



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. 30

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 电信业转型的回顾和思考

世界即将进入 21 世纪的第十个年头，在本世纪初开始的全球一系列电信业的转型工程究竟进展如何，取得了怎样的成果，有何值得吸取的教训，面临什么样的挑战？

■ 3G：中国通信迈进世界舞台

2009 年，中国 3G 大门正式开启。3G 也随之成为 2009 年通信领域知名度最高的词汇。从年初发放牌照开始，网络建设、资费调整、终端开发，甚至年底手机涉黄，在一轮轮市场热炒中，3G 知名度和品牌影响力被一次次放大。

■ 融合的力量推动移动互联网快速发展

3G 热浪扑面，引发了手机上网用户增长狂潮。上周三，摩根士丹利发布了关于“移动互联网”的报告。报告显示，未来 5 年手机上网用户会超过电脑上网用户，5 大趋势将支撑移动互联网领域的发展：3G 技术、社交网站、视频、IP 电话以及移动设备。移动互联网市场未来的增长势头要超过桌面互联网市场，其增长速度将快于大多数人想象的程度。

■ 我国农业电子商务发展的问题与对策

发展农业电子商务是促进我国实施农业产业化战略的有效手段。本文分析了我国的农业电子商务发展中存在的问题，并提出了解决问题的对策。

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
电信业转型的回顾和思考	5
3G：中国通信迈进世界舞台	9
融合的力量推动移动互联网快速发展	10
我国农业电子商务发展的问题与对策	12
产业环境篇	16
【政策监管】	16
工信部下发通知规范电信市场竞争秩序	16
工信部：成立鼓励基金助面板企业融资	17
工信部 2010 年三层面推进中小企业信息化	17
工信部：网站备案主办者身份信息将当面核验	19
工业和信息化部、国家发展改革委关于简化移动电话拨打长途电话资 费的通知	20
【国内行业环境】	22
电信业宏观环境出现历史性变化	22
电信企业捆绑业务各项资费须明示	22
国资委明确央企明年工作重点 3G 作用举足轻重	23
商务部 2010 年将完善促进软件出口措施	25
运营商诋毁竞争对手收购对方号卡将遭查处	26
【国际行业环境】	27
澳大利亚立法促进 FTTH 发展	27
英国手机“扫黄”靠行业自律	27
韩通信委：通过智能手机发展无线互联网	28
德国电信新战略将加强结盟及投资	29
运营竞争篇	30
【竞合场域】	30
通信业国际化遭难题 华为中兴印度抗辩	30
通信行业：上半年看设备商 下半年看运营商	32
消息称东芝将斥 22 亿美元扩大 NAND 芯片产能	33
【中国移动】	33
为什么中国移动的南方基地如此重要？	33

中国移动启用南方基地 总投资逾 66 亿元	34
【中国电信】	35
中国电信：已到难得买入时机	35
天翼业务凸显差异化服务优势	36
观察：中电信需要资源整合能力	38
中国电信正式引入黑莓手机 3G 时代正牌军将打败山寨机？	41
【中国联通】	43
中国联通连续放量 大盘疲弱人心涣散	43
联通百亿投资宽带升级 年底 80%用户 2M 以上	44
制造跟踪篇	45
【中兴】	45
中兴称将角逐印度 3G 市场对未来有信心	45
中兴樊万鹏：物联网发展战略要面向人	46
中兴 3G 进入德国比利时：承建 KPN 集团 HSPA+	48
【华为】	49
华为展望电信行业下一个十年	49
华为终端深度定制模式突破日本市场	52
华为凭技术叩开北美大门：率先完成 10G GPON 现网测试	54
【诺基亚】	56
质检总局：诺基亚手机部分充电器有触电危险	56
【其他制造商】	57
爱立信盯紧中国 GPON 市场 500 亿梦想	57
联想手机前掌门刘志军 1.35 亿元接手夏新手机	59
服务增值篇	61
【趋势观察】	61
Android 撬动 IT 市场的新支点	61
手机将会成为语音化浪潮的中心	64
3G 投资带来新一轮电信投资浪潮	67
日本将在 2020 年前全国普及光纤宽带	70
分析称 2010 年智能手机将进入多核 CPU 时代	70
消费成经济发展短板 工信部扶持信息应用发展	71
【移动增值服务】	72
北京亦庄造“移动硅谷”	72
中国联通推新彩信业务“乐媒”	72
中移动“动力 100”给 3G 应用的启示	73
电信流动营业厅下乡 农民田间可办手机入网	74

【网络增值服务】	75
中国移动正式开通集中化支撑系统	75
物联网板块三叉戟：二线股票跃升新领军者	75
3G 刺激增值业务高速发展 通信业投资价值凸显	78
技术情报篇	81
【视频通信】	81
视频网站行业试水直播点播双重模式	81
中国网络电视台下周启动 视频网站避让国家队	82
【电信网络】	83
台湾远传电信启动 WiMAX 4G 服务 首年目标 2 万户	83
【终端】	84
通信设备出口稳获融资及信用支持	84
中国首个千万亿次超级计算机下月启用	85
【运营支撑】	86
手机输入法圈地移动互联网新领域	86
烽火通信荣获信息产业年度影响力企业奖	88
中国电信 2010 年度工作会提出转变发展方式 提升创新能力	89
市场跟踪篇	90
【数据参考】	90
我国 3G 用户 2010 年有望达 8000 万	90
2010 年下半年内存芯片将会严重短缺	92
2011 年中国移动搜索市场规模将达 15 亿元	92
工信部:09 年 11 月我国 CN 域名数新增 58.9 万个	93
我国软件外包产业规模超 1400 亿元 规模继续扩大	93
三大运营商完成 3G 投资 1435 亿 用户将超 1000 万	95
【市场反馈】	95
探讨中国网络电视台开播的格局之变	95
运营商走下神坛叫卖船票 竞争手段依然纯朴	97
运营商火拼网上商城 竞争升级或助 3G 潜力释放	102

亚博聚焦

电信业转型的回顾和思考

世界即将进入 21 世纪的第十个年头，在本世纪初开始的全球一系列电信业的转型工程究竟进展如何，取得了怎样的成果，有何值得吸取的教训，面临什么样的挑战？

电信业转型需要同步

百年未遇的深刻变化正在极大地动摇长期以来传统电信业赖以生存的基础，包括技术模式、发展模式、商务模式、运营模式乃至体制、机制、人才和文化等各个层面。电信运营商开始纷纷从不同的角度高调提出各种转型计划。其中比较著名的是英国电信的 21 世纪网络（21CN）计划、美国 Verizon 的 FiOS、AT&T 的光速计划、日本 NTT 的 FTTH 计划、法国电信的转型计划 NExT、澳大利亚电讯的 IT 计划等等。

对于电信运营业而言，转型既是世界性的大趋势，也是长远生存和发展的内在要求和唯一出路，至少要涉及 3 个方面或领域的同步转型。首先是网络转型，这是电信企业转型的基础和先导；其次是后台 / IT 系统的转型，这是电信企业转型的业务和商务保障，也是往往最容易被忽略的部分；最后也是最重要的是商务和业务转型，包括各种业务传递方法、与合作伙伴协作和服务客户的新方法等等。

就制造业的转型看，是有不少成功的案例的。例如 IBM 从主机制造商成功地转型为 IT 业务服务商，苹果从一个二流的计算机制造商转型为时尚精品消费电子产品和服务商等。

对于电信业，特别是电信运营业的转型而言，尚无完全成功的案例，都在摸索之中。目前大家已经认识到转型不仅是技术问题，至少要涉及网络、后台 / IT 系统、商务和业务 3 个方面或领域的同步转型。最终的挑战则是拿什么来替代日益减少的传统核心电信业务并能维持适度增长。

——网络转型。电信业转型的一个重要驱动力是向以 IP 为核心的下一代网络转型，涉及网络的各个方面和层面，总体设想是用分布式的、软件驱动的扁平化架构来替代现有的复杂的多层网络架构。就核心网而言，关键技术是 IMS，目标是建设成一个利用单一的业务架构，服务于各种不同接入网的统一核心网和主要是 Web 基础的应用平台所构成的下一代网络。这里主要的争议点是业务驱动还是网络驱动，显然，仅仅考虑网络驱动所带来的有限运营成本节省，而没有带来

新业务收入的建网方式很难行得通。简言之，业务驱动将是网络转型考虑的中心，这是迄今为止基本达成的业界共识。

——后台 / IT 系统的转型。如同网络侧的转型一样，后台 / IT 系统的转型不仅涉及系统功能的改进，而且需要引入一个完整的、更加分布和灵活的新架构，支持新一代的业务和商务模型，这方面一个公认的架构是面向服务的体系架构（SOA）。这是一种粗粒度、松耦合的服务架构，服务之间通过在商务处理层上的简单、精确定义的开放接口进行通信，不涉及底层编程接口和通信模型。可以更迅速、更灵活地部署业务。然而，怎样从现有的大量后台系统转向一个全新的 SOA 架构是一个困难而头痛的事情。

——商务模式转型。最大的挑战是怎样重新正确定位运营商在发展变化的价值链中的位置。诸如怎样处理与第三方的合作关系？转型走多远？初期大家的焦点集中在消费类用户，主要靠自行开发新业务来增加用户的 ARPU，而目前更流行的商务模式是在复杂的价值链中扮演中间人角色，即运营商不再垄断与用户之间的唯一关系，而是使自己的网络和 IT 系统更加适应多重角色。运营商除了提供自己开发的业务外，有时候他们仅仅是销售渠道，有时候仅仅为其他运营商或业务提供商提供支撑服务，诸如计费、收费、内容打包、广告等等。考虑到单个这些服务的收入也许不是很大，但是却构成了所谓长尾理论的基础元素。还有不少运营商已经开始提供自己的开发工具，诸如 Verizon 的 ODI、BT 的 Web21CSDK / Rib-bit、AT&T 的 devCentral 等，供第三方通过自己的网络向用户提供业务。

上述思路符合当前业界时兴的所谓“双面商务模式”的理念，即运营商除了继续从自己掌握的终端用户处得到收入外，应该建设新的业务平台和开发环境，利用自己掌握的宝贵用户信息，与产业链上的其他人，包括软件开发商、业务零售商、广告商、内容拥有者乃至其他运营商合作，进一步拓宽业务收入的领域和范围，驱动新的增长。而且，大型运营商并不一定需要充当价值链的主导者或革新者，但是需要了解并扮演好在价值链中的角色并获取自己应得的一份。当然，这类转型不仅仅需要新的技术、业务平台和开发环境，更需要极大的观念转变的决心。

全球主流运营商转型得与失

综观全球各个电信运营商的转型计划，尽管或多或少取得了一些成果，但是多数并不尽如人意。有的未能达到预期目标，有的已经压缩了计划，有的已经改变了重点和方向，如此等等。下面重点分析 3 个具有代表性的公司的转型战略及其实施得失情况。

英国电信 (BT) 的 21 世纪网络是 2004 年提出的转型计划, 开始主要着力于网络的转型, 特别是 TDM 语音网的快速退网和 IP 化进程, 计划 5 年投资 100 亿英镑, 建成一个电信级质量的端到端 IP/MPLS 网。2008 年来逐渐将重点从急忙部署网络和 IT 新系统转向提供新业务, 主要是下一代以太网、批发宽带、新的开放创新平台和融合的宽带及语音业务等。2009 年上半年批发宽带业务已经超过 1000 万家庭, 21CN 以太网已经达到 600 个网络节点。开放创新平台方面, BT 关闭了自己开发的软件开发工具, 改用了其收购的 Ribbit 公司的平台, 使第三方乃至其他运营商更加容易利用 BT 的网络来提供业务。这一举措反映了 BT 的业务开发战略的转变, 即由自己为主逐渐转向专注提供开放的开发平台, 让全球各种公司都来帮助开发业务。21CN 将转向 21 Services, 这一战略思想的转变带有极其深刻的转型新含义。

美国 Verizon 公司的战略转型也逐渐由开始注重网络技术而转向更清晰的定位, 即由一个深深植根于电信的公司转变为全方位的娱乐和通信公司。开始其重点在核心网和接入网的光纤化, 试图引入 IMS 控制并结合后台 IT 系统的改造, 提供一个跨各种接入网的公共业务传递环境。在后台系统的改造方面, 计划在现有的各种系统之上建立一个协调层, 包括业务捆绑、目录、Web 和移动为基础的营业厅的管理工具等, 再与 IMS 核心和业务引擎结合, 共同建立一个网络层与业务层分离的架构, 以便灵活快速地提供新业务。在接入网的光纤化方面, 其步伐是比较激进的, 著名的 FiOS 计划投资 230 亿美元, 到 2010 年实施光纤到驻地计划。2008 年已经敷设 1270 万 FTTPHP, 计划 2010 年达到 1800 万 FTTPHP。其中上网用户 700 万, 视频用户 400 万, 下行业务速率 100Mb/s, 上行业务速率 15Mb/s, 每年可以节约运维费 10 亿美元。

澳大利亚电讯 Telstra 的转型始于 2005 年, 其特色是在计费和客户关系管理系统 (CRM) 方面。新建系统每天可以处理 2 亿多个网络事件记录和 2000 万个呼叫记录, 能同时处理客户的所有业务, 为客户提供真正的单一账单服务, 而很多传统 IT 系统同一时间只能处理一个业务。Telstra 转型的首要目标是摆脱现有的各种业务特定的烟囱式平台而建立一个统一的平台, 从而更加有效和快速地向客户销售或交叉销售各种业务产品。如果说部署系统相当复杂的话, 那么客户迁移将是更大的挑战。澳大利亚电讯这样一个不大的电信公司, 为了迁移一个客户, 涉及的数据信息来源于 1200 多个地方和 14 个不同的老系统。全部迁移工作实现了自动化, 在 12 小时内使 80 万客户实现了向新 CRM 系统的平滑迁移。澳大利亚电讯已经有 500 多个老 IT 系统实现了退网, 在 2010 年年底将使 1200 个 IT 系统退网。澳大利亚电讯最成功的地方是几乎同步地开始网络、IT 和商务模式的转型, 将不同的任务结合在一起, 以一个统一的端到端的转型任务实施。

总体而言，在收入增幅有限，甚至核心电信业务快速下滑的前提下，除非有重大技术革新，ARPU下降无法抑制，一般性新业务作用有限，局部亮点不影响全局，恶性价格战难以杜绝。电信业的整体转型已经成为无法避免的战略性抉择，而其中业务和服务转型是关键和驱动力，网络技术转型是基础和先导，组织与人力资源的转型是保障，运营模式的转型是必需。而下一代网的出现，为传统电信运营商提供了业务和技术转型的战略机遇和振兴的希望。

中国电信转型取得阶段性成效

中国电信在2004年就在业界率先提出了明确的企业转型目标，即建设成为一个综合的信息服务提供商，转型工作主要集中在业务和服务转型、网络技术转型、组织与人力资源的转型、运营模式的转型4个方面。经过4年多的努力，取得了阶段性成效。能在很大程度上显示转型业务变化的非话业务收入从2004年的22%增加到2008年的45%。号码百事通和商务领航这两个转型业务也已经取得阶段成果，开创了全新的业务领域。中国电信还在业内率先建立了聚焦客户的运营模式和运行机制，按照市场需求和客户特点来提供差异化服务。

在提出企业整体转型前，早在2001年中国电信实际上就开始了网络技术领域的转型探索，在软交换、固网智能化、CN2、综合业务平台、全球眼、xPON、我的e家、号码百事通、IPTV、企信通、差异化宽带接入控制技术等领域都作出了重要贡献，有些在业界是世界领先的成果。诸如软交换、固网智能化、CN2、综合业务平台、EPON的互操作等，已经处于业界主导者的地位，引领着全球的发展。特别是在世界上率先实现了大规模固定电路交换网向IP网的全面演进，创造性地解决了固网新业务开发的难题，使得中国电信成为全球固网行业罕有的一家收入、利润正增长的公司，还带动了整个电信行业产业结构的升级换代和技术转型。

然而，由于过去几年所处的十分困难的经营局面，中国电信在基础性关键技术方面的研究和探索力度较弱。另外，在业务产品开发方面，由于多方面的原因，有分量的成果不多。业务产品开发靠自己多，强调可管可控多，网络环境开放性不足，发挥产业链的群体作用不够。总体看，中国电信在转型信息服务新领域所需要的体制、机制、人才和基因配合等方面还需要付出长期不懈的努力才行。

来源：人民邮电报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

3G：中国通信迈进世界舞台

2009年，中国3G大门正式开启。3G也随之成为2009年通信领域知名度最高的词汇。从年初发放牌照开始，网络建设、资费调整、终端开发，甚至年底手机涉黄，在一轮轮市场热炒中，3G知名度和品牌影响力被一次次放大。

3G发牌意在刺激经济

2009年1月7日14时30分，工业和信息化部向中国移动、中国电信和中国联通发放3张第三代移动通信（3G）牌照。其中，移动获得TD-SCDMA牌照，电信获得CDMA2000牌照，联通获得WCDMA牌照。这次放牌被认为是“3G时代到来的标志性事件”。

这距离国务院常务会议通过决议，同意启动3G牌照发放仅一周时间。工信部如此迅速布置落实，其实有着深刻的背景。金融风暴席卷全球，在出口和内需受到影响时，中国政府当机立断，启动4万亿投资刺激经济。通信基础设施建设，就是4万亿刺激政策中的一部分。

新建基站，更换设备，研发终端……3G不仅仅是一个技术标准，更是上下游连接紧密的产业链条。“牵一发而动全身”，3G适时推出，带活了整个产业链条。2009年3G建设总投资达到1435亿元，建设基站数量达到28.5万个。

最为直观的一个变化是，3G版图日新月异逐渐扩大，由省会城市向地市级城市延展，甚至推进到县级地区。截至2009年10月底，中国电信网络覆盖342个地级市，以及2055个县及县级市和6000多个发达乡镇。中国移动TD扩展至38个城市。中国联通在全国285个城市实现3G业务正式商用。

“国内市场由于政府积极推出刺激经济增长政策，让国际金融危机的负面效应减到了最小，同时3G建设的大规模启动，也让通信设备制造业获得了新的增长机遇。”北京邮电大学教授曾剑秋这样评价3G发牌。

“中国制造”获3G话语权

从运营商到手机厂商再到PC厂商以及互联网企业，谁都不愿错过移动互联网这趟通向未来的快速列车，而手机终端则成为共同的突破口。

苹果、黑莓……当这些国际最流行的智能手机抢滩中国时，明显感觉到来自“中国制造”的压力。

作为全球最大的移动电话运营商，中国移动主导研发了oPhone平台，包括高通、展讯等芯片制造商和联想移动、多普达等终端制造商都已经成为中国移动oPhone阵营当中的成员。摩托罗拉、LG等厂商也先后推出oPhone版手机。中国移动TD进行了三次招标，以大唐、华为、中兴为代表的中国企业获得了超过80%的市场份额，占据绝对领先地位。在中国电信、中国联通的3G网络建设招标

中，中国企业获得份额也超过 50%。通过参与 3G 建设、技术研发，“中国制造”证明了自身的综合实力。

2G 的历史已经证明，用市场换不来技术。3G 要有新思路。这个思路就是以需求方市场优势，来主导标准、技术和产品。电信专家普遍认同这样一个观点，3G 的市场需求在中国，技术标准和产品当然要由中国市场来主导。

TD 演进技术有望成 4G 标准

商店、电影院、身份证、钱包……手机终端的功能正呈现出无限可能。活跃在互联网和通信网两大领域的众多竞争者的加入，正给手机终端的定义带来革命性冲击。

尽管 2009 年 3G 用户达到 1000 万户，但随着终端新功能的开发，信号覆盖的扩大，3G 将会爆发式增长。对此，专家乐观预测，2010 年 3G 用户将突破 3000 万户。

曾剑秋表示，“中国 2009 年提出了 TD-LTE 标准，这将是中国移动未来的 4G 演进标准，有望成为国际 4G 标准。”不过，有评论认为，4G 标准制定迫近，3G 仍未走过长牙之痛。目前运营商对大幅降低资费吸引用户尚无自信。这让 3G 处境十分尴尬。

随着中国经济转入内生性增长，电信行业调整势在必行。电信分析人士指出，今后培育整个产业链各环节均衡发展是重点，而不仅是运营企业独强。只有让用户真正感受到 3G 带来的便利，才可能真正大规模推广。

来源：北京日报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

融合的力量推动移动互联网快速发展

3G 热浪扑面，引发了手机上网用户增长狂潮。上周三，摩根士丹利发布了关于“移动互联网”的报告。报告显示，未来 5 年手机上网用户会超过电脑上网用户，5 大趋势将支撑移动互联网领域的发展：3G 技术、社交网站、视频、IP 电话以及移动设备。移动互联网市场未来的增长势头要超过桌面互联网市场，其增长速度将快于大多数人想象的程度。

中国移动通信集团公司副总裁李正茂表示，有预测显示，未来三年内，中国的移动互联网用户将超过电脑上网用户；五年内，移动互联网业务的规模将超过传统的互联网业务规模。

为什么移动互联网会如此快速发展呢？最主要原因就是通信技术的不断演进和技术之间的融合持续增强。对此，中国联通技术部副总经理刘晓甲指出：“移动互联网主要有三大特征，宽带化和移动化、是融合、网络的 IP 化。”

在技术融合方面，中国电信的 3G 应用就明显体现出了“融合”的特色。以最先推出的无线宽带应用为例，就是将固网与移动网络进行整合后提供的 3G 应用。还有，全球眼在加入移动元素之后，全球眼可以和有线宽带、3G 等网络连接，还可以实现与手机、PC 等终端的结合，为用户提供实时视频浏览、采集服务，这种平台的融合给用户带来了更便捷的体验。同时，手机影视和互联星空的内容相融合，给用户带来全新的娱乐体验。2009 年的 9 月 8 日，中国电信的另一项 3G 应用“天翼 Live”1.1 版正式上线，这也是一个体现着融合特色的 3G 应用，它不仅是 3G 移动互联网产品，同时也是提供给客户的综合信息服务界面。

同时，移动业务的互联网化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。

移动互联网技术的融合将带动数据业务增长。在最早开展 3G 应用的日本，移动运营商来自移动商务的收入早在 2006 年就达到了 7240 亿日元。为了适应这一变化，麦当劳在全日本 3800 多个店面启用了一项新服务，消费者可以通过它的手机店铺获得优惠券和服务信息。同时，日本的手机钱包签约用户超过了 3200 多万个，2005 年手机小额支付额超过了 57 万亿日元。在香港地区，从 2007 年到现在，数据业务两年增长了 13 倍，业内人士表示，主要的原因是香港的 3G 运营商提供了众多的融合性业务，给用户提供了差异化服务。

基于这一点，国内三家运营商也开始逐步起步。近日，中国电信和安利合作，把 3G 手机和安利销售软件实现融合，帮助电子商务走向 3G；淘宝网也将推出定制手机，把支付宝、淘宝软件应用到手机中，实现新的服务。

这给移动互联网内容的发展又增添了新的形式。近日，工信部副部长奚国华在 2009 年（第三届）移动互联网研讨会称，我国移动互联网面临着很好的发展机遇。手机在线聊天、手机视频等应用广泛，移动支付，移动等新的增长点和发展模式不断涌现。目前移动互联网已成为移动产业，乃至整个电信业新的增长点。

移动互联网产业的广阔前景，已经引发各大企业的纷纷布局。日前就有联想将卖出的联想移动重新买回，欲借机杀入移动互联领域。而神州泰岳则借势成功

登陆创业板，UCWEB 总裁俞永福表示，如果情况乐观，移动互联网企业有望在近期大规模上市。

因此可以看出，固网和移动网的融合、3G 网络和有线网络的融合、此应用和彼应用的融合、技术之间的融合等，为移动互联网的发展，尤其是为增强网络覆盖、内容的扩展、终端的演讲奠定了坚实的技术。而移动互联网的发展又促使了通信产业的不断前行，带动了产业和一大批企业的崛起，支撑了国民经济健康稳定发展。来源：通信信息报国家信息中心 2009-12-28 [返回目录](#)

我国农业电子商务发展的问题与对策

发展农业电子商务是促进我国实施农业产业化战略的有效手段。本文分析了我国的农业电子商务发展中存在的问题，并提出了解决问题的对策。

农业是典型的传统行业，具有地域性强、季节性强、产品的标准化程度低、生产者分散且素质较低等特点，具有较大的自然风险和市场风险。电子商务是通过电子数据传输技术开展的商务活动，能够消除传统商务活动中信息传递与交流的时空障碍。发展农业电子商务，将有效推动农业产业化的步伐，促进农村经济发展。

一、电子商务对我国农业产业化的促进作用

农业产业化是指以市场为导向，经济效益为中心，农户为基础，龙头企业或农民自主决策的合作社等中间组织为纽带，通过市场机制将农业等生产过程的产前、产中、产后三者环节联结为一个有机的产业系统，以实现种养加产供销、农工商一体化经营。农户家庭分散经营是农业产业化的基础，农业产业化的实质是市场化，农业产业化的形式是企业化。

电子商务能够缩短生产和消费的距离，既发挥迂回经济的专业化分工的效率，又缩短迂回经济条件下的生产和消费的距离，被称为“直接经济”、“零距离经济”。电子商务的优点主要表现在降低交易成本、减少库存、缩短生产周期、增加商业机会、减轻对实物基础设施依赖的 24 小时无间隔的商业运作等，因此能够有效地克服农业产业化经营中的不利因素，对我国农业产业化进程具有极大的促进作用。具体表现为：

1. 减少生产的盲目性。农业的市场风险在很大程度上是由农业信息传递速度缓慢、信息准确性差等多种因素引起的生产和经营的盲目性所造成的。农业电子商务能够减少乃至消除农业市场的信息不对称现象，为农户和企业及时地提供

全方位的市场信息，有利于企业和农户准确地把握市场需求，使农业的生产行为变得智能、快捷。

2. 降低成本，提高效率。在农业产业化中导入电子商务，企业通过网络发布信息、处理订单、安排生产、分配资源，供应链中的所有组织几乎可以在“第一时间”内从互联网上获得所需信息，减少了中间商环节，缩短了小农户与大市场之间的距离，与传统的营销手段相比，成本降低、环节减少，交易速度加快，从而节省费用，提高了工作效率和经济效益。同时，电子商务疏通了信息的传输，既提高了信息传输的速度，又拓宽了信息的传输范围，便于买卖双方联系，降低了买卖双方的搜寻费用。

3. 打破区域和时间的限制。农业电子商务打破了传统交易中信息传递与交流的时空限制，依赖互联网的交易网络，使农业企业冲破条块分割的市场格局，摆脱区域性市场的限制，进入跨地区乃至跨国的网络销售，有利于形成统一有序的大市场，使交易双方的选择性扩展到最大。

4. 实现农产品流通的规模化。在农业电子商务中采用网络交易平台，能够将少量的、单独的农产品交易规模化、组织化。农民可能并不是以单个农户或合作社出现，而是将农产品委托给配送中心而由其统一组织销售，交易的一方是农民群体，另一方是企业，双方的地位平等，各自的利益都能够得到充分保证。配送中心对农产品进行统一的质检、分级，采取明码标价，保证了流通规模化过程中农产品的质量。

5. 方便对农民的教育与培训。农业电子商务将使对农民的教育和培训变得更为快捷、方便，更具有针对性，能够让农户了解最新农业生产技术和社会发展动态，不断提高农民的科技文化素质，有利于促进农业新技术在农村的迅速传播，有利于农业产业化不断推向深入。

二、我国农业电子商务发展现状和存在的问题

1. 我国农业电子商务发展现状。自 1994 年中国农业信息网和中国农业科技信息网相继开通以来，信息技术在农业领域的应用进入发展阶段。目前，信息技术在农业的应用研究与推广取得了显著成效。如建立了部分农业综合数据库，并研制开发了各类应用系统，其中以粮棉油为主的信息技术成果约占三分之一。农业部还利用网络协议、信息通讯、数据库及查询等技术，建成了专业面涵盖较宽、信息存储及处理和发布能力较强、信息资源丰富及更新量较大的中国农业信息网，现联网用户已超过 3000 家。我国大陆涉农网站已有 6 千多家，超过了法国、加拿大等发达国家，如果加上台湾和香港的农业网站，中国农业网站数量可排在世界前十名以内。

但从总体上看,我国农业信息化还处于人才缺乏、体系不健全的状况。虽然一般县级以上的各级政府都有网站,但网站提供信息的时效性差,针对性不强,发布的内容以生产信息、实用科技信息居多,市场信息、供求信息 and 农村经济信息偏少,缺乏对主要农产品的生产、销售、贮存、加工的动态分析、监测和预警预报等。

2. 发展我国农业电子商务存在的问题。

(1) 农村经济不发达,信息化基础设施薄弱,网络成本较高导致农民很少上网,是限制农业电子商务发展的重要原因。中国互联网在城镇的普及率高于农村,城镇网民的上网时间长于农村网民。2006年,在全国13700万网民中,从事与农业相关职业的网民所占比例仅0.4%,绝大部分是农业管理与技术人员。而且高度集中于经济发达的北京、上海、广东、浙江、江苏等地区,真正能上网的农民几乎可以忽略不计。

(2) 受自然条件影响,农产品的生产和农用品的需求具有很大的不可预知性,农产品生产区域和生产者相对分散;而且农产品附加值较低,不耐久存,品类繁多而品质评价的主观因素较强,标准化程度较低,这些因素极大地阻碍着农产品生产产业化和流通现代化。

(3) 我国农产品流通环节长,交易成本高,供需链之间严重割裂,交易链及其通路较为复杂且透明度不高,交易信息的对称性较差;单个农户、小规模农业组织搜集、捕捉、分析市场信息的能力差;这些缺陷也不利于农业电子商务的开展。

(4) 农业人口的文化素质较低,传统的生产方式和交易方式的惯性极大,对新知识、新技术存在着“不知用途,不知用法、不知谁用”的现象,“不懂电脑/网络,不具备上网所需的技能”是导致农民不上网的最主要因素。农民对信息技术和电子商务的相关知识了解甚少,严重阻碍着农业电子商务的发展。

(5) 农业发展中的实际操作技术人员缺乏,科研人员大多都集中在学府。在美国,把农业的推广下到每个大学的农业学院,大学教授三分之一时间从事教学,三分之一时间从事科研、三分之一时间从事推广工作。而在中国大多数教授只是局限于教学和科研。

(6) 农业网站存在着以农业商务内容为主的纯农业网站较少、利用率较低的现象,较多农业网站缺乏专业性和实用性,多数网站的设计和 content 雷同、缺少特色。农业网站的地区分布也主要集中在大城市和东部发达地区,中部和西部地区的网站并不多。这些都导致网站不能因地制宜地为更多地区的农民提供全面的、周到的、符合实际需要的服务。

(7) 由于农业生产的复杂性和我国地区的差异性，还需要积累自然环境、社会经济等大量的相关数据。但是，国内数据积累的基础工作比较薄弱，使得建立大型实用数据库进行储存、分析和利用变得十分困难。尽管有些单位建立数据库，但多数的网站都设有内、外两个部分网络，使数据库中有价值的信息大多不能共享。

(8) 缺乏宏观指导性的农业信息，未能形成农业信息服务体系，使电子商务给农业的产、供、销带来的益处不多。各类农业网站直观反映的农业信息较多，有分析、协助决策层和农民生产决策的信息较少。

三、发展我国农业电子商务的对策

无论是农业技术的支持、农用物资的购买或农产品的定货、销售、运输、加工、广告促销及付款等等，无不伴随着信息的流动，信息实际上是整个农业大市场体系的纽带。为加速电子商务技术在农业中的应用，实现现代农业大市场有效运作，应采取以下对策：

1. 加快信息基础设施建设。政府应给予广泛而有力的引导和支持，加大农业信息基础设施建设力度，利用互联网、移动通信、广播电视、电话等多种通讯手段，建立起覆盖郊区县、乡镇、村的农业信息网络。建立各级信息咨询服务机构，引导和培训农民使用各类信息设施，掌握电子商务的各项技能。

2. 建设高质量的农业电子商务的平台。建设农业电子商务平台，为农业产业化提供大量的多元化信息服务，为农业生产者、经营者、管理者提供及时、准确、完整的农业产业化的资源、市场、生产、政策法规、实用科技、人才、减灾防灾等信息；同时，为企业和农户提供网上交易的平台，支持 B2B、B2C、C2C 等多种交易模式，降低企业和农户从事电子商务的资金门槛，培育、扶持农业电子商务企业。

3. 加强农业产业化数据库建设。应统筹规划，协调指导，加强农业产业化数据库建设，提高数据库资源的拥有量和开发利用水平。同时，应在各地区、各部门结合本地农业产业化发展的实际情况建设各具特色的数据库的基础上，实现数据交换的及时通畅，共享信息资源。

4. 尽快解决农产品的标准化问题。农产品难以标准化一直是制约着农产品流通的瓶颈，也是实现农业电子商务的瓶颈问题。应加快对各类农产品及其加工品的标准化工作，制订标准和规范，实现各类产品标准化，并提供相应标准描述，使农业电子商务得到顺利的开展。

5. 建立农业信息服务体系。应逐步建立农业生产资料的生产、供应，农产品加工、销售，农业科研、教学、技术推广，农作物种子、家禽畜种的培育、繁殖、加工、销售及农产品质量检测、监督等一系列的农业信息服务体系，为农业电子商务提供广阔的发展空间和完整的产业链。

6. 建立相应的供应链系统及物流配送系统。农业具有明显的地域性，季节性的特点，要将不同区域，不同季节的农业品要联系起来，需要在农业与电子商务平台之间建立行之有效的供应链系统以及为农业供应链服务的农业物流系统；还要利用现有的配送企业，充分发挥分工的优势，实现客户所需要的资料、信息、品种、农业物资的及时配送。

7. 选择适合的电子商务切入模式。应根据各地区农业经济发展的特点，采用适应本地区发展的农业电子商务切入模式。经济发达地区可通过电子商务平台实现接洽、合同和货款支付的电子化交易，除物流之外，商流、信息流、资金流都在网上进行，以真正体现电子商务的优势。不发达地区可以采用通过农业信息网的信息发布平台在网上发布供销信息，网下完成交易的初级电子商务模式。

8. 开展农业信息化知识培训，大力培养信息人才。应充分利用计算机网络的优点，结合其它通讯手段，大力实施远程教育，不断提高劳动者素质，强化农民信息意识，培养高素质的新型农民。另外，还应把懂业务的各种专业人才充实到农业信息化队伍中来，形成一支结构合理、素质良好的为农村提供信息服务的队伍。来源：中国电子商务研究中心国家信息中心 2009-12-25 [返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部下发通知规范电信市场竞争秩序

针对近来运营商冲突屡有发生一事情，工信部于近日发布相关文件，严厉斥责个别地区电信企业在竞争中出现破坏通信线缆、盗窃基站设备、侵占通信设施、造成肢体冲突等恶性事件，并表示将严肃处理。

此前，媒体曾广泛报道四川泸州 iPhone（手机上网）首销仪式上差点大打出手事件、“台州精武门打人事件”等，引起广泛关注。

工信部的文件称，最近一段时期以来，一些地方电信企业违反国家有关法律法规以及一系列规范电信市场秩序的文件精神，肆意破坏通信设施，阻碍互联互通，恶意诋毁、排挤竞争对手等，严重影响了电信网络安全畅通，扰乱电信市场秩序，侵害广大电信用户的合法权益。为遏制当前电信市场上各种违法、违规行为，因此颁发《工业和信息化部关于进一步落实规范电信市场秩序有关文件精神的通知》（以下简称《通知》）。

《通知》指出，针对个别地区电信企业在竞争中出现破坏通信线缆、盗窃基站设备、侵占通信设施、造成肢体冲突等恶性事件，各通信管理局要加大对破坏和侵占通信设施、影响互联互通等违法违规行为的查处力度。要快速反应，及时取证，督办解决，避免问题积压、扩散、升级。

《通知》要求各电信企业要高度重视，加强自律和对下属企业的监督、教育。要通过创新业务、完善管理、提高服务质量等手段提升市场竞争力，不得以任何理由、任何手段设置网络障碍，影响用户正常通信。

关于处罚措施，工信部的《通知》称，对相关责任单位和责任人，要予以通报批评或行政处罚。情节严重的，要移交司法机关处理；对实施违法、违规行为的责任单位和责任人，各电信企业要严肃处理，不可姑息。

来源：新浪科技国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

工信部：成立鼓励基金助面板企业融资

面板产业投融资难题有望得到解决，工信部总经济师周子学表示，“我们将尽快成立行业鼓励基金，帮助中国面板产业发展”。

周子学是在上周末的“中国平板电视市场发展高层论坛”做上述表示的，他认为，建设面板生产项目的资金需求量非常大，即使是跨国企业，投资和融资也是极大的问题。一条液晶面板生产线投资少则几十亿，多则数百亿，而且项目投资时间长、一个企业并非只投资一条生产线，这让企业负债累累、难以融资。

“面板产业技术更新很快，需要快速融资。企业都存在起步阶段较长时期亏损的问题，而亏损的企业是很难融资的。”周子学指出，平板电视产业往前走，最核心的工作是完善产业链及核心技术从而掌握国际话语权，面板行业就是典范。在近日举行的国际电工委员会平板显示技术委员会年会上，确定由来自海信的刘卫东博士牵头起草 LED 液晶背光分规范国际标准，刘卫东还将与韩国专家共同牵头起草背光显示规范标准。这是中国首次负责制定 LED 背光显示国际标准。

来源：北京商报国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

工信部 2010 年三层面推进中小企业信息化

12 月 23~24 日，工业和信息化部在京召开了中小企业信息化推进工作总结会暨信息发布会，《通信世界》周刊从这次会议上获悉，2010 年，工业和信息

化部将全力落实国务院关于促进中小企业发展的 36 号文件，抓住切入点，从企业、行业、区域三个层面推进两化融合。

本次会议还总结了 2009 年度中小企业精益研发、管理升级、电子商务应用信息化服务平台试点工作，以及“两化”融合试验区推进中小企业信息化的情况，并公布了 2009 年度中小企业信息化调查和发展的系列报告。

信息化力推行业资源共享

工业和信息化部副部长杨学山介绍了从企业、行业、区域三个层面推进“两化”融合的工作思路。

企业层面，工业和信息化部将推动研发和设计等信息技术应用、生产过程自动化、人力资源开发；推进企业管理信息化；促进电子商务和现代物流发展。

行业层面，工业和信息化部将推动信息服务平台的建立；推动行业内信息资源互通共享；开展工业信息化的运行监测工作等。

区域层面，工业和信息化部将在 8 个“两化”融合试验区把促进“两化”融合工作纳入本地区经济社会发展规划，重点围绕传统产业改造提升、特色优势产业发展、现代物流发展、工业园区建设、中小企业公共服务平台建设等内容进行探索实践和经验总结。

工业和信息化部中小企业司司长王黎明表示，将按照李毅中部长在 12 月 21~22 日举行的 2010 年全国工业和信息化工作会议上的要求，全面落实《国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见》（即“36 号文件”），围绕结构调整的实际需要和中小企业集聚的特点，加快“两化”融合，继续推动实施中小企业信息化推进工程，促进中小企业健康发展。

据记者了解，2010 年中小企业信息化工作的重点包括：第一，根据《关于加强服务，促进中小企业信息化的意见》的要求，启动中小企业信息化发展指南的相关研究工作，组织编制中小企业信息化服务市场调查和发展报告，指导中小企业的结构调整；第二，继续在 8 个“两化”融合试验区等重点区域推动中小企业信息化的推进工程；第三，继续开展研发、管理电子商务信息化服务平台试点，推动实施中小企业的健康成长计划、电子服务商支持中小企业发展等重点计划；第四，继续推动社会化的信息化推动活动。

系列调查研究成政策参考

王黎明在会议上总结，在地方中小企业主管部门和信息化推进部门、行业协会、大企业的积极参与和支持下，2009 年的中小企业信息化工作达到了预期目标。据记者了解，2009 年，工业和信息化部专门成立了信息化工作小组，一直把中小企业信息化的推进工作放在重要位置。工业和信息化部中小企业司副司长郑昕介绍，为更准确地反映在当前金融危机背景下，我国中小企业管理运营和

电子商务应用的发展现状，在此基础上提出可操作性的意见和建议，中小企业司委托用友软件、鼎捷软件、阿里巴巴分别开展了针对我国中小企业管理运营、中小制造业企业 ERP 应用以及中小企业电子商务发展情况的调查研究，并形成了系列报告。

郑昕介绍，中小企业司已经在 12 月 15 日组织召开了中国中小企业信息化调查和发展系列报告（2009）课题评审会，专家认定系列报告对于政府有关部门制定提升我国中小企业管理运营水平、实施 ERP、发展电子商务、推动中小企业信息化应用等方面的政策和措施具有重要的参考价值。

用友软件《中国中小企业管理运营健康调查报告（2009）》显示，我国中小企业利润率不高，产品附加值不高，多数依靠低成本优势参与市场竞争；68%的企业成本在上升；受到多方面因素影响，中小企业普遍感到资金紧张，主要原因是库存占用、应收账款占用；我国中小企业管理水平与先进国家还有不小差距；越来越多的中小企业意识到信息化的重要性；应对金融危机方面，36.9%的中小企业在提高劳动生产率方面下功夫，只有 10%的中小企业采取“冬眠战术”；在国家“保增长、扩内需、调结构、惠民生”一揽子计划以及国家产业振兴规划措施的作用下，中小企业的经营状况正逐步回暖。

鼎捷软件《中国中小制造业企业 ERP 应用发展报告》指出，目前我国中小制造业企业的 ERP 应用依然受到很多内、外部条件影响，企业信息化应用程度受到了企业规模、领导层管理理念、制造形态、地区分布、所处行业等多种因素制约。

阿里巴巴《中国中小企业电子商务发展报告（2009）》里的数据显示，2009 年中小企业通过电子商务创造的新增价值占我国 GDP 的 1.5%，拉动我国 GDP 增长 0.13%；中小企业电子商务交易规模达到 1.99 万亿元，同比增长 20.3%，其中内贸和外贸交易规模分别达到 1.13 万亿元、0.86 万亿元；中小企业通过开展电子商务创造的新增就业岗位超过 130 万个。

来源：通信世界周刊国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

工信部：网站备案主办者身份信息将当面核验

工业和信息化部日前印发《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》的通知，要求强化技术手段、提升管理水平、完善手机涉黄网站的发现处置机制。另外，将严格规范手机上网代收费行为，严格清理接入资源层层转租问题，并切实落实网站接入责任。

域名注册管理和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，将被关闭网站的域名持有

者纳入黑名单；二是严格落实域名注册申请者应提交真实、准确、完整的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，违反上述规定的，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，同时暂停域名持有者的全部其它域名解析，及时上报认定部门进行处理，将域名持有者纳入黑名单。

要加强对网站备案信息的真实性核查，工业和信息化部将在2010年1月下发补充通知，要求基础电信企业和各接入服务商在向通信管理局提交网站备案之前，要对主办者身份信息当面核验、留存有效证件复印件，要对网站主体信息、联系方式和接入信息等进行审查，并向网站备案所在地通信管理局提交网站备案信息真实性核证明。

工信部要求，2010年6月30日前，基础电信企业要完成手机上网代收费环节的整改：一是整改手机代收费内容涉黄问题中暴露的代收费协议规范、日常拨测等方面的薄弱环节；二是规范落实代收费流程，违规的立即停止；三是不具备代收费有效管控手段和能力的，不得提供代收费服务。

为严格清理接入资源层层转租问题，工信部提出三项措施：一是在2010年1月30日前，要完成企业内部接入资源层层转租问题的排查；二是采取切实有效措施，打击电信资源再次转租行为；三是做好转租接入资源收回后用户的善后处理工作，避免影响合法用户的正常使用；四是将接入资源管理责任落实到具体部门和人员；五是严肃追究相关人员的责任，彻底杜绝接入资源层层转租现象。

通知还要求基础电信运营商、接入服务商要对网站接入环节进行全面整改：一是接入服务商必须持证经营、所接入的网站必须取得经营许可或备案，违反者要追究相关人员责任。二是要与所提供接入服务的网站签订信息安全管理协议，未签协议的立即补签，已签协议但协议内容不完善的立即重签。三是相关主管部门依法提出切断网站接入的，要在规定时间内立即切断。四是要对接入的网站进行全面、有效的日常监测，对发现明显属于淫秽色情等违法信息的，应当立即停止接入和传输，保存有关记录，并向公安机关报告。

来源：c114 国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

工业和信息化部、国家发展改革委关于简化移动电话拨打长途电话资费的 通知

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

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

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

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

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

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

三、各电信企业要按照以下原则对所有资费方案进行认真梳理。

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

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

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

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

来源：工业和信息化部；国家发展改革委国家信息中心 2009-12-29 [返回目录](#)

【国内行业环境】

电信业宏观环境出现历史性变化

100多年来，电信业长期处于垄断或寡头垄断环境，业务处于严格管制；网络呈资本密集型，进入门槛很高；电话是电信业业务收入的绝对主体；整个信息业以不同业务分割不同市场和行业；电信业的经营风险和技术风险小，是低风险高利润行业。

进入上世纪90年代后期以来，形势发生了巨大变化。技术更新加快，建网成本大幅下降；行业技术差别趋向消失，行业结构日趋不稳定；业务主体发生了历史性变化：固定电话已经让位给移动电话和IP业务；竞争引入，价格放开，资费剧降，固定电信网收入开始持续下滑；IP业务对传统电信业及其商务模式形成了巨大冲击，形成流量、收入和成本的扭曲关系；传统电信业在资本市场的价值日益低值化、边缘化；电信业的核心电信业务正日益萎缩，100多年来电信运营商依靠传统电话为生的商务模式将难以继续维系，而新的数据类业务又无法弥补电话业务收入的下降，电信业开始从低风险高利润行业走向高风险低利润行业。

特别是近几年来，来自互联网应用商（诸如Google和微软）和终端制造商（诸如苹果公司）的非传统电信业公司凭借技术创新、业务创新和商务模式创新，大举进入信息通信业并不断分流电信业的业务和收入，对电信业形成新的竞争压力，为电信业的发展前景增加了新的不确定性。

来源：人民邮电报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

电信企业捆绑业务各项资费须明示

各电信运营商推出五花八门的捆绑业务、资费套餐令消费者眼花缭乱，昨日，工业和信息化部下发通知予以规范，包括运营商捆绑业务须分别列出必须消费的总费用、套餐包内各业务的通信量和包外各业务的单价等。

针对资费乱

套餐内各项收费需明示

工信部指出，各电信企业和通信管理局要规范电信资费方案管理，资费方案应简单清晰、通俗易懂，继续控制好资费方案数量。各电信企业捆绑电信业务进行销售的前提是，必须另外提供包内各单项业务单独的资费方案，供用户选择。

捆绑业务资费方案应通俗易懂，计算简单，并分别列出必须消费的总费用、套餐包内各业务的通信量和包外各业务的单价，便于消费者分析、比较、选择和使用。

记者了解到，随着 3G 牌照发放，各项语音及手机上网业务增多，各家运营商推出的套餐也是层出不穷，具体每项业务的收费并不明确，让消费者感到眼花缭乱。

针对竞争乱

破坏设施移交司法机关

最近一段时期以来，一些地方电信企业肆意破坏通信设施，恶意诋毁、排挤竞争对手等，严重影响了电信网络安全畅通，扰乱电信市场秩序。通知要求各地通管局以及各运营商加大查处力度，对相关责任单位和责任人，要予以通报批评或行政处罚，对于破坏通信设施情节严重的要移交司法机关处理。

此外，记者昨日还获悉，自 2010 年 1 月 1 日起至 2010 年 12 月 31 日，在本地网范围内，TD(中国移动 3G 牌照)专用号段(157、188)用户呼叫其他公用电信网用户时，中国移动向被叫方归属的基础电信运营企业支付结算费 0.012 元/分钟，而其他非 TD 号段这一结算费用则为 0.06 元/分钟。通信专家项立刚表示，此举将降低中国移动运营 TD 业务的成本，有助于 TD 资费的进一步下调。

来源：重庆商报 2009-12-29

[返回目录](#)

国资委明确央企明年工作重点 3G 作用举足轻重

国资委明确央企明年工作重点 3G 作用举足轻重

3G 业务的市场竞争已在 2009 这个 3G 元年启动，结合消费者需求加快业务融合越发成为大势所趋。在国资委对电信央企“做强主业增实力”的定调下，3G 产业对我国经济的助推作用将越发凸显

3G 元年，三大电信运营商已稳固“三足鼎立”之势，明年三大运营商又将在哪些方面重点发力？在日前召开的中央企业负责人会议上，国资委主任李荣融明确表示，2010 年国资委将重点抓好中央企业布局结构调整、市场化改革、建立规范董事会、加强国有资产监管等。最重要的，李荣融定调包括三大电信运营商在内的 131 家央企 2010 年工作重点：做强主业增实力。工信部部长李毅中 21 日也表示，明年我国信息产业确定三大发展目标，将进一步增强信息产业服务经济社会的能力。

对于电信运营商来说，3G 业务的市场竞争已在 2009 年启动，结合消费者需求加快业务融合惠及消费者也成为大势所趋。而在新服务拉动中，3G 服务将扮

演最为重要的角色。在日前举办的 2009 中国信息产业经济年会通信分论坛上，业内人士也表示：2010 年我国实现 GDP 增幅达到 9% 的目标将由以往的单纯投资拉动转向外需、内需和新服务业共同推动，3G 对我国经济的助推作用颇受关注。

国资委定调央企明年工作重点：做强主业增实力

在我国经济发展最为困难的 2009 年，中央企业仍然保持了总体平稳运行。财政部日前发布最新数据显示，1-11 月，国有企业累计实现利润 11889.8 亿元，同比下降 1.9%，收至年内最低，实现利润也已接近去年同期盈利水平。

但不容忽视，在这样的发展背景下，明年我国面临的经济形势依然十分复杂，为此，国资委强调央企应把“做强主业增实力”作为明年工作的中心任务。国资委主任李荣融还表示，国有控股上市公司是资本市场的重要力量，要借助资本市场加快推进中央企业的调整、重组。同时，要努力培育一批具有自主知识产权、国际品牌和较强竞争优势的企业，以提高参与全球资源配置和产业整合的能力。

就电信企业来说，三大运营商位列央企自然也在“做强主业增实力”的名单之内，而 3G 建设又是电信央企目前乃至以后的投资重点，国家给予了相当的重视，从日前国资委以“开展工程建设领域突出问题专项治理工作协调小组”名义发文中央企业，部署中央企业系统工程建设领域突出问题排查工作，3G 也成为排查的对象和重点项目，便可见一斑。从另一个方面来说，做强主业增实力，3G 在电信央企的业务发展中举足轻重的作用不容小觑。

3G 应用越发成为民生经济发展新引擎

2009 年被称为中国的 3G 元年，3G 发挥的作用有目共睹。

有业内人士表示，从 3G 的网络投资、终端以及移动互联网的应用可以看出，3G 对整个国民经济和社会发展的拉动作用非常明显。相关数据显示，在 3G 投资的拉动下，1 至 9 月，我国通信业投资超过 2000 亿元，预计全年投资超过 2700 亿元，远超去年约 2000 亿元的投资水平，由此其也带动了包括通信设备制造、光纤光缆、终端、电子元器件、测试仪表、机房配套等产业链上下游的发展。

落脚民生，3G 应用越发受到用户的青睐，也拥有令人看好的前景。

3G 用户对移动互联网的应用率普遍提高，除手机在线聊天、在线阅读外，其他移动互联网应用均在 3G 用户中取得了好的发展。而在参与和创新探索中，许多电子商务和移动电子商务企业已经进行了前瞻性探索，比如阿里巴巴就已开始实施“电子商务和移动电子商务双向深度开发的发展战略”。

在开发 3G 资源和推广 3G 应用中，还要注重价值提升。上半年是三大运营商的建网竞赛，下半年重心则转到业务发展和用户增长上。从此前的叫好不叫座，到眼下逐渐“回暖”的局面，三大运营商在应用业务上的推陈出新和竞争加速可见一斑。而结合 3G 用户发展的空间和速度，投资策略中也不乏“逐渐起来的 3G

消费及增值业务将成为行业激动人心的推动力，并成为投资的主线索”等判断存在。

可以认为，中国通信业依靠 3G 引擎，将为 2009 年的中国经济提交一份较好的答卷。但业务创新仍然是第一位，运营商眼下的提速只是开端，3G 市场竞争还大有空间。也只有挖掘消费者更多的需求，才能有效提高销量，扩大市场份额。

中国通信业仍需谨慎前行

播种希望等待收获，但期待中也要有谨慎伴随。中国电子信息产业发展研究院副院长卢山认为，运营商的 3G 业务不够成熟，用户的体验水平有待进一步提高。

因此，在 3G 发展的基础上，业内专家认为必须考虑 4G。目前国家发改委已开始制定十二五信息化规划。工信部在 21 日也确定了明年我国信息产业的三大发展目标，即以 3G 和 TD 发展为契机，加快推进通信业转型发展；规划引导下一代网络发展；加大对集成电路、新型显示器件、专用电子设备和材料、基础软件等领域的支持，实现关键技术自主可控。

而接近 2009 年岁末之时，当人们正在展望新一年有哪些 3G 应用惊喜时，手机黄祸迅速笼罩全社会。越是这样的时候，三大运营商越要注重 3G 社会资源的创新发展和 3G 应用的深度应用趋势，才能获得明显的经济效益；还需注意，从以投资拉动经济增长到关注国家宏观政策微调，及时应对由此对企业经营带来的影响，三大运营商在经历 3G 元年的澎湃期之后，无论投资、网络建设还是企业内部管理都需要做出适时调整。

让我们期待 3G 时代新一年的到来。来源：通信信息报 2009-12-29

[返回目录](#)

商务部 2010 年将完善促进软件出口措施

商务部部长陈德铭表示，要推动重点领域服务出口。完善促进软件出口的政策措施，加强全国软件出口创新基地建设。

陈德铭在 12 月 24 日举行 2009 年全国商务工作会议上做了上述表示。陈德铭还表示，要稳定进口促进政策，清理进口环节的不合理限制，敦促美欧放宽高技术出口管制，扩大先进技术、装备、关键零部件和国内紧缺物资进口。来源：中国软件资讯网国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

运营商诋毁竞争对手收购对方号卡将遭查处

针对一些企业以排挤竞争对手为目的，收购竞争对手终端设备、SIM卡以及手机电池等，进行不正当竞争的事情，工信部下发文件要求各省通信管理局相应处罚，并予以通报批评。

工信部要求停止不正当竞争行为

工信部相关文件表示，目前存在一些企业采取诋毁竞争对手、对比宣传等手段，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉，在网络覆盖、网络性能、服务功能、资费价格以及手机终端发射功率等方面捏造事实或传播虚假误导信息等不正当竞争行为，对此，各通信管理局要坚决纠正，并给予相应处罚和通报批评。

同时，工信部相关文件指出，当前个别地区的电信企业在业务开展过程中出现网间主叫号码传送不规范，并引发了网间结算争议。还有部分电信企业因为网间结算存在分歧而延误网间扩容，导致网间通信质量下降，影响用户通信。

工信部要求，各电信运营商要严格执行网间结算政策，不得以任何理由、任何形式恶意逃避、套取网间结算费用。对于目前尚未互联的业务，互联双方要积极协商，做好网间互通的研究、准备工作。对于已经互联但存在结算争议的业务，互联双方要以行业发展和用户利益为重，优先采取扩容等有效措施，保障网间通信畅通，不得以结算为由拖延网间扩容，影响网间通信质量。

要求控制套餐数量

工信部通知还要求，各电信运营商要规范电信资费方案管理，资费方案应简单清晰、通俗易懂，进一步维护好消费者合法权益；继续控制好资费方案数量。

关于各电信运营商捆绑电信业务的套餐，工信部要求制定这种捆绑套餐进行销售的前提是，必须另外提供包内各单项业务单独的资费方案，供用户选择。捆绑业务资费方案应通俗易懂，计算简单，并分别列出必须消费的总费用、套餐包内各业务的通信量和包外各业务的单价，便于消费者分析、比较、选择和使用。

工信部的文件还称，资费宣传应全面准确，尽量简化资费结构，不应模糊使用条件、夸大优惠幅度。不得出现名不符实、易引起用户误解的宣传。

来源：新浪科技国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

【国际行业环境】

澳大利亚立法促进 FTTH 发展

澳大利亚宽带，通信和数字经济部部长，参议员 Stephen Conroy 今天公布全国宽带网络建设法案草案供社会各界评论。这一光纤网络电信法案将会对澳大利亚原有的 1997 年电信法案进行补充，方便宽带，通信和数字经济部进行光纤接入网的投资。Conroy 表示使用传统接入技术连接新建建筑和住宅是不符合提高生产率的要求的，特别是今后还要花费更多的钱拆掉这些线路。澳大利亚政府希望确保人民从搬入新家的第一天起就能获得超宽带网络的服务。澳大利亚政府的新房 FTTH 建设计划建立在业界对于光纤网络更多的期待之上。最近几周内他就先后见证了 Forde 和 Alamanda 两地 FTTP 网络的启动。目前该法案的草案可以在澳大利亚宽带，通信和数字经济部网站上看到。

来源：光纤在线国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

英国手机“扫黄”靠行业自律

近年来，科技进步使得越来越多的青少年可以通过手机上网。为避免青少年受到色情暴力等不良信息毒害，英国手机网络运营商联合通过了行业自律条例并建立了独立的监管机构，其结果卓有成效。

必要时屏蔽部分内容

早在 2004 年，英国市场上主要的手机网络运营商，包括沃达丰和维珍移动等，就联合发布了一份关于手机上网内容的行业自律条例。2009 年 6 月，他们又发布了最新版的《英国关于手机新形式内容的自律执业条例》。

这份条例规定，手机运营商必须对他们所能影响的手机网站的商业内容进行分级标注，这种分级与电影杂志等领域的分级规定相一致，即标明哪些内容涉及色情或暴力，不适合年龄在 18 岁以下的青少年观看。

对于有些手机网站，手机运营商只能提供上网渠道而不能影响其内容，那么他们必须采用技术手段屏蔽不适合青少年观看的内容。

对用户进行“年龄确认”

为了确保这种分级屏蔽能够实施，条例规定，可以采取“年龄确认”方式控制手机用户可访问内容的范围。手机用户只有在购买手机卡时出示年龄证明，或者通过其他方式证明自己超过 18 岁，才能获取那些受限内容的访问权。

条例还规定，手机运营商应该向孩子父母提供有关手机上网等方面的技术辅导，以便使上述青少年保护系统能够更好运作。

此外，英国各大手机运营商还联合成立了一个“移动分级独立机构”，专门负责对手机上网涉及内容进行详细分级界定，并接受消费者投诉。如果有家长认为孩子通过手机接触到本应该被屏蔽的信息，便可以告知该机构，展开进一步调查。

网络监管颇具成效

英国依靠行业自律管理手机网络，是建立在依靠行业自律管理整个互联网的大背景下的。1996年，英国贸易和工业部组织主要互联网服务提供商和警界代表，成立了互联网行业自律组织——网络观察基金会。网络观察基金会的主要职责是对网络内容进行分级标注并接待投诉。在收到用户有关非法网络内容的举报后，该机构会进行评估；如果认定是非法内容，则会通知相应网络服务提供商将内容从服务器上删除，并根据情况将问题移交给相应执法机构处理。

英国的这种网络监管机制颇具成效，目前不论是一般网站还是手机网站，都对青少年较为“清洁”。来自网络观察基金会的数据显示，在公众对网络举报制度日益熟悉的情况下，2008年，对非法网络内容的投诉总量下降了3%。

来源：新闻晨报2009-12-29

[返回目录](#)

韩通信委：通过智能手机发展无线互联网

韩国政府明年将积极促进智能手机市场发展，由此手机产业以及无线互联网产业也将迎来突破性的转折点。

本月21日，韩国通信委员会在向总统进行的工作报告中明确了拟通过扩大智能手机的应用来发展无线互联网产业的方针。通信委计划明年将可直接接入无线互联网的智能手机使用率由今年的14%提高到24%，并积极扩大全国WiBro网的建设，大幅提升WiFi的覆盖地区。除此之外，还计划通过推出智能手机专用资费标准和下调无线数据业务资费等方式，大幅缩减通讯费用，同时通过搞活应用市场，为营造公平的内容收益分配环境予以积极的政策支援。而且韩国经济部也正在对明年起将政府项目中使用的PDA手机转换为智能手机的方案进行评估。

当韩政府表明要通过智能手机积极促进无线互联网的方针后，通信行业内有关无线互联网的各种举措明显加快。三家移动运营商已经确定了将在明年大幅扩

大智能手机销售的计划，其中 SK 电讯明年将上市的 55 款手机中，最多有 16 款将为智能手机，KT 和 LGT 也计划明年分别推出 10 款和超过 5 款的智能手机。

韩政府的政策驱动与移动运营商的市场战略相吻合，因此韩国无线互联网市场预计将呈现快速增长势头。来源：通信产业网 2009-12-28 [返回目录](#)

德国电信新战略将加强结盟及投资

12 月 28 日，据国外媒体报道，德国电讯 (Deutsche Telekom) 执行长 Rene Obermann 对当地一家杂志表示，公司的一项新战略正谋划进一步合作和投资事宜，以迎接电视、互联网和移动通信网络日益融合的趋势。

Obermann 在接受明镜周刊采访时说：“最重要的是，新的 Strategie 2.0 计划将更加有力的突出我们在互联网服务方面的成长前景。未来我们将加强自身的产品开发，以及扩大投资与合作。”

作为欧洲最大的电信集团，德国电讯 11 月同意以 2.75 亿欧元 (3.936 亿美元) 的价格收购 Freenet 旗下的互联网服务公司 Strato，成为德国第二大网络托管 (web-hosting) 产品运营商。

Obermann 透露，这项由几个工作小组开发的新战略将在 2010 年年初揭晓。

11 月，德国电讯旗下的 T-Mobile UK 与法国电信旗下的 Orange 签署协议，合并双方在英国的业务并组建合资公司，预计可节省逾 40 亿欧元。2009 年早些时候有媒体报导称，德国电讯也正在寻找美国移动通讯业务的合作夥伴。

消息人士曾对路透表示，德国电讯对美国移动业务部门的各种选择均保持开放的态度，并且还未接近完成有关该部门的中期决策。

Obermann 还表示，2009 年德国电讯在美国的投资金额超过了 30 亿美元，并表示在未来这一投资水平是“不切实际的”。

“我仍然看好美国的成长前景，尤其是移动互联网市场。我们希望加以利用”，Obermann 说。来源：搜狐 IT 国家信息中心 2009-12-29 [返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

通信业国际化遭难题 华为中兴印度抗辩

中国通信企业在金融危机的背景下仍然能在全全球市场“攻城略地”无疑成为全球电信行业的一抹亮色，在所有国人都为其欢欣鼓舞的时候，中国通信企业也开始迎来新的烦恼：那些可能兴起的反倾销障碍。

经历了初期开拓市场的种种艰辛之后，中国通信企业逐渐在海外市场站稳脚跟，特别是发展中国家为主的新兴市场。不过，随之而来的可能是新的困难和新的障碍。

事实上，业内人士还能明显感觉到，这一年以来，除印度市场之外，比如欧洲、北美等市场，中国企业也在面临越来越多的隐性阻力。上述人士透露，欧洲一家运营商就曾向这家企业暗示，如果份额过高有可能启用其他的一些限制条款。

一次试探？

在印度财政部宣布将对国产的同步数字传输设备（SDH）征收临时反倾销税之后，商务部已经要求受到印度反倾销冲击的中国通信企业准备材料，汇总后再向印度政府提出异议。

记者日前获悉，印度商工部于12月21日向中国驻印使馆经济商务参赞处发出函件，并于21日下午3点在印度反倾销局的141会议室就原产于中国和以色列的SDH设备反倾销调查举行听证会，华为、中兴、烽火、上海贝尔等相关企业均可参加。

不过，昨天记者再次向相关企业了解具体进展时，对方均表示，在听证会之后，目前还没有新的进展。

长江证券分析师陈志坚表示，SDH属于早期的光传输设备，应用于城域网组网，适合以语音通信为主的2G时代。而进入3G时代后，随着IP数据流的迅速增加，全球主流光传输设备已经逐步从SDH向MSTP和PTN演进。以全球最大移动运营商中国移动为例，华为在其SDH设备市场的份额高达70%，但其也在向PTN进行转换。

而印度之所以针对SDH设备进行反倾销是因为印度电信制造业的实力一直较弱，在光通信领域，印度厂商只能生产低端的SDH设备，而PTN、DEDM等高端设备，均需依赖进口，因此印度政府出台了这样一则反倾销政策。

记者查阅资料发现，据印度商工部统计，2008年4~9月，印度从中国进口的SDH产品价值为2.43亿美元。如果照此估计，中国一年出口印度的SDH设备约为5亿美元，而华为和中兴都是中国开拓印度市场的主力，按照其上一年在印度销售约10亿美元和17亿美元的销售额计算，5亿美元也是个不小的比重。

不过，国泰君安分析报告认为，中兴在印度销售的SDH产品2008年收入仅200万~300万美元，中兴印度市场收入在总收入中比重约14%，因此这类产品只影响中兴总收入的0.05%。而华为相对受影响较大，其出口印度的SDH产品约为上千万美元。此外，烽火2008年SDH产品约500万美元，在总收入中的比重也只有1%。

一位通信企业内部人士表示，相对于无线产品，SDH等传输产品虽然也很重要，但并不是一个企业最赚钱的部分，这有可能是印度政府的一次“试探”，摸清中国政府和企业如何应对之后可能还会拿其他更主流的产品“开刀”。

只是开始？

“印度市场的反倾销只是开始，进入2010年，中国通信企业将面临多重考验，包括国内投资的下降、知识产权的隐患以及国外市场的壁垒。”一位设备商人士表示，经过了多年的高速发展之后，已经逐渐成熟的中国通信企业将经历成长的阵痛，而且从某种程度来说，知识产权将成为更大的隐患。

由于印度的手机用户已经突破5亿，几乎直追中国市场，但印度几乎是全球竞争最激烈的市场，印度市场的价格几乎就是全球最低价，这让中国企业的成本优势得到发挥，却也引来了印度本土企业的不满，中国企业在开拓印度市场时，面对的困难和阻力远高于西方国家。

反倾销律师蒲凌尘表示，这次印度针对中国SDH产品征收临时性反倾销税一案，这只是一个初裁决定，按照WTO的规定，初裁之后都有一个申诉期，从初裁到终裁最长不得超过18个月，如果申诉成功，对方有可能收回裁定。

但据记者了解，早在2008年4月，印度就对相关产品的反倾销发出了通知，并于2008年4月到12月进行了反倾销立案调查，并最终在9月做出了肯定性终裁，12月8日是正式执行日期，可变化的可能其实非常小。

蒲凌尘表示，其实中国企业需要提高面对海外贸易纠纷的维权意识，当产品出口到一个市场受到当地法律阻碍或者遇到诸如贸易保护措施时，可以充分地维权，这才是改变中国企业海外市场障碍的最重要手段。

记者在跟华为、中兴的相关人士进行沟通时，其内部人士也表示，这次小范围的反倾销不会影响中国企业在印度市场的拓展，特别是印度政府将于1月14日进行的3G牌照发放，将会对中国企业形成新一轮投资高潮和商机。

不过，对于今后可能更多出现的知识产权纠纷和贸易壁垒，还需要中国通信企业以更丰富的经验和更灵活的策略去面对，当然最重要的还是未雨绸缪，早做准备。来源：腾讯科技国家信息中心 2009-12-24 [返回目录](#)

通信行业：上半年看设备商 下半年看运营商

电信收入低速增长，逐步回升中。2009年 1-10月份，电信主营业务收入累计完成 6989.1 亿元，比上年同期增长 3.4%，逐月上升。我们预计 10 年全年电信收入逐步恢复增长，增长率逐步向增速靠拢，未来 2 年复合增长 6% 以上。移动和宽带用户的成长仍是行业增长的驱动力。

通信设备行业景气持续。大规模电信投资驱动通信设备行业业绩确定性成长，设备行业处于景气周期。电信设备商收入确认通常有 3-6 个月的滞后期，在 09 年下半年电信投资继续加大的形势下，将对 09 年下半年和 10 年上半年设备商的业绩形成支撑。因此，我们继续看好通信设备上的景气延续。

带来接入网增长机会。宽带渗透率 7.5% 左右，宽带接入速度在 2M~4M / 秒左右，仍有巨大上升空间。我们预计，10 年开始，在移动宽带化和 FTTx 规模建设下，将推动接入网建设快速上升。

移动互联网将伴随 3G 快速成长，空间巨大。3G 网络建设、移动宽带化推进和 3G 业务推广将是移动互联网快速发展的驱动力。

未来几年，基于 3G 的手机移动互联网业务将快速发展，推动移动增值服务市场快速增长。预计 2011 年国内移动增值服务市场规模超过 2000 亿元，未来 3 年国内市场复合增长 22.5% 左右。

行业估值。从动态估值看，09 年动态 PE34.5 倍，10 年动态倍，基本处于合理区间。高额的电信投资使得 10 年行业盈利增长仍然相对乐观，尤其是 10 年上半年值得期待，通信设备及服务行业将保持较高的溢价率水平。重点关注个股。关注低估值且确定性成长的设备商中兴通讯、武汉凡谷，光通信公司烽火通信、亨通光电等。关注网优覆盖公司三维通信，增值服务商拓维信息及基本面反转的大唐电信。10 年下半年，重点关注受益于 3G 用户增长驱动的中国联通。同时，关注受益于飞信用户快速增长驱动的新股神州泰岳。

来源：爱建证券研究所国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

消息称东芝将斥 22 亿美元扩大 NAND 芯片产能

据国外媒体报道，消息人士周一透露，东芝或投资 2000 亿日元（约合 22 亿美元）将 NAND 闪存芯片产能在 2010 年 4 月份时提高约 40%。

消息人士称，东芝计划将设在日本四日市工厂的 300 毫米闪存芯片产能从目前的每月 26 万片提高至 36 万片。此外，该公司还计划于 2012 年前在半导体业务方面投资 5000 亿日元。

来源：新浪科技国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

【中国移动】

为什么中国移动的南方基地如此重要？

24 日，中国移动南方基地将宣布正式启用，这个规划了三年的基地，将在中国移动一把手王建宙以及副总裁李跃、刘爱力，工信部的官员等共同启动下宣布正式运营。

为什么这个南方基地会显得如此重要？百思不得其解，花了很多时间进行揣摩猜测，也许如下：

1，运营支撑系统的集中化管理是未来运营商的命脉？！这貌似决定了“服务”能否提供得规范化、标准化、品质化的关键。而“服务”则是运营商未来决胜市场的关键。

2，一个基地控制全世界的业务，这是 Google 服务器基地正在实现的事情，中国移动要想把战线拉长，必然也得如此。

3，在信息安全方面，支撑系统的分散式布局是低档次的，因为，没有备份的信息存储无异于与并不 100% 靠谱的电源和其它不可抗因素开玩笑。集中式管理则可以让无数的信息数据多处备份，以防万一。

4，再上升到更高层的意义，也许，关系到了国家战略和国计民生，这个只可意会不可言传。

5，中国移动整理全国上下的资源成“一个中国移动”花了很多年，成立南北基地是最后在运营管理上实现了集权？从目前看，技术条件已经成立。

6，中国移动在全球开展业务，但是支撑系统在国内，这是非常好玩的事情，如果其它国家或者地区如日前热炒的域名黑白名单事件的幕后者一样，中国移动岂不是得伤心地歇菜？至少，必须提醒中国移动，尽量不要在某主义国家开展业务，呵呵。

有了这些揣测，同时又冒出了很多问题，支撑系统的集中化在享受集中化管理优势的同时，必然不可以忽略几个严重的问题：

1，就像 Google 的服务器基地一样，堪称伟大的耗能让 Google 不得不去开发风能、地热能，甚至打算把计算机中心建立在水库边上。中国移动也打算这样吗？当然，也许，中国移动的南方基地和 Google 的计算机中心还相差甚远，但是趋势是在的。

2，运营支撑系统集中以后，降低了分散式存在的风险以后，其实本身也增加了很多风险，毕竟，捣毁一个大的和捣毁若干个小的系统，对于黑客或者不确定因素来说，都只是概率问题。

3，为什么一个基地会耗时 3 年之久才能建起来？这到底是个什么样的基地？中国移动在其中又注入了什么样的思想？也许，摸索了很久很久的智慧结晶全都在这里了。

4，上周北京创新基地落成，其实就是与南方基地相呼应的北方基地，为啥位于昌平区的北方基地如此低调？

5，若干年以后，中国的电信运营商市场会是什么样的？

来源：鞭牛士国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

中国移动启用南方基地 总投资逾 66 亿元

“中国移动将借助南方基地实践‘走出去’的发展战略。”这是中国移动总裁王建宙昨天出席“中国移动南方基地集中化支撑系统”开通仪式时的表述。据悉，该系统已可实现对中国移动西藏公司、香港公司，以及远在巴基斯坦的辛姆巴科公司提供异地远程支撑服务，提高其运维支撑水平和效率，在集团内部实现了服务外包。此外，王建宙还披露了鲜为人知的中国移动“北方基地”战略，该基地将位于北京昌平，正式名称为北京国际信息港，一期建设面积 45 万平方米，用地 1321 亩。

“这是中国移动第一次实现对子公司的远程监控管理”，王建宙表示，对服务外包的探索，符合国家对创造现代服务业出口的战略目标，也为中国移动“走出去”战略提供了新的机遇。

据悉，中国移动南方基地总投资超过 66 亿元。按照中国移动的整体布局，南方基地将发展成为中国移动 IT 网络支撑、产品研发、产业集群推进、合作交流等四大中心，同时还将成为新产品研发以及信息服务产业集群基地。工业和信

息化部副部长娄勤俭则表示，中国移动南方基地集中化支撑系统的开通，对中国通信行业具有典型的示范意义。

根据规划，南方基地一期工程基建用地约 630 亩，建筑面积 17.6 万平方米。据悉，规划之初，南方基地就确立了“115”产业带动计划：1 个基地、10 个国际级技术研发中心、500 家信息服务企业。

值得注意的是，王建宙还特别提到，已在南方基地及周围地区预留了大批低成本的土地，为广大合作伙伴建设产业园区做了最重要的土地储备。据了解，中国移动此举目的是在形成以南方基地为核心，吸引内容提供商、系统集成商、设备供应商、服务提供商、终端制造商在周边建设科技园的信息产业孵化园区。

据中国移动广东公司透露，目前南方基地六大愿景已初具雏形：集中支撑平台、信息创新引擎、产业孵化园区、网络文化高地、服务外包基地、低碳化生态谷。

来源：南方都市报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信：已到难得买入时机

事件说明：三大电信运营商于 12 月 21 日晚间公布了 11 月份运营数据，以下是我们对此的点评。

移动新增市场中国电信占比稳住三分之一，中国联通用户增速预期之中。中国联通新增移动用户 140.6 万，其中 3G 用户 80.1 万，基本符合我们上月对联通每日新增 5 万用户判断；中国电信新增移动用户 307 万，稳住三分之一的市场份额；中国移动新增 457.9 万，继续占据市场首位。我们认为，中国联通的新增移动用户数在 11 月以来的强烈营销攻势下确实有所起色，但仍然需要跟踪观察这种增长趋势持续性。

3G 用户数呈现较快增长，但 3G 用户对收入的影响仍时机未到。本月中国移动累计 G3 用户数达到 297.6 万，中国联通累计 3G 品牌 W0 用户数达到 182.2 万，中国电信未公布天翼 3G 用户数，我们预计数字相对较高；我们认为，3G 用户目前无论是从用户数量还是可供使用的 3G 业务数量的角度来看都还难以影响运营商收入。

新增宽带用户数中国电信显稳健态势，中国联通回落较快，但在 3G 无线宽带用户上有所拓展。由于季节性因素本月宽带用户数量然呈现下滑态势，总体来看，中国电信新增 69 万户，与上月新增基本持平，显稳健态势；中国联通仅增 32.5 万户，回落较快，但中国联通在 3G 用户中本月有 20 万的新增无线上网用

户；我们认为，运营商的接入网带宽优势和业务推广能力和客结构将决定其宽带业务方面的持续增长情况，从未来发展的角度来看，宽带化必然是发展趋势。

固网保持继续流失态势，中国电信剪刀差优势。本月中国电信固网流失用户数为 184 万户，比上月流失数略有增加，中国联通固网流失用户数为 125.2 万户，比上月 94.7 万户增加较大；我们认为，虽然固网流失在持续，但不同的运营商体现出来的移动市场新增的用户与固网流失数的剪刀差趋势有所不同，根据我们的分析，中国电信剪刀差体现出较大优势，将有可能更多的获得全业务运营所带来的好处。

投资建议：11 月中国联通运营数据基本达到我们在 10 月份数据点评中提到预期，维持中性评级，我们建议持续跟踪中国联通（600050. SH）数据的情况，以抓住运营数据若持续向好带来的价值重估机会；我们上调中国电信（0728. HK）至“买入”评级，我们认为中国电信运营数据表现良好，而昨收盘价 3.15 元，P/B 仅为 1.06 倍，考虑电信资产的垄断性和不可复制性，中国电信已到难得买入时机；对于中国移动可逢低关注。

风险提示：监管风险、竞争风险、运营能力风险、技术风险。

来源：湘财证券国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

天翼业务凸显差异化服务优势

作为侨乡和“品牌之都”，泉州的 3G 发展始终备受关注。在差异化和融合服务成大势所趋下，泉州天翼进行的“信息革命”充分发挥自身网络和业务优势，为企业信息化提供了个性化、一站式的综合信息服务

海西先行，信息先行。作为著名的侨乡和“品牌之都”，泉州的 3G 发展一直备受关注，企业的信息化意识和需求也十分强烈。针对这一情况，中国电信泉州分公司充分发挥综合信息服务提供商和天翼 3G 率先实现全市深覆盖、广覆盖的优势，以天翼 3G 与固网、宽带互联网等电信全业务的融合，打造推出差异化的信息化解决方案，为企业信息化提供个性化、一站式的综合信息服务，受到企业青睐。

可以说，信息化管理战略是企业业务发展战略的延伸，信息技术已经成为新经济时代提升制造业竞争力的必要条件。融合、转型、演进，宽带业务仍然是电信运营商的蓝海。

在这样的趋势背景下，如何能使企业信息化继续前行并成为推动经济发展的主要动力？中小企业又该如何把握历史机遇做大做强？这些成为运营商和企业都需要重点思考的问题。

“数字厂区”风行泉州制造业，办公室大闹“信息革命”

当前，企业迫切需要精打细算、量入为出，迫切需要及时响应客户需求，严格控制成本，提高业务流程效率，信息化建设显得尤为重要。经过了解，中国电信泉州分公司与侨乡企业签订了一揽子信息化协议，天翼“展翼”助推企业加快信息化建设。GOTA 超级对讲机、商铺管家、天翼无线宽带，乃至一些信息生活的业务，诸如 ITV、企业一卡通等都已经在大中型企业使用。

从综合数据来看，据了解，目前泉州天翼用户已超 60 万户，全市“数字厂区”客户也已达到 2000 多家。中国电信晋江分公司现在服务于晋江市 8000 多家企事业单位，数字厂区的企业客户达 400 多家，天翼业务的企业客户达 500 多家。在中国电信晋江分公司的企事业客户中，使用 ITV 业务的有 358 家。

从具体企业信息化进程来看，一揽子信息化方案支撑企业业务扩张，“数字厂区”风行泉州制造业。“信息绿岛春来早，一桥飞架添新翼”成为企业用户最大也最深刻的体会。

始创于 1981 年的金鹿集团至今已发展成为跨地区、跨行业、多元化经营的经济实体，但随着企业规模的不断壮大，企业内部的协作配合和办公效率的提升也面临越来越多的难题。中国电信泉州分公司“数字厂区”建设让企业实现了天翼协同办公的超时空管理。

目前，该集团管理层已全面实现天翼办公，人手一张天翼无线上网卡、一部天翼 3G 手机，集团平时文件收发、会议通知、公司通告等都通过该平台实现。

差异化融合服务让企业轻了“背包”鼓了“腰包”

随着时代的发展和技术的演进，单一的服务已不能满足用户的需求，融合服务成为大势所趋。跟别人都一样的融合服务已落入平庸，有针对性的个性化服务为企业开启了差异化的信息化应用之门。

企业开支节省了，效率提高了，“腰包”自然鼓起来了。泉州某公司是一家商贸连锁公司，位于晋江的旗舰店客流量大，对综合信息化服务需求也日益增加。中国电信泉州分公司及时根据该公司当前的通信使用情况，为其提供技术支持并有针对性地大胆创新。通过借鉴资源置换经验，中国电信泉州分公司用价值 5.5 万元的企业定制化 OA 和商务短信置换该公司提供的 3 大版面广告牌和 3 辆公交车的车身广告。通过合作，充分发挥双方的资源优势，实现价值共创和双方共赢。

此外，中国电信泉州分公司还潜心研究不同客户的需求点，以设计信息化综合方案。如充分利用天翼全国漫游接听免费等优势，将连锁企业各分支机构的固

定电话、小灵通、天翼手机组建成跨区域虚拟网，实行短号互拨免费，节省通信开支，同时融合企业总机、会易通等总机服务应用，构建统一通信平台；运用天翼的车载定位功能方便对运输公司车队的管理调度；利用天翼推出超级对讲机业务，方便酒店、超市等内部员工相互沟通，等等。

应该说，在信息无所不在的时代，信息创造财富的社会经济活动将会使信息需求越来越大，这又必定推动通信信息业更好更快地发展。

升级系统保障信息安全，助力企业战略转型

有了信息化，企业还需要更加匹配并不断进步的信息化；节省了开支，企业还需要更大程度的效益提升……企业总是在不断转型升级中做大做强的。毋庸置疑，广大企业以低成本、零维护方式快速切入信息化建设，这将降低全社会企业信息化总成本，推进企业信息化发展。

泉州某集团是福建知名企业，力求改变单一的业务经营模式谋求多元化发展。中国电信泉州分公司根据该集团的企业特点和实际情况，先为其提供“语音+光纤+广域组网+高级管理员工宿舍团购ITV+全球眼”等业务，后又促成该企业内部网络的互联，建立企业数据中心，实现企业的办公自动化、财务集中管理、信息资源共享以及ERP、CRM系统运行等。同时，为其提供“电子广告”以方便业务宣传。一系列企业信息化建设，为该集团多元化战略走向更大更强打下了坚实基础。

实际上，这只是一个代表一个缩影，信息技术助力泉州企业发展信息化、实现战略转型是共性。目前在泉州地区，诸如天翼手机之类的新业务，已经落地生根，很多普通员工以及全部中层领导都是天翼手机用户，把信息化看得如此之重的各种企业已不在少数。他们对信息化的理解或许正是企业成功的法宝。

相对应的，电信企业的辛勤努力和付出也必不可少，泉州天翼的融合优势和差异化信息服务也在助力企业发展中不断凸显并越发改进。可以预见，电信运营商与企业携手信息化将为海西注入更多的新活力。

来源：通信信息报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

观察：中电信需要资源整合能力

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 终端产业链从去年的大约 50 家厂商扩大到现在的 200 多家，CDMA 手机在售机型从去年 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记者，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：通信产业报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

中国电信正式引入黑莓手机 3G 时代正牌军将打败山寨机？

3G 时代，迥异的市场，不同的玩法。今日，一则“中国电信和加拿大 RIM 公司本周终于达成黑莓手机销售协议”的消息备受关注。当日晚，中国联通广东公司高层选择在公司赞助的一场音乐会开始前，将演讲稿装在 iPhone 中阅读。8

年前，中国手机市场就有诺基亚、摩托罗拉、联想、康佳等品牌。8年后，iPhone和黑莓却代表了一种潮流——它们不但受运营商宠幸，更受到用户的热烈关注。传统洋品牌巨头们意兴阑珊，开始将宝押在技术突围上。至于处境更为尴尬的国产手机，现阶段则依然只能靠硬件销售，希望能实现乱世突围。

中国电信正式引入黑莓手机

上周，中国电信和加拿大RIM公司本周终于达成销售协议，将在中国市场销售黑莓手机和提供服务。这是继中国移动和RIM公司签署协议后，第二家提供黑莓服务的中国运营商。中国移动拥有软件商店MobileMarket支持下的各品牌一众高端手机，中国联通则将苹果iPhone的广告刷满了北上广的公交车站，这无疑让3G用户增长速度最快，却始终缺乏尖刀产品的中国电信如鲠在喉。

于是，与“苹果”iPhone同属“水果”派的RIM黑莓手机与中国电信结合，被视作在3G手机高端市场，实现三大运营商平衡的关键一步。

市场调研机构IDC 11月统计报告数据显示，过去10年间，RIM卖出了6500万部黑莓手机。在中国市场，虽然早在2006年，中移动就与RIM达成协议。但由于种种原因，黑莓在中国并未生根。IDC称，去年黑莓在中国智能手机销量中的份额不足1%。据了解，在此次与中国电信达成协议之前，RIM 4月将中国代表处升级为分公司，总部设于北京，同时在上海、广州等地设立办事处，更将中国区从亚太区单独剥离出来，直接向全球总部汇报。

土、洋品牌寻找新位置

先是iPhone，再到黑莓。国内运营商将这些“新军”奉为座上宾，无疑让国内手机市场原本的两股势力——洋品牌和国产品牌开始重新审视，哪里才是自己的新位置？

运营商视苹果黑莓为救世主，国产手机则视黑莓们为洪水猛兽，甚至认为，一旦“黑莓”+“苹果”+“胖梨”（Palm）的水果派成为运营商3G正餐，将对国产手机产生毁灭性打击。在3G智能手机应用为王的技术竞争时代，几乎没有哪家中国企业有过深厚的技术积累和应用技术独自开发的经验。

面对3G应用，诺基亚、三星、摩托罗拉、索爱等巨头都无所作为，更何况依靠联发科的集成芯片组装成型的国产品牌？所谓运营商深度定制，便沦为了iPhone、黑莓、Google、微软、戴尔等巨头再次称霸移动互联网的工具。“眼下，中国联通倾尽资源都在iPhone身上，中国移动和中国电信一旦“黑莓”到手，必然跟进，Google和微软、戴尔等巨头的产品也将成为三大运营商的盘中主食。深度定制对中国手机产业的打击将是毁灭性的，国产品牌所谓的3G崛起论只能是望“洋”兴叹。有业界人士如此分析。

与此同时，洋品牌的打法也开始出现转变。记者获悉，摩托罗拉今日将与中国电信联手推出基于谷歌 Android 系统的顶尖智能手机。与谷歌的紧密合作，已成为摩托罗拉全球重要战略之一。依旧占据国内份额首名的诺基亚，一方面加大互联网应用的业务比例，另一方面则联手英特尔在新硬件技术上做文章，以求“软硬兼施”，在 3G 无线通讯领域继续称王。

来源：南方都市报国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通连续放量 大盘疲弱人心涣散

经历近期连续大跌后，周三 A 股市场艰难收高，深证成指创近 3 周以来的最大单日涨幅，上证综指也创近 7 个交易日以来的最大单日涨幅。其中上证综指收市报 3073.78 点，涨 0.76%；深成指收市报 12813.29 点，涨 1.31%。尽管超过九成个股上涨，但两市仅成交 1507 亿元，较周二萎缩近一成，特别是大盘股依然疲弱不振，显示人心涣散。鉴于上证综指仍收于半年线之下，短期市场走势仍具不确定性。不过，盘面上仍有值得关注的地方。

1 指标股 中国联通连续放量

金融、地产两大品种连续杀跌是大盘连续下挫的主要动力。从前期宝钢股份开始，到近两周中国石化不断护盘，再到近两日中国联通连续逆市走强，仍表现出不断有大资金出没的迹象。从形态上看，中国石化和中国联通均处于长期均线附近，如果短期均线上穿长期均线，并伴随着量能放大，就值得注意了。

2 电子、通讯股 机构主导概念扩散

周二通信类板块全线上扬，周三两市最早涨停的品种依然是长江通信，并且强势品种开始由通信类向电子信息类及 LED 概念扩散。值得注意的是，通信以及电子信息板块自本月初以来就受到机构资金的集中出击，卫士通、南天信息、士兰微、大唐电信先后被机构突击拉高建仓，再不断出击天音控股、法拉电子、拓维信息等品种，昨日连大市值的同方股份也出现放量上扬。值得注意的是，近期该板块有增发题材的彩虹股份、深纺织、综艺股份等走势也格外强劲。

3 商业股 行业景气轮番补涨

与金融、地产、有色板块易受政策影响不同的是，大消费概念中的商业股由于逐渐步入一年中最大的黄金收获期，而不断轮番上扬。昨日在上海九百涨停后，同城的益民百货、友谊股份、新世界等也出现联动，同时南京新百、杭州解百、

西单商场等一批中价品种也一直保持良好的盘升趋势，与大盘的连续破位形成明显的对比。

关注机构动向顺势而为

从技术角度来看，一般在指数跌破重要的中长期均线后，至少应该出现一次反抽后，才会有比较明确的方向性选择，而在指标股屡屡护盘之下，出现连续的单边下行的概率就相对较小。在指数的来回振荡中，主力资金的调仓迹象就值得关注，这也是眼下局部性的机会所在以及未来方向性的一种提示。而在市场观望气氛较浓的氛围中，往往指数稍有稳定，就会出现突发的强势品种，再引发板块联动，而板块的持久力则取决于强势品种的力度。因此，把握机构的资金动向，关注与指数逆向而行的多头板块，适当调整短期获利的空间值，顺势而为应是主要策略。来源：新快报国家信息中心 2009-12-25 [返回目录](#)

联通百亿投资宽带升级 年底 80%用户 2M 以上

中国联通宣布，总体投资超过百亿元的全国宽带升级提速工程进展顺利。计划到 2009 年底，超过 80% 的用户使用 2M 以上的宽带。

截至目前，包括上海、天津、广州、沈阳、青岛、哈尔滨等在内的 31 个示范城市正在大力推进宽带升级提速工程。

中国联通于 2009 年 8 月份启动了全国宽带升级提速工程，工程重点加紧进行了光纤接入覆盖（FTTx）项目的建设，计划到 2009 年底，超过 80% 的用户使用 2M 以上的宽带，部分城市的用户将能享受到 4M 或更高速率的宽带服务。

根据近两日公布的统计数据，2009 年 11 月，联通宽带用户增加 32.5 万户，宽带总用户数目增至 3833.1 万户。中国联通有关负责人表示，伴随着新一轮的宽带升级，将有力地推动中国宽带数量、网络数量的激增。一些基于高宽带的應用将被越来越多地开发出来。

中国联通同时透露，还将为用户提供丰富的融合式全业务产品。如家庭音视频应用（宽带体育、宽带教育等）、游戏娱乐、生活类应用（网络冲印等）等。目前，这些高宽带应用业务已经分区域分产品推向市场。届时，在高宽带支持下的用户，可通过互联网畅享高清视频、可视电话、网络音响等各类网络应用。

来源：凤凰网国家信息中心 2009-12-23

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴称将角逐印度 3G 市场对未来有信心

针对印度市场的一些变化，中兴通讯印度公司总经理黄达斌近日表示，将角逐即将到来的印度 3G 市场，并且非常有信心。

印度运营商照样用中兴设备

对于国内关注的近日印度市场的一些政策变动，黄达斌曾介绍说，2009 年在印度发生了几件事情。一个是安全问题，有人认为中国通信设备存在国家安全问题；二是最近发生签证问题，印度要求所有外国人都工作签证。

而近日，印度市场又有诸多变动，例如从 12 月 8 日开始，印度财政部宣布将对原产于中国的同步数字传输设备（SDH）征收临时反倾销税，最高为产品进口价格（CIF）的 236%。

对此，黄达斌之前表示，印度也召集运营商开会，但是，各运营商都强烈反对印度政府限制中国设备商，因为中国设备商从成本、质量等各方面都造成了依赖性，这个事情最后不了了之。欧洲运营商在印度子公司也照样用中兴通讯的设备，这说明市场主导还是在运营商手里。另外全球设备厂家现在也越来越集中了。

关于签证问题，他说，对中兴通讯而言，已经有 2000 人的本地团队，中国员工主要从事管理、谈判和技术培训、项目执行。另外，签证问题还是在可控范围之内——除了高管、财务等关键岗位是中国人，其余都可以是本地人。

对印度市场发展有信心

“这段时间关于印度的声音很多，对印度市场看法也很多，但从我的角度来看，还是非常有信心的”，黄达斌如此说。因为中兴通讯已经是中国 3G 设备市场份额最大占有者。

另据国外媒体报道，印度电信部长拉贾周一称，该国将在 2010 年 1 月 14 日如期启动 3G 电信服务的牌照拍卖程序。

拉贾表示，印度将拍卖四个无线频段。此前，印度政府已经向国有电信服务提供商 BSNL（Bharat Sanchar Nigam）和 Mahanagar Telephone Nigam 分配了一个无线频段。

对此，黄达斌说，中兴通讯在印度积累了丰富经验和品牌，有信心在 3G 角逐中占据有利位置，这将是全球在中国 3G 之后的又一个重要市场机会。

他认为，在 3G 时代，印度市场未来的发展，只会随着私有运营商和跨国运营商的壮大而渐趋合理，所以，生存下来、不断优化客户结构，机会就在未来。

黄达斌还说，“印度市场是全球竞争激烈的区域，规模大，竞争激烈，这是困扰我们的一个问题和最大挑战。但是，印度市场量大，对于任何一个想在全球有所作为的公司，都必须进去。没有一个全球设备巨头不投入印度”。

他同时表示，“印度对中兴通讯而言是单一国家最大海外市场，对爱立信也是最大的。而且，欧洲厂家在印度也一样必须适应低成本。各大设备商积极发展印度市场，可通过规模效应拉低在全球的成本”。

来源：挖贝网国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

中兴樊万鹏：物联网发展战略要面向人

通信世界：您认为我国物联网的产业发展将会经历哪些阶段？

樊万鹏：我们认为物联网的产业发展将经历典型应用示范期、规模成长期和全面发展期三个阶段。

在应用示范期，通过关键的一些应用，切实解决目前经济社会生活中存在的一些困难以及老百姓关注的一些热点问题，例如环境治理、智能交通、智能电力、公共安全、灾害防控、智能农业等。同时在这个阶段，能有效地探索出一个可复制的价值链合作模式和物联网产业规模化发展的模式，为物联网的规模应用做好探索。

在规模成长期，通过典型应用在全国各个省份、各个行业的复制，并不断实践一些新的物联网应用，加大物联网应用的深度和广度，通过物联网技术，快速提升我国的经济发展水平，节能减排，使我国的信息化在物联网技术的推动下科学、高效、快速发展。

在全面发展期，物联网技术将渗透到各行各业，所有物体都通过物联网进行连接，实现全面的互联互通，实现 Anytime、Anywhere、Anyone、Anything 的物联网世界。

现阶段，物联网的普遍形式是 M2M，M2M 本身指的就是 machinetomachine, machine to man ,man to machine, 在 ITU2005 年物联网报告里，认为“对电信业而言，物联网不仅是扩大现在在移动通讯和无线通讯领域成功的机遇，也是开拓新领域的机遇。在这样一个日益增长的技术化世界，我们必须确保以人为主作为指导我们举措的宗旨。在通往物联网的路上，只有面向人的战略才能获得成功。” 因此我们除了关注机器到机器，更应该关注机器到人，人到机器的通

信，充分利用人的体验，充分利用我们庞大的手机用户群的资源优势，充分发挥我们电信运营商的电信能力，实现人和机器，机器和人的充分的互联互通，这样物理网的应用才会比较容易成功。

通信世界：现阶段，我国物联网产业的发展有哪些主要问题？

樊万鹏：近几年，我国的物联网的应用在全球的市场来看，是发展非常迅速和领先的。但前期由于缺乏统一的标准，因此目前的很多物联网应用仍处于厂家各自为阵的状态，终端厂商、应用厂商、集成商无法有效分工协作，产业分工不能细化，影响整个产业规模化发展。

同时，物联网表面上看是物理事物的通信连接，但其核心是信息的互联和融合，这是物联网的另一个主要特征和核心理念。但是，目前由于不同行业之间的行业壁垒，不同领域中的信息孤岛是客观存在的，它们阻隔了信息的互联，给信息融合造成了很多困难，使得物联网所要求的“普遍互联”难以真正得以实现。

物联网产业要成功，亟需从整个产业链的横向分工上进一步明确，从标准化、开放性、互通性方面进一步规范和加强，才能实现物联网产业的规模化发展。目前我国相关标准化组织、科研机构、高校、运营商、通信设备厂商、行业应用厂商、终端厂商等合作伙伴正在一起制定相关规范和标准，从信息感知、数据传送、物联网业务平台和应用等多个层次进行标准化的工作。

通信世界：如您所说，在物联网的行业应用方面，信息孤岛确实是个比较重要的问题，这一方面应该怎样尽量改善？

樊万鹏：在这方面，我们需要国家层面有比较好的产业政策来推动。而从我们通信行业自身来说，我们在物联网平台架构上也需要考虑更多加密、安全手段的设计，尽量解决一些因安全顾虑而造成的信息孤岛；同时，我们也可以与各行业的一些合作伙伴合作，先推一些典型行业应用，通过这些应用落地，也为国家决策提供依据。

通信世界：通信网络是物联网的基础，那么物联网的发展轨迹和需求将会对传统通信网产生哪些重要影响？

樊万鹏：随着物联网的应用逐渐扩大，行业间的信息开放和整合程度加大，现有的通信系统必然要针对物联网的业务模型使用做适当的优化，主要有三方面。

其一，为了满足庞大的“物”数量而对号码体制的优化。其二，为满足“物”的低功耗、低移动特性而对无线资源管理进行优化。比如，物与物之间的通信与人与人之间的通信对上下行带宽要求截然相反。其三，为满足“物”的安全性而对通信的安全体制进行优化。

当然，这种优化将随着通信网的演进而同步进行。我国当前的发展正处在典型应用示范期，尚未大规模应用，物联网产生的信息流量在通信网中比较小，且

多是行业内的应用，现有的通信网络除了必须引入物联网业务支撑平台外，不需要发生太大的变化。

通信世界：中兴对于自身在物联网产业中的定位是怎样的？目前在物联网方面主要有哪些层面的涉及？

樊万鹏：我们的产品线非常齐全，在感知层，我们提供前端信息采集设备包括 RFID 标签及阅读器、系列化数据监控 / 视频监控的前端设备、M2M 模组等；在传输和智能处理层，我们提供物联网业务支撑平台；同时在无线接入侧，考虑未来大规模应用起来后对无线接入的影响和需求，我们正参与国际国内标准组织的项目；在具体的物联网行业应用方面，我们和合作伙伴一起，可以提供智能交通、环境治理、智能电力、公共安全、灾害防控、智能农业、船舶防撞、辅助医疗等一系列的产品解决方案，目前在国内很多省份的众多领域都有成熟应用。

总的来说，由于物联网产业链非常长且构成复杂，涉及环节众多，对于这样一个价值上万亿的产业，各个环节厂商的核心竞争力各有所长，我们致力于构建一个标准化的、能力开放的物联网业务支撑平台，以使我们的应用开发商可以快速、方便地调用电信能力、IT 能力以及行业能力，快速推出一个又一个可以满足标准、全面互联互通、智能处理的物联网应用。

来源：通信世界网国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

中兴 3G 进入德国比利时：承建 KPN 集团 HSPA+

荷兰皇家电信（KPN）集团旗下德国子公司 E-Plus 和比利时子公司 KPN 比利时宣布，已经选择中兴通讯为其扩容和升级位于两国的 HSPA 网络。中兴通讯将为 KPN 两家子公司全方位实现客户导向的语音和数据网络扩张策略。

按 2008 年营业额计，KPN 是欧洲第七大运营商和全球前 20 位的运营商，拥有超过 3800 万用户，全部位于荷兰、德国、比利时等西欧地区，其盈利能力位居全球前十。德国子公司 E-Plus 和比利时子公司 KPN 比利时均从属于 KPN 集团。E-Plus 是德国第三大移动运营商，拥有超过 1870 万用户、发展迅速，KPN 比利时 2008 年在比利时占有 24% 的用户市场份额。

E-Plus 和 KPN 比利时计划在未来数年内进一步扩展其 3G 网络，借助中兴通讯领先的网络技术，运营商将能通过 HSPA+ 为其客户提供每秒最快达 21.6Mbps 的下载速率的移动数据业务，并确保以突出的性价比完成无线宽带覆盖。基于中兴通讯的 SDR 技术平台，未来能为客户实现快速、方便的技术升级。

E-Plus 的现网基于 EDGE 和 3G WCDMA, 可以覆盖德国本土 90% 的人口, 为满足移动宽带应用增长的巨大市场需求, 公司将陆续把现有的 3G 网络升级到 HSPA, 用户也将受益于更快速度、更低价格的业务。对于 E-Plus 而言, 引入中兴通讯作为一家新的设备合作伙伴, 意味着可以为其客户提供速度更快的 HSPA 服务。“中兴通讯是欧洲电信设备市场的挑战者, 非常符合 E-Plus 的发展策略”, E-Plus CEO Thorsten Dirks 说。

“2009 年 8 月, 我们就宣布将在比利时开始部署 HSPA 网络, 为比利时用户提供 HSPA 商用服务。” KPN 比利时 CEO Libor Voncina 说。对于 KPN 比利时而言, 该项合作将帮助其在比利时部署更为快速的 HSPA 网络。

荷兰皇家电信 (KPN) 是欧洲第七大运营商和全球前 20 位的运营商, 华为在欧洲大 T 的突破也是始自 KPN。来源: 中国通信网国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

【华为】

华为展望电信行业下一个十年

层见迭出的技术变革和信息化浪潮, 驱动着电信行业保持了二十年的高速增长。然而, 一个电信渗透率饱和的时代即将来临, 电信业将面临一个全新的产业环境。2010 伊始, 展望新的十年, 电信行业如何改变才能适应新时期的要求? 通过“四个超越”, 电信行业将收获又一个高速成长的十年。

1. 超越人口, 发展用户 —— 物联网打开一扇新的大门

移动通讯和 Internet 的快速发展, 驱动“地球村”的到来。在部分发达国家和地区, 移动通信渗透率已经达到甚至超过 100%, 在未来两年, 移动用户将达到 50 亿, 网络即将覆盖超过 80% 的全球人口。

但是, 仅仅实现“人”的连接和“人”的智能还远远不够。今天, 人类还面临着很多共同的问题: 能源短缺的同时存在大量的能源浪费, 美国能源部的研究结果, 电能损失高达总能源的 67%; 科学技术改善生活的同时带来严重的环境污染, 据亚洲开发银行的统计, 全球有 20% 的人口缺乏安全饮用水, 50% 人口没有充足的卫生条件; 这样的问题还有很多……

物联网就是在这种背景产生的, 物联网的本质是把 ICT 技术应用到各个行业中去, 通过 ICT 技术实现各个行业的“智能感知和智能控制”, 从而达到“提升效率、科学决策、节能环保、节约成本”的目的, 推动人类社会从 E 社会(电子社会)向 U 社会(泛在社会)的升级和发展。

物联网给通信、IT 等产业描绘了一幅前所未有的蓝图。据预测，2020 年，物物互联业务与现有人与人的通信互联比例将达到 30: 1，从 60 亿人口扩展到 500 亿乃至上万亿的机器和物体，为电信业打开了一扇新的大门，是电信业“超越人口，发展新用户”的基础。

2. 超越语音，发展业务 —— 移动宽带驱动网络发展新的引擎

语音业务经过 100 年的发展，特别是近 10 年移动通讯的发展，语音业务收入已经进入饱和甚至日趋下滑的轨道：五年来，西班牙全国固定语音收入下降 15%，移动语音业务的增长率由 04 年的 17.5% 降低到 09 年的 1%；即使是以印度为代表的新兴市场，移动运营商 08 年 RPM(每分钟收入) 同比 07 年下降了 50%。

与此同时，移动宽带则迎来了发展的黄金时期，它将把人类社会带入到一个无处不在、无时不在的新高度：未来 5 年，移动宽带用户将实现 10 倍的增长，达到 30 亿的规模。然而，目前我们还站在移动宽带的大门之外，打开这个大门的钥匙需要包括“终端、网络、业务”在内的整个产业链共同努力。今天，以 HSPA/LTE 为代表的新网络技术，已经具备支撑移动宽带发展的性价比，但面对移动宽带未来 10 年上千倍的流量的增长，仍然有许多挑战需要解决；以 iPhone(手机上网)为代表的新型智能终端带来的更便捷的人机交互方式，但是，智能终端高昂的价格是制约着移动宽带普及的最大瓶颈；以“Widget”为代表 WOA 技术基本上能够把互联网业务和行业业务搬到手机上，极大地丰富移动宽带的业务和应用。

目前，以宽带体验为中心、包含“终端、网络、业务”的开放生态环境已现雏形。随着流量和成本的挑战逐步被克服，可以预见，移动宽带将成继固定宽带之后推动产业发展的最重要力量，超越语音发展业务，能够帮助运营商实现持续发展。

3. 超越管道，发掘价值 —— 云计算的商业模式带来新的机遇

宽带的普及为云计算提供了最基础的保障；以“信息电厂”形式出现的云计算，正在颠覆传统的软件、硬件和媒体的商业模式，即用户从“购买产品”到“购买服务”转变。这种商业模式的变化正在重新划分产业的格局，苹果凭借“终端(ipod/iphone)+ 应用(iTunes/Appstore)”模式，超越沃尔玛成为最大的音乐发行渠道，并且改变了软件的分发模式；Google 的 APP Engine 正在酝酿更大的革命，通过 App Engine 实现软件和业务开发、部署和运营，通过底层的云计算平台和云存储平台实现按照业务量的弹性扩展，软件开发者和用户都不再需要购买任何硬件设备和平台软件，将颠覆 IBM、HP、微软、Oracle 等公司的硬件和软件的销售模式。

云计算的发展为运营商带来发展契机：一方面云计算将凸现网络的重要性，促进网络的发展；更重要的是云计算服务需要“安全和可信”的服务提供商，而“安全可信”正是运营商的优势。反过来，我们经常看到无论大互联网服务商还是小互联网服务商，经常关闭互联网服务，甚至倒闭。运营商切入云计算市场，以安全可靠和海量计算存储为基础，以数字超市模式整合业界内容和应用，形成新的业务和体验，给客户新的价值，并且能够充分发挥运营商的网络优势和用户优势；并且，依靠基于位置和用户体验而获取的可信赖的隐形资产和巨大的用户资产，通过构建数据挖掘和广告平台，采用新的商业模式，实现流量创造价值。

云计算的市场将进入快速发展的轨道，未来5年，云计算的市场空间将超过2000亿美元。云计算将成为运营商重要的业务发展方向之一，实现“超越管道，延伸网络价值”。

4. 超越行业，发展产业 —— 家庭网络的革命性体验带来新的市场

众所周知，“数字音乐”的新体验，MP3等音乐模式颠覆了CD以及音乐发行产业，即用户体验的革命颠覆了一个产业。随着宽带渗透提升，家庭网络将带来怎样的用户体验的革命？又将颠覆哪一个产业？

我们先看一下家庭网络构成：第一是以电视屏幕为主导的视音频娱乐网络，第二是以PC和手机为主导的通讯网络，第三是传感网络，第四是视频监控网络，第五是家居网络。第六是互联与控制网络。在这个六个组成部分中，首当其冲发生革命性变化的是“电视屏幕”，“On-Line和On-Demand”将带给消费者全新的业务体验，消费者可以自由地选择内容，从严格时间表中解脱出来，全新的业务体验将颠覆“广播和DVD”为主的视频产业。

鲍尔默在2009年6月表示，传统媒体有可能在10年内消失，并被完全基于互联网的内容取代。欧盟在《Internet of 2020》中指出，2020年，只有孤岛地区需要广播电视，其他将全部是基于Internet的。如果说过去的十年是电信和互联网融合，那么未来十年将是广播电视和互联网的融合。

家庭网络是“三网融合”的主要阵地，其中电视屏幕“On-Line & On-Demand”的革命体验将颠覆以“DVD和广播”为主的视频产业。电信网的“双向和高带宽”特性，在三网融合中处于有利地位，为运营商“超越电信，进入新产业”提供了前所未有的战略机遇。

展望下一个十年，“四个超越”将帮助运营商突破“人口、语音、管道、行业”的天花板，把电信行业带到新高度。但是，实现“四个超越”是长期的和艰难的，特别是海量终端和海量数字内容带来网络流量成百倍的增加，其中，移动网络流量将增长上千倍，带宽、成本将会遇到了前所未有的挑战。华为将一如既

往地进行产品创新、业务创新、架构创新和技术创新，制定面向未来的 Single 网络战略，支撑未来业务的增长，带动整个行业的持续发展。

来源：新浪科技2009-12-29

[返回目录](#)

华为终端深度定制模式突破日本市场

海尔孤军奋战日本市场多年，其首席执行官张瑞敏曾经深有感触地说，世界上没有比日本用户对产品质量的要求更苛刻了。而在如此苛刻的消费者检验之下，另一家中国企业华为凭借对运营商网络和业务的理解，以及强大的研发与深度定制能力，实现了终端领域的全线突破。

日本市场“一票”难求

日本手机市场由于独特的市场结构，一向是本土厂商的天下。

日本是典型的运营商转售市场。手机厂商的每款机型只能与特定电信运营商的网络搭售，一般是运营商向手机厂商购买手机再批发给渠道，并最终到达消费者。而由于用户 ARPU 值普遍较高，运营商一般给予终端很高的补贴，因此，相对日本国民的收入，其手机非常便宜。这加快了日本用户更换手机的速度，并形成了运营商每季都会扎堆推出众多新机型的情况。

日本也是全球最早开始商用 3G 的市场，3G 业务也最为成熟，手机钱包、手机电视、手机邮件、在线多媒体娱乐、3D 游戏及天气预报等服务深入人心，这也形成了日本手机消费折叠机、大屏幕风行的局面。日本手机很多业务应用是和运营商共同合作开发的，合作相对稳定，外来厂商难以进入，日本本土手机厂商非常注重新技术的研发，也往往能够很快地适应民众需求和电信服务的变化，从而为“外来者”进入这一市场树立了天然的藩篱。

华为多款重量级产品劲吹“中国风”

在这一背景下，华为近期在日本市场取得的全系列终端产品突破显得难能可贵。

在华为的优势产品移动宽带终端上，据全球五大市场调查公司之一的 GFK 最新报告，华为已连续两年占据日本上网卡市场的半壁江山。华为新一代无线宽带产品 E5 在日本的上市，更夯实了华为上网卡产品的高端地位。

华为终端深度定制模式突破日本市场

通过与日本运营商 EMOBILE 的成功合作，E5 一经登陆日本便引起轰动，卖场广告甚至以“掀起革命”来形容它的地位。E5 日本版被命名为

“PocketWi-Fi”，支持 WCDMA 及 HSPA，最高下行速率达到 7.2Mbps，可通过 Wi-Fi

实现游戏机、数码相机、iPod 等支持 Wi-Fi 功能的数码终端同时接入互联网。因其携带方便，功能强大，EMOBILE 非常看好 E5 在日本市场的前景，并积极与 Sony 和 Nintendo 等讨论华为无线猫 E5 的捆绑销售方式。

在无线数码相框上，华为近日凭借 MMC255u，首度牵手日本第三大运营商软银。在今年日本东京的 SoftBank 夏季产品发布会上，CEO 孙正义亲自为公众演示了华为 UMTS 数码相框产品，由于日本家庭市场的热切需求和 SoftBank 卓有成效的市场策略，产品在日本市场上市后，销量一路攀升，一度供不应求，目前月销量已超过 5 万台。该产品也引起了日本最大的运营商 NTTDoCoMo 的青睐，其于 2009 年 11 月 10 日发布了 20 款 2009 年冬季和 2010 年春季款手机的同时，还发布了由华为定制的数码相框“PhotoPanel102”。

在手机方面，华为 U5509 及 U1309 等产品被 EMOBILE 相中，成功打入日本市场。事实上，EMOBILE 在日本销售的产品中，超过 70% 来自华为终端。这充分说明了 EMOBILE 对华为的认可。

深度定制模式独辟蹊径

从 3G 市场的整体情况来看，“终端定制”已经成为运营商主导市场、降低运营成本的关键环节。在分析诺基亚退出日本市场原因时，其中重要的一点在于无法响应运营商的定制需求，拿全球适用机型，认为可以“包打天下”但最终铩羽而归。而“倾听客户、灵活定制”恰恰是聚焦于运营商转售市场的华为的优势所在。

华为在日本市场的不断突破仅仅是华为全球战略的一个缩影。作为运营商转售市场的领导者，华为一向坚持以客户需求为导向，提供快速、灵活的端到端定制服务，切实诠释对运营商业务的理解，帮助运营商提升竞争力，这是华为在终端产品领域取得全球成功的关键所在。

目前，华为终端服务于全球 470 多个运营商。在全球排名前 50 的运营商中，华为移动宽带终端产品已成功进入了包括沃达丰、T-Mobile、英国电信、西班牙电信 (Telefonica) 等在内的 48 家运营商，并保持良好的战略合作伙伴关系。同时华为还是全球最先为运营商提供 HSPA+ 移动宽带终端的厂商，其为亚太、欧洲运营商定制的产品今年已正式商用。

以技术为核心 DNA，不断追求以客户为导向的创新，华为所代表的中国力量无疑已在以日本为代表的高端市场彰显了强大的影响力。成功绝非偶然，成功也不会停滞。来源：网易科技报道 2009-12-28

[返回目录](#)

华为凭技术叩开北美大门：率先完成 10G GPON 现网测试

美国电信巨头 Verizon 与华为日前完成全球首个 10G GPON FTTP(C114 注: Fiber to The Premise 光纤到用户所在地,包括 FTTB、FTTC 以及狭义的 FTTH) 现网测试,测试在美国马萨诸塞州南部进行。

华为相关人士在接受 C114 专访时表示,Verizon 此次测试基于华为的 MA5680T 平台进行,Verizon 在官网公开称赞华为是“下一代电信技术的领导者”。据 C114 了解,目前 ITU-T 10G GPON G987.1 及 G987.2 标准已经发布,10G GPON 的标准终稿将在 2010 年 6 月发布。

Verizon 计划 2 年内引入 10G GPON: 速率为现网 4 倍

Verizon 是北美甚至全球 FTTP 网络部署最超前的运营商之一,现为全球最大的 GPON 网络运营商、美国最大 FTTH 运营商,以及美国第二大固网运营商。

Verizon 计划 2010 年发展 1800 万 FTTP 用户,目前在接入方面采用的是 BPON 和 GPON 技术。2004 年 Verizon 采用 BPON 技术开始向用户提供 FiOS 业务,这种技术可以提供 622Mbps 的峰值下行速率。在随后的三年内,Verizon 又成功引入了 GPON 技术,将下行速率提升了 4 倍,上行速率更是提升了 8 倍。

为了保持网络技术领先的优势,Verizon 计划在未来几年内引入 10G GPON 技术。10G GPON 能够达到 10Gbps 的峰值下行速率,峰值上行速率达到 2.4Gbps——这是 Verizon 目前全光接入 FiOS 网络峰值下行速率的 4 倍。

然而 Verizon 最担心的问题是 10G GPON 的引入对现有 GPON 网络的影响和共存问题,同时 10G GPON 的标准终稿将在 2010 年 6 月发布,它希望通过和厂商的早期技术创新合作来验证其网络问题,并且一起推动标准的成熟。

华为获赞“下一代电信技术的领导者”

在此之前,基于 ITU 标准的 10G GPON 技术只进行过演示和实验室测试,Verizon 在沃尔瑟姆的实验室已经多次完成 10G GPON 技术的测试工作。

此次 10G GPON 测试分别在独立的无源光纤网和 GPON 现网上进行。现网叠加测试成功验证了 10G GPON 信号能够与 GPON 技术很好地共存,同时据 Verizon 证实,现网所承载的 FiOS 业务稳定运行且没有受到干扰。

“从 FiOS 设计之初,我们就知道我们需要不断提升光纤的能力以传送越来越多的数据来支撑客户应用需求。”Verizon 高级副总裁马克·韦格莱特纳(Mark Wegleitner)表示,“现在我们已经找到最好的方式跨越式地推动接入带宽提升。”

C114 获悉,此次测试基于华为 MA5680T 平台进行,进一步证实了华为现有平台对 10G GPON 的强大支持能力,同时华为 10G GPON 设备技术领先性和设备

稳定性在 Verizon 测试中得到了充分体现,这使得 Verizon 在官网公开称赞华为是“下一代电信技术的领导者”。

华为凭技术叩开北美市场大门

此前止步于北美市场外的华为近两年来北美业务增长进入了快车道,据华为负责美国业务的高级副总裁 Charlie Chen 此前透露,华为去年在美营收增长了 60% 至 2.5 亿美元,预计 2009 年增长亦将超过 60% (<http://www.c114.net/news/116/a453363.html>)。

而华为无线产品线首席品牌官伯特·福克斯 (Robert Fox) 亦曾表示,为支持客户业务增长,华为计划 2010 年再北美增加 600 名员工,使其在该市场上的员工数达到超过 1500 人 (<http://www.c114.net/news/116/a461467.html>)。

2009 年 8 月,华为与全球最大的 WiMAX 运营商 Clearwire 签署协议,成为其主要的厂商之一,以帮助其部署美国首个全国性的 WiMAX 网络 (<http://www.c114.net/news/16/a433470.html>)。10 月,美国有线运营商 Mediacom 已选择华为为其部署下一代 DWDM 传输骨干网,该网络横跨密苏里州、爱荷华州和明尼苏达州,长达 4000 公里 (<http://www.c114.net/news/116/a453927.html>)。而此次与美国四大之一的 Verizon 合作进行 10G GPON 测试,无疑对华为在北美市场进一步深耕提供了有利条件。

一般而言,北美一流运营商引入新厂家和新技术的特点是“决策周期长、认证严格”,因而华为此次也经受了严苛的考验。比如在 10G GPON 方面,Verizon 要求进入其实验室测试的产品必须通过 NEBS 认证,并可以接入现网业务进行测试。

华为相关人士向 C114 透露了这样一个细节:Verizon 要求测试过程中必须由自己独立进行,华为人员在测试期间必须离开现场。在这种苛刻的条件下,华为方面两天时间就教会了 Verizon 的人员应用华为设备。该人士称,“这也从侧面说明了 Verizon 测试的严格和华为设备的易操作性。”

10G GPON 产业链加速发展:华为引领

据 C114 了解,如今 10G GPON 产业链已开始加速发展。在 10G GPON 标准半年后即将终稿的情况下,开发 10G EPON 光模块的厂商也纷纷推出 10G GPON 光模块,目前华为、爱立信、阿尔卡特朗讯已经推出 10G GPON 样机,Verizon、法国电信 (FT)、意大利电信 (TI)、西班牙电信 (TdE) 等国际主流运营商亦纷纷进行相关技术测试。

据介绍，华为是下一代接入技术标准贡献最多的设备厂商，同时亦为唯一对 10G EPON 拥有核心知识产权的中国厂商——目前华为担任着 10G GPON 和 GPON 标准组织 50% 的主编职位，以及 10G EPON 标准组织 50% 的技术组长职位。

2008 年 9 月，华为发布 10G EPON 和 10G GPON 样机，成为业界首家同时支持 10G EPON 和 10G GPON 的系统厂商（C114 注：爱立信亦称其于 2008 年 9 月业界率先发布了 10G GPON 样机）。2009 年 6 月发布对称 10G EPON 和 WDM PON 样机，成为业界首家完成 WDM PON 样机研制的系统厂商。2009 年 9 月，华为与西安电信建设了国内首个 10G EPON 实验局。2009 年 12 月华为因在技术领域的突出贡献，获 IEEE 颁发的“杰出贡献奖”，成为第一家获得该殊荣的中国公司。来源：中国通信网国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

【诺基亚】

质检总局：诺基亚手机部分充电器有触电危险

导读：诺基亚(中国)投资有限公司表示，这些型号的充电器未曾在中国内地或香港市场出售，但存在境外购买后携带或其他渠道进入的可能。

中山检验检疫局昨日通报，国家质检总局于近日发布 2009 年 8 号风险警示通告，指出部分与诺基亚手机一同出售的特定型号 (AC-3E、AC-3U、AC-4U) 充电器存在安全隐患。该充电器的塑料外壳可能会松动并脱离，使得内部件外露，如在此情况下接触到正在充电过程中的充电器，可能引起触电危险。

诺基亚(中国)投资有限公司表示，这些型号的充电器未曾在中国内地或香港市场出售，但存在境外购买后携带或其他渠道进入的可能。

诺基亚公司已自 11 月 9 日启动手机充电器置换计划，消费者如从其他国家/市场购买了上述型号充电器，如属置换范围，请联系诺基亚公司免费置换。

消费者因使用上述型号手机充电器受到伤害的，可向中山检验检疫局报告（联系电话：88887282）。

存在安全隐患的充电器型号：AC-3E、AC-3U、AC-4U

来源：南方报业网-南方都市报 2009-12-25

[返回目录](#)

【其他制造商】

爱立信盯紧中国 GPON 市场 500 亿梦想

在爱立信的 GPON 全球版图上,中国市场是很重要的一环。2009 年是中国 GPON 建设元年,爱立信的 GPON 设备在三大运营商共计 17 个省市扎根发芽,初战告捷。

“对于爱立信的 GPON 而言,中国市场已上升到和美国市场一样重要。”爱立信 GPON 产品及市场支持总监 MichaelGronovius 日前表示。

一年之内,将 GPON 新兴市场中国提升到和高端市场美国同等地位,爱立信到底看中了中国市场的什么?

受金融危机影响,2009 年全球 xPON 网络部署速度放缓,唯有中国为代表的少数国家和地区 xPON 实现逆势增长。尤其在中国,xPON 部署速度更是涨势惊人,仅 2008 年和 2009 年两年时间,国内就从小规模使用阶跃到 2000 万线的规模使用。

而这些还只是开始。作为国家信息化建设的重要部分,宽带网络已经成为全业务运营商的重点建设领域。在 2009 年下半年,三大运营商相继启动了宽带提速计划,这一计划正是以 xPON 技术和产品为主,且建设周期长,这为长期拉动 xPON 产业发展奠定了基础。

更令 GPON 设备商振奋的是,国内唯 EPON 规模部署的局面也开始转变。在中国移动确定用 GPON 开始建设宽带网络以后,已经有了 EPON 规模部署的中国电信和中国联通,也陆续启动了 GPON 部署计划,这直接引发了 2009 年下半年的 GPON 部署热潮。

“爱立信早在 2009 年 7 月份宣布和三大运营商签署了 GPON 供货合同,这为爱立信实现 2009 年下半年 GPON 销售增长奠定了基础。”MichaelGronovius 表示。

在中国如何表现

继续开拓中国 GPON 市场,爱立信已经把很大一部分技术团队和销售团队集中到了中国。据 MichaelGronovius 介绍,目前爱立信已经将北美 GPON 的成功经验和部署案例移植到中国,在中国也建立起了 GPON 四个场景的解决方案,分别是 FTTH、FTTC、FTTN 和 IPDSLAM 应用。

四个方案不仅包含了国内各种宽带接入场景,而且还细化到了农村地区的 GPON 使用。MichaelGronovius 表示,爱立信积极配合各个运营商,根据运营商在农村建网需求,在局端和客户端设备,都做了相应设计,可以满足 10-400 个用户的宽带接入需求。

细分场景应用和积极配合运营商一直是国内企业发展 xPON 网络市场的优势，现在爱立信 GPON 也做到了这个程度，GPON 外来者的身份几乎可以忽略不计，未来国内 GPON 市场竞争激烈程度从此可见一斑。

除了在战略上的大力支持，爱立信 GPON 还在国内重点工程积极寻求突破，以便为 GPON 规模部署储备更多的工程经验。在国家大剧院，爱立信以 GPON 设备为网络基础，采用专用设备直接通过原有预留的光纤管道把光纤推到具体业务位置，实现光纤多点、长距、无损、快速部署。

经过多方努力扩张，截止到 2009 年底，爱立信 GPON 已经在国内这些省市包括安徽、广东、河北、河南、黑龙江、辽宁、吉林、湖北、山东、四川、甘肃、江苏、海南，以及全部 4 个直辖市。其中，爱立信在安徽 GPON 市场所获份额最大。

做 GPON 不忘技术融合

作为全球通信设备商巨头，爱立信获市场青睐的秘诀可不是单一产品线的竞争力，而是以多产品统一融合为基础的综合竞争力，这次 GPON 的推广也不例外。

对于 GPON，爱立信结合无线接入、宽带接入、光传输、核心网以及多媒体业务多项产品线，根据运营商的业务需求、网络规划和建网成本，提供了完整网络的宽带解决方案，也就是说，爱立信 GPON 直指全业务接入，打的仍旧是网络融合牌。

MichaelGronovius 同时也向记者表示：GPON 在时钟同步方面优势巨大，可以有效地促进无线承载、固网承载和业务网络的融合。

基于多项技术融合，爱来信的 GPON 提出了全业务宽带向 “Anywhere / Anytime / Anyterminal” 发展思路。在三大运营商转变为全业务运营商后，将各种网络资源实现统一高效利用和融合有序发展，也是运营商积极探讨方向，此时将宽带产品立足于多网络资源融合使用的爱来信，无疑为 GPON 竞争带来了优势。

10 年连通 500 亿终端

对于 GPON 的市场容量和发展远景，MichaelGronovius 并未用简单的金融数字形容，而是联系到了物联网的发展远景。MichaelGronovius 表示，爱立信计划在 2020 年实现全球 500 亿终端互联，在这十年间，爱立信将会为达成这个愿望，而提供全面的 GPON 技术和设备支持。

500 亿终端的互联的目标虽是远景，不过，爱立信向下一代 PON 的进军步伐却是从未停止，2008 年夏天爱立信推出了 10GGPON，并一直在测试和完善。

10GGPON 作为 GPON 的下一代技术，不仅关系到 GPON 技术的传承性和后期升级能力，还要担负起 GPON 与 EPON 竞争的重任。

目前，GPON 的竞争对手，EPON 阵营的下一代产品 10GEPON 已经在 2009 年第三季度标准落定，并且在国内已经有了商用试验局的建设。有消息称 2010 年 10GEPON 还要实现商用，这对 GPON 产业链来说，的确是一个不小的压力，不知道旨在 2010 年大显身手的 GPON 阵营听到这一消息，将做如何应对？

来源：通信产业报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

联想手机前掌门刘志军 1.35 亿元接手夏新手机

传言终于变成现实。

“夏新手机是我们拍下的，2010 年 1 月就开始运营。”12 月 21 日下午，联想移动前总经理刘志军告诉本报记者。

12 月 20 日，在厦门市厦禾路 820 号帝豪大厦 1701 室举行的拍卖会上，刘志军背后的一家企业以参考价 1.35 亿元，将 *ST 夏新（600057.SH）最核心的主营业务，也是 *ST 夏新破产重整最有价值的资产之一——手机业务相关资产收入囊中。

“拍得夏新手机业务的是我们在厦门新注册的一家公司。”刘志军不愿透露这家企业的名称。

根据拍卖公告，*ST 夏新手机业务相关资产包，包括夏新持有的“夏新”商标、专利、夏新移动通讯有限公司 75% 股权、部分软件及管理系统与手机业务相关的部分生产检测设备、部分手机业务相关存货等。

此前，夏新手机业务相关资产包整体拍卖参考价为 1.4678 亿元，但在 12 月 8 日的首场拍卖中流拍。此次以低于上次拍卖 1100 多万元的底价成交，亦无任何竞争对手。

夏新手机易主

“夏新手机马上就要启用新名字，基本确定为新夏新。”刘志军透露。

刘志军 1989 年进入联想集团（0992.HK），2002 年 3 月，联想进军手机时他就以联想集团副总裁兼联想移动总经理的身份掌舵联想手机，2006 年 4 月因业绩优异升任联想集团高级副总裁，继续负责手机业务。2008 年初，深耕联想手机 6 年之久的刘志军，其职务被负责联想全球台式业务的高级副总裁吕岩取代。

“我们将尽快把夏新已经研发的 3G 产品推向市场。”刘志军说。

按照 * ST 夏新破产重整拍卖规则，夏新手机买家需延续企业在厦门注册、生产和纳税，承担夏新已出售的全部电子产品的售后服务及在岗职工全部安置，并提交一个切实可行且委托人认可的产业发展计划等。

有意思的是，曾为联想手机前总经理的刘志军，这次将成为同处厦门的联想手机的近距离竞争对手。

目前身在厦门的刘志军亦透露，即将重新回到市场的夏新手机，其生产基地还是保留在老根据地厦门。

“刘志军很有魄力和胆识，曾带领联想手机坐上了国产手机第一的位置。”联想移动的一位人士表示，2003年，刘志军决定停止黑白屏手机开发，目标转向彩屏手机。2004年，又看准了彩屏手机向拍照手机过渡的市场机会，作出了联想手机全线向拍照手机升级的决定。

而夏新手机也曾位居国产手机销售第一，但时过境迁，夏新手机停产后，如今在市场上已难觅踪影。

根据财政部、商务部近日下发的通知，在被取消的24家家电下乡项目中标资格中，夏新手机赫然在列。

“我们已经考察过很多次了，夏新手机值这么多钱。”刘志军称，“我们将整合多方资源，尽快把夏新手机的技术价值发挥出来。”

实际上，夏新手机业务最核心的价值体现在其3G研发团队上。尽管夏新处于困境之中，其3G研发团队始终没有解散，此前 * ST 夏新证券事务代表廖杰告诉本报记者，其研发人员达1000多人，只走掉约三分之一。

而这些，将成为刘志军在手机业卷土重来的重要筹码，也将给同城的联想移动构成威胁。

“定向拍卖”？

根据 * ST 夏新破产重整要求，夏新手机买家的资金不能低于5亿元。也就是说，此番刘志军有备而来拿下夏新手机，至少已经筹集了5亿元资金。

“新夏新公司主要由四川九洲电器集团、中科创业投资有限公司投资。”刘志军向本报记者透露，“我们是管理团队，也是小股东。”

资料显示，四川九洲电器集团是一家做机顶盒的国企，近几年来正在朝多元化业务拓展，中科创业投资有限公司则是国内有名的创投机构。而九洲电器集团和中科创业投资接盘夏新手机后，将由刘志军挂帅并招兵买马。

其实，早在一个多月前，九洲电器集团、中科创业投资和刘志军三方合作接手夏新手机的消息，已经甚嚣尘上，而此番刘志军团队以低于上次拍卖1100多万元的底价接盘，亦有市场人士认为这是“定向拍卖”。

“去年以来，*ST夏新曾与多家企业接洽收购事宜，但最后被九洲电器集团等拍走，主要原因在于九洲电器集团是夏新手机品牌的维护方。”上述市场人士认为，“上一轮流拍，双方的分歧主要在拍卖价格上，这一次价格低了，应该是九洲电器集团等博弈的结果。”

手机业务婆家尘埃落定，意味着*ST夏新已完全剥离曾经引以为傲的3C资产，向“净壳”迈出了重要的一步，而“夏新”品牌将继续存在于手机行业中，从此与*ST夏新上市公司分道扬镳。

目前，*ST夏新依照法院裁定，其债权人共603位，其中，普通债权585笔，金额共计18.78亿元；担保债权16笔，金额共计2.52亿元；税收债权2笔，金额共计4632.04万元；职工债权8140元。

1.35亿元的夏新手机业务，是*ST夏新一系列资产拍卖活动中目前成交的最大一笔业务，但其多数资产却已经进入第四次或者第五次拍卖，仍然未能拍出，一些长期股权资产不得不以1元的价格起拍。

“资产拍卖迟缓，并不影响*ST夏新的资产注入，象屿集团借壳*ST夏新正在同步进行，2010年恢复上市没有问题。”接近厦门象屿集团的人士称。

来源：21世纪经济报道国家信息中心 2009-12-23

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

Android 撬动 IT 市场的新支点

古希腊科学家阿基米德曾经说过，“给我一个支点，我能撬起地球！”在2009年金融危机的“经济寒流”中，Android就像是撬动整个IT市场的一个支点，支出了IT行业的新市场，使得IT业、通信业感受到了由Android带来的一股新技术暖流。

Android何以成为一个支点

Android能成为IT市场的一个支点，与其自身的特点优势有很大关联。

Android最初是由Google开发的基于Linux平台的开源手机操作系统。它包括操作系统、用户界面和应用程序——移动电话工作所需的全部软件，而且不存在任何以往羁绊移动产业创新的专有权障碍，并迅速发展成为智能移动终端的操作系统。

开源 (Open Source) 的特点在于改变以往由少数软件大厂垄断系统软件平台的现况, 让众多内容开发商和开放软件供货商来分享共同利益, 广泛增进客户使用经验。Android 有别于以往的手机及移动终端操作系统, 其独具的开源性、系统廉价性和提供给第三方大自由度的创新空间, 以及不受硬件约束的优势, 获得了广大开放社群的力量, 并为其提供稳定且持续更新的支持。日前, 在几位华人软件工程师的努力下, 中国的用户已经可以享受到真正在上网本上安装使用的 Android 了。

Android 撬动了哪些市场

1. 手机市场更新换代

随着厂商对 Android 认识的深入, 生产的 Android 手机也愈来愈多。

最早进入 Android 市场的台湾宏达电陆续在一年内推出了 G1、Magic、Hero、Tattoo 手机, 三星也在近期推出 Galaxy i7500, 摩托罗拉在早前推出新款 Android 手机 Droid, 中国移动也以 Android 为基础开发了 OPhone 平台。这些都证明 Android 已经成为了智能手机市场的重要发展趋势。

数据显示, 09 年截止目前已有 12 款 Android 手机面世; 另据国外媒体报道, 2010 年将会有超过 50 款 Android 手机集体面世。

就目前来说, 智能手机价格昂贵, 大众普及化程度并不高。中国移动董事长王建宙曾表示, 中国移动之所以推出 OPhone 平台, 主要也是希望智能手机价位能够降到 1000 元人民币上下, 只有降到这个价位, 智能手机才能在社会各阶层中大量普及。09 年 11 月, 台湾宏达电 99 美元 Android 手机在美国上市。它的出现使智能手机大众化向前迈进了一大步。

2. 新兴行业的产生

Google 推出的新一代网上平台 Android Market, 让应用程序开发者轻松地进入这个“市场”, 手机用户可在该平台寻找、购买、下载使用 Android 操作系统的手机应用程序和其它内容, 也可在 Android Market 上销售自己的软件, 并通过交易获得利润。通过点击, 就能轻轻松松赚钱。

在 Android Market 中, 客户不同于以往一般性商品的购买者、出售者, 他可以集研发、采购、销售于一身, 不仅可以“选货”, 还可以自制程序当作物品进行“售卖”。台湾某开发者, 擅长于 Android 游戏程序开发, 在 Android Market 发布多款流行的 Android 游戏, 目前月下载量已达数万次。以这样大的下载量形成的市场, 估计不久的将来将会出现一个新兴业态。

3. 产业链的改变

正是由于 Android 的系统开放性和服务免费，企业可免费获得源码并在此基础上开发新功能，延伸服务范围，加快研发速度，继而有效地节约成本，争取效益最大化。

世界上第一部移动电话的出现，距今已有 36 年。30 多年来，科技的发展促进了手机功能的转变：即由单一性能向智能化发展。但由于之前 Windows Mobile、Symbian 操作系统的封闭性，掣肘了产业发展的脚步。传统产业链中，研发、管理、生产、销售的各个环节中厂商相互独立，而由 Google 主导的，“开放手机联盟”推出的 Android 系统，凭借开源的特性，打破了原有手机操作系统垄断的局面，也规范了 Linux 系统混乱不堪的平台标准，得到了众多厂商的追捧；同时依托 Google 超强的信息服务能力和 Android 强大的联网能力，与传统的移动通信相融合，提升了整个 Android 产业链的价值增值体系，手机生产商、软件制造商、运营商等环节能够密切合作，互惠共赢，对产业的促进作用非常明显。Android 开辟了手机终端厂商和视频客户端在合作模式上创新和探索的新局面，还进军 3G 市场，为用户打造全面化、系统化、人性化的智能服务。

Android 不仅促进了手机产业的发展，它的全面计算服务和丰富的功能支持，已将应用拓展到手机以外的其他领域。Android 平台的通用性可以适用于不同的屏幕、有线和无线设备。Android 的系统 and 应用程序开发人员将更多的涉足多媒体、移动互联网设备、数字视频和家庭娱乐设备、汽车、医药、网络、监测仪器和工业管理、机顶盒等新领域。

4. 人才发展的新空间

Android 的高度开放性，以及 OPhone 平台的日益开放，让广大的 Linux 人才纷纷往中间框架（Framework）层发展，进而与上层应用开发相衔接，排除了过去被封闭平台切割隔离的现象；同时，上层应用开发者，也能往下发展，成为掌握软硬整合完全知识的新生代，对于 IT 产业的全面性发展，具有关键性的作用。若进一步配合 Android 技能认证制度的推行，推动上、中、下层软件开发技能的培训，将对我国 IT 产业发展与人才就业，产生极为长远的影响。

谁在撬动 Android

一项新技术，虽然具有众多的先天优势，但如果没有一个助推力，那么它的成效也不显著。对于 Android 来说，它的助推器有社会组织，各个企业，还有行业主管部门。

1. 社会组织蓬勃发展

Android 广大爱好者成立 Android 论坛交流讨论 Android 最新资讯，通过上传和下载来完善应用程序。为了推动 Market 和 Android 社区的发展，Google 悬赏 1000 万美元奖金举办“Android 开发者大赛”，来吸引更多人士参与其中。

台湾成立了 Android 论坛，其举办的首届亚太 Android 技术合作大会，吸引了包括台湾、韩国、俄罗斯、日本等众多专业人士的参与。

2. 企业纷纷加入其中

各企业已意识到 Android 市场的巨大潜力，纷纷投入其中。且不说 Android 手机纷纷出炉，中国移动的 OPhone 操作平台，就是基于 Linux 内核、采用的 Android 源码，是为移动深度定制的移动操作系统。中国联通与手机开放联盟合作，推出支持 Android 平台的手机设备和基于 Android 平台开发的移动服务。这一举措，将对中国联通 3G 手机产业链产生重要影响。随着 Android 技术的成熟，越来越多的企业运用 Android 技术研发符合自身特点的产品投入市场，分享 Android 技术带来的巨大利益。

3. 行业主管部门积极支持

台湾经济主管部门通过一系列方式来支持 Android 在台湾的发展。2008 年，台湾工业技术研究院进行了 Android 底层模块的研究；同时，台湾资策会也进行了 Android 上层应用的研究。9 月份开始，台湾当局出资补贴，举办了 Android 的培训课程、技术会议和开发大赛，来提高民众对 Android 的认识和使用能力。

大陆方面，在工业和信息化部支持下，海峡两岸 Android 技术及产业合作发展研讨会将于 2010 年 1 月 15 日 - 16 日举办，由中国电子信息产业发展研究院和台湾工业技术研究院联合主办。大会将邀请主管部门领导、电信运营厂商、海峡两岸技术专家和台湾行业主管部门等出席，就 Android 技术的开发应用、人才培养和对产业发展影响等话题展开研讨。会议的成功举办，将会进一步推动 Android 技术的兴起，带动相关产业的发展，促进海峡两岸在 Android 技术方面的交流，加强我国 Android 人才队伍建设。

我们有理由相信，Android 这朵新技术之花在各方的培育下一定盛开的绚烂夺目。来源：通信产业报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

手机将会成为语音化浪潮的中心

11 月 27 日是美国感恩节后的第一个星期五，通常都被称作“黑色星期五”。这一天，纽约时代广场上的两块大型 LED 显示屏上，并没有像往常那样播放路透社和纳斯达克的标识广告，而是如同接收到外太空信号一般，不停地滚动着手机号码和没有任何逻辑联系的词句。神奇的是，这些是人们拨打 888 - 376 - 4336 后对着话筒任意说出来的，经过号码背后的语音识别系统处理后会同步显示在屏幕上，每个词句下面还有似曾相识的搜索结果网页。

这其实是谷歌为旗下的语音搜索进行的一项别出心裁的推广活动。

千里之外的北京，谷歌全球副总裁维克·甘多特拉（Vic Gundotra）也在向中国媒体展示该公司刚刚推出的中文版语音搜索。“纽约最好的意大利餐厅！”维克拿出手机放在耳朵上，操着并不熟练的中文大声说道，然后笑咪咪地把手里的手机转向大家。是的，不到一秒钟的时间，屏幕上已经显示出了搜索结果。

不需要再噼里啪啦地敲击键盘了，一个并不陌生的语音时代难道已经来临？
键盘不再是必需品

手机是这场语音化浪潮的中心。“在小小的手机键盘上输入文字搜索信息并不容易，”谷歌中国产品经理许裴说，“一些较长的词，键盘输入不仅速度很慢也容易拼错，而我们正在开车的时候是没有办法停下来用手打字的。”据微软移动高级总监帕祖斯基（Dariusz Paczuski）统计，使用智能手机搜索一个餐厅需要按键盘超过20次，发短信则需要更多下。而只需张嘴的语音搜索则能提供更方便、快速和简单的搜索服务，大大降低人们使用手机搜索的门槛。

手机的演化也为语音搜索的实现提供了硬件基础。现在几乎所有手机都拥有录音、照相等功能，智能手机的出现则让手机从一个单纯的通话装置变成一台小型的计算设备。按维克的话说，麦克风和摄像头跟互联网相连之后，变成了云端的耳朵和眼睛。

越来越多的公司意识到，移动搜索领域会呈现与互联网搜索截然不同的人机交互方式。网易有道总裁周枫就曾透露，有道现在和未来的产品设计将不需要用户手动输入任何文字，而更多采用的是语音搜索、摄像头搜索等智能化方式。有道搜索的手机购物助手可以利用手机条形码扫描为消费者提供价格比对信息；而有道手机词典则可利用手机摄像头为用户提供单词实时翻译功能等。

谷歌则把重点放在了语音搜索上。去年谷歌在美国发布了英文语音搜索服务Voice Search，应用于Android、诺基亚S60、黑莓、iPhone等多个系列的手机。其竞争对手微软也早早地进行了布局。2007年，微软收购了领先的手机语音识别服务厂商TellMe，组成了微软现在的语音团队，TellMe为包括411商务搜索、1-800-555的信息搜索以及美国航空在内的企业提供语音平台。微软新的语音团队最大的任务就是把语音搜索技术与Windows Mobile整合起来，移动版Bing搜索在三星手机上已经实现与谷歌类似的语音搜索功能。

手机将会成为语音化浪潮的中心

云端的语音搜索

语音搜索是通过云计算和机器的智能分析实现的。“你说的关键词会成为声波，再转换为数字，然后把它通过‘云’发到我们的后端，计算机会基于我们所有的数据，来识别这些语音。”维克说。因为所有的计算都是在云端计算的，所

以用户能在极短的时间里得到搜索结果。值得注意的是，声波里面包含着很多背景杂音，有些背景噪音连人的耳朵都难以分辨，但计算机系统能够识别出这些背景噪音并进行分离和过滤。这样，“无论大家在出租车还是在街上做语音搜索都可以成功。”维克说。与文字输入不同的是，准确性是人们对于语音识别最大的担心。尽管按照维克的说法，谷歌已经花了很多的时间，了解各种口音、各种习惯的表达方式，但面对人类千奇百怪的发音，语音识别永远不可能做到完美。就在演示现场，当有人念出类似“清华大学附近的水煮鱼”这样的句子时，机器的识别当场便出现了错误，

然而，就像图文搜索引擎一样，语音搜索的优势在于，其语音识别模式是基于全球几十亿的搜索请求，搜索引擎的算法会随着对搜索请求的深入分析而变得更加精准。目前，谷歌在语音搜索的识别结果的下拉菜单里，提供了几个备选选项，用户可以选择正确的那个。这样，系统就接受了某种“培训”，知道下次再有人这样说话哪个是正确的选项。中文还有一个最为考验语音搜索引擎的特点，那就是中文有很多同音字，但因为很多搜索都是一系列文字组织起来的，通过对人们搜索的习惯的认知，搜索引擎能够认识出这些发音大约指的是哪些字。

“我们就像人一样，随着对世界认知的发展，随着对语境认知的发展就能够更精准地了解其他人的意思。”维克说，“如果有着几百万的说中文的用户能够使用我们中文语音搜索功能的话，我们系统就会变得更加聪明。”

无处不在的语音识别

手机上的语音搜索只是一个开始。语音搜索功能将延伸为语音输入，覆盖到手机、电脑等各种终端上。“我们的目标是使得人们在所有的地方所有时候都能使用这个应用，”维克说，“但是我们认为手机的应用是最急迫的，所以先做了。”在比尔·盖茨预测的未来十年最重要的技术进步中，语音识别技术位居首位。微软语音团队主管 Serafin 也表示：“语音操作是新的趋势，是继键盘和触摸屏之后的必然进化方向。”

其实，自电脑诞生以来，让电脑听懂人们的说话，一直是 IT 从业者的一大心愿。在单机时代，IBM 是最早进行语音识别技术研究的企业，在上个世纪 90 年代就推出可用于声控打字和语音导航的语音识别输入软件 IBM ViaVoice VIA。用户只要对着电脑讲话即可输入汉字，输入速度能达到 150 个汉字，几乎是键盘输入的 2 倍、普通手写输入的 6 倍。尽管售价不菲，但这套软件在全球已售出 100 多万套。汉王科技当年正是基于这套软件，开发出了基于语音和手写识别的手持设备。

微软则从 Windows XP 开始，在操作系统中添加了语音识别功能，在新推出的 Windows 7 里这一功能更为完善。不用键盘鼠标，用户可以通过语音对计算

机进行简单的控制，如说一句“打开浏览器”，就可以轻松地打开 IE。刚刚上市的 Exchange Server 2010 中则有更加先进的语音邮件预览功能，可以自动为语音邮件提供文本预览。不方便收听语音邮件的情况下用户可以先通过语音邮件预览来了解邮件的大致内容，也可以通过阅读文本预览来决定邮件的优先顺序。

而基于 Web 的云计算则将这种语音识别技术带入更广泛的应用领域。不仅语音搜索成为现实，前不久谷歌还为 YouTube 推出一项新的功能，让用户利用语音识别为 YouTube 视频添加字幕，这将大大提升 YouTube 视频的观看体验。

古老的键盘和鼠标会不会渐渐从电脑配件的标准列表里消失？或许现在还没多少人能接受，但谁又能否认人们对语音的想象力呢。

来源：IT 经理世界国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

3G 投资带来新一轮电信投资浪潮

始于 2007 年的金融危机，给全球经济发展带来了极大的挑战，同时也波及到我国。我国政府为了积极应对金融危机的挑战，进行了高达 4 万亿的规模投资。根据经济学的乘数效应原理，在投资项目选择上必须着力于产业链条长、带动效应大的项目。

与之相配套，我国还制定了 10 大产业振兴规划，其中就有电子信息产业调整规划。在这个调整规划当中，提出了加快 3G 的建设，以及开发下一代移动通信网的新业务、新应用，带动系统和终端产品的升级换代。3G 建设涉及到巨额投资，适时启动恰好符合国家宏观经济政策。在全球金融危机日益蔓延并对我国影响不断加深的背景下，3G 投资和建设的不断深入为保增长而奋斗的中国经济注入了新的活力。

3G 投资带来新一轮的电信投资浪潮

我们知道，投资、消费、出口是拉动国民经济增长的“三驾马车”。1999 年世界银行研究报告《基础设施对于总产出的贡献》指出，电信业方面的投资带来的生产效率增长明显高于交通、电力甚至教育等领域投资带来的生产效率增长。可见，3G 投资必将带来新一轮的电信投资浪潮，刺激新的信息通信消费需求，从而成为拉动经济增长的一支重要力量。

投资对经济增长往往能够起到立竿见影的效果，继国家投入 4 万亿元的“救市”巨资之后，大规模的 3G 投资将是促进经济增长的又一亮点。从目前三家运营商陆续公布的投资计划看，在 3G 发展的头三年，运营商累计投资可能会达 3000

亿元，而要完成全国网络的基本覆盖，每年在 3G 网络上的追加投资可达 500 亿元。由此可见，仅运营商直接投资一项，对刺激经济增长的作用就十分可观，而 3G 投资的拉动作用还不仅限于此，它还将带动整个产业链投资的空前活跃。

中研博峰认为，与交通、能源等基础设施建设依靠政府财政大量投入不同，3G 投资会吸引大规模的社会资金，运营商的 3G 投资将产生巨大的“乘数效应”，形成一条包括 3G 网络建设、终端设备制造、运营服务、信息服务在内的庞大产业链，近 3 年预计可拉动近 2 万亿元的社会投资。

3G 投资建设加大将对 GDP 增长起到拉动作用

我们还应该看出 3G 投资建设的加大，对 GDP 增长将起到拉动作用。电信业对国民经济的贡献表现在两个方面：一是直接对 GDP 增长做出贡献，一是提升其他行业生产效率，进而提高这些行业对于 GDP 增长的贡献。

根据我们的实证测算，电信业每增加 1 个单位的产出，国民经济最终将增加约 2.32 单位的产出，电信部门的外溢和扩散作用比其本身对经济增长的直接贡献还要大。电信业对国民经济的贡献方式，将由过去主要靠收入增长的“直接贡献”向通过渗透和外溢作用提高国民经济运行质量的“间接贡献”转变。

当前中国政府的着眼点正把经济增长的着力点放到扩大内需上来，而 3G 大规模的通信网络建设，有利于拉动经济增长、带动相关产业的发展。3G 投资对于扩大内需的重要意义不言而喻，这不仅有助于上下游的设备制造业、信息服务业改善资金循环，加快产品商用化进程和促进市场繁荣，而且能大大减弱金融危机对中国经济的冲击，促进国民经济平稳较快发展。

3G 投资对推动国民经济平稳较快发展有积极意义

第一、要加大 3G 投资力度，保证 3G 网络建设支出，扎实做好 3G 建设配套工作，带动国内设备制造等相关产业的发展。除投资进行网络及设备更新扩容外，3G 将带动电信设备制造业及其周边产业发展，如传输设备、电源、通信防护、仪器仪表、电源器件等生产企业，对信息服务、软件开发、信息集成等行业也会产生较大的刺激作用。

以终端产业为例，据中研博峰咨询顾问估算，3G 发牌使得每年将增加 4000 万用户更换手机，以每部手机 1000 元计算，每年将会增加 4000 亿的产值，可见 3G 投资的辐射效应、投资拉动效应、对经济的刺激作用是积极而明显的。3G 属于基础设施建设，基础设施建设基本上是一次性的。但是基础设施建好以后，就会产生具有更大拉动作用的服务。服务有“滚雪球效应”，可以不断精细化和不断提升层次。从服务的循环性来讲，经济拉动作用在某种意义上是无限大的。

第二、3G 投资要把握国家加速促进信息化与工业化融合，大力推进金融危机漩涡里的中国企业的技术改造契机，把握金融危机促进企业利用信息技术降低

成本提高效益的需求,提高抵御风险能力,进一步加强信息技术设施和服务建设,推进行业和企业的移动信息化水平。

3G 的商业化应用可以促进制造业和服务业的融合。制造环节的赢利水平相对服务行业的水平要低很多,而移动通信产业恰恰对制造环节和服务环节都有关联性,这是吸引国际产业发展的新潮流,能够起到积极的作用。3G 建设对于我国来说就是难得的战略机遇。信息化与工业化融合深入推进,对信息通信服务需求不断升级,创造更为广阔的发展空间。

可以说 3G 对两化融合将起到推动作用,3G 投资使中国运营商逐步转变成全业务运营商,从过去单纯单业务竞争变成全业务竞争,工业化和信息化的两化融合要求必须以高速安全的 3G 通信网络为关键依托。工业化实现信息化的基础。不论是人与人、人与机器还是机器与机器之间的信息传递,在经济全球化和泛地域化的趋势下,对以运营商为主导的公共基础网络设施的需求提出了极高的挑战。电信设备制造商和运营商必须把握 3G 时代两化融合契机,完善基础网络建设,奠定两化融合的坚实基础。

第三、要充分把握电信业移动化、宽带化的发展方向,进一步加强 3G 领域的服务创新,推动移动通信消费升级,创造新的消费热点,通过扩大 3G 通信需求带动社会其他商业消费,为扩大内需发挥积极作用。电信改革带来移动通信发展新机遇;国内经济保持持续增长,为产业发展提供了较好的宏观经济环境。3G 投资的深入开展,也将激发新的消费需求,有力地拉动内需。

3G 与 2G 最大的不同在于 2G 是以语音消费为主,而 3G 则将撬开一个崭新而巨大的信息消费市场空间。目前中国的移动通信用户已超过 7 亿户,电话消费在有支付能力的群体中正在接近饱和,而很多地区的电信市场监测也显示,电信资费的下降拉动的用户增量和 ARPU 增量越来越不明显。

与此同时,人们对多样化、个性化的信息服务需求却呈现日益旺盛的趋势,他们希望移动终端提供的信息服务越来越丰富、功能越来越完善。3G 的启动,无疑将一种更便捷的移动平台和宽带终端推到中国消费者面前,传输速率的大大提高,使得移动互联网、手机游戏、定位服务、移动支付等增值业务可以轻松地在手机上实现,能够创造出巨大的信息消费需求。

可见,在当前 3G 投资如火如荼的现状下,以启动 3G 为契机,加强网络基础设施建设,加快技术业务创新,积极刺激消费需求,对拉动内需,推动国民经济平稳较快发展是有积极意义的。

来源:通信信息报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

日本将在 2020 年前全国普及光纤宽带

日本总务相原口一博 22 日在内阁会议后的记者会上表示“将力争到 2020 年前在所有家庭普及宽带服务”。

原口提出了普及光纤到户这一信息通讯技术（ICT）新构想，并表示“将使 ICT 相关投资翻倍，国民生产力提高至原来的 3 倍。今后将集中建设光纤环境，让所有人都能实现各种应用。”

来源：通信世界网国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

分析称 2010 年智能手机将进入多核 CPU 时代

据国外媒体报道，尽管目前在服务器和个人电脑领域，多核处理器已经应用广泛，但是在像上网本和智能手机等移动计算领域，多核处理器的使用还很少见到。然而，有分析师认为 2010 年这个现象将有所改观。

In-Stat 公司的首席技术策略管吉姆·麦克格雷格（Jim McGregor）在上周发表声明表示，2010 年将会是多核处理器在上网本和智能手机领域应用广泛的关键一年。他还补充说，2010 年包括 MID 和 UMPC 设备在内的便携设备也将应用到主流的多核处理器，同时其他消费电子产品将会在随后的 2012 年和 2013 年逐步跟上多核处理器的步伐。

麦克格雷格预计到 2013 年之前，移动计算领域市场上 88% 的处理器将会是多核处理器。现在的多核处理器大都是基于 X86 工艺架构，但是他指出，ARM 架构的处理器将会在 2010 年过渡到多核处理器，其业绩也会因此取得更快的增长速度。麦克格雷格补充道，移动计算领域的多核计算将会被越来越多的应用到“图形和多媒体加速整合”当中去。

ZDNet Asia 报道，有业内人士对 In-Stat 的预测有着不同的看法。英特尔（博客）公司发言人在发给 ZDNet Asia 的一封电子邮件中表示，英特尔公司的 Atom 处理器就是一款以上网本、MID 等移动计算设备为目标而设计的，该产品目前只有单核架构。只有入门级台式机，或者被英特尔成为 Nettops 的台式机才会配备多核 Atom 处理器。据这位英特尔发言人介绍，下一代为手持设备、MID 和智能手机设计的 Atom 处理器代号为“Moorestown”，同样也是单核的，“我们还没有任何关于这个类别的多核处理器的开发计划。”

黑莓手机制造商 RIM 公司也没有推出安装有多核处理器的智能商用手机。该公司拒绝对未来的产品计划作出任何评论。不过，该公司发言人在电子邮件中表

示，RIM也观察到了消费者想在智能手机上使用更多娱乐或者工作功能的需求，“展望未来，我们可以预计到各公司会引入新技术，进行研制开发来满足用户的这一需求。”

来源：网易科技国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

消费成经济发展短板 工信部扶持信息应用发展

“抓住3G发展、宽带建设、三网融合、农村信息化的市场机遇，引导企业加强新技术新业务开发推广。扶持数字家庭、无线城市等各类市场应用，加快网络动漫等数字内容产业发展，促进信息服务消费。”12月21日，工业和信息化部部长李毅中在全国工业和信息化工作会议上表示。

当前由于缺乏消费的拉动，我国经济增长内生动力不足的矛盾日益显现。因此，开拓新型消费领域，有效扩大内需，刻不容缓。随着我国3G的启动，数字家庭以及无线城市建设的深入推进，信息服务消费对经济增长的拉动作用更突出。无疑，工业和信息化部此举将使信息服务消费进一步升温。

2009年中央经济工作会议提出，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”，“把增加居民消费作为扩大内需的重点，通过保障和改善民生促进经济结构优化、增强经济发展拉动力”。

经济学家辜胜阻认为，消费尤其是居民消费成为我国经济发展中的最大“短板”。2008年我国居民消费率仅为35.3%，而同期美国为70.1%，印度为54.7%。扩大居民消费不仅是当前增强经济增长内生动力的应急之策，而且是转变发展模式的长远之计。

电信资费水平下降有利于增加信息服务消费。据李毅中透露，2009年电信资费综合价格水平比上年下降9%。2010年我国通信业发展的目标之一是：电信综合资费水平下降9%。固话资费改革以及手机长话一费制等举措也表明，政策正引导运营商不断下调电信资费。

电信监管的重心正在向维护用户利益倾斜，这将为信息服务消费营造良好的环境。李毅中表示，面向社会、服务民生，应抓好服务规范和服务质量，保护消费者合法权益，推进电信资费管理方式改革，构建安全和谐消费环境。

市场在经历了初期的观望之后，对3G消费的热情逐渐高涨。2009年，工业和信息化部扎实推进3G发展，3G网络建设和业务推广应用全面展开，预计全年3G用户超过1000万。北京邮电大学教授曾剑秋分析说，相对欧美国家来说，中国3G元年的表现已经相当不错。

随着 3G 业务的发展，企业相继出台多种优惠政策，给消费者带来更多选择和实惠。

无线城市、数字家庭建设的兴起，为信息服务消费注入了一股鲜活血液。在广州，萝岗、黄埔两区居民已开始试用 3G + WLAN 的无线宽带。通过中国联通的家庭网关，市民可享受网络教育、高清视频、网络冲印等丰富的互联网应用。据介绍，未来，具备网络功能的彩电、DV、DC 以及冰箱、空调等家电，都能够连成一张网络。

据李毅中介绍，“加强对增值电信业务政策支持，促进融合型技术和业务发展，推动向融合化、多媒体化和集成化综合信息服务转型”，“推进国家传感信息中心建设，促进物联网与互联网、移动互联网融合发展”意义重大。

总之，在扩内需、调结构的背景下，不断增加的信息服务消费将成为拉动经济增长的新引擎。来源：通信信息报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

【移动增值服务】

北京亦庄造“移动硅谷”

日前，“移动硅谷”在北京经济技术开发区正式启动建设，“移动硅谷”将在星网工业园的基础上，再造一个千亿级移动通信产业基地。

目前，首批计划入驻移动硅谷的约 20 家企业与开发区集中签署了入区协议、意向协议，意向注册资金约 40 亿元人民币。

在北京经济技术开发区，以诺基亚中国园和星网工业园为主体，形成了一条全世界最完整、最具规模的绿色手机产业链。有关统计显示，2008 年全球手机出货量 11 亿~12 亿台，我国占 50%。

来源：中国青年报国家信息中心 2009-12-24

中国联通推新彩信业务“乐媒”

中国联通 12 月 28 日在北京发布新彩信业务“乐媒”。“乐媒”是传统彩信的升级，用户可以快速编辑和发送图像、音频、视频等多媒体信息。公司个人客户部总经理周山表示，未来推出的联通 3G 和 2G 主流机型都将预装客户端。

据介绍，“乐媒”具有容量大、操作快捷等特点。传统彩信仅支持 100Kb 容量的发送，2010 年随着中国联通彩信中心升级完成，“乐媒”将能支持 300Kb 容量的彩信。用“乐媒”业务可以录制发送 30 分钟的语音、30 秒的视频或者

290Kb 的相片。该业务资费与现行彩信保持一致。公司有关人士表示，最终将有 70% 以上的用户可以使用该业务。来源：中国证券报 2009-12-29

[返回目录](#)

中移动“动力 100”给 3G 应用的启示

最近，中移动对“满意 100”做了淋漓尽致地发挥，全国各地大街小巷，凡是有中移动营业厅的地方，可能都会看到这个口号，有的地方甚至玩起了时髦的“体验周”。其实，中移动关于“100”的提法还有几个，这里只举个“动力 100”的例子。这个业务尽管鲜为人知，但是，其推出的通信包、营销包和办公包却是中移动进攻政企客户，挖角中国电信和中国联通的一把利刃。

第一，“动力 100”最初不是中移动集团业务，是广东移动一个集团业务，之后，被中国移动集团收购，成为面向全国一个集团业务，包括针对个人的信息化产品即数据业务和针对企业的信息化产品即集团业务；数据业务独立出来之后，这个业务主要针对的是企业信息化业务。目前，无论是电信还是联通，地方性的某些业务，有时候并不太适合地方使用，但是如果挖掘出来，针对全国其他地方，可能就是杀手业务。其实，在 3G 时代，除了国外一些应用外，国人没有试验过，要符合中国实际，很多业务可能要提炼。所以，运营商对地方业务调研，择优选取优良品牌，对整个 3G 业务开展极其有利。

第二，从品牌推广角度看，“满意 100”对“动力 100”关联性强。很多人虽不知道动力 100，但是只要有 100 的字样，都知道是中移动的业务品牌。这就够了。其实，中国联通的“沃”家庭、“沃商务”、“沃时尚”，虽然很粗，却很连贯，容易记忆。但是，目前运营商在推广品牌存在很多问题。譬如，“政务通”、“警务通”、“农信通”、“校讯通”、“易行通”、“物流通”、“商务通”、“企信通”、“医务通”等业务和品牌，消费者往往混为一谈，根本就不知道到底是谁的品牌谁的业务？没有差异性，推广起来就很费事。

其三，信息化是 3G 应用的方向。目前，无论是物联网还是智慧地球，还是云计算，最终是要落地。目前，通信企业必须跳出通信这个圈子进行竞争，靠语音难以取胜就靠数据业务，数据业务仍然不行，那就只能进入服务行业，譬如中小企业信息化。一个小企业推广业务资金有限，上不起 ERP，运营商可以用一个便宜的解决方案，接过软件企业的饭碗，所以，信息化是通信业转型一个好的突破口。

来源：通信产业报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

电信流动营业厅下乡 农民田间可办手机入网

今后，农民在田间地头、工地上也能轻松办理手机入网、缴费充值等信息化服务。昨日，湖北电信在“天翼”品牌上市周年庆典上宣布，该公司的102台信息化流动服务车将奔赴全省101个县区，助推全省信息化特别是农村信息化建设。

副省长田承忠在肯定湖北电信“流动营业厅”的便捷服务的基础上表示，以后还可加载更多惠农服务项目。

百辆“流动营业厅”下乡

湖北电信昨日启动的百辆农村信息化流动服务车下乡发车仪式上，102辆印有“中国电信”标志的“流动营业厅”从武汉出发，陆续奔赴全省101个县区，届时，用户可在家门口、田间地头和工地上办理入网、购机、充值、缴费等信息化服务。

据了解，这批信息化流动服务车由湖北电信投资3000万元打造，集业务咨询、受理、宣传、服务、应急通信等多项功能于一体。

田承忠在肯定湖北电信“流动营业厅”的强大功能与便捷服务的基础上指出，湖北电信对提高我省农村信息化水平、缩短城乡数字化鸿沟、促进两型社会发展作出了重要贡献，此次百辆农村信息化服务车下乡，将对湖北农村信息化建设提档升级发挥重要推动作用，他希望湖北电信在新的一年里进一步加大信息化推广力度，真正使农业大省的湖北，借信息化先机变成农业强省。

田承忠还表示，以后还可加载更多惠农服务项目，与电信流动营业车一起深入农村市场，服务农民。

手机、宽带用户双超300万

“‘天翼’移动用户增长迅猛，并带动宽带用户快速增长。”昨日，中国电信湖北公司总经理马益民在庆典大会上还透露，截至目前，湖北电信“天翼”移动用户和有线宽带用户总量已双超300万户。

据介绍，C网运营一年来，湖北电信实现了“天翼”品牌在网络、服务、终端、应用等方面的跨越式发展。如中国电信天翼3G网络率先实现全国覆盖，全省基站总数翻番，由2008年9月底的3218个增加到6671个，覆盖全省所有的行政乡镇。

活动现场，湖北电信“天翼”及宽带第300万个用户分别领到了5000元奖金、奖品和荣誉证书。第300万个“天翼”用户，武昌的余涛先生在了解本报与湖北电信联合发起的“温暖你我——天翼圣诞行动”后，当场宣布将这笔奖金捐献给武汉市儿童福利院。随后，宽带第300万个幸运用户，黄冈的张先生也受到

感染，在接受主持人采访时表示要将奖金捐给吴天祥扶困基金。来源：长江商报
国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

【网络增值服务】

中移动正式开通集中化支撑系统

工业和信息化部、广东省人民政府、中国移动通信集团总部相关部门及其子公司和超过 20 家中国移动供应商合作伙伴的相关领导和代表齐聚广州，共同见证了中国移动南方基地集中化支撑系统的开通。

据介绍，南方基地集 IT 网络支撑中心、高级技术支援中心和专业人才储备中心于一身，同时，还是新产品研发的前沿阵地和现代信息服务产业集群基地。南方基地集中化支撑系统的开通，标志着中国移动集中化 IT 网络支撑和管理能力已经进入全面升级的快车道。

工业和信息化部副部长娄勤俭在启动仪式上表示，中国移动南方基地集中化支撑系统的开通，对中国通信行业具有典型的示范意义，是中国通信发展历程中的一个标志性的里程碑。

来源：信息时报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

物联网板块三叉戟：二线股票跃升新领军者

大唐电信为中国移动提供芯片支持；长电科技则背靠中国电信；东信和平在智能卡业务上坐收渔翁之利

“我们正打造三叉戟”。日前南方一家基金公司高层对理财周报表示，他们对物联网板块已完成 2010 年的战略布局。

“三叉戟是大唐电信（600198. SH）、长电科技（600584. SH）、东信和平（002017. SZ），这三家公司很快会有相应的订单出炉，初步的想法是，把大唐电信作为 2010 年的龙头。”

据透露，三家公司均将在未来一段时间依托电信物联网产生爆发性增长，其主要载体就是手机多维物联功能（比如手机刷卡、辨识、支付等等）开发。其中大唐电信微电子业务板块将作为中国移动的合作方，全面提供芯片支持，而长电科技则作为中国电信的合作方已经获得了不菲的订单；东信和平则会在智能卡业务上坐收渔翁之利。

而近期的二级市场也充分体现了上述价值观。

湘财证券吴友文表示这是继 9、10 月份间的第二波行情，物联网由一个无序的概念空白阶段，开始落实到具体产业的层面，第二波行情主要是通信股带领的。比之概念更为正宗的远望谷（002161.SZ）、新大陆（000997.SZ）、厦门信达（000701.SZ），主营通信设备的大唐电信成为新一波“物联网”概念的领头羊，让人们多少感到有些讶异。

从上交所公布的成交回报来看，12月初短短三个交易日中，合计 5 家机构席位在二级市场上买入了约 1.58 亿元的大唐电信。

非典型“物联网”巨头

从摘掉 ST 之帽到物联网新宠儿，大唐电信只用了半年时间。此前机构对其的看法普遍是：这个公司名声不太好，涉及财务作假，而日前口风已纷纷转舵。

大通证券程思琦表示：“从业绩上看，公司各项财务指标确实有了明显的好转，一季度不到 2 分钱业绩，而三季度是 8 分钱，单季度增长很快，全年肯定是 1 毛钱以上，未来主要看国内这块终端、芯片等设备的需求，虽然目前的股价不低，但放在历史成绩来看，还属于一个比较低的点位。”

多位证券研究员给出的大唐电信 2010 年预期每股收益不过 0.3 元，这对于现在动态 PE 已经超过 50 倍的股价会带来压力。至于是否会被重组目前来说还只是愿望，毕竟增发方案还没有实施。

种种迹象表明股价的上涨已经抛离基本面的支撑，完全依赖于物联网概念，“大唐电信、东信和平和长电科技实际上与‘物联网’的关系并不紧密，更多的还是概念。”东方证券电子行业首席分析师陈刚指出。

直到 2009 年 10 月，大唐电信才推出包括 Airpaper 电子阅读终端、手机炫妆业务、U-game 手机游戏王在内的三款终端增值产品，算是勉强靠上了“物联网”概念。

而作为智能卡生产龙头的东信和平，主营以生产 2G 和 3G 的通信卡为主，以及在 2006 年涉足的第二代智能身份证的生产，对于物联网的关键技术 RFID（电子标签）也是在近期才得以涉足。

长电科技更是在现时大举进军微存储市场，研发生产自己并未涉足过的 U 盘，仅凭其 MEMS（微电子机械系统）封装生产能力与物联网“挂”上了边。

“三家公司之前都属于物联网概念中的二线股票。”陈刚如是说，但这一切并不阻碍它们成为物联网领域新的领军者。

大股东背景“互联”

12 月 11 日，原大唐电信副总裁李珠袁接任大唐移动总裁一职，原大唐集团副总裁、电信科研院副院长黄志勤接任大唐移动董事长一职，由于大唐移动相关

资产尚未上市，尽管此前大唐电信刚刚澄清，但如此的人事调动依然给市场带来无限遐想。

新任总裁李珠袁曾任普天首信通信设备厂（集团）副厂长，北京首信常务副总裁。新任董事长黄执勤曾任普天集团副总裁，一度兼任东信董事长。

这一变动再度引发外界对普天与大唐重组的猜测。早在 2005 年前后，普天集团就曾向国资委提交了希望与大唐集团进行重组合并的建议书，此后二者重组传闻不断，包括上海普天与大唐移动的重组谈判。

而东信和平的最终控制人正是普天集团，作为特大型的中央企业，普天拥有首信集团等 16 家直属企业以及东方通信（600776.SH）、*ST 波导（600130.SH）、上海普天（600680.SH）、东信和平等多家上市公司，是国内从事研究开发和生产经营系统成套通信技术装备、邮政设备的重要信息产业集团公司。

大唐电信控股股东为电信科学技术研究所，实际控制人为国务院国资委，同样贵为中央级国企。

“两家公司就像是两兄弟。”广发证券电子行业研究员惠毓伦表示。

而长电科技虽然没有大唐电信和东信和平这样的“显贵背景”，但从其能顺利拿到军方的订单和享受政府的高额补助来看，其也有良好的政府资源优势。

“国进民退”下的生机

“所谓的物联网就是好几年前已经有的老技术 M2M 的一个包装。其核心的 RFID、传感器技术已经十分成熟。而物联网实际上就是一个集成而已，并不需要再开发什么新的核心技术。”深圳南山一做 M2M 技术解决方案的公司的一位技术负责人如是向记者解释。

而他所在的公司正是为沃尔玛内部的产品物流提供 M2M 的技术解决方案。

“所谓物联网的很多技术，早已经应用在我们的日常生活当中了。”

因此技术并非物联网的关键所在。而在国家强力推进物联网建设的背景下，政策优势更为明显和重要。

“与远望谷、新大陆这样更为正宗的物联网股相比，前述三家公司有着强势的央企和政府背景，这成为这三家公司的先天优势。”天相投顾电子行业研究员康志毅表示。来源：理财周报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

3G 刺激增值业务高速发展 通信业投资价值凸显

中信建投的分析师认为，3G 时代将推动通信服务行业新一轮革命性变革，而且会产生许多极具成长性的公司。投资通信服务行业正当其时，维持行业“增持”评级

2009：3G 网络建设年

3G 网络建设步伐很快，3G 用户和 3G 业务推进逐渐加速。至三季度末，三大运营商已累计完成 3G 投资 961 亿元。09 年作为 3G 元年，运营商在 3G 网络建设上推进很快，网络覆盖和运行质量均在不断完善。预期年内 3G 网络均有望实现大规模覆盖。

3G 用户已初步发展。三大运营商中，中国移动 TD 用户 包括手机用户和上网卡用户 到 9 月份已达到 165.5 万户（工信部官员 11 月 17 日表示，目前 TD 用户已达 400 万户），中国电信 CDMA2000 EV-DO 用户上半年达到 130 万户。而联通 WCDMA 虽然 10 月 1 日才正式商用，但近期用户增长速度很快，至 10 月 31 日 3G 用户已经达到 102.1 万户。按目前的发展态势，有望在年底年初实现每月发展 100 万 3G 用户，由于联通拿到全球最成熟的 3G 牌照 WCDMA，其 3G 用户发展有望获得后发优势。

3G 业务不断推进。三大运营商对 3G 业务均持积极态度，虽然话音业务在现阶段和今后一段时期仍为收入的主体，但全力发展移动数据业务 移动增值业务 则是 3G 时代有别于 2G 时代的最重要特征。

移动增值业务 09 年增长明显放缓，但仍为最大看点，手机游戏等业务亮点纷呈。09 年以来国内移动增值业务收入，按我们统计的三大运营商公布的数据汇总，上半年增速仅为 13.5% 数据来源：三大运营商 09 年半年报，由于在香港上市的中国移动和中国电信不公布季报，无法获得前三季度的情况，较 08 年的 21.2% 的增速明显放缓，但仍明显高于移动业务收入的增速 上半年增速 6.8%，更是明显高于固网业务收入 固网业务收入出现下降。移动增值业务收入占移动业务收入的比重也上升到上半年的 28%。按照增速逐季明显回升的态势，我们预测全年增速仍有望回升到 20% 左右。

但是手机游戏等业务亮点纷呈，09 年以来其迅猛的发展令人关注。09 年上半年，国内手机游戏收入达到 9.1 亿元，同比增长 67.9%，较 08 年明显加快。且强势企业增速远高于行业增速，例如国内手机游戏的龙头企业空中网上半年手机游戏收入 1175 万美元，同比增长 339%，环比增长 132%。北纬通信上半年手机游戏收入 484 万元，同比增长 7.9 倍，实现了低基数下的高增长。

我们对电信行业 09 年全年的预期：第一，全行业电信业务收入有望实现 5 % 左右的增长，仍然低于 08 年 7 % 的增长，但差距已经不大，行业逐季回暖的态势将延续；第二，移动增值业务收入增速有望回升到 18 - 20 %，其中的一些业务成为亮点，例如手机游戏高速增长的风头已经形成；第三，三大运营商 09 年出现业绩低谷将成现实；第四，在大规模网络建设初步告一段落后，4Q 开始，三大运营商将对发展 3G 用户和 3G 业务发力，而大规模的激烈角逐将在 10 年展开。

2010 年：3G 用户和 3G 业务高速发展年

3G 用户和 3G 业务将高速增长。09 年是 3G 元年，也是网络建设高峰年。随着网络建设进程的推进，我国 3G 网络已经具备了大规模发展用户的条件，10 年 3G 用户数将实现低基数下的高增长，用户数有望超过 5000 万户，预计市场份额，联通：电信：移动为 40 %：35 %：25 %。3G 用户数高增长必然带来 3G 收入的高增长（相对于用户数高增长略有滞后），而且由于 3G 提供更丰富的业务品种和更高的带宽，用户 ARPU 值将大大高于 2G 水平，3G 业务和收入有望在 10 年下半年进入高速增长通道。

运营商业绩仍难乐观，但有望由低谷回升。近年来，固网用户数不断下降，加之通话价格下降导致 ARPU 值逐年下降，运营商业绩增长情况并不理想，而且这种趋势在短期内难有改观。具体因素包括：1、3G 网络建设投资较大，超过了折旧费用；2、运营商多采用高额手机补贴来抢占用户资源；3、发展 3G 用户的营销费用和运营费用较高；4、运营商竞争加剧，带来资费继续下降。

但随着 3G 收入进入高速增长期，有望带动运营商业绩在 2010 年由低谷回升。另外，无线音乐、手机游戏、移动电子商务等具备高成长性的 3G 业务将为运营商提供更加多样化的收入来源。

关注 3G 带来的移动互联网盛宴。随着 3G 建设和应用的深入，必然带来网速的提升和资费的下降，进而带来 3G 业务蓬勃发展。我们预计，2010 年 1H 始，3G 用户高速增长。2010 年 2H 开始，3G 业务高速增长并带动移动增值业务进入快速发展阶段。虽然截至目前国内 3G 用户仍然仅在百万数量级，与国内 7 亿以上的总移动用户相比仍属凤毛麟角，但近年来国内手机上网人数每年出现翻倍增长，至 8 月底，国内手机上网用户已达 1.81 亿户，预计至 09 年底就有望达到 2.3 亿户。

据 10 月底 CNNIC 发布的《2009 年中国移动互联网与 3G 用户调查报告》中显示，截止到 8 月底中国手机上网用户 1.81 亿户中，23.1 % 的人（即 4181 万户）表示计划在未来半年内使用 3G 手机上网。而且我国手机上网人数近年来每年都在翻倍增长，潜在用户规模巨大。另外，在对手机上网应用的调查中，手机

新闻、手机聊天和手机搜索是目前排名前三的手机上网应用，分别有 90.8%、47.9% 和 46.9% 的用户使用。

行业内上市公司分析

通信服务行业 09 年前三季度，营业收入来同比增长 116.2%，归属于母公司的净利润同比下降 21.4%，由于中国联通业务结构发生重大变化（收购网通、出售 C 网），致使整体服务行业三季度同比数据可比性不强。从估值来看，通信服务行业 09 年前三季度静态 PE 为 36.0，高于 A 股市场 26.3 的平均水平。从营业收入和利润的增长角度分析，09 / 3Q 行业中营业收入增长率排名前三的分别为，中国联通 120.25%、国脉科技 26.12%、拓维信息 18.21%；归属于母公司的净利润增长率排名前三的分别为，鹏博士 25.9%、国脉科技 17.81%、北纬通信 15.95%。其中，中国联通由于业务结构发生重大变化，同比数据不具备可比性；鹏博士、国脉科技、北纬通信虽利润增速居前，但增速均不高，其主要原因在于多数通信服务类公司业务处于 3G 高投入期。

从盈利能力角度分析，09 / 3Q 毛利率排名前三的分别为，拓维信息 59.48%、北纬通信 54.56%、国脉科技 48.78%；净利率排名前三的分别为，拓维信息 30.25%、北纬通信 22.69%、国脉科技 18.43%。可以看出，拓维信息、北纬通信、国脉科技的毛利率和净利率水平依次位居前三（与其他行业上市公司相比也位居前列），表明三家公司业务均处于行业景气周期，也是我们重点推荐的通信服务类上市公司。

从估值角度分析，09 / 3Q 静态 PE 最低的三家上市公司为，中国联通 33.18 倍、国脉科技 43.31 倍、拓维信息 43.31 倍。虽然估值高于 A 股平均水平，但考虑到行业特点（行业处于高成长期，高估值具备合理性），估值具有一定吸引力。

进入 2010 年，随着 3G 业务的展开，通信服务行业景气度将不断上升，相关上市公司利润增速加快带来估值水平的下降，估值吸引力进一步上升，我们重点推荐的上市公司包括：北纬通信、拓维信息、国脉科技、中国联通。来源：通信信息报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

视频网站行业试水直播点播双重模式

在刚刚结束的中国移动无线音乐“咪咕汇”上，近3000万网友通过优酷网直播观看演出。经过了几年的积累，国内视频行业的主流模式正在由单纯点播向“直播+点播”转移，互联网电视的播出模式已然清晰，而技术门槛的提升有望推动这一行业的再度洗牌。刷新互动演唱会直播纪录

无线音乐“咪咕汇”是中国移动一年一度的无线音乐盛典，以无线音乐排行榜为基础。近3000万的网络直播观众数，创下优酷网直播互动演唱会的历史新纪录。

业内人士分析，视频已成为中国互联网第四大主流应用，其用户数量规模超过了2.2亿，中国移动放弃传统电视直播平台通过新媒体直播，是无线音乐、无线娱乐乃至新媒体发展道路上又一大事件，充分显示出视频平台的媒体影响力。

“作为一种技术手段，视频有很强的文化属性和娱乐综艺的属性，能为广告主带来很多的营销价值。”在接受记者采访时，优酷市场副总裁陈英表示，视频网站由“点播”到“直播+点播”，正在不断丰富自己的表现手段。对于一些大广告主而言，这无疑具有极强的吸引力。

技术门槛升级加剧行业竞争

2009年4月，优酷网携手诺基亚首次进行演唱会网络直播，在长达3小时的封网时间内，优酷网尝试了网友与现场明星的多种互动方式。4个月后，优酷网不通过封网，已能连续8天独家全程直播郭德纲单口相声评书《济公传》。

“直播演唱会有技术、带宽、服务器三大门槛，公司之所以敢支撑这样的项目，是因为我们不断地在进行直播经验与技术的积累。”优酷运营副总裁魏明认为，之前的两次演练表明了“直播+点播”的全互动网络视频娱乐模式从技术和运营端已经完全成熟。

即将到来的2010年，相继举办的世界杯、亚运会等体育赛事势必引发各大视频网站间的内容大战，而“直播+点播”的模式无疑更能满足用户的多重需求。在这样的情况下，视频网站不得不去升级现有技术，而视频业的技术门槛将再度被提升。

无线音乐成重要突破口

除了直播中国移动无线音乐“咪咕汇”，优酷网还将在本月底与诺基亚合作，与江苏卫视同步直播诺基亚跨年演唱会。加上此前酷6网和华友世纪的合并，种种迹象表明，无线音乐已经成为视频网站的下一个争夺领域。

按照统计，中国移动无线音乐俱乐部的会员已经超过1亿，其中高级会员超过8000万，在这些固定热爱音乐的群体中，每月付费消费客户数高达95.7%。目前，有为数不少的歌手通过彩铃的下载作为主要的收入手段，这直接推动了无线音乐市场的迅速扩大。

在业界看来，随着3G的启动，中国移动将成为未来最大的音乐公司和最大的音乐集散地，为了更快地实现盈利，视频网站肯定将争相与中国移动建立合作。
来源：北京商报国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

中国网络电视台下周启动 视频网站避让国家队

国家队凶猛，视频行业格局面临改变。

传闻已久的央视“中国网络电视台”将于下周正式启动，并启用CNTV.cn域名。

视频网络新力量

CBN记者收到的邀请函中看到，央视网将于下周一举办“中国网络电视台启动仪式”。

中国网络电视作为网络视频的国家队，又给近期已经过多轮调整的网络视频行业扔下了一颗重磅炸弹，在接受CBN记者采访时，多家视频网站的负责人除了认为这说明视频市场的繁荣之外，也表示无意与央视竞争，将避其锋芒，采取差异化的发展模式。

在一份材料中，CBN记者注意到中国网络电视台的定位为：是经过批准设立的国家综合网络视频公共平台，是以视听互动为核心、融网络特色与电视特色于一体的全球化、多语种、多终端的立体化传播平台。

此外，央视网还将加快推进全球镜像站点建设，启动网络视频分享平台建设。而据CBN记者了解，除了中国网络电视台之外，央视网旗下已内测许久的下面两个视频网站——定位于直播的“爱布谷”和定位于分享的“爱西柚”也将正式亮相。在这两个网站上，CBN记者看到用户已可以申请账户，但不能点击进行访问。

据了解，除了央视之外，湖南广电已整合原来的新媒体业务金鹰网改名为芒果TV，率先进军网络电视台产业，而未来会有更多的官方媒体和版权方进入这一领域，届时网络视频行业将难免有一场混战。

视频网站避让

优酷网 CEO 古永锵接受 CBN 记者采访时称，央视进军网络视频，说明行业更走向主流。“央视强在资讯、体育、财经等领域有优势，而优酷的重点发展领域在影视剧和娱乐等。”古永锵说，优酷会避开央视的强势领域，避免与其发生直接竞争。

搜狐董事局主席张朝阳认为，央视网和其他视频网站都有不同的优势，但央视作为国家机构参与的好处是：他们肯定不做盗版，可以使大家在公平的规划下竞争。“别人做大了，我们认了，我们做大了也高兴。”张朝阳说，体制内的媒体、电视台参与到视频的竞争领域，会使竞争更加激烈，但内容也会更丰富。

“版权问题是困扰视频行业的一个最大问题。”易观国际 CEO 于扬在分析了 Hulu 和 YouTube 的运作模式后表示，从国际互联网企业的发展来看，网络电视台模式比视频分享模式要好很多。

来源：第一财经日报国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

【电信网络】

台湾远传电信启动 WiMAX 4G 服务 首年目标 2 万户

据台湾媒体报道，远传电信在台湾台中市启动 WiMAX 4G 服务，上网月租费 599 元新台币（约合人民币 127 元），第一年目标 2 万用户。另外，提供 160 个名额供中低收入或有残障手册民众申请免费使用。

远传今天在台中市启动“远传大宽带 WiMAX 4G”服务，远传董事长徐旭东、副董事长暨总经理杨麟升、台中市长胡志强等都亲自出席。

徐旭东指出，最近台湾省 25 县市数字表现调查报告中，台中市高居台湾之冠，接下来的 WiMAX 4G 启用，相信能为台中市打造数字科技城远景。

远传今天也在现场展示将 WiMAX 4G 运用在无线宽带影音、数字家庭多媒体、数字广告及移动上网、电子书等相关应用服务。目前远传在台中市架设约 100 个基地台，人口涵盖率近 90%。

远传初期提供 WiMAX 4G 无线网卡和家用无线分享器，均使用智邦旗下钰程科技的设备，计划一年内抢攻台中市 20 万宽带家户数中 2 位数市占率，目标至少约 2 万户。

远传推出个人、家庭及企业优惠方案，每月新台币 599 元传输封顶，还可以 0 元带回 WiMAX 网卡，或免费租用远传大宽带 WiMAX 无线分享器，再加赠远传 070 软件电话、Miroko 远程硬盘免费 50GB。

远传还设置包含市政府机关、图书馆等 15 个公众活动区域，提供 WiMAX 无线上网体验区。远传还推出“弱势族群照护专案”，台中市低收入户或领有残障手册民众，拨打市民专线 1999 登记，即有机会享受远传 WiMAX 无线上网吃到饱 24 个月免月租费，名额 160 名。

另外，远传与全球一动、大同电信、威迈思电信即将签订 WiMAX 商业漫游协议，将提供 WiMAX 跨区漫游的服务。之后远传 WiMAX 用户不仅在台中市可使用 WiMAX 4G 高速上网，在其它县市也可享有相同服务。

来源：新浪科技国家信息中心 2009-12-24

[返回目录](#)

【终端】

通信设备出口稳获融资及信用支持

2009 年的日历只剩下薄薄的四页，中国通信企业在分享国内 3G 盛宴的同时，丝毫没有放缓“走出去”的脚步，中兴、华为等通信企业海外业务在国家大型成套设备出口融资和信用保险双重优惠政策的支持下逆势上扬。其中，中兴通讯仅在上半年便实现出口业务收入 127.56 亿元，同比大幅增长。

从 5 月 27 日国务院常务会议提出六项稳定外需政策措施，大型成套设备出口融资保险专项资金安排（421 专项）明显提速，到 8 月上旬华为与中国出口信用保险公司签订保额为 3692.79 万美元的“421 专项”第一单，截至 12 月 18 日，国内通信企业累计与中国出口信用保险公司签订的“大型成套设备融资保险”合同金额占总金额的 25% 以上，近 30 亿美元。

“从目前的情况看，国家出口信用保险政策效果十分显著，有效发挥了政策性金融工具对稳定外需、促进出口的杠杆作用，有效地解决了企业有单不敢接的难题。”中国出口信用保险公司总经理王毅对记者表示。

对外拓宽融资

2009 年，我国出口贸易形势空前严峻，企业普遍面临“有单不敢接、有单无力接”的困境，出口企业信心受挫。

针对通信设备等出口企业面临的问题，国务院组织召开“421”专项工作会议，初步确定了对此前汇总的 421 亿美元合同金额的有关企业，加快审批提供保费优惠等支持政策。在已经得到“421”专项支持的出口项目中，通信设备和电

力设备合计占据半壁江山，更以华为和中机集团等大型设备出口企业所占比重最大。

针对“421”专项，中国出口信用保险公司取消了国别限额。中国进出口银行则为专项信贷业务开辟了“绿色通道”，审批流程大大缩短。

带资（信用专项贷款）创造外需，从而拉动内需。融资支持不但帮助中国通信产品占领新兴市场，而且深受当地政府欢迎，不易引起贸易摩擦。

对内担保信用

2010年，金融危机的影响将趋于缓和，国际市场需求已出现暖意。但世界经济复苏动力不足，我国仍将处于国际贸易摩擦的中心地带，经济发展的外部环境充满了不确定性。

随着国内通信企业拓展海外市场的步伐不断加快，华为、中兴等企业的国际化战略中常在国外投资大型项目，在投资过程中多会面临政治、商业风险。

在某些发展中国家和转轨国家，由于投资期限较长，一旦出现政府换届，往往导致项目运作出现问题，给国内投资方带来巨大风险；而一些实行固定汇率的国家外汇储备不足，外债负担沉重，外汇收入结构不合理，容易发生金融危机或汇兑限制；此外，海外投资项目由于期限较长，融资需求巨大，一旦投资方现金流出现问题，也会给项目带来不可估量的损失。

对此，王毅表示，中国信保将大力支持通信企业开展海外投资活动，针对放账交易给企业资金周转带来很大压力，在全球信用风险水平高涨的2009年，“现金为王”是企业挺过危机的法宝，王毅提出，2010年将进一步加强对企业获得银行融资的支持力度。

来源：通信产业报国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

中国首个千万亿次超级计算机下月启用

世界排名第五、亚洲排名第一的中国首个千万亿次超级计算机系统“天河一号”首批设备，目前正在位于天津滨海新区的国家超级计算机天津中心安装调试，将于2010年一月投入使用。

据了解，此次安装完成的“天河一号”首批设备，包括八个机柜、二百五十六个运算模块以及相关部件，运算峰值为每秒百万亿次。首批设备安装调试完毕后将先期对外提供服务。此后，“天河一号”相关设备，还将陆续运抵天津，预计2010年下半年“天河一号”全部设备投入运行。

“首批安装使用的设备将主要负责客户培育工作。”国家超算中心相关负责人介绍说，2010年一月，“天河一号”将开始进行应用推广，即根据客户需要部署软件，也可以将客户的应用软件移植进系统。目前，已有多家企业、科研单位与该中心联系，希望使用“天河一号”或通过超级计算机设计模具、对高层建筑物进行结构分析等。

作为中国国家超级计算天津中心的业务主机，“天河一号”将面向国内外市场，为包括石油勘探数据处理、生物医药研究、航空航天装备研制、资源勘测和卫星遥感数据处理、金融工程数据分析、气象预报、新材料开发和设计、基础科学理论计算等领域内的大规模计算提供服务。

来源：中国新闻网国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

手机输入法圈地移动互联网新领域

苹果 iPhone 的出色表现告诉我们，越来越多的消费者都渴望能够在移动设备上进行充分的网络体验。如果说手机浏览器是移动互联网入门表现的话，那么手机输入法无疑是手机和移动互联网应用的基础与根本。

互联网和移动网的融合，特别是在 3G 的催动下，移动互联网应用也日渐丰富。而作为人机智能互动的基础：输入法显然已被提升到更高的层次，互联网巨头的输入法之争就是一个最好的例证，而手机输入法如何拉近与移动互联网的应用距离也成为业界关注的重点，此外，输入法的盈利模式也是值得思考的问题。

手机输入法之争？

11月25日，百度高调宣布收购国内的中文手机输入法“点讯”，将其整合为“百度手机输入法”。在此之前，腾讯已经收购了 A4 输入法，还有搜狐旗下的搜狗输入法也将推手机版，互联网公司移动领域的大战，正扩大到手机输入法软件上来。

在 3G 时代，手机操作系统、手机浏览器、手机输入法和手机搜索引擎都是用户直接面对的“入口”，手机输入法无疑是这些入口中最为重要的基础之一，一直以来手机输入法市场被美国特捷通讯公司的智能输入法 T9 霸居，输入法也被业内称为“水较深”的行业，一方面他的技术门槛要求比较高、资金投入大、投资回报周期长，另一方面需要有多年的内涵和沉淀、多国语言支持、手机操作系统兼容问题、安全问题、应用软件兼容支持等问题都不可轻视，此外输入法作

为手机嵌入式软件又需要与众多终端（手机、PDA等）厂商的全面合作无疑也是一个门槛。

但是，输入法作为手机应用的基础，特别是移动互联网应用，其市场潜力决不可被低估。输入法是一个小的产业，全世界年产值在1亿美元左右，但是正式这小小的输入法却能撬动上百亿甚至几千亿美元的市场。现如今，市场上已有丰富的手机输入法：T9、A4、百度输入法、搜狗输入法、QQ输入法、点讯输入法、国笔输入法、汉王输入法、TouchPal输入法、王马春雨等等。

手机输入法之争的根源

业界的人是这么形容手机输入法功能的：

输入法是人机互动的纽带

输入法是用户思想直达应用的最佳平台

输入法是提高移动互联网应用体验的绝佳快捷方式

... ..

说法中我们不难发现输入法在手机终端上的支柱作用，特别是手机输入法在植入移动互联网应用后，作用就更显重要。有人就曾把手机输入法比作比笔记本电脑的键盘和操作系统的视窗，可见它的重要性。

全世界年产值在1亿美元左右的输入法，却能撬动上百亿甚至几千亿美元的市场，短信功能就是输入法最基础的应用之一。单就手机输入法本身来说也是小巧精悍但却功能强大。

以国笔科技最新推出的手机输入法Winguo为例：它是一款尤其适用3G手机用户使用的智能输入法，也被形容为仿机器人服务平台。手机用户可以随心所欲，以自然语言输入的方式从手机界面直达所有应用功能。在短消息读写界面，Winguo可以通过文本感应技术，预测手机使用者的意图，像机器人一样给你推送各种网络服务。例如，当你输入“机票”、“飞机”等关键词时，即被提问是否想通过“南航”或“国航”预订机票，当你确认后，智能系统会主动引领你进入相关网页；当你输入“章子怡”时，智能系统即被引领你到相关的新闻和图片的浏览和下载页面。Winguo发明人高精鍊博士表示，Winguo平台不仅能给用户提供移动互联网的贴身服务，对于移动通讯业界也意义重大，它可以提高手机厂商的产品附加值，增加移动运营商的用户量和业务量，拓宽SP、CP经营者的业务销售渠道。

手机输入法也能“恰似你的温柔”

几乎所有人都看好移动互联网在未来的发展，手机输入法的不可或缺性也是一个基础的共识，但手机屏幕方寸之间，现在没有哪家公司敢说找到了真正可行的商业模式。

手机输入法要实现收入基本有三种途径，一是传统的商业模式，即内置于手机中，向生产商收取授权费。据不完全统计，2008年全世界智能手机出货1.3亿部，按每部分成0.8美元计算，总的市场容量约在1亿美元。而中国每年智能手机日渐增大的比例，也是一块不容小觑的蛋糕。上述的点讯、TouchPal等正是采用这种模式。

随着今后手机越来越智能化，用户会产生个性化的需求，自己来选择安装使用哪款输入法，因此就有了第二种手机输入法的商业模式，即向定制的运营商、用户收费。国内的一家全语言手机输入法软件公司“金拇指”就是采用这样的方式，一次向用户收取约10元的费用，并提供其后的维护更新。

第三种手机输入法收费模式“有点像腾讯的QQ软件”，即先提供免费的下载和基础服务，等用户产生依赖之后，再在其上开发增值收费项目，“比如一个月一次词库升级，比如组建个人词库可以联想划词，比如定制专业词库等等。”对这个模式，笔者认为其做输入法有点醉翁之意不在酒、恰似你的温柔的味道，可以在输入法中内嵌一个更新服务，或者类似于国笔科技的Winguo通过输入法嵌入移动互联网业务，分享增值业务收入。

易观国际高级分析师方丽表示，输入法的收入在向内置收费和向下载用户直接收费以外，还有一种通过通信运营商平台收费的趋势，比如近期搜狐手机输入法的新版本出现在了中移动的手机应用商店MM上。

总之，无论哪种模式，又或者提供免费下载、布局手机输入法市场等行为，可以肯定的是手机输入法背后潜藏着的巨大的商业利益转化的可能。正是基于互联网的资源向移动互联网转移的趋势，通过手机预置、个性化服务及输入法的移动互联网增值业务体验，特别是市场规模布局和用户习惯的培养，通过多方联动，将成为手机输入法盈利的突破。

来源：通信世界国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

烽火通信荣获信息产业年度影响力企业奖

2009年12月4日，由中国电子信息产业发展研究院(赛迪集团)主办的“2009中国信息产业经济年会”在北京隆重召开。来自工业和信息化部、国家统计局的领导，以及业界厂商代表在会上发表演讲，就国内外经济及信息产业当前发展态势，以及促进产业可持续发展的新政策新举措展开探讨。在同期举行的颁奖晚会上，烽火通信荣获2009信息产业年度影响力企业奖，烽火通信总裁何书平荣获2009信息产业年度经济人物表彰。

2009年信息产业经济年会的主题是“经济振兴与可持续发展”，年会特设：2009中国信息产业年度经济事件、2009中国信息产业年度3G发展贡献、2009中国信息产业年度跨国企业本地突出贡献、2009中国信息产业年度影响力企业、2009中国信息产业年度高成长性企业、2009中国信息产业年度经济人物、2009中国信息产业年度新锐人物等奖项，以表彰电子信息产业领域领军企业及优秀企业家在危机形势下对国民经济振兴做出的突出贡献。经过网络投票及专家评审，烽火通信荣获2009信息产业年度影响力企业奖，烽火通信总裁何书平荣获2009信息产业年度经济人物表彰。

2009年恰逢烽火通信成立十周年。十年风雨历程，在信息化建设的浪潮中，烽火通信完了市场体系重组、人事制度改革、业务流程改造、企业信息化建设，积极倡导面向客户和市场的企业文化，成功完成了对传统事业体制的改造，建立了一个法人治理结构完善、内控机制严谨、流程运作通畅的股份公司。

步入2009年，通信行业正在全面走向全业务竞争时代。烽火通信继续开拓进取，深入贯彻“应用、服务、盈利”的理念，立足于光通信主业，坚持自主创新和人才强企两大战略，拓展国内、国际和信息化三大市场，成功跻身中国光通信市场供应商三甲地位，成为中国制造群体进军海外市场的行业先锋之一。来源：中国通信网国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

中国电信 2010 年度工作会提出转变发展方式 提升创新能力

12月23日，中国电信集团公司在北京召开2010年度工作会议，王晓初总经理作题为《转变发展方式，提升创新能力，实现服务信息化新突破》的工作报告，提出2010年，中国电信将持续深化企业转型，积极转变发展方式，大力实施聚焦客户的信息化创新战略和差异化发展策略，加大结构调整力度，不断强化精确管理，进一步坚定信心、创新发展、统筹兼顾、突破拐点，努力开创有效益规模发展新局面。

工业和信息化部副部长奚国华出席会议并讲话，国资委派驻中国电信监事会主席李克、部总工程师苏金生出席会议。会议由中国电信党组书记尚冰主持。

2009年，中国电信认真贯彻中央的决策部署和应对金融危机的一揽子计划，深入学习实践科学发展观，整改落实措施已完成98%；积极拓展移动市场，树立了全业务运营商的崭新形象；行业信息化、商务领航、我的e家、号百、ICT业务发展良好，海外业务增长明显，加快了农村信息化建设。公司先后被国际著名财经杂志评为“最具潜力中国企业”、电信行业最佳公司、最佳管理企业，被

国内权威机构授予“具价值企业社会责任榜样奖”和“中国企业社会责任特别大奖”。奚国华在讲话中对中国电信取得的工作成绩给予高度评价，希望中国电信加快结构调整，提高发展的质量和效益；加强内部管理，持续改善服务；积极履行社会责任，营造绿色文明的网络环境，以优质的信息业务服务经济、服务社会、服务民生。

王晓初强调，2010年中国电信要把握四个关键问题：一是深化企业转型，转变发展方式，更好地为社会信息化建设服务；二是提升创新能力，坚定不移地走差异化发展道路；三是强化统筹协调，努力实现有效益规模发展；四是巩固“硬”实力、提升“软”实力、打造“巧”实力，构建和谐的产业生态环境。2010年中国电信将调整前端组织架构，成立公众客户部、海外拓展事业部、客户服务部和产品中心等部门，更好地适应全业务发展新要求。以差异化产品和行业应用为抓手，加大政企客户、公众客户、农村、海外和北方市场拓展力度，加快实业发展。以提高客户满意度和忠诚度为目标，实施宽带大提速，推进网络演进；优化运维体系，打造精品移动网络；加强IT统一管理，提升信息化支撑能力；健全客户服务体系，优化全业务服务标准；加强品牌宣传，树立差异化的创新品牌形象。以解决终端瓶颈为突破，激发CDMA产业链发展活力，统一政策标准，促进终端购销社会化；创新合作模式，带动以移动互联网为重点的信息服务产业链；加强应用合作，打造具有协同优势的行业应用价值链；以突出业务为重点，打造差异化的号百服务。内部管理方面，中国电信将创新思路，持续提高管理效率和效益。创新业绩考评机制和资源配置机制，创新财务管理和审计工作；以领导班子和党风廉政建设为保障，加强人才队伍建设，加强党建和反腐倡廉工作，关爱员工，实现企业和谐发展。

来源：人民邮电报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

我国 3G 用户 2010 年有望达 8000 万

23日，沉寂多时的信息行业集体爆发领涨大盘，申万信息设备行业指数、电子元器件指数涨幅分别为 3.21%、3.09%，位居当日涨幅榜前两位。业内人士指出，在经过2009年的导入期后，我国3G业务在2010年将进入成长期，

全年 3G 用户有望高达 8000 万户，这将给下游的通信服务行业带来发展良机。进入成长期

23 日，通信行业个股走势强劲，日海通讯（002313）、网宿科技（300017）、超声电子（000823）、长江通信（600345）等涨停，三维通信（002115）、同方股份（600100）、综艺股份（600770）、卫士通（002268）、南天信息（000948）等涨幅均超过 8%。

一位市场人士指出，在当前疲软的市场行情下，2010 年通信服务业可能是受益较为明确的行业，因此也受到市场的看好。

上海证券研究员张涛预计，日本的 3G 市场培育期在 16 个月左右，以此做参考，预计 2010 年底我国 3G 用户将达到 8000 万户，而 3G 用户的规模增长会引爆移动支付业务、手机游戏等移动增值服务行业，给提供此类业务的公司带来巨大的发展机会。

工信部部长李毅中 21 日预计，2009 年三大运营商将建设 3G 基站 28.5 万个，3G 用户将超过 1000 万户。

江南证券研究员薄小明就认为，2008 年、2009 年是我国 3G 业务的导入期，而 2010 年将是 3G 从导入期向成长期转换的关键一年，在这一阶段，由于电信基础设施投资高峰已过，电信设备商缺乏整体性的投资机会，而随着 3G 用户的增长，增值服务行业将迎来发展机遇。

薄小明指出，鉴于 2010 年电信运营行业和设备行业都缺乏整体性的机会，2010 年应该重点在 3G 的成长期寻找服务类的成长股，尤其是潜在市场空间大、增长速度快的移动增值服务行业。

移动互联网发展迅猛

2009 年以来，我国移动互联网发展迅猛，手机支付、手机视频业务应用不断增加，移动互联网市场规模迅速增长。据统计，2008 年行业规模已经达到了 117 亿元，目前我国移动互联网用户达到 1.92 亿户，同比增长 62.7%，移动互联网已成为移动产业乃至整个电信业新的增长点。

中国移动集团副总裁李正茂日前预计，未来三年内，中国的移动互联网用户将超过电脑上网用户；五年内，移动互联网业务的规模将超过传统的互联网业务规模。业内人士还指出，以移动互联网为代表的创新性增值服务企业，与传统的短信等增值服务相比，以手机游戏、手机支付为代表的新增增值服务业务对终端和网络的性能要求更高，而 3G 对这类业务的带动作用也最为明显。

薄小明指出，A 股市场的移动互联网企业以手机游戏为主，包括北纬通信和拓维信息，由于 3G 改善了手机游戏的运营环境，2010 年市场规模有望达到 74 亿元，是 2009 年的 4 倍。来源：中国证券报国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

2010 年下半年内存芯片将会严重短缺

据国外媒体报道，行业跟踪公司 DRAMeXchange 认为，随着消费者需要更多的容量和企业开始更换电脑，计算机内存芯片在 2010 年下半年将可能会短缺。由于受到经济衰退影响，内存芯片厂商减少生产能力和资本开支，引起内存芯片短缺，从而使内存芯片价格在 2009 年多数时间里都上涨。在过去的两个月里，DRAM 内存芯片的价格已经稳定了。

DRAMeXchange 星期四预测称，PC 出货量 2010 年将增长 13%。笔记本电脑是推动增长的因素，出货量将达到 1.60 亿台增长 22.5%。上网本出货量将达到 3500 万台，增长 22%。

DRAMeXchange 称，在 PC 热销的推动下，DRAM 内存可能在 2010 年下半年出现严重短缺。DRAM 内存价格下降可能会在 2010 年第二季度缓解。这就是说 DRAM 内存厂商有很大的机会保持全年盈利。

DRAMeXchange 预测称，DRAM 内存芯片厂商 2010 年的资本开支将达到 78.5 亿美元，比 2009 年创纪录的低点增长 80%。2011 年或者 2012 年的资本开支将达到 100 亿美元至 120 亿美元。

三星电子 2010 年的资本开支将达到 26 亿美元。韩国芯片厂商海力士星期四称，它计划 2010 年资本开支是 2.3 万亿韩元（22 亿美元）。

来源：赛迪网国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

2011 年中国移动搜索市场规模将达 15 亿元

受 3G 商用及移动搜索商业模式逐渐多元化的影响，二 0 一一年中国移动搜索市场将步入理性成长期，届时中国移动搜索市场收入规模将达到十五点一亿元。中国是世界最大的移动搜索市场。

中国手机网站先行者、唔篁搜索创始人兼 CEO 杨宁今日在接受记者采访时透露，2009 年第三季度中国无线搜索量达二点九六亿次，环比增长百分之八点八。移动和互联网融合的发展趋势，注定了移动搜索将成为未来搜索技术的发展方向，而对赢利模式的构建，将有助于突围而出、赢在起点。他认为，搜索引擎需要个性，技术是需要细分市场的，而目前的搜索提供的服务还不够好。据介绍，此前，中国手机上网人群“低收入、低学历”的“两低”特征，一度成为移动上

网产业实现规模化盈利的问题。而随着 3G 普及以及相应群体的自然成长，受众结构将产生变化。“90 后”市场将成为第一个以人群为划分的细分搜索引擎市场。

业内人士指出，目前中国搜索市场高度集中，百度占有整个搜索市场的六成以上。然而摩尔定律显示，中国移动互联网环境的快速变化，将成为新模式的孵化器。移动上网产业化，其关键在“90 后”市场。

来源：中国新闻网国家信息中心 2009-12-29

[返回目录](#)

工信部:09 年 11 月我国 CN 域名数新增 58.9 万个

工信部近日发布公告显示，截止到 2009 年 11 月 30 日，我国互联网域名和 IP 地址统计情况为：CN 域名数为 1368 万个，中文域名数为 46 万个；IPv4 地址数为 2.27 亿个；IPv6 地址数为 63 块（/32）。2009 年 11 月 CN 域名数新增 58.9 万个，中文域名新增 3.6 万个；IPv4 地址新增 820 万个，IPv6 地址增量 0 块（/32）。来源：赛迪网国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

我国软件外包产业规模超 1400 亿元 规模继续扩大

2009 年 12 月 23 日，由工业和信息化部软件服务业司指导，工业和信息化部软件与集成电路促进中心（CSIP）与广州市科技和信息化局联合主办

“ChinaSourcing2009 软件与信息服务外包产业年会”在广州亚洲国际大酒店拉开帷幕。工业和信息化部副部长娄勤俭、工业和信息化部科技司司长闻库、工业和信息化部软件服务业司副司长郭建兵、工业和信息化部运行监测协调局副局长高素梅、工业和信息化部软件与集成电路促进中心副主任邱善勤等相关领导出席会议并作重要讲话，CSIP 战略研究部王威信在会上发布《2009 外包产业发展报告》。

本届年会以“外包找中国，外包到中国——复苏时期的新发展模式”为主题，汇集了 20 家示范城市、中国各地软件园及知名外包企业，寻求两化融合落地的战略策略，研讨产业发展的新趋势。

“外包全球转移的大趋势和历史进程不会被改变”王威信在发言中强调，“尽管近期全球软件与信息服务外包市场受金融危机和贸易保护主义影响，增长

受阻。但从长远来看，金融危机促使企业进一步削减成本，而外包在降低成本方面的优势将推动其在金融危机过后快速发展。”

王威信在发言中表明，20世纪90年代以来的3次经济动荡对外包产业的影响显示，每一次外包产业业经过短暂休整后仍然会高速发展。他进一步指出，尽管2008年金融危机对外包产业造成很大冲击，贸易保护主义又给产业发展带来不利影响。2009年全球软件与信息服务外包产业相对处于低谷，使得服务外包发展历程，受到了金融危机影响，但产业转移趋势是不变的。更多国家制定产业促进政策希望抓住产业转移的机遇。

2009年我国软件与信息服务外包产业保持了较快发展，产业规模继续扩大，前三季度收入达到1463.6亿人民币，同比增长约24.5%，预计全年收入将接近2000亿。目前产业载体方面也基本形成了东北、环渤海、长三角、珠三角、中西部“五大集群”、“东西映射”的良好发展格局。

CSIP发布的《2009外包产业发展报告》预测，在未来的发展时期，中国软件与信息服务外包内需市场在整个产业中的比重将进一步加大，在鼓励发包和鼓励接包双重政策的引导下，内需市场的潜力将会逐渐释放出来。软件与信息服务外包行业未来将更趋行业化、差异化、集群化、规范化，软件服务化趋势将更加明显，大企业将不断涌现，企业兼并重组，金融危机的洗礼，存活下来的企业将在后危机时代随着市场逐步放大将有更快的发展。同时CSIP还预测，产业转移速度加快、呼叫中心将成为重要的新兴产业、国外公司将加速抢占中国市场、城市差异化发展趋势明显、规范化发展将受到高度重视、服务化趋势明显，大企业将很快涌现，而软件和信息服务外包公共服务体系建设与运营更具价值！

会议当天，广州市科信局与CSIP战略合作签约仪式暨国家软件与集成电路公共服务平台广州分中心揭牌仪式同时举行。ChinaSourcing大奖也于当日隆重揭晓，区别于每年6月份颁发以业务收入和人员规模为基础的ITO十强、BPO十强和优秀园区三大奖项评选，秉承“两化融合 扩大内需”的发展思路，本次ChinaSourcing奖项将首次聚焦在对产业整体发展做出突出贡献、应对危机能够逆势而上，对扩大中国外包国内外影响力发挥重要作用的个人、城市、企业、项目以及园区。

来源：赛迪网国家信息中心 2009-12-25

[返回目录](#)

三大运营商完成 3G 投资 1435 亿 用户将超 1000 万

2009 年我国三大电信运营商预计完成 3G 投资 1435 亿元，3G 用户将超 1000 万。

工信部部长李毅中昨天在全国工业和信息化工作会议上指出，截止到目前，我国电话用户数达到 10.6 亿户，其中移动电话 7.4 亿户。他同时提出了 2010 年通信业发展的主要目标，即电信业务总量增长 12% 左右，业务收入增长 4.5% 左右。作为年初刺激经济的一大举措，2009 年 1 月我国发出了三张 3G 牌照，三大运营商随即展开了建网大赛。

除了 3G 建设外，TD 演进技术方案成为 4G 国际标准候选技术之一。李毅中指出，将规划引导下一代网络发展，加快培育物联网产业，促进物联网与互联网、移动互联网融合发展。

来源：北京晨报国家信息中心 2009-12-23

[返回目录](#)

【市场反馈】

探讨中国网络电视台开播的格局之变

中国网络电视台正式开播了。而在此之前，关于中国网络电视台开播一事，业界有舆论认为，作为国家队的“中国网络电视台”，它的开播对于其他民营视频网站会造成冲击，而就记者对多位专家的采访来看，中国网络电视台的开播，无论从定位上，还是用户群划分以及视频本身的特质而言，的确会对视频行业的格局有重新规划的作用，但从时间来说，来的不会那么快。

中国网络电视台开播战略更在国外

工业和信息化部通信科技委委员侯自强对于网络电视台的建设一直在关注。在 2009 年年初，网络电视台的筹建初露端倪之时，侯自强教授在接受飞象网记者采访时，就提醒记者要注意网络电视台的建设对视频行业的走向带来的影响。上周，在接受飞象网记者采访中国网络电视台开播一事时，他开门见山地说，“这是一个好事。”他告诉记者，“在当初网络电视台规划的时候，中央政治局常委李长春就有过指示，中国网络电视台的建设有两个目的，一是从央视的宣传策略而言，网络电视台的建设让央视的宣传从过去的对内宣传为主，逐步扩大到现在的对内宣传和对外宣传并重。二是在媒体的融合上，电视走向互联网是电视传媒未来的发展方向，电视频道不是电视唯一的载体，以后电视要逐步走向网络。”

中广互联的总编吴纯勇根据他多年的广电行业观察，也向记者阐明了他对中国网络电视台的一些看法，“从意识形态的领域来看，央视这么多年的积累，主要通过卫星、有线频道来实现节目落地，在中国内地可以在政治、经济、文化等方面达到好的宣传效果，在中国比较有优势。就全世界的范围来看，因为商业上的原因，央视的节目在世界各地落地其实受到很大限制。”

吴纯勇认为，中国网络电视台开播是央视实施“走出去”的一个战略。“如果通过互联网，很好地解决了文化传播的这一问题，再说，通过互联网，只需要架些服务器，节目落地的成本也比较低。”

中国网络电视台“领衔”尚需时日

对于中国网络电视台的开播，业界有舆论将其比喻为视频行业的“国家队”，部分民营视频网站也表露出避让之态，一时间“狼来了”。不过 In-Stat 的分析师张强对记者表示，“可能公众有一种误解，认为央视国家电视台一上，其他的视频网站就会受到严重的冲击，事实上不会那么快，现在央视国家电视台上线的是一些综艺、体育类的节目，而专业的视频节目，比如一些大片还是比较少。等将来发展起来，会逐渐放上一些，这有一个发展的过程。”

中国网络电视台的一位工作人员也向记者透露了中国网络电视台的打“持久战”的战略规划，“前三年应该都是打基础吧。”他这样说。“现在的台领导比较强调新媒体在 CCTV 未来业务中的重要性，但是就这一两年，还是基本处在一个投入阶段，央视的重心还是传统电视。”

对于中国网络电视台的开播对民营视频网站形成的冲击，他说，“这个不会，我们这边其实也没有这种说法。我觉得这个是很多人有意无意的误解，至少在新媒体这一块，中国是市场化相当彻底的。”

他认为，“本身行业还在发展，而且以后新媒体和传统媒体怎么发展，其实现在也没有定数，只要干的好，大家都有机会，很多视频网站出局，是因为自己的原因，而且这个行业就现阶段而言，还养不活这么多想赚钱的资本，总会有淘汰。并不是央视的资源上网络网民都统统买账，我们也没有美剧，也没有很多电影资源，而且，在很多现实条件方面，我们也没有优势，大家都要努力。”

“我觉得可以拭目以待，各视频网站做好自己的事情比担心什么都强。把自己的事情做不好，中国的传统强势媒体这么多，谁都会是你的对手。”这位工作人员这样说。

有望促进正版和树立行业标杆

在视频分享行业，节目内容的版权在 2009 年一度被争吵到了白热化阶段。据悉，视频网站除了用户上传的原创视频，有正规版权的内容只是少数，绝大多

数都是盗版内容，尤其是外国影视剧方面，中国跟美国公司签约的非常少，而在国内网站上播放的韩剧、日剧几乎全是盗版。

In-Stat 的分析师张强认为，中国网络电视台在背景、节目和资金上的优势，“促进正版，这是个好事。原来都是一些字幕组从国外翻译过来的，现在大家都花钱买很多。”据悉，酷6网已经宣布开始清理、删除所有无版权的国际影视剧，同时，酷6网将与搜狐视频联手各出资500万美元建立国内首个“国际影视版权联合采购基金”，创建国际版权合作模式。

“中国网络电视台的成立，对于那些来自于风险投资的视频网站起到风险防范的作用。”吴纯勇也认为，“广电一直强调可控可管的网络，中国网络电视台的开播，有望在互联网视听行业起到规范、树立起标杆作用。”

在当前打击手机淫秽色情网站的风头浪尖之时，中国网络电视台的开播是否会有“借机”的嫌疑。中广互联的CEO曾会明这样表示，“中国网络电视台筹备了很长时间，什么时候发布只是一个时间问题，我认为，和手机扫黄没有什么直接的关联。”他认为，应该正确认识当前的“扫黄”行动以及广电采取的一些措施。“我们首先应该看这个事情是否本身是应该管理的，在这样的前提下，我们就要看管理之后对产业之后的影响和变化，他认为，“当前也是视频网站建立盈利模式的好机会”。

昨日，中国网络电视台测试版已正式上线。按照测试版的栏目设置，分为，新闻台、体育台、综艺台、爱布谷和爱西柚，爱布谷侧重于在线直播，爱西柚可实现用户原创和分享。据悉，中国网络电视台的定位为：经过批准设立的国家综合网络视频公共平台，是以视听互动为核心、融网络特色与电视特色于一体的全球化、多语种、多终端的立体化传播平台。

来源：全球IP通信联盟国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

运营商走下神坛叫卖船票 竞争手段依然纯朴

12月的南昌，近几日温度降到了10度以下，这对于一个潮湿的南方城市来说，足以冻得人遍体寒意。

晚上7点多，很多人吃完晚饭出来散步，小周趁这个时间开始他一天第三波卖力的宣传。“选最优套餐，天翼靓号、炫酷手机免费送！”喊了一天，他的嗓子明显地沙哑了。

小周是中国电信江西分公司某区营业厅的基层销售人员，自从2009年年初中国电信的移动品牌发布以来，类似的地面促销已经做了许多轮——尽管通信企业贩卖的是高科技产品，但是竞争手段却依然纯朴。

中国电信格外凶猛，从一拿到梦寐以求的移动牌照开始，它就像一条被放进了宁静湖水中的鲑鱼，搅动起层层波澜。曾经，在这潭湖水中，栖息着中国移动这只庞大的鳄鱼，和中国联通这只不构成任何威胁的牙签鸟。

后来者的加入让运营商意识到用户是宝贵的资源，另外在3G领域的投入巨大，也让运营商背负着空前的营收压力。

根据工信部最新公布的数据，2009年三季度，三家电信企业完成3G投资172亿元，2009年3G投资已累计完成961亿元。并且，运营商作为通信行业的主导企业，还要扶持地方经济，在信息通信基础设施建设和信息化的推广应用上投资。

近期，中国电信、中国移动和中国联通3家基础电信企业集团公司陆续与多个省（自治区、直辖市）政府签署了3~5年的战略合作协议。据统计，3家企业在协议期内拟滚动投资超过1万亿元。

投入产出难成正比，这就必然迫使运营商用更大的声音吆喝。吆喝声越大，反映出其增加收入的心情越迫切。

这一点可以从2009年以来运营商发动的铺天盖地的广告攻势，和明显频繁的各种促销活动中窥得一二。

一位业内专家在接受《中国经营报》记者采访时，总结了一段顺口溜：“移动——阳奉阴违真赚钱假发展，联通——心有余力不足，电信——雷声大雨点小。”

也就是说，中国移动至今真正赚钱的业务都还在2G用户上，并且一直在积极促进TD向4G方向演进，很有可能TD会变成过渡性的技术。

而对于中国联通来说，尽管WCDMA的技术最为成熟，但是联通是资金实力最为薄弱的一家。没钱，全国31个省（自治区、直辖市）基本都没完成任务，想推好3G并不那么容易。而且，中国网通并入中国联通之后，在内部人员安排和整合上始终没有完全捋顺，这就不难理解为什么中国联通是发力3G业务最为滞后的运营商。

根据中国电信最新公布的CDMA网用户数，截至10月31日，移动电话用户达到4992万。对于这个数字，上述专家持怀疑态度，他说，“在这一年中国电信又建平台又建网，外合作内兼并，号称

CDMA网用户翻番增长，其实电信自己人都在质疑C网用户到底有多少，更别提3G赚钱了。”

建网、采购终端、发展新业务，三家运营商从来没像 2009 年这样忙碌。但是来自消费者的反映，仍然是认知大于认同。2010 年，中国移动需要把悸动的心放回肚子里，中国联通需要铲除派系，中国电信要做的是集中优势资源做一件事情。那时，3G 也许会有新的看点。

无线互联网：拓荒时代尽情狂欢

未来的无线互联网领域，手机和其他行业的组合，将会诞生什么样的商业传奇？

空中网 CEO 王雷雷的答案是游戏。12 月 15 日晚 8 点，空中网正式向外界披露对大承网络技术有限公司的收购——用最高 8000 万美元的总对价（包括股票和现金）换取大承网络的全部股权。

大承的主要 3D 游戏作品有《龙》和《功夫世界》，约有员工 200 名，其中开发人员约 130 名。在收购大承之前，空中网是中国目前最大的无线互联网公司，主要业务是手机门户、SP 和手机游戏。

通过这次收购，空中网亦完成了从无线互联网游戏到传统有线互联网游戏的全业务布局，成为国内首家将两项业务均作为主要业务的公司。

“我希望，传统互联网游戏和手机游戏的营收将超过空中网总营收的 50%。”空中网 CEO 王雷雷说。

当然，如果要得到全部对价的现金和股票，大承网络 CEO 杨震要承诺的就是，他在 2010 年的业绩必须达到 650 万美元。

关于为什么会有这次收购，王雷雷的解释是“看好游戏业务未来的增长空间”。按照他的设想，在两家公司完成整合之后，在手机上运行的游戏平台和在电脑上运行的游戏平台能够实现对接，从而把两种终端的互补性发挥到最大。

这是一种逆向的思路，因为向来只是成熟的互联网公司向无线互联网领域挺进，没有无线公司向互联网进攻的先例。更何况，中国的网游行业竞争已经白热化。

“现在代理制被证明受制于人，它肯定不是长久之道，国内网游重新重视研发，而大承的研发能力让我比较有信心。”王雷雷说。

手机和游戏与互联网混搭，不失为一种味道独特的鸡尾酒。当然，既然是鸡尾酒，每个调酒师的口味肯定是千奇百怪——这也正是无线互联网的现状，既然各种商业模式有待证明，那么就存在巨大的探索空间。

VIVA 手机杂志创始人韩颖选择了把杂志装进手机。现在，他和时尚、财经、音乐、体育、旅游、时政、汽车、动漫、数码、军事等 17 大类，1300 多种杂志签订了版权协议，以平均每天 5 本新杂志的速度推送。

游戏和阅读，是无线互联网中需求较大的两种应用。未来能成为趋势的还有音乐和移动支付。

业内咨询机构 Frost & Sullivan 认为，未来在无线互联网领域，存在 7 波投资机会，包括：基于第三方的开放功能平台（类似互联网中的谷歌）、具备强大功能的行业应用和个人化应用（手机新媒体和游戏等）、基于用户行为监测的智能分析、软硬件结合、个性化定制和真正的智能网络。

这一切并不遥远，无线互联网拓荒时代已经来临。

手机：想象力竞赛

苹果的 iPhone（手机上网）是现在世界上唯一电池无法取出的手机。

“看，线条多么圆润流畅！一点缝隙都没有！”乔布斯拿着手机对他的工程师们说。

“现在的手机都能更换电池，而我们的不能，这将是致命伤！”反对者的理由十分充分。

但是，向来一意孤行的乔布斯，这次又被市场证明他的坚持是绝对有道理——乔布斯是个个性独特的疯子，这个世界上跟他一样的疯子不在少数。

独一无二的 iPhone 在一个绝对强势的领导者的坚持之下，没有变成一个妥协的、中规中矩的产物。以至于后来，业界有句笑话——“全民皆山寨 iPhone”。

如今的手机形态，不外乎是直板、翻盖、滑盖、触控、全键盘等等。真的没有突破性的设计么。

其实在实验室里，晶莹剔透的玻璃质感、可随意折叠的腕表外观、6 毫米的超薄设计等各种让人惊叹的概念手机早已从图纸变成了真身。只不过，大多数公司在进行产品投放的时候，永远都要尽可能地满足大多数人的需要。

“下一步，所有的手机都将是触控和智能。”

手机的智能化，将是未来若干年的主要方向。王建宙说，“手机未来就是一台微型计算机。”

和概念手机不同，智能和触控已经被市场认可。市场分析机构 Gartner 近日发布报告称，2009 年消费者手机的销量下滑幅度预计不到 1%，总销量约为 12 亿部。而和整体下滑的趋势不同，智能手机约占销售总量的 14%，比 2008 年增长了 24%。到 2013 年，市场上销售的手机中将有 1/3 是智能手机。

既然是“微型计算机”，如果没有互联网应用，手机就只是一个没有装酒的空酒瓶。

把各色互联网应用植入手机，是 2009 年手机厂商们纷纷寻求的一个业务方向。从索尼爱立信和开心网合作，推出“开心网手机”开始，接下来联想与淘宝

网一起将“淘宝手机”推向了市场，诺基亚的“人人网”手机宣称能帮助你找到失落的友情。

记者刚刚获知，最近两个月风生水起的新浪微博(t. sina. com. cn)也找到了宿主。国内生产高端智能手机的厂商宇龙酷派将于2010年1月推出，首款植入了新浪微博客户端的酷派手机。

确实，现阶段3G的许多应用，在2G网络上用2G的手机也能实现。不过，运营商将网络完善之后，稳定的网络服务将对优质终端和内容提出更高的要求。风物长宜放眼量。一旦需求和网络发展起来，没有东西可卖，才是真的惨。

写给2010年的信

3G不仅是盛宴

收信人：工业和信息化部部长李毅中

寄信人：一位行业研究人员

李毅中部长：

您好！

在“蓄势待发”了多年之后，国人期待已久的3G牌照于2009年1月7日发出，中国终于乘着国际金融危机的“东风”迈出了西方已经进入近10年的3G时代。

很难想象，如果不是在年初保八的重压之下，3G牌照还要为TD等待多久。当然，也就是由于这个诱因，从牌照发放之初，无论是政府还是媒体，大家关注的焦点都集中于3G建设对国民经济的巨大拉动作用，并没有过多的关注3G市场的构建问题。

事实上，在对国民经济的拉动方面，3G牌照的发放确实起到了关键作用。

在这一笔笔数目大得令人咋舌的资本投入之后，占国民经济7%的通信产业链盘活了，国民经济拉动了。但运营商毕竟是企业，投入总要有产出，那么如此巨大投资之后的回报从何而来呢？答案很简单，要从运营商的业务收入中来。

不过，工业和信息化部日前公布的3G统计资料估计会让几个运营商的老总怎么都高兴不起来。数据显示，三大运营商在2009年前10个月内疯狂砸出1435亿元全年计划的72.3%——1023亿元巨额资金之后，仅仅收获了977万用户，其中，中国移动TD用户经过前年4月份以来20个月的发展，仅有394万户。

7亿与977万，经历了一年的发展，3G用户数与手机用户总量的巨大差别无疑折射出一个无论运营商还是工业和信息化部都无奈的问题，3G的未来发展后劲儿来自哪里？持续大规模投资换来的是大规模的亏损，扭转局面的关键在哪里？

说到这儿，许多人会不假思索地脱口而出：“关键是 3G 业务。”没错，就是业务。但技术的更新换代，真的带动了通信市场的需求发生了本质上的蜕变吗？从现在的情况来看，答案无疑是否定的。

其实由于我们真正进入 3G 时代的时间较晚，已经在很大程度上透支了 3G 业务。换句话说，我们今天的彩信和图铃下载以及 WAP 等数据类业务其实都应当是 3G 的杀手应用，只不过这些数据传输类业务由于 3G 的姗姗来迟，已经被运营商利用网络升级在 2.5G 和 2.75G 时代实现。

另一方面，移动通信网络的发展是具有承袭关系的，就如同 3G 技术并不是跳过 2G 凭空出现的一样，3G 业务也不可能完全与 2G 没有关联，3G 在很多时候只是为许多传统业务提供了更好的带宽资源，而目前的 3G 网络并没有给用户在传统业务方面突飞猛进的应用体验。

引用一句名言，“3G 不是 New Generation(新一代)，而是 Next Generation(下一代)，不是 Revolution(革命)而是 Evolution(演进)。”

那么真正能够满足用户需求的业务在哪儿呢？其实苹果的经验告诉我们，真正优秀的业务来自消费者自身。关注未来 3G 业务发展的人们不妨将目光更多地集中到 APP STORE 身上，也许他们值得寄托更多的期望。

此致敬礼

一位行业研究人员

来源：中国经营报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

运营商火拼网上商城 竞争升级或助 3G 潜力释放

对于 3G 竞争陷入胶着状态而言，拓展网络资源未尝不是个好办法。据《经济观察报》报道，淘宝公司近日宣布，将在 2010 年元旦推出三款定制手机，其中以中国电信的定制手机最为引人注目。据了解，中国电信的终端公司目前正在淘宝商城设有专卖店。而与淘宝联合定制的手机，特别内置了“移动支付宝”，这无疑是指针对中国移动推出的手机支付而来。

网上开店对于运营商来说并不新鲜。从“卖程序”的下载店到“卖业务和手机”的专卖店，面对 3G 和全业务带来的巨大挑战，运营商正在尽最大可能拓展自己的发展空间，在电子渠道上不断创新也就不足为奇。

市场慢热逼运营商拓展渠道资源

市场的反应已经成为 3G 进程加速的一大障碍。

一方面，受制于种种原因，3G手机的销量与运营商的期望仍存在较大差距。来自易观国际的数据显示，2009年3季度，3G手机销量98.3万部，比上个季度环比增幅超过30%，但占手机总销量的比例不足5%。

另一方面，3G发展用户数远低于预期，市场的慢热逐渐对运营商形成投资压力。工信部的数据显示，截至10月底，我国3G用户总数为977万，其中中国电信以481万的3G用户数暂列三家运营商之首，而中移动和联通分别为230.9万和102.1万。

从目前来看，3G引爆新业务使用需求的时代仍没有到来。因此，运营商在网上开店、从“卖程序”到“卖手机卖服务”也是势在必行的事。

据《21世纪经济报道》报道，中国联通12月10日向社会公布电子渠道合作伙伴招募公告，对于有着三年以上电子商务运营经验的平台，将有望纳入联通3G业务的网上合作伙伴。而在此前，中电信与中移动的网络营销已经悄然展开。

此前，运营商对于网络渠道的争夺早已展开。据媒体报道，北京电信在淘宝上的旗舰专营店在6月份已经正式开张，北京移动与大型网上商城卓越亚马逊以及京东商城在11月份也达成合作销售数据业务。

业内人士分析，通过网络这一渠道的拓展，有助于缓解运营商因营业网点少，造成发展新用户成本过高的局面，更有利于运营商拓展增量市场。

拼抢网上资源利于提高服务水平

定做手机终端、提供手机补贴、捆绑销售手机和服务……业内人士认为，打造以运营商为主导的手机行业新供应链关系是运营商热衷扩展手机销售渠道的关键所在。

一方面，网上商店的拓展将有效提高运营商的营销和服务能力，最大程度上弥补渠道不足的情况，从而在3G时期的竞争中可以从初级的营销转向更高水平的业务与服务上来。

另一方面，运营商网店通过视频、文字等多种形式可以更直观地向他们展示运营商的业务和资费，以及全面而丰富的品牌和产品信息，3G营销更精准，有助于潜力释放。

电信业分析师付亮认为，从长远利益考虑，运营商正在摸索进一步提高对渠道资源控制力的有效方法，采用循序渐进的方式扩大对渠道的建设与渗透，为企业健康运作储备资源。因为，在移动通信业向3G推进的过程中，数据业务和增值服务会越来越多，在3G时代到来之际，运营商意图通过对渠道的整合拓展加大对渠道的控制，在卖产品的同时能够卖运营商的服务。

可以预见，运营商未来在网上销售的争夺会日趋白热化，一轮圈地运动将不可避免，运营商也会随着电子商务经验的丰富而逐渐转型为“语音收入为零”的新型移动互联网巨人。

私募看好 2010 年 3G 销售

在前不久海通、安信证券召开的策略年会上，私募对 3G 板块 2010 的行情出奇地看好。上海尚雅投资总经理石波认为，随着 3G 智能手机的推出，这一块的应用会有十倍数的成长，2009 年 3G 的用户数达到 900 多万，2010 年可能会达到 6000 万以上，未来整个 3G 的市场渗透率会达到 50% 以上。上海智德投资总经理伍军也认为，3G 应用服务非常值得关注，手机在未来可能成为主要的移动终端之一，3G 应用方面也许会出现类似于腾讯或阿里巴巴这样重量级的企业。

与此同时，投行也纷纷唱多运营商。大和近日表示，有信心电信可以实现该行对其所做中期预测，“考虑到自由现金流收益率达 16%，其 2010 年净利润将见底反弹，投资者现水平买入较划算，预计该股将成为真正抗跌股”，因此，该行将中电信评级由“持有”调高至“跑赢大市”。

在 3G 用户发展的空间和速度来看，研究员均相对乐观。与 2009 年投资驱动不同，“逐渐起来的 3G 消费及增值业务将成为行业激动人心的推动力，并成为投资的主线索。”中信证券通信行业研究员张兵在 2010 年投资策略中认为。

综合来看，研究机构普遍看好 2010 年的通信行业，认为具有整体性投资机会。即便是设备投资有所减弱的情况下，消费的增长仍然可以带来行业的景气。

来源：通信信息报国家信息中心 2009-12-28

[返回目录](#)

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

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： apptdc@apcsr.com
服务平台：（010） 6598-1925-602	E-mail： fuwu@apcsr.com
北京公司：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： beijing@apcsr.com
深圳公司：（0755） 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