



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. 25

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 2009 电信业发展趋势分析

2008 年的电信业大事不断,每一件事都对未来有着深远的影响:中国正式启动运营商重组,3G 建网热潮也由此拉开帷幕;北京奥运会带来诸多全新的电信业务和应用,极大地鼓舞了人们对未来信息通信生活的信心;自然灾害考验了电信基础设施的应急能力,电信的社会职能因此受到广泛关注。

■ 基础电信市场竞争趋势分析

随着电信业的重组,我国电信业将形成新的市场格局,市场竞争会出现新的特点。这次电信行业的整合,结果会在多大程度上实现预期效果及促进整个产业的发展,显然现在还不能做出断论。

■ 2009 年亚太区电信市场十大预测

IDC 日前就 09 年亚太区电信市场发布了十大预测,称尽管全球经济减速,但亚太区(不含日本)的电信行业将继续保持投资势头 2009 年,亚太区(不含日本)电信网络业面临着近十年来最严重的经济滑坡。

■ 安永:今年电信业存十大风险

“电信行业今年面临最大的风险是客户正在向新进入市场的非传统电信运营商流失。”安永与企业战略顾问机构 OxfordAnalytica 17 日共同发布的《2009 年安永电信行业风险报告》显示,“该风险在电信业十大风险中排名第一。”

■ 应急调度通信市场 2008 热点回顾

2008 年中国屡屡遭受了诸如地震、雪灾、火灾等等这些重大灾难,并召开了奥运会这样举世瞩目的重大活动。

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	5
2009 电信业发展趋势分析	5
基础电信市场竞争趋势分析	9
2009 年亚太区电信市场十大预测	14
安永: 今年电信业存十大风险	17
应急调度通信市场 2008 热点回顾	17
产业环境篇	21
【政策监管】	21
电子信息产业振兴规划获批: 明确三大重点	21
工信部运行监测协调局召开 2009 年电子行业协会工作座谈会	22
工业和信息化部发布《关于在当前形势下进一步做好产业政策工作的通知》	23
工信部副部长杨学山: 技术发展将进一步降低移动资费	24
【国内行业环境】	25
三大电信运营商上海实行共建共享	25
手机企业自身利润下滑引发一股强劲裁员潮	26
国美电器获移动 3G 段发放权	27
苹果入华谈判进入尾声联通河北四地开测 iPhone	28
普天三季度拟推 4G 商用样机	29
侨兴移动与大唐建立战略合作关系	30
西藏电信业签署共建协议共享基站达 100 个	30
TCL 通讯受让集团 3G 资产	30
从合作中谋求 3G 手机市场发展	31
应对农村通信市场消费运营商任重道远	32
《中国手机媒体研究报告》在京发布	34
下一代网络通信展暨中国 IP 通信大会将于京举行	34
【国际行业环境】	35
2009 年亚洲电信服务收入将增长近 9%	35
2009 移动通信世界大会亮点概览	36
阿尔卡特朗讯全球已部署 50 万个基站	38
山寨手机盯上国际品牌向高端进军	39
手机充电器有望全球统一 2012 年起开始通用	39
俄罗斯电信行业将发生重大变化	40
运营竞争篇	41
【中国移动】	41
北京移动放号 188 号段号卡和手机捆绑销售	41
中移动 TD 无线座机广东率先测试	42

【中国电信】	42
中电信 3G 建设全面铺开专家建议引入 IMS 发展融合业务	42
中国电信 CDMA 用户止跌 1 月新增 102 万	43
中国电信移动业务策略分析	44
中国电信：新 C 网的五个支点	48
【中国联通】	50
中国联通 G 网用户 1 月份净增 83.9 万户	50
中国联通董事长常小兵：WCDMA “5·17” 正式商用	51
中国联通在美国新建两个虚拟网络节点	52
【欧洲地区运营商】	52
移动世界大会看点扫描：欧洲 3GSM 阵营完胜	52
意大利电信部署 28Mbps 移动宽带	54
【美洲地区运营商】	55
Verizon 圈定 4GLTE 设备供应商阿朗、爱立信入围	55
【其他地区运营商】	56
泰国将在今年第三季度发放 3G 牌照	56
马其顿将通过公开竞标颁发 3 张新 3G 牌照	56
Tata 通信计划向亚太地区投资 4.3 亿美元	57
中资企业可在巴基斯坦独资经营电信	57
深度剖析非洲电信市场的魅力与压力	58
斯里兰卡电信市场及中斯合作机遇	61

制造跟踪篇.....66

【摩托罗拉】	66
摩托罗拉抢食 GPS 手机市场	66
【诺基亚爱立信】	66
诺西中国整合完毕与普天 3G 合作仍在谈判	66
消极应对 TD 诺基亚弃中国中低端市场？	67
【三星】	69
韩国三星和 LG 公司将推出太阳能充电手机	69
【华为】	69
美国最大运营商选定 4G 供应商：华为抱憾出局	69
【中兴】	71
中兴总裁殷一民：150 亿融资计划应对金融危机	71
中兴通讯与德电签署合作协议	71
中兴中标法国 WCDMA 合同再突破欧洲主流运营商	72
中兴通讯曝手机业务新目标：3 年后进全球前三	72

服务增值篇.....74

【趋势观察】	74
通信业人士：手机宽带网络发展将提振全球经济	74
地面数字电视 3 年内全国覆盖	74

TD 下一步重点是全程全网	75
2010, 移动互联网走向成熟	77
【CP/SP 动态】	79
全球首个基于 SDR 基础 HSPA+网络建成	79
【移动增值服务】	79
运营商面向企业移动信息化的网络发展策略研究	79
【网络增值服务】	84
未来几年三网将加快融合	84
央视网筹备建立国家网络电视台	85

技术情报篇.....86

【数据通信】	86
广电总局提地面数字电视原则全面覆盖关模拟信号	86
斐讯通信逆势入市数据通信 三年不计利润抢市场	87
【视频通信】	88
同洲电子试水数字电视合资运营	88
处在融合业务顶端的 IPTV 市场	90
【电信网络】	91
40G 传输设备: 商道急行	91
【终端】	94
LG 和英特尔合作开发未来移动互联网设备	94
【运营支撑】	94
广电规划建百兆速率宽带网络以 3T 对抗 3G	94
韩国制定通信网升级计划	95

市场跟踪篇.....96

【数据参考】	96
思科预测 2008-2013 年全球移动流量将增 66 倍	96
2013 年智能手机年销售量将达 3 亿部	96
我国手机上网用户达到 1.176 亿	97
2009 年 1 月我国手机及其零部件出口统计	98
中小增值电信企业面临融资困境	98
2008 年我国手机行业发展回顾和 2009 年展望	104
【市场反馈】	110
3G 时代扑面而来 手机市场的重大变革	110
政府监管与市场调节形成有效竞争格局	111
中移动 TD 无线座机广东率先测试 上半年正式推出	115

亚博聚焦

2009 电信业发展趋势分析

2008 年的电信业大事不断，每一件事都对未来有着深远的影响：中国正式启动运营商重组，3G 建网热潮也由此拉开帷幕；北京奥运会带来诸多全新的电信业务和应用，极大地鼓舞了人们对未来信息通信生活的信心；自然灾害考验了电信基础设施的应急能力，电信的社会职能因此受到广泛关注；最后，席卷全球的经济危机让电信业危机四伏，同时也促使整个行业加快了重新洗牌的进程。

无论是喜是忧，不平静的 2008 年都已经成为过去，人们现在更关心 2009 年电信业会呈现出哪些新特点。根据我们的观察和分析，在新的一年里，中国电信业将沿着三个方向深入发展下去。

一、移动与宽带继续充当行业发展主动力，3G 技术演进共同迈向 LTE

随着电信重组在 2008 年逐步完成，中国移动、中国联通和中国电信三家运营商都正式获得了移动和固网的服务能力，未来的电信市场竞争也将围绕着构筑移动业务和宽带业务领域的优势而展开。与此同时，由于行业格局的变化，3G 建网引发的后续演进问题也将没有多少悬念地归结到 LTE 身上。

1、移动与宽带市场继续高速增长

近年来，移动和宽带业务为运营商带来了丰厚的回报，由此成为未来电信业发展的主要动力，具有广阔的发展空间。

2008 年以来，中国每个月都新增约 800 万个移动用户，预计年底会用户总数将超过 6.4 亿用户，到 2012 年底预计会达到 9.6 亿用户，四年间吸收约 3.2 亿新增用户。截至 2008 年 10 月的移动业务收入也同比增长了 15.7%，占整个电信业务收入的比例为 54.8%。按照这个趋势发展下去，2012 年将有 70% 的电信业务收入是来自移动业务，总规模接近 8000 亿元。

中国宽带业务的发展也非常迅速，2008 年 1-10 月，固网宽带用户净增 1580 万户，达到 8221.4 万户。在此期间，拨号上网用户减少了 458.8 万户到 1482.1 万户。预计到 2012 年，中国固网宽带用户将上升到 1.6 亿户。

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

2、移动宽带有望成为热点应用

经过多年来的普及和应用，网络已经融入了人们的日常生活和工作，进而产生了对随时随地“连接”的需求，而移动宽带技术和产业的成熟，也及时的为满足这些需求做好了准备。

首先，移动宽带的技术已经非常成熟。现在全球很多移动商用网络可以支持 7.2 至 14 兆，甚至 21 兆比特每秒的下行速率。未来 LTE 和 LTE Advanced 网络，理论下行峰值速率可以达到 150 兆比特每秒和 1 吉比特每秒。

其次，移动宽带的产业链发展也趋于成熟。在终端产品方面，全球有接近 140 多个厂商推出了 1000 多种 HSPA 终端，其中包括了 PC 卡、内置式模块等多种类型，黑莓和苹果近期推出的手机也把支持 HSPA 作为了重要的卖点。此外，越来越多的移动消费类电子产品集成移动宽带功能。比如联想、东芝、戴尔等许多主流笔记本电脑厂商在考虑将移动宽带引为标准配置，导航设备、车载娱乐设备以及游戏和视频设备也开始内置移动宽带能力。

最后，移动宽带已经得到广泛的业界支持。爱立信、GSMA 协会等正在发起一项活动，通过“统一标识”（CIBB）向市场和消费者推广移动宽带。“统一标识”的成员包括以爱立信为代表的网络设备提供商，沃达丰、3、德国电信、意大利电信、西班牙电信等电信运营，以及戴尔、联想、东芝等笔记本电脑厂家。

目前中国虽然还没有正式商用的移动宽带，但市场前景看好。截至 2008 年 6 月，中国有 7310 万基于 GPRS、EDGE 以及 CDMA 1X 技术的移动互联网用户；另根据爱立信消费者实验室 2007 年的报告，中国笔记本电脑市场普及率由上一年的 3% 提高到 5 - 7%，同时有超过 45% 的笔记本电脑用户对移动宽带具有强烈的使用意愿；爱立信消费者实验室 2008 年的报告还显示，在城市用户中，人们通过笔记本电脑使用移动宽带上网的意愿高于手机上网。这些都表明，移动宽带业务在中国并不缺乏用户基础 and 市场需求。随着 3G 的在中国的发展和演进，移动宽带（指的是由 HSPA、EVDO、LTE 等多种技术支持的、迈入兆比特每秒时代的移动宽带）将会成为一个独特的亮点。中国移动已经发现，当前 TD - SCDMA 业务的最大突破口应该是在移动宽带领域。预计在未来 4 年，中国移动宽带用户规模将会达到 1.24 亿，每年平均新增约 3000 万用户。

3、LTE 成为公认的 3G 演进方向

2008 年 11 月高通宣布停止 CDMA2000 后续演进技术 UMB 的研发，转向 LTE，加上此前中国提出的 3G 标准 TD - SCDMA 已经基本确定了 TD - LTE 的演进方向，至此 LTE 成为全球 3G 技术共同的演进方向再无悬念。

在 2008 年之前，美国、日本、韩国以及亚非地区的 CDMA 运营商多有宣布转向 GSM、WCDMA 以及 LTE，2008 年印度两大 CDMA 运营商 Reliance 和 Tata 开始将旗下 CDMA 用户大规模转入 GSM 网，获得 CDMA 网络的中国电信也在不久前表示会

考虑向 LTE 演进。中国移动在建的 TD-SCDMA 网已经明确表示会沿着 HSPA、TD-LTE 的路线发展。而全球主要 GSM/WCDMA 运营商已经承诺，下一步会采用 LTE 升级网络。

诸多迹象表明，从技术研发到实际应用，LTE 都将成为 3G 网络统一的演进方向，从而最终实现移动通信网络之间的互联互通。2009 年电信业仍然会继续建设不同制式的 3G 网络，但面向 LTE 的平滑演进能力将成为一个极为重要的因素。

二、全业务运营加快融合步伐

中国的电信重组造就了三家全业务运营商，未来会有力地推动国内电信领域业务融合、网络融合和能力融合的发展，进而丰富整个电信生态系统，这是国内市场现有的竞争格局所决定的。

1、业务融合推动组合营销

国内三大运营商开展全业务运营，首先考虑的将是业务融合，将不同种类的业务打包和捆绑销售，就是最简单、最原始的业务融合，不过也是一种简单有效的方式。比如用一个号码将手机、固话、宽带帐号、电子邮箱、即时通讯等服务捆绑在一起，给与消费者一定的优惠。

研究表明，通过业务的捆绑能够有效地增加用户的使用量和支出。但是我们也发现，同时提供业务捆绑和独立业务两种方式能取得更好的效果，其中涉及到了用户心理方面的因素，这表明业务融合远比我们人们想像的要复杂。比如向手机用户收费提供一定的数据流量，消费者可能比较慎重；如果允许用户免费浏览网页，但下载歌曲或畅销电子书，需要向内容提供商付费，用户的顾虑就会很小，尽管费用里面已经包含了网络流量费。在这种复杂的条件下，我们需要深入了解用户的需求、购买意愿、心理价位，以及业务内容和应用偏好等，这是实现高层次业务融合的唯一办法，也是构建全业务运营能力的关键。

2、网络融合支撑全业务竞争

随着竞争向深入发展，简单的业务融合将很难树立全业务竞争优势，必须考虑网络融合。

网络层面的融合是全业务运营的物质基础。目前全业务宽带方案已经能够随时随地无缝地向用户提供高速的电话、电视和互联网等业务接入，而且使用任何设备都能够轻松访问相同内容和服务，是业务融合最便捷的接入方式。IMS 则是业务融合创新和提供的平台，能够帮助运营商跨越不同网络之间的障碍，在现有业务基础上推出操作便捷、性能可靠且能够创造利润的具有吸引力的多媒体业务。融合计费是运营商通过提供融和业务取得收入的最佳保障，还可以有效地提高用户满意度，改善与业务伙伴的合作。

目前国内运营商尚未启动全业务宽带的建设，正处于方案设计阶段，尝试将

固网、移动网络放在同一个平台上进行测试。IMS 则已经被部分运营商接受，实现了固定业务跟互联网应用的融合，或者移动业务与互联网增值业务的融合。如果运营商决定开展全业务运营，可以在前期完成的平台基础上迅速形成真正的全业务网络，帮助运营商更快推出新业务，同时尽可能节省开支。

3、产业链融合寻求合作共赢

一个开放和不断丰富发展的生态系统是电信产业长期发展的保证，需要尽可能多优秀的人才和企业参与。而全业务运营促进了从 ICT 单一产业链结构向 TIME (Telecom, Internet, Media and Entertainment) 型生态系统的转变，由此形成的融合环境吸引着众多的产业内和产业外的参与者，传统的产业间壁垒被逐渐打破，产业链不再是单向和唯一的，上下游的界限也逐渐模糊，最终形成一个健康、稳定成长的生态系统。

另外，产业链各方还需要将各自的优势、核心能力进行有机整合，创造出融合的全业务运营环境和能力。在未来的电信产业中，全业务运营能力将是电信产业核心的竞争力，这种能力将更多体现在对未来电信业生态系统的把握上。

三、电信业创新推动社会、经济可持续发展

经历了 2008 年的自然灾害和经济危机，中国各界都对电信产业赋予了更多支持社会长期稳定发展的责任。电信业一方面加强电信网络的容灾、应急能力，另一方面，在国家的支持下，以加大电信固定资产的投入来拉动经济增长、改善基础设施环境，承担起支持社会发展的责任。为此，电信业将在 2009 年不断进行业务创新、技术创新和机制创新。

1、电信投资活跃，带动宏观经济增长

2009 年中国电信运营商将积极完善电信覆盖，降低用户进入门槛，不断提高电信业务和产品的渗透率。有研究表明，移动渗透率每提高 10 个百分点，就能够推动发展中国家国民生产总值 (GDP) 增长约 1.2 个百分点。未来 4 年，由于中国将持续加大电信投资以完善网络，移动用户将新增约 3.2 亿户，只此一项就能推动 GDP 增长约 3 个百分点。

2、创新业务帮助完善公共事业

目前传统业务的增长空间非常有限，必须依靠业务创新才能实现和保证未来的增长，其中用户参与内容创造和 P2P 可能是重要发展方向。最近中国移动在其 DSN 架构中采用了 P2P 通信模式是进行业务创新的积极举动。全业务宽带和 IMS 同样是很好的业务创新平台，可以充分满足用户对个性、共享和互动的需求。借助这些新业务，可以建立覆盖偏远地区的远程医疗系统、远程教学系统等，创造极大的社会效益。

3、节能减排持续进行，创新应用促进低碳经济

2008年无疑是通信产业的“绿色年”，各大媒体和行业活动中充斥提高能源利用率、减少资源占用的讨论。运营商对节能减排的空前重视，与设备厂商经过共同努力，利用各种创新的软、硬件使网络能效获得了显著提高。

但鉴于通信产业本身的二氧化碳排放量与其对GDP做出的贡献相比，已达到极低的水平，2009年在断续深化自身减排的同时，创新的通信应用对整个社会节能降耗的积极影响将引起更高的重视。固定宽带进一步普及和移动宽带的飞快发展，将为诸如电子政务、电子商务、远程教育、远程医疗等虚拟化社会沟通手段的发展创造有利条件，从而更加有效地减少人们出行次数的增长。

4、超级互联排解城市发展难题

北京在举办奥运会之后，并没有完全取消车辆的限行办法，引起了国内对城市化发展的忧虑。城市化进程是21世纪以来中国社会发展最伟大的进程之一，每年有将近2000万的城市化新增人口，有力地支撑了中国社会经济的发展。但是城市化同时也带来了更多的问题，如资源短缺，环境污染，人口膨胀，交通堵塞和城市贫困等等。如果建立起无所不在的互联网络，形成一个超级互联城市，让信息流像水、电一样通过高速通道传递到每一个人身边，人们不用再聚集在一起处理事务，那么许多交通、旅行费用和资源都可以节省下来，大大的缓解城市快速发展之后的诸多难题。超级互联城市不会一蹴而就，但是运营商会遵循这个思路逐步完善网络和业务体系，从中挖掘商机，同时也为现代社会的长期稳定发展作出贡献。

2009年对于中国电信业来说，挑战与机遇并存。一方面，电信业可以借助国家拉动内需之机加快网络建设，尽快实现3G网络商用，甚至及早尝试全业务运营、发展创新业务，为未来做好准备；另一方面，重组之后的资源整合费时费力，一些运营商还面临着严重的客户流失，经济危机对国内的影响可能会陆续在用户增长、利润等方面体现出来，对电信企业的管理和应对能力提出了严峻的挑战，这些都需要我们在2009年中去认真面对。来源：VOIP中国网

[返回目录](#)

基础电信市场竞争趋势分析

随着电信业的重组，我国电信业将形成新的市场格局，市场竞争会出现新的特点。这次电信行业的整合，结果会在多大程度上实现预期效果及促进整个产业的发展，显然现在还不能做出断论。基于此，对我国基础电信市场以往的竞争状况进行分析，能够为重组后的电信市场竞争提供借鉴，对于我国电信业的发展具有现实意义。

基础电信市场竞争的特点

(一) 同质化竞争为主

我国基础电信市场竞争特征是同质化，主要表现在：服务对象同质化，都是面对电信整体市场；竞争手段同质化，价格战是主要的竞争手段。

基础电信业务市场由于历史原因，除通信法规的限制外(不同通信公司，业务种类有所限制)，电信运营商在服务对象、服务种类、竞争手段等方面大同小异。由于经营许可的限制所造成的通信技术差异，被相互进入和替代所模糊，比如，移动通信运营商，利用 2.5G、3G 技术进入互联网市场；其他电信运营商，通过 IP 电话进入固定长途通信市场。我国电信市场竞争激烈，同质化是一个重要原因。

(二) 价格竞争激烈

各种通信业务市场以同质竞争为主，各电信运营商的营销重点是以资费下降的方式，争夺市场份额，特别是争夺低端用户市场，主要集中在价格战上。在电信业务领域，一直以来都以价格竞争抢占市场份额，并没有形成电信市场的良性发展局面。

(三) 不正当竞争

任何市场竞争应当遵守规则，但现在的电信市场竞争夹杂着许多不正当竞争内容。常见的表现形式有：在广告宣传上，内容虚假或含有诋毁竞争对手的内容；在业务推广上，采用不正当手段挖走竞争对手的用户；在互联互通上，人为设置技术障碍；在通信建设上，阻挠竞争对手的工程；在通信资费上，大打违规的价格战。

电信市场竞争主体的变化

电信技术的进步促进电信业务全球化，这又促进形成国际电信市场的竞争。随着电信市场参与竞争的主体日益增多，市场竞争主体范围越来越广泛，趋于全球竞争。

首先，除了传统的电信运营商，铁路、能源、电力等部门也加入电信市场竞争。其次，以前许多运营商一直希望能提供集固定、互联网和有线电视于一身的“三合一”业务，如今“四合一”服务(即在“三合一”的基础上加上无线服务)也具有了现实的发展基础。为了追求更大的利润空间，更多领域的运营商开始参与到融合服务的队伍中，其中包括固网运营商、无线运营商、有线电视运营商、互联网服务提供商。尽管其间有管制的因素，同时，不是每个地区、每个领域的运营商都有机会开展这种“四合一”的服务，但是，在未来的发展中，随着市场竞争的愈发白热化以及用户需求的多样化，融合类服务将为运营商提供更大的发展空间，这已经成为全球通信业发展趋势，这将促使更多的行业有机会参与电信业务市场竞争。随着我国电信行业的逐步开放，欧美、日韩等国家的电信企业利用资金和技术上的优势，也将进入我国通信市场，参与通信市场竞争。

电信市场竞争趋势

近年来,我国电信市场的价格战愈演愈烈,引起了运营商、消费者、监管部门和国外投资者的共同关注。运营商们一方面痛恨价格战,另一方面又不断地以降低价格为手段获取更多的市场份额。电信收入结构表明,新增利润主要来自于企业生产效率的提高以及企业成本的降低。过量的价格战,导致通信企业增量不增收,每客户的 ARPU (Average Revenue Per User, 每客户平均收入) 值迅速下降。ARPU 注重的是一个时间段内,运营商从每个用户所得到的利润。很明显,高端用户越多,ARPU 越高。在这个时间段,从运营商的运营情况来看,ARPU 值高,说明利润高,这段时间效益好。投资者不仅看企业现在的盈利能力,更关注企业的发展能力。ARPU 值高,则企业的目前利润值较高,发展前景好,有更好的投资价值。

恶性价格战,不符合国家通信发展规划,随着 3G 时代到来,未来的电信市场竞争将由目前的价格竞争,转化为差异化服务、产品竞争、品牌竞争和渠道竞争。

(一) 通信差异化服务和产品竞争

当今时代是一个物质产品丰富、消费需求多元的时代,消费决策由被动型向主动型转化,由从众型向个性化发展。电信市场竞争重点将转向细分市场,要求实施产品和服务差异化战略,以此满足消费者多样化需求,同时,消费者愿意支付较高的价格。

各电信运营商的产品,其核心价值相同,所不同的是性能和质量的优劣,市场竞争重点体现在差异化的产品上。对于电信行业来说,目前移动和固定通话业务发展相对成熟,运营商们为了提高 ARPU 值,纷纷致力于开发电信增值业务,使其成为新的利润增长点。各运营商试图不断开发新的电信增值业务,从而使产品差异化竞争,成为电信市场竞争的重要方式。如韩国 SK 电讯公司,在进行市场细分时,以 5 岁为一个客户群进行业务设计,从 18 岁以下到 60 岁的客户都有专属的业务。其中 Nemo 项目可以通过手机支付地铁票,也可在指定餐厅、百货公司刷卡消费,费用与手机账单合并计算。SK 电讯公司在推出此业务的一年时间内,客户就发展到 300 万,占韩国移动客户总数的近 10%。可见,通信业的竞争已开始由网络技术、价格竞争,逐步演变为差异化服务竞争,这是通信市场竞争发展趋势。

(二) 通信市场品牌竞争

品牌要完全摆脱价格战的阴影。目前电信运营商在品牌战略方面,还是以资费要素为主要的表现形式,新的品牌就是一个新的资费套餐形式。在这种情况下,品牌不会产生溢价,反而成了价格竞争的精美包装,目前,公认比较成功的“动

感地带”品牌，也没有脱离价格的影子。未来电信市场的品牌竞争，就是要通过建立强势品牌，提高企业竞争力，摆脱价格战影子，让通信品牌给企业带来品牌溢价。如韩国 SKT 是品牌经营的典型，SKT 的资费在韩国三大运营商中最高，但是，其用户流失率很低，这得益于强大的品牌竞争力。

品牌运作要处于战略层面，而非战术层面。电信企业的品牌分为企业品牌、客户品牌和业务品牌。运营商的品牌运作，目前更多放在战术层面上，宣传的重点主要放在业务品牌上，目的在于扩大市场占有率。运营商的品牌运作应当着眼于长期的品牌建设，重点是企业品牌建设。战略意义上的品牌，不是推出多少种业务品牌，因为业务品牌会随着业务的升级换代消失，而企业品牌可以长存。

品牌要体现独特个性。在市场品牌竞争中，各个运营商的客户品牌，其目标用户群应该互相避开。业务品牌内涵要体现自己的特色，加强产品的竞争力。“品牌名称”和“品牌内涵”两手抓。运营商打造品牌，进行新业务宣传，既要强调品牌名称，还要增加用户体验传达品牌内涵。如中国联通公司品牌图标是中国结，其品牌内涵是情感沟通。

可见，品牌战略是个长期系统的工程，通信运营商要提升品牌竞争力，实现品牌领先战略，需要理论和实践的不断探索，但是，电信市场竞争由价格竞争转向品牌竞争，这是通信市场竞争发展的必然趋势。

(三) 通信渠道竞争

渠道是宣传业务、发展用户、提供优质服务的重要环节。渠道的优劣关系到企业市场竞争力，电信运营商渠道竞争策略包括以下几方面。

改造自有营业厅。电信运营商的自有营业厅承担了对全部渠道体系示范和引领的作用。我国现有主要运营商均有自有营业厅体系，这些营业厅除销售之外，还承担了客户服务功能，在视觉信息传播、市场信息采集方面，仍有一定的提升空间，如对现有营业厅进行 VMD(可视化营销策略)的改造。我国电信运营商提供的业务种类多，结构复杂，因此运营商需要付出大量的营销努力以构建品牌忠诚。业务设计和资费吸引，只是用户造访店面的必要条件，而 VMD 则是促成这一行为的关键。VMD 不仅仅是华丽的橱窗与装修，更重要的，它是渠道，是促销体系，是差异化营销战略体系，能够提高营业厅和产品形象，营造令人愉快的店内气氛，并能提高销售效率。

代理体系改造。代理体系渠道占据了目前销售体系的最大比重，它们数目众多，且在形式、规模、紧密程度上有很大的差异，但是，代理渠道的所有权不在通信运营商。代理商和运营商之间是一种供销合作关系，经济利益决定了双方的合作关系。运营商需要通过这一类渠道，增强渠道竞争力。代理商通过业务代理获取销售收入。代理商行为是否规范取决于代理商的素质。素质较差的代理商，

甚至不惜在电信代理业务上降低价格，其目的促进终端销售业务增长，这样可能导致通信价格体系混乱，损害电信运营商的声誉。

另外，数据业务种类繁多，变化速度快，结构和功能复杂，不易被用户理解，用户要求提供服务咨询活动，这是产品延伸价值，即服务价值。为此，要求对以销售为主的渠道进行管理体系的改造，并转化到销售和服务并重的经营形式。

增值合作商渠道。代理体系仅仅在业务下游与运营商合作，而增值合作商与电信运营商的合作更加紧密，其范围不仅包括销售和客户服务领域，还包括业务设计、内容提供、网络运营、市场运作等。最早的移动通信业务主要针对行业用户和公众用户，通信公司为他们提供无差别的服务，此后通信公司逐渐与其他行业联合，共同开发新业务。如中国移动在动感地带业务上与麦当劳合作，中国联通在 BREW 上与建设银行合作，这些是品牌和业务设计上的联合。在未来大融合时代，各个行业实际上是趋同的，针对用户需求，广电、传媒、金融、电力、汽车等行业的企业，完全可以提供相同的用户解决方案。借助于信息系统，用户可以在电信运营商处办理银行业务，也可以在银行办理电信业务，目前的手机钱包业务已经表现出这一趋势。这种渠道类型实际上更是一种战略资源，适合所有的电信运营商。

直复营销渠道。所谓直复营销，就是消费者通过非人员的媒体接触商品或服务后，通过电话、邮件、电视、互联网，以及其他媒体来完成订货和购买的销售方式。直复营销的形式有数据库营销、一对一营销、个性化营销、关系营销等，其共性是利用多种途径，针对个体沟通进行非店面式的销售。目前的电信运营商均具有成熟的客户服务热线体系，客服热线作为渠道，既方便了用户，又为现有的渠道体系做了有效的补充。

未来市场渠道竞争中，直复营销渠道具有广阔发展前景，其中，互联网将起重要的作用。用户强调电信需求的个性化，企业为用户所选择的业务组合千差万别。不同的业务对手机终端的配置提出了不同的需求，互联网较好地支撑了这一销售目的，同时，很多数据业务依赖于互联网来实现。互联网渠道由于对现有渠道体系冲击较大，因此更适合具有创新意识新进入者加入。

综上所述，随着我国电信企业垄断经营局面被打破，电信竞争机制的逐步建立，以及电信市场陆续对外开放，电信业务市场竞争更加激烈，这为我国通信事业既带来了机遇，也带来了挑战。电信实践需要理论的指导，同时，电信实践经验需要总结，并上升到理论。这就需要人们观察分析电信市场的发展变化，不断探讨新的问题，促进电信市场健康快速发展。

参考文献：

1. 安伊. 试论分销渠道策略成为企业主要竞争策略的原因[J]. 现代商业,

2008 (3)

2. 张晓铁. 关于电信资费调整与改革的探讨 [J]. 电信软科学研究, 2005 (6)
3. 修荣腾. 整合时代来临, 电信市场理性竞争将成为主流 [N]. 通信信息报, 2005-1-5 来源:《商业时代》2008 年 29 期

[返回目录](#)

2009 年亚太区电信市场十大预测

IDC 日前就 09 年亚太区电信市场发布了十大预测, 称尽管全球经济减速, 但亚太区 (不含日本) 的电信行业将继续保持投资势头 2009 年, 亚太区 (不含日本) 电信网络业面临着近十年来最严重的经济滑坡。

然而, IDC 认为, 整个地区电信行业将经受住经济低迷的考验, 各运营商和电信厂商将重点投资于战略性项目和技术, 从而推进创新型产品和服务的落地。这将使他们能够保持领先的竞争地位, 提升竞争性客户份额, 并确保商业灵活性, 从而优化现有投资并降低整体 IT 支出。

IDC 亚太区管理服务与企业网络研究经理 AdrianHo 表示: “该地区长远的经济前景仍然非常光明, 因此, 我们预计运营商和企业不会沉潜或关闭投资闸门。在这样的经济时代, 我们预计运营商将继续投资下一代移动和 IP 基础架构, 企业将把重点放在能帮助他们提升 IT 和成本效率的技术上, 从协作工具、软件即服务 (SaaS), 到数据中心联网技术。”

不过, 对当前经济减速最直接的反应主要集中在成本管理方面。企业无论规模大小, 在信息通信技术等支出方面都会更为保守。成本管理是抗击当前金融风暴至关重要的手段, 但考虑到亚太地区长期的增长潜力, 投资仍将继续。

IDC 预计, 2009 年亚太区 (不含日本) 电信服务市场规模将达 2530 亿美元, 年涨幅为 8.9%。2009 年, 该地区企业网络开支预计将增长 9%, 达 103 亿美元。数据中心网络和向全 IP 平台迁移方面的持续支出将是这种增长的主要推动因素。电信运营商设备市场将保持 3.9% 的增长率, 市场总额将达到 527 亿美元。

AdrianHo 补充说: “行业领导者需要采取灵活措施才可平稳度过 2009 年。我们预计, 基础架构和服务支出仍将保持增长, 而且, 如果我们现在不付出努力和成本, 最终我们将付出最大的成本。每个人都应该为经济复苏提早准备和谋划, 以保持领先。”

以下是 IDC2009 年亚太区 (不含日本) 电信业十大预测。IDC 认为这些预测代表着电信业的主要趋势, 会给整个亚太区 (不含日本) 电信市场带来最重大的财务冲击或长期的市场影响。

1. 经济低迷中反思运营商策略并为经济回升作好规划

按照电信服务提供商的市场份额定位和财务状况, 全球经济减速以不同方式

对电信服务提供商产生了影响。本条预测分析了陷入困境的金融信贷市场对服务提供商、网络设备提供商及技术采用产生的影响，采用经济衰退和严重衰退两种经济场景进行分析。IDC 预计，在经济衰退时消费者会更加谨慎地订购新服务，同时中小型企业 and 大型企业都将削减在新增电信带宽和网络基础架构方面的开支增长。而在严重经济衰退时，会出现中小企业和大型企业破产以及大量失业。这将导致运营商在电信宽带和网络方面支出紧缩，同时，运营商会推迟采用新兴技术，因为消费者会推迟采用。

2. 虚拟协作应对 2009 年的经济形势

企业和劳动力市场的日益分散，商务旅行预算的收紧，以及招聘预算的冻结都在挑战着业务流程和协作的顺畅运行。这些限制已迫使企业更多地依赖技术来促进协作。IDC2008 年统一通信与企业 x.0 调查结果表明，对协作的需求是亚太区（不含日本）企业采用统一通信技术的最大驱动力。

3. 下一代企业数据中心的特征是虚拟化和最优化

对大多数企业来说，运行和经营数据中心是企业最消耗资源、最昂贵的项目之一。由于经济不景气，IT 经理们面临的挑战是既要降低整体运营成本，又要提供更好的应用性能。IDC 认为，熟悉服务器和存储虚拟化的组织将开始转向网络，以期进一步节约成本。网络将是数据中心虚拟化应用的下一个前沿领域。

4. 应对网络拥塞家庭基站（Femtocells）是现有运营商的大救星

随着市场进入“随时随地”连接的时代，越来越多的人依赖于便携设备来完成工作。大多数现有运营商已经认识到这一趋势，并尽其所能提供最好的服务。为使自己能脱颖而出并吸引更多的客户，运营商在寻求各种方式增加其带宽范围。IDC 认为，对于拥有固定和移动两种业务许可证并有必要的资金完成网络升级的运营商来说，家庭基站能够提供可扩展的解决方案，从而改善网络覆盖。

5. 可重构无线基站的时代：软件无线电技术

现代运营商面临的挑战之一是将业务扩展到移动宽带或固定宽带的成本越来越昂贵。管理一家或多家厂商的多台基站设备的成本效率越来越低。在一个运营商争夺覆盖范围的时代，这些基站已成为资产负债表上的核心资产，对运营商来说，这代表着潜在的收入。IDC 认为，采用比硬连线提供更大灵活性和更强功能的软件模块——软件无线电技术，有助于运营商更好地管理这些基站。

6. 小型企业的宽带选择：移动宽带和无线宽带-WiMax 和 HSPA 技术

许多小型企业已经开始为其移动网络部署 3G 网络及现有 HSPA 移动宽带网络。从商业角度讲，这样做比购买更昂贵的固定线路宽带接入要好。虽然 WiMax 网络提供了与 HSPA/HSDPA 网络相同的承诺，但是，只有当 Wimax 建立起适当的商业模式和广泛的网络覆盖后，其威力才能显现出来。

7. 将无线回程迁移到 IP 网络

现代移动运营商面临着部署下一代网络（NGN）设备的挑战，下一代网络设备可以提供可扩展带宽，移动运营商采用固定费率或封顶费率定价方式，以吸引更多的消费者。如果回程没有可扩展带宽，运营商将难以管理运营成本和资本支出，并且由于增加带宽的限制，运营商无法提供新的多媒体业务或丰富的无线业务，从而使自己处于不利的竞争地位。IDC 认为，这些因素足以促使移动运营商进行这种迁移。

8. 网络运营中心的融合

面对全球经济下滑，综合运营商面临的挑战是，既要建设一条融合业务路径，又要提供高质量服务，以维持和扩大用户群。运营商也面临创造更多利润、创建更为有效的业务流程和网络管理的压力。亚太地区几乎所有综合运营商都面临一个典型情况，即各项业务的网络运营中心都是独立的。而且，如果涉及多家供应商，则每个供应商网络都会有一个独立的网络运营中心。因此，IDC 认为，实现网络运营中心的融合是向下一代网络和融合业务基础架构演进的必要、合理步骤。

9. 软件即服务的再生：凤凰涅槃

软件即服务（SaaS）从 Salesforces.com 推广一开始便走了很多弯路。主要是由以下几个因素造成的，如数据安全问题、企业密集应用带宽可用性问题以及缺乏“大牌”服务提供商在该地区推动此概念。全球经济减速导致业内纷纷加强成本管理，企业模式从资本支出转向运营支出管理。这为软件即服务（SaaS）技术的“复活”创造了机会。低前期资本支出以及典型软件即服务应用对升级降级的简化已吸引了众多的目光。此外，许多“巨头”（如思科、惠普和 IBM）也搭上了这班车，积极向客户推广这一概念。

10. 可重构型光分插复用器（ROADM）时代的来临

固定线路运营商面临的挑战是必须同时满足居民区和商业领域的需求。现在带宽需求的增长比以往任何时候都高。不断推出的标清电视、高清电视、视频点播以及更成熟的城域以太网业务，迫使运营商必须满足网络对处理繁重数据交换业务能力的需求。对网络管理来说，这很可能成为一场噩梦。因此，需要提供一个更加智能化的解决方案，来帮助网络所有者。IDC 认为，可重构光分插复用器可能是一个较好的网络管理解决方案。

IDC 年度亚太区（不含日本）电信行业十大预测得益于 IDC 的最新研究成果以及 IDC 全球 900 多名分析师的集思广益。此后，我们进行了广泛的地区评审，以权衡其中主要的行业事件、用户趋势、供应商战略和经济措施，从而对影响和推动 2009 年亚太区（不含日本）电信市场的技术发展趋势做出了独到的判断。

来源：《人民邮电报》2009年2月17日

[返回目录](#)

安永：今年电信业存十大风险

“电信行业今年面临最大的风险是客户正在向新进入市场的非传统电信运营商流失。”安永与企业战略顾问机构 OxfordAnalytica17日共同发布的《2009年安永电信行业风险报告》显示，“该风险在电信业十大风险中排名第一。”

报告指出，互联网公司、有线电视运营商和设备制造商等非传统参与者，对于传统电信运营商而言在今天既是合作伙伴，又是竞争对手；这些非传统运营商正在试图争取传统电信运营商的客户群。对于传统电信运营商而言，失去对客户的拥有权将意味失去与同客户的交互、忠诚度的减少、部分客户价值的流失，并最终完全失去该客户。

报告称，为了应对这一趋势，各公司正在开发新的能力，并向基于软件应用和交易服务方面转变。

电信业十大风险中的其他风险还包括，监管风险的重要性日益提高，管理不当的战略合作关系被视为一项不断冒升的风险，吸引和管理人才是今年首次被视为电信运营商面临的十大风险之一。还有预测技术和基础设施回报率方面的不准确、未能从新业务模式中产生持续性现金流、欠缺管理整合和并购能力、不恰当的支持策略的流程与系统、隐私权和安全风险、控制和降低成本的能力欠缺。

来源：《上海证券报》2009年02月18日

[返回目录](#)

应急调度通信市场 2008 热点回顾

2008年中国屡屡遭受了诸如地震、雪灾、火灾等等这些重大灾难，并召开了奥运会这样举世瞩目的重大活动。在这些大型事件中所表现出来的重重问题，使政府和相应部门陷入了深深的反思，也促使通信业内人士重新去审视暴露出来的传统调度通信的种种弊端。

参与这些灾难或大型事件处理的人都会思考：为什么传统的调度通信系统不能满足这些事件的调度指挥需求？这些重大事件又对调度指挥系统的设备和技术提出了哪些新的需求？

现在就让我们来回顾一下 2008 所发生的这种重大事件，以及市场对调度系统的技术和解决方案的新的需求。

1、南方雪灾：复合型突发事件的调度指挥/多媒体应用

年初的南方特大雪灾，致使成千上万人被困车站或路途之中，电力、交通发生严重瘫痪。这次雪灾一是来势凶猛，二是正逢春运期间的人流量骤然增多，2

个突发事件的叠加，成为“复合性突发事件”，这直接导致了灾难翻倍式的升级。那么如何去解决这样的涉及多个部门的复合型突发事件的调度呢？

2、汶川地震：灾难现场临时紧急移动通信系统的建立

在汶川地震中，无数有线交换局、无线基站、传输光缆被毁坏，致使救灾部队和医疗人员、抢救人员以及各级部门等不能进行及时有效的联系和接受整体指挥。在这种情况下之下，如何能在最短时间之内，建立起新的应急通信系统和指挥调度系统来实现灾难现场通信呢？

3、奥运会（特大型活动）：统一联动指挥和融合通信

8月奥运，各国首脑皆聚北京，特定时间和区域范围内的人数达到十万甚至数十万量级，一旦发生突发事件，或是爆炸、或是人员伤亡、或是建筑设施发生坍塌等，将会造成不可挽回的国际影响和巨大损失，这仅仅通过传统老旧的PSTN调控指挥系统是远远不能满足的。如何去使各部门实现统一联动指挥，融合各种现代通信技术来实现对难点问题的解决？这不仅是这次奥运会的需求，更是今后类似重大活动的一致需求。

4、大兴安岭火灾：多媒体技术和漫游通讯的应用

年中前后的内蒙古大兴安岭乌尔旗汉发生了森林火灾。怎样运用现代调度通信技术去调控和指挥覆盖面积广、火灾点容易死灰复燃以及燥热天气所带来的难点问题，使损失降到最低呢？

2008年这一系列重大事件表明，以传统PSTN模拟交换技术为主的调度系统，已经远远不能满足现代调度系统的需要。总结一下，传统PSTN调度系统主要有以下弊端——

1、应急性差：在发生类似于汶川地震或是雪灾的情况下，传统的PSTN线路由于容易遭到破坏，所以因为线路问题而无法实现应急调度，而且在紧急情况发生时，无法与其他通信系统实现联动来降低应急速度

2、移动性差：调度台与调度控制系统之间需要连接大量音频线和信号线，给移动带来不便

3、兼容性差，投资高：一旦更换交换机，则由于无法兼容其他设备，需要同时更换调度系统，需要的投资较大

4、不支持现代数据、语音和视频的融合应用：传统设备无法支持更为准确、实时的新型多媒体技术的应用，也由于底层传输网络的技术而难以实现

5、管理性差，无法实现统一联动指挥：由于技术手段的限制，致使其无法实现跨越地理区域和跨部门的统一联动指挥，遇到需要跨越多个行业多部门的统一协调指挥，则会完全陷入被动

在2008年的这些重大事件中，最终起到挽回损失并发挥巨大作用的，正是

采用多媒体技术的调度系统，这种新一代的调度系统在兼容性、可移动性、可扩充性、便利性、经济性等方面都具有重大突破。经过了 2008 年各项重大事件的重重考验，该技术解决方案已然一跃成为市场主流。

2008 年，涌现出来比较典型的技术包括：分布式架构、移动性、多媒体化、平台化技术等，技术特点大致如下——

1、应急功能强大：与传统 PSTN 设备单一线路遭受破坏即无法通信不同的是，多媒体调度系统在发生紧急情况时，拥有多重线路选择，他可以联动 IP 有线、WiFi、PSTN、GSM、CDMA、卫星线路、McWiLL 无线等多种通信系统，并且可以实现统一联动，保障整体应急调度线路的畅通。

2、分布式架构：2008 年政府各级部门面临重大事件时，议论最多的就是如何实现跨越区域和行业部门机构的统一联动指挥，因为大型事件往往不是一个部门能够独立解决的。分布式架构就很好的解决了这一问题难点，使应急部门能够提升其整体调度指挥管理的有效性和整体性，避免出现有命令无法下达和指挥的重大问题。

这在类似于年初雪灾这种复合型突发事件以及奥运会这样的大型活动项目上，可以发挥巨大作用。

3、移动性：汶川地震致使所有传统通信设备瘫痪，关键时刻是上千辆移动通信车的出动使汶川地震救灾现场形成了一个小型指挥调度中心，及时抢救了众多人民的宝贵生命。多媒体调度系统可以配合微波、卫星、WIFI、SCDMA、GSM 等无线通信网络工作，而且多媒体调度系统采用的交换设备体积远远小于传统设备，使得系统具有了传统调度系统不具备的可移动性，能够将整个系统安装到车辆上面，满足应急通信等移动部署需求。比如 zed-3（捷思锐）科技的车载调度台就在汶川地震中大堪其用。

4、多媒体技术：类似于雪灾这样的复合型突发事件的处理，一些类似于视频、准确数据传输、图片传输等功能，就可以使管理机构克服地域限制以及语音不准确的限制等因素，可以远程实时了解各地的状况并作出准确分析和指挥。

类似于火灾这样的重大事件，则出现了电视电话会议、雷电气象探测数据和卫星云图的图片传输这些多媒体技术，使火灾的预防工作以及发生之后的扑灭工作具备了更为丰富和科学的管理手段和监控手段，联同依靠漫游通讯技术在全林区实现多媒体数据通信和语音通信技术，实现多媒体化管理等。

5、融合通信：在 2008 年，融合通信不再是概念，计算机技术与通讯技术的融合在调度通信技术方面体现的尤为明显。在多媒体调度系统中，开始融合了内置专业会议系统（预约会议、触发式会议）、灵活接口（使之与现有语音网、无线网、视频监控系统的对接）、与业务系统的集成（包括数据发送业务和管理平

台等，如通过操作 web 管理平台可实现群发短信等功能）。

2008 年的调度通信市场经历了一次带有历史事件意义的洗牌，基于传统 PSTN 模拟技术的调度系统已经远远不能满足现代社会和各行各业对调度指挥的需求，传统调度技术和产品开始逐渐退出舞台，基于多媒体技术的调度系统开始成为调度通信市场的主流。

那么，2009 年的调度通信市场，又会是一番什么样的景象呢？笔者斗胆做出如下预测：

1、2009 是调度通信蓬勃发展的一年：经过了 2008 年国家级事件对整个市场的洗牌，人们对应急通信和新一代多媒体调度系统的认知已经趋于明朗化。因此，2009 年将会是调度市场蓬勃发展的一年，并将在 2010 年和 2011 年达到发展高潮，传统 PSTN 届时将会完成其历史使命，退出调度市场的历史舞台。

2、多媒体为基础的融合通信成为主流：以往通信是通信，信息是信息，现在随着市场表现出来的明显需求，信息技术和通信技术在以 IP 为基础实现融合。

3、多媒体调度系统（MDS）成为第二代技术：经过了 2008 几项重大事件的实战检验和光荣洗礼，多媒体调度系统（MDS）将在 2009 成为市场主流和成为代表第二代调度通信技术。它不仅具有语音、视频、数据等功能，还具备准确、实时、管理性强、兼容性强的特点，是市场的必然选择。

目前市场上的多数调度通信厂商依靠其行业资源关系在某 1 个或几个行业中占有一定的市场份额，而市场中占据绝对统治地位的就是 Zed-3（捷思锐）科技，这也是调度通信市场中的唯一一家综合应用型企业，在各大行业中均有应用解决方案的典型代表，也因此而在 2008 年的地震、奥运、雪灾、大兴安岭火灾等重大事件的调度通信中具有卓越的表现。

为了了解典型厂商在 2009 年市场中的主导战略思路和技术走向，笔者特地去采访了 ZED-3（捷思锐）公司的总经理邢文华先生。

邢文华先生说：“zed-3（捷思锐）在政府应急、平安城市、港口、公安、军队、油田、煤矿、机场、铁路等行业领域都具有代表性应用。因此，从某种意义上讲，zed-3（捷思锐）也担负着调度通信市场整体技术发展的责任。应政府和各个行业客户的需求，也为了使政府应急以及各个行业的调度管理更具有现代管理性和前瞻性，zed-3（捷思锐）将在 2009 年继续加大研发力度和投入，采用更为先进的技术手段和方案来解决相应的问题。2009 年，zed-3（捷思锐）还将在移动业务，诸如 McWiLL、WiFi 等不同类型的终端以及视频在系统中进行使用和检验等工作等。”

在此，也让我们拭目以待，看 2009 年的调度通信的市场，将会具有何等程度的发展和壮大，届时笔者将会对热点技术和应用进行追踪报道。来源：计世网

2009年2月18日

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

电子信息产业振兴规划获批：明确三大重点

18日，国务院常务会议审议并原则通过了电子信息产业调整振兴规划。规划提出，振兴我国电子信息产业，必须强化自主创新，完善产业发展环境，加快信息化与工业化融合，着力以重大工程带动技术突破，以新的应用推动产业发展。

资深电信专家陈金桥表示，无论是出口还是进口，电子信息产品都占有很大的比重，电子信息产业对拉动经济增长、安排就业等方面的作用巨大。此次出台的规划提出加大投入、强化自主创新、加强政策扶持等措施，好处很多。

来自国家发改委的数据显示，受金融危机影响，2008年，我国电子行业增加值比上年增长12%，增幅同比回落6个百分点；出口交货值28804亿元，增长10.2%，回落9.4个百分点。

更为严重的是，2008年1至11月，电子行业累计实现利润1232亿元，同比仅增长1.1%，增幅同比回落15.2个百分点。

规划确定了今后3年电子信息产业的三大重点任务：一是完善产业体系，确保骨干产业稳定增长；二是立足自主创新，突破关键技术；三是以应用带发展，大力推动业务创新和服务模式创新，强化信息技术在经济社会各领域的运用。

“无论是产业升级，还是自主创新，这三大重点任务里面的任何一个，只要做好了，就会带来巨大的经济效应，并创造大量的就业。这里面其实面很宽广的，甚至只是一个技术标准的突破，就会极大提升产业规模。”陈金桥说。

据陈金桥透露，未来3年中国对3G的公共投资总额将可能达到1.8万亿元至2万亿元人民币。另有数据显示，开放3G市场将每年增加100万个就业机会和1800亿元的GDP，这对于全力“保增长”的中国经济来说，无疑是一大利好。

规划提出，要加大投入，集中力量实施集成电路升级、新型显示和彩电工业转型、第三代移动通信产业新跨越、数字电视推广、计算机提升和下一代互联网应用、软件及信息服务培育六大工程，鼓励引导社会资金投向电子信息产业。

渤海证券电信行业分析师认为，电子信息行业振兴规划推出后，各级政府将加大对信息产业的投资力度，加快本地区的电子信息建设项目。预计政策将会有效推动出口增长、刺激消费，消化电子信息产品的库存。

规划还提出，要加强政策扶持。继续保持电子信息产品出口退税力度，进一

步发挥出口信贷和信用保险的支持作用，并且扩大中小企业集合发债试点。

今年以来，一些技术含量和附加值比较高的机电产品，出口退税率已经提高。目前，国家规定软件企业增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退，互联网设备等产品原则上保持 17% 退税率。

陈金桥表示，在电子信息行业这一领域有大量的非国有企业，尤其是在消费电子方面，只要国家继续对电子信息企业给予财税方面的支持，对于各类资本来说电子信息行业还是很有吸引力的。

来自天相顾问的一份分析报告称，受国际金融危机冲击，国际电信厂商遭受的损失更为严重。这会成为国内电信设备厂商切入、扩大海外业务规模的良机，为今后的快速增长奠定基础，而振兴规划将为通信设备厂商提供更大的成长空间。

工信部最新数据显示，2008 年中国电子信息产品进出口总额 8854 亿美元，占全国外贸总额的 35%。其中，出口约 5218 亿美元，增长 13.6%，占全国出口的 36.5%；进口约 3637 亿美元，增长 5.4%，占全国进口的 32.1%。

不过，工信部运行监测协调局有关负责人 18 日对新华社表示，2009 年中国电子信息产业面临的挑战十分严峻，全球市场形势不容乐观，出口增速可能继续下滑。

据预测，今年全球 IT 支出将在 3% 以下，计算机出货量增长 4%，手机、彩电、集成电路将下降 2% 至 10%。预计中国电子信息产业收入增长 12% 左右，其中制造业约 10%，软件业 22% 至 25%，一季度全行业发展速度将大幅放缓。来源：《经济参考报》2009 年 02 月 19 日

[返回目录](#)

工信部运行监测协调局召开 2009 年电子行业协会工作座谈会

2009 年 2 月 12 日，运行监测协调局在京召开了 2009 年电子行业协会工作座谈会，17 家电子行业协会的负责人参加了会议。会上，高素梅副局长通报了 2008 年电子信息产业发展情况，总结了 2008 年产业运行监测协调工作，提出 2009 年工作思路及与行业协会合作重点。与会代表就当前行业与协会存在的问题、困难及对主管部门的建议进行了深入的讨论，并对下一步合作达成了共识。

一、行业统计和运行监测工作：一是加强统计合作，通过授权方式委托协会开展行业统计，共同完善行业运行监测工作；二是加强重点领域的运行监测，共同跟踪研究国际金融危机的后续影响以及国家扩大内需政策、产业调整振兴规划、增值税转型等措施在各行业的落实情况与成效，及时提出对策建议，确保行业平稳发展；三是加强重点企业监测工作，建立经济运行指数体系，做好行业预测预警工作。

二、重大课题研究：一是合作开展两化融合和现代信息服务业课题研究，推进两化融合及信息服务业统计指标与监测体系的建立；二是加强对各行业能耗、环保问题的统计研究工作，在有条件的重点行业开展生态调查，建立产业生态参数数据库。

三、进出口政策协调：一是加强对进口管理的基础支撑，做好进口管理和贴息目录的调整修订工作；二是合作开展海关单耗标准制定工作，为落实产业和外贸政策提供基础支撑。来源：工信部运行监测协调局 2009 年 02 月 20 日

[返回目录](#)

工业和信息化部发布《关于在当前形势下进一步做好产业政策工作的通知》

近日，工业和信息化部正式发布《关于在当前形势下进一步做好产业政策工作的通知》，通知全文如下：

关于在当前形势下进一步做好产业政策工作的通知

工信部产业〔2009〕64号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团经委、经贸委等工业主管部门：

当前，国际金融危机对工业的影响仍在持续蔓延和深化，工业增长下滑的趋势还没有根本扭转，保持工业平稳较快增长的任务十分艰巨。为贯彻落实中央出台的各项政策措施，按照“保发展、扩内需、调结构、上效益”的根本要求，现就当前进一步做好产业政策工作通知如下：

一、把确保工业发展作为产业政策工作的重中之重。在当前应对国际金融危机、保持经济平稳较快增长的关键时期，充分发挥产业政策作用，确保工业平稳较快增长，调整优化工业结构，具有十分重要的意义。要正确认识和把握当前面临的形势，提高思想认识，增强忧患意识，认真贯彻落实中央提出的各项政策措施，根据本地实际，制定完善相关政策措施和办法，妥善应对金融危机的冲击。要紧紧抓住机遇，加强产业政策引导，加快推进结构调整和优化升级，推动工业经济整体素质和竞争力跃上一个新的台阶。

二、加强调查研究和行业分析。密切关注国内外经济形势和工业行业发展变化，认真分析国际金融危机对工业发展的影响和趋势，及时发现工业、通信业运行中出现的新情况、新问题。强化政策研究，探索新形势下产业政策发挥作用的特点和规律，提出针对性的政策措施，有效解决行业发展中出现的突出矛盾和问题。加强信息分析和引导服务，及时反映行业发展动态，为各级政府决策和企业投资提供参考依据。三、切实帮助企业解决困难。深入基层，深入企业，第一

时间掌握金融危机对本地企业造成的影响，了解企业在生产经营、转型升级、自主创新等发展中遇到的困难和问题，广泛征求企业对政府政策的意见和建议。要制定出台有效政策措施，引导企业坚定信心，不怕困难，勇于创新，加强管理，不断提高自身素质。要增强服务意识，创造宽松的环境，千方百计帮助企业开拓市场、改善经营管理，协调解决生产要素保障困难，帮助企业早日走出困境，保护和发展好重点行业、重点企业、重要品牌和重要市场份额。

四、大力推进企业技术改造。抓住当前原材料和设备价格下跌的机会，把推进企业技术改造作为促进工业平稳较快增长的重要抓手。引导企业把技术改造同结构调整、产业升级和兼并重组结合起来，围绕增加品种、改进质量、节能降耗、保护环境、提高效益，鼓励企业广泛应用新技术、新工艺、新材料、新设备。充分利用国家技术改造贴息政策，根据产业政策要求明确支持重点，加强组织管理，提高资金使用效益，增强工业发展后劲。

五、加快推动企业兼并重组。根据国际国内市场和资源实际情况，鼓励和引导企业之间以资产为纽带、以市场为导向，打破地区、行业和所有制界限，进行兼并、收购和联合。鼓励行业龙头企业、技术领先企业和优势企业兼并落后企业和困难企业，鼓励优势企业强强联合，鼓励关联企业、上下游企业联合重组。重点推动钢铁、电解铝、汽车、水泥、纺织等行业的兼并重组，提高行业集中度，增强自主创新能力，使优势企业在危机中取得新的更大发展。

六、进一步加大落后生产能力淘汰力度。坚持“区别对待、扶优限劣”的基本原则，坚决关闭淘汰一批高耗能、高污染、低水平的落后企业、工艺装备和产品。要按照国务院“十一五”淘汰落后目标，落实中央财政淘汰落后产能专项资金，将淘汰落后任务层层分解、彻底落实到企业。要鼓励发展循环经济，抓好清洁生产工作，推动节能减排，着力解决钢铁、有色、建材、化工等重点行业产能过剩、整体素质不高的问题。

七、积极推进产业集聚和转移。进一步规范发展工业园区，加强公共服务平台建设，积极引导企业入园，推进产业集聚，实现集约使用土地、节约利用资源和集中治理污染。东部地区要抓住当前经济调整的有利时机，加快产业结构升级步伐，把已不具有比较优势的产业逐步向中西部地区转移；中西部地区要立足区位、资源等优势，积极有序、科学合理地承接产业转移，重点防止落后产能转移和地区间恶性竞争。各地工业主管部门要认真总结应对金融危机的经验，加强交流与合作，及时将工作进展情况、存在的问题和政策建议报工业和信息化部。二〇〇九年二月十三日工业和信息化部 来源：工业和信息化部

工信部副部长杨学山：技术发展将进一步降低移动资费

工业和信息化部副部长杨学山 23 日在接受网络访谈时指出，由于小灵通的

频段正好和 TD 的频段重合，在这种情况下，为适应技术进步的需要，小灵通要进行调整，这是必然要求，不要理解成退市。同时，随着移动技术的发展，资费会进一步下降。

春节后，小灵通退市引发了各方热议，杨学山表示，小灵通在发展过程里有新的技术和终端来替代，它是技术进步的一种要求，也是频率分配的一种要求。无线电频率是非常稀缺的资源，所以用移动手机的频率就是有限的几段，小灵通的频段正好和 TD 的频段重合，在这种情况下，为了适应技术进步的需要，为了频段的要求，小灵通要进行调整，这是必然的要求。所以不要理解成退市，而是小灵通用户能够使用上水平更高、服务更好的。

他还指出，从技术发展的角度来说，未来两三年时间里，4G 还不会成为普遍商用的模式，从移动通信角度来说，还是 3G 这个范畴。来源：《中国证券报》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

【国内行业环境】

三大电信运营商上海实行共建共享

中国移动、中国电信和中国联通这三大电信运营商，18 日在上海通信管理局的主持下，正式签署落实基础设施共建共享协议，先期项目是上海世博园区的基站建设和一条公路的管道工程。

中国电信上海公司副总经理张林德表示：“我们把所有租用站址和机房合同都清理了一遍，这样是为了确保没有签订排他性协议。”

上海是运营商共建共享先行落实地区之一，目前中国电信、中国移动和中国联通三家公司还正在四川地震灾区联合共建 10 条长途传输光缆工程。

去年 9 月，针对电信重组和即将启动的新一轮 3G 网络建设的情况，工业和信息化部、国务院国资委决定推进电信基础设施共建共享。目标是杜绝同地点新建铁塔、杆路现象；实现新增铁塔、杆路的共建；其他电信基础设施共建共享比例逐年提高。安永曾对此发表报告指出，从整个行业的角度而言，运营商通过共享，可以缩减 20%~50% 的资本支出与运营支出。

国家审计署的报告指出，2002 年至 2006 年，5 家电信企业累计投入 11235 亿元，用于电信基础设施建设。由于缺乏统筹规划，重复投资问题突出，网络资源利用率普遍偏低。

对于运营商设施共享的新政策，瑞信证券分析师认为，这对中国电信、中国联通短期内追赶中国移动的网络质量有利，对中国移动则是不对称管制措施。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 19 日

手机企业自身利润下滑引发一股强劲裁员潮

一股强劲的裁员潮正在逼近手机业巨头，并且已经从国外蔓延到了国内。本报：陈伟摄

春天虽然来了，但经济的寒冬却还未过去，一股强劲的裁员潮正在逼近手机业巨头，并且已经从国外蔓延到了国内。近日，诺基亚、摩托罗拉等知名企业纷纷再次宣布裁员计划。业内人士表示，手机巨头裁员主要受全球经济危机的大环境和其自身手机利润下滑的影响。

手机巨头纷纷裁员

全球知名手机企业摩托罗拉近日宣布全球裁员 4000 人，这是 2008 年第三季度宣布裁员 3000 人之后，摩托罗拉在短短三个月之内再次宣布裁员。

据透露，在此次裁员的 4000 人总数中，有 3000 人是手机部门的员工，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。

摩托罗拉中国公司公关总监陈雷向媒体确认，中国区确实进行了相关的人员裁减，是全球裁员 4000 人的一部分，其中手机部门的裁员力度最大。不过陈雷并没有透露中国区具体的裁员人数。

无独有偶，全球最大的手机制造商诺基亚也宣布要裁员。由于手机需求下滑，诺基亚称，将关闭芬兰一处研究基地，并将芬兰 SALO 工厂 2500 名员工渐次裁减 20% 至 30%。

此外，近日有媒体曝出索尼爱立信中国区正在分批裁员的消息，对此，索尼爱立信表示春节前后并未进行大规模裁员，并称目前暂无任何裁员计划。去年年底，索尼爱立信曾大规模裁减编制外员工。

就国内手机企业而言，在“山寨”机与洋品牌的双重压力之下，国产手机牌子的日子本来就难过，加之眼前的危机，更有萧瑟的意味。年初以来，包括波导、夏新电子等多家国内手机厂商就已经纷纷裁员，以应对危机。

裁员源于业绩下滑

业内人士表示，手机巨头裁员主要受全球经济危机的大环境和其自身手机利润下滑的影响。诺基亚、摩托罗拉、索尼爱立信三大手机巨头发布的第四季度及全年财报显示，在金融危机的冲击之下，它们的手机销售业绩均出现大幅度的下滑。

诺基亚发布的 2008 年第四季度财报显示，该季度售出 1.131 亿部手机，同比减少 15%，较上季度减少 4%。整个 2008 年，诺基亚的净利润为 40 亿欧元，每股收益为 1.07 欧元，较上年大幅下滑 44%。

摩托罗拉发布的 2008 年第四季度财报显示，其移动终端事业部手机发货量为 1920 万台，约占全球手机市场份额的 6.5%。整个 2008 财年，摩托罗拉的净亏损 41 亿美元，每股亏损 1.85 美元。

索尼爱立信公布的财报则显示，其在第四季度的亏损达 1.33 亿欧元（合 1.763 亿美元），其在 2008 年第四季度的手机出货量为 2420 万部，比第三季度下跌了六个百分点，也比 2007 年第四季度下降了 21%。

艾瑞咨询研究部高级分析师张燕玲认为，目前，受全球经济危机影响，手机新增用户市场缩小，新用户挖掘潜力有限。因此，企业会在渠道、市场营销费用方面进行节流，甚至裁员，节省成本过冬。

未来形势不容乐观

近日，不少知名分析机构纷纷下调今年全球手机行业的增长预期，有分析机构甚至预测，今年全球手机行业的营收或将出现八年以来的首次负增长。

知名分析机构 Gartner 对今年的手机业增速抱着极为谨慎的态度，并为此一再下调今年手机销量较之去年的增速。

Gartner 称，今年手机销售增速将较先前预估的放慢，考虑到动荡的经济以及欧洲和亚太地区需求的放缓，Gartner 已将手机市场销量增幅预估从高于 10% 下调至 8% 左右。

不过，业内人士表示，电信重组、3G 发牌、庞大的换机用户群以及中国消费习惯不同于外国消费习惯等积极因素的存在，使得明年手机业营收负增长的局面可能不会在中国手机市场出现。

“我国的手机用户已经超过六亿，换机用户数量将非常可观，这将在很大程度上刺激手机行业持续增长。实际上，在金融危机的压力下，中国区市场的地位肯定会成为各大手机公司更加重视的一个目标。”业内人士说。

分析人士甚至指出，在国内经济相对稳定的环境下，中兴、华为等具有强大综合实力的国内厂商所面临的压力还是相对较小的，这也在一定程度上提升了国内手机厂商的相对竞争力。在全业务运营、3G 市场竞争启动的关键阶段，国内厂商或许将面临更多的机会。来源：《经济参考报》2009 年 2 月 19 日

[返回目录](#)

国美电器获移动 3G 段发放权

中国移动 188 号段将于 2 月 20 日在北京正式发放，首批放号渠道包括国美电器、中复、迪信通和金飞鸿等四家专业连锁卖场，其中，国美电器成为移动 188 号段首批放号渠道内唯一家电卖场。

本次 188 (3G) 全球通号段的推广方式采取捆绑政策，号卡和 TD 手机共同销售，形式类似于以往全球通话费换手机的销售模式，并不单独销售 188 号卡和

TD 手机。

北京移动向国美电器提供了 5 个品牌(包括酷派、多普达、三星、摩托罗拉、斯达康)的 6 款 TD 机型 7 种套餐形式供消费者挑选,同时还准备了 3G 特色上网包、88 系列套餐、VIP 套餐、商旅系列套餐可供选择。

国美曾计划今年 6 月大规模引进 3G 手机,而随着运营商和供应商的政策倾斜,国美最早有望在 4 月底大量上架 TD 手机。来源:《中国证券报》2009 年 2 月 20 日

[返回目录](#)

苹果入华谈判进入尾声联通河北四地开测 iPhone

几天前刚刚传出联通与苹果就 iPhone 入华一事基本达成协议,不久后,又有联通内部人士透露,中国联通已经在河北及河南等地悄然对 iPhone 进行测试,内部人士确认,河北廊坊等四城市已经开展测试工作。

廊坊等河北四城市暗测 iPhone

据一位联通内部人士透露,河北测试 iPhone 却有其事,只是此事只有少数几个主要负责人知晓,主要负责测试的是河北联通的移动网络公司。据了解,河北地区至少有四城市悄然展开测试,其中包括廊坊、保定、唐山和秦皇岛。

一位了解终端和网络测试工作的运营商人士对搜狐 IT 表示,河北联通的网络测试有一定规律,在选址上,首先考虑保定、唐山、秦皇岛三地,但此次河北联通也确实在廊坊展开测试,这说明,至少有以上四城市进行了 iPhone 的测试工作。

当然,测试工作也有例外,据悉,此次测试也有可能已经在更多的城市展开,但并未有更多的消息。对于 iPhone 的测试进度,该内部人士表示,负责测试的可能是移动网络公司,目前可能只是针对 iPhone 与 WCDMA 网络的兼容性进行测试。

苹果首次表态限制水货 iPhone

今年 2 月 14 日,苹果在给美国版权局的一份文件中指出,破解 iPhone 的行为构成侵犯版权并违反数字千年版权法(DMCA)。这是苹果首次公开对破解 iPhone 的做法表态,也是苹果首次公开表示不支持水货 iPhone。

目前,据不完全统计,中国大陆有近 100 万部 iPhone,均属于未授权产品,而此前,刚刚传出中国联通与苹果基本达成入华协议的消息,如果进展顺利,iPhone 将于今年 5 月 17 日中国联通 WCDMA 首批城市正式商用之际,在中国内地正式上市。

业内人士指出,苹果表态反对水货 iPhone 的做法,很有可能是对中国等未引进 iPhone 的国家而言的,中国市场有大量的水货 iPhone 产品,如果联通和苹

果达成协议，刚刚入华的 iPhone 有可能遭遇麻烦。

联通借助 iPhone 上演 3G 反击战

在巴塞罗那通讯展上，中国移动就曾表示，iPhone 一事这完全取决于苹果公司，苹果在某种程度上对中国国情不了解，导致他们坚持的模式在中国成问题。按照苹果公司之前与各国运营商谈的模式，有很多运营商不能接受的地方。例如苹果在一个国家和地区只允许一家运营商销售 iPhone。还有，苹果要求运营商将把 iPhone 售价和客户服务资费的一部分返给苹果。

这显然与中国移动国内市场的强势地位格格不入，由此才引发了联通与苹果谈判的事端，但是更主要的原因是，3G 牌照发放后，新联通即将运营 WCDMA 网络，对苹果来说，直接与联通合作，比重新投入巨资开发生产 TD 版 iPhone 要容易的多。由于联通没有中国移动如此之强势，引进 iPhone 需要做出更大的牺牲。

据了解，中国联通为引入 iPhone 将给予苹果一定补贴，其中包括，包销一定数量的 iPhone、手机锁定只能使用新联通 SIM 卡、内置苹果的在线软件商店 iTunes APP Store 等，很明显，与苹果结盟将是新联通 3G 战略上重要的一环，新联通将借助苹果 iPhone 的号召力，向中国移动和中国电信展开 3G 反击战。来源：中国信息产业网 2009 年 2 月 23 日

[返回目录](#)

普天三季度拟推 4G 商用样机

中国普天相关人士透露，公司去年 9 月已经推出了 TD-LTE（俗称 4G）系统样机，计划于 2009 年 3 季度推出商用样机，峰值速率将可达到下行 100Mbps，并于 2010 年 3 月推出商用设备。

目前 WCDMA、CDMA 和 TD-SCDMA 等所有 3G 制式都已确定将向 LTE 演进，因此，LTE 越来越成为大家关注的焦点。在近日举行的 2009 年移动通信世界大会上，几乎所有设备商都展示了 LTE，中国移动及沃达丰等运营商均表示支持 TD-LTE。而普天展示了 LTE eNodeB 设备，这是基于成熟的 TD-SCDMA 基站平台，突破传统基站设备的设计方式，这显示，普天已经成功研发出“大容量、小身材”的绿色 TD-LTE 商用化基站系列产品。

中国普天相关负责人表示，普天一直积极投身于 TD-LTE 及 4G 的技术、标准和产业化工作，对 TD-SCDMA 的技术发展与标准演进始终坚持持续不断的重点投入。

业内人士介绍，通过 LTE 技术，将大力推动通信业务的发展，除传统的通信业务外，还可以提供丰富的多媒体业务，如移动电视、高清视频会议、快速下载/上传、高速上网等。这将大大地提高人们的生活品质和工作效率，LTE 所支持的业务会更加广泛。来源：《中国证券报》2009 年 2 月 23 日

[返回目录](#)

侨兴移动与大唐建立战略合作关系

侨兴移动通信宣布，已经与大唐电信建立战略合作关系。侨兴移动的子公司 CECT 与大唐签署了合作协议。

按照该协议，大唐将向 CECT 供应 TD 芯片组，使用在 CECT 计划今年发布的至少 2 款 TD 手机，包括 VAVAT3 和 VAVAT6。T3 和 T6 可让用户体验完整的 3G 内容，包括视频会议和高速网络连接。此外，T6 还将安装 HSDPA、GPS 和 CMMB 手机电视功能。T3 手机已经在中国移动进行运营测试。

侨兴移动的董事长吴志阳表示，未来与移动运营商捆绑是 TD 手机重要的销售渠道之一，预计 TD 手机市场可获得显著发展；CECT 将与大唐合作开发各种功能独特的 TD 手机，并关注与移动运营商的合作，推动中国 TD 手机的销售；我们相信这种战略合作和新市场机会，可加强我们的竞争力和推动发展。来源：通信世界网 2009 年 2 月 24 日

[返回目录](#)

西藏电信业签署共建协议共享基站达 100 个

近期，西藏通信管理局在推进电信基础设施共建共享工作中，取得了一定的成效。

西藏管局成立了西藏自治区电信基础设施共建共享工作协调小组，并组织对全区电信基础设施进行了调研，针对调研中发现的问题，组织区内各电信运营企业召开座谈会进行指导，及时有效地解决共建共享工作遇到的问题。

目前，西藏共有铁塔 882 座，基站 1971 个，杆路 16024.5 皮长公里，传输光缆 26976.942 皮长公里。截止 2009 年 2 月上旬，推进共享已取得一定成效。已共享铁塔 38 个，共享基站 100 个，共享杆路 394.29 皮长公里，共享传输光缆 2615.44 皮长公里。

在近期召开的推进电信基础设施共建共享协调会上，三家电信运营企业已达成共识，由电信公司牵头，以《中国电信集团公司、中国移动通信集团公司、中国联合网络通信有限公司电信基础设施共建共享合作框架协议》为依据，结合西藏实际，拟定西藏电信企业间的推进电信基础设施共建共享合作协议。来源：通信世界网 2009 年 2 月 24 日

[返回目录](#)

TCL 通讯受让集团 3G 资产

TCL 通讯(02618.HK)23 日公告，2009 年 2 月 23 日，公司最终控股股东 TCL 集团与其全资附属公司 TCL 集团股份有限公司技术中心订立技术转让协议，购买

相关技术和资产置入 TCL 通讯，以求改善集团 3G 的研发能力。

据了解，拟购买的技术主要关于 TD-SCDMA 及 GSM/GPRS 网络的开发平台，连同研发设施、测试装置、平台的许可费用及卖方所拥有的技术信息。技术转让协议签订之后第 7 个营业日，协议生效。交易价格约 697 万元，买方为 TCL 通讯全资附属公司捷开通讯(深圳)有限公司。

公司表示，第三代移动通讯未来将成为业内主要的驱动力，集团一直通过向拥有 3G 技术专长的各方积极研发包括 TD-SCDMA 在内的第三代移动通讯技术，但需支付一定的费用。为使在未来的竞争中处于有利位置，集团认为原有的向技术中心“采购”模式并无优势，上述转让协议有利于集团提升研发能力，灵活控制成本。来源：《上海证券报》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

从合作中谋求 3G 手机市场发展

2009 年 1 月，工业和信息化部正式向中国移动、中国联通、中国电信三家运营商发放 3G 运营牌照，但 3G 手机市场的发展仍是一个渐进的过程，手机厂商应不断加大与运营商的合作力度以获得更多的市场机会。随着 3G 市场的发展，消费者所享受到的服务及产品也将更为丰富实用。

从目前市场发现情况而言，3G 手机市场的发展将呈渐进发展态势。首先，3G 网络建设不可能一蹴而就。预计到 2009 年底各个运营商 3G 网络建设能够覆盖 200 多个地市级城市，再逐步覆盖周边区域，且网络布局仍需不断优化。虽然现阶段 3G 手机都采用 2G/3G 双模共存互补的模式，但网络覆盖不足会直接影响消费者对 3G 业务的使用。而 3G 手机市场的发展相对网络建设具有一定的延时。

其次，对于 3G 业务的运营主体，三大运营商在迎来 3G 巨大市场机遇的同时也面临一些挑战。中国移动需要大力拉动相对薄弱的 TD 产业链迅速发展，提升终端成熟度；中国联通运营 WCDMA 较成熟，但在重组资源整合，加强运营竞争力，布局 3G 及 2G 网络扩容升级方面仍有较多工作要做；中国电信 CDMA2000 网络升级最快，固网优势明显，对企业、家庭用户的品牌影响力较强，但移动运营经验仍需积累，要加大力度吸引个人客户。资源的重新配置，在短时间内会使 3G 市场发展适度延后，但三家运营商综合实力差距拉近，有利于形成良性竞争环境，也为提升中国自主研发能力和本土厂商提供更多机遇，促进 3G 市场长远发展。

第三，不同于 2G 时代主要以话音和短信业务为主，3G 业务更加多元化，无线互联网等增值类内容业务在模式、平台、内容等方面都需要大量积累。消费者对新业务从感知、接受、使用、形成消费习惯仍需逐步演进，3G 手机市场发展仍是渐进的过程。

从长远角度看，3G 手机市场发展将大力促进运营商业务转型升级，也为手

机厂商尤其是国内厂商带来新的机遇。如数据卡类业务将成为运营商 3G 业务推广初期的重点，同时运营商推广全业务也为厂商发展开辟了新的市场领域。

在此环境下手机厂商应加强和运营商合作，运营商对消费者业务需求、消费习惯的反馈更及时、理解更深刻，对手机厂商的市场定位、产品研发将起到指导作用。手机厂商不断加强和运营商深层次合作，促使运营商参与包括外观设计、芯片制造和业务平台标准等多项制造环节，使定制手机与运营商业需求深度吻合，通过与业务捆绑销售方式降低手机价格，提升产品竞争力。另一方面，深度定制的终端能提升用户对 3G 业务的使用满意度，从而帮助运营商提升用户粘性。

3G 市场的发展对普通消费者也将大有裨益。为了在逐渐激烈的竞争环境中更好的发展，运营商在策略方面将会互相借鉴促进；在业务方面，为增强客户粘性，运营商将广泛拓展业务涵盖领域，深挖细分客户群的差异化需求，使消费者体验到越来越丰富，越来越有针对性和实用性的增值服务。在终端方面，厂商不断加强和运营商合作，手机与增值业务匹配度提升，消费者将使用与业务一样多元化的终端；同时运营商大力推广业务套餐与终端捆绑销售，全业务捆绑等方式，使手机价格更加低廉，业务资费更趋于合理化。来源：《经济日报》2009 年 2 月 19 日

[返回目录](#)

应对农村通信市场消费运营商任重道远

“十一·五”期间，我国农村通信市场的目标是：实现“村村通电话，乡乡能上网”。移动通信已经成为现代社会发展中人们社会交往和经济往来必要的沟通工具，被广泛看好的农村通信市场也成为各大运营商的重要发力点。尤其是近两年，借着“手机下乡”的东风，各大运营在农村市场的举措和行动不断翻新，声势一浪高过一浪。但据相关数据显示，“手机下乡”的销售情况却并不尽如人意。究其原因，可能有以下几个方面：

第一，农村市场经过两年的发展，其中有消费能力的用户大都已经成为存量用户，新的发展群体主要是以返乡农民工为主，而他们因为受城市文化的影响，对时尚和品牌有一定认识，低价对其并不是有效的价值诉求点；

第二，农村用户由于收入有限，例如广东省，2007 年农村用户收入仅为城市用户收的 30%，严重制约了手机消费支出。而价格低廉、外形美观、功能齐全的山寨机对农村用户有较强的吸引力；

第三，农村用户由于其文化水平相对较低，以初中文化为主，因此其更喜欢清晰、明了的宣传方式，而目前运营商的营销宣传过于复杂，不能一步到位切中农村用户敏感点，特别是“互联网手机”，对农村用户来说是种奢侈的消费，而

且由于资费结构不够清晰，用户使用的顾虑也较多；

第四，农村用户通信消费支出受纯收入影响很大。据笔者对广东省农村市场的研究表明，广东省农村用户纯收入与通信消费支出的相关系数高达 0.9985，也就是强相关。如果不能首先解决农村用户的收入问题，谈何刺激农村用户的通信消费支出。

除此之外，各运营商在发展农村市场过程中还存在其它制约发展的因素。

第一，目前虽然各大运营商对发展和开拓农村市场均摆出积极态势，并在资金、人力等各个方面大力配合，但目前运营商对农村市场的认识仍然非常有限，大多仍停留在主观认识的层面上，而没有通过持续性的、科学、严谨的调查研究详细了解农村用户的实际特点和需求特征，导致目前有些针对农村用户的举措没有取得理想的效果；

第二，目前针对农村市场的业务仍然不能很好契合农村用户的需求。很多针对农村市场的业务仍以普适性为主，真正针对当地特征和农民需求的信息化产品，尤其是有效果的产品少之又少；

第三，针对农村市场的渠道体系不够完善。目前各大运营商在城镇已经建立了完善的包括实体渠道和电子渠道的渠道体系，而在农村地区，由于地广人稀等因素，目前还没有建立起符合农村地域和消费特征的渠道体系，严重影响了运营商针对农村用户的宣传和服务效果；

第四，农村信息化产品还没有形成有效的合作模式。由于农村用户特殊的生活和工作环境，农村用户对业务的需求也有其特殊性，尤其是对与生产、生活相关的业务。而这种业务必须要与农业、农村相关的部门，通过双赢的合作来实现。但目前由于缺乏双赢的合作模式，导致针对农村的信息化产品使用效果不理想，用户忠诚度低，发展缓慢。

2月1号，国家先后发布了《中共中央国务院关于2009年促进农业稳定发展农民持续增收的若干意见》和《全国推广家电下乡工作的通知》，《意见》指出扩大国内需求，最大潜力在农村；实现经济平稳较快发展，基础支撑在农业；保障和改善民生，重点难点在农民。

在新的经济环境下，农村地区在振兴经济中扮演着重要角色。那么，就手机消费而言，如何能够得到进一步发展呢？

笔者认为，一方面需要国家的政策支持，另一方面运营商也需要加强针对农村市场的研究，开发适销对路的农村信息化产品，建立符合农村地域特色的农村渠道体系，定制功能齐全、外观新颖、使用简要的手机终端、构建双赢的合作模式来寻求一个以用户需求为导向的农村信息化发展模式。当然，从根本上讲，最重要的还是要寄希望于农村经济的发展，才能从根本上带动农村用户的通信消

费。来源：《通信信息报》2009年02月19日

[返回目录](#)

《中国手机媒体研究报告》在京发布

2009年2月18日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布《中国手机媒体研究报告》。该报告显示，我国手机媒体已经初具规模，手机报和手机小说等业务在手机用户中正日渐普及。随着手机普及率的不断提高和3G时代的开启，手机媒体正在迎来新的发展契机。

数据表明，近年来，我国的手机媒体发展迅速，各种各样的应用形式呈现多元化的发展态势。目前，手机媒体已经开始从简单的文字短信传播形式，向内容更丰富、表现力更强的多媒体形式过渡。

手机报、手机视频等应用形式已逐步渗透到人们的日常生活中，特别是手机报业务的普及率，已经达到了39.6%。统计显示，有近67.6%的用户认为手机报是传统报纸的补充，更有19.4%的用户认为手机报已经与传统报纸同样重要。可以推断，手机报将在较长的时间内，仍然作为传统报纸的补充。

同时，由于受到互联网视频快速成熟的影响，手机视频也呈跳跃式发展，在调研城市的普及率达到了15.7%。在手机视频用户关注的内容中，电影内容位居第一，比例达到了33.1%，其次为综艺节目和体育赛事，比例分别为25.6%和23.6%。

我国手机媒体的应用水平参差不齐，其原因除了各种媒体应用形式的推出时间不同外，网民使用手机媒体水平和习惯也千差万别。

统计数据显示，手机电视的使用率仅为15.7%，虽然去年的北京奥运对手机电视推广有相当的助力，但资费问题仍是手机电视业务发展的主要阻碍之一。而影响用户使用手机音频广播业务的因素中，有19.1%的用户“担心费用过高”。

而与手机视频、手机音频和手机报相比，手机小说大多是采用免费WAP网站提供的服务，因此费用相对较低，有23.6%的用户认为手机小说费用低廉。

同时，手机媒体产品的“知名度”不高，也在一定程度上制约了手机媒体的发展。调查表明，很多手机用户不知道如何定制相关服务，或是对相关业务不了解，从而影响了用户对相关手机业务的使用。来源：中国互联网络信息中心

[返回目录](#)

下一代网络通信展暨中国IP通信大会将于京举行

2009 NexCom 下一代网络通信展暨 CIPCC 中国 IP 通信大会（春季）即将于4月15、16、17日在北京展览馆盛大开幕。本次活动主办方全球IP通信联盟将携手众多行业巨擘和业界新秀，围绕固移融合全业务增值运营，统一通信，语音，

呼叫中心，视频，企业移动无线网络等多种应用，探讨在全球经济危机的大背景下，大中型企事业单位如何通过最新的通信技术提升自身的效率和全面竞争力。

同时，也将探讨中国政府拉动内需以及运营商重组和 3G 上马对通信行业各个环节带来的挑战与机遇。

此次展会的筹备工作一经启动就吸引了包括思科，微软，华为，中兴，上海贝尔，飞利浦，大唐，TI，AudioCodes，Radvision 等在内的众多知名通信厂商广泛关注。同时也吸引了包括中国移动，中国电信，中国联通在内的国有运营商以及广电系统，各类新型运营商，SP 以及多家境外运营商的注意；包括工、农、中、建，交等国内银行及外资银行驻华机构，保险，证券公司以及政府部门、电力、能源、医疗、教育、交通、物流、制造企业以及上市公司，跨国公司在华机构，科研院所的 CIO，CTO 等企业 IT、信息部门主管以及专家学者等也纷纷注册报名参加本次展会。预计到场的高端专业观众人数将超过三千人。

本次展会也得到了众多高端媒体的热情支持，合作媒体的质量和数量将带来极大的宣传曝光效果。逾百家业内知名 IT、通信媒体如新浪科技，搜狐 IT，腾讯科技，CNet，赛迪网，硅谷动力，通信世界，慧聪等，以及和讯网，财讯网，中保网，中国电力网，中国石化新闻网，中国物流产业网，中国警察网，煤炭网等几十家行业网络媒体及科技日报，信息周刊，第一财经等几十多家知名平媒都将参与，对展会和部分厂商进行全程报道。

作为国内针对下一代网络通信行业最高端和最有影响力的展会，此次 NexCom Expo 下一代网络通信展与 CIPCC 中国 IP 通信大会将设如下专题：统一通信；固移融合全业务增值运营；语音视频多媒体通信；IP 呼叫中心。同时将安排用户案例分析，热点话题嘉宾讨论等内容；重点关注企业通信及运营商企业网建设。

目前，NexCom Expo 下一代网络通信展暨 CIPCC 中国 IP 通信大会分春秋两季分别在北京，上海举行。来源：搜狐 IT

[返回目录](#)

【国际行业环境】

2009 年亚洲电信服务收入将增长近 9%

市场调研公司 IDC 预测，2009 年亚洲电信服务市场的增长不会超过 9%，电信行业正面临着自 2000 年高科技泡沫破灭以来最大的衰落。

IDC 预计，2009 年亚太电信服务市场(不包括日本)的收入规模将达 2530 亿美元，增长率为 8.9%，而以往该部分市场呈现出的都是两位数的增长率。而电信设备市场的增长将更为平缓，预计只有 3.9% 的增长率，市场规模约为 527 亿

美元。

IDC 表示，市场的低迷将迫使运营商将业务重点转向寻求创新型服务。IDC 公司亚太区研究经理 AdrianHo 预计，运营商将会继续照常运作。他表示：“在当前的经济环境下，我们希望运营商继续投资下一代移动网络以及 IP 基础设施。”

AdrianHo 还指出，运营商不能因为经济低迷而缩减太多的业务投资，因为从长远来看，电信行业的前景依然是光明的。“要在行业中保持领先地位，运营商现在就应该为经济复苏进行预测与规划。”来源：《人民邮电报》2009 年 02 月 19 日

2009 移动通信世界大会亮点概览

2 月 16 日 ~ 19 日，GSM 协会主办的 2009 移动通信世界大会（MWC）在西班牙巴塞罗那举行。今年伊始，金融危机开始波及各国实体经济，而中国 3G 牌照的发放为这一年的电信市场注入了许多亮色。中国市场的魅力有多大？3G 能否在危机中独善其身？已经在电信世界里领跑多年的移动通信未来将走向何方？一年之计在于春，业界正在积极谋划着，业界正在积极行动着。2009 移动通信世界大会上传递出的消息让我们振奋不已。

中国 3G 影响世界 TD-LTE 演进成为业界共识

目前，中国这个全球最大的 3G 市场开始成为决定未来 3G 市场以及技术走势的最重要的砝码。随着中国移动这个全球最大的移动运营商采用 TD-SCDMA，并且选择 TD-LTE 作为未来演进方向，越来越多的厂家开始把 TD-LTE 作为自己的研发重点，本届移动通信世界大会上，主流设备商都展示了 TD-LTE 技术的最新研发成果，显示这个中国率先提出的 LTE 技术正备受全球关注。

大会上，几乎所有主流制造商和芯片商都宣称支持 TD-LTE，而且，几乎很多国际运营商也都表态支持 TD-LTE，无论是中国、印度、美国、欧洲的运营商都是如此。中国移动总裁王建宙表示，建议全世界与 LTE 有关的东西都融合在一起，无论是 TDD 还是 FDD 的 LTE。

为了使产业界更加深入地了解 TD 产业最新进展，展望 TD 未来技术演进，TD 产业联盟携手中国移动、大唐、中兴、华为、普天、爱立信、诺基亚西门子、阿尔卡特朗讯、UT 斯达康、安捷伦、展讯、MTK、创毅视讯等众多知名厂商参展，集中展示 TDD 产业链和产品开发的进展，并在展览期间进行了 TD-LTE 的演示。

阿尔卡特朗讯现场演示了基于 TD-LTE 技术的一系列数据呼叫，体现了阿尔卡特朗讯致力于协助所有移动运营商向 4G 平滑演进的坚定承诺。该测试通话由阿尔卡特朗讯在中国的旗舰公司——上海贝尔完成，采用了阿尔卡特朗讯的商用基站设备，以及 UT 斯达康和 Signalion 的测试终端。测试内容包括基于 TD-LTE 的实时视频流和网络浏览服务，这也是采用多厂商架构和终端设备完成的首次

TD-LTE 测试通话。

3G 终端创新力度加大下一代数据卡成新宠

在金融危机的影响下，与消费者密切相关的终端行业一度成为受冲击的重点。面对挑战，业界正在积极针对用户的需求不断加大在 3G 终端领域的创新力度，力求以创新减少危机的影响。在本届移动通信世界大会上，诺基亚、索尼爱立信、摩托罗拉、三星、LG 等手机企业推出了多款 3G 智能手机，让人目不暇接。同时，值得兴奋的是，以中兴、华为为代表的中国新兴力量正在 3G 终端领域迅速崛起。

会上，中兴通讯发布了其自主研发的创新型产品：21.6M 高速的 HSPA+数据卡 MF662 及全球首款直插式电视数据卡 MF645。这两款产品也是中兴通讯同步推出全球最新技术、最快速度的产品以及在 3G 终端方面创新设计的典范。

MF662 是中兴携手高通，同步推出 HSPA+数据卡，HSPA+技术是 HSPA (3GPP R6) 的向下演进版本，是促使上下行能力增强的一项技术，采用了 HSPA+技术之后，用户的下行速率将会从每秒 14.4Mbps 的最大下行速率显著跃升到 21Mbps。值得一提的是，目前全球范围只有中兴等少数厂家采用了该项技术，目前市场应用了 HSPA+技术的厂商不超过 3 家，推出的产品数量在 5 款以内，而 MF662 是目前市场推出的所有运用 HSPA+技术的数据卡中造型最精致小巧的。不过虽然机身的体积缩小了很多，但是产品的性能并没有因此而受到任何影响。据中兴工程师介绍，经过多项测试验证，MF662 的下行速率可达到 21.6M，为目前业界最高水平，上行速率为 5.76M，也达到了目前业界的最高水平。相对于普通用户使用的 2M 速率的有线网络，打破了速度局限性的 MF662，无疑将对用户的生活带来革命性的影响。消费者将享受到真正的 3G 网络下的便利移动生活。

中兴通讯相关负责人表示，HSPA+技术除了能给用户带来更快的速度之外，还能使运营商以最低的成本为大众市场提供高级业务，有望成为 HSPA 面向 LTE 演进的重要阶段和可行路径，也是当下 3G 网络建设所关注的重点。目前中兴通讯在这一领域已经成为技术领先者。数月后中兴通讯还将推出 28.8M 数据卡。未来，中兴通讯数据卡将继续致力于与运营商深度合作，为客户创造差异化价值，不断提高客户满意度，为实现共赢和共同发展而不懈努力。

此外，华为展出了其首款 Android 高端智能手机。该手机预计今年第三季度上市。华为的这款手机在外观及软件上都实现了突破，精雕细琢的这款华为 Android 手机，无疑将为用户提供革命性的全新娱乐体验。此外，华为还会陆续推出 EV-DO 及 TD-SCDMA 制式的系列智能手机。

三巨头号召开移动微技移动互联网唱响开放主题

本届大会上，中国移动联合两大国际电信巨头软银和沃达丰共同宣布，号召

全球范围内的广大开发者研发三巨头提出的移动微技业务应用。这是上述三家巨头为发展 TD 手机平台的一次重要举措。

三巨头分别进行了包括基于 LiMo 平台和中国移动的 OMS 平台的开发。其中 OMS 平台是中国移动打造的手机操作平台，主要是为大力增加用户的黏性和开发者的凝聚力。中国移动研究院院长黄晓庆说，移动互联网不能只有一个封闭的商业模式，中国移动正在联合更多运营商和厂商针对移动互联网做出更多的技术和商业模式创新研究。iPhone 通过针对互联网的独特设计取得了巨大成功，但是 iPhone 的主要应用 iTunes 只能运行在苹果的平台，不能支持其他平台。中国移动目前正在与沃达丰、诺基亚、软银等厂商共同开发基于开放手机平台的微技等移动业务应用。从产业角度来说，要使终端应用成本更低，重要的是要在手机开发平台上做好，开发者和使用者的体验更好，这样，将使中国移动的增值业务更开放，移动微技正是中国移动正在构建的跨手机终端操作系统平台。联合创新实验室成立以来一直致力于研发移动微技项目，尤其是建立跨平台的手机移动微技引擎。

关于业务模式，中国移动总裁王建宙说，中国移动对移动互联网实行了开放的商业模式，欢迎所有愿意开发业务的人都来开发。他表示，中国移动正推动开发一个“移动商场”，将可以在上面下载所有东西，相当于苹果的 i-Phone 商场。

目前中国移动还正在开发一个开放的移动操作系统 OMS，与 Google 的 android 共享开放资源，但集成了中国移动等运营商的服务平台。OMS 主要支持 TD-SCDMA，但也能支持 GSM、LTE。王建宙表示：“中国移动的主调就是开放移动互联网平台，展现开放模式。”来源：《人民邮电报》2009 年 02 月 20 日

阿尔卡特朗讯全球已部署 50 万个基站

阿尔卡特朗讯（下称“阿朗”）宣布，1999 年以来已在全球部署超过 50 万个基站。

阿朗是目前世界第一大固网设备商，和第三大移动设备商。其移动设备份额仅次于爱立信和诺基亚西门子。

阿朗应用“动态节能（DPS）”的新功能，为其 GSM/EDGE 移动网络产品系列实现重大升级，降低能耗最高达 27%。今年 1 月，中国移动在江苏省进行了现场试验，结果表明阿朗为其实现了卓越的节能效果，平均能耗降幅高达 24%。

由于此项功能是通过软件升级来实现的，无论是夜间，还是流量高峰时段，该功能不会影响服务质量，因此可以应用在阿朗全球部署的超过 50 万个多标准基站。因此可以应用在 1999 年以来阿尔卡特朗讯部署的全部 500,000 多个多标准基站中。来源：新浪科技

[返回目录](#)

山寨手机盯上国际品牌向高端进军

一款售价 14000 元的摩托罗拉 AURA 行货手机，其山寨版的市价仅 650 元。继大闹国产手机后，山寨手机开始向“高端”进军。《每日经济新闻》走访北京市的多家通信城时发现，除摩托罗拉外，诺基亚、三星以及苹果 iPhone（手机上网）等手机的山寨版几乎在每个摊位中都有。

“对于山寨手机商而言，仿造国产手机品牌，一没利润二没销量，不如直接模仿市场热销的海外机型来钱快，例如诺基亚 N95 和苹果 iPhone。”摊主刘芳称。

“最近这款手机价格降下来了，情人节时卖到 850 元还断了货。”刘芳一边和顾客讨价还价，一边将山寨版的摩托罗拉 AURA 向展示。

刘芳颇为得意的将手中的山寨机与 AURA 行货图片上的亮点一一对比。“如果你要送人的话，这款手机正合适。”据介绍，这款外观与摩托罗拉 AURA 行货手机相差无几的高仿机产于深圳，保证接听电话和发送短信等基本功能。

但当提出希望将 AURA 行货手机与山寨机对比一下时，刘芳称，因为这款手机的行货价格高，销路有限，见过 AURA 行货的摊主没有几个。北京迪信通某门市的摩托罗拉推销员向证实，由于该款手机标价高，仅接受预定，在消费者付费之后才能从上一级渠道调货。

发现，几乎每家柜台中都摆放着几支 AURA 山寨机，同时，诺基亚、三星等海外品牌的山寨机型也颇为丰富。

对于旗下手机出现山寨版，昨日，摩托罗拉（中国）电子有限公司传播与公共事务部总监陈雷并没有正面回答有关山寨机的问题，而 AURA 手机主管电话也一直处于无人接听状态。

分析师称，山寨机的出现将导致品牌手机商在未来发布更具性价比的手机产品。原摩托罗拉移动终端事业部中国区总经理任伟光早前在接受媒体采访时也透露，摩托罗拉未来将更为关注入门级手机市场，尤其在中国，消费结构和消费水平的多样性决定了入门级手机市场同样具有强大的发展潜力。来源：每日经济新闻

[返回目录](#)

手机充电器有望全球统一 2012 年起开始通用

2 月 18 日，来自西班牙巴塞罗那“2009 年世界移动通信大会”的消息称，全球移动通信系统协会与诺基亚、三星、摩托罗拉等 17 家手机生产商和电信运营商宣布，它们计划在不久的将来，采用统一型号的手机充电器，以 Micro-USB 为通用接口，为手机用户提供方便，并节约 50% 能耗。

这些手机制造商和电信运营商在全球移动通信系统协会当日发布的声明中

表示，为减少不必要的浪费，让手机充电更加方便，它们将采用同一标准的 USB 接口小型充电器。

2012 年起开始通用

签约的手机生产商和运营商希望自 2012 年 1 月 1 日起，所有上市的新手机款式中，绝大部分都将支持通用的充电连接器，届时用户将不需要针对各种品牌手机使用不同的充电器。

达成统一充电器型号协议的手机制造商还包括 LG、索尼爱立信、高通、三星等公司。达成这一协议的电信运营商包括 AT&T、Orange、沃达丰等公司。网友怕空欢喜

目前，各家手机制造商的手机充电器接口不同，甚至同一制造商因手机产品系列不同而有若干种充电器，消耗了大量电线等材料，不利于环保。但由于经济利益的驱使，充电器已经成为手机厂商重要的利润来源之一。

不过，届时企业能否照此落实，而不是“作秀”让广大消费者空欢喜一场，成为很多网友关心的问题。

国内行业标准两年前已公布

在国内，工信部的前身之一信产部曾经于 2007 年 6 月 1 日在其网站上公布，从 6 月 14 日起，在手机进网检测中执行相关手机充电器统一接口通信行业标准。也就是说，所有在境内生产的新申请进网许可的手机及配套的充电器均应符合标准规定。

据了解，我国发布并执行的手机通用充电器接口标准是在充电器一侧，采用的是通用的 USB 接口，既可以让充电器通用，又可以使手机能方便地与电脑相连。

与曝光的全球的统一手机充电器型号计划相比，我国的标准对厂商而言更具有过渡性。而全球的统一手机充电器型号计划，是指手机采用 Micro-USB 接口标准，只用一个充电器，搞定多数品牌手机，“革命”更彻底。来源：北京娱乐信报

[返回目录](#)

俄罗斯电信行业将发生重大变化

市场分析机构 Pyramid Research 研究显示，随着俄罗斯政府新政策和和服务需求的变化开始对营收和在俄罗斯这个全球发展最快的电信市场之一的竞争格局产生影响，俄罗斯电信市场即将发生重大变化。

Pyramid Research 分析师 Andrei Tchadliev 指出，俄罗斯电信市场 2008 年产生的服务营收预计为 372 亿美元，较 2007 年增长约 20%。Pyramid 预计俄罗斯电信服务行业 2013 年的价值将达到 485 亿美元，相当于未来 5 年保持约 5.4% 的复合增长率，这不仅让俄罗斯成为中欧和东欧地区最大的市场，同时也是该地

区发展最快的市场。

Tchadliev 表示，随着营收的不断增长，俄罗斯的电信行业将发生一些重大变化，未来 5 年的竞争形势将受到影响。他指出：“到 2011 年，俄罗斯的移动语音营收将趋于稳定并开始下降，但来自移动数据服务的营收在未来 5 年内将以近 14% 的年均复合增长率增长。”他还补充说，固定宽带互联网服务也将推动营收的增长。

Tchadliev 警告说：“政府政策可能会对相互竞争的网络运营商以及他们的技术供应商的营收机会产生负面影响。俄罗斯仍然是全球最大、最具前景的市场之一，但是日益封闭的从商方式首先出现在了能源行业，随后迅速蔓延到俄罗斯经济的各个层面。过去一年里，Telenor 和 Tele2 这样的外资公司发现，俄罗斯市场和监管机构对外资拥有电信公司多数股权的理念变得明显充满敌意。”来源：人民邮电报

[返回目录](#)

运营竞争篇

【中国移动】

北京移动放号 188 号段号卡和手机捆绑销售

今天，北京移动正式开始放号 188 号段。引人关注的是，除了移动营业厅，此次 3G 放号向社会渠道开放，国美、苏宁、中复、迪信通和金飞鸿等五家专业连锁卖场获得首批发放权。

188 是中国移动为 3G 业务特别推出的号段，北京移动介绍说，188 号码资费与普通全球通号码资费一致，可以申请现有全球通的 88 套餐、商旅套餐和 VIP 套餐中的任一种。另外，为培养用户的上网习惯，北京移动特意推出 3G 特色上网包——1 元的月使用费就包含 200M 的本地上网流量，且暂不限 3G 和 2G 网络使用。

值得提醒的是，188 号码是 3G 正式商用后的号段，只能在 TD 手机上使用。如果用户自己有 TD 手机，可以前往北京移动部分主营业厅办理 188 全球通入网。但是一部自备 TD 手机只能办理一个 188 号码入网，且北京移动的合作营业厅及网站均不办理自备机 188 全球通入网。

社会渠道的放号工作也同步展开。据国美电器副总裁牟贵先介绍，今日，北京国美有两家门店成为首批推广合作营业厅，分别为国美马甸鹏润店和国美霄云路营业厅内的国美移动合作营业厅。据悉，社会渠道的推广采取捆绑政策，即号卡和 TD 手机共同销售，不单独销售 188 号卡和 TD 手机。

国美电器店内销售人员表示，目前 TD 手机已经到货，本次北京移动向国美电器提供了 5 个品牌(酷派、多普达、三星、摩托罗拉、斯达康)的 6 款 TD 机型，有 7 种套餐供消费者挑选。来源：《北京晨报》2009 年 02 月 20 日

[返回目录](#)

中移动 TD 无线座机广东率先测试

广东移动相关人士 22 日透露，TD-SCDMA 移动无线座机业务已处于测试阶段，计划于 2009 年上半年推出。而 TD 无线座机产品招标也基本确定。六家中标的厂商是联想移动、TCL、华为、中兴、新邮通和德赛电子。

中国移动市场部副总经理陆文昌曾透露，TD 无线座机是 TD 终端“3+1 方案”的重要组成部分之一。即 TD 手机、TD 上网卡、内置 TD 上网卡的笔记本电脑，加上 TD 无线座机。

知情人士透露，TD 无线座机业务将采用 188 号段，目前采取的资费计划是无月租、低资费。还计划采用双模，即可使用 TD、GSM 两种网络。

咨询公司 InStat 分析师认为，无线座机瞄准的是低价话音业务市场，如果推出，将使得中国电信和中国联通的固网语音业务受到进一步冲击，而中国移动也有望快速更深入获取家庭及办公等传统固话市场。

事实上，目前中国电信和联通都在采取全业务融合手段，使固网业务捆绑移动业务资费，给用户提供统一账单以及更为低廉的资费，以此作为冲击中国移动的手段。

联想移动相关人士认为，中国移动此举是充分利用自己的移动网络覆盖资源，切入家庭用户固话市场，分流对手语音业务。这也可看成是中国移动为全业务作准备的运营思路。

德瑞电信首席咨询顾问宋永军认为，无线固话将是中国移动在家庭和政企用户信息化市场一个大的切入点，预计 TD 用户年内能从不到百万增长到 750 万。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 23 日

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信 3G 建设全面铺开专家建议引入 IMS 发展融合业务

根据中国电信的网络规划，3 月底将完成在 100 个大中城市的 3G 网络覆盖，7 月底完成在全国县以上城市的覆盖。目前，中国电信北京地区 3G 网络建设接近尾声。面对全面铺开的 3G 网络建设，专家建议中电信引入 IMS 实现固网及移动的融合业务，吸引用户。

北京地区 EVDO 步入优化阶段

北京电信移动产品推广部姜睿近日表示，中国电信北京地区的 3GEVDO 的网络建设已经接近尾声，目前正在进行各个地区的优化。

目前正在建设的电信 3G 网络的上网速率为最高下行 3.1M，上传 1.8M。目前网络建设已经接近尾声，即将投入商用。北京电信将在 2 月底初步完成其对北京城区 3G 网络的覆盖，是 3 家获牌运营商中速度最快的。

据悉，北京地区的 EVDO 网络大都基于原有 C 网升级而来，涉及近 4000 个 C 网基站。而电信已经开始向行业客户和友好用户提供这种高速宽带业务。

有专家指出，中国电信应该重视网络建设与网络优化环节，通过优化调整使网络达到最佳运行状态，以最大化地提升用户感受。

3G 建网同时可引入 IMS

根据中国电信的网络规划，3 月底将完成在 100 个大中城市的基于 CDMA2000 标准的 3G 网络覆盖，即具备向用户提供 3G 服务的能力，7 月底完成在全国县以上城市的覆盖。

虽然中国电信北京地区的 3G 网络已经接近尾声，但在全国许多地区，中国电信 3G 网络建设还处于大力推进过程中。

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。否则若 EV-DO 网络部署覆盖不理想，达不到规模效应，将很难在短时间内获得成功。

对此，有专家建议中电信分阶段实施并逐步深入开展相应业务，并可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。

第一阶段，到 2009 年底，重点实施部署大型城市及重点中型城市，争取一步到位的提供高于 80% 以上的 EV-DO 连续覆盖。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。

第二阶段，2010 年继续深化大中型城市 EV-DO 的覆盖，在热点高话务量地区启用第二个 DO 载频，并开始在其他中型或者小型城市推广 EV-DO 的部署，达到全网的 80% 覆盖。此时 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。来源：通信世界网 2009 年 2 月 23 日

[返回目录](#)

中国电信 CDMA 用户止跌 1 月新增 102 万

中国电信 2 月 20 日公布的 1 月份运营数据显示，中国电信 1 月份新增 CDMA 用户 102 万，宽带用户、固话用户也表现出较好的发展势头。

中国电信 2009 年 1 月新增宽带用户 76 万，略高于去年 11 月及 12 月份的 70 万及 69 万的增长；固定电话用户继续减少 97 万，但好于去年 11 月及 12 月份的 151 万及 202 万的减少数。去年 11 月及 12 月份，中国电信 C 网用户分别减少 43 万和 6 万。来源：中国信息产业网 2009 年 2 月 20 日

[返回目录](#)

中国电信移动业务策略分析

市场研究公司赛诺日前发表的统计数据显示，在经历了电信重组期间的下滑之后，国内 CDMA 手机市场在 2008 年底逆市增长，呈现出爆发式增长态势。据统计，2008 年 12 月，CDMA 手机共计销售 129 万台，同比增长了 33.6%。这从侧面证实了“天翼”的成功。

在宣传推广方面，中国电信移动业务的推出可谓是“雷厉风行”，在短短的时间内，“天翼”及其“互联网手机”的广告遍及全国各地，已经达到了普通受众耳熟能详的地步。这给了中国电信移动业务一个好的开始。

从电信的市场举措可以发现，全部剥离原联通给移动业务打下的 CDMA “新时空”烙印，代之以全新的“天翼”形象是电信的当务之急，这一点，应该说电信方面已经圆满完成了任务。

从一些用户调查反馈中也能够发现，电信“天翼”和 189 号段已经逐步深入人心，手机号即是聊天号，又是邮箱号，还可以无线宽带上网的理念已经得到了普遍认同，电信新老用户都对此报以了很高的期望。北京电信 10000 号方面表示，进入 2009 年后，咨询和申请 189 天翼的用户增长迅速，其中 2 月份增长更加明显。

对此，电信在移动业务第一阶段的布局已经开了个好头。不过还需要通过差异化的精确服务进一步稳定新老客户群，这一阶段电信的移动业务发展策略更加重要。

巩固基础扬长避短

中国电信在天翼的捆绑策略上取得了一定程度的成功。依托丰富的固网和互联网资源，电信用一站式服务、一揽子方案满足客户全部通信需求，最大限度地将在互联网冲浪体验在天翼手机上重现，全方位满足用户的互联网商务、娱乐、生活、信息咨询等需求。

电信的移动业务通过融入“我的 e 家”和“商务领航”等品牌，正在为用户打造高速率、全域覆盖、使用便捷的手机互联网使用体验。其定制版 CDMA 移动终端，也将提供语音、短信、彩铃、BREW 应用、手机游戏、手机报纸、手机音乐、掌上股市、pushmail 等增值应用。

此外，中国电信通过手机展示移动号码百事通业务门户，采取“搜索+服务”

的业务模式，为用户提供了包括本地生活信息搜索、订餐、订房、订票、地图、电子优惠券下载、会员、论坛、特色信息等九大类服务。

这些差异化设计给电信天翼业务奠定了良好的发展愿景。不过这些业务虽然已经能够提供给用户，但如果想要切实提升用户体验的话，尚需要更稳定和优质的网络支撑，也需要灵活的融合支撑系统来支持，更需要围绕客户实现精确服务的企业文化。

在天翼的实际推广中，一些地方电信公司的员工反映，新老客户首先注重的依然是资费、终端和基础业务。电信尚需在这些方面进一步磨砺，首先给用户提供优秀的移动通信基础服务体验。

电信的当务之急是在天翼的巨大光环下，继续加固移动通信业务的基础，在现有的 CDMA 网络基础上进一步为用户提供扎实的基础服务。首先要为用户提供稳定的移动网络语音服务；其次扎实做好买卡、开通、充值、查询等基础前端服务；然后仔细设计针对目标客户群的资费套餐；最后灵活处理客户提出的各种问题以及相关投诉，完善用户体验的整体流程，实现用户评价的正循环。

天翼营销策略分析

电信当前的移动业务营销重点应该放到改善客户的体验上，而非加入到对 3G 市场的争夺与前期宣传中去。电信要健康发展天翼业务，尚需夯实基础。

完善客户群划分。

电信用 189 号段给天翼进行了高端的定位，并不断推出价格 6000 元左右甚至高达 12000 元的高价 CDMA 手机，并用最低 89 元的套餐界定了消费人群。根据天翼所描绘的“互联网手机”的前景，这个定位无可厚非。

但另一方面，电信的新增用户更多的来自选择低端的客户群体。在已经实现每两人拥有一部手机的中国市场，这种情况是市场发展 to 一定程度的必然。因此，电信不可放松对大众卡及学生市场的营销。从基层的反映来看，相当多的新增用户来自于学生等青年人群，而天翼在资费套餐和增值应用上对这个客户群重视不够，与对手的竞争中明显处于下风。

根据目前的情况来看，电信在发展 189 为代表的客户方面做足了功夫，在其他方面尚有欠缺。以 133、153 为代表的 C 网老客户在对比之下，难免失落。

避免价格战。

电信从一开始就确立了打“差异化”这张牌的策略。但从实际操作来看，从天翼最低 10 元的大众卡推出，市场竞争就有了重新发展为“价格战”的可能，竞争对手已经纷纷跟进，推出更加优惠的套餐。由于移动通信市场已经从两家争霸发展为三家竞争，因此价格战的可控性迅速下降，还有可能进一步发展为非理智混战，平息价格战的时间与成本也将相应增加，这就增加了三败俱伤的风险。

就目前来看，随着电信天翼和大众卡等套餐的问世，移动全球通及神州行都进行了针对性调整，联通方面更是在调整套餐之余，发起了充 50 元返还 50 元的“用户大让利”活动，市场竞争正在向价格战的方向滑落。

重点完善无线上网业务。

从网络服务及市场表现上看，电信现阶段最大的优势在于无线上网业务，这是年内电信惟一可依托的优势业务。就目前来看，天翼主要采取了资费优惠的办法来拓展新业务，但这种方式除了容易引起恶性竞争外，也忽略了其他方面。

比如，许多用户期望能够实现天翼广告中“既是手机号，又是上网号”的融合功能，但在实际使用中他们发现，由于电信各地尚未普遍提供一号双卡服务，用户面临着要么用手机上网，要么关机取卡再用电脑上网卡上网的窘境。此外，在建筑物内，电信无线上网的速率也远远达不到宣传中的速率，这些问题都需要尽快解决。

尽快兑现互联网手机承诺。

据调查，许多新增用户是冲着“互联网手机”的宣传而选择了天翼，但中国电信在兑现这一宣传承诺上，还有很远的路要走。据了解，有许多新用户选择了电信的天翼后认为，与其他运营商相比，“天翼的互联网应用没有想象中多样，在体验上和其他运营商差不太多，在手机上网的体验上还需要优化，内容上也没有别人的丰富多彩。”

需要注意的是，在南方各省，电信的互联网资源可谓第一，互联星空的门户加上一些类似“上海热线”这样的地方门户，将是电信打造移动互联网的最大筹码。

全面添加增值服务。

吸引新用户，就必须在服务和业务创新上有“杀手锏”。这方面电信已经精选了手机邮箱、手机聊天、手机游戏等服务，但还远远不够。因为这些业务竞争对手早已推出，因此只能算弥补了差距，还谈不上是独特的应用。

天翼经过了前期的概念化形象化宣传，已经给广大新老用户留下了良好的整体印象。但在后期，不同用户关注的是不同的应用，电信需要做的是通过一些精选的单项增值服务的添加，有计划有步骤分阶段的满足和引导不同用户群的需求，避免一窝蜂的推出各项尚不成熟的新应用，一步一步通过用户的良好体验及口碑效应增强品牌影响力。

这些增值应用不必是根植于电信自己的网络，只要是能够带来群体影响的應用电信都应该大胆采用，比如添加 CMMB 手机电视业务等。

慎用“全员营销”双刃剑。

为了尽快发展“天翼”业务，提升用户数量，中国电信各地分公司再次祭起

屡试不爽的“全员营销”这把双刃剑。短期内，天翼用户数确实有了显著发展，但从长期健康发展来说，这是一个弊大于利的决定。“天翼的任务下得很重，每个人都有发展 10 到 50 个用户不等的任务，并且发展指标直接和考核挂钩，”一位地方公司的电信员工告诉，“从短期内看，全员营销的确促进了用户数量的增长，有效制止了 C 网下滑的态势，但从长期看，这将对 3G 及全业务运营下的中国电信发展带来不利影响。”

“全员营销”暴露出内部管理体制及市场营销机制的不健全，从大的层面讲，这仍然是用固定业务推广思路来发展移动业务，或者用 2G 时代营销办法发展 3G 新业务的一种盲动，集团公司制订的面向高端、融合的移动业务发展战略在执行过程中不得不屈从于指标要求。

终端和渠道需全面拓展

2008 年底到 2009 年初，电信 CDMA 终端销量的提升表明，电信的策略得到了实现。从 2003 年以来，国内 CDMA 市场单月销量首次接近 190 万台。大面积的电信营业厅内出现终端断货情况。业内普遍的观点认为，CDMA 手机销量的回升直接得益于中国电信“天翼”189 业务的全面启动。

2008 年三季度，中国电信集团组织了对 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。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于一季度上市。

目前，C 网的终端和 GSM 终端相比还有一定的差距，在高端市场，C 网终端仍然缺少智能手机，例如缺乏高清触摸大屏幕的手机，而在 GSM 市场这类产品已经大量推出。在中间价位，C 网终端的同质化问题比较严重，而且主要是国产厂商的产品，缺少国际大品牌的加入，对用户吸引力不够，造成在中价区市场，天翼终端市场份额偏低，产品的定位不够多元化。

全面定制终端在前期能够解决一部分问题，但损耗过大，需要定制这个看得见的手和市场化这个看不见的手一起上。不过需要注意的是，中国电信这次将终端定制的大部分权力下放到了省一级公司，这有可能形成新一轮的窜货情况，这将对完善的渠道体系建设产生不良影响，电信必须有效解决这类问题。

此外，中国一共有 12 万 5 千家手机的零售店，社会渠道的零售店是 8 万 5 千家左右。根据监测，销售 CDMA 手机的店面仅占 10% 左右。中国电信在渠道建设上尚需进行多元化发展，除发展自有渠道外，还应在家电卖场、IT 卖场，专业通信卖场齐头并进，建设多元化的销售渠道。

根据预测，农村乡镇市场将成为下一轮手机增长的热点。中国电信获得“家电下乡”认证后，尚需在农村渠道上下工夫，尽快建设能够覆盖乡镇一级，并能

向村一级有效延伸的渠道体系。

中国电信推出天翼业务具备一个良好的开端，但要获得阶段性的成功，尚需要更多的努力。在一个动态竞争的环境下，用户是一群非常善变的“上帝”，他们需要的是持续不断的业务创新和金牌服务。来源：《通信世界周刊》2009年2月24日

[返回目录](#)

中国电信：新C网的五个支点

当电信重组后第一个大型新业务营销推广活动“添翼迎春”行至中盘，“天翼”将自身的发展思路完整地展现在众人面前：这是一条以移动互联网为差异化定位，以融合业务为主要特色的新型移动通信发展之路。

中国电信推出“天翼”表现出的是一系列营销，但在营销背后体现的则是中国电信的战略思维。这是一次积淀最深厚、同时包袱也最重的电信企业与最新业务的碰撞，是一次从传统固网电信运营商向全业务运营商及新型信息化应用业务提供商的转变。

从联通C网到电信C网，不仅是运营主体的改变，整个产业链的心态及外界对CDMA的认识也为之一变，那么，是什么让中国电信化“腐朽”为神奇呢？

差异化切入蓝海品味“天翼”之初

根据中国电信的数据，在“天翼”189放号的当月，中国电信就实现了用户流失的大幅减缓，其用户流失从2008年10月、11月的68万户、43万户减少至12月的6万户，而据介绍，今年1月份将出现大规模净增长。

通常在一个市场，市场份额第一意味着享受丰厚的利润，第二意味着衣食无忧，第三则需要挣扎求存。对于中国电信来说，如何才能做好这个“第三者”？

启示一：差异化永远是电信市场竞争的最重要手段。

移动互联网与融合业务

中国电信人士告诉，面对中国移动的一家独大，作为第三家进入者，中国电信只有打造融合、差异化的竞争优势才能真正避免与中国移动的正面冲突。这方面，采用跟随策略的中国联通就是前车之鉴。自2006年以来，中国移动借助现金流优势发力低端市场，联通就被挤压到更低端，给企业的经营带来了极大的压力。

作为移动通信市场的后进入者，中国电信以“互联网时代的移动通信”切入重组后的电信市场被认为是一招妙棋。事实上，这也是被全球后进入市场的运营商广泛采取的策略，如在日本电信市场，KDDI就不断通过引入创新的移动互联网应用在与NTTDoCoMo的竞争中占据一席之地。欧洲3公司给人最深刻的印象，也是其激进的移动互联网战略。

但是，与 KDDI 或 3 公司的轻装上阵不同，中国电信拥有庞大的固网及宽带用户群。因此，为原有客户提供融合化的业务就成为中国电信开拓市场的利器。而这同样是中国移动不具备优势的领域。

但是值得注意的是，这两种竞争策略对于能力的要求并不完全一致。移动互联网要求运营商必须具备强大的业务创新及产业链整合能力。而融合应用更看重运营商的综合服务及支撑能力。

启示二对原有优势的运用应是贯穿新业务推广始终的思路。

客户品牌与业务品牌

自王晓初接手后，中国电信就非常重视从产品经营转为品牌经营。在中国电信的转型规划中，从业务品牌为主的体系，转变为客户导向型的品牌体系，是重要内容。基于这一战略，中国电信分别于 2005 年与 2006 年底推出了“商务领航”与“我的 e 家”两大客户品牌。作为这一思路的延续，“天翼”被定义为中国电信的个人客户品牌。但中国电信很快发现，作为个人客户品牌的“天翼”很难融入到中国电信为其客户提供的综合信息服务中去，并很快调整为中国电信的移动业务品牌。

但是，在基层很多员工的思维并没有转变过来。在“天翼”正式推出后的一次某地方公司的“天翼”品牌推介会上，电信员工还是将“天翼”称作“我们面向个人市场的客户品牌”。

启示三品牌是抽象的，是消费者对产品一切感受的总和，真正的品牌拥有者是消费者，而并不属于生产者。因此，端到端的体验才是品牌的全部。

功能与体验

对于“天翼”，据中国电信人士的解释，其差异化竞争的一大方向，是瞄准中国移动中高端品牌客户在核心差异化感知上的缺乏，因为，全球通只是根据客户价值段被动打造的一个客户品牌。

但是，由于“天翼”给人们留下的“互联网手机”的印象，反而更多突出了品牌的功能性，而淡化了情感诉求。相比之下，全球通、动感地带则分别传递了“我能”的成功者心态及“我的地盘我做主”的青年人独立自主的追求。

工业和信息化部副总工程师陈金桥表示，电信业对于未来的核心能力曾经有很多判断，如网络为王、内容为王、渠道为王等等，但是，电信业的发展正在呈现体验为王的态势。体验不是基本的便利，对于政企客户来说，是效率的改进；对于个人客户来说，就是情感的满足。因此，对于电信运营商来说，最重要的能力是服务支撑能力。

虽然将网络覆盖提到了前所未有的高度，但是在“天翼”推出的过程中，中国电信重功能轻体验成为一个较为突出的问题。比如，在某些服务支撑环节上，

与竞争对手相比存在明显的差距。

启示四开发新客户的成本是维系老客户的五倍。无论如何，现有客户都是最重要的。

攻与防

易观国际资深分析师吴文钊在展望三家运营商竞争时对于中国电信最为看好，这主要是因为通过业务捆绑，中国电信在市场竞争中的攻击性手段最为丰富。相比之下，中国移动主要是防守型策略。

但是，防守往往比攻击更强大。去年底今年初，中国移动率先启用了价格战这一手段，通过充值赠话费及调低 GPRS 流量费这两种方式，同时在语音及数据业务市场开展价格战。这也是中国移动首次发起大规模的价格战。

此后，中国联通很快跟进。相比之下，由于急于扩大 C 网用户群，中国电信重进攻轻防守的策略，一定程度上导致了原有 C 网客户的流失。由于“天翼”与 189 之间的暧昧不清，一部分用户错误地把天翼和 189 之间划上等号，也间接地影响到 133、153 现有用户的维护。

启示五终端是运营商与用户接触的“第一界面”。

终端，还是终端

虽然已经预计到终端将会成为“天翼”发展的一大瓶颈，但是终端问题带来的挑战还是让中国电信头疼不已。其中尤其表现为终端手机的缺乏及销售渠道单一。一位地方电信做集团客户的朋友就介绍说，在向集团用户推广的过程中，由于存有大量个人信息，用户普遍反映不想更换终端。尤其在促销赠手机大多为低端机型的情况下。而由于规模上的差异，CDMA 终端在芯片、元器件上的成本高于 GSM 手机，由此导致的价格较高也使得用户吸引的门槛较高。因此，中国电信的新年攻势，就是联合主流 CDMA 厂商，密集推出了百款天翼手机。来源：通信产业网 2009 年 2 月 17 日

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通 G 网用户 1 月份净增 83.9 万户

2 月 19 日，中国联通公布 2009 年 1 月份运营数据，GSM 移动电话用户本月净增 83.9 万户。

数据显示，中国联通 1 月份 GSM 移动电话用户本月净增 83.9 万户，累计 13420.4 万户。本地电话用户

本月净增 12.5 万户，累计 10944.5 万户。宽带用户本月净增 97.1 万户，累计 3105.2 万户。

固网业务用户数据包括公司 2009 年 1 月份完成收购的中国南方 21 省及天津市的本地电话用户数和宽带用户数。公司分别于 2008 年 12 月 16 日及 2008 年 12 月 22 日发出有关收购的公告及通函，并于 2009 年 2 月 2 日发出完成有关收购的公告。

截至 2008 年 12 月底，中国南方 21 省及天津市的本地电话用户累计到达数为 942.4 万户；中国南方 21 省及天津市的宽带用户累计到达数为 466.5 万户。

来源：中国信息产业网 2009 年 2 月 20 日

[返回目录](#)

中国联通董事长常小兵：WCDMA “5·17” 正式商用

拿到 WCDMA 牌照的中国联通正在意欲扩大在国际上的影响力和话语权。

首次参加巴塞罗那 GSMA 世界移动通信大会的中国联通董事长常小兵在演讲中表示，中国联通将于今年的世界电信日（5 月 17 日）在 55 个城市正式提供 3G 商用服务，并计划在年底之前将 3G 服务城市扩大至 284 个。

这是中国联通官方首次承认并公布提供 WCDMA 服务的详细时间表。而在春节之前，中国联通已经完成了 WCDMA 的招标。

根据招标结果，华为系（包括华为和摩托罗拉）获得了 30.6% 的份额，爱立信系（包括爱立信、烽火通信和新邮通）获得了 26.5% 的份额，中兴通讯拿下 21.5%，诺基亚、西门子拿到 11.1%。

据常小兵介绍，联通的 3G 网络将全部用 HSPA 技术，今年的基站建设规模在 8 万个左右，284 个城市建设全部完成后，网络规模将达到 20 万~30 万个基站。

“284 个城市的 WCDMA 网络可以覆盖 74% 的中国人口，这个规模从全世界的 3G 网络来说，也是排名前列的。”常小兵说。

实际上，该网络规模与中国移动相比并不逊色。目前，中国移动的 GSM 网路是全球运营商中覆盖最好的，而在联通的 WCDMA 完成建设之后，基本能与中国移动相当。

对中国联通而言，电信重组之后，无论是移动网络规模还是固定网络规模，中国联通在国内电信市场都是排名第二，因此融合业务将是中国联通的重大挑战。

常小兵表示，固网从语音向数据转换的带宽是无限的，但移动网络的带宽是有限的，这对中国联通是个挑战，“我相信，固定和移动的融合应用，特别是全业务运营，在今年年底肯定会有变化。”

常小兵认为，在电信重组中，政府也考虑到了联通的弱势部分，所以给了联通 WCDMA 牌照。

但谈到 WCDMA 的竞争优势，常小兵表示，三种技术的成熟度各有差异，

CDMA2000 和 TD-SCDMA 也都有各自的市场需求，事实上政府也做了很好的平衡。
“聪明的商人不管做什么，只要有机会都会抓住。”他巧妙地回答。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 20 日

[返回目录](#)

中国联通在美国新建两个虚拟网络节点

近日，中国联通在北美重要城市芝加哥和达拉斯分别建立虚拟网络节点（VPOP），将国际网络和业务延伸到美国中部。新 POP 的开通进一步完善了中国联通北美国际网络的布局，增加了网络和客户群覆盖能力，为中国联通国际数据出入境业务的进一步拓展提供了有利的网络条件。

此前，中国联通已经将网络延伸到了美国东、西海岸，在洛杉矶、圣荷西和纽约分别建立了网络设施，提供国际语音、专线产品、VPN 产品和 IPTransit 业务。

中国联通一直致力于国际业务的发展，已经与北美的主要运营商建立了良好的合作关系，并计划增加联通美国公司的移动业务服务能力。来源：中国联通网站 2009 年 2 月 24 日

[返回目录](#)

【欧洲地区运营商】

移动世界大会看点扫描：欧洲 3GSM 阵营完胜

导语：历时四天的 2009 移动世界大会在巴塞罗那曲终人散，新浪科技以白金媒体合作伙伴的身份，全程报道了此次通信业盛典。现总结本届展会上的四大看点趋势，以飨读者。

看点一：美国部署 LTE，欧洲 3GSM 阵营的完胜

美国最大移动运营商 Verizon 无线在巴塞罗那宣布了 4G LTE 的供应商，爱立信与阿尔卡特朗讯胜出；Verizon 无线是目前唯一明确 LTE 计划的大型运营商。

然而，仅仅一家“大 T”部署 LTE，还不能认为是无线设备商的狂欢，欧洲主要移动运营商大都决定推迟部署 LTE。Verizon 无线之所以抢跑 LTE 可能有一定特殊性，作为全球最大的 CDMA 运营商，Verzion 在 4G 时代到来前需要提前转型，以谋求树立领先地位。

跟据新浪科技的展会调查“最值得您关注的内容”选项中，选择“3G、4G 等无线技术”者占据 53.5%，甚至超过认知群体更为广泛的“手机终端新品”（41.4%）。未来无线通信仍然是关注最多的焦点。

无论如何，一家传统的美国运营商在欧洲宣布部署 WCDMA 系的演进技术，本身就是欧洲 3GSM 阵营的胜利。欧洲在通信产业已经取得了主导地位，包括中国

的华为、中兴，以及一些日本厂商也从中获益，其培植统一、开放产业链的深谋远虑值得借鉴。

TD-LTE (LTE TDD) 的中国声音也在巴塞罗那显露，中国势力争取 LTE 的话语权还需要更多努力。

看点二：“iPhone (手机上网)”泛滥，家家都有“App Store”

苹果的傲慢由来已久，但是苹果的文化一直受人尊敬。

在去年大会的触摸屏效仿风潮后，此次宏达电、华为、技嘉等继续推出了触摸屏的智能手机；全球的手机制造商几乎都在“山寨”复制苹果的经验，苹果 iPhone 不再显得鹤立鸡群。

诺基亚正式推出了 Ovi Store，微软推出了 Windows Marketplace，RIM 黑莓的 Applications Center，Palm 的 Software Store，……，加上之前谷歌的 Android Market，巨头纷纷进军手机互联网应用销售市场。

就连全世界移动运营商的领袖，沃达丰 CEO 维托里奥·科劳 (Vittorio Colao) 也连称：“我可不想被称为运营商，我们最关注的是如何找到新的商业模式，让用户使用新业务、新服务。”

苹果 App Store 散发出巨大的诱惑，改变了运营商和终端厂商的盈利模式，和思维方式。

看点三：诺基亚高通握手，没有永远的敌人

全球最大的手机制造商诺基亚，和全球最大的手机芯片商高通，在巴塞罗那站在了一起。

这是个颇令人称奇的场景，从双方近年的专利费大战、诺基亚（也包括旗下设备商诺基亚西门子）退出 CDMA 市场等一系列事件来看，两家都是对头冤家。

诺基亚和高通两家公司计划合作开发 WCDMA 手机，此次合作是“高通处理器 + Symbian 操作系统”的模式，颇有化干戈为玉帛的意味。高通独步 3G 手机芯片领域；诺基亚的传统供应商德州仪器等老牌巨头，需要努力了。

这再一次验证了那句老话“没有永远的敌人，只有永恒的利益”。

做生意，就是要在商言商。

看点四：摩尔定律引入通信业，千兆赫时代来临

今年 1 月，北欧运营商 TeliaSonera 宣布建设世界第一个 4G LTE 网络。TeliaSonera 总裁兼首席执行官拉尔斯·纽伯格 (Lars Nyberg) 如此评价：“不断地投资以增加容量是行不通的。我非常高兴华为也基本认可这一观点。消费者不愿意承担包月费以外的费用，这意味着每隔一段时间，如 18 个月，设备商就可以与现在相同的价格提供双倍的容量，我相信通过技术创新，华为是能做到这一点的。”

摩尔定律在 IT 业已经广为人知，纽伯格可能是第一位公开将通信设备也如此定义的运营商 CEO。

2000 年 3 月 16 日，AMD 的 Athlon 处理器率先达到了 1GHz 的大关，个人电脑领域的标志性时刻令 DIYer 缅怀；而高通 Snapdragon 是全球首款正式商用的 1GHz 手机芯片，9 年后手机处理器终于也进入 GHz（千兆赫）时代，采用该芯片的东芝 TG01 超薄智能手机将在今年夏季商用。

此外，在全球芯片领域还有一件“小事”，但却是可能撼动中国市场的产品——联发科推出智能手机芯片 MT6516。山寨之父初涉智能手机，虽然还不足以撼动高通和德州仪器的高端芯片领军地位，但国产手机和山寨机在性能方面的提高将颇为期待。

技术不止，创新不死。来源：新浪科技

[返回目录](#)

意大利电信部署 28Mbps 移动宽带

爱立信和意大利电信 (Telecom Italia) 计划从 2009 年初开始部署包括 MIMO（多输入多输出）技术在内的 28Mbps 移动网络技术。而米兰将因此成为意大利首个“超宽带城市”，享受高达 28Mbps 的下行速率和高达 5.8Mbps 的上行速率移动宽带服务。

采用爱立信的移动网络技术后，意大利电信将成为意大利首个部署实际速率最高达 28Mbps 的移动宽带的运营商。意大利电信的移动网络测试将于 2009 年初开始启动，初期部署计划于 2009 年 6 月在米兰开始实施。全国性的覆盖将于 2009 年下半年开始展开。

此次部署将包括多输入多输出 (MIMO) 技术，该技术采用两至多组天线向消费者传输数据，从而可以向每个用户提供更高的数据传输速率，提高无线网络的频谱效率。利用该项技术，意大利电信将可以在不断优化运营成本的同时，为消费者提供速度更快的移动宽带体验。

目前，爱立信正在领导高速分组接入 (HSPA) 技术的开发，该技术是全球领先的第三代移动标准——宽带码分多址 (WCDMA) 技术的标准化演进。HSPA 技术为用户使用笔记本电脑和其它有网络覆盖的终端设备上网提供最佳的宽带速率。该技术已在全球范围内取得成功，并促进了众多采用该技术的移动宽带终端设备和业务的不断涌现，这些设备包括手机、笔记本电脑、个人电脑调制解调器和无线路由器等。

利用 HSPA 技术所带来的高达 28Mbps 的下行速率和高达 5.8Mbps 的上行速率，移动运营商将进一步改善用户对各种移动宽带业务的使用体验。这些移动宽带业务包括召开视频会议、上传用户生成的内容以及发送带有附件的电子邮件

等。

在实际使用时，用户的下载速率可能相对小一些，并且会受网络拥塞状况、距离网络小区的远近、当地的环境、硬件、软件及其他因素的影响而存在差异。

来源：新浪科技

[返回目录](#)

【美洲地区运营商】

Verizon 圈定 4GLTE 设备供应商阿朗、爱立信入围

据国外媒体报道，美国移动运营商 Verizon 周三宣布，已选定阿尔卡特朗讯和爱立信两家公司作为在美国初步部署 LTE 网络的设备供应商。

Verizon 与沃达丰达成协议，双方共同圈定了阿朗、爱立信、华为、摩托罗拉、北电和诺西这六家电信设备制造商进行 LTE 试验建网工作。其中，爱立信、诺基亚西门子、华为和阿朗参与了 Verizon 的初步竞标。

Verizon 首席技术官 DickLynch 表示，Verizon 是在经过三个阶段的测试之后做出这一决定的，这些设备商的产品性能都很合适，但是 Verizon 没有必要同时使用来自 6 家设备商的产品。据悉，Verizon 选择阿朗和爱立信的主要原因是这两家公司报出了更好的价格和条款，并且能满足 Verizon 在 2010 年推出 LTE 网络的目标。

Lynch 还表示，到今年年底，Verizon 将至少在美国一个地区的市场中完成 LTE 网络设备的安装，这有可能成为 Verizon 第一个商用的 LTE 网络。此外，从今年底或明年初开始，Verizon 将在美国全国范围内多个市场大规模部署 LTE 网络。

Verizon 同时宣布，诺西和阿朗将成为 Verizon LTE 网络 IP 多媒体子系统 (IMS) 的主要供应商，IMS 主要用于使 LTE 网络支持各种多媒体应用。

阿朗、爱立信入选顺理成章

Verizon 无线现有的 CDMA 网络主要供应商即为阿朗，因此该公司将为后者提供网络升级设备也顺理成章。电信咨询公司 Aircom 的技术总监瑞奇·瓦特斯 (RickyWatts) 称：“Verizon 无线可能选择两至三家供应商，如果阿朗不能入选将令我非常意外。”

但 Verizon 无线的第二或第三家供应商的选择仍不明朗，因为 Verizon 无线不但要平衡系统成本 (预计将投入数十亿美元)，还要考察供应商的财务状况和所在国家。爱立信和诺基亚西门子已经是 AT&T 移动的 WCDMA 网络供应商，而华为此前则从未进入美国主流移动运营商的供应商行列。

“目前最大的可能是选择爱立信。”野村证券技术专家理查德·温莎

(RichardWindsor)认为, Verizon 无线将与母公司沃达丰一样, 选择爱立信作为电信设备供应商。他表示: “我们认为, 沃达丰非常认可爱立信, 并希望其成为 Verizon 无线的设备供应商, 他们的策略是在全球采购设备。”

Avian 证券分析师马修·桑顿(MatthewThornton)表示, 爱立信的 LTE 技术发展最好, 其次是诺基亚西门子和摩托罗拉。桑顿认为, 上述设备供应商都将在竞价阶段面临华为的激烈竞争, 后者一向以提供价格更为便宜的设备著称。

但也有分析师指出, 在目前疲软的经济环境下, 任何一家运营商都不可能对低价设备供应商视而不见。桑顿表示: “我认为华为不太可能成为主要供应商, 但可能成为次级供应商, 并给其他设备供应商造成价格压力。” 来源: 通信世界网 2009 年 2 月 19 日

[返回目录](#)

【其他地区运营商】

泰国将在今年第三季度发放 3G 牌照

泰国国家电信委员会 (NTC) 表示, 泰国将于今年第三季度通过拍卖的形式发放 3G 牌照。

据泰国媒体 National 报道, NTC 的一位官员表示, “拍卖是最透明和最公平的 3G 频谱分配方式”。NTC 将在两到三个星期内最终确定拍卖的条款和条件 (如最低出价以及牌照的发放数量)。NTC 预计在今年第三季度进行频谱拍卖。

NTC 计划在 2.1GHz 频段发放 4 张 3G 牌照, 其中包括 3 张 10MHz 和 1 张 15MHz。牌照的授权期可能至少为 10 年。

根据拍卖条款, 所有 3G 业务申请公司必须是泰国本土公司。来源: 《人民邮电报》2009 年 02 月 18 日

[返回目录](#)

马其顿将通过公开竞标颁发 3 张新 3G 牌照

马其顿电信管制机构 AEC 宣布, 将通过公开竞标的形式再次颁发 3 张 3G 牌照。此前, 马其顿已分别于 2008 年年初和 2008 年年底向希腊电信运营商 Cosmote 的子公司 Cosmofon 和德国电信的子公司 T-Mobile 颁发了两张 3G 牌照。

即将颁发的 3 张 3G 牌照有效期限仅为 10 年, 少于多数国家 15 年的有效期限。中标的电信运营商必须在获得牌照的 6 个月内开始新业务经营, 并在 1 年内使业务覆盖达到人口的 50%, 3 年内覆盖人口的 80%。

据悉, 马其顿现有 3 家电信运营商, MobileWorld 的统计数据显示, 截至 2008 年 9 月, 其市场份额分别为 T-Mobile (58.8%)、Cosmofon (29.9%)、VIP (11.3%)。另外, 3 家公司已于 2008 年 11 月推出手机号码可携带业务。来源: 《人民邮电

报》2009年2月18日

[返回目录](#)

Tata 通信计划向亚太地区投资 4.3 亿美元

印度 Tata 通信公司表示将投入 1.8 亿美元用于在新加坡成立一个新的互联网数据中心，并投入 2.5 亿美元用于完善亚洲内部的电缆体系。

Tata 通信公司未来 3 年的 20 亿美元扩张计划的一部分，就是要拥有健全的全球基础设施，而这两项投资则是公司实现这一承诺的重要组成部分。

这个名为 TataCommunicationsExchange 的新数据中心将在 2010 年开始运行，为印度国内及国际企业提供更有力的支持，使其获得更好的服务质量，并实现成本和资源的有效利用。Tata 通信公司已经和合作伙伴新加坡丰树工业基金一起开始了对 TataCommunicationsExchange 的开发。

Tata 通信公司已经着手完善连接新加坡、中国香港、日本、越南和菲律宾的亚洲内部电缆系统。这条长达 6700 公里的多兆位元级海底通信电缆将为这一地区提供更强大的数据和语音传输能力。

Tata 通信公司最近收购了南非电信运营商 Neotel 的大部分股份，“我们希望扩大自己在南非市场的份额，这个市场有着强劲的增长潜力，但是将来的投资还要随需求和财务状况而定”。

Tata 通信公司正在准备为其 20 亿美元的扩张计划筹集资金。为向扩张计划提供资金，Tata 通信公司正在寻找各种办法筹集资金。作为筹款计划的一部分，该公司已经通过公债筹集了约 5130 万美元。来源：《人民邮电报》2009 年 02 月 18 日

[返回目录](#)

中资企业可在巴基斯坦独资经营电信

商务部 23 日宣布，经过 5 年的研究和谈判，中国于 21 日与巴基斯坦签署了《中国——巴基斯坦自由贸易区服务贸易协定》，巴方将允许中资在企业中占股最高提至 99.99%，并根据具体情况，允许中方在快递、电信、旅游等 3 个服务领域实行独资。

商务部国际司负责人介绍，根据协定，在中巴各自对世贸组织承诺的基础上，在全部 12 个主要服务部门中，巴方将在 11 个主要服务部门的 102 个分部门对中国进一步开放，包括建筑、电信、金融、分销、环境、医疗等众多服务部门，其中分销、教育、环境、运输、娱乐文化和体育等 5 个主要服务部门在内的 56 个分部门为新开放部门。

此外，巴方将在外资股比方面给中国服务提供者更加优惠的待遇，大幅减少

对外资的股比限制。将原来的外资股比不得超过 40%至 51%，提高到允许中资占股 60%至 99.99%。特别是在快递、电信、旅游 3 个服务部门视情允许独资，并在人员流动方面提供更加宽松和便利的条件。

中国社科院世经政所国际贸易研究室主任宋泓认为，中国签订自贸区服务贸易协定的探索意义远大于增进与巴基斯坦之间自由贸易本身的意义。谈判的进程将帮助中国积累对外发展自贸区的经验，包括与一些发达国家进行的自贸区谈判。

宋泓认为，允许中国企业在电信等部门设立独资公司，这是一个非常高的开放程度，即便是中国加入世贸组织后几年，也仅将电信业的外资占比提高到 59%。这对华为、中兴等中国民族企业“走出去”是一个非常好的机会。在另一方面，中国与巴基斯坦的合作不仅仅在经济层面，在政治和外交的互相支持上也有着非常重要的关系。

中方则在对 WTO 承诺基础上，在 6 个主要服务部门的 28 个分部门对巴方服务提供者进一步开放，具体包括采矿、研发、环保、医院、旅游、体育、交通、翻译、房地产、计算机等。

数据显示，截至去年 8 月，中国在巴签订承包工程与劳务合作合同额 153.4 亿美元。据了解，中巴自贸区服务贸易谈判启动于 2006 年 11 月。此后，双方就自贸区服务贸易协定内容和服务部门开放承诺表等进行了 5 轮谈判，于 2008 年 12 月全部达成一致。

商务部有关负责人表示，通过相互降低和取消关税，进一步开放服务和投资领域，自贸区可以带来贸易和投资机会，降低生产和交易成本，扩大企业利润，增加消费者选择。目前中国正与五大洲的 31 个国家和地区建设 14 个自贸区，其中已生效的 7 个自贸协定实施情况良好。来源：《北京商报》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

深度剖析非洲电信市场的魅力与压力

非洲大地上，电信市场正散发出诱人的魅力。

在这片辽阔的土地上，电信业务的低普及率、庞大的人口基数以及非洲人对数据业务兴趣的激增正吸引着一大批全球各地的运营商蜂拥而至。

非洲魅力之一：超低普及率

在未来数年中，随着西欧电信市场的日趋饱和，西欧运营商将把拓展海外市场收入作为一个重要任务，而这也令非洲成为西欧等发达地区电信运营商的主要拓展目标。

较低的普及率被运营商视为是非洲最大的商机所在。根据 WirelessIntelligence 给出的数据，截至 2008 年第三季度，非洲的总体移动服

务普及率是 37%。而其中，普及率最低的埃塞俄比亚仅有 1%，津巴布韦的普及率为 8%，马拉维为 13%，突尼斯为 84%，阿尔及利亚达到 88%，而南非则高达 92%。

不过值得注意的是，目前非洲许多国家都存在一人多机的现象，所以实际的普及率可能要低于上述数字。

WirelessIntelligence 的分析师 WillCroft 称，预计今后非洲市场的移动服务普及率将达到 90%至 110%之间的水平。

但尽管如此，外来运营商进入非洲的决心仍然不会动摇。在去年 11 月举行的一次业内研讨会上，来自穆迪公司的一位分析师指出，过去几年中，欧洲、中东和非洲地区的主导运营商在新兴市场都投入了大量的资金。尽管目前有些新兴市场的成熟度大幅提升，增长率也开始降低，但是相比发达市场，新兴市场的潜力仍然可观。因此，在未来数年中，为了缓解本土市场的发展压力，这些主导型运营商还将继续在新兴市场投资。

Ovum 的分析师 Dobardziew 也持同样的观点。他认为，在未来数年，非洲仍将是众多运营商争抢移动用户的一大市场。

非洲魅力之二：数据业务起步

而非洲的魅力不仅仅在于语音类业务。分析公司 Gartner 日前给出的预测称，尽管目前看来，非洲一些国家的移动数据业务普及率非常低，但是在未来三年中，中东以及非洲地区的移动数据业务增长率将是全球最高。事实上，非洲早已经成为一些创新型业务的试验场。比如，非洲已经抢在许多市场之前推出了移动银行和免费漫游业务。

非洲魅力之三：发展用户成本低

从经济方面考虑，非洲也确实对运营商有着强大的吸引力。Croft 称，同欧洲相比，在非洲获取新用户的成本要低得多。2007 年第二季度，利比亚运营商 Cellcom 平均获取一名新用户的成本是 47.5 欧元，而同期西欧市场上的 O2、Orange 和 T-Mobile 的每位用户获取成本则高达 118 欧元。

非洲压力之一：外来者众多

不过，来自全球各地的运营商都对非洲青眼有加，这也就意味着在非洲的一些热门市场，取得突破的难度也将加大。

根据 AnalysysMason 的数据，2005 年至 2007 年底，进入非洲的运营商多达 27 家。同期，非洲共计颁发了 80 张新移动牌照。

在所有西欧运营商中，已经强势进军了非洲的主要是 Orange 和沃达丰两家。此外，中东地区的 Orascom、Etisalat 和 Zain 也已经打入了非洲市场。Zain 是一家来自科威特的运营商。该公司通过收购 Celtel 成为非洲主要的运营商之一。Celtel 在 2005 年被收购前在非洲 13 个国家开展业务，业务总值达到 26.4 亿欧

元。该公司去年在加纳成功推出了业务之后，目前在非洲的势力范围已经扩展到16个国家。

埃及移动运营商 Orascom，印度的 BSNL、Bharti 和 Reliance 也都在寻找在非洲的发展机会。

AnalysysMason 的首席分析师 RobertSchumann 指出，目前打入非洲市场的最大问题是，外来的运营商已经非常多。

来自 Analysys 和 Euromonitor 的数据显示，截至 2007 年底，在非洲每百万用户对应的运营商数量的比值为 0.6。这一数值比其他地区的水平都要高。这就意味着，非洲市场上已有的运营商数量较大。

非洲压力之二：多为低消费用户

在非洲，低消费用户占了绝大多数。WirelessIntelligence 称，几乎在每个非洲国家，98%至 99%的用户都是预付费用户。

由于要进行较为可观的前期投入，加之非洲用户的消费额普遍较低，这就意味着运营商很难在短期内盈利。以 Zain 公司为例，该公司所在的乌干达、马拉维和马达加斯加位于全球移动通信普及率最低的市场之列，但是市场竞争却较为激烈。目前，Zain 拥有业务的 15 个非洲国家移动服务普及率都低于 50%，但是几乎每个国家都有三四家运营商参与竞争。从 2007 年的数据来看，在非洲市场发展的用户占 Zain 用户总数的 63%，但是这些非洲用户带来的收入只占了集团总收入的 23%。

非洲压力之三：设施投资可观

目前看来，运营商在非洲面临的另一难题是，初期的设施投资较大。

而从当前的情况来看，基础设施不仅是电信运营商的难题，更是整个非洲地区面临的最大挑战之一。包括电力、道路等在内的国有基础设施在许多非洲国家仍然未得到妥善解决。因此，运营商要通过颇为巧妙的手段以最低成本解决基础设施问题。

经验之一：就地取材应对能源短缺

Zain 公司透露，正在马达加斯加测试风力发电，如果成功能比目前最多节省 91%的柴油用量。目前，该公司在非洲已经建设了近 1000 个混合动力技术发电站，通过此举该公司能节省 50%的燃油成本。

法国电信也通过在偏远地区使用太阳能缓解了在非洲遭遇的能源短缺问题。

另外，Zain 公司的另一做法也开始为越来越多的后来者效仿，即 OneNetwork（单个网络）方式。在 Zain 拥有业务的 16 个非洲国家，用户使用的都是同一张网络，无论在哪个国家接入，都无须支付漫游费。据 Zain 透露，该业务覆盖了该公司旗下的 5000 多万用户，迄今使用这一业务的用户已经超过 1000 万。有分析人

士指出，Zain 凭借这一业务吸引了大量的企业和国际用户。

经验之二：有效运营合理控制成本

目前，非洲用户的 ARPU 并不理想，因此分析师认为，有效管理运营性支出是运营商能在非洲保持健康利润率的关键一环。

MTN 集团在保持利润率方面一直做得较为出色。Ovum 在最近的一份报告中称，MTN 一直以来都能有效控制成本。在近三年来，MTN 的 EBITDA 利润率一直维持在 43% 的水平上，该公司同期的用户规模也翻了一番。

不过值得注意的是，MTN 过于依赖南非和尼日利亚两个相对较为发达的非洲市场，该公司目前在南非占有 35% 的市场份额，拥有 1610 万用户。这使得外界对于该公司的后续发展有所担心。

经验之三：深入当地避免遥控作战

从 MTN 和 Zain 公司的经验来看，两家公司的一个共同点是都对当地的情况颇为了解。相比于其他多数外来公司，这两家公司并不是遥控指挥，而是真正深入到非洲市场，学习当地的文化，了解当地的运作规律。

事实上，MTN 公司在 2001 年宣布进军尼日利亚电信市场之时，许多分析师都质疑该公司这一决定。但 MTN 以实际行动证明了当时这一决定的正确性。

目前看来，尼日利亚仍然是一个颇具吸引力的市场。尽管该国的移动用户数已经达到了 4000 万，但是去年 3 月 Etisalat 公司还是新设了业务部门。截至 2008 年第三季度末，尼日利亚的移动服务普及率为 43.5%。

沃达丰对尼日利亚表现出了浓厚的兴趣。沃达丰集团首席执行官 Vittorio Colao 在 2008 年 11 月举行的一次会议上公开表示了对尼日利亚市场的看重，他称尼日利亚是“仅存的同时具备庞大人口基数规模和国内生产总值的电信市场之一”。沃达丰之所以作出上述表示是因为该公司此前设计了一系列的标准用于评测新兴市场的商机，其中就包括当地的普及率和 GDP 增幅。来源：《人民邮电报》2009 年 02 月 18 日

[返回目录](#)

斯里兰卡电信市场及中斯合作机遇

近几年来，斯里兰卡的电信业得到了较快发展，设备不断升级换代。固定和移动通信已基本覆盖到全国的绝大部分地区，在斯的政治、经济、社会和文化等方面发挥着越来越重要的作用。

一、斯电信现状

斯经济落后，至今城市用电普及率为 80%，农村仅为 40%，全国用电率不足 60%。受用电普及率低的影响，斯电信业发展缓慢。特别是固定电话发展更为迟缓。固定电话申请安装周期长，使用费用高，一般百姓无力担负。由于斯有 150

余万人在境外从事劳务，需经常与家人保持联系，因此很多人选择价格相对便宜的手机作为通信工具，形成了斯通信以无线通信为主的特点。

据统计，斯移动用户数占电话用户总数的 73%。自 2001 年以来，无线用户保持快速增长态势，年复合增长率 (CAGR) 达 45%。移动渗透率从 3.6% 增长到 17%，预计到 2008 年将达到 30%。

相比之下，近几年斯固网增长相对缓慢，固网渗透率仅为 6%。但斯 WLL 用户增长则比较快，WLL 占固网用户的比例从 2004 年的 13% 增长到 2005 年的 23%。

二、斯电信运营情况

(一) 三大固网运营商

斯现有三家固定网络运营商，即斯里兰卡电信 (SLT)、Suntel 和兰卡 Bell，用户数分别为 90 万个、12 万个和 6 万个。

(二) 四大移动运营商

斯现有四家 GSM 运营商：即 Dialog, Celltel, Mobitel 和 Hutchison，用户分别为 212.4 万、57.94 万、38.92 万和 23.5 万个。除 Mobitel 为本地运营商外，其余三家或为跨国公司投资入股，或为外国公司投资运营。

斯四大移动运营商情况

移动运营商	主要股东及股份	运营网络
Dialog Telekom	马来西亚电信 87.67%	GSM 900
Celltel Lanka	瑞典 Millicom 100%	GSM 900/1800
Mobitel	斯里兰卡电信 100%	GSM1800, TDMA

Hutchison Telecommunications Lanka 香港和记国际电信 100% GSM 900

1、Dialog 电信。Dialog 电信是由马来西亚电信控股的电信公司，马方占 87.67% 的股份。Dialog 电信成立于 1993 年，1995 年开始 GSM 网络运营，从 2000 年起成为斯移动通信领域的领先者。2005 年 7 月在科伦坡成功上市。同年 11 月，又成功收购了 MTT 网络 100% 股份，并将 MTT 网络更名为 Dialog Broadband 网络公司，可提供固定网、数据及宽带融合业务。2006 年计划投资 1.5 亿美元，用于 GSM 网络扩容、3G 网络建设、宽带服务及光网络建设。截至到 2005 年底，Dialog 电信已建有 575 个基站，预计到 2008 年年底基站数增长到 900 个。网络覆盖面积计划在 2005 年年底的 65% 基础上扩大到 2008 年的 100%。截止 2008 年 3 月有 212.4 万移动用户，占 64% 的移动市场份额，排名第一。

2、Celltel 兰卡电信公司。该公司由瑞典 Millicom 公司 100% 控股，从 1990 年开始在斯开展移动通信业务 (TACS)，2000 年提供 GSM 网络服务，截止 2008 年 3 月有 57.94 万移动用户，占 17% 的移动市场份额，排名第二。2008 年计划投资

1 亿美元用于网络扩容，包括加强双频网络，提高网络容量并提供高速数据业务。截至到 2005 年底，Celltel 电信已建有 75 个基站，预计到 2008 年年底基站数增长到 175 个，并在未来三年里计划新建 500 个基站，实现 100 万用户的目标。

3、Mobitel 电信公司。该公司于 1993 年成立，2004 年 1 月开始提供 GSM 网络服务。斯里兰卡电信公司 100% 控股。截止 2008 年 3 月有 38.92 万移动用户，占 12% 的移动市场份额，排名第三。截至到 2005 年底，Celltel 电信已建有 400 个基站，预计到 2008 年年底基站数增长到 675 个。预计 2008 年年底网络用户容量将增加到 100 万。

4、香港和记 (Hutchison) 兰卡电信。该公司于 1997 年收购兰卡移动通信公司并开始运营移动业务，和记电信 100% 控股。截止 2008 年 3 月有 23.5 万移动用户，占 7% 的移动市场份额，排名第四。

(三) 斯移动用户增长趋势

未来几年斯移动通信将呈良好发展态势。预计 2008 年增长率将达到 50%，然后增速逐渐放缓。预计到 2010 年移动用户数将达到 800 万。移动渗透率继续保持稳定增长，预计由 2008 年的 22.7% 增长到 2010 年的 38.7%，与亚太地区各国的平均增长基本保持同步。

斯未来五年移动用户增长预测

斯里兰卡	2006E	2007E	2008E	2009E	2010E
用户数 (千)	4,607	5,628	6,586	7,416	8,094
增长率 (%)	49%	22.2%	17%	12.6%	9.2%
渗透率 (%)	22.7%	27.5%	32%	35.7%	38.7%

资料来源：信息中心 2005-12

三、斯电信管制及牌照

(一) 斯电信监管委员会

作为 WTO 成员国，斯对外资投资和电信领域拥有的股份没有限制，电信市场相对开放。电信管理由邮电通信部属下的斯里兰卡通信监管委员会 (TRCSL---Telecommunication Regulatory Commission of Sri Lanka) 负责。该委员会成立于 1996 年，宗旨是促进斯电信行业的稳定发展，保护公众利益，保证竞争市场的开放、公平和有效。

该委员会的职责包括：执行电信法规的相关规定；培养运营商之间公平有序的竞争环境；制定价格；频谱管理和号码管理；保护消费者的合法权益。

(二) 2G 牌照发放情况

1、1997 年 8 月，香港和记 (Hutchison) 收购斯本地企业 Lanka Cellular 百

分之一百股权后，同时获得其 2G 移动牌照。

2、瑞典 Millicom 公司在斯 (Celltel Lanka) 的 2G 移动牌照于 1995 年获得，将在 2008 年 9 月到期。

3、2008 年 2 月，Celltel Lanka 与斯电信监管委员会达成协议，出资 500 万美元将牌照延长 10 年至 2018 年，同时获得部分 1800MGSM 频段。

2G 牌照发放具体情况

运营商牌照名	牌照发放日期	牌照期限
Hutchison Lanka Cellular Services (Pvt) Ltd.	11.02.1992	20 年
Mobitel Mobitel (Pvt) Ltd.	11.02.1993	20 年
Dialog Telecom MTN Networks (Pvt) Ltd. (Dialog)	28.09.1993	20 年
Celltel Lanka Celltel Lanka Ltd.	07.09.1995	13 年
Celltel Lanka Extension of License [Celltel Lanka Ltd.]	13.09.2008	10 年

资料来源：斯里兰卡电信监管委员会 2006-4

(三) 3G 牌照发放情况

斯电信监管委员会正在进行 3G 频谱分配的咨询工作，预计 2008 年年底或明年年初出台 3G 频谱分配方案。

(四) 固网牌照发放情况

2005 年 11 月，Dialog 以 1860 万美元购买了 MTT 百分之百的股份，获得其固网牌照，可使用 WLL 提供固定语音服务，并进入数据通信和宽带服务领域。

固网牌照发放情况

运营商	发牌日期	牌照有效期
Sri Lanka Telecom	08.08.1992	20 年
Suntel	22.02.1996	20 年
Lanka Bell	26.02.1996	20 年
MTT Network	10.11.2005	10 年

四、中斯在通信领域的合作和前景

(一) 中国公司在斯承揽的通信项目情况

深圳中兴通讯股份有限公司和华为技术有限公司九十年代底开始开拓斯通信业务，2003 年两公司业务取得突破，自 2005 年起开始快速增长。通过两家中

国企业的努力，打破了外国电信公司在斯电信领域长期垄断的地位，使中国高端通信技术和产品打入当地市场，前景广阔。

1、深圳中兴通讯股份有限公司：

中兴公司与和记通信公司签订了 GSM 三期的合作，和记的所有移动通信主设备都由中兴公司提供，总价为 1800 万美元。2005 年中兴公司与斯里兰卡电信签订的 CDMA 合同，是中国无线终端设备首次进入斯里兰卡电信公司。2005 年 10 月该公司与瑞典 Millicom 控股的 Celltel 签订了 GSM 项目合同，总价 3000 万美元。目前，该公司在斯累计合同额达 7000 万美元。

2、华为公司：

该公司经过努力，在斯 GSM、CDMA、智能网、终端等多种产品实现了规模应用。特别是在 GSM 领域，该公司于 2005 年首次与斯最大移动运营商 Dialog 实现合作，打破了国际著名电信供应商阿尔卡特和爱立信长期垄断的地位，为今后 GSM 扩容打下了基础。在 CDMA 方面，华为先后与兰卡贝尔和 Suntel 实行合作，在斯首先开通了 CDMA 业务，销售终端 17 万部。该公司目前在斯累计营业额达 5000 万美元。

(二) 正在跟踪和推动的通信项目

为进一步拓展斯通信市场，两家公司还准备运用中国资金承揽斯政府通信项目。

1、CDMA 电子斯里兰卡农村电信网项目

为改变斯农村通信落后状况，斯政府准备利用外国资金来建设农村电信网项目。中兴通讯股份有限公司于 2004 年初开始追踪此项目并取得积极进展。2004 年斯内阁原则通过了中兴公司的技术方案，并将此项目列入 2005 年政府预算。同年 12 月 23 日，中兴公司与斯电信部签署了承建 100 万线农网项目的谅解备忘录。该项目约 1 亿美元，斯方申请中国政府优惠贷款支持。

2、斯警察系统

斯警察局在全国设有 402 个警察机构，现运用模拟信号通信设备，效果很差，欲改造成现代化的数字集群通信系统。该项目总投资约 5200 万美元。华为技术有限公司正在跟踪此项目。

3、铁路通信项目

斯政府在 2001 年提出对现有铁路通信系统进行技术改造。中兴公司和华为技术有限公司分别于 2001 年和 2005 年开始追踪该项目。中兴公司和华为公司分别向斯方提出了基于 CDMA 和 GSM-R 技术为基础的项目建议书。斯政府希望中国政府提供优惠贷款承建此项目。该项目预计约 3000 万美元。来源：驻斯里兰卡经商参处 2009 年 2 月 20 日

制造跟踪篇

【摩托罗拉】

摩托罗拉抢食 GPS 手机市场

在经历巨亏、裁员等一系列动荡后，摩托罗拉终于开始发力。日前摩托罗拉在广州宣布推出其今年在中国市场的首款重量级产品——A3000。和以往采用自行开发的 Linux 平台不同，此次摩托罗拉选择了微软的 Windows Mobile 平台作为秘密武器，并且将移动互联网导航作为最重要的卖点。

摩托罗拉中国区总裁高瑞彬表示，目前整个移动通信市场会向移动互联网上转移，摩托罗拉要在移动互联网时代重回领导地位。配合这一战略转型，目前摩托罗拉在高端手机的平台方面进行了大力的缩减未来将集中在 Windows Mobile 和 Android 两大平台上。

对于中国即将展开的 3G 建设，高瑞彬表示，摩托罗拉目前已有 WCDMA 手机和 CDMA2000 手机在进行相关入网检测，今年也会与中国移动加强在 TD 定制手机上的合作。来源：《南方日报》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

【诺基亚爱立信】

诺西中国整合完毕与普天 3G 合作仍在谈判

诺基亚西门子通信公司中国区总裁张志强近日接受专访时透露，经过两年整合，原诺基亚网络部门和西门子通信合并后的整合已全部结束，但是，与中国普天在 3G 方面的合作仍在谈判中。

在华整合已完毕

去年，合并后的诺基亚西门子通信公司中国区董事长何庆源离职后，业内即猜测诺西中国区整合完毕，此次张志强明确表示，包括下属中外合资公司等各类整合问题基本解决了，诺西在中国设有一个控股公司，控股公司董事长由诺西全球执行董事会的一名成员担任，但其平时不在中国，中国区主要由张志强负责。

西门子通信刚宣布与诺基亚网络部门合并时，曾经历过一次激烈的离职员工风波，甚至有员工在办公大楼前打横幅表示不满，但张志强表示，经过两年多的文化整合方面的努力及与员工的沟通，目前合并在一起的员工已表示出对公司整合的认可。

他说，经过两年整合，诺西已成为全球电信业强者，因此可以说整合得非常

成功，是英明决策，员工也非常有信心了。

在华重点是移动通信

对于目前诺西在中国的情况，张志强表示，诺西 2008 年在中国业绩不错，两家股东在技术方面的融合也已解决，产品思路非常清晰，在现金流等方面也不错。

他表示，诺西在中国仍是 GSM 项目占收入最多，未来重点是无线通信。

针对在中移动 TD-SCDMA 和联通 WCDMA 等中国 3G 设备招标中的表现，他说，“对于招标结果，我们是追求利润和市场的平衡，主要看长期。在每次招标中，诺西都是追求平衡，靠实力和服务，稳健发展”，“我们在 3G 竞争中主要还是靠我们的优势，通信是国际化市场，靠全球经验，我们在全球有 250 张网，这就是技术和品牌优势”。

对于 3G 建网的最新进展，他表示，诺西在 TD 二期方面的供货已全部到位，诺西的 TD 市场主要集中在 4 个省，目前正在进行建网后的测试；另外，诺西 WCDMA 有 11 个省在供货，正按客户要求供货。

与普天 3G 合作还在谈

2005 年，诺基亚曾与普天签约，要在 3G 方面合作，但后来由于因与西门子通信合并而搁浅。不过，目前外国电信巨头结盟国内电信设备商的趋势越来越明显，例如在联通 WCDMA 招标中，华为与摩托罗拉结盟，爱立信则与新邮通和烽火通信结盟，因此，诺西是否还会与普天联手受到业内关注。

对此，张志强说，“与普天在 TD-SCDMA 方面已经完全中断合作，但其它 3G 领域的合作还在谈，要把这个历史问题解决还要很长一段时间，我们希望双赢”。

来源：通信世界网 2009 年 2 月 23 日

消极应对 TD 诺基亚弃中国中低端市场？

随着中国 3G 放牌，国内手机市场的竞争步入白热化阶段。但作为全球手机霸主的诺基亚，却因为消极应对中国版 3G 标准 TD，被指不看好中国今后手机市场的发展。一位知情人士向透露：随着退出日本中低端手机市场，不排除诺基亚今后也会退出中国中低端市场，转战高端智能手机。

注意到，被诺基亚看好的高端智能手机市场，远未有预期的理想。3G 时代必会掀起智能手机的降价普及，企业在这产品上的利润下滑已成定局。同时，随着中国手机市场步入运营商主导时代，这也将直接导致素来与运营商不和的诺基亚面临挑战。

经营陷入困境

种种迹象表明，虽贵为全球手机业巨头，但诺基亚最近的日子也不好过。由于预计经济危机将持续数年，诺基亚只能以频繁裁员减支来应对。

获悉，日前诺基亚董事长奥利拉向媒体表示，全球经济危机还将持续 2 至 3 年，如果情况继续恶化，诺基亚将来不排除进一步裁员的可能。此前，由于市场需求下降，诺基亚宣布降低芬兰 Salo 工厂产量，并关闭芬兰小镇 Jyvaskyla 的一座研发工厂，直接导致 410 名员工被裁减。奥利拉还无奈表示：“如果经济条件继续恶化，我们必须采取进一步行动。”

此外，被诺基亚近年来视为保持量增利长法宝的高端智能手机市场，去年以来正遭遇前所未有的考验。iPhone、黑莓、谷歌等新贵正以其强大的内容支撑与应用功能开发，对传统智能手机巨头诺基亚发起了一轮轮强大冲击。

此前，诺基亚一直占据着全球高端智能手机市场上的半壁江山。不过，这一市场格局却被苹果、谷歌等企业改写。随着 3G 版 iPhone 的上市以及黑莓手机推出新品，苹果和 RIM 公司正在从诺基亚手中抢夺智能手机市场份额。统计数据则显示，诺基亚智能手机份额从 70% 多下滑至 38% 左右。而为保持市场占比也拖累了企业盈利能力的大幅下滑。

日前，为填补高端智能手机下降的利润，诺基亚则开始模仿苹果的 iPhone，推出应用程序商店，延伸企业盈利点。

丧失中国机会

眼下，被认为是诺基亚最大软肋和心病的难题，来自于中国市场的冲击与不稳定。了解到，在中国版的 3G 标准 TD-SCDMA 上，作为全球手机巨头的诺基亚显得“漫不经心”。其规划的第一款 TD 标准的手机新品要在今年 10 月份上市，此举则饱受业内人士的批判。

此前，TD 芯片制造商上海凯明在 3G 放牌前倒闭，幕后推手被认为就是诺基亚。作为上海凯明的股东之一，诺基亚在凯明资金出现问题之后，一直催促公司结束运营且不同意继续注资。尽管，我们无法猜测诺基亚轻视 TD 的真实原因，但有一点可以肯定，随着 3G 时代的拓展加速将直接让诺基亚丧失其在中国市场的新一轮发展机会。此前，摩托罗拉的退败已经证明了这一点，而诺基亚是否会成为摩托罗拉第二？

有业内人士指出，诺基亚在进入中国市场多年后，迟迟无法与中国移动等国内运营商达成互利共赢的合作关系。这也直接造成了其在中国市场的发展困局。由于一直坚持在海外市场的操作模式，进入中国市场后诺基亚与中国移动等运营商在产品销售、合作机制及利润分配等方面一直无法达成共识。

同时，售后服务差是业内公认为诺基亚的短腿。由于诺基亚在中国市场的销售与服务依赖全国和省级代理商展开，缺乏对销售服务体系的掌控，直接导致许多用户在寻求诺基亚产品服务时，遭遇推委、拖拉等现象严重。特别是在一些三四级县城与乡镇市场，诺基亚的售后服务速度甚至连山寨机都不如，大大损害了

其国际品牌形象，也进一步制约了其在中国农村市场的发展。

TD 新品推出缓慢、售后服务差、与运营商无深度合作，诸多问题都将给身陷全球经济危机困境中的诺基亚在中国市场的发展以沉重打击。来源：中国企业报

[返回目录](#)

【三星】

韩国三星和 LG 公司将推出太阳能充电手机

韩国电器制造商三星电子公司和 LG 电子公司宣布，它们将推出太阳能充电手机。

韩国《朝鲜日报》报道，两家公司会在西班牙巴塞罗那举行的 2009 年“移动通信世界大会”上推出各自的太阳能手机。

报道说，两款手机均在背面电池盖上安装太阳能电池板，利用阳光充电。一般情况下，充电 10 分钟可维持三分钟通话。技术人员希望日后可随太阳能发电技术逐步完善，进一步增加手机电池容量。

三星公司推出的太阳能手机名为“蓝色地球”，主推环保概念，内置一款减排计数软件，可让用户计算以步行代替开车可以减少多少二氧化碳排放。LG 公司的太阳能手机名为“ECOfriendly”。报道没有说明两家公司准备何时把这两款手机推向市场和预计售价为多少。来源：《经济参考报》2009 年 2 月 18 日

[返回目录](#)

【华为】

美国最大运营商选定 4G 供应商：华为抱憾出局

美国最大移动运营商 Verizon 无线今日正式公布了 4G 长期演进 (LTE) 供应商名单，已选定爱立信和阿尔卡特朗讯作为其在美国的初步 LTE 网络部署项目的首要设备商，新服务将于 2010 年推出。

Verizon 执行副总裁兼首席技术官迪克·林奇 (Dick Lynch) 在巴塞罗那移动世界大会宣布了上述消息。此次合同也意味着，华为再次抱憾美国市场，未能进入美国主流移动运营商。

爱立信阿尔卡特朗讯胜出

Verizon 无线是 Verizon 通信和沃达丰共同组建的合资企业，拥有 8000 余万用户，是全球最大的 CDMA 运营商，也是全球 CDMA 运营商转型的榜样。由于欧洲主要移动运营商沃达丰、德国电信、法国电信等已经决定推迟 2~3 年部署 LTE，因此 Verizon 无线是目前唯一明确 LTE 计划的大型运营商。

Verizon 无线已选定爱立信和阿尔卡特朗讯作为该公司在美国的初步部署 LTE 网络的首要网络厂商。继与沃达丰在美国和欧洲开展 LTE 网络测试之后，Verizon 宣布了以上计划，并将成为首家在美国提供商业 LTE 服务的运营商。

作为赢家，爱立信总裁兼首席执行官思文凯（Carl Henric Svanberg）和阿尔卡特朗讯首席执行官韦华恩（Ben Verwaayen）都发表了热情洋溢的讲话；而另一家老牌厂商诺基亚西门子也没有空手而归，获得了部分 IP 多媒体子系统（IMS）合同。

Verizon 无线在 2008 年的资本支出总额约为 170 亿美元。林奇称，资本支出已经从较老的技术转向 LTE 等新的战略计划，所以 LTE 网络成本将符合该公司的总体计划。

沃达丰尽管推迟部署 LTE，但是在通过美国子公司推进 LTE。沃达丰全球首席技术官史蒂夫·蒲赛（Steve Pusey）表示：“作为在美国的 LTE 部署计划的一部分，沃达丰非常高兴能够支持 Verizon 无线的这一决定。沃达丰不仅支持这些面向美国市场的计划，而且还会继续与 Verizon 无线密切合作，合作内容涉及一系列旨在推进 LTE 商业开发的计划，包括一项大规模的测试计划。”

华为再次抱憾美国市场

阿尔卡特朗讯、爱立信是 AT&T 移动 WCDMA 网络的主要供应商，阿尔卡特朗讯也是 Verizon 无线 CDMA 设备的最主要供应商，因此法美合资企业阿尔卡特朗讯在美国本土的胜利也“顺理成章”。

2006 年 11 月，华为曾一度十分接近获得美国第四大移动运营商 T-Mobile USA 的 WCDMA 合同，不过在报价阶段抱憾出局；爱立信、诺基亚（现诺基亚西门子）两家设备商最终胜出，分享 27.5 亿美元的定单。迄今为止，华为仅获得过美国运营商 Leap 价值 1 亿美元的合同。

尽管华为也参加了沃达丰与 Verizon 的 LTE 联合测试，并且华为与爱立信在今年 1 月摘取了北欧运营商 TeliaSonera 的全球首个 LTE 商用合同，携余勇而来志在必得；但结果此次华为仍然徘徊在美国市场边缘。

在 Verizon 无线确定入围名单之前，Avian 证券分析师马修·桑顿（Matthew Thornton）就表示：“我认为华为不太可能成为主要供应商，但可能成为次级供应商，并给其他设备供应商造成价格压力。”

也有专家对选择华为表示担忧，认为此举可能导致美国政府对安全问题的关注。但有分析师指出，在目前疲软的经济环境下，任何一家运营商都不可能对低价设备供应商视而不见。

一般而言，运营商都仅会选择两家主要供应商。但值得注意的是，Verzion 无线使用的措辞为“初步网络部署”，表明其 LTE 网络部署将分阶段进行，华为

在后继阶段并非完全没有机会。

Verizon 无线的现场测试证明，LTE 目前最高下载速度达到了 50~60Mbps，实际平均下载速度要等到 LTE 网络的商业推出时才能确定。Verizon 无线将通过利用其最近购买的 700MHz 频谱在今年夏天扩大测试范围。（来源：北京晨报

[返回目录](#)

【中兴】

中兴总裁殷一民：150 亿融资计划应对金融危机

2 月 18 日，中兴通讯总裁殷一民表示，中国 3G 牌照发放后，中兴通讯全面参与了国内三大运营商的 3G 项目招标，综合份额位居第一。尽管目前全球受金融危机影响，中兴通讯仍然保持了稳健的增长业绩，中兴通讯认为这次危机对中兴通讯既是挑战也是机遇，除技术产品优势和成本竞争力外，中兴通讯与中国金融机构保持良好合作，目前正在讨论 150 亿的对外合作融资计划。

同时，殷一民指出中兴通讯未来四大发展战略。一是继续保持成本领先优势，不断降低产业 TC0；二是高效研发，关注技术创新，优化技术演进；三是增强项目化运作能力，提高网络交付运维能力；四是继续重视行业可持续发展，倡导绿色电信理念。

此前，据 GSM 协会消息，在 2009 年 GSMA 全球移动大奖技术创新奖入围名单中，基于中兴通讯创新 SDR 技术的两款基站产品 ZXSDRB8200 和 ZXSDRR8860 均榜上有名。

2009 年 1 月，中兴通讯 SDR8000 系列产品获中国联通 WCDMA 一期 18 个省的网络建设。截止目前，中兴通讯 SDR 基站设备已在中国内地与香港、印度、土耳其等多个国家和地区得到了规模商用，全球商用数量已达 35000 台。

在展会期间，中兴通讯还公布，公司与香港最大的移动运营商 CSLNWM (CSLNewWorldMobility) 于香港合作建设全球首个基于 SDR 的 HSPA+ 网络，同时该网络亦是首个采用 SDR 技术的大型全 IP 网络。

据了解，中兴通讯 SDR 技术透过减少网络设备占用的空间及减低耗电量，为 CSLNWM 提升网络灵活性，同时更能提供高效先进的网络流量管理和切合未来需求的系统。SDR 方案让电讯网络营运商将现有网络升级至包括：HSPA+，MIMO 和 LTE 的下一代网络技术。来源：通信产业网 2009 年 2 月 18 日

[返回目录](#)

中兴通讯与德电签署合作协议

日前，中兴通讯宣布，公司与欧洲最大的移动运营商之一、德国电信旗下移动子公司 T-Mobile 签署了 GFA 协议，此项合作涵盖用于 T-Mobile 所有的手机和

数据卡设备市场，双方将借此建立覆盖欧洲所有市场的战略合作关系。

日前，中兴通讯手机事业部副总经理熊辉透露，公司计划手机业务在近年内从全球第六进入全球三甲。目前全球手机前三名分别为诺基亚(市场份额 40%)、三星(市场份额 16.7%)、LG，中兴通讯排名第六。来源：《每日经济新闻》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

中兴中标法国 WCDMA 合同再突破欧洲主流运营商

以国内即将启动的 WCDMA 市场作为支撑，中国设备商在国际 WCDMA 市场上也开始屡有收获，即使是一直坚如磐石的欧洲市场也逐步向中国设备商打开。

23 日，中兴通讯宣布，近日已经与法国运营商 OMT 签署 UMTS(即 WCDMA)商用扩容合同，这是继双方在 2008 年初达成 UMTS 正式合作以来的进一步深入合作，也是中兴的 UMTS 产品进入罗马尼亚、土耳其、爱沙尼亚等国家之后在欧洲的又一突破。

合同显示，中兴将为 OMT 在加勒比海地区、印度洋地区多个网络提供 2G 和 3G 系统设备。该网络采取 2G/3G 混合组网的模式，可以实现向 HSPA+的平滑升级。

“在欧洲市场已经布局完成的情况下，再拿到欧洲运营商的 3G 合同实属不易。”一位中兴有关人士表示。

实际上，根据中兴提供的数据，目前中兴在全球有 30 多个 WCDMA 商用网络，但在欧洲市场，主要是罗马尼亚、土耳其、爱沙尼亚等地区，以及法国运营商 OMT，而在更为难进的北美市场，中兴的 WCDMA 设备还未实现突破。

目前中兴通讯在西欧片区的员工总数已经从 2003 年刚进入这块市场的 1 个人增长为目前的 500 多人，本地员工比例达到 60%。

欧洲市场可谓处于全球金融危机的中心，这正是中国通信企业实现欧洲突破的重要机会。

中兴西欧区总裁蔺成介绍，小规模运营商在经济危机中一个很明显的变化就是信贷和投资支持不够，中兴正好可以在这时借助中国的金融实力选择一些好的、优质的小运营商合作，OMT 就是案例之一。

而近期不少运营商纷纷宣布推迟 4GLTE 网络的建设，更是给了 WCDMA 以及 HSPA 等技术更多的部署时间。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

中兴通讯曝手机业务新目标：3 年后进全球前三

在巴塞罗那举行的世界移动大会上，中兴通讯手机事业部副总经理熊辉透露，中兴通讯计划 3 年后手机出货量 1 亿部，进入全球前三名。

08 年出货 4500 部

熊辉是在接受新浪科技专访时透露此消息的。此前，中兴通讯在 2008 年 10 月曾发布第一亿部手机下线的消息。熊辉表示，去年中兴通讯全年手机出货 4500 部，手机业务同比增长 40%，数量上列全球手机厂商第四名，而且，其所提及的出货量就是指实际销售量。

他同时表示，去年中兴通讯手机出货量原本是可以更多的，主要是第四季度受全球经济危机影响放慢了些脚步。

他认为，中兴通讯是全球手机前六强中最健康的，在 2007 年，中兴通讯实际上同比是有很大增长的，增长了 40%，而其余前五强多数都有下滑，其中两家大幅下滑。

3 年后进入全球前三强

“08 年已经过去，在冬天里我们没有冻死。而且，只要不冻死，我们就有更多机会赶超其它厂商”，熊辉如此说，

目前全球手机前五名分别为诺基亚、三星、LG、摩托罗拉、索尼爱立信。熊辉透露了中兴通讯手机业务对未来的战略规划；即做全球最佳的定制手机厂商，5 年后成为全球手机前三强；

他解释说，中兴通讯计划 3 年后年产量计划做到 1 亿支，而目前 LG 排全球第三名，它的出货量就是 1 亿部，中兴通讯计划赶超 LG。

他表示，今年中兴手机计划增长 40%到 50%。

期望占全球数据卡 1/3 份额

关于如何做到上述目标，熊辉表示，中兴通讯是全球手机产品制式最全的厂商之一，未来将大做三种制式的 3G 手机，但同时也继续大做 GSM 手机，“做 GSM 手机是用来走量的，因为 GSM 手机竞争太激烈了”，另外，“中兴做全制式系列的产品，能形成合力，可以做各种双模制式的手机，有利于竞争”。

中兴通讯手机目前主要是在海外销售，通过给沃达丰、澳大利亚电信、葡萄牙电信等各国运营商定制手机；熊辉认为中国手机市场也将使得中兴手机带来巨大增长，他说，“3G 牌照一发，我希望在中国市场有两到三倍的增长。我用千载难逢来形容这次机遇。目前，中国电信大做 CDMA 手机对中兴来说将有每年 500 万部手机的机会，而中兴通讯在中国 TD 手机市场占有率第一，预计也将在 2009 年带来真正的市场发展”；

关于 WCDMA 手机，他表示，中兴通讯在澳大利亚电信是 WCDMA 手机第一，当然 WCDMA 手机群雄纷争，竞争将非常激烈。

关于数据卡产品，他表示，中兴今年会大力做 3G 数据卡。期望占到全球数据卡 1/3 的市场份额，其中有些数据卡中兴通讯能占 50%的市场份额。来源：

服务增值篇

【趋势观察】

通信业人士：手机宽带网络发展将提振全球经济

国际移动通信业专业人士 16 日在巴塞罗那举行的世界移动通信大会上表示，手机宽带网络发展有助于促进全球经济增长，并敦促各国政府加大在该领域的投资。

全球移动通信系统协会主席、俄罗斯 VimpelCom 通信公司首席执行官亚历山大·伊佐西莫夫在座谈会上说，如果移动通信行业能以过去 15 年的速度继续发展，它将成为拉动经济增长的火车头，牵引世界经济走出目前的低迷。

美国哥伦比亚大学地球研究所主任杰弗里·萨克斯表示，手机宽带网络发展不仅能增加就业机会，还具有社会效益。移动通信技术是消除世界上最偏僻地区极度贫困的最有力工具之一，随着数字设备的推广，那里的人们可以通过手机接受教育，并获得关键的医疗卫生服务。

中国移动总裁王建宙也指出，3G 网络的推出和运营将在中国创造大量的就业机会。一方面，3G 的投资将直接促进电信制造业发展；另一方面，3G 手机和技术的应用将推动消费并帮助部分企业解决金融危机带来的困难。

与会专业人士们认为，各国政府应制订政策，鼓励加大对移动通信服务和网络领域基础设施的投资，营造稳定而良好的监管环境，从而拉动经济增长。

与此同时，他们呼吁同一地区应采用同一标准的移动宽带服务，实现不同国家移动宽带服务的兼容性，扩大移动通信设备的使用范围，降低制造成本和终端用户的使用成本。

2009 年世界移动通信大会 16 日在西班牙巴塞罗那会展中心开幕，来自世界各地的 1280 多家公司将参加为期 4 天的大会。来源：《经济参考报》2009 年 2 月 18 日

[返回目录](#)

地面数字电视 3 年内全国覆盖

在成为电子信息产业调整振兴规划六大工程的一部分后，地面数字电视覆盖正在加快进程。

国家广电总局规划院院长姜文波在近日举行的广电发展论坛上表示，包括已经覆盖地面数字电视的北京、深圳等 8 个城市在内，今年将在 37 个城市完成地

面数字电视覆盖，并将在 3 年内实现对全国的覆盖。

而电子信息产业调整振兴规划中就指出，支持广播运营商加快实现地面数字电视全面覆盖，带动相关产业发展。地面数字电视是用户接收数字电视方式的一种，其他还包括有线、卫星等。地面数字电视用户可运用接收设备进行无线接收。

按照国家广电总局的规划，地面数字电视覆盖将分两个阶段进行：第一阶段是在 37 个大中城市转播中央电视台高清节目，同时配备标清频道的节目；第二个阶段是在 333 个地市以及 2861 个县播出标清同播节目，同播中央、省、市、县的标清节目。

姜文波表示，未来将有 25 亿元财政投入发展地面数字电视，在 3 年内实现对全国地面数字电视信号的覆盖，除边远山区外，覆盖 90% 的用户。现在已到位的 5 亿元资金将主要用于完成第一阶段的工作，即对 37 个城市进行频点规划、信号覆盖，以及终端产品的入网测试等。而后续资金的投入主要是为对全国地面数字电视信号进行覆盖，除了支持中央台节目的覆盖，还要结合地方节目数字化共同建立数字电视覆盖网。

天柏宽带科技有限公司董事长吕品表示，地面数字电视市场需求潜力大，我国拥有 4 亿电视机用户，除 1.5 亿主要在城市的有线电视用户外，其余 2.5 亿都是地面数字电视潜在用户，而地面数字电视运营成本比有线数字电视低。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 23 日

[返回目录](#)

TD 下一步重点是全程全网

TD-SCDMA (以下简称 T0) 产业链日趋成熟，业务应用逐渐丰富，特别是在服务奥运的过程中，T0 经受了奥运会大话务量、大容量的考验，从系统设备到终端都表现十分稳定，证明 TD 已完全能够支持大规模商用。随着 HSDPA、HSUPA 等相关技术的进一步发展，TD 后续演进路线也逐渐清晰，TD 已经真正融入到消费者的生活中。

TD 已具规模商用能力

2000 年，ITU 正式批准和接纳 TD 成为 3G 标准之一。2002 年，TD 产业联盟成立。2006 年和 2007 年分别进行了 TD 网络应用试验和奥运十城市的网络建设。2008 年，TD 十城市扩大网络规模试验正式放号，标志着 TD 全面进入商用，TD 和 3G 真正走入人们的生活。

在北京奥运会上，TD 所提供的 3G 业务已经超越了 2000 年其被批准为 3G 标准时的概念，HSDPA 功能的实现使 TD 与其他 3G 标准和 3G 业务保持了同步。

在网络系统、终端、芯片以及网络测试设备、运营商等产业链各个环节的共同努力下，TD 成功服务奥运会。中国移动向奥运志愿者和中国代表团赠送了超

过 10 万台 TD 手机，近 5 万张 TD-HSDPA 数据卡，并提供了包括手机电视、奥运快讯、奥运视频点播、无线上网等在内的 6 类共 45 项业务。TD 手机的话音接通率达到了 95% 以上，仅开幕式当天就有 20 万名用户领略了奥运史上的首次手机电视服务。TD 经受了奥运会大话务量、大容量的考验，从系统设备到终端都表现十分稳定，证明 TD 完全可以支持大规模商用。

在 TD 产业的发展中，大唐集团发挥了积极的作用。从 TD 技术创新、产品 / 应用开发、生产制造到标准演进，大唐集团以市场需求为导向，开放产品为应用，通过多层次、多方面开放平台和标准，探索出了与国内外企业共同推动 TD 产业升级的新模式，吸引了产业链上 200 多家企业共同推动 TD 产业的发展和产业整合。

大唐公司为 TD 商用提供了全面的解决方案，并与中国移动密切配合，完成了网络升级。大唐的 TD-HSDPA 高速数据卡已大规模应用于市场，系统设备终端解决方案、USIM 卡、测试终端、工程服务能力等也获得了中国移动的好评和业界认可。

大唐集团下属的大唐移动公司专注于 TD 的合作与发展，通过与韩国 SK 公司建立合作研发中心，带动了我国部分网络应用和业务应用的开发，为中国移动的运营和发展提供了有力的支撑。

如今，4G 标准竞争即将拉开序幕，TD 技术也面临全新的挑战。2007 年 12 月的 3GPP 会议通过了 TD-LTE 的后续演进标准，为今后的 4G 标准竞争奠定了坚实的基础。我国企业在 TD 技术开发和产业化上将延续既有优势，进一步加大 LTE 开发，促进 LTE 在 2010 年之后的热点覆盖，为 TD 争取更为有利的国际地位。

全国覆盖是下阶段重点

从全球通信业的发展来看，TD 在中国将具有十分广阔的市场空间。在全球通信市场中，我国继续保持着 1/5 的总量。从市场增量来看，我国移动业务的新增比例十分可观。市场存量和增量的现状表明，我国移动数据业务还未呈现大规模启动的状态，从而为未来大规模发展用户提供了良好的基础。

从近期的一些研究报告可以看出，在全球范围内，RNC 所承载的数据流量已远远超过话务流量。与此同时，全球互联网的发展趋势也表明，视频流媒体及视频文件共享成为了迅速发展的潮流。

3C 为手机承载互联网奠定了良好的基础，为后续移动互联网的发展打开了空间，对于 3G 语音业务的发展也将更加有利。

从消费需求的多样化来看，移动通信应该为用户呈现个性化、便利、无处不在、安全、融合和丰富的服务体验。回顾移动通信的发展历程，1C 实现了无线移动通信，2C 成为人们生活中必不可少的通信工具，3C 则演变成为一种社会生活

方式和业务形态。

TD 是促进我国信息化和工业化融合的重要手段。无论是从提高劳动生产率、降低生产成本，还是从增加产品附加值的角度看，应用统一通信、优化生产和运营，通过智能产品、融合产品以及远程支持建立一个新型的经济增长方式已经成为现实。

同时，TD 的投产使用还能帮助政府改善公共服务，为公共医疗、城市综合管理、民政事务、教育等提供新型的服务手段，帮助政府降低社会管理成本，提高社会管理效益，开展个性化高端服务，推动政府管理和服务从静态向动态的转变，通过运行机制、运行模式和运行效率促进电子政务等一系列公共事务和公共产品服务的改变。

TD 更将融入每一位消费者的生活中，移动广告、手机电视、手机导航、手机购物等增值业务以完全崭新的形式改变着人们的生活，移动通信通过技术创新，以全新的商业模式和服务形式增强了用户的沟通、互动，推进了服务前/后台的融合。

到目前为止，TD 已经历了三个发展阶段。第一阶段，在政府的领导和支持下，以产业联盟为基础，开展 TD 相关标准研究，并得到国际公认。第二阶段，在产学研相结合的基础上，国内外企业共同推动 TD 产业发展，形成了良好的发展模式。第三阶段，也就是目前所处的阶段，我国制造业与运营业密切合作，共同开发和推动 TD 市场以及后续的应用、研发，促进 TD 后续标准走向国际。

以开放、合作、创新的理念推动 TD 产业发展，成为当前 3G 在我国的发展趋势。TD 通过核心技术的专利化、科技标准的自主创新以及国际标准组织的认可，再通过产业联盟的形式推动规模商用和产业化的道路十分清晰。通过开放核心专利和技术标准，TD 产业联盟的队伍不断壮大。中国移动的加盟使 TD 产业联盟已经覆盖了系统设备、终端、芯片、仪表、业务和运营等各个环节，通过上下游共同协作，TD 已形成了具有国际竞争力的产业链。

今后，TD 将更加关注消费者的需求，以业务应用带动产业的整体发展，推动 TD 产业向着市场和应用领域进军。在下一阶段的发展中，应进一步完成 TD 网络的全国覆盖，实现全程全网，加强网络优化工作，为 3G 业务和应用打造优质的网络平台，为 TD 产业链走向全球市场奠定坚实的基础。来源：《世界电信》2008 年第 11 期

[返回目录](#)

2010，移动互联网走向成熟

市场调研公司 Reportlinker 最新发布的《2010 年移动互联网》报告显示，移动网络正逐渐走向成熟，用户行为模式和选择偏好也在逐渐形成，从而使人们

有可能判断该市场的走势，并能够更详细地预测未来的发展。

全球使用中的个人电脑数量已超过 10 亿台，网民达 15 亿人，移动用户超过 40 亿人，预示着移动互联网成长潜力巨大。特别是全球 58% 的个人电脑用户使用移动网络，但仅占全球总人口的 15%，这意味着对大多数潜在用户而言，手机将是他们主要的互联网终端。全球向 3G 转移的步伐正在加快，在 2006 和 2007 年，WCDMA 用户都增加了一倍多。截至 2008 年 6 月，全球 WCDMA 用户超过 2.35 亿，占手机用户总数的 6.4%。此外，到 2008 年年中，cdma2000 1X EV-DO 用户约有 1 亿人。

仅仅依靠网络速度的提升还不足以激发移动互联网的发展。即使是在西方国家的 3G 用户中，使用移动互联网服务的人所占的比例仍然不高。这说明，服务供应商、运营商以及手机制造商必须确保人们在第一次使用移动网络时，获得顺畅、直观、可靠和提升信任度的使用体验，这一点至关重要。市场研究公司 Berg Insight 建议，移动网络服务应该事先进行设置，使新用户在初次使用时可以直接接入感兴趣的内容，先跳过那些复杂的应用和高级功能，这些可以等到他们熟悉这项服务后再去尝试。

西方国家的移动上网者大多数都是固定终端的互联网用户，他们将移动设备作为上网的备选渠道。总体上说，移动互联网用户在互联网用户中所占的比例要比在手机用户中所占的比例大得多。因此，移动服务提供商和运营商应该认识到，在很大程度上，是个人电脑和用户通过使用电脑获得的体验激发了用户在移动网络上的行为和他们对移动上网服务的需求，这一点十分重要。

报告还探讨了应用设计商和应用提供商要考虑的重大互联网发展趋势，主要包括：社会服务逐渐成熟；内容共享逐渐向内容合作演化；用户获取信息本身将实现免费，而信息过滤和信息关注等增值功能将要付费。

在已经成熟的固定终端市场上推出移动上网服务时，用户将会在移动服务中寻找熟悉的内容和类似的功能。报告中举例称，服务供应商可以通过固定网络和移动网络的相似点来吸引使用固定终端的用户接入移动网络。Berg Insight 认为，长期来看，任何限制网络接入、限制用户使用其喜爱的网站和应用的运营商都将以失败告终。

报告指出，全世界大多数移动用户都在新兴市场，并且增长迅速，因此重视新兴市场十分重要。调查显示，手机数据服务在新兴市场取得的利益最大。在新兴市场，由于固定上网设施供应不足，手机承担了多种应用功能，除了通信之外，还兼具银行、娱乐、商业等功能。然而，由于这些用户中许多人没有使用过个人电脑，也没有接入固定网络的经验，他们对移动网络的期待就有根本性的不同，因此移动互联网市场也表现出不同的特点。来源：中国信息产业网

【CP/SP 动态】

全球首个基于 SDR 基础 HSPA+网络建成

中兴通讯与澳洲 Telstra 的附属公司——香港最大移动运营商 CSL NWM (CSL New World Mobility) 日前联合宣布于香港合作建设全球首个基于 SDR 的 HSPA+ 网络,同时该网络亦是首个采用 SDR 技术的大型全 IP 网络。中兴通讯和 CSL NWM 已于 2009 年 2 月 15 日在香港成功完成 HSPA+ 网络功能的测试,提供下载速度高达 21Mbps 的 HSPA+ (64QAM) 服务。SDR 方案让电讯网络营运商将现有网络升级至包括: HSPA+, MIMO 和 LTE 的下一代网络技术。

CSL NWM 行政总裁罗启迪 (Tarek Robbiati) 认为,香港无疑是部署通讯网络过程最为艰难的城市之一。高楼大厦林立和高密度人口使无线网络环境变得更为复杂,因此重建整合式全 IP 的 2G/3G 网络系统将会是一项严峻考验。

双模 2G/3G SDR 的 CSL NWM 网络将会是全球首个大型全 IP 网络,可以将现有的网络系统顺利升级至 HSPA+, 并提供卓越的网络服务,有效提升用户体验。CSL NWM 崭新的网络将会包括单一核心网络 RAN、网络管理系统 (Network Management System, NMS), 以及营运系统和软件 (Operation Systems and Software, OSS)。

CSL NWM 是香港最大的移动运营商,为澳洲 Telstra 有限公司的附属公司。旗下的 GSM/UMTS 网络现拥有超过 250 万名用户。

Telstra 是全球首家推出全国性 3G HSDPA 网络的电讯营运商,在 2006 年于澳洲推出覆盖范围较西欧面积更大的 HSDPA 商用网络,而整个项目仅于 10 个月内完成。Telstra 澳洲的 Next G 下一代网络属 850MHz 频段,网络速度在未来数年预计可达 100 Mbps。来源:通信产业报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

运营商面向企业移动信息化的网络发展策略研究

随着企业信息化程度不断加深,尤其对数据“实时性、移动性、互动性”的迫切需求下,将移动通信技术融入企业现有的信息化系统,即移动信息化应运而生,并极大地提升了原有应用的水平。近两年来,移动信息化在中国呈现蓬勃发展之势,然而国内整体的企业移动信息化水平仍处于发展初期。今年年初,国内的企业移动信息化平台标准项目已正式启动,相信统一的企业移动信息化平台标准的制定,将更好更快地推进移动信息化产业的发展。同时,运营商、系统集成

商、软件开发商等产业链各方如何协调共同发展,也是目前亟需解决的关键问题。

为此,我刊本期特别推出“企业移动信息化”专题,同来自研究院、运营商、设计院、高校的研究者和相关从业人员一起,就企业移动信息化的产业发展现状及存在问题、业务应用、解决方案、发展策略等方面进行深入研究和探讨。

1 引言

“十一五”期间,充分发挥信息化的带动作用是国家的重要发展政策,但当前企业的信息化水平还很低,大多数企业还处在“局域网+邮件”的发展阶段。在全球化的经济背景下,企业管理者、员工经常需要为工作流动,面对越来越复杂的数据要求、业务要求和管理要求,需要实时、快捷、随时地获得企业在生产和经营过程中的各种动态信息来解决问题,这就需要信息化“移动”起来。

随着运营商的重组,电信业竞争将进一步加剧,未来VoIP的冲击、传统电话业务的分流、移动通信对固定通信的替代日益明显,全业务运营将面临更加激烈的市场竞争环境。通信市场中个人客户市场日趋饱和,企业市场已经成为各大运营商争夺的焦点,作为近几年新兴的市场,其发展潜力十分巨大。如何顺应时代潮流,汇聚自身优势加大企业客户市场的开发力度,怎样才能在激烈的竞争中立于不败之地,怎样为企业客户提供更加优质的服务,是运营商需要一直在不断探索和反复实践的问题。

全业务运营环境下,企业用户的需求不再是单一的话音服务,而是要求在任何时间、任何地点用任意终端与任何人进行各种业务(语音、数据、视频)的融合通信。目前移动信息化应用正向纵深方向发展,其价值在越来越多的行业中得到体现,正逐步扩展到商务、医疗、教育、城市建设、农业、工业改造、政府、公安、国税、气象、水运、港务、烟草等多个行业,而且在每一行业内的应用,已不单单是移动通信工具的简单使用,而是需要将移动网络和资源应用到某行业或企业的管理、财务、生产、运作、销售等价值链条上的多环节,实现融合应用,这就对运营商网络提出了更高的要求。

2 企业移动信息化需求

过去几年,企业信息化的步伐主要停留在基础网络、系统和业务整合阶段。企业信息化方面存在很多问题:对企业所处的环境和管理、业务等需求认识不够准确,对于企业信息化建设的难度、复杂性等认识不足;对安全的考虑不足,难以确保商业机密不被泄露。总体来看,企业移动信息化的需求可以分为以下几个方面:

(1) 融合通信的需求

在经济全球化的浪潮下,企业大部分在全国、甚至国外部署有分支机构,由于业务范围广、协作流程复杂,沟通效率低下、沟通成本高企成为企业普遍面临

的一个难题。企业迫切需要一种融合性的综合通信方案，将现有单一的、分割的通信手段进行合理的组织，通过 VPN、宽带、专线、Internet 等连接不同地方办公、外出或在家办公的员工，使移动、固话等各种通信能力植入商业 workflow 中，以提高企业整体的沟通效率。

(2) 管理应用的需求

未来企业信息化的需求将会向动态组织、跨组织、跨地域、跨时空的流程管理、表单管理等应用发展变化，将向门户化、无线方向发展，协同管理将成为企业的中枢应用系统，企业在选择企业管理软件之前更多会选择协同工作系统作为基础设施，然后不断增加可以连接到协同工作系统的其他业务系统，形成以协同为中心的、完整的信息化布局。随着电子商务的快速发展，很多企业尤其是中小企业的商业环境发生了变化，大量的业务被转移到互联网上，软件需求成为必需。云计算以及管理软件网络化 (SAAS) 将成为未来的一个发展趋势，云计算和 SAAS 有助于针对某类客户具体需求提供更个性化的，T 和网络服务，让客户更专注于其核心业务。同时为客户提供客户管理解决方案，包括流程管理和业务管理解决方案等。此外，企业个性化应用功能定制、在线服务等增值服务也有极大市场空间。

(3) 终端 M 化的需求

未来 3 年信息化一个重要的特征是无线应用，除语音之外，3G、WiFi 等网络的终端将成为管理者的常用管理工具，3G、WLAN 和协同管理系统的互联互通将成为主要应用。另外，企业对于无线的应用功能要求会加强，需要离线处理和实时同步等功能。对于企业而言，移动信息化应用将是一种降低成本、提高销售的有利可图的投资方向。在一个企业的供应、生产、销售和服务等工作环节，移动类终端已经成为不可或缺的通信联络手段，从企业内部沟通和管理、企业与新老客户的管理和沟通等方面，移动信息化都显示出非常重要的作用。由于移动信息化解决方案可以在很大程度上，企业移动信息化市场具有很大的发展空间，特别是占据企业主体的中小企业，对信息化有着强烈的需求，但是固定信息化的巨额投资却让他们望而却步。对他们来说，实现一人一部电脑存在困难，而实现一人一部移动终端则很容易做到。由于移动信息化投入低，对员工的素质要求也不高，因此非常适合企业尤其是中小企业的需要。

(4) 数据安全的需求

运营商未来的通信系统除了提供传统的语音、数据、多媒体业务外，还应当能支持电子商务、电子支付、股票交易、互联网业务等，个人智能终端将获得广泛使用，网络和传输信息的安全将成为制约其发展的首要问题。随着向下一代网络 (NGN) 的演进，基于 IP 的网络架构必将使运营商网络面临网络固有的一些安全

问题。通信网络最终会演变成开放式的网络，能向用户提供开放式的应用程序接口，以满足用户的个性化需求。由于网络的开放性以及无线传播的特性，安全问题将成为整个通信系统的核心问题之一。技术上的安全隐患是移动信息化面临的重大问题。移动信息化在技术方面需要特别注意的是无线数据通道的安全。为企业客户提供各种通信业务和产品时，还需要保护客户的通信的安全可靠，保障客户数据的安全可靠。

3 现有网络存在的问题

对于企业移动信息化的综合通信、管理应用、终端 M 化、数据安全等方面的需求，现有运营商网络存在以下几个方面的问题：

(1) 现有运营商无法满足企业综合通信的需求

现有运营商网络为移动网络或固定网络，目前国内运营商仅仅在业务定价、营销阶段上实施 FMC 整合策略，将“固话+手机”及“固话+宽带+手机”作成业务打包，虽然能实现资费优惠、帐单统一、客服统一，但这种融合主要是以销售拓展为主要目的，暂时不涉及终端和后台。对于经常涉及多种应用场景的企业客户，非常不方便，无法自由地接入固定和移动网络，获得融合的业务体验。

(2) 无法满足企业个性化、瞬息万变的需求

现有的通信网络情况下，各类业务平台是和移动通信网络集成在一起，是紧密捆绑的，造成业务平台都是单一类型，同时对业务软件开发人员的要求较高，必须熟悉网络细节和具体协议。

随着移动用户对业务的需求迅速增长，现有业务系统的开发模式和平台逐步暴露出它的缺陷：对新业务反应慢、无法统一管理、重复投资、接入复杂，无法迅速满足新的应用和多媒体服务的要求。

(3) 终端无法接入不同的网络

近年来固定互联网保持着蓬勃发展的势头，涌现出了一系列的新业务，例如 P2P 流媒体、IPTV、VoIP、即时通信、电子商务以及基于 Web2.0 的博客、播客、SNS 等等，个性化的互联网业务和应用已经逐步成为互联网业务的主流。移动互联网现有业务种类还较少，同固定互联网的结合是目前移动互联网业务的主要特点。由于现有网络和终端的限制，用户只能在固定的环境下通过 PC 来使用各类业务，无法满足用户随时随地的沟通需求。

另外由于存在技术标准、协议复杂程度、数据传输带宽、移动性和设备功耗等差异，WLAN、3G 以及大规模应用于工业领域的无线传感网络 (WSN) 之间的相互融合尚存在困难。对终端用户来说：终端如能在这些网络之间无缝接入，并与企业信息系统融合，将能提高服务质量，提高数据速率，降低系统代价，很好地推进工业化和信息化融合。

(4) 安全性缺陷

运营商现有通信网络主要业务为语音业务，数据业务较少，主要为短信类，因此其安全服务主要针对语音业务的保护。现有移动终端由于 SIM 卡路容量的限制，所发送的信息全部为明码，致使安全性较低，身份认证也是单向的。终端设备安全隐患、用户身份识别缺乏是限制移动信息化应用的另一因素，终端无法认证网络就无法防止伪造网络设备的攻击和欺骗。没有一个完善的可信任的安全体系导致了基于移动终端的电子商务应用推广受到了极大的阻碍。

4 网络发展策略

由上分析可见，对于企业客户的移动、固定融合的“统一通信”、运营以及供应链移动信息化等需求，现有的网络条件下还不能实现或存在较大困难和风险。现有运营商网络需要向更安全的全 IP 化架构演进，业务平台也需要向更开放、更安全的架构演进。

(1) 网络儒化

为了满足企业移动信息化中融合通信、管理应用和商务应用的需求，现有运营商网络需要逐步实现固定、移动网络融合，建设成为一个可演进、可运行、可管理、可创新的全儒网络，以满足企业客户多样化的需求。现有通信网络需要逐步信令儒化、语音儒化和无线接口 IP 化，向全 IP 化网络融合，实现与接入网无关的统一无缝体验。

融合网络将可以提供固定、移动终端接入，实现多种融合性的业务，比如 Centrex 与 VPMN 融合业务、广域 Centrex 组网、移动总机和话务台业务、群内一号通、彩铃业务、Centrex 业务与会议系统的集成、Centrex 与 OA 系统的集成等；通过融合的 Centrex 业务解决方案，运营商不但能够增强现有企业客户的业务体验，从而增强现有企业客户的粘性和忠诚度。

(2) 建设开放的信息化服务平台

企业信息化的需求是瞬息万变的，依靠现有的网络运营商无法满足这些多变的需求。与以往以技术为驱动力不同，现在以及未来是以业务需求为驱动的，为了抓住用户尤其是企业客户，就必须提供高质量的，丰富多彩的业务，因此建设开放的信息化服务平台，向第三方开放网络能力是必然的发展趋势。建设支持广泛业务开放的信息化服务平台，对促进企业移动信息化有着非常重要的意义，其特点有：

- ◆能够提供综合的“一站式”解决方案和服务满足企业客户运营信息化以及供应链信息化的需求；

- ◆提供云计算、云存储和 SAAS 等服务模式，为不具备 OA、邮件、ERP、MIS 等信息化系统的企业客户提供基于移动终端的托管式的信息化应用服务，采用

“变卖为租”的服务模式，企业客户可以通过租用的方式使用该平台中的各种应用，省去用户在系统建设和后期维护方面的投资，直接跳入到企业信息化的成熟阶段；

◆对外部系统交互采用包括 XML、SOAP / Webservice、HTTP1.1 和 FTP 等在内的工业标准协议和开放技术。第三方软件开发者能使用开放标准的 API 进行编程，这样就能使得第三方业务开发者能专致于业务本身流程的开发，完全可以不了解下层通信网络的细节。

(3) 安全策略

◆在核心网引入 IMS，采用 PSec 技术，安全功能包括鉴权认证、信令一致性保护以及加密，根据不同的接入网络采用不同的接入网安全方案；

◆在信息化服务业务平台侧，引入统一的认证鉴权服务平台，由运营商提供统一认证、统一鉴权；

◆在终端侧采用以 SIM 卡+证书方式(手机用户)和服务器证书方式，为各类终端用户保障提供服务的企业身份的合法性，同时为企业客户提供终端用户的身份认证服务，使终端用户与企业完成服务交易，用户资源不会向第三方泄漏。

结束语

企业移动信息化是一个系统工程，运营商网络的每一个环节，都是取得成功的必不可少的必要条件。为了满足企业移动信息化各种需求，在网络发展上给运营商带来了巨大的挑战，可以说，企业移动信息化对运营商网络建设的影响是全方位的，只有建设开放、安全的网络架构，才能助企业客户以低成本、高效率实现移动信息化，最终提高企业的运营效率，降低企业运营成本，提升企业盈利水平；才能建立以多赢为原则的商业模式，从而达到市场参与者共赢的局面，建立起良性的企业信息化生态圈。

作者简介：黄剑琪：毕业于浙江大学，工程师，现任华信邮电咨询设计研究院有限公司移动院数据支撑所所长，主要从新业务、信息化、IT 系统等方面的研究和规划工作。来源：《移动通信》2008 年第 22 期

[返回目录](#)

【网络增值服务】

未来几年三网将加快融合

为产业发展带来新的经济增长点

“广播电视网、电信网、计算机网融合为业务创新提供了空间，未来几年三网融合将会进一步加快。”昨日，工信部副部长杨学山在出席新华网在线访谈时，做出了上述表述。

所谓三网融合，就是将广播电视网、电信网、计算机网三项业务共享一条数据线。此前，国务院常务会议原则上已通过了《电子信息产业调整振兴规划》。该规划明确表示，将落实数字电视产业政策，推进“三网融合”，而数字电视推广也与集成电路升级以及新型显示和彩电工业转型等成为了政府重点支持的六大工程。

杨学山介绍，在实现三网融合后，“老百姓家就不需要电视有条线、电话有条线，一种线路所有服务都可以得到”。除了可以节约资源，三网融合还实现了数据、声音、图像这三种业务用一个网络、一种平台进行服务，为业务创新提供了空间，为产业发展带来新的经济增长点。

据了解，在一些发达国家中，三网融合已不只是概念和实验，并已经完全实现商业化。在北京地区，真正意义上的三网融合业务还没有出现，但两网融合的试点早已展开。其中，歌华有线推进数字电视业务就将广播电视网和计算机网络融合在一起，目前北京地区的数字电视用户数已突破 300 万。此前，广电总局力推的 CMMB 手机电视也在北京地区实现了覆盖，通过与中国移动的合作，CMMB 业务初步实现了广播电视网与电信网的融合。

从国内其他地方的情况来看，宁夏等地已经开始试点实现三网融合，在湖北，武汉市信息产业局已将三网融合列入今年的工作重点，年底将至少有 5000 户用户尝鲜相关业务。来源：《北京商报》2009 年 02 月 24 日

[返回目录](#)

央视网筹备建立国家网络电视台

据国家广电总局网站消息，按照高层领导有关重要指示，央视网将积极推进国家网络电视台筹备，并加强对国内外知名视频网站调研。

据悉，央视网将从内容建设、技术规划、传播覆盖、人才队伍等方面进行网络电视台筹建方案规划，确定国家网络电视台定位、建设总体目标以及分阶段实施步骤等。

此外，央视网还将加快推进全球镜像站点建设，启动网络视频分享平台建设

工作。

日前，央视网与央视市场调查研究公司进行合作，就国家网络电视台项目用户需求开展调研，以全面了解网民消费习惯及心理情况，更有针对性地研发节目内容和功能产品。

同时，央视网还将继续在重点领域和核心业务方面谋求突破：一是在手机新媒体发展战略上，将考虑与中国移动等建立战略合作关系，实现视频节目播出平台与技术平台强强联合；二是研究新媒体发展规律，建立适合新媒体特点的内容审核和管理机制，确保网络电视台快速、健康发展。来源：新浪科技

技术情报篇

【数据通信】

广电总局提地面数字电视原则全面覆盖关模拟信号

广电总局称财政投入 25 亿发展数字电视，今年完成 37 个城市覆盖

在 22 日下午举行的 2009 年广电发展论坛上，国家广电总局规划院院长姜文波表示，今年，包括已经覆盖地面数字电视的北京、深圳等 8 个城市在内，将在 37 个城市(包括所有省会城市)完成地面数字电视的覆盖，并将在 3 年内实现对全国的覆盖。

3 年内实现全国覆盖

按照国家广电总局的规划，对地面数字电视的覆盖将分两个阶段进行：第一阶段是在 37 个大中城市转播中央电视台高清节目，同时配备标清频道的节目；第二个阶段是在 333 个地市以及 2861 个县播出标清同播节目，同播中央省市县的标清节目。

据了解，财政将投入 25 亿元发展地面数字电视，将在 3 年内实现对全国地面数字电视信号的覆盖。除边远山区外，覆盖 90% 的用户。目前，已有 5 亿元的资金到位，主要是完成第一阶段的工作，即对 37 个城市进行频点规划、信号覆盖，以及终端产品的入网测试等。

全面覆盖后关闭模拟信号

“全国有 1 万多个发射台，这是地面数字传播的资源。”姜文波表示，地面数字电视是公益性的，只有等到所有用户都能收看后，才能关闭模拟信号。

姜文波表示，发展地面数字电视必须遵循 7 个原则，即统一技术平台、统一建设、统一运营管理等。这样，虽然需要多方协调，但一个频道可以传输中央和地方多套节目，对于覆盖效果的监测很方便。

22 日，一位不愿透露身份的彩电厂家技术代表说，地面数字电视是以省为单位进行覆盖，根据此前的销售经验，由于各地的运营商支持的技术不同，他们的一体机产品在好多省都不被接受，厂家也不敢大规模地投入生产。

■ 背景

目前，我国收看电视的方式共有 3 种，分别是有线、地面、卫星。

所谓地面数字电视，就是运用接收设备进行无线接收。目前城市用户绝大多数用的是收费的有线电视，卫星电视则被定义为边远地区。有线与地面数字电视互为补充。

去年1月1日，北京地面数字电视信号正式开播，共7套数字电视节目，均为免费。不过，目前地面数字电视的节目比较少，用户并不广泛。来源：《新京报》2009年2月23日

[返回目录](#)

斐讯通信逆势入市数据通信 三年不计利润抢市场

当网络市场的乌云还在盘旋，甚至有增无减的2008年，上海斐讯数据通信技术有限公司宣布成立，逆势而上这个词来形容再合适不过，斐讯通信的开山之作——FreeSwitch8000系列交换机的问世无法掩盖对斐讯背后故事的好奇，上海斐讯数据通信技术有限公司总裁顾国平第一次代表斐讯通信坐在面前，讲述大家所不知道的斐讯。

幸运的事：没有和雷曼兄弟合作

斐讯数据通信技术有限公司成立于2008年，在上海总部建立了研发中心并拥有自己的工厂，还在美国硅谷也成立了研发机构——Freecom实验室。

顾国平说，他从几年前就开始觊觎数据通信市场，一直摩拳擦掌，迟迟没有出手，现在的成果已经是有了几年的积累。

数据通信领域是一个门槛很高的行业，进入这一行业，顾国平承认，需要三大基础，一是资本密集，二是技术密集，三是政府资源，三者缺一不可。

金融危机为新进入者带来了吸纳人才的好机会，在大环境不景气的情况下，不管是在国内，还是这美国都在这段时间聚集到不少专业人才。

而提到政府资源时，顾国平提到，他们所投资的领域恰好是上海市政府正在扶持的介于第二产业和第三产业之间的产业，获得了上海市政府在资金、信用以及土地政策方面的支持。

但对一个创业初期的公司来说，金融危机更是头疼的是资金的投入，对这个资本密集型的行业来说，尤为重要。

在这个时候还有充足现金流储备的企业，都是有“两把刷子”的。早在2006年的时候，Freecom就落户美国纽约，一方面做技术研发、聚集人才，另一个重要使命就是吸纳资金。

2006年和2007年吸纳资本也相对容易，资金量也大，而且斐讯吸纳的资金是以投行和基金为主，并没有风险投资。

斐讯清晰的盈利模式对投资方来说是很有吸引力的，尽管数据通信已经是一个发展成熟都市场，但投资者相信能看到有这样一个新兴的企业打破这一稳定的格局。顾国平透露，目前斐讯所拥有的现金储备，即便在没有任何收入的情况下，只要没有房产和土地的投资，足够公司正常运转4到5年的时间，这为他们的进一步投入打下基础。

当然，顾国平不否认自己的运气，这在与华尔街投资者接洽的过程中，他们接触最早的就是雷曼兄弟，接触时间最长的也是雷曼兄弟，最终没有合作成功，在当时看来有些挫折，但现在看却是很幸运的事。

创业同学档

1977年出生的顾国平很年轻，却有了两次的创业经历。2000年，创办上海众翔科技发展有限公司，2008年，二次创业，有了上海斐讯数据通信技术有限公司。

这两次创业都是由一个团队来完成的，顾国平的创业团队很简单，他负责融资和财务，汤宇整个把握产品包括研发以及协调美国 Freecom 实验室，还有运营、人力资源、营销的负责人，组成了他的创业团队，他们中的三个人都是大学同窗好友。

这样的“铁三角”搭档在顾国平看来是最稳定的，三个人从大学本科时代就有共同创业的梦想，以后不同的学习和工作经历使他们三个成为了最佳拍档，一个冲锋在前融资开路，一个坐镇研发积蓄力量，一个后方支持保障前方。

顾国平直言不讳的承认，他是在创业团队里拥有最多红利的，不过这并没找来同学的嫉妒。他本就是几个同窗好友里的核心人物，十几年的情谊也一直延续到今，也铸就了稳固的铁三角。

三年目标：不求利润

斐讯通信作为一个市场新军，有很朴实的目标，没有做中国思科的口号，也没有叫板 H3C 的想法，他们的想法很简单，第一个三年计划是要铺市场，不考虑净利润，只求市场占有率的提高，第二个三年计划才上升到资本市场的突破。

第一个三年计划的目标是营业额过 5 亿，而作为产品真正进入市场的第一年，斐讯销售目标锁定在 1.2 - 1.5 亿。

在抛弃追求利润的前提下，斐讯会自己压缩利润，留给渠道，再把最大的实惠给用户。用户享受到性价比高的产品，渠道的利润随之而来，由此在市场上站稳脚跟。来源：CNET 科技资讯网

[返回目录](#)

【视频通信】

同洲电子试水数字电视合资运营

同洲电子试水数字电视合资运营

深圳市同洲电子股份有限公司（002052.SZ，下称“同洲电子”）副董事长兼常务副总裁陈立北最近几天一直很兴奋，因为他正在运作的深圳同洲数字电视领域投资基金（下称“投资基金”）与刚刚通过的电子信息产业调整振兴规划（下

称“规划”)对于数字电视产业的支持,不谋而合。

陈立北解释,规划的核心内容就是集中力量实施六大重点工程,而数字电视推广正是其中之一。而投资基金希望通过滚雪球的方式,破解有线电视数字转换当前存在的资金难题。最终目标是要解决50个二三线城市的有线电视数字转换问题。

千亿资金缺口

截至2008年,全国只有30多个城市已经完成有线电视数字化整体转换,为此,广电总局投入资金已经超过500亿元。而后期地面数字电视、卫星数字电视和剩余的有线电视转换需要增加投入还需要至少1000亿元。

或许正基于此,规划还特意强调要完善融资体系,引导保险公司以债权等方式投资数字电视和电信基础设施建设;建立支持创新型产业发展的投融资体系,拓宽企业债券、风险投资等融资渠道。

“此前数字电视合资运营的做法也仅仅是得到国家政府部门的默认,而国家今天的态度是鼓励和提倡这种做法。”陈立北表示。

事实上,此前同洲电子已经与两个城市的地方广电运营商达成了合资运营初步意向,第一期投资基金也将用于这两个城市数字电视转换项目,预期第一期投资基金将募资1亿~2亿元。而投资基金今年准备发两期基金,预计总金额达到5亿元。

陈立北对于投资数字电视运营的信心来自于公司在哈尔滨、齐齐哈尔、荆门和成都4个城市合资运营的成功。从2006年开始,同洲电子与上述4个城市的地方广电运营商分别组建起4个城市合资公司,将完成310万用户的有线电视转换工作。其中,齐齐哈尔合资项目在2008年的投资收益达到27%,估计2009年投资收益将达到32%。

拉动产业链

规划指出,国家不仅要加大财政投入力度,而且加快落实数字电视产业政策,推动“三网融合”,推动手机电视等融合性产业发展,在全国实施强制性的“机卡分离”政策,推动数字电视一体机市场的发展。

同洲电子投资总监张珊指出,这些措施无疑将拉动整个数字电视产业链的发展,包括数字电视的增值业务。最近,同洲电子也将通过非公开发行股票的方式募集不超过4.3亿元资金,用高清数字机顶盒、直播卫星机顶盒、双向机顶盒的扩产项目,也是冲着三网融合的市场商机。

去年7月,同洲电子董事长袁明曾对《第一财经日报》表示,电信重组其实已经拉开了三网融合的序幕,广电和电信之间的行业鸿沟正在消除。专家分析,在2009年至2011年要加大对“三网融合”建设,将要形成6000亿元以上的投

资规模。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

处在融合业务顶端的 IPTV 市场

日美在 IPTV 方面存在巨大差异，目前美国最大的两家通信公司 AT&T 和 Verizon，都在大力推进用户光缆网的建设，并在宽带接入网上推出电话、电视和高速上网捆绑式服务，取得了很大成效，例如到 2008 年 1 月 Verizon 公司推出的 FiOSTV 的用户数已达 100 万户，已进入全美有线电视市场的前 10 名。又如 at&t 推出的 U-verse，同期 IPTV 用户数也达到了 20 万户。面对通信公司咄咄逼人的攻势，占有有线电视市场 70% 份额的 CATV 公司，采用了在现有 HFC 网络上使用 Docsis 3.0 升级技术，使传输速率最高可攀升到 160Mbit/s 和 120Mbit/s，以与 FTTH 技术相抗衡。

相比之下在日本，IPTV 市场刚刚启动。NTT 在 2008 年刚取得 IPTV 的经营许可，以前向社会提供的服务仅限于动画和视频传输通道等，还不能对外提供电视节目和电视广告插播等服务。NHK 等日本电视广播公司，也还没有用构筑自己的光纤网向社会提供 IP 电话的意图。在日本，通信与电视相互进入对方市场的政策门槛比较高；在美国，通信业与电视业间相互进入的门槛则比较低，大的 CATV 公司除用 cablemodem 向社会提供 VoIP 和移动电话之外，还向中小企业提供专线，并构筑企业网络等。

at&t 和 Verizon 等大牌通信公司已投入大量资金建设用户光缆，并在宽带接入网上提供电话、电视和高速上网等捆绑式服务，而不是单纯地提供传输通道，它们现在已在自己的网络上向社会提供自家品牌的电视节目、广告。at&t 和 Verizon 等公司制定的下一代网络目标是，要有效地和 CATV 公司竞争，在自己的网络上具备广告插入和电视节目编辑等 CATV 业的核心业务功能，并为电视和移动业务的融合做好准备。

从上述观点出发，NTT 公司的 NGN 始终是在通信行业的框架内去处理电视业务的问题，被称作“水平分离型”的下一代 IP 网，而美国 at&t、Verizon 等公司的下一代网则被称作“垂直整合型”下一代 IP 网。再详细地看，at&t 与 Verizon 在网络发展策略上也有所不同，虽说同样在对用户光纤网进行巨额投资，但 Verizon 公司在电视节目编辑和广告插入等方面基本上与 CATV 公司相同，因此把该公司的 IPTV 称作光 CATV 是正确的，它为了早点进入 CATV 市场，就采用了成熟的技术，由于策略上的成功，从 2006 年开始加速推进 IPTV，并取得了明显效果。关于 FiOSTV，Verizon 公司高层领导坦言，他们还将要推出新业务，并具有以下特点。

1. 强化 IM/会见机能。依据该机能可以向移动电话和 PC 用户提供适当的认

证手段和路径控制功能。例如移动用户拍摄的照片发给朋友时，即使不在服务区内，也可自动传送到自己的 PC 上，而后以短消息方式进行通知。

2. 游戏移动化。以 CATV、IPTV 为基础的游戏项目，Verizon 公司预测到 2010 年将会在市场上占有 20% 的份额，不仅有用带有 USB 接口的网络游戏机玩家，而且有用移动电话和 PC 机通过机顶盒上的字幕进行网络游戏的玩家。

3. 双向广告投入。如在观看烹饪类节目时，通过遥控器上按钮操作，可一边观看食谱，一边可通过 Amazon.com 网站购买名厨专著。结算时可用信用卡方式，或由 FiOS 系统提供的付款通知单进行。

4. 游戏自动操作。FiOS 系统可通过家中 Wi-Fi 路由器对室内进行监控。如通过家中 Wi-Fi 路由器附属的数字摄像设备对室内进行摄像，路由器可把摄像自动传送到家庭中的电视机、PC 或手机上。还有可用移动电话一边查看家中传感器上的信息，一边对室内温度、照明进行控制。

日本 NTT 的 NGN 是在封闭型、以 IP 技术为基础的 NGN 核心网上去提供 IPTV，可以说是走远道了。另一方面，at&t 利用封闭型的 IP 网提供纯粹的 IPTV，这对构筑下一代网来说是走了近道，包含了选择还没有被验证的新技术，该公司在提供 IPTV 过程中也曾出现过图像延迟、画面产生马赛克现象，甚至图像停顿等，后来公司采用了大容量 IP 机顶盒，通过边下载边播放、开发出相关软件产品解决了上述问题。由上面分析来看，不能说 at&t 采用的技术比 NTT 落后。对于日本来说，国土面积较小（其面积不超过美国加利福尼亚州的面积），传输距离不长；而美国幅员辽阔，由图像编辑中心到用户，传输距离比日本长得多，在这样长距离上确保图像传输的质量，比在日本遇到的技术难度要大得多。来源：全球 IP 通信联盟

[返回目录](#)

【电信网络】

40G 传输设备：商道急行

随着全球 40G 传输商用热潮的到来，国内 40G 传输商用也逐渐起步。在国内已经建设的几条线路中，中国电信上海到无锡段线路已经投入运行。中国联通的北京到天津，北京到山东和北京到郑州几段贯穿华北地区的 40G 线路也进入建设尾声，正在进行测试运行。

中国电信选择在上海段建设 40G，一是由于上海是中国电信数据网络流量较大地区，对 40G 需求迫切，另外中国电信之前几次 40G 测试，均在上海地区完成，该地区已经有了一定技术积累。而中国联通会选择在华北区域建设 40G，还是依托于原中国网通对 40G 网络建设的规划。目前，以北京为核心的华北地区原网通

数据网，每年以 30% 的增量增长，对 40G 同样提出了迫切需求。

据悉，两家运营商的几条 40G 线路均是在 IP 长途骨干网上，采用白光技术+40GDWDM 点对点的建设模式，40GDWDM 设备主要来自华为，每条线路的建设成本运营商并没有公布。

另据获悉，一直以移动网络运营为主的中国移动尚没有启动 40G 线路建设的意向。

由于 40G 建设和商用会综合考虑 40G 链路的应用场合、运营商网络资源状况、投资成本、以及设备成熟度等因素，因此，40G 的商用可以体现出运营商的承载网规划水平，40G 产业链的成熟度，以及光设备市场发展的诸多端倪。

商用起步

实际上，从中国电信 2005 年开始对 40G 传输技术进行跟踪研究以来，就把在 40GDWDM 作为研究的主要方向。虽然在之后的几次测试中，也进行了其他 40G 技术的测试，如彩光技术，但是白光+40GDWDM 技术的成熟才是近期掀起 40G 建设热潮的关键。

目前，一直困扰 40GDWDM 商用的调制码型、精确色散补偿、高速芯片等技术已经成熟；投入到国内 40G 市场竞争的设备商华为、北电、上海贝尔、中兴和烽火通信，也均能提供基于 40GDWDM 的 40G 商用解决方案；加之运营商对 40G 的需求。40GDWDM 开始商用也成为水到渠成的事情。

“随着 40G 链路技术的发展和相关标准的成熟，相关设备的成本逐渐降低，路由器 40G 白光口+40GDWDM 系统的 40G 链路应用模式将逐步推广使用。”中国电信上海研究院伍士宝表示。

此外，关系到 40GDWDM 商用的标准制定工作也已经准备就绪。中国电信北京研究院李俊杰表示，40G 标准工作最重要的是加速 40GDWDM 的技术要求标识的制定，与之配套的 40GDWDM 测试方法标准也应尽快完成，以满足未来 40G 大规模应用的需求。

据悉，目前 ITU-T 已经完成了大部分 40G 相关的标准化工作，还需要继续完善包括 40G 抖动和漂移指标、RZ40G 的沿途模板等工作。在国内，40G 标准主要由 CCSATC6 (传送与接入网工作委员会) 承担，目前几个行业标准都处在起草阶段。

测试暴露问题

获悉，此次 40GDWDM 网络只建设了单条 40GDWDM 线路来进行传输容量提升，实现起来相对简单。“未来 40G 要规模商用，还要面对 40G、10G 混合传输，以及由规模使用带来的大容量颗粒调度和长途传输距离受限等问题。”中国联通网络研究院唐雄燕告诉。

即使此次 40G 系统在运营商的试商用中表现良好，未来的考验仍然很多。

首先是混合传输问题。由于 10GDWDM 还将长期存在，40G、10G 混合传输将在很长一段时间内成为传输网主流。

虽然目前设备厂商均宣称其设备可以支持 40G、10G 混合传输，但就运营商对技术的稳健作风而言，该功能的测试还要经过较长时间。

此外，如果 40G 规模应用，网络传输容量将急剧增加，在核心节点地区，如何实现大容量颗粒的调度将是运营商要规模商用前解决的问题。目前大多数 40G 设备提供商，都提供 OTN 体系下的大颗粒调度功能，运营商也已经针对如何将 OTN 运用于 40G 网络中开展研究。

再次，从现在业内推出的 40G 产品来看，大部分产品仍存在编码技术受限问题，未能完全实现 2000km 直传的下限。“足够长的传输距离，不仅有利于运营商实现 10G 向 40G 的平滑过渡，还将有利于运营商保护 10G 投资，提高网络利用率。”北电有线网市场部中国区总监表示。目前，40G 设备商虽然都根据不同编码技术提出了 40GDWDM 解决方案，但是不同设备商间仍然存在差异。

虽然首批 40G 线路均采用了新建 40GDWDM 的模式，但也并不意味着之后所有 40G 线路也会采用同样的建设模式。40G 发展到今天，已经有路由器光纤直连、40G 路由器白光口(或彩光口)+10GDWDM 和 40G 白光口+40GDWDM 三种模式，每种模式的应用场合、成本和技术成熟度都不同。

中国电信广州研究院副总工徐建锋表示，40G 链路建设可以根据具体情况去实施，尤其在城域应用上，其他链路实现模式仍有很大使用空间。中国电信也给出了几种模式的适用范围：第一种模式用于 IP 骨干网以及 IP 城域网核心网 POP 节点内部互联，第二种模式用于城域网核心节点间的 40G 链路互联，第三种模式用于 IP 长途骨干网 40G 链路需求。

产业链集体发力

运营商建设 40G 不仅是一种自身网络建设行为，在一定程度上，还将大力推动 40G 产业链的发展。

在 10GWDM 兴起之时，北电就曾利用在 10GWDM 的优势市场份额，一举奠定该公司在光网络设备市场的市场地位。现在 40GDWDM 市场已经有运营商开启，设备商们自然不会轻易放过这次改变光网络设备市场的大好机遇。目前，华为、上海贝尔、中兴、烽火和北电五家设备商都对国内 40G 市场做足了准备。

以中兴通讯为例，中兴通讯是在 2008 年通信展前后推出了 40GDWDM 产品，对于在全球 DWDM 市场增速第二的中兴来说，跟踪和研究 40G 已经有了足够的年份，之所以在 2008 年推出，看准的就是已经将要打开 40G 市场。“中兴通讯在 2008 年及时推出 40G 产品，是立足于国内已经出现 40G 网络建设需求的基础上。”中兴通讯传输产品经营办公室规划总工王加莹表示。

其实，受运营商 40G 商用鼓舞还不止是设备商领域，困扰 40G 成本的重要因素之一，芯片和器件领域，也有望随着诸多芯片器件厂商加入 40G 阵营，而实现改变。据悉，对于 40G 高速芯片，已经有 JDSU、CoreOptics、Finisar、Emcore 等多家器件厂商进入，供货能力得到了明显改善；对于 40G 元器件，也形成了 Transponder、Finisar、Optium、Opnext、StrataLight、Mintera 等多个厂商供货的局面；可调色散补偿模块也已经有 ofc、TeraXion、Avanex、Civcom 等多家供货商等等。

专家表示，40G 产业链的活跃对于提供更加丰富的 40GDWDM 解决方案和降低成本都有着积极作用，目前 40G 商用发展，已经步入正轨。来源：《通信产业报》2009 年 2 月 16 日

[返回目录](#)

【终端】

LG 和英特尔合作开发未来移动互联网设备

LG 电子与英特尔公司日前宣布，将围绕基于英特尔下一代 MID(移动互联网设备)硬件平台和 Moblinv2.0 软件平台的 MID 展开合作。

LG 与英特尔的共同目标是通过一系列 MID 产品为用户提供丰富的互联网体验，同时实现当今高端智能手机的功能。本次在新设计上的合作延伸了两家公司在各自移动产品线方面已有的密切合作关系，双方的合作现已覆盖笔记本电脑、上网本和移动 MID 领域。来源：《经济参考报》2009 年 2 月 20 日

[返回目录](#)

【运营支撑】

广电规划建百兆速率宽带网络以 3T 对抗 3G

就在三大电信运营商在 3G 上大干快上之际，广电系统也已决定大建宽带，而目标就是数年里建设有线宽带网，速率达 100 兆。此举将对电信运营商的宽带业务形成强大挑战。

广电再建百兆速率宽带网

国家广电总局是在十几天前在上海举行的 2009 年广电科技会议上透露此消息的，该会议级别很高，广电总局诸多领导都到场，会议提出，广电系统在数年内进行 NGB 网络建设，打造“3T”网络。

所谓 NGM 就是广电系统的一个宽带建设示范项目，是基于科技部“863”计划的一个重大专项，主要内容就是要建设速率极高的宽带网。

此前的 2008 年 12 月 4 日，科技部与国家广电总局正式签署了《国家高性能

宽带信息网暨中国下一代广播电视网自主创新合作协议书》。该项目的前期试验网属于自主创新技术性质，研发建设经费主要来自于国家财政拨款，该网络的主导结构来自于中国工程院李幼平、倪光南、陈式刚院士领衔的“播存网格工程构思”课题。

以 3T 对抗 3G

目前三大电信运营商正在大力建设 3G，后续还将向 LTE 演进，但是按照广电的规划，NGM 网络在速率上一定都不低于 3G 甚至 LTE。

此前研发过程中曾提出，在全新的 NGB 广电网络架构下，其核心传输带宽将超过 1000Gbit/s，保证每户接入带宽超过 60Mbit/s，比现有用户平均上网速度快近百倍，而实际上建设构成中速率可能还会提升到 60Mbit/s。

而所谓 3T 网络，即传输链路、传送节点以及业务节点都具有 Tb/s 级或多 Tb/s 级的巨大容量。

业内预计，由于该规划的宽带网络速率惊人，即便运营商在固网方面加快光纤到户计划，在移动通信领域加快 3G 建设，五六年内也无法赶上广电 NGB 的速率，因此，这被认为是广电系统赶超电信系统的一个重要机会。

而且，电信业将下一代网络叫 3G 或 4G，而广电则称为“3T”网络。

号称将形成上万亿的产业规模

目前 NGB 在上海已进行试点。而按照广电系统的预计，“当示范网运转成功并投入市场产业化后，预计可带动相关设备制造和信息服务产业的极大发展，形成产业链上下游过万亿元的产业规模”。

而回报方面，有分析人士指出，广电进入宽带及数据市场可以在近期内为其创收 700 亿元，使其年收入达到 1000 亿元。

据悉，广电系统将按照“政府领导、广电实施、社会参与、市场运作”的方针，共同推动建设下一代 NGB 广播电视网，而目前已有十余家上下游企业加入到 NGB 产业联盟中。来源：通信世界网 2009 年 2 月 23 日

[返回目录](#)

韩国制定通信网升级计划

韩国广播通信委员会近日表示，已制定通信网升级计划，韩国政府和相关企业将在今后 5 年内投入 34 万亿韩元改造现有网络基础设施，大幅提升固定、移动互联网数据传输速度，为用户提供大容量高品质服务。来源：国家发改委网站

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

思科预测 2008-2013 年全球移动流量将增 66 倍

思科日前公布了 Cisco Visual Networking Index (VNI) Mobile Forecast for 2008 - 2013 年的预测结果，在移动宽带应用日益普及的大环境下，针对不同类型的互联网协议 (IP) 进行了网络趋势分析，并给出了主要的分析结果。

据预测，在 2008 年到 2013 年间，全球移动流量将增长 66 倍，同期的年均复合增长率高达 131%。这些预测结果体现了第四代或 4G 移动互联网将推动网络转型，4G 技术将允许最终用户观看更多的移动视频，并能提供接入种类繁多的移动宽带服务。

到 2013 年，近 64% 的全球移动流量将是视频流量。而在 2008 年到 2013 年间，移动视频的年均复合增长率将高达 150%。另外，未来 4 年，速度超过 3G 的移动宽带手持设备及高速无线网卡或数据卡将承载超过 80% 的全球移动流量。其中，拉丁美洲是移动年均复合增长率最高的地区，达 166%，亚太地区紧随其后，为 146%。到 2013 年，亚太地区的移动数据流量将占到全球总量的 1/3。来源：北京商报

[返回目录](#)

2013 年智能手机年销售量将达 3 亿部

英国的市场调研公司 Juniper 预测，随着价格的降低和更多用户选择高端手机接入移动网络应用，全球智能手机的年销售量到 2013 年将达到 3 亿部。

Juniper 在一份新的报告中称，2008 年，全球智能手机的销售量占到了手机销售总量的 13%，在未来 5 年内，这一比例将上升到 23%。

Juniper 认为，移动网络应用和媒体工具数量的增长、手机价格和数据流量资费的下降、移动宽带网络技术的部署都是智能手机销量增长的推动力。鉴于上述原因，智能手机也将与个人电脑一样被消费者视为基本需求。

报告的作者，Juniper 的高级分析师 Andrew Kitson 说：“手机的演变进程已经进入了朝着互联网为中心的、高度个人化的移动电脑发展的阶段。”他认为，下一代终端的外形和功能将会更多地受软件和内容的影响，而不是硬件。

Juniper 还表示，从总体来看，2008 年手机销量只增长了 5% 至 6%，手机制造商对前景的预测并不乐观，因此他们已经开始关注高端市场，以缓和经济不景气给企业带来的冲击。报告称，虽然 2009 年，移动终端市场总体将出现负增长，但智能手机的强劲销售将缓和下滑趋势。

随着越来越多的科技企业将目光投向智能手机市场，诺基亚、RIM 和苹果公司将迎来更多新对手。去年 11 月，华为透露将在 2009 年进军智能手机市场；而华尔街日报的报道称，电脑公司戴尔的智能手机研发工作已经进行了一年，并最早可能在 3 月份进入市场。

Juniper 预测，西欧市场将占据智能手机销售量的最大份额，其次是北美、中国和远东，再次为非洲和中东。而东欧将成为智能手机销售量最小的市场。Juniper 认为，这一地区相对贫穷，在某些市场高速无线网络被广泛采用还将是个缓慢的过程，用户仍依赖低端手机并多采用预付费的付费方式。事实上，即使相对便宜的智能手机，在今后的一段时间内也会超过大多数用户的消费能力。来源：《人民邮电报》2009 年 02 月 18 日

[返回目录](#)

我国手机上网用户达到 1.176 亿

CNNIC（中国互联网络信息中心）18 日发布最新报告显示，中国手机用户达到 6.4 亿，手机上网用户达到 1.176 亿，手机互联网在规模上呈现直追传统互联网的趋势。

根据报告统计数据，目前移动互联网用户仍以男性用户为主，占到整体的 74.6%。与此同时，女性用户的比例正在逐年增长，预计在五年内能实现男女比例基本平衡。80 后群体成为移动互联网的主体用户，占手机网民总数的 70.8%。

根据调查，我国手机上网用户的上网频率正稳步提高，每天多次使用手机上网的用户占到了 34%，这一趋势将长期维持，形成更高的移动互联网使用率。另外，广州是手机用户上网时长最高的城市，而北京、上海的用户上网频率则更高。

移动互联网应用产品中，应用率最高的依然为即时通信类，如手机 MSN、手机 QQ 等，占整体的 31.2%。

娱乐应用依然是移动互联网用户选择的主流。手机音乐保持着较高的应用率，活跃用户约 660 万。手机电视、手机博客等活跃用户数量约 250 万。商务与学习类的产品，正在快速发展，特别是手机 WAP 邮箱业务，活跃用户总量已达到约 480 万。而交友社区类产品则在 2008 年也取得了显著的市场突破。

在本次调查中，用户普及率已经达到了 39.6%。手机报用户的使用习惯和重视程度均好于其他业务。对在手机报的重要性调查中，有近 67.6% 的用户认为手机报是传统报纸的补充，而对于 19.4% 的用户而言，手机报已经与传统报纸同样重要。

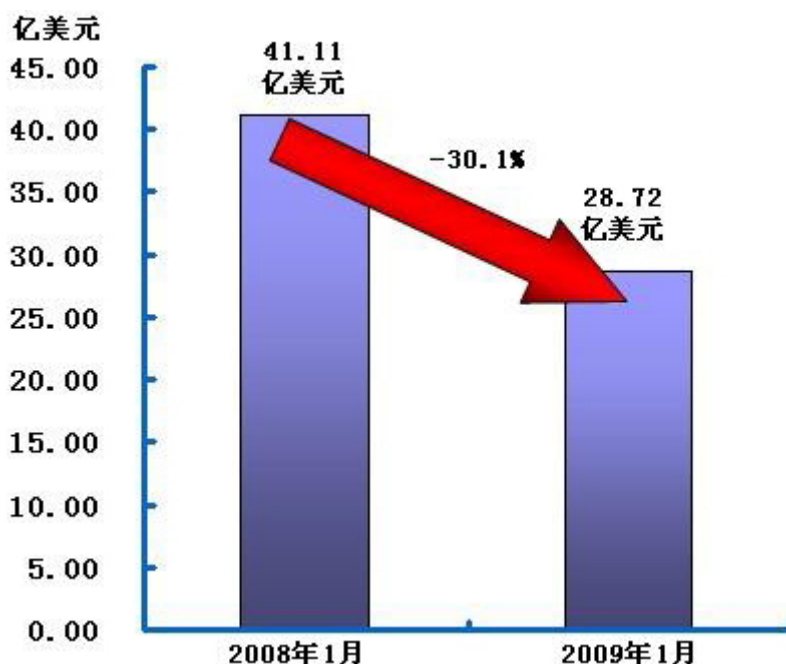
在各种手机媒体业务的普及率指标方面，在本次调查中，手机报的用户普及率已经达到了 39.6%，手机小说用户普及率达到 27.7%，是仅次于手机报的业务。手机视频在调研城市的普及率也达到 15.7%，

而普及率落后的业务包括手机电视业务和手机音频广播，由于资费上缺乏优势以及受到手机加载模块的影响，普及率都不足 4%。来源：《第一财经日报》2009 年 02 月 19 日

[返回目录](#)

2009 年 1 月我国手机及其零部件出口统计

2009 年 1 月，我国手机及其零部件出口额约为 28.72 亿美元，比上月下降 27.8%，比 2008 年同期下降 30.1%。受金融危机影响，欧美发达国家对手机的需求大幅下滑，而新兴发展中国家的手机市场同样出现销售疲软。鉴于现阶段经济不景气，很多消费者都延长了手机的置换周期，但一些功能完备的智能手机仍然很受消费者青睐。我国手机制造商应及时把握市场脉搏，扩大产品系列阵营，向高端智能手机方向发展，同时还应注重通过定制手机来吸引海外电讯运营商和品牌厂商的大额订单。



数据来源：中国海关

来源：商务部网站 2009 年 2 月 18 日

[返回目录](#)

中小增值电信企业面临融资困境

电信重组形成三家全业务基础运营商的局面，这无疑给增值业务市场的发展带来新的契机。为全面展现我国增值电信企业发展的现状，信息产业部电信研究院通信信息研究所近日发布了《2008 年第二季度增值电信业务市场监测报告》。该监测报告的关注点是增值电信企业的融资情况，主要集中在增值电信企业发展所处的阶段、企业在经营过程中的资金缺口和资金来源以及对我国融资市场的满

意度等方面。监测报告显示,大部分被调查的增值电信企业或多或少面临着资金紧张的问题,其中,在经营过程中资金缺口大的企业占到本次调查的25%。增值电信业务市场稳步增长 2008 年第二季度,增值电信业务市场继续保持平稳增长态势,其规模约为 600 亿元,同比增长约 20%,成为我国电信业务收入增长的重要拉动力量之一。此外,基础电信运营企业的增值业务收入继续快速增长,第二季度收入近 460 亿元,约占整个增值服务市场收入的 80%,基础电信运营企业对增值电信业务市场的控制力进一步加强。我国增值电信运营企业的数量约为 2 万家,但收入仅占增值业务市场的 20%。电信重组形成三家全业务基础运营商的局面,这无疑给增值业务市场带来新的发展契机。首先,三家全业务运营商之间的竞争给增值电信企业提供了更多选择合作伙伴的机会,也使真正优质的增值电信企业可在竞争中施展业务创新能力脱颖而出。其次,重组之后将很快形成固网与移动网的融合,这为增值业务的发展打开了新局面,以网络融合技术为基础的应用(如 FMC)等将会有大跨步式的前进,而原有的 VoIP、网络视频电话等各种电信增值业务也都会因为网络融合而进一步完善和壮大。增值电信企业多值起步发展期本次调查从增值电信企业融资情况入手,采取随机调查的方式,调查对象为北京、上海、广州和深圳等地跨省的增值电信企业,共收到 54 家增值电信企业的有效样本数据。其中,企业员工规模多于 500 人有 7 家;员工数介于 500-1000 人的企业有 15 家;员工数介于 50-100 人的企业有 10 家;20 家企业员工规模少于 50 人。总体来看,员工规模少于 100 人的中小增值电信企业占我们本次调查企业总数的 60%左右。本次调查的 54 家企业中,有 43%的企业的产品和服务已经进入成长阶段,而且他们拥有少量客户,但产品和服务的费用较高,销售收入集中在 300 万元之内,而且这些企业规模不大,主要分布在北京、深圳和广州等地。处于扩张阶段的企业占据本次调查企业总数的 23%。这些企业规模较大,企业员工规模大部分都在 100 人以上,而且季度收入规模一般均超过 500 万元,并保持着 5%以上的业务收入增长速度。处于种子和起步阶段的企业对我国增值电信市场的发展充满信心,这也是他们投入其中的主要原因之一。这类企业业务收入较少,通常不超过 100 万元,且部分企业的业务收入还呈现逐月减少的态势(见图 1)。

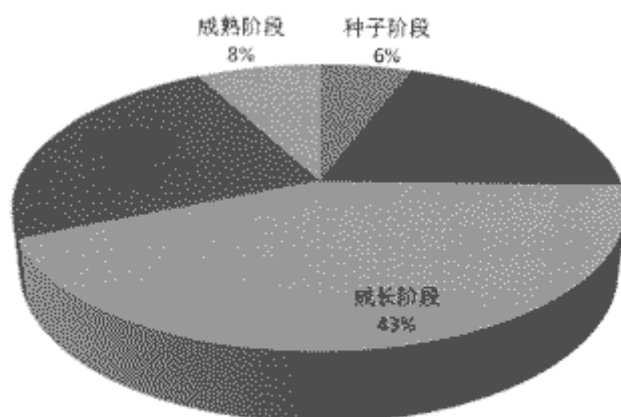


图1 增值电信企业所处发展阶段

八成增值电信企业收势良好统计数据显示，参与调查的所有增值电信企业中，18%的增值电信企业本季度业务收入出现负增长，几乎所有的小企业本季度的业务收入均为负增长。其次，36%的增值电信企业本季度业务收入增长在5%以下，中型或大型增值电信企业占到本档次的40%以上。此外，本季度未有30%的增值电信企业的业务收入实现15%以上的增长，本档次的企业包括一些中小增值电信企业和传统大型互联网企业，其中中小增值电信企业占比接近75%(见图2)。

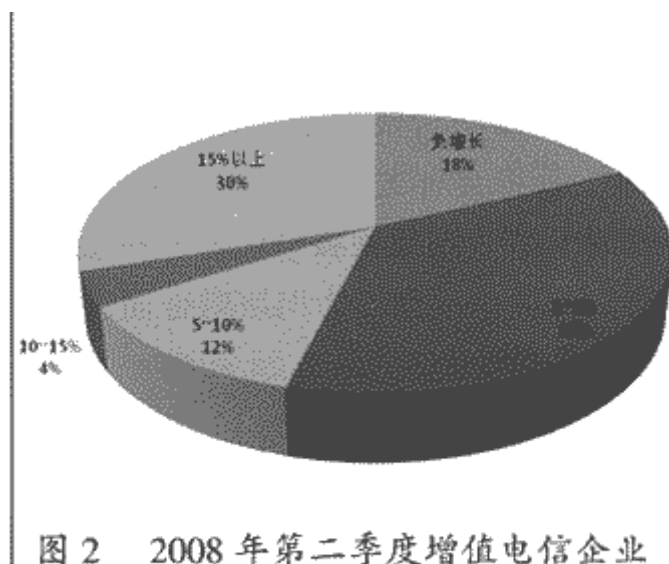


图2 2008年第二季度增值电信企业业务收入同比增长情况

从总体来看，超过80%的增值电信企业在今年第二季度均实现了业务收入的同比增长，保持了较好的发展态势。60%中小增值电信企业面临资金缺口所有在

经营过程中面临资金缺口的企业中，超过60%的是中小增值电信企业，而且他们正处于企业的发展阶段。一方面这类企业要投资研发，力求开发出来更具优势的产品和业务；另一方面他们还要进行产品和业务的市场推广，因此对资金的需求量较大(见图3)。

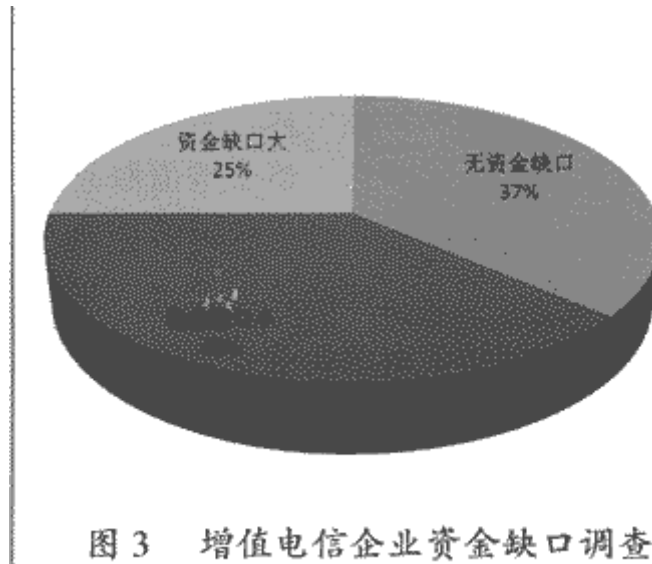


图3 增值电信企业资金缺口调查

从增值电信企业资金来源调查分析结果来看，超过一半的企业通过内部积累的方式获取企业经营中所需要的资金，而且通过内部积累解决企业资金是大部分企业的首选方式。此外，商业贷款和风险投资也是增值电信企业资金的主要来源，通过这两种方式获取资金的企业占到本次调查企业总数的28%左右。在所有选择内部积累解决资金问题的企业中，仅有40%的企业通过此种方式解决了资金问题，仍有一半以上的企业通过内部积累不能有效解决资金紧张问题。此外，通过股市融资和民间借贷也是增值电信企业获取资金的又一大途径。通过分析我们发现，依靠这两种方式获取资金的企业很少出现资金紧张的问题。门槛过高或成增值电信企业上市首要障碍总体来看，我国59%的增值电信企业目前没有上市计划。从调查情况来看，没有上市计划的增值电信企业绝大多数处于种于和起步阶段，不论是在业务收入还是人员配备方面都与其他大型增值电信企业有较大差距。此外，这类增值电信企业在产权、财务和管理方面也与企业上市的要求存在一定的差距。在所有被调查的增值电信企业中，有12%的企业已经通过上市辅导，目前正在或准备进行改制，正逐步向企业上市的目标迈进。此外，有超过20%的增值电信企业已有上市计划，其中有30%的企业拟定海外上市。影响企业制定上市计划的因素有多方面，具体表现为上市门槛过高、企业自身产权/财务/管理等问题、上市成本过高、审批程序复杂/手续繁琐、不愿公开披露信息以及寻找保荐机构难等等。其中，上市门槛过高及企业自身问题是影响企业能否成功上市的首要因素(见图4)。

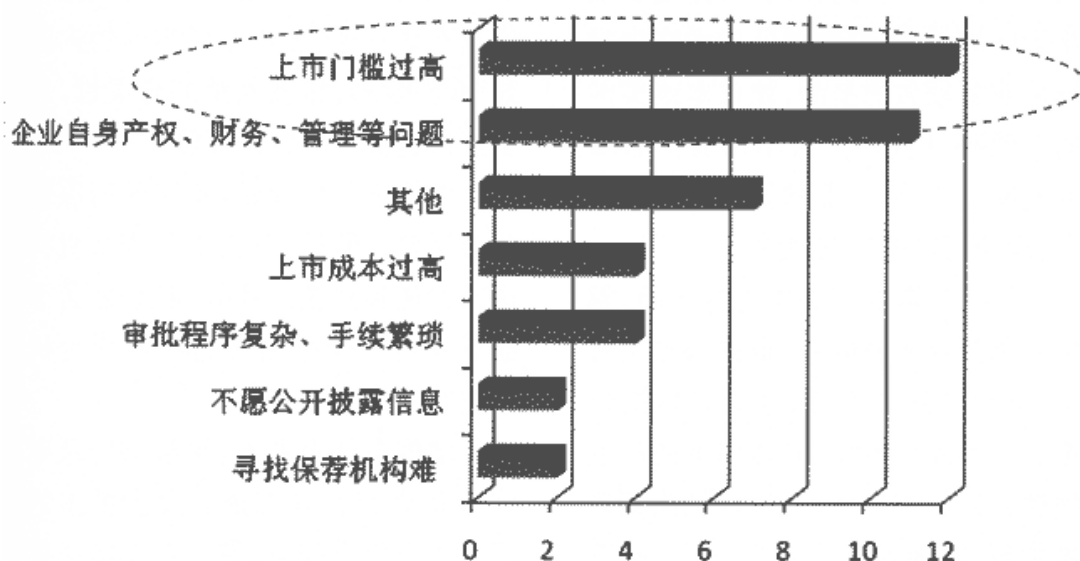


图4 影响增值电信企业上市因素排序

来源:信息产业部电信研究院通信信息研究所

较少增值电信企业获得专业创业机构的投资作为 IT 产业的一部分,我国增值电信行业汇集了众多高科技人才,也是创业机构中最为青睐的行业之一。创投研究机构 ChinaVenture 的统计数据显示,从 2006 年至今,我国增值电信领域共发生投资案例 25 件,投资金额总数超过数十亿元人民币。调查数据显示,我国仅有少部分增值电信企业获得过专业创业机构的投资。绝大部分增值电信企业由于技术实力、市场前景、产权等企业自身问题对创业投资缺乏了解等原因未能获得创业投资,其中有部分企业担心控制权分散和引入成本过高而未能获得创业投资。调查同时显示,获得过专业投资的增值电信企业要么已基本完成上市,要么正在上市的准备过程当中(见图 5)。

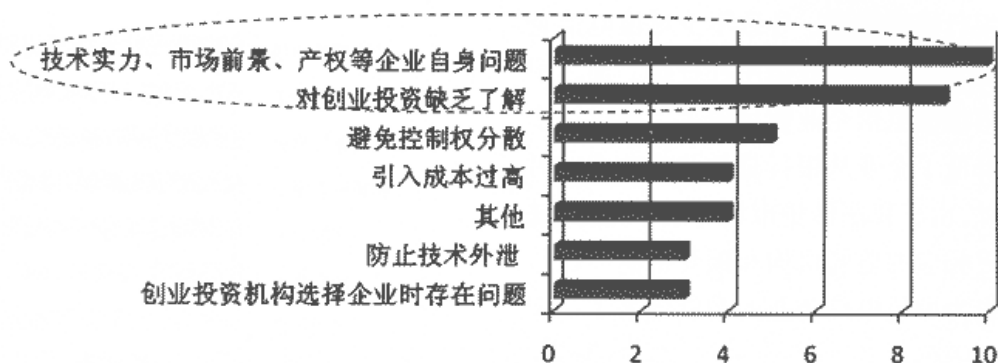


图5 影响增值电信企业获取创业投资因素排序

来源:信息产业部电信研究院通信信息研究所

股市融资、银行及政策性贷款成为增值电信企业融资首选由于资金缺口，许多增值电信企业需要通过再融资的方式来解决企业拘发展问题。通过对企业希望融资途中调查发现，股票市场融资、银行或信用社贷款以及政策性贷款是增值电信企业最希望选择融资的方式。希望通过股票市场获得资金的增值电信企业基本都处于扩张阶段，这类企业业务收入保持稳定的增长趋势，但大多数企业都面临着资金紧张问题(见图 6)。

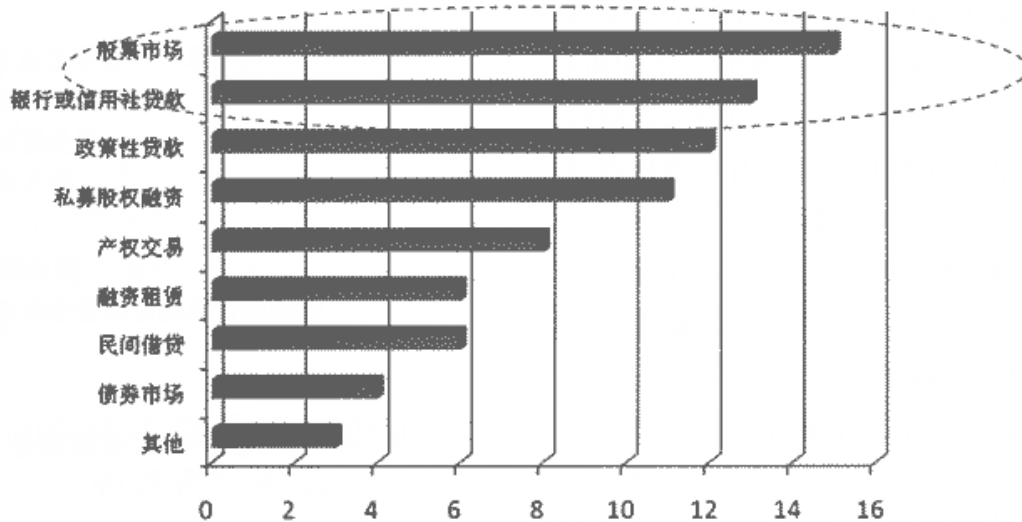


图 6 增值电信企业希望的资金来源方式

来源:信息产业部电信研究院通信信息研究所

三大因素影响融资活动调查数据显示，政府对增值电信企业的资金扶持不足和宏观经济调控、银根紧缩和借贷市场体系不完善、机制和机构的缺失等等，是影响我国增值电信企业进行融资活动的主要因素。其中，政府对企业资金扶持不足，特别是缺少对中小企业以及优质企业的扶持是所有增值电信企业反应最强烈的问题。此外，由于国内宏观经济调控和银行银根紧缩，导致不少增值电信企业较难从银行或信用社贷款，加之国内增值电信企业数目庞大，则进一步降低了企业从银行贷款的成功率。另外，由于我国借贷市场体系不完善，缺乏相应的监管机构和配套机制，这些也为增值电信企业的融资带来了一定的困难。增值行业融资环境乏善可陈调查结果显示，我国增值电信企业对增值电信市场的融资环境满意度一般。在所有接受调查的增值电信企业中，仅有 8%的企业认为我国增值电信市场的融资环境非常好，而超过一半的企业则认为我国增值电信市场的融资环境一般，另有 14%的企业对我国增值电信市场的融资环境表示失望。

来源:《世界电信》2008 年第 11 期

[返回目录](#)

2008 年我国手机行业发展回顾和 2009 年展望

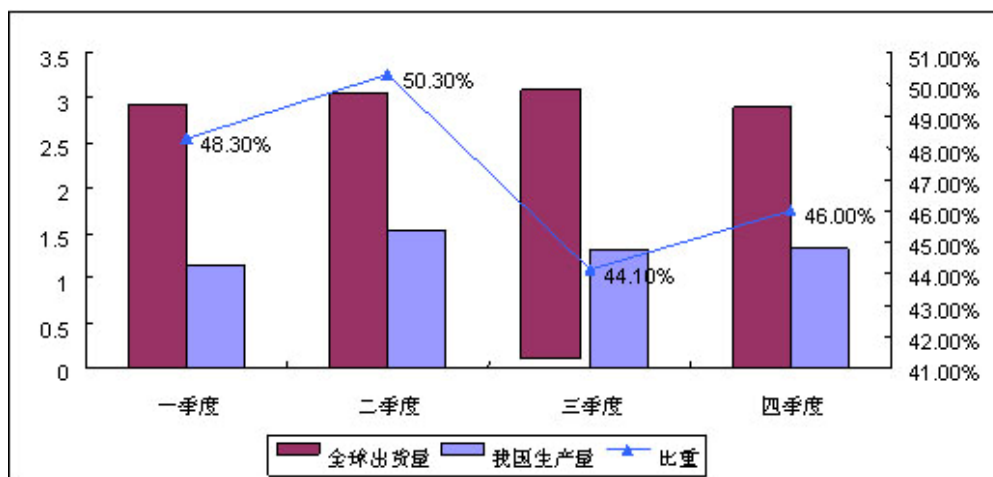
2008 年，受世界经济发展放慢和国际金融危机影响，全球手机市场增长减缓，结构调整形势更加严峻。面对不利的形势，我国手机行业积极拓展国内外市场，推进企业整合和技术升级，行业经济运行总体保持平稳发展，外贸出口稳中有降，产品更新换代加快，继续在支撑全国通信业和信息化发展中发挥积极作用。

一、发展特点

(一) 产业规模继续扩大

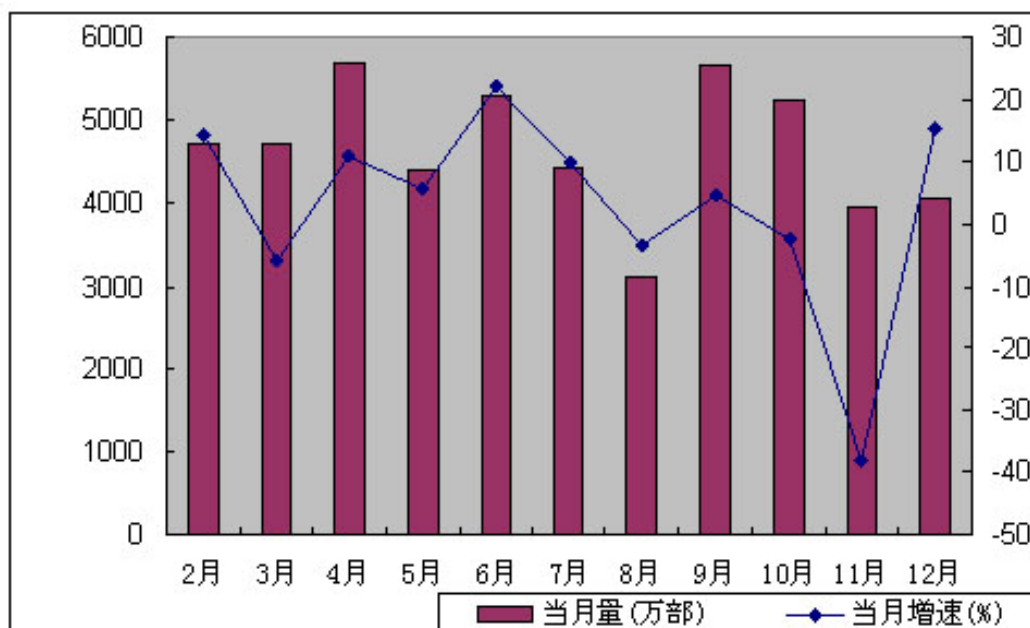
2008 年，我国移动电话用户新增 9392.4 万户，用户总数为 6.41 亿户，每百人移动电话拥有量达到 47.3 部，比 2007 年增加 6.2 部。全行业手机产量 5.6 亿部，同比增长 2%。据 IDC 发布的报告，2008 年全球手机出货量达 11.8 亿部，同比增长 3.5%。我国境内生产手机占 47.5%，与 2007 年基本持平。

图 1 2008 年我国手机生产与全球出货量比较(亿部)



全年手机生产增速呈放缓趋势。1-2 月增长 14.3%，至三季度增速降至 7.9%，全年增速仅为 2%，比年初下降 10 个百分点以上。按月份看，三季度起开始出现负增长，10 月下降 2.6%，11 月降幅高达 38%，创下历年来的新低。

图 2 2008 年 1-12 月我国手机每月生产及增速情况

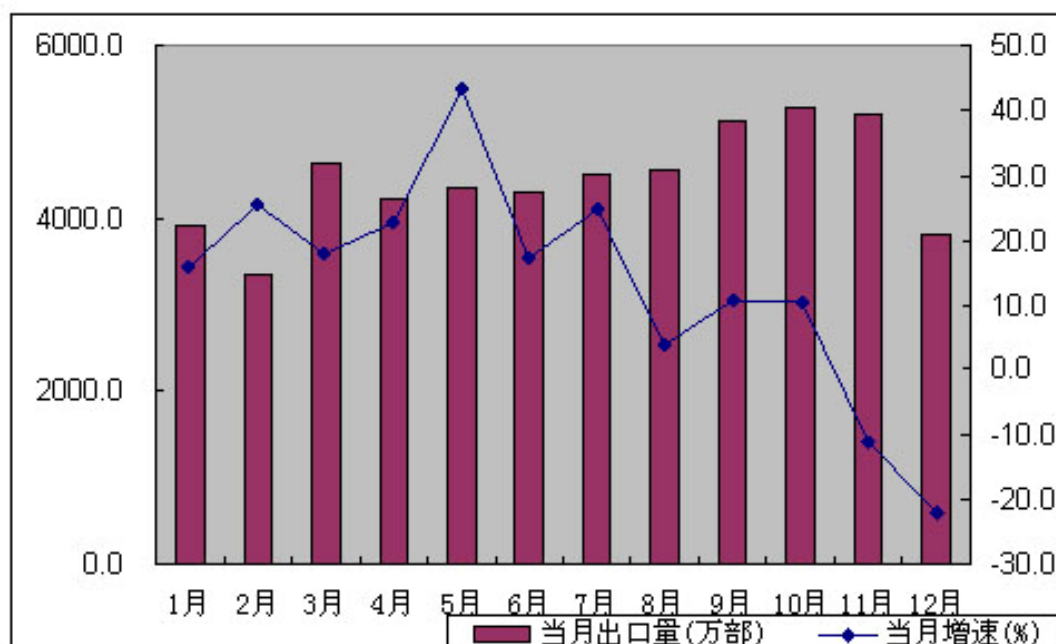


(二) 出口增长稳中有降

据海关统计，2008年我国手机出口5.33亿部，同比增长10.4%，出口金额为385.4亿美元，同比增长8.27%，同期手机进口1771.9万部，同比增长5.3%，进口金额为17.21亿美元，同比下降3.85%。

分月份看，手机出口增速呈下降趋势。前三季度，平均每月增速超过10%，至10月份起开始出现下滑，11月当月下降11%，12月降幅高达22%。

图3 2008年1-12月我国手机每月出口及增速情况

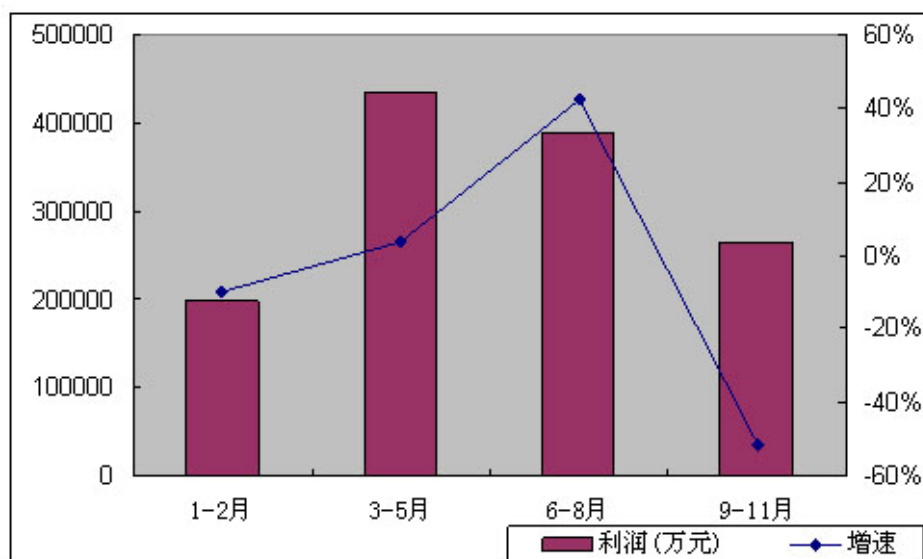


我国手机产品出口仍然主要依靠外商投资企业。外商投资企业出口占整个手机出口的 83%，其中诺基亚、摩托罗拉、索爱、三星等跨国公司占全部出口量的 71.5%。国内品牌企业手机出口 6400 万部，占出口的 17%，其中出口量超过 1000 万部的企业有 2 家，超过 500 万部的企业 1 家。中兴通信手机出口突破 3000 万部，这也是国内品牌手机企业出口量首次突破 3000 万部，其 CDMA 手机在印度市场占有率已提升至近 30%，超过 LG、三星和摩托罗拉，跃居印度 CDMA 手机市场第一位。

(三) 经济效益出现下滑

随着国际金融危机影响逐步显现，世界经济持续低迷，全球市场需求增长放缓，导致手机产业增速从年初开始逐月下降，多数企业效益出现负增长。1-2 月，我国移动通信及终端设备行业实现利润 19.8 亿元，同比下降 10%。至 11 月底，行业实现利润 145.7 亿元，同比下降 11.8%。其中，9-11 月，行业利润降幅超过 50%。

图 4 2008 年我国移动通信及终端设备行业利润增长情况

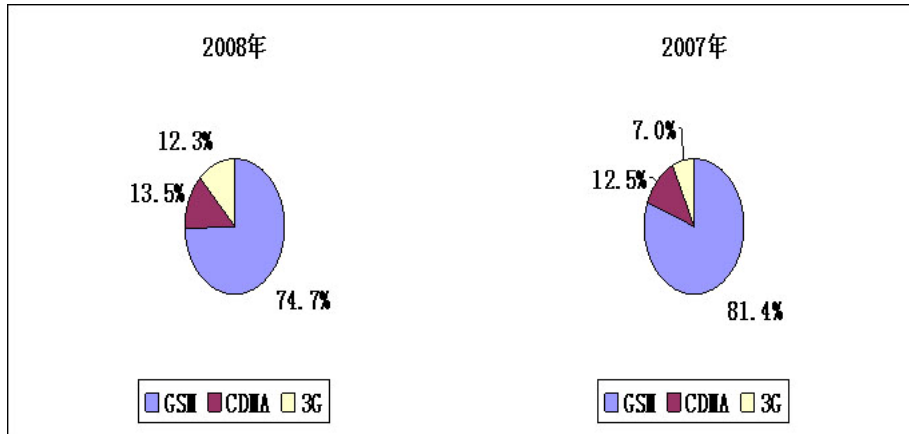


(四) 市场结构调整加快，3G 手机成为新的增长点

2008 年，部监测的百家重点手机生产企业中，GSM 手机产量同比下降 17.1%，销售同比下降 15.4%，产销占全行业比重分别为 74.7%、75.4%，比 2007 年底分别下降了 6.7、6.5 个百分点。运营商的重组对 CDMA 手机产销产生一定的影响，CDMA 手机产量同比增长 15.4%，销量同比增长 15.2%，产销比重为 13.5%、13.4%，比 2007 年底均提高了 1 个百分点。3G 手机产销快速增长，随着 4 月份 TD-SCDMA 开始试商用，以及国际市场需求增加，拉动 3G 手机产销快速发展，全年共生产 3G 手机 6579 万部，同比增长 87.5%，销售 6637 万部，同比增长 90%；占行业比

重为 12.3%，比 2007 年增长了 5.3 个百分点。从中国移动公布的 TD-SCDMA 终端招标结果看，包括酷派、熊猫、华为、中兴、联想、海信、新邮通、华立等国内八家厂商的 3G 手机均已获得入网许可证，国内手机占比将进一步提高。

图 5 2007-2008 年手机分产品比重情况

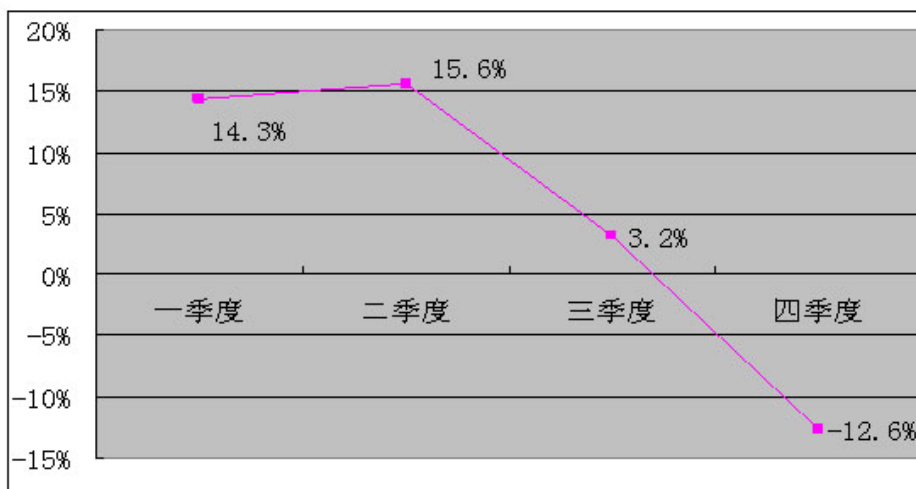


二、值得关注的问题

(一) 国际金融危机对市场的影响正在显现

2008 年，全球手机生产虽然继续保持较快增长，但随着国际金融危机逐步从虚拟经济向实体经济蔓延，手机市场也受到较大冲击，增速自三季度起开始大幅下滑，四季度全球手机出货量出现负增长，降幅高达 12.6%。根据对国内部分重点企业调查，四季度本是传统销售旺季，但企业普遍反映订单不增反减，平均减少达 10% 以上，部分代工企业降幅高达 30%。

图 6 2008 年 1-4 季度全球手机出货量增长情况



(二) 山寨机冲击日趋明显

目前，山寨机已形成完整的产业链，并日益成为行业发展中不可忽视的力量。据部分企业估计，山寨机在国内手机市场及出口量中的比重均达 10% 以上。由于山寨机不经过入网认证，上市时间和成本优势明显，款式也比较新颖，因此在新

增出口及农村市场上都对品牌企业带来极大冲击。部分山寨机与品牌企业新款产品存在高度模仿特征，从一定程度上侵犯了后者的知识产权。此外，由于山寨机企业良莠不齐，很多产品缺乏严格检测直接上市，也缺乏后续维修保障，相关的质量和售后服务问题日趋突出，近年来手机一直是消费者投诉最多的产品。

(三) 企业亏损减产现象严重

2008年，很多跨国公司经济效益都出现大幅下滑。根据各公司发布的财务报表看，三季度摩托罗拉、索爱分别亏损4和0.3亿美元，四季度仍没有扭转亏损局面；国内企业中，波导、夏新三季度分别亏损0.5和4.8亿元，并发出全年预亏公告。部分上游芯片企业由于业绩下滑，面临的资金链问题突出，正在引资进行新的整合。目前，多个企业开始减产或延长假期，部分外资企业从圣诞前夕到春节期间连续多次放假停产。

(四) 渠道竞争日趋激烈

一方面，在低迷的宏观环境下，为应对山寨机的挑战，国内外厂商渠道拓展力度不断加强。诺基亚加快拓展农村销售渠道，并针对性地制订“WKA计划”；摩托罗拉的复兴战略为渠道商提供每款手机巨额利润空间，这些国际品牌的强势介入将使国产手机和山寨机厂商面临前所未有的挑战。国内企业纷纷选择实行多品牌策略，部分企业在渠道模式上进行改革，把原分公司改为区域营销中心，分公司直供改为区域代理模式以期进一步降低销售成本。这些都标志着新一轮的渠道整合正在启动。

另一方面，随着3G时代到来，销售模式将发生深刻变化。中国移动和中国联通为了推广新业务，加强自身在产业链中的地位，应对未来新进运营商的冲击，将更多介入手机销售领域。随着3G牌照的发放，新进移动运营商面临迅速发展用户的压力，也将采取类似中国联通C网初期的策略，通过终端补贴甚至入网送手机等优惠手段来发展用户。移动运营商的规模采购和捆绑销售将在手机销售渠道上日益扮演重要的角色。

(五) 移动互联网手机市场潜力巨大

据中国移动和有关研究机构公布的数据，中国移动互联网用户数在2亿左右，其中活跃用户约8000万，占全部手机用户的约15%。部分研究机构预测，未来移动互联网的规模将超越传统互联网，其产业价值也将后来居上。

2008年以来，以苹果iphone和谷歌G1为代表的移动互联网概念的智能手机的问世，不仅吸引了很多消费者，同时对传统手机已经形成了冲击。诺基亚收购symbian公司，抢占另一个智能系统的桥头堡，也表明要在智能机基础上开发更多产品和服务的战略考量。因此，手机生产企业开发适合移动互联网发展、满足差异化消费需求的终端，将是今后的发展方向。

三、2009 年展望

一是全球市场形势不容乐观

目前，全球经济发展速度仍处于低位，国际金融市场持续动荡，能源、原材料价格急剧波动，国际贸易壁垒花样不断翻新等，导致出口环境急剧恶化。近期国际货币基金组织预计全球经济增长将降至二战以来的最低水平，其中欧洲和北美等发达国家经济体将下降 2%，可以预见 2009 年全球手机市场的增长空间有限，甚至可能出现自 2000 年以来的首次负增长。据 IDC、iSuppli 等研究机构预测，2009 年全球手机出货量将下降 2-5%。我国手机出口量占生产量 60%以上，外需下降将对行业带来较大的影响。

二是国内品牌企业将更加困难

近几年，外资企业在稳定高端手机市场的同时，又加大了对低端手机和乡镇农村市场的投入力度；国内企业由于规模偏小、产业链不完整、缺乏核心技术，同质化竞争严重，在成本、品牌、销售等方面都难以与外资企业抗衡，低端市场又受到山寨机的严重挤压。同时，随着运营商定制手机力度加大、渠道商介入制造领域和发展自主品牌等，都使国内品牌企业与市场的联系进一步被削弱。因此，国内品牌企业经营难度仍在加大，2008 年许多出现亏损，2009 年仍难以很快扭转这种局面。

三是 3G 建设带动投资增加和国内市场扩大

2008 年，全国电信业完成固定资产投资 2954 亿元，比上年增加 500 亿元以上。根据各企业制定的 3G 网络建设规划，预计未来三年用于 3G 网络建设投资约 4000 亿元，其中 2009 年 1700 亿元。中国移动计划新建 TD-SCDMA 基站约 6 万个，业务覆盖范围扩大到全国 70%的地级市；中国电信在接收 CDMA 网络的基础上，积极开展 CDMA 1X 网络扩容和优化工作；中国联通将重点放在 2G 网络的升级改造，以满足与 3G 网络互操作的需求。目前各企业正加紧推进 3G 市场商用进度：中国移动计划年底在 238 个地级城市提供 3G 服务；3 月底，中国电信将在 100 个大中城市提供 3G 服务；上半年，中国联通计划在 55 个省会及较发达城市提供 3G 试商用服务，年底将服务范围扩大到 282 个城市。随着 3G 技术的成熟和商用、手机智能化，网络化和增值服务水平的提高等，预计国内 3G 用户将在下半年呈现快速增长，这也将带动 3G 手机销量的大幅提高。

综上所述，2009 年我国手机行业存在一定机遇，也面临很多挑战，特别是国内企业结构调整和资源整合形势严峻，要加强宏观协调和政策引导，支持核心技术领域的技术创新，推动结构调整与企业整合，并发挥国内 3G 市场的拉动作用，才能确保行业健康协调发展。预计全年手机产销量与 2008 年基本持平。来源：工信部网站 2009 年 02 月 23 日

【市场反馈】

3G 时代扑面而来 手机市场的重大变革

3G 牌照的正式发放，畅享 3G 已经从梦想已经渐渐走向现实，开始被人们广泛关注和热议。随着三大运营商的全面宣传以及网络建设的跟进，3G 技术也越来越成熟，这些究竟会带来怎样的变化？3G 时代给市场带来机遇还是挑战？各经销商又是如何看待的？带着这些问题，最近专门走访了手机卖场。

销售手机多年的陈先生告诉，目前市场的手机销售已经严重同质化，除了价格战外基本少有其他更有力的促销手段。而销售 3G 手机能为我们提供新出路。和陈先生一样，不少手机经销商对 3G 牌照的发放表示出积极的态度，他们表示将随时关注 3G 业务的动态，以便及时调整销售手机的比例结构，并打算将销售重点逐步转向 3G 手机。

目前市场上正在销售的 3G 手机的价格大多在 2000 元到 4000 元不等，各大商家纷纷加大了 3G 手机的供货。陈先生谈到，现在大部分的顾客买手机，都要问一下有没有 3G 功能，因为很多人对 3G 比较感兴趣。不过陈先生也谈到目前三家运营商只有中国移动对 TD-SCDMA 进行试商用，很多消费者以为移动 TD-SCDMA 业务可以在原移动号码基础上办理，来店咨询后得知需另买卡办理，手机号需要更换后，也就改变了原来的购买计划。这位商家还谈到，可供选择机型少也是阻碍销售的另一个主要原因，目前市场上只有大约 10 款机型可供消费者选择。不过他也相信，随着三大运营商的全面宣传以及网络建设的跟进，3G 无疑会给手机市场带来翻天覆地的变化。

也了解到有部分经销商对于 3G 目前的形势仍然冷静面对，一位不愿透露姓名的商家更从 3G 的格局方面谈到，获 3G 牌照的三家运营商分别使用不同的网络制式，目前只有中国移动对 TD 网进行试商用，然而现在多数国家选择的 3G 标准都是 WCDMA，WCDMA 也拥有最多的网络终端，因为 WCDMA 手机向下兼容 GSM 网络的原因，所以，一旦联通开通 WCDMA 的 3G 服务后，大多用户都会选择 WCDMA 的 3G 手机，包括还有中国电信的 CDMA2000，到时 3G 市场会如何发展，还真的不得而知。

无论如何 3G 时代已经扑面而来，在全球金融危机下，肯定会给市场带来的炽热和激情，对经销商而言更是一种机遇同样也是挑战，引用陈先生的那句话，3G 无疑会给手机市场带来翻天覆地的变化。来源：IT 商网

政府监管与市场调节形成有效竞争格局

我国政府介入电信市场的目标既包含了促进市场竞争优化格局，又立足于提高自主创新能力，实现 TD-SCDMA 的规模应用，以及国有资产的保值增值和提高盈利能力等等。移动和固定之间鸿沟深化经过电信重组以及未来发放 3G 牌照后，虽然我国电信市场中将形成三家具有全业务经营能力的运营商，但是由于消费者的习惯、竞争策略的惯性以及技术网络改造等原因，市场格局仍然需要一定的时间去适应。因此，当前基础电信业务市场仍基于分业务市场的竞争，短期内将基本维持现有竞争格局。现阶段影响基础电信业务市场结构的主要因素既有客观的技术、经济发展规律，又有企业的经营能力和政策环境。虽然这种客观经营规律在短时间之内不能人为地逆转，但可以通过发展去适应，也可以通过政策进行调节。替代效应和网络效应这两个规律对市场有着极其重要的影响。以替代效应为例，首先从个人消费支出来看，经过预算，当人均收入增长 1% 的时候，移动消费量是固定消费量的 3 倍。目前我国的人均 GDP 为 3000 美金，而个人支出占收入的 4%，即每月将有 10 多美元的通信消费支出。如果人均收入增长 1%，那么每年人均收入的增长率不会低于 5%，这就意味着移动消费量相较于固定消费量将翻倍地增长。可以看出，未来整个移动话音消费量的增长非常可观，尽管 3G 以数据业务为主，但话音业务目前仍是运营商收入的主要来源。其次从通话量来看，如果移动本地话音费用下降 1 分钱，人均移动本地通话时长将增加 2.8%，而固定通话量则会下降 2%，两者之间会出现约 5% 的差距。目前，我国的移动用户数为 6 亿户，固定用户数则不足 4 亿户，并且还在不断下滑，这意味着在整个电信市场中，移动和固定之间的鸿沟还会继续扩大。第二个重要的规律是网络效应。将同等的移动网络和固定网络相比可以发现，移动网络的网络效应会比固定网络的网络效应更强。经预算可知，当移动和固定的用户数差距比例增加 1% 时，移动用户数将增加 0.34%，而固定用户数会下降 0.36%，即它们之间的差距又将扩大 0.7%。以上数据表明，一方面，网络效应会加剧移动和固定之间的鸿沟；另一方面，即使在单一的移动市场上，大移动网络的优势地位会比小移动网络更强。根据这样的基本判断可知，短期之内现有的市场竞争格局将难以撼动。经过了几十年的发展，电信行业不能被笼统地分为一个资源垄断的行业，而是应当区分不同的环节，特别是区分不同的业务市场。对于移动市场而言，它并不存在天然

的垄断，以国外移动市场为例，大多数国家在经过十几年的发展之后，移动市场的集中度有明显下降的趋势。很多国家移动市场的集中度原本很高，但通过引入竞争、打破垄断以及一系列加强监管的政策之后，目前这些移动市场都形成了相对比较均衡的市场竞争格局，这意味着移动市场是一个可竞争的市场。此外，依靠目前移动市场的演变趋势，其自然经济和技术发展规律的走向不能依靠市场自身来解决有效竞争的问题，而是需要政府的政策进行市场调节(见图 1)。

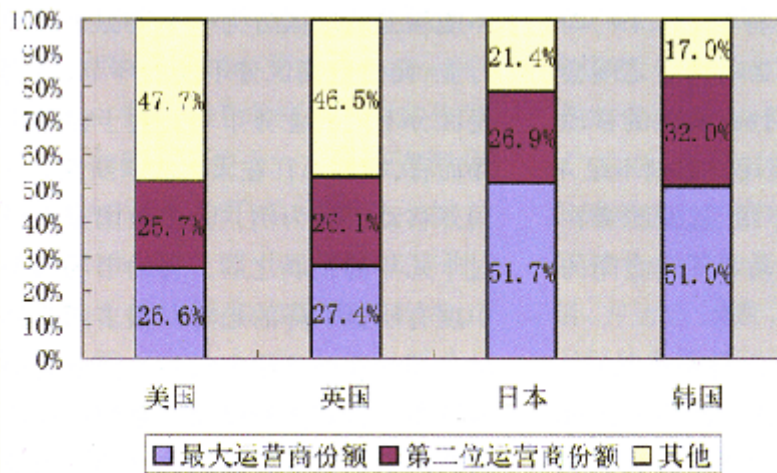


图 1 国外移动市场运营商市场份额分布

固定市场和宽带市场与移动市场相比仍有较大的区别，特别是固定市场与移动市场的差距更加明显。从 1934 年美国实施电信改革开始，一直寄希望于拆分、打破本地市场的垄断、网络元素的捆绑等等，但经过多年的改革，固定市场仍然有着比较强的资源垄断的特性。到目前为止，大多数国家固定市场中主要运营商的数量远远少于移动运营商的数量，而且市场主导力量也非常显著。除美国以外，其他大多数国家主导市场的运营商的占有率非常高(见图 2)，所以要通过新的模式来打破资源垄断的格局，而不能靠引入新的竞争者。

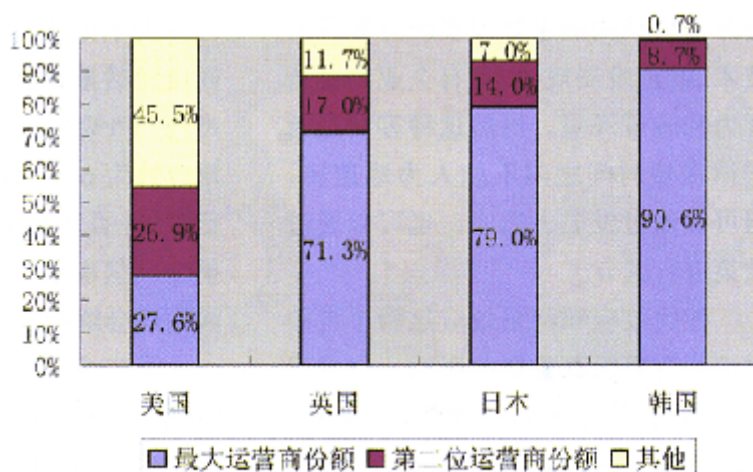


图2 国外固定市场运营商市场份额分布

宽带市场无需与移动市场进行捆绑，因为宽带市场是融合性技术发展的市场。事实上，宽带市场也在逐步走向一个可竞争的市场，从一些国际经验来看，国外宽带市场运营商的数量比固定市场运营商的数量更多，但是其主导运营商的市场力量并没有那么强大，主导运营商市场力量最高的国家一般在 50%左右(见图 3)。

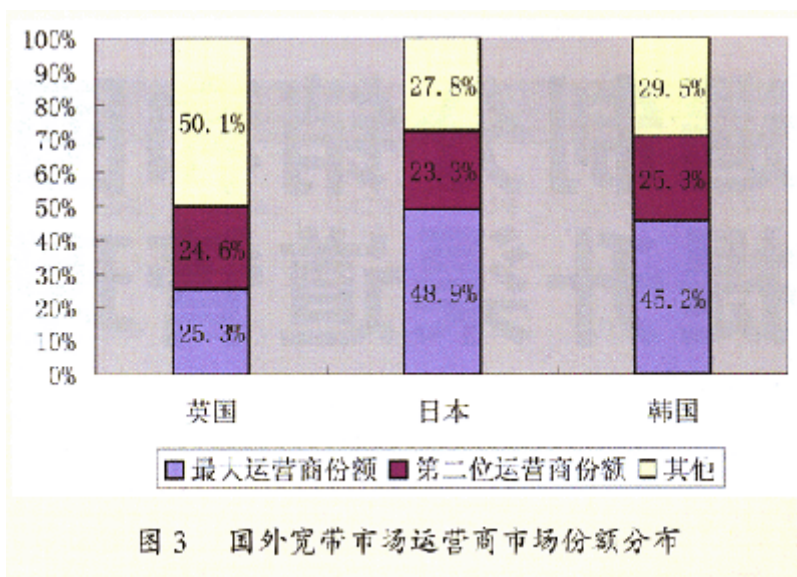


图3 国外宽带市场运营商市场份额分布

从国际经验来看，经历若干年的发展，发达国家的市场架构可能是我国市场的未来走向。此外，与成熟的国际市场相比，重组后的基础电信市场格局仍需进一步优化，以实现有效竞争。产业链市场博弈加剧 3C 到来后国内电信市场的最大改变是引入了产业链的作用和功能，这不仅仅意味着一些客观的经济基础规律、政策环境和单个企业自身的竞争策略，而电信企业所在产业链的实力也将成为他们之间博弈的关键因素。从短期来看，之前的重组已经改变了企业的资源配置，并为竞争格局的变化奠定了良好的基础。3C 牌照的发放将再次改变企业之间的格局配置，企业的基础资源、竞争策略、从设备到内容的整体产业链的实力

以及政策环境等，都将成为影响未来基础电信市场竞争格局的关键因素。从长期来看，整个电信市场将会发生更大的变化，技术的演进和变革将极大地改变当前的链状结构，上下游市场的边界逐步模糊，市场中心将被重塑。具体而言，在短期之内，移动市场、固定市场和宽带市场的市场结构都会发生相应的变化。其中，移动市场的变化最复杂，因为影响移动用户的选择因素有很多，关键因素涉及网络的规模和质量、业务品牌的吸引力、资费、终端、移动网络本身的效应等多个方面。在不考虑政策影响的情况下，各企业自身的能力、整个产业链的实力和竞争策略的不同决定了其在吸引用户的关键因素上，如终端、网络等方面表现的优劣，从而使用户流向不同企业，并逐步形成新的格局。固定市场和宽带市场的特点则与移动市场相异。固定市场不会出现太大的改变，短期内仍会延续自己固有的特点。在不考虑小灵通变化的情况下，固定市场是一个相对稳定的市场，主要基于南、北本地接人资源的竞争。固定市场的特点是以家庭接人为主的，目前固定市场主要的应用为固定语音，因其与移动语音同处一个统一的市场，所以固定市场很大程度上会受到移动本地业务资费的影响。此外，各个固网企业均出现了固定移动捆绑、FMC业务等等，这些营销策略对于提升固定市场的占有率有很大帮助。据研究表明，若移动本地资费下降1%，将导致纯固定用户下降0.01%；而家庭数量若增加1%，将间接导致固定用户增长1.19%，这表明纯固定用户的增长主要靠家庭数量扩张来拉动。宽带市场将是一个快速发展的市场，目前，本地接人资源仍是其竞争的核心因素。宽带市场是基于PC或笔记本电脑发展的市场，因此，影响宽带市场发展的特点包括：以家庭接人为主，以互联网的应用需求为主，以计算机作为上网的终端为主。同时，宽带市场的发展也受人均知识水平的制约。研究表明，若人均受教育年限增加1年，全国可增加864万宽带用户；若人均可支配收入增加1000元，全国即可增加1200万宽带用户。此外，终端的价格指数也是影响着宽带市场发展的因素。政府监管促进福利最大化从宏观层面来看，通过有效竞争促进社会福利最大化是政府介入电信市场所追求的终极目标，其中包括整个行业竞争充满活力、不断创新；消费者能享受到质优价廉的产品；新产品、新技术持续发展；行业收入不断增加；行业投资可持续、富有吸引力等多元化需求。由于各国的制度基础、监管资源、法律体系等等不相同，所以在促进市场改革和竞争的几十年间，各国采用的方式、所走的道路也各有差异，但主线还是通过不断地打破垄断、鼓励竞争来实现市场发挥作用。从政府层面来看，在电信改革相当长的时期内，加强监管无疑是一个非常重要的趋势。具体而言，从市场层面鼓励竞争打破垄断有两条不同的道路：第一条是以美国为代表的通过拆分、引入新的竞争者、打破垄断环节去促进市场的发展和竞争；第二条类似于巴西、英国这些国家，即政企分开，并对国有控股的企业进行私有化，随后再通

过引入新竞争者来促进整个市场的发展。而我国的发展路径则是结合以上两种道路的做法，但也略有区别。从1994年中国联通的成立到现在经过重组和发放3G牌照，实际上遵循了在移动市场引入新竞争者的思路。但我国目前的市场发展阶段比较特殊，一方面，企业的法人治理结构并没有达到完善、市场化的程度；另一方面，相较于其他国家在移动市场首先实现有效竞争，再逐渐改变固定市场竞争问题的情况，我国却首先在移动市场竞争性上出现了很大的问题，而同时又恰逢一个技术变革和更新的时期，即移动本身对于固定的替代。所以，我国在这一阶段遇到的问题并没有国际经验可以借鉴，问题本身的复杂性和阶段性注定我国要走出一条有中国特色的继续促进市场竞争的道路。由于我国的政策环境与别国不同，因此我国政府介入电信市场的目标既包含了促进市场竞争优化格局，又立足于提高自主创新能力、实现TD-SCDMA的规模应用、国有资产的保值增值、提高盈利能力等。对于这样一个混合型的目标，我国政府既需要客观评估市场，并对不同客户细分市场采用不同的对待方式，又要在发挥市场机制、继续坚持打破垄断、促进竞争、实施改革开放道路的同时，发挥政府引导和规范的作用。当前，在以上原则和目标的指引下，政府的政策主要面临三方面的挑战，第一个挑战是如何防患市场进一步集中的风险，引导市场健康发展。在此方面应该规范投资行为以及竞争行为，从而防止不正当竞争；第二个挑战是如何保证对弱小企业的合理激励。政府的最终目标既是促进市场的有效竞争，也不排除对于弱小企业的扶持。因此，政府要对资源的合理配置进行引导，并在一段时间内对弱小企业进行适度的扶持；第三个挑战是如何营造公平竞争的环境，这也是最大的挑战。政府要从降低企业间竞争壁垒、降低市场进入壁垒以及理顺上下游产业竞争合作关系这三个层面来解决。来源：《世界电信》2008年第11期

[返回目录](#)

中移动 TD 无线座机广东率先测试 上半年正式推出

广东移动相关人士向《第一财经日报》透露，TD-SCDMA 移动无线座机业务已处于测试阶段，计划于2009年上半年推出。而TD无线座机产品招标也基本确定。六家中标的厂商是联想移动、TCL、华为、中兴、新邮通和德赛电子。

中国移动市场部副总经理陆文昌曾透露，TD无线座机是TD终端“3+1方案”的重要组成部分之一。即TD手机、TD上网卡、内置TD上网卡的笔记本电脑，加上TD无线座机。

知情人士透露，TD无线座机业务将采用188号段，目前采取的资费计划是无月租、低资费。还计划采用双模，即可使用TD、GSM两种网络。

咨询公司 InStat 分析师认为，无线座机瞄准的是低价语音业务市场，如果推出，将使得中国电信和中国联通的固网语音业务受到进一步冲击，而中国移动

也有望快速更深入获取家庭及办公等传统固话市场。

事实上，目前中国电信和联通都在采取全业务融合手段，使固网业务捆绑移动业务资费，给用户统一账单以及更为低廉的资费，以此作为冲击中国移动的手段。

联想移动相关人士认为，中国移动此举是充分利用自己的移动网络覆盖资源，切入家庭用户固话市场，分流对手语音业务。这也可看成是中国移动为全业务作准备的运营思路。

德瑞电信首席咨询顾问宋永军认为，无线固话将是中国移动在家庭和政企用户信息化市场一个大的切入点，预计TD用户年内能从不到百万增长到750万。来源：第一财经日报

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

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