责人表示，希望能抓住当前机遇，容纳更多海外资金，壮大企业。

上海汽车英国技术中心的负责人向温总理提出了“走出去”的模式问题。

温总理说：汽车在国内外竞争都很激烈。中国国内去年汽车年产量 960 万辆，但分散，厂子小，竞争力不强。通过走出去，能够使自主品牌在国际上得到发展。中国汽车业要在危机中寻找机遇，运筹帷幄，把握得当。

伦敦水晶石数字科技英国有限公司、中远（英国）有限公司、中海油的代表也纷纷发言，汇报自己企业应对金融危机、寻求发展的情况。

听完汇报后，温总理说，这次金融危机对中国的影响主要是实体经济，具体来说主要是工业、出口密集的地区、加工贸易和劳动密集型产业受到的影响最大。

面对这一挑战，我们一要扩大内需。二要实施技术改造，看谁的质量高，谁

的效益好，以人无我有，人有我优的产品站稳国际市场。三要解决产能过剩。解决这一问题的途径，一是企业兼并重组，结构调整；二是走出去，开辟国外市场。但是落后产能一定不能“走出去”，只有用先进的生产力才能占领市场。

“我相信，中国人能够在国外发展起来，中国的产业能够在海外发展起来，走出去的规模会越来越大，企业数量也会越来越多，”温总理说。

原定 1 个小时的活动延长了 20 分钟，企业代表依然意犹未尽，有许多话要对总理说，孙亚芳激动地说：“隆冬时节，总理给我们带来了暖意，带来了信心。”来源：新华网

[返回目录](#)

华为与沃达丰加深战略合作

9 日，华为与全球最大移动通信运营商沃达丰在英国签署了加深双方战略合作关系的协议。

沃达丰土耳其 3G 网络是近期双方的重要合作项目之一。在未来五年内，该网络将覆盖包括首都伊斯坦布尔在内的主要城市，华为领先的 3G 技术，将为沃达丰提供高速的语音及数据业务，帮助其提升在土耳其市场的领先地位。

华为欧洲副总裁彭博表示：“华为非常高兴能够加深与沃达丰的战略合作伙伴关系。华为会与沃达丰一起合作部署高速的 3G 网络，帮助其提升市场竞争力。”

据介绍，作为与沃达丰签订全球采购协议的战略伙伴，华为为沃达丰提供完整的产品解决方案。近年来，双方在世界各个国家开展了广泛的合作。来源：《上海证券报》2009 年 02 月 10 日

[返回目录](#)

【中兴】

中兴：2009 要成为全球 GSM 厂商前三强

中兴通讯公司日前发表声明称，其今年的目标是进入全球 GSM 厂商前三强。而在刚刚过去的 2008 年，中兴的 GSM 产品出货量较上年同期增加了近一倍，占全球新增市场份额的 15%，表现相当强劲。

据国外媒体报道，中兴通讯是当今业界中少数几家拥有支持 GSM/UMTS 双模业务基地站的电信设备和网络解决方案供应商，并且它有能力不断通过增加基带板和软件升级来实现向未来 4G 技术的演进。如今，该公司还供应有软件无线电（SoftwareDefineRadio, SDR）基站系列产品，而电信运营商在这些产品的帮助下可为无线技术演化做好准备。

中兴通讯 GSM 产品线总经理何赵钢表示，有了去年的好成绩做基础，加又有最先进的产品做依靠，中兴才提出了这样一个目标。中兴将继续巩固在 GSM 市场

上的领导地位，更有信心成为全球前 3 名的 GSM 设备供应商。中兴决心并承诺，将不断为全球电信运营商提供先进和可靠的 GSM 解决方案，使其投资回报率最大化，并帮助他们顺利地过渡到下一代无线通信的时代。

在 2007 年，中兴通讯就跻身全球四大 GSM 设备供应商之列，在去年更积极巩固其全球市场地位，持续缩小与其主要竞争对手之间的差距，并取得了优异的成绩。今年又雄心勃勃地提出了进军全球前三名的目标，发展前景相当看好。来源：赛迪网

中兴推业界最小移动 WiMAX 射频单元

中兴通讯宣布在全球率先推出基于 WiMAX16e 的最新 RRU(射频单元)产品 R9110。该产品不仅支持业界最领先的 BF4*8 多天线技术，同时也是业界最小和唯一的一款支持不连续频段双载波的 RRU。

中兴通讯推出的该 RRU 产品由于采用了 BF4*8 多天线技术，可有效增强单站信号质量，增大覆盖面积，提高整网性能。因此相比以往采用 MIMO 技术的产品，可有效减少 35%~50%的站点数，极大降低运营商建网和维护成本。同时，该 RRU 可支持不连续频段双载波，上下行频段跨度可达 100MHz，这意味着今后拥有传统 FDD 频段的运营商建网所必须的 RRU、天线、铁塔等设备和配套设施可以减少一半。该款产品的推出，将极大降低运营商的 TCO，保护了运营商投资，同时也使得网络工程建设变得更加灵活简便。

据权威行业研究机构 In-Stat 近日发布的报告显示，08 年全年 WiMAX 合同新增迅猛，中兴通讯表现尤为突出，总数位列三甲。截止 2008 年 11 月，中兴通讯已在全球签订超过 30 个 WiMax 合同。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

【大唐】

大唐电信集团与上海市签署战略合作框架协议

2 月 4 日，在“上海市人民政府与大唐电信科技产业集团战略合作框架协议签约仪式暨大唐控股入资中芯国际仪式”上，大唐电信科技产业集团（下称大唐电信集团）董事长兼总裁真才基对表示：大唐电信集团坚决拥护国家关于 3G 牌照发放的战略决策和总体部署，相信此举必将全面促进自主创新的 TD-SCDMA 产业实现跨越式发展，带动产业链企业及相关配套产业的群体突破，有利于深化我国电信体制改革和通信制造业的结构调整与升级，全面提升我国本土企业群和整体产业链的自主创新能力和国际竞争力。

真才基同时强调，大唐电信集团将携手中国移动推动 TD-SCDMA 市场化进

程，并通过开放技术、共同投资等多种方式，支持产业链优势企业，共同提升 TD-SCDMA 产业国际竞争力，从而以自主创新的 TD-SCDMA 为突破口，促进相关产业的结构调整和优化升级，促进我国信息化与工业化的融合，为扩大内需，确保国民经济平稳较快发展做出贡献！

1月7日，我国政府正式发放 TD-SCDMA 牌照，标志着 TD-SCDMA 正式进入全面商用和业务应用的新阶段。作为 TD-SCDMA 国际标准的提出者、核心知识产权的拥有者、设备市场领先者的大唐电信集团，将以“打造 TD-SCDMA 核心高端产业链、提升 TD-SCDMA 产业整体竞争力”为目标，全面推进产业布局，整合内外部优势资源，进一步提升企业管理水平，不断增强核心竞争力。大唐电信集团将围绕 TD-SCDMA 终端与解决方案、芯片设计与制造等产业链核心环节在上海布局。真才基介绍说，继 2008 年在上海设立联芯科技有限公司后，先后为 30 余家手机厂商提供终端解决方案，并与多家国际领先的计算机厂商联合开发的内置 TD-SCDMA 上网卡的笔记本电脑将陆续投放市场，3G 用户可实现随时随地高速上网。根据与上海市人民政府此次签订的合作协议，大唐电信集团将以上海为芯片设计和终端产业链上最重要的产业发展基地，建立大唐控股上海产业园，借助上海在金融环境、产业环境以及人才等优势资源，共同提升我国 TD-SCDMA 产业和集成电路产业的国际竞争力，同时助力上海推进高技术产业化和经济增长方式的转变，实现信息化和工业化的融合。

对于大唐电信集团旗下大唐控股成功入资中芯国际，真才基认为此举帮助大唐电信集团进入集成电路制造环节，将充分发挥大唐电信集团在无线移动通信和集成电路设计领域的技术研发和创新优势，并结合中芯国际先进的芯片制造水平，进一步完善大唐电信集团在 TD-SCDMA 产业链高端环节的产业布局。真才基强调，大唐控股入资中芯国际符合全球集成电路产业的发展趋势，并借助无线移动通信代际发展、3G 正式商用的市场机遇，促进实现我国集成电路设计与制造的互动，带动我国集成电路产业的发展。同时，将促进打造 TD 完整产业链，有利于加快推出满足商用需要的 TD 手机和上网本，大大增强 TD 产业的竞争力。

谈到 TD-SCDMA 产业的未来，真才基充满信心。他表示：“大唐将全力支持中国移动 TD-SCDMA 的全面成功商用。大唐的目标是成为具有持续创新能力和国际竞争力的大型通信设备制造企业。我们将借助 TD 牌照发放全面商用的有利时机，坚持自主创新和开放合作，以 TD 完整产业链为依托，全面提升企业核心竞争力，全面推进与产业链各方的深度合作，确保未来 4G 国际标准竞争的主导地位！”上海市人民政府艾宝俊副市长对大唐电信集团推动 TD-SCDMA 产业化，践行创新型国家战略给予充分肯定。上海市政府表示大唐电信集团推动 TD-SCDMA 发展将有助于落实国家“保增长、扩内需、调结构”的要求，同时肯定了大唐电

信集团以无线移动通信产业的发展带动集成电路产业发展的战略意义，并高度评价了大唐控股入资中芯国际对于促进集成电路产业和上海市经济发展，带动集成电路设计与制造环节互动，进而促进 TD-SCDMA 产业发展的重要意义。

上海市政府将积极贯彻落实创新型国家战略，支持大唐电信集团在上海的产业布局及中芯国际的发展，并给予相关配套政策支持，与大唐电信集团一道共同促进我国集成电路产业的发展。来源：中国信息产业网

[返回目录](#)

大唐电信旗下 TD 产业园落户上海

注资中芯，成立联芯

就在上海市政府刚刚出台中央企业落户若干条例不久，大唐电信集团昨日率先宣布落户上海。

这家公司昨天与上海市政府高调签署了战略合作框架协议。根据协议，大唐电信集团将以上海作为未来产业发展重要基地，尤其涉及其核心业务 TD-SCDMA 业务。

同时，大唐控股也联合全球第三大半导体制造商中芯国际举行战略合作仪式。较早时，中芯已宣布，前者对其注资 1.72 亿美元。

大唐集团董事长兼总裁真才基在现场演讲时表示，集团将在这里建设“大唐控股上海产业园”，主要是加大 TD-SCDMA 芯片、终端解决方案方面的发展力度。

该公司透露，框架协议内容还包括，大唐将与上海高校、科研院所联合，争取将国家科技重大专项的相关项目拉到上海来，以充分借力上海的金融、产业环境、人才方面的优势。

真才基透露，大唐承担的中移动二期工程，有 3 万台基站，占后者建网总量的 40%，今年底，网络将从省会城市向地市延伸。

而且，这一网络不但覆盖手机，还将覆盖上网的 PC。去年，大唐专门在上海成立了联芯科技，正是着眼于市场更为广阔的移动互联网核心技术研发。真才基说，2009 年，公司将力推 TDinside 概念，目前，戴尔、宏碁、联想等全球几十家企业均将加入这一阵营。

分析人士说，这一概念类似英特尔的 intelinside，如拓展有力，有望扮演重塑全球移动互联网的本土力量。

而对于中芯国际，真才基表示，这一合作经过市场、行政多重审批，最终让大唐进入半导体生产领域，贯通了芯片设计、下游终端制造，完成了 TD 的战略布局。此外，他还强调，这一合作，有望优化中芯国际的治理结构，让其从规模化发展走向效益化之路。

他同时承诺，尽管拥有控股地位，但大唐一定保证中芯经营的独立性，并将

以中芯为产业平台，推动半导体行业整合，将上海打造成亚太地区最大的 TD 产业乃至整个半导体产业的最大产业基地。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

移动信息领域六大创业机遇

在对移动信息领域进行大量调研的基础上，《移动信息领域创业指引》对该领域创业机遇做出了明确的分析，指出了 6 个创业方向。

手机网游，又称为“无线网络游戏”，是指通过手机真正实现实时下载、升级和多人在线交互的游戏。目前，手机网游主要包括角色扮演类、棋牌类、益智类、移动对抗类和虚拟社区类等游戏类型。在移动数据增值业务的发展过程中，手机娱乐服务被公认为是带动移动数据业务快速发展的重要力量。

无线音乐则是通过移动终端和移动通信网络提供的数字音乐服务，是一个很广泛的业务类别，包括铃声下载、个性化回铃音(彩铃)、歌曲下载等。3G 时代，通过流媒体、MMS、WAP 等技术提供的高质量无线音乐业务将为无线音乐市场的发展带来新的活力。根据欧洲、日本、韩国无线音乐发展的经验，无线音乐也是跟随 3G 网络的建设而逐渐铺开，进而成为电信市场的“杀手级业务”的。通过手机铃声、彩铃、音乐下载和在线收听等各种服务方式的组合，可以全方位地为各种层次、各种类别的用户提供多种形式的无线音乐服务，实现其价值的最大化。

手机电视业务是利用具有操作系统和视频功能的智能手机观看电视的业务。自 2003 年开始，随着移动数据业务的普及、手机性能的提高以及数字电视技术和网络的迅速发展，美国、韩国、日本及欧洲的一些运营商推出了各自的手机电视业务，引起人们的广泛关注。

移动视频监控的应用领域则非常广泛。就应用领域而言，需要使用移动监控来做管理的有政府单位、大型公司、高级管理、保安业者、手持式装置行业、网络 ISP 供应商和汽车保安器材商等。移动视频监控技术的应用领域包括公共场所的安全监控、环境监测、各种灾害现场监控、工业现场技术服务、移动视频侦察、交通信息、家居安全等。

移动支付是交易双方为了某种商品或服务，以 PDA 等移动终端为工具进行金融价值交换的过程，是实现移动电子商务的重要组成部分。与传统的支付方式相比，移动支付具有移动性、便携性、私密性等特征，在便利性和成本方面具有极大的优势。

移动位置服务(LBS-LocationBasedService),则是利用一定的技术手段通过移动网络获取移动终端用户的位置信息(经纬度坐标),在电子地图平台的支持下,为用户提供相应服务的一种增值业务。它是移动互联网和定位服务的融合业务。

来源:中国青年报

[返回目录](#)

中芯国际将削减资本支出 72%

据国外媒体报道,中芯国际昨天公布 2008 年第四季度财报显示该季度亏损 1.245 亿美元,并预计由于全球科技企业受疲弱需求打压,该公司未来前景仍然暗淡。

全球范围内的科技企业近期发布的财报显示,销售急剧下滑且盈利前景暗淡,归因于消费者担忧经济衰退而削减如电脑、手机、平板电视等较贵重商品的支出。

中芯国际 CEO 张汝京在周五举行的分析师电话会议上表示,预计公司第一季度营收将下降 50%左右,导致毛利润率转为负值。

中芯国际昨天发布了截止 2008 年 12 月 31 日的 2008 年第四季度财报。报告显示,中芯国际第四季度总营收同比下滑 31.1%至 2.725 亿美元,符合市场预期;净亏损为 1.245 亿美元,是分析师预期亏损额的两倍还多。

上月,有消息称,中芯国际正在寻求外部投资者为其提供现金支持,并且已与英特尔就出售战略性股权进行谈判。

中芯国际表示,今年将削减资本支出 72%,至 1.9 亿美元左右,并削减工资成本 15%,但不会进行裁员。

根据市场调研公司 iSuppli 预计,中国大陆半导体产业今年将可能萎缩 5.8%至 720 亿美元。来源:新浪科技

[返回目录](#)

抓住移动通信和互联网结合新趋势

达沃斯世界经济论坛素有“经济联合国”之称。各行业的闭门会议也是倍受关注。在今年的“国际商业领袖”闭门会议上,参加会议的 100 多名全球重量级 CEO 中,有一位唯一的中国委员,他就是中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙先生。在达沃斯,王先生也走进了我们的演播室,为我们揭秘达沃斯的闭门会议。

作为中国电信企业的领军人物,中国移动通信集团公司拥有全球第一的网络和客户规模,截止到 2008 年 12 月 31 日,中国移动的总用户数已达 4.57 亿户,2008 年累计新增 8791 万户。中国移动连续 8 年被美国《财富》杂志评为世界 500

强，去年排名第 148 位。

芮成钢说：“我特别想知道，你们这些一百多个 CEO，在开闭门会议的时候，对 2009 年的时候，全球经济的形势有一个什么样的基本判断？”

中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙说：“在 IBC 的内部会议上，主要在分析产生这次金融危机，和经济衰退的一些原因，我们在内部会议上重点讨论了两个问题，第一个问题是关于企业的自我治理的问题，第二个主题讨论了关于去杠杆化的问题，所以总的大家讨论都是一些具体的问题，是什么导致了这次金融的危机，我们今后如何来防止它。”

如果说去年的达沃斯世界经济论坛弥漫着一种为经济前景担忧的气氛，那么今年的年会上，更多的企业家则摒弃了这种忧虑，取而代之的，是积极应对。作为在纽约和香港上市的公司，国际金融风暴也给中国移动有限公司带来了冲击。但是，中国内地 3G 放牌带动将会带动行业新发展，面对电信行业格局走向优化，中国移动也对前景充满信心。

芮成钢说：“我们也注意到，您在达沃斯还有一个身份，那就是中国电信行业的领军人物，我知道您这次也参加了，很多电信行业的行业分会，你跟世界电信业的巨头，包括比尔盖茨，包括谷歌的创始人在讨论的时候，有没有说一说，未来的两三年之内，我们全球的电信行业和互联网行业，会怎么样的整合。”

中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙说：“从目前情况来看，大家谈的比较多还是互联网，互联网下一步的走势怎么样，大家都一个比较一致的观点，就是说，现在首先，第一由于新的技术的产品，比方说云计算的技术，云计算技术的产品，使我们互联网容量更大，速度更快，而反过来，成本是降低了，所以整个互联网，又会产生一个数量级的上升，这是第一个大家一致公认的趋势，第二个趋势，互联网的移动化，把移动通信跟互联网结合起来，在这种情况下，技术的发展是快了，我们经营的模式必须要跟上，因为原先电信的经营模式，跟互联网的经营模式是不一样的，现在需要把两个结合起来。”

每一次衰退时，新技术都是引领经济再次复苏的关键因素。因此，电信业和信息技术产业是今年达沃斯论坛热议的话题。中国 3G 启动尤其受到广泛关注。更有观点认为，3G 市场的启动将成为中国电信市场发展的转折点。

芮成钢说：“这次温总理的讲话得到了国际工商界空前的轰动和支持，您觉得您在和一百多位全球的 CEO 在一起交流的时候，他们对 2009 年中国经济的增长大概是什么判断？”

中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙说：“他们非常关心中国的，下一步的增长情况，无论是在中国有投资的大型企业，有些在中国没有投资，但他也是非常关心，所以（中国经济的增长）仍然是一个热点，我听到总体的，对我国政

府所采取的一系列措施，促使我国经济能够平稳较快（发展的），一系列的措施，大家反应都是很正面。”

芮成钢说：“好的，谢谢王总。” 来源：经济信息联播

[返回目录](#)

4G 仍面临障碍组网层面改进空间较大

近年来 3G 演进技术的发展异常迅速，但无线技术是否已经达到完美的地步？国家 863 计划专家组成员、未来移动通信论坛秘书长尤肖虎的答案是否定的。在他看来，现有无线技术有待解决的问题还很多，需要改进的空间也很大。

从物理层的传输技术看，虽然在目前 LTE、UMB、WiMAX 系统设计已经很完善，但在此基础上还需进一步的改造，尤其在多用户层面上。“目前，4G 中的点对点技术将接近理论值，但多用户传输技术还有很大的改进空间，多小区传输技术的差距更大。” 诸如多用户或多小区之间的协调、干扰的抑制抵消以及无线资源的分配等众多问题，都还没有系统的解决方案。另外跨层的设计和优化也是需要解决的问题之一。“原先的分层理论需要避免跨层联动的问题，而跨层设计的思想则恰恰相反，所以这是否是一个可能的发展方向还需进一步讨论。” 尤肖虎指出。

尤肖虎认为组网层面上同样存在很大的改进空间。

第一，现有网络向着扁平化发展，扁平化结构固然具备显而易见的优势，其中最突出的是简化系统结构和减少延时，但同时也带来很多问题，如基站间的协调与管理。所以如何动态地感知周围干扰、对资源进行动态的配置，成为扁平化网络结构首先需要解决的问题，针对于这一点，尤肖虎认为无线网络的自组织、自优化将成为未来可能的发展方向。

第二，虽然去年的世界无线电大会指定了 4 个 IMT - Advanced 的使用频段，但在全世界范围内很难找到 4 个统一的频段。以 3.4GHz ~ 3.6GHz 为例，由于中国的该频段已经用于无线卫星的导航业务，使得这一频段的利用非常复杂，并且出现了很多不确定性。所以提高频谱利用率成为无线领域的重要命题。同时尤肖虎还提到，不同频段都具有各自的特点，高频段带宽丰富，但是传播衰减较大；低频段传播质量好，但其带宽较为有限。尤肖虎认为，4G 技术在面临多个频段的情况下，能否将这些频段有效地、甚至是动态地利用起来，从而发挥各个频段的优势，也是业界面临的问题和需要努力的方向。

第三，小区边缘和小区中心的性能差异在 4G 中仍将是重大难题。由于信号存在衰减，离天线越远，频谱利用率越低。而在现有网络结构中，由于基站处于小区的中心位置，所以当用户在小区边缘时很难充分享受到现有业务。如何改善小区覆盖的均匀性就成为 4G 技术面临的挑战。关于改善小区边缘性能的问题，尤肖虎提到了基于 Relay 和基于分布式天线的两种方式，他认为 Relay 复杂度较

低，容易实现，但问题是中继节点离用户较近，提高频谱利用率的可能性也会因此而降低。相比而言分布式天线的方式复杂度较高，实现上也有一定的困难，但经论证可以显著提高系统容量，并可较好地兼顾传输性能，在相同天线相同发射功率的条件下，小区的频谱利用率可以明显提高。另外，出于对电磁污染和手机待机时间问题的考虑，手机发射功率已经成为“瓶颈”问题，分布式天线的方式可以降低手机功率，对于此问题的解决也有很大助益。来源：第一配件供应商网

[返回目录](#)

移动增值市场期待调整升级

中国移动增值产业在 2008 年以产业结构调整、行业发展环境清理净化为关键词，市场规模达 1251.3 亿元人民币(约合 183.2 亿美元)，相比 2007 年的 1050 亿元人民币仅增长 19.2%，市场增长放缓；从业务发展现状来看，SMS 以 70.8% 的比例占据主导地位，WAP 业务占比逐步上升。展望 2009 年，艾瑞咨询认为产业合作、业务创新及商业模式探索将成为主题，而降低资费及用户使用门槛则成为产业发展的关键因素。

移动增值市场增速有所放缓

根据 iResearch 艾瑞咨询即将推出的《2008~2009 年中国移动互联网行业发展报告》统计，2008 年中国移动增值市场规模达 1251.3 亿元人民币(约合 183.2 亿美元，中国移动增值市场规模定义为用户为各项移动增值业务付费总和)，相比 2007 年的 1050 亿元人民币仅增长 19.2%，相比 2007 年增速放缓。

艾瑞咨询分析认为，产业结构调整、行业发展环境清理净化成为 2008 年中国移动增值市场发展的关键词。垃圾短信的整治迫使以短信为主的无线广告行业步入理性盘整期，短信市场增速放缓；运营商弃量保质收紧游戏关口，短期内造成手机游戏市场的迅速萎缩，但长期来讲不仅有助于手机游戏产业建立更为积极的淘汰机制，还能在为用户提供更多精品服务的同时优化用户体验，从而降低运营商游戏平台居高不下的用户流失率。

艾瑞咨询对 2009 年中国移动增值市场发展持较为乐观的态度。网络建设的完善、终端性能的提高及业务内容的创新与丰富都将为用户提供更优质的增值业务体验，而运营商面对全业务竞争压力，有望调整资费标准并通过打包业务方式，在提高用户认知度及使用黏性的同时，提升自身增值业务盈利能力，预计整体市场还将保持 23.9% 的增长率。

产业合作、业务创新及商业模式探索将成市场发展主题

艾瑞咨询认为，中国移动增值市场自 2005 年开始步入商业模式探索期，产业链不断裂变整合、有效需求未被完全挖掘成为此阶段的标志。2009 年网络带

宽及终端功能体验不断丰富,为满足用户个性化需求的特色内容丰富提供了硬件支持,在移动增值产业的细分领域有望出现新的商业模式。

中国移动增值产业发展周期

艾瑞咨询研究认为,未来移动增值市场发展将呈现以下特点:移动运营商职能扩大,产业合作加强。

电信运营商重组使双寡头格局被打破,单个运营商对整体市场的控制能力下降。面对全业务竞争的压力及传统语音业务盈利能力下滑的现状,移动运营商将把数据业务作为业绩增长的关键点,利用自身网络资源及用户优势争取更多的产业合作资源,并进一步拓展自营业务的范围和内容以获取更高的附加值。

业务创新促进产业链分工更加精细。网络带宽和终端功能的不断丰富可以改善现有数据业务的用户体验,并促进新业务出现,使手机应用更为多元化。同时3G应用技术的复杂性与多样性将使市场参与者对业务的专注程度提高,使得产业链的分工更加细致并给产业合作模式带来创新。

第三方应用催化移动互联网商业模式创新。成熟的网络技术及具有开放性嵌入式操作系统的终端将使第三方应用更加丰富。与目前市场上较常见的门户式手机第三方应用软件相比,3G时代将出现更多面向细分领域的垂直应用。艾瑞咨询认为,第三方应用的兴起将带来盈利模式的探索和创新。相对于传统移动增值服务而言,第三方应用的定价及收费模式将更为灵活和多元化。

经过2008年运营商竞争格局、产业环境的调整治理,2009年移动增值市场发展将以产业合作、业务和商业模式创新探索为主题,而降低资费及用户使用门槛则成为产业发展的关键因素。来源:中国信息产业网

[返回目录](#)

移动宽带或成运营商利润新来源

IDC最新报告称,由于笔记本电脑和上网本的销售节节攀升,移动宽带将成为移动运营商未来几年中一个主要收入来源。

报告指出,3G网络向HSPA的升级、小型USB设备的普及、业务资费的下降以及笔记本电脑和上网本销售量的攀升是移动宽带日趋普及的关键。

报告补充说,在未来的几年中,运营商可能会更加依赖移动宽带服务实现创收——这是因为相比其他主要的收入来源如游戏和移动电视,移动宽带更贴近其核心服务。

“移动宽带是一个‘圈地’的大好机会,无论是现在还是未来几年。”IDC消费者移动服务研究部欧洲地区总监JohnDelaney表示。

“在某些情况下,移动宽带还将替代固网宽带,吞食其现有的收入。”Delaney表示,“因此,对于固定和移动网络运营商而言,非常重要的一点是要了解哪些

因素正在推动对移动宽带的需求、这些因素在未来几年内可能发生那些变化、以及他们应该采取什么战略来最大限度地利用这个机会。”来源：《上海证券报》
2009年02月04日

[返回目录](#)

【视频服务】

视频业务期待爆发式成长

移动视频业务虽然已经被“内定”为3G的主流应用，但是有关它的产业链建设，还有很多问题需要解决。

移动视频业务再启动

未来的移动通信系统不仅要有巨大的系统容量，同时还要能支持语音、数据、多媒体等多种业务的传输，因此，手机将成为3G时代发展流媒体业务的重要平台。而对于手机视频业务来说，在业界宣传3G概念的高峰时期—2004年便已经得到全球大部分移动运营商的普及推广。当时，除了利用已有的3G网络，一些运营商也推出了基于2.5G网络的流媒体手机视频业务，其主要目的是为3G市场启动先行打好基础，当然，尽量获取超前利益也是一种考虑。

但是，由于受当时的传输网络以及产业链整体发展不均衡等多方面因素的影响，流媒体手机视频市场的发展并不理想。直到2006年，随着3G网络技术在商用中的进一步升级，数据传输带宽得到了进一步拓展，作为典型的3G应用，手机视频业务逐步成为移动增值服务的重要组成部分，而在3G市场发展较早的日本和韩国，视频业务已在整体手机增值业务内占有相当的比例。

当然，手机视频业务的重新启动，还有赖于2005年之后出现的基于卫星广播网络和数字广播电视网络的手机视频业务在全球范围内的展开。同时，以此为契机，世界各地的运营商都在针对手机视频业务积极进行着业务发展模式的探索。

在视频服务商那里，新一轮的“跑马圈地”已经开始，出于对未来3G商用的良好预期，这些服务商正在大量抢占资源，进行内容储备，一方面进行手机视频内容的自主开发，另外一方面也试图通过与内容提供商合作路线，完成对手机视频业务节目的整合。

国内市场未雨绸缪

目前在国内，手机视频业务已成为电信运营商和广电机构未来业务发展方向的重要部署。运营商方面，中国移动和中国联通先后与电视台等传媒集团达成手机视频业务的战略合作；广电方面，各地广电部门也纷纷布局手机电视网络的建设工作。

由于尚未实现 3G 商用，国内市场现有的移动视频应用都是以 2.5G 网络为基础，主要也是为 3G 市场启动做铺垫。例如：在较早的时候，广州移动便已经开始向全球通 GPRS 用户提供手机电视业务，而中国移动浙江、上海、江苏等省市级分公司也纷纷开通了“手机看电视”业务，移动用户通过智能终端能收看包括中央电视台在内的多个电视台实时播出的节目。

其实从 2006 年开始，中国移动开始频繁地和唱片公司、电视新闻出版集团接触。在该年 4 月，中国移动召开了“中国移动无线音乐研讨会”；6 月，中国移动更是用 12 亿港元收购了凤凰卫视 19.9% 的股份，这也是中国移动整合自身内容渠道的开端。同时有迹象表明，中国移动手机视频业务的触角已经延伸到原创内容层面上来。

2005 年初，新华社与中国联通正式签订协议，在联通 CDMA 的“视讯新干线”平台上设立一个全天候播放的新闻频道——“新华视讯”，新闻内容全部由新华社提供。其实中国联通早在 2003 年就搭建了移动流媒体的业务平台，这也是联通视讯新干线的前身。经过两年试商用后，联通基于 CDMA1X 网络的视讯新干线于 2005 年 2 月开始正式收费。

手机的媒体化趋势也吸引了实力雄厚的传统内容制作和提供者。中央电视台宣布成立专门的公司，进军包括手机电视在内的新媒体领域；新华社则如上所述，联手中国联通开辟手机视频业务。

有研究机构认为，随着手机视频概念的普及，以及运营商、设备制造商和内容提供商在终端、网络、内容上的布局的展开，2006 年中国手机视频市场处于调整筹备的状态。而国内 3G 牌照在未来的发放，将吹响手机视频业务快速发展的号角，看好手机视频业务的产业链各环节都将强势介入，手机视频市场跨入将高速成长阶段。

产业链还需进一步培育

中国移动将对 SP 视频业务开发曾做出如下表述：“不能将手机单纯看作小 PC，或小电视，它同时具备 PC、电视和照相机的部分功能，要专门研究适合手机传播的媒体形式”。因为手机的多样性，无线增值服务提供商需要将一个视频源文件做成不同屏幕尺寸、不同格式、不同大小的文件，让用户接收到最适合自己手机规格的视频文件，从而让用户得到最好的用户体验。

易观国际专家表示，虽然传统的电视媒体掌握了相当数量之片源，由于手机视频内容一般在 5-10 分钟左右，所以必须要对现有内容进行二次开发，但是目前在国内，这个产业环节相应的投入还比较缺乏。

总体而言，国内的移动视频业务产业链正在逐渐成型，内容提供商多为传统的有实力的传媒公司，服务商多为具有技术与内容整合能力的并可提供视频服务

的新兴 SP 公司，运营商扮演通道与计费角色。

另外，3G 与固网的视频互通也是有着巨大市场需求的产业环节。这不仅可以更好地粘牢固网视频用户，提升固网视频网络的价值，而且利用固网视频概念成熟的优势，也可以加速 3G 视频业务向固网视频业务市场的渗透。

有专家认为，为了应对 3G 视频和多媒体应用的挑战，移动运营商需要大力推进产业链建设，同时在应用软件的开发、市场的推广以及确定收费标准等方面做好工作。也只有如此，届时才可能有更多的客户垂青手机视频业务。来源：全球 IP 通信联盟

[返回目录](#)

【网络增值服务】

中移动将出增值业务新政：TD 业务优先结算

为鼓励 SP 研发国产 3G 标准 TD-SCDMA 的增值业务，中国移动拟出台新政策，包括申报 TD 业务的 SP 会优先签约优先结算。

去年，中国移动在 TD 第一阶段一共推出 34 个增值业务，包含可视电话、视频共享、视频会议、多媒体彩铃、视频留言、手机电视、PoC（无线一键通）等多个 3G 流行的业务，以及飞信、手机邮箱、手机银行、手机报、条码凭证等多项目前中国移动正在推进的服务。

但是，从实际来看，由于终端的问题，TD 用户数量有限，用户也普遍反映可用的 3G 标志性增值业务为可视电话，随着中国移动二期建网将于上半年完成，TD 用户将大量增加，研发更具吸引力的增值业务势在必行。

据悉，新的 TD 增值业务政策包括，对申报 TD 业务的 SP 在其申报的业务内容或者类型上给予 3-6 个月的保护期，TD 业务的 SP 将得到优质的门户资源，鼓励各层级 SP 在 TD 网络上开展跨业务线的营销合作推广，给予优惠的业务资费政策等。

但上述政策何时推出尚没有说法，业内预计将在 TD 二期建网初步完成后才能推出。来源：新浪科技

[返回目录](#)

技术情报篇

【终端】

报告称 MID 有望取代智能手机和上网本

据国外媒体报道，调研机构 ABIResearch 调研结果显示，移动互联网接入设

备（以下简称“MID”）将来有可能取代苹果 iPhone（手机上网）等智能手机和华硕 EeePC 等上网本。

为了解用户对上网本和 MID 的态度，ABIResearch 对美国 1000 多名成年网民进行了调查，结果发现，很多用户表示愿意考虑一款便携式大屏幕设备来访问互联网。

而 MID 最有希望成为这样一款新设备。MID 厂商已经表示，希望对 MID 进行重新设计，并增加媒体播放器和个人导航设备的一些功能。

另外，此前曾有业内人士建议 MID 融入手机通话功能。在此次调查中，近 50% 用户表示支持该观点，而坚持使用当前标准手机的比例仅为 34%。

对此，ABIResearch 分析师菲利普·索里斯（PhilipSolis）称：“除屏幕尺寸，智能手机和 MID 的界限日趋模糊，MID 厂商应该了解用户到底需要什么功能。”2007 年春季，英特尔在北京 IDF 大会上发布了 MID 设备。来源：新浪科技

[返回目录](#)

传中国移动 TD 手机将嵌入 WIFI

近日有传闻表示，中国移动已成功游说相关部门：只允许 TD 手机嵌入 WIFI，WCDMA 手机不得嵌入 WIFI，否则不发入网证，中国联通定制 WCDMA 手机，NOKIA 厂家已经明确表示，目前 WCDMA 手机芯片均内置了 WIFI 模块，若取消 WIFI 模块，需要重新开发，今年年底前很难拿出合适的 WCDMA 手机，目前中国联通已经面临手机终端的新困局。

计世网就此事件联系了移动相关负责人，中国移动方面对此消息进行了驳斥，称该消息纯属谣言。同时采访了一些通信从业者，大部分受采访者对此皆表示怀疑，有一位指出，中国移动是最不可能采用 WIFI 而可能会采用 WAPI，TD 与 WAPI 的结合，会促进国家在无线宽带技术方面的整体进步。部分被采访者表示，如果移动嵌入 WIFI 功能，受到最大影响的则是中国电信。

来源：计世网

[返回目录](#)

【运营支撑】

陈如明：加快 FDD/TDD 融合组网研究

工业和信息化部通信科技委副主任，国家无线电频率规划专家咨询委员会主任陈如明

FDD/TDD 融合组网是趋势

在一定意义上 LTE/TDD 融合帧结构有利于消除 TD-SCDMA 被“边缘化”的危险，但实际上 TD-SCDMA 有效的大规模商用及扩展全球漫游应用显然需要较长时

日，在此期间，决不能忽视全移动 FDD 资源优势及其自然演进的必然性。

从 FDD/TDD 联合/融合应用角度看，TDD 始终容易有被“边缘化”的风险，为此必须密切注视 LTE 创新及专利费走向，并进入加速 FDD/TDD 应用融合创新及制定精明有效的共赢合作策略。

中国移动全面部署和推进 TD 与 2G 融合组网，即“三不”号码融合（2G 用户不换号、不换卡及不登记前提下仅更换终端即可同时享受 TD3G 宽带服务）；核心网融合，即现有 2GFDD 网升级改造后仍可支持 TD 融合接入，业务应用平台、业务支撑与网管计费系统支持融合细网。

中国移动也已制定了 2009 - 2011 年的 TD 网络建设规划，即 2009 年在 TD38 城市覆盖基础上，进一步扩大全国 60% 地级市的 200 个城市覆盖，采用 2G/3G 融合方式进行核心网建设，支持用户在“三不”方式下通过更换终端即可享受 TD 网络服务，改善 2G/3G 互操作性能，适时引入 TD - HSUPA 增强用户上行体验能力，基本实现核心网络接口 IP 化，申请频率资源 25MHz、达到 40MHz；2010 年实现 80% 左右地级市 266 城市覆盖，进一步推进 2G/3G 融合组网及进一步改善 2G 与 TD 互操作性，力争互操作能力达到 WCDMA 与 GSM 的水平，申请频率资源 15MHz、达到 55MHz；2011 年实现约 95% 地级市 366 城市覆盖，基站总数达 14.5 万个左右，进一步完善已建 TD 网络覆盖与承载能力，进一步提高 2G 与 3GTD 的融合组网及互操作性能，力争接近或达到 GSM900 与 1800 的互操作水平，全面实现网络 IP 化。

中国移动这些发展计划均明确务实且有吸引力，如果再尽可能适当加速执行，对推进 TD 扩大应用能力、加固用户识知度及应对中国电信与中国联通竞争等将均更有利。同时必须把融合组网与双网有效互操作的终端用户体验放在头等重要位置，因为这是目前妨碍 TD 用户扩展的最主要因素。

考虑到未来国内三种 3G 体制竞争格局演变的不确定因素，中国移动应进一步密切关注 2G 的 NG - GSM 演进迹轨，使中国移动以自身优势实力为基础，精心思考 2GGSM/GPRS/EGPRS (EDGE) /EDGE + / + + → LTE/LTE + ... 及 3GTD - SCDMA/TD - HSDPA/TD - MBMS/TD - HSUPA/TD - HSPA → LTE/LTE + ...

这两张 FDD/TDD 网络有机动态融合为一体进行“一张网络”的规划设计，并于第一时间重视其双网互操作性及多模手机终端的互补优势，真正形成有效的宽带多媒体业务应用实力，实现名副其实的融合帧 TDD/FDD - LTE 同步发展。

TD 发展难题依然存在

TD - SCDMA 产业链问题是其发展壮大的一大难题。TD - SCDMA 产业链相对薄弱，一方面有其先天不足，同时也要一个过程，更要策略处理。目前已有 50 多款 TD 手机可供应用，并有少数优质双模单待 TD 手机已能较好体现双网互操作能

力并获得用户较好评价与认可，不要片面追求手机厂家与产业链成员数量，而要追求其实际权重与作用，即使像手机及其芯片制造而言，亦不光靠数量及款式多寡，而是要有吸引用户、结合双网互操作等稳定可靠及信噪比亦合理的基本特色。

对智能天线无限制搜索严重耗电的负面影响等应有良好的休眠处理对策，一定时期内有 5 - 10 款优秀、稳定的双网互操作双模手机亦已可支持应用，关键是要真正取得用户体验认知才行，当然在价格方面亦可考虑必要的促销补贴。

除了积极人为创新努力外，随着 TD - SCDMA 逐年扩展与双网互操多模终端与用户认知度改进，中国市场及 NGTDD 制式全球吸引力将定会使愈来愈多的重量级制造厂家与运营商等加盟，其产业链定逐步健壮发展。

此外，TD - SCDMA 国际化问题依然是 TD - SCDMA 面临的严峻挑战，为了应对挑战，要确立坚定的共赢合作理念去积极推进国际化，包括充分利用运营商、制造商，包括 SCDMA、WAPI/AVS/GoTa 等自主创系统国际合作机遇的聚合作用，并充分利用好中国移动自身的全球影响力，积极促其国际化进程，更主要还需依靠自身实力，依靠自身务实应用及持续创新能力的表率与支持。

成功需创新和信心

为使 NGTDD 真正成功，应在 TD - SCDMA 的双网融合与双模手机用户认知度等策略与商业应用成功基础上，再认真考虑其他两 FDD3G 运营商融合运营 TD 的愿望、必要性与可能性及 TDD 制式可灵活有效地用于 2.5GHz 及 700MHz 红利频段频率资源的优势与可能性，这些情况乐观发展有可能有效推进 TD 首先在中国、乃至全球实现一些专家热切追求的“三分天下”甚至更好的目标，有利实施 TDD/FDD - LTE 融合帧的真正有效同步发展。

在充分利用中国移动 2G 网络优势融合 TD3G 速率与移动视频增强能力基础上，应积极思考 TD 更现实的多方位应用创新，诸如 TD 无线固话家庭成员与企业群组低价位应用，较小规模范围及有条件中小城市（如厦门、秦皇岛等）的无线城市惠民、泛在连接、支持电子政务及三网融合等工作。

TD - SCDMA 还应确立充分信心与决心，坚信 3G 牌照发放将会使 TD 进入真正有驱动力的竞争发展环境，促进快速务实发展，中国电信“天翼”品牌发布对中国移动 2G/3GTD 的双网融合形成的压力即为一例，这是真正的市场商业竞争驱动力。运营商需要突破双网互操作与用户欢迎与信任的“三不”双模单待手机关，中国移动将于 2009 年 10 月底在我国 238 个城市向社会提供 TD - SCDMA3G 服务，并计划在 3 年内建成全球最大规模的 3G 网络，中国移动用户“不换号、不换卡、不登记”，只需换一部双模手机就可以使用 3G 服务，目前中国移动用户数达 4.6 亿，其中 3G 用户 42 万。

需要指出的是，自主创新 IPR 不可忽视，在推进 TD - SCDMA、WCDMA 及 CDMA

三大 3G 制式在中国发展与演进时，加速全方位自主创新。

TD-SCDMA 在自主创新 IPR 方面有自身优势，而且中国移动也在针对自身弱势积极进行支持移动互联网应用核心层面的 DSN（分布式业务网络），并利用 188 号段及 TD 移动宽带能力的 TD 无线座机的低价位家庭用户扩展及 TD “无线城市”之类专网扩展应用创新，中国电信基于 189 号段“天翼”品牌可开展 FMC 综合信息服务创新，中国联通充分利用其既有固网家庭平台及移动网平台组合 FemtoCell 的宽带 FMC 应用创新，我们需要愈来愈多基于国情及全球需求的有产业化实力的持续创新，无论在公网范畴及专网、共网范畴均应如此，并应在市场应用中相互团结、协同、依靠，构成有效的聚合自主创新实力，例如，首先应聚合应用既有的 TD-SCDMA、SCDMA、GoTa、WAPI/TEPA、AVS、IGRS 等，从系统、接入、安全性、视频压缩、资源互联资源共享等重要领域的有份量的个别自主创新，有组织、有意识协同聚合，推进其务实应用与国际化。

LTE 和 4G 要渐进引入

中国 3G 建设与业务发展相比一些先行 3G 发达国家来说，固然可发挥后发优势，但不要说中国移动 2G/TD3G 双网融合“三不”型互操作史无前例，即使是中国电信的 CDMA2000ED-DO-X 及中国联通 WCDMA/HSPA 向 LTE 渐进过渡的实际背景与国外亦不相同，甚至相当不同，包括相应市场业务需求与培育亦均不一样，因此，过分强调 LTE 很快到来，甚至 2010 年左右即需引入 LTE 等战略思路值得推敲。

目前，少数国家运营商可能会在 2009-2010 年期间即引入 LTE 业务，但网络、尤其是终端应用等将不会很成熟，成熟且具较小引入风险的时间估计可能在 2012-2014 年左右，因此，三大全业务运营商均应理性思考与规划自身网络向 LTE 及 4G 演进的渐进步骤和适时重叠演进策略，以取得最合理的 TOL、CAPEX、OPEX 效果与市场业务竞争衔接。

当然，对 LTE/LTE+/4G 演进，甚至 WiMAXR1.5/R2 演进的技术创新介入与贡献丝毫不应怠慢，尤其在其核心技术创新方面更应鼓励我国有实力制造商加速进取，并在国外有试验需求及实际需求的地区与国家尽早应用检验与改进提高，以掌握主动权。来源：通信产业报

[返回目录](#)

王建宙谈互联网发展两大趋势：云计算和移动化

达沃斯世界经济论坛素有“经济联合国”之称。各行业的闭门会议也是倍受关注。在今年的“国际商业领袖”闭门会议上，参加会议的 100 多名全球重量级 CEO 中，有一位唯一的中国委员，他就是中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙先生。在达沃斯，王先生也走进了我们的演播室，为我们揭秘达沃斯的闭门会议。

作为中国电信企业的领军人物，中国移动通信集团公司拥有全球第一的网络和客户规模，截止到 2008 年 12 月 31 日，中国移动的总用户数已达 4.57 亿户，2008 年累计新增 8791 万户。中国移动连续 8 年被美国《财富》杂志评为世界 500 强，去年排名第 148 位。

芮成钢说：“我特别想知道，你们这些一百多个 CEO，在开闭门会议的时候，对 2009 年的时候，全球经济的形势有一个什么样的基本判断？”

中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙说：“在 IBC 的内部会议上，主要在分析产生这次金融危机，和经济衰退的一些原因，我们在内部会议上重点讨论了两个问题，第一个问题是关于企业的自我治理的问题，第二个主题讨论了关于去杠杆化的问题，所以总的大家讨论都是一些具体的问题，是什么导致了这次金融的危机，我们今后如何来防止它。”

如果说去年的达沃斯世界经济论坛弥漫着一种为经济前景担忧的气氛，那么今年的年会上，更多的企业家则摒弃了这种忧虑，取而代之的，是积极应对。作为在纽约和香港上市的公司，国际金融风暴也给中国移动有限公司带来了冲击。但是，中国内地 3G 放牌带动将会带动行业新发展，面对电信行业格局走向优化，中国移动也对前景充满信心。

芮成钢说：“我们也注意到，您在达沃斯还有一个身份，那就是中国电信行业的领军人物，我知道您这次也参加了，很多电信行业的行业分会，你跟世界电信业的巨头，包括比尔盖茨，包括谷歌的创始人在讨论的时候，有没有说一说，未来的两三年之内，我们全球的电信行业和互联网行业，会怎么样的整合。”

中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙说：“从目前情况来看，大家谈的比较多还是互联网，互联网下一步的走势怎么样，大家都一个比较一致的观点，就是说，现在首先，第一由于新的技术的产品，比方说云计算的技术，云计算技术的产品，使我们互联网容量更大，速度更快，而反过来，成本是降低了，所以整个互联网，又会产生一个数量级的上升，这是第一个大家一致公认的趋势，第二个趋势，互联网的移动化，把移动通信跟互联网结合起来，在这种情况下，技术的发展是快了，我们经营的模式必须要跟上，因为原先电信的经营模式，跟互联网的经营模式是不一样的，现在需要把两个结合起来。”

每一次衰退时，新技术都是引领经济再次复苏的关键因素。因此，电信业和信息技术产业是今年达沃斯论坛热议的话题。中国 3G 启动尤其受到广泛关注。更有观点认为，3G 市场的启动将成为中国电信市场发展的转折点。

芮成钢说：“这次温总理的讲话得到了国际工商界空前的轰动和支持，您觉得您在和一百多位全球的 CEO 在一起交流的时候，他们对 2009 年中国经济的增长大概是什么判断？”

中国移动有限公司董事长兼 CEO 王建宙说：“他们非常关心中国的，下一步的增长情况，无论是在中国有投资的大型企业，有些在中国没有投资，但他也是非常关心，所以（中国经济的增长）仍然是一个热点，我听到总体的，对我国政府所采取的一系列措施，促使我国经济能够平稳较快（发展的），一系列的措施，大家反应都是很正面。”

芮成钢说：“好的，谢谢王总。”来源：央视《经济信息联播》

[返回目录](#)

CMMB 前进路上仍面临着五大技术挑战

中国政府终于在 2009 年初发放的三张 3G 牌照对 CMMB 移动电视市场而言是一个非常大的激励信号，因为在北京奥运会期间，广电投放到市场的带 CMMB 移动电视接收功能的 TD-SCDMA 手机已经收到广大试用者好评。不过，由于前期中国工业和信息化部（下文简称工信部）不允许 CMMB 手机进行入网测试，因此在过去的半年里，消费者无法购买到“合法”的 CMMB 电视手机来体验中国本土技术带来的移动视觉享受，只能通过购买廉价的山寨版手机来一睹其风采。但由于充斥市场的山寨版 CMMB 手机存在质量不过关、技术指标不合格、以及性能不稳定等诸多问题，CMMB 面临被市场边缘化的风险。

因此这三张 3G 牌照和 2008 年底工信部终于发放的 CMMB 手机入网许可证为 CMMB 市场的商业化健康发展带来了曙光，虽然首次拿到工信部颁发的首张 CMMB 手机入网证的只有宇龙酷派和海信两家公司通过工信部入网测试的 TD-SCDMA + CMMB 手机，但已足以让整个市场雀跃不已，因为这意味着巨大和迫切的市场需求已开始消融不同标准背后商业利益堆砌起来的冰山。随着 CMMB 手机入网证的解禁，正规品牌厂商的 TD-SCDMA + CMMB 手机将会大规模投放市场，从而推动 CMMB 手机产业快速走向规范化，扭转 CMMB 山寨机充斥市场的局面。此外，TD-SCDMA 与 CMMB 的结合不仅规范了 CMMB 终端市场，也全面增强了 TD-SCDMA 终端市场竞争力，对推动 TD-SCDMA 产业的发展具有重要的市场意义，这也体现了中国政府扶持国产 3G 技术，进一步拓展 TD-SCDMA 应用空间的用心良苦。

不过，对巨大的 CMMB 市场需求和众多投身到 CMMB 产业链的供应商而言，仅对捆绑在 TD-SCDMA 上的 CMMB 手机颁发入网许可证，还是远远不够的。例如，广电总局已宣布今年下半年在中国 100 多个大中城市推出商用 CMMB 手机电视业务，如果工信部不能给目前占用户数量绝大多数的 2G + CMMB 和 2.5G + CMMB 手机发放手机入网许可证，那么这一庞大的 CMMB 商用计划也无法带来太大的 CMMB 市场空间。但我相信这不会成为一个问题，因为既然工信部为 TD-SCDMA + CMMB 手机开了绿灯，那么有什么理由不给 2G + CMMB 和 2.5G + CMMB 手机开绿灯呢？真正的问题应该是 2G/2.5G 手机厂商什么时候才能把带 CMMB 功能的手机型号送到工

信部去做入网测试？这才是 CMMB 市场需要克服的第一个真正技术挑战。当然，基于对 TD-SCDMA 手机的倾斜支持考虑，有可能工信部会适当地滞后对 WCDMA + CMMB 和 CDMA2000 + CMMB 手机的入网许可证发放，但我相信这只是迟早的事。

CMMB 市场面临的第二个技术挑战是天线，目前的 CMMB 手机仍只能采用老式的拉杆天线来接收 CMMB 电视广播信号，而这对追求时尚的普通消费者来说，是较难接受的。尽管不少业内人士认为，这主要是目前 CMMB 发射网络还不够密集的缘故，未来的 CMMB 接收终端将能够采用近日大多数消费者已开始习惯的嵌入式天线。但不管怎样，目前它是影响消费市场发展的一个技术问题。

第三个技术挑战是室内覆盖率。对目前的 TD-SCDMA + CMMB 手机而言，室内覆盖仍然是一个很大的挑战，因为大部分业务消费都发生在室内，因此这一问题必须得到立即解决。此外，CMMB 也面临来自 DAB 和 DVB-T 等欧洲标准的挑战。目前，北京 DAB 数字多媒体广播已开通 16 套音频节目和 6 套视频节目。从奥运会和残奥会期间的接收信号来讲，DAB 在室外信号质量相当优异且表现稳定。DAB 有可能在未来抢走不少 CMMB 市场份额。

第四个技术挑战是其接收终端如何向兼容多标准方向发展，因为理论上目前中国的移动电视国标仍是 DMB-T/H，CMMB 只是一个事实标准，未来中国有可能同时推动这二种标准，因此 CMMB 接收终端开发商应该开始考虑如何用软件无线电架构来满足这一可能的未来发展需求。从现实的意义来说，现有的 CMMB 手机或 PMP 用户常常需要在全世界各地旅行或出差，如果能够在他们的 CMMB 接收终端上用软件无线电架构来实现无线电感知功能，那么他们不管在哪里，都可以接收当地的移动电视节目，这样的产品肯定是广大消费者所梦寐以求的，现在的问题是我们能够用多低的成本把它做出来。

第五个技术挑战是如何开发出足够多的有吸引力的广播内容，这将是 CMMB 市场健康发展的关键，对消费者而言，如果没有足够的高质量内容支持，他们是不会愿意掏钱买 CMMB 手机或其它接收终端的，尤其在当前的金融危机局面下。因此最终决定 CMMB 未来商业成功的关键因素是内容。在内容为王的近日，内容提供商将是发展的关键。来源：中电网

[返回目录](#)

分析：LTE 正在阻碍 WiMAX 前进的脚步

T-Mobile 美国公司近日宣布，其将跳过 HSPA+ 直接演进到 LTE。该声明进一步显示了在 LTE 背后，运营商的推动力正在日益增长，而移动 WiMAX 正在日益遭受冷落。然而，移动 WiMAX 和 HSPA+ 的机会也不应被忽视。

LTE 加速前行

T-Mobile 对 LTE 的公开支持，对于移动 WiMAX 造成了打击。客观来看，T

- Mobile 美国公司宣布这样的消息并不奇怪。作为一家以 GSM 网络为基础的运营商，T-Mobile 始终都有可能演进到 LTE 网络。然而事实却是，T-Mobile 作为全球的一个主要运营商全面公开支持 LTE，这意味着移动 WiMAX 作为一项移动通信领域长期的、大众市场的备选项，正在日益受到冷落。

从全球范围来看，目前选用各种技术的运营商正在 LTE 背后趋于融合，例如美国的 VerizonWireless 和日本的 NTTDoCoMo。目前，唯一存在的“新界线”是大型运营商对移动 WiMAX 寄予了太多希望。高通已经停止了下一代超移动宽带（UMB）技术的研发。

市场咨询公司 Ovum 最近更新的预测中，也反映了 LTE 有望“一统江湖”的趋势。尽管移动 WiMAX 比 LTE 早启动了两年，但是双方的差距将在 2013 年消失。Ovum 预计到这一年，全球 LTE 用户数（3.78 亿）将接近移动 WiMAX 用户数（4.24 亿）。由此可见，移动 WiMAX 的机会之窗正在迅速关闭。Ovum 更进一步预测，到 2013 年以后，LTE 用户数将迅速超过移动 WiMAX。

WiMAX 并非多余

运营商需要采取务实的网络演进方法。因此，“LTE 对阵移动 WiMAX”的观点未免过于简单化。例如，Telenor 公司已经在挪威购买了频谱，利用移动 WiMAX 向没有 DSL 服务的农村地区提供无线宽带服务。此外，上个月宏达针对俄罗斯的 WiMAX 运营商 Scartel 发布了一款 GSM-WiMAX 双模手机。

运营商还需要根据市场情况采取相应的方案。在某个层面上，大规模的设备订单将为公司带来利润，但是如果如果没有适当的市场环境，则可能会产生相反的效果。例如，尽管沃达丰已经宣布会忠于单一的技术，但是除了其 HSPA 网络以外，沃达丰已经在马耳他部署了一个固定 WiMAX 解决方案。然而，按照沃达丰的 CEO Vittorio Colao 希望与美国 VerizonWireless 加深合作的想法，很有可能 LTE 技术将成为其移动网络演进的主导技术，因为 VerizonWireless 已经计划演进到 LTE。

HSPA+ 不容忽视

既然 T-Mobile 选择跳过 HSPA+ 而直接演进到 LTE，这是否意味着 HSPA+ 不重要呢？答案是否定的。

在 Ovum 给出的预测中，还强调了这样一个事实，即在未来 5 年内，HSPA 网络将是占据主导地位的高速无线数据技术。尽管到 2013 年，LTE 用户数会迅速发展至 3.78 亿，但是 HSPA 仍然是被采用的主流技术：在运营商部署的所有高速网络中，包括 HSPA、LTE、CDMA20001XEV-DO 以及移动 WiMAX 在内，将有 79% 为 HSPA 网络。

“运营商普遍会通过 HSPA+ 演进到 LTE，从而延长 HSPA 网络的寿命。”这一

来自 Ovum 的观点，并没有因为 T-mobile 发布的消息而产生太大改变。事实上，HSPA+ 为运营商带来了更大的灵活性，使其能够选用最适合自身需求的演进路径。目前，澳大利亚的 Telstra 公司和新加坡的 StarHub 公司已经选择了 HSPA+ Release764QAM 技术，理论上它将提供 21Mbps 的下行速率。而且，日本软银也正在考虑采用 HSPA+ Release72x2MIMO，该技术可支持 28Mbps 的下行速率。此外，运营商还可以选择支持 42Mbps 的 HSPA+ Release8，或者跳过 HSPA+ 直接演进到 LTE。

从总体上看，运营商的最终网络演进路径将受到多方面因素的影响。这些因素包括竞争格局、频谱的可用性以及原有的网络资源等。尽管 LTE 将会继续受到市场的推崇，但是运营商仍然还是有很多条网络演进路径可以选择。来源：SohuIT

[返回目录](#)

CDMA1xEV-DO 无线网络建设分析

中国电信接手 CDMA 网络后，除了保证现有网络的稳定性以不影响终端用户的体验，持续发展 CDMA1x 的语音容量扩容外，尽早筹划、启动 CDMA20001x 网络向 3G 的 CDMA20001xEV-DO（下称 EV-DO）的平滑演进是抢占市场先机、赢得差异化服务优势的技术保障，并且可以充分发挥全业务运营的优势，进一步引入 IMS 网络以实现固网及移动的融合业务，吸引用户。

本文从 CDMA2000EV-DO 的组网方案和部署策略等方面对网络的平滑演进进行探讨。

EV-DO 组网方案

EV-DO 常见的建设方案主要是独立建网和混合建网。独立组网投资成本高且对现有资源利用率低，一般不予推荐。常见的组网方案有 EV-DO 独立组网方式和 1x/EV-DO 混合组网方式。鉴于中国电信已全部收购联通 CDMA1x 网，为减少建设成本和快速部署 EV-DO 网络，笔者建议直接采用混合组网方式建设 EV-DO。

所谓“混合组网”方式，即在现网 1x 主设备上增加 EV-DO 信道板和控制单元，并对原有的 1x 系统软件进行升级，两者共用 1x 的分组核心网。“混合组网”方案又可细分为“升级方式”和“叠加方式”。

升级方式：升级方式对应于 EV-DO 与 1x 共用 BSC/RNC 和 BTS 的情况，需对原 BSC/RNC 和 BTS 进行软件或硬件升级或者直接对现有设备进行替换，使之支持 EV-DO 功能。其中，接入网中的无线资源控制、呼叫控制和移动性管理等功能由 BSC/RNC 完成，调制解调和基站收发信等功能由基站来完成。

叠加方式：当现网 1x 设备无法直接支持 EV-DO 功能或者 EV-DO 设备供应商与现网 1x 供应商为非同一厂商时，可采取叠加方式解决。叠加方式细分后有“同 BSC/异 BTS”、“异 BSC/异 BTS”和“同 BSC/异 BTS”三种情况。由于受限于各厂

商设备间的特点和兼容性，前两种方式并不常见，推荐“同 BSC/异 BTS”方式作为叠加方式组网的首选。

“同 BSC/异 BTS”方式下，1x 和 EV-DO 分别采用独立的基站设备，既可以选择共用天馈系统也可选择独立自建天馈系统。对于 BSC/PCF 侧可采用软件升级或者增加扩展机柜方式升级。这样既不影响 1x 网络布局和覆盖，又可结合目标覆盖区的实际情况，更有针对性地规划和部署 EV-DO 网络。

如果现网 1x 设备不能通过增加软/硬件方式完美提供 EV-DO 业务，建议直接使用新设备替换原有 BSS 系统。其中，新建 BTS 站使用全新设备，全部支持 1x 和 1x 增强；新建 BSC 具备大话务和高数据处理能力，同时支持 1x 和 1x 增强业务。BSC 设置需要综合考虑减少跨 BSC 切换、BSC 话务均衡及未来升级演进能力等问题，尽量减少 BSC 数量，减少跨 BSC 切换。同时，着手对 PDSN、

AAA 进行软硬件升级，增加 AN-AAA 新设备。

EV-DORev. A 部署建议

笔者建议，EV-DORev. A 网络部署采取大覆盖、分阶段实施、逐步引入 3G 亮点业务的策略。

在现有的 CDMA1x 网络上部署 EV-DO 网络时，规划及实施的策略是至关重要的。因此，在 EV-DORev. A 部署初期，建议中国电信采取大覆盖策略，在大中型城市大规模部署，为大中城市市区、近郊及重点办公及居住地区提供连续的 EV-DO 覆盖，为用户提供良好的高速数据体验。

考虑到 CDMA 接手的进程及相应手续事宜的时间表，笔者建议网络分阶段实施并逐步深入开展相应业务。

第一阶段，到 2009 年底，重点部署大型城市及重点中型城市，争取一步到位提供 80% 以上的 EV-DO 连续覆盖，相当于将全网 50%~60% 的 CDMA1x 基站站点通过升级或者叠加的方式部署 EV-DORev. A 的基站功能。考虑到更好地利用 Rev. A 的高速数据能力，提供差异化的应用，中国电信可以考虑选择试点，在 CDMAEV-DO 网络建设期间，同步建设 IMS 叠加网，更好地支持宽带多媒体业务。此阶段可以开展的业务主要包括完全 QoS 保障的视频电话业务、基于 IMS 和 EV-DO 的高性能 PTT 业务（如 Qchat，多媒体推送业务包括 PushToSee、PushToVideo 等）、多媒体彩铃业务以及支持 EV-DO 数据卡的增值业务（如 VoIP）等。

第二阶段，2010 年继续深化大中型城市 EV-DORev. A 的覆盖，在热点高话务量地区启用第二个 EV-DO 载频，并开始在其它中型或者小型城市推广 EV-DO 的部署，达到全网的 80% 覆盖。另外，此时的 IMS 网络架构和开放业务环境应该已基本完善，设备能力和业务应用都相当成熟，此阶段可以基于 IMS 提供更多的融合

业务，并逐步实现电路域基本语音向 IMS 宽带语音的迁移。此阶段可考虑的业务包括固定和移动 VoIP、智能业务、IMS 和互联网融合业务（如基于位置的广告推送、基于日程安排的通信等）、IMS 和 IPTV 融合业务（如 TV 来电显示、漏话通知、短信、留言提示、TV 通话）等。

CDMA2000 的 3G 网络有其鲜明的特色，技术上全球领先，同时与其 2G 网络存在广泛的共同基础，最具备平滑演进的特征。中国电信应充分利用现有网络资源，准确预测 3G 业务发展需求，统筹规划，分步实施，在 800MHz 频段上从 CDMA20001x 选择升级到 3G 的 CDMA20001xEV-DO。CDMA20001xEV-DO 将成为 3G 时代中国电信最闪亮的技术标签，引领宽带无线网的发展。来源：《人民邮电报》2009 年 2 月 5 日

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

CDMA 手机销量猛增国产品牌占据半壁江山

赛诺近日发布的统计数据显示，在经历电信重组带来的短暂低迷之后，CDMA 手机市场在 2008 年底逆势反弹，2008 年 12 月，CDMA 手机共售出 129 万台，同比增长 33.6%，是自 2003 年以来 CDMA 市场单月销量最高值。

与 CDMA 年底高歌猛进相比，GSM 市场继续下降，2008 年 12 月销售量为 1074 万台，环比下调 1.4%，同比下降 11.0%。

同时，与 CDMA 手机市场同步回暖的是国产手机占比出现明显增长。数据显示，在 2008 年 12 月份 CDMA 手机销量中，国产手机份额达到 46%。销量前五名厂商中，华为、酷派与中兴占据其中三席。

由于中国 3G 牌照发放以及国家对农村市场的重视，2009 年的中国手机市场仍然值得期待。iSuppli 公司近日预测，虽然全球手机市场在 2009 年将有 5% 的下滑，但中国手机市场仍然将继续增长，2009 年国内手机市场规模高达 2.4 亿，增长率在 7% 以上。来源：上海证券报 2009 年 02 月 09 日

[返回目录](#)

联发科第四季度净利环比下滑 60%

联发科技近日发布了其 2008 财年第四季度及全年财务报告。财报显示，联发科第四季营收为 206.54 亿元新台币，同比增长 1.4%；第四季度净利润为 28.81 亿元新台币，环比下滑 59.9%。

在截至 2008 年 12 月 31 日的第四季度，联发科营收为 206.54 亿元新台币，

比上一季度的 280.52 亿元新台币下滑 26.4%，比去年同期的 203.6 亿元新台币增长 1.4%；第四季度净利润为 28.81 亿元新台币，合每股盈余为 2.70 元新台币。

第四季度毛利率为 54.5%，较上一季度的 54.3%略有上升，但较去年的 54.8%略低。持续改善成本的努力，以及本季高阶产品的比重增加，提升平均销售单价，加上受惠于美元升值，本季毛利率较上季度提升。本季销货毛利为 112.52 亿元新台币，较前一季度的 152.19 亿元新台币下滑 26.1%，与去年同期的毛利 111.66 亿元新台币大致相同。

2008 财年联发科营收为 904 亿元新台币，比上一财年的 803.9 亿元新台币增长 12.5%，合每股盈余 18.01 元新台币。2008 全年销货毛利为 485.83 亿元新台币，较 2007 年的 452.41 亿元新台币增长 7.4%。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

思科第二季度净利润同比下降 27%

思科近日发布了截止 2009 年 1 月 24 日的 2009 财年第二季度财报。报告显示，思科第二季度净利润为 15 亿美元，同比下降 27%。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

中芯国际 2008 年第四季度净亏损 1.245 亿美元

中芯国际发布了截止 2008 年 12 月 31 日的 2008 年第四季度财报。报告显示，中芯国际第四季度总营收同比下滑 31.1%至 2.725 亿美元；净亏损为 1.245 亿美元。

主要业绩：

- 中芯国际 2008 年第四季度营收为 2.725 亿美元，比上一季度下滑 27.5%，同比下滑 31.1%，主要是由于晶圆出货量下降 25.1%；

- 中芯国际 2008 年全年非记忆体晶圆销售额年度增幅 14.3%，来自中国区的销售收入年度增幅 28.0%；

- 中芯国际 2008 年第四季度的毛利润率为 -27.4%，2008 年第三季度的毛利润率为 7.2%；

- 中芯国际 2008 年第四季度净亏损 1.245 亿美元，2008 年第三季度净亏损 3030 万美元；

财务分析：

中芯国际 2008 年第四季度营收为 2.725 亿美元，比上一季度的 3.759 亿美元下滑 27.5%，比 2007 年同期的 3.953 亿美元下滑 31.1%，主要由于晶圆出货量

下降 25.1%。

中芯国际 2008 年第四季度销售成本为 3.471 亿美元，比上一季度的 3.487 亿美元下降 0.5%。

中芯国际 2008 年第四季度毛亏损为 7460 万美元，上一季度毛利润为 2720 万美元，2007 年同期毛利润为 3500 万美元。

中芯国际 2008 年第四季度毛利润率为 -27.4%，上一季度为 7.2%。

中芯国际 2008 年第四季度总运营支出为 4640 万美元，比上一季度的 4050 万美元增长 14.8%，主要由于无形资产减计规模增加。

中芯国际 2008 年第四季度研发支出为 1250 万美元，比上一季度的 1780 万美元下降 29.8%，主要由于政府补贴增加。剔除政府补贴因素，第四季度研发支出季比增长 8%。

中芯国际 2008 年第四季度总务和行政支出为 1610 万美元，上一季度为 1080 万美元。

中芯国际 2008 年第四季度销售和营销支出为 580 万美元，比上一季度的 560 万美元增长 4.8%。

中芯国际 2008 年第四季度晶圆出货为 323175 片 8 英寸等值晶圆，比上一季度下滑 25.1%，同比下滑 35%。

电话会议：

财报发布之后，中芯国际将于美国东部时间 2 月 5 日 19:30（北京时间 2 月 6 日 8:30）召开电话会议。中芯国际管理层将出席此次会议，解读财报要点，并回答投资者和分析师的提问。要收听中芯国际电话会议，美国投资者可拨打电话 1-617-597-5342，中国香港投资者可拨打电话 852-3002-1672，密码均为“SMIC”。

此外，投资者也可以访问中芯国际网站 www.smics.com 的投资者关系频道收听电话会议网络直播和录音。电话会议录音将在该网站上保存 12 个月时间。来源：新浪科技

【市场反馈】

[返回目录](#)

清理频段支持 TD 小灵通三年内彻底退市

为了给 3G 开道，日前工信部下发文件要求近 7000 万用户的小灵通于 2011 年底前退网。

3 日从中国移动获悉，政府主管部门在批复同意中国移动使用 1880-1900MHz 和 2010-2015MHz 频段进行 TD-SCDMA 网络建设的基础上，日前又明确要求所有

1900-1920MHz 频段无线接入系统应在 2011 年底前完成清频退网工作，以确保不对 1880-1900MHz 频段 TD-SCDMA 系统产生干扰。这意味着近 7000 万的小灵通用户将在 2011 年底前转网。

作为一项备受争议的业务，小灵通自 1997 年开通后一直被部分业内人士指责为“违规业务”，占据了国家没有正式分配的 1880-1920MHz 频段。

中国电信、中国联通人士确认，已经接到工信部相关文件，2011 年前将妥善完成小灵通退市的相关工作。

对此，北京邮电大学教授曾剑秋认为，越早对小灵通网络作出客观、合理的安排，越能够减少运营商的损失。从技术发展趋势来看，小灵通肯定越来越落后，早点做出小灵通退网的决策将有利于对电信资源进行合理利用，使得国家资源利益最大化。对运营商来说，当年小灵通能崛起是因为移动通信资费过高，而固网运营商又缺乏能与移动通信运营商竞争的手段，而现在形势完全变化，今年是 3G 元年，既然启动了 3G，那么小灵通对运营商来说意义已经不大。来源：《上海证券报》2009 年 02 月 04 日

[返回目录](#)

宏达电初尝谷歌手机甜头

据国外媒体报道，去年第四季推出的首款安装谷歌 Android 操作系统的智能手机 T-MobileG1，让宏达电在全球经济急剧衰退的环境下，仅距完成业绩目标一步之遥。

2008 财年第四季，宏达电实现净利润 98.6 亿新台币（约合 2.9 亿美元），同比仅下滑逾 1%，营收 474 亿新台币，同比增长了 21%。由于用户担心裁员及经济衰退加重缩减开支，该营收数字稍低于宏达电 480 亿新台币的营收目标。该公司预警称，智能手机厂商第一季将面临更严峻的挑战。宏达电称：“全球经济自去年第四季以来衰退进一步加重，导致业务前景不明朗。”该公司的客户正在消化库存，并推迟向宏达电新订购智能手机。

尽管第一季度可能受到以上影响，但宏达电相信，新产品的推出将帮助其产品销量在第二季度出现反弹，该公司将于 2 月 16-19 日在西班牙巴塞罗那召开的全球移动通信大会上展示新款手机。宏达电 CFO 郑慧明在电话会议中透露：“我们将在巴塞罗那展示几款新手机。”但针对有分析师在电话会议中提出的今年是否将推出第二款谷歌 Android 手机的问题，郑慧明不予置评。

有最新报道称，宏达电计划在巴塞罗那展会上推出采用高通 Snapdragon 芯片的上网本或手机，但该公司拒绝对此置评。郑慧明表示，宏达电第一季营收约为 330 亿新台币，与上年同期 327 亿新台币的营收略有增长。

来源：新浪科技

[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