



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. 09. 02

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

中国发力 IPv6 部署，两年内网民可用上 IPv6 网

目前中国互联网的 IP 地址资源缺口仍在拉大。而在 3G 业务广泛开展的背景下，手机上网等无线互联网应用正面临着一个爆发式增长期，这也将带动新一轮的 IP 地址需求热潮。

■ 3G 手机遭遇滞销尴尬：三大运营商各陷窘境

就在各厂商和运营商如火如荼的对 3G 进行宣传时，市场却并没有像大家想象的那样产生共鸣。在国美、苏宁、迪信通等零售卖场……大多数卖场中依然很难见到 3G 终端，而在某国美卖场中，原本用来展示 3G 手机的展台则被一些不知名的国产 2G 手机模型所占领。

■ 李毅中：3G 三年将拉动 10000 亿元经济总量

李毅中指出，发牌之初估计，今年运营商就可以有 2000 亿元的投入，而这 2000 亿元不是国家中央财政，主要是企业自己的自有资金，3G 牌照一发，这 2000 亿拿出来，三年 4500 亿直接投入网络的建设，手机的开发，终端的开发，然后 3G 再提供社会消费服务，可以拉动 10000 亿元的经济总量。

■ 中电信上半年收入 1025.54 亿元，同比增长 14.8%

近日获悉，中国电信发布了截止 6 月 30 日的 2009 年上半年财务报告。中国电信上半年营业额为人民币 1025.54 亿元，同比增长 14.8%，每股基本净利润为人民币 0.11 元。

目录

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	4
中国发力 IPv6 部署, 两年内网民可用上 IPv6 网	4
解析无线互联网生态链, 竞合呈六大变化	6
3G 手机遭遇滞销尴尬: 三大运营商各陷窘境	9
产业环境篇	13
【政策监管】	13
李毅中: 3G 三年将拉动 10000 亿元经济总量	13
中国最牛反侵权案开场 6.5 亿手机用户将成被告	14
公安部: 电信诈骗团伙向中西部转移	15
全国打击电信诈骗犯罪专项行动破获案件 4836 起	16
有线电视不合理收费将取消	17
iPhone 在华或无法运营 APP Store, 受限政策监管	17
工信部拟立法对电信设施进行严格保护	19
【国内行业环境】	19
山寨机毛利仅一美元 联发科基带芯片出货超 3 亿	19
3G 终端战火萌起	21
三巨头集体刹车转型压力骤显, 3G 盈利或至少 3 年	22
移动联通展开 3G 手机大战	24
3G 投资催生通讯设备股一枝独秀	25
两岸电信业协商合资通路, 台业者拟挥军大陆市场	26
电信运营商角力国际话语权迈出大步	27
中电信 3G 手机运营改革, 国代商成 CDMA 销售主角	28
【国际行业环境】	30
Google 将电信运营商挤到墙角	30
2013 年 WiMAX 市场产值 49 亿, 用户将接近 1.4 亿	31
印度以危及国家安全为由调查中国电信设备	32
运营竞争篇	33
【中国移动】	33
传中移动联发科组建合资公司	33
中移动发布 OPhone 平台, 终端新势力引人注目	34
中移动评审携号转网技术方案, 仍处于内部测试	36
中移动加速扩张社会渠道, DO 平台更名为 MDO	38
【中国电信】	40
中电信 400 万终端集采激活 3G 市场	40

电信推“三项工程”，以社会化“催熟”3G终端	42
中国电信：固话商之变	47
中电信预计3G用户大增 全年目标三千万户	53
【中国联通】	54
中国联通上半年营收785亿	54
中联通9月28日起启动285个城市3G正式商用	54
联通iPhone价格猜想：或需一次性支付7300元	55
千亿资本计划不变，上半年199亿用于3G	57
【其他运营商】	57
AT&T明年可能失去iPhone独家经销权	57
制造跟踪篇	58
【诺基亚】	58
诺基亚推迟在美国发行音乐服务	58
诺基亚简洁手写新机3208c发布，第四季度开售	59
诺基亚再锁定新兴市场 明年推手机金融服务	59
【华为】	60
华为中兴澄清：无意收购阿朗股权	60
华为获也门移动1360万美元扩容工程合同	61
【其他制造商】	61
中国成为索尼爱立信研发和生产重心	61
海信3款手机中标中国电信千元3G手机联合招标	61
阿朗为中国电信提供10省市IP骨干网	63
华硕打算明年进军智能手机市场	63
据传NEC、卡西欧和日立将整合手机事业	64
服务增值篇	65
【趋势观察】	65
苹果应用商店“半封闭”模式弊端应有效规避	65
从互联网到“物联网”	66
【移动增值服务】	68
联通移动增值业务比重增加，GPRS收入达13.2亿	68
手机游戏业务呈现快速增长势头	68
央视联手中国移动推国内首份手机视频报	69
【网络增值服务】	70
微软OneApp技术将使廉价手机变聪明	70
35邮箱收发海外邮件未受海缆阻断影响	70
技术情报篇	71

【视频通信】	71
运营商 IPTV 投资趋缓，上海模式领跑全国	71
【电信网络】	73
把握“物联网”时代的三个关键点	73
【终端】	74
王建宙现身 OPhone 发布会，首谈研发目的	74
3G 竞争加剧，三大运营商“明星机型”掰手腕	76
我国首个 WCDMA 高铁项目将完成，基站部署超八成	77
CMMB 发展加速，广电施行“终端无歧视”战略	77
【运营支撑】	79
中广传播联合两广广播电台，将推新媒体形态广播	79
绕过入网政策壁垒，CMMB 手机拟“曲线救国”	79
市场跟踪篇	81
【数据参考】	81
三运营商盈利能力不同程度下滑，3G 尚难打救业绩	81
全球 Q2 WCDMA 增长 21%，中国 3G 部署是主推力	82
分析指 iPhone 将为联通贡献 4.7%-7.9%收入	83
电信 3G 手机市场份额超 55%，9 月启动智能手机招标	83
王晓初：3G 新增用户日增两万年底达 3000 万	85
中电信上半年收入 1025.54 亿元，同比增长 14.8%	85
【市场反馈】	86
苹果进军中国手机市场，分析称有望抢占 10%份额	86
山寨手机别成乱扣话费的替罪羊	87

亚博聚焦

中国发力 IPv6 部署，两年内网民可用上 IPv6 网

近日获悉，中国正发力加快 IPv6 部署，未来两年内网民可用上 IPv6 网。

APNIC 的主要职责是亚太地区的 IP 地址和相关数字资源的公平分配和责任管理，其每年会召开两次开放政策会议，以讨论影响亚太互联网社区的技术与政策问题。本次会议是 APNIC 首次在中国大陆举办，由中国互联网络信息中心（CNNIC）承办，CNNIC 是 APNIC 最大的国家级 IP 地址分配机构，已累计为中国企业分配 5300 多万个 IPv4 地址。

我国新一轮 IP 地址需求巨大

工业和信息化部电信管理局刘杰副巡视员在会上表示，目前中国互联网的 IP 地址资源缺口仍在拉大。而在 3G 业务广泛开展的背景下，手机上网等无线互联网应用正面临着一个爆发式增长期，这也将带动新一轮的 IP 地址需求热潮。

据中国移动研究院黄晓庆院长预测，目前移动 GPRS 的在线用户达到 1700 万，而未来 5 年中，移动互联网的 IP 地址的需求预计达到 5-9 亿。这个数量远高于全球可供分配的剩余 IPv4 地址，应用 IPv6 是最终的 IP 地址解决方案。

根据 CNNIC 报告，截至 2009 年 6 月，中国大陆共分得 IPv4 地址 2.05 亿个，仅次于美国排名世界第二。不过中国已获得的 IPv4 地址数量不足全球已分配总量的 4.5%，未来需求量高且增速高于全球增速均值。CNNIC 的 IPv4 地址自主分配能力目前已居世界第一，能一次分配 26 万多个 IP 地址，可以部分缓解我国 IP 地址资源的压力。

近三年来，我国 IPv4 地址的增长量远远落后于网民增长量，IPv4 地址短缺问题日趋严重。不加快向 IPv6 过渡，将会导致网络拥挤，限制我国互联网发展规模和互联网应用。因此，如何应对 IPv4 地址耗尽并向以 IPv6 为核心协议的下一代互联网过渡已迫在眉睫。

我国政府高度重视 IPv6 发展

刘杰表示，对于国际社会广泛关注的 IPv4 地址资源耗尽的问题，中国政府给予了高度重视，由 IPv4 向 IPv6 过渡已经成为解决 IPv4 耗尽问题的共识，中国政府和研究机构投入大量的精力进行广泛的研究和深入的实践。

APNIC 主席 Paul Wilson 先生认为，对于 IPv4 即将耗尽的问题，中国的有关部门、互联网管理机构以及运营商等都非常重视，在对相关问题的解决上进行了大量的准备工作。

据了解，早在 2004 年，中国 CN 域名服务器的 IPv6 地址，就成功登录到了全球域名根服务器，可以为 IPv6 网络用户提供 CN 域名各项服务。

运营商发力商用 IPv6 部署

目前我国互联网运营商正在发力商用 IPv6 网的建设，并取得了阶段性成绩，骨干网已经基本支持 IPv6 访问，终端支持 IPv6 访问是目前需要大力推进的部分。

广东电信研究院黄灿灿在谈到电信未来两年的目标时表示，电信所购买的终端都装备 IPv6 地址，IP 骨干网完成向 IPv6 过渡，努力在未来两年内实现部分城市 IPv6 网络访问，实现试点城市 and 自运行的服务能够提供终端到终端的 IPv6 服务。这意味着在两年内，IPv6 网将逐步投入商用，中国网民可以使用 IPv6 网络上网。

从 IPv4 向 IPv6 过渡，国家力量不可或缺

IPv4 向 IPv6 平稳过渡是大势所趋，但要对其难度和复杂性有充分认识。目

前在我国，一些机构正在自发开展过渡研究，CNNIC 一直跟踪 IP 地址的发展，并在 2008 年就将部分研究成果予以公布。

专家认为，IPv4 向 IPv6 平稳过渡还需要在国家层面不断推动，政府、产业、研究机构共同努力来推进。移动研究院黄晓庆院长建议，IPv4 向 IPv6 过渡工作，可以借鉴移动互联网的整合经验。

CNNIC 国际业务部主任张健认为，从 IPv4 向 IPv6 平稳过渡，最好的效果就是要让网民使用上感觉不到这个切换的过程。这就需要在网络、终端设备、技术标准、IP 地址资源分配等有一个整体的规划布局，国家力量就显得不可或缺。这就需要政府不断加强在该领域的投入。

据了解，在互联网发达国家，有专门的政府资金资助甚至专门设立工程实验室或者研究院来推动 IPv4 向 IPv6 过渡的研究，取得了显著成绩。日本政府制定了“e-Japan”的战略，明确了 IPv4 向 IPv6 过渡的时间表和路线图，由于政府重视，企业积极，故迄今日本在 IPv6 的研发和应用走在亚太各国乃至世界的前列，日本厂商在 IPv6 网络设备与信息家电中占有很大优势。

有识之士也指出，除了部署 IPv6 网络外，政府和业界也要考虑如何做好 IPv6 地址的分配和管理，不要重蹈 IPv4 网络上的一些问题。对 IPv6 的分配管理是一个新的契机，这对于打击网络犯罪、提高网络性能、构建一个可信和谐互联网具有重大意义。

来源：赛迪网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

解析无线互联网生态链，竞合呈六大变化

图 1 是传统 IT 的关系图，图 2 是现在无线互联的关系图，从这两张图可以清楚的看出到了无线战场上逻辑上发生了一些变化，竞争与合作关系也发生了明显的变化，3G 时代更加速了无线上网产业生态链的改变，也促成了厂商新的竞争合作关系。我们可以发现以下 6 个变化：

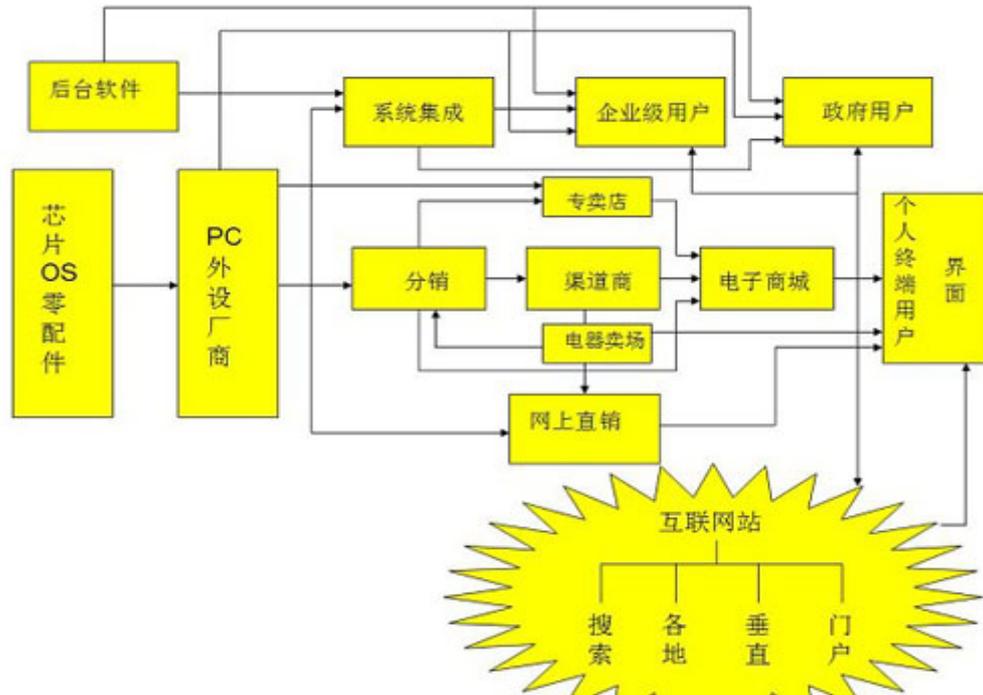


图 1

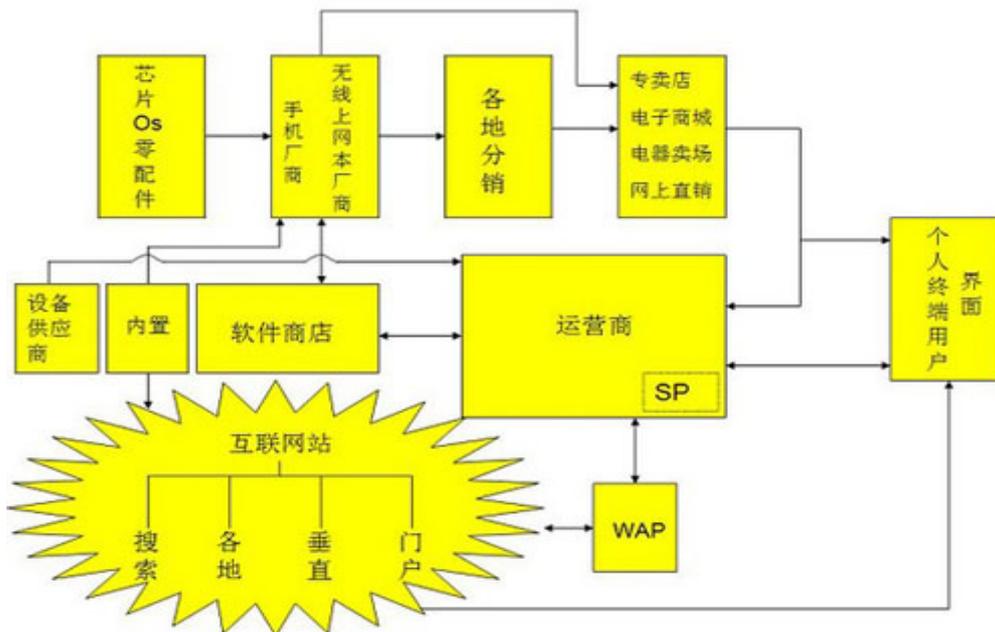


图 2

运营商既是新贵又是长尾

改变一：运营商的加入，而且只有运营商既是新贵又有是长尾，本来就快 7 亿用户了，再叠加上 3G 终端、上网本终端的运营又赶上一波新贵身份，同时无线上网计费源源不断、无尽的长尾。和有线上网不同，运营加入了产业链，成了永恒的赢家。

和上家合作伙伴软件商店竞争

改变二：苹果的 iPhone 发明了软件商店，诺基亚跟进了 4 个月，在中国还没

落地,只听中国移动一声吼,手机厂商肯定抖三抖,我也要开软件商店,于是乎软件商店不再只是手机厂商的专利,运营商杀入了合作伙伴刚发现的蓝海,而且低姿态让利于开发者,合作条件与手机厂商相同,与开发者三七开,当然手机厂商心虚。

心虚原因有三,一是本来手机厂商就哈着运营商;二是软件商店无专利,也无需另外申请营业执照,谁开都行,没有理由反对;三是运营商和用户资金来往最频繁,提供服务近水楼台、天经地义。

8月25日,中国电信携手诺基亚、摩托罗拉、三星、LG、华为等国内知名手机厂商,联合发布多款天翼音乐手机。此举虽被中国电信认为是通过深度定制终端机提供差异化产品满足客户需求,实际上是无线运营商进入硬件商家市场的一种表现。

网站内置与WAP上网互补变为竞争

改变三:运营商和无线网站之间成为内容供需关系,这种关系早出现在10年前,但由于2G宽带问题,一直雷声大雨点小,3G时代的WAP运营商与互联网站独木桥关系,现在加上厂商将互联网站的内容内置,尽管对于手机厂商来说内置网站内容受到资源限制,尽管对于用户来说用Wap上网又慢又费事,但是内置与Wap上网成了运营商与手机厂商和互联网站两个从合作伙伴,他们再向手机厂商和运营商提供服务的角度上,几乎变成是竞争关系,可以肯定的是不管他们之间是不是竞争关系、关系如何,都是运营商赢。

Wintel全面占领无线终端

改变四:Wintel向无线全面进攻,使无线终端厂商大王诺基亚招架不住,终于在2009年8月在手机操作系统和上网本芯片全面合作。

微软公司和诺基亚公司结盟,诺基亚多款手机中安装Office, Symbian能装Office,微软Office是否会抛弃Winmobile投向Symbian?答案是不会,尽管Windows各种版的零售价只是Office各种同类产品的十分之一,但是,微软暂时后悔停止Winmobile研发销售原因有二:一是面子问题。二是Winmobile和Symbian市场份额相加占有71%的市场,这个只有令暂时不要因合作产生OEM厂商动摇;

诺基亚为什么会与微软Office合作?因为高端用户PC用户的用户习惯不用培养,自然过渡。

尽管微软Winmobile市场占有率比Symbian小的多,但微软长远来说更想要的是让诺基亚公司放弃Symbian系统。

于是重演了当年IBM放弃了自己的亲生儿子OS/2,从此抚养了抱养了微软的Windows9年。

8月26日,诺基亚一向回避的上网本推出问题有了答案,不管上网本今后市场命运如何,我诺基亚情愿上错车,成Wintel的OEM厂商,也不愿掉上网本战车。我诺基亚虽有700亿美元规模,比英特尔、微软、戴尔都大,但前二者相加比我大,傍大款才能成更大的款,何况即使上错上网本的车我还是手机市场老大。

互联网新贵在微软后院纵火

改变五:正当微软联合诺基亚向掌上OS进军时,谷歌、百度在技术、市场方面加入无线战场,对准微软后院大本营捅了放了两把火,一个推出桌面OS、上网本系统,另一个以实际行动让“框”会取代窗。

面对两场大火,微软公司内心独白:桌面系统可是我微软33年的精血所筑,那会那么容易被G公司攻破?还有那B公司的“框计算”,才吃了几年干饭就想和我斗?!我又不是没搜索技术储备,我现在没怎么动手是怕惹上什么垄断官司,何况我还有强大的企业用户群,你俩小兄弟在企业市场还没开练呢吧,就这样你们就在用户方面失去半壁江山了。市值高又怎么了?老子市值也不低,加上现金流和营业规模比你俩强!

企业用户和个人用户无间道融合

改变六:无线网络市场、终端战场上我们看到企业级用户似乎是消失的(见图2),其实不然,已经融合在高端用户上,产生了一个无间道的融合,白天白领上班的时候,他们所使用的无线终端是在位企业工作,是个纯粹的企业个人终端,业余时间,他就变成了消费类用户,这一生态的变化,和20年前无消费类客户和5年前、乃至10年前,无线终端没有企业用户完全是两码事,这一变化可能要使手机终端厂商、渠道、媒体、以及所有的关系型的企业、产业市场,与传统的企业用户和市场划分,完全颠覆了。可以定义,无线终端的个人用户就是企业用户。

来源: CNET 2009年08月31日

[返回目录](#)

3G手机遭遇滞销尴尬:三大运营商各陷窘境

伴随着3G网络建设的加快,尤其是3G终端形态日益丰富以后,3G终端正进入快速上升通道。对比过去几个月的终端销量,2G手机一直小幅下降,而3G手机却实现了40%以上的份额增加。

然而对于国内运营商来说,无论是客观条件所限或是主观积极性不足,三大运营商正不同限度地遭遇着三种困境,能否突破各自的困境将直接影响运营商3G格局的真正形成。

就在各厂商和运营商如火如荼的对 3G 进行宣传时，市场却并没有像大家想象的那样产生共鸣。近日记者走访了多家国美、苏宁、迪信通等零售卖场，发现在大多数卖场中依然很难见到 3G 终端，而在某国美卖场中，原本用来展示 3G 手机的展台则被一些不知名的国产 2G 手机模型所占领。

据相关厂商负责人透露，“中国移动深度定制 TD 手机项目中，原本规定单个营业厅销售数千部 TD 手机，最终却仅销售了两三百部。”

另据研究机构赛诺最新发布的数据显示，7 月份 3G 手机总销量为 25.1 万台，仅占 2G 手机销量的 2% 左右。

可以看到的是，虽然 3G 商用已经半年有余，但三大运营商依然在不同程度上遭遇着 3G 手机滞销以及市场驱动力不足所带来的尴尬。

TD：再次尝试差异化之路

TD 手机成熟度不够，以及由此而产生的产业链不够完善，一直是中国移动无法回避的问题。

从最初的集采、包销，到年初的深度定制，仅今年上半年，中国移动给 TD 终端的补贴就达 51.6 亿元。然而在过去一年的时间里，中国移动发展的 TD 用户却只有 100 多万。“常规的定制方式、终端策略显然并不能让中国移动走出 TD 终端困境。”大唐电信副总裁、大唐电信终端公司总经理刘欣在接受记者采访时分析说，在 3G 初期，尤其是 TD 终端尚未成熟的时期，中国移动要想制胜 TD，就必须和另外两个运营商进行差异化竞争。

中国移动显然也早已意识到这点，早在 2009 年初就首先开始定制 TD 上网本。由于上网本产业比较成熟，而 TD 上网模块也相对成熟，所以 TD 上网本自诞生那一天就被中国移动寄予差异化取胜的厚望。

然而遗憾的是，一方面上网本本身并没有获得大众用户的认可，另一方面，由于上网本产业门槛比较低，运营商定制的模式也很容易被其他运营商所复制。可以看到的是，在随后一段时间内，中国电信和中国联通也陆续推出了各自定制的上网本，性能和优惠方案基本一致，所以中国移动先发优势并没有体现出来。

据相关厂商透露，当初中国移动和 PC 厂商签订的月销 3 万台的目标，最终却以几千台的成绩告终。

“就目前的销售情况来看，运营商定制上网本基本算是失败了。”一家 PC 厂商负责人略显悲观的总结说。

“归根结底来说，这次失败的原因在于，在定制上网本的过程中，中国移动并没有真正独家的优势。”有手机从业者分析认为，中国移动在定制手机的过程中具有业务以及用户的优势，然而上网本中，中国移动除了补贴，并不能给这个

产业更多的资源。

但是，上网本的失败并不意味着 TD 的失败，中国移动差异化竞争也没有停止。

近日，中国移动总裁王建宙走访了多家台湾企业，其中就一大批电子阅读器生产企业。

中国移动进军电子阅读领域这个“蓄谋已久”的计划终于浮出水面并将快速进入市场化层面。据知情人透露，中国移动目前正着手建立电子书终端库，9月14日将有第一批电子书终端“入库”，也就意味着第一批电子书进入中国移动定制名单。“如果不出意外，这批终端最快将于9月下旬开始销售。”上述知情人说。

大唐电信也于近日宣布其首款 TD 电子阅读器 AirPaper50T 将于9月中旬起通过浙江移动正式销售。

据了解，中国移动在电子阅读器领域很重要的一项工作就是搭建 3G 阅读的内容平台。据接近中国移动 3G 阅读器项目的知情人透露，目前中国移动 3G 阅读器内容平台已初步搭建完成，中国移动将首先在浙江试点此项业务，并逐步推向全国。

借鉴国外亚马逊的成功经验，中国移动进军电子阅读领域是其终端策略差异化竞争的又一次尝试。“电子阅读最大的瓶颈在于内容，最大的市场空间也是内容。中国移动的加入很好的解决了这一瓶颈。”刘欣在谈到中国移动进军电子阅读市场的优势时表示，中国移动搭建内容平台，一边可以拉拢终端厂商，另一边可以笼络内容提供者，这就是把自身优势最大化的体现，而且更重要的是，中国移动在电子阅读市场站稳脚跟之后，中国联通和中国电信要再进入电子阅读领域，将会困难很多，而这才是电子阅读差异化策略的核心竞争力所在。

TD 电子书阅读器作为中国移动的下一张王牌，能否获得市场的认可，有待考验。

WCDMA：为他人做嫁衣

“这是一款很好的终端，在国外运营商销售情况非常好。”TCL 通讯 CEO 杨兴平手里举着一款为联通定制的 WCDMA 手机说，“但是在国内却没有运营商政策的支持，宣传的支持，销售前景并不乐观。”在杨兴平看来，目前 3G 市场刚刚启动，即使是 WCDMA 这样成熟的终端也不可能像 GSM 手机那样销售，因为用户选择 3G 手机，重要的是选择 3G 服务，所以运营商终端策略对终端的销售尤其重要。

更重要的是，3G 手机中另外两个运营商都进行了积极的补贴和营销，这无形中也让 WCDMA 手机和 TD 手机、EVDO 手机形成了一定的落差。

在中国联通消极的 3G 终端策略下，一个颇为讽刺的现象是，成熟丰富的 WCDMA 手机并没有撼动中国移动的用户，却丰富了 GSM 手机产品线。因为目前市

场主流 WCDMA 手机基本都向下兼容 GSM 网络。

笔者在走访国美手机卖场时就遭遇了这样一幕。当笔者向一位索尼爱立信手机销售人员抱怨自己的手机号是中国移动的号所以无法使用 WCDMA 手机时，这位销售人员指着一款 WCDMA 手机说，“如果你不需要视频聊天，用你现在 GSM 的卡一样可以用这部手机，很多客户都是这样用的。其实和买水货手机一个道理，买的是 3G 手机，用的是 2G 网络。”

当初中国联通希望水货 WCDMA 手机平滑转变为自己的 3G 用户，却不曾想到，当下自己最成熟的 WCDMA 手机却成为了 GSM 手机的嫁衣。WCDMA 手机的成熟优势体现在市场的初期，而此时如果中国联通不主动发挥和利用这种优势，最终优势也将可能变成劣势。

EVDO：社会化瓶颈犹存

市场调查公司赛诺统计数据显示，今年前 5 个月，三大运营商 3G 手机市场中，电信占据 55% 市场份额，共计 9.3 万台。就这个数据而言，中国电信在 3G 市场中已经站在三家运营商的前列。

而近日，中国电信召开的天翼手机洽谈会更是把 EVDO 手机推向了市场的高潮。

半年以来，中国电信一直以不断提升的终端社会化比例为傲。据统计，中国电信集采 CDMA 手机份额从最初 90% 以上已经下降到现在的 40% 左右，而按照中国电信最初的目标，这个数字最终有望降至 20%。很显然，这将极大的促进 EVDO 包括 CDMA 手机市场的活跃性。

但是不可忽略的一个问题是，中国电信的这种社会化方式事实上只是增加了天音、中邮这些国代商来作为中国电信的资金物流平台。最终销售渠道依然以中国电信的营业厅以及合作营业厅为主，很少能触及国美、苏宁、迪信通这样的社会卖场。

而且，由于增加了国代商的角色，将很有可能增加手机的渠道成本，或者压缩手机销售的利润。

所以目前中国电信的社会化销售并没有真正实现零售的社会化。这体现出来的依然是渠道商对 EVDO、CDMA 手机销售的信心不足。

对于用户和手机厂商来说，要扩大规模，真正需要活跃的还是末端的零售渠道，激发这些渠道的积极性，才是社会化的最终目的。

所以，实际上，中国电信仅在广义的社会化过程中迈出了一小步，那零售社会化实质性的一大步将决定中国电信能否真正实现社会化，以及能否持续领跑 3G 市场。

赛诺预测，2009 年 3G 终端市场的规模是 1300 万部，其中手机销量 500 万

部，上网卡 550 万部，上网本 180 万部，无线座机 70 万部左右。尤其值得注意的是，赛诺还预测，09 年的 3G 市场主要还是集中在今年的下半年，市场规模预计会达到全年的 90% 以上。对于三个运营商来说，真正的 3G 市场，或许下半年才刚刚开始。

观点

研究机构赛诺最新发布的数据显示，7 月份 3G 手机总销量为 25.1 万台，比 6 月份的 17.7 万台增长了 41.7%。在市场占有率上，三星、LG、酷派品牌位居前三名，合计市场份额超过 70%。

TD 市场中 TD 手机销量比 6 月份增加 36.3%，LG、中兴和酷派占据 TD 手机市场的前三名，三家品牌的市场份额均超过 20%，市场占有率合计达到 71.6%。LG、中兴和酷派三家企业均为中国移动第一批 TD 手机深度定制的入围企业。

在 EVDO 市场，赛诺数据显示，7 月份 EVDO 手机销量比 6 月增长了 19.4%，其中三星以 31% 的市场占有率居于第一位，LG、酷派分列第二、三位，三星、LG 和酷派三家在 EVDO 手机市场的占有率合计高达 86.7%，市场集中度明显。此三家品牌均为 CDMA 市场的传统强势品牌，延续了在 CDMA1X 制式时的市场优势。

来源：通信产业报 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

李毅中：3G 三年将拉动 10000 亿元经济总量

日前，工信部部长李毅中表示，3G 发牌后，三大运营商积极投入到 3G 建设当中，预计三年后 3G 将拉动 10000 亿元的经济总量。

李毅中指出，发牌之初估计，今年运营商就可以有 2000 亿元的投入，而这 2000 亿元不是国家中央财政，主要是企业自己的自有资金，3G 牌照一发，这 2000 亿拿出来，三年 4500 亿直接投入网络的建设，手机的开发，终端的开发，然后 3G 再提供社会消费服务，可以拉动 10000 亿元的经济总量。

“3G 发牌后，中国移动承担了 TD-SCDMA，中国电信是 CDMA2000，中国联通是 WCDMA。后两家运营商拿到牌照后是如虎添翼、摩拳擦掌，有了这两个牌照以后，竭尽全力去投入追赶。这样使得中国移动，就感到有压力了。”

李毅中介绍说，原来中国移动计划是经过两年到三年时间，用户达到 2000 万。后来听说中国电信、中国联通最少 5000 万，争取 8000 万。这下中国移动也

坐不住了，所以也提出来，最少 5000 万，最多 8000 万。如果三家都 8000 万，三八两亿四，占了手机用户的比例就很大了。再加上各种消费，我觉得三年的拉动，再加上前面的 4500 亿，10000 亿的总量，还是实事求是的。

来源：飞象网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

中国最牛反侵权案开场 6.5 亿手机用户将成被告

一项涉及到中国有 6.5 亿个手机用户，涉案金额几乎难以预计的专利反侵权案已经拉开序幕。

原告锋众信息科技有限公司和晟展信息科技（上海）有限公司、被告上海力乙工贸有限公司在 8 月 4 日被上海第二中级人民法院受理。

这个案件的特别之处在于，一位叫桑钧晟的美籍华人将以一个“电信数据传输内容中字词符联接电信号码的方法及其系统（发明专利号：ZL200480009850.2）”，想在中国拿走 650 万亿元以上专利索赔额，这等于把近 22 倍中国 2008 年 GDP 的金钱，赔偿给桑钧晟和他代理索赔公司。这无疑是目前最“牛”的反侵权案。

桑钧晟的专利是一种应用手机短信互动服务，欧洲人叫做“AQA”（Any Question Answered，你问我答之意）的短信数据库模式，也是一种手机“精准营销”服务。这项技术于 2009 年 6 月 17 日获得国家知识产权局授予的专利。

桑钧晟之所以将上海乙工贸有限公司列为被告，是因为后者使用了 12114 的“AQA”服务。桑钧晟与其合作伙伴谢元哲认为这个“AQA”服务是他们 2 个人发明的，所有申请使用类似服务的用户（大家注意：这是“用户”而不是 SP 提供商、也不是平台商）将面临着至少 50 万元、10 月 1 日之后将达到 100 万元的专利侵权索赔。

当笔者弄明白此案被告、“上海力乙工贸有限公司”是申请了“空调铜管”这个词而成为被告时，心里倒吸了一口冷气：下一个被告岂不是俺了？！

为了寻找到底还有多少类似“上海力乙工贸有限公司”的“电信数据传输内容中字词符联接电信号码的方法及其系统”专利侵权服务用户，笔者网上搜索一下，用“遍地皆是”这个词作描述一点不过份：

比如：中国移动开通啥项目，一般是：“发送 xxxx 到 10086”这样也可能落入桑某专利侵权之表！

央视及各媒体经常有：“发送 xxxx 到 1066XXXXX，收费多少的提示”，这些媒体侵权了桑某专利！中国红十字会发送：“‘中国红十字会’到 12114”中

国红十字会就侵权了！国家工商总局开通 12315 短信平台，消费者可发短信投诉，当地政府 12345、公安 110、质检 12365、物价 12358、卫生 12320 都有类似短信 AQA 服务，全都成了侵权了桑某专利！

国家知识产权局一位工作人员看过此专利之后半开玩笑地说：“国家知识产权局的短信 AQA 服务也侵权了桑某专利了，这个专利真的太有意思了！”

事实上，专利中的所谓“通信共用码”并无具体的定义，只要是发送相关信息到一个号码就可能构成侵权。这样，中国移动通讯领域的任何相关服务提供商、公益组织、政府机构等，都可能构成所谓的“专利侵权”，这明显地已经涉及到了重大公共利益问题。

上海知识产权律师游云庭在 MSN 对笔者说：“我个人觉得您关注的那个专利案的性质没那么严重 知识产权的独占性和公共利益冲突时 知识产权人总是会吃亏 在中国尤其如此。所以我觉得人人自危的说法有点夸大。”

而北京的知识产权律师于国富在他的博客中认为：“至于这起专利案件谁是谁非，由于我并没有掌握双方的诉辩主张和证据材料，不好发表评论。考虑到这个专利诉讼案件的审理结果可能会直接影响到众多的电信运营商的业务模式，我把专利的授权前后的独立权利要求书提供出来，让电信专家分析一下，看看是否真的像沈阳老兄博客文章题目那样，会影响到中国 6.5 亿手机用户。”

“刺激，绝对刺激！”一位知识产权律师这么告诉笔者。到底此案将怎样牵动公众及媒体的神经，笔者将继续披露，敬请关注。

来源：21 世纪网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

公安部：电信诈骗团伙向中西部转移

近日，公安部在京召开新闻发布会，通报全国公安机关打击电信诈骗犯罪专项行动阶段成果有关情况。晨报记者在现场获悉，当前活跃在社会上的电信诈骗形式将近 30 种，诈骗内容有专门点子公司精心策划设计，针对不同受害群体“量身定做”。其中，70% 以上的受害人群是女性和中老年人。

公安部刑事侦查局副局长黄祖跃介绍，今年 6 月 12 日，公安部部署全国公安机关启动了为期 4 个多月的打击电信诈骗犯罪专项行动。截至目前，全国公安机关共打掉电信诈骗犯罪团伙 277 个，抓获犯罪嫌疑人 1469 名，破获犯罪案件 4836 起，追回被骗资金 1900 万余元。

黄祖跃还介绍了当前电信诈骗犯罪活动出现的新情况和特点。目前，诈骗窝点有向中西部和境外转移的趋势，一些大陆诈骗团伙纷纷从沿海地区向中西部转

移，诈骗窝点多设在城市高档社区商品房内。诈骗犯罪团伙呈现公司化、集团化管理，作案手段更趋隐蔽。

来源：解放网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

全国打击电信诈骗犯罪专项行动破获案件 4836 起

截至目前，全国公安机关打击电信诈骗犯罪专项行动共打掉电信诈骗犯罪团伙 277 个，抓获电信诈骗犯罪嫌疑人 1469 名，破获电信诈骗犯罪案件 4836 起，追回被骗资金 1900 万余元。

公安部刑事侦查局副局长黄祖跃在 31 日下午召开的新闻发布会上通报上述情况。他说，今年 6 月 12 日，公安部部署全国公安机关开展了为期 4 个多月的打击电信诈骗犯罪专项行动，对电信诈骗犯罪予以严厉打击，效果明显，主要体现在四个方面：

一是破获了一批电信诈骗犯罪案件，打掉了一批团伙，抓获了一批犯罪嫌疑人。截至目前，全国公安机关共打掉电信诈骗犯罪团伙 277 个，抓获电信诈骗犯罪嫌疑人 1469 名，破获电信诈骗犯罪案件 4836 起，破获公安部挂牌督办案件 10 串（起），缴获涉案银行卡、存折 1 万余张、手机卡 3 万余张及一大批作案工具，追回被骗资金 1900 万余元。

二是犯罪嫌疑人比较集中的 6 个原籍地面貌初步改观。公安部对河北丰宁县、湖北红安县、大悟县、湖南双峰县、广东电白县和海南儋州市等 6 个电信诈骗犯罪嫌疑人比较集中的原籍地进行了挂牌整治。6 个县市公安机关在当地党委、政府和上级公安机关的领导下，开展集中打击、宣传、帮扶、整改等措施，效果明显。现已打掉电信诈骗犯罪团伙 78 个，抓获电信诈骗犯罪嫌疑人 268 名，破获电信诈骗犯罪案件 706 起，捣毁犯罪窝点 99 个。

三是电信诈骗犯罪发案数明显下降，电信诈骗犯罪得到初步遏制。从全国这两个月发案态势看，电信诈骗高发多发、迅猛增长的势头得到初步遏制。各地公安机关 110 接报警和发案数明显下降。如，北京全市从高发时期的日均发案 14 起下降到目前的 3 起左右；上海市从专项行动前周接报警 220 多起，既遂案件 120 多起，下降至目前的周接报警 82 起，既遂案件 39 起；江苏省专项行动以来发案逐月大幅下降，年初月发案近 600 起，至 7 月发案降至 178 起，8 月以来发案降至 10 起，近两周全省零发案。

四是开展多种形式的宣传活动，人民群众防骗意识有所提高。各地公安机关一手抓打击治理，一手抓宣传防范，采取公安局长、刑警队长上电视接受采访、

邀请记者随警作战、案例报道、派员讲法制课、制作发放宣传单、张贴横幅，以及向社会滚动播放、公布涉案电话、涉案账号等措施，集中介绍当前电信诈骗犯罪各类手法，揭露犯罪伎俩，宣传防骗知识，形成强大的舆论声势和良好的社会氛围。

来源：新华网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

有线电视不合理收费将取消

国家发改委、国家广电总局近日下发通知，要求各地采取有力措施加强有线电视收费管理。

《通知》明确，有线电视数字化整体转换成本偏高的地方，要通过适当延长还贷期限、增加财政投入、节约开支等措施降低分摊成本，要通过增值业务服务、数字电视付费节目的收入弥补部分转换成本，以降低提价幅度。

要做好成本监审工作，并通过召开听证会等形式，广泛听取有关方面意见。各地要全面梳理涉及有线电视服务的收费项目，对涉及用户申请办理开通、移机、停机、复机、过户等手续的不合理收费项目要予以取消。数字化整体转换中向有线电视用户初次发放数字电视机顶盒 IC 卡不得收取费用，所需开支计入经营成本；对因损坏、丢失而申请补领 IC 卡的，可按省级价格主管部门的规定适当收取工本费。

来源：人民网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

iPhone 在华或无法运营 APP Store，受限政策监管

近日，中国联通发布了 2008 年上半年财务报告，同时宣布与苹果达成一致协议，将于第四季度推出 3G 版 iPhone，在随后的记者见面会上，中国联通董事长常小兵和总经理陆益民等回答了记者提问。

据悉，联通版 iPhone 是否内置 APP Store 的问题尚未解决。

对于 iPhone 中是否内置苹果的 APP Store 问题，中国联通总经理陆益民在接受媒体采访时表示，由于 iPhone 进入中国要符合中国政府的相关监管政策，目前，中国联通和苹果正在协商怎么解决相关的问题，但更多的细节还不太好公布。

工信部电信管理局：苹果必须获得相关许可证

对此，搜狐 IT 从工信部电信管理局了解到，由于 APP Store 属于电信增值服务，所有的电信增值服务都必须申请《增值电信业务经营许可证》，而目前，苹果尚未在大陆申请到 APP Store 的经营许可证。

根据《中华人民共和国电信条例》，经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《跨地区增值电信业务经营许可证》；业务覆盖范围在一个省、自治区、直辖市行政区域内的，须经省、自治区、直辖市电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。

据了解，要想在中国开展增值电信业务的公司必须符合四大条件：（一）经营者为依法设立的公司；（二）有与开展经营活动相适应的资金和专业人员；（三）有为用户提供长期服务的信誉或者能力；（四）国家规定的其他条件。

此外，根据《外商投资电信企业管理规定》，经营增值电信业务的，其注册资本最低限额为 1000 万元人民币；

同时，工信部在《电信业务经营许可证管理办法》中明确规定：申请经营增值电信业务的，应当符合《中华人民共和国电信条例》第十三条的规定和下列条件，即：（一）在省、自治区、直辖市范围内经营的，其注册资本最低限额为 100 万元人民币；在全国或跨省、自治区、直辖市范围内经营的，其注册资本最低限额为 1000 万元人民币；（二）有可行性研究报告和相关技术方案；（三）有必要的场地和设施；（四）最近三年内未发生过重大违法行为。

专家：苹果 APP Store 的关键问题在于服务器不在中国

对于苹果尚未申请到增值业务经营牌照的问题，有不愿意具名的专家向搜狐 IT 透露，事实上，苹果公司的申请条件基本上具备，唯一的问题就是 APP Store 的服务器不在中国，中国政府无法对其进行监管，因此无法向其颁发经营许可证。

对此，搜狐 IT 从微软公司移动事业部权威人士处了解到，该公司正在紧锣密鼓地将微软商城的中国区服务器搬到中国，以便在中国开展 Windows Marketplace 相关业务。

对于服务器不在中国的应用程序商店可能造成的困扰，据业内权威人士介绍，该商店无法与运营商进行合作，也无法自行进行任何广告宣传。

目前，联通版 iPhone 没有内置 WiFi，而苹果一直非常简直内置 APP Store，但是，相关经营许可证的问题正待解决。

联通：将在 iPhone 中内置联通特色业务应用

此前，据搜狐 IT 从中国联通内部获悉，中国联通将在 iPhone 中内置联通 3G 门户，业务应用将包括沃影视、沃音乐、手机报、沃邮箱、沃财经、手机教程、沃书城、沃画报、沃直播、沃动漫、沃精彩等。

其中，手机报包括了十多家纸媒体的手机报，比如人民日报、环球时报、中国国家地理、体坛周报等。

沃书城则已经有超过 20 部作品。值得注意的是，联通 3G 门户中还包括了动漫，此前，中国移动举办手机动漫大赛，将促进动漫发展作为未来手机应用的重要产品。而“沃精彩”则提供了大量的资讯，行业涉及娱乐、汽车、体育、搜索、新闻等等。

来源：搜狐 IT 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

工信部拟立法对电信设施进行严格保护

据悉，工信部日前组织《电信设施保护条例（草稿）》起草组成员到上海和青海对电信设施保护范围、设施保护管理机制、设施保护措施和设施建设保障等问题进行了专题调研。调研期间，调研组先后听取了两省电信管理机构和各基础电信企业的意见和建议，涵盖国际海缆的保护、电信设施保护区的划定、电信设施损坏赔偿制度的设定等问题。

此前，各省市也根据自己的实际，制定了一些电信设施保护的的办法和措施，这次工信部将电信设施保护上升到法律的高度，旨在统一制度，完善措施和办法，维护电信公共基础设施安全，保证通信系统的安全稳定运行。《电信设施保护条例》将对电信设施被盗被毁现象进行规制，并设立严格的赔偿制度。对于国际电缆的保护，此次也纳入《电信设施保护条例》保护的范畴。

8 月 17 日，多起海底地震造成多条海底光缆遭到破坏，互联网联络受阻严重。工信部组织三大运营商进行及时修复，到 8 月 27 日，经过通讯资源调配等一系列应急措施，因台湾地震破坏海缆而受到影响的我国对欧美方向的国际通讯带宽已恢复至震前正常水平。

来源：飞象网 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

【国内行业环境】

山寨机毛利仅一美元 联发科基带芯片出货超 3 亿

据 iSuppli 公司调查显示，上半年联发科向中国客户出货了大约 1.5 亿个基带芯片。预计该公司今年在中国的基带出货量将超过 3 亿个，全球出货量将达到 3.5 亿个。与此同时，iSuppli 分析称由于竞争激烈，白牌手机利润在一美元

左右。

山寨机毛利仅一美元

iSupply 分析称,目前几乎所有的中国厂商都在使用联发科的手机解决方案。

此外,联发科良好的销售业绩主要得益于中国白牌手机供应商的出货量明显增长。白牌手机即业内俗称的山寨机。

除了国内市场,这些白牌手机主要销往发展中国家。在这些地区,许多消费者青睐这些来自中国的价格低但具有高端功能的手机。有些白牌手机供应商甚至在这些国家建立了自己的销售渠道。iSuppli 中国研究总监王阳估计中国企业在 2009 年将总共销售 1.5 亿部白牌手机,其中超过 70%将销往海外市场。

独立设计公司 (IDH)是这些白牌手机供应商手机系统解决方案的主要来源。目前中国有数百家 IDH 公司,由于缺乏新的手机功能,竞争非常激烈。此外,这些 IDH 全都使用一家公司的平台,因此难以使自己的产品实现差异化。目前,对于手机 IDH 来说,一部手机的毛利润只有一美元是非常普遍的现象。

今年上半年中国 IDH 手机出货量超过 1.06 亿部。上海闻泰在 2009 年上半年出货了 750 万部手机,在 IDH 中名列前茅。波导研究团队前主管创立的 Eidolon 出货量排名第二。Longcheer 是第三大手机 IDH,上半年出货量是 600 多万部。

iSuppli 中国研究总监王阳预测,2010 年中国手机 IDH 的出货量将超过 2.2 亿部。

中国手机市场增长放缓

据 iSuppli 公司研究,2009 年上半年中国厂商出货了 1.65 亿部手机,比 2008 年同期增长 19%。iSuppli 公司预测,2009 年中国厂商的手机出货量将达到 3.63 亿部,比 2008 年增加 20%。这主要源于出口大幅增长。

相比之下,2009 年上半年中国厂商的国内市场手机出货量只增加 4%。虽然全球手机市场销售量下滑,但亚洲、南美和非洲等发展中经济体的手机市场并未受到当前经济危机的太大影响。新用户继续推动这些新兴地区初次购机市场的增长,同时多功能手机价格大幅下降也在刺激这些地区的换机需求。

此外,中兴通讯 2009 年上半年是头号中国品牌手机 OEM,出货量达 1600 万部,预计全年将达到 3600 万部。华为数据卡业务 2009 年半年比 2008 年同期增长 76%。

来源: 通信世界网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

3G 终端战火萌起

中国移动近日发布了自主研发的智能移动终端软件 OPhone 平台，多款 OPhone 终端同时亮相。就在上周五，中国联通刚刚宣布牵手苹果引进 iPhone 智能手机。

从名字到功能都十分接近的两个“phone”看似巧合的遭遇，预示着移动和联通两大运营商终端对决一触即发。

最早跟苹果谈合作的并非联通，而是中国移动。2007 年 6 月，苹果推出具有强大互联网功能的 iPhone 手机后，当年秋天即传出消息，中国移动将牵手苹果在华销售 iPhone。正当人们对强强联手满怀期待之际，谈判却戛然而止。此后一段时间，中国移动和苹果不时传出复合的消息，可始终没有结果。

出乎所有人的意料，中国联通后来居上，最终摘得苹果。

发布会上，中国移动总裁王建宙说，“移动通信产业，已经从传统的移动电话时代跨入到了移动互联网体验时代。为满足用户端到端的移动互联网体验，中国移动推出了全球首个由运营商主导研发的智能终端软件平台 OPhone。”

其实，这正是当年中国移动和苹果的分歧所在。苹果坚持独有的分成模式，除了销售手机外，还要求运营商从 iPhone 用户的通话费中按一定比例交给苹果公司。海外的诸多运营商目前基本都采取了这一模式。

而作为全球最大移动通信市场的主宰者——中国移动态度强硬，不肯在语音业务上让步。最终导致双方一拍两散。

中国是拥有近 7 亿用户的全球第一大移动通信市场，苹果难以舍弃。而利用 iPhone 的知名度，抢占更多的市场份额，中国联通也有自己的“小九九”。联通版 iPhone 的出现，是水到渠成的事情。

这次中国联通和苹果前脚推出 iPhone，中国移动就打出 OPhone，已经可以闻到对抗的火药味。

中国移动此次推出的 OPhone 平台，正是由运营商主导，将整个产业链条重新组合的产物。中国移动介绍，在芯片层面，Marvell、高通、联芯、展讯和天碁已推出多款相关的芯片解决方案供终端制造商选择；在终端层面，联想、LG、多普达、DELL 以及桑菲（飞利浦）等厂商已经陆续推出了各自的 OPhone 手机，摩托罗拉、三星、中兴等十多家手机厂商也正积极开发基于 OPhone 平台的智能终端。

中国移动高层信心满满地表示，用户普遍关心的支持 TD-SCDMA 的 OPhone 终端将在今年年内推出。

OPhone 平台，中国移动对其寄予厚望，希望能推动移动通信产业实现新一

轮的跨越。分析人士指出，中国移动在用户资源、增值业务开发集成等方面优势明显，不过，OPhone 平台真正要成为一个成熟的市场标准，绝非一朝一夕之功，还需时间的检验。

来源：北京日报 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

三巨头集体刹车转型压力骤显，3G 盈利或至少 3 年

3G——动力乎，压力乎？

集体“减速”的三大运营商 2009 年中期业绩报告，给刚刚开局的中国 3G 增加了一抹灰色调：截至 8 月 31 日，中国移动、中国电信、中国联通三大巨头中期业绩披露工作先后落幕，各项数据显示，中国电信运营业的竞争正在加剧，运营商盈利能力正步入拐点。

中国联通首现“双降”局面：上半年，其营业额和净利润分别下降了 4.3% 和 42%；中国电信也仅能保持“一升一降”之势，虽然营业额达同比增长 14.8%，但净利润却同比大幅下挫 27.5%；唯一实现“双升”的是中国移动，但其业绩增速已明显放缓，营业收入同比增长 8.9%，净利润仅微升 1.4%，比之过往净利润年均增速超过 20% 的表现，亦可谓难望项背。

而他们以往都是中国企业中响当当的“赚利机器”。

更为冷峻的数据是：进入今年第二季度，包括从来都“只赚不赔”的中国移动在内，三大运营商的环比净利都不约而同地落入下降通道中，其中，中移动下降了 19%，中电信下降了 21%，中联通下降了 6%。这也让外界对他们下半年的表现打上了一个大大的问号。

电信业重组和 3G 牌照发放的两大期待“后效应”无疑是：首先，重组能否在打破中国移动一家独大“失衡”局面的同时，引入竞争，扩大电信运营业的整体竞争能力和盈利能力？其次，3G 上马，能否让运营商在传统 2G 业务日渐接近瓶颈的大背景下，快速找到新的业务增长点，顺利而快捷地实现从 2G 到 3G 的业务转型？

目前看来，在中国的 3G 元年，这些仍然还是疑问。

拐点到来：转型压力骤显

仅从业绩增长看，这似乎是中国电信运营业相对灰暗的时刻，中国通信服务业收入在过去十年维持持续增长局面后，或将要进入原地调整阶段。

据招商证券(香港)公司的统计，拐点其实在今年 3 月已骤然加剧，当月数据显示，中国运营商的总体服务收入增长仅有 1.3%——这是近年来的最低增速，

过去五年中，中国通信服务收入增长每月均能保持在 10%以上(2007 年曾出现过短暂放缓现象，增速亦能达到 6.87%)，2008 年二季度的最高增速曾一度达到了 18%。

拐点一方面来自于传统固网业务收入萎缩。实际上，从 2007 年以来，固话用户总数持续减少的局面已经延续至今，实际固网用户数已经减少了超过三千万。工信部数据显示，2008 年 12 月，是固话用户骤降最为明显的一个月，当月固话用户负增长达到了 768 万户。

另一方面，持续下降的 ARPU 值则构成了直接的推力。由于竞争的加剧，尤其是 3G 开跑以来，三大运营商由争夺用户引发的价格战，使仍处于增长曲线当中的移动用户创造的利润被大幅削减。公开财务数据显示，中移动的 ARPU 值已从 2007 年的 91 元下降至 2008 年的 83 元，中国联通由 46 元降至 42.8 元，中国电信由 58.1 元降至 6 月底的 51.1 元。

这些压力无疑都会转嫁到对三大运营商新增业务的盈利能力考验上。从目前来看，3G 引爆新业务使用需求的时代，还没有到来。今年上半年，中移动的增值业务收入占营业额为 28.1%，同比去年的 27%，仅增长了 1.1%。

3G “至少三年方能盈利”？

能够初显 3G，以及重组后效应的，或许是今年上半年新增移动用户的重新分配格局。

最能体现重组并实现“均贫富”主导思路是巨无霸中移动在新增移动用户份额的微妙下降。据中移动半年报披露，今年上半年中移动净用户数已从去年的 4525 万户下降至 3587.4 万户，在净增客户市场份额中，也由去年的 85%下降至 66%。

与此同时，移动业务用户基础最差的中国电信，其在争抢新增用户上的不利局势也正在得到一定程度的缓解。招商证券(香港)公司的统计数据显示，以今年上半年 3 月的单月数据来看，中国移动在用户规模中占到了 77.8%的份额，中国联通为 18.6%，中国电信为 3.7%，但是力图打破格局的时代毕竟已经开始，该月中电信用户增长开始爆发，用户增长占比超过了中国联通 17.5%，获得了 21%的市场份额。

在这种情况下，中国联通成为重组以及 3G 竞跑以来，三巨头中压力最大的一个。其上半年业绩“双降”表现，亦充分暴露了其管理和创新能力的乏力。“WCDMA + iPhone(手机上网)”的市场推广策略，能挽救联通在 3G 开局中的不利局面吗？

“幸运的是，中国联通是中国唯一一个 WCDMA 的运营商。”中金在其分析报告中称，WCDMA 的市场强势或许仍能给联通以后发优势。

一边要保份额，一边要保业绩——中国电信服务业的竞争来到了名符其实的关键时刻。

“3G 乐观估计 3 年后盈利，保守估计要 5 年。”招商证券研究部分析师周伟佳今年 6 月在其分析报告中称，他对中国 3G 的盈利前景亦持谨慎态度。他认为，回看欧美市场在 3G 运营上走过的漫长扭亏之路，中国运营商虽然拥有采购成本低、政策保护等优势，但中国运营商的运营效率并无优势。

“中国的 3G 是否能有所突破，还是重蹈(欧洲)覆辙？”周伟佳的追问，应该具有普遍意义。

来源：21 世纪网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

移动联通展开 3G 手机大战

中联通刚宣布 iPhone 手机第四季度入华，中移动马上还以颜色，昨日宣布 OPhone 手机即将上市，这使得双方在 3G 市场的争夺战一触即发。

补贴额或达手机售价 50%

中国的电信运营商正在加强对手机产业链的控制，昨日，中国移动正式推出由其主导研发的 OPhone 手机平台，这是全球首个由运营商主导的手机操作系统平台，中国移动还宣布与联想、戴尔、LG 等国内外手机厂家推出以谷歌 Android 平台为操作系统的 OPhone 手机，共有 6 家厂商推出了 8 款 OPhone 手机。

而在上周五，中国联通与苹果公司同时宣布，iPhone 手机将在 2009 年第四季度正式在中国市场上市。运营商希望通过这些手机中的定制业务来加强自己在 3G 产业链中的价值。

据了解，这些智能手机将因为运营商的补贴而低价冲击市场。市场预测，中国移动将会对 OPhone 手机最高补贴 2000 元，这一价格已经达到了手机售价的 50%。

对于 iPhone 售价，中联通高层表示，将会对购买联通 iPhone 的用户进行补贴，但没有透露具体的补贴政策。市场预测，联通 iPhone 3G 版 8G 的价格可能在 2500 元左右，更是比水货手机便宜接近一半。

iPhone 水货销量将受影响

预计由运营商主导的 OPhone 手机与 iPhone 手机将极大地冲击现有手机市场，特别是水货手机市场。这些手机市场售价原本在 4000~5000 元，而运营商补贴后的价格在 2000~3000 元之间。

易观数据统计，2009 年第二季度，中国市场品牌机销量 3306.6 万部，水货

手机 1052.7 万部，占市场总销量约三分之一。

一些销售 iPhone 水货手机的档主们担心，如果行货捆绑售价真的低于 3000 元，水货销量至少会减少 50%。

来源：大洋网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

3G 投资催生通讯设备股一枝独秀

近期 A 股市场在震荡中重心有所下移，主要是因为金融地产股等经济复苏主线的下降通道所致，但一些行业景气乐观，且未来订单需求也乐观的品种在盘中渐有抗跌的趋势，如通讯设备股为代表的 3G 板块。

据资料显示，今年 1 至 5 月，通信设备业实现利润 139 亿元，同比增长 35.1%，是电子信息 11 个主要行业中唯一实现利润正增长的行业。

分析人士认为，设备业增长的最大拉动力来自于 3G，截至上半年，移动、电信、联通三大基础运营商共完成 3G 投资约 800 亿元，为设备厂商贡献了巨额订单。

工业和信息化部日前表示，对于 3G 的发展，预计两年半到三年会投入 4500 亿元，三家运营商各发展用户最少 5000 万户，争取达到 8000 万。未来两到三年就是 3G 在中国大发展并得到市场认可的一个良好时机。由此测算，4500 亿的直接投入，能带动上万亿经济总量。如此看来，3G 产业投资已上升至牵引经济增长引擎的高度，也就意味着 3G 的投资有望超预期增长，从而对相关设备商带来了更为乐观的预期。

但目前市场对 3G 板块的认识可能存在着一一定的偏差，认为 3G 板块主要是武汉凡谷、卧龙电气、亿阳信通、中兴通讯、高鸿股份等电力设备股。但实际上，3G 带来的不仅仅是前期固定资产投资给电力设备股所带来的饱满订单，还包括 3G 应用后的增值服务，这才是一个大蛋糕。如果说 3G 固定资产投资额度相对固定的话，那么，3G 应用的增值服务所带来的市场蛋糕则是巨大的且容量不断拓展。

因为，我国的移动增值服务目前处于起步阶段。3G 增值业务可以分为两类，一是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；二是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。

而从国外运营商的情况来看，增值服务是运营商 3G 时代重要的盈利来源。

2008 年全球移动增值服务业务收入持续增长，达到 1829 亿美元，占移动业务收入总额的 21%。消息类业务收入 964 亿美元，以移动互联网、移动娱乐等为代表的非消息类数据业务收入约 864 亿美元，非消息类业务增速达到 18%，超过消息类业务 7% 的增速。这就意味着增值服务将成为 3G 时代一个诱人的大蛋糕。

如此，能够为通讯运营商提供服务内容的相关 3G 产业股将有望成为 3G 时代最成功的企业，主营业务收入与净利润也有望快速增长，从而成为 A 股市场的高速成长股，这可能也意味着 3G 板块将是目前 A 股市场最为确定的成长股摇篮。

建议投资者从两个思路来寻找强势股，一个思路是通讯设备股，主要是从中高端产品以及市场竞争优势显现的品种。二是增值服务类。

来源：证券日报 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

两岸电信业协商合资通路，台业者拟挥军大陆市场

台湾“中华电信”、中国联通将联手布局大陆电信通路，双方并朝合资通路新公司，或由“中华电信”入股中国联通百分之百转投资的联通华盛公司等方向进行协商。

市场人士分析表示，双方一旦敲定合作细节，岛内手机代理商龙头神脑国际公司，也将藉由中华电的牵线，正式挥军大陆通路市场。

“中华电信”总经理张晓东表示，确实已与中国联通洽谈合作中，双方必须先就两地电信市场生态不同、沟通想法，例如，台湾电信业擅长补贴手机，大陆的预付卡比重比较高，另外，神脑是“中华电信”主要转投资公司，神脑也希望扩大营业范围，中华电与联通洽谈合作，主要是希望促成神脑布局大陆通路。

中华电与神脑高层已于 7 月拜会联通华盛公司高层，中国联通副总裁赵继东 8 月来台时，则与中华电董事长、总经理及神脑总裁林保雍等一级主管会谈，共同协商两岸电信通路合作细节。

双方为落实深入合作，拟定几个合作的方向，包括由中华电信入股投资联通华盛公司，或者由中国联通、“中华电信”、联通华盛、神脑国际等 4 家公司在第三地或大陆合组一家新的公司，共同开发大陆电信通路版图。

联通华盛目前资本额 5 亿人民币，市场人士表示，双方若采入股合作，则市场推估中华电的投资规模将在新台币 10 亿元左右。

若朝 4 家业者合资新公司方向发展，则视双方将在这块领域的合作规模多大而定，例如，要开多少家零售通路或直营店，合资的金额分阶段进行，最高可能达到新台币百亿元。

在业务面的合作方面，双方大致有了共识，神脑未来将可协助中国联通构建完善的零售通路、手机售后维修及服务、消费端应用及服务。

虽然一类电信仍在登陆投资禁止项目，但通路登陆投资并不受限，换言之，中华电若投资华盛、并不受法令限制，而这次中华电若与中联通达成合作共识，将是“中华电信”抢进大陆市场的滩头堡。

来源：中国新闻网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

电信运营商角力国际话语权迈出大步

最近，中国移动大幅下调了国际及台港澳业务资费，台湾、澳大利亚、新西兰、美国、法国、瑞士、荷兰方向漫游出访业务资费，调整后的漫游费低至 1.99 元/分钟。同时，中国移动以套餐形式大大降低了至美国、加拿大、新西兰、台湾、香港等 18 个国家和地区的国际长途资费。调整后的资费与原资费相比下降幅度较大，各方向平均资费（出访收入/通话分钟数）降幅超过 50%。

在全业务竞争和 3G 开局之年，此举立刻引起业内和社会的广泛关注。

放下身段，还是国际博弈

电信国际资费一直是诟病较多的一个话题。国家统计局数据显示，中国 2008 年入境旅游人数超过 1.3 亿人次，国内居民出境人数达 4584 万人次。国家旅游局局长邵琪伟不久前预计，到 2015 年，中国国内旅游人数将达到 28 亿人次，入境和出境旅游人数分别达 1 亿人次，形成 30 亿人次的市场规模。漫游时产生高额话费账单，让很多游客心疼自己的腰包。

依照国际惯例，目前世界上大多数运营商的国际漫游出访资费，都是基于漫游方运营商制定的结算价格再加收 15% 的原则制定。也就是说，在哪个国家就按该国的标准收取通信费用，并非由一方单方面说了算。境外运营商由于担心大幅度降低漫游结算价会对其收入产生重大影响，因此境外运营商很难主动降低漫游结算价格，也造成了以前国际漫游出访资费居高不下的局面。随着中国出境游人数以每年 20% 以上的幅度增加，同时旅游目的国也不断增加，这些给中国运营商提高了和国际运营商谈判的议价能力。

不少人将此次国际资费下调看作是国内电信全业务竞争态势下运营商放下身段的表现。中国移动方面有关负责人介绍，降低国际资费其实一直是中国移动与国际运营商谈判的一个重要内容。

据运营商透露，自 2003 年起，中国移动等国内运营商开始与各国际运营商逐个进行艰苦谈判，甚至主动承担了部分让利，终于和大部分国家达成了协议，

使境外运营商在降低漫游结算价格方面做出让步，进而在降低国际漫游资费上取得突破。此后，中国移动王建宙总裁在多个场合公开呼吁，国际运营商继续降低国际资费。

2008年北京奥运会是中国运营商与国际运营商博弈的又一回合。随着北京奥运会的临近，国际游客到访中国达到一个前所未有的数量，也为本届奥运会合作伙伴中国移动提供难得的谈判机会。2007年11月，中国移动不失时机地把世界范围内的26家运营商聚集在北京，商讨在全球范围内降低移动电话国际漫游费的事项。

消费者获益，还是市场多赢

高昂的国际资费，对国内移动运营商并不是百利无一害的生意。不少用户选择在国际漫游时关机或者不接电话，抑制了国际话务的需求。同时，看似丰厚的国际资费蛋糕，其实一大块蛋糕是被国外运营商割走了，国内运营商却背负资费高昂的名声。因此，国际资费的大幅度下调必然激发相关需求，为这个市场的拓展铺下一块基石。

中国移动拥有近5亿的庞大客户，每月还有700万户的新增客户。国际漫游费的下调对于越来越多的有国际业务的客户来说，无疑是个好消息。中国移动与231个国家和地区的350个运营公司开通了GSM国际漫游业务，并与161个国家和地区的187个运营商开通了GPRS国际漫游。消费者将成为国际资费下调的最终受益者。

“对于中国移动来说，调整国际资费一个深远的益处就是推动它的国际化。”一位业内人士认为。中国移动已相继收购了香港华润万众、巴基斯坦巴科泰尔公司，并入股了台湾远传电信，表现出了不俗的成绩。中国移动在国际漫游费等国际资费上的博弈，除了锻炼它与海外运营商的谈判能力，也显示了中国运营商在国际合作和谈判上的话语权，同时为其迈出国际化步伐提供了条件。

来源：人民网 2009年08月31日

[返回目录](#)

中电信 3G 手机运营改革，国代商成 CDMA 销售主角

8月24日，南京国际会议展览中心二层，整整一个展厅都已变成会场，台下坐满了密密麻麻的人。这就是中国电信千元3G手机订货会的现场写照。而其中，最吸引人的就是中国电信集团副总经理杨小伟的一番话：“面对3G的机遇，中国电信已经做好了网络的准备。”

中国是 3G 增长潜力最大的国家。我们曾看到，“大哥大”曾使经销商日进斗金，3G 也将给经销商和手机厂商们带来巨大机会。”

国代商首次唱主角

千元 3G 手机一直是中国电信希望打造的 3G 手机的一个卖点。根据业内咨询公司博思咨询的行业报告显示，价格仍是 3G 终端主要的发展瓶颈，3G 手机平均价格为 2400 元，由此可见，3G 手机价格若降到 1000 多元，将意味着 3G 手机价格下降一半，对消费者的吸引力也可想而知。

但是，8 月 24 日的南京供货会表面上看是中国电信在向用户打造一个低价平民姿态，实际上更深层次的含义是，这是中国电信在终端运营方面的一个标志性转型事件。

自中国电信接手 C 网以后，其终端运营的动作令人眼花缭乱。2008 年年中，当时，为接收 C 网，中国电信组织招标了 500 万部 CDMA1X 手机，采购 70 多款 CDMA1X 手机；2009 年 1 月组织招标了百万部 3G 的 EVDO 手机和上网卡，大量降低 3G 上网卡采购价格至 300 元左右，创全球 3G 上网卡价格新低；今年 2 月又组织了一次大规模 CDMA1X 手机的招标。今年 7 月又开始进行千元 3G 手机招标。

但此次招标的情况非常特殊，特殊之处就在于在中国电信组织的手机招标中，首次由国代商唱主角。据透露，此次招标共有 68 款机型入选，其中，中国电信旗下一直主导终端运营的天翼终端公司只直接采购 4 款，其余均为四大国代商采购，中国电信天翼终端公司则似乎已蜕变成组织者而已。

社会化销售上升到 80

% “今天举行的这个订货会可看成是一种促销会，搭起手机经销商、手机制造商、手机设计公司、用户之间的桥梁。”杨小伟也承认中国电信此次采购手机模式的彻底转型。

中国电信总经理王晓初对终端运营社会化的态度一直非常坚决。此前，在 6 月 25 日召开的“中国电信 3G 终端产业链高峰会”上，王晓初表示，中国电信将大力拓展手机终端社会渠道，把利润退给终端商和渠道商，有钱大家一起赚。

王晓初当时说：“只要是 CDMA 手机产业链上其它企业想做的产品，中国电信就放手让企业去做；产业链上企业不愿意去做而市场又确实需要的产品，中国电信就接过来，甚至对于已经采购的产品而言，如果发现该产品可以赢利，中国电信也将毫不犹豫把机会重新留给社会化销售。”显然，王晓初认为只有这样才能让企业更加积极地进入 CDMA 产业链。

而实际上，中国电信终端社会渠道销售的比例也确实越来越高。“中国电信刚接手 C 网时，C 网手机社会化销售比例只有不到 5%，到今年 5 月份时已经增加到 30%，而此次千元 3G 手机社会化销售比例已经达到 80%以上。”业内咨询公司

“三电咨询”资深分析师郑恒如此认为。

而此次天翼 3G 手机订货会上，天翼终端公司有关领导表示，下一步终端社会化的工作重点在加强丰富产品的同时，也将加强销售的社会化工作，从平台、空间、资源三个角度对渠道商进行扶持，与各级渠道商加强合作，全面保障渠道商的积极参与。

产业链的巨大变化

让中国电信如此坚定走终端社会化运营的信心，还来自于一些相关数据的变化。

去年年中中国电信首轮 500 万部 CDMA 手机招标时，总共有 31 个厂商的 76 款产品参与，不仅有十来家老牌 CDMA 手机厂商，还有 20 余家 CDMA 新军也开始进入 CDMA 手机领域；2009 年 2 月中国电信再次招标 CDMA1X 手机时，共有 59 个厂商，比第一次招标参与厂商数增长 90%，共有 215 款产品参与。

而此次千元 3G 手机招标中，共有 70 余家厂商 160 余款终端参加了入围选型，远远超过了以往的招标参与厂商规模。这一数据显然令中国电信非常高兴。

而咨询公司博思咨询的统计数据显示，尽管中国电信仅在 4 月份才开始推出 3G 服务，但是 2009 年上半年，中国电信 EVDO 手机共销售 12.2 万部，占到整个 3G 手机市场的 55%，目前暂时领先 TD 和 WCDMA。

杨小伟也开心地表示：“在产业链薄弱的情况下，中国电信前期采购社会化，现在落实销售社会化，中国电信以此打通了手机厂商与经销商的关系。”

来源：赛迪网 2009 年 08 月 29 日

[返回目录](#)

【国际行业环境】

Google 将电信运营商挤到墙角

直到最近 Google Voice 的发布。

算得上矛盾鲜明：当这款产品宣布时，它并没有受到外界特别的青睐，但当它基于 iPhone 的应用程序遭到了苹果的拒绝，并引发了一些功能相类似的应用随后也被苹果挡在了 App Store 大门之外，它成为了一时间的焦点：很多人认为苹果是应通信公司 AT&T 的要求才这样做的，最后甚至美国联邦通信委员会也开始介入此事的调查，而谷歌的 CEO 埃里克·施密特也不失时机地辞去了苹果公司董事的职务……

那么一款小小的手机应用为什么会让三家公司如此角力并且引起政府部门的如此重视呢？答案很简单，这款应用很有可能将改变人们打电话的成本结构。

Google Voice 的前身是一项名为 GrandCentral 的服务，它的最主要功能就是可以将用户的手机、家庭电话、办公电话等多个不同电话号码统一成一个号码。当别人拨打这个统一的号码的时候，你所有的电话都会响起。人们再也不必为了找你打好几个电话了，他们只需要知道你的统一号码即可。

没错，GrandCentral 并不太像传统的单一信道的电信业务，而更像将信息同时发布到多点的网络应用。而它降低了人们更换电话号码的成本，已经让小心翼翼呵护用户不要转换运营商的传统电信公司们非常紧张。

但谷歌在收购了这家公司之后，用了两年时间投入到一个更庞大的雄心中，这就是 Google Voice：除了可以让用户使用统一号码，还有美国国内电话及短信全部免费、超低价拨打国际长途、免费的语音邮件转文字稿，以及免费电话会议。

可以说，对于坚信互联网应该取代传统通讯方法的谷歌，这是一次强势出击：既然在互联网上运载任何信息都成本极低，那么人们只要缴付无线宽带服务的包月费，这项服务几乎是免费的。但对于电信运营商们，还有什么比这更恐怖的威胁？

五年前的 VOIP 产品 Skype 也曾被视为电信业杀手，但今天看来，它虽然成为很多人必不可少的通讯工具，但绝没有完成“颠覆电信业”的雄心。Google Voice 也将雷声大雨点小的收场？

或许不会。首先，谷歌本身有着充分的财力支持一场革命的行进。比如，通过 Skype 拨打电话仍然是要付费的，而 Google Voice 不仅对美国国内号码免费，而且国际长途的费用也远低于 Skype。其次，谷歌有着许多产品来扶助 Google Voice：它的 Gmail、针对中小企业的种种服务，以及其手机操作系统 Android，都能够拉动这款产品的传播及应用——对于谷歌数量巨大的中小企业用户，这种降低成本的努力显然会被拥抱——至少，这是个值得赞许的科技方向。

来源：《环球企业家》2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

2013 年 WiMAX 市场产值 49 亿，用户将接近 1.4 亿

根据知名市场调查公司 Infonetics Research 的研究数据显示，到 2013 年，全球 WiMAX 设备和终端市场的产值将达到 49 亿美元，发展中国家是其主要推动力。同时，预计该年度的 WiMAX 用户量将接近 1.4 亿。

Infonetics Research 公司 WiMAX、微波业务和移动设备类主管分析师理查德·韦伯（Richard Webb）表示，第二季度已经显示出 WiMAX 市场已经越过了谷

底，Infonetics Research 对其前景持谨慎乐观的态度，预计到今年年底应该会重新实现平稳增长。在第二季度，整个 WiMAX 市场比上一季度增长了 12% 至 2.55 亿美元，美国和印度这两个市场上的收入增长情况是最显著的。

在今年第二季度，WiMAX 和无线宽带接入解决方案提供商奥维通公司 (Alvarion) 的 WiMAX 设备整体收入份额全球领先，而该市场上排第二位的是收入出现大幅上升的摩托罗拉公司。

目前，全球超过三分之一的 WiMAX 设备和终端的收入来自 EMEA 地区（主要是东欧、中东和非洲），还有三分之一来自亚太地区。

在今年下半年，随着包括内置 WiMAX 的笔记本电脑和上网本在内的更多 WiMAX 设备陆续被投放到市场上，尽管经济衰退还在持续，WiMAX 仍将继续加速发展。

来源：赛迪网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

印度以危及国家安全为由调查中国电信设备

印度最近一段时间不断炒作中国电信设备的安全性问题，印度一名部长明确表示，将对在敏感地区使用中国电信设备是否危及国家安全展开全面调查。

印度电信部门于 28 日召集多家电信服务商开会，要求严格管制电信设备海外采购，尤其是中国产品。

印度政府希望中国电信设备只能在德里、泰米尔纳德邦等 8 个邦使用。不过，这遭到印度移动电话公司的强烈抵制，这些公司担心这将大大增加他们的经营成本。无奈之下，印度电信局只好退而求其次，不再要求电信公司必须独立运营和维护其网络，可由外国设备供应商代为负责，但必须接受安全机关的严格监控。

一名印度电信公司高管说，印度政府难以在其他 20 个邦全面禁止中国设备，因为从西方公司购买设备的成本令他们难以承受。另一名出席会议的高管说：“一些业内人士早已指出，西方设备公司正在炒作中国产品的安全威胁，因为他们发现难以在价格上与中国公司竞争。”

有中国专家表示，印度炒作中国电信设备的安全性问题主要还是一种“中国威胁论”心理作祟，另外也不排除一些经济势力利用这种方法排挤中国产品。

来源：环球时报-环球网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

运营竞争篇

【中国移动】

传中移动联发科组建合资公司

近日，中国移动和台湾最大 IC 设计业联发科，将在内地合资成立新公司，建立内地自创的第三代行动通讯标准 TD-SCDMA 关键零组件，一旦做大 TD 市场，中移动采购的 3G 及 2G 手机，都会以联发科芯片为主要来源。

中移动并有机会推升联发科坐上全球手机芯片第一的宝座。

联发科靠着山寨机市场，成为内地手机芯片龙头，逼退德仪与飞思卡尔 (Freescale) 等欧美手机芯片商退出内地市场。

外资预估，联发科 8 月营收将挑战 110 亿元的历史新高，其出货量将与全球手机芯片龙头高通 (Qualcomm) 相当。

由于内地是全球最大手机市场，约有 6.5 亿部门的规模，是美国与欧洲加起来的总合，一旦联发科与中移动联手，联发科有机会挤下高通，成为全球手机芯片一哥。

据悉，中国移动与联发科合资力推 TD 的公司，将由中移动出资七成以上股权。

中移动希望透过与联发科合资企业，不必绕过手机制造厂，直接与联发科开发所需要的客制芯片，帮助中移动在 TD 上提供更多的增值服务；而中移动采购的终端手机，也优先使用联发科芯片，有助联发科 TD 营收与市占率的扩大。联发科相关发言人 8 月 31 日表示：“近期并没有这项投资案，与中移动之间纯属一般性的合作。”

据了解，联发科董事长蔡明介与中移动总裁王建宙上周会面时，中移动主动与联发科谈合资新公司，希望以此营运模式推动 TD。不过，当时联发科仅说明，双方针对 TD 与 4G 技术 (TD-LTE) 等议题进行全面交流，并切入 4G 领域，成为战略合作伙伴。

王建宙多次提及联发科在芯片上的研发能力，并称许联发科有能力，将手机功能都内建在芯片上，希望藉此降低 TD 手机的价格，刺激 TD 市场的起飞。中移动已拿出人民币 6 亿元，提供宏达电等 11 家手机厂进行研发生产，目前 TD 的手机约有 50 款，明年目标是 200 款。

联发科目前是内地手机芯片龙头，也是内地主要 TD-SCDMA 芯片供货商，其它切入内地 TD 芯片厂商还包括：美商恩智浦 (NXP)、当地的展讯科技，及北京

大唐电讯所投资的联芯科技。

来源：搜狐 IT 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

中移动发布 OPhone 平台，终端新势力引人注目

中国移动将正式推出 OPhone 平台，与此同时六大手机厂商，联想、多普达、飞利浦、戴尔、LG，以及海信也携 OPhone 手机高调亮相。

新的开始

工业和信息化部副部长娄勤俭出席了 OPhone 平台发布仪式，并表示，“OPhone 平台的发展对于中国 3G 的发展意义重大。”他指出，创新的 OPhone 平台是基于互联网的移动通信平台，不仅仅满足人们话音的需求、还满足人们对信息、图形、影像等需求，对人们的生活的需求提供了更加便利的基础设施建设和使用的需求。中国移动作为中国乃至全世界最大的运营商，OPhone 开放平台的发展对中国的移动通信产业的发展的意义非常重大。

工业和信息化部娄勤俭副部长大会致辞

在大会现场发言中，娄勤俭指出，“在我 1999 年负责通信手机的时候，当时想请我们一些企业和国家支持一部分经费进行手机的研发，没有几个手机厂商愿意介入。在 2001 年消费电子博览会上我讲过，‘手机既是通讯产品，也是计算机产品，也是消费类电子产品，它已经融合了多种技术进行发展。’我们的管理理念要跟上技术的进步和社会的需求，必须进行调整，那么 OPhone 的产生，可能是从产业链、产业组织方式带来一些新的变革，也许是一种创新的必然。”

娄勤俭在发言中还进一步突出了 TD-SCDMA 在互联网应用上的先进性，并表示 OPhone 适应了 TD-SCDMA 的这一先进性，他说，“TD 具有上下传输非对称的特性，对互联网的发展本身有其天然的优势，移动互联网的发展也是一种必然的趋势，我想 OPhone 平台的发布就是提供这样的环境，这次我们的运营企业牵头，搭建基础平台使大家技术共享，我们产业界能够在移动的支持下，可以说站在巨人的肩膀上进行新的创新，可能有新的结果、新的成绩。”

娄勤俭表示，中国移动 OPhone 平台的发布，意味着一个新的开始，“是移动公司注意到了不但满足人们对话音的需求，而且满足人们对信息对图形图像，对人们的生活需求，要提供更便利的基础设施建设和使用的需求。”

新的开放

和两周前中国移动发布移动应用商场一样，中国移动董事长兼总裁王建宙对 OPhone 平台的发布，也同样非常重视，出席发布会并对 OPhone 的意义进行了阐

述，这两个重要的发布，刚好中间间隔了王建宙的台湾之行。

中国移动董事长兼总裁王建宙大会致辞

王建宙阐述了中国移动在 OPhone 平台方面，同样将采用开放的心态，以推动整个产业链的发展。“两个星期之前，我们刚刚发布了移动应用商场，今天随着 OPhone 平台的发布，我们将构建一个更开放的 3G 移动信息和互联网的服务体系。”王建宙称，“OPhone 为全球厂商和芯片厂商提供开放、高性能的软件平台。”“我们坚持开源、开放的合作模式，欢迎更多的合作伙伴推动 OPhone 平台的发展。”

新的平衡

中国移动研究院院长黄晓庆在致辞中，明确表示 OPhone 平台是“以用户需求和用户体验为第一目标”所研发的产品。他表示，OPhone 为用户提供了移动互联网和传统通信终端的最佳平衡。“我们在 OPhone 可以里面向运营商所有的服务提供一个从规范到用户体验端到端的最深度的一次定制。这是在运营商的历史上的第一次。”

中国移动研究院院长黄晓庆大会致辞

黄晓庆声称，OPhone 的平台基于世界上最先进的、最具有生命活力的 Linux 的核，并在此基础上提供了开放的 API，同时“我们还准备了重要的安全机制的保护。”他表示，中国移动的 OPhone 平台为开发者提供了完整的开发环境和网络支撑平台，“我希望大家都知道，中国移动的开发环境和工具，是完全免费的。”黄晓庆表示，中国移动推出 OPhone 平台，将会建立起心的平衡，形成中国移动、终端厂商、应用开发，以及最终用户之间的新的平衡体系。“这是中国移动有史以来最大的单品投入项目。”

新的厂商

为了迎合中国移动的 OPhone 平台发布，很多通信终端公司的大佬都纷纷到场。但更为重要的是，一些新的厂商，也加入到 OPhone 阵营中来，这其中最受关注的就是联想移动和戴尔。

联想移动的 OPhone 早在 3 月就宣布，将在上半年推出 OPhone 手机，并且早早就在多个媒体出现了联想 OPhone 的试用推广，但为了配合中国移动 OPhone 平台的发布，原本电信日（5 月 17 日）的手机发布计划被取消，一直等到今日才正式发布了该款手机。

而戴尔公司作为一个传统 PC 厂商，借 OPhone 杀入手机行业，更显得受人关注。但戴尔公司一直对于发布 OPhone 手机的消息讳莫如深，甚至此前一直到 8 月 17 日，还在官方消息中否认将推出 OPhone 手机。而此次和中国移动一起推出 OPhone 手机，则使得来那个周前配合中国移动推出移动应用商场平台的举措，

更加“此地无银”，而这也直接加强了戴尔和中国移动的紧密程度。

来源：搜狐 IT 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

中移动评审携号转网技术方案，仍处于内部测试

近日获悉，中国移动于 8 月中旬组织召开了携号转网技术方案及相关规范评审会，会议内容包括对号码携带实验总体技术要求、建设方案以及相关规范的评审决议，同时还包括对阶段性实验成果的总结验收。

据悉，此次会议主要围绕试点城市设立以来，在携号转网项目中已经形成的技术方案、标准规范等内容进行综合评审。“我们在此方面已做了大量工作，较年初相比，携号转网项目各方面都已出现了一些阶段性成果。”一位参与携号转网的电信研究院人士向记者表示。

但当问及此次会议最终的技术方案以及涉及运营商的具体规范时，各方均“守口如瓶”。“由于携号转网的整体方案还未最终敲定，其中细节牵扯运营商间利益，所以对项目近况的披露需要谨慎。”一位接近该项目的业内人士向记者表示，“目前携号转网工作仍处在制定流程规范和内部测试的阶段。”

会议并未涉及现网测试规划

为进一步了解此次评审会是否涉及对携号转网现网测试规划的讨论，记者致电海南省通信管理局。该局网络部人士表示，目前仍处试点初期阶段，还未接到现网测试的部署规划。

另一方面，由于携号转网关系到用户资费及网间结算，实现现网测试势必牵扯运营商的后台系统改造，记者同时也致电承担中国移动大部分省份运营支撑系统建设的亚信公司求证，“目前我们还未接到有关运营商携号转网的后台改造项目”，亚信市场部总监薛森告诉记者。

前述接近该项目的业内人士对此表示，此次会议还属于运营商，工信部电信管理局、电信研究院等方面的一个内部技术评定会，只针对携号转网项目的部分技术方案及规范的成果验收，整体方案还没有正式成型，因此未邀请设备厂商、网络建设部门参与，试点城市的携号转网项目距离现网测试还有很大距离。

规范内容繁琐拖长内部测试

当问及已实施半年的“内部测试”是否过于“漫长”时，前述参与携号转网项目的电信研究院人士告诉记者，携号转网方案涉及的环节确实很多，其中包括方案制定、内部测试、内部使用、统一宣传、用户投诉处理等工作模块，每一环节都需要长时间的论证和测试。单是技术方案，就包含数据库查询、管理流程、

2G/3G 区别等环节。“一旦地方管局决定进行携号转网的现场试验，除了具体完善的流程规范以外，还需要准备号码携带的组织架构、应急预案以及用户协调受理方案等等。”该人士补充道。

而携号转网业务流程规范也是拖延前期时间的主要环节。“就拿转网申请受理方的选择为例，运营商就存在很大争议，究竟是号码转入方还是转出方来受理申请业务，这将会对运营商的用户离网率产生直接影响，而类似这种牵扯运营商利益的流程设置还有很多。”上述曾参与过该项目的研究院人士“点破”了其中道理。

试点成功 1~2 年后全国推广

对于业内普遍关心的携号转网“时间表”，前述参与携号转网的电信研究院人士表示，“原定于今年 4 季度开始的试点城市试商用计划，在讨论之初就有人表示太过急迫，以此次评审会所递交的方案进展程度来看，确实很难按时完成任务”。

当谈及携号转网政策的全国推广，电信研究院通信政策与经济研究所的专家表示，“先不说试点城市的政策实施还没有明确‘时间表’，就算在试点城市试验成功，光是全国运营商网络后台数据库相关的改造起码就需要 1~2 年的时间，因此短期内用户享受号码可携带的益处还不现实”。

“而另一方面，中国移动 2009 年的半年财报已经披露，我们看到其用户增长速率正在放缓，‘奔跑的大象’终于放慢了脚步，面对这种形势，政府绝不会贸然出台携号转网政策，这将对运营商产生不利影响。”该专家表示。

最终实现“双向自由转网”

已确认的消息是，目前海南和天津这两处号码可携带的试点地区，分别担负着不同的携号转网方案。

电信研究院专家廖小伟对此表示：“尽管目前两地实施方案不尽相同，但最终都以实现‘双向携带’为目的，所谓的非对称管制仅仅是一种手段，根本出发点还是为了促进电信运营业的全面竞争。”之所以现阶段实施不同政策，主要还是为国内实施携号转网积累充足的实践经验。

而从海外运营商的经验看，携号转网不仅能提升用户满意度，对促进资费下调也有明显效果。美国是全球较早实现携号转网的国家，自实现固网与无线网络间自由号码携带后，美国几大运营商纷纷推出优惠促销政策吸引用户，市场竞争行为异常活跃，其中一些运营商的资费调整幅度甚至高达 33%。

不过廖小伟也表示，携号转网政策在国内的表现，最终还取决于技术方案和业务规范，这需要与运营商频繁的交流试验，既要确保为用户提供更加优质的服务，也要避免各运营商间资费“价格战”的出现。

来源：通信世界周刊 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

中移动加速扩张社会渠道，D0 平台更名为 MDO

在移动软件商场的光环下，曾经引起广泛讨论的 D0 平台不再为人关注。但是，作为实力最为强大的移动运营商，中国移动显然不会让一个计划“无疾而终”。据悉，D0 平台的“管理办法”已经出台，其中为渠道合作伙伴提供了优厚的条件，而广为人知的 D0 平台也正式定名为 MDO。

虽然仅仅是暂行办法，但是中移动三大数据业务平台同时发力已经箭在弦上，而 MDO 作为中移动合纵连横的主战场，重要性不言而喻。

近半分成

MDO 平台是中国移动针对非梦网渠道所推出的一个合作平台，独立 WAP 等非梦网渠道能够利用 MDO 平台销售梦网业务并获得分成。

李仁庆作为北京主要手机卖场的一名经理，近日频频接到中国移动的合作邀请，希望能够洽谈在其店中开设软件下载点的问题。“中移动提出的条件不错，用户下载一个软件，销售员就能获得几元钱的提成。”李仁庆表示店里的推销员对此很有兴趣，因为卖出一部上千元手机的提成也只有几十元，而且对于推销员而言，卖手机与卖软件并不冲突。

由于 3G 的到来，普通用户对于手机软件的兴趣日益增加，据《通信产业报》记者此前对于北京木樨园地区手机销售网点的调查，已经有越来越多的手机用户开始要求商户为其安装手机软件。对于急需拓展业务市场的中移动而言，上述市场诱惑颇大。

据了解，相比于正在进行的实体渠道推广谈判，网络渠道的推广已经取得了一定成效。目前在多个独立 WAP 站点及客户端上都已经能够看到移动梦网相关业务。据李仁庆透露，此前的合作多是由卓望或几大 SP 直接代理，此次能够直接与中移动谈判，希望能够达成更好的协议。

相比于移动梦网的流量，目前第三方站点流量优势明显，且更容易获得用户的信任。据了解，由于此前梦网模式主推收费且有部分 SP 采用吸费陷阱等违规行为，始终难以形成有效的用户黏性，其流量徘徊不前。与此同时，主打免费的独立 WAP 人气却持续飙升。虽然期间多次遭遇市场波动，但目前空中网、3G 门户、凤凰网等独立 WAP 的日均流量都已经突破千万，且用户黏性良好，正是业务推广的良好平台。

在管理办法出台的同时，中国移动将北京、湖南两地作为了 MDO 平台的试点，

并绕过了传统的卓望与 SP，直接与渠道洽谈。

“对于中移动而言，由于希望在 3G 时代成为平台运营商，业务推广自然成为当务之急。”一位渠道商表示。在急切心情的推动下，中国移动给予第三方渠道商的分成相当优惠。记者得到的信息，目前 MDO 平台的分成比例为 25: 30: 45，其依次为中国移动、应用开发商及第三方渠道。“渠道获得了近半分成，强势地位一览无遗。”上述人士表示。

正因为如此，中移动期望将诸多渠道变成自己的业务推广平台。

收编渠道

而在 MDO 平台细则下发的同时，中移动同时发布了 MM 平台，从而实现了 MM、MDO 与移动梦网三大平台并列的局面。通过一连串急风暴雨般的布局，中移动希望自己能够掌控移动互联网的主导权。据了解，在移动梦网的手机软件平台日渐消沉的同时，腾讯、当乐、捉鱼等软件平台却日趋火爆。在 3G 与智能手机不断普及的推动下，普通用户对于手机软件的需求量急剧上升。此前华娱无线 CEO 潘榆文曾透露，旗下的某些单机游戏总销售额已经突破 500 万元，相比之前提高了近 10 倍。在市场温度不断推升的背景下，更多的支付渠道也开始介入业务平台，在腾讯的 Q 币之外，支付宝、易宝支付、快钱等大型支付企业帮助应用开发商与平台厂商解决了如何将流量转化为收益的问题，而支付渠道此前正是运营商的核心优势。

此次中国移动利用 MDO 主动出击，正是为了遏制这一趋势，重新建立自己的主导地位。

中国移动总裁王建宙曾表示，在与谷歌、苹果等 IT 巨头的高层交流之后，他们创新的商业模式已经使得移动运营商成为提供基础设施的“管道工”，而互联网厂商却拿走了价值链中最为丰厚的那部分。

因此为了应对未来的挑战，中国移动必须尽快做大自己的移动互联网平台，这样才有可能在面对未来的激烈竞争时立于不败之地。而要做大这个平台，相对封闭的移动梦网的梦网模式显然已经不能够适应中移动的发展了——据了解，在占据中移动将近 1/5 数据流量的广东，仅仅腾讯无线和 3G 门户两家独立 WAP 网站就占据了数据流量的 60%，相对而言移动梦网的市场份额就要少了许多。目前，这些独立 WAP 网站除了 GPRS 流量费用之外，并没有给中移动带来更多的商业价值。“MDO 平台相比于梦网最大的区别就在于正视无线互联网独立站点的流量价值。”3G 门户网 CEO 邓裕强此前表示。

在流量价值的背后，则是中移动期望将独立 WAP 的用户转化为自己的用户。但是，正如任何一家平台领导厂商一样，如何建立更好的生态系统，如何定义自己的核心业务，如何与合作伙伴打交道以生产出足够多的互补品，都是亟须中移

动来解决的问题，而过去长期封闭的运营模式也使得中国移动并没有多少成熟经验可以借鉴。

新瓶旧酒

在月初举行的 G3 业务创新大赛上，中国移动表示，获胜业务 TD 业务将会同时在移动梦网、MDO 及 Mo-bileMarket 上同时上线，三大平台并立的意味颇浓。

但是，据业界人士反映，基于梦网合作伙伴的 MDO 平台主体仍旧是梦网模式的延伸。“在几大 SP 看来，MDO 平台更像是基于梦网的渠道。”一位不愿透露姓名的独立 WAP 人士表示。

据悉，目前能够进入 MDO 平台的仍旧是原有梦网 ABC 级的 SP 及其业务，且由于来源于 MDO 的平台渠道能够由 SP 或者卓望寻找，MDO 平台自然更多地被看做移动梦网的补充。

此外，由于在 MDO 平台 SP 仅仅能够获得 30% 的分成，相比于移动梦网模式下 85% 分成差距较大，而且 SP 很难控制独立 WAP 的下载页面排列顺序，所以部分 SP 对于 MDO 平台的兴趣并不大。

因此，在传统的梦网模式仍然能够带来经济利益的背景下，MDO 与梦网的定位应当如何区分将是中国移动面临的棘手问题。在业界人士看来，拥有计费平台与用户群体天然优势的中国移动，只有将独立 WAP 尽可能地融入自身价值链的利益循环，才能够实现收编的想法。“中国移动期望利用 MDO 搭建一个共赢的平台，但是目前机制仍旧有待完善。”上述人士表示。

来源：通信产业报 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信 400 万终端集采激活 3G 市场

中国电信手机用户规模持续增长，大大增强了供应链的信心。从日前的“天翼 3G 手机订货会”获悉，中国电信采购 3G 手机的数量从 360 万部增加至 400 万部，而中标厂商共有 31 家，采购机型达 68 款。值得注意的是，在本次采购的 3G 手机中，价格大多在千元左右，价格低的仅约 500 元。

根据中国电信公布的运营数据，截至 7 月底，其用户总数达到 4173 万户。随着天翼 3G 网络覆盖的逐渐完善，质量的逐渐优化，以及 3G 终端种类日趋丰富，功能更具吸引力，性价比更高，中国电信有望迅速扩大用户规模，确立在 3G 用户发展中的领先优势，使天翼 3G 发展进入良性循环。

用户发展既要保量更要保质

三大运营商公布的最新数据显示，在新增用户市场上，今年7月，中国电信的净增用户数已占中国市场整体净增用户数的32%；中国移动的净增用户数占比超过59%；中国联通占比仅为9%。显然，中国移动仍然占据大半壁江山。另一方面，在移动用户总数上，中国移动仍遥遥领先于其它两家运营商。虽然中国移动用户增长速度放缓，但是继续保持着一定量的增长，而中国电信和中国联通用户数加起来还不如中国移动，可见，电信市场失衡的格局并没有改变。

数据显示，7月份，中国电信手机用户净增245万户，与6月份新增237万户相比，继续保持着良好的增长势头。今年前7月，中国电信累计增长1382万户，平均每月新增用户为197万户；中国移动7月份新增用户455.3万户，较6月份新增501.9万有所放缓；中国移动今年累计新增用户4042.7万户，平均每月净增长577.5万户，截止到2009年7月底，用户总数为4.98亿户；中国联通7月份GSM用户新增68万户，较6月份新增86.2万户有所放缓，累计用户数达1.41亿。

然而，从三大运营商用户增长对比看，中国联通近几个月的用户增长不尽人意，业内分析人士指出，中国移动事实上并未受到竞争对手多大冲击，中国电信和中国联通的用户增长呈现此消彼涨的态势，说明，两家运营商对于低端用户的争夺更加激烈，而大量的优质用户仍然集中在中国移动手中，中国电信和中国联通仍面临较大的发展压力。

天翼终端补短激活3G市场

相关数据显示，终端数量少特别是手机数量少、价格高是制约3G应用普及的最大瓶颈。48.8%的用户因为终端数量少而不准备使用3G业务，另有27.9%的用户因为终端价格高而不准备使用3G业务。这表明，终端对激活3G市场有举足轻重的作用。

CTR市场研究做的调查也证明了这一点。在调查中，36.5%的人觉得“3G手机太贵”，26.1%的人表示“3G手机品牌和机型少”。不过，这项调查还显示，在考虑使用3G的人群中，年轻人的比例高达67%，3G对于年轻受众具备了相当的诱惑力。

对于中国电信来说，需要尽快突破终端不足这一最大瓶颈。中国电信天翼终端公司副总经理马武透露，“CDMA终端市场呈现了爆发式增长。”2009年上半年，2G手机市场总规模达到了7980万，环比增长6.5%，同比增长0.3%。其中，CDMA手机销量同比增长345%，手机厂商已达160多家。全社会实现CDMA手机销量1326万台，比去年同期增长了181%。

中国电信的3G网络具备先发优势。中国电信副总经理杨小伟表示，截至今年7月底，中国电信的3G网络已经覆盖了全国31个省市自治区、342个地市、

2000 多个县（市）和 6000 多个发达乡镇，是目前国内覆盖最广、质量最好的 3G 网络。

此外，由于用户使用 3G 网络涉及到高额的换机成本，低价 3G 手机有利于撬动 3G 市场。据中国电信终端管理中心总经理助理何宁透露，中国电信千元 3G 手机在整体天翼手机中占比将超过五成。1-7 月，中国电信天翼 3G 手机在 3G 整体市场份额中占比达到 45%，而 2000-3000 元的天翼手机占中国电信 3G 手机份额的 50%。

打破用户界限促 3G 走向平民化

对于运营商来说，要在 3G 上成气候，最关键的是给手机用户实惠，“平民化”的 3G 享受才能“梦想成真”。电信专家史炜表示，过度强调高端用户导致的是一种产业歧视和用户歧视。特别是，在今天 3G 增值服务市场需求严重不足的情况下，强调高端事实上是在封杀自己的市场。

为了加强在终端方面的力度，中国电信酝酿了三大工程，即加快千元 3G 手机上市、满足大众市场需求；大力打造智能手机，满足行业应用需求；深度定制明星手机，满足中高端市场需求。马武说，中国电信加快了和 Google、微软之间的合作；加快了与 PALM、BlackBerry 的合作；中国电信正在跟日系厂商夏普、卡西欧洽谈，尽快引入中国 CDMA 市场；中国电信正在打造手机应用商店……

DoCoMo 的用户统计数据显示，在日本，3G 的用户群 50% 以上的 3G 用户年龄不足 30 岁。此次中国电信正是瞄准了年轻用户这一群体，改变了以前“七成增长在中高端”的策略。海信通信销售公司总经理倪国涛也认为，中电信千元 3G 手机的价格将目前 3G 手机平均价格由 2400 元迅速拉低至 1000 元左右，将使 3G 手机更加平民化。

来源：通信信息报 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

电信推“三项工程”，以社会化“催熟”3G 终端

8 月 24 日，南京。中国电信规模达 2000 人的“天翼 3G 手机订货会”在南京国际展览中心召开。在会议开幕约一个多小时后，订货会会场开始采用严格“封门”方式来限制进入会场的人数。记者了解到，甚至一位中国电信江苏分公司的工作人员也被会务组“拒之门外”，不得不和其他人在门外听会。

“这个会的规模远远超出了我的想象，”来自飞思卡尔半导体的市场经理沈先生告诉记者，他并没有料到这个会议汇集了如此多的产业各方人员，“这应该是 CDMA 终端产业链有史以来规模最大的会。”

“电信开这个会的首要目的并非订货，其实这次 400 万部的天翼 3G 手机订货协议只是框架协议，某种意义上说，并不具备法律效力，”一位在订货中市场份额不菲的厂商代表表示，“电信的真实目的是要给大家信心，在 CDMA 终端产业发展的这个阶段，信心堪比黄金。”

从现场了解到的情况看，电信这个目标似乎得到了不同程度的实现。

占 3G 份额 55%?

“对这个会最大的感受是什么？应该是感觉到 CDMA 市场已经起来，形成了多层次、系列化、较丰富的产品体系，整个市场的感觉是处在一个快速增长期。”中国电子旗下桑达电子营销经理杨清表示。

根据电信方面介绍，有来自全国各地的数百家手机经销商代表和 130 多家终端厂商代表、手机设计公司代表、中国电信天翼终端公司总部及各省分公司的相关负责人参加了此次大会，其他闻讯而来的产业各方也不在少数。

这是继今年上半年召开的中国电信移动终端产业合作高层论坛和中国电信 3G 终端高峰会后，移动终端产业又一次规模空前的行业聚会。

中国电信集团公司杨小伟副总经理出席会议并讲话，和电信总经理王晓初的那次著名表态一样，他同样希望参会的各位代表抓住 3G 机遇，共同做大终端产业，促进 CDMA 市场的繁荣。他表示，“希望未来的产业巨头就在今天在座各位之中产生。”

中国电信天翼公司副总经理马武表示，2009 年上半年，全社会实现 CDMA 手机销量 1326 万台，比去年同期增长了 181%， “CDMA 终端市场呈现了爆发式增长。到目前为止，CDMA 产业链手机厂商已经超过了 50 多家，上网本厂商有 30 多家、数据卡厂商 30 多家，还有 10 多家平台芯片厂商在为 CDMA 终端提供方案，设计公司达到了前所未有的 40 多家。”

在净增用户方面，中国电信天翼终端公司总经理助理何宁表示，今年 7 月中国电信的净增用户数已经占到了中国市场整体净增用户数的 32%。今年 1-6 月的统计数据显示，目前，市场上可以提供的 CDMA 终端达到了 350 款，CDMA 手机在整体手机市场的占比已经达到了 19%。

电信咨询公司博思咨询（ThinkBank）统计数据显示，尽管中国电信仅在 4 月份才开始推出 3G 服务，但是 2009 年上半年，中国电信 3G 手机共销售 12.2 万台，占到整个 3G 手机市场的 55%。电信将努力保持在 3G 国内市场的领跑态势。

天翼造势初步见效

本次订货会也是近期推出的天翼终端的一次集中展示。在 6000 多平米的展览厅内，布置了 120 多个公司的展位，参展的天翼 3G 终端超过百款。其中大多是七月份中国电信联合四大国代进行“天翼千元 3G 手机”招标的产品。

中国电信在今年7月联合中邮器材、天音通信、普天太力、北京酷人四家国代商开展了“天翼千元3G手机联合采购招标”。据悉，此次联合采购招标共接到60多家厂商的近两百款投标产品，最后共有68款产品中标。

在本次订货会上，中国电信和四大国代商分别与31家终端厂商签订了采购协议。其中中邮器材与LG、华为、中兴、海信、联想等十多家厂商签订了近三十款产品的采购意向，天音通信与宇龙、天语、大显等十多家厂商签订了近二十款产品的采购意向，普天太力与东森、创维、大唐、普天东方通信等多家厂商签订了十几款产品的采购意向，北京酷人与三星、宇龙、海尔等多家厂商签订了近十款产品的采购意向，而天翼终端公司分别与三星、天宇朗通、TCL、侨兴四家厂商签订了4款产品的采购协议。联合采购的总量达到400万部，超出中国电信原先宣布的360万部的订购数量。

上午十点多发布的400万部天翼3G手机的招标消息似乎点燃了整个订货会的热情，120个展位人头涌动，经销商在展位上询问价格的场面比比皆是。在实地采访中记者发现，除了上述这些规模较大、牌子较响的厂商外，更多的是许多“名声不彰”的厂商以及从其他领域进入的厂商。

酷派公司常务副总裁李旺表示，根据他的了解，“刚转正的山寨厂家来了不少，不过这也是好事，从业者的大量涌入起码证明一个问题，就是CDMA终端正在不断朝主流市场发展。”

三大工程“社会化”是主线

在联合四大国代商开展千元3G手机采购后，中国电信终端运营将正式推出“三大工程”，这三大工程将成为电信在天翼3G终端策略上的“三驾马车”。

中国电信3G终端的三大工程为：联合采购千元3G手机、深度定制智能手机、打造明星手机。这三大工程分别瞄准了大众低端市场、中端市场及行业市场、高端商务市场等。

中国电信移动终端管理中心（天翼终端公司）业务支撑部经理谭浩表示，在中国电信负责终端运营的移动终端管理中心内部，早有打造2009年三大工程的说法，千元3G手机招标只是其中第一步而已。

一位终端厂商负责运营商定制的市场总监表示，从中国电信终端运营的步伐来看，一直遵循如下步骤，先解决2G手机规模化的问题，然后解决3G手机有没有的问题，接下来解决3G手机价格大众化的问题。

值得注意的是，在招标的近200款千元3G手机中，天翼终端公司仅运作4款。在终端运营推出三大工程里，不难看出其背后的核心都是围绕终端运营社会化这条主线。

同时，参加会议的代表中手机经销商和生产厂商的代表占绝大多数。由于本

次会议采取了展示加订货的模式，方便参会各方直接沟通交流。无论从参会人员数量还是会议组织形式来看，本次订货会的主角是来自各地的手机经销商和终端生产厂商，中国电信则更加侧重搭建沟通平台，组织产业链内产销双方直接见面洽谈。

爱国者华东区总监曾炎表示，这说明中国电信正在不遗余力地从各个方面落实终端社会化的承诺。马道杰也表示，只有与社会力量加强合作，整合各方资源，共同做大做强 CDMA 终端产业，才能实现合作共赢，利益共享。

面对四大挑战

电信在 3G 手机的布局已经收到了一定成效，不过，要想在竞争激烈的 3G 市场保持领跑，还面临许多具体挑战。

与时间赛跑

据了解，电信的一个具体要求是，此次厂家与国包商签订的千元左右的 3G 手机要在短期内快速上市，并借助代理商成熟的社会渠道迅速地渗透到全国各大城市，甚至三四级市场。

对此，宇龙酷派品牌相关负责人透露，酷派的 4 款 EV-DO 手机很快将上市，其中酷派 D280 手机在 8 月底就能上市，E220 和 E230 等 3 款产品将会在 9 月份上市，三星、中兴等厂家也表示千元 3G 手机将会在短时间内上市。

三电咨询资深分析师郑恒表示，为了保持在 3G 市场的阶段性优势，电信力推大量千元左右的天翼 3G 手机迅速上市，能够短时间内降低 3G 手机的门槛，使之真正成为普通消费者用得起的“3G 平民机”，有助于快速拉动中国电信 3G 用户的增长。

不过，记者在订货现场了解到，大多数展台展示的机型都属于“样机”，在一些中小厂商的展台，在终端介绍中展示了触摸手写、2.4 寸以上大屏、双摄像头等功能，并且能够支持 WWW 浏览、长短信、彩信、BREW、WAP、JAVA、GPS/GPSone 功能。但当记者问到这些机器何时能够面世、定价几何时却得到了各种语焉不详的回答。

一位深圳厂商表示，有不少厂商都是去年或今年上半年刚刚进入的，许多以前是生产 PDA、MP3、MP4、录音机甚至照相机的，他们现在能够拿出样机已经是非常迅速了，实现规模化定制生产还需要一段时间。

成本问题呼唤“联发科”

“EV-DO 手机我可以做到 1000 元以下，甚至能够做到 500 元。”一位深圳厂商表示。考虑到这些 3G 手机的价格大多在千元左右，价格低的只有大约 500 元，确实让人感觉 3G 离普通消费者更近了。

但也有人持另一种意见。“现在比较稳定的机器还是只能用高通的芯片，威

睿电通的芯片在稳定性上表现不如高通，因此，现在 CDMA 成本还是要高于同级别的 G 网手机。”深圳同洲电子一位市场经理表示，如果要推性能稳定的手机，成本下降空间其实有限。就他个人来说，很期待 CDMA 产业也出现现象联发科这样的公司。

有分析认为，由于电信要求天翼 3G 终端要能够支持中国电信综合办公、全球眼、天翼对讲、天翼 live、PushMail、爱音乐、PIM、手机影视、手机导航、手机炒股、手机报、视频电话、短信宝典等特色业务，这就要求手机在计算处理能力上达到一定程度，最好是智能手机。

但笔者在订货会的调查中发现，低于 1000 元的 EV-DO 智能手机仍然难觅，在电信定制的 3G 业务面前，手机成本将是一个问题。

技术创新更需要“积累经验”

这次订货会上，电信还重点提出要做 CDMA/GSM 双模中端手机，并提出要把一直处在 3000 元价位的双模终端价格压到 2000 元甚至更低。

此前的 8 月 21 日，中国电信与三星、乐金、宇龙、中兴、海信、大显、中国电子、UT 斯达康、康佳、恒基伟业、福建网讯等 11 家 CDMA 终端厂商在京举行签字仪式，正式成立“CDMA/GSM 双模终端产业联盟”。

根据协议，“CDMA/GSM 双模终端产业联盟”内各签约终端厂商将积极推进 CDMA/GSM 双模终端有关专利的共享，并可以在协议约定范围内采取开放策略，引入其他厂商。杨小伟表示，联盟将有力地促进各成员加大双模终端研发投入力度，降低双模终端的研发生产成本，缩短产品开发周期。

有分析认为，电信千元手机面对的是学生群体这样的“增量市场”，双模手机则将直接面对其他运营商现有的“存量市场”发力，因此采取了“EV-DO+GSM”的双模，电信要把其他运营商的 2G 用户吸引到自己的 3G 服务上，就必须提供性能更好，成本持平甚至更低的价格，才能实现这一目标。

一位智能手机的资深研发总监告诉记者，“EV-DO+GSM”的双模双待机不仅在国内是头一家，在国际上也是绝无仅有。他强调的一个观点是，短时间内，这种创新靠大量投资和人力的堆积很难推出商用产品，实际上，创新需要的只是经验的积累，这也需要时间。

合纵连横的运营难度

在订货会现场，迅速流传的另一个消息是电信要打造少量的“明星手机”，一方面要和国内厂商共同推出高端精品手机，另一方面则仿效其他运营商引入国外的明星机型。

天翼移动终端管理中心副总经理马武表示，中国电信将加强与加拿大 RIM 公司和美国 Palm 公司这样的智能手机厂商合作，这是中国电信首次明确引进黑莓。

此前，中国电信还一再表露出对 Google 手机的青睐。马道杰也在多个场合明确表示，欢迎所有有特色的终端厂商与中国电信合作，电信将以开放的心态接纳所有有合作意愿的厂商，并提供门槛最低的合作要求。

实际上，海纳百川是电信在 3G 起步阶段的一个优化选择，但问题是，在 3G 运营进入一个较深入阶段时，电信将有可能为多种不同体系的终端与电信自身 3G 业务的匹配上陷入麻烦。

[返回目录](#)

中国电信：固话商之变

1876 年 3 月 10 日，在实验室里的沃森像发疯一样，跃出实验室，奔向贝尔的寝室，他一路大叫着：“我听到了贝尔在叫我！我听到了贝尔在叫我！”另一边，美国科学家亚历山大·贝尔正在通过送话机喊：“沃森先生，请过来！我有事找你！”

那一刻，电话这个新鲜玩意儿开始出现在这个世界上。

6 年后，上海开通了第一部电话交换机，但在此后的 67 年中，由于电信设备陈旧，网络支离破碎，电话在中国的发展十分缓慢，用户数量极少。

到 1949 年，中国交换机总容量仅有 31 万门，全国电话用户总数为 21.8 万户，电话普及率只有 0.05 部/百人。

改革开放后，落后的通信网络不能满足人们对通信需求日渐强劲的渴求，80 年代中期，政府加快了基础电信设施的建设，固定电话也开始迎来它的流金岁月。

如今已经退休的老李还记得家里安装第一部固定电话是在 1990 年，尽管那是用公费装的电话，可是 2000 多元的初装费还是让他心疼不已，更让他印象深刻的是，从开始报装到安装，整整等了半年的时间。

随后的二十多年，固定电话开始从一种身份的象征进入到寻常百姓家，强劲的刚性需求推动了中国固定电话走上历史的巅峰。

前身为“中国邮电电信总局”的中国电信，作为当时整个中国电信业改革的母体也迈出了它企业化的道路。1995 年中国电信进行企业法人登记，从此逐步实行政企分开。

随后的 1998 年，邮政、电信分营，开始专注于电信运营。2000 年，中国电信集团公司正式挂牌。在这流金岁月里，中国电信也通过大干快上，走规模化扩张之路成就了近二十年的辉煌大业。

这种辉煌来源于一连串的数字，截至 2006 年底，中国固定电话已经达到 3.7

亿户，普及率分别达到 28.3%。

然而，好景不长。

早在 2003 年，中国固话网络的拐点开始出现，“到 2003 年底，国内固定电话的拆机数已超千万，零次数呼叫用户数迅速上升。”

“尽管这个迹象在 1999 年已经出现，但是谁也没意识到，每年的思维模式就是投资多少，计划部门就安排多少固网投资，然后市场部门按照投资容量去发展多少用户，其实已经看到了将来的用户数没有机会发展，但是我们的思维仍然停留在惯性思维。”中国电信总经理王晓初回忆说。

一位业内资深人士评价说，近 20 多年来，电信业赖以急速前行的最重要两个轮子——技术基础和商业基础却发生着革命性的变化。新技术快速兴起，用户的信息需求不再局限于语音，而是多样化、个性化的综合信息服务需求。信息化发展更是为各行各业使用信息技术实现高效运作提供了可能，社会对信息化的需求愈来愈强烈。

随着移动和 IP 技术在 2-3 年间的迅速发展，传统语音业务资费不断降低，固定话音业务开始陷入了前所未有的尴尬状态：电话的市场空间已趋填满，移动和 IP 技术对固定电话业务产生严重分流，固网的存量市场危机重重。

2007 年，信息产业部当时发布的《2007 年全国通信业发展统计公报》显示，2007 年全国固定电话用户减少 233.7 万户，为 3.6544 亿户，这是自 1968 年以来首次出现年度负增长。

不仅仅是中国，全球由于移动替代固网的原因，全球的固网公司举步维艰，市场份额开始急剧下降。传统固网运营商的市场空间和商业价值在不断缩水，犹如正向温带加速漂移的座座巨大冰山，外表熠熠生辉，壮丽非凡，沉在水下的部分却在不断消融。他们被贴上一个新的标签——“管道公司”。

这一切都预示着固话商的流金岁月已经落幕。他们意识到，单靠电话这个“看家本领”，已经不足以支撑电信业的可持续发展，更不要说满足社会信息化的需求，中国固定电话的母体中国电信公司也开始受到前所未有的挑战。

转型的艰难抉择

用“三十年河东，三十年河西”来描述电话的兴衰再恰当不过了。

如果说在过去的 20 多年中，面对市场对话音的刚性需求，中国电信通过大干快上，走规模化扩张之路成就了过去 20 多年的辉煌大业，那么，当话音的绝对需求开始转化的时候，中国电信需要转型，走一条创新发展之路，才能保持基业长青。

不过，一连串的问题摆在了中国电信面前，拥有 67 万员工、网络覆盖全国城乡、服务国内 3 亿消费者、年收入近 2000 亿元的特大型国有通信企业要往哪

里转？巨人转身、伤筋动骨般的战略实践会成功吗？

2004年，一场思想解放的大讨论在中国电信内部展开。依靠电话和网络接入的收入增长能否持续？中国电信的使命是继续固守传统业务还是抓住机遇，实现企业增长方式转变，寻求崭新的市场空间？

“中国电信提出转型最大的障碍实际上是整个思想认识。因为任何一个人都习惯于过去师傅带徒弟教出来，过去这么干，现在也这么干，比较习惯于这种传统的概念。一般的公司都是三十年的辉煌，因为所有的公司都有一个核心的产品，这个产品的生命周期决定了这个企业的生命周期，这是个共同特征。”王晓初表示。

“我们感觉到从一方面看，确实是固网的用户负增长，这是消费者由于新技术的替代的必然，这一块的流失是无可奈何花落去，任何一个企业都不能做到不让它流失；第二个方面，整个中国社会的信息化应用需求量很大，无论是政府、行业、企业、社区、农村，信息化应用的商机是巨大的，其实消费者有很大的需求，但是我们并不能提供。”王晓初回忆说。

穿透硝烟弥漫的话音市场，王晓初和中国电信管理层的目光向蓬勃发展的社会信息化、数字化需求空间延伸。“我们提出了战略转型，就是在过去语音下滑的趋势下迅速的减少固网的投资，而把资金转移到新的业务上，在满足客户需求的前提下，为企业带来价值。”

2004年12月22日，中国电信总经理王晓初上任五十多天后，在集团公司工作会议上提出了“从传统基础网络运营商向现代综合信息服务提供商转型”，打响了中国电信企业战略转型的第一枪。

2004年底到2005年初，王晓初先后到广东、福建、贵州、广西等地调研，在他的脑海中，战略转型的方向和目标逐步清晰：转型的方向就是综合化和价值链化。从横向上看，综合化是实现业务的多元化、网络的多元化和终端的多元化；纵向而言，实现价值延伸，主要针对企业客户、集团客户和行业客户，从提供单一的语音服务转变为提供综合业务服务，满足其多样化的需求，延伸业务价值链。

布网、放号、等收入的“春耕秋收”是中国电信转型中要着力改变的发展模式，转型既不是一次战术调整，也不是局部的业务创新，而是围绕企业发展方式的一次战略性大变革。中国电信转型第一次的大动作就是调整总部机构，撤销了5个部门。

随后，中国电信提出了“以战略创新为先导，以商业模式创新为基础，系统性推动业务创新、体制创新、技术创新与管理创新的过程”的转型思路。

以商业模式的创新来说，号码百事通成为中国电信转型过程中一道亮丽的风景线。

2004年当中国电信各业务部门、各省级公司老总们第一次从王晓初总经理的口中听到“综合信息服务商”这个施政理念，还在仔细揣摩其中含义的时候，远在万里之外的新疆乌鲁木齐，一支特殊的电信团队正在最繁华的商业街道中山路上逐一收集商铺和公司信息，拜会企业主管营销的负责人，向他们推荐一种闻所未闻的宣传工具——让电信局114查号台帮你带客户上门。

这时候，没有人能意识到这就是电信苦苦探索的综合信息服务。这个团队的目标很简单，让社区的每位住户都能够通过一个电话就能得到所在社区的各种生活实用信息，最后他们决定建立一条都市热线96588，这也就是号码百事通的雏形。除了传统的查号台的功能外，她所提供的订餐、订票、订房、导航和实用信息查询等多种服务已经渗透到人民群众的日常消费与生活中，成为广大群众日常生活离不开的好助手。

同时，中国电信开始通过纵向一体化的专业化运营，发展商务领航，面向政府和企业用户，提供基于互联网，满足各行业、中小企业信息化需求的解决方案和商业应用服务。目前，商务领航已广泛应用于公安、税务、保险、检验检疫、教育、文化、医疗卫生、旅游等行业和电子政务、数字城市建设中。

如何来衡量企业的转型是否成功？王晓初对此表示：“转型成不成功最重要就是业务收入结构的改变。如果你过分依赖于某种产品的收入，那么当这个产品的生存周期过去以后就会出现搁浅。所以对中国电信来讲转型成不成功的关键是看收入结构是不是随着产品的变化，不断有新的收入因子出现。”

如果基于上述的判断标准，中国电信在转型上打了漂亮的一仗。根据数据显示，2008年中国电信非语音收入占比从2004年的22%提升到2008年的45%；宽带用户2008年底达到4718万户。增值业务收入达到182亿元，综合信息服务收入达到102亿元。

在中国电信结构性调整中，辅业改制和上市是最值得书写的一笔。作为中国最大的固网企业，中国电信网络规模最大、员工人数最多、肩负历次改革成本最重，面临着如何解决沉重历史包袱和非核心资产的问题。

在很多国有企业看来，辅业是主业的“包袱”，由于历史原因，辅业的人员、资产都不如主业。中国电信认为，通过辅业资产重组、改制上市，盘活存续资产，可以让公司在转型道路上轻装上阵。

中国电信继续按照理顺业务板块、缩短法人链条、压缩管理层级、减少企业数量、降低同业竞争的原则，以资本市场的要求为导向，全面推进辅业的业务结构优化和组织架构调整的重组整合工作。2005年10月，中国电信做出辅业资产上市的决定，选取上海、浙江、福建、湖北、广东、海南六个条件成熟、所处市场较有吸引力的省级辅业公司，按照上市要求进行资产、企业重组及业务整合。

2006年，中国电信辅业改制后的中国通信服务股份有限公司在香港正式亮相。作为国企辅业重组改制上市的第一家，中国电信集团为我国大型国企辅业资产的改革提供了一个成功样本。

3G的新征程

2009年年初，3G牌照的发放又将中国电信带入了另外一个新的征程。

实现全业务经营后，中国电信拥有超过2.2亿的固定电话和小灵通用户，760多万政企客户，4300万宽带接入用户和4000万移动电话用户。

获得3G牌照后，中国电信已经有可能为这些庞大的用户群提供从接入到综合应用的融合服务，接入、数据、应用内容以及信息服务的融合将是公司CDMA经营的方向。

不过，调查数据显示，目前的移动市场格局中，中国电信不管是与拥有近4.8亿用户的移动，还是与拥有近1.38亿用户的联通相比，其有效用户仅为3284万户，在移动市场的份额中占比还不足5%，被王晓初形容成像个“刚刚进入移动通信领域的学生”。

王晓初也坦言：“在这种竞争格局里要做大，其实也是很困难的。”为此，中国电信避开了传统的价格战，在这场3G竞争中将差异化作为最重要的武器。

“你的产品必须要和别人的不同，要让客户眼睛一亮，觉得这个业务和我现在用的业务有区别才有意义。”王晓初解释说。

“消费者的心理，无非就是关注三个方面，一个是网络质量，一个是功能，一个是价格。”王晓初说，在网络质量上，现在中国电信每天都花相当大的精力在全国进行大规模的扫盲点工作。“到下个月，我们的网络质量将会有明显提升。”他预测。同时，他还透露，今年中国电信投资重点之一就是改善网络质量。

而价格也被中国电信放在了竞争重点的圈外。“我们和强势公司相比没有优势，因为他们已经具有相当的规模。所以如果在价格上动脑筋可能对自己不利，结果是市场份额还没达到自己就先失败了。”王晓初分析说。

为此，电信将这场3G发展放在应用的差异化上。王晓初表示：“目前中国电信平台上提供的各项业务，只有我们一家可以提供。”

他还透露说，今年中国电信3G业务平台建设，再加上3G网络建设的总投资大概会在900亿元左右。今年年初，中国电信提出，三年以后也就是2011年中国电信的移动市场份额要从现在的4%提高到15%。

(本报记者 康怡 撰文)

特邀点评

芮成钢 中央电视台经济频道主持人 国际组主编 青年学者

回顾新中国电信产业60年的发展史，中国电信

亲身经历其中的挫折与成就，甚至可以说，它就是中国电信产业成长历程的一个缩影。

从新中国成立初期隶属于邮政部的下属单位，到今天发展成为电信产业的龙头企业之一，中国电信圆满地完成了“政企分离”和“电话普及”两项时代重任，并为国人带来了宽带、移动通信等新电信业务，潜移默化地改变了国人的生活方式。

随后伴随着移动业务的分离、南北电信的拆分以及去年电信产业的重组、今年 3G 牌照的发放，中国电信更加为人们所熟知。作为当下中国电信三大运营商之一，中国电信有能力也有责任带领中国电信产业走向辉煌。

中国电信大事记

◆1995 年，最初被称为“中国邮电电信总局”的中国电信进行了企业法人登记，从此逐步实行政企分开。

◆1998 年，邮政、电信分营，中国电信开始专注于电信运营。

◆1999 年，中国电信的寻呼、卫星和移动业务被剥离出去。

◆2000 年，中国电信集团公司正式挂牌。

◆2001 年，中国电信被再次重组，进行了南北分拆。

◆2002 年 5 月，新的中国电信集团公司重新正式挂牌成立。

◆2004 年 12 月 22 日，刚刚履新的中国电信总经理王晓初上任五十多天后，在集团公司工作会议上旗帜鲜明地提出了“从传统基础网络运营商向现代综合信息服务提供商转型”，打响了中国电信企业战略转型的第一枪。

◆2005 年 8 月 8 日，中国电信与 8 家国内外知名 IT 企业共同组建中国中小企业信息化联盟，引导和大力推进中小企业信息化建设进程。

◆2006 年 12 月 8 日，一个以“通信运营商的服务商”为主题的投资故事在香港联交所备受青睐。这个投资故事的主人公是中国电信实施辅业改制与资产整合后成立的中国通信服务股份有限公司。发行 12.9 亿股，募集资金 28.4 亿港元，中通信在港市赢得开门红。

◆2007 年 8 月 16 日，号码百事通信息服务有限公司在上海成立，作为中国电信向综合信息服务提供商转型的战略业务之一。

◆2008 年 5 月 24 日，中国电信收购中国联通 CDMA 网，中国卫通的基础电信业务并入中国电信。

◆2009 年 4 月 16 日，国家发放 3G 牌照 100 天后，中国电信在全国大范围开放 3G 业务，并提供真实、顺畅的 3G 应用体验和平滑的用户网络升级过渡。

中国电信产业发展之路

60 年来的主旋律——“分与合”

1949 年 11 月，新中国成立之初，组建了邮电部，其职责就是统一管理新中国的邮政和电信业务。

1969 年，邮电部被撤销，可以认为这是中国电信产业的第一次分与合。

1973 年 6 月，邮电部恢复之后，为中国邮电通信产业的飞速发展奠定了基础。

1994 年，由电子部联合铁道部、电力部及广电部共同组建的中国联通通信有限公司打破了邮电部在电信产业一方独大的局面。

1995 年，隶属于中国邮电部的中国邮电电信总局（中国电信前身）进行了法人登记，推动了电信产业政企分离、并向现代化企业转变的过程。

1998 年，邮电部被拆分为邮政局和信息产业部，标志着在中国邮政与电信彻底分家。

2000 年，中国电信集团公司正式成立。短短的两三年间，中国铁通、中国卫通也相继登上了电信产业“群雄逐鹿”的舞台。

2002 年，中国电信在再次被拆分为中国网通和中国电信两家公司，形成“北网通、南电信”的局面。

2008 年 5 月 24 日，工业和信息化部、国家发改委和财政部联合重组公告：鼓励中国电信收购中国联通 CDMA 网（包括资产和用户），中国卫通的基础电信业务同时并入中国电信；中国联通与中国网通合并；而中国铁通并入中国移动。

[返回目录](#)

中电信预计 3G 用户大增 全年目标三千万户

近日，中国电信发布了 2009 年上半年财报，财报数据显示，上半年的经营收入为 1031.46 亿元，净利润为 90.04 亿元，每股基本净利润为 0.11 元。固定电话用户数为 1.99 亿户，比去年年底减少了 899 万户；宽带用户数为 4905 万户，比去年年底净增 478 万户；移动用户数达到 3928 万户，比去年年底净增 1137 万户。

中国电信董事长王晓初于业绩后记者会表示，集团上半年 3G 用户 130 万户，全年 3G 新增手机用户人数目标为 3,000 万户，因下半年将有更多 3G 手机推出，预计可令上客人数大幅提升。

王晓初指出，上半年手机补贴超出预期 30% 上限，有关补贴占营业额达 37%，不过由于集团发展 3G 业务只展开约 1 个月，但相信下半年手机补贴占营业额将可回落至 30% 的目标。

王晓初指，下半年目标是令 EVDO 制式手机增至 200 款，该公司亦将集中推出 500 至 1,000 元的手机，主要针对大学生用户市场，而诺基亚及摩托罗拉将会下半年推出 3G 手机，同时集团现时与 Blackberry 及 Palm 洽谈发展手机。

来源：搜狐 IT 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通上半年营收 785 亿

8 月 28 日，中国联合网络通信股份有限公司召开董事会议并公布了 2009 年中期业绩。据财报显示，按照重组合并后口径计算，中国联通上半年实现营业收入 784.9 亿元。

其中，移动业务实现通信服务收入 350.7 亿元，同比增长 6.2%；固网业务实现通信服务收入 414.0 亿元，按可比口径同比下降 9.8%。固网业务当中，宽带业务收入为 120.9 亿元，同比增长 10.3%。

据统计，中国联通上半年净利润为 65.1 亿元，同比下降 45.2%，归属母公司净利润 21.9 亿元，每股基本盈利 0.103 元。

财报显示，中国联通上半年移动业务稳定增长，移动增值业务比重持续增加，3G 业务启动；固话业务继续面临较大的下滑压力，固网宽带业务继续保持增长。

在中国联通发布 2009 年中期业绩的同时，还公布了其引入苹果 iPhone 手机的消息。中国联通董事长常小兵透露，联通已经与苹果公司就在未来 3 年里合作在中国销售 iPhone 手机一事达成协议，联通版的 iPhone 手机将于 2009 年第四季度正式在中国市场上市。

来源：中国经济时报 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

中联通 9 月 28 日起启动 285 个城市 3G 正式商用

8 月 28 日，中联通公布上半年经营业绩，在业绩发布会上，董事长常小兵表示，今年下半年公司还将加快推进 3G 网络建设及市场进程，9 月 28 号将在全国 285 个城市同步启动 3G 正式商用。

常小兵介绍说，正式商用以后，在资费政策上，语音业务资费全面实行单一价格及长市漫合一，上网卡能实现套餐自动升级。年底还会推出多款 WCDMA 制式的终端。

中国联通自 5 月 17 日，在全国 56 个城市正式推出 3G 试商用友好体验，目前试商用友好体验城市已达 268 个，截止到目前，已发展友好体验用户 35 万户，试商用期间中国联通推出了包括手机上网、手机搜索、手机音乐、手机电视、可视计划、手机报和无线上网卡等多项 3G 业务。

来源：飞象网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

联通 iPhone 价格猜想：或需一次性支付 7300 元

7300 元才能带苹果回家。其他国家运营商在 iPhone 的销售过程中，大部分会采用签订在网协议，在中国很可能会采用预存话费。如果中国联通希望它的 i-Phone 每个月的消费额度是 200 元的话，两年的话费开支是 4800 元，加上 2500 元的裸机价格，用户需要花 7300 元，才能把 i-Phone 带回家。

联通终于吃到了“苹果”。昨天，在联通举行的 2009 年上半年业绩发布会上，中国联通和苹果公司联合宣布，iPhone 将在第四季度正式在中国市场上市，已经以水货姿态在中国销售两年的 iPhone 终于要“转正”。

对于即将到来的行货，中关村水货商开始表现出不安，一些中关村 iPhone 水货渠道商已表示，将谨慎批量拿货。

发布

两款手机低价入市

中国联通董事长常小兵已经表示，本次合作的 iPhone 手机包括 3G 和 3GS 两个款型，终端配置适合中国市场的消费习惯。但引入的这两款手机删除了苹果手机的一大卖点——WIFI 上网功能。

常小兵表示，将为购买 iPhone 手机的消费者提供补贴，同时他透露联通采购的 iPhone 手机单价较低，在国内零售市场较有竞争力。

记者今天从工信部设备进网管理处获悉，iPhone 已经正式获得入网证书，型号为 A1324，有效期从本月 25 日至 2010 年 8 月 25 日，设备产地为深圳，外协工厂为“富泰华工业（深圳）有限公司”。

猜想

7300 元才能带“苹果”回家

著名电信观察家项立刚在其博客中猜测中国联通的 iPhone 肯定会遵循三个原则：

只能支持联通的卡。联通费了这么大的力量引进了 iPhone 手机，它必须做卡的限制，买了 i-Phone 手机绝不能到中国移动的网络中使用。

裸机价格不会低于 2500 元。价格要参考 iPhone 在全球的销售情况，参考其他品牌的手机价格，如果价格太低，会一下导致联通的重要合作伙伴诺基亚、三星的产品受到重大影响。

7300 元才能带苹果回家。其他国家运营商在 iPhone 的销售过程中，大部分会采用签订在网协议，在中国很可能会采用预存话费。如果中国联通希望它的 i-Phone 每个月的消费额度是 200 元的话，两年的话费开支是 4800 元，加上 2500 元的裸机价格，用户需要花 7300 元，才能把 i-Phone 带回家。

水货价格和美国价格对比

版本 水货 美国售价

3G 版 8G 3500 元 99 美元

3G 版 16G 4350 元 199 美元

3GS 版 16G 5300 元-6000 元 199 美元

3GS 版 32G 6300 元-7000 元 299 美元

影响

水货手机销量将减半

日前 iPhone 行货即将在四季度上市的消息传来后，中关村的水货销售渠道均表示将谨慎拿货，防止出现积压，而零售方面则是准备一台一台拿货。

据了解，目前中关村的水货 i-Phone 每日保持 500 台以上的出货量，每台利润在 300 元左右，是目前水货市场销售量和利润率最高的手机。而由于海关严查，iPhone 3GS 版本处于供不应求的状态。但中关村水货手机经销商均表示，如果捆绑售价真的低于 3000 元，水货销量至少会减少 50%。

中关村 e 世界商户梅昊告诉记者，按照以往经验，一款热销的水货手机，如果要出行货版本，一般都会在行货正式发布前进入一个销售冷淡期，很多消费者都会持观望态度，等到行货正式发布，再做最终选择，iPhone 也是如此。

降价成为必然

据了解，中关村 iPhone 水货主要分四个来源，香港版、新加坡版、美国版以及加拿大版。被水货渠道视为救命稻草的，则是 iPhone 的 WIFI 的上网功能。

海龙的商户魏先生告诉记者，如果 iPhone 水货遭受行货带来的冷淡期，降价是必然，一旦价钱降到低于行货或者跟行货持平，就会有人来购买 i-Phone 水货，毕竟 iPhone 存在一个解锁问题，可以自由升级的无锁版本对于爱玩手机的年轻人有较大的吸引力。而按照中关村其他型号手机的以往情况来看，奔着 WIFI 而选择水货的消费者也不在少数。

据了解，目前 8GB 版 iPhone 3G 水货版本售价 4000 元左右，iPhone 3GS 在美国绑定售价为 16GB 199 美元，32GB 299 美元，约合人民币两三千元。水

货手机有很大的降价空间。

来源：法制晚报 2009 年 08 月 30 日

[返回目录](#)

千亿资本计划不变，上半年 199 亿用于 3G

中国联通执行董事兼首席财务官佟吉禄于业绩会表示，虽然集团上半年资本开支仅用了约 372.5 亿元，仅全年规划的 34%，但本年度 1100 亿元资本开支计划不变，一般上半年只会用整体规划的三分之一。

资本开支计划中，全年会有 387 亿元投放于 3G 业务，当中上半年已投入 199.3 亿元。

另外，他指出，由于今年上半年收入减少，同时成本上升，令除税、利息、折旧及摊销前（EBITDA）利润率按年下跌 4.5 个百分点至 42.9%，但较去年下半年 38.8% 已有所改善，反映 EBITDA 已趋稳定，虽然目前仍有一定压力，但期望全年仍可维持相对稳定水平，而去年集团全年 EBITDA 利润率为 43.2%。

中国联通公布，截至 2009 年 6 月底止中期业绩，股东应占溢利 66.16 亿元人民币，较 08 年同期的 120.9 亿元倒退 45.28%，不过优于市场预期，每股盈利 28 分，不派息；期内营业额跌 6.31% 至 763.19 亿元。

来源：搜狐 IT 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

【其他运营商】

AT&T 明年可能失去 iPhone 独家经销权

近日获悉，在 AT&T 继续坚持独家销售苹果 iPhone 的销售协议的同时，一份分析报告指出，苹果在明年夏季发布新型 iPhone 的时候可能会增加新的运营商。

据 AppleInsider 网站报道称，Piper Jaffray 公司分析师 Gene Munster 说，苹果在 2010 年夏季将增加 AT&T 以外的其它运营商。

Munster 说，由于各种原因，苹果也许会摆脱与法国无线运营商 Orange 之间的独家销售关系，采取多个运营商的模式。在法国，Orange 有非常高的市场份额（大约是 40%，高于世界其它地区的 15%），高于拥有独家销售运营商协议的国家（如美国的 AT&T，iPhone 在美国的市场份额只有 15% 左右）。我们认为苹果将看到通过非独家销售协议可能会销售更多的手机。

Munster 表示，苹果在美国放弃与 AT&T 之间的独家销售协议支持多运营商

模式也许会看到 iPhone 更强劲的销售和更高的普及率。

除了 Munster 之外，还有许多人认为苹果明年将取消与 AT&T 签署的独家销售协议。一直有一些传言指出，苹果将生产一种能够在 Verizon Wireless 网络上运行的 iPhone。这种 iPhone 将在 2010 年推出。不过，目前还没有人证实这个消息。

不过，AT&T 希望苹果将独家销售 iPhone 的协议延期到 2011 年。这就意味着自从第一代 iPhone 在 2007 年推出以来 AT&T 独家销售 iPhone 已达四年的协议将继续下去，尽管一些用户抱怨 AT&T 网络的性能和智能手机数据计划的成本。

美国联邦通讯委员会目前正在调查运营商和智能手机厂商之间的独家销售协议以及这种独家销售协议会对竞争环境产生怎样的影响。Munster 正是在这个时候发表这篇研究报告的。

来源：赛迪网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

制造跟踪篇

[[诺基亚]]

诺基亚推迟在美国发行音乐服务

据诺基亚的发言人日前表示，诺基亚将推迟在美国推出音乐服务，预计明年能够推出这项服务。

当全国最大的手机制造商诺基亚在去年 10 月推出这项服务以后，诺基亚就表示将在 2009 年在美国也推出此项服务。

诺基亚公司发言人向路透社表示，公司目前并没有在美国推出这项服务的具体时间表。“我们实际上并没有给出具体在美国推出音乐服务的时限，我们在推出这项服务之前需要对市场进行较为全面的考察。”该发言人说。

诺基亚去年 10 月在英国推出了‘ComeswithMusic’的音乐捆绑服务，其经历了较为严峻的考验，但它目前已获得一些发展的动力。到目前为止，诺基亚已经在 9 个国家内推出该项音乐服务。

来源：通信世界网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

诺基亚简洁手写新机 3208c 发布，第四季度开售

诺基亚在上周五正式推出了最新手写手机诺基亚 3208c，并预计于今年第四季度来大陆及香港市场上市销售，有石墨黑和珍珠白两种颜色可供选择，售价约为 2000 元左右。

诺基亚 3208c 机身尺寸为 108.5 × 48.6 × 13.2 毫米，重量仅 90 克。配有 2.4 英寸 QVGA 分辨率 26 万色 TFT 屏幕，并提供了手写键盘双输入的方式，内置的 200 万像素摄像头，支持 4 倍数码变焦、横向模式及视频拍摄等功能，但没有提供自动聚焦功能。

诺基亚 3208c 搭载了 S40 第五版系统界面，内置手机 QQ、OperaMini 浏览器等程序。并且还支持 GSM/GPRS/EDGE 网络，支持 JavaMIDP2.0 应用扩展及电子邮件、USB2.0 连接、蓝牙等。

诺基亚 3208c 娱乐表现也不错，支持 MP3/AAC/e-AAC 等格式音乐播放及 FM 收音机功能，并配备 3.5 毫米耳机接口方便更换耳机，并且提供了 11 小时的音乐播放时间。手机机身内存 13MB，还可通过 micro-SD 存储卡进行扩展。

诺基亚 3208 的续航能力也不错，配备有 1020 毫安时锂电池 BL-5C，可获得连续 7 小时的通话时间及 350 小时的待机时间。

来源：赛迪网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

诺基亚再锁定新兴市场 明年推手机金融服务

全球最大手机制造商诺基亚 (Nokia) 宣布，将于明年起推出手机金融管理及付款服务，主要锁定有手机但没有银行账户的新兴国家消费者。

这项名为 NokiaMoney 的服务，将以诺基亚今年稍早投资的移动金融公司 Obopay 所开发的同名平台运作，该公司目前也正积极建构服务据点网络。

Obopay 付款机制让使用者先建立一个个人账户，由不同管道汇入现金，再透过短信及移动上网联机，进行汇款、个人账户与手机门号补款储值，以及各类消费付款行动。Obopay 则在每笔交易中收取小额手续费。

诺基亚首席开发主管 MaryMcDowell 表示，移动金融服务潜力无穷；并强调目前全球手机使用人数达 40 亿，但仅有 16 亿人拥有银行账户，仅 10 亿人口持有信用卡。

这已是诺基亚本周宣布的第 2 项业务多元化消息。周一公司宣布投入计算机生产，将推出 10 英寸大小、2 公分厚的 3G 无线通信上网本。

过去几年来，由于手机市场逐渐饱和，售价直落；加上经济衰退以及来自苹果的 iPhone 等智能手机产品激烈竞争，使得诺基亚益发需要拓展业务突围。

而移动金融服务，正式目前无线通信业界最热门的话题之一，尤其在金融服务发展仍不够健全的新兴国家。EvlBank 分析师 MichaelAndersson 便指出，这正是诺基亚应该发展的业务，因为公司至今仍不如对手 iPhone 的在线商店 AppStore，尚未提供有足够吸引力又好用的应用程序。

美国微金融政策研究机构——扶贫咨询组织 (CGAP, Consultative Group to Assist the Poor) 曾预期，提供新兴国家低收入人口的移动金融服务市值，至 2012 年将由微不足道的规模大增至 50 亿美元。

来源：赛迪网 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

【华为】

华为中兴澄清：无意收购阿朗股权

华为技术有限公司和中兴通讯公司日前都表示，无意收购阿尔卡特—朗讯公司的股权。据路透社报道，此前曾有消息称，阿尔卡特—朗讯的一家中国竞争对手将收购其股权，这刺激其股价在周三一度飙升了 16%，而且法国投资银行 Natixis 也将其评级提升到了“买入”。截至日前，该公司的股价又上涨了 3.1%，在法国巴黎证券交易所 CAC-40 指数 FCHI 上也增长了 1.3%。

华为技术有限公司企业通讯部全球主管颜光前 (Ross Gan)，在接受路透社记者采访时表示，华为以客户为中心的创新战略正在推动公司业绩不断增长，今后这一战略仍然不会发生改变。华为并没有任何收购阿尔卡特—朗讯公司股权的计划。

而阿尔卡特—朗讯公司的另一家来自中国的竞争对手中兴通讯公司也指出，没有收购计划。该公司的一位公共关系管理人员表示，这只是一个谣言。

华为和中兴这两家公司一直都在积极扩大其在海外市场的业务，但有分析师表示，它们的任何并购计划都会面临严格的监管审查。例如，在 2007 年，华为和其合作伙伴贝恩资本公司准备收购美国 3Com 公司时就遇到了审查，从而使收购计划流产。

除了监管的问题，阿尔卡特—朗讯的任何交易将对这个法美合资公司有着重大意义。其目前的市值大约为 90 亿美元。(1 美元=6.83 元人民币)

自从于 2006 年合并以来，阿尔卡特—朗讯就一直在努力降低成本，以更好地与华为、中兴这两家来自中国的设备制造商竞争。

来源：赛迪网 2009 年 08 月 29 日

[返回目录](#)

华为获也门移动 1360 万美元扩容工程合同

中国华为技术有限公司 26 日获得也门移动通讯公司价值 1360 万美元的扩容合同。也门通讯社援引也门移动通讯公司董事长那赛里的话说，扩容工程包括从华为公司购买最新技术规格的通讯网络产品，旨在增加也门无线通讯网络的容量，向用户提供更好的服务。

那赛里说，通过扩容，也门无线通讯网络用户数量将可达到 300 万户。

来源：经济参考报 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

【其他制造商】

中国成为索尼爱立信研发和生产重心

索尼爱立信全球采购与运营负责人马修·柯斯泰罗日前表示，目前索尼爱立信 90% 左右的手机和相关附件在中国生产，在中国的研发与设计人员超过 1300 名，中国已经替代瑞典，成为索尼爱立信的研发和生产重心。

由于国际金融危机等因素影响，索尼爱立信从 2008 年启动了转型计划，内部组织结构和产品管理等方面也得到优化，原有的 60 多个产品种类已缩减到目前的 30 个，全球运营开支相比两年前也减少到五亿欧元，但索尼爱立信在中国的投资仍在继续。

目前，中国已成为索尼爱立信全球最重要的发展战略基地之一，集研发、采购、生产、地区销售和营销于一体，2008 年本土采购额达到 430 亿元。

索尼爱立信公布的财务报告显示，该公司今年二季度税前亏损 28.3 亿欧元，但相比一季度已经有所改善，预计三季度可以走出业绩低谷。

来源：经济参考报 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

海信 3 款手机中标中国电信千元 3G 手机联合招标

在近日举行的中国电信千元 3G 手机联合招标上，海信通信一举中标 3 款千元 3G 手机，是中标机型数量最多的厂商之一。

海信中标机型数多达 3 款

在 8 月 24 日南京举行的中国电信千元 3G 手机订货会上,海信通信与中邮普泰和深圳天音通信同时签署了千元 3G 手机的采购协议。根据协议,海信的 EVDO 制式 3G 手机 E6、E7 等将作为中国电信首批千元 3G 手机供货销售。

海信是老牌的 CDMA 手机厂商之一,CDMA 手机销量一直位列市场前五名,在去年中国电信首次进行的 500 万部 CDMA 1X 手机招标中,海信也一举夺得第 5 名。此次海信申报了 3 款机型,结果是全部中标。

千元 3G 手机可谓中国电信出奇制胜一招,与 CDMA 运营商长期合作的海信通信自然深谙其中的良苦用心。海信本次订货会推出的 3G-EVDO 手机,正与中国电信的定位不谋而和。

千元 3G 手机性价比高

在此次千元 3G 手机方面,海信 E6 超高的性价比令人颇为心动。虽说采取了千元的低价策略,其品质却不打折扣,CDMA2000 EV-DO 3G 通信技术的使用保证了高速上网及移动办公的需求,GPS 卫星定位+GPSONE 基站定位相结合的双模式导航系统、超级通信功能,200 万像素照相机、72 和弦音乐播放、2.0 蓝牙格式(可支持语音、立体声和数据传输)、FM 收音机、英汉词典、电子书等手机基础功能也一应俱全,使其置身于众多高端机中也丝毫不显逊色。

在千元 3G 手机之外,海信的 3G 智能手机也备受关注,预计将在中国电信下一步即将开始的 3G 智能手机招标中夺得佳绩。

以 E8 为例,这是海信通信推出的“国内首款高端 EV-DO 无线宽带智能导航手机”,借助 3G 通信技术 CDMA2000 EV-DO(此次采购会中国电信主推的联网模式,具备向下兼容和 WEB2.0 网络支持功能),可实现下行传输速度达到 3.1Mbps、上行传输速度达到 1.8Mbps 的超高网速,能够满足商务人士和网络 E 族“随时随地移动办公、上网”的需求。

而其所搭载的时下流行的 Windows Mobile 6.1 操作系统,不但提供了优秀的软件扩展性和系统稳定性,更自带全能商务 OFFICE MOBILE 整套办公软件与电脑同步,简单易用,无须纷繁操作即可应用自如。GPS 导航功能是当前商务人士必备的利器,重力感应功能则添加了手机的趣味性和时尚感,处理器 624MHz 的超高主频更可保证系统和软件运行的流畅度。

海信另一款 3G 智能手机 E79 也表现不俗,主流的 CDMA2000 EVDO 3G 通讯技术、超强的 Windows Mobile 6.1 操作系统,强大的兼容/扩展能力、尊贵与时尚完美结合的外观设计,恰到好处地满足了目标客户群体(随时随地移动办公的商务/政务群体、随时畅游网络的网络 e 族)的需求。

来源: 搜狐 IT 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

阿朗为中国电信提供 10 省市 IP 骨干网

阿尔卡特朗讯表示，在中国电信最新一轮集采中，阿尔卡特朗讯中标 10 省市 IP/MPLS 骨干网络，并已和中国电信签署完合同。据悉，该合同覆盖了包括广西、湖北、江西、宁夏、四川、江苏、贵州、甘肃、新疆和上海邓地区，工程预计于 2009 年 10 月完成。该合同是中国电信与阿尔卡特朗讯所签订 7 亿美元框架协议的一部分，由阿尔卡特朗讯的中国合资公司上海贝尔签署。就产品方面，阿尔卡特朗讯将为中国电信部署 7750SR（业务路由器）和 7450ESS（以太网业务交换机），以满足增长型市场中 IPTV、网络电视、VPN、3G/4G 等更个性化的宽带服务所需的带宽、规模。

来源：搜狐 IT 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

华硕打算明年进军智能手机市场

台湾电脑厂商华硕将业绩恢复的希望主要寄托在新兴市场上，它希望新产品可以推动其营收和利润的增长。虽然华硕是上网本电脑市场的先行者，但它现在必须同惠普和宏基等更大的厂商竞争。

华硕计划在今年下半年推出一系列新产品，它希望那些新产品可以帮助它摆脱营收和利润率不断下滑的困境。由于廉价上网本电脑越来越流行，它的收益也受到了一定的影响。

自从华硕在 2007 年首次推出上网本电脑，包括惠普、宏基和戴尔在内的其他厂商立即也开发和推出了同类电脑产品。

全球最大手机厂商诺基亚在本周一宣布，它将开始生产上网本电脑，积极进军这个竞争异常激烈但是增长非常迅速的市场。

连续亏损了两个季度之后，华硕通过裁员和削减产品数量等措施终于在今年第二季度实现扭亏。

随着英特尔宣布电脑业界已经触底，以及市场调研机构 IDC 提高全年预期，全球电脑市场最近几个月的销售行情已经开始回暖。

然而，分析师们对于华硕未来几个季度的业绩预期仍持谨慎态度。券商 MegaSecurities 的研究主管 AlexHuang 表示：“第二季度是传统的旺季，因此华

硕能够扭亏并不能很好地证明它确实取得了不错的业绩。”

华硕预计它将在第三季度售出大约 180 万台笔记本电脑和 150 万台上网本电脑，与第二季度相比大约增长 50%。华硕表示，销量增长的主要原因是学生返校销售旺季刺激了需求增长，而且年底圣诞节长假购物旺季马上也要到了。

华硕打算与定位产品厂商 Garmin 联手进军快速增长的智能手机市场，但是它制定的目标却比较保守，因为它毕竟是这个竞争异常激烈的市场领域的新进厂商。Shen 表示：“我们将在智能手机市场面临许多大厂商的竞争，我们知道在这个市场生存下去是很难的。我们打算稳扎稳打地开拓这片市场，可能明年才会开始正式进入。”

许多分析师认为不会有太多的电脑厂商进入现在已经拥挤不堪的智能手机市场，因为电脑与手机在销售和营销方面存在着较大的差异。

来源：赛迪网 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

据传 NEC、卡西欧和日立将整合手机事业

近日获悉，NEC 公司，卡西欧，日立将整合手机事业，最快在 2010 年 4 月将成立合资子公司正式营运，届时将成为夏普之后日本第二大的手机制造商。

但三家公司已对外否认相关报导，但根据日经新闻报导指出，三公司现在正在协议各方出资比率。希望最终能协调至由 NEC 公司出资 50%，其余由卡西欧与日立分摊的形式签订契约。

据报导，新公司将由卡西欧与日立 04 年成立的手机装置研发子公司，加上 NEC 公司自己的手机研发部门组织而成。这个可能的合并应该是受去年秋天以来经济低迷的影响，为了降低研发费用与生产成本而做的决定。

另外，在生产与销售方面三公司将以 NEC 公司针对 NTT DoCoMo 公司与软银移动，日立针对 KDDI 公司，卡西欧针对 KDDI 公司与软银移动的形式生产各电信业者所需的手机，但未来也不排除整合为一的可能性。

来源：计世网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

苹果应用商店“半封闭”模式弊端应有效规避

事件背景:

非官方 iPhone 软件商店 Cydia 主要经营被苹果公司封杀或者屏蔽的软件或应用, 现已获得了 400 万用户, 大约为 iPhone 和 iPad Touch 用户总数的 10%, 在推出前 5 个月获得了 22 万美元的毛营收, 相当于年收入 50 万美元。

易观分析:

易观国际 (Analysys International) 分析认为, 苹果 App Store “半封闭围墙式” 运营模式是一些基于苹果终端应用的小型 App Store (如 Cydia、Rock Your Phone 等) 产生并存活的原因之一。长久以来, 苹果一直对外宣称其 App Store 是开放共赢的软件销售平台, 但近期苹果却根据自身发展需要先后封杀了谷歌语音软件、手机阅读软件等产品, 这种做法对苹果 App Store 的发展将产生不利影响。主要体现在以下两个方面:

一方面, 限制了 App Store 平台应用的丰富性, 影响了用户的使用体验;

另一方面, 挫伤软件开发者的积极性, 随着各类厂商纷纷进入在线应用商店市场, 软件开发者或将转向其他平台, 将造成应用产品的流失。

易观国际 (Analysys International) 分析认为, 尽管苹果凭借其在 App Store 市场中先发优势及用户对其终端产品的忠诚度较高的优势, 取得了较快发展, 但是如果其不改变“半封闭围墙式”运营模式, 将阻碍其后续发展并减弱其市场竞争力。

随着苹果 App Store 模式取得商业成功后, 许多厂商纷纷效仿苹果模式推出自有 App Store, 易观国际 (Analysys International) 分析认为, 其他厂商建设 App Store 的过程中, 除汲取苹果 App Store 良好的运营经验外, 还应有效的规避“半封闭”模式的种种弊端, 主要应注意以下三个方面:

1、牢固树立以“用户需求为导向”的指导方针, 提升用户体验。

App Store 模式的成功在某种程度上就是“以用户需求为导向”的商业模式的成功, 通过为用户提供一站式的多样化的服务, 满足用户娱乐、商务等多方面的需求。只有真正尊重用户并满足用户需求、提升用户体验才能保持 App Store 的持续发展。为此, 各 App Store 平台的创建者, 在开发者上传的应用软件不违反基本原则的前提下, 都应被允许上传至平台, 这种方式在丰富产品种类的同时,

提升用户的使用体验，增加用户粘性。

2、秉承“开放共赢、合作发展”的互联网精神，有效整合产业链。

在线应用商店本质上是互联网衍生应用，互联网的本质是开放共赢、合作发展。App Store 平台最大的挑战在于平台的整合能力，为此，App Store 的创建者应秉承互联网化的精神，有效的整合产业链各参与者（如终端制造商、电信运营商、电子支付提供商、开发者、用户等），采用适当的激励政策，吸引开发者上传特色应用，提高开发者对平台的粘性。

3、打造多样化的产品通路，提升与同类产品的竞争力。

对于苹果 App Store 中的软件及应用，用户只能通过苹果 App Store 的 iTunes 通路获得，这是苹果控制平台的手段之一。但是随着各类厂商纷纷进入 App Store 领域，App Store 服务提供的通路将日渐多样化，除互联网通路外，还具有如 WEB、WAP、手机客户端、短信、IVR、终端店面等多样化的通路形式，为数字产品的交易服务。尤其是未来随着运营商及众多终端厂商等拥有移动通路的厂商纷纷介入，App Store 的通路将更加多样化。App Store 只有采用多通路的方式，才能有效提升与同类产品的竞争力。

来源：易观国际 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

从互联网到“物联网”

目前，我国已有 6.8 亿移动电话用户，使用互联网的人数也已超过 3.38 亿。互联网和无线通信网络已成为人们获取信息和人际沟通不可或缺的基础设施。

“物联网”给物体赋予智能

我们每天都在说要节约能源的消耗，然而由于道路的拥堵，交通高峰期，大城市的街道成了巨大的“停车场”，而“停车场”里每一辆汽车的发动机一刻都没有停止转动，无休止地消耗着宝贵的汽油。

我们需要一个智能化的交通控制系统。

寒冷的冬季，供暖系统使北方城市家庭充满温暖，而当白天大部分人离家上班的时候，空空的房间仍温暖如春。同样，我们需要一个智能化的供暖控制系统。

在生产安全领域，在食品卫生领域，在工程控制领域，在城市管理领域，在人们日常生活的各个方面，甚至在人们的娱乐活动中，都需要建立随时能与物体沟通的智能系统。

在没有网络的年代，如果我们要谈论人与物的对话，那只是美好的科学幻想，但是在网络已经无处不在的今天，这一切的实现已经不再是幻想。通过装置在各

类物体上的电子标签 (RFID), 传感器、二维码等经过接口与无线网络相连, 从而给物体赋予智能, 可以实现人与物体的沟通和对话, 也可以实现物体与物体相互间的沟通和对话。这种将物体联接起来的网络被称为“物联网”。

将互联网和“物联网”结合

可喜的是, 借助我国高质量的无线网络系统和信息技术, 我们已经在建设物联网方面迈出了一大步。

给放养的羊群中的每一只羊都贴上一个二维码, 这个二维码会一直保持到超市出售的每一块羊肉上, 消费者可以通过手机阅读二维码, 知道羊的成长历史, 确保食品安全。这就是“动物溯源系统”, 今天, 我国已经有 10 亿存栏动物贴上了这种二维码。

将带有“钱包”功能的电子标签与手机的 SIM 卡合为一体, 手机就有钱包的功能, 消费者可将手机作为小额支付的工具, 用手机乘坐地铁和公交车, 超市购物, 去影剧院看影剧。重庆市已有 20 万人刷手机乘坐城市轻轨。

在电度表上装上传感器, 供电部门随时都可知道用户的用电情况。江西省电网对分布在全省范围内的 2 万台配电变压器的运行状态进行实时监测, 实现用电检查、电能质量监测、负荷管理、线损管理、需求侧管理等高效一体化管理, 一年来降低电损 1.2 亿千瓦时。

在电梯上装上传感器, 当电梯发生故障时, 无需乘客报警, 电梯管理部门会借助网络在第一时间得到信息, 以最快的速度去现场处理故障。重庆市已有 1200 部连接到电梯运行智能管理系统, 效果很好。

互联网和物联网的结合, 将会带来许多意想不到的效果。其最显著的特点, 是使各种物品在生产、流通、消费的各个过程都具备智能, 直至使智能遍及整个生态系统, 这不仅可以提高管理的效率, 更提高了物品和自然资源使用的效率。

推进经济发展的驱动器

要真正建立一个有效的物联网, 有两个重要因素。一是规模性, 例如, 一个城市有 100 万辆汽车, 如果我们只在 5 万辆汽车上装上智能系统, 就不可能形成一个智能交通系统。二是流动性, 必须保持物品在运动状态, 甚至高速运动状态下都能随时实现对话。

今天, 我们已经具备了建立物联网的主要条件。我国无线通信网络已覆盖城乡, 安置在动物、植物、机器和物品上的电子介质产生的数字信号可随时随地通过无处不在的无线网络传送出去。“云计算”技术的运用, 使数以亿计的各类物品的实时动态管理变得可能。

可以预见, 在“物联网”普及后, 用于动物、植物和机器、物品的传感器与电子标签及配套的接口装置的数量将大大超过手机的数量。按照目前对物联网的

需求，在近年内就需要按亿计的传感器和电子标签，这将大大推进信息技术元件的生产，同时增加大量的就业机会。

来源：通信世界周刊 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

【移动增值服务】

联通移动增值业务比重增加，GPRS 收入达 13.2 亿

中国联通在 09 年上半年运营收入 763.2 亿元人民币，其中通信服务收入为 745.1 亿元，与去年相比下降 4.3%。联通在上半年由于受到企业重组和行业竞争加剧的影响，实现利润 66.2 亿元，同比下降 42.1%，每股盈利 0.28 元。

其中，联通在 09 年上半年 GSM 用户总计增加 701.2 万户，达到 1.4 亿户，ARPU 为 41.7 元，同比下降 4.3%。其中移动增值业务占移动通信服务收入的 26.8%，同比提高 2.5%，其中 GPRS 收入达到 13.2 亿元。

在固网业务方面宽带用户在 09 年上半年累计增长 483.2 万户，总数达到 3.49 亿户，其中 ARPU 值达到 60.2 元，同比下降 13.5%。联通的固定电话用户在 09 年上半年流失 111.8 万户，总数达到 1.08 亿户。其中固网非语音业务收入已占到固网通信服务收入（不含初装费）的 47.2%。

中国联通表示，在今年上半年联通移动业务呈现稳定持续增长态势，移动增值业务比重持续增加，3G 业务也正是启动运营。在固网业务面临较大下滑压力的情况下，固网宽带业务继续保持增长。在移动业务方面，联通正在逐步完善网络副覆盖，提高网络品质，在积极拓展市场的同时加大以 GPRS 为重点的移动增值业务的销售力度，利用全业务的资源优势，发展固网移动捆绑业务。

来源：通信世界网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

手机游戏业务呈现快速增长势头

手机游戏市场纷争了这么多年，总是不温不火，每年圈里的人都会喊着“狼来了，狼来了”，但手机游戏的市场规模却罕见大幅增长，手机游戏行业缺少强有力的整合平台，据笔者研究，我国有很多手机游戏下载网站，包括 WAP 站就更多了，但是以公司为主体运作 WAP 手机游戏下载资源站的就太少了。

最早的手机游戏出现于 1997 年，经过十年的发展，随着手机终端和移动通信网络的不断进步，手机游戏也正在经历由简单到复杂的进化过程。从全球来看，

手机娱乐服务被公认为是带动移动数据业务快速发展的重要力量。作为手机娱乐服务的重要内容之一，近年来，伴随着移动网络和移动终端性能的不断提高与完善，手机游戏业务呈现快速增长的势头。举例说明，顶酷手机游戏资源下载网，做到紧密与上游厂商合作，现顶酷网已经发布 57571 款手机游戏，而且做到了 WEB 站 (www.dingkoo.com) 与 WAP 站 (dingkoo.com) 的同步，这个数字不仅证明了现在游戏产业的蓬勃发展，也证明了顶酷手游网的资源优势。

作为移动电话的未来发展潮流，智能手机一直都受到了人们的极大关注。从 Gartner 发布的调查报告来看，整个 2008 年上半年全球智能手机的销量来看，虽然智能手机的销量达到了 6400 万部，与去年同期相比增长了 22%。以下是各种操作系统在整体销售额中所占比例。

众多的手机操作系统，以及每个厂家不同的手机型号，决定了手机游戏区别于电脑游戏的一个主用特性，每个手机机型只有自己的唯一匹配的游戏安装包。顶酷手机游戏网 (www.dingkoo.com) 针对用户的搜索使用习惯，提供所有机型匹配游戏下载的同时，用户可以按照自己的手机机型搜索，找到匹配用户手机的所有游戏，这样免去了用户费力找到了自己喜欢的游戏而没有自己匹配机型的安装包的苦恼。

中国的手机互联网行业正在掘起，功能强大的新品手机在不断诞生，更多功能强大的手机诞生使我们不再依赖用电脑上网、收发邮件，甚至是网络游戏，3G 时代的来临引领我们进入一个更新更快的信息时代，顶酷手机游戏网的不断创新，并为用户提供功能的不断改进的手机游戏相关服务，让我们学习到了很多，希望顶酷手机游戏网不断创新大步前进。

来源：PConline 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

央视联手中移动推国内首份手机视频报

近日获悉，央视网联手中国移动即将推出国内第一份视频媒体产品——手机视频报，目前暂定名为《国家手机电视台——新闻周刊》，不久将面向中国移动的 GSM 和 TD 用户开放。

央视网方面表示，为了形成竞争力，央视网在对各种手机媒体形式进行调研的基础上，最终确定采用“视频制胜”的方式进行突破。“《新闻周刊》将更多的依托央视特有的深度报道和视频体现为亮点，尤其是满足人们对突发事件视频的需求，以短信内嵌视频片段的形式直接推送给用户。”

据悉，因这一合作涉及到大量视频内容的发送，中国移动还专门进行了 300K

的彩信网关扩容和线路改造。

据央视网人员透露,《新闻周刊》初定为每周二、五出刊,资费为3元/月,在正式上线后中国移动的用户可通过发送短信的形式定制。

记者另外获悉,为了拓展海外传播渠道,央视网也与苹果公司达成协议,央视客户端及央视网内容将内置于苹果公司全球4500万部iPhone中,从而覆盖欧美等国主流手机用户。

来源: 飞象网 2009年08月27日

[返回目录](#)

【网络增值服务】

微软 OneApp 技术将使廉价手机变聪明

微软公司已为一项新型技术 OneApp 揭幕,这项新型技术将能够使符合标准的、非智能型的手机运行诸如 Facebook 或 Twitter 等公司的应用软件。OneApp 技术将能够使应用软件包根据区域进行量体裁衣。

OneApp 软件的下载就象下载一首新的手机铃音那样简便,这款软件旨在面向新兴市场。此款软件与许多手机厂商和网络提供的应用商店不同,提供的一系列标准应用是由运营商来决定的,对应用软件的存储是由运营商来管理,而非由用户存储应用软件。

由于在非智能手机中缺少内存和处理能力,致使到目前为止还无法运行应用软件。据微软公司移动部门的产品管理高级主管蒂姆-麦克多诺表示:“我们正在使用户可以使用现有的手机设备访问应用和服务。如果用户还没有一台 PC 或者与人共享一台 PC,那么你手中的手机就可以成为你的第一款或唯一的计算设备。”

在未来几个周之后,南非 Blue Label 电信公司将成为第一家运行 OneApp 软件的运营商,向 Facebook、Twitter 和 Windows Live Messenger 等提供应用。应用开发商将能够在其它地区的出售中调整这一应用。

来源: 艾瑞网 2009年8月26日

[返回目录](#)

35 邮箱收发海外邮件未受海缆阻断影响

8月17日中国附近海域发生海底地震,导致多条海底光缆阻断,部分企业的邮箱、即时通讯工具、网站等沟通手段全线中断,影响到正常业务。然而,中国最大企业邮局服务商 35 互联的用户未受影响。35 互联表示,事件发生后,他

们第一时间安排人员排查多条企业邮箱海外线路，未发现任何异常，35 互联邮箱用户收发海外邮件保持正常。

据网络运营商中国联通和中国电信发布的公告称，本次网络中断是由于气候地质灾害，我国通往北美、欧洲、日本、韩国、新加坡和台湾地区等方向的国际通信服务受到程度不同的影响。国外几大邮局服务一度中断，为数不少的跨国企业内外部通信不畅。

与此同时，国内外贸型中小企业遭受的损失却并不大。分析人士认为，35 互联占据了中国企业邮箱市场近 20% 的份额，许多国内外贸公司使用的是该公司的邮箱。此次海缆故障后 35 互联继续保持高效、稳定的邮箱服务，所以中小企业反而受到的影响不大。35 互联表示，长期以来，他们都十分关注运营风险。35 互联的企业邮局服务器采用分布式放置方案，通过多点多线接入措施，分散单一线路故障风险。而且，分别在香港，海外放置了转发服务器，可以智能识别 IP 进行转发，在遇海缆阻断时，如果从国内通过海底光缆投递邮件失败，转发服务器会智能选择从其他海外通信线路投递邮件，从源头上规避了海外邮件的故障问题。

来源：2009 年 8 月 28 日

[返回目录](#)

技术情报篇

[[视频通信]]

运营商 IPTV 投资趋缓，上海模式领跑全国

近期，《广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知》下发至全国省级广电部门。该通知称，近期一些企业为谋取不当经济利益，未经行业主管部门批准和著作权人授权，擅自将互联网上的影视剧等各类视听节目，随意传送到电视机终端供用户收看，严重侵犯了著作权人的合法权益，扰乱了互联网视听节目传播秩序，因此必须强化管理。

据了解，在下发通知的同时，广电总局也开始了相关清查工作。但与前几次广电总局发出类似通知不同，此次并没有在电信企业中激起什么反响。业内人士表示，其一是因为目前电信企业发展 IPTV 的方式符合广电部门的规定；其二是考虑到三网融合新政策即将出台，部分运营商已暂缓在 IPTV 领域的投入。

数次出手管理 IPTV

此次清查网络视频内容已是广电总局第三次发出对互联网视听节目的规定。

据了解，广电总局于 2004 年 10 月颁布了《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》，规定从事 IP 电视、手机电视等信息网络传播视听节目业务，应取得《信息网络传播视听节目许可证》。同时规定电信企业只能开展 PC 端的 IPTV 业务，限制经营“机顶盒+电视机”的 IPTV 业务。一位不愿意透露姓名的中国电信内部人士表示，业内普遍认为那次出手是针对电信企业的。

2005 年 5 月，广电总局网站发布了“广电总局印发落实中办国办《关于进一步加强互联网管理工作的意见》实施细则的通知”，要求“彻底清查违规的 IPTV 企业”。那时，以“盛大盒子”为代表的互联网企业为主导的 IPTV 业务发展迅速，该通知主要针对的是互联网企业。

本次《通知》则主要针对日益兴起的互联网视频服务提供商，他们以与电视机厂商直接合作的方式进入 IPTV 领域。

埋头发展“上海模式”

“既然此次《通知》不是专门针对电信企业，电信企业当然不会有太大的反应。”上述中国电信内部人士说。

目前电信企业还是在有条不紊地发展 IPTV 业务，上海是个例子。

上海电信与上海文广合作，遵循市场化的机制，形成了“上海电信从宽带收入中拿出部分费用支付给上海文广下属的百视通，以宽带贴补方式为合作运营基础”的上海模式。此外，上海电信还与新华社等其他视频节目源提供商、家乐福等服务提供商合作丰富基于自身平台的服务应用。“上海模式已经在江苏、广东等地逐渐被拷贝，今后它将在更大的范围，作为宽带战略的排头兵而被更快速地复制。”中国电信内部人士对记者表示。

互动媒体产业联盟副秘书长杨 表示，上海电信 IPTV 项目的成功一方面得益于上海电信雄厚的资金和出色的市场运作能力，另一方面则是因为上海文广在当地强势广电运营商的地位，使得 IPTV 在政策环境上没有遇到任何阻碍。

等待“三网融合”新政策

目前 IPTV 的发展的确存在多部门管理的局面。如何从根本上解决 IPTV 面临的尴尬局面，电信和广电其实都在努力。工业和信息化部电信研究院院长杨泽民表示，三网融合是一定要实行的，IPTV 对广电、电信两个产业以及对消费者都有益。

电信和广电双方想法较之以前都已有所改变，“双向进入”、“有限制开放”、“不对称进入”渐成为目前主流的声音。

据某位内部人士所讲，所谓“有限制开放”是指电信部门在互联网接入层面或增值业务层面向广电开放，广电部门则在内容播放层面向电信开放。具体地说，就是基础电信业务，如城域网、国际互联网出口等仍由电信负责，对广电只开放

互联网接入和短信等增值业务服务。而广电下属的电视台、有线网的传统基础业务也不对电信开放，仅将 IPTV、手机电视等新媒体内容播放权向电信开放。

“目前，大家都在等最新文件的出台。”上述内部人士说。而据了解，中国联通内部分省份已经暂缓 IPTV 上的推进。

来源：赛迪网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

【电信网络】

把握“物联网”时代的三个关键点

近日，中国移动总裁王建宙在中国台湾访问时多次提到“物联网”，认为 3G 的商机下一步就是要锁定物联网，并会大力推动物联网。

物联网究竟是什么？首先要搞明白。它是将各种信息传感设备，如射频识别（RFID）装置、红外感应器、全球定位系统、激光扫描器等种种装置与互联网结合起来而形成的一个巨大网络。这个说法有些复杂，说得明白些，就是互联网从人向物的延伸。

从这个定义来说，我们其实早就有了物联网，比如红外防盗、GPS，只不过这些还是初级的个体应用，还算不上“巨大网络”。记得浙江移动曾经建过一个体验馆，里面有些新鲜玩意儿：远程开空调、远程防盗、远程电源控制、自动开窗帘、自动灯控等。现在看来，那就是物联网的雏形。随后出现的基于号码资源的 M2M，比如电力远程抄表等，这都是物联网的基本形状。

但是，当物联网真正来临之际，我们又要好好想一想，我们真的准备好了吗？

首先，物联网需要协议。物联网既然是一个网络，那自然需要一个统一的协议基础，就像是互联网需要 TCP/IP 一样。但现实情况是：在核心层面，由于物联网是互联网的延伸，同样基于 TCP/IP；但在接入层面，协议类别就变得五花八门，GPRS、短信、传感器、TD-SCDMA、有线等多种通道，协议多得数不清。记得 2007 年底我曾为了 M2M 所需要的号码资源问题好好研究了一番，也参加了中国移动集团公司召集的研讨会。集团研究院提出了 WSN (Wireless Sensor Network, 无线传感器网络) 和 WMMP 协议 (Wireless M2M Protocol)，但 WSN 和 WMMP 到现在还没有好好地在 M2M 中得到应用，更别说影响力了。卖设备不如卖标准，因此中国移动应该牢牢掌握协议这个话语权，这才能为中国移动的物联网战略打下坚实的基础。

其次，物联网需要地址，每个物品都需要在物联网中被寻址，就需要一个地址。在 IPv4 资源即将耗尽的背景下，物联网需要更多的 IP 地址，那就需要 IPv6

来支撑了。但由于 IPv4 网络的庞大规模导致 IPv4 向 IPv6 过渡必定存在一个漫长的过程，因此物联网一旦使用 IPv6 地址，就必然会存在与 IPv4 的兼容性问题。虽然现在有了很多解决方法，但毕竟是一个痛苦、漫长的过程。中国移动在 IPv4 时代吃尽了地址匮乏的苦头，在 IPv6 时代能否抢占先手是中国移动物联网战略的决定性的保障因素，也是一个重大的不确定因素。

最后，物联网需要产业链。其实，物联网所需要的自动控制、信息传感、射频识别等上游技术和产业早已成熟或基本成熟，而下游的应用也已单体形式存在。不得不说，在物联网中，中国移动做的又是通道。通道的作用不仅是联系上下游，实现上下游产业的联动，也要横向联系，实现跨专业的联动。比如，智能家庭需要的不仅仅是自动控制，也有信息传感。物联网不是中国移动一家就能搞定的，要建好物联网，中国移动必须带动整个产业链或者说推动产业链的共同发展，这是物联网成功的重要保证。

来源：通信世界周刊 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

【终端】

王建宙现身 OPhone 发布会，首谈研发目的

在 OPhone 平台发布会上，面对各界对中国移动为什么研发 OPhone 平台的好奇，中国移动总裁王建宙表示，这主要是基于“运营商对用户需求的了解”。

OPhone 平台利于产业链满足客户需求

据悉，OPhone 平台是继 Linux 和开放的手机链接系统面向互联网的智能移动终端软件平台，它基于开源软件技术，面向移动互联网的发展，构造了一个开放的、安全的、易用的、界面友好的软件平台。

作为运营商主导开发的第一个面向移动互联网的智能终端软件平台，王建宙在 OPhone 平台发布会的致辞中表示：“好多人问为什么中国移动要参与到操作系统平台的研发。实际上，因为我们是运营商，我们最了解客户的需求。”

据王建宙介绍，开发 OPhone 平台，中国移动“不是自己写操作系统，是在现有的操作系统基础上推出一个供大家使用的平台，从而更好地把中国移动的各项业务集成在一起，更好地体现客户的需求。”

他表示，只有这样，我们的芯片制造商、手机制造商才可以很方便地制造出为我们客户所需要的，又特别适合于运行移动互联网的移动手机平台。

据悉，在 3G 开发中，中国移动十分注重传统互联网与移动的体验，力求要让客户注意到它“既是强大的手机，也是强大的互动网平台”，可以说，OPhone

平台为全球的终端厂商和芯片厂商提供了一个开放的，高性能的软件平台，它缩短了深度定制的业务开发周期，提高了用户体验的一致性。

十多个终端厂商加盟

据王建宙介绍，自 2007 年启动 OPhone 平台的研发，中国移动用了两年多时间完成了这个商业软件平台的开发工作，目前已经有十多个终端厂商加入，其中包括联想、戴尔、多普达、LG、飞利浦、海信等。

王建宙高兴地说：“他们都在开发 OPhone 的手机，有的现在很快要推向市场了。相信随着 OPhone 平台的不断成熟和发展，会有越来越多的厂商加入到 OPhone 手机的开发和生产过程当中。”

另据介绍，除了终端厂商以外，全球主流的芯片厂商以及 TD 芯片厂商也都与中国移动在开展基于 OPhone 方面的合作。王建宙欣慰地说：“在短短的三个月内，OPhone 开发者社区上已经注册了 8000 个应用开发者，基本形成了完整的生态系统。”

面对业界对 OPhone 平台的高度关注，王建宙热情呼吁，“我们也欢迎其它先进的智能终端软件平台与中国移动合作，与 OPhone 平台一起成长。我们相信 OPhone 平台的发布将有助于我们更好更快地推出用户喜欢的移动服务，促进中国移动的发展。”

TD 覆盖年底新增 200 个城市

据悉，中国移动已经在 38 个城市推出了 TD-SCDMA 的服务，目前第三期工程正在快速推进，在年底还要新增 200 个城市覆盖 TD-SCDMA 网络。

面对中国移动 TD-SCDMA 网络的快速铺建，王建宙表示，OPhone 平台的发布，将有助于 TD-SCDMA 产业链的进一步发展和完善。

8 月 17 日，中国移动刚刚发布了移动应用商场 MobileMarket，对此王建宙指出，随着 OPhone 平台的发布，中国移动将构建更加开放的 3G 信息和互联网的互联体系。

在发言的最后王建宙热情呼吁：“OPhone 平台将把内容供应商，开发者和消费者联系在一起，我们将坚持开源、开放的合作模式，欢迎更多的业界伙伴来共同推动 OPhone 的进一步发展，OPhone 平台一定会为产业链各方提供更多的机会，让我们共同努力，打造一个开放的、合作共赢的移动互联网的生态环境！”

来源：飞象网 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

3G 竞争加剧，三大运营商“明星机型”掰手腕

中国 3G 市场的竞争正在急剧升温。

上周五中国联通刚刚宣布与苹果公司达成在华合作销售 iPhone(手机上网)手机的协议后，中国移动 8 月 31 日也宣布发布其自主研发的智能手机 OPhone 操作系统平台，及在此基础上开发的 OPhone 手机。此前于上周，中国电信也正式对外披露，将与加拿大 RIM(黑莓手机)和美国 Palm 两大智能手机生产厂商合作。

分析人士认为，iPhone、黑莓的引入以及 OPhone 的推出，可以看出是三大运营商大打“明星机型”战略。运营商捆绑销售时一定会模仿北美，加入通话限制，只能用捆绑运营商的 3G 卡，2G 的卡和其他运营商的卡都不能用。这些明星机型的粉丝，完全会为了拥有手机而转投相应运营商，话费消费也会集中在 3G 业务之上。

OPhone 平台是由运营说主导开发的第一个面向移动互联网的智能移动终端软件平台，将推动产业通信产业实现新一轮跨越。工业和信息化部副部长娄勤俭表示：“OPhone 平台的诞生填补了我国自主智能终端软件平台空白，有效提升了国产智能手机产业的国际竞争力。”据悉，已经有包括联想移动、戴尔、多普达等 20 多家厂商开始投入 OPhone 手机的研发。

中移动推出的 Ophone 手机是否能成功狙击联通 iPhone 呢？中移动对于竞争对手并没有做出过多评论，但中国移动总裁王建宙表示，OPhone 平台是中移动终端基础设施的重要组成部分。OPhone 平台的推出还将大幅降低终端厂商开发 TD-SCDMA 智能手机的门槛，进一步加速 TD-SCDMA 终端的产业化，提升 TD-SCDMA 终端的竞争力，推进 TD-SCDMA 产业链成熟壮大。

中国联通内部人士透露，对于中国移动的 OPhone 战略，中国联通内部十分重视。其实，中国联通内部早已对 iPhone 和 OPhone 做过对比，评测结果下来，中国联通对 iPhone 还是充满了信心。一方面来自于苹果品牌的强大效应，另一方面来自于 iPhone 手机本身的魅力。中国联通董事长常小兵认为，iPhone 在中国的发展会和国外的发展情况一样。iPhone 将能吸引更多高端用户。中国联通希望 iPhone 能带来 ARPU 值的合理提升和用户结构的合理变化。

一位业内专家介绍，三大运营商的“明星机型”战略其实各有优势。中国移动的优势在于其有着强大的财力，可以对终端进行更大规模的补贴，而且，OPhone 作为一个开放的平台，将对公众具有更大吸引力。而中国联通引入的 iPhone，在海外已经大获成功，国内也有着广泛的苹果粉丝，其强大的品牌效应不容忽视。但 iPhone 暂不支持彩信及缺失 Wifi 也构成了其明显的缺点。

来源：中国证券网 2009 年 09 月 01 日

我国首个 WCDMA 高铁项目将完成，基站部署超八成

近日，中国联通温福高速铁路（浙江温州至福建福州）的 3G 覆盖项目已顺利完成了福建省的隧道设备安装，这也是我国第一个覆盖 WCDMA 信号的高铁覆盖项目。

据了解，目前基站总部署量已超过八成，全线的 3G 业务不日即将开通，到时候温福线的旅客可在时速高达 250 公里/小时的高速列车上享受流畅、低延迟的视频通话、移动电视、移动互联网等丰富的 3G 服务。

温福高速铁路是我国铁路中长期规划“四纵四横”主通道沿海客运专线的重要组成部分，也是“十一五”期间国家重大工程建设项目。温福高速铁路沿线有隧道和桥梁各 52 座，桥梁隧道长度占全线总长的 80%，居全国铁路之最；而现场施工时间受铁路运行的严重限制，施工时间短，必须全程徒步施工，这些都对温福高速铁路 3G 覆盖项目的工程实施提出了严峻的挑战。

在今年 6 月的招标中，华为成为温福高速铁路福建段移动网络覆盖的独家供应商，目前华为已完成了所有桥梁隧道站点的硬件安装工作，迄今已完成 85% 的基站部署量。在 7 月 24 日晚 10 时 26 分，汾水关隧道内打通了第一个视频电话，隧道内的画面清晰流畅地传送到了宁德机房。根据现场单站验证测试，HSDPA 最高速率达到 6.2Mbps，HSUPA 平均速率达到 1.3Mbps。

中国联通温福高速铁路 3G 覆盖项目不仅是全国第一个 WCDMA 高铁覆盖项目，同时也是中国首个 WCDMA/GSM 一体化的高铁覆盖项目。

来源：通信世界网 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

CMMB 发展加速，广电施行“终端无歧视”战略

8 月 26 日，手持电视 CMMB 全国运营商中广卫星移动广播有限公司正式对外发布全新业务品牌“睛彩”。海信、中兴、爱国者、天语、酷派、飞利浦三星、LG 等国内外企业展示了 200 余款手持电视终端。

另外，中广移动知情人士透露，CMMB 在信号覆盖和终端战略实施上都有新的突破，CMMB 再次步入快速发展期。

中广移动发布全新业务品牌“睛彩”

在今天的广播电视设备展上，中广移动正式发布了其运营 CMMB 的全业务品

牌“睛彩”，目前用户可以通过 CMMB 收看到 CCTV1、3、5、新闻、省 1 套、市 1 套共 6 个电视频道，该活动在全国范围内开展，目前开通服务的城市已近 200 个。

今年 7 月份，推出首个 CMMB 业务品牌“睛彩财经”，这是中广移动与上海瑞高信息技术有限公司合作推出“睛彩财经”服务。

中广移动方面表示，CMMB 将于 9 月份陆续开通“智能睛彩导航”服务。其中全国有十个城市列入首批开通的名单，届时，这些城市的有车一族将会体验到一种全新的智能导航服务。

睛彩卡体验活动正式启动

在“睛彩”品牌发布之后，中广移动启动了“睛彩卡”体验活动。活动期间用户只要在今年 12 月 31 日前购买了 CMMB 的相关终端便不再需要购买 CMMB 加密卡，同时也不需要支付任何费用就能收看到 CMMB 内容，活动截止至 2010 年 6 月 30 日。

该活动将在全国范围内开展，目前开通服务的城市已近 200 个。

据悉，首批“睛彩卡”体验活动终端合作伙伴有海信集团、北京华旗、深圳创维、飞利浦、万利达、爱华电子、新科、天宇朗通等 23 家企业。购买这些品牌带有手持电视功能终端的消费者，将率先享受“睛彩卡”带来的半年体验收看权。

200 余款手机电视终端现身广播电视设备展

此次设备展上，除了“睛彩卡”体验活动吸引大量人群以外，长达 10 米“睛彩手持电视墙”同样吸引眼球。

“睛彩手持电视墙”展示了来自海信、新科、中兴、爱国者、万利达、爱华、天语、酷派、飞利浦三星、LG 等国内外企业的 200 余款手持电视终端。

中广移动终端部总经理孟斐在接受记者采访时表示，国内大部分的企业以及国际品牌商如三星、LG、诺基亚，都已经或即将推出各自的手持电视通信终端。

广电总局执行“终端无歧视”战略

随着手持电视终端的不断增多，CMMB 手机电视数量并没有明显增加。据悉，在目前已有的 300 多款手持电视终端里，只有少数几款带有 CMMB 手机获得工信部入网许可，加载 CMMB 功能的手机也不过几十款。

主要原因是工信部明确要求只有 TD+CMMB 的手机才能获得入网许可证。工信部这一规定，无疑给 CMMB 产业带来沉重打击。

面对 CMMB 手机一片大好前景，知情人士透露，市场需求决定公司的策略，广电总局目前正在执行“终端无歧视”战略，欢迎所有的手持终端内置 CMMB 并接受广电总局规划院的检测。

对于广电“无视”工信部规定的行为，业内人士认为，这也谈不上“无视”，

主要是 CMMB 发展的需要，工信部想通过 CMMB 捆绑带动 TD 的快速发展，前提是 CMMB 得有好的发展。

来源：飞象网 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

【运营支撑】

中广传播联合两广播电台，将推新媒体形态广播

通信世界网（CWW）8 月 27 日消息，据中广传播相关人士透露，中广传播目前正与中国国际广播电台和中央人民广播电台洽谈合作，将于近期推出 CMMB 的新栏目“精彩广播”。

据了解，“精彩广播”也被称为“新媒体广播”，是一种全新的节目形式，即用户在收听广播的同时会在 CMMB 手持终端上播出相关图片。

中广传播总经理孙朝晖昨日在“精彩体验卡”的发布活动上表示，目前 CMMB 以现有转播内容为主，下半年将集中推出一套适合手持电视终端用户的新媒体形态的节目。

目前，中广传播已经利用自身优势推出了精彩财经、精彩导航等多个栏目的内容。

昨日，中广传播正式发布了其运营 CMMB 的全业务品牌“精彩”，同时启动了“精彩卡”体验活动。“精彩卡”体验活动主要包括一张精彩体验卡和至 2010 年 6 月 30 日的基本业务收视费。用户在购买终端的通话四，不需要额外购买加密卡和单独缴纳服务费，就可在 2010 年 6 月 30 日前收看到 CCTV1、3、5、新闻、省 1 套、市 1 套共 6 个电视频道。该活动在全国范围内开展，目前开通服务的城市已近 200 个。

来源：通信世界网 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

绕过入网政策壁垒，CMMB 手机拟“曲线救国”

BIRTV2009 广电展如期开幕，国展的 9 个展馆也被参展企业全部填满，但大部分展台的人气还是稍显冷清，这和人满为患的 CMMB 展台形成了强烈对比。

一场彻底的终端“秀”

近年来，CMMB 已成为广电相关展会中名副其实的火爆点。一来因为这个产业链长，参与企业众多；二来也离不开广电总局的大力支持。随着各地 CMMB 运

营主体的陆续确立，这次的 CMMB 展示也更加注重对于终端的推广——长约十米的弧形展区构成了一场盛大的终端秀。

在展区内，CMMB 终端被分成了手机、导航仪、上网本等几大区域，其中手机展区出现了诺基亚、三星、摩托罗拉、LG、天语、海信等大部分手机厂商的产品。中广传播终端部总经理孟斐对记者表示，此次展出的 CMMB 终端有 200 余款，除部分手机外，大部分展示终端都可以在市场上买到。

CMMB 展台现场还意外遇到了广电总局副局长张海涛和张丕民，他们在中广传播总经理孙朝晖的陪同下，饶有兴趣地试用了部分终端，对 CMMB 所取得的成果表示出赞许。

政策壁垒下的曲线救国

虽然本次展出的 CMMB 手机多达几十款，囊括了绝大部分主流品牌，但记者发现，真正内置 CMMB 接收模块的除了天语等少数 2G 手机外，TD 手机仍是主流。而此次展出的诺基亚 E71 等目前最为流行的手机，都是通过一个特殊的装置来实现 CMMB 的功能。

现场工作人员表示，这一转换设备叫做“蓝牙接收器”，相当于一个外置的 CMMB 模块，通过适配，手机就可以收看到 CMMB 电视节目。

“通过这样一个接收器，很多用户就可以在不更换手机的情况下收看到 CMMB 电视。”上述人士解释到。

据悉，这一设备的零售价格约在 650 元~750 元，对此供货厂家的解释是芯片成本偏高。此外，这一设备目前只支持具备蓝牙功能的智能手机，且只针对 WindowsMobile 和 symbian 操作系统，“不过后续我们会推包括面向 iPhone 终端在内的更多转换产品。”

低调背后的谨慎

蓝牙转换器的理念虽然不错，但记者从现场工作人员处了解到，目前市场上还没有此类产品出售，“其实这个设备推出已经有一段时间了，但主管部门觉得整个市场还处于网络建设和推广期，目前不宜大规模宣传。”

对此，有分析人士认为，作为手机入网许可检测的主管部门，工业和信息化部目前只开放了对 TD+CMMB 手机的检测，作为面向大部分 2G 手机的一种“曲线救国”方式，外置型 CMMB 接收器虽然前景看好，但鉴于目前仍需借助于电信运营商的力量推动 CMMB 发展，广电部门对此的低调和谨慎也属正常。

来源：飞象网 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

三运营商盈利能力不同程度下滑，3G 尚难打救业绩

至上周末，中国移动、中国电信和中国联通三大电信巨头相继发布了 2009 年半年报。受宏观经济环境以及行业竞争加剧的影响，三家运营商的盈利能力均不同程度出现下滑。3G 虽然成为新的业务亮点和经济增长点，但由于启动时间不长，短期内还难以肩负起扭转运营商业绩下滑势头的重任。

盈利下滑或微增

三家公司中，唯一实现营收和利润双增长的是中国移动，上半年营业收入 2129 亿元，增长 8.9%；股东应占利润 553 亿元，微增 1.4%。相比之下，中国电信上半年营业收入 1025 亿元，增速虽达到了可观的 14.8%，但股东应占利润下降了 27.5%至 84 亿元。中国联通的状况更为不佳，通信收入下滑了 3.3%，利润更同比下降 33.2%。

谈及业绩下滑的原因，联通董事长常小兵认为，中国宏观经济面临国际金融危机带来的诸多挑战，电信行业重组和 3G 牌照发放也令市场竞争更加复杂。

固话业务难阻萎缩

作为两大固话运营商，中国电信和中国联通都被固话业务拖了后腿。截止今年 6 月底，中国电信的固话用户数已跌破 2 亿，比年初又减少了 899 万；固话语音收入下降了 18.7%，难以阻挡持续下滑之势。联通传统固话的各项指标也都呈负增长之势，固话用户数较年初减少了 111 万，跌至 1 亿户的关口。受移动电话的替代效应影响，传统固话业务唯有向信息增值服务转型，或者与宽带、移动电话业务进行捆绑营销，才有望寻找到新的突破。

宽带业务是固话业务少有的持续性亮点。今年上半年，中国电信宽带用户数再增 478 万，达到 4905 万户，增长了 10.8%。联通宽带用户增长更猛，上半年净增 483 万至 3491 万户。不过受降价因素的影响，宽带用户的 ARPU 值(平均每月每用户收入)不断下滑，影响了运营商宽带收入的增幅。

3G 尚难扭转业绩颓势

移动电话业务无疑是三大电信巨头业务增长的重点，而 3G 则是当前发展的重中之重。中国移动方面，TD 网络经过一二期工程的建设，已经覆盖 38 个城市。而中国电信以最快的速度建设了国内商用最早、规模最大的 3G 网络，至 7 月底已覆盖 342 个城市及 2000 多个县城，抢占了市场先机。中国联通的 3G 业务虽然商

用稍迟,但至 8 月份已在 268 个城市实现试商用友好体现,并且已与 50 多家海外 3G 运营商开通了双向国际漫游业务。但是,三家运营商都没有公布具体的 3G 用户数和独立的营收状况。由于 3G 牌照今年 1 月才刚刚发放,运营商还处于大规模的网络建设和市场营销初期,工业和信息化部的统计显示,上半年三家运营商共投资了 800 亿元用于 3G 网络建设。因此,3G 目前还只是处于市场培育期的烧钱业务,在短时间内还难以形成盈利,也难以打救运营商的下滑业绩。

来源:南方日报 2009 年 09 月 01 日

[返回目录](#)

全球 Q2 WCDMA 增长 21%，中国 3G 部署是主推力

据知名市场研究公司 InfoneticsResearch 的调查报告显示,在中国联通 W-CDMA 网络部署工程的推动下,设备供应商之一的爱立信公司在今年第二季度的宏单元无线接入网(macrocellRAN)设备收入有所增长,从而继续保持着业界市场占有率第一的位置。除爱立信以外,RAN 设备收入增加的还有华为技术有限公司和中兴通讯公司。

InfoneticsResearch 公司移动和固定移动融合(FMC)基础架构首席分析师 St é phaneT é ral 表示,在今年第二季度中,全球宏单元无线接入网设备设备的销售收入达到了 99 亿美元,比上一季度增长了 13%。而中国 W-CDMA、TD-SCDMA、和 CDMA2000 这三种 3G 网络的迅速发展,以及北美市场的复苏都是主要的推动因素。同时,GSM 设备价格猛跌的情况在这些地区越来越明显,而且有蔓延的趋势因此,W-CDMA 和 CDMA2000 网络的铺设所带来的主体收入并不能拉动整个无线接入网设备市场都增长起来。

据 InfoneticsResearch 公司的调查显示,受中国 3G 网络建设和北美与欧洲市场上智能手机和数据卡升级的有利影响,从今年的第一季度到第二季度,W-CDMA 设备市场收入增长了 21%,而与去年同期相比,涨幅更高达 90%;CDMA2000 设备市场收入也比今年第一季度上涨了 46%。

InfoneticsResearch 公司还在报告中指出,中国移动、中国电信和中国联通共部署了 14.2 万个 3G 基站,占第一季度全球 3G 基站部署总量的一半以上。

智能手机和数据卡的广泛使用导致运营商纷纷向 IP 网络转移,在此推动下,移动分组核心设备仍然是移动基础设施市场上表现最亮眼的门类。

另外,全球归属位置寄存器(Worldwide homelocationregister, HLR)收入也比第二季度增长了 6%。

来源:赛迪网 2009 年 08 月 29 日

[返回目录](#)

分析指 iPhone 将为联通贡献 4.7%–7.9%收入

中国联通和苹果公司联合宣布,已经就在未来几年里合作在中国销售 iPhone (iPhone 玩家论坛)手机一事达成一致。双方表示, iPhone 手机将在 2009 年第四季度正式在中国市场上市。中国联通和苹果公司还表示,有关合作协议的更多细节,将在适当时机披露。

此前有媒体披露,中国联通将使用 100 亿元,以每台 2000 元的价格买断 500 万台 iPhone,获得 iPhone 在华 3 年的独家销售权,并且苹果公司将不参与联通的话费分成。

有分析预测,500 万台 iPhone 将为联通带来 72 至 120 亿元新增收入,以 2008 年为基数将贡献 4.7%至 7.9%的收入增长率。

来源: 搜狐 IT 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

电信 3G 手机市场份额超 55%, 9 月启动智能手机招标

业内人士近日透露,在联合四大国代商开展千元 3G 手机采购后,中国电信终端运营的三大工程基本浮出水面,虽然这三大工程还在陆续推进中,但其结果已非常显著:上半年中国电信 3G 市场份额超过 55%。预计 9 月开始 3G 智能手机招标

自 3 月底开始 3G 放号以来,中国电信在 3G 终端运营方面就动作频频。有手机厂商人士透露,在中国电信负责终端运营的移动终端管理中心(天翼终端公司)内部,早有打造 09 年三大工程的说法,千元 3G 手机招标只是其中第一步而已。

据悉,中国电信 3G 终端的三大工程为:联合采购千元 3G 手机、深度定制智能手机、打造明星手机。

2008 年年中,为接收 C 网,中国电信组织招标了 500 万部、70 多款 CDMA 1X 手机;2009 年 1 月中组织招标了百万部 3G 手机和 EVDO 上网卡,大幅降低 3G 上网卡采购价格至 300 元左右;今年 2 月又组织了一次大规模 CDMA 1X 手机的招标;在 7 月又开始联合 4 大国代商进行千元 3G 手机招标。

业内预计,接下来将进行 3G 智能手机招标,这将是中国电信终端运营今年三大工程的第三个重要步骤,可能将于 9 月份开始。

大力推动 3G 手机价格大众化

业内人士分析，从中国电信终端运营的步伐来看，其似乎在遵循如下步骤，先解决 2G 手机规模化的问题，然后解决 3G 手机有没有的问题，接下来解决 3G 手机价格大众化的问题，而在终端运营的种种举措里，不难看出核心都是围绕终端运营社会化这条主线。

中国电信总经理王晓初对终端运营社会化的态度一直非常坚决。此前，在 6 月 25 日召开的“中国电信 3G 终端产业链高峰会”上，王晓初表示，中国电信将大力拓展手机终端社会渠道，把利润退给终端商和渠道商，有钱大家一起赚。

“虽然 CDMA 手机销售已经从 100% 的中国电信包销转为超过 40% 的社会化渠道销售，但这还不够，我们将进一步往后退”，当时的会上，王晓初如此强调。

在 3G 手机运营初期，由于 3G 手机品种少、价格较高，启动期天翼终端公司采取统一招标运作的方式，组织各级代理商社会化运为主，“统谈统签”和“统谈分签”为辅的方式采购少量 3G 手机。市场逐渐形成后，针对 3G 手机数量少、价格高的问题，中国电信天翼终端公司又启动了千元 3G 手机招标，与四大手机国代商联合采购的方式直接向厂商采购千元 3G 手机。据悉，在招标的近 200 款千元 3G 手机中，天翼终端公司仅运作 4 款。

在天翼 3G 手机订货会上，天翼终端公司有关领导表示，下一步终端社会化的工作重点在加强产品丰富的同时，也将加强销售的社会化工作，从平台、空间、资源三个角度对渠道商进行扶持，与各级渠道商加强合作，全面保障渠道商的积极参与。

电信 3G 手机市场份额过半

根据相关统计，今年上半年中国 2G 手机市场总需求达到 7980 万，环比增长 6.5%；其中，CDMA 手机销量增长 345%，达到 1300 万部，CDMA 手机在售产品达到 350 款，占比 19%。手机厂商 160 多家，相对 08 年多了 50 多家，上网本、数据卡都是 30 多家，设计公司 40 多家。

电信咨询公司博思咨询（ThinkBank）近期的一份报告中的统计数据显示，博思咨询统计数据显示，尽管中国电信仅在 4 月份才开始推出 3G 服务，但是 09 年上半年，中国电信 3G 手机共销售 12.2 万台，占到整个 3G 手机市场的 55%。

该报告认为，中国电信由于是首次经营移动业务，同时其拥有的手机用户数在三个运营商中又是最小的，因此其做好终端销售，增加用户数的意愿和决心在三个运营商中是最强的。围绕 3G 手机的销售，中国电信依靠自身网络 2G 到 3G 过渡平稳和覆盖广的优势，配以强大的营销资源支持，目前领先 TD-SCDMA 和 WCDMA。

而在 8 月 24 日在南京举行的中国电信千元 3G 手机订货会上，中国电信副总经理杨小伟则再次表示，“面对 3G 的机遇，中国电信已经做好了网络、业务等方

面的准备。中国是 3G 增长潜力最大的国家。我们曾看到，‘大哥大’曾使经销商日进斗金，3G 也将给经销商和手机厂商们带来巨大机会。”

来源：搜狐 IT 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

王晓初：3G 新增用户日增两万年年底达 3000 万

日前，中国电信公布了 2009 年中期业绩，中电信董事长王晓初在出席业绩说明会时预计，现在中电信的 3G 用户每天达到 2 万，其中手机和上网卡的新增用户各占一半，中电信可以完成年底 3G 用户达 3000 万的目标。

王晓初近日在会上介绍了 3G 网络铺设的进展状况，目前中国电信的 3G 网络已覆盖中国所有城市，原本计划在今年底完成的投资项目已于 7 月 28 日全部完工，目前正进行网络质量的细微优化。原定在明年启动覆盖农村的计划，其中一部分可提前至今年下半年。

截止到今年 6 月底，中国电信的 3G 用户数达到 130 万户，其中 30 万是手机用户，100 万是上网卡用户。不过，王晓初也表示，中电信在 3G 业务推进时也遇到终端不足的问题，目前 EVDO 手机仅有 25 款，他认为，如果年底前达到 200 款，会促进用户的规模发展。

王晓初还说，如果运营商采取高补贴、低收费等形式的竞争方式，CDMA 业务会推迟结束亏损的时间。在去年，中国电信提出移动业务 3 年内扭亏，现在来看，要延长到 2012 年。

来源：飞象网 2009 年 08 月 28 日

[返回目录](#)

中电信上半年收入 1025.54 亿元，同比增长 14.8%

近日获悉，中国电信发布了截止 6 月 30 日的 2009 年上半年财务报告。中国电信上半年营业额为人民币 1025.54 亿元，同比增长 14.8%，每股基本净利润为人民币 0.11 元。

截止今年 6 月 30 日，中国电信固定电话用户为 1.99 亿，比去年底净减少 899 万户，同比下降为 4.3%；宽带用户为 4905 万户，比去年底净增 478 户，同比增加 10.8%；移动用户为 3928 万户，比去年底净增 1137 万户，同比增长 40.7%。

中国电信 2009 年上半年净增移动用户 1137 万户，总量达到 3928 万户，净增用户市场份额从 2009 年 1 月份的 12.0%提升到 6 月份的 28.7%，发展形势逐月

趋好，用户 ARPU 保持稳定；固网宽带和无线上网用户分别净增 478 万户和 161 万户，用户总量达到 4905 万户和 395 万户，固网宽带接入收入达到 227.45 亿元，同比增长 18.2%。截至 6 月底，中国电信“商务领航”和“我的 e 家”品牌客户规模分别达到 301 万户和 3011 万户，分别较年初增长 19.1%和 25.8%。

公司上半年资本支出为 170.33 亿元，同比下降 9.3%，现金流为 196.52 亿元。中国电信在公告中表示，为推动移动业务有效益规模化发展，需相应加大营销费用投入，将给公司带来短期利润压力，但对未来持续发展发挥积极促进作用。来源：通信世界网 2009 年 08 月 27 日

[返回目录](#)

【市场反馈】

苹果进军中国手机市场，分析称有望抢占 10%份额

上周，中国联通与苹果宣布，达成在中国销售 iPhone 手机的协议，这被视为苹果开拓中国这一全球最大手机市场的开始。

路透社称，苹果与联通的三年协议不具有排他性，这和苹果同美国电话电报公司达成的协议构成鲜明对比。

联通是中国第二大移动通讯运营商，拥有 1.40 亿用户。如果该协议也是排他的，将会严重损害苹果开拓联通之外中国市场的机会。

而目前的情况是，苹果可以自由地去争取中国移动和中国电信。这两家公司分别拥有 5.0 亿和 4,200 万移动用户。

即便对于苹果这样一家大公司，这样的用户规模也着实令人咂舌。中国总计约有 7 亿手机用户，超过美国和欧洲的总量。

SusquehannaFinancialGroup 估计苹果将获得中国市场大约 3%的份额，意味着未来一年苹果将多销售 200 万支 iPhone 手机。

Susquehanna 分析师还指出，销量每增长 100 万支，苹果的每股盈余 (EPS) 就会上升 0.18-0.20 美元。据 ReutersEstimates，苹果 2009 会计年度的每股获利将为 5.85 美元。

其他分析师甚至更为乐观。BroadpointAmTech 的分析师 BrianMarshall 说，“我估计苹果在 2010 日历年份将达到约 10%的份额，所以我们预期该年度苹果手机总体销量将达到 3700 万支。”

“我估计明年销量的约 15-20%将直接来自中国，那可是一笔大买卖。”他说。

来源：中国新闻网 2009 年 08 月 31 日

[返回目录](#)

山寨手机别成乱扣话费的替罪羊

市民易先生上个月买了一部“山寨手机”，没想到自从用上“山寨机”后，话费就开始被莫名其妙地扣除。移动和联通的客服人员都表示，这是由于市面上有些“山寨手机”在出厂时就已经被安装了一种扣费软件，用户只要选择手机里的相关功能，软件就会自动订购服务，甚至在手机关机的情况下，通过软件写好的程序在规定时间内爆发，对用户实施扣费。

既然手机客户的话费被扣除全部是“山寨机”的扣费软件搞的鬼，那么，当然不能冤枉人家移动运营商，看来，手机客户也只能自吞贪便宜购买“山寨机”的苦果了。不过，假如就此得出“山寨手机”买不得，买了“山寨手机”的客户被扣费属咎由自取的结论来，显然也并不恰当。

事实上，既然手机客户是与移动运营商签订的服务协议，既然被扣的话费只能进入移动运营商的账户，而不可能进入手机生产商的账户，那么，话费的莫名被扣即便是手机软件上的缺陷使然，移动运营商其实并不能置身事外，更不能把责任全部推到“山寨手机”身上了事。某种程度上，拿“山寨手机”软件缺陷说事儿，更像是移动运营商在敷衍塞责、混淆视听。

“山寨手机”的软件的确可能存在这样那样的问题，但有道是一个巴掌拍不响，没有运营商一端计费软件漏洞的暗中配合，客户的话费显然不可能被“山寨手机”单方面扣除。而按理来说，客户话费的计费管理不仅是运营商的重要职责范畴，更是运营商自身财务核算的重要数据基础，如此重要的管理职能，竟然能被“山寨手机”的软件轻松骗过的话，与其说是“山寨手机”软件有缺陷，毋宁说是运营商计费管理软件存在着更为重大的安全漏洞。只不过有趣的是，运营商的计费漏洞，从来都是消费者受损运营商得利。成了运营商额外盈利点的漏洞，不被封堵，反而去怪罪于手机软件缺陷，还真是相当精明。

事实上，运营商的计费与扣费本该十分严谨，未经客户的认同，运营商根本无权从客户账户中扣款。然而，无需客户的确认，软件就可以自动订购服务并扣费，显然是对于手机客户基本权益的无视，甚至本身就涉嫌商业侵权与欺诈消费者。对此，移动运营商显然不应拿“山寨手机”的软件来当替罪羊，而更应拿出对消费者负责，并对多扣话费问题进行深刻道歉与反省的诚意来。

来源：人民网 2009 年 08 月 31 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： apptdc@apptdc.com
服务平台：（010） 6598-1925-602	E-mail： fuwu@apcsr.com
北京公司：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： beijing@apptdc.com
深圳公司：（0755） 8209-6199、8209-1095	E-mail： shenzhen@apptdc.com
上海公司：（021） 5032-6488、5032-6844	E-mail： shanghai@apptdc.com
重庆公司：（023） 6300-3200、6300-3220	E-mail： chongqing@apptdc.com
杭州公司：（0571） 8993-5943、8993-5942	E-mail： hangzhou@apptdc.com
广州公司：（020） 3758-0643、3758-0421	E-mail： guangzhou@apptdc.com