



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. 11. 18

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 2010 年国资经营预算将重点支持新一代通信研发

2010 年国有资本经营预算明确将重点支持新一代通信研发，给科研经费普遍偏低的通信制造央企带来重大利好，也有利于国有通信制造企业抢占 4G、无线宽带等新技术制高点。

■ 信息技术知识产权中国十强，华为中兴仍据前两名

今年我国信息技术领域专利积累呈现扩张之势，发明专利积累进一步增加，在申请总量居前 10 位的企业中，深圳占有四席

■ 芯片业主战场从 CPU 转向 GPU

上周五，英特尔与 AMD 宣布达成全面和解，以终结双方间长达数年的所有法律争端。英特尔为此愿意向 AMD 支付 12.5 亿美元，而 AMD 将撤销对前者的全部诉讼。根据协议，AMD 和英特尔将根据一份新的 5 年交叉授权协议互相获得双方的专利使用权，英特尔还同意遵守一系列商业操作规定。

■ 中国三大运营商前三季财报发布，盈利均有下滑

中国移动、中国电信和中国联通日前先后披露了今年前三季度的业绩报告，三家运营商欢喜忧愁各自都有。但从净利润这一关键数据来看，三家的盈利能力继续弱化，越发不会“赚钱”了。

■ 中国电信在沪成立全国视讯中心

中国电信正在打造统一的视讯平台。数据显示，中国电信目前拥有近 5 千多万宽带用户，4500 万移动手机用户和近 300 万 IPTV 用户，拥有互联星空、手机影视、IPTV 等多种多媒体视频业务，这被业内认为中国电信开展视讯业务的基础优势。

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
“十二五”期间我国电信业将重组	4
中国 3G 市场热度不减, 各大厂商竞争升级	8
华为崛起: 不仅仅是“价格屠夫”	9
产业环境篇	11
【政策监管】	11
“扫黄打非”办下发紧急通知, 严打手机色情网站	11
“云+端”模式有望根除垃圾短信	12
2010 年国资经营预算将重点支持新一代通信研发	14
国资委排查央企工程建设突出问题, 3G 在列	16
【国内行业环境】	20
物联网成高交会热门关键词	20
信息技术知识产权中国十强, 华为中兴仍据前两名	22
三网融合拉动设备投资光纤业或成新增增长主力	24
【国际行业环境】	26
芯片业主战场从 CPU 转向 GPU	26
非洲最大移动运营商 MTN 计划裁员超 400 人	28
手机 OS 大战, Symbian 遭抛弃?	28
运营竞争篇	30
【竞合场域】	30
中国三大运营商前三季财报发布, 盈利均有下滑	30
运营商感受外来威胁, 3G 竞争模式颠覆传统	32
【中国移动】	34
中国移动信息化解决方案助力中小企业	34
王建宙谈 TD-LTE: 终端芯片研发仍需加快	38
移动试水网络电话, 每分钟低至 6 分钱	39
中国移动启动 IMS 招标, 将采用分省运营模式	40
OPhone 手机上市之三大难解	42
【中国电信】	44
中国电信携 N900+欲终结 iPhone	44
电信手机上网资费终改回“按流量收费”	44
中国电信在沪成立全国视讯中心	45
【中国联通】	47
常小兵表示 iPhone 销量能接受, 将重审营销战略	47

广东联通成立俱乐部笼络 iPhone 用户	48
功能无缩水, 解析联通 iPhone 热销现象	48
化套现为回购利好, 中联通曲线提振资本市场信心	52
制造跟踪篇	54
【中兴】	54
中兴通讯召开云计算技术论坛: 六年造“云”	54
中兴通讯光传输亚太区市场份额突破前二	55
【华为】	55
华为召开第三届亚太 CTO 论坛, 展望移动宽带前景	55
移动与华为联合展示香港首个 TD-LTE/SAE 试验网	56
弯道超车, 华为跃升移动设备商全球榜眼	57
华为获中国移动订单抢 4G 先机	58
【诺基亚】	59
高利润服务饱受非议, 诺基亚手机维修黑幕重重	59
【其他制造商】	63
中国移动 PC 服务器招标落幕: 惠普成最大赢家	63
传摩托将向中国市场推出 MT 710 Ophone 手机	64
爱立信购北电无线资产收官	64
服务增值篇	65
【趋势观察】	65
视频播客增值业务成新利润增长点	65
移动互联网将成杀毒软件业的新利基	68
【移动增值服务】	70
手机支付市场有望迅速升温	70
北京移动试商用新“手机钱包”	70
3G 门口冷静的“手游人”	71
中国手机阅读“热”的三个挑战	76
【网络增值服务】	77
雅虎求职网站存可能泄露用户数据的严重漏洞	77
微博客引领互联网新风潮	78
技术情报篇	80
【视频通信】	80
3G 视频应用进入新时代, 三大运营商面临挑战	80
电视、手机、电脑“三屏互动”	82
【电信网络】	85
摩托罗拉为世博提供室内 TD-LTE 宽带网络覆盖	85

铁通公网专网年前分家	86
全球首条 WCDMA 高铁专网开通，享低延迟视频通话	87
【终端】	88
进攻固网，中国移动 4000 万激励 TD 无线座机研发	88
辐射量：一个基站=半个手提电脑	89
【运营支撑】	91
铁通入移动“无限期搁浅”	91
三网融合时代，设备商由电信云向互联网云漂移	91
政企携手共促 TD 网与物联网融合	92
中华电信与微软云计算策略联盟	93
【军事通信】	95
中国第六艘 094 战略核潜已经建成下水	95
市场跟踪篇	97
【数据参考】	97
上半年移动增值业务达 884 亿	97
【市场反馈】	97
TD 用户达 400 万	97
七成网友最爱天翼	98

亚博聚焦

“十二五”期间我国电信业将重组

中国的通信信息产业在经历了市场高速发展，运营商分拆与重组，3G 发牌和放号后，在 2009 年给人一种老牛拉车“快亦错慢亦错”的景象。如果现在要求三大电信运营商展望一下 2010 年或更长一个阶段的发展前景，恐怕没有哪家能够说得清楚。

所谓“快亦错慢亦错”事实上指的是三大电信运营商在 3G 用户量、国资管理部门考核、用户占有率三座大山的重压下，除了气喘嘘嘘，确实没有精力做长远的打算。“走快了”，市场不认账，像三家血拼的增值业务，“走慢了”，收入上不来，非但上市公司年报做得难看，国资考评更过不去。所以，2009 年，对三大运营商而言，实实在在地体会了一次叶公好龙的滋味，想 3G、想全业务、想重组，三条龙都来了，运营商却迷糊了。

其实，这些仅仅是表面现象，2009 年本应是三大运营商重大的转型之年，即从前些年的体制之争演进为业务之争，特别是业务运营模式之争。我们仔细看

看在华的跨国电信公司在 2009 年潜心做什么？在做业务，做开放式的企业级的融合业务、融合技术和融合终端，而中国三大运营商的目光仍停留在百姓市场上，对企业级的融合类业务置之不理。

只关注眼前的收益和市场份额，只希望从一般百姓级的消费人群中挤出更多的收益，是大多数新兴国家发展新型产业的通病，也正如此，发展中国家追赶发达国家也就呈现出“永远地慢半拍”。

做企业级的电信业务不是丢弃或削弱百姓级的市场，是要求电信运营商必须在激烈的竞争中做到“吃着碗里的看着锅里的”，实现“两线运行”（赚钱找企业，做大靠人民，做强靠融合），运营商必须清醒地知道，碗里的东西总会吃净，而锅里的或许是可以再造再生的。

这显现的，正是 2009 年中国电信运营商与发达国家运营商的差距。

信息产业将在“十二五”期间进入一个全新的发展阶段

由此，我们不得不要求三大国有电信运营商认真考虑一下：2010 年自己该做什么？是否还继续玩终端？玩价格肉搏？玩漫无边际的增值概念？还是认真想想世界变了没有，传统的通信产业变了没有，在中国将要面临的重大经济结构和市场结构调整中，电信业或通信信息服务业的内涵变了没有，在将要进行的“十二五规划”中，电信运营商业务发展和业务形态的方式变了没有？

在展望未来的时候，我们要看到中国通信产业的特殊背景：中国三大电信运营商与其它的国有垄断性产业不同，首先，中国通信信息业的市场开放和市场化水平在中国各个垄断公司中是最高的，市场竞争远比金融、电力、石油、航空、铁路运输强得多，中国通信信息产业是目前国有垄断公司中，在市场竞争、价格选择、外资利用、法规和监管建设等方面走得最快、最成功的产业，因此，在“十二五规划”中，可以肯定地讲，基于改革性、政策性的规划比重将会减少，而基于操作性、市场竞争性、开放性和监管性的法规将替代以往的政策研究，这标志着中国的通信信息产业在“十二五”期间将进入一个全新的发展阶段。如何理解、认识、预测、判断这一新阶段在市场层面带来的新情况，以及这些新的情况对“十二五规划”的影响，对通信信息投资企业和运营企业制定科学的战略规划是一个不可缺失的前瞻性工作。回答上述这些问题，并以实证的方式系统地解剖发展中的各个问题、各个环节、各个前景，特别是通信信息产业在中国以信息化推进现代化建设中的实证意义与方式，均是撰写本文的重要背景。

把握两大主线是关键

需要特别说明的问题是，以下所列举、分析的内容并非中国通信信息产业“十二五规划”中的内容，所有的内容仅是我个人在 2009 年即将过去的时候，依窗畅想的一些思路，是自认为的一种前瞻性的判断与分析，这些判断仅仅是为了使

关注中国电信产业的投资人、运营商和学界同仁能够预见性地对将要制定的通信信息产业“十二五规划”有一个前期性的把握和准备。

第一，在经历全球金融危机后，中国决策层对产业发展的投入及管制方式正在发生变化，对历史所沉积的各种问题、矛盾和漏洞，正在寻求一揽子的解决方案，但这项工作不仅艰难，风险也很大。由此，未来2-3年，中国经济在宏观层面存在许多不确定性，这些不确定的问题将会使“十二五规划”比此前的规划面临更多的压力和挑战。但是，中国通信信息业的规划相对简单而清晰，这主要是通信信息业最难以解决的体制问题已基本解决，下一步主要是市场化的演进方式，由此，在“十二五规划”中，通信信息业规划的核心将围绕“以信息化与工业化的融合为主线展开，规划解决的重点问题不是技术问题，而是市场体制和市场法规问题。”

第二，中国通信信息产业对GDP的贡献是一个模糊的概念，在“十二五规划”中，站在宏观层面看通信信息业的规划，将主要体现在应用层面和内容提供层面的规划，也就是说，宏观经济层面对传统通信产业的依赖度会下降，但对信息产业与其它产业的融合会提升，而通信信息产业内部，以及IT、通信、互联网间的融合技术、融合业务和终端融合将是中国“两化”融合的突破口，规划在这些方面的投入应远大于“十一五规划”。

上述两个方面的问题，将会在后面的思考中给予客观、系统的分析，并提出预测性的结论和实证支持。

十二个重点领域

从中国“两化融合”战略的主体思路以及未来十年中国参与国际竞争的态势看，在通信信息产业领域，我个人认为“十二五规划”应重点考虑以下内容：

第一，与“十一五规划”相比，通信信息产业“十二五规划”在政策制定机制上、实施上、操作上将重点体现为行政管制与市场管制的角色转换，同时，政策的约束力将重点转向法律的约束力。

第二，三网融合将是通信信息产业“十二五规划”的重点，也是国务院再次申明的重点，因此，对三网融合的预估及分析，对于前瞻性地把握“十二五规划”实际效果很强。其中，三网融合的主要障碍会在技术融合、业务融合和终端融合三个方面被击破，而业务的融合又会为“两化”融合的落地奠定基础。因此，按照美国硅谷近些年在融合业务、融合技术领域发展的经验，未来几年，中小通信技术和业务提供类企业将可能成为融合业务的先头部队，而风险投资在这个领域的回报肯定不会低于当年对互联网投资的收益。

第三，数字城市、高密度网络覆盖以及协同建设的技术方案及法律促进，在“十二五规划”中有可能成为一个重要的操作性问题，也是通信信息业由政策约

束向法律约束转变的重要突破。在这个过程中，作为电信运营商包括海外投资者的态度、方案、运营支持，都可能成为规划中法律条款制定的重要基础。因此，在“十二五规划”中，对该问题的准确研究和分析，意义非常大。

第四，从 3G 到 4G 的过渡，将是“十二五规划”的重点技术规划内容。这个方面的预测将存在很多不确定性，需要时间的验证，比如中国的 3G 还能走多远，市场何时认可 3G 等。但是作为技术性规划，国家将不可缺失地要对国家宽带战略与规划，移动互联网的技术规划、网络信息安全的规划、数据通信高效能传输技术的规划，4G 技术的前瞻性规划等，作出充分的研究与具体规划。而规划应充分预知今后几年技术性规划的市场定位和运营方式定位问题，避免出现曾经发生的对 3G 市场过于乐观的不良后果。

第五，农村信息化。农村信息化正在面临由形象工程、跑马圈地向实际应用的转变，这其中存在巨大的市场商机。由于农村信息化在很多领域是由地方政府领导并实施的，因此，对城市三网融合、其它资本进入、增值业务的多元化及多家运营等障碍，均可以突破。“十二五”期间，国家对农村信息化的投资将会成倍增长，地方政府的投入更会直线上升，其中，选择可行的商业模式和市场模式，将可能成为“十二五规划”中重要的政策要点。

第六，企业端信息化的专项投入规划。这类规划实际已经在工信部的八个“两化”融合试点城市有所展现，但“十二五”所要做的是企业端的信息化究竟是由电信运营商主导，还是 IT 企业主导，还是放开电信转售业务，放宽市场准入，允许成立虚拟运营商或中小行专业运营商，也正是因为这样一个背景和市场驱动，我认为，“十二五期间”还会再完成一次电信重组，由三家变成两家，形成双寡头垄断 + 中小运营商的最佳平衡结构。

第七，电信资费相关监管的法律体系建设，有效竞争和相对独立监管机构的组建很可能在“十二五”中后期完成，而资费的整体市场化则可能在“十一五”后期就实现。

第八，对外开放的法规与法律。这些法规和法律主要体现在合资企业股权的配置，法人治理结构的建设方面。在对外开放上，外资直接参股基础电信业的门槛我认为肯定会降低，而中国运营商进入发展中国家的步伐会明显加快。中国与发达国家在电信服务业的贸易纠纷和冲突将日趋增加，甚至会激化。对此，在“十二五”产业规划和配套政策中，都应有相应的对策和保障机制。

第九，垄断性国有资本的调整问题。未来几年内，中国不会对国有电信运营商实施非国有改造，但会加快股权多元化的步伐。

第十，在“十二五”电信规划中，基于有效竞争的号码携带、转售业务、外资进入新的管制与鼓励法规等都会有所调整。

第十一，融合技术、融合业务、融合终端，以及对“两化”融合的基础支撑，将是贯穿“十二五规划”的核心内容和主线，电信运营业的产业形态和市场形态都会发生巨大变化。

第十二，“十二五规划”应有目标地涵盖超前性技术投资和规划，以此保证通信信息产业，融合产业与发达国家缩小差距，力争同步，比如全新的 4G 规划和在融合业务中“云技术”的操作性研究等。

当然，在具体的分析与预测中还会产生其它的一些需要研究的问题和可能体现在十二五规划中的内容，这需要根据具体情况进行调整或扩充。

来源：通信信息报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

中国 3G 市场热度不减，各大厂商竞争升级

随着中国移动市场声势浩大的 3G 建设进入高潮，国内市场成为这场尚未过去的经济寒冬中最温暖的一片春意，而这个相对特殊的竞技场，似乎也令全球主要供货商的收入和市场占有排名出现了新的局势。进入本年度以来，华为和中兴两家本土领头企业在这次主场作战中凭借自身雄厚实力和本土优势占尽天时地利，分别挺进十大供货商收入及市场占有率冠军和第四的位置。

同时根据 2008 年和 2009 年第三季度同期对比数据，在其它供货商均出现了不同程度的收入下跌，平均幅度达到 16% 的情况下，两家中国企业分别实现了 33% 和 23% 的大幅增长，成为排行榜上仅有的亮点。从表格数据来看，第三季度最吸引人的新闻无疑是华为依靠在中国 3G 网络建设中的优势，继续保持了前两个季度收入超越阿尔卡特朗讯的势头，拔得头筹，以 8.65 亿美元占据领跑地位。正如某竞争对手在调查过程中提到的，“华为已不再是一个低价供货商，低估它只会给你自己带来灾难。”

另一家中国企业中兴，则在与富士通争夺第四名的过程中渐渐以微弱的优势占得上风。尽管在第三季度的收入排行上中兴提供的数据较上一季度下滑了 42%，排在富士通之后，但考虑其一、三季度业绩报低的惯例，综合第二季度数据来看，实际已经把富士通挤下了第四的位置，成为新的殿军。看来不管政策导向也好，本土企业运营优势也好，国内市场繁荣的最大受益者毫无疑问是民族企业。

市场占有率方面，华为和阿尔卡特朗讯合计占去了 40% 以上的份额，而对比第二季度数据来看，华为 0.8% 的上升趋势和阿尔卡特朗讯微弱的下跌进一步巩固了前者第一的优势。中兴则由于惯性的单季报低，占有率较上季度下滑 3.5%，以 5.5% 的成绩排到了富士通之后。

从全球投资势态来看，中国市场的火热显然也为整个亚太地区带来了耀眼的成绩，今年第三季度亚太地区超过 14 亿美元的投资与去年同期相比增加了 33%，位居第一，其中中国 3G 网络建设的大手笔功不可没。相比之下，北美地区的投资减少趋势得到缓解，欧洲、中东、非洲（EMEA）地区却继续严重下滑，两者分别以略少于 10 亿美元紧随其后。

在接下来的这个季度甚至明年的时间里，可以预见中国市场 3G 建设热潮将持续影响全球市场，为尚未回暖的电信业注入一剂强心针。无论中国企业还是阿尔卡特朗讯这样的老霸主，都将为分得自己的那块蛋糕使竞争更加白热化。虽然以华为和中兴为代表的国内设备商可谓顺风顺水，有望借助这次难得的机遇实现质的跃变，但市场最终会怎样洗牌，还让我们拭目以待。

来源：通信世界周刊 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

华为崛起：不仅仅是“价格屠夫”

1982 年的一天，38 岁的任正非刚从四川某部队转业，来到深圳行色匆匆的人群之中，对于深圳，这是一个普通的到来；

1988 年，44 岁的任正非以 2 万元的注册资本，在南油新村一个居民楼里创办华为公司，这个最初代理模拟交换机的公司对于中国通信设备业，也是一个平常的进驻；

2009 年，任正非 65 岁了，华为即将实现 300 亿美元销售目标的成绩，它为深圳带来高科技的光环，它为中国通信设备业“驱赶”外国竞争者，它成为了全球通信业大佬们“门口的野蛮人”。

而华为从一家只有十几个人的私营企业发展到如今拥有 8 万员工和 183 亿美元销售额的跨国企业，华为见证和成就的正是中国通信产业的成长。

“七国八制”时代，中国通信市场被外国企业完全占据，后来随着华为、中兴等企业的崛起，抢回不少份额，但外资企业的份额仍然远高于 50%。不过在现在的 3G 市场，国产通信企业成为真正的顶梁柱，工信部统计，在三大 3G 制式中，国产设备商的占有率达到 75% 以上。

当华为等通信企业诞生之时，国外的竞争对手都已经有了近百年的历史和积累，双方的竞争从来都不是在同一个平台之上。

通信行业具有高度垄断、高度创新、密集研发与更新换代快等特点，这在其他行业往往只有国有企业才能做到，尽管华为总是因为所谓的“军方背景”而被外国政府和企业质疑，但华为确实是一家彻头彻尾的民营企业。更重要的是，很

多国有企业都做不到的事，华为做到了。

在这个过程中，华为必须承受很多压力，比如融资压力。这也是中国中小企业成长初期的共同难题。曾经担任华为副总裁的刘平一直记得，在开发万门交换机 C&C08A 的时候，由于多年研发和投入一直未能成功，华为总裁任正非曾对他说，搞交换机的钱都是借来的，如果搞不成功，他第一个从五楼上跳下去。

任正非的忧患意识是华为奋斗精神的基础，任正非多次在华为内部提出“过冬”的说法，“当然我曾经悲观过啊，我曾经很发愁，觉得苦闷啊……华为公司只要稍稍不行了，怎么发工资啊？我觉得这是很大的压力。”

庆幸的是，每一次冬天，哪怕是竞争对手在危机中倒下了、并购了或者整合了，华为都安然度过。不仅如此，华为一直在以惊人的速度成长。

早期的华为，被外国企业看作是“价格屠夫”。竞争对手指责说，华为“奇迹”无非是低廉的价格加上无所不用其极的市场策略，华为带来的恶性竞争，最终让行业参与者都没有好日子过。

但竞争对手的“诅咒”并没有妨碍华为赢得尊重，价格显然不是华为竞争力的全部。

在思科与华为的知识产权纠纷案之后，思科总裁钱伯斯表示：“华为是一家值得尊重的企业。”美国花旗集团公司执行董事罗伯特·劳伦斯·库恩博士曾称，华为已经具备“世界级企业”的资质，它的崛起“震惊了原来的大佬们——如北电、诺基亚、阿尔卡特朗讯”。

而瑞士信贷集团股份公司分析师 Kulbinder Garcha 最近更是表示，华为“可能在 3 到 5 年内，成为通信设备市场里第二大厂商”。

为什么华为能保持如此旺盛的生命力？为什么华为能赢得如此多的尊重？任正非认为：“在电子信息产业中，要么成为领先者，要么被淘汰，没有第三条路可走。”因此多年以来，华为始终坚持将收入的 10% 以上作为经费投入研发。这一点从未动摇。

任正非说：“有人问我，你们投这么多钱是从哪儿来的？实际上是从牙缝中省出来的，我们的发展必须高于行业平均增长速度和行业主要竞争对手的增长速度。”

到 2008 年为止，华为在过去一年总共提交了 1737 件专利申请，一跃成为全球专利申请最多的公司，这也是中国公司第一次名列专利榜的首位，到 2009 年 6 月为止，华为总共申请了 39184 件专利。

除此之外，在短时间内根据运营商需求拿出定制化产品的能力也是华为的核心竞争力之一。如果与阿尔卡特朗讯对比，前者需要三个月完成的研发流程，华为基本一个月内就可以成型。即使在技术上无法做到世界顶尖，但为满足运营商

具体业务和战略而进行的产品研发和快速并准确的执行能力，也成为华为在全球高速扩张的另一个核心竞争力。

如今，华为已经站到了 300 亿美元销售额的门槛上，再前进一步，华为就将达到其多年前提出的 400 亿美元的销售目标。重要的是，在华为成功的背后，我们看到的是中国通信行业崛起的样本。

来源：第一财经日报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

产业环境篇

〔政策监管〕

“扫黄打非”办下发紧急通知，严打手机色情网站

2009 年 11 月 16 日，全国“扫黄打非”办公室针对一些手机网站制作、传播淫秽色情信息活动不断蔓延的情况，下发了《关于严厉打击手机网站制作、传播淫秽色情信息活动的紧急通知》，要求就手机网站制作、传播淫秽色情等有害信息活动进行专项治理。

通知指出，这次专项治理的目标是遏制手机网站淫秽色情信息蔓延的势头，切实保护青少年身心健康。通知要求各地“扫黄打非”部门迅速掌握手机网站制作、传播淫秽色情信息的方式和手段，摸清其背后的利益链条。在此基础上，各地“扫黄打非”办公室要迅速组织协调相关部门开展打击手机网站制作、传播淫秽色情信息活动专项行动，对辖区内的手机网站进行一次全面清理，严厉查处制作、传播淫秽色情信息的手机网站，情节严重的要依法予以取缔，涉嫌构成犯罪的立即移送公安机关立案查处。通知强调加大监管和案件查办力度，通信管理部门要加强对接入服务商的监管，明确接入服务商的责任，要求接入服务商采取有效措施，对手机网站进行全面清查，防止淫秽色情信息通过手机网站传播，对明显传播淫秽色情信息的网站，要果断采取断网措施。工商行政管理部门要加强对网络广告代理商的监管，对非法经营和利用淫秽色情网站推广广告业务的网络广告代理商，依法严厉查处，严格杜绝在淫秽色情网站上投放广告。公安部门要进一步加大对手机网站制作、传播淫秽色情犯罪活动的打击力度，追根溯源，严查彻究，斩断手机淫秽色情网站背后的利益链条，坚决打击为手机淫秽色情网站提供建站、网络接入、增值服务、广告推广、代收费服务的运营商和第三方支付企业。通知还要求各地各部门高度重视这次专项行动，按照属地管理和谁主管谁负责的原则，恪尽职守，加强协作，认真组织实施专项行动，确保工作落到实处。

来源：新华网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

“云+端”模式有望根除垃圾短信

日前，从 12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心获悉，举报中心自开通起共收到各类不良与垃圾信息的举报 180 余万起，其中近 150 万起与垃圾短信有关，占举报总量的近 80%。目前我国手机用户已经突破 7 亿，广大的消费者长时间饱受垃圾短信的骚扰，这不得不说是整个行业面临的一个令人难堪的问题。

为何垃圾短信的问题暴露了几年之后，依然悬而未决？日前，政府部门、运营商、协会组织和手机安全厂商的行业专家同台论道，他们认为：发送信息内容和接收端需求的个性化、多元化，使得垃圾短信难以从源头上进行“一刀切”，因而此前主要集中在网络侧的宏观治理手段只可斩草，难以除根。但是在整个产业链的共同努力下，“政策+技术”、“云+端”的模式有望根治这一痼疾。

防垃圾短信难题：界定与终端

人们说起垃圾短信的治理，往往会建议“从源头治理”。比如从技术上突破，由通信部门建立相关机构，编制程序，对恶意的、不健康的内容不予转发等等。那么这种措施是否可行呢？

工信部电信管理局副局长王建文表示，和开发软件、对垃圾短信进行限制相比，把什么样的内容定性为垃圾短信并给予限制和打击是更大的难题。例如售房短信，对于买房者来说这就是一个信息提供得主动又详细的好服务，但对于不需要者却是十足的垃圾短信、骚扰短信。因此从法律和各种规章来说，除严重违法违规信息外，其它很多内容难以垃圾短信目前难有明确定论。

这种观点也得到了移动通讯巨头“中国移动”和“中国联通”的认同。他们还表示，单从网络侧难以根治垃圾短信的问题，中国联通产品创新部许海翔说，联通在治理垃圾短信技术上进行了大量的信息收发拦截研究，并推广了软件防护墙等产品，但不能解决所有垃圾短信问题，而且从网络侧进行限制必然会出现误拦等问题。

解决方案：用好两个加式

网络侧处理垃圾短信力有不逮，以往从客户端限制垃圾短信的方式又存在缺陷，比如黑白名单技术，由于垃圾短信发送号码一直改变而收效甚微；关键字技术让所有用户都能准确到位的表达需求又很不现实。因此，必须要有一个技术手段去解决的问题，手机安全专家网秦公司 CEO 林宇博士率先提出了以“政策+技术”、“云+端”结合的模式保障手机安全的观点。

林宇说，垃圾短信问题必须要由真正权威、具有公信力的服务平台来解决。这样一个平台需要政府和行业联盟给与政策性的引导，但如何发现问题、发出预警，再到解决问题，要靠完整的技术方案，这就必须有第三方的专业技术团队来给予支撑，需要业内企业共同参与、公平竞争提供合理的技术手段。

在技术层面，以往应对垃圾短信问题往往只在于“云”的角度，但实际上安全问题、垃圾短信最终都体现在手机上，用户的参与至关重要——必须由“端”去识别这些安全的识别和问题。这就决定了只有通过“云+端”的结合才能在技术层面取得突破，首先用户对问题进行评论举报，“云”把大量用户手机上的发生并举报的问题，进行统计分析，定位问题，然后把它变成策略，最终分发到所有用户的手机上。可以说，在“云+端”的模式中，所有的用户都是系统的一部分，在为系统贡献支持的同时，也分享了解决方案。

通讯管家 V3.0：垃圾短信终结者

据了解，网秦公司在“云+端”模式的探索之路上已经取得了丰硕成果：该公司花费两年时间研发出的基于语义识别的智能短信过滤引擎，可在使用过程中记录下用户的需求，形成了个性化的服务数据集和专属的通讯管理支持。目前该引擎已经集成在 11 月 10 日上市的“网秦通讯管家 V3.0”产品上，使用该软件的手机用户无需设置黑名单和关键字，就可放心享受自动过滤垃圾短信的服务。

除智能垃圾短信过滤外，通讯管家 V3.0 还为用户提供了大量的免费功能与服务。多功能来电大头贴能够显示来电号码的归属地信息，还可以帮助机主进行“短信拒接”，一键挂断电话的同时自动回复预置的短信，还可将重复拨入的骚扰电话加入黑名单；自动 IP 拨号助手可根据用户设置，在拨打长途电话时自动加拨 IP 电话；安装该软件的用户可以方便地根据号码查询归属地，或者输入地名查询区号信息等等。

通讯管家提供的智能垃圾短信过滤和来电管理功能，已经可以满足大部分人的反骚扰和防欺诈的需求。而有更专业的反骚扰和隐私保护服务需求的用户只需花费少量的费用就可以专享永久的“反骚扰策略库更新”和“私密空间”服务，“私密空间”具有清除隐私记录、私密短信提醒、自动挂断私密来电、超时自动退出等多项强大的功能。

业内专家表示，“云+端”模式一经提出便迅速得到了广泛的认同，面对垃圾短信这个令人头疼的公共难题，网秦给出了领先行业的解决方案。通讯管家 V3.0 的面世标志着技术层面的重大突破，垃圾短信的痼疾有望凭借这一工具得到根本解决。

来源：通信世界网 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

2010 年国资经营预算将重点支持新一代通信研发

2010 年国有资本经营预算明确将重点支持新一代通信研发，给科研经费普遍偏低的通信制造央企带来重大利好，也有利于国有通信制造企业抢占 4G、无线宽带等新技术制高点。

年底将至，2010 年国有资本经营预算编制情况再次引起各方的关注。

自 11 月 5 日财政部下发《关于编报 2010 年中央国有资本经营预算建议草案的通知》后，中央企业 2009 国有资本经营预算目前已经由国资委编制完成，并报给财政部和国务院。待审核通过后，将向外界公布。

预算总额减少

国有资本经营预算，是国家以所有者身份依法取得国有资本收益，并对所得收益进行分配而发生的各项收支预算，是专门用于支持实施产业发展规划、国有经济布局和结构调整、补偿国有企业改革成本等方面的资金，俗称央企红利。

据悉，受累国际金融危机，中央企业利润下滑，今年征收的央企红利将比去年的 547.8 亿元大幅度减少，降幅将在 25% 左右。

央企红利收缴始于 2007 年。当年，当年国务院发布了《关于试行国有资本经营预算的意见》（下称《意见》），开始在部分中央企业中进行试点，结束了自 1994 年以来中央企业只向政府上交税收、不缴红利的历史。

国资委相关负责人表示，今年红利上缴总额减少，主要是由于去年国际金融危机造成企业利润下降引起的。

根据国资委此前公布的数字显示，2008 年除了军工等企业外，其他 118 家央企的总体利润为 7000 亿元左右，这一数字和 2007 年央企 10000 多亿元的利润相比下降了约三成。

“去年中央企业亏损的重灾区主要是在发电企业、航空企业，电网、交通、石油、石化、钢铁等重点行业利润明显下降，只有中移动等少数企业保持了较高的盈利水平。”国资委研究中心专家认为，今年央企红利总额减少是肯定的。

上缴比例不变

国有资本经营预算制度建立后，国有企业收益上缴比例的问题为社会各方面所关注。社会各界要求提高央企红利上缴比例的呼声不断。

按照试行《意见》要求，中央企业的上缴比例分为三个层次：烟草、石油石化、电力、电信、煤炭等具有资源型特征的企业，上缴比例为净利润的 10%；钢铁、运输、电子、贸易、施工等一般竞争性企业，上缴比例为 5%；军工企业、转制科研院所企业，上缴比例 3 年后再定。

但从不久前召开的全国地方国资收益会议传出的消息看来，国资委近段时间

不会考虑上调国有资本收益比例的要求。“因为不少央企也在这轮危机中受到影响，等到企业再次企稳向好，会考虑按照可供分配利润的一定比例收取国有资本收益。”一位与会人士表示。

尽管今年预算总额相对有所减少，但国资委方面表示，今年用于支出的领域有所增加，但是重点还是会放在央企战略重组上。

重点支持战略性重组

自 2007 年开始编制国有资本经营预算以来，央企重组就一直是这一资金的支持重点。数据显示，2008 年中央企业资本预算总支出为 547.8 亿元，用于推进中央企业产业布局和结构调整等方面的预算支出达 81.5 亿元，占总体预算支出的比例为 15%。

根据国家整体安排，推进中央企业布局和结构调整仍然是 2010 年国有资本经营预算支出的主要方向。2010 国有资本经营预算的编制重点共有三项，分别为资本性支出、费用性支出和其他费用性支出。其中，在分列支出时，前两类资金用途的第一部分内容均提到了支持央企重组。

按照国资委的部署，到 2010 年中央企业将减少到 80-100 家，努力培育 30-50 家具有国际竞争力的大公司大企业集团。到记者发稿时为止，国资委管辖的中央企业数量还有 132 家，这也就意味着，在剩下的一年多的时间里，还有超过三十家央企需要整合。

事实上，为了推动央企兼并重组，国资委正在采取多种举措。日前，国资委副主任邵宁在出席中央企业重组经验交流与培训班时明确表示，为加快国有经济布局和结构战略性调整，国资委正在筹建国有资产经营公司。

业内人士认为，继诚通和国投之后，国资委再提建立国有资产经营公司，将经营不善的央企划归新的国有资产经营公司，目的就是为提速央企重组兼并。

结合通信央企实际情况，运营商重组 2008 年尘埃落定后，目前已经基本形成较为合理的竞争格局，在一段时间内不会有太大变化。反观通信制造央企现状，几家企业均面临市场竞争力不强，赢利能力较弱的现状。企业之间的战略性调整有望在国有资本经营预算的支持下于 2010 年实施。

利好下一代通信研发

虽然推进央企兼并重组是国有资本经营预算的主要用途，但相较以往，2010 年国有资本经营预算支持范围进一步扩大。

值得关注的是，与去年国有资本经营预算明确三大用途相比，2010 年国有资本经营预算新增了中央企业科技创新等三项投资计划，而科技创新项目中重点支持新一代通信研发则直接为大唐、普天、上海贝尔、烽火等通信央企带来利好。

国际金融危机爆发以来，通信制造央企受到较大影响，出现不同程度的营收

降低、利润下滑，从而给企业研发投入带来影响。

根据国家发改委 11 月 9 日最新公布的 2008 年企业研究与试验发展经费支出排名，上海贝尔、中国普天分别以 11.47 亿元和 5.45 亿元研发投入排名第 27 和 75 位，大唐和烽火由于研发投入较低无缘全国百强。而同类企业中，华为和中兴 2008 年的研发投入达到 96.66 亿元和 39.94 亿元，排名全国第二和第四位。通信制造央企与华为、中兴在研发投入方面差距较大。

业内专家指出，技术研发投入目前已经成为衡量通信企业综合实力的重要指标之一，尤其是我国目前正处在 4G、无线宽带等新一代通信技术的研发攻坚期，后续的技术演进需要大量的科研经费支撑。国有资本经营预算专门安排资金用于支撑新一代通信技术研发对于盈利能力不是很强的通信制造央企而言无疑如获甘霖。

而对于新一代通信技术研发的经费支持数目，由于目前国资委上报的只是草案，最终金额还有待财政部和国务院的最终批复。

来源：通信产业报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

国资委排查央企工程建设突出问题，3G 在列

日前，国务院国资委以“开展工程建设领域突出问题专项治理工作协调小组”名义发文中央企业，部署中央企业系统工程建设领域突出问题排查工作。3G 建设是电信央企今年以来投资重点，规模较大，是这次排查工作的对象。

此次国资委在央企开展的排查范围，以政府投资和使用国有资金的项目为重点，对 2008 年以来立项、在建和竣工的建设项目进行排查。国务院国资委分别组织对总投资额在 5000 万元以上的中央企业投资的建设项目进行排查。对于其他投资项目（非政府投资和未使用国有资金的项目），总投资额在 3000 万元以上的，也要对核准、备案、用地、规划、环评、质量、安全生产等情况进行排查。排查重点。

此次排查的重点包括 8 个方面：工程建设项目决策是否依法合规，是否存在违规审批、擅自调整投资计划、未批先建、决策失误造成重大损失等问题；土地使用权和矿业权管理是否规范；规划许可是否规范，程序是否合法，是否存在违规变更规划和改变土地用途等问题；招标投标活动是否规范，是否存在规避招标、虚假招标、围标串标、评标不公、监管不力等问题；工程建设实施和工程质量管理是否严格，是否存在转包和违法分包、擅自改变项目建设规模和内容、施工监理不到位、工程质量低劣、安全生产领导责任制不落实等问题；物资采购和资

资金管理是否规范,是否存在物资采购监管薄弱、违规使用资金以及工程严重超概算等问题;工程建设项目信息是否公开透明,招标投标违法行为公告制度是否建立并得到落实;有关投诉和举报是否得到及时受理,工程建设领域违纪违法案件是否及时得到严肃查处。

今年以来,三家电信企业在获得 3G 牌照以后,都进行了大规模的 3G 网络建设和工程,电信企业按照国家有关要求,规范运作,较顺利完成投资计划和网络建设目标。据统计,前三季度累计投资达 1200 亿,数额较大。专家指出,3G 网络工程建设以及去年电信重组以来的电信企业基础建设,将是这次排查的对象和重点项目。

针对此次排查,国资委明确,排查工作自 2009 年 10 月开始,至 2010 年 3 月结束,分为自查自纠和重点抽查两种方式。

国资委要求,排查问题是开展专项治理工作的重要步骤和基础。排查工作开展得好坏,直接关系到整个专项治理工作的成效。各中央企业要按照《意见》的要求,根据《国资委关于开展工程建设领域突出问题专项治理工作实施方案》的部署,以高度负责的态度,精心组织,求真务实,确保排查工作取得实效,并于 2010 年 2 月底前将排查工作总结报国资委专项治理工作协调小组。

附件:

关于组织开展工程建设领域突出问题排查工作的意见

为贯彻落实《关于开展工程建设领域突出问题专项治理工作的意见》,按照《工程建设领域突出问题专项治理工作实施方案》的部署,现就组织开展工程建设领域突出问题排查工作提出如下意见。

一、排查的范围和重点

(一)排查范围。以政府投资和使用国有资金的项目为重点,对 2008 年以来立项、在建和竣工的建设项目进行排查。地方各级专项治理工作领导小组组织对本地区负责建设的项目开展排查;其中,县级对总投资额在 500 万元以上、市级对总投资额在 3000 万元以上、省级对总投资额在 5000 万元以上的项目进行重点排查。中央有关部门和国务院国资委分别负责组织对总投资额在 5000 万元以上,本部门(含直属单位)组织实施的建设项目和中央企业投资的建设项目进行排查。对于其他投资项目(非政府投资和未使用国有资金的项目),总投资额在 3000 万元以上的,也要对核准、备案、用地、规划、环评、质量、安全生产等情况进行排查。各地区各部门可以结合实际,进一步细化排查的范围和规模。

(二)排查重点。重点对以下问题进行排查:

1. 工程建设项目决策是否依法合规,是否存在违规审批、擅自调整投资计划、未批先建、决策失误造成重大损失等问题;

2. 土地使用权和矿业权管理是否规范，经营性用地和工业用地招标拍卖挂牌出让制度是否落实，是否存在非法批地、低价出让土地以及违法违规审批和出让探矿权、采矿权等问题；

3. 规划许可是否规范，程序是否合法，是否存在违规变更规划和改变土地用途等问题；

4. 招标投标活动是否规范，是否存在规避招标、虚假招标、围标串标、评标不公、监管不力等问题；

5. 工程建设实施和工程质量的管理是否严格，是否存在转包和违法分包、擅自改变项目建设规模和内容、施工监理不到位、工程质量低劣、安全生产领导责任制不落实等问题；

6. 物资采购和资金管理是否规范，是否存在物资采购监管薄弱、违规使用资金以及工程严重超概算等问题；

7. 工程建设项目信息是否公开透明，招标投标违法行为公告制度是否建立并得到落实；

8. 有关投诉和举报是否得到及时受理，工程建设领域违纪违法案件是否及时得到严肃查处。

各地区各部门在认真查找上述重点问题的同时，可以结合实际，确定排查重点。

二、排查的主要环节

(一) 找准突出问题。各地区各部门和项目建设单位要对照有关法律法规和政策规定，认真查找工程建设关键环节和重点部位存在的突出问题，摸清存在问题的底数。

(二) 深刻分析原因。针对发现的问题，从制度建设、主观思想、权力制约和监督、行政监管、市场环境等方面，分析原因、查找漏洞，提出有针对性的治理措施和要求，为建立健全防治工程建设领域突出问题长效机制奠定基础。

(三) 分类做出处理。依据有关法律法规和政策规定，对排查出的问题区分不同情况进行认真处理。对一般违规问题，要及时纠正，认真整改；对严重违纪违法问题，要立案查处；涉嫌犯罪的，要及时移送司法机关依法处理。带有共性的问题要从加强制度建设的层面，研究和采取治本之策。

三、排查的时间和方式

排查工作自 2009 年 10 月开始，至 2010 年 3 月结束，分为自查自纠和重点抽查两种方式。

(一) 自查自纠。项目建设单位对本单位负责建设的项目进行自查自纠，政府有关部门对履行项目审批、核准、备案和监管职责的情况进行自查自纠。各地区

各部门要按照中央治理工程建设领域突出问题工作领导小组成员单位制定的重点环节治理工作指导意见所明确的自查标准，梳理自查项目，细化自查内容，认真开展自查自纠。

(二)重点抽查。各地区各部门要按照“谁建设，谁负责；谁主管，谁负责”的原则，认真做好抽查督导工作。地方各级专项治理工作领导小组要统一组织相关部门，对本地区负责建设的项目进行重点抽查；中央有关部门和中央企业要对本部门(含直属单位)组织实施的建设项目和本企业投资的建设项目进行重点抽查。负有工程建设项目审批监管职责的部门，要对本系统开展自查自纠的情况进行重点抽查。各地区各部门要认真研究确定抽查的范围和比例，点面结合深入开展排查工作。中央专项治理工作领导小组将适时组织力量，对部分重点项目的自查自纠情况进行抽查。

排查工作结束后，各地区各部门要在本地区、本系统逐级上报排查工作情况的基础上，对项目排查情况和履行审批监管职责的排查情况进行认真分析总结。2010年3月底前，各省(区、市)和新疆生产建设兵团专项治理工作领导小组和中央有关部门将排查工作总结报中央专项治理工作领导小组。

四、工作要求

(一)严格工作责任。各地区各部门要高度重视排查工作，采取有效措施，确保全面排查不留死角、严格检查不走过场。要结合实际，对本地区本部门排查工作的时间进度、工作步骤和工作方式等做出具体安排，细化工作内容。要实行严格的工作责任制，明确有关领导和经办人员的责任，建立工作台账，严肃认真地填报排查工作统计表，并由单位领导负责任地签署意见。对自查不认真、填报不实，在重点抽查中发现问题的，要对有关单位的领导实施严格的问责。

(二)严肃工作纪律。各地区各部门要真抓实干、求真务实，按照规定的范围和标准，彻底清查，找准问题，认真整改。要把监督检查作为推动排查工作落实的重要手段，加强对自查自纠情况的重点抽查和督查，一级抓一级，层层抓落实。要严肃工作纪律，对主动认识和纠正问题的，可以按照有关规定从轻从宽处理；对排查工作中走过场的，要给予通报批评并责令“补课”；对拒不自查、掩盖问题或弄虚作假、拒不纠正、压案不查的，要严肃追究直接责任人和有关领导的责任。

(三)加强协同配合。各地区各部门要从大局出发，树立全局观念，加强协调配合和沟通联系，形成整体合力。在排查工作中既要确保监督检查到位，又要避免多头检查、重复检查。对于中央和地方联合投资的项目要加强协调，明确责任主体，认真开展排查。要做好专项治理工作与中央扩大内需促进经济增长政策落实情况监督检查工作的衔接，对中央检查组负责检查的中央新增投资扩大内需项

目，在本次排查中不再重复安排检查。

(四)加强政策研究。各地区各部门对排查出来的问题要认真研究分析，区分不同情况，准确分类定性，明确处理的政策界限，正确适用法律和纪律，努力取得良好的政治、社会和法纪效果。要把排查工作与制度建设结合起来，要坚持边排查、边规范，以查促改、以查促建。排查工作中遇到的重大问题，要及时向上级专项治理工作领导小组请示报告。

来源：中国通信网 2009 年 11 月 13 日

[返回目录](#)

【国内行业环境】

物联网成高交会热门关键词

16 日开幕的第十一届高交会上，“物联网”成为最火热的关键词之一。各省市展区纷纷亮出自家的物联网发展规划，RFID 技术，M2M 业务等物联网产业“探路者”成为远望谷、先施科技等一大批企业的拳头展品，北京邮电大学、华中科技大学、上海交通大学、香港城市大学、香港科技大学多家著名高校也竞相展出该领域最新研究成果，各大论坛交流活动中“物联网”也被频频提及。

各方人士一致谈到，物联网是继计算机、互联网与移动通信网之后的世界信息产业第三次浪潮，及早推广掌握核心技术制高点对我国工业及信息化发展十分重要。记者采访发现，中国移动等行业巨头目前已率先着力推动物联网发展，在多个领域引发产业革新，产业链上下游的“涟漪”效应不断。

展会浮现应用蓝图

公文包会提醒主人忘带了什么东西；家里煤气泄漏或空调没关户主马上就能接到通知；衣服告诉洗衣机对颜色和水温的要求；台风来袭时，港口系统自动通知渔船返航，迅速关闭港口……这些并不是科幻电影中的场景，已成为实验室的研发成果。如果说互联网是人与人借助网络互通，那么人与物、物与物的互通就是物联网，即把所有物品通过 RFID 等各种信息传感设备与互联网连接，实现智能化识别和管理。

本届高交会上，不少企业最新应用的物联网业务让人眼前一亮：农场养殖的每一头猪有多重、健康如何、在哪家超市销售，卫生部门都了如指掌。坐飞机出行、看电影、购物优惠打折，刷一下手机或依靠发至手机上的电子条码就能实现。参会专家认为，最快只需 3-5 年时间，物联网将全面进入衣食住行领域，改变人们的生活方式，例如冰箱、电视等家电产品，都可以用手机控制。

这些最新应用的背后，是支持大量终端、收集海量数据统一分析的通信网络。

以中移动为代表的行业巨头已经先行一步，不断完善 3G 网络，研究标准开发应用，积极推动物联网发展，上述多项应用均是中移动与不同行业合作的成果。

“物联网已不再是一个概念，而是现实、可用的环境。下一步最重要的就是推动其商业化发展。”中移动总裁王建宙日前表示，物联网必须要与 3G 结合，3G 网络是物联网信息传送的有效平台，物联网将成为中移动未来发展重点。同时，物联网应具备三个特征：一是全面感知，即利用 RFID、传感器、二维码等随时随地获取物体的信息；二是可靠传递，通过各种电信网络与互联网的融合，将物体的信息实时准确地传递出去；三是智能处理，利用云计算、模糊识别等各种智能计算技术，对海量的数据和信息进行分析与处理，对物体实施智能化的控制。

本月开始，中移动与上海世博局共同推出手机门票，在世博会历史上首次采用手机作为门票。移动用户可通过手机购买世博会门票、刷手机入园、刷手机在园区购物等。这是中移动首个面向大众用户的物联网应用。而在之前，中移动已推出物流信息化、企业一卡通、公交视频、校讯通、移动安防、手机购物等多项面向行业与团体的物联网概念业务。

行业巨头力推物联网

“以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，物联网是很好的切入点，尤其是与我国自主创新的 TD-SCDMA 国际 3G 标准结合之后。”国家传感网标准化工作组组长刘海涛表示，有了 3G 网络的带宽资源支撑，物联网将发展得更快。

实际上，中移动等行业巨头发展物联网的步伐正在悄然提速。本月 12 日，中移动与无锡市政府签约，将在该市建立物联网研究院和物联网数据中心，重点开展 TD-SCDMA 与物联网融合的技术研究与应用开发。

今年 8 月，中移动总裁王建宙在台湾展开马不停蹄的 9 天走访，广邀台湾生产 RFID、传感器和条形码的厂商与中移动合作，积极为物联网项目寻找合作伙伴，引发了业界对于物联网的高度关注。

携手各方促进产业链条的完善构建，成为中移动的最新目标之一。中移动广东公司本月与华为、大唐、联想中望等 8 家企业签署物联网项目战略合作协议，在全国首发物联网新产品——动力 100 机器卡，帮助各类企业通过特定终端无线接入互联网，以短信形式获取信息、辅助生产办公，加速产业链下游的应用推广。

此外，中移动的物联网应用已推广至多个领域。截至今年 6 月，中移动在全国 31 个省市、自治区开通了 M2M（机器对机器）应用，拥有 300 多万部 M2M 终端，覆盖无线城市、公共安全，城市管理，能源环保，城市交通，公共事业，农业服务，医疗卫生，教育文化，旅游产业多个领域，在 M2M 应用的广度和深度方面都处于全球领跑位置。

今年以来，中移动还重点推进基于 TD-SCDMA 的电梯监控、车辆监控和企业

安全监控等 M2M 应用，预计未来 5 年 M2M 终端平均增长率将达到 60% 以上。

中国城市竞争力促进会副会长刘岩松指出，国内物联网目前尚处于零散应用的启动期，中移动作为全球网络规模最大、用户数量最多的通信运营商，其大力推动物联网发展的行为意义重大。这不仅可以助推产业链尽快构建完善，服务物联网产业的商业化和规模化发展，更为重要的是，其大力推动 TD 网络与物联网的融合将打造具有自主知识产权的物联网产业，极大促进我国自主创新发展，为我国占领第三次信息革命的制高点发挥支撑性作用。

节能减排成特别亮点

本届高交会电子展上，节能减排成为特别亮点，近半数企业纷纷亮出节能环保技术产品，而物联网结合节能减排的应用更是成为各方关注热点。部分展台上的智能电表终端引来与会客商久久驻足。目前已应用的电力节能项目中，中移动帮助南方电网、北京和重庆等地电力公司实现 104 万台电表的远程抄表，同时为分布在江西范围内的 2 万台配电变压器提供了用电检查、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，一年来降低电损高达 1.2 亿千瓦时。

物联网的推广能直接起到节能减排的良好效果。中移动总裁王建宙此前公开呼吁，电信业要从自身做起，为节约能源、减少碳排放作出贡献。物联网可以广泛用于交通控制、取暖控制、食品管理、生产进程管理等各个方面，而节约能源将是最明晰的作用。节能减排是中移动未来努力方向之一。记者了解到，近年来中移动开展的“绿色行动计划”项目，就是通过技术手段大力降低能耗，包括改造通信设备、使用自然风和冷水来冷却机房、循环使用包装材料、推广太阳能和风能等可再生能源等。

来源：深圳新闻网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

信息技术知识产权中国十强，华为中兴仍据前两名

今年我国信息技术领域专利积累呈现扩张之势，发明专利积累进一步增加，在申请总量居前 10 位的企业中，深圳占有四席，这是日前从国家工业和信息化部主办、深圳市科技工贸和信息化委员会协办的“第十一届信息技术领域专利态势发布会”上获悉的。工信部副部长娄勤俭，深圳市委常委、常务副市长许勤出席会议。

广东申请量超十万

据工信部科技司调查，今年信息技术领域专利积累呈现扩张态势，发明专利

积累进一步增加。截至 9 月 30 日，国家知识产权局已公开的信息技术领域专利申请总量达 98 万余件，比 2008 年同期增长 18 万件，增速超 22%，高于去年同期增速。排名前 12 位的省市，专利申请量均超过 1 万件，广东是唯一一个信息技术专利申请量超过 10 万件的省市，排名第二、三位的是北京和上海。

据了解，“信息技术领域专利态势发布会”自 1999 年起每年举办一次，紧密跟踪信息技术领域知识产权的最新发展态势。

十强企业深圳占四席

调查显示，近几年企业专利申请增速明显。申请总量排名前 10 位的企业中，深圳占有四席，分别是华为、中兴、比亚迪和腾讯。华为、中兴仍然位列前两位，申请总量分别达到 23585 和 14747 件，发明专利申请量分别达到 22602 件和 13748 件，其在国外申请专利的数量也得到同步增长，从而提升了企业在国际市场的竞争力。受新技术发展的影响，涉及能源、环保的企业申请专利数量也快速增长。

此外，排名前 10 位企业的专利申请有超过 80% 是 2002 至 2008 年期间申请的，其中华为、中兴、比亚迪、腾讯、大唐电信、中星微等企业，近 7 年来的专利申请量均超过其专利申请总量的 90%。这充分显示出近年来我国信息产业领域技术创新十分活跃，并带动和促进了企业专利申请和知识产权积累。

外企加速在华专利布局

据统计，各主要国家在华专利申请实力格局保持不变，体现出对中国市场更加重视。

与 2008 年同期统计数据相比，来华申请专利的国家中，日本、美国、韩国位列前三，日本以 16.7 万件的绝对数量优势占据榜首，排名前 5 位的国家申请增速同比超过 13%，其在中国的专利布局进一步加速。

在华专利申请量排名前 20 位的外企中，有 11 家日本企业、2 家韩国企业，排名首位的是韩国三星。

专利积累与国外有差距

国内外的专利积累对比仍存在差距。

据悉，国外各技术领域的发明专利比例超过 97%，而国内的发明专利比例只有 30%~70%。以国内发明专利比例较高的通信、信息材料与加工工艺两个技术领域为例，与国外仍相差超过 30 个百分点。

来源：深圳新闻网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

三网融合拉动设备投资光纤业或成新增长主力

日前，工信部党组成员刘利华在出席第八届信息港论坛时指出，截止 9 月 30 日，我国 3G 投资已经达到 981 亿元，但在经济恢复增长的过程中，通信产业应该继续发挥推动经济平稳较快增长的动力，将继续加大 3G 投资。

这直接将通信行业的行情推向高潮，通信设备企业有望迎来新的受益机会。因各大运营商选择的技术发展不同，不过三网融合的趋势不变，这或将增强政府对通信设备企业的投资力度预期，投资者在投资过程中更应把握好投资主线。

通信设备板块上周狂涨近 6%

上周大盘虽然只是震荡，但仍不乏强势，放量上涨 5.61%，成交量放大近 4000 亿。而通信设备板块更是受投资者关注，上周强劲上扬 5.97%。从技术面来看，周线 MACD 形成金叉后持续上行，KDJ 指标也继续向上趋势，但 J 线已有所触顶，这预示着通信设备后市持续走强或将受到一定的影响。从板块内个股周表现情况来看，除了创业板金亚科技上周下跌 23.51% 外，其它个股均保持红盘。

上周通信设备的强势主要是受三季报业绩影响，前一周，通信设备上市公司三季报公布完毕，以光纤为主业的企业收益率均获大增。如烽火通信净资产收益率 6.42%，亨通光电为 10.04%，而中天科技则达到了 15.42%。“整个行业开始向好，尤其是设备商以及 3G 相关配套商都有着不错的业绩。”信达证券通信行业分析师边铁成分析到。

另外，从各主力机构来看，通信设备的龙头企业也是基金重点增仓对象。多家基金公司的三季报中显示，中兴通讯一跃成为基金三季度增仓头号股票。广发证券通信行业分析师亓辰表示，这已经表明设备商板块有一定的补涨要求，同时也反映出各大机构已看好国家将加大对通信设备的投资力度。

三网融合趋势增强通信设备再投资高峰预期

从全国经济发展内力来看，推进“三网融合”已刻不容缓。国务院总理温家宝 3 日发表讲话，提出要着力突破传感网、物联网关键技术，及早部署后 IP 时代相关技术研发，使信息网络产业成为推动产业升级、迈向信息社会的“发动机”。工信部运行监测协调局局长朱宏任日前在前三季度工业和通信业经济运行发布会上指出，在未来一段时间内，工信部将努力推进信息化与工业化融合，加快研究制定推进“两化”融合指导意见；全力支持 TD 和 3G 发展，积极推进“三网”融合；启动传感网络的研发工作。工信部也表示将加大 3G 对“三网融合”的投资，这将进一步引发市场对通信设备收益稳步增长的预期。

另外，众所周知，“三网融合”是未来网络发展的方向，但目前进展仍不理

想。中国工程院副院长邬贺铨日前明确指出，三网融合总的来说进展不是很理想。现在国家在考虑怎么振兴经济和可持续发展的时候，又再一次提到了三网融合，因为这是带动我们国家工信和网络电视产业以及文化产业发展的一个重要切入点。这说明国家今后将会把推进“三网融合”当作日常工作的重点，这给相关设备企业迎来又一轮的投资高峰奠定基础。

事实上，“三网融合”不仅仅是运营商要努力的使命，也是通信技术演进的方向。“两化融合”的承载是网络，核心则是网络所承载的行业信息化应用产品和服务，基础是网络，而网络的载体就是通信设备。因此只有保持技术创新的企业才能在大蛋糕中分得更大的份额。

把握好三主线

必须加快推进融合创新，寻找“三网融合”途径。刘利华表示，工信部将积极探索实现“三网融合”的机制和途径，从业务、网络、终端等层面加快推进，培育新的增长点。

虽然从整体来看，光纤光缆行业在通信设备细分行业中成为市场最为关注的焦点，最易成为新增长点，但是从全球竞争力来看，目前国内的企业自主创新能力仍不足。

据统计，电信运营企业的光纤接入 FTTx 建设规模已达到 450 万用户端口，但是目前面临业务需求不足，产品标准化和规模化生产等问题。这些问题的解决需要产业链上下游企业紧密配合，联合攻关，将产品制造、运营服务和用户使用放到大的产业链环境来统筹考虑，整体规划。

不过，光通信行业在 3G 投资带动下提前进入景气周期，FTTx 的带动还未真正体现。由于光通信行业受电信投资的波动性大于其他子行业，同时电信投资结构正发生变化，光通信投入比重加大，也使中兴通讯、烽火通信等企业受投资者青睐。

博众研究分析师刘维汉表示，从市场终端需求量分析，投资额度在四季度仍有延续增长的势头。通信设备业将成为 3G 启动初期最大的受益者，其中三条主线值得期待：3G、物联网概念性题材炒作主线；行业复苏、业绩预期构架投资主线；低估值主线。

来源：通信信息报 2009 年 11 月 12 日

[返回目录](#)

【国际行业环境】

芯片业主战场从 CPU 转向 GPU

上周五,英特尔与 AMD 宣布达成全面和解,以终结双方间长达数年的所有法律争端。英特尔为此愿意向 AMD 支付 12.5 亿美元,而 AMD 将撤销对前者的全部诉讼。根据协议,AMD 和英特尔将根据一份新的 5 年交叉授权协议互相获得双方的专利使用权,英特尔还同意遵守一系列商业操作规定。因此,AMD 将放弃所有提出的诉讼,还将撤销在全球范围内向监管部门提出的所有申诉。

作为多年的宿敌,AMD 此次和英特尔的握手言和震惊业界,这是否意味着从此 PC 芯片行业将不再硝烟弥漫、喊杀震天呢?当然不会。

和解并不意味芯片巨头停战

12.5 亿美元对于有着 129 亿美元现金的英特尔来说只是九牛一毛,根据其今年第三季度的财报,这笔“赔款”甚至只相当于其 12 天的销售收入。然而就是这区区的 12.9 亿美元,却能为英特尔带来期待已久的“宁静”。根据协议,AMD 将会放弃所有已经提出的诉讼,这意味着英特尔能够将很大一部分精力从应付各个国家和地区的反垄断调查中抽出来,专注于产业发展。

当然,获益最大的还是 AMD。它不仅可以提升现金周转率,最重要的是根据协议,它可以选择任何代工厂进行合作而不用再担心英特尔的专利问题,并且有能力剥离制造工厂,彻底地轻身上路。当然,根据英特尔的承诺,AMD 的新产品也不再会被英特尔所“骚扰”,所有 PC 厂商都将有选择权在第一时间采用 AMD 的产品,并且在宣传中使用 AMD 的标识,这无疑将会为 AMD 抢夺市场份额和增加品牌美誉度提供机会。

但从双方签订的协议条文来看,和解并不意味着两者之间的竞争将会结束,反而预示着一个全新竞争时代的到来。只不过,竞争的环境将更加公平,竞争力也从广告补贴等不正当手段回复到核心技术和产品上来。据了解,英特尔计划今年四季度推出首款采用 32 纳米技术的处理器新品,并且在 2009 年全面在自身的产品线中普及 32 纳米制造工艺,以提供更加有竞争力的产品价格。而 AMD 则有可能首次超越英特尔推出 28 纳米制造工艺的处理器。

英特尔求和只为应对新挑战

虽然已经决定要付出 12.9 亿美元,但是英特尔仍然拒绝承认其过去多年在全球各个市场存在打压 AMD 以及其它竞争对手的非法行为。对此,英特尔 CEO 保罗·欧德宁的表态是:“英特尔的行为并未违法,这一立场从未改变。”这种强硬的态度使得欧盟和美国联邦交易委员会相当不满,欧盟委员会发言人表示,英特

尔仍有义务遵守欧盟委员会今年 5 月份做出的对英特尔处以 10.6 亿欧元(约合 14.5 亿美元)的罚款的反垄断裁决。美国联邦交易委员会、纽约州总检察官安德鲁·科莫则表示,对英特尔的指控不会因和解协议而撤销。不过这些法律上的事情并非目前英特尔最优先要考虑的事情,其在移动平台芯片等新兴市场上受到的挑战才是当务之急。

和 PC 行业的增长放缓相比,目前手机、MID 等移动设备的智能化进展迅猛,芯片市场需求不断放大。然而在这一新兴市场上,ARM 架构的处理器产品占据主流,高通、德州仪器、飞思卡尔、nVIDIA 等厂商则是主要的 ARM 产品供应商,英特尔的 X86 架构处理器至今还未能形成规模。对此,市场调研公司 GoldAssociates 的创始人 JackGold 表示:“在和 AMD 达成和解后,英特尔现在可以集中精力去应付 ARM 这个长期的威胁了。”TBR 的分析师 JohnSpooner 也认为,解决了与 AMD 之间的法律纠纷可以帮助英特尔将更多精力放在市场销售业务上。Spooner 说:“其实英特尔早就准备降低它对个人电脑和服务器处理器市场的依赖性。目前英特尔有 90% 的营收都来自于个人电脑和处理器市场。英特尔一直在进行自我调整,它打算将创收来源有机扩大,让显卡、手机和消费电子产品都能为它带来收益。”

图形芯片大战将成为新热点

即使是在 PC 芯片行业内部,结束了和 AMD 多年来的纠纷也并不意味着英特尔能够过上轻松的日子。随着近年来高清视频、3D 游戏等新应用成为市场消费主流,CPU 作为计算机芯片核心产业的地位也开始出现动摇,GPU(图形芯片处理器)的产业核心价值不断提升,技术水平也开始超越 CPU,而这恰好是英特尔的短板,值得其放下和 AMD 的纠葛,全力以对。

nVIDIA,这家全球最大的独立图形芯片供应商正是英特尔在新领域最大的对手。此前苹果公司在推出采用英特尔处理器的新 iMac 台式机和笔记本时,就已经全面采用了 nVIDIA 的整合图形芯片平台,惠普、联想、戴尔等众多厂商在近期也纷纷发布了使用 nVIDIA 离子平台的上网本产品,虽然使用的还是英特尔的 Atom 处理器,但却打破了多年来英特尔处理器搭配英特尔主板芯片组的惯例。原因无他,只因为 nVIDIA 的图形芯片成本更低、高清游戏性能更优。

为了阻止 nVIDIA 成长,英特尔过去几年也没少花功夫,AMD 曾经遭受的压制目前也在 nVIDIA 身上上演着。也正是因此,不久前英特尔在美国遭受反垄断调查时,NvidiaCEO 黄仁勋直言其“罪有应得”,并且宣称:“即使通过贿赂和回扣,英特尔也不能阻挡用户购买我的产品。AMD 和我们之所以能够生存下来,就是因为我们的产品领先于英特尔。”

其实不仅仅是 nVIDIA,在向图形芯片转型的进程上,老对手 AMD 也走在了英特尔

的前面。不久前,AMD 正式在中国发布了面向消费 PC 业务的全新品牌 VISION,其中文名称为“视·觉”,显然是以视频技术作为核心竞争力。对此,AMD 全球副总裁、大中华区总经理王正福表示:“VISION 技术将统一以往 CPU、GPU、芯片组的各项标识,综合体现 AMD 整体平台带给用户的视听娱乐体验。”据介绍,目前已有宏碁、华硕、惠普、微星、三星等多款产品切换至 VISION 品牌,并且在 CPU、GPU 和芯片组上统一使用 AMD “3A” 平台的产品,这使得英特尔在传统优势的笔记本电脑芯片市场也将受到集团性冲击。为了应对这种局面,英特尔在今年加快了独立图形芯片的研发速度,并且宣布将在年底推出业内首款集成 CPU 和 GPU 的芯片产品,届时无疑将会有更加精彩的龙凤斗上演。

来源: 南方日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

非洲最大移动运营商 MTN 计划裁员超 400 人

非洲最大移动运营商 MTN 宣布计划裁员超过 400 人,约为在编职员总数的 8%。《泰晤士报》(The Times)称这一裁员计划被称为“人员编制削减项目计划(Headcount Reduction Project Plan)”。

据悉,裁员计划将涉及 MTN 服务中心的 120 名员工、客户营运部门 71 人、销售部门 70 人,财务部门 40 至 50 人,企业销售的 41 名员工,人力资源 21 人,市场部门 20 人、以及技术服务部门 10 人。

员工被要求自愿终止一揽子福利条件(注:如退休金等)。同时据报道,MTN 还将裁减未指定数目的合同工。

MTN 最近宣布了本土市场用户数的重大流失,主要由于预付费用户不愿根据新法规的规定,在运营商处注册身份。

南非手机实名制新法规,《通信拦截规则和通信相关信息规定法案》(Regulation of Interception of Communications and Provision of Communication Related Information Act)自 7 月起生效,要求运营商在 18 个月内登记所有 SIM 卡的用户信息,用户也必须在购机时出示身份和住址证明。

来源: 中国通信网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

手机 OS 大战, Symbian 遭抛弃?

随着手机智能化的加速,OS(操作系统)越来越成为各大 PC 厂商争夺的焦点。

近日,三星传出了将会放弃 Symbian 操作系统,全力发展其自由的 Linux 操作系统 Bada 的消息,虽然随后其立刻做出了将不会放弃 Symbian,并且保持多个系统智能手机平台共同发展的声明,但其减少的 Symbian 手机的新品数量却是不争的事实,加上此前已经大幅削减 Symbian 手机数量的 LG 和彻底放弃 Symbian 的摩托罗拉,目前全球前五大的手机厂商中仅剩 Symbian 的东家诺基亚在力挺。

但即使是诺基亚,也在平行发展基于 Linux 的 Maemo 平台,种种迹象表明, Linux 正在加速成为手机 OS 的主流力量。

流言四起 Symbian 命途多舛

根据韩国媒体报道,日前三星电子副总裁李唐珠(DonJooLee)表示,三星 2010 年将放弃 Symbian 系统,转而使用自主研发的 SamsungBada 系统,旨在向 WindowsMobile、BlackBerryOS、PalmwebOS、iPhoneOS 和谷歌 Android 发起挑战。不过随后,三星又发表声明表示自身作为 Symbian 基金会的成员,将继续与 Symbian 基金会合作,实行多系统战略。可话虽如此,在三星已发表的 2010 年新品计划中,我们却暂时没有看到 Symbian 相关产品的身影,反倒是其自家基于 Linux 的 Bada 系统的新品占据了主流。

和三星的情况类似,身为 Symbian 基金会成员的 LG、摩托罗拉近年来也逐渐淡出,其中 LG 还有数款基于 Symbian 的产品推出,摩托罗拉则专注于 WindowsMobile 和谷歌的 Android,后者同样是 Linux 的核心。至于 Symbian 另一家创始人索尼爱立信,2009 年全力只是发布了一款 Symbian 系统的产品,聊胜于无。据 Gartner 最新公布的数据显示,2009 年第三季度,Symbian 手机的市场份额虽然仍然在 44.6%,但是和上季度的 47.9%相比下滑了 3.3%,和 WindowsMobile 一样属于节节败退的范畴。而且目前 Symbian 手机中超过 80%都为诺基亚所生产和销售,这种份额的变化也折射了诺基亚在中高端智能手机市场的竞争力正在被削弱。至于其对手当然是苹果的 MacOS 和谷歌的 Android,目前,苹果 iPhone 已经占据了手机 OS 市场的 17.1%,谷歌 Android 虽然才上市一年,也抢到了 3.9%的份额,加上其他的 Linux 系统所占的 4.7%的份额,实际上 Linux 系统在智能手机市场的份额已经达到了 8.6%,已经超越了 WindowsMobile,排到了第四位。

备受追捧 Linux 发展加速

基于 Linux 的手机操作系统和其他系统相比,开源和免费是其最大的优势。尤其是基于 Linux 的谷歌 Android 系统,由于有谷歌的底层技术支持,其开发难度大幅降低,而且第三方应用程序的准备也已经相当丰富,自然受到了众多手机厂商的热捧。摩托罗拉今年底推出两款重量级新品 Blur 和 Droid 都采用了谷歌的 Android 系统,在国内市场,中国移动基于 Android 开发的 OPhone 甚至还吸引到了 PC 巨头戴尔,成为了其进军手机市场的头炮。截止目前为止,为中国移动开发

OPhone 的手机厂商已经超过 20 家,而这些厂商中华为、中兴等还宣称将使用 Android 平台进军海外市场。对此,深圳战国策资深分析师杨群表示,随着今年底摩托罗拉 Droid、索尼爱立信 X10 等旗舰机型的发售,Android 的市场份额还将进一步快速提升,抢占 WindowsMobile 和 Symbian 的原有份额。

有鉴于此,诺基亚在坚持 Symbian 系统的同时,也联手英特尔开发出了基于 Linux 的 Maemo 系统,并在不久前发布了采用该系统的 N900 智能手机。不过为了防止对 Symbian 系统的冲击,其 Maemo 平台将主攻 MID 市场。相比之下,其他的厂商则没有那多的顾及,三星基于 Linux 推出自有操作系统品牌 Bada 时就表示对于系统的选择完全要基于客户的需求,消费者喜欢哪个就推出哪个。事实上这也是目前大量厂商加入 Linux 阵营的重要原因。摩托罗拉联合 CEO 桑杰·贾就表示,目前手机应用正在转向以互联网为核心,Linux 系统在互联网的支持度上更有优势,因此会集中精力全力发展 Andorid 平台的产品。

杨群表示,和 Symbian 系统相比,目前使用 Linux 系统的手机在硬件上大多使用了规格更高的处理器,更大的液晶屏以提升使用者用手机浏览互联网的体验。而 Symbian 系统由于研发进展较为缓慢,目前在硬件性能和屏幕规格上已经显得有些不入流,如果这一情况不能得到改变,即使诺基亚全资收购 Symbian 并且宣布免费开放,恐怕也很难阻止越来越多的厂商投身 Linux 系统的阵营。

来源: 南方日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

中国三大运营商前三季度财报发布, 盈利均有下滑

中国移动、中国电信和中国联通日前先后披露了今年前三季度的业绩报告,三家运营商欢喜忧愁各自都有。但从净利润这一关键数据来看,三家的盈利能力继续弱化,越发不会“赚钱”了。分析人士称,面临高额 3G 运营成本的考验,运营商的经营和财务前景依然具有挑战性,赢利面临进一步下降的风险。

净利环比统统下降

在三大运营商中,中国移动的财报相对稍好。财报显示,今年前三季度中国移动营业收入达到 3269 亿元,同比增长 8.9%, 净利为 839.35 亿元,同比增长 1.8%, 新增用户 5112 万户, 平均每月新增 568 万; 其中第三季净利润同比增长 2.8%, 较上一季度有所上升。中国电信的财报显示,前三季度营收 1547.48 亿元,

比去年同期增长 15.3%，净利润为 113.92 亿元，同比下滑 33.9%。不过中国电信的手机用户保持高速增长，其中第三季度新增 750 万户，手机用户总数达 4678 万户。

稍晚公布的联通财报显示，前三季度实现营业收入 1149.8 亿元，净利润 93.4 亿元，同比增长 33.6%。尽管公司赢利较去年同期有较大提升，但仍低于国内另外两家，其净利仅为同期中国移动净利润的 11% 左右。

公布的这些财务数据中，多数都是增长的。但是记者对比三家运营商在第二季度和第三季度的净利润后发现，第三季度净利润全部弱于第二季度。中国移动、中国电信、中国联通的第二季度净利润分别为 301 亿元、37 亿和 30 亿，这一组数字在第三季度下滑至 286 亿、30 亿和 27 亿。

此前公布的今年上半年的财报已经显示出运营商赚钱能力变弱的端倪，现在看来运营商的赚钱能力依然在退化。

受累 3G 高成本

对于运营商盈利能力的持续走弱，业内人士分析，3G 网络投资过大、过度营销是拖累运营商业绩的主要因素。

瑞银证券的分析报告中认为，3G 推动整个行业进入资本支出上行周期，而回报率下降，价格竞争可能令行业营收增长承压，而采用的手机补贴会损害行业利润率。

在 3G 网络投资方面，工信部最新的数据表明，今年三季度三家电信运营商完成投资 172 亿元，今年 3G 投资已累计完成 961 亿元。“加大网络投资是必要的，但投资的大幅增加，不可避免地影响到运营商的赢利能力。而业务市场却还没有起来，现在还处于投入期，未带来相应收益。”北京邮电大学教授曾剑秋表示。

除了网络投资，运营商对手机终端的高额补贴也是影响其赢利能力的重要因素。“从目前情况来看，特别是中国电信受此影响比较大，虽然手机用户发展迅速，但是高额补贴也导致它的净利润大幅下降。”曾剑秋说道。

今年 8 月份开始，中国电信大规模开展“天翼校园行”活动，基本上都是采取“存话费送手机”及较低的话费套餐价格来吸引用户，高额的手机补贴和话费补贴，使中国电信的营销成本加大。中国电信在财报中也表示：“这将给公司带来短期利润压力，但对于本集团未来的持续发展和价值创造将发挥积极的促进作用。”

对于中国联通，由于其 3G 业务较晚开展，高额终端补贴的副作用在其前三季财报中没有显现。不过随着 WCDMA 业务大规模商用，联通必然会在终端补贴上大做文章，其赢利面临进一步下降的风险。

而中国移动则可能在终端补贴掀起更大规模的“军备竞赛”。有消息称，中

国移动明年对手机的补贴将加大至 300 亿元以上，约为今年补贴额的 3 倍。迫于竞争压力，另外两家必然会跟进，但是以后几季财报上的数字则可能显得更加难看。

来源：IT 时报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

运营商感受外来威胁，3G 竞争模式颠覆传统

谷歌“语音 Google”已经上路了，用户在手机上只要安装软件，按下通话键即可进行语音搜索。对此，中国运营人士称，不会“坐以待毙”。

不少人士会问，这是在运营商地盘，还是在互联网的地盘？其实，从搜索领域到手机操作系统，从手机终端再到软件商店，谁还会问“你到底是谁？”

信息技术的融合和利益的博弈，让运营商和 IT 巨头越来越多的开始了错位竞争，这种趋势只有更激烈，没有缓和。

在各自都掌握着巨大资源的背景下，只有合作才能有更多的成长，对运营商而言，新的背景下，2G 时代的竞争思维和模式已经不适用，新模式也已经上路了。

你中有我，我中有你

电信业从来没有如此复杂。1995 年 GSM 数字电话网正式开通的时候，几乎没有人想到中国城市的百姓将一人一部手机；2000 年，中国移动集团成立时，也几乎没人想到 9 年之后竞争的焦点是可以视频通话、高速上网的 3G 手机。但是现在，当一个运营商和一个 IT 巨头激烈竞争时，所有人都不觉得奇怪。

信息技术的发展，使得很多本来预见不到的事提前发生，IT 巨头和运营商之间的错位竞争，就是其中之一。

谷歌日前在两岸三地同步推出中文手机语音搜索服务，目标直指中国电信“114 号码百事通”和中国移动“12580”。针对 Google 语音搜索服务，运营人士表示，不会“坐以待毙”。

同时，移动互联网的兴起，模糊了原本简单的产业链，苹果、诺基亚、谷歌等各个领域的巨头相继涌进其他业态，使得国内最为强势的电信运营商中国移动坐立不安。

目前，我国已经进入了 3G 时代，强大的运营商为了能够在一个新的时代继续保持业绩领先，正在上下游积极活动。从操作系统到手机终端，再到软件商店，中国移动当仁不让地走上了通吃的道路，IT 巨头也在积极备战。从我国的智能手机市场便可见一斑，微软主导的 Windows Phone 手机、移动主导的 Ophone 手

机、苹果的 iPhone、Google 的 GPhone 和联通正潜心打造的 UPhone 形成“5 Phone”五足鼎立竞争格局。

移动互联网是巨大蓝海

信息技术的融合让运营商和 IT 巨头错位竞争成为了可能，而巨大的市场空间是两强相争的直接原因，同时，老百姓个性化通信需求就像催化剂一般，让竞争愈演愈烈。尤其是 3G 发牌后，运营商很多增值业务如雨后春笋般出现，并增长迅速。

工信部部长李毅中近日在出席“2009 中国互联网大会”时表示，2008 年，移动互联网市场规模达到了 117 亿元，增长了 54.5%。“随着手机用户和手机网民规模的持续增长，3G 所带来的网络带宽的优势和终端供应的丰富，给移动互联网提供了良好的发展机遇，并催生着新的经济增长模式和增长点。”工信部电信管理局某负责人表示，未来 3 年，中国 3G 业务将会带动 1 万亿元需求，其中宽带、手机视频等 3G 业务有望达到 2000 亿元。

在细分市场，空间也相当大，数据显示，2009 年上半年，中国信号百收入增长近 40%，达到 33 亿元。因此，不难想象，在整个业务链条中，包括软件、操作系统、手机阅读等，已经不单只有运营商的身影。

3G 新竞争模式颠覆传统

3G 颠覆的不仅是通信方式和人们的生活习惯，一个新的通信业竞争模式也横空出世。

在 2G 时代，移动运营商和固网运营商都是“前向收费”，即搭建一个移动通信平台和固网运营平台，运营商只要做好网络维护工作，便可坐在营业厅椅子上数钞票。于是，中国移动在短短的 9 年时间里，成为全世界最大的运营商。

在 2G 时代，运营商可以很简单的做好服务，因为在一个用户急剧增长的时代，服务已经不是最重要的了。而且，没有多少竞争对手“骚扰”，运营商也有很多时间。但是在 3G 时代，就如同专家所说，是所谓的“后向收费”，即运营商除了要搭建一个网络之外，主要盈利的来源是通过数据业务、增值业务来实现，比如“移动全球眼”、“彩信手机报”、“手机影视”、“手机阅读”、“手机动漫”等。

要完成这些，单靠运营商自己是做不好的，需要更多 IT 企业的加入。于是，iPhone 来了、SP 来了。同时，随着技术的融合和平台的开发，中国移动、苹果、谷歌、诺基亚越来越多地做同样的事情，手机操作系统、手机浏览器、终端设备、软件商店，一个也不放过。

一位专家表示，“无论操作系统、浏览器还是终端设备，都是用户非常重要的入口。可以看出，这些巨头现在是什么都做，希望通过操作系统、浏览器、终端设备的整合优势，尽量把用户划分到自己能控制的领域内来。”

单靠竞争和圈地，其实谁都做不好，3G 带来的是一个合作共赢的时代，运营商掌控着用户资源，IT 巨头掌握着技术优势，要做好新的市场，不仅是竞争，更是合作。

来源：通信信息报 2009 年 11 月 12 日

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动信息化解决方案助力中小企业

随着改革步伐的迅速迈进和全球经济的一体化，中小企业的生存和竞争环境发生了根本性的变化，信息化战略给企业带来的竞争优势已经愈加明显。据第一次全国经济普查结果显示，中小企业法人单位营业状况总体良好。全国中小企业法人单位中，正常营业的法人单位为 205.68 万户，占企业法人的 88.6%，非正常营业的法人单位占 11.4%。

半数企业开展信息化应用。

一、中小企业信息化需要及特点

为了真正围绕中小企业客户的需求，打造量身服务，中国移动对数百家中小企业展开了广泛而深入的调查，发现中小企业有如下的信息化需求：

首先，基础通信服务是企业信息化的进入门槛。中小企业开张的普遍需求聚焦“三网一话一传真”，即门户网、宽带网、VPMN 网、电话和传真。

其次，成熟的中小企业的信息化服务的范畴主要涉及通信、办公和营销三类。通信应用属于基础服务，办公应用则主要源自企业日常管理需求，而营销应用则体现了企业发展进步的需求。

再次，就使用习惯与商务模式而言，易使用、易管理、易组合是企业选择租用产品时考虑的重要因素。

最后，就具体产品而言，宽带、企业邮箱和财务软件是中小企业目前应用最为普遍的三类信息化产品。

通过调研，中国移动还发现中小企业信息化具备以下特点：

(1) 中小企业需要较低门槛的信息化解决方案。大部分的中小企业经营规模相对较小，业务模式相对简约，因此规模经济和多样化经济都相对不足，造成了无法有效分摊巨额 IT 基础设施支出和 IT 基础设施的可利用程度或投资回报受限等问题。

(2) 中小企业信息化走向简便和实用路线。中小企业一般都缺少熟练的 IT 使用人员，不具备复杂的 IT 系统应用能力。即使购买了 IT 设备和软件系统，也

不能充分利用和有效维护。因此，中小企业信息化的推广最好是基于大众普及程度高的 IT 基础设施，并且最大化地减少其后台配置工作和维护压力。

(3) 中小企业需要标准化、可以重复使用的信息化解决方案。传统的企业管理软件如 ERP、OA、SCM 等具有复杂的功能和模块，适合那些专业化分工程度较高、流程相对复杂的大型企业。而中小企业的业务模式都相对简单，岗位和流程都比较简约，具备显著的行业特色，可以通过标准化方案提供所需应用。

二、创新模式与定身产品为中小企业信息化提供可持续途径

作为国际一流的移动运营商，中国移动在深入研究的基础上，为中小企业打造了 ADC (Application Data Center) 服务模式。ADC 服务基于完善的、相对标准化的后台支撑，可以为不具备传统 OA、邮件、ERP 和 MIS 等信息化系统的客户提供的基于移动终端的托管式的信息化应用服务。企业只要将终端接入到互联网，并远程登陆中国移动的 ADC 平台，就可以获得企业办公、财务管理、销售管理、无线网站和客户管理等丰富应用。ADC 服务模式具备以下特点：

一是 ADC 服务最大的优点是低成本，能够以较低的门槛为中小企业提供入门级信息化应用。企业不必购买大量的 PC 和昂贵的服务器，而是立足于移动智能手机（部分应用只需要使用普通手机）和少量的 PC，或者对现有的一些生产运营设备加以移动化改造，就完成基础设施投资。

二是 ADC 在商务模式上具有即开即用、免维护的特征。中国移动可以在后台打造一系列标准化的解决方案。企业不需要面对复杂而臃肿的软件系统，而只要根据自身需要选择合适的标准化产品，并通过一些简单的配置，就可以开通和使用。因此，ADC 模式为中小企业提供了很低的进入门槛。

三是 ADC 服务的移动性特征符合中小企业运营特征。中小企业在商务和营销环节具有流动性强的特点，而 ADC 能够提供便携的、直达性强的移动信息化手段。这大大提高了中小企业的信息流通效率，使企业管理人员无时无刻都可以获得相关信息应用。

中国移动的 ADC 模式为中小企业提供了丰富的产品选择，主要包括基础通信应用、办公管理应用、营销服务应用和生产控制应用。

基础通信：成本导向与融合沟通并重。在基础通信方面，针对人员结构简单、以话音为主、互联网需求少的小型企业，ADC 可以提供无线商话、集团 V 网、电话会议和无线宽带等入门应用；对于人员相对复杂、分布较广、存在多种沟通方式的中型企业，ADC 提供了视频会议、专网接入、融合通信（IMS）等应用，还可以为企业提供包括虚拟空间租用、服务器托管等在内 IDC 服务。这些应用能够为集团企业的内外沟通和信息传递带来很大的便利。例如，中国移动的集团 V 网提供跨省服务，融合通信服务则可以帮助异地多人通过不同的终端（手机、PC

等)协同工作。这对于分散在不同区域的团队,特别是处于移动状态下的员工,提供了很好的沟通和协同工具。另外,结合移动通信特点,中国移动还提供商务宝、集团短信和彩信等特色应用。

办公管理:随时随地在线处理。在办公管理方面,ADC提供了集团通讯录、手机邮箱、移动办公、企业一卡通和移动财务应用。特别是手机邮箱和移动办公非常适合中流动性员工较多的小企业。手机邮箱可以将企业邮箱主动推动到用户手机上的邮件服务。员工可以在手机上查看邮件正文和附件,还可直接通过手机回复、转发和撰写电子邮件,处理企业内部事务。移动办公则允许用户通过手机接入单位办公系统,完成公文和合同流转、进行审阅审批,查询内部信息。这些服务可以让企业员工随时随地办公、处理紧急事务,从而大大提高企业运营绩效。同时,中国移动为上述服务提供加密设置以及SSL传输等举措,能够保证提供安全可靠办公环境。

营销推进:零距离接触客户。在营销服务方面,ADC提供集团彩铃、客户服务中心、企业建站和移动CRM服务。这些服务可以帮助企业付出较低的成本,方便地与用户保持顺畅沟通联系,并展现企业个性。特别是企业建站服务,以托管方式为集团客户建立WEB、WAP和短信网站,宣传展示企业商品、服务、招聘、公告和供求等相关信息,使企业与其客户之间能够进行快捷、广泛的信息传递和互动。这为缺少IT专业知识和技能、但又迫切期望具备专有网站的企业提供了非常大的便利。特别是中国移动还提供WAP和短信两种站点服务,为企业适应移动互联趋势、开展移动营销提供了很大的助力。

生产控制:解放人力。在生产控制方面,ADC提供M2M、视频监控和车务通等应用。M2M是基于特定行业终端,以移动通信网络为传输载体,为中小企业提供设备到设备、设备到人、人到设备的信息传递,从而实现生产过程监控、指挥调度、远程数据采集、远程诊断等行业应用。视频监控可以选择有线、无线方式灵活部署,集中监控和远程管理各类现场,帮助中小企业实施安全举措、调度应急资源。车务通业务是基于卫星、基站定位技术的综合位置信息服务,借助广泛覆盖的移动通信网络,通过手持或车载终端,满足企业对内部车辆、人员的监控调度需求。

通过以上的介绍,可以看得出,在ADC模式帮助中小企业跨越了庞大的IT基础设施投资壁垒,而通过后台建设及移动互联的形式向企业提供丰富的信息应用。这种模式强调的是应用的获取,而非设施的占有,而传统信息化路径的特点是“设施占有”而非“应用占有”。

三、动力100服务包为中小企业打造量身套餐服务

在长期的信息化实践基础上,中国移动整合各类优势信息化产品、为中小企

业量身打造动力 100 系列信息化解决方案。动力 100 系列分为通信动力包、办公动力包和营销动力包，不同的服务包适用于不同类型的企业。每个服务包又分为基础服务和扩展服务——基础包满足企业在通信、办公和营销方面的核心需求，扩展服务则满足企业特色需求。

通信动力包是发挥中国移动卓越的网络优势，满足集团客户基础通信需求的整合通信解决方案，其主打产品为 VPMN，可以使企业内部通话享受专属资费优惠，同时短号互拨方便使用。通信动力包还整合了其他优势产品，有“VPMN+移动总机”和“VPMN+移动短号短信”两种模式。第一种模式中的“移动总机”业务可以提供托管式总计服务，实现快速灵活的业务部署，统一企业形象，还可以做到“客户经理流动，客户不流动”，既方便、便宜又便于客户稳定管理。第二种模式种的“短号短信”业务除了短号互拨之外，还有短号短信功能，设置多档资费套餐，帮助企业控制通信成本。

例如，北京某快递公司就从通信动力包的使用中获益匪浅。该公司作为一个速递行业领先企业，每天都要接收到有很多的客户需求，内外的通信量非常庞大，是一笔不小的支出。该公司在应用了动力 100 的通信动力包中后，通过 VPMN 服务，该公司每年每个员工可节省 1,500 元左右话费，企业总计每年节省 780,000 元。同时，中国移动还向管理层提供监控系统，公司管理层可以监控手机私话使用时长，随时控制超额费用，有效地避免公话私用问题。可以说，通信动力包简约而富于实效，可以相关企业节省节约大量日常通信成本。

办公动力包是通过中国移动在基础通信服务之上，发挥移动互联优势，满足集团客户高效办公需求的解决方案，其主打产品是手机邮箱，它以自动推送的方式将最新的企业邮件发到企业员工手机上，并提供便利的查看、转发、回复等功能，这样企业员工就可以永远在线，不遗漏可能的重要邮件信息，随时随地处理企业邮件，提高办公绩效。办公动力包还整合其它优势产品，提供“VPMN+邮箱产品系列+移动办公”和“VPMN+邮箱产品系列+商务宝”两种服务模式。第一种模式直接在手机平台上实现公文处理、合同审批以及会议日程等通知、提醒和发布等事务，提高了企业管理层和执行层之间的信息传达和处理效率，从而提高企业办公效率。它适合注重内部沟通效率，有大量内部管理信息流转需求的制造、金融、现代物流、外贸、信息技术、咨询设计等行业中小集团。第二种模式则将企业的电话、上网、传真等企业日常办公所需的通信服务功能集成在商务宝这一集约型产品之中，为企业提供一线接入、一站式办公通信服务，并且摆脱有线束缚。它非常适合员工规模低、不依赖固定办公场所的早期创业型公司。另外，办公动力包还向企业提供集团通讯录、移动财务、企业一卡通等实用服务，为企业日常办公管理提供各种便利。

这方面的典型案例有成都某机械公司。该公司是专业从事 Volvo 建筑设备销售、服务、配件供应“三位一体”的代理公司。该公司一方面有很多营销人员都处于流动状态，另一方面经营的设备涉及额度较大，公司与设备商、客户之间往来的交易、采购等信息以及内部管理相关信息比较频繁，并且相对复杂。如果没有合适的信息化手段，可能会发生一些信息遗漏。2008 年 5-7 月中，该公司就出现了 8 次公文遗漏；15 次文件延迟处理，其中 5 次是重要工作延迟。而在应用了动力 100 办公动力包之后，该公司在 2009 年同期不但没有出现因为上述失误导致的损失，而且在办公效率和任务下达准确性上方面都有了明显的提高。

营销动力包是中国移动针对中小企业迫切的营销发展需求提供的企业营销服务解决方案，适合有广泛的外界沟通需求、追求销售业绩、注重客户服务满意度，对销售量和销售管理较敏感的企业。其主打产品是企业建站，可以为企业建起有线和无线的营销门户，它可以为企业提供企业形象传播、商机发现、客户沟通、客户管理等营销应用。营销动力包还整合了其他优势产品，提供“VPMN+企业建站+集团彩铃”和“VPMN+企业建站+移动 400”两种模式。第一种模式在企业总机、员工手机上提供个性化的铃音服务，帮助企业统一对外形象，非常适合那些因为员工流动较大而缺少统一外部形象的商贸、制造加工等行业的中小企业。第二种模式则在有线和无线门户之外，通过综合语音门户向企业提供集语音、短信、彩信为一体的交互服务，满足企业营销推广和零距离客户服务等多样需求，进而提升企业形象和客户满意度。这非常适合那些客户源较多的成长型企业以及零售、餐饮娱乐、票务等行业的中型企业。

中国移动中小企业信息化解决方案，以托管方式为中小企业提供即开即用、安全高效的信息化应用，助力企业节约资源，降低成本，促进商机。中国移动正以至诚之心，秉承网络能力、经营实力、专业服务和技术创新，助力中小企业在纷繁复杂的竞争态势中赢得先机，助力我国企业实现信息化变革，并为国家信息化作出自己的贡献。

来源：搜狐 IT 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

王建宙谈 TD-LTE：终端芯片研发仍需加快

在日前举行的“2009 国际 LTE 论坛”上，中国移动总裁王建宙表示，移动早已成为生活的一部分，移动的未来也是我们生活未来的一部分，未来是移动互联网的世界，而移动宽带技术特别是 LTE 是未来移动互联网的基石。

王建宙称，中国移动正在大规模的建设 TD-SCDMA 网络，由于演进路线的明

晰，现在提供给中国移动的 3G 设备都要求能够平滑演进到 LTE 网络，在主设备不变的情况下，由 TD-SCDMA 可以实现平滑软件升级到 TD-LTE。

同时，对 TD-LTE 的发展，王建宙阐述了三大观点：“首先，由于任何的 3G 标准都已经明确将演进到 LTE，LTE 的商用准备工作已经完成，我们也希望能够尽快演进到 LTE，但是目前来看终端芯片的研发速度还需要加快，这是一个很关键的问题。”

“其次，TD-LTE 和 FDD-LTE 保持了同步发展，我们认为二者的融合对全球的运营商、设备商、消费者都有很强的吸引力。目前，大家都向这方面积极努力，特别重要的是，包括高通等芯片公司也正在研发融合的终端芯片。”

“最后，我也同一些运营 WiMAX 的运营商首席执行官们交换过意见，他们都认为如果 TD-LTE 能够实现同 WiMAX 的融合，那将使全球下一代通信标准实现最终的统一。我们相信这是一个很好的想法，我们希望在未来积极推动这种解决方案的发展。”

另外，王建宙还透露，在明年的上海世博会上，中国移动将建成一张覆盖整个园区 5.28 平方公里（包括室内和室外）的 TD-LTE 实验网，届时将给全世界的参观者带来高清视频会议、三维实景、高清影像采集等全新体验。

来源：中国通信网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

移动试水网络电话，每分钟低至 6 分钱

从东莞移动了解到，广东移动将试水网络电话，拨打国内长途将低至 6 分钱一分钟。目前用户还只能在网络上注册来获得该服务，但在 12 月左右，东莞移动将推出网聊卡，用户购买该卡后，网络通话优惠则作为该卡号的另一附带优惠，网聊卡像手机卡一样可以拨打电话等。

在外地拨打不收漫游费

东莞移动相关人士介绍说，目前消费者可以在 139 社区订购网络电话，注册成功后，即可实现二级甚至三级通话。对方手机显示的号码则为用户注册时填写的自己的手机号码，且在外地拨打电话没有漫游收费。话费也可通过自己手机号码打出清单。

据一亲身使用过网络电话的用户介绍，网络电话的另一个优势是，拨打电话的接通时间非常短，拨出号码后几乎立刻就接通对方手机。

据悉，目前网络电话服务还是在广东省试水。此外，广东移动还将推出网聊卡服务，“这个网聊卡就像动感地带附带了音乐套餐一样，网聊卡附带了网络通

话的优惠。”东莞移动相关人士透露。据介绍，除了通话和发短信的普通功能外，该服务还包括短信珍藏、短信过滤等功能。设定珍藏号码后，就和珍藏号码间的来往短信内容将全部自动记录在 139 网站的个人私密空间中。

银卡 10 元通话 100 分钟

据介绍，网络通话资费非常优惠，资费共分为三种，分别为银卡、金卡和钻卡。银卡用户 10 元/每月，包含 200 条短信、100 分钟网上通话，通话超出部分则需 0.1 元/分钟；金卡用户 15 元/每月，包含 300 条短信、250 分钟通话；钻卡用户 30 元/每月，包含 600 条短信、500 分钟网上通话。

为了推广该服务，东莞移动还推出了相关优惠。活动时间内，成功订购，且持续使用 139.com 钻、金、银任一档会员套餐并成功扣费的有效用户，次月即可获赠 10 元话费；活动期间承诺使用 139.com 钻卡会员套餐一年，即可获赠价值一副 300 元的高级蓝牙耳机及 USB 蓝牙适配器一个；如果承诺使用 139.com 金、银卡会员套餐一年，即可获赠价值一副 200 元的高级蓝牙耳机及 USB 蓝牙适配器一个。如果办理钻卡套餐，需预存 360 元；金卡套餐需预存 180 元；银卡套餐需预存 120 元，预存的话费将分 12 个月进行返还。

来源：大洋网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

中国移动启动 IMS 招标，将采用分省运营模式

酝酿已久的中国移动 IMS 设备招标近日启动，本次招标包括核心网设备、业务平台、接入侧设备和终端四大部分。前期参与中国移动 IMS 设备测试验证的 5 大设备商：中兴通讯、华为、爱立信、上海贝尔以及诺基亚西门子通信将会一一应标。

“由于中国移动 IMS 设备招标已经着手准备很久，并在当初敲定的时间基础上有所推后，因此有可能同时发出技术标书和商务标书，即使不同步，也不会相隔太久。”一位将参与竞标的设备商人士表示。

一旦中国移动 IMS 实现全国范围内部署，将成为全球最大规模的 IMS 实践。

CM-IMS 助力全业务运营

中国移动由于固网短板明显，因此中国移动希望通过引入 IMS 实现固定语音接入和业务控制，提供多媒体类和融合类业务能力，为全业务运营尤其是政企客户的争夺奠定坚实的基础。

据了解，中国移动将在其固网和多媒体、流媒体网络的部署上，跨过传统固定软交换和传统 IPTV、会议电视方案，直接采用 IMS 技术部署宽带固定语音、

高清会议电视和 IMSBasedIPTV，一步到位地构建目标网络，实现网络融合。

“为了满足未来网络融合的需求，促进 TD-SCDMA 的发展，向用户提供融合及多媒体业务，中国移动早在几年前就开始了 IMS 的研究，并在国际标准基础上创新性地提出 CM-IMS，CM-IMS 已经成为中国移动实现网络和业务融合的重要解决方案。”中国移动研究院网络技术研究所所长助理俞承志表示。

中国移动还希望通过将 IMS 和移动互联网结合，为用户提供更加丰富的多媒体业务。“网络和业务能力开放已经成为互联网的精髓，也是 Web2.0 的最重要特征之一，因此，IMS 更加适合运营商利用网络和业务能力开放实现与互联网业务的融合。”俞承志表示。

而中国移动正在进行的 wIMS 项目，强调的就是 IMS 和 Web2.0 技术的融合，这种融合并不是电信网与互联网两种体系架构的融合，而是通过开放 API 和 Widget 等技术将 IMS 网络和业务能力开放给互联网用户，并使其融入 Web2.0 的生态环境，以提供通信网络与互联网的混搭应用，开拓新的业务领域，增加新的收入。

将采用分省运营的模式

中研博峰执行副总裁沈拓表示：“IMS 发展多年，始终面临叫好不叫座的尴尬局面，很大原因在于 IMS 对运营商的经营能力提出很大的挑战。”在他看来，IMS 市场是一个长尾市场，可能不存在一个杀手级业务，但一定是一个多种类、小规模业务组合的市场，而目前运营商比较擅长经营规模经济效益的业务，对于小众市场的尝试还有限，经营能力相对弱一些。

针对此种情况，据了解，中国移动有可能采用分省运营 IMS 或分大区运营 IMS 的模式来为用户提供固移融合业务。

而为此，中国移动也制订了一套详细的 IMS 运营方案，各省根据用户的不同的个性化需求对此运营方案进行相应的调整。

“运营商在确定 IMS 网络的部署方式时，需要权衡业务提供能力和网络建设成本，可集中，可分散，也可采用集中和分散相结合的部署方式。”俞承志曾表示。

花落谁家？

此次 IMS 设备招标是国内三大运营商在 IMS 领域的首次招标，因此吸引了设备厂商的更多注意力，并且在招标前期做了大量的宣传工作，他们都希望在首次招标获得更多的份额，为以后的 IMS 设备招标工作奠定基础。但是究竟此次中国移动 IMS 会花落谁家，谁会成为最大赢家，现在还无法确认。

据了解，此次中国移动 IMS 招标的规则并不是单纯的技术标书评分和商务标书评分乘以相应的比例再简单相加而得来。“中国移动有一套自有计算公式，将

对会各项的评分进行更加精细化的计算。”一位来自即将应标的设备厂商人士指出。当记者问及前期测试结果和试点工作会不会对招标份额有比较大的影响，他表示，中国移动可能会将设备测试结果参与到技术标的得分中，但是试点工作的进行对招标结果几乎没有任何影响。

值得一提的是，中国移动会将设备商的创新能力、定制能力、交付能力和维护能力充分考虑到 IMS 招标工作中。

中国移动相关专家表示，一方面，运营商对于设备商的定制能力和交付能力要求越来越高，希望针对不同的用户群体在最短的时间内提供相应的定制化解决方案；另一方面，运营商对于设备商的响应能力和维护能力要求越来越高；再者，设备价格也将决定厂商在商务标书中的评分。

华为核心网产品线总裁蔡立群此前在接受通信产业网记者专访时就表示，建设具有符合运营商特点的全业务网络是一个复杂的系统工程，对现网的深刻理解是必要的基础，“与中移动以往的项目不同，CM-IMS 是一个涉及接入网络、承载网络、核心网络、业务网络的复杂的端到端系统集成，项目厂家需要对中移动网络有非常深入的理解”。

蔡立群举例说，对这样一个复杂的网络，未来的运维就是一个很重要的问题：针对融合的网络和业务，如何提供高效高质量的运维保障，提供业务规划和咨询等都是项目厂商必须具有的能力。

因此，虽然招标结果无法确知，但是按照本次招标规则来看，以中兴通讯、华为为代表的国内厂商将在此次招标工作中获得较多的份额，而这从前期已经完成的 3G 设备招标结果中也可进行推断。

来源：通信产业报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

OPhone 手机上市之三大难解

近日，Ophone 手机在天津也开卖了。天津是继上海和广东第三个宣布开售 Ophone 的城市。如果从市场反应上来看，天津是三个城市中用户反映最强烈的城市，原因是天津移动开出的购买条件相当诱人，这次天津移动主推的机型是联想 O1。然而，从市场的反应来看，Ophone 手机也有几个难题亟待解决。

软硬件之间不能很好互相支撑

据悉，自天津移动推出 Ophone “零元购机”后，市场反响比较好，称“都卖光了，整个天津”。比起上海和广东开售的多普达 Ophone 手机 A6188 型号 4700 元上下的价格，在天津，Ophone 的入门门槛降低了不少。天津移动的用户只要

承诺在网一年，每月消费最低 120 元的话费，预交 3600 元就可以拿到一款联想 01 的手机。照此测算，除去话费的消费，联想 01 的价格已经在 2500 元以下，这也符合不少业内人士对联想 01 的价格预期，也是消费者可以承受的价格。

然而，许多拿到 OPhone 手机的用户随之也向记者抱怨有这样那样的问题，如地图加载问题、SIM 卡一直处于搜寻状态等。甚至有用户来电突然间没有铃声响应。除了这些个别问题外，Ophone 待机时间短，频繁死机等问题对用户不断也造成困扰。而 OPhone 主打应用的招牌，这些问题频繁出现也让终端难以对 Ophone 的应用有好的支撑作用，Ophone 软硬件之间的矛盾尚待进一步解决。

运营商终端厂商谁将主导？

对于联想 01，通信圈内的人并不陌生，因为 Ophone 的问世，从一开始就和联想 01 连在了一起。2009 年中旬的时候，联想移动还挑选了通信业内大约 500 人进行了联想 01 的试用，并推出了改进版本。然而，联想 01 的上市计划确是一拖再拖。更令人费解的是，10 月份，联想移动已在其自有网上商城挂出销售联想 01 的页面，但又因故撤销，当时，联想移动给记者的答复是，希望中国移动针对联想 01 推出一项专门的补贴，当时正和中国移动进行商议。然而，几周过去了，昨日，记者再次询问联想移动时，联想移动的相关负责人表示不便回答，从其为难的态度已经看出联想 01 专项补贴一事进展并不顺利。

当然，中国移动推出 OMS 操作系统，足以看出运营商在 OPhone 终端话语权上的强势。有业内人士也对记者称，由于 OPhone 一开始是运营商的定制终端，今后更多的会倾向于通过话费补贴的形式销售手机终端，单卖手机的情形越来越少。然而，这也让终端厂商在终端上的话语权趋于弱小，并在终端的差异化制造上难以有大的动作。

市场的热情与厂家的审慎

与用户的热切期待相比，终端厂商在推 Ophone 时显得十分审慎。联想 01 在推 Ophone 手机时一拖再拖已是明证，其他 Ophone 的终端厂商，如已经有成型手机的戴尔、摩托罗拉目前也是做足了预备工作，原定的 11 月份的发布时间都已经往后推迟，且推迟到什么时候还没有确切的预期。这些厂家甚至在正式上市之前不会进行市场预热和宣传。从记者了解的情况看，终端厂家如此审慎实在是无奈之举，因为他们不得不面临 Ophone 手机在软硬件各方面的问题，由于许多厂商介入到 Ophone 研发的时间比较短，OPhone 的本地化研发没有先期的经验可借鉴，芯片问题还没有得到很好的解决，在软件的适配上也需要时间。这些客观因素让部分厂商迟迟无法下正式上市的决心。

来源：飞象网 2009 年 11 月 12 日

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信携 N900+欲终结 iPhone

中国联通欲凭 iPhone 拼杀市场，中国移动携自己订制的系列 Ophone 迎战，中国电信也不甘寂寞，新推出 EVDO 旗舰产品酷派 N900+，3G 市场演变成了明星手机的一场恶战。

中国电信与国产智能手机专业户宇龙酷派联手推出了 EVDO 旗舰产品 N900+。据了解，N900+是由宇龙酷派与微软携手，历时两年，打造出来的一款顶级产品，其内核——首次采用专为互联网时代办公娱乐应用而设计的 WINPHONE 操作系统，速度更快，可以同时运行超过 64 个任务处理。此外，它也是首款“3G 互联网四通道手机”，可以实现双网双待四个网络通道。

据了解，新机上市在 7000 元上下，价格方面还要压 iPhone 一头。中国电信总裁王晓初曾经亲自上一线积极推广该款产品，足见中国电信对这款产品寄予的厚望。而美国的《时代周刊》、《纽约时代》等媒体甚至把它称为 iPhone 的终结者。

来源：北京晚报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

电信手机上网资费终改回“按流量收费”

用手机上网看一部 1 个半小时的电影要花多少钱？按时间算，很容易算得出，但按流量算，恐怕是一笔糊涂账。今年年初，中国电信一反其它运营商手机上网按流量收费的常规，首次推出按时长计费，这被认为是国内最“透明”的 3G 资费，受到业内一致推崇。

然而，时隔半年多，中国电信却退回按流量计费的老路上。这究竟是因为什么？能让用户算清的资费

今年初，广东省人大代表谭燕红提出建议，电信运营商应将手机上网按流量收费改成按时长收费，因为“看一场足球比赛，按时收费只要几元钱，而按流量收费则需要 100 多元。”而且对于绝大多数手机用户而言，打开一个网页要耗费多少流量，是一个难解之谜。“目前电信服务商采用的计费标准，按 1 兆多少钱来计算，而 1 兆到底意味着什么，没多少人说得清楚。”谭燕红说，这给用户带来很大不便。

事实上，含糊不清的流量计费阻碍了不少消费者对手机上网的热情，也让

手机电视、手机音乐等 3G 多媒体业务乏人问津。因此，当中国电信在今年 3 月首次推出按时长计费时，工信部电信经济专家委员会秘书长杨培芳便十分推崇这种简单透明的计费方式，“简单、透明应该是运营商制定资费的基本原则。”

然而，推行仅仅只有数月，中国电信便悄悄回到了老路上，将手机上网按时长计费改为按流量计费。

按流量计费更“来钱”

“利润压力也许是中国电信改变 3G 计费方式的主要原因。”尽管感到十分可惜，但杨培芳对此并不意外，在当前三家电信运营商的激烈竞争中，经济利益也许是企业最先考虑的因素，“短期内，流量计费对收入增长的推动的确要高于时长。”

四川通信设计院高级咨询师程德杰算了这么一笔账：以某省电信公司的 3G 宽带计费为例：原先的“时长计费”为 0.10/分钟，改为“流量计费”后为 0.01/20KB。在原先时长计费模式下，客户使用电信 3G 网络浏览新浪首页，耗时约 20 秒，用户浏览成本约为 0.03 元；而在流量计费模式下，用户则至少要支出 0.20 元。对用户来说，明显是按时长收费更合算。

电信跑得太快了

用户的使用习惯是电信改变计费方式的另一个原因。上海电信一位人士表示，此前手机上网按时长收费时，也有用户投诉不敢用长时间在线的 QQ、MSN，希望可以改为按流量收费。

根据 CNNIC 今年发布的报告，截止到 2008 年底，移动互联网应用中，应用率最高的为即时通信类，占整体的 31.2%，这属于流量少、耗时长服务。但有业内人士表示，对于即时通信这种低流量的业务，完全可以通过设置专门的流量包来解决，不应该为了个别需求，牺牲更符合发展趋势的计费模式。

“这是捡了芝麻丢了西瓜。”杨培芳认为，“3G 是对 2G 的更新换代，而不是在 2G 网络附加一点 3G 业务。”在 3G 时代，用户习惯会随着带宽的增加不断变化，视频多媒体等适合高带宽的业务才是未来趋势，简单实惠的时长计费模式显然最为适合。然而，也许是中国电信走得太快了，当整个 3G 市场并不成熟时，电信选择了回归传统的流量计费。

来源：IT 时报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

中国电信在沪成立全国视讯中心

如果你正十分投入地在家通过 IPTV 观看大片，突然老板一个“电招”，那么

剩下的部分，可以在路上用手机继续收看，如果还剩下精彩的结尾，不妨午休期间，在办公室电脑上“过完瘾”。11月12日，中国电信在上海正式推出的视讯运营中心和“天翼视讯”客户端软件，使这种手机屏、电脑屏、电视屏“三屏互动”的崭新视听生活成为现实。

建立统一视讯平台

中国电信正在打造统一的视讯平台。数据显示，中国电信目前拥有近5千多万宽带用户，4500万移动手机用户和近300万IPTV用户，拥有互联星空、手机影视、IPTV等多种多媒体视频业务，这被业内认为中国电信开展视讯业务的基础优势。

从2005年下半年提出转型以来，中国电信一直寻找适合自己的转型业务，其中视讯业务更被看做是中国电信“聚焦客户的信息化创新战略”的重要路径之一。新成立的视讯运营中心将统一运营中国电信IPTV、手机视讯、互联网视讯业务，负责全国视讯中央级平台的业务运营，支撑各省视讯业务发展。

业内人士认为，视讯运营中心的成立将有利于电信集团在视讯业务的内容组织和业务开发及推广上更加统一，避免重复开发和提升业务推进力。

上海将是全国中心

早在今年4月28日，中国电信集团与上海市政府签订的部市框架协议中，中国电信视讯运营中心作为合作重点之一被提出。将整个集团的视讯业务放在上海，中国电信人士坦承，看重的正是上海高水平的信息服务产业和视讯产业发展的优势。

上海是全国IPTV发展最快的城市。经过5年的发展，截止到10月底，用户数已经达到93万，上海电信在IPTV、互联网视频等方面的业务运营、人才队伍建设、合作价值链共建、产品策划和开发、内容合作等方面，积累了丰富的经验。视讯运营中心落户的金桥出口加工区，在2008年被确立打造成为“中国服务外包研究中心”后，积极发展新媒体产业，已初步形成网络文化产业集群。

成熟的视讯产业链

据介绍，新成立的视讯中心旨在构建一个标准统一、完全开放的平台，制定中国电信视讯业务的发展规划、合作策略、商业模式；实现视讯业务的统一开发、深度运营和规模推广，广大用户、CP/SP、媒体公司、第三方机构等都可以共同参与，从而形成一个产品丰富、交易活跃的内容交易平台。

多年来，中国电信已经在IPTV、互联星空、手机影视等领域与产业价值链的各方建立了良好的合作关系。在现场，记者看到央视国际、中国国际广播电台、中央人民广播电台、上海东方传媒集团等牌照合作方，新华社、第九城市、盛大等内容合作方，土豆网、激动网、腾讯等互联网公司，多普达、三星、LG等终

端厂商。

3G 用户将提前享受

同步推出的还有天翼视讯客户端软件（以下简称天翼视讯）。此前电信推出的手机影视，用户必须登录网站，输入账号密码才能收看手机电视。而通过天翼视讯，只要安装一次，以后打开便可直接收看，有点类似电脑上的 PPS。

通过天翼视讯，手机用户可以随时随地用手机收看网络影视、新闻、资讯等视听信息，进行视讯互动，如点播、收藏、回看等功能。

由于天翼视讯与不同款手机之间需要进行技术适配，目前只有 11 款 EVDO 终端和 1 款 CDMA 1X 终端可以率先应用此款软件。中国电信人士透露，明年 1 月底之前，将推出 52 款 EVDO 终端和 CDMA 1X 终端，大部分 3G 用户都可以轻松享受高清晰的视频服务。

来源：IT 时报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

【中国联通】

常小兵表示 iPhone 销量能接受，将重审营销战略

中国联通董事长常小兵周一在香港接受了彭博财经电视台的专访，他表示 iPhone 上市至今的销售量不尽如人意，但是可以接受，官方的销售势必将会超过黑市，另外根据对销售数据的整理，联通可能会调整营销战略。常小兵表示，有信心让 iPhone 成为中国最受欢迎的智能手机。

52 岁的常小兵表示，iPhone 上月上市后的销售量“应该更高一些”，但他也表示：“销量可以接受”。他表示，联通花费时间对于这一段时间的销售数据进行了评估分析，公司可能会重新审核 iPhone 的市场营销战略。

根据业内统计，中国消费者去年购买了 1100 万部智能手机，到 2013 年将翻三倍。常小兵表示，其中诺基亚的 E71 和 5800 目前是最畅销的型号。他表示：“我们对于 iPhone 在中国智能手机市场的地位很有信心。”

外界普遍认为联通 iPhone 定价太高，其 7999 元人民币（约合 1172 美元）的价格远高于美国的 299 美元。另外，iPhone 面临诺基亚 Ovi 和 RIM、以及中移动 OPhone 手机的竞争。IDC 驻新加坡分析师 Aloysius Choong 表示，在多个 iPhone 开始销售的国家，它已经成为最热卖的智能手机，“中国联通如果将让大众消费者购买 iPhone，必须降低价格。”

外界认为 iPhone 除了价格外，另外一个挑战是随处可见的黑市销售。常小兵表示：“黑市的销售不会很显著”。他说，官方渠道的销售“肯定”会超过非授

权经销商的交付量。据 BDA 公司估计，今年中国消费者将会从黑市购买 100 万部 iPhone 手机，而此前黑市销售量累计已达 150 万部。

iPhone 在中国上市的第一周内售出 5000 部。

常小兵表示，未来联通计划每月新增 3G 用户 100 万人，继续保持十月份的水平。他还说，3G 用户的收入贡献以及资本开支的减少将改善联通的盈利状况。上个月，联通发布三季度财报，盈利为 27.2 亿元人民币，是公司重组以来最低的一个季度，主要原因是 3G 相关开支太高。

常小兵对彭博财经电视台表示：“我们现在关注用户增长，投资者应该感到高兴，我们正在削减成本，保持高速增长。”

来源：搜狐 IT 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

广东联通成立俱乐部笼络 iPhone 用户

联通誓将 iPhone 带动 3G 发展的策略进行到底。14 日，广东联通正式成立 iPhone 俱乐部，并且向全省手机用户开放。据了解，只要是 iPhone 爱好者，不论是否联通用户，均可自愿申请成为该俱乐部的会员。

据介绍，iPhone 俱乐部会员享受多种特色服务，比如享受 3G 新业务优先试用、3G 终端优先试用、入网优惠、购机优惠，以及享受合作商户 iPhone 配件购买优惠、维修优惠服务、俱乐部体验中心专属服务、高端联合品牌会员服务、不定期 iPhone 会员沙龙等。而 VIP 会员还可以依据钻卡、金卡、银卡等不同等级享受包括俱乐部会所、机场/火车站等绿色通道、主题俱乐部活动、紧急开机、授信提升、专属服务经理等在内的多达 26 项 VIP 特色服务。

来源：南方日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

功能无缩水，解析联通 iPhone 热销现象

就像一位饱受争议的“明星大腕”，联通版 iPhone 在中国甫一登陆，似乎就“是非”不断，裸机价格、资费套餐以及 WIFI 功能等问题，都成为媒体热议的焦点，褒贬兼备。但有一个事实却不容回避，仅本次 iPhone 首销在北京就引起排队现象，而在成都，首销当天预定的销售 iPhone 数量也是被抢购一空。

可以说，联通版 iPhone 已经获得了国内消费者的初步认可，反观类似于“行货不如水货、套餐资费高、不符合中国人消费习惯、不带 wifi 功能等”热议，

我们甚至有理由怀疑那是某些人的“酸葡萄心理”在作祟，这从另外一个角度也证明，联通版 iPhone 引起了媒体和消费者的普遍关注。

应用少？6.5 万个应用全部保留

作为中国联通隆重推出的重头戏，联通版 iPhone 为用户提供了 iPhone 3G 和 iPhone 3GS 两种型号，并拥有不同内存的选择。根据中国联通提供的资料：“3GiPhone 套餐从 126 元至 886 元共 8 档，套餐内包含 450MB 至 4GB 流量，120 条至 880 条短信、15 至 95 条彩信，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。全国范围内接听免费。”用户完全可以根据自己的实际需要来选择适合自己的套餐。

另外，联通版 iPhone 内置了中国联通专属联通“Wo”服务，包含了手机资讯、手机直播、手机音乐、手机生活、手机邮箱、视频点播、手机书城、手机证券、手机报和手机营业厅，通过这些服务再配合 3G 高速网络，将带给用户更舒适的在线体验，用户只需支付少量的定制费用或者流量费，即可享受中国联通为用户提供的贴心下载服务。

苹果 iPhone 的 APPStore 是让 iPhone 热卖的决定性因素，这一应用软件商店吸引了众多软件和游戏厂商将自己的应用软件和游戏移植到其中，被 iPhone 所用。其实，APPStore 对苹果 iPhone 来说，乃是一个很大的赢利点。联通版 iPhone 是否内置 APPStore 是大家猜测最多且最希望看到的内置应用。而联通版 iPhone 不负众望，将 APPStore 保留，通过这一应用，用户能够随意下载自己需要的各种资源，并且配合联通版 iPhone 加入的定制业务，将最方便的应用全部奉献给用户，这让联通版 iPhone 更具吸引力。

事实胜于雄辩，联通首销情况火爆的情况已经表明，该产品的强大功能得到了广大消费者的认可，也正因为如此，才会在成都首销日当天创下 666 部的佳绩，而据最新数据表明，四川联通首批到货的 iPhone 其销售情况已经接近尾声，目前四川联通正在紧急从北京总部订货追加一批 iPhone 手机。

没 wifi？7.2MB 高速上网

对于消费者关心的联通版 iPhone 没有 WIFI 功能的问题，其实也是联通出于安全性考虑的选择。联通相关人士认为，“目前我国相关部门屏蔽了 WIFI 功能，确实有一些遗憾，但相信你如果看中了 iPhone 卓越的性能和品质，绝不会太计较这点遗憾，而且还可以通过一些其他的方法来弥补损失，比如通过 3G 上网，或者下载一些第三方的应用程序等。而且，在不久的将来可以实现 WIFI 功能。”

事实上，联通版 iPhone 在外观上与苹果 iPhone 并无差别，配备了高清的 3.5 英寸屏幕，屏幕显示效果非常出众，电容式多点触摸屏的支持，娱乐方面更胜一筹，无论是在显示效果方面，还是对图片及视

频的欣赏方面，都拥有超凡的显示效果；该机对游戏的支持非常完美，游戏界面极为炫丽且耐玩性高。对于联通版 iPhone 的像素问题，200~300 万像素的手机虽然不是现在的最高配置，但也属于国内手机市场的主流应用；如果消费者对像素有更高要求，联通也可以为消费者提供其他选择。

联通版 iPhone 还没有真正推出时，其内置应用就饱受争议。最让人关注的是其将舍弃哪些功能、加入哪些功能，对于主要针对中国本土用户使用的手机，联通版 iPhone 内置的相关服务，无疑为消费者解决了很多难题，也受到了普遍欢迎；而在其他功能应用上，联通版 iPhone 与海外版的苹果 iPhone 并无出入。

资费高？全球 iPhone 资费大比较

谈到手机的价格问题，正如中国联通副总经理李刚所言，水货的价格不能作为价格参考，中国联通将尽力满足消费者需求，使最广大的用户群都能通过 iPhone 手机来体验中国联通精彩的 3G 业务，提升用户的价值体验。电信专家项立刚也认为，联通并没有将水货市场上的 iPhone 视为对手，而是直接将用户锁定在更看重产品质量的高端用户身上。事实上，联通的选择也是出于综合考虑，提高 3G 应用的门槛，面向高端人群提供服务，在 3G 业务发展的初级阶段，这未必是件坏事。

回过头来，让我们比较一下 iPhone 在全球的价格情况，是否中国联通版的 iPhone 资费高？以 16GB 版 iPhone3GS 为例，如果你购买联通版 iPhone3GS，那么需要支付 6999 元。选择最低的 126 元套餐你每月可以获得 121 元的话费返还。投入金额：6999 元人民币。每月话费：126 元。

在美国：投入金额：首次费用：235 美元 ≈ 1604 元人民币；两年话费金额：69.99 美元 × 24 个月 = 1679.76 美元 ≈ 11468 元人民币；每月话费：69.99 美元 ≈ 478 元人民币

在澳大利亚：投入金额：1176 澳元 ≈ 7263 人民币；每月话费：49 澳元 ≈ 303 元
人民币。

在日本：投入金额：81120 日元 ≈ 6187 元人民币；每月话费：3380 日元 ≈ 257 元人民币

在中国香港：投入金额 4680 港币 ≈ 4123 元人民币；每月话费：138 港币 ≈ 121 元人民币。

通过上面对几个国家和中国香港地区现有 iPhone3GS 资费的分析，可以看到联通 iPhone3GS 的定价其实并不是最高。从每月最低支出费用来说，联通基本和香港保持一致，在上述几个国家和地区中最低，联通共八个档次的 iPhone 资费也满足了不同通讯要求朋友的需要，总有一款适合你。当然，这种分析仅仅是从

数字角度来看，到底值不值，还要联系相关国家和地区人民的收入情况分析，本篇文章我们并没有考虑这个方面。

可以说，中国联通对本土化性能和服务的追求也是 iPhone 热销的重要原因。中国联通相关负责人同时承诺，为能使更多的消费者用到 iPhone，中国联通将不对 iPhone 手机锁卡，只是希望更多的用户能够通过中国联通的 WCDMA 网络体验到更加精彩的 3G 业务和生活。有理由相信，iPhone 的中国之旅，将因为联通这位超级推手而变得精彩、从容！

水货好？半个“苹果”用处少

对于不少提到水货 iPhone 好的用户，我们不妨从其功能上的缺失与种种不足来说明。众所周知使用正版 iPhone 可以很方便地进行联网升级服务；安全性恢复；享受售后保修；数字设备共享。

而水货 iPhone 则无法实现联网同步，无论是与电脑之间同步，还是 iPhone 通过 MobileMe 实现多种设备之间实时信息同步，水货用户都无法享受。不仅如此，水货手机通过电脑恢复系统也容易出现白屏和变成“砖头机”，联网也容易被官方服务器查获导致手机无法使用。

水货无法实现系统升级，用户使用的不过是半个苹果。iPhone 终端相当于一台掌上电脑，电脑的系统版本升级对电脑功能的使用和应用至关重要。而水货手机的系统软件版本是不能升级的，仅软件版本 3.0-3.1 一个版本号的升级改进之处多达 27 项，水货手机用户的损失可想而

知。在最新一个版本的升级明细上，我们看到新增的蓝牙语音控制功能，甚至还具备保存视频备份功能；新增视频编辑控制器应用拍摄的视频可以进行编辑，还可以随意复制和粘贴视频录像；彩信功能已经默认激活，并且彩信允许一次发送最多 5 张图片；iPhone 的开机、关机及应用程序运行速度提升明显；电池续航有明显改善；系统发热量减少，响应速度更快，甚至可以通过 MobileMe 使用密码来远程锁定 iPhone。

更重要的是水货终端无法实现终端硬件及配件售后保修，中国大陆的苹果终端售后由苹果公司直接建设，按苹果全球统一标准进行 iPhone 终端硬件及配件的售后保修服务。对每一台 iPhone 进行维护前都将进行序列号的验证，水货终端无法获得售后服务，使用没有保障。

来源：四川在线 2009 年 11 月 13 日

[返回目录](#)

化套现为回购利好，中国联通曲线提振资本市场信心

3G商用如期进行、与西班牙电信互换股份、回购SK电讯股票，中国联通可谓动作频频。中国联通近日宣布，公司股东已经批准其以99.9亿港元（合12.8亿美元）回购SK电讯所持该公司3.8%股权的计划。联通称，回购资金将来自公司现金流和运营资金、或通过外部融资，抑或同时采用以上三种方式。

受股票回购影响，中国联通当天开盘不久涨0.5%至11.32港元，但接着跟随大市回落。午后跌幅扩大，一度跌逾5%至10.64港元，收市收窄至4.97%，报10.70港元。业内人士分析，随着中国联通在资本市场的连番运作，中国联通后市有望走强。

百亿赎身

联通红筹公司9月28日宣布，公司收到韩国SK电讯株式会社发来的有条件不可撤回要约，SK电讯拟向联通出售其所持有的全部8.9亿股股份，每股出售价格为11.105港元，金额合计约100亿港元。交易完成后，SK电讯将不再是联通红筹公司第二大股东。

实际上，早在2006年6月20日，当时同时经营CDMA、GSM两张网络的中国联通与SK电讯签署《战略联盟框架协议》，SK电讯成为中国联通CDMA业务唯一及排他性合作伙伴。同时，SK电讯斥资10亿美元购入中国联通可转换债券，当年7月SK电讯将所持债券以每股8.63港元的价格转换为约6.67%联通红筹公司股份，成为联通红筹公司的第二大股东。

因此，业内人士就表示，联通当年与SK电讯合作主要是为了发展自己的CDMA业务，但中国电信业重组后，联通的CDMA已由中国电信接手，双方已经不具有合作的基础。而从财务角度而言，SK电讯2006年总计付出10亿美元获得该部分股权，而今卖出价为100亿港元，加上联通红筹公司几年来的分红，作为第二大股东的SK电讯也是收获不菲。

中金国际近日发布研究报告认为，从每股收益方面来看，此项交易基本不会产生影响，因为相关股份注销将抵消向西班牙电信的增发——中国联通计划向西班牙电信以每股11.17港币发行6.94亿股新股。定于11月初，届时西班牙电信所持中国联通股份将从目前的5.4%提高至8.4%。从现金流方面来看，为此项交易中国联通需要支付近100亿港币，而向西班牙电信增发所募集的资金将用来认购该西班牙运营商0.8%的新股。这将使09年末公司的净负债权益比率从一年前的12.4%提高至42%左右。

花旗集团发表研究报告表示，对中国联通回购SK电讯所持8.997亿股联通股份抱审慎态度，认为回购或能提升每股盈利，同时将两家公司清楚划分，花旗相

信该两家公司协同效益甚小。

摩根大通 9 月 28 日发表研究报告称，中国联通斥近 100 亿港元悉数回购韩国 SK 电讯共 3.79% 股权，该行对有关交易并不感意外，因早已预期联通倾向与较大型及在欧洲业务多港元化的西班牙电讯公司 Telefonica 组成合作伙伴。

摩通称，维持对联通“减持”评级及目标价 8 港元，其股东结构改变，不影响联通未来基本面及投资主题，并相信外资股东短期难以显著提升联通盈利，此推断是参照其同业中移动 00941.HK 获 Vodafone 参股 2.5% 已达 7 年的事例经验证明。该行预期，SK 电讯短期内不会再于内地物色其它合作伙伴。

一举多得

实际上，联通此时回购股票带来多重利好。

首先，回购股票表明了明确的信号，资本市场相信中国联通未来会更好。一方面，用约 100 亿港元买回 3.79% 的股权；在考虑了相应的债权融资成本后，能带来约 1% 的 EPS 提升；另一方面，中联通 3G 商用的逐步深入，盈利能力有望得到提升。中国联通董事长常小兵近日就表示：“我们对中国联通的发展充满信心，本次回购将有助于提升股东价值。”

其次，减少股票的数量将会提升每股的赢利。公告显示，相关股份回购后将予以注销，中国联通的总股本将由约 237.68 亿股减少为 228.68 亿股，有利于提升股东价值。

再次，化“减持压力”为“回购利好”。中银国际近日发布的报告认为，SK 电讯因自身业务原因以及战略投资地位的丧失，会有减持中国联通股票的需要，这对联通来说是个利空。SK 电讯当时的买入成本为 8.63 港元每股；按 11.105 港元卖还给联通，折算的投资年复合回报率在 9% - 10% 左右，对双方来说是一个皆大欢喜的结局。

最后，回购股票为中国联通股价的进一步上涨提供了必备条件。中国联通在 11 块港币以上回购自己的股票应该能给市场更多的信心，可能使 11 块港币成为股价波动区间的新底线。

现金流压力有限

据统计，截至 9 月 24 日，有 26 家券商发布了中国联通的研究报告，其中，9 家券商给出了“买入”的投资评级，10 家券商给予中国联通“增持”的投资评级，剩余 7 家给予“中性”评级。

至于此次回购 SK 所持股份所花费的 88 亿元，业界普遍认为对联通的压力不会太大。“一方面回购股份与 3G 商用计划同时发布，从一定程度上体现出了中国联通足够的信心；另一方面有 SK 和西班牙电信的参股先例，其他投资者亦可能向“前景光明”的中国联通抛出橄榄枝。

来源：通信信息报 2009 年 11 月 12 日

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯召开云计算技术论坛：六年造“云”

在潜心研发云计算技术近 6 年后，近日中兴通讯在海南三亚召开云计算技术论坛，论坛主题为“云计算关键技术和业务应用”。国际知名厂商 IBM、EMC 等均参与本次论坛发言，并与来自清华大学、中国云计算专家委员会的多位专家探讨云计算的关键技术以及在电信领域的架构设计。

随着电信网络的全 IP 化和宽带化发展，电信技术和 IT/互联网技术出现互相融合渗透的发展趋势。云计算近期越来越得到电信产业的关注，借鉴互联网云计算的发展思路，将电信网络的资源（包括计算、存储和软件服务等）以云计算的方式组织运用，成为电信网络规划建设的新动向。

云计算的出现使得人们可以通过互网络获取各种服务，并且可以实现按需支付的要求，随着电信和互联网网络的融合发展，云计算将成为跨越电信和互联网的通用技术。其成功的技术架构将有利于电信行业提高效率、降低成本、实现资源共享。云计算也因此成为目前最热门的技术字眼，甚至被誉为“互联网之后的下一代商业模式”，并受到了 Google 等互联网公司和 AT&T 等通信公司的大力追捧。

中兴通讯业务研究院院长陆平说：“云计算的关键技术、架构设计和商业模式，对于电信产品设计和运营有很好的参考意义。传统的电信产品基于固定的电信网络架构和用户规模进行设计，在固定容量和用户话务模型情况下，具有良好的应用，但是系统缺乏可伸缩性。”

他在发言中提出：“随着电信数据业务的发展以及互联网类业务的应用，原有的设计模式存在很多问题，如平滑扩容难、不能按需服务，利用率低等，而采用云计算的虚拟化以及分布式技术，可以实现系统资源的池化，有效提高资源利用率，增加软件系统的弹性，更好地服务于电信和互联网用户。”

他还表示中兴通讯早在 2003 年就开始涉足云计算模式的研究和探讨，并将凭借先天的电信业优势在未来的云计算技术中继续领先。中兴通讯近日在多个场合探讨云计算在电信业的商业模式和关键技术等问题，发出了电信设备厂商对云计算追逐的信号。IBM 和 EMC 则分别为云计算业务应用领域和云存储安全领域的

积极倡导者，本次论坛某种程度上代表了通信业内多种角色在云计算领域的一次共同对话。

来源：中国通信网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

中兴通讯光传输亚太区市场份额突破前二

据全球权威调研机构 Ovum 最新报告显示，2009 年 2 季度亚太区光网络销售额同比增长 24%，成为全球最先复苏的地区。据统计，上半年亚太光网络支出 26.71 亿美元，2009 年亚太光网络市场规模预计将达到 58 亿美元，其中中国、印度市场增长明显，而日本市场和澳大利亚宽带投入计划存在不确定性。

按销售额统计的设备商市场份额计，华为、中兴通讯、阿尔卡特朗讯、NEC 分列前四位，中兴通讯在亚太区首次超过阿尔卡特朗讯，前四个季度滚动市场份额达到 12%，单季度达到 16.1%，均跻身区域市场第二位。

Ovum 同期发布的 EMEA (欧洲、中东、非洲) 市场分析报告显示，2Q09 滚动年度 EMEA 光网络销售额继续下滑，从 3Q08 的峰值 55 亿美元降至 48.4 亿美元。其中西欧地区市场深受经济危机影响，市场下降较多，而中欧和东欧和 MEA (中东和非洲) 受影响较小。

按销售额统计的设备商市场份额计，在 2009 年 2 季度阿尔卡特朗讯、华为、爱立信、中兴分列前四。报告指出，中兴通讯得益于产品系列的不断完善和大型 Turnkey 项目执行力的增强，EMEA 当季度市场份额达到 9.6%，只计 MEA 细分市场，中兴通讯则位居行业第三，进步明显。

来源：比特网 2009 年 11 月 11 日

[返回目录](#)

【华为】

华为召开第三届亚太 CTO 论坛，展望移动宽带前景

10 月 17 日，华为召开第三届年度亚太 CTO 论坛，来自亚太地区 60 多家电信运营商 150 余名高管出席，共同探讨移动宽带发展的热点问题。

华为公司表示，根据资料，到 2013 年，全球移动宽带用户将达到 20 亿，移动数据业务将增长近 16 倍，但是运营商同期的收入仅增长 83%。

为了破解移动宽带业务增长与收入增长不平衡的困局，为了解决业务增长与收入增长不平衡的矛盾，运营商需要采用创新的技术来不断降低每比特的成本并

提高无线频谱效率。

华为亚太区总裁王胜利认为 HSPA/HSPA+是移动宽带迄今为止主要的推动技术，面向 LTE 和 LTE Advanced 演进已是大势所趋。王胜利说：“华为认为 2G，3G 和 4G 网络在可以预见的将来长期共存。技术革命虽然随时都可能发生，但是网络必须逐步演进。因此，运营商需要的不是各种标准网络的简单堆叠，而是能够面向 LTE 演进的多制式移动网络的全面融合，通过融合、统一的网络来满足用户的语音和数据需求。这就是我们发展 SingleRAN 解决方案，融合 IPTIME 移动回传解决方案和融合 IPN (Intelligent Packet Networks, 智能分组网络) 核心网的原因，因为只有这样，我们的客户才能实现网络更有效地演进，并实现业务增长与收入增长同步。”

“我们目前在全球的 LTE 试验网、预商用网和商用网都是最多的。”华为 LTE 产品线总裁应为民近日接受媒体采访说，华为卡位下一代移动通信技术的速度“早于业界半年”。在全球已公布的 4 张 LTE 商用网络合同中，华为分别与 TeliaSonera 和 Telenor 承建了全球第一张和欧洲最大的一张 LTE 商用网络。截至目前，华为已与全球顶级运营商部署 LTE/SAE 试验局超过 20 个，全球 IPR 组织 ETSI 11 月 13 日最新数据显示，华为 LTE 专利声明数位居全球设备商之首。截至 2009 年第三季度，华为已经部署了 28 张 HSPA+网络，其中逾十张网络已经宣布商用。同时，华为已占据全球 MIMO HSPA+网络市场份额的 70%。华为已经成为全球移动宽带和下一代移动通信的领导者。

2009 年，华为发布了业界首个 LTE FDD/TDD 融合解决方案，极大地推进了 LTE 的商用化进程。“基于丰富的 TDD 频谱资源，华为相信 LTE TDD 与 LTE FDD 拥有同样重要的意义。”华为无线产品线总裁万飏说。

来源：搜狐 IT 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

移动与华为联合展示香港首个 TD-LTE/SAE 试验网

在香港 GSMA 展期间，中国移动与华为在香港联合展示了由华为端到端部署的 TD-LTE/SAE 试验网，并邀请全球顶级运营商的高层与代表亲身体验。

这个 TD-LTE/SAE 网络部署在香港繁华路段，前来参观的全球各大运营商的高层与代表在高速移动的业务演示车上，通过多用户同时接入的方式体验 TD-LTE 的关键特性，以及视频点播、高速 FTP 传输等业务应用。

现场人士对 TD-LTE 网络的高速率、低延迟等卓越性能留下了深刻印象。

华为无线产品线总裁万飏表示：“丰富的 TDD 频段资源使华为相信 TD-LTE 能

够满足全球运营商多样化的需求，与 LTEFDD 拥有同样重要的意义，因此，华为在 2009 年发布了业界第一个 LTEFDD 和 TD-LTE 融合解决方案，进一步促进了 LTE 产业的成熟。”

在全球已公布的 4 张 LTE 商用网络合同中，华为分别承建了全球第一张和欧洲最大的一张 LTE 商用网络。截至目前，华为已与全球顶级运营商部署的 LTE/SAE 试验局超过 20 个，包括为 T-Mobile 部署的欧洲最大的 LTE/SAE 试验网和与为中国移动部署的服务 2010 年上海世博会的全球首个 TD-LTE/SAE 网络。华为在 LTE/SAE 标准提案数量和专利声明数量方面均领先同侪。华为在 LTE/SAE 技术、商用、专利与标准等方面已取得全面突破，牢固确立了全球下一代移动通信领导者的位置。

来源：通信世界网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

弯道超车，华为跃升移动设备商全球榜眼

金融危机在一定程度上加快了移动设备制造商洗牌的步伐。来自中国的华为公司，已经在这场牌局中占据全球老二位置。

日前，来自市场调研公司 Dell'Oro 的统计数据显示，到今年第三季度为止，华为的市场份额已经从去年同期的 11% 上升到了 20% 左右，几乎增长了一倍，按照份额计算，华为已经成为电信市场第二大移动设备商。

根据诺基亚西门子公布的第三季度业绩，其市场份额已经从 26% 下降到了 20%，不过 Dell'Oro 的统计显示，诺基亚西门子的份额事实上略低于华为。

市场老大爱立信仍然保持了份额的稳定。根据统计，去年以来，爱立信的市场份额保持在 32%~33% 之间，与第二名有较大差距。到上周五为止，爱立信正式完成了对北电 CDMA 和 LTE 业务 11.3 亿美元的收购，进一步巩固了其优势地位。

去年以来，华为市场份额的增长非常迅速。从去年第三季度的 11%，到今年第一季度的 15%，增长到第二季度的 17%，再到第三季度的 20%，华为的份额在节节攀升。

“我们的市场份额主要来自北电、摩托罗拉以及阿尔卡特朗讯。”一位华为内部人士对 CBN 记者表示。

“除了华为和中兴以外，几乎全球的设备商都出现了收入下滑，甚至亏损。”诺基亚西门子中国总裁张志强上周对 CBN 记者表示。

竞争对手正在被华为一个个超越。从去年第四季度开始，按照市场份额计算，华为已经成功跻身全球第五大移动设备商；今年第一季度，华为又以 15% 相对于

14%的优势，顺利超过了阿尔卡特朗讯，再到如今以微小优势超越了诺基亚西门子。

不过，华为与诺西之间的竞争估计还有一定的胶着期。上周诺西公布了一个全球架构调整战略，同时宣布裁员 5800 人以节省 5 亿欧元的开支，并计划在采购成本上再节省 5 亿欧元。

自从诺基亚与西门子的通信业务合并以来，诺西过分追求利润而放弃了市场份额，不过从现在开始，这个策略将进行调整。“电信设备市场一定规模的‘量’是很重要的，我们已经重新确定增长为我们最主要的战略之一。”张志强说。

爱立信近期也关闭了其在英国的研发中心，并裁员 700 人。外资运营商大手笔的成本缩减计划正是应对中国设备商成本优势的重要手段。传统观点认为，中国设备商的成本比外资设备商低两成到三成。

BDA 电信分析师张宇认为，华为最初在海外市场的成功主要靠的还是低价优势，但近几年来，随着华为国际化程度的提高，这种成本优势其实已经被逐渐抹平，华为更大的优势在于能向运营商提供“baby-sitting”（保姆式服务），华为能在最短的时间内对运营商需求做出回应，这是其他设备商做不到的。此外，扩张需要非常大的资金，而华为还有国内金融机构的保驾护航，这也是外资设备商无法比拟的。

路透社指出，电信市场之所以发生这样的变化就是因为中国设备商的崛起，目前的电信竞争已经发展到贴身肉搏的阶段，从未来趋势看，竞争还会进一步激烈。

到第三季度为止，爱立信的利润骤减 71%，而诺基亚西门子则出现了 11.07 亿欧元的亏损，不过华为近期重申了其 2009 年将实现 300 亿美元销售额的目标，这比 2008 年增长了 28%。

近期在欧洲和北美市场的突破或将进一步支撑华为的增长数据。本月初，华为刚刚通过替换爱立信和诺西的设备，为挪威运营商建设 LTE 网络。除此之外，据华为透露，其今年北美市场的增长将超过 60%。

来源：第一财经日报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

华为获中移动订单抢 4G 先机

中国竞争 4G 标准的行动正促成运营商和设备商的更大联合行动。中国最大的设备商华为宣布，近日已获得中国移动的订单，部署全球首个面向 4G 的 TD-LTE 网络，该演示网将在明年世博会正式启用。华为将提供 TD-LTE 网络部署、业务

演示及相应的技术服务。

华为相关负责人表示，目前这个演示网络已经完成部分站点的部署，终端用户可在方圆 5.28 平方公里体验到实测下行速率最高达 29Mb/s 的高速移动宽带业务，将能承载高清视频直播、高清视频监控、高速移动互联网、移动信息发布等移动宽带业务。

华为中国片区副总裁李昌竹表示，在全球已公布的 4 张 LTE 商用网络合同中，华为分别承建了全球第一张和欧洲最大的一张 LTE 商用网络。截至目前，华为已与全球顶级运营商部署的 LTE 相关试验局超过 20 个，华为在 LTE/SAE 技术、商用、专利与标准等方面已取得全面突破，目标是牢固确立全球下一代移动通信领导者的位置。

目前，中国主导的 TD-LTE-Advanced 在国际电联会议上正式入围 4G 候选国际标准。在华为看来，年底到明年是 LTE 全球的关键布局年。截至 2009 年 11 月 13 日，全球 IPR 组织 ETSI 最新数字显示，华为以 168 项申请专利数超过了爱立信，爱立信目前专利为 98 项，诺基亚为 151 项。

TD-LTE 技术也是准 4G 体系中我国唯一拥有核心知识产权的技术标准，是 TD-SCDMA 未来长期演进的唯一途径。根据工作计划，国际电信联盟下一步将于 2010 年 10 月最终决定 4G 国际标准。

来源：第一财经日报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

【诺基亚】

高利润服务饱受非议，诺基亚手机维修黑幕重重

全球经济回暖并没有延缓诺基亚的手机业务下滑，智能手机的颓势更是让诺基亚迎来了史上最寒冷的一个财季。然而，相对于诺基亚的烦恼而言，很多诺基亚手机的用户却感觉更加郁闷，当他们在维修诺基亚手机时，不得不面对报价虚高、偷工减料、推卸责任、承诺无效等重重陷阱，令人防不胜防。

提起诺基亚，很多人都会想到这是一个多年保持全球手机市场“一哥”地位的知名企业。然而长期以来占据着优势市场地位，让诺基亚在潜移默化中形成了一种“诺氏傲慢”，特别是其客户服务体系，已经让很多中国的消费者在实际维修过程中忍无可忍。

投诉率居高不下

杭州市市民何静姿不久前曾因为手机进水到杭州市凤起路 266 号的诺基亚客户服务中心要求作相应处理。手机放进柜台服务窗口后，何被告知有两个元器

件已损坏，需要花 260 元加 280 元共 540 元钱更换后才可以正常使用，而且必须立刻修理，否则将无法维修。由于报价过高，何静姿拒绝了维修要求，回家后把手机晒在太阳下。到了第三天，当她把手机重新开启，竟然发现一切正常，手机无论哪个功能都能正常使用，只有手机屏幕内因为在维修点被打开后落了点灰。

西安的刘先生今年初购买了一款诺基亚 6210，才用了几天，导航键就明显掉漆，不到两个月，导航键的漆已经基本掉光。而且，当他用手机浏览网页时，导航键右侧居然断裂。2009 年 5 月 13 日，当刘先生去当地的诺基亚客服中心修手机时，却被客服以“手机外观不在保修范围”为由拒绝。

南京的张女士 7 月份买了一部 Nokia N95 手机，发现手机电池待机时间在每天依次缩短，从最初的 6 天到后来的 3 天。张女士找到销售商要求更换，服务人员告诉她说要 Nokia 指定维修机构提供检测报告。在诺基亚特约服务中心，张女士拿到了更换问题电池板的证明。但与销售商交涉后，销售商却又说，手机销售时效已超过 15 天，维修网点提供的检测报告无效。如此推卸责任的借口令人瞠目结舌。

类似事件并非偶然现象，据记者在北京、江苏等诺基亚维修网点的实际调查发现，目前用户对诺基亚的售后服务普遍不太满意，对其售后服务的不满主要集中在以下方面：第一，报价虚高，没有正式统一的报价单，维修成本让顾客难以承受；第二，服务态度恶劣，维修人员专业素质不高；第三，保修条件过于苛刻，很多保修协议属霸王条款；第四，维修过程不透明，用户很难了解实际维修效果；第五，部分客服人员推卸责任，不能履行对客户的服务承诺。

诺基亚董事长约玛奥利拉曾对媒体表示：“当客户服务迅速地回应用户的要求，这就是质量。”而这一点，现在却成了消费者投诉诺基亚的问题所在。当消费者在诺基亚服务网点维修自己的手机时，往往会遭遇报价混乱、偷工减料、推卸责任、承诺无效、欺骗顾客等重重陷阱，可谓是防不胜防。

陷阱重重 防不胜防

在诺基亚的官方网站，我们可以看到，“诺基亚客服建立了庞大的服务网络，创新的客户服务体验中心，人性化的服务支持网站和专业的客户服务热线，致力于为最终客户提供多元化、全方位的服务，创造出色的消费体验。”然而通过调查，记者发现，“专业专注，全心服务”这一诺基亚始终宣称的服务宗旨，似乎只是停留在了理论上。而现实是，诺基亚的售后服务每年都会给诺基亚的利润作出很大贡献。很多消费者认为，诺基亚的售后服务主要是为了赚钱，而且非常暴利，甚至为了赚钱而不择手段。

张阳（化名）是一名资深手机维修工程师，从 2007 年 2 月起，他所在的公司拿到了诺基亚在江苏某地级市特约维修网点的授权资质。张阳告诉记者，“成

为诺基亚的特约维修站并不容易，需要前期进行大量的投入，既有设备、人力、店面装修方面的投入，也包括关系维护方面的投入。因此，一旦拿到特约维修资质，大家自然会把收回成本作为首要考虑的事情。”一位圈内人士表示，只要拿到诺基亚的特约维修授权，一年至少可以挣 50 万元，多的甚至可以达到 200 万~300 万元。

张阳表示，对于质保期内的手机，诺基亚会给用户免费提供配件，同时给维修站提供一笔数量很少的人工费。但是靠保内的业务，连维修站基本人员工资都难以满足。要想赚钱，主要还是依靠那些质保期外的手机维修业务。他所在的维修站一般会给每个维修服务人员一定的任务，任务和工资奖金挂钩，这样服务人员在处理手机问题的时候如果能找到人为的痕迹，哪怕和手机故障问题没有关系，他也会以此为理由说你的手机从此不能享受保修期的免费服务了，顾客由于自身对手机了解不足，往往只能自认倒霉。

目前，在很多区域诺基亚手机维修网点的维修过程中，比较常见的是把“小病”说成“大病”。有时候还会把“没病”说成“有病”。通常情况下，手机只要被送到维修店里，工作人员总会检测出问题来。而且问题通常出现在主板上，因为主板是主要部件，维修费用较高，同时，危言耸听，让人“不得不修”。

张阳还特别提到了一点，客服人员在顾客维修的时候通常不是根据问题的难度收费，而是看用户个人，看用户的手机价格，看用户能承受多少钱来修手机。举个例子：比如问题很简单，就是手机主板上的某个焊点是虚焊，要处理只需不到一分钟，诺基亚客服可以把问题讲得很复杂，这时候收费就看你的手机贵贱。如果是五六千的手机，他们会轻轻松松开价四五百元，用户不可能为了这点钱换手机。如果用户的手机是五六百元，开价则会相应低很多。这就是诺基亚的收费和服务标准。在诺基亚的各大维修网点，消费者都很难见到一份正规的维修配件报价单，一般都是口头报价。如果用户坚持要求查阅报价单，“那我们也只是用 Excel 表格自己制作一份，糊弄一下而已。”

张阳表示：“其实，诺基亚在维修方面的很多问题，其他厂商以前也有。但是随着市场竞争的不断加剧，现在很多国内的手机生产商希望通过服务来换取客户，因此对我们的管理变得很严，对常见手机问题在保修期内能处理就处理，实在处理不了的基本都可以换新机。即便是国外厂商，三星、LG 等也要比原来服务好很多。可能是诺基亚长期处于市场老大地位，因此其对服务的问题始终没有实质性改变。”

部分网点或将转投 iPhone

据了解，诺基亚的全国客户服务网络主要由专卖店客户服务部和特约维修机构组成，大家都能够享受到诺基亚总部提供的配件资源和技术服务支持。不过相

比较专卖店客服部，特约维修站还可以开展其他品牌手机的维修业务。像张阳所在的维修网点属于特约维修站，共有6名员工，其中两名接待、两名维修、一名主管和一位库房管理员。张阳表示：“我们公司是中国联通的手机维修业务合作伙伴，也是通过中国联通获得了诺基亚特约维修资质的授权。”

长期以来，诺基亚始终和中国联通保持良好的合作伙伴关系。在近年来中国联通举行的“充话费，送手机”活动上，诺基亚手机占了相当大的比例。3G发牌以来，诺基亚更是频频示好联通，推出了多款WCDMA手机，双方的亲密关系可见一斑。

由于和中国联通良好的合作关系，诺基亚在2007前后曾经给一些中国联通的手机维修合作伙伴发放过特约维修资质授权，这些企业也自然加入到了诺基亚的全国售后服务网络体系中。然而，记者在本次采访中了解到，诺基亚日前已经暂停了包括张阳所在维修点在内的部分上述企业的特约维修授权，谈及具体原因时，被访人表示“不方便透露”。不过，据了解，这可能和联通即将引进苹果公司的iPhone手机有关，而iPhone手机一直被诺基亚视为其智能手机业务的最大竞争对手。

众所周知，我国发放的3G运营牌照中，中国联通所获得的是WCDMA牌照。然而尽管诺基亚有着最强大的WCDMA优势，但联通的真正明星机型却花落iPhone，这无疑让诺基亚很受伤害。随着iPhone的推出，诺基亚和中国联通间的关系可能出现裂痕，对联通的合作伙伴，诺基亚或许难以信任。而联通推出iPhone以后，同样需要建立一个自己的售后服务网络，那些诺基亚曾经的特约维修站，自然是再合适不过的帮手。对此，某特约维修站的负责人告诉记者：“结果目前还不知道，但我们正在做相关的准备。”

目前，诺基亚在区域市场的维修网点并不多。张阳所在的维修站被停止授权后，当地目前只有一家特约维修机构在继续从事维修服务，不过排队现象明显增加，维修周期也被延长。如果那些通过联通获得授权的特约维修站真的脱离了诺基亚现有售后服务网络，这无疑让其客户体系变得更加脆弱，用户维修手机也将更加困难。今年四月份以来，诺基亚在用户投诉方面以48%的比例位居榜首，质量问题在所有手机品牌中所占的投诉比例高达60%，售后服务的投诉比例也占到了56%。

长期以来，诺基亚市场占有率一直较高，然而，“高”市场占有率并不能成为“高”投诉率的借口。在手机行业竞争日趋激烈的情况下，消费者选择购买某种产品，说明该品牌在消费者心中积累了较高的信誉，企业更应珍惜这笔“无形资产”，以过硬的质量和优质的服务让消费者的信心得以延续。

来源：计算机世界 2009年11月16日

【其他制造商】

中国移动 PC 服务器招标落幕：惠普成最大赢家

中国移动 2009 年 PC 服务器产品集中采购已于上月末正式结束。从其公布的招标结果来看，虽然浪潮、方正、华为、同方、曙光和长城等六家国产品牌成功入围，但惠普、戴尔和 IBM 还是占据了绝大部分份额。

其中，惠普公司表现最为抢眼，在本次招标的 8 个典型配置中，惠普全部入围，且有七个典型配置的中标份额超过了 89%。只有典型配置六，由惠普和 IBM 公司联合中标，该子标并未对厂商份额作出明确表述。值得注意的是，华为公司也有两款产品成功入围，虽然整体份额很低，但华为还是向业界传出了进入电信级服务器市场的信号。

中国移动 PC 服务器招标落幕

赛迪顾问资深分析师孙会峰在接受中国 IDC 产业联盟采访时表示，IT 系统环境的迁移需要时间，这几年电信运营商开始逐渐采用 PC 服务器，对一些非关键性业务进行承载，而一些关键性业务还是通过小型机进行承载。

孙会峰认为，PC 服务器有着显而易见的好处，具有低成本、良好的可扩展性和通用性，应用门槛也是比较低。PC 服务器可以说是 wintel 联盟在服务器市场上的延伸，大部分 PC 服务器普遍采用了英特尔的处理器和微软的操作系统。

“电信运营商也开始只买对的、不买贵的。采用 UNIX 操作系统和专用芯片的小型机虽然在安全性、稳定性和运算能力方面具有一定优势，但它的拥有成本也是非常高，而对于一些非关键性业务也无需小型机来承载。虽然财大气粗，但资本支出还是要‘好钢用在刀刃上’。”

孙会峰的观点也得到了中国移动内部人士的认同。北京移动一位负责数据业务支撑的人士对中国 IDC 产业联盟表示，“PC 服务器的性能指标能够完全达到要求，特别是英特尔和微软都推出的新产品之后，它的性价比是我们最为看重的。”

惠普成最大赢家 华为成功入围

中国移动并未透露此次招标的具体细节，目前尚不能准确得知各家厂商的份额。但从公布的一些大致内容来看，惠普无疑成为了最大的赢家，保守估计，其整体市场份额应该接近 80%。

惠普公关人士在接受中国 IDC 产业联盟采访时表示，还未能正式确认这一消息，中标企业浪潮也表达了同样的观点，另一家中标企业曙光则表示，此次成功入围电信行业，是中国国产服务器在电信行业的宗大突破，也期望在国内的更多

行业支持国有知识产权，理性购买。囿于时间关系，中国 IDC 产业联盟网未能与所有中标企业逐一求证。

中国移动公布的中标结果，孙会峰表示，惠普在电信级 PC 服务器市场上的强势是显而易见的。惠普在品牌、技术、性价比和产品线的完整性方面实现了很好的平衡，而另外几家厂商有的则是某单一领域占据主导地位。他同时指出，民族品牌正在加速崛起。之前，工信部相关领导曾表示，服务器产业已经成为整个信息产业的核心理，民族品牌必须要提升自主化的水平，并在核心技术上取得重大突破。

另外引人侧目的是，电信设备制造商华为的成功入围。在此之前，华为的服务器产品已经相继赢得了几家大型互联网企业的订单，包括上海的巨人网络和杭州的阿里巴巴。但在电信级市场上，华为服务器还是鲜有斩获。

来源：中国通信网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

传摩托罗拉将向中国市场推出 MT 710 Ophone 手机

据悉，摩托罗拉明年将在中国推出 MT710Ophone 手机。这种手机将运行中国移动基于 Android 操作系统的 Open Home System。

Phandroid 网站曾报道过 Ophone 的存在，不过，到目前为止与这种手机有关的公司是飞利浦、联想、宏达电和 LG，而不是摩托罗拉。

摩托罗拉在中国推出这种手机是有意义的，因为摩托罗拉目前在中国有非常强大的市场份额。

目前有关摩托罗拉这款手机的信息并不多。有传言称，这种手机配置了分辨率为 854x480 像素的 3.7 英寸显示屏，并且支持 3G 功能。摩托罗拉很快将向中国人介绍这种全球最伟大的操作系统。这种手机似乎与 Droid 手机的技术规格类似，只是没有键盘。虽然硬件键盘是很好的，但是，厚度减少几毫米也是好事。此外，有传言称，摩托罗拉明年还将向中国市场推出 6 款 Android 手机。

来源：赛迪网 2009 年 11 月 15 日

[返回目录](#)

爱立信购北电无线资产收官

全球最大通信设备商爱立信美国时间 15 日宣布，已完成对北电在北美所有 CDMA 和 LTE 资产的收购。此次收购使得北美地区成为爱立信全球业务中最大市

场。

爱立信在北美区 2008 年获取了 27 亿美元销售额，其中大部分来自 GSM 和 WCDMA 设备及相关服务。

交易完成后，爱立信在北美移动通信设备市场上的份额将达到约 50%，北美营收有望翻番。

今年 7 月，爱立信以 11.3 亿美元赢得北电在北美的 CDMA 和 LTE 无线资产。美国、加拿大破产法庭，以及监管机构、反垄断机构相继对该交易予以批准。合并后的新实体 11 月 13 日开始在“爱立信”的品牌下运作。爱立信今年第四季度的报告将首次包括北美新实体的业绩。

来源：第一财经日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

服务增值篇

[[趋势观察]]

视频播客增值业务成新利润增长点

目前国内的 IPTV 产业处于发展高峰期，用户数量迅速增长，而相应的增值业务发展却十分缓慢，未能对 IPTV 产业起到推波助澜的作用。

增值业务带来新契机

近年来，IPTV 作为三网融合的新兴业务，在全球已呈爆炸性增长，在国内的发展也十分迅速，目前国内约有 250 万用户。

为了实现 IPTV 与有线电视、数字电视的差异化服务，弥补内容上的劣势，获得市场空间和发展前景，当前需要大力发展高附加值的 IPTV 增值业务，充分发挥 IPTV 业务的交互特性。

在现阶段开展增值业务，有利于规避 IPTV 业务的政策风险，能有效地降低电信运营商对国家规定《网上传播视听类节目实行许可证牌照》政策的依赖性，促进中国 IPTV 产业的健康发展。因此，国内 IPTV 业务的开展，必须把增值业务作为主要盈利点，发挥 IPTV 增值业务相对于传统电视的最大优势——交互性。

打造新一代媒体服务平台

目前视频短片的共享与交流在互联网上开展得如火如荼，与此相关的视频发布平台系统建设方兴未艾。早在 2006 年 Google 公司斥资 16.5 亿美元收购 YouTube，正是看中了视频分享业务在今后网络发展中的巨大潜力。YouTube 已成为当前行业内最为成功、实力最强、影响力最大的在线视频服务提供商，每天

要处理上千万个视频，存储的视频数量超过 10 亿，为全球上亿的用户提供高水平的视频上传、分发、展示、浏览等服务。

而国内的视频分享网站以优酷、土豆、酷溜等为代表，吸引了数 10 亿美元的风投。传统的门户网站如网易、新浪、搜狐等也纷纷建设自己的视频网站，不甘落后。目前国内的网络视频用户已超过 2 亿，占总体网民比重的 78.5%，网络视频已经成为中国应用最为广泛的网络服务之一。

IPTV 视频播客业务是基于 IPTV 平台实现的一种视频类增值业务，为用户提供视频发布与共享功能，以及视频推荐、评论、收藏等各种互动功能，并提供了视频审核等保障机制，能充分地发挥 IPTV 的交互性。通过平台的建设与业务的推广，可培养用户固定的视频浏览习惯，创造新的短片文化，向用户提供更全面的娱乐体验，打造新一代的媒体服务平台。

视频播客业务功能强大

用户通过机顶盒登录到 IPTV 视频播客系统，为了在系统中识别不同的用户，同时也为了提供给用户个性化的用户名，需要先进行注册，家庭用户的各个成员可以依其意愿每人注册一个账号、密码，也可以共用一个账号。

输入正确的账号密码，验证合法后进入自己的用户主页，登录界面提供“记住我的用户名/密码”功能，方便那些不想每次都输入账号密码的用户使用。根据用户的账户自动登录后显示给用户的页面，首页显示推荐节目，并提供导航条链接如节目分类、我的节目、我的订阅、推荐节目、节目搜索等。所有用户都可以将自己发布的视频向管理员推荐为精彩视频，管理员审核通过后，该视频会出现在精彩推荐栏目中，方便其他用户观看。

此外，用户还可选择排行榜的统计时间，如按月、周或天来排序。可使用遥控器操作，简单管理自己发布的节目，如修改节目的标题、简介，添加新的标签或者删除节目。可查看节目的点击率和别人给的评分，以及自己的节目被别人收藏和订阅的信息。还可进入自己的收藏夹，对收藏的节目进行管理。同时，用户可管理在视频播客系统中加过的好友，如删除、添加备注等，可直接通过搜索用户名添加好友，并向好友发送消息、推荐节目。

由于目前机顶盒性能有限，并且遥控器只能完成一些简单操作，用户对视频内容的完整管理功能在 PC 上实现。通过 Web 用户管理系统登录后具备影集管理的功能，用户可创建新的影集，或者对已有的影集进行修改、移动、删除等操作。此外，还可上传自己的视频节目，系统支持上传大多数常见编码格式的文件，如 avi、wmv、rmvb、3gpp 等等。由于 IPTV 平台的流媒体格式为 TS 封装的 H.264 格式，因此系统会自动将上传的节目转换成 IPTV 平台的流媒体格式，存储于 IPTV 流媒体服务器中。

管理员系统设计新颖

管理员可以通过 Web 管理员系统登录,对节目进行审核管理。当系统检测到有用户上传新节目或者修改已有节目信息时,会提示管理员进行审核,管理员审核通过后节目自动发布到系统,若审核未通过则让管理员发送一条消息给用户说明原因。

系统管理包括用户管理、权限管理和安全日志三部分。管理员可查看用户的注册时间、最近登录时间、发布节目个数、违规记录等信息,必要时可禁止特定用户登录系统。权限管理实现后台用户访问本系统的权限访问,管理员可决定允许谁来访问内容管理、广告管理和系统管理等功能模块。日志是系统安全运行的保证,系统自动记录用户访问本系统日志和本系统运行日志,日志管理可以对日志进行查询和删除操作。

平台架构及业务流程

IPTV 视频播客业务平台整体架构分为三层:业务运营层、网络承载层和终端接入层。业务运营层包括了内容管理、存储系统、数据库等组件,从用户 PC 端接收内容源及相应的信息如内容标题、简介、标签等,将内容源暂存至存储系统,通过转码软件自动将节目转换为 IPTV 平台流媒体格式,然后将转换后的节目及相应信息上传至 IPTV 平台流媒体服务器,再通过 CDN 服务器进行下发。网络承载层则是基于 IP 协议的互联网,通过骨干网、城域网进行传输。终端接入层分别适配 PC 和机顶盒接入,PC 系统提供用户管理功能和管理员管理功能,包括节目上传、节目管理、审核管理、系统管理等功能。

IPTV 视频播客业务面向的是拥有 IPTV 的家庭宽带用户,用户在成功开通了 IPTV 业务之后,可通过实体营业厅、网上营业厅、客服电话等各种渠道办理 IPTV 视频播客业务,生效后用户即可进行体验。

视频播客业务运营模式

IPTV 视频播客业务的目标客户群定位为拥有宽带的家庭用户,其中安装了 IPTV 的用户为重点目标客户群。本业务为用户提供视频内容的交流和分享,极大地方便了亲朋好友间传递、共享视频内容,对家庭用户有很大的吸引力。

目前国内随着 IPTV 业务的大力拓展,相关运营商在视频播客业务方面也进行了一些尝试,如上海电信推出的“影像空间”业务,用户在 IPTV 上可以创建个人的电视频道,像优酷等播客网站一样上传和管理私人的影像作品,并且可以通过即时消息系统向好友推荐节目并交流感想,业务试运行一段时间后取得了不错的反响。此外也有一些运营商在省级范围开展视频播客业务试点,同时和国内的知名播客网站洽谈视频内容的合作事宜,希望达到双赢的目的,IPTV 视频播客业务已成为 IPTV 中最有潜力的增值业务。

来源：通信世界周刊 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

移动互联网将成杀毒软件业的新利基

近日，蛰伏已久的奇虎公司董事长周鸿再次放炮，抛出了“杀毒软件无用论”。他认为，“不是我要砸他们的饭碗，而是互联网砸他们的饭碗。”周鸿口中所指的“他们”就是传统的杀毒软件厂商。

继上次周鸿力倡“终生免费”这个敏感话题后，“杀毒软件无用论”再次拨动了中国安全软件行业脆弱的神经。

杀毒市场面临新一轮洗牌

按周鸿的说法，以互联网为基础的云杀毒将带来杀毒软件行业的完全创新，将改变整个行业的现有秩序。因为传统杀毒软件的特征库升级机制沿袭了 20 年后，资源占用过大和滞后查杀的弊端日益明显，已没有办法阻止愈演愈烈的木马产业。

有专家认为，奇虎“终生免费”模式、“杀毒无用论”改变了传统安全软件的盈利模式，动了许多人的奶酪，使整个安全软件的格局遭受双重挑战，将把利润空间低薄的国内杀毒软件行业厂商的生存空间搅得天翻地覆，带来杀毒市场新一轮洗牌或难避免。

目前，国产软件仍是国内杀毒市场上的主力军，瑞星、金山和江民三大杀毒软件获得 70% 的市场占有率，国外杀毒软件的竞争优势并不明显。尽管国产杀毒软件占据了七成市场份额，但卡巴斯基、诺顿、赛门特克等国外杀毒产品也在不断渗透到国内。而近年来，奇虎 360 安全卫士凭借与卡巴斯基的合作以及免费模式迅速占领了市场，已威胁了瑞星、金山和江民的江湖地位，杀毒市场上“三国鼎立”的格局似乎即将被打破。

消息的变化、市场的异动，也让关联者、投资者嗅出传统杀毒软件市场日益式微的味道，开始淡出这个市场领域。

不过，周鸿以互联网为基础的云杀毒的免费模式只是一种理想的完美构想，如想得到这个完美的结果，这个安全领域里的“云”必须非常庞大，因为它要同时服务网络世界里无数的“端”，要每时每刻都保护每个“端”的安全，“端”的每一个动作都必须监控，这样的“云”的运算负载之重、巨大的成本投入是难以想象和难以由一家公司来承担的。如果这个伟大的“云”能实现，还能继续免费吗？

因此就目前而言，“云安全”如果要实现并无需客户端安全软件的安装，至

少短期内是不可能实现的，但长远而言，给传统杀毒软件市场所带来的冲击和挑战将是愈来愈大。

杀毒软件的新市场、新利基在哪？

移动互联网将成关键

3G 时代的到来，智能手机的普及，带来移动互联网业务快速增长，亦使手机病毒种类、数量将呈现爆发式增长，而手机病毒的爆发必然带来巨大的手机安全服务需求和巨大的市场商机。因此手机安全领域将成为杀毒软件业发展中的一个新拐点、新利基。

根据 IDC 的调查，全球移动安全领域市场在 2008 年增长到了 9.93 亿美元，并且仍然将以每年高达 70% 的幅度增长。而 Juniper 研究公司的数据显示，随着智能手机、3G 手机的普及，2008 到 2009 年间手机防护软件会形成系统链条，到 2011 年，全球手机安全市场产业链价值将达 50 亿美元，一个以防病毒、防垃圾、防间谍软件为主导的手机安全市场将形成。未来杀毒软件、入侵监测、防火墙等 PC 上的安全模块也都会移植到手机上。

低利、纷争的传统 PC 杀毒市场，巨大、诱人的手机杀毒市场，令各大杀毒软件厂商看到了难得的机遇，纷纷转型，加快布局，希望借用手机杀毒这一武器，开拓更大的市场空间。针对手机病毒的发展状况，瑞星、江民、金山等纷纷将 PC 时代的商业模式与盈利前景进行移植，推出手机版杀毒软件，中小杀毒软件厂商也希望依靠手机杀毒这一全新的市场，实现生存突破。

新利基规模化尚需时日

国产安全软件厂商在面对智能手机这一新兴市场时，仍需接受多种考验，移动互联网成为“金矿”尚有时日。

目前，手机反病毒软件缺乏成熟的盈利模式。金山软件手机病毒项目的相关人士认为，手机反病毒软件厂商应提供半年到一年的免费服务，以培育市场，但是手机反病毒软件市场现在仍处于起步阶段，远不及电脑反病毒软件市场成熟，用户很少，规模小，难于盈利甚至亏损经营的前景将制约厂商的积极性。

虽然手机杀毒市场前景远大，但时下手机病毒的威胁尚远没达到病毒对于 PC 机安全的那种威胁程度。手机杀毒软件对于众多手机用户而言，目前仍然是个可有可无的需求，而来自用户的最终需求才是决定市场是否有前景和原动力。随着移动 IT 在企业日渐普及，手机防病毒软件的盈利对象、首批购买者应是企业级用户，然而我国杀毒软件市场目前仍以个人消费为主，安全软件厂商缺乏开发企业级客户的经验，企业级市场的劣势，是国内安全软件厂商未来开拓智能手机市场的主要障碍。

手机操作系统的多样性、技术标准的不统一，也预示着手机防毒技术并不简

单,将遭遇许多的挑战。反病毒厂商必须根据 Symbian(诺基亚)、WindowsMobile(微软)、Linux(开源组织)和 Palmsource(Palmsource 公司)等多个操作系统的不同缺陷做出因应措施,而不能只集中于某一项操作系统,这样会分散、减弱厂商的研发能力。

另外,目前移动杀毒产业链尚处于各自为政的状态,不能形成合力。从行业来看,一个真正安全的手机使用环境,需要移动运营商、手机制造商、操作系统厂商和反病毒厂商等各方结盟,从服务器端、网络、手机终端三个方面综合考虑相应的安全因素,共同开发标准统一的软硬件,这样才能促进手机安全市场更好地发展。

来源:通信世界周刊 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

【移动增值服务】

手机支付市场有望迅速升温

国内最大的电子支付平台支付宝昨日在杭州宣布正式推出手机支付服务,这也意味着消费者很快可以用手机支付的方式,便捷地购买商品,包括水电煤缴费,以及给手机充值话费等等。

支付宝总裁邵晓锋介绍,目前面向大众免费提供的基于 windowsmobile 系统、塞班系统、iphone 系统等三大主流智能手机系统下的软件,市面上包括诺基亚、苹果、三星、联想等上百款国内外主流大牌手机均可免费下载安装,即可实现手机支付功能。

支付宝预计年底还将推出 android 系统等软件,完成针对市面主流智能机的覆盖。

基于手机的各项互联网应用成为当前市场热点,业内人士指出,手机支付的推广、普及将无疑会极大改变人们的消费与支付方式,创造新的商业机会和业务模式。邵晓锋预言,未来三五年里手机支付将占到第三方支付领域的 30%-40%。

来源:南方日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

北京移动试商用新“手机钱包”

近日从中国移动北京公司了解到,一种可以在购物、乘坐公交时使用手机进行支付的业务“手机钱包”开始在北京移动的用户中进行试商用。

北京移动 10086 客服人员介绍，“手机钱包”之前的应用主要是充值、购买点卡等网上小额支付，而升级后的新“手机钱包”业务则增加了刷卡支付功能，可在商场、超市中购物或乘坐公交车辆时使用。

北京移动的相关人士表示，这项新功能刚刚进入试商用阶段，目前仅能在少数场所进行使用。全球通和动感地带用户可到营业厅通过更换具有射频功能 SIM 卡的方式开通该业务，费用为 150 元。另外，开通手机支付中的账户，还需要用户绑定一张具有网上支付功能的银联卡。

对于如何杜绝因手机丢失给“手机钱包”用户带来的安全问题，移动客服表示，网上支付时需要用户进行绑定银联卡的密码验证；另外，及时将 SIM 卡挂失也可避免造成更大损失。

来源：京华时报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

3G 门口冷静的“手游人”

今年 1-9 月，手机上网用户增长 63%，可以预见，在未来 3-5 年，随着 3G 时代的来临和技术的成熟，移动互联网会呈现一个爆炸式的发展。而在这样一个刚刚迈进 3G 大门的时代，我们的手机游戏行业又做了怎样的准备？站在 3G 门口的手游人又会怎样看待接下来的市场走向？

市场分的不是蛋糕 只是饼干

今年 9 月，我国移动互联网用户为 1.92 亿，据此前 CNNIC 的统计，中国手机上网用户在 2008 年底时仅有 1.176 亿人，在今年 6 月时为 1.55 亿，这意味着，在短短 9 个月时间内，手机网民激增了 63%，且增长速度在不断增加。相比如此庞大的移动互联网用户，手机网游四五百万的活跃用户就显得有些可怜了。对此，北京魔幻动力科技有限公司 CEO 梁浩表示，过去常说“分蛋糕”，但在这个行业现在还谈不上蛋糕，最多也就是“分饼干”。

不仅是手机网游，单机游戏也同样存在市场规模小的问题。格锐数码科技有限公司在 2002 年成立之初就开始了手机单机游戏的开发。市场部总监王晓波在谈到单机游戏的发展局限时表示，虽然无论在内容、画面、操作还是规模上，国内用户目前对单机游戏的品质要求都已经提高了很多，但是单机游戏获得渠道多样却成为了制约其发展的瓶颈之一。

使用手机单机游戏除了无线下载这种方式外，更多的用户会选择免费的互联网资源，这一方式基本上占据单机渠道的 90% 以上。这样一来，运营商无法在下载等方面建立稳定的收费模型，也就无法得到收益。同时由于盗版严重，手机单

机游戏也一直面临创新动力不足的难题。

对于手机游戏的市场前景，北京鼎讯互动科技有限公司总经理徐建表示，目前手机上网的用户并不多，但是成长速度非常快。现在由于环境问题，手机游戏行业还不是一个非常能赚钱的阶段，但总的走势还是乐观的。

在谈到是否担心 PC 网游企业的介入时，梁浩表示，目前的手机游戏市场对更大型的网游企业的进入持开放的态度，因为从某种程度上讲，大的企业会为行业带来更高的关注度，市场规模的扩大可以带动整个手机游戏行业的发展。

在现阶段的市场环境下，短时间内很难出现手机游戏行业的龙头企业，整个市场的未来之路仍存在着变数。而这种局面，正是风险投资者希望看到的，2008 年中国手机游戏企业前十强中，尚有不少企业等待风险投资的发掘。

刚刚融资成功的梁浩在谈到资本注入时表示，这次很顺利拿到融资一定程度上可以看到资本对于手机游戏行业的关注在不断提升，但这种关注到目前为止都有限，根源还是在于这个行业的用户市场规模不足。“关注资本是对的，但第一位的还是要做好我们的产品。产品做不好，资本不会感兴趣。只有我们自己有了清晰的目标才能吸引资本参与进来。当在整个行业的共同努力下，这个市场真正活跃起来后，资本就会大规模进入了。”

北京数字顽石无线科技有限公司董事长吴刚认为，目前的手机游戏市场的发展应该在从业者不断总结中前进，“我想大家在具体做工作的时候，在发展我们行业的时候，能够停下来回去看看，我们就算把所有的事情都做好了，我们的公司，我们的收入能否真的增加？因为本身这个行业，我们还在复制原来游戏机、PC 的一些基本体验，没有任何变化，那怎么能让手机游戏整个市场份额高于 PC 的市场份额呢？所以，我们一定要寻求真正意义上的创新，市场不创新一定会赔钱”。

人才

“近亲结婚”行业内部兜圈子

有报告显示，在目前的就业市场上手机游戏策划、手机游戏高级开发工程师、手机游戏单机开发工程师和手机网游服务器端 JAVA 开发高级工程师等需求呈明显增长趋势。但伴随着这种需求的却是用人公司的无奈。

梁浩表示，手机游戏行业从业人员的水平在近五六年的时间中发展速度明显低于互联网人才的发展。主要原因在于整个行业发展速度过缓，优秀人才难以看到自身发展的空间。在手机游戏公司本身都无法对市场做出非常准确判断的这个时期，人才本身会更加谨慎选择进入这个行业，而手机游戏行业的吸引力也还不足以留住人才脚步。加之行业的规模注定了无法给予人才相对比较高的薪酬待遇，因此才会经常有几家手机游戏企业“近亲结婚”，熟人谋面的现象出现。

在火热的培训市场，手机游戏专业人才的培训也还有很长的一段路要走。业界资深人士指出，虽然接受培训后的学员能够掌握某一个游戏开发程序，熟知某些开发技巧，但对游戏本身却缺乏相应的了解。而这一点，对于游戏而言，是相当致命的。因为，开发的最终目的是将产品推向市场，如果不能了解消费者的喜好，再好的游戏产品也只能供开发人员自娱自乐。

培训领域人士指出，要提高培训机构学员的综合素养，就必须从高度上对手机游戏从开发到运营的整体过程进行教育，去除学员的浮躁情绪，真正从心底培训他们喜欢手机游戏，只有自己真心喜欢手机游戏，才会开发出真正受消费者喜欢的手机游戏。

无论是真的有如此火爆的市场需求，还是培训机构假借市场之说招生敛财，从企业的角度确实需要高端人才的注入，在这样的一个相对新兴的行业中，新技术，新思路将成为企业进一步发展的根本。

产品

踏实打造产品 用户至上

虽然手机游戏行业在近些年发展中交出了不错的答卷，但始终没有达到客户以及潜在投资者的预期，甚至很多专业人士开始对手机游戏行业降低了信心和兴趣。终端适配难、网络限制、速度不稳定、高资费、优秀产品少、产品生命周期短等问题既是目前制约手机游戏发展的最大障碍，也是未来行业发展的关键成功因素。

王晓波表示，针对手机单机游戏同质化严重、每款游戏的生命周期有限、游戏的质量参差不齐等现象，泛网络游戏模式可以使手机上的单机游戏更具特色，并同时能够带来更多的互动，无疑这是能够增长一款游戏生命力的最好手段，开发商还可以不定期地更新自己游戏中的内容，而玩家也可以不断地从中得到新的乐趣。“开始的时候还是应该从尽量简单、性价比高的产品做起，踏实做好，随着之后渠道的发展再进一步跟进。”

无论是何种层面上的尝试，手机游戏与用户的对接都将是行业永恒的话题。徐建在谈到鼎讯之前的经验时说：“在经历了与两家运营商之间并不太顺畅的合作后，鼎讯把经营手机网络游戏作为了日后的发展目标和盈利模式。2008年，我们用了一年多的时间，第一款手游《快恩仇》上线，但是当我们把这款游戏放到城市网络中推广时发现，游戏用户跟我们在前期预判的并不一样，由于当时很多用户都是刚刚购买手机或是刚接触游戏，而我们的游戏设置门槛又相对较高，长期玩家有可能对这款游戏比较喜欢，因为趣味性很高、很耐玩。但是相对刚刚接触游戏和手机的玩家来说就存在一定的困难。”

北京柠檬汁娱乐科技有限公司苏佳表示，虽然目前公司主要经营海外业务，

但对国内市场也非常看好，“细分用户是关键，我们要把握准我们的目标人群，定位准确才能更好地提供服务”。

金山词霸事业部副总经理朱建峰在谈到国内手机游戏用户的使用偏好时表示，由于90%以上的适用人群是男性，所以动作类、武侠类在国内市场还是占据着主流的位置，而在国外更受欢迎的社区类、益智类和探秘类在国内却并不被关注。

品牌的重要性也是手机游戏行业日益关注的焦点。格锐数码的手机游戏产品一直保持着10%-15%的海外出口，王晓波表示，以格锐在海外的市场经验来看，欧美市场的用户对手机游戏品牌的重视程度非常高。梁浩同时表示，在手机游戏这个受众面相对较窄的行业，目前已经涌现出了大量的产品，如何能在这些产品中脱颖而出就一定要打造品牌，只有有了真正意义上的品牌才会迎来用户的高度关注，这才是产品走向成功的第一步。而在谈到如何打造品牌时，他指出，单一靠宣传打造产品品牌是不足以得到稳固的市场地位的，只有真正靠游戏的品质取胜，在用户中获得广泛的好口碑，这样的品牌才能真正的一路走下去。“在《互联网用户行为分析报告》中我们可以看到，目前用户对于产品的需求以及理解程度已经非常接近手机游戏所能提供的产品体验。因此，应该说在这一两年的时间里这个市场将走向成熟。”

曾经参与过金山公司手机游戏相关业务开发的朱建峰表示，国内外游戏氛围的不同也在很大程度上决定了手机游戏行业目前的发展现状。更多的国内用户已经习惯了玩免费的游戏，所以盗版的问题已经非常严重。而随着产业的发展以及用户的逐渐成熟，小额付费的探索有了不错的收效，用户在使用过程中的付费也变得越来越顺畅。

吴刚在谈到品牌的重要性时表示，“游戏公司的生存和很多公司的生存方式是不一样的，它的延续性和很多传统行业的延续方法是不同的，如果一个公司没有自己的品牌，没有自己的客户群，这种生存会越来越难。所以，在这种阶段的时候，其实不用想太多，越简单越好，有时候在这个过程当中会有一些矛盾，不知道怎么选择，其实我觉得作为手机游戏，一定要把自己的思想简单化，我是不是能够做好这个产品，我是不是能够把体验做到最好，如果做好了之后很多事情自然就成功了”。

日本的手机游戏行业起步早，发展快，目前整个市场已经趋于完善。在日本，游戏企业在开发新的游戏前会做深入的市场调研，进行出色的策划，再研究开发出一款精美的游戏，进行包装和大幅度宣传后，投入运营，在运营过程中充分发掘游戏的价值、延长游戏的生命周期、带来长远的利润。而且在运营过程中，通常采用一开始免费试玩，用户满意后才会付费继续进行游戏，收费方式采取包月

或一次性支付，收费说明清晰，没有隐形费用等。因此，用户黏度大，生命周期长，同时也算是在为游戏开发企业和运营商培养忠实用户。开发吸引用户的作品、发掘游戏的价值、延长游戏的生命周期、清晰的收费说明等特点，都是将要迎接 3G 时代到来的中国手机游戏开发商值得学习和借鉴的。

3G 门前的冷静思考

3G 时代中的手机游戏行业正开始演绎互联网蓬勃发展的那段历史，由此可以断言，随着网络传输能力和资费问题得到逐步改善，手机游戏行业的飞跃式发展是可以预见的。但手机游戏行业的发展不能完全照搬互联网游戏当年的发展方向和盈利模式，一定要找到具有行业特色的发展方向。

3G 的全面上演给手机游戏市场带来了新的希望，不过在手机游戏从业者看来，3G 初期能够带来的新变化并不多。一方面，3G 并未带来全新的手机游戏运营模式；另一方面，3G 初期无线连接的稳定性与带宽尚未达到大型手机网络游戏的运营需求，用户体验并非最佳。

朱建峰表示，金山最早在 2006 年设立了无线事业部，独立研发手机游戏产品，但在 2007 年以后研发力量逐渐减弱并且开始偏重于品牌授权的业务，最近两年已经很少有自主研发的手机游戏产品上线。在人员最多时，无线事业部同时有近 40 名同事一起工作，“无线是未来”是当时大家共同的想法，而产业的成熟度不足还是让金山慢慢淡化了手机游戏的相关业务，“我们一直在考虑应该运用怎样的一种模式，策略是什么，对这个市场，我们还处于观望之中”。

梁浩在谈到 3G 对手机游戏行业的影响时提出了这样的观点，“3G 时代的来临，目前来看对我们手机游戏行业不但没有帮助还会有损害。因为，用户的体验提升了，终端的选择也就更多样化了，那么我们同台竞争的对手也就更多了”。

在提到 3G 是否会对手机游戏企业产生比较大的影响时，徐建表示，迫于目前手机游戏行业的大发展，企业的生存压力越来越大，大部分的企业没有条件将眼光放得很长远，而只能顾及眼前的产品及经营。加之 3G 带宽的提升对产品也并没有根本上的影响，内容方面的准备也没有太大变化，开发层面更不会有太大不同。“流量费的下调，资费的竞争对我们一定程度上是有利的，但不会有手机游戏企业专门研究在 3G 时代应该如何去做，我们会更多地基于现有的用户基础完善我们的服务，未来网速的提升将是给我们的最大好处，这一点上我们还是乐观的。”

随着资本对于移动互联网的关注与帮助，随着行业内各个渠道逐渐的完善与壮大，随着行业内从业人员专业水平的不断提高，中国的无线互联网将会迎来一个新的发展高峰。

来源：北京商报 2009 年 11 月 16 日

中国手机阅读“热”的三个挑战

近期，中国手机阅读市场引起相关厂商的广泛关注，从以中国移动为首的电信运营商、以盛大为首的互联网内容提供商到以方正、汉王为首的电子阅读器厂商都纷纷发力手机阅读市场，各领域竞争者的涌入势必引起激烈的市场竞争。

易观国际 (Analysys International) 分析认为，中国手机阅读市场在 3G 环境中具有三点利好因素：具有用户、资金、运营实力占优的中国移动强势加入，为手机阅读产业发展注入强心剂；拥有丰富的内容资源的互联网阅读厂商如盛大文学及传统纸质出版商的加入将带给手机阅读内容创新的源动力；

中国移动互联网用户对手机阅读的认知不断提升，据易观国际 Enfodesk 产业数据库中《中国手机应用市场用户调研报告 2009》研究表明，手机阅读是移动互联网用户最常使用的应用，占比达 24%。

但是，在手机阅读风生水起之际，易观国际 (Analysys International) 分析认为，中国手机阅读市场应冷静的思考三方面问题。

首先，手机阅读产业链尚未构建完全。手机阅读的产业链包括终端厂商、网络运营商、内容提供商、电信运营商等主体，由于各主体追求利益最大化，产业链较为复杂且不成熟，尚未形成统一有序的运营体系，从而影响手机阅读平台化运营及内容数字化的规模发展。

其次，内容资源尚未符合商业模式发展的需要。从日本的手机阅读发展模式来看，手机阅读的内容提供者都能从商业模式出发，生产符合用户需求的付费意愿较强的内容产品，如言情、玄幻等小说，为此，日本手机小说不但发展迅速且盈利前景较好。而从中国手机阅读的现状来看，众多的内容提供商并未将创生符合用户消费口味的产品作为首要任务，而是忙于在手机阅读市场“圈地”，无法在用户消费体验方面形成明显的口碑效应。

再次，手机阅读在 3G 时代定位不明。由于中国手机阅读并不是 3G 时代的产物，早在 2G、2.5G 就已经产生，为此将手机阅读定位于 3G 的杀手应用不够准确，更不应该将手机阅读视为在移动互联网攻城略地的策略之一。定位的不明确，容易致使终端厂商、内容提供商、电信运营商等产业链主体紧盯市场占有率，而忽视各自在产业链中所承担的职责。

在 11 月 5 日顺利闭幕的“2009 第二届易观新媒体营销年会”上，易观国际与营销精英们深入挖掘了互联网的营销潜力，针对突破商业模式的瓶颈提出了诸多解决思路。2010 年，易观国际将在成立十周年之际推出移动互联网及新媒体

营销的系列活动，全力推动互联网及互联网化市场的健康快速发展。

建议：

中国手机阅读产业链的参与者在“热”的竞争中，应冷静思考各自在产业链中所承担的职责，各司其职，公平开放的建立合作共赢的产业链，共同克服手机阅读发展前期盈利、内容、终端等方面的困境，促进手机阅读市场的健康发展。

来源：易观国际 2009 年 11 月 13 日

[返回目录](#)

【网络增值服务】

雅虎求职网站存可能泄露用户数据的严重漏洞

据以色列安全公司 Imperva 称，雅虎求职网站上个星期发现了一个可能泄露用户数据的严重安全漏洞。它在一个已知的犯罪论坛中发现有人正在讨论这个安全漏洞。这是一种名为“盲 SQL 注入”的标准的 SQL 注入攻击安全漏洞，可能已经泄露了用户的账户细节和支付数据。

这个安全漏洞从理论上说没有直接的 SQL 注入攻击那样严重，因为这种攻击需要使用精心制作的对目标数据库的 SQL 查询以获取返回的信息，而不是简单地看到直接的结果。

然而，据 Imperva 首席技术官 Amichai Shulman 说，这已经不再是一个障碍了。人们也许会说这种安全漏洞没有那样严重。但是，有许多自动的工具能够利用返回的数据提取整个数据库的信息。

Imperva 上个星期四向雅虎报告了这个安全漏洞。雅虎在当天下午就准备好了补丁。Shulman 说，这个情况暗示了这个安全漏洞的严重性。雅虎的反应是非常快的。在以前的事件中，雅虎发布补丁需要很长时间。这一次他们非常快。

目前还不可能说雅虎的数据是否已经被人收集了。但是，Shulman 怀疑讨论这个安全漏洞的论坛很可能是向其他人销售破解这个安全漏洞的技术的方式。求职网站是犯罪分子攻击的一个主要目标，因为这种网站吸引了很高的流量。这些攻击采取两种方式，一种是获取网站内部数据库中的数据以得到内在的价值，另一种是利用网站本身托管进一步的攻击。

来源：赛迪网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

微博客引领互联网新风潮

互联网总在不经意间创造奇迹，在 QQ、MSN、博客、SNS 这些风行一时的改变人们固有交流方式的互联网工具之后，后起之秀“微博”又一次让人惊艳。在美国，“微博”开山鼻祖 Twitter 火得一塌糊涂，刚刚完成了一轮将近 1 亿美元的融资。现在，这股因 Twitter 而起的“微博”风在国内也是愈刮愈烈，模仿 Twitter 的网站已经遍地开花，新浪、腾讯等门户网站也齐齐推出“微博”，大有赶超博客之势。

“微博”接过 SNS 的棒

创新是互联网的一个大命题，从当前的业界环境看，一度火热的 SNS 已经渐显疲态，互联网的下一个增长点在哪里？这个时候，Twitter 模式成为一剂强心针，国内的不少互联网企业走上了一条 Twitter 复制之路，他们将自己的“鸡蛋”放进了微博客的篮子里。饭否网、嘀咕网、叽歪网等国内微博率先出现，新浪网则是最新加入这一领域的门户网站。

微博，即微型博客，也被称为即时博客，其主要功能是将自己生活中所看到的、听到的、想到的内容，微缩成一句话（一般不超过 140 字）或一张图片，发到微博网页上，和自己的朋友分享。微博主人可以发起或参与话题讨论，认识更多的网友，分享更多的信息。与博客相比，微博的一大特点是可以用手机发表，实现了脱离电脑实时更新，这一点让“微博”普及起来更容易。

微博到底有多火，从很多地方可见一斑。“今天，你微博了吗？”已经成为新的网络流行语。在门户网站新浪，李开复、黄健翔、姚晨、易中天、俞敏洪、郭敬明、闫丘露薇、李宇春、周笔畅、李咏、李冰冰、徐若瑄这些名人纷纷开微博，引起众多“粉丝”们的关注，因电视剧潜伏一炮而红的姚晨的微博因点击量巨大更是成为“围脖”女王。更有很多名人把微博当成了自己的官方信息发布渠道，无论是 67 岁的赵忠祥在新浪微博上发布随感，还是黄健翔、李开复的华人微博第一名之争，140 个字的只言片语拉近了明星与粉丝之间的距离，让微博成为一个更好的沟通工具。

微博火热为哪般

互联网知名人士洪波表示，微博的生命力强大，相比博客的高门槛，微博更简单，门槛更低，发布方式更多样，有望吸引更多用户。有新浪微博用户这样说：“很多碎片式的语言不宜通过传统博客来实现，很多想法都是一闪而过；以前我玩开心网，但是开心网是依靠熟人关系维系，虽然人际关系相对较为稳定，但是我感觉不到我的存在；而在新浪微博中，我能第一时间关注我喜爱的名人、明星，随时看到他们的最新动态，感觉他们就像在我的身边一样，微博已经成了我每日

必上的网站。”

专家指出，微博更像一种琐碎杂事或者心情的絮叨，可谓难登大雅之堂，之所以受到网友们的追捧，是因为现代生活工作节奏加快，信息爆炸性增长，客观上导致人际交往的表层化、快捷化。因此，越来越多的人需要有机会表达情绪，分享感受，传递信息。微博作为能实现这一诉求的便捷沟通工具，自然受到人们的关注。

如果浏览一下微博页面，会发现网友们对微博的应用可谓五花八门：除了交友、找人、打发公交车上的无聊时间这些还算常规的需求外，甚至有被困 KFC 厕所的人通过微博找人送来卫生纸的热门事件。新浪微博还通过整合“热门话题”为网友提供除热点社会事件实时报道外，涵盖实时路况、天气、各地电视节目表等诸多功能的“新浪百事通”订阅查询，使得微博更加实用。有网友在微博中感叹：“有 GPS 导航，不如订阅微博路况信息，至少能找到一条不堵的捷径。”

盈利模式仍是个“坎”

虽然微博已然成为当今互联网业最 IN 的产品，但作为全球微博领头老大的 Twitter 还没有具体的盈利模式以及预期，目前，Twitter 目前除了品牌广告之外，还没有其他盈利方式，这点令不少想将 Twitter 模式复制到中国的互联网人士颇为挠头。

更让人心存隐忧的是，在微博客火热的当下，已经有若干先行者倒在了路上。国内最先复制 Twitter 模式的饭否、嘀咕、叽歪被封，就连一向把复制模式玩的炉火纯青的腾讯，其微博客“滔滔”也未创造出流量的奇迹，可见做好微博客网站仅有革命般的热情远远不够。

艾瑞分析师表示，目前国内互联网企业暂时对微博客的运营没有多少经验，一切都在摸索之中，随着更多网站加入到微博客阵营中，相信会开发出更多微博客功能。根据 Twitter 经验，手机将会成为微博客的最佳平台，其未来要取决于手机对于微博客的支持情况。据了解，手机可以短信、彩信、WAP 方式发布微博，得到很多没有时间上网的用户青睐，这将为微博客带来大量用户。

来源：深圳特区报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

技术情报篇

[[视频通信]]

3G 视频应用进入新时代，三大运营商面临挑战

随着中国三大通信运营商重组的完成和 3G 牌照发放的结束，中国通信产业已经进入了 3G 时代。中国联通、中国移动、中国电信三大电信运营商在迎接发展机遇的同时，也面临着业务应用创新的巨大挑战。在 3G 时代，业务应用的创新已经成为各大运营商提升盈利能力的重要手段，为了支持多样化业务、多种终端以及设备间的交互，需要 3G 业务应用系统提供更人性化的交流模式，为用户提供个性化的新体验。

在这方面，安徽科大讯飞信息科技股份有限公司基于全球领先的智能语音技术与 Dialogic 公司合作打造的“能说话且能听懂话”的 3G 视频应用系统解决方案，为 3G 应用的普及和发展增添了一股强劲的动力。

成立于 1999 年的科大讯飞公司是国内最大的智能语音技术提供商，公司主要从事智能语音及语言技术研究、软件及相关产品开发、语音信息服务等业务。公司拥有自主创新的智能语音核心技术，该技术实现了人机语音交互，使人与机器之间的沟通变得像人与人之间的沟通一样顺畅。具体来说，科大讯飞的智能语音技术的核心包括语音合成和语音识别两项世界顶级技术。语音合成技术是让机器能说话，语音识别技术则是让机器能听懂人说话。此外，智能语音技术还包括语音编码、音色转换、口语评测、语音消噪和增强等技术。利用这些技术，未来 3G 视频应用将通过“语音”来完成指令输入、信息查询、身份识别、信息传递等功能。

智能语音技术在 3G 应用中将发挥越来越重要的作用。科大讯飞副总裁江涛先生说：“语音是人们交流和获取信息最自然、便捷的手段，利用智能语音技术可有效解决传统电信增值业务中输入不便、动态海量信息难以预录音等问题，应用前景极为广阔。”

对于 QoS (Quality of Service, 服务质量)，系统网关的交换能力和处理能力是关键。科大讯飞高级研发经理黄勇先生说，“我们系统的服务质量要求达到电信级水平，因此我们要求合作伙伴提供的语音板卡等设备必须高度稳定，以避免在处理大量语音或其它媒体数据的时候，造成系统不稳、处理中断、响应缓慢等问题。另外，我们希望设备厂商能提供高效的开发环境，并能够在应用系统开发过程中提供快速、专业的技术支持服务。”

解决方案

科大讯飞基于全球领先的智能语音技术并与 Dialogic 和合作，采用了其 CG 及 TX 系列产品打造了“能听会说”的 3G 视频系统。该系统可以提供许多 3G 业务应用，例如：3G 视频 IVVR (Interactive Voice and Video Response, 交互式语音及视频应答)、移动电视、视频点播、网络 KTV、语音查询、语音短信等。该系统在结构方面主要包括两大部分：第一部分是媒体网关，第二部分是后台服务。

媒体网关由两类服务器组成：一类服务器选用 Dialogic CG 语音媒体卡，负责语音媒体信号的接入、处理、转换等工作；另一类服务器选用 Dialogic TX 4000 信令卡，负责实现通信信道的建立、维护和释放等工作。在基础软件方面，Dialogic 公司提供了功能丰富、高效灵活的 Natural Access 和 Video Access 软件系统，作为 3G 视频应用系统的开发环境。此开发环境提供了大量函数，可以让科大讯飞的技术开发团队开发出各种创新型的 3G 应用。

后台服务由三类服务器组成，包括媒体服务器、应用服务器以及数据库服务器。媒体服务器存放录制好的视频音频节目供用户点播。此外媒体服务器还提供实时流媒体服务 (Real Time Streaming Service)，具体服务内容根据用户请求自动生成，如实时话单查询，查询结果通过 RTSP 协议 (Real Time Streaming Protocol) 发送到远端用户的 3G 手机上。应用服务器用来执行具体的业务服务，应用系统中的流程规划、逻辑控制、业务管理均由应用服务器负责。数据库服务器用于基础数据的管理和应用执行中产生数据的存储。

科大讯飞高级研发经理黄勇先生介绍说：“Dialogic 公司先后为我们提供了数万端口的 Dialogic CG6565 等型号的多媒体板卡，Video Access 软件，以及 TX4000 系列信令板卡，未来部署端口数量还会不断攀升。Dialogic CG 系列板卡提供 16 路或更多路 T1/E1 中继接口，并拥有高密度 DSP 处理资源，内置 IP 功能和高速 PowerPC 处理器。Dialogic 公司的 TX4000 系列产品为各种 SS7 (Signaling System 7, 7 号信令系统) 应用系统提供了功能强大而灵活的支持，提供的全面灵活的 SS7 信令堆栈 (MTP、ISUP、TUP、SCCP 和 TCAP) 可以支持多达 32 路 SS7 信道。该平台处理容量大，占用主机处理资源少，可以让主机把更多的资源分配给其它应用。在实际的应用过程中，Dialogic CG 系列和 TX4000 系列板卡均表现出了稳定、高效、功能强大等诸多优点，我们对其实际表现十分满意。”

实施效果

目前，科大讯飞采用 Dialogic CG 及 TX 系列产品打造的“能听会说”的 3G 视频系统解决方案已经全面进入市场，并以声动彩铃、音乐搜索、语音搜索等灵

活多样的产品形式获得了市场的认可。以声动彩铃为例，这一产品不仅提供了通过简单的语音命令快速完成铃音的检索、下载、分配、赠送等业务操作的便捷手段，还提供了完善的运营分析管理功能，可以让用户获得更为完美的使用体验。根据初步统计，科大讯飞的声动彩铃产品已在三大运营商全面应用。

科大讯飞副总裁江涛先生说：“随着 3G 市场竞争的加剧，我们基于智能语音技术+ Dialogic 产品打造的‘能听会说’的 3G 视频系统解决方案，可以帮助电信运营商在操作语音化、服务个性化、娱乐多样化等方面实现创新和突破，进而帮助运营商提升在 3G 市场中的综合竞争能力。”

在发展前景广阔的 3G 视频应用领域，科大讯飞全球领先的语音技术已经让人机交互成为现实，推动 3G 视频应用进入了新的时代。其实在金融、教育等多个领域，科大讯飞在语音技术核心研究和产业化方面的突出成就已经引起了各个行业的广泛关注，科大讯飞公司已经成为为“全球中文语音产业的领军企业”。

来源：中国通信 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

电视、手机、电脑“三屏互动”

11 月 12 日，中国电信视讯运营中心在上海正式成立挂牌，“天翼视讯”客户端产品也同时向中国电信全国用户提供服务。上海市委常委、浦东新区区委书记徐麟及中国电信集团公司副总经理孙康敏出席仪式，并按下天翼视讯平台启动按钮。

随时随地、随心所欲收看自己想看的节目，无论是通过电脑、电视还是手机，都可以共享收看大片，这不是科幻电影里的情节，在今天真正来到了你我的身边。

继 IPTV 之后，我们身边又有了一个新名词——“三屏互动”，使上述梦想成为了现实。如果你正十分投入地在家通过 IPTV 观看大片，突然有急事要出去，你可以在手机上继续收看剩余的部分，到了有电脑的地方再转到电脑上看完。这就是三屏互动所带来的崭新视听生活。

据悉，用户不仅可以通过 WAP 方式来收看电视直播节目、点播节目，更可以通过客户端方式来更清晰有效地观看各类视频信息和内容。这一系列的动作标志着中国电信基于 TV 屏、PC 屏、手机屏的三屏内容共享和互动的融合视频产品正式展现于公众眼前。通过电视、电脑、手机就可实现三屏同看、精彩推荐、视频分享、三屏监控、三屏通信等强大的三屏互动功能，用户可以随时随地不间断地享受宽频通信带来的超酷体验。

中国电信整合资源，打造首个全业务视讯运营中心

据了解，此次中国电信视讯运营中心正式挂牌运营，是全面落实今年4月中国电信和上海市签署信息化战略合作协议的重大举措。经过半年的筹备，完成了选址、平台扩建、产业链洽谈等工作，运营中心正式落户浦东金桥。该中心的成立，标志着中国电信在全业务经营时代，将发挥综合信息服务提供商优势，整合全国资源，打造手机、电视和个人电脑三屏互动的融合视讯产品，也标志着广大居民从今天起真正可以体验3G与有线宽带结合所带来的生活视听方式的改变。

据中国电信视讯运营中心常务副主任康剑透露，视讯中心将立足当前，着眼长远，制定中国电信视讯业务的发展规划、合作策略、商业模式；实现视讯业务的统一开发、深度运营和规模推广。构建一个标准统一、完全开放的平台架构，让广大用户、CP/SP、媒体公司、第三方机构等共同参与，从而形成一个产品丰富、交易活跃的内容交易平台。最终，构建一个蓬勃发展、和谐共赢的视讯产业链生态链。

中国电信表示，在打造高带宽、全覆盖的3G移动和“城市光网”的立体通信网络的同时，也将为用户提供丰富多彩的内容和应用产品。视讯业务，已成为中国电信“聚焦客户的信息化创新战略”的重要路径之一。新成立的视讯运营中心将统一运营中国电信IPTV、手机视讯、互联网视讯的业务，负责全国视讯中央级平台的业务运营，支撑各省视讯业务发展。同时，还将致力于构建社会视讯产业链发展，与上海市合作共同打造上海视讯产业，立足上海，服务于全国。依托浦东新区产业政策，集聚广大视讯产业的合作伙伴，共同发挥多媒体视讯的城市信息化作用，为上海的两个中心建设和世博会增添新的色彩。

中国电信视讯运营中心设立在上海，一方面，将真正应运城市可持续发展战略的建设需求，让更加高效、便捷、高科技的视讯资源，提升上海现代服务业的层次、规模与能级，有利于加快推进信息港和“数字上海”建设，进一步推动上海信息服务产业发展，服务上海经济转型。另一方面，上海具备视讯产业发展优势。金桥出口加工区在2008年被确立打造成为“中国服务外包研究中心”后，积极发展新媒体产业，已初步形成网络文化产业集群。同时，中国电信上海公司在IPTV、互联网视频等方面的业务运营、人才队伍建设、合作价值链共建、产品策划和开发、内容合作等方面，经过近5年的发展，积累了丰富的经验，目前上海IPTV用户数已经达到93万，成为全国发展最快的城市。

视讯中心的成立带动产业价值链的融合

通过多年的努力，中国电信已经在IPTV、互联星空、手机影视等领域与产业价值链的各方建立了良好的合作关系，从芯片厂商，到终端产商，平台厂商，内容合作产商，牌照合作方，业务运营合作方，中国电信正在积极构建视讯产业

链。视讯运营中心的成立，将致力于为广大产业伙伴建立起通向中国电信海量使用手机、IPTV、电脑互联网的客户的桥梁，帮助广大合作伙伴实现价值链的目标，同时也拓展了产业链新的发展空间。在此次仪式上，中国电信还与央视国际、中国国际广播电台、中央人民广播电台、上海东方传媒集团等牌照合作方以及新华社等主要内容合作伙伴进行了产业链合作共举仪式。参加发布会盛况的还有第九城市、盛大等内容合作方，以及华为等平台合作方，土豆网、激动网、腾讯等互联网合作企业，多普达、三星、LG 等终端合作伙伴。相信随着中国电信视讯中心的发展，上海的视讯产业会得到更加快速的发展。

紧密围绕客户导向，推出使用方便的天翼视讯客户端产品

中国电信之前推出的手机影视产品，主要通过 WAP 方式为用户呈现视频服务。这次推出的天翼视讯客户端产品，相比 WAP 方式，具有使用视频业务更加便捷，客户端的界面更加丰富简洁，操作速度和响应速度更快，客户端集成了视频信息获取和视频播放器，预置或安装一次即可使用，客户端可以自动升级，更加人性化，更加直观，增加了错误提示等，支持标准 H.264 和 MPEG4 视频解码，支持不同码率，适应网络和终端环境等诸多优势，将更好地满足广大用户视频服务的需求。这次推出的天翼视讯客户端，移动适配了 11 款 EVDO 终端和 1 款 CDMA1X 终端，根据中国电信视讯中心的计划，在明年 1 月底之前，将适配 52 款 EVDO 终端和 CDMA1X 终端，这样，大部分 3G 用户都可以轻松享受到高清晰可靠的视频服务。

随着中国电信视讯运营中心的成立和天翼视讯客户端产品的发布，带来的就是 3G 时代手机运用的变革和三屏融合产品的完美呈现。通过天翼视讯客户端软件，手机用户可以随时随地通过手机收看网络影视、新闻、资讯等视听信息，通过手机就可以进行视讯互动，如点播、收藏、回看等功能，天翼视讯客户端产品还可以自动升级，让用户的手机视讯永不落伍。无论是普通消费者、还是商务人士或是企业主，均可以集中享受和感受更多、更好更高效的业务体验。视讯中心的启动，就是要让用户真正感受 3G 讯息时代的快捷和便利。

视讯中心的成立推动现代信息技术的变革

随着信息发展的重要性与日俱增，信息无论是对于个人、企业还是相关组织机构，已经都具有了决定性的影响力。一些行业和企业，已经真实地成长为“信息系统依赖型”企业和“数字资产密集型”企业。计算机、网络系统、手机，甚至已经成为现代城市生存与发展的“生命线”。因此一次真正的、可持续发展的信息资源变革，必将会给整个城市的现代化建设带来质的飞跃。上海作为全国的金融中心，城市信息化建设与城市的经济建设息息相关，视讯运营中心的启动，无疑为信息化建设提供了更为便利的资源条件。

来源：东方网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

【电信网络】

摩托罗拉为世博提供室内 TD-LTE 宽带网络覆盖

2009 年 11 月 17 日——摩托罗拉宽带及移动网络事业部今日宣布，作为 TD-LTE 技术领域的领导者，摩托罗拉已被中国移动通信公司（CMCC）选定为其主要的 TD-LTE 解决方案合作伙伴，为 2010 中国上海世博会所有主要展馆提供室内网络覆盖。

此外，摩托罗拉还将在世博会期间整合与推出全球首个支持 2.3GHz 和 2.6GHz 频段的 TD-LTEUSB 数据卡，以帮助运营商构建健康的 TD-LTE 生态系统。

2010 年 5 月 1 日至 10 月 31 日在上海举行的世博会被视为现场 TD-LTE 公开展示的一个重要舞台，自宣布之时便已引起了国内外电信设备制造商的极大关注。为了更好地应对典型室内环境下的种种挑战，摩托罗拉将自身在正交频分复用（OFDM）无线射频（RF）技术领域的独特专长与其领先的 TD-LTE 解决方案性能融入了此次的解决方案中，能够提供非常高的扇区吞吐量，以支持流媒体与高质量视频应用，并提供优化的室内覆盖，从而能够确保在世博会期间为参观者带来真正的移动宽带体验。

经过数月的严格筛选，摩托罗拉凭借其在 TD-LTE 领域的亮眼表现在竞争中脱颖而出，展示了包括增强频谱效率与更高下载吞吐量等诸多优势。在测试期间，摩托罗拉还展示了高达 112Mbps 的峰值吞吐量，成为唯一一家在 20MHz 频宽上实现 TD-LTE 理论峰值的厂商。

摩托罗拉宽带及移动网络事业部亚太区无线网络部副总裁兼总经理 Mohammad Akhtar 博士表示：“继日内瓦世界电信展上 TD-LTE 车载体验行的成功展示后，我们非常荣幸能与中国移动再次合作，将 TD-LTE 体验带到 2010 中国上海世博会。摩托罗拉已经印证了自身对 LTE 的长期承诺，并在 TD-LTE 商业化和全球化方面取得了长足的发展。从去年业内首次 700MHz 频段的 LTE 空中下载（Over-the-Air）会话演示，到今天所宣布的激动人心的消息，我们在接踵而至的展示活动中不断培养自身的核心专长。CMCC 此次的选择不仅印证了摩托罗拉在拓展 LTE 生态系统方面的不懈努力，还再次彰显了我们 TD-LTE 解决方案的成熟性。”

在 2010 世博会期间，摩托罗拉将部署 LTE 网络，为中国移动负责的所有展馆提供室内网络覆盖。摩托罗拉的 LTE 网络将作为这些区域内宽带连接的主要来

源，并为其他厂商的 TD-LTE 系统提供后备网络支持。

摩托罗拉将提供端到端 TD-LTE 解决方案，包括荣膺多个奖项的演进分组核心网（EPC，包括移动管理实体 MME 与网关 GW）和无线接入网（RAN）、以及 UE，并利用了其在商业 OFDM 网络方面的实战经验和专业服务来部署、维护与优化这些领先的网络。继 ITU 世界电信展上举行的业内首次 TD-LTE 车载体验行，并在真实环境下展示了高达 81Mbps 的速率后，此次消息标志着摩托罗拉在加速 TD-LTE 商用进程上的最新努力，再次体现了摩托罗拉致力于提供下一代网络，以满足拥有 TDD 频段的中国以及全球运营商们未来的需求，展现了摩托罗拉通过 LTE 网络为 FDD 和 TDD 模式的运营商提供可盈利移动宽带服务的专长。

通过在 2009 年开展的 LTE 测试以及与不同运营商之间的合作，摩托罗拉已经在 TD-LTE 领域构建起自身的领导地位。摩托罗拉是业内首家在实验室与外场环境下均实现 TD-LTE 最佳峰值的厂商。此外，摩托罗拉还在 TD-LTE 网络上展示了一系列关键性能，其中包括实时应用的移动与切换、同一扇区内的多用户测试等。

目前，摩托罗拉正稳步推进其 LTE 生态系统的计划，并通过与业内其他主导力量紧密合作来加速 TD-LTE 的商用进程。不久前，摩托罗拉宣布与运营商合作伙伴成功地完成了联合 OTA 测试，为 2009 年计划开展的系列 TD-LTE 测试的营造了一个良好开端。此外，摩托罗拉还于今年第四季度开始与数家全球顶尖运营商合作开展 TD-LTE 测试。

来源：通信世界网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

铁通公网专网年前分家

近日，中国移动与铁道部达成协议，将中国铁通集团有限公司的铁路通信相关业务、资产及人员正式划转铁道部管理，相对应的债务也将随之划转。这一方案使铁通的重组事宜终于迈出实质性的一步，也意味着从去年年中开始进行新一轮电信改革终于到了收尾阶段。

中国铁通成立于 2000 年 12 月，员工 7 万余人，原隶属铁道部管理。2004 年 1 月，铁通由铁道部移交国资委管理，除了开展铁通专网业务外，也积极开展固定电话、宽带等公众通信业务。至 2006 年，铁通的主营业务收入为 155 亿元左右。

去年 5 月 23 日，在新一轮电信重组中，中国铁通并入中国移动，成为中国移动的全资子公司。但此后，中国移动重组铁通的方案一直没有确定。按照最初设想的方案，铁通将进行专网与公网的分拆，专网部分将重新回归铁道部。今年 2 月底，

各铁路局相继成立“铁通专网接收工作组”，启动铁通专网划转工作，但由于中国移动和铁道部就铁通专网的划转方式存在争议，划转工作一度暂缓。直至今年 5 月末，双方最终确定铁通专网业务重新回归铁路系统。

12 日下午，中国移动与铁道部正式签署资产划拨协议。根据协议，铁通现有五大高速宽带光环网（京沪穗高速环、华北环、东北环、西北环和西南环）基本全部划转到铁道部，今后铁通将租赁铁道部的骨干传输通道，双方暂时互不结算。协议签定后，人员调整也将随即启动，专网人员及传输专业的部分技术和管理人员将并入各路局电务系统，此项工作将在 12 月底前完成。

而中国移动方面表示，划转工作完成后，铁通公司仍将作为中国移动的独立子公司从事固定通信业务服务，其社会公众通信网络的基本结构不会发生大的改变。

目前，中国电信和中国联通都拥有全国范围的固定电话牌照，可以自由开展固话和移动电话的捆绑营销。而根据工业和信息化部规定，中国铁通的业务范围限定为固网业务，而且，中国移动只能通过铁通发展固定电话业务。铁通的专网和公众通信网进行剥离后，中国移动可以尽快整合其固网业务，补充中国移动在固网方面的短板。

消息称，待时机成熟时，铁通总部将撤销，省分公司将并入中国移动各省级公司，作为其下属部门相对独立运营。而铁通公司名称将撤销，客服电话将统一为中国移动现有的“10086”。不过，中国移动目前尚没有融合铁通的时间表。

中国移动总裁王建宙此前曾表示，暂时不会将中国铁通纳入上市公司。

来源：南方日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

全球首条 WCDMA 高铁专网开通，享低延迟视频通话

全球首条 WCDMA 高铁专网目前已顺利进入商用阶段，用户今后在乘坐温福线 250 公里/小时的高铁时，可以在列车上享受流畅和低延迟的视频通话，以及移动电视、移动互联网等丰富的 3G 应用。

据了解，华为在今年 6 月成为中国联通温福高速铁路福建段 WCDMA 网络覆盖的独家供应商，覆盖全线近八成的里程，温福高速铁路 3G 覆盖项目是全球首个 WCDMA 高铁专网覆盖项目。

高铁专网 HSDPA 最高 4Mbps

温福线高速铁路（浙江温州至福建福州）是我国铁路目前中长期规划的“四纵四横”主通道沿海客运专线的重要组成部分，该铁路全长 298.4 公里，列车最

高时速为 250 公里/小时，而全程沿线有 53 座隧道，特大桥/大桥 44 座，桥梁隧道长度占全线总长的 78.8%，这也为 3G 网络全程覆盖与深度覆盖增加了很多难度。

据悉，中国联通在温福线 WCDMA 高铁覆盖中排除了传统的宏网络公网覆盖模式，而是首次采用专网覆盖方案，专网覆盖可以避免传统宏网络在高速铁路线上出现的频繁切换与掉话问题。据专业人士分析，高铁专网覆盖主要采用独立频点设计，规划独立的 LAC 区域，专门用于覆盖铁路沿线以及列车车厢内的工作人员与乘客。

在今年 10 月初，福建联通内部组织进行了高铁网络压力测试，据了解，在时速高达 250 公里/小时的封闭式车厢内，语音业务始终保持畅通，去程回程掉话率仅为 150 公里/1 次。而在数据业务测试中，上行 HSUPA 平均速率保持在 1Mbps 以上，而下行 HSDPA 平均速度达到 3-4Mbps，该速率足以保障高清晰度、低时延的手机视频通话，同时对于无线上网等移动宽带数据业务也能提供很好的支撑。

共建共享迈出实际步伐

自 2008 年 10 月 7 日工信部发布《关于推进电信基础设施共建共享的紧急通知》以来，网络基础设施共建共享已经成为通信业特别是几大运营商的重要战略。据了解，温福线 WCDMA 高铁网络覆盖项目在福建省通信管理局组织下，福建联通在温福线福建区段有 265 个站点与福建电信实现共建共享，而这也成为了今年我国通信业在共建共享战略上的样板工程。

据了解，此次福建联通与福建电信在温福线福建区段的共享比例达到 92.5%，而漏缆、光缆和电力电缆铺设等项目与福建电信全部实现共建共享，共节约建设资金高达 5500 万元，而在后期的运维成本方面，预计节约资金也更为可观。

来源：通信世界网 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

【终端】

进攻固网，中国移动 4000 万激励 TD 无线座机研发

面对 TD 手机瓶颈问题，中国移动选择 TD 无线座机作为突破 TD 规模的一个重要手段，同时兼具抢夺电信和联通固网用户的功效。

继发布 6.5 亿元 TD 激励基金之后，日前，中国移动再次向有关厂家发放通知，将投入 4000 万元用于“TD 办公无线座机联合研发项目”。

中国移动相关文件显示，中国移动将于 11 月 24 日启动 TD-SCDMA 办公无线座机联合研发项目招标。

招标公告显示，招标对象要求从 2008 年初到现在，自主设计、自主研发、自主生产制造的移动通信终端设备不少于 3 款，且各款的销量均超过 20 万台。另外，2008 年的移动终端在中国内地出货量超过 400 万台，笔记本出货量超过 100 万。

TD 无线座机是中国移动反击固网运营商的重要武器。表现在终端上就是一款与固话完全相同的电话机，但使用的是 TD 无线网络，而且不需要电话线接入。与之前公布的 6.5 亿元基金一样，4000 万元也将直接奖励给进行 TD 无线座机研发的相关厂家。

目前，中国移动已经推出了多款 TD 无线座机终端。广东移动最早推出的 TD 无线座机业务，提供的可选择终端就包括华为、中兴、TCL、德赛、联想、新邮通等。

由于 TD 手机终端目前的瓶颈问题并没有完全解决，TD 无线座机等终端形式成为中国移动大规模发展 TD 用户的重要手段。

在北京等大部分城市，中国移动都采取了向全球通用户免费赠送的方式，而且资费与固话相比，相当具有竞争力。这有利于在电信和联通抢夺移动的手机用户同时，移动也能反守为攻地争夺固网用户。

以北京地区的资费为例，市内通话 0.12 元/分钟，接听免费，从激活的次月开始，需要收取 10 元月功能费，但每个月赠送 50 分钟本地通话时间。

按照中国移动的计划，今年将发展 300 万名 TD 用户，不过到 9 月为止，TD 手机用户仅有 160 多万，中国移动副总裁鲁向东日前接受 CBN 记者采访时表示，如果加上 TD 无线座机、TD 上网本等用户，中国移动今年完成 300 万用户目标没有问题。

来源：第一财经日报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

辐射量：一个基站=半个手提电脑

日前，针对公众对移动通信基站电磁辐射的一些错误认识，四川通信科研规划设计有限责任公司高级咨询设计师、电磁辐射专家刘宏走上金沙讲坛，讲解基站电磁辐射的基本属性和分类，同时讲述在日常生活中，如何有效减少电磁辐射对身体的影响。

刘宏主要从事移动通信无线接入网络规划及基站电磁辐射科研工作。曾主导完成“水立方”及“鸟巢”的矩形波束天线覆盖方案，并主导完成了成都市基站建设专项规划等项目。

基站辐射量比较低 不足以“搞破坏”

屋顶上的基站会不会对人体造成影响？刘宏认为，俗话说“眼不见为净”，居民看得多了，想得自然也就多了。他举了一个事例，2003年广州的一个小区要建设基站，天线到了，主设备没到，就先把天线挂上去。过了两天，有小区的居民开始反映，这两天头特别晕，开始掉发。过了几天发射系统开始运行，因为这个小区的居民的反感情绪，工作人员们想了一个办法，在小区内做了一颗仿生树。把天线装到了这颗假树里，并开通了设备。但就因为没人看到天线，运行后再也没有居民反映头晕，大家都认为天线和设备已经拆走了。

刘宏表示，很多事例表明，居民的抵触情绪往往会影响到他们的判断，基站发出的电磁辐射不同于核辐射，也不同于医院里的X光，辐射能量比较低，还不足以破坏人体分子结构。而一些辐射对人体则是有好处的，例如日光浴。

据刘宏称，国际上对此标准为0.45毫瓦每平方米，我国的国家标准是全世界最严格的，为0.04毫瓦每平方米，中国移动通信遵循的标准是0.008毫瓦每平方米。“用家用电器来衡量是什么样一个程度呢？一个基站辐射出来的能量等于1/2手提电脑的辐射能量。”

电视机电吹风都有辐射 也不用太担心

刘宏指出，日常生活中各种家用电器产生的辐射其实远远高于基站。在家对着电视机或电脑太久，人都会觉得面部很干或者发晕，这都是因为辐射时间过长。电吹风用的时间过长，会使头发发干，也是因为接受辐射的时间过长。

他表示，一台52英寸的液晶电视的辐射量与5个基站相当，一个微波炉的辐射量则相当于20个基站。他提醒，可在家中放一些仙人掌之类的绿色植物或木炭来帮助吸收辐射，另一方面，大家需要多吃一些富含维生素的豆类和蔬菜来帮助释放辐射。

办公室中，辐射也是无处不在。一台笔记本电脑的功率在60瓦到70瓦范围内，相当于两个基站。刘宏建议大家，在使用电脑时，电脑屏幕调得越亮，辐射强度就越大。使用时适量即可。复印机复印时，要赶紧把盖子盖下去，因为这个时候的辐射是最强的。但刘宏同时也表示，市民无需太过担心，只要是正规品牌出品、符合了国家标准的，使用都应该没有大碍。

手机接通瞬间辐射最大 不要急于放耳边

说到人们接触的最密切的辐射电器，无疑就是手机。对于“手机信号越少，辐射越小”的说法，刘宏予以了坚决的否定，“完全是个误解，手机接收到的信号越少，说明通话时需要越大的功率去接收信号，发出的辐射就越大。”电话打久后，有人会有头晕、头痛等反应，刘宏表示这是正常反应，但大家打电话时应该尽量使用耳机。

现在市面上出现了不少“山寨机”，对这样没有经过正规认证的电话，刘宏表示一定要“敬而远之”。一些山寨机的音量特别大，功能也非常多，正是其功率大的体现。这种电话没有经过正规渠道的认证，其电磁辐射量肯定超过了规定量，“会对身体非常有影响”。刘宏称，新出的 3G 手机会比以前的 GSM、CDMA 等制式的手机的辐射量都要低。他提醒大家，手机在接通的瞬间发出的功率是最大的，辐射也是最大的，通话时一定要等接通了再放到耳边。

刘宏表示，人体是一个综合体，随时随地在吸收辐射，也会排泄辐射，不用对辐射“谈之色变”，需要冷静以对，保持平衡即可。

来源：四川新闻网 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

【运营支撑】

铁通入移动“无限期搁浅”

据报道，铁通并入移动的具体方案或将无限期搁浅。自 2008 年 5 月，电信业重组方案中确定中国铁通并入中国移动之后，虽有一些融合的动作，但中国铁通并入中国移动的正式实施方案一直迟迟未定。按照此前移动下发的相关进程，第二阶段的深度合作期限将结束，但目前“并未取得太大进展”。

据说铁通员工对合并迟迟没有结果深感失望乃至绝望。按照国家制定的电信重组方案，铁通并入移动是肯定的，但目前看来铁通带给移动的效益明显不大，有分析指出移动有借此缓慢进展放弃铁通之心。

来源：IT 时报 2009 年 11 月 16 日

[返回目录](#)

三网融合时代，设备商由电信云向互联网云漂移

华为今年上半年的合同销售收入已经达到 157 亿美元，尽管华为不愿意证实这个数字，按照这个规模，华为达到今年 300 亿美元的销售目标将不在话下。

但是，一个不可忽略的问题是，华为的这种增长速度是否能一直坚持下去？就通信行业来说，当通信产品已经实现标准化，通信技术几乎可以看到尽头，产品价格降到不能再降，华为的前途在哪里？

从整个信息产业的发展路径来看，通信行业所在的电信网、IT 企业所在的互联网以及广播电视所在的广电网，三网融合的趋势越来越明显。

如果说华为现在的竞争对手还只限于爱立信、诺基亚西门子、阿尔卡特朗讯

等传统的设备商，那么它下一步的竞争对手是谁，目前谁也说不准。

正如思科从最初的网络设备提供商，目前只能称之为解决方案提供商，它提供硬件之外的软件、终端等一切解决方案；也如诺基亚的竞争对手已经不再限于摩托罗拉、三星等传统的手机厂商，它未来的竞争对手将是谷歌、苹果或者微软。连诺基亚西门子也与东软成立了软件的合资公司。

华为的业务范围正慢慢地突破通信设备这一狭窄的领域。迅速成长的终端业务正成为华为下一个重要增长点；2008年，华为管理服务业务销售额增长了67%，增速远超过传统设备销售的增长幅度。目前尚不清楚这些非核心业务在华为总收入中的比重，但新业务的崛起正在改变华为的定位和角色。

以华为与赛门铁克成立的合资公司华赛为例，其业务范围已经悄然从电信用户转战至基于行业应用的金融、教育、医疗、电子政务等企业、政府、机构客户上。

在三网融合的时代，传统的设备商都在悄然转身，一个明显的趋势就是由电信的“云”向互联网的“云”漂移。或许下一个10年，他们更愿意谈论的是虚拟化数据中心，而不是笨重的设备和放置设备的机房。

与设备商相比，更愿意谈论“云”的是互联网企业。当设备商从硬件行业向“云”进发的同时，互联网企业正在以更快的速度向“云”靠拢。

除了谷歌、微软等互联网巨头之外，“云计算”已经成为所有互联网企业的必争之地。今年9月10日，阿里巴巴在十周年庆典的时候正式成立了阿里巴巴云计算公司。

相比前几年的发展，电子商务已经在普及率和渗透率方面有了长足的进步，阿里巴巴认为，正如道路、水电等基础设施一样，电子商务也将成为未来经济的基础设施之一，而云计算就是让这个基础设施变得更为强大的必然路径。

在这个由左及右和由右及左的行进中，三网融合的共同未来决定了不管是华为等设备商或者阿里巴巴等互联网企业或者正在奋起直追的广电企业都将在“云”里相遇。中国有句古话叫“殊途同归”，但在“同归”之前，谁行动得更早，谁就能更早到达终点！

来源：第一财经日报 2009年11月16日

[返回目录](#)

政企携手共促 TD 网与物联网融合

11月12日，中国移动通信集团公司与无锡市人民政府就共同推进 TD-SCDMA 与物联网融合举行战略合作签约仪式。中共江苏省委常委、无锡市委书记杨卫泽、

中国移动通信集团公司党组书记张春江出席仪式，并发表了重要讲话。

江苏省省长助理徐南平、中国移动总裁助理李慧镝及有关领导出席了合作协议签字仪式。

根据协议内容，双方将加紧贯彻落实温家宝总理 8 月在视察无锡时的重要讲话精神，大力促进物联网与 TD-SCDMA 网络的融合、加快国家“感知中国”中心示范区的建设，在物联网技术、人才、应用示范及产业化等方面尽快形成集聚效应。中国移动将在无锡成立中国移动物联网研究院，重点开展 TD-SCDMA 与物联网融合的技术研究与应用开发；同时还将在无锡建设物联网数据中心，以支撑物联网相关业务的落地运营。双方将通过密切合作，广泛开展示范项目合作，在工业、农业、公共服务等各个领域开展形式多样的应用示范工程建设，包括环境监测、要地防入侵、智能交通、智能电网、智能家居等。

无锡市委书记杨卫泽书记在发言中表示，政企合作是推动物联网产业发展的有效举措，无锡市政府与中国移动的合作，将有助于加快无锡“感知中国”示范中心的建设，从而带动我国物联网的创新和发展。

中国移动张春江书记在讲话中指出，物联网与 TD-SCDMA 网的结合将是中国自主创新发展的又一里程碑，中国移动将通过扎实推进物联网与 TD-SCDMA 网络融合、引导产业链深化合作、促进物联网规模化发展，以及加强自主知识产权保护等四方面工作，由点到面，推动物联网产业链的健康成长，促进物联网产业的商业化和规模化发展。

此次无锡市政府与中国移动政企携手，共同推动物联网与 TD-SCDMA 网融合发展，即是贯彻落实温家宝总理关于“着力突破物联网关键技术”重要指示的迫切要求，也是双方发挥各自优势、实现合作共赢的一次重大机遇。此次战略合作协议的签订，对于推动我国物联网技术和产业的发展，实现技术自主可控，推进两化融合，保障国家安全，促进产业结构调整，建设创新型国家具有重要意义。

来源：中国通信网 2009 年 11 月 13 日

[返回目录](#)

中华电信与微软云计算策略联盟

近日，中华电信与微软签订云计算策略联盟合作备忘录，将针对客户端设备软件应用服务和云端服务等合作，以新的营运模式携手开创云端服务商机。此次策略联盟，中华电信将运用微软的创新平台与技术，提供企业客户与消费者最便利的移动增值和云端服务，让企业客户提升工作效率，并带给消费者便利与智能的数字生活体验。

微软公司大中华区董事长兼首席执行官梁念坚与中华电信董事长吕学锦两人共同签署合作备忘录，双方将就云端服务和客户端设备软件增值服务进行合作。

“微软与中华电信一直有着紧密的合作关系，此次扩大与中华电信的合作关系，表明微软进一步深耕台湾产业的决心。”微软首席执行官史蒂夫·鲍默尔表示：“微软的云计算观点是‘三个屏 一个云’(3 screens and a cloud)，强调的是客户端设备及云端服务整合的重要性，而非只是强调云端服务本身。而此次与中华电信的合作，则是实现微软‘三个屏 一个云’愿景的具体行动之一。”

他接着指出：“微软已在世界各地建立许多云运算数据中心及基础建设，并推出由‘动态数据中心工具包’(Dynamic Data Center Toolkit)构建的创新的云端服务解决方案。通过和中华电信的合作，双方可以更好地整合资源，让云端服务与客户端设备整合的更加完美，提供使用者最好的云端体验。”

“希望通过此次与微软的云计算策略联盟，可以提供用户更便利的移动生活体验。”中华电信董事长吕学锦表示：“中华电信近年来不断强化软件应用与服务内涵，在数据服务方面，也致力开发影音、信息安全及娱乐之服务内容。微软的创新技术与中华电信资源的整合，能够更快将云端技术应用在实际的服务上，提供消费者更便利的服务与崭新的用户体验。”

微软大中华区董事长兼首席执行官梁念坚对于此次策略联盟表示：“提供企业用户与消费者在任何时间、任何地点、运用各种不同的终端设备即能够便利的获取信息与服务一直是微软与中华电信的共同理念与多年来合作的目标。中华电信拥有领先的网络基础建设以及提供消费者与企业用户软件应用的丰富经验，这将有助更快实现此目标。此次与中华电信签订此项策略联盟合作备忘录，代表着双方在未来的‘云端服务’与‘三屏’-计算机、手机与电视整合增值服务上将迈向另一里程，相信通过微软云端平台技术与咨询服务以及中华电信本身的技术资源与服务平台的整合与分享，消费者与企业用户可以在任何时间、任何地点、使用任何联网的客户端设备，即可快速取得所需信息与服务，享受便利的数字生活。”

中华电信与微软携手打造创新云端服务

微软和中华电信双方将在云端服务的合作中，就软件即服务(Software as a service, SaaS)、平台即服务(Platform as a service, PaaS)和基础设施即服务(Infrastructure as a service, IaaS)三方面进行合作：

1. 软件即服务(SaaS)：中华电信将成为微软商务在线软件服务的当地电信合作伙伴，提供台湾当地客户在线相关服务。

2. 平台即服务(PaaS)：中华电信与微软将在 Public Cloud 方面进行技术

交流，中华电信通过与微软创新中心的技术合作与支持、合作先导计划，将云端服务部署于 Windows Azure 平台，提供给消费大众及企业用户服务。

3. 基础设施即服务 (IaaS): 微软技术中心将引进微软全球基础架构服务及动态数据中心平台整合专业技术与中华电信进行技术交流，双方的共同努力，使中华电信得以在节约能源、降低碳排放量、降低功耗、节能、节省空间以及加强云端监测和管理的基础上，提供优化的“动态数据中心云端增值服务”。

提供计算机、手机与电视增值服务

中华电信与微软除了在云端服务的合作之外，借 Microsoft Windows 7 新一代操作系统全球上市之机，中华电信和微软有意加强在智能用户终端（个人计算机、手机和电视）上的合作，以期让个人计算机、手机和电视用户均能享受科技带来的便利。

个人计算机方面，中华电信将在上网本内置 Windows Gadget、Internet Explorer 8 等定制化应用与 Silverlight 等微软产品或技术，让消费者开机即可直接使用，让用户轻松享受便利的数字生活。

在手机方面，双方将就 Windows phone 的内置、定制化、增值的服务接口进行合作。中华电信和微软还计划在数字家庭娱乐应用软件服务领域合作，为家庭电视消费者提供服务。

来源：搜狐 IT 2009 年 11 月 11 日

[返回目录](#)

【军事通信】

中国第六艘 094 战略核潜已经建成下水

据最新报道，中共海军的新一代战略杀手锏-094 新型战略导弹核潜艇的第六艘，于最近在中国大陆北方位于渤海湾畔的某核潜艇工厂建成下水。据悉，这是中国打造新一代战略海军的新努力，首批建造的这六艘新一代 094 型核战略潜艇，将会用于中国新的核反击战略。这六艘核动力战略潜艇预计将会全部部署于新建成的海南岛大型潜艇基地，那个新建成的大型山洞式基地，能够同时驻泊大约 20 艘各类潜艇，十分有利于一旦战争突然爆发时的潜艇保护。

随着这第六艘 094 型新战略导弹核潜艇建成服役，可以预料，主要用来保护它执行战备巡航任务的 093 型核动力攻击型潜艇，应该更早已经建成并服役了。按照一般的部署原则，一艘 094 型战略核潜艇在执行战备值班任务时，需要至少一艘常规攻击力很强大的 093 型核动力攻击潜艇的保驾护航。也就是说，至少不会低于 094 型战略导弹核潜艇同样数量的 093 型核动力攻击型潜艇应该稍早于这

个时候已经进入现役。

094 型战略导弹核潜艇排水量在 10000 吨，主要装备 16 枚射程可达 8000 公里以上的“巨浪 II”型潜射战略弹道导弹执行核报复任务。中共将其部署在海南岛基地的主要目的就是可以利用中国南海复杂多变的海底地形和水流，以实现隐蔽出航。另外，由于中国渤海和东海被美日布设的第一和第二岛链封锁的十分严密，中共战略弹道导弹核潜艇要想实现从这些地方隐蔽出航似乎很不现实，海军参谋们规划已经降噪很大的中国新一代核潜艇可以利用中国南海复杂的多路海上通道，以绕开美日等国的围堵，从而实现中国新一代核潜艇更广阔海域战略巡航。据悉，如果中共海军新一代核潜艇能够从菲律宾的水道或者马来西亚和印尼的水道实现秘密出航，不但会打破美日的岛链封锁，还能实现远达印度洋、大西洋、南太平洋等地的远程战略巡航值班。这样一来，西方国家对中共海军核潜艇的侦查和监视就要困难得多了，而且既无法判定中共核潜艇处在哪个位置，更无法判定中共核潜艇何时发动突然袭击，如此以来，中国的核盾牌才会真正发挥其应有的作用！

中共之所以首批就建造数量多达六艘的 094 型战略导弹核潜艇，就是为了实现 2 艘在远洋执行战备值班任务，2 艘在基地和巡航任务区之间往返，2 艘在基地进行休整补给。也就是说，按照西方专家给予的观点，中共海军要想维持最低限度的二次核威慑力量，就必须至少有 2 艘以上的核战略潜艇随时处于值班状态。094 型战略弹道导弹核潜艇将会根据其执行何种打击任务的不同，决定其所载“巨浪 II”型潜射战略弹道导弹的核弹头的实际携带量。“巨浪 II”型潜射战略弹道导弹有 3 和 6 枚核弹头的不同携带选择，据说携带 3 枚核弹头时，其弹头的核当量很大，导弹射程也比基准射程要大；当其携带 6 枚较小核当量的核弹头时，虽然其单枚弹头的当量较小，但是却能打击更多的目标，而实际射程也相对较近。

094 型核潜艇由于使用了新型核动力并采用了新技术，因此其各项性能十分出色。其主要性能特点请参见作者 cgw316 的《中国“巨浪二号”暨 094 型核潜艇的最新情报》一文，在此不再赘述！

如果这第六艘 094 型战略导弹核潜艇能够如期舾装完工，并于 2009 年底如期服役的话，则中共海军在 2010 年前建成新一代水下核力量的努力就会如期实现，则中共的第二次核反击能力就会进入第二黄金发展机遇期。再加上几乎同期发展中的中国陆基洲际弹道导弹的实际打击能力的提升（DF-31/A 和 DF-41 已大批进入服役状态），以及中共空军新型巡航导弹轰炸机的成批服役（轰六 K，传说中引进俄罗斯的图-22M），使得中共空军“三位一体”的核打击能力第一次成为名副其实的真正核反击力量！

市场跟踪篇

【数据参考】

上半年移动增值业务达 884 亿

近日发布的《2009 年上半年中国移动增值服务市场监测》显示，上半年中国移动增值市场规模达到 884 亿元。

短信仍是规模最大的细分领域，但在整体移动增值市场中所占的份额正从 2005 年的 52.6% 逐年降低至今年上半年的 42.6%。

彩铃和 WAP 是近年来增长较为迅速并且逐步占据较大份额的细分业务，上半年彩铃和 WAP 业务收入在整体移动增值市场中的占比分别达到了 13.2% 和 14.4%，WAP 业务相对增长更加迅速。

来源：京华时报 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

【市场反馈】

TD 用户达 400 万

在日前举行的“2009 国际 LTE 论坛”上，工信部科技司副司长李力透露，目前，TD-SCDMA 用户数已达到 400 万，网络年底将覆盖全国 238 个城市。

他说，TD-SCDMA 产业不断发展壮大，相关厂商数量已超过百家，覆盖了产业链各个环节，TD-SCDMA 已经形成健全的产业链，截止到 9 月底，已有近 200 款 TD 终端入网，TD 核心芯片的出货总量已超过 500 万片。

工信部全力支持

李力认为，随着 3G 技术的成功发展，移动通信技术也启动了移动宽带数据通信技术不断演进的进程，这是移动通信服务向移动信息服务转型的技术基础。而作为 3G 的长期演进，LTE 更适合移动宽带业务的发展，成为极富经济价值的移动通信技术，产生巨大的规模经济效应，拉动经济整体发展。

“TD-LTE 作为 LTE 的 TDD 标准，不但为 TD-SCDMA 未来演进奠定坚实基础，而且由于 TD-LTE 能提供高速率、低延迟、低成本，我们相信必将成为全球最有竞争力的 TDD 频段宽带移动标准，我们将全力支持 TD-LTE 产业加快发展。”李力说。

明年世博会 TD-LTE 试商用

李力进一步透露,目前,中国建立了 TD-LTE 公共试验环境,正在开展 TD-LTE 技术试验,并在 2010 年将逐步开展规模试验,在上海世博会上提供 TD-LTE 演示。

宽带移动通信系统对频谱资源的需求日益扩大,与 FDD 相比,TDD 系统在频谱资源使用上具有更好的灵活性,更容易找到适合的频率资源。

目前,中国已经规划了包括 2300-2400MHz 的 155MHz TDD 频谱。李力认为,面向未来,利用快速发展的 TD-LTE 技术高效利用这些 TDD 频谱,必将有助于缓解移动互联网发展对全球运营商带来的频率稀缺问题。

来源: 中国通信网 2009 年 11 月 17 日

[返回目录](#)

七成网友最爱天翼

据中科院互联网研究机构近日公布的“3G 品牌认知度”报告显示,中国电信天翼的品牌认知度最高,所占比例为 68.3%,中国移动 G3 品牌居中,所占比例为 54.4%,中国联通沃品牌认知度不及 50.0%。

70%认知度中电信“天翼”市场受宠

在 2008 年 10 月举行的北京国际通信展上,中国电信重磅出击,推出了其首个移动业务品牌——天翼。

同年 12 月 22 日,在中国电信天翼品牌发布和 189 放号仪式上,中国电信表示,切入中高端是中国电信发展天翼的重中之重,天翼将树立品牌高端定位,逐步向低端用户覆盖。

在接受网络到发布品牌的短短两个月间,街头巷尾已经林立着各色天翼广告,各大电视台的黄金时段也不停地播放着天翼的广告片。在很短的时间内,天翼品牌已经传遍全国。经过数亿元的广告投入,天翼品牌目前已经具备了一定的知名度,且提起天翼,大多数人知道这是中国电信的手机业务。中国电信天翼的宣传,成功打造了属于自己的移动业务品牌。

900 亿投资打造优质网络

除了广告宣传力度大之外,网络的投资建设力度也空前巨大。据了解,目前中国电信 CDMA 网络在全国已 100%覆盖地级市以上城市,县一级城市大致覆盖了 93%,截至 2009 年 7 月底,中国电信的 3G 网络已经覆盖 31 个省、342 个地市、2055 个县以及 6000 多个发达乡镇。总体投资已达 900 亿,并计划不断加大投资力度。

中国电信副总经理杨小伟曾表示:“未来三年内,中国电信将投资 800 亿,

用于移动通信网络升级、改造、优化，致力于为客户打造值得信赖的精品移动通信网络。未来一到两年，全国城市网络的质量，达到业界的领先水平，天翼无线宽带的速率将提高到 2—3M，在 WiFi 覆盖的重点速率最高达到 10M 以上，相信天翼的优势，将为客户带来无与伦比的网络新起点。

在中国电信大力建设优质网络的带动下，用户数量不断增长。根据中国电信财报显示，在接手 CDMA 网络后用户数逐月增幅上升，截至今年 9 月用户总数已达 4678 万，其中 9 月净增移动用户 297 万。

此外，对于终端的关注和投入也是中国电信打造天翼的一个关节点。2009 年中国电信通过举办终端高层论坛和大规模的终端订货会，在终端设备商中烧起了一把“天翼手机热”的大火，并和四大全国代理商以及三星、LG、TCL、多普达等 31 家终端厂商签订了采购协议，为天翼 3G 终端市场的增长提供了产品保证。

30%用户更关心上网速度

CNNIC 发布的《2009 年中国移动互联网与用户调查报告》调查显示，在潜在用户购买 3G 手机的原因当中，选择“上网速度快”这一项的用户占到了 30.6%。上网速度已经成为影响用户选择 3G 业务的最重要因素。

调查数据也表明，目前已经使用 3G 手机的用户对 3G 信号的上网速度比较满意。不断完善的 3G 网络正在吸引越来越多的尝鲜者。CNNIC《3G 报告》显示，截至 2009 年 8 月底，中国手机上网用户已达 1.81 亿。3G 牌照发放才 8 个月，3G 手机用户发展迅速。

虽然目前发展态势良好，但是我们必须看到 3G 市场发展仍存在许多不足。尽管网络覆盖和通话质量在不断提高，但资费还是横亘在消费者面前的一道坎。调查显示，在 3G 手机用户对资费的期望中，63%的用户希望使用不限流量不限时长的包月方式。如何让更多消费者用得起 3G，才是业务不断发展的根本基石。

从调查来看，在大多数消费者眼中，3G 就是高速无线上网，且内容更为丰富，另外提起 3G，网民普遍会联想到高速的无线上网以及可视电话。这也是中国电信天翼受到追捧的原因。但仅仅依靠无线上网业务，无法支撑起整个 3G 大局。要做好 3G，还要在应用上下功夫，提供差异化服务。

来源：东方网 2009 年 11 月 17 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 |