



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. 23

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 3G 时代主推融合运营模式，以竞合理念推进合作

随着 3G 网络的规模商用和固定移动的全面融合，移动互联网时代已经来临。当传统的电信运营商冲破了封闭的“花园围墙”，闯进新兴的移动互联网时，面对新的生态系统，面对新的商业模式、新的客户需求、新的服务模式等挑战，如何适应新生态？

■ 全球经济企稳显中国 3G “走出去”良机

通信业的新开端释放出全球经济企稳的讯号，全球 3G 发展也将因此迎来新契机。从近几年的数据来看，移动互联网市场的用户量以每年超过 100% 的增速上升。去年的用户数就已超过 1 亿，占整个互联网用户人数的一半之多。这可被视作中国 3G 走出国门的大好时机。

■ 手机业上演“新五强”，中国力量逆势增长

全球手机行业正经历前所未有的大变局，固有的竞争格局和游戏规则正被打破。在不久的将来，全球手机五强中的最后两家或许会被挤出五强之列，取而代之的可能是中国的手机企业。

■ 3G 时代“三国争雄”之势初成

日前，广东联通召开新闻发布会宣布，WCDMA 制式的 3G 网络将于 10 月 1 日在广东全省正式商用。同时，联通 WCDMA 网络也在全国 285 个城市启动正式商用。而备受瞩目的 iPhone 3G 手机也将于近期上市，为联通 WCDMA 正式商用助阵。至此，三大电信运营商的 3G 网络均已投入正式商用，3G 时代“三国争雄”的格局初步形成。

目录

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	4
3G 时代主推融合运营模式, 以竞合理念推进合作	4
全球经济企稳显中国 3G “走出去” 良机	6
手机业上演 “新五强”, 中国力量逆势增长	7
产业环境篇	10
【政策监管】	10
河北政企合力确保国庆通信安全, 通管局提四要求	10
电信监管: 以用户利益为本	11
我国开展专项手机网站集中整治	12
9 部门全国严打手机网站传播淫秽色情	13
分级制度不是 SP 的陌生词	14
【国内行业环境】	15
上海物联网发展跟不上, 需要政府着手顶级规划	15
金融危机一周年, 信息产业凸显经济支撑力	17
为国内用户提供 10 元以内的手机安全软件	19
上海首个手机研发测试平台诞生	20
3G 时代引发无 “线” 商机	21
【国际行业环境】	23
诺西整合收官, 全球经验支持中国 3G	23
运营竞争篇	26
【运营场域】	26
3G 时代 “三国争雄” 之势初成	26
运营商 3G 应用摸着石头过河, 费用偏高成推广瓶颈	28
运营商资费下降象征多过实际, 未惠及多数用户	30
【中国移动】	32
中国移动 OPhone 补贴共 1800 元, 无最低月消费	32
明年中开始 TD-LTE 大规模外场测试	32
中移动下调国际漫游费, 最高降幅达 80%	33
【中国电信】	33
电信 3G 单向收费, 致力于将 3G 推入平民时代	33
中电信最后一个县开通 3G 网络, 天翼覆盖高原孤岛	34
电信已占据中国互联网流量半壁江山	35
【中国联通】	36
3G 商用大战降临: 联通解析自身挑战与优势	36

联通超前规划快速建网，年底覆盖 335 个城市	38
中国联通 3G 业务十一商用，详解资费政策	40
苹果 3G iPhone 国庆在华预售，中国联通买断包销	42
制造跟踪篇	43
【中兴】	43
中兴通讯持续投入塑造 TD 终端优势品牌	43
【爱立信】	46
爱立信对 TD 的投资坚定不移	46
【华为】	47
谁能复制华为？	47
探路者华为：“世界级企业”命题证伪	49
国开行与华为将合作额度扩至 300 亿美元	52
【摩托罗拉】	53
摩托罗拉借力山寨大王联发科反攻手机市场	53
【其他制造商】	54
UT 斯达康：沉睡还是没落	54
长沙市掌讯科技：打造个人通信终端的优秀应用	55
服务增值篇	57
【趋势观察】	57
OPhone 引爆应用	57
手机阅读能否成 3G 盛宴	58
【移动增值服务】	59
宇龙酷派加入 NFC 组织，年底前将推手机支付终端	59
CNNIC 无线网址推出移动“旅游宝典”	60
中国移动强势推手机阅读	61
【网络增值服务】	62
EMC 携手上海电信推出“e 云”服务	62
技术情报篇	62
【视频通信】	62
中兴力维携 3G 移动视频监控亮相 09 北京通讯展	62
【电信网络】	63
海峡西岸建成 10 个无线宽带城市	63
【终端】	65
根源中国需求，OPhone 提升本土竞争力	65
从 2G 到 3G 国产手机阵营急盼明星机型上场	66
传统设备商抢滩 3G 终端，厂商应力拼应用创新	67

【运营支撑】	69
中国移动掀起 OPhone 上市“盖头”众厂商蜂聚发力	69
绿色数据中心建设升温，产业链各环节均想参与	72
【军事通信】	74
美国用最新侦察机窥探海南基地	74
市场跟踪篇	76
【数据参考】	76
联通 3G 用户达 53 万，其中数据卡用户 10 万	76
前 8 个月我国电信业收入合计 5681 亿，同比增 3.2%	76
我国手机用户数 20 年增 21 万倍，普及率已达 48.5%	76
上半年全球无线业收入排名，中国 86 亿美元列第 3	77
【市场反馈】	78
物联网公司抢食万亿“画饼”，设备商受益明确	78
“黑莓”全面覆盖企业市场	82

亚博聚焦

3G 时代主推融合运营模式，以竞合理念推进合作

随着 3G 网络的规模商用和固定移动的全面融合，移动互联网时代已经来临。当传统的电信运营商冲破了封闭的“花园围墙”，闯进新兴的移动互联网时，面对新的生态系统，面对新的商业模式、新的客户需求、新的服务模式等挑战，如何适应新生态？

融合催生移动互联网商业模式革新

由于移动互联网内容、应用开发与移动终端的特性相联结，因此要打造杀手级应用必须具备融合思维。这才是移动互联网的发展之本，也是商业模式成功的基础。

在移动互联网业务的创新中，运营商应突出手机应用的特点，在力求移动互联网业务多元化的同时，形成自身特色，避免与互联网服务的同质化。结合目前移动业务和互联网的发展情况，向移动互联网过渡表现在：优秀移动应用的互联网化和优秀互联应用的移动化。

同时，手机渠道化和媒体化，融合催生了移动互联网商业模式的革新。电信运营商从通道到渠道，从渠道到门户的发展是一种必然的趋势。将手机当作一种营销渠道，并制定相应的 B2B、B2C、C2C 移动电子商务战略与平台，电信运营商将成为最大的“沃尔玛”。在这个店里，运营商可以销售自己的数据业务、SP/CP

数据业务，甚至可以销售任何商家的任何产品。用户则通过移动互联网实现商品查询、浏览、咨询、订购、支付等全部流程，这将给运营商带来巨大的收入。

此外，用媒体的思维来运营移动互联网，这将使运营商成为最大的传媒帝国。实现媒体化战略，大力整治“垃圾短信”，将为媒体化进程创造良好环境，从而彻底改变手机用户脑中“垃圾短信 = 手机广告”这一根深蒂固的看法。

提升基于客户资本的核心营销能力

现在移动数据业务种类不是太多了，而是太少了。“小众细播”时代已经到来，只有更多样化、更个性化的移动互联网产品，才能产生“长尾效应”。电信运营商应开发更多的数据业务产品，并通过互联网以及移动互联网分销推广。特别是通过整合用户的创意和生产力，以形成用户生产内容 UGC (User Generated Content) 模式。因为数亿的用户是移动运营商最宝贵的资源，他们即是内容的消费者，也是内容最大的创造者。

当前多数手机用户对移动互联网业务是既有购买能力又有购买欲望，但有效需求不足，即“买得起，用得着，但不想买！”电信运营商应当以手机渠道化与媒体化的战略目标为导向，逐渐降低资费。

移动互联网才是最大的分销网络，USC (User Sale Content 消费者销售内容，又称“众销”) 则是最佳的移动互联网内容销售模式。移动互联网随时随地接入成为网络营销天然的基础，这也是产生数据业务销售“长尾效应”的基础。

目前，消费者最敏感的除了资费就是终端。因此，移动互联网时代“得终端者得天下”，只有大力开发定制终端，才能牢牢掌控互联网终端渠道接入资源。同时，打造手机操作平台，大大提升对移动互联网产业链的控制力，从而增强和移动互联网软件开发者的凝聚力。此外，移动互联网的终端载体不仅仅是手机，运营商还应当借机满足用户的差异化需求，面向汽车、MP4、掌上电脑等移动终端推出相应的移动互联网服务，以抢占市场先机。

以竞合理念掘金移动互联网

在移动互联网领域，电信运营商真正的竞争对手不要只定格在新电信、新联通和新移动三个运营商之间，还要关注 Google、诺基亚、苹果、独立 Wap 这样的公司。

在未来网络越来越中立的情况下，在以内容为王的移动互联网时代，运营商首先要建立清晰的互联网内容价值链，并快速形成产业联盟，通过价值链把 SP 内容牢牢掌控住，实现 SP 在移动互联网内容聚合。其次，运营商应发挥在产业链中的主导作用，通过联盟加大对产业链整合，与第三方合作开发更加丰富应用服务，引入新外力，谋求更有利发展态势。第三，运营商要从原来的监管和规划转变成引导和支持，真正实现泛行业合作、清晰利益分配及对不同的合作伙伴进

行准确价值定位，促使移动互联网产业进入一个新的历史发展阶段。

伴随着我国全面进入 3G 时代，移动互联网无疑会成为 3G 最核心的应用，成为信息产业新的经济增长点。对于运营商来说，面对如此巨大的市场前景，要以更加兼容并蓄的包容心态，以竞合战略思维，加强联盟合作，通过抓用户和终端渠道，保证业务内容聚合和创新，吸引更多用户，共同推动我国移动互联网业务蓬勃发展。

来源：通信信息报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

全球经济企稳显中国 3G “走出去”良机

英国移动通信市场正在酝酿变革。法德电信的业务联并将促成英国市场上最大的移动运营商。照惯例，IT 业是经济复苏的起点，那么英国移动通信市场此番的大动作就将预示全球经济寒冬即将过去，这同时也为全球 3G 发展吹响新号角。

眼下的英国移动市场已趋成熟，原五家移动运营商占据了近 97% 的市场份额。此次的“五变四”格局被认为是从规模、销售网络、售后服务、技术支持等方面协同提高盈利能力的重大推动力。

通信业的新开端释放出全球经济企稳的讯号，全球 3G 发展也将因此迎来新契机。从近几年的数据来看，移动互联网市场的用户量以每年超过 100% 的增速上升。去年的用户数就已超过 1 亿，占整个互联网用户人数的一半之多。今年伴随三张 3G 牌照的发放，被认为是 3G 元年的开启。据相关专家预计，3G 产业链将拉动 1.8 万亿到 2 万亿元的社会投资，设备厂商、软件厂商、无线互联网企业等都将迎来新商机。

这可被视作中国 3G 走出国门的大好时机。但正如 ITU 副秘书长赵厚麟所表示的，作为中国自主研发的 3G 技术标准，TD 却面临诸多挑战。且不说其闯入海外市场该怎样攻坚，单在国内，TD 眼下的发展进程就够叫人着急。

中国移动自己坦言，截至 6 月，公司的 3G 用户还不足 100 万，这与其此前制定的“最低实现 3000 万用户，最高实现 8500 万用户”的规划目标相差甚远。七月份，尽管中移动以 455 万的新增用户数和庞大的移动用户规模保持绝对优势，但 12.9 万的 TD 用户增长量却创下了近四个月以来的新低，与其 2G 市场的规模着实不成正比。

现有用户对国内 3G 业务也不满意。“用了 1 年多，感觉 3G 没什么好玩的。”诸如此类的评论随处可见。如果整个 3G 产业链完全匮乏内容服务商角色，中国

3G 不论砸多少亿，都跟不上真正的国际化进程。

对此，尽管有分析称，TD 标准推广速度较慢与 TD 手机型号较少以及网络基础设施较差有关，但作为主导运营商的中移动未能及时调好重心却是事实。

一方面，2G 发展势头显然盖过 3G；另一方面，据中移动今年 1 月份的宣布，2009 年其在 TD 业务上的投资仅为 588 亿元。这一数值较中电信迄今的 900 多亿投入，和中联通计划的超 600 亿投入，让工信部副部长娄勤俭都忍不住感叹运营商对 TD 的投入太少。

由此可见，加大对 TD 的重视和发展力度，应该成为国内 3G 眼下最紧迫的重任。3G 在中国乃至世界能否成功不是靠口号，用户也不会因为看了听了太多的 3G 广告便心动，在政府已经给予了足够利好和扶持后，中国 3G 能否加快自身进程，走向全球，取决于运营商自身对网络建设和业务内容的重视和发展程度。

在世界范围也是如此。除日韩外，3G 眼下在国外的成功案例并不多，很大原因是产业链少了特色内容这一块。

如何从用户需求出发，创新内容服务，提供广大民众日常所需的实用业务，应该是 TD 和中移动眼下亟需加大气力的，这远比其他任何形式的市场竞争和广告宣传更有长远意义。

来源：通信信息报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

手机业上演“新五强”，中国力量逆势增长

全球手机行业正经历前所未有的大变局，固有的竞争格局和游戏规则正被打破。在不久的将来，全球手机五强中的最后两家或许会被挤出五强之列，取而代之的可能是中国的手机企业。

在当今的金融危机大背景下，欧美的手机巨头们大都深陷利润下滑甚至亏损的泥潭，但中国企业中兴通讯和华为却凭借今年中国 3G 市场的强劲启动逆势增长，成为全球通信设备市场的焦点。

近日，全球著名市场研究机构 i S u p p l i 发布最新报告，报告称中兴通讯终端销量上半年增速全球领先，预计年底将成为全球第五大手机厂商。据不久前发布的中兴通讯上半年财报显示，公司上半年手机终端销量突破 2 7 0 0 万部，与去年同期相比，增幅高达 3 6 %，增长速度位列全球第一。中兴通讯与诺基亚、三星、L G、摩托罗拉一起形成新一代“前五”组合。

中兴、华为：新的王者

中兴通讯日前发布的上半年业绩数据显示，中兴通讯上半年营业额大升 4 0

%，至277亿元。当中内地业务收入增长逾一倍，至149.5亿元；盈利增长40.54%，至7.83亿元。公司上半年手机终端销售突破2700万部，同比增长36%，凭借国内3G发牌的历史良机以及海外市场的快速开拓，中兴通讯已经成为全球手机厂商角逐国内3G市场的最大赢家。2009年上半年2700万部的终端销量中CDMA出货592万部，比去年同期翻了将近一番，以最快的市场增长速度，跃上CDMA终端制造商头把交椅。

有媒体评论认为，中兴通讯的快速增长是受惠于内地市场CDMA2000、TD-SCDMA及WCDMA系统设备销售增长。展望下半年，中兴通讯将在当前内地3G市场份额初步奠定的基础上，巩固在内地三大运营商的地位，开拓具有发展潜力新兴市场的人口大国，加强和西欧、北美等高端市场地区的重点运营商的战略合作。

业内分析师十分看好中兴通讯未来的成长，因此认为其可以享受更高的市盈率，认为公司产品综合竞争力将得到全面提升，以3G设备为代表的无线产品、光通信产品以及3G手机为代表的终端产品实力全面提升。分析比较，华为在WCDMA设备上优势较强，但中兴在TD技术、份额上都有绝对优势，而CDMA2000设备，中兴也略胜一筹。

联想、天宇：崛起的新星

在这个全球最大的市场上，机会并不仅仅属于中兴和华为。弘毅投资总裁赵令欢近日表示，“根据赛诺的数据，从今年5月开始，联想移动的销量和市场份额节节攀升，并且一举超过摩托罗拉，在国内手机市场排名第三，重新夺回国产手机老大的宝座。”2008年1月，联想集团将一直亏损的手机业务以1亿美元出售给了联想旗下的弘毅投资，开启了联想移动独立化运营之路，此时的联想移动已经让出了蝉联多年的国产手机老大的宝座。

不过，随着经济的回暖，从今年5月开始，联想移动的销量和市场份额节节攀升，并且一举超过摩托罗拉，在国内手机市场排名第三，重新夺回国产手机老大的宝座。

不过，有分析师认为，联想手机还没有真正重新赢回消费者，“至少市场份额达到10%以上才算，现在的份额只有6%左右”。因此，联想对未来3G的发展寄予非常大的期望。有的手机厂家甚至认为，目前不应过快开始投入3G，而应该保持3G和2G的适当比例。

另一方面，从去年开始，在董事长荣秀丽的强势领导下，天宇朗通开始了一场渠道变革。短短几个月的时间，天宇已经从几乎100%的渠道销售转变成成为渠道与运营商并重的新模式。如今，天宇已经成为中国移动和中国电信的座上宾。9月，天宇将推出4款TD手机，今年年底之前还会有10款TD手机上市。而

在中国电信的千元 3 G 手机集采中，天宇也跻身十大核心供应商之列。脱胎换骨的天宇重新表现出了强大的竞争力，月手机销量也从年初的 1 0 万台快速增长到了 1 0 0 万台。在 C D M A 手机市场上，原来籍籍无名的天宇已经挤进了前 6 名。今年，天宇制订了雄心勃勃的总出货量 3 0 0 0 万部的目标，它也正在朝着进入全球手机前 5 强的目标急速前进。

“中国市场真的是足够大，中国的手机市场一年容量在 1 2 0 0 — 1 5 0 0 亿元的空间，这就给我们留下了很大的战略纵深，允许你去成为一个中型或者是大型的企业，我们现在刚到了中型的规模，一年几百万台的这样一个规模，所以我觉得还有很大的成长空间，虽然中国是全球最残酷的竞争市场。”宇龙通信常务副总裁李旺说。

国产手机：大变局

经过这么多年的历练之后，国内手机厂商也将更加理性地看待自身和这个市场。经过了前两年的阵痛之后，联想移动最大的感受就是“活下来才是最重要的”。虽然他们也认为 3 G 是个难得的机会，但是他们也清醒地看到了与竞争对手在 3 G 研发上的差距。

如果说摩托罗拉是模拟手机时代的领先者，诺基亚是 G S M 手机时代的霸主，那么随着移动互联网时代的来临，谁会是未来的王者？如今，手机行业正进入一个多领域交错的空间。以苹果、戴尔为代表的原 P C 行业的领导者已经成功切入手机市场，谷歌等传统互联网企业当然也不会放过移动互联网上淘金的机会，一出出手机跨界之战正在上演。

然而对诺基亚而言，首要提防的也许还不是这些跨界的高手，而是在原来的手机领域里新崛起的势力。目前，仅仅诺基亚、三星、L G、摩托罗拉、索尼爱立信这五家厂商就占据了全球手机市场 8 0 % 以上的份额。可是，在不久的将来，“五大”中的最后两家或许会被挤出五强之列，取而代之的可能是两家中国的手机企业。

显然，全球手机行业正经历前所未有的大变局，固有的竞争格局和游戏规则正被打破，新的玩家、新的商业模式、新的游戏规则正在不断涌现和成熟。也许用不了 1 0 年的时间，我们就将看到一个完全不同的手机新世界。

来源：通信信息报 2009 年 09 月 23 日

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

河北政企合力确保国庆通信安全，通管局提四要求

河北省通信管理局日前召开了全省通信行业省市县三级主要负责人参加的电视电话会议，对国庆期间通信与网络信息安全保障工作进行全面誓师动员和统一部署，政企合力确保国庆期间通信与信息安全。

在会议中，河北通管局局长张峰要求各通信企业正式启动各类应急处置预案，严格落实各项保障措施，严密防范各类事故发生，确保国庆期间通信畅通和信息安全。

据河北通管局发布的消息称，会议对全省通信行业提出四点要求：一是切实增强做好国庆期间通信和信息安全保障工作的责任感和紧迫感。河北省在地理上环抱京津，连通北京的国家一、二级长途通信光缆线路都要途经该省境内，仅国家一级通信干线就达 41 条、10600 公里，同时河北省还担负央视国庆 60 周年节目转播的保障任务。因此各通信企业要增强忧患意识、危机意识，克服麻痹思想、侥幸心理和厌战情绪，充分总结并借鉴奥运通信保障的经验和做法，团结协作、不畏艰难，出色完成本次任务。

二是切实抓好重点工作的落实，确保完成各项通信保障任务。认真落实省局《国庆 60 周年通信畅通与网络信息安全保障工作方案》，进一步加强基础网络运行维护的管理工作；集中开展安全生产隐患排查治理和督促检查工作，确保重点通信设施安全；要提前做好应急预案的修订、应急通信装备检修、备品备件储备、应急保障队伍调配以及部门间协调联动等各项防灾准备工作；要做好党政专网电路的保障工作，确保党政通信畅通；要在重要通信保障期间，配合做好各级政府、公安机关开展的打击“三电”斗争；要加强对通信建设的管理，按时停止主要通信干线和枢纽的施工、系统割接、版本升级和网管数据制作等工作；要继续强化重要区域通信保障措施，严格落实重要区域通信多重节点、多重路由、负荷分担、自动倒换、冗余配置等保护措施，确保电信网络在单一设备或单一路径发生故障时业务不发生全阻。

三是加强互联网信息安全管理，为国庆 60 周年营造良好的网络环境。严格落实信息安全责任制；做好《河北省通信行业重大敏感时期信息安全应急处置预案》、《河北省通信行业重大敏感时期网上应急处置工作预案》的启动准备工作；严格执行《互联网信息服务管理办法》规定；切实做好防范骚扰电话工作，

启动《河北省防范骚扰电话应急预案》；加强移动短信息的管理，防止不法分子利用网络传播有害短信息。

四是做好企业队伍稳定和公众通信普遍服务保障工作。要关心职工生活和群众疾苦；要进一步加强电信服务用户申诉处理工作，有效解决好服务方面的热点难点问题。

来源：中国通信网 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

电信监管：以用户利益为本

近日，工业和信息化部电信管理局副巡视员刘杰在一次访谈中畅谈新中国成立 60 年来，特别是改革开放 30 年来电信业坚持“在发展中改革，在改革中发展”的进步和成果。他说，李毅中部长一再强调，要始终坚持“以用户利益为本”的原则。维护消费者合法权益，保护广大人民群众利益，这将是电信监管工作必须长期坚持的指导方针。

在发展中改革，在改革中发展

刘杰说，新中国成立 60 年来，特别是改革开放 30 年来，我国电信业坚持“在发展中改革，在改革中发展”，已成为国民经济的基础性、先导性、战略性产业，为促进经济发展、社会进步、改善和提高人民生活质量、提升全社会信息化水平，发挥了越来越重要的作用。

他回顾了电信业发展的丰硕成果。1998 年以前，电信业处于高度垄断、政企合一的状况。近年来，我们实施了以邮电分营、政企分开、打破垄断、引入竞争为主要内容的系列重大改革，通信业管理和运营体制发生了翻天覆地的变化，基本形成了部省两级电信监管体系，电信业市场形成了中国电信、中国移动、中国联通三大基础电信运营企业和两万多家不同规模、不同所有制增值电信企业的相互竞争、共同发展的格局。电信业务收入由 1978 年的 7.3 亿增长到 2008 年的 8148 亿；电信业增加值占 GDP 比重由 1978 年的 0.13%，提高到 1.52%。改革开放初期，全国电话普及率为 0.38%。2008 年底，全国电话用户总数达到了 9.82 亿户，规模位居世界第一。互联网从无到有，迅猛发展。上网人数已达 2.98 亿户，规模也跃居世界第一，普及率达到了 22.6%。农村通信发展和信息化建设取得显著成效，全国行政村通电话比重已达到 99.7%，20 户以上自然村通电话的比重已超过 92%。2008 年，完成电信固定资产投资 3068 亿元；全国光缆线路长度达到 677.8 万公里；互联网宽带接入端口达到 10890 万个，互联网国际出口带宽达到 640G。通信业服务经济社会发展的能力不断增强，在信息化建设中发挥了

主导和骨干作用，对国民经济发展的贡献显著提高。

以人为本，监管为民

刘杰说，在电信业发展过程中，电信监管特别注重“以人为本”、“监管为民”的理念，建立电信服务质量监督管理制度体系，确立“政府监管、企业自律、社会监督”的电信服务工作机制，推动电信服务质量与水平有了明显提高。近年来，组织开展“畅通网络、诚信服务”、“诚信服务、放心消费”、“阳光绿色网络工程”等活动，有效解决了消费者反映强烈的电信卡余额作废、短信息“退订难”、主叫号码显示不准确、114跨网查号难、格式合同不规范等问题，维护了广大消费者合法权益。

在今后监管工作体制机制的完善上，他也提出要进一步完善电信服务“政府监管，企业自律，社会监督”的工作机制，按照“谁经营谁负责、谁接入谁负责、谁收费谁负责”的原则，进一步明确责任，加强监管。

“李毅中部长一再强调，要始终坚持“以用户利益为本”的原则。维护消费者合法权益，保护广大人民群众利益，这将是电信监管工作必须长期坚持的指导方针。”他最后说。

来源：飞象网 2009年09月29日

[返回目录](#)

我国开展专项手机网站集中整治

近日从公安部获悉，自2009年9月23日开始，全国打击整治网络淫秽色情专项行动办公室组织开展为期1个月的手机网站集中清理整治行动。

目前有效监控措施比较缺乏

据悉，不法SP架设色情内容服务器，群发色情网站宣传短信，只要手机上网用户点击色情网站的链接，不法SP通过基础电信运营商就能收取GPRS流量费获利。

中国科学院科技政策与管理科学研究所李强博士说，淫秽色情网站通过极其简单的技术处理，如制作网页时设置IP控制，手机用户只要用WAP上网，就能进到淫秽色情网站，同样的网址，用电脑上网去查，看不到内容，什么都没有。部分手机网站已经成为淫秽色情网站的“绿色通道”。

目前对手机网络淫秽信息传播主要还是从对网站的监控和查处，直接对全国手机用户进行监控在实施上有很大难度。“独立WAP网站是一个基于内容开放的价值链体系，加上业务图片内容保有量和更新量巨大，尽管不断加强管理力度，仍频频出现漏网之鱼。而对WAP不良图片的自动识别技术又特别缺乏，无法进行

有效的监控和管理。”北京邮电大学网络技术研究所林昭文博士这样说。

专项行动强化接入服务监管

据悉，此次行动集中整治重点有三个，一是清理违规开办的手机网站。专项行动办公室要求各地通信管理部门组织对接入服务商开展一次全面清理，对未备案或未获经营许可等违规开办的手机网站，一律关闭；对传播淫秽色情等违法有害信息的，终止合作关系；涉嫌违法犯罪的要通报公安机关依法查处。

二是严厉打击手机网站传播淫秽色情犯罪活动。专项行动办公室要求各地公安机关将按照统一部署加强对手机网站的监控，集中力量侦破手机网站传播淫秽色情违法案件，深挖打击淫秽色情手机网站利益链，严肃查处为淫秽色情手机网站提供建站、接入、广告推广、代收费服务的运营商和第三方支付企业。

三是强化对接入服务单位、网络广告代理商、第三方支付企业的监管。要求接入服务单位加强对新接入手机网站的实名登记，严格执行“先备案、后接入”的有关规定，落实相关安全管理制度和措施；要求网络广告代理商严格审核加盟网站资质和所发布广告内容，严禁利用所谓的广告联盟方式为淫秽色情手机网站代理发布广告；要求第三方支付企业加强对注册商户的资质审核，严禁为淫秽色情手机网站提供代收费和非实名支付服务。

来源：飞象网 2009 年 09 月 27 日

[返回目录](#)

9 部门全国严打手机网站传播淫秽色情

近日获悉，为加大对手机网站传播淫秽色情等违法有害信息的打击整治力度，自 9 月 23 日开始，公安部、工业和信息化部、广电总局等 9 部门在全国范围内组织开展为期 1 个月的手机网站集中清理整治行动。

据介绍，此次行动集中整治重点，一是清理违规开办的手机网站。各地通信管理部门组织接入服务商开展一次全面清理，对未备案或未获经营许可等违规开办的手机网站，一律关闭；对传播淫秽色情等违法有害信息的，终止合作关系；涉嫌违法犯罪的要通报公安机关依法查处。

二是严厉打击手机网站传播淫秽色情犯罪活动。各地公安机关将按照统一部署加强对手机网站的监控，集中力量侦破一批手机网站传播淫秽色情违法案件，深挖打击淫秽色情手机网站利益链，严肃查处为淫秽色情手机网站提供建站、接入、广告推广、代收费服务的运营商和第三方支付企业。

三是强化对接入服务单位、网络广告代理商、第三方支付企业的监管。要求接入服务单位加强对新接入手机网站的实名登记，严格执行“先备案、后接入”

的有关规定，落实相关安全管理制度和措施；要求网络广告代理商严格审核加盟网站资质和所发布广告内容，严禁利用所谓的广告联盟方式为淫秽色情手机网站代理发布广告；要求第三方支付企业加强对注册商户的资质审核，严禁为淫秽色情手机网站提供代收费和非实名支付服务。

来源：通信产业报 2009 年 09 月 27 日

[返回目录](#)

分级制度不是 SP 的陌生词

近年来，随着短信业务发展方兴未艾，不仅为移动通信运营商带来了新的利润增长点，推动了移动数据业务的蓬勃发展，更是推动了互联网产业的迅速复苏。短信以及其他移动数据业务的发展，不仅促进了人们的沟通，也为 SP 服务商带来了可观的收入。

SP 的蓬勃发展促使了增值电信市场发展，这很令人鼓舞，但在发展当中也遇到了这样那样的问题。少数的信息服务经营者唯利是图，在网上提供比如通过互联网或者手机短信，或者通过电话信息服务台，向用户提供淫秽、色情信息。少数经营者未明确和完善用户服务规则，误导用户，造成短信陷阱等社会不良影响。有些经营者为非法经营者或者为淫秽色情网站提供代收费，这也是政府方面最近比较关注的问题。从信息产业部的角度来看，本意是把产业链拉长，让它有高的附加值和高效率。如果产业链构建过程中，存在一些不健康的地方，或者某些环节存在藏污纳垢的话，后果相当危险。

诚信，健康是中国移动长期倡导的宗旨，SP 企业同样需要这样的精神来塑造自身市场形象，提高自身品牌价值，只有这样才能够在日益竞争激烈的市场中获得生存希望，同时这也是有序市场环境的建设基础。

对于 SP 运营商来说，分级制度并不是一个陌生词，在电影，网络游戏行业都已经提出了很久，但就限于中国的国情，此类标准一直很难定下来，但是相关单位和机构仍然在不懈的努力，来为年轻人的思想，为社会的良知而进行呼吁。所以，某些 SP 公司为尽可能的减少不良信息对年轻人的侵害，减少社会上不利因素的影响，做起了行业的领头羊。

国内优秀的增值业务提供商-长沙市掌讯科技是一个很典型的 SP 企业，创立伊始专注于移动增值服务，至今保持着在业界遥遥领先优秀业绩，随着市场的进一步拓展和高素质的专业化人才引进，长沙掌讯也逐步向多元化发展，移动电子商务和手机游戏的开发与服务成为其新的业务增长点。作为中国移动和中国联通两大运营商的紧密合作伙伴，其企业文化与市场融合的恰到好处，企业对于市场

的良知和健康意识才是生存的灵魂。在众多 SP 不择手段盲目追求利润膨胀的时候，长沙掌讯作为行业的领先者，却一直保持着冷静的头脑和平和的心态，在贯彻移动运营商积极严明政策的同时，配合卓望支持中心细致谨慎的指导，不仅成功保鲜、并且健康有序的发展进步。长沙掌讯明确的认识到只有维护良好的行业秩序、保持绿色的行业环境，才能最终成为行业中的王者。

长沙掌讯的产品筛选机制非常严格，从 CP 和开发商的产品源头把关，对内容、版权等要求甚严，同时又会对即将上线的产品、服务和游戏进行严格的测试，坚决杜绝色情、暴力、赌博等不良内容的提供。设身处地的为消费者着想，对消费者负责、对社会负责，打造手机游戏绿色的世界。

很多产品与服务进行垂直化的研究设计，例如有些产品与服务专门针对学生和年轻人，让他们能够随时随地的接触到很有意义很向上的文化知识，尽管某些产品在娱乐性和游戏性方面可能相对较弱，但其教育意义是相当厚重的。这和长沙掌讯的企业文化、产品意识是息息相关的。长沙掌讯从自身做起，树立一个健康的典范，希望能够通过自身的品牌效应影响到其他企业，共同建立行业的规范和标准。

来源：比特网 2009 年 09 月 24 日

[返回目录](#)

【国内行业环境】

上海物联网发展跟不上，需要政府着手顶级规划

当下物联网概念大热，运营商在物联网产业链建设中起到举足轻重的作用。上海联通总经理蔡全根日前对记者表示，上海“四个中心”建设每个中心都需要依托互联网和物联网来完成信息流的传递，上海物联网发展需要由政府进行顶级规划，有统一的框架和发展思路后产业链企业才好具体执行推进，运营商作为基础信息提供商非常乐意为物联网产业服务，并且已经在基础宽带铺设上做了大量的工作。

蔡全根表示，上海发展物联网应该向日本、韩国和中国台湾地区学习，上述这些地方在信息化普及和互联网推进上都有个顶级设计，然后产业链才好推动。

上海需建信息高速公路

上海的信息化水平位居全国前列，但是上海离信息化发展的城市和国家还有不小的差距。今年上海市政府和三大电信运营商都签署了战略合作协议，推动上海包括基础宽带建设在内的一系列信息化建设。

蔡全根表示，上海尤其是与发达国家及国际先进城市相比，仍有许多工作需

要做好。他列出六个方面，一是上海信息化普及程度还不够高。尤其是宽带普及这个代表信息化水平的关键性指标与先进地区相比还有差距；二是信息资源的开发利用与现有体制、机制、法制还不能完全相适应，条线分割的信息孤岛问题依然存在；三是信息技术自主创新能力还不足，产业对外依存度较大，拥有的核心技术和自主品牌不多，产业结构有待优化；四是信息技术在促进传统产业发展中的作用尚未得到充分发挥，两化融合的力度有待加强，社会化专业服务体系和配套的政策措施尚待完善；五是信息安全的技术能级和管理能力亟待提升；六是信息化基础设施和装备深度发展的能级还需进一步提升。

“这些差距制约了上海信息化进一步发展的步伐，也与上海建设‘两个中心’的发展要求不相适应。”蔡全根表示，要想信息业更好服务“两个中心”建设，必须进一步提高上海市的信息化基础设施水平，这也意味着宽带信息基础设施的普及和完善是信息社会建设的先决前提，运营商非常乐意打造高速的宽带网络，但是在打造高速光纤网络过程中需要政府大力支持配合。

据有关权威资料统计显示：2008年韩国的家庭宽带普及率已达到95%，居全球首位；新加坡位居第二，达到88%；我国的台湾和香港地区以81%的比例分别位居第五、第六位。日本虽然位居第16位，但其普及率也已达到了64%。上海以及中国内地与这些发达国家和地区差距很大，上海的家庭宽带接入普及率只有53.9%，但仍然高于全国平均水平（21%）近33个百分点。

“现在上海的目标是建成亚太地区信息通信枢纽，上海联通在内的运营商也都是朝着这一目标布局自己的基础宽带网络的。”蔡全根表示，未来希望上海在全市范围内达到任何人在任何地点和任何时间都能按需接入宽带网络的目标。

蔡全根介绍，由于基础宽带业务是所有信息化的基础，所以联通对在上海布局宽带基础设施非常重视，前期基本上全部采用了全光纤网络布局宽带，联通宽带无论企业用户还是个人家庭用户基本上都是光纤到户或企业。这为下一步上海联通开展其他互联网应用提供了很多可能。

但是蔡全根也承认，目前宽带铺设在上海也遭遇很大壁垒，尤其是家庭用户老小区各种原因很难突入，联通选择新小区或新开辟的大型居住地作为重要目标发展宽带用户，“我们的宽带规模较小，前期又都是采用全光纤，价格上也相对实惠，我们对宽带用户的突破也抱有很高的期待。”

上海联通日前宣布宽带提速，目前有95%以上的用户宽带可以提速到2M，但价格基本保持不变，用户如有需求，最大可到30M。上海联通今年家庭宽带的目标上是用户数量翻一倍。

建议上海率先设计方案

蔡全根表示，近年来，上海先后出台了一系列信息化法规和政策文件，涉及

电子商务、电子政务、信息安全等方面，也出台了推进信息化和软件发展的地方法规，设立了专项推进资金，对推动信息技术发展起到了较大作用。但相对发达国家的发达城市，还有一些不足。

上海的推动信息化战略中要注意在政府协同下的顶层设计，注意规划和政策的可操作性、可实施性，注意学习国外先进的做法，制定较为完整的战略发展框架，然后从法律法规、政策制定、实施措施等各层次逐一落实，形成自上而下的一系列的完整体系。

据了解，韩国、日本、中国台湾出台的建设无处不在的网络社会的“U战略”，都有具体目标和可操作性措施，在实施方面有明确保障手段；韩国政府仅仅在推进电子商务发展方面就制定出台了电子贸易、人才培养等多个领域的行动计划以及扶持电子交易的税收优惠政策。

蔡全根表示，根据上海联通的长项和优势，在服务上海信息化过程中，把信息化应用的重点放在金融、航运、旅游等服务性行业和与老百姓生活密切相关的领域；加强在这些领域信息化技术和应用的创新力度，推动信息化应用的平民化、普及化。

来源：东方早报 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

金融危机一周年，信息产业凸显经济支撑力

“全球金融危机一周年”是近来国内外经济界关注的热点。自危机爆发以来，我国采取了一揽子经济刺激计划应对，尤其科技、信息产业的作用凸显，为今后经济进一步复苏奠定坚实基础。

一年前，随着雷曼兄弟公司的破产，金融危机演变成金融风暴，给世界经济的发展带来严重的冲击和影响，并持续至今。

庆幸的是，这一年中，我国采取了一揽子经济计划应对金融危机，如今，我国经济逐渐企稳回升，基本遏制住经济增速下滑的态势。如此成绩令人欣慰。

在我国实施的一揽子经济计划中，科技、信息产业的作用日益凸显。正如科技部副部长李学勇在日前国新办新闻发布会上所表示的，在一揽子计划中，科技支撑是一项重要措施，也确实在应对国际金融危机中发挥了重要的作用。

目前，扩内需、保增长、调结构相关的重大科技专项的实施部署已经到位。未来，科技创新还将作为重要支撑力量扶持战略性新兴产业的发展。这是今后科技发展的动力，也是一个双赢的机遇。

金融危机一周年看中国成绩

金融危机发生一周年之际，各主要经济体的刺激政策仍在推进。而对周年进行回顾，则有助我们在应对这场危机时，能够更深刻地了解当前国际经济现状，也对我国实施的一系列措施有一个更透彻的理解。

去年的9月15日，美国雷曼兄弟公司宣告破产，媒体将其称为金融危机爆发的标志性事件。这一年，欧美经济发展陷入低谷，消费下滑，失业人数上升……但不得不说，金融危机中确实也酝酿着机会。这一年，我国政府采取果断措施并实施一揽子经济刺激计划，同时还施行积极的财政政策和适度宽松的货币政策，为中国经济的企稳回升起到关键作用，也向世界传递了战胜危机的“中国信心”。

这其中，业界有一种普遍观点认为，我国取得令人欣慰的成绩关键是在大力培育和发展市场经济这只“看不见的手”的同时，政府这只“看得见的手”也一刻没有停歇，一直在发挥着作用，一揽子经济刺激计划就是明证。“看得见的手”既通过“看不见的手”间接发挥作用，又在它认为必要时直接出手进行干预。中国应对本次金融危机的做法就充分体现了这一点。而其他国家，包括东亚各国，相对更重视市场这只“看不见的手”。

两手齐发力，中国带给世界经济的是“暖色调”。国家统计局发布8月经济数据显示，除了出口依旧保持较大幅度的同比负增长外，主要指标升势明显。8月CPI、PPI同比降幅年内首次双双收窄，新增信贷明显超预期。尤其8月CPI在连续12月降幅逐月扩大之后迎来首次环比上涨，拐点明显。总体来说，这些数据好于预期。

“科技”成金融危机中的关键词

还是在金融危机的这一年，党中央、国务院为应对金融危机采取了及时有效的一揽子经济计划，其中强调要重视知识和科技的力量，发挥科技进步和创新在应对金融危机中的作用。“科技”成为重要词汇。

这一年中，十大行业振兴规划相继出炉，其中《电子信息产业调整和振兴规划》提出今后三年，电子信息产业要围绕九个重点领域，完成确保骨干产业稳定增长、战略性核心产业实现突破、通过新应用带动新增长的三大任务。

由此，从短期而言，规划的出台有利于解决产业发展中的结构性问题，如出口依存度过高等，缓冲金融危机带来的影响，将使通信、家电、软件等相关行业及企业的生存空间得到拓展。从长远来看，则有利于我国电子信息产业的技术升级和结构调整，为整个产业的持续健康发展奠定基础。规划的出台无疑也为各地电子信息产业的下一步发展提供了思路 and 方向。

与此同时，任何一项新技术的发展其源源不断的生命力都来自于核心技术创新，这点同样适用于3G产业发展。2009年是中国3G的元年，各大运营商、手机厂商等都使出浑身解数，以便在中国的3G市场分一杯羹。可以说，在这一

年中，新一代移动通信、下一代互联网、数字广播电视等领域的应用创新已经或即将带动形成一批新的增长点，将为人们带来便捷的应用。

应该说，在世界金融危机持续影响和我国经济复苏信号逐渐明显的背景下，各行各业都有属于自己的机会，信息化成为每个行业努力的方向，而科技产业、信息产业也同样拥有自己的机会，当它们融入其他行业时，可以将金融危机中的“危”转化为“机”。

科技助力加快培育战略性新兴产业

站在国际金融危机爆发一周年的节点上，我们可以看到虽然“最困难的时期已经过去”，但危机远未结束，危机的教训和影响更是深远的。全球经济格局必将调整，探求一条可持续发展的振兴之路显得尤为迫切。在错综复杂的国内外形势下，我们既要看到经济社会发展的有利条件和积极因素，坚定战胜困难的决心和信心；又要充分估计形势的不确定性、不稳定性，保持清醒头脑，增强忧患意识。

接下去，正如温家宝总理在夏季达沃斯论坛上指出的，“要把调整经济结构作为主攻方向，更加注重以内需为主、特别是最终消费拉动经济增长”。因此，科学技术既要为保增长、扩内需做出贡献，也要为调结构、上水平做出贡献；既要为当前解决企业面临的困难提供科技支撑，也要为未来新一轮的经济增长创造新的增长点。

由此，利用科技的先进手段加快培育新兴产业将成为下一步的重点。科技部副部长李学勇表示，现在要重点开发新能源产业，包括太阳能、风能、生物质能，以及农村的沼气等方面。“总体来讲，我国新能源产业的发展方兴未艾，在新能源的发展方面将加强技术供给，要突破核心技术，掌握自主知识产权。”

来源：通信信息报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

为国内用户提供 10 元以内的手机安全软件

由中国通信学会主办的“2009 中国手机安全产业论坛”于 9 月 25 日在京举行。

据有关数据显示，目前我国手机用户已接近 7 亿，而手机上网用户也超过 1.5 亿，这个数字比 PC 市场都要惊人，当然，手机安全问题也像 PC 兴起之时日益凸显。

手机病毒、垃圾短信、恶意软件等等越来越多的困扰着用户，尤其是 3G 时代、智能手机普及，都为手机安全问题打开了缺口。由此，手机安全问题开始受

到产业界乃至整个社会的广泛关注。

联信摩贝软件（北京）有限公司宋斌表示，尽管联信摩贝是在 08 年 11 月成立的公司，但却拥有一支有 10 年以上信息安全产品研发经验的研发团队，具有自主知识产权的移动信息安全相关产品和核心技术。并先后成为诺基亚中国、三星电子、LG 电子、联想移动等业界知名企业的重要战略合作伙伴。值得称道的是，08 年奥运会期间，我们为罗格等 13 位国际奥委会主席提供了安装有手机安全软件的联想手机，保障了国际奥委会委员在中国奥运会期间的工作保障任务。

宋斌坦言，目前最大的困难在于技术占领市场，市场能否给予相应回报的关系。目前国内智能手机操作系统不统一，也给各家软件厂商增加了研发成本。据悉，联信摩贝在国内将会和中国移动、中国电信和中国联通三家运营商的移动应用商店展开合作。对于软件的价格，宋斌表示，将会参考苹果 App store 中热门软件 6-9 美元的价格的经验，将开发出低于 10 元的手机安全软件提供给国内用户。

来源：搜狐 IT 2009 年 09 月 26 日

[返回目录](#)

上海首个手机研发测试平台诞生

上海首个手机研发测试平台诞生了。昨日，工信部电信研究院、上海市经信委、黄浦区政府合作建立工信部电信研究院华东分院（以下简称“华东分院”）暨手机研发测试平台项目的签约仪式正式举行。

这意味着上海，乃至长三角地区将首次拥有自己的手机研发测试机构，而新款手机的成本也将因此下降。

华东分院选址于黄浦区北京东路 668 号科技京城内，预计在明年“十一”期间正式运营。华东分院建成运营后，将面向长三角地区开展通信、网络产品检测、通信计量，开展通信相关标准、技术、方法研究，提供手机入网“一站式”服务。

黄浦区科委的工作人员介绍，用通俗的话讲，未经研发测试的手机叫做“山寨机”，一款手机要上市，必须经过工信部电信研究院的测试。而过去，有资格进行手机测试的机构只在北京设立，其他地区的手机发展商要推出新款产品，测试的过程相当不方便。“中国有 80% 的手机发展商在上海周边，华东分院的设立让手机生产厂家不用再千里迢迢地把新产品送到北京去检测。”

该工作人员透露，过去一款新手机送往北京检测，检测费用在 30 万元左右，加上检测所需的路费等，开销着实不小。而华东分院的设立，可以使手机检测费用减少三分之一，降低到 20 万元左右，同时又节省了路费，这样一来显然使新

款手机的成本下降了。“企业能够简化办理检测认证手续，同时加快了手机新品研发和上市的进程，也增强了企业的市场竞争力。此外，华东分院的设立还将带动 3G 手机从研发到测试完善的产业链。”

来源：东方早报 2009 年 09 月 26 日

[返回目录](#)

3G 时代引发无“线”商机

1 月 7 日，工业和信息化部向中国移动、中国电信和中国联通发放 3G 牌照，此举标志着我国正式进入 3G 时代。目前，距离中国 3G 发牌已经 8 个多月，那么 3G 尤其是具有中国自主知识产权的 TD-SCDMA 标准在深圳进展如何？给这个行业上的深企带来何种影响？各企业又是如何迎接 3G 时代的来临？

移动互联网迎来新发展

伴随着 3G 的快速发展，手机上网人数不断增多。2009 年 7 月，CNNIC（中国互联网络信息中心）发布了《第 24 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2009 年 6 月底，我国使用手机上网的网民已经达到 1.55 亿。本月初，由深圳市网络媒体协会发布的《2009 深圳市互联网状况暨网络媒体发展研究报告》显示，深圳网民手机上网渗透率高达 66.5%，我市使用手机上网的用户达 365 万人，同比增加 171.7 万人，增幅为 22.4%。

手机上网人数的快速增多，一定程度上呈现了移动增值市场及移动互联网行业的发展。根据艾瑞咨询发布的《2009 年第二季度中国移动增值市场监测报告》，2009 年第二季度中国移动增值市场规模达到 397.3 亿元，同比增长 33.0%，环比增长 7.6%。其中，WAP 市场收入达到 34.2 亿元，占移动增值市场规模的 8.6%，较上季度增长 1.3 个百分点。在这其中，不少深圳 SP 商（增值内容应用服务提供商）从中获利。

深圳市千讯数据股份有限公司董事长梁舜钧透露，千讯数据去年每天的新增用户只有 1 万名，今年上半年每天的新增用户约 4 万名。梁舜钧分析，3G 时代，年轻群体将对手机游戏更感兴趣，而中年人可能将对手机视频、手机资讯（如浏览新闻、手机搜索等）更感兴趣。

中国知名的无线搜索互联网公司、深圳宜搜科技的 CEO 汪溪表示，基于 TD 技术的 3G 网络建设，会带来无线上网带宽的大幅改善，而手机上网用户的感受也会随之改善。这显然会促进中国手机上网用户数的高速增长，他个人预计，2009 年手机上网用户可能达到 2 亿。汪溪预测，由于手机用户数的大幅增加，越来越多的人将会认识到无线互联网的价值，以广告、电子商务为代表的新赢利模式也

会逐渐成形。

深圳手机商“弯道超车”

宇龙酷派和深圳中兴等厂商，均早在几年前就已经开始投入巨资研发市场尚未启动的 TD 终端产品。这一被业界称为“烧钱”的早期举动，如今却成为深圳企业收获战略硕果的沃土。

来自中国手机厂商的统计显示，包括宇龙酷派、中兴、海信等在内的主要国产终端厂商，凭借先发优势和完整的产品技术布局，已经在中国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。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 蛋糕对于所有厂商而言，都是不小的诱惑。

宇龙酷派品牌市场部总监古勇表示，国内 3G 市场的发展，为民族品牌提供了一个“弯道超车”的有利契机；尤其是本土 3G 标准 TD 的发展提速，让深圳手机厂商在 TD 领域的提前布局发挥出优势，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，提供了充分舞台。“很显然，目前 TD 在中国所拥有的政策和战略优势，已经成为国产手机生力军全面发力 3G 的主要阵地。”古勇介绍，基于对 TD 未来市场的自信，宇龙酷派仅为 TD 手机项目投入的研发费用就高达数亿元。同时，深圳友利通电子有限公司董事长吴建平也表示，对所有手机厂商来说，TD 是一种全新技术，所有手机厂商因此“都站在同一起跑线上”，这对中国手机厂商来说无疑是一个好消息。

深企看好无限“钱”景

2009 年 8 月，深圳市政府与中国移动通信集团广东有限公司（以下简称广东移动）签署了战略合作协议。根据协议，广东移动未来 5 年内将在深圳投入 100 亿元，在创新型城市建设、通信基础设施建设、TD-SCDMA 建设运营、电子政务提升、移动电子商务普及、企业信息化升级、数字深圳建设、深港合作、深莞惠通信一体化、服务大运会等领域的“十大工程”，力争拉动 500 亿元产业规模，带动 8 万个就业机会和 2000 家创业企业，全力支持深圳信息化建设和信息产业的自主创新。针对此次合作，深圳移动信息产业的业内人士纷纷发表看法，认为此举无疑将强力拉动深圳移动信息产业链的发展；而对产业链上的企业来说，则更是带来了无限“钱”景。

宜搜科技 CEO 汪溪认为，有四大原因促成了此次合作：广东省及深圳市在全国通信行业首屈一指的地位、深圳市政府对高新产业的重视、深圳优良的通信产业基础和深圳完备的手机产业链。“我们相信，此次战略合作会促进产业发展，未来以无线通讯为代表的产业链有望成为促进深圳发展的重要力量。”

宇龙酷派品牌市场总监古勇认为，这次战略合作协议的签署，对深圳本地手机厂商来说肯定是一件好事，深圳厂商可以利用这个大平台提升市场机会；同时，深圳企业也能为深圳的经济做出更大贡献。他表示，“宇龙酷派在移动信息化领域已积累了相当多优势。在个人终端方面，宇龙酷派已成为中国少有的生产三种 3G 制式的手机企业，公司高端产品在 TD 领域已稳居前列。在行业应用领域，我们已成功与深圳市相关部门合作，且有成熟案例，因此相信在该领域，未来我们也能赢得一个更好的发展机遇。”古勇表示。

战国策咨询首席分析师杨群表示，拥有中国“手机之都”之称的深圳，手机产量和产能巨大，占到了国内产量的近 2/3。而且深圳手机军团阵容也相当强大，与此同时，深圳手机产业链日臻完善，研发优势后劲十足，已经形成良好的产业环境。而且中国移动作为运营商，与手机市场自然有着不可割舍的联系。尤其 TD 技术是中国自主创新的 3G 技术，其唯一运营商中国移动早已把对 TD 的倾斜上升到了“扶持中国民族产业”的地位。

来源：深圳新闻网 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

【国际行业环境】

诺西整合收官，全球经验支持中国 3G

“我们已经进入新的发展阶段。”张志强一边说，一边伸手在小桌正中的电话机上按下一个按钮，半分钟后，一杯热气腾腾的咖啡就端了上来。9 月 19 日，在北京 2009 国际通信展上，这个小小的“咖啡厅”已经成为诺西大中国区总裁张志强最主要的会客地点。某种程度上，这也是诺基亚西门子最新的业务演示体验。

对于诺西这个全球第二大设备厂商而言，在过去逾 2 年时间里，内部整合一直是诺西直面的最大考验。但在张志强看来，现在，这一考验已成过去，“就全球来看，至少有 70% - 80% 的公司整合是不成功的，但诺西确实不在其中”。

“诺西的整合已经结束，接下来，我们将是通过系统设备与应用服务的融合实现快速发展。”张志强表示。

整合已经结束

“我们最初给全球协同效益确定的是 15 亿欧元的目标，后来进一步提高至 20 亿欧元，并在 2008 年底已提前完成。”张志强透露。

CEO 的更迭也为这一整合划上句号。约在 20 天前，诺西对外宣布，在带领诺西完成这个全球第二大设备厂商的整合之后，其 CEO 白伟贤（Simon

Beresford-Wylie) 将于 10 月 1 日功成身退, 由拉吉夫·苏立 (Rajeev Suri) 接任。

诺西人士透露, 早在此前, 白伟贤就早有卸任打算, 并在内部多次表示, 在完成整合后就将离职。在提前完成协同收益目标后, CEO 更换就提上日程, 诺西内部随即就成立了一个特别项目组, 协助 CEO 进行更替和交接。而在正式宣布白伟贤即将卸任时, 诺基亚西门子通信副董事长 Rudi Lamprecht 亦对外表示, “白伟贤 (Simon Beresford-Wylie) 成功完成了诺基亚西门子通信的整合。”

目前, 拥有超过 6 万员工的诺西, 已经稳居全球第二大通信设备商之位。而在中国, 诺西的整合亦取得成效, 一直保持了三大运营商 2G 网络提供商的领先地位, 并在 3G 市场有所斩获, 仅 2008 年, 诺西在大中国区就新吸纳了 1000 名研发人才, 以扩充中国乃至全球市场服务。

根据不久前公布的诺西今年二季度财报, 期内其整体营收 31.99 亿欧元, 同比仍下滑 21.3%, 环比增长 7%, 其中中国和北美的环比增长明显, 而在北美更实现同比环比两个指标的双增长。

对诺西新掌门人苏立来说, 应对不断加剧的竞争以及推动公司转型, 将成为掌舵诺西后的当务之急。

今年 6 月, 诺西曾以 6.5 亿美元的价格竞购北电的 CDMA 和 LTE 无线业务, 但在一切似乎已成定局时, 爱立信却在竞标截止前一天突然杀入, 以 11.3 亿美元的价格将该业务收入囊中, 从而令爱立信与诺西之间的差距再度拉开。

与此同时, 追赶者的步伐也在不断接近, 市场份额不断扩大的华为, 同样是诺西的一大威胁。

目前, 苏立还未正式履新。按照计划, 他将于 10 月 1 日任职 CEO, 并在此后一个月中, 在白伟贤的协助下进行交接。不过, 可以预见的是, 苏立上任后, 诺西将通过增强网络效率、应用服务和用户体验, 提升公司原有的技术与产品优势, 已成定局。

外界更普遍认为, 此次高管更迭的一个关键原因是, 诺西以服务业务取得可盈利增长的战略逐渐清晰——在接任 CEO 之前, 苏立正是诺西通信全球服务业务部门负责人。

加速服务转型

几乎所有的运营商, 都已把加速战略转型和发展专业服务作为重要战略。

据了解, 爱立信在全球有近 5 万员工, 其中从事专业服务业务的员工已超过 20%, 其比例还在继续扩大; 从 2005 年到 2008 年, 中兴专业服务收入也从 2.69 亿美元增加到 4.68 亿美元, 年服务复合增长率也达到 30%; 而在 2008 年, 华为网络部署与集成服务也同比增长 111%, 管理服务销售额同比增长 67%。

诺西的起步其实更早。在业界蜂拥转型之前，诺西早已开始由一家传统意义上以硬件为主的设备巨头，向以软件和服务为主的公司转变。

今年7月，苏立就曾公开表示，专业服务将是诺西未来发展的亮点和主要战略方向，目前更已建立了超过2万人的专业服务队伍。而据了解，在全球市场，诺西已签订超过200个管理服务合同，覆盖2.2亿最终用户。在二季度财报中，服务收入已经占到诺西整体收益的45%。

在张志强看来，伴随3G的发展，通信行业对应用服务的需求还会大大增加，这将促进诺西转型进一步加速，并成为并诺西应对竞争的重中之重。

“在其他国家，我们已经看到，3G到来之后，数据流量增长量将会上百倍增加。”张志强表示，3G网络比2G需要更多投入，网络更加复杂，支持更多应用，但就目前的情况来看，数据业务和客户无线通信资源需求的高速增长，对运营商的收入贡献却相当有限，所以设备商需要在尽可能降低网络成本情况下，从控制、应用、效率上都进行提高，“比如每个用户的数据需求都不一样，有的人要下载电影，有的人要发邮件，有的人只看网页新闻，他们需要的数据量和收入贡献都有差异，我们可以在建设网络的时候，就考虑到他们的不同需要，提供不同的、个性化的服务”。

“我们在这方面有很多投入，仅在中国就有上千员工在为网络优化提供服务。”张志强说，目前在全球范围内，诺西的网络实施已经位列世界第一、网络维护和管理服务位列第二、咨询服务位列第三，而其目标则是在电信服务提供领域成为世界第一。

这在北京国际通信展上已有端倪。“你可以注意到，我们展出的设备越来越少，更多是软件、服务和应用。”张志强向记者表示，“而我们这次展示的主题，也是管理效率。”

中国市场复制全球优势

在全球转型的同时，诺西也期望将其国外专业服务优势向中国复制。

“过去两年，诺西的表现令人满意。”张志强表示，目前，中国区的员工数约占诺西的10%，业务和销售额也约占10%，这个数据还在不断增长，“比如在移动第三阶段集中采购招标中，诺西就获得包括内蒙古、安徽、黑龙江、江西、河南、海南、福建在内的7个省区市场，比二期招标增加三个区域，最高的省区占有率达79%”。

他表示，目前，中国、印度、日本和北美都会是代表全球通信业发展趋势的重要市场，而对于诺西来说，未来也会继续加强中国市场的重视程度。

根据今年第二季度财报，诺西大中国区业务实现净销售额3.53亿欧元，比第一季度上升24.3%，在诺西全球各市场中增速居首。

但如何维持这一增长，仍将充满悬念。

今年上半年，在三大运营商进行的 TD、WCDMA 和 CDMA 招标中，价格战早已愈演愈烈，设备价格不断跳水，而拥有更低的成本价格和自主创新扶持的本地厂商，在招标中明显更具优势。

“硬件的价格降得很厉害，未来硬件设备在市场中占的比例也会越来越少。”张志强表示，设备厂商的竞争将不断向差异化的应用、端对端服务，以及客户体验。

“未来我们将更多展示网络的效率和用户体验，在 3G 网络建设达到一定规模后，这将是大家最关心的问题。”张志强说，诺西的优势在于在全球已经建设数百个 3G 网络，与几乎所有主流运营商都有合作，可以以全球的经验支持中国。据透露，仅 2008 年，诺西中国就新吸纳了 1000 名研发人员，以扩充中国市场服务。

张志强同时表示，虽然诺西会加强服务，但也并不会因此削弱设备产品，“服务必须基于产品，所以我们下一步最主要的是投入网络优化，在 2G/3G 上做精品网，同时在应用上做更多工作，提供更多解决方案，将两者融合起来”。

据张志强透露，为了确保针对运营商的应用落地，诺西已经与中国一家知名厂商达成合作，未来一段时间就会共同推出面向中国的应用解决方案。

“我们希望不仅仅是提供技术，而是把其他地方用户喜欢的应用引入中国，为运营商提升用户的最终体验。”张志强说，这是诺西中国未来市场增长的关键。

来源：21 世纪网 2009 年 09 月 24 日

[返回目录](#)

运营竞争篇

[[运营场域]]

3G 时代“三国争雄”之势初成

日前，广东联通召开新闻发布会宣布，WCDMA 制式的 3G 网络将于 10 月 1 日在广东全省正式商用。同时，联通 WCDMA 网络也在全国 285 个城市启动正式商用。而备受瞩目的 iPhone 3G 手机也将于近期上市，为联通 WCDMA 正式商用助阵。

至此，三大电信运营商的 3G 网络均已投入正式商用，3G 时代“三国争雄”的格局初步形成。

iPhone 助阵联通 3G 正式商用

广东是国内的第一通信大省，也是 3G 网络建设速度最快、发展用户最多的省

份。自今年5月17日世界电信日开始,广东联通就在广州、深圳、东莞、佛山、中山、珠海等首批6个城市开展了3G试商用。7月19日,广东联通又将3G试商用范围扩大到全身范围。从试商用到今年国庆正式商用,广东联通建设3G网络只用了不到10个月时间。

联通WCDMA无线上网速度下行最高可达7.2M/秒、上行达到5.76M/秒,是目前国内无线上网速度最快的3G网络。据广东联通总经理乔建葆介绍,正式商用之后的联通WCDMA精品网络,将向用户提供高品质、高速率、高可靠性的3G业务,包括无线上网卡、可视电话、手机上网、手机搜索、手机音乐、手机电视、手机报、手机邮箱等。

资费方面,联通推出了“两种套餐、十档资费”的全新资费模式。普通用户套餐资费共分9档,分别从包月96元至886元不等,国内接听免费(包括可视电话),超出套餐外的拨打语音电话资费大幅下降至0.15元/分钟,大大降低了资费门槛。同时,针对学生群体,联通还特别推出了66元的包月套餐。

无线上网卡的资费套餐也进一步下调,分为80元、150元、200元、300元共四档。

另据了解,今年10月1日至明年2月28日期间,广东联通将开展“选3G,就选沃”主题促销活动,推出“存费送手机”、“可视电话亲情送”、“入网优惠”、“购机送礼品”等多项促销政策。年底前,广东联通将推出80款沃3G定制手机,而目前市面上支持WCDMA制式的主流品牌手机已经多达四五百款,广大用户可以自由选购手机终端入网。

尤为值得一提的是,备受瞩目的iPhone3G手机也将于近期上市,为联通WCDMA正式商用助阵。据广东联通昨日透露,联通版iPhone3G售价5000元左右,用户办理126元以上的8档包月套餐,可获得不同额度的购机补贴。据透露,联通将通过自有营业厅、社会销售渠道、苹果专卖店和网络商城等不同渠道销售iPhone手机。

3G三国大战国庆全面打响

面对联通3G的正式商用,今年4月即已启动3G网络的中国电信也不甘心让竞争对手风头独占。抢在国庆到来之前,中国电信打出了国内消费者最为敏感的“单向收费”牌。据了解,自10月1日起,新加入我的e家、商务领航和天翼商旅套餐的客户,在全国31个省、市、自治区范围内接听免费;而绝大部分省、市、自治区的老客户也将于10月1日起享受接听免费的优惠,个别省份会推迟到11月1日实现。

同时,中国电信已经预先定制了360万部千元3G手机,以突破天翼3G终端价高、量少的瓶颈。据介绍,国庆期间,中国电信将有近80款千元3G终端推出市场,

占天翼 3G 手机的 50%左右。

而作为国内最大的移动运营商,中国移动也在 3G 终端上狠下功夫。就在联通宣布引入 iPhone 三天之后,中国移动正式发布了具有自主操作系统的 OPhone 手机。据了解,国庆期间,广东移动将向市场推出多款定制的 OPhone 手机,包括支持 TD-SCDMA 制式的 3G 手机。同时,中国移动祭出最拿手的高额话费补贴吸引和挽留客户,以期抵消联通引入 iPhone 带来的市场影响。

因此,今年国庆期间,一场隐忍多时的 3G 大战将全面爆发。降资费,搞优惠,拼终端,在 3G 入网门槛进一步降低的同时,用户也将享受到更加精彩纷呈的 3G 服务。

来源: 南方日报 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

运营商 3G 应用摸着石头过河, 费用偏高成推广瓶颈

3G 网络建设速度超预期, 3G 终端的种类逐渐丰富, 3G 应用也不断被推出, 在 2009 年中国国际信息通信展览会上, 运营商的各种 3G 手机、各类 3G 应用争奇斗艳, 终端商、设备商也展示的 3G 的新业务与新技术也格外耀眼。

可见, 产业链各方依旧对 3G 充满期待, 但一个不可否认的事实是, 3G 目前还是叫好不叫座。

终端价格偏高、业务应用门槛高已成为 3G 发展的绊脚石。业内分析人士认为, 移动互联网具有独特的“DNA”, 应用的多样化、个性化以及资费的合理化, 智能终端的平民化将大大推进 3G 业务的普及。

3G 的核心是数据业务

3G 的商用, 宣告语音业务打天下的时代一去不返。2G 时代移动运营商的业务增长主要依靠语音业务, 对增值业务不够重视。比如, 2008 年财报显示, 中国移动除语音以外的增值业务只占总营运收入的 27.5%, 增值业务中短信业务又占到了 43%、非短信数据类业务约占 57%。相比之下, 国外运营商的数据业务占比高, 且增速远远大于语音业务。

在本次展会上, SK 电讯展示了来自异国的 3G 新应用, 其中最引人注目的是“移动通讯汽车电脑系统服务”(Mobile in Vehicle)。它可以提供汽车状态诊断及遥控启动、汽车控制及自动报警、环保驾驶、路况导航、多媒体服务等多种高级功能。今年 12 月, 该服务将在中国正式上市, 优先用于 Toyota、Honda 等厂商的 3—4 种车型。

SK 电讯展出了其最新的用户界面技术, 包括电子纸张, 以及面向手机的多

款语音处理解决方案。此外，SK 电讯展台还提供智能支付服务、跨平台游戏服务、企业移动服务等业务体验，以及诸如数字笔、移动物流、NVIOS 解决方案和 T 形地图高尔夫 (T map Golf) 等其他融合服务与技术。

3G 对于消费者而言，手机可以集众多功能于一身，视频通话、收看电视、下载音乐、在线游戏、实时导航、网上购物、手机钱包等等使其更像一个网络终端，其功能不再是“打电话”那么简单。3G 的核心不是语音，而是数据业务，也是区别于 2G 的最大特色。

3G 应用摸着石头过河

到年底为止，三大运营商基本都能完成全国 3G 网络的覆盖，而且 3G 终端匮乏的局面正在改善。对于运营商来说，尽快挖掘出更好的 3G 应用是竞争的关键。

“3G 时代拼的不是手机款式数量，而是类似 iPhone (iPhone 玩家论坛) 和 oPhone 这样能给用户提供至能至善体验的智能终端，以及没有任何技术和市场门槛和桎梏的内容及应用的开发和供应。” TD 技术论坛秘书长王静说，“3G 的规模有多大，到底什么应用才符合市场需求，运营商也是一边看一边干。”

中信建投分析师认为，运营商的竞争将促使 3G 业务迎来高速发展期，有望最先实现突破的 3G 业务包括手机游戏、手机阅读、无线音乐等。其他具备发展潜力的 3G 业务有移动 SNS、移动电子商务、移动位置服务、移动搜索引擎、手机动漫、可视电话、手机电视等。

在本届展会上，中国电信展出了基于 CDMA 或者 CDMA EVDO 的各种应用，比如全球眼、车辆定位系统、“司法 e 通”、渔业监控、“平安 e 家”、“好韵通”等；中国移动展示了以 Mobile Widget 为平台的各项增值业务，包括校讯通、手机钱包等；中国联通展出了手机上网卡、手机音乐、手机电视、手机搜索、可视电话等重点 3G 业务。

从中可见，运营商的 3G 应用有交叉之处，也有特色应用。尽管如此，3G 应用需避免同质化，走差异化之路。

费用偏高制约 3G 业务推广

赛迪顾问调研报告显示，费用成为推广用户体验 3G 业务的最大障碍。在未购买 3G 手机的用户中，有近一半的用户明确表示不想购买 3G 手机，而且有购买意向的消费者中大多选择暂时观望。而在没有购买 3G 手机的原因方面，因为费用高（包含资费和手机价格）因素的占到了 43.8%。

在 CTR 市场研究做的一项调查中，超过 74% 的消费者希望“等 3G 发展成熟起来后再用”，超过 42% 的人表示“3G 业务收费太贵”。认为“3G”手机价格高、品牌和机型少的消费者均在 30% 左右。

电信专家侯自强认为，3G 的核心业务是移动互联网，发展 3G 与推广移动互

联网是密不可分的。只有移动互联网大发展才能带动 3G 市场的繁荣。目前妨碍移动互联网和 3G 发展的主要因素是上网价格和 3G 终端价格。

北邮专家表示，如果发展 3G 仅瞄准高端用户，3G 的发展是没有生命力的。如果定价过高，用户必定会担心产生巨额资费，而不敢大量使用，这将制约 3G 业务的发展，因此低价将是促进数据业务被用户大量使用的最有效手段。

在为 3G 狂热不懈追求过之后，运营商更应冷静地思考，3G 对于老百姓来说，就是如何满足消费者需要的服务，如何提供最好的服务。正如工信部副部长娄勤俭所说，“不是追求一种概念性的创新，消费者的实惠是方便、实用。”

来源：通信信息报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

运营商资费下降象征多过实际，未惠及多数用户

中国三大运营商开始集体上演资费“跳水赛”，不过业内专家指出，资费下调并未惠及多数用户，只是变相促销。

三大运营商集体跳水

继中国电信 9 月 22 日宣布新加入我的 e 家、商务领航和天翼商旅套餐的客户在全国 31 个省(市、自治区)范围内接听免费后，紧接着，中国移动昨天也爆出消息称近期下调了国际及港澳台资费，最低话费降至 1.99 元/分钟，短信 0.49 元/条，GPRS 流量费 0.01 元/KB，平均降幅达 50%。

此外，中国联通 WCDMA (3G) 业务也已经定于 10 月 1 日正式对外商用，联通的 3G 资费在全国统一资费，联通将全面取消国内漫游费，在国内拨打电话一个价，接听电话免费。不过对于 2G 业务，联通尚未公布实施全国接听免漫游的政策。

中国联通新闻处有关人士表示，资费下调并非来自工信部的压力，市场带给运营商的压力远远大于主管部门的压力。

“这都是电信运营商促销的‘噱头’，和其他商家一样，电信运营商也需要找一个节日来促销。”著名电信专家、北京邮电大学信息产业政策与发展研究所所长阚凯力表示。

普遍存在套餐“陷阱”

阚凯力表示，对于运营商来说，目前国内主叫和被叫的成本都是一样的，所以真正的单向收费是不存在的，运营商的惯用手段就是让消费者通过购买套餐的形式换取单向收费的优惠。

果然，中国电信称，为了配合此次行动，中国电信还将陆续推出 70 余款千

元 3G 天翼手机。中国联通也宣布从 10 月 1 日起用户免费接听的范围均为全国(含可视电话),但这些“用户”仅限“9 档套餐用户”,超出部分国内语音拨打电话为 0.15 元/分钟(长市漫一口价)。

在今年的两会记者招待会上,工业和信息化部部长李毅中曾向媒体记者说明了移动电话双向收费转为单向收费的问题,表示最终所有的移动通信服务都要过渡到单向收费,不过事到如今,各大运营商仍然在玩捉迷藏的游戏。

并未惠及多数用户

虽然三大运营商都在以不同方式下调资费,但阚凯力教授指出,仔细看来这一轮资费下调惠及用户较少,大多集中在 3G 业务,而目前国内的 3G 用户依然寥寥无几。

据近日三大运营商公布的数据显示,截至 8 月底中国移动累计用户总数达到了 5.03 亿户;中国联通累计移动电话 1.41 亿户;中国电信累计 CDMA 用户总数升至 4381 万户。但专家预计年底国内 3G 用户最多达到 750 万户-1000 万户。

有业内人士认为,受制于中移动 TD 在网络和终端上的不成熟以及中国电信在 3G 终端上的不成熟,国内 3G 市场迟迟无法启动,消费者处于观望阶段。

虽然中国移动也于昨天宣布下调资费,但针对的用户也只限于“国际及港澳台”。据中国移动介绍,此次漫游资费调整包括中国台湾、澳大利亚、新西兰、美国、法国、瑞士、荷兰等地,其中台湾地区的漫游话费低至 1.99 元/分钟,其他地区低至 2.99 元/分钟。

专家解读

这只是运营商深度价格战的一个策略,而不是什么全面单向收费时代来临的信号。在中国,实行全面的单向收费几乎不可能,原因有二:一是网间结算不清晰,二是涉及老百姓对话费高低的衡量问题。

——电信专家、全球知名咨询公司 Frost&Sullivan 首席顾问王煜全

单向收费其实不是这件事的焦点,国内很多套餐已相当于单向收费了。从趋势上看,手机资费价格下降是必然趋势,而企业间出于竞争需要,为用户提供更多更丰富的捆绑、套餐产品是必然的。

——计世资讯副总经理郭海涛

作为国内移动通信市场的新兵,中国电信此举冲击市场现有格局、吸引用户加入的意图非常明显,虽然没有完全取消漫游费用,但已经领先了其他运营商,很容易赢得用户的心理认同,从而将商旅业务较多的中高端用户吸引到它的旗下。

——天津理工大学电子信息工程学院院长魏臻

来源: 人民网-国际金融报 2009 年 09 月 24 日

【中国移动】

中国移动 OPhone 补贴共 1800 元，无最低月消费

中国移动近日在上海正式启动 OPhone 手机销售工作，并同时启动了相应促销活动。

OPhone 用户可以前往上海移动指定营业厅及迪信通指定网点购买 OPhone 手机，将享受 1500 元话费补贴及 300 元的新业务资费补贴，共计 1800 元。

不过，值得注意的是，本次活动中，用户不需承诺最低月消费额，该消息也得到了相关市场人员的确认。

上海移动对外表示，本次 OPhone 手机促销活动自 9 月 28 日起至 10 月 28 日，用户凭借有效证件到指定网站购机后，即可享受相应的资费返还补贴优惠。

上海移动特意指出，本次活动没有最低月消费限制，用户购机就可享用 1500 元话费补贴，每个月返还 100 元话费，持续 15 个月；而新业务资费则值得是手机视频、139 邮箱等新业务包月费，每个月赠送 20 月的业务套餐费，持续 15 个月，共计 300 元。

来源：比特网 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

明年中开始 TD-LTE 大规模外场测试

在 27 日召开的“移动互联网对未来无线通信技术的影响”研讨会上，中国移动研究院无线所副所长丁海煜透露，在 2010 年中，将进行 TD-LTE 的大规模外场试验。

尽管丁海煜没有说明外场试验的具体情况，不过，可以明确的是，TD-LTE 将服务于明年进行的上海世博会。“会在世博会方圆 5.28 公里的面积内，将部署 15 个 TD-LTE 基站。”

目前，TD 网络设备的供货商有中兴、华为、大唐、诺基亚西门子、普天、爱立信、烽火、新邮通。丁海煜没有透露服务上海世博会的 TD-LTE 基站将出自哪家厂商之手，不过，他在随后接受 C114 采访时表示，中国厂商的研发比较靠前。

在今年上半年，某不愿透露姓名的业内人士透露，从 2010 年第二季度开始，就会开展基于 TD-LTE 进行室内外的大规模试点，测试至少在两座城市，超过 100

个基站。

来源：赛迪网 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

中移动下调国际漫游费，最高降幅达 80%

近日获悉，在国庆节及中秋节来临前夕，中国移动大幅下调国际及台港澳业务资费，平均降幅逾 50%，最高降幅达到 80%。

据悉，此次中国移动的漫游资费调整范围包括台湾地区、澳大利亚、新西兰、美国、法国、瑞士、荷兰等地，其中台湾地区的漫游资费降至 1.99 元/分钟，其他地区降至 2.99 元/分钟。台湾和美国的 GPRS 流量费均降为 0.01 元/KB，降幅高达 80%。

据了解，手机移动用户如漫游至香港或韩国，还可选择相应的一卡多号优惠资费，漫游韩国接听电话不收费，漫游香港话费最低 0.39 元/分钟，短信 0.19 元/条。

中国移动还以套餐形式大大降低 18 个国家和地区的国际长途资费，包括至美国、加拿大、新西兰等。

而国内方面，中国电信宣布 10 月 1 日我的 e 家、商务领航和天翼商旅套餐的新、老客户同时享受全国接听免费的优惠。联通将于 2010 年 1 月 1 日开始取消手机用户长途漫游费。中国移动降低或取消漫游费尚无消息。

来源：飞象网 2009 年 09 月 25 日

[返回目录](#)

【中国电信】

电信 3G 单向收费，致力于将 3G 推入平民时代

值此建国 60 周年之际，中国电信向全国电信客户献上国庆大礼：自 10 月 1 日起，我的 e 家、商务领航和天翼商旅套餐客户，在全国范围内率先推出手机全国接听都免费的政策。这意味着，说了那么多年，在 2G 时代中国老百姓都没能盼到的手机通话单向收费，在 3G 时代，终于由中国电信率先替百姓圆了全国接听免费的愿望。

据悉，加入商务领航、我的 e 家、天翼商旅套餐的客户，自 10 月 1 日起，均可享受国内接听免费。普通的手机用户，只要任选一款天翼商旅套餐（最低档位仅为 69 元），即永久可享受接听免费。加入我的 e 家、商务领航的门槛则更低。

而且，加入以上三类套餐又能同时享受套餐内的其它优惠。老客户也将陆续自动升级，享受优惠。据有关方面测算，对绝大多数有漫游需求人来说，总体通信费用将继续大幅降低。

为了配合此次行动，中国电信将陆续推出 70 余款千元 3G 天翼手机。中国电信的有关人士告诉记者：让 3G 进入平民时代，人人用 3G 正是中国电信规划建设 3G 网络的指导思想。

中国电信的此次行动，带给百姓的实惠是实实在在的：无论 2G 手机还是 3G 手机，在全国范围内接听全部免费，就是说，只要你是中国电信的天翼用户，无论你走到哪，只要在中国大陆（不含港澳台），接电话再不要钱了。

来源：腾讯网 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

中电信最后一个县开通 3G 网络，天翼覆盖高原孤岛

2009 年 9 月 25 日，墨脱光缆通信工程全面建成开通，结束了全国最后一个县不通光缆的历史，中国电信天翼网络成功覆盖“高原孤岛”，墨脱人与全国同步进入 3G 通信时代。

此前，墨脱县是全国唯一不通光缆和不通公路的县，特殊的地理环境和自然条件成为地方经济建设和社会发展的极大制约因素。

随着“一产上水平、二产抓重点、三产大发展”和“保增长、保民生、保稳定”的经济发展战略的加快实施，社会各界和广大用户日益迫切需要使用现代通信手段。为了彻底改变墨脱县通信能力与通信需求极不适应的状况，并以通信的适度超前发展促进经济社会的跨越式发展，促进社会稳定和民族团结，中国电信西藏公司从讲政治、顾大局、保稳定、促发展的高度，义不容辞地承担起墨脱光缆通信工程建设重任，把解决墨脱通信问题作为深入学习实践科学发展观的实际行动，切实加强领导，精心组织，努力把墨脱光缆通信工程打造成助推信息化建设的“精品工程”，打造成群众满意的“民心工程”，打造成共和国 60 华诞的“献礼工程”。

2009 年 6 月，墨脱光缆通信工程破土动工。工程项目包括新建波密至墨脱 24 芯干线光缆和墨脱通往达木、格当、德兴、背崩等 4 个乡镇及 2 个边防营地 12 芯支线光缆，光缆线路总长度为 236 公里；建设 8 个 EVDO 型 C 网基站以及相应的宽带和语音接入设备，满足各族用户使用固话、宽带、数据、移动、3G 等多元化业务需求。工程总投资达 1400 余万元。

由于不通公路且地理环境、气候条件极其复杂，工程施工难度大，建设成本

高，大部分设备、材料运输要靠人背畜驮，施工人员还要面临滑坡、泥石流、崩塌等自然灾害的威胁，蚂蝗、蚊虫、毒蛇叮咬更是家常便饭。为了让光缆早日进入墨脱，施工人员不顾个人安危，克服重重困难，翻山越岭，冒风雪，顶烈日，穿行无人区，露宿森林间，保进度、保工期、保质量，一步步向墨脱挺进。7月21日，波密至80K光缆线路和C网基站开通；8月15日和21日，墨脱光缆线路和C网基站先后建成开通；8月下旬，4个乡镇和2个营地光缆和C网基站全部建成开通，中国电信天翼3G网络成功覆盖“高原孤岛”墨脱及所属主要乡镇和运输要道沿线。

墨脱光缆工程的建成开通和中国电信天翼3G网络的成功覆盖，从根本上改变了墨脱通信的落后面貌。当地各族群众可以自由地使用语音、宽带、数据、移动、天翼3G等各种电信业务和综合信息服务，共享与世界同步的现代信息文明，成为墨脱通信建设史上的里程碑，她对于提升当地信息化水平、促进经济发展、维护社会稳定具有十分重要的意义。

中国电信西藏公司党组书记、总经理李晓华表示：全面服务西藏经济社会信息化是中国电信矢志不渝的追求。在推进西藏跨越式发展的进程中，中国电信西藏公司将继续发扬特别能吃苦、特别能忍耐、特别能战斗、特别能奉献的精神，坚持以科学发展观为指导，忠实履行社会责任，按照“战略转型上水平，服务信息化创一流”的要求，充分发挥在信息化建设中的主力军作用，为小康西藏、平安西藏、和谐西藏、生态西藏建设作出新的更大的贡献！

来源：搜狐IT 2009年09月25日

[返回目录](#)

电信已占据中国互联网流量半壁江山

近日，在国内第三方数据统计分析服务提供商CNZZ发布的2009年1月至9月中国网民的网络接入商使用情况分析报告中了解到，占据中国互联网流量半壁江山的仍然是国内最大的运营商——中国电信，其占据市场接近百分之六十的份额。



据 CNZZ 数据专家提示: 国内最大运营商电信占据中国互联网流量半壁江山, 市场份额超过 50%, 第二大运营商网通占据 24% 市场份额, 它们均保持各自稳定的市场份额。教育网做为校园网络的主要服务商, 2009 年 7 月-8 月期间受学生放假影响, 市场份额明显下降, 2009 年 9 月开始逐渐恢复, 达到 0.67% 的市场份额。目前 3G 接入网络则是大众关注的热点, 继中国移动在今年推出 3G 服务后, 加强手机用户的 WAP 服务, 市场份额在 8 月以后有明显上扬, 9 月初已经覆盖 1.09% 的上网流量, 而联通则呈现下滑趋势。

来源: 搜狐 IT 2009 年 09 月 25 日

[返回目录](#)

【中国联通】

3G 商用大战降临: 联通解析自身挑战与优势

随着中国联通宣布将于 10 月 1 日起正式开始 3G 商用, 我国正式进入 3G 商用时代, 市场竞争更趋白热化。据中国联通方面分析, 其面临挑战与优势非常明显。

坦言面临三大挑战

近日, 中国联通董事长常小兵面带微笑, 点击 WCDMA 手机启动按钮, 大屏幕中国地图上 285 个开通 3G 业务的城市同时点亮。这不仅揭开了联通 3G 业务商用的序幕, 同时也吹响三大运营商 3G 大战的号角。尽管拿到把好牌, 拥有目前全球部署最广泛、产业链最成熟的 WCDMA 牌照, 但中国联通方面仍表示, 自身运营 WCDMA 面临三大挑战。

首先, 中国联通所采用的 WCDMA 制式尚属首次在国内建网, 如何在最短的时间内完成全球最大的 WCDMA 网络建设工作, 正确规划、设计满足运营商业务发展

需求的网络是个挑战。

其次，3G 商用时代到来后市场竞争更为激烈，中国联通原有品牌影响力较弱、用户规模较小、ARPU 值相对较低，如何通过运营 WCDMA 网络的契机以弱搏强，将影响到未来整个中国 3G 市场格局。

此外，3G 意味着互联网的移动化，加快开发受用户欢迎的应用产品也是一个新的挑战。

优势同样明显

当然，在这场即将来临的 3G 大战中，联通的优势也同样非常明显。比如 WCDMA 的技术优势、联通原有的 GSM 网络基础、以及双网运营经验等。中国联通总经理陆益民坦言，推出全业务品牌“沃”，就是希望能够在 3G 时代以技术优势为基础赶超竞争对手。

据称，相对 TD-SCDMA 与 CDMA2000，WCDMA 网络具有速率快、后向演进平滑、国际漫游范围广、用户体验好等优势。中国联通总经理陆益民指出，联通在 3G 时代将以技术优势为基础赶超竞争对手。

中国联通方面还表示，一方面中国联通拥有覆盖较为广泛的 GSM 网络，这为 WCDMA 网络和业务的底层支撑网络，并为 WCDMA 网络提供了主要的站址资源。另一方面，“联通本来就有双网运营经验”，这对 2G、3G 网络运营提供了经验。

同时，中国联通现有固网、移动网两张网络，可以充分利用原有的人员、产品、渠道等方面资源，为用户提供融合业务。

3G 友好体验用户已达 53 万

据联通方面昨天透露，其 3G 友好体验用户已达 53 万。其中 3G 手机友好体验用户 43 万，3G 数据上网卡用户 10 万。

WCDMA 产业链是三大制式中最成熟的，主流芯片厂商都已支持 WCDMA，终端方面已有 150 家厂商的 2000 余款终端产品。目前，保守估计我国至少已有 1000 万部 WCDMA 手机正在使用中，以此推算其中 96% 为水货。

联通已表示“开放自备机入网的政策”，这也意味着水货手机可以入网，联通 3G 用户有望在短期内有较大突破。在内容方面，除计划推出的手机应用商店“沃商店”，联通还表示已获得了广电总局颁发的信息网络传播视听节目许可证，目前与央视、上海文广都有内容合作。同时，它还与 33 家无线数字音乐版权公司正式开展音乐版权合作。

来源：中国通信网 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

联通超前规划快速建网，年底覆盖 335 个城市

中国联通 2009 年网络建设进程。至今年年底新增 50 个城市，提供 3G 服务

10 月 1 日新增 17 个城市，开始提供 3G 正式商用服务

8 月 1 日新增 168 个城市提供 3G 友好体验服务

6 月 28 日新增 44 个城市，提供试商用服务

5 月 17 日试商用完成 55 个城市网络建设，后新增 1 个

1 月份完成 WCDMA 网络设备招标

优质的网络是开展电信业务的基础条件。

从今年 1 月份获得 3G 牌照起，在短短的 8 个多月时间内，中国联通完成了 285 个城市的网络设备招标、工程建设、网络优化等各项庞杂的工作，创造出了世界 WCDMA 网络建设史上少有的高速度。优质高效的 3G 建网，为中国联通 3G 运营打下了坚实的基础。

超前规划促成快速建网

好的计划是成功的一半。中国联通 WCDMA 网络建设实现了“世界级”速度，这与其良好的前期规划是分不开的。

“中国联通在这么短的时间内能完成全国 285 个城市的 3G 商用网络建设，其中最主要的原因是我们提前做好了全面的网络建设规划。根据中国联通的 3G 运营部署，我们确立了几个阶段性建网目标，即在 5 月 17 日开启试商用时完成 55 个城市的网络建设，10 月 1 日正式商用时完成 285 个城市的网络建设。目前我们制定的网络建设目标都已基本顺利完成。”中国联通移动网络公司网络建设部副总经理刘北阳表示。

WCDMA 网络建设不是一步到位的，在建网初期考虑到建网成本问题，中国联通采用了“统一规划，重点区域网络覆盖一步到位”的部署策略。

中国联通在 WCDMA 网络覆盖统一规划上提出了综合点、线、面和室内覆盖方案：

“面覆盖”分别针对东部、中部、西部地区采用不同覆盖策略：东部人口密集，初期要覆盖到所有城市市区、县城城区和重点乡镇；中部地区覆盖到所有城市市区和重点县城；西部地区人口密度不大，初期只覆盖重点城市市区。

“线覆盖”充分考虑高端用户的满意度，重点确保机场到城区的高速及国内城际高铁的覆盖，满足高端用户的优质体验。

“点覆盖”针对人口流动性非常大的区域，如机场、交通枢纽、重要的旅游景点等进行重点覆盖。

“室内覆盖”是针对现有 2G 室内分布系统的覆盖区域进行 WCDMA 网络的室

内覆盖。

由于 WCDMA 网络已经实现了全球的广泛部署，所以中国联通在制定网络建设指标时充分参考了其他国家的网络建设经验。目前，WCDMA 网络主要分布在欧洲和东南亚国家。欧洲地区的地形、环境等与中国差别较大，其借鉴意义相对较小，而东南亚国家的地理环境、人口分布等与中国相似度较大，所以中国联通在制定建网指标时更多地参考了东南亚各国的建网经验。

可以说，正是由于中国联通在网络建设前期细致、务实的规划，才创造出了快速、优质建网的奇迹。

年底覆盖全国地级市

10 月 1 日开启 285 个城市的 3G 商用仅是中国联通 3G 网络建设的阶段性目标之一。在今年年底前，中国联通还将完成后续 50 个城市的网络建设。

“在今年年底前完成总共 335 个城市的 WCDMA 网络建设之后，中国联通将基本实现 3G 网络覆盖全国地级市的目标。建成的 3G 网络不仅覆盖这些城市的市区，还将完成郊区及县域覆盖，同时实现辖区内 5A 级景区的全覆盖和 4A 级景区的 70% 覆盖。中国联通的 3G 网络也将对这些城市之间的主干道进行全面覆盖，保障用户能够实现 3G 业务的连续使用。”刘北阳说。

当然，完成网络覆盖仅是第一步，随后还要通过不断地优化进而提升网络服务质量，发掘网络潜力。在这一点上，中国联通也有着详细、周密的计划。

中国联通把 WCDMA 网络优化分成四个阶段：第一阶段，对工程建设质量提出要求，这一阶段主要是确认合作伙伴并对网络提出初步要求；第二阶段，实施工程建设团队与网络维护优化团队的衔接，完善网络优化细节；第三阶段，由中国联通运维部门对即将实现商用的城市进行大规模抽测，大部分城市都会被抽测到，目前已经完成了一部分；第四阶段，由中国联通业务部门进行业务验证，从而检查网络的服务质量。

通过这四个阶段的网络优化，中国联通的 WCDMA 网络将初步实现优质覆盖。不过，总的来说移动通信网络的优化是一个动态的过程，贯穿于整个网络生命周期的始终。随着应用的深化，中国联通将根据业务发展情况不断对网络进行改进，从而建成一张精品网络为商用服务。

支撑系统为运营提供保障

为了服务 3G 商用，除了网络基础设施建设之外，后台运营支撑系统的建设及升级也必不可少。

目前，中国联通正式启动了 3G 运营，全业务运营格局已基本形成。只有后台支撑系统实现了融合，才能真正实现业务的融合。运营支撑系统是电信业务的重要生产管理工具，它要满足业务发展的需求，要对业务管理者的管理思路进行

具体体现，要起到有效的约束作用，按照业务的逻辑关系，形成产品的闭环应用，有效地发现和避免出现非逻辑的漏洞。

中国联通业务支撑系统部规划处处长娄瑜对《中国电子报》记者说：“我们从去年年底开始 BSS(业务支撑)系统的升级改造工作，从建设之初就考虑到了 3G 的需求。新型运营支撑系统的建设确立了统一需求、统一规范、统一实施管控和统一版本的‘四个统一’支撑系统建设思路。业务支撑系统要在满足并提升系统计费能力的同时，提升对综合业务的管理能力，不仅要满足 2G、固网的运营需求，还要满足 3G 以数据业务为主的运营模式。”

基于“四个统一”的建设思路，中国联通从去年年底开始进行支撑系统的升级工作，在半年内完成了 22 个省区市的运营支撑系统建设，使中国联通的运营支撑系统的整体能力得到极大的提升，在短时间内完成了对 3G 业务的支撑。同时，此举也避免了业务支撑系统的低水平重复建设。

在新运维支撑系统的建设过程中，中国联通非常重视标准化部署。由于标准化的高度统一，中国联通在部署一项 3G 业务时，能在全国上下迅速统一实施。过去完成同样的任务需要 3 个月到半年，现在新业务能在一周内上线。

3G 时代实际上没有什么杀手业务，而是多种多样增值业务形成的“长尾”。3G 计费的实时性要求更高，计费模式更加多样化，产品数量众多，产品生命周期管理能力需要得到增强，用户可通过各种渠道获得 3G 业务。

为了达到这一目标，中国联通新建的运营支撑系统在全国范围内进行了三轮验证工作，最终具备了综合业务支撑能力，可以让用户通过网上营业厅、WAP、电话、短信等多种形式实现业务定制。

现在，中国联通的 3G 网络已经全面完成了预定建设目标，为实现全面商用做好了准备。

来源：中国电子报 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

中国联通 3G 业务十一商用，详解资费政策

9 月 28 日，中国联通举行 3G 业务正式商用新闻发布会。随着中国联通董事长常小兵用手机上网登陆手机营业厅，点击启动按钮，大屏幕中国地图上 285 个开通 3G 业务的城市，以同时点亮的方式，宣告这些地区的用户将自 10 月 1 日起，同步迈入中国联通沃 3G 业务的精彩时代。

三类套餐详解

会上，中国联通个人客户部总经理周山介绍，在 3G 试商用基础上，考虑到

用户数据业务需求，中国联通进一步优化了资费体系、丰富了产品种类、增加了数据业务比重，为用户分享中国联通的众多精彩沃 3G 业务提供方便。

正式商用后，中国联通沃 3G 业务资费全国统一，包括手机用户套餐和无线上网卡套餐。手机用户套餐分为沃 3G 基本套餐、沃 3G 学生套餐和沃 3GiPhone 套餐三类。手机用户套餐的手机上网流量不区分本地和漫游，超出套餐后流量单价为 0.0003 元/KB。国内语音通话与可视电话均采用“长、市、漫三费合一模式”，在国内任何地方拨打国内任何地方的电话，都不再收取长途费和漫游费。全国范围内接听语音电话和可视电话均免费。

沃 3G 基本套餐从 96 元到 886 元共 9 档，每档套餐均赠送来电显示和容量为 10G 的手机邮箱。3G 学生套餐设 66 元一档，套餐外拨打语音通话每分钟 0.2 元，拨打可视电话每分钟 0.9 元。3GiPhone 套餐从 126 元至 886 元共 8 档，套餐内包含 450MB 至 4GB 流量，120 至 880 条短信、15 至 95 条彩信，同时赠送来电显示。套餐内包含 320 至 3000 分钟通话，套餐外拨打语音通话每分钟 0.15 元。

3G 无线上网卡套餐共分为 80 元、150 元、200 元、300 元四档，所包含流量分别为 1G、3G、5G、10G，超出套餐后的数据流量单价为 0.1 元/MB。套餐执行自动升级，每月自动根据用户使用流量计算省钱方式，并提供短信流量提醒。

年底 80 余款定制终端上市

在启动仪式上，中国联通李刚副总经理还为沃 3G 业务社会销售渠道合作伙伴颁发了中国联通沃 3G 业务全国销售合作伙伴证书。

据介绍，随着 3G 业务正式商用，从 10 月开始将陆续推出包括 iPhone3G、三星 GooglePhone、宇龙 W700、中兴 F106 等 80 多款 WCDMA 手机定制终端。所有的 WCDMA 手机将采用完全市场化的销售体制，由中邮普泰、天音、爱施德、联通华盛等四家全国代理商向联通自有营业厅及所有社会渠道开展销售，并执行统一的渠道、资费及促销政策。中国联通所有分公司不采购终端。

十一一起开展主题促销

中国联通个人客户部负责人表示，为回馈中国联通的广大用户，中国联通从 10 月 1 日到明年 2 月 28 日隆重开展主题为“选 3G，就选沃”主题促销活动，推出“存费送手机”、“可视电话亲情送”、“入网优惠”等促销政策。选择 186 元及以上套餐的用户，预存一定金额费用，签约在网两年，即可获得一定额度的购机补贴，补贴最高达 4253 元，可用于购买任何一款沃 3G 定制手机。

促销期内新入网 186 用户，同时购买上网卡产品包，可享受免 186USIM 卡费、上网卡产品包 9 折优惠，在 2010 年 12 月底前，更可享受超出套餐可视电话网内拨打，打一分钟送一分钟的优惠。在网上营业厅购买 3G 套餐免 USIM 卡费，购买上网卡产品包打 95 折，用户足不出户尽享 3G 优惠。

在网使用手机超过 500 款

据了解，WCDMA 网络是目前世界上部署国家最多、用户群最庞大、产业链最成熟的 3G 移动通信制式，这为中国联通快速开展网络建设和业务部署等工作创造了条件。

今年 1 月 7 日，工业和信息化部向中国联通颁发了 WCDMA 制式的 3G 业务经营许可证。5 月 17 日，中国联通首批 55 个城市启动了 3G 业务的试商用。随后，根据沃 3G 试商用业务的进展情况，中国联通又于 6 月 28 日和 7 月 28 日在全国重点城市相继启动第二批和第三批沃 3G 业务友好体验，吸引了大量用户参与试用并广受好评。

中国联通个人客户部负责人说：“参加试商用期间友好体验的用户总数约 50 万，在网使用的手机（包括定制机和非定制机）超过 500 款。”

来源：飞象网 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

苹果 3G iPhone 国庆在华预售，中国联通买断包销

苹果 iPhone（iPhone 玩家论坛）手机十月一日起在国内预售，预计零售价五千元左右。

八月二十八日中国联通证实与苹果公司达成协议，iPhone 手机四季度在中国上市。

据悉，通买断苹果 iPhone 手机在华三年独家销售权，包销一定数量的 iPhone 手机。

联通同日公布了针对苹果 3G iPhone 的资费套餐，资费分八档，从一百二十六元至八百八十六元不等。中国联通副总经理李刚表示，用户十月一日起可以登记购买，但到货时间将会稍晚。

借助苹果 iPhone 手机在消费者中间的影响力，联通希望增加更多用户使用联通 3G 网络。国金证券的一份研究报告称，由于 3G iPhone 资费高于 2G，五百万台 iPhone 将为联通带来每年七十二亿至一百一十二亿元的新增收入。

不过分析人士指出，苹果进入中国会遇到中国移动 OPhone、诺基亚、水货苹果 iPhone 等终端的挑战。第一创业分析师任文杰预测，iPhone 对联通营收的贡献二 0 一 0 年才会显现出来，而净利润贡献则要等到二 0 一 一 年。

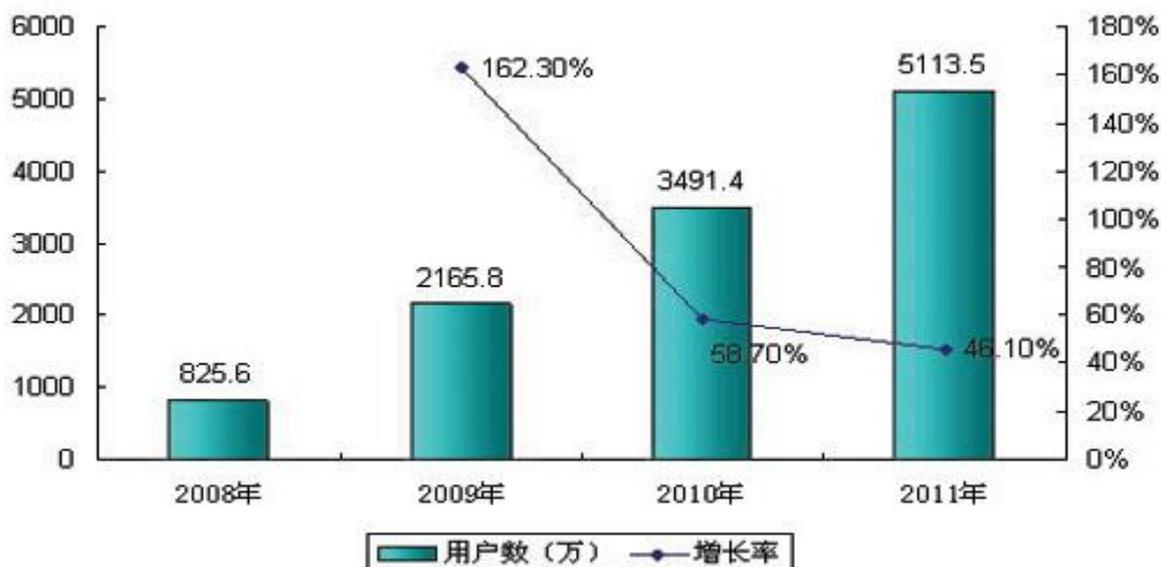
李刚对苹果 3G iPhone 的销售目标保持谨慎，表示这还是个未知数，不过中国联通即将推出开放式手机应用商店，将会带动手机产业价值链的发展。

来源：中国新闻网 2009 年 09 月 29 日

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯持续投入塑造 TD 终端优势品牌



2008年-2011年中国 TD 用户数及预测

在 3G 时代，运营商无疑会更多地主导产业的发展。对终端企业而言，要想在 3G 时代赢得市场，就必须尽力满足运营商的深度定制要求

在国际金融危机的大环境下，全球手机市场近期均出现了一定程度的萎缩，但已跻身手机销量全球前五名的中兴手机却实现了逆市上扬。2009 年上半年，中兴手机终端销售突破 2700 万部，同比增长 36%。

中兴通讯副总裁何士友表示，目前中兴手机 70% 的收入来自国外，30% 的收入来自国内。随着国内 3G 市场的启动，中兴通讯希望将国内业务收入的比例由 30% 提升到 40%。

国内 TD-SCDMA 终端市场的不断扩大为中兴手机快速发展提供了契机。由于在 TD 领域进行了持续的大规模投入，如今的中兴通讯已经在 TD 终端市场收获颇丰。随着中国移动 MM(移动应用商场)和 OPhone 平台的推出，中兴通讯有望在 TD 智能领域获得更强的竞争力。

初期坚持大规模投入

重视研发是中兴通讯的传统。中兴通讯长期以来坚持将销售收入的 10% 投入研发，即便在国际金融危机的不利环境下，中兴通讯仍坚持这一原则不变，以促

进技术实力不断加强。

据了解，中兴通讯的员工中有 40% 是研发人员，在全球设有 15 个研发中心，累计申请专利达 2 万余项，其中国际专利 1500 余项，在手机方面申请国内专利累计达 2500 项，在国内企业中排名第一。“正是由于有重视研发的传统，中兴通讯才会在 TD 终端领域提前布局，持续投入。”中兴通讯 TD 产品线总经理罗忠生说。

中兴通讯在 2004 年就组建了 TD 研发团队，当时只有 10 个人。而截至目前，中兴通讯的 TD 研发团队已达到 700 人的规模。中兴通讯在 TD 研发方面的年均投入达到 2 亿元。“企业维持这么大的投入，不仅需要勇气，而且需要远见。”罗忠生说。其实，包括罗忠生在内的中兴手机的高层也担负着不小的压力，毕竟在产业发展初期，每年数亿元的研发投入对任何企业来说都是一种风险。

然而事实证明，中兴通讯的勇气和远见获得了回报，风险也自然被转化成发展的机遇。根据第三方市场调研公司的数据显示，中兴通讯 TD 终端在 2008 年的销售额超过了 3 亿元。

中兴通讯在 TD 领域持续的大手笔投入也得到了运营商的认可。在中国移动的两次招标中，中兴通讯 TD 手机均获得了 25% 以上的份额，TD 上网卡则占据了 80% 以上的份额。

中兴通讯日前发布的上半年财报也显示出其在 TD 终端市场的成功。财报显示，中兴通讯 TD 上网卡已经获得 80% 以上的市场份额，内嵌中兴通讯 MU301 模块的上网本出货量也突破了 5.5 万台，约占整个市场的 36%，牢牢占据了 China TD 终端产品第一品牌的位置。另外，中兴通讯上半年手机终端总销售量突破 2700 万部，同比增长 36%。

联合运营商助推产业发展

自 TD 商用启动后，TD 终端缺乏一度成为 TD 产业发展的瓶颈之一。调动国内外终端厂商的积极性，从而开发出有影响力的 TD 终端产品，成为 TD 产业链共同的责任。

今年 3 月份，针对 TD 终端发展滞后的问题，中国移动发布了《中国移动通信集团 TD-SCDMA 终端专项激励资金联合研发项目招标公告》，宣布投入 6 亿元启动“TD-SCDMA 终端专项激励资金联合研发项目”招标工作。中兴通讯在“旗舰宽带互联网手机”项目中成功中标，成为获得中国移动资金支持的 5 家终端企业之一。

“TD 终端专项激励资金主要扶持的是中国移动认为‘对 TD 全局发展有特别意义的终端和芯片厂商’，这表明中兴通讯的终端产品在运营商心目中有着重要的地位。”罗忠生表示。

中兴通讯副总裁何士友认为，获得中国移动 TD 终端研发激励资金，一方面可以为 TD 产业的发展作出自己的贡献，另一方面也可以提升中兴手机的品牌知名度。

其实，中兴通讯与诺基亚、三星等国际手机企业相比，最主要的差距其实不是出货量，而是品牌。今年第二季度，中兴手机全球市场占有率已超过索尼爱立信，出货量已经进入全球前 5 名，但品牌仍是中兴通讯亟待加强的地方。

“品牌一直是困扰中兴手机发展的问题之一。中兴通讯也意识到品牌的重要性，因此将品牌建设列为公司的八大发展战略之一。”何士友说。

罗忠生认为，与运营商加强合作，开发高端旗舰 TD 产品，既有助于打造 TD 终端的良好形象，又有利于提升中兴手机的品牌形象。

紧跟应用打造智能精品

在 3G 时代，运营商无疑会更多地主导产业的发展。对终端企业而言，要想在 3G 时代赢得市场，就必须尽力满足运营商的深度定制要求，配合运营商研发出既能满足消费者需求、又能助推其数据业务推广的终端产品。

中兴通讯深谙跟运营商“捆绑”的重要性，因此能在第一时间对运营商推出的策略作出反应。8 月 17 日，中国移动推出了移动应用商场 MM，在丰富现有网络应用的同时，更为 TD 网络大显身手提供了应用基础。在刚刚结束的 2009 年中国国际信息通信展上，中兴通讯发布了 TD 双模双待智能手机 U700 以及“TD+CMMB”（中国移动多媒体广播）电视手机 U500。据了解，这两款手机都内置了中国移动的 MM 业务。

8 月 31 日，中国移动推出了全球首个由运营商主导研发的智能移动终端软件平台——OPhone 平台。无论对运营商还是对终端企业而言，OPhone 手机都十分重要：运营商希望借助 OPhone 手机迅速推广自己的各项业务，特别是 3G 数据业务；对终端厂商来说，通过研发推广 OPhone 手机，一方面可以拉近与中国移动的关系，获得运营商更多的支持，另一方面则可以快速进入智能手机市场，甚至是 3G 智能市场。

罗忠生表示，OPhone 的正式推出将加速 3G 产业的发展，让消费者真正体会到 3G 带来的全方位体验。中兴通讯作为 OPhone 联盟的重要成员，一直参与 OPhone 手机有关标准的制定、技术体系的完善以及产品的开发，并计划于 2010 年第一季度推出 TD 版 OPhone 产品。

据介绍，中兴通讯开发 OPhone 手机具有得天独厚的优势：

首先，中兴通讯在 TD 技术上具有深厚的技术基础，已成功开发出多款 TD 手机。

其次，中兴通讯在手机操作系统领域布局较早，对 Andriod（基于 Linux 平

台的开源手机操作系统)平台有较强的移植能力。OPhone 手机采用的 OMS(开放移动系统)手机操作系统借鉴并兼容了 Android 平台,采用开源的 Linux 作为系统内核。

再次,中兴手机在多媒体和网络处理性能方面也具有一定的竞争力。罗忠生表示,中兴通讯高度重视手机娱乐应用软件的开发工作,在重庆、南京等地均设有相关研发团队,在手机娱乐应用的相关软件和解决方案开发方面具有较强的实力。

在 TD 终端、操作系统以及应用的研发方面,中兴通讯都积累了丰富的经验,这对中兴通讯研发 TD 制式的 OPhone 手机具有极大的帮助。随着 TD 智能终端市场的扩大和 TD 产业的发展,中兴手机有望在不断刷新销售记录的同时,提升品牌形象,跻身国际一流手机制造商之列。

来源: 中国电子报 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

【爱立信】

爱立信对 TD 的投资坚定不移

日前,爱立信大中华区总裁马志鸿表示,在 TD 三期招标中,爱立信获得的份额与自身的实力、投入的资源不相称,没有取得预期的回报。这是继对 TD 二期招标结果表示不满之后,马志鸿再次对 TD 招标结果表示失望。

马志鸿说,爱立信在 3G 领域的整体优势明显,是商用经验最丰富的厂商之一,多年来一直都在履行对 TD 的承诺,投入了大量资源,努力参与打造和完善 TD 产业链,并且是唯一一家能够提供 TD 端到端全套解决方案的国外厂商,但爱立信付出的努力并没有得到应有的回报。

不过马志鸿表示,尽管如此,爱立信还是会坚定不移地继续履行在 TD 上的承诺,继续加大在 TD 领域的投入。对于中国 3G 今后几年的发展,马志鸿态度非常乐观,他预计 1-2 年内,中国 3G 市场就会进入快速起飞的阶段。

来源: 飞象网 2009 年 09 月 24 日

[返回目录](#)

【华为】

谁能复制华为？

中国企业命运多舛，始终与国家命运休戚相关，从建国前的民族资本工业的实业报国，到建国后的大庆精神，再到改革开放后长虹、联想、华为等公司的产业报国，一直是中国企业矢志不变信念。

回顾共和国六十年的历史，幸好涌现和成长了华为这样的民营高科技企业。否则，共和国六十年企业史的辉煌将大打折扣。

但遍寻中国企业，除了那些大型或特大型、以各式垄断而“名”的国有企业外，我们很难找到一家企业家精神为统领，依靠企业自身创新能力真正做大、作强的中国企业。因为自共和国成立以来，我们虽然有了为数不少带“国”字头的世界500强，但还没有一家国际上公认的世界级企业，这不能不说是一种遗憾——因为按照欧美、日本人的经验，打造一个世界级企业，三十年足够了；而打造一个世界级“企业群体”，六十年亦足矣。

中国未来三十年，能否出现更多的华为，这将是中国面临的考验。

遗憾的是，近些年来，自主创新、产业升级、自主知识产权等理念，已经成为中国政府和企业的共识，但并没有成为被中国企业所验证的伟大实践，除了遍地开花、名目繁多的科技园、创新园之外，中国企业的创新成果乏善可陈——90%以上企业的甚至没有自主的专利。套用一位伟人的话：一个幽灵，创新的幽灵，在中国企业游荡。

在中国，为什么创新的理念不能牵引出更多创新的实践？

问题的关键在于中国企业的创新土壤。中国企业高速增长的三十年，为企业提供了诸多的发展机会，在这些机会面前，很少有公司耐得住寂寞，经得起诱惑；当机会主义式的“拐大弯”、“弯道超越”、“贸工技”“以市场换技术”等理念横行时，有多少企业能像华为那样，真正能把创新作为一种信仰，作为一种承诺，作为持之以恒的战略来实施？当一个企业没有建立与世界接轨的管理平台和创新平台，没有建立有活力的创新管理体制，其管理体系支离破碎，捉襟见肘时，如何能对创新活动进行有效的管理，对知识员工的创新活动进行有效的激励和约束？

华为每年坚持把10%的销售收入用于研究开发，但同时华为又实事求是地公开承认：“自创业以来，18年尚无一項原创产品发明”。2007年1月任正非在内部讲话中指出：“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”。他提出了华为研发过程中自主创新与继承的关系——“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。”

在最近任正非总裁转发给笔者的短信中，有这样一段话：“可以说，企业永续发展的秘诀就在于创新和变化。然而，创新则意味着破坏，变革亦伴随着动荡。所以，如何把控制创新与秩序的均衡，如何拿捏变革的节奏与分寸，恰恰是企业管理的真正难点。许多情形下，萧规曹随表现了企业核子基因的传承，而创新更多的是修补。变则通，说对了一半；另一半可能是，变则溃，则死。在创新成为时髦的当今，我们还是要多一些对过度创新的警惕。”可以看出，即使像华为这样的创新性公司，也对创新保持着一种敬畏，保持着理性的思考，并坚持对公司的创新进行着有效的管理。

在中国，华为目前还只能是个案，是一种现象。不可否认，在中国还有很多企业依据自身的特点，经过企业家的智慧思考，走出了一条中国特色的成功的成长道路，我将其称之为“模仿性创新”之路。目前，这条道路被越来越多的中国企业所认同，现在走在这条路的中国企业也越来越多，也诞生了很多“隐形冠军”企业，提出了“学习华为”。

但是，先置华为是否可以复制问题不谈，在长期处于浮躁和盛行机会主义的中国企业界，在社会舆论长期妖魔化华为的背景下，虽然中国企业有“学好”的愿望与动机，但我们所担心的是，这只是一次机会主义的、选择性的和赶时髦的群体无意识式的关注。中国企业善于学习，也善于忘记。在学习过程中，多数企业不论是“体”，还是“用”，以短视的目光，以短期功利的目的，把学习他人作为一种运动，投机地选择学什么和不学什么，而不能像华为那样坚守“先僵化、后优化、再固化”的原则，坚持不懈地老老实实学一家。中国企业学得很累，但效果甚微。从学大庆、学鞍钢，到学联想、学海尔，再到学 GE、学丰田，一路学下来，最后在学习的过程中迷失了自己，而不能像华为那样，通过学习世界级企业，走出了混沌。

来源：21 世纪网 2009 年 09 月 26 日

[返回目录](#)

探路者华为：“世界级企业”命题证伪

1998年3月28日，历时三年、八易其稿而成的《华为公司基本法》写下了《由必然王国到自由王国》一文。文中谈到这个中国首部企业宪章的诞生背景时说：“华为第一次创业的特点，是靠企业家行为，为了抓住机会，不顾手中资源，奋力牵引……第二次创业的目标就是可持续发展，要用十年时间使各项工作与国际接轨。

它的特点是要淡化企业家的个人色彩，强化职业化管理。把个人魅力，牵引精神、个人推动力变成一种氛围，使它形成一个场，以推动和导向企业的正确发展……这个导向性的氛围就是共同制定并认同的《华为公司基本法》，它将规范我们的行为和管理。”

彼时，华为还只是一个销售额不足百亿元的“小公司”，公司的成长动力来自于一群英雄辈出、狼性十足创业者的开疆破土：任正非、孙亚芳、郑宝用、费敏、洪天峰。

2009年4月，华为开始进入第三个十年创业周期，并初步实现其无限逼近“自由”之境梦想。华为2008年实现合同销售额233亿美元，72%的收益来自海外，顺利跃入世界通信设备商“前三”之列，并成功超越了松下等高科技公司，创造了“第一次，一家中国公司成为全球专利申请量第一的公司”（国际专利组织语）之奇迹。

此时，华为公司在一份递交给中央政府的内部汇报材料中，用极其朴素而实事求是的语言总结说，华为成长的动力只来自四点核心观念：“对客户宗教般虔诚”，“艰苦奋斗，以奋斗者为本”，“管理变革，发达国家市场拓展”以及“知识产权积累，与西方公司交叉许可”——这几条管理精髓，与11年前，作为华为价值观、经营策略写入《基本法》的表述，几无二致。

就是这套在华为内部一经制定即坚持执行的职业化、专业化发展道路，催生这个只有21年创业史的中国企业对西方百年老店的超越。

《基本法》的灵魂

上世纪90年代，有人曾经送任正非一本19世纪的美国宪法，手持此书的任当时感叹：“今天看来（美国宪法）并不高明，但它指导了美国二百多年的发展，奠定了美国今天的繁荣。”他据此为构想中的《华为公司基本法》使命做出如下规划——“我们的《基本法》再过二十年后，也许不会有多大价值，但现在必须有一个规范来指导我们的工作。”

据说，令任正非坚定以三年之功理顺《基本法》决心的诸多微小事件中，其中一件则是1997年发生的中国“头号证券大王”管金生及其创办的当时号称“中

国最大证券公司”万国证券轰然倒下的新闻。他转发该则新闻给《基本法》专家组成员，并批注：“转发这篇文章给你们，是让你们知道为什么要搞《基本法》”，“一个多么可爱的人，一个多么有能力的人，八分钟葬送了一个世界级的证券公司。难道我在迫于内部与外部压力的情况下，不会出现疯狂的一瞬？历史是一面镜子。”

黄卫伟收到批注后引用索罗斯的话说：“如果你是一个认真从事冒险的人，你要给自己定纪律。”——《基本法》就是任正非，及其追随者们，给自己定的纪律。

这部“纪律”谈不上严苛，但它思辨，全面，实事求是，同时又开放地接受了美国、欧洲、日本管理文化精髓，同时也务实地考虑了中国科技人员的人性因素。

《基本法》详尽论述了公司宗旨、管理哲学、基本经营策略、基本组织政策、人事政策、控制政策、道德与纪律等管理命题，并给出清晰的战略。譬如，《基本法》不仅规定了企业的追求和愿景——“成为世界级领先企业”，同时亦对实现愿景的路径做了严格界定——“强调人力资本不断增值的目标，优于财务资本增值的目标”。这一条，成为华为此后鞭策自己成长的最为固执的指标。要知道，华为在1998年时人均效率仅是IBM的1/65，朗讯的1/25，而据2009年华为内部人士统计，这个比较指标，已经收窄至1/3-1/6。

与此同时，《基本法》还针对管理哲学的标题下对企业管理当中具体管理细节可能遭遇的矛盾、冲突，进行了为期三年的价值观大讨论。譬如，尊重个性与集体奋斗的矛盾，开放合作与独立自主的矛盾，公平与效率的矛盾，程序化与多样性的矛盾，等等。

华为在建立这套以“从心所欲而不逾矩”为目标的管理制度之时，最具华为特色、同时也最具创新价值的是提出“知本主义”。

《基本法》专家组与任正非在数次讨论之后，结合知识经济时代的特点，在传统经济学“劳动、企业家、资本创造公司价值”的基础上，增加了知识以及知识员工的要素，使其修正为“我们认为，劳动、知识、企业家和资本创造了公司的全部价值。”

此后华为的成长证明，基于“尊重人才，而不迁就人才”价值观的华为内部价值评价体系和价值分配制度，成为华为管理制度中最具特色、也最具活力的部分。而在华为的价值分配体系中，最核心、也是最有激励和凝聚作用的就是从1998年开始大规模施行的内部员工持股制度（2002年后，改革为内部虚拟受限股），这个延用至今的激励制度，成为刺激华为员工斗志最有效的一支兴奋剂。

职业化的堤坝

任正非在 2005 年一次内部讲话中，如此概述了管理和职业化发展企业的要义：“管理就像长江一样，我们修好堤坝，让水在里面自由流，管它晚上流，白天流。水流到海里面，蒸发成空气，雪落在喜马拉雅山，又化成水，流到长江，长江又流到海。循环往复以后，它就忘了——一个还在岸上喊‘逝者如斯夫’的人，一个‘圣者’，这个“圣者”是谁？就是企业家。”

在外界纷纷追问华为接班人之时，任正非想的是，成为老子所言“无为无不为”的“圣人”。

《基本法》起草参与者、中国人民大学教授吴春波说，同样是国际化，华为个案，与联想、TCL 等受制于国际化的中国企业，最根本的不同在于“华为没有过度强调‘跨文化’”。

他说，从华为的管理哲学来看，“‘跨文化’管理其实是一个伪命题——过度强调‘跨文化’，其实是对作为一个现代企业本身存在的管理共性问题的漠视！”从华为的经验而言，在实现国际化之前，首先是管理体系与国际接轨，“企业管理有一些共性的问题，要通过管理机制的提升来解决，而不仅仅是‘文化’问题，也决不只是引入一两个国际职业经理人的问题。”

“任总从 1997 年就开始呼唤从英雄走向团队、群体作战，才有了华为后续与海外对接的一套体制。所以中国企业的国际化，如果寄希望找海外找高手来，就违背这个去英雄主义的方向了。”

一条职业化、制度化的“堤坝”，远远比堤坝里奔腾着什么样的水更重要：

华为修坝的觉醒，起源于《基本法》起草之前 1995 年引入西方的一套工资改革体系，华为创业者彼时只是敏感地意识到，高速发展的知识竞争时代，科技人员的激励是企业发展的根本动力；然而直到《基本法》成稿，华为开始把这套萌芽的“管理思维”扩张为从文化、价值观、到经营策略的完整科技体系。

此后从 1997 年至今，华为开始全面引进国际管级管理体系，包括国际著名人力资源公司 HAY 集团的“职位与薪酬体系”，以及将英国国家职业资格管理体系 (NVQ) 引为企业职业资格管理体系，从 IBM 引进的集成产品开发 (IPD) 及集成供应链管理 (ISC)；2008 年，全球竞争加剧，华为与 Accenture 顾问公司在 CRM (客户关系管理) 上再次展开合作，其目的是优化华为从产品到客户的全流程，以提高华为全球化的运作效率。

“为什么很多中国企业也有管理制度，但是却没有成功，因为它们大都是为了‘解决问题’而生，是不成体系的，管理制度之间没有形成有机的联系。”吴春波说。

而为中国企业构建现代商业思维，作为探路者而生的华为，中国企业应该如发掘她的价值？“华为模式”是否应该成为中国高科技企业未来发展的学习模板，

就像上个世纪中期，美国的“福特模式，日本的“丰田模式”？

类似的追问，不是太多，而是太少！

来源：21 世纪网 2009 年 09 月 26 日

[返回目录](#)

国开行与华为将合作额度扩至 300 亿美元

国家开发银行与华为技术有限公司在北京签署新一轮战略合作协议，将双方的合作额度扩大到 300 亿美元。国开行行长蒋超良和华为总裁任正非（任正非新闻，任正非说吧）出席签字仪式。

海外合作始于 2004 年 最初额度 100 亿美元

早在 2004 年国开行就与华为签署协议，在此后的 5 年内（2004 年-2009 年）向华为提供 100 亿美元融资额度，用以开拓海外市场。

仅公开报道就有 2007 年 5 月，印度第二大移动运营商 Reliance 通信公司从国开行贷款 7.5 亿美元，购买华为 GSM 设备；2007 年 6 月，波兰 3G 运营商 Play 向国开行贷款 6.4 亿欧元，购买华为 3G 设备；2009 年 6 月，俄罗斯第三大移动运营商 MegaFon 从国开行获得 3 亿美元的信贷，购买华为的无线设备。

国开行已经成功运作了中俄石油、中巴石油、中委联合融资基金、中土天然气合作等一批重大项目，支持中石油、中石化、中铝、五矿、中钢、中冶、中信、华为、中兴通讯等中国企业拓展海外市场。

国开行大力支持华为开拓国际市场

近年来华为在海外市场全面开花，已成为全球电信设备市场上重要一极。双方此次签署的战略合作协议，将为华为开拓国际市场提供进一步支持。

国开行与华为的合作可以追溯至 1998 年，当年双方便在华为国内科研生产基地建设项目融资上开展了密切合作。

而华为海外市场扩张策略的贯彻更是得到了国开行的鼎力支持。2004 年 11 月，国开行授予华为 100 亿美元的信用额度以支持华为在海外市场提供买方信贷。

2005 年成为华为发展历程上的一个转折点——当年公司海外营收在整体营收中份额首次超过国内市场。此后华为海外市场营收份额逐年提升，至 2008 年这一数字已达到 75%。

与海外市场营收份额同步增长的是华为的合同销售额，根据华为 2008 年财报，其合同销售额已达 233 亿美元。同时有消息称，今年上半年华为的合同销售额达到了 157 亿美元之多。目前华为已在全球设立了 22 个地区部和 100 多个分

支机构。

2008 年全球金融危机爆发以来，华为抓住反周期发展机遇，实现了逆势增长；而国开行也采取了多种措施支持华为更好地开拓海外市场，共同应对国际金融危机的挑战，共同控制市场风险。

还曾为普天大唐中兴提供信贷

国开行成立于 1994 年 3 月成立，直属国务院领导。作为我国作为我国中长期投融资领域的主力银行，国开行认真贯彻国家“走出去”战略，支持有实力的国内企业到海外拓展业务，已成为我国和最大的对外投融资合作银行。

截至今年 8 月底，国开行外汇贷款余额 801 亿美元，不良贷款率和累计回收率均处于国内外同业领先水平。

除了华为，国开行还曾为普天、大唐电信集团、中兴通讯等国内电信设备供应商提供过贷款。

2006 年 6 月，国开行与中国普天签署了总金额为 200 亿元人民币的开发性金融合作协议，重点支持中国普天科研自主创新、产业升级和国际业务拓展。

2007 年 6 月，国开行与大唐电信集团签署了总金额为 300 亿元人民币的全面合作协议，为大唐的 TD-SCDMA 网络建设提供长期融资支持。

今年 3 月，国开行与中兴通讯签署了总金额为 150 亿美元的开发性金融合作协议，共同建立投融资平台，进行包括海外市场拓展在内的全方位合作。其中海外项目融资额度将用于购买公司设备及相关技术服务的海外客户的融资需求。

来源：中国通信网 2009 年 09 月 23 日

[返回目录](#)

[[摩托罗拉]]

摩托罗拉借力山寨大王联发科反攻手机市场

近日获悉，摩托罗拉内部已制定出借助联发科力量，夺回全球 10% 市场份额的目标。据台湾手机业内人士消息，摩托罗拉日前确立 150 美元以下的手机全部外包的策略，并指定使用联发科解决方案。

联发科称霸大陆山寨手机市场多年，但一直在努力打入一线品牌手机厂商，现在终于有了曙光。为重振雄风，摩托罗拉内部研发力量将重点投入智能手机，入门机型确定将全部外包，随着德州仪器手机芯片部门淡出市场，摩托罗拉已拟定采用联发科芯片的目标，并将售价 150 美元以下机种全部外包，估计每年将至少释出 4000 万部低端手机订单。

联发科表示，争取全球前五大手机品牌厂商是他们既定目标，但目前没有最

新进度。联发科日前调高今年手机芯片出货目标达 3 亿套，而在争取到摩托罗拉后，对该公司明、后年 2G 芯片业绩、甚至未来的 3G 芯片订单，都增添新动力。

摩托罗拉四年前刮起 RZAR 超薄 V3 手机旋风，全球市场占有率一度飙高到 20%，但后续机种欲振乏力，反被库存拖累，从前年第四季业绩一路下滑，今年第二季单季出货量只剩下 1480 万部，全球市占率跌至 5.5%、排名第四。

摩托罗拉上月底任命刘飞负责移动终端事业部功能性手机的产品业务，直接对摩托罗拉联席 CEO Sanjay Jha 报告。刘飞曾担任 TCL 集团高级副总裁、香港 TCL 通讯 CEO，曾任职德州仪器，也曾在深圳的设计公司担任总裁兼 CEO，对大陆手机市场经验丰富。

台湾手机业人士指出，刘飞制定出未来两年内要重回 10% 市场份额的目标，计划将 150 美元以下产品全部外包，但为控制库存风险，将要求代工厂出货后才会计价。但也有担忧是，新模式将增加接单风险，且采用联发科方案是否会造成较高的返修率，也要审慎评估。

台湾岛内有摩托罗拉接单经验的公司包括华宝、奇美通讯和佳世达，但这三家都没有联发科芯片的出货经验，目前正在组建联发科平台的开发团队。华冠已用联发科芯片出货给 LG，却未接过摩托罗拉订单，大单的实现还需时间。

来源：搜狐 IT 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

【其他制造商】

UT 斯达康：沉睡还是没落

曾经，UT 斯达康最大的收益来自于美国市场，时光流逝中，UT 斯达康把主要的阵地转到了中国和印度，并渐渐退出了一些业务阵地，退出那些没有重点投入的非核心业务，这些策略的转变意义重大，根据美证券交易委员会的文件，留下的核心业务是：

发展多媒体通信，寻求 IPTV 和无线基础设施的机会；

关注宽带基础设施，以宽带系列产品为重点；

继续投入 PAS (C114 注：小灵通，也称作 PHS) 和 CDMA 手机以及数据卡市场，提供宽带基础设施和多媒体通信相关产品和服务。

公司最近的声明表示：UT 斯达康是中国和印度 IPTV 市场份额的领先者。

UT 斯达康奔流 (RollingStream) 系统解决方案为客户提供先进的视频服务，如互动电视、数字标牌、移动电视以及远程教学服务。UT 斯达康还发布了与各大运营商的 IPTV 合作，包括印度的 Bharti Airtel, BSNL, MTNL 以及 United

Telecoms, 中国的中国电信与中国联通, 斯里兰卡的斯里兰卡电信, 日本的软银, 拉丁美洲的巴西电信 (Brasil Telecom), 以及台湾地区的 Markwell 公司。

UT 斯达康还是印度宽带市场的领先者。

同时, UT 斯达康为 BSNL 以及 United Telecoms 等运营商部署宽带解决方案, 除此之外, UT 斯达康在拉美一些高速增长的市场取得了不错的成绩。尽管研究机构 Zacks 认为这些区域竞争激烈: 拉美市场的竞争对手目前有汤姆逊、微软、摩托罗拉、思科、西门子以及腾博 (Tandberg)。

我相信, 砍去一些业务, 专注核心业务的策略是明智的, 而且也是重要的。但不幸的是, 很难准备判断 UT 斯达康目前的发展前景, 这也是为什么觉得 UT 斯达康有些赌博的意味。直到未来清晰可见, 不然我应该对 UT 斯达康的前景打个折扣。

三问 UT 斯达康

UT 斯达康到底是已划过长空的流星, 还是未露光芒的潜力股? 我把自己的赌注下了, 买了一些 UT 斯达康的股票。

但是这里有一些迹象, UT 斯达康可能已将赌注分散到别处:

为什么有些业务你们没有退出?

如果 UT 斯达康目前还没有成果, 为什么我们应该相信将来可以?

重组业务机构, 但 UT 斯达康却不能保证能够促进公司的业绩。

UT 斯达康在过去已经亏损了很多钱, 我怎么知道将来会不会再继续亏损?

我把这些疑问吞回肚里, UT 斯达康在中国和印度这些规模庞大的市场占有领先地位, 这些市场的规模如果不是管理团队可以做到赢利, 就是其他的什么人也都可以做到。我敢打赌其他人也会为这些市场规模购买你的股票, 就像 UT 斯达康的股东们相信公司股票能够回升一样。

来源: 中国通信网 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

长沙市掌讯科技: 打造个人通信终端的优秀应用

手机已慢慢超越了通信的意义, 开始转变为数字生活的枢纽。

从“楼上楼下, 电灯电话”的梦想, 到全世界第一手机大国。过去的六十年, 是中国通信产业持续激变的六十年。刚刚到达的 3G 元年, 是中国即将成为手机时代领先国家的起始之年。现在, 手机已慢慢超越了通信的意义, 开始转变为数字生活的枢纽。

不久前, 有报告显示, 截止到 2009 年 6 月, 中国使用手机上网的网民达到

1.55 亿，半年内增长了 32.1%。与整体网民相比，手机上网更多地吸引了年轻群体，尤其是青少年群体的使用。成都一位在校大学生说，他们班上至少有 1/4 的同学都在玩 3G 门户的手机社区，在那里注册了虚拟账号，并通过手机移动终端，在移动社区里交流。对热衷于尝试新事物的中国年轻人来说，3G 的推广和普及，正让手机上网人群逐步扩大化。

尽管网络建设尚未告竣、盈利模式尚不清晰、资费高于消费者心理预期的一些问题存在，但巨大的市场潜力，依然让 3G 产业链里的各个角色奋力，或者向上游、或者向下游，做业务延伸和渗透。除了中国移动、中国电信、中国联通三家运营商均在积极布局 3G 应用外，一些大型跨国公司像微软、谷歌等也对此跃跃欲试，而诺基亚等终端制造商更是积极转型为互联网内容及服务提供商。长沙掌讯公司负责人认为，3G 的核心应用是基于手机互联网，基于个人的通信终端体验应用。

中国 3G 时代正在开始，手机互联网的市场容量、用户需求、行业的创造能力是 3G 产业的关键。今后，手机将会超越通信的意义，从取得了进展，相继出台了全国人大常委会关于维护互联网安全的决定，中华人民共和国电信安全条例、通信短信息服务管理规定等一系列法律、法规和部门规章。对互联网 SP 发展起到了积极的促进作用，但从发展的眼光来看，这些制度和发展的速度和 SP 产业的需求相比仍显滞后，对当前影响 SP 产业发展诚信问题，还是得从准入制度、安全管理、信用体系构建等方面更加完善相关的法律、法规体系。当前和今后一段时间 SP 产业主管部门一项重要的工作，就是市场准入。市场准入政策是法律、法规和行业的监管核心内容，对 SP 发展具有先导性的作用。

长沙市掌讯科技有限公司，主要为个人用户、行业用户、移动运营商、移动终端制造商提供全程的娱乐的信息内容开发、技术支持。

作为电信运营商最重要的合作伙伴之一，长沙市掌讯科技有限公司依靠自身坚实的技术研发队伍和一支具有远见、充满活力的高效管理团队，为不同类型用户提供了随时随地、跨平台、立体整合的移动互联应用及信息服务。在短信应用方面提供了内容丰富、优质高效的客户服务，取得了优异的市场表现。

长沙市掌讯科技有限公司将进一步发挥与国内基础电信运营商紧密合作的成功经验，不断完善各个系列的移动互联服务平台和应用产品。公司致力于各种应用、内容、服务和技术的创新与融合，努力为最终用户和合作伙伴提供最完善的应用服务与信息产品，面向无线互联网和移动增值业务继续贡献推动力量。

来源：比特网 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

OPhone 引爆应用

在中国移动上海公司负责人看来，OPhone 智能手机的产品发布是一次性的行为，但中国移动为其打造的内容产业服务链将是源源不断的。

联芯科技副总裁刘积堂表示，OPhone 最大的优势就在于 OMS 平台是开放的，可以获得更多芯片厂商、手机厂商、应用开发商以及个人爱好者的支持。

OPhone 菜单的第一屏，内置了中国移动的精彩应用。OPhone 作为中国移动主导的深度定制产品，首先内置了中国移动的各项业务，如飞信、音乐随身听、号簿管家、139 邮箱、手机电视等，并且处于菜单呈现的第一屏。

但这只是 OPhone 的移动互联网应用的一部分，受益于空前开放性所带来的应用丰富性，OPhone 的应用开发由中国移动力推的应用商店（Mobile Market）提供大力支持，OPhone 与 Mobile Market 相辅相成，相得益彰。

上海移动负责人表示，OPhone 平台将传统电信业务和新兴的移动互联网业务融合在一起，最大限度地内置了中国移动的各项业务，让用户体会到既是好用的手机，也是强大的多媒体平台。

在应用开发环节，OPhone 提供了更富有吸引力的开发条件。OPhone 基于开放的操作系统，更便于应用开发商加盟，而且手机制造商也可以在免费的平台上开发各种手机应用。而诸如苹果的 APPStore 并不完全开放，应用开发商需要向苹果缴纳一定的费用，才能将自己开发的应用程序放在 APPStore 中进行销售。

中国移动在 8 月 17 日上线 Mobile Market，移动应用商店涵盖了软件、主题、游戏音乐、视频、阅读等 6 大类的应用，包括手机终端的全部应用，并且支持 OPhone 等手机。

某 SP（无线增值服务提供商）内部的开发人员表示，这一平台解决了手机应用开发者选择手机应用销售平台，选择开发产品适配的终端机型，为自己开发的手机应用商品的销路而苦恼的问题。

不仅仅是专业的开发公司，个人程序员也将成为中国移动 OPhone 产业链的重要部分。中国移动开发者社区整个注册过程就如同注册一个 BBS 一样简单，然后就可以在线提交应用商品，中国移动提供网络通道、运营平台、代计费代收费等各种服务。

中国移动相关人士表示，到 2010 年年底，中国移动希望“MM”的用户数量

超过 2000 万人，下载数量超过 1 亿次，产业链价值超过 100 亿元。

2008 年增值业务收入总额 1134.44 亿元的中国移动也在做扩大平台化的准备，其增值服务占总体收入的 27.5%，增长速度为 23.8%，但中国移动的目标是将增值服务的收入推向与语音收入齐平甚至超越的地位。而 MM 的推出，将打破原有 SP 与中国移动构成的增值服务边界，个人程序员和全新的业务提供和分成模式就是改变的新力量。

因此，中国的程序员可以创建一个移动小应用 (Widget)，并有可能发布到全球最大的下载平台。不管是每日天气更新、新闻阅读组件、货币转换器，还是时钟或日历提醒，只要是受欢迎的应用，开发者和用户都能在 OPhone 平台上获得多赢。

来源：第一财经日报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

手机阅读能否成 3G 盛宴

近日，“中移动投资 5 亿元打造手机阅读基地，传电信和联通也将跟进”的消息成为许多网站科技频道的头条，有评论认为通过发展电子书等手机阅读终端，将可弥补中移动 TD 终端匮乏所致的 3G 业务发展不畅的缺失，为其带来新的营收增长点。

手机阅读真能成为 3G 发展的一只“翅膀”吗？

业界在描绘手机阅读的美好前景时，引用最多的例子莫过于美国亚马逊的 Kindle，亚马逊靠 Kindle 这个数字阅读终端确实是创造了电子阅读市场的神话，但亚马逊的成功恰恰是硬件、软件、内容和网络四个部分完美配合的结果，亚马逊的 3G 阅读，推出之初就有 9 万种图书、10 种杂志和 14 种报纸可供下载。截至 2009 年 6 月，可供 Kindle 用户下载的数字内容已经增长到 30 万种图书、29 种杂志和 38 种报纸。这些优势都是国内企业所没有的。

中移动描绘的手机阅读渠道其实是包括了两个部分：一是用手机上网阅读，但不用笔者多说，谁会愿意整天盯着一个火柴盒大小的手机屏幕，忍受着半天翻一页的网速去追一本 10 万字的小小说呢？二是用专用的手机阅读终端，也就是俗称的“电子书”，中移动定制的第一款 G3 阅读器是大唐的 AirPaper50T，6 寸的主屏幕已比普通的书小不了多少了，800×600 的分辨率虽然不会让眼睛成为“斗鸡眼”，但也绝对舒服不到那去，如果不带出门，谁会在家放着电脑不用，盯着它看小说呢？

终端之外，内容的匮乏和版权保护的尴尬，则是手机阅读另一道要迈过的坎。

虽然中移动与包括中国作家出版集团、盛大文学、中文在线在内的十大内容合作伙伴签订了合作协议，但网络江湖的纷争却远比我们想象的复杂。现在许多畅销书一上市，网络上的免费下载链接就随处可见，更不要说先以网络连载形式出现的网络小说了。在流量为王的今天，一些提供免费盗版链接的网站为了吸引点击，对连载小说的更新速度几乎做到与授权网站同步，此外他们往往还提供针对不同阅读终端的文件格式。在习惯享受免费大餐的中国网民面前，要想从他们腰包里掏钱，一个概念是绝对做不到的。

手机阅读或许真是未来的发展方向，但一个个迷人概念的背后，却是一块块的软肋——远未完善的网络、终端的缺失、过慢的网速，对消费者使用体验的忽视。如果手机阅读无法提供即时的资讯、丰富的图书内容和良好的用户体验，那它完全有可能成中国 3G 应用的一块鸡肋，食之无味，弃之可惜。

来源：深圳新闻网 2009 年 09 月 25 日

[返回目录](#)

【移动增值服务】

宇龙酷派加入 NFC 组织，年底前将推手机支付终端

近日国内手机品牌宇龙酷派宣布正式加入国际近距无线通信组织 (NFCForum)，全面布局手机支付等近距离无线通信应用，据了解，宇龙酷派是国内首家加入 NFCForum 的国产手机厂商，此前包括诺基亚，三星在内的国际手机企业已加入该组织。

“这一切并非偶然，基于 NFC 短距无线通信产业在国内广阔的市场前景，宇龙酷派早在几年前就已经在此领域做了充分的技术探索和研发布局，并开始投入大量资金用于 NFC 领域的终端研发工作。目前已经完成原型机的开发，预计年底将推出首款双模双待的 NFC 手机终端，为 NFC 产业在国内终端市场的大规模启动做好充分商用准备。”古勇进一步介绍。

据了解，目前宇龙酷派已经分别与各大运营商、银行系统和各地公交等单位，就 NFC 手机测试与终端商务应用展开合作，酷派 NFC 手机有望成为首批手机支付等近距无线通信业务应用终端。

NFC 是在非接触式识别技术 RFID 和互连技术基础上发展起来的，它可在具备 NFC 功能的任意两个设备间实现信息交互、读取内容和获得服务。NFC 技术目前主要支持三种应用业务，包括移动支付与交易、对等式通信及移动中信息访问等。通过 NFC 手机，人们可以在任何地点、任何时间，通过任何的设备，与他们希望获得的娱乐服务与交易联系在一起，从而实现和完成付款、获取信息、通

行证、交通卡、电子名片等功能。

英国市场调研公司 JuniperResearch 此前发表研究报告指出，到 2013 年，全球移动支付金额将达 6000 亿美元，折合人民币为 42000 亿。目前该市场以音乐与铃声等数字商品为主，但其最大的前途在于 NFC 技术的应用。

与欧美、日韩等短距无线通信产业已走向成熟相比，国内还处于起步阶段，中国移动、中国电信在 9 月中旬北京通信展上纷纷展出了自己的移动支付业务与解决方案，中国联通内部人士也表示其移动支付业务正在紧密筹划之中。

“同国内 3G 产业发展类似，运营商的牵头带动与国内终端厂商积极配合将是推动国内短距移动通信产业快速发展的关键点。”三电咨询资深分析师郑恒就近距无线通信在国内发展如是表态。

来源：通信世界网 2009 年 09 月 29 日

[返回目录](#)

CNNIC 无线网址推出移动“旅游宝典”

为方便市民黄金周出游，中国互联网络信息中心（CNNIC）日前正式推出移动“旅游宝典”，游客只需用手机上网登陆该平台，便可随时随地查询全国主要旅游城市的景点票价、开放时间、乘车路线等关键信息，这一平台将解决游客“在家千日好，出门一时难”的困扰。

今年 10 月，中国将经历史上最长黄金周。据中国旅游研究院预测显示，十一期间，中国公民国内游人数有望突破 2 亿，出境游客很可能达到 600 万人次。尤其是北京线路，从各地旅行社反馈情况看，建国六十年大庆使北京旅游咨询和报名人数激增。

不过黄金周游客的激增也带来了另外的问题，对于单独出行的旅客，乘车路线、开放时间、票价，这些信息都需要提前确认。以往旅客会购买纸质地图，或者提前查询线路来获知这些信息，但是这两种方式都容易丢失或遗漏，无法应对旅途中的随时变化，“如果临时改变路线，结果还得去网吧重新查找。”“每到一个新地方都要买地图，非常不方便。”市民需要一种快捷、及时的方式节省旅游成本，少走冤枉路。

CNNIC 无线网址推出的“移动旅游宝典”，则给旅客提供了一个便捷的旅游信息查询平台，实现了旅游资讯的无缝掌握、随时查询，将手机变成了贴身的出行指南宝典，突破了纸张、电视、电脑等载体的束缚。

来源：中华工商时报 2009 年 09 月 25 日

[返回目录](#)

中国移动强势推手机阅读

近日，中国移动手机阅读高峰论坛在杭州举行，在本次会议上，中国移动与十大内容合作伙伴签约，并进行了手机阅读器的展示。记者从会上获悉，中国移动在浙江试用推广的手机阅读 wap 和客户端平台，用户已经达到 200 万。在分成模式上，中移动拟四六分成，中移动占六成。

斥资 5 亿建设手机阅读基地

会上，中移动宣布，未来计划在 5 年内在浙江投资 5 亿元建设手机阅读基地，其中，2 年内实现对手机阅读基地投资 5000 万元，由浙江移动负责具体运营工作，一点接入、支撑全网。寄望将手机阅读基地建设成为中国最大的无线图书发行平台。目前，手机阅读业务已进入浙江省内的规模推广期，中国移动的客户可免费阅读平台上所有的图书，用户已经达到 200 万。目前中国移动为手机阅读提供了 9 大类产品 and 功能，包括：漫画、图书、杂志、精品、书架、书签、下载、排行、空间。推广期间，信息费和流量费全免。

目前阅读器价格偏高

手持阅读器采用全新的 E-ink 电子墨水和电子纸技术，可下载 3000 本的书籍，据移动人士介绍，目前手机阅读器无论从形式、内容、技术支持，还是从稳定性、速度、界面美观成功度、内容丰富性都已经达到了试商用标准，但大众对于阅读器的价格比较敏感。据了解，目前大唐、汉王、鸿海已经和中移动签约合作 G3 阅读器的生产，在上周的通信展上，大唐和汉王都展示了自己的 G3 阅读器产品，目前 G3 阅读器尚未定价，但据记者在通信展期间向汉王科技了解，价格初步定在 2000 元以上的价格区间。大唐的电子书价格更高，在 3000 元以上。

一位移动的手机阅读负责人说，用户可以通过 wap 网站、手机客户端、G3 阅读器这三种途径实现手机阅读。用户使用 WAP 登录阅读兼容漫画和杂志，可以在 WAP 用户基础上安装升级。未来 G3 阅读器会走精品路线，在手机阅读器上，会联合 3-4 家重点厂家推进 G3 阅读器。

分成模式有待进一步协定

目前移动手机阅读基地已有盛大文学、中文在线等多家核心内容提供商，本次举行的中国移动与十大内容合作伙伴签约仪式实际上也是给这些内容合作商以信心。在分成模式上，中移动拟四六分成，中移动占六成。但分成细节有待于进一步敲定。

来源：飞象网 2009 年 09 月 24 日

[返回目录](#)

【网络增值服务】

EMC 携手上海电信推出“e 云”服务

9 月 22 日，中国电信上海分公司与 EMC 公司正式推出面向家庭和个人用户的运营商级的云信息服务——“e 云”。该服务可以按照用户设定，自动利用电脑空闲时间将信息备份到“e 云”数据中心。当遇到电脑破坏、数据破坏、误删除、在家办公、远程办公等情况时，用户可以在能访问互联网的 anywhere、恢复任一个时间点的数据。

目前，“e 云”服务可以为所有注册用户免费提供 2GB 的空间。用户若需要更大的空间，可以付费购买。

据介绍，“e 云”已经提供几个 PB 的存储量，下一步将达到几百个 PB 的规模。在服务模式方面，还将推出文件共享、手机客户端备份与恢复、手机即拍即传服务、PC 与手机卡拉 OK 等服务，并在此基础上逐步发展成为全面的云计算和存储服务。业内人士指出，此次上海电信与 EMC 强强联手推出“e 云”，是中国市场上的第一个“落地”的“云”，也是第一个真正的“云”，双方的合作必将推动云计算在中国的迅速发展和普及。与此同时，业内人士还认为，上海电信此举的用意不仅仅在于涉足当前火热的云计算，这更是其向全业务运营商转型过程中，向互联网领域转型的重要一步，此举将成为电信抢先其他运营商布局互联网的关键一役。

来源：解放网 2009 年 09 月 26 日

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

中兴力维携 3G 移动视频监控亮相 09 北京通讯展

2009 年 9 月，在北京举行的“中国国际信息通信展览会”隆重开展，3G 应用体验展示成为本次展会亮点。中兴通讯旗下子公司——深圳中兴力维技术有限公司，在本次展会上推出“3G 移动视频监控”技术及其应用，引领监控业新的发展趋势，也为电信运营商提出了 3G 时代视频应用的新方向。

展会上由中兴力维推出的运营级监控管理平台是全数字化的监控管理平台，能够充分发挥运营商已有的网络、技术和市场优势，为广大用户提供视音频

和各种报警信号远程采集、传输、储存、处理的一种全新电信业务。在展会现场，工作人员使用 3G 手机，连线中兴力维深圳总部体验厅、某联通营业厅等监控前端，为观展来宾展示了实时流畅高清晰的画面效果。观众深深感受到，3G 移动监控，让人们从电脑跟前解放出来，做到监控随心所欲。

“这将是 3G 应用的核心之一，它将分散、独立的视频采集点进行联网，实现跨区域、统一监控、统一存储和统一管理，为企业和个人用户提供了一种直观的扩大视觉和听觉范围工具。采取有线和无线的多种网络接入手段，用户可以不受时间、地点限制对监控目标进行实时监控、管理和观看，享受便捷、经济、有效的远程视频监控服务”。中兴力维相关负责人说。

除了 3G 移动视频监控，与会者也被中兴力维展示的智能视频分析技术深深吸引。物品被盗、人群聚集、流量统计等这些走在全球安全防范技术的前沿的智能视频分析应用呈现在中兴力维的展台，让与会者深深感触到未来智能视频分析技术给人们的生活带来的便利和安全。这些技术完美的诠释了中兴力维的“统一监控”理念，即在“统一网络、统一业务、统一监控”的基础上，立足全局，入细入微，为用户提供量身定制的解决方案。

来源：通信世界报 2009 年 09 月 25 日

[返回目录](#)

【电信网络】

海峡西岸建成 10 个无线宽带城市

为贯彻落实中国电信集团公司和福建省人民政府签署的《关于共同推进海峡西岸经济区建设的战略合作框架协议》，中国电信福建公司以脚踏实地的精神，高效率的工作状态，在 1 个月后，为福建省信息化建设再传捷报——海峡西岸 10 个无线宽带城市正式建成！这是中国首个全省级的无线宽带城市建设工程。

9 月 23 日，中国电信福建公司在福州举行“海峡西岸 10 个无线宽带城市建成仪式”，宣布无线宽带城市一期工程建设顺利完成，福建省福州、厦门、宁德、莆田、泉州、漳州、龙岩、三明、南平九个地级市和武夷山市 10 个城市率先迈入无线宽带城市行列。福建省副省长李川、省政协副主席叶继革、省信息局局长卢增荣、省通信管理局副局长张丽娟、福州市副秘书长张水健及中国电信福建公司总经理刘耀明等相关领导、各界客户代表以及省内外新闻媒体出席了仪式。

海西建设，信息先行。为落实《国务院关于支持福建省加快建设海峡西岸经济区的若干意见》，2009 年 8 月，中国电信集团公司和福建省人民政府签署了《关

于共同推进海峡西岸经济区建设的战略合作框架协议》，提出在福建省率先建成具有世界领先水平的海西泛在网。海西泛在网的目标是打造以福建为中心，辐射海西、赶超东岸的陆、海、空多维通信网络系统，为海峡西岸提供无所不在、无所不包、无所不能的综合信息服务。无线宽带城市一期工程则是构建海西泛在网的重要基础设施项目。

早在 2008 年，中国电信福建公司就向福建省委省政府正式上报了建设海峡西岸无线宽带城市的报告，并得到了省委省政府领导的高度重视和大力支持。去年底，中国电信福建公司正式启动了海峡西岸无线宽带城市第一期工程的建设。以“光纤+WLAN+天翼 3G 网络”为解决方案，充分利用已有宽带城域网（包括光纤骨干网、光纤进小区、光纤进大楼）的网络资源；在热点区域，通过中国电信有线宽带网络，连接无线路由器并通过技术成熟、应用广泛的 WiFi 技术为客户提供超高速无线宽带网络服务；在非热点区域，中国电信则采用稳定的天翼 3G 网络为市民提供无线宽带服务。

在无线宽带城市里，政府部门可利用无处不在的无线网络，应用网上审批、平安福建、交通信息化、警务信息化、数字环保、数字城管等政务信息化内容，极大提高政府办事效率。依托无线宽带城市平台，物流行业可以通过无线网络加强调度能力，提升运力；医院可以采用无线远程医疗使现代化的医疗成为可能；广大商铺可以通过无线全球眼加强综合管理能力；厂区可以通过无线数字厂区提升运营效率……而对于广大用户而言，只要在无线宽带已覆盖的场所，就会搜索到无线宽带信号，进行身份认证后就可以高速访问宽带互联网。无论在疾驰的汽车上，还是在城区的酒店里，无论是使用笔记本电脑，还是使用天翼互联网手机，都可以随时随地无线上网，随时随地处理公务，随时随地观看手机影视，随时随地高速下载音乐，随时随地使用全球眼，随时随地采用手机支付，便捷消费，让一切都在掌控之中。无线宽带城市，彻底打破了空间障碍，无论是工作，还是生活，一切变得轻松自如。目前，无线宽带城市已经成为全球各大城市进行现代化建设的潮流和目标。

下一阶段，中国电信福建公司公司将充分发挥优势，进一步优化无线宽带城市网络，启动无线宽带城市二期工程，全面推进海西泛在网建设。并以无线宽带城市为平台，联合终端、应用、服务等相关产业链共同发展，提升各行各业的竞争力，为政府、企业、市民提供最佳性价比的综合信息服务。

来源：通信信息报 2009 年 09 月 24 日

[返回目录](#)

【终端】

根源中国需求，OPhone 提升本土竞争力

“作为运营商，会最了解客户的需求，OPhone 平台可更好地把中国移动受客户欢迎的业务集成在一起，更好地体现客户的需求。”多普达 CEO 陈敬宏认为，这样手机制造厂商就可以很方便制造出为客户需要的，特别适合于移动互联网的终端。

中国移动上海公司负责人认为 OPhone 的优势之一就是本土化，OPhone 由中国移动主导设计，具有接近中国市场实际的先天优势，在用户体验上更符合中国人的使用习惯，更能满足中国用户的需求，从这个意义上说 OPhone 可以说是土生土长的中国智能手机。

目前，市场上智能手机的主流操作系统包括 Symbian、Windows Mobile、BlackBerry、iPhone 等，都是由单一的跨国手机厂商或是软件厂商所主导。联想移动运营商战略与运营副总裁曾国章表示，OPhone 有效提升了国产智能手机产业的国际竞争力，大幅降低终端厂商开发智能手机，尤其是 TD 智能手机的门槛，促进手机终端与中国移动网络、应用服务的无缝对接。

三星中国移动运营商总监曾宪忠认为，OPhone 不仅操作系统完全由中国最大的本土运营商中国移动为主导设计、应用开发，由中国移动力推的应用商店（MM）提供大力支持，而且，中国移动对于 OPhone 提出的要求，主要还是最大限度本地化，以满足中国用户的需求，适应中国用户的使用习惯，适应中国的商业模式。

OPhone 平台的推出将降低终端厂商开发智能手机的门槛。中国移动研究院院长黄晓庆希望三五年之后 OPhone 手机能占据中国智能手机市场 50% 的市场份额。

黄晓庆表示，OPhone 具有接近中国市场实际的先天优势，在用户体验上，与 iPhone 相比，OPhone 的设计更符合中国人的使用习惯，更能满足中国用户的需求。

比如中国移动在 OPhone 上倾注了大量强大的资源，搜索被放到 OPhone 最明显的首页，手写输入法和拼音输入法的快速切换、一键备份与恢复等等，都是中国移动为了本土化而打造的设计，而中国移动的设计能力也体现了本土化力量的崛起。诸如电池和信号的图形，都是由设计师多次的讨论才达成最后的定义。

中国移动研究院人士透露，为设计 OPhone 分析了海量的用户数据，包括预付费及后付费用户，还设计了上百个功能模型，来分析用户的购买习惯。进而确

定了 OPhone 的产品定义。

中国移动总裁王建宙在夏季达沃斯论坛表示，OPhone 的竞争力体现在免费提供了操作系统给所有制造商，节省了他们去购买或研发手机操作系统的成本。第二是 OPhone 集合了各种手机操作系统的优势，把用户所有的、觉得最好的东西，它的用户界面、汉字输入都结合到系统里面，就是为了提升用户体验。第三个是把中国移动所有的业务都聚集在 OPhone 里面去，飞信，这些业务都不需要厂家来适配。

工信部相关专家认为，中国移动通过 OPhone 运行平台的发布，能够使产业界共同在这平台上进行创新，新产品的开发，满足消费者的服务，这是产业链重新组织的一种方式。OPhone 平台作为先进的移动智能终端基础平台，将用户、手机制造商、应用提供商和运营商紧密联系在一起，为产业链上下游提供了更加自由、开放的发展空间，提升了产业整体竞争力

“一般智能手机比非智能手机肯定要贵，一般是 2000 元到 4000 元的价格，我们会努力使智能手机价格降下来，1000 元是我们的目标，这样大家都会愿意使用智能手机了。”中国移动相关负责人表示，这样的工作，手机厂商自己也可以做，但要付出很大的成本和代价，使用中移动集成度很高的方案，则可以降低终端制造成本和终端制造商的技术开发门槛，同时获得更好的应用开发环境，同时降低了对国外核心技术的依赖，增强国际竞争力。

“OPhone 将是开拓市场的利器。”联想相关负责人表示，联想为 OPhone 投入有逾 1 亿元人民币的预算，基本上都用于研发。OPhone 最大的特色是针对中国的市场、中国的消费群量身定做。

来源：第一财经日报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

从 2G 到 3G 国产手机阵营急盼明星机型上场

“我们期待在中国研发、设计、制造的深受广大消费者青睐的中国 iPhone 产品的早日问世。”王晓初日前致手机厂商的信引起业界高度重视。实际上，国产手机明星机型的匮乏，早在 2G 时代就已是制约国产手机品牌发展的关键因素之一。

从翻盖手机先锋摩托罗拉 V998、到 LG 的“巧克力”，层出不穷的国际品牌明星机型聚拢了一批忠实的品牌追随者。国产手机中 02 年夏新 A8 创造了销售神话；06 年创下百万销量的金立 L6，使金立在业内名声大振。而近几年，国产手机阵营明星机型的集体缺失，让国产手机品牌形象在消费者心目中日渐模糊。今年 6 月至 9 月，赛诺数据显示，主打商务功能的金立 L600 上市两周内市场份额

即达 0.3%，表现抢眼。而在 8 月同期上市同价位的十余款新品中，金立一款女性手机 I8 销量稳居第一。金立连续两款手机表现突出，在打造自己明星机型的道路上做着有益尝试。

“市场的基础是消费者，明星机型的成功之处在于其满足了消费者的需求，真正关注用户体验的产品总是会受到认可。”正如刘立荣所言。金立 I8 的成功就是基于对细分市场的精准把握和对女性用户需求的独到解读。2G 时代，国产手机面对国际巨头，是一场先天不足的竞争。而随着中国 3G 市场的启动，三大运营商早已祭出明星牌，联通引进 iPhone、电信倾心黑莓，移动推出 OPhone；市场也急盼更多国产 3G 明星机型的出现。

来源：北京晨报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

传统设备商抢滩 3G 终端，厂商应力拼应用创新

9 月 16 日至 20 日，2009 年中国国际信息通信展览会在北京国际展览中心新馆举行。这也是 3G 市场启动后首次大规模的通信行业展会，因此，数百家国内外知名企业和国内外电信运营商都使出浑身解数，力求展出自己最新重量级的产品。

从展会的总体情况来看，传统设备商正在逐渐分食运营商采购市场，如中兴的展台，提供了大量终端产品，从手机到数据卡、上网本等。国内手机厂商中，只有酷派等少数几家高调亮相。

依靠政策倾斜，在运营商采购中占据一定份额，但是整体创新能力不足。对于手机厂商来说，未来的平台应用才是王道。

传统设备商 3G 终端“抢镜”

本届通信展上，作为传统设备商的华为展出了多款最新的移动宽带终端产品。其中，支持多种 W I F I 设备热点接入的“无线猫”E5、型号为 P u l s e 的 A n d r o i d 手机全都可圈可点。当中更值得一提的是华为的移动宽带模块产品。

华为终端新闻发言人张晓云日前表示，至今年 8 月底，华为的移动宽带终端产品全球累计出货已经超过 6000 万部。不妨说，移动宽带业务已是推动全球 3G 发展进程的“排头兵”。

另一方面，与华为相隔不远的中兴通讯展台展出了一系列融合世界尖端通信技术的终端产品。60 多款终端产品覆盖三大制式和九大品类，使之成为中国 3G 市场的领跑者。

目前，中国 3 G 市场处于起步阶段，因此中兴在今年下半年的工作重点是细分中国市场不同受众的不同需求，提供覆盖高、中、低端的商务、娱乐机，为国内用户带来实用、方便、高性价比的 3 G 产品。中兴通讯国内终端营销副总裁王南海如是说。

总体来说，本届展会上，传统设备商可谓光彩照人、抢尽风头。但与此形成反差的是，国内手机厂商中，只有酷派等少数几家高调展示，虽然也可以看到其它厂商的身影，但总的来说乏善可陈。

作为 2 0 0 9 年手机市场风头正劲的 3 G 领先品牌，酷派展示了概念产品、旗舰产品以及系列新产品，参展产品囊括 C D M A 2 0 0 0 、 T D - S C D M A 、 W C D M A 三种制式的 1 0 多款全新 3 G 高端产品。其次，酷派 W C D M A 新产品也在展会上首次揭开面纱。同时，其在市场热销的高端 3 G 旗舰产品酷派 N 9 0 0 ，也展示了 c o o l m a r t 最新的应用程序内容。

运营商发力国产手机“趁势而上”

日前，国内三大电信运营商在移动终端上再次发力，一方面加大定制手机的生产和研发扶持力度，另一方面增加对消费者的补贴幅度。对于手机厂商来说，与电信运营商合作，开发生产定制手机可以解决手机推广、销售等烦恼，在竞争激烈的市场中获得稳定的收入源和市场份额。因此，一贯被“洋巨头”们所压制的国产手机厂商仿佛迎来了发展的春天，一时间大干快上，干劲十足。

在认识到定制手机的好处后，国内手机厂商均加大了与电信运营商的合作力度，希望可以借此分担风险，获得足够的市场份额。天语通信一位负责人透露，早在去年下半年，天语就已迅速“掉转船头”，加强与运营商的合作。应该说，3 G 市场尚未启动，天语就将市场重心向运营商定制倾斜。

业内专家分析，“对手机厂商而言，与运营商合作可以获得又快又稳的利润；而对于运营商而言，通过定制手机可以增加符合自身 3 G 标准的终端种类，从而吸引更多用户，在运营商的竞争中占据有利位置”。

当然，作为国产厂商之一的酷派更是“如沐春风”，除了推出其三大制式的手机终端，为运营商摇旗呐喊之外，其在自身“内功”的修炼方面同样可圈可点。因此，在此次通信展上，酷派也将强大的 3 G 研发能力、超前的设计理念和人性化应用，以及无线互联网终端一体化应用的最新成果做为了重点展示的内容，用心之良苦可见一斑。

平台应用才是发展“长久之计”

俗语说：自助者天助之。对于国产手机厂商来说，单纯地依靠运营商“扶持”毕竟不是长久之计。可以预见的是，在未来的 3 G 世界中，“终端瓶颈”定然不会是道“长久门槛”。因此，如何让自己未来的发展“续航”也就是厂商们必须

面对的关键性问题。

其次，和中国移动应用商店力量过于分散相比，酷派集中力量主推 C o o l m a r t 在某种意义上更具优势，这和苹果的优势相类似。但是，摆在酷派面前的瓶颈也依然是来自运营商的挑战以及内容丰富性的不足。换句话说，酷派目前虽然得到了运营商的支持和“提携”，但本质上还是以“拿来”为主。要想真正在未来的市场上占据一席之地，不断推出适合运营商“胃口”的产品，其自身的创新力和平台运用的开发能力都是十分关键的因素。

“3G时代应用为王”，套用业界的老话来说，技术从来就不会成为制约需求发展的因素。从这一点出发来看，不断完善和发展自己的平台应用才是厂商们持续前进的最佳动力。

也可以说，加强平台运用，营造最佳的“长尾效应”，是放之四海皆准的道理。在这一点上，无论是酷派还是其他国产手机厂商都需要有清醒的认识。如若不然，当3G开始起飞的时候，后续无力的厂商们也只能“望洋兴叹”。

来源：通信信息报 2009年09月23日

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

中移动掀起 OPhone 上市“盖头”众厂商蜂聚发力

一股能够改变智能手机和移动互联网产业发展进程的力量正介入中国 3G 市场——继中国移动在上月底于北京正式对外界亮相其主导研发的智能手机 OPhone 操作系统平台之后，昨天，中国移动上海公司率先进行 OPhone 终端上市启动和推广。

包括联想、多普达、LG 和戴尔等一批手机将由上海移动主导正式量产发售。上海移动将对购买 OPhone 手机的消费者给予最高 1800 元话费返还，价值 300 元的数据业务。

OPhone 是基于中国移动主导研发的开放移动操作系统深度定制手机的统称，这成为全球首个由运营商主导开发的面向移动互联网的智能手机操作系统平台，体现了中国移动对于 3G 时代的最新产业链战略思路。

一部 OPhone 手机的前台和背后，将开放性的汇集中国移动、国内外手机生产巨头、软件开发商、内容供应商、渠道代理商，甚至单个程序员的“蜂聚”式发力。本土化能力、丰富应用聚合能力，以及产业链整合的优势，都将为中国移动提供 OPhone “爆发力”。

开放性平台

“OPhone 模式是全球首个运营商主导的智能手机模式。”在多普达 CEO 陈敬宏看来，与其他五六种智能手机如 iPhone 和黑莓等只有单一厂商主导相比，OPhone 的操作系统软件平台更加开放，各种硬件和软件厂商，乃至个人程序员，都在其上有自身的发挥空间，不会遭到束缚。

中国移动上海公司相关负责人表示，OPhone 的“O”字就代表了其最显著的特征即 Open（开放），同时字母“O”像个圆圈，象征着团结一致的 OPhone 阵营，产业各方围成一个圈，打造一个开放共赢的移动互联网生态环境

在该负责人看来，当前，移动通信产业正逐渐从传统的移动电话时代跨入移动互联网体验时代，OPhone 的推出正是顺应了这种潮流并力图引领潮流。在移动互联网时代，移动终端操作系统的价值越来越大，它是用户进入移动互联网的入口，更多更新的业务都需要在手机生产时就植入。“我们只有把握住这个入口，才能在移动互联网时代发挥更大的作用。”

中国移动也已经认识到移动互联网时代的商业模式哲学：需要更紧的把握住入口，就需要更开放的模式。

从手机的硬件制造基础设计来看，由于中移动对谷歌的 ANDROID 操作系统加以改造后，推出了 OMS 系统，因此各个生产厂家可以在该平台上推出各自的手机业务。

“iPhone 只是苹果公司一家生产，OPhone 则是多家厂商都可以生产。”中国移动上海负责人表示，不仅中国的联想等厂商，国际上摩托罗拉、戴尔、LG 等厂商也将陆续推出 OPhone 手机，硬件构架选择空间巨大。而且中国移动与这些厂商已经有长期的合作基础。

TD-SCDMA 产业联盟秘书长杨骅表示，3G 时代的应用将更加多元化，而中国移动率先推出 OPhone，更大意义在于开放平台，能大大激发用户们对于 3G 业务的应用，由运营商主导和企业共同合作开发业务平台，将会成为未来其他运营商逐渐跟进的一种方式。

杨骅认为，在 2G 时代每天在 G 网上工作的 GSM 手机有 3000 多款，但到了 3G 时代，这个数字会更为扩展，在这种情况下，诸如 iPhone 这样的单一一款手机就难以满足这么多样、庞大的市场需求。

因此，要很好满足不同厂家的终端需求，并使得同样一个平台能够被不同的手机所支撑，同时这个平台又能够支撑各种多样化业务，为用户带来便捷的、互联互通的手段，是未来 3G 能否快速发展的关键因素。

在杨骅看来，中国移动率先迈出一步推出 OPhone，这个开放的平台可以嫁接在诺基亚的手机硬件上，可以嫁接在索爱上，可以嫁接在 TCL 上，也可以嫁接在联想、中兴上，这样就会使得未来在整个中国移动市场内所有的 TD 手机都能

在 OMS 业务平台的支撑下和各种业务实现很好的互联互通，同时不同手机之间业务的支撑也会流畅，这样就能满足各个不同需求的用户。

事实上，随着中国联通正式引进 iPhone，业界不免会将 OPhone 与 iPhone 进行比较，而两者的区别是，OPhone 是一个开放的系统，而 iPhone 是封闭的。开放给予了 OPhone 生命力，将催生手机制造商、应用开发商、普通开发者甚至是用户自行设计各种应用。

产业链聚合

“OPhone 是中国移动历史上单一产品投入最大的一次产品行动。”中移动研究院院长黄晓庆透露，早在 2007 年，中移动就已经开始新的手机操作平台开发。

在 OPhone 的研发上，中移动打破了传统先研究技术再研究产品，或者先研究产品后研究技术的模式，而是以用户为核心进行研发，用户试验和测试都经历了大量、长时间的工作。

黄晓庆说，OPhone 除了开放，不对任何人、任何厂商设置障碍，而且要跟国内外一流的制造商、合作伙伴合作，包括全世界排名前十的手机制造商、中国前十的手机制造商、全世界前五的计算机制造商，以及一些具备实力，但过去没有涉及移动终端的一些制造商和传统加工企业，都深度参与 OPhone 研发。

中国移动强大的产业聚合能力将在 OPhone 得到充分的展现和进化。上海移动相关人士表示，这个平台的背后是一条以中国移动为主导，与终端厂商、内容提供商紧密联动的新型产业链的诞生。

联芯科技副总裁刘积堂表示，“中国移动的 OPhone 平台发布给了我深刻的印象，对我的震撼非常强大。”因为，这是他第一次看到由中国移动牵头将整个产业链从系统、芯片、解决方案、终端等所有的厂商都聚集到一起。

OPhone 平台采取免费提供给开发者的模式，将大幅降低终端厂商开发 TD 标准 3G 智能手机的门槛。目前，已有联想、多普达、戴尔、LG、海信、三星和飞利浦等几十家厂商加入 OPhone 手机阵营，OPhone 平台的推出将进一步扩大中国移动对产业链的号召力。

OPhone 平台为手机企业提供了高度集成的解决方案，为手机企业节省了开发生产和技术门槛。中国移动研究院的内部人士透露，年内会有多款 OPhone 手机正式面市，目前参与 OPhone 深度定制的手机企业已经达到几十家。

“OPhone 终端的问世是一个全新的开始。”中国移动上海公司负责人表示，这将为移动客户带来全新的客户体验，将对产业链、产业组织方式带来全新的变革，实现产业链所有主体共同发展、共同做强移动互联网的意愿。在 OPhone 平台上，将汇聚终端厂商、渠道代理商、内容供应商、应用开发者等产业链各方的努力，推动 OPhone 的发展和成熟。

中国移动的产业链发动力以及 5 亿用户的巨大市场，凝聚力惊人。比如，在上海移动首批上市 OPhone 手机的厂商名单中，出现了戴尔（型号为 mini3i）。此前戴尔只是一家传统的计算机厂商，其首款手机就是为中国移动 OPhone 开发。

LG 大中国区总经理任伟光表示，LG 是最早参与到中国移动 OPhone 系统研发的终端厂商之一，今明两年都将推出多款产品。

从合作的层面来看，OPhone 也要优于单一厂商支持的手机。比如 iPhone 与运营商之间采用的排他性合作为运营商带来了很大的束缚。例如，英国最大的移动运营商 O2 就因为与苹果签订了排他性合作协议，面对全球手机业巨头诺基亚所推出的全新旗舰机型 N97 不得不亮起了“红灯”。而中国移动的 OPhone，其与手机制造商的合作不是排他性的。在产业合作领域，iPhone 的局限性以及排他性，只能获得一个有限的小众市场。而对于 OPhone 而言，则不存在此情况。

中国移动 CEO 王建宙（王建宙新闻，王建宙说吧）曾在达沃斯论坛表示，中国移动希望通过努力把 OPhone 手机的价格降下来，1000 元左右的 OPhone 手机是最终目标。中国移动将对 TD-SCDMA 标准的 OPhone 手机用户实施补贴。

中国移动研究院相关人士表示，不论是全世界前十名的手机制造商、中国前十名的手机制造商，还是全世界前五名的计算机制造商，还有很多过去没有涉及移动终端的一些大型 IT 制造商，中国移动都会跟它们接触合作。

在渠道方面，国美集团上海大区总经理辛克侠表示，上海国美与永乐的终端卖场将设立专柜，内部已经将 OPhone 设定为手机销售的重点，渠道商也将深入参与，和运营商、制造商一起，推动 OPhone 的普及。

来源：第一财经日报 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

绿色数据中心建设升温，产业链各环节均想参与

“2009 中国绿色数据中心发展与实践高峰论坛”21 日在京召开，论坛全面研究探讨了绿色数据中心发展建设思路，对一些新技术新理念进行了广泛的交流。论坛得到了中国通信企业协会通信网络运维专业委员会、中国联通国家数据中心的大力支持。

也得到了中国电信、世纪互联、惠普、IBM、Red Hat、Platform、Avocent、中企开源等产业链各方的积极协同。

随着我国 GDP 的增长，能源消耗正在以每年 10% 的增长速度在向前发展。从全国范围来看，每年要有 800 亿千瓦时的政府能源消耗，其中 50% 是 IT 产品的能源消耗。据调查，IT 产品能源消耗的增长速度是在以 8% 到 10% 的速度增长，

耗电的总量达到了 500 亿千瓦时。而数据中心的能耗又在其中占 40%。无论是出于节能减排还是提升自身效益，打造高效节能绿色为核心价值的下一代数据中心，已经成为 IDC 产业发展潮流。

中国通信企业协会通信网络运维专业委员会副主任赵继祥表示，做好绿色数据中心建设不仅是企业的需要，也是国家节能减排工作的需要。作为一项复杂的系统工程，产业链各方要采用新的设计理念、新的设计标准、新的技术，来构建节能高效、可控可管、智能化的 IDC 数据中心。

中国联通 IDC 运营中心副总经理康楠表示，中国联通作为主导电信运营商之一，非常关注 IDC 产业未来的发展。中国联通在加强数据中心的网络建设、提升全网服务品质、有效实施国家数据中心计划的同时，也正在紧锣密鼓地推进绿色节能工作的开展

Platform 大中华区技术与销售总经理张福波则将“实实在在”的云计算呈现给了产业界。他认为，目前的 IDC 数据中心面临着管理难度大、IT 成本投入高、智能化较低和 IT 系统僵化四大难点。对此，Platform 给出自己的解决方案，包括进行资源的集中式管理，实现全局共享；构建基于 SOA 的框架，实现 IT 支撑能力的良好扩展性；打破孤岛式的 IT 支撑能力构建方式，提高运维效果；消除单点故障，通过提高设备的可靠性，来减少备份投资；帮助企业进行 IT 投资风险和决策，避免问题的出现；大力促进节能减排，实现绿色 IT。

作为全球“IT 基础设施运营与管理服务”的领先者，Avocent 中国区技术和服务部总经理季晓文则将 IT 基础设施分成了逻辑层和物理层两个层面，而业界尚没有能同时在这两个层面上提供完整解决方案的特别是作为逻辑应用层承载工具的物理层目前面临着诸多难题，包括可控可管、扩展性等。而 Avocent 的服务则可以将物理层的服务打包，在横向上进行整合，而不是竖井式整合。“对 IDC 运营商而言，在明确“任务就是服务”的同时，还必须要定义服务的内容、服务的条款，然后将服务打包交给最终的用户。”

来自惠普企业计算机及专业服务集团的蔡建华表示，数据中心在建设过程中面临最大的挑战就是平衡各种指标，在 IT 支撑密度、可靠性、扩展性、良好的用户体验等各个方面寻找成本和收益的平衡。惠普推出的“集装箱式的数据中心产品”则在一定程度上解决了这个问题。通过模块化的产品和设计理念，同时集成空调和电源在内，实现数据中心的快速部署，

“谁用了虚拟化，将会达到价值的最大化。”红帽公司虚拟化产品经理李鹏如此看待时下炙手可热的虚拟化和云计算。他认为红帽产品最大的特点就是“三好一没有”。软件好，Linux 将非常有可能成为 IT 首选，而红帽公司是 Linux 产业中发展最快、市场占有率最高的一家；价值好，开源的产品是始终销售的是服

务，服务订阅的模式也是精品服务的保障；服务好，红帽会为客户提供非常专业级的现场服务，或者是培训服务。同时，红帽还能够帮助客户承担法律风险，而客户只需要购买红帽的产品。

针对现网数据中心建设标准存在很大的弹性空间，全球 IT 服务龙头企业 IBM 重新定义了相关标准。“原有的标准导致了投入和产出的不匹配，所以 IBM 在数据中心方面提出了自己的白皮书” IBM 全球服务部胡喜强如此表示。同时，IBM 还推出了模块化数据中心解决方案，“就像搭积木一样，通过将每一个单元的逻辑结构，包括电源、空调、UPS、蓄电池等都进行统一，采用混搭的方式，来满足不同业务支撑的需求。”

作为民营 IDC 数据中心的领军企业，世纪互联副总裁蒋建平表示，“今天的计算会像当年的电影一样，IT 技术会成为普遍的、廉价的公有资源。”而世纪互联则希望通过 CloudEx 打造合作共赢的云计算生态链。通过对服务器、存储、网络的全面虚拟化，提供云存储、云计算和云安全等各式服务。

中企开源信息技术有限公司副总经理李刚在题为《中国式的云计算服务模式》的演讲中指出，中国的 IT 用户正在变得越来越挑剔，传统的服务模式很难满足他们的需求，而云计算正是解决这种高品质、高性价比需求的灵丹妙药。在构建云端的过程中，需要的是建立一个相对开放、兼收并蓄的标准。通过运营企业自身的研究方法，形成一个统一的、平滑的云平台，根据不同应用的需求去进行分配。

来源：搜狐 IT 2009 年 09 月 23 日

[返回目录](#)

[[军事通信]]

美国用最新侦察机窥探海南基地

美国海空军对别国沿海，尤其是中国沿海的侦察手段日益丰富，将装备比 EP-3 电子侦察机更先进的“超级窥探者”飞机。文章对中国是否会为了让美国停止抵近侦察而采取措施甚至“冒战争的危險”提出了疑问。

随着中国更强大电子装备的发展，已经变得决心对军事细节进行保密（他们的电子“奇迹”在战时不会被轻易打败）。最终，他们要求美国停止使用海空手段监视中国沿海的行为，美国此类动作大多是电子侦察。有些人紧盯着中国在其海岸上建造的军事设施。虽然美国依靠在国际空域和海域的行动（来搞侦察），但中国了解美国这样做也会窃取大量有用的情报。中国暗示，如果美国继续不停止这种“窥探”，将会更频繁地与中国飞机和舰船发生冲突。“冷战”早期，类似的

对抗发生在美俄之间，几十名美国军事人员被杀死。

去年美国透露出，在 2001 年早期，美国海军的 EP-3 电子侦察机正在执行侦察任务时与中国一架战斗机碰撞。美国飞机的侦察目标是中国在南方建的海军基地。几年前，美国商业卫星照片开始揭示海南三亚基地的一些细节，基地在建设停靠核潜艇和柴电潜艇的设施。六年前有关这个基地的谣传开始散布，尤其是当地人开始注意到建造活动和建设场地周边的严密安保之后，传言变得更加明显。基地的地下设施不仅保护舰艇免受海空袭击，还可在秘密状态下进行（舰艇的）维修工作。2001 年美国海军认为上述在建基地发出了足够的电子信号，有必要派遣 EP-3 电子侦察机进行侦察。

即使是当地人刚刚开始谈论那里在建造什么的时候，美国的情报机构已经捕捉到新基地开工的信号。虽然在附近还有一些小型基地，但新基地的支持能力超出了中国现有舰队，印度对靠近印度洋的海南基地尤其关注，在印度洋海域，印度海军已经在很长时间内占据优势地位了。有很多其他国家注意到，这个新基地大概距离地球上最繁忙的海道——马六甲海峡较近。

中国人也知道美国空军和海军正在设计现有电子战飞机的替代装备，美国海军希望替换 P-3 飞机的电子战版本（EP-3），而美国空军装备有数款老式的配备宽大的阵列雷达和传感器的飞机，空军认为如今的传感器已经足够小、足够廉价，可以装配到波音-737（飞机上配有雷达、传感器、计算机和微型无人机），人们需要将此事进行下去。新型的“超级窥探者”将是 EP-8 飞机，该机将配备有源相控阵（AESA）雷达系统，对海上或者陆地目标进行高精度的扫描，飞机表面还遍布几十套天线，以探测附近任何的电磁放射信号。与其前辈 EP-3 相比，EP-8 可以执行更加广泛的任务，除了对传统的海岸巡逻区域的雷达和通讯信号进行探测外，EP-8 还可以飞越战区搜寻手提电话、无线电通讯机和其他无线电设备，并对使用这些设备的人员进行定位。EP-8 携带有导弹和小型无人机，它们可以用于探测敌方的防空系统。

中国了解正在逼近的（美国的）上述所有新技术（装备），并想使之尽可能远离他们的海岸，但问题是中国人会冒着爆发战争的危险“玩儿粗”从而让美国离远点吗？

来源：美国环球战略网 2009 年 9 月 21 日

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

联通 3G 用户达 53 万，其中数据卡用户 10 万

9 月 28 日中国联通透露，3G 友好体验用户已达 53 万，其中 3G 手机友好体验用户 43 万，3G 数据上网卡用户 10 万。联通包括定制机和非定制机在内的在网实际使用的手机终端已超过 500 款。此前，联通透露，目前保守估计我国用户已经在使用 1000 万部 WCDMA 手机。

来源：中国通信网 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

前 8 个月我国电信业收入合计 5681 亿，同比增 3.2%

工业和信息化部 25 日通报了截止 8 月 31 号的通信行业运营数据，我国电信业营业收入合计 5681.5 亿元，相比去年同期增长 3.2%，8 月份电信业营业收入达 752.2 亿元。

截至 8 月 31 日，我国固定电话用户合计为 3.26 亿户，相比 2008 年年末减少了 1437.9 万户，8 月减少用户达 196 万。移动电话用户合计 7.1 亿，相比 2008 年年末增加 6925.9 万户，8 月份新增用户达 785.3 万。

小灵通用户降至 5559.3 万户，8 月份离网用户为 177 万户，2009 年平均每月离网用户为 166.7 万户。互联网宽带接入用户合计为 9723 万，相比 2008 年年末增加 1435.2 万户，8 月份新增用户为 180.2 万户；互联网拨号用户合计为 920.6 万户，8 月份减少用户 12.6 万户。

数据显示，我国手机用户前 8 个月共发送短信 5095 亿条，相对去年同期增长 11%，8 月份发送 640 亿条，平均每个移动用户发送短信 90 条。

来源：中国通信网 2009 年 09 月 27 日

[返回目录](#)

我国手机用户数 20 年增 21 万倍，普及率已达 48.5%

据工信部统计数据显示，从 1987 年我国只有 3000 位手机用户发展至 2008 年，全国手机用户已达 64124.5 万户，增长 21.37 万倍，年均增长 84.7%。

1987年，我国正式进入移动通讯阶段，当年全国手机用户为3000户。但经过20余年发展，至2008年底，全国手机用户已增加到64124.5万户，20年年均增长84.7%，移动电话普及率达到每百人48.5部，移动业务收入占电信业务收入的份额攀升至62.0%。

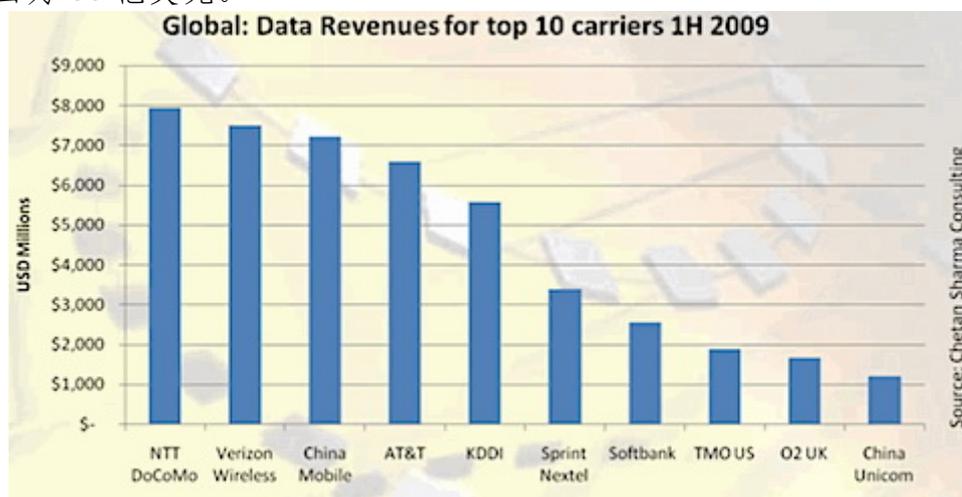
工信部信息显示，从1988年到1998年的十年间，我国经历了移动通信发展的第一个高峰期，移动通信能力建设呈飞速发展态势，移动交换机从不到3万户猛增到1998年的4706.7万户，十年增长1568倍，年均增长108.7%；从1998年到2008年十年间，移动通信继续保持快速发展态势，移动交换机容量新增109824.7万户，到2008年末，达到114531.4万户，十年间增长23.3倍。

来源：比特网 2009年09月25日

[返回目录](#)

上半年全球无线业收入排名，中国86亿美元列第3

科技行业研究机构GigaOM Pro Analyst Network研究报告显示，今年前6个月，全球无线数据业务营收排名为，美国营收为206亿美元，日本为160亿美元，中国为86亿美元。



GigaOM Pro Analyst Network 报告显示，在今年全球无线业务市场，美国这方面的营收遥遥领先于其他国家，以206亿美元位居排行榜首位。GigaOM Pro Analyst Network 分析师查丹-沙尔玛(Chetan Sharma)指出，这主要因为受到3G服务、低廉的手机上网费率以及iPhone等手机热卖推动。

而按照无线数据业务营收衡量，Verizon是全球第二大无线运营商，略高于中国移动，仅次于DoCoMo。

此外，报告还指出，全球前10大无线运营商目前占据着全球63%的无线数据业务营收。

来源：比特网 2009 年 09 月 23 日

[返回目录](#)

【市场反馈】

物联网公司抢食万亿“画饼”，设备商受益明确

不经意间，一个新鲜的概念“物联网”突然铺天盖地而来。

崇尚科技投资的何先生与专家谈了半小时后，对物联网仍一头雾水。但两天后浦东国际机场的一个装置让他恍然大悟——物联网的关键是传感。浦东机场围栏外由埋在地下的传感器组成一道无形的大网，能分辨出靠近栅栏的人和其他事物，一旦靠近，系统就自动提醒，并对其准确定位。

在 9 月 16 日开幕的北京通信展上，何先生发现，三大电信运营商的新展品均与物联网有关：中移动展示手机支付；中国电信展示其全球远程监控电子眼；中国联通可通过刷手机实现车票支付。

任何可能盈利的行业最先在股市反映出来。9 月 14 日，工信部刚刚发布我国传感网标准体系初步框架形成，物联网概念股就风生水起。9 月 15、16、17 日接连三天，新大陆、远望谷、东信和平、厦门信达、上海贝岭等连续涨停。同时，一些诸如海虹控股这样的公司也打起了“物联网”牌，更让投资者真假难辨。

资本市场上，物联网概念炒作在 9 月底基本结束，但在产业领域，物联网建设才刚刚开始。中科院上海微系统与信息技术研究所副所长刘海涛表示，物联网的发展“可能会引发信息领域新一轮洗牌，并给下一步信息产业发展带来前所未有的机遇。”中国移动研究院副院长杨志强称其为“下一个万亿级”信息产业引擎。

业内估计，中国物联网产业链今年能创造产值上 1000 亿元。相关产业节点上的 23 家 A 股上市公司可从中受益；通信设备商将率先受益，移动运营商将成为主导其商业模式的大鳄。不过，由于目前物联网还停留在概念阶段，相关公司具体受益的程度和可能性还不能最终确定。

万亿产业规模？

早在 2005 年，物联网概念就已提出。广义的物联网，是指全社会生态系统的智能化，即实现所有物品的智能化识别和管理。通俗来看，物联网即万物均可上网，物体通过装入射频识别设备、红外感应器、全球定位系统或其他方式进行连接，然后接入到互联网或是移动通信网络，最终形成智能网络，通过电脑或手机实现对物体的智能化管理。

虽然早已提出，但物联网产业此前发展缓慢，直到金融危机爆发，许多国家

才将其当成确立全球竞争优势的关键战略。以美国为例，IBM提出“智慧地球”概念并形象地描绘“互联网+物联网=智慧地球”后，奥巴马便将“智慧地球”定位为振兴经济的重点战略。

而物联网在国内流传源于8月初温总理的讲话。8月7日，国务院总理温家宝在无锡视察时指出：“每一次大危机都会催生新技术，而新技术诞生也是使经济、特别是工业走出危机的一个巨大推动力。计算机和互联网产业大规模发展时，我们因为没有掌握核心技术而走过一些弯路。在传感网发展中，要早一点谋划未来。”

物联网此后上升为国家战略。

温家宝总理对“物联网”应用提出了三点要求：一是把传感系统和3G中的TD技术结合起来；二是在国家重大科技专项中加快推进传感网发展；三是尽快建立中国的传感信息中心。工信部日前透露，我国传感网标准体系已形成初步框架，向国际标准化组织提交的多项标准提案被采纳。

对于物联网在国内市场空间，易观国际预测，仅“产业排头兵”RFID领域，今年国内市场规模就将达50亿元，年复合增长率为33%，其中电子标签超过38亿元、读写器接近7亿元、软件和服务达到5亿元的市场格局。而业内人士估计，中国物联网产业链今年就能创造约1000亿元产值，并成为下一个万亿级信息产业引擎。

23公司有望逐步受益：

通信设备商受益明确

国信证券分析师王俊峰表示，物联网产业链大致可分三个网络段：最先是传感网络，通过以二维码、RFID（射频识别技术）、传感器为主的网络，实现对“物”的识别；其次是传输网络，主要通过互联网、广电网、通信网或下一代网络，实现数据传输与计算；最后进入应用网络，即输入输出控制终端，可基于现有的手机、PC等终端。

对应这三个网络段，物联网产业链涉及信息识别、传感器、智能芯片、电信运营和通信设备五个环节，相关产业节点上的23家A股上市公司将分阶段受益物联网产业的发展。

分析机构普遍预测，未来物联网发展将经历四个阶段，2010年之前RFID被广泛应用于物流、零售和制药领域，2010-2015年进入物体互联阶段，2015-2020年物体进入半智能化，2020年之后物件进入全智能化。这也意味着，物联的经济效益短期内很难完全体现。

从产业链上五环节公司的受益时点看，合理顺序应该是无线网络及系统平台搭建完后，再进行物品的信息存储，然后进行传感设备的安装，因此系统解决方

案厂商将较先受益，生产电子标签等存储体的厂商受益较后。但最先受益或将是通信设备商。

一方面，由于物联网的商业建设刚萌芽，目前市场热衷投资的是做身份识别产品和应用的厂商，这些公司规模小，业务量也小，比如上海贝岭，尽管是典型物联网设备公司，但上半年公司与物联网相关的电子标签及指纹认证业务营业收入仅 38.29 万元。

另一方面，联合证券报告认为，目前这些从事 RFID

芯片和二维码引擎技术生产的公司真正做的是行业或企业的闭环应用，如公交一卡通、不停车收费系统以及铁路跟踪系统等，而 RFID

的长远目标应该是在从制造业到使用者再到服务业的全产业链中形成开环应用，目前离这一目标还较远。

尽管物联网概念得到工信部和电信运营商的大力推进，但多名业内人士表示，这一产业的应用市场还有限，且集中在政府行业和工业领域，对于民用扩展远远不够。

联合证券因此建议，投资者应将注意力从不确定的物联网产业下游，转移到确定性较高的产业上游。事实上，物联网业务开展必将对运营商的网络建设提出更高要求，因此网络的升级、扩容、优化势在必行。而网络运营商的网络建设投资，将对上游的通信设备制造商产生实质利好。“在物联网建设进程中，这些公司不但受益快，而且确定性最高”。

而这些公司也早已布局。中国移动湖南分公司表示：华为和中兴通讯早就开始布局 RFID 领域，中兴通讯四年前已着手组建了 300 人的团队，并有着 100 余项专利。

由于受累于巨大的网络投资开支，跟通讯设备商相比，电信运营商受益较晚，加上下游物联网可行的商业模式尚未确立，运营商将承受一定的不确定性。

电信运营商将主导商业模式

正是因为物联网产业上游公司规模较小，且各自为政，要实现全产业链的发展，必将构建起大物联网的新商业模式。

国金证券分析师陈运红认为，移动互联网的高速发展以及固话宽带的普及是物联网海量信息传输交互的基础。物联网架构建立需要明确产业链利益关系，建立新的商业模式，而核心是明确电信运营商的龙头地位。

事实上，与 RFID、传感器等单个的微观产业链相比，运营商在大物联网架构中的作为空间大得多，就像在 3G 产业链中起主导作用一样，运营商也将在物联网产业中强势介入多个环节。而一旦拥有了主导产业链的能力，运营商便理所当然成为物联网新商业模式的建立者，如推进电信终端应用的拓展，提供相关系

统解决方案等。

中移动 CEO 王建宙 8 月下旬赴中国台湾地区宣传物联网,并向台湾地区 RFID、传感器和条形码的厂商发出合作邀请,已将电信运营商的巨大野心和意图展露无遗。

在日前北京通信展上,电信重组后三家运营商第一次参展便齐刷刷亮出各自的物联网杀手锏。中移动展出了手机支付,只需将普通 SIM 卡更换为 RFID-SIM 卡,将手机在接收器上轻轻一扫,就可以方便进行各种购物,并获得费用清单。

中国电信一直在推介自己的全球眼技术,其实就是远程监控的物联网应用。比如上海海关都采用中国电信的远程监控系统,通过画面可以对货物进行通关检查。中国联通日前在上海推出了公交卡手机,通过刷手机可以实现车票支付,这些都是典型物联网应用。

三家电信运营商谁最受益?

联合证券报告认为,包含强势固网的全业务运营商中国电信和中国联通在行业用户的信息通信技术建设中一直处于领导地位,其全业务模式十分便于将通信网络与物联网相关信息管理的企业内网实现对接,完成对物联网的全程管控。

由于资源所限以及历史原因,单纯的移动运营商中国移动目前能够实现的物联网应用还处于初级阶段。

两大隐忧制约产业发展

尽管物联网已经被列入国家发展战略,资本市场上物联网概念也一度火爆,但要形成完善的物联网产业还有待时日。目前,制约产业发展的障碍仍存在。

一方面,与美国相比,我国的核心芯片技术、传感技术和纳米技术等关键技术至少存在 10-15 年差距,目前国内 RFID 产业仍以低频为主,在 RFID 高端芯片等核心领域无法产业化。同时,国内传感器产业化水平较低,高端产品被国外厂商垄断。

另一方面,在网络实现上,美日韩早就在 1992-1994 年期间均提出了信息高速公路计划,而我国的宽带建设目前还处于初级阶段,用户普及率的差距也至少 5-8 年,而物联网相关企业对此有较冷静的认识。近日,被市场疯炒的远望谷、福日电子、东方电子、厦门信达等纷纷发布公告,称物联网概念对未来业绩无实质影响。

民族证券报告认为,目前物联网还不具备爆发性增长潜力,相关公司业绩的高成长性尚未体现,短期之内物联网概念主要是市场炒作,投资者切勿盲目跟风。

就炒作个股看,海虹控股是最早被炒的公司,而且涨幅最大,6 天拉四个涨停,但公司主要从事医药电子商务业务,近日公司发布澄清公告称,公司及公司所有控股子公司和参股公司目前并未涉及物联网及相关业务,也没有任何相关

的投资计划。

不少投资者认为厦门信达的业务与射频技术有关的，但公司实际来源于信息产业收入不到 1%，射频识别技术的收入更是不值一提。信达证券电子元器件行业分析师边铁城认为，厦门信达目前受益物联网很小，要对业绩产生实质影响至少要等两三年。事实上，就像远望股和新大陆这些明显与物联网有关的公司，其估值水平也都较高。

来源：赛迪网 2009 年 09 月 28 日

[返回目录](#)

“黑莓”全面覆盖企业市场

BlackBerry (黑莓)，被许多中国用户亲切地称为 BB 或 baby，其名字起源于 1998 年。由于这种无线电子邮件接收器的键盘，是由挤在一起的一个个小英文黑色键组成，远看犹如草莓表面的一粒粒种子，因此被命名为“黑莓”。

中国移动广东公司深圳分公司介绍，企业使用 BlackBerry 后，能改善服务、降低成本、提高效率，可为企业带来巨大的经济效益。

据了解，目前移动在深圳的 BlackBerry 业务共有两种：一种是已经试商用近 3 年的“BlackBerry 标准企业版”；另一种是刚刚试商用的“BlackBerry 中小企业版”，目前两种业务均受到了深圳企业的追捧。

近千深企成“黑莓”用户

近年来，BlackBerry 全球粉丝急剧增多，越来越多的国内企业以及在国内落户的跨国企业开始使用 BlackBerry。中国的 BlackBerry 服务，是由中国移动和加拿大 RIM 公司联合推出的、针对全球高端企业客户的无线数据传输业务。

中国移动广东公司深圳分公司产品经理黄海滨介绍，中国移动最初的“BlackBerry 标准企业版”在深圳试商用已近 3 年，主要面向大中型高端企业。最新统计显示，截至 2009 年 7 月底，深圳的“BlackBerry 标准企业版”高端企业用户已经超过 800 家，个人用户已达 6859 人。

由中国移动广东公司深圳分公司“原创”、并在全省首推的“BlackBerry 中小企业版”，则“降低门槛”关注中小企业市场，其自今年 6 月在深圳面市以来，受到了中小企业的青睐。最新统计显示，目前已有 100 多家深圳中小企业成为其用户。

“标准企业版”牵手中高端企业

中国移动广东公司深圳分公司介绍，移动“BlackBerry 标准企业版”现在已经在深圳金融、IT、咨询、制造及物流等领域，与一大批知名企业开展了卓有

成效的合作，其中包括平安保险、广东核电等，为提高企业信息化水平和运营效率发挥了巨大作用。

据悉，BlackBerry 采用的 Push 无线分组数据解决方案，可以让用户无论身在何处，都能通过手机安全地进行电子邮件发送、接收、归档和删除等操作，或接入公司内部网络，为客户带来精彩商务生活。目前该业务融合了业界优秀的软件、服务和硬件，能为企业提供端到端的无线解决方案。

除了支持电子邮件功能，BlackBerry 还支持双向同步日历、会议、记事本等个人信息管理功能。不仅如此，BlackBerry 还能提供企业数据无线推送的安全平台，使企业能够把除了邮件外的其他应用也安全快速地延伸到无线终端上。统计显示，BlackBerry 业务目前已经覆盖了全球 240 个国家和地区的 375 个移动运营商，全球总用户量超过 1500 万。

“中小企业版”关注中小企业

今年上半年，针对深圳很多中小企业没有标准邮件服务器，无法使用 BlackBerry 业务的“遗憾”，中国移动广东公司深圳分公司从市场实际需求出发，在充分调研的基础上，在全省首次创新性地提出了为中小企业客户建立专有 BlackBerry 平台、提供托管邮件服务器和 BlackBerry 业务的服务，可以让“家底不厚”、喜欢精打细算的中小企业同样享受到黑莓服务。

来自中国移动广东公司深圳分公司的最新统计显示，使用“BlackBerry 中小企业版”的中小企业，大多为物流企业、咨询公司（包括广告公司）、律师事务所、会计师事务所、酒店等，其中的个人用户大多为这些企业的中高层管理者。

中国移动广东公司深圳分公司产品经理黄海滨分析，深圳的中小企业之所以青睐“BlackBerry 中小企业版”，有四大原因：其一，企业客户无需额外支付相关管理和使用费用。其二，该业务办理手续简单，客户只需携带个人身份证即可办理。其三，移动公司能提供专职的工程师团队服务，为客户提供技术咨询和辅导。例如，客户可以通过电话咨询工程师技术问题，或者直接约请工程师免费上门服务。而在国外，黑莓业务的上门服务一般需要额外付费。其四，市场推广期间，尤其在今年三季度，移动公司还推出了非常强大的促销优惠，如可享受高额的话费返还、精美礼品赠送等。

据介绍，在功能方面，新的 BlackBerry 中小企业版与标准 BlackBerry 邮件服务没有差异，保障了与传统 BlackBerry 业务操作的统一性。

来源：深圳新闻网 2009 年 09 月 24 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