



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. 12. 02

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 中国 3G 极大地拉动通信软件的发展

据国外媒体报道，由于美国本土的通信需求已经接近饱和，所以一部分美国公司将目光投向了中国市场，中国目前拥有世界第三大移动市场。

■ 2009 年电子认证工作会议在北京召开

11 月 26—27 日，工业和信息化部信息安全协调司在北京召开 2009 年电子认证工作会议。

■ “新一代宽带无线移动通信发展论坛”召开

工业和信息化部电信研究院拟于 2009 年 11 月 25 日在北京南苑宾馆隆重举办“新一代宽带无线移动通信发展论坛”。

■ ZDC: 联通版 iPhone 开售 国人缘何不买账

从 2008 年就一直吵得沸沸扬扬的苹果入华事件，终于尘埃落定。2009 年 10 月 30 日，苹果 iPhone 修成正果，与中国联通合作，名正言顺地正式走进中国市场，并且有了一个新名字：联通版 iPhone。那这款 iPhone 的中国之路走得怎么样呢？10 月 30 日，联通版 iPhone 在北京首发。据当天各方媒体的报道，尽管天空下起了雨，但排队等候购买联通版 iPhone 的苹果迷多数依然没有离开。

目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	4
中国 3G 极大地拉动通信软件的发展	4
2009 年电子认证工作会议在北京召开	5
苹果测试第四代 iPhone 或于 2010 年发布	6
海峡两岸信息产业技术标准论坛在台北举行	6
“新一代宽带无线移动通信发展论坛”召开	9
产业环境篇	9
【政策监管】	9
LTE：商业部署加速推进	9
工信部：我国 2009 年手机产量将达 6 亿部	11
强制性能效标准 2010 年初出台：百万打印机将淘汰	11
工信部娄勤俭：两岸未来可以在 5 大产业共谋商机	14
工信部称 TD 用户达 400 万 占据近八成 3G 终端市场	15
【国内行业环境】	15
我国吹响手机“扫黄”集结号	15
联发科携手华宝抢攻台湾 3G 市场	17
中国网络媒体论坛开幕 探讨构筑安全互联网	17
海峡两岸信息产业技术标准论坛达成 26 项共识	18
台湾 TD-SCDMA 试验网开通 娄勤俭、苏金生分别在台北、北京出席启动仪式	19
【国际行业环境】	20
欧洲议会批准电信改革方案	20
欧盟对高通反垄断调查无果而终	20
印度软件巨头落户四川成都 向全球提供服务	21
运营竞争篇	22
【竞合场域】	22
联想回购联想移动看重 3G 移动互联新商机	22
IBM 签下入华最大单 推动 IBM 智慧城市战略	23
惠普 CEO 解读 3Com 收购：网络设备至关重要	24
消息称欧盟确定甲骨文收购 Sun 交易听证会日期	25
【中国移动】	25

中移动 TD 无线固话研发基金招标开始	25
中国移动禁止所有 WAP 类业务合作伙伴向下转包	27
北京移动对首款 TD 版 OPhone 手机补贴 3000 元	27
中移动公布打黄详情：封堵手机色情网站 403 个	28
中移动新政刺激：发展一个 TD 用户奖励两三百元	29
【中国电信】	32
北京电信诈骗发案率下降	32
中国电信荣获全球 CDMA 运营商领袖奖	32
【中国联通】	33
联通自有手机平台 uPhone 被列入国家重大专项	33
制造跟踪篇	33
【中兴】	33
中兴通讯联手沃达丰子公司推进 LTE	33
CSL 中兴共建亚洲首个 LTE 测试基地 速率 127Mbps	34
【华为】	35
华为中兴携手组建深圳电子标签产业标准联盟	35
【诺基亚】	36
诺西网络将重点转向提高市额方面	36
诺基亚不排除出售手机制造业务转型 Web	37
诺西回应华为赶超：将重点提升市场份额	37
诺基亚出售手机制造部门鸿海最有可能接手	38
诺西竞购北电资产接连受挫 进军北美屡屡失利	39
【其他制造商】	39
NEC 合并卡西欧日立手机业务	39
阿尔卡特朗讯出售德国业务资产	43
爱立信将收购北电北美 GSM 业务	43
京瓷关闭天津基地彻底撤出在华手机业务	44
服务增值篇	46
【趋势观察】	46
微软发起手机操作系统新战役	46
运营商力拼无线固话业务 低效竞争隐现市场	49
运营商称资费管理改革不意味取消固话月租费	52
【移动增值服务】	53
银联联通手机支付平台四川 2010 年首批试点	53
手机转账受全球用户欢迎 移动金融服务潜力巨大	54
中国移动宣布 30 日起暂停所有 WAP 合作伙伴计费	56

【网络增值服务】	56
物联网框架形成 部分城市开始产业化布局	56
探访无锡物联网基地：电信联通试水千亿产业	57
技术情报篇	59
【视频通信】	59
09 搜索引擎用户调查报告发布 视频搜索猛增	59
【电信网络】	61
电信部门 2015 年恐难获 700MHz 频段	61
【终端】	61
通信设备商争抢中国 4G 市场 跨国厂商态度急转弯	61
【运营支撑】	64
3G 技术加速盗版侵权蔓延	64
运营商对手机色情信息泛滥负有责任	64
中国联通与中国银联战略合作 共推智能卡手机支付	65
市场跟踪篇	66
【数据参考】	66
11 月份新上市手机中 3G 仅占 2 成	66
第三季度美国网络广告收入环比增 1.7%	68
香港着力开发应用：数据业务 2 年增 13 倍	68
1-9 月份西安软件业逆势扩张 同比增 40.8%	70
北京电信称 3G 手机已达 36 款 非集采终端占比 57%	70
【市场反馈】	71
ZDC:联通版 iPhone 开售 国人缘何不买账	71
继苹果之后 黑莓入主中国之路能否顺畅	75

亚博聚焦

中国 3G 极大地拉动通信软件的发展

据国外媒体报道，由于美国本土的通信需求已经接近饱和，所以一部分美国公司将目光投向了中国市场，中国目前拥有世界第三大移动市场。

2008 年，中国通信行业重组完成，为了通信行业的公平有力竞争，运营商从之前的六家重组为三家，且各个运营商都同时拥有移动业务和固网业务，成为百分百的全业务运营商。2009 年 1 月，中国 3G 牌照尘埃落定。运营商上马 3G，新业务的增加也为软件提供商亚信带来了更多的收益。

亚信北京公司是全国电信计费系统及商务智能软件的领头羊，他可以洞察整个行业的细微变化，帮助公司改善市场战略及定价。其他软件方面，如客户关系管理（CRM）、安全软件、网络管理软件及客户追踪软件等等，也在 3G 的拉动下有了明显的提升。

美国罗仕证券分析师认为，3G 牌照的发放将会极大的促进亚信的发展，因为更加庞大的客户数据正在慢慢产生，运营商对于软件更新的需求也将更大。

据了解，2009 年 9 月，三大运营商的用户总和已经超过 10 亿。中国三大运营商在过去两年都缩减了资本投入，一是因为经济萧条，二也许是为了上马 3G 做准备。美国投资公司 AvondalePartners 的分析师 SeanJackson 认为，中国的运营商都在大举进军最赚钱的移动市场。中国移动计划从 2009 年到 2011 年投资 550 亿美元进行架构升级。

他还表示，3G 业务用户的不断提升将会给亚信带来巨大的收入，特别是在计费及商务智能软件方面。 来源：通信世界网 2009-11-26

[返回目录](#)

2009 年电子认证工作会议在北京召开

11 月 26 - 27 日，工业和信息化部信息安全协调司在北京召开 2009 年电子认证工作会议。会议总结了 2009 年电子认证工作，提出了 2010 年的工作思路和重点任务；通报了 2009 年电子认证服务机构定期抽查情况；听取了《电子认证服务机构运营管理规范》、《电子认证服务质量规范》和《电子认证机构关键岗位设置和人员技术能力要求》的内容介绍，对电子签名及认证服务常见问题进行了解答和讨论。

工业和信息化部信息安全协调司司长周宝源在讲话中指出，电子认证服务行业 2009 年继续发展壮大，有效证书量截至 2009 年 10 月 31 日已经超过 920 万张，与 2008 年同期相比，增加了逾 300 万张。网上税收、网上审批、网上社保等成熟市场继续壮大，网上银行、电子医疗、企业物流等新型市场发展迅速。与《电子签名法》配套的规章制度不断完善。但是，电子认证服务在一些方面还需要继续加强：认证过程中法律保障对行业促进作用非常重要，与《电子签名法》配套的法律法规体系需要继续完善；几年来认证机构基础设施建设取得了很大成绩，但还需要继续提高水平，以利于提供更优质的服务；面对个人市场和企业市场的兴起，认证服务机构迫切需要革新服务理念，以适应市场变化；为了持续提供优质服 务，保持行业长久繁荣，还需要认真研究行业的长期发展规划。

会议提出了 2010 年电子认证的工作思路和重点任务。包括继续做好《电子签名法》配套规章、实施细则和有关规范的研究制定工作；研究行业发展思路；认真组织《电子认证服务许可证》的更换，继续做好电子认证服务机构的定期检查工作，严肃审查纪律，保证工作质量；做好科技支撑国家重点项目的后期实施和应用推广工作；开展运行管理、服务质量和人员技能的规范化建设等。

来自全国 30 家依法设立的认证服务机构代表参加了会议。来源：工业和信息化部 2009-11-30

[返回目录](#)

苹果测试第四代 iPhone 或于 2010 年发布

据国外媒体报道，iPhone(手机上网)应用开发商 Pandav 日前表示，苹果正在测试第四代 iPhone 手机。

Pandav 称，在查看自己的 iPhone 应用使用情况时发现，有人使用了尚未发布的 iPhone 新机，下载并安装了他们的软件。记录显示，这部 iPhone 使用的是内部编号 iPhone3.1，使用记录始于 11 月。

有分析人士称，iPhone3.1 代表尚未发布的第四代 iPhone，因为第一代 iPhone 内部编号为 iPhone1.1，iPhone 3G 为 iPhone1.2，而最新的 iPhone 3GS 编号为 iPhone2.1。

此外，基于历史记录，在时间上也相对吻合。iPhone 3GS (iPhone2.1) 的测试时间为 2008 年 10 月，约 8 个月后，苹果正式推出 iPhone 3GS。

来源：赛迪网 2009-11-30

[返回目录](#)

海峡两岸信息产业技术标准论坛在台北举行

11 月 24 日 - 25 日，由中国电子工业标准化技术协会、中国通信标准化协会与华聚产业共同标准推动基金会共同主办的第六届海峡两岸信息产业技术标准论坛在台北举行。工业和信息化部副部长娄勤俭出席开幕式并发表重要讲话。

娄勤俭指出，进入 21 世纪，信息技术发展继续朝着数字化、集成化、智能化、网络化方向前进，孕育着新的重大突破。集成电路进入纳米时代，软件加快向网络化、智能化和高可信的阶段迈进，显示技术朝着大屏幕、高清晰和平板化方向前进，数字音视频技术呈现高集成化、多功能化特征。信息网络基础设施呈现宽带、融合和泛在的特点，成为抢占后危机时代世界发展制高点的优先领域。

从长远看，信息技术和产业发展的基本面和长期向好的趋势并没有改变，新的信息产品、服务需求将不断衍生，信息技术产品将加快升级换代。客观分析，当今世界上还没有任何一项其他技术能够超越信息技术对经济增长的带动能力，信息产业将继续扮演推动产业升级、迈向信息社会的“发动机”的角色。

娄勤俭表示，下一步，将继续坚持以应对国际金融危机、促进经济平稳较快发展为主线，巩固和发展信息产业回升向好态势。重点采取以下措施：

一是加强政策扶持，营造发展环境。保持产业政策的稳定性，进一步支持集成电路、软件、新型显示器件等重点产业发展。大力发展软件和信息服务业，提高软件业比重。进一步推动数字电视产业发展，推进电信网、互联网、广播电视网“三网融合”。

二是加快结构调整，转变发展方式。推动以内部需求支撑产业增长，加快3G建设，发挥信息基础设施升级和重大工程建设的带动作用。继续实施家电下乡和家电以旧换新，引导企业改善供给结构，满足消费需求。鼓励和支持优势企业并购重组，整合资源，做大做强。

三是实施重大专项，支持技术创新。加快实施科技重大专项，重点突破集成电路、软件、移动通信等领域的关键技术，支持产业联盟发展，推动尽快形成产业化能力。实施标准和知识产权战略，推进TD及其演进技术、AVS、网络电视等标准产业化进程。

四是促进工业信息化，发展绿色工业。推进信息技术与传统工业结合，围绕产品研发设计、生产过程控制、企业管理、市场营销、人力资源开发、新型业态培育、技术改造等环节，加大信息技术应用力度，提高工业自动化、智能化和管理现代化水平。加快发展低碳经济、绿色经济。

五是培育新兴产业，拓展新型消费。加快3G、半导体照明、节能环保、电子商务、软件服务外包、网络动漫等新兴产业发展，鼓励光伏发电和半导体照明的推广应用。积极推进传感网络、云计算、下一代网络等新技术发展，扩大软件网络化服务。

六是扩大对外开放，实现合作共赢。继续深化改革、扩大开放，为包括台资在内的各类企业营造良好的市场环境。

鼓励企业在国际金融危机中转“危”为“机”，适应信息产业资源全球配置的特点，大力推动资本、技术、市场等方面的互利合作，提升国际竞争力。

娄勤俭强调，要着力构建两岸产业互利双赢的新格局。两岸信息产业发展各具优势、互补性强、潜力巨大，在平板显示、半导体照明、TD-SCDMA等领域的合作正稳步推进。今后，将继续支持两岸产业深入合作，开发技术含量高、高附加值的产品，共同开拓国际市场，提升两岸在全球产业分工体系中的地位。

第一，加强沟通，奠定两岸信息产业新型合作的基础。以更积极开放的心态，建立紧密的沟通合作机制，推进产业规划和产业政策的对接，使合作既顺应大陆加快结构调整、转变经济发展方式的战略，也适合台湾产业结构转型升级的需求。将继续支持台资企业参与《电子信息产业调整和振兴规划》涉及的项目。

第二，突出重点，提升信息产业关键领域的合作水平。推动企业优势互补，实现产业链协同发展。针对新的市场需求，共同开发新技术，共同支持制定技术标准，深化在 TD、数字音视频、半导体照明、移动存储、绿色制造等领域的合作，积极拓展在集成电路、平板显示等关键技术领域的合作。从全球竞争的角度来谋划长远发展，要有互利共赢的战略思维，不要因为目光短浅而失去良好的发展机遇。

第三，强化支撑，发挥技术创新对产业合作的基础作用。战胜国际金融危机，必须更加注重利用科学技术寻求突破，依靠科技创新促进发展。促进两岸企业共同建立研发中心，加强产学研合作，建立以企业为主体、产学研相结合的创新机制。支持两岸产业园区间加强合作，促进技术的升值，合作开发技术含量高、高附加值的产品。共同开拓国际市场。支持行业协会进一步发挥作用，牵线搭桥，提供商机。

第四，携手互助，共同谋划后危机时代战略性新兴产业发展。加快信息技术应用，培育战略性新兴产业，是抢占后危机时代发展制高点的内在要求。可以选择下一代互联网、传感网、云计算、无线城市应用，以及低碳环保技术、新能源、新材料等作为合作的新方向。推进在生产性服务业，特别是软件和信息服务、现代物流等领域的合作，促进服务业与制造业融合发展。

本次论坛在前五届论坛的基础上，结合当前信息产业热点领域和两岸标准化交流的实际需求，在 TD-SCDMA 及演进技术、IPTV 与互动媒体、半导体照明、平板显示、移动存储、绿色能源、数字音视频等 7 个热点领域，重点对热点领域的标准制定、标准合作机制、标准应用等主题进行充分而深入的研讨。

本届论坛共达成了 26 项共识，主要包括深化目前两岸在 TD-SCDMA 终端、芯片等领域的合作，共同促进 TD-LTE 标准完善、技术研发，推动两岸业界积极参与 TD-LTE 全产业链的产业化开发；推动数字音视频（AVS）编解码芯片、软件、高清碟机、数字电视终端、编码器等产品的研发，加强在数字内容和媒体运营方面的合作；推动 SSD（固态存储盘）标准化工作，构建共同的测试验证平台等内容。来源：中国电子报 2009-11-27

[返回目录](#)

“新一代宽带无线移动通信发展论坛”召开

工业和信息化部电信研究院拟于 2009 年 11 月 25 日在北京南粤苑宾馆隆重举办“新一代宽带无线移动通信发展论坛”。本论坛的前身为已成功举办了六届的“3G 在中国”全球高层论坛，在中国 3G 已经正式商用的新形势下，本论坛以新品牌全新亮相，其内容传承了原“3G 在中国”全球高层论坛的主要精髓，为电信研究院于每年下半年推出的，备受业界关注的移动通信领域重磅品牌活动。

中国是全球最大的移动通信市场，本论坛将紧贴当前国内行业发展热点，以“体验宽带无线，打造移动信息新时代”为主题，力邀工业和信息化部领导、国内外电信运营商、国内外电信设备商、业内著名专家学者就我国 3G 网络建设和未来演进、移动互联网与智能终端、移动信息化与行业应用等多个层面发表专题演讲。此外，作为承担我国 LTE 技术试验任务的工业和信息化部电信研究院也将首次公开向行业进行相关情况介绍。

此次论坛的召开为我国宽带无线移动的标准研究、业务部署和产业链建设等方面的进程起到了重要的推动作用，同时为电信企业的业务转型提供了新的业务模式参考依据。本次盛会令业内各方人士拭目以待。 来源：飞象网 2009-11-25

[返回目录](#)

产业环境篇

〔政策监管〕

LTE：商业部署加速推进

最近有许多新闻都与 LTE 有关。这些新闻中除了一些是设备商继续获得与相关运营商之间的 LTE 试验网合同外，更多的是关于 LTE 互操作性测试的新闻。事实上，各大设备商都在抓紧推进 LTE 的商业部署进程。

LTE 似乎已经成为所有大型设备商目前最为重要的任务之一，毕竟这代表的是未来电信业的主流。与此同时，全球经济衰退以及激烈的市场竞争更是促进了大家对 LTE 的关注度和投入，用你追我赶来形容并不为过。

一方面，全球经济衰退使得传统的网络设备投资下降，各个运营商都在缩减对成熟网络的投资，相反地，其对新的技术和网络的关注度在提高。毕竟，移动数据业务代表的是未来的发展方向，而 LTE 恰好在支持移动数据业务方面有突出的能力，它代表的是移动宽带和移动互联网这个移动通信未来发展的方向。全球

经济衰退对设备厂商的影响也已经进一步深入，这些设备厂商也寄希望于 LTE 这样的新技术，给他们带来更多的增长机会。

另一方面，此前 1G、2G 和 3G 的移动通信历史发展也向业内证明了占领市场和市场份额的重要性，因为“继承性”的投资以及电信设备的“私有性”使得市场份额这个指标，有时候会比简单地追求利润这个指标更加重要。来自中国的新兴厂商的成功也在一定程度上说明了这一点。在电信运营商的招标过程中，“替换”原有设备比比皆是，这点不仅是新兴厂商经常采用的作法，也是一些传统设备厂商不能避免的方式。不久前，一位刚刚上任的某位全球性设备商的 CEO 就强调市场份额的重要性。为了尽早地抢占市场，尤其是一项新技术市场，那么让自己的产品尽早商业化和成熟就成为首要的任务。这也是为什么各大设备商都抓紧推进 LTE 商用化，并尽快与各大运营商签订 LTE 试验网的原因之一。跑马圈地从试验网就开始了。

具体到各大厂商关于 LTE 的新闻。例如，10 月 29 日，诺西与 4 家领先的终端厂商合作进行 LTE 互操作性测试，此次测试覆盖不同地区所需的多个频段，对端到端网络进行配置。另外，诺西近日成功使用 LTE 网络基础设施和 LTE 终端完成了端到端呼叫测试，这标志着诺西在 LTE 商业化进程中迈出了重要一步。

例如，不久前爱立信在全球平台上展示 TD-LTE 互操作性。在瑞典进行的演示表明，爱立信的 LTE/EPC 网络和由 Aeroflex 提供的用户设备实现了端到端的连接。这标志着 TD-LTE 技术发展的一个重要里程碑。该互操作性演示的成功，说明了包括用户设备、无线接入网以及分组核心演进网在内的所有 TD-LTE 网络部件之间能够实现平滑无缝通信。这也为计划于 2010 年下半年进行的大规模客户试用奠定了基础。

例如，华为和爱立信分别与三星，于 11 月开展全球 LTE 外场互操作性测试，此次互操作性测试是在 LTE 网络和三星提供的商用 LTE 调制解调器之间展开。此举标志着 LTE 技术大规模商用的又一个重大障碍——商用终端设备已经扫除，LTE 产业链向最终的端到端的闭环迈进了重要一步。

又例如，阿尔卡特朗讯日前宣布，其研发机构贝尔实验室与德国电信实验室、Fraunhofer Heinrich-Hertz 研究所以及天线供应商 Kathrein 共同合作，完成了针对全新多点协作传输 (CoMP) 技术的现场测试，该技术可提升 3G 网络及 LTE 无线宽带网络中的数据传输率并保障稳定的服务品质与数据吞吐量。

另外，各大设备商与相关运营商签订 LTE 实验网合同的新闻也很多。独联体地区最大的移动运营商 MTS 与华为签署协议，为 MTS 在乌兹别克斯坦部署独联体首个 LTE 网络。中兴通讯与西班牙电信签署合作协议，将参与西班牙电信 LTE (4G) 试验网建设等。

目前，日本的 NTTDoCoMo、美国的 VerizonWireless 均已宣布计划于 2010 年进行 LTE 部署，另外包括 Vodafone、TeliaSonera、Orange 法国子公司、T-Mobile 国际、Telstra 香港等诸多运营商也制定了 LTE 部署的时间表。值得一提的是，虽然 LTE 被许多运营商和设备商寄予厚望，但也只是其创新计划的一部分，他们也将目光投向了应用和业务领域，在这些领域也能拥有无限的想象空间。来源：通讯世界 2009-11-26

[返回目录](#)

工信部：我国 2009 年手机产量将达 6 亿部

在召开的“2009 中国手机产业首脑论坛年会上”，工信部电子信息司副司长赵波表示，由于受到全球金融危机的冲击，我国手机产销量出现了大幅下滑，但从 2009 年 1 月份开始，情况可以有所好转，“在 9、10 月份每个月都达到 6 千万台产量，预计 2009 年手机产量达到 6 亿部，同比增长超过 7%。”

赵波表示，受国际金融危机的影响和冲击，我国电子信息产业发展面临着巨大的压力和挑战，在经历了多年快速发展之后，08 年 11 月起，电子产业信息产业销售收入开始进入负增长，一直到 2009 年 10 月，仍然处于负增长，截止到 10 月份，我国手机生产 4.9 亿台，同比增长 1.1%。

赵波还表示，全行业的下滑也凸现了我国产业基础薄弱、结构不合理的深层次问题。其中出口下降是导致全行业负增长的主要原因，我国电子信息产品出口比重高，外资比重高的情况特别突出。外资收入在全行业收入的 75% 左右，这种产业结构特征导致了国内产业受国际市场的影响非常大。

来源：C114 2009-11-30

[返回目录](#)

强制性能效标准 2010 年初出台：百万打印机将淘汰

如果你近期计划买一台打印机，那么可曾想过自己刚买的新机器有可能在两三个月后就被迫退市呢？目前正在拟定中的《打印机、传真机能效限定值及能效等级》国家标准，预计将在 2010 年年初完成并推出。而这道打印机市场即将筑起的“绿色准入门槛”，最直接的后果就是有百万台当量的打印机、传真机、多功能一体机将被迫退市。而其引发的这些“问题孤儿”的售后服务及环保观念也将对该市场产生深远影响。

10% 的相关产品将被淘汰

根据这份在 9 月份完成的网上意见征集的《打印机、传真机能效限定值及能效等级》国家强制性能效标准，目前市场上的打印机、传真机、打印和传真多功能一体机将按能效标准的能效等级分为 3 级。1 级是目标值，达到 1 级要求的产品是先进、高效产品；2 级为产品的节能评价价值，达到节能评价价值的产品是比较先进和高效的产品；3 级为产品的能效限定值，低于该指标的产品为淘汰产品。

目前按照以上的能效等级，1 级以上产品所占份额为目前市场的 5%，2 级以上为 35%，3 级以上为 90%，3 级以下的为 10%。这组数据说明，如果这项标准通过审定并批准发布，将有 10% 的打印机与传真机等相关产品被淘汰。

标准主要起草人、中国标准化研究院助理研究员李鹏程表示，把打印机、传真机两种产品放在一项标准中，主要是因为以打印为基本功能的多功能一体机和以传真为基本功能的多功能一体机，从测试方法、评价指标、技术要求上基本一致。如果分别作为两项标准起草，这部分内容将会产生重复，而且打印机、传真机、打印及传真多功能一体机功能交叉、产品边界模糊，分别制定两项标准将给标准实施造成一定困难。这项标准立项的 2007 年，我国销售的打印机约 798 万台，销售的传真机约 150 万台。中国已成为国际上重要的打印机、传真机生产基地和销售市场，消耗能源的总量及增长速度不容忽视。

据统计，2008 年中国的打印机销量是 800 万台。而根据易观国际的预测报告，到 2010 年中国的打印机市场规模将突破 1100 万台。无论用哪个数据作为参照基数，10% 的量都是相当可观的，其涵盖的打印机淘汰量都在百万以上！

有关专家表示，百万这个数量级不是一个小数字，这势必会影响到相当一部分用户的利益。更重要的是，打印机强制能效标准的出台，也会对用户的购买行为、价值观念产生深远影响。同时，被退市的品牌与产品型号，势必会对这些厂家的重新定位与品牌形象产生影响，从而引发该市场微妙的格局之变。

大部分消费者对新标准不知情

媒体在中关村海龙、鼎好等几个主要的 IT 卖场走访时发现，大部分打印机的采购用户对此标准竟然全然不知。而当得知这项标准即将出台落实后，会有相当一部分产品因不达标而退市时，很多消费者往往会吃惊不小。某科技公司的办公室主任王先生直接的反应就是：“那岂不是跟买了黄标车一样？谁还会买被淘汰的产品啊？”在海龙一家经营打印机、传真机柜台前，一位销售经理告诉媒体：“他也听说了国家正在制定打印机相关产品强制性能效标准的事，但由于在该标准正式出台前，究竟这 10% 的产品是哪些厂商哪些型号的具体产品，自己到如今尚无从知晓，这种情况就令打印机的买卖双方都有些犯难：厂商毕竟谁也不会说现在自己卖的产品能效可能不达标啊！”

对于这一买卖双方都引起的困惑，一些 IT 采购专家支出了妙招：那就是盯着贴有中国环境标志和节能产品认证标志的产品买，因为基本上这样的产品是当前肯定不会被淘汰的。

根据专家的建议，媒体也在网上搜寻了相关信息，发现已有不少知名品牌获得了这些标志和认证。像打印机的领导品牌爱普生，其旗下拥有的 50 多款产品均获得了中国环境标志认证，近 100 款获得了节能产品认证。

“问题孤儿”引发绿色打印观念

对于近百万的打印机相关产品面临市场淘汰，很多消费者最直接关心的就是这些“问题孤儿”的售后服务问题。在鼎好多年从事打印机销售的某国际品牌打印机代理商王先生告诉本报媒体：“短时间来看，这些产品的售后服务以及耗材的采购将不会受到很大的影响，毕竟生产厂家并没有因此倒闭，但从长期来看，由于该类产品的退市，必然会引发未来配件减少以及相关耗材停止生产的情况。”

耐人寻味的是，媒体在对打印机的采购用户走访中发现，相当一部分用户会因此项标准的出台而把能效因素从过去的次要地位，上升到自己采购的核心标准中来。消费者高女士认为，即使暂时售后服务没有影响，但强制性标准的实行，必然会对使用者的心理产生重要的影响，使用没有能效等级的打印机相关产品，肯定会觉得吃亏，甚至有影响健康的感觉。

对于以上出现的市场反应，有关专家表示，这主要是因为打印机还被认为是一个耐用型电子产品，用户对其投资保护的意识较高。而强制能效标准对打印机形成的退市压力，会让很多用户在条件相当的情形下优先选择风险最小的产品。参照越来越严苛的汽车排放国标，用户会自然地联想到打印能效国标也有一个更高标准的走势。在这样的心理作用下，一步到位地买高等级能效标准的产品，就成了一个最佳保护采购投资的选择了。

事实上，这种消费心理与购买行为的变化，正是这项能效国标推出的一个主要目的。爱普生公司相关负责人在接受本报媒体采访时表示，在欧美日等市场上，政府对节能环保的推动一方面靠的是倡导教育；另一方面就是通过市场准入及其他标准的制定，形成利益杠杆去引导消费者与用户，形成有利于环保性能突出产品的偏好与惯性，这样才能真正把节能环保落到实处。如今中国打印机相关强制能效国标出台在即，势必将给打印市场的绿色采购带来全新的动力。商报媒体吴辰光

计算机等能效标识制度 2010 年下半年出台

中国标准化研究院能效标识管理中心近日表示，我国计算机、平板电视、微波炉、打印机、机顶盒的能效标识制度将于 2010 年下半年出台。

据了解，自 2005 年 3 月 1 日起我国正式实施能效标识制度以来，国家发改委、国家质检总局、国家认监委已联合发布了 5 批能效标识的产品目录及相应产品的实施规则，实施的产品共 19 类，包括家用电冰箱、房间空气调节器、电动洗衣机、燃气热水器、家用电磁灶、自动电饭煲、交流电风扇等。截至目前，备案企业数量超过 1600 家，备案产品超过 8 万个型号，备案实验室 300 多家。据统计，能效标识制度实施 4 年多来，累计为国家节约了 900 多亿度电，折合 3000 多万吨标准煤。

中国标准化研究院能效标识管理中心主任助理曹宁表示，与 2005 年实施能效制度前相比，家用电冰箱平均能效水平显著提高，目前的节能冰箱市场份额高达 80% 以上。而节能空调的销售也由此前的 6% 达到 30% 以上。

曹宁透露，目前已对平板电视、机顶盒、计算机、微波炉、制冷展示柜、电力变压器等产品实施能效标识制度开展了前期研究和准备工作，作为第六批能效标识产品，计划于 2010 年下半年发布。未来几年内，能效标识制度将扩大到 40 类产品以上。 来源：北京商报 2009-11-25

[返回目录](#)

工信部娄勤俭：两岸未来可以在 5 大产业共谋商机

据中国台湾媒体报道：中国工信部副部长娄勤俭 30 日离台前与台湾企业家共进早餐时表示，“两岸未来可以在液晶面板、半导体、通讯、绿能、云端运算 5 大产业共谋商机。”

娄勤俭称，“大陆 2010 年积极推动节能减碳，对两岸 LED、电动车产业合作发展商机很大，希望台厂积极参与大陆这项大政策。”

”娄勤俭同时建议“将电子书、资通讯（ICT）等产业未来纳入两岸制定共同标准范围。”

娄勤俭是在昨日的早餐会上提及上述言论，据悉，娄勤俭搭机离台，外贸协会董事长王志刚邀请金仁宝董事长许胜雄、工商协进会理事长黄茂雄、光宝集团总裁林行宪、台电达董事长郑崇华、中国移动副总裁薛涛海、TCL 董事长李东生等共进早餐。

金仁宝董事长许胜雄认为，“娄勤俭在餐会中主动提到两岸共同合作发展的 2 个重点，分别是节能减碳及两岸标准商业化。”

在半导体方面，娄勤俭强调，“大陆每年向全球采购 1,000 亿美元的产品，台湾拥有优势制造技术，两岸在此领域也有非常大的合作空间。”

娄勤俭最后还提到，“这次来台参访、多次提到云端运算两岸合作契机，但媒体都没有写，他强调，网络迅速发展，除了软件设备，使用在消费端及企业端的设备也很重要，两岸在这方面都有基础，未来可加强合作。”

来源：搜狐 IT 2009-12-1

[返回目录](#)

工信部称 TD 用户达 400 万 占据近八成 3G 终端市场

在 11 月 26 日召开的“2009 中国手机产业首脑论坛年会上”，工业和信息化部电子信息司副司长赵波表示，随着 3G 网络的全面建设和正式商用运营，2G 手机销量将逐步萎缩，3G 终端产品销量将快速的成长。

赵波透露，三大运营商 3G 网络投资已经一千亿元，带动通信设备制造业的快速发展，目前 3G 用户超过 500 万用户，TD 用户就达到 400 万。赵波所指的 3G 终端不仅仅包括手机，还包括上网本、上网卡等终端形态。

赵波认为，随着移动终端数据处理能力的不断增强，3G 产品应用也将日益多样化，“3G 手机除了简单的话音通信功能之外还需要具备通信计算等功能，并采用单独的移动终端操作系统。3G 手机定制化不断加强、产品功能趋于融合，配制高、能耗低，软件智能化、平台开放化，业务体现了精准化与个性化。”

赵波最后表示，作为政府主管部门，工信部下一步将通过电子信息产业调整和振兴规划等实施对 3G 终端产业的支持，加快通信设备制造业的发展，“我们特别要重点支持 TD 终端产业链建设，支持 TD 增强型手机等终端产品开发，同时还要支持基于 OMS 平台的手机产品开发以及基于 OMS 平台的应用业务开发。”

来源：中国通信网 2009-11-27

[返回目录](#)

【国内行业环境】

我国吹响手机“扫黄”集结号

在前些日子，如果你的手机上网，在网络搜索引擎中输入“成人”或者“美女”等中性词汇，不会费太大的力气就能链接到大量的成人色情网站，但是现在干净多了。

继公安部、中央外宣办、工信部等九部门联合组织开展打击整治网络淫秽色情专项行动 3 个多月之后，公安部近日再次部署在全国展开新一轮打击整治专项行动，剑锋直指淫秽色情手机网站。

“坚决遏制手机网站制作、传播淫秽色情信息的势头，严厉打击手机网站传播淫秽色情信息的违法犯罪行为。”全国“扫黄打非”工作领导小组办公室负责人的话，也旗帜鲜明地表明了手机“扫黄”的态度和决心。

连日来，一大批传播色情低俗内容的网站受到查处，被依法关闭。广大群众包括许多学生家长对此拍手称快，并纷纷表示，希望整治行动严打重罚，彻底根除手机色情毒瘤。

“我们要全面打击涉黄网站、追究所有涉黄环节的运营商和企业的法律责任，彻底斩断手机淫秽色情网站的获得渠道。”全国“扫黄打非”工作领导小组办公室负责人近日接受媒体采访时说，“下一步我们将对手机 WAP 网站进行全面清查，并发动群众进行举报，查办一批典型案件。同时加强监管接入服务商、网络广告代理商、手机搜索引擎等相关企业，从根本上清除手机淫秽色情网站生存的空间。”

此前，全国“扫黄打非”工作领导小组办公室于 11 月 16 日下发了《关于严厉打击手机网站制作、传播淫秽色情信息活动的紧急通知》，对打击手机网站制作、传播淫秽色情信息活动进行了具体的安排部署。

工信部将采取五大措施：全面整治运营商业推广渠道；切实落实手机网站内容接入责任；严格清理服务器层层转包问题；严肃规范手机上网代收费；强力治理网站变换域名、逃避监管行为等。

公安机关连续破获多起手机网站传播淫秽物品刑事案件。如上海破获“彩蛙网”系列手机网站传播淫秽物品牟利案，抓获犯罪嫌疑人 7 名；浙江打掉一利用手机网站传播淫秽色情信息违法犯罪团伙，关闭淫秽色情手机网站 100 多个。

“我们决不会为追求经济利益而姑息淫秽色情网站！”运营商的声音掷地有声。中国移动通过打击传播淫秽色情内容的手机网站，整顿互联网营销渠道，管理数据中心托管服务器三个渠道进行打击治理。

在这场手机“扫黄”的战争中，各部门、各单位纷纷携手行动起来。各地“扫黄打非”办公室、公安、工商、新闻出版、通信管理等相关部 门，按职责分工，追根溯源，严查彻究，斩断手机淫秽色情网站背后的利益链条。

随着手机“扫黄”风暴的掀起，淫秽色情手机网站的冰山一角逐渐被揭开，隐藏在其背后的众多网络基础运营商、网络接入服务提供商、广告代理商以及第三方支付平台企业日益被暴露在阳光之下。中国，正用行动向手机色情说“不”！
来源：新华社 2009-11-30

[返回目录](#)

联发科携手华宝抢攻台湾 3G 市场

据台湾媒体报道，手机芯片大厂联发科将与华宝携手抢攻 3G 市场，联发科已在 TD 芯片市场拿下六成市占率。华宝董事长陈瑞聪昨（24）日表示，华宝首度采用联发科 TD 及 WCDMA 芯片，争取中国移动 2010 年 3000 万用户的大饼。

大陆工信部副部长娄勤俭与许胜雄宣布由 TD 产业联盟、中国移动与威宝电信合作，建置全球第一个漫游 TD 试验网，核心网络、视讯设备采用中兴通讯，TD 基地台则采用中兴通讯及大唐移动，终端手机则为宏达电友好企业多普达、英华达提供。提供给台湾 TD 产业进行服务测试，2010 年威宝更将抢在远传之前，与中移动合推全球第一个商用漫游网。

联发科执行副总徐至强表示，联发科计划推出支持智能手机 Windowsmobile6.5 平台的芯片，正与台湾及大陆厂商洽商，但不会是宏达电，2010 年也将推出支持 Android 智能手机芯片。联发科也积极与宏碁及华硕洽谈，年底到 2010 年初开始出货。业界人士也解读，联发科切入智能手机，可能会对宏达电造成一定冲击。

分析师表示，联发科推出 3G 芯片，将从手机芯片山寨王开始打向正统市场，更获得华宝力挺，有机会间接打入摩托罗拉及诺基亚等国际品牌大厂，对于其它厂商造成不小压力。联发科 2009 年 TD 芯片出货量约 240 万套，累计到 2010 年可望达 1800 万套。中国移动 TD 用户数约数约 400 万户。

陈瑞聪则表示，除 TD 手机将采用联发科 TD 芯片以外，中低阶手机也将采用联发科芯片，以前华宝为品牌大厂设计都采客户指定特出芯片，采用联发科芯片的比重几乎是零，但未来将向联发科采购 TD 及 WCDMA 芯片，2010 年底到 2011 年采用联发科芯片比重将达七到八成。

华宝 2009 年手机出货量约 1000 多万，年底智能手机比重占二成，预估 2010 年整体手机出货将成长两成，智能手机比重提高到五成。

来源：中国金融网 2009-11-25

[返回目录](#)

中国网络媒体论坛开幕 探讨构筑安全互联网

“第九届中国网络媒体论坛”二十三日在厦门开幕。此次论坛以“同筑安全互联网共建和谐 e 世界”为主题。

论坛期间，围绕“同筑安全互联网，共建和谐 e 世界”主题，主办方将安排“网络媒体内容建设”、“3G 运用”、“网络信息安全流动”等专题演讲，并就“

加强内容建设，营造良好信息安全环境"、"加强阵地建设，打造强大信息安全主体"、"加强技术建设，构筑稳固信息安全保障建设"等几项议题，以分论坛形式进行深入研讨。

来自国务院新闻办公室、工信部、公安部、国家广播电影电视总局、新闻出版总署、中华全国新闻工作者协会等有关部门领导；各省、自治区、直辖市新闻办负责网络工作的领导；中央及地方重点新闻网站、门户网站负责人；互联网行业专家、学者，各大网络技术及国际知名企业品牌营销负责人等四百多人将出席本届论坛。

“中国网络媒体论坛”每年举办一次，二00一年至今已成功举办八届，已成为全国网络媒体业界最高层次、最具影响力的年度盛会。

来源：中国新闻网 2009-11-25

[返回目录](#)

海峡两岸信息产业技术标准论坛达成 26 项共识

11月25日，第六届海峡两岸信息产业技术标准论坛在台北圆满闭幕。

本次论坛共达成了 26 项共识，主要包括：深化目前两岸在 TD-SCDMA 终端、芯片等领域的合作，共同促进 TD-LTE 标准完善、技术研发，推动两岸业界积极参与 TD-LTE 全产业链的产业化开发；推动数字音视频（AVS）编解码芯片、软件、高清碟机、数字电视终端、编码器等产品的研发，加强在数字内容和媒体运营方面的合作；推动 SSD（固态存储盘）标准化工作，构建共同的测试验证平台等内容。这些共识进一步深化了两岸信息产业技术标准合作，为新时期促进两岸信息产业合作、提高两岸信息产业核心竞争力奠定了良好基础。

海峡两岸信息产业技术标准论坛是两岸经济交流与合作的一项重要活动，从 2005 年 7 月第一届论坛以来，两岸专家以标准论坛为纽带，围绕业界关心的议题进行深入研讨，扩大和深化了两岸信息产业的合作，厚植共同利益，已成为海峡两岸信息产业技术标准合作的重要平台。

与会两岸业界人士表示，要抓住两岸关系呈现和平发展前景的新机遇，促进两岸经济合作走向更高的层次。 来源：人民邮电报 2009-11-30

[返回目录](#)

台湾 TD-SCDMA 试验网开通 娄勤俭、苏金生分别在台北、北京出席

启动仪式

为落实海峡两岸信息产业技术标准论坛达成的共识，展示两岸在第三代移动通信系统 TD-SCDMA 技术、研发和产业化方面所取得的合作成果，2009 年 11 月 24 日，台湾威宝电信 TD-SCDMA 试验网启动仪式在台北市内湖科技园区隆重举行。台湾金仁宝集团公司董事长（威宝电信董事长）许胜雄与中国移动副董事长张春江就合作推动 TD 产业发展等话题进行了两岸第一个 TD 视频通话。

率团赴台出席第六届海峡两岸信息产业技术标准论坛的工业和信息化部副部长娄勤俭与工业和信息化部总工程师苏金生，分别在台北和北京见证了上述活动。工业和信息化部相关司局负责人、国务院台办经济局、中国通信标准化协会、中国电子工业标准化技术协会、华聚产业共同标准推动基金会、中国移动通信集团公司、TD-SCDMA 产业联盟、威宝电信、TD 联盟成员企业及台湾 TD 产业界的相关负责人和专家，也分别在北京和台北出席了上述活动。

台湾 TD 试验网的开通，是海峡两岸业界共同努力的结果，TD 产业联盟作为 TD 产业的积极推动者与组织者，与威宝电信积极推动两岸 TD 产业的合作。大唐、中兴、联想、天宇、中创信测、联芯科技等企业也积极参与台湾 TD 试验网的建设工作。通过合作建设 TD 试验网，两岸业者共同研究探讨 TD-SCDMA 技术与 WCDMA 技术共同组网方案，摸索出双网乃至多网兼容的经验，为 TD 技术进一步扩大市场创造了更多契机，为台湾业者创造了本地 TD 终端等产品的测试环境，也为台湾企业发挥优势，加强两岸业者在 TD 产品芯片、终端等研发及产业化方面合作提供了重要的机会。

中国移动自 2009 年初获得第三代移动通信（3G）牌照以来，TD-SCDMA 业务发展良好，截至目前，在网用户数已突破 400 万，开放了 40 余项 TD 特色业务。至 2009 年底，中国移动 TD 网络将覆盖大陆 238 个城市、10 亿以上人口。截至到目前，已有 200 多款 TD 终端入网，TD 核心芯片的出货总量已超过 500 万片。与此同时，TD 的后续演进技术 TD-LTE 也正在加快发展步伐，TD 产业将在未来几年蓬勃发展，给通信业界带来发展的新机遇。未来两岸可继续深入开展 TD 芯片、终端、测试仪表的研发和产业化合作，进一步完善在台建设的试验网，并深化在 3G 业务应用、TD-LTE、无线城市等领域的交流与合作。在两岸的共同努力下，双方在 TD 领域的合作前景必将更加美好 来源：工业和信息化部 2009-11-26

[返回目录](#)

[[国际行业环境]]

欧洲议会批准电信改革方案

据国外媒体报道，欧洲议会周二正式批准了欧盟电信改革方案，结束了长达两年的纷争。

自 2007 年开始，支持该项改革方案的欧盟电信专员维维安·雷丁（Viviane Reding）就提议对欧洲电信法进行修订。在欧洲议会夏季休会前，已同意成立新的欧洲电信监管部门 BEREC，以拆分网络和服务运营，并协调无线频谱在欧盟各成员国的使用。但关于允许各国监管部门在用户下载盗版内容时，无需经过法院批准即可中断连接的提案却未获批准。

在周一举行的会议中，与会代表达成了一项妥协方案，该方案要求“各国监管机构不能因公共利益而限制互联网访问，除非经过预先的公平和公正的程序，且得到法院适时的评估并符合效力。”

此外，新的改革方案还从其它方面保护欧洲消费者的利益。例如，用户可以在一个工作日内完成固话或手机的携号转网，可以选择签署不超过一年或两年的合约，透明的收费标准和价格体系等。根据最新的欧盟规定，各国电信监管机构有权设置网络传输服务的最低质量水平，促进为欧洲用户提供“网络中立”服务。
来源：新浪科技 2009-11-25

[返回目录](#)

欧盟对高通反垄断调查无果而终

据国外媒体报道，欧盟委员会周二结束了对高通为期四年的反垄断调查，没有施加罚金，也没有达成结论。

欧盟委员会表示，对高通专利授权费定价持有异议的公司都已经或是准备撤销投诉。该机构发表声明称：“欧盟委员会为这起调查投入了时间和资源，意在评估复杂的证据，但尚未得出正式结论。现在没有对高通定价操作的投诉，已经不适合再进一步投入精力调查此事。”

2005 年，6 家科技公司向欧盟委员会投诉，指控高通索要过高的专利授权使用费，其行为使得其他公司无法进入手机芯片市场。这些公司包括 Broadcom、爱立信、NEC、诺基亚、松下以及德州仪器公司。

爱立信周二表示，已经撤销了针对高通 WCDMA 专利授权行为向欧盟委员会提出的诉讼。但该公司表示，会继续就高通专利授权操作与全球竞争监管机构进行对话。

高通生产手机芯片，并向使用该公司专利技术手机厂商和芯片厂商收取专利授权费，这一费用一直受到竞争芯片厂商的反对，他们认为高通由此获得了其他竞争对手难以跨越的价格优势。 来源：财界网 2009-11-25

[返回目录](#)

印度软件巨头落户四川成都 向全球提供服务

在与成都高新区签署投资合作协议两年后，印度软件巨头维布络公司正式宣布落户成都。据悉，新成立的维布络成都公司是一个采用全球交付中心模式的战略研发中心，将面向北美、欧洲、亚太以及中国国内的客户，业务重心将集中于金融、制造、电信等领域。

选成都看中人才优势

苏西娜是一位典型的印度美女，大眼睛，笑起来双唇裂开，露出洁白的牙齿。虽然来到成都已经有 4 个多月了，也能问候一声简单的“你好”，但是作为印度软件巨头维布络（Wipro）科技公司在成都的掌门人，她还是对于昨日寒冷的天气感到稍稍不适应，她透露，“在仔细考察了中国很多城市之后，我们选择了成都，从环境、人才到相关部门提供的服务都是我们所想要的。”维布络成都公司将形成近千人的规模，在这里可以听到英语、日语、韩语和普通话，以后成都将是维布络外包服务的全球交付中心。

作为全印度第三大软件公司，来自班加罗尔的维布络公司非常具有传奇色彩。在 1945 年，这家公司刚刚创立时，还只是一家经营食用油的小公司，40 年后首次涉足 IT 行业，现已成为一家在全球 50 多个国家建有分支机构的跨国企业。拥有 9.7 万名员工，57 亿美元的收入，其中超过 90% 的收入都由 IT 外包服务所贡献，并以 34% 的年复合增长率在飞速发展。

目前，维布络成都分公司的成员已超过 100 名，其中并不包括专程从印度飞来，支持项目建设的资深员工。“我们急需优秀 IT 人才的到来，就在我说这句话的时候，还不断有员工被招聘进入维布络”，苏西娜的表情有些求才若渴，而此时来自成都电子科技大学的老师团队正坐在台下。

苏西娜说，四川有 33 所高校，培养出来的优秀人才与大熊猫一样具有吸引力，由于公司急需业务扩张和完善对客户的服务，新落成的业务中心至少有上千

个职务虚位以待，她希望能在 3-4 个月内与川内各个高校建立长期合作联系，对大学生进行系统培训，让他们走出社会之后能很快进入工作状态。

2010 年成都将直飞印度

在昨日的落户庆典上，成都市市长葛红林也带来一个好消息：“在 2010 年，成都有望开通至班加罗尔的直航航班，飞行时间只需要 3 个半小时。”他相信，这将加大成都与班加罗尔的沟通。而更具吸引力的，则是来自印度软件公司的直接投资，特别是来自班加罗尔的行业巨头。

班加罗尔，是全球软件和 IT 服务外包的中心所在，而做中国的“班加罗尔”，则正是成都建设软件之都提出的口号。虽然在短短 5 年中，成都高新区在软件及服务外包产业领域上，已聚集 IBM、西门子、诺基亚、赛门铁克等仅 600 家企业行业大腕，但是来自印度的公司却屈指可数。

印度著名软件公司萨蒂扬（Satyam）、Infosys 等公司，虽然已闯入中国市场，但目前却没有在成都现身，在直航开通后，在投资与旅游的双重利好下，成都与班加罗尔的合作也会更加密切。来源：四川在线 2009-11-30

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

联想回购联想移动看重 3G 移动互联新商机

2009 年 11 月 27 日，联想集团在香港宣布向由弘毅投资为首的一些投资者收购联想移动通信技术有限公司（简称“联想移动”）的所有权益。收购总额约为 2 亿美元，将以现金和联想股份支付。联想移动目前在中国手机市场中名列三甲，系国产手机第一品牌。此次收购标志着联想将全面进军高速增长的中国移动互联网市场。

我们在得到了上述消息后也在第一时间对联想移动市场推广部的负责人王彦进行了电话采访，并简单的探讨了一下四个方面的问题。

1、联想集团回购联想移动的主要原因在哪里？

联想集团回购联想移动的主要原因在我看来是由于联想集团对于他们移动互联整体战略的思考。因为从目前的大环境来看 3G 的发展导致了整个移动互联市场的飞速发展。在这样的市场前提下呢，我们发现 PC 与手机的融合越来越明显。因为我们发现目前的电脑越来越小型化，而我们的手机也在全力向着功能化、智能化发展，这实际上可以看做是手机与 PC 的一种潜移默化的融合。

另外一方面是联想集团也在前期积攒了大量对于移动互联方面的经验，例如他们在生产和研发小尺寸笔记本电脑方面的经验等等。而联想移动实际上在 2009 年成功的推出了 O P h o n e 产品之后，一方面积攒了大量的与运营商之间合作的经验，同时也更加清楚的了解到消费者对于移动互连设备的需求，也正是基于这样的一种状态使得联想集团觉得此时将联想移动重新纳入到自己的发展阵营之中对于整个联想推广他们的移动互联战略是十分有利的。

2、联想移动能够从这次回购中得到怎样的帮助？

好处自然是有的，主要集中于以下的几个方面吧。一是联想集团的大平台以及在业务方面的经验将会给联想移动提供一个更大的发展空间。二是我们将获得联想集团在移动互联方面的更多投入。虽然我们目前是被联想集团重新回购了回去，但是联想移动还是以独立的子品牌的形式在运行，只是在移动互联方面我们将获得联想集团更多的支持。

3、回归联想集团之后，联想手机的最大改变是怎样的？

我觉得联想移动最大改变应该就是能够在移动互联领域发展的更快。为什么这样说呢，一方面是因为联想集团和我们的运营商以及开发经验方面相对于之前的联想移动来说都具有较大的优势，因此我们如果将获得更好的支持，这样我们在移动互联方面更容易放开自己的手脚。

4、联想移动如何借助于联想集团在 P C 领域的优势？

从目前看来我们联想移动还是会专注于手机这方面的开发，联想集团在 P C 方面的优势我们自然想去利用，我们也在努力的寻找两者之间的结合点，但是就目前说来我们的工作重点还是在我们的 3 G 手机上。

通过王彦总经理的介绍我们了解到通过这次的回购，联想移动将会在其移动互联方面的发展得到更大的支持，同时亮相集团也想借助于联想移动与运营商的合作模式来扩大自己在移动互联领域的影响力。但是合并之后的联想移动并不会受到联想集团过多的控制，还是专心于他们的 3 G 手机研发。

来源：中关村在线 2009-12-01

[返回目录](#)

IBM 签下入华最大单 推动 IBM 智慧城市战略

IBM 公司与中国新能源产业新锐新奥集团上周末签署了一揽子战略合作协议，双方将从新奥实施的智能能源产业合作入手，推动 IBM 智慧城市战略在中国的落地。“此次与新奥达成战略合作，是 IBM 在华近十年最大最深入的商业合作之一。IBM 将尽全力支持新奥发展智能能源领域的核心技术和核心竞争力，为能

源在城市中的智慧应用积累宝贵经验。” IBM 大中华区董事长及首席执行官钱大群称。

据悉，双方合作包括三部分：第一，IBM 将向新奥集团基于节能减排的能源服务业务进行战略投资；第二，双方成立基于实现智能能源和智慧城市的信息技术公司；第三，IBM 将成为新奥集团成长和转型进程中的信息技术战略服务伙伴。

双方共同表示，将立足中国、面向全球，携手开创能源应用的新模式，为城市和企业提供以系统能效技术为核心的能源服务，提高能源利用效率，提升节能减排水平。 来源：北青网 2009-11-26

[返回目录](#)

惠普 CEO 解读 3Com 收购：网络设备至关重要

据国外媒体报道，惠普 CEO 马克·赫德（Mark Hurd）在周一的分析师电话会议上表示，网络设备是惠普的关键战略因素，而 3Com 则符合这一战略。

惠普本月早些时候宣布斥资 27 亿美元收购思科的竞争对手 3Com，希望借此在网络设备领域与思科展开竞争。这也是惠普拓展业务范围、增强盈利能力的一大举措。虽然 PC 业务占到惠普总收入的三分之一，但却仅为惠普贡献了 15% 的运营利润。而且随着 PC 价格的下滑以及廉价上网本的崛起，PC 业务的利润还会继续萎缩。

赫德在周一的财报电话会议上就网络设备战略以及对 3Com 的收购发表了如下看法：

分析师：能否谈一下 3Com 的收购并分享一下你的战略思考？今后还会有何收购？

赫德：我们对于基础设施融合的战略思考已经有一段时间了。通过这一战略，我们就能够为用户提供服务器、存储器以及各类网络设备的整合服务。我们既可以提供服务，也可以直接提供产品……网络肯定是这一战略的关键因素，所以我们过去几年间已经凭借 Pro Curve 进入这一市场，并且获得了快速增长以及大量市场份额……从用户反馈来看，我认为我们的首要任务就是提供更为多样化的产品组合和更好的性能，从而提升我们的战略。 来源：新浪科技 2009-11-25

[返回目录](#)

消息称欧盟确定甲骨文收购 Sun 交易听证会日期

据国外媒体报道，据熟知内情的消息人士称，欧盟委员会已经将甲骨文收购 Sun 交易的听证会日期确定为 12 月 10 日。

欧盟委员会一直对甲骨文收购 Sun 的 MySQL 开源数据业务表示反对。上周，该委员会将审查这桩交易的最后期限从 2010 年 1 月 19 日推后到了 1 月 27 日，原因是甲骨文要求获得更多时间来解决针对该交易的反对意见。 来源：新浪科技 2009-11-26

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动 TD 无线固话研发基金招标开始

对于备受关注的中国移动 TD 无线办公无线座机研发资金招标，多家 TD 终端厂商透露，已开始领取标书参与招标，这也预示着 2010 年中国移动将向集团客户大推 TD 无线固话业务。

厂商开始领取标书

据悉，根据规定，11 月 24 日，各厂商在该日 9 点以后的上班开始递交标书，递交地点为中国移动招标采购中心所在的北京西直门宾馆。

所谓 TD 无线固话，外形上类似于传统固话座机，差别是 TD 无线固话不使用传统电话线，而是使用 TD 无线网络。此前的 11 月 13 日，中国移动发布《TD-SCDMA 办公无线座机联合研发项目招标公告》，宣布将投入 4000 万元启动“TD-SCDMA 办公无线座机联合研发项目”招标工作。据悉，购买招标文件时间定于 11 月 24 日。

中国移动表示，此次招标是为了“推动 TD-SCDMA 发展，促进 TD 终端产业链成熟，加速 TD 终端产品化进程。”这也就是在 3G 牌照发放之后，中国移动为推动 TD 终端研发设立的第二笔专项激励资金。

华为、TCL 通讯、中兴通讯、海信、大唐等厂商都已确认将参与招标。之前，在中国移动家庭用的 TD 无线固话中，这些厂商就是主力。

最先推出无线固话业务的广东移动推出无线座机终端一共有 6 家厂商，包括联想移动、TCL、华为、中兴通讯、新邮通和德赛电子。其中，最便宜的 290 元一台，其他则在三四百元间。由于采取了预存话费送终端的方式，用户基本上相当于免费得到了话机。

家用 TD 无线固话的初步成功

参与此次竞标的 TCL 通讯表示，作为全国几家大型手机生产商之一，TCL 通讯已确定参加中国移动 TD 无线座机招标，TCLTD 研发团队有 200 多人，投入了大量的人力开发各种形态的 TD 无线座机。

TCL 通讯同时透露，2009 年初广东移动开始 TD 无线座机试点招标，TCL 就准备好了产品参与投标，一年多来，TCL 基本参加了所有省市 TD 无线座机的投标，多各省市移动的要求（如锁网锁卡，异形卡）都有深入的研究开发，并提供了各省市移动需要的产品。

对于此次 TD 办公无线固话与 TD 家庭用无线固话有什么区别，TCL 通讯一位人士认为，主要是功能要求不一样，办公用的 TD 无线固话要求更多的集成功能，这主要是因为中国移动正在设计很多的 TD 办公业务。

例如中国移动有一种“商务宝”义务，这是部署在企业侧的一款 TD 制式企业网关产品，它类似于 G3 家庭网关，但主要面向企业客户应用。企业用户可以通过它实现 TD 移动固话语音通信、打印、宽带上网等业务，它是中国移动进入企业市场、实现融合通信的利器。而且无需网络布线，插入 SIM 就可以用，是 TD 在办公环境下的一种良好应用。

而且中国移动的创新能力强，目前在 2G 手机上开拓的集团 V 网业务、移动总机业务将来也都可能拓展至 TD 业务，其它 TD 办公创新业务也可能 2010 年出炉。TCL 等终端厂商看好 TD 无线固话前景

本次中国移动办公 TD 无线座机研发资金招标金额高达 4000 万，同时要求各厂商有配套的 TD 研发资金，对于如此巨大的投入是否有回报，TCL 通讯一位人士认为，中国移动对 TD 的商用非常重视，目前家庭用的 TD 无线座机在全国各省会城市均有销售，厂商供货几乎一销而空，因此，对 TD 办公用的无线固话的销售前景也看好。

“我们目前家庭用的 TD 无线固话有两款，S188 既有针对青年人的一键上网功能，也有针对老年人/小孩的 SOS 功能、收音机功能。TD100 则有亲情号码设置按键，这两款机型都非常适合居家环境，是专门针对家庭，实用型的新型产品产品遍布广东、山东、北京等地区，销售前景看好，预计全年总出货量超过 50 万台，所以，TCL2010 年将继续在 TD 无线座机方面加大投入力度，预计 2010 年将推出多款新机型”，TCL 通讯一位人士如此介绍说。

值得注意的是 TD 无线座机是 GSM/TD 双模产品，对实际应用有利。

“目前需要进行 CTA 测试及中国移动入库测试”，对于 TD 无线座机还需要通过哪些检测环节，TCL 通讯一位人士如此介绍说。

来源：通信产业网 2009-11-26

[返回目录](#)

中国移动禁止所有 WAP 类业务合作伙伴向下转包

中国移动 29 日宣布，从 11 月 30 日起，对所有 WAP 类业务合作伙伴暂停计费，并进行全面清理，斩断淫秽色情网站收费链条。

中国移动总裁王建宙对媒体说，对所有与中国移动有 WAP 业务收费协议的服务提供商和内容提供商，中国移动将自 30 日起全部暂停计费，并立即从业务名称、业务内容、推广渠道等多个方面开展全面清查，禁止其利用广告联盟等第三方进行业务推广，要求其提供“信息安全责任承诺保证书”，确保其自身内容不能有任何涉黄信息，杜绝与手机淫秽色情网站产生利益关系的一切可能。

揭秘

手机淫秽色情网站往往是通过层层转包的收费链来获取经济利益的。有的服务提供商在与电信运营商签订网络服务代收费合同后，又一层层往下转包，每一层都有可能被手机淫秽色情网站利用。

业内人士认为，要切断这个收费链条，除了清理下层，更关键的是要严格管理运营商的 WAP 类业务合作伙伴，构建“第一层防线”，在确保其自身信息安全的同时，严格禁止往下转包。来源：新京报 2009-11-29

[返回目录](#)

北京移动对首款 TD 版 OPhone 手机补贴 3000 元

北京国美透露，中国移动首款 OPhone 手机 LG 的 GW880 将于 12 月 1 日开售，北京移动将对每个购买的用户补贴 3000 元。

目前已经上市的 OPhone 机型有 2G 版和 3G 版本，最早上市的是多普达 A6188，为 2G 版本，售价 4980 元。此次上市的 LGGW880 是 3G 版本。

中国移动各省公司对 Ophone 手机均有补贴，此前，天津 Ophone 用户只要承诺在网一年，每月消费最低 120 元的话费，预交 3600 元就可以拿到一款联想 01 的手机。同时，用户还将获得 3600 元的话费补贴，用户只需承诺在网一年，且月最低消费 120 元即可。

上海移动对购买多普达 A6188 的 OPhone 手机用户进行 1500 元话费补贴及 300 元的新业务资费补贴，不需承诺最低月消费额。

此次，在北京国美 OPhone 手机首销现场上，购买 LGGW880 手机的顾客将会得到 3000 元充值卡和价值 1000 元 LG 日化大礼包。

来源：挖贝网 2009-11-27

中移动公布打黄详情：封堵手机色情网站 403 个

针对近日有媒体集中报道一些网站通过手机网络传播淫秽色情内容，中国移动公布了核查结果与整治的情况，并表示截至 11 月 23 日晚，已依法封堵色情手机 WAP 网站 403 个。

打击黄色手机网站情况

中国移动发言人说，中国移动坚决支持并积极采取行动严厉打击淫秽网站和淫秽内容，全力采取有效措施配合政府部门推进无线互联网不良信息整治工作。

与传统的电信网络不同，无线互联网上存在着大量的独立 WAP 网站（即手机网站），这些网站独立运作，不需要与电信运营商签约就可以通过各种方式直接或间接地连入无线互联网内。这些网站数量多，目前已达上万个，传播的内容越来越庞杂，良莠不齐，鱼龙混杂。而与之相配套的管理措施和技术手段还没有完全跟上，尚不能跟固定互联网经过多年综合治理所形成的监管机制相提并论，从而给不法分子提供了可乘之机，用以传播淫秽色情信息，成为社会“毒瘤”。

中国移动发言人说，在媒体报道的推动下，中国移动进一步加大对无线互联网治理的力度。公司迅速组织力量，大幅度增加对独立 WAP 网站的拨测频次和范围，共拨测独立 WAP 网站约 9000 多个。同时，向社会公布电话、短信、电子邮件三种举报方式，几天来共收到 328 条举报信息，其中短信 235 条，电话 62 条，电子邮件 31 封。根据媒体报道、技术拨测和社会举报的线索，三管齐下，使一些原来隐蔽性很强的手机色情网站浮出水面，截至 11 月 23 日晚，已依法封堵色情手机 WAP 网站 403 个。

从这次封堵的 403 个网站的情况看，手机色情网站的分布是非常广泛的，在国内接入的有 108 个，通过国际接入的有 295 个。这些色情网站几乎是无孔不入，而且经常采用一些变换地址的方法，使得封堵难度加大。有时，刚封堵了一个色情网站，隔不长的时间，同一网站又改换地址再次出现。中国移动还将进一步改进技术手段，依法及时封堵淫秽色情 WAP 网站。

终止与 2 家违规渠道公司的合作

有媒体报道在部分色情网站中存在中国移动 12530 歌曲营销链接的问题。对此，中国移动表示经核查：从 2007 年 6 月，中国移动音乐基地开始发展互联网销售渠道，截至 2009 年 10 月共拓展互联网销售渠道 256 家。在音乐基地手机音乐的推广过程中，部分与中国移动直接签约合作的渠道方擅自发展了下游、下下游网站进行非法链接合作（即盗链行为），这些下游、下下游网站中存在部分色

情 WAP 网站，从而造成了在部分色情 WAP 网站中存在 12530 的业务链接的现象。中国移动表示，已责成其音乐基地迅速查实和终止了与 2 家违规渠道公司（聚富通、悠悠村）的合作，关闭了系统端口，并停止结算。

为防止类似问题的发生，音乐基地已暂停与所有 256 家互联网和无线互联网渠道的合作，并开展全面清查。

查封某色情 WAP 网站 IP 地址

之前有媒体报道，某色情 WAP 网站 IP 地址属于上海移动怒江 IDC 机房的问题。中国移动表示，经查，情况属实。两个被曝光的 IP 地址是由服务提供商“华数发展”接入中国移动上海公司的怒江数据中心机房的。该服务提供商虽然持有在有关部门备案的证明，但违法传播淫秽色情内容，问题被曝光后，中国移动上海公司迅速核查，并立即查封 IP 地址、封存服务器，同时立即停止与“华数发展”的接入合作，并及时向监管部门报告。

中国移动还表示，已在全网范围内要求进一步严格落实数据中心网站备案、托管网站内容审查等信息安全管理工作。 来源：新浪科技 2009-11-25

[返回目录](#)

中移动新政刺激：发展一个 TD 用户奖励两三百元

联芯科技副总裁冯磊之前已多次因为 TD 发展等事项而到访台湾，但 11 月 24 日冯磊显然更有信心了——这天，冯磊与联芯科技其他高层一起，在工信部副部长娄勤俭率领下参加了台湾 TD 试验网的验收和启用仪式。

“2009 年 4 月，联芯就已经发布了支持 TD-HSUPA 的芯片解决方案，上传最高速率已经达到 2.2Mbps，这给中国移动正大力发展的 TD 无线城市计划奠定了技术基础。”冯磊对 CBN 媒体表示，目前 TD 芯片的发展已经超过 TD 网络建设的步伐，而联芯科技的 TD 芯片出货量已经突破 400 万片。

其实不仅仅是联芯科技，TD 产业链各个环节都因中国移动 TD 新政的刺激，开始从投入期过渡到收获期。CBN 媒体最近遍访 TD 芯片厂家、TD 终端厂家和手机传统渠道商，从而了解到，从 10 月份至今，TD 终端销量开始进入上行阶段，10 月 TD 终端销量环比增长了近 100%。

而中国移动已经通过多个渠道明确向 TD 产业链透露了 2010 年 TD 终端和用户的发展规划：2010 年将发展 3000 万 TD 用户，其中 2000 万 TD 手机终端、500 万 TD 无线座机和 500 万 TD 数据卡。

新政刺激

“中国移动在 TD 终端销售上推行的‘全网操盘，分省实施’，配合大力度手机和话费补贴政策，是 TD 终端销量和 TD 用户增长的主要动力。”宇龙酷派市场总监古勇对 CBN 媒体透露，目前市场销售的中国移动深度定制的 TD 终端都享有双重补贴：一是手机补贴，二是话费补贴。

中兴通讯手机产品体系一位中层也透露，除了 TD 无线座机外，仅中国移动深度定制的 U210 一款 TD 手机目前的销量已经超过 20 万部。

事实上，在中国移动推行“3G 手机当 2G 手机卖”的 TD 新政后，也极大地增强了手机传统销售渠道的 TD 信心。

“现在每一天，我们与中国移动合作的十几个连锁零售终端就可以销售 70 部左右的 TD 手机。”广东手机连锁专业卖场新佳信市场总监余国庆对 CBN 媒体透露，从 9 月开始，每个月的 TD 终端销量都在增长，而传统渠道商之所以热衷于 TD 手机销售，除了因为 TD 终端产品技术已经成熟外，还因为中国移动的 TD 奖励政策。“每发展一个 TD 手机用户，中国移动都会有几百元的奖励。”余国庆说。迪信通总裁金鑫透露，代理 TD 手机的佣金明显比 2G 手机高，尽管各地移动分公司的奖励政策有些差别，但平均下来，每发展一个 TD 用户一般都有 200 元~300 元的奖励。基于此，迪信通的 TD 手机销量最近的月复合增长率都在 15% 以上。

其实，中国移动最近公布的用户数据也反映出 TD 用户迅速增长的佳绩。截止到 10 月，中国移动的总用户已经达到 5.13 亿，TD 用户达到 230.9 万户。其中 10 月新增用户 509.9 万户，新增 TD 用户 65.4 万户，相比 9 月份的 32.8 万户，增长接近 100%。

“中国移动的 6 亿 TD 专项激励金如同一股新鲜血液注入到 TD 产业链中，在很大程度上缓解产业链成员的财务压力。”天碁科技（T3G）CEO 左翰博昨日对 CBN 媒体表示，截至 2009 年 9 月底，T3G 的 TD 芯片出货量已经达到了 300 万片，而客户基于 T3G 芯片平台开发的 TD 终端产品（手机、数据卡、上网本）已经有上百款。

左翰博表示，正是基于 TD 的前景，T3G 母公司 ST-Ericsson 于 10 月还在北京设立了一个专注于 TD 的业务部门，这也是 ST-Ericsson 第一次在中国市场成立专门针对某一产品线的业务部分。

向收获期过渡

中国移动的 TD 新政和 TD 用户的逐步放量，让 TD 产业链各个环节从投入期向收获期过渡。

宇龙酷派母公司中国无线（02369.HK）公告称，公司预期截止到 2009 年 12 月 31 日的 12 个月期间录得盈利，而 2008 年同期则录得亏损。而其股价也从

2008 年 11 月的最低点 0.16 港元，一路攀升到 11 月 23 日的 1.27 港元，增长幅度接近 7 倍。

而已经连续几个季度亏损的芯片厂家展讯在第三季度也成功扭亏。展讯 11 月 17 日公布的第三季度财报显示，第三季度展讯总销售收入达 3840 万美元，同比增长 92%，实现净利润 60 万美元。展讯预计，公司 2009 年第四季度销售收入将在 3700 万美元至 4000 万美元之间。而展讯的股价也从 2008 年 11 月的 0.7 美元，增长到 11 月 23 日的 4.88 美元，增长了近 6 倍。

“其实 TD 芯片的毛利率还优于 GSM 芯片。”展讯有关人士对 CBN 媒体表示，尽管公司收入的大部分还是来自于 2G 芯片，但 TD 芯片的收入增长对财报表现的贡献非常大。

该有关人士透露，展讯的 TD 芯片出货早就突破 100 万套，尤其是 TD 无线座机芯片供应量在最近增长迅猛，而展讯在 TD 无线座机的芯片市场占有率已接近 70% 份额。此外，中国移动深度定制的中低端手机也将在最近面市，届时展讯的合作伙伴海信和新邮通都会推出相应的产品。11 月 19 日，中国移动与海信、中兴、华为及新邮通一起在深圳发布 5 款千元 TD 手机，中国移动总裁王建宙还表示，中国移动的 3G 用户已经达到 300 万。

“300 万 TD 用户有相当一部分是 TD 无线座机用户。”展讯合作伙伴、TD 无线座机方案商锐合通信总经理张策指出，TD 无线座机价格低，而且产品技术稳定，因此市场推广相比 TD 手机更容易。其实，过往中国移动每年也有 400 万~500 万的 GSM 无线座机销售，TD 无线座机只是延续了这一市场，未来 TD 无线座机应该只会占 TD 终端很小一部分。

来自工信部的数字显示，截至 10 月 9 日，工信部已累计核发 TD 终端进网许可证 192 张，其中包括 83 款 TD 手机、89 款 TD 数据卡和 20 款 TD 固定无线终端。

赛诺数据显示，2009 年第三季度国内 TD 手机销量为 37.1 万部，CDMAEVDO 手机销量为 45.7 万部，WCDMA 手机为 66.6 万部。赛诺分析师王镔认为，第三季度增长最迅猛的是 WCDMA 手机，但随着中国移动的各项政策相继推出，特别是 2010 年的一些政策出台，TD 手机的销量超过 CDMAEVDO 手机，最快 2009 年就会发生。来源：第一财经日报 2009-11-26

[返回目录](#)

【中国电信】

北京电信诈骗发案率下降

自 11 月 9 日北京警方展开“阻截行动”以来，首都电信诈骗案件发案率同比下降 13.9%。至 25 日，北京警方共拦截电信诈骗汇款 1938 起，涉及金额 1733.7 万元。

据北京市公安局刑侦总队负责人 26 日称，针对电信诈骗团伙使用先进的电脑技术、专门设计的“话术”、以及心理技巧实施诈骗，北京警方特别聘请了 3 名电信专家、2 名心理专家作为顾问，从事打击防范电信诈骗工作。心理专家通过接触被害人，了解他们当时的心理状况，加以总结，有针对性地在市民中开展防范宣传。此外，专家还将接触已审结案件中的犯罪分子，通过分析他们的“攻心术”，进一步了解此类案件的犯罪特点，为警方打击工作提供支持。

北京警方发动银行、电信等主管部门协同作战，截至 25 日，通过电信部门发送反诈骗宣传短信达 2091.35 万条，涵盖移动、电信、联通、小灵通等用户群体，同时，警方还发动银行员工，对进行大额异地转账等交易的客户进行观察，发现有被骗情况及时劝阻，11 月 6 日至 25 日，北京各银行工作人员现场拦截电信诈骗案件 107 起，涉及金额 378 万余元。

据统计，自 11 月 9 日北京警方启动打击防范电信诈骗案件的“阻截行动”以来，首都发生电信诈骗案件环比 10 月 24 日至 11 月 8 日下降 13.9%，其中电话诈骗案件下降 21.3%。电信诈骗每天发案数从 11 月 9 日的 42 起下降到 24 日的 9 起。虽然电信诈骗总体发案下降，但网络诈骗和短信诈骗类案件发案仍出现了持平甚至上升趋势。

据北京市公安局 110 指挥中心统计，11 月 19 日至 25 日一周时间内，仍接到市民被骗警情 94 起，涉案金额 302.4 万元。警方提示，凡是接到陌生人要求转账或汇款的电话和短信，不听、不信、不转账、不汇款，挂机后请立即拨打 110。来源：新华网 2009-11-27

[返回目录](#)

中国电信荣获全球 CDMA 运营商领袖奖

11 月 9 日至 11 日，CDG 在美国圣地亚哥举行执行董事大会，对在 2009 年为 CDMA 产业发展做出卓越贡献的企业颁发了 2009 年度 CDMA 工业成就奖。经过近

一年的运营，中国电信 CDMA 用户已从接收时的 2700 万，增长至 4900 万，成为发展成就最为卓越的运营商，近日被 CDG（CDMA 发展组织）授予运营商领袖奖。

CDMA 发展组织即 CDMA Development Group，成立于 1993 年，是一个覆盖产业链各个环节、集合全球基于 CDMA 技术的众多企业的国际通信产业联盟。CDG 主要由 CDMA 的服务提供商、制造商、系统集成商和内容提供商组成，通过组织的协调和工作，加强 CDMA 各系统间的兼容性，为用户提供更加有价值的 3GCDMA 技术。CDG 的主要任务是加速基于 CDMA 系统的 3G 技术演进，提供开放的标准架构，制定核心的协议规程，及全球的市场推广。中国电信作为我国特大型国有通信企业，连续多年入选“世界 500 强企业”，主要经营固定电话、移动通信、互联网接入及应用等综合信息服务。截至 2009 年 10 月，拥有固定电话用户 1.92 亿，移动电话用户 4900 万，宽带用户 5200 万。来源：赛迪 2009-11-26

[返回目录](#)

【中国联通】

联通自有手机平台 uPhone 被列入国家重大专项

中国联通相关人士透露，联通自有手机操作平台 uPhone 已列入国家重大专项，推出时间待定。

该人士表示，联通做 uPhone 这个事情是国家的一个重大专项，交给联通做，由联通组织一些产业的力量，集中起来完成这个课题。

关于“联通 uPhone 的推出时间，此前，中国联通董事长常小兵已表示，对于什么时候推出的问题，最终将由市场来决定。

来源：CNET 科技资讯网 2009-11-27

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯联手沃达丰子公司推进 LTE

中兴通讯 26 日宣布，正联手沃达丰德国子公司共同推进 LTE，于近日进行了 LTE 设备和解决方案的联合展示。

为配合包括沃达丰在内的欧洲一流运营商推进 LTE 测试和建设，中兴通讯专门在德国建立了 LTE 研发中心。至此，中兴通讯已经在瑞典、德国、美国、

香港、中国西安等全球 7 个国家和地区建立了 L T E 研发机构。

中兴通讯不断加大 L T E 的战略投入力度，已经分别获得 T e l s t r a 旗下 C S L、T e l e f o n i c a、S i n g T e l、中国移动等全球多家一流运营商的 L T E 建设合同，总数超过 1 0 个，并借助 L T E 试验网建设进入西班牙、美国、香港等高端市场。

中兴通讯欧洲与北美副总裁张志刚表示，通过中兴通讯 S D R 解决方案，可以实现 G S M / U M T S / L T E 等多种制式的有效共存，不但可以为运营商显著节约 C A P E X，同时绿色环保、节约空间。来源：中国证券报 2009-12-1

[返回目录](#)

CSL 中兴共建亚洲首个 LTE 测试基地 速率 127Mbps

香港运营商 CSL 宣布，由中兴通讯承建的其 LTE 测试网在位于九龙湾的香港 CSL 科技中心正式启用，这是亚洲首个 LTE 商用测试网络的基地。

CSL 建亚洲首个 LTE 测试基地

CSL 于 11 月 25 日举行了其 LTE 科技中心的启用仪式，并表示 CSL 科技中心是设备完善的 LTE 研究中心，将在香港 4G 技术的发展中担当重要的角色。据悉，该中心内设有核心网络及无线电设备，成为亚洲首个 LTE 商用测试网络的基地。

此前，CSL 于 2009 年 9 月曾宣布将于香港率先推出使用 900MHz 频谱的 UMTSHSPA+ 服务，不久后便启用此先进的 CSL 科技中心。当时 CSL 更与其网络合作伙伴中兴通讯达成合作协议，将在 CSL 的 NextG 网络内建设 LTE 商用测试网络，也就是此次启用的 LTE 科技中心

传输速度高达 127Mbps

CSL 在现场示范了 LTE 应用，传输速度高达 127Mbps。

CSL 行政总裁罗启迪在启用仪式上表示，建设 CSL 科技中心标志着要把 LTE 技术引入香港市场，主要目的是，目前 CSL 已经建立了全球首屈一指的 NextG 网络，建设 LTE 将确保 CSL 可以逐步加强这个网络的宽带速率及更高覆盖率，为客户日后与日俱增的需求作好准备。”

据悉，自从 NextG 网络于 2009 年 3 月正式推出后，CSL 用户的数据流量增长 15 倍之多，幅度惊人，这令 CSL 对 LTE 网络非常有信心。

香港 LTE 网络 2010 年或后面正式面世

CSL 科技总裁邓远行则透露，目前 CSL 已经完成了 NextG 融合，并把原有的网络更换成一个以 SDR 技术为基础的全 IP 网络，这正好为日后推出 LTE 作好准备。现时 CSL 正在落实 UMTS900 技术，将于 2010 年初完成。

罗启迪则表示，CSL 已经准备好推出 LTE 网络，并且一直与中兴通讯在 LTE 的技术发展上紧密合作，对现时的进度极有信心，期望 CSL 成为香港第一家推出 LTE 服务的网络商。

他说，“LTE 将于 2010 至 2011 年正式面世，届时用户可享用各种对网络效能要求严格的应用，例如互动电视等专业服务，可以体验令人耳目一新的移动宽带网络”。

CSL 的合作伙伴中兴通讯则表示，已经在西安、上海、瑞典、美国、德国、香港等多个国际和地区建立了 LTE 实验室或研发中心，其中德国、美国、香港等相关分支为新建，中兴通讯将加大 LTE 投入力度，向高端市场推进 LTE 战略，同时尽力帮助 CSL 尽早建成 LTE 网络。来源赛迪 2009-11-26

[返回目录](#)

【 华为 】

华为中兴携手组建深圳电子标签产业标准联盟

由深圳市标准技术研究院牵头，深圳 14 家 RFID 产学研重点单位联合组成的深圳市 RFID 产业标准联盟揭牌成立。

RFID 是“RadioFrequencyIdentification”的缩写，即射频识别，俗称电子标签，是一种非接触式的自动识别技术，它通过射频信号自动识别目标对象并获取相关数据，识别工作无须人工干预。RFID 技术可识别高速运动物体并可同时识别多个标签，操作快捷方便，可以广泛应用于物流、制造、零售、身份识别等多个领域。我们日常使用的门禁卡、公交卡、二代身份证、电子客票等就使用了该技术。

据市标准技术研究院副院长路宏峰介绍，近年来，RFID 技术迅速发展，深圳 RFID 企业数量占据全国的半壁江山，汇集了远望谷信息技术公司、深圳先施科技公司等国内领先的 RFID 企业。如在 2007、2008 年中国 RFID 行业年度评选中，深圳企业在各奖项中名列前茅，在与物流和供应链有密切相关的超高频 RFID 和 EPC 标准产品占国内 70% 以上的市场份额。目前，以深圳为中心的珠三角地区产业链初步形成。

然而，与发达国家相比，目前国内 RFID 产业发展相对滞后，技术应用规模仍较小，具有自主知识产权的 RFID 相关标准比较少。深圳的 RFID 行业以产值 100 万到 500 万的中小企业为主，真正实现盈利和可持续发展的企业不多，相关技术、标准、法规滞后，用户对该技术尚缺乏深入了解。在这种情况下，深圳市 RFID 产业标准联盟应运而生。

深圳市市场监督管理局副局长程学源表示，联盟的成立将为深圳 RFID 产业搭建一个信息共享、人才培养及标准研制推广的平台，进一步推动 RFID 技术应用，促进产业发展，实现产业链各成员的共赢。据悉，联盟成立后将重点推动 RFID 技术标准化，促进专项技术攻关，增强深圳企业标准制定主动权，提示企业竞争力。

联盟发起单位

深圳市远望谷信息技术股份有限公司

深圳市先施科技股份有限公司

国民技术股份有限公司

深圳市惠田实业有限公司

中兴通讯股份有限公司

华为技术有限公司

深圳中集智能科技有限公司

深圳市艾富迪科技有限公司

深圳普诺玛智能识别技术有限公司

深圳市条码技术与应用协会

深圳市丰泰瑞达实业有限公司

深圳市科松电子有限公司

深圳市计量质量检测研究院

深圳市标准技术研究院 来源：深圳商报 2009-11-30

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺西网络将重点转向提高市额方面

据国外媒体报道，据芬兰报纸《赫尔辛基新闻报》星期日报道称，诺基亚西门子网络新任首席执行官 Rajeev Suri 说，该公司已经把业务重点转移到提高市场份额方面。

他说，在 2008 年年初，我们制定了一项战略决策，把重点放在现金流量和盈利方面，而不是放在市场份额方面。现在是把放弃那个战略，把重点转移到提高市场份额方面的时候了。

诺基亚西门子网络是诺基亚和西门子各占 50% 股份的合资企业。由于面临爱立信和华为等对手的记录竞争，这个公司自从 2007 年组建以来一直很难盈利。

由于诺基亚西门子把重点放在盈利方面并且避开竞争最激烈的交易，它的市场份额自从 2008 年以来一直下降。据市场研究公司 Dell'Oro 的数据显示，在上个季度，诺基亚西门子网络在无线设备市场第二位的位置输给了华为。 来源：赛迪网 2009-11-30

[返回目录](#)

诺基亚不排除出售手机制造业务转型 Web

据国外媒体报道，诺基亚营销主管安西·范约基 (Anssi Vanjoki) 日前表示，从长远角度讲，诺基亚不排除将来出售核心的手机制造业务。

作为全球最大的手机制造商，诺基亚在在线解决方案方面一直落后于竞争对手。对此，范约基称，诺基亚需要在该领域赶上苹果、谷歌和 RIM 等对手。

从长远角度讲，诺基亚不排除将来出售手机制造业务的可能。范约基表示，手机制造工厂确保了诺基亚的市场竞争优势，但作为转型的一部分，并不排除将来会出售这一资产。 来源：赛迪网 2009-11-30

[返回目录](#)

诺西回应华为赶超：将重点提升市场份额

据国外媒体报道，诺基亚西门子通信公司（以下简称“诺西”）新任 CEO 拉杰夫·苏里 (Rajeev Suri) 上周日表示，该公司已经将业务重点转移到提升市场份额上。

苏里对芬兰《赫尔辛基日报》说：“2008 年初，我们制定的战略决策更加关注现金流和盈利能力，而现在是时候放弃这一战略而着重于市场份额了。”

诺西是由诺基亚和西门子成立的一家合资公司，双方各占 50% 股权。自 2007 年成立以来，该公司遭遇到爱立信和华为的激烈竞争，因此在盈利的道路上一直举步维艰。

由于较为看重利润并且避免了一些竞争激烈的交易，诺西的市场份额自 2008 年起便开始下滑。根据市场研究公司 Dell'Oro 的数据，诺西原本在移动设备市场排名第二，但上个季度却被华为超越。

来源：新浪科技 2009-11-30

[返回目录](#)

诺基亚出售手机制造部门鸿海最有可能接手

据台湾媒体报道,诺基亚全球营销副总裁兼执行董事范乔基(Anssi Vanjoki)表示,未来不排除卖掉诺基亚旗下手机制造部门,分析人士指出,诺基亚若要出售手机工厂,以鸿海承接的可能性最高,仁宝、华宝、光宝也有可能接手。

根据诺基亚网站,目前诺基亚全球共有九座手机工厂,包括巴西、中国大陆、芬兰、英国、匈牙利、印度、墨西哥、罗马尼亚和南韩。范乔基表示,诺基亚还将加速健全手机网络内容服务,朝向手机“网络对策”运营商迈进。据了解,这将与苹果积极发展 iPhone(手机上网)的服务平台有异曲同工之效,应该是为了对抗苹果、Google 的 Android 及加拿大 RIM 黑莓手机。

手机厂商认为,诺基亚朝向软件与服务转型的企图心浓厚,但短期内不太能完全放弃手机制造业务。国内不少手机零组件业者都就近在诺基亚园区(包括北京、芬兰和印度等)设厂,但若诺基亚真的统一或分割出售工厂,整体供应链的位置也可能会大变化。

德国《经济周刊》(Wirtschaftswoche)预订 30 日出刊的最新一期杂志中,将报导范乔基受访的全文,在预告中透露,诺基亚的手机制造部门虽然是诺基亚的竞争优势之一,但未来没有不可能的事,为加速改造诺基亚,未来可能出售制造业务。他说:“人不能太铁齿,但当前诺基亚的制造与全球物流网络仍是诺基亚重要的竞争优势,还不能放弃。”

诺基亚 2008 年在遭逢全球金融风暴、手机市场下滑之际,大量收回外包的手机板组装(PCBA)订单、改为自制,当时三大外包厂富士康、芬兰 Elcoteq 和美国 Jabil 业绩都大受影响,由于三家厂商中以富士康母公司鸿海资金最充裕,被认为出线机会高。鸿海之前买下索尼的工厂,并借此在液晶电视拿下订单。

不过,仁宝近来积极争取诺基亚上网本订单,同集团的华宝除承接 CDMA 代工订单外,也正在争取智能手机订单;光宝并购机壳厂 Perlos 后,也和诺基亚合作密切。

过去两年来,诺基亚持续扩大其网络服务。2007 年斥资 81 亿美元收购导航图资厂商 Navteq 后,过去 18 个月更一连收购 12 家公司,包含在线音乐经销商 Loudeye 等,都整合在诺基亚行动上网社交平台 Ovi 内。来源:新华网 2009-11-30

[返回目录](#)

诺西竞购北电资产接连受挫 进军北美屡屡失利

据国外媒体报道,投资研究机构 Zacks 今日发布研究报告称,由诺基亚与西门子共同投资设立的诺基亚西门子通信公司(以下简称“诺西”)近来接连受挫。严重的经济衰退迫使全球电信运营商大幅削减资本支出、搁置网络升级计划,导致各大主流电信设备厂商的收入急剧下滑,而 Zacks 认为,诺西正深受其影响。Zacks 表示,诺西是全球第二大电信基础设备生产商,其全球市场占有率为 20%。尽管如此,该公司在利润颇丰的北美市场却斩获不多。诺西最初计划收购已破产的北电网络的 CDMA 业务,借此进军北美市场。CDMA 业务是北电旗下利润较高的业务。但诺西在资产竞购中败给爱立信。爱立信是全球最大的电信基础设备厂商,在全球市场的占有率为 32%。

11 月,诺西再次出手,竞标北电网络旗下城际以太网(MetroEthernetNetwork)部门,然而该业务最终旁落报价更高的网络技术公司 Ciena 手中。在竞购北电数项重要资产中连续失利,已引起人们对该公司在北美地区短期商业潜力的严重担忧。

与此同时,诺西在挪威电信运营商 TelenorASA 的战略网络升级合同中也毫无斩获。TelenorASA 将把其在挪威的全部移动基础设备更换为由华为提供的无线接入设备。比利时电信运营商 BelgacomSA 旗下移动服务部门 Proximus 也将把其 GSM、UMTS 和 LTE 等无线接入网络更换为华为的 SingleRAN 基站,而被换下的正是诺西此前为 Proximus 提供的基站。

Zacks 在报告中表示,2009 年电信基础设备及相关服务市场将同比萎缩 5%至 10%。诺西高层已预料到,该公司全球市场份额下滑的速度将比预期要快。2009 年三季度,该公司净销售额为 28 亿欧元,同比下降 21%,环比下降 14%;毛利率为 28.2%,低于上年同期的 30.8%;运营亏损为 12 亿欧元,远高于上年同期的 100 万欧元。该公司在三季度进行了 9.08 亿欧元的商誉减值。来源:CNET 科技资讯网 2009-11-26

[返回目录](#)

【其他制造商】

NEC 合并卡西欧日立手机业务

近期,NEC 合并卡西欧、日立手机业务,直指中国高端手机市场,此次中国 3G 市场的发展机遇能给陷入困境的日系手机开辟一片新蓝海吗

“当中国宣布开始 3G 的时候，我们觉得时机到了。”终于，日系手机“将携 3G 归来”诺言兑现的时间要来临了。

近期，NEC、卡西欧及日立将旗下的手机业务合并，将组建日本领先的手机制造商进军海外市场。据外媒报道，三家公司将于 2010 年 4 月组建一家名为“NEC 卡西欧移动通信”的合资公司，而新公司将成为仅次于夏普的日本第二大手机制造商。曾几何时，NEC 占据了全球通信设备市场的半壁江山，领先的技术优势让这家日本企业意气风发。但在经历了初期的巨大成功后，随即节节溃退，终于兵败麦城，黯然撤离中国市场。这已成为 NEC 挥之不去的梦魇。

NEC 对王者宝座一直窥视不已，并希望在即将到来的移动互联网时代圆梦。

“NEC 一直在关注通信市场，并希望借此次合并加强自己的移动业务。”NEC 负责人公开表示，新公司成立后，NEC 将占 66% 的股份。到 2010 年 6 月，将购买合资公司发行的新股，使 NEC 持股比例提高到 70.74%。新公司计划在 2013 财年里，成为日本国内最大的手机供应商，并在国际市场销售 500 万部手机。

媒体在采访中了解到，新公司瞄准的是中国等发展中国家，NEC 执行副总裁 Akihito Otake 就表示：“我们会争取机会扩大海外业务。”看来，NEC 很可能成为继夏普后第二个回归中国市场的日系手机品牌。

只是，中国市场的曾经惨败，并非如粉笔擦过即无。此次匆忙出征，众多业内人士更是觉得胜算难卜。

本土市场惨淡

作为 NEC 最大的赢利部门，手机业务的下滑使其倍感压力。正如众多分析师指出的那样，此次合并显然是 NEC 的无奈之举，而并非如传闻中的“商榷已久的明确决定”。

资料显示，日本手机市场连续两年持续低迷，导致品牌生存空间大为缩减。同时，曾经一向偏好本土品牌的日本电信运营商，却在这时增加了更多的海外手机采购，使得原本就惨淡的市场雪上加霜。

相关媒体曾指出，日本手机市场日益萧条，加剧了一些手机品牌走向消亡的可能。

“前不久，我们的一款 3G 手机由于某些原因导致无法上网而停售；受此影响我们的 N-08A（NEC 手机型号）也停止了销售。”NEC 内部人员向媒体表示，“我们的手机业务在日本国内已经非常不乐观了。”

从数据看，NEC 计划在本财年再次削减 900 亿日元的开支来应对业绩下滑，并预计 2009 年的营收大约为 4800 亿日元，比 2008 年减少 12%。如果无法奋力一击，那么可以预见的是 NEC 手机品牌只会封存于消费者的记忆中了。

“那么，NEC 当下要做的就是让其市场份额在短期内有一个极大的提升。”相关人士分析指出，“而与其它日本企业合纵连横是唯一可以维持生存并保证母公司利益最大化的被迫性选择。”

“日立早已视移动通信为非核心业务，此次合并将会加强 NEC 在移动通信方面的业务。”AkihitoOtake 在接受媒体采访时表示，“新公司将在很大程度上减少研发和制作经费。而我们将专注于生产高端产品。”

显然，NEC 从未放弃自己的手机帝国梦。

另一方面，据日本电子情报技术产业协会（JEITA）发布的《产业用电子机器需求猜测》蓝皮书预估，2010 年度日本电子产品的总需求量将逐渐减少，从 2007 年起平均增长率为 -0.8%，而衰退的最主要原因在于手机销售趋于缓和。

“手机销售在日本电子产品需求中比重很高，数据显示日本的手机市场已经高度饱和。”分析师认为。显然，想要在这个快要爆裂的日本本土市场有所作为，即使合并后成为仅次于夏普的第二大手机厂商，NEC 同样希望渺茫。

“既然日本本土市场在萎缩，那么开拓海外市场便成为 NEC 通向手机帝国梦的必经之路。”专家分析指出。

与此同时，媒体获悉，NEC 高层于近日表示，将会重启海外手机业务。

“卡西欧与日立的合资公司——卡西欧日立移动通讯公司已经在为美国 VerizonWireless 供应产品，这对于日后新公司海外战略有借鉴性的优势。”显然，AkihitoOtake 对再次出征中国充满自信。

中国还是欧洲

然而，与先前业内盛传 NEC 卡西欧移动通信要把海外业务的重心放在中国不同，NEC 发言人近日宣布：“目前尚未敲定何时开展海外业务，不过，欧洲应该是主战场。”

显然，在中国市场上的滑铁卢让 NEC 有点杯弓蛇影。媒体采访中，NEC 一直对中国市场讳莫如深。但专家们普遍认为，NEC 的宣言是大玩声东击西的游戏。该专家分析指出，此时的欧洲市场尚未走出经济危机的阴影，徘徊在消费不振之中。如果此时 NEC 进入，只会使自己陷入欧洲经济危机的泥潭之中。对于惨败海外市场的 NEC 而言，进入欧洲市场，很有孤注一掷的意味，弄不好连身家性命都会赔上。

“发力欧洲市场只会徒劳无功，是一个既定事实，日系企业一贯谨慎不可能贸然犯险。”上述专家继续说道，“而近在咫尺的中国，随着 3G 牌照发放，相关市场已逐渐明朗。这才是一个等待挖掘的金矿。”

根据相关方面统计，如果近两年中国 3G 用户达到 4000 万，那么 3G 移动终端的销售总额可能超过 5000 亿元。在电信运营商的预测中，中国 3G 用户在 2010 年应有望达两亿。

“即使是保守估计的 4000 万户，这个数字也足以让人兴奋。”分析师认为，进入中国市场将会是一片蓝海，“如果 NEC 不想放弃手机业务，那么中国市场必将成为 NEC 一个新的市场突破口。”

这是一个全新的机遇。

同时，业内人士预测，随着中国 3G 网络的完善，国内移动通信必然会走运营商定制的发展之路。

“首先，日本通信市场是典型的运营商为主导的综合市场，一直都是运营商与厂家共同策划开发市场和产品。”NEC 公司在接受采访时如此表达，“其次，日本运营商率先启动 3G 运营，使得我们相对于中国同行而言，拥有比较成熟的经验积累。”相关资料显示，日本目前拥有 1 亿 3G 智能手机用户，大部分日本人通过手机接入互联网。

机遇也是挑战

相关资料显示，NEC 一直跟台湾厂商合作良好，已有准备从香港重返大陆市场的意向。而且，夏普手机 2009 年在中国大陆市场上的风光，其手机销售一直呈上涨趋势，这给 NEC 的回归注入了强心剂。

不过分析师却对此大泼冷水，尽管夏普手机的成功对于日系手机的回归具有标杆意义，但其成功之路，并非能够复制。

“夏普手机造型时尚、屏幕大而精致，培养了很多中国粉丝，在水货市场一直有着不错的表现。”相关业内人士指出，“这对其后来正式进入中国市场积累了相当的品牌知名度。”

而从 2006 年退出中国市场之后，NEC 已经逐渐淡出消费者的视线了。“首先，品牌感孱弱——NEC 明显跟夏普处在不同的起跑线上。”专家们分析认为，“其次，NEC 一直专注于生产高端产品，其手机也是定位在服务高端商务人士；而夏普手机目前在中国成功的几款产品，均针对年轻一族设计，这显然是 NEC 无法复制的。”

“而在高端商务机领域，中国消费者更希望手机性能多样化，在软件方面得到更多的兼容应用。”上述业内人士分析指出，“而长期以来，日系手机一直专注于硬件技术的研发。”

这就是日系手机存在的弊病，NEC 能否一改以往作风，立马“入乡随俗”，业内基本上都持保留意见。

分析师更是指出，“相对于日本国内简单的通信市场而言，中国的网络跟终端环境就更为复杂。中国有 3 种 3G 网络；同时，相对于日本国内，这里终端品牌的竞争也更为激烈。”

有相关资料显示，目前中国市场，诺基亚、摩托罗拉、LG 等手机厂商占据了近 75% 的市场份额；中国新兴手机厂商也来势汹汹；同时，其它日系手机对于中国市场窥视不已，NEC 面临的问题显然远不会只有战胜宿敌而已。

另一方面，中国的 3G 市场只是开端。“国内还没有出现大规模的换机（3G 手机）潮。”某业内人士在接受采访时指出，“预计 2009 年年底 3G 手机才会开始普及，至少还需要 3 年时间，3G 手机才有可能占到全部手机销量的一半以上。”

诚然，尚未成熟的市场，这是一个跟所有国际厂商站在同一起跑线上的机遇；然而，如果起跑枪迟迟不响，这对于已经处于困境的 NEC 来说，将是极大的困扰。

“或许，NEC 无法真正支撑到中国 3G 普及成熟的时期。”分析师们认为，看来 NEC 想要圆梦中国实非易事。来源：IT 时代周刊 2009-11-27

[返回目录](#)

阿尔卡特朗讯出售德国业务资产

据国外媒体报道，阿尔卡特朗讯昨日表示，作为集团出售非核心资产决定的一部分，该公司已经确定出售 Dunkermotoren 公司，目前对于该部分资产的定价为 1.45 亿欧元。

Dunkermotoren 公司位于德国，主要业务是生产电动推拉门和室外百叶窗。阿尔卡特朗讯透露，私有机构 Triton 是买家。

阿尔卡特朗讯德国公司主席 Henryk Wulf 在一份声明中表示，“作为战略转型的一部分，阿尔卡特朗讯正在调整公司的业务重心，以使公司转变为一个解决方案和服务提供为主的公司。”

阿尔卡特朗讯表示，预计该项交易将通过现金支付的方式，在年内完成。来源：搜狐 IT 2009-11-25

[返回目录](#)

爱立信将收购北电北美 GSM 业务

爱立信日前成功竞拍北电运营商网络部与北美地区 GSM 业务相关的资产。本次价值 7000 万美元的资产收购将在现金和无负债的基础上进行。这一收购是在

北电启动的拍卖流程结束后正式公布的，该项交易仍需经美国及加拿大法院和监管部门批准，并且满足其他条件后，方可正式生效。

爱立信与奥地利 KapschCarrierCom 公司携手完成了此次对北电 GSM 资产的竞购。根据协议，爱立信将收购北电北美 GSM 业务的特定资产，而 KapschCarrierCom 公司将斥资 3300 万美元收购北电在北美地区以外的其余大部分资产。

通过此次收购，爱立信获得了北电在北美的 GSM 业务，显著扩大了在北美地区的市场份额。此举进一步增强了爱立信为北美各大无线运营商提供服务的能力，而这些运营商也将从爱立信这个经验丰富、财力雄厚的合作伙伴所提供的整合资源优势中充分获益。

爱立信候任总裁兼首席执行官卫翰思（HansVestberg）表示：“继此前成功收购北电 CDMA 和 LTE 资产后，本次收购再次表明爱立信开拓北美市场的决心，并进一步巩固了我们在美国及加拿大地区作为电信技术及服务领先提供商的地位。爱立信这个大家庭将再一次欢迎北电优秀员工的加入。”

这一协议包括北电在北美与 AT&T 和 T-Mobile 等运营商签署的 GSM 重要业务合同。根据协议，爱立信将向大约 350 名北电员工提供就业机会。2008 年，北电北美 GSM 业务收入约为 4 亿美元。

2008 年，爱立信的北美市场业务收入为 179 亿瑞典克朗（约合 27 亿美元），主要来自于 GSM 和 WCDMA 设备及相关服务的销售。在最近收购了北电 CDMA 和 LTE 资产以及与 Sprint 签署的服务协议之后，北美地区现已成为爱立信最大的市场。爱立信在北美的员工总数将从 2009 年年初的 5000 人增至 14500 人左右。

收购的业务将为爱立信的收入指标和利润指标带来显著增长。该交易在达成后的一年内将有望对爱立信的收益产生积极影响。

该项交易需经美国和加拿大破产法院批准，并满足有关规章及其他条件后，方可正式生效。

SEBEnskilda 是爱立信在此次交易中的独家财务顾问。

来源：中国通信网 2009-11-30

[返回目录](#)

京瓷关闭天津基地彻底撤出在华手机业务

在中国市场已经难见踪影的京瓷手机将彻底撤离中国。

此前有消息称，日本京瓷位于中国天津的手机生产基地行将关闭，只待政府相关部门最后批复，关闭行动即付诸实施。

11月24日，京瓷北京代表处新闻发言人向媒体证实，京瓷天津工厂确实正在申请关闭，目前还在等待主管部门的最后审批意见。

产能转移至马来西亚

媒体在采访中发现，京瓷天津手机生产基地的关闭早有征兆。

京瓷天津生产基地一位内部员工在网上留言称，受金融危机影响，该生产基地自2009年以来效益下降、产量骤减。3月，日方管理层曾与工会代表协议并决定实施员工每周上班4天、休息3天的出勤政策，同时工资向下微调。4月份，公司突然宣布员工放假1个月，直至5月底才复工，在此期间每位员工得到不足500元的最低生活保障费用。同时，天津工厂的订单一直在减少，公司也在不断裁减员工，生产线由4条变为3条，生产能力明显下降。

据了解，京瓷即将关闭的这间生产工厂其前身为天津三洋通信设备有限公司（以下简称三洋天津通信）。2008年年初，京瓷全面接手了三洋电机的手机业务，2008年8月，三洋电机收购工厂中方所持全部股份实现全资控股，之后全部转手给京瓷，工厂也随之更名为京瓷（天津）通信设备有限公司（以下简称京瓷天津通信）。

媒体了解到，京瓷天津生产基地以手机生产为主，主要面向京瓷北美市场。在该生产基地关闭之后，其三洋手机的生产任务将由京瓷马来西亚生产基地接手，而京瓷品牌手机将外包给代工厂进行生产。

采访中，紧邻京瓷天津通信公司的京瓷（天津）太阳能有限公司的一位工作人员告诉媒体说，京瓷天津通信有限公司已经注销，而且已经有了一段时间了。

而有京瓷天津通信的员工透露说，京瓷将扩大在天津的太阳能业务，新上项目有可能会在京瓷天津通信的厂区上进行建设。但这一消息未得到京瓷官方证实。

手机业务全面收缩

目前来看，京瓷关闭天津手机生产基地之举，意味着京瓷手机业务彻底撤出中国。

2001年，京瓷与振华科技（000733.SZ）共同出资成立京瓷振华通信设备有限公司（以下简称京瓷振华），以生产CDMA手机为主，京瓷手机由此正式进入中国市场。

但此后，京瓷在中国的业务发展一直不顺。振华科技2008年年初发布的公告显示，截至2007年年底，京瓷振华资产总额5304万元，负债总额高达6686万元，主营业务收入为3521万元，净亏损6280万元。据了解，此前京瓷手机在中国的年均销量仅有10万部。

为此，京瓷对手机业务进行了大幅度调整，2008年1月，京瓷宣布收购三洋电机手机业务，其中就包括三洋电机位于天津的生产基地。随后，京瓷将所持京瓷振华70%的股份无偿划转给中方公司，宣布京瓷手机全面撤出中国市场，收购所得的三洋天津生产基地也被调整为全面面向海外市场。

调查中，媒体发现中国的手机销售渠道中已经看不到京瓷手机和三洋手机在售产品，相关的网站上均标注了产品已经停产的字样。中复电讯三里河店的一位工作人员告诉媒体，早前，他们卖过京瓷手机，但是现在早就没货了。他还透露说，京瓷手机的售后服务也已经取消了。

上个月，京瓷发布了截至2009年9月30号的半年财务报告，报告显示，公司手机业务2009年上半财年亏损了75.03亿日元，比2008年同期的23.73亿日元大幅增加，手机业务已经成为京瓷七大业务板块中的亏损之最。

来源：每日经济新闻 2009-11-25

[返回目录](#)

服务增值篇

《趋势观察》

微软发起手机操作系统新战役

面对奔腾的激流，一个男孩奋力跳向其中——在宣传 Windowsphone 的广告中，微软把自己塑造成了年轻而无畏的挑战者

在支撑起一个 PC 大世界后，微软又准备建立一个手机大家庭，并且依旧由自己来担当家长角色。

10月15日，微软在北京与90余家合作伙伴一起宣布推出 Windowsphone，并在发布会现场共同展示了50款 Windowsphone 产品。据悉，其中有17款将于2009年年底在中国上市。

眼下，智能手机市场可谓风起云涌，而微软主导的这次发布会可不只是为了制造声势，用微软大中华区电信及媒体事业部移动产品组高级总监陈敬新的话说：“这是一次代表了微软移动通信领域所有成绩的发布。”

那么，微软为何选在此时展示成绩？它想借机向外界传递什么信息？微软手机操作系统的策略是否发生了转变？

重塑新品牌

Windowsphone 不是新产品，而是对采用微软 WindowsMobile 操作系统的手机的全新统称，该叫法由微软公司 CEO 史蒂夫·鲍尔默在2009年2月巴塞罗那

的 2009 移动通信世界大会上首度提出。7 月末，来自外国媒体的报道称，微软发言人证实“公司希望通过改名这一简单的方法让用户能从开始就了解 Windowsphone 是一款有着不同概念的手机。10 月 7 日，史蒂夫·鲍尔默亲自发布了 Windowsphone 品牌。

与其他竞争者相比，微软研发便携设备操作系统的历史可谓悠久。早在 2000 年，微软就开始开发基于 WindowsCE 的 PocketPC 系统。2002 年，用于智能手机的 WindowsMobile 操作系统正式推出。此后的两三年是微软在手机操作系统领域最辉煌的一段时间，但之后，其风头被诺基亚、苹果等竞争对手盖过。

因此，近年来，微软一直希望借新的手机操作系统争夺更多市场，尤其是 WindowsMobile5.0 和 WindowsMobile6.0，均先后被寄予厚望。而事实是，手机巨头诺基亚依靠 Symbian 操作系统掌控的领先地位依旧稳固，RIM、苹果和谷歌等出手不凡的年轻竞争者相继加进来。来自调研机构 Gartner 的数据显示，2008 年，WindowsMobile 操作系统的市场份额为 11.8%，位列 Symbian 和 RIM 之后，基本与 2007 年的持平。

两个多月之前，风险投资家保罗·乔兹菲克通过 Twitter 发布的消息十分引人注意，他写道：“鲍尔默说，他们把 WindowsMobile 搞糟了。照原计划，WindowsMobile7 应该已经发布了。他们现在已经对开发团队进行了重新调整，这种错误不会再犯了。”这是乔兹菲克参加一场“风险投资峰会”时所做的记录。乔兹菲克所言不虚，鲍尔默近期也确实针对手机操作系统业务表现不佳做了自我检讨。

2008 年，全球智能手机销量达到 1.3 亿部，在金融风暴的席卷下依旧保持了 13.9% 的年增长率。市场研究公司 AvianSecurities 的分析师马修·桑顿指出：“大家都希望建立并支持其智能手机产品，因为智能手机是拉动运营商和市场增长的主要动力。”

改进战略

华尔街方面认为，Windowsphone 的发布标志着微软在改进手机操作系统战略。而就在鲍尔默在巴塞罗那宣布新战略之际，微软发生了一段有意思的小插曲。

微软曾借给澳洲电信某高管一部手机，但这部手机随后失窃了。丢了一部小小的手机令微软“恐慌”不已，因为该手机里安装着微软的最新竞争武器——当时尚未面市的 WindowsMobile6.5 手机操作系统，它担心这是一起商业窃密活动。因为在这次大会上，不仅 Windowsphone 将作为微软新的移动通信战略首次发布，同时发布的 WindowsMobile6.5 手机操作系统以及 Myphone 和 WindowsMarketplaceforMobile 服务，都是该战略的组成部分。

据介绍, Myphone 是一种免费的在线服务, 能够让用户轻松地访问、管理和备份手机上的个人信息; WindowsMarketplaceforMobile 则是类似苹果 AppStore 的在线应用商店, 将内置于所有 Windowsphone 中。微软全球副总裁、移动通信市场营销部负责人陶德·皮特介绍, 微软将为企业用户和消费者提供端到端的体验、广泛的生态系统以及品牌偏好。

2009 年以来, Palm 和苹果相继推出重磅之作, 谷歌也是雄心勃勃, Android 阵营日益强大, 令智能手机操作系统市场十分热闹。面对诺基亚、RIM、微软、苹果、Palm 和谷歌的各显神通, 分析师和业内人士也对各家操作系统的优劣津津乐道。

就在 Windowsphone 正式发布前夕, Gartner 分析师杜拉尼将微软手机操作系统表现不佳归因于不尽如人意的用户体验, 他认为大部分公司将此作为最优先考虑的事项, 而微软对此却不以为然, 其手机操作系统目前的版本较 4 年前的旧版本并无太大改进。

微软在智能手机操作系统市场表现不突出的另一个原因是战略定位问题。华尔街的市场分析师们认为, 在手机操作系统市场转向普通消费者时, 微软更专注于商务用户, 这也导致了 WindowsMobile 手机在交互性和功能性方面落后于竞争对手。

不过, 已有试用者从 Windowsphone 中看出微软对于手机操作系统战略的改进, 他们认为这是其软件+服务战略的推进。不过一些分析人士还是对其表现持谨慎态度。中国分析师王留生表示: “相对其他几大系统, 对大众市场而言, 微软的优势并不突出, 但预计微软会继续在商务群体终端市场保持较好的竞争力, 其他方面则要看微软后续的发展策略能否与用户的消费习惯以及性价比接受度加以匹配。”

构建生态系统

在智能手机操作市场领域, 竞争已非厂商单枪匹马上阵之事, 而是靠产业链协同合作。

诺基亚靠的是多年的行业积累, 对 Symbian 手机进行了成功营销; 苹果除了继续发挥自身在工业设计方面的优势, 更是借开发者的智慧为用户提供丰富的使用体验; 谷歌则在迈出第一步时就建立了开源的产业联盟, 并不断吸收新成员。

微软当然也意识到了这一点。在 2009 移动通信世界大会召开期间, 有一个聚集了微软 CEO 史蒂夫·鲍尔默、诺基亚 CEO 康培凯、ATTCEO 拉夫·德拉维加等高管的高层论坛, 主题是“向开放移动生态系统前进”。鲍尔默在其中大谈手机开放系统, 并将微软的 Windows 生态系统定义为: 以 Windows 为中心, 包含创新、合作伙伴、软件和硬件的综合生态系统。

微软不生产 PC 硬件，它通过与厂商合作，把操作系统等软件植入全球绝大多数 PC 中，这是它软件业务的商业模式。同样，微软要分智能手机市场的天下，依然得用这种方式。

王留生指出，微软要做好 Windowsphone，除了改善用户体验，在保持与 PC 操作习惯融合的基础上进一步关注移动互联网用户群的使用习惯，还要构建丰富的业务承载体系，通过拓展丰富的功能和创新性的商业模式来增加对用户的吸引力，并有效提高包括运营商、终端厂商以及内容和服务提供商等合作伙伴的合作积极性。

眼下，产业链上的其他环节都对 Windowsphone 表现出极大的兴趣，微软的合作伙伴中包括摩托罗拉、三星、LG 和中兴等 19 家手机厂商，还有 70 余家运营商、软件开发商、内容提供商和渠道商等。另外，在全球 20 多个国家同步发布后，微软又特别在中国为 Windowsphone 办了一场秀，足见鲍尔默对中国市场的重视程度。

微软全球资深副总裁、大中华区董事长兼 CEO 梁念坚也认为：

“Windowsphone 品牌的发布，恰逢中国 3G 时代来临和智能手机飞速发展的黄金时期，这为微软以及结合了网络、电脑和手机三大平台力量的 Windowsphone 带来了无限机遇。”

同时，微软对智能手机市场的布局并不局限在手机操作系统。自 6 月份推出以来，其搜索引擎“必应”在国外市场的占有率节节攀升，在中国市场，因有百度和谷歌两强挡道，其强势效应尚未体现。因此，Windowsphone 在中国推出也被视为宣传“必应”的契机。通过在中国推出了一个用于手机的网络服务平台，微软把自己最新的搜索引擎推广给手机用户。

2008 年 9 月份，鲍尔默整整花了一周时间拜访全球主要的 17 家手机制造商和无线运营商，目的就是争取它们支持微软的手机操作系统。在此 4 个月前，微软亚太区 OEM 嵌入设备部门总经理埃迪公开声称，微软的目标是在 2012 年前获得全球智能手机操作系统市场 40% 的份额。

一面是繁荣的智能手机市场，一面是四面遇敌，微软对于未来仍相当有信心。
来源：IT 时代周刊 2009-11-27

[返回目录](#)

运营商力拼无线固话业务 低效竞争隐现市场

运营商力拼无线固话低效竞争隐现市场

无线固话竞争是一个较为低端和渐被替代的市场，运营商却在大肆进入，虽各有各的初衷，但是一个不能忽视的现实是——低效竞争隐现市场

无线固话市场风生水起。中移动的 TD 无线座机在全国范围内销售时，11 月 24 日，中移动投资 4000 万的 TD 无线固话研发项目正式启动，加速向固话领域渗透。面对市场的流失，中国电信在北京悄然推出了 TD 无线座机的“姊妹业务”——天翼商话。

中移动 TD 无线固话推出的初衷是弥补 TD 终端的不足和 3G 网络覆盖不完善，后来，中移动调整策略，把 TD 无线座机当作抢夺固话市场和进军企业市场的利器。天翼商话的横空出世除了保留份额之意外，也在抢占新的经营空间。

但业内人士表示，在本来利润很薄、落后的固话业务上的竞争，将使得运营商进入低效竞争期，不利于运营商市场的发展。

移动 4000 万投入 TD 座机研发，电信为保份额出牌

中移动加速了在无线固话市场的出拳力度和速度。11 月 24 日，中国移动投入 4000 万元启动 TD-SCDMA 办公无线座机联合研发项目招标，这将是中国移动 TD 终端研发基金的第二次招标。

有业内人士表示，TD 无线座机的销量也不错，但此举对固话分流非常明显。大唐电信的一位人士表示，在最近不到两个月的时间里，大唐销售了近 30 万部 TD 无线座机，很多城市都已断货，远远超出了 2009 年无线座机销量的预期。而据 TD 无线座机核心芯片供应商展讯相关负责人介绍，2009 年下半年以来，TD 无线座机的市场带动了公司的整体效益，目前芯片累计发货量已经超过 300 万。

在 TD 无线座机销量持续上涨时，作为直接被分流的小灵通和固话业务加速流失。根据工信部 11 月 20 日发布数据显示，10 月份固话减少 237.4 万户，流失数量巨大。

为了保持份额据报道，中电信推出了天翼商话业务。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，并且可以实现发短信等业务。

据悉，预存 300 元话费，便免费获一部天翼商话终端，并在 15 个月内每月获得 20 元的话费返还。而 TD 无线座机，消费者预存 88 元话费，就可获得 200 元话费补贴和一部 TD 固定座机，每月最低消费额度为 10 元，每分钟通话费用为 0.12 元，接听免费。

无线座机难找到对应市场，恐沦为低端“大手机”

有分析师指出，TD 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。中国移动总裁王建宙 11 月

23 日在济南出席“2009 中小企业信息化推进大会”时透露，中国移动将以 TD 无线座机发展集团客户业务。

然而，包括 TD 无线座机在内无线固话业务，如果要渗透进企业市场，还有许多路要走。目前，无线固话业务相对简单，大多仅支持语音通话和发短信，甚至连彩信业务，很多终端都无法实现，更不要说实现 WAP 上网、进入互联网、互通邮件等功能。可以看出，无线座机难以找到对应的市场，如果在开发上不实现革命性的变革，恐怕只能沦为过渡产品。

家庭和政企客户对信息化服务的需求要求高，用户需要包括网络接入、安防、监控及娱乐等综合的信息服务。同时，目前在家庭、政企市场，三大运营商都有了较为成熟的应用。在家庭市场，中国电信的“我的 e 家”早已成熟，目前已经超过 1800 万用户，中国移动有“iHOME”；在政企市场，中国电信的“商务领航”已经成为企业离不开的生产工具，而联通、移动也在该市场运作多年，如贸然进入可能最后造成“左右互搏”的情形。

随着 3G 商用，中国电信、中国联通和中国移动的很多应用都已加入到了这些业务中来，不断在丰富和优化着现有的业务，同时，三大运营商都在资费上作出了调整，使得其发展更具现实意义。

在这样的情况下，无线固话“并不锋利”，难以作为进入政企客户的利器，而如作为个人通信工具，又不能和手机抗衡。无线固话何去何从，是一个非常现实的问题。

低效竞争初现，运营市场应是价值投资

无线固话难以找到对应的市场，那么，为何运营商又积极推动？实际上，为了竞争而竞争，运营市场开始隐现低效竞争的趋势。

有专家指出，运营市场更需要“价值投资”，即对代表通信业发展趋势，可持续发展的通信业务大力投入，目前市场最能代表这种投资的就是 3G。

三大运营商目前要吸引更多用户选择 3G 业务还很难。数据显示，10 月份中国移动的 3G 手机用户增长了 65.4 万，这是发展 3G 以来的最好纪录，达到了 9 月份 32.8 万的两倍，但是，要完成 2010 年年底前 TD 至少 5000 万的目标，中国移动还需要再努一把力。联通方面，到 10 月底为止，中国联通的 3G 用户数已达 102.1 万，这也和联通年初预计的有一定差距。到 10 月为止，中国电信的新增 CDMA 用户已经达到 2201 万，这与中国电信年初定下的新增 3000 万用户目标也有不小的差距。

在 3G 上，从终端到研发、从增值业务到应用商店、从话费补贴到终端补贴等等，运营商投入巨大，而要实现回报，最好的办法就是“集中精力办大事”，把 3G 更快的普及到消费者中去。

长期以来，运营市场以其更贴近市场的便利性、消费手段的高端性被赋予了高效竞争的头衔。从程控电话到 2G 网络，从 2G 网络到 3G 发牌，电信业用了 20 多年的时间，实现了极大的跨越。而目前，诸如无线固话之类的竞争，似乎正带着运营商进入低效竞争，需要业界注意。 来源：通信信息报 2009-11-27

[返回目录](#)

运营商称资费管理改革不意味取消固话月租费

针对两部委出台的关于调整固定本地电话资费管理方式的政策，有运营商人士表示，这只是表明运营商可灵活对固话月租费和通话费的标准进行组合，与是否取消固话月租费无关。

涉及三种资费

中国联通一位人士表示，此次资费管理的改革涉及三种资费，一种是固定电话月租费和本地通话费，一种是小灵通月租费和本地通话费，还有就是出租电路长期租用资费。

涉及到公众的主要是前两者。目前，我国固定电话和小灵通面临移动通信的激烈竞争。根据工信部 2009 年第三季度通信业运营统计数据，在固定电话用户方面，9 月份，全国固定电话用户减少 222.9 万户，1-9 月份，固定电话用户累计减少 1660.8 万户，其中，城市电话用户减少 1248.6 万户；农村电话用户减少 412.1 万户。固定电话用户中，无线市话（小灵通）用户减少 1568.6 万户，达到 5324.5 万户。

也就是说，在现有资费中，固定电话和小灵通资费不灵活，甚至很多地方移动通信资费比固定电话资费还便宜，固定电话和小灵通资费管理方式如果不改革，将继续受到移动通信资费的猛烈冲击，因此，资费改革势在必行。

固定电话资费过于死板

中国电信一位人士也私下里认为，按照国家之前规定的固定电话和小灵通资费管理方式，运营商基本上没太多的资费选择余地。

比如，固定电话本地通话费以前共设 3 档，首 3 分钟资费标准分别为 0.18 元、0.2 元、0.22 元，运营商要么选择前 3 分钟 0.18 元，要么选择 0.2 元，要么选择 0.22 元，最后基本上都是选择前 3 分钟 0.18 元。再比如前 3 分钟之后的通话标准为三种每分钟 0.09 元、0.1 元、0.11 元，运营商只能在这三种中选择。

事实上，运营商也在做努力，很多地方，运营商将固定电话、小灵通和手机资费捆绑，降低资费，但在家庭固话和个人使用的小灵通领域，不捆绑的固定电话和小灵通资费很难竞争得过移动通信资费。

另外，按照原有固定电话和小灵通资费定价方式，固话运营商之间也几乎没有竞争，非主导运营商没有与主导运营商竞争的能力和手段。

与取消月租费无关

在移动通信资费多数套餐没有月租费的情况下，固定电话和小灵通资费有月租费的情况也使得固定电话资费屡受批评。

不过，两家固话运营商人士均表示，此次不涉及月租费问题。

“固话和小灵通资费包含月租费和通话费两个部分，此次调整后只是说运营商可灵活对月租费和通话费进行任意组合，可以取消月租费，适量提高通话费；也可以不取消月租费，降低通话费。总体趋势肯定是降低固话资费，因为此次也规定了不能超过 2001 年的资费标准，”一位运营商人士如此说。

但无论如何，这种改革是有意义的，因为各种用户的需求是不一样的，并非取消月租费就一定好，有些打电话多的用户愿意选择有月租费、但通话费低的套餐；有些打电话少的用户则愿意选择没有月租费，但通话费稍高的套餐。这与中国移动手机资费分为有月租费的全球通、没有月租费但通话费略高的神州行、月租费非常低且短信便宜的动感地带的道理一样。来源：中国通信在线 2009-11-25

[返回目录](#)

【移动增值服务】

银联联通手机支付平台四川 2010 年首批试点

中国银联与中国联通近日签署全面战略合作协议，双方将在金融支付和通信服务领域展开全方位合作，打造一个 3G 时代下的新型手机支付平台。据悉，该平台将于年底前完成系统布局和网络网点的建设，而我省将于 2010 年率先进行支付试点。

根据协议，中国银联与中国联通将在移动支付、固网支付、增值业务、电子商务、信息服务、互联网及信息安全、联名卡发行等多个领域全面开展战略合作。双方将基于银联跨行交易系统和联通通信网络，在近期内共同推进智能卡手机支付、固定电话支付、互联网支付等创新支付方式的发展，特别是在条件成熟的地区开展智能卡手机支付业务的试点。同时，围绕 3G 时代的移动电子商务，双方将在移动商城、多渠道支付、物流配送、支付凭证确认等领域开展支付创新合作，共同构建并完善移动电子商务产业环境。此外，双方还计划推动银联标准

中国联通联名卡的发行，为持卡人提供更加丰富的服务。

来源：成都日报 2009-11-30

[返回目录](#)

手机转账受全球用户欢迎 移动金融服务潜力巨大

移动金融服务市场巨大的潜力、产业链各方的积极参与使得手机转账服务得到长足发展，其本身快捷和低成本的特点也颇受全球用户青睐，但安全和资费更是用户最关心的问题，亟需跟进。

市场研究公司 Gartner 日前在公布的《2012 年十大用户移动应用》报告中称，移动用户的需求不断变化，不过，今后最受用户欢迎的智能手机应用应该是可以提供许多企业友好功能，如转账、移动支付和定位服务等，其中最受欢迎的将是手机转账服务。

移动金融服务市场巨大的潜力，产业链各方的积极加入使得手机转账服务得到长足的发展，但是安全和资费问题却是阻碍用户使用手机转账服务的主要原因。

移动金融服务市场潜力巨大

手机转账服务之所以能成为未来最受欢迎的一项移动应用，很关键的一点就是移动金融服务市场潜力巨大。据调查公司 Jupiter Research 预测，到 2012 年，全球将约有 1.5 亿人使用手机接入银行和支付业务。

在手机应用发展较好的发达国家——日本，仅仅手机钱包业务就已有逾 5000 万的用户。NTT Do Co Mo 早在 2004 年就推出了手机钱包服务，KDDI 和软银随后也推出了类似的服务。在新加坡，主要的银行、电信公司、信用卡公司和电子收费系统公司也计划在这两年推出移动金融服务。

调查公司 Juniper Research 称，目前，除了移动金融服务市场最为发达的远东地区，北美、西欧等地的移动银行用户也在不断增加。到 2011 年，上述 3 个地区的用户加起来将占全球移动银行用户总数的 70%。

同样，在发展中国家移动金融服务也有很大的市场。在非洲的肯尼亚，正规银行部门仅可以为该国 3600 万人中的 19% 提供金融服务，8% 的肯尼亚人只能通过储蓄合作社和小额信贷机构获得金融服务。面对这一现实，英国沃达丰公司从 2007 年 4 月起开始在肯尼亚推广手机金融服务，发展势头良好。据 2009 年 3 月份的统计数据显示，M-Pesa 业务的用户数仍以每天 11000 的速度增长。

在南非，移动运营商 MTN 表示将在非洲和中东的 21 个国家推出名为 MobileMoney 的移动金融服务，使用户能够通过统一的账单进行支付、转账、购买通话时长，同时用户还可选择使用其信用卡功能。

事实上，GSM 协会表示，迄今为止，全球移动运营商在新兴市场上共推出了超过 100 款移动金融服务。

产业链各方积极加入

移动金融服务市场蕴藏的巨大市场潜力，不仅吸引了运营商，产业链上各方也积极寻找机会介入。最近，全球最大的手机制造商诺基亚就宣布推出移动支付服务——诺基亚钱包。

对此，诺基亚执行副总裁兼首席发展官玛丽·麦克多维尔表示，现在全球有 40 亿手机用户，但仅有 16 亿银行账户，这一对比意味着全球市场对财务服务的需求巨大，将移动终端与便捷但强大的银行服务结合起来将有无限机遇。他对移动金融服务的长期发展潜力非常有信心，他认为，那是非常可观的市场机遇。

在诺基亚之前，他的老对手摩托罗拉已经以股权投资形式对手机支付技术开发商 ViV0tech 进行了投资。“ViV0tech 在电子支付交易过程中，为金融机构和零售商创造了更多价值。” ViV0tech 公司首席执行官说，“我们的平台将简化消费者购买和付款的方式。任何手机用户都可以安全的通过此移动平台进行交易。”

除了诺基亚和摩托罗拉，微软公司的创始人比尔·盖茨在 2009 年年初也向亚洲、非洲和南美洲的 20 个手机转账项目捐赠 1250 万美元，希望能尽快培育起市场。

安全和资费仍是用户最关心的

快捷和低成本是用户青睐手机转账的重要原因。市场研究公司 Gartner 在《2012 年十大用户移动应用》的报告中称，由于用户可以利用手机短信完成转账，因此比较传统的转账方式更加快捷和方便。

安全和资费问题则是用户对于手机转账服务最关心的问题。Gartner 在报告中指出，手机转账这一应用还面临着监管和操作方面的风险。艾瑞咨询近期的一份研究报告也印证了这一点，有 73.5% 的被访者最希望手机转账之类的移动金融服务的保护有所改进；60.5% 的用户认为移动金融服务的资费应该更低。

艾瑞咨询分析师蒋李鑫认为：手机转账安全性方面，除了网络防毒等与网银相似的安全保护措施外，手机用户手机丢失造成的安全隐患也是重点的考虑对象。来源：搜狐通信 2009-11-25

[返回目录](#)

中国移动宣布 30 日起暂停所有 WAP 合作伙伴计费

中国移动 29 日宣布，从 11 月 30 日起，对所有 WAP 类业务合作伙伴暂停计费，并进行全面清理，斩断淫秽色情网站收费链条。

手机淫秽色情网站往往是通过经层层转包的收费链来获取经济利益的。有的服务提供商在与电信运营商签订网络服务代收费合同后，又一层层往下转包，每一层都有可能被手机淫秽色情网站利用。业内人士普遍认为，要切断这个收费链条，除了清理下层，更关键的是要严格管理运营商的 WAP 类业务合作伙伴，构建“第一层防线”，在确保其自身信息安全的同时，严格禁止往下转包。

中国移动总裁王建宙对新华社媒体说，对所有与中国移动有 WAP 业务收费协议的服务提供商和内容提供商，中国移动将自 30 日起全部暂停计费，并立即从业务名称、业务内容、推广渠道等多个方面开展全面清查，禁止其利用广告联盟等第三方进行业务推广，要求其提供“信息安全责任承诺保证书”，确保其自身内容不能有任何涉黄信息，杜绝与手机淫秽色情网站产生利益关系的一切可能。

王建宙透露，下一步中国移动将继续重拳打击手机淫秽色情网站，并出台各种新措施。据介绍，截至 29 日 18 时，中国移动共封堵手机色情网站 626 个，其中 478 个网站服务器在境外，148 个网站服务器在国内。来源：新华网 2009-11-30

[返回目录](#)

【网络增值服务】

物联网框架形成 部分城市开始产业化布局

随着物联网概念的逐渐明朗，无锡已于近期向国务院申报建设“国家传感网创新示范区”，而北京市经济和信息化委员会也组织发起了中关村物联网产业联盟，这些城市已经在物联网的产业化布局领域先行一步。

物联网标准化工作正在推进

工信部的一份内部材料认为，随着传感器、软件、网络等关键技术迅猛发展，物联网产业规模快速增长，应用领域广泛拓展，带来信息产业发展的新机遇。

《国家中长期科学与技术发展规划（2006-2020 年）》和“新一代宽带移动通信无线通信网”重大专项中均将物联网列入重点研究领域。

工信部相关负责人透露，我国物联网标准体系已形成初步框架，向国际标准组织提交的多项标准提案被采纳。物联网标准化工作正在积极推进。

无锡提出“感知城市”概念

随着物联网概念逐渐明朗，部分城市在物联网产业布局上已经先行一步。

本月，在北京市经济和信息化委员会的支持下，由 40 余家企业、机构发起的中关村物联网产业联盟正式成立。该联盟聚集了 IT、通信、基础平台、传感等领域的众多知名企业和科研机构。

北京市经济和信息化委员会科技标准处处长林绍福介绍说，“针对物联网产业的规划，北京市提出了建设物联网示范工程、以示范工程带动整体发展的思路，目前产业布局的重点在芯片、核心元器件 M2M 服务等产业，并计划借示范工程推特色产业园区建设。”

无锡则提出要建成中国首个“感知城市”。无锡国际创新园于近期向国务院申报建设“国家传感网创新示范区”，获批后，无锡将在环保、交通等领域率先展开传感网应用示范工程。 来源：上海证券报 2009-11-26

[返回目录](#)

探访无锡物联网基地：电信联通试水千亿产业

就在中国电信与江苏无锡市就物联网签署合作框架协议后，中国联通也与无锡市签署类似协议。新浪科技近日也赴无锡探访了无锡物联网基地，结果发现，中国电信和中国联通均已圈地盖房，准备实质性得打造物联网产业。

实验室大楼已建成

物联网是指将各种信息传感设备，如射频识别（RFID）装置、红外感应器、全球定位系统、激光扫描仪等种种装置与互联网结合起来而形成的一个巨大网络。其目的是让所有的物品都与网络连接在一起，方便识别和管理。业内专家介绍，物联网对未来家庭生活和办公都非常便利，

新浪科技近日探访无锡物联网基地后发现，无锡市政府已为打造物联网基地做好充分准备。

在无锡新区太科园内，无锡市重点扶持的物联网终端企业矽鼎科技 CEO 陈海雷指着其办公室旁边的两栋楼透露，“这就是中科院和几大运营商准备落户无锡打造物联网产业的基地，几大运营商准备入驻，无锡市政府早已做好准备”。

据悉，其中一栋楼将由中国移动、中国联通、中国电信共同使用，将在此建设研发基地。新浪科技注意到，该楼有 20 层以上高，外型漂亮，目前正处于装修过程中，楼下的地都已完成绿化，估计很快就能使用。

电信联通相继签约无锡

此前 11 月 23 日，中国电信总经理王晓初亲自到无锡，与无锡市政府签约。双方共同宣布，中国电信在无锡成立物联网技术重点实验室，重点开展中国电信有线、无线宽带网及天翼 3G 网络与传感技术融合的技术研究和应用开发，实现

远距离应用领域（主要是 M2M）产品和近距离应用（主要是传感网）领域产品开发试点与物联网基础关键技术、设备领域研究、物联网应用产品开发及推广支撑工作的结合，实现前后联动，并与当地软件园展开商务和产品研发等诸多层面的产业合作。

同时，中国电信在无锡建设物联网应用和推广中心，试商用各类物联网应用产品，探索物联网项目的市场化运作商业模式，支撑物联网相关业务投入规模商用，并在获得成功经验后，以快速复制方式把中国电信对物联网的技术研究和应用开发成果推广到全国。

第二天，即 11 月 24 日，中国联通董事长常小兵也在无锡与无锡市政府签约。根据协议，双方将共同加强基础网络设施建设、传感网络技术标准研究、传感器技术研究与产业化推动；加强传感网络与现有公众运营网络结合的标准及应用研究与开发；加强传感网络应用与服务平台规划、建设与运营，加强传感网络的行业应用研究、开发与推广，以及数据中心规划、建设与运营等。

同时，中国联通将参与传感网络领域顶层技术相关国际、国家及行业标准制定，积极推动成立全国传感网产、学、研、用联盟；负责传感网络应用示范工程建设，加快传感网络应用推广，如智能电网、智能交通、智能物流、智能安全监测、智能环境检测等传感网络；负责传感网络应用的研究、开发、试验与测试；参与无锡市当前正在进行的产业共性技术研发平台、公共技术服务平台、公共测试服务平台、超级计算机平台、投融资服务平台、人力资源服务平台及综合信息咨询服务平台的规划与建设。

规划非常完备

江苏省委常委、无锡市委书记杨卫泽透露，无锡市正在系统打造传感网技术研发、项目孵化、产业化及商业应用的完整产业链，加快将无锡建成国内首个“感知城市”，将江苏建成国内首个“智慧之省”，进而奠定我国在全球传感技术和产业发展中的领先地位。

据悉，目前无锡物联网方面的规划已非常完备，在无锡新区太科园内，“感知中国”中心规划总用地约 10.8 平方公里，由传感网创新园、传感网产业园、传感网信息服务园、传感网大学科技园组成。

目前，筹建中的中国物联网研究发展中心与部分单位将共建“传感器研发中心”、“传感器网络信息技术中心”、“环境监测技术研发中心”、“智能信息处理研发中心”等 7 个研发机构。

中国电信无锡分公司陈国忠还透露，无锡电信已与无锡市有关单位签订了“智能无锡”建设战略合作框架协议，与无锡职业技术学院签订了物联网校园应用“感知校园”建设协议。来源：中国江门网 2009-11-30

技术情报篇

[[视频通信]]

09 搜索引擎用户调查报告发布 视频搜索猛增

北京正望咨询有限公司 (China Intelli Consulting Corporation) 发布了 2009 年中国搜索引擎用户市场调查结果, 揭示了中国搜索引擎市场最新的竞争格局和发展态势。正望咨询的市场调查结果显示, 百度的市场份额在各个地区均有提升, 谷歌的市场份额在各个地区涨跌不一, 总体市场份额微跌, 搜狗和搜搜的市场份额则有显著上升。

正望咨询的调查显示, 搜索引擎的渗透率持续提高, 有 91% 的网民每个月至少使用一次搜索引擎, 此数字比上一年增加了 4 个百分点。在任意一天中, 有 58.8% 的网民会使用搜索引擎, 此数字比上一年增加了 4.4 个百分点。

正望咨询的此次调查于 2009 年 9—10 月份, 采用计算机辅助电话调查 (CATI) 方式进行, 共完成有效样本 4290 个。本次调查覆盖北京、上海、广州、深圳 4 个全国一类城市, 大连、天津、济南、青岛、南京、苏州、无锡、杭州、宁波、厦门和佛山等 11 个东部沿海城市, 石家庄、郑州、合肥、南昌、武汉、长沙等 6 个中部省会城市, 成都、重庆和西安 3 个西部区域中心城市。24 个具有代表性城市的选取兼顾了地区网民数分布和经济发展程度, 使调查结果有较好的代表性。调查结果既能反映 24 个主要城市的个别状况, 又能分别呈现京沪穗深、东部沿海城市、中部省会城市和西部中心城市以及京津地区、长三角地区和珠三角地区网民与搜索引擎用户的总体状况。

百度领先优势扩大

正望咨询采用任意一天内该搜索引擎使用的人次数占有所有搜索引擎使用的人次数的比例来定义该搜索引擎的市场份额。本次调查显示, 在所有调查城市中, 百度的市场份额为 69.9%, 谷歌的市场份额为 19.8%, 搜狗和搜搜分别以 3.5% 和 3.3% 的市场份额位居第三和第四位。

从不同类别的城市来看, 以京沪穗深为代表的一类城市的市场状况与其他地区有明显差异, 在京沪穗深, 百度的市场份额为 64.5%, 低于其他地区, 而谷歌的市场份额为 25.4%, 高于其他地区。在京沪穗深, 搜搜已经成为第三大搜索引擎。

与一年前相比，百度在各个地区的市场份额均有所提高。在京沪穗深，百度的市场份额增加了 2.8 个百分点，其中在上海更是获得了 5.7 个百分点的提升；在东部沿海城市、中部省会城市和西部区域中心城市，百度的市场份额也分别增加了 3.4、0.3 和 2.7 个百分点。总体上百度的市场份额增加了 2.0 个百分点。

谷歌则在不同地区表现不一，在京沪穗深和东部沿海城市，谷歌的市场份额分别下降了 0.9 和 1.7 个百分点，在中部省会城市和西部中心城市，谷歌的市场份额则上升了 2.0 和 0.9 个百分点，不过总体上谷歌的市场份额略降 0.4 个百分点。

搜搜的市场份额在不同地区均有提升，搜狗的市场份额整体上也略有小幅提升。谷歌在上海的市场份额一直高于它在其他城市的市场份额，但相对 2008 年却下降了 3.1 百分点，同时百度在上海的市场份额则增加了 5.7 个百分点。谷歌在广州和深圳的市场份额提升均超过了两个百分点。

“百度知道”和“视频搜索”推动百度持续走高

百度知道和百度百科的用户渗透率与上年相比分别增加了 18.3 和 14.0 个百分点，在受欢迎程度提升最快的百度服务 / 产品中分别位居第一和第三名。位居第二的是视频搜索，与 2008 年相比增加了 15.1 个百分点。

另外，分别有 31.3% 和 12.7% 的搜索引擎用户使用百度和 Hao123 为自己浏览器的默认主页，这可能是百度保持用户忠诚度、凝聚力和市场份额的最重要保证。

音乐搜索市场百度和搜搜领跑

音乐搜索是中国搜索用户常用的功能之一，有六成的搜索引擎用户一个月内至少搜索过一次音乐。音乐搜索市场百度占据了 45.0% 的市场份额，搜搜以 16.9% 的市场份额位居第二。谷歌推出音乐搜索一年来，占据了 4.6% 的市场份额。虽然谷歌的音乐搜索市场份额不算高，但谷歌音乐搜索的满意度比较高，约七成的谷歌音乐搜索用户对谷歌音乐搜索表示非常满意或满意。来源：南方日报

2009-11-25

[返回目录](#)

[[电信网络]]

电信部门 2015 年恐难获 700MHz 频段

在召开的新一代宽带无线移动通信发展论坛上，工业和信息化部无线电管理局谢飞波局长透露了 700MHz 频段的最新动向。“广电已经表示，2015 年，700MHz 频段不一定能释放出来。”

按照国家的规定，700MHz 频段已经确定将来用于无线宽带通信，目前，该频段应用于广播电视领域。广电部门也已承诺将部分 700MHz 模拟电视频段让出用于无线宽带的发展。2015 年以后，广电部门完成了模拟向数字电视转换，空出相应的频段以后才可以。

谢飞波此前曾表示，北美和欧洲都已经将这个频段释放出来，用来做未来的宽带无线，特别是用于农村、大区的覆盖。但是，中国的 700MHz 的最新动向显示，即便到 2015 年，电信部门恐怕也难以获得这个穿透能力极佳的频段。

2008 年初北美拍卖的 700MHz 频段成为全球“数字红利”的一部分，所谓“数字红利”是指模拟电视转换成数字电视后所空出的 470—862MHz 之间的频段。较低频段可实现更佳的覆盖和室内穿透，所以，“数字红利”被美国、欧洲和许多全球其它地方的移动运营商视做一种宝贵资源。

“大家都在讨论‘数字红利’，我们国家暂时还得不到了。原来广电说按照模数转换的规划 2015 年完成。但最近广电的同志不停地提醒我们，2015 年不一定能够释放出来，这个问题又涉及到三方融合，诸多因素比较复杂。”谢飞波说。

来源：中国通信网 2009-11-26

[返回目录](#)

[[终端]]

通信设备商争抢中国 4G 市场 跨国厂商态度急转弯

3G 才刚上路，现在就讨论 4G（第四代移动通信）是不是为时尚早？对于消费者而言或许是这样，对于通信设备厂商来说却绝非如此。毕竟，3G 设备市场的版图已经瓜分殆尽，竞争的焦点正在向未来的 4G 转移，还是未雨绸缪的好。

近来，设备厂商围绕着中国的 4G 进程轰轰烈烈地打响了一场前哨战役。华为和阿尔卡特朗讯在上海驳火，争建世博会 TD-LTE 试验网络；在香港举行的亚洲移动通信大会上，华为又和诺基亚西门子较上了劲。而在 TD-LTE 研发和商用

化领域，厂商们围绕着“全球首次”、“业界第一”而争论不休。唯一没有疑问的是，谁都想预先树立自己在中国 4G 市场的领先形象。

争风头，从上海到香港

目前，中国的三大电信运营商都选择了 LTE 作为自身 3G 网络的演进方向。由于 TD-SCDMA 网络在技术和商用成熟度上并不具有优势，中国移动在 3G 时代的领先地位面临巨大的挑战，因此中国移动在 LTE 的演进上表现得比其他两家运营商更为积极。在 17 日召开的 2009 国际 LTE 论坛上，中国移动总裁王建宙表示，由于演进路线的明晰，现在提供给中国移动的 TD-SCDMA 设备都要求能够平滑升级到 LTE 网络。他同时透露，中国移动已经在上海开始了 LTE 外场测试，并计划在 2010 年上海世博园建成覆盖整个园区的 TD-LTE 实验网。

恰恰是针对上海世博会的 TD-LTE 试验网络，华为和阿尔卡特朗讯爆发了激烈的交火。11 月 13 日，华为宣布，中国移动已经选择其为 2010 年上海世界博览会部署全球首个 TD-LTE 网络（演示网），用户将来可以在方圆 5.28 平方公里的世博园区内体验到实测下行速率最高达 29Mbps 的高速移动宽带业务。过了几天，阿尔卡特朗讯也宣布，其在中国的旗舰公司——上海贝尔将为中国移动部署世界上首个 TD-LTE 试验网络，在上海世博会的主题馆和非洲馆提供室内覆盖。究竟谁是“全球首个”，真的有得扯皮了！

关于 TD-LTE 的这场仗，还从上海打到了香港。在 2009 年亚洲移动通信大会上，诺基亚西门子宣称与中国移动携手合作，共同演示了“令人兴奋”的下一代移动宽带 TD-LTE 体验。几乎同时，华为也针锋相对地与中国移动部署了 TD-LTE / SAE 试验网，在香港繁华路段的业务演示车上为参展代表提供演示。

洋厂商态度为何急转弯

值得注意的是，在 TD-LTE 的发展上，跨国设备厂商表现得热情似火，不惜与华为、中兴等中国本土争风吃醋。

近日，爱立信在瑞典进行了 TD-LTE 端到端互操作性的演示，成为“全球首家”在符合最新全球标准的环境下证明其 TD-LTE 端到端互操作性的厂商。爱立信方面表示，此举证明了爱立信对 TD-LTE 客户的坚定承诺，也为计划于 2010 年下半年进行的大规模客户试用奠定了坚实的基础。

18 日，爱立信全球路演中国区巡展到达广州，媒体发现，LTE 是爱立信展示的重点移动网络技术之一，而爱立信也一再强调自己在 TD-LTE 上的研发实力和部署能力。

在 CDMA 技术上拥有大量基础专利的高通公司，也对 TD-LTE 表现出很大的积极性。17 日，高通 CEO 保罗·雅各布表示，2010 年将推出一款对中国本土标

准意义重大的 TD-LTE 芯片，预计未来几年中国业务对该公司收入的贡献将会加大。

跨国设备厂商对于 TD-LTE 的热情，与他们曾经对待 TD-SCDMA 的犹疑形成了鲜明的对比。在中国自主 3G 标准 TD-SCDMA 发展的初期，只有华为、中兴、大唐等本土厂商和西门子积极投入，而包括爱立信、诺基亚、阿尔卡特在内的主流国外设备商均对 TD-SCDMA 长期持观望态度。直至近几年中国政府坚定地表达了发展 TD-SCDMA 的决心，国外设备商们才最终放手一搏。因此，在中国移动的三期 TD-SCDMA 设备采购中，国外设备商只获得象征性的极少份额，而本土厂商均夺下了七八成的订单。

显然，跨国设备商已经深刻体会到了在中国 3G 市场上失利的痛苦，而未来的 4G 市场自然不容许再次错失。中国移动目前有多达 5 亿手机用户，即使采用 TD-SCDMA 技术，也很可能成为中国最大的 3G 运营商，这也意味着，它未来向 4G 网络的过渡蕴藏着巨大的市场商机。在 3G 设备市场份额早已尘埃落定的情况下，怂恿中国移动尽快向 4G 进发，是其最现实的选择。不难理解，如今在对待 TD-LTE 的问题上，为何跨国设备商的消极态度一扫而光。

中国上 4G 恐再等四五年

尽管国际电联要 2014 年才最终确定 4G 标准，但厂商们几乎都已经达成共识，将 LTE 技术作为 4G 的技术演进方向。据了解，到 2010 年，LTE 技术的数据传输速率将达到 150Mbps，是目前 3G 速率的 10 倍以上。而到了 2014 年，申报 4G 标准的 LTE 技术将达到惊人的 1Gbps。

LTE 的商用化进程如何？中国何时可以跨入 4G 时代？18 日，爱立信全球路演中国区巡展到达广州，媒体对爱立信中国公司市场与战略规划部主管赵刚进行了专访。

媒体：LTE 目前在全球的发展情况如何？我们尤其关心的是，TD-LTE 的产业化进程推进得怎么样？

赵刚：2009 年，LTE 试验网络已经在全球一些地区开始建设，相信 2010 年会有更大规模的部署。其中，LTE 又分为 FDD、TDD 两种模式，中国移动发展的 TD-LTE 网络属于 TDD 模式。相比之下，TDD LTE 的产业化进程比 FDD LTE 的确是要慢一些，网络设备刚刚开始部署，终端基本上还没有什么。不过，中国移动对于 TD-LTE 的推进非常积极，爱立信也正不懈地推进 TD-LTE 的研发。现在，我们正在国家工业和信息化部统一指导下，与运营商一起刚刚开始做相关的技术评估与测试。

媒体：听说 LTE 网络的部署和 3G 一样需要发放牌照，这是否意味着中国何时进入 4G 时代取决于政府？

赵刚：LTE 需要占用不同的频谱资源，涉及到频率调整和划分的问题。至于是不是需要政府发放牌照，不应该由我们设备厂商来评价。我们乐观地估计，2013 - 2014 年之间政府会更新一些频谱资源，释放出一些频段来供 LTE 的部署之用。
来源：南方日报 2009-11-26

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

3G 技术加速盗版侵权蔓延

3G 手机的迅速普及为用户获得信息提供了更大便利，但也深刻影响着版权管理模式。参加第四届北京文博会的专业人士表示，3G 技术的运用正加大我国版权侵权的便易性，在其冲击下，我国版权保护的环境、运行机制和权力结构都面临挑战。3G 技术大餐加速盗版侵权蔓延

截至 2009 年 6 月，我国互联网用户已达 3.38 亿，手机用户 6 亿，注册的 3G 门户网站已经突破 1 个亿，每年有 4000 到 5000 部网络小说通过移动互联网更新销售。然而 3G 产业的快速发展，在给人们工作生活带来快捷和方便的同时，也给传统的版权保护制度带来了强大冲击。

国家版权局版权管理司司长王自强认为，随着先进 3G 技术不断推广和应用，互联网和手机下载已经逐步取代 DV，成为众多网民看电影、听音乐、阅读的主要渠道，而这些“免费午餐”得以大行其道，多是以侵犯版权为代价的。

激动网总裁张鹤说，过去几年，视频分享网站的商业模式迅速崛起，用户目前已经超过 2 个亿，但这个被众多风险投资看好的产业从出生那天起就带着盗版原罪的巨大争议。“因为真正的正版是有限的，视频网站为了追求速度势必引入大量盗版。中国大量视频网站上真正的原创内容不会超过 5%，只是非常小的比例，大量的用户上传正成为传播盗版内容的温床。” 来源：新华网 2009-11-30

[返回目录](#)

运营商对手机色情信息泛滥负有责任

在社会各界对手机网络淫秽色情信息的强烈声讨中，中国移动终于对手机网络管理表态了，称近期已加大监管力度。中国联通也作出“全力整治手机互联网低俗内容”的回应。

黄色手机网站靠什么牟利运营商对手机网络信息监管显得被动。单从技术角度而言，运营商对手机网络淫秽色情信息不是查不出、管不了。曾对手机淫秽色

情信息问题调研达半年之久的中科院博士李强告诉新华社媒体，当他在手机上发现色情网页并向移动公司举报后，对方竟称是“正常访问订购”。

运营商的被动，也不仅是疏于管理。调查显示，一些运营商和手机色情网站、广告商沆瀣一气，通过垃圾短信、网页弹出、自动下载等种种方式传播淫秽色情信息，牟取暴利。巨大商业利益面前，社会责任被抛到九霄云外。

运营商好比网络世界的把关人，掌握着网络接入的闸门。我国电信条例明确规定，运营单位对传输公共信息中的有害内容有发现、停止运输、保留记录和报告责任。面对社会责问，运营商应当认真纠正错误，切实履行职责。政府有关部门、司法机关则应当及时介入案件查处，运用法律手段强化手机网络信息监管。

来源：新华网 2009-11-26

[返回目录](#)

中国联通与中国银联战略合作 共推智能卡手机支付

中国联通与中国银联 26 日在北京正式签署全面战略合作协议。此协议标志着作为国内领先的宽带通信和综合信息服务提供商中国联通与中国唯一银行卡组织的中国银联建立全面战略合作伙伴关系。这是双方共同打造新时代全方位银行卡支付服务的重要开端。中国联通董事长常小兵与中国银联总裁许罗德出席了协议签署仪式。

随着我国全面进入 3G 时代，通信与互联网融合的脚步加快，对于促进经济发展和改善人们生活的战略意义日益显现。但如何把最优质的、最具创新的服务以最快的速度推送给消费者，如何最大程度的满足个人、家庭、企业、行业消费者的需求，也是 3G 发展面临的紧迫而艰巨的课题。在这个充满机遇的年代，中国联通与中国银联开展全面合作，对于提高基于通信网络的金融支付服务水平，拓展银行卡在支付通信与电子商务领域中的应用，增强双方核心竞争力具有重要意义。未来，双方将利用各自的网络资源、客户资源和渠道优势，在支付领域、用户群体的精耕细作、信息服务等领域全面开展业务合作，实现共同发展互利共赢。

据悉，双方将共同推进智能卡手机支付，推进新一代移动支付业务在全国范围内的开展；共同推广固网支付业务在个人家庭与企业的应用；双方亦将围绕 3G 时代的移动电子商务，在移动商城、应用服务提供、多渠道支付、物流配送、支付凭证确认等领域开展业务合作和支付服务创新，共同构建并完善移动电子商务产业环境；共同整合各方资源为持卡人提供丰富的服务。这些合作将真正激活移动互联网时代的各种商业模式，实现高度融合、无所不在的信息化服务。届时，

广大持卡人可享受创新支付渠道的多元化支付服务，真正体验“随时、随地、随心”的支付一站式服务。

中国联通董事长常小兵表示，中国联通拥有覆盖全国、通达世界的现代通信网络，特别是随着中国联通 3G 业务商用，与中国银联合作发展通信行业领域金融业务，不仅将为中国联通带来移动、固网技术与创新业务深度融合，推进一体化的全业务经营体系的进程，更将创新国内通信行业多元化支付服务模式。

中国银联总裁许罗德表示，中国银联在致力于服务作为个体的持卡人和特约商户的同时，也注重创新产品的研发以及多渠道应用推广，为各行业的发展提供助力和支持。通信业是我国国民经济的支柱产业，中国银联与中国联通的合作，必将打造在通信行业领域内的支付解决方案的标准，有力推进银行卡产业和通信产业的协同发展与和谐共赢。

作为两家都秉持创新与服务理念的领导企业，双方的强强联合，必将在金融支付产业与电信服务产业的融合浪潮中树立标杆，双方也将基于金融支付标准共同构筑一个规范、可持续、和谐共赢的产业环境。来源：中国通信网 2009-11-30

[返回目录](#)

市场跟踪篇

〔数据参考〕

11 月份新上市手机中 3G 仅占 2 成

导语：

140 款即将上市的新手机中，仅有 10 多款 3G 手机，其中不少还是兼容 2G 模式的“双黄蛋”，被热炒的 3G 时代和冷漠的市场反应形成了鲜明的对比。

正文：

从近日工信部网站上公布的 11 月份核发进网许可证手机名单中，上海商报记者发现，3G 手机少得可怜。

密密麻麻的名单中，见或夹杂着零星几款 3G 手机，这硕果仅存的几款 3G 手机中有的是运营商买单的定制机，有的是兼容 GSM（2G）模式的双模手机。

手机市场上的表现和最近公布的 3G 用户数字不谋而合。尽管运营商的 3G 广告铺天盖地，可是市场却依然无情。

3G 手机不过 2 成

这次获得核发进网许可证的约有 140 款手机，而 GSM 模式的 2G 手机占总额的 80%左右，成为当红不让的明星。而在 10 多款 3G 手机中，WCDMA、CDMA2000

和 TD 手机比重几乎相同，都仅有 4、5 款。有意思的是，名单中的 TD 手机都是“双黄蛋”，TD-SCDMA/GSM 双模式的手机也证实了 TD 模式的手机根本无法离开 GSM 的怀抱。

不过，可喜的是，除了几款为人熟知且参与中移动招标的厂商定制机，如中兴、普天、华为等，这次 3G 手机中还出现了一些新面孔。德赛、富春江、英华达通信公司等厂商中不少过去是生产山寨机的品牌，对于市场他们大多有着高度的敏感和嗅觉，新面孔的加入让人对 3G 的未来增添了一些想象。

外观土、上网贵

价格高、外观土、上网贵成为消费者对 3G 手机兴趣缺乏的“绊脚石”。

“看到好看的手机我就想买，功能、价格这些都在外观之后才考虑到。”号称用过 17 个手机的小任对于市面上新款的漂亮手机完全没有抵抗力，可在她使用过的众多手机中，3G 手机却仅有一款，她告诉上海商报记者，虽然 3G 手机和 2G 手机价格上差不多，甚至还要便宜些，可是 3G 手机大多都比较“厚实”，与时下正流行的轻薄、小巧的手机时尚“背道而驰”，而部分 3G 手机的机身质感和做工也略显粗糙。

与同价位的 2G 手机相比，3G 手机的娱乐功能明显处于弱势，唯一可以比较的也就是“3G 功能”，所谓的“3G 功能”就是视频通话以及高速无线上网，而这两项功能都受于运营商的 3G 网络水平。而在使用高速无线上网时，随之而来的大量数据传输，比如上网看电影、聊天等，流量费又成了一个阻碍。模糊的流量资费既打消了不少消费者对 3G 手机上网的热情，也让手机电视等 3G 多媒体业务乏人问津。

IT 技术人员雷先生表示，自己对 3G 手机一直比较注意，也新购买一款 3G 手机，可当初最关心“无线上网”，却成了现在最无奈的问题。“本来是想一个手机可以当 MP4、PSP 用，还可以上网聊 QQ、看电影，可一个月的流量资费让我傻了眼。”雷先生无奈的说道。大学生李同学对 3G 手机也颇有感慨：“当初为追潮流，就买了新款的 3G 手机，可是到手才发现根本和 2G 手机没啥区别，它的无线高速上网根本用不上，下载多点程序，手机反应就会特别慢。”

在一个对拥有 3G 手机的网友调查显示，在回答为什么不选用 3G 业务时，选择 3G 业务资费太高的比例为 65.1%，占到一半以上，而近 17% 网友认为目前 2G 业务能够满足需求，不需要 3G 服务。来源：商报 2009-12-1

[返回目录](#)

第三季度美国网络广告收入环比增 1.7%

据国外媒体报道，美国互动广告局和普华永道会计师事务所联合发布的报告显示，第三季度全美网络广告收入达 55 亿美元，同比减少 5.4%，环比增加 1.7%。

虽然同比数据仍在下滑，但环比已经开始企稳。而且从之前发布的财报来看，谷歌、雅虎、微软和 AOL 三家公司 2009 年第三季度的广告收入总和已经同比增加了 1.2%，环比增幅则达到 4.77%，但是由于这些增长全部来自谷歌，表明全球搜索广告市场已经开始回暖。但显示广告市场是否回暖还有待进一步观察。
来源：新浪科技 2009-11-26

[返回目录](#)

香港着力开发应用：数据业务 2 年增 13 倍

一则来自香港运营市场的消息引起了大陆运营商的躁动，香港电讯管理局 OFTA11 月 23 日发布资讯文件显示，“移动数据流量在过去两年激增，2009 年 8 月的统计数字显示，移动数据流量为 2007 年同期的 13 倍。”

业内人士表示，目前我国运营商主要还是靠语音业务拉动，但在 3G 时期，数据业务才是市场的主流，香港 3G 市场的成功，给内地运营商极大的信心，但国内运营商不可盲目冲高，联系国内通信消费实际情况，适时而为才是正确之计。

创新业务丰富，数据业务激增

是什么让香港运营商的数据增长的如此迅速？

首先，香港 3G 服务内容丰富。香港运营商除了手机上网等传统应用外，香港的 3G 服务还有诸多创新业务，电视直播、导航搜索、交通状况监控、个人微博（t.sina.com.cn）、3G 支付消费、赛马投注……目前香港每个运营商的 3G 服务都包括二十多种不同的频道，3G 的巨大容量使得差异化的服务成为可能。其次，资费水平相对合理，比较便宜。目前，使用 3G 业务的基本月租费是一百多元，只比 2G 月租费贵几十元。同时，香港运营商为了拉拢用户，经常推出免费试用，只要消费者选择一款月费套餐，用信用卡预存一定数额的话费，动辄数千元的手机都可以直接给消费者“白使”。

再次，网络较快、稳定。据悉，目前香港运营商总共有 5 个牌照，包括 WCDMA 和 CDMA2000，由于地域狭小，覆盖达到了 100% 以上。这为业务的大规模普及奠定了基础。

香港 30% 多的 3G 普及率并不算高。香港早在 2001 年发出 3G 牌照，2003 年就推出了 3G 服务，到 2007 年时，商家还推出第 3.5 代流动服务。

大陆数据业务 10 个月增 0.5%，发展缓慢

大陆运营商数据业务增长态势不容乐观。根据工信部 11 月 20 日公布的数据显示，2009 年 10 月份，数据业务大约占运营商主营收入构成的 12.02%，移动通信收入依然牢牢位居第一，占 55.47%。同时，2009 年 1-10 月份，数据业务占主营构成比为 11.67%，比上年增长 0.5%，移动通信占 60.02%，比上年同期增长 12.5%。可以看出，我国数据业务一直虽呈增长态势，但态势依然不强。

可见，目前我国通信市场依然是以 2G 为主导，3G 用户还不到 1%。但是，正是因为大陆运营商数据业务占运营商总收入的比重较低，再加上 3G 商用刚刚开启，发展空间巨大。

抢占数据业务地盘，应用为利剑

三家运营商目前都在积极行动，抢占数据业务的地盘。

在终端上，中国联通引进了具有很强应用功能的手机——iPhone（手机上网），中国移动也携手手机巨头，创造性推出了 Ophone 手机，中国电信近日也传出携手黑莓手机的消息。业内人士表示，具有高强度应用功能手机的推出为运营商提供了一把敲开数据业务的钥匙，但拥有了钥匙，并不一定说就拥有了财富。在钥匙和财富之间，需要用桥梁来连接，这条桥就是应用。

目前，中国电信、中国移动和中国联通都已推出了直接将应用销售给消费者的平台——应用商店，但一位专家表示，通过中国移动软件商店“MM”可以看出，其推出的业务都非常散，缺乏典型性的应用。而媒体在其“个人开发者下载榜单”上看到，目前下载量没有预测中的那么大——超过 1 万次的仅 1 个。

不过，我国 3G 商用处于初级阶段，业界不应该要求过高，不过有专家提出建议，要深度挖掘数据业务，运营商必须着眼消费者最需要的业务，实事求是的发挥创造性，盲目追求数量并不是最实际的办法。

香港运营商数据业务的激增，其给大陆运营商带来的信心远远胜过实际的借鉴作用，但国内运营商不可盲目冲高，紧密联系国内通信市场消费实际情况，适时而为。来源：通信信息报 2009-11-30

[返回目录](#)

1-9 月份西安软件业逆势扩张 同比增 40.8%

从西安软件园获悉，在金融危机下西安服务外包产业不降反增，1 到 9 月份，基地总收入累计完成 246.4 亿元，同比增长 40.8%；基地出口累计完成 1.04 亿美元，同比增长 31.65%。

据介绍，金融危机对西安软件产业的外包业造成了一定的影响，但同时也促使更多的客户把目标转向人力资本低廉的中国，尤其是西安。而且，全球金融危机为软件及信息服务外包产业格局带来了重组趋势，西安软件企业努力抓住金融危机带来的跨国公司国内一线城市行业企业向二线城市迁移的契机，通过大力招商引资，积极开拓外包业务向西安转移。来源：科技日报 2009-11-25

[返回目录](#)

北京电信称 3G 手机已达 36 款 非集采终端占比 57%

在 25 日举行的北京天翼 3G 互联网手机推介会上，北京电信透露，到 10 月 15 日，CDMA 在售终端为 501 款，其中 3G 手机 36 款。同时，北京电信表示，将全力推进渠道社会化，2009 年非集采的终端占比已高达 57%。

CDMA 终端已达 501 款

北京电信总经理刘博介绍说，当年北京电信创业成立的时候只有 20 人，到 2009 年大概能达到 48 亿的收入。

当着数十家手机厂商和社会代理商的面，他盛赞这些北京电信的合作伙伴。他说，“如果没有合作伙伴的支持，我们走不到今天。我们是非常看重合作伙伴的”。北京电信副总经理梁宝俊则透露了 3G 终端上市的整体情况。据悉，截至 10 月 15 日，CDMA 在售终端为 501 款，其中 3G 手机 36 款、1X 手机 428 款、3G 数据卡 25 款、3G 上网本 12 款。

另外，2009 年 1-9 月，CDMA 手机新品在全国各种制式的终端新品中占比达 18%，略高于 CDMA 终端在整体市场中的销售份额，特别是 EVDO 千元手机上市后，这个比例更加高。

打造性价比更高的千元手机

负责中国电信终端业务的天翼电信终端公司总经理马道杰也到会，他表示，中国电信下一步在终端方面的策略主要包括明星手机、智能手机和千元 3G 手机。

他重点提到千元手机，他说，2009 年中国电信联合四大国代商进行了千元手机的招标，招标数量达到 400 万台，为什么要打造千元手机？是因为目前真正

能够使用互联网手机是年轻人，必须使手机的性价比大幅度提高，使用户用得起手机，消费得起业务。

他说，下一步还将打造性价比更高的千元手机提供给用户。

鼓励渠道社会化

马道杰同时表示，“我们有责任协调各地运营商，服务各位合作伙伴，尽可能使我们的政策能够公平一致。”

他实际上指的就是终端社会化的问题。对此，北京电信总经理刘博也表示，将会一如既往的与社会渠道，合作伙伴广泛合作，发挥共同的优势，并将社会合作渠道作为发展移动业务的主渠道，将推动终端社会化作为重要内容，不断扩大社会渠道的规模，提升业务发展能力，下一步还将出台一系列措施，引导和鼓励合作伙伴开展天翼 3G 业务。

北京电信副总经理梁宝俊则用实际数字说明了中国电信终端社会化的成果。

据悉，北京电信从接收 CDMA 业务以来，从 2009 年 1 月到 10 月，总共采购终端 43 万部、上网卡 20 多万件，其中非集采的占比高达 57%；营业厅上柜机型 103 款，非集采占 57 款。也就是说，非集采的占一半以上。

梁宝俊还说，北京电信一直坚持终端补贴政策 and 销售政策，在社会网点和自有网点的公平一致。 来源：新浪科技 2009-11-26

[返回目录](#)

【市场反馈】

ZDC:联通版 iPhone 开售 国人缘何不买账

从 2008 年就一直吵得沸沸扬扬的苹果入华事件，终于尘埃落定。2009 年 10 月 30 日，苹果 iPhone 修成正果，与中国联通合作，名正言顺地正式走进中国市场，并且有了一个新名字：联通版 iPhone。那这款 iPhone 的中国之路走得怎么样呢？10 月 30 日，联通版 iPhone 在北京首发。据当天各方媒体的报道，尽管天空下起了雨，但排队等候购买联通版 iPhone 的苹果迷多数依然没有离开。4 天后，中国联通宣布了联通版 iPhone 在中国的首发销量，4 天卖了 5000 部。该如何解读 4 天销售 5000 部的数据呢？互联网消费调研中心 ZDC 从以下几个方面进行了分析。

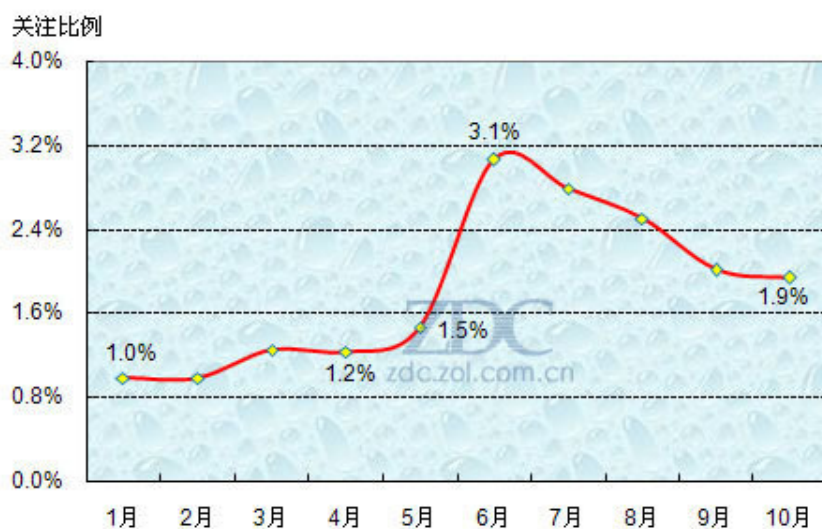
与欧美首发销售数据相比——联通版 iPhone 花容失色

2007 年 6 月 29 日，苹果 iPhone 在美国首发时，与其独家合作的美国运营商 AT&T 两天共售出 14.6 万部 iPhone。

iPhone 3GS 2009 年 6 月在北美和欧洲上市发布时，3 天售出去 100 万台。通过对比，联通版 iPhone 在中国的销售数据的确相形见绌。联通版 iPhone 的销量缘何如此惨淡呢？用户们到底是不愿意买联通的帐还是不愿意买 iPhone 的帐呢？从起主导作用的实体产品推断，应该是 iPhone。

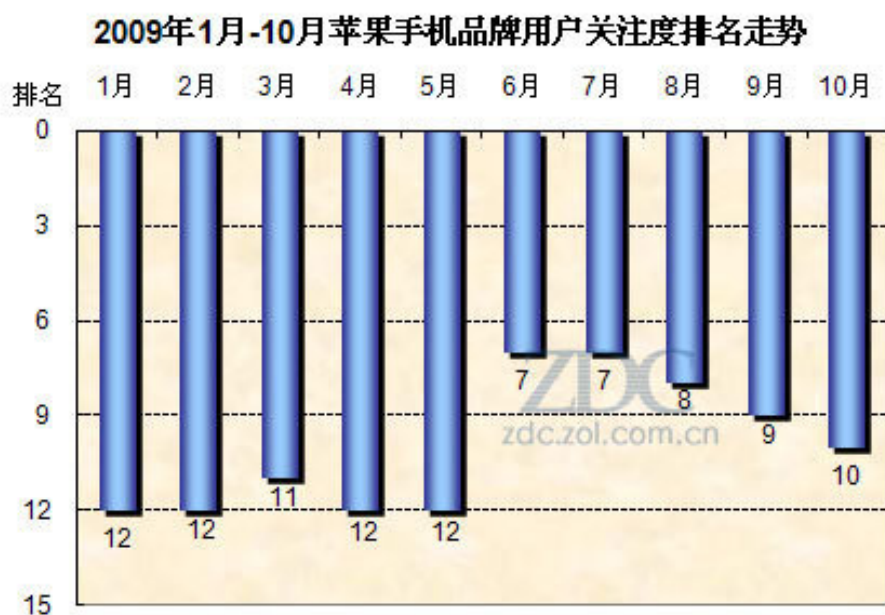
难道用户真的不喜欢、不关注 iPhone 吗？ZDC 认为：非也。从 iPhone 2009 年 1 月-10 月的用户关注度及排名中就能看到，关注 iPhone 的用户并不在少数。如下图。

2009年1月-10月苹果手机品牌用户关注度走势图



数据来源：互联网消费调研中心 (ZDC) 时间：2009.11

(图) 2009 年 1 月-10 月苹果手机品牌用户关注度走势图



(图)2009年1月-10月苹果手机品牌用户关注度排名走势如上图。1月-10月间，苹果手机在中国手机市场的用户关注度经历了一个较大的起伏过程。6月，苹果第三代产品 iPhone 3G S 在全球市场首发时，中国手机市场上其用户关注度达到一个最高峰，品牌排名第七位。

当时，苹果还未正式入主中国，中国手机市场上流通的产品均为水货或者山寨产品。尽管9月，苹果品牌手机的用户关注度有所下滑，但仍在前十名之内。由此可见，苹果iPhone的产品魅力有多大。

ZDC认为：手机售价及捆绑使用的3G资费高是联通版苹果销售火热场面难现的主要原因。

首先，与水货相比，售价便宜一千多元的水货市场对正品iPhone产生较大幅度冲击。

从联通版iPhone的价格来看，不与国外售价比，仅与中国大陆市场上的水货产品相比，联通版iPhone的售价实在不低。

市场上水货版苹果iPhone及联通版iPhone的售价如下表：

	水货版 iPhone	售价
1	苹果 iPhone 3G(8G)	¥3,500
2	苹果 iPhone 3GS(16G)	¥4,850

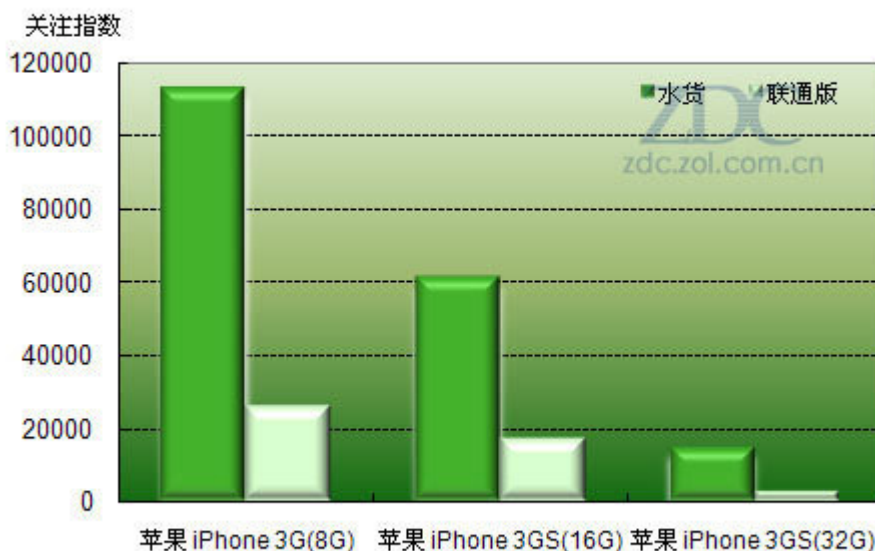
3	苹果 iPhone 3GS(32G)	¥5,600
	联通版 iPhone	售价
1	苹果 iPhone 3G 8G(联通版)	¥4,999
2	苹果 iPhone 3GS 16GB (联通版)	¥5,880
3	苹果 iPhone 3GS 32GB(联通版)	¥6,999

山寨版苹果手机的价格低的惊人，几百元就能买到，但功能却毫不含糊，参数等方面与 iPhone 非常相似。

相比较之下，具备 WiFi 功能的苹果水货产品具有较大的价格优势，且不用考虑资费捆绑的问题。尽管中国联通高管陆益民说目前联通版 iPhone 售价较高，主要是由于包括两年的 3G 资费。除去两年的资费，iPhone 裸机的价格在 0-3999 元之间，这样的价格与水货 iPhone 价格无异。但由于联通版 iPhone 手机上很多用户较为看重的 WiFi 功能缺失，这样，在价格差别不大的情况下，很多真正想购买 iPhone 的用户仍然不会选择联通版 iPhone。

这种端倪从水货、联通版 iPhone 的用户关注指数对比上也能看出。如下图所示。

2009年10月水货版、联通版iPhone的用户关注指数对比



数据来源：互联网消费调研中心 (ZDC) 时间：2009.11

(图)2009 年 10 月水货版、联通版 iPhone 的用户关注指数对比绿色柱子代表着 iPhone 水货产品的用户关注指数，白色则代表是的联通版 iPhone 的用户关注指数。可以清晰的看到，水货 iPhone 的人气要远远高出联通版 iPhone。

这样，联通版 iPhone 中售价最低的 iPhone 3G 8G 也不被追捧，就在所难免了。

联通 iPhone 高昂的售价与中国国民收入水平、手机消费结构不匹配

ZDC 每月对中国手机市场的价格监测数据显示：近一半的消费者关注 1000-2000 元手机产品，4000 元以上手机关注群体比例不足 10%。

不久前 ZDC 做的一项 3G 手机消费调查结果也折射出高端 3G 手机、3G 业务目前需求不足的迹象：56.2% 的调查者表示能接受 1000-2000 元价格区间的 3G 手机；选择 3000 元以上的比例微乎其微。在 3G 业务每月资费选择上，46.3% 的调查者能接受的资费范围是 50-100 元，选择 200 元以下者累计达到 77.0%。目前正在使用 3G 业务的消费者中，有近 20% 的表示并未体验到 3G 与 2G 的真正区别在哪里。

ZDC 认为，目前 3G 业务还未真正深入到大众群体，大部分人还未能认识到使用 3G 与 2G 有什么实质性区别。目前 3G 给人的印象就是资费贵、还得换手机、换号码。这些在很大程度上都影响到了国民对待 iPhone 的积极性。ZDC 认为：iPhone 在中国不是没有市场，用户也不是没有需求，而主要是几千元高昂的手机价格、每个月几百元的套餐价格、3G 发展仍不明朗的现状，使得许多消费者在面对风靡全球的 iPhone 时望而却步。其他品牌高端 3G 手机对 iPhone 替代性强

从中国手机市场上其他品牌的 3G 终端产品来看，诺基亚、三星均有多款 3G 机型成为畅销产品，价格在 3000 元以下，且没有资费捆绑消费的负担。苹果前段时间频频曝光的电池爆炸事件也在一定程度上抑制了消费者的欲望。写在最后：中国联通不惜重金买进 iPhone 三年在中国的独家销售权，毫无疑问是为了充实自己 3G 终端的实力，另一方面则是出于改变自己 2G 时代低端形象的考虑，为了提升自己的品牌地位。那 5000 部销量的数据是否暗示着中国联通的目的并未达到呢？此时下结论似乎为时尚早。

最近几天，中国联通全面开始了联通版 iPhone 的营销战略，央视广告、车站广告、淘宝专卖店等，到处都充斥着苹果 iPhone 的影子。至于苹果与联通之间能否实现完美双赢，仍需拭目以待。

[返回目录](#)

继苹果之后 黑莓入主中国之路能否顺畅

中国的通信技术在 2009 年上半年迈进了 3G 时代，但由于目前运营商的 3G 业务并未出现与 2G 相比大不同的杀手级应用，手机用户对 3G 的热情并不高涨，

3G 遭遇发展瓶颈。所以，3G 发展初期，运营商把更多的希望寄托在了个性较强的 3G 终端身上。一时间，中国 3G 市场刮起了一阵“引进外援的东北风”。

先是中国联通与苹果 iPhone 成功牵手。10 月 30 日，联通版 iPhone 开售。但从联通高管公布的销售数据看，苹果 iPhone 在中国并未像预期或像国外销售那样热的发烫。如今，中国联通为了给自己引进的 500 万部 iPhone 找到一个好的归宿，发动各方力量及各种销售渠道，电视台、地铁站、公交站，就连淘宝商城上，联通都为 iPhone 租来了一席之地，到处都能看到 iPhone 的影子。

日前，有消息称，中国电信将引进黑莓 (BlackBerry) 手机，来推动其 3G 业务的发展。电信称将引进黑莓三款新机型，包月费用预计最低不到 100 元。



(图) 中国电信天翼手机将引进黑莓

黑莓究竟为何方神圣？

黑莓手机 (Blackberry)，是指由加拿大 Research In Motion (简称 RIM) 公司推出的一种无线手持邮件解决终端设备。因其使用了标准的 QWERTY 英文键盘，看起来像是草莓表面的一粒粒种子，所以得名“黑莓”；同时，该设备在后期的产品中，加入了手机的功能，所以国内普遍称之为“黑莓手机”。

黑莓手机最大的特点是：利用其独有的 Push Mail 技术，安装在手机内部的邮件服务器主动会将电脑上收到的邮件通过无线网络推送到用户的黑莓手机终端上，而不需要用户频繁地连接网络查看是否有新邮件，用户可以随时与电脑互发电子邮件。

其实早在2006年5月中国移动就与黑莓公司在企业解决方案(BES)方面有过合作,但面对的是企业用户,每月资费最低三、四百元,比较高,且双方只是在业务上合作,中国移动并未引进黑莓手机,也就是说黑莓手机并未进入中国市场。

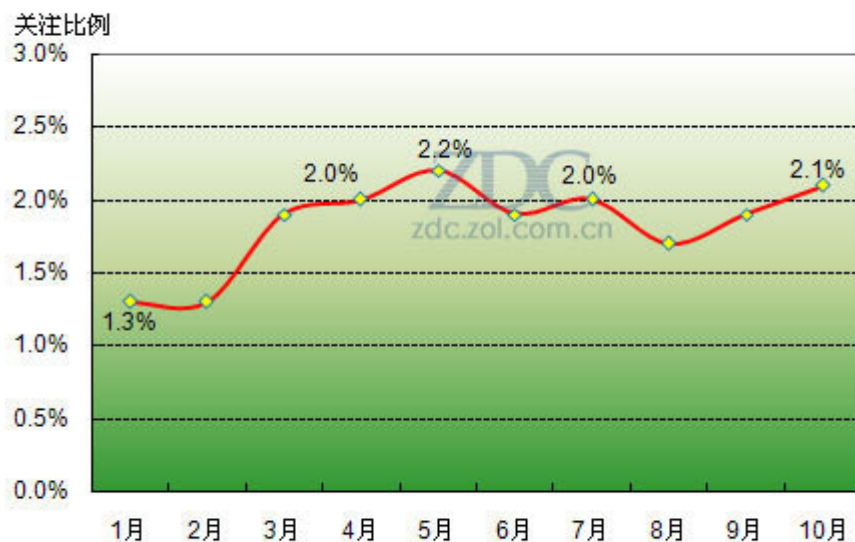
市场调研机构 IDC 数据显示:2009 年第三季度,全球智能手机出货量创纪录,达到 4330 万部,比去年同期增长 4.2%,比今年第二季度增长 3.2%。诺基亚第三季度智能手机出货量为 1640 万部,RIM 黑莓手机出货量为 820 万部,苹果 iPhone 出货量为 740 万部,分别排前三位。黑莓手机旺盛的市场需求使得 RIM 占据了 19%的智能手机市场份额,比去年同期增长了 35.7%,这也是所有智能手机厂商的最大同比增幅。中国电信引进黑莓正是看到了黑莓在未来智能手机市场的潜力。

黑莓中国市场现状

3G 时代,手机终端更多的采取与运营商合作的方式。毫无疑问,在三大运营商各怀心思、大力发展明星终端的情况下,中国电信引进黑莓的做法也是大势所趋。

目前中国市场上充斥的黑莓产品均为 14 天机、组装机、水货等各类产品,尽管没有黑莓水货销量的具体数据,但从用户关注度及其产品价格来看,黑莓在中国的市场潜力巨大。

2009年1月-10月中国手机市场上黑莓品牌用户关注度走势图



数据来源:互联网消费调研中心(ZDC) 时间:2009.12

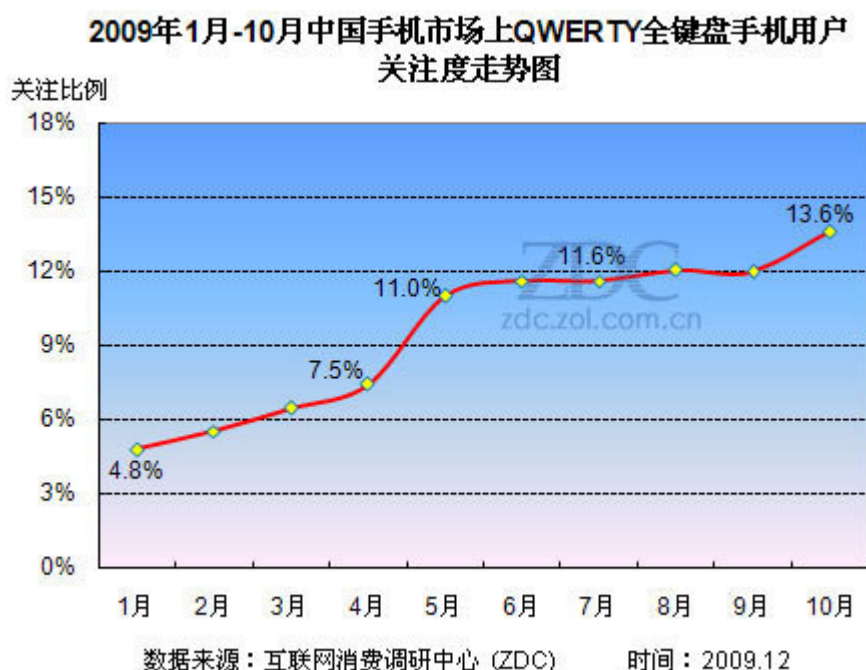
(图)2009年1月-10月中国市场上黑莓品牌用户关注度走势图

从上图来看, 1009 年 1 月-10 月, 黑莓在中国手机市场上的用户关注度呈现稳步上升的态势。从 1 月的 1.3% 一路涨至 2% 左右, 排名一度跻身前十。黑莓仅凭水货市场就能包揽 2% 左右的用户关注度, 实力不容小觑。

黑莓实力: 软硬结合

如果说, 黑莓的全线的产品和高涨的人气是其制胜的硬实力, 那么其东家中国电信的捆绑消费将成为其最终赢得市场的软实力。中国电信在引进黑莓之后将会推出月资费低于 100 元的套餐, 套餐资费的诱惑力无疑最大。ZDC 的 3G 消费需求调查结果显示: 七成左右消费者, 也就是 3G 业务的主流消费者能接受的资费范围在 100 元以下。而已经被引进的苹果 iPhone 月资费最低的也有 126 元。

或许会有人认为, 中国手机用户习惯了用短信进行交流, 黑莓引以为傲的邮件即时通信对中国手机用户没有吸引力。同时黑莓手机上适合邮件操作的 QWERTY 全键盘式设计与中国手机用户的按键使用习惯不同, 这些都会成为黑莓被大量引进之后恐怕会遭遇寒冷的潜在因素。



(图) 2009 年 1 月-19 月中国手机市场 QWERTY 全键盘手机用户关注度走势图

ZDC 并不认为黑莓身上的与传统手机键盘设计不同的 QWERTY 全键盘会成为其在中国遇阻的因素。上图是 2009 年 1 月-10 月中国手机市场上 QWERTY 全键盘设计的手机的用户关注度走势图。图中显示, 新兴的 QWERTY 全键盘式手机正在受到越来越多消费者的喜爱, 其用户关注度呈现出强劲的上升势头。

定位: 黑莓的定价将成重中之重

由于水货的黑莓产品在中国市场上已经先入为主，因此中国电信在未来引进黑莓后的定价将是重中之重。ZDC 认为，最好能够因用户而异。针对企业用户的可以设定高中低不同的标准，针对个人用户的同样也要设置高中低不同的消费标准。因为黑莓产品本身定位就较多元，不像苹果，定位单一。

有分析师认为，中国电信引进黑莓将能很好的弥补电信 3G 高端市场的缺憾，因为一直以来中国电信在 3G 市场走得是低端路线。

ZDC 认为，没有必要把一个品牌的产品定位成高端还是低端，“富人”可以用，“穷人”同样能够用的上。就好比一把笤帚，富人家里有，穷人家里就不能有了吗？只不过各自购买的价格不同罢了。唯有如此，黑莓高涨的人气才能为其换来真正的利润，否则，人气终将是人气，缥缈的不会转化成任何东西，甚至在高价位的压制下，最终连人气都会消失殆尽。

细节问题不可忽视

黑莓入主中国已经占据了价格、人气的优势，但一些细节问题仍然不可忽视。

黑莓手机的商务功能强大，中国的商务应用市场也较大，这点毋庸置疑。但中国的多媒体应用市场并不比商务市场小，而且黑莓被引进中国后，除了企业用户，更多的是面对个人消费用户。真正做到契合、满足个人消费者的需求、习惯，才能称得上完美和成功。



(图) 黑莓欲推进游戏娱乐功能

如何做到商务应用与多媒体应用齐头并进，尤其在个人用户消费群体中，如何增加娱乐应用，充分利用黑莓的宽屏设计，是中国电信需要思考和掂量的问题。

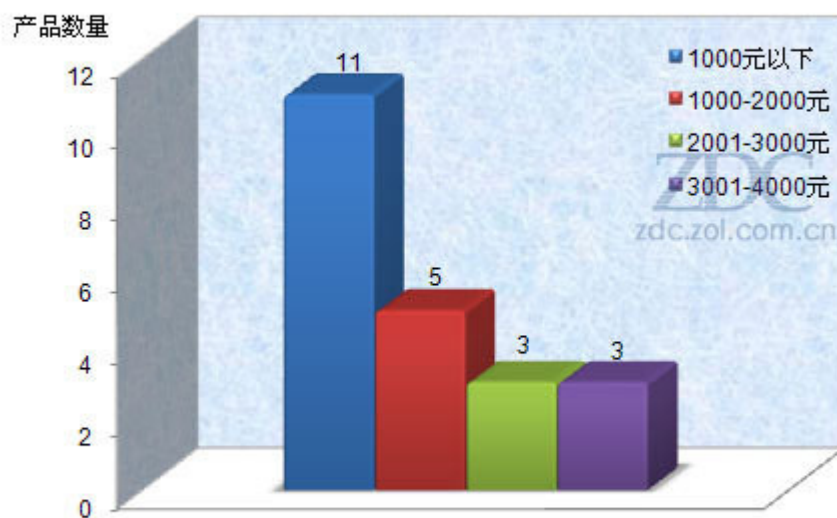
联通版iPhone的销售在中国遭遇尴尬，中国电信如果能够从中取取经，或不会重蹈覆辙。黑莓在中国的发展道路将会一马平川。



(图)黑莓 9000 的全键盘外观

全键盘、触摸屏式操作正在改变人们使用 12 个按键操作手机的方式，也正在颠覆传统上人们的手机观念，各种设计个性化、扩展功能强大的手机正在愈来愈多的走进人们的生活。

2009年10月中国手机市场不同价格区间黑莓手机数量分布



数据来源：互联网消费调研中心 (ZDC) 时间：2009.12

(图)2009 年

10 月中国手机市场不同价格区间黑莓手机数量分布

从价格来看，与苹果iPhone的高高在上不同，黑莓产品覆盖高、中、低端各个层次，能够满足消费能力不尽相同的用户需求。如果说价格是制约联通 iPhone 遭遇销量尴尬的主要因素的话，那么，黑莓应该不会产生价格方面的忧虑，毕竟黑莓产品更加丰富。来源：中关村在线 2009-12-1

[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
 服务平台：(010) 6598-1925-602
 北京公司：(010) 6598-1925、6598-1897
 深圳公司：(0755) 8209-6199、8209-1095
 上海公司：(021) 5032-6488、5032-6844
 重庆公司：(023) 6300-3200、6300-3220
 杭州公司：(0571) 8993-5943、8993-5942
 广州公司：(020) 3758-0643、3758-0421

E-mail: apptdc@apptdc.com
 E-mail: fuwu@apcsr.com
 E-mail: beijing@apptdc.com
 E-mail: shenzhen@apptdc.com
 E-mail: shanghai@apptdc.com
 E-mail: chongqing@apptdc.com
 E-mail: hangzhou@apptdc.com
 E-mail: guangzhou@apptdc.com