



通信产业竞争情报监测报告

决策·参考

■ 人马未动 ■ 粮草先行 ■ 运筹帷幄 ■ 决胜千里 ■

2009. 12. 23

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 黑莓能否走好中国路？

“苹果”来了，“黑莓”近了，“胖梨”也不远了。

随着中国联通推出中国版 iPhone，中国移动也紧跟步伐与加拿大 RIM 公司宣称将推出支持 TD 的黑莓手机，加上此前盛传的中国电信会在年底与美国 Palm 公司达成协议，智能手机界最“好吃”的三大“水果”届时有望齐聚中国，上演一场“水果盛宴”。

■ 浅谈 3G 时代增值业务营销

中国的 3G 时代正在以飞快的速度走向正轨。3G 的到来，毫无疑问为移动增值业务吹来了一阵春意盎然的和风。中国移动早已开始通过 2.5G 网络提供手机报、手机邮箱、移动股市、手机电视等 3G 时代可能使用的增值业务。

■ 工信部 2010 年力推手机实名制

知情人士透露，工信部日前下发通知，确定力争在 2010 年底前出台《通信短信服务管理规定》，为全面实施手机用户实名登记工作提供法律依据。“这意味着呼吁多年的手机实名制已正式提上议事日程，离正式实施的日子也不会太远。”

■ 未来影响中国电信行业的五大趋势

电信行业的发展总是受到客户需求和新技术的推动，沿着自己独特的变化轨迹演变。电信企业要长远的发展，首先就应该了解整个行业正在发生什么样的变化，用更长远的眼光从一个较高的层次来看待自己的经营领域。了解电信行业的变化趋势不仅有助于避免犯错，提前采取行动，确定当变化发生时如何加以利用。企业一旦通过把握趋势，重新了解整个行业的变化，就会另有一番天地。

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
黑莓能否走好中国路?	5
浅谈 3G 时代增值业务营销	7
3G 起步与跟跑不会改变大趋势	8
漫谈下一代宽带无线网络：3G 和数据业务	9
产业环境篇	16
【政策监管】	16
工信部 2010 年力推手机实名制	16
工信部启动电信建设项目重点排查工作	17
文化部下发通知开始整顿网游网吧市场	18
工信部：手机治黄专项行动为期 14 个月	20
工信部：中国将建立域名持有者黑名单制	21
工信部：3G 已完成投资 1023 亿 用户近千万	21
工业和信息化部：加强域名管理 打击手机淫秽色情	22
【国内行业环境】	23
让信息消费成为内需重要拉动力	23
我国确立物联网标准体系 涉及上万亿产业	25
政策收紧催热 CC 域名：交易价格上探至 10 万元	29
2010 年我国软件产值超万亿 成拉动信息产业引擎	29
【国际行业环境】	30
半数美国移动用户对家庭基站感兴趣	30
美国政府要在 75 天内投入 20 亿推动宽带网应用	31
瑞士政府：维持瑞士电信的战略运营目标大体不变	32
运营竞争篇	32
【竞合场域】	32
联想投资第四期基金 50% 投向非 IT 领域	32
惠普网络业务掌门：加大投资力度挑战思科	35
运营商与用户之间的博弈：3G 还是 3G+WiFi?	35
希捷科技称将在亚太区加大研发与基础设施投入	37
新一轮电信重组收官 移动合并铁通难改固话格局	38
【中国移动】	39

中移动董事长：已启动 A 股 IPO 将回归国际板	39
中国移动 TD 终端联合创新 6 亿元激励资金催生首批 11 款 G3 手机 ..	40
【中国电信】	40
中国电信发行 100 亿元中期票据	40
中国电信合并家庭客户部与个人客户部	41
中电信能力开放面临诸多挑战 需用户理解	42
中国电信 3G 用户数达 481 万 暂列运营商之首	45
【中国联通】	45
联通 iPhone 推热中国智能手机市场	45
联通 3G 业务正式商用电信业进入新轨道	47
中国联通：创新服务助力政府门户网站发展	49
制造跟踪篇	50
【中兴】	50
中兴通讯独撑通信设备板块	50
印度征收反倾销税 中兴通讯 2010 年扩张或受阻	51
中兴通讯中标中移动 PTN 网络 35% 份额 给予推荐评级	53
【爱立信】	53
爱立信与中华电信共建 LTE 实验网络	53
爱立信：电信行业有助于建设低碳社会	54
【诺基亚】	55
诺西升格印度为独立大区：3G 市场抢先布局	55
诺基亚调整 3G 策略：齐抓三大 3G 标准 CDMA 是短板	56
【其他制造商】	57
波导 6000 万元剥离旗下公司改善现金流	57
阿尔卡特朗讯赢得波黑 IP 和光网络订单	58
服务增值篇	58
【趋势观察】	58
未来影响中国电信行业的五大趋势	58
从电信实业改革看基建市场发展趋势	61
IT 企业跟风玩起新能源 将不会制造泡沫	63
2010 年运营商全业务运营 10 大发展趋势	66
“十二五”时期我国电子政务的发展趋势	68
品牌竞争将是未来电信服务市场成熟的必由之路	72
中国移动 PTN 首标初步统计五万套 2010 年市场量更大	75
【移动增值服务】	77
遏制移动存储泄密刻不容缓	77

中移动重构商业模式：打造各地行业示范应用	78
【网络增值服务】	81
互联网从内容转向人 Web2.0 时代渐行渐近	81
中移动抢铺 3G 数据高速路 2010 年进行二次集采	82
技术情报篇	85
【视频通信】	85
文化中国与人民网拟建合资公司运营手机电视	85
广电总局与工信部开内部会议：网络电视或被放行	85
【电信网络】	86
诺基亚西门子通信探索核心网的分布式技术	86
报告称中国电信上百万 IP 地址感染蠕虫病毒	87
【终端】	88
手机阅读催生专用设备市场	88
手机软件：无线增值领域的香饽饽	89
蓝牙技术联盟推出 4.0 版蓝牙技术	92
黑莓手机开发成本增长导致 RIM 利润率滑坡	92
全球 WiMAX 网络达 519 个 95 个为 2G 运营商部署	94
【运营支撑】	94
爱立信签约罗马尼亚运营商	94
大唐电信集团入驻浦东打造上海产业园	95
市场跟踪篇	96
【数据参考】	96
中兴通讯前三季度利润增长 46.13%	96
韩国手机普及率 2010 年将超过 100%	97
IDC：第三季全球 PC 出货量出现反弹	97
2012 年 VoIP 市场收入有望增长至 6.573 亿	98
中国移动用户总数达 5.18 亿 在网 TD 用户 297.6 万	99
【市场反馈】	99
2009 年前十个月我国 3G 发展平稳	99
杀毒厂商盈利模式之争升温 引起业内关注	99
中移动获“共和国 60 年最具影响力品牌 60 强”	101

亚博聚焦

黑莓能否走好中国路？

“苹果”来了，“黑莓”近了，“胖梨”也不远了。

随着中国联通推出中国版 iPhone，中国移动也紧跟步伐与加拿大 RIM 公司宣称将推出支持 TD 的黑莓手机，加上此前盛传的中国电信会在年底与美国 Palm 公司达成协议，智能手机界最“好吃”的三大“水果”届时有望齐聚中国，上演一场“水果盛宴”。

三大电信运营商在明星机型上的角力已然白热化，但是作为头炮的 iPhone 在中国并未打响，这让很多业内人士开始担忧黑莓也会“水土不服”。通信专家项立刚就直言“有点悬”。

一 “女”欲嫁三“郎”

如果说 iPhone 入华是“一波三折”，那么黑莓就是“峰回路转”。之前业界一直认为中国电信将是其在中国的“首站”，但却被中国移动“后排插上”。

黑莓从不掩饰要“通吃”三大运营商的野心。2009 年 10 月，RIM 公司中国区市场部总监李彤就曾表示，“黑莓与全球 170 多个国家的 500 多个电信运营商存在合作关系，在中国，RIM 公司绝对不会只跟一家运营商合作。”

所以，日前 RIM 与中国移动的合作协议为“非排他性”。据悉，RIM 与中国电信的合作已进入收官阶段，与中国联通的谈判也已经持续数月。

有分析人士表示，黑莓所为正是出于对中国 3G 市场的觊觎。据 IDC 最近的统计报告显示，在全球市场，黑莓市场份额已从 14.6% 升至 19.0%。过去 10 年，黑莓共卖出 6500 万部手机。而在中国市场，黑莓在智能手机市场只占有 1% 的份额。这对于世界第二大智能手机商 RIM 来说，当然无法接受。

于是，2009 年以来，RIM 在华动作频频，尤以 4 月中国分公司从亚太区剥离、直接向总部汇报为标志。这也表明了 RIM 对中国这一全球需求最强劲的市场愈发重视。

黑莓入华还需重新定位

iPhone 在中国的疲软引发业界热议，归根结底，在于其没有深挖中国市场的特殊需求。

跟 iPhone 相比，黑莓更加特殊。黑莓把自己定位为一个服务公司，手机只是服务的载体。所以，黑莓手机在硬件设置上存在多处硬伤。

笨重的外壳、全键盘、不支持手写、逊色的摄像头和音响设备……这些都和中国手机用户的习惯相去甚远。

更令业界担心的是黑莓的看家本领——电子邮件技术。美国人更习惯把手机当成移动的电脑，所以电子邮件成为黑莓占领北美市场的关键因素。而在中国，短信已经成为运营商的主营业务之一，再加上三大运营商都有类似的电子邮件业务，如“139 邮箱”等，黑莓和运营商的业务“撞衫”，使得运营商会否全力推广成为疑问。项立刚就表示，黑莓的核心业务对中国没有太大价值。

此外，分销渠道是业内人士的另一个质疑点。与 iPhone 签约苏宁不同，黑莓委托神州数码负责销售业务。低调的黑莓找到了在渠道方面同样“低调”的神州数码，自然有部分媒体和专家“看空”。

“定位”成了黑莓在中国市场发展的关键词。贝叶斯咨询公司的宋锐表示，黑莓应该首先改变手机的传统风格，设计符合中国需求的机型；其次，应该结合运营商渠道和社会渠道，以完成产品的快速铺货；最后，开发特有功能，努力培养用户忠诚度。

有专家表示，黑莓避免“水土不服”的重要手段就是“入乡随俗”，而这需从了解中国市场做起。

黑莓是个幌子？

2006 年，中国移动就曾与黑莓推出过针对中小企业的服务，但由于资费过高，使得个人用户难以望“莓”止渴，业务开展得并不理想。

按照之前的资费标准，包月价为 398 元和 598 元，而同为中国移动的业务，“139 邮箱”最低资费仅为 5 元/月。所以，合作内容中的“BlackBerry Internet Service”能否在个人领域成功，价格成为一个关键因素。

BDA 电信分析师单超告诉本报媒体，3G 市场目前很尴尬，虽然运营商也明白低资费可以吸引客户，但庞大的基础设施建设以及高额 3G 终端补贴，使得 3G 的运营成本很高，根本没办法实现低资费。

中国移动总裁王建宙表示，对于黑莓也将实行购机补贴，另外会专门制定资费标准来配合黑莓的销售，并表示资费肯定会降。

当 iPhone 还没有在中国落地时，就有媒体爆料说一部 iPhone 只需要 2500 元。可实际情况却是 iPhone 入华后，不仅手机贵，而且资费也贵。所以，有专家说 iPhone 只是中国联通制造的一个噱头，仅仅是为了通过明星机型效应吸引其他厂商进驻中国联通，并迅速占领 3G 市场。

相比于 iPhone，黑莓似乎更不适合中国市场，再加上中国移动运营的 TD 一直不温不火，这会不会也是一场“秀”？

项立刚在博客中写道，中国移动是把黑莓当成幌子，而把希望寄于那些真心跟它走的厂商。

单超则认为，手机终端的完善才是运营商的着力点，明星机型还需要培育它的土壤。 来源：中国经济时报 2009-12-18

[返回目录](#)

浅谈 3G 时代增值业务营销

中国的 3G 时代正在以飞快的速度走向正轨。3G 的到来，毫无疑问为移动增值业务吹来了一阵春意盎然的和风。中国移动早已开始通过 2.5G 网络提供手机报、手机邮箱、移动股市、手机电视等 3G 时代可能使用的增值业务。

随着业务的不断丰富和发展，中国移动在增值业务的推广和销售中，也存在诸多问题，尤其是地市级移动公司的增值业务营销面临困境：

1、从增值业务市场发展的现状来看，客户对增值业务的认知度普遍较低，接受程度也很低，还需要有一个长期的市场培育阶段；客户对移动惯用的免费、试用、捆绑、话费返还等促销方式开始绝缘，并有条件反射式的抵触和排斥心理；同时，竞争对手以及某些产品的替代者已经紧锣密鼓的展开客户争夺战，提高对市场的渗透力度。

2、从移动增值业务产品本身的情况来看，目前移动增值业务大部分都处于市场导入期，产品性能和功能方面有待进一步完善；根据各自的市场特殊需求，各地市级公司纷纷推出了大量的业务套餐，套餐之间内容和资费往往重叠交叉，呈现“有套餐无品牌”现象。

3、从移动的业务营销渠道来看，实体渠道尤其是社会渠道的增值业务营销积极性不够，营销能力欠缺，未完全发挥出对增值业务的宣传和推广作用。同时，当前的增值业务营销过分依赖实体渠道，缺乏创新渠道、拓展新型营销方式。

市场在不断变化，用户的需求也日益个性化、多元化，这对增值业务的营销也提出了更高要求。增值业务营销，应以客户为中心的营销体系。该营销体系应包括业务设计、目标客户选择、营销渠道创新、以及整合营销策划。

业务设计方面。随着用户需求呈现多元化发展，对于移动而言，业务服务内容是否丰富、有吸引力等以及业务使用是否方便、业务界面是否符合用户使用习惯等逐渐成为业务发展的重点。在 3G 时代，搭建一个良好的 3G 增值业务体验平台非常重要，通过免费、赠送、有奖测试等活动，鼓励消费者尝试增值业务，而理想境界是和消费者一起研发产品，一起完善产品。

营销渠道创新。增值业务的销售要求渠道的创新、拓展，向多元化发展。除了实体渠道，向更多其它渠道拓展。例如，增值业务渠道必须强化电子渠道的营销定制作用，在此基础上扩大社会渠道、自营渠道的营销规模。网络已经成为营

销的重要新媒体。中国互联网络信息中心最近的一次调查显示，用户经常使用的网络服务功能中，搜索引擎、网络论坛、博客、即时聊天工具、网络游戏，都成为重要的选项。而每一种选择，都是一种营销介质的呈现和一个营销实践的机会。3G 时代的增值业务营销，将呈明显“长尾”特征，这就更加需要充分利用网络营销这一工具，促进业务营销多元化发展。

整合营销策划。充分利用线上与线下互动。增值业务除了利用业务平台、终端、互联网、客服电话进行线上营销外，共同爱好者聚会、主题活动、产品展示以及将营业厅改造为业务体验厅，这些线下营销都将为移动提供直接与潜在用户面对面沟通的机会，会加深用户对业务的理解，带动业务销售。 来源：赛迪网 2009-12-22

[返回目录](#)

3G 起步与踉跄不会改变大趋势

2009 年 1 月 7 日注定将成为电信行业值得载入史册的一个日子。因为从这一天开始，拥有世界上最多人口的国家，也是世界上最大的电信市场终于进入了 3G 时代。

在极具政府智慧的安排之下，中国移动获得了中国自主知识产权的 TD-SCDMA 牌照，中国电信获得了 CDMA 牌照，而实力最弱的中国联通获得了世界上最主流的 WCDMA 牌照。

市场的重新洗牌意味着巨大的商机。在全球市场都明显萎缩和下滑的大背景下，中国 3G 让全世界的电信业都看到了一抹亮色，超过 7 亿的手机用户，每月近千万的用户增速，以及运营商数千亿的设备投资都让“中国概念”在这个经济寒冬得到充分阐释。

根据工信部统计，到 2009 年 10 月为止，我国的 3G 用户总数已经达到了 977 万。到年底为止，我国在 3G 元年突破 1000 万 3G 用户完全不成问题。

不可否认，3G 发牌带来的是：运营商们得到了一争高下的公平机会，设备商手捧订单喜笑颜开，守望多年的移动互联网从业者们跃跃欲试、蠢蠢欲动。

3G 的最大特征是什么？是手机上网。在很多行业人士看来，3G 和 2G 的区别就在于数据时代和语音时代之间的跨越，如果说 2G 时代运营商的主要收入都来自语音业务，那么 3G 时代最主要的收入应该来自数据。

3G 确实带来了手机上网用户的迅速增长，据估计，到年底为止，约有接近 2.5 亿的用户通过手机上网。当手机对我们的意义不再仅仅是打电话，我们的生活将因为新技术、新应用的到来而被更加彻底地改变。

只是让很多人都没想到的是，在一片欣欣向荣之际，3G 被突如其来的意外，撞了一下腰。尽管还不至于让 3G 跌个跟头，却也确实被撞了个踉跄。这个“飞来横祸”就是手机涉黄。

当手机上网得到越来越多用户的认可，随之而来的问题是，我们用手机上网做什么？于是，手机互联网行业的从业者们敏锐地嗅到了其中的商机。如果说 PC 互联网的兴起造就了新浪、腾讯、百度等互联网巨头，那么 3G 的到来，让创业者们拥有了一次再造辉煌的机会。

只是这个时代到来得太快，让我们有些措手不及。正如多年前兴起的传统互联网一样，由于没有找到足以支撑盈利的商业模式，手机网站的内容正处于鱼龙混杂、良莠不齐的阶段，色情淫秽内容也藏匿其中。

社科院的一位博士在无意之中发现了手机网站的这个“秘密”，经过中央电视台等主流媒体的曝光，手机上的色情淫秽网站得到了强烈关注和指责。中国移动为了撇清关系，一怒之下关闭了 WAP 计费通道。

从年初的雄心万丈，很多手机网站，特别是刚刚进入的从业者们，原来的万丈雄心被从头到脚浇了一盆冷水。迎面而来的行业监管和千夫所指的公众舆论让移动互联网不得不放慢脚步，谨慎前行，但是大可不必灰心丧气。

回想多年前的互联网泡沫，都没有让互联网行业从此退却或者止步，那么，这些困难也只是 3G 成长道路上的风雨而已。既然已经上路，风雨只会暂时让移动互联网的成长放慢脚步，但终究不会改变前进的方向！

来源：第一财经日报 2009-12-17

[返回目录](#)

漫谈下一代宽带无线网络：3G 和数据业务

漫谈：下一代宽带无线网络

未来的宽带无线网络会是什么样子？或许现在还无法得知。但可以预见的是，网络的宽带化和 IP 化、终端的智能化、通信含义扩大化、业务丰富化等都是发展的趋势。这其中，LTE、移动互联网、数据业务、3G 等都是重要的关键词。

不久前，工业和信息化部电信研究院举办了“新一代宽带无线移动通信发展论坛”，这一论坛是此前其举办的“3G 在中国”论坛的一个延伸。只是在 3G 已经正式在中国启动的 2009 年，整个论坛将目光投向了未来。此次论坛将移动信息化与宽带无线应用、移动互联网与业务创新、LTE 技术与产业发展作为重要议题。在此次论坛上，包括整个产业发展、标准化、业务应用等领域都有许多有益的观点，在此，媒体攫取其中部分，与读者分享。

关键词 1:

3G

3G 建设: 国内厂商占据 75 % 的市场份额

到目前为止, 中国的移动通信用户已经超过 7 亿, 2009 年以来, 3G 建设的全面拉开更是成为大家关注的焦点。“2009 年上半年, 中国的 3G 设备市场, 国内设备厂商的市场份额占到 75 % 以上, 其中 TD - SCDMA 三期招标中, 中国设备厂商的市场份额已经超过 80 %。”工业和信息化部科技司副司长李力指出。

继 3G 以后, 全球都在积极推动宽带无线通信的发展, 我国也不例外。在 TD - SCDMA 后续演进技术 TD - LTE 成为国际标准后, 中国在 4G 技术上也不遗余力。李力指出: “中国开展了 4G 技术方案征集与评估工作, 经过 2 年多, 形成了我国的 4G 标准, 这一标准提案在 2009 年 10 月在德国举行的 ITU 会议中, 确定成为国际候选技术标准之一。”

与此同时, 李力还指出, 目前的 LTE 产业化才刚刚起步, 4G 标准化还有大量的工作要做。如何从技术、标准、产业和应用等方面全面推动我国宽带无线移动通信领域的发展, 是中国通信业的重要任务和使命。

2G 频段可用于 3G

众所周知, 2009 年 1 月 7 日, 工业和信息化部给 3 家全业务运营商发放的 3 张 3G 牌照, 分别是中国移动获得了 B 段加 A 段共 35M 频率; 中国联通和中国电信都获得了 2 * 15M 频谱。但大家不熟悉的是, 原有的 2G 频段也可以用于 3G 运营。“此前已经规划的公众移动通信频谱 800M、900M、1800M 频段, 也就是现行的 2G 频段, 经报批后可以用于 3G。”工业和信息化部无线电管理局局长谢飞波指出。

事实上, 中国电信的 800M 频段, 经过工业和信息化部的批准, 已经用于 3G 业务的运营。实际上, 从当前 3G 运营的反馈当中可以看出, 中国电信是目前 3 家运营商中信号覆盖和用户体验最好的一家运营商。这与其利用 800M 频段不无关系。相对于 TD - SCDMA 和 WCDMA 目前采用的 2000M 频段, 800M 频段比前者更容易实现信号的连续性和全覆盖。因为前者已经进入微波频段, 对建筑物墙体的穿透和渗透能力、覆盖的距离, 都会比 800M 频段有一定的滞后。TD - SCDMA 信号覆盖不好与此有很大关系。当然 TD - SCDMA 的全球首次覆盖、缺乏相关经验也有一定影响。

另外, 谢飞波指出, 我们习惯的 3G 频谱“IMT2000”在 2009 年已经改成了 IMT。现在的 IMT 的使用将更为广泛, 它已经作为 3G、4G, 甚至会作为以后移动通信技术发展的根名称被提及。

值得一提的是，作为 3G 组成部分的卫星移动也取得了重要进展。虽然一直以来，卫星移动被认为是 3G 的一部分，但在 3G 发展的前 10 年中，并没有哪个国家在积极发展这一项目。在我国，从 2008 年的汶川地震后，卫星移动项目被提出。“目前卫星移动项目进入了调研、立项、论证阶段。”谢飞波指出。“如果卫星移动得以实现，那么就能够实现真正的天地一体化，能够实现完全意义上的任何地点的移动通信，无论是大漠还是海洋。”

重大专项推动宽带无线发展

截止 2009 年 11 月，3 大运营商已经完成了全年 3G 的建设任务。中国电信完成了 324 个城市的覆盖，中国联通完成了 285 个城市的覆盖，中国移动 3 期建设后将覆盖 238 个城市。3G 建设投入的资金和建设的基站数量，其规模不容忽视。目前，3 大运营商正在抓紧网络优化。在加速推进 3G 网络建设的同时，3 大运营商在 3G 业务应用的推进上也在加大力度。

“应该说，3G 投资带动了整个通信业的发展，也推动了设备制造业的发展。使得信息制造业成为金融危机下为数不多的保持正增长的产业之一。”工业和信息化部电信管理局巡视员张新生指出，“3G 启动的元年，其对国民经济的拉动效应，已初步显现。”

他也指出，未来的两年，3 大运营商发展 3G 的任务还很重。这两年里，他们要大量发展 3G 用户。时至年底，各大运营商正在为 2010 年的 3G 发展积极准备。

3G 在我国的顺利发展无疑为 LTE 的发展提供了有利的基础，而 LTE 也是相关部门重点推动的项目之一。张新生指出，国家已经设立了新一代宽带无线移动通信的重大专项，为推动 LTE 的发展奠定了重要基础。另外，要想实现宽带移动通信的跨越式发展，应尽可能将研究成果推荐给 ITU，使得推荐的标准尽可能成为国际标准。值得高兴的是，TD-LTE 已经成为 4G 的候选技术，并且国家正在积极研究和推动 TD-LTE 的产业化。在这一重大专项的安排上，已经在 LTE 标准、产业化等各个环节都做了比较详尽的部署。

另外，在 3G 发展元年，对于未来移动通信发展的大趋势，业内也得到了比较统一的共识。首先是移动对固定的替代不断加深，固定和移动融合的趋势正在加深；其次，移动互联网正在向传统产业链延伸，已经成为各方争夺的焦点；整体网络的发展大大延伸了传统通信的领域，泛在网的发展、移动通信网与传感器网络的结合使得人与人的通信延伸到物和物、人和物的通信。

关键词 2:

数据业务

语音成为数据业务的附属品？

数据业务不断上升已经是不争的事实，但是它能否取代语音业务，成为运营商主要的收入来源？实际上，这一趋势正在加速，尤其是在移动数据业务发展最为迅速的亚太地区，更是如此。中国电信北京研究院副总工杨峰义指出：在日本移动通信市场，语音业务的收入几乎趋于零，不是说语音业务的收入真的开接近零，而是说其已经成为数据业务的附属品，运营商在销售数据业务时附带着送语音业务。在日本，NTT DoCoMo 的数据业务收入超过了 40% 以上。对于数据业务的发展来说，亚太区是一个特殊的区域，其中做得最好的是日本。

可以看到，在移动数据领域，消息类的业务还是占据主导，但非消息类的业务也处于上升趋势。“最典型的是音乐类、移动资讯类、图片下载和移动视频等。”杨峰义指出，“另外，互联网也已经真正进入到移动通信的数据业务当中。”

在中国，这几年来许多运营商在数据业务的发展上，常常是采用语音资费套餐中附送或者附带一定的数据业务。在日本，这种情况已经逐渐转变，可以看出，数据业务正在占据主流。相信随着移动互联网的发展以及支撑移动数据业务的技术发展日益提速，这种情况有望在全球流行。同移动替代固定一样，数据业务取代语音业务成为主流，也将是电信业不可逆转的趋势。

关键词 3:

移动互联网

移动互联网不是概念，而是商业事实

众所周知，中国移动从 2007 年启动的 WiiSE 工程就是针对移动互联网提出的。这两年来中国移动发布了包括 Ophone 在内的各项成果，WiiSE 成为中国移动探索未来移动互联网创新发展的重要举措之一。

移动互联网到底是什么？中国移动已经给出了明确的答案。“移动互联网并不是再建一张网络，而是在现有的移动网和互联网的基础上，为用户提供移动互联网业务的网络和服务体系，这是我们对移动互联网的理解。”中国移动研究院副院长王晓云指出，“在这个体系中，一方面我们要很好地利用强大的移动网络的管理机制和随时随地的接入能力，同时我们要利用强大的互联网的信息互动和创新业务的能力，当然，还要弥补互联网在开放性业务上的不足等缺陷。”

“事实上，移动互联网已经不是一个概念，而是一个商业事实，从产业格局和技术驱动上可以看出。从产业格局上我们可以看到行业的竞争融合，从价值链上看，通信服务向信息服务的转化已经十分明朗。”王晓云指出。

移动互联网的发展已经是下一代宽带无线网络发展的大势所趋，其与原来移动通信的不同之处使得运营商的专注点发生了许多转变。传统上运营商更加重视网络基础实施的建设，无论是网络的演进还是软交换、IMS 系统等，包括运营商和整个产业都十分关注。但是，近年来随着移动互联网的发展，终端的基础设施

和应用的基础设施建设已经成为未来移动互联网发展的重中之重。这点，从中国移动 2009 年发布的 Ophone 和 MM 应用商店可见一斑。

换句话说“如何构建一个开放的，更有利于移动互联网发展的终端和业务环境，构建一个有利于业务快速生成、满足用户需求的应用基础设施，将成为我们未来几年的工作重点。”王晓云指出。

与此同时，如何利用 ICT 技术更好地发展移动互联网也是中国移动关注的目标，安全性也不容忽视。另外，新技术的低成本化、移动化和 IT 化也是中国移动的目标。

据悉，2009 年年底，中国移动将会对外发布 WiiSE1.0 的创新成果，并于 2010 年启动 WiiSE2.0，进一步面向移动互联网设立新的项目。

网络、业务、终端和商业模式缺一不可

移动互联网的大势所趋使得运营商需要关注的内容更多，网络、业务、终端和商业模式缺一不可。

就网络技术本身，中国联通技术部副总经理刘晓甲指出：“主要有 3 大特征，首先是宽带化和移动化，其次是融合，最后是整体网络的 IP 化，基站、核心网和控制网都将实现 IP 化。”

就业务来说，移动业务的互联网化的趋势也是不可逆转的。相关报告指出，2011 年，我国 WAP 市场将达到 522 亿元的规模，复合增长率将达到 44%，而 WAP 仅仅是移动互联网发展过程中的一个阶段而已。“在 2.5G 时代，移动互联网将以 WAP 网页浏览为主，主要表现形式将是文本，业务将以移动咨询信息为主。3G 时将会把固定的互联网业务复制过来，主要业务包括铃声下载、移动电邮等。3G 以后，移动通信和互联网业务将会深入融合发展，业务的表现形式也将更加丰富。”刘晓甲指出。

移动网和互联网如何融合也是大家关注的焦点。刘晓甲认为融合将会分为 5 个阶段，分别是借鉴、模仿、复制、业务互通和深度融合。

在终端方面，可以看到，进入 3G 时代，全球大部分 3G 终端都是运营商的定制终端。其发展也开始全面进入互联网应用领域。终端也在朝着高配置、多模化、开放性演进。

“商业模式也有 3 个主要特征，价值链网络化、盈利模式复合化以及服务一体化。”刘晓甲指出。事实上，中国联通在以应用商店为代表的模式之上，也在考虑搭建运营商自己的移动互联网生态环境。

无处不在的 IP 和宽带

未来的移动通信是什么？正如上面所说的，物和物、物和人以及人之间的通信将无处不在，其与传统通信领域相比，范围扩大许多，但如何实现泛在网

的互通呢？诺基亚西门子大中国区网络解决方案的张萍指出：无处不在的 IP 和无处不在的宽带为未来的网络互通提供了媒介，实现互联互通。

当前的市场环境和用户的需求以及创新的商业模式，都对网络提出了新的需求。首先是带宽的需求。根据相关机构的调查，从现在到 2012 年，全球的 IP 流量大约以每 2 年翻一番的速度增长。而移动网络的带宽需求增长更快，大概是 IP 流量以每年翻一番的速度增长。

其次是时延的需求更高。相关统计显示，每增加 100 毫秒的时延，就会产生约 1% 的收入下降。时延已经成为运营商收入和业务运行的瓶颈，它是业务体验 and 用户体验重要的影响因素。

另外，现网潜力的挖掘也十分重要，并要兼顾对最终用户提供 QoE 平衡的重任。然而，实际的情况却是，5% 的客户消耗了约 90% 的带宽资源。如何采用有效的机制为最有价值的用户提供其所需的带宽资源也是运营商今后面临的重要挑战。

越来越多业务的融合、接入方式的融合也会对未来的网络提出更多的要求。和谐的产业环境如何维护也是业界积极探讨的话题。与此同时，移动通信的发展要有后续的兼容，它要兼容现在和未来的发展模式，并包含着绿色和环保的概念在内。

为应对这些挑战，运营商和设备商都在积极探索解决途径，诺基亚西门子认为以用户为中心、统一的网络演进将会对这些挑战提出有效的解决路径。“统一的网络包含几个层面，首先它是简单的或者是扁平式的简化了的网络架构；它是统一的或者是简化了的网管和计费；它也包含了融合的业务控制；也包含了统一的业务支撑和业务创新；当然它也包括用户数据管理的统一。”这其中统一的 LTE 演进，即 TD-LTE 和 FDD LTE 的协同发展十分重要。

在中国移动最近在日内瓦和中国香港举行的 LTE 演示中，性能和时延被很好地诠释。王晓云指出，中国移动在日内瓦的演示中，在 80 公里的时速前提下，同时传送着 16 路高清电视节目，这是 3G 网络所不能具备的能力。而在香港的试验网演示中，核心网设在北京，无线网在香港，但其能很好地进行实况转播，足以说明其在解决时延上的能力。

LTE：不会如 3G 般苦苦等待

过去的几年里，移动数据业务增长以前所未有的速度和规模发展。“全球许多运营商都在移动数据业务上投入更多精力，其转型的动力源于以往依靠规模用户的增长方式已经不能很好地满足运营商的需求，而语音业务收入的下降也是不争的事实。运营商注意力的转移是促使 3G 在 2006 年以后快速发展的重要原因。

这其中 3G 的数据卡是增长最快的数据业务。”中兴通讯 UMTS 产品全球市场总监李勇指出，“数据业务的分布也呈现出更广泛的发展趋势。”

数据业务成为发展共识不仅会推动 3G 的发展，也在很大程度上促进 LTE 的发展。或许大家还记得，等待中国 3G 牌照发放的滋味，近 10 年的等待成为中国 3G 进程的一大特色。然而，同等待的时间相比，中国的 3G 网络建设可谓神速，仅用不到一年的时间，中国主要的城市都已经部署了 3G 网络。“从 2009 年年底到未来 2~3 年里，3G 网络将主要实现全网深度覆盖，包括从城市到农村，从商业区到高速公路、铁路沿线的覆盖，以及往后的风景区的覆盖等。”李勇指出。

在 3G 发展以及数据业务市场快速发展的基础上，LTE 会让业界等待多久？

“LTE 在中国的部署可能不会像 3G 那样让大家等待这么长的时间。”李勇指出。2009 年，各大设备商与运营商之间的 LTE 测试就已经开始，2010 年将会进行外场的测试以及初期的商用部署。2011 年或者 2012 年，部分区域有望实现商业部署。大唐移动副总裁杨家军也指出：“TD-LTE 刚开始商用的时候，可能会从室内覆盖开始。TD-LTE 将会从 2010 年开始进行试验和超小规模的应用。”

具体到 TD-LTE 方面，其整个试验阶段已经明确。“第一阶段是 2009 年 8 月份之前，已经完成了对 TD-LTE 的概念验证阶段，我们也已经把相应的测试结果输出到 LSTI。目前，我们已经进入到第二阶段，即研究开发技术试验阶段，在这个阶段，我们会完成基本级的测试，然后进入外场环境中，进行外场的测试工作。预计 2010 年年底左右，TD-LTE 会进入到规模试验的外场阶段。”工业和信息化部电信研究院副总工王志勤指出，“目前的技术试验阶段一共有 10 个系统厂商和 9 个芯片厂商。另外，测试结果表明，我国 TD-LTE 和 FDD 能够同步完成 LSTI 的验证测试工作。”

李勇认为，LTE 的覆盖需要实现两个目标。首先是实现数据业务的无缝覆盖，并实现其与包括 3G 网络在内的其他网络的顺利切换。其次，LTE 需要确保用户的体验。事实上，LTE 带来的业务体验，将会远远超出我们的想象。来源：通讯世界 2009-12-16

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部 2010 年力推手机实名制

知情人士透露，工信部日前下发通知，确定力争在 2010 年底前出台《通信短信服务管理规定》，为全面实施手机用户实名登记工作提供法律依据。“这意味着呼吁多年的手机实名制已正式提上议事日程，离正式实施的日子也不会太远。”

中原证券研究员马嶽琦认为，如果手机实名制正式全面实施，对运营商业绩影响不会太大，毕竟现在垃圾短信、非法信息所带来的流量收入在运营商业务收入中所占比例很小。

推动手机实名制立法

为打击手机涉黄，工信部日前制定了《工业和信息化部关于进一步深入整治手机淫秽色情专项行动工作方案》。工信部在《方案》中提出，工信部会同公安部、国务院新闻办，正加快立法进度，力争在 2010 年底前出台《通信短信息服务管理规定》，为全面实施电话用户实名登记工作提供法律依据。

相关人士介绍，手机实名制涉及到多个部门，工信部需要会同公安部、国务院新闻办等有关部门联合制定手机实名登记制度的法律规范，而且需要国务院审批。

早在 2005 年，针对垃圾短信泛滥的问题，就有不少专家提出实行手机实名制的意见。但由于涉及到个人隐私，手机实名制自提出以来就备受争议，加之真正实施起来难度极大，手机实名制的提议随后不了了之。

而近日手机“涉黄”事件，再次凸显手机管理的难度和紧迫性，部分人士也倾向于以手机实名制来打击手机非法活动。

第一创业证券研究员任文杰则指出，主管部门此次专项行动及推动手机实名制立法，都是为了打击手机非法活动，这部分流量收入占到运营商总收入的比例较小，对运营商的业绩影响较为有限。

中国移动数据部总经理高念书曾介绍，独立 WAP 网站 1 年能带来收入 120 亿元，其中涉黄的 500 个网站 1 年带来流量收入 2000 万元，仅占中国移动总收入 0.052%。

自愿行动效果不彰

有专家透露，手机实名制多年来“只闻雷声不下雨”，除了老百姓对个人信息的担忧，也有不少人能否真正实施表示怀疑。

目前，全球已经有韩国、日本、新加坡、泰国等国家实行手机实名制，分别有国家立法强制要求和运营商自发实行两种方式。韩国早在 2001 年起，就采取一户一网、机号一体的手机号码入网登记制，用户在购买时需提供个人信息，并将其输入数据库。而在泰国，针对“后付费”用户，则提出在一定期限内向运营商补交个人信息，否则强制停止服务。运营商自发实行实名制的日本，则是采取行业联合管制的办法自发进行预防。

由于国内“后付费”用户此前已经在运营商备案了个人信息，因此手机实名制真正实行起来受到影响的将是大量的“预付费”用户，而据估计，这部分用户总数接近 2 亿。事实上，国内三大运营商这几年来也在采取与日本类似的运营商自愿行动，要求新入网用户提供个人信息，但是，由于不是法律强制要求，还是会存在执行不到位的情况，则也是目前垃圾短信泛滥、手机“涉黄”问题突出的主要原因。

一位业内专家就表示，这种自愿行动更多的是一种社会责任，而现在三大运营商迫于竞争压力，都在争抢用户，自愿行动很难真正执行到位，而一旦上升为法律法规，对运营商的推动力会更大。

来源：中国证券报 2009-12-22

[返回目录](#)

工信部启动电信建设项目重点排查工作

工业和信息化部发布关于开展通信工程建设领域突出问题排查工作的通知，要求各省、自治区、直辖市通信管理局，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针对 2008 年以来各电信运营企业立项、在建和竣工的投资在 3000 万元以上的通信建设项目，重点开展排查工作。

通知要求，本次排查重点是招标投标活动是否规范与工程建设、质量管理两方面。

通知明确，排查工作从 2009 年 12 月开始，至 2010 年 3 月底结束，分为自查自纠和重点抽查两个阶段。

自查自纠阶段将由各电信运营企业要按照排查范围和排查重点，对本企业投资的项目进行自查。

重点抽查阶段要求各省、自治区、直辖市通信管理局（以下简称“各管局”）负责对本地区通信建设项目的重点抽查工作，部将适时组织力量对运营集团总部和各省部分重点项目进行抽查。

通知还明确，运营商与各地管局需于 2010 年 2 月底前将排查情况统计汇总表、案件查处情况统计汇总表及排查情况总结报部（通信发展司）。通信发展司汇总各省和运营集团总部情况后报部专项治理领导小组。

来源：腾讯科技 2009-12-17

[返回目录](#)

文化部下发通知开始整顿网游网吧市场

文化部下发通知要求各地文化行政部门 2010 年元旦及春节期间展开新一轮整治行动，其中包括落实网络游戏市场监管职责，加大对网吧接纳未成年人和黑网吧的整治力度等内容。整治结果将于 2010 年 3 月底前报送文化部。

文化部办公厅昨日下发通知，要求各地文化行政部门于 2009 年 12 月 15 日至 2010 年 3 月 15 日开展 2010 年元旦、春节期间展开文化市场专项整治行动，这意味着此次专项整治行动已经开始。

通知明确规定各省级文化行政部门要按照《关于改进和加强网络游戏内容管理工作的通知》要求，落实网游属地管理责任，指导督促网游企业建立自我约束机制，并于 12 月底前将网游企业这一机制建立情况和运行方案汇总报送文化部。

同时，通知要求各省级文化行政部门开展网游经营活动的日常巡查，及时查处、封堵提供宣扬低俗、色情、淫秽、赌博、暴力等内容的网游产品。

文化部此次还要求各地加大对网吧接纳未成年人和黑网吧的整治力度，在寒假期间从严从重打击网吧违法接纳未成年人行为。此外，通知中还要求各地对网络音乐、手机音乐经营单位加强管理。

据此前央视《新闻联播》报道，2009 年以来，文化部全国文化市场执法机构共出动 1 万多人次，检查了 5000 多家网络游戏经营单位，查处违法网络游戏 204 款，并对一千多万台网吧电脑终端实行了不良网络内容屏蔽。

而在上述报道中也披露，版署近日已正式启动治理整顿网络游戏出版工作，并将根据违规情节轻重，依法做出停业整顿、巨额罚款等处理。

以下是《文化部办公厅关于开展 2010 年元旦、春节期间文化市场专项整治行动的通知》全文：

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：

为贯彻落实中央领导同志的指示精神，重点解决当前文化市场存在的突出问题，促进网络游戏、网吧、网络音乐、演出等市场健康发展，加强文化市场监管，净化未成年人成长环境，文化部决定于 2009 年 12 月 15 日至 2010 年 3 月 15 日开展 2010 年元旦、春节期间文化市场专项整治行动，现将有关事项通知如下：

一、增强做好文化市场监管工作的责任感

加强文化市场监管是维护国家文化安全、规范文化市场秩序、创造良好社会文化环境的迫切需要。当前，网络游戏、网吧、网络音乐、演出等文化市场存在的一些问题，社会十分关注。各地文化行政部门和文化市场综合执法机构要进一步增强责任感和紧迫感，全面加强市场监管，严格执行管理措施，坚决做到管理到位。

二、落实网络游戏市场监管职责

省级文化行政部门要按照《关于改进和加强网络游戏内容管理工作的通知》（文市发〔2009〕46 号）要求，落实网络游戏属地管理责任，于年底前召开一次网络游戏企业学习贯彻 46 号文件的座谈会，指导督促网络游戏企业建立自我约束机制，并于 12 月底前将网络游戏企业自我约束机制建立情况和运行方案汇总报送文化部文化市场司。开展网络游戏经营活动的日常巡查，及时查处、封堵提供宣扬低俗、色情、淫秽、赌博、暴力等内容的网络游戏产品。

三、加大对网吧接纳未成年人和黑网吧的整治力度

巩固净化网吧市场工作成果，加大寒假期间网吧市场执法检查力度，从严从重打击网吧违法接纳未成年人行为。发挥黑网吧整治协调机制作用，配合工商部门开展查处取缔黑网吧工作，重点对城乡结合部、城郊农村的黑网吧进行摸排和线索收集工作，并及时书面通报工商部门。

四、加强网络音乐、手机音乐市场监管

要按照文化部《关于加强和改进网络音乐内容审查工作的通知》（文市发〔2009〕31 号）要求，对属地内网络音乐、手机音乐经营单位要加强管理，对运营环节中的音乐内容要及时跟踪监管，对从事违法网络音乐经营活动和提供违法网络音乐产品的经营单位要依法查处。

五、加大对假唱和非法演出的打击力度

要研究针对假唱、假演奏的执法办案手段和技术监管措施，严厉打击顶风作案的非法演出活动，加强典型案例宣传工作。加强对营业性演出内容特别是农村演出市场的事前审查和现场监管，防止含有禁止内容的演出节目流入市场。

六、协助做好安全生产执法检查

要把督促安全生产隐患排查作为专项整治行动的重要内容，配合公安消防等部门加强歌舞娱乐场所、网吧等公共文化娱乐场所的消防等安全生产执法检查，

做好大型营业性演出活动、公共文化娱乐场所和服务场所等人员密集区的重点监管工作，建立健全应急管理制度，完善事故应急救援预案体系，彻底遏制重特大安全事故发生。 请各地于 2010 年 3 月 31 日之前将专项整治行动总结报送文化部文化市场司。

特此通知。

文化部办公厅

二〇〇九年十二月四日 来源：新浪科技 2009-12-18

[返回目录](#)

工信部：手机治黄专项行动为期 14 个月

工业和信息化部电信管理局副局长王建文 15 日透露，工业和信息化部将开展为期 1 年零 2 个月的手机治黄专项行动，专项行动共包括三个阶段。

王建文在在中国互联网协会的“全面开展行业自律，坚决抵制网络淫秽色情与低俗信息专题会议”上说，工信部手机治黄专项行动从 11 月启动至 2010 年 12 月 31 日。此外工信部还成立了手机治黄专项行动领导小组，部长李毅中任组长。

王建文说，手机涉黄主要有 6 个重点环节，分别是：业务推广渠道、手机网站内容接入、服务器的层层转包、手机代收费、域名跳转、手机定制（终端定制）。

据介绍，专项行动有重点地针对这几个业务环节漏洞开展，并着眼于建立长效治理机制，共分三个阶段。第一阶段从 2009 年 11 月 1 日至 12 月 31 日，工作内容包括排查手机涉黄重点环节，重点整治清理中发现的漏洞和问题，落实相关主体单位和人员的责任，严格落实基础电信运营企业信息安全的管理责任，积极畅通举报渠道，强化社会监督管理等。

第二阶段从 2010 年 1 月 1 日至 9 月 31 日。工作任务包括落实基础电信企业领导人问责制，深入整治业务推广渠道，切实落实网站的接入责任，严格清理接入资源层层转租问题，规范手机上网代收费行为，强力治理网站域名跳转行为，开展网站备案信息的核查，完善手机用户信息的登记，全面实行黑名单制管理，强化治理手段的建设等。

第三阶段从 2010 年 10 月 1 日至 2010 年年底，工作任务包括企业监测体系建设，完善企业资源管理平台建设，健全监督检查管理机制，加强调查研究，提出管理建议等。 来源：中国新闻网 2009-12-16

[返回目录](#)

工信部：中国将建立域名持有者黑名单制

工业和信息化部 16 日上午在北京召开了全国域名注册管理暨落实依法打击手机淫秽色情专项行动工作会议，将从五个方面域名注册服务管理，加大打击手机淫秽色情的力度。

工业和信息化部要求域名注册管理机构、域名注册服务机构，完善管理措施，防止违规网站利用变换域名等手段逃避监管。主要措施有：

——建立和完善域名持有者黑名单机制，将被关闭网站域名持有者纳入黑名单进行管理，防止违规网站重新申请域名，继续从事违规经营活动。

——严格落实域名申请者应提交真实、准确、完整域名注册信息的规定，对进行域名转让并提供他人使用的，必须重新注册，违反上述要求的，依法予以注销。

——对网站未备案的域名不予解析（含跳转）。

——在相关部门依法认定网站涉黄和违规时，要配合停止域名解析，同时将域名持有者的全部其他域名暂停解析，及时上报认定部门进行处理，并将域名持有者纳入黑名单予以监管。

——重点清理域名注册管理机构、域名注册服务机构在业务推广渠道中业务合作伙伴、合作方式、业务推广模式和网络连接方式存在的问题。

根据此前中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的消息，国家域名投诉处理中心 24 小时接受公众投诉，欢迎公众及时举报不良域名应用，投诉受理方式为：电话：010-58813000；邮件：supervise@cnnic.cn\ ">supervise@cnnic.cn，传真：010-58812666。来源：工信部 2009-12-21

[返回目录](#)

工信部：3G 已完成投资 1023 亿 用户近千万

工业和信息化部数据显示，截至 10 月底，我国 3G 用户总数为 977 万，其中中国移动 TD 用户达到 394 万。三家电信企业共完成投资 1023 亿元，完成全年计划 1435 亿元的 72.3%。

中国电信已经完成一期工程建设任务，共建设基站 11.7 万个，网络覆盖 342 个地级市、2055 个县及县级市、6000 多个发达乡镇。

中国移动 TD 网络二期工程全面完工，38 个城市 4.6 万个基站已经投入商业运营，网络质量基本稳定；三期工程 200 个城市 4.2 万个基站设备招标完毕，

网络建设已全面展开，截至 10 月底，完成新站选址 97%、配套改造 95%、单站调测 75%，工程计划年底前全部完工。

中国联通 10 月 1 日开始在全国 285 个城市实现 3G 业务正式商用。截至 10 月底，全国建设完成 3G 室外基站 8 万个。

来源：上海证券报 2009-12-17

[返回目录](#)

工业和信息化部：加强域名管理 打击手机淫秽色情

2009 年 12 月 16 日上午，工业和信息化部在北京召开了全国域名注册管理暨落实依法打击手机淫秽色情专项行动工作会议，对贯彻落实依法打击手机淫秽色情专项行动方案中强力治理网站域名变换工作进行了全面部署。工业和信息化部、公安部相关负责人以及全国各域名注册管理机构、域名注册服务机构主要负责人共 100 余人参加了本次会议。

在这次会议上，工业和信息化部电信管理局副局长刘杰对开展域名注册服务管理规范整治行动进行了全面部署。他指出，最近一段时期以来，有的网站经营者利欲熏心，违规开展淫秽色情信息传播活动，并采取域名变换、域名跳转，利用境外域名注册的便利性、隐蔽性等各种手段，千方百计逃避政府部门监管。有的域名注册管理机构、域名注册服务机构社会责任意识不强，对淫秽色情等违法活动警惕性不高，未认真执行国家有关域名管理规定，放松管理要求，给淫秽色情违法犯罪分子提供了可乘之机，导致网上淫秽色情等不良信息难以有效遏制，严重污染网络环境，败坏社会风气，危害青少年健康成长。他要求，各域名注册管理机构、各域名注册服务机构要提高对打击手机淫秽色情专项工作重要性、必要性和紧迫性的认识，尽快将思想统一到中央部署上来，增强社会责任意识，以积极的态度、创新的精神、有力的行动，切实将各项域名管理政策落实好、将域名注册服务管理好，要坚决遏制和杜绝淫秽色情网站采用域名变换方式反复接入，强力治理网站变换域名、逃避监管行为。

为落实依法打击手机淫秽色情专项行动方案部署，工业和信息化部要求域名注册管理机构、域名注册服务机构，要完善管理措施，防止违规网站利用变换域名等手段逃避监管：一是建立和完善域名持有者黑名单机制，将被关闭网站域名持有者纳入黑名单进行管理，防止违规网站重新申请域名，继续从事违规经营活动。二是严格落实域名申请者应提交真实、准确、完整域名注册信息的规定，对进行域名转让并提供他人使用的，必须重新注册，违反上述要求的，依法予以注销。三是对网站未备案的域名不予解析（含跳转）。四是在相关部门依法认定网

站涉黄和违规时，要配合停止域名解析，同时将域名持有者的全部其他域名暂停解析，及时上报认定部门进行处理，并将域名持有者纳入黑名单予以监管。五是重点清理域名注册管理机构、域名注册服务机构在业务推广渠道中业务合作伙伴、合作方式、业务推广模式和网络连接方式存在的问题。

公安部有关部门领导也出席了本次会议，并对做好域名注册管理和服 务，配合打击手机淫秽色情专项行动提出了具体要求。中国互联网络信息中心、政务和公益机构域名注册管理中心在会上表态将认真贯彻落实工业和信息化部有关域名管理政策，切实履行社会责任，强化各自域名注册服务机构的管理，牢牢把握域名注册服务管理这一关键环节，严防违规网站采用变换域名手段逃避监管。来源：工业和信息化部 2009-12-18

[返回目录](#)

【国内行业环境】

让信息消费成为内需重要拉动力

近日闭幕的中央经济工作会议在对 2010 年经济工作进行全面部署时，提出要更加自觉、更加主动地坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针，同时把增加居民消费作为扩大内需的重点。其中特别提到要培育消费热点，促进信息、旅游、服务消费。把信息消费作为消费热点之首，传达出政府对信息消费在促进内需乃至经济增长中作用的高度重视。信息通信业如何把握这一政策机遇，加大业务创新力度，推出更多为老百姓喜闻乐见的新业务、新应用，成为摆在全行业面前的一道新课题。

作为应对经济危机的特殊手段，类似 4 万亿元的大手笔投资显然不可长期持续。在拉动经济增长的“三驾马车”中，由于世界经济处于缓慢的复苏过程中，2010 年的出口形势不可能有明显改观；而随着投资力度的相应减弱，消费将义不容辞地担当起促进经济持续增长的重任。从 2009 年情况看，虽然在一系列刺激消费政策的带动下，我国居民消费有较快增长（根据国家统计局的统计数据，2009 年 1 至 10 月份，全国社会消费品零售总额同比增长 15.3%，扣除价格因素，实际增长达到 17.2%），但与 30% 以上的固定资产投资增幅相比，消费增长仍然相对较慢。值得注意的是，信息消费也遭遇着同样的问题。以 3G 业务为例，作为信息通信领域的新亮点，2009 年，高达 2000 亿元的 3G 网络建设投资，对相关设备制造产业的拉动效果明显，但 3G 业务对消费市场的拉动作用尚未充分显现。

经过一年的埋头建设，到 2009 年底，各家运营企业的 3G 网络将基本完成对主要城市地区的覆盖。而中外手机厂商围绕不同 3G 网络研发的新型终端也在年底纷纷亮相。不少研究机构纷纷调高对 2010 年 3G 用户发展规模数字的预测。仅 TD 用户 2010 年就可望达到 2000 万户的规模。在能源、材料、各种工业品价格高企的背景下，3G 网络的初步建成，3G 终端瓶颈的逐渐突破，以及通信资费的继续下降，无疑将使得信息消费成为最受百姓关注、最能给百姓带来实惠的消费热点。在 3G 的带动下，2010 年将成为信息消费强势启动的年份。

从我国信息消费群体的整体规模来看，截至 2009 年 9 月底，我国电话用户数已经超过 10 亿，网民达到 3.38 亿，其中宽带网民近 2 亿。这是一个空前规模、潜力巨大的消费市场。分析人士指出，未来一年仅 3G 终端的更新和相关数据业务就能带来近千亿元的市场。另据权威机构预测，一旦实现“三网”融合，它所承载的媒体娱乐业务收入，可达 1200 亿元左右。仅此一项业务，将促进我国 GDP 增长约 0.8 个百分点。如果加上多媒体娱乐产业所带动的其他产业增长，将促进 GDP 增长约 1.6 个百分点。

而要引爆信息消费这个巨大的市场，需要国家政策的扶持。因为居民消费的增长既源于实际的消费需求，更受到价格、补贴等因素的强烈影响。2009 年以来，国家有关部门为启动内需出台的“家电下乡”各种优惠政策，以及汽车购置税优惠政策，对于刺激电器电子类产品和汽车的销售发挥了关键作用。在此，我们也呼吁国家有关部门高度重视信息消费对居民消费市场的拉动效应，出台有力的政策启动城乡信息消费。比如，抓住国家重视城镇化的机遇，将“家电下乡”的优惠政策进一步向“信息下乡”延伸，加速推进宽带入乡镇甚至入行政村。出台推进“三网”融合的实质性政策，让更多优秀的视频内容借助信息网络点播等渠道被居民消费。也可采取扶持运营企业的方式，鼓励在城市推进光纤到户，促使家庭网络向高速、超高速升级，从而启动高清电视、IPTV 等新型信息消费市场。

在话音消费市场日趋饱和的背景下，电信企业应更加坚定地向信息消费市场进军，加快自身技术、网络、业务的融合创新，并以更开放的心态与社会各界开展合作，缔结各种新型业务链条，以更丰富、更多元、更人性化的信息应用引领社会信息消费热点，为扩大内需、促进国民经济持续快速增长作出更大的贡献。

来源：经济观察网 2009-12-16

[返回目录](#)

我国确立物联网标准体系 涉及上万亿产业

在工信部主办的一次会议上，工信部相关负责人透露，我国传感网标准体系已形成初步框架，向国际标准化组织提交的多项标准提案被采纳。

我国已初步形成传感网标准体系

2009年9月11日，“传感器网络标准工作组成立大会暨‘感知中国’高峰论坛”在北京举行。工业和信息化部副部长奚国华、国家标准化管理委员会副主任方向出席会议并致辞。

奚国华在致辞中指出，2009年8月7日，温家宝总理在无锡考察传感网产业发展时明确指示，要早一点谋划未来，早一点攻破核心技术，要依靠科技和人才，占领科技和经济发展制高点，保证我国具有可持续发展的能力和可持续的竞争力。要认真贯彻落实温总理的重要指示精神，深刻认识发展传感网的重要意义，进一步增强责任感和紧迫感，集中力量突破核心技术，着力提升自主创新能力，扎实做好技术研发、标准制定、市场培育、产业发展等各项工作，推动传感网更好地为产业可持续发展服务。

奚国华希望标准工作组密切围绕产业发展需求，统筹规划传感网的标准研究，积极推进标准化工作，加快制定符合我国发展需求的传感网技术标准，建立健全标准体系，力争主导制定传感网国际标准。

奚国华表示，工业和信息化部将通过制定科学的产业政策、技术政策和业务政策，加强对传感网的产业指导和政策引导，努力为传感网发展创造良好的政策和市场环境。

传感网是继计算机、互联网与移动通信网之后的又一次信息产业浪潮。随着传感器、软件、网络等关键技术迅猛发展，传感网产业规模快速增长，应用领域广泛拓展，带来信息产业发展的新机遇。我国对传感网发展也高度重视，《国家中长期科学与技术发展规划（2006-2020年）》和“新一代宽带移动无线通信网”重大专项中均将传感网列入重点研究领域。国内相关科研机构、企事业单位积极进行相关技术的研究，经过长期艰苦努力，攻克了大量关键技术，取得了国际标准制定的重要话语权，传感网发展具备了一定产业基础，在电力、交通、安防等相关领域的应用也初见成效。

标准作为技术的高端，对我国传感网产业的发展至关重要。目前，我国传感网标准体系已形成初步框架，向国际标准化组织提交的多项标准提案被采纳，传感网标准化工作已经取得积极进展。经国家标准化管理委员会批准，全国信息技术标准化技术委员会组建了传感器网络标准工作组。标准工作组聚集了中国科学院、中国移动通信集团公司等国内传感网主要的技术研究和应用单位，积极开展

传感网标准制订工作，深度参与国际标准化活动，旨在通过标准化为产业发展奠定坚实技术基础。

传感器网络标准工作组的同志们表示，在工业和信息化部等部门的指导下，将进一步加强传感网标准化工作，促进传感网技术进步和推广，推动传感网在各行各业中的应用，为培育新的经济增长点，促进经济结构调整和转型升级，增强我国的可持续发展能力和国际竞争力作出应有贡献。

来自全国各地传感网的产学研用等单位和标准工作组成员单位的 150 多名代表参加了会议。

继互联网之后又一高科技市场

传感网在国际上又称为“物联网”，据悉，这是继计算机、互联网与移动通信网之后的又一次信息产业浪潮。

奥巴马就职后，美国政府提出了智慧地球的概念，物联网就是这些所谓智慧型基础设施中间的一个概念。

此前，中国移动总裁王建宙在 8 月 24 日在台湾访问时的一次演讲中，也提及“物联网”概念，并系统阐释了物联网对人类生活的重大影响。

有专家预测 10 年内物联网就可能大规模普及。物联网用途广泛，遍及智能交通、环境保护、政府工作、公共安全、平安家居、智能消防、工业监测、老人护理、个人健康等多个领域。专家预计，这一技术将会发展成为一个上万亿元规模的高科技市场。

产业技术和规模快速增长

具体来说，物联网是指各类传感器和现有的互联网相互衔接的一个新技术。

比如，在“物联网”的构想中，RFID 标签中存储着规范而具有互用性的信息，通过无线数据通信网络把它们自动采集到中央信息系统，实现物品（商品）的识别，进而通过开放性的计算机网络实现信息交换和共享，实现对物品的“透明”管理。

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

我国已初步形成传感网标准体系

据悉，我国对物联网的发展也高度重视，并将此称为传感网。

经过长期艰苦努力，我国相关机构和企业攻克了大量关键技术，取得了国际标准制定的重要话语权，传感网发展具备了一定产业基础，在电力、交通、安防等相关领域的应用也初见成效。《国家中长期科学与技术发展规划（2006-2020 年）》和“新一代宽带移动无线通信网”重大专项中均将传感网列入重点研究领域。

据悉，目前，我国传感网标准体系已形成初步框架，向国际标准化组织提交的多项标准提案被采纳，传感网标准化工作已经取得积极进展。

而9月11日，经国家标准化管理委员会批准，全国信息技术标准化技术委员会组建了传感器网络标准工作组。标准工作组聚集了中国科学院、中国移动等国内传感网主要的技术研究和应用单位，将积极开展传感网标准制订工作，深度参与国际标准化活动，旨在通过标准化为产业发展奠定坚实技术基础。

神奇“物联网”，大步走近我们的生活

汽车发生事故，车载设备会及时向交管中心发出讯息，以便及时应对减少道路拥堵；快下班了，用手机短信发送一条指令，在家“待命”的电饭锅会立即启动做饭，空调开始工作预先降温……

这不是科幻电影中的镜头，而是正在大步向我们走来的“物联网时代”的美好生活。全国高校首家物联网研究院、物联网学院近日在南京邮电大学成立，媒体第一时间走访了研究院专家和实验室，体验到物联网高科技技术的神奇魅力。

神奇产品让人大开眼界

物联网又叫传感网。虽然这两个概念刚刚走热，但南京邮电大学无线传感器网络研究中心的研究者们，已与物联网打交道五六年了。在中心实验室，一些物联网产品已经初见雏形。

实验室的一个智慧家居模型引起媒体的注意。通过电脑操作控制，房模里的电视机、风扇、电灯等会按要求远程开、关。冷冰冰的电器怎么变得这样“善解人意”？中心主任、博士生导师王汝传教授从模型中取出4块2厘米长、1厘米宽的袖珍芯片告诉媒体，秘密就在这种专业术语叫“微型传感节点”的袖珍芯片上。一块小小的节点容纳了传感器、通讯设备、处理器三个部分，节点通过“微型基站”或无线网络把信息传递至电脑等终端。这正是用上了物联网的核心内容——传感技术。“这样一套智能设备造价却非常便宜。一块节点约100元左右，一个家庭一般只需4块节点，加上‘GSM模块’或‘微型基站’，总造价不超过600元。”

实验室另一个有趣又实用的成果，是一个用上无线传感技术的“医疗健康护理系统”。通过现场演示，媒体发现，如有了这个系统，医生坐在办公室里，通过病人身上的一个小传感器，就可24小时获知病区内所有病人的脉搏、体温、血糖等身体状况。病人家属经过授权，也可通过网络随时共享这些信息。王教授介绍说，目前启东一家医院已经“捷足先登”，与南邮达成合作意向。不久的将来，我们将会在医院看到医生坐办公室为远方病人“量”体温的场景。

应用前景令人不可思议

南京邮电大学校长、博士生导师杨震教授告诉媒体，世界上的万事万物，小到手表、钥匙，大到汽车、楼房，只要嵌入一个微型感应芯片，把它变得智能化，这个物体就可以“自动开口说话”。再借助无线网络技术，人们就可以和物体“对话”，物体和物体之间也能“交流”，这就是物联网。“如果物联网再搭上互联网这个桥梁，在世界任何一个地方我们都可以即时获取万事万物的信息。可以这么说，物联网加上互联网等于智慧地球。”

物联网用途广泛，可运用于城市公共安全、工业安全生产、环境监控、智能交通、智能家居、公共卫生、健康监测等多个领域，让人们享受到更加安全轻松的生活。

杨震举了一个例子。物联网里有一个存储物体信息的关键技术叫射频识别（RFID）。只要汽车或自行车的任意处嵌上一块存有车主姓名、车型、车牌号等个人信息的射频标签，车辆可以自动“认出”主人。如果偷车者没给这个极其廉价的标签解码，车辆就会自动报警。杨震透露说，目前南邮已有教师将这项技术用于汽车防盗，学校也考虑在全校推广这项技术。将来在南邮，教职工都可以在汽车、自行车上贴上射频标签，学校只要在大门等必经之地装上读码器，小偷除非翻墙，否则没法把车偷出去。

“物联网不是镜花水月的概念，离我们并不遥远。南邮近期准备在两个校区和南邮无锡研究院建立‘物联网示范区’乃至‘智慧校园’，让更多的人来切身感受物联网的魅力和未来的美好生活。”

中国与发达国家一同起跑

“物联网对于世界经济、政治、文化、军事等各个方面，都将会产生无比巨大的影响。因此，物联网被称为继计算机、互联网之后，世界信息产业的第三次浪潮，也将是信息产业新一轮竞争中的制高点。”杨震告诉媒体，“一旦物联网大规模普及，无数的日常生活用品需要加装小巧智能的传感器，或者直接升级换代，给市场带来的商机将大得难以估量。有人预测，如果物联网全部构成，其产业要比互联网大30倍！物联网将会成为下一个万亿元级的通信业务。”

“在前两次信息浪潮中，中国起步晚、跑得慢，结果处处受制于人。而在物联网领域，中国和其他发达国家站到了同一个起跑线上。我们应该抓住这个重大历史机遇，突破一些关键技术和核心技术，建立属于自己的技术体系，形成具有自主知识产权的成果和可持续竞争力。”杨震说，“物联网现在还有一些瓶颈问题亟待解决，其中之一就是技术标准。采用什么样的标准，牵涉到巨大的国家利益，因为谁制定了国际标准，谁就掌握了市场主动。现在，中国相关的研发水平与发达国家相比毫不逊色，完全有能力制定物联网标准，夺得国际话语权！”来源：新华网 2009-12-17

政策收紧催热 CC 域名：交易价格上探至 10 万元

CN 域名管理政策的收紧，正悄然催热 CC 域名的投资和交易。据域名投资圈人士透露，不止一个的 CC 域名成交价已上探至 10 万元。但此时也应当注意规避域名炒作带来的投资风险。

本周以来，在几个主要的域名论坛中关于 CC 域名的讨论日趋增多。一些主要的交易平台也开始出现平时鲜见的 CC 域名。而来自域名注册代理服务商的信息也显示，CC 域名的注册量也一直在增加，尽管幅度并不大。

然而另一方面，CC 域名的交易更是明显火热起来。近日，已有不少域名投资圈人士对新浪科技表示，近阶段自己出手的 CC 域名成交价格都在万元以上，甚至不止一个的 CC 域名交易价已经上探至 10 万元的水平。

据悉，目前 COM 域名的注册成本大约在 7 美元左右，而 CC 域名则为 10 美元以上，国内不少服务商 CC 域名的注册价格在 300 - 400 元。实际上，2009 年以来 CC 域名的注册费用已经下跌到百元价位，最低甚至能到 82 元。

这意味着与 CN 和 COM 域名相比，CC 域名的注册价格是最贵的。但这也没有阻挡域名投资者的热情，毕竟与主流域名相比，CC 域名的资源空间是最大的。

尽管大众对于 CC 域名并不熟悉，但这一域名早在 2001 年初就已经引入国内。名优网创始人刘超对新浪科技表示，2000 - 2001 年曾有段时间 CC 域名的注册量排行第三。2000 年 6 月，Beauty. cc 甚至曾拍出 100 万美元的天价。

CC 域名原为特指的岛国域名，但现在已经成为全球性通用域名，具有和 COM、NET 及 ORG 完全一样的性质、功能和注册原则。不过在 CN 域名低价等优势优势的冲击下，CC 域名的发展曾一度限于停滞的状态。

来源：挖贝网 2009-12-16

[返回目录](#)

2010 年我国软件产值超万亿 成拉动信息产业引擎

“预计 2009 年中国软件业产值超过九千亿，2010 年将超过万亿。”在 2009 中国信息化领袖峰会上，中国软件行业协会理事长陈冲对媒体表示。

软件产业被陈冲形容为“拉动信息产业发展的引擎”。他认为 2009 年比较特殊，伴随全球金融危机的蔓延，国内众多产业受到严重的影响，软件的增速有

所放慢。不过值得关注的是，中国软件产业保持超过 20% 增长的速度，“软件业是增速最高的行业之一”。

事实上，软件产业也是拉动我国经济增长的关键点。国际调研机构 IDC 的一项调查显示，我国 2009 年 IT 支出将达到 4940 亿元人民币。调查认为，IT 行业为我国经济增长做出了十分重要的贡献，而软件在 IT 行业发展中举足轻重，成为推动经济增长和创造经济机会的催化剂。

陈冲认为：“软件与传统产业创新性地加快融合与拓展，既是软件产业持续稳定发展的原因，也是软件产业未来发展的关键。”两化融合为软件产业带来了更大的发展机遇，也为我国软件服务业发展提出了新的更高要求，那就是不断创新。来源：IT 时报 2009-12-22

[返回目录](#)

【国际行业环境】

半数美国移动用户对家庭基站感兴趣

据国外媒体报道，在最近一项对 1000 名美国用户的线上调查结果显示，半数移动用户对 Femtocell（飞蜂窝）家庭基站感兴趣。如果运营商继续忽视，它们将错过占据市场的良机。

此前尽管 Sprint、Verizon 和 AT&T 此前都宣布提供 Femtocell 服务，但没有一家公司将销售重心放在积极推广家庭基站上。致使这一市场缺乏创新精神及大规模的用户培养。

报道称，近 25% 的调查回复为对非蜂窝“非常”或“极其”感兴趣，而 31% 为“有点”兴趣。这一重要发现显示了更为活跃的市场，运营商的用户培养可以产生更积极的结果。

调查结果还显示，对非蜂窝的看法某种程度上与年龄有关，年轻的受访者比年长者更愿意接受 Femtocell，这提醒运营商在销售 Femtocell 服务时更需要关注年轻的用户。

据 C114 了解，Femtocell 是近年来根据 3G 发展和移动宽带化趋势推出的超小型化移动基站，主要用来解决家庭以及中小企业等场景下的室内覆盖问题。它与 WiFi 的功能类似，同时无需终端支持 3G / WiFi 双模，也没有 WiFi 存在的安全性问题，让 3G 手机或数据卡用户可以在室内通过现有的固定宽带网络而享受到更高速率的移动语音及移动数据业务应用。

来源：中国通信网 2009-12-17

[返回目录](#)

美国政府要在 75 天内投入 20 亿推动宽带网应用

据国外媒体报道，奥巴马政府星期四宣布提供 72 亿美元刺激宽带网普及计划中的第一个 1.82 亿美元。这笔资金将用于建设高速互联网网络并且鼓励更多的美国人使用宽带网。

美国副总统乔·拜登 (Joe Biden) 星期四在乔治亚州道森维尔发表的讲话中将宣布接受联邦政府资金的 18 个项目，以便把高速互联网连接到农村地区、贫困地区和美国的其它服务水平低下的地区。

美国政府计划在 75 天之内逐步提供 20 亿美元的拨款和贷款，以便开始小范围实施第一轮宽带网刺激计划。

美国农业部星期四将宣布为 8 个项目提供 5380 万美元资金。商务部将宣布为 10 个项目提供 1.29 亿美元资金。这些项目合在一起还要再增加另外的 4600 万美元。

星期四宣布的拨款和贷款项目包括：

- 为北乔治亚州网络公司提供 3350 万美元，用于建设光纤网络，以便把高速互联网连接到阿巴拉契亚山脉的乔治亚州北部山脚下。这个项目将为拥有 33.4 万人口的 8 个县的地区提供服务。

- 为缅因大学与服务提供商联合组建的 Biddleford 互联网公司提供 2540 万美元拨款，以建设缅因州农村地区的三个光纤网络。这个网络将通过拥有 11 万家庭的 100 多个社区并且连接缅因州的 10 个大学。

- 向俄亥俄州中北部的 Consolidated Electric Cooperative 公司提供拨款和贷款一共 240 万美元以建设一个 166 英里的光纤网络。这个网络将连接 16 个变电站以支持一个智能网格计划。

美国国会在刺激经济法案中包括了 72 亿美元用于宽带网项目的资金以便为美国的一些落后于数字时代的地区创造一些工作岗位和带来新的经济机会。这笔资金包括美国商务部下属的国家电信和信息管理局提供的 47 亿美元和农业部下属的乡村公共事业服务机构提供的 25 亿美元。

来源：赛迪网 2009-12-21

[返回目录](#)

瑞士政府：维持瑞士电信的战略运营目标大体不变

瑞士政府 16 日宣布，维持瑞士电信公司（Swisscom AG）的战略运营目标大体不变。

瑞士政府称，瑞士电信在 2010 年至 2013 年期间的运营新目标包括，该公司的战略联盟指导、财务与人事调整问题、及合作与投资事宜。

瑞士政府持有瑞士电信多数股权，但政府未立即提供进一步的相关内容。来源：理财 18 2009-12-18

[返回目录](#)

运营竞争篇

[[竞合场域]]

联想投资第四期基金 50%投向非 IT 领域

嘉宾简介

王能光 1992 年加入联想集团，2001 年与朱立南先生等一同创建了联想投资。负责融资、退出策略的制定和非 IT 领域的投资业务。是投资决策委员会成员。

风言风语

王能光联想投资董事总经理

成长期的企业不免会有很多问题出现，但如是派个代表去企业那边开个会听问题，然后给他背背教条，这样做的结果，要不就是 CEO 会晕，要不就阳奉阴违。

我们怕的不是企业有一堆问题，而是怕不能一个个问题有侧重有条理地去解决。

在广东尚未设立办事处的联想投资，2009 年在珠三角地区却频繁见诸媒体，自丰凯机械开始，星期六鞋业、流行美的投资接踵而至。

仅这些案例已经表明，这家脱胎于联想集团、一开始仅作 IT 领域投资的 VC，在非 IT 领域中尝到甜头之后开始发力。

从第三期 1.7 亿美金的 30% 用作非 IT 领域的投资，再到目前第四期基金的 3.5 亿美金中将非 IT 领域投资计划增至 50%，曾对媒体表示“IT 为主、非 IT 为辅”的联想投资，今天在投资金额将近“两者并重”。

负责非 IT 领域投资的，正是联想投资创始人之一，现联想投资董事总经理王能光。

非 IT 行业的管理需要 VC 拉一把

南都：联想介入非 IT 的投资，与之前做的 IT 的投资有何不同？

王能光：IT 行业需要对行业趋势有前瞻性的理解，像联想投资过的文思和中讯这两个案例，当时大家都认为这是印度的活儿，但当时我们考虑到欧美跨国公司在中国，很多活还是会外包出来的，现在回过头看这一判断也是正确的。像文思，从投资他们那时候七八百人的规模，现在已经七八千人了，很快又奔上万人的规模去发展。

自第三个基金开始，我们看到传统行业也有很多成长的机会，当时划 30% 来投非 IT 领域。非 IT 比较多的是对行业的洞察，更多是在管理台阶上需要别人拉这些企业一把，虽然在营销或者产品这些具体问题上与 IT 有差别，但基础管理比如人事、战略等却是相通的，在与传统行业的 CEO 沟通过程中也发现彼此确实是能很好地互动。

投资倾向能源制造消费类

南都：在对传统行业的洞察这一能力上，联想投资怎么去补足短板？

王能光：实际上也是边干边学。我们会先定一些大的投资方向，跟能源相关的，制造相关，消费相关，为什么选这些呢？除了行业特征以外，这些行业也能让我们发挥优势。比如说尖端的制药行业，这一块我们没有那么多专家，就暂时还没有涉足。

从 06 年第三个基金开始，就有几个同事组成的团队一起研究，每个人都有自己的擅长的领域，他们在各自专注的领域看得越多，积累就多一些。像能源方面，负责的同事就会去看太阳能、生物质能、风能等等，这些尚处新兴行业中，哪几个 player 在做？都有什么特征？是很快就能摸透的。

而像星期六鞋业和流行美连锁的投资是另一位同事在负责，（南都：刘泽辉？）呵呵，对！我们经常开玩笑，他对女性从头到脚都做了投资。当然他（刘泽辉）也不是不做别的，但是关注这一消费领域的会多一些。

教条主义的增值服务是做不到位的

南都：联想投资一直对外声称提供给被投企业的增值服务，而事实上很多 VC 都会有这一类的服务。

王能光：增值服务的意识业内都有。但是，对于 VC 来说，只投三五个项目的活增值服务还做得到位，但是当投资的项目达到七八十个的规模，没有专门的团队，要做到位还是不容易的。

成长期的企业不免会有很多问题出现。但要抓住他当前最重要的问题，和他一起解决，这个很花时间，需要认真分析。在一个被投项目里面，我们会派一个人去当董事，再加一个跟着董事做这个项目的同事，除此以外还有专门的三位管理顾问。

投资前接触企业的时间一般是 1-3 个月，这段时间团队对 CEO 就有很多的了解。投资以后就会帮他找出那个阶段重点要解决的问题。企业真正去认真解决一个问题，就少了一个问题。这才是我们的方式。

VC 挣了钱，还要让被投的企业舒服

南都：现在第一、二期基金的收益水平在行业内处于什么位置？开始涉足非 IT 后，你们对基金的收益率又有什么期许？

王能光：我们用倍数的概念多一些，收益率随着时间变化，有些企业我还没卖出去，收益仍不是恒定的。倍数是相对恒定的，应该说前两个基金三倍半以上到四倍都没问题。从行业的均值来看，是 3 倍算是不错的了。

衡量 VC 行业的维度不像其他行业如销售额超出对手就算胜利那么简单，当中包含对 LP 的回报是不是够好？团队做事的理念能不能持久？如果说我们挣了钱，但被投的企业不舒服，也是不能持久的。还有就是把握机会的时机，像之前的软件外包联想投资是在没有人投的时候我们投了，起到了引领的作用，这个作用与蜂拥而上的阶段再介入相比，大了很多。

自建 CEO 俱乐部分享“大家”观点

南都：我们知道联想投资已经有一个 CEO CLUB，每年都会给他们开个年会，那么 2009 年你们给到他们的话题是什么？

王能光：慢慢地就开始组成这个 CLUB 是挺有意思的，每一年的年会有两方面的题目，宏观和微观的层面。07 年在宏观层面，我们认同经济学家周其仁的观点，所以请他现场给 CEO 们讲解，他对过热产生的一些观点蛮有预见性的，告诫跟宏观经济关系比较大的企业 CEO 做好控制采购的措施等等，现在来看当时预测还是挺准的。2009 年的年会还是请周其仁继续与 CEO 分享他的观点，原因在于我们认为这些观点与未来走势比较接近。

我的 VC 生涯从不惑之年开始

2000 年 5 月，联想分家，我去了神州数码做财务总监。自 1992 年加入联想，我认为自己会一直从事财务工作。

一年过后，也就是 2001 年，朱立南创立联想投资后，他就来找我，这时不惑之年的我才开始新的 VC 职业生涯，但当时没有多大的心理包袱。当时我和朱立南说，我的先天条件不太合适，但我会努力跟上，接受挑战。

就我个人之前的财务经验和现在做风险投资来讲，只能说财务技能是投资技能的组成部分之一了。看行业还有“人”、“事”的方面，不仅仅是财务的问题。财务分析对我们的判断会有帮助，但更多是站在规避风险的角度上，而在发现前瞻的机会走势这一方面，财务技能的作用就不那么凸显了。所以我也和同事们一起在学习。 来源：南方都市报 2009-12-21

[返回目录](#)

惠普网络业务掌门：加大投资力度挑战思科

据国外媒体报道，惠普网络业务部门掌门马瑞尔斯·哈斯（Marius Haas）表示，由于 2010 年企业将恢复技术项目投资，惠普计划增加网络业务投资，向思科发出更有力的挑战。

哈斯在接受采访时说，“我们将成为网络设备市场上的主要公司，对网络业务投资，确保在该市场获得成功，积极参与市场竞争。”惠普上个月公布了斥资 27 亿美元收购 3Com 的计划。

哈斯表示，惠普将招聘更多的销售工程师，并规定网络设备销售指标。思科在网络设备市场上向思科发起了有力挑战。Gartner 称，2009 年上半年，思科的局域网交换机市场份额约为 76%，惠普 / 3Com 为 12%。惠普没有披露网络业务部门销售额。

哈斯 1 年前接管网络业务部门时表示，惠普网络业务默默无闻——即使在惠普内部也是如此，“网络业务部门很有趣，但我们没有做好营销工作。我需要得到 CEO、董事会以及其他部门的大力支持”。

3Com 将为哈斯挑战思科提供更强大的“火力”。过去，惠普和思科是合作伙伴，惠普向企业销售服务器，思科销售网络设备。现在，两家公司都跨界进入对方领地。美国投资公司 Sanford C. Bernstein 分析师托尼·萨科纳尼（Toni Sacconaghi）说，“思科和惠普都想成为一站式数据中心供应商。”

思科发表声明称，客户非常信任该公司的技术，该公司将采用开放技术和标准。

市场研究公司 Frost & Sullivan 技术分析师罗纳德·格鲁亚（Ronald Gruia）表示，思科和惠普的竞争对客户有利，因为产品价格会因竞争而下滑。

哈斯表示，“我们需要做的是抓住市场上的每个机遇。凭借出色的产品，我们相信将有机会获得任何合同。” 来源：和讯网 2009-12-16

[返回目录](#)

运营商与用户之间的博弈：3G 还是 3G+WiFi?

3G 时代即将来临，WiFi 作为一种“久负盛名”的无线接入技术，自然而然地被大家用来与 3G 做比较。3G 与 WiFi 孰优孰劣？3G 需不需要 WiFi？3G + WiFi 的战略是否行得通？... 一系列问题正被广泛讨论和磋商。

笔者长期以来关注无线领域的发展动态,适逢盛举,也禁不住要“置喙置喙”,从运营商和用户两个角度阐述一下对此事的一些看法。我认为:面对 WiFi,运营商可以有,用户必须有。

从运营商的角度来看。首先,中国的 WiFi 还面临“牢狱之灾”,何时解禁还是个问题。即使解禁,必将导致一系列运营商不愿看到的后果。诸如移动 VoIP、移动 IM 等移动互联网应用将“瞬间”盛行,必将蚕食运营商很大一部分的语音收入。这一解禁带来的损失是运营商当前不愿承受也不能承受的。尽管运营商可以通过提高流量费来弥补这部份损失,但这一方面违背了移动互联网“自由”接入的基本准则,舆论上通不过。另一方面高涨的费用对用户来说也是难以接受的,必将导致离网率的上升和用户黏度的下降,对于热衷“圈地”的运营商来说,用户流失是他们最不想看到的。

其次, WiFi 作为一种局域网技术,一个热点覆盖的半径不过 100 米左右,出于安全和隐私考虑,各场所难免“各自为政”,通过加密等手段将各自网络隔阂起来,影响热点之间的互联互通。试想一下,你从麦当劳用餐出来进入百货商店购物,然后登上北上列车这之间要输入三次上网口令,这是什么感受?这也违背了移动互联网“自由”接入的基本准则。即便勉强组网,也将给运营商的监测、计费等运营管理带来了诸多不便,“凭空”增加了运营成本。

第三, 3G 虽然在接入速度上还不如 WiFi,但平均 200Kbps 的下载速率也足以支撑目前大多数应用了。即便不够, 3G 也可以逐渐通过升级至 HSPA 和 HSPA+ 来实现这些要求。试想一下,一首 4-5M 的歌曲通过 3G 能够在半分钟之内完成下载,相比有线网络纵然还有差距,但也算不错的体验了。再加上 3G 本身具备高速移动通信的优点,在高速行驶火车或汽车中上也能如常上网,而 WiFi 却更多地适合原地不动或低速的移动接入。从这一点来说,逐步完善的 3G 是可以不要 WiFi 的。

最后,人们通过 WiFi 接入互联网主要从事的事务多为娱乐、聊天、下载等被冠以“免费”的服务,运营商从中捞不到多少“油水”。出于提升每单位带宽收益来考虑,运营商不太愿意将宝贵的带宽资源过多分配给一些“华而不实”的应用。它们更愿意专注在一些高收入业务上,比如视频通话、视频监控等。这在国外是有案可稽的——据报道,由于 iPhone 应用逐渐增多,AT&T 的网络出现了难以负重的迹象,迫于用户抱怨及舆论压力,AT&T 不得不提升其 3G 网络能力,但 iPhone 应用所创造的收益又无法弥补其升级网络所支出的费用,难怪有人说 AT&T 独家代理 iPhone 是“花钱买吆喝”了。

那么用户呢,为什么说用户必须要 WiFi 呢?

从矛盾理论中我们知道，矛盾的双方总是成对出现的。既然运营商有简化运营管理、增加运营收入的“矛”，那么用户就有提升上网体验、节省上网费用的“盾”。从这个出发点去分析，就不难得出用户对 WiFi 的渴求态度。

首先，移动 VoIP、移动 IM 是用户梦寐以求的应用，WiFi 的解禁意味着这些都将可能。移动兴起固话衰落的一个重要因素就是方便——随时随地的联络。但是经过这么多年来，移动资费还是要比固话略高，而移动 VoIP、移动 IM 的引入必将打破这种情况。试想，享受低至按分计的长途通话，保持随时随地免费的信息联络，体验学习生活社交娱乐的随时接入……而这些都是因为 WiFi 的“荫蔽”，用户为何不“拍手称快”呢？

其次，3G 本身的不成熟也给用户青睐 WiFi 提供了机会。中国的 3G 方兴未艾，网络能力和用户认知度一样不太理想，3G “单飞”未必能满足用户需求。另外，从国外 3G 成熟地区的先例来看，室内信号弱始终是 3G 难以攻克的难关，WiFi 作为一种必要的补充是非常“必要”的。

再次，WiFi 高达 54Mbps 的联网速率是任何用户都难以拒绝的。低带宽要求，比如下载小文件时，用户或许感受不出 3G 与 WiFi 的区别，但当带宽需求量达到一个数量级之后（如下载一部 1G 的电影），WiFi 的魅力就自然而然地凸现出来了。况且，谁会嫌网络速度太快呢？

移动互联网是共识，运营商和用户都极力赞同，这无可厚非。问题的关键在于运营商和用户这对“矛盾”之间的利益博弈——体现到本文就是 3G 和 WiFi (3G + WiFi) 的博弈，这博弈的平衡点，就是左右移动互联网怎样发展的关键点。来源：全球 IP 通信联盟 2009-12-18

[返回目录](#)

希捷科技称将在亚太区加大研发与基础设施投入

希捷科技副总裁暨亚太区及日本营销机构董事总经理郑万成在北京表示，2009 年将会加大包括中国在内的亚太地区研发投入及基础设施建设。

郑万成说，受经济形势影响，硬盘市场整体产值从 2008 财年的 353 亿美元下降到 2009 财年的 284 亿美元。从近期的经济表现来看，全球经济的衰退正在得以缓解，而亚太区已显示出复苏迹象。

亚太区近年来一直是希捷科技收入占比最高地区。其在 2010 财年第一季度收入占比已从上一财季的 48% 提高到 53%。郑万成说：“相较于其他地区，希捷科技在亚太区有更突出的表现，因此希捷将采取务实策略，继续深耕亚太市场。” 郑万成表示，希捷科技在亚太地区将会加大研发投入，同时投资新兴市

场，扩大地域范围，加深与合作伙伴的关系，加强基础设施建设，加强钦奈、胡志明市、槟榔屿、新加坡、上海和韩国的六个分销中心建设将成为重点。

希捷科技 10 月 21 日发布的 2010 财年第一季度财务报告显示，该公司硬盘出货量约为 4630 万台，收入达到 26.6 亿美元，毛利率为 24.5%，纯收入为 1.79 亿美元。

希捷科技在 2010 年第一季度财报中预计，其 2010 财年第二财季，硬盘产品的市场总需求将会达到 1.53—1.60 亿台，第二财季收入将达到 27.5—28.5 亿美元，毛利率将接近公司预计的 22%—26% 目标区间的高端。来源：新浪科技 2009-12-18

[返回目录](#)

新一轮电信重组收官 移动合并铁通难改固话格局

中国移动与铁道部正式就中国铁通专网进行交割。中国铁通的一分为二，意味着从 2008 年 5 月开始的新一轮电信重组正式落下了帷幕。在业界看来，由于国内固话市场已处于饱和状态，中国移动合并中国铁通后并不会对这一市场的现有格局产生太大影响。

电信重组全部落定

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。

根据计划，中国铁通铁路通信网络调度的指挥权和管理权将移交铁道部，固话及宽带等业务仍归中国移动所有。划转工作完成后，中国铁通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。协议同时规定，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。

公开资料显示，中国铁通成立于 2000 年 12 月，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。2008 年，中国铁通总营业收入在 155 亿元左右，但员工总量高达 7 万余人。

此前有消息称，中国铁通剥离专网业务后有可能更名，预计 2010 年会正式更改。对此，中国移动总裁王建宙明确表示，目前为止还没有这方面的计划。

捆绑业务大战一触即发

随着新一轮电信重组的结束，国内电信市场形成了中国移动、中国联通和中国电信三家全业务运营商竞争的新格局，它们均可在移动和固话领域进行部署。对在移动业务市场占优的中国移动来说，固话是其全业务竞争的短板，为此，中国移动已推出 TD-SCDMA（国产 3G，以下简称“TD”）无线座机，希望凭借低廉的价格抢市。中国铁通的加入，有望加快中国移动在固话市场的布局。

尽管如此，在业界看来，中国移动接手中国铁通不会对现有固话市场产生太大的影响。有分析师指出，在电信市场此次重组之前，国内固话市场就基本处于饱和状态，与中国联通和中国电信两大巨头相比，中国铁通和中国卫通在固话市场只占据着很少的份额。

近几年来，随着手机资费改革的深入，固话市场不断受到冲击，国内固定电话用户出现了负增长，而中国铁通目前也处于亏损状态。在这样的情况下，中国移动接手中国铁通之后，更多的应该是在“手机+宽带+固话”捆绑业务上大作文章，通过这种新模式尽量留住中国铁通现有用户，继而将其升级为公司 3G 用户。随着中国移动的加入，电信运营商间捆绑业务的大战已一触即发。

王建宙昨日也表示，中国移动接手中国铁通之后首先要解决的就是后者的亏损问题，而且暂时不会让中国移动上市公司收购中国铁通。他同时透露，中国铁通仍将保持独立的运作。 来源：北京商报 2009-12-16

[返回目录](#)

【中国移动】

[返回目录](#)

中移动董事长：已启动 A 股 IPO 将回归国际板

中国移动董事长王建宙 11 日表示，公司已经启动 A 股 IPO 工作，将回归国际板。

王建宙在参加达沃斯论坛期间表示，“回归 A 股这件事已经说了很多年，我们也一直在努力，希望进展越快越好，现在应该已经快有结果了。”中国移动 2009 年 5 月曾称，希望早日在内地上市，并倾向以中国预托证券（CDR）方式发行。

上海市政府此前则表示，上海将积极支持上海证交所国际板建设，适时启动符合条件的境外企业在上交所上市，并推进红筹企业在中国证券市场发行 A 股。 来源：齐鲁晚报 2009-12-16

[返回目录](#)

中国移动 TD 终端联合创新 6 亿元激励资金催生首批 11 款 G3 手机

2009 年 5 月 17 日，中国移动宣布投入 6 亿元推动 TD 终端创新，相关厂商随之跟进，项目总投入达 12 亿元。7 个月后，中国移动终端专项激励资金联合研发项目瓜熟蒂落，首批 11 款 G3 手机 12 月 17 日在北京发布。工信部副部长娄勤俭、中国移动总裁王建宙以及 TD 产业链上下游代表等近 300 人出席了发布会。

这 11 款 G3 手机分为“旗舰宽带互联网手机”和“低价 3G 手机”两类。前者不仅在 www 互联网浏览、音乐下载、手机视频等典型 3G 应用方面为消费者带来全新体验，还全面支持中国移动 MobileMarket、飞信、手机导航、手机邮箱等业务；另外 5 款“低价 3G 手机”价格均在千元以下。

娄勤俭在致辞中指出，中国移动与上下游厂商的联合研发投入，有效加快了 TD 终端产品化进程，特别是中国移动“联合研发”的创新合作模式积极促进了运营、制造业的良性发展和共赢，这 11 款 G3 手机正是这一创新模式的优秀成果，体现了中国移动业界领先的创新力。

王建宙表示，此次 11 款 G3 手机的面世使得 TD 终端发展步入了“快车道”，但目前 200 余款 TD 终端还不能满足消费者的需求，中国移动今后将大力推广 TD 智能手机、低价手机和 TD 无线固话，并继续给予 TD 终端、芯片厂商以资金激励和补贴，携手合作伙伴推出更多终端，以提升 TD 产业规模和市场竞争力。王建宙预测，2009 年年底 TD 用户将达到 500 万户，而 2010 年的 TD 新增用户将大大超过 2009 年。

据了解，这 11 款 G3 手机将陆续进入市场销售，中国移动将为购买这 11 款 G3 手机的客户提供话费补贴等优惠政策，最高补贴达到 3000 元。据统计，目前各类 TD 终端已经达到 241 款，其中手机 62 款、数据卡 64 款、上网本 57 款、家庭网关 24 款、G3 阅读器 3 款、无线座机 31 款。

来源：人民邮电报 2009-12-22

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信发行 100 亿元中期票据

中国电信发布公告称，将于 28 日在银行间债市簿记建档发行 100 亿元人民币中期票据，期限五年。主要发行条款如下：

注册金额 100 亿元

主承销商 农业银行和招商银行

评级情况 本期中期票据的信用级别 AAA 级

企业主体长期信用等级 AAA 级

缴款日和起息日 12 月 29 日

簿记建档时间 12 月 28 日 9: 00 - 11: 00

中国电信目前待偿还中期票据余额 300 亿元，本期中期票据募集资金计划用于补充公司营运资金。

中国电信周一早盘报 3. 16 港元，与上日收盘价持平，过去一个月累计下跌 11. 97%。 来源：网易科技 2009-12-22

[返回目录](#)

中国电信合并家庭客户部与个人客户部

电信重组完成一年多之后，各运营商都开始根据业务进展对原有的组织架构进行调整。

CBN 媒体从中国电信获悉，中国电信已于昨天正式宣布家庭客户部和个人客户部两大部门的合并，合并后的新部门称为公众客户部，并新成立一个客户服务部。这是电信重组以来，中国电信首次对组织架构做出的调整。新成立的公众客户部总理由原家庭客户部总经理张新担任，而新成立的客户服务部总理由原个人客户部总经理张明天担任。

中国电信有关发言人向 CBN 媒体确认了这个调整。家庭客户部和个人客户部两大部门是在 2007 年末、2008 年初正式成立的，这两大部门与政企客户部分别针对中国电信的家庭宽带用户、手机用户和政企用户三大客户群。

上述中国电信有关人士表示，合并也是为了从机制上理顺两个部门之间的关系，解决职权冲突。

实际上，中国电信自从开始发展移动业务之后，还是无法与中国移动形成势均力敌之势，因此中国电信的策略是实现宽带、固话和手机业务的捆绑，突出其融合业务的优势。

比如在很多南方城市，中国电信都推出了安装宽带送手机，而且固话和捆绑手机之间互打免费之类的营销策略，这对于中国电信手机用户的增长是一个有力的推动。但在职权划分上，却造成了家庭客户部和个人客户部两个部门之间的“打架”现象。

上述中国电信人士表示，终端和服务一直是中国电信的两大瓶颈，2009 年以来，终端业务基本上步入轨道，如今服务也必须尽快跟上，未来的运营商竞争更多是服务竞争。

其实，除了中国电信之外，合并了中国网通的中国联通同样在进行大规模的组织架构大手术。不过与中国电信的快刀斩乱麻相比，中国联通的调整规模更大，虽然已经酝酿了多月，调整方式也下发过多个文本，但至今仍未达成统一意见。
来源：第一财经日报 2009-12-18

[返回目录](#)

中电信能力开放面临诸多挑战 需用户理解

由于中国电信是三大运营商中业务体系最为复杂的运营商，内部资源跨平台整合难度较大。因此，当面向合作伙伴的“双核心”政策在执行中遭遇挑战，其本质在于中国电信内部整合能力有限。

受限于较低的 CDMA 用户份额，中国电信采取了最为开放的产业链政策。其中，中国电信最广为人知的两大策略分别为针对终端的“冷热交替法”和针对服务提供商的“双中心”战略。

所谓冷热交替法，是指对用户反响较好的产品，中国电信主动退出，让终端和渠道合作伙伴获益；对于市场待培育却存在需求的产品，中国电信主动承担先期投入和培育市场的责任。所谓双中心战略，则是指中国电信不仅愿意开放自身的用户资源给各服务商，也愿意在各服务商的平台上提供各种能力组件。

这两大举措力图改善在 3G 发展初期制约用户发展的两大瓶颈——终端和业务，从而赢得市场先机，从中也反映出中国电信的战略构想。

“软”“硬”有别

虽然冷热交替法的提出较双中心战略晚了近半年，但是由于终端市场蕴含的直接利益巨大，前者较后者效果显著得多。据中国电信天翼终端公司总经理马道杰介绍，自中国电信运营 C 网以来，CDMA 终端产业链从 2008 年的大约 50 家厂商扩大到现在的 200 多家，CDMA 手机在售机型从 2008 年 9 月份的不到 200 款增加到了现在的 500 多款，CDMA 手机社会化采购的比例从一年前的不到 10% 增长到现在的 70% 以上。

而在双中心战略方面，中国电信进展缓慢。目前，在集团公司主打的 3G 业务层面，只有天翼 Live 可以归结于此，此外，各省公司与当地报业集团签署的战略合作协议也体现了这一思路。

而这也与中国电信发挥原有优势资源的战略思想有关。

首先，C 网运营一年来，中国电信投入精力最多的并不是吸引新的合作伙伴，而是将原来在固网和互联网运营过程中积累的业务和合作伙伴转移到移动网络平台上，并不断优化用户体验。一位分析师就此分析说，中国电信的这一思路也

可以理解，在 SP 这个领域，中国移动已经将水趟混了，中国电信再来趟混水反而不美。

中国电信某研究院一位人士则告诉《通信产业报》（网）媒体，很多天翼 3G 业务在推出初期，一方面受限于支持的终端过少，另一方面受限于端到端的支撑能力，用户的使用体验不尽理想，这也是中国电信一直在想办法解决的问题，牵扯了大量精力。

其次，按照“天翼：互联网手机”的战略指导思想，中国电信力图发挥自身在互联网方面的优势资源，从而尽量缩小自己与数据业务经验丰富的中国移动之间的差距。这方面的一个典型体现是，在其 400 万部千元 3G 手机联合集采中，其明确要求，所有 3G 手机都必须支持 WWW 浏览。

能力开放任重道远

双中心战略事实上是一种客户和能力双开放战略，以天翼 Live 为例，其不仅将 CDMA 用户开放给 MSN，而且 MSN 用户也因此获得通过 C 网进行通信的能力。在中国电信正在公测的天翼空间商城中，中国电信也将一些核心的资源如短信、IVR、语音通话、位置服务等功能通过该平台向普通的开发者开放，开发者可以根据自己的产品需求快捷申请和调用这些功能。按照中国电信的说法，这将“支撑并形成一大批带有‘中国电信 Inside’标志的信息化产品（业务）”。

对此，Frost & Sullivan 分析师林起劲表示，中国电信具有很多优质的业务资源，如全球眼等，但是要想在双中心战略方面取得进展，其还必须解决以下几个问题：

首先，内部进行跨平台资源整合，要具有良好的资源共享和调用的机制。中国电信很多业务资源在各省存在着业务规范、平台、接口的差异，这使得其对于外部合作伙伴的吸引力大打折扣。中国电信也已经意识到这一问题。其最近在上海建设了全国视频运营中心，就提出，构建一个标准统一、完全开放的平台架构，让广大用户、CP / SP、媒体公司、第三方机构等共同参与，从而实现视讯业务的统一开发、深度运营和规模推广。

其次，提升业务支撑能力。目前，中国电信在计费上采取了流量和时长计费策略，还无法实现内容区别计费，由此限制内容领域的合作。欧盟理事长牛安东在 2009 中国信息产业经济年会暨通信论坛上也表示，国内运营商在业务测试、开通、支撑等领域与日韩运营商存在巨大差距，一些业务从提出到真正实现商用甚至费时一两年时间，而此时，用户的需求早已发生变化。

“要实现开放的商业模式，首先运营商要整合自身资源，各个业务之间，以及各省公司之间，资源和信息是互通的，对外是统一的开放平台。”林起劲表示。

用户理解是关键

事实上，在分析人士看来，中国电信缺乏移动通信运营的经验，以及对移动用户使用习惯的理解，也是制约其能力开放的重要原因。这一问题其他运营商也或多或少存在，只是在能力开放阶段显得更加关键。

罗兰贝格大中华区副总裁丁杰表示，相比其他行业，全球电信行业在分析用户行为模式上普遍能力较弱。在 3G 业务丰富化、长尾化的情况下，运营商必须能够深刻理解用户在特定场景下对特定业务的需求，并针对性地制定相应业务策略。

林起劲也表示，在缺乏用户理解的情况下，运营商难以面对细分用户提供针对性内容和服务，很可能影响业务推广，从而导致合作伙伴的产品在运营商的平台上销售不畅，这样运营商作为开放平台对合作伙伴的吸引力就下降了。

在这方面，中国移动已经走在了前面。据中移动研究院刘超介绍，其在 OphoneUI 开发的过程中，就跟踪了 12 个被称作“BILLY”的目标用户的日常行为，从他们的日常需求、喜欢、周边产品、生活方式等方面，提炼出 Ophone“自然、豪华、优雅”的界面风格元素。

对此，林起劲的建议是，鉴于中国电信在企业行业客户资源方面的优势，以及能力开放在个人应用上存在诸多法律政策问题，中国电信不妨重点分析企业行业用户对通信能力的需求。“比如，位置信息在数字城市、物联网、数字医疗以及各种政府应用方面都有很好的发展前景。”

■ 专家点评

中电信需要资源整合能力

中国电信由于用户份额最少，相对来说姿态最为开放，这种开放表现在，中国电信一方面希望从合作伙伴那里拿来好的业务应用，另一方面也计划整合自身好的内容、业务给第三方应用。

林起劲表示，中国电信是三大运营商中业务体系最复杂、最多的，拥有固网、互联网、小灵通、移动网络等多张网络，因此，内部资源的跨平台整合难度相对较大。此外，其整合也受到方方面面的限制，如内部管理、历史因素、执行力等。因此，其仍未能良好整合内部资源，导致开放策略未能见效。

要使双中心良好运作，在林起劲看来，首先，中国电信很多业务资源在各省存在着业务规范、平台、接口的差异，这使得其对于外部合作伙伴的吸引力大打折扣。其次，提升业务支撑能力。目前，很多时候，合作方甚至不知道用户使用的是什么业务，这也限制了其拓展内容领域的合作。事实上，电信业运营能力的强弱很大程度取决于系统支撑能力。

林起劲表示，在这个过程中，中国电信应将移动与自身原有的宽带资源优势结合起来，如三屏融合就是一个很好的切入点。此外，鉴于中国电信在企业行业客户资源方面的优势，以及能力开放在个人应用上存在诸多法律政策问题，中国电信不妨重点分析企业行业用户对通信能力的需求。 来源：通信产业报

2009-12-21

[返回目录](#)

中国电信 3G 用户数达 481 万 暂列运营商之首

除中国移动、中国联通先后公布了各自的 3G 用户数之外，中国电信 3G 用户数也于今日出炉。中国电信以 481 万的 3G 用户数暂列三家运营商之首。

工业和信息化部今天公布了 2009 年前十个月我国 3G 发展总体状况。数据显示，截至 10 月底，我国 3G 用户总数为 977 万，其中 TD 用户达到 394 万。

此前，中国移动、中国联通先后公布了各自的 3G 用户数。根据中国联通的运营数据，截至 10 月底，中国联通 3G 用户数达到 102.1 万。

中国移动的运营数据显示，截至 10 月底，中国移动在网 TD 用户为 230.9 万。对于该数据与工信部统计数据的差异，中国移动相关人士表示，“用户数有多种统计方法，230.9 万只是截止到当月底的在网 TD 用户数，应以工信部的统计数据为核算标准。”

根据工信部公布的统计数据来计算，中国电信的 3G 用户已达到 481 万，暂列三家运营商之首。

2009 年 1 月 7 日，工信部向中国移动、中国电信、中国联通分别发放了三张 3G 牌照。此后，三家运营商分别于 2 月、4 月、10 月开始 3G 网络的正式商用。

Frost & Sullivan 高级分析师林起劲认为，“通过丰富终端产品线以及终端补贴政策，中国电信将进一步加快 3G 用户数的发展、扩大用户规模。” 来源：网易科技 2009-12-17

[返回目录](#)

【中国联通】

联通 iPhone 推热中国智能手机市场

如果 2009 年仍然有人把 iPhone（手机上网）作为一个新鲜事物，那么，估计不少苹果粉丝都会掩口而笑了，但是，把 iPhone 与中国这两个词放到一起，还是吸引了全世界的目光。

在长达一年多扑朔迷离的传言之后，谜底终于揭晓。2009年10月28日，一个骤冷的初冬雨夜，中国联通卖出了第一部“行货”iPhone。在iPhone上市3年之后，它终于来到了全球最大的手机市场——中国。

联通iPhone的上市迅速引发了前所未有的激烈讨论。由于中国市场的水货iPhone已经有300万部，联通制订的iPhone裸机售价高达4999元、5880元和6999元，此外还包括多档套餐价格，这让不少人都为联通捏了一把汗。

根据联通公布的数据，在上市4天之内，总共卖出了5000部，上市40天之内，卖出了10万部，其中的70%都选择了相应的iPhone套餐而非裸机。如果把这个数字与iPhone美国上市的成绩相比无疑是相形见绌，在北美市场，iPhone上市3天卖出了100万部；即使与我们的邻国韩国相比，也无法同日而语，韩国iPhone卖出10万部只用了10天时间。

不过，与中国手机市场的其他智能手机相比，40天10万部的销量却也可圈可点。iPhone并不仅仅是一部手机，毕竟，它承载了中国联通更大的梦想，那就是提高ARPU值（每月每用户收入）。

目前中国联通的ARPU值只有41元，但iPhone用户的ARPU值最低也有126元，整整提高了3倍。由于iPhone的推动，到11月为止，联通的3G用户已经达到200多万，中国联通董事长常小兵希望2010年每月的3G用户增长都能达到100万以上。

更为重要的是，iPhone搅热了中国智能手机的一江春水。伴随3G时代的到来，运营商从来没有像现在对智能手机如此重视过，其他手机厂商也从未对智能手机投注过如此大的精力。

据了解，2009年的3G手机市场，绝对是智能手机唱主角，平均而言，市场上70%以上的3G手机都是高端智能手机，而在2G时代，这个比例只有30%，其余70%都是低端甚至超低端手机。

中国的智能手机市场从来没有像现在这样热闹过。我们看到，中国移动推出了Ophone，中国移动总裁王建宙誓将智能手机的价格打到1000元以下，就连传统PC厂家戴尔也跃身一跳投入智能手机的大潮之中。诺基亚的如临大敌自不待言，摩托罗拉、索尼爱立信、三星、LG等传统的手机厂家都把智能手机作为2010年的市场重点。紧随iPhone之后，我们还看到了已经一只脚迈入中国的黑莓。

但凡与智能手机相关的产业链各方也都亮出了底牌，比如微软推出的新一代智能手机平台Windows Phone，以及Android平台和相关手机的被追捧。

咨询机构In-Stat研究指出，尽管中国整体手机市场的增长接近停滞，但智能手机却出现了30%的增长。另有研究表明，2010年，中国将取代美国成为全球最大的智能手机市场。

实际上，2009 年只是一个开始。各家企业智能手机的推出都到了 2009 年年末。正如一家手机企业高管所称的那样，iPhone 是传统手机企业的“叫醒闹钟”，摩拳擦掌的手机企业们将从 2010 年开始展开真正激烈的竞争。

来源：第一财经日报 2009-12-17

[返回目录](#)

联通 3G 业务正式商用电信业进入新轨道

从 10 月 1 日起，中国联通在 285 个城市的 3G 业务将正式商用。分析人士指出，这标志着 3G 在中国进入实质性推进阶段，第四季度国内三大运营商在 3G 市场的竞争将愈演愈烈，在竞争加剧的同时，广大的消费者或将受惠。

联通的 3G 商用节奏把握到位

在 10 月 1 日正式商用后，中国联通包括手机用户套餐和无线上网卡套餐在内的 3G 业务资费将实现全国统一。其中，手机用户套餐分为 3G 基本套餐、3G 学生套餐和 3G iPhone 套餐三类。手机用户套餐的手机上网流量不区分本地和漫游，超出套餐后流量单价为 0.0003 元 / KB。

此外，国内语音通话与可视电话均采用“长、市、漫三费合一模式”，在国内任何地方拨打国内任何地方的电话，都不再收取长途费和漫游费。全国范围内接听语音电话和可视电话均免费。

值得一提的是，备受消费者关注的 3G iPhone 手机也将在 10 月初面市。据了解，本次上市的 3G iPhone 机型共有五款，将在 2009 年 10 月初上市，消费者可从 10 月 1 日开始在中国联通网上营业厅预约购买，预计在 2009 年 10 月中下旬，预约客户就可拿到 iPhone 手机。

业内人士称，联通 3G 此时正式商用已具备坚实的硬件、软件条件，并且已经有了 4 个多月的试商用期，从用户发展和体验情况看，联通的 3G 优势已开始体现。总体上，联通的 3G 商用节奏把握到位。

“中国联通宣布正式商用前，做了很多的准备工作，比如说在渠道、终端、资源以及网络等方面。此前，中国移动和中国电信在 3G 业务商用推广方面的力度比较大，由于竞争的关系，中国联通也想尽快启动和抢占市场。”计世资讯副总经理郭海涛说。

三大运营商各有优劣势中移动压力大一些

在 3G 业务商业化的道路上，中国移动和中国电信业也早就开始频频发力。9 月 16 日，首款 3G OPhone 手机发布，在此之前，中国移动正式推出由其主导研

发的智能移动终端软件平台——OPhone 平台，这是全球首个由运营商主导研发的移动终端软件平台。

中国电信 9 月 22 日宣布，自 10 月 1 日起，新加入“我的 e 家”“商务领航”和天翼商旅套餐的客户，在全国 31 个省区市范围内接听免费。这意味着，在 2G 时代老百姓盼望已久的手机通话单向收费政策，在 3G 时代由中国电信率先实现。

郭海涛表示，虽然中国联通高调宣布 3G 业务正式商用，3G 市场竞争程度有望进一步加剧，但预计短期内对国内整个 3G 市场竞争格局的影响比较有限，三大运营商各有优劣势。长期来看，中国移动的压力会大一些，因为中国联通和中国电信肯定会抢占一部分中国移动的份额。

“未来三大运营商的竞争将会是全方位的，包括终端（手机和操作系统）、应用商店（音乐、邮件等）、渠道（营业厅、网上渠道）、竞争方式（比如固网加移动的捆绑）等四个方面，而在竞争加剧的同时，广大的消费者应该能够受惠。”郭海涛说。

3G 发展四季度将加速

业内人士指出，首批联通 iPhone 3G 手机的上市有望通过“网络外部性”撬动 WCDMA 市场，进一步吸引其他“非 iPhone”用户入网，进而真正启动 WCDMA 市场。

中信证券分析师张兵也指出，联通 3G 的规模化启动将刺激国内 3G 在下半年加速发展，尤其是 3G 手机用户市场得以启动和发展，联通凭借其 3G 产品的独特优势将有望成为 2009 年下半年国内 3G 运营市场的最大受益者。

“现在国内三大电信运营商在 3G 市场上竞争已经非常激烈了，可以说是短兵相接，武装到牙齿，能用上的武器都用上了。而竞争的日益加剧，将明显催化国内整个 3G 市场的进一步成熟和完善。”郭海涛说。

不过，郭海涛认为，中国联通拥有的 3G 制式 WCDMA 在技术上是最成熟的，这是它在 3G 网络上的优势，选择与 iPhone 合作就是出于想把网络优势与终端优势结合起来。不过，目前来看，联通还面临着一系列的问题，比如重组、品牌、网络铺设等，iPhone 的杀伤力可能也没有想像中那么大。

3G 商用会带来电信资费下调吗

我国的 3G 发展正处在尴尬的境地，真正买账的消费者并不多。联通此次的正式商用能否打破目前国内 3G“叫好不叫座”的局面？三家运营商竞争加剧，又能否给用户带来更低廉的价格，更优质的服务？

业内人士认为，联通正式商用标志着 3G 在中国进入实质性推进。而今后国内的 3G 格局也将是竞争合作并存，服务决定成败。

“服务看上去很多，但都不实用”

——一个普通用户的 3G 体验

“在英国，用 3G 手机上网基本没有延时，和用 2M 宽带上网的速度差不多。”曾在英国留学的张怡说，相比 2G，3G 最大的优势是手机无线上网速度大大提升，除了用手机浏览网页外，她还经常用手机观看 YouTube 视频。

26 岁的张怡现在是谷歌中国的职员，她还在 2009 年 6 月参加了联通的 3G 试商用活动。“很爽”——她这样形容联通 3G 的速度，她说：“看网络视频不成问题，下载一首歌也就一两分钟的事儿。”不过，她也发现有时信号不稳定。

来自日本 3G 手机业务的启示

3G 业务近年来逐渐在全球遍地开花。2008 年以后，全球 3G 市场开始进入加速发展的时期。日本和韩国是世界 3G 市场发展较早的国家，欧美 3G 市场近年来也成为后起之秀，商用网络部署速度很快。

日本是全球最早提供 3G 业务的国家之一，无论是技术、管理还是运营模式都较为成熟，其 3G 业务也得到了飞速发展。

来源：经济参考报 2009-12-16

[返回目录](#)

中国联通：创新服务助力政府门户网站发展

12 月 6-7 日，首届中国政府门户网站发展论坛在海南博鳌举行，中国信息协会会长卢时彻、工信部信息化推进司司长徐愈、商务部信息化司副司长聂林海、中央编办电子政务中心主任伏宁等政府领导及专家出席了此次会议。中国联通副总裁姜正新出席会议并致辞。会上，中国联通向与会领导及全国各省市的政府门户网站建设负责人充分展示了联通在政府门户网站建设方面所做出的努力和成绩，并将结合 3G 技术为政府门户提供更多的创新服务和应用。

胡锦涛总书记在十七大报告中提出，健全政府职责体系，完善公共服务体系，推行电子政务，强化社会管理和公共服务。我国政府已经把推进电子政务和政府网站建设作为改善政府工作效率、提升政府服务水平的重要手段。从 1999 年开展政府上网工程以来，政府网站普及率逐渐提高，网站服务质量得到显著提升，并成为政民沟通重要渠道，政府网站已成为政府信息公开、政民互动的有效手段。

作为国内发展最为均衡的电信运营商之一，中国联通在整合之后，拥有了覆盖全国的网络、服务团队和合作伙伴，服务我国的政府信息化、企业信息化和社会信息化的建设和发展。伴随着 WCDMA 网络的正式商用，中国联通已成为涵盖从固网业务到移动业务，再到全新 3G 业务的全业务运营商。目前，中国联通拥有 1 亿多固话用户、1.5 亿多移动用户、近 4000 万互联网用户，同时为大量政府

门户网站提供了互联网接入、数据中心、系统集成、网络安全等服务。2009 年 1 月，中国联通获得了国际上技术最成熟、使用最广泛、产业链最发达的 3G 牌照。10 月 1 日，WCDMA 网络正式商用。目前中国联通的 3G 网络和服务已经覆盖全国主要城镇。中国联通将从三个方面进一步加强政府门户网站建设工作：一是积极响应国家规定，实施政府信息化要求，不断完善综合信息基础设施；二是重视政府门户网站发展，增强应用产品开发力度，发挥政府沟通百姓桥梁作用；三是达到专业化信息支撑体系，强化信息化支撑手段，增强信息化支撑能力。

在政府门户网站建设领域，中国联通能够提供多方面的专业信息化服务。在网站建设方面，中国联通提供网络资源，包括宽带接入、系统集成、网络建设等；在网站的安全可靠运行方面，中国联通能够提供全套的安全服务，包括网络安全托管、数据容灾备份、CA 认证、安全网关等；在提升服务水平方面，提供网站代维、3G 网络办公、网络评估优化等专业优质的业务支持。

长期以来，中国联通为政府信息化提供优质服务，承担了国家电子政务网络管理系统、国家民政部系统集成、全国人大门户网站系统集成、央企技术创新平台集成、商务部大楼系统集成、内蒙古管网与重点污染源监控等多个国家级重点项目的网站建设和系统集成服务。

来源：中国通信网 2009-12-18

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯独撑通信设备板块

沪深股市本周四出现深幅调整，不过，在中兴通讯强势上涨的支撑下，信息设备指数跌幅较小。分析人士认为，在出口复苏等因素的支撑下，中兴通讯将保持强势，并有望对整个通信设备板块起到提振作用。

据 Wind 资讯统计，本周四申万一级行业指数全部出现下跌。其中，信息设备、信息服务、金融服务指数跌幅较小，分别下跌了 0.45%、1.40% 与 1.57%；而农林牧渔、医药生物与电子元器件指数则出现在跌幅前列，分别下跌了 3.81%、3.80% 与 3.59%。

信息设备指数周四全日跌幅最小，但是细观行业内部成分股可以发现，上涨的股票不到三成，涨幅超过 2% 的股票仅有 4 只。实际上，通信设备指数周四表

现抗跌的主要原因在于，该板块第一权重股中兴通讯当日大幅上涨 4.09%。而统计显示，在信息设备指数中，中兴通讯的权重占到了近 25%。

对于中兴通讯的上涨，分析人士认为原因有二：一是公司海外市场份额扩大，有望受益于出口复苏的预期；二是公司权证将于 2010 年 2 月份到期，行权预期也对其股价构成支撑。从中长期的角度来看，第一个原因显然更值得关注。中投证券分析师指出，爱立信、诺西等国际厂商 2009 年三季度业绩都出现了不同程度的下滑，而中兴通讯在海外市场的收入则恢复了较快增长，公司市场份额也得以提升。

目前，不少投资者都对 2010 年出口复苏寄予了很高期望，如果这一预期成为现实，中兴通讯基于海外市场份额的提升，显然有可能成为最大受益者之一。与此同时，公司在国内市场的竞争优势地位也很明显，这使得不少分析师都对其明、后年的成长性比较看好。据 Wind 资讯统计，目前分析师给予中兴通讯的 2010、2011 年每股收益一致预测分别为 1.70 元和 2.06 元，这也使得目前公司的动态市盈率仍处于较低水平。

来源：中国证券报 2009-12-21

[返回目录](#)

印度征收反倾销税 中兴通讯 2010 年扩张或受阻

印度对我国通信企业的排斥进一步升级。12 月 8 日，印度正式宣布对原产于我国的同步数字传输设备（Synchronous Digital Hierarchy Transmission Equipment, SDH）征收临时反倾销税。尽管中兴通讯（000063，收盘价 41.95 元）、烽火通信（600498，收盘价 24.57 元）等被卷入的上市公司均表示受到的影响很小，但市场却有另外的担忧——印度 3G 牌照 2010 年将发放，突然征收反倾销税，是否会为我国设备商参与招标蒙上一层阴影？

公司：反倾销税影响有限

2009 年 4 月，印度对原产于中国的同步数字传输设备（SDH）进行了反倾销立案调查，9 月份作出肯定性终裁。12 月 11 日，我国驻印度使馆经济商务参赞处从印度财政部获悉，印度海关 12 月 8 日决定对原产于我国的 SDH 产品征收临时反倾销税。

税率按照 SDH 产品进口价格（CIF）计算，其中华为技术有限公司税率为 CIF 价格的 50%，上海贝尔股份有限公司税率为 CIF 价格的 29%，A 股两家上市公司烽火通信和中兴通讯的税率均为 CIF 价格的 236%。

《每日经济新闻》12月15日联系了上述被涉及的两家上市公司，两家公司均表示该事项的影响有限。其中中兴通讯表示，被征收反倾销税的只是SDH产品，在公司对印度出口产品中，所占比重不大。烽火通信则回应称，公司市场集中在国内，总体来看海外市场（包括印度市场）收入在总营收中的占比很低。

目前中兴在印度市场的产品包含手机终端、局端设备、软件服务等；而烽火通信2008年年报显示，当年公司国外市场实现营业收入2.46亿元，占主营业务收入的7.18%。

目前看来该事项并未给两家公司股价带来负面影响。15日中兴通讯、烽火通信分别上涨2.37%和3.15%，报收41.95元和24.57元，双双在盘中创出年内新高（前复权价格）。

分析师：2010年3G招标或受影响

2009年以来，印度官方对我国通信厂商越发“严苛”，除封杀山寨手机外，华为、中兴这样的大设备商也不能“幸免”：6月份印度国防部以国家安全利益为由，反对其国营电信公司使用华为和中兴的设备；12月7日，华为获得的总额为20亿元设备订单被印度运营商BSNL单方面取消。

尽管此次反倾销税开征对我国企业的影响并不大，但让业界担忧的是，该事项背后所传递出来的信息。

有业内分析师向媒体表示，不用担心反倾销税征收范围的扩大，因为印度本国通信设备制造实力很弱，能自产设备种类不多；此外中兴在印度国内设立有工厂，即使此后印度方面采取同类措施，公司也有办法规避。

但让他担心的是，印度官方此次征收临时反倾销税反映出来的态度，会影响到2010年的3G招标。印度3G牌照在推迟了一年多之后，目前确定将于2010年1月24日拍卖，2010年印度运营商将大幅增加支出，以进行3G网络建设，于是以中兴、华为为代表的国内设备商原本将大大受益于这一事件。但从目前来看，不能太过乐观。

凯基证券之前预计，2009年中兴通讯约有10%~15%的营业收入来自印度市场；若印度3G牌照发放，印度市场对公司的贡献则有望占到总营收的20%以上。来源：每日经济新闻 2009-12-16

[返回目录](#)

中兴通讯中标中国移动 PTN 网络 35%份额 给予推荐评级

理由：公司在中国移动 [71.65 - 0.07%] PTN 网络招标中获 35% 份额；公司获得超过 10 个 LTE 试验网合同：公司出口印度的 SDH 产品将被征 236% 反倾销税，影响较小。来源：北京晨报 2009-12-18

[返回目录](#)

[[爱立信]]

爱立信与中华电信共建 LTE 实验网络

爱立信（NASDAQ: ERIC）和中华电信研究所昨天共同签订合作备忘录，将合作建设新一代移动通信技术 LTE 实验网络，作为中华电信研究所参与台湾网络通信科技计划（NPC）中的 LTE 测试平台。

该计划的实验结果将对台湾电信产业的升级、保持全球竞争力以及协助当地 ICT 产业迈向移动宽带新时代都具有标志性意义。该合作备忘录由台湾爱立信总经理岳汉森（Stefan Johansson）和中华电信研究所所长涂元光共同签署。

未来消费者在移动通信的应用上，无论是宽带影音多媒体、网页浏览、网络游戏或电子书等，都需要更快速且流畅的高品质移动宽带网络，为消费者提供更优质的移动宽带体验。通过此项合作可对 LTE（Long Term Evolution）技术在实际环境与网络中的高速传输性能进行评估，从而规划下一代宽带接入技术的演进。测试计划即日起将于台北展开，预计于 2010 年年中发布测试结果。

中华电信研究所所长涂元光表示：“中华电信致力于成为最有价值与最值得信赖的 ICT 企业。为促进台湾 ICT 产业在新一代移动通信网络技术的发展，中华电信研究所在此次测试计划期间，除了进行 LTE 技术与性能的测试评估外，还将与本地 ICT 设备制造商进行实验网络互连测试，协助本地 ICT 产业迈入速度与品质兼具的移动宽带新时代。此次与爱立信共同合作，双方将针对技术与资源做最好的整合与分享，期待能凭借爱立信在新一代移动通信技术的全球领导地位，为中华电信及台湾的电信产业在下一代移动通信服务的发展建立扎实的基础。”

根据该合作备忘录，爱立信将为中华电信研究所提供包括符合 3GPP 标准的 LTE - SAE 核心网、RBS6000 系列的 LTE 基站以及网络管理系统。合作测试计划重点包含了基于 IP 的 LTE - SAE 网络基本功能测试、多天线 MIMO 技术在 LTE - SAE 中的性能验证，并将展示基于 LTE - SAE 网络的各种 IMS 多媒体移动通信服务和移动宽带应用软件。

台湾爱立信总经理岳汉森（Stefan Johansson）表示：“中华电信研究所一向积极从事前瞻与创新的通信技术研发，此次的计划也将使中华电信成为全球最早实测 LTE 网络的运营商之一。我们很荣幸与中华电信研究所合作，共同建设台湾第一个 LTE 实验网络，协助台湾在 LTE 技术发展初期即与全球先进运营商同步、参与全球技术标准讨论及制定、及早规划第四代移动通信技术的应用，以加速产业链的成熟发展并保持全球竞争力。”

爱立信在 LTE 领域拥有领先的市场占有率，目前已与爱立信签署 LTE 商用合同的四家运营商包括美国 Verizon Wireless 和 Metro PCS、瑞典 TeliaSonera 以及日本 NTT DoCoMo。同时，全球已有 24 个国家及地区共 51 个网络宣布其移动网络未来将演进至商用 LTE。预计 2010 年将有运营商全面提供 LTE 商用服务，届时将以远高于目前移动宽带网络数十倍的速率为消费者提供超快的连网速度，令消费者即使在移动中也能享受无缝、高品质的网络体验。来源：中国通信在线 2009-12-18

[返回目录](#)

爱立信：电信行业有助于建设低碳社会

“我们希望 ICT 和电信将能被纳入 2009 年下半年在哥本哈根举行的全球气候变化谈判大会的议程。”爱立信总裁兼首席执行官思文凯日前表示，宽带网络的大规模部署可加速实体基础设施及服务的虚拟化进程，从而为低碳社会的建设做出贡献。

思文凯表示，“2008 年，我们的技术在全球范围内得到广泛采用，从而降低了能耗及相应的二氧化碳排放，这充分证明了电信业不仅是应对全球气候变化解决方案的关键组成部分，还将在建设一个更具低碳效益的社会方面起到重要作用。”

“同时，我们也成功证明我们的技术有能力改变生活。”思文凯说，“通过为世界最不发达的撒哈拉以南非洲地区引入电信服务，并充分发挥电信作为服务及信息的获取工具的作用，我们在改善该地区人民的生活质量方面起到了决定性作用。”

爱立信日前发布的《企业责任及可持续发展年度报告》强调，爱立信创建并提供可优化能源利用的解决方案、产品和服务，从而降低能耗和二氧化碳排放。2008 年，爱立信再次超额完成“改善 GSM 和 WCDMA 无线基站能效”的年度目标，同时制定了集团统一的“碳足迹”目标：在五年间实现减排 40%，并在 2009 年实现减排 10%。来源：网易科技 2009-12-18

[返回目录](#)

【诺基亚】

[返回目录](#)

诺西升格印度为独立大区：3G 市场抢先布局

诺基亚西门子（下称“诺西”）日前透露，印度已在 2009 年第四季度升格为独立大区。此前诺西 7 月曾表示未来几年内它在印度的发展重点将是提升市场占有率，特别主攻 3G 领域，此次印度区的地位升格或为具体体现。

据 C114 了解，截至第三季度诺西在全球共有 7 个大区，分别为北欧区、西南欧区、中东和非洲区、大中国区、亚太区、北美区及拉美区。

战略重点转移至提升市场份额：印度升格为第 8 大区

诺西新任首席执行官苏立（Rajeev Suri）在接受媒体采访时亦指出公司已经将战略重点由现金流和盈利能力转移到提升市场份额上，撇开苏立的印度裔背景不提，印度市场本身的巨大潜力与活跃度，使其成为诺西战略转型后发力的最佳地点之一。

作为关键的新兴市场、“金砖四国”之一，印度近年来电信市场发展相当迅速。目前该国已有超过 5 亿移动及固网用户，其中绝大部分为移动用户，为全球第二大移动市场；而以其 12 亿人口计，发展空间仍很广阔。

同时，印度市场电信监管政策相当开放，允许外资投资在运营商中占比高达 74%，沃达丰、Telenor 等国际巨头均涉足其间，目前该国运营商达到十数家之多，因而成为各大电信设备厂商拓展业务的“必争之地”。

之前诺西已将中国、印度、美国、日本定位为四大战略市场，进一步加大对这些市场的投入以构建优势地位。

“以社会投资计，这 4 个国家加起来占到全球总投资的 50%。”诺西大中国区总裁张志强日前在接受 C114 采访时强调称，“因此这些市场不仅对诺西而言非常关键，对全球电信市场发展而言也是如此。”

综合已公布的合同，诺西在印度与巴帝电信（Bharti Airtel）、Idea Cellular、塔塔电信（Tata Teleservices）、Unitech Wireless 等诸多运营商有着设备领域的合作；同时在电信管理服务领域，公司也拥有市场领先地位。

抢先布局 3G，已派出公司 16 年营销“老兵”

中国在 2009 年的 3G 建设中，仅由三大运营商进行的投资前三季度即达 961 亿元（C114 注：约合 140.7 亿美元）。而印度预计于 2010 年年初将进行 3G 及

WiMAX 无线频谱拍卖，诺西升格印度区地位，也是为在随之而来的 3G 建设高潮中抢先布局。

2009 年 7 月诺西方面即表示未来几年内它在印度的发展重点将是提升市场占有率，特别是在 3G 领域（<http://www.c114.net/news/116/a430657.html>）。

目前华为、中兴等中国设备商亦在印度积极开拓。据 C114 了解，华为、中兴均 1999 年进入印度，迄今为止在该国市场上已拥有 10 余年历史。2008 年，它们在印度的营收分别达到 13 亿美元与 10 亿美元，并预计 2009 年会更高。

为了在印度市场上加速布局、与竞争对手抗衡，诺西已派出了在公司工作 16 年的营销“老兵”乌尔斯·潘奈恩（Urs Pennanen），他自 9 月起开始负责印度与尼泊尔业务。在赴任前，乌尔斯是诺西芬兰运营商和商业软件部门的销售主管。

诺西亚太地区总裁克里斯汀·弗雷德里克森（Christian Fredrikson）对此评价称，乌尔斯为印度带来了近 20 年的市场、销售和管理经验，将完美引导公司未来在印度市场的增长。来源：中国通信网 2009-12-17

[返回目录](#)

诺基亚调整 3G 策略：齐抓三大 3G 标准 CDMA 是短板

竞争压力让诺基亚必须从一枝独秀转变为三箭齐发。

“从全球的角度来说，我们公司重新作了调整，三大 3G 标准都要抓住，而且都要获得领先地位。”昨天，诺基亚中国区负责中国联通及中国电信的运营商总监安德培（Andrew Page）对 CBN 媒体表示。

在传统的 2G 时代，以及国外 3G 市场，诺基亚都在 GSM 以及 WCDMA 方面占有明显优势，但曾经一度退出了 CDMA，在韩国这样的 CDMA 第一大市场，诺基亚甚至只有一款产品。

中国是诺基亚的第一大市场，但在中国 3G 发牌之后，三大运营商获得了三张不同的牌照，势力最强的中国移动获得了 TD-SCDMA，这让诺基亚不得不重新思考在中国市场的未来。

上个月，诺基亚终于发布了其第一款 TD 产品，诺基亚副总裁邓元鋈对 CBN 表示，诺基亚计划在两年之内在 TD 市场做到份额第一。

如此一来，唯一的短板只有 CDMA 了。在过去几年中，诺基亚虽然在 GSM 市场稳拿 38% 的市场份额，但在 CDMA 市场，不仅远落后于竞争对手三星，而且市

场份额一直只有个位数。与 GSM 和 WCDMA 手机相比，收入和份额几乎可以忽略不计。

连安德培也承认，诺基亚之前的 CDMA 手机一看就是 CDMA 手机，而不是诺基亚手机。现在情况正在发生改变。安德培表示，按照全球发布的新战略，诺基亚未来在 CDMA 市场将侧重于中国电信和美国 Verizon 两大运营商。这意味着中国将成为诺基亚 CDMA 两大战略市场之一。

之所以选择在这个时间点发力 CDMA，自然是看到了中国 3G 发牌之后市场环境的变化和 3G 市场的潜力，“只要看看 3G 在中国的发展，就不难判断 CDMA 未来在中国的前景。”安德培说。根据工信部统计，到 10 月为止，中国的 3G 用户已经达到 1000 万。

目前，诺基亚在中国和美国各有一套完整的设计、研发、生产和销售业务中心，2009 年以来，诺基亚的 CDMA 团队已经增加到 100 多人，这个数字 2010 年还会有明显增长。虽然这个规模仍无法与诺基亚的 WCDMA 投入力量同日而语，但对于之前几乎为零的基础相比，已经有了很大进步。

诺基亚现在在市面上总共有 7 款产品，其中有 6 款都是 2009 年推出的，而在 2008 年，其产品款数只有 3 款。

安德培表示，2010 年诺基亚将发布比 2009 年“多得多”的 CDMA 产品，主要是进一步扩大产品线，完成从高端、终端到低端的全线产品覆盖。“我们在 CDMA 市场有长远的‘野心’，我们已经对此发出了强烈的信号。”他说。

来源：第一财经日报 2009-12-21

[返回目录](#)

其他制造商

波导 6000 万元剥离旗下公司改善现金流

* ST 波导（600130. SH）公告称，将旗下的子公司以 6000 万元的价格转让给奉化市投资有限公司（下称“奉化投资”），预计这将对公司 2009 年度合并报表产生 3700 万元左右的收益。

公告称，12 月 18 日与奉化投资签订股权转让协议，公司将持有的上海波导电子有限公司（注册资本 5800 万元，实收资本 5160 万元）100% 的股权全部转让给奉化投资，对标的公司的后续出资义务由受让后的新股东履行，经协商确定股权转让总价为 6000 万元人民币。

公告还表示，由于手机市场竞争激烈，公司经营环境不断恶化，经营业绩持续下滑。通过出售标的公司股权后，公司可以变现部分长期资产，改善公司现金流。 来源：第一财经日报 2009-12-21

[返回目录](#)

阿尔卡特朗讯赢得波黑 IP 和光网络订单

阿尔卡特朗讯宣布赢得波黑主要电信运营商 Srpske 的全国性 IP 和光网络订单。利用这一新建的网络，Srpske 将可以为当地的居民和企业用户提供诸如高速因特网，VoIP，等先进业务，同时还可以支持 3G 移动网络的支撑网服务。该公司表示他们希望为用户提供更多的业务选择，更方便的使用方式，确保用户的带宽需求。阿尔卡特朗讯的解决方案确保了他们能够满足用户在这些方面的需求，同时帮助他们降低管理和营运成本。阿尔卡特朗讯此次将为 Srpske 电信提供其新的汇聚式骨干传输系统。

来源：光纤在线 2009-12-22

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

未来影响中国电信行业的五大趋势

电信行业的发展总是受到客户需求和新技术的推动，沿着自己独特的变化轨迹演变。电信企业要长远的发展，首先就应该了解整个行业正在发生什么样的变化，用更长远的眼光从一个较高的层次来看待自己的经营领域。了解电信行业的变化趋势不仅有助于避免犯错，提前采取行动，确定当变化发生时如何加以利用。企业一旦通过把握趋势，重新了解整个行业的变化，就会另有一番天地。

作为一家专门研究电信行业的专业研究咨询公司，中研博峰认为：总体而言，迈过重组转型关卡的中国电信行业将会迎接以下五大趋势的机遇和挑战。

一、电信行业将面临新的融合格局

我们认为：电信行业将面临新的融合格局，电信业从单一产业链结构，逐步向新型数字商业生态系统的转变。面临着重构、开放、竞争、协同的新环境。

从三网融合和以内容为中心的“3C”的融合共同推动下，形成 ICT 产业的几次大潮中，融合已经成为电信业发展的主要内容。随着融合的进一步深化，围绕

电信的相关产业链不断地完善,产业分工更加细化,电信业将面临新的融合格局:面临着重构、开放、竞争、协作的新环境。在不久的将来,电信产业、互联网产业、传媒产业、娱乐产业、传统工业相互间将产生巨大的影响,消除彼此的产业鸿沟,并融合为新型数字生态系统。

可见,曾经较为基础和单一的电信产业链,通过交错式的融合正在向应用层和复杂化的生态系统方向演进,而争夺这个生态系统的整合者地位将成为未来运营商、服务及内容提供者、设备商、互联网,IT厂商以及娱乐产业的战略重点。

二、电信技术演进更加关注客户需求

对运营商和服务提供商而言,全业务宽带的“便利性”、“连接性”和“经济高效性”使得各种新业务有了更广阔的平台。这将帮助他们提高收入,降低用户流失率,让用户在家中和外出途中都能使用宽带连接。在全业务宽带的技术浪潮下,我们可以看出技术的演进更加关注用户的需求。

电信企业对电信技术变化的反应,往往取决于他们对这些变化的定性。哈佛商学院教授克莱顿·克里斯坦森(Clay M Christensen)就从新的角度对此给予了部分的解释。电信企业配置大量的资源来应对电信技术快速变化,显然会增加管理的复杂性,并产生内在的不稳定性。当这种不稳定性,与市场波动合拍时,这就是电信行业陷入困境的主要原因。

中研博峰通过对电信企业大量案例的分析,认为走出困境的唯一出路就是更加关注用户需求。用户的外部视角可以帮助企业改造企业的资源的利用,流程再造以及价值观的更新。通过新技术来提升用户的生活效率,为用户分析与整理信息,使得用户不至于在纷繁的信息时代迷失在“信息烟尘”之中。

三、电信运营商转型关注效益和运营成本

更加关注效益和运营成本是电信运营商转型关注的重点。

提高企业的经营效益和降低运营成本的关键在于改善电信运营商的产业整合能力、基于FMC衍生的融合业务成本优势、资产使用效率提升、综合财务指标的改善等方面。另外,电信运营商在不久的将来通过信息化手段,对企业经营过程进行数字化管理,实现企业效率提升,以客户为导向、兼顾成本和效益,它的核心是“量化”,要求企业在市场营销、网络发展和维护、财务管理、人力资源管理等方面,以量化的数据作为提出问题、解决问题的依据以及绩效考核的尺度。可以预见在未来几年,电信企业转型过程将花大力气对信息化市场进行开拓,只有进行科学的分析,有效规避风险,才能把转型业务做深做细。

中研博峰通过对电信行业创新案例库研究,认为电信行业转型先驱者西班牙电信值得大家关注,为我们做出了有益的探索。西班牙电信在减少固定资产的投资,同时提高现金流,这也是他创新最成功的地方,体现出西班牙电信转型变革

过程是将外部服务和内容的创新提供和内部面向市场设计高效灵活的架构机制变革结合，牢牢抓住电信产业里最具有最丰厚的回报的环节，将资源优势转化成能力优势，为公司提高利润，提高效益。通过这一系列改革，西班牙电信资产运作效率高达 47.2%。

四、电信企业社会责任进一步强化

中研博峰整合咨询认为：企业行动越早，获得的竞争优势就越大。可持续发展不仅仅是电信企业的社会责任，也是电信企业竞争优势的源泉。

电信企业可以获得下面七点竞争优势：1、环保和可持续发展可以促进技术创新。2、先进环境导向型设计可以减少物料和能源的消耗，降低运营成本。3、领先企业可以帮助拟定政策法规，定下行业规则来管理竞争对手。4、通过领先的可持续发展战略可以获得额外的资金支持。5、建立绿色壁垒，创造难以模仿和复制的竞争优势。6、提升公司形象，整个社会环境更愿意支持一个形象清新健康的绿色企业。7、对于人力资源管理的正面作用是相当大的。提高员工士气方面，建立雇主品牌，吸引新的员工和留住人才，提高生产力效率。

面对这样的趋势，运营商首先必须改变实现可持续发展就是成本和费用上升的错误观念。其次，通过可持续发展战略为企业获得竞争优势需要耐心和长期的承诺。罗马不是一日建成的，电信企业 CSR 战略蓝图涉及到研发、运维、人力、营销、融资等各个职能部门，需要厚积薄发。

五、信息化和工业化融合深入，IT 解决方案带动中小企业发展

融合发展是工业化的生命力所在，也是信息化的本质要求。IT 解决方案的促进信息化和工业化融合发展的要点是：“创新”是企业发展的动力之源，“协作”是企业与客户实现共赢的必经之路，“责任”是合作双方彼此信赖、互动发展的根基。对于中小企业而言，使用创新和公开的解决方案来更有效的指导与供应商和全球的客户之间的业务已经迫在眉睫了。电信运营商在中国广阔的中小企业服务市场里，在网络搭建组织和后期维护上有 IT 服务商不可比拟的优势，这是电信运营商的优势和定位所在。电信运营商看到市场的发展趋势和客户的变化这个趋势，纷纷转型，试图挖到 IT 通信融合的第一桶金。在企业级网络管理和解决方案上，企业用户比较喜欢电信运营商而不是 IT 公司，电信运营商的客户希望能在未来获得一揽子和一站式服务，而技术创新使其成为可能。电信运营商在 IT 技术人才方面和 IT 行业比还有一定差距，在未来几年加强人才储备和队伍建设的基础上，电信运营商将用更加个性化的定制的信息解决方案为中小企业客户提供更好的差异化服务，携手各方打造共同多赢的价值链和商业模式，将与服务业务互相促进，提升企业客户的忠诚度，赢得客户的长久的选择和持续的信任。

电信业正在以前所未有的加速度，成为发展最快的行业之一。但同时，整个电信行业自身也在经历着令人眼花缭乱的嬗变：改革、转型、创新、增值、服务……上述五大趋势在最近几年必将从理念、愿景落实为行动计划，由开始小心翼翼的尝试部署，初见端倪，最终将大规模展开。电信行业的方方面面必须重视研究中国电信行业发展趋势的课题，积累经验，一起持续探索和实践创新商业模式，丰富人们的沟通和生活。

来源：通信信息报 2009-12-18

[返回目录](#)

从电信实业改革看基建市场发展趋势

我国通信基建服务市场目前以运营商实业公司为主、众多中小型通信基建企业为辅。随着 3G 网络建设的逐步到位，以及电信市场竞争的日益激烈，基建企业需要提升自己的一体化服务能力，并面向行业外市场寻求突破。

3G 拉动效应明显

2008 年 5 月，工业和信息化部、国家发改委以及财政部联合发布《关于深化电信体制改革的通告》，标志着新一轮电信重组的开始。此次重组将中国的电信运营商由之前的 6 家整合为 3 家，并于 2009 年初发放了 3 张 3G 牌照。

重组后的三大信运营商都具备全业务运营的牌照，这必然会导致一系列大规模的网络建设和升级。在行业重组和 3G 投资驱动下，运营商 CAPEX 支出在 2008 年、2009 年保持较高水平，在 2009 年达到资本支出高峰，之后将呈现逐渐下滑趋势。运营商 CAPEX 支出的下降必然导致通信基建市场规模的下降，运营商网络建设服务市场规模在 2009 年达到高峰之后，同样呈现逐年下降的趋势，工信部预测，2011 年以后通信基建服务市场规模将维持在 300 亿元左右的水平。

运营商实业公司占主导

中国电信业重组之后，中国只剩下中国移动、中国电信、中国联通三家全业务运营的电信运营商。中国移动拥有京移设计院以及除浙江、广东以外的 29 个省级的移动通信服务公司，主要负责中国移动的基建服务；中国联通拥有中讯设计院等 14 家实业公司，主要负责中国联通的基建服务；中国电信的实业公司即为重组上市的中国通信服务股份有限公司，中国通信服务由三家运营商同时控股，除了负责中国电信的基建服务之外，还包括一定份额的移动和联通的基建服务；除了三家运营商的实业公司，我国目前还存在众多中小型的通信基建企业，这些企业同样主要以服务某一家运营商为主。

我国通信基建服务市场主要还是以运营商实业公司为主，尤其以中国电信实业公司最为突出。中国通信服务在通信基建市场优势显著，占据了通信基建市场的半壁江山。中国通信服务目前拥有 22 家通信设计类企业、34 家通信施工类企业以及 20 家通信监理类企业，是国内最大的集网络设计、网络施工及监理业务支撑于一体的通信基建服务企业。最近几年，中国通信服务正在整合这些通信基建类企业，随着整合的深入，其内部资源配置、市场结构将日益完善，市场竞争力也将进一步体现。

缺乏一体化基建企业

3G 巨大的投资规模衍生出大量通信基建类企业，目前除了三大运营商的实业公司之外，还存在众多中小型通信基建企业，其中通信设计类企业包括国脉科技股份有限公司、广州杰赛科技有限公司，这些企业主要从事工程勘察、设计咨询、通信规划等业务；通信施工类企业主要有杭州东冠、广东怡创、南京嘉环等企业，这些企业主要从事通信网络建设、网络系统优化、设备安装等业务；监理类企业主要有驰跃翔、煜金桥通信建设监理、华夏邮电咨询监理等，这些企业主要从事通信工程监理、信息系统工程监理、建筑工程监理等。

在对这些中小企业进行业务分析之后发现，它们都是在通信基建的某一领域具有竞争力，具有一体化通信基建服务能力的企业很少。随着我国通信市场竞争的日益激烈，三大运营商为了节省资本支出，控制成本和便于管理，往往只会选择与那些具有一体化服务能力的通信基建类企业合作。

通信基建市场的发展趋势

市场集中度日益提高

中国通信服务从中国电信分离出来之后，先后于 2007 年 8 月从母公司收购了 13 省实业公司，2008 年 4 月收购国内最大的通信网络建设企业中国通信建设股份公司，于 2009 年 6 月份完成了针对母公司旗下从事电信基础建设服务的电信工程的 41% 股权的收购。通过一系列的收购，中国通信服务进一步提升了在通信基建方面的实力及市场占有率，通信基建市场日趋集中。

中国移动现在急需整合实业公司，可以考虑采取两种方式：一是注入中国移动的上市公司；二是打包上市，成立较独立的上市公司；三是被中国通信服务收购。无论中国移动选择何种方式进行整合，都预示着通信基建市场将日益集中。对于中国联通而言，也可以考虑采取和移动实业相似的出路。

通信基建市场特点决定了未来该市场的竞争将不是游兵散勇式的竞争，而是大的综合性的服务企业之间的竞争，未来通信基建市场的发展趋势必定是走向集中。那些具有一体化服务能力的大型通信基建企业市场将越做越大。

“中立性、市场化运作”企业发展潜力大

随着我国通信基建市场的日趋成熟，运营商实业公司为集团所带来的收益将越来越有限。而“中立性，市场化运作”的通信基建企业市场规模巨大，巨大的市场所带来的规模效应可以有效地帮助企业缩减成本，增加盈利，规避企业在经营过程中的风险。

中国通信服务由 3 家运营商控股，采用市场化运作的方式，市场份额逐年增加。随着中国通信服务市场化运作的不断深入，其控股结构也在变化，2009 年 3 月中国通信服务完成了对中国移动 8.78% 的股权、中国联通 4.09% 的股权的转让，进一步中立。中国通信服务的进一步中立，为其拓展中国移动和中国联通的基建市场做了铺垫，加大了其在通信基建领域的市场规模。中国通信服务年报显示，其从中国移动和中国联通获得的收入由 2006 年的 14% 增加到 2008 年的 17.8%，而且预计 2009 年收入占比将更高。

行业外市场有潜力可挖

近年来，我国通信业取得了快速发展，尤其是移动通信。由于用户规模的不断扩大，用户对通话质量的要求不断提高，各大运营商都尽量增加自己的基站数量，优化基站布局，通信基建市场增长快速。但是随着用户的饱和，现有基站已基本可以满足用户的需求，运营商基建规模将趋于平缓，并逐渐下降，这迫使通信服务企业必须寻找新的市场。

随着通信行业向其它行业的不断渗透，通信基建市场逐渐从通信行业向整个信息产业延伸。为了应对金融危机的影响，2008 年 11 月，国务院常务会议通过关于“进一步扩大内需、促进经济增长”的十项措施，其中包括加快铁路、公路和机场及城乡电网等重大基础设施建设的投资预计高达 1.8 万亿元，大规模城市交通、基础设施建设同样为通信基建建设带来了巨大的市场机会。来源：通信世界周刊 2009-12-22

[返回目录](#)

IT 企业跟风玩起新能源 将不会制造泡沫

这些天，来自 192 个国家的谈判代表正在哥本哈根商讨 2012 年至 2020 年的全球减排协议，与各国政要关注“哪些国家应该减少排放？该减排多少？”不同，全球产业界更为关心的是，各国的减排计划将给新能源带来多大的商机，这其中包括芯片“教父”张汝京。哥本哈根世界气候大会这个新能源的引爆点，将推动更多的资金流向新能源，荡起新能源产业阵阵涟漪。而“张汝京们”的迅速介入，将使新能源产业更加多元化，未来传统能源版图或许会因为 IT 角色的涌入而发生改变。

不老的新能源“心”

自上个月初突然宣布辞去中芯国际总裁与 CEO 后，张汝京一直行事低调，从不谈及未来发展方向，引发了业界对这位富有传奇色彩的 IT 巨人“何去何从”的猜测。

终于，上周张汝京在辞职后首度面对媒体并表示，节能环保早在他心中萌生创业蓝图。在离开中芯国际之后，他希望在未来的时间，可以回台湾与友人在新能源及节能环保领域再次创业。

其实，作为中芯国际创始人，张汝京一直都在为中芯国际暗中布局新能源业务。早在 2006 年，得益于半导体晶圆制造与多晶硅重叠，中芯国际便已进军太阳能产业。2008 年，这一业务曾给中芯国际带来了可观的 6000 万美元的收入。

如今，离开中芯的张汝京依然没有放弃他的“新能源梦”，虽然已过 60 周岁，但这位老人打算二次创业，真正开创他的新能源王国。他似乎各种新能源项目都想尝试，“水循环再利用、太阳能及 LED 等，都是新能源以及节能环保的热门产业。LED 大家都在做，并不表示新进入者没有机会了。现在大家都觉得 LED 省电但没有省到钱，因为使用成本还是偏高。”张汝京强调。

旧对手新“战场”狭路相逢

张汝京并不寂寞，巧合的是，就在张汝京表明将尝试“新能源”几天后，他的老对手“台积电”公司宣布，以 62 亿元取得了台湾最大太阳能电池厂茂迪的两成股权，成为茂迪最大单一股东，“台积电”也正式宣布跨足太阳能领域。未来张汝京与台积电不可避免将再次成为对手。

英特尔、IBM、谷歌国际 IT 企业巨头也纷纷通过创投基金开拓新市场，期待在新能源市场分一杯羹。

全球搜索霸主谷歌日前表示，该公司计划直接投资新能源项目，以扩大清洁技术投资。此外谷歌表示正在考虑投资一些新能源项目；IBM 把新能源的触角伸到了中国。日前，该公司与中国新能源新锐企业新奥签署了一揽子战略合作协议，双方将从新奥实施的智能能源产业合作入手，推动 IBM 智慧城市战略在中国的实施。

与上述两家公司相比，英特尔“胃口”更大。英特尔不仅在不久前一举投资 5 家开发新能源技术的初创企业，总投资额约 1000 万美元，还成立了新的子集团——能源系统集团。

除了 IT 行业的龙头企业对新能源情有独钟，在行业内日益失去优势的 IT 企业也希望通过早日布局新能源扭转发展颓势，电信设备商诺基亚西门子就是这么一家企业。严重的经济衰退迫使全球电信运营商大幅削减资本支出、搁置网络升级计划，诺基亚西门子的收入急剧下滑。无奈之下，该公司也把目光投向新能源，

希望抓住新能源这根“救命稻草”，该公司的计划是将其电信领域的产品组合和服务应用新能源开发之中。

对此，中投顾问新能源行业首席研究员姜谦接受媒体采访时表示：“IT企业进入新能源一般有两种方式，一种就是单纯的投资，比如看好某个刚成立的新能源企业，这些企业正需要资金支持，IT企业单纯以资金支持新能源企业的发展；另一种方式就是参与研发与合作，与合作伙伴共同开发新能源技术等。IT企业会根据具体情况确定以哪种方式进行合作。”

“包括IT在内的许多行业热衷于投资新能源，主要还是看到了新能源投资的前景。”全国工商联新能源商会副秘书长史利民分析说：“新能源目前还处于一个起步阶段，且涉及的品类和运营的广泛，给了投资者更多机会。”

“硅谷”早于中国企业率先转型

随着新能源产业的火热及前景广阔，国际IT技术的代表美国硅谷早在几年前就开始悄悄向新能源产业转型。

外资IT巨头在新能源开发这一块领先中国IT企业，以谷歌为例，该公司大约在四五年前就开始慷慨解囊，为新能源研究投入巨资，并提出新能源战略。目前谷歌涉足的新能源项目非常多，包括风电、太阳能、地热等。可以说，以谷歌为代表的美国IT企业把其他国家的科技企业远远抛在了后面。在国内，只有联想曾表示将向新能源投资百亿。

姜谦分析，在新能源方面，造成国内IT企业投资落后于人的原因主要有：国内IT企业的反应速度不及国际巨头，国外IT企业早在金融危机前的很长一段时间就看到新能源的前景；国内IT企业普遍处于成长期，还没有足够的余钱涉足其他领域，经济实力不及国际IT巨头。

“但令人欣喜的是，越来越多的中国IT企业进入了新能源领域。”史利民表示，“IT科技等高端产业对未来产业的敏感度比较强，能提前‘嗅’到新能源所酝酿的巨大商机和潜能，在综合各项因素后，有实力的IT企业加入新能源竞争是非常正确的选择。”

史利民认为，由于拥有更好的创新能力、资金能力以及技术能力，IT企业的加入，将有助于推动新能源产业的发展，以及促进产业的良性发展。他特别指出，IT产业与传统能源产业的强强结合，也能迸出“火花”，发挥各自优势。

“拥有技术是IT企业，特别是美国硅谷IT企业最大的优势。处在金字塔最顶端的新能源是各国和各企业都想得到的，但与传统能源获取不一样，新能源更需要科技技术，特别是IT技术的支持，这个时候，IT技术顺理成章介入新能源领域，并能发挥重大的作用。”姜谦强调。

IT企业不会制造泡沫

能源专家武建东曾把“IT产业的深度革命”和“能源革命”比做是一对孪生兄弟。由此可见，IT技术的应用是新能源的核心问题之一。提供技术升级只是IT技术能为新能源带来改变的一小部分，新能源目前最希望IT技术能为其降低成本、从而对新能源进行普及。

2009年以来，新能源在全球发展迅速，尤其在中国被冠以“投资热”，不过，这种“投资热”也引发了市场对于新能源部分产能出现过剩苗头的担心。那么，IT企业花巨资进入新能源领域是否也存有风险，注定要经过泡沫洗礼呢？

美国“IT革命”后实体经济后继乏力，造成了互联网“泡沫”，互联网泡沫破灭后，为了防止经济衰退，美国政府不得不又吹起一个更大的泡沫，那就是自2008年起的金融危机。如今，各国政府把新能源看成是下一阶段的经济增长点，似乎正在吹大新能源这个泡沫。

姜谦分析说，新能源的投资在过去几年中的确有“过热”现象，是在中国比较明显，这也是国家即将出台引导多晶硅以及风电等发展意见的原因。“不过，目前业界及市场所说的‘过热’指的是设备投资的‘过热’，而且并未到过剩阶段。我个人认为，像谷歌、IBM、英特尔这种IT企业投资新能源，研发新能源技术，不会有风险，因为技术投资永远不会有泡沫。”

姜谦表示，IT等多元力量介入新能源，短时间给旧有的能源市场格局带来了很大的冲击，“投资者虽然已经看到了新能源美好的预期，但不可否认新能源都是一些难开发、价格贵的产业，要解决这些核心问题并不是短期能实现的”。

“要让这种冲击快速上升到一定层面，彻底改变国际能源市场格局，起码还需要5至10年时间。”姜谦最后强调。 来源：北京商报 2009-12-17

[返回目录](#)

2010年运营商全业务运营10大发展趋势

趋势1：电信运营业整体收入增幅保持平稳，总体维持在6%~7%之间。

从整个宏观环境来看，由于金融危机的冲击仍然强大，单纯依靠投资拉动型的增长模式的可持续性不容乐观，消费者的消费意向仍显保守，这些都决定了中国经济2010年整体将继续为“保8”而战。电信行业在日益激烈的价格战、异质替代、部分区域市场的高饱和、转型业务收入拉动有限的综合作用下，行业总体收入增幅继续维持6~7%的范围，其中中国移动仍将占据行业利润份额的主要部分。

趋势2：全业务运营对攻态势初显，但主旋律仍表现为3G市场的防御与掠夺。

伴随着中国移动与铁道部围绕铁通资产分割的尘埃落定，以及面临挑战者愈演愈烈的融合攻势，主导者将加大固定宽带网络建设投入。而挑战者将进一步寻求 3G 大众市场的规模性发展。各全业务运营商之间彼此的融合对攻态势明显，3G 初期的网络覆盖、终端品种、业务创新等传统桎梏有望在激烈的竞争带动下获得快速发展。趋势 3：转型战略进一步走向深入，“再成长”阶段的新一轮创新启动成为战略重点

面向逐渐走低的收入增长率与逐步走高的市场普及率，围绕客户 TIME 需求的运营转型将日益深入，从业务转型到拉动流程再造、组织变革、模式创新将在行业内波澜壮阔地上演。价值链关键环节卡位之争、应用程序的聚合平台之争、移动互联网与物联网的新领域收入出现将成为“再成长”阶段的战略探索的必争之地。

趋势 4：围绕客户生活行为的钱包份额切割将成为业务发展的主要着眼点，综合信息服务提供商将在微观层面成为客户生活行为的支持服务提供商。

2010 年的 3G 焦点战役一方面将表现为话音业务与数据业务资费创新方面，另一方面将表现为各电信运营商竞相在客户生活行为中拓展新的蓝海空间，在线旅游、电子商务、移动学习、移动阅读、虚拟社区将成为 3G 发展创新的主要亮点。

趋势 5：全业务下的客户满意度将逐步替代单一满意度成为服务建设的重点指向。

如何围绕全业务以及相关的全产品、全客户、全流程的服务满意度标准建设与支撑保障体系形成，将成为服务竞争中的要塞。大量围绕全业务的新型服务模式、理念与方法将被创新提出，同时，制约全业务的一体化支撑保障建设将成为运营商的战略重点。同时，面向 VIP 客户的服务创新模式将不断涌现。

趋势 6：竞争激发战法创新，大量跨行业的营销经验将被电信人所学习采用。在全业务运营下的激烈攻防过程中，战法创新的要求越来越高。电信运营商将越来越多地开拓思路，创新打法，向携程学习优质的电子渠道体验、向如家学习低成本运营、向零售业学习店面促销、向咨询公司学习顾问式营销。。。。在相互学习参照中，电信行业体现了抵御危机的再成长动力

趋势 7：全业务运营逐步进入系统化时代，一体化理念与实施将成为管理建设主旋律

全业务运营对于电信运营商内部价值链的上下管控、前后支撑、左右协同提出了极高的要求，条块清晰切割式的资源配置与考核指标下达模式越来越多地受到挑战。过程中，支持渠道联动、经营联动、支撑保障联动的系统建设与流程变革将成为重点。

趋势 8: 区别于管道型收入的创新商业模式在不同领域逐渐出现

伴随转型的深入,面向个人客户群的后向广告收入、撮合交易收入等模式将更多元的出现。面向政企客户群的系统集成、咨询服务等收入也将逐步列支在电信运营商的财务科目上。与此同时,电信运营商的价值链合作队伍也将空前庞大,对于价值链合作伙伴的战略性、集中性管理与竞争力开发将纳入战略考量之中。

趋势 9: 围绕战略的资源补缺建设将成为运营商投资的重点

3G 网络建设与优化、IMS 核心网的建设运营、融合计费系统的形成能力、转型业务平台的部署实现、优质终端资源的开发与整合、渠道队伍的扩充建设都将得以加速。迫于投资人压力,对于投资回报的要求将进一步提高,相关厂商也需要具备与电信运营商同样的低成本运营要求。

趋势 10: 全业务运营的能力建设将在战略压力下得以快速提升

面向全业务运营,从前端的营销管理、渠道运作、服务建设、产品交付到相对后端的支撑保障、运维提升、流程再造、人力开发与文化重塑等各模块能力都将在 2010 年得到高度关注与系统性提升,以此应对逐步走入深入期的全业务与 3G 发展第二阶段。 来源: 通讯世界 2009-12-18

[返回目录](#)

“十二五”时期我国电子政务的发展趋势

首先感到做第三方评价以后对政府门户网站的发展作用非常大,让我们看到了门户网站从无到有到今天,越来越受到关注。

此次演讲主要围绕两个问题展开,一个是影响未来我国电子政务发展的主要因素。就是首先要看到有哪些环境、因素对发展会产生影响。另一个是“十二五”期间电子政务的发展趋势。

关于未来影响电子政务发展的因素概括为三个方面:一是后危机时代中国经济发展方式会产生很重要的影响。二是“十二五”期间行政管理体制改革本身的进展可能也对电子政务发展产生重要的影响。三是未来网络民主,公众借助互联网的广泛参与也有可能对电子政务产生重要的影响。

一、后危机时代中国经济发展方式会产生很重要的影响

就这点来看我们要从应对金融危机本身讨论,大家看到中国经济复苏的迹象非常清晰,有人说中国经济正在带领世界经济复苏,这一判断我认为没有问题,我把复苏的呈现概括为三强三弱:

一是保增长 的动力强劲，措施得力，调整结构相对力度 较弱，步履艰难。在政府推动经济产业规划的时候有明显的对市场化的约束，有政府主导的迹象，有可能改变市场化发展的趋势。

二是投资拉动经济增长成效明显，内需启动迟缓，消费拉动相对较弱，结构性矛盾依然突出。我们依然走外向型主导的经济发展模式，今后我们要把以外需为主转向内需主导，因为内需拉动特别是对消费需求增长的贡献需要一系列问题的解决，涉及到国家层面社会保障制度的完善，涉及到整个社会利益格局的调整。1-3 月份消费对于经济增长的贡献率是 70.5%，投资为 32.8%；1-6 月，消费对于经济增长 的贡献率为 53.5%，投资为 87.3%；1-9 月，消费对于经济增长的贡献率为 51.9%，投资为 91.8%。

三是国有经济在应对金融危机 中表现抢眼，但是民营 经济作用相对较弱，特别是中小企业依然困难，看到有很明显的国进民退的现象。

这三强三弱后面我认为有值得我们思考的问题。

第一，政府的潜意识中并没有真正摆脱经济增长方式的传统思维；

第二，救市的重拳，并没有促使中国经济增长 方式由投资拉动型转向内需驱动型，至少这个过程是漫长的。

第三，救市的政策在某些方面可能导致市场化 改革的中断。

在应对金融危机之后我认为未来中国经济有可能发生重大的转型，我们在研究信息化的时候，研究政府转型的时候不能不考虑到中国经济本身的转型。我认为在后危机时代中国经济有可能面临的转型趋势是由改革开放过去二三十年由坚持沿海 带动内地的梯度推进战略转变为点面结合双引擎、全服务推进战略。过去是沿海带动内地，实行西部大开发，未来我认为这个战略有可能发生重大的变化，就是点面结合的双引擎全方位推进战略。我认为这个点就是经过三十年改革开放以后中国形成众多的经济圈，比如珠三角、长三角、京津环、渤海环、武汉、长沙等经济区。面是指全国 2000 多个县形成的经济体。通过壮大 县域经济，形成新的经济增长极。这个经济增长重大转变我认为会深刻影响到未来中国整个经济社会发展的大局。

有可能产生什么影响呢？有可能实现这三大目标。点面结合的双引擎，全方位推进战略，将重塑中国工业化、城市化以及城乡一体化的战略进程，城乡二元差距在扩大，地区差距在扩大，造成两亿多农民工跨省流动。所以如果我们整个经济事业这样下去以后很有可能实现三方面的目标。

第一，从根本上改变由改革开放初期被动 确立起来的外向型经济发展模式，转向以内需 经济主导，积极扩大出口的经济发展模式。未来中国争取扩大

出口，在贸易壁垒和西方国家消费观念改变情况下，我们的外贸再不可能两位高增长。

第二，逐步改变由改革开放初期建立起来的低成本出口战略，中国未来必将在世界产业链的高端占领一席之地。我们必须培养更多高端人才，建立创新型国家，我认为信息技术有可能是我们率先突破的一些重要点。比如说我们把六家运营商洗牌成三家，中国联动、中国移动，中国电信，其中中国移动就拿了 TD3G 手机，这就是中国标志，现在我们轻易松手手机用户中国移动占了将近 5 个亿，如果把 5 个亿手机用户平滑过度到 TD3G 手机上将是一个巨大的市场。

第三，中国经济增长方式根本转变实现可持续发展，解决长期制约中国的二元社会结构，走出一条新型的工业化和城市化和城乡一体化的发展道路。十七大以后又提出六个化战略，就是工业化、信息化、城市化、市场化、国际化和城乡一体化，城乡一体化对中国现在的意义非常重大。

这是我们在思考电子政务发展趋势首先要考虑到未来中国经济本身的转型对它的影响。

二、“十二五”行政管理体制改革有可能对电子政务有影响

从后年开始“十二五”期间行政改革总目标是构建有中国特色社会主义行政管理体制，建设服务型政府。行政管理体制的重点有可能分几个领域。

第一，调整政府主导经济的管理模式，促进经济发展方式的转型，把政府职能的侧重点转移到社会管理和公共服务上来。

第二，进一步调整政府组织结构，以深化大部制改革建立决策、执行、监督三位一体的横向权力结构为重点。

第三，在城乡一体化大战略下，加快省直管县改革步伐，减少行政层级、强县扩权，管理中心下移，为未来我国的工业化、城市化提供制度保障。

第四，推进基本公共服务均等化，重构公共服务体系。改革事业单位，提高基本公共服务的能力和服务水平。

第五，加快政府自身改革，提高政府公信力。在制度建设方面，强化政府自身管理的制度化。

三、未来网络民主与网络监督发展对电子政务的影响

现在中国的网民大概 3.3 亿，我们是国家中最高的，从互联网普及来讲我们是最低的，刚刚超过世界平常水平。3 亿多的网民完全超过官方的想象，这几年网络民主的兴起是高层始料未及的。网络结构和网络民主兴起以后反过来对政府的影响非常大。

“十二五”时期我国电子政务发展趋势。经济建设方面，行政体制改革层面和网络参与方面，我认为未来中国电子政府总体上十个字：“整合：对已有系统

的深入整合；协同：重点实现业务的跨部门协同；互联：克服条块分割、部分分隔、加快实现互联互通；共享：在整合、互联、协同的基础上提高资源共享的水平；重构：按照政府组织体系的调整，重构一些重大综合应用项目”。具体表现在十个方面。

第一，电子政务建设的重心下移，在推进城乡一体化 战略和省直管县方面将发挥重要作用。我前一段时间到武夷山，它花那么少的钱把全部乡镇和行政村全部集起来，提供非常多的服务，他们重心移到下面去了，把所有行政村都考虑进去了，这些思路值得我们关注。

第二，在促进区域经济增长集中发挥重要作用，重点是为区域经济社会发展服务。

第三，以建设服务型政府为目标，重点发展以公众为中心的服务型电子政务。如各种便民服务应用项目。前不久我在杭州参加一个市民高峰论坛，我说应该把市民卡变成中国国民卡，不要搞小范围应用，现在他们用三种技术搞市民卡，建设部提供的技术基础，社会保障部提出的技术基础，如果能用银联卡的技术那全国国民都可以用。

第四，基层政府应搭理发展基于互联网的电子政务；提升基层政府的公共服务能力。

第五，围绕基本公共服务均衡化，构建一些全国性的注视着应用项目；如医疗、教育、社保、就业、住房、就业。在这个过程中我们要认真思考有哪些系统覆盖面广。

第六，大部制改革的深入，为推进 跨部门的协同电子政务，促进信息资源共享提供更大空间。佛山市顺德把 40 个机构整合成 16 个，我说顺德的改革叫“党政混合的组织架构，决策执行结构相互制约的权力结构，高效经济的党政模式”，这个改革很大，这 16 个机构党的序列 6 个，政府序列 10 个，党的 6 个机构没有一个独立存在，都和政府部门的机构整合在一起，比如说党委办和政府办整合在一起；组织部和人力资源生活保障区结合在一起；宣传部叫体育文化旅游局；党的政法委和司法局组合 ，党的序列 6 个机构都和政府相关部门组合 了。政府还有十个机构，发展改革局、财政局 、教育局、规划国土资源局等等，这样大幅度的整合对将要构建的电子政务系统都形成巨大的冲击，未来构建系统如果按照这个行政框架 来构建，我认为是对我们搞电子政务建设提出非常大的挑战。这次在大部制改革中让地方更大探索，你必须上哪些机构，县一级多少个，地级市多少个，这样对我们政府系统构建，不管对业务系统也好，对未来构建也好，都提出巨大挑战 。

第七，加强电子政务的法治环境建设，逐步取消电子、手工的双轨制。我们很多地方电子化水平很高，但是很多地方是双轨制，完之后还要补一个盖公章纸质版，造成很大的麻烦。所以我认为法治进一步健全以后要逐步改善这种双轨制。第八，以行政服务中心为重点的电子政务，商品营销服务、办事服务将提升到一个新水平。现在我们达到 4300 多家，不算乡镇一家，这么大的行政服务中心现在集中起来以后很多地方变成收发室了，下一步我认为如何把 4000 多个行政服务中心进一步信息化，使它后台各部门之间能够互联互通，这种模式是组织结构的改变，所以我认为下一步如何围绕行政中心进一步信息化，提升它的网上审批和服务办事能力是我们的重点。

第九，适应行政管理体制改革需要，不断探索完善电子政务管理的体制和机制。我们分析了这是年来中国电子政务发展的体制机制，体制机制比较顺的时候信息化和电子政务发展相对阻力比较小，如果体制机制不顺电子政务和信息化推进都会受到很多障碍。所以我们通过地方的改革也可以不断探索电子政务推进，比如北京市下面很多区政府仍然保留信息办，它们考虑如果这个机构能够独立保留可能发挥作用更好一些。

来源：国脉电子政务网 2009-12-21

[返回目录](#)

品牌竞争将是未来电信服务市场成熟的必由之路

电信行业的不断深入发展以及 3G 网络建设的大规模进行，为上下游企业带来了巨大的市场空间，利润的驱使下，大量企业进入电信服务市场，形成了规模相差悬殊、服务质量参差不齐的市场现状。

目前大部分企业尚处于粗放式的发展阶段，市场影响力小，没有明确的发展定位和独特的品牌定位，竞争形式尚处于“拼价格、讲背景”的初级阶段，而随着电信行业全业务时代的到来、电信行业市场竞争愈加激烈，运营商越来越注重与电信服务企业形成长期的战略合作关系，遴选的很大因素就是其服务质量和行业经验，即已有的市场品牌实力。

我国电信服务市场现状

随着电信重组的完成以及 3G 牌照的发放，我国电信行业进入全业务运营时代，同时进入新一轮的建设高峰，预计 3 年内 3G 建设投资约 4000 亿元，其中基建、3G 网络维护、网络优化、增值服务市场前景广阔。整个电信行业的巨大规模效应，带动了产业链条的大发展。近年来，靠服务运营商吃饭的企业数量越来越多，而且服务内容涉及整个链条的方方面面，2007 年以前，运营商收入每年

以高出 GDP 增长率的速度快速增长，运营支出也一直处于高位，电信服务企业生存空间较大，业务获取相对容易，收入增长较快。然而随着电信行业步入成熟发展阶段，市场竞争更加激烈，市场规模陷入瓶颈，运营商收入增速明显放缓，成本压力增大，造成运营商成本支出收紧，在选择下游服务企业时更加注重质优价廉和品牌实力雄厚的企业，与此同时随着运营商对实业资源整合力度的加大，运营商下属实业公司竞争能力进一步加强，电信服务行业也出现冰火两重天的行业格局，竞争能力强、品牌实力强的企业继续获得长足发展，而一般性中小企业、品牌实力弱的企业则面临业务量和市场空间不断萎缩的尴尬境地，具体表现在以下几个方面。

* 企业数量多、品牌影响范围小。

由于电信行业整个产业链的巨大经济效益，服务于电信行业的企业数量较多，加上历史原因引起的国有企业大而全小而全的经营模式，各运营商下属的实业公司数量多达上百家，遍布于产业链的各个角落。此外，地方性的电信服务公司也举不胜数，这些企业多数品牌影响力较小，业务范围只局限于当地电信运营商和设备供应商，而且经营形式和内容单一，往往只专注于一个方面，利润来源单一，一旦所依附的地方运营商成本支出缩减，或者终止服务合同，则对这些电信服务企业会造成致命的打击，经营风险较高。

* 运营商整合实业资源，竞争能力加强，冲击其他企业生存空间。

随着国家对国有企业发展思路的调整以及国有企业市场化运作的成熟，电信运营商为了减轻自身负担，集中精力和财力发展主营业务，对其所属实业进行“并、改、剥、破”势在必行。2006 年，在国资委的直接指导和中国电信集团的积极运作下，中国通信服务股份公司成立并在香港成功上市，市场竞争能力进一步加强。据统计，截止 2008 年底中国通信服务在网络建设市场占有率超过 50%，外包服务和内容应用服务市场竞争能力也大幅度提升，市场占有率进一步提高。与此同时，中国移动与中国联通也积极筹备对其实业资源进行优化整合。随着运营商实业整合的不断深入，电信服务市场竞争更加激烈，运营商更加注重选择与企业实力强、一揽子服务能力强、品牌实力强的企业展开合作，这样一来，无疑对那些服务内容单一，品牌实力较弱的中小企业造成了巨大的冲击，其业务拓展难度进一步加大，电信服务市场逐步呈现出强者恒强，弱者愈弱的竞争格局。

* 品牌价值对公司发展贡献小，竞争形式尚处于拼价格、讲背景的初级阶段。

纵观我国电信服务市场，各电信服务企业或多或少都有着运营商背景，与运营商有着千丝万缕的联系，长期以来形成了“靠背景，讲关系”的业务竞争形势，不注重品牌对企业发展的作用，市场化运作能力不足，营销方式单一，主要

靠价格竞争以及传统区域优势维持公司的发展，这种初级竞争形势严重阻碍了公司市场化运作能力的提升和服务质量的提升，不利于企业做大做强和参与更加广阔的市场竞争。随着国企改革的逐步深入以及电信行业利润的摊薄，电信服务企业的中立性将进一步确立，价格竞争将不再具有优势，竞争将朝着讲服务、拼实力的方向发展，那些不注重自身企业内力修炼和品牌建设的企业将逐步被市场淘汰。

电信服务企业品牌建设的几点思路

品牌建设应该从现有品牌出发，根据行业发展趋势、自身定位以及相关方的利益诉求来分析未来品牌建设方向和目标定位。

* 品牌建设应该以服务客户为核心，契合公司战略，体现企业文化，彰显企业特色。

品牌是企业的核心竞争力，是企业独特文化和技术的积淀，是唯一无法模仿的产品。电信服务企业在品牌建设时应该注重电信运营商的需求，以服务客户为核心，通过分析行业发展趋势和重点诉求，立足于整个产业链，形成特色产品，以品牌赢得运营商青睐，维系客户关系，谋求长远发展。同时品牌建设应该符合公司的既定战略目标，在战略框架下建立品牌体系，体现企业文化，用无形的文化指导品牌建设之路，打造强势品牌形象，使品牌对企业实力的提升有明显的推动作用。

* 各品牌之间应该互相支撑，实现互补，统一于企业价值的提升。

按照建立综合电信服务企业的行业趋势，电信服务企业不可能建立单一的产品品牌。在建立品牌体系时，可以参考经典品牌建设模型，形成企业品牌、业务品牌和产品品牌 3 级品牌体系，各业务品牌应有自己明确的市场定位，没有交叉竞争，之间形成一种有效合作与支撑，共同服务于整个电信产业链；而多个产品品牌之间应该有明确的划分标准，鲜明的层次，主要体现在地域差别、功能差别，主要目的是为了更方便招投标和快速反应。综合来看，3 级品牌架构之中，一个企业品牌为下级业务和产品品牌提供信誉和保障，反过来业务和产品品牌通过服务打造和巩固企业品牌，三者统一于整个企业价值的提升。

* 传播媒介的选择应该结合企业所处行业和自身特点，开展多样化、有针对性的推广。

品牌必须依靠有效的推广才能扩大知名度，形成品牌影响力。由于电信服务企业所服务对象主要为运营商，所以不可能向其它品牌推广那样面对直接消费者进行广告宣传，电信服务企业品牌推广应该主要选择专业性的报刊和网站，通过承办专业会议研讨等形式来推广品牌，同时应该改变以往主要依靠关系维系的形

式来推广品牌，形成多渠道，多样化的品牌营销思路，做到覆盖广，有针对性的推广。

结束语

经过多年的发展，我国电信服务市场竞争环境发生了巨大变化，同时由于电信行业竞争的加剧，运营商成本压力加大，传导到下游企业使得价格竞争不再具有明显的空间，转而以品牌实力竞争为主要形式。把握这一趋势，本文分析了电信服务企业品牌建设的必要性，提出了几点思路。但仍有需要继续探讨的地方，比如针对不同的电信服务企业在品牌媒介选择时具体应该考虑哪些因素，以及传播受众的主要关注点等。

来源：通讯世界杂志 2009-12-21

[返回目录](#)

中国移动 PTN 首标初步统计五万套 2010 年市场量更大

近日，中国移动 PTN 集采招标落定，中兴通讯、华为、烽火通信、上海贝尔和爱立信分享首单。

最受关注的厂商份额也初步确定，根据中国移动各省所报 PTN 需求量统计，中兴通讯、华为各获得 35 % 份额，烽火通信 15 %，上海贝尔 10 %，爱立信 OEM 烽火通信设备获得 5 % 份额。此前入围技术标的诺西和泰乐，未获得集采份额，但是两家公司 PTN 设备已经在中国移动进行试点建设。

截至目前，中国移动首次集采份额仍并未公布，根据省公司前期上报的 PTN 需求量，首次招标量初步统计约为 5 万套 PTN 设备，但是这些量并未全部省份统计数据。据内部人士透漏，首次招标量会高于 5 万套。之前，有专家提及到的首标将有 30 亿份额，目前仍未获中国移动证实。

首次集采的 PTN 设备主要用于 TD - SCDMA 传输和高质量 QoS 数据业务承载，各省部署 PTN 进度和业务承载未必完全统一。之前备受关注的 PTN 替代 GPS 进行基站时间同步的应用，并未作为 PTN 部署的必须要求。

目前，中国移动省公司集采报表已经得到集团批准，省公司已经开始投入 PTN 网络正式商用建设。

份额与试验网建设相关

份额是设备商争夺 PTN 市场的焦点。因为 PTN 作为新一代分组传送技术，在 3G 基站承载上已经获得中国移动认可，掌握 PTN 市场主动的厂商，将在中国移动 3G 后期建设中占到先机。

本次 PTN 招标，中国移动采用省公司报需求划定各厂商的具体份额方法，已经在中国移动省公司有试点建设的设备商无疑具有巨大优势。

从本次初步的统计结果来说，中兴通讯、华为各获得 35% 份额，烽火通信 15%，上海贝尔 10%，爱立信 5% 份额，也基本反映了目前各厂商在地方省份的 PTN 实验网建设应用情况。

此前入围技术标的诺西和泰乐，在技术标评估中名次并不落后，考虑到两家设备商在国内尚无试点和实验网，本次首标并未给商用份额。不过两家设备商也非一无所获，两家厂商已经获得建设中国移动 PTN 试验网的机会，随着两家设备商设备融入到中国移动网络中来，未来 PTN 市场竞争将更加激烈。

领先理由：PTN 应用定位明确

传输网新技术和设备应用向来是传统固网运营商占先，本次中国移动能率先采用 PTN 建网，也是全业务实施以来，中国移动在传输技术推广使用上，首次在步伐上领先于中国电信和中国联通。

中国移动率先部署 PTN，与集团业务和网络特点有关。由于中国移动网络多为移动基站网络，提高基站网络的性能和数据传送能力成为中国移动发展的明确目标。在 PTN 逐渐体现出承载 3G 基站的优势之后，中国移动迅速跟进，从 2007 年开始，中国移动对 PTN 进行了多次摸底测试、互通测试和现网测试，并很快将 PTN 作为中国移动 TD 网络后期发展重要承载技术。

3G 开始建设的阶段，中国电信和中国联通运营商积极为 3G 快速建网和覆盖努力，对 PTN 的推广力度有限。由于中国电信和中国联通的原有的数据网络十分庞大，改造数据网络承载也需要多方论证，这也在一定程度上，影响了他们的 PTN 部署进度。

在 10 月份，中国移动启动集团基材前，中国移动的 PTN 测试和试点在三大运营商中也是处于领先，这已经注定中国移动的 PTN 步伐将会走在国内最前列。 2010 年市场量更大

按照计划，中国移动本次 PTN 集采的统计量只到 2010 年第一季度，建设周期到 2010 第二季度，2010 年下半年中国移动仍然会进行 PTN 集采。

和之前 SDH 和 MSTP 一样，PTN 网络也会随 3G 发展，不断建设和扩容。目前国内 3G 还处于发展前期，大量数据业务并未展开，PTN 在数据业务承载上的优势，也会随着 3G 网络数据业务的迅速增长，而发挥更重要的作用。

此外，本次只是中国移动开启了 PTN 市场，中国电信和中国联通的 PTN 市场仍然还在酝酿当中，2010 年，随着三大运营商 3G 数据业务的快速发展，PTN 商用步伐也会逐渐加快，未来国内 PTN 市场将大有可为。

来源：通信产业报 2009-12-17

〔移动增值服务〕

遏制移动存储泄密刻不容缓

近年来，信息安全问题日渐凸显。除电脑本身易被网络黑客攻击以外，各类存储介质频繁的使用也是导致泄密事件逐年上升的重要原因。

U 盘泄密引发政府关注

在各类信息化产品中，U 盘、移动硬盘、数码存储卡等移动存储产品被广泛应用，几乎已是不可或缺的信息交换载体，特别是在内外网系统中，使用移动存储设备进行数据交换日益普遍，而由移动存储介质管理不当引发的信息泄露的安全问题愈发严重。

据专家介绍，用户使用的移动存储产品经常遭到恶意病毒的入侵，成为敏感数据从内部网络向外部网络泄漏的主要通道。同时，移动存储介质易丢失、易损坏的特性也使数据安全无法得到充分保证。据统计，全球每年都有 10% 的笔记本电脑遗失。

可以说，移动存储设备带来的危害具有极大的广泛性和潜伏性。作为日常工作中的一个必要工具，移动存储设备几乎是我们每个人都用到的。正是它的广泛应用也使得人们对于它的安全性麻痹大意，很难察觉它的安全性。如果移动存储设备内感染了木马、病毒等程序，那么我们电脑里的个人数据、企业数据、国家安全相关数据就将成为“众人皆知的秘密”，也将对单位和个人信息安全造成极大的危害，甚至涉及国家安全。

面对这一保密管理中的重点问题，我国政府正在加大对于涉密移动存储介质等高新技术设备的保密管理和使用安全问题的重视。尤其在电子政务大行其道的今天，各级部门都制定了一系列保密管理法律法规和技术标准。从 1998 年起，先后下发了多个关于计算机信息系统和秘密载体的保密管理规定，国家保密局制定了《涉及国家秘密的信息系统终端安全与文件保护产品技术要求》等相关保密技术标准。但仅有政策的规范是不够的，如何落实在实处成为了解决这一问题的关键。

民族厂商勇担重任

尽管政府相关管理部门纷纷加大了对于移动存储信息安全的关注和支持，但是在实际应用中，用户使用的移动存储产品还是会经常遭到恶意病毒的入侵，各种暴力破解以及强行取走存储介质也为用户们所担心。

在寻找解决问题的出路时我们发现，国外厂商的产品大多会带来诸如“后门”等信息安全隐患，无法真正确保移动存储设备的信息安全。因此，唯有通过国内厂商的自主研发才能真正确保移动存储不再泄密。

作为民族厂商的清华同方，近年来一直深入钻研国内信息化产业的安全问题。针对移动存储设备的安全隐患，同方推出了自带 CPU 和操作系统的智能安全移动存储设备，使移动存储不再是计算机终端的附属设备，同时还加载密钥分段存储与动态合成、整盘加密、审计、自毁、密钥分析与抗暴力破解等应用功能，可以有效缓解移动存储所带来的信息安全威胁。

对症下药攻克技术难关

移动存储最大的安全隐患来自于它可以在各个电脑之间来回“摆渡”。对此，清华同方的技术专家经过缜密研发，创新地在智能安全移动存储引入独立操作系统及周边电路，使之成为了独立于主机的智能系统，与主机处于同等地位。计算机对其进行的任何修改、拷贝操作都要经过用户允许，由此有效杜绝了病毒、木马“暗度陈仓”。

当用户使用同方智能安全移动存储设备时，首先需要进行身份鉴别，在经过设备确认和授权后，方可向智能安全移动存储设备发出指令，由担负设备和用户交互的电路部分访问代理程序，并负责把用户的操作申请通过接口提交给嵌入式操作系统，确认无误后才会按照指令提取相应的文件，完成用户的操作申请。特别值得一提的是，该系统还可对硬盘上每一次数据读写进行智能分析和监测，有效抵御对于敏感信息的非法访问和暴力破解。

业内人士认为，同方智能安全移动存储的推出，能够弥补内外网机制信息系统中的安全短板，其智能化的安全防护工作原理，在政府、军队、航空航天、金融证券、科学研究等领域都有着十分重要的现实意义，为国家信息安全增加了有力砝码。 来源：光明日报 2009-12-21

[返回目录](#)

中移动重构商业模式：打造各地行业示范应用

中移动集团客户发展策略正在从全国复制“精品模式”，转为单个地区的个性化行业需求打造示范应用，重构商业模式。

在中国电信和中国联通试图凭借政企客户资源优势争取移动高端客户的同时，中国移动也在反思自身的集团客户策略。2009 年末，这种思考变成了行动。

《通信产业报》（网）媒体近日了解到，中国移动集团客户的发展策略正在从全国复制如“农信通”、“城管通”等“某某通”精品模式，转向为单个地区的个性化行业需求打造示范应用。

在中移动一些地方公司，集团客户的拓展已经纳入到城乡信息化的整体布局之中，并将契合该地区整个区域的信息化发展思路。大量为单个城市个性化行业需求所打造的示范应用，已成为其未来三到五年内战略投资的重点。

一位业内人士评价说，这其实是一种“蓄水养鱼”的策略，意味着中国移动不再计算集团客户短期内贡献了多少通信收入，不再“急功近利”。

重构商业模式

2009年是电信运营商全业务竞争的元年，集团客户业务对于市场领导者中国移动的意义不再仅仅是新的收入增长点，或急需弥补的短板，而更多关乎着未来，这在中国移动的各地实践中得以体现。一方面，各地不断与地方政府签订信息化战略合作框架协议，另一方面，各地开始将集团客户业务的开拓作为投资重点。

此前，中国移动将集团客户市场的重心放在精品工程上，这源于北京市东城区“城管通”业务的成功。中国移动研究院陈志刚指出，“城管通”的成功使得中国移动各地以“某某通”命名的集团客户精品工程层出不穷。而在此期间，业务高速复制的背后并不是清晰的流程和有力的组织。

而临近年末，中移动各省公司开始转向。以中移动某省公司为例，该公司在调研了全省信息化需求后，发现虽然政府及行业的移动信息化和ICT需求较为旺盛，市场潜力巨大，但大部分项目投资建设资金紧张，限制了其信息化需求，因此在拓展集团业务时正确的商业模式非常关键。

于是这家公司确定了首先建设ICT集成框架，并在此基础上部署移动信息化和ICT应用的原则。一方面根据业务定位确立合适商业模式，解决大客户建设资金问题，并捆绑大客户；另一方面，开放ICT集成框架，吸引合作伙伴，以确保业务内容的提供。

具体措施是，在省内不同城市根据相应需求，推出侧重点不同的信息化业务，大量投资进行培育。这将在全省内形成一个个小的应用示范基地。这些示范基地在全省内将连成一个网络，成为发展整个区域各类集团用户的有效抓手。数年后此战略若实施成功，中移动在该省信息化市场的面貌将焕然一新。

竭力破茧成蝶

地方公司集团客户战略的出台，事实上是对已有思路的颠覆和创新。“城乡信息化的推进显然不能再是简单的‘某某通’精品模式的复制。”一位地方运营

商人士对媒体表示，作为发展各类信息化用户的有力抓手，集团客户的拓展应纳入到城乡信息化的整体布局之中，有针对性的布局、清晰的规划。

媒体了解到，一般而言，一些中移动地方公司近期确立了以城市链条为支点，以行业应用为突破口的集团客户战略，城市链条大体为两类，分别为发达工业城市圈和欠发达农业城市圈，而政企和行业应用则涵盖数十个领域。

针对不同城市的政府信息化需求，中移动可推出无线政务、应急指挥、平安城市、安全生产、移动警务等业务予以对应；针对不同城市的不同行业，中移动还可提供诸如教育、烟草、电力、物流、医疗、环保等相应解决方案；而针对农村城市圈，其核心突破口则在农村信息化、交通信息化和旅游信息化等三个方面。值得注意的是，以上业务均是个性化的。

这一整体布局就如同织网一样，使得移动信息化示范应用在区域内星罗棋布。“如果将三大运营商的集团客户竞争比喻为下棋的话，‘边边角角’的竞争绝无可能扭转整个局势，如要希望最终获胜，应当站得高一些，看得远一点。”一位分析人士表示。

这一过程恰体现了地方公司经营思路的转变。此前，在移动替代固定趋势加剧的市场大背景下，中移动大部分的资源 and 运营的重心都倾斜在了个人市场，而随着全业务时代的到来，在中移动内部地位“尴尬”的集团客户市场的战略地位逐渐重要。 “痛苦”的嬗变

中国移动研究院的一位人士对媒体表示，很多时候运营商并不明白如何做行业信息化。

一般而言，在推出信息化业务时，运营商应思考三个命题：需要具备怎样的能力？为谁做和做什么？

回顾中移动制定 2009 年集团客户业务战略，大都聚焦于应具备怎样的 ICT 能力，对为谁做和做什么的规划不够清楚。

如中移动的几大工程包括：以“集团 V 网”为主要竞争手段的大客户保有策略，以宽带接入和 IDC 建设为手段的新客户拓展策略，以“动力 100”为代表的中小企业发展策略等，其重心都在应具备怎样的 ICT 能力之上。

以“集团 V 网”为主要竞争手段的大客户保有策略，在中国电信和中国联通携“固移融合”优势和低价竞争策略的双重夹击下，处处遇挫，中移动也面临了前所未有的挑战，上半年集团用户的大量流失即是明证。

为此，中移动下半年推出了无线固话，并在年末高调与黑莓“再婚”。但问题的实质是，一方面，这两类业务的前景目前尚不明朗；另一方面，发展黑莓归根到底并不是为了拓展集团用户，其醉翁之意更多在集团客户的高价值个人用

户。在此种情况下，集团业务依然是个客业务的附庸，因此，这一策略严格意义上讲并不能算是集团客户策略。

同时，发展中小企业用户作为“动力 100”品牌推出的重要目标之一，虽然很重要，但是现阶段显然尚无法成为集团客户战略的轴心。厦门希尔项目经理饶品同表示，中小企业带给中移动的更多的还是通道收入，而非可持续发展的 ICT 收入。此外，中移动在一定规模上启动了光纤接入和 IDC 建设。在南方，中移动的光纤战略在一些无线城市建设中开始实施；同时，在北京、上海等地中移动 IDC 机房的建设也在如火如荼进行中。“光纤接入和 IDC 建设无可厚非，解决的是固网资源欠缺的问题，但还是要规划好后续业务，才有可能获得成功。”分析人士建议。

可见，对为谁做和做什么规划的不够清楚，将影响到整个集团客户战略的实施。事实上，基础能力的具备与为谁做和做什么的开拓是互为影响、互为促进的。地方运营商将集团客户业务放入到城乡信息化的整体布局中提出战略，解决的恰是为谁做和做什么的问题。在这一过程中，中移动经历了一个“痛苦”的嬗变过程。来源：通信产业网 2009-12-21

[返回目录](#)

【网络增值服务】

互联网从内容转向人 Web2.0 时代渐行渐近

从百度只有 20 多名员工时就加入，负责过上海、北京销售分公司以及百度全国销售渠道的徐扬，告别了服务 8 年的百度，与合作伙伴韩毅等人一起，创建了一家类 Twitter 网站——滴。

“互联网正从过去以内容为主变成以人为主。”徐扬说，这种新的转变将主导互联网未来的十年，诸多新公司和丰富的商业模式将蓬勃而发。也许统治互联网下一个十年的巨无霸公司将从社交和微博（t. sina. com. cn）类网站中诞生。

以人为中心，将改变过去以新浪、搜狐、谷歌等为代表的第一代互联网时代，他们主要是内容为中心，以内容的整合和处理为核心，但是，当内容的整合与处理到了一定阶段之后，想象空间已经不大。

“到了 Facebook、Twitter 等为代表的第二代互联网则是人与人的关系为中心。”徐扬说，“不管我们这种类 Twitter 的公司能否在中国取得成功，但这代表了全球互联网的未来。”

Twitter 类公司的赢利模式也打破了原有的传统，可以通过用户不断把转发，真正推送到目标人群，像 Twitter 上一个招聘类的广告能够实现 260 多万次的转

发，而每次转发都是精准的，有这方面需求的，这是一种比搜索的关键词广告更精准的广告模式。

新浪微博上也曾经发生过一个现实的趣事，一位博主上厕所时发现忘带厕纸，通过手机发了条微博，寻找在附近的博友，结果短短几分钟内就被转发了几百次。

这种新模式带来的无穷想象力，也是新浪投资巨大资源发展微博的关键。在新浪内部，微博已是未来的战略方向，是新浪从 1.0 向 2.0 改造的核心业务。

近一年来，上开心网偷菜、上视频网站看大片、泡论坛、发微博等，已经成为都市白领的常态，如果以上几项你都没参与过，说明你已经“OUT”很久了。

以上所有这些网上沟通的新玩意都有个共同的特点，用户不仅仅是信息的接收者，更是信息的生产者和传播者。

其实，与微博刚刚崭露头角相比，另一个人与人之间交流的工具，社交网络已经开始走向成熟，获得了微软等公司的投资后，Facebook 的估值已经超过 150 亿美元，被认为是继谷歌之后，最有可能成长为下一代巨头的公司。

与美国的情况类似，中国也正在掀起一股社交网络热，据了解，刚刚创办一年多的开心网每月已经有数百万收入，拥有 6000 万以上的用户群体，并且每天仍以 20 万的速度增长，上开心网“偷菜”已经成为当前年轻人中最热门的话题。

来源：新华网 2009-12-18

[返回目录](#)

中移动抢铺 3G 数据高速路 2010 年进行二次集采

中移动首次将新一代分组技术 PTN 用于 3G 网络，是 3G 基站走分组化承载的开始，也是中移动大力发展 3G 数据业务的前兆。2010 年，中移动 3G 数据业务可能会因 PTN 的先行，而获得网络承载优势。

近日，中国移动 PTN（分组传送网）首次集采招标落定，中兴通讯、华为、烽火通信、上海贝尔和爱立信分享首单，国内 PTN 商用定位和市场份额划分也初有结果。

PTN 是继 SDH 和 MSTP 之后的新一代承载网技术，市场应用潜力巨大。之前，有专家预计中国移动首批采购投入将达 30 亿元，不过这一说法并未获中国移动证实。

由于 PTN 主要用于大容量数据业务传输，此次招标也被视为中国移动大力发展 3G 数据业务的前兆。据悉，已经建设完毕的 TD-SCDMA 三期网络已经有少量 PTN 设备使用，即将开始的 TD-SCDMA 四期网络的基站承载将以 PTN 设备为主。

建网经验影响份额

目前为止，中国移动首次集采详情仍未公布，根据中国移动各省所报 PTN 设备需求量不完全统计，首次招标总量约为 5 万套。其中，中兴通讯、华为各获得 35 % 份额，烽火通信 15 %，上海贝尔 10 %，爱立信获得 5 % 份额。此前入围技术标的诺西和泰乐未获得集采份额，但是两家公司 PTN 设备已经获准在中国移动 PTN 试点中使用，可以为 2010 年的 PTN 集采招标做准备。

据了解，中国移动省公司集采报表已经得到集团批准，省公司 PTN 网络已经开始正式商用建设。

本次 PTN 招标，中国移动采用先技术评标（主要依据中国移动多次测试和互通结果综合评定），再根据省公司需求划定具体厂商。在中国移动的技术标排名中，华为、烽火通信、爱立信等较为靠前。

之前已经在省公司获得大量实验网应用的 PTN 设备商也优势明显。排在最终份额前列的中兴通讯、华为、烽火通信和上海贝尔正是运营商 PTN 试验网的鼎力支持者。而国际厂商诺西和泰乐，虽然 PTN 海外商用经验也算丰富，但是最终在商用份额上颗粒无收。

作为基站承载的下一代技术，中国移动在引入 PTN 时十分谨慎，从 2007 年开始测试和试点建设，一直在为 PTN 正式商用作技术储备和商用经验积累。参加过中国移动试点建设的设备商，对中国移动的 3G 网络特点和需求有了更深入了解，参与部署新网络，能让新旧网络交替和升级更加平滑，这有利于运营商节约建网成本和减少网络故障。另一方面，中国移动本次 PTN 招标建设周期直到 2010 年第二季度，快速引入 PTN 建网依然是一个重要要求，已经有实验网基础的设备商显然更能满足这个要求。

不过，中国移动依然希望 PTN 产业越壮大越好，健康和庞大的产业对 PTN 技术设备发展、标准制定和运营商设备选择都有好处。因此，首次招标中国移动并未将诺西和泰乐完全排除在 PTN 市场之外，两家厂商已经获得建设中国移动 PTN 试验网的机会，随着两家设备商的设备融入到中国移动网络中来，未来 PTN 市场竞争仍旧是战国七雄的局面。

为何是中移动？

传输网新技术和设备应用向来是传统固网运营商占先，本次中国移动能率先采用 PTN 建网，也是全业务实施以来，中国移动在传输技术推广使用上，首次在步伐上领先于中国电信和中国联通。

中国移动率先部署 PTN，与业务和网络特点有关。由于中国移动的城域网多是移动基站网络，提高基站网络的性能和数据传送能力成为中国移动发展的明确

目标。在 PTN 逐渐体现出承载 3G 基站的优势之后，中国移动迅速跟进，并很快将 PTN 作为中国移动 TD 网络后期发展重要承载技术。

就在中国移动为其移动网络计划长期演进路线的同时，中国电信和中国联通还在积极为 3G 快速建网和覆盖而努力，对 PTN 的推广力度有限。此外，由于中国电信和中国联通原有数据网络十分庞大，改造数据网络承载和打造复杂业务融合平台并非一日之功，这在一定程度上，影响了二者的 PTN 部署进度。

不过，中国移动率先部署 PTN 对中国电信和中国联通也有积极意义。中国移动规模部署 PTN 对国内建网经验积累和拉动 PTN 产业发展都有贡献，而这些贡献也将直接让中国电信和中国联通受益。

2010 年将进行二次集采

按照中国移动的规划，首次集采的 PTN 设备主要用于 TD-SCDMA 传输和高质量 QoS 数据业务承载，但各省部署 PTN 进度和业务承载未必完全统一。之前备受关注的 PTN 替代 GPS 进行基站时间同步的应用，并未作为 PTN 部署的必须要求。

按照计划，中国移动本次 PTN 集采的设备需求量只统计到 2010 年第一季度，建设周期也是只安排到 2010 第二季度，2010 年下半年中国移动仍然会进行 PTN 集采。而在下次集采来临之前，设备商们还要充分证明其设备兼容性和高分组传送性能，以便赢得更多印象分。

和 2G 时代的 SDH 和 MSTP 一样，PTN 网络也会随 3G 发展，不断建设和扩容。因为网络容量增大和业务复杂度的增加，3G 城域网的数据承载和调度挑战始终存在，PTN 设备商需要根据运营商建网需求不断完善新功能和适应新应用，而这正是考察设备商综合技术实力的时候。有专家表示，PTN 的部署是无线、承载和数据多网络共同调整的技术应用，网络各产品线能力都突出的厂商才能在长期竞争中获得优势。

如今，设备商已经可以根据运营商的各种需求，从接入到汇聚再到核心层，提供全系列的产品，产业链成熟正是三大运营商都想看到的结果。2010 年，PTN 系统设备、芯片、标准等产业链各环节都将随着规模部署而逐步完善，运营商部署 PTN 也开始驾轻就熟。

此外，本次只是中国移动开启了 PTN 市场，中国电信和中国联通的 PTN 部署已经在试点和测试当中。2010 年，随着三大运营商 3G 数据业务竞争的加剧，一场围绕改造 3G 数据承载网的竞争会逐渐体现出来，而 PTN 在其中将起到重要作用。来源：通信产业网 2009-12-21

[返回目录](#)

技术情报篇

[[视频通信]]

文化中国与人民网拟建合资公司运营手机电视

据消息人士透露，香港上市公司文化中国传播集团与人民日报社旗下人民网近日签署协议，拟组建一家合资公司于中国大陆运营手机电视业务。

据悉，目前中国移动仅接入 7 家手机电视运营商，分别归属于为中央电视台、中国国际广播电台、中国中央人民广播电台、新华通讯社、国务院新闻办公室、上海文广集团以及人民日报社。人民日报社随后授权人民网经营该项业务并接入移动通讯运营商的手机视频平台。

文化中国传播集团为香港主板上市公司，其股东及主要经营团队均来自中国娱乐及传媒行业，该团队曾经推出过诸如：《卧虎藏龙》、《荆轲刺秦》等作品，并成功运营过电视上星频道“旅游卫视”。

对于此次合作，文化中国传播集团董事局主席董平指出：“2009 年是中国 3G 元年，我们已经做好准备抢滩 3G 市场，公司将手机电视确立为重点发展的新媒体，手机视频将是 3G 时代市场的引爆点。”

来源：新浪科技 2009-12-21

[返回目录](#)

广电总局与工信部开内部会议：网络电视或被放行

时隔近 4 个月，广电总局与工信部终于坐到一起，就网络电视的发展进行沟通。媒体昨日从相关人士处获悉，广电总局与工信部内部会议的沟通结果很乐观，2009 年 8 月被广电总局“黄牌警告”的网络电视或被“放行”。

8 月，广电发布《广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知》，指出“近期一些企业为谋取不当经济利益，未经行业主管部门批准和著作权人授权，擅自将互联网上的影视剧等各类视听节目随意传送到电视机终端供用户收看，严重侵犯著作权人合法权益”，同时要求厂家必须取得许可证才可开展互联网电视业务。

事实上，取得许可证的条件非常苛刻。广电总局此举无疑给互联网电视戴上了“紧箍咒”。随后，彩电企业向主管单位工信部“求救”。工信部旗下电子视

像行业协会正式向广电总局递交意见回复，不建议广电总局以发通知的形式阻止互联网电视的发展，广电总局一直未发表回馈意见。

工信部电子信息司司长肖华表示，有关部门认为互联网电视有了上网功能后，会涉及到内容问题。但同样是终端，计算机上网后的内容却没人管。不过他也指出，互联网电视的确面临监管难问题，各方面需团结起来共同处理。

中国电子商会副秘书长陆刃波表示，一个产品若代表行业的趋势、代表消费者的喜好，则是无法扼杀的。事实上，尽管广电总局对互联网电视发展的态度尚未明朗，彩电企业反倒加快了发展速度，多家企业不但推出新品，还宣布未来网络功能将成为旗下彩电的标配。

肖华称，这一年国内彩电企业由于把握住了国内消费者的新需求而发展起来，互联网电视便是基于国情和国内消费环境推出的，很快赢得了市场。

电子视像行业协会旗下奥维咨询的统计数据显示，经过半年多发展，互联网电视的零售额已超彩电总量的 10%，预计 2010 年互联网电视的增速将超过 50%，市场规模将超过 300 亿元。 来源：北京商报 2009-12-21

[返回目录](#)

[[电信网络]]

诺基亚西门子通信探索核心网的分布式技术

在本次研讨会上，以《分布式技术应用于运营商核心网的探索》为演进主题的司徒卫，介绍了诺基亚西门子通信在 DSN 项目的研究情况。作为诺基亚西门子通信技术（北京）有限公司移动事业部首席技术官，司徒卫表示，其公司和中国移动一起，已经就 DSN 的相关项目进行了多次的实验。

DSN “超级节点”

司徒卫首先介绍了 DSN 项目的研究范围，该范围包括可控的 P2Poverlay 网络、网络架构、统一通用数据库、业务支撑和接口、多媒体电信业务，以及负载均衡和虚拟计算等。

在基于 P2P 的核心网和数据库方面的研究中，司徒卫指出，诺基亚西门子通信 P2P 的 overlay 架构是一个被简化了的架构，虽然整个架构看起来简单，但当需要建立一个网时，该架构可以接入无限多的节点。该架构中，在 DSN “超级节点”部分，可以反映出各个用户开端的需求。

从司徒卫出示的 P2P 的逻辑覆盖架构图看，根据业务的需要，移动用户在接触基础业务、流媒体或其他业务时，网络可以根据本地用户实际需求进行业务的调换，以保证用户快速获得所需内容。

分布式管理使网络更可控

司徒卫指出，为了使整个网络变得简单，变得可控制，可以对整个网络的核心网节点进行分区。分区的 overlay 架构上，以“区”为划分依据时，可以按照业务分区（业务的可扩展性）、地理分区（业务量的地域性）、入口 peers 以及 P2P 区间路由进行划分。而以 IIS（区间索引服务器）为依据时，可登记服务器和 Peer ID 分配、提供入口 peers 的信息，以及负载均衡的协调点。

业务分区后，区间还可作为相互的对抗和补充。比如四川地震发生时当地几个节点中断，若采用分区的 overlay 架构，全国数十万个点可以用非常短的时间对发生灾害的网进行补充。

当前，分区的概念也带来很多其他的研究课题，比如说业务路由、区间的路由、路由的优化，会衍生出非常多的研究课题。

最后，司徒卫谈到了关于在 P2P 资源共享、SON、分布式数据管理库、扁平网络结构等方面，分布式网络对整个移动运营商 TCO 的贡献。目前核心网备份的使用效率是 15% 左右，未来可以随意增减，对整个硬件利用率会带来众多好处。
来源：通信世界周刊 2009-12-16

[返回目录](#)

报告称中国电信上百万 IP 地址感染蠕虫病毒

据国外媒体报道，安全机构 Shadowserver 基金会昨日公布的数据显示，Conficker 蠕虫感染了中国电信逾 100 万个 IP 地址，同时感染了中国联通超过 47 万个 IP 地址。

Shadowserver 基金会表示，以感染 Conficker 蠕虫的电脑总数来计，中国电信的 Chinanet（中国公用 Internet 骨干网）中毒情况最严重。该蠕虫病毒自 2008 年年末开始大肆传播。

中国电信拥有多达 9400 万个 IP 地址，其中有 100 万个染上了 Conficker 蠕虫病毒。不过，尽管中国电信旗下大量 IP 感染了该蠕虫病毒，但感染率却并非最高。Shadowserver 基金会的数据显示，有些小型网络服务提供商的 Conficker 蠕虫感染率高达 25%。

Shadowserver 创始人安德里·迪米诺（Andre Dimino）表示：“网络服务提供商要战胜 Conficker 蠕虫并非易事。”

Conficker 蠕虫病毒在 2009 年初广受关注。因为该蠕虫控制着目前已知覆盖范围最广的僵尸网络。安全专家担心其将被用来发起前所未有的拒绝式服务攻击（DDoS）。

迪米诺表示，尽管 Conficker 形成了巨大的僵尸网络，但中毒的电脑却很少出现恶意行为，这会给用户一种电脑非常安全的假象。他说：“针对该蠕虫的补救措施并非我们所想象的那样乐观。由于 4 月 1 日并未发生大规模的破坏，因此在那之后人们便渐渐放松了对该蠕虫的警惕。”

有些网络服务提供商，比如美国的 Comcast 向用户发出通知，告诫其电脑染上了蠕虫病毒，或是向用户提供免费的杀毒软件以彻底清除病毒。据 Shadowserver 的数据显示，Comcast 的 Conficker 蠕虫感染率为 0.05%，而 AT&T 的感染率为 0.02%。

中国电信和中国联通（共有 47.2 万个 IP 地址感染了 Conficker）尚未对感染 Conficker 蠕虫一事做出正式回应，两家公司的客服人员都表示，帮助客户清除电脑病毒并不在其服务范围以内。来源：新浪科技 2009-12-21

[返回目录](#)

【终端】

手机阅读催生专用设备市场

3G 来临前，运营商向人们解说 3G，抛出了手机视频及视频通话的概念，这种国外电视剧、电影里常见的应用，的确让人们很迅速地知道了 3G。但在实际的应用中，运营商的思路发生了变化。

据某机构研究报告分析，手机阅读是移动互联网用户最近半年使用最多的手机应用服务之一，使用比例在 50% 以上。2009 年 5 月，Frost & Sullivan 调研数据显示，中国用户平时使用手机上网使用内容型业务时对图书的需求占 44%，排在首位。

手机阅读正以星火燎原之势进入更多人的视野。在更多业内人士看来，运营商的高调介入为该业务注入推进兴奋剂，通过运营商的各种业务推广平台，更多手机用户将开始使用手机上网继而使用手机阅读。

网络原创文学的兴起，带给商家诸多启示。亚马逊推出 Kindle 电子图书阅读器取得巨大成功，又带来示范效应。

“专用手持阅读器将成为手机阅读的重要形态。”此前，中国移动副总裁鲁向东曾表示，手持阅读器能够结合 TD-SCDMA 技术实现在线阅读或下载阅读，并且可以拓展到行业应用，实现“终端+通道+内容”的整合拓展。

一个来自市场研究公司 Forrester Research 的调查显示，虽然亚马逊的 Kindle 电子图书阅读器引起了人们对电子图书的兴趣，但是，向智能手机下载电子阅读应用程序的数量已经超过了 Kindle 的销售量。

艾媒市场咨询分析师刘轶认为，通过智能手机阅读图书已经成为中国年轻人的新宠，乘坐地铁、公交车、等候飞机时很容易看到许多年轻人在通过手机阅读图书，手机电子图书也日益成为各门户网站、商家重点关注的业务领域。毫无疑问，在中国将会出现一个专用的阅读设备市场，不过，人们在智能手机等设备上阅读电子图书的市场，比特别制造的所谓电子图书阅读器市场会更大。来源：人民邮电报 2009-12-17

[返回目录](#)

手机软件：无线增值领域的香饽饽

每天，都有成千上百万的新应用程序被添加至 Apple Store，苹果迷们习惯在 Apple Store 下载自己喜爱的应用程序，不管是游戏、社交、体育、新闻、商务，找到需要的点击买下它的使用权，通过无线网络下载软件。

为此，每天不知有多少家第三方手机软件开发商为挤入 Apple Store 的软件排行榜前列而争得头破血流，因为其背后蕴藏着的可能是数十万元、上百万元甚至更大规模的经济效益。

全球市场带来的刺激还远不止于此，微软 Windows Marketplace、中国移动 Mobile Market、LG 的 Application Store、三星的 Mobile Applications，个个都如重磅炸弹，掀起新应用商店狂潮，为移动互联网应用服务市场奠定渠道基础，被施以重手的手机应用软件行业开始势如破竹。

在被放大的需求效应下，手机炒股、手机支付、手机教育、手机防盗、来电防火墙、手机导航……名目繁多的软件应用跃跃欲试，2009 年中国市场迎来电信业重组以及 3G 牌照的发放，众多手机应用软件开发商争夺无线互联网应用领地的擂台已经摆开，觊觎着面前万亿元规模级的市场蛋糕。

三方阵营拉锯战

CNNIC 发布的《第 24 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2009 年 6 月 30 日中国网民规模 3.38 亿，使用手机上网的网民达到 1.55 亿。

UCWEB CEO 俞永福向媒体表示，传统软件靠零售模式获利的发展空间正在缩小，凭借互联网技术和无线通讯技术的发展，不断激增的庞大移动互联网用户推动着创新性手机软件的不产生。

手机应用软件因其实现传统手机自带浏览器无法实现的功能，为附属于手机的更多应用提供了强黏性，因此手机客户端软件市场的成长性受到了多方的青睐，对无线互联网的布局更像是一场具有战略性眼光的投资。

其实，从 2007 年初开始，全球许多知名品牌公司已开始扭转公司发展的重心，越来越倾向于朝无线互联网产业的发展推进。无论是诺基亚 2007 年下半年的高调整型，还是摩托罗拉重心部门的策略调整等，无一不表明通讯行业的巨人们已经开始关注并且进军手机服务市场。

此外，传统互联网也占据了一席之地，依靠品牌以及在用户积累上的优势，传统互联网企业将各自成熟的线上模块比如新闻、聊天等内容植入手机界面，充分发挥其平台作用，成为了 PC 版的延伸。

处于另一阵营的为第三方独立的手机软件开发商，他们通过自立门户，强推跨平台的软件产品，以期依靠新的技术手段在这场混战中分得一杯羹。

易观国际分析师张亚男告诉 CBN 媒体，这个行业目前的竞争热点主要集中在手机阅读、手机游戏、手机 SNS 社区。这些细分领域大多通过成熟的产品以及强大用户黏性，形成较为稳固的市场基础。

但据媒体了解，受政策、资费和带宽的限制，该领域的发展状态并不理想，甚至连商业模式都尚未明确。一位业内从业人员告诉媒体，现在的手机客户端软件行业发展状态类似上世纪 90 年代中国互联网的萌芽时期，整个行业尚处于用户培育期。 行业的软肋

根据易观国际发布的《中国移动增值服务市场年度综合报告 2009》显示，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。

手机软件应用行业究竟能从中分到多大的蛋糕？

据悉，目前行业内已有不少企业在客户产品覆盖率方面达到一定程度，但无法保证可以一直保持这一优势，其主要原因在于手机客户端软件的品牌隐蔽性较高，客户黏性不够，在此状态下实现大规模赢利并不现实。

刚于上月完成业内两笔投资的松禾资本投资总监张春晖告诉媒体，这个行业与传统互联网不同，用户使用习惯有较大差别，产品体验非常关键，一定将用户需求与赢利模式相结合，让用户自愿掏钱埋单。

“团队要对行业的判断眼光够开阔，要看得见未来终端用户的需求点，在产品的开发能力，比如在技术或是用户体验上有独到之处。通过软件的终端适配性、软件体验效果等方面，快速提高产品的市场竞争力。”他说。

俞永福也表示，“做手机软件，遵循互联网的商业发展规律非常重要，这就是如何把控人流和现金流的关系。先重点提供一流的产品和服务，日后的‘现金流’或‘盈利’就是水到渠成的结果。”

毋庸置疑，手机客户端软件虽然目前只是移动互联网中新兴的增值服务，但越能快速地将巨大的用户基数转化成实际收益的企业就越可能获得更多的资源，进入快速成长期。

但现在看来，要快速成长还得解决诸多问题。张亚男认为，目前从厂商内部来看，手机软件的技术水平仍有待提升，手机软件市场细分领域发展动力不足，缺乏统一有序的产业链体系。另一方面，用户对手机软件的认知度不足，其中一个原因就是手机软件未统一标准，这也在一定程度上影响了手机软件的大范围推广。

俞永福也坦言，微软－英特尔的格局让中国本土软件公司创新不足，很多人才进入了国际软件外包行业从事“出口加工”，人才的缺口始终是一个不能回避的问题，而资金链断裂也可能是压死骆驼的最后一根稻草。

风投的眼光

阿基米德说，“给我一个支点，就能撬起地球。”对于在残酷竞争中寻求喘息机会的手机软件企业而言，它们立足的支点在于一个好的赢利模式、领先的技术以及潜在的市场地位，唯有这样，才能在敲开风险投资大佬们大门的同时取得主动进攻的机会。

在美国中经合投资集团合伙人熊伟铭看来，在中国达到用户规模不是一件难事，要把用户变成付费的，才有真正的价值。“数字都是死的，一定要跟广告主或是用户的活跃性联系在一起。”他强调。

“如果只是单纯的一个软件能够植入到多少台设备终端这样的项目，本身并不具有吸引力。很多公司都有植入的能力，比如谈一个很好的捆绑的协议就能发展起来。”他认为，“现在更想寻找的是能进入别人没有涉足的领域，不仅能占到很大市场份额又能赚到钱的项目。”

华登国际董事总经理李文飙也告诉 CBN 媒体，任何企业都必须具备资源优势、技术优势和产品优势，没有上述特点的企业对风投是没有吸引力的。

李文飙曾任 Google 全球无线业务研发总监，在此之前创办过 3 家公司。他认为，目前在技术上实现突破的公司还是太少。

“我比较期待未来国内出现那些像能为苹果 iPhone（手机上网）提供应用程序的第三方开发商”，李文飙说，他考察过一个为 iPhone 做应用的公司，虽然面对的是海外市场，但产品很实用，价钱又不贵，苹果的在线应用商店用户付费渠道又很方便，还是赚了不少钱。此外，那些从混战之中坚持下来的 SP（增值服务商），如提供手机地图搜索软件，也有比较大的机会。

“2009 年企业都专注于收费模式的探索、开发平台的架构搭建，2010 年开放平台的竞争会正式开始。”张春晖判断，“在 3G 的带动下，移动互联网的

技术开发虽已形成，但尚处于一个用户积累的过程。预计到 2015 年 3G 将会对现有手机软件行业格局产生放大的作用。”

来源：第一财经日报 2009-12-16

[返回目录](#)

蓝牙技术联盟推出 4.0 版蓝牙技术

蓝牙技术联盟 (Bluetooth Special Interest Group, SIG) 18 日宣布推出采用核心规格 4.0 版的蓝牙低功耗无线技术，主要应用于医疗保健、运动与健身、安全及家庭娱乐等全新的市场。

蓝牙技术联盟执行董事麦弗利博士 (Michael Foley, Ph. D.) 表示：“随着今天蓝牙低功耗无线技术的发布，产品设计师将开始寻找进入市场的最佳时机！同时，各类新产品的蓝牙低功耗技术认证已开始进行，这意味着我们取得了又一个为蓝牙无线技术开拓新市场的重要里程碑。”

诺基亚设备研发部总监 Markku Verkama 说道：“诺基亚致力于发展 Wibree 无线区域网络技术，对此可应用于个人区域网络技术之超低功耗无线技术亦具高度认同。我们很高兴见到采用新一代蓝牙低功耗规格的技术被广泛采用，这将为市场带来全新的发展机遇、为产业带来更广阔的创新空间。蓝牙低功耗技术拥有广泛的制造商资源，加上业界的鼎力合作，将为移动用户带来令人兴奋的新体验。”（杨光）

蓝牙 4.0 版本的标志功能如下：

- *超低峰值 (Peak)、平均值与待机耗能
- *标准钮扣电池足以使用数年
- *最低成本的无线标准
- *多种设备之间的兼容性
- *加强射程

来源：新浪科技 2009-12-21

[返回目录](#)

黑莓手机开发成本增长导致 RIM 利润率滑坡

据国外媒体报道，投资公司 Avian Securities 分析师马特·桑顿 (Matt Thornton) 表示，由于黑莓开发成本增长，RIM 可能下调本季度利润率预期。

桑顿称，RIM投入大量资金研发具备大量功能的黑莓型号——例如 Bold，以确保黑莓的销售不会受到苹果 iPhone（手机上网）的重大冲击，截至 8 月份的 6 个月内研发投入增长了约一半。沃尔玛则在销售 Curve 等价格较低的黑莓型号，蚕食了 Bold 等高端机型的投资回报。桑顿说，“RIM 的成功与银行业从业人员、律师、明星使用黑莓密切相关，沃尔玛以 29 美元的价格销售黑莓会让这一品牌黯然失色。”

业内分析师预计，在截至 2010 年 2 月份的当前财季中，RIM 毛利率将缩水至 42.6%。RIM 预计上一季度毛利率为 43%。资产管理公司 TCW 高级副总裁尼拉夫·帕瑞克（Nirav Parikh）说，“RIM 毛利率的高低与 Curve 8520 蚕食 Bold 和 Storm 的程度有关，Curve 8520 具备许多与 Bold 和 Storm 相同的功能。”Curve 8520 价格为 28.88 美元。

RIM 发言人腾尼利·肯尼迪（Tenille Kennedy）表示，明天发布第三财季财报后该公司将公布当前财季业绩预期。

亚马逊以 1 美分的价格销售 Curve 8520，但用户需要使用指定移动运营商的服务。这反映了 RIM 联合 CEO 吉姆·巴尔西利（Jim Balsillie）的目标：将 RIM 打造为主流品牌、提高销量。市场研究公司 NPD 的数据显示，沃尔玛和亚马逊的低价促销使得 Curve 取代 iPhone 成为第三季度销量最大的智能手机。沃尔玛和亚马逊没有披露黑莓手机销量。

RIM 计划在学生中普及黑莓。RIM 改变策略的原因在于，自 2007 年以来，银行业失业人数达到 34.4 万。在 2009 年第二季度的 RIM 新增用户中，非企业用户比例超过 80%，两年前这一比例为 50%。RIM 9 月份表示，非企业用户占用户总数的逾半数。

RIM 9 月份预测第三财季营收为 38.5 亿美元，低于分析师预期，第二天 RIM 股价应声大跌 17%。RIM 后来表示，Storm 和 Bold 的发布对第三财季业绩影响不大。

由于 Curves 销量较大和移动运营商要求降价，黑莓平均价格也在滑坡。RIM 预计，第三财季平均价格约为 320 美元，低于第一财季的 357 美元和第二财季的 345 美元。巴尔西利 10 月份表示，通过降价吸引更多用户的策略是正确的，利大于弊。苹果 6 月份发布 3GS 版 iPhone 时，将原有型号价格降低一半。半年前刚发布时 Palm Pre 的价格为 199.99 美元，目前在亚马逊的售价为 79.99 美元。

投资公司 Morgan Keegan 分析师塔维斯·麦考特（Tavis McCourt）表示，RIM 的降价策略是必要的，“降价的并非只有黑莓，所有手机都在降价”。来源：新浪科技 2009-12-17

[返回目录](#)

全球 WiMAX 网络达 519 个 95 个为 2G 运营商部署

尽管经济低迷影响了电信投资,但据 WiMAX 论坛最新公布的数据,基于 WiMAX 的无线宽带互联网已在 146 个国家部署达 519 个,其中包括 95 个 2G 移动运营商的 WiMAX 网络。

据 C114 了解,在这 519 个 WiMAX 网络中有 112 个是 2009 年新增的。同时,2009 年有 86 款 WiMAX 产品获得了由 WiMAX 论坛颁发的认证。

在管理方面,FDD WiMAX 被纳入 IMT-2000 标准族,超过 50 家公司支持 IEEE 802.16m IMT-Advanced 技术成为面向未来的 4G 路线图候选技术。

为了支持 IMT-Advanced 和 WiMAX 论坛的技术路线图,主要的设备供应商和运营商 2009 年明确承诺建设和试验基于 IEEE 802.16m 标准的 WiMAX 版本 2。支持者包括奥维通 (Alvarion)、Beceem、思科、Clearwire、华为、英特尔、KT、摩托罗拉、三星、Sequans、UQC、Yota 及中兴。

WiMAX 论坛亦宣布,2010 年将完成 IEEE 802.16m 和 IMT-Advanced 的 WiMAX 版本 2 规范,确保 WiMAX 版本 2 网络及设备向下兼容基于 IEEE 802.16e 的 WiMAX 版本 1。

“尽管全球经济形势不佳,但 WiMAX 在 2009 年发展强劲。” WiMAX 论坛主席罗恩·瑞斯尼克 (Ron Resnick) 表示,“WiMAX 论坛成员继续将 WiMAX 带到新的市场,确保将移动互联网服务的精神传递给全世界的用户。”

WiMAX 论坛预计,完成了 IEEE 802.16m 标准后,2010 年 WiMAX 经济体系将有新的创新,全球漫游项目商业化及新 WiMAX 论坛项目将有助于更快地将合格设备带给渠道。 来源: 中国通信网 2009-12-21

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

爱立信签约罗马尼亚运营商

日前,罗马尼亚运营商 Romtelecom 与爱立信签署了为期 5 年的电信管理服务协议,此举将令 Romtelecom 能够集中精力为其用户提供更多的创新业务。根据协议,该运营商自 2010 年 1 月 4 日起将其现场运营活动移交给爱立信负责。

Romtelecom 公司首席执行官 Yorgos Ioannidis 表示:“该战略合作伙伴关系体现了我们成为更高效的运营商并继续为我们的客户提供更多创新型语音、数

据、宽带互联网及电视服务的承诺。”该合同是爱立信在罗马尼亚的首个电信管理服务订单。爱立信将为 Romtelecom 的交换及电力系统提供纠正与预防性的现场维护服务。根据协议，约 400 名 Romtelecom 员工将转至爱立信麾下，从而进一步壮大爱立信的全球服务队伍。

来源：人民邮电报 2009-12-17

[返回目录](#)

大唐电信集团入驻浦东打造上海产业园

大唐电信科技产业集团（以下简称大唐电信集团）与上海市浦东新区人民政府正式签约，大唐将在浦东新区投资建设“大唐上海产业园”，打造无线通信、集成电路设计以及应急通信三大产业基地。

大唐正式建设上海产业园

双方由各自下属公司于 12 月 8 日下午正式签署了合作协议书。上海市委副书记、市长韩正亲自出席签约仪式，可见对此事的重视。上海市市委常委、浦东新区区委书记徐麟也出席了签约仪式，副市长艾宝俊出席了仪式并讲话。

大唐电信集团总裁真才基宣布，大唐电信集团正式入驻浦东新区，在浦东新区金桥开发区建设大唐上海产业园。

此前的 2009 年 2 月 4 日，上海市政府与大唐电信集团已签署战略合作协议，上海市政府明确表示将重点支持大唐电信集团在上海投资建设“上海产业园”的发展蓝图。这次签约则意味着大唐电信集团“上海产业园”即将正式开始建设。

建设三大产业基地

大唐电信集团表示，在浦东新区投资建设的“大唐上海产业园”将加快建设无线移动通信、集成电路设计以及应急通信三大产业基地，促进上海成为我国集成电路设计、移动通信成套设备制造的重要高端产业基地。

同时，大唐电信集团将全力促进集成电路芯片设计与制造的互动；加快推动无线移动通信国家重点实验室和新一代无线移动通信系统技术工程实验室两大国家级实验室的建设；抓紧落地实施所承担的三个国家重大科技专项和电子信息产业调整和振兴规划要求的任务。

浦东新区政府则表示将积极支持“大唐上海产业园”的建设，并从土地规划、产业配套政策、人才等方面予以扶持。

上海支持大唐 TD 发展

浦东新区人民政府与大唐控股还将协力推动我国自主创新的 TD-SCDMA 产业发展。

大唐电信集团将把上海浦东作为重要的产业发展基地，加速推动自主创新的 TD-SCDMA 产业发展实现新跨越，着力实现 TD-SCDMA 的国际化，并增强在 TD-LTE 及 4G 国际标准竞争方面的影响力，从而全面提升我国移动通信产业的国际竞争力。

浦东新区政府将以大唐电信集团及其投资企业作为浦东新区的重点扶持对象，支持大唐电信集团落户浦东新区的企业申报国家科技重大专项，支持 TD-SCDMA 产业和集成电路项目互动发展。来源：新浪科技 2009-12-21

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

中兴通讯前三季度利润增长 46.13%

最新财报显示，2009 年前三个季度，中兴通讯实现营收 428.43 亿元，同比增长 41.27%。近五年来，该公司的复合年均增长率为 26.5%，位居行业前列。

伴随着全球经济呈现复苏势头，中兴通讯抓住国内外新兴市场通信网络建设的机会，LTE、UMTS、GSM 等产品获得跨国运营商大额订单。前三季度，中兴通讯实现净利润 11.92 亿元，大增 46.13%。仅 2009 年第三季度，该集团营收 151.36 亿元，净利润 4.09 亿元，同比分别增长 42.81%、58.18%。

国内 3G 市场持续升温，中兴通讯在三大运营商网络设备和终端招标中成绩良好，促进营收呈现较大增长。该公司在国际市场进一步发挥低成本、融资能力和定制能力等优势，与全球主流运营商的合作地位日益提升。2009 年前三季度，中兴通讯先后与 Telstra、TeliaSonera 等多家全球一流运营商或其子公司展开无线通信设备合作，在 FTTx 市场占有率不断提升，xDSL 产品稳居全球三甲地位，光传输市场占有率首次在亚太区跻身第二。手机行业整体下滑之时，中兴通讯手机出货量却继续快速增长，成为全球数据卡领导厂商之一。

中兴通讯表示，该公司将充分利用全球通信市场竞争格局变化带来的机会，不断加强与全球主流运营商的合作，提高在西欧、北美等全球高端市场的影响力，继续巩固在国内 3G 市场的地位。目前正与微软合作、规模介入 Windows phone 智能手机市场，加强 Ophone、Android 等智能手机研发。

来源：深圳特区报 2009-12-21

[返回目录](#)

韩国手机普及率 2010 年将超过 100%

韩国 KT 经济管理研究所编制的《2010 年广播通信市场展望报告》预计，该国 2010 年手机普及率有望达到 101%。

《报告》预计 2010 年韩国广播通信市场将比 2009 年增长 3.9%，规模达到 61.7 万亿韩元（约合 3578.6 亿元人民币）。2009 年，在全球经济不景气的情况下，广播通信市场虽然有些低迷，不过 2010 年借助无线互联网和附加通信业务的快速增长以及广告市场的复苏，主要通信业务市场以及广播业务市场规模有望分别达到 36.4 万亿韩元（约合 2111.2 亿元人民币）和 10.7 万亿韩元（约合 620.6 亿元人民币）。

2010 年手机入网用户将比 2009 年增加大约 2.8%，相比人口总数，手机普及率有望达到 101%。同时移动通讯营销策略也将发生变化，将注重在稳定现有用户和扩大数据业务销售收入方面实现 High-APRU（高每用户平均收入值）。

2010 年语音业务规模与 2009 年相比将呈现负增长，然而借助智能手机普及和数据业务套餐的推广，无线互联网市场将呈现出 16.5% 的快速增长，在整个市场中，无线互联网销售收入所占比重也将比 2009 年增长 1.8%，达到 22.5 万亿韩元（约合 1305 亿元人民币）。

在有线通信业务部门，固定电话市场规模将继续萎缩，与 2009 年相比将减少 2.96%，仅为 13.6 万亿韩元（约合 788.8 亿元人民币）。然而网络电话用户增长率有望超过 70%，因此所有固定电话入网用户将比 2009 年增加 5.7%，为 2774 万名。来源：飞象网 2009-12-21

[返回目录](#)

IDC：第三季全球 PC 出货量出现反弹

据国外媒体报道，美国市场研究机构 IDC 周三称，2009 年三季度全球 PC 出货量反弹，这是 IT 开支未来数月将回升的信号。

根据 IDC 的“全球 PC 季度跟踪调查”（Worldwide Quarterly PC Tracker），学生返校使得 PC 出货量上升 2.3%，扭转 PC 出货量连续三个季度下滑的局面。

该市场有望于 2010 年实现两位数增长，台式机出货量将基本持平，而便携式电脑则将推升整体出货量。

IDC 全球跟踪调查项目主管洛伦·洛沃德（Loren Loverde）发表声明称，“随着商业开支在 2010 年复苏，我们预计未来几年该市场会强劲增长。”

在消费者对便携式电脑需求的驱动下，三季度整体 PC 出货量上升，较 2008 年上升 33.5%。而在便携式电脑出货当中，上网本占比从一年前的 14% 增至 28%。来源：中金在线 2009-12-21

[返回目录](#)

2012 年 VoIP 市场收入有望增长至 6.573 亿

全球知名市场研究与咨询公司 Frost & Sullivan 日前发表报告称，VoIP 技术降低成本的优势是 VoIP 应用半导体增长的关键。经济危机导致 VoIP 设备和相关半导体产品的市场需求有所下降，如何提升自己产品的优势性能并保持竞争力强的价格是半导体厂商所面临的重要问题。

据国外媒体报道，Frost&Sullivan 发现，在 2008 年，该领域的收入超过 5.224 亿美元。预计到 2012 年，此数字有望增长至 6.573 亿美元。同时，该公司此次研究中所调查的用户包括基础设施运营商、企业和普通消费者。

Frost&Sullivan 研究分析师加亚拉克施密·贾纳吉拉曼 (Jayalakshmi Janakiraman) 表示，长期的 VoIP 成本节约优势维持着相关半导体产品的市场需求。在目前经济低迷的情形下，虽然许多企业正在采取积极的成本削减措施，VoIP 部署费用对它们而言也太高，但是相关的成本节约的好处还是会鼓励它们向 VoIP 网络迁移。

VoIP 的应用能够降低企业的电话费，还能够节约与单一客户通讯的成本。虽然企业清楚 VoIP 应用的长远利益，在当前经济环境不理想的情况下，它们还是有可能推迟采购相关设备。这将对相关半导体设备的销售产生负面影响。但是，据 Frost&Sullivan 预计，新的 VoIP 部署项目仍将继续出现并建设，尽管增长幅度较小。

另一方面，半导体制造商应该提供价位极具吸引力的解决方案，使向 VoIP 网络迁移变得更加经济。同时，其解决方案应该具备一些增值功能，例如提高语音质量、灵活性更强、集成度更高。而全面的软件解决方案更将帮助供应商获得有别于其竞争对手的优势地位。越来越多的半导体制造商开始转向系统级芯片 (SoC)，这不仅可以降低功耗，还可以降低设计成本。

来源：赛迪网 2009-12-21

[返回目录](#)

中国移动用户总数达 5.18 亿 在网 TD 用户 297.6 万

中国移动今天公布了 2009 年 11 月主要运营数据，数据显示，截至 11 月 30 日，中国移动用户总数已达到 5.18 亿户。

数据显示，中国移动 11 月净增用户 457.9 万户，较 10 月份净增 509.9 万户继续放缓；11 月底用户总数 5.18 亿户，其中 11 月使用 TD 网络服务的用户数为 297.6 万户。

截至 11 月 30 日，中国移动 2009 年累计客户净增长 6089.5 万户，平均每月净增长 552.68 万户。来源：网易 2009-12-22 [返回目录](#)

【市场反馈】

2009 年前十个月我国 3G 发展平稳

2009 年前十个月我国 3G 发展总体进展顺利。3G 用户不断增加。截至 10 月底，我国 3G 用户总数为 977 万，其中中国移动 TD 用户达到 394 万。3G 投资稳步落实。三家电信企业共完成投资 1023 亿元，完成全年计划 1435 亿元的 72.3%。网络建设取得阶段性进展，网络覆盖逐步扩大，网络质量稳步提高。中国电信已经完成一期工程建设任务，共建设基站 11.7 万个，网络覆盖 342 个地级市、2055 个县及县级市、6000 多个发达乡镇。中国移动 TD 网络二期工程全面完工，38 个城市 4.6 万个基站已经投入商业运营，网络质量基本稳定；三期工程 200 个城市 4.2 万个基站设备招标完毕，网络建设已全面展开，截至 10 月底，完成新站选址 97%、完成配套改造 95%，完成单站调测 75%，工程计划年底前全部完工。中国联通 10 月 1 日开始，在全国 285 个城市实现 3G 业务正式商用。截止到 10 月底，全国建设完成 3G 室外基站 8 万个。

来源：工业和信息化部 2009-12-16 [返回目录](#)

杀毒厂商盈利模式之争升温 引起业内关注

奇虎 360 与金山的口水战，直接导致了 10 年内国内杀毒厂商首度合作的失败。事件最后已演变为一场关于免费与收费的杀毒模式之争，不仅引起了业内广泛的关注，同时也抛给用户一个挑边的选择权。

免费模式迫于无奈

目前，奇虎 360 安全浏览器和金山网盾都是永久免费的，广大网游对双方的产品价值也各执一词。

媒体登录某技术网站论坛发现，部分网友揭露 360 安全浏览器是“山寨”组装浏览器，并无任何核心技术。金山网盾是自主研发产品，除了 360 浏览器之外，它支持包括 IE、遨游、腾讯 TT、搜狗浏览器等 14 款浏览器，从未出现过不兼容的问题。

业内人士指出，空手套白狼的 360，很担心金山一旦与遨游合作，将使自己陷入尴尬的境地。这种窘迫来源于产品竞争力处于下风，而且浏览器的品牌知名度也远不及遨游，所以才半路杀出，横加阻拦。金山网盾既然是免费的，金山方面自然希望用户越多越好，因此跟多个浏览器合作，但这显然不符合 360 独大的战略需要，因此后者才出此下策。

借鉴互联网成功之路

自从奇虎 360 宣布推出免费杀毒软件之后，奇虎 CEO 周鸿祎就称“免费杀毒是大势所趋”，让 360 成为所有杀软企业的“公敌”。而 360 从做安全卫士（免费的木马查杀）到免费的 360 安全浏览器，再到如今的 360 免费杀毒软件，360 在走腾讯的老路。

在中国互联网行业，腾讯因为从 IM 软件到门户、到浏览器、到下载、到拍拍、到输入法、到 SNS 无所不能，让腾讯成为所有互联网企业的“公敌”。由于其庞大的用户群也让部分竞争对手心生嫉恨，利用各种方式打击腾讯。可惜免费的力量是强大的，在中国乃至全球都屡试不爽。

业内人士指出，虽然 360 免费杀毒软件不可能在几个月甚至 1 年的时间内彻底颠覆杀毒软件的收费模式，但是这种潜移默化的过程势必将会对传统杀毒软件构成威胁。

传统厂商不惧威胁

针对 360 的免费模式，传统杀毒厂商卡巴斯基表示，不担心 360 等免费软件对卡巴斯基有什么影响，这是卡巴斯基官方首次正面回应“杀毒软件免费”这一话题。

卡巴斯基亚太区董事长张立申表示，卡巴斯基是免费先驱，所以知道免费能带来什么好处，免费能够带来哪些威胁，但是 360 这些免费杀毒软件完全不能影响到卡巴斯基这样专业的杀毒厂商，所以并没有特别去关心，也不会真正考虑去应对什么挑战。

虽然目前全球 PC 市场低迷，但卡巴斯基完全没有受到什么影响，2009 年的销售额已经增长超过了 70%，年底可能会达到 80%。

来源：北京商报 2009-12-17

[返回目录](#)

中移动获“共和国 60 年最具影响力品牌 60 强”

共和国 60 年经济盛典“中国经济百人榜、中国品牌百强榜”暨第四届“人民社会责任奖”颁奖盛典在人民大会堂隆重举行。中国经济领域“双百”榜“共和国 60 年经济盛典系列评选”共揭幕了“共和国 60 年影响中国经济 60 人”、“共和国 60 年最具影响力品牌 60 强”及 2009 年度人民社会责任奖等 11 个奖项。其中，中国移动通信获得“中国经济百强榜共和国 60 年最具影响力品牌 60 强”。

中国经济百强榜共和国 60 年最具影响力品牌 60 强

TCL、宝钢、北京银行、长江、春兰
东风汽车、方正、格兰仕、格力、贵州茅台
国家电网公司、国美电器、海尔、海信、华硕
华为、华夏基金、吉利、金山软件、康师傅
李宁、联想、美的、蒙牛、中国农业银行
浦发银行、奇瑞、青岛啤酒、全聚德、三一重工
沈阳机床、苏宁电器、中国国太平洋财产保险股份有限公司、同仁堂、娃哈哈
万家乐、万科企业、五粮液、西飞、徐工
燕京啤酒、一汽、中国第一汽车集团、伊利、中国电信
中国工商银行、中国国航、中国建设银行、中国进出口银行、中国联通
中国平安、中国移动通信、中国银行、中国邮政、中海油
中粮、中石化、中石油、中信集团、中远 来源：c1142009-12-22

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） 8209-6199、8209-1095	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