



# 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. 25

## 本期要点

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

### ■ 工业和信息化部“十二五”规划启动

近日，工业和信息化部在江西省南昌市召开全国工业和信息化部“十二五”规划编制工作会议，这是工业和信息化部组建以来召开的第一次全国规划工作会议。会上部署启动了工业和信息化部“十二五”规划工作。

### ■ 3G时代运营商开始抢夺社会渠道资源

11月13日，京东网总裁刘强东非常高兴地迎来了来自联通的一位领导，对方是要跟京东网（下称“京东”）谈谈关于网络销售iPhone（手机上网）的相关合作，这让京东网感觉有点“受宠若惊”

### ■ 全国工业通信业运行监测协调工作会议在济南召开

11月18日，工业和信息化部运行监测协调局在济南召开全国工业通信业运行监测协调工作会议。会议的主要任务是深入贯彻落实党中央国务院应对国际金融危机、做好经济工作的方针政策，认真贯彻工业和信息化部党组的要求，总结经验，探索新形势下做好经济运行工作的思路，努力开创2010年运行监测协调工作的新局面。

### ■ 工信部发布信息技术领域专利态势报告

国家工业和信息化部在日前开幕的第十一届高交会上发布“信息技术领域专利态势报告”称，二00九年中国信息技术领域知识产权继续保持增长态势，行业知识产区战略稳步迈进，产业知识产权环境有了进一步改善。

## 目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦 .....	5
工业和信息化“十二五”规划启动 .....	5
“十二五”中国通信信息产业发展前瞻 .....	5
统一通信市场巨头逐鹿 .....	8
3G 时代运营商开始抢夺社会渠道资源 .....	10
<b>产业环境篇 .....</b>	<b>12</b>
<b>【政策监管】 .....</b>	<b>12</b>
全国工业通信业运行监测协调工作会议在济南召开 .....	12
工信部发布信息技术领域专利态势报告 .....	15
工信部官员称 TD-LTE 最具竞争力 .....	15
工信部废止 245 项通信行业标准 .....	16
工信部四措施整治手机涉黄移动互联网监管仍待完善 .....	17
工信部整治垃圾短信处理 600 家电信企业 .....	18
<b>【国内行业环境】 .....</b>	<b>19</b>
运营商和渠道商的拔河 .....	19
落实调整振兴规划实现产业可持续发展 .....	21
国内电信厂商海外拓展摆脱“安全门”危机 .....	24
铁通公网专网年前分家公网暂在移动属下独立运营 .....	24
<b>【国际行业环境】 .....</b>	<b>25</b>
“中国力量”闪耀 2009 亚洲移动通信大会 .....	25
德信无线第三季度净亏损 340 万美元 .....	26
印度电信 5 亿户大关后的激流与漩涡 .....	28
<b>运营竞争篇 .....</b>	<b>30</b>
<b>【竞合场域】 .....</b>	<b>30</b>
英特尔与 AMD 和解反垄断案和气收场 .....	30
运营商大战地铁：广州允许移动联通自建网络 .....	32
中电信称愿与欧洲运营商建立全面合作关系 .....	34
“套机”现象蔓延运营商销售渠道待监管 .....	34
CDMA 拥有极具竞争力的演进路线 .....	36
<b>【中国移动】 .....</b>	<b>38</b>
中移动已启动国际板上市筹备工作 .....	38

中移动整合铁通需存长远眼光 .....	39
中国移动与华为联合展示香港首个 TD-LTE/SAE 试验网 .....	40
中国移动 3G 网络年底前要覆盖 70% 的中国城市 .....	40
中国移动 M2M 终端已达 300 万年均增长超 80% .....	41
【中国电信】 .....	42
中国电信布局三屏互动市场 .....	42
中国电信新发中票利率低于交易商协会法定下限 .....	42
北京电信反击移动送无线固话：160 元得话机+300 元话费 .....	43
【中国联通】 .....	44
中国联通：10 月新增 80.1 万 2G 用户 3G 用户累计逾百万 .....	44
常小兵确认联通将推出 3G 终端应用商城 .....	44
签约中国联通京东商城网络首发 iPhone .....	45
消息称台湾大哥大与联通洽谈建跨海峡海缆 .....	46
联通发动 iPhone 品牌全面攻势：路牌广告铺天盖地 .....	46
<b>制造跟踪篇 .....</b>	<b>48</b>
【中兴】 .....	48
中兴称与美国四大运营商洽谈出售终端 .....	48
中兴称年底将拿下全球 GSM 设备市场 20% 份额 .....	48
【华为】 .....	49
中国电信设备规模进入北欧：华为挪威建 9000 个基站 .....	49
华为沃达丰在意大利建创新中心合作关系又进一步 .....	51
新电信 4 国试验 LTE：华为中兴等 6 厂商受邀参与 .....	52
【诺基亚】 .....	53
诺基亚将在高端手机领域放弃 Symbian .....	53
【其他制造商】 .....	54
索尼爱立信将把北美总部迁往亚特兰大 .....	54
TCL 通讯融资扩张手机代工 .....	54
中国厂商进入 3G 设备供应商第一梯队 .....	54
戴尔获批在美销售手机合作运营商或为 AT&T .....	57
<b>服务增值篇 .....</b>	<b>57</b>
【趋势观察】 .....	57
中文上网成移动互联网应用趋势 .....	57
通信、IT 融合是“智慧的地球”落地核心 .....	58
信息安全公司称应警惕社交网络安全风险 .....	61
北京无线固话市场展开厮杀：160 元送话机送话费 .....	62
上海电子展凸显产业交流“多边化” .....	62

中电信引入黑莓倒计时:三大运营商或将都配黑莓 .....	64
【移动增值服务】 .....	66
中国移动信息化解决方案助力中小企业 .....	66
内容服务商在 3G 时代的机遇 .....	70
【网络增值服务】 .....	72
物联网不是噱头是机遇运营商把好“应用关”是关键 .....	72
中国移动在安徽启动宽带 P-BOSS 建设 .....	74
芬兰颁发 2.6GHzLTE 频谱牌照:有效期至 2029 年 .....	75
网游业监管力度日益加强国家队或借机进入 .....	76
<b>技术情报篇 .....</b>	<b>78</b>
【视频通信】 .....	78
思科高管称视频应用将使网络通讯量增长六倍 .....	78
【电信网络】 .....	78
TD-LTE: 创新融合发展力求弯道超越 .....	78
全球热捧 LTE 下一代移动宽带或统一标准 .....	81
准 4G 网络将覆盖世博园区正式商用暂无时间表 .....	82
【终端】 .....	82
智能手机时代应用主导未来 .....	82
风险投资关注 3G 终端创新无线领域创新空间广阔 .....	89
我国通用手机充电器标准纳入 ITU 国际标准 .....	89
【运营支撑】 .....	90
TD 为无线城市提供理想运营模式 .....	90
“逸信通”移动信息服务平台引领 3G 风潮 .....	91
<b>市场跟踪篇 .....</b>	<b>92</b>
【数据参考】 .....	92
2009 年 10 月通信业运行状况 .....	92
2009 年 10 月通信业主要指标完成情况 .....	100
2009 年 10 月电信用户和通信水平主要指标完成情况 .....	101
2009 年 10 月电话用户分省情况 .....	102
WinMobile 第三季份额跌至 7.9% .....	103
前三季度手机产品位居我国电子信息产品出口额第二 .....	103
2009 年前十个月全国电信业务总量超过 2.1 万亿元 .....	104
我国宽带用户过亿电话用户已达 10.51 亿户 .....	105
【市场反馈】 .....	105
2009 年第三季度全国电信服务质量有关情况通告 .....	105
中通服总经理张志勇:三年内年复合增长率超 20% .....	108

## 亚博聚焦

### 工业和信息化“十二五”规划启动

近日，工业和信息化部在江西省南昌市召开全国工业和信息化“十二五”规划编制工作会议，这是工业和信息化部组建以来召开的第一次全国规划工作会议。会上部署启动了工业和信息化“十二五”规划工作。工业和信息化部副部长苗圩与会并讲话。

苗圩系统总结了工业、通信业和信息化领域“十一五”以来取得的成就，科学分析了全行业发展面临的国内外形势，提出了“十二五”工业、通信业和信息化发展需研究解决的若干重大问题，强调了做好“十二五”规划工作的总体要求。

规划司负责同志介绍了“十二五”工业和信息化规划工作总体安排。会议还特邀国务院发展研究中心产业部、国家信息化专家咨询委和中国地质科学院的有关专家，分别就国民经济战略转型、资源战略与中国特色新型工业化道路、信息化与工业化融合等重大问题作了专题辅导讲座。与会代表围绕苗圩讲话、会议文件以及专家讲座，对做好“十二五”规划工作提出了很好的意见和建议。

各省、自治区、直辖市、计划单列市和新疆生产建设兵团的工业和信息化主管部门与地方通信管理局，部内相关司局，国家国防科工局综合司、烟草专卖局计划司，以及部有关直属单位主管规划工作的负责同志共 190 人参加了会议。国家发改委产业协调司和高技术司的有关同志也应邀参加了会议。来源：人民邮电报 2009-11-18

### “十二五”中国通信信息产业发展前瞻

中国各产业的“十二五”规划就要启动，如何预见性地对“十二五”规划有一个前瞻性的判断，对于未来几年行业的投资与发展是至关重要的。展望未来，在信息通信行业“十二五”规划中，基于改革性的、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”将进入一个全新的发展阶段。

现实：快亦错慢亦错

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。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，除了气喘吁吁，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。

其实，2009年本应是三大电信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，而中国三大电信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，只希望从一个消费者中挤出更多的收益。

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。

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年你该做什么？是继续玩终端秀？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，在中国将要来临的重大经济结构和市场结构调整中，电信业的内涵变了没有，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？

未来：“两化”融合是主线

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他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，中国通信信息业是目前国有垄断行业中，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行业，因此，在“十二五”规划中基于改革性的、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订科学的战略规划是一个不可缺失的前瞻性工作。

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。因此，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和清晰很多，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，通信信息业的规划的核心将围绕“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。

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，但对信息产业与其他产业的融合会提升，而通信信息产业内部，以及 IT、通信、互联网间的融合技术与融合业务和终端融合将是中国式两化融合的突破口，规划在这些方面的投入应远大于“十一五规划”。

规划：十二大领域是重点

从中国“两化”融合战略的主体思路以及未来 10 年中国参与国际竞争的态势分析，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：

1、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。

2、三网融合将是通信信息产业“十二五”规划的重点，也是国务院再次声明的重点，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。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。

3、数字城市、高密度网络覆盖以及协同建设的技术方案和法律促进，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，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。其中，各省区市政府在信息化平台方面的规划及投资将呈现多元性，而投资资本将远远超出国家规划的数额。换一个角度讲，数字化、信息化在“十二五”期间，更多的是地方政府的行为，而不再是中央层面的强制实施行为，这将使非电信领域的投入资本远远大于传统的电信运营商。因此，在判断“十二五”规划中，对上述问题的准确研究和分析，意义非常大。

4、从 3G 到 4G 的过渡将会是“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，以及 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。

5、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、其他资本进入、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”规划中的政策

要点。

6、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型专业运营商，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。

7、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。

8、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。

9、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。

10、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都会有所调整。

11、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。

12、“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、融合产业缩小与发达国家差距，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。

来源：《人民邮电报》2009-11-19

[返回目录](#)

## 统一通信市场巨头逐鹿

知名分析机构 DimensionData 最近发布的一份调研报告显示，那些安装了统一通信系统的经理发现客户满意度提升了约 21%，而成本节省与生产力提高的比率则在 10% 左右。除此之外，统一通信在绿色节能方面还能带来意想不到的回报，比如商务人员的旅行次数减少了近 12%，旅行成本降低了 20%~40%，而公司的碳足迹也减少了 14.5%。可以说，统一通信的迅速发展，正改变着传统的办公模式和人们的生活方式。

另外，在一项针对制造行业作的调查中，有近 74% 的 CIO 认为统一通信能有效提升



企业运作效率，而 64% 的受访 CIO 则认为，由于统一通信打破了电子邮件、语音、视频、会议系统以及其它通信方式之间的障碍，明显降低了企业的通信费用，使企业员工的沟通效率和协同工作能力得到了更大的提升。

2009 年上半年，中国统一通信市场继续延续了 2008 年的快速增长，在过去的 6 个月中，中国统一通信整体市场规模超过了 21 亿，同比增速 60.9%，远远超过了 2008 年全年的市场规模。

目前统一通信的主流厂商分为三大阵营：一是以思科、北电等为代表的硬件阵营，一是以微软、IBM 为代表的软件阵营，再有是以 RADVISION 为代表的视频会议厂商阵营。这些巨头厂商，从不同的角度为客户提供了不同的价值。

微软对 Unified Communications 定义为“统一沟通”：将电子邮件、实时消息、语音、音频、视频和 Web 会议等诸多技术融入一个单一的直观系统中，使用户拥有一个人性化的操作界面。思科统一通信系列是思科商业通信解决方案的一个重要组件，包括网络基础设施、安全和网络管理产品、无线连接、生命周期服务以及第三方通信应用。IBM 推出的 Sametime 统一电话是集 VoIP、视频会议和实时消息于一体的产品，将 IBM Lotus Sametime 软件扩展成含有全新通话集成软件的产品系列。

而作为以视频处理见长的统一通信厂商，RADVISION 较早就对如何以视频通信为中心来整合各种通信应用展开了积极的探索，在其推出的 UCS 统一通信业务平台上，实现了视频会议、桌面应用、IP 电话、3G 移动视频应用、视频监控、视频存储 6 个方面的融合和协同。作为 H.323 协议的发明者，以及后来的众多协议的主要发起者和标准制定成员之一，RADVISION 最大的优势是可以通过底层协议融合的方式支持不同网络协议的混合，实现对多种最终应用的简化。

可以说，各大统一通信厂商由于切入点不同，对统一通信的定义并不完全一致，但有一点是大家共同认可的，就是统一通信不止是网络的融合，更是应用的融合。它不仅能改善企业的办公模式，更重要的是它可以渗透到企业的生产系统中，带来整个企业运作模式的变革。

正由于视频是统一通信必争之地，各大厂商也围绕视频展开了紧密部署。AVAYA 亚太 CTO 称，AVAYA 采取的是和视频厂商合作的方式，让用户在使用视频通信时有更广阔的选择。微软和思科也都推出了自己的视频通信系统，IBM 则通过收购 WebDialogs 视频通信公司而拥有了自己的视频通信系统。

作为传统视频通信厂商的 RADVISION 在这方面具有先天的优势。目前 RADVISION 已经开发出了功能强大的基于视频的统一通信平台，可以说是目前技术水平最为成熟的统一通信平台之一。正是由于在视频通信领域得天独厚的优势，RADVISION 在今年上半年保持着接近 100% 的增长速度，远远高于行业的平均水平，这也从另一个侧面验证了以视频通信为基础的统一通信平台的超强市场潜力。

作为统一通信的主力军，视频通信已经将统一通信的触角伸向越来越多的领域。随着协作技术的日趋成熟完善，统一通信即将大范围发力，办公协作应用必将颠覆传统的办公习惯，企业内部、企业与用户、企业与合作伙伴之间将会采用一种新型的“节能”方式进行实时协作与交流；企业内部培训、面试等工作也开始采用视频通信方式，所有这些都让我们拥有一个更加值得期待的未来。

来源：《人民邮电报》2009-11-19

[返回目录](#)

## 3G 时代运营商开始抢夺社会渠道资源

3G 时代运营商在社会渠道资源上的争夺已经开始剑拔弩张

运营商和渠道商的拔河

11 月 13 日，京东网总裁刘强东非常高兴地迎来了来自联通的一位领导，对方是要跟京东网（下称“京东”）谈谈关于网络销售 iPhone（手机上网）的相关合作，这让京东网感觉有点“受宠若惊”。

以前京东网的合作对象主要是传统厂商，不过自今年以来，一个越发明显的变化是，以前“高高在上”的运营商也开始低下头来跟京东谈合作，今年上半年，首先找上门的是中国电信，他们要在京东上销售天翼上网卡，然后是中国移动，如今，中国联通也加入了。

其实，感觉到变化的不仅只有京东。渠道商们都纷纷发现，自己突然成了“香饽饽”，以往他们只能“高攀”的运营商不断向他们“示好”，尽管 3G 时代运营商对产业链的把控程度更高，但零售渠道仍是他们必须要争取的。

只是，如果这些渠道商们希望来者不拒，兼容并包，却也有可能是非常危险的。当 they 与一家运营商言谈甚欢的时候，背后却也感觉到飏飏凉意，因为其他运营商正在用如利剑般的眼光注视着他们。他们必须小心而谨慎地应对。

传统渠道商的欢喜与烦恼

日前，一纸在网上传播甚广的《通知》一下就把中国移动和中国联通推到了风口浪尖，虽然这则《通知》的真实性至今无法证实，但其反映出来的渠道商进退两难的艰难处境却实在让很多渠道商感同身受。

这则名为《关于“不建议”开展 iPhone 裸机销售的通知》署名为中国移动市场经营部，《通知》“不建议”渠道伙伴宣传、推广、销售 iPhone 的同时，还以第四季度中国移动 G3 终端销售的优惠政策进行“威逼利诱”。

“如果我们跟其他运营商合作，肯定要考虑中国移动的感受，领导曾在内部说，我们要坚定不移地跟中国移动站在一起。”在零售市场占有不少份额的迪信

通否认收到过这样一个通知，一位不愿透露姓名的工作人员非常谨慎地表示。以这次中国联通的 iPhone 销售为例，国美、苏宁以及迪信通都与联通签订了销售协议，但对于销售门店和柜台等做了详细规定，除了苹果方面对授权店的严格要求之外，对中国移动态度的顾虑也是原因之一。

在北京地区，中复电讯以及北京苏宁都是中国移动的战略合作伙伴，它们就无法与中国联通签约，如果销售 WCDMA 手机也会受到诸多限制。

于是，网络渠道成为后起运营商实现突破的一个缺口。京东有关负责人向 CBN 记者表示，由于运营商刚开始关注网络渠道，目前京东并没有感受到运营商之间的明争暗斗和相互制衡。

在中国联通 iPhone 销售网页上看到，在列出的销售网点中，几乎全部都是联通营业厅，唯一两个非联通网点，一个是京东，另外一个为近日刚刚加上的卓越。

其实，虽然这次受到广泛关注的是 iPhone 的社会化销售问题，但平衡术一直是渠道商以及手机厂商的长期命题。

中国电信天翼公司内部曾经流传这样一个故事，天翼曾拼命拉拢目前第一大手机厂商加入 CDMA 产业链，为此，中国电信高层管理人员亲自会见了该企业的负责人，不过第二天，中国移动高层就召见了该负责人，除了洽谈双方的合作关系之外，还把未来一年的手机采购量减少 50%，以示警戒。至今，该企业的 CDMA 产品比重仍然很小。

尽管这个故事的真实性无法证实，但企业的左右为难程度可见一斑。

快！抢占渠道制高点

虽然一直都知道零售渠道的重要性，但对于运营商而言，这种感受从来都没有这样强烈过，情况也从来没有这样迫切过。运营商的争夺让这些渠道商的“身价”迅速提高，谈判话语权也增加不少。

“如果是话费换手机的用户，他可能会知道去移动营业厅，但对于一般消费者而言，零售卖场还是他们最习惯的购买地点，这也是运营商必须争夺社会渠道的原因所在。”上述迪信通人士表示。

CBN 记者了解到的一个案例也从一定程度证明了这个说法。诺基亚的 3G 产品之一 E66 在社会渠道中一直是销售明星，但进入运营商定制渠道之后，销售状况却不尽如人意。

在 3G 时代，三大运营商之间的竞争更加激烈，因此必须抢夺更多的社会资源。“运营商的竞争本质上是产业链竞争，社会资源整体有一个总额，谁能占有更多的社会资源，谁就占有优势。”一位中国电信天翼人士认为，这也意味着运营商必须尽快抢占包括渠道在内的资源制高点。

在目前的市场上，中国移动 GSM 终端仍然是份额最大的，因此在与渠道商的合作中，中国移动保持了最强势的地位，并与大多数零售商都建立了合作关系，在合作规则中，中国移动对于合作的排他性进行了规定，如果零售商在某些柜台同时推广联通和电信的产品，则是不被允许的，对未来的合作关系也有可能受到影响。

因此，长期以来，中国联通的社会化销售推进并不顺利。联通 CDMA 时代，大部分 CDMA 手机都是通过联通营业厅销售的。比如，联通曾经跟国美、苏宁达成协议，但由于这些零售商不愿意得罪移动，销售 CDMA 手机的柜台越来越少，摆放也越来越边缘，最终默默退出，合作关系也无疾而终。

中国电信一直在不断扩大 CDMA 销售的社会化比重，电信方面的数据显示，到 9 月为止，CDMA 终端的社会化比重已经达到 34%。

不过，也有手机厂商高层指出，这种“社会化”准确来说，是采购社会化，但大部分手机还是通过营业厅等自有渠道销售的，真正实现 CDMA 手机在零售卖场的销售还是相当困难的。

“这就是一场拔河，运营商之间的拔河，运营商和社会渠道的拔河，谁的力量大一些，资源都会偏向谁。”一位运营商人士表示，现在的问题是力量远没有达到平衡，正是大家都在使劲的时候。来源：第一财经日报 2009-11-19

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 【政策监管】

#### 全国工业通信业运行监测协调工作会议在济南召开

11 月 18 日，工业和信息化部运行监测协调局在济南召开全国工业通信业运行监测协调工作会议。会议的主要任务是深入落实党中央国务院应对国际金融危机、做好经济工作的方针政策，认真贯彻工业和信息化部党组的要求，总结经验，探索新形势下做好经济运行工作的思路，努力开创 2010 年运行监测协调工作的新局面。这是在工业和信息化发展面临新形势和各省区市工业和信息化管理机构基本组建到位情况下，召开的第一次全国工业通信业运行监测协调工作会议。

工业和信息化部部长李毅中对开好这次会议专门做了批示：“在党中央国务院正确领导下，在各地区、各部门、各方面的支持下，全国工业和信息化系统努力工作，落实应对国际金融危机各项政策措施，共克时艰、力挽危局，为工业企稳回升做出不懈努力，实属不易，感谢同志们。搞好工业通信业运行监测协调工

作是工业和信息化系统的重要职责，要及时准确掌握生产要素变化、市场动态信息，要客观分析研判，把握工业经济运行状况，为高层决策提供科学依据，要为企业排忧解难，指导行业企业规范运作，要关注国内国际经济走势和市场变化，增强预测、预警、预控。望同志们共同努力，不断完善全国工业通信业监测协调系统，为经济平稳较快发展和社会进步做出更大贡献。”

朱宏任指出，今年以来，面对严峻复杂的国际国内经济形势，在党中央、国务院的坚强领导下，全国工业和信息化系统认真贯彻落实中央应对国际金融危机的一揽子计划和政策措施，紧紧围绕保增长、扩内需、调结构、惠民生的目标，迎难而上，开拓进取，着力扭转工业经济下滑趋势，协调解决工业、通信业运行中的突出矛盾和问题，确保工业通信业平稳较快增长，取得了突出的成效。工业经济运行回升向好态势逐步明朗，结构调整、节能减排、“两化”融合等重点工作的积极推进，通信业、软件产业发展平稳，3G 建设及业务应用进展顺利。运行监测协调工作始终围绕“保增长”这一中心，加强对经济形势的分析研判，积极推动重点产业调整振兴，着力协调解决经济运行中的突出矛盾和问题，在扭转工业增速下滑、实现工业通信业较快增长中发挥了重要作用。各部门、各地方、各有关协会和企业应对国际金融危机中，克服困难、扎实工作，做出了重要贡献。对从事运行监测协调工作的广大干部职工以及地方党委、政府对工业通信业经济运行工作的关心和支持表示衷心感谢。

朱宏任认为，当前，我国经济总体上已呈现企稳向好的运行态势。今年工业运行情况好于预期，预计全年规模以上工业增加值增速达到 10.5% 左右。同时也要看到，经济回升的基础还不稳定、不巩固、不平衡，工业发展还面临着诸多挑战，国际主要经济体经济仍处在不明朗状态；工业经济回升的基础还不牢固；调整结构、转变方式的任務依然十分艰巨。对当前的经济形势要全面正确看待。既要增强信心，肯定成绩；也要充分估计形势的复杂性和不确定性，增强忧患意识和风险意识。要进一步统一思想，明确任务，提高经济运行工作的能力和水平，积极探索新的工作思路，不断适应我国经济社会发展的实际需要。一是审时度势、把握大局，始终坚持把促进工业经济平稳较快发展作为经济运行工作的中心任务。二是正视矛盾、沉着应对，始终坚持把推动产业结构调整优化作为经济运行工作的根本出发点。三是突出重点、稳步推进，始终坚持把建立健全工作体系和完善的监测网络作为经济运行工作的基础支撑。四是综合协调、真抓实干，始终坚持把加强重要经济运行要素保障作为做好经济运行工作的重点任务。

针对 2010 年工业经济运行形势，朱宏任说，我国经济运行仍然处于巩固回升向好基础的关键时期。工业通信业经济运行也面临着新情况新特点。从国际上看，全球经济出现回暖迹象。但是消费不振、产能利用率低、就业形势严峻等问

题仍未得到明显改善，世界经济复苏的基础并不稳固，仍然面临很多不确定不稳定因素。在世界经济恢复性增长的环境下，2010年我国工业产品出口在今年较低的基数上将有所增长。从国内看，投资仍然是明年拉动工业增长的主要力量，企业投资意愿继续上升，国内消费将继续保持平稳的增长态势。随着各项政策措施的落实到位，工业结构调整、转型升级、自主创新以及培育新的经济增长点等方面将取得新的成效，并进一步增强工业长远发展后劲，巩固和发展工业经济回升向好的基本态势。综合分析，2010年工业经济既有有利条件，同时仍存在一些影响平稳发展的不确定因素，预计全年工业经济将继续延续今年平稳增长态势。

朱宏任对做好2010年工业通信业经济运行领域的重点工作提出了四个方面的要求。一是要紧紧围绕巩固工业回升向好基础这个重要目标，做好经济运行分析和推动落实各项支持政策措施。加强工业通信业运行动态分析，加强经济运行工作交流，加强政策实施效果的分析评估，强化对前瞻性重大问题的跟踪分析。二是建立健全运行监测网络和预警预测体系，加强信息引导和服务。进一步完善直报系统，拓展和完善地方网络体系，形成中央、地方、协会、企业“四位一体”的运行监测预测网络和协调联动机制。继续完善工业、通信业运行监测指标体系。增强信息服务的准确性、权威性、及时性和方便性。三是强化运行组织协调职能，为工业经济平稳较快发展创造良好的环境条件。加强生产要素保障协调，促进供需有效衔接。加强电力需求侧管理，推动行业节能减排。加强工业物流运行管理，促进工业物流协调发展。继续推动企业减负工作，切实帮助企业解决实际困难。继续做好涉及WTO事务等有关工作。四是扎实推进工业应急体系和能力建设，不断提高应对突发事件水平。继续健全工业应急体系，不断提高工业应急保障能力，积极承担国防动员各项任务。

最后，朱宏任希望全国工业和通信业经济运行战线的同志们认真学习领会传达李毅中部长的批示精神，结合工作抓好贯彻落实，下一步要切实履行好职责，齐心协力，扎实苦干，为完成明年工业和信息化建设的各项目标任务做出应有的贡献。

山东省省委常委、副省长王军民出席会议并致辞。全国各省区市工业和信息化主管部门、通信管理局的有关负责同志150人参加会议。来源：工业和信息化部 2009-11-19

[返回目录](#)

## 工信部发布信息技术领域专利态势报告

国家工业和信息化部在日前开幕的第十一届高交会上发布“信息技术领域专利态势报告”称，二〇〇九年中国信息技术领域知识产权继续保持增长态势，行业知识产权战略稳步迈进，产业知识产权环境有了进一步改善。

该报告显示，截止二〇〇九年九月三十日，国家知识产权局已公开的信息技术领域专利申请量达九十八万件，相比二〇〇八年同期数据，年增长超过十八万件，增长速度超过百分之二十二，产业技术创新继续保持较高的活跃度。其中计算机与自动化、测量测试与雷达导航是信息产业九个技术领域发明专利比例增长较快的领域。

此外，内地企业从事通信、计算机、电池、家电行业的企业技术创新意识更强，专利积累速度更快。

“信息技术领域专利态势发布会”自一九九九年开始举办，跟踪并发布信息技术领域知识产权最新发展态势，业已成为业内具有品牌效应的重要活动之一。

工信部副部长娄勤俭表示，虽然二〇〇九年中国信息技术领域知识产权继续保持增长态势，但当前产业面临的知识产权环境和形式依然严峻，围绕知识产权开展的竞争和博弈日趋激烈，金融危机形势下知识产权更进一步成为市场竞争的武器。而产业内部自主创新积累不足、机构调整滞后、知识产权纠纷应对能力与经验欠缺等问题尚未得到根本解决。

娄勤俭为此提出，要强化信息技术企业自主创新能力，增强企业创造、积累、利用知识产权的能力，同时要加强知识产权问题的研究和探索。来源：中国新闻网 2009-11-18

[返回目录](#)

## 工信部官员称 TD-LTE 最具竞争力

在出席 2009 移动通信大会期间的 2009 国际 LTE 论坛时，工信部科技司副司长李力表示，由于 TD-LTE 能提供高速率、低延迟、低成本，相信其必将成为全球最有竞争力的 TDD 频段宽带移动标准。

李力说，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。

他透露，目前，中国已经规划了包括 2300-2400MHz 的 155MHz TDD 频谱。在未来，利用快速发展的 TD-LTE 技术可以高效利用这些 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。

他认为，在未来宽带移动数据业务时代，作为国际主流标准 LTE 的 TDD 模式必将在中国和全球市场上有更大的发展，TD-LTE 将是全球运营商在 TDD 频谱部署宽带移动通信系统的最佳选择。

他还表示，“我们将继续一如既往地全力支持推进 TD-LTE 的快速发展，支持 TD-LTE 与 LTE FDD 同步发展、融合发展。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”。来源：中国江门网 2009-11-18

[返回目录](#)

## 工信部废止 245 项通信行业标准

工信部近日发布“工科[2009]第 58 号”公告称，《中国国内电话网 NO.7 信号方式技术规范（暂行规定）》等 287 项标准继续有效，《铜芯聚烯炬绝缘铝塑综合护套市内通信电缆》等 28 项标准予以修订，《邮电部电话交换设备总技术规范书（试行）第一分册》等 245 项标准自 2009 年 12 月 1 日起废止。

工信部此次发布的公告，是在工信部领导下，由中国通信标准化协会（CCSA）根据通信行业标准复审计划，按照通信产品及基础、网络与交换、数据通信、有线通信、无线通信五个专业，组织专家对标龄在 10~20 年的 560 项通信行业标准进行认真审查之后所发布的结果。

此次复审予以修订的 28 项通信行业标准中，26 项标准为对各标准自身内容进行修订，其余两项标准 YD/T612-1993《传真通信设备可靠性指标及实验方法》与 YD/T 703-1993《文件传真三类机检验测试方法》需整合修订，并且公告中还列出了这 28 项标准的修订单位，并对完成标准修订列出了具体的时间表。

近年来，信息通信产业快速发展，设备技术不断升级换代，为做好标准的制修订工作，支撑产业发展，推动技术创新，在工信部的领导下，CCSA 自 2008 年就启动了对通信行业标准的复审工作，当年就完成了标龄 20 年以上的 36 项通信行业标准的复审。

明年年底之前，工信部科技司还将对标龄在 5 年以上的通信行业标准进行复审。这将进一步强化政府部门对通信行业标准的管理，健全通信行业标准的研发机制，完善我国通信行业标准管理体系，促进国家标准化战略的实施。来源：人民邮电报 2009-11-20

[返回目录](#)



## 工信部四措施整治手机涉黄移动互联网监管仍待完善

11月17日（于艺婉）三天前，中央电视台《焦点访谈》报道了通过手机上网可以浏览到色情网站的情况，中国移动和中国联通分别于11月15日和本周一起通过媒体表示，他们将坚决打击淫秽网站和淫秽内容，并依法采取措施治理无线互联网上的不良信息。

北京某中学生兰兰一向活泼，但是最近却变得沉默寡言。原来，为了写好老师布置的国庆阅兵观后感，本想用手机上网搜索相关资料，但是却不小心点中了色情网站。比兰兰的不小心更为严重的是，有的青少年甚至以没有看过色情视频而觉得没有面子。

工业和信息化部最新公布的数据显示，截至到2009年8月底，我国移动电话用户数已经达到7.1亿户。今年1月，我国正式发布3G牌照，更高的速率和带宽本该培育出更好的应用，然而，没有想到被寄予厚望的移动互联网却在不知不觉中成为了涉黄的工具。

### 四措施整治手机涉黄

针对手机网站涉黄事件，工业和信息化部在接受媒体采访时表示，截至目前，全国各级通信管理部门共依法配合关闭淫秽色情等违法网站3000余家，工业和信息化部作为通信行业主管部门，从网站接入、业务合作、服务规范等方面对基础、增值电信企业及网站主办者都有明确要求。

但仍有一些手机网站在利益驱动下，顶风作案，利用无线互联网等新的技术手段，传播淫秽色情和低俗信息，给手机上的信息安全管理带来新的挑战。近期媒体曝光的手机网站涉黄问题，也说明了手机信息整治任务依然艰巨。

工业和信息化部称对手机网站涉黄事件非常重视，已在协同其他部门积极建立联合打击机制。同时，工信部自身也采取了四项措施整治手机涉黄。其一，加强对中国移动、中国电信、中国联通等电信业务经营者开办手机网站业务的管理。目前已要求三家基础电信企业限期对自有手机网站服务进行全面清理。

其二，加强基础企业为手机网站提供代收费服务的管理。目前，工业和信息化部要求三家电信运营商对代收费业务进行全面清查，不得为发布淫秽色情和低俗图片、视频的手机网站提供代收费服务，并列出代收费企业清单向工业和信息化部上报。其三，加强互联网接入市场管理。工业和信息化部已组织各地通信主管部门对互联网接入服务市场进行全面清理检查，对无证擅自提供接入服务的以及向未备案网站提供接入的违规行为，依法严厉查处。

第四，积极推进技术手段建设。鼓励基础企业积极配合有关部门建设对违法网站和有害信息的技术管理手段，遏制手机网站传播淫秽色情和低俗信息。

监管仍待完善

中国移动在回复手机网站涉黄问题时表示，无线互联网是一个开放、共享的网络，其上存在的大量独立 WAP 网站。随着 3G 技术的发展、手机媒体化和智能化趋势的加快，手机传播内容越来越庞杂，但与之相配套的管理措施在短期内还没有完全跟上，给不法分子提供了可乘之机。

曾有技术人员指出，针对传统互联网和移动互联网，很多搜索引擎采取了不同的过滤机制。在传统互联网上搜索的某关键字，搜索不到不良信息，而在移动互联网上，搜索到比较靠前的却是色情网站。

当然，移动互联网上的色情信息肆虐，并不能完全归罪于搜索引擎。北京邮电大学教授曾剑秋在接受媒体采访时表示：“无论是通过短信的形式发送的淫秽图片，还是通过手机上网来浏览色情网站，都是要经过运营商的网关，所以，电信运营商也有不可推卸的责任。”

所以，中国移动和中国联通才会在事发后第一时间向消费者发出他们将坚决打击手机网站涉黄的声音。但是，关于移动互联网的监管问题，却更加发人深省。

中国科学院科技政策与管理科学研究所李强在接受媒体采访时表示，手机 WAP 网站的特殊性导致的不易监管也是原因之一。这种网站在使用前就进行了只对手机用户有效的设置，用户通过传统互联网根本无法访问，所以，增加了相关部门监管的难度。

而李强介绍的美国移动互联网监管让我们思考更多。在美国无论用哪种设备上上网就 net 上网一个渠道，无论是电脑还是手机，看到的内容没有任何区别。“这就非常容易监管，美国有专门的网警，谁违规，一查就查的到。”

鉴于此，曾剑秋在接受 C114 采访时表示，政府要不断加强移动互联网相关法律法规的完善。“整治移动互联网涉黄，并不像治理垃圾短信那样简单。主管部门既要齐抓共管，也要加强对移动互联网民尤其是青少年正面的宣传教育。”

工业和信息化部已经和国新办、公安部等相关部门建立了齐抓共管、联合处置的机制，在本次手机网站涉黄事件之后，工业和信息化部表示将继续与外宣、公安等相关部门一起，积极研究新问题，采取有效治理举措，净化网络环境，使社会满意度进一步提升。来源：中国通信网 2009-11-18

[返回目录](#)

## 工信部整治垃圾短信处理 600 家电信企业

导读：第三季度共排查关闭 1.3 万余个违规短信群发端口，处理 600 余家违规增值电信企业，整改、关停 1.1 万个基础电信企业自有短信业务。

工信部近日发布电信服务质量情况通告，第三季度共排查关闭 1.3 万余个违规短信群发端口，处理 600 余家违规增值电信企业，整改、关停 1.1 万个基础电信企业自有短信业务。

此前，工信部曾发布通知规定，非节假日期间每个手机号每天发送短信总量不得超过 1000 条，否则该号码的短信功能将被屏蔽，运营商已开始执行这一垃圾短信“限发令”。而随着 3G 时代的到来，垃圾短信和恶意程序开始进攻 3G 手机，恶意软件带来的手机网络安全问题投诉开始出现，“呼死你”软件正成为网民追捧的新热点。

根据工信部的统计数据，三季度电信用户申诉受理中心共受理电信服务申诉 10791 人次，通信服务申诉占总量的 30%，较上季度上升 3.7 个百分点。来源：北京商报 2009-11-23

[返回目录](#)

## 【国内行业环境】

### 运营商和渠道商的拔河

11 月 13 日，京东网总裁刘强东非常高兴地迎来了来自联通的一位领导，对方是要跟京东网（下称“京东”）谈谈关于网络销售 iPhone 的相关合作，这让京东网感觉有点“受宠若惊”。

以前京东网的合作对象主要是传统厂商，不过自今年以来，一个越发明显的变化是，以前“高高在上”的运营商也开始低下头来跟京东谈合作，今年上半年，首先找上门的是中国电信，他们要在京东上销售天翼上网卡，然后是中国移动，如今，中国联通也加入了。

其实，感觉到变化的不仅只有京东。渠道商们都纷纷发现，自己突然成了“香饽饽”，以往他们只能“高攀”的运营商不断向他们“示好”，尽管 3G 时代运营商对产业链的把控程度更高，但零售渠道仍是他们必须要争取的。

只是，如果这些渠道商们希望来者不拒，兼容并包，却也有可能是非常危险的。当他们与一家运营商言谈甚欢的时候，背后却也感觉到飏飏凉意，因为其他运营商正在用如利剑般的目光注视着他们。他们必须小心而谨慎地应对。

#### 传统渠道商的欢喜与烦恼

日前，一纸在网上传播甚广的《通知》一下就把中国移动和中国联通推到了风口浪尖，虽然这则《通知》的真实性至今无法证实，但其反映出来的渠道商进退两难的艰难处境却实在让很多渠道商感同身受。

这则名为《关于“不建议”开展 iPhone 裸机销售的通知》署名为中国移动市场经

营部,《通知》“不建议”渠道伙伴宣传、推广、销售 iPhone 的同时,还以第四季度中国移动 G3 终端销售的优惠政策进行“威逼利诱”。

“如果我们跟其他运营商合作,肯定要考虑中国移动的感受,领导曾在内部说,我们要坚定不移地跟中国移动站在一起。”在零售市场占有不少份额的迪信通否认收到过这样一个通知,一位不愿透露姓名的工作人员非常谨慎地表示。

以这次中国联通的 iPhone 销售为例,国美、苏宁以及迪信通都与联通签订了销售协议,但对于销售门店和柜台等做了详细规定,除了苹果方面对授权店的严格要求之外,对中国移动态度的顾虑也是原因之一。

在北京地区,中复电讯以及北京苏宁都是中国移动的战略合作伙伴,它们就无法与中国联通签约,如果销售 WCDMA 手机也会受到诸多限制。

于是,网络渠道成为后起运营商实现突破的一个缺口。京东有关负责人表示,由于运营商刚开始关注网络渠道,目前京东并没有感受到运营商之间的明争暗斗和相互制衡。

在中国联通 iPhone 销售网页上看到,在列出的销售网点中,几乎全部都是联通营业厅,唯一两个非联通网点,一个是京东,另外一个昨天刚刚加上的卓越。

其实,虽然这次受到广泛关注的是 iPhone 的社会化销售问题,但平衡术一直是渠道商以及手机厂商的长期命题。

中国电信天翼公司内部曾经流传这样一个故事,天翼曾拼命拉拢目前第一大手机厂商加入 CDMA 产业链,为此,中国电信高层管理人员亲自会见了该企业的负责人,不过第二天,中国移动高层就召见了该负责人,除了洽谈双方的合作关系之外,还把未来一年的手机采购量减少 50%,以示警戒。至今,该企业的 CDMA 产品比重仍然很小。

尽管这个故事的真实性无法证实,但企业的左右为难程度可见一斑。

快! 抢占渠道制高点

虽然一直都知道零售渠道的重要性,但对于运营商而言,这种感受从来都没有这样强烈过,情况也从来没有这样迫切过。运营商的争夺让这些渠道商的“身价”迅速提高,谈判话语权也增加不少。

“如果是话费换手机的用户,他可能会知道去移动营业厅,但对于一般消费者而言,零售卖场还是他们最习惯的购买地点,这也是运营商必须争夺社会渠道的原因所在。”上述迪信通人士表示。

了解到的一个案例也从一定程度证明了这个说法。诺基亚的 3G 产品之一 E66 在社会渠道中一直是销售明星,但进入运营商定制渠道之后,销售状况却不尽如人意。

在 3G 时代,三大运营商之间的竞争更加激烈,因此必须抢夺更多的社会资源。“运营商的竞争本质上是产业链竞争,社会资源整体有一个总额,谁能占有更多的社会资源,谁就占有优势。”一位中国电信天翼人士认为,这也意味着运营商必须尽快抢占包括渠

道在内的资源制高点。

在目前的市场上,中国移动 GSM 终端仍然是份额最大的,因此在与渠道商的合作中,中国移动保持了最强势的地位,并与大多数零售商都建立了合作关系,在合作规则中,中国移动对于合作的排他性进行了规定,如果零售商在某些柜台同时推广联通和电信的产品,则是不被允许的,对未来的合作关系也有可能受到影响。

因此,长期以来,中国联通的社会化销售推进并不顺利。联通 CDMA 时代,大部分 CDMA 手机都是通过联通营业厅销售的。比如,联通曾经跟国美、苏宁达成协议,但由于这些零售商不愿意得罪移动,销售 CDMA 手机的柜台越来越少,摆放也越来越边缘,最终默默退出,合作关系也无疾而终。

中国电信一直在不断扩大 CDMA 销售的社会化比重,电信方面的数据显示,到 9 月为止,CDMA 终端的社会化比重已经达到 34%。

不过,也有手机厂商高层指出,这种“社会化”准确来说,是采购社会化,但大部分手机还是通过营业厅等自有渠道销售的,真正实现 CDMA 手机在零售卖场的销售还是相当困难的。

“这就是一场拔河,运营商之间的拔河,运营商和社会渠道的拔河,谁的力量大一些,资源都会偏向谁。”一位运营商人士表示,现在的问题是力量远没有达到平衡,正是大家都在使劲的时候。

来源:《第一财经日报》2009-11-19

[返回目录](#)

## 落实调整振兴规划实现可持续发展

2009 中国信息产业经济年会 12 月 4 日即将召开,在宏观经济回升向好的大环境下,产业如何开始新一轮的调整升级?企业如何加强自主创新能力,建立健全可持续发展的模式?诸多热点问题将会得到解答。

国际金融危机蔓延全球,给各国家地区和各行业领域的发展造成极大冲击。我国电子信息产业也面临着严峻的挑战:产品出口增速下滑、销售收入增速下降、企业经营出现困难。为应对国际金融危机的影响,党中央、国务院及时出台了《电子信息产业调整和振兴规划》(以下简称《调整振兴规划》),对电子信息产业 2009 年至 2011 年的发展进行了部署。

经过全行业的共同努力,伴随着国内政策效应不断显现和全球经济逐步复苏,《调整振兴规划》实施以来,我国电子信息产业已企稳向好,生产增速持续回升,出口下滑速度放缓,经济效益降幅收窄,经济运行中的积极因素日益增多,总体回升趋向基本明朗。这些情况表明,我国电子信息产业初步达到了《调整振兴规划》提出的“保增长、

保稳定”的目标。作为国家支柱产业，电子信息产业的稳定发展，也为我国整体经济的企稳向好奠定了坚实基础。

#### 亟待解决的问题

在看到这些初步成果的同时，必须冷静对待的是，由于前期工作主要集中在“量”上面，在“质”上下工夫相对不足，因此，一些长期困扰我国电子信息产业发展的深层次问题尚未解决，依旧突出。这些问题主要包括：自主创新能力薄弱，关键产品几乎全部依赖进口，产业体系脆弱；产业集中度不够，缺乏具有国际竞争力的大企业，产业规模亟待提升；产品结构不合理，软硬件比例不协调，产业整体处于价值链低端；支持产业发展和自主创新的政策措施和服务环境还不适应产业自身特点和规律的要求；国内需求培育不够，自主创新成果产业化缺乏应用带动，在一些领域国产品牌市场占有率低；信息技术应用带动效果不明显，与传统产业改造升级的结合不紧密。这些问题严重制约着我国电子信息产业竞争力的增强。

产业发展是一项艰巨的长期工作，既要立足当前，也要布局长远。虽然通过增加产业投入、拉动消费需求、创造市场空间等方式在短期内能够促进产业的增长，但这种外延式发展模式的刺激效应有限，不足以支撑产业的长期快速发展。唯有更加重视产业结构调整和优化升级，大幅提升产业核心竞争力，实现产业发展模式向内涵式发展的转变，才能够增强产业发展的可持续性，完成规划提出的“调结构、谋转型”的目标。

当前，电子信息产业和整个国民经济发展都处在企稳回升的关键时期，需要更加谨慎和努力，进一步化“危”为“机”。化解危机，创造机遇，并不意味着多成立企业、多建生产线、多扩充人员，而是要充分把握国际产业竞争格局变化带来的充分利用全球核心技术和专利等战略资源的机遇，加快产业结构调整，推动产业优化升级，加强技术创新，提升产业长期发展动能，并发挥信息产业“倍增器”、“转换器”和“助推器”作用，加快信息化与工业化融合，促进工业经济和国民经济整体的调整与振兴。这同样要靠产业核心竞争力的提升，要靠产业可持续发展能力的增强。

#### 四方式提升竞争力

电子信息产业具有高度全球化、核心技术占据制高点等特点。这些特点决定了电子信息产业竞争力的主要因素包括核心技术、市场规模、产业集中度和产业结构等方面。

《调整振兴规划》在这些方面都提出了明确要求和具体任务，需要我们更加深入地认识，更加努力地落实。从《调整振兴规划》可以看出，我们能从四个方面来提升电子信息产业竞争力，实现产业的可持续发展。

一是要提升产业创新能力。作为高新技术产业的代表，电子信息产业的发展以信息技术的不断创新为前提和基础，技术产品创新研发能力在很大程度上决定着一个国家电子信息产业的竞争实力。《调整振兴规划》将产业技术创新提上重要议程，提出集中全力进行产业瓶颈突破。其中，加大国家投入和资金支持、加强政策扶持、完善投融资环

境、加快实施国家科技重大专项、加强标准化和知识产权保护等政策措施为企业开展重要研发提供了实际支撑，能够推动企业和产业的技术创新进程。对技术创新的推动，既可以帮助企业通过完善功能和改进质量增强产品对消费者的吸引力，推动企业竞争力的不断提高，又能通过降低成本使企业产品在市场上获得更多的价格竞争优势。更重要的是，它能够提高我国电子信息产业核心关键技术掌握度，从而切实增强产业的核心竞争力。

二是要拓展产业市场空间。针对我国电子信息产业外向度高、易受到国际经济发展影响的突出问题，《调整振兴规划》明确提出要结合国民经济和社会信息化建设以及家电下乡等重点产业调整和振兴规划的实施，进一步拓展电子信息产业的发展空间。市场需求规模的扩大，在促进产业总量做大的同时，会刺激企业进行大规模的投资，改进技术和提高生产率，从而提升产业竞争力。同时，《调整振兴规划》也相当重视“低碳行业”、“绿色行业”的发展，推动了其后一系列有关太阳能、光伏产品发展和应用政策的出台和实施。这些政策不仅刺激了我国对太阳能发电的消费需求，而且对我国光伏产业“两头在外”的产业结构的改善起到了积极作用，也有利于通过扩大市场需求，促进产业竞争力提升。

三是要提高产业集中度。电子信息产业的竞争表现出强烈的国际性，在一个国家或地区内，对产业竞争力起主导作用的往往是一些规模和实力较强的优势企业。针对产业集中度不够、缺乏具有国际竞争力的大企业这一问题，《调整振兴规划》提出支持优势企业并购重组，鼓励优势企业整合国内资源，支持企业“走出去”兼并或参股信息技术企业，提高管理水平，增强国际竞争力。引导资源和市场逐步向大型优势企业或地区集中，有助于优势企业更好地凝聚和利用产业高端资源，实现更快发展。产业集中度的提高将进一步增强我国电子信息产业的竞争力。

四是要优化产业结构。《调整振兴规划》提出的六大工程注重对集成电路、新型显示器件、软件等核心基础产业链的完善，提出要突破核心关键技术，形成健全的产业体系；注重对内需市场的开拓和新增长点的培育，提出强化信息技术在经济社会领域的运用，积极采用信息技术改造传统产业，以新应用带动新增长；注重软件和信息服务业的发展，不仅确定了将软件和信息服务业收入在电子信息产业中的比重从12%提高到15%的规划目标，而且提出提高软件产业自主发展能力，加快培育信息服务新模式新业态，在着力提高国产软件自主创新能力的同时，进一步开发适应我国经济社会发展需求的信息服务业务。

为落实好《调整振兴规划》中提出的这些要求，实现我国电子信息产业的调整和转型，就需要将产业发展的重心进一步从规模增长向竞争力提升转移。

来源：《中国电子报》2009-11-20

[返回目录](#)

## 国内电信厂商海外拓展摆脱“安全门”危机

作为中国电信设备商海外拓展的先驱，华为和中兴通讯在海外市场过得并非一帆风顺，而屡屡爆发的“安全门”危机就是最好的例证。不过，随着华为重新赢得印度当地电信运营商 BSNL 的青睐，上述局面有望得到改善。

BSNL 日前宣布，已将其印度南部地区 2000 万线移动通信设备的采购订单授予华为，后者将不再需要任何新的投标。据悉，BSNL 已经向华为发出一份订单，内容是在印度南部采购 GSM 设备，而该公司第一阶段已经给予了华为 800 万线的订单。

今年 5 月，BSNL 公司 9300 万线的 GSM 和 3G 设备商名单出炉，合同价值约 60 亿美元，爱立信、华为成为两家仅有的供应商。然而，在随后的审批过程中，虽然华为出价最低，但由于考虑到“国家安全”问题，BSNL 并未将西区合同授予华为。对此，华为相关人士曾强调，华为是独立公司，没有任何其他背景，在向印度客户提供安全产品和解决方案方面有着良好的记录，并尊重每家客户的采购流程和产品标准。

实际上，与传统电信设备厂商相比，华为、中兴通讯等中国企业近年来的海外扩张表现丝毫不落下风，在部分新兴市场更是有赶超的趋势。不过，在迅速成长的同时，中国电信厂商在海外市场却不时遭到无端指责。

有分析人士指出，在争夺海外订单过程中，中国的电信设备厂商往往报出很低的价格，这虽然建立了对传统厂商的优势，但也对当地设备厂商形成了很大冲击。长此以往，部分市场自然会抵制这样的价格战，从而形成非贸易壁垒。

尽管遭到了部分抵制，但数据显示，2006 年和 2007 年，华为在印度市场的销售收入分别达到 2 亿和 6 亿美元，而目前印度已成为华为最大的海外销售市场。  
来源：北京商报 2009-11-19

[返回目录](#)

## 铁通公网专网年前分家公网暂在移动属下独立运营

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 2009-11-18

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### “中国力量”闪耀 2009 亚洲移动通信大会

备受瞩目的 2009 年移动通信亚洲大会 (MobileAsiaCongress) 在香港会议展览中心隆重举行。本届大会为期两天，以“激发移动通信之未来”为主题，汇聚了在全球具有领导地位的众多移动运营商及产业链上下游的主流厂商。本次展会

还吸引了来自亚洲以及世界其他地区移动行业 1000 余名高级管理人员参与，纵论通信产业的未来发展战略。

本次亚洲通信展的主办方—GSM 协会 (GSMA)，堪称全球最重要的行业协会。作为全球移动通信行业的利益代表，GSMA 联合了全球 219 个国家的近 800 家移动运营商，以及更加广泛的移动产业链内的 200 多家企业。其每年主办的巴塞罗那世界移动通信大会、亚洲移动通信大会等重要展会，成为全球通信行业发展的风向标。

2009 年移动通信亚洲大会，除了聚焦“移动通信未来”外，还有一个重要看点就是“中国力量”。

不仅中国主流移动运营商悉数参展，中国移动还和 GSM 协会共同主办了高规格的 LTE/FDD 论坛；同时，中国移动、中国联通还与印度电信公司、日本电话电报公司、软银移动、挪威 Telenor 公司和科威特移动通信公司一起，成为在本次展会发表演讲的运营商代表企业；更令人瞩目的是，在全球市场强势崛起的华为终端，赫然成为本次展会唯一受邀发言的中国终端厂商。华为移动宽带终端已雄踞全球第一的领导地位，知名咨询机构 ABIResearch 的数据显示，2008 年华为移动宽带终端市场份额超过 45%，居业界首位。在如此重要的行业展会上成为拥有话语权的主角，凸现了华为终端的行业地位。颇有意的是，发表演讲的华为终端新任 CEO 陶景文先生，此次其应邀发言也是在公众面前的首次亮相，显示出了华为终端对本次展会的高度重视。据悉，在 19 日陶景文发表的这场演讲中，华为终端将畅谈移动宽带终端的未来发展趋势。另据 GSMA 披露，在明年 2 月召开的巴塞罗纳 2010 年移动通信世界大会上，还将邀请华为终端高层发表主题演讲。来源：赛迪网 2009-11-19

[返回目录](#)

## 德信无线第三季度净亏损 340 万美元

德信无线 (Nasdaq: CNTF) 今天发布了截至 9 月 30 日的 2009 财年第三季度未经审计财报。报告显示，德信无线第三季度总营收为

5280 万美元，比上一季度的 4980 万美元增长 5.9%；净亏损为 340 万美元，上一季度净利润为 450 万美元，去年同期净利润为 45 万美元。

主要业绩：

- 德信无线第三季度总营收为 5280 万美元，比上一季度的 4980 万美元增长 5.9%；

- 德信无线第三季度净亏损为 340 万美元，上一季度净利润为 450 万美元；

- 德信无线第三季度每股美国存托凭证基本和摊薄亏损均为 0.08 美元，上一季度每股美国存托凭证基本和摊薄收益均为 0.10 美元。

#### 财务分析：

德信无线第三季度总净营收为 5280 万美元，比上一季度的 4980 万美元增长 5.9%。德信无线此前预计第三季度总净营收为 4700 万美元到 5200 万美元。

德信无线第三季度毛利润为 1030 万美元，比上一季度的 950 万美元增长 8.4%。德信无线第三季度毛利率为 19.5%，高于上一季度的 19.0%。

德信无线第三季度运营支出为 500 万美元，比上一季度的 730 万美元下滑 32.3%，比去年同期的 1120 万美元下滑 55.7%。其中，德信无线第三季度总务和行政支出为 146 万美元，上一季度为 348 万美元；研发支出为 256 万美元，上一季度为 319 万美元；销售和营销支出为 99 万美元，上一季度为 62 万美元。

德信无线第三季度运营利润为 560 万美元，比上一季度的 220 万美元增长 156.4%，去年同期运营利润为 28 万美元。

德信无线第三季度净亏损为 340 万美元，上一季度净利润为 450 万美元，去年同期净利润为 45 万美元。德信无线第三季度每股美国存托凭证基本和摊薄亏损均为 0.08 美元，上一季度每股美国存托凭证基本和摊薄收益均为 0.10 美元，去年同期每股美国存托凭证基本和摊薄收益均为 0.01 美元。

截至 2009 年 9 月 30 日，德信无线共持有价值 1.29 亿美元的现金和现金等价物，以及 8 万美元的限制现金。

#### 业务展望：

德信无线预计 2009 财年第四季度营收为 5200 万美元到 5500 万美元，其中包括来自手机游戏部门的边际收益。这一预测反映了德信无线的当前和初步观点，可能会有所变动。

#### 电话会议：

财报发布之后，德信无线将于美国东部时间 11 月 23 日 19:00（北京时间 11 月 24 日 8:00）召开电话会议。德信无线管理层将出席电话会议，解读财报要点，并回答分析师和投资者的提问。要收听德信无线的电话会议，投资者可拨打电话 +1-617-213-3523，密码为“97135492”。

美国东部时间 11 月 23 日 20:00（北京时间 11 月 24 日 9:00）到美国东部时间 11 月 30 日 24:00（北京时间 12 月 1 日 1:00）之间，投资者可以拨打电话 +1-617-801-6888 收听德信无线电话会议的录音，密码为“76917985”。除此之外，投资者还可以访问德信无线网站 [www.techfaithwireless.com](http://www.techfaithwireless.com) 收听电话会议网络直播和录音。来源：金融界 2009-11-24

[返回目录](#)

## 印度电信 5 亿户大关后的激流与漩涡

占人口总数三分之二的农村居民，是印度电信业维持高增长的希望。

紧随中国之后，印度的电信用户数在 9 月底跨过了 5 亿大关，提前 15 个月完成了政府制定的目标，其每月近 1500 万的新增用户的奇迹，可能再也难以复制。然而，在印度电信业越过这一重要关口之后，所见到的并不只是令人振奋的激流，而且还伴随着一个个深不可测的漩涡。在高增长的光环后，隐藏着许多未决的根本性问题：那些不平衡的发展，那些令人窒息的竞争，那些脆弱的增长模式，那些颇受争议的管制政策，使这个高歌猛进的市场蒙上了一层忧虑的阴影。

每月 1500 万新用户：火箭速度还能维持多久？

根据印度电信监管部门 TRAI 的统计，截至 9 月底，印度电信用户总数达 5.09 亿，其中移动通信用户达 4.72 亿。9 月份，印度新增移动用户 1498 万户，按照最近数月的增速，印度移动通信用户将在 11 月底突破 5 亿大关。

印度电信服务普及率从 2000 年的 2.8% 快速上升到今年 9 月底的 43.5%，主要得益于移动服务。在移动通信用户数快速增长的同时，印度的固定电话用户数持续下滑，呈现出与发达市场一样的特征。

虽然本世纪以来印度电信业一直在高速发展，但其国内的数字鸿沟仍然远未消除。全国 43.5% 的电信普及率，无法掩盖农村及偏远地区服务水平低下的事实。在德里、孟买、加尔各答、钦奈四个大城市，移动电话普及率已超过 100%，而在广大农村，仍然有很多人得不到电信服务。

拥有近 12 亿人口的印度，农村人口超过总人口的三分之二，但截至 2009 年 4 月底，农村移动用户在全国移动用户总数中只占不到三分之一的比例。不过，就是这些面临着大片服务空白的地区，将成为未来维持印度电信用户数高增长的主要市场，也是印度电信业未来的希望。因为印度许多大城市的移动通信市场已饱和，而农村地区还有数亿用户的巨大空间。

印度总统帕蒂尔今年 6 月表示，政府计划在未来 3 年内使每个村务委员会都能连上宽带网络。同时，要在 5 年内实现印度农村地区手机使用量增加 4 倍的目标，使农村手机普及率达到 40%。为此，政府将动用普遍服务基金，通过招标的方式在农村地区建设 7000 多座通信塔。

然而，虽然有政府的支持，运营商想要进入农村市场仍然要付出巨大的代价。一是要铺设更长的线路，使得成本高许多；二是农村和城郊用户对价格更为敏感，其平均 ARPU 通常只有 60-70 卢比（1 美元约合 46 卢比）。面对这样的市场，运营商的动力自然要大打折扣，即便他们迫于增长压力进入了农村市场，也要在经营之路上艰难摸索。在这种形势下，每月增长近 1500 万用户的火箭速度难以长期维持，激流勇进的印度电信

业很快将遭遇增长放缓的漩涡。

1 分钟 0.01 美分：还有盈利模式可言吗？

据 TRAI 的统计，印度移动通信网中现有 4.72 亿用户，但是并没有数据指出其中有多少是活跃用户，这中间不免带有许多水分。

在印度，预付费方式是移动通信服务的主流，一个人同时拥有数家运营商的 SIM 卡是很常见的事，双卡现象大量存在，这不仅使统计数据表现虚高，也使运营商的压力更大，因为用户转网起来更方便了，加上印度消费者对产品价格普遍非常敏感，几乎是哪个公司的价格低，就立刻使用它的服务，毫无忠诚度可言。用户的隐性流失现象非常严重。

由于印度消费者大多倾向于低价服务，运营商之间的价格竞争可用“惨烈”来形容。目前，印度移动服务市场正在上演一场令人难以喘息的价格战，通话费用降至极限，在 Bharti 和沃达丰之后，Reliance 近日宣布将语音资费下调至每分钟 1 美分，一些运营商甚至把费率降到了每秒钟 0.01 卢比，合一分钟才 0.01 美分多一点。在这种竞争中，运营商毫无盈利模式可言，收入和股价都面临生死压力。虽然新用户蜂拥而至，但是带来的盈利少得可怜。

竞争已经够激烈了，可是“没有最坏，只有更坏”，新的运营商还在跃跃欲试要进入市场，而他们初入市场，没有别的手段，只有将价格降到更低，或者是采取以秒计费的方式来吸引用户。例如今年 6 月进入市场的 TataDoCoMo 公司，这家印度 Tata 和日本 DoCoMo 的合资企业的开路方式，就是按秒计费，从而在市场上掀起轩然大波。

在接下来的几个月中，挪威电信、阿联酋的 Etisalat 等四家公司还将义无反顾地进入印度开展服务。新的竞争者总是对增长抱有玫瑰色的憧憬，然而，等到他们看到每月不足 100 卢比的 ARPU 以后，心情就会大不一样。现在，即使是领先的运营商，ARPU 也不过只有 200 多卢比。

为什么印度这块大蛋糕看上去很美，但是吃起来那么艰难呢？道理很简单，市场规模不可能一夜之间无限膨胀，就像蛋糕只有那么大，争着分蛋糕的人越多，每人分到的就越少。在截至 9 月底的财季中，市场排名第一、拥有 1.1 亿用户的 BhartiAirtel 公司的利润同比增长 13%，低于预期，ARPU 环比下降了 9.4%；而第二大运营商 Reliance 公司的利润则只有去年同期的一半，ARPU 环比下降 23%。10 月份，Bharti 和 Reliance 的股价跌幅均达 30% 以上。分析机构建议投资者暂缓进入印度电信领域。

市场分析人士指出，价格战是印度移动通信用户数近期迅猛增长的主要原因，虽然业界分析师非常看好印度移动通信市场的增长，但是他们也担心该市场只注重眼前的数字增长，不顾及长远，会影响未来的发展。

3G 拍卖、按秒计费：还有多少管制的石头没落下？

印度的电信政策也深刻影响着行业的发展。该国对外资进入市场非常宽松，从而引

得国外巨头纷纷屯兵国门，在激发国内竞争的同时，也造成现有运营企业的压力过大。

在 3G 问题上，印度政府表现出了一个字——拖，预定的牌照拍卖从去年 3 月起一再延后，最新的期限是明年 1 月，令该国运营商颇多怨言。此外，尽管世界经济衰退导致多个行业受到冲击，但是印度政府对 3G 牌照的起拍定价却翻了近一倍，从原来的 202 亿卢比攀升至 350 亿卢比。分析师认为，印度运营商如今的资产负债表面临压力，盈利困难，如果再以高价竞购牌照，企业将背上沉重负担。

在资费问题上，印度电信管制机构非常严格，一再对运营商的价格上限作出规定，目前，电信管理局正在考虑强制运营商将计费单位由分钟改为秒。有研究认为，如果所有运营商都采取按秒计费的方案，将会导致印度的通信行业收入下降 10%~15%。这将对行业形成“破坏性”的打击。

印度运营商对政府与管制机构有很多不满，例如，虽然管制机构要求运营商降低资费，但是所收取的费用却一分不少。有高管指出，运营商有 35%~40% 的成本都是上缴的税费和其他管制费用。他们还必须缴纳收入的 5% 作为普遍服务基金，就连从农村通信服务中获得的收入也要按比例缴纳。

印度现在有 14 家运营商，但专家认为，印度通信市场的运营商数量应在 5~6 个才是合理，因此几乎所有人都认为整合即将发生。Reliance 通信集团的董事总经理 Satish Seth 预言，18~24 个月中就将出现大的整合。

管制机构也支持整合论，电信管理局主席 Sarma 近日透露，政府很快将出台频谱分配的咨询文件，该文件中将包含有关并购的章节。印度管制机构之前就曾暗示，可能会放松对并购的限制，以吸引更多外资。花旗集团的分析师认为，面对日趋激烈的竞争，这项管制政策的调整以及必要的整合将成为印度电信行业转好的关键。

2007 年是印度电信业最为火爆的时期，全球有很多运营商对这个增长圣地垂涎欲滴。那时候，人们认为，进入这个市场的每家公司就像一艘漂浮在印度大潮中的船，潮水一涨，每艘船都会升高。然而，今天看来，这些船已享受到了在奔腾的激流中前进的乐趣，现在，必须提高在漩涡中求生的能力。

作者：曾娅来源：《人民邮电报》2009-11-19

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### [[ 竞合场域 ]]

#### 英特尔与 AMD 和解反垄断案和气收场

持续多时的英特尔垄断案终于和气收场。上周，据外媒报道，英特尔与 AMD

宣布共同达成全面和解。英特尔将于向 AMD 支付 12.5 亿美元，而 AMD 将撤销对英特尔在全球范围内向当地监管部门提出的所有控诉。业界大部分人认为，两大芯片巨头的和解对双方都是有利的，并且对整个半导体行业都是有利的。

### 12.5 亿美元获大团圆结局

据外媒报道称，英特尔与 AMD 于本月 12 日宣布达成全面和解协议，在协议中，英特尔同意在 30 天内支付总额为 12.5 亿美元，以换取 AMD 撤销对英特尔目前在全球范围内当地监管部门提出的所有诉讼，此外，该协议中，双方还达成了为期 5 年的专利交叉授权，双方可获得各自对方的专利使用权。

根据该协议，英特尔除了支付 12.5 亿美元现金外，更需同意遵守一系列商业操作规程，保证不再以双方协商认可为滥用垄断地位的方式进行市场推广。

AMD 则以放弃在美国和日本等国的起诉，同时还将撤销向全球各地反垄断机构所提起的诉讼，作为回应。

### 反垄断调查还未落幕？

事实上，AMD 多年来对英特尔作出的利用不正当手段的指控，已导致日本、韩国及欧盟采取了针对英特尔的监管行动，本月初，美国纽约州总检察官安德鲁·库默也对其提起公诉。新的美国联邦贸易委员会也展开了相关调查，该委员会更承诺将进行更为严厉的反垄断执法。尽管双方签订了和解协议，但涉及到其中的监管机构的调查是否能被叫停，还真不好说。

上周，欧盟委员会新闻发言人 Jonathan Todd 表示，双方的协议不会影响欧洲案件。他说，“英特尔有义务服从欧盟的反垄断裁决，遵守欧盟竞争法规。委员会将继续对英特尔进行强有力的调查。英特尔仍需缴纳 10.6 亿欧元罚金。”

### 最终谁是大赢家？

各国的反垄断调查机构是否将停止对英特尔一切的反垄断调查还是未知之数，不过，大部分业界认为，此次双方协定和解协议对两者均有好处。

业界分析，特别是 AMD 方面，由于交叉授权协议中，除了 AMD 需要自造个人电脑微处理器的条款，使 AMD 有权将处理器交给任何一家代工企业制造。该协议公布后，令 AMD 股价即日开盘后暴涨两成。

另一方面，英特尔则可减少面对应对 AMD 的反垄断诉讼所花费的大量时间以及巨额金钱，使其得以专注业务发展。

有业内人士指出，两大芯片厂商的和谐，对于半导体行业的未来发展，以及消费者都是好事情。国内资深分析师计曲晓东分析认为，AMD 一直以来对英特尔的起诉，让英特尔在芯片技术上的发展带来了不小影响，而英特尔的损失也不会转移到 AMD 公司。“这不是一个零和游戏，导致两边都不能专心在研发和技术进步中，和解实际上有利于行业进步。”来源：广州日报 2009-11-18

## 运营商大战地铁：广州允许移动联通自建网络

" 电信运营商要进地铁，得租地铁建的网络，这一规矩的始发地正是广州。八年之后，还是在这里，广州地铁开始允许移动联通们自己建设网络 "

当地铁遇到电信运营商，会怎样？

这是一场巨头们之间的战斗。在广州，市政府不得不出来说合。

一场协调会之后的结果是，广州地铁开始允许移动联通们自己建设网络。

有趣的是，地铁与电信运营商此前的老规矩——电信运营商要进地铁，得租地铁建的网络——正是发源于广州。

地铁的地盘，运营商做不了主

从地铁诞生那天起，这场斗争就从未曾停息。

而引起公众广泛关注的，当属北京地铁 10 号线事件。

2008 年 7 月，北京地铁 10 号线开通后一个月内还是没有手机信号，地铁方称自己搭建好了所有通讯硬件设备，但电信运营商回应因地铁要价太高而迟迟没有接入信号。

10 号线事件既不空前，亦非绝后。2006 年 6 月开通的天津地铁 1 号线，直至两年后奥运会前夕，手机才能打通。2009 年 7 月，上海地铁 8 号线 2 期开通，移动电话信号却是时通时不通，媒体曝光一个月后才终于通了。

这样的情况，跟相关法律规定模糊有关。在现行的电信条例中，对于类似情况和费用都并未涉及。

目前，地铁公司大都自行采购设备并建设移动电话通信系统，转而向电信运营商出租，租金构成大致包括：网络建设投资回收，折旧费用，地铁隧道资源费，委建管理费，维保费，一定的投资利润等。

各地的收费情况也不相同，譬如深圳和南京是一条线路一共向运营商收取 1480 万元/年，上海是以基站数来计算，此前一个基站 20 多万，现在涨到了 100 多万，维护费、机房租赁费等另计。在广州，则是以地铁里程为单位来计算。

广州地铁新生意

这样的模式，其实发源于广州。

1999 年 6 月 28 日，广州地铁一号线正式运营，当时只在地铁内临时安装移动通讯信号接收设备，以解决地铁站厅和站台使用手机的问题，在隧道中没有信号。随着地铁客流增大，以及移动电话的普及，广州地铁决定建立一套能够将移动通讯信号引入地下的通讯系统，并明确提出，将向移动电话运营商提供租赁服



务，租赁收入作为弥补地铁运营亏损的渠道之一。

2001年，这套系统建成，使得广州地铁一号线成为国内实现 GSM 数字移动电话信号全线覆盖的地铁线路，虽然广州其实不过是全国第四家开通地铁的城市。随后，在 2002 年 1 月 8 日中国联通 CDMA 网络刚启动试运营时，地铁一号线关于 CDMA 网络的临时引入系统也同步开通，成为国内第一条将 CDMA 网络引入的地铁线。

由此，广州地铁开启了国内地铁自建网络收租金的样板。

与此相对应的是，2002 年广州地铁首次出现盈利，运营补亏、折旧后的经营利润达 227 万元。其中，通讯经营收入增幅最大，达到 1354 万元，同比增长 553 万元。而通讯经营最核心的业务就是地铁民用通信——地铁公用电话，移动电话信号传输、覆盖，光纤、电路租赁。

此后，随着地铁线路的不断开通，里程不断增加，这个新生意越来越大。

更重要的是，费用在不断调整。尽管地铁方面没有透露相关情况，但从年报可见端倪：2008 年度广州地铁年报显示，广州地铁通讯公司全年的经营收入为 4150 万元。这个数字比上一年猛增了一千来万，但 2007 年、2008 年地铁并没有新开线路或站点。

运营商抱团战地铁

费用的上涨让运营商感到了难以忍受——他们原本就已对这样的模式感到非常不快，要知道，在写字楼/商场等其他地方，往往都是别人求着他们去覆盖信号。

更重要的是，运营商们发现一些新苗头，新火车站、珠江新城中轴线商圈等其他物业方也准备效仿地铁，自建移动电话信号覆盖系统，然后等着收租。

2009 年前三季，中国移动的每用户平均收入从去年同期的 83 元降至 75 元。中国电信的每分钟使用量平均收入也在继续下降。而另一方面，目前国务院已批复 24 个城市的地铁建设规划，2015 年前后将规划建设七十多条地铁。如果这七十多条地铁以及更多物业方都得交纳越来越高的“入场费”，运营商的业绩将受到威胁。

这让一贯强势的运营商们再也坐不住了，提请市政府关注并调解此事。于是，有了今年 7 月 1 日三家运营商和地铁公司在广州市政府主持下的协调会议。

会上，市政府有关人员表态，地铁的专长在运输，电信运营商的专长在通讯。所以会议最终确定，今后由运营商自行负责建设覆盖地铁的信号系统，地铁公司收取相应的空间租赁费，费用标准由各运营商与地铁公司协商。

不过，如今这一协调会已经过去 3 个多月了，三家运营商和地铁的谈判还在进行中，之前的费用怎么继续，将来空间租赁费怎么算，具体怎么施工，都还是

一团乱麻。

“这次协调会上最大的收获，是电信运营商将信号系统建设权拿了回来。”广州一家运营商的部门负责人李先生评价说，这一模式的改变是最重要的，既厘清了地铁和电信运营商的角色问题，也基本上断了其他试图仿效者的想头。来源：南方周末 2009-11-20

[返回目录](#)

## 中电信称愿与欧洲运营商建立全面合作关系

中国电信（欧洲）有限公司董事总经理欧岩日前在此间表示，中国电信希望与欧洲各国主要电信运营商建立全面合作关系。

中国电信欧洲子公司 2009 年合作伙伴及客户研讨会 19 日在法兰克福举行。欧岩在研讨会上说：“我们和当地运营商拥有各自优势，在合作中可以实现互补，共同将业务做大，更好地为客户提供‘一站式’服务。”

研讨会上，中国电信的 CTEExcelink 品牌系列业务引起客户和合作伙伴的兴趣。这一系列服务涵盖国际专线、中国电信亚欧光缆、中国宽带互联网转接服务和 IP 虚拟专用网等领域，能够针对不同客户需求提供个性化解决方案。

中国电信于 3 年前进入欧洲电信市场。作为中国电信在海外的三大分支机构之一，中国电信欧洲子公司负责欧洲、中东和非洲业务。不仅为“走出来”的中国企业、也为在中国乃至亚太地区投资的外商提供商业通信解决方案。

2009 年，金融危机令西方各大通信运营商陷入困境，而中国电信欧洲子公司营业额则有望实现两位数增长达到 750 万英镑。来源：新华网 2009-11-23

## “套机”现象蔓延运营商销售渠道待监管

“联通版 16GB 的 iPhone 裸机要 5880 元，我们这边只需 5200 元。”中关村海龙大厦的一家数码店的销售人员表示，只要是三大运营商定制的机型他们都能拿到货，而且一般能便宜 15% 至 30%。

作为 3G 元年的 2009 年，三大运营商为了扩张地盘，纷纷推出大幅度的“购机补贴”政策。中国电信最近推出的购机补贴话费返还额度为 70%，有些国内品牌话费返还额度甚至达到 100%。不小的利差滋生了“套机”现象蔓延，一些销售商利用渠道漏洞，拿到补贴机后将手机卡和手机分开来卖，从中赚取暴利。

补贴机泛滥售后服务成疑

在中关村多家手机卖场，发现一些店铺正在销售补贴机型。中国联通的 iPhone、

中国移动的多普达系列以及中国电信的三星 W709 等明星机型，成为商家热捧的对象。

以中国联通 16GB 的 iPhone 为例，发现商家标出的价格在 5100 元到 5500 元之间。参照中国联通发布的 iPhone 购机标准，16GB 含话费套餐价格为 6999 元，按最高套餐计算，购机价为 3999 元，预存款为 3000 元，每月返还 125 元。如果分开来卖，手机卡至少能卖出 2500 元，而手机则能卖到 5500 元。这样，经过商家的“套机”，一部 iPhone 能卖到 8000 元，至少净赚 1000 元。中国电信面向学生销售的三星 B189、诺基亚 2228 等免费机型，也有将近 50% 的利润。

一些店主表示，运营商定制手机可以全国联保，所以现在销售还不错，特别是 2000 元左右的机型比较好卖。当被问及怎样享受售后服务时，一位卖 iPhone 的店主称，只要凭“三包凭证”，不需要发票就可到中国联通指定地点维修，并称所有苹果的产品维修时都不需要发票。当被问及其他机型时，该店主有些含糊其辞。另一位店主表示，所有定制机的编号都会体现出厂日期，维修网点据此判断是否符合维修条件。就此问题询问中国联通，并没有得到明确的答复。

有专家称，购机补贴是运营商推出新业务时常用的手段，中国联通在推广 CDMA 时就曾大规模使用过，但这是一把“双刃剑”，虽然能较快地获取更多客户，但终端成本过高，从而拉升了运营商的经营成本。2009 年第三季度，中国电信虽然增加了 750 万用户，但净利润同比下降 33.9%，就与此不无关系。此外，“套机”现象的产生，使补贴机的激活率降低。同时，补贴款项被销售渠道分流，并没有全部惠及用户。

#### 销售渠道缺乏监管

参照国外，3G 终端主要通过运营商订购，捆绑自身业务后进行销售。在日本和韩国，运营商经营着整个 3G 终端市场，而在美国，这个比例达到 80% 以上，运营商控制 3G 产业链成为趋势。但是，国内由于之前手机产业和通信行业不够发达，导致终端市场鱼龙混杂，缺乏秩序，“套机”现象由来已久。

广州一位不愿具名的知情人士反映，运营商通过和手机厂商合作，以相对低的价格定制手机，然后招标各级代理商，开始铺货，“套机”正是发生在代理商这个环节。由于运营商无力控制所有的销售渠道，导致一些小的代理网点甚至以“套机”为主要盈利手段，他们一方面通过机卡分离，把补贴的话费变现；另一方面通过销量获得“返点”。

“针对校园的补贴机一般都比较便宜，有些商铺甚至会雇佣一些人假扮成学生去购机。”该人士表示，“但是 3G 资费贵，手机号不好卖，商铺还会联系一些 SP 中间商，通过各种电信中间业务，把卡里的钱‘转移’到中间商那里，跟信用卡套现一样。”

登陆淘宝后发现，包括江苏、上海、成都等城市都有出售联通版 iPhone 的商家，价格和水货基本一致。以消费者的身份咨询了几家，他们表示一般从代理网点拿货，并且可以全国联保。

据运营商内部人士透露，在跟踪购机补贴时，发现有些活动的手机卡激活率甚至不

到 70%。如果按照中国移动今年 100 亿元的购机总额，激活率平均为 70%的话，有将近 10 亿元的资金并没有到达目标客户。

BDA 通信分析师单超表示，“套机”现象在中国比较普遍，这需要运营商在销售渠道上加强监管，使补贴能够专款专用。

专家表示，出现“套机”的原因不仅是运营商对代理商控制不足，还在于购机补贴的资费太贵，很多消费者并不需要手机卡，比如 iPhone 最便宜的套餐都要 126 元/月，而“套机”不仅可以降低手机价格，还能享受到全国联保和更便宜的套餐，有了客户群，才会有“套机商”的铤而走险。

“运营商心知肚明，但毕竟自己的手机终端到了消费者手里，对以后的市场策略会有更好的效果。”上述运营商内部人士表示。

有专家建议，运营商应该针对 3G 制定出相对低廉的资费标准，把购机补贴款项部分转移到资费补贴上，毕竟移动通话业务才是运营商的主要盈利方式。

来源：《中国经济时报》2009-11-19

[返回目录](#)

## CDMA 拥有极具竞争力的演进路线

移动通信服务在近年来经历了惊人的拓展。无论是在发达国家还是新兴市场，语音和宽带数据服务都实现了创纪录的增长。作为业界领先的 3G 技术，CDMA2000 处于全球市场拓展的中心地位，目前全球 280 多家运营商都通过使用该技术提供具有成本效益的语音与宽带数据服务。

CDMA 发展组织 (CDG) 于 2009 年 9 月宣布，全球 CD-MA 用户数已突破 5 亿，成为 CDMA 发展史上一个非同寻常的里程碑。到 2013 年，CDMA 用户数预计将增长到 6.3 亿以上，这主要得益于中国和印度市场的增长。

语音和移动宽带表现出色

CDMA20001X 是全球最早的 3G 技术，若按用户数计算，它也是现今全球部署最广泛的 3G 解决方案。这一先进的移动解决方案优势众多，整合了高效率的声码器、强大的功率控制和软切换机制，可以提供同级别中卓越的语音质量和最佳容量。

与 CDMA20001X 相得益彰的 EV-DO 技术，可以提供出色的移动宽带体验，现在服务的用户超过 1.3 亿(截至 2009 年 6 月)。EV-DO 可以在固网、移动等不同部署条件和频段下提供极高的数据传输速率与网络容量。它可以支持所有终端和细分市场，以及当前消费者和企业需要的全部应用与服务。

此外，CDMA2000 还拥有包括运营商和制造商在内的庞大生态系统的支持，以确保提供具备不同功能组合和价位的完整终端系列。CDMA2000 具有较低的总体拥有成本，

使其在发达国家和新兴市场都成为无线运营商的热门选择。

### CDMA2000 持续增长

CDMA2000 在过去的几年中经历了强劲的增长,而这一增长趋势有望得以延续。2008 年在印度以及 2009 年在中国推出的 EV-DO 版本 A 正助力全球最大的两个移动市场实现持续增长。此外,包括中国电信和 KDDI 在内的运营商已经考虑部署版本 B 多载波这一 CDMA2000 的下一步演进技术。

### CDMA20001X 和 EV-DO 的特有演进路线

自 1995 年商用以来,CD-MA 技术一直处于无线创新的最前沿,并不断在语音和数据使用效率方面确立新标杆。其 3G 版本的 CDMA2000 技术使运营商能够分别通过 1X 和 EV-DO 更为经济地满足日益增长的语音和数据服务需求。

1X 和 EV-DO 拥有强劲而成熟的演进路线。这两条演进路线都提供简单且具有成本效益的升级,既满足未来要求,又完全后向兼容。

为满足日益增长的需求,CDMA2000 通过具有成本效益、渐进的且在很多情况下纯软件升级的方式,持续演进并进一步提高网络容量和改善用户体验。

### EV-DO 版本 B 将带来更快的速度和更高的容量

对于 EV-DO 版本 A 运营商而言,版本 B 是其网络自然演进的下一步。升级到版本 B 可分两阶段完成。第一阶段是通过简单的软件升级实现“多载波”。第二阶段是信道卡升级。

多载波通过具有成本效益的软件升级,汇聚多达 3 个版本 A 载波,使得运营商能够充分利用其现有网络资产,并使扇区内所有用户的数据速率增至三倍。

多载波基站与版本 A 基站之间的无缝切换,使得通过逐步引入多载波可以实现进一步的成本节约。首先覆盖高需求地区和城市热点,之后再通过更广泛的部署逐步扩展至郊区和村落。

对于诸如网络浏览等具有“突发”特性的应用,多载波可以在向用户提供相同用户体验的同时,使三个版本 A 载波(在典型网络负载情况下)的总容量翻一番。增加的容量还可用于减少时延,从而提高用户所感知到的数据速率。

在多载波的部署中,每个用户的载波分配由网络基于正在使用的应用类型、传输数据量以及特定用户终端性能进行动态控制。例如,仅发送或接收简单的基于文本的电子邮件的用户可能只连接到一个载波,而下载大文件或附件的用户可能会自动获得额外载波的分配。

多载波预计将于 2009 年底实现商用。摩洛哥 Wana 等一批运营商已经完成了试验网的部署,而在 2009 年还有更多试验网正在计划部署中。

EV-DO 版本 B 信道卡升级是版本 B 演进的第二阶段,通过简单的信道卡升级可以进一步提高峰值数据速率(下行峰值速率可高达 14.7Mbps)和数据容量(上行方面增加约

65%)。

#### EV-DO 版本 B 发展提速

在全球，对 EV-DO 版本 B 的兴趣正稳步增长，特别是在那些运营商已经部署了多个版本 A 载波的市场，从而可以满足用户日益增长的数据服务需求。

领先的日本运营商 KDDI 首先宣布将采用多载波，摩洛哥 Wana 电信紧随其后，与系统设备供应商中兴通讯成功完成了试验网的部署。中国电信也已表示将于 2009 年底将其网络升级为多载波。

包括阿尔卡特朗讯、Airvana、华为及中兴在内的所有主要 CDMA2000 系统设备供应商都已宣布支持 EV-DO 版本 B 的产品。在终端方面，高通公司已经推出支持所有终端和细分市场的强大芯片产品组合，涵盖从 PC 卡到 USB 数据卡等连接型终端，到低成本的单芯片入门级功能手机，以及到高端的基于 Snapdragon 的智能本。

#### 新终端将同时支持语音与数据功能

同时支持 1X 语音和 EV-DO 数据 (SVDO) 是独立于标准的新型终端功能，可以在不影响网络架构的同时显著提升用户体验。在目前的网络中，终端在 EV-DO 数据传输的同时可以被寻呼、接收 1X 语音通话。然而，在语音通话中却无法进行数据连接。SVDO 则利用终端中单独的收发通道，建立独立的语音和数据连接，从而改变了这种状况。

SVDO 功能可被很多应用有效利用。例如，用户能够在语音通话时发送电子邮件或上网；GPS 手机可在语音通话时更新地图或下载实时交通信息等等。

SVDO 功能将由新型终端支持，将可以在 EV-DO 版本 A、版本 B 或者 1X 和 1X 增强型技术上运行。高通公司计划在所有新型 EV-DO 芯片组中支持 SVDO 功能。

CDMA2000 提供了 1X 这一出色的语音解决方案以及 EV-DO 这一移动宽带解决方案。它得到包括运营商、系统设备及终端供应商、应用和服务开发商在内的庞大生态系统的支持，从而带来了显著的规模效应。1X 和 EV-DO 都具有强大的演进路线、不断提升的容量、数据速率以及用户体验。这一演进简单、具有成本效益、循序渐进且在很多情况下仅需软件升级，可以充分利用运营商对现有系统设备资产的投资。

来源：《人民邮电报》2009-11-19

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 中移动已启动国际板上市筹备工作

18 日，在出席 2009 移动通信亚洲大会及 2009 国际 LTE 论坛时，中移动总裁王建宙表示，有关在上海国际板上市之事宜正在推进，筹备工作已启动，目前仍在挑选保荐人。

尽管国际板的推出进程尚不明确，但很多境外公司都已在积极准备上市国际板。目前，纽交所、汇丰银行等外国企业都希望能成为国际板试点之一。也有消息称，未来 12 个月内，将有几家红筹股公司登陆上海国际板，中国移动就是其中之一。

在国际板的视野中，红筹股被认为是最有可能进入候选名单的一块企业资源。来源：上海证券报 2009-11-20

[返回目录](#)

## 中移动整合铁通需存长远眼光

中国移动整合铁通终于尘埃落地了。尽管存在这样或那样的争论，但中国移动需要从全业务运营战略高度着眼，通过有序的策略实施逐步实现与铁通既有资源和能力的整合，弥补自行业重组以来长期存在的全业务运营资源与能力强弱不一的跛足现象，从而形成在中国全业务运营市场格局中的完整建制。在这个过程中，需要足够长远的眼光、包容的胸怀与细致的举措。

第一，有序的资产整合。在前期已经初步完成资产摸排的基础上，分别从骨干网融合、支撑平台的统一账号、统一计费、城域网接入共建共享等几个方面推进网络整合，面向重点商圈、社区，结合既有铁通资源，快速具备规模性宽带产品提供能力；梳理可组合产品并面向融合类产品的逐步推进，从初步的固移产品组合逐步演进到面向客户综合信息行为的无缝融合，实现产品层面的整合；结合片区化建设及社区经理制推行对于人员的需求，实现人力资产的有效整合；在地面促销、营业厅布局安排、呼叫中心运作流程、品牌传播等方面实现营销资产的密切结合。

第二，强化资源投入基础上的进一步建设。在网络运维、业务支撑、服务质量、保障流程等方面实施按照 ONECM 战略下的以客户为导向的资源补缺建设强化，在整合中始终保持对于全业务运营下客户满意度的高度关注，通过进一步建设弥补以往铁通在支撑与运维质量上的差距，从“为我所用”到“协同发展”。

第三，优秀管理经验的输出复制。作为全球第一大移动通信运营商，中国移动类似的兼并整合还会不断发生，这也需要中国移动通过对此的整合，建立起对兼并对象的整合再造能力。多年来中国移动在内部运作、经营分析、渠道治理、市场营销、客户服务、品牌传播、战略规划等各个职能上形成的优秀管理经验，需要形成可标准化复制传播的规范动作。从这个意义上讲，对于流程、企业文化、治理机制等软实力需要以有效的技巧逐步实施，使整合 1+1>2 的效果充分发挥。

第四，以保持主导地位与持续增收的全业务运营统一发展计划实现对整合的牵引。在全业务运营愈演愈烈的竞争局面下，需要中国移动以统一的营收规划、经营节奏与举

措部署，在行为上实现一致，在发展中完成整合。也同样需要铁通在统一的战略旗帜下，不断提升自己、强化自己，形成在整合后的蜕变与腾飞。

来源：《通信产业报》2009-11-23

[返回目录](#)

## 中国移动与华为联合展示香港首个 TD-LTE/SAE 试验网

华为宣布，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 LTE FDD 拥有同样重要的意义，因此，华为在 2009 年发布了业界第一个 LTE FDD 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：中国通信网 2009-11-18

[返回目录](#)

## 中国移动 3G 网络年底前要覆盖 70%的中国城市

据国外媒体报道，中国移动董事长星期三称，中国移动的 3G 网络在今年年底之前将覆盖中国 70%的城市。中国移动在自己的网络中使用中国国内自己开发的 3G 移动标准 TD-SCDMA，是在全球大规模推出这种网络的唯一的一家公司。中国网络设备厂商中国普天今年 7 月签署一项协议在意大利测试一个 TD-SCDMA 网络。



TD-SCDMA 网络正在顺利发展。中国移动董事长兼首席执行官王建宙星期三在香港举行的 GSM 协会的移动亚洲大会上说,中国移动即那个在今年年底之前在 238 个城市部署 8.8 万个 TD-SCDMA 基站。到 2011 年,中国移动的这种基站数量将增加将近一倍。

王建宙预计在今年年底之前中国移动的 TD-SCDMA 用户数量将达到 300 万。

中国移动的基站数量比今年早些时候有显著增长。中国移动截止到今年 7 月仅在 38 个城市建立了 TD-SCDMA 基站。但是,用户计划意味着中国移动要在 2010 年年底之前达到政府规定的 5000 万至 8000 万 3G 用户的目标。

王建宙批评 TD-SCDMA 手机价格太贵是中国的 3G 标准应用不足的主要原因。他说,需要更多的低价格的 TD-SCDMA 手机。

王建宙说,TD-SCDMA 技术的质量已经改善了。有高端和中档的范围广泛的 TD-SCDMA 手机,价格在 1000 元人民币的低端 TD-SCDMA 手机将很快上市。

王建宙说,中国移动计划为 2010 年上海世博会建造一个带宽为 20MHz 的移动宽带 TD-LTE 试验系统。来源:赛迪网 2009-11-20

[返回目录](#)

## 中国移动 M2M 终端已达 300 万年均增长超 80%

在举行的“无线技术世界暨物联网国际高峰会议”上,中国移动通信研究院业务研究所项目经理刘玮透露,截至目前,中国移动 M2M 终端数已经超过 300 万,年均增长超过 80%,预计未来 5 年平均增长率在 60%以上。

截至今年 6 月底,全国已有 31 个省开通了 M2M 业务。刘玮认为,从世界范围内看,我国在 M2M 应用的广度和深度上都处于领先地位。

刘玮称:“中国移动的 M2M 已经进入了社会生活的各个方面,在数字家庭、数字城管、数字交通都有应用。截止目前,中国移动在全国 21 个省开通了数字城管的项目,同时我们在数字交通提供了业务。我们有第三代的电梯卫士监控产品,监控的电梯达到了 150 万部。同时,我们为中小企业提供企业安防的业务,这个目前在试点,接入的终端数目在 1500 台以上。”

据刘玮介绍,动物溯源是中国移动与农业部合作的,覆盖了全国 31 个省,通过业务将来我们在超市里面拿到一块肉,一查我就可以知道这个猪在生长期吃了多少的抗生素,喂了多少的农药,在食物中的配方怎么样,都走了那些地方。目前,在部分的省市的超市里面已经有试点的应用。

”此外,还有终端的监控,中国移动在 M2M 的平台上提供的基本的监控,这是为各位的应用提供终端的状态监控、故障管理、部件升级、统一配置等功能。

“刘玮说。来源：中国通信网 2009-11-20

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 中国电信布局三屏互动市场

从即日起，如果用户正十分投入地在家通过 IPTV 观看大片，突然有急事要出去，就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，并有望成为新的 3G 杀手级应用。

上周，中国电信视讯运营中心在上海正式挂牌成立，该公司“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。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。

通过中国电信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。此外，天翼视讯客户端产品还能实现自动升级。

除了探寻 3G 杀手级应用，中国电信还在不断加大推广 3G 手机。日前，中国电信北京公司宣布将 3G 手机的补贴比例提高至 70%。据介绍，参与了本次活动之后，虽然用户需承诺每月最低消费 89 元，但由于享受 70% 手机补贴金额的同时，预存话费将分月全额返还，用户实际每月最低仅需缴纳 27 元就可享受 3G 服务。来源：北京商报 2009-11-18

[返回目录](#)

### 中国电信新发中票利率低于交易商协会法定下限

在中国银行间交易商协会上调短融及中期票据发行利率下限后，首单发行的超 AAA 级中票——中国电信 3 年期品种，仍旧低于交易商协会规定的下限。

据消息人士透露，11 月 18 日上午中国电信在银行间债市簿记建档发行的 100 亿元人民币 3 年期中期票据，发行利率为 3.65%。而根据交易商协会最新上调的中票发行利率下限，超 AAA 级 3 年期中票发行利率下限为 3.97%，两者相差 32 个基点。

不过在业内人士看来，该事件更多可能是一个偶然事件。“主要是交易商协会上调利率在后，确定询价区间在前。”一大型银行债券交易员对《每日经济新闻》表示，本来周一该期票据即应该完成簿记建档，但是发行利率最终确定却拖

了几天，就是因为原投标区间跟交易商协会确定的下限有冲突，“由于有偶然因素，最后还是以原方案发行。”

根据中国电信前期公告内容，该期中票询价区间在 3.65%~3.97%。最终发行价格不仅落在交易商协会最新上调的下限之下，同时也落在询价区间的下限。这也显示，作为对商业银行有着明显信贷话语权的大型央企，在债券发行定价上仍旧比较强势，而随着发行利率下限的上调，若不甘承担更高的融资成本，必然会调整其发债策略。

由于发行主体与投资者（商业银行）之间存在债权发行之外的联系，例如信贷等关系，在发行利率的确定上，商业银行一直处于相对被动的地位。

“短融的情况还相对好点。”一城商行固定收益部人士表示，对于大型央企，银行投资其发行的短融主要考虑央票利率的变化，目前央票发行利率非常稳定。同时，由于短融利率水平远低于贷款利率，发行主体在利率上作出让步的可能性很大。

但中期票据的发行上可能更为复杂。中票二级市场的参与方集中在商业银行等机构，流动性存在一定的问题。而银行方面更为担忧的一点在于，如果从明年开始进入加息通道，即使当前中票利率有所上升，仍不足以抹平未来的利率上调风险。

目前，发行主体对中票的定价主要参照贷款利率并扣除一定的折价，相对交易商协会给出的 3 年期超 AAA 品种 3.35% 发行利率下限和 5 年期超 AAA 品种 4.61%，两者利差分别为 151 和 57 个基点。

“发行方在 3 年中票给出的让步余地更大，未来有融资需求可能更多会倾向这一期限品种。”业内人士分析。来源：每日经济新闻 2009-11-19

[返回目录](#)

## 北京电信反击移动送无线固话：160 元得话机+300 元话费

北京话费大战又开辟了新的阵地——无线固话。除了盘踞在北京固定电话市场上的老大——中国联通在固守小灵通外，中国电信、中国移动各自出招攻向这块地盘。市面上最诱人的促销是掏 160 元抱走一部电话机，内含 300 元话费。

这是中国电信在北京悄然推出的天翼商话业务，该终端外形酷似传统座机，但却有两个身份证：一个座机号码和一个移动号码，可以像手机一样随意移动。目前北京电信营业厅正在力推预存 300 元话费送终端活动，不过，在北京最大的邮币卡市场，消费者最低预存 160 元就能参与该活动。

无独有偶，中国移动在北京地区也在低调试水 TD 固话。目前预存 200 元话

费可获赠一部 TD 无线座机。每月套餐 20 元，现在半价优惠。据迪信通统计显示，TD 座机月销量增幅超过 30%。

此外，北京固话老大中国联通仍在吸纳小灵通用户，目前有 8 元、28 元、48 元、68 元和 88 元五档套餐。

易观国际分析师王留生指出，无线座机既可规避 3G 终端匮乏和网络覆盖不完善的风险，也为拓展家庭用户和集团客户的 3G 应用打下基础。来源：中国通信网 2009-11-20

[返回目录](#)

## 【中国联通】

### 中国联通：10 月新增 80.1 万 2G 用户 3G 用户累计逾百万

中国联通 11 月 19 日公布其 10 月份运营数据，其中 2G 用户单月净增 80.1 万户，累计实现 14360 万户，3G 用户累计实现 102.1 万户。

业内人士表示，中国联通 10 月份新增的移动用户数据基本符合预期，其中 2G 用户的净增长数虽然较 9 月份略有下滑，但从前期走势来看，基本维稳。3G 方面，虽然中国联通并未公开其单月净增用户，但业内估计 10 月份 WCDMA 用户的净增用户约为 50 万。国联证券通信行分析师熊云彩表示，基于很多移动用户对 3G 还有较浓的观望情绪，10 月份净增数没有出现大规模增长也符合常理。

目前，3G 服务的每月每用户平均收益 (ARPU) 已超过 100 元，并呈逐月上升趋势。网络方面，中国联通已经建设 3G 基站 11 万个，年底将覆盖全国 335 个城市，明年上半年网络将覆盖全部县级以上城市和重点乡镇。

另外，对于已经开始在全国销售的 iPhone 能否为其贡献 3G 用户数，熊云彩认为，会产生一定拉动效应但增量不会明显，毕竟 iPhone 的潜在用户占总用户数的比例很小。不过 iPhone 可以为联通宣传 3G 形象，带来的高端用户将有利于提高其 ARPU 值。

此外，根据此次公布的数据显示，中国联通 10 月份本地电话用户流失 94.7 万户，累计达到 10618.4 万户；宽带用户净增 53.9 万户，累计达到 3800.6 万户。

来源：新华网 2009-11-20

[返回目录](#)

### 常小兵确认联通将推出 3G 终端应用商城

在出席 2009 移动通信亚洲大会时，中国联通董事长常小兵透露，联通 WCDMA 基站已达 11 万个，后续将加强移动数据和应用业务，将陆续推出 3G 终端应用商

城。

常小兵表示，截至目前，中国联通已经建设基站 11 万个，至 2010 年上半年，将覆盖我国全部县级以上城区以及重点乡镇。

他说，自 3G 业务正式商用以来，用户增长的态势良好。随着 3G 业务的正式商用，中国联通同步推出了包括手机上网、手机电视、手机音乐等多个 3G 创新业务，为用户提供高质量的业务体验，也为 iPhone（手机上网）提供了专业应用，后续还将陆续推出移动商城、移动支付等更多创新型的 3G 业务应用。

他说，目前 3G 正式商用后，联通也尝到了甜头，收入和 ARPU 值呈良好态势，3G 用户的 ARPU 值超过 100 元。

常小兵还透露，未来将加强移动数据和应用业务，以抵消语音业务收费下调影响，联通高度重视 3G 业务内容建设，积极致力于构建开放的手机应用开发和推广平台，并正与更多富有创新精神的内容及应用提供商合作，以共同打造一条互利共赢的应用产业链。来源：中国江门网 2009-11-19

[返回目录](#)

## 签约中国联通京东商城网络首发 iPhone

以 3C 产品为主的国内最大 B2C 电子商务公司京东商城近日透露，该公司已和中国联通签署苹果 iPhone（手机上网）手机网络首发权。即日起，全国消费者便可从京东商城购买苹果 iPhone 手机。

此前，联通只允许苹果 iPhone 手机在少数家电连锁、手机连锁店和联通官方网站销售，B2C 渠道一直没有放开。而随着中国联通与京东商城销售协议的签署，iPhone 有望在 B2C 市场掀起一轮网购狂潮。

从京东商城方面了解到，目前 iPhone5 款不同型号、不同颜色均现货供应，价格从 4999 元-6999 元不等。与联通商城销售的 iPhone 型号、价格一致。但京东商城会额外赠送 100 元代金券，同时赠送一个 iPhone 保护套和贴膜。

随后向京东商城副总裁徐雷求证此事。徐雷表示，京东商城确实正在销售 iPhone 手机，自 10 月 29 日正式上架预售以来，已接受预订上百部，对于 5000 元-7000 元的高端手机来说，这一数字已非常理想。

徐雷同时透露，京东商城与中国联通有着良好的合作基础，此前，首部联通 3G 手机便是在京东商城独家预售的，而此次更是由中国联通总部直接授权京东商城作为首家网络经销商销售 iPhone。

有分析人士称，京东商城庞大而精准的受众及完善的配送、服务体系，是吸引中国联通与之深入合作的基础。据了解，京东商城以销售 3C 产品为主，注册

用户超过 450 万，配送网络覆盖全国。目前，占据了 3C 网上零售市场 46.8% 的份额。与之合作，无疑将是中国联通推广其 3G 终端及“沃”品牌的一条捷径。

业内人士指出，渠道建设是电信运营商 3G 之争的重点，作为 3C 产品领域最为知名的 B2C 电子商务公司，京东商城显然是电信运营商推广 3G 终端的重要渠道。电信运营商已将电子商务渠道作为其 3G 渠道战略的重要组成部分。

自 2004 年初正式涉足电子商务领域以来，京东商城连续四年增长率均超过 300%。京东商城在线销售商品包括家用电器、手机数码、电脑商品及日用百货四大类超过 3.6 万种商品。目前京东商城拥有超过 450 万的注册用户，日订单处理量突破 2 万单。京东商城已经成为中国消费者选购 3C 产品的重要途径。来源：北京商报 2009-11-19

[返回目录](#)

### 消息称台湾大哥大与联通洽谈建跨海峡海缆

台湾《工商时报》周三援引未具名知情人士的话称，台湾大哥大和中国联通计划共同铺设一条造价新台币 10 亿元、连接大陆和台湾的海底电缆。

台湾《工商时报》报道称，台湾大哥大总经理张孝威和中国联通董事长常小兵周二在香港出席“2009 移动通信亚洲大会”时，碰面讨论铺设上述海底电缆事宜。该电缆将连接台湾淡水和福建省。

两家公司还可能考虑铺设一条连接淡水和上海的电缆，以及一条连接香港和台湾枋山的电缆。来源：比特网 2009-11-19

[返回目录](#)

### 联通发动 iPhone 品牌全面攻势：路牌广告铺天盖地

知情人士透露，继 iPhone 手机在全国举行上市首销仪式之后，联通发动新一轮铺天盖地的 iPhone 品牌攻势，自几天前开始，iPhone 的公交路牌广告已在全国多数大城市犹如雨后春笋般冒出，显示联通对 iPhone 销量的信心和决心。

视频：iPhone 最新中国版电视广告

忽如一夜 iPhone 开

这是继 iPhone 全国首发之后的又一巨大攻势，应该也是中国联通董事长常小兵指导下的出手布局。

据悉，从 11 月 20 日开始，中国联通在全国大多数省会城市和计划单列市全面密布 iPhone 广告，主要针对这些全国主要大城市的候车亭路牌广告。

作为全球最受欢迎的智能手机，iPhone 是否会引入中国以及何时引入中国曾一直备受关注。中国联通与苹果公司直至 9 月份才公布引入 iPhone 协议，曾被形容为“千呼万唤苹果来”，但 11 月 23 日，在全国主要的近 30 个大城市，当人们一上班，稍微细心的人将会发现 iPhone 的广告在路边到处都是，真是“忽如一夜 iPhone 开”。

在这些城市中，既包括北京、上海、广州、深圳、天津、南京、杭州等沿海发达地区的核心城市，也包括沈阳、成都、重庆、昆明、西安等区域重要城市，以及其它多数省会城市，也包括青岛、宁波等重要的计划单列市，均是联通 iPhone 销售的重点地区。

路牌广告和电视广告齐上

此次联通 iPhone 的覆盖面巨大，主要为两种形式，一种为路牌广告，一种为电视广告。

据悉，联通 iPhone 的路牌广告投放量巨大，在主要城市占据 1/3 的候车亭路牌连排广告屏，以便形成巨大的品牌效应和打造 iPhone 的信息亮点。

例如在北京，iPhone 路牌广告覆盖北京公交车站亭路牌 1/3 以上，三环以内的 iPhone 路牌广告覆盖比例接近 1/2。在北京的中关村、西单、CBD 等地，iPhone 广告牌更是随处可见，

在 11 月 18 日出席 GSMA 移动通信亚洲大会时，中国联通董事长常小兵曾透露，“已经为 iPhone 展开广告攻势”，不过，会场在香港，当时在场的绝大多数人不理解这句话的含义，这实际上是指比 iPhone 路牌广告更早几天推出的时长 30 秒的 iPhone 电视广告。

iPhone 的电视广告是于 11 月 16 日推出的，在中央电视台几乎所有频道、全国各主要卫视、省级电视台甚至地方台等多个重要版块，iPhone 电视广告也每天扑面而来，向受众详细地介绍中国联通版 iPhone 手机到底给国内消费者的生活方式带来哪些改变。

联通对 iPhone 的信心和决心

导致中国联通如此大规模发起 iPhone 品牌攻势的应该是联通对 iPhone 销售的信心。

11 月 19 日，联通公布了其 10 月份用户数字，其中包括 10 月份新增 GSM 用户 80.1 万，3G 用户累计达 102.1 万。

对此，根据国外媒体报道，中国联通董事长常小兵表示，对 iPhone 在中国智能手机市场的地位很有信心，希望苹果的 iPhone 成为中国销量最好的智能手机。

显然，中国联通是希望利用 3G 终端和 WCDMA 网络的绝对优势来抢占 3G 市场，

尤其是 iPhone 无论在全球还是中国都具有强大的品牌号召力和产品性能优势，这是联通希望拉动 3G 消费的法宝之一。

此前 10 月 1 日，中国联通在全国 285 个城市实现了 3G 正式商用。在几天前出席举行的 GSM 移动通信亚洲大会时，中国联通常小兵透露，到今年末，将实现对全国 335 个城市的 3G 网络覆盖。至 2010 年上半年，将覆盖我国全部县级以上城区以及重点乡镇。

显然，中国联通的 3G 网络已成为全球规模最大的 WCDMA 网络。而扩大商用城市范围，显然将给联通 iPhone 销售及整个 3G 战略提供更大的市场基础。

“iPhone 的热度和销售增长是个渐进的过程，要让用户在使用过程中得到方便和良好的用户体验；有信心让 iPhone 成为中国最受欢迎的智能手机”，常小兵的此番表态同时显示了中国联通对 iPhone 销售的决心。来源：中国网 2009-11-23

[返回目录](#)

## **制造跟踪篇**

### **【中兴】**

#### **中兴称与美国四大运营商洽谈出售终端**

据国外媒体报道，中兴通讯周三表示，公司正在与美国四家最大的运营商就出售其包括手机和上网卡在内的移动终端事宜进行谈判。

中兴通讯手机业务营销负责人 Dale Ying 在香港出席“2009 移动通信大会”间隙表示，公司目前正在与德国电信旗下 T-Mobile USA、AT&T、Sprint 及 Verizon 无线在内的北美市场一级运营商进行商谈和测试。

Ying 表示，公司预计明年会在市场占有率相对较小的北美终端市场实现突破。来源：新浪科技 2009-11-19

[返回目录](#)

#### **中兴称年底将拿下全球 GSM 设备市场 20%份额**

据国外媒体报道，中兴通讯副总裁赵轶哲周三称，旗下 GSM 设备业务届年底将取得全球 20% 占有率，明年的收入可望继续维持高增长。

赵轶哲在出席香港召开的“2009 移动通信亚洲大会”间隙表示，旗下 GSM 设备业务过去五年的收入均呈翻倍增长，今年的表现也应达到预期的目标，预计 2010 年 GSM 设备的收入可望维持高增长。



负责 GSM 设备业务的赵轶哲透露，中兴通讯 GSM 业务在一至三季度已取得全球 18% 的占有率，以目前的出货情况看，公司 GSM 设备业务年底将取得全球 20% 占有率。中兴通讯在 GSM 设备领域上的全球排名仅次于爱立信和华为。来源：新浪科技 2009-11-20

[返回目录](#)

## 【华为】

### 中国电信设备规模进入北欧：华为挪威建 9000 个基站

挪威跨国运营商 Telenor 已宣布计划选择华为替换其在挪威全国的无线网络基础设施。Telenor 的这项合同价值 10 亿挪威克朗（约合 1.76 亿美元），为期 6 年，涉及 9000 多个基站。

Telenor 挪威原有的移动网络由爱立信和诺基亚西门子部署，此次替换是 Telenor 在本土市场所进行的最大一次移动网络升级。华为已经突破或规模进入瑞典、芬兰、挪威北欧三国，此次在挪威部署的设备也支持 LTE。

爱立信近日股价下跌 3.55%，分析师认为一定原因在于丢掉这笔合同。但对移动通信的领袖爱立信而言，这笔合同的象征意义超过实际。

华为深入北欧腹地：替换爱立信诺西

此次 Telenor 挪威全国移动网络基础设施替换工程共选定华为与美国星运网络（Starent Networks）两家供应商，思科上月已经宣布将以 29 亿美元收购星运网络。其中华为是无线网络基础设施的独家供应商，而星运网络则主要负责移动核心网的技术支持。

Telenor 称“综合考虑操作大规模设备替换工作方面的技术品质和可靠性，以及商业条件”是选择这两家企业的决定性因素。

Telenor 的合同范围包括各种技术制式和频段的设备交付，将利用华为第四代基站完全替换现有网络中爱立信与诺西的 GSM/UMTS 基站，以实现 4G 网络的部署，从而扩展网络容量、加快数据传输速率。核心网方面则正在迁移到星运网络提供支持的基于 IP 的平台。

“这是我们在挪威进行的最大的移动网络升级，将为 Telenor 移动网络所提供的服务及服务质量的进一步发展，创建一个可靠而灵活的基础。我们的目标是向客户提供遍布全国各地的更好更创新的服务。这就意味着在容量、速度和稳定性方面需要做得更好。”Telenor 挪威公司负责人拉格纳·卡尔胡斯（Ragnar Kaarhus）在一份声明中表示。

同时 Telenor 方面还表示：“基础设施的替换代表未来两年 Telenor 在投资

方面稳健的增长，此后将改善我们的成本和资本支出结构。”

据 C114 了解，Telenor 之前与华为已有多次合作，近期来已公布的即包括：6 月，Telenor 宣布选择华为为挪威奥斯陆 LTE 试验局的独家供应商，提供无线接入设备和分组核心演进设备。7 月，与华为签署一项 120 万部移动宽带调制解调器（USB 数据上网卡）的供应合同，覆盖多个国家的 13 家运营子公司（<http://www.c114.net/news/16/a428510.html>）。8 月，Telenor 控股子公司，孟加拉最大移动运营商 Grameenphone 与华为合作建设该国首个太阳能基站项目。

攻入领先运营商本土市场：意义非凡、价值巨大

Telenor 是全球著名跨国运营商，拥有超过 150 年的历史，名列全球 TOP20 之内。其经营范围遍布欧亚大陆，截至今年第三季度全球用户总量达到 1.72 亿，第三季度实现营业收入 243 亿挪威克朗（约合 43 亿美元）、净利润 34.9 亿挪威克朗（约合 6.07 亿美元）（<http://www.c114.net/news/116/a454201.html>）。

此次华为攻入 Telenor 挪威本土市场并成为其无线网络基础设施独家供应商，意义非凡。而 9000 多个基站，相比此前获得同为北欧巨头的 TeliaSonera 芬兰北部 3G 扩容合同（<http://www.c114.net/3g/380/a422689.html>），价值更为巨大。

德瑞电信咨询合伙人阮开利认为，Telenor 选择华为为独家无线网络供应商可从建设成本、运营成本和运维效率三方面来分析。他告诉 C114 中国通信网：“在经济危机下运营商必须严格控制成本。一方面华为设备具有较高的性价比。另一方面电信运营商越来越趋向于外包网络管理服务来降低运营成本，由华为来代维价格肯定较爱立信与诺西为低。”

“对运营商来说选择几家供应商有价格上的益处，但多供应商网络的兼容性以及未来的运维效率值得担忧。如果能够规避价格上的风险，就可以选择一家运营商，这也是很自然的选择。”阮开利补充道。

对于华为能够一举攻入全球领先运营商的本土市场，他表示这体现了中国设备厂家的迅速发展与目前的市场地位，更是华为多年来致力于海外拓展的结果。“华为通过长期的设备、品牌、市场铺垫工作，获得了客户的信任。”

可以确定的是，如果 Telenor 挪威项目能够进展顺利，将会具有良好的示范效应，有利于华为获得更多欧美主流市场运营商的青睐。来源：中国通信网 2009-11-19

[返回目录](#)

## 华为沃达丰在意大利建创新中心合作关系又进一步

据国外媒体报道，沃达丰和华为在意大利米兰设立核心网研发实验室，共同推动核心网络创新以使客户受益。此举标志着双方的合作关系再度加深，同时亦证明华为已迅速成为移动核心网领域的主要力量。

在意大利建核心网实验室

沃达丰与华为联手设立的核心网创新中心（CIC, Core Network Innovation Centre）设立于意大利米兰，配备了华为最新的移动和核心网络设备和技术，以推动核心网络解决方案的创新。

沃达丰与华为的合作研发旨在加强双方在核心网领域，如移动宽带、IMS（IP 多媒体子系统）和 FMC（固定移动融合）的竞争力，最终带来新创见从而实现及时的市场投放。据分析，研发工作可能还包括分组核心网技术，特别是面向 LTE 的分组核心演进（EPC, Evolved Packet Core）。

该核心网创新中心是华为在欧洲的主要核心网络技术投资，项目强调了其与运营商之间的密切合作。沃达丰全球核心网能力中心主管利维奥·博尔戈尼奥（Livio Borgogno）和华为核心网产品线蔡立群 16 日在米兰主持举行了落成典礼。

沃达丰方面表示，新中心是其通过合作得到“更高成本效益”的一种方式，并指出未来核心网发展将进入议事日程：“我们正规划我们的核心网架构发展路线，并确认华为的‘发展蓝图’与之契合。”

华为成为移动核心网主要力量

这已经不是沃达丰和华为首次联手创建移动技术实验室。2007 年 12 月，双方就在西班牙马德里合作设立了一个研发中心，致力于无线接入网（RAN, radio access network）技术研发。

此次核心网创新中心的设立，表明华为正在争夺沃达丰移动网络中更为深入的地位，侵入此前沃达丰移动核心网供应商的地盘，对爱立信、诺西和星运网络（Starent Networks）造成冲击。

在此之前，华为还为沃达丰在匈牙利、罗马尼亚和南非提供了移动软交换。

根据 Heavy Reading 高级分析师加百利·布朗（Gabriel Brown）的研究，华为因涉足分组核心网技术，正迅速成为移动核心网领域一支不可忽视的力量。他指出：“市场份额的持续增长对华为而言只是时间问题。公司可能在过渡到分组核心演进中获益较大，成为其 LTE 竞争力的一部分——在 LTE 领域，预计华为将成为顶尖的端到端供应商之一。”来源：中国通信网 2009-11-18

[返回目录](#)

## 新电信 4 国试验 LTE：华为中兴等 6 厂商受邀参与

据国外媒体报道，新加坡电信巨头 SingTel（新加坡电信，下称“新电信”）宣布计划在 4 个国家展开 LTE 试验，6 家设备供应商受邀参与。

在新加坡等 4 国展开联合 LTE 试验

新电信计划将在澳大利亚、印度尼西亚、菲律宾和新加坡 4 国，与其旗下澳大利亚第二大移动运营商 Optus、印尼最大移动运营商 Telkomsel 及菲律宾第二大移动运营商 Globe Telecom（环球电信）共同展开 LTE 技术区域试验。

试验将于 2010 年上半年开始，预计将持续 6 到 9 个月。将安装 LTE 基站和核心网络设备用于详细的现场测试，以评估技术特征和端到端性能，LTE 技术的理论速率峰值为 340Mbps。

试验将于各种场景和环境下展开，覆盖不同频段和城区环境。

通过不同地区的联合 LTE 试验，新电信称其目标旨在优化资源利用，并通过知识共享获得更好的技术洞察力。

6 家设备供应商受邀参与 将推动亚太地区 LTE 发展

6 家设备供应商受新电信之邀参与此次试验，分别为阿尔卡特朗讯、爱立信、华为、NEC、诺基亚西门子和中兴。

新电信林泉宝（Lim Chuan Poh）表示：“联合 LTE 试验是新电信下属子公司之间，为不同地区开发产品与服务的强有力合作典范。”

“LTE 将打开新的更强大的移动解决方案大门，将改变我们所有市场上客户的生活、工作和娱乐。该联合试验。”他认为新电信正处于驱动 LTE 的极佳位置。此次试验将加快新电信启动 LTE 部署，对整个亚太地区的 LTE 发展具有重要意义。据 C114 了解，新电信不但在全球多个地区拥有多家分支机构，还持有 6 家海外移动运营商的股份，主要集中在亚太地区尤其是东南亚地区。截至今年 9 月 30 日，其移动用户总数达到 2.73 亿。较之一年前共新增了 5700 万用户，增幅高达 26%。

新电信截至 9 月 30 日的第二财季净利润达 9.52 亿新元（C114 注：约合 6.86 亿美元），同比增长 19%；营收为 41 亿新元（29.5 亿美元），同比增长 5.4%。来源：C1142009-11-23

[返回目录](#)

## 【诺基亚】

## 诺基亚将在高端手机领域放弃 Symbian

新据国外媒体报道，诺基亚称，该公司基于 Linux 的 Mameo 操作系统是其高端智能手机的未来，终结了市场对 Symbian 操作系统将在其高端智能手机产品中占据绝对优势地位的期望。分析师称，这一转变表明诺基亚在高端智能手机领域已大大落后。

据 Really Mobile Project 博客报道，诺基亚向一个 Mameo 开发者团体称，到 2012 年该公司将完全放弃在 N 系列高端智能手机产品中使用 Symbian 系统。报道称，诺基亚目前尚未计划在 X 系列视频手机或 E 系列商务手机产品中放弃使用 Symbian；实际上，诺基亚正计划推出支持两种操作系统的开发工具。

Symbian 是当前世界上最成功的智能手机操作系统，在全球市场上所占比例为 50%。但是，大多数 Symbian 手机都无法在与 Android 手机或 iPhone（手机上网）的比较中占据有利地位。据市场研究机构 Gartner 最近预测，到 2012 年为止，Symbian 仍将是全球最畅销的智能手机操作系统，其后依次为 Android、黑莓和 iPhone。

在过去十多年时间里，Symbian 一直都是诺基亚在智能手机操作系统方面的选择。然而，苹果、谷歌和微软等公司所生产的高端智能手机更加符合用户的消费需求，这令诺基亚感到难堪，原因是该公司多年来一直投资于操作系统和工具领域，但似乎从来没有关注过用户需求的问题。

分析师指出，诺基亚到现在仍然不知道用户想要什么样的高端智能手机，其集中致力于 Mameo 系统的决定即为明证。分析师表示，诺基亚应该做的事情是接受现实，使用 Android 作为高端智能手机的操作系统。

分析师还称，基于 Mameo 系统的 N900 看来应该会是一款很好的手机，但由于用户对丰富的应用程序分类以及可下载媒体的兴趣日益加大，因此诺基亚已经落后。此外，诺基亚有关 Mameo 是高端智能手机未来的言论明显并不意味着该公司将完全放弃 Symbian；在可以预见的未来，该公司将继续在其面向大众市场的手机产品中使用 Symbian 系统。来源：中国江门网 2009-11-19

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 索尼爱立信将把北美总部迁往亚特兰大

据国外媒体报道，作为裁减约 2000 个工作岗位的全球重组计划的一部分内容，索尼爱立信将把其北美总部从北加利福尼亚州迁往亚特兰大。

索尼爱立信发言人斯塔茜·多斯特（Stacy Doster）称，选择亚特兰大为北美总部新址的部分原因是其邻近 AT&T，该公司是索尼爱立信的最大客户之一。她还表示，亚特兰大被誉为“进入拉美的门户”，也是索尼爱立信选址在此的原因之一。

多斯特称，在裁减数百个工作岗位以后，索尼爱立信目前在北美总部的员工总数约为 420 人。她表示，目前还不确定将有多少员工被转往亚特兰大。

索尼爱立信计划将其目前为 1 万人的全球员工总数削减 20%，上述重组活动是这项战略的一部分内容。来源：新浪科技 2009-11-19

[返回目录](#)

### TCL 通讯融资扩张手机代工

TCL 集团近日发布公告称，旗下控股子公司 TCL 通讯拟通过配股融资约 3.58 亿港元（未剔除费用，约合 3.15 亿元人民币），用于发展 ODM（原始设计制造）业务和升级、扩展现有生产设备及补充流动资金。

自今年 4 月新任 CEO 杨兴平上任以来，TCL 通讯业绩已有好转。财报显示，第三季度 TCL 通讯手机及配件销量同比增长 20% 达 424 万台，较二季度环比增长 61%，销量重返金融海啸前的水平。同时该季度实现单季盈利 1389 万元。正因为此，TCL 通讯决定融资以扩张手机业务线。来源：南方日报 2009-11-18

[返回目录](#)

### 中国厂商进入 3G 设备供应商第一梯队

市场的大浪淘沙，在 300 天里逐渐完成了对国内 3G 设备供应商的又一次洗牌，现在国内 3G 进入了少数派时代，中兴、华为依靠天时地利和人和在三大网络建设上都收获颇丰，成为当之无愧的第一梯队，与大唐、普天等第二梯队的距离也在逐渐拉开。同时中兴、华为的崛起也改写了国际设备制造商前五的格局，尤其是华为已经进入了前三甲。

## WCDMA 市场大浪淘尽勇者胜

在全球 3G 市场上，最为成熟的就是 WCDMA，爱立信、诺基亚西门子通信、阿尔卡特朗讯都是有实力的竞争者，目前爱立信在全球 WCDMA 市场占有率高达 50% 以上。但这一优势正在受到来自华为和中兴等后来者的挑战。来自 In-Stat 的研究报告显示，2008 年华为 WCDMA/HSPA 的新增合同数达 42 个，以业界总新增合同数的 40.4% 排名第一。

这一情况，在中国联通的 WCDMA 网络招标采购中被完美的复制了。在中国联通 2009 年 WCDMA 网络无线设备招标中，中国联通 WCDMA 网总共建设 77272 个基站，其中，华为 23645 个，名列第一，爱立信及其相关合作伙伴提供 20527 个基站，中兴通讯提供 16544 个，诺基亚西门子通信中标 8659 个，上海贝尔提供 7897 个。华为系以 30.6% 的市场份额勇夺第一，爱立信系也得到 26.5% 的市场份额，中兴 21.5%、诺基亚西门子通信 11.1% 左右，上海贝尔 10.2% 左右。

在招标三类评标指标中，技术标方面，华为、中兴均列得分前三、并在多项测试指标中获得第一；商务标方面，综合 3 次报价结果，爱立信、华为、中兴分列前三，其中爱立信、华为在第三轮报价中跌破每载 3 万元，为获取市场前两名作用显著，诺基亚西门子通信、上海贝尔偏高。按照商务、技术、5:4:1 的国际招标惯例，招标三项指标加和，最终位居综合排名前三，实至名归。

此次 WCDMA 招标，本土企业无疑是最大的赢家，华为、中兴、上海贝尔共获得 60% 强的市场份额，远超国际厂商，其中，华为系夺魁并不让人意外，而中兴的表现也远超出市场预期，此次最后拿下 21.5% 的市场份额。中兴通讯凭借积极的进攻政策和本土企业优势，最终中标额超过预期的 10% - 15% 的份额，总共中标了 16 个省，包括广东、山东、浙江等发达地区。

另外，对于上海贝尔来说，最终结果也比较理想，由于其在中国联通 GSM 设备市场上的市场份额低于 10%，本次独家拿下超过 10% 的市场份额已经远超预期。至此，三家本土企业主导的厂商总共份额达到 64% 左右，成为中国联通 WCDMA 招标的最大赢家。

在全球 WCDMA 主要设备商版图当中，按照现有存量，爱立信、诺基亚西门子通信、阿尔卡特朗讯、华为、中兴分列前五。专家指出，作为技术上和商用上最为成熟的 WCDMA 已经形成完善的产业链和本地服务链，众多国际巨头在中国都设置了相应的本地化团队，因此国内企业已经没有明显的本地优势。这样中国的 WCDMA 市场成为国际市场的翻版，市场份额上没有明显的让业界吃惊的地方。

中国联通的招标作为全球最大规模的 3G 招标，其形成的市场格局对全球格局具有重要影响，为中兴、华为在 3G 时代全球的崛起奠定了基础。

## TD 中国红

比起爱立信和诺基亚西门子通信这样的巨头，中兴、华为尽管同样承受全球通信市场低迷的压力，但是后方的中国本土市场已经成为他们过冬的棉衣。

“中国移动通信市场今年爆发式增长，弥补了中兴、华为在海外市场的损失。”业内资深分析师估计。iSuppli 预计 2010 年全球运营商无线基础设施投资额将为 391.25 亿美元，相比 2009 年还要下滑 0.7%。而中国电信无线市场在 2010 年和 2011 年还将保持今年的投资额。

在整体国际经济形势持续低迷的情况下，全球大部分市场都减少了网络的设计和设备的采购。不过在中国，却是风景这边独好。3G 牌照的发放，三大运营商都竞相展开了 3G 网建，仅就 TD 网络建设一样，投资就在千亿元以上。凭借 TD，中兴华为赢得盆满钵满，同时大唐，普天等企业也开始崭露头角。

在 2008 年下半年连续开始的 TD 网络招标中，国内设备商就成为最大的赢家。年初，中国移动的 TD 一期招标中，国内设备厂商几乎占据了全部份额，中兴、爱立信获招标份额的 46.78%，大唐移动、上海贝尔阿尔卡特、新邮通、烽火获 36.68%，鼎桥系获 13.82%。年底的 TD 二期招标依然是中国厂商的天下，“大唐系”份额第一，获得 40% 的市场份额；中兴通讯获 28% 至 30% 的市场份额；华为的份额为 17% 至 18%，诺基亚西门子通信 8% 左右，中国普天 6% 左右，爱立信 4.5% 左右。在 2009 年年初的中国移动三期招标采购中，国内企业几乎完胜，中兴通讯以 34% 份额稳居第一，华为获得 22%，大唐拿到 16%。

3G 在中国的准备工作走过多年道路，最早一批来华淘金 3G 的国外设备厂商多数已经销声匿迹。而能坚持到现在的，除了中兴、华为外，还有依靠自主技术 TD 迅速占领市场的大唐、普天。这些国内企业借助 TD 打了一个漂亮的翻身仗。

现在，在全球金融危机的当口，中国自己的 3G 网络建设正有望把中国自己的两大通信设备商进一步送到移动通信市场第一的位置。

#### CDMA “零报价”的正面意义

中国电信 CDMA 无线设备部分的招标涉及 81 个城市的 CDMA 网设备，总共 25 万载频，是近年来中国 CDMA 网络最大的一次招标，也是近年来全球 CDMA 第一大单。

去年年末中国电信 CDMA 无线设备部分的招标结果就已经确定。华为获得了 74000 载频，接近 30% 的份额，占据 81 个招标城市中的 20 个。阿尔卡特朗讯获得 48000 载频，中标 13 个城市，占 20% 左右的份额。摩托罗拉获得 45000 载频，中标 15 个城市，占 18% 左右的份额。北电获得 42000 载频，中标 13 个城市，占 17% 左右的份额。中兴获得 35000 载频，21 个城市，占 14% 左右的份额。

这 81 个重点城市涵盖几乎所有省会城市和计划单列市，以及东部、中部重要城市。虽然全国有 300 多个地级市，但这 81 个重点城市的 CDMA 建设量可能可



相当于全国 300 多个地级市的 70%以上。

而此次，中国电信考虑了长远的利益，因此对于设备制造商的整体实力和平衡都做了考虑。由于此次电信 CDMA 招标各厂家可通过竞争性的价格，在对手地盘进行报价，从而导致了“零报价”，“负报价”等现象的出现，这种招标方式，也是鼓励在 CDMA 领域实力强大的厂商获得更多的地盘，对电信 C 网的长期发展是有利的。

从最终中标结果来看，华为在此前 C 网份额不到 3%的情况下，不仅获得最大份额，而且进入了北京、广州、天津、上海、苏州、南通、宁波、厦门、中山等富庶地区。

中国电信在 81 个城市的 CDMA 网络招标结果意义深远。移动通信的规律是，初始承建网络的设备商将一直进行维护及扩容等，也就是说，今后的扩容大单也将归初始承建设备商。因此，此次 CDMA 招标可谓设备商们重新划分地盘。来源：通信产业报 2009-11-18

[返回目录](#)

## 戴尔获批在美销售手机合作运营商或为 AT&T

据国外媒体报道，戴尔近日递交给美国监管部门的文件显示，该公司可能很快进入美国智能手机市场。

戴尔递交给美国联邦通讯委员会（以下简称“FCC”）的文件显示，该公司在美国销售 Mini 3iX（Mini 3i 的 WCDMA 版本）的申请已于 11 月 6 日获批。

文件称，FCC 将在明年 4 月 21 日披露有关戴尔智能手机技术规格的细节。这意味著戴尔智能手机有望明年第二季度在美国面世。

上述文件还称，戴尔智能手机的美国版将由富士康代工生产，该手机将支持 AT&T 的网络，不过文件未披露该手机由哪家运营商销售。此前有报道称，戴尔已与 AT&T 达成一项有关在美国市场销售手机的协议。来源：飞象网 2009-11-19

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### [[趋势观察]]

## 中文上网成移动互联网应用趋势

中国企业移动信息化推进工程暨手机中文上网普及行动于 11 月 19 日在北京举办了

全国启动仪式。有关专家在会上表示，手机中文实名上网服务已经成为未来中国移动互联网应用发展的一个趋势，并呈现出与电子商务相结合的特点。中小企业可以通过这一应用增进与用户的沟通，实现直达营销。

工业和信息化部中小企业竞争力工程组委会处长柴大伟表示，我国拥有 4200 多万家中小企业，实现信息化的不足 5%，我国支持企业移动信息化推进工程，是为了降低中小企业的经营管理成本，提高企业的市场相应力和综合竞争力。负责此项工程实施的北京亿美软通科技有限公司 CEO 李岩表示，在未来两年，信息化推进工程将在全国 100 个城市组织上万场普及活动，为 100 万家中小企业免费建设移动信息化的基础平台。

赛迪顾问高级分析师表示，手机中文上网已经成为中国移动互联网应用发展的一个趋势，因为这符合中文顶级域名普及发展的趋势、可以提高手机上网的效率、3G 域名稀缺和符合中国人的语言习惯。

来源：《中国证券报》2009-11-20

[返回目录](#)

## 通信、IT 融合是“智慧的地球”落地核心

2008 年 11 月，在土耳其伊斯坦布尔举办的 IBM 商业领袖论坛上，IBM 提出了“智慧的地球”战略，一年来引发各界讨论，热度不断升温。

对于这一战略，许多国内通信领域人士认为只涉及 IT 层面，与自身关系不大，或者认为于中国现实意义不大。事实上，“智慧的地球”并不仅仅是 IT 层面的事情，它是世界运转的方式——开发、制造、运输和销售实体商品的支持系统和流程、需要提供的服务、从人和金钱到石油、水以及运动的电子等所有的一切，还牵扯数十亿人的工作和生活的改变。而通信与 IT 的融合是“智慧的地球”落地的核心，至于中国，目前也已经有了对“智慧的地球”的切实需求和动力。

“智慧的地球”是一场正在发生的变革

“智慧的地球”并不是凭空想象出来的，相反，它是经过 IBM 全球技术、市场、战略部门潜心研究，对未来发展趋势所做出的前瞻性判断。

从过往的历史来看，19 世纪、20 世纪之交，科学打破国界；20 世纪，经济打破国界，带来经济全球化；在互联网之前，信息是区域性的，随着互联网的发展，特别是无线互联网、物联网的延伸，信息已经渗透到每一个人的生活和世界的每一个角落。信息大爆炸为人们的生活带来无限便利和惊喜的同时，也带来了大量信息垃圾的负担。

我们的数据表明，2008 年 IBM 高性能计算机的计算速度已突破每秒钟 1000 万亿次，在 11 年内提升了 1000 倍；今年全球手机用户已有 40 亿，3G 用户正以每年 30% 的速度高速成长；到 2010 年，世界上平均每人将拥有 10 亿只晶体管；2010 年，全球将有 300

亿个 RFID 标签，这一数据在 5 年中增长了 33 倍；到 2011 年，全球将有 1 万亿个物品和 20 亿人被连接在一起……事实上，IBM 的研究部门、市场部门以及战略部门均分别从不同的角度看到了这一现状：目前的信息并不是太少了，而是太多了，在这一背景下，如何智慧地发现、挖掘和使用信息，让世界的基础结构向“智慧”的方向发展，确实是我们应该慎重考虑的事情。

2008 年 11 月，IBM 在美国首先公布了“智慧的地球”战略，展示了建设智慧型基础设施的技术可行性和实施前景，得到了美国各界的高度关注。2009 年 1 月，IBM 首席执行官彭明盛在《华尔街日报》发表文章，以确凿的数据和分析明确地提出，美国应当投资智慧型基础设施建设，这不但在短期内会起到促进就业的作用，而且还会为美国奠定长期竞争优势。2008 年度诺贝尔经济学奖得主保罗·克鲁格曼在致美国新任总统奥巴马的公开信里，也明确表示对投资智慧型基础设施的支持。1 月 28 日，奥巴马在会见美国工商业领袖的圆桌会议上发表讲话，肯定了这一思路，并进一步认为，投资宽带网络等新技术，是美国保持和重夺国家竞争优势的根本所在，将问题上升到美国国家政策层面。之后不久，即签署经济刺激计划，批准推进“智慧的地球”中两个领域的发展——智慧的电网和智慧的医疗，前者获准投资为 110 亿美元，后者为 190 亿美元；同时批准宽带网络投资 72 亿美元。

在国内，IBM 商业价值研究院也进行了严谨的调研，结果证明，“智慧的中国”同样呼之欲出。目前，IBM 为配合中国发展议程提出五大任务目标——可持续发展的经济、有竞争力的企业、能源有效利用、环境保护、和谐社会，提出在国内首先着力构建 6 个智慧的行业——智慧的交通、智慧的医疗、智慧的电网、智慧的银行、智慧的供应链、智慧的城市。

通信、IT 融合是“智慧的地球”实现的核心

“智慧的地球”到底是什么？

我们认为，“智慧的地球”可以分成 2 个部分。一为地球部分，主要包括人、企业、社会团体、生态系统等等；另一为智慧部分，主要包括三方面，最基础的是电力，在此之上是通信，再其上是 IT，这三方面的融合效应产生了“智慧”。

当智慧部分和地球部分这两端连接在一起后，就形成了 IBM 对“智慧的地球”认知的 3 个“I”：物联化（Instrumented），即更透彻的感知，任何事物或人群都可以被感知到；互联化（Interconnected），即更全面的互联互通，人与人、人与物和物与物之间都可以无障碍地互联互通；智能化（Intelligent），即更深入的智能分析，通过 IT 手段使互联互通更智能。

IBM 提出从 4 个领域入手来真正实施“智慧的地球”：新锐洞察（NewIntelligence）、智慧运作（SmartWork）、动态架构（DynamicInfrastructure）、绿色未来（Green&Beyond）。这 4 个领域分别解决对于企业来说非常重要的四部分架构的问题。

首先是最基础的资源架构。企业都面临着能源、水、原材料成本不断上升，以及各种自然资源消耗殆尽等问题；同时，由于气候变化及全球变暖等问题，企业也将面临更多来自于新环保法规的压力。企业必须转型，将其运作、制造、经营的方式转变为节能、环保和可持续发展的型态。这就是“绿色未来”应对的问题。

在此之上是基础设施架构。企业目前的基础设施尚不灵活，成本高，而要做到不断适应变化的市场环境，企业必须要有先进基础架构（包括通信和 IT）的支撑，即动态架构，以降低系统运用成本，随时动态调整，支持快速发展的新技术，同时还能提高服务水平并降低管理风险。

再往上是业务流程架构。企业目前面临的挑战，一方面是信息大爆炸，另一方面，新产品、新服务也在呈“大爆炸”式地产生，业务本身的流程越来越复杂、多样，不断叠加，以致一些从局部看来很有道理的事情，可能在全局来看就没什么道理。而一个业务流程的架构显然是非常重要的，这就是需要“智慧运作”解决的问题。

最上层是信息架构。在信息大爆炸的背景下，我们该怎么将信息智能归类，简单来说即人们想要的信息都能得到，不想要的信息都不会出现。举一个最简单的例子，对什么样的短信是垃圾短信，每个人的定义都不相同，同样一条商店促销短信对于一些男士可能是垃圾短信，但对于一些爱逛街的年轻女士可能就很重要。所以对于不同的人群，对于不同的物群，信息架构是不完全一样的，这是“新锐洞察”需要面对的问题。

我们目前已经有 IBM 实践“智慧的地球”的具体事例，分别对应上述 4 个领域。这些实例中处处存在通信与 IT 融合的影子，从这些事例中我们也可实实在在地看到，通信与 IT 融合的确是“智慧”落地的核心。

“智慧的地球”落地中国需考虑三大关键因素

“智慧的地球”说起来非常令人兴奋，但如果想在国内落实，也确实有不少难点，其背后有三大因素非常关键——资源、生态链、技术。

在国内，技术不是影响“智慧”落地的唯一问题，也不会形成主要障碍，资源的协调和健康完整生态链的建立将更为关键。从市场角度来看，中国国内的许多关键资源都是某一行业特定的资源，并不开放。在这种情况下，即使有再好的技术和解决方案，也不能发挥作用。

当然我们也可以通过另外一条途径，真正将某一行业变透明。举个典型的例子，现在用户可以随时在网上收听、下载音乐，音乐原有的行销体系已经消失殆尽。但这种情况只发生在一些资源可以开放、共享的领域。

因此，我们一再强调，在国内实施“智慧的地球”，仅仅依靠技术并不足够，资源本身可不可以拿出来共享，可不可以一定程度上进行自由的竞争，这其实是一个更重要的问题，即如果我们将影响“智慧”落地的因素按重要程度进行排序，首先是谁掌握资源，原先的生态链或可能发生的生态链是什么样，其次才是技术解决方案。

关于这一点，我们认为政府和电信运营商可以发挥更大的作用。就政府而言，可以从宏观角度推动各个行业的健康发展，创造更为和谐开放的环境，更为高效地协调和利用各方资源，推动和建立新的生态链，实现多方共赢、共同成长的局面。就电信运营商而言，一方面可以利用自身颠覆性创新平台的特性，在一些资源可开放的领域（如音乐行业）发挥推动创新的作用；另一方面，对于一些资源不开放的领域，运营商发挥重要央企的影响力，让一些行业看到多赢的可能性，推动一些资源的开放，推动新的生态链形成，这是现阶段亟需运营商发挥作用的地方。

而具体到单个企业的智慧变革，每一个企业领袖都在谈创新和变革，任何一个变革都非常具有挑战性，但在变革当中有4个非常重要的因素影响变革成功与否：第一，最高管理层的支持度；第二，员工的参与度；第三，是否具有能够激发和促进变革的企业文化；第四，是否具有诚恳并及时沟通的态度。其中居于最重要地位的，无疑是企业中最高领导层的支持。

来源：《通信产业报》2009-11-23

[返回目录](#)

## 信息安全公司称应警惕社交网络安全风险

据国外媒体报道，信息安全公司 F-Secure 表示，随着社交网络的用户数日益增长，用户应当警惕随之而来的安全风险。

F-Secure 马来西亚公司高级安全响应经理谢荣飞（Chia Wing Fei，音译）表示，该公司注意到，用户的联系方式正在从电子邮件转向由社交网站提供的即时通讯工具。他指出：“这一趋势在信息安全领域有重要意义，这意味着用户需要对被劫持账户发送的链接和消息更加警惕。”

谢荣飞表示：“根据尼尔森的数据，从2008年8月至2009年8月，社交网络和其他社区网站的用户数增加了31%，而电子邮件用户数仅增加了21%。尽管宣布电子邮件已经死亡还为时过早，但数据已显示出这一趋势。”他指出：“信息犯罪已开始适应用户通讯方式的改变，更多关注知名社交网络上的活动。”

谢荣飞同时表示：“用户已经不再是简单的上下线，发送电子邮件，而是通过计算机和手机持续的在线。Facebook 和 Twitter 等社交网站正迅速成长，而用户则利用这些网站提供的持续、快速的通讯工具。”

他指出：“电子邮件地址可能是虚假的，用户会收到来自陌生人的邮件，因此他们会对通过电子邮件发送的链接保持警惕。然而，如果用户好友的社交网络帐户被劫持，那么将较难识别。”“用户还未学会对社交网络好友帐户发送的链接保持怀疑，而这些链接同样可能使用户感染恶意软件或流氓软件。”

他表示，信息犯罪者正试图通过劫持 Facebook 和其他社交网站的帐号来赚钱，而社交网站中好友之间的相互信任有利于恶意软件的传播。

谢荣飞表示：“即时通讯很有趣，同时更加个性化、更有用，然而所有人都必须意识到其中包含的新的安全风险。随着社交网络的逐渐流行，被劫持帐户发送的链接和请求必将越来越多。”来源：中国江门网 2009-11-23

[返回目录](#)

## 北京无线固话市场展开厮杀：160 元送话机送话费

无线固话展开“诱人”厮杀

160 元抱走话机还送话费

北京话费大战又开辟了新的阵地——无线固话。除了盘踞在北京固定电话市场上的老大——中国联通在固守小灵通外，中国电信、中国移动各自出招攻向这块地盘。市面上最诱人的促销是掏 160 元抱走一部电话机，内含 300 元话费。

这是中国电信在北京悄然推出的天翼商话业务，该终端外形酷似传统座机，但却有两个身份证：一个座机号码和一个移动号码，可以像手机一样随意移动。目前北京电信营业厅正在力推预存 300 元话费送终端活动，不过，在北京最大的邮币卡市场，消费者最低预存 160 元就能参与该活动。

无独有偶，中国移动在北京地区也在低调试水 TD 固话。目前预存 200 元话费可获赠一部 TD 无线座机。每月套餐 20 元，现在半价优惠。据迪信通统计显示，TD 座机月销量增幅超过 30%。

此外，了解到，北京固话老大中国联通仍在吸纳小灵通用户，目前有 8 元、28 元、48 元、68 元和 88 元五档套餐。

易观国际分析师王留生指出，无线座机既可规避 3G 终端匮乏和网络覆盖不完善的风险，也为拓展家庭用户和集团客户的 3G 应用打下基础。来源：北京晨报 2009-11-19

[返回目录](#)

## 上海电子展凸显产业交流“多边化”

在全球遭受这场经济危机的洗礼之后，无论在政治还是经济上，多边化、多极化正变得日益清晰。世界经济中发展最迅速、规模最大的产业——电子信息产业亦是如此。电子信息产业格局正在悄然发生变化。2008 年世界电子产品产值前 10 名的国家和地区分别是中国内地、美国、日本、韩国、德国、马来西亚、

新加坡、中国台湾、墨西哥和巴西。美国是电子信息产业第一大国，继续引领技术和应用潮流，但其很多方面市场第一的位置已逐步被其他国家所取代。欧洲主要国家已经在汽车、芯片、通信和软件等一些关键技术领域占据重要地位。韩日两国受策略和机制制约，脚步有所放缓。

近几年来，东南亚以及墨西哥、巴西和东欧在全球电子产品产能领域里扩充迅猛。其中，中国依托自身巨大市场，正在从制造大国向产业大国迈进。这必然促使技术和产品的交流走向多边、多元。根据工信部的数据，2008年中国电子信息产业销售收入6.3万亿，增长值超过1.5万亿。中国已成为全球最大电子产品出口商以及集成电路和元器件的第一市场。

在这种多边关系中，中国和欧洲的电子信息业交流日益频繁，合作不断加深。慕尼黑上海电子展这几年的盛况即可体现这一点。当然这与一个大背景不无关系：欧盟已取代美国成为中国的第一大贸易伙伴，中国则是欧盟第二大贸易伙伴。

#### 两个优势产业区域的重要纽带

总部位于德国慕尼黑的慕尼黑国际博览集团是世界10大展览公司之一，每年在全球范围内举办近40个博览会，包括ELECTRONICA——国际电子元器件、组件、电子生产设备、光电技术博览会。该博览会始于1964年，每两年一届，是欧洲及世界上规模最大和影响最广的电子元器件专业博览会之一。近年来越来越多的中国厂商青睐于在这一舞台向全球特别欧洲的潜在客户展示自己的风采。

可以说ELECTRONICA和慕尼黑上海电子展成为中欧电子信息业界双向交流的主要渠道，也成为两个优势产业区域的重要纽带。即便在经济最低迷的第一季度，今年3月17~19日成功举行的2009年慕尼黑上海电子展仍如火如荼，306家电子元器件与生产设备商亮相，其中40%为海外展商。本届盛会更吸引来自24个国家28000名观众，增幅达10%，再创历史新高，由此可见该展会的影响力和中国市场的魅力。

展览网聚人气离不开高质量的研讨会和技术交流大会。德国工业最值得骄傲的汽车自然成为慕尼黑上海电子展系列研讨会的主要话题之一，“2009国际先进汽车电子技术研讨会”成为覆盖汽车电子业上下游的顶级行业盛会；欧洲堪称全球最讲求节能环保的地区，因此绿色能源也成为慕尼黑上海电子的另一大特色。

“电力电子技术应用发展论坛”吸引了英飞凌、爱立信、意法半导体、三菱、飞兆半导体和塞米控等公司的积极参与，而其他同期研讨会也是精彩纷呈。

#### 承前启后助力产业加快复苏步伐

根据IC Insight对全球61家半导体公司（代表了全球70%的销售额）所做的调查显示，最糟糕的时期已经过去，从今年第二季度开始，半导体IC产品的订单开始增多，总体来说业界预期第二季度市场销售额较第一季度至少增长5%，

IC Insight 对 2009 年的整年预期维持在 -17%。Gartner 的预测更为审慎：2009 年全球半导体营收将达到 1980 亿美元，同比下滑 22.4%。2010 年第二季度才会反弹。Gartner 称，全球半导体市场尚未走出低谷，目前只有中国市场出现反弹迹象。

不论是 V 型或 U 型走势，触底反弹已成定势，但由于之前的下滑过于严重，复苏之路将是漫长的。业界普遍认为，要到 2010 年底甚至 2011 年才能基本回到正增长的态势。

2010 年 3 月 16 日 ~ 18 日在上海新博览中心举行的慕尼黑上海电子展就必将成为一个承前启后的节点，这是由它本身的特质和优势决定的：第一，展览全面覆盖电子元器件制造、封装、应用、整机装配等各个环节和展示完整供应链，综合性与专业性得到完美结合；第二，综合优势展区（半导体专区）与特色专区（SMT/电子组装特别展区、被动元件/连接器专区、线束处理设备专区等）设置相得益彰；第三，同期高端、热点、优质的研讨会引发全行业的脑力激荡和对最新技术趋势的展望；第四，国际展会品牌效应日益明显，海内外半导体买家和专业观众数量年年创下新高，分布领域广泛。第五，官产学研互动实现高规格展会，四展联动产生群聚和规模效应。

据悉，在工业和信息化部指导下，由上海市经济和信息化委员会以及上海浦东新区人民政府主办，慕尼黑上海电子展 2010 年将再度联手慕尼黑上海激光、光电展，国际半导体设备与材料展览会暨研讨会（SEMICON China）和中国国际电子电路展览会（CPCA Show），共同组成 2010 上海国际信息化博览会。来源：中国经营报 2009-11-23

[返回目录](#)

## 中电信引入黑莓倒计时：三大运营商或将都配黑莓

在中国三大运营商于 10 月发力，一起将中国 3G 用户总数推至约 500 万户的背景下，全球明星智能手机的引入正成为兵家必争之地。

目前的引入重点集中在 RIM 公司的黑莓身上。中国电信天翼移动终端管理中心相关负责人表示，中国电信将在几个月内引入 RIM 公司的黑莓，速度快的话应该在今年底明年初左右。另外，中国电信还在与美国 Palm 这样的智能手机厂商商讨合作。

德意志银行报告称，iPhone（手机上网）与黑莓手机，今年将占手机总销量的 5%，而却将得到手机市场总运营利润的 58%，黑莓和 iPhone 是目前国际市场上最为畅销的两大智能手机，且采取与运营商捆绑的模式。投资研究机构 Sanford



Bernstein 分析，苹果 iPhone 目前的运营利润率高达 40%，RIM 每部手机的利润率为 20.7%，而行业平均利润率为 9.7%。

以既能接打电话又能收发电邮的黑莓为例，过去 10 年间，RIM 向 2850 万个用户卖出了 6500 万部黑莓手机，公司的市值在这个过程中也由 9600 万美元上升至 420 亿美元。2009 年美国《财富》杂志的“全球增长最快企业的排行榜”上，RIM 位列第一。

苹果应用商店（APP Store）已经拥有了超过 6.5 万个应用程序和 15 亿次下载量，成为其成功的保证。苹果向开发者提供的销售分成额为 70%，而 RIM 发布的黑莓应用程序世界，向开发者提供 80% 的软件销售分成。

RIM 公司中国区总裁谢国睿曾对 CBN 记者表示，RIM 公司在全世界 170 多个国家和地区与 500 多家电信运营商存在合作关系，这意味着在中国 RIM 也不会只跟一家运营商进行排他性的合作。联通华盛相关人士透露，RIM 公司也在与联通方面有所接触。这意味着三大运营商都将引入黑莓。

事实上，作为全球第二大智能手机品牌的黑莓在 2006 年 5 月就与中国移动签署合作协议，将目光瞄准了中国的企业用户群体，RIM 公司中国区市场部总监李彤透露，黑莓目前已经在中国本土开拓了很多大客户，如平安保险、中信证券、中国远洋、宝钢集团等。

但中国移动三年从未再引入新机型，目前黑莓在中国只有中国移动提供一种机型，套餐费用高达 398 元/月到 598 元/月。而中国电信以及未来中国联通的加入，将改变这一局面。目前，中国电信黑莓服务的注册链接已经可以使用。中国电信将推出包括黑莓个人互联网服务（BIS）和黑莓企业解决方案服务（BES），与服务同期推出的是黑莓的三款新机型，包月费用预计最低不到 100 元。

大和证券公司分析师 Marvin Lo 认为，黑莓手机具有快速移动连接电子邮件的功能。使用了黑莓业务以后，用户可以实时发送办公邮件，此外，还可配合企业内部的办公、生产、销售、财务等需求。

而整个智能手机的市场背景是：在全球最大的手机市场，2008 年中国手机总增长量只有 6% 到 7%，智能手机这个细分市场却取得了 20% 的增长。计世资讯预计，智能手机市场的增长在 2009 年会达到 30%，2012 年智能手机的市场份额将占国内手机市场的 40%。来源：第一财经日报 2009-11-24

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 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的办公环境。

**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。

成都市某餐饮公司就通过其中的企业建站服务，成功地加强了新老客户的联系，包括提高老客户满意度和扩大新客户资源。当地移动公司在 www.10657000.com 门户中为酒店提供了展示平台，在无线互联网上展示菜品，收集顾客联系信息、顾客点评和留言信息，酒店信息可直接传送到顾客手机上，与顾客保持零距离沟通。顾客只需编辑餐饮公司的简称发送到 10657000，就可查询到该酒店的地址、联系方式、最近促销等信息。该服务为老客户提供短信订餐服务，大大提高了老用户的满意度。

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：赛迪网 2009-11-20

[返回目录](#)

## 内容服务商在 3G 时代的机遇

在传统移动业务价值链中，运营商一家独大，其他参与者居于从属地位，整个产业创造的价值大部分被运营商获得。然而在 3G 时代，随着产业价值链的裂变，移动运营商对整个产业的控制难度加大，其他环节的力量和地位在上升。根据毕马威会计师事务所的测算，在 2G 时代，移动运营商作为网络运营商和门户提供商将分得 95% 以上的收

益；而在 3G 时代，移动运营商只能分得 50% 的收益，内容提供商将分得接近 40% 的收益。因此，进入 3G 时代后，移动运营商必须转型以适应新的市场运营模式。

而内容提供商则将迎来重大机遇。从用户层面上说，大多数用户最在意的是能否使用到物有所值的业务，而不会在乎背后支撑的技术是什么。实际上，社会公众普遍都很难理解什么是 CDMA2000 1XEV-DO，什么是 WCDMA，什么又是 TD-SCDMA。这一点，我们从日本 3G 市场竞争的演变历程上可以得到印证。

在日本，最早推出 3G 服务的是占移动通信市场主导地位的 NTTDoCoMo 公司。该公司在 2001 年率先推出了 WCDMA 网络。在业务刚推出的时候，NTTDoCoMo 公司大力宣传的是其 3G 技术的先进性，由于一般用户很难理解，导致业务初期发展非常不好，到 2003 年年初才发展了十几万用户。而 KDDI 公司在引入 CDMA2000 网络时就淡化了技术宣传，重点强调的是业务能力的增强和用户体验的提升，很容易让用户接受，因而获得了非常好的效果。以“au”为业务品牌的 CDMA2000 网络推出 1 年多的时间，就发展了 1000 多万用户。

当中国启动 3G 时，庞大的市场给了众多内容提供商施展的空间。正如日本和韩国，目前，日本 60% 以上的手机用户已改用 3G 手机，到 2009 年年末，日本 3G 内容服务的产值可望达到 20 亿美元。

在各种 3G 内容中，手机阅读最具发展潜力。据悉，中国移动计划 5 年内在浙江投资 5 亿元建设手机阅读基地。中国移动副总裁鲁向东称，中国移动所要发展的手机阅读不是已有资源的简单整合，而是要通过各方的努力和营销打造新型发行渠道。中国联通和中国电信面对手机阅读这个庞大的市场也在积极准备。2009 年 8 月，宁夏电信与新华分社签约合作，双方将建立信息发布沟通机制，重点在网络综合信息服务、无线数据增值业务等新媒体领域进行合作。中国电信的产业链整合首先从内容环节入手，未来，也有可能通过终端绑定免费阅读器深入手机阅读业务。

移动交易类服务的发展空间也十分广阔。目前，已有运营商推出了移动交易类业务，主要的业务种类包括：自营移动商店、移动拍卖、移动商贸中心平台等。移动商店销售的产品正从电子产品（电子书、音乐、影像等）向实物产品（书籍等）领域拓展

移动 Web2.0 代表着发展方向。移动互联网近年来发展迅速，已经被业界公认为是未来移动通信产业发展的方向。移动互联网是移动通信和互联网的融合，但是移动互联网不等于“移动网+互联网”。这是因为移动网络自身的特点会对传统互联网的应用形式带来很大的改变，比如：终端位置的移动性，可以直接催生多种基于位置的应用；同时，由于移动终端体积小、处理能力弱以及无线信道的限制，要求互联网的内容和应用形式一定要能够与之相适应。随着近年来 3G 网络能力的提升和 Web2.0 的发展，移动 Web2.0 的发展开始提速。移动 Web2.0 将大大增强移动互联网增值业务的互动性，更加彻底地体现了人人参与、共同建设的互联网核心宗旨。

满足用户不断增长的信息和增值服务需求，仅靠运营商和设备商是远远不够的，移动服务产业链需要引入有实力的内容提供商和服务提供商等，产业链各环节之间也要更好地协调配合，这样才能保证为用户提供有吸引力和质量保证的服务。

来源：《人民邮电报》2009-11-20

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### 物联网不是噱头是机遇运营商把好“应用关”是关键

不能否认，各种网络改变了我们的生活方式，如电力网、有线电视网、自来水网、互联网等。其中，互联网的影响最大，因为它在很大程度上重构了人与人之间的沟通方式。不论是以 PC 为终端的互联网，还是以手机为终端的移动互联网，都极大地方便了人与人之间的信息沟通。随着互联网应用的不断深入，人们迫切要实现人与物、物与物之间的顺畅沟通。由此，物联网应运而生。

物联网不是噱头是机遇

其实，物联网不能算是一个新鲜的概念。早在 1999 年，美国麻省理工学院就提出了物联网的概念。2005 年，国际电信联盟在其发布的《ITU 互联网报告 2005：物联网》中正式提出了“物联网”这个概念并对其涵义进行了扩展，并指出，物联网其实就是互联网应用的延伸，是互联网更深层次的应用。

现在，我们基本上把物联网产业链细分为标识、感知、处理和信息传送四个环节，每个环节的关键技术分别为射频识别 (RFID)、传感器、智能芯片和电信运营商的无线传输网络。因此，各大电信运营商也纷纷把物联网看作是未来移动互联网的发展方向，更把物联网看作是下一个“净利润增长点”。

在 2009 年中国国际信息通信展上，中国移动的“物联网”展台展出了物流信息化、企业一卡通、公交视频、校讯通、手机购电等主题，其中的手机钱包和手机购电业务赚了眼球。中国电信则将物联网业务分成“平安 e 家”和“商务领航”。而中国联通则以“无线环保检测平台”展位亮出“物联网”招牌。由此可见，我国三大电信运营商都高度重视物联网这一新技术和新业务，都希望把握住“物联网”这个机会。

三大运营商在物联网上各有优势

在我国三大电信运营商的重拳出击下，3G 着盛装出场了。如何有效利用带宽资源以开辟新的应用，如何创造新的利润增长点成为电信运营商必须要考虑的问题。而随着 3G 无线网络建设进程不断推进，各大电信运营商手中拥有的带宽资源越来越丰富。如果物联网能够带动无线带宽资源的有效使用，这对于电信运营商而言，作用和意义是不言而喻的。



对电信运营商而言，要想在物联网产业发展中起到龙头作用，不仅要切实推进物联网各个环节的产业化发展，而且还要解决物联网发展过程中出现的诸如应用较少、商业模式、整合困难、协议众多、成本过高、地址短缺和用户隐私保护等问题。更为重要的是，电信运营商目前要加大对 3G 发展实际进程的推动力，以切实做好眼下 3G 网络建设和业务内容服务，这才是电信运营商发展物联网的关键所在。毕竟，对于用户来说，他们需要的不是宏伟的高新技术蓝图，而是实实在在的 3G 应用。

对于中国移动来说，拥有网络规模与覆盖范围都是全球第一的移动通信网络，这可是发展物联网的基础条件。另外，中国移动在 M2M(machinetomachine)领域已形成一整套拥有自主知识产权的技术标准、解决方案和相关产品。通过与各行业的广泛合作，目前 M2M 终端数已达到 300 万，年均增长超过 80%。更为重要的是，中国移动拥有的 TD-SCDMA 网络上下行时隙可以灵活配置，正好适应了物联网需要大量上行带宽的需要，具备支撑物联网正常运行的“先天优势”。目前，中国移动正积极推动无线传感器网络与 TD 网络融合，构建适于物联网应用的 GPRS/TD/WSN(无线传感器网络)融合网络，大力发展适于 TD 网络承载的物联网业务。

中国电信要发展物联网，最大的优势则在于其拥有丰富的带宽资源。2009 年 7 月 16 日，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 24 次中国互联网络发展状况统计报告》中披露：2009 年 6 月中国网络国际出口带宽达到 747541，较 2008 年底增长 16.8%。其中，中国电信为 416778Mbps，占 55.75%；中国联通为 295136Mbps；中国移动为 9932Mbps。另外，基于历史原因，中国电信还拥有丰富的固网资源，也是目前互联网业务的主要承载者，这是中国移动和中国联通无法比拟的优势。除此之外，中国电信获得了 3G 移动牌照，加强了 C 网与固网的融合，将“聚焦客户”与“创新”作为战略路径，大大提高了全业务融合能力，打造真正的移动互联网，为发展物联网打下了坚实的基础。

作为手握移动、固网两大牌照的电信运营商，中国联通发展物联网的最大优势在于其技术优势。从技术上来看，WCDMA 的数据上下行速率分别是 5.76Mbps/和 14.4Mbps，而 TD-CDMA 的则分别是 384kbps/2.8Mbps，CDMA2000 的则为 1.8Mbps/3.1Mbps。WCDMA 的这个很明显的技术优势则表示中国联通发展物联网业务有着更高的带宽和更快的速度。另外，WCDMA 还具有丰富的体验内容、明显的终端优势以及成熟的商业经验等优势。这些优势对中国联通发展 3G 业务以及在 3G 竞争中占得先机具有重大意义。而良好的 3G 服务恰恰是发展物联网的重要基础。

由此可见，在发展物联网方面，中国移动、中国电信和中国联通各有千秋，关键的问题则在于谁能够在提高 3G 业务应用方面占得先机。

国外经验可借鉴

物联网在全球范围内都还处在“试水”阶段，还没有什么成熟的经验和成功案例。但有些公司却在不懈努力中，比如 IBM 和 Pachube。

在物联网方面，IBM 是一家技术领先的大公司，并率先提出“智慧地球”的概念。近几年来，IBM 一直提供包括 RFID 和传感器在内的一系列解决方案。比如，IBM 在 2009 年 6 月底和丹麦运输公司 ContainerCentralen 签订了一份协议。ContainerCentralen 将采用 IBM 的传感器技术允许园艺供应链中的参与者跟踪运输的进度，整条运输链的各方公司都可以利用传感器对运输的条件和气候进行跟踪，并且运输过程更加透明。

除了 IBM 这家大公司之外，有一家名为 Pachube 的英国小公司也表现不俗。Pachube 那个允许用户给现实世界和虚拟世界中的物品、设备、建筑和环境添加标签，并分享即时传感器信息。也就是说，Pachube 打算对环境（比如用户家庭）作出响应，并施加影响。

来源：《通信信息报》2009-11-23

[返回目录](#)

## 中国移动在安徽启动宽带 P-BOSS 建设

11 月 23 日，近日中国移动安徽公司将率先启动宽带 P-BOSS 系统建设工程。

随着电信重组，三大运营商全业务运营，中国移动也同样面临固网和宽带运营的问题。目前，中国移动开始了对于支撑宽带业务的 BOSS 系统的改造，也就是中国移动所称的宽带 P-BOSS 系统。

P-BOSS 可融合多方网络资源

据了解，安徽移动是中国移动集团首先启动宽带 P-BOSS 系统建设的省。随着电信重组完成及 3G 牌照发放，国内通信行业三大运营商都具备了固网、宽带、移动通信全业务运营的资质，通信行业进入激烈的全业务竞争态势。全业务运营、固定/移动网络融合发展、业务融合、服务融合成为各运营商的发展方向。

安徽移动在移动业务方面的发展具有先天优势，但固网、宽带业务属于新领域，宽带业务成为安徽移动发展的焦点和重点。宽带业务是安徽移动在全业务运营环境下，基于现有 2G/3G 移动业务基础上推出的一项互联网接入业务，用户可以通过光纤接入或 CableModem 方式高速访问互联网络。目前安徽移动可以销售的宽带产品主要来源于自建宽带资源、铁通宽带资源、广电等第三方合作伙伴资源。

为保证安徽移动在激烈市场竞争中的持续发展、适应灵活有效的市场策略变化，促进全业务的开展，将自建、铁通以及广电的宽带资源有效整合，并为客户提供快速的开通、可靠的保障、提升客户体验，安徽移动启动了该系统的建设。

据悉，安徽移动经过与国内主流运营支撑系统提供商的深入研讨与交流，从产品满足度、产品成熟度、项目实施能力、售后服务水平、成功案例等方面综合慎重考虑，最终选择中兴软创为宽带 P-BOSS 系统承建商。

## P-BOSS 系统提升四大能力

据介绍,通过宽带 P-BOSS 系统的建设,中国移动安徽分公司将在四个方面得到能力提升。

一是提升安徽移动对于宽带业务(包括面向家庭客户和集团客户业务)端到端的开通能力。实现快速建立服务开通流程的要求;实现客户在服务开通方面 SLA 的要求,实现差异化服务;实现对各类复杂服务开通流程调度的要求;实现通过 IT 手段,在施工过程中规范施工准则,指导施工的要求。

二是提升安徽移动对于宽带物理资源、逻辑资源管理的能力。实现对安徽移动自建宽带资源的管理和宽带类合作伙伴提供的资源,进行集中、综合管理的要求;实现快速配置资源的要求;实现资源生命周期管理的要求。实现缩短前端业务部门、后端支撑部门的对资源理解差异的要求,把物理资源、逻辑资源封装为前端业务部门可以理解的业务资源。

三是提升安徽移动对于宽带业务端到端服务保障能力。实现故障申告流程的调度的要求;实现快速响应和处理客户申告,提升客户满意度要求;实现客户在服务保障方面 SLA 的要求,实现差异化服务。

四是提升安徽移动对于施工任务调度的能力。实现快速响应前端业务的要求;实现对安徽移动施工人员、施工类合作伙伴施工人员的统一管理和调度的要求;实现进细化管理的要求,通过智能化手段和工具,优化施工任务和人员的分派关系提高生产效率、降低企业运作成本。来源:通信世界网 2009-11-24

[返回目录](#)

## 芬兰颁发 2.6GHzLTE 频谱牌照:有效期至 2029 年

据国外媒体报道,芬兰已颁发用于开展 LTE 移动业务的 2.6GHz 频段(2500MHz - 2690MHz)无线频谱牌照。

芬兰国家虽小,但一直走在全球移动通信前沿。不仅有诺基亚/诺西这样的领先厂商,而且该国早在 1991 年就开通了 GSM 网络,是世界上最早开通 2G 网络的地区之一。

此次由芬兰监管机构主导的拍卖经历了 5 天 27 轮,结束于 23 日。共计获得 380 万欧元(C114 注:约合 569 万美元)收入,牌照的有效期至 2029 年。

芬兰移动运营商 Elisa、Sonera 和 DNA 三家拍得 140MHz FDD 频谱。Elisa 宣布它在拍卖中获得了 50MHz 频谱,它将为此支付 83.47 万欧元的频谱使用费。

Sonera 亦表示其获得了总计 50MHz 的频谱,费用为 81.9 万欧元。该公司预计将在明年第一季度迎来首批 LTE 网络用户,是否扩建网络将取决于客户的需求

和终端设备的兼容性。

另一主要运营商 DNA 也证实拍得 40MHz 频谱，费用为 67.57 万欧元。它计划在未来几个月内采用 HSPA+ 技术推出 21Mbps 移动宽带业务，预计新的频谱将帮助其将网速提高至 100Mbps。

此外，Pirkanmaan Verkkko 以 147 万欧元高价获得了 50MHz TDD 频谱。

芬兰交通及通信部部长苏维·林登（Suvi Linden）称拍卖如预期一般展开。“现在我们将评估试验性拍卖的结果及其未来影响。”她表示。

据林登透露，一份关于拍卖影响的报告将于 2010 年秋季提交给议会，届时将会提供获胜者如何使用频谱的有效信息。来源：中国通信网 2009-11-24

[返回目录](#)

## 网业监管力度日益加强国家队或借机进入

“连续对网游产业收紧监管政策，将使得目前游戏厂商日子越来越难过，一些‘国家队’将借机进入。”业界专家就新一轮政策调整的后果预测出人意料。

游戏内容设计将被监管

文化部针对网络游戏管理发布通知，要求各地文化主管和执法部门改进和加强网络游戏内容管理工作。通知中要求建立网络游戏经营单位自我约束机制。同时要求网游企业采取技术措施，加强对未成年玩家的注册指导和游戏时间限制。

值得注意的是通知中明确要求网游企业调整产品结构，改变以“打怪升级”为主导的游戏模式，对游戏玩家之间的“PK 系统”、“婚恋系统”等进行更加严格的限制。

这是游戏监管政策首次涉及到网游产品设计内容层面。游戏公司必须根据通知精神对于游戏的架构和模式做出调整。

网业监管力度日益加强

就这一监管新政，向游戏厂商征询相关影响。但是几家接受采访的厂商均表示“不好说”。

尽管游戏厂商对于监管政策的反应显得小心翼翼，但是中国对于网游行业监管力度的增强却是不争的事实。

短短一年来，相关主管部门先是对游戏中虚拟货币加以规定，再到加强对境外游戏的审批，而后强调审批要分前置、后置两次，最后发文通知打击游戏中的低俗现象，甚至要求网游企业改变游戏设计模式。

“还会进一步出台新的监管政策。”易观国际总裁于扬表示，“层出不穷的因沉溺游戏而导致不良的社会后果事件不时见诸报端。政府监管部门势必会对这个

行业进行更大面积的监管”。

至于这些政策的收紧对于行业的影响，于扬表示：“这势必减少网游中的可玩点，恐怕会造成一部分玩家的流失。整个游戏行业的发展面临着强烈的不确定因素。”

目前几乎已经形成政府主管部门、网游从业者，以及游戏玩家三方的博弈。于扬表示，如果要找到一个不仅能维护玩家利益、保证游戏产业健康发展，同时避免社会问题的监管政策，还需要一个很长的过程。

#### 游戏厂商可分散投资降低风险

在游戏产业监管政策收紧的过程中，于扬建议，凡是有资源的，有整合能力的网游企业最好能够向游戏的上下游扩张，以分散风险。

事实上，一些游戏公司已然开始这么做。一周之前盛大刚刚成立了影视公司，在游戏之外，已经涉及了影视、音乐、文学等多个领域。而完美时空也投拍了游戏同名的电影，老牌网游企业金山也在筹拍《剑侠》的电视剧。这种涉足传统娱乐行业将成为网游企业的一股潮流。游戏厂商涉足影视音乐上下游行业可谓一举两得，一是可以给自己的游戏造势宣传，建立长期品牌，二是可以分散一些不确定的政策风险。

于扬认为，在这一轮的转型过程中，原创能力比较强、有品牌积累，同时有一定资本能力的网游企业可能相对好过一些。而一些单纯靠代理，以网游运营渠道著称的企业恐怕将在这一轮的变化中遇到比较多的麻烦。

#### 游戏产业可能出现“国家队”

对于之前相对宽松的产业环境来说，如今的网游行业已然成为一种高门槛的竞争性行业。

于扬认为，如果在这样的环境下，可能造就一批“国家队”进入这个行业。“目前，中国网游行业均是以民营企业、股份制企业为主，随着政策监管力度的加强，那些更适应这种产业环境的‘国家队’很可能借机进入。”

而进入网游行业的“国家队”的组成成分，很可能是文化事业单位改制后的企业，也有可能是广电系统体制外孵化的企业。这些企业的特点是善于在相对收紧的产业环境下生存。

目前，中国游戏产业增长的速度已经明显放缓。网游新玩家的涌入势头已经和前两年不可同日而语。网游企业已经开始在老玩家身上下力气，提高玩家个人的消费水平。这意味着，中国网游发展已经到了成熟阶段。因此，中国网游产业将进入更加激烈的竞争态势，而日益收紧的监管政策，让游戏厂商的日子一天比一天难过。未来，如果“国家队”的进入，将使得网游这一湖春水激起更大的波浪。“这未尝不是好事，这将使行业的利润随之下降，摆脱目前被指摘‘暴利’

的境地。”于扬说。来源：北京商报 2009-11-20

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### [[ 视频通信 ]]

#### 思科高管称视频应用将使网络通讯量增长六倍

据国外媒体报道，思科副总裁 Robert Pepper 本周三在埃及红海度假圣地沙姆沙伊赫举行的互联网治理论坛会议上说，随着更多的用户在线观看和发布视频，互联网通讯量从 2007 年之 2012 年五年时间里将增长六倍。

Pepper 说，互联网通讯量这五年的复合年增长率为 46%。这是由视频推动的。视频是推动因素，这是没有疑问的。视频克服了语言、本地内容和阅读写作能力的障碍，使用户能够使用互联网更轻松地进行交流。

Pepper 是在第四届互联网治理论坛会议最后一天的关于“为数字时代的年轻一代做好准备：共同的责任”会议上发表这个讲话的。埃及第一夫人 Suzanne Mubarak 参加了这个会议。

来自 100 多个国家的政府、民间团体、支持组织和私营部门的 1500 多名代表参加了在沙姆沙伊赫举行的互联网治理论坛会议，讨论了互联网的未来。来源：赛迪网 2009-11-23

[返回目录](#)

### [[ 电信网络 ]]

#### TD-LTE：创新融合发展力求弯道超越

无论是亚洲移动通信大会，还是将要举行的上海世博会，TD-LTE 都是一个令人瞩目的亮点。近期，爱立信、诺基亚西门子、爱立信、大唐移动、中国普天等企业都在 TD-LTE 的研发上取得了重要突破。在 ITU 世界电信展上，摩托罗拉协助中国移动完成了业界首个 2.6GHz 频段的 TD-LTE 车载体验行，诺基亚西门子在杭州成功进行了全球首次基于商用基站的 TD-LTE 数据呼叫，TD-LTE-Advanced 进入国际电信联盟 4G 候选标准。“TD-LTE 比 LTEFDD 落后 6 个月。”中国移动总裁王建宙在年初的一席话引起了产业界对 TD-LTE 的高度关注。TD-LTE 这个具有深刻中国烙印的 3.9G 标准，在一定意义上决定了 TD-SCDMA 未来的发展道路有多宽，也在很大程度上决定了 TDD 这一技术体制究竟能走多远。目前，TD-LTE 与 LTEFDD 融合发展的趋势正在不断显现，TD-LTE 正在大踏

步地向商用阶段迈进。

巩固创新成果指明 TD 演进路线

探知未来是人类恒久不变的目标，所有人都关心自己的明天，运营商也是如此。新一代通信技术必然要建立在既有技术体系的基础上，甚至可以说，一个技术标准有没有生命力，有多强的生命力，很大程度上取决于其技术演进的前景。

如果说由 GSM 到 WCDMA 再到 LTEFDD 的清晰演进路线给众多 WCDMA 运营商吃了一颗定心丸，那么 TD-LTE 受到国际广泛认可和 TD-LTE-Advanced 进入 4G 候选标准，不仅明确了中国移动未来 3.9G 直到 4G 的演进路线，也让 TD-SCDMA 产业链企业更加踏实地深耕于 TD 领域。

当然，有人认为，TD-LTE 作为一个国际标准，对任何企业来说都是公开的，相对于 TD-SCDMA，TD-LTE 几乎是个全新的领域。TD-SCDMA 产业链中的国内企业与国外企业在产业化方面差距还是很大的，如果想跟上 LTE 的步伐，还需要持续不断的资金、技术和人力的投入，这对于目前的 TD-SCDMA 产业链企业还是有一定挑战性的。

但是，对于 TD-SCDMA 的后续演进标准和技术，中国公司主导了 TD-LTE 和 TD-LTE-Advanced 的技术研究和标准化的方向，掌握了标准的主导权。也正是由于掌握了主导权，我们在 TD-LTE 领域才有可能实现弯道超越。大唐移动系统标准部总经理王映民表示：“在 3GPP 的 TD-LTE 技术提案中，中国公司无论在提案总数还是通过率方面都处于领先地位。以大唐为例，在 TD-LTE 上，大唐累计提交文稿超过 1000 篇，特别是在 TD-LTE 物理层与核心技术相关的 RAN1 和 RAN4 领域，大唐文稿数位居全行业首位。”

获得标准主导权的结果就是在关于 TD-LTE 的 3GPP 标准中，TD-SCDMA 现有技术和已有投资得到了最大限度的继承。

比如，体现 TD-SCDMA 特点的帧结构和智能天线等技术被写入 3GPP 标准以及 3GPP 的两种帧结构的融合都表明，TD-LTE 集成了 TD-SCDMA 的主要自主创新成果，为 TD-SCDMA 产业的核心技术成果在 3.9G 时代的应用奠定了基础。

这一定位在肯定了 TD-LTE 作为 TD-SCDMA 演进路线的同时，也明确了 TD-SCDMA 大规模商用化发展阶段不可逾越。这实际上从未来演进的层面，反过来坚定了目前 TD-SCDMA 产业链的信心。

为了进一步探索 TD-SCDMA 未来演进路线，我国产业界经过两年多攻关，在 TD-LTE 的基础上形成了 TD-LTE-Advanced 技术方案，获得了法国电信、德国电信、AT&T、NTT、SKT、爱立信、诺基亚等国际通信巨头的明确支持，并成功入围国际电信联盟 4G 国际标准候选技术。

TD-LTE-Advanced 这个 4G 标准获得国际认可，进一步理顺了 TD-SCDMA 从 TD-SCDMA 到 TD-LTE 再到 TD-LTE-Advanced 的演进发展思路，反过来，也推动了 TD-SCDMA 这个基础技术的发展。

## 抓住迎头赶上 FDD 的难得契机

“领先 6 个月”的 FDD 尽管受到了比 TDD 更多和更早的关注，但是距离原先各方所预测的产业链发展速度和商用进展还是差之甚远。虽然 FDD 在年初的移动通信世界大会上仍旧是许多国际运营商和设备商的宠儿，但是其风光却被 TD-LTE 这个打上深刻中国烙印的 LTE 标准抢去不少。

在工业和信息化部、科技部以及国家发改委的大力支持下，部电信研究院和中国移动等单位牵头组织了 TD-LTE 工作组，倾各方之力推动 TD-LTE 的进展。

中国移动研究院相关负责人表示：“TD-LTE 的规模实验分为三个阶段，第一个阶段是概念验证阶段，第二个阶段称为研发技术实验阶段，第三个阶段是规模实验阶段。目前产业正处于第二个阶段，明年下半年有望开始规模实验。”

实际上在很多人看来，经过整个产业链的大力追赶，现在这 6 个月的差距已经有所缩短。“毕竟目前的 TD-LTE 产业是建立在一个较高的基础上，发展道路会大大缩短。”诺基亚西门子通信大中国区服务销售总经理潘波表示，“10 年前开始研发 WCDMA 的时候，我们需要从产业链的上游源头开始研发攻关，甚至包括放大器等基础器件都要从头开发，因为当时的设备都是窄带的，而现在 TD-LTE 的很多技术在 3G 当中都已经具备。”

TD-LTE 由于有 TD-SCDMA 的多年积累和 LTE-FDD 的同步研发经验，发展基础和环境都比当年的 WCDMA 和 TD-SCDMA 好很多。

此外，TD-LTE 先天的技术优势也让其得到了越来越多运营商的关注。上海贝尔副总裁冯叶道出了原因：“由于 TD 与 WiMAX 的频段类似，许多手中握有 WiMAX 频段的运营商广泛对 TD-LTE 进行了密切关注。而且由于 TDD 的时分双工特性，能够更高效地利用频谱资源，这也使众多频谱资源短缺的运营商格外关注 TD-LTE。”“在世界移动通信大会上艳惊全球本身就是 TD-LTE 取得的一个重要成果，我们为此还专门好好庆祝了一下，因为我们主导的 LTE 标准得到了国际广泛认可。”中国移动研究院相关负责人表示，“但是我们也要看到以 TD-SCDMA 为基础的 TD-LTE 产业链与 FDD LTE 的差距，这个差距是包括芯片、终端等各环节的全产业链整体性差距。”

## 与 FDD 共存与融合是趋势

“LTE 时代是一个融合的时代，FDD 和 TDD 会加速融合，这样会形成一个生态环境更加良好的产业链。”潘波表示。

从技术上来说，TD-LTE 与 LTE-FDD 的区别主要在于物理层实现的不同，因此，对于物理层以上的各层（除配置相关的参数外）而言，LTE-TDD 与 LTE-FDD 基本是相同的。

技术上的相似性为这两个技术体系进行融合提供便利的同时，也使双方协同共生，共同发展。“以芯片为例，由于 FDD 相对成熟，主流芯片企业肯定是在推出 FDD 基带芯片之后，才开始在 FDD 的基础上开展 TDD 的研发或者才能够推出 TDD 的基带芯片。而作为产业链的前端，如果芯片企业不能够提供良好的基带解决方案，那么我们就不能期



待终端企业推出优异性能的终端。”中国普天相关负责人表示，“TD-SCDMA 发展的经验也充分说明了这一点。所以 TD-LTE 与 FDD-LTE 将在技术上保持一个长期的相互融合、共同发展的局面。”

从商业前景来看，采用 TD-LTE 和 FDD-LTE 共用平台还将带来规模经济优势。采用共平台策略，能为运营商节省大量采购成本。FDD 与 TDD 之间需要漫游，如果运营商采用双卡双待的策略，在终端方面成本会比较高，而 FDD 与 TDD 共平台在终端方面增加的成本相对而言小得多。

TD-LTE 与 LTE-FDD 是互补共存关系而非纯竞争关系。这是因为随着全球范围内的频率资源的愈发紧张，LTE-FDD 所需要的成对的频率越来越难获得。相比较而言，TDD 频率资源更加丰富，TD-LTE 与 LTE-FDD 的共用平台方案使得运营商可以在网络向 LTE 循序演进时，根据自有的频率自由地选择 TD-LTE 或者是 LTE-FDD。

摩托罗拉(中国)技术有限公司总裁兼摩托罗拉中国研究院院长庄靖博士表示，TD-LTE 和 LTEFDD 在标准上非常接近并可以互联互通及混合组网。他们的融合发展能够让为消费者提供丰富的个性化媒体体验这个愿景更趋于现实，使 LTE 成为一种真正全球通用的技术标准，从而为产业与运营商带来新的发展机遇，如可支持漫游的多模设备的推出及规模网络基础设施建设等。

来源：《中国电子报》2009-11-20

[返回目录](#)

## 全球热捧 LTE 下一代移动宽带或统一标准

Ovum 公司首席分析师 GrivolasJulien 近日表示，全球 50 个移动运营商已经开始进行 LTE 计划、试验或部署，首个 LTE 网络预计将于明年推出。LTE 被广泛看做真正意义上的移动宽带技术，将被全球大多数移动运营商采用。

据 GrivolasJulien 介绍，目前 LTE 技术获得了全世界运营商的普遍支持，FDD/TDD 的 LTE 生态系统已经日益成熟，LTE 将有望成为未来移动宽带技术的共同标准。LTE 可以施行的最关键动力技术上的优势，同时也可以降低建网成本。到 2010 年，LTE 商用网络将在日本、美国和瑞典小范围试点，2011 至 2012 年将会在西欧大面积推广，预计 LTE 网络部署的年增长率在 2013 和 2014 年将会有大的提高。预计到 2014 年，全世界将有望达到 1.09 亿的 LTE 连接点。

据悉，美国本土运营商 Verizon 对于 LTE 的总体战略是越过 HSPA 直接进入 LTE，同时推进 CDMA 网络持续演进。语音业务继续由 CDMA 网络提供，CDMA 网络在全国范围内应用广泛，运作良好，将在很长一段时间内继续发挥重要作用，Verizon 还将保持 CDMA 网络持续演进，将 IS-95 和 1X 业务逐步升级到 EV-DO

或 EV - D0RevA。

而日本第一大运营商 NTTDocomo 公司 CEO Ryuji Yamada 在近日的亚洲移动通信大会上表示，Docomo 已经决定跳过 HSPA+，直接从 HSPA 升级到 LTE，并争取在 2010 年就开始 LTE 的商用，届时，Docomo 将争取成为全世界第一个推出 LTE 商用服务的运营商。

“2010 年提供的 LTE 服务中会以数据业务为主，首先提供的还是 LTE 数据上网卡，随后才会有 LTE 的手机，但这还需要看芯片的发展” Ryuji Yamada 说。

来源：飞象网 2009-11-20

[返回目录](#)

## 准 4G 网络将覆盖世博园区正式商用暂无时间表

准 4G 网络将覆盖世博园区。近日，上海贝尔公司将为移动公司在世博园区部署全球首个 TD-LTE（准 4G）试验网络，从而为世博会主题馆和非洲馆提供室内覆盖。

据介绍，TD-LTE 是目前移动运营的 3G 网络（TD-SCDMA）未来演进的技术，也是准 4G 体系中我国唯一拥有核心知识产权的技术标准，它的吞吐能力可以达到下行 100Mbps，上行 50Mbps，约为 3G 网络吞吐量的几十倍，通过 4G 终端在移动状态下观看高清视频。

上海移动方面透露，在世博园区内建设的全球首个 TD-LTE 规模演示网络，将通过 15 个室外基站和室内覆盖系统实现世博园区包括路面、黄浦江水面及重要场馆在内的全程信号覆盖。世博期间，中国移动准备通过 TD-LTE 网络，提供包括移动高清视频监控、重要场馆高清视频直播和极速上网在内的多项特色业务应用。不过，准 4G 网络在世博会之后何时走向正式商用，移动方面表示，目前暂无时间表。来源：新闻晨报 2009-11-20

[返回目录](#)

### 【终端】

## 智能手机时代应用主导未来

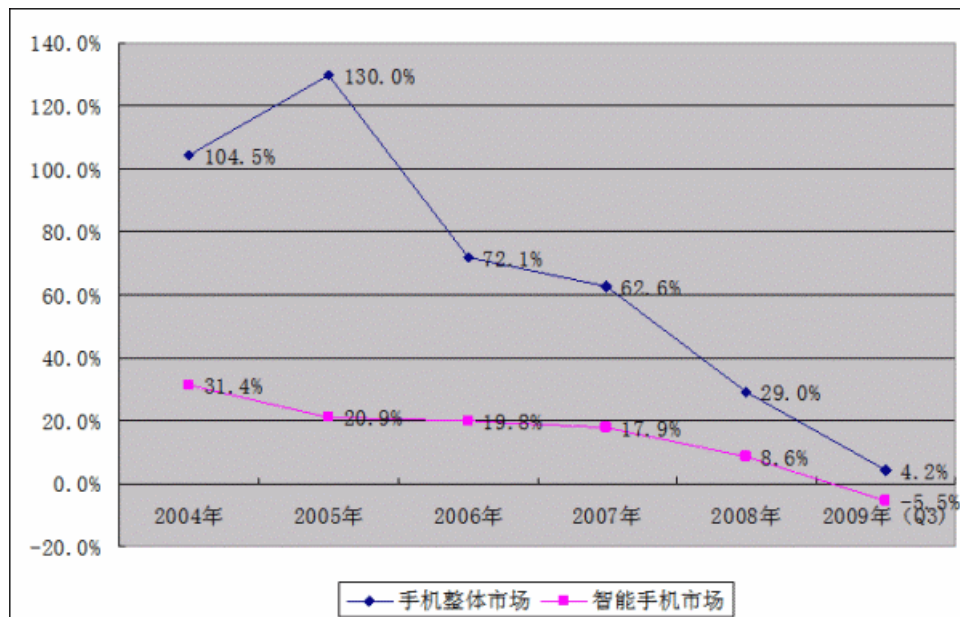
展望未来几年，3G 必将成为全球移动通信的主流，智能手机将是未来手机市场发展的主流，而基于手机终端与宽带网络的无线通信应用将成为其主流。我们认为研究智能手机的市场走向，洞晓未来市场动向，对于通信产业的快速发展以及通信设备厂商的未来发展具有重要的意义，黑莓与苹果成功的经验能给我们带来哪些思考？本文即将就

此展开论述。

### 一、全球智能手机市场

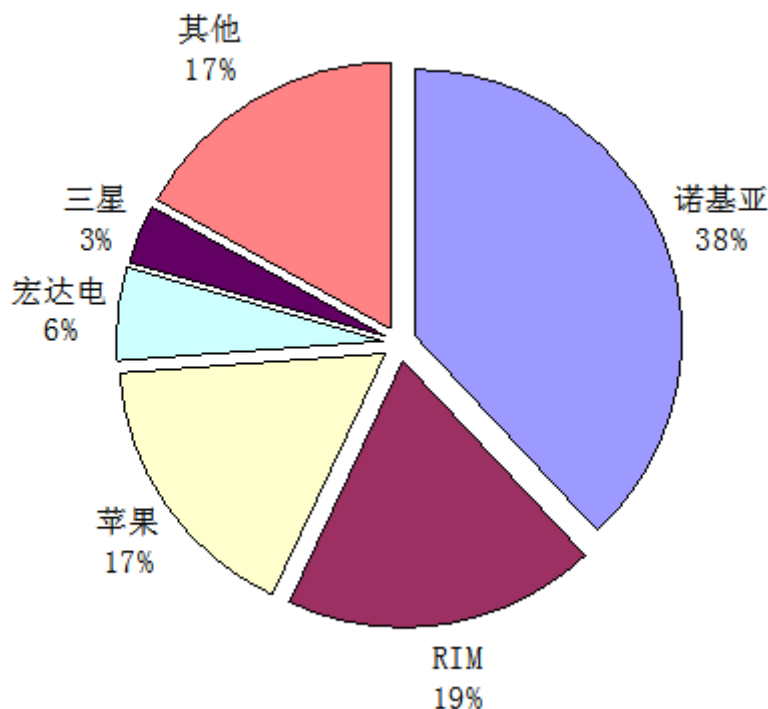
IDC 最新的研究数据表明，2009 年 Q3 全球智能手机销量同比增长 4.2%，在全球手机市场因经济危机而变得萧条进入负增长的背景下，智能手机的增长显得更加惹人关注。

图 12004-2009 年全球智能手机与整体市场增长率比较



全球智能手机领域主要厂商：诺基亚，RIM，苹果，宏达电，三星，奔迈，摩托罗拉等。从手机厂商的竞争情况来看，竞争格局表现出来的结果就是软件决定胜负，抑或应用成了决定智能手机竞争的胜负手。

图 22009 年 Q3 全球智能手机市场厂商竞争情况



主流操作系统包括 SYMBIAN、WindowsMobile、BlackBerryOS、I-PhoneOS、LinuxOS、PALM、Android 等。其中，SYMBIAN 作为老牌智能手机操作系统，在诺基亚的支持下，仍高居首位，但是，基于良好的产品功能与运作的 RIM 与苹果的操作系统，近年来则因其手机销售而地位提升，WindowsMobile 则借助于微软的影响力与其性能优势，分得一席之地。从手机终端厂商来看，与其他老牌的手机企业相比，RIM 与苹果成为智能手机市场颇具影响力的企业。

事实上，作为最成功的手机企业的典型，RIM、苹果多年来的发展一直是业内令人艳羡的特例，尤其是在全球金融风暴发生后，他们甚至还能保持良好的发展能力与盈利能力，更是让其成为手机行业的传奇。因而，本文下面部分将对比 RIM 与苹果的发展战略，以展现应用主导发展的智能手机市场时代。

## 二、应用主导未来市场主流

与运营商共同推进手机及其应用市场是智能手机企业成功的经验。贝叶思咨询认为，从 RIM 与苹果公司的比较来看，他们至少有以下共同点。

表 1 RIM 与苹果成功的发展策略的共同之处

要点	策略描述
渠道策略	二者发展过程中不约而同的使用了运营商渠道进行产品销售，都在运营商定制合作领域取得了成功。
技术特点	二者的手机同其他手机厂商比较都强调于支撑应用方面，尽管产品功能本身也有很多其他特点，但是应用特色仍然是他们的手机产品的最大特点。
推广策略	二者在推进用户市场的过程中基本上都是以推进包括相关应用的套餐的形式进行的，某种意义上，需要运营商的配合

共同点之一：运营商之争。二者在营销渠道的发展过程中不约而同的使用了运营商渠道进行产品销售，而且都在运营商定制合作领域取得了成功。

共同点之二：应用之争。二者的手机同其他大部份手机厂商的产品比较都强调于支撑应用方面，尽管产品功能本身也有很多其他设计特点，但是应用特色仍然是他们的手机产品的最大特点。

共同点之三：推广之争。两家企业的市场推广过程中，大部分情况下都是同时推进应用业务的，以特定套餐的形式，加上运营商补贴或者其他相关套餐的形式进行。这种策略导致其推进同步应用服务的质量可能高于其他企业，从而取得竞争优势。

从RIM与苹果的不同点来比较，可以得到以下表格。

表 2 RIM 与苹果策略的比较

要点	策略描述
消费者初始定位	RIM 的黑莓是从企业用户市场发家的，因而，在企业市场占领了先机。苹果公司是时尚产品的行家，因而，顺其自然的 iPhone 就在个人用户市场占领先机。
系统平台的开放性	尽管 RIM 也已经宣布将逐步采取开放的系统平台策略，但是目前总体上仍然是封闭的，其开放性还有待扩展。苹果在开放平台方面取得了先机。
产品策略	苹果的产品型号与系列数量都要相对少于 RIM。
渠道策略差异	苹果早期施行的是单一运营商合作的模式，该模式近期才有突破；而 RIM 一开始就是实施的多运营商合作的策略。

不同点之一：企业市场对个人市场。RIM 的黑莓是从企业用户市场发家的，因而，在企业市场占领了先机。苹果公司是时尚产品的行家，因而，顺其自然的 iPhone 就在个人用户市场占领先机。

不同点之二：封闭对开放。尽管 RIM 也已经宣布将逐步采取开放的系统平台策略，但是目前总体上仍然是封闭的，其开放性还有待扩展。苹果在开放平台方面取得了先机。

不同点之三：产品策略不同。尽管 RIM 公司的产品线并不是行业中产品线较多的一类，但是相对而言拥有多个产品系列与手机型号。而苹果基本上是采用了一对多的竞争模式，相对于 RIM 拥有相对较长的产品线而言，苹果公司的手机产品线比较单一。

不同点之四：从渠道策略的细微差别来看，苹果过去一直坚持单一运营商合作策略，直到近期才在美国市场有所突破；而 RIM 公司则从一开始便实行的是多运营商合作策略。

### 三、未来发展展望

#### 3.1 应用平台的开放性将成为未来用户市场竞争的重要工具

平台开放的优势善加利用必成竞争利器

以苹果公司为例，已经尝到了开放手机软件平台好处的苹果公司，仍在不断就平台的开放性方面做出努力。



先以手机应用商店为例，苹果在大众开放应用市场赢得先机。有 2009 年初的不完全统计数据表明，苹果公司在应用商店方面走在前列。如下表格所示。

表 3 应用商店：苹果、GOOGLE、RIM 的比较

厂商	在售应用数量	优势	劣势
苹果	2.5 万	拥有最多选择的商店，从能做出放屁声的噪音制造器，找厕所的工具，到观看医院级别 X 射线的的应用。还独一无二的提供了一个强大的 PC 版商店 (iTunes)。谷歌没有 PC 商店，黑莓仅仅是突出显示了特色应用。顺便说一句，如果拥有一个 iTunes 账户，买东西简直是轻而易举。	很难找到非新应用或者热门应用。他们把每个分类分成三块很好，在音乐里我能找到 Smule' s Ocarina 在付费应用的头一个，Pandora 排在免费应用的第一，还有个叫 Black 的东西是最新发布。但却无法获知朋友在下载什么，或者在地理上相关联的一些东西 (这些在其他应用商店也未实现，但对于苹果来说，应用店的规模使得要实现这些特性更为困难)。
GOOGLE	少于 1000	根据谷歌列出的每个类别最热门和最新应用，和苹果差不多。	鸡肋的选择分类，比谷歌应用更少的黑莓都有一个更加高效的分类。而且大多数热门应用更新并不频繁，和苹果不同的是，谷歌的分数是一直累计的，而不是在短期内计数。所以像 ShopSavvy 和 The Weather Channel 一类的应用从一开始一直都在。
RIM	700 左右	发布相对较晚，从一开始就思路清晰，选择了一些相对有分量的应用，包括 Ticketmaster 和 Bloomberg，这两项 Google 都没有。推荐应用做的很好，比如那些在首页上的应用。举例来说，现在的 Guitar Hero 售价 11.99 美元，Bloomberg 和 MySpace 是免费的。	用户必须下载 App World，不像苹果和 Google 已经在设备中内置了。而且，用户必须通过 PC 使用 PayPal 账号注册，手机上做不了。RIM 公司正试图更侧重于消费市场，但从应用程序商店可以看出他显然还侧重于企业用户。截至调查时间 App World 只有 39 个娱乐应用，170 个游戏应用，却有着 190 个专注于企业用户的应用，包括跟踪开支，远程终端服务和文件管理等。价格也明显走高。“美联社新闻”应用苹果应用商店上是免费的，在黑莓上却要花费 2.99 美元，这还是最低售价。

手机开放平台的应用发展趋势：苹果 2009 年 11 月初宣布，其开发人员已经为 iPhone (手机上网) 和 iPodTouch 开发出了超过 10 万个应用。手机应用商店将成为智能手机领域的关键差异化因素。iPhone 应用商店于 2008 年 7 月上线，当时只有 500 项应用。而目前，该项服务已在 77 个国家推出。苹果应用商店推出后前两个月的下载量就超过 1 亿次，一年后突破 15 亿次。如今，程序数量已突破 10 万项，下载次数逾 20 亿次。有数据显示，苹果应用商店每天平均批准约 400 项应用。有时，一天竟通过了 1394 项应用，可见该项服务的火爆程度。

当然除此之外，手机应用的扩展性还涉及多个方面，比如，第三方的应用软件，近距离通讯应用等。比如，2009 年 11 月业内消息认为，苹果公司未来计划在其平台当中支持第三方浏览器软件。而为手机支撑更过应用而丰富系统功能。NFC (近距离非接触) 技术网站报道，他们接获“可靠消息来源”称，苹果正在测试的下一代 iPhone 原型机内置 RFID (非接触式射频识别) 芯片，通过加载 RFID 模块，则有助于人们联想到近期热炒的物联网，作为未来 10-20 年的方向，应该也会存在不错的发展前景，但关键还是在应用的开发方面。

### 3.2 其他相关功能也是必不可少的

当然为了更好的支撑手机应用，更多其他方面大的功能也是必不可少的。比如，我们根据一些公开发布的资料来比较一下黑莓与苹果的手机就可看出一些苗头。

表 4RIM 与苹果部分其他手机功能的比较

	RIM	苹果
键盘	RIM (除了触摸屏的 Storm 型号外) 用的是实体的 QWERTY 键盘	iPhone 用的是屏幕键盘，输入速度稍慢
多任务的支持	一般情况下，能同时运行多个任务	iPhone 允许自己预装的程序同时运行，如 Mail 和 Safari 等，但不能和其他的应用软件同时运行。
电池与充电	待机时间相对较长，充电器比较特殊	待机时间相对较短，充电器更为通用

智能手机支持应用是离不开键盘、屏幕显示等的支持的。比如，键盘是否容易输入文字、输入速度如何，屏幕分辨率如何、屏幕大小如何等会影响诸如高清晰视频的显示。对于多任务的支持已经是电脑平台下操作系统的基本要求，智能手机概莫能外。如同上网本对于待机时间的要求一样，智能手机的待机时间问题几乎成为大部分智能手机的顽疾，未来这方面有突破的职能手机肯定会更受青睐。

来源：中国通信网 2009-11-23

[返回目录](#)



## 风险投资关注 3G 终端创新无线领域创新空间广阔

高通公司风险投资部门高级总监沈劲日前在北京表示，高通风险投资部门高度关注与公司有互补性的产品和业务的发展，希望给相关的小企业带来帮助。只要是与 3G 服务和移动数据业务有关，高通都会关注，特别是在 3G 终端的创新和服务方面，高通希望通过自己的努力，推动移动通信产业链的发展。

据了解，高通公司于 2000 年开始设立高通风险投资部，已经投资了几十家公司，目前仍在管理的有 27 家，其中有 5 家企业已经成功 IPO，另有 12 家企业被大公司并购。沈劲表示，高通是基于以下原因进行这样的投资和管理工作的：

第一是希望促进整个无线和移动市场的健康发展。在 2G 向 3G 继续发展的过程中，高通希望能够拉动整个产业链特别是无线数据应用和服务方面的需求。第二是希望在公司内部继续维持创新创业的氛围，并对总部或是旗下业务部门的产品进行补充和支持。第三是投资成功也可以得到好的财务回报。

沈劲强调，高通风险投资部的投资标准除了通常的风险投资标准以外还有自己特定的战略方面的标准，这就是要考虑小公司的产品和业务方向与高通有没有互补性。他解释说，所谓的互补性可以是非常具体的，比如在产品上的互补性，也可以是非常前瞻性比较宽泛的互补，只要是做 3G 服务、移动数据业务的，也可以称之为是与高通业务互补。他表示，在全球金融危机的背景下，高通主要关注以下四个方面的技术领域：第一是原动力技术，比如最近所投资的做 NFC 芯片的企业；第二是无线部件和手持终端，如最近投资的手机模块化技术企业；第三是无线系统设备领域；第四是应用软件和服务领域等。

沈劲表示，高通风险投资部门关注的重点主要是与终端有关的创新，比如半导体技术、部件、终端软件、界面软件和非语音终端等。在移动互联网方面，高通关注移动商务、移动支付、移动广告和移动游戏等。高通举办的 QPrize 创业大赛前八名获奖者就表明无线技术已经拓展到了其他领域，所以高通认为，在医疗保健、清洁技术方面，包括无线诊断、无线保健、人体网络监测、节能监测和环境检测，还有物联网方面，包括网络技术、管理模式、虚拟运营等，都还有很多创新空间。来源：人民邮电报 2009-11-19

[返回目录](#)

## 我国通用手机充电器标准纳入 ITU 国际标准

日前，在瑞士日内瓦召开的国际电联 ITU-T 第五研究组 (SG5) 全会上，备受瞩目的我国“通用移动终端及其他 ICT 设备的电源适配器和充电器方案”框架

标准获得 SG5 通过，并申请进入报批程序。该框架标准的总体思路和技术内容采纳了我国已经制定和实施的 YD/T1591 “移动通信终端电源适配器及充电/数据接口技术要求和测试方法”的核心内容，并将我国的 YD/T1591 标准作为技术性附录写进了框架标准，使我国制定的标准正式成为国际标准，这也是我国在国际标准化方面的又一重要成果。

据悉，我国在 2006 年 12 月 14 日率先发布了中国通信行业标准 YD/T1591，并于 2007 年 6 月 14 日正式实施。该标准实施后，在减少资源消耗、减少能耗、保护环境、方便使用等方面显示出了明显的优势，得到了国际社会的广泛关注和高度评价。

在我国该项标准的引领下，2009 年初全球移动通信联盟 GSMA 发表声明要统一手机充电接口。紧接着 OMTP（开放移动终端平台）、IEC 也启动了手机充电器通用接口标准计划，欧盟也发布实施了手机充电通用接口指令计划，美国 CTIA 也宣布制定手机充电接口通用标准，这些举措都采用了我国标准的创新成果。来源：中国电子报 2009-11-20

[返回目录](#)

## [[运营支撑]]

### TD 为无线城市提供理想运营模式

“无线城市”的春风早已从大洋彼岸吹到了我们的身边，大多数互联网用户对这个名字并不陌生，但真正尝试过的人并不多。在世界范围内，参与“无线城市”的建设者颇多，但是真正实现“无线城市”良好运行的成功案例却不多。为什么“无线城市”怀揣梦想却难以实现呢？是否采用合适的运营模式和技术承载是“无线城市”建设成败的关键因素。“无线城市”所倡导的便捷生活方式是大多数用户所期待的，在当前 3G 商用的环境下，TD-SCDM-MA 能否让“无线城市”梦想成真值得我们仔细探讨。

“无线城市”这个概念自从出现以来一直受到全球各国政府的热捧。2007 年，全球在建和规划中的“无线城市”已经超过 1000 个。全球“无线城市”建设是大势所趋，已经成为当今世界的潮流。

从 2008 年开始，众多传统电信运营商加入了“无线城市”建设，标志着“无线城市”进入理性发展期。传统电信运营商加入“无线城市”建设，使得“无线城市”可持续发展成为可能。传统电信运营商具有庞大的用户基础，新兴的“无线城市”业务可以在原有的话音、数据业务基础上来拓展，等价于利用现有网络提供更高附加值的服务。传统电信运营商参与“无线城市”运营和 3G 网络的成熟，为“无线城市”运营提供了理想运营模式。

通过 TD-SCDMA 网络建设“无线城市”，将为前期一蹶不振的“无线城市”发展注入强劲动力。快速形成多赢的局面，是基于 TD-SCDMA 网络“无线城市”的显著优势。电信运营商可以借“无线城市”发展 3G 用户，为发展 TD-SCDMA 作铺垫。“无线城市搭台，TD-SCDMA 唱戏”，可以吸引用户，为 TD-SCDMA 的“落地生根开花”找到出路。在各地政府信息化部门资金短缺的情况下，迫切需要传统电信运营商参与“无线城市”建设，持续提高城市信息化水平。两者一拍即合，TD-SCDMA 网络必将成为国内“无线城市”建设的主力军。

当前“无线城市”建设主要采用了四种接入技术：TD-SCDMA 技术、WiMAX、Wi-Fi 和 Wi-FiMesh。其中，WiMAX、Wi-Fi、Wi-FiMesh 由 IEEE 组织提出，协议设计从固定宽带向移动宽带发展，由于受传统有线传输特征的影响，在无线应用中存在一些不足之处，如无线安全性、QoS、集中操作维护等能力较弱。

当传统电信运营商成为“无线城市”建设的主体时，就决定了 3G 标准将成为“无线城市”网络中的主流技术。采用 3G 技术具备四大优势。

**成本优势：**目前各大运营商规模筹建 3G 网络，依靠这些网络基础建立“无线城市”必将节约大量建设成本。以中电华通建设北京“无线城市”为例，仅建 Wi-Fi 网络就花费了 16 亿元人民币，还不包括后续的运维费用。但作为主流运营商，依靠自有 3G 网络并结合相应的无线宽带技术来建设“无线城市”，将节约相当可观的网络建设成本。

**政策优势：**TD-SCDMA 是具有中国自主知识产权的 3G 标准，TD-SCDMA 产业链需要中国市场的培育。中国政府势必将给予一定的政策支持，创造良好的 TD-SCDMA 发展环境。

**产业链优势：**电信运营商可构建良性运转的运营模式，迅速强化产业链，营造良好的多厂商供货环境，这对未来“无线城市”特色应用的蓬勃发展将起到积极的推动作用。

**业务推广优势：**电信运营商在 2G 时代已经对用户进行了长时间的细分和研究，拥有了很多不同的用户群体，并已经掌握了一套细分用户的方法。因此，在“无线城市”的运营上，电信运营商可以用目前的群体细分策略对不同的用户提供不同的增值业务。

TD-SCDMA 依靠其高速的传输速率和强大的 QoS 保障能力发挥对城市信息化、电子商务发展的推动作用。TD-SCDMA 网络的正式商用为“无线城市”发展带来了新的契机。中国移动 G3 业务正在探寻适合中国国情的“无线城市”运营模式。同时，TD-SCDMA 网络的成熟为“无线城市”的数据业务发展提供了技术保障。

来源：《人民邮电报》2009-11-19

[返回目录](#)

## “逸信通”移动信息服务平台引领 3G 风潮

随着手机用户、手机网民规模的持续增长，3G 所具备的网络带宽和终端应

用优势催生出新的发展机遇。数据显示，截至今年9月底，我国手机用户超过7亿，移动互联网用户达到1.92亿，较2008年增长62.7%，一场由手机、移动互联网引发的3G风暴呼之欲出。此时，能够为3G提供全程服务的国内领先的IT综合服务提供商华胜天成，也逐渐显示出在3G时代的各种优势。近日，在2009中国手机创新设计金品奖颁奖典礼上，华胜天成获得中国手机创新设计金品奖。

作为国内为数不多的、有能力为3G提供贯穿其整个生命周期的“一站式”服务的IT综合服务提供商，华胜天成很早就通过一系列电信项目悄然搭上了3G顺风车，与中国移动、中国联通、中国电信等运营商合作完成了的多个基于3G技术的项目，其中，华胜天成明星产品“逸信通”移动信息服务平台已成功应用于中国移动集团30多个省市分公司。同时“逸信通”移动信息服务平台在企业级移动信息化领域的应用覆盖、安全保障、实施推广等层面上具备了强大的竞争优势，电信客户之外，“逸信通”移动信息服务平台还在媒体、金融保险、政府、物流等行业客户中得到了广泛推广。随着3G应用时代的到来，企业移动信息化将得到进一步发展，移动OA、移动ERP和移动CRM等企业信息化需求将在未来几年内更为明显，“逸信通”移动信息服务平台将拥有更为广阔的市场空间。

据悉，中国手机创新设计金品奖评选是手机圈传媒联合业界30家媒体以及手机圈总裁俱乐部专家顾问团队50位资深专家，对2009年度手机终端及相关领域的创新产品、技术、软件等根据“创新、实用、领先”的基本原则做出评选，并授予金品奖。会上，为促进行业健康有序发展，众多知名手机软件企业还发起组成了“中国3G软件联盟”，并发布了“合作发展？健康产业”的联合宣言。华胜天成软件应用事业部总经理孙冠军在会上表示，华胜天成将充分利用可提供3G建设全程服务的优势，通过“逸信通”移动信息服务平台等明星产品的不断应用实践，与“中国3G软件联盟”一起推进中国3G产业向前发展。来源：中国信息产业网 2009-11-20

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### 【数据参考】

#### 2009年10月通信业运行状况

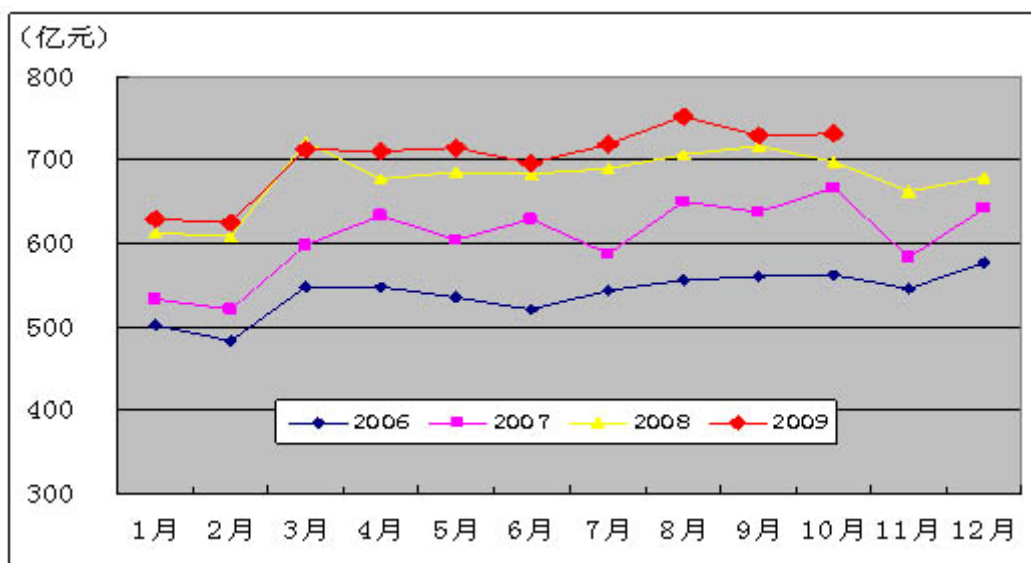
##### 一、主要指标发展情况

##### (一) 业务总量和业务收入

2009年1-10月份，全国电信业务总量累计完成21083.5亿元，比上年同期增长

13.7%; 电信主营业务收入累计完成 6989.1 亿元, 比上年同期增长 3.4%。

图 1. 2006-2009 年各月电信主营业务收入比较



(二) 用户

### 发展

1-10 月份, 全国累计净增电话用户 6931.0 万户, 总数达到 105091.4 万户。

1. 固定电话用户: 10 月份, 全国固定电话用户减少 237.4 万户, 达到 32137.7 万户。1-10 月份, 固定电话用户累计减少 1898.2 万户, 其中, 城市电话用户减少 1423.3 万户, 达到 21732.6 万户; 农村电话用户减少 474.9 万户, 达到 10405.1 万户。固定电话用户中, 无线市话用户减少 1776.6 万户, 达到 5116.5 万户, 在固定电话用户中所占的比重从上年的 20.2% 下降到 15.9%。

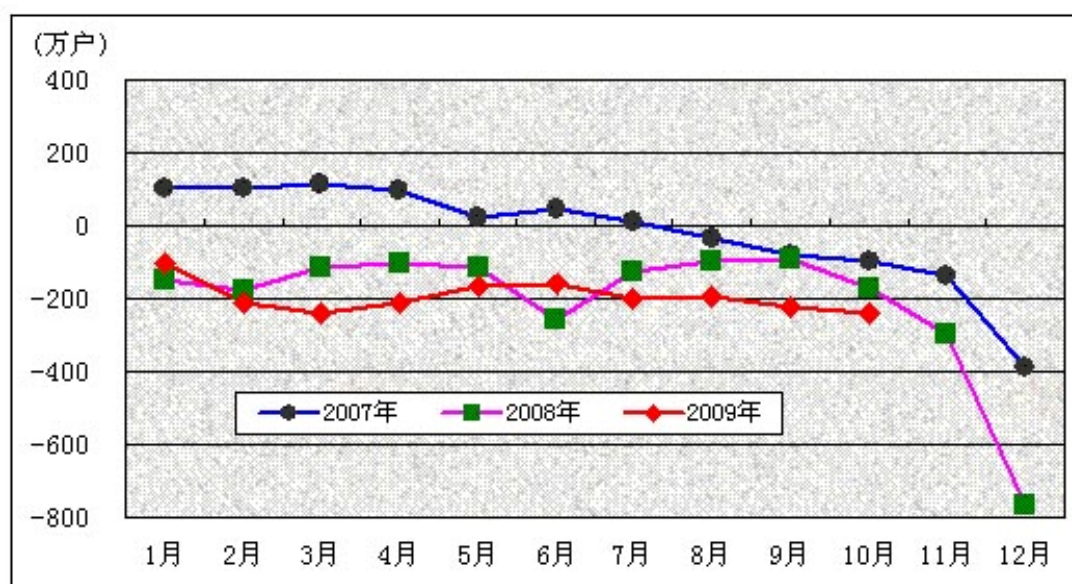


图 2. 2006-2009 年固定电话用户各月净增比较

2. 移动电话用户: 10 月份, 全国移动电话用户净增 969.9 万户。1-10 月份, 移动电话用户累计净增 8829.2 万户, 达到 72953.7 万户。

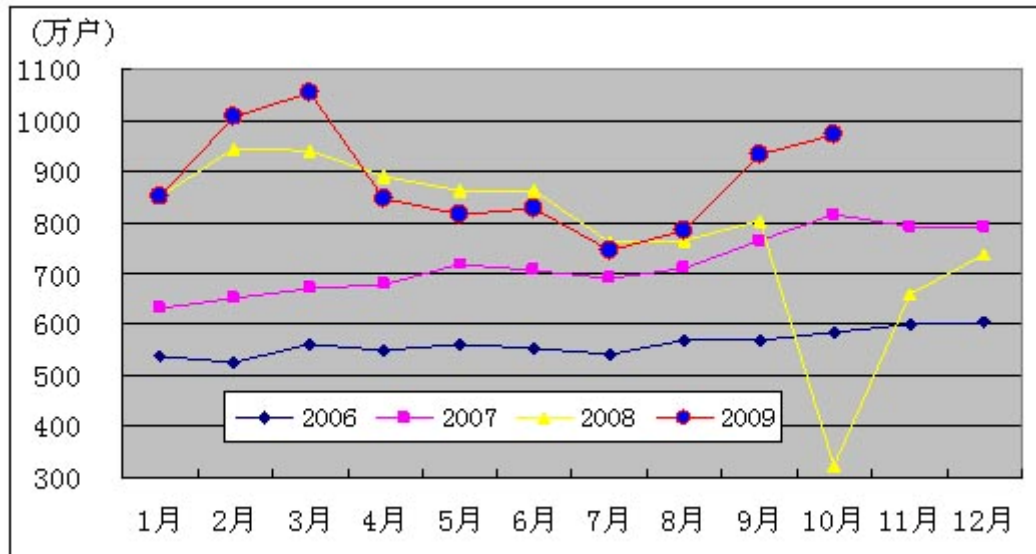


图 3. 2006-2009 年移动电话用户各月净增比较

3. 互联网用户：基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化。1-10 月份，基础电信企业净增互联网宽带接入用户 1800.8 万户，达到 10088.7 万户，而互联网拨号用户减少了 333.7 万户。

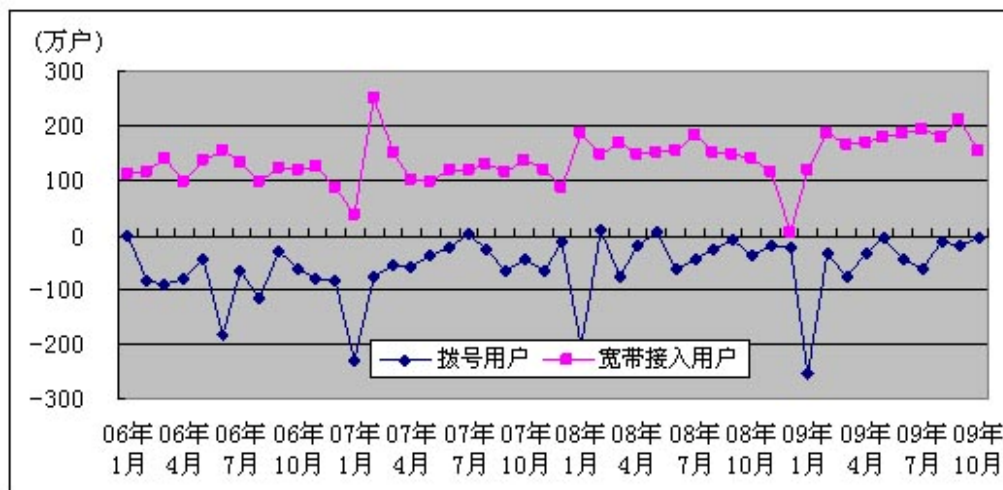
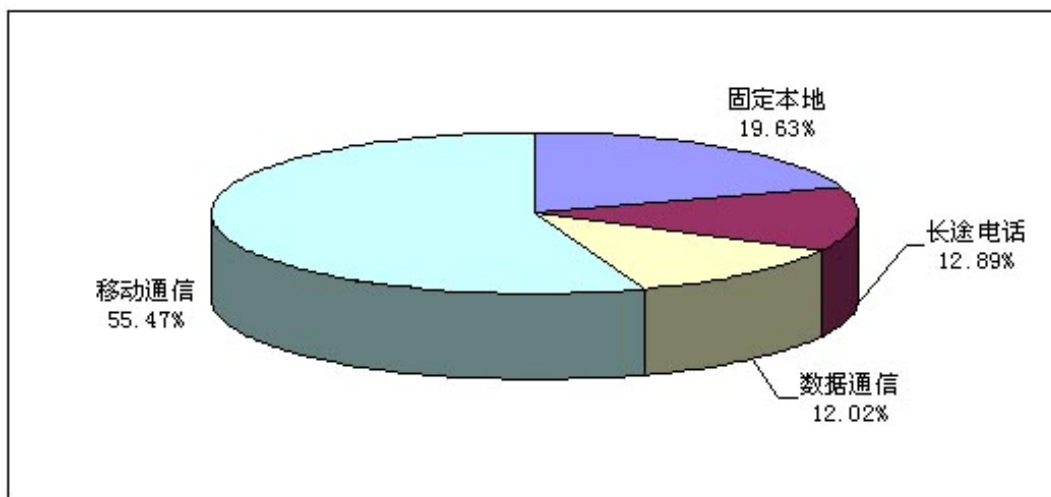


图 4. 2006-2009 年互联网用户各月净增比较

## 二、业务结构分析

### (一) 电信主营业务收入构成



图

5. 2008年1-10月份电信主营业务收入构成

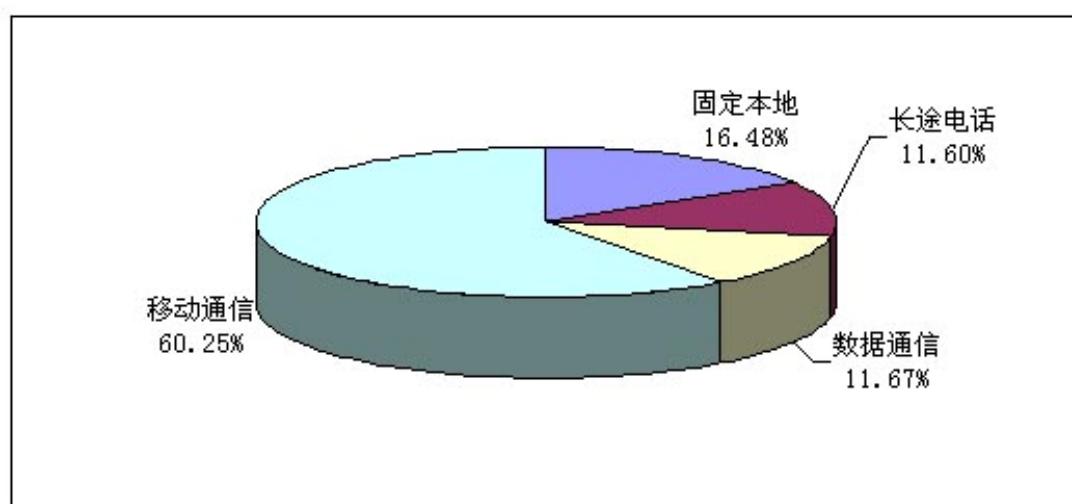


图 6. 2009年1-10月份电信主营业务收入构成

2009年1-10月份，移动通信收入和数据通信收入比上年同期分别增长12.4%和0.5%。而长途电话业务收入和固定本地电话业务收入比上年同期分别减少6.9%和13.1%，在电信主营业务总收入中所占的比重比上年同期分别下降了1.29和3.15个百分点。

### (二) 本地电话业务

表 1. 2009年1-10月份固定本地与移动本地通话量比较

指标名称	单位	2009年1-10月	2008年1-10月	增长率(%)
固定本地电话通话量	亿次	4566.2	5202.3	-12.2
其中：传统固定电话	亿次	3545.2	3901.0	-9.1
无线市话	亿次	1021.0	1301.3	-21.5
移动本地电话通话时长	亿分钟	27017.7	22725.4	18.9

2009年1-10月份，固定本地电话通话量比上年同期下降12.2%，而移动本地电话

通话时长比上年同期增长 18.9%。

### (三) 长途电话业务

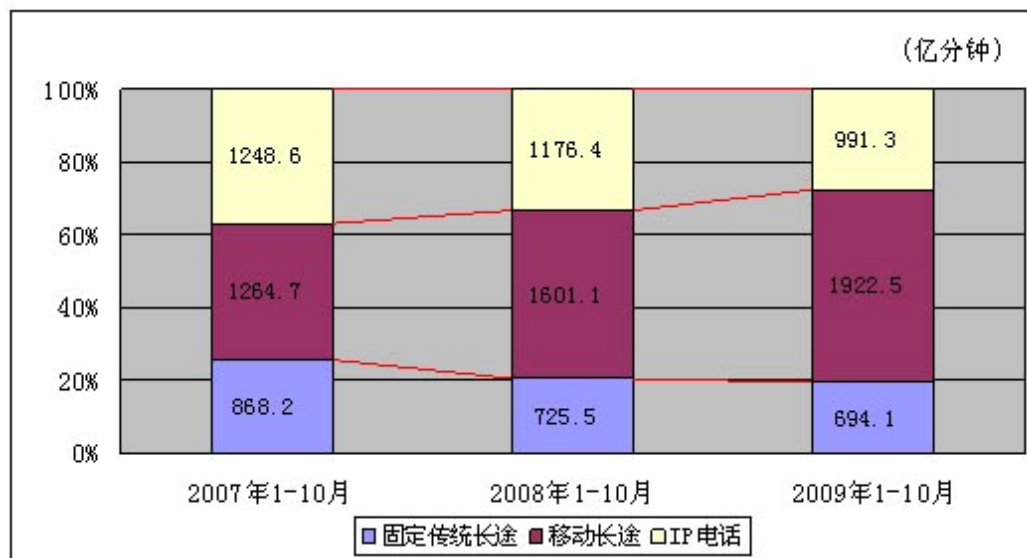


图 7. 2007-2009 年同期长途电话通话时长构成

2009 年 1-10 月份, 长途电话通话总时长达到 3607.9 亿分钟, 比上年同期增长 7.1%。其中固定传统长途、IP 电话通话时长分别下降 4.3%、15.7%, 而移动长途电话通话时长增长 30.9%。

### 三、地区发展比较

#### (一) 东、中、西部比较

##### 1. 东、中、西部电信主营业务收入比较

2009 年 1-10 月份, 中、西部地区电信主营业务收入比上年同期分别增长 4.5%、9.0%, 而东部地区仅增长了 0.9%。

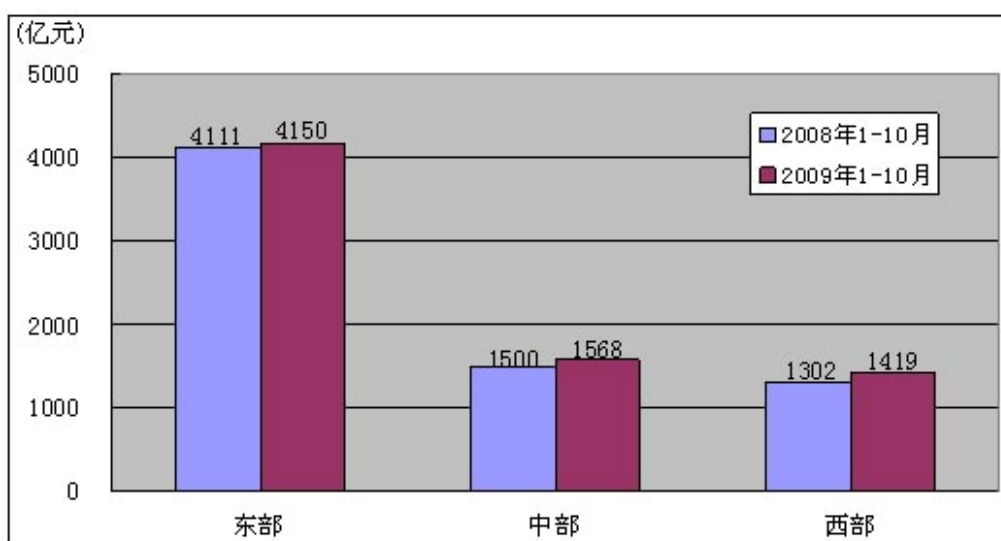


图 8. 2008-2009 年同期东、中、西部电信主营业务收入

##### 2. 东、中、西部净增固定电话用户比较



与上年同期相比，东、中、西部地区固定电话用户均有所减少，其中东、西部地区下降幅度加大。

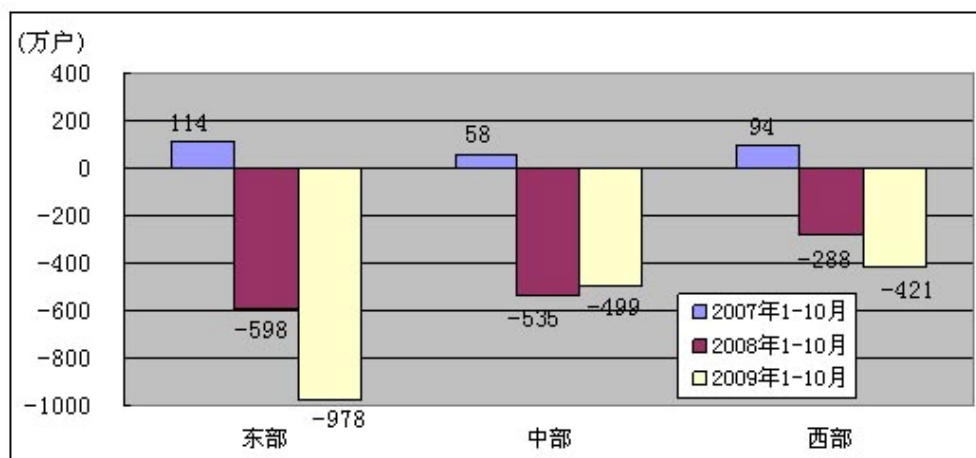


图 9. 2007-2009 年同期东、中、西部净增固定电话用户

### 3. 东、中、西部净增移动电话用户比较

与上年同期相比，中、西部地区净增移动电话用户进一步上升，而东部地区净增移动电话用户与上年基本持平。

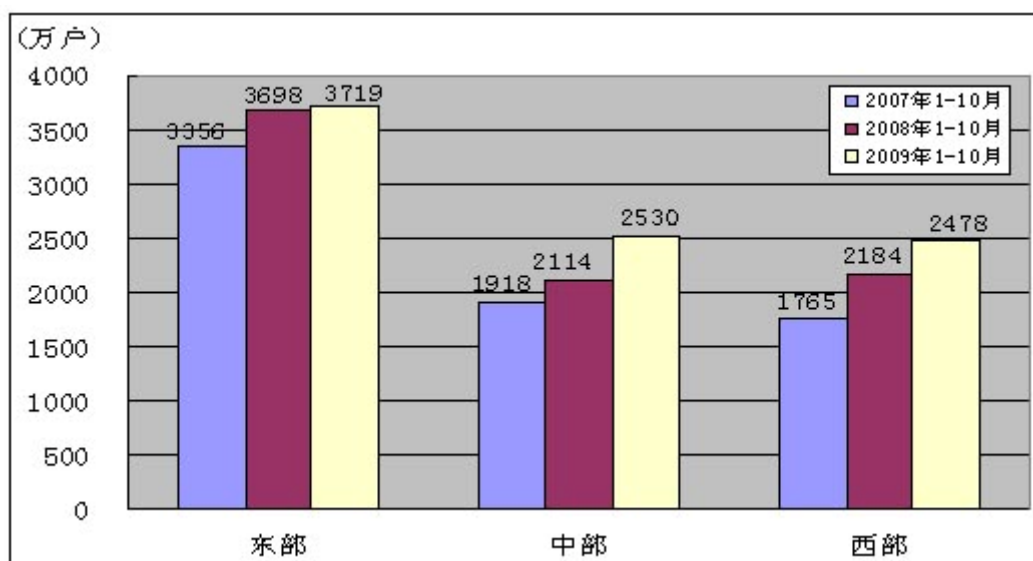


图 10. 2007-2009 年同期东、中、西部净增移动电话用户

### 4. 东、中、西部电信固定资产投资比较

2009 年 1-10 月份，东、中、西部地区电信固定资产投资比上年同期增长 24.2%、35.6%、42.3%。

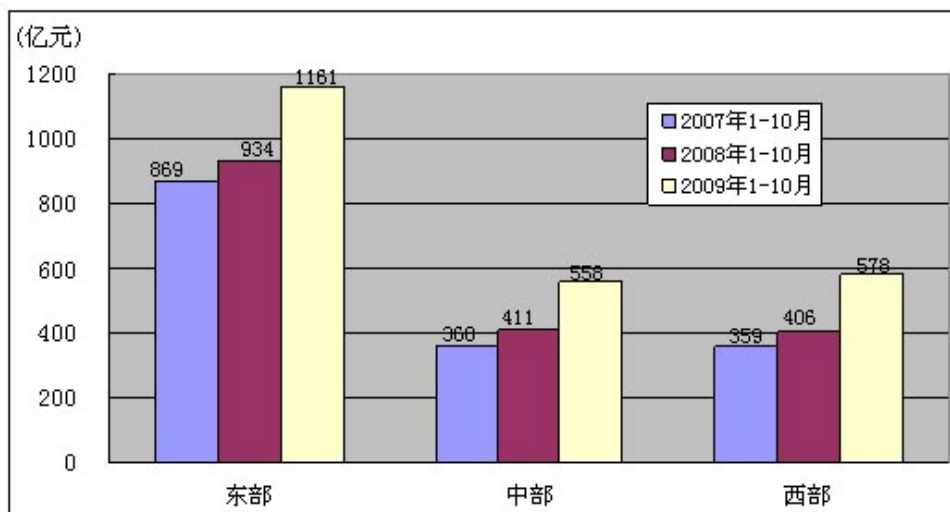


图 11. 2007-2009 年同期东、中、西部电信固定资产投资

(二)分省情况

1. 电信主营业务收入排名前十名的省份

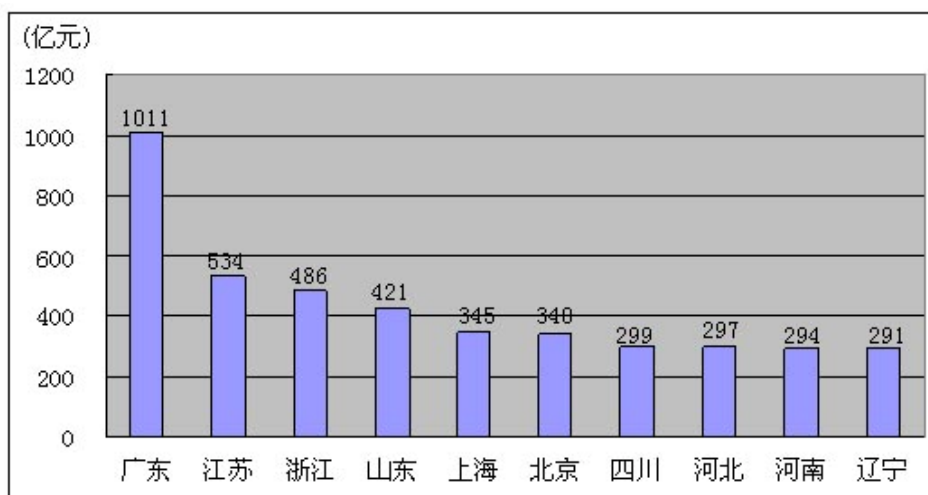


图 12. 2009 年 1-10 月份电信主营业务收入排名前十名的省份

2. 固定电话用户排名前十名的省份

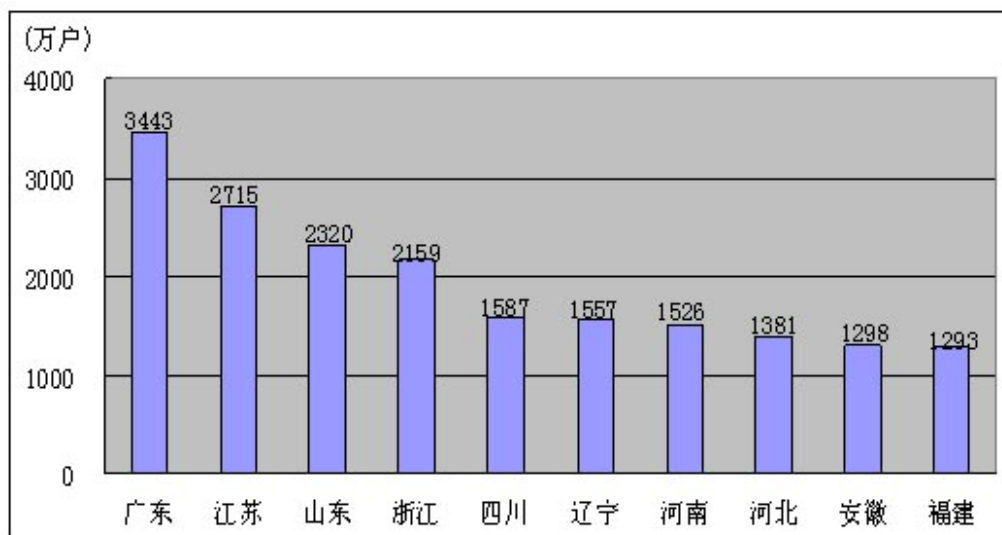


图 13. 2009 年 10 月固定电话用户排名前十名的省份

### 3. 移动电话用户排名前十名的省份

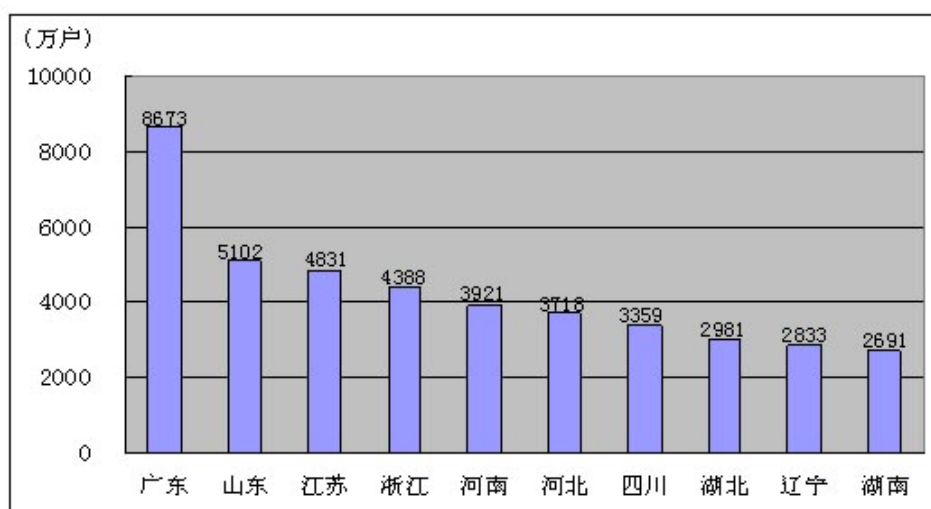


图 14. 2009 年 10 月移动电话用户排名前十名的省份

### 4. 电信固定资产投资排名前十名的省份

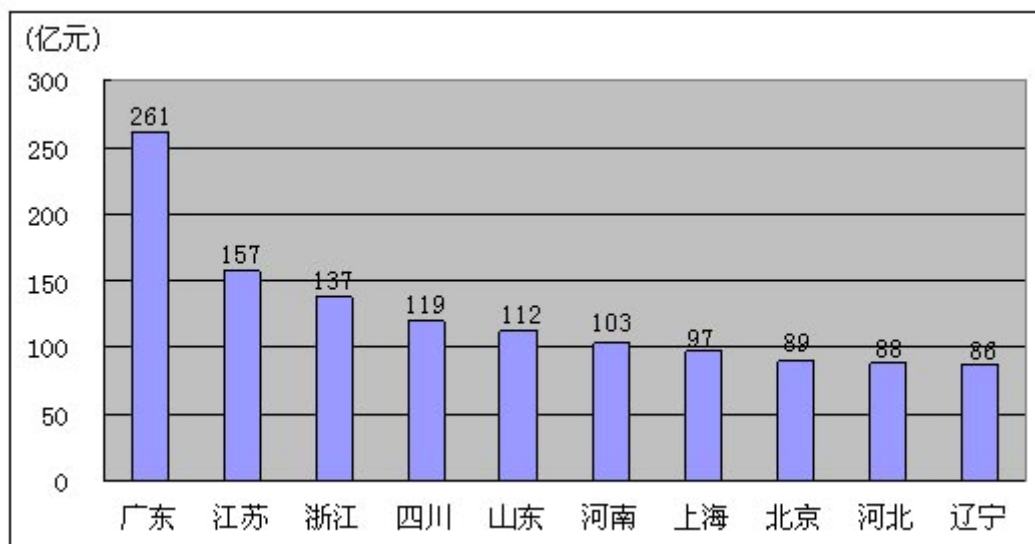


图 15. 2009 年 1-10 月份电信固定资产投资排名前十名的省份

来源：工信部网站 2009-11-20

[返回目录](#)

### 2009 年 10 月通信业主要指标完成情况

指标名称	单位	本年本月止 累计到达	比上年同期 累计(±%)	本月
电信营业收入	亿元	7202.8	3.6	751.6
其中：电信主营业务收入	亿元	6989.1	3.4	732.2
电信固定资产投资完成额	亿元	2324.2	25.6	245.8
本地网内区间电话通话量	万次	5606990.1	-10.6	516408.6
本地网内区内电话通话量	万次	39285067.6	-12.2	3542483.3
本地网内拨号上网通话量	万次	770201.7	-22.2	65406.9
固定传统长途电话通话时长合计	万分钟	6940892.5	-4.3	666051.3
国内长途电话通话时长	万分钟	6873013.2	-4.0	660125.6
国际电话去话通话时长	万分钟	36081.4	-26.2	3137.9
港澳台电话去话通话时长	万分钟	31798.0	-29.0	2787.9
移动电话通话时长合计(含本地)	万分钟	289401976.6	19.6	31567120.6
移动电话国内长途通话时长	万分钟	19070380.0	31.2	2211029.3
移动电话国际电话通话时长	万分钟	68184.0	7.1	7695.2
移动电话港澳台电话通话时长	万分钟	86711.7	9.1	9219.7
IP 电话通话时长合计	万分钟	9912841.8	-15.7	993072.2

IP 电话国内长途通话时长	万分钟	9790279.2	-15.6	982178.0
IP 电话国际电话通话时长	万分钟	73963.2	-22.3	6817.4
IP 电话港澳台电话通话时长	万分钟	48599.4	-21.3	4076.8
移动短信业务量	万条	64187186.5	10.5	6726334.0

注：移动电话国内长途通话时长的统计口径有所变化，上表中增长率为同口径比较。

来源：工信部网站 2009-11-20

[返回目录](#)

## 2009 年 10 月电信用户和通信水平主要指标完成情况

指标名称	单位	本月未到达	比上年末净增	本月净增
固定电话用户合计	万户	32137.7	-1898.2	-237.4
无线市话用户	万户	5116.5	-1776.6	-208.0
公用电话用户	万部	2744.9	-26.6	-0.8
城市电话用户	万户	21732.6	-1423.3	-174.7
住宅电话用户	万户	13259.4	-2328.9	-101.7
农村电话用户	万户	10405.1	-474.9	-62.8
住宅电话用户	万户	9043.5	-568.7	-62.0
移动电话用户合计	万户	72953.7	8829.2	969.9
移动分组数据用户	万户	37302.9	11771.0	1643.9
互联网拨号用户	万户	894.1	-333.7	-7.1
互联网专线用户	户	90241	33220	-18057
互联网宽带接入用户	万户	10088.7	1800.8	155.9
其中：xDSL 用户	万户	8227.7	1526.0	127.9
固定电话普及率	部/百人	24.4		
移动电话普及率	部/百人	54.3		
已通电话的行政村比重	%	99.7		

注：1. 从本月开始，中国联通的移动电话用户包含 3G 用户（中国电信和中国移动的数据一直包含 3G 用户）。

2. 已通电话的行政村比重为 2008 年年底数据。

来源：工信部网站 2009-11-20

[返回目录](#)

## 2009年10月电话用户分省情况

单位：万户				
	固定电话			移动电话
	合计	城市电话	农村电话	
全国	32137.7	21732.6	10405.1	72953.7
东部	17296.3	12086.1	5210.3	37439.6
北京	890.3	690.7	199.6	1786.7
天津	385.5	381.8	3.7	976.2
河北	1380.9	889.5	491.5	3718.1
辽宁	1556.7	1098.9	457.9	2833.4
上海	940.5	928.5	12.0	2038.6
江苏	2715.1	1737.7	977.3	4831.1
浙江	2158.8	1350.8	808.0	4387.7
福建	1293.4	899.2	394.3	2605.2
山东	2319.7	1310.3	1009.4	5102.3
广东	3443.4	2648.0	795.4	8673.0
海南	211.9	150.6	61.3	487.2
中部	8172.6	5275.3	2897.3	18500.3
山西	797.4	525.0	272.3	1923.5
吉林	602.7	435.9	166.8	1565.4
黑龙江	900.4	681.3	219.1	1828.7
安徽	1298.0	635.6	662.4	2076.5
江西	768.2	457.8	310.4	1513.4
河南	1525.9	1051.4	474.4	3921.4
湖北	1106.4	721.6	384.8	2980.7
湖南	1173.7	766.6	407.2	2690.7
西部	6668.7	4371.2	2297.5	16911.7
内蒙古	455.4	384.6	70.8	1615.3
广西	801.8	495.1	306.7	1896.2
重庆	639.5	405.7	233.8	1376.1
四川	1586.6	1009.6	577.0	3358.7
贵州	461.3	259.6	201.8	1420.0
云南	588.8	361.4	227.4	1907.8
西藏	54.8	52.0	2.7	118.4
陕西	829.4	532.2	297.3	2271.7

甘肃	463.1	290.3	172.8	1135.3
青海	111.0	85.3	25.7	289.9
宁夏	115.2	77.8	37.4	372.0
新疆	561.8	417.7	144.1	1150.3

注：各省的移动电话用户数暂不包括中国联通的 3G 移动电话用户。

来源：工信部网站 2009-11-20

[返回目录](#)

### WinMobile 第三季份额跌至 7.9%

据国外媒体报道，Gartner 公布的数据显示，今年第三季度，微软 Windows Mobile 系统市场份额已跌至 7.9%。

Gartner 数据显示，今年第三季度，Windows Mobile 市场份额仅为 7.9%，同比下滑 28%。相比之下，苹果 iPhone（手机上网）OS 市场份额从 12.9% 增至 17.1%，RIM 黑莓 OS 市场份额从 16% 增至 20.8%。

此外，Symbian 市场份额下滑了 10%，从 49.7% 下滑至 44.6%。而谷歌 Android 市场份额为 3.9%。来源：赛迪网 2009-11-18

[返回目录](#)

### 前三季度手机产品位居我国电子信息产品出口额第二

工信部最新公布的“2009 年 9 月份电子信息产品进出口情况”显示，2009 年 1~9 月，电子信息产品累计进出口总额 5321.37 亿美元，同比下降 20.8%，高于全国商品进出口降幅 0.1 个百分点，占全国外贸进出口总额的 34.16%。其中手机以 262.19 亿美元的出口额排名电子信息产品出口额第二位。

该报告显示，1~9 月，电子信息产品累计出口 3123.82 亿美元，同比下降 19.86%，高于全国外贸出口降幅 1.44 个百分点，占全国外贸出口额的 36.9%；电子信息产品累计进口总额 2197.55 亿美元，同比下降 22.11%，与全国外贸进口降幅相比低 1.71 个百分点，占全国外贸进口额的 30.9%。

便携式电脑、手机、液晶显示板列出口前三

1~9 月，通信设备产品累计出口 568.90 亿美元，同比下降 10.98%；广播电视设备累计出口 47.37 亿美元，同比下降 29.77%；计算机类产品出口 1142.69 亿美元，同比下降 19.28%；家用电子电器产品出口 526.03 亿美元，同比下降 12.57%；电子元件产品出口 393.48 亿美元，同比下降 32.02%；电子器件产品出口 301.14 亿美元，同比下降 17.83%；电子材料出口 25.27 亿美元，同比下降

41.03%；电子仪器设备出口 118.93 亿美元，同比下降 36.06%。

按产品类别出口额排序分别为：计算机、通信设备、家用电子电器、电子元件、电子器件、电子仪器设备、广播电视设备、电子材料。

便携式电脑、手机、液晶显示板依然排在我国主要出口产品的前三位。其中便携式电脑出口额累计达到 442.43 亿美元，同比下降 4.71%。手机出口额 9 月达到 262.19 亿美元，同比下降 6.62%。液晶显示板 9 月达到 130.13 亿美元，同比下降 27.77%。在排名前十位的出口产品中，液晶彩电出口继续保持高增长，同比增长为 38.83%，9 月累计出口额达到 47.88 亿美元，排名升至第七。

处理器及控制器排进口第一

累计至 9 月，通信设备产品进口 138.13 亿美元，同比下降 1.76%；广播电视设备进口 37.55 亿美元，同比下降 28.71%；计算机类产品进口 309.88 亿美元，同比下降 16.03%；家用电子电器产品进口 75.42 亿美元，同比下降 18.08%；电子元件产品进口 489.94 亿美元，同比下降 32.47%；电子器件产品进口 953.01 亿美元，同比下降 17.23%；电子材料进口 47.9 亿美元，同比下降 32.6%；电子仪器设备进口 145.72 亿美元，同比下降 33.42%。

在主要进口产品中，处理器及控制器、液晶显示板、集成电路、存储器及硬盘驱动器依然分列我国进口产品排名的前五位。进口累计金额分别达到 504.03 亿美元、239.07 亿美元、165.16 亿美元、142.25 亿美元和 85.48 亿美元，同比降幅继续缩小。分别为 -20.13%、-33.37%、-2.83%、-18.44%和 -5.75%。来源：人民邮电报 2009-11-18

[返回目录](#)

## 2009 年前十个月全国电信业务总量超过 2.1 万亿元

工业和信息化部 20 日发布的数据显示，1-10 月份全国电信业务总量累计完成 21083.5 亿元，同比增长 13.7%；电信主营业务收入累计完成 6989.1 亿元，同比增长 3.4%。

电话用户方面，1-10 月份全国累计净增电话用户 6931 万户，总数达到 105091.4 万户。其中，固定电话用户累计减少 1898.2 万户，移动电话用户累计净增 8829.2 万户，达到 72953.7 万户。

互联网用户方面，1-10 月份，基础电信企业净增互联网宽带接入用户 1800.8 万户，达到 10088.7 万户，而互联网拨号用户减少了 333.7 万户。

此外，1-10 月份移动通信收入和数据通信收入比上年同期分别增长 12.4% 和 0.5%，长途电话业务收入和固定本地电话业务收入比上年同期分别减少 6.9%



和 13.1%，在电信主营业务收入中所占的比重比上年同期分别下降了 1.29 个百分点和 3.15 个百分点。来源：新华社 2009-11-23

[返回目录](#)

## 我国宽带用户过亿电话用户已达 10.51 亿户

11 月 22 日从工业和信息化部了解到，截至 10 月底，我国的电话用户总数已达到 10.51 亿户。同时，今年累计新增互联网宽带用户 1800.8 万户，宽带用户总数突破亿户大关。来源：京华时报 2009-11-24

[返回目录](#)

### 【市场反馈】

## 2009 年第三季度全国电信服务质量有关情况通告

为推进电信服务质量持续改善，根据《中华人民共和国电信条例》相关规定，现将 2009 年第三季度全国电信服务质量有关情况通告如下：

### 一、全国电信服务基本状况

#### （一）电信服务状况

三季度以来，全国电信服务总体情况较好，建国 60 周年庆祝活动期间电信服务和网络运转正常，公用电信业务接通状况良好，互联网接入和传输保持通畅，通信服务质量整体平稳。

扎实推进“服务社会、服务民生”主题活动。三季度，按照工业和信息化部行风建设工作的统一部署，各单位继续深入开展通信行业行风建设系列特色活动，推动企业树立良好的自律意识、社会责任意识，讲诚信经营、讲和谐服务，讲社会效益、讲科学发展，主动承担通信行业的社会责任。进一步推进电信基础设施共建共享和“村村通电话”工程，加快发展农村通信基础设施建设，推动农村宽带网的普及和信息技术的应用，开展“信息下乡”活动，江苏省在全国率先实现自然村“村村通宽带”。

第三代移动通信业务发展顺利。TD-SCDMA（以下简称 TD）发展不断加快，发展重心由网络建设逐步向业务发展和服务优化方面转移。截至三季度末，中国移动 TD 用户数近 250 万，已在 38 个城市投入商业运营，TD 无线城市工程已在厦门、秦皇岛等地建成并投入使用。中国电信 cdma2000 和中国联通 WCDMA 网络正在按计划建设，并在部分城市投入商用。无线上网、手机电视、视频通话等第三代移动通信新业务已经开始为用户提供服务。

做好各项应急通信保障。针对我国部分地区频发的台风、洪水、山体滑坡等自然灾

害，工业和信息化部积极指导和组织相关单位全力以赴开展通信抢险抢修，为党政军及社会各方应急救援工作提供可靠通信保障。建国 60 周年庆祝活动期间，在工业和信息化部和相关省（区、市）通信管理局统一部署和指导下，各基础电信企业精心组织，周密安排，圆满完成各项通信保障任务。

## （二）电信用户申诉情况

三季度，工业和信息化部电信用户申诉受理中心通过申诉热线、政府网站、部长信箱等渠道，共受理用户关于电信服务的申诉 10791 人次，季度申诉率为 10.4（人次/百万用户），较上季度明显下降。

统计分析表明（见附件 1、2），通信服务方面的申诉占申诉总量 30%，较上季度上升 3.7 个百分点，其中用户反映基础电信企业宽带业务故障修复不及时申诉量相对较高。通信质量方面的申诉占申诉总量 18.7%，较上季度下降 0.9 个百分点，其中用户对于基础语音业务通信质量的申诉量下降幅度较大。收费争议方面的申诉占申诉总量 51.3%，较上季度下降 2.8 个百分点，其中用户对基础语音业务收费争议的申诉量下降幅度较大。

另据各省（区、市）电信用户申诉受理机构报告，三季度共受理电信用户关于电信服务的申诉 10216 次，较上季度略有上升。通信服务方面的申诉占申诉总量 41%，通信质量方面的申诉占 20%，收费争议方面的申诉占 39%。

目前，各申诉受理机构对所有立案的用户申诉均已进行了调查处理，对于用户申诉反映出来的热点问题和典型案例，工业和信息化部和各通信管理机构已进行了专门督办。

## 二、电信服务监督检查情况

三季度，工业和信息化部组织开展了今年第二次手机内置增值业务的服务和收费行为抽查，对手机内置的 913 项增值业务服务和收费情况进行了集中抽样检查。结果表明，所抽查的增值业务 99% 收费正常，整体情况良好。但在检查中也发现，仍有 3 项手机内置增值业务使用不正常，大多集中在未获得电信设备进网许可证的手机型号上，主要问题是：未明示资费收取方式、用户在不知情情况下被扣费、业务宣传名称与实际提供内容不相符等。目前，工业和信息化部正在对检查出来的上述问题依法进行处理。

各地通信管理局继续加大对服务质量的监督检查力度，查处侵害用户合法权益的违规电信企业共 61 家次；同时，继续加大对垃圾短信的治理，共排查关闭 1.3 万余个违规短信群发端口，处理 600 余家违规增值电信企业，整改、关停 1.1 万个基础电信企业自有短信业务，有力地遏制了垃圾短信问题的蔓延。

## 三、经营及消费提示

### （一）经营提示

各级电信企业要坚持科学发展，树立全局意识，严格执行国家电信管理的法律法规，

履行电信服务承诺，健全完善内部管理机制，共同维护公平有序的市场竞争环境，不断提升电信服务质量。

## （二）消费提示

当前，用户对于手机内置增值业务中存在的规范服务和收费行为反映较多，少数手机中预置了恶意软件，致使用户在不知情的情况下产生信息费，未获得电信设备进网许可证的手机在这一方面尤其突出。

工业和信息化部在加强管理打击违规的同时，再次提醒广大电信用户选择购买获得进网许可证的手机。获得进网许可证手机的详细情况及真伪验证可以通过登录“电信设备进网管理”网站（www.tenaa.com.cn）或拨打电话（010）82058767、82050313 查询。

附件：1、2009 年三季度基础电信企业用户申诉分类统计表

2、2009 年三季度用户申诉主要涉及的增值电信企业名单

附件 1：2009 年三季度基础电信企业用户申诉分类统计表

	申诉量				申诉量占比	用户占比	季度用户申诉率	
	通 信 服 务 (人 次)	通 信 质 量 (人 次)	收 费 争 议 (人 次)	企 业 总 量 (人 次)	(企业 申诉量 / 申诉 总数)	(企业 用户数 / 用户 总数)	(人次/百万用户)	
							本 季 度	较前季度 变化
中国 电 信	1417	911	1473	3801	35.2%	24.3%	15.1	-24.2%
中国 移 动	1024	791	2970	4785	44.3%	51.6%	8.9	-38.8%
中国 联 通	797	307	1074	2178	20.2%	24.1%	8.7	-16.1%

注：各基础电信企业被申诉量中包括用户对与其合作的增值电信企业的申诉。

附件 2：2009 年三季度用户申诉主要涉及的增值电信企业名单

编 号	信息服务提供商名称	经营许可 证号	用户申诉涉及的 主要问题	接 入 服 务 提 供 商
-----	-----------	---------	--------------	---------------



1	重庆天极网络有限公司	B2-20040300	诱导消费、业务内容与宣传不符	中国移动、中国联通
2	北京空中信使信息技术有限公司	B2-20040152	未提供服务收取费用、未明示资费	中国移动、中国联通
3	广州市蓝喜鹊科技有限公司	B2-20040397	诱导消费	中国移动
4	北京天盈九州网络技术有限公司	B2-20060060	业务内容与宣传不符	中国移动
5	上海激动通信有限公司	B2-20040068	未明示资费	中国移动
6	北京兆信互动电信科技有限公司	B2-20080132	业务内容与宣传不符、未明示资费	中国联通
7	北京云霄科技有限公司	B2-20060186	诱导消费、业务内容与宣传不符	中国联通

来源：工信部网站 2009-11-19

[返回目录](#)

### 中通服总经理张志勇：三年内年复合增长率超 20%

在举行的“第五届中国通信网络运维年会”上，中国通信服务股份有限公司（下称中通服）总经理张志勇表示，受益于运营商 3G 网络建设和全业务运营的开展，特别是通信网络外包服务趋势的日渐明显，中通服在上市三年来取得了快速增长。

张志勇表示：“中通服是在 2006 年 12 月 8 日正式上市的，在这三年内，公司的复合增长率超过了 20%；其中，来自电信运营商网络外包服务的收入，复合增长率也超过了 20%。随着运营商网络建设维护外包力度的加强，中通服的市场前景值得期待。”

在今年上半年，中通服实现营业收入为 182.63 亿元，同比增长 31.7%；净利润为 7.58 亿元，同比增长 33.3%，基本每股盈利为 0.131 元。中通服的母体是中国电信集团公司。在 2006 年，中国电信将旗下的部分实业资产剥离出来成了中通服，中国移动和中国联通也都是中通服的股东。来源：中国通信网 2009-11-20

[返回目录](#)



本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

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