



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 ■

本期要点

2009. 12. 16

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 通信行业复苏趋势明朗

周三大盘震荡走低，申万 23 个一级行业指数除交运设备外均出现下跌。通信板块表现相对抗跌，信息设备指数仅下跌 0.21%，信息服务指数的跌幅也仅 0.91%。分析师指出，随着 3G 效应的显现，通信行业复苏形势日趋明朗，近期的调整将带来买入机会。

■ 无线互联网的七波投资机会

目前无线互联网似乎还处在低潮中。然而，今天的低谷往往蕴含着明天的巨大机会。智能化的无线互联网及基于此的大量新应用，将引爆七波投资浪潮。

■ 市场在等待 3G 多模手机的到来

不知不觉间，3G 发牌已经将近一年，随着网络建设的日益完善和业务宣传的日渐普及，目前市场对于 3G 的接受程度已经出现了大幅的提升。尤其是进入第四季度，大量精品 3G 终端的出现，更进一步推高了 3G 发展的行情。回头看看过去大半年的发展历程，3G 终端估计是最让三大运营商头疼脑热的问题了，尤其是对于中国移动和中国电信来说，要么终端不足，要么缺少精品，的确有点“巧妇难为无米之炊”的味道，再好的网络、再先进的技术，没有足够的终端作为支撑怎么能说服消费者掏钱入网呢？

■ 国内尚无真正物联网企业 产业最早 2015 年萌芽

或许是互联网已经太久没有热闹，“物联网”概念一出，即令业界上下激动，资本市场亦为此掀起百千浪。

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
通信行业复苏趋势明朗	5
无线互联网的七波投资机会	5
市场在等待 3G 多模手机的到来	8
国内尚无真正物联网企业 产业最早 2015 年萌芽	9
产业环境篇	15
【政策监管】	15
工信部称将推手机绿色上网过滤技术标准	15
广电总局: 无证视频网站将于年底前关闭	16
工信部公布电子信息产业发展基金中标单位	16
广电总局: 被关网站不解决盗版不能重新开放	17
文化部关于改进和加强网络游戏内容管理工作的通知	18
工业和信息化部 国家发展改革委关于简化移动电话拨打长途电话资 费的通知	20
【国内行业环境】	21
产业政策重心偏向新兴产业	21
台湾面板获准投资内地已无悬念	22
通信业如何调整产业结构转变发展方式?	23
2009 中国信息产业经济年会在北京举行	24
政策与创新双管齐下 国产高端软件首超洋巨头	25
三大运营商表态 2010 年 1 月 1 日执行手机长话一费制	28
【国际行业环境】	30
新亚信成全球第二大电信运营支撑系统提供商	30
越南颁布新法规: 降低运营商互联互通费用达 30%	31
运营竞争篇	31
【竞合场域】	31
运营商在增值领域该如何作为	31
BOSS 企业争夺运营商三网融合百亿机遇	32
AOL 与时代华纳正式分拆结束 10 年联姻	34
铁通今日一分为二: 专网及人员划归铁道部	34
普天称 TD-LTE 天馈系统与基站设备不能割裂	35
AMD 称新产品和外包协议将使毛利提高到 45%	36
【中国移动】	37

中国证券报：移动互联业务已成电信新增长点	37
中移动重金补贴 3G OPhone 各地厮杀争夺用户	38
中国移动弥补固话短板 无线座机市场争夺战提速	39
【中国电信】	41
中国电信致力打造三屏融合业务	41
中国电信接收原卫通子公司中卫国脉获批	43
【中国联通】	43
联通未来五年向西藏投入 18 亿元	43
中联通公开招募 3G 电子渠道合作企业	44
制造跟踪篇	45
【中兴】	45
中兴预测 2010 年 3G 概念手机将占市场半数	45
中兴华为等遭印度反倾销大棒 最高达进价 236%	46
中兴通讯 TD-LTE 下行速率近 130M 达业界最高水平	47
【华为】	48
报告称三季度华为 IMS 产品全球领先	48
全球首个 LTE 商用网络今起运营 由华为承建	48
华为预测移动通信业趋势：2014 年移动用户 58 亿	49
印度 BSNL 第 3 次撕毁与华为合同 不接受附加条件	50
【诺基亚】	51
诺基亚将关闭美国两家旗舰店	51
诺基亚：两年内成为全球第一 TD 手机厂商	52
诺基亚携手上海联新建立移动互联网合资公司	52
诺基亚合资公司下月运营 互联网服务落地中国	53
【其他制造商】	54
国内电信设备商争抢印度 3G 先机	54
摩托罗拉分拆手机业务 转型移动互联网	55
消息称谷歌手机最早 2010 年 1 月 5 日发布	57
惠普从刀片服务器中国独家增值分销商撤资	58
大唐电信因 TD 电子书补贴股价 3 天狂涨 20%	59
分析称摩托罗拉 2010 年分拆 将带来更高价值	59
服务增值篇	60
【趋势观察】	60
网络数据下载收费时代将至？	60
OPhone 带来产业链全新契机	62
智能手机推动移动应用程序快速增长	64

3G 发展潜力巨大 将助推中国信息产业发展	65
2010 年智能手机市场 5 大预测 Android 火爆	67
【移动增值服务】	68
移动互联网潜能亟待手机浏览器激发	68
中国移动助力银行业直面后金融危机时代	69
【网络增值服务】	71
我国手机电视运营模式与盈利模式透析	71
运营商着力操作系统 圈地 3G 增值业务链	73
技术情报篇	75
【视频通信】	75
对当前中国数字电视发展格局的思考	75
【电信网络】	77
发展 IPTV 广电比电信更合适	77
全球首个 4G/LTE 网络在斯德哥尔摩正式启用	79
【终端】	79
手机浏览器之争由技术转向内容	79
联通 iPhone 欲大规模部署类 Wi-Fi 接入	80
手机操作系统：谁来挥舞神经中枢指挥棒	81
智能手机拉锯战：高额利润下的排兵布阵	83
【运营支撑】	89
新兴市场如何开展 3G 运营	89
中电信完成卫通基础电信业务整合	92
谷歌参建全球速度最快海缆 预计耗资 4 亿美元	93
邬贺铨：移动互联网是我国在技术上迎头赶上的良机	93
市场跟踪篇	94
【数据参考】	94
韩国 2009 年手机结算额达 118 亿元	94
我国有线数字电视用户年底将达 6500 万	95
IDC：移动上网设备 2013 年将达 10 亿部	95
IDC 称未来四年中国将新增 15000 家 IT 企业	96
IDC 预测 2013 年全球移动互联网用户将突破 10 亿	96
【市场反馈】	97
寒冬突围 中小企业选电子商务平台须谨慎	97
移动互联网遭遇信任危机 诚信联盟或有所改观	98
报告称中国 2010 年将成智能手机第一销售大国	100
3G 元年电信市场未现爆炸性增长 用户接受度不高	101

亚博聚焦

通信行业复苏趋势明朗

周三大盘震荡走低，申万 23 个一级行业指数除交运设备外均出现下跌。通信板块表现相对抗跌，信息设备指数仅下跌 0.21%，信息服务指数的跌幅也仅 0.91%。分析师指出，随着 3G 效应的显现，通信行业复苏形势日趋明朗，近期的调整将带来买入机会。

11 月国内车市承接上月的势头继续强劲增长，当月汽车产销双超 130 万辆，再创月度新高。受此影响，周三汽车股表现抢眼。一汽夏利以涨停报收，一汽轿车上涨 8.80%，金龙汽车上涨 8.03%，中通客车、长丰汽车、一汽富维等也都有较好涨幅。在汽车股的带动下，申万交运设备指数上涨了 0.51%，成为唯一上涨的申万一级行业指数。

除了汽车股外，通信板块在调整的市道下表现相对抗跌，申万信息设备指数和信息服务指数的跌幅均小于 1%。成分股中浪潮软件报收涨停，大唐电信、鑫新股份等个股的涨幅超过 5%。

10 月通信行业收入累计增速达 3.6%。国信证券分析师指出，下半年来随经济复苏通信行业呈现加速增长态势，全年增速有望达到 5.0%。短信、移动长途等主要业务均现环比增长，行业基本面继续向好。分析师预计，随着 3G 用户逐步形成规模，数据业务占比提升，2010 年行业增速将提升至 6%以上。

分析师表示，目前部分信息设备公司的 PEG 低于 1，近期市场的回调使一些优质公司出现买入机会。12 月分析师推荐三维通信、拓维信息；另外中兴通讯在出口复苏、权证转股临近的背景下也同样值得期待。对于信息服务类公司，分析师建议继续关注中国联通的波段性机会。来源：中国证券报 2009-12-10

[返回目录](#)

无线互联网的七波投资机会

目前无线互联网似乎还处在低潮中。然而，今天的低谷往往蕴含着明天的巨大机会。智能化的无线互联网及基于此的大量新应用，将引爆七波投资浪潮。

在伟大的无线互联时代，必将和以往互联网造就谷歌一样造就新的业界巨头。那么，到底谁将成为无线互联网的“王侯将相”，谁又将成为无线互联网的“流寇”呢？

功能层是无线互联网与互联网之间的本质区别

无线互联网与互联网相比，原则性的变化在于多了一层功能层。因为功能层的存在，无线互联网依靠的是更强大的功能，而互联网主要依靠丰富的内容，其科技含量相当低。

互联网包括承载层和应用层，要在承载层之上要做应用，就必须自己搭建所有的功能体系。无线互联网则在这两层间加了一层功能层。该功能层提供了大量通用功能供别人调用，具有更强大的应用能力。

功能层的强大是无线互联网和互联网的分水岭。从应用的角度上看，互联网所具备的那些低级的功能，只是无线互联网更大功能集合中的一个小子集而已。

无线互联网的功能层可以明确用户的身份，也可以帮忙计费，还可以推出具有内容展示的多媒体功能。该功能层不但可以调用多媒体平台，而且可以调用GIS平台等。

由于应用的技术特性大大超过互联网，无线互联网在应用丰富性将大大超过互联网。由于互联网的发展主要靠丰富的内容，其技术水平并不一定很高，论坛、门户等的核心并非技术。

很明显，无线互联网与互联网的这些不同，已经被谷歌敏锐地感觉到。2009年9月，谷歌CEO施密特受访时透露，公司已准备好抓住任何机会，扩大其云端运算业务，已“再度开始认真寻找收购对象”。施密特称，在未来10—15年内，全球将由个人计算机的时代，转变为云计算的时代；而对手微软则“难以转入云计算”阶段。

功能层引爆无线互联网投资机会

无线互联网功能层的崛起，将催生出未来无线互联的七波巨大投资机会。更关键的是，每一波业务机会，都有可能塑造出伟大的无线互联公司。这意味着无线互联的创业潜力和市场潜力将大大超过传统互联网。

然而，新机会的诞生同时也意味着一些没有符合无线互联网发展趋势的现有企业的生存空间收窄，甚至走向没落。由于无线互联网功能层必将崛起，现有的一些侧重关注内容而不重视应用功能的互联网企业将面临生存考验。

如果只是简单地把互联网中的内容搬到无线互联网上，而没有在无线互联网所特有的功能层有所发展，就一定没有未来。比如，目前被整治的手机黄网等内容，从根子上说，其来源就是现有的互联网。

因此，从无线互联网诞生之时起，我们就应该把焦点聚集在其功能层上。功能层是无线互联网未来机会的基石，正是功能层的崛起才有无线互联网的七波机会。

第一波机会是提供基于第三方的开放功能平台。谁提供开放功能平台让人去调用其功能，谁就有望成最大赢家。这类似于互联网中的谷歌，网络应用往往要调用其搜索功能。

第二波机会（行业应用）和第三波机会（个人应用）会同时出现。基于开放功能平台的更复杂的、具备更强大功能的行业应用和个人化应用。行业应用中包括新媒体形式，如 SocialMedia（社会媒体）等。个人应用中与 GIS 结合的游戏等也会出现。这些应用的特点是突出其对功能的调用，以实现更强大应用。

第四波机会是基于应用（尤其是功能）实现智能化分析，其中蕴含了三大机会。因为网络的特点是数据来源极其丰富，包括对用户的行为监测是极其完善的，此时将有大量的数据积累。如果能够做充分的智能分析，就会把业务做得更好。智能分析将在集体智能、模式化分析和环境智能等方面取得重大突破。

第五波机会（软硬件结合）和第六波机会（个性化应用）是并行的。在无线互联网时代，只有软硬件结合才能为用户带来最好的体验。而个性化应用可以为用户提供真正的一对一服务，可以实现大规模的个性化定制。与互联网时代戴尔可以实现个性化定制的电脑类似，在无线互联时代，会出现个性化定制的手机。

第七波机会是实现真正的智能网络。目前有很多人在热议物联网、智慧地球等。然而，他们提及的物联网、智慧地球等，还很难说是真正意义上的智能网络。真正的智能网络必须像人的神经网络一样铺设，需要具备感觉神经元、运动神经元、中枢神经系统等。目前地球只是简单地覆盖上一层傻网络，与覆盖了神经系统的智慧地球相差甚远。

把握无线互联网机会的捷径

站在无线互联网发展潮头的 Frost & Sullivan 公司，将基于对无线互联网的深刻认识，正式发布无线互联网即将到来的七波机会分别是什么，并阐明该如何把握这些机会的战略和技巧。按照 Frost & Sullivan 公司的无线互联网投资地图行事，将取得事半功倍的效果。

在互联网时代，很多人错过投资机会的原因是没有互联网投资地图，看不清互联网的发展机会所在。这样的例子，在国内外都举不胜举。被人戏称为谷歌之前的“谷歌”的 OpenText 公司，其失败的原因正是看不清搜索市场的真正潜力。

此外，2006 年的 Facebook 还只是一家刚刚成立 2 年的社交网络公司。虽然雅虎愿意斥资 10 亿美元收购这家新兴网站时，并于 2006 年 6 月与 Facebook 达成了协议。但雅虎随后因财务业绩欠佳，将 Facebook 的收购价格下调到 8 亿美元，而 Facebook 拒绝了这一要约。仅仅 2 个月后，当雅虎再次将出价上调至 10 亿美元时，Facebook 并没有再次为其提供机会。

在国内，一年前以 1 亿美元出售手机业务的联想，不久前又以 2 亿美元的价格回收业务。一进一出，1 亿美元灰飞烟灭。联想称高价收回手机业务是为了进军无线互联网。然而，无论联想如何辩解，其对无线互联网的短视或者战略上的摇摆不定暴露无遗。

在一个伟大的无线互联网拓荒时代，谁也没有百分之百的把握指出哪家公司一定能成为伟大的公司。然而，只有提前看清机会所在并进行积极布局的人，才最有希望。来源：通信世界 2009-12-10

[返回目录](#)

市场在等待 3G 多模手机的到来

不知不觉间，3G 发牌已经将近一年，随着网络建设的日益完善和业务宣传的日渐普及，目前市场对于 3G 的接受程度已经出现了大幅的提升。尤其是进入第四季度，大量精品 3G 终端的出现，更进一步推高了 3G 发展的行情。回头看看过去大半年的发展历程，3G 终端估计是最让三大运营商头疼脑热的问题了，尤其是对于中国移动和中国电信来说，要么终端不足，要么缺少精品，的确有点“巧妇难为无米之炊”的味道，再好的网络、再先进的技术，没有足够的终端作为支撑怎么能说服消费者掏钱入网呢？

现在的情况虽然得到了缓解，但对于手机终端厂商来说，中国 3G 三种技术并存的局面还是显得过于复杂了一些。三家运营商都是大佬级的，3G 时代运营商的补贴又是推动消费者掏钱换机的关键因素，因此终端厂商不得不小心应对，平衡在三种不同 3G 终端上的产品布局，既不能过于偏颇但又不能太过平均。可这么一来，终端厂商的研发成本自然倍增，规模效应却很难在短时间内建立。权衡之下，只能纷纷先在高端智能手机上发力，这样做利润是保住了，销量却很难迅速攀升。

已经接受了狂风暴雨般 3G 宣传洗礼的消费者也产生了不少困扰，换个新手机倒不是件难事，可是三种 3G 标准的技术规格不同，手机不能通用，想要换个运营商体验一下 3G，就得多买部手机，实在有些累赘；可如果不想带上两部手机的话，那么意味着要想体验不同运营商的 3G 服务就得更换掉现在的手机号码，而换号码的非金钱成本则又是众多中高端人士最不想承担的。如是，很多本来有望成为 3G 用户的消费者就这么搁置了采购愿望，选择了观望。

作为一种消费者，本人就是为换机换号的问题所困扰，至今也未能完整地体验一把 3G。3G 上网卡是有了，但是 3G 手机却迟迟不敢下手。所幸的是，最近从某终端厂商处听到一个小道消息，他们已经展开了三模 3G 手机的研发工作，并

且很有可能在 2010 年一季度正式推出市场。虽然消息方称，目前的技术还没有办法做到一部手机同时支持三种 3G 制式的全部功能，但只要它能够装得下三家不同运营商的 SIM 卡，并且支持其中至少一家的 3G 无线上网，就已经是善莫大焉。因为这样的产品对于消费者来说意味着可以鱼与熊掌兼得，既能够最大程度地避免更换手机号码可能带来的麻烦，同时又能够尽早体验到 3G 的“快感”。当然，最重要的是，它只需要一部手机就能让我们拥有选择任意一家运营商服务的“自由”，这种自由在目前国内还没有推出携号转网政策的情况下无疑显得弥足珍贵。来源：南方日报 2009-12-09

[返回目录](#)

国内尚无真正物联网企业 产业最早 2015 年萌芽

或许是互联网已经太久没有热闹，“物联网”概念一出，即令业界上下激动，资本市场亦为此掀起百千浪。

中移动董事长王建宙、中国电信董事长王晓初以及中国联通董事长常小兵相继在多个场合力捧物联网概念，称“物联网”是继互联网之后最重大的科技创新。更有甚者，它将对现有产业格局形成颠覆性的冲击。

当然，这些高层对这个概念的附和，更多是因为政策方面的明示：从 8 月份提出“感知中国”理念，到最近明确将传感网、物联网纳入新兴战略产业范围，在短短几个月内，国务院总理温家宝先后三次对物联网的发展做出指示。

地方群起响应。无锡、北京、上海、深圳、重庆、杭州、南京、广州等地，纷纷开始规划自己的物联网城市蓝图，争相将物联网作为各地城市“标签”。

一场颠覆性的产业革命似乎明天就要发生，但事实上，物联网产业尚处初创阶段，标准、技术、商业模式以及配套政策等还远没有成熟。“中国的物联网到 2015 至 2020 年会出现产业萌芽。”中科院泛在与传感网研究中心副主任赵壮是冷静的。

中国抢布局

“在传感网发展中，要早一点谋划未来，早一点攻破核心技术”，“在国家重大科技专项中，加快推进传感网发展”，“尽快建立中国的传感信息中心，或者叫‘感知中国’中心”，2009 年 8 月 7 日，国务院总理温家宝在江苏无锡调研时，提出了把传感网络中心设在无锡、辐射全国的想法。随后，11 月底，也就是仅仅三个多月后，无锡市国家传感网创新示范区（中国传感信息中心）就已经正式获得国家批准。

之所以有如此速度，缘于在计算机以及互联网前两次信息革命浪潮中，中国并未拔得头筹，如今，物联网似乎给了中国在第三次信息浪潮中领先的机会。“与计算机、互联网不同，在物联网相关产业的发展上，中国几乎与世界同步，物联网涵盖的宽带无线通信网络、传感网、编码中的一些问题在国家“十一五”规划中已有相关部署，有些问题也有望纳入“十二五”规划。”北京邮电大学经济管理学院教授舒英华告诉记者。

但事实上，不仅是中国，全球都在赶抢第三次信息浪潮的头啖汤。与“感知中国”相对应的是，美国 IBM 公司提出了“智慧地球”，日本和韩国则提出“U-japan”和“U-Korea”战略。

中国传感网标准工作组组长刘海涛因此认为，传感网将成为各国综合国力竞争的重要因素，成为衡量一个国家科技发展水平的标志，并引发国际信息产业重新洗牌的机遇。

物联网，对于中国来说，就像汽车行业的电动车，令全球国家站在基本一致的起跑线上。因此，中国希望在物联网领域取得话语权的决心在以后事件中被反复强调。

11月3日，温家宝更首次明确，将信息网络纳入新兴产业范围，指出，信息网络产业将成为推动产业升级、迈向信息社会的“发动机”。

12月初，传感（物联）网技术产业联盟筹备工作组在京召开会议，计划2010年初正式成立传感（物联）网技术产业联盟。传感（物联）网技术产业联盟，将为物联网产业化发展提供技术服务，实现标准制定、技术快速进步和产业跨越发展的整体突破，形成全球具有重要影响力的物联网产业链集群。

产业何时爆发

嗅觉敏锐的市场对物联网概念的追捧一波接连一波。

受目前市场炙手可热的“物联网”概念影响，海虹控股、高鸿股份、新大陆、厦门信达、东信和平等几家公司股价活跃，“物联网”概念多次成为A股市场的新兴奋点。

12月2日，易观国际发布《中国物联网白皮书》，分析指出，“无线传感器网络已经成为政府推进的首要着力点”，此白皮书相关数据显示，无线传感器网络产业规模在未来两年内将增长15倍，达到40亿元，并将在未来一段时间以超过200%的年均复合增长率增长，在2015年达到200亿元人民币市场规模。

一位参与白皮书编写的相关人士对本报记者表示，未来两年将是物联网产业发展爆发期，之后会趋于平缓，“政府政策导引是主要因素，对于物联网的政策性投资会在未来两年集中投放”。

国联证券也发布报告，乐观地认为，未来物联网市场前景广阔。国内 PC 使用量在 1 亿的数量级，而物联网终端需求量远大于此：10 亿量级的信息设备、30 亿量级的智能电子设备、5000 亿级的微处理器和万亿以上传感器需求。仅从终端潜在需求的角度即可看出，物联网市场空间远远大于互联网。

资本市场或分析师更偏向于对未来朦胧美的追求，而在物联网领域的企业人士却相对更为务实。

中国移动技术部的一位工程师接受记者采访时认为，物联网未来规模无疑是巨大的，但现阶段产业还处于成长期，企业业绩不会出现大幅增长。

IBM 的一位工程师更对记者表示，现在的物联网技术和十年前的 3G 技术一样，都是论证阶段，下一步是标准提出，然后是产品研发，第四步才是产品上市并投入广泛应用。

欧盟网络企业和 RFID 司物联网总监彼得福赖斯 (Peter Friess) 预计，物联网会在 2015 年到 2020 年间开始落地，但短期内很难明显看到对经济的刺激效果。

国内物联网刚刚起步

在日前举办的物联网高峰会议上，一位与会专家指出，物联网发展可分三个阶段，第一个阶段是信息汇聚，第二个阶段是信息处理，未来的物联网将采用多种传感技术聚合处理信息，最后一个阶段是泛在聚合阶段，这也是物联网最终的目标。

目前，中国物联网产业链正处于起步阶段，国内厂商只是实现了小范围的应用，比如浦东机场的防入侵系统，停车收费系统，及世博会相关的一些应用。

事实上，目前国内 A 股上市的许多企业从事的顶多是电子读码技术，但资本市场追逐的就是一个概念，但凡与解码沾边的一一譬如地铁的交通卡、电视遥控器等都被纳入了物联网范畴。

国务院发展中心技术产业部王忠宏也明确表示，“物联网商业模式目前暂不能大规模商用。”

他认为，首先，物联网在体制上相互分割，缺乏资源共享；其次，技术上传感器、芯片、关键设备制造、国内智能交通高端市场 70% 以上被国外企业抢占；第三，物联网技术标准缺乏统一；第四，商业模式仍处于初级阶段，成本较高，不能大规模商用；第五，安全和隐私不能得到保障；第六，地址资源严重缺失。

对于中国在物联网领域的技术与其他国家相比究竟处于何种位置，一位不愿透露姓名的电信专家向记者表示，虽然大家的愿景十分美好，但事实上，中国在物联网的技术和标准上已经落后一拍。在 RFID (射频) 技术上，美国一家独大，其专利申请超过欧盟、世界知识产权组织、日本以及中国大陆等多个区域专利申

请总量的总和，高达 53%。而日本、欧洲则在传感器技术上拥有巨大优势。而中国自主 RFID 标准迟迟不能出台。这就存在一个隐忧，即使中国本土标准出台，并且形成完整的“物联网”产业链，也无法在这一领域超越西方，扭转受制于人的局面。

上述电信专家称，“物联网是一个未探明储量的‘金矿’，国家应有统一的战略规划，并明确该产业的发展目标、时间表和路线图，让每一个‘队员’都找到自己的位置，清楚自己的路线，才能跑好这场‘接力赛’。”

王忠宏建议，应该组建包括政府、产业链上下游企业、科研院所、金融、行业协会等在内的产业产略联盟，在共性及关键技术的领域方面开展深入合作，形成更多更好的具有自主知识产权的产品、技术和品牌。

城市博弈：无锡虽抢先机 潜力却在北京

在新能源领域占据领先地位的无锡，在物联网博弈中，无疑又一次抢占了先机。

2009 年 11 月底，国务院已正式批准同意，支持无锡建设国家传感网创新示范区（国家传感信息中心）。此前，中科院、清华大学、北京邮电大学、东南大学等 20 多家科研院所已在无锡设立机构；中国移动、中国联通、中国电信三大移动运营商也先后“登陆”，与无锡市政府签约开展传感网应用技术研究合作，传感网各类资源要素已聚集无锡。

2009 年 12 月 1 日，无锡市出台了《加快建设创新型经济领军城市的决定》，《决定》规定到 2012 年无锡将完成传感网产业示范基地建设，年产业规模达到 1000 亿元；同时建成集引领中国传感网技术创新、标准制定和示范应用三大优势的中国传感网研究发展中心。这是中国首个“国家传感网创新示范区”。

事实上，与尚德电力落户无锡、最终创造资本市场神话的传奇经历相似的是，中科院高新微纳传感网工程技术研发中心落户无锡背后也有许多故事。

现担任中科院高新微纳传感网工程技术研发中心主任的刘海涛还有一个头衔，是中科院上海微系统与信息技术研究所副所长，在和无锡新区结缘前，曾在太湖国际科技园负责招商的马晓东在拿到刘海涛办公室的电话号码后，连续打了半个月电话才找到了很少回办公室的刘海涛，刘也因为马晓东的敬业精神和无锡市政府的服务意识大为感动。

“无锡能再一次成为一个新兴产业的领军城市值得深思，”上海金融与法律研究院研究员李华芳表示：“无锡确实是一个产业基础不错的城市，但无锡的周边城市竞争力也很强，为什么尚德电力、国家传感网创新示范区没有落户上海、苏州、南京、杭州、宁波等其他长三角城市，而选择在无锡？这说明无锡市政府的服务意识非常强，在长三角激烈竞争中脱颖而出了。”

除了无锡外，希望把物联网打造成支柱产业的还包括武汉、深圳等城市，但后劲最足、最有潜力的城市无疑是北京。

“发展物联网这样的高科技产业，没有一个城市像北京这样拥有这么多资源的，北京是中国首都，中央政府就在北京，这是政治优势；中关村已是中国最大的创新经济产业区，这是产业优势；加上中科院、清华、北大、北邮等几十所重点院校的科技优势，北京最有希望在竞争中胜出。”李华芳表示。

事实上，尽管行动步伐比无锡落后，但中关村也开始了行动。11月1日，中关村物联网产业联盟成立大会暨产业发展高峰论坛在清华同方科技广场召开。

据了解，中关村物联网产业联盟以打造中国物联网产业中心为目标，以应用为导向、以产业为主线、以技术为核心、以创新为动力作为联盟宗旨，力争通过3年努力，推动建设10—12项标志性示范应用工程，培育8—10家行业龙头企业，形成一批自主知识产权产品和集成应用解决方案、国家或行业标准5项以上，使北京中关村成为中国物联网产业中心。

规模应用阶段远未到来

尽管物联网概念早已被资本市场熟知，但物联网系统化应用的案例仍不多。

2005年开始，中科院计算所和故宫博物院合作实施了传感器网络在文物保护中的应用，主要做法就是利用传感器节点获取文物展陈列处环境的温度、湿度等数据，然后对这些数据进行无线传输实现监控。

但专家认为，故宫博物院的案例并不代表传感器网络可大规模应用，因为故宫博物院只涉及几十个传感器节点，而在许多场合真正要用到的可能是上千个。

“物联网要大规模应用，还是需要攻克不少技术难题的。”中科院计算所研究员、中国计算机学会传感器网络专业委员会秘书长崔莉表示。

据记者了解，除了博物院之外，目前物联网应用主要集中在机场、监狱等对安全较高的场所及智能交通领域。

无锡物联网研究院销售部张俊林告诉记者，目前研究院主要有这样几套系统能够实现销售。“一套叫传感网围界防入侵报警系统，这套系统主要用于安保要求很高的重点设施，如机场、核电站、监狱等等，这套系统可以监控外来攀爬、翻越入侵甚至从地下进入等等。目前浦东国际机场正在应用这套系统。”

另外一个应用是智能传感网车辆管理系统，主要用于交通控制，目前已在浙江嘉兴试点，“目前交通红绿灯切换时，都是设定一个时间，我们的智能系统上去后，就可以根据交通状况和流量，将红绿灯时间作一自动更改。”张俊林表示。

此外，高速数据图像传输系统也是该研究院推出的重点产品，“该系统主要用于大型安保活动和重大外事活动，比如某国领导人要来上海，对他出行到各地

的各种情况、和他在陆上行驶时，通过图像等方式监控，以确保安全。”张俊林说。

资本博弈：播种物联网 期冀未来

“现在物联网概念很热，但是真正做物联网的企业并不多，说得难听点，不要说成型的企业，现在连找个像样的创业团队都难。”

11月底，国内顶级PE、VC机构的资深合伙人济济一堂，召开闭门会议，在苏州的金鸡湖畔的一家五星级酒店里讨论投资物联网事宜。

“现在物联网概念很热，但是真正做物联网的企业并不多，说得难听点，不要说成型的企业，现在连找个像样的创业团队都难。”一位与会的资深合伙人表示，“从严格意义来说，二级市场目前炒作的物联网概念股，和真正意义上的物联网差距还挺大的，有些A股上市公司的主营业务只是物联网产业链中的一个小环节。”

这位合伙人表示，“和光伏产业相比，物联网产业比较麻烦的是还没产生一个像尚德电力这样的龙头企业，目前国内许多光伏企业是从尚德电力出来的。”事实上，正如这位合伙人所言，物联网人才在国内十分稀缺，成形的创业团队更是罕见。以无锡物联网创业家梅玉海为例，他是2009年无锡市通过“530”计划引进的海外归国领军型创业人才，他创立的无锡纳曼传感科技有限公司以生产陀螺（转角度）陀螺传感器为主，产品应用范围广泛，可用于智能交通、消费者电子产品、能源、医药、环境监控等多个领域，产品已完成研发。但即使是这样一个初创期企业，也早已被PE、VC盯上，“最近几个月里，找到我想合作的PE、VC非常多。”梅玉海表示。纪明资本主管合伙人秦邦云最近大半年里一直十分关注物联网产业的发展，“最近3个月里，我在北京、无锡、上海、南京和深圳5个城市看的物联网企业不下50家，但真正实现大规模应用的企业还没有，但是这50家企业我投了4家，属于种子期投资，没有一家企业的投资金额是超过100万美元的。”秦邦云表示，目前他投资的企业的主营业务都只是物联网产业链中的一环，“目前还没有在中国看到物联网大规模运用或工程化的企业。”

2009年11月，浙江杭州也有一例物联网VC投资，但金额也不过是200万元。杭州中芯微电子是一家专业从事低功耗远距离射频识别（RFID）产品研发、产销的企业。该公司开发的安全警戒系统，主要应用于监狱管理。这个企业拿到了浙江一家本土VC的200万元投资。

事实上，倒是在物联网概念兴起前，有一批本土VC企业抓住了物联网企业的机会。以中小板上市公司、A股市场物联网概念企业龙头远望谷为例，在上市前，该企业就有3家VC企业布局，其中深创投是第三大股东，拥有582.972万股，上海联创永宣和上海仕博投资是其股东，分别持有192.4万股和96.2万

股。“物联网企业一定是要投的，哪怕国内没有成熟的企业，我想没办法就直接从硅谷找留学生团队回国干。”秦邦云表示。来源：上海证券报 2009-12-10

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部称将推手机绿色上网过滤技术标准

手机防黄软件属空白

针对手机涉黄问题，记者在采访中发现，手机上网防黄软件目前堪称空白。手机防黄更多地依靠电信运营商通过人工拨测的方式来过滤淫秽色情信息。就此，工信部总工程师苏金生日前表示，将联合运营商、相关技术厂商共同制定绿色上网、过滤技术标准。而在采访中，消费者尤其是家长纷纷呼吁，能给孩子健康上网、健康使用的绿色手机应加紧研发推出市场。

“电脑上网早就有防毒、防黄等软件，但是在手机上网，防毒软件有，防黄软件却难找。”日前，记者在中华广场采访了解到，基本上手机厂商、连锁渠道商的售后服务点都可以提供“杀毒”的软件，但就是很难找到手机防黄的软件。正是基于这种尴尬，工信部总工程师苏金生日前表示，将联合运营商、相关技术厂商共同制定绿色上网过滤技术标准。

手机上网涉黄，首先深受其害的是未成年人。因此，及时推出针对未成年人的“绿色手机”则应该是值得认真考虑的一种解决方案。只有两种功能，打电话、发短信，而且手机通信只能指向家长、老师等“特定人”的手机，这样的产品相信能够得到绝大多数家长的认同。

事实上，在英国、日本、韩国等国家，目前运营商已经推出了此类手机，一般被称为“儿童手机”，除了上述特色功能外，还具备自动定位功能，方便家长随时能找到自己的孩子。在国内，记者了解到，中国移动已经在重庆、珠海等地开展“学生手机”的试点。但该款手机是否具备上网功能目前并不确定。

据悉，重庆推出的“学生手机”具备四大功能，位置查询（方便家长及时了解孩子位置）；远程开、关机（孩子学习期间，家长可以远程开、关机，维护孩子良好的学习习惯）；避免打扰（为减少外界干扰，家长可设置该手机只能和限定的手机号码进行通讯）；亲情电话等。不过，是否可以管理手机上网则未明确。

同时，据中国科学院科技政策与管理科学研究所的李强介绍，“在美国用手机上网只有一个渠道，就是直接接入互联网的‘net’方式上网，这与电脑上网

几乎没有任何区别。而且美国的网络监管有一个举报打击反馈的机制，哪家运营商敢违背法律，将面临倾家荡产的罚款。”李强认为，手机、电脑统一用“net”途径上网，非常容易监管，谁违规、谁违法，政府相关部门有专门的网警，一查就能查到，可以非常有效地打击不法违规网站。如此一来，实现所有手机绿色上网也并不难。来源：广州日报 2009-12-09

[返回目录](#)

广电总局：无证视频网站将于年底前关闭

据央视新闻报道，根据国家广电总局的有关规定，2009年12月20号前仍然没有获得信息网络传播视听节目许可证的网站，将被作为无证网站关闭或禁止提供视听节目。

广电总局与工业和信息化部在2007年12月20号联合颁布了《互联网视听节目服务管理规定》，《规定》要求开展互联网视听节目服务必须持有广电总局颁发的“信息网络传播视听节目许可证”。两年来，获得许可证的网站已接近400家，所有的中央重点新闻网站以及绝大部分视听服务商业网站都已实现持证运营。

广电总局相关负责人说，目前无证网站主要分为两类，一类是具备开办视听节目服务基本条件，但没有主动申请许可证的；另一类是不具备条件而且传播违规视听节目的。无证违规网站一直以来都是有关部门严厉打击的对象。而对于那些具备条件而没有申办许可证的网站，如果在12月20号还没有主动申请补办许可证，也将作为无证网站予以清理关闭。

来源：新浪科技 2009-12-11

[返回目录](#)

工信部公布电子信息产业发展基金中标单位

12月2日，工业和信息化部发布《关于2009年度电子信息产业发展基金招标项目中标单位的通告》。2009年5月，部在《中国电子报》等媒体上发布了《2009年度电子信息产业发展基金招标项目通告》，公布了19个招标项目的招标文件，并接受企事业单位投标。根据招标通告的要求，在有效时间内，部共受理企事业单位投标书367份。6月18日-21日，部组织相关领域的专家分成12个专家组，认真审阅了各投标单位的标书，在此基础上进行了认真评审。

经电子信息产业发展基金项目审查委员会认真研究，确定了2009年度电子信息产业发展基金招标项目的中标单位。其中，北京和利时系统工程有限公司等中标实时数据库研发及产业化项目、南京中兴软创科技股份有限公司等中标软件即服务(SaaS)质量测评系统项目、中国信息安全测评中心等中标信息安全产品检测评估系统及资源库开发项目、成都高新投资集团有限公司等中标服务外包基地城市软件与信息服务外包公共支撑平台建设项目、厦门市三安光电科技有限公司等中标半导体照明器件研发及产业化项目、北京信威通信技术股份有限公司等中标宽带无线接入应用示范工程项目、青岛海信电器股份有限公司等中标平板电视一体化模组的研发及产业化项目。来源：中国电子报 2009-12-

[返回目录](#)

广电总局：被关网站不解决盗版不能重新开放

广电总局网络视听节目管理司相关负责人12日就关停“BT中国联盟”等网站接受采访时表示，整治互联网视听服务是一项长期工作，只要被关停网站不解决侵权盗版、传播低俗色情节目等问题，就不可能重新开放。

这位负责人说，近年来一些网站公开、大量地侵权盗版传播影视剧等节目，节目中还包含有大量的色情低俗内容，严重损害了青少年的身心健康和影视节目著作权人的权益，国际国内要求政府依法采取措施对这些网站予以查处的呼声非常强烈。“‘BT中国联盟’等网站就是存在上述问题的、专门从事影视剧等视听节目下载业务的网站之一，并且没有广电总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》，不具备从事互联网视听节目服务的资质。”

至于这些打版权“擦边球”的被关停网站申领许可证后是否可以重新开放，这位负责人说，根据《互联网视听节目服务管理规定》关于申领许可证的条件，网站在侵权盗版、传播低俗色情节目等方面存在的问题不解决，就不可能获得《信息网络传播视听节目许可证》，也就不可能重新开放。

这位负责人强调，落实《互联网视听节目服务管理规定》的各项规定是一项长期工作，因此对侵权盗版、传播色情低俗节目、未取得《信息网络传播视听节目许可证》擅自从事互联网视听节目服务网站的查处工作将一直持续下去。2010年还会进一步加大力度。来源：新华网 2009-12-14

[返回目录](#)

文化部关于改进和加强网络游戏内容管理工作的通知

各省、自治区、直辖市文化厅（局），新疆生产建设兵团文化局，北京市、天津市、上海市、重庆市文化市场行政执法总队：

近年来，我国网络游戏市场快速发展，在满足人民群众多样化精神文化需求、促进文化产业发展等方面起到了重要作用。但与此同时，网络游戏原创精品不足、产品结构单一、文化内涵较低问题严重制约了中国网络游戏的健康发展。特别是一些网络游戏企业受利益驱动，片面追求游戏粘着力，甚至以血腥、暴力、色情、赌博等低俗和违法违规内容吸引用户，给消费者尤其是未成年人身心健康带来不利影响。为切实改进和加强网络游戏内容管理，落实网络游戏管理责任，现就有关事项通知如下：

一、建立网络游戏经营单位自我约束机制

（一）树立正确的文化价值取向，提高网络游戏产品的文化内涵。网络游戏产品和服务承担着娱乐、审美、教育、交流等重要的文化使命和社会责任。网络游戏经营单位应当将社会效益放在首位，在游戏的研发运营中以社会主义核心价值观体系为指导，增强产品的文化内涵，大力弘扬时代精神和民族文化，为实现人的全面发展与社会和谐服务。

（二）改进游戏规则，调整产品结构。网络游戏企业要根据国家文化发展需要和市场走向，创新游戏规则，丰富游戏内容，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，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。

（三）专设机构人员负责产品内容自审自查。网络游戏运营单位要设立专门的内容自审机构负责游戏内容的管理，组织产品策划、研发、运营人员进行政策法规培训，提高相关人员的法律意识和社会责任意识。在网络游戏产品研发、申报、上线运营前对产品内容进行自审自查，保障网络游戏产品内容的合法性。内容自审机构的负责人应由经过文化部门培训的人员担任。

（四）健全企业负责人培训考核制度。文化部将制定《经营性互联网文化单位负责人培训考核纲要》，在两年内对包括网络游戏企业在内的网络文化企业负责人及研发、运营部门负责人进行培训考核，将国家的管理要求内化到企业管理之中。

二、完善网络游戏内容监管制度

（五）加强对进口和国产网络游戏内容的审查备案管理。文化部将进一步调整充实网络游戏内容审查机构和人员，完善网络游戏审查技术要求和工作流程，并根据网络游戏产品发展变化，修改完善内容审查细则。

(六) 实施网络游戏研发技术引导工程。制定技术标准, 建设游戏开发及工程管理规范, 为国产原创网络游戏提供必要的技术支撑, 带动国产精品网络游戏的研发生产。评选社会效益和经济效益良好的优秀网络游戏产品, 鼓励思想性强、趣味丰富、具有教育意义的网络游戏开发运营。

(七) 落实网络游戏经营主体属地管理。省级文化行政部门要对本行政区域内从事网络游戏经营活动的企业开展一次全面的梳理, 一是要实地检查其是否取得文化部核发的《网络文化经营许可证》、是否严格按照许可证载明的经营范围进行经营; 二是要实地检查网络游戏经营单位是否按照有关规定履行网络游戏产品审批或备案手续、落实内容自审制度、运营规范制度; 三是要加强对网络游戏经营单位经营管理人员、内容审查人员的政策指导, 分期分批开展法律法规和相关业务培训; 四是要严格审查申请从事网络游戏经营活动单位的资质, 在初审工作中加强注册资本及股东结构的审核, 对申请网络游戏经营资质的企业要在营业执照、章程以及股东证明材料、注册资金等方面加强审验; 凡不符合《互联网文化管理暂行规定》所要求条件的, 一律不予受理。

(八) 加强网络游戏产品内容的跟踪监管。省级文化行政部门要对本行政区域内网络游戏经营单位的网络游戏产品运营情况逐一进行网上巡查, 巡查内容包括: 网络游戏故事背景、情节语言、地名设置、任务设计、经济系统、交易系统、生产建设系统、社交系统、客服系统、对抗功能、角色形象、声音效果、地图道具、动作呈现、团队系统等方面, 产品内容不得含有《互联网文化管理暂行规定》或其他法律法规所禁止的内容。检查中发现的有关问题及时上报。

(九) 突出重点, 坚决封堵违法网络游戏。各省级文化行政部门和文化市场综合执法机构要重点查处以下违法网络游戏及其经营行为: 利用互联网对运营的网络游戏产品进行格调低俗的广告宣传和市场推广; 运营宣扬低俗、色情、赌博、暴力等内容的网络游戏产品; 未经批准, 擅自从事网络游戏经营活动; 提供未经文化部批准进口的网络游戏产品; 运营国产网络游戏产品未按规定备案的; 向未成年人提供虚拟货币交易、在用户直接或变相投入现金或网络游戏虚拟货币的前提下, 采取随机抽取等偶然方式使用户获取游戏产品和服务的; 非法提供网络游戏“私服”、“外挂”等。要积极会同通信管理、工商行政管理等部门, 落实对违法经营单位的行政处罚。同时, 将行政处罚和技术监管相结合, 对提供违法网络游戏的网站通过技术措施予以封堵。

(十) 加强管理与执法责任追究。各级文化行政部门和文化市场综合执法机构要落实管理责任制, 根据本地区网络文化市场状况配置专门力量, 加强互联网文化管理知识技能学习, 提升管理人员素质能力, 并将网络游戏管理作为工作重点纳入到对综合执法机构的考核之中。

三、强化网络游戏社会监督与行业自律

(十一) 完善社会监督制度。各级文化行政部门要建立学校、家长、媒体、社会紧密配合的综合治理机制,充分发挥网吧及网络游戏管理工作协调小组的重要作用,密切配合,形成合力,提升网络游戏监管水平。根据舆情和举报情况,定期组织教育工作者、消费者、有关部门以及新闻媒体等各方面代表对特定网络游戏产品进行评议,并将评议结果向社会发布。

(十二) 加强行业自律。加快筹建全国及地方网络游戏行业协会,建立和完善行业自律公约,引导网络游戏经营单位增强社会责任感,健全内部管理制度,自觉遵守法律法规和社会公德、职业道德,自觉为营造健康文明的网络文化环境作出贡献。

特此通知。 来源: 文化部 2009-12-14

工业和信息化部 国家发展改革委关于简化移动电话拨打长途电话资费的 通知

2009年12月8日,工业和信息化部、国家发展改革委印发关于简化移动电话拨打长途电话资费的通知。通知全文如下:

工业和信息化部 国家发展改革委关于简化移动电话拨打长途电话资费的
通知

工信部联通[2009]618号

各省、自治区、直辖市通信管理局、发展改革委、物价局,中国电信集团公司、中国移动通信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司:

为进一步推进电信资费改革,完善电信资费结构,工业和信息化部、国家发展改革委研究决定,自2010年1月1日起,简化移动电话拨打长途电话资费。现将有关事项通知如下:

一、移动电话在本地拨打长途电话时,将现行同时收取的本地通话费和长途通话费两项收费,合并为“长途通话费”一项资费。除IP电话外,移动电话在本地拨打国内长途电话、国际及台港澳长途电话,只收取合并后的国内、国际及台港澳长途通话费。

合并后的长途通话费的管理方式,继续按《关于调整部分电信业务资费管理方式的通知》(信部联清[2005]408号)的规定执行。

二、移动电话在国内漫游状态下拨打国际及台港澳电话时,只收取国际及台港澳长途通话费,不再同时加收国内漫游主叫通话费。

移动电话在国内漫游状态下拨打国内长途电话时，继续按《关于降低移动电话国内漫游通话费上限标准的通知》（信部联清[2008]75号）的规定执行。

三、各电信企业要按照以下原则对所有资费方案进行认真梳理。

没有对长途通话费优惠的资费方案，移动电话用户在本地拨打长途电话、在国内漫游状态下拨打国际及台港澳电话时，应直接取消本地通话费或漫游通话费，长途通话费按照电信企业向主管部门备案的、以每6秒钟为计费单位的资费标准进行计收。

已经对长途通话费优惠的资费方案，各电信企业应认真分析，在遵守与用户签订的服务协议的基础上妥善处理，合并后的长途通话费不得高于上限标准，也不得高于合并前相应的移动电话拨打长途电话的总体水平；已低于上限标准的，不得借机提高。

各电信企业需要变更资费方案的，应按照电信资费审批备案有关规定执行。同时，做好系统调整等相关准备工作，确保上述措施自2010年1月1日零时起执行。

四、各省、自治区、直辖市通信管理局和价格主管部门要按照各自职责分工，加强对电信企业落实情况的指导和监督检查，切实保护消费者的合法权益，上述措施落实过程中出现的新情况、新问题，请及时报告工业和信息化部、国家发展改革委。

来源：工业和信息化部 2009-12-11

[返回目录](#)

【国内行业环境】

产业政策重心偏向新兴产业

2009年，从国家出台的十大产业调整与振兴规划到温总理在《让科技引领中国可持续发展》报告中关于国家新兴战略性产业内容，国家产业政策发出了强烈的信号：通过信息化与工业化融合来进行产业结构调整、发展现代产业体系，我个人认为，这将是国家“十二五”行业信息化规划的重要内容。

在金融危机后，为了“保增长、扩内需”，国家确定了4万亿的投资计划。赛迪顾问一直在跟踪研究国家4万亿投资的走向，尤其是围绕着4万亿投资所带来的行业信息化投资，我们重点关注的是铁路、民航、环保、能源和医疗行业的IT投资。4万亿投资也带动了民航信息安全、环保污染源监测、智能电网、区域

医疗信息化等热点应用和领域。这是信息化应用的重要方向，也是很多 IT 厂商产品和服务需要重点跟踪和支持的方向。

在“调结构”方面，国家提出了十大产业调整与振兴规划，带动了信息化与这十大产业融合发展的机会。产业调整和振兴的核心是产业结构的升级，包括产品升级、市场升级、技术升级等多方面的优化升级。产业调整与振兴中一项非常重要的内容就是通过信息化与产业的融合，来带动产业的技术、产品、业务管理的优化升级和新兴产业的衍生。通过信息化与传统产业在技术、产品、业务与管理、产业等方面的融合，能够带动产业调整和产业结构的优化升级，能够使得信息化在产业结构调整和优化升级中发挥重要的主导型作用。这是国家十大产业调整与振兴规划带来的行业信息化的发展机会。

2009 年 11 月 3 日，温总理发表了题为《让科技引领中国可持续发展》的报告，提出“我国发展新兴战略性产业，具备一定的比较优势和广阔的发展空间，完全可以有所作为”。新兴战略性产业包括新能源、信息网络、新材料、生命科学、空间等。温总理在报告中特别提到了传感网和物联网的新技术。在物联网技术下，网络将是“普适”的网络，后台的应用、服务和计算应该以什么样的方式提供？现在，大家谈到比较多的是云计算。应用、服务和计算应该也是“普适”的、按需而得的，这就提出了对云计算数据中心和服务的要求。所以，CIO 们可能要换换思路，思考在物联网和云计算的技术趋势和背景下，未来五到十年后行业数据中心将沿着怎么的方向去发展，将来的信息技术部门将以什么样的形态来为业务提供服务？围绕“保增长”，4 万亿投资带动了行业信息应用的投资；围绕“调结构”，产业调整与振兴规划带动了信息化与工业化在技术、产品、业务管理和产业等方面的融合发展机会；围绕“促发展”，国家新兴战略性产业的技术研发和应用将带动行业信息化的新趋势。来源：通信产业报 2009-12-10

[返回目录](#)

台湾面板获准投资内地已无悬念

相关人士透露，根据目前收到的研究报告，多方已形成共识，台湾面板产业进入最新获准投资内地的行业名单已无悬念，这意味着台湾即将“松绑”面板产业赴内地投资，友达、奇美等终于可以进入拥有数千亿市场规模的内地面板市场。

中国电子视像行业协会旗下奥维咨询副总经理金晓峰分析，全球液晶面板市场正在向大尺寸转移，2010 年大尺寸面板市场增长率将达 12%。而在日韩面板厂商在华设厂、内地自有厂商踊跃投资高世代线的大背景下，台湾再不加快面板厂“松绑”，最后将沦为全球面板产业的“配角”。此前工信部副部长娄勤俭带领

内地信息产业团访问台湾时也曾强调，现在是合资面板厂赴内地投资最佳时机，敦促台湾开放面板产业“登陆”。

来源：北京商报 2009-12-09

[返回目录](#)

通信业如何调整产业结构转变发展方式？

有关专家近日在接受通信产业网记者采访时表示，电信业应抓住物联网纳入国家新兴产业规划的机遇，加快研发创新，将先进的信息网络与技术融入新兴产业发展当中，在新兴产业领域大显身手。

中国的宏观经济政策在保增长取得显著成效后去向何方？为期三天的中央经济工作会议为 2010 年经济发展定下基调，保持宏观政策的连续性和稳定性，注重转变经济发展方式和经济结构调整，注重推进自主创新，增强经济活力和动力。

12 月 8 日，工业和信息化部召开了贯彻落实中央经济工作会议精神专门会议。李毅中部长强调，工业、通信业要把调整产业结构、转变发展方式作为 2010 年工作主线。

更强调发展方式

中央经济工作会议提出，做好 2010 年经济工作，重点要在促进发展方式转变上下功夫，真正把保持经济平稳较快发展和加快经济发展方式转变有机统一起来。

发展方式是决定中国经济能否可持续发展的根本性问题。国家统计局中国景气监测中心副主任潘建成在接受《通信产业报》（网）记者采访时表示，国际金融危机使得中国经济发展过于依赖投资和出口等问题凸显出来，转变发展方式势必成为下一步工作的重点。

潘建成进一步分析道，发展方式的转变将为通信业带来新的发展机遇，尤其是 2010 年传统行业将面临大规模的技术改造升级，作为高新技术的代表，信息通信技术在传统行业改造中将起到关键作用。

从服务生活到服务生产

在促进增长方式转变的同时，优化产业结构也成为 2010 年我国经济发展的重点。中央经济工作会议强调，要优化产业结构，努力使经济结构调整取得明显进展。在促进经济发展方式转变上将发挥重要作用的信息通信业，如何进一步优化结构成为业界关注的重点。

李毅中部长指出，要抓好战略性新兴产业中信息网络的发展。加快推进 3G 的发展，加强 TD-LTE 和 4G 技术的研发和产业化。继续推动宽带接入、下一代网络等发展和推广应用。

在工业和信息化部电信专家委员会秘书长杨培芳看来，通信行业的结构调整与传统行业有较大区别，并非一般意义上的节能降耗和淘汰落后产能，而是信息技术服务领域重点的转变。杨培芳认为，在产业升级提速的大背景下，通信业要重点加强与生产和流通领域的结合，此前这是通信发展的薄弱环节。

以 3G 为例，杨培芳对记者指出，目前运营商的 3G 发展策略更多集中在语音和多媒体娱乐为主的个人市场，下一步应该下大力气促进 3G 在生产和流通领域的应用。从熟悉的个人生活，转向陌生的生产流通领域，短期内很难带来丰厚的经济回报。杨培芳建议，运营商应充分发挥成本曲线优势，着眼长远利益。

紧抓新兴产业机遇

从此次中央经济工作会议传递出的政策信号看来，进入“后危机时代”，人们的关注点从此前经济增长率的高低，转向经济增长的质量、效益和可持续性。

国家发改委产业经济与技术研究所高技术产业室副主任曾智泽在接受《通信产业报》（网）记者采访时表示，优化经济结构、提高自主创新能力是转变发展方式的重点，特别是要加快培育战略性新兴产业加大支持力度。

曾智泽强调，在物联网等新兴产业发展过程中，电信网络在标准设计、业务创新、平台支撑等方面有着特殊重要的使命和作用。电信业应抓住物联网纳入国家新兴产业规划的机遇，加快研发创新，将先进的信息网络与技术融入新兴产业发展当中，在新兴产业领域大显身手。

来源：通信产业报 2009-12-14

[返回目录](#)

2009 中国信息产业经济年会在北京举行

12 月 4 日，2009 中国信息产业经济年会在北京举行。工业和信息化部副部长娄勤俭出席了年会的“成功企业家之夜”活动并致辞。工业和信息化部总经济师周子学、软件服务业司司长赵小凡在会上分别做了题为《加快结构调整，促进中国电子信息产业健康发展》、《加快发展，积极扩展，务实开展软件服务业工作》的主题演讲。

娄勤俭在致辞中说，当前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。信息技术继续朝着数字化、集成化、智能化、网络化方向前进，孕育着新的重大突破，新的信息产品、服务需求不断衍生，信息技术产品升级换代速

度不断加快。从长远看，信息产业对于经济社会发展特别是对于我国调整产业结构和转变经济发展方式、推进节能减排、发展循环经济和绿色经济、促进可持续发展的重大推动作用将更加明显。

娄勤俭指出，当前经济企稳回升的态势虽然已经明朗，但基础尚不稳固。下一步，信息产业的发展要着力做好以下几个方面的工作：

一是着力完善产业政策。进一步落实《电子信息产业调整和振兴规划》的目标任务和政策措施，加强政策扶持，积极扩大内需。加大结构调整力度，鼓励和支持优势企业并购重组、整合资源、做大做强。完善投融资环境，鼓励企业推动资本、技术、市场等方面的互利合作。鼓励企业实施“走出去”战略，提升国际竞争力。

二是着力强化自主创新。加快实施科技重大专项，进一步支持集成电路、软件、新型显示器件等领域关键技术的发展。实施标准和知识产权战略，推进 AVS、网络电视等标准产业化进程，增强产业持续发展能力。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。

三是着力推进两化融合。大力发展工业软件，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，加大信息技术研发及应用力度，促进信息服务业与制造业融合发展。

四是着力培育新兴产业。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。积极推动传感网络、云计算、下一代网络等新技术发展，扩大软件网络化服务。

大会围绕“经济振兴与产业可持续发展”的主题，共同探讨在经济振兴的背景下，中国信息产业可持续发展的基本途径。“成功企业家之夜”还揭晓了“2009 中国信息产业年度经济人物”、“2009 中国信息产业年度经济事件”、“2009 中国信息产业年度新锐人物”、“2009 中国信息产业年度高成长性企业”等评选结果。来源：工业和信息化部 2009-12-09

[返回目录](#)

政策与创新双管齐下 国产高端软件首超洋巨头

毋庸讳言，在国外产品每年新技术、新版本频出、并已在中国市场形成事实上的领导标准这样的竞争环境下，国产软件目前仍然面临着跨国公司强大的竞争压力，缩小差距关键在内外兼修

金融危机所造成的相对机遇，政策利好不断助推，2009年或成为国产管理软件一个历史新起点。

近日，来自计世资讯数据，到2009年底，国产管理软件在中低端稳住自己的三亩地后，在国内高端的市场份额也将首超SAP、甲骨文、SUN等国际巨头，从而使国产管理软件在中国市场对国际厂商实现了全面超越。

国产高端软件领跑市场

长期以来，高端市场一向是国际知名厂商重兵之地，SAP、甲骨文的客户就集中于房地产、建筑、银行、证券、烟草、石化等大型企业、企业集团，但近几年随着用友NC、金蝶EAS、浪潮GS、DCMS易拓等产品越来越多赢得国内集团企业的青睐，国产软件在高端市场快速成长。目前国产管理软件品牌在国内高端市场份额已达49.2%，已形成与国际品牌分庭抗礼的竞争局面，一扫前些年用友、金蝶、浪潮等厂商“望高而不入”的郁闷。

据悉，用友收入结构正发生快速转变，2009年用友高端产品NC的增速将超过40%，U9的收入更是08年的9倍以上。浪潮软件也有超过60%的收入来自高端客户，在浪潮，上千万元的单子早已不鲜见了。

而近年，以软件业为代表的我国企业的并购势头更是迅猛，目前用友、金蝶、东软、浪潮一边在国际巨头们身边周旋合作事宜，增加技术平台的砝码，另一边不忘加紧圈地，内外收编行业性软件，加强了对欧美日市场拓展，从而也大大增加高端产品的收入比例。

计世资讯指出，国产软件在高端的发展大约经历了三个阶段：1998年开始摸索，当时国外厂商还占据绝对优势；2005年是一个转折点，国产产品相对开始成熟，并已出现不少成功案例，与国外厂商的距离逐渐拉近；而到2009年，国产高端软件的份额实现超越，竞争力相当。可以说，国产管理软件用了短短三五年时间走完的国外产品二十几年的路，取得了非常可喜的进步。

在中端市场，国产软件优势也非常明显，市场占有率高达83%，而低端市场，国内厂商更是横扫了90.4%的市场。虽然近些年SAP、甲骨文等洋巨头一直想要放下身架，全力俯冲抢占中低端市场，但由于长期客户认知度、市场策略狭窄，至今成效并不明显。

政策利多、自主创新是拉动国产软件的“两套马车”

国产高端软件全面改写“外来的和尚好念经”的历史、领跑市场，政策利好不断和企业自主创新是两大主因。

政府扶持与采购是世界各国通行的促进本国软件产业发展的基本策略，近几年我国制定了以投资拉动内需的战略方针，在各行业以增加政府投资的方式促进企业的发展，给国产软件带来了前所未有的发展机遇。

近些年，国内软件产业政策利好频传。从2006年开始，商务部等四部委就联合启动每年一次的国家规划布局内重点软件企业认定工作，为推动骨干和重点软件企业加快发展、提高国际竞争力提供了政策支持。2008年，《反垄断法》的正式实施，给当时处于外资巨头夹缝中的国内软件厂商带来了进一步发展的新曙光。

2009年2月，《电子信息产业振兴规划》获得国务院审批通过，此次信息产业振兴规划一大“亮点”就是引导各级财政投资的工程扩大国产电子产品、信息系统以及相关服务的采购比例，努力实施国产软件替代计划。这使国产软件在政府机关、国有大型企业采购中的优先地位得以确立，给国产软件业带来了巨大的商机。

而备受关注的“核高基”重大专项扶持政策也出台，将持续15年，每年专项资金平均投入规模将达到20亿元，加上地方配套资金后，每年投入规模将超过40亿元，软件公司将是最受益的企业。

2009年6月，工业和信息化部采取五项措施促进软件业进一步发展，其中之一就是支持钢铁、汽车、纺织、石化等重点行业将内设的优势软件和信息技术服务机构剥离，组建专业化的软件服务企业。这进一步提高国内企业的发包数量和规模，有利于行业应用软件企业获得充足的订单。

近期，商务部也深化一系列有利于软件出口和外包的政策，进一步完善软件出口和信息服务外包的政策指导体系。

总之，近些年国家相关产业政策频出，扶持力度加大，为提升国产软件自主发展能力、赶超国际品牌打造了良好的“软环境”。

时下国产软件能全面超越洋品牌，另一个主要原因就是除了保持与国外品牌在价格上的优势，国产软件也一直在产品定位、营销方式、支持服务等非研发范畴中培养能力，以创新来改变劣势，快速缩小了与国外厂商的能力差距，深度拓展应用领域，使国产软件进入了一个全新阶段，生机勃勃，快速增长。

打铁还需自身硬

中国政府一直支持国产软件，所以这几年超大企业客户的态度也在转变，愿意在一些相对小的项目或是二三级子公司里让国内厂商参与，给国内厂商一些机会。

“我们国内厂商应该抓住这样的机会，逐渐渗透，慢慢把这样的客户拿下来。对于这点，我们心里很清楚，急不得。”浪潮集团高级副总裁兼浪潮通软总裁王兴山表示。用友、金蝶的人士也表达了同样的想法，这个市场是要靠渗透，未来会是一个国内国外软件长期共存的市场。对于金字塔尖，国内软件厂商倒也十分清楚，这个坎一定要过。就像以前对于硬件产品的选择，只要是金融、银行等高

端客户，必选 IBM。好像选了 IBM 的产品就不会有风险，也不会承担责任。而经过多年的努力，国产的服务器和电脑都已经获得了客户的信任。

毋庸讳言，在国外产品每年新技术、新版本频出、并已在中国市场形成事实上的领导标准这样的竞争环境下，国产软件目前仍然面临着跨国公司强大的竞争压力，缩小差距关键在内外兼修。

一是国产管理软件侧重单点技术，尚缺乏系统的、全面的、一体化的解决方案；二是技术创新方面仍有差距，国产软件大都是基于国外软件成熟技术进行开发的，技术上滞后是国产软件与国外软件相比没有竞争优势的一个主要因素；三是软件研发体系仍较落后，国内软件商的人力、财力远落后于国外，开发体系也不健全，资金不够、人才不足；四是产品细分程度不够，很多软件企业做的软件是大而全、小而全，专业性欠缺。

国产管理软件企业应深刻地认识到：简单与国外软件拼价格，并不是制胜之道，想在竞争中求得更好更快的发展，必须靠自身产品过硬的技术和质量。国产软件只有进一步坚持自主创新，独辟蹊径，加大追踪最先进技术步伐，全面推进核心技术的开发与占有，建立独立自主的产业发展模式，拥有自主知识产权的高性能软件，从而掌握设计制造的主动权，并从广泛市场需求出发，立足中国市场，培养一大批实实在在的忠实用户，才能在国内外软件市场上占有一席之地，拥有自己的“话语权”和“定价权”，才能最终实现成为“世界级软件公司”的梦想。

来源：通信信息报 2009-12-14

[返回目录](#)

三大运营商表态 2010 年 1 月 1 日执行手机长话一费制

针对工信部和国家发改委近日发布的简化手机长话资费的通知，业内专家表示，实际上就是要实施手机长话一费制。对此，三大运营商均已表示，将尽快做好准备工作，有望于 2010 年 1 月 1 日实行。

实际上就是实施手机长话一费制

此前，关于漫游费一直是用户争论的焦点。自 1994 年开始，国内移动电话拨打长途电话，除收取长途通话费外，还叠加收取本地通话费或漫游费。2008 年，上述两部委发文将国内漫游通话费上限标准统一降至每分钟 0.6 元，解决了用户在漫游状态下拨打国内长途电话叠加计费问题。

此次，工信部、国家发改委于 12 月 11 日发布了《关于简化移动电话拨打长途电话资费的通知》，主要内容为简化移动电话拨打长途电话的资费结构，要求实行单一计费方式。

业内专家指出，这实际上就是要实施“手机长话一费制”，就是将基本费和长途费两项收费合一，在本地用手机拨打国内长途时“仅收取相应的长途通话费”。实际就是不再收取本地基本通话费。

以国内长途为例，按现行资费政策，未选择优惠套餐的手机用户在本地拨打国内长途，需支付每6秒不超过0.07元的长途通话费，以及每分钟0.05元到0.6元不等的本地通话费，合计每分钟最高为0.75到1.3元。简化资费结构后，只收取长途通话费，每分钟通话费减少0.05元到0.6元。

三大运营商表态支持

此次调整后，手机用户拨打长途实行单一计费，收费结构更为合理，三大运营商均已明确表示支持。

中国电信称，将按照文件精神，对涉及的资费方案进行认真梳理，做好相关准备工作。

中国联通相关人士对此称，“我们将按照两部委的要求执行，联通各地分公司将对所涉及的套餐资费作出调整，凡是与这个文件不一致的都调整到这个文件的规定里”。

中国移动称，将严格按照相关要求，加快计费和支撑系统改造，做好资费调整和客户服务等项工作，尽早简化移动电话拨打长途电话的资费结构，并推出更加物有所值的长途电话资费方案。

2010年1月1日实施没问题

工信部、国家发改委的文件规定，自2010年1月1日起，简化移动电话拨打长途电话资费。尽管离现在仅有十几天，但业内认为，三大运营商实施起来都没有问题。

中国电信已经表示，事实上，中国电信2009年新发展的绝大部分天翼客户的长话资费已经是单一计费方式。据悉，中国电信2009年5月已下发类似文件，要求做好准备。

此前，北京电信已经从11月1日开始执行手机长话一费制资费，也就是本地直拨长途资费实行一费制，不再加收本地市话费；漫游地直拨国际长途，收取国际长途费，不再加收漫游费。

北京联通之前的公告也显示，自2010年1月1日起，北京联通GSM网络全网客户拨打国内、国际长途实行一费制的计费模式。广东联通公司也于9月1日发布公告称，根据联通总部和上级部门的要求，其用户将于2010年1月1日起全面实行移动拨打长途电话一费制。

也就是说，实际上已有相当多的地方运营商已经实施或已做好准备实施手机长话一费制。来源：新浪科技 2009-12-14

【国际行业环境】

新亚信成全球第二大电信运营支撑系统提供商

国内两家通信软件企业亚信集团股份有限公司与联创科技国际控股有限公司共同宣布了一项合并计划，亚信将以超过 7 亿美元的资产并购联创科技，而合并后的新公司将成为全球第二大 BSS / OSS（电信运营支撑系统）提供商。

按照双方协议，此次合并，亚信集团将拿出 6000 万美元现金和 2680 万股定向增发的股票用以并购联创科技的资产。合并后的亚信联创控股有限公司年收入将达 3.6 亿美元左右，市值将达 18 亿美元，其中亚信和联创科技的股权比例分别为 64.2% 和 35.8%。

据了解，亚信是纳斯达克的上市公司，按照其目前股价计算，2680 万股股票的市值在 6.7 亿美元左右，加上现金，亚信的总投入超过 7 亿美元。而联创科技此前正在寻求在纽交所上市，而由于合并，联创科技的上市计划已经停止。

据亚信公司负责人介绍，合并后的亚信联创公司将拥有员工超过 8000 人，其中专注于电信软件研发、系统实施、现场服务的技术人员超过 7100 人。新公司将拥有十大研发中心，每年的研发投入将超过 3 亿人民币，在美国和中国注册专利（含申请中）达 61 项。合并完成后，亚信联创公司将成为全球收入和市值均第二大的电信 BSS / OSS 提供商。

根据最终协议，此次合并将在 2010 年第一季度末或第二季度早期完成。合并后亚信联创董事会有 9 名成员，其中，董事会执行联席董事长由原联创科技董事长兼首席执行官孙力斌先生出任；董事会联席董事长由原亚信董事长丁健先生出任；公司首席执行官兼总裁由原亚信首席执行官兼总裁张振清先生出任；公司首席运营官由原联创科技首席运营官黄锡伟先生出任。

亚信集团首席执行官兼总裁张振清表示，合并后的公司不仅将成为中国最大、最具实力的软件服务企业，更成为具有全球竞争力的民族通信软件和服务龙头企业。在发展国内业务的同时，新公司将寻求海外市场机会从而为公司带来新的增长动力。来源：京华时报 2009-12-09

越南颁布新法规：降低运营商互联互通费用达 30%

据国外媒体报道，越南信息通信部（MIC）已颁布新法规，将从 2010 年 1 月 15 日起降低越南运营商间互联互通费用。

根据新法规，越南全境的互联互通费用将降低 30% 左右，具体费用将依据运营商的市场份额来设定。

据 C114 了解，越南目前有近 9000 万人口，人口总数居东南亚第 3，居世界第 13 位。是继“金砖四国”后主要的新兴国家之一。近年来越南电信业发展迅速，截至 2009 年 10 月上旬，该国拥有 1.135 亿固话和移动用户，每 100 人拥有 132.5 部电话，移动用户占总数的 86.95%，不过其中活跃用户约为半数。

在移动通信市场方面，越南已拥有 8 家移动运营商在 2G 市场展开厮杀，其中军方背景的 Viettel、越南邮电集团（VNPT）旗下的 Vinaphone 和 MobiFone 以及越南电力电信公司（EVN Telecom）- 河内电信（Hanoi Telecom）联合体已在 2009 年获得由信息通信部颁发的 3G 牌照，正积极部署 3G 网络，并陆续推出 3G 服务。来源：中国通信网 2009-12-09

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

运营商在增值领域该如何作为

当下，仅仅凭借着强大的资本实力，运营商已经不能再在增值业务发展上获得太多的优势。如在信息门户的竞争上，没有一家运营商的增值信息服务门户用户规模能够超过新浪、网易等专业门户；在视频内容的提供上，电信运营商的片源也比不过迅雷、PPS 等视频提供商……总之，在分工日益精细化、术业有专攻的今天，仅仅依靠强大的资本实力、庞大的网络平台和大规模的终端客户，已经不能实现在增值业务领域的良好发展。

有人提出电信运营商应该专注于网络接入服务业务，从而获得高利润的发展。但纵观几大运营商均为上市公司，资本市场要求其实现高速发展，仅仅专注于网络接入和“通道”服务，虽然能够实现公司的稳步发展和稳定的现金流，但是绝对满足不了资本快速增值的要求，因此，除了多元化发展战略之外，增值业务和应用必定要成为电信运营商的发展重点。

电信运营商可以从几个方向寻求发展空间，以求得在增值业务领域的核心竞争力。

一是改变复杂的、同质化的增值业务竞争模式。打开电信运营商的信息服务页面，都无一例外的呈现出同质化、大众化的增值内容，但我们发现这些需要输入用户电信账号获得的内容，在其他的门户或网站上都可以免费获得，这样的增值内容注定不能获得长期的客户和利润，必须摒弃。

二是充分挖掘自身信息资源，打造差异化的信息内容。在运营商服务的过程中，已经产生了丰富的信息资源，如 12580、116114 等业务中会产生包括市政、生活方面的很多有用信息内容，这些内容的再利用，至少可以为运营商提供丰富的信息内容产品“原材料”，为运营商信息内容运营提供绝对的差异化基础。

三是提高对外部增值信息和应用的整合能力。电信运营商的用户、网络等庞大的数据库，为运营商提供了数据库营销的强大基础，无论是什么内容的增值业务，如果有消费群，基本上都会被包含在电信运营商的客户群中，因此，有效整合外部增值信息服务和应用，并与自身客户数据库中的客户进行匹配，必定可以取得良好的营销效果。

电信运营商要想在竞争中掌握主动，唯有坚持不断创新，从内容和形式上均是如此。来源：通信产业报 2009-12-09

[返回目录](#)

BOSS 企业争夺运营商三网融合百亿机遇

12月6日晚，BOSS（电信业务支撑系统）市场的前两名亚信集团和联创科技突然宣布合并，为此联创终于停止3天后的上市计划，一时间业界议论纷纷。

并不激烈的竞争

亚信虽然创立于1993年，被称为“中国互联网建筑师”，但真正进入BOSS领域，是在1998年收购德康之后。

当时，亚信以500万美元现金加上500万美元股票以及少量的期权，收购德康，使得这家以集成业务为主的公司，进入到运营商计费领域。2002年，亚信通过收购广州邦讯科技成功进入移动业务计费领域，一举成长为中国最大的BOSS提供商。

此后经过近十年的发展，亚信成功转型，成为专业BOSS提供商。在中国运营商业务支撑系统市场上，亚信是中国移动排名第一的解决方案提供商，联创则是中国电信和联通第一大提供商。除了这两家公司之外，国内电信解决方案市场的竞争者还包括神州数码思特奇、东软、华为、中兴、埃森哲等厂商。

神州数码思特奇公司负责电信行业的一位资深人士告诉 CBN 记者，由于运营商业务支撑系统属于定制化开发，一般从目标到内容都经常发生很大变化，因此华为、中兴等硬件产品提供商短时间内难以适应这种局面，在这个市场上真正做开发的只有亚信、联创、思特奇和东软等少数比较重要的厂商。

上述人士称，这几家厂商都有自己固守的地盘，总体的竞争不太激烈。“每家公司都有自己的地盘，虽然每个省都有 2000 万~3000 万元的收入，但一家公司想挤进另一家公司的地盘很难。”

这次合并，也使将于 12 月 9 日在美国纽交所上市的联创的上市计划戛然而止。据了解，最后的协议中，由亚信提供 6000 万美元现金和 2680 万股定向发行的新股，合计逾 7.3 亿美元转换联创科技的全部资产。

“我们本来可以通过上市募集到更多现金，但联创股东想的是未来，因此只要求了 6000 万美元现金和大量股票。”联创科技董事长兼 CEO 孙力斌说，联创的股东认为与其坚持小作坊发展的模式，不如合在一起，争取更多市场机会。

“现在我们是 3400 人规模，但即使发展 5 年我们的规模也不会超过 5000 人。”孙力斌认为，虽然在未来 5 年内中国电信解决方案市场仍有很大的规模，但由于每家公司都有自己的地盘，因此两家企业的规模都不会做得太大。

“国内专注于电信解决方案的公司要么进军其他 IT 服务领域，要么冲击海外市场，但亚信和联创在这两个方面都是后来者，难以独自与巨头们较量。”亚信集团 CEO 张振清接受 CBN 记者采访时称，与神州数码、东软等多元化的 IT 服务商相比，两家企业都有缺陷，因此只有合并起来，才有更大的规模，能够进军其他业务领域和海外市场。

三网融合的百亿市场机遇

电信重组和 3G 已经成为人们关注的热点话题。电信行业重组后，三大运营商业务从过去单一业务竞争转向全业务竞争，即一个运营商同时经营移动电话、固定电话、宽带网络等业务。三网融合还有很多 3G 新功能服务，已成为运营商吸引客户的重要手段。其实，这些业务创新的背后，离不开 IT 技术的支撑。

三网融合将手机、固话、宽带三个网络统一管理，相应的用户由过去需要三个账户变为一个账户，缴费也只需一个账单都解决了，这虽然大大方便了用户，但对后台管理来说并非简单易事，需要有一套系统让这三个网络实现无缝对接，这就是“全业务支撑系统”。除了全业务支撑系统，手机支付、手机电视等 3G 功能也受到广大消费者的关注。

在三网融合的大背景下，三大运营商的系统都面临改造升级的问题，这为未来五年的该领域解决方案厂商提供了发展机遇。

IDC 预计，2007 年～2012 年中国电信行业在 3G 增值业务、经营分析系统、客户关系管理系统、IT 服务管理系统等建设上将实现快速增长。2012 年电信行业 IT 解决方案整体市场规模将达到 193.5 亿元人民币。

“三网融合的所有营业性和认证业务，都要靠信息科技来支撑，将来会给电信 IT 服务提供商带来很大的增长。”张振清说。

来源：第一财经日报 2009-12-11

[返回目录](#)

AOL 与时代华纳正式分拆结束 10 年联姻

据国外媒体报道，AOL 和时代华纳正式开始分拆交易，结束了两家公司将近 10 年的联姻。

根据分拆协议，符合条件的股东每 11 股时代华纳股票将获得 1 股 AOL 股份。AOL 股份将从周四开始交易，将恢复两家公司合并之前的股票代码。但 AOL 目前的市值约为 25 亿美元，只有高峰期的 10%。

时代华纳与 AOL 在 2001 年正式合并，当时这笔交易被称为“世纪交易”——被认为是新旧两家媒体的成功联姻。但新媒体部门 AOL 的业务随后迅速趋于暗淡，主要是因为其一度强劲的拨号上网业务迅速被宽带所取代。而时代华纳旗下的电视和杂志业务也没能获得新发展。

虽然 AOL 旗下业务组合仍拥有科技博客 Engadget 等不少亮点，但 AOL 要实现网络广告营收取代拨号上网业务营收的目标仍有很长的路要走。

AOL 在拨号上网业务的用户群正不断缩小。2002 年，AOL 拥有 2600 万拨号上网用户，目前只剩下了 540 万人。不过，AOL 目前仍有 43% 的收入来自于这些用户。

AOL CEO 蒂姆·阿姆斯特朗 (Tim Armstrong) 周四将在纽约证交所敲响开盘钟声。来源：新浪科技 2009-12-10

[返回目录](#)

铁通今日一分为二：专网及人员划归铁道部

知情人士透露，15 日 18 时，铁通将正式拆分，其铁路通信网络调度的指挥权和管理权将移交铁道部，铁通公司的固话及宽带等经营业务仍为中国移动所有。另外，人随事走，铁通员工也将一分为二。

15 日下午 18 时交割

据悉，15日下午18时，铁道部与中国移动将就铁通专网进行交割。

截至15日18时，原本隶属于铁通的铁路通信网络调度的指挥权和管理权将移交铁道部。本次的业务划转将铁通公司一分为二，与铁路通信相关的业务划转至铁道部门，包括铁路运输生产专用电话、站车广播、铁路专用数据通信等业务；而铁通公司的固话及宽带等经营业务划分为中国移动所有。

此前，按照国务院批准的《国资委、铁道部关于将中国铁通集团有限公司铁路通信业务资产人员划转铁道部管理的请示》的精神，为保证铁路运输安全，促进我国铁路快速发展，铁道部与中国移动进行了磋商，将铁通公司的铁路通信的相关业务、资产和人员剥离，成建制划转给铁道部进行管理。

11月12日，中国移动通信集团公司对外宣布与铁道部就旗下中国铁通集团有限公司的铁路通信的相关业务、资产及人员正式划转铁道部管理达成协议。11月15日，铁路通信业务资产人员划转工作正式启动。

人员和资产将一分为二

中国铁通成立于2000年12月，员工7万余人，除开展铁通专网业务，也积极开展固定电话、宽带等公众通信业务。2004年1月，中国铁通由铁道部移交国资委管理。根据公开资料，中国铁通2006年的主营业务收入为155亿元。

2008年，中国进行新一轮电信改革。该年5月，根据几大部委公布的电信运营商重组方案，中国铁通并入中国移动，成为中国移动的全资子公司。

此次，中国移动已表示，这一举措“有利于铁路运输管理，有利于铁路专业化管理和技术进步，有利于与大规模铁路建设同步发展，确保铁通公司可持续发展”。

据悉，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。

此外，协议规定，与此次移交资产相对应的部分债务随资产一并划转给铁道部。铁通的员工也将一分为二，部分回归铁路系统，部分留在中国移动系统。来源：新浪科技 2009-12-15

[返回目录](#)

普天称 TD-LTE 天馈系统与基站设备不能割裂

在近日的第三届移动互联网研讨会上，普天信息技术研究院高级工程师吕伯轩在发言中表示，TD-LTE 天馈系统与基站设备不能割裂，天线厂家需要跟设备厂家紧密联系，才能建设更好的 TD-LTE 网络。

他说，首先，天馈系统是基站设备的射频延伸，不能完全将二者独立。LTE 系统存在多种传输方案，其性能与特定的天线配置有关。天馈系统以前都是天线厂家管的事情，基站是设备厂家管的事情，但是，在 TD-LTE 这样的情况下，天线厂家跟设备厂家要紧密联系才能建出更好的无线网络。

他同时表示，普天也会采用针对性的方案，比如说针对农村这种用户量小的区域网络，可以采用单流的方式，对于城区密集的环境，数据量会高，可以采用多用户多流的 MIMO 传输方案。

此前，作为国产 TD 四强之一的中国普天表示，其 LTE 设备推出进度正加快，与业内整体 LTE 推进进度匹配，2010 年可以进行较大规模的 LTE 网络试验，得到整网的实测数据，为后续的 LTE 组网提供重要参考。

日前，中国移动已宣布 2010 年世博会期间将建设全球首个 TD-LTE 试验网，覆盖 5.5 平方公里。对此，中国普天表示，新系统的商用是需要有特色业务来做支撑的，对于未来的 LTE 系统，普天将集中技术力量，针对一两种特色业务，比如视频、定位服务等，力争提供一套极具用户吸引力的演示系统，进行 LTE 业务特色的宣传。来源：新浪科技 2009-12-11

[返回目录](#)

AMD 称新产品和外包协议将使毛利提高到 45%

据国外媒体报道，AMD 预计，推出新产品和修订外包协议后，2011 年该公司毛利率将提高到 45% 以上。

在巴克莱银行举办的投资者会议上发言时，AMD CFO 托马斯·塞菲特(Thomas Seifert)表示，最近与英特尔达成的协议将有助于降低成本。根据协议，AMD 将能够外包更多的生产任务。

路透财经数据显示，分析师预计 AMD 2011 年毛利率为 43.1%。

塞菲特说，“我们与 Globalfoundries 的协议将与 2011 年第一季度到期，我们将不必再为没有使用的生产能力付费，毛利率将提高到 45% 以上。”目前，即使没有使用 Globalfoundries 的全部生产能力，AMD 也得为这些生产能力付费。

根据两家公司 11 月份达成的协议，英特尔向 AMD 支付 12.5 亿美元，了结双方所有法律纠纷。这一协议还为 AMD 向 Globalfoundries 外包更多生产任务奠定了基础。

塞菲特表示，AMD 将很快完成分拆 Globalfoundries 的交易。AMD 2009 年早些时候分拆芯片制造业务，与阿布扎比一家投资公司组建合资企业 Globalfoundries，并持有少数股份。来源：新浪科技 2009-12-10

【中国移动】

中国证券报：移动互联业务已成电信新增长点

用户规模 5 年内将超越传统互联网

中国移动集团副总裁李正茂日前预计，未来三年内，中国的移动互联网用户将超过电脑上网用户；五年内，移动互联网业务的规模将超过传统的互联网业务规模。移动互联网用户已达 1.92 亿

自 2009 年初 3G 牌照发放以后，随着 3G 网络建设的逐步完善，物联网，云计算，移动社区等各种前沿技术和应用在移动互联网平台上正在逐渐展开。

中国互联网协会理事长胡启恒透露，目前我国移动互联网用户达到 1.92 亿户，同比增长 62.7%。“移动互联网将成为未来互联网发展新的亮点和增长点，移动互联网将孕育出广阔的市场，并带来巨大的价值空间。”

移动互联网发展迅猛，手机在线聊天、手机视频等应用广泛，移动支付等新的增长点和发展模式不断涌现，移动互联网市场规模迅速增长。据统计，2008 年行业规模已经达到了 117 亿元，目前移动互联网已成为移动产业乃至整个电信业新的增长点。

工信部副部长奚国华 8 日表示，我国移动互联网行业有着良好基础，下一步应该大力推进产业链融合，尤其是基础运营商要把合作放在突出位置，提高整个产业链的积极性。奚国华也指出，我国有全球最大的移动通信网络，有全球最多的手机用户数，有全球最多的手机上网用户，移动互联网应该在全球居领导地位。

中国工程院副院长邬贺铨则指出，中国如果错过移动互联网的发展机会，未来再要花十年或者更长时间才能赶上。“互联网从诞生到现在 40 年，在物联网核心技术上，我们仍然没有摆脱受制于人的局面，在核心技术的掌握上我们与发达国家也有很大差距，移动互联网对我们是难得的迎头赶上的机会，对此我们要尽早准备。”

开启聚合服务时代

李正茂表示，移动互联网将开启聚合服务时代，这将极大地影响人们的生活、工作和娱乐方式，同时也会造就一个又一个数十亿乃至数百亿，甚至千亿级的大企业。

聚合服务是指聚集多领域的资源和能力，整合各种信息内容和应用，将不同主体提供的业务有机结合在一起，来提供给客户，从而满足客户多元化和一体化的需求，并为客户创造额外价值的一种新型服务。

业内人士认为，目前通信行业价值链的关键环节正从通信服务向信息服务转变，用户越来越渴望能够以统一的终端获得整合的全方位服务。当前，许多卓越的互联网公司已经迈向了聚合服务时代，谷歌公司聚合分布在世界各个角落网页，成为互联网行业的聚合者；苹果公司聚合八百多万首歌曲，成为音乐娱乐的聚合者。“这些聚合服务都超越了传统电信服务的范畴，跨越了多个行业边界，聚集众多业务需求，潜在的消费规模十分巨大。” 来源：中国证券报 2009-12-10

[返回目录](#)

中移动重金补贴 3G OPhone 各地厮杀争夺用户

据了解，中国移动上海公司（简称上海移动）近日启动 3G 版 OPhone 手机销售计划，自 12 月 10 日起正式上市 3G 版 OPhone，全球通用用户预存话费后可以享用一元购机优惠；其他品牌用户以零售价购机后，并获赠 3000 元手机充值卡及价值 1000 元的 LG 高档生活日化品礼包一份。

此前，中国移动在北京地区国内首次地上市 3G 版 OPhone 手机，并给予用户 3000 元手机充值卡补贴；此次上海移动则在资费补贴方面投入更大力度，给予高端的全球通用用户一元购机的优惠。

中国移动重金补贴 3G 版 OPhone

2G 版本的 OPhone 机型很早就有多家手机厂商已推出并上市，如多普达 A6188 已经在上海、广州等地区销售。

但值得注意的是，当时各地补贴不一，上海移动用户享受 1500 元话费补贴及 300 元的新业务资费补贴；在广东，中国移动用户可享受的补贴最高为 5000 元不等。

随着近期中国移动在北京、上海、成都等地区推出 3G 版 OPhone，并给予类似的话费补贴；种种迹象表明，随着 TD 终端产业链的进一步成熟，中国移动对 OPhone 手机预期将正式放在 3G 版本上，并为之出台新的配套资费政策。

北京移动：购 3G 版 OPhone 即送 3000 元

12 月 1 日，中国移动携手北京国美发布首款 3G 版 OPhone 手机 LG GW880，该机在北京国美的首销价为 5180 元。

在首销现场购买 LG GW880 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。

业内人士指出，3000 元的充值卡意味着中国移动首次对 3G 版本的 OPhone 机型进行话费补贴。

上海移动：3000 元补贴 预存话费一元购机

上海移动启动 3G 版 OPhone 手机销售时,针对不同用户群启动了两个相应的活动。

全球通客户可以参加预存 5000 元话费 1 元购机活动,上海移动全球通客户预存 5000 元,即可以 1 元的价格优惠购机,5000 元预存款自次月起按 20 个月返还,每月返还 250 元。

中国移动其他品牌用户可以零售价格购买 3G 版 OPhone,即可获赠 3000 元手机充值卡,以及价值 1000 元的 LG 高档生活日化品礼包一份。

成都移动:预存 5200 元可 0 元购机

在成都地区,中国移动则对 3G 版本 OPhone 实施预存 5200 元话费可以 0 元购机的优惠。

据悉,用户预存的 5200 元话费将以每月等额划拨 260 元到账,而用户也需选择全球通 288 元商旅套餐,且连续在网 20 个月。

除此之外,用户还可根据每月消费水平选择不同的补贴政策,根据每月最低消费 70 元、100 元、135 元三种档次,同样支付 4999 元就可分别获赠 1800 元、2500 元、3500 元的话费,购机花费则相应为 3199 元、2499 元、1499 元。

此外,现在购买 3G 版本的 OPhone 均可享受获赠 800 元移动充值卡和大礼包(送完为止)的优惠。来源:腾讯科技 2009-12-10

[返回目录](#)

中国移动弥补固话短板 无线座机市场争夺战提速

随着 3G 网络的全面铺建,国内 3G 市场的争夺战正不断升级。在固话领域,低资费的 3G 无线座机成为了电信运营商们圈地 3G 市场的利器。由于具备可收发、阅读短信、无线束缚、预存号码等功能,3G 无线座机逐渐成为了市场的新宠。

迪信通月销量将超 2000 台

根据迪信通最新统计显示,2009 年 10 月和 11 月,该公司 TD-SCDMA(国产 3G,以下简称“TD”)座机销量增长幅度均超过 30%。其中 11 月份,北京市迪信通 130 家门店已销售的 TD 座机数超过 1000 台。

据迪信通北京分公司总经理齐峰介绍,移动 TD 无线座机在细节上主要考虑到了中老年用户的使用习惯,按键大、数字醒目是此类产品的首要特点;其次,话机右侧分别设置了亲属图标快速拨号键。最后,话机还能够收发短信,并具有短信语音放送功能。该产品没有电话线,因此需要充电使用,一般待机时间为 7 天。

此外，资费标准较低也使 TD 座机具备较大竞争力，消费者只需预存 88 元话费，就可获得 200 元话费补贴和一台价值 450 元左右的 TD 固定座机，每月最低消费额度仅为 10 元，而每分钟通话费用仅为 0.12 元，并且接听免费，受到消费者的青睐。齐峰预计，2009 年年底随着 TD 座机技术的进一步成熟，生产厂家品牌、型号增加，迪信通 TD 座机销售将超过每月 2000 台。

规模效应降低运营成本

随着全业务竞争的展开，固定网络成为了中国移动的短板，但固网业务的重要客户恰恰是家庭和政企大客户，而 TD 无线座机的推出将为中国移动弥补这一短板。所谓 TD 无线座机，事实上就是用 TD 网络的无线固话，外形与普通电话机别无二致，无需外接电话线，插上定制的 SIM 卡就可以打电话。在中国移动此前推出的 TD 终端“3+1 方案”中，除了 TD 手机、TD 上网卡、内置 TD 上网卡的笔记本电脑，TD 无线座机也是重要组成部分。TD 无线座机支持 TD/GSM 两种网络，一方面让无线座机在 TD 网络未覆盖时保证语音通话质量，同时也可以随着 TD 网络覆盖后转化为 TD 用户，从而形成规模边际效应，降低运营成本。

根据中国移动向有关厂家发放的通知显示，2009 年中国移动将投入 4000 万元用于“TD 办公无线座机联合研发项目”，该项目已于 11 月 24 日启动 TD 办公无线座机联合研发项目招标。调查显示，在北京等大部分城市，中国移动采取了向全球通用户免费赠送的方式，而且资费与固话相比，相当具有竞争力。这有利于中国移动在稳定手机类用户的同时，加强在 3G 时代固话业务的发展。

有分析人士指出，迪信通的数据意味着消费者对于 TD 无线座机比较认可，中国移动本身在无线技术上有传统优势，并且凭借资费上的优惠政策，其在 TD 座机上拥有较好的发展趋势。

为抢市祭出免费旗

针对 TD-SCDMA 无线座机，中国移动日前在广州推出了全新的促销活动，全球通用户只要参加“存 600 元送 600 元”活动，即可免费赠送一部无线座机和 120 元话费。

广州移动表示，该地区 TD 无线座机月租分为 10 元和 30 元两种，用户必须签约在网使用 12 个月。因为有 120 元的赠送话费，如果用户选择 10 元月租实际上就不需要支付第一年的月租。此外，TD 无线座机的电话资费低于大多数手机套餐资费，与固定电话的现行收费标准基本持平。

中国移动北京公司 10086 客服人员告诉记者，在北京地区，用户办理 TD 无线座机当月无月租费用，拨打市话为每分钟 0.12 元，加拨 17951 长途为每分钟 0.22 元；从办理的次月开始每月收取月租费用 10 元并加送 50 分钟市话时长。同时，TD 无线固话还支持短信业务，资费为 0.1 元/条。

另据知情人士透露，除了中国移动，中国电信也有望于近期在北方地区进军无线座机市场，从而对中国移动形成一定的挑战。

来源：北京商报 2009-12-09

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信致力打造三屏融合业务

中国电信 IPTV 业务相关负责人在论坛上透露，截至 2009 年 10 月，中国电信 IPTV 已经覆盖 18 省（区 / 市），用户数达到 322 万，预计 2009 年年底可以达到 350 万；IPTV 成为中国电信“我的 e 家”及宽带业务的重要填充产品。提供的主要业务包括直播电视、时移电视、电视回看、视频点播、号码百事通类信息服务、休闲游戏、影像空间、视频监控等。中国电信的实践证明，视听类业务依然是吸引用户的主要业务，增值业务的发展潜力巨大，用户活跃度稳步提高，逐渐养成了使用 IPTV 的习惯，月平均开机率保持在 70% 以上，收视市场每天 4 ~ 4.5 小时；对宽带接入业务的填充价值逐步呈现，在互联网接入速率不断提高的情况下，视频业务成为用户的主要需求，IPTV 作为重要的应用产品填充，降低了用户离网率。但是问题仍在，与传统互联网海量内容相比，IPTV 提供的内容相对较少，业务的灵活性不足；同时，终端价格偏高，一方面提高了用户选择的门槛，另一方面增加了运营商补贴的成本压力。中国电信的实践证明，内容少、终端价格偏高，已经成为 IPTV 获得更快发展的最大瓶颈。

在中国电信看来，目前 IPTV 正面临难得的发展机遇。随着政策机制、内容应用和基础设施等方面条件的逐步完善，打造电视、PC、手机三屏合一的融合业务，已经成为 IPTV 发展的新机遇。在运营商全业务运营的条件下，将电视播放、视频通信、信息发布等服务同时覆盖到以 PC、电视和手机为代表的三类终端，将实现业务的广泛覆盖和模式创新。

视频应用正在驱动互联网流量发展，数据显示，2007 年 ~ 2012 年的视频流量年复合增长率达 41%，而到 2012 年，视频流量将占总流量的 50%。在这样的形势下，通信行业正以 3G 和固定宽带网络为基础，实现更广泛覆盖和更高速传输，实现多业务融合和多终端互动：视频通话和会议电视等现有业务在寻找市场启动点，视频监控面向电力、交通、安保、农业等各行业扩散，而 IPTV 在扩展规模的同时注重品质和业务丰富性提升。

相关部门正在大力推进三网融合工作，目标是实现广电和电信业务的双向进入，促进 IPTV、手机电视等融合型业务的发展；Web2.0 更注重用户的交互作用，

用户既是网站内容的消费者，也是网站内容的制造者，视频业务成为互联网上的最主要应用；TV2.0时代的到来，促使家电厂商开始自己做 SP 或者与 SP 合作；3G 时代的到来，带来了更高速的数据网络、低廉的业务资费、随时随地的接入方式，也带动了移动互联网业务的快速发展，无线上网、手机电视、邮箱、音乐、手机报、IM 等精彩纷呈，更使整个电信产业链模式发生变化，为三网融合带来新的机遇。因此，融合已经成为整个产业发展的热点和趋势，3G 或可成为三网融合的重要切入点。

在这样的环境下，中国 IPTV 业务将进一步稳定增长。承载网络将全面提速，光纤入户和光纤到楼将成为近期建设热点，8M 将很快成为 IPTV 接入的标准配置，并进一步向 20M 升级。目前面临四个发展方向：提高品质，随着高清节目的全面开播，IPTV 也将开通高清频道、并将机顶盒升级和更新；丰富业务，进一步开放 IPTV 增值业务接口，吸引更多的 SP 合作是 IPTV 下一步工作的重点，通过和互联网业务结合实现更多服务；IPTV 在目前家庭娱乐和农村远程教育之外扩展更多的应用领域，开展行业培训、广告宣传和影像发行等；扩展规模，中国的 IPTV 用户数在本年度预计将突破 400 万，广东、上海、四川、江苏将成为重点。

在新的融合趋势下，IPTV 发展面临新机遇。中国电信提出，要以融合为契机，发挥全业务优势，打造三屏融合业务，提升用户感知。重点实现三个共享：平台共享，以打造开放的、共享的平台为基础，引入各类多媒体内容并进行互动，以满足用户个性化的信息服务需求，提升用户使用活跃度；业务共享，利用全业务优势，打造业务体验一致的 TV、PC、手机三屏内容共享和互动的多媒体业务，形成差异性；营销资源共享，通过天翼、IPTV、互联网业务的组合和融合销售，满足全业务时代用户的一站式需求和无缝业务体验，增加用户黏着度。

中国电信认为，平台是支撑三屏融合产品的基础，关键是做好互动，包括用户互动（实现三屏用户业务账号的关联与共享，能进行融合套餐销售，实现 iWatch 三屏同看产品）、业务互动（实现三屏业务能力的关联和共享，实现业务内容的互通，提供三屏间 iPush 精彩内容推荐、iShow 视频分享等产品）和内容互动（实现三屏内容的关联和共享，用户内容观赏时的无缝连接，打造内容管理、内容使用、内容订购的统一化，实现位移电视、社区网产品）。中国电信将以更加开放的态度，与产业链各方合作，共同推进三屏及视讯产业的发展。根据合作方资源不同，分别提供内容合作型、产品合作型、运营合作型等多种合作模式。来源：人民邮电报 2009-12-10

[返回目录](#)

中国电信接收原卫通子公司中卫国脉获批

原卫通旗下子公司中卫国脉于 8 日晚间发布公告，中国卫通持有该公司的股份无偿划转已获得证监会批准，至此，原中国卫通电信业务的剥离和整合彻底结束。另外，据传，中卫国脉将剥离电信业务转行酒店与地产。

中卫国脉的公告称，证监会已就此事回复，核准中国电信集团公司因国有资产行政划转而增持其 200,764,934 股股份，导致中国电信合计控制其 211,773,976 股股份，约占其总股本的 52.76%。

此前，上述国有股份无偿划转事宜已获得国务院国资委的批准。中国电信通过无偿划转方式受让中国卫通所持有的中卫国脉股份，划转完成后，中国电信将成为中卫国脉公司的第一大股东。中国卫通不再持有公司的股份。

另外，据传，中国电信已经抛出了对中卫国脉的重组预案，包括资产出售和购买两部分。一方面中卫国脉将向中国电信出售与数字集群、综合电信销售、呼叫中心 and 增值业务、通信工程业务相关的资产和业务，整体预估值为 1.88 亿元，中国电信以现金支付对价。

另一方面，中卫国脉拟向中国电信下属企业——实业资产管理中心定向增发股份，以购买实业中心所持有的通茂酒店控股有限公司 100% 股权，通茂控股的预估值为 17.27 亿元。中卫国脉目前的总资产为 12.48 亿元。

这意味着中卫国脉将剥离电信业务转行酒店与地产，与之前业内预估的重组方向不同。来源：中国江门网 2009-12-10

[返回目录](#)

【中国联通】

联通未来五年向西藏投入 18 亿元

中国联通 6 日与西藏自治区政府达成战略合作框架协议，联通未来 5 年计划在西藏投入 18 亿元，全力支持西藏地区国民经济和社会信息化建设。

根据协议，西藏自治区政府与中国联通集团将在促进“三网融合”，推动信息服务产业链培育等领域开展深度合作。中国联通作为综合信息服务提供商，将充分发挥自身优势，积极引入合作伙伴，服务地方经济发展。加大对西藏电信基础设施的投入，开展电子政务、中小企业信息化、行业信息化、农村信息化等重点领域的合作，着力构建平安西藏、和谐西藏、小康西藏、生态西藏信息化网络。并充分发挥带宽出口、全光纤网络等后发优势，支持西藏信息化社会建设。

此前，双方就中国联通支持西藏的信息基础设施建设、推进国民经济和社会信息化工作进行了商讨。西藏自治区政府充分肯定了中国联通西藏分公司在维护西藏社会局势稳定、促进经济社会发展、保障应急通信畅通中所发挥的作用和做出的突出贡献。西藏自治区政府表示，将一如既往的加大对信息产业发展的扶持力度，全力支持中国联通在西藏投资建设，积极促进“三网融合”，积极推动地方企业与中国联通形成产业联盟。

来源：中国证券报 2009-12-11

[返回目录](#)

中国联通公开招募 3G 电子渠道合作企业

中国联通 12 月 10 日发布公告，开始面向社会公开招募社会电子渠道合作伙伴，并表示对于经营手机或数码产品且月均销量超过 5000 台的企业给予优先考虑。

据悉，此次招募工作由中国联通面向“运营成熟的网上商城”展开。中国联通要求，合作伙伴需有三年以上电子商务经验，要有成熟的电子商务主营业务商业模式，要有稳固的用户群和较高的信任度。

中国联通表示，合作伙伴要了解电信产品，并表示对于经营手机或数码产品且月均销量超过 5000 台的企业将给予优先考虑。

在业务经营范围方面，中国联通表示，合作初期只开放 3G 号卡、3G 定制手机、3G 上网卡、上网本、充值卡等销售，未来则将根据实际情况逐步增加代理业务的种类。

此前的 8 月，中国联通曾面向社会大规模招募 3G 销售合作企业。在上次的招募工作中，中国联通要求合作企业单店年均 3G 号卡销量不低于 1200 个，并表示优先选择经营手机或数码产品且月均销量超过 1 万台的企业。

中国联通曾表示，面向社会公开招募 3G 业务合作伙伴，将使 3G 业务快速推广，实现 3G 业务规模发展。

9 月 28 日，中国联通正式公布其 3G 网络运营政策，并宣布联通 3G 网络从 10 月 1 日起正式商用。10 月底，三款联通版 iPhone 手机在北京正式发售。根据中国联通的统计数据，截至 2009 年 10 月底，中国联通总用户数累计达 1.44 亿户，3G 用户达到 102.1 万户。来源：网易科技 2009-12-14

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴预测 2010 年 3G 概念手机将占市场半数

中兴通讯 TD 手机事业部总经理罗忠生预计，2010 年 3G 概念的手机将占中国手机市场的一半。

中兴 TD 终端销量是 2008 年 10 倍

关于 TD 终端，罗忠生透露，中兴通讯在 TD 领域的重点是手机，2009 年 TD 手机就有 8 款，中兴 TD 终端的销量是 2008 年的近 10 倍。

他表示，TD 无线座机目前卖得很好，中兴的 U110 在中国移动无线座机占了 80% 以上份额，现在基本供不应求，“任何产品如果你有创新，就会好卖。我前些天给老家我妈妈寄去一部 TD 无线座机，后来她就说去掉原来的固话座机”。

目前中国移动正在进行 TD 无线办公座机研发基金的招标。罗忠生认为，TD 作为我国拥有自主知识产权的 3G 标准，政府有义务采购 TD 办公座机，因为 TD 产业客观上还是脆弱的，需要扶持。当然，运营尚和 TD 企业要给用户好的产品。

Ophone 手机 2010 年推出

2009 年中兴 2009 年 TD 终端有 200 多万。罗忠生表示，中兴 TD 终端的重点仍是手机，中兴的 Ophone 手机 2010 年推出。

关于最近中国移动将与 RIM 公司合作引入黑莓 TD 手机，罗忠生说，现在可能还有些人对 TD 还是犹豫，但应该说国际厂商也认为 TD 的“故事”正在变真实。黑莓的加入就是它的阵营的壮大

他坦言，在 TD 手机方面，中国厂商肯定获得的机会多些。在 TD 商务手机上，黑莓也想在 TD 上分杯羹，黑莓将给别人压力，最主要是给三星压力，对国产 TD 厂商没有影响。

2010 年 3G 概念终端将占市场一半

“很多代理商认为手机市场 2010 年一半是 3G 手机。我认为应该是 3G 概念终端到 2010 年将占一半比例，”罗忠生如此说。

他认为，2010 年这种 3G 概念终端将在各种 3G 制式中出现。诺基亚在全球卖的都是 3G 手机，以前诺基亚卖到中国的手机都是把 WCDMA 模块去掉，但今后可能就不这样的，而是直接就是 WCDMA 手机，只是用户可以用它的 GSM 手机功能。目前中国一年换机市场是 1.2 亿。而且，2010 年 3G 手机售价水平会大大下降，

刺激用户购买。在用户换机的情况下，用户都会倾向于 3G 手机，因为 2G 和 3G 成本如果一样，价格一样，还不如买 3G 手机。来源：新浪科技 2009-12-14

[返回目录](#)

中兴华为等遭印度反倾销大棒 最高达进价 236%

对包括华为和中兴在内的中国通信企业来说，印度都是重要的海外市场之一，如今更已成为中兴的第一大海外市场。而这一市场也已成为全球竞争最激烈的电信市场，中国通信企业的拓展一直就是“如履薄冰”。而今，印度的反倾销大棒又开始砸向中国通信企业了。

14 日，有关媒体从商务部网站获悉，从 12 月 8 日开始，印度财政部宣布将对原产于中国的同步数字传输设备 (Synchronous Digital Hierarchy Transmission Equipment, SDH) 征收临时反倾销税，最高为产品进口价格 (CIF) 的 236%。

税率按照 SDH 产品进口价格来计算，各个企业的征税幅度各不相同。其中，烽火通信科技股份有限公司税率为 CIF 价格的 236%；上海贝尔股份有限公司税率为 CIF 价格的 29%；华为技术有限公司税率为 CIF 价格的 50%；其他中国企业（包括中兴通讯）税率为 CIF 价格的 236%。一家以色列公司在中国的子公司杭州依赛通信有限公司被按照 CIF 价格的 93% 征税。

这意味着，中国通信企业出口印度市场的 SDH 设备，成本和价格将至少提高近 30%，华为的成本增加了 50%，而中兴和烽火通信的成本增加了 2.36 倍。

有关媒体 14 日联系了华为和中兴两家公司，但双方均表示正在进一步了解情况，未就具体影响做出回应。

媒体了解到，印度有两家 SDH 设备生产商 Tejas 网络公司和 Measurement & Control 公司，由于受到了来自中国企业的竞争，对方认为，中国和以色列的 SDH 设备在印度市场进行廉价销售，损害了印度本国生产者的利益，因此于 2009 年 4 月，向印度商工部反倾销总局提出反倾销调查。

这是印度 2009 年对我国新发起的第三起反倾销调查。调查期为 2008 年 4 月~12 月。最后据印度商工部统计，2008 年 4~9 月，印度从中国进口的 SDH 产品价值为 2.43 亿美元。印度于 2009 年 9 月做出了肯定性终裁。相关税率从 12 月 8 日开始执行。

印度市场是全球最激烈的电信市场，价格战极其惨烈，这给中国设备商的利润情况提出了考验。每一个设备商都把印度电信市场提升到“第二个中国市场”

的地步，从2008年开始，印度电信市场的新增用户已经超过中国。而中兴每年在印度市场的销售额都在8亿~10亿美元左右。

让中国设备商颇受挑战的是，印度主管部门多次以各种理由阻挠中国设备商的产品进入，比如以“国家安全”为由禁止运营商采购中国设备商的产品，前不久又以限制签证的方式，要求大批持有“商务护照”的中国员工回国。

一位不愿透露姓名的中国设备商人士表示，这项政策对中国通信企业的影响还有待观察，影响程度取决于SDH设备在中国设备商出口印度产品中的比重，从目前来看，对于华为和中兴来说，这个比例都不算大。但不可否认的是，SDH设备是中国通信企业非常重要的一个产品类别。

就在前不久，华为和中兴刚刚宣布了印度市场的拓展计划。华为表示，2008年，华为印度市场营收为13亿美元，目前有4000名员工，华为计划在未来的18个月，在印度市场增加2000名员工。

中兴在印度也有1000多名员工，其中本地化员工接近90%，2009年已经是中兴进入印度十周年。中兴预计，未来2年，中兴在印度市场将实现利润和现金流的重大突破。来源：第一财经日报2009-12-15

[返回目录](#)

中兴通讯 TD-LTE 下行速率近 130M 达业界最高水平

近日，中兴通讯在广州演示了 TD-LTE 高速下载业务，下行速率 129.979Mbps，率先达到了 TD-LTE 技术下行速率的理论极限，为目前业界最高水平。中兴通讯全套成熟的系统设备参与了演示，包含 EPC 和 eNodeB 等，终端采用第三方终端测试仪表。

中兴通讯以强大的创新能力和产品化能力一直领跑 TD-SCDMA，凭借在 TD-SCDMA 领域丰厚的积累及持续投入，中兴通讯 TD-LTE 进展迅速。2009 年，中兴通讯 TD-LTE 在工信部、中国移动、沃达丰组织的 TD-LTEPoC（概念验证）测试中，创造了多项业界第一。2009 年 9 月，中兴通讯全球首家向 LSTI 提交 TDD IODT 测试报告，有力地推动业界和终端芯片厂家的互操作测试进程。

中兴通讯 TD-LTE 基于成熟稳定的 SDR 统一平台，基于平台的基站只需软件升级即可从 TD-SCDMA 工作模式升级至 TD-LTE 工作模式或者 TD/TD-LTE 双模，全面助力运营商网络平滑演进，节省投资。目前，中兴通讯 SDR 软基站平台已有超过 20 万套设备在中国大陆、香港、印度、智利等国家和地区商用。基于该平台的 2G/3G 双模基站获移动通信领域最权威奖项 GSMA Global Mobile Award 全球移动大奖提名。

2010年5月,中兴通讯将和中国移动共同在世博会新闻中心建设一个TD-LTE运营网络,为全球各地的记者及工作人员提供高速无线网络服务。迄今为止,中兴通讯已经分别获得Telstra旗下CSL、Telefonica、SingTel、中国移动等全球多家厂商的LTE项目,总数已超过10个,成为LTE市场重要的主导力量之一。来源:中国通信网 2009-12-11

[返回目录](#)

【华为】

报告称三季度华为 IMS 产品全球领先

全球市场研究机构 Infonetics Research 发布的《2009年3季度全球 IMS 市场份额和预测研究报告》显示,IMS 市场进入稳健发展期,华为 IMS 第三季度销售收入全球领先。

华为在 IMS 领域投入较早,迄今已6年,其 IMS 全球部署在08年的爆发式增长。2009年6月,国际咨询公司 Current Analysis 的产品解决方案竞争力评估报告中,华为 IMS 表现最佳,综合技术打分领先业界。

2009年11月初,华为率先发布了基于 IMS 的高清视频会议商用解决方案,可提供包括语音、桌面、高清/标清、华为智真等在内的多种会议能力,可帮助企业用户通过多种接入方式参与虚拟会议。同月,华为与全球领先运营商沃达丰在意大利米兰开创了核心网联合实验室,共同研究推动 IMS 技术发展,并将 IMS 创新应用领先推向市场。

截止09年第三季度,华为 IMS 解决方案在全球已拥有105个商用和试验合同,大规模服务全球领先运营商,包括德电集团、法电集团、Telefonica、Vodafone (罗马尼亚)、SFR (法国)、COX (美国)、ETISALAT、STC (沙特)、Vimpelcom (俄罗斯)、Telmex (墨西哥)、Telecom (阿根廷)、中国移动、中国电信、TM (马来西亚)等。来源:新浪科技 2009-12-09

[返回目录](#)

全球首个 LTE 商用网络今起运营 由华为承建

华为与北欧及波罗的海地区最大的电信运营商 TeliaSonera 今日联合宣布,由华为承建的全球首个 LTE (长期演进技术) 商用网络今日在挪威奥斯陆正式运营,为终端用户提供高达 100Mb/s 的下行速率,约为现有普通 3G 网络速率的十倍。这标志着全球下一代移动通信技术从今日起走进现实, TeliaSonera 在奥

斯陆的用户有望成为全球最早体验下一代移动通信技术的幸运儿，当地人们通过这张商用 LTE 网络能够享受移动环境下的高清视频通话、高清视频点播、极速网上冲浪等，几分钟内下载一部电影，下载一首 MP3 音乐在数秒内瞬间完成... 这些业务要求移动网络所必须具备的大容量、高速率和低延迟等特性，目前只有 LTE 技术才能实现。

华为提供的端到端的 LTE 商用网络解决方案包括基站、核心网、运营支撑系统、网络规划和实施等。

华为欧洲区总裁余承东说：“这是世界移动通信史上最重要的时刻之一，必将载入通信教科书。通过与 TeliaSonera 的合作，华为将全球最先进的移动通信技术引入奥斯陆，为当地的人们提供沟通便利。”

来源：新浪科技 2009-12-15

[返回目录](#)

华为预测移动通信业趋势：2014 年移动用户 58 亿

“目前全球移动用户数已达 46 亿，预计 2014 年将达 58 亿。”在的 2009（第三届）移动互联网大会 TD 分论坛上，华为无线部资深研究专家万蕾介绍华为对未来移动通信产业发展趋势的预测时如此表示。

她指出，在移动通信产业用户数激增、个人化的多媒体业务、数据业务比重持续增长及“无处不在”的趋势下，将对下一代移动通信网络提出多重挑战。CoMP（多点协作传输）对运营商应对挑战尤为重要。

华为预测移动通信产业 4 大趋势

“基本上所有移动系统的演进革新都是由业务需求演进的趋势出发的，未来主要呈现 4 方面趋势。”万蕾表示。

据华为预测，2014 年全球移动用户数将达 58 亿，届时手机普及率将达 67%。同时，个人化多媒体业务大发展，除语音外所有互联网上业务，如邮件、电视、游戏等，用户都希望在移动终端得到同样的服务。

华为还预测，在移动业务中数据业务将占有越来越重要的位置。万蕾介绍称，语音业务、数据业务带来的税收和效益近年来基本上达到持平；预计 2007 到 2012 年，数据业务量将增长 100 倍。

此外，用户希望移动通信“无处不在”，“我们的用户希望在全网覆盖情况下，无论是室内还是室外，无论是低速还是高速，哪怕是在汽车上、高速铁路上，都能获得私密性的个人化多媒体业务。”

多天线多小区协调技术尤为重要

基于这些趋势，华为认为下一代移动通信网络需面临来自高带宽、高频谱效率、低时延、节能环保等方面的挑战。

万蕾指出，为应对挑战移动网络架构要进一步演进，在空口方面需要提供演进的解决方案。并且为了增加载频效率，多天线解决方案尤为重要。特别是对于TDD，基站端利用上行的导频信号可以估计出信道的条件，规避干扰、提高性能。

基于多天线的 CoMP 具有多重优势，包括能够增强覆盖、显著提升用户感受到的比特速率，减小切换时延、改善移动性，以及降低基站发射功率从而实现绿色网络部署。

“从 4×4 到 8×8 ，我们有了更多天线，需要有标准制定更好的解决方案，以将这些技术应用起来。”她强调称。据介绍，华为已提出了一些解决方案，通过多天线技术、通过接收端接收分级或者发射分级来提高多小区蜂窝网的效率，其宗旨是希望未来始终可以支持多天线多小区协调技术。来源：中国通信网
2009-12-10

[返回目录](#)

印度 BSNL 第 3 次撕毁与华为合同 不接受附加条件

煮熟的鸭子又飞了！

仅一个月时间，华为在印度国有运营商 BSNL 获得的 20 亿美元订单泡汤。12 月 7 日，BSNL 突然宣布，因无法接受华为提出的附加条件，取消此前授予华为价值 20 亿美元的采购订单。据了解，华为在 BSNL 9300 万线的 GSM 网络全球招标中竭尽所能击败对手，最终与爱立信分羹。

BSNL：不接受附加条件

11 月 8 日，BSNL 宣布将其印度南部地区价值 20 亿美元 2000 万线移动通信设备的采购订单授予华为。而一月后，BSNL 突然宣布取消该合同，这一举动令业界大为震惊。

胜券在握的华为，为何在最后阶段却被踢“出局”？

BSNL 方面表示，“由于订单是在双方经过详细谈判后签订的，因此 BSNL 不会接受附加条件，况且作为一家印度的国有企业，我们没有理由接受这样的附加条件。”不过，BSNL 方面并未透露华为提出的附加条件内容。

12 月 9 日，华为方面向《每日经济新闻》记者表示，对此事件不予置评。

有华为内部人士表示，此事较为敏感，目前正在内部了解，暂不愿透露具体情况。有分析指出，华为的附加条款，最有可能是在支付方面的一些附加约定。

据称，近年来，华为在较为强势的新兴市场采取稳健的付款方式，以期获得更好的现金流。华为对 BSNL 提出的附加条款，很可能是在付款条件上的强势附加要求。

BSNL 三次毁约

这已经是 BSNL 第三次撕毁华为的合同。

2009 年 5 月 19 日，BSNL 宣布将价值 15 亿美元的印度西区 1800 万线 GSM 网络建设合同从华为手中收回，转给法印合资公司阿尔卡特 - ITI 公司。不久后，BSNL 又决定将本由华为和爱立信共同分享的东区合同全部交由爱立信负责。BSNL 对两次合同的出尔反尔与华为印度“安全门事件”不无关系。此次，同样有业内人士指出，印度政治方面的微妙因素仍在起作用。

公开资料显示，在 BSNL 总规模达到 9300 万线的 GSM 网络全球招标合同中，将在东部地区采购 2500 万线设备，西部地区 1800 万线，南部地区 2000 万线，北区 3000 万线。原本华为获得西区、南区，并与爱立信共同分享东区合同，不过，经过 BSNL 三次对华为合同的撕毁，华为在印度的订单已尽失，爱立信无疑成为华为印度惨败之后的最大赢家。

来自市场调研公司 Dell' Oro 的统计数据显示，截至 2009 年第三季度，华为的市场份额已从 2008 年同期的 11% 上升至 20% 左右，按市场份额计算，已是电信市场第二大移动设备商。爱立信方面，尽管利润出现骤减，但市场份额仍保持在 32% ~ 33% 之间，与华为仍保持较大竞争优势。

此前，华为重申其 2009 年将实现 300 亿美元销售额的目标，但印度订单的得而复失，或许会令其这一销售目标受阻。

来源：每日经济新闻 2009-12-10

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚将关闭美国两家旗舰店

据国外媒体报道，由于在美国市场的发展遭遇困境，诺基亚将关闭两家位于美国的旗舰店。

诺基亚表示，由于该公司将零售战略进行了调整，将着重与美国本地的运营商和零售商展开合作，因此决定关闭位于纽约和芝加哥的两家旗舰店。

自从诺基亚 CEO 康培凯 (Olli - Pekka Kallasvuo) 2006 年开始执掌公司大权以来，提升美国市场的地位就成为重中之重。然而，自那以后，该公司在美

国地区的市场份额却已经被侵蚀到不足 10%。全球来看，诺基亚的市场份额却将近 40%。

诺基亚还将关闭位于英国伦敦和巴西圣保罗各一家旗舰店。自从 2005 年 12 月在俄罗斯首都莫斯科开办了首家旗舰店以来，诺基亚已经在全球至少拥有 11 家旗舰店。

市场研究公司 CCS Insight 研究总监本·伍德 (Ben Wood) 说：“这证实了诺基亚的零售战略转型，该公司未能成功复制苹果零售模式。”

来源：通信世界网 2009-12-10

[返回目录](#)

诺基亚：两年内成为全球第一 TD 手机厂商

上周末，在诺基亚“2009 年诺基亚中国开发伙伴峰会”上，诺基亚全球副总裁邓元鋆表示，诺基亚今后不再只是一家手机制造公司，而转型为一家移动互联网公司，将致力于为用户提供掌上的移动互联网服务。

2009 年 12 月 9 日，诺基亚上海联新成立合资企业，该公司将提供诺基亚的互联网业务服务。邓元鋆表示，成立合资公司的目的就是要建立一个可以提供诺基亚 Ovi 软件商店的本土化服务平台。

2009 年 5 月，诺基亚先后在全球 180 多个国家和地区启动 Ovi 软件商店服务。10 月中旬，诺基亚也顺利启动了中文版的 Ovi 商店试商用服务。2010 年 Ovi 商店将在中国市场正式推出。邓元鋆表示，“正式商用后，诺基亚会与软件开发者们至少是国际惯例的三七分成。”

此外，诺基亚表示两年内要发展成为中国 TD 行业的领导者，成为全球第一的 TD 手机厂商。来源：新京报 2009-12-14

[返回目录](#)

诺基亚携手上海联新建立移动互联网合资公司

诺基亚宣布与上海联和投资公司旗下的上海联新合作，携手成立一家合资公司——诺基亚联新互联网服务公司。诺基亚和上海联新分别占合资公司 50% 的股份。合资公司旨在为中国用户提供丰富的移动互联服务，并推动本地移动应用和服务生态系统的发展，为开发伙伴提供更好的平台。

上海联新是上海联和投资有限公司 (SAIL) 的子公司, 侧重于投资具有持续发展能力的成长期项目, 主要关注的领域包括电信、媒体、技术、新能源、环保医疗及制药、现代服务业等。

诺基亚联新互联网服务公司将于 2010 年 1 月正式运营, 并将达到约 80 人的规模。

诺基亚执行副总裁 Niklas Savander 表示: “中国是世界上最大的移动市场, 同时也是最大的互联网市场。随着诺基亚移动互联服务战略在中国的推进, 合资公司的建立将帮助我们为消费者提供契合本地需求的、引人入胜的移动服务。”

“与联新的合作将为我们提供最佳的平台和经验, 提供一系列 Ovi 服务, 同时使我们能更好地与本地的开发伙伴合作, 把丰富的应用推向市场。”

上海联新董事长曲列锋博士表示: “我们很高兴与诺基亚建立合资公司。我们丰富的本地经验和知识与诺基亚全球资源的结合, 将使合资公司能为中国的消费者带来最佳的服务体验。” 来源: 新浪科技 2009-12-11

[返回目录](#)

诺基亚合资公司下月运营 互联网服务落地中国

在中国市场的大门前徘徊了许久之后, 诺基亚终于为互联网服务在中国的落地找到了一个突破口——成立合资公司。

诺基亚宣布正式与上海联和投资有限公司旗下的上海联新合作, 携手成立一家合资公司——诺基亚联新互联网服务公司。诺基亚和上海联新分别占合资公司 50% 的股份。

上海联新是上海联和投资有限公司 (SAIL) 的子公司, 侧重于投资具有持续发展能力的成长期项目, 主要关注的领域包括电信、媒体、技术、新能源、环保、医疗及制药、现代服务业等。

诺基亚联新互联网服务公司将于 2010 年 1 月正式运营, 并将达到约 80 人的规模。通过成立合资公司, 诺基亚的互联网服务终于能够落地中国, 特别是 Ovi 服务获得了正式的身份。

诺基亚执行副总裁 Niklas Savander 表示, 中国是世界上最大的移动市场, 同时也是最大的互联网市场, 合资公司的成立将有利于诺基亚移动互联网服务在中国的推进。

诺基亚早在 2006 年左右就提出了转型互联网的战略, 并于 2009 年 5 月, 正式在全球推出了移动互联网门户 “Ovi”, 但推进过程并不顺利。

以中国为例，按照中国主管部门的要求，在中国提供互联网服务必须获得工信部批准的互联网信息服务许可证，简称 ICP 牌照。规定还表示，外资企业不能在中国独自提供互联网服务。

这使得进入中国的互联网公司大多采用与国内公司合资的方式，比如：雅虎与阿里巴巴的合作，谷歌与赶集网合资，然后再以合资公司的身份去申请 ICP 牌照。也是因为同样的原因，诺基亚的 Ovi 业务迟迟无法在中国落地。

在这期间，诺基亚不得不采用与中国移动的 Mobile Market 合作的模式，采用“店中店”的方式提供服务，Mobile Market 中有诺基亚的服务专区。但这显然与诺基亚转型互联网的战略之间还有距离。成立合资公司终于让这个问题得到了解决。

诺基亚软件与服务部副总裁黄伽卫在上个月表示，Ovi 用户增长非常迅速，每个 Ovi 用户至少会下载 7 个软件应用，而且注册用户的增长也非常快，其中 8 月的注册用户总数达到了前两个月总和的 2.5 倍，而 9 月比 8 月又增长了 90%。

在成立合资公司之前，诺基亚已经于 2009 年 10 月推出了 Ovi 的中文试用版，其中包括 1000 多个应用，大多数为免费。按照合作方式，诺基亚与 Ovi 业务的提供者将按照国际惯例进行三七分成。

来源：第一财经日报 2009-12-10

[返回目录](#)

【其他制造商】

国内电信设备商争抢印度 3G 先机

经过 10 年耕耘，中兴和华为都将印度市场培育为自己最大的海外单一市场，经过“国家安全”、签证等重重考验之后，这两家国内的通信设备商即将完成在印度市场的助跑，开始进入全面发展阶段。

印度已成发展最快的电信市场

印度人口众多，且高度密集，发展移动通信拥有先天优势，目前已被西方各设备商看做世界上最后一块移动通信的风水宝地。

有关数据显示，印度拥有仅次于中国的 12 亿人口，但截至目前印度的移动通信普及率仅为 42%，其人口比重中 15-64 岁的高消费力人群超过 62%，使得印度电信市场极具潜力，从 2008 年起，每月约 1500 万的新增用户数，则是最好的数据证明。印度已经超过中国成为发展最快的电信市场。

开放的电信政策，使得印度拥有 13 家电信运营商。运营商彼此间激烈的市场竞争，给全球通信设备商带来巨大机会，即将到来的 3G 建设大潮，更是吸引全球所有主流电信设备厂商前来角力。

西方设备商纷纷加快圈地步伐

目前包括爱立信、诺基亚西门子、阿尔卡特朗讯等主要设备商都加快了对印度的圈地。作为全球第一通信设备商，爱立信在 2005 年就加大了在印度市场的投入，先后在印度兴建了制造厂、研发中心和全球服务中心。

诺基亚西门子由于受金融风暴和重组的双重影响，在印度市场收入缩水，但印度仍是诺基亚西门子最看重的四大市场之一。诺基亚西门子于 2009 年 7 月任命了新的印度片区主管，并将重点放在提升市场占有率，尤其是未来的 3G 市场占有率。

阿尔卡特朗讯则是将印度作为摆脱困境的希望，数据显示，在 2009 年第三季度，阿尔卡特朗讯亚太地区收入已占其全球总收入的 19%。近日，阿尔卡特朗讯亚太区总裁 Sean Dolan 表示，亚太地区仍将成为公司收入增长的主要推动力。

中国设备商已占 1 / 3 印度市场

1999 年，中兴和华为同时踏进印度市场，经过 10 年辛苦培育，凭借价格优势和不断提升的产品质量与专业服务，收获颇丰。2009 年，中兴和华为在印度的收入之和已经占据印度市场的 1 / 3。

中兴近年来在印度表现不俗，每年均实现 30% 的增长。根据此前的媒体报道披露信息以及中兴公布的 2008 年财报显示，其在印度实现营收约 7 亿美元，占据其所有海外收入的 23%，成为其无可动摇的第一大海外市场。

另一家中国设备商华为已进入印度七大运营商的高价值区，2008 年在印度的收入也已占据其海外收入的 6. 1%。随着 BSNL 大单的最终敲定，华为 2009 年在印度市场的收入将更加可观。

虽然印度 3G 发牌时间一再拖延，但发牌之日将不再久远。孕育印度未来 1 亿新增用户的农村电信市场，也将给具有良好设备品质和响应速度的中国通信设备商更多的竞争机会。来源：北京商报 2009-12-09

[返回目录](#)

摩托罗拉分拆手机业务 转型移动互联网

在沉寂了大半年后，摩托罗拉终于在中国市场启动到了反攻战役。上周末，摩托罗拉联合中国移动在京发布了其首款 TD 制式的 OPhone 手机。摩托罗拉副总

裁、移动终端事业部国际业务部总经理 JohnGherghetta 在接受本报记者采访时直言，中国市场是摩托罗拉手机业务在全球最重要的市场之一，今后两年中将会持续投入重兵。

同时，在成功完成了技术平台缩减并有效控制了成本之后，摩托罗拉将重点出击移动互联网市场，并且重新加大营销推广的力度，重树摩托罗拉在中国以及在全球市场的品牌。

加速转型移动互联网

在连续亏损了将近两年的时间后，最近的两个多月里，摩托罗拉的好消息不断。首先是三季度财报终于实现了 1200 万元的盈利，虽然手机业务单计仍然亏损，但是 JohnGherghetta 表示，得益于技术平台缩减战略，手机业务的亏损正在不断缩小。而且在过去的两个月里，摩托罗拉连续发布了 4 款“颇具市场竞争力”的中高端智能手机，其中使用谷歌 Android 系统的 Droid 智能手机更是取得了市场广泛好评，这为摩托罗拉手机业务正在进行的向移动互联网战略转型提供了有力的产品支撑。

对于中国这个摩托罗拉最重要的市场，摩托罗拉也丝毫不敢忽视。在经过了几个月的筹备后，使用中国移动 OPhone 平台的 TD 高端智能手机 MT710 正式上市。值得一提的是，该款手机集成了摩托罗拉此前在美国发布的 MotoBlur 网络服务，这意味着摩托罗拉在调整终端产品架构的同时，也开始了进军移动互联网服务的实际操作。对此，JohnGherghetta 表示，相信凭借摩托罗拉几十年来在移动终端上的深厚技术积累和日渐清晰的市场定位和发展目标，未来几年里，摩托罗拉一定能够重振雄风。至于在财务方面，JohnGherghetta 则称，现在还无法预计摩托罗拉手机业务 2010 年什么时候能够正式扭亏，但是随着 2010 年 20 多款智能手机的强势发布，这个过程肯定会大大加快。

目前各方势力都对于移动互联网终端市场高度看好，全球五大 PC 巨头也都纷纷涌入了手机市场。对于这些新进入的强劲对手，JohnGherghetta 在接受记者采访时表示，不方便直接评论对手，但是摩托罗拉并不惧怕竞争，而且有信心借助领先技术和丰富经验获得理想的市场份额，“在市场上能否成功的关键还是要看谁能更好地满足消费者不断变化的需求的。”

分拆计划暂不作改变

在摩托罗拉手机业务遭遇危机之初，其内部就传出了分拆手机业务和系统业务的呼声，不过一场突如其来的经济危机让分拆计划被迫延后。然而，随着近两个月来摩托罗拉重量级产品的相继推出，其手机业务是否会被分拆再次成为了各界关注的焦点。对于这个问题，JohnGherghetta 表示，目前公司仍然存在分拆手机业务的计划，但是时间表还没有确定。

与此前业界传言摩托罗拉分拆的手机业务将出售的说法不同，JohnGherghetta 强调，摩托罗拉的手机业务分拆计划主要是给投资者更加清晰的选择，“有些投资者比较保守，对于发展稳定的系统业务更加看好；但也有些投资者抗风险能力更强，更看好手机业务转型移动互联的前景。”因此以目前的形势来看，摩托罗拉的手机业务即使分拆，也将走上独立上市之路，而并非准备出售。

对于中国市场，摩托罗拉表示将会进一步强化力量。JohnGherghetta 表示 2009 年内还将在中国发售多款 3G 终端，并且会坚持同时采用 WindowsMobile 和 Android 的既定平台战略，而不仅仅只是推谷歌系统。此外他还证实，摩托罗拉将会把目前在美国热卖的 Droid 引入中国市场，“不过我们会做一些产品的调整，名字也可能有所变化。” JohnGherghetta 称，摩托罗拉十分看好中国的 3G 发展前景，也高度重视中国市场，未来会和三大运营商结成更加紧密的合作关系，并同时在 3 种不同的 3G 制式上全面发力。来源：南方日报 2009-12-09

[返回目录](#)

消息称谷歌手机最早 2010 年 1 月 5 日发布

据国外媒体 15 日报道，一名消息人士透露，谷歌计划发布两种版本的自主品牌手机：一个版本带有 T-Mobile USA 合约，另一个版本为裸机。谷歌计划最早将于 2010 年 1 月 5 日发布自主品牌手机。

上述消息人士称，谷歌自主品牌手机由宏达电代工，最早将于 2010 年 1 月 5 日通过谷歌网站销售。

谷歌周日通过官方博客称，正在让员工测试一款手机。消息称，谷歌将发布一款裸机版自主品牌手机，让消费者自由选择移动运营商。上述消息人士表示，另外一款谷歌自主品牌手机则带有 T-Mobile USA 合约，T-Mobile USA 将向消费者提供补贴。谷歌尚未披露自主品牌手机的价格信息。

上述消息人士称，“从长期来看，谷歌将成为手机销售商，并从移动运营商获得佣金”，其他移动运营商最终也将效仿 T-Mobile USA，与谷歌合作。

谷歌自主品牌手机与苹果 iPhone(手机上网)相似，但配置可拆卸电池和尺寸更大的显示屏，支持闪存卡。上述消息人士称，只有与谷歌合作，移动运营商才能向其客户提供谷歌自主品牌手机，“苹果改变了手机业的业务模式，使得移动运营商同意与手机厂商分成收入。谷歌也将改变手机业的业务模式”。

T-Mobile USA 代表称，该公司不会就传言或猜测发表评论。谷歌一名代表称，除公司周日发表的博客外，对此事无可奉告。

市场研究公司 Baird Research 分析师威尔·鲍尔 (Will Power) 表示, “我们预计, 有竞争力的新款智能手机问世将给包括苹果、RIM、诺基亚、宏达电、摩托罗拉和三星等现有智能手机厂商直接带来不利影响, 受影响最大的将是谷歌的 Android 手机合作伙伴。”许多智能手机厂商都使用谷歌的 Android 手机操作系统。谷歌表示, 截至上个月, 已经有超过 12 款 Android 手机问世, 其中包括摩托罗拉的 Droid。来源: 新浪科技 2009-12-15

[返回目录](#)

惠普从刀片服务器中国独家增值分销商撤资

伴随着在华自建渠道的逐渐成熟, 外资电脑商开始逐渐退出分销合作模式。昨日, 华东电脑公告称, 以 305.5 万美元收购美国惠普公司持有的华普信息技术有限公司 (下称“华普公司”) 33.3% 股权。目前, 华普公司是惠普刀片服务器中国地区独家增值分销商。

公告显示, 华普公司与惠普公司的合营期限将于 2011 年 1 月 28 日期满, 而惠普无意继续持有华普公司股权, 为了保证华普公司持续经营, 最大程度减少股权变更对公司经营活动造成影响, 故由公司全面收购惠普公司持有的华普公司 33.3% 股权。此项交易须经华普公司原审批机构商务部或其授权部门上海商委批准后生效。股权收购完成后, 华普公司将成为华东电脑的全资子公司, 将继续从事计算机高端产品销售业务。

据了解, 华普公司是 1991 年美国惠普公司与华东电脑合资成立, 注册资本 450 万美元, 为中国惠普在华成立的第一家合资公司。华普公司 2008 年销售收入为 67557 万元, 净利润为 934 万元。

业内人士表示, 上世纪 90 年代的改革开放初期, 由于种种政策限制, 外资公司往往通过本土公司进行分销, 而华普公司正是在这一形势下诞生。但随着计算机进口关税逐渐降低, 进口限制逐渐取消, 国际电脑品牌纷纷进入中国市场, 并开始自建渠道。“以惠普为例, 目前在中国的二三线城市都已经有了惠普的专卖店, 渠道已经逐渐成熟。”该人士表示, 正是在这一背景下, 外资开始逐渐退出已经“失去意义”的分销模式。

来源: 北京日报 2009-12-14

[返回目录](#)

大唐电信因 TD 电子书补贴股价 3 天狂涨 20%

上市公司大唐电信（600198）于 8 日晚间发布公告称，公司股价近日连涨 20%，但并无重大信息，业内猜测这是因为大唐电信推出一款 TD 电子阅读器，借此概念，大唐电信股价被狂炒。

大唐电信的公告称，2009 年 12 月 4 日、12 月 7 日和 12 月 8 日连续三个交易日，其收盘价格涨幅偏离值累计达到 20%。截止目前，公司经营情况一切正常，未发生对公司股价有重大影响的情形。

公告同时称，经询征控股股东电信科学技术研究院，公司控股股东在未来三个月内无应披露而未披露的重大信息，包括但不限于针对公司的股权转让、债务重组、业务重组、资产剥离或资产注入等重大事项。

有分析称，此次大唐电信股价狂奔主要因为大唐电信与中移动合作推出第一款 TD 电子阅读终端，大唐电信获得移动补贴的影响，加上近期物联网概念，导致大唐电信股价再次异常波动。来源：挖贝网 2009-12-09

[返回目录](#)

分析称摩托罗拉 2010 年分拆 将带来更高价值

据国外媒体报道，投资公司 Bernstein 分析师皮埃尔·法拉古（Pierre Ferragu）表示，预计摩托罗拉将于 2010 年分拆，分拆将给投资者带来更高的价值。今天摩托罗拉股价应声上涨 0.49 美元，涨幅为 6.03%，报收于 8.62 美元。

法拉古称摩托罗拉是“没有协同效应的 4 个实体的组合”，分拆将带来每股 10 美元至 12.2 美元的收益，“我认为摩托罗拉将在 2010 年分拆”。法拉古将摩托罗拉目标股价定为 11 美元。

法拉古指出，摩托罗拉网络业务部门的价值合每股 50 美分至 90 美分，电信设备业整合的大趋势使得这一资产对爱立信等公司非常有吸引力；家庭业务部门将分拆为一家独立的上市公司，价值合每股 1.9 美元至 2.3 美元；无论分拆为独立的上市公司或被收购，企业移动解决方案部门价值合每股 4.3 美元至 4.6 美元；手机业务部门价值合每股 1.8 美元至 3 美元，对索尼爱立信等手机厂商有吸引力。

法拉古建议，尽管存在手机业务部门 2010 年上半年业绩疲软的风险，投资者仍然应当买进摩托罗拉股票。来源：新浪科技 2009-12-09

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

网络数据下载收费时代将至？

由于没有办理《网上传播视听节目许可证》，国内很多 BT 网站遭到“封锁”，其中知名度颇高的 BTChina 网站关闭在网友中一度引起骚动，业内人士表示本次政府封闭网站的行动与保护正版有一定的关系，或许代表着网民互联网数据下载收费时代即将到来。

BT 网站纷纷关闭或转型

本月 4 日，网友忽然发现国内最知名的 BT 下载网站 BTChina 无法正常登录，并传出该网站制作者被拘留的消息，虽然该网站制作者已经澄清被抓谣言，但网站继续开放似乎遥遥无期。记者发现悠悠鸟、人人影视等提供 BT 影视交流的网站均发出公告表示“只提供影视评论”，以网站转型来避免被封杀的可能。

另外记者在天天 BT 网站首页也看到公告表示：由于本站没有《信息网络传播视听节目许可证》所以本站已取消全部下载链接。

与打击盗版有直接关系

BT 网站纷纷关闭或者转型与近年来国内打击盗版有一定的联系，深圳鸿波影视法律顾问王先生告诉记者，“近年国内以及国际对盗版打击一直在持续，其实 2009 年已经关闭了不少传播不良信息或者盗版信息的网站。”

记者得悉，被广电局要求整改的网站包含了影视帝国、VeryCD、猪猪乐园、圣城家园、飞鸟影苑、人人影视、CHD 联盟、伊甸园、电影天堂、BT 之家、TLF 论坛、悠悠鸟、无极 BT、BT 无忧无虑、BT 神话等 200 多家视听服务站点与论坛。虽然这些网站很多暂时还能正常登录，但是免不了最终被关闭的命运。记者登录鸿波网看到，在该网站“网站简介”栏目中显著位置明确出具了《许可证》的内容，《许可证》对网站的重要性由此可见一斑。

或与广电总局、工信部“纠葛”有关

不过业内也有不同看法，认为此次网站关闭并没有人们看到的打击盗版这么简单。一位不愿透露姓名的知情人告诉记者，由于国内条件所限，打击盗版历来雷声大雨点小，为什么这次忽然对 BT 下载网站大打出手，很有可能与广电总局和工信部之间的利益纠葛有很大的关系。

由于这两个部门在网络信息方面都有发言权，容易造成职权不分明的情况，也使得两个部门之间的恩怨由来已久，从网络电视收费问题开始，到最近的魔兽

世界开服后又勒令整改，都可以看到两个部门博弈的影子，而这次突发的关闭BT网站行为也无可避免地让人们联想到两个部门由来已久的纷争。

该知情人又透露说，无论这件事情如何发展，在两个部门“共同”推动下，看来网民们免费享受网络资源的时代必然会被终结。

Tips

我们还可以去哪看影视剧？

虽然BT影视下载网站可能被关，但主要是影响BT资源的发布和搜索，只要BT文件、种子和下载文件没有丢失，之前没下载完毕的文件还是可以继续下载。而对网友在线看影视节目影响不大。如果想继续追美剧，还是有不少在线高清影视网站可选择。

美剧在线照看不误

1. 天线高清

<http://hd.openv.com/>

网站目前有578个频道、3000多套中文电视节目、累积超过36亿分钟的正版电视节目资源。

国内外热播的电视剧基本上在天线都能找到，电影的更新速度则相对慢一些。

2. 搜狐高清影视剧

<http://tv.sohu.com/hdtv/>

搜狐高清影视剧提供100%正版在线观看高清电影、高清电视剧、高清纪录片的视频平台，包括正在影院热映、电视热播的片子。

3. 酷6高清影院

<http://hd.ku6.com/>

酷6高清影院上的高清电影电视节目已经超过1万部，包括高清的电影大片、电视剧集、动漫、综艺节目、音乐MTV等，清晰度很不错。

经典电影可点播

1. QQLive

<http://live.qq.com/>

QQLive提供了海量的高清电影和电视剧，可以随时点播并支持网友边看边讨论。而且最近还推出网页版，不用安装QQLive客户端也能直接在页面点播。

网友都非常熟悉的一款网络电视软件，可在线收看电影电视剧、体育直播、游戏竞技、动漫、综艺、新闻、财经资讯等。首页的今日看点会经常更新，方便网友追看热门影视。

3. PPLive

<http://www.pplive.com/>

PPLive 与 PPstream 类似，上面有很多经典影视供网友点播。

4. UUsee

<http://www.uusee.com/>

跟前几款软件相比，UUsee 的体积最小，不过同样拥有丰富视频内容，能及时看到电影的预告片。来源：南方都市报 2009-12-11

[返回目录](#)

OPhone 带来产业链全新契机

2009 年的 8 月 31 日，中国移动高调发布了其自主研发的 OPhone 手机平台，而截至目前，已有包括联想移动、戴尔、多普达、LG、海信、桑菲（飞利浦）等多家手机厂商在研发 OPhone 手机，有些厂商已经开始进行了 OPhone 手机的销售，而包括华为、中兴在内的设备商也已表示在不久将推出 OPhone 手机，OPhone 手机的发展可谓是欣欣向荣。

中国移动总裁王建宙在 OPhone 手机平台的发布会上这样表示，中国移动推出的这个全球首个由运营商主导研发的智能终端软件平台 OPhone，作为终端基础设施的重要组成部分将为用户提供更为丰富的端到端的移动互联网用户体验，而同时也将大幅降低终端厂商开发 TD-SCDMA 智能手机的门槛，进一步加速终端的产业化，促进产业链成熟壮大。

OPhone 的白手起家

目前，中国移动已经将 OPhone 系统平台进行优化升级至 1.5 版本，从而能够更好的支持 TD-SCDMA 的相关业务。该版本针对 TD 网络下的新业务与应用，比如视频通话等应用，在用户界面与功能等方面进行了重新设计与升级。

而 OPhone 平台也并非凭空而降，它是基于谷歌的移动操作平台 Android 开发而成，与其有着千丝万缕的联系，并且将长期与之兼容。而中国移动则需要借助 OPhone 平台来充分承载运营商的服务，从而建立一条围绕着运营商的产业链。

早在 2006 年，中国移动希望以研究院的形式进行一些主动的技术创新，而当时王建宙挑选了黄晓庆作为最佳院长人选。而就在同年，谷歌也与中国移动有过一个亲密接触，并表达希望研发自己的手机操作系统。而双方的契合点正在于谷歌当时希望利用手机操作系统来拓展移动互联网领域，而中国移动则希望利用谷歌的开放式操作系统来开发完成一个由运营商主导的手机应用平台，随即双方一拍即合。

随后，在 2007 年一家名为播思的软件研发公司注册成立，这家公司以风险投资的方式为其取得最初的成长空间，而其同时也扮演着 OPhone 平台开发者的身份。

谷歌在 2007 年推出 Android 操作系统之后，播思即开始在 Android 基础上进行研发，主要是针对操作系统 UI 的设计，同时按照中国移动的要求开发应用软件。直到 2008 年 12 月，播思终于完成了 OPhone 的 1.0 版，OPhone 的手机操作系统平台也终于有了它自身的雏形。

产业链的日益壮大

在研发 OPhone 手机的初期，联想移动可谓是其中的先行终端厂商之一，而联想移动将他们的这款手机命名为 01，其寓意也许就是 OPhone 手机的第一款。

早在 2008 年初，播思就有意与全球的手机巨头诺基亚以及三星进行合作，来开发 OPhone 手机，但是当时并没有具体的操作系统面世，而这些国际上的手机巨头则也一直处于观望状态，没有开发 OPhone 手机的计划。

直到中国移动在 2009 年 8 月 31 日发布 OPhone 平台的发布会上，已有包括联想、LG、多普达、戴尔、飞利浦及海信等六家厂商在内的手机产品可以作为样机来向用户进行展示，这其中手机厂商的参与必不可少，同时这些厂商也为 OPhone 手机的开发投入了巨大的资金与力量。

目前包括摩托罗拉、三星这样的国际性终端厂商已经在开发 OPhone 手机，并承诺将在 2010 年推出相应产品，而包括华为、中兴在内的传统通信设备商也将推出 OPhone 手机。而就在 OPhone 平台的发布会上，包括沃达丰、软银在内的国际运营商也对其产生了浓厚的兴趣，毕竟中国移动正在做着一件以前他们试图尝试并且成绩寥寥的事情。

可以看出，由中国移动主导的 OPhone 产业链正在形成规模，并且在日益壮大。

OPhone 将带来产业链新变革

正如工业和信息化部副部长娄勤俭所言，OPhone 平台是数字化时代的开始，为企业提供了一个基础性的平台，在充分了解用户需求的基础上，使产业界共同在这个平台上开发应用，为整个产业链带来了变革。

首先，随着中国移动 OPhone 操作系统平台的日益成熟，将极大地促进手机厂商对于智能手机的开发需求，并且降低了技术门槛。而在 3G 初期，电信运营商需要通过价格合适的智能手机来吸引用户，因此通过大规模集采降低 3G 手机的价格就成为了电信运营商布局 3G 市场的重要举措。

其次，OPhone 手机的出现能够很好的承载中国移动在未来 3G 市场的所推出的业务需求，包括 MM 移动应用商场、139. com、飞信、无线音乐俱乐部、139 邮箱、移动梦网、号簿管家等，能够更好的满足用户的业务体验。

有数据统计，目前有 54%的消费者希望通过手机获得音乐、图片、影视，42%的消费者希望通过手机和他人共享交流，46%的消费者想知道好友的状态，28%的消费者希望从手机上获得想要的程序和软件。

目前，随着我国电信网在近年来取得了突飞猛进的发展，消费者已不仅仅满足于语音上的消费，而同时对图形图像的多媒体需求越来越多，移动化、宽带化、IP 化成为人们现在科技追求的一个主要方面。

来源：通信世界网 2009-12-10

[返回目录](#)

智能手机推动移动应用程序快速增长

据市场研究公司 IDC 预测，在智能手机和苹果 iPad 平板电脑的推动下，到 2010 年年底，全球将有 10 亿台以上的移动设备能够访问互联网。移动设备还将发挥对这个行业的强大转变作用，越来越多地作为主要的客户端平台与 PC 争夺开发人员和用户。

移动设备的增加将引起移动应用程序的爆炸式增长。苹果 iPhone 应用程序的数量已经增长了 3 倍，达到了 30 万个。Android 应用程序也正在快速增长。上网本市场也将出现同样的现象。新的软件生态系统将出现以便优化这些流行设备的性能和可用性。云计算服务的扩展、移动设备和移动应用程序的爆炸式增长以及视频应用程序的日益流行等因素合在一起将推动 2010 年对公共网络有更大需求。IDC 预计行业厂商将加快向融合的 IP 平台过渡，扩展自己的管理服务市场份额，改造自己的服务交付平台和业务模式，以便抓住日益增长的批发、连接设备和 M2M（机器至机器）的市场机会。IDC 预测，2010 年 IT 与电信市场占主导地位的两个主题是复苏和改造。从复苏方面看，IDC 预测 2010 年全球 IT 开支将增长 3.2%，恢复到 2008 年大约为 1.5 万亿美元的水平。在 IT 开支恢复到经济衰退前水平的同时，IDC 认为改造将影响到 2010 年 IT 行业的每一个方面。IT 市场最重要的一个改造力量是继续部署和完善云计算服务及消费模式。

来源：人民邮电报 2009-12-14

[返回目录](#)

3G 发展潜力巨大 将助推中国信息产业发展

12月4日，2009中国信息产业经济年会在北京举行。2009年是我国3G元年，破解3G产业终端瓶颈、发展新型3G业务等将成为年会的焦点话题。

2009年是中国3G元年。对于遭遇国际金融危机的中国信息产业来说，3G市场的启动激活了大量投资与消费需求，包括通信设备制造、消费电子、电子元器件、信息服务与软件等在内的产业链各环节广泛受益。移动通信网络的升级，还通过信息产业对传统行业的渗透力，影响并辐射到整个社会和国民经济。

据工业和信息化部副部长奚国华在2009年年初的亚洲博鳌论坛上预测，3G在未来3年内有望拉动近万亿元的内需，包括4000亿元的网络投资、4000亿元的消费者更换终端需求以及1000亿元-2000亿元的新型宽带及多媒体业务消费需求。1-9月，3大运营商已完成3G投资961亿元。

3G投资助制造业发展

3G牌照发放后，3大运营商快速启动了覆盖全国的3G网络建设，带动了大规模通信设备的投资。据工业和信息化部党组成员、总工程师、运行监测协调局局长朱宏任介绍，1-9月，中国移动、中国电信、中国联通3家企业完成3G投资961亿元，占全年计划的67%。在3G投资的拉动下，2009年1-9月，我国通信业投资超过2000亿元，预计全年投资超过2700亿元。

在通信主设备方面，据工业和信息化部统计，2009年1-8月，我国规模以上电子信息制造业实现主营业务收入29618亿元，同比下降4.8%。而通信制造业在3G投资的带动下，克服了出口下滑带来的不利影响，移动通信基站设备出货量达2343万信道，同比增长147.4%；程控交换机出货量达2886万线，基本与2008年持平；全行业实现利润增长28.1%，成为电子信息制造业中少数实现利润高速增长的行业。

此外，3G启动还全面带动了光纤光缆、天线、机房、电源等配套设备的投资。2009年，我国光纤市场需求量有望达8000万-9000万芯公里，3G建设、宽带提速等需求的剧增导致光纤光缆行业出现了供不应求与量价齐升的局面。在配套产业方面，多家企业来自通信行业的收入激增30%以上。

最后，3G启动还全面带动了移动通信终端产业的发展。3G网络就绪后，运营商陆续启动了大规模的终端集采。受这些因素的推动，2009年1-8月，我国规模以上电子信息制造业实现GSM、CDMA手机生产37077万部，在全球手机销量大幅下滑的情况下仅同比下降3.2%。而3大运营商全年集采笔记本电脑有望达100万台。

3G推动移动互联网快速增长

3G 牌照的发放，还推动了移动互联网的快速增长。工业和信息化部部长李毅中在近日召开的互联网大会上表示，随着手机用户的持续增长和手机网民规模的不断扩大，3G 为移动互联网的发展提供了良好的机遇，并催生着新的经济增长模式和增长点。据介绍，截至 2009 年 9 月，移动互联网用户达到了 1.92 亿户，较 2008 年同期增长了 62.7%。

3 大运营商 2009 年以来大规模推广 3G 业务，提高了用户对手机影视、视频通话、手机邮箱、手机搜索等无线互联网业务的认知度。而随着数据业务流量资费的持续降低，用户对移动互联网的消费习惯也进一步强化。受移动宽带基础设施状况改善及用户消费热情提高的影响，2009 年以来，一方面传统互联网企业开始发力移动互联网，另一方面移动互联网服务提供商也在加大研发和推广力度，积极拓展用户群体，提升用户体验。

如同互联网产业一样，移动互联网产业也在向经济社会各领域渗透，并对经济社会发展产生了巨大的辐射作用，如中央电视台、新华社等传统媒体开始进军手机视讯领域；移动电子商务为电子商务带来了新的业务模式，并逐步改变了传统的消费购物习惯。移动互联网的发展甚至优化了个人的创业环境。

中国 3G 仍处起步期 潜力巨大

虽然 3G 投资拉动作用显著，但是由于 3G 业务运营刚刚开始，我国 3G 产业仍处在发展的起步期，发展潜力巨大。

首先，在 3G 的 3 大标准中，除 WCDMA 外，终端普遍成为 3G 业务发展的瓶颈。在 TD-SCDMA 终端方面，截至 10 月 9 日，虽然已累计核发 TD 终端进网许可证 192 张，芯片、终端等薄弱环节改善加快，但仍然存在终端吸引力不足的问题。在 EVDO 终端方面，中国电信总经理王晓初曾表示，3G 手机到货率不足一度严重影响到业务的推广进程。因此，3G 产业的发展需要产业链共同合作破解终端瓶颈。

其次，3G 业务对用户吸引力不足，市场发展仍低于运营商的预期，原因在于：首先，用户使用 3G 业务必须更换手机，而 3G 手机一般价格较高。其次，考虑到 3G 庞大的投资规模，虽然其单位业务资费和 2G 的单位业务资费持平甚至更低，但 3 大运营商普遍要求用户承诺使用较高的月租费套餐。最后，缺乏有吸引力的新型 3G 业务。

这一方面，需要不断推动中国移动 MobileMarket 和中国电信全曲下载、手机视频监控、移动办公以及中国联通视频通话、移动搜索等典型 3G 业务的成熟，另一方面，也需要运营商优化竞争结构，推动数据业务资费的降低。而随着电信业综合资费水平的下降和业务的丰富，3G 业务对用户的吸引力将不断提高。

目前，3大运营商已发展3G用户约500万户。而根据国际3G运营的一般经验，在3G商用启动的5年后，3G用户将占到整体移动通信市场份额的30%，这将成为一个庞大的信息服务市场。另一方面，互联网加速向传统产业渗透，使得新型的商务模式和服务经济加速兴起，不断形成新的经济增长点，3G则使这一过程不断拓展、深化、加速。

通信网络已经成为信息社会的基础设施，而3G带来的是移动通信的宽带化。可以想见，一旦我国3G运营进入高速发展期，其必将推动我国信息产业及相关产业的腾飞，促进我国经济社会又快又好地发展。

来源：中国电子报 2009-12-10

[返回目录](#)

2010年智能手机市场5大预测 Android火爆

据国外媒体报道，在当前的经济低迷环境下，正是智能手机推动了手机市场的增长，而这种趋势2010年仍将持续下去。

以下为2010年智能手机市场5大预测：

1. 智能手机在手机市场所占份额会继续提升。2010年全球手机出货量预计为13亿部，而智能手机为2.5亿部。

2. 谷歌Android系统腾飞

2009年，Android手机出货量预计为370万部，而2010年将达到820万部，2014年将主导智能手机操作系统市场。

3. 手机应用商店依旧火爆

IDC预计，2010年苹果iPhone(手机上网)应用程序的数量将达到30万项。

4. 智能手机定位服务开始普及

用户对智能手机定位服务期待已久，2010年将真正开始普及。

5. 更多移动设备出现

电子书阅读器，低价笔记本等更多的移动设备将出现，这有助于确定用户如何使用智能手机和其他计算设备。来源：赛迪网 2009-12-09

[返回目录](#)

【移动增值服务】

移动互联网潜能亟待手机浏览器激发

时下最热门的移动互联网应用已经越来越像一个鸡肋，因为 3G 的应用似乎太过狭隘，要么如手机视频，光有话题没有实效，要么如手机上网，确实能用，但却非常不好用。早前我一度测试过 LG 的最新手机晶灵，说实话，其他的手机功能体验性都很强，唯独手机上网，我实在不敢恭维，号称速度最快的 WCDMA，也无法满足上网的速度需求，更遑论手机屏幕小，难以让人舒适上网了。

3G 时代，移动互联网的瓶颈仍需要突破，特别是在智能手机成为主流，各大平台的手机操作系统也越来越炫的今天。3G 应用是否成为一句空话，出色的、能最大限度发挥手机上网潜能的手浏览器的推出，就成了当务之急。时下国内已经出现了两大手机浏览器分庭抗礼的局面，其一是来自挪威的“外来和尚”Opera，另一个则是“本土土著”UC，这两种手机浏览器有一个最大的好处，就是适应各种手机机型，可以说是根据每种机型的不同特征量身打造的。

或许会有人说，诸如诺基亚、三星和苹果等知名手机品牌都给自己的手机量身打造了手机浏览器，似乎另外的手机浏览器组件显得多余了。其实不然，专属品牌的手机浏览器尽管在底层与软硬件的结合做得较好，但是相应的也就会出现不像某些竞争对手的应用开放，部分功能被“阉割”的情况。同时国外厂商设计的手机浏览器并没有充分考虑到中国国情，如美国就没有 WAP 站点，那么很多手机厂商的内置浏览器就无法浏览这些 WAP 站点，这就让这些手机的移动上网功能在中国市场上的意义大打折扣。这其实也在很大程度上制约了手机移动上网这一 3G 主要应用的发展。

这就给了手机浏览器生存发展的一个巨大空间，一个填补空白的空间，UC 的 CEO 俞永福这样总结专业手机浏览器厂商的优势：“专业的手机浏览器，不仅要适配于多种操作平台，多型号终端，具备速度、稳定和兼容三大特性，更要充分了解国内互联网特点和本地化用户使用习惯，提供人性化，个性化的操作体验。”而 UC 也确实如此去做，并真正让手机浏览器实现了 3G 状态下的上网速度最优化，根据相关检测数据显示，UC 最新版的浏览器利用后台服务器集群来补充终端的能力，将图片、视频流量压缩 80%。重新编排后的网页不仅更适合手机浏览，为用户节约了时间和资费。这很明显的解决了手机上网最致命的瓶颈，即因为手机的性能限制和带宽限制而导致的上网速度距离理论速度极为显著的问题。

当然，手机浏览器依旧还是有局限，最大的问题就是无法解决浏览过程中屏幕过小的问题，尽管这不是手机浏览器的毛病，而是手机本身就不可能做得和10寸本一样大，但既然上网速度的瓶颈已经突破，那么同样也可能借助浏览器的特色应用来改变小尺寸屏幕上网浏览痛苦的现状，据说已经有手机浏览器厂商实现了突破，只待技术成熟即行公布。

来源：价值中国网 2009-12-14

[返回目录](#)

中国移动助力银行业直面后金融危机时代

尽管迪拜世界债务重组再次引起了全球金融业的波澜，但情况显示，世界经济显然已经度过了“最坏的时期”，步入“后危机时代”。金融风暴对中国银行业发展既带来了严峻的挑战，也赋予了难得的机遇。

三年内行业重新洗牌

一位资深业内人士表示，他深信在世界上大部分地区，银行的业务和赢利模式将被金融危机永久改变。“现在至2012年的几年间，银行业将进行重整。2015年，银行业或将重新配置行业结构。”未来几年，银行业将从以杠杆为基础的增长模式转变为以能力为基础的增长模式；而发展差异化竞争能力、以创新驱动增长是中国银行业实现战略转型的成功因素。

随着通信技术的发展，银行业将改变传统的客户服务方式、产品营销方式和交易处理方式。通信技术的发展将极大推动银行业的业务创新，特别是在移动银行和移动电子商务方面的大胆探索，将为客户提供更加便捷、实时、高效的服务。同时，利用无线通信技术，对银行的远程终端（如ATM终端）进行布点和实时监控，也可以有效的提升运营效率，降低管理成本。可以说，在信息技术成为新兴生产力推动全球发展的时代，信息技术在银行业发展创新业务、提升赢利能力和管理效率方面将发挥至关重要的作用。

移动金融服务环球同热

随着移动通讯技术的普及，移动金融服务的实时数据交换是未来业务发展方向，消费行为正日益从固定消费地点模式向不限地域、不限时间、不受固定通讯线路限制、随时进行交易的模式发展，移动支付方式的出现，正日新月异地改变着人们的消费习惯。

事实上在海外银行界，移动业务已在广泛应用。南非标准银行就实现了通过手机资金账户扩大交易量。其核心产品“移动银行账户”自2005年8月推出，至今已经吸引了10万名用户使用。客户可通过移动资金账户进行手机付款、查

询余额和购买手机通话时间，并支持在南非境内跨行的汇款与支付和移动银行账户持有人之间的转账。

而在邻国日本，瑞穗银行与日本运营商 NTT DoCoMo 联手推广“手机中的银行”业务。据统计，目前已经有大约 2000 万用户通过手机体验了该项业务，并且有 150 万用户申请并激活该项业务。透过此项业务，拥有 IC 芯片的手机可以作为储值卡或信用卡来使用。所有的交易，包括购买火车票、飞机票等，均可通过手机完成。在日本，NTT DoCoMo 已经拥有超过 10 万台这样的终端设备。中国移动推动移动金融服务

目前，国内金融业与电信业的业务合作日趋紧密。中国移动凭借其网络技术优势，率先为几大国有商业银行提供移动金融服务。

据透露，中国移动为某大型国有商业银行提供帐户管理服务，与该银行的业务系统深度融合，在全国 71 家分支机构超过 2.2 万个营业网点广泛应用，为银行众多个人客户与 310 万公司客户提供交易提醒、新产品营销等服务，平均每天发送短信量在 260 万条以上。并采用彩信发送客户账单，其成本远低于信函方式，到达率远高于电子邮件。

除以上帐户管理服务，中国移动还与商业银行合作，提供手机银行服务。客户通过手机就可以实现帐户管理、转账汇款、投资理财、账单缴费、信息查询等功能，使银行的服务突破了时间、地点的限制，在提升客户交易量的同时，降低实体渠道成本和服务压力。目前，中国移动已与中国银行、中国工商银行、招商银行、中国建设银行、华夏银行、中国农业银行等签署了“手机银行”业务推广协议，在全国 20 余个省、区、市开展该项业务。随着手机用户的爆炸性增长，以及智能手机的广泛应用，手机银行业务也将进入一个快速发展阶段。

无线终端管理提升银行运营管理效率

银行的渠道终端设备（ATM & POS）布设地点分散，仅采用有线方式布设成本高，而且容易受到场地条件的影响。

中国移动为银行提供渠道设备管理解决方案。在有线、无线网络覆盖范围内都能架设 ATM 机和布放 POS 终端，解决了临时地点、死角等无法布线的情况，使银行服务能够深入到社区、会场、集市、企业各类场所，而且能根据业务情况灵活调配设备，节省投资。同时提供设备监控服务，提升设备故障响应速度，保护客户交易安全。

中国移动曾为某大型商业银行提供无线 ATM 解决方案。该方案协助银行 ATM 深入社区提供服务，节省传输线路建设时间，建设工期平均缩短 15 天。同时提供 ATM 视频监控，在 ATM 出现吞卡或缺币故障时，实时发送短信通知维护人员。

除手机银行、无线终端管理等服务外，中国移动还为银行提供通信管理解决方案，如提供专线和专网服务，助力银行搭建连接各个分支机构的语音和通信网络，并通过融合通信使银行获得更灵活和个性化的通信服务。

在移动办公领域，可以让手机接入银行内部办公系统，使管理者及时完成业务审批和远程安排，并提供移动总机、企业邮箱、企业通讯录等服务，全方位提升银行的办公效率。

经历数年的磨砺和探索，我国金融业与电信业对金融信息化的理解日益切实和深刻。相信在不久的将来，一个充分融合现代信息技术的现代金融世界将会呈现在我们面前。 来源：信息时报 2009-12-11

[返回目录](#)

【网络增值服务】

我国手机电视运营模式与盈利模式透析

手机电视作为一种新的电信增值业务受到产业界的广泛关注。具有良好的发展前景。南京大学新闻传播学院陶大坤在分析了手机电视产业链各环节的功能、协作方式的基础上，结合手机电视的盈利模式，对于三种运营模式进行了分析比较，并对于我国手机电视商业模式的发展趋势进行了展望。

(1) 广播式手机电视运营模式

“广播”模式是一种完全的广播式节目传送方式，只是将公共交通工具上的移动电视终端变为手机终端。节目内容和地面数字无线网络运营完全由广电企业提供，用户只需在手机终端加一块接收芯片，免费收看电视。在这种情况下，用户完全被动地接收信息，与传统的电视收看方式差异不大。国外应用主要有欧洲的 DVB-H 和韩国的 T-DMB。在此模式下，移动运营商只承担特定节目收费的辅助功能。

广播式手机电视运营是以广电运营商为主导的，其优势在于拥有电视运营牌照、视频制作许可、广播频率等政策性优势，能够进行广播内容的采编、制作和频道的集成，成本效率较高。同时，它是利用数字广播电视网络传输节目信号，能很好的保障手机电视业务的质量和效果。但其劣势也显而易见，由于没有上行网络的支持，所以用户的身份信息不能传递给网络，系统无法对用户进行身份认证。由此计费 and 收费便成为问题，另外，因为是独立利用广播网络提供手机电视业务，无法提供节目定制和互动等个性化服务，其与用户的互动能力很弱，因此只能沿用传统的商业模式，利用频道收费和广告等来获利，缺乏更有效的收入手段。

（2）“广播”模式下的手机电视盈利方式

手机电视的广播业务是通过无线网络免费或者收取很少的月租向用户提供视频节目的一种商业模式，用户在收看节目时不需要付费。其盈利模式没有跳出传统广告模式的藩篱。在这种盈利模式下，用户分别向手机电视运营商和移动运营商提供月租费、流量费，移动运营商就信息费与手机电视运营商进行分成。目前我国广电总局主推的 STIMI、韩国的 T-DMB、欧洲的 DVB-H 均基于移动数字多媒体技术，比较适合该业务盈利模式。

该模式下，在用户发展初期，用户数量少，主导运营商还无法吸引大量的广告商。随着手机电视用户的增加，主导运营商就可以会采取完全免费提供节目的策略发展用户，聚集更大的人气，以吸引更多眼球，从而吸引厂家花钱在手机电视上投放广告。而且相较传统电视广告，广告公司和商家通过手机这种新型媒体发布广告信息，等于把握了本地具有消费能力的客户，广告效果好，针对性强，信息的抵达率可达 100%，是一种更加行之有效的经营方式和促销手段，也更容易获得厂家的青睐。

（3）点播式手机电视运营模式

“点播”模式是指将手机视作移动的多媒体终端，运营商通过移动通信网络传输流媒体信号，而用户根据自己的需要点播或下载特定视音频内容的运营模式。这种模式是目前“SP（服务提供商）+运营商”合作模式的一种延伸。在手机电视业务中，提供内容服务的 SP 需要经过国家广电总局的审核，用户则通过移动通信运营商的网络，定制由 SP 服务商制作的电视节目，从而掌握对节目内容的选择权。点播式手机运营模式主要是电信运营商利用移动通信网自身的技术作为下行向用户提供手机电视业务。

作为主导的移动运营商本身具备较为完善的鉴权、用户管理以及计费等机制，因而可以很容易的实现电视节目的定制和互动等操作。而且利用蜂窝网络的交互能力，运营商和业务开发商可以开发出许多诸如“电视购物”式的业务应用形式，开拓出更多的盈利点。但是，受蜂窝网络的下行传输容量的限制，网络质量受影响，手机电视业务质量比较难以保障。此外，由于移动系统自身的广播技术需要占用 3G 的系统的核心频率，随着 3G 使用的逐步普及，利用大量频谱提供廉价电视内容的播放可能会不经济。在这种商业模式下，手机电视业务的机会成本较高。

我国手机电视运营商业模式趋势展望

从前文对“广播”和“点播”两类手机电视运营模式的分析中可以看出，基于单向传输广播网技术下的“广播”模式，在供应链方面无法开展节目定制与点播等互动业务，而在营收链方面或者只能单纯依赖广告，或者需要重新建立收费

与用户管理机制，市场拓展潜力不大。而建立于蜂窝网络基础上的“点播”模式则受制于下行传输容量的限制，业务质量比较难以保障，而且需要占用 3G 系统的核心频率，造成机会成本较高。但是，前者的优势在于拥有丰富的内容资源和创造能力，具有覆盖面广泛的广播电视网，适合大规模用户传送节目，成本较低；后者则可以轻松的实现节目定制和互动，交互性强，且计费方便，用户管理和鉴权机制完善。

两种模式虽各有优缺点，但两类传播模式各自的特点之间具有很强的关联性和互补性，如果两者合作，即可以发挥广电网络无信息堵塞问题与节目内容丰富的优势，又可以利用移动通信服务系统完整商业营运机制及便于互动的蜂窝网络技术，实现双轮驱动、互补共赢。因而，双轮驱动下的整合型手机电视模式应该是最为合理与有效的方案。而随着 3G 网络建设运营的深入展开以及广电总局 CMMB 移动电视产业的全力推进，基于广电运营商和移动运营商密切合作的整合模式将会是我国手机电视商业模式的发展趋势。

在整合模式下，广电运营商利用移动网络与用户的信息交互和互动，可以提高节目内容的收视率，利用移动网络对客户进行身份认证和计费，管理精确，成本效率更高。而移动运营商利用广电网络传送电视内容，解决了频率资源紧张和经营许可的问题，另外，通过与广电运营商的网络结算也可以获得相当的网络收益，并且能够提高移动数据业务的使用率，增加自身收益。与此同时，手机电视的下行数据通过广播网络可以实现节目的良好播送，上行数据通过蜂窝网络能够保障传输质量，还能实现用户点播互动以及计费等，既满足用户对移动多媒体的需求，又实现移动运营商和广电运营商的共赢。来源：科讯网 2009-12-14

[返回目录](#)

运营商着力操作系统 圈地 3G 增值业务链

近日，中国电信“能力开放计划”和中国联通“Uphone 计划”相继推开，再加上此前中移动 Ophone 平台，三大运营商真正动了起来，开始建设和打造自己掌控的 3G 增值业务系统。

在 2G 时代，运营商在产业链中是绝对的主导，但是，在 3G 时代打开了移动互联网的商机，手机厂家、软件厂家、互联网运营商都要在 3G 增值业务上分一杯羹，运营商在 3G 产业链中的位置会被削弱，运营商要维持对市场的控制力，需要自身介入产业链环节，把握业务主导权。

3G 催发竞争，三大平台亮相

习惯了 2G 时代竞争模式的运营商，如果不在 3G 时代主动作为，就可能会被甩得老远。

中国电信研究院相关人士近日透露，中国电信“能力开放计划”被列为国家重大专项课题，该项目由中国电信总经理王晓初挂帅，并由运营商与产业界共同承担完成。

据悉，中国电信“能力开放计划”分为两部分，一是能力开放平台，二是天翼应用工厂，该平台由中国电信四川公司承接。能力开放平台是指电信将短信、语音通话、位置服务等资源通过该平台向开发者开放，开发者可以根据产品需求申请并调用这些功能。而应用工厂聚集了大量互联网公司提供的公开的网络 API 资料供开发者参考。

此前，中国联通研究院相关人士也透露，中国联通“Uphone 计划”被列为国家重大专项课题，该项目由常小兵挂帅，并由运营商与产业界共同承担完成。“Uphone 计划”基于联通自主研发的 UniPlus 操作系统，并且搭载 UPhone 软件商店。

在联通“Uphone 计划”、中国电信“能力开放计划”被曝光之前，中国移动已推出 OMS 平台及 OPhone 手机。目前，联想、LG 都已经推出了基于 OMS 的 Ophone 手机。业内人士分析认为，运营商应用平台的先后推出，将推动我国手机市场更新换代，并带动移动互联网产业快速升级。

运营商优势强，把控增值业务入口

能够掌握产业平台，吸引产业链积极加入是每一个 3G 参与分子的梦想，但是，这样的机遇并不是所有人都有，运营商的优势最大。

首先，运营商本身具备得天独厚的资源优势，而这些优势在某种程度上代表未来互联网应用的必然趋势。其次，由于运营商具有庞大的市场、资金和技术实力，由运营商牵头可以组织芯片、软件和终端企业以及互联网公司等的共同参与。试想如果能够将这些资源有效的整合，为广大的有潜力和创造力的普通开发者提供一个强大而便捷的创意实现和价值体现平台，必将为新的互联网应用及服务带来无限想象的空间。根据易观 Enfodesk 近期发布的《中国移动增值服务市场年度综合报告 2009》，2009 年上半年，中国移动增值市场规模达到 884 亿元，预计 2011 年全年市场规模将达 3238 亿元，未来两年，中国移动增值业务增长率将超过 30%。巨大的市场，吸引了产业各方的兴趣。

BDA 分析师石磊认为，“3G 时代打开了无线互联网的商机，手机厂家、软件厂家、互联网运营商都要在 3G 业务上分一杯羹，运营商在 3G 产业链中的位置会被削弱，运营商要介入产业链环节，通过控制手机操作系统是较好的途径（联通 Uphone 计划）。”

竞争不是唯一，提供实用的 3G 业务

实际上，以运营商为主导，搭建基于自身技术标准的产业平台，是把握 3G 时期增值业务的主动权的关键，从日韩等国 3G 运营商的发展来看，这是提高运营商数据业务量，提高运营商在 3G 时期营业收入的关键。

尤其对弱势运营商来说，如中国电信、中国联通，把握 3G 增值业务的入口显得特别重要。但业内人士指出，三大运营商的 3G 基本处于同一起跑线，激烈的竞争不可避免，这在一定程度上刺激了运营商的盲目性。

“三大计划”的最终目的，是向用户提供竞争力的业务，业内人士指出，所谓的竞争力业务，对消费者来说，就是最实用的业务。在韩国，最弱小的运营商 LGT 自 2008 年提供 3G 服务，到 2009 年 7 月止，其 3G 用户在其总体用户规模中的比重超过 10%，数据流量增长了 3 倍，ARPU（每月每用户收入）增长了 20%。LGT 介绍，他们成功的关键是提出了“易用的 3G”、“丰富的 3G”和“价格合理的 3G”。因此，中国运营商推出的增值业务，必须要贴合市场的需求，不可盲目。

相关人士表示，中国电信“能力开放计划”的平台 beta 版已经上线，而中国联通“Uphone 计划”已进入挑选制造商阶段，圈地已经初步形成了规模，接下来将是消费者的检验时间。来源：通信信息报 2009-12-11

[返回目录](#)

技术情报篇

[[视频通信]]

对当前中国数字电视发展格局的思考

河北省尚义县广电局曹振亮针对当前在数字电视发展过程中存在的或潜在的发展格局不尽合理的问题，提出了因地制宜，建立又好又快又省的可持续发展的数字电视发展新格局的观点。

1、现状与问题

中国电视已经历了 50 年的辉煌发展历程。就覆盖技术手段而言，目前已形成了无线、有线、卫星三位一体的混合覆盖体系，并且正在快速由模拟向数字转换。数字电视为广电领域带来了革命性的变革。广电人已改变观念，在关注广电的政治属性、文化属性的同时，更多的开始关注他的经济属性，注重产业的理念，注重经济效益，努力采用更赚钱的模式加速发展。这是广电人的一大进步。

然而，中国幅员辽阔。地理环境不同，经济发展很不平衡。同一省内，不同的地市情况也差别很大。即使是同一县内，也有山区、平原、丘陵、河川湖泊等不同的地理环境之分，也有人口密集区和地广人稀区之分，也有交通便利和不利之分，也有经济状况较好和落后之分。这样，对不同地区，不同的受众群体，在数字电视覆盖采取何种技术手段上，存在着一个如何以人为本，因地制宜，科学发展的重大问题。我们需要考虑客观实际，不能一种模式通吃；也不能不切实际的多元化，造成资源浪费和恶性竞争。只有遵循了科学发展规律，尊重了客观实际，才会避免失误。

2、因地制宜，建立又好又快又省的可持续发展的数字电视发展新格局

曹振亮认为，根据我国政治、经济、文化和自然地理状况之国情，采取依据不同地域情况，易有线则有线，易无线则无线，易卫星则卫星，易混合则混合的数字电视发展策略，才是实事求是的选择。区别不同情况，选择定位准确的数字电视覆盖手段，方能因势利导，迅速发展，形成我国数字电视发展的新格局。

(1) 县城及其以上的城市应重点发展有线数字电视，并辅之以移动数字电视。城市高楼林立，人口密集，不便于无线和卫星信号的接收，但有线覆盖手段在这样的区域正好发挥出有线的宽带、高清晰、大容量、双向化、多业务、多功能等的优势。再加上服务于公共交通工具上的移动数字电视和个人小屏幕移动接收终端的移动多媒体广播电视(CMMB)，就基本满足了城市各类人群的数字电视接收问题。

(2) 农村应重点采取卫星数字电视覆盖

广大的农村，特别是经济相对落后的地区、山区、海岛、地广人稀的地区等非常适合采用直播卫星(DBS)覆盖。如果一味地控制、限制其他技术覆盖手段，只是强推有线电视，其结果是得不偿失的，地广人稀的地区，用户不集中，铺设有线网络投入大利润小，不是十分合适。采用地面无线覆盖也很难达到某些偏远山区；自行安装使用卫星地面接收设施也违反了广播电视管理法规，是不允许的；“村村通”工程虽然解决了“通”的问题，但是由于节目套数比较少，群众缺乏入户的积极性，收效也甚微。而采取直播卫星进行覆盖，则简单高效，投资小，见效快，信号质量易于保证，群众欢迎，顺应民意，发展较快，也易于收费，对促进广电产业发展十分有益。

(3) 城乡结合部、平原地区、交通干线区域应重点发展地面数字电视

城乡结合部(城郊)有别于城市，也有别于农村，居住环境和经济状况介于城市和农村之间，适合无线数字电视覆盖；平原地区的农村，地域开阔无障碍，人们居住相对集中，易于无线覆盖，且交通发达，经济状况相对较好；交通干线

穿越的区域，大多经济发展状况好，人口集聚，更主要的是为便于交通工具上的移动接收，无线覆盖是合适的选择。

在上述的三类地区，重点发展地面数字电视是明智之举，必然有市场，有效益，是最佳、最适宜的发展区域，正好发挥地面数字电视可固定和移动接收的优势。

无线、有线、卫星数字电视是电视广播的三种主要覆盖手段，其各有优势和不足，从事广电技术的同仁们都知道。他从宏观的层面，提出一种观点，引起一种思考，特别是为大家提供一种思想参考：当选择了一种或多种覆盖技术手段时，是否符合客观实际？是否是最佳选择？是否能可持续发展？当然，并不反对合理的无线、有线、卫星数字电视几种手段混合覆盖，事实上，许多地方也正是这样做的，要注意的是，要将这三种覆盖手段区分使用，准确定位，因地制宜，和谐发展，一旦形成错误的格局，造成资源浪费不说，非但不能产生优势互补的作用，反而是产生不良的恶性竞争。最终，无法使广电产业做大、广电事业做强。不能指望一种模式通吃天下。也不希望出现不良的恶性竞争，期望的是因地制宜的定位准确的又好又快又省的可持续发展的数字电视发展新格局的选择和形成。实现在宏观上多种覆盖手段上的真正优势互补，相得益彰，共同发展。

来源：科讯网 2009-12-10

[返回目录](#)

[[电信网络]]

发展 IPTV 广电比电信更合适

笔者长期关注美国的电信及广电市场（美国其实没分这么清楚），与中国不同的是，美国的广电没有自上而下的“广电总局”来掌舵，电信形势也比中国的三足鼎立复杂得多，“巨鳄”与“小虾”并存，并且似乎都发展得不错，各得其所。

话说至此，笔者并不想去分析美国的广电，电信运营现状，而是“师夷长技”，转回来谈谈中国目前正热的“三网融合”和 IPTV 事宜。

笔者认为，“三网融合”融合的是业务，是应用；不是产业，不是行业。无论什么时候，广电还可以叫广电，电信也可以叫电信，就像部队的番号一样，基本不随时间的推移而消亡，除非重组，除非有关部门叫你改头换面（按常识这不太可能）。而业务，应用可以随机应变，譬如广电可以进军宽带，也可以发展 IPTV，就像老美一样。至于担忧宽带、内容等资源分割带来的“不兼容”猜测，我认为大可不必。来看一个例子：2005 年，中国电信与上海文广合作在上海推

出 IPTV 业务，获得中国大陆第一张 IPTV 牌照，以 BesTV 百视通为品牌。随后扩展到中国主要沿海省市。这说明什么？这说明利益之下没有隔阂，利益之下没有对垒；说明外界一致宣扬的电信，广电“势不两立”的观点根本站不住脚！其实，所谓“三网融合”中的互联网根本不成一方力量，更准确的表达是，两网（电信网与电视网）以互联网为载体，提供融合服务。

这样一来，在中国这个特色的环境下，笔者认为广电比电信更适合发展 IPTV。原因有以下几点：

首先，广电在全国拥有大大小小超过 2000 家的运营单位，难能可贵的是它们都享有比较自主的制播权——广电总局的“掌舵”更多是政策监管层面的。这就决定了它们能够提供区域化、个性化的 IPTV 服务。反观电信运营商，虽然它们也拥有许许多多的地方性分公司，但它们相对广电来说享有的自主权要狭窄得多。这一点从各自的竞争态势就可以明显地看出来——广电辖下的湖南卫视可以和央视争雄，江苏卫视也可以把《我的团长我的团》三集并作两节播放来抢占市场先机；可是你见过中国移动或中国联通的哪两家分公司闹红过脸？（不要挑刺说中国移动与中国联通的分公司经常对着干呀，那都是“老大”的安排！）

其次，广电更容易实现传统电视到网络电视的平滑（smoothly）过渡，更能够被广大用户视为“正统”而接受。绝对不要低估了中国人的“守旧”和“忠贞”，不信你去对一个偏远山区的普通老农说网络电视，谈 IPTV，试试让他把电视换为电脑，或者在他家刚安装了有线电视不久之后又介绍一个名叫“机顶盒”的东东给他，看他不拿大棍把你赶出门！

第三，尽管我努力在淡化“资源”问题，去回避渠道、内容到底谁为王的问题，并且已经用“利益之下没有隔阂，利益之下没有对垒”来支撑我的叙述。但是你还是会质问，还是不太信服。无可厚非，这样来说吧，自新中国成立以来，我国电信已经进行了 5 次重组。这说明什么呢？这说明监管部门的民主意识（或者说民主危机）在逐步提高，一家独大是不容许的，称王称霸那更在“不高兴”之列！所以，“广电没有渠道，没有宽带”的论调可以收起来了。再不然，来看看我们竭力模仿的美国，电信和广电的宽带市场几乎平分秋色，未尝不是中国的先兆呢？

来源：移动 Labs2009-12-10

[返回目录](#)

全球首个 4G/LTE 网络在斯德哥尔摩正式启用

14 日，全球首个 LTE 商用网络正式在瑞典的斯德哥尔摩以及挪威的奥斯陆两地正式运营，这两家网络分别由爱立信与华为为电信运营商 TeliaSonera 承建。

TeliaSonera 在斯德哥尔摩拥有目前全世界最快速、最大规模的移动宽带商用网络。爱立信总裁兼首席执行官思文凯（Carl-Henric Svanberg）表示：“移动宽带的新纪元今天刚刚开始。凭借 LTE，也就是‘4G’，您的移动宽带体验将提升至前所未有的水平。LTE 的速度能为您带来无比轻松的宽带接入感受。”

LTE 作为下一代移动通信技术，旨在以最经济、最节能的方式传输海量数据，优化频谱利用率，并实现与光纤接入速度类似的无线传输速度。随着延迟的减少，消费者将能够随时随地在移动中轻松尽享例如高清视频及网络游戏等所有在线业务。

TeliaSonera 移动业务部门负责人 Kenneth Karlberg 表示：“我们为能够成为全球第一家为客户提供 4G 业务的运营商而倍感自豪。通过与爱立信的成功合作，我们比原计划提前完成了我们为斯德哥尔摩客户提供 4G 服务的承诺。”

爱立信的 LTE 网络已经覆盖斯德哥尔摩市区，这是有史以来最大规模的 LTE 部署。TeliaSonera 用户通过使用三星的商用 LTE 移动调制解调器，率先成为全球首批 LTE 业务用户。

爱立信已经完成了其 LTE 产品的商用化进程，并且随时准备为 LTE 的进一步部署进行大规模生产。其产品与许多不同设备间的互操作性已在不同运营商的网络上进行了充分的测试。来源：赛迪网 2009-12-15

[返回目录](#)

【终端】

手机浏览器之争由技术转向内容

随着中国 3G 的普及，移动互联网的蓬勃发展，手机浏览器成为手机上网入口的必争之地。当前手机浏览器市场除了 UCWEB、Opera 等独立手机浏览器企业外，腾讯也在 2009 年进入手机浏览器行业，手机浏览器市场竞争激烈。

对于手机浏览器之争，行业里一直存在着分歧，初期可能存在技术壁垒，但是当前手机浏览器已经进入了快速发展期，技术壁垒对目前的竞争态势影响有多大？哪一项是浏览器发展真正的核心竞争力？

技术已不是手机浏览器之争的壁垒

在手机浏览器发展的初期，手机浏览器企业在技术方便展开大比武，他们比拼打开速度、显示效果、web 页面访问等。但是近日 UCWEB、腾讯手机浏览器、Opera 三大巨头，不惜投入人力、财力研发手机浏览器，这意味着手机浏览器的技术壁垒已经不再是关键要素，手机浏览器已经成为巨头间的豪赌。

对于手机浏览器巨头们来讲，技术壁垒不再不可逾越。即使不同手机浏览器之间存在一定的速度差异，打开效果差异，稳定性差异，这些并不足以成为手机浏览器的核心竞争力。

手机浏览器的差异化体现在内容和服务

当手机浏览器巨头无法依靠技术壁垒形成竞争优势的时候，手机浏览器如何塑造差异化体验？什么才是当前手机浏览器巨头们的竞争壁垒？

由于手机本身的操作的局限性，因此手机浏览器必须能够为用户提供一站式上网服务，尽可能丰富且科学地为用户提供手机上网的相关应用和服务。这些内容和服务必须符合用户需求，而不是为合作或者广告需要。

从 2009 年 8 月，CNNIC 与 CR-Nielsen 联合发布的《2009 中国移动互联网调查报告》来看，手机上网用户的主要网络应用排在前几位的包括浏览新闻、在线聊天、搜索、读书、游戏、社区、邮件、博客等。因此手机浏览器要塑造差异化体验，就需要能够为用户快捷的提供这些服务。

由于浏览新闻、在线聊天、搜索、社区、邮件、博客等手机上网应用都已经具有一定的用户粘性，因此巨头之间的竞争壁垒不是导航栏中简单的列表罗列以及广告的堆砌，如何有效的将用户需求的内容整合和展现在手机浏览器上，这在考验手机浏览器企业的内容整合能力。

手机浏览器已经进入巨头之间竞争的时代，这个时代技术壁垒已经不是竞争的关键，手机浏览器的差异化将体现在提供内容的多少，以及提供内容的粘度高低上。因此，下一步哪家巨头能展示出对移动互联网内容与服务的强大整合能力、能精准把握用户无线上网的核心需求，谁将获得更多的用户，最终也将在手机浏览器之争中获胜。

来源：通信世界网 2009-12-09

[返回目录](#)

联通 iPhone 欲大规模部署类 Wi-Fi 接入

12 月 10 日，中国联通旗下联通华盛通信有限公司总经理于英涛在接受记者采访时透露，iPhone 在中国正式销售 40 天以来，已经卖出了 10 万部，其中 71% 与联通签订了两年的消费合约，“基本上令人满意”。

于英涛同时确认，联通此次引进的 3G 版 iPhone 手机不带 Wi-Fi，硬件中就已经摘除了 Wi-Fi 模块。

但中国联通即将推出一种名为“掌上基站”的服务。该服务直接面向家庭，对于已经安装了家庭宽带的客户，只需要加装一个发射装置，用户就可以在 20 米到 30 米范围内，通过手机经家庭宽带访问互联网资源。该发射装置的发射功率仅为普通无线 Modem 的 1/10。

由于这些流量不走 3G 移动互联网，用户只需支付少量的包月费用。于英涛表示，未来联通有可能会大规模部署这类装置。掌上基站将给包括 iPhone 在内的联通手机用户提供另一种快速接入互联网的可能性。

有业内人士认为，作为 3G 网络的补充，类似掌上基站这样的装置和服务，能够为具有固网资源的运营商，提供高速互联网接入服务的另一种途径，以规避 3G 网络在带宽容量和成本等方面的限制。

截至目前，尽管三大运营商已经投入巨资建设各自的 3G 网络，但在网络覆盖、带宽容量等方面仍有不足之处。2009 年上半年，迅速完成 3G 网络基本布局的中国电信曾大规模推广无线上网卡业务，但随后据称由于用户增加太快、3G 网络速度下降等原因，而不再大力宣传此项业务。中国移动和联通的网络也不同程度的存在类似的问题。

事实上，中国电信曾经大规模部署 Wi-Fi 接入点，倡导 3G 上网用户在有 Wi-Fi 的地方通过 Wi-Fi 直接接入高速的固定宽带互联网，在没有 Wi-Fi 的地方再使用 3G 网络。中国移动亦大规模布局 Wi-Fi 接入。

除了掌上基站之外，于英涛还表示，虽然何时在苹果手机引入 Wi-Fi 还没有时间表，但预计这样的等待不会太久。联通和苹果正在合作开发，让苹果手机既支持国外的 Wi-Fi 标准，也支持国内自主的 WAPI 标准。来源：21 世纪经济报道 2009-12-11

[返回目录](#)

手机操作系统：谁来挥舞神经中枢指挥棒

背后

如果没有操作系统，手机就像没有了大脑的提线木偶，只能进行僵硬而简单的机械操作，智能更无从谈起。这把控制神经中枢的指挥棒，正在被越来越多的厂商觊觎。

12 月 8 日，向来低调的三星向世人展开了一片蔚蓝色的海洋，由其主导的手机操作系统“Bada”向开发者开放。

为争取后来居上，三星还宣布了一项开发挑战：开发者使用 Bada 平台的功能编写出 Bada 设备的应用，将有资格赢得 270 万美元奖金的一部分。此外，在未来的一年，汉城、伦敦和旧金山等几个城市还将举行一系列开发者日。

和 Bada 一样，目前市面上主流的手机操作系统都出身豪门，并且各自划分了一块势力范围，在激烈的市场竞争中短兵相接。

八大家族

事实上，早已有人比三星捷足先登，嗅到了手机操作系统中的巨大商机。

微软的 Windows 操作系统在 PC 上所向披靡，把这个优势延伸至手机终端顺理成章，作为独立的第三方操作系统在智能手机市场征战多年。微软的优势在于，独立的第三方系统，而且与 PC 可以无缝链接，还拥有非常庞大的应用软件生态系统。目前几乎所有的大型手机厂商都支持 Windows Mobile 操作系统。诺基亚主导的 Symbian 操作系统凭借诺基亚庞大的手机用户群，具备先天优势，在手机操作系统市场中占据了半壁江山。不过，由于诺基亚占有主要控制权，在手机厂商中只有索尼爱立信在产品中使用，三星之前曾经有部分产品基于 Symbian 开发。

RIM、Mac OS X、Palm OS 属于独占系统，分别为黑莓 BlackBerry、苹果 iPhone（手机上网）和 Palm 独自拥有，自面世以来吸引了众多拥趸，不断地瓜分了 Symbian 的市场份额。然而，关起门唱戏，单打独斗，无法形成产业链上的竞争合力，也很难在市场中占有绝对优势。经过一段时间的风光，新鲜劲儿一过，市场份额已经开始不断下滑。

Android 平台的主要支持者是以谷歌为首的开放手机联盟，包括了宏达、T-Mobile 和英特尔等公司。高度开放和较好的兼容赢得了宏达、摩托罗拉和索尼爱立信，包括中国移动的支持。

在这几支势力中，Linux 日渐式微。Linux 先于 Android 以开源为卖点，但是谷歌的时尚和创新为其迅速拉拢了一批同盟者，并且，欧美市场对于谷歌的互联网服务有着严重的依赖。摩托罗拉、三星曾经都是 Linux 最坚定的支持者，而现在这两家几乎都移情别恋。

所以，三星 Bada 刚一出生，面临的就是一片群雄环伺的危险处境，分析师菲利普在他的博客中写道：“我们要用一个审慎的态度对待新的平台。”

平台乱象

在手机操作系统厂家大肆争夺地盘的背后，是为了抢占移动无线互联网市场的商机，从而把自己开发的一系列增值服务绑定到手机上。

电脑上的操作系统成就了巨无霸微软，基于手机平台的移动互联网，给厂商打开了成为微软第二的时空门——在格局未定之时，一切都有可能。

用“操作系统大战”来形容该产业的激烈竞争程度毫不为过，各方势力在激烈的争夺中此消彼长。市场研究公司 Gartner 公布的数据显示，2009 年第三季度微软 Windows Mobile 在智能手机的市场份额为 7.9%，上年同期为 11%，同比下滑了 3.1 个百分点。而苹果 iPhone 的市场份额从 12.9% 增至 17.1%；黑莓的市场份额从 16% 增至 20.8%。

与此同时，Symbian 的市场份额从 49.7% 下滑至 44.6%，下滑了 5.1 个百分点。开源的谷歌 Android 操作系统 2009 年第三季度的市场份额为 3.9%。

Gartner 分析师罗贝塔科扎说：“从一个方面来说，智能手机操作系统的市场正趋于开源化。另外一个方面，苹果和黑莓这样的封闭系统也在不断壮大。微软正好两面受困。他们必须好好想想该采取什么对策了。”

巨头混战导致的结果，一方面给了下游开发者更多的选择机会，但另一方面也让人无所适从。以一家做手机炒股软件公司为例，“为了适配让人眼花缭乱的机型和各种不同版本的操作系统，同样的一款产品我们要做多次研发”，该公司负责人对记者说。

飞象网 CEO、通信专家项立刚“希望政府出面，协调统一手机操作系统”，他说，“操作系统的多元化大大增加了手机应用的开发成本，且带来兼容问题，中国已经有 7 亿手机用户，每年增加 1 亿用户，很快就有 10 亿用户了，应该在政府的推动下，比如按照 Android 进行改造，做一个统一的操作系统。在操作系统上面应用可以是千变万化的，服务、运营可以各干各的，但是系统最好做成一个。”

由中国移动主导的 OPhone 操作系统基于 Android 平台，也许具备这种潜质。在运营商的号召之下，吸引了三星、摩托罗拉、联想、宇龙酷派等多家手机厂商。打上了中国移动的标签，至少能保证各项应用服务的通用性。来源：中国经营报 2009-12-14

[返回目录](#)

智能手机拉锯战：高额利润下的排兵布阵

编者按：当年洛阳纸贵，如今智能风行。黑莓和苹果的异军突起改写了整个手机市场的格局，于是戴尔变成了诺基亚的竞争对手，高通和英特尔正面交锋，加上传统巨头三星、摩托罗拉、LG，智能手机领域正是天下大乱之时，各路英雄各显神通。

大局未定，激战正酣。

2009 年底的北京没有往年寒冷，而智能手机市场格外热闹。

12月7日下午，RIM公司联合首席执行官吉姆巴西利出现在东方君悦酒店，带着黑莓智能手机（Blackberry），他与中国最大的IT产品分销商神州数码、中国最大的移动通信服务商中国移动，分别达成了合作协议。

就在同一天，迄今为止最贵的智能手机三星臻品W799揭开面纱。

仅仅3天前，摩托罗拉研发的首款基于OPhone OS平台的3G智能手机智领MT710在万众期待中亮相。

12月2日，中国移动定制的最新款Windows Mobile 6.5旗舰3G智能手机多普达“麒麟”T8388问世。

11月下旬，以戴尔和Acer为代表的PC巨头均推出智能手机搅局，淘宝要独立推出手机的传言也风生水起。

该来的不该来的，闹哄哄你方唱罢我登场，智能手机的战场空前火热。

派系林立：亦敌亦友的危险关系

背靠运营商的大树好乘凉，特别是以数据业务为主要应用的智能手机。所以，黑莓选择进入中国的方式也不例外。

在吉姆巴西利眼中，中国已经是世界上最大的手机市场，中国移动只是助其到港的第一站。黑莓其实早就让中国电信望眼欲穿，中国电信董事长兼CEO王晓初希望能“尽快引入黑莓与iPhone（手机上网）抗衡”，“我们在加紧与RIM公司讨论，推出黑莓手机的相关事宜，希望能尽快达成协议。”王晓初说。

“我们公司用的都是黑莓，”神州数码董事局主席兼CEO郭为对记者说，易于管理的邮件系统和便于操作的全字母键盘让很多拥趸对它情有独钟。

这款风靡世界的超级明星手机将由神州数码独家代理。“我们和三家运营商都会分别合作，按照运营商的不同需求进行相应的定制，”郭为告诉记者，“但是不会走二三级分销渠道，也不会进入国美这样的大卖场。”

黑莓一女三嫁，高傲的苹果经历过之前和中国移动谈判的破裂，最终选择了中国联通。此前，中国联通与苹果达成排他性协议，将在未来3年内在华合作销售iPhone智能手机。

与运营商结成攻守同盟的道理谁都明白，11月至12月期间，伴随各款智能手机频繁亮相，还有运营商的代表，这些手机无一例外都是运营商的深度定制机。

在中国市场中，中国移动、中国联通、中国电信三大运营商同台竞争的格局已经大定，手机终端厂商各自站队。不过，除了挑剔而娇气的iPhone，几乎各大手机厂商都是覆盖多种制式，任何机会都不放过。

但是，手机厂商和运营商的关系并不仅仅是合作者如此简单。在应用程序商店中，诺基亚的Ovi store、黑莓的BlackBerry App World、LG的LG

Application Store 和宇龙酷派的 CoolMarket，都暴露了手机厂商不甘沦为运营商贴牌工厂的奋力抗争。

作为对智能手机至关重要的操作系统，黑莓和 iPhone 各自拥有封闭的 RIM 和 Mac OS X，诺基亚主导着 Symbian 平台，三星推出了自己的 Bada。以此来保证自己独立的话语权，至少为日后突破运营商封锁、成为产业链的主导者埋下一个火种。

时机尚佳：高额利润下的排兵布阵

在智能手机领域各方神圣一拥而上的原因，无非就是利润二字。

目前，在手机市场平均价格下滑到 87 美元的时候，智能手机仍然保持在 150 美元以上的水平，其毛利率也超过 25%。这些令人兴奋的数字，无论是对手机厂商还是 PC 厂商来说，都具有相当大的吸引力。

黑莓和 iPhone 的成功仍然是刺激着一家又一家后来者前赴后继的神话。在过去 10 年间，RIM 向它的 2850 万个用户卖出了 6500 万台手机，公司的市值在这个过程中也由 9600 万美元上升至 420 亿美元。

苹果 iPhone 获得的利润更高。投资研究机构 Sanford Bernstein 分析师托尼萨柯纳吉表示，苹果 iPhone 目前的运营利润率高达 40%，相形之下 RIM 每部手机的利润率为 20.7%，而行业平均利润率为仅为 9.7%。

这几组对比鲜明的数据足以证明，智能手机是当之无愧的最具诱惑力的“金苹果”。

不仅如此，智能手机的市场前景十分广阔，正处于不断向上的攀升期。根据 IDC 的数据，2008 年，11.9 亿部手机在全球售出，其中 1.55 亿部是智能手机，占 13%；IDC 预测，2013 年，全球将售出 14 亿部手机，其中智能手机的比例将达到 20%，市场规模达到 2.8 亿部。

智能手机的热度感染了联想集团。一年前被联想集团以 1 亿美元抛售的联想移动，以翻了一倍的身价重回集团。能够回购的重要原因，就是联想集团战略的调整，“移动互联网是联想集团未来重要的战略方向”，联想集团 CEO 杨元庆说，而智能手机是移动互联网最便利的入口。

在中国，3G 市场处于发展初期，增长前景巨大，在这段时间正是排兵布阵的上好时机。

案例一

三星：高价夺人

诺基亚咬牙切齿地把苹果和黑莓当做了最大的竞争对手，其实，一直紧随在它身边、并且牢牢占据全球市场份额第二把交椅的是三星。

12月7日夜，三星臻品 W799 在国家会议中心露出了庐山真面目。这款手机创造了 2009 年以来智能手机的最高价位，定价高达 8000 元左右——而含补贴的 iPhone 价格也只有 5000 元上下。

臻品 W799 的发布透露了三星手机对于高端手机市场始终没有放弃的图谋。从 2007 年开始，向来以高端形象示人的三星为开辟中国、印度、东南亚等平均收入水平较低的市场，以每部手机 100 美元左右的售价进行投放，这个策略直接把摩托罗拉从排名第二的位置上拉了下来，取而代之。

事实证明，即便是采取机海战术一点一点吞噬市场份额，高端且利润空间更大的智能手机仍然是三星不会放弃的阵地。

尽管没有像 E71、iPhone 和黑莓一样暴露在聚光灯下，不过根据 GFK 的数据显示，三星旗下的智能手机不露声色地完成了截至 2009 年第四季度 8% 的市场占有量，在中国市场排在第二。三大运营商、三种 3G 制式，微软 Windows Mobile、诺基亚 Symbian、Linux、谷歌 Android 四大操作系统，三星手机全部染指，成为跨界最大的手机制造商。

和诺基亚暗藏野心、总想和运营商分庭抗礼不同，三星是更为单纯的执行者。2009 年初，三星公司把智能手机和低端手机作为重点进攻的两个市场，而在北美和欧洲市场推动智能手机的一大动力，就是要加强和移动运营商的合作。

在中国同样如此，三星低调而勤恳地随行在侧，是最早支持中国移动 TD 制式的国际手机厂商；凭借着和中国联通运营 CDMA 之时积累的良好关系，在强手如云的 WCDMA 阵营依然能看到三星的产品；对于中国电信来说，三星更是一个难得的忠实合作伙伴。

因为就在王晓初抱怨“CDMA 终端太少，缺乏明星产品”之后一个月，三星就宣布在 2009 年会有 30 款 3G 产品保证全面的 3G 应用。

中国电信迫切需要“明星手机”迅速扩大市场。在目前的 500 多款 CDMA 终端中，还没有足以和 OPhone 以及 iPhone 叫板的实力机型。在和黑莓联姻之前，三星是中国电信最拿得上台面的合作伙伴。

于是，定价高达 8000 元的臻品 W799，背负着中国电信打造“明星手机”的愿望，在黑莓高调复出的时候与之一争高低。

但不可忽略的是，和运营商深度定制可以保证一定范围的销售，可是这个范围也就相对固定，不会有太大的增长空间。中国电信仍处弱势地位，用户数量仅为中国移动用户数量的 1/10，臻品 W799 要像 iPhone 和黑莓一样“一机风行”，难度不小。可以预见，三星在积极参加定制的同时，并不会放弃公开渠道。

案例二

摩托罗拉：Android 反击

幸好，一个时代的符号没有终结，摩托罗拉又回来了。

2009年，笼罩在摩托罗拉手机部门头上的出售疑云逐渐散去，和这个昔日大哥大一齐现身的变成了谷歌推出的Android手机操作系统。经历了两三年的迷惘，摩托罗拉这次终于找到了点感觉。

12月4日，在实验室里金屋藏娇了一年时间的智领MT710发布，这是摩托罗拉研发的首款基于OPhone OS平台的3G智能手机。

“大家都知道摩托罗拉可能不像过去那么强大。我们非常清楚地知道，一款新机型不可能是一个公司的全部，它只是我们推出的新产品的开端。”摩托罗拉公司移动终端事业部首席市场官Bill Ogle的兴奋之情溢于言表。因为，这款产品对于摩托罗拉而言，更是一个提升士气的强心剂。

“摩托罗拉对这个手机感到很振奋，并将以此为契机在中国市场推出几十款新手机，继续加强我们在手机产业上的力量。我们要向消费者展示这样一个信息，摩托罗拉又回来了，而且我们是大张旗鼓地来重新振兴市场。”Bill Ogle对记者说。

是的，摩托罗拉又回来了。对于太多有着摩托罗拉情结的人来说，这是一种情感的归宿。Android平台给了摩托罗拉一个王者归来的重大机遇。

在Android的平台之上，由于具备源代码开放的自由性，一方面可以吸引诸多厂商加入到产品开发行业，另一方面可以分享谷歌提供的优质互联网服务。搭载这项技术的手机，可以通过3G、WiFi连接互联网，同步联系人、信息、电子邮件、照片等资料，还能够同步用户的SNS信息（例如Facebook、Twitter等），并可以直接将信息推送至手机桌面。

急切需要优质品牌扩充OPhone阵营的中国移动，对于摩托罗拉的复出感到十分惊喜。据悉，智领MT710是“TD终端专项激励基金联合研发项目”中的旗舰产品，并且被中国移动副总裁鲁向东称为“摩托罗拉历史上的里程碑”。导航、CMMB手机电视、中国移动音乐随身听、电子书等几乎所有中国移动的得意之作都嵌入了这款产品。

Bill Ogle说：“我们对中国移动的承诺是在2009年年底和2010年有7款以上产品上市，涉及到整个产品组合，会在2010年出几十款产品，比如说10款或者20款。”

收获2010

记者观察

把智能手机比喻成金苹果毫不为过，因为它不仅是手机制造领域中目前利润最高的一类产品，更是移动互联网的直接入口。

在如今这个竞争格局中，诺基亚是大权在握的赫拉，苹果是美貌的阿芙罗狄忒，黑莓则是智慧的雅典娜，但最终的评判官仍然是消费者——厂商的激烈竞争，让消费者有了宽阔的选择空间。

然而，现实生活的利益纷争往往比神话故事要复杂许多。即便是诺基亚、苹果和黑莓暂时在这个领域占了上风，掌握着基础网络的通信运营商绝对不会只让自己沦落为管道。尽管中国联通在强势的苹果面前，签订了颇为屈辱的卖身契，但是从黑莓的入华姿态可以看出，他们已经认识到，在让人眼花缭乱的各种手机产品中，手机制造商仅此一家别无分店的竞争优势正在被削弱。

中国移动手握重金，更加不会让某一家厂商在自己面前有过高的话语权，因此，中国移动宁愿采用更为开放的 Android 平台，用以集结愿意追随的各路英雄，让下游厂家在相互竞争中制衡，以此保持运营商的主导地位。

历史总是沿着波浪式的曲线前进，盛极而衰是一个必然的过程。对于手机这样的科技产品，更是花无百日红。在即将到来的 2010 年，眼下的竞争格局完全有理由相信，将被毫不留情地打破。摩托罗拉这头睡狮的苏醒将爆发出惊人的力量；从 2008 年开始在智能手机领域发力的三星，也向外部开发者开放操作系统 Bada，向应用服务领域突击。

触控、全屏、全键盘的概念风靡了整整两年，以至于全民皆山寨苹果和黑莓。但是操作门槛是显而易见的，有消费者戏称 2009 年一个最大的谎言就是“所有人都不好意思承认苹果不好用”。毕竟通讯工具不能成为一种束缚，如何回归易操作性是眼下的手机厂商正在考虑的一个问题。

毫无疑问，利润较高的领域总是让很多人趋之若鹜。不仅是 PC 厂商把产品线延长到了小屏幕，谷歌和微软两家互联网公司也不遗余力地要用操作系统占领智能手机的桌面。而当硬件产品越来越趋于同质化的时候，优质的内容资源就成为吸引用户的一个法宝。

近日传得沸沸扬扬的淘宝手机，正是强势内容方背靠巨大用户群试图突袭终端领域的一次尝试；于是，人们又开始畅想未来是不是会出现开心网手机。

根据知名顾问公司 BDA 的调查，目前用户访问移动互联网所面临的最大瓶颈是不稳定的网络和高昂的资费。而 3G 在 2009 年底基本部署完成，网络覆盖完成之后，用户体验和满意度上升，随之而来的将是 3G 在普通用户层面大规模的普及和现行资费标准的下调，而这是最为刺激移动互联网应用攀升和智能手机出货量剧增的杀手铜。2010 年将成为巨额投入之后，有所收获的第一年。来源：中国经营报 2009-12-14

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

新兴市场如何开展 3G 运营

新兴市场具有与成熟市场不同的移动运营环境，在开展 3G 运营时，应在终端、业务、资费等方面采取一些特别的策略。

新兴市场的 3G 发展必须切合当地的需求特点。首先，在大部分新兴市场，25 岁以下人口所占比例都接近甚至超过 50%，年青人喜爱求新求异，对影音娱乐的需求较为强烈；其次，日益增长的经济文化生活与落后的基础设施之间的矛盾，决定了增值业务具有巨大的需求，这些增值业务能为生活带来实际便利；第三，固网基础设施落后，PC 拥有率低，Internet 渗透率低，通过手机进行无线宽带上网不失为一种较好的解决方法；最后，人们收入相对较低，文化水平普遍不高，因而业务和终端定价不能过高，资费设计要简单明了。

基于新兴市场的特点，在开展 3G 运营时，应在终端、业务、资费等方面采取一些特别的策略。

实行终端补贴与终端定制

新兴市场的用户需要什么样的手机？在哥伦比亚，大多数手机价格只有二三十美元；在委内瑞拉，价格为 14 美元的 Vergatario 手机遭到了疯抢；在印度，绝大多数用户用的也是二三十美元的手机。

3G 盈利的核心在于增值业务的开展，终端体验的好坏直接决定了用户增值业务的使用习惯。好的终端可以拉动数据业务消费。在印度，手机上网用户是 PC 上网用户的 5 倍。用户第一次上网，是通过手机，而不是电脑，很多新兴市场国家也是类似情况。终端对业务的推动作用十分重要，新兴市场国家流行的小屏低端手机难以保证用户的体验。

目前，3G 终端的价格还是远高于 2G 或者固定终端的价格。在价格敏感的新兴市场，该怎么办？

运营商在终端上给予补贴，是获得新用户，并把新技术推向市场的重要途径。新兴市场最大的移动运营商——中国移动在发展 3G 时也对终端给予了高额度的补贴。一般来说，补贴的合同期越长，用户会觉得自己享受的补贴越多，但实际上真正的补贴率却更少，因而长期合同可以有效降低离网率。

通过量身订制的终端，可以更好地为运营商所推广的业务服务。一些运营商定制的手机上就有看电视的快捷键，大大方便了用户观看移动电视；一些运营商提供定制的界面，当用户打开手机，看到的是某个运营商的定制界面和应用程序，自然就会倾向于享受这个运营商提供的服务，从而运营商将这个用户和他的钱包

牢牢地锁定。例如，中国移动的 Mobile Market 已经上线，提供了丰富的 Widget 和应用程序。Widget 就可以说是软件实现的快捷键，预装 Widget，可以帮助运营商进一步引导用户的使用习惯。

优选 3G 业务

3G 业务琳琅满目，新兴市场运营商应该优选如下业务作为重点发展对象：

移动音乐

迄今为止，移动音乐是 3G 业务最大的收入来源。移动音乐已从简单的振铃、彩铃，发展到整曲下载。目前，全球 70% 的手机具有 MP3 功能，为移动音乐的进一步发展奠定了良好的基础。但是，各咨询机构都调低了对全球移动音乐的收入预测，为何？互联网上的免费音乐大大冲击了移动音乐业务。与成熟市场相比，新兴市场发展移动音乐反而具有得天独厚的优势：新兴市场的 PC 及 Internet 渗透率都很低，一定程度上遏制了盗版的盛行；新兴市场青少年人口比例很高，而他们正是移动音乐的主要使用者。

新兴市场由于相对闭塞，人民文化水平较低，要特别重视业务的本地化。如中国移动音乐库中，本土内容占据了 90% 以上。本地化更应体现在业务推广策略中，例如，华为给印度运营商 Reliance 和 TTSL 推出的“彩铃一键复制”功能，使用率达到 50% 以上。这一功能为什么这么受欢迎？在印度，由于用户平均文化程度较低，互联网渗透率较低，所以很多用户都用此功能来下载彩铃。在其它国家，人们更喜欢通过互联网来订购彩铃。

新兴市场国家在相当长一段时间内，彩铃仍将是移动音乐的主要产品。运营商可以把振铃、彩铃、整曲都集成到一个 Portal 中去，通过彩铃来带动整首乐曲的下载。

移动货币、移动转账和移动银行

在众多的移动增值业务中，有一项业务被公认为是针对新兴市场的一种业务创新，它就是移动货币和移动银行。

新兴市场金融基础设施极不完善。据世界银行统计，世界上一百多个国家中，55% 以上的成年人没有银行账户，其中四十个国家中，80% 以上的成年人都没有银行账户。

曾多次获奖的肯尼亚 Safaricom 的 M-PESA 移动货币业务，在 8 年间，其用户数从 2 万增长到 1600 万。菲律宾移动银行业务也发展得如火如荼，很多海外打工者通过移动银行把挣到的钱汇回家乡。许多新兴国家都有大量出国务工人员，非常适宜开展此类业务。

移动银行等业务不仅大大便利了人们生活，在成本上也有巨大优势。在菲律宾，通过银行支行办理业务的费用为 2.5 美元，而通过手机办理却只需要 0.5

美元。在巴基斯坦，创建和运营一家代理行的成本要比创建和运营一家银行支行低 76 倍。

以往移动银行用户最担心的是安全问题，现在 3G 手机的数据通信和处理功能都很强大，采用加密通信和数字证书机制后，用户也不会觉得手机反应迟滞，这解除了用户的后顾之忧。此外，以往基于短信交互服务的移动银行业务，由于操作过程的不直观和繁琐，限制了它的进一步发展。如今，3G 的高带宽及强大的 3G 手机，可保证基于 WAP 的网上银行，大大方便了操作。

移动电视

多个国家的市场调研都显示，在开展 3G 业务时，移动电视是用户最渴望的业务之一。有了它，重要新闻随身看，再也不会错过激动人心的球赛和演唱会。实际上，3G 移动电视业务并没有想象的那么美，特别是在新兴市场。由于移动电视对带宽的要求较高，一方面会对刚起步的 3G 网络造成较大的压力，另一方面，高流量必然带来高资费，也限制了该业务的普及。如果比较每 Mbps 流量所带来的业务收益，则移动电视是最低的。因此，移动电视必须有，但目前的主要作用是吸引眼球以及增加客户的黏性。

移动宽带接入与移动互联网

如果说上述业务不适用于所有新兴市场，那么移动宽带接入基本上在绝大多数新兴市场国家都有广阔前景。

固网设施落后几乎是新兴市场的通病。随着 PC 拥有率的快速增长，新兴市场对宽带的需求也日益高涨。实践也证明，3G 数据卡业务，无论是南非的 Vodacom、沙特的 Mobily，还是巴西 Claro，都有着良好的发展。但目前需要注意的问题是：数据卡用户的发展和网络的建设要相匹配。许多运营商发展数据卡业务后，用户飞速增长，导致网络拥塞，用户体验大幅降低，从而损害了自己的信誉。移动宽带接入最直接的目的是开展移动互联网业务。鉴于新兴市场国家的现实情况，比较好的选择是和内容供应商结成联盟，或者提供统一服务平台。用户最值钱的地方在于他的相关信息与关系，而运营商在获取这些信息方面有天然的优势。所有合作都不能动摇运营商在获取用户信息与关系方面的垄断地位。只要能掌控住这些信息，就能确保运营商在产业链中的核心地位。

简单灵活的资费设计

合适的定价技巧，能培育出更多用户。3G 业务要采取低价策略，为什么呢？一方面 3G 数据业务属于“非必需”业务；另一方面，低价能更快启动市场，引爆客户需求。在进行资费设计时，通常来说，可依循如下原则：3G 语音业务资费水平不高于 2G，3G 数据业务资费远低于当前 2G 的水平。

以下为两种增值业务套餐设计方案：A方案是将话音作为主套餐，与3G旗帜型业务进行组合；B方案则将3G旗帜型业务作为主套餐，与其它业务进行组合，适当赠送话音业务。

刚刚开展3G运营的运营商，以语音服务带动3G业务，使人们熟悉3G业务。此时，采用A方案较合适。当发展了一段时间，3G业务深入人心时，可采用B方案。另外，用户可凭借业务使用频率获得赠送积分，以换取通话时间。

以上讨论的是增值业务定价原则。对于无线宽带接入业务，基于手持设备的无线宽带接入，可以采取“无限量包月(Unlimited Flat Rate)”原则，因为小屏幕和低电池容量决定了手机上网的小流量。对于数据卡业务，“定量包月+对超过定量部分额外收费(Flat Rate + Charge Out Of Bundle)”则较为合适。“固定费率(Flat Rate)”对用户来说性价比高，便于理解，又可防止滥用带宽，是当前较为流行的资费方式。Oman Mobile对后付费用户就采取了这种资费策略。

新兴市场国家用户经济条件普遍不宽裕，且对数据业务不熟悉。在推广新业务前，给予免费试用是很有必要的。中国移动的手机报业务通过采用免费试用3个月的策略，成功发展了4000多万用户。

总之，新兴市场在开展3G运营时，最主要是要做到因地制宜，根据当地市场的实际需要在终端、业务、资费等方面采用合适的策略。另外，网络、品牌、渠道等也是需要考虑的因素。来源：华为技术 2009-12-11

[返回目录](#)

中电信完成卫通基础电信业务整合

继中国铁通分拆计划出炉之后，中国电信整合中国卫通基础电信业务的过程也将完成。昨日发布的公告显示，中卫国脉（中国卫通子公司）并入中国电信的计划已经获得双方董事会和相关部门的批准。

资料显示，中国卫通将把其持有的中卫国脉50.02%股份，共约2.0076亿股国有股权无偿划转给中国电信。本次划转完成后，持有50.02%股份的中国电信将成为中卫国脉的第一大股东。

此前，中卫国脉主要从事综合电信销售业务、数字集群业务、呼叫中心与增值业务以及信息工程业务，与中国电信控股子公司中电信、中通服目前所从事的业务存在较大程度的重叠，处于同业竞争状态。因此，中国电信计划对中卫国脉进行重大资产重组，具体方案目前正在协商之中。

按照新一轮电信重组的方案，中国电信收购原中国联通 CDMA 网络的资产和用户，原中国联通与中国网通合并，中国卫通的基础电信业务并入中国电信，中国铁通则被并入中国移动。来源：北京商报 2009-12-14

[返回目录](#)

谷歌参建全球速度最快海缆 预计耗资 4 亿美元

据国外媒体报道，谷歌与日本电信运营商 KDDI 等公司合作成立的财团于周四签订协议，将共同建设并运营一条海底光缆系统，预计耗资 4 亿美元。

菲律宾电信运营商 Globe Telecom 以及印度电信运营商 Bharti Airtel 和 Reliance Communications 也都加入了这一财团。

上述公司在联合声明中表示，该光缆系统名为“东南亚日本光缆”（Southeast Asia Japan Cable），设计传输能力为 17Tbps，最高可升级至 23Tbps，是迄今为止速度最快的光缆。该光缆有望于 2012 年第二季度投入运营。

声明还表示，该光缆总长度约为 8300 千米，将为整个亚洲地区提供速度更快、效率更高的宽带网络，最初将连接新加坡、香港、印度尼西亚、菲律宾和日本。来源：新浪科技 2009-12-11

[返回目录](#)

邬贺铨：移动互联网是我国在技术上迎头赶上的良机

在举行的“2009（第三届）移动互联网研讨会”上，中国工程院副院长邬贺铨表示，未来十年互联网将发展到移动互联网的时代，互联网从诞生到现在 40 年，在核心技术上，我们仍然没有摆脱受制于人的局面，在核心技术的掌握上我们与发达国家也有很大差距，移动互联网对我们是难得的迎头赶上的机会。

未来十年互联网将发展到移动互联网时代

邬贺铨表示，移动互联网是互联网与移动通信结合的产业，是互联网技术与移动网技术发展的必然趋势，也是互联网的重要应用与移动网重要应用的自然延伸。由于移动终端数远多于上网计算机数，可以预期，未来十年互联网将发展到移动互联网的时代。

他指出，以互联网和移动通信为代表的信息产业成为国民支柱产业的重要组成部分。有国外学者 2006 年对 66 个发展中国家，27 个发达国家一项研究表明，互联网用户数每增长 1%，出口增长 4.3 个百分点，美国固网普及率提高 10%，将贡献 GDP 增长 2.8%，将对 GDP 贡献 1141 亿美元。另外，根据世界银行最近

对 128 个国家经济分析，宽带服务每责任 10 个百分点，会带来 1.3 个百分点的积极增长。

用移动互联网促进两化融合

邬贺铨认为，无论是互联网，还是移动通信，我国还有很大发展空间，过去我们错过移动互联网的发展机会，再要花十年或者更长时间才能赶上。互联网从诞生到现在 40 年，在物联网核心技术上，我们仍然没有摆脱受制于人的局面，在核心技术的掌握上我们与发达国家也有很大差距，移动互联网对我们是难得的迎头赶上的机会。

“对此我们要及早准备，在移动互联网技术标准上要争取主动，开发顺应我国国情的移动互联网新业务和新应用，将移动互联网的开发与运营商的转型结合。通过移动互联网，进一步促进工业化和信息化的融合。”邬贺铨说。来源：中国通信网 2009-12-09

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

韩国 2009 年手机结算额达 118 亿元

韩国手机结算业务自 2001 年开始以来，经过仅八年时间的发展，就已增长了 21 倍，规模达到 2 万亿韩元（C114 注：约合人民币 118.67 亿元）。手机结算不仅用于购买网络上的内容产品以外，还扩大到实物购买及公共服务领域，它已经渗透进生活的方方面面。

12 月 3 日，韩国移动支付业务提供商达纳（Danal）和 Mobilians 联合开展的韩国手机结算市场规模调查结果显示，2009 年手机结算额为 1.8 万亿韩元，相比 2001 年增长了 21 倍。

原来仅局限于网游结算的手机支付应用也已扩大到支付公共性服务收费、国家考试报名费、医院诊疗费等。2004 年占总支付金额 66% 的网络游戏支付额比重下降到 37.1%，相反购物等实物购买支付比例则由 3.5% 上升到 14.6%。调查显示，使用手机结算的用户群呈现出多样化趋势。在使用手机结算的人口中，二、三十岁男性占 42%，然而近来使用网络购物的女性消费者也呈递增趋势，其中 25~34 岁使用手机结算的女性比例由 2001 年的 6% 上升至 12%，翻了一番。而且年龄层也变得多样化，2001 年 50 岁以上手机结算使用者中，男性和女性比例

不足 4%和 1%，然而近来在该年龄段中，男女使用比例分别上升到 6.5%和 6%，说明手机结算业务迅速扩散到中老年层。来源：中国通信网 2009-12-09

[返回目录](#)

我国有线数字电视用户年底将达 6500 万

商“预计 2009 年年底，有线数字电视用户累计将达 6500 万左右。”中国广播电视协会会长李丹昨日表示。不过有专家认为，按此速度 2015 年仍难实现全部数字电视信号播出。

我国计划于 2015 年关闭模拟信号，进入数字电视时代，但目前最大的问题就是消费者买到了高清电视但看不到高清信号，究其原因就是国标“难产”。

在地面数字电视国家标准制定方面，广电总局一直被质疑进展缓慢。广电总局规划院无线所所长李熠星表示，标准制定非常艰难，技术体系普及需要一个漫长的过程。根据国际一般规律，我国彻底从模拟电视向数字电视过渡需要 10 到 15 年。来源：北京商报 2009-12-11

[返回目录](#)

IDC：移动上网设备 2013 年将达到 10 亿部

据国外媒体报道，市场调查机构 IDC 表示，包括 Facebook、Twitter、搜寻引擎、下载游戏与应用程序等在线应用程序的成长，将带动包括智能手机、MID 等移动上网设备的数量大幅提升，预计 2013 年之前，全球可上网移动设备的数量将达 10 亿部。

Facebook、Twitter 等社交网站爆红，让越来越多人一面移动一面上网社交，加上原本就有的实时新闻、搜寻引擎、下载音乐或影片，收发电子邮件和即时通讯等移动服务，可上网的移动设备数目，将随着想要使用移动在线服务的用户数目增加而上升，IDC 预估，2013 年之前可能超越 9 亿部，向 10 亿部大关叩关。

IDC 表示，移动上网用户数随着全球网络用户的数目而提升，2009 年全球网络用户总数达 16 亿人，2013 年此数目可望达 22 亿人，而目前包括移动设备、计算机和游戏主机都可连上网络，2009 年可上网设备超过 16 亿台，其中，拥有可上网的固定式和移动式设备合计数目最多者为美国，但是中国大陆移动上网设备的数目最多，以约 8500 万台领先，预期在 2013 年，全球可上网设备将达 27 亿台。

IDC 表示，2009 年全球透过手机、MID、小笔电等移动设备上网的用户，约接近 4.5 亿人，随着支持网页浏览的手机、智能型手机和其它无线设备的价格较为平易近人，预期透过移动设备上网的用户数目还会再增加。

来源：新浪科技 2009-12-15

[返回目录](#)

IDC 称未来四年中国将新增 15000 家 IT 企业

据研究机构 IDC 公布最新数据显示，中国软件外包业近十年发展迅猛，截止 2008 年底，各类外包企业已达 3300 家，合同执行额 46.9 亿美元。预计未来四年，中国还将迎来新一轮发展高峰，至 2013 年，中国将新增 15000 家 IT 企业。

IDC 研究报告预测，金融危机带来全球资源调整，中国充裕的人力资源及庞大内需市场成为众多跨国企业的追逐焦点。未来五年内，中国离岸软件外包市场将以年均 35.5% 的速率增长，对欧美市场的年增长率可达 44.7%，并将在 2012 年产生近 89.5 亿美元的总收入。

出于对成本的考虑，中国二线城市逐渐受国际外包商的青睐。无锡、苏州等二线城市，以及南昌、西安、成都等中西部城市也成为国际外包上考虑的重点。

不过，对于中国软件外包产业来说，还存在高层次人才缺乏、核心竞争力不高等问题，但随着外包产业成熟度提升，中国庞大的中低层从业人员将是其发展的最大优势。目前，中国拥有 476 万的 IT 从业人员，预计到 2013 年，这个数字将达 642 万。来源：比特网 2009-12-09

[返回目录](#)

IDC 预测 2013 年全球移动互联网用户将突破 10 亿

据国外媒体报道，IDC 预测，2013 年底全球移动互联网用户将由 2009 年的逾 4.5 亿翻一番多，超过 10 亿。

IDC 发表报告称，在手机、智能手机和其他无线设备普及和价格日趋下滑的推动下，未来 4 年内访问互联网的移动设备数量将超过 10 亿。IDC 首席研究官约翰·冈兹 (John Gantz) 表示，“过去数年上网移动设备数量呈爆炸性增长态势。上网移动设备正在改变我们的工作和生活。随着面向移动设备的应用迅速增长，未来数年用户访问互联网的方式将发生巨变，工作和生活之间的界线将更模糊。”

最受移动互联网用户喜欢的上网活动与普通互联网用户相似：使用搜索引擎搜索信息、阅读新闻、了解体育消息、下载音乐和视频、收发电子邮件和即时通讯消息。IDC 预测，对于移动互联网用户而言，未来 4 年增长最快的应用将是网络购物、参加网络社区、写博客。访问在线业务软件和企业电子邮件系统的应用也将迅速增长。来源：新浪科技 2009-12-10

[返回目录](#)

【市场反馈】

寒冬突围 中小企业选电子商务平台须谨慎

国内权威的第三方咨询机构艾瑞 17 日公布的最新调查数据显示，凭借降低交易成本、提高交易效率、缩短汇款时间、扩大销售范围等特点能有效的提升网商竞争力，使用电子商务的线上中小企业在 2008 年全球经济危机下的存活率要高出传统线下企业 5 倍。

由上述的数据可以得出结论，在应对全球经济海啸的环境下，有部分中小企业会投身到电子商务当中。对于商家来说，涉足电子商务就是为了在成本最小的情况下赚大钱，选择哪个电子商务网站几乎可以说是影响销售情况的。当中有很多规矩和诀窍，譬如投放的广告要看该电子商务厂家的主打产、营销渠道、市场，选择对了适合的服务厂家，才能真正扩大影响力。阿里巴巴作为电子商务的巨头，选择它作为一个发布的平台，相信当今的网民也不会对阿里巴巴陌生，只要在上面露个小脸，就可能会有很多网民浏览到。但是，阿里巴巴这种大型综合门户网站，或许，有些具体情况是需要商家注意的。

第一，小型企业应注意发布关键词的浏览量。品牌的知名度的建立，对抢占市场的份额是起着很重要的作用，这就是心理学上的“首因效应”。如果客户要搜索一项产品，而这家企业总是被“置顶”地被搜索出来，那么，在客户的心目中，这一家企业就肯定是比较优秀的。小型企业一般资产规模不大、人员较少的企业，组织体系通常利用垂直式管理体系，管理跨度较小。这类企业能付给阿里巴巴的“劳务费”一般不多，这样，客户通过搜索引擎，看到置顶的，将会是大型企业客户的信息，而小型企业的关键词信息，只能出现在搜索结果的五页甚至更加排后，浏览量将会是极其有限的。

第二，企业应注意选择符合企业地区环境推广的电子商务媒体。像阿里巴巴这类大型企业主导的是全国大城市的电子商务，重点挖掘的市场空间是 1 线城市的企业，所以，投放在 2、3 线城市的专注力相对来说就会弱一点。因此 2、3 线城市的小型企业在阿里巴巴等大网站中，得到的传播效果往往比较低。其实

不是企业的产品做得不好，而是缺少一个科学的渠道去销售，去广而告之。在行业的架构中，优秀大企业应该是金字塔的顶端，为数不多，但是，金字塔的底部是中小型企业，他们作为市场上的一个庞大的群体，这样的市场潜力，才是巨大的，紧紧围绕“为客户找客户”的企业电子商务服务核心，以智能企业求购商机采集和匹配技术服务为中心的一呼百应，就看准这块蛋糕，从理念，经验，渠道等资源中积极挖掘、培养优秀的代理商，去为商家进行优质的推广服务。戴森呼吁广大商家：“作为企业，应该选择合适自身发展的电子商务服务商。切勿掉以轻心，必须做到有如选择实体广告一般认真，随意选择一家电子商务媒体就草草了事，是与企业的自身利益背道而驰的。”

来源：赛迪网 2009-12-09

[返回目录](#)

移动互联网遭遇信任危机 诚信联盟或有所改观

“编辑 * * * 发送到 * * * *”，在我们生活周围，类似广告比比皆是。与此同时，手机遭遇乱扣费的现象也同步上升。专家表示，移动互联网的陷阱不单单是色情那么简单，市民日常中遇到更多的是 SP 乱扣费现象。据了解，一些不法 SP 通过作假，在用户使用手机玩游戏、彩铃、交友社区、广告等服务时，强行扣除账户话费，手法比较隐蔽，从而给用户带来了“黑幕”感，也阻碍了移动互联网市场的发展。对此，国内一些业者开始行业自律以拯救产业的信任危机，这当中频现支付宝的身影。12月3日，在移动互联网长城会和支付宝的合作下，国内移动互联网领域首个“诚信商家”联盟在北京成立，在该会议上，支付宝宣布将联合合作伙伴，借鉴支付宝在互联网交易中的经验与机制，共同打造透明、诚信的移动互联网环境。专家表示，此举或将有效遏制手机乱扣费现象，从而加速移动互联网产业的发展。

移动互联网产业遭遇信任危机

很多市民都会遇到这样的烦恼，手机话费蹭蹭上涨，但是自己并不清楚钱花到哪里去了——尤其是那些用手机浏览新闻、下载铃声等服务的用户。专家表示，如果遇上这样的情况，用户很可能就是掉进了 SP 设置的陷阱。

爱玩手机的刘先生就表示自己已经多次遭遇此类霸王服务，“电视上说可以用手机测缘分，不贵，也就一块钱，我就编辑了一条发了过去。谁知道月底的时候费用多了不少，一查才知道，原本服务一次一元钱的却变成了套餐，也没有半点提醒”。据了解，一些不法 SP 通过在相关服务中巧妙地设置陷阱，或诱导

或强行扣费，而用户只有核对账单才会发现其中的猫腻。“多数 SP 往往不提醒用户扣费说明与标准，其目的就是让你莫名其妙地花钱。”专家表示。

乱扣费现象让消费者在手机服务又爱又恨，爱的是手机服务的便捷，恨的是话费的不透明。面对刚刚兴起的移动互联网市场，尽管应用让人眼花缭乱，但是不少市民却选择了远离。

“每个月就收你 5 元钱，看起来不是很贵，但累计的时间一长，还是很可观的。”刘先生表示。

诚信联盟有望使乱扣费有所改观

来自用户的不信任也让移动互联网产业遭遇了严重的信任危机。这一现象与当初网购兴起时的情形如出一辙，相似的境况让不少有识之士产生移植网购经验来规范移动互联网市场的想法。

据了解，在网络购物兴起时，支付宝通过交易模式创新并与合作伙伴建立信任机制，解决了困扰交易的诚信与安全问题，从而让整个网购产业开始朝着诚信的方向发展。

在 12 月 3 日召开的“无线诚信商家”联盟仪式上，支付宝针对手机互联网就推出了支付宝结算方式。用户在支付宝建立账户，所有的交易都是从支付宝账户中进行支付，用户的交易记录和商户的扣款记录一目了然，这从基础上杜绝了交易不透明而导致乱扣费的可能性。

“服务商不能在你没有同意的情况下就扣费，除了让用户能够明白安心的消费，逐渐重建对于服务提供商的信任外，支付宝也会借助在有线互联网领域的成功经验，加大对移动互联网诚信商家的扶持力度。”支付宝副总裁邱昌恒表示。支付宝还将把有线互联网上倡导的诚信机制运用到移动互联网上，给移动支付的消费者们提供便利、清晰的消费支付渠道。

据了解，由长城会倡导成立的国内首个“无线诚信商家”联盟筹备以来已经获得了近 30 家移动互联网企业的支持。

如该模式推广顺利，将有望终结手机服务乱扣费的历史，除了规范市场外，更重要的是建立消费者手机消费信心，给消费者一个透明、诚信的消费环境。

移动互联网投资潮来临

据《光明日报》报道，截至 2009 年 11 月，中国手机用户已经超过 7 亿，手机网民由 2009 年年初的 1.16 亿增长到了 1.92 亿——意味着平均每 4 个手机用户中就有一个使用手机上网，中国已成为全球移动互联网第一大国。优视科技 CEO 俞永福指出：“这个大不止于使用人群的数量之大，也不止于三大运营商刚刚部署的 3G 流量之大，对消费者感受最大的恐怕是数据、图片、视频等各类数据服务之大、高速与便捷体验之大。”

中国移动互联网的投资潮已经来临，首先是运营商方面，3G牌照发放之后，中国移动、中国电信、中国联通三家全业务运营商迅速开展3G网络建设，移动互联网的建设是其中的重要环节。全国范围内的3G网络建设完成，花费不会低于8000亿元，而初期的投入会有近2000亿元左右。

其次是3G网络设备商和手机终端设备商研发和生产3G系统和设备的投资，由于当前存在3种不同的3G制式——WCDMA、TD以及CDMA2000，设备商会根据自己的财力和实力而进行相应的投资部署。这将极大带动移动互联网的发展。

再次是SP和CP等将加大投资进行研发和生产，来争夺3G时代的终端以及移动互联网业务和应用的市场份额，而运营商在当前语音业务收入停滞不前甚至下降的情况下，出于对移动互联网对收入持续增长的巨大贡献的考虑，也会加大在产业链整合、业务开发以及深度运营方面的投资。

来源：通信信息报 2009-12-09

[返回目录](#)

报告称中国 2010 年将成智能手机第一销售大国

电信调研机构 Pyramid Research 发布的最新报告显示，在新兴市场的主要推动下，智能手机销售额占全球手机销售总额的比例将于2014年上升至37%，中国将于2010年赶超美国成为全球智能手机第一销售大国。

根据 Pyramid 的预测，智能手机销售额占手机总销售额的比例将不断扩大，预计将从2009年的16%上升至2014年的37%，而这对于全球尤其是新兴市场上的手机厂商和服务供应商来说则将意味着巨大的销售机遇。

Pyramid Research 高级分析师奥马·萨尔瓦多 (Omar Salvador) 表示，说：“尽管2009年美国在智能手机销售方面继续领先全球，但 Pyramid 预计，随着运营商们利用更加广泛的产品组合、更具吸引力的服务定价和新型计划来积极推广智能手机，中国将于2010年赶超美国成为全球智能手机第一销售大国。未来五年内，巴西、印度、土耳其和尼日利亚将成为发展最快的市场，年复合增长率将分别为43%、39%、37%和34%。拉美将成为发展最快的地区，年复合增长率将达到48%，其次是非洲和中东（39%）。” Salvador 称：“运营商和手机厂商战略的中心都是智能手机和 ARPS 数据增长，因此运营商和手机厂商将需要共同合作，充分利用这次机遇。因不同市场的支付方式（后付或预付）、主要补贴、竞争水平以及操作系统的市场份额有所不同，所以运营商所采用的战略也大不相同，因此了解当地市场情况对运营商、智能手机厂商以及操作系统开发商来说将显得至关重要。” 来源：新浪科技 2009-12-11

[返回目录](#)

3G 元年电信市场未现爆炸性增长 用户接受度不高

3G 元年临近收官，国内用户对 3G 的接受度依然不高，而电信市场在 2009 年也没有出现爆炸性的增长。

电信运营商

巨资投入后仍需补网络短板

1 月 7 日，工信部向中国移动、中国电信和中国联通分别发放了 TD-SCDMA（国产 3G，以下简称“TD”）、CDMA2000 和 WCDMA 牌照。3G 牌照的发放，意味着苦等多年的 3G 时代终于拉开大幕，而电信运营商间的新一轮大战就此全面展开。

根据当时的计划，三大电信运营商 2009 年在 3G 上的投资将达到 1350 亿 - 1650 亿元，其中 TD、CDMA2000 和 WCDMA 的投资将分别达到 250 亿元、500 亿元和 600 亿元。

时至今日，中国移动的 TD 网络已实现了国内 238 个城市的覆盖，而中国联通和中国电信的 3G 网络则分别覆盖了 285 个和 342 个城市。尽管三大电信运营商的 3G 网络已基本覆盖全国，但在业内专家看来，3G 网络是当前整个 3G 产业发展的短板，信号依旧有待改善。

业内专家的担忧并非空穴来风，数据显示，截至 10 月 31 日，中国移动实际 3G 用户数是 230 万，这与该公司年初 1000 万的计划有着较大差距。照此计算，中国移动 3G 用户数还不到其 2G 用户数的 1%。

手机厂商

3G 烧钱盈利仍靠 2G 产品

在 3G 市场启动初期，3G 手机的缺乏曾被认为是 3G 产业发展最大的瓶颈，这样的情况在 2009 年上半年表现得尤为明显，这直接导致了 3G 手机的普及率过于低下。据电信咨询公司博思的报告显示，2009 年上半年国内 3G 手机市场整体销量规模仅为 22 万部。

进入下半年后，随着苹果 iPhone（手机上网）的进入，以及中国移动重金打造的 OPhone 系列手机的陆续上市，国内 3G 手机市场逐步出现了增长的迹象。2009 年 10 月，国内市场 3G 手机的销量首先突破了 100 万部的关口。

刚刚在 3G 上尝到甜头的手机厂商，却很少愿意现在就把所有精力转移到 3G 领域，因为在盈利上，2G 产品依旧是最大的来源。一方面，3G 时代，定制成为手机销售的主流模式，要和电信运营商搞好关系就得在 3G 产品上投入重金，但这部分的投入短时间内收回成本的难度很大；另一方面，国内目前还有数亿 2G

用户，在 3G 尚未真正普及的时候，2G 用户的换机市场是手机厂商的重要战场，而这部分收入在一定时间内依旧是手机厂商的主要收入来源。

移动互联网

全面爆发前面临行业整顿

3G 到来后，增值业务有望取代传统语音业务成为电信运营商新的收入来源。在这样的情况下，3G 元年，移动互联网赢得了风险投资的青睐，正在迎来行业的爆发点。

经过前期的培育，国内用户已初步养成了使用手机上网的习惯。数据显示，截至 11 月，国内的手机网民数由 2009 年年初的 1.16 亿增长到了 1.92 亿，这意味着平均每 4 个手机用户中就有一个使用手机上网。有了如此规模的用户，移动互联网市场的爆发基本只缺少特色业务的出现。按照调查，移动互联网用户可接受的收费应用主要是手机游戏和手机银行/支付，其比例分别为 47% 和 31%。另外，用户可接受程度较高的还包括手机邮箱、手机导航、手机炒股、手机电视/视频以及手机杀毒等应用。

尽管潜力巨大，但一场扫黄的风暴却为移动互联网的发展蒙上了一丝阴影。为此，三大电信运营商相继暂停了 WAP（通过手机上网的网站）计费服务，其中中国移动更是宣布追加 1 亿元专项资金进行技术攻关，进一步建立和完善 WAP 不良信息监测系统。电信运营商的举措，无疑将推迟移动互联网市场的爆发时间。
商报记者 毛涛涛/文 车亮/摄

3G 元年大事记

1 月 7 日 工信部正式向电信运营商发放 3G 牌照，我国正式进入 3G 时代。当天，中国移动发布中国移动 3G 标识 G3，并率先提供相关 3G 服务。

4 月 15 日 中国移动携手联想、戴尔等 17 家国内外 PC 厂商，共同推出 29 款中国移动定制 G3 笔记本。

4 月 16 日 中国电信 120 个城市同时启动天翼 3G 业务。

5 月 15 日 中国电信 3G 网络实现全国所有县级城市的全面覆盖，包括全国 342 个地级城市。

5 月 17 日 中国联通在全国 56 个城市启动 3G 试商用。

8 月 17 日 中国移动正式开通应用程序商店 Mobile Market，从而进军移动应用市场。

8 月 24 日 中国电信在南京召开千人订货会，宣布采购 400 万部天翼千元 3G 手机，进一步拉低了 3G 手机的价格。

8 月 31 日 中国移动正式推出自主研发智能移动终端软件平台 Ophone 平台，提前打响了 iPhone 狙击战。

10月1日 中国联通全国正式商用，实现规模放号。

10月30日 中国联通从苹果引入 iPhone，iPhone 正式进入中国内地市场。

记者手记

雾里看花

3G 手机、3G 数据卡、3G 上网本... 3G 元年，越来越多与 3G 有关的新概念，不断冲击着国内用户的视觉神经。

一切都在为 3G 而疯狂。1月7日，尽管没有正式的新闻发布会，但从当日中午起，多路新闻媒体堵在长安街工信部大门口，只为目睹各大电信运营商“掌门人”获得 3G 牌照后的兴奋表情；3 个月后的世贸天阶，中国移动在瑟瑟寒风之中携手 17 家国内外 PC 厂商，共同推出 29 款中国移动定制 G3 笔记本；再过 6 个月，同样是在世贸天阶，不期而至的秋雨并未浇灭铁杆粉丝们对 iPhone 的热情... 3G 的到来，的确改变了不少人的生活，但这却不包括大部分普通用户。对他们而言，在即将过去的 1 年中，3G 给予的第一印象就是铺天盖地的广告轰炸，但广告轰炸过后 3G 对普通用户来说似乎还有些雾里看花的感觉，毕竟这个新鲜的玩意儿几乎没有改变自己的生活。

于是在 3G 元年的收尾阶段我们看到，大部分用户还是在用原来的 2G 手机打电话；各大卖场的 3G 柜台虽然吸引了很多人围观，但依旧是看的多、买的少，3G 手机的销量远没有预计中的好。

如果没有用户基础，即使再好的业务、再多的投资也难以带来回报，看来在 3G 元年的喧嚣过后，与 3G 息息相关的厂商们注定还要为盈利付出更多的努力。

来源：北京商报 2009-12-09

[返回目录](#)

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

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：(010) 6598-1925、6598-1897

E-mail: apptdc@apcsr.com

服务平台：(010) 6598-1925-602

E-mail: fuwu@apcsr.com

北京公司：(010) 6598-1925、6598-1897

E-mail: beijing@apcsr.com

深圳公司：(0755) 2557-1499、25982-115

E-mail: shenzhen@apcsr.com

上海公司：(021) 5032-6488、5032-6844

E-mail: shanghai@apcsr.com

重庆公司：(023) 6300-3200、6300-3220

E-mail: chongqing@apcsr.com

杭州公司：(0571) 8993-5943、8993-5942

E-mail: hangzhou@apcsr.com

广州公司：(020) 8595-5398、3758-0475

E-mail: guangzhou@apcsr.com