



# 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. 05. 13

## 本期要点

亚太博宇  
通信产业研究课题组  
[apptdc@apptdc.com](mailto:apptdc@apptdc.com)

### ■ 运营商营销 3G，捉对厮杀上演“三国演义”

虽然只是获得了 3G 牌照，但今日的电信已经不再是昨天的中国电信，联通也不再是昨天的中国联通，被中国移动在市场上打压了多年之后，两个挑战者正在以全新的姿态重新上路。

### ■ TD 终端招标国产品牌占总数 86%

在 TD 市场前几轮的招标中，排在前几名的均为国产品牌，在 TD 入围终端厂家中，国产品牌占到近 20 席，占到入围品牌总数的 86%。

### ■ 工信部称 TD 让我国在向 4G 演进过程中占据主动

工信部电子信息司司长肖华谈及 TD-SCDMA 的发展时表示，在电子信息产业调整和振兴规划中，拥有中国自主知识产权的 TD-SCDMA 占有重要地位。肖华同时指出，TD-SCDMA 使得我们国家在 3G 向 4G 往后演进过程中占据了主动。

### ■ 美 20% 家庭完全弃用固话仅使用手机

美国国家卫生统计中心 (NCHS) 近日发布的最新统计数据显示，截至 2008 年 12 月底，20% 美国家庭已完全放弃使用固定电话，而只使用手机与外界联系。2005 年初其相应比率仅为 7%。

### UT 斯达康一季度业绩未达预期

UT 斯达康 (Nasdaq: UTSI) 近日发布了 2009 年第一季度财报。财报显示，UT 斯达康第一季度净亏损为 6740 万美元，每股亏损 54 美分，未达分析师此前的预期。

## 目录

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| <b>亚博聚焦</b> .....                   | <b>4</b>  |
| 运营商营销 3G, 捉对厮杀上演“三国演义” .....        | 4         |
| IPTV 遭地方广电数字电视打压 .....              | 7         |
| TD 终端招标国产品牌占总数 86% .....            | 10        |
| <b>产业环境篇</b> .....                  | <b>12</b> |
| <b>【政策监管】</b> .....                 | <b>12</b> |
| 携号转网仍处初级阶段 .....                    | 12        |
| 工信部称 TD 让我国在向 4G 演进过程中占据主动 .....    | 14        |
| 法律不成熟, 中移动入股远传可能要泡汤 .....           | 15        |
| 广电广告经营高发六种违法违纪行为 .....              | 15        |
| 工信部: 工业和通信业震后重建工作进展顺利 .....         | 16        |
| 工信部力推 3G 发展, 运营商三足鼎立事关全局 .....      | 18        |
| 香港电讯局裁定: 中移动欺骗性促销不成立 .....          | 19        |
| 国家新媒体产业基地凝聚未来发展力量 .....             | 20        |
| <b>【国内行业环境】</b> .....               | <b>21</b> |
| 香港上诉庭首度披露电盈私有化大逆转真相 .....           | 21        |
| 安徽 TD 网络未来 3 年将投资 200 亿元 .....      | 22        |
| 三大运营商 200 亿重建灾区通信 .....             | 23        |
| 中国 3G 用户两年内超过 7000 万 .....          | 25        |
| 中端 3G 手机缺失将成国产厂商复兴契机 .....          | 26        |
| OMS 成立产业联盟时日尚远 .....                | 27        |
| 我国首次推出“手机乘机登记服务” .....              | 28        |
| 中日就推进 3G 领域合作签署备忘录 .....            | 29        |
| <b>【国际行业环境】</b> .....               | <b>30</b> |
| 美 20% 家庭完全弃用固话仅使用手机 .....           | 30        |
| 北电第一季净亏损扩大至 5.07 亿美元 .....          | 31        |
| 欧盟将大幅调低手机跨网通讯费 .....                | 31        |
| 国际通信巨头压缩投资, 华为中兴伺机布局 WiMAX .....    | 32        |
| <b>运营竞争篇</b> .....                  | <b>33</b> |
| <b>【中国移动】</b> .....                 | <b>33</b> |
| 中移动 3 年内在沪投资 310 亿 .....            | 33        |
| 中移动首创“天地一体”集中化应急保障体系 .....          | 34        |
| 中移动 TD 三期招标泄密, 外资报价低于大唐 .....       | 36        |
| 中移动年内计划建 1500 超级基站, 可抗 12 级台风 ..... | 37        |
| <b>【中国电信】</b> .....                 | <b>38</b> |
| 中电信终端隐忧待解: CDMA EVDO 手机告急 .....     | 38        |
| 中国电信结盟威盛芯片 .....                    | 40        |

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| 上海电信急邀内容商谋 3G 服务.....                | 40        |
| 中电信：联合营销支持社会化渠道销售.....               | 41        |
| <b>【中国联通】</b> .....                  | <b>42</b> |
| 联通无线数据终端战略确定，主打无线上网产品.....           | 42        |
| 中国联通 3G 通话略低于 2G 标准资费 0.36 元/分钟..... | 43        |
| 中国联通 WCDMA 本周日试商用.....               | 43        |
| 联通开展下代 PHS 升级试验，小灵通转行业应用.....        | 44        |
| 联通向合作企业预约放号.....                     | 45        |
| <b>【其他地区运营商】</b> .....               | <b>45</b> |
| 入华在即 IPHONE 要“吃掉”联通.....             | 45        |
| 意大利电信澄清：不会与西班牙电信合并.....              | 47        |
| AT&T 将以 23.5 亿美元收购 Verizon 部分资产..... | 47        |
| 德意志电信一季度净亏 14 亿美元，3G 业务现曙光.....      | 48        |
| 日韩移动互联网企业布局中国 3G 静待资费变化.....         | 48        |

## **制造跟踪篇.....50**

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>【诺基亚】</b> .....            | <b>50</b> |
| 诺基亚拟关闭西雅图地区 Ovi 服务办事处.....    | 50        |
| 诺基亚推出首款 3G 手机.....            | 51        |
| <b>【爱立信】</b> .....            | <b>51</b> |
| 爱立信提供多项移动互联网方案，与客户同转型.....    | 51        |
| 爱立信为印度首次实现家庭高速光纤互联.....       | 55        |
| <b>【中兴】</b> .....             | <b>56</b> |
| 中兴获评 3G 设备最具竞争力企业.....        | 56        |
| 中兴通讯第一季手机销量增三成达到 1000 万部..... | 56        |
| <b>【华为】</b> .....             | <b>57</b> |
| 华为爱立信印度交锋分食 60 亿美元大单.....     | 57        |
| 华为解决方案助美洲移动商用 2G/3G 融合网络..... | 57        |
| 任正非论技术自主和拿来：新开发超 30%是浪费.....  | 58        |
| <b>【其他制造商】</b> .....          | <b>62</b> |
| 索爱或将从母公司处获得 13 亿美元注资.....     | 62        |
| 上海贝尔助运营商灾区重建，规模部署 3G 网络.....  | 63        |
| 思科第三季度净收入同比下滑 24%.....        | 64        |
| 诺西升级上海研发中心，负责全球技术研发工作.....    | 64        |

## **服务增值篇.....65**

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| <b>【趋势观察】</b> .....                 | <b>65</b> |
| 3G 增值业务市场需求日益旺盛.....                | 65        |
| 经济萧条中的手机广告，平台提供商努力突围.....           | 67        |
| 网络电话 (VOIP) 广受欢迎并悄然成长.....          | 68        |
| <b>【移动增值服务】</b> .....               | <b>72</b> |
| 移动推史上最低 TD 套餐：每月 1 元钱可包 10M 流量..... | 72        |
| 台湾将向陆资开放第二类增值电信业务.....              | 73        |

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| 中国移动邀请梦网合作伙伴共商 TD 发展大计 .....        | 74        |
| <b>【网络增值服务】</b> .....               | <b>74</b> |
| VoIP 服务强劲增长强劲，托管统一通信起飞 .....        | 74        |
| Skype 已成为全球最大的 VoIP 供应商 .....       | 75        |
| <b>技术情报篇</b> .....                  | <b>76</b> |
| <b>【视频通信】</b> .....                 | <b>76</b> |
| 跳出标准之争——手机电视发展中的问题探讨 .....          | 76        |
| 大唐融合 COneIP 呼叫中心签约 CMMB 呼叫项目 .....  | 78        |
| <b>【电信网络】</b> .....                 | <b>79</b> |
| 中移动 3G 覆盖少数民族 维吾尔文 TD 模块问世 .....    | 79        |
| 中移动 TD 三期应用新频段，室内覆盖成重点 .....        | 80        |
| <b>【终端】</b> .....                   | <b>80</b> |
| 中国最大手机基地在上海开建，总投资达五亿元 .....         | 80        |
| TD 建设主设备成本锐减，中兴华为仍可保证盈利 .....       | 81        |
| 中移动深度定制能否玩得转 .....                  | 83        |
| <b>【运营支撑】</b> .....                 | <b>85</b> |
| 中移动今年将建 11 万 WLAN 热点，均兼容 WiFi ..... | 85        |
| 中国移动在西藏开通 3G 网络，正式商用 TD-SCDMA ..... | 86        |
| CMMB 与 TD 合作正式落地，同时支持 MBMS 标准 ..... | 87        |
| 联通 228 城市建 3G 网络，中兴华为冲刺基站建设 .....   | 87        |
| 泰尔选择思博伦产品进行信令一致性测试 .....            | 88        |
| <b>市场跟踪篇</b> .....                  | <b>89</b> |
| <b>【数据参考】</b> .....                 | <b>89</b> |
| UT 斯达康一季度业绩未达预期 .....               | 89        |
| 日本运营商给中国电信业敲警钟：慎用手机补贴 .....         | 90        |
| <b>【市场反馈】</b> .....                 | <b>92</b> |
| 今年第一季度全球手机销量锐减 13% .....            | 92        |
| 未来一至两年电信业将进入下行空间 .....              | 93        |

## 亚博聚焦

### 运营商营销 3G，捉对厮杀上演“三国演义”

虽然只是获得了 3G 牌照，但今日的电信已经不再是昨天的中国电信，联通也不再是昨天的中国联通，被中国移动在市场上打压了多年之后，两个挑战者正在以全新的姿态重新上路。

由于上网卡和上网本业务尚未全面进入推广期，各家运营商“手机放号”业务的拼杀早早开始了。

为了改变长期以来固网运营商的角色定位，中国电信为其移动业务打造了全

新品牌名称“天翼”，暗指移动业务将使中国电信“如虎添翼”。

从2008年12月的189放号开始，以邓超为代言的天翼宣传短片高频率地开始在各大电视台以及各大户外广告上曝光，“这是我的互联网手机……”通过邓超再直接不过的介绍，即使菜市场的大妈也能读懂中国电信的意思：中国电信也开始卖手机了，而且还是互联网手机。

4月28日，电信120个城市宣布3G商用，由谷歌大中华区总裁李开复、网易总裁丁磊以及MSN中国总裁庄毅礼共同代言的电信3G广告片开始强势推出，天翼的移动通信办公、移动搜索以及移动即时通讯等特色功能得到充分展示，配上广告语“天翼带你畅游3G”，电信天翼在3G市场的高端定位不言而喻。

对于联通而言，“重塑形象意义更大。”凌雁管理咨询有限公司首席咨询师林岳分析。虽然一直都是移动运营商，但由于网络覆盖、资金实力等方面的差距，联通在与移动的竞争中节节败退，不但高端用户大量流失，低端学生群体也大量转网，中国联通必须告诉消费者，现在以及将来的会是一个全新的联通。

为了突出WCDMA可能给用户带来的超凡体验，中国联通首先斥巨资推出了全新的形象广告片《创新，改变世界》，从胡同里孩子的滚铁环到现代社会的摩天轮，从最古老的照相机到全方位LCD转播屏，从上个世纪的滑翔机到最新的空客360，从古代的私塾教育到如今的电脑和互联网。“如果现在能震撼过去，那么，未来将带给我们什么？”联通留给消费者的是对WCDMA的无限期待和向往。

4月28日，中国联通首次打出全业务品牌“沃”，同样定位于对未来的惊喜。虽然有网友指责新标识前卫得让人看不明白，但新联通将定位于年轻、时尚的客户群体已经再明白不过了。

为了进一步打消用户对联通的疑虑，联通在最新即将推出的广告片中，讲述了篮球运动员、餐厅服务员以及播音员三种经历：刚出道时会跌倒，但“成功，是因为失败过”。有网友在看到该视频后留言说，无论你对联通有多么大成见，看到这个广告片都会在心里被小小感动了一下。

是的，电信、联通已经以全新的姿态登场了。

而最为强势的中国移动，推出的G3营销方案力度最大。首先在品牌名称上，中国移动就占足了便宜，G3在品牌名称上与3G关联最大，通过中国古典水墨丹青和朱红印章的组合，中国移动使TD的中国属性得到了传神演绎。“G3，引领3G生活”的口号比其他运营商提前喊了半年之久。

在最新版TD广告中，中国移动以近乎科幻片的方式展示了3G给一个三世同堂的家庭带来的革命性改变，再次证明了自己在技术和服务方面给消费者带来的震撼。

## 广告大战

尽管媒体广告在 2008 年受经济形势影响明显，但“运营商广告仍然在逆势增长，而且涨幅明显”。一家广告代理公司人士感慨。

据估计，中国电信针对天翼的市场推广预算高达 1.2 亿元。

有中国移动内部人士透露，只是奥运营销，中国移动的广告费用就高达 6 亿元，而 3G 营销的投入规模更不是同一个数量级。春晚期间，中国移动的“G3，引领 3G 生活”广告语一共出现了两次，据广告业人士估计，总费用高达 5000 万。

各家的比拼渐次进入到白热化状态。

比如，中国电信 189 刚开始放号时，为了削弱 189 对消费者的影响，“不差钱”中国移动明显加大了广告力度，“那段时间的广告版面是非常紧俏的，只要有电信天翼广告的地方，就会有移动的广告，比如更优惠的资费促销之类的。”某都市报广告部人士表示。

比如，电信 189 放号直接瞄准了移动的 139 高端全球通用用户，只要是 139 用户就可以优先选择后 8 位相同的 189 号码，而移动则在同一时段针对全球通用用户进行大规模的优惠，话费返还幅度高达 50% 以上。

如今，走在北京的大街上，消费者常常会被电信和移动的广告搞糊涂。如果左边是中国电信以 3G 为卖点的上网卡广告牌，右边比邻而居的广告牌，一定是中国移动 G3 上网卡。

中国联通在“沃”品牌正式发布之后，也加入了这场广告大战，现在，你走不出三步，就一定可以找到联通的“沃”系列广告牌。

根据联通的规划，今年的“5·17”电信日将正式宣布 55 个城市的 3G 网络试商用，这将是联通 3G 最大规模的一次市场推广，对此，移动和电信都严阵以待。

“我们会有针对性地打广告，比如联通说‘沃’是他们的全业务品牌，那我们就打出 TD 是我们国家自主知识产权的 3G 标准，总之，针对性要强。”一位中国移动市场部人士透露。

“我们已做了严密部署，肯定会在这一个月通过更大强度的宣传把联通的广告打下去。”中国电信的一位人士也对此自信满满。

中国电信选择在 4 月 16 日宣布 120 个城市的 3G 商用正好提前了联通的“5·17”整整一个月，而随后推出的李开复、丁磊版天翼 3G 广告则希望通过强势播出，挤占优势的广告时段和广告资源，从而压倒联通的声势。

### 市场背后的“小动作”

多年前，当中国移动与中国联通处于市场胶着状态时，一个恶搞视频，通过在互联网上的广泛传播，最终让联通“信号差”的形象“深入人心”。几年后，百度制作的“百度更懂中文”广告片让外来的谷歌陷入百口莫辩的尴尬境地，如

今，这种营销方式仍被广泛运用。

趁着 2009 贺岁片《非诚勿扰》的热播，2008 年底，一则以葛优为男主角的视频短片《非翼勿扰》开始在网络上疯狂传播。

美容美发店小姐问葛优：葛大爷，你的毛都快掉光了，是手机辐射的吧？怎么不用电信 189 呢？

经过葛优的了解，不用 189 会有这么几种危害：一、保密性差，比如可能发生艳照门；二、高辐射会导致脑残；三、上网能力差让“蜘蛛侠”高空坠落。

最终葛优正式宣布，我从今天起，正式启用天翼 189 手机号。当陈冠希问葛优，用了 189 到底咋样呢？葛优说，用了天翼，头发飘逸！189，电信有！

虽然看上去是一个恶搞的搞笑短片，但稍微熟悉通信行业的人都不难看出，短片以中国移动神州行代言人葛优宣布启用电信天翼 189，趁机赞扬了 CDMA 的各种优越性，其背后正是移动和电信的用户争夺大战。

除了正面的广告宣传之外，省市级地方运营商不乏各种竞争的“小动作”，正面冲突也更为激烈。

据了解，某运营商的广州分公司今年总共分到了 80 万的用户发展任务，管理层不得不再次启用最古老的推广方式——全员营销，让员工叫苦连连；另外一家运营商的河南分公司为了打击竞争对手，不惜用现金收购对方的 Sim 卡，省通信管理局不得不出面调解。

“当一家运营商有了某种市场举动，另外两个竞争对手会马上作出应对，不惜打乱之前的规划，甚至一家运营商的动作还未发出，其他竞争对手就已经率先实施了。由于不能完全按计划出牌，运营商的市场营销看上去有些凌乱和不合节拍。”电信专家付亮感慨。

北京电信 4 月初宣布 3G 上网卡开始用户体验，仅仅 3 天之后，北京移动就慌忙推出了同样可以让用户体验的 G3 上网卡，北京电信不得不在 2 天之内宣布 3G 上网卡可以正式商用。

瑞银董事总经理、亚洲电讯研究部联席主管王进珽指出，目前移动、联通和电信的用户份额分别为 73：20：7，因此电信和联通争抢份额的势头非常明显，当市场份额最终达到“6：3：1”或者“6：2：2”的格局之后就会比较平衡。

随着“5·17”国际电信日的即将到来，移动和电信都已经绷紧了神经，因为，随着中国联通 WCDMA 的正式亮相，精彩的“三国演义”才刚刚开场。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## IPTV 遭地方广电数字电视打压

旨在为全球 52 个国家的付费电视和移动电视发展情况提供竞争信息的电信

调研机构 Pyramid Research 近期公布了第一季度最新《Media Forecast》(媒体预测报告)。该报告显示,尽管经济环境充满挑战,但预计 2009 年全球付费电视用户将增长 8%,达到近 7.33 亿。

报告公布同时,韩国和美国均传来消息。韩国通信委员会(KCC)已经发牌给 3 家 IPTV 运营商 KT、SK Broadband 和 LG Dacom,许可他们在其宽带因特网上提供公共服务广播,以增加 IPTV 的交互功能。而美国电信运营商也正在考虑收购美国最大卫星电视运营商——DirecTV,以便其提供电话、宽带和电视在内的“三合一”服务。

全球 IPTV 产业如火如荼的发展令人兴奋,然而对于国内 IPTV 运营商来说,却是另一幅图景:在经历了 2008 年的高速发展后,2009 年 IPTV 的用户增长正呈现出下降趋势,落后于数字电视的发展。

截至 2008 年底,全国 IPTV 数据规模达到百万级用户,与之形成鲜明对照的是,同期数字电视已发展到 5000 万户规模。

作为新兴媒体形式,IPTV 的诞生曾经引发了行业的热烈追捧。然而,经历了四年发展,IPTV 在获得一定发展后却变得日益步履维艰。

### 有线、电信之争

细心的上海市民会发现,近期家中的有线电视又多了一个“免费频道”。这个频道全天滚动播出教授普通市民如何使用数字电视及遥控器的“教育片”,旨在普及数字电视使用的基本常识。这部“教育片”由上海有线电视运营商——上海东方有线频道制作。其推出的背景,是上海市加速有线电视向数字电视整体转换的目标。

与此同时,上海 IPTV 的发展也如火如荼。继年初推出 IPTV 业务优惠营销活动后,5 月 6 日,上海电信宣布两年内投资 260 亿元用于提高宽带网络接入能力,年内实现网络接入能力提速至 2Mbps,同时开放 IPTV 的内容平台,与内容创意企业形成合作,共同拓展新媒体产业链。

根据上海电信及东方有线的数据,截至 2008 年底上海市 IPTV 用户近 80 万,略高于数字电视用户接近 60 万。数字电视与 IPTV 的“和平共存”,形成了上海市新媒体产业发展的独特景象。

“上海目前是全国 IPTV 用户规模最大的城市。”上海 IPTV 运营商——上海百视通公司首席运营官表示,上海 IPTV 得以成功运营的最关键因素在于广电与电信的通力合作:上海电信负责网络改造、平台建设、用户发展、客户服务,在互动及网络运营方面有丰富经验;上海文广集团提供 IPTV 牌照,在内容运营方面有优势。

纵观全国新媒体产业发展势头较好地区,无一不是地方电信与广电部门合作

的成果。

然而，这种被业内认为“共赢”的合作模式在向全国推广时却遇到了空前阻力。先是福建莆田强制进行“模转数”引起用户不满，紧接着湖北黄石广电部门以中国电信黄石分公司传播境外电视节目为由，向主管部门申请要求公安和安全部门配合取缔 IPTV 业务，并开出 3 万元罚单。

地方有线所为主要来自 IPTV 对数字电视业务竞争的担忧。这使得无论是央视国际、百事通还是南方传媒这些 IPTV 业务运营商不得不面临一个尴尬现状：面对三网融合带来的产业融合趋势和市场新机会，运营商必须尽快行动起来，然而，当遭遇到地方广电的强大压力后，IPTV 产业发展却步履维艰。

在此情况下，一度被众多设备商、风险投资商看好的 IPTV 业务发展速度远慢于数字电视。经过四年发展 IPTV 刚刚达到百万级用户，而四年来数字电视同期已发展到 5000 万户规模。

### “第二台电视”理论

对于广电发展数字电视与电信运营商发展 IPTV，双方各有各的理由：从全球来看，付费电视收入的一半以上预计将来自有线电视运营商，在三网融合趋势下，国内模拟电视向数字电视转换成为必然；而对电信运营商而言，当语音通话不再成为主要增长点，发展各类数据及视频等增值业务成为必然，作为进入客厅的“互动电视”，IPTV 业务被转型中的电信运营商寄予厚望。

从用户最终体验来说，无论是广电部门的数字电视还是电信部门主导的 IPTV，最终提供的都是针对家庭的、具有高清图像的、互动性强的电视内容。在此情况下，地方有线对 IPTV 的发展采取抵制态度不足为奇。

但是，一味采取抵制态度是否就真正有利于数字电视的发展？当下阶段 IPTV 与数字电视是否真正存在竞争？IPTV 与数字电视是否可以谋求“和平共处”的运营“新思维”？

作为全国最大的 IPTV 运营服务提供商，百事通在此问题上探索了很久。通过对数字电视和 IPTV 在上海发展情况的调研，百事通提出要对 IPTV 进行差异化定位，将这一业务锁定在有特定需求的中高端家庭用户群众。

“数字电视未来肯定是普及的，它是取代模拟电视的一种主流基础服务。”李怀宇说，IPTV 定位于 30-50 岁的中高端家庭用户，强调个性，基于宽带技术的 IPTV 在互动性方面拥有优势，是家里的“第二台电视”。

以奥运期间为例，上海电视观众在看直播比赛时主要看数字电视或模拟有线电视，在错过的赛事中，则可利用 IPTV 的方式进行补看。因此，IPTV 做为有线电视的一种补充，也获得了用户的充分认可和肯定。

“我认为数字电视和 IPTV 并不存在严格意义上的竞争。”IPTV 设备供应商

——上海贝尔网络服务集团多媒体产品高级总监陆晓钧表示，数字电视的发展倾向于依赖传统有线渠道，IPTV 是一种费用更高、强调双向互动性的业务，可以同时存在。若单纯从技术角度考量，在达到同等画面质量以及有效互动的客户体验情况下，IPTV 的成本要优于数字电视。

当前传统电视产业正面临着前所未有的挑战：收视观众呈现老龄化趋势，年轻观众正远离电视机，互联网的存在使得内容传播变得更为立体丰富。

在此情况下，电视业者正面临一场“抓住观众”的战役，因此无论是数字电视还是 IPTV 谁抓住用户对整个产业来说都是有益的。业界一致的声音是，“现阶段大家只有共同把蛋糕做大，未来产业才有前途。”

### 用户“付费”瓶颈

“现在新媒体产业的根本问题并不在于谁抢走了用户，最大的阻力来自用户对付费内容仍不认可。”陆晓钧说，只有用户对付费内容的认知普遍达到一个高度和阶段，付费产品最终得到了市场认可，产业才能最终获得成功，从这个角度来说，无论是 IPTV 还是数字电视都任重道远。

无论是数字电视还是 IPTV，观众最关心的还是内容的丰富性及价值性。

在已经商用的地区，IPTV 和数字电视能够提供的电影、电视剧等内容从其他渠道都可以得到，而不少信息服务类内容多为简单的资讯浏览服务，其他能够吸引用户的内容，比如游戏、搜索、播客等，仍然匮乏。

从全球 IPTV 发展情况来看，IPTV 比较受市场欢迎的主要有三类：成人节目、电影和体育节目。在我国，成人节目是被明令禁止的，电影受到配额引进的限制，在差异化方面也很难突破，而在体育节目方面，许多重要赛事采取的是多方授权模式，因此也难做到差异化。而剩下的新闻、娱乐和电视剧等节目，根据全球经验是没有办法进行收费的。因此要想进行内容定位的突破有一定难度，需要产业链不断强大，并涌现出一批富有创意的内容制作企业。

由于目前 IPTV 用户数量仍很有限，许多 SP 和内容提供商还是采取观望的态度，这也造成了目前 IPTV 增值业务发展不够迅速的现状。

“想要吸引更多 SP 和内容服务商加入，需要更大的用户规模，产业更加强大。”接受采访人士一致认为，新媒体业务的一个核心点就是跨地域经营和形成规模，目前 IPTV 已经呈现了一定的良好态势，但还很弱小，建议有关行业主管部门尽快就相关问题达成共识，进一步促进 IPTV 跨地域发展。

来源：21 世纪经济报道 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## TD 终端招标国产品牌占总数 86%

据了解，在 TD 市场前几轮的招标中，排在前几名的均为国产品牌，在 TD 入

围终端厂家中，国产品牌占到近 20 席，占到入围品牌总数的 86%。

随着 5.17 的临近，国内 3G 手机市场陡然升级，一方面是三家运营商 3G 宣传全面发力，用铺天盖地形容并不为过；另一方面手机终端厂家厉兵秣马，纷纷推出多款 3G 制式手机，一场中洋品牌之间的贴身肉搏战已经在所难免。特别是在民族自主产权 TD-SCDMA 手机市场，政策和战略优势，已经成为国产手机生力军全面发力 3G 的主要阵地。

与外资品牌相比，中兴、宇龙酷派等主要国产终端厂商早在 05 年就已经开始投入巨资研发市场尚未启动的 TD 终端产品。这一被业界成为“烧钱”举动，如今收获的是 TD 市场的先发优势和完整的产品技术布局，成为 3G 三个制式分赛场中最早赢得胜算的赛场。而近日中移动首批深度定制的 4 款 TD 手机终端中，宇龙酷派一家就占到其中两款，国产阵营优势明显。

### 国产品牌获 TD 市场先发优势

TD 作为中国通信产业面向未来全球市场竞争的重要战略阵地，受到国家主管部门的高度重视，工信部副部长奚国华在近期召开的 TD 产业座谈会上强调，中移动要加快网络建设、做好网络优化，制造企业要进一步提升产品质量，瞄准市场定位。

据了解，在前两期网络建设完成后，中移动目前已实现 38 个城市 TD 网络覆盖，根据中国移动的发展规划，TD 三期将新建 TD 基站约 6 万个，此举将使国内 TD 基站总数超过 8 万个。按照中国移动工程规划，到 TD 三期建设结束后，TD 信号将覆盖全国 328 个城市。

研究公司赛诺预测，今年国内 TD 终端市场容量将达到近 1000 万台，在目前全球手机市场疲软的大环境下，TD 的蛋糕对于所有厂商都是不小的诱惑。

目前，宇龙酷派、中兴、海信等在内的主要国产终端厂商已经在中移动前三轮的终端招标中揽下 80% 以上的市场份额，全面覆盖高、中、低三条产品线，为打破 TD 市场发展所面临的终端瓶颈做出了突出贡献。

业内人士分析，TD 作为中国拥有完整自主知识产权的 3G 标准，特别是市场还未完全成熟的前提下，洋品牌的参与热情不高，TD 产业链的完善和丰富还将主要依靠国产品牌。

宇龙酷派品牌市场部总监古勇表示，国内 3G 市场的启动，为民族品牌提供了一个弯道超车的有利契机。特别是本土 3G 标准 TD 的发展提速，让我们在 TD 领域的提前布局发挥出优势，TD 将为拥有较强自主研发创新实力的民族品牌实现手机产业格局的突破提供充分的舞台。

刚刚出炉的中国移动据悉第一轮 TD 手机终端深度定制招标中，国产手机占据四款中的三款，优势明显，宇龙酷派一家就中标两款，覆盖中高端产品线，将

成为中移动争夺 3G 用户的明星机型。

### 洋品牌“态度积极”实际行动待验证

在中移动的大力推动下和国产手机品牌的抢先发力之后，TD 终端市场的蛋糕逐步浮出水面，而之前集体“潜伏”的洋品牌已经开始蠢蠢欲动。

熟悉中国市场的韩系品牌已经展开布局，开始频频曝光自己的 TD 产品线。LG 更是在中国移动首批 TD 终端的深度定制中分得一杯羹，也算为国际品牌挽回一点颜面。

诺基亚公司总裁兼首席执行官康培凯于近日表态，将全力支持中国 3G 的发展致力于支持 TD-SCDMA 在中国的发展，目标是成为中国 TD-SCDMA 市场的领先者。并计划于 2009 年底前推出首款基于 Symbian 操作系统的 S60 平台的 TD-SCDMA 手机。

而在近期中移动 TD 终端专项激励基金联合研发项目的招标中，摩托罗拉也降低身段积极联合国内芯片厂商参与激励基金的招标，在深陷巨大的经营困境之后，摩托罗拉希望通过积极的态度了解中国 3G 产业寻找翻身的契机。

业内人士分析，在国内 3G 通信产业的带动下，中国将成为未来 3 年内最具市场潜力的手机终端市场，包括 TD 在内的 3G 手机终端将成为运营商体现自身差异化业务竞争优势和发展用户的利器，国产品牌在相对公平的 3G 产业环境下，机会更大，有望快速扭转多年的被动的市场格局。

来源：通信世界网 2009 年 05 月 09 日

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 〔政策监管〕

#### 携号转网仍处初级阶段

4 月末，工业和信息化部专家组在海口开展海南省移动用户号码携带业务培训 and 实地调研工作，海南省移动用户号码携带试点工作正式启动。

据悉，作为移动号码可携带试点，天津、海南两地采用了不同的号码携带政策。天津试点拟实施各运营商之间的双向携号转网，但中国电信、中国联通移动用户可以携带号码转入 TD-SCDMA 网络，TD-SCDMA 专用号段 157/188 用户不能携号转至其他网络。海南试点则实施中国移动 2G 用户向中国电信、中国联通的单向转网，而有关 TD-SCDMA 网络的转入转出规则与天津相同。

#### 时间表未定

据了解，移动号码携带工作目前仍处于项目实施的初级阶段，工信部电信管

理局、电信研究院和三家运营商正在落实号码携带的技术解决方案和相关系统的改造。

“目前，移动号码携带进行到现网试验阶段。在过去两年，我们已在实验室完成了号码携带技术的模拟仿真实验，通过对相关设备进行调试，测试相关技术解决方案的可行性，并对实施的效果进行验收和总结。”工信部电信研究院相关专家表示，“在现网试验阶段，电信研究院将联合三家运营商进行数据库的建立以及网络和平台的改造，数据库未建成之前，暂时由研究院方面负责管理，建成后由谁来管理现在还没有决定。同时三家运营商正根据自身实际状况，制定和选择将采用的号码携带技术方案，方案制定后还需要专家来进行审核。”

海南省通信管理局新闻负责人表示：“4月20日-21日，工信部专家组来海南开展培训调研工作，是海南移动号码携带试点工作的启动。业务培训工作主要是对移动号码携带的政策背景和工作中可能遇到的问题进行阐述。而主管部门还没有针对移动号码携带出台具体的实施细则。”他还表示：“具体工作的开展还得等工信部电信管理局和海南省通信管理局的通知，海南电信将积极予以配合，推动移动号码携带试点工作的实行。”

从目前情况看，监管部门、研究机构和运营商都在努力推动移动号码携带试点工作的开展，移动号码携带在技术上已经可以实现，但业务何时能正式推广，还没有时间表。

### “单向”与“双向”的选择

作为非对称管制的重要政策之一，号码携带已经在新加坡、美国、英国、日本、韩国等多个国家和地区开展，不同国家和地区采取的方式也有不同。其中，中国香港和日本是实行双向号码携带政策，而韩国则对市场份额最大的SKT实施单向号码携带政策。天津、海南两地分别推行双向和单向的号码携带政策，工信部电信研究院高级咨询师李耀华认为两者的政策出发点不同。“韩国是为防止移动通信市场出现垄断，扶持非主导运营商的发展，平衡市场竞争格局；而中国香港由于是世界上电信竞争最激烈的市场之一，推行双向号码携带政策更多是考虑公众的利益，尊重消费者的选择权，同时有利于打破运营商之间的技术壁垒。”

李耀华也进一步谈到了实施两种政策时各自应注意的问题。“单向号码携带政策一是由于客户只能转出不能转入，会限制客户的选择权，形成一定程度的客户歧视；二是由于非主导运营商可能存在管理低效的问题，单向号码携带可能会造成整个行业效率的损失。双向号码携带除了有可能带来二次垄断外，还可能生出很多‘跳蚤’客户，据统计，在一些发达沿海城市存在着大约10%的‘跳蚤’客户。为了享受不同的话费优惠，他们频繁地更换手机套餐和手机卡。双向携带将会使这些‘跳蚤’客户增多，不利于运营商对用户进行有效管理，特别是对于

高额欠费、电话诈骗、发送垃圾短信等不良事件的处理。”

两种号码携带政策各有利弊，在全国范围推广哪种政策还需看两个试点的实施效果。一些业内人士认为，三家运营商在我国不同地区的发展情况不一，以后在全国范围推广号码携带业务时，是否需要根据不同地区的实际情况，针对不同的出发点，制定不同的号码携带政策，值得商榷。

李耀华还强调，我国政府推行携号转网“并不是简单地降低中国移动的市场份额，而是致力于推动行业由恶性价格竞争转向高层次复合竞争，由客户争夺转向提升客户价值”。

### 多方细节需协调

据了解，由于各运营商支撑系统发展阶段不同步，系统管理规范程度不一致，因此要实现号码携带，各运营商对系统改造投入的成本也不一样。相对而言，业务支撑系统发展较慢、客户信息管理不完善的运营商在系统改造方面投入较大。不同的号码携带实现方案对系统改造的程度也不一样，工信部电信研究院需要与运营商协商解决在技术方案上的部分争议，比如号码库查询方式、数据库管理方式等等。这些问题也将在一段时间内影响携号转网的效率和效果，需要在政府主导下增强各运营商之间的对话和协商。

而在号码携带业务的具体实施细则方面，也有很多细节需要政府对运营商进行协调，制定相关标准，否则也会影响号码携带的实施效果。比如在受理流程上，号码携带是由号码转入方受理还是号码转出方受理就是个重要问题。英国是由号码转出方受理，英国的沃达丰用户要转网需要跟沃达丰申请，沃达丰则会马上采取给予优惠、改进服务等手段来挽留客户，导致英国的转网失败率为 20%；而我国香港的失败率只有 2%，因为用户向要转入的一方申请，无需通知原来的运营商。

同时号码携带业务的收费水平也值得考虑，根据国外经验，号码携带业务的收费与使用率呈弱相关性，收费越低使用率越高；而业务办理的时间长短、业务办理手续复杂程度都会在一定程度上影响到号码携带业务的成功率。

工信部电信研究院负责该项目的专家透露，目前，有关技术方案的实施细节、号码查询方式、业务受理流程等方面，电信研究院已经在最后确定相关解决方案，但暂时还不能对外公布。

来源：通信世界 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 工信部称 TD 让我国在向 4G 演进过程中占据主动

近日，工信部电子信息司司长肖华谈及 TD-SCDMA 的发展时表示，在电子信息产业调整和振兴规划中，拥有中国自主知识产权的 TD-SCDMA 占有重要地位。

肖华同时指出，TD-SCDMA 使得我们国家在 3G 向 4G 往后演进过程中占据了主动。

肖华表示，移动通讯技术有很重要的特点，除了现在的技术先进，还必须让后面的技术演进的路线非常清晰。其指出，“技术演进对投资人来讲是非常重要的，他要有一个持续的投入，如果看不到未来发展的前景，投资者是不敢投入的。”

“TD-SCDMA 从科技成果上取得了非常积极的进步，这使得我们在 3G 向 4G 往后演进过程中占据了主动，”肖华同时指出，“科技中长期发展规划里面有一个重大科技专项，就是解决它 (TD-SCDMA) 后续技术演进。”

“明确了演进路线以后，对吸引投资人，对消费者放心地使用，都是一个非常有利的消息。”肖华同时发表自己对 TD-SCDMA 的期待，“TD-SCDMA 的发展，会有一个比较好的前景。我们也非常期盼这么一朵自主创新的鲜花开的更加艳丽。”

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 10 日

[返回目录](#)

### 法律不成熟，中移动入股远传可能要泡汤

中国台湾当局相关单位负责人刘兆玄在接受媒体表示，如果中国移动欲入股远传，在相关法令未成熟下，“不会让它通过”。

4 月底，中国移动有限公司宣布与远传电信股份有限公司签署股份认购协议及战略合作协议。根据该协议，中国移动将认购远传电信以私募方式发行的 444,341,020 股新股，占新股发行后远传电信总股数的 12%，交易金额约为 36 亿元。该交易目前尚待完成相关审批。交易完成后，双方将在采购、漫游、数据与增值业务、网络与技术等多方面展开合作。

来源：比特网 2009 年 05 月 10 日

[返回目录](#)

### 广电广告经营高发六种违法违纪行为

广电总局党组成员、纪检组长王莉莉近日在“广播电视广告经营管理现场交流会”上表示，对近十年来广播电视领域发生的违法违纪案件调研显示，我国广电广告经营管理高发六种违法违纪行为。

这六种行为主要有：一是收受广告经营人员、广告客户送的钱物；二是以各种方式占有广告款物，包括将广告款存入小金库或者个人账户，将冲抵广告款的实物据为己有；三是利用职务之便帮助广告公司牟利；四是兼职取酬；五是不受监督滥用职权，个人说了算；六是利用职务之便，让亲友开办广告公司从中谋取私利。“我们整理了近 10 年来广播电视领域发生的违法违纪案件 120 多例，其中广告经营违法违纪案件 17 例，占总数的 14%，仅次于财务管理违法案件，排在第二位。”王莉莉说。

从 1979 年上海电视台和上海人民广播电台分别播出新中国第一条电视和广播商业广告以来，我国广播电视广告 30 年来发展迅速，2007 年全国广播电视广告营业额已超 600 亿元。

来源：新华网 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 工信部：工业和通信业震后重建工作进展顺利

近日获悉，汶川大地震后工业和通信业的恢复重建工作有序推进，取得显著成效。据了解，《汶川地震灾后恢复重建总体规划》中明确的工业恢复重建项目 3601 个，已确认和发布 2836 个。截至 2009 年 4 月 15 日，四川省列入规划的 3080 个工业重建项目，已开工 2691 个。其中，已建成项目 1268 个，占规划项目总数的 41.2%；完成投资 403 亿元，占计划投资的 18%。

截至 2009 年 3 月底，甘肃省已开工项目 201 个，已建成项目 30 个，未开工项目 153 个。累计到位资金 12.35 亿元，占计划投资的 14.5%，其中地方财政资金 0.6 亿元，银行贷款 0.96 亿元，自筹资金 10.79 亿元。

至 2009 年 4 月底，陕西省已开工项目 155 个，未开工项目 12 个。累计到位资金 28.4 亿元，占计划投资的 14%。

在通信设施恢复重建进展方面，截至今年 3 月底，四川、陕西、甘肃 3 省已开工项目 3549 个，竣工项目 2709 个，累计完成投资 124.2 亿元，完成灾后重建规划总投资的 63.7%。2009 年计划投资 55.8 亿元，目前已完成投资 18.4 亿元。

一是公众通信网重建工作积极开展，村通工程相对滞后。截至今年 3 月底，固定通信网方面，交换机容量达 68.9 万门，宽带接入设备容量 41.7 万线；移动通信网方面，核心网容量达 774.1 万户，建设移动通信基站 5817 个；传输网方面，光缆 37084 皮长公里，电缆 5419.8 皮长公里，传输设备超 7855 端，业务用房面积 29.7 万平方米。新开通电话行政村 651 个。

二是通信用户快速增长，网络与市场协调发展。截至今年 3 月底，3 省灾区移动电话用户净增数超过 200 万户。

三是农村信息化建设进展顺利。四川积极推动农信机在灾区的推广使用，提供智能远程广播、短信群发、电子黑板、农信通等业务；

甘肃移动结合村通工程，对灾区实施了农村信息化建设，扩大数据网络容量，提高灾区信息化水平，满足了用户语音、移动数据业务的需求；陕西移动第一季度完成灾区集团客户专线建设 43 处。

电信在城市地区按照“光进铜退”的建设思路，积极推广 EPON 等先进设备，着力提升数据网络的接入带宽和安全保障。在信息化相对薄弱的农村地区结合光缆建设，采取多种手段，重点解决乡镇一级行政单位宽带接入的问题，增加开通

村通基站，填补因地震所造成的农村通信盲点。

四是积极实施灾后设施共建共享。截至 2009 年 3 月底，四川建设完成规划内 2 个共建共享工程（“宝兴-小金”和“黑水-刷经寺”光缆共建共享）、规划外的传输光缆共享项目（“阿坝-隆日”），开工建设 5 个光缆共建项目（“日隆-邓生”、“江油-桂溪-北川”、“桂溪-南坝-平武”、“小金-丹巴”和“壤塘-观音桥”光缆共建）。此外，积极推进军民共建工程，中国移动、中国电信、中国联通等电信企业参与的各项共建工程均进展顺利。

关于对口支援援助产业合作园区建设情况，记者了解到，广东省援建的水磨工业集中区、山西省在茂县的“山西工业园区”、北京市在什邡的“北京工业园”、江苏省与绵竹市共建的“江苏工业园区”、山东(北川)产业园区、黑龙江省援建的“剑阁-川黑合作产业园”、福建省与彭州市规划建设的“川闽工业园”、上海市在都江堰的产业合作园区，重庆市在崇州联建的“崇州、重庆民企产业园”等已完成园区规划，进入到实施阶段。北京市组建了京什投资建设有限公司，作为“北京工业园”的投资主体。河北省向“平武—河北工业集中发展区”提供道路建设等启动资金 4538 万元。辽宁省已安排 1.6 亿元资金用于“安县-辽安工业集中发展区”标准厂房建设等。浙江援建的“青川-川浙合作产业园”现已完成投资 5000 万元。湖北省将汉源工业园区(包括万里工业园区和甘溪坝工业园区)纳入湖北省 37 个重点支持园区建设之一。

据了解，工业和信息化部将重点做好四方面工作：

一是继续做好规划内项目的发布和实施工作。协调解决重建项目资金、用地问题，抓好新规划工业园区(集聚区)配套基础设施建设；在重建项目中选择开展节能评估和审查试点工作。

二是加大对恢复重建重点企业的支持力度。指导灾区工业、通信业和信息化管理部门根据前期工作进展及资金落实情况等，实施分类支持；在中央预算内投资、经常性预算科目中继续加大对产业有重大带动项目的支持力度。

三是继续推动中小企业恢复重建。进一步落实支持灾区中小企业贷款和担保机构的各项政策，研究支持灾区中小企业信用担保机构发展的具体措施；继续举办地震灾后中小企业恢复重建投资项目推介会。

四是做好通信恢复重建和无线电保障工作。推进灾后通信基础设施重建中的共建共享，完成《四川省汶川地震灾后重点城镇通信基础设施共建共享规划》。推进四川省国际通信专用通道建设，满足五个国家级高新技术产业开发区、出口加工区的国际通信需求。搞好农村信息网络基础设施建设。加强对灾区恢复重建工作无线电用频需求的支持。

来源：中国新闻网 2009 年 05 月 08 日

## 工信部力推 3G 发展，运营商三足鼎立事关全局

三大运营商 3G 业务顺利起步，3G 资费定价愈发受到公众关注。工信部部长李毅中近日称，要大力推动 TD 和 3G 发展，拉动工业经济的发展，这是应对金融危机的重要措施。他还表示，要尽量降低资费，企业的合法权益要维护，但也要更多地站在消费者的立场，让人民群众满意。

但是，当前电信业严重失衡的格局未改，不仅影响 3G 健康发展，也不利于消费者福利持续提升，这对电信监管提出了更高的要求。业内人士认为，无论是 3G 的全面协调可持续发展，还是电信资费的逐步下调，都必须以相对均衡的电信业市场竞争格局为基础。

### 3G 健康发展与通信福利提升两不误

3G 网络建设和发展对于拉动内需、促进就业、稳定经济增长的作用不言而喻。根据工信部通报，目前，中国移动 TD 二期 28 个城市网络建设正抓紧进行，三期 200 个城市建设全面展开；中国电信 3G 业务已在江苏等地开始商用；中国联通正按计划开展 3G 网络建设工作。

### 3G 发展对于经济增长的拉动作用已开始显现。

我国电信业发展因为 3G 牌照的发放开启了新的篇章。专家表示，3G 发牌后，将形成一条包括 3G 网络建设、终端设备制造、运营服务、信息服务在内的产业链，实现电信业的升级换代。

不仅如此，3G 也是促进通信消费升级的重要工具，其发展的成果最终必将惠及消费者。事实上，通信消费成为人们生活中不可缺少的重要部分。数据显示，截至 3 月底，我国电话用户已超过 10 亿，互联网用户达 3 亿多户。

为此，工信部强调了“以人为本、监管为民”的思路。加强对垃圾短信、网络欺诈、互联网环境净化等的治理，体现了电信监管重心向消费者倾斜。工信部日前发出《第三代移动通信服务规范 摺孕校败返耐口，对第三代移动通信业务服务质量和通信质量提出了规范性要求。比如，在语音业务的通信质量指标方面，要求通话中断率摺艸奥剩败 5%。

### 电信业失衡格局未改增加 3G 发展风险

电信业严重失衡的格局并未因重组和 3G 牌照的发放而缓解，垄断经营所造成的不正当和恶性竞争进一步加剧，这无疑增加了未来发展的不确定性，也不利于消费者通信福利的提高。中国移动的优势依然无法撼动，加上其因承担 TD 所独享的政策扶持，短期内电信市场“一大两小”的局面不会改变。

财报显示，中国移动第一季度净利润 252.1 亿元，与去年同期相比增长 5.2%；营业收入 1012.69 亿元，同比增幅达到 9.2%。中国电信同期实现经营收

入 508.86 亿元，同比增长了 14.9%，而净利润为 47 亿元，同比下降 27.4%。中国联通一季度营业收入 379.17 亿元，净利润 35.66 亿元。中国移动在收入、净利润方面均领先于其他两家运营商。

3G 发展初期，主导运营商祭出“低成本”法宝，在用户争夺战中处于主动地位。仅从用户总数来看，截至今年一季度，中国移动用户总数已经达到 4.77 亿户；中国电信移动电话用户达 3284 万户，而固定电话用户降至 2.04 亿；中国联通移动电话用户达 1.38 亿户，本地电话用户为 1.09 亿户。

在一家独大的格局下，用户利益得不到很好地保障，将危机 3G 的科学发展。根据工信部公布的一季度电信服务质量通告，关于电信服务的申诉较上季度有所上升。收费争议方面的申诉占申诉总量 52.9%，较上季度上升 4%，其中关于电信企业系统差错及工作差错引发的收费争议较上季度明显上升。反过来，在有效竞争的格局下，运营商就会从用户利益出发，注重服务质量和水平的提升。

### 非对称管制应确保运营商能同台竞技

如今，电信重组已经完成，3G 牌照也正式发放，但是配套的非对称管制政策仍迟迟未见动静。去年 11 月，工信部高层曾表示，非对称管制不是针对某一家运营商，“不是限制谁、发展谁的问题，而是符合市场规则的经营行为就要支持，不符合市场规则的就限制”。有投行分析师就此认为，即将出台的非对称管制政策力度可能降低，或者时间将会推迟。因此，应该正确认识非对称管制，是为了保证 3G 全面协调可持续发展，毕竟，三大标准带动的都是民族产业链的繁荣，不能顾此失彼。

因此，站在科学发展的立场，我们必须正视电信市场严重失衡这一客观事实，尽快出台新的市场监管政策，对主导运营商实施非对称管制，真正建立起有效的竞争格局，促进电信业的可持续发展，确保消费者能以合理的价格享受多元化的电信服务。

来源：通信信息报 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 香港电讯局裁定：中移动欺骗性促销不成立

日前，香港电讯管理局发布了针对中国移动香港有限公司被指误导性或欺骗性促销的调查结果，裁定该投诉不成立。

此前，中国移动香港旗下服务品牌“PEOPLES”在其推出的 BlackBerry 服务组合中提供了无限任用电邮流量服务，但同时又为这些服务附加上一个“公平条款”，限制本地电邮数据用量的使用上限为 50MB，而漫游电邮数据用量的使用上限为 25MB。当用户使用量超限时，PEOPLES 可以就超额用量向客户收取额外费用甚至中止提供服务。由于对用户设限的条款可能有异于“无限任用电邮数据用

量”这一促销中的主要信息，中国移动香港因此被投诉存在误导性或欺骗性促销。

对此，中国移动香港在接受调查时回应说，中移动香港不同意其促销资料具误导性或欺骗性，其公平使用条款显明地和明确地述明在所有数据上的事实，并没有改变无限电邮数据用量的主要讯息。反而，其公平使用条款很大程度上与业界的做法一致。中国移动香港认为公平使用条款的目的是遏抑无限服务的滥用，以及尽量增加运营商的资源。中国移动香港同时辩称，在过去六个月内，只有极少部分(0.35%至0.76%)的无限用量用户实际上超出默认限额。对此类用户，中国移动香港只善意地提示他们有关的公平使用条款，从来没有就超出的数据用量向他们收取费用。

中国移动香港的申辩得到了电讯局的采纳。该局最后调查认定，中国移动香港的促销数据清楚指出，公平使用条款适用于无限用量以及限额水平的厘定。加上只有很少部分用户超出使用量限定且中移动香港并未对这些用户征收额外收费。因此裁定中国移动香港并未违反香港《电讯条例》中不得有误导性和欺骗性行为的规定。

此项举措将为国家新媒体产业基地发展成为产业规模大、产业影响力强、产业形态丰富的新媒体产业聚集区提供优势政策和技术支持。

来源：中国信息产业网 2009年05月07日

[返回目录](#)

## 国家新媒体产业基地凝聚未来发展力量

《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》明确提出大力发展北京文化创意产业，进一步提升北京作为全国文化中心和文化创意产业主导力量的影响，增强文化创意产业创造社会财富和就业机会的能力，使文化创意产业成为首都经济的重要支柱。

北京大兴区抓住了历史发展机遇，充分发挥大兴的区位、交通、土地、文化等自然与人文优势，确立了“中部一体、东西两翼、产业集群、城镇组团、生态融合”的发展格局。其中，国家新媒体产业基地的建设，作为区域发展的重中之重，提升了大兴在市域和区域内的地位和作用，成为支撑首都经济发展和空间转型的重要基础，目前，该项目已被列为国家火炬计划和北京“十一五”规划之中。

### 落户大兴的三大理由

2005年12月31日，新媒体产业基地经国家科技部正式批复成立，落户大兴城。国家新媒体产业基地选择于此，有三大理由：

#### (一) 良好的产业基础。

大兴区的文化创意产业具有鲜明的特色和定位，已经集聚星光影视集团、北京卡酷动画卫星频道有限公司等新媒体产业的骨干企业，其创新能力、经营规模、

发展速度均居行业领先地位。2006 年国家新媒体产业基地实现总收入 27 亿元，就业人数达到 7100 人。

### （二）完备的人才培养体系。

大兴区内聚集聚集了北京大学软件与微电子学院、北京印刷学院、北京市实用高级技术学校等 20 多所培养动画及影视人才院校，已经形成了从实用技术工人到研究生完整的人才培养体系，近年已累计培养新媒体产业相关人才 31200 多人。

### （三）完善的产业鼓励政策。

为大力发展北京市文化创意产业，进一步推动国家新媒体产业基地，大兴区委、区政府根据《关于促进大兴区经济发展的若干意见》，设立了“新媒体产业发展专项资金”。依据“公开、公平、公正”的原则，鼓励和支持国家新媒体产业基地的新媒体企业发展。重点扶持符合大兴区文化创意产业发展总体规划和相关政策的项目，对符合一定条件的新媒体企业和个人进行奖励和支持。

### 创新、创意、活力创兴城

国家新媒体产业基地，以其势不可挡的新锐发展力量在

2006 年的首届中国北京国际（查看地图）文化创意产业博览会上，被评定为“最具投资价值创意基地”。

2008 年 3 月 20 日，中关村科技园区管委会与大兴区人民政府举行共建国家新媒体产业基地签约仪式。国家新媒体产业基地将在中关村产业发展促进资金中设立合作共建专项，建设生态园区，享受部分中关村的政策支持。

来源：焦点房产网、2009 年 5 月 8 日

[返回目录](#)

## 【国内行业环境】

### 香港上诉庭首度披露电盈私有化大逆转真相

香港电讯盈科的私有化案件备受各界关注。近日，香港上诉庭首度向公众披露了电盈案件中三个法官的判案书。

#### 作价过低

三位上诉庭法官在电盈私有化上诉聆讯期间，曾公开质疑电盈大股东对私有化该公司提出的出价过低，当时曾引发市场人士怀疑，法官们是否明白市场运作，又如何计算合理价值。而公开的判词显示，三位法官的质疑，是以市场同类型企业私有化的作价水平及计算价值方法为参考，判断电盈大股东的出价。

上诉庭副庭长罗杰志认为，大股东提出的私有化作价是以 2008 年 10 月 13 日电盈股价跌至历史低位时作为基准，私有化作价不仅低于停牌前 90 天平均收

市价 7.6 港元，同时也低于前 180 天平均收市价 9.4%。

相比之下，电盈大股东李泽楷的父亲李嘉诚旗下和记电讯国际当年私有化和记环球电讯时，作价较 90 天平均价有 45.3% 的升幅，较 180 天平均价则有 43.2% 的溢价。而电盈曾以收购资产方式变相私有化 SUNDAY，作价也较 90 天平均价有 20.8% 的溢价，比 180 天平均价有 16.3% 溢价。更令人不解的是，电盈原本计划将旗下 HKT Group 45% 股权出售，但最终因投标者出价未能令电盈满意而搁置。

罗杰志认为，当年投标者出价没有达到电盈目标，电盈就不卖，为何这次大股东又以历史低价作为基准，提出私有化电盈。“电盈的私有化文件称，电盈私有化后仍然有能力继续运作，之后或会再将业务上市，因此这次大股东以低价提出私有化，将实际上阻碍小股东分享电盈今后的成果。”

### 袁天凡非无辜人士

在整个私有化过程中，大股东盈科拓展副主席袁天凡及富通保险区域总监林孝华两人之间究竟是否有互通进行暗箱操作，将电盈股份分配给富通保险旗下经纪人，实施“种票”行为？对此，罗杰志指出，林孝华在接受证监会调查时称，他与袁天凡通电话时，只谈及打高尔夫球的事宜；但袁天凡在接受证监调查时却称，两人除了提及高尔夫球的事外，也谈及有关香港媒体披露的富通保险经纪“种票”的报道，两人证供有明显的出入。

罗杰志同时怀疑林孝华有购买电盈股份后分给下属的行为。尽管林孝华称之为“花红”，但是有两点却令人不解，一是林孝华旗下有 1000 名经纪人，却只买了 500 手电盈，根本不够分给所有下属；其次是在获得股票的员工之中，335 个为保险经纪员，9 个是秘书、文员或接待员，另外还有一些不相干的人士。法官由此判断，林孝华的主要目的只是希望将股份分到每人一手，因此分“花红”之说也值得怀疑。

“从林孝华分出股票的结果来看，获得股票的人如要获取最大利润，就要在私有化投票中投赞成票，这样才可能取得每股 4.5 港元的现金收益。”罗杰志认为，这样一来，虽然林孝华并没有向获得股票的人授以投票意向，但却知道他们将会有投赞成票的意向。此外，袁天凡由大股东李泽楷任命，对私有化作价很了解，而袁天凡仍然与林孝华有多次的“巧合接触”，加上两人证供不一致，因此相信袁天凡也有参与林孝华的拆票事件，而非无辜人。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 安徽 TD 网络未来 3 年将投资 200 亿元

近日获悉，安徽省合肥市于昨日宣布正式开通运营 TD-SCDMA 网络，5 月 6 日，安徽移动举行了安徽省合肥市 3G (TD-SCDMA) 正式开通运营仪式，宣布中

国移动 3G 业务在合肥市正式投入商用。安徽省政府副省长黄海嵩，及省内加快 TD-SCDMA 建设和发展领导小组成员单位、省直有关厅局的负责人，省内大型企业代表共 300 多人出席了当天的开通运营仪式。

据介绍，本次安徽移动在启用 TD-SCDMA 网络的同时，还向社会推出了“188 尊贵号段”火热抢号活动。用户可登陆安徽移动网上营业厅抢购 188 靓号。

此前，安徽移动已在合肥主要营业网点推出了大型移动 G3 精彩业务体验活动，感受 G3 手机、上网本、手机电视、可视电话、高速上网、无线座机等 G3 业务。

安徽移动 TD-SCDMA 网络建设于今年 1 月正式启动，并于 1 月 19 日打通了省内第一个 3G 移动电话。据了解，今年安徽移动将投资 43 亿元，三年内计划累计投资 200 亿元，专门用于省内 TD-SCDMA 及配套基础设施建设。

截至目前，安徽移动 TD-SCDMA 网络已覆盖了合肥市二环以内的主要城区，具备提供无线宽带上网、视频通话、手机电视等各类 3G 业务应用的能力。

同时，安徽移动承诺“不换号、不换卡、不登记”的“三不”原则，即客户在无需更换号码、SIM 卡以及无需到营业厅登记的情况下，只需更换支持 TD-SCDMA 网络的 3G 手机，就可享受安徽移动提供的 3G 服务。

据介绍，安徽各地市 TD-SCDMA 工程建设目前也已正在紧锣密鼓全面展开，下半年 TD-SCDMA 网络将覆盖全省所有地市，届时，全省各地移动客户将通过 TD-SCDMA 的无线宽带通信，享受丰富而便捷的 3G 服务。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

### 三大运营商 200 亿重建灾区通信

近日获悉，2009 年中移动将向四川投资 100 亿元，重点投向灾区大项目。中国电信人士则表示，四川电信计划重建投入的资金约为 86 亿元。加上四川联通的 33 亿元投入，三家运营商在四川的投入不下 200 亿元。此时，距离“5·12”地震已是一周年。在那个令所有人都痛心的日子，几乎整个灾区的通信网络曾遭受了彻底的破坏。

据悉，在此次地震中，四川省累计受灾电信局所 3049 个，累计受灾移动基站 19048 个(含小灵通基站)，累计损毁线路 13544 公里，累计倒杆断杆 84817 根，直接经济损失已近 27 亿元，通信设施严重损毁，震中地区通信中断。

四川移动表示，据不完全统计，在去年 5·12 地震中，全省 16432 个基站中的 3429 个受损中断，通信光缆累计受损 8200 多公里，6800 多公里被阻断，汶川、理县、茂县、青川、北川、平武六个县通信全部中断。

此外，共有 665 处移动通信局房在地震中不同程度受损，其中 129 处严重受

损或垮塌，自有机房 261 处受损，661 个营业厅无法正常营业，受损面积达 98 万平方米，经济损失 34.8 亿元。

而据四川联通透露，5·12 地震发生当日，全省共有 1825 个 G 网基站掉站，掉站率为 21.73%，342 个 G 网基站受损或损坏，经济损失达到 21500 万元。

中国电信的损失则主要在骨干网方面，根据中国电信四川公司的数据，地震造成直接经济损失 32.9 亿元，其中光缆、电缆累计受损 1.03 万公里，小灵通基站损毁 10228 个，倒杆、断杆 4.1 万余根，2665 个局所通信受灾，固话交换中断 60 万门，宽带中断 8 万余线，影响用户约 770 万户。

### 200 亿投入

随着“5.12”地震的发生让人意识到，在危急时刻，市场化的电信运营商依然需要有足够的应急和通信保障能力；而在灾区重建家园时，市场化的运营商所承担的，也远远超出了市场需要的责任。

去年 5 月 13 日至 5 月 22 日，在救灾的关键时间，四川移动已经争分夺秒先完成了 70 个重灾乡的通信恢复，至今，四川移动已完成了 451 个重灾乡镇、4394 个受灾村和 492 个受灾群众安置点的公众移动通信网络覆盖，完成率达到 100%。建成活动板房服务站和灾区机构办公场所超过 525 个，总面积超过 2.5 万平米。

而中国电信在首先确保了地震灾区应急通讯后，从去年 5 月 26 日开始灾后重建工作。目前已恢复重建移动通信基站 2170 个，通信光缆 12075 公里、电缆 3788 公里，业务用房 13.1 万平方米。

而联通人士透露，截至 2009 年 4 月 20 日，联通已在为恢复重建投入 25.7928 亿元，在灾区新建基站 2810 个，载频 10200 个，传输线路 21000 公里。“联通已经完成灾后 33 亿恢复重建投资的 79%。”

根据四川移动灾后重建方案，在 2008 - 2010 年，中移动将投资预计 65.4 亿元，用于灾区网络恢复重建和灾区业务发展需求。而在今年，在四川的投资额度也高达 100 亿元，灾区项目正是其中重点。

另外，在未来 2 年内，四川电信也将建成应急通信网络和保障体系，启动灾备中心建设，总投入达 86 亿元。上述联通人士则表示，而从 2008 年至 2010 年，四川联通计划重点对 51 个重灾县的 GSM 网重建投资 33 亿元。重建后将满足成都、绵阳、阿坝、德阳、广元、雅安、南充和遂宁八地市中 38 个重灾县灾民安置点、规划新城区的覆盖需求。

### 上天入地

“我们不仅要重建通信网络，而且要让新的网络具有抵抗突发灾害的能力，未来才能不让痛苦再次降临在我们的身边。”一位四川运营商人士表示，三大运营商，发挥各自优势，从天上到地下进行着全方位的布局。

在都江堰抗震型超级基站现场，机房内已经用钢结构做了加固处理，土建建筑的抗震烈度比当地最高设防标准高一级；大容量的蓄电池占据了机房一半空间。当光纤因为灾害中断时，将自动切换卫星线路传输信号；电力供应一旦中断，大容量的蓄电池将自动启动维持基站运转。这样的基站将在四川龙门山地震带 51 个地区进行建设，以保障当地灾害应急时的通信需求。

“除了灾区，我们还会在全国其他地区建立同样的基站，防患于未然。”中国移动相关人士透露，按照灾害多发地区每个县城建设 1 个抗灾超级基站的原则，中国移动计划在全国共建设约 1500 个抗灾超级基站。2009 年 7 月前，将完成一批抗灾超级基站改造工作，2009 年年底完成全部抗灾超级基站改造工作。

更让人瞠目结舌的是，中国移动已经在全世界范围内打造出第一个“高空基站”。通过氦气艇等浮空器，升空数千米，承载大容量基站，实现移动通信广覆盖，在灾害发生导致地面交通全阻时，快速抵达受灾区域上空，确保移动通信畅通。据透露，高空基站属于创新性研究，此前在世界范围内尚无成功应用案例。中国移动攻克了艇上供电、电磁干扰、频率干扰等技术难关，据现场测试，当高空基站升空至 1000 米高空时，实际覆盖半径可达 58 公里，话音质量满足要求。

与中移动的上天相比，电信则是入地寻路。

电信人士强调，由于四川地形的复杂性，从去年地震的实际情况来看，仅仅靠地面布局仍然无法完成全部通信功能，“许多基站间的联系都是靠光纤完成，如果光纤断掉，即使基站是好的，也无法保证信号通畅”。因此，四川电信的目标是完善县以上传送节点第二出口路由，建设双平面传输系统，结合大容量卫星通道(应急)，提供电信业务迂回保障，降低灾害损失。

目前，电信已对当地传输网络的架构和容量进行了重新规划和建设，各重灾县串行速网络均实现了双汇接和双出口路由，极大的提高了上述地区的通信服务质量和安全性能。同时，电信还牵头建立了一个立足西部，辐射全国的电信级的灾备服务基地和面对西南地区的通信应急物质储备库。

来源：21 世纪经济报道 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 中国 3G 用户两年内超过 7000 万

中国电子信息产业发展研究院党委副书记官承近日表示，我国 3G 用户在未来两年内将超过 7000 万，这将为 3G 产业的发展奠定良好的基础。官承和表示，近年来我国电信产业持续健康快速发展，已成为国家和地区经济的战略性和支柱性产业，而 2009 年作为 3G 中国元年，已经呈现出极为喜人的局势。

工信部通信科技委副主任陈如明指出，虽然金融危机已经蔓延和波及了全球的电信产业，但 3G 产业在 2008 年的发展仍稳健而迅速。根据统计，2008 年全

球 3G 用户总数达到了 7.6 亿，比 2007 年增长了 1.7 亿。

在网络建设方面，2008 年全球共建 3G 新网络 262 张，总规模同比增长了 25%，其中 WCDMA 制式网络 164 张、CDMA2000 制式网络 98 张，两大制式网络均呈规模化增长。在网络设备、市场方面，全球网络的建设奠定了商用网络的发展。

“伴随着全球 3G 产业的不断发展，中国迎来了发展 3G 产业的良好契机。”陈如明进而指出，全球 3G 产业的稳步发展对我国 3G 产业具有非常积极的意义。

目前，中国移动、中国电信、中国联通三家运营商正在积极部署自己的 3G 事业网络。中国移动 TD-SCDMA 三期建网招标已经结束，中国移动将在原有已经和正在部署的 38 个城市基础上增加 200 个城市连续部署；中国电信将力争在年底把 3G 网络覆盖到城市 98% 人口；中国联通将于 2009 年年底在全国 280 多个城市开通 3G 业务，并全面进入正式商用阶段。

来源：中国证券报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 中端 3G 手机缺失将成国产厂商复兴契机

尽管 3G 发牌已有 5 个月，但国内 3G 手机的价格一直居高不下，这也让大部分消费者对 3G 保持观望的态度。分析认为，中端 3G 手机的缺失将成为国产厂商复兴的契机。

按照统计，TD-SCDMA 手机的价格比 GSM 手机要高出 40%-50%；在 CDMA 3G 手机中，3000 元以上的机型占据了总量的 15%。不过，市场调查显示，约有 84% 的用户对 3G 手机价格的心理承受区间为 2500 元以内。

业内专家认为，国内电信运营商需要改变目前手机产品数量少、价格高的现状。而中端市场产品缺失和普通消费者对 3G 的期待，将催生平价的市场推广者。

面对当前中端 3G 手机缺失的局面，从“山寨机”扶正的天语手机选择结盟高通和微软两大巨头，并首次发布了微软 Windows Mobile 操作系统的 3G 智能手机。天语表示，这将成为本土厂商打败洋品牌的新机遇，而且可能是惟一的机会。除了天语，华为、中兴等本土厂商近期也开始在中端 3G 手机市场进行布局。

赛诺市场研究公司昨日发布的报告指出，预计 2009 年-2010 年 3G 手机销售量将呈现持续增长趋势，其中 2000 元以上市场的大多数份额将被 3G 产品普及，最低端 3G 手机的价格将降低至 700 元以下。

“要做大家用得起的 3G 手机。”天语总裁荣秀丽表示，天语大多数智能手机价格将会保持在 1000 元到 2000 元之间，即使是高端型号也会在 3000 元以内。显然，国产手机厂商势必将在 3G 手机市场掀起一场价格战，目标直指国际品牌巨头。

来源：北京商报 2009 年 05 月 12 日

## OMS 成立产业联盟时日尚远

每年“5·17”都是运营商的大日子，目前三家国内运营商已经开始部署相应的市场推广活动，除了早已排上日程的中国联通 WCDMA 放号，近日又有终端厂商人士透露，中国移动将在“5·17”期间推出基于 OMS 操作系统的深度定制手机，业界称之为“OPhone”。

据了解，中国移动自去年就开始投入移动开放平台的研发当中，OMS 是中国移动基于 Android 平台自行开发的智能手机操作系统，中国移动将飞信、139 邮箱、快讯、音乐随身听、移动梦网、号簿管家等多项应用服务与 OMS 手机进行捆绑定制。市场分析人士认为，中国移动正在通过自主研发掌握关键技术和业务应用，将其处于产业链的主导地位进一步延伸至移动互联网。

日前，采用中国移动自有手机操作系统 OMS 的“OPhone”样机已经亮相上海，相关厂商人士表示，LG、宇龙酷派、中兴通讯等终端厂商正在积极筹备 TD-SCDMA 制式的 OMS 手机的定制工作，各终端厂商的样机将会于近日陆续推出。

对于中国移动正在全力开发的 OMS 终端操作平台，联芯科技总裁孙玉望这样评价：“中国移动 OMS 智能操作系统的推出说明了中国 3G 竞争并非仅停留于技术层面，中国移动正试图在 3G 业务和应用层面进行布局，以此推动 3G 在中国市场的纵深发展。”

### 严格定制强化 TD 终端

“中国移动此次深度定制机型的竞标非常激烈，尽管提交方案的厂商并不在少数，但最终入围的只有三、四家厂商而已。”一位中国移动内部人士表示。

据了解，目前中国移动已经完成了其基于 OMS 操作系统的深度定制终端的招标工作。对于此次竞标，中国移动除了对手机的技术指标、质量性能严格把关外，还对各终端产品的机型外观、市场定位及品牌价值做出相应评价。近日，首批中标中国移动深度定制机的是四款 TD-SCDMA 手机，分别来自宇龙酷派、LG 及中兴通讯这三家终端厂商。

此次中标的这四款 TD-SCDMA 终端机型从最初提交方案到最终推向市场，都由中国移动、渠道商及终端厂商三方共同参与，渠道商主要负责各地区营业网点的铺货，而中国移动方面依旧会延续先前 TD-SCDMA 终端话费补贴政策。预计这四款机型将于“5·17”前后面市。

其实，有关中国移动自主研发的 OMS 操作平台的传闻自去年就不断传出，根据中国移动研究院院长黄晓庆的说法，中国移动并非只为与 iPhone(手机上网)一争高下才进军终端操作系统领域，而是按照既定规划作了大量的市场调研后作出的决定。调查结果表明，国内很多终端生产厂商都有生产 OMS 操作系统手机的

意愿，同时分析预测结果也显示，中国移动将在 2011 年在 OMS 操作系统领域拥有稳定的市场占有率。黄晓庆曾这样表示，根据市场、厂商及用户的各方综合需求，中国移动在未来绝对有信心使 OMS 终端价格降至 1000 元左右。

### 产业链正待完善

“我们希望 OMS 能够成为世界一流的，具有安全性、开放性和友好界面的终端技术平台。”中国移动研究院终端研究所主任于川表示，“中国移动将凭借这款智能手机操作系统的开发在一定程度上摆脱对国外核心技术的依赖，从而减轻对业务发展的制约，提高中国移动通信运营、制造业及软件业的综合实力。”

目前主流操作系统基本掌握在国外厂商手中，而以诺基亚、苹果为首的几家终端厂商所提供的端到端的移动互联网软件应用模式又正慢慢逼近运营商在产业中的核心地位。现在中国移动自主开发 OMS 不仅可以巧妙地绕开国外终端操作平台的核心技术壁垒，而且也做到了对移动互联网业务应用的严格管控。

面对近期流传的关于中国移动将建立 OMS 产业联盟的传闻，于川表示，建立 OMS 产业联盟需要中国移动向政府部门递交申请，并由工业和信息化部主导建立，并非中国移动一家可以决定。现阶段 OMS 产业链的各方，无论是终端厂商、方案提供商还是应用软件商还处于发展的初期阶段，建立 OMS 产业联盟还有待于产业链进一步的完善与扩充。

据了解，目前在 OMS 终端产业链上，处于上游的芯片厂商是联芯科技与联发科，而终端厂商方面虽然暂时只有 LG、宇龙酷派、中兴通讯三家入围，但联想、TCL、海信、戴尔等厂商也都在积极地争取之中。

此外，工业和信息化部电信研究院专家表示，目前中国移动在全国已经有了较为完善的营销网点与合作营业厅，通过遍布全国的自有渠道和合作渠道商，已经拥有了销售定制手机的渠道能力。而未来中国极有可能扮演手机终端分销商的角色，针对市场需求向终端厂商提供技术业务解决方案，并通过自身强大的渠道能力和“机费”捆绑的销售模式进行分销，由此传统的分销商地位将受到挤压。

来源：通信世界 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 我国首次推出“手机乘机登记服务”

近日，由北京首都国际机场股份公司、中国国际航空公司、中航信、中国移动联合推出的我国首家手机乘机登记服务在首都机场 3 号航站楼内开启。旅客凭手机中保存的二维条码和短信信息，便可通过安全检查并完成登机。不仅取消了传统的纸质登机牌，而且，安检过关时的盖章等传统手续，一概取消。

中国民航局运输司司长王荣华表示，中国民航局对国航在首都机场 3 号航站楼内实施手机登机服务的稳定性和安全性进行了专家论证，论证结果合格。这是

目前我国国内首次获得中国民用航空局批准的“手机乘机登记服务”。

国航副总裁杨丽华说，这项服务的开展，是继自助值机、网上值机之后，国航推出的又一高度信息化的产物，完全颠覆了传统意义上依赖于纸质乘机凭证的传统流程。旅客可以通过手机自行办理值机手续，不必在值机柜台排队，直接通过人身安检后登机。不仅为航空公司节约了大量成本，更为旅客提供了方便快捷的乘机感受。

首都机场股份有限公司党委副书记李小梅介绍，首都机场3号航站楼拥有世界上最先进的机场信息系统。依靠这套高度集成的系统，可以实现旅客值机、人身安检、行李安检、联检单位过检、登机口复查各个环节的全业务过程和安检过程的跟踪控制及业务联防，这些信息系统全面支持二维条码技术，这是3号航站楼开通手机值机的基础。目前首都机场的1号、2号航站楼，尚不具备条件。

李小梅说，在中国民航局的指导下，首都机场股份公司配合国航进行了大量的准备工作，包括方案论证、设备测试、流程调整、人员培训、系统变更、预案制订等等。首都机场股份公司还组织了相关部门修改了安全检查流程，制订了相应的应急保障预案，这项服务流程最终得到了民航局的批准，并于2009年4月30日开始试运行。

中国民航局运输司司长王荣华表示，民航局鼓励航空公司、机场等推广使用便捷的手机值机服务。

来源：新华网 2009年05月08日

[返回目录](#)

## 中日就推进 3G 领域合作签署备忘录

近日，中国工业和信息化部部长李毅中和日本总务相鸠山邦夫在北京举行会谈，双方在推进3G领域合作的备忘录上签字。在能够进行不亚于光纤的高速通信，并有望于明年春季后在日本上市的下一代手机的研发上也将进行合作。

日本最大的移动通信运营商 NTTDOCOMO 公司社长山田隆持等日本各大移动通讯商高管也出席了会谈。报道称，日本旨在向拥有超过6亿手机用户的中国推销日本的“手机文化”。

在日本，DOCOMO的“FOMA”等3G服务已得到普及，中国政府在年初向国内三大运营商发放了3G牌照，并将09年定位为“3G元年”。中国最大的移动通信公司中国移动使用中国独自研发的TD-SCDMA，中国联通(600050，股吧)采用和多克莫以及软银相同的W-CDMA，中国电信则使用和日本电信运营商KDDI相同的CDMA2000。

对于日本企业来说，将来有望在需求巨大的中国3G市场推广动画片和电子漫画等信息内容。

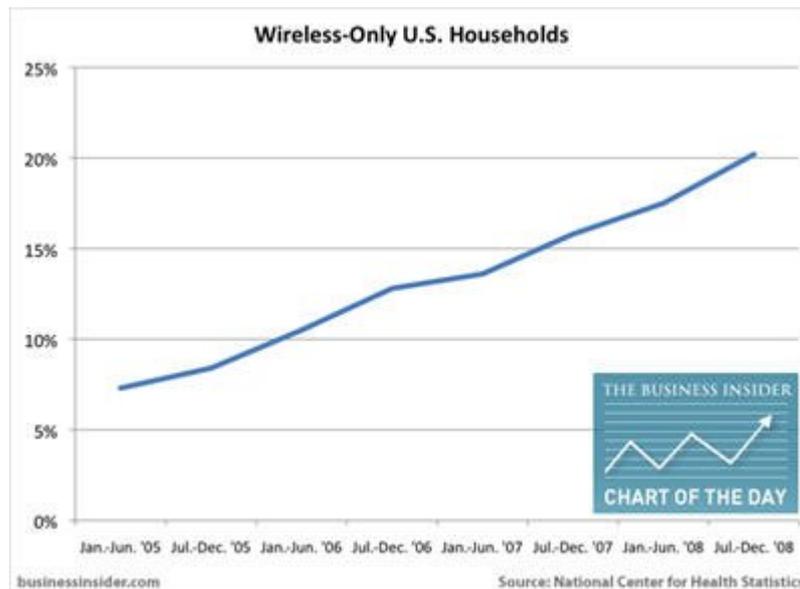
来源：通信世界网 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### 美 20%家庭完全弃用固话仅使用手机

美国国家卫生统计中心 (NCHS) 近日发布的最新统计数据显示，截至 2008 年 12 月底，20%美国家庭已完全放弃使用固定电话，而只使用手机与外界联系。2005 年初其相应比率仅为 7%。



### 美国放弃固话仅使用手机家庭增长示意图

NCHS 此前共对 12597 户美国家庭进行了随机调查。调查结果显示，截至 2008 年年底，20.2%美国家庭已完全放弃使用固定电话，该比率比 2008 年上半年增长了 2.7 个百分点。

此外，14.5%美国家庭虽然家中仍保留了固定电话，但这些家庭的通话活动几乎全部是通过手机进行。换句话说，这些美国家庭的固定电话已处于闲置不用状态。

NCHS 报告还包括以下要点：

- 在美国所有同他人合租住房的成年人中，60.6%不再安装固定电话，而仅仅使用手机。
- 在所有接受调查者中，20%男性仅使用手机，而女性人群的相应比率为 17.0%。
- 同收入较高美国成年人相比，收入较低者更愿意只使用手机。

分析认为，对美国 AT&T 和 Verizon 两家电信运营商而言，NCHS 上述最新统

计数据可谓有喜有忧：喜的是这两家公司的无线通信业务将进一步增长，忧的是各自固话业务仍将呈下滑之势。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 北电第一季净亏损扩大至 5.07 亿美元

在今年初提交破产保护申请的北电网络，于周一公布了公司 09 年第一季度业绩报告。全球经济环境不景气让这一电信设备制造商的收入大幅下滑，亏损进一步扩大。

公司当季亏损 5.07 亿美元，每股亏损 1.02 美元。在去年同期公司亏损 1.38 亿美元，每股亏损 28 美分。

公司在所有地区全业务段上的收入下滑 37%至 17.3 亿美元。而此前路透分析师普遍预测北电收入为 23.2 亿美元。

北电网络首席执行官 Mike Zafirovski 在声明中表示，公司销售收入的急跌源于“严重的经济态势与提交的破产保护计划。”北电表示，将赋予四大业务部更多的决策权，以灵活应对当前不利的形势。

北电网络在今年 1 月提交了破产保护申请，称经济衰退干扰了公司自 2005 年即苦心经营的扭亏计划。

从提交破产申请起，分析师们一直猜测称北电将剥离并出售部分业务。有消息称，包括诺西网络在内的多家对手，都与北电进行过接触探讨收购部分业务的事宜。然而至今并未有任何实质性的交易发生。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 欧盟将大幅调低手机跨网通讯费

欧盟委员会近日通过一项指导意见，呼吁欧盟成员国在 2012 年年底前调低手机跨网通讯费，下调幅度高达近 70%，以鼓励行业竞争、带给消费者更多实惠。如果实施，这项政策在未来 3 年中将为消费者节省 20 亿欧元（约合 27 亿美元）。

### 跨网通话挺贵

在欧盟境内，移动运营商需为网内用户拨打到其他移动网络的电话支付一定结算费用，也称“终端费”。欧盟各成员国现阶段设定的这项资费标准不尽相同，从每分钟 2 欧分到 15 欧分不等，这些费用最终会落实到消费者的账单上。分析认为，手机跨网通讯费过高影响行业良性竞争，而且最终会损害消费者利益。（欧盟）委员会今天决定干涉这些扭曲市场竞争的行为，它们妨碍升级现有网络的投

资，消费者最后还要为这些费用埋单。

手机跨网通讯费收入是大型移动运营商的“摇钱树”，可占到其收益的 20% 左右。但对苦苦寻求生存的小型通讯运营商而言，这一费用占其成本支出的很大部分，是一项重大负担。

指导意见虽然没有“精确”手机跨网通讯费金额，但规定计算这一费用的方法必须基于“真实成本”，具体资费标准应在 2012 年年底前下调至每分钟 1.5 欧分至 3 欧分之间。分析认为，这一指导意见不具备强制力，但规定欧盟各成员国有义务对方案中所提指导性定价原则给予“最大限度考量”。此外，由于欧盟成员国间固定电话跨网通讯费已下调至每分钟 0.57 欧分至 1.13 欧分之间，因此不包括在此次调价范围之内。欧盟委员会 2007 年 9 月实施欧盟成员国间手机通话漫游费限价措施，今年 7 月还将对短信漫游费和上网漫游费实施强制限价。

来源：羊城晚报 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 国际通信巨头压缩投资，华为中兴伺机布局 WiMAX

作为全球微波互联接入的 WiMAX 正在中外运营商中经历着不同的际遇。“全球 WiMAX 市场正在降温。”近日，WiMAX 论坛亚太总监胡铁君表示，尽管亚洲很多国家政府非常积极发放 WiMAX 牌照，但由于金融风暴，亚洲 WiMAX 运营商普遍面临投资商退出的难题，国际通信巨头也纷纷停止或减少了对 WiMAX 业务的投资。只有华为、中兴、三星和台湾地区一些企业在继续投入，并逐渐形成华为、中兴和三星三足鼎立的新格局。

“孟加拉国去年 9 月就发放了 WiMAX，但到现在运营商还在筹备期间。”胡铁君透露，印尼可能在 6 月左右也发放牌照，目前亚洲地区除了印尼、越南和中国，其他国家基本都已经发放了 WiMAX 牌照。

胡铁君指出，除了欧美发达国家以外，其他国家的有线宽带普及率比较低，这些国家政府官员现在基本上都认同，WiMAX 是今后 3 到 5 年内唯一可规模、成熟地提供类 ADSL 业务的无线接入技术，是目前有线资源匮乏区域快速、低成本地提供家庭与企业宽带接入的最佳选择。“但金融危机明显影响投资商的信心，对有意建设 WiMAX 网络的新运营商形成了很大资金压力。”胡铁君表示，原有运营商目前的重点都放在 CDMA 和 GSM 原有网络的升级上，不愿意投资 WiMAX。

或许正基于此，阿尔卡特朗讯在发布营业亏损额达 2.54 亿美元的一季度业绩后也表示，将减少 WiMAX 投入。此前，濒临破产的北电也停止了 WiMAX 产品线。最近，业界又传言诺基亚西门子已经裁减了 WiMAX 部门。

“WiMAX 主要市场就在新兴市场，在欧美市场上就只有美国 Sprint 在做。”国内一家设备商中层表示，WiMAX 的技术特点决定了市场，最近印度和非洲好几

个运营商都在投入 WiMAX。

目前国际通信设备巨头减少 WiMAX 投入正是华为和中兴的机会。不过, WiMAX 相比其他 3 种 3G 标准来说, 仅是一个补充, 没有大运营商会选择运营 WiMAX, 因为业务量不大。所以, 中兴、华为在新兴市场获得的 WiMAX 订单, 并不会改变电信设备市场的格局。截至今年一季度, 中兴通讯在全球范围内 26 个国家超过 40 个运营商部署了 2.3G、2.5G、3.5G 各频段商用 WiMAX 网络。而华为已在全球部署了 41 个可平滑演进至未来 4G 网络的 WiMAX 商用网络, 以及 37 个预商用网络。In-Stat 报告显示, 2008 年全球新增 WiMAX 商用网络 94 个, 中兴通讯占了 15 个, 全球排名第二。

来源: 第一财经日报 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【中国移动】

#### 中移动 3 年内在沪投资 310 亿

上海市人民政府昨天与中移动集团签署框架协议, 中移动承诺 3 年内在上海投入 310 亿元, 支持促进上海信息化建设和信息产业发展。中共上海市委副书记、市长韩正, 中移动集团总裁王建宙共同为“中国移动视频产品创新基地”揭牌。上海市副市长艾宝俊与中国移动通信集团公司总裁王建宙签署战略合作框架协议。

#### TD 三年内投资 30 亿元

上海是中移动率先开展 TD 商用的城市之一。本次合作协议强调双方合作努力将上海建设成为 TD 网络和应用的全国示范区。

中移动表示, 未来三年内将在上海投资 30 亿元用于 TD 建设。上海移动计划发展部总经理孙达对早报记者表示, 中移动希望, 2009 年实现中心城区和郊区热点地区的 TD 信号覆盖, 2011 年 TD 网络容量达到 600 万门。

中移动表示, 应用 TD、WIFI 等技术积极参与上海“无线城市”建设, 深化 3G 业务在公共安全、政务、产业、民生等领域的信息化应用。

上海市人民政府建立专门协调机制推动 TD 建设和应用。加大支持力度, 将 TD 产品和应用纳入政府采购扶持范围; 积极推进 TD 技术在电子政务、应急管理、无线城市、农村信息化、电子商务及其他行业的应用; 加强对 TD 项目支持, 将 TD 项目纳入高新技术产业化支持项目指南。

#### 固定资产投资 150 亿元

根据协议, 三年内, 中国移动在上海固定资产投资将达 150 亿元。其中, 局

房、管道、铁塔等基础设施投资 60 亿元，设备投资以及用于宽带无线城市建设投资 50 亿元。

中移动表示，积极支持上海市信息产业的振兴发展，将条件成熟的相关上海企业产品优先纳入全集团采购目录，三年内全集团在上海市的总采购量将超过 200 亿元；同时推动合作伙伴，特别是跨国的通信设备制造商、手机制造商及 TD 相关大型企业上海设立生产基地、研发中心或扩大投资。

中移动表示，将实施 188 工程，从投放终端设备、服务金融机构规模以及实现用户发展等方面，提升上海金融信息化水平。三年内，无线 POS/ATM 机开通能力将达 10 万台，为上海 800 家金融机构提供固移融合的金融信息化服务，手机支付、银信通、财信通等用户将达 800 万。

中移动将实施“三全”建港计划，支持国际航运中心建设。全覆盖：移动信号覆盖洋山港全岛，为港区大型企业通信提供综合解决方案；全监控：为临港产业园区提供车辆定位与调度系统、无线视频监控系统等行业信息化应用；全服务：为北外滩国际客运中心提供 WIFI、2G、TD 等技术融合的通信一揽子解决方案，为客户提供全方位服务。

深化城市信息化应用。力争三年内在全市新开通 2 万路视频监控，实现 6 万辆出租车及 1 万辆公交车的综合无线定位调度。

### 视频基地落户上海

三年内，中移动在上海的网络容量将超过 2500 万门，话务承载能力提升 30%；光缆长度从 2 万增长到 5 万皮长公里；同时运用光纤、TD、WIFI 等多种宽带接入技术，提高市级和区县各级政府部门、各类园区、产业基地等区域的宽带接入网覆盖。

中移动设在上海的视频产品创新基地，承担视频产品开发、国际通信枢纽、人才培养三大任务。2008 年该基地迁往浦东金桥，新基地占地 8.47 亩，总投资 5 亿元。

中移动计划把该视频基地发展成为全国最大的无线视频产品和内容运营中心，预计 2010 年视频基地用户将超过 1000 万户。汇聚全国媒体的优质视频资源，建成全国无线视频新媒体产业基地，带动上海创意、传媒与动漫产业发展；建立软件、终端、应用集成的信息化联盟，打造全新的无线手持终端产业链。

来源：东方早报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 中移动首创“天地一体”集中化应急保障体系

南方低温雨雪冰冻灾害及四川汶川大地震对通信网络提出了新的挑战。为了进一步增强通信网络防灾抗灾能力，中国移动迅速开展了应急通信体系研究工

作，在国内首创构建起“天地一体”的集中化应急保障体系。

中国移动已建成集中指挥调度系统，并向全国推广运用，可以实现省市资源全网共享。据了解该体系由四大要素构成：科学的维护职能设置、高效的管理流程和操作规范、信息化的支撑手段、场景化的工作模式，体系覆盖中国移动全网运维团队，贯穿总部、省公司、地市三个层级。中国移动集中指挥调度系统综合运用了多种信息化支撑手段，包括电子运维系统（EOMS）、视讯指挥调度系统、OA、短信等。其中最为关键的是电子运维系统（EOMS）和视讯指挥调度系统。以视讯指挥调度系统为例，可实时通达全国 31 省公司及部分地市公司，可实现全方位的 7×24 小时指挥调度，通过高质量的音、视频效果，提供面对面的现场指挥。同时，通过多画面灵活配置的功能，实现与多个省公司的同时沟通，有效提升调度效率。

据了解，中国移动在运营商中首次引入应用于国家级自然灾害、国防安全 and 大型公共事件的“红橙黄蓝”四级应急预案体系。中国移动根据网络、设备关键性能的变化，将紧急事件分为“红橙黄蓝”四个等级，对于每个等级制定不同的应急调度流程。全网共有数百个“红橙黄蓝”流程，覆盖了所有重要业务、网络和网元。对告警监控、应急调整的每个步骤都有可操作化的明确规定，保证了流程的可执行性。当发现紧急情况并启动了“红橙黄蓝”应急流程后，信息将在 1 小时内传递至集团和相关省公司，保证了紧急状态下的协同运作。

为了确保特大冰雪、地震、风暴等特大自然灾害发生后的通信网络畅通，中国移动还创新研发并采用抗灾超级基站、高空基站及地面应急通信车，建成“天地一体”的应急通信网络，打造最坚固的应急通信网络体系。据中国移动有关负责人介绍，中国移动对近 50 年来各类自然灾害分布情况及对通信设施的影响进行调研并分类，重点研究了地震、水灾、台风、冰雪等 4 类灾害对通信设施造成的损毁和影响，有针对性地提高了基站通信设备、电源、传输、土建、安装工艺等建设标准，建设抗灾超级基站。

据了解，新建的抗灾超级基站可以抗 9 级地震烈度、抗百年一遇洪灾、抗百年一遇冰雪、抗 12 级台风等重大灾害，做到“地震震不倒、洪水淹不着，台风吹不垮、冰雪冻不坏”。此外，超级基站采用了光纤加卫星的双路由和双电源备份技术，确保遭遇特大自然灾害的通信畅通。

2009 年 5 月 8 日，中国移动第一个“超级基站”在都江堰投入使用。按照灾害多发地区每个县城建设 1 个抗灾超级基站的原则，中国移动计划在全国共建设约 1500 个抗灾超级基站。2009 年 7 月前，将完成一批抗灾超级基站改造工作，2009 年年底完成全部抗灾超级基站改造工作。

高空基站即通过氦气艇等浮空器，升空数千米，承载大容量基站，实现移动

通信广覆盖，主要应用场景是灾害发生后地面交通全阻时，快速抵达受灾区域上空，确保移动通信畅通。高空基站有两大优势，一是利用氦气艇等浮空器实现地面交通全阻时的快速布放，二是通过提升基站高度，实现移动通信广覆盖。

高空基站属于创新性研究，据了解在世界范围内尚无成功应用案例。中国移动攻克了艇上供电、电磁干扰、频率干扰等一系列技术难关，完成了氦气艇高空基站的阶段性试验测试。根据现场测试，当高空基站升空至 1000 米高空时，实际覆盖半径可达 58 公里，话音质量满足要求。

中国移动建设的抗灾超级基站，完全符合国家“平战结合”的原则，平时作为普通基站提供公众移动通信服务，发挥经济效益，灾时为县一级区域政府提供特殊通信服务，同时为灾区群众提供公众移动通信服务，发挥社会效益。高空基站的研究和实施，可解决灾时道路全阻情况下政府特殊通信服务，以及灾区群众公众移动通信服务。

来源：中国青年报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 中移动 TD 三期招标泄密，外资报价低于大唐

中国移动对 TD 的不断投入给设备厂商带来了机会，不过其竞争也显得更为激烈。在中国移动覆盖全国 200 多个城市的三期 TD 设备招标中，爱立信和诺基亚西门子也打出了低价牌，甚至低于大唐。三电咨询公司认为，此次招标带来了厂商新格局的变化，由于外资大打低价牌，TD 国产四强将演变成“TD 六强”。

### 外资报价低于大唐

近日，备受各方关注的中国移动 TD 三期招标传出消息，此轮大招标最关键的环节——商务评标于 5 月 4 日秘密召开。在此轮招标中，爱立信、诺西成为焦点，其一改往日高价作风，也打出低价牌，加入到价格战中。

目前参与了 TD 三期招标的一共有 8 个厂家，国内分别是中兴、华为、大唐、普天、烽火通信和新邮通，国外厂家是爱立信和诺西。而在 TD 一期和二期招标中，国内企业凭借价格优势遥遥领先，占据市场份额高达 80% 以上。不过，在此次招标中，爱立信和诺西一反常态报出仅次于中兴和华为的低价，甚至低于大唐的报价，试图争夺 TD 市场份额。

据对中国移动此次招标内情比较熟悉的三电咨询公司透露，此轮中兴报出了全场的最低价，为 1.23 万至 1.26 万元/载频，据悉这不到中兴 TD 二期招标时的一半；而华为其次，报价为 1.5 万元/载频；在二期招标曾创下破纪录低价的大唐此次并没有降太多。

三电咨询认为，此次招标带来厂商新格局的变化，过去两家外国厂商价格偏高，导致市场份额不占优势，主要体现是大唐、中兴、华为、普天等国产四强之

间的较量。但此次爱立信和诺西通过低价竞标，市场份额将增加，这样，TD 国产四强将演变成大唐、中兴、华为、普天、爱立信和诺西等组成的“TD 六强”。

### TD 市场或定局“六强”

让各方对中国移动三期招标重视的原因在于这轮规模庞大，与一期 10 个城市、二期 28 个城市相比，按照中国移动的三期工程规划，TD 三期建设将覆盖 328 个城市，在 2009 年底能够达到覆盖全国 70% 的面积，因此这轮招标被认为是最大的盛宴。而此次中国移动具体的采购清单为约 3.9 万无线基站，约 26 万无线载扇，是二期规模的 1.6 倍，有业内消息认为，据推算三期招标的总价值在 86 亿元左右。

三电咨询认为，由于此次招标数额巨大，因此将影响深刻，未来 TD 市场可能基本定局。

而对于目前出现的低价现象，三电咨询分析认为，其原因在于技术的进步，导致成本大幅降低，同时 TD 一期和二期的采购已经摊薄了很多前期研发的成本，TD 与其他 3G 制式共平台也分摊了 TD 成本。

另外由于此次招标金额特别大，虽然中国移动明确此次 TD 三期招标约为 3.9 万基站和约 26 万载扇，但实际上各省上报的基站数将大于 3.9 万个，少数厂商有余地为占领市场份额大降价。

不过该公司也提醒：“价格战不足取，少数厂商的 TD 低价甚至低于已发展十几年的 GSM 的价格，这是不可思议的。”

事实上厂商之所以报出低价，主要目的还在于“圈地运动”，扩大市场份额，只要中国移动选择了哪家厂商的设备，那将来的网络优化也还会找中标的设备厂商，这样设备厂商可以在网络优化上寻找收入增长点。

来源：华夏时报 2009 年 05 月 09 日

[返回目录](#)

## 中移动年内计划建 1500 超级基站，可抗 12 级台风

中国移动近日表示，其首个“超级基站”在都江堰投入使用。新建的抗灾超级基站可以抗 9 级地震烈度、抗百年一遇洪灾、抗百年一遇冰雪、抗 12 级台风等重大灾害，做到“地震震不倒、洪水淹不着，台风吹不垮、冰雪冻不坏”。此外，超级基站采用了光纤加卫星的双路由和双电源备份技术，确保遭遇重大自然灾害的通信畅通。

据介绍，本次中国移动按照灾害多发地区每个县城建设 1 个抗灾超级基站的原则，计划在全国共建设约 1500 个抗灾超级基站。2009 年 7 月前，将完成一批抗灾超级基站改造工作。在 2009 年年底前，中国移动则将完成全部抗灾超级基站改造工作。

所谓，新建的超级基站属于高空基站，即通过氦气艇等浮空器，升空数千米，承载大容量基站，实现移动通信广覆盖，主要应用场景是灾害发生后地面交通全阻时，快速抵达受灾区域上空，确保移动通信畅通。高空基站有两大优势，一是利用氦气艇等浮空器实现地面交通全阻时的快速布放，二是通过提升基站高度，实现移动通信广覆盖。

高空基站属于创新性研究，据了解在世界范围内尚无成功应用案例。中国移动攻克了艇上供电、电磁干扰、频率干扰等一系列技术难关，完成了氦气艇高空基站的阶段性试验测试。根据现场测试，当高空基站升空至 1000 米高空时，实际覆盖半径可达 58 公里，话音质量满足要求。

中国移动建设的抗灾超级基站，完全符合国家“平战结合”的原则，平时作为普通基站提供公众移动通信服务，发挥经济效益，灾时为县一级区域政府提供特殊通信服务，同时为灾区群众提供公众移动通信服务，发挥社会效益。高空基站的研究和实施，可解决灾时道路全阻情况下政府特殊通信服务，以及灾区群众公众移动通信服务。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 中电信终端隐忧待解：CDMA EVDO 手机告急

天翼广告狂轰滥炸，加上全民营销大举“地面进攻”，广东电信抢夺移动用户首战初胜。电信天翼正式放号 5 个月，广东电信新增移动用户 200 万，“今年计划全省新增 600 万 CDMA 用户，在移动市场的份额争取从 2%提升到 6%——之前 2%的比例确实太低了。”不过，徐丛的近忧在于电信 3G 终端奇缺一——直到现在，营业厅内的电信 3G 手机屈指可数，即将推向市场的，最多只有 30 多款可选。而老对手中国联通打出的旗号是，WCDMA 制式有 1300 多款手机可选。

#### 电信终端短板隐忧待解：国内 CDMA 终端仅 100 余款

喜忧参半，大约是电信人士此刻的心情。喜之处，是天翼放号仅 5 个月，广东电信已经发展了 200 万用户。“环比不断增加，省内 CDMA 用户数是以往发展的 10 倍以上”。

根据广东省通信管理局提供的数据，今年 1 至 3 月，省内电话用户数连续三个月减少，分别减少 94.7 万户、87.6 万户和 55.5 万户，置于这一背景下，电信的突破可谓不易。

广东电信市场部负责人极其乐于谈论其在 3G 网络覆盖上的巨大优势和应用优势：“电信的优势很明显，首先是网络覆盖优势：到今年 7 月份，全国有 340

个城市的 CDMA 网络会升级到 3G，这个速度是移动和联通很难追赶的；其次是 3G 应用上的优势——电信互联星空上的片源，直接就可以制作成手机影视；电信的中国游戏中心，移植到手机上就是现成的手机游戏，还有电信的音乐平台，这些应用优势是电信独有的。”

但不可回避的，是 CDMA 终端之痛，尤其是 CDMAEVDO 手机告急。“客观地说，终端确实是我们的短板。现有的 3G 手机，品种不多，来了几款，价格也不便宜。虽然我们也在加大终端补贴的力度，但只有 CDMA 产品链壮大后，手机价格才能降下来。”

事实上，这不仅仅是广东电信的难点，放大至中国电信集团，也同理。在中国电信的蓝图中，预计今年将新增 3500 万 CDMA 用户，到明年 CDMA 用户将超过 1 亿。这意味着至少有 7000 万台以上的 CDMA 终端市场，而目前国内 CDMA 终端才 100 多款，相反，GSM 的终端却有数千款，WCDMA 手机也在千款以上。

“CDMA 终端不是不多。你去美国看看，CDMA 手机也很多，价格很便宜。但美国都是机卡一体机，但国内消费者习惯的是机卡分离。手机生产厂家要为中国电信重新定制 CDMA 手机、检测入网、量产，需要时间。”徐丛如是说。

#### 无线宽带 VS 固网宽带左右手互搏？

从 4 月中旬电信 3G 上网卡上市以来，广东电信已经发展了 10 万 3G 上网卡用户，速率是 2G 时代的 20 倍左右。

但疑虑也由此产生：安装了 3G 上网卡的用户，会不会就此停掉家里的有线宽带？大力发展无线宽带业务的电信，会不会最终发现，有线宽带和无线宽带是一场此消彼长，左右互搏的游戏？

广东电信市场部总经理杜金彪强调称，用户使用有线宽带还是无线宽带，取决于使用的终端和地点。“固定宽带仍然是最快的宽带，上网、下载、看视频都很流畅，适用于固定地点上网。3G 无线宽带仍然是固定宽带的一种补充，主要是满足笔记本电脑移动上网需求，提供便捷性。空中带宽是多个用户分享的，无论是哪种 3G 制式，无线网络的速率稳定性比固网宽带还是要略逊一筹。”

此外，从去年开始，广东电信在无线局域网布点上狂飙突进，到今年年底，全省将有上万个 WIFI 热点。每个天翼 189 手机号都是 WIFI 上网帐号，在中国电信 WIFI 网络上可以上网，费用计在手机上。“‘C (CDMA) +W (WIFI)’ 是中国电信的特色，我们要做的，是打造一张立体的网络，让无线宽带和有线宽带无缝连接。”

来源：南方都市报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 中国电信结盟威盛芯片

台湾芯片商威盛的高调加入令中国电信疾驶中的 CDMA 战车空前加速。上周五，中国电信与威盛集团在京签署战略合作协议，宣布双方将在技术合作、产品研发、产业促进等多领域亲密合作。终端的缺乏一直是 CDMA 发展的一大瓶颈，威盛的加盟将注入新鲜血液。

事实上，早在 2007 年 12 月，威盛的手机芯片就首次装入当时中国联通运输的 CDMA 手机中，并随即带来一股降价狂潮。中国电信天翼电信终端公司副总经理马道杰对北京晨报记者表示，公司对威睿电通有三重期望：一是希望其手机芯片能开发出更多的功能，二是带来更多更丰富的产品队列，三是带动下游的终端厂商踊跃加入 CDMA 的制造大军。

在全球 CDMA 产业中，高通是一个无法逾越的壁垒，这家美国老牌通信巨头掌握着 CDMA 的基础专利，并且靠出售知识产权为生。但其高额的专利费令很多手机商抱怨不已。威盛的强势加盟或许将瓦解这一壁垒。

来源：北京晨报 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 上海电信急邀内容商谋 3G 服务

3G 是应用为王时代，但目前 3 家运营商能拿得出手的 3G 应用也没有多少种。中国电信上海公司昨天在上海广邀合作伙伴，为大规模推广 3G 服务提供内容基础，高通、谷歌、腾讯等行业龙头企业均应邀出席。

### 3G 应用为王

3G 网速是 2G 的几十倍，这也意味着 3G 可以承载除了语音业务之外更多的数据业务。语音业务各家运营商都是相同的，数据业务等 3G 应用则成为考量运营商竞争力的关键，运营商也据此建立自己差异化的竞争策略。

上海电信市场部经理张颖华近日表示，“不一定以中国电信为中心，也可以采用两个中心模式来发展。中国电信的心态非常开放。”而在 2G 时代，产业链合作中心企业一直都是运营商。中兴通讯 CDMA 产品总经理李继朝昨天对中国电信这种开放态度表示赞赏，并表示 3G 应用开发必须要求运营商平台对众多 SP 开放，手机企业也必须对 SP 开放，这样才能打造更多的 3G 应用，满足用户需求。

### 上海电信牵手九城

上海电信已经与游戏公司九城进行了深度合作，包括品牌、产品、套餐和销售渠道等方面。“品牌合作，九城推广中国电信的天翼人，中国电信手机也可以推广九城品牌和游戏，可以帮助用户绑定九城账户，也可以用作小额支付。”张颖华表示。

相对 2G 时代用于带宽等限制，SP 企业生存艰难，3G 时代更高的带宽可以承载更多应用，这为 SP 企业发展提供了广阔的天空。

据了解，3G 任何一种应用如被用户接受，发展到几千万用户，产业前景都非常可观。“2G 时代很多增值服务还是太贵，3G 时代希望这块价格能降下来，争取用户规模。”3G 时代会出现大量针对特殊人群的定制服务，比如孕妇手机、佛教手机等。“关键 SP 企业要自律，做法律允许的事情，不要像 2G 时代那样发送色情或其他垃圾短信。”

### 首季发展 86.8 万用户

截至今年第一季度上海电信新用户达到 100 万户左右，其中今年第一季度发展 86.8 万新用户。上海电信在今年 3 月 15 日宣布 3G 试商用，随即推出了 3G 上网卡业务，随后又推出了 3G 手机业务。

分析认为，除单独推广 3G 业务外，上海电信依托原有的客户基础宽带用户和固话来捆绑发展 3G 用户，这是上海电信新用户快速成长的主要原因。

来源：东方早报 2009 年 05 月 09 日

[返回目录](#)

## 中电信：联合营销支持社会化渠道销售

近日，中国电信与威盛集团正式签署战略合作协议，双方宣布将在技术合作、产品研发、产业促进等等多个领域展开全方位的合作，以战略合作伙伴关系携手共进，共同促进中国 CDMA 产业发展。中国电信及威盛集团代表出席了签约仪式。

会后，中国电信天翼终端有限公司副总经理马道杰表示，威盛拥有自主知识产权 CPU 专利，同时，他也是 CDMA 基础芯片的开发者，这是我们选择与威盛合作的一个重要原因。而从威盛支持的 CDMA 产品终端来看，我们希望更多使用威盛芯片生产的终端厂商能够加入 CDMA 产业链，与威盛相关的下游终端产品企业进行合作，并对他们生产的终端，中国电信将会组织联合的营销和促销，使天翼 3G 互联网手机能够更好的贴近用户，进一步丰富目前国内 CDMA 终端品种的同时，为用户提供更好的天翼 3G 终端体验。这是我们合作的另一个原因。

中国电信对合作伙伴的态度，无论企业大小，始终坚持合作共赢全开放的态度，希望更多的上游芯片厂商进入 CDMA，通过合作和相互的促进来拓展 CDMA 终端产品，这对整个 CDMA 产业链的发展将起到非常重要的作用。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 【中国联通】

### 联通无线数据终端战略确定，主打无线上网产品

近日获悉，中国联通无线数据终端战略已经确定，按规划，全系列产品线包括无线上网卡、内置 3G 模块笔记本(含上网本)、多功能网关(含办公及家庭)及行业应用终端。但在初期，将以无线上网卡和无线上网本产品为主。

#### 全球 3G 运营，无线数据为王

据国外 3G 业务运营经验证实，在 3G 运营初期，无线高速数据业务(即无线上网)是最先取得成功的 3G 业务，也是用户需求最为成熟的业务。在此前的中国移动及中国电信两家运营商 3G 商用开始时，皆是选择无线高速数据业务(即无线上网)为首发 3G 业务。

据不久前一份运营商内部资料显示，中国联通已经确立了无线数据业务是 3G 业务核心理念。在更早前，在 2 月 25 日的 2009 年电信计费 and 运营支撑大会上，中国联通业务支撑系统部总经理刘诚明首先指出，“3G 的本质就是移动宽带。”

据咨询公司 ABI 的统计与预测，2009 年全球无线数据产品的销量预计将超 6000 万部，2011 年达到 1 亿部。未来 3 年的年均增长率约为 46%，2013 年将达到 2 亿部。

另一份数据则作出同一方向的表述，2009 年全球无线宽带使用人数将达到 4.8 亿，接近固定宽带试用人数，2010 年以后将全面超越。

中国联通运营的 WCDMA 网络制式，其全球用户数在 2008 年 3 季度已经达 2.62 亿，其中无线数据卡用户约占 20%，约 5000 万。在国内，近两年无线上网卡增长速度超 50%。

#### 中国联通布局无线数据终端

据中国联通内部人士透露，中国联通无线数据终端战略将采用统一规划，突出重点，不断丰富和完善产品线的方针进行。在初期，以无线上网卡和无线上网本产品为主，多功能网关(含办公及家庭)及行业应用终端(含无线视频监控、无线 ATM 及 POS 机)会在时机合适时陆续推出。

据了解，首批的 3G 上网卡为三款，分别是华为的 E180、E1753；还有中兴通讯的 MF637U。这三款上网卡都支持下行 7.2Mbps、上行 5.76Mbps 的速率。

5 月 17 日首批上市的 WCDMA 上网本也有三款，分别是联想 M10W、宏碁 Aspire One521H、三星 NC10。其中超轻薄型的宏碁 Aspire One521H 为首次在大陆地区销售。

同时，中国联通无线数据产品将采用标准化的礼品包方式推广。在礼品包中，

配套了上网卡或上网本与内含资费的 USIM 卡。用户只需购买一个礼品包就可以体验中国联通 WCDMA 高速无线数据业务，USIM 号卡不单售。

### 联通 3G 网采用 HSPA 技术，14.4M 下行速率

据悉，中国联通的建网原则是，3G 网络采用 HSPA 技术，重点区域设计为最高速率 14.4Mbps，上行速率为 5.76Mbps。在东部沿海城市要覆盖所有城市城区，县城城区和重点乡镇。中部省市要覆盖到所有城市城区，重点县城。西部省市要覆盖到重点城市城区。

建网重点区域包括机场到城区的高速、城际高铁、交通枢纽、5A 级和部分 4A 旅游景点；初期计划覆盖 74% 的中国人口。

据了解，中国联通在今明两年的资本开支合计约 1000 亿人民币，其中 2009 年占 600 亿。中国联通首批 WCDMA 基站为 8 万个，年底规模将达 20 万到 30 万。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 10 日

[返回目录](#)

### 中国联通 3G 通话略低于 2G 标准资费 0.36 元/分钟

近日获悉，联通 3G 资费已经确定，准资费为拨打电话为 0.36 元/分钟，接听免费。此前，2G 时代联通标准通话资费为每分钟 0.4 元

据悉，中国联通将针对 3G 业务推出多种套餐，实质上是大大降低了资费，所以，无法单纯对比 2G 通话资费和 3G 通话资费。

据了解，中国联通 3G 业务的基本月租为 50 元/月，拨打电话为 0.36 元/分钟，接听免费；漫游、短信等增值业务的费用则基本与 2G 网络相同，同时增加了 3G 增值业务/计费方式(可视电话、M/T 计费)。

针对 WCDMA 3G 业务，中国联通一共规划了 7 档资费标准，分别为 186 元、226 元、286 元、386 元、586 元、886 元和 1686 元，其中包括了一定的国内通话时长、可视电视时长以及相应的增值业务内容。

如果用户只申请 WCDMA 手机上网，中国联通提供了 6 档选择，分别是 2 元包 10M、5 元包 30M、20 元包 150M、50 元包 500M、100 元包 2G 以及 200 元包 5G，超出部分按 0.01 元/K 计费。

对于无线数据业务，中国联通提供了三档资费，分别是 150 元包 3G、200 元包 5G 和 300 元包 10G；采用全国统一资费，不分本地与漫游。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

### 中国联通 WCDMA 本周日试商用

近日获悉，5 月 17 日，中国联通运营的 WCDMA 制式的 3G 网络开始商用，商

用期间不设标准资费，而是推出 7 档资费标准。今年 9 月 1 日，WCDMA 网络将正式商用，届时联通才会考虑设置标准资费。

联通目前在 2G 网络上的后付费用户的标准资费是 0.4 元/分钟。但是，在 3G 试商用期间，联通将不设标准资费，而是规划了 7 档资费套餐，分别为每月 186 元、226 元、286 元、386 元、586 元、886 元和 1686 元，通过套餐降低了资费。套餐内不仅包括一定的国内通话时长，还包括可视电视时长以及相应的增值业务内容等。

据悉，联通将在 5 月 17 日试商用期间，WCDMA 手机以及上网卡将全部面市，但是，试商用制式只对全国 55 个主要城市进行友好体验的限量放号，邀请用户对 WCDMA 网络的稳定性进行测试，而参加测试的用户将得到话费和网费的大幅度优惠。

来源：新京报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 联通开展下代 PHS 升级试验，小灵通转行业应用

近日获悉，中国联通将与日本运营商 Willcom 开展为期两年的 XGP (neXt Generation PHS “下一代 PHS”) 网络升级实验。据悉，中国联通将提供基础设施、中国科学院提供实验检测设备，Willcom 则提供软件与网络解决方案。此次合作针对医疗机构与教育机构等公共场所的数据传输服务，主要应用于无线摄像机与感应器。

### 转型：PHS 涉足公共服务领域

XGP 技术是由 PHS 国际化推进组织在 2007 年 9 月标准化的高速大容量无线通讯体系，采 OFDMA/TDMA/TDD 接入方式。

目前，日本运营商 Willcom 已获得了日本高速无线通信 (BWA) 牌照，并引入 OFDM 等 4G 技术继续发展 PHS 网络。Willcom 已在日本东京地区进行 XGP 试运行，并计划于 2009 年 10 月在东京、大阪与名古屋正式推出名为 “WILLCOM CORE” 的商用服务。

据 Willcom 介绍，“WILLCOM CORE” 服务主要特色就是，将无线摄像机和传感器联接到 WILLCOM CORE 网络中。服务将应用于防灾、旅游、环境保护与农业监控。

中国联通与中国网通重组整合后，正面临小灵通网络的处置问题，而通过本次与日本运营商 Willcom 的合作，联通正有步骤有计划的实现 PHS 网络的转型。

### 设想：小灵通 2 年后转型，继续服务公众？

2009 年 2 月，工业和信息化部正式下文要求所有占用 1900-1920MHz 频段的无线接入系统在 2011 年底前完成清频退网工作，以确保不对 1880-1900MHz 频段

TD-SCDMA 系统产生有害干扰。1900-1920MHz 频段正是目前小灵通网络使用的频段，这意味着小灵通网络将在三年内关停。

有专家指出，如更换频段后，把现有小灵通网络改造成成为专用无线传输网络，应用于医疗、安全监控等公共服务，运营商千亿的基础设施将摆脱闲置的命运。调查显示，国内小灵通基站已达到 100 万，小灵通基站高密度部署形态完全可满足公共数据服务传输要求。

据悉，经过两年的实验准备后，2011 年联通的新一代 PHS 技术水平将能够达到商用条件。

来源：中国通信 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

### 联通向合作企业预约放号

近日获悉，联通已为即将到来的 5.17 放号播出了序曲，开始向合作企业和员工预约放号。联通原计划于 4 月 28 日开始网上营业厅 3G 号码预约选号业务。当时的计划是分为几个阶段。第一阶段，联通 55 个 3G 建网城市于 4 月 28 日开始在网上营业厅预约放号，用户从 4 月 28 日早上 8 点至 5 月 15 日晚上 24 时可在网上营业厅预约 186 号码及套餐，5 月 17 日早上 8 点至 5 月 20 日下午 17 时，用户必须去预约的联通营业厅办理开户手续，否则预约号码作废。第二阶段，5 月 17 日 8 点，用户可以到联通网上营业厅选择 186 号码、套餐、预约营业厅，填写资料后于次日下午 17 时之前，携带身份证去联通预约营业厅办理开户手续，营业员在系统中给用户办理开户手续。第三阶段，联通开通电子销售渠道，可网上选择 3G 号码和套餐后在线支付，由各地电子渠道营销人员开通业务并配送。

不过，由于各种原因，该预约放号实际上并未执行。虽然如此，知情人士透露，联通其实已在向合作企业在优先预约放号。

据悉，联通已向一些其合作企业发出一份《关于公司合作企业及员工优先预约 3G 套餐业务预约受理工单》，试着向这些合作企业及员工先预约放号。这些企业包括联通的一些设备提供商及其它较大的供应商，似乎是大客户先行。业内预计，5 月 17 日，中国联通还可能向公众推出预约放号，一场拼抢号码可能难免。

来源：中国信息产业网 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

### 【其他地区运营商】

#### 入华在即 IPHONE 要“吃掉”联通

随着电信日的到来，关于 IPHONE 进入中国的猜测甚嚣尘上。当事人中国联通针对坊间传闻讳莫如深地表示：正在谈判中。这更让 IPHONE 入华添上几分神

秘色彩。

按理，IPHONE 入华，是一件对双方都是十分利好的事情，为什么一波三折，好事多磨呢？这是由于 IPHONE 的经营模式造成的。如果 IPHONE 是一款单纯的产品，入华就是一件十分容易的事情，交给运营商代卖，双方按协商比例分配，各取该得利润既可。如果有这么简单的话，中国移动早就把 IPHONE 这个香饽饽据为己有了。

但事情并没那么简单。观察家认为，IPHONE 的运作模式十分霸道，对产业链上的利益都要强势染指，即使是运营商都要看他脸色，被施舍一点残羹冷炙。

目前，我国运营商在手机产业链上扮演的是一个“掌门人”的角色，集内容和应用供应商，单一、综合和整合服务商，平台运营服务商，网络运营商，客户端服务商于一体，各个环节都是由运营商说了算。如果接受 IPHONE 及其运作模式，世界就要改变模样了。IPHONE 的运营模式是集内容应用等资源拥有和供应商，特定业务服务商，综合服务商，服务整合提供商于一体，以及拥有门户选择控制，客户界面控制，客户需求把握等功能，完全实现了 Internet 互联网应用和基于 iTunes 的增值应用。这种运作模式使运营商原有的平台运营服务完全互联网化，从而彻底与移动运营商无关。在 iPhone 手机运营价值链中，移动运营商几乎放弃了除“客户接入控制”之外的所有价值链环节控制权，从而基本上沦为简单的“通道”角色。IPHONE 这种运作模式帮助 Apple 实现了从内容-业务-服务提供-客户需求掌控在内的前后端一体化整合。这或许正是 IPHONE 的产品价格并不高的原因所在——因为按照这种模式，本来由移动运营商控制的产品买卖完成后时代产生的滚滚红利将改由苹果来控制，这正是乔布斯的厉害之处，也是让移动运营商心寒齿冷的地方。

或许正是由于 IPHONE 这种强势的运营模式，让移动运营商处于极度尴尬的位置，中国移动才宁愿舍弃代理 IPHONE 所能带来的大把真金白银的机会，都要把 IPHONE 拒之门外。IPHONE 也只能退而求其次，转向与联通谋取进入中国市场的通行证。

分析认为，中国联通与 IPHONE 如能达成协议，归根到底是一纸“不平等条约”，虽然目前中国联通在 3G 竞赛中，落后于中国移动和中国电信，目前迫切需要一款强势的产品来壮大“军威”，虽然引入 IPHONE 可以助联通一臂之力，但从长远来看，是引狼入室，得不偿失，联通引入 IPHONE 或许让自己沦为一个单纯的渠道商角色，从而丧失对产业链的掌控大权，那时候，常小兵就要看乔布斯的脸色行事了。

来源：人民网 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 意大利电信澄清：不会与西班牙电信合并

意大利电信上周六否认了《晚邮报》(Corriere della Sera)有关公司管理层与两大股东商谈与西班牙电信合并事宜的报道。《晚邮报》称，意大利电信上周与 Intesa Sanpaolo SpA 和 Mediobanca SpA 高管进行了会谈。Intesa Sanpaolo SpA 和 Mediobanca SpA 各持有意大利电信控股股东 Telco 10.6% 股份。Telco 持有意大利电信 24% 股份，西班牙电信持有 Telco 42.3% 股份。意大利电信在一份声明中称，目前不存在任何意大利电信和西班牙电信合并的计划。

《晚邮报》称，根据计划，西班牙电信股东将持有合并后公司 65% 股份，意大利电信股东持有 35% 股份。尽管并不反对，Intesa Sanpaolo SpA 和 Mediobanca SpA 对意大利电信和西班牙电信合并计划并不热心。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 10 日

[返回目录](#)

## AT&T 将以 23.5 亿美元收购 Verizon 部分资产

美国最大的电信公司 AT&T 于近日宣布，将以 23.5 亿美元的价格收购美国移动运营商 Verizon 无线的部分资产。这些资产位于美国境内 18 个州，覆盖 79 个主要的农村地区。

由于在收购 Alltel 集团时遇到相关部门的阻挠，Verizon 被迫出售这些服务覆盖区的资产。这些地区主要是 Alltel 与 Verizon 的服务重叠区，也有部分 Verizon 服务覆盖区和 Rural Cellular 服务覆盖区。Rural Cellular 也是于去年被 Verizon 收购的运营商。

通过这一交易，AT&T 将获得无线频率的运营许可、大量通信基站和 150 万名用户。由于 AT&T 的网络与 Alltel 和 Verizon 的网络并不兼容，因此这些用户不得不更换电话，转而使用 AT&T 的网络。

AT&T 表示，这笔交易有望于今年第四季度完成。交易完成之后，AT&T 将用不到一年的时间用自己的网络技术覆盖这些地区，这大概需要 4 亿美元的投资。受影响的州包括阿拉巴马、亚利桑那、加利福尼亚、科罗拉多、爱荷华、堪萨斯、密歇根、明尼苏达、蒙大拿、内布拉斯加、内华达、新墨西哥、北达科他、南达科他、田纳西、犹他、弗吉尼亚和怀俄明。

同时，根据这一交易，AT&T 同意以 2.4 亿美元的价格向 Verizon 出售 Centennial 通信集团五个服务覆盖区的资产。AT&T 于 2008 年 11 月宣布拟收购 Centennial 通信集团，这一交易正在等待相关部门的批准。AT&T 希望出售 Centennial 资产的决定能够加快有关部门的批准速度。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 10 日

[返回目录](#)

## 德意志电信一季度净亏 14 亿美元，3G 业务现曙光

近日，德意志电信（NYSE: DT）发布了该公司 2009 年第一季度财报。财报显示，受经济危机影响，德意志电信 2009 年第一季度净亏损 14 亿美元，而去年同期为净利润 12 亿美元。

德意志电信仅在英国市场就亏损了 24 亿美元。2009 年第一季度，德意志电信旗下的 T-Mobile 英国运营部门流失了 11.1 万名用户，从每位用户获得的平均营收也由一年前的 35 美元下跌至 28 美元。德意志电信表示，英国市场遇到的困难是由于“严重的经济下滑和激烈的竞争”导致的。

英国运营部门并非唯一遭遇困难的公司。德意志电信旗下波兰运营部门也遭遇了严重的业绩下滑，德国运营部门在第一季度流失了 11.8 万名用户。不过，德意志表示，公司总体形势仍然保持稳定。

2009 年第一季度，被德意志电信寄予厚望的 T-Mobile 美国运营部门的营收为 54 亿美元，净利润为 3.22 亿美元，较去年第四季度的 4.83 亿美元有较大下滑。不过，美国运营部门仍发出了一些积极的信号，因为该公司是唯一授权运营基于 Android 的 G1 智能手机的美国运营商。G1 手机与谷歌的网络服务联系紧密。在 6 个月时间里，T-Mobile 在美国售出了 100 多万部 G1 智能手机。

德意志电信表示，由于无线业务的发展，T-Mobile 的服务营收增长了 4%。在移动宽带布局方面，T-Mobile 落后于竞争对手 AT&T、Sprint 和 Verizon，但公司希望能够通过大力布置 3G 业务增加服务营收。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 日韩移动互联网企业布局中国 3G 静待资费变化

中国发放了 3 张 3G 牌照之后，日本、韩国等国的移动互联网公司蠢蠢欲动，抢食中国 3G 蛋糕。日本、韩国的很多移动互联网公司都已经开始在中国布局，希望将其本国的成功模式在中国复制。

### 布局中国

根据 CNNIC 第 23 次《中国互联网发展状况的调查报告》，中国网民在去年年底已达 2.98 亿，普及率为 22.6%，而手机上网人数 1.176 亿，跟去年同比增速达 133%。而今年作为 3G 元年，手机上网已从传统软件企业金山转战移动互联网公司 UCWEB 董事长的雷军认为，到了 2009 年一开年就有两大重大的好消息，一是三大运营商重组之后，3G 牌照正式发放。二是手机上网资费的大幅度下降使手机上网用户迅猛增长。

也因此，包括日本、韩国、俄罗斯、欧洲等各国的公司都看到了中国移动互联网发展的潜力纷纷进入中国市场。

去年 2 月，日本最大的移动 SNS 公司 MIXI 悄悄地在中国上海建立了办公室。

MIXI 在日本的访问量仅次于雅虎日本，位居第二位，拥有 1500 多万用户。但是，要成功进入中国的社交网络市场并不容易。

进入中国是 MIXI 全球战略的一个重要部署，早在 2007 年 MIXI 高层就开始研究中国互联网市场，并极其关注中国的无线互联网领域。MIXI 曾想收购国内同类公司天下网进军中国，但由于价钱等方面的原因并未谈拢。在日本，MIXI 与 DeNA、Gree 的市值均在 10 亿美元左右，为日本排名前三大的移动互联网公司，其在日本的地位相当于中国的新浪、搜狐和网易三大门户。

其实，DeNA 的行动比 MIXI 更早，早在两年前 DeNA 就在北京设立了办事处，而 Gree 也已经加紧了在中国的调研，为建立办事处作准备。

与日本企业相比，韩国最大的社区网站赛我网日前宣布正式登陆中国，推出其中文网站。韩国 SKT 董事 Joo-ho Jeon 告诉 CBN 记者，近期，SK 电信还在中国投资了一家服装 B2C 网站千寻网，将其韩国的模式复制过来，并希望以后通过移动互联网业务，发展网络购物。

Joo-ho Jeon 介绍，中国无疑将成为亚洲最大的移动互联网市场，像腾讯每年能出售 10 亿美元的虚拟物品，韩国也有许多虚拟物品的出售，因此如果将韩国的业务复制过来，将能创造巨大的产值。

### 资费难题

虽然日韩企业正蜂拥进入中国，但中国移动互联网市场的未来发展却面临诸多难题。

日本、韩国数据服务占到运营商总收入的 20% 以上，而中国目前只有 10%。

中国运营商此前对第三方的移动互联网产业进行诸多限制，运营商对手机终端控制比较少，所以运营商无法提供多样化的服务，也没有办法严格控制终端的规格和软件的标准。

此外，目前资费成为移动互联网发展的最主要障碍。3G 门户等专业手机网站及多家第三方调查机构调查结果都显示，手机用户对手机上网最担心的就是资费问题。

3G 门户 CEO 邓裕强对 CBN 记者表示，根据调查，现在 80% 的手机上网用户偏向于手机网游、手机电视等耗费流量较大的无线应用，移动上网资费的降低会对这些业务有很大的刺激，也会吸引更多的用户用手机上网。

其实日韩企业进入中国市场只是先进行布局，不一定追求短时间内的的发展，他们在等政策和资费方面的变化，一旦有机会他们就会寻求突破。

中国在互联网和移动通信业务方面都走在世界的前列，可是在二者之间的融合上却非常落后，目前在国内企业中没有任何一家能将产品线涵盖移动与互联网业务的，同时中国也没有制定相应的标准。因此，国内的企业应多向日本取经：日本市场 5 年前就有了自己的标准、9000 万 3G 用户、6 亿美元的移动互联网广告市场、高于传统互联网三倍的移动互联网流量都是中国要认真汲取的。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

### 【诺基亚】

#### 诺基亚拟关闭西雅图地区 Ovi 服务办事处

近日获悉，全球第一大手机制造商诺基亚表示，为适应公司的最新业务变化，已决定不久后关闭其位于美国华盛顿州西雅图市郊的办事处。

2007 年期间，诺基亚曾收购美国网络内容共享服务公司 Twango，随后专门为 Twango 技术开发人员组建了西雅图地区办事处。诺基亚女发言人劳丽·阿姆斯特朗(Laurie Armstrong)周五称，在关闭西雅图办事处之后，将把受影响的员工转往离西雅图较近的其他诺基亚办事处。

诺基亚西雅图办事处负责人为 Twango 创始人塞丽娜·格洛弗(Serena Glover)。阿姆斯特朗证实，格洛弗本人已于最近离职。

就在去年期间，诺基亚还希望提高其西雅图办事处的规格，以帮助诺基亚开发其在线信息网络服务 Ovi Share。虽然阿姆斯特朗没有透露将有多少员工将受关闭该办事处影响，但格洛弗去年曾透露，西雅图办事处新搬进一座新办公大楼，该大楼将容纳 125 名员工。

关闭西雅图办事处的决定，是诺基亚最近所宣布市场策略的重要组成部分。根据诺基亚前不久宣布的计划，该公司将在全球范围内再裁员 450 人。自今年开始以来，诺基亚裁员总量已超过 2000 人。

近年来，诺基亚一直在积极开发新型手机服务业务，有时会因此面临同其运营商合作伙伴展开市场竞争的风险。诺基亚近日称，其手机应用程序商店 Ovi 将于本月底正式上线，届时该商店提供下载的手机应用程序将达数千款。业界人士认为，诺基亚推出其 Ovi 在线商店，目的就是向苹果应用程序商店发起挑战。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 09 日

[返回目录](#)

## 诺基亚推出首款 3G 手机

日前，诺基亚面向中国内地推出了第一款 3G 移动终端——诺基亚 8208，掀开了在中国 3G 发展的新篇章。作为移动通信行业的领导者，诺基亚支持所有的 3G 标准。而首款进入中国市场的 3G 手机选择的是中国电信的 CDMA2000 技术标准。

诺基亚全球副总裁邓元鋆先生表示：“诺基亚 8208 是我们与中国电信合作的产物，这是我们在中国迈出的又一个 3G 步伐。作为移动通信行业的领导者，诺基亚一直深刻感受着中国 3G 发展的脉搏，诺基亚将继续加快移动应用和服务的发展，并持续通过多样化的移动终端为用户带来个性的 3G 体验。”

诺基亚 8208 造型圆润，采用双向滑盖设计，并带来一系列强大的娱乐功能。通过专用音乐播放键，可以快捷地接入移动音乐世界，同时，它还支持高达连续 20 个小时的音乐播放。为了轻松存储大量音乐，它的存储卡插槽支持 16GB 扩展存储空间，最高可存储约 4000 首歌曲。当与朋友联系的时候，还可以为联系人添加照片，以便快速识别来电者。通过 300 万像素相机，可以快速、清晰地捕捉生活中的精彩瞬间。

诺基亚表示，将继续与移动运营商紧密合作，将更多支持 WCDMA、CDMA2000 和 TD-SCDMA 标准的 3G 终端带给消费者。

来源：重庆晚报 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

### 【爱立信】

## 爱立信提供多项移动互联网方案，与客户同转型

爱立信公司近日高调展示了其移动互联网领域的一系列应用方案，包括社交门户、Web 网关解决方案等在内的爱立信应用技术，能够帮助其和客户一同转型成为移动互联网供应商。

随着 3G 的引入所带来的移动宽带快速发展，电信、互联网及媒体的融合日益加速。在这一趋势下，通过手机访问各种互联网业务，如网页浏览、即时通讯、Skype、YouTube 和网络游戏等，正在越来越多的用户当中得到普及。在许多国家的移动宽带网络中，大部分流量都来自移动互联网应用。移动终端也逐渐从普通的通信工具发展成为综合的信息工具，并且逐渐成为个人生活中不可或缺的一部分。

在这样的背景下，如何为用户提供个性化、丰富多彩的移动互联网应用以及最好的使用体验，成为运营商面临的最大挑战。

凭借多年的积累及持续的创新，爱立信围绕移动互联网应用打造了一系列解

决方案，助力运营商从业务模式创新、完善优化用户体验和打造高效业务支撑环境三方面来把握移动互联网所带来的商机。

### 社交媒体门户实现业务模式创新

社交业务（SNS）无疑是近年来最热门的互联网业务之一。据统计，在2008年全球有40%的互联网用户使用社交业务，而这一比例在2012年将上升至70%。伴随着3G的发展，越来越多的用户通过手机来访问社交业务，有些终端设备厂商也开始基于终端内嵌提供社交业务应用。

运营商意识到了移动社交业务在刺激网络流量、提高用户忠诚度、完善用户体验等诸多方面的优势，因此也在尝试以多种形式来涉足社交业务。有些运营商考虑基于自身的用户群来创建其自有的社交服务，但由于这类封闭式应用的局限性，此类尝试均反响平平。而另外有些运营商开始尝试与互联网社交业务提供商如MySpace等合作，为其提供基于移动网络的“聚合”功能，例如在手机上提供访问该社交网站的门户、同步用户数据等。这样的合作虽然可以在一定程度上拓展最终用户的业务体验范围，但却将运营商的角色局限在了价值链的一个小环节上。

爱立信的社交媒体门户（Social Media Portal）则可以帮助运营商成为整个泛互联网社交业务生态系统的一个活跃参与者。用户利用任何手机都可轻松便捷地与无论是电信网还是互联网上的好友互动。该解决方案无需客户端下载，便于使用，可以将终端用户的通讯录/联系信息与其互联网社交网络图进行相互映射，同时还提供了一系列功能支持用户发布自创建内容、与其他好友进行交互，并访问在各种不同网络社区上所生成的实时内容。这些多媒体内容及用户个人信息可通过统一的后台存储功能自动备份，进行本地保存。

爱立信的社交媒体门户通过Pix18r协议，可实现跨不同运营商网络的用户之间的社交，并集成了现有的基于互联网的社交站点以及一些开放的WEB2.0网站，通过互相开放和绑定，构成了一个基于用户关系的、比任何现有社交网络都更庞大的信息共享新“网络”。随着用户越来越倾向使用移动设备来使用社交服务，运营商所提供的社交媒体门户也必将在整个“网络”中占据越来越重要的位置。这种白标门户解决方案为移动运营商带来了大量商机。运营商可以通过精细化的用户区分及用户内容投放创造广告收入，同时减少客户流失，提升品牌定位。此外，该解决方案还将提高MMS、视频呼叫等数据业务流量以及网络门户的流量。

### 商用化的WEB网关方案

随着移动网络速率的不断提升以及终端能力的增强，通过手机访问互联网的用户比例日趋增大。目前，国内的移动互联网访问服务和国外领先移动运营商的商用业务相比，还存在着相当的差距。这些问题包括“缺乏对快速增长的移动互

联网业务的控制”、“无法拓展移动互联网业务访问收入”、“无法跟踪用户的使用行为和提供使用纪录”、“中低端手机的使用效果不佳”、“部分浏览器厂家和门户网站提供移动互联网的适配服务导致运营商沦为移动互联网通道”。

爱立信的 WEB 网关方案能够帮助运营商解决上述问题，而且该方案是一套成熟的商用化系统，已经在全球 3G 网络上部署了 66 套系统。这套解决方案除了能够帮助国内运营商快速提升用户体验之外，还能够通过与移动广告的结合来帮助运营商增加业务收入。其所提供的功能主要包括手机测试数据、可视化管理手段等几个部分。

移动互联网访问的核心是解决手机终端问题，每年国内市场上都有上千款手机在销售，如何让这些软硬件配置千差万别的手机都能快速正常浏览移动互联网的内容，是令所有移动运营商头疼不已的问题。爱立信 WEB 网关解决方案已包含全球最大的超过 2800 款手机终端访问移动互联网的实际测试数据，并提供自测服务，允许运营商针对网内的新增手机类型自行进行测试添加，添加后网内所有的此款手机用户都能得到很好的服务。

以往实现移动互联访问控制，包括各种控制和显示页面的配置，最麻烦的要属技术细节、协议，以及旷日持久的编写代码、测试。爱立信 WEB 网关提供了一套可视化编程工具，大大简化了编程和维护人员的工作量。各种配置可以通过图形化界面来设置，编辑完成后即可直接上线使用，大大降低了移动互联网访问控制的技术门槛。

爱立信 WEB 网关解决方案有一整套对广告提供商和广告发布的管理手段，可以根据用户偏好，在浏览过程中插入个性化广告，实现精准投放(如在体育类信息服务中使用体育用品广告)；或者基于规则定义广告动态插入的位置、时段、条件、频度等(如按时间段自动更换广告内容)；还可在页面浏览中动态加入运营商标识或其它预定内容。移动互联网广告服务已经成为运营商新的业务收入增长点。

### **EADC 终端业务自动配置系统**

移动数据业务，包括移动互联网业务，通常需要进行用户终端设备的正确设置，以及网络侧业务能力的支持和激活。研究显示，很大一部分用户不能成功使用某项业务的原因是终端配置错误。爱立信 EADC 终端业务自动配置系统，能够实现完全自动的终端类型识别，并通过 OTA 协议等方式实现广泛的用户业务终端自动配置功能，从而使得用户不需特别的指导和设置，就可以非常方便快捷地使用移动终端访问移动互联网应用。而且，对于运营商而言，在业务逻辑设置好之后，无需人工干预，也大大降低了运营成本，优化了运营收入。

爱立信 EADC 自动终端设置系统支持的用户业务类型包括：GPRS 连接设置；

WAP 浏览设置； HTTP 浏览设置； 流媒体设置； 邮件设置； 即时消息、 呈现、 聊天等应用设置等。

目前， 爱立信的 EADC 系统支持超过 1500 个品牌、 近 27000 种终端类型的自动识别（截至 2008 年第二季度）， 这个终端数据库还在不断扩展中， 基本每两周就会有一次数据更新。 而且， 爱立信的 EADC 系统已经在全球超过 100 个运营商的网络上进行了商用部署， 覆盖的用户数超过 3.5 亿（截至 2008 年第二季度）， 得到了最为广泛的认可。

### 视频互通网关应用

视频业务不仅是互联网的主要应用之一， 同时也是 3G 的热门应用。 固定视频终端、 PC 视频客户端、 即时消息客户端、 视频会议系统、 视频流媒体系统等各种视频应用均需要具备与 3G 视频手机集成通信的能力， 但真正完成这一对接集成， 离不开高性能、 高开放性的视频互通网关。 爱立信作为 3G 技术的业界领导者， 以多年的研发积累和实施经验为依托， 能够提供完整的视频通话业务解决方案， 将各种增值应用有机地结合起来， 帮助客户部署最完善和高效的视频呼叫平台。

爱立信从 2002 年起已开始致力于视频互通网关的开发工作， 目前已在全世界 40 个国家的 3G 网络上部署超过 100 套视频互通网关 ViG， 市场份额全球第一。

爱立信是业界最早进行业务网络架构基础研究和标准化方面工作的厂商， 于 1999 年提出了业务网络框架（SNF， Service Network Framework）的系统架构体系。 爱立信在第三代移动通信标准化伙伴项目（3GPP）、 万维网联盟（W3C）、 开放移动联盟（OMA）、 开放系统联盟（OSA/Parlay）和自由联盟中都起着积极的领导作用。 据国际上权威信息调查机构的数据， 不论是 SDP 市场份额还是厂商的持续竞争力方面， 爱立信都排名第一。 在此基础上， 爱立信和多个电信和 IT 业界的领先厂家共同试点和实施 SDP， 推进了 SDP 在全球移动网络和固定网络中的发展。 我们把 SDP 框架涉及的众多协议试验成功后提交到相应的标准化组织， 作为规范在全球范围内发布和使用。 在中国， 我们为多家运营商提供了商用的综合业务管理平台， 同时也根据各个运营商的不同实际情况开发 SDP 平台或集成其现有 SDP 平台。

爱立信 SDP 提供强大的第三方合作伙伴和业务管理。 平台不但能够管理运营商自营业务， 还支持对合作伙伴的业务（包括放置在爱立信平台上的托管业务）进行有效审核发布和交易管理。 另外， 爱立信 SDP 还能提供相应的接口， 支持平台管辖之外的系统进行多种方式的融合互通， 如广告服务、 交易互联等服务。

此外， 爱立信 SDP 提供了一套图形化界面的可视编程工具， 代码可以自动生成， 编辑完成后即可直接上线使用， 适合运营商的管理人员管理控制大规模的移

动互联网系统。另外，爱立信 SDP 编辑工具中还包含了强大的业务规则配置工具，技术人员不用再重复编制代码和脚本，就能灵活配置不同客户品牌、不同终端种类的用户在访问相同地址时，看到适合自己的最佳展示界面。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 爱立信为印度首次实现家庭高速光纤互联

爱立信近日宣布，通过与印度领先的物业管理解决方案公司签订里程碑协议，其光纤技术首次将高端数据、电视和通信业务送入印度的千家万户。这意味着，爱立信在这个正在迅速繁荣起来的国家迈出了为家庭用户实现高速连接的第一步。

在新德里附近一座有 3,000 户居民的大厦中，人们正在享受个性化的高清 IPTV、视频点播和其他先进的娱乐业务。在大厦的公共区域和花园，他们可以 100Mbps 的速率下载数据内容，接入 Wi-Fi。有了包括千兆无源光网络（GPON）在内的爱立信高速光纤接入解决方案，自动照明、电费的电子付款和保安服务也正在成为可能。爱立信宽带接入网是一个开放的网络解决方案，使住户能自行选择互联网服务提供商及其业务内容。

充满活力的印度市场对宽带业务的需求正在迅速增长。爱立信印度及斯里兰卡公司总裁 Gowton Achaibar 预计，光纤到户（FTTH）技术将得到广泛应用。

Achaibar 表示：“房地产开发商和物业管理公司意识到，高速宽带接入到户是一项实现差异化的增值服务。令人满意的用户体验、更高的便利性以及迅速增长的庞大电信市场都表明 GPON 在印度具有巨大潜力。”

与物业管理服务供应商 Radius Synergies 签署的这份合同，是爱立信与印度房地产业客户签署的第一份此类协议。Radius Synergies 总裁兼董事总经理 AK Singh 表示：“这是一项巨大的成就，对印度经济发展意义重大，如果没有爱立信的平台技术和解决方案，这一切都不可能实现。爱立信解决方案让我们能经济高效地向住户提供卓越的通信体验。”

爱立信的端到端光纤接入解决方案包括目前市场上最高性能的 EDA 1500 GPON 系统、Micronet 和 Ribbonet 充气式光纤和微缆解决方案。该合同还涉及对 Radius synergies 的项目实施、系统集成、咨询、培训和支持服务。

GPON 网络使消费者能够使用多业务融合，让运营商能够通过爱立信深光纤接入网提供一系列产品，如语音、数据和视频，以及在线家庭激活（connected-home activation）、安全和照明控制等相关业务。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 【中兴】

### 中兴获评 3G 设备最具竞争力企业

近日，工信部委托赛迪顾问进行发布了《中国 3G 产业链竞争力研究报告》，中兴通讯在 3G 设备方面，研发、产品、品牌、商用等综合实力表现突出，获评“2009 中国 3G 产业通信设备领域最具竞争力企业”。

2008 年，中兴通讯在中国移动、中国电信、中国联通前期举行的首期 3G 招标中，除了在 TD 和 CDMA 市场继续保持领导地位之外，在 WCDMA 产品上取得突出成绩，进入包括广东、福建、山东、天津等发达地区在内的全国半数以上省级市场，截至目前在供货、施工进展方面处于领先地位。根据 Ovum 报告，按载频计，中兴通讯在国内市场获得 3G 市场综合份额约占 29%，位居第一。

报告认为，虽然全球经济环境较差，但中兴通讯仍处于稳健发展期，在国内 3G 市场的成功为全球发展奠定了坚实基础。中兴通讯已经在 TD-SCDMA 领域取得领先地位，在 CDMA2000 领域逐步获得领导地位，在 WCDMA 领域成长为主流设备商，通过与澳电、中国联通等全球大型主流运营商的合作，WCDMA 全球竞争力将进一步增强。

据析，值得关注的是，中兴通讯等国内企业对 LTE 正在进行大量投入。中兴通讯不仅在 TDD 领域具有很强竞争力，在 FDD 方面也具有很强的发展实力，已经成立了一支超过 2000 人的研发队伍投入到 LTE 和 4G 的研究中。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

### 中兴通讯第一季手机销量增三成达到 1000 万部

中兴通讯的手机销量达到 1000 万部，同比增长 30%多，其中 CDMA 手机的发货量就达到 350 万部。最新公布的数据显示，今年一季度全球手机销量同比锐减 13%，为历年来最大滑坡。市场占比最大的诺基亚销量下滑近 20%至 9320 万部，摩托罗拉与索尼爱立信手机销量则分别下滑 46%和 35%，至 1470 万部和 1450 万部。而中兴通讯则逆势实现三成多的销量增长，发货量跃至全球第六位。中兴通讯在今年一季报里也表示，受益于国内 CDMA 手机及国际市场 3G 手机销售增长，手机产品收入同比增长 22.2%，已经成为公司仅次于运营商网络收入增速最快的产品。

来源：新闻晨报 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 【华为】

## 华为爱立信印度交锋分食 60 亿美元大单

GSM 设备中外两大巨头——华为、爱立信，再次于印度交锋。5 月 10 日，印度电信运营商 BSNL 公司 9300 万线的 GSM 和 3G 设备商名单出炉，爱立信、华为成为两家仅有的供应商。

在经济寒冬中，全球最大的单个合同，由华为和爱立信这对“宿敌”分享，合同价值为 60 亿美元。

BSNL 将竞标市场划分为四个区域，爱立信赢得北区，华为赢得西区和南区，东区由两家共同成为候选供应商。

其他竞标者如中兴通讯、诺基亚西门子和阿尔卡特朗讯，都在竞争中落选。

由于三个地区只有一个有资格的厂商，这意味着 BSNL 已经接受了爱立信和华为的设备和相关报价。

但 BSNL 还不能立即签署合同，还要等待印方提供对相关设备商的安全审批。印度将成立一专门委员会，对竞标者进行涉及国家安全的评估。

近年来，爱立信、华为经常在同一竞标场合胜出。2003 年，爱立信全球市场份额为 33%~34%，目前已经增长为 43%~44%。爱立信 CEO 思文凯曾表示，华为增长的份额主要来自其他陷入困境的设备商，而非爱立信。

分析表示，华为凭借 2008 年收入 183.3 亿美元，连续第二年成为第四大电信设备商，但若华为增速不变，今年将成为仅次于爱立信的第二大电信设备商。

据华为印度公司资料，2008 年公司分别在无线、光纤网络、核心网等领域突破，先后与 Reliance 电信、TaTa 电信等主流运营商签订了包括 GSM、CDMA 在内的设备及服务合同大单，全年合同总额逾 20 亿美元，实现销售收入 13 亿美元。华为内部人士表示，印度市场对于价格比中国更敏感，价格战更激烈。华为 1999 年进入印度，最初几年其市场规模一直未有大突破；2006 年、2007 年销售收入分别达到 2 亿和 6 亿美元，最终使印度成为华为最大的海外销售市场。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 华为解决方案助美洲移动商用 2G/3G 融合网络

华为技术有限公司（“华为”）与拉丁美洲顶级移动运营商 América Móvil（“美洲移动”）近日联合宣布，双方已在巴拿马正式商用全球首个基于 SDR 技术的 2G/3G 融合网络。凭借华为领先的 SingleRAN 解决方案，目前 AM 能够在 1900MHz 频段上同时为其 GSM 和 WCDMA 用户提供优质的语音服务和丰富的数据业务。

美洲移动是拉丁美洲第一大移动运营商。此次华为为 AM 巴拿马提供包括接

入网、核心网建设以及运营维护等服务。华为基于 SDR 技术的第四代基站设备将同时为 AM 终端用户提供 GSM 和 WCDMA 通信服务。同时，采用华为 SingleRAN 解决方案，当 AM 的 GSM 和 WCDMA 用户发生变化迁移时，AM 仅仅通过改变软件配置即可实现更加灵活、高效的网络运营和管理。

“我们非常荣幸能够利用我们领先的 SingleRAN 解决方案为美洲移动商用全球首个基于 SDR 技术的 2G/3G 融合网络。” 华为拉美地区部总裁张顺茂先生表示，“华为于 2008 年全球率先推出 SingleRAN 解决方案，可帮助运营商实现从设备融合、站点融合到运维融合在内的整个无线接入网络层面的多制式融合部署，帮助我们的客户实现网络价值最大化。”

除了在不同制式之间实现基站、基站控制器和站点的融合之外，华为 SingleRAN 解决方案还提供了统一的无线资源调配，统一的传输资源管理、以及统一的网规网优和运营维护，为客户提供长期的可持续竞争力，持续降低 TCO 和最大程度的优化人员配置。

SDR 是实现射频融合的一种技术，通过软件升级实现切换。现阶段能够实现相同硬件在同频下的不同无线技术并发。早在 2008 年 4 月，华为 SDR 已经亮相美国 CTIA 展，展示基于 SDR 的 WCDMA/LTE 和 CDMA/LTE 双模技术。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 任正非论技术自主和拿来：新开发超 30%是浪费

华为技术有限公司，一个总部设在中国深圳的国际电信设备商，2008 年提交了 1737 项 PCT 国际专利申请，超过了日本的松下和飞利浦。” 1 月 27 日，世界知识产权组织 (WIPO) 在其网站上公布 2008 年全球专利申请情况时，如是表述。

但是，“全球专利申请第一”的光环以及蜂拥而至的媒体报道，却让华为深感忧虑。

华为的忧虑逻辑，或许可以从华为总裁任正非早在 2007 年 1 月的一次内部讲话中窥探一二。当时，任正非在内部讲话中曾如此反驳“唯技术论”的荒谬——为了克服发展障碍，“我们也不全靠自主开发，因为等自主开发出来了，市场机会早没有了，或对手已在市场上构筑了优势，我们却没法在竞争的市场上获利，所以，我们经常采用直接购买技术的方式来缩短差距并构筑领先”。

“我们看中的并不是那些(专利)数字。” 5 月 4 日，华为副总裁、公司首席法务官宋柳平强调，“我们不想给大家一个错误的概念，即过度强调所谓的‘自主创新’和所谓的‘自主知识产权’。这是因为过度强调是灾难性的，我们在这上面尝过苦头。”

宋一再强调说，公众应该在全球专利数据中注意到“华为榜样”背后的真相，

即：华为除了通过自主开发技术提升竞争力，亦从未拒绝过以开放的心态，“站在巨人肩膀上”去获取商业的快速成功。

“我们去年付出的专利许可费用是 2 个多亿美元，可是我们换来了 200 多亿美元的合同销售额，狭隘和封闭的‘自主创新’意味着高成本，必然使企业陷入巨大的风险。”宋柳平说。

### 华为的知识产权价值观

世界知识产权组织在 1 月份公布华为 2008 年位列全球专利申请榜首的消息后三个月，华为公布了其 2008 年财报。该财报显示，在全球经济增长乏力的 2008 年，华为全年销售额达到 183.29 亿美元，同比增长 42.7%；净利润达 11.5 亿美元，同比增长 20%，轻松跃进全球移动设备供应商“前三”的行列。

让宋柳平苦恼的是，这两条信息被公众进行了“因果关系”的解读，并成为“三流企业卖劳力，二流企业卖产品，一流企业卖专利”的简单例证。

而在华为看来，这个带着狭隘英雄主义的论断，并不能代表华为在创新以及知识产权战略上的核心价值观。

任正非在多次讲话中，都表达了华为对未来全球知识产权格局的判断，“今天，由于技术标准的开放与透明，未来再难有一家公司或者一个国家持有绝对优势的基础专利，这种关键专利的分散化为交叉许可专利奠定了基础，相互授权使用对方的专利将更加普遍化”。

他一再强调，要在开放和学习的心态下，进行中国企业的知识产权积累，从而获得国际“俱乐部”的入门券。

“任总想向社会表达一种声音，过度‘自主’地创新，是危险的。”华为人士说，华为关于创新的核心思想是，如何解决企业的竞争力，满足“质量好、服务好、运作成本低、优先满足客户需求”这四点要求，而不过度强调是不是“自主”开发和创新，“那是个舍本求末的东西”。

在专利交叉授权甚至直接购买的基础上，华为并非无所作为，而是会针对容易被竞争对手忽略的客户需求，进行针对性的开发。

比如，2004 年，华为开发的一款 WCDMA 的分布式基站就是一个这样的例子。“这款分布式基站没有革命性的技术，也不存在过多的技术含金量，仅仅是工程工艺上的改进而已。”华为人士说，但是它却为华为的欧洲运营商客户每年节省了 30% 的场地租金、电费等运行、运维费用。由于这款产品解决了欧洲客户机房租金高、设备用电量大的难题，受到欧洲市场的欢迎。

宋柳平说，希望公众能更真实而客观地看待“华为榜样”背后，企业在知识产权上的进步与差距：一方面，华为从上世纪 90 年代中期开始为启动知识产权战略，至今已加入 91 个国际标准组织，并在其中担任一百多个职位，累计申请

专利 35773 件，近年专利申请量开始进入全球领先行列；但是，另一方面，华为与爱立信等欧美“百年老店”仍有着较大差距，“在欧洲和北美，我们的专利授权目前只是 1000 多件，竞争对手们有的是一万件或几万件”。

“必须尊重知识产权需要一个长期积累过程这样一个客观事实。”宋说。

### “自主”与“拿来”的商业杠杆

上世纪 90 年代中期，华为进入快速增长轨道之时，公司也同时启动了规模研发投入。

据宋柳平回忆说，华为最初对“创新的根本内涵”理解也是模模糊糊的，以至于华为早期在工程师文化引导下开发的交换机和传输设备遭到了运营商的大量退货和维修要求，因为这些产品过度地强调了“自主创新”，而忽视了通讯产业“对已成熟技术的继承是提高产品稳定和降低成本的关键”这一基本事实。

“那一年，为了解决这个问题，我们内部搞了一个‘反幼稚病’活动，我们把从运营商退回来的设备单板和由大量为运营商作维护的往返机票，‘奖’给了研发人员。”宋柳平表示，在此之后，华为开始了以客户需求为导向的创新，这种创新更强调对成熟技术的继承，“人家花了那么多精力投资搞的技术开发的成果，为什么要放弃不用，完全自己搞一套，那实际上是死路一条”。

在这个持续多年、关于创新的“反幼稚病”活动中，任正非曾在内部的一篇名为《任总看创业与创新》的讲话中，总结了“自主”与“拿来”的关系——“在我们未进入的一个全新领域进行产品开发，对公司已拥有的成熟技术以及可以向社会采购的技术利用率低于 70%，新开发量高于 30%，不仅不叫创新，反而是浪费，它只会提高开发成本，增加产品的不稳定性。凡是说：我的项目全部都是我做，未利用别人的成就，这种人一定不能加薪。”

这场反思后来成为华为于 1996 年引入 IBM，对公司产品开发流程进行改革的直接动力之一。从 IBM 引进的集成产品开发 (IPD) 及集成供应链管理 (ISC)，就是为了避免公司在产品开发上被过渡“技术导向”和过渡“创新”所误导，从而背离了“客户需求导向”的出发点。

“原来的开发模式是分离的开发模式，就是说我们的技术部门根据技术的发展情况设定技术路标，产品开发部门就根据技术路标去开发产品，再由市场人员提供给客户，进行推广销售。”宋柳平回忆说，华为深刻地感受到“技术引导”带来的危害性。

IBM 带来的集成产品开发思路，为华为带来了一种跨团队的产品开发和运作模式：市场部、采购部、供应链、研发人员、财务部门、售后等在产品立项阶段就开始参与，从而确保产品在最初立项到实现，全过程都是依照客户的需求而产生；与此同时，成本竞争力的考核也贯穿始终，系统地分析通过购买和自主开发

两种方式获得的技术对产品竞争力的影响。

“比如一个核心芯片，我们首先要看它是否能采购到，是否存在关键的技术瓶颈，如果自主开发以最终产品上降低多大的成本，同时自主开发是否会影响产品上市的周期。”宋说。

这场被任正非号召以“削足适履”的精神强制推行的管理变革，当时引发了公司上下强烈震动。据华为研发部门的“老人们”回忆，1997年，管理变革发起之时，很多主管离开原有岗位。这场变革除动摇了原有人事结构和职位评估外，更冲击到了原有研发技术核心人员的理念，过往研发策略和方向更依赖个人和资金，而新IPD流程更强调决策的流程化和组织化，强调研发为市场所主导。

事实上，任正非后来在公开场合也谈到过，这场持续而作风强硬的管理变革的代价是，当时有数百名管理干部离开了华为。

但是，阵痛的代价换来了华为自2001年之后实现了100%产品研发都通过IPD的流程化产生，为华为2002年开始的深入国际化，奠定了管理和文化的基础。

至今，华为展厅上展示的两句话仍是：“产品发展的路标是客户需求导向；企业管理的目标是流程化组织建设”这已经成为华为创新的核心价值观。

### 技术公司的“人均效率”指标

一家技术公司的核心竞争力到底应该是什么？如何衡量企业核心竞争力？

宋柳平说，外界对“创新型企业”存在巨大的误读，“微软的几个核心产品都不属于原创性创新，而是基于已有产品或技术的启发继续进行开发，在利用他人成果基础上取得商业成功的”。

比如，Basic来自于位海军研究院的教授；DOS是微软以5万美元的价格从西雅图一位程序编制者手中购得并进行部分改写后提供给了IBM；微软最为成功的Windows操作系统，也是采用美国施乐与苹果公司的图形和鼠标技术开发完成的……

华为认为，过多的“自主”创新情结，会影响到企业的竞争力的形成。

除了微软，思科等通讯业的翘楚亦然。

在宋柳平看来，未来全球专利格局将进入“交叉许可”时代。“第四代移动通信技术UMB作为公认的优秀技术，为什么却在市场上遭遇滑铁卢？”宋表示，原因就在于，相比UMB的“封闭性”，LTE胜出的优势在于，“没有哪一家厂商能独自占据所有的核心专利，从而把其他人挡在门外”。

在华为看来，专利并不是一种目的，而是获得市场进入许可，同时获得产品以及成本竞争力的商业手段。

华为的主张，一方面，“通过合理付费的交叉许可，创造和谐的商业环境”；另一方面，则要积极地积累自己的专利池，获得越来越多的筹码，并持之以恒地

每年以超过销售额 10%的比例进行研发投入。

“在所有工业化标准行业，你不用别人技术和专利的可行性是零。”1996 年就加入华为，至今一直负责华为知识产权、法律事务的宋向记者透露，由于华为销售额的扩大，华为实际支付给各大国际巨头的专利许可费数目每年仍在增加，但是随着华为专利能力的提高和不断累积，“其中通过互换性交叉许可取得的专利许可比例在上升，直接付费的比例在下降”。

曾主持过华为与诺基亚、爱立信、高通、MOTO 等几乎所有大公司的知识产权谈判、互换协议的宋柳平分析说，从全球来看，标准竞赛实际上是一种相互间的博弈，“一个国际标准的出台，很难说是哪一家公司的标准，它很可能是很多公司专利的综合结果”，华为 2008 年向国际专利组织提交 4000 多项提案，就是要参与到这场全球博弈中。

华为认为，作为一家技术型公司，技术重要，但管理更重要。企业管理关键是面向市场做要素整合，把资金、技术、人才、市场、研发、生产制造、企业内外产业链等面向市场竞争的所有资源和要素有效整合起来，并在市场竞争中获胜，这是管理的价值，也是管理的目标。事实上，整合前后，这些要素和资源本身并没有变化，很多企业也不缺资源和要素，但是有效整合的企业就更能成功。

华为管理整合的结果，就是效率的提升。2008 年各大电信设备商财报显示，华为在几项研发关键性指标上已经开始与国际竞争对手持平——华为 2008 年“研发投入占销售比”为超过 10%，“研发人员比例”为 43%，该两项数字分别与爱立信的 14%和 25%相当。但是在各大高科技公司最为看重的“人均产值”一项上，华为仍有差距：2008 年，华为人均产值为 21 万美元，爱立信为 32 万美元，思科为 59.2 万美元。

来源：21 世纪经济报道 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 索爱或将从母公司处获得 13 亿美元注资

近日获悉，手机制造商索尼爱立信可能从母公司索尼与爱立信处获得超过 13 亿美元的注资。两家公司都在考虑向索爱注入更多的资金。分析师认为这两家母公司会各自向索爱注资 6.81 亿美元。

爱立信首席执行官思文凯近日曾表示，向索爱注资“并非没有可能”。但他拒绝透露注资的具体金额。而索尼则称，如果索爱需要资金，公司就会出手。

索爱发言人 Aldo Liguori 表示，母公司均承诺对索爱进行援助，而援助则可能是多种方式的。索爱今年第一季度财报显示，公司持有 14 亿美元现金。

研究公司 IDC 的数据显示，索爱是世界上第五大手机制造商，占有全部市场 5.9% 的份额。公司专注于手机高端市场。在 4 月份，索爱宣布公司第一季亏损 3.87 亿美元，收入同比下滑 36% 至 22.5 亿美元，并表示将裁员 2000 人。分析师表示，随着索爱逐渐将产品扩展至中低端市场，其市场份额或进一步萎缩。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 09 日

[返回目录](#)

## 上海贝尔助运营商灾区重建，规模部署 3G 网络

通信设备商上海贝尔公司近日表示，其为运营商在四川震灾区域重建网络时，大量部署了 3G 设备。其负责实施了成都电信彭州、温江、金堂、双流、新津、龙泉和新都 7 个市县的传输本地网灾后重建工作。从去年 10 月开始施工以来，经过公司工程技术人员 6 个月来的艰苦奋斗，已为这 7 个市县建设好了 7 个传输本地网系统，目前共有 738 套设备已投入使用，极大支持了四川电信在这 7 个市县的 3G 网络部署。

此外，为了支持 3G 业务，中国联通绵阳公司计划在包括北川在内的全部区县/市部署 3G 网络。上海贝尔绵阳项目团队经过艰苦奋战，终于在用户要求的 4 月 20 日之前完成 82 个站点设备替换（利用 1642EMR2.3 替换较早的 1641SM 和 1642EM2.0）、23 套 1660SM 软硬件升级、12 套 1650SMC 软硬件升级、北川安县环的网络优化升级，提前实现了对 3G 网络需求的 MSTP 业务的支持，并配合用户完成了 153 个 3G 宏基站的开通。

在灾区本地网络升级改造中，上海贝尔新建江油、跃进、南河等 3 个 10G 环网，设计新建节点 125 个。新网络建设完成后，上海贝尔还将对绵阳联通的传输网络进行大规模的优化调整。本次升级改造之后，绵阳联通的传输网络不仅能在业务上实现对 3G 业务的完全支持，同时还将在网络容量、网络安全及网络结构上得到质的飞跃。

上海贝尔还承建了四川电信 WAP\PPC\IVPN，四川联通 VS\IVVR 等 3G 业务平台，目前大部分工程已经完成建设，投入使用。

据了解，由于机房损毁，运营商规划中的 3G 站点设备有的仍然在危房之中，有的改作室外站点，部分站点的光缆不稳定，对 3G 传输网络的建设造成了一定的影响。在这样的条件下，上海贝尔的工程师不畏困难，兢兢业业，爬高山、上高塔，以高水平的技术能力和责任心高质量地完成了网络建设。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 思科第三季度净收入同比下滑 24%

思科截至 4 月 25 日的第三季度业绩显示，净销售额为 82 亿美元，同比下滑 16.6%，净收入为 13 亿美元，同比下滑 24%。之前分析师预测思科收入将下滑 17%~20%，昨天公布的思科收入基本符合预期，但净收入情况明显优于市场预期。

今年第一季度，思科营收同比增长 8%，第二季度营收同比减少 7.5%。分析认为，虽然思科的业绩出现下滑，但是它的竞争对手受到经济衰退的冲击更严重，F5 Networks 和 3Com 最近几个季度的业绩都惨淡无光。

自金融危机发生以来，思科的消费市场就持续受到冲击。不过，思科一直在努力削减成本，据思科表示，公司总的运营开支已由原来的 41 亿美元减少至 36 亿美元，而且不排除会立即采取大规模裁员减薪的措施。

此外，思科认为，照目前形势来看，原定的 12%到 17%的长远收入增长预期值仍然有可能实现。

“多个季度以来，这是第一次，很多客户认为他们的业务开始有所不同。”思科 CEO 钱伯斯在业绩公布之后的分析师会议上表示，思科的客户反映收入正在同一水平变化，而不是持续下降，这表现出公司的运营正在朝平稳的方向发展，消费者也逐渐对企业恢复信心。他还指出，思科的订单增长率在第三季度的月与月之间是比较连贯的，在以前的季度，特别是 2009 年 1 月结束的那个季度，每月的订单增长与去年同期相比变得恶化。钱伯斯认为这是业绩已经开始回稳的信号。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 诺西升级上海研发中心，负责全球技术研发工作

诺基亚西门子通信近日表示，为满足亚太地区新兴市场不断增长的宽带通信业务需求，同时使自身的技术创新更加贴近客户，正在大力加强在华业务。公司已将其全球下一代城域网 (NGM) 业务部门总部设立在上海，而上海研发中心将负责全球相关技术的研发工作。

诺基亚西门子通信首席技术官 Stephan Scholz 表示：“上海研发中心在公司的全球战略中起着关键作用。此项投资可以为公司带来诸多优势。一方面，我们可以贴近客户需求；另一方面，我们将能够充分发掘本地人才的潜力，满足全球发展需要。”

据悉，在下一代城域网市场上，诺基亚西门子通信在 70 个国家（地区）安装了 15,000 多套系统，所服务的客户网络超过 100 个。此次之所以选择上海作为下一代城域网全球业务领导团队的驻地，是因为该地区同时也支持着包括制造

与分销在内的数个营运部门，具有重要的战略意义。上海拥有诺基亚西门子通信九个全球制造工厂之一。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### 【趋势观察】

#### 3G 增值业务市场需求日益旺盛

移动通信保持着每 10 年一代的发展速度，经历了从模拟制式到数字制式，从单纯的语音业务到语音和数据业务相结合的发展历程。伴随着互联网的高速发展，用户对通信有了更加广泛的体验，对移动通信的需求也发生了改变，开始希望在无线网络中能够体验到以高速数据传输和高质量的流媒体类业务为代表的增值业务。

#### 3G 增值业务备受运营商关注

在整体业务 ARPU 持续下降的趋势下，运营商作为上市公司也承受着一定的压力，当前 2G/2.5G 下的移动增值业务呈现出良好的发展态势，在减缓运营商 ARPU 下降方面的作用越来越大。作为 2G 的下一代技术，3G 在改进语音业务质量的同时，还能够提供无线移动高速传输的数据业务，可以满足用户对增值业务的多样化需求。在这种形势下，3G 提供的多样化增值业务对运营商有着不小的吸引力。在中国，短信作为 2G 时代的“杀手级应用”为移动运营商带来了可观的收益，3G 时代的“杀手级应用”，不会同 2G 一样只有某一个业务。作为增值业务，以短信为代表的文本通信满足的是用户比较基本的通信需求，而 3G 不但能够将目前基本的通信手段进行升级，还能够为娱乐、信息和商务类应用提供更好的用户体验环境，从而满足用户多层次的需求，为电信运营商带来更高的收益。从国外运营商已经提供的 3G 增值业务来看，面向个人用户的应用主要包括各种内容(音乐、图片、动画、视频和游戏)下载业务、即时信息传送(IMPS)、可视电话、视频点播、移动银行、位置服务和移动互联网等业务；面向行业用户的应用主要为基于位置服务的导航业务、家庭控制和移动办公等业务。

在 3G 初期，运营商显然不会马上提供所有类型的增值业务。对于市场领导者来说，其关注的重点是保证 3G 业务对 2G 业务的良好延续，并提供更好的用户体验，同时提供具有代表性的 3G 业务，如流媒体类业务。对于市场跟随者来说，其关注重点是争取一定的用户规模，主要策略就是提供具有差异化的 3G 业务，如位置服务和高速上网业务。而对于市场新进入者来说，提供低廉的话音服务是

其吸引用户的有效方法，因为在何种情况下，用户对价格总是十分敏感的，而语音通话是最基本的通信需求，其价格变化最能引起用户的注意。

### 3G 增值业务产业链逐渐完善

3G 的技术优势使运营商能够在手机终端上让用户使用互联网类业务，但并不只是 Internet 浏览和简单的模仿移植。“移动性”是其不同于传统互联网的最大卖点；同电脑终端相比，手机终端也显得更加“个人化”，一方面手机终端的普及率大大高于电脑终端，另一方面运营商的后台业务支撑系统能够通过用户对用户的使用习惯进行分析来提供更为个性化的服务。可以看出 3G 时代的移动通信网络将是一张移动互联网，业务种类的丰富使价值链变得更为复杂，其发展更需要各环节的协作与互动。

以位置服务为例，用户可以通过移动终端采用短信、WAP 等多种方式发出业务请求，也可以由网络在特定情况下主动向移动终端发送位置信息，在个人用户市场和行业用户市场都存在着广泛的应用，国外运营商已经推出了一系列基于位置服务的增值业务。

从产业链的角度来看，手机终端制造商、CP/SP、地理信息/位置资源提供商和运营商得共同参与到业务提供过程中。对于运营商来说，要建设一个位置业务平台，并向用户提供使用位置服务的 Portal(如短信查询、WAP 查询、矢量地图查询等)。由于该服务需要地理信息系统 GIS 提供相关位置信息，因此初期需要一个地理信息提供商来提供支持，虽然 CP/SP 可以自己实现 GIS，但是难度较大，而且维护成本较高，拥有这种资源和技术的 CP/SP 较少，会导致信息源和应用不够丰富，因此运营商可以承担起建立 GIS 系统的任务，促进市场上各种应用的推出。用户通过手机终端使用位置业务时，可以采取短信、WAP 以及通过相应软件等方式来发送业务请求，而位置信息最直观的表现形式就是使用矢量地图，这就需要手机终端支持这种方式。在业务初期用户数量有限，支持矢量地图浏览的手机终端种类较少时，运营商需要通过联合手机厂商并采取终端补贴的策略来丰富终端种类，达到增加业务渗透率的效果。位置业务的用户体验涉及精确度、易用性等多个方面，任何一个环节发展滞后都会成为制约业务发展的瓶颈，产业链各环节之间的互动变得越来越重要。

电信运营商作为一个连接各方利益的角色存在于整个价值链中，这也正是移动通信网络同传统互联网的不同之处。因为相对于传统互联网的“免费”观念，用户对电信增值业务的付费习惯在 2.5G 时代就已经形成，运营商和 CP/SP 的盈利点有多种选择。随着 3G 增值业务产业链的逐渐完善，传统互联网泡沫现象将不会出现在移动互联网中。

来源：人民邮电报 2009 年 05 月 06 日

## 经济萧条中的手机广告，平台提供商努力突围

为了推广自己的品牌，许多厂商通过广告公司制作并投放手机广告。在过去的几年中，企业热衷于花大笔的费用通过手机做宣传，广告公司从中获利匪浅。不过，广告的效果却并不令人满意，加之当前萧条的经济形势，厂商都捂紧了钱包。

### 短暂冰冻期

由于有些公司会在下个财年缩减预算，所以手机广告会出现“短暂的冰冻期”。对于削减了本财年的广告预算的公司，有些会把原本计划投放的手机广告的费用削减。例如，有个公司的营销经理被告知他要在该财年将预算削减到10万美元，而这就促使他冻结原本用在手机广告方面的费用，如此以来他才能够节省下足够的费用投入到电视等传统媒体中去。但是，长远看来，作为一种广告媒体形态，手机广告会支撑并发展下去。

### 成本问题

经济萧条的负面影响仅是手机广告面临的一个问题，还有来自其他方面的挑战，比如成本问题。广告公司在为客户设计并执行一个营销活动，花在广告创意方面的钱并不多，大部分的费用投入到了为不同型号的手机设计不同的页面上。

来自移动营销机构Sponge的主席Alex Meisl（他同时还是新成立的MMA英国委员会的主席）说，手机广告费用中，网页建设费用是其中的一大笔开支，因为多数广告主（为自己的产品投放广告的企业）并没有现成的网页以便用户点击广告条幅后登陆。

不管是手机广告还是互联网广告，网页的制作费用都是一个广告活动中的大头。

“网页的设计费用比广告横幅的创作费用要高”，移动广告服务公司Amobee的首席营销官Patrick Parodi说，“这在有线互联网领域也是如此。设计、制作以及采用一个互网站点或者网页的技巧以及时间要比制作一个条幅广告的要求要高。”

Alex Meisl认为，“随着市场的逐渐成熟，情况会发生变化”，“这就好比最初的互联网：首先需要把资金投入到了网站建设上，而广告会在此后逐步普及。”手机广告的下载站点应该具有持续性，而不是单纯为了一个广告活动而存在。

### 终端问题

还有一个问题便是，这些高价制作出来的页面在营销活动结束之后就毫无用

武之地了。

即便花费了如此大的代价，手机广告的效果却远不尽人意。许多广告公司的代表经常遇到这样的尴尬情况，当他将做好的移动站点拿给客户看，客户公司的CEO或者其他高层管理者使用的功能简单的古董手机无法演示功能丰富、华美而花哨的广告。

这并不是说广告公司所做的工作不到位，而是反映了当前多媒体服务在运用到诸如手机等新型媒介的过程中所遇到的挑战。

对于一个广告活动来说，对浏览器技术的依赖性越大，就需要花费越发多的精力来与用户的手机终端规格进行适配，而这会增加成本并减少广告的到达率。

还比较经常出现的一种情况是，手机用户根据广告上提示的内容输入一串代码，然后就会收到一个网络连接，点击链接之后往往需要很长的时间下载页面，而这会让用户损失大量的移动数据费用。而且，让人郁闷的是，许多页面根本无法正常下载或者使用。

### 便捷的开发平台

平台提供商为广告主提供自动制作移动站点的服务，他们希望经济萧条能够给他们带来机会，吸引用户采用他们提供的服务而不是如以往求助于广告公司。

Wapple 便是一个平台提供商，他们最近发布了 Wapple Architect，通过它用户便能够将自己的有线 web 站点转变为移动站点而不必重新建一个单独的移动网站或者页面。据介绍，通过 Wapple Architect，仅需几小时便能够完成转换。

对于那些没有有线互联网站点的公司，如果想建设自己的移动站点的话，Wapple 提供了相应的开发工具 Canvas。去年的 MTV 欧洲音乐奖移动站点就是利用该工具建设的，仅两天的点击率达到了 100 万次。

利用 Canvas 和 Architect 开发出的站点能够和 3000 余种手机终端兼容。

诸如 Wapple 一类的平台简化了制作移动站点的程序，大量节省了时间以及成本，不过这并不意味着广告公司就没有市场了，许多广告公司认为这种程式化的套路禁锢了创意。

当然，在手机上做广告并不一定非要制作移动站点。有些手机上的操作系统能够很方便地访问传统互联网站点，而这就减少了建设独立移动站点的需求。

来源：通信世界 2009 年 5 月 6 日

[返回目录](#)

## 网络电话 (VOIP) 广受欢迎并悄然成长

虽然 VoIP 业务在国内市场上至今仍处于未得政策允许经营的灰色地带，但并不妨碍它在黑暗中茁壮成长，也无法阻止虚拟运营>对它的觊觎。

对于电信运营商们来说,VoIP(宽带电话或网络电话)就像是魔瓶中钻出来的魔鬼,一直在觊觎着他们的饭碗。

2009年3月23日,全球最著名的网络电话公司 Skype 表示,将推出一款可以与企业电话系统连接的新版网络电话软件。这款网络电话产品在经济危机背景下出现,立即吸引了无数中小企业的注意,并在国内引发出业界的呼吁:政府部门何时能开放 VoIP 政策?

据了解,为限制 VoIP 的发展,工信部(当时还是信产部)曾在 2005 年出台政策,规定除了固话运营商外,任何机构都不得从事 VoIP 业务。然而,政策禁锢未能奏效,VoIP 业务反而不断成长壮大。

现在,这一在 4 年前推行的政策正在越来越多地受到业界关注和质疑。要求政府部门放开政策限制,让 VoIP 产业健康发展的呼声也越来越高。更有专家学者判断,“按照国外技术和行业发展趋势,国内 VoIP 业务迟早会放开”。

熟悉电信发展的人都知道,VoIP 服务在刚刚诞生之时,只是少数科技痴迷者摆弄的小玩意。在短短数年内,它就凭借着费用极其低廉、服务方式灵活的特点迅速吸引了大量用户,一步步蚕食着传统固话运营商的领地。

事实上,原信产部当时出台政策封杀 VoIP 电话,完全是为了保护运营商的利益。现在,随着 VoIP 的壮大,这一政策还会继续下去吗?业界人士的呼吁,会得到工信部的放行吗?

解禁还是继续封锁,这是个问题。

### 政策禁锢徒有虚名

网络电话(VoIP)的概念自 2003 年提出以来,就成为通信市场上的“香饽饽”。争先进入该领域的不仅有思科这样的传统网络厂商,也有 IBM、微软等办公软件厂商,更有西门子、爱立信等通信企业。

VoIP 的兴起给设备和软件供应商带来了无限喜悦,却给传统电信运营商带来了不小的麻烦。VoIP 利用自身的资费优势正在不断地侵蚀电信运营商的利润。目前,尽管 VoIP 受到了一定的政策限制,但是仍在飞速发展。

据了解,早在 VoIP 网络电话业务出现初期,国内政府部门就采取了严格管制。原信产部在 2003 年 2 月公布的《电信业务分类目录》中也明确将 IP 电话业务列入基础电信业务范围,规定只有具有基础电信业务经营资格的六大运营商才能经营 VoIP 公司。

2005 年 9 月,为探索 VoIP 这一新的商业模式,并为有序监管提供经验,经原信产部正式批准,中国电信在深圳和江西上饶、中国网通在吉林长春和山东泰安的本地网范围内进行基于 VoIP 的试点,试验重点限制在电脑与电话(PC-Phone)的方式。同时,原信产部强调,除批准试点的两大运营商在规定地区进行试验外,

铁通、卫通、移动和联通等已经违规开通的 PC-Phone 话音业务须立即停止相关违规经营，对 VoIP 管制的严厉可见一斑。

政府为何限制 VoIP 发展？咨询与市场研究机构 BDA 首席分析师方美琴认为，原信产部将网络电话列入基础电信服务进行垄断性市场准入控制的初衷，主要有三点：一是网络电话的质量无法保证，存在断电后无法使用的风险，目前开放市场是对用户不负责任；二是为了保护传统运营商的利益，网络电话成本低、使用方便，对传统运营商的冲击很大，而目前的传统运营商都是国有资产，他们刚刚投资建设了大量的传统电话网，还没有准备好提供这样的廉价业务；三是政府无法监控网络电话，对国家安全存在潜在威胁。

虽然没有政策许可，但 VoIP 还是在一片封杀声中茁壮成长。工信部下属咨询机构的数据显示，VoIP 业务从 2003-2006 年出现了高速增长的势头，中国“地下”VoIP 通话量一直以每年 30% 的速度增长，2006 年 VoIP “地下”国际话务量达到 5.5 亿分钟，收入在 4.9 亿元左右，增长速度令人惊讶。预计到 2009 年，我国的 VoIP 在长途通话市场所占份额将等于甚至超过 PSTN 及移动 (GSM、CDMA) 长途业务的总和。这对于出台政策封杀运营 VoIP 的国家有关部门来说，显然有一股讽刺的味道。

### 市场博弈

VoIP 在市场上的持续火爆，对于国内虚拟运营商来说，显然是一个不小的诱惑。但在苦于无法获得国内政策许可的情况下，一些企业开始了曲线进入市场的布局。

在这场与工信部的博弈中，他们的希望能成为现实吗？

在国内苦苦等待也无法获得政策支持 263 网络通信公司，为了抢占国内网络电话市场，而上演了一出海外并购的大戏，从而希望通过“曲线救国”的方法，从侧面进入中国市场。

去年年底，263 网络通信公司以逾一亿元人民币收购了美国第三大 VoIP 运营商 iTalk 公司 50% 的股份。2009 年初，双方在完成相关商务和法律程序后，263 集团董事长李小龙以董事身份正式加入 iTalk 董事会，参与 iTalk 2009 年经营策略讨论和经营预算决策。

263 作为一家国内的老牌新电信服务提供商，主要是通过互联网技术和现代通信技术提供更为便宜和便捷的通信服务产品，为什么要在海外收购 iTalk 公司呢？

事实上，263 的主要收入来源为语音通信、数据通信和增值通信业务。其中，增值通信业务包括 950509 多方长途和 263CC 电话会议；数据通信业务包括企业邮箱；语音通信包括 96446IP 长途。263 公司一直在寻找新的市场机会。在本世

纪初第一波互联网浪潮中，转型门户未获成功后，VoIP 这一基于互联网与通信网络的新通信业务就进入了 263 公司的视野。苦于国内政策限制，263 才有了并购美国 VoIP 运营商 iTalk 公司的念头。

类似于 263 公司的国内虚拟运营商仅仅是为了获得在国外经营 VoIP 业务的合法资格吗？事实上，他们其实是在放长线钓大鱼。

放眼全球 VoIP 市场，只有中国市场还是一个未开垦的处女地。李小龙认为，VoIP 拥有巨大的市场前景，一旦国内政策向民营资本开放，允许民营运营商的存在，263 就可以实现从“小康走向致富”的梦想。而 iTalk 公司首席执行官赵捷也同样认为，iTalk 公司虽然在北美的华人市场颇有成绩，但从全球来看，VoIP 最大的市场前景，仍然在中国。263 这一举措实际上是“曲线救国”，先到海外去积累 VoIP 运营经验，等待中国市场机遇。

政策难以阻挡技术的前行。VoIP 业务在未来，或许会是 3G、LTE 等技术的有益补充，可以促进终端的多样化。面对这样的情景，就不难理解李小龙急切收购 iTalk 的目的。

民营企业什么时候能在国内运营 VoIP 业务？面对这一问题，李小龙认为，中国 VoIP 市场迟早要开放。目前，即使国内政策无法放行，依然可以在海外市场上获得盈利。赵捷披露的数据显示，iTalk 每年营收近 3000 万美元，毛利率在 50% 左右。这是一笔很好的财务投资。此外，iTalk 虽然不是美国最大的 VoIP 运营商，但却占据着北美华人宽带通信市场第一的位置，30% 的华人家庭使用 iTalk 的网络电话服务，这也将为未来在中国推广 VoIP 业务打下一定的基础。

### 政策会解禁吗？

VoIP 的蓬勃发展，现在也引起了运营商的关注。目前，除中国电信之外，有意进一步开拓 VoIP 业务的还有中国移动。有资料显示，中国移动内部对 VoIP 网络电话的测试一直在悄悄进行。显然，运营商之前对 VoIP 业务的那种排斥甚至是恐惧心态正在消除。

解禁还是继续抵制？这对于工信部来说，显然已成为一个烫手的山芋。因为事实上，即使不解禁，VoIP 电话已经在中国市场生根，并且茁壮成长。而且，假如不进一步放松对 VoIP 管制，只会更加冲击国内电信市场。

政府部门为什么封杀 VoIP？这是因为我国迄今为止仍然把语音作为基础业务，把数据作为增值业务。国内电信专家侯自强曾表示：“只有将数据当作基础业务，语音作为增值业务，才能代表未来电信业的发展方向。目前之所以有关部门仍封杀 VoIP，完全是出于保护运营商利益的目的。但这一政策却损害了消费者的利益。因此，这种政策不会持续太久。VoIP 业务的合法化，时间不会很久。”

据了解，我国对 VoIP 监管采取的是分类式管理，实行许可证制度的市场准

入模式。原信产部颁布的《电信业务分类目录》中，把 Phone-Phone 以及 PC-Phone 的 IP 电话明确规定为第一类基础电信业务，目前只有几大基础电信运营商有资格运营。而另两种表现形式到底是属于基础业务还是增值业务则一直没有定论。

电信研究院专家范玉钟表示：“对于代表先进技术趋向，而由于与国家现行政策抵触的创新，电信监管者应当积极创造条件推动政策调整，使电信监管工作适应新技术的发展。”他认为，随着技术的进步，IP 电话、IPTV 业务市场需求将越来越旺盛，现行的监管政策肯定要作出调整。

“有竞争才有进步，对先进技术的一味封锁，将来的损失会更大。因为一旦出现技术断档，将来就很难跟上。在互联网技术上，中国不做，不等于别人不做。国外一旦做大，就再没有中国企业的立足之地了。”一位电信行业的资深人士表示，“当我们还把注意力放在研究封杀技术时，国外的 VoIP 厂商已经转向开发多方通话、语音信箱、融合 3G、无线 VoIP 等更先进的技术了。”

业内人士认为，通信领域一直有一条不成文的规律，当用户量达到 1000 万时，一切就由市场说了算。不管政府是怎样的态度，电信运营商是怎样的态度，就像当年小灵通发展的历史。VoIP 会有这样的一天，1000 万用户很快就会达到。VoIP 自身的技术开放性和竞争性会远远大于小灵通的影响力，VoIP 在不久的将来一定能得到政府的认可。

来源：通信中国 2009 年 5 月 8 日

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 移动推史上最低 TD 套餐:每月 1 元钱可包 10M 流量

天津移动在其官方网站上推出了月使用费 1 元的 TD 优惠套餐。该套餐月使用费 1 元，其中包含 50 分钟基于 TD 网络的本地拨打天津移动客户的语音或可视通话时长，以及 10M 的 TD 网络数据流量。

除 TD 社会化测试客户外，现网其他客户均可开通 G3 一元优惠包，但因本优惠包赠送的均为基于 TD 网络业务，因此只有使用 TD 终端客户方可享受此优惠。使用普通手机客户如开通本优惠包，将无法享受赠送的业务量。

该 1 元优惠套餐支持半月计费，如果用户在每月 15 日 24 时后开通并生效，当月的套餐包月使用费减半，套餐包中所赠通话和移动数据流量的业务量减半。另外，套餐有效期至 2009 年 12 月 31 日，届时系统将为用户自动取消。

在开通上，用户可以通过网上营业厅、短信营业厅和实体营业厅办理。其中短信方式的办理方法为：开通（当月生效）编辑短信 KTYYYHB#DY 发送到 10086；开通（次月生效）编辑短信 KTYYYHB 发送到 10086；取消为编辑短信 QXYYHB 发送

到 10086。

此前，中国移动的 3G 数据套餐包括：5 元/月包 30M、20 元/月包 150M、50 元/月包 500M、100 元/月包 2GB，200 元/月包 5GB，超出部分 0.01 元/KB。但各地方运营商的政策却千差万别，以北京移动为例，就推出了 80 元不限数据量的套餐。

来源：通信世界网 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 台湾将向陆资开放第二类增值电信业务

台当局“陆委会副主委”傅栋成透露，目前规划中的陆资来台投资第一波开放项目中，将包括以增值服务为主的第二类电信事业。台湾地区针对陆资频频释放积极讯息，对陆资来台以实质开放姿态予以回应。

此前，海协会会长陈云林与海基会董事长江丙坤在南京举行会谈，双方就大陆资本赴台投资事宜交换了意见，达成原则共识。台经济主管部门也表示，陆资来台相关许可办法月底前会对外公布。

对此，傅栋成表示，陆资来台政策大致底定，但目前针对最后开放项目，当局内部仍在讨论。他进一步指出，目前可以确定的是，第二类电信事业将在第一波开放项目名单。所谓第二类电信事业，包括网络增值服务、电话卡贩卖等所有不属于第一类的电信事业。但设置电信机线设备的第一类电信服务，不在第一波开放之列。

傅栋成也透露，第四次“陈江会谈”将触及的产业检验标准议题，也是陆资来台项目的配套措施，主要目的在完善两岸商品贸易往来机制，建立监管平台。

目前，两岸通讯业者已经开始行动起来。4 月 29 日，中国移动有限公司宣布与台湾远传电信股份有限公司签署股份认购协议及战略合作协议。根据该协议，中移动将认购远传电信以私募方式发行的 444341020 股新股，占新股发行后远传电信总股数的 12%，每股交易价格为 40.00 新台币（相当于约 9.17 元港币），总交易金额约为 177.7 亿新台币（相当于约 40.8 亿元港币）。该交易目前尚待完成相关审批。交易完成后，双方将在采购、漫游、数据与增值业务、网络与技术等多方面展开合作。

中移动公司董事长兼首席执行官王建宙表示：“中国移动和远传电信在业务合作领域中存在较大的互补性，战略合作将集两家的成功经验和技术力量之大成，为双方未来在两岸三地的业务拓展奠定坚实的基础。”

远传电信董事长徐旭东则指出：“电信产业的市场和业态发展是全球化的，不宜受限于单一个别市场。”分析人士指出，尽管对大陆企业而言台湾市场空间不是很大，但是抢占先机非常重要。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 中国移动邀请梦网合作伙伴共商 TD 发展大计

日前，中移动专门邀请组织部分“移动梦网”优秀合作伙伴，举办了“深入学习实践科学发展观主题活动暨移动梦网优秀合作伙伴座谈会”，共商 TD-SCDMA 的业务发展大计。

座谈会邀请了包括新浪、搜狐、腾讯等知名互联网公司，以及 A8、米格为代表的音乐、游戏专业公司等部分梦网优秀合作伙伴，从产品链的不同角度共同探讨如何树立和落实科学发展观，为推动 TD-SCDMA 业务快速发展献计献策。各合作伙伴对于第一次以结合科学发展观讨论双方的合作发展问题方式表现出极大的热情。新浪公司副总裁王高飞、搜狐公司无线事业部总经理岳国锋、空中网 CEO 王欣等嘉宾纷纷表示，科学发展观对 3G 业务的又好又快发展、对民营企业的可持续发展有着重要的指导作用；只有准确把握行业规律，发展 3G 的业务应用，才能进一步发展好 TD 业务，满足广大客户日益发展变化的通信需求，为建设创新型国家作出贡献。

经过讨论，大家对以科学发展观促进 TD 发展达成进一步共识。一是解放思想、勇于创新、克服困难，大力发展有我国自主知识产权的 TD 的发展。二是将科学发展观与产业、企业的各项工作有效结合。三是在未来的发展中，与众多合作伙伴要加深合作的深度和广度，共同推动 TD 终端产业发展，寻求移动梦网的创新之路，坚决维护客户利益，大力发展移动互联网业务。四是在产品设计方面，要贴近客户需求，要以人为本，从客户角度出发设计产品，特别是在 3G 业务的发展上，扬长避短，发挥的优势，提升用户的感知体验。

来源：信息产业网 2009 年 05 月 06 日

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### VoIP 服务强劲增长强劲，托管统一通信起飞

通信市场研究公司 Infonetics 公司近日发布了 2009 上半年 VoIP 和统一通信服务与用户报告，除 VoIPVPN/IP 接入、IPCentrex 和管理 IPPBX 之外，报告还追踪了 SIP 中继、IP 综合接入以及托管统一通信。

InfoneticsResearch 公司服务供应商 VoIP 和 IMS 分析师 DianeMyers 说：“住宅和商业 VoIP 服务的需求在经济衰退时期继续增长，因为他们提供了成本节约。因此，2008 年 VoIP 服务市场有 33% 的大幅增长，达到了 308 亿美元。2009 年前三个月，服务供应商的 IPCentrex 经历了平均 40% 到 50% 的同比增长率，这

说明外包和管理解决方案的发展仍然是健康的。我们预计托管统一通信服务将会起飞，全球收入将在 2009 年到 2013 年之间增加一倍。我们预测 SIP 中继服务收入增长将会在 2008 年到 2013 年之间达到 89% 的年复合增长率。”

该市场研究报告的主要内容还有：虽然住宅 VoIP 服务在 VoIP 服务总收入占较大一块，但 2008 年企业 VoIP 服务收入的增长超过了住宅 VoIP 服务。2008 年，管理 IPPBX 和托管 IPCentrex/托管统一通信的总收入在全部企业 VoIP 服务收入中占四分之三；IP 连接服务收入占剩下的四分之一。NTT、法国电信和 Comcast 在 2008 年成为世界上最大的 VoIP 服务供应商。在一些国家，放松管制对 VoIP 的采用起了非常重要的作用，例如在法国，全球固话到固话通话只需要每分钟 0.02 美元，这使得基于 PC 的 VoIP 服务例如 Skype 没有优势。在中美洲和拉丁美洲，住宅 VoIP 在过去的一年里增长非常迅速，特别是在巴西，巴西的 Embratel 公司到 2008 年底其 NetFone 服务用户达到了 180 万人。在 2008 年，全球共有 1.06 亿住宅 VoIP 用户，大部分用户是在 EMEA(欧洲、中东和非洲)和亚太地区，在这里竞争性运营商和既有的运营商正在进行非常激烈的用户争夺战。

来源：通信中国 2009 年 5 月 8 日

[返回目录](#)

## Skype 已成为全球最大的 VoIP 供应商

最新统计显示，08 年通过 Skype 的国际长途电话流量比 2007 年上升 41%，达到 330 亿分钟，占全球国际长途电话流量的 8%。与此同时，Skype 成为了全球最大的 VoIP 网络电话供应商，在全球拥有超过 4 亿的注册用户，仅 08 年就获得了 5.5 亿美元的收入。

在中国市场，Skype 推出的“世界通套餐降价大促销”活动吸引了许多网民的眼球。该套餐分为包月、包季和包年三档，用户可在全球任何一个角落拨打全球 44 个国家地区的固定电话和部分国家的手机。其中，包月的费用为 99 元，含 1 万分钟通话时长，折合计算下来仅为每分钟 0.01 元。

据了解，Skype 等网络电话正试图进入手机领域。从 09 年 4 月起，用户已可在苹果的 iPhone 应用程序商店中下载 iPhone 版 Skype 应用程序。和 PC 版 Skype 一样，使用 iPhone 版 Skype 应用程序的手机用户与传统手机用户通话时将需付费，但与其他 Skype 用户之间则可实现免费通话。

Skype 将在 5 月推出 RIM 黑莓手机版的应用程序。此前，Skype 已经推出了诺基亚手机版的程序，并为基于谷歌 Android 系统和微软 WindowsMobile 系统的手机提供了相应的程序。面对评论此篇文章(0)其它评论发起话题(0)相关资讯财经社区(0)电信运营商的打压，Skype 负责人日前呼吁，欧盟决策者应采纳允许消费者在任何公共网络上通过智能手机使用网络电话服务的政策。

虽然在全球市场获得了一定进展，但在中国市场，VoIP 网络电话至今尚处于政策监管的灰色地带，而 Skype 一直没能取得飞速的发展。在接受采访时 Skype 相关人士坦言，与 QQ、MSN 等即时通讯软件相比，VoIP 在文件、声音、图像的互联网传输上还有一定差距，而与传统的电信业相比，VoIP 的使用要求至少要有一方与互联网相连，因此还不能真正实现随心所欲的移动通信。

来源：通信世界网 2009 年 5 月 8 日

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### [[ 视频通信 ]]

#### 跳出标准之争——手机电视发展中的问题探讨

手机电视领域，无论是谁最终主导了市场，对于消费者而言，最关心的莫过于手机电视能带来什么利益，节目是否具有吸引力，收看效果如何，资费如何等等。这直接决定着手机电视产业的未来。因此，在争夺手机电视产业主导权的市场硝烟中，各市场主体需要站在消费者的立场理性思考，如何让消费者为手机电视买单，只有大家一起把市场蛋糕做大，才能各自分得更多。否则，一切都是空谈。笔者认为，手机电视要想做大，还面临很多问题，因此，目前我们关注的焦点应从标准之争上转移到如何解决发展问题之上。

##### 手机电视需要向用户提供什么样的内容？

手机电视内容有其特殊性：（1）短小精悍。它不同于传统电视可以固定地点长时间接收，由于其移动性，决定了手机电视用户大多是在移动过程中，比如差旅途中、旅游途中、公交车上、工作之余等等零散性时间里收看。因此，节目时间必须短。1—3 分钟为宜，最多不超过 5 分钟。如《约定》、《白骨精外传》等每集时长均为 5 分钟；曾经风靡一时的地铁短剧《晴天日记》就是专门针对地铁人流创作的电视短剧，每集的时间 3 分钟，讲述一个短小而又有悬念的故事情节，吸引来往乘客驻足。（2）可点播可回放。手机电视应该是传统电视的互补性媒体。如重要赛事错过了时间，用户可以通过手机电视点播回放，有效弥补传统电视节目固定时间接收的弊端。再比如一些经典节目，用户可以根据爱好随时点播等。（3）互动性。手机看电视最大的竞争力除了可以随时随地接收节目外，就是可以即时互动。这是比互联网更具时效的媒体。因此，节目创作和选题一定要考虑用户后期能够有效参与。比如手机电视剧，可以设置悬念，让用户参与编剧；比如资讯新闻，可以建立用户点评平台；比如电视购物，用户可以快速切换联网，浏览该商品的网页，通过如淘宝旺旺一样的即时通讯工具，详细了解产品库存、

价格信息等。

现有的手机电视节目内容中，由于节目供应商大多都是广电部门，所以节目形式仍脱离不开传统电视节目的桎梏。如新闻、娱乐、联播等节目形式仍然沿袭传统电视的单向播放方式，没有设置互动平台，至于专门针对手机电视创作的原创内容更是少见。当然，手机电视的发展不能一蹴而就，针对目前的问题，我们可以将手机电视内容大致分为两大部分：一部分如资讯、娱乐、新闻等在其他媒体上需求热烈的内容，通过二次加工、编辑，变化形式，压缩时间，直接供给手机电视；另外一大部分内容则需要在节目创作环节就具有很强的针对性，绝非传统电视内容的简单大挪移。

### 如何获取这些内容？

#### 1. 微内容

微内容这个概念我们并不陌生。就像 YOUTUBE、土豆、优酷等播客网站的一样，让众多的人参与进来分享视频，尤其是原创视频。并且通过点击率奖励或者广告分成形式，吸引众多网友参与网站内容创作。网站实质上成为一个信息平台，网站的主要工作就是日常维护和管理。同样的，许多研究者将手机电视的微内容也给予厚望，期望其能够像播客网站的成功一样。确实，微内容有望成为手机电视节目内容的重要渠道，有三个支持因素：一是手机的普及，使得人人都可以用手机拍摄视频，进行内容生产。其二，手机上网使得视频资料可以随时上传，从而得到广泛下载传播。其三，手机电视运营商创造通过选择、过滤节目内容，提供内容上传下载平台，连接供给和需求。微内容将为手机电视产业带来新的商业模式和收入来源。

#### 2. SP/CP 等

目前手机电视内容提供商大多由广电部门担当，因为它们拥有多数节目的版权和转播权。但是随着手机电视产业的成熟，会诞生一批专门的手手机电视内容提供商，就像专门为联通和移动提供彩铃和游戏的制作商一样，他们会成立专门的创作团队，制作团队，形成上游产业的中坚力量，为手机电视运营商提供版权和内容，其中原创内容将会成为它们最大的竞争力。

#### 3. 广电部门

广电作为手机电视产业链条上的利益主体之一，对很多节目拥有版权垄断，在节目内容提供上具有得天独厚的优势。但是，广电也需成立专门的手手机电视节目运营部。对传统电视节目内容进行二次编辑、加工，使其更能适应手机电视播放。另外，广电手机电视节目运营部也可以组织进行原创内容创作，扩大手机电视节目内容的创作队伍。

### 内容资费模式及标准

手机电视制定怎样的资费模式非常重要,这直接决定资费的多少以及用户是否能够接受。目前手机电视资费模式从大体上分为两种:一种是流量费+信息费,这种模式多基于流媒体业务开展的手机电视;另一种只收流量费,这种模式基于广播式手机电视。后者显然具有明显的价格优势。但是目前流媒体业务发展相对领先,CMMB 的网络建设和技术成熟还需时日。因此目前手机电视运营商多采取流量费+信息费的资费模式。

具体资费标准的设置,国内手机电视的使用套餐费大多都坚持在 10 元以下,如 CCTV 为 6 元/月,上海文广东方龙为 2 元/月。也有一些运营商根据节目内容制定不同的收费标准,如上海文广手机电视有限公司,将节目按内容分为四类(见后表),每一类价格不同。

这种资费模式显然将用户进行了细分。免费用户针对大多数人尤其初期体验者;股市信息、体育频道、财经频道主要针对对相关行业信息或专业信息有极高关注度的人群。需要指出的是,用户通过电视或者互联网了解这些信息都是免费的,用户之所以愿意付费收看,是基于手机电视即时收看的时间性优势。所以这些节目必须实现第一时间传递信息。否则,将失去市场竞争力。

来源:广告大观杂志 2009 年 5 月 12 日

[返回目录](#)

## 大唐融合 CCOneIP 呼叫中心签约 CMMB 呼叫项目

近日,大唐电信旗下大唐融合成功中标中国移动多媒体广播 CMMB 呼叫中心合作共建项目,并协力中广卫星移动广播有限公司对整体 CMMB 客服体系进行了长期的技术规划、运营规划。

据悉,该项目将首次全系列采用大唐融合最新开发、完全自主研发的下一代 IP 呼叫中心平台 CCOne 软件,彰显了行业市场对于该产品的高度认可,并展示了大唐电信雄厚的技术实力,为 CCOne 自有产品在呼叫中心行业的应用奠定了坚实的基础。

该项目的成功中标,标志着大唐融合在多媒体广播领域(CMMB)取得重大突破,并为其在今后几年内的广电领域中,开辟了一个全新的业务领域。同时,此项目也是大唐电信成功涉足 CMMB 领域的又一个例证。

事实上,此次签约是大唐融合专注于呼叫中心产业、并在 2009 年提出实施业务转型战略以来的第一个合作运营类项目。

按照广电总局与科技部的规划要求,在未来三年内,CMMB 业务使用者要突破 1000 万,重点对 CMMB 业务进行技术、运营、内容三位一体的试验。可以预见,随着 CMMB 业务在国内的不断扩展,该项目将为大唐融合带来广阔的市场前景。

来源:慧聪广电网 2009 年 5 月 8 日

## 【电信网络】

### 中移动 3G 覆盖少数民族 维吾尔文 TD 模块问世

TD-SCDMA 无线通讯模块供应商，上海锐合通信技术有限公司与新疆强国科技有限责任公司近日联合宣布成功开发出国内首款支持维文的 TD-SCDMA/GSM 双模无线通讯模块方案。这标志着基于中国自主知识产权的 3G 标准 TD-SCDMA 技术的产品维文 TD 无线固话将进入新疆少数民族家庭和企业用户市场，TD-SCDMA 技术也成为三大国际 3G 标准中第一个支持维文的 3G 标准，大大拓展了 TD-SCDMA 技术的应用面，在维文市场占据有先发优势，也充分体现了中国 3G 标准的自主性和民族性。

此次锐合通信联合强国科技推出的维文 TD 无线通讯模块方案，是基于锐合无线通讯模块应用平台开发的，可广泛应用于 TD 无线固话、TD 家庭手持电话、TD 信息机等多种 TD 产品，将有力推动 TD 产品在新疆少数民族地区的普及，让新疆少数民族第一时间和全国人民一起享受中国 3G 产品的高科技体验。其菜单显示可选择汉语或维语显示，维文文字输入全部采用强国科技最新自主开发的强国天颐维文输入法，该输入法具有功能丰富、使用快捷、操作人性化等特点，完全符合维族人民的使用习惯。

基于该模块方案开发的维文 TD 无线固话支持 TD-SCDMA/GSM 双模，可以实现 GSM 网络和 TD-SCDMA 网络间的无缝自动切换，支持大屏幕彩屏，支持天气预报、手机报、彩信、快讯、MP3 背景音乐播放、大容量电话号码管理等多种应用功能，极大提升消费者使用 TD 产品的用户体验。

据悉，该款维文 TD-SCDMA/GSM 无线通讯模块方案使用的是 TD-SCDMA 芯片供应商展讯通信的 SC8800 系列 TD-SCDMA/GSM 双模基带芯片，除满足基本通话、短信、彩信等功能外，还具备 3G 高传输速率的特点，充分支持增值数据应用等 3G 特色功能。

上海锐合通信技术有限公司总裁张策表示：“锐合通信作为张江集团努力打造的上海张江 TD 通信产业群中的一员，得到了张江集团和张江孵化器管理中心的大力支持。此次联合强国科技推出的维文 TD 无线通讯模块方案，也是与张江集团打造 TD 通信产业集群，让 TD 的技术服务全国各族人民，推动 TD 产品普及的初衷相呼应。”

强国科技总经理孙强国表示：“强国科技在工信部科技司和新疆科技厅等的支持下，一直致力于少数民族语种输入法的研发，此次与锐合通信合作推出维文 TD 无线通讯模块方案，更是为了积极响应工信部的号召，把基于中国 3G 标准

TD-SCDMA 技术的产品普及到广大少数民族地区，为让我们各族同胞第一时间用上 3G 产品做出自己应有的贡献。”

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 中国移动 TD 三期应用新频段，室内覆盖成重点

近日获悉，移动 TD 三期招标已经明确，未来移动网络容量的提升，需要依靠频谱资源，因此引入了 A 频段(1880~1920M)。据悉，A 频段的前 20M 频段(1880~1900M)，6 个频点用于室内分布，6 个频点用于室外宏站；后 20M 频段(1900~1920M)，9 个用于室内分布，3 个用于室外宏站。

针对 TD 网络建设中的网络容量提升问题，普天已经在年初始便推出了 A+B 频段解决方案。普天 A 频段的 RRU 是基于 B 频段同平台设计的，其中，A 频段八通道 RRU 和 A 频段单通道 RRU 的重量、体积和发射功率等各项关键指标都达到业界的最高水平，满足目前移动 A+B 组网的要求。

普天的 A+B 频段解决方案，可以充分利用 A 频段(1880~1920M) 频谱资源，满足以室内覆盖为主(室内覆盖占用 15 个频点，室外覆盖占用 9 个频点)，从室内向室外发展的网络建设原则，从而提升网络容量，提升用户感受。

普天正是基于对 TD 未来组网的准确理解，年初便推出了 A+B 频段解决方案。目前，普天已经针对 A+B 组网(独立 A 频段 RRU)及对 TD 一、二期网络扩容和改造提供不同的相应的解决方案。目前，普天 RNC 和 BBU 已经支持 A+B 频段组网；室外部分增加 A 频段的相应 RRU 设备和合路器即可。同时，普天正在积极研究 A+B 频段一体的 RRU，计划 2009 年第三季度推出。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## 【终端】

### 中国最大手机基地在上海开建，总投资达五亿元

中国迄今规模最大的手机视频基地，十一日在上海正式启动建设。中国移动方面就此强调，预计到二 0 一 0 年，中国视频用户将超过一千万户。分析认为，近年来中国手机用户增长迅速，目前仅上海就有一千一百六十万用户，普及率超过百分之百，国际漫游通达一百九十个国家和地区。这一庞大的消费群体为中国手机视频产品开发和使用的提供了极好的市场前景。

落户于浦东金桥的该视频基地，拥有一万二千平方米场地，总投资达五亿元人民币。建成后，该视频基地将汇聚中国权威媒体的优质视频资源，成为中国无线视频新媒体产业基地，并带动创意、传媒与动漫产业发展，打造全新的无线手

持终端产业链。

随着中国手机用户不断增长，手机产品也日益丰富，用户对于运营商提供产品和服务质量要求也越来越高，而快速、便捷的手机视频产品已受到更多用户的青睐。为此，中国运营商千方百计地开发手机视频新产品，通过手机视频轻松看电影、电视或手机情景剧，成为争夺用户的又一热点。

据悉，目前支持中国移动专属手机电视客户端的手机，已经超过一百五十款，覆盖全网用户，而手机视频上面提供的节目内容达到五万小时的电影等传统节目，未来的视频产品会更多地围绕 TD 业务全面开展。

来源：中国新闻网 2009 年 05 月 11 日

[返回目录](#)

## TD 建设主设备成本锐减，中兴华为仍可保证盈利

根据规划，TD 三期建设将覆盖 328 个城市，基站、载扇数较上期几乎翻番，对建设者来说，最大的好消息是投资额并没有成比例高涨。根据三期招标报价，所有竞标价格普遍低于二期，这种群体行为说明，在当下经济形势吃紧之时，TD 及时地进入了以成本大幅降低为特征的成熟期。

在过去 20 年中，中国通信建设成本已经画出规律曲线，比如固定电话从每线 3000 元降到 300 元，GSM 从每线 20000 元降至 1500 元，在规模效应、技术进步和竞争等因素作用下，通信的建设总成本至少下降了 10 倍，由此也令通信业务实现了大发展。

从 TD 建设来看，占总投资 70% 的无线网主设备成本，在历经十年研发、一年多两期规模商用后，自然地进入了下降区间。

与 PC 业增加功能以保持价格利润的做法不同，通信业对付技术进步带来价格降低的手段是规模和创新，这样在激烈竞争后依然能保证利润率。

TD 三期价格下降已属可预期因素，价格因素也已逐渐为市场淡化。由于规模效应，他预计报价较低的中兴华为仍可保证一定的毛利水平。

### 三期主打技术进步牌

依据中国移动要求，在三期技术标中，各厂商均推出以环保、小功率、轻便等便于快速建网的新设备应标，相比而言，新设备除在技术指标上更优之外，设备硬件成本有较大幅度下降。

此外，鼎桥推出的“天线一体化 RRU”的创新成果为单位基站安装带来成本削减。该技术将天馈与 RRU 集成于智能天线，有效解决了此前天线的“胡子”（每站 27 根 RRU 到天线的馈线）和“瘤子”（RRU 外形突出）。中兴应标三期的基站产品，相较二期产品单位载扇功耗大大降低，重量下降到老设备一半以下，在降低成本的同时也可为运营商节能降耗，是一流运营商非常关注的一点。

在上月举行的 2009 无线通信应用研讨会上,TD 产业联盟市场总监逯宇表示,随着技术的成熟,TD 独有的一些技术优势开始显露,带来设备成熟和成本降低。比如智能天线能够大幅度提高基站容量,而智能天线的实现方式上,已经从最初的 8 个天线下降到 3 个。2008 年推出的 HSPA MX 倍速(空分复用)技术,将 TD-SCDMA 的小区吞吐量提升一倍,大幅提高了频谱利用率。

来自于基带处理器能力的提高,也令 TD 三期设备集成度更高,单位载扇成本降低。德州仪器就推出了利用广泛 IP 组合提供高集成度芯片组方案,除了改善内核性能以外,还将增加更多强大的硬件加速器以提升系统性能。

### 需求释放规模效应

最初总部规划三期建设 30 万载频。但是各地上报需求统计后,有 100 万载频需求。来自于对手 3G 的压力促使各地分公司对 TD 的需求猛增。4 月 16 日,中国电信启动全国 120 个城市 3G 放号,2009 年中国联通将开通 282 个城市的 WCDMA 网络,其中 55 个于上半年完成。

远超前两期的容量需求让中国移动在三期中不出意外地使用了较大的模型报价策略。二期报价大都采用 S222 和 S333 的站型配置,而三期报价中主要采用 S444 和 S888 的站型配置,每个扇区的载频数增加,因而造成单位载扇价格下降。所以反映在报价上,这次大部分主力厂家的单载扇报价相对二期都有了较大降幅。这也是中国移动大规模建设 TD 网络降低建网成本策略的成功。

电信专家李进良也曾表示,若大范围建设 TD 网,在建设初期即为覆盖驱动期,TD 每种业务的覆盖半径相同,并且能够进行广域覆盖,可节省 30%以上的基站数量,这样也能够节约单位载扇成本。他还认为,即使到了后面的容量驱动期,TD 没有呼吸效应,并且频点丰富,同时对多业务的支持比较灵活,这使得业务类型和容量扩展相当快捷,可节省大量的时间成本并提升业务收入。在成熟期,TD 的频谱效率高,在相同容量情况下,基站数量要少 15%以上,同时结合其软件无线电技术,使得维护成本和升级成本具有较大优势。

### 多重共享

在 TD 主设备成本降低过程中的另一个重要角色是 TD 产业联盟。通过产业联盟,实现新技术共享,减少了专利成本、重复研发成本。华为以独立 TD 厂商身份加入联盟后,就享受到了专利成本的甜头。

另一重共享存在于企业内部。类似中兴华为这样的企业,一直是全制式平台式研发,不但可以借鉴其他 3G 产品的技术和经验,更现实的分摊了研发成本。例如中兴的 BBU 产品采用 SDR 统一平台产品,和 GSM、WCDMA、CDMA2000、LTE 共平台,在增大研发投入的同时,降低了单个产品分摊的研发成本。该公司内部人士承认,共平台在研发成本降低的同时,由于采用相同器件,也直接降低了生产

制造成本。

这种共平台要求实际上出于中国移动 2G/3G 互操作的现实需求，包括爱立信在内都重点推出了支持 2G/3G 的设备，切换时间远低于 3GPP 标准。

来源：通信产业报 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 中移动深度定制能否玩得转

深度定制，是中国移动在 3G 商用之后越来越倾向与终端厂商合作的方式。而深度定制的起步，或许才是中国移动改变原有产业链盈利模式的开始。因此，中移动现在喜欢说“深度定制，全网操盘”。

### 启动

此前，中国移动曾经几次直接集中采购手机、上网卡等 TD 终端，在进入真正的商用之后，中国移动开始倾向于采用深度定制的方式。事实上，在中国移动的 2G 网络上，同时在网的手机型号有 3000 款以上，但其中进行深度定制的手机寥寥可数。

深度定制或许可以改变中移动在 3G 终端中的弱势地位。咨询公司 BDA 的数据显示，目前 TD 有 40 款终端，平均售价为 1800 元，而 WCDMA 约有 900 种终端，平均售价 1000 元，CDMA 2000 终端约有 450 款，平均售价 1200 元。

中国移动相关人士透露，5 月中旬，中国移动从中兴、宇龙、LG 三家厂商深度定制的四款 TD 手机即将出炉。3G 移动互联网的发展，促使运营商将自身的业务深度植入到 3G 终端之中，如把移动梦网、139 邮箱、飞信、手机证券等多种业务直接植入到菜单界面和底层软件中，以刺激用户使用这些数据业务。

此次中国移动深度定制四款 TD 手机终端的模式是：终端厂商和手机国代商共同提交定制、销售以及推广方案，最终由中国移动、终端厂商、手机国代商三方协商定制规模、销售价格以及上市时间等。

其中三家国代商爱施德、天音、中邮普泰分别负责四种 TD 手机全国市场的包销，而中国移动营业厅与社会渠道共同进行销售，由国代商进行终端铺货。“一部 3000 元的手机，补贴可能高达 2000 元以上。”宇龙酷派品牌市场部总监古勇透露，此次 TD 终端定制手机将首次采用激活话费补贴的方式，即用户在任何渠道购买深度定制 TD 手机之后，中国移动验证用户的手机号码、手机 IMEI 号码和业务卡号码一致后，将向该手机用户返还话费。用户的操作是只要激活手机，就能获得补贴。

中国移动市场部人士表示，深度定制产品将最大限度地开拓社会渠道，从根本上解决 TD 终端社会渠道动力不足问题，逐步实现 TD 终端社会化的目标，放大 TD 手机的销售规模。

而 TD 深度定制产品还将进行全国布局“四个统一”的操盘步骤，即统一的操盘方案、营销政策、价格管控和销售节奏，实现在中国移动主导下对 TD 手机终端的全网操盘。

### 模式转变

此次，中国移动深度定制的重要改变之一就是不再“一包到底”，重点引入具备全国铺货实力的渠道商——国代商。

之前，TD 终端始终难以进行社会化销售，很重要的原因在于国代商不愿意进入 TD 市场，除了需求不够，还因为国代商享受不到运营商的资费政策等资源帮助。而在这次“深度定制”合作中，这些渠道商将具有发言权。

爱施德内部人士表示，现在的情况是，一款手机要生产多少，终端商和运营商都不能单独决定，必须要三方一起讨论敲定，而其推广方式也是如此。

“这种深度定制将成为 3G 市场的主流和趋势。”古勇认为，规模化采购与全网操盘将会撬动产业链的各个“支点”，充分调动企业对 TD 研发的投入。

熊辉表示，“绑定运营商，进行深度定制”已经被定为中兴的核心策略。2008 年，中兴通讯手机销量 4500 万部，其中近 80% 销售通过海外运营商深度定制实现。天宇朗通总经理荣秀认为，现在是一个手机业态转型的关键时期。未来厂商和渠道商更多的要转变心态，一起为运营商服务，从独立资源转向整合资源。

华为内部人士透露，目前终端厂商需要具备满足运营商客户不同深度定制需求的能力，包括单纯的功能定制、系列化的产品定制和深度业务定制。细节如配色、用户界面、键盘和包装等方面都要有配合运营商的定制化设计。

### 更深的深度

尽管目前从手机按键到销售模式甚至包装图案，都已经被纳入中国移动深度定制的范畴，而中国移动还在追求更深的深度——让手机厂商直接使用定制的操作系统。4 月 23 日，上海虹桥迎宾馆的大厅内首次公开展示了一款 LG 品牌的 TD 制式 OPhone 原型机。芯片厂商联芯科技首次发布了其为这款 OPhone 所提供的芯片整体解决方案。而这一举公开了 OPhone 的推动进展。按照中国移动的定义，所有使用 OMS 手机操作系统的手机都被统称为 OPhone。而 OMS 系统是中国移动基于谷歌免费开源的 Android 系统开发的。OMS 系统中，飞信、无线音乐随身听、139 邮箱、移动梦网、号簿管家、百宝箱等大量中国移动数据业务均内置其中。此前，只有联想一家确认了要在今年推出 OPhone，目前在近期加入这一行列的厂商包括 TCL、LG、海信和多普达

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 【运营支撑】

### 中移动今年将建 11 万 WLAN 热点，均兼容 WiFi

据中国移动的一份内部招标文件透露，2009 年中国移动将新建 WLAN 热点 10.8 万个，其中胖 AP 约 1.8 万个，瘦 AP 约 9.06 万个。知情人士称，这些设备均兼容 WiFi 和 WAPI 两大标准。此前，中国移动、中国联通与中国联通等运营商均明确表态：今后的 WLAN 设备支持国产无线局域网标准 WAPI。

据中国移动一份内部文件透露，中国移动集团将在 2009 年各省的建设资金中设置宽带接入预覆盖建设专项资金，以加强 TD+Wifi 网络建设。

iSuppli 公司的数据显示，截至 2007 年底，全国共有 5420 个 WiFi 热点，其中原中国电信占总数量的 45%、原中国网通占 27%、原中国移动占 17%、原中国联通占 9%。

#### 移动启动 09 年 WLAN 招标，采购设备 10.8 万

近日，中国移动启动了 2009 年 WLAN 设备采购招标项目。据悉，中国移动仅接受原生产厂商或其唯一指定代理的投标。

同时，中国移动要求投标厂商应在前期参与过中国移动研究院组织的相关 WLAN 产品设备测试，或实力雄厚、产品在现网有过规模应用。

此外，投标设备应满足中国移动技术规范要求，并且为成熟、稳定的商用产品。本次招标规模为 10.8 万个 AP。

#### 运营商加注高速数据业务，国产 WLAN 标准有望商用

WLAN(即无线局域网; Wireless Local Area Networks), 是相当便利的无线数据传输系统, 它利用射频(Radio Frequency; RF)的技术, 取代旧式的双绞铜线(Coaxial)所构成的局域网络。

作为 3G 的有效补充, 各大运营商对 WLAN 的建设一直非常重视, 中国移动已经悄然在全国各大机场, 酒店场地启用 WLAN 服务; 中国电信承接 CDMA 网络运营时就直接发布 C+W 战略, 其中的 W 即指 WLAN。

目前投入使用的 WLAN 设备一般采用 WiFi 标准, 但对其, 我国一直没有给予 WiFi 手机商用许可; 我国主推的 WLAN 技术是 WAPI, 此前一直没得普及使用。

随着 3G 时代的到来, 上述情况才有了改变。而大运营商也明确规定, 要求新购 WLAN 设备必须兼容 WAPI 技术。不久前, 中国电信更是首批集采了 CDMA+WAPI 手机终端。种种迹象显示, 国产 WLAN 标准的春天正在到来。

来源: 腾讯科技 2009 年 05 月 12 日

[返回目录](#)

## 中国移动在西藏开通 3G 网络，正式商用 TD-SCDMA

中国移动西藏公司近日召开发布会宣布其 3G 网络 TD-SCDMA 正式商用，标志着有着“世界屋脊”之称的西藏进入 3G 时代。作为具有我国自主知识产权的第三代移动通信技术，3G (TD-SCDMA) 的正式商用得到了自治区党委政府的大力支持，自治区党委常委、自治区党委秘书长公保扎西和自治区人民政府丁业现主席助理亲自出席活动并作重要指示。中国移动西藏公司表示在自治区党委政府的正确领导下，按照中国移动集团公司的部署，在网络、号段、终端、业务、服务和活动等各个方面都做了精心的准备，以确保此次 3G 的启用万无一失。从即日起，西藏拉萨市居民可以选择 G3 手机、随 E 行 G3 上网卡、G3 笔记本和 G3 无线座机等终端，并赴营业厅办理。

### 自主创新技术覆盖“世界屋脊”

中国移动西藏公司总经理戴忠强调，TD-SCDMA 这项具有我国自主知识产权的技术在西藏实现建设运营，是党中央以人为本，关心西藏、支持西藏工作的具体体现。建设好 3G (TD-SCDMA)，运营好 3G (TD-SCDMA)，有利于让党和国家的声音更好地传达到雪域高原。这一举措更能让西藏的老百姓享受到我国现代通信技术进步的成果，通信使用更加方便。

戴忠介绍说，从最原始的摇把子电话、架空明线电缆，到国际先进水平的程控交换机、移动通信；从单一的电报、电话语音服务，到今天技术先进、服务提升、内容丰富、选择多样的 3G (TD-SCDMA)，电信行业的发展折射出整个西藏经济社会的发展历程。没有西藏经济社会的发展，就没有电信行业的发展；而电信行业的发展又推动西藏经济社会的发展。

### 采用 2G、3G 两网融合

据介绍，中国移动西藏公司目前通过努力，已经以 3G 技术覆盖了拉萨主城区、并以 WIFI 技术覆盖热点地区和 EGPRS 技术覆盖广大乡镇地区的全域无线高速网络覆盖。在保障 G3 基础语音业务的同时，也为手机电视、高速上网等 G3 服务提供了强劲的网络支撑。

在西藏 3G 建设中，中国移动不仅做到了 2G、3G 网络无缝切换、双网优势互补，而且创造性地推出了“不换号、不换卡、不登记”的“三不”原则，用户只要拥有一台 TD 手机，就能轻松地办理中国移动 3G 业务，从而享受到优质的 3G 服务。

中国移动西藏公司总经理戴忠表示，拉萨 TD 项目和内地大型城市的建设有所不同，拉萨 TD 基本上是一个完整而独立的 3G 网络。除了和 2G 共核心网外，其他设施是完全根据一张新网络的要求建设的。也就是说，在拉萨市区，无论在室外还是室内，无论用户使用语音还是数据业务，都将被牢牢地绑定在 TD 网络

上,只有出了拉萨市区才会切换到 2G 网络上。“一定要保证拉萨 TD 用户的感知,保证网络的统一,要把 3G 做好,做厚。”戴忠总经理说。

目前,中国移动西藏公司拉萨 3G (TD-SCDMA) 网络已建设完毕,并向后完成了 5 次网络优化,完成了核心网络、支撑网络的升级,为业务办理实现“三不”(不换号、不换卡、不登记)做好了技术准备。可以说,在拉萨,3G (TD-SCDMA) 已具备了商用条件。

来源: 腾讯科技 2009 年 05 月 10 日

[返回目录](#)

## CMMB 与 TD 合作正式落地, 同时支持 MBMS 标准

国家广电总 7 日正式宣布与中国移动达成合作协议, 共同推进具有 CMMB 功能的 TD-SCDMA 手机发展。据了解, 双方于今年 3 月 22 日 CCBN 展会期间正式签署了合作协议, 与此前通信世界网“中移动与中广移动达成协议 或成 CMMB 发展里程碑”的报道完全一致。

据介绍, 合作双方将聚合内容、网络、品牌、营销等优势资源, 加大对新技术、新产品的合作推广, 使得中国广播和通信领域的两项有代表性的自主创新技术进入了协同发展阶段。近期, 双方合作的新产品将正式投放市场。

CMMB 运营公司中广移动向通信世界网表示, 目前 CMMB 之所以选择 TD 标准合作主要是看重双方均是中国自有知识产权的标准。中广移动方面表示, 双方的合作将是中国自主创新技术发展的里程碑。通信世界网还了解到, 支持 CMMB+TD 的手机还将支持 MBMS 标准, 以支持一些互动业务。

在 CMMB 运营方面, 支持 CMMB 的 TD 手机将内置 CA 加密卡, 每个用户都拥有一个卡号, 并通过这种方式向用户收费。同时, TD 终端上免费节目与收费节目将会并存, 并且可能采取将免费节目与收费节目打包的方式向用户推广。

在 2008 年奥运会期间, 广电总局联合中国移动, 向奥运相关组织和团体赠送了具有 CMMB 功能的 TD-SCDMA 手机。此后, 有多款具有 CMMB 功能的 TD 手机通过了工信部的入网许可。

来自广电总局的数据显示, 目前全国已有 150 个城市建起了 CMMB 覆盖网。到今年年底, 全国 337 个地级市将全部完成 CMMB 覆盖。

来源: 通信世界网 2009 年 05 月 09 日

[返回目录](#)

## 联通 228 城市建 3G 网络, 中兴华为冲刺基站建设

在 517 中国首 3G 建设全面商用“大限”到来之前, 三大运营商纷纷加快建设进程, 力争在 517 电信日期间抢得先机。中兴、华为等国内设备商不仅快速

完成了电信天翼的建网任务，在联通 WCDMA 的建设中也成为到货率、建设速率最高的。

目前，中兴华为已经先后宣布完成了 CDMA 建设交付任务。其中，既包括首期招标区域，也包括后期搬迁 MOTO、北电的原由网络。

5月4日，中国移动启动了 TD 三期网络建设商务招标，TD 三期网络将覆盖佛山、无锡、温州等 200 座主要城市，采购规模约 3.9 万无线基站、26 万无线载扇，总规模也达到了 TD 二期招标的 1.6 倍。中国移动借助最早开展 TD 实验的优势，稳步推进 TD 向纵深发展。

同时，据知情人士透露，前期一直低调忙于机构整合的中国联通其实并没有落后，在 56 个核心城市优先建设的同时，在其余 228 个城市其实也在“暗渡陈仓”，加快建设。记者从一份内部资料获悉，在这 228 个城市并没有进行重新招标，而是参照首期招标的份额进行分配，以增快建设进度。在首期 WCDMA 招标中，华为系、爱立信、中兴分别占据约 31%、27%和 21%的市场份额。

据了解，中国联通一直都在每周对各城市到货和交付情况进行动态汇总，截止 4 月 28 日的统计，在 56 个重点城市基站建设中，中兴、华为、诺西分别完成了 97%、93%和 89%的基站建设，位居前三，除北京、上海等地较慢之外，其它地区多数进展顺利。在 228 个城市中兴、华为基站到货率已经分别达到 100%和 78%，处于绝对领先地位。诺西、ASB 和爱立信也分别实现了 13%~58%的到货率。而在基站建设率方面，中兴、华为也分别实现了 72%和 46%，体现了国产厂商的服务优势。率先完成建设的城市已经开始了全面优化。

分析认为，由于 WCDMA 设备和应用更为成熟，而且 WCDMA 终端更为丰富和领先，市面上的 GSM/WCDMA 终端产品俯首可拾，按照目前 WCDMA 的建设进度，有望后发先至。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 泰尔选择思博伦产品进行信令一致性测试

美国知名性能分析和产品供应商思博伦通信 (Spirent Communications) 公司日前宣布，中国泰尔实验室 (China Telecommunication Technology Labs, CTTL) 已经选中其为 C2K-ATC SC 系统作为手机信令一致性 (signaling conformance) 和可移动用户识别模块 (Removable User Identity Module, R-UIM) 的测试方案。

中国泰尔实验室无线通信部主任张翔表示，“随着中国 3G 移动牌照的发放和中国电信 EV-DO 网络的推出，信令一致性和 R-UIM 在实际网络中的测试已成为关键需要，而思博伦通信的 C2K-ATS SC 系统可帮助泰尔实验室进行可靠的认证和验证服务，以最终确保广大手机用户能够享受到高质量的服务。同时，泰尔

实验室也非常期待，在未来的移动通信技术发展中，进一步与思博伦开展紧密合作。

C2K-ATS SC 系统可以测试 3G CDMA 设备的信令一致性和互操作性，并且有能力在多个频段级别和无线配置下运行。同时，完全集成的 C2K-ATS SC 可自动化执行测试，这就使得许多情景可在相对较短的时间内完成运行，也可节省许多测试所需的宝贵工程资源。

另外，中国泰尔实验室始建于 1981 年，行政隶属于工业和信息化部电信研究院（CATR），由工业和信息化部和国家质量监督检验检疫总局授权设立。中国泰尔实验室是集通信技术发展研究、通信产品标准、测试方法、通信计量标准、计量方法研究，以及涉及国内外产品的测试、验证、技术评估、测试仪表计量以及通信软件的评估、验证为一体的高科技组织。

而思博伦通信则是一家全球性的测试仪器提供商，主要提供针对下一代网络技术的集成化性能分析系统和服务保证系统，其解决方案通过在试验室中模拟真实环境帮助用户加快网络设备开发及部署的速度，同时也能为大型网络的端对端性能提供有力的保障。

来源：泰尔网 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### 【数据参考】

#### UT 斯达康一季度业绩未达预期

UT 斯达康 (Nasdaq:UTSI) 近日发布了 2009 年第一季度财报。财报显示，UT 斯达康第一季度净亏损为 6740 万美元，每股亏损 54 美分，未达分析师此前的预期。

在截至 3 月 31 日的第一季度，UT 斯达康净营收为 1.19 亿美元，去年同期为 5.86 亿美元。UT 斯达康第一季度运营亏损为 5900 万美元，去年同期运营亏损为 3100 万美元。UT 斯达康第一季度净亏损为 6740 万美元，去年同期净利润为 2540 万美元。UT 斯达康第一季度每股亏损 54 美分，去年同期每股盈利 21 美分。

UT 斯达康第一季度业绩未达分析师预期。汤姆森财经调查显示，市场分析师此前预计，UT 斯达康第一季度每股亏损为 42 美分，营收为 1.2899 亿美元。市场分析师预计，UT 斯达康第二季度每股亏损为 0.37 美元，营收为 1.3362 亿美元。

UT 斯达康股价周四在纳斯达克市场常规交易中报收于 1.55 美元，较上一交易日下跌 0.08 美元，跌幅为 4.91%。在随后的盘后交易中，UT 斯达康股价下跌 0.12 美元，跌幅为 7.7%，报收于 1.43 美元。在过去的 52 周中，UT 斯达康股价最低为 0.63 美元，最高为 5.94 美元。

来源：腾讯科技 2009 年 05 月 08 日

[返回目录](#)

## 日本运营商给中国电信业敲警钟：慎用手机补贴

日前，日本三大运营商：NTT DoCoMo、KDDI 和软银公布的截至 2009 年 3 月 31 日的 2008 财年业绩显示，利润增长率分别达到 3%、11%和 11%。尽管利润增长率并非那么“惊人”，但能达到这样的结果实属不易，在利润实现增长的背后，三大运营商的收入均有所下降，下降幅度分别达到 6%、3%和 4%。

### 日本运营商盈利的“秘密”

“手机销售模式的改变，以及手机销量的下滑，是日本三大运营商实现利润增长的共同原因。”业内分析人士指出。日本是世界上最早启动 3G 的电信市场，长期处于三分天下的市场格局，NTT DoCoMo、KDDI 和软银三大运营商基本三足鼎立。

长期以来，NTT DoCoMo 在市场上占有明显优势，市场份额一度达到 53%，不过 KDDI 作为追随者份额上升迅速，软银在 3 年前收购了沃达丰日本子公司之后，一直在新增用户份额上位列第一。NTT DoCoMo 和软银都属于 WCDMA 运营商，而 KDDI 则属于 CDMA 运营商。

日本电信运营商协会（TCA）的数据显示，今年 2 月，日本移动运营商新增用户 38.75 万，总和达到 1.0648 亿。

其中，软银在新增用户方面居首，截至 2 月底注册新用户 13.1 万，用户数达到 2025 万，市场份额达到 20%左右。NTT DoCoMo 新增用户 10.31 万，用户数 5432 万。市场份额为 50%左右，KDDI 新增用户 5.69 万，用户总数 3062 万，市场份额 30%左右。

NTT DoCoMo 在财报中指出，营业利润同比增长主要是由于终端销量下降引起的设备成本下降导致的。KDDI 同样将利润的增长归结为“销售成本的下降”。

以 NTT DoCoMo 为例，根据其财报，2008 财年，运营收入缩减了 5.6%，但运营成本减少了 7.3%，由于成本减少的幅度超过收入减少的幅度，NTT DoCoMo 的利润仍然有所上升。

财报显示，NTT DoCoMo 2008 财年的手机销量下降了 21.8%，而 KDDI 的手机销量更是锐减 32%。

由于手机销量下滑，运营商支付给手机代理商的费用也会相应减少，这是日

本运营商实现盈利的主要原因。

### 独特的手机销售模式

显然，日本运营商净利润的增长主要并非由于业务增长的驱动，而是由于营销成本的下降，特别是手机补贴的下降。这与日本运营商的手机销售模式密切相关。

2007年11月以前，日本运营商普遍采用终端补贴的方式销售手机。在这种模式下，运营商通过定制的方式向手机企业采购手机，然后将手机以低于成本价的价格提供给手机代理商，其中的差额就是运营商为用户提供的手手机补贴。

有调查表明，代理商每卖出1部手机给新入网用户，将从运营商处获得40000日元的补偿；若是在网用户换机，代理商则能获得在网用户合约期内ARPU的四分之一。假设ARPU为6000日元，合约期为2年，则在网用户换机的补偿为36000日元，低于发展一位新增用户的金额。因此，这种方式的好处在于，能吸引更多的新用户入网。

不过，高昂的手机补贴成为影响运营商利润的“罪魁祸首”，在截至2007年3月31日的2006财年，NTT DoCoMo的净利润大幅下滑25.1%。从2007年11月开始，NTT DoCoMo率先将补贴模式从终端补贴改为资费补贴，而KDDI和软银则在之后进行了“跟随”。

这就是NTT DoCoMo推出的“Value Course”业务，KDDI的类似业务名称为“Simply Course”。

在这种全新的手机销售模式下，运营商直接将定制的手机原价卖给代理商，虽然用户需要原价购买手机终端，但可以在资费上享受相当大的折扣。软银则要求用户必须2年时间在网才可以享受资费优惠。

不难看出，新的补贴方案将争夺重点从发展新用户上转移到吸引用户更多地使用运营商业，并保持较长的在网时间。这与日本电信市场的手机渗透率已经超过100%有关，运营商在日本市场很难再大规模发展新用户，只好在现有用户上下功夫。

根据NTT DoCoMo财报，目前“Value Course”方案已经覆盖了NTT DoCoMo 90%的用户，KDDI使用“Simply Course”方案的用户在2008年全年保持在41%，2008第四季度更是增加到75%，新补贴方案得到了用户的广泛认可。

由于传统的手机价格补贴方案仍占有一定比例，因此，手机销量的下滑，对于运营商缩减对代理商支付的费用，以及提高利润作用明显。

不过，日本运营商仍然无法摆脱这样一个困境：不断提高的折扣以及资费补贴方案使运营商的ARPU不断下降。尽管运营商仍然通过不断的业务创新，增加客户对新业务的使用量，但就目前而言，仍然没有成熟的商业模式和业务模式出

现。

### 补贴“双刃剑”

由于中国的 3G 市场刚刚启动，为了确立运营商在产业链中的主导地位，并加强对用户的竞争力，中国三大运营商都开始逐步实施终端定制和终端补贴策略。

“中国移动从来没有过终端补贴的先例，但为了发展 TD，中国移动也开始进行终端补贴。”一位中国移动高层向 CBN 记者感慨。

在他看来，决定中国移动较高利润的主要原因不在于中国电信市场的特殊竞争形势，而在于中国移动从来没有做过终端补贴，“放在全球范围就很容易发现，凡是进行终端补贴的运营商，利润就会直线下滑，但终端补贴已经成为运营商的惯例和竞争的基本手段。”

除了中国移动之外，中国电信仍然在发展 CDMA 业务的过程中，采用了资费补贴方案，中国联通也在酝酿终端补贴的力度和具体方案。

手机补贴，可以在帮助运营商短时间内迅速获得客户，并且确立运营商在手机产业链中的主导地位，但手机补贴同样也会导致运营商利润的不断下滑。日本运营商的案例给中国运营商敲响了警钟：慎用终端补贴的竞争策略。

来源：第一财经日报 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 【市场反馈】

### 今年第一季度全球手机销量锐减 13%

今年第一季度全球手机销量比去年同期锐减 13%，超出预期，这是自手机问世以来全球手机市场从未遇到过的滑坡。相关数据显示，今年第一季度全球手机销量不到 2.45 亿部。全球前五大手机品牌的销量尽管均出现萎缩，但命运却并不相同。韩国三星手机销量同比下降 1%，美国摩托罗拉手机销量则萎缩了 46%。

今年第一季度，诺基亚依然牢牢占据全球手机销量榜首位置，其销量同比下降 19% 至 9320 万部，市场份额略降至约 38%。三星手机市场份额由去年年底的 16.3% 升至 18.7%。

在全球前五大手机品牌中，今年第一季度表现较差的是摩托罗拉和索尼爱立信，摩托罗拉手机销量同比锐减 46% 至 1470 万部，索尼爱立信手机销量同比下降 35% 至 1450 万部，市场份额跌至不足 6%。

今年 3 月初，全球知名市场调查机构加特纳公司预计，受金融危机的持续影响，今年全球手机销量将下滑 4%，2010 年销量也很难回升。

来源：新华网 2009 年 05 月 07 日

[返回目录](#)

## 未来一至两年电信业将进入下行空间

“现在中移动的用户市场份额为 73%左右，联通大概是 20%，中国电信大概是 7%。最后可能会达到‘六三一’或者是‘六二二’的格局。”瑞银董事总经理表示。从过去的竞争看，通常竞争不会持续恶化下去，在电信和联通发力抢夺一部分市场份额，达到各自相对较满意的市场份额后，对自己的市场定位、市场份额以及在市场中的地位会形成一种默契，会按老大、老二、老三各自排序。

对于 3G 业务在运营商竞争格局中的影响力，王进珽认为，一直对 3G 业务比较看淡。第一，从全球角度来看 3G 业务并未出现多大亮点。第二，3G 业务难以挑大梁，因为其边际效益低于二代语音。现在二代语音建网成本非常低，也是最赚钱的。而 3G 的边际收益并没有 2G 这么好。不过，她也认为，3G 业务中，像上网本和无线数据卡这些业务的确会有推动作用。

对于三家运营商目前竞争态势，王进珽认为，中移动是一家稳健的公司，拥有将近 2000 亿元现金，但是其 TD 产业链不成熟，还将面临中国电信和联通对中高段客户的争夺。对于中国电信，189 有较强的营销能力，但是 CDMA 网的 IT 支撑系统没有到位，影响其进一步提升客户服务，CDMA 产业链还有一个短板，中高端手机缺乏，在夺取中高端客户时乏力。

而联通的优势在于 WCDMA 产业链的成熟，风险在于同时运营 2G 和 3G，或会相互牵制，且在面临与网通融合困扰的情况下，联通在 2G 网频谱资源有限也是很大瓶颈。联通也不太敢打价格战，因为联通的底子很薄。如果价格战真的打得很厉害，对它利润目标有较大压力。

王进珽还认为，未来一至两年中国电信业将进入下行空间。理由如下：第一，受经济环境放缓影响，整个电信行业收入增长率放缓，2007 年整个电信行业总收入的增长率在 15%左右，2008 年一季度还是 10.8%，二季度降至 8%，三季度降至 6%，四季度则只有 3%，而今年一季度仅增长 2%左右。第二，资本开支的增加是一个不好的趋势。第三，电信重组和 3G 牌照发放后，竞争肯定会加剧。她表示，下行周期至少会持续一到两年。何时出现拐点？一要看经济周期，二要看三家运营商竞争格局何时走向平衡和稳定。

来源：上海证券报 2009 年 05 月 08 日

[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： <a href="mailto:apptdc@apptdc.com">apptdc@apptdc.com</a>       |
| 服务平台：（010） 6598-1925-602        | E-mail： <a href="mailto:fuwu@apcsr.com">fuwu@apcsr.com</a>             |
| 北京公司：（010） 6598-1925、6598-1897  | E-mail： <a href="mailto:beijing@apptdc.com">beijing@apptdc.com</a>     |
| 深圳公司：（0755） 8209-6199、8209-1095 | E-mail： <a href="mailto:shenzhen@apptdc.com">shenzhen@apptdc.com</a>   |
| 上海公司：（021） 5032-6488、5032-6844  | E-mail： <a href="mailto:shanghai@apptdc.com">shanghai@apptdc.com</a>   |
| 重庆公司：（023） 6300-3200、6300-3220  | E-mail： <a href="mailto:chongqing@apptdc.com">chongqing@apptdc.com</a> |
| 杭州公司：（0571） 8993-5943、8993-5942 | E-mail： <a href="mailto:hangzhou@apptdc.com">hangzhou@apptdc.com</a>   |
| 广州公司：（020） 3758-0643、3758-0421  | E-mail： <a href="mailto:guangzhou@apptdc.com">guangzhou@apptdc.com</a> |