



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 ■

2010. 03. 24

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 信息产业：投资又一春

代表科技股的纳斯达克指数近期气势如虹，2月以来累计上涨11.36%，远远跑赢标普500指数8.56%的累计涨幅。在经济结构转型的大时代背景下，信息、科技、节能等被提到前所未有的高度。在这场革命性的变革中，上市公司将会作出怎样的选择，哪些公司有望从中获益、并获得资金的青睐，在此重点把三网融合、物联网两大领域进行简单的梳理，希望对投资着能有所启发。

■ 3G未在中国大规模普及

国内最大手机互联网门户之一的3G门户刚刚公布的“2010手机体验白皮书”调查显示，学生、白领等年轻用户群已成目前国内3G的主要用户群。

■ 3G是无线城市建网主流技术

目前，全球建设“无线城市”正形成热潮，记者从中国普天相关部门了解到，我国无线城市建设适宜采用GBC路线：即以政府应用为先导，然后培养民众使用和发展民众应用，再启动商业化应用。而在建网技术方面，由于3G标准具有成本和政策等优势，必将成为“无线城市”网络中的主流技术，其中TD-SCDMA有政府支持和全国网络优势，应该成为国内“无线城市”建设的主力军。

■ 物联网为电子行业带来新机遇

“爱国者存储科技即将更名为爱国者电子了。”爱国者存储科技有限责任公司总裁兼首席执行官曲敬东日前向记者透露。顾名思义，这一更名表示，爱国者电子的产品线将从移动存储产品拓展到整个电子产品类。

■ 网络带宽：未来世界稀缺资源

最新一期美国《时代》周刊载文称，网络带宽将成为继石油之后新的“黑金”，这将是未来10年世界发展的重要趋势之一。

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
信息产业: 投资又一春	5
3G 未在中国大规模普及	6
3G 是无线城市建网主流技术	7
物联网为电子行业带来新机遇	9
网络带宽: 未来世界稀缺资源	10
产业环境篇	11
【政策监管】	11
广电总局叫停电视竞猜	11
闪联核心标准全球正式发布	12
西安: 非法卫星接收设施销毁	13
发展地面数字电视需要国家扶持	14
【国内行业环境】	14
手机实名制或今年启动 新增用户率先实名	14
电信条例不能满足需求 融合盼电信法出台	16
十省市广电网将结盟备战国家级有线网络公司	18
信息安全标准制订将获国家补贴资金重点支持	19
.CM 域名瘫痪近半月 中国注册者遭遇维权困难	19
中央扶持国家队进军电子商务 或设专项资金支持	21
四川斥资 400 亿元建无线城市 将融合 2G 3G WAPI 三网	25
【国际行业环境】	25
意大利邮政有意进军固网	25
澳大利亚拟立法推广光纤网络	26
美国将大力普及高速宽带网络	27
欧盟 12 项行动保障物联网发展	27
美国准备加强争夺网络空间霸权行动	30
法国电信 NExT 战略及固定移动融合经验	31
韩国将大力投资以跻身世界手机强国之列	34
巴基斯坦移动市场洗牌 中移动子公司陷入价格战	34
运营竞争篇	35
【竞合场域】	35
英特尔先于 AMD 推出最新的服务器芯片	35
IBM 耗资 8 亿美元布局“云计算”服务器	36
阿里巴巴斥资 10 亿设首个小企业诚信保障金	37
【中国移动】	37
中国移动今年推逾 80 款 TD 手机	37

中国移动公布三年投资计划 大幅缩水近四成	38
中国移动今年 450 亿元投入 TD 网络建设 发展 1000 万 3G 用户	38
【中国电信】	39
电信版黑莓资费进入服务流程审核阶段	39
中电信天翼应用商城下午上线 初期全免费	40
中国电信 22 日公布年报 投行预计其净利润大增	41
【中国联通】	41
联通 3G 将加大室内网络覆盖	41
中国联通 2010 年市场发展策略与 3G 规划曝光	42
制造跟踪篇	47
【中兴】	47
中兴通讯占通信电源三成份额	47
2009 国内通信电源市场占有率中兴居首	47
【华为】	48
华为匈牙利今夏拓建欧洲物流装配中心	48
华为携手 Optimus 部署 42Mb/s HSPA+网络	49
华为与柬埔寨移动运营商签署通信合作协议	50
华为首家完成工信部 TD-LTE 外场第一阶段测试	50
【诺基亚】	51
诺基亚下调市场份额预估	51
诺西成为全球第二大 IMS 供应商	52
诺西马博策：在中国市场不惧竞争	52
诺基亚今年或推出配置 1GHz CPU 的智能手机	54
诺西 09 年第四季度 IMS 设备市场份额升至 21%	54
诺西布局 TD-LTE：坚信中国 4G 标准将成全球性技术	55
【其他制造商】	56
三星推出自主手机操作系统	56
BTI 赢得美国南方分组光设备订单	56
摩托罗拉在华发布 3G 智能手机 MOTO XT701	57
服务增值篇	58
【趋势观察】	58
全球宽带迈入大提速时代	58
移动互联网用户有望破 3 亿	61
第三代搜索引擎盈利模式分析	61
2010 年中国在线应用商店五大发展趋势	62
移动宽带将在 2014 年主导中国宽带市场	64

全球移动宽带流量到 2015 年将激增 10 倍	66
2010 年 3G 市场走向：运营商竞争低调走高	67
IDC：2010 年中国电信行业 IT 市场 10 大预测	70
【移动增值服务】	73
手机支付股吃肉还是喝汤	73
手机支付规模试点启动：点燃物联网激情	74
中移动：手机电视正式商用可免费体验 1 月	75
【网络增值服务】	76
广东移动大力自建支付终端网络	76
云计算：电信运营商面临的机遇与挑战	78
移动互联网的下一步：双网融合全程服务	80
技术情报篇	82
【视频通信】	82
互联网电视成国内电视品牌发展机遇	82
【电信网络】	83
警惕 3G 牌照发放后电信服务新问题	83
IPV6 提速在即 电子信息股机遇再现	84
韩日研究人体实现宽带传输 每秒 10 兆	86
TD-LTE 将成为未来国际 4G 标准的组成部分	87
【终端】	87
3D 显示手机月底问世	87
美国通信公司拟推 4G 手机	88
手机定位：电话变成跟踪器	88
苹果聘请可穿戴计算领域专家 或研发更多新品	90
【运营支撑】	91
电信业服务模式亟待调整	91
电信业盈利前景仍然疲弱	93
3G 技术业务今年将加快发展	93
中移动打喷嚏 东信和平机构心慌慌	94
大唐电信打造大终端+大服务发展模式	97
市场跟踪篇	99
【数据参考】	99
2014 年全球 IPTV 用户将达 1.23 亿	99
全球触摸屏装置：今年销量将逾 3.6 亿件	100
报告称 2012 年移动应用市场将达 175 亿美元	100
我国数字电视用户 6500 万 三网融合推动模转数	101

工信部共享共建政策使 09 年新建铁塔减少 4.7 万个	102
我国 09 年完成 3G 基站建设 32.5 万个 直接投资 1609 亿元	103
2 月份福建信息产品制造业产值 152.4 亿元 手机产量增 30.7%	103
【市场反馈】	104
调查称国内多省网站备案率达 90%	104
珠三角最大电子元件市场浮出水面	105
分析师称 iPad 预订量出现明显下滑	106
从电信天翼空间看中国软件应用商店之路	107

亚博聚焦

信息产业：投资又一春

代表科技股的纳斯达克指数近期气势如虹，2月以来累计上涨11.36%，远远跑赢标普500指数8.56%的累计涨幅。在经济结构转型的大时代背景下，信息、科技、节能等被提到前所未有的高度。在这场革命性的变革中，上市公司将会作出怎样的选择，哪些公司有望从中获益、并获得资金的青睐，在此重点把三网融合、物联网两大领域进行简单的梳理，希望对投资着能有所启发。

三网融合大势所趋

通俗来说，三网融合之后，手机就可以看电视、上网，电视可以打电话、上网，电脑也可以打电话、看电视。三网融合将广泛应用在智能交通、智能消防、工业监测、个人健康等多个领域。如果从产业链来看，我们可将其划分为：内容提供商、硬软件设备提供商、有线运营商以及接收终端制造商。

在内容提供方面，广电运营商获准进入内容运营领域将大幅开启想象空间，付费频道/影视/电视支付/游戏/购物等增值业务都可以成为运营商的新的利润增长点，上市公司电广传媒、中视传媒、华谊兄弟和奥飞动漫等提供电视、电影以及动漫节目，都有望从中获益。

硬软件设备提供商应该算是三网融合过程中最先受益的板块。数据显示，中国现有有线用户1.6亿，尚有1亿有线用户并未数字化整转，不考虑有线用户增长，机顶盒开支约350亿元；而尚未双向网络改造用户接近1.5亿，未来网络改造成本接近600亿元，根据整转截止时点2015年，每年资本开支约200亿元，将利好上游机顶盒设备供应商和网络改造设备供应商，运维支撑系统（BOSS）也将极大受益。国内机顶盒设备龙头同洲电子，光纤设备提供商中兴通讯、中天科技、烽火通信，以及在系统集成方面具优势的东软集团、华胜天成等都将从中分得一杯羹。在我国，三网融合的推进，将尤其利好那些具备较好消费者基

础的地区的有限网络运营商，并可能加快跨区域的整合、网络改造等，上市公司歌华有线、天威视讯以及广电网络有望成为“宠儿”。

而在接收终端，互联网电视、智能手机产品等制造商有望迎来新的增长点，A股公司中的海信电器、四川长虹，TCL集团和中兴通讯等公司都有望在三网融合时代中打开一片新天地。

物联网并不虚幻

尽管很多人对物联网并没有感性上的认识，但从年初国内正式成立了传感（物联）网技术产业联盟；工信部宣布牵头成立一个全国推进物联网的部际领导协调小组；3月2日上海物联网中心正式揭牌；3月9日物联网标准联合工作筹备组会议已经召开；到“两会”提出要加快物联网的研发应用等的一系列动作，股市中物联网概念的机会，并非渺茫。

但何为物联网？物联网，又称传感网，将各种信息传感设备，如射频识别（RFID）装置、红外感应器、全球定位系统、激光扫描器等种种装置与互联网连接起来，实现智能化识别和管理，智能楼宇、路灯监控、动物溯源、手机钱包、环境监测、车辆调度等方面都将广泛应用物联网。

从产业链的角度来看，上游涵盖通信模块、芯片、外部硬件以及RFID和无线传感器，中游主要包括系统设备、系统集成、平台和软件以及终端设备，下游则指电信运行和物联网运营。其中涉及的一些关键技术，如射频技术、分布式计算、传感器、嵌入式智能、无线传输及实时数据交换和互联网都是目前较为成熟的技术，并在相关领域已得到广泛的应用。

在这样一个庞大的产业链中，A股上市公司中存在哪些机会呢？远望谷，因其在RFID领域从事芯片和天线设计、标签和识读器设计生产、应用系统的开发和部署等全面布局，而成为资金最青睐的物联网概念股之一；新大陆，因拥有国内独家核心二维码技术，也成为“一码当先”的物联网产业龙头；同方股份、厦门信达、上海贝岭、福日电子、高鸿股份等都在RFID领域有所“染指”。大唐电信、恒宝股份、东信和平作为芯片和智能卡的生产制造商；鹏博士、卫士通在安防系统、网络安全等方面的擅长，都让这些公司成为物联网时代资金炒作的热点。来源：新闻晨报刊 2010-03-23

[返回目录](#)

3G 未在中国大规模普及

国内最大手机互联网门户之一的3G门户刚刚公布的“2010手机体验白皮书”调查显示，学生、白领等年轻用户群已成目前国内3G的主要用户群。

去年是中国的 3G 元年，中国三大通信运营商分别在去年实现了 3G 的正式商用。不过记者了解到，截至 2009 年年底我国 3G 用户总数约为 1500 万户，而同时中国的手机用户已经超过 7 亿，显然 3G 市场方兴未艾。而来自 3G 门户的“2010 手机体验白皮书”显示，3G 最吸引人的应用并非视频聊天，而是高速上网；学生、白领等年轻用户群为 3G 主要用户；其中学生占据了约 23%，其次是事业单位工作人员，占 13%。

调查显示，当前 3G 用户月消费在 50 至 100 元的用户最多，占到了 40%；此次调查有超过 1 万名 3G 用户参加，其中超过七成的用户每月消费在 200 元以内。而这些 3G 的尝鲜者收入水平大多在 5000 元以下。来源：深圳商报 2010-03-18

[返回目录](#)

3G 是无线城市建设主流技术

目前，全球建设“无线城市”正形成热潮，记者从中国普天相关部门了解到，我国无线城市建设适宜采用 GBC 路线：即以政府应用为先导，然后培养民众使用和发展民众应用，再启动商业化应用。而在建网技术方面，由于 3G 标准具有成本和政策等优势，必将成为“无线城市”网络中的主流技术，其中 TD-SCDMA 有政府支持和全国网络优势，应该成为国内“无线城市”建设的主力军。

全球无线城市建设形成热潮

根据相关统计，2007 年，全球在建和规划中的“无线城市”已经超过 1000 个，海外有关机构预计，到 2010 年，全球“无线城市”将增加至 1500 个。显然，全球“无线城市”的建设大势所趋，已经形成当今世界的潮流。

这主要是因为“无线城市”作为“第五公共事业”将提高政府和企业工作效率、降低运营成本；改进公共服务、加强公共安全；消除数字鸿沟、改善人民生活；优化投资环境、促进经济繁荣。因此，“无线城市”这个概念自从出现以来一直受到全球各国政府热捧。

在这种情况下，传统电信运营商大量进入“无线城市”建设，使得“无线城市”可持续发展成为可能。传统电信运营商具有庞大的用户基础，新兴的“无线城市”业务可以在原有的话音、数据业务基础上来拓展，等价于利用现有网络提供更高附加值的服务。

GBC 路线比较符合我国国情

但是，值得注意的是，在世界范围内，参与“无线城市”的建设者颇多，真正实现“无线城市”良好运行的成功案例却不多。

2008年正当国内“无线城市”建设如雨后春笋一般时，不少国外“无线城市”运营商宣布退出其运营，如美国最大的无线城市服务商MetroFi在2008年6月宣布全国范围内暂停无线城市建设。与大多新鲜事物一样，短短六年时间“无线城市”经历了“概念提出 -> 泡沫 -> 泡沫破灭 -> 理性发展”四个阶段。

为什么“无线城市”怀揣梦想却难以实现呢？普天通过对全球众多“无线城市”运营案例进行分析后认为，采用合适的运营模式和技术承载是决定“无线城市”建设成败的关键因素。“无线城市”所倡导的便捷生活方式是大多数互联网用户所期待的。

无线城市的商业主体涉及到：政府、企业、公众。如何服务以上商业主体，成为无线城市业务路线选择的关键因素。

普天对不同“无线城市”业务路线分类如下：一种是GBC路线：以政府应用为先导，培养民众使用和发展民众应用为第二步，启动商业化应用为第三步；一种是BGC路线：以民众的基本接入为先导，满足政府应用为第二步，启动商业化为第三步；还有一种是C路线：以商业性应用为先导。分配一定的资源给政务和民众。

GBC路线是比较符合我国国情的“无线城市”业务发展路线。

传统电信运营商和3G更适合无线城市建设

当前，全球及我国“无线城市”建设主要采用了以下四种接入技术：TD-SCDMA技术、WiMAX、Wi-Fi以及Wi-Fi Mesh。

其中，WiMAX、Wi-Fi以及Wi-Fi Mesh都是由IEEE组织提出，协议设计是从固定宽带向移动宽带发展，由于受传统有线传输特征影响，在无线应用中存在一些不足之处，如：无线安全性、QoS、集中操作维护等能力较弱。一些新兴运营商希望用这些新技术来建设无线城市，由于技术方面的不足以及资金能力有限，建设进程往往停滞。

实际上，在国外很多新兴运营商停止用WiMAX等技术建设无线城市的同时，从2008年开始，众多传统电信运营商加入了无线城市建设，这标志着“无线城市”进入理性发展期。

普天认为，传统电信运营商成为“无线城市”建设的主体时，就决定了3G标准将成为“无线城市”网络中的主流技术。

结合国内通信行业现状，传统电信运营商参与“无线城市”运营和3G网络的成熟，才真正为“无线城市”运营提供了理想运营模式。

普天相关部门认为，快速形成多赢的局面，是基于TD-SCDMA网络“无线城市”的显著优势，对各方都有利：电信运营商可以借“无线城市”拓展3G用户，为发展TD-SCDMA作铺垫。各地方政府信息化部门资金短缺的情况下，迫切需要

传统电信运营商进入“无线城市”建设，持续提高城市信息化水平。两者一拍即合，TD-SCDMA 网络必将成为国内“无线城市”建设的主力军。

TD 建设无线城市具有几大优势

普天认为，用 TD 建设“无线城市”业务有明显的技术优势和经济优势。

在成本方面，目前各大运营商规模筹建 3G 网络，依靠这些网络基础建立“无线城市”必将节约大量建设成本。

在政策方面，TD 作为中国自主知识产权的 3G 标准，TD 产业链需要中国市场的培育。中国政府势必将给予一定的政策支持，创造良好的 TD 发展环境。

在整合产业链方面。电信运营商能构建能够良性运转的运营模式，迅速强化产业链，营造良好的多厂商供货环境，这对未来“无线城市”特色应用的蓬勃发展将起到关键作用。

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

因此，普天认为，TD-SCDMA 网络的正式商用为“无线城市”发展带来了新的契机。同时，TD-SCDMA 网络的成熟为“无线城市”的数据业务提供了有力的技术保障。来源：中国通信网 2010-03-18

[返回目录](#)

物联网为电子行业带来新机遇

“爱国者存储科技即将更名为爱国者电子了。”爱国者存储科技有限责任公司总裁兼首席执行官曲敬东日前向记者透露。顾名思义，这一更名表示，爱国者电子的产品线将从移动存储产品拓展到整个电子产品类。

就在两个月前，刚刚上任的曲敬东为爱国者存储科技定下了“3 年内上市，5 年内营业额达到 50 亿元”的目标。曲敬东坦陈，“2009 年，爱国者存储科技的营业额只有 10 亿元，要在 5 年内达到 50 亿元，仅靠生产存储领域的产品显然不够，而物联网等新技术将给电子产品提供巨大的市场机会。”

“在物联网技术中，一切电子终端包括存储产品、数码相框等都会成为物联网的组成部分，成为重要的信息终端，这些电子产品都将有新的发展空间。”曲敬东对未来市场充满憧憬，他表示，物联网等技术的创新将带来产业的不断升级和新产品的诞生，对于电子行业的拉动作用更是不言而喻。

尽管物联网的实现还有待时日，但爱国者电子产品线的拓展却已在进行中。“我们拓展产品线并非简单的多元化。”曲敬东表示，多元化分为跨行业的多元化和行业内的垂直多元化两种，爱国者电子选择了垂直多元化，即进军与已有技术积淀相关的领域，主要分为教育电子和个人娱乐电子产品。

据曲敬东介绍，在个人娱乐电子产品方面，爱国者电子已经布局了完整的平板电脑产品线，5月份第一款平板电脑将首先上市。此外，对已有良好市场基础的数码相框产品，爱国者电子今年的目标是要做到销售量全球第一。在教育电子产品方面，爱国者电子已经研发设计出了针对幼儿教育的一款产品，针对中小学教育的电子课桌、电子书包、多媒体教室等产品线也已经布局完成。

针对多元化产品线的多渠道布局也已经展开。2010年，爱国者电子将完成“百城千店计划”，通过代理商加盟，由合作伙伴通过形象店面的方式来铺设渠道，还将加大在数码渠道、手机渠道、IT渠道以及网络渠道的多方面合作。

“2010年，爱国者电子的营业额目标是要达到20亿元。”曲敬东的信心源自对国内市场的信心。他表示，“在相当长的阶段内，我们发展的重心都是国内市场，因为国内市场的机会太多了。”一方面，三网融合、物联网等新技术的推动将极大地拉动电子行业的发展，另一方面，农村市场正逐渐表现出对电子产品的巨大需求，教育电子产品也能广泛应用于农村远程教育。

新概念

物联网

所谓物联网，就是通过信息传感设备，按照约定的协议，把任何物品与互联网连接起来，进行信息交换和通讯，以实现智能化识别、定位、跟踪、监控和管理的一种网络。它是在互联网基础上延伸和扩展的网络。来源：经济日报

2010-03-19

[返回目录](#)

网络带宽：未来世界稀缺资源

最新一期美国《时代》周刊载文称，网络带宽将成为继石油之后新的“黑金”，这将是未来10年世界发展的重要趋势之一。

如今在很多国家，手机已不仅是简单的通话工具，越来越多的人用手机浏览互联网，并乐意为此支付一定费用。《时代》周刊文章说，美国加利福尼亚州一位男士收到网络公司账单，发现儿子有一个月的手机上网费用高达2.2万美元；一家纽约人在地中海游轮上旅游时，由于手机自动查看电子邮件，而不得不支付4800美元的手机漫游上网费用。

文章说，这些例子虽属极端事件，但也透露出一个趋势，即随着人们对互联网的依赖度越来越高，网络带宽正日渐成为日常生活不可缺少的资源。以美国人为例，有些美国家庭的宽带网络费用已与能源支出相当。美国人对智能手机和宽带网络的热爱，不亚于对汽车和冷气的钟情。

文章认为，网络带宽是一种未来稀缺资源，尤其无线网络带宽更是如此。这个行业处于垄断运行状态，而人们仍觉得带宽不够用，网络带宽这时就具备了引发资源危机的一切要素，“就像能源市场中发生的一样”。如果不能从技术角度解决带宽发展面临的困境，也许将来网络连接缓慢会变得像现在的道路塞车一样稀松平常，而网络服务提供商将会以高价出售“高速网络连接”这样的服务。来源：新民晚报 2010-03-18

[返回目录](#)

产业环境篇

〔政策监管〕

广电总局叫停电视竞猜

广电总局日前发出通知，要求各播出机构暂停播出以“12590”开头的特服号码有奖竞猜类广告。广电总局这一纸禁令，将使这一数十亿元的市场面临萎缩甚至退出的境地。

不过，由于国家有关部门已经多次出台文件打击这类吸费行为，这一政策能否令行禁止还有待观察。

文/记者薛松

近期，广电总局陆续接到有关部门和群众反映，部分广播电台、电视台播出的以“12590”开头的特服号码进行有奖竞猜广告涉嫌欺诈。

已被用户所广泛指责

据了解，“12590”开头的语音业务属于 IVR(无线语音业务增值服务)的一种，和目前大家熟知的固定电话声讯服务类似，已被用户所广泛指责。

这一市场自 2002 年启动以来，一直高速增长，尽管 2005 年受监管政策影响，高速增长的势头有所回落，但也维持在一倍以上的增长，吸引了大小上千家公司纷纷涌入这一回报丰厚、进入门槛较低的行业。

据了解，目前出现的此类有奖竞猜节目形式较多，如猜谜、猜字和答题等，一是设置的问题相当简单，降低公众参与门槛；二是节目奖金迅速提高，提升公众参与热情；三是主持人极富煽动性的语言暗示，参与就能赢取大奖。

该产业的“吸费”秘密也很简单，以大奖引诱参与者拨打后，通过长时间的语音提示或延长等待时间等方式来牟取高额信息费。为节约人工接入成本，这类节目大多采取录播，也就是说任何一个听到广播或电视打进电话去的，总是听到忙音，但其实电话已经接通，扣除了高昂的信息费。其实早在 2005 年，广电总局就颁布了《关于进一步加强电话和手机短信参与的有奖竞猜类广播电视节目管理的通知》，规定“不得以高额奖品和奖金迎合或诱发听众、观众的博彩心理”。

2007 年 8 月，原信息产业部又下发了《关于清理和检查通过媒体互动方式开展信息服务业务的通知》，要求彻底清查各类与媒体合作或购买广告时间的 SP 是否有通过高额奖品、奖金等来诱导、诱骗用户使用的有奖竞猜、游戏竞猜等互动业务。尽管屡经打击，这类吸费行为一直有禁无止，主要原因是利益作怪。

这一市场总体收入规模(包括通信费及信息费)已达到百亿元，主要集中在几个大型网站 SP，他们的收入超过整体市场份额的 80%。

瓜分有奖竞猜

收入流程图

通信费(每分钟 0.15 元—0.3 元)全部由运营商收取。

信息费(1~2 元/分钟)

运营商首先要拿走 15%~30%作为平台费用。

剩下的在 SP 和电视台之间 5: 5 分成。来源：广州日报 2010-03-23

[返回目录](#)

闪联核心标准全球正式发布

记者 21 日从中国闪联标准工作组获悉，位于瑞士日内瓦的国际标准化组织/国际电工委员会(以下简称 ISO/IEC)日前向闪联发来邮件，宣布该组织已经通过其官方网站向全球正式发布了闪联两项国际标准的正式文本。

闪联表示，本次获得发布的基础协议标准和文本框架标准是闪联标准家族的核心，这意味着闪联核心标准正式成为 ISO/IEC 认可的公开文件，任何国家、组织、公司甚至个人，都可以直接从 ISO/IEC 获取闪联标准文本，并按照其中的规范进行相关应用开发。记者 21 日进入 ISO 网站看到，这两项标准已经可以提供电子版和文本两种形式的购买服务。

闪联标准是一种源自中国的信息设备资源共享协同服务标准，主要是在电脑、电视、手机等不同电子产品之间建立通讯机制，实现智能互联、资源共享和协同服务。闪联开创了中国 3C(计算机、通信、消费电子)产业跨行业竞争前技术合作的先河，奠定了 3C 协同的技术基础。

从 2006 年开始，中国闪联标准工作组共向 ISO / IEC 提交了 7 项标准。按照 ISO / IEC 的审查程序，一项国际标准的诞生要经过立项、委员会草案、最终委员会草案、最终国际标准草案、国际标准发布五个环节。

闪联产业联盟副秘书长皇晓琳说，此次全球发布推动了闪联标准和技术体系在全球的商业化应用步伐，意味着闪联从国际标准向被市场采用的事实标准迈出了一大步。

据悉，闪联标准家族的其他几项标准正处于 ISO / IEC 不同的标准审查阶段，其中测试标准也已通过最终国际标准草案环节，等待发布。

业界专家认为，闪联国际标准体系的建立，标志着长期被发达国家垄断的 ISO 国际标准领域终于有了中国自主的声音，国内企业能够以更高的姿态和更加主动的地位参与到全球电子信息产业融合和协同发展的进程中，这将有力地推动中国电子信息产业调整和振兴。

目前，闪联产业联盟共有包括联想、TCL、松下、飞利浦等国内外 138 家成员单位。截止到 2009 年底，已有 20 余种近百款闪联产品上市销售，累计销量超过 1400 万台，闪联标准带来的直接经济增加值超过 30 亿元。来源：新华网

2010-03-23

[返回目录](#)

西安：非法卫星接收设施销毁

西安市文化广电新闻出版局 15 日联合西安市工商局、公安局、安全局等部门对收缴的 2300 余套非法卫星电视广播地面接收设施进行集中销毁，以打击山寨版的非法卫星接收设施。

关于卫星电视广播地面接收设施，在我国实行定点生产、销售和安装使用制度，任何人不得在市场上私自生产、销售和使用，否则均属违法行为。

西安市文化广电新闻出版局提醒消费者，国家已对“中星 9 号”卫星电视节目进行多次升级加密，消费者购买非法的卫星接收设施将无法收视，不要轻信非法销售者的话花冤枉钱。来源：北京晨报 2010-03-17

[返回目录](#)

发展地面数字电视需要国家扶持

3月22日消息，国家广电总局广播电视规划院副院长谢锦辉在昨天的CCBN2010数字电视中国峰会（CDTS）上表示，未来中国数字电视的用户发展，需要国家补贴和政策方面扶持。

谢锦辉会上介绍了国外数字电视的发展情况，他认为几乎所有的国家，都把地面数字电视作为公益事业，免费收看是其最主要手段。在覆盖方面，日本和香港都是采用共用天线系统接收地面数字电视。

对于国内的地面数字电视业务发展规划，谢锦辉表示，目前国内地面数字电视运行的主体很多，有的地区采用商业化运营模式，不符合广电总局的政策。同时还存在原有的天线基本上没有了，所以即使覆盖了一个城市，其有效接收用户也会比较少。

此外，由于中国国家地面数字电视标准推出较晚，因此很多城市都是采用的欧洲标准，即DVB-T。转换系统需要商业成本，这也是中国所面临的问题。

谢锦辉还说，目前国内还没有很明确地强制性的要求大屏幕电视机，必须有地面数字电视接收终端的政策，以及一些扶持的政策。

因此，关于中国地面数字电视的发展，谢锦辉建议，首先确定地面数字电视服务定位，同时确定数字电视需求最多的用户群体。

谢锦辉认为，地面数字电视加上直播卫星，对于有线电视来说，有可能在一些区域构成适度竞争，以此促进相互发展。

谢锦辉还建议，要把模拟和数字同播。同时，在经济和产业政策方面，他认为未来中国数字电视的用户发展，需要国家补贴和政策方面扶持。来源：京华时报 2010-03-23

[返回目录](#)

【国内行业环境】

手机实名制或今年启动 新增用户率先实名

陈金桥认为，一旦三大运营商针对新增用户实行实名登陆，这已经可以被理解为实名制正式启动。

近日记者从多个渠道获悉，扰攘多年但却始终没有实施的手机实名制可能在今年启动。据电信专家陈金桥介绍：“在手机实名制法规颁布之日起，新增用户将开始实行实名制。而全部中国手机用户实行实名制可能需要2~3年的时间。”

现状

多个部门正在联合推进实名制

2010年，手机实名制从讨论开始走向操作。今年2月，工业和信息化部（以下简称“工信部”）部长李毅中曾经表示，相关部门正研究实施手机和网络实名制。当时李毅中对实名制的表态迅速在业内引起轩然大波，其表态被认为是手机实名制将加快部署的信号。踏入3月，再次有迹象显示，由于成本高昂而长期停顿的一直没有实质性的进展的手机实名制工作很可能再次启动。

近日，工信部电信研究院副总工陈金桥在2010年ICT深度观察大型报告会上表示，我国酝酿已久的手机实名制有望在今年实施。在会议上，陈金桥表示，目前社会公众及业内外基本达成共识，实名制有利于应对日益猖獗的网络犯罪和垃圾短信。考虑到国情差异，陈金桥建议给予电信运营商较长的过渡期以及灵活的执行手段。而接受记者采访时，陈金桥亦表示，据他了解，多个部门已经在联合推进手机实名制的进行。“既然业界内外都有共识，相关部委领导亦已经表态，因此今年手机实名制正式启动的可能性非常大。”

而知名电信观察家项立刚也认为，在不久的将来工信部发出全面实行实名制的通知可能性很大：“此前政府已经多次提到将实现手机实名制。工信部部长李毅中亦已经就手机实名制表态。”项立刚认为，李毅中办事非常果断，一旦想做，就会下决心去做。

新增用户率先“实名”

“如果将实名制的实施理解为出台相关规定和标准，那么手机实名制在今年年内完全有可能实现。”陈金桥向记者表示，手机实名制工作大致可以分为两个部分。第一个是针对手机用户数量中的“增量”的：在新增用户中实现手机实名制，那么仅需要政策出台后，三大电信运营商按照新政策来对新增手机用户进行登记即可。相对而言，这一部分工作还算简单。

而第二部分的手机实名制工作——针对已有的运营商“存量”用户的补录登记工作——则比较麻烦。“目前中国的手机预付费用户达数亿之多，这需要相当长的时间才能完成补录的工作。”

不过陈金桥认为，一旦三大运营商针对新增用户实行实名登陆，这已经可以被理解为实名制正式启动。

预测

全部实现需要两三年

中国全部手机用户实现手机实名制需要多长的时间？“四五年太长，半年左右的时间又太短。”陈金桥表示，根据电信研究院作的相关调查报告，一些小国家，如保加利亚、新加坡，仅需半年到一年左右的时间，就能全部完成实名制。而一些人口数量相对较大的国家，如南非则在一年多的时间内也能完成。

“中国这样的人口大国，很难一年内完成，需要合理的过渡期，以及相关部門出台配合政策。”陈金桥表示，他认为国内全面实行手机实名制大概需要2~3年的时间，这样才是比较合理的。

影响

运营商将流失用户

有运营商人士向记者表示，一旦在一两年内全面实行实名制，则必然极大地加重运营商的运营成本，让最近已经由于背负上3G建设沉重任务的运营商在经营上雪上加霜。

首先，要为全国数以亿计算的预付费卡用户进行补登记，工作非常沉重。目前大部分预付费卡均由街边小店进行销售。如果需要实名制，要么改变运营商的销售渠道，将预付费卡统一在营业厅销售；要么让运营商补贴这些销售点，让他们协助进行实名登记。不论哪一种方式都将增加运营商运营管理的成本。

其次，手机实名制的展开将让运营商现有套餐设计完全失效。据记者了解，目前是否需要实名登记才使用，是区分预付费套餐和后付费套餐的重要依据。一旦全面展开实名制，运营商必须重新设立套餐。

更麻烦的是，手机实名制开展将让三大电信运营商失去相当多的用户。不少业内分析师认为，很多用户使用预付费卡完全是因为无需实名登记，可进行各种短期匿名使用。来源：信息时报 2010-03-22

[返回目录](#)

电信条例不能满足需求 融合盼电信法出台

“三网融合政策推出后，目前实施的‘电信管理条例’显然已经不能满足行业的法律需求，无法可依是制约行业发展的最大瓶颈之一。”一位业内人士告诉中国经济时报记者。

同2005年前后《电信法》曾引起行业人士热议相比，今年两会，关于电信法的讨论“输”给了三网融合、网络监管等热门话题。但正如通信专家马继华所言：“现在社会更关注的是分配，而不太在意创造。”就像在三网融合中，业内都在思考电信行业和广电行业如何分配利益，而实际上，如果缺少了法律支撑，将连起码的行业秩序都难以保证。

为何难产？

1980年，我国正式开始起草《电信法》，并于1988年列入国务院年度立法计划。1998年和2003年分别列入第九届和第十届全国人大常委会立法规划，并列为第一类立法项目。到2004年底，关于《电信法》将要出台的传闻不绝于耳，

甚至还与运营商重组的消息相“配套”，但直到5年后的今天，《电信法》依然“难产”。

近年来我国电信行业的发展速度有目共睹，但该行业长期为国企主导，缺乏竞争，国外企业和民营企业进入门槛很高。再加上通信技术更新极快，使得整个行业利益关系和市场结构十分复杂。在这样的市场环境下，其法律支撑却只有一个在2000年9月颁布的《中华人民共和国电信条例》。

“各个部门利益协调不均是电信法难产的最大原因。”通信专家项立刚对本报记者说。政企不分、政监不分广泛存在于早期的电信业，虽然这些问题随着市场化程度的加深有所缓解，但依然不能寄希望于立刻解决体制问题。

电信专家付亮告诉本报记者，三网融合给《电信法》提出了一个问题。《电信条例》属于行政法规，法律效应很有限，这使得三网融合没有相关的操作依据。他认为，“电信法的缺失也反映了整个市场缺少竞争，市场环境的变化并没有带动法律的逐渐完善。”

谁在热盼？

如果把这个问题放在2008年，答案会是外国运营商、民营电信企业以及消费者。而到了2009年，这个问题的答案进一步扩展：主管部门、三大运营商和增值业务提供商也开始热盼《电信法》出台。

“以去年的‘手机扫黄’为例，运营商师出无名，只能采取一刀切，暂停SP企业计费；而大部分SP和CP都是规范经营，但他们和运营商的地位并不平等，完全听命于运营商；国家主管单位也因为没有任何法律依据，里外不讨好。”项立刚说。

马继华则认为，运营商更加希望《电信法》尽快颁布，因为电信增值业务是运营商下一步的重点，而消费者对增值业务的认识比较偏激，《电信法》会设置一个界限，使增值业务经营逐渐合法化和规范化。

此外，三大运营商之间的恶性竞争，使一些破坏通信线缆、侵占通信设施等恶性竞争事件时有发生，扰乱了电信市场秩序，这些都成为运营商热盼《电信法》的理由。

何去何从？

通过阅读《中华人民共和国电信条例》，记者发现，该条例一是行政力量大于市场力量，包括通话资费等本应市场化的服务却一般采取政府定价或政府指导价，这势必会影响到电信行业的市场化程度；二是事前管制多于事后管制，条例很多章节都在讨论准入制度，这就抬高了行业门槛，间接地促成垄断。

项立刚认同这一看法，他表示，《电信法》的立法原则就是保持市场公开、平等以及稳定，努力维护消费者的权益，而《电信条例》在这些方面已经落后于行业现状。

马继华也给出了自己的建议：“出发点应该落在保护电信行业大小企业和消费者的利益上，而不能是纯粹的制裁。另外，法律条文应该多关注基础的内容，不需要太细。”

全国政协委员、中国工程院副院长邬贺铨表示，与发达国家和一些发展中国家相比，我国在信息化方面的立法明显滞后，已有立法只覆盖了信息化建设很小的领域，而且立法的效力层次较低。他建议国家应尽快制定信息化立法规划，明确立法时间表，选择包括《电信法》在内的主要法律优先制定。来源：新华网 2010-03-19

[返回目录](#)

十省市广电网将结盟备战国家级有线网络公司

广电系统权威人士 17 日向中国证券报记者透露，广西、江西、陕西、河北等十家省级广电网络运营商即将共同发起成立广电网络友好网，将在产品技术共享、网络互联互通等业务层面展开深层次合作，这是广电网络运营商为解决当前各省网分割局面而成立的区域性联盟，在国内还是首次。

据悉，广电总局对此次“广电网络友好网”给予了较高的评价，认为这是各省级广电网络运营商为打破地域限制而进行的一次创新，有助于共同应对“三网融合”的竞争与挑战，也将为今后的国家级有线电视网络公司探索有益经验。

该人士透露，此次发起成立广电网络友好网的多为已经完成省级广电网络整合的省份，具体包括广西、江西、内蒙古、宁夏、河北、江苏、河南、四川、云南、陕西十省（区）。

加入广电网络友好网的成员公司，将在产品技术共享、市场发展协同、网络互联互通、信息资源互换、经营管理互动等方面进行深入合作，特别是其中还包括广电网络（600831）等上市公司，利用其融资平台，将为成员公司开展投资合作互助奠定基础。

目前，全国已经有三分之一省份完成了有线电视网络整合工作，包括上海、江苏、天津、河北、吉林等十个省市，另有十多个省市正在进行有线网络整合。针对省级广电网络整合进展，广电总局已经发文明确要求，没有完成全省有线电视网络整合的省份，必须在 2010 年完成整合，以加快推进三网融合，为今后组建与三大电信运营商并列的国家级有线电视网络公司做准备。

广电总局有关负责人此前曾表示，将充分利用市场手段，通过资产重组、股份制改造等方式，以国家级有线电视网络公司作为有线电视网络参与三网融合的市场主体，负责对全国有线电视网络的升级改造，逐步实现全国有线电视网络统一规划、统一建设、统一运营、统一管理。来源：中国证券报 2010-03-18

[返回目录](#)

信息安全标准制订将获国家补贴资金重点支持

从国家发展和改革委员会了解到，2010年信息安全专项项目申报工作已经开始，国家补贴资金将重点支持信息安全相关标准的制订。

发改委办公厅下发的通知明确，2010年的转型资金将重点支持信息安全相关标准的制订，以及验证环境的建设及应用。

主要包括：终端安全配置、安全审计与取证鉴定、互联网应用服务安全检测等；安全监控与数据采集、数据灾备、统一威胁管理（UTM）、可信计算产品等安全设备类标准；安全漏洞与恶意代码、安全服务资质、安全等级保护等安全管理类标准；网络安全接入、身份管理等安全认证类标准；面向家庭信息终端、云计算、物联网、三网融合、下一代互联网、工业控制系统等新技术应用安全架构类标准。

通知还明确，专项按照优化产业结构，以及重要信息系统自主可控能力的指导原则，2010年信息安全专项重点还将围绕以下两个领域展开。分别是，为国家信息化建设提供支撑的信息安全产品产业化；为基础信息网络和重要信息系统安全运行提供技术支持的信息安全专业化服务。来源：上海证券报 2010-03-19

[返回目录](#)

.CM 域名瘫痪近半月 中国注册者遭遇维权困难

网民在输入“.CM”的时候要三思而行了：从本月初开始，大量.CM域名（喀麦隆国家顶级域名）无法解析，据说此国.CM顶级管理局负责人因内部原因疑似跑路，此事对于占据.CM域名全球绝大部分注册用户的中国注册者来说损失惨重，初步估计损失达千万左右。

截至记者发稿时，.CM下网站仍无法解析，时间已过半月，何时恢复仍是个谜。如此大面积的无法解析，记者在.CM管理局官方网站（Netcom.cm）并未看到相关回应，这也让遭受损失的中国域名注册者维权颇为艰难。.CM域名的管理混乱和失职从本次瘫痪中可见一斑。

国内一知名网站站长告诉记者，中国的. CM 域名注册数量占据全球大多数，并且注册价格很贵，在 1000 元 / 年左右，中国用户投入已不下千万元，此次. CM 混乱局面已给广大中国注册者带来重大损失。

技术落后、价格昂贵的喀麦隆国家域名为何在中国受到如此大的追捧，以至于造成如此大面积的伤害？

记者查询 Whois (. CM 查询系统) 发现，目前 baidu. cm、qq. cm、sina. cm、ebay. cm、ama - zon. cm 等知名网站的 CM 域名已被个人注册，但这些域名中已被启用的域名几乎为零。纵容品牌抢注是. CM 域名注册管理机构大发横财的卖点。

真正的原因是：由于. CM 域名和主流的. CN、. COM 域名类似，非常适合搭建钓鱼网站、山寨网站等；而很多域名注册者在. CM 域名明显漏洞下依然“中招”的另一个真相是：. CM 域名宽松的注册政策，注册者不需要提交资料、不需要审核、甚至没有域名仲裁机制。

有域名专家认为，这种注册政策，完全无视我国域名管理规定和国际惯例中的域名注册信息真实性的要求，为网络钓鱼、网络欺诈等非法行为提供了环境，给整个域名市场带来了混乱。据了解，这种注册信息管理上的懈怠在. COM 等境外域名上也普遍存在。

之前，已有国际著名安全公司 McAfee 的报告显示，喀麦隆拥有的“. CM”域名，已成为互联网世界上最危险的区域，标识度为最高的红色，. CM 网站遭受攻击的比率高达 36. 7%。

“我也注册了四五个. CM 域名，其中一个还是国内某个门户网站的. CM 域名，本来想先养着，再转手卖个好价钱，现在却无法解析，真是‘哑巴吃黄连’，有苦说不出。”电话那头，上文提到的那位站长显得有些疲惫，她告诉记者，目前他们正在召集国内注册. CM 的同行，想要建立一个联盟并咨询法律人士，共同商讨如何维权的相关事宜。

业内域名专家认为，像. CM 域名这类由境外机构管理并在中国销售的域名，一方面无视中国的法律法规，并以其纵容不良行为的注册政策、似是而非的“长相”招徕客户；另一方面却是域名解析出故障、注册管理的混乱、危机应对机制缺乏，“此事也给国内热炒. CM 的‘玉米虫’们敲了记警钟，证明一直以来域名界流行的‘外来的和尚好念经’观念并非正确。”来源：法制日报 2010-03-18

[返回目录](#)

中央扶持国家队进军电子商务 或设专项资金支持

一夜之间，电子商务的竞争进入新一轮的“风口浪尖”。

3月16日，商务部在其例行新闻发布会上透露，正在草拟一份关于《支持传统商业企业进军电子商务》的文件，据知情人透露，该方案还拟成立专项资金对北京王府井、上海百联、武汉中百等“上榜企业”进行资助。

中央倾力扶持的“国家队”凭借独特的政策和资金优势，将给方兴未艾的电子商务市场带来一股超强冲击波。

而接受挑战的，不仅包括广东在内的各地龙头百货，也有耕耘网购多年的民营“淘宝”们。

政策获利者

在近日举行的商务部例行新闻发布会上，新闻发言人姚坚就透露，商务部当前工作重点之一就是进一步支持传统商业企业，推进电子商务的发展，推进实体市场和网上市场的结合，推动商业企业以网络销售带动门店销售。并且，他表示，商务部将会在网络平台的支付手段、诚信体系建设方面，给予传统商业企业更多的关注和政策指导。

业界盛传，这些传统商业企业就是北京王府井、武汉中百、上海百联等国有商贸巨头。而据知情人士透露，“更多的关注”指的是国家拟设立专项资金，对“上榜企业”进行资助。尽管具体金额尚不得知，但业内预计不会是个小数目。

目前，这三家被业界称之为“国家队”的企业对“上榜传言”保持沉默，不过，王府井百货内部员工周小姐告诉记者，“集团在开年会等多种场合已经提到，今年要将电子商务列为发展战略之一，并加大这块业务的投入，相信已经拿到政策的支持。”

广东企业缺席

而令人尴尬的是，凭借商业贸易闻名全国的广东却很可能榜上无名，广百股份、广州友谊等广东本土国有商贸流通巨头，均不在首批扶持对象之列。

尽管国家在《珠江三角洲改革发展规划纲要（2008-2020年）》中，已经提出“确立珠江三角洲国际电子商务中心地位”的要求，而中国互联网络信息中心发布的《2009年中国网络购物市场研究报告》也显示，北京、上海和广州三个城市京沪三地网民数量虽然只占到全国的8.4%，但网购用户规模却占到全国的15.6%，而且，广州的网购渗透率位列全国前三。

这让同样在致力发展电子商务的广东本土企业心里“酸酸的”。在这样的情况下，“我们在竞争中肯定要弱势一些，但也要坚持做。”广百股份董事总经理黄永志坦言，广百股份早年上市集资的时候，就已经为网上商城项目筹得2000

万元，现在已经专门成立了电子商务部门来运营，“即使没‘上榜’也会把项目做好。”

此外，“信息不对称或许也是导致广东企业难‘上榜’的重要原因。国家至今没有确立一个主管电子商务的部门，地方企业很难找到到中央‘请命’的门道。另外，国家可能也想扶持一些民间品牌，但不好判断民间哪一家才是有实力的正规军。”广购网 CEO 肖晓告诉记者，网络市场假货横行，已经到了“劣币驱逐良币”的地步，国家可能想通过“打建并举”的方式来净化这个市场。

“国家队”的考验

问题接踵而来，国企百货等进军电子商务表面上人声鼎沸，实际上很多人都只是来探探风。

原因很简单，“目前，网络销售一般占百货公司总营收的比重仅为个位数。而且扣点也很低。”古士旗服饰品牌 CEO 钟可添告诉记者，百货业态的网店跟实体店盈利模式基本相同，一般都是商场与品牌供应商联营，靠销售额赚取扣点利润，而不是靠收取商铺租金获利。一般来说，实体店的扣点是 25% - 30%，即品牌商销售一百万商品，则需给百货公司交纳 25 万至 30 万的回扣。而网店的扣点只有 12% - 15%。

因此，“即便政府可以给传统百货很好的电子商务政策，传统百货也不见得就会投入很大精力人员去开发。因为电子商务的流动成本太高了，即便投入很高的资金进行营销推广，仍然很难拉动销售。相比之下，线下投一个亿的推广费，差不多就可以拉动销售 20 亿了。”广购网 CEO 肖晓说。

事实上，于 2008 年 10 月在广州开业的正佳网便是“十一五”国家科技支撑计划的重点项目，正佳网的项目后台、技术和基础设施均由国家投资，合计约 16 亿元，现阶段的商业营运资金则为广州正佳网现代服务有限公司的自筹资金。

不过，由于正佳网现代服务公司缺乏资源整合能力，吸纳不到优质品牌客户，供应链搭建颇不完善，至今未见起色。

“受到扶持的未必就能做的好。”一名业内人士认为。

另一方面，进驻百货的品牌商也未必愿意开拓网络销售渠道。

依妙服饰品牌董事长车广平就对记者直截了当地说，“依妙不会做网路。因为女性服饰以时装类为主，尺码变化很大，必须实际试穿才行。”另外，还要承担网店的库存风险。

民营军的思考

艾瑞咨询推出的《2009 - 2010 年中国网络购物行业发展报告》显示，2009 年中国网络购物市场交易规模 2483.5 亿元，其中以淘宝为首的民营网购集团军占了绝大多数的份额。

然而，当传统百货出身的电子商务“国家队”在供应链采购上明显更有优势，并将会有政府的大力支持，这样一来，淘宝们会否受到猛烈冲击？

对于这个问题，阿里巴巴公关总监陶然表示“不便作出任何评论”。此前，淘宝对外称，已经在从外界认定的 C2C 模式，逐步转向 C2B 模式（为企业提供流量数据分析）。事实上，“淘宝发展至今，已经创造了三大价值：一是创造了巨大的流量；二是塑造了网购的第一品牌，大家已经约定俗成地认为‘要网上购物去淘宝’这一概念；第三是淘宝可以提供详细准确的数据，对消费者及行为习惯做出归纳，而这一点特别为商家所看重。”淘宝副总裁路鹏表示。

政策护航助推市场扩容

网购虽红火，但如影随形的最大威胁便是诚信危机。

在这样的大背景下，“有政策护航，由政府出面来给电子商务行业搭建诚信体系和安全支付平台，能够大大节省电子商务企业的营销推广费用。”肖晓说。

由此，走秀网副总裁马晓晖认为，商务部扶持传统百货巨头进军电子商务，也将推动网络购物人群渗透率，增强中国电商行业整体竞争力，扩大网购市场的总体规模。“这对于整个行业来说，绝对是件好事儿。”

分析

问题 1

假货充斥

网购的进与退

假货多，是电子商务的最大诟病。有故意也有无奈。“有的厂家觉得正规产品在网络售价太低，无利可图，就不愿意跟正规渠道合作。客户资源就这样被卖假货的网站抢走。”一位百货公司的老总向记者坦言。

问题 2

盈利周期长

当当、卓越自 1999 年诞生至今没能实现盈亏平衡。京东商城年销售额近 40 亿，仍盈利艰难。“目前大家都盯着长远的大蛋糕，都想依托做产品线扩张来降低边际成本，而且赚取更多的流量。既然要不断的追加投资，那就意味着要拉长盈利周期。”红孩子一高层告诉记者。

问题 3

上市财务障碍

博威资本董事总经理于向东告诉记者，他很早就开始关注这一板块，之所以迟迟没有进入，主要是这个行业缺乏监管机制，税务不清，财务不透明。“网购的业绩多是没法核实的，这对于网购企业上市会构成很大的障碍，如果没法上市，

那我还进去干嘛？”而如果厘清税务，则意味着网购企业不能卖“水货”，必须采用“代购”的模式销售化妆品等商品。

问题 4

第三方支付监管空白

延宕已久的第三方支付牌照至今还没有正式发放，这意味着支付宝、快钱等第三方支付是不受银行监管的。别有用心之人便利用这个空子为色情网站提供第三方支付服务，甚至洗黑钱。或因如此，正佳网在早期营运中，国家给网站指定了第三方支付方式，不允许采用支付宝、快钱等民间第三方支付工具，大大降低了网购的可操作性以及客户的粘性。

肖昕

相关新闻

实体为本 网店为末

苏宁孙为民：美国家电网购不到一成加快线下布局才是王道

“苏宁易购从今年 2 月正式上线以来，每天的销售额在 300 万 - 400 万。我们相信家电商网购一定会蓬勃发展。但不是说实体店就是没落了。实体店和网店有个主次、本末的问题。”苏宁总裁孙为民日前接受本报记者采访时表示，网购最发达的美国，家电商网上销售额也只占销售总额的 8% - 10%。

苏宁易购日销售额超 300 万

从 2 月正式上线以来，苏宁易购每天的销售额在 300 万 - 400 万元，按中间值推算，一年的销售额约为 12.6 亿。

这与苏宁最火爆的门店——南京新街口店年销售额相当，约为 2009 年苏宁全部销售额的 2%。

孙为民坦言，苏宁加大网购推广力度主要出于三方面的考量，一是目前已经有一部分消费群体依赖网购渠道，苏宁不可能放弃这部分消费者的需求；二是苏宁“易购”知名度提升后，即使一些用户不产生购买行为，但点击、浏览网页，对苏宁品牌都有相当的宣传价值；三是易购未来将成为苏宁员工的学习、培训、工作平台。

新店半数在乡镇

苏宁开网店，业内一直有“左右互搏”的质疑声，认为会影响苏宁目前的价格体系和渠道体系。孙为民认为，实体店和网店有个主次、本末的问题，即前者是“主”和“本”，网店是“次”和“末”。

加快实体店布局，苏宁显然要让自己在“主”的方面更为强大。

“去年金融危机，老实说我们也看不清方向，看到旧店营收负增长，就放缓了开新店的速度。”去年，苏宁新开连锁门店 182 家，今年则“跃进”到要新开 543 家门店，其中 200 - 300 家是乡镇店。

孙为民透露，今年苏宁要在广东省内新开 72 家门店，广东地区店面总数达 211 家，销售规模增长近 45%，占据广东市场超过 50% 的份额。值得注意的是，广东今年计划新增的乡镇门店达到 34 家，占新开门店总数的 47%。来源：南方都市报 2010-03-19

[返回目录](#)

四川斥资 400 亿元建无线城市 将融合 2G 3G WAPI 三网

日前，四川省政府发布了《四川省无线城市规划（2010~2012 年）》，计划在三年内投资 400 亿元，优先在成都、绵阳、德阳、乐山、眉山等 5 个城市打造无线通信基础设施，以此带动全省无线城市全面快速建设发展，面向全省 3400 万移动用户、600 万无线宽带用户，提供随时随地的无线宽带网络接入，并大力推进无线城市应用，使成都无线城市应用水平进入全国同类城市先进行列，达到西部领先。

该无线城市建设以 3G 为主、WAPI 为辅，融合 2G / 3G / WAPI 三网，将投资 400 亿元建设 3G 网络基站 4.5 万个、WLAN 热点区域覆盖 2.7 万个，并整合三网已有资源，发挥三网各自技术优势，实现多制式、多系统共存，形成高速接入、安全稳定的接入网络和立体式无缝化的覆盖网络，届时，四川省无线城市区域内覆盖率将达到 99%，通信速率达 5~10Mbit/s。此外，还将根据各地经济社会发展水平和发展基础条件制定不同的方案，重点建立完善无线宽带公众综合服务系统、无线宽带电子政务系统、工业生产无线宽带信息系统、西部经济服务配套无线宽带信息枢纽系统、旅游无线宽带信息系统、文化生活无线宽带信息系统等 6 大应用系统，提供实时、高速的无线宽带应用服务。网络建设将同步强化网络应急容灾能力建设，提升无线通信网络的应急容灾能力。来源：人民邮电报 2010-03-18

[返回目录](#)

【国际行业环境】

意大利邮政有意进军固网

新闻回溯：

意大利邮政集团表示，一旦意大利电信的固网业务被拆分，那么该集团将有兴趣在固网业务领域有所作为。

意大利邮政集团首席执行官 Massimo Sarmi 说：“电信运营商须负责管理整个系统，包括网络。”但他也表示，“尽管如此，如果网络拆分成为现实，我们将有兴趣在其中发挥作用，为（固网）基础设施的发展作出贡献。”

意大利电信此前曾多次拒绝对固网业务进行拆分。

《环球》评谈：

早在 2007 年，意大利邮政已经开始以虚拟运营商的身份销售移动电话服务，利用旗下的 1.4 万个邮局进行销售。邮政网络深入到意大利每个角落，每天有 150 万人出入邮局，其银行业务也拥有 2000 万用户。这些用户持有的银行账号、信用卡及预付费卡能直接交纳移动电话的费用。现成的、庞大的客户群使意大利邮政以很低的成本开展业务。如今意大利邮政不再甘心只做虚拟运营商，开始将目光转向了基础设施。来源：人民邮电报 2010-03-18

[返回目录](#)

澳大利亚拟立法推广光纤网络

据国外媒体今日报道，澳大利亚政府已经针对新建住宅开发项目制定了一部全新的立法提案，希望借此保证这些建筑能够提供高速互联网服务。

澳大利亚通信部长斯蒂芬·康罗伊(Stephen Conroy)通过邮件表示，这一法案将允许政府对哪些建筑必须安装光纤网络以及哪些建筑需要具备安装这一网络的能力进行细化。

在此之前，澳大利亚政府刚刚启动了总值 430 亿澳元(约合 400 亿美元)的高速光纤网络建设计划 NBN，该项目计划在未来 8 年内面向全国部署。

康罗伊说：“高速宽带已经变成像水、电和燃气一样重要的公共事业服务。这一法案能够让我们确定有可能已经具备光纤网络的房产项目，同时确保其他建筑也能够具备安装这一网络的能力，从而降低接入难度和接入成本。”

由于康罗伊所在的工党未在澳大利亚上议院中占据多数席位，因此关于分拆澳大利亚现有的唯一一家全国性网络运营商澳大利亚电信(Telstra)的立法提案已经被上议院否决。

澳大利亚电信是澳大利亚最大的电话运营商，而康罗伊此前已经就其分拆问题开展了为期 6 个月的讨论，希望该公司将部分资产和用户转移给 NBN，以避免政府对其扩张策略进行限制。来源：新浪科技 2010-03-18

[返回目录](#)

美国将大力普及高速宽带网络

美国联邦电信委员会 15 日宣布，美国将大力普及高速宽带网络，力争在未来 10 年内在美国各个角落建立起高速宽带网络。

该委员会表示，经过 1 年的广泛探讨和研究，一个旨在普及高速宽带网络的路线图计划已制定完毕。一旦该计划付诸实施，美国将拥有当今世界上“最快和最广泛的”宽带网络。

该计划制定了以下目标：在未来 10 年内，为至少 1 亿个美国家庭建立传输速度达每秒 100 兆比特的网络，这一速度将比现有用户上网速度快 20 倍以上；在学校、医院和政府部门等公共场所建立每秒 1 吉比特的高速网络；为警察、消防队和其他公共安全部门建立新的无线网络，以确保这些部门在紧急情况下能相互联系和分享信息。

美国联邦电信委员会主席朱利叶斯·吉纳霍夫斯基指出，这一行动计划将给美国带来诸多好处，如推动经济增长、促进投资、创造就业、发展教育、更好地保护公民安全、提高美国在国际上的竞争力以及帮助美国解决诸多国内问题等。

来源：新华网 2010-03-17

[返回目录](#)

欧盟 12 项行动保障物联网发展

在国内，“物联网”首次亮相政府工作报告，从概念进入“落地”阶段；在国外，欧盟宣布行动计划以确保在构建物联网的过程中起到主导作用，值得借鉴

互联网发展虽然只有短短 25 年的历史，但却经历了不同的发展阶段。最初，它只是数以千计主机的连接；后来发展到通过计算机和移动装置连接到数以亿计的人们；未来，它的发展和演进方向是实现网络连接到计算机到网络连接到物的过渡。而网络连接到物就是现在关注度很高的物联网。

欧盟目前的物联网应用

从目前的发展看，欧盟已推出的物联网应用主要包括以下几方面：

1、具有照相或使用近域通信并基于网络的移动手机。目前，这种使用呈现了增长的趋势；

2、随着各成员国在药品中开始使用专用序列码的情况逐渐增多，确保了药品在到达病人前均可得到认证，减少了制假、赔偿、欺诈和分发中的错误。由于使用了序列码，可方便地追踪到用户的产品，从而大大提高了欧洲在对抗不安全药品和打击制假方面的措施力度；

3、一些能源领域的公共性公司已开始部署智能电子材料系统，为用户提供实时的消费信息。同时，使电力供应商可对电力的使用情况进行远程监控；

4、在一些传统领域，比如物流、制造、零售等行业，智能目标推动了信息交换，提高了生产周期的效率。

上述这些应用的发展，得益于 RFID、近域通信、2D 条形码、无线传感器、IPv6、超宽带或 3G、4G 的发展，这些在未来物联网的部署中仍会继续发挥重大作用。

12 项行动保障物联网发展

1、管理方面的行动

随着物联网的发展，架构的识别、信息安全的保障等管理问题逐渐浮出水面，为了解决这些问题，欧委员决定采取以下行动，即行动 1：

(1) 在各主要论坛讨论和决策与物联网管制相关的各种定义和原则；(2) 制定独立的、非中心化的管制架构，在架构中要考虑透明性、竞争性和责任性。

2、隐私权及个人信息保护方面的行动

这一问题涉及两方面，包括隐私及个人资料保护对物联网会产生影响和物联网可能会影响人们对隐私的理解。近年来 ICT 的演进已证明了这一点，例如：移动电话和在线交友网，这种影响对年轻人会更大。为此，欧盟在这方面决定采取的行动有两个：

行动 2、对隐私权及个人信息保护问题继续监控。最近，欧盟采用了一项建议——为 RFID 应用运行中出现的隐私和数据保护区原则提供指导。2010 年，将公布更广义的、面向无所不在的信息社会隐私方面的指导。

行动 3、芯片默认权。欧委会将展开“芯片默认权”方面的技术和法律讨论。所谓“芯片默认权”是指不同作者在不同名字下表述个人想法时，可随时断开网络环境。

3、信任、可接受度和安全方面的行动

考虑了物联网推出后对个人和商业产生的安全方面的影响，欧盟制定了两项行动：

行动 4、确定可能出现的风险。欧委会将按照 ENISA 已开展的工作，采取进一步适当的行动，包括管制和非管制的措施，为物联网提出可能出现的信任、可接受性和安全性挑战提供政策框架。

行动 5、物联网是重要的经济和社会资源。物联网发展是否能达到期望的结果，将对经济和社会发展产生重要的影响。因此，欧委会将密切跟踪物联网基础设施的发展，并将其纳入欧洲重要的资源之列，特别是要把相关活动与重要信息基础设施的保护联系在一起。

4、标准化方面的行动

在物联网发展中，标准化起着重要的作用，主要是可通过互操作的建立、经济规模和行业的国际化，降低新进入者的门槛和用户的运营成本。在标准化方面，欧盟确定的行动是：

行动 6、标准化，即对现有标准进行评价，包括与物联网相关的事宜或在必要时推出新的内容。此外，欧委会将对欧洲标准化组织以及国际合作伙伴的发展进行跟踪。欧盟还将在开放、透明、统一的模式下审议物联网标准的发展，特别是在面向所有利益团体时，这种模式更为重要。

5、研发方面的行动

最近，欧委会强调并提出了一系列加强 ICT 研发的措施，物联网榜上有名。具体要采取的行动有两个：

行动 7、研发。欧委会将继续在 FP7 研究项目中加大物联网投入，关注点是重点技术，比如：微电子、非硅组件、能源获取技术、无所不在的定位、无线智能系统网络、安全设计、软件仿真等。

行动 8、公共与私人部门的合作。委员会正在准备建立四个公共和私人合作领域。这四个领域分别是绿色汽车、能源效率建筑、未来工厂和未来互联网，其中物联网是重要领域之一，这是欧盟复兴打包计划的一部分。其目标是协调现有 ICT 研究和未来互联网发展的关系。

6、面向创新开放方面的行动

物联网系统在设计、管理和使用上将由不同商业模式和各种利益方驱动，它将成为创新的催化剂。虽然与物联网相关的一些技术已日趋成熟，但支持物联网的商业模式尚未建立。为此，欧委会制定了如下行动：

行动 9、创新和试验项目。除开展各项研究外，欧委会将考虑通过推出试验项目来促进物联网应用的部署。这些试验将侧重于物联网应用，让社会能从中获取最大利益，比如：电子医疗、气候变化、缩小数字鸿沟。

7、整体意识方面的行动

欧盟相关准备工作显示，业界和相关组织对物联网面临的机遇和挑战整体了解非常有限。鉴于此，欧盟决定推出如下行动：

行动 10、整体意识。欧委会将定期向欧洲国会、理事会、欧洲经济和社会委员会、区域性委员会、数据保护工作组和其它相关机构通报物联网的发展情况。

8、国际对话方面的行动

物联网系统和应用是无国界的，需要开展可持续的国际对话，包括管制、架构和标准等许多方面。为此，欧委会决定在国际对话方面采取以下两个行动：

行动 11、国际对话。欧委会将加强在物联网所有领域与国际对话的力度，主要是加强与合作伙伴间的联系，目标是采取联合行动、共享经验以促进上述各项活动的实施。

行动 12、对物联网推进进行评估。在欧委员会层面，要采取多种机制监控物联网的演进、支持各种相关活动的执行并由欧洲公共局对各种措施进行评价。欧委会将利用 FP7 来开展这一工作，汇集各方力量确保与世界其它地区的定期对话和经验共享。来源：通信信息报 2010-03-17

[返回目录](#)

美国准备加强争夺网络空间霸权行动

美军战略司令部司令凯文·奇尔顿 16 日在提交给国会的证词中说，五角大楼已基本完成美军网络司令部的准备工作，只等国会通过司令人选提名，司令部就可很快投入运行。

美国国防部长罗伯特·盖茨去年 6 月下令组建网络司令部，以统一协调保障美军网络安全、开展网络战等与电脑网络有关的军事行动。网络司令部由战略司令部负责组建，成为其下一个指挥网络战的次级司令部。现任国防部国家安全局局长基思·亚历山大受到提名兼任网络司令部司令。

据当地媒体报道，美国国防部在全球 88 个国家和地区的 4000 多个军事基地内拥有超过 1.5 万个电脑网络。报道援引国防部负责政策的副部长帮办詹姆斯·米勒的话说，军方的令行禁止、情报后勤、武器开发与部署等工作无一不依靠电脑网络。盖茨此前说，在美军越来越依赖网络的同时，来自网络的威胁也越来越多，新的网络司令部必须能整合美军全球行动，同时为美国的非军事部门和国际伙伴提供支持。

米勒说，为建立网络司令部，美军的陆军、空军、海军和海军陆战队四个兵种在过去一年间整合了它们的网络部队，建立了各自的中央指挥部。五角大楼方面也已开始训练和装备网络安全专家，为网络司令部储备人力。

美国是世界上第一个提出网络战概念的国家，也是第一个将其应用于实战的国家，但美军尚未形成统一的网络战指挥体系。

美国当地舆论认为，组建网络司令部，意味着美国准备加强争夺网络空间霸权的行动。来源：新华社 2010-03-19

[返回目录](#)

法国电信 NExT 战略及固定移动融合经验

2005 年，法国电信踏上了融合之旅，旨在通过 NExT 战略为客户提供全新的业务体验。2009 年，NExT 战略及业务转型取得了明显的成功。作为 Orange 北京实验室的市场及业务拓展总监，Damien Schaepelynck 先生就 NExT 战略和融合体验向我们做了讲述，并以 Unik 为例介绍了法电固定移动融合业务的开展情况。

法电是全球领先的综合电信运营商，目前服务于 1.82 亿用户，Orange 为其旗下成熟的子品牌，超过三分之二的用户使用 Orange 品牌。2008 年，法电营业收入达到 535 亿欧元，其中一半来自法国以外的市场，而在 1996 年来自海外的收入只占到 3%。

如今，法电的业务均衡分布于欧洲、非洲和中东的 30 多个国家，移动用户达到 1.21 亿，在欧洲是第三大移动运营商；在固网、ADSL 和 VoIP 方面，法电均拥有欧洲最大的用户群；在企业用户市场方面，法电的业务遍及全球 220 个国家和地区，全球百强企业中有三分之二是其用户。

NExT 行动

电信行业可谓日新月异。随着竞争不断加剧，以及基于单一网络承载所有业务类型成为现实，IT 和电信业之间的界限开始变得模糊。像 Google 和 Skype 这样的 IT 公司，不必拥有电信网络却也可以提供电信业务。这一新的形势，迫使现有的电信运营商不得不重新思考其业务运营模式，法电也面临同样的境地。

融合势在必行

2005 年，法电开始实施 NExT (New Experience inTelecom services) 战略，以期给用户新的电信业务体验。我们意识到，在新的商业环境中，我们不能仅仅给用户网络接入，还要给他们提供无处不在的业务，以便他们不论在哪里，使用什么终端，都可以享受到同样的业务体验。

毕竟用户不会考虑网络或技术因素，他们对具体业务的期望，就是得到方便易用的用户体验。这对于运营商来说，无疑需要投入更复杂的技术，却又要让用户在前端感觉不到技术的复杂性。为了实现这样的愿景，融合是必经之路。

但是，市场已经准备好接纳融合业务了吗？法电通过市场调研给出的答案是肯定的。

首先，我们看到用户对多个业务套餐的需求在增加。在欧洲，同时使用四种业务（固话、宽带、付费电视和移动通信）的家庭比例从 2006 年的 16% 攀升到 2008 年的 35%。2008 年，63% 的欧洲家庭在同时使用移动和宽带业务，其中的 66% 的家庭表示更喜欢捆绑业务，而这当中的 10-15% 表示会考虑中止他们现

有的合同，选择移动和宽带捆绑的业务。由此可见，捆绑业务有明确的市场需求，而且这可以帮助运营商更有效地留住老用户，吸引新用户。

其次，了解用户对捆绑业务的期望也很重要。据调查，42%使用移动和宽带业务的家庭表示期望单一的帐单、客户服务、客户忠诚度计划（loyalty program）——这表明简便是用户第一位的需求，其二是价值，纯粹的捆绑融合业务相当于20%的价格折扣。所以，捆绑业务是让用户获得更实惠、更好、更简便业务的非常有效的方法。

如何实现融合

首先，从业务体验上，我们明确要让用户可以从个人电脑、电视和手机上都能获取内容，实现无处不在的内容提供，而且能够为用户提供有针对性的业务，可以让我们与只提供接入的竞争对手区分开来，从而实现收入最大化。

我们不仅改变了业务提供的方法，而且改变了商业模式。我们实现目标的方式之一是推广 Livebox 并将它作为家庭组网融合策略的主要卖点。通过 Livebox，我们提供固话、VoIP、电视接入和手机 Wi-Fi 接入，形成了集音乐、广播、游戏和网络服务于一体的系统，因此成为出色的家庭业务一体化平台。

当然，我们需要为 Livebox 准备高质量的内容。目前，我们通过和内容提供商合作来提升集成的内容，并通过我们的网络来传送。我们倾向于通过合作的方式而不是靠自己制作内容——法电的网络和强大的公司实力，让其成为很具吸引力的合作伙伴。比如，法电与主要的电视频道和一些电影频道签署了协议，这些节目都很受用户欢迎。

其次，网络的融合对融合业务的提供是不可或缺的。我们不断扩展网络容量来提供无处不在的宽带业务，包括 ADSL 扩展、ADSL2+ 和 FTTH 预部署，并为移动宽带和移动多媒体部署了 3G 和 3G+ 网络。同时，我们还打算将智能融入我们的网络，其中包括可适应的信息系统——在适当的时间以适当的质量提供适当的业务。

为了支撑未来的融合业务，我们做了大量的投入，包括光纤、新内容平台、成熟市场的宽带网络以及新兴市场网络的部署，算起来这些投入占了我们资产投资的 36%。

另外，为了给用户提供无缝的体验，我们还进行了组织重组。其中包括整合我们的分销渠道，让用户在营业厅和在线都能享受到一致的综合服务体验。而且，我们要求呼叫中心和客户服务部门必须为固网、电视和移动业务提供清晰且一致的服务流程。

Unik 的成功实践

Unik 是法电推出的固定移动融合业务。到目前为止，有 160 万 Orange 用户在使用 Unik 手机。有意思的是，我们发现三分之一的移动电话是在家里打出，而 40% 则是在工作的时候打出。由此可见，手机不仅仅是移动通讯工具，也是比固定电话更受人们青睐的私人通讯工具。此外，我们还有一个吃惊的发现‘超过三分之一的移动电视是在家里观看的，这确实出乎我们的意料，我们原先以为人们只是在移动环境（如旅行时）才使用移动电视业务。基于这一发现，我们开发了 Unik。

Unik 如何实现？

Unik 是在室外使用 GSM 或 UMTS 网络的手机，但在家的時候，它可以通过 Wi-Fi 自动地连接到 Livebox 或其他家庭网关，以提供 VoIP。这样不仅费率固定，而且室内覆盖效果更好。这一切是通过 UMA (Unlicensed Mobile Access) 技术来实现的，这项技术可以使 GSM 和 GPRS 移动流量经由 IP 网络承载，它在 2005 年作为 GAN (通用接入网络) 被写进了 3GPP 标准。

这样，用户只需拥有一部 UMA 兼容手机，并开通宽带接入业务，就可以使用 Unik 了。去年我们首家推出具备 3G UMA 业务的 Unik 手机，为我们的 Unik 用户打开了一个崭新的多媒体通信世界。

带来的价值和机遇

除了提供高质量的业务体验，Unik 还为用户带来更多好处，比如易于使用、价格优惠和无缝切换。同时，Unik 给 Orange 创造了可观的收入，减少了用户流失率，使用户数量不断增加，固话 ARPU 不断上升。

当我们在法国推出 Net & Unik 套餐时，有超过 80% 的用户申请新开通宽带接入业务。那时，我们正聚焦于吸引新的宽带用户，而 Unik 帮我们实现了这个目标。当一项业务给用户带来益处的同时，又能为运营商创造价值，这样就实现了双赢。

探索更多可能

面向未来，我们的重点将放在融合业务的推广上。

首先，我们将为 Unik 用户扩展 VoIP 业务，让他们可以通过任何一个 Livebox 都可以接入。比如，在朋友家作客时，可以通过朋友家里的 Livebox 接入，如同用 Wi-Fi 接入一样，这将给客户带来更多的便利。

其次，我们正在推广更快的音乐、游戏和播客下载服务，发动和推动更多的用户来创建和分享精彩的内容。另外，Unik 还可以充当数字家庭里的遥控器——用户可以通过它在任何家庭设备上分享和获取音乐、照片和视频资料。因此，以 Unik 为起点，我们将探索融合能实现的更多价值和可能。

随着电信行业的变迁，运营商需要不断改变思考和经营业务的方式。到目前为止，法电已经成功地实施了融合战略，为自己和用户都创造了巨大的价值。但是，当这些业务要推广和扩张到其他区域，就必须做出相应变动，以适应其他国家的市场、环境和用户习惯。来源：《营赢》2010-03-17

[返回目录](#)

韩国将大力投资以跻身世界手机强国之列

韩国知识经济部 19 日称，为了加强韩国手机产业的竞争力，韩国政府计划在未来 5 年内投资 7600 亿韩元（1 美元约合 1111 韩元），加强手机研发。

韩国知识经济部说，韩国政府计划至 2014 年为止，首先投入 5981 亿韩元，用以开发无线网络系统、实现手机核心零部件的国产化、以及研发更丰富的手机软件。同时，韩国政府将在今年 6 月前出台网络产业发展战略，以促进有线、无线网络的尖端化。

对于韩国政府发展手机产业的计划，三星电子、LG 电子以及泛泰三大韩国手机生产商都给予了积极回应，并决定在今年将相关产业的投资额扩大至 3.16 万亿韩元，同比增加 1100 亿韩元。

韩国知识经济部相关人士说，韩国手机制造竞争力虽然已经跃居世界第二位，但在开发智能手机方面起步较晚，这对韩国 IT 强国的地位造成了威胁。但是，这些变化的趋势对韩国手机企业来说，既是挑战，更是机遇。韩国政府希望在政府及相关厂商的共同努力下，韩国手机产业能够具备世界手机市场上最强的竞争力。来源：新华网 2010-03-23

[返回目录](#)

巴基斯坦移动市场洗牌 中移动子公司陷入价格战

尽管移动市场规模增长幅度达 16%，但趋于饱和的上升空间及愈演愈烈的价格战，令巴基斯坦运营商们处境颇为尴尬。Telenor 巴基斯坦首席执行官乔恩·艾迪·阿卜杜拉（Jon Eddy Abdullah）日前在接受媒体时指出，当地市场会从 5 家移动运营商减少至 3 家。

Telenor：市场仅能容纳 3 家运营商

“大部分市场在 3 家主要运营商间分配。”阿卜杜拉表示，为了当地市场发展，“似乎 3 家运营商更好，5 家数量太多了”（C114 注：巴市场共有 6 家移动运营商，最后一家 Instaphone 已处于退出市场边缘，市场份额忽略不计）。

据巴基斯坦电信管理局（PTA）的统计显示，2009年底巴基斯坦普及率已达59.6%；但瓜分9758万移动用户的运营商却有5家之多，分别为埃及奥斯康Orascom的Mobilink（3080万）、挪威跨国运营商Telenor巴基斯坦子公司（2250万）、Warid电信（1884.7万）、Ufone（1851万）和中国移动的ZONG（692万）。

阿卜杜拉指出，运营商必须合并，并在当地政府颁发3G牌照前完成。

据了解，早在2009年，曾接连传出ZONG与Warid电信、Telenor巴基斯坦洽谈收购事宜的消息；最近又有消息称Warid电信控股方阿布扎比集团（Abu Dhabi Group）正与几家巴基斯坦电信集团就出售该运营商控股权进行谈判，有望产生该国新的最大移动运营商。

巴基斯坦ARPU值不足2.5美元

此外，阿卜杜拉并不认为颁发3G牌照是紧急的事情：“这个问题涉及到基础设施的保护。我们2004年在2G牌照上花费了2.9亿美元，收回投资还需数年。”

在巴基斯坦属第二大移动运营商的Telenor尚称无法收回投资，当地盈利艰难可见一斑——巴基斯坦人均收入仅1046美元/年、加上缺乏监管而导致的价格战横行，使得运营商的ARPU值大都不足2.5美元，而一般情况下实现盈利需ARPU值维持在3美元以上。

中国移动巴基斯坦子公司ZONG亦深受其苦，由于陷入价格战，其ARPU值仅约10元人民币。ZONG在巴基斯坦目前为排名第五的移动运营商，尽管用户总数从收购时的低于150万用户2年增至692万，但与前四家运营商仍差距较大。

2007年2月，中国移动以4.6亿美元收购了经营不善的Paktel，成立新公司CMPak，100%控股。2008年初，中国移动在巴基斯坦首次发布其国际品牌“ZONG”。

类似于Telenor当前的表态，中国移动在进入巴基斯坦市场之初也指出，排位前三名的运营商才有可能赢利，必须坚持成为主导运营商。来源：中国通信网2010-03-18

[返回目录](#)

运营竞争篇

[[竞合场域]]

英特尔先于AMD推出最新的服务器芯片

据国外媒体报道，英特尔3月16日发布了其最新的服务器处理器芯片以保持其领先于竞争对手AMD的统治地位和准备应对预计的需求的增长。

这种新的处理器旨在用于服务器和高端台式电脑。这些芯片是英特尔首次在服务器芯片中采用更小的晶体管。这些更小的晶体管帮助英特尔增强其笔记本电脑和台式电脑芯片的性能，同时努力保持更好的节能效果。

英特尔还在这些芯片中内置了安全功能。英特尔称，这些安全功能可以更快地编码和解密文件，有效性消除“加密税”，也就是由于保护文件而损失的计算机性能。

这些芯片用于服务器的将在 Xeon 产品的名称下发布，用于台式电脑的芯片将以 Core i7 的名称发布。英特尔希望这些芯片将引起娱乐和视频游戏市场的注意。

但是，英特尔服务器营销总经理 Boyd Davis 说，最大的机会在服务器方面。在服务器市场，三分之一的服务器使用的芯片都是四年以前生产的。

虽然据市场研究公司 IDC 称，全球 90% 的服务器都采用英特尔的处理器，但是，英特尔处理器并不是唯一的争夺潜在的服务器销售的芯片。

AMD 服务器部门总经理 Patrick Patla 说，AMD 最新的芯片通过引人瞩目的重新设计也将提高速度。他说，在 AMD Opteron 服务器芯片的历史上，没有任何一次性能的飞跃比我们将在 2009 年至 2010 年将要实现的性能飞跃大。

AMD 最新的芯片将在未来几个星期推出。AMD 的芯片如何赶上英特尔最新的芯片还有待观察。来源：赛迪网 2010-03-18

[返回目录](#)

IBM 耗资 8 亿美元布局“云计算”服务器

IBM 日前在广州发布 eX5 服务器，这一耗资 8 亿美元研发的架构被 IBM 大中华区董事长钱大群称为“过去十年以来 IBM 最重要的发布”。eX5 将内存从与服务器处理器紧密捆绑的局限位置中解脱出来，从而消除了额外购买服务器的需求，用户可以根据需要进行扩展，使 eX5 系统发挥目前 x86 服务器 6 倍的内存能力。

“IBMeX5 是游戏规则的改变者。”拥有 22500 台服务器的 Acxiom 公司首席信息官 DavidGuzman 表示，“我们的虚拟化能力翻了一番，同时降低了软件使用许可费用。在性价比平衡方面也格外引人注目，只需一小部分成本就能使性能提升 4 倍。”来源：南方都市报 2010-03-19

[返回目录](#)

阿里巴巴斥资 10 亿设首个小企业诚信保障金

全球知名电子商务集团阿里巴巴决定出资 10 亿元在国内设立首个小企业诚信保障金，用于中小企业间贸易纠纷、欺诈等问题解决的先行赔偿，以促进目前尚未健全的商业信用体系建设。这是阿里巴巴公司 CEO 卫哲 15 日在杭州参加“诚信中国年”活动启动仪式时宣布的。

卫哲表示，作为“诚信中国年”核心内容之一，阿里巴巴即日起将启动 10 亿元诚信保障金，并根据企业在其平台上的实时信用档案，将保障金额度配比授予信用良好的中小企业，以此带动数以万计的小企业率先构建起国内首个商业信用体系。

卫哲认为，作为小企业代言人的阿里巴巴，已拥有国内最大规模的 50 万企业用户信用档案库，因此，在 10 亿元诚信保障金的杠杆效应推动下，其信用体系将在全社会得到更大规模的覆盖和更广泛的认可。

除自掏腰包设立诚信保障金外，阿里巴巴还鼓励中小企业自交保障金参与和共享这一商业信用体系，交纳金额不限。小企业商业信用体系还突破了网上交易的限制，任何企业只要在阿里巴巴备案，进行线下交易时发生问题也同样可以享受诚信保障金的先行赔付。

据介绍，“诚信中国年”行动，还包括举办万家企业建言《小企业诚信公约》、“APEC 诚信与小企业发展论坛”、“中国诚信小企业”评选等系列活动。来源：新华网 2010-03-18

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动今年推逾 80 款 TD 手机

中国移动(00941)董事长兼首席执行官王建宙今日在业绩发布会上透露，2010 年将推出超过 80 款 TD-SCDMA(TD)手机，今年资本开支 1230 亿元。

中国移动计划于 2010 年底前将 3G 网络覆盖所有地级市、县级市及东部发达县城数据热点区域，今年将推出超过 80 款 TD-SCDMA(TD)手机，接近 180 款终端。而更多 TD OPhone 手机、智能手机，会于上海世博会 TD-LTE 演示后将进行较大型的网络测试。

中国移动去年每户每月平均消费(ARPU)为 77 元，按年减少 7.2%，但与上半年度的 75 元比较有 2.7%增幅。由于 77 元的 ARPU 是 09 年全年的数字，故单计下半年，中移动的 ARPU 较上半年有明显改善。

资料显示，09年中国移动每户每月平均通话分钟(MOU)为494分钟，比08年的492分钟增加2分钟。而使用增值服务的用户为4.63亿户，按年增10.4%。09年度平均月离网率为3.3%，较08年的2.71%为高。

中国移动今年的资本开支为1230亿元，同比减少4.95%，其中2G专用开支占14%，2G/3G共享占86%。而2011年及2012年度，中移动已计划将资本开支均减少至1000亿元以下，分别为980亿元及804亿元。目前中国移动手持净现金2300亿元，经营现金流净额为2000亿元。来源：新浪科技 2010-03-18

[返回目录](#)

中国移动公布三年投资计划 大幅缩水近四成

中国移动有限公司（下称“中国移动”，00941.HK）公布了2009年全年业绩。

中国移动公布了未来三年的投资计划。2010年计划投资额度为1230亿元，其中，2G专用的为172亿元，约为14%，其余86%为2G/3G网络共用。中国移动还公布了2011年和2012年的投资计划，分别安排资金980亿和804亿元。如果单以2012年的额度计算，大幅缩水了近四成。

在此之前，中国电信和中国联通的高层也都宣布了削减网络投资的计划。业内人士指出，2009年作为我国3G元年，运营商都进行了大规模超常规的网络建设。据中国移动公布的数据显示，2009年投资额度为1294亿元。

中国移动还表示，2010年全年计划推出180款TD终端，包括80款TD手机，截至去年12月使用TD网络用户约为341万户。来源：中国通信网 2010-03-19

[返回目录](#)

中国移动今年450亿元投入TD网络建设 发展1000万3G用户

中国移动公布2009年业绩报告，在网络建设方面，中国移动2009年投入558亿元建设了10万个TD基站，今年将投资450亿元建设7万个基站，到2010年底时，将覆盖全国330个城市。

王建宙在香港表示：“今年中国移动将继续建设和完善TD-SCDMA网络，预计今年将发展1000万3G用户，同时，今年全部新增用户中将会有超过50%来自农村市场。”

中国移动在2010年将投入约450亿元用于TD-SCDMA网络建设。“TD-SCDMA网络设备四期招标将于四月初开始。”有消息人士向C114透露。

中国移动的公告显示，2009年总营业额4521亿元，增长9.8%，利润为1152亿元，较去年同期的1129.54亿，增长2.3%，客户总数5.22283亿户，较去年底的4.5725亿用户数，增加了6503万，增长率为14.2%。

截至2009年12月，使用中国移动TD-SCDMA网络服务的客户为341万户。2009年，中国移动完成了TD-SCDMA二期28座城市以及三期200座城市的网络建设。中国移动称TD-SCDMA

3G网络在地级市覆盖率超过70%。

中国移动总裁王建宙在2010年度工作会议上曾表示，规模推动TD建设运营，提高发展效果，是2010年工作的重中之重。“要落实‘三年规划 两年完成’的目标。”王建宙当时说。

所谓的三年规划即2009年-2011年的规划，目前，中国移动已经完成了2009年的既定目标，“两年完成，就是把2010年和2011年的目标合在一起，在2010年提前完成TD网络目标。”

“今年这450亿元TD网络投资，就是把2011年的计划也移到了今年。”消息人士说。在2010年度工作会议上中国移动表示，将新建7万个基站，同时完成TD网络IP化，完善室内覆盖，同时深度融合2G与3G网络。来源：中国通信网 2010-03-22

[返回目录](#)

【中国电信】

电信版黑莓资费进入服务流程审核阶段

知情人士透露，中国电信黑莓手机的资费套餐已经进入服务流程的审核阶段。也就是说，电信版黑莓手机及其套餐即将在近期发布。

此前不久，电信版黑莓手机的四档资费套餐细节曾被曝光。据悉，中国电信将推出189元、289元、389元以及589元四档资费套餐。

其中，189元套餐中包括60MB国内上网流量，100分钟国内语音通话时长；289元套餐中包括100MB国内上网流量，0.5MB国际上网流量，400分钟国内语音通话时长；389元套餐中包括500MB国内上网流量，1MB国际上网流量，600分钟国内语音通话时长；589元套餐中包括1GB国内上网流量，2MB国际上网流量，1000分钟国内语音通话时长。

据悉，上述四档套餐超出部分的语音资费为0.2元/分钟，超出部分的国内数据流量资费为0.5元/MB，超出部分的国际数据流量按照中国电信数据业务国际漫游标准资费执行。

除了上述四档套餐，用户还可选择参与终端补贴。据悉，电信版黑莓的终端补贴分为 8 档，用户承诺在 24 个月内每月话费不低于 200 元，则可获得相应的话费返还以及相应额度的终端补贴。

知情人士透露，“电信版黑莓手机的资费套餐已经进入服务流程的审核阶段，很快将会正式发布。”

该知情人士进一步表示，黑莓资费套餐的方案已经基本敲定，现阶段的工作是在正式推向市场之前梳理其服务规范。也就是要确保套餐在订制、退订、计费、后台解决、故障排除等各个环节的保持顺畅。

据透露，首批电信版黑莓手机的型号是 9530、9550 和 9630，为 CDMA / GSM 双模单待、CDMA 机卡合一的黑莓定制终端，不仅支持中文短信，还将内置互联星空、号码百事通、天翼视讯等中国电信定制服务及黑莓邮件推送系统。

而在用户定位方面，中国电信将在 CDMA 网络覆盖范围内，面向后付费政企客户提供 BES（黑莓企业解决方案）及 BIS（黑莓网络服务）。来源：网易科技 2010-03-18

[返回目录](#)

中国电信天翼应用商城下午上线 初期全免费

中国电信天翼空间应用商城(ctmarket.cn)计划于今天下午正式上线。据悉，在上线初期，天翼空间应用商城中的所有仍将坚持下载和使用均免费的策略。

电信天翼空间应用商城由中国电信四川公司和华为合作搭建，于 2009 年 9 月 1 日推出。2010 年年初，天翼空间应用商城被确定为中国电信六大内容基地之一，并确定由中国电信新成立的产品中心统筹建设，由合并后的公众客户部负责运营。

在公测初期，天翼空间内的所有应用软件均为免费下载、有偿使用。2009 年年底，天翼空间应用商城启动对部分应用软件下载计费的内测，在此期间，应用软件的计费被分为有偿下载和免费下载两类。

2010 年 2 月 2 日，天翼空间对站内所有应用进行了调整。调整之后的天翼空间清理了带有附加收费的应用软件，天翼空间内所有应用软件因此均为免费体验。

据透露，在“全免费”体验阶段结束之后，天翼空间应用商城将逐渐启动应用产品的计费下载、计费使用。下载将按次收费，而使用将有包月等不同类型的收费。

按照此前说法，而在进入收费阶段后，开发者将获得应用产品约 7 成的销售收入分成。

在中国移动去年宣布推出在线应用商城后，中国联通与中国电信均开始跟进。据悉，中国联通软件商店 UniStore 也已测试上线，目前正处于调试阶段的。来源：新浪科技 2010-03-17

[返回目录](#)

中国电信 22 日公布年报 投行预计其净利润大增

中国电信定于 3 月 22 日公布 2009 年业绩报告，香港投行预计，中国电信 2009 年净利润由上年的 8.84 亿元（人民币，下同）大幅增至 145.9 亿元。

有香港投行的分析称，中国电信是中国用户最多的固话运营商，受移动用户增加推动，中国电信 2009 年收入预计增长 13%，由人民币 1,868.0 亿元增至人民币 2,114.7 亿元。来源：新浪科技 2010-03-18

[返回目录](#)

【中国联通】

联通 3G 将加大室内网络覆盖

全国政协委员、中国联通董事长常小兵日前在接受记者专访时透露，今年联通将继续加大 3G 网络的覆盖，初步计划上半年完成全国县级以上城市覆盖，同时将加大北京等重点城市的室内网络的覆盖，真正实现网络畅通无阻。

针对目前市场关于 3G 网络信号不好等质疑，常小兵表示，中国联通从去年 1 月 7 日拿 3G 牌照，到 5 月 17 日在 55 个城市放开业务，10 月 1 日在 285 个城市试商用，这么大规模的 3G 网络在这么短的时间内建成并投入使用，没有任何一点覆盖的缺憾不可能。他本人也同样遇到过类似的情况，遇到没有 3G 网络覆盖的地方也会断网，但他表示，这一局面很快将会改变。

常小兵透露，今年中国联通要继续加大广义的覆盖，而且初步计划在今年上半年就完成全国所有的县城以上的 3G 覆盖。也包括重点的乡镇，同时由于 3G 网络大多是在办公室里用，所以要加强重点楼宇商厦室内 3G 覆盖的建设进程。在重点城市加强重点楼宇商厦的使用。

例如北京的国贸，里面的高端群体很多，但目前室内覆盖的能力还不够，大家同时使用的时候就会感觉网络很慢，甚至信号不好。这一局面将很快就会改变。

此外，作为国内移动运营商之一，中国联通目前正在与苹果公司协商，希望推出带有 WiFi 功能的适合中国市场的 iPhone(手机上网)(手机上网)，但是仍无具体的时间表。

同时，联通也希望与更多终端的品牌厂家进行合作，推出更多品牌、机型的 3G 手机，使得在高中低档上都能满足消费者的需求。来源：深圳特区报
2010-03-18

[返回目录](#)

中国联通 2010 年市场发展策略与 3G 规划曝光

全国政协委员、中国联通董事长常小兵昨日在接受媒体采访时称：2010 年是 3G 继续建设和发展年，中国联通在 2010 年的建网投入将比去年明显减少。中国联通将会积极推进三网融合的发展，并在这一过程中积极寻找自己的定位。

对于中国联通的海外扩展问题，常小兵表示，中国联通一直在关注各种可能的海外合作机会。国内 3G 刚刚起步市场潜力巨大，联通的目前主要精力还是将满足国内市场和用户的需求。

关于广大用户普遍关注的 iPhone 资费和 WiFi 问题，常小兵表示：中国联通不寄托在经营手机业务上赚钱，目前联通正与苹果洽谈引入 WiFi 版 iPhone，如引进成功，联通将对现有的用户进行合理补偿。

对于国外展开的 4G 实验和商用计划，常小兵明确表示联通目前没有任何商用和试验的计划。以下是常小兵接受访谈的详细内容：

2010 年是 3G 继续建设和发展年

2009 年初中国政府正式发放 3G 牌照，才经过了仅仅一年的建设，中国联通 3G 网络 09 年第四季度开始全面投入运行。应该说中国的 3G 市场在去年还是建设起步年，今年将是继续建设和发展年。

相比较国际市场 3G 的发展，无论从行业内还是从市场需求来看，我们认为 3G 的市场将有巨大的发展空间，3G 的发展不仅会对上游的产业链，甚至上游的新兴产业带来巨大的影响，同时也会对广大的消费者带来很多消费服务上的变化。3G 绝不是仅仅解决语音服务，而是要在继续解决好语音服务的同时，更多的是解决广大用户移动上网、移动办公等多种移动信息化服务。而在这方面，我们在固网宽带看到的今天发生的变化，在不久的将来都会在 3G 上看到，用一个比喻说，就是有过之而无不及。

在三网融合推进过程中积极寻找定位

常小兵指出：总理的工作报告里面已经讲得非常明确了，在总结 2009 年的时候他充分肯定了移动互联网一批新兴产业的发展，在部署 2010 年的工作安排当中，实际上总理已经提出了三网融合的推进和互联网发展都为我们经济增长带来了新的空间。毫无疑问，中国联通也不会对这个新的空间不给予足够的重视，所以我们密切关注政府监管部门对三网融合整体的工作安排和推进，我们也将积极参与三网融合的试点工作当中去。

李部长昨天接受记者采访的时候也讲到，三网融合第一阶段的试点工作将会做出明确安排，中国联通也认为三网融合对电信业、对广电业长期来看都是有利于行业、促进行业发展的一件好事。中国联通也一定会在三网融合的发展推进过程中找到自己合适的角色定位，为整个国家的三网融合的发展尽自己的一份力量，同时也在这个过程当中寻求更有利于中国联通自身发展的机会。

广电业的发展也是经过广电业职工多年的努力才取得了今天大家瞩目的现状和业绩，三网融合试点一旦商业模式运作找到感觉以后，我相信一定会让广大消费者感觉到，今天的服务一定能继续延续下去，但是很多新的延伸服务也一定会逐步培育出来，而且同时通过移动终端这种方便性的使用也会延伸出很多原来在固定场合、固定终端上才能享受到的服务所不能发生的一些变化，而这些变化，我和你一样都充满了期待，但是都不敢下结论，因为我们需要抓住这个机会，把这种期待能够变成一些现实。

如果说这种有利的因素融合到一起，我们期盼的一些好的变化，通过我们的努力能够变成现实了，这个现实就是市场上消费者需要的服务那我们就成功了。

联通将采取措施保证青少年使用网络的安全健康

这个问题也是社会广泛关注的问题。去年以来，在国家有关部门组织的打击利用手机传播淫秽色情信息这项专项治理活动以来，中国联动也高度重视这项治理工作，我们一方面严格按照自己所能行使的职权把自己的门，一方面我们也配合社会有关方面去尽最大的复杂看好公共的门，所谓自己的门，就是我们利用自己的接入服务，接入各种，不管是移动互联网还是固网宽带信息源的服务，同时我们也配合有关部门，对于来自境外的、来自非直接接入我们网络的内容服务提供商也给予采取必要的措施，确保健康的内容能够传播给广大消费者，尤其是青少年，同时也要坚决地采取措施，杜绝不适宜的内容，尤其是不适合青少年的内容传播到青少年的通讯消费者的终端上去。

当然这方面的工作我们知道与今天的广大消费者的要求还有一定的距离，还需要我们继续采取技术、业务、管理，甚至是社会的严打、法律追究，这一系列综合治理的措施。当然我们也希望广大青少年朋友们也提高自律的意识，当然我

这样讲没有任何推卸责任，我们也希望你们自己在家长、老师的教育下，也应该自觉地增强抵御这方面的能力。

中国联通主要精力还是在国内需求

中国联通一直在关注各种可能的海外合作机会，包括去年我们谈 Telefonica 的换股、今年 SKD 的退出，这都是我们的合作伙伴根据自身发展的情况和需要做出的安排和选择，也是大家各自的独立选择。

中国联通在拿到 3G 牌照以后，我们认为中国国内的商机还是非常不错的，潜力是非常巨大的，所以我们现在主要精力还是在聚精会神抓好内需发展上面。因为我们的 3G 才刚刚起步，如果我们的 3G 能做到像国外同行一样，到去年年底 3G 占移动电话的渗透率达到 13% 以上，你想想看这是什么样的空间？13% 与 7 亿用户相乘，也是一个不小的数字，而且这个空间还在进一步扩大。

人们预计今年全球 3G 用户数将占整个移动通讯用户数的 20%，今年全球的移动电话用户数预计将会达到 50 亿用户，10 亿用户 20% 就是 2 亿用户。

中国联通正与苹果洽谈引入 WiFi 版 iPhone

与 iPhone 的合作对中国联通的发展起到了非常好的积极推动作用，包括提升品牌影响力、业务的广泛认知、3G 业务的发展，作用都是非常明显的。iPhone 发展总体情况应该说也是非常健康的，有关专业部门的分析报告指出，iPhone 已经连续多月成为中国 3000 元以上移动终端市场的领头羊，这和世界上其它国家和地区 iPhone 的应用和发展是一致的，而且我个人认为，随着时间的推移，iPhone 在中国大陆市场的发展看仍然是有潜力的，我个人对此或者中国联通对此充满了信心。

当然第一批引入的 iPhone 不带 WiFi 功能，很多粉丝对此表示不满，甚至提出了一些严肃的批评，我们对此都表示完全的理解，所以联通也一直在积极与苹果公司洽商，苹果公司也在积极酝酿方案，希望早日能够推出支持中国市场的带有 WiFi 功能的 iPhone 手机，但是目前还没有明确推出时间表。

如引进 WiFi 版 iPhone 联通将对现有的用户进行合理补偿

如果真的在未来某一天中国联通推出了带 Wi-Fi 功能的 iPhone 手机，我们一定会负责的考虑让已有的 iPhone 用户能够没有顾虑的使用移动互联网的流量。

实际上我们今天给用户套餐的使用量，大多数消费者都没有消费掉，但是少数粉丝可能就显得不够，这和全世界同行的规律是一模一样，1%、2%，甚至不到 5% 的用户消费掉你 60%、70% 的带宽，而 80%、90% 的用户带宽足足有余，对这些平均使用量的用户消费者，我们今天要满足他，即使未来我们推出了新的品种，我们也要想方设法满足他，但是对于 1%、2%，即使推了 Wi-Fi，到了

明天他可能仍然会抱怨流量仍然不够用，因为他不可能一直在 Wi-Fi 状态下，如果他用得非常上瘾，当他不在 Wi-Fi 的状态下，他还想用的时候，他可能还会仍然感觉到你给我的流量还不够，最好再便宜一点，最好甚至不要钱。

中国联通不寄托在经营手机业务上赚钱

中国联通是一个国有控股企业，必须严格的遵守我们经营地的政策法规，我们自营的各类手机，必须严格交付各种各样的税收，如果你把这些因素全部考虑进去，我给你一个建议，你到美国机场免税店里买一部裸机，然后你再来比较比较价格，你就知道了。当然我们理解消费者，希望手机终端的价格能够进一步下降，这不仅是消费者的心愿，也是我们的希望。我们希望通过发展、通过竞争能够驱动移动终端的价格进一步下降，但是有些条件必须通过大家的持续努力去改变。

可以这么说，中国联通是一个经营移动业务为主的电信运营商，我们绝对不寄托在经营手机上去赚钱。

明星粉丝是 3G 业务积极的推进者

因为现在的视频是基本上按用户包月、包季、包节这种使用量的，如果三网融合进一步推进的话，一个是内容可能会更多了。第二，基于内容加工的增值服务，或者为广大消费者、为行业客户，为广大公众消费者提供的个性化的服务随之也会延伸出来，如果这个步伐来得快的话，我相信业务量和业务收入可能都会带来好的变化。但现在还不能量化出它具体一个月，比如说对我的 ARPU 值产生一块钱的影响还是两块钱的影响，今天可能讲这个话还为时太早，因为整个商业模式还没有定型，因为试点工作还在推进过程当中。

你们看看不同国家 3G 的先行者，对这部分消费者，他们是又爱又怕，爱是因为他们绝对是应用熟练的消费者，他们到一个地方就可以教会一批用户怎么使用你的业务，这点是我们非常爱的地方，我们希望把他们的强项化作为推动我们业务发展的动力。

怕是因为他们对于带宽的消耗可能某种场景下也是一种非常可怕的，如果大家这么消耗的话，我们网络再按 10 倍增长可能也不能满足他的需要。如果我的网络快速的的增长满足他需要的同时，我能获得相匹配的收入我也愿意干。我害怕的是，网络要我快速的满足增长，但不能带来合理匹配的收入增长，这个故事就说不完，最终还有一个性价比的问题。

如果他们对网络资源的消耗跟他们的支出能够产生，我再加一句话，跟他们跟我们拉动业务的贡献也能转换成收入指标，我都愿意付给他们，如果这个故事讲不圆，可能会给运营商带来一个担忧。当然这批粉丝确实是我们业务积极的推进者。

有兴趣推手机支付 入股银行没必要

两句话，手机支付业务是移动运营商、尤其是 3G 运营商广泛看好的一项重要业务，中国联通也不例外。但开办手机业务并不意味着非要入股哪一家银行，中国联通愿意以一种更加开放的姿态和金融界广泛合作，为广大消费者提供他们需要的各类基于移动和固网的通讯产品的支付业务服务。

上半年计划完成全国县级以上城市覆盖 加强室内覆盖建设

我刚才已经跟你讲了我的观点，今年我们要继续加大广域的覆盖，而且我们初步计划在今年上半年就完全全国所有县城以上的 3G 覆盖。同时，我们也注意到，3G 网络有很多是在办公室场景下、家庭场景下用 3G，所以我们要加强一些重点楼宇商厦的室内覆盖的建设进程。

中国联通从去年 1 月 7 号拿到牌照，5 月 17 号就在 55 个城市放业务，10 月 1 号在 285 个城市试商用，全世界同行还有没有这么快拿到牌照建成如此规模 3G 网络的，而这么大规模的 3G 网络在短时间内如果实现全面覆盖是不现实的。

我也同样会遇到这些情况，当我到了一个没有 3G 网络覆盖的地方也会断网，但是我可以很心安理得的说，过去一年我们在这 285 个城市，到年底 335 个城市，我们的网络覆盖是令大多数消费者能够接受的，当然我们也知道我们还有缺陷，比如室内覆盖，所以今年我们在继续加大广域的 3G 网络覆盖的同时，加强重点城市的室内覆盖，比如说北京，北京的国贸，那里面高端用户群很多，可能实际覆盖能力还不够，大家在同时使的时候可能会感觉网络慢，甚至信号不好，这种情况我相信到明年这个时候你再来问我的时候，如果你仍然有这种感觉，那可能就不是在今天发生的地方，可能要到更偏远的地方去了。所以有点问题存在必须实事求是对待。

联通今年网络投资规模将明显减少

总体今年中国联通的投资总盘子较去年有明显的减少，因为我们固网宽带去年建设的能力应该是上来了，今年没有必要再超前建设了，即使我们是在减少的场景下我们也会尽全力保证 3G 发展所需要的投资。

4G 方面目前没有商用和实验计划

4G 我们还在跟踪 4G 的技术，目前我们只是在实验室技术研究部门的跟踪，目前还没有任何商用和试验的计划。来源：华商网 2010-03-22

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯占通信电源三成份额

2009年中兴通讯在三大运营商通信电源的集采中，以出货量计，中兴通讯以30.5%的占有率排通信电源市场第一。

Frost&Sullivan发布的《2009年中国通信电源市场白皮书》指出，因为大规模3G网络建设，2009年中国通信电源市场出货量达35.7万套，同比增长8.5%，中兴、艾默生及中达三家厂商处于市场第一阵营。报告称，随着国内运营商全业务运营的快速发展，中国通信电源市场仍存在较大发展机会。

2009年在中国电信的集采中，中兴通讯以31%的份额获得第一；并在中国联通保持40%以上的份额，是联通最大的供应商；在中国移动的集采中，中兴通讯也位列三甲。

中兴通讯近日还宣布，成功实现了EV-DO Rev.B技术第二阶段的数据呼叫。中兴通讯是首家支持EV-DO Rev.B技术第二阶段的厂商。全球宣布推出EV-DO Rev.B网络的运营商包括中国电信、摩洛哥WANA、印尼Smart电信和巴基斯坦PTCL等。来源：中国证券报 2010-03-17

[返回目录](#)

2009 国内通信电源市场占有率中兴居首

市场调研公司Frost & Sullivan近日发布《2009年中国通信电源市场白皮书》研究，2009年中国通信电源市场出货量达35.7万套，较2008年增长了8.5%。以出货量计，中兴通讯以30.5%的占有率排列中国通信电源市场第一。

报告称，尽管2009年全球通信电源市场收益下滑了12.3%，但中国市场因为大规模3G网络建设，依然保持增长势头，2009年中国通信电源市场出货量达35.7万套，较2008年增长了8.5%。

报告称在中国电信2009年通信电源集采中，中兴以31%的份额获得第一；并在中国联通保持40%以上的份额，是联通最大的供应商；在中国移动的集采中，中兴通讯也位列三甲。

综合分析三大运营商的集采结果，2009年，中兴、艾默生及中达三家厂商处于市场第一阵营。以出货量计，中兴通讯以30.5%的占有率排列中国通信电源市场第一。来源：中国江门网 2010-03-17

[返回目录](#)

【华为】

华为匈牙利今夏拓建欧洲物流装配中心

据国外媒体报道，华为有望于今夏在匈牙利拓建装配厂和物流中心。在匈牙利华为已是沃达丰供应商，双方现正在该市场上推出新的移动互联网共享设备。

华为匈牙利营销总监佐尔坦·塔卡克斯（Zoltan Takacs）在媒体发布会上表示，华为已在佩奇（Pecs）和科马隆（Komarom）拥有生产工厂雇有280名员工，并正在进行为期一年的考察测试。若到今年夏季考察结束时结果达到预期，该站点将成为华为的欧洲物流和装配中心。

同时公布的信息包括，匈牙利工厂的产品和服务年产值预计将达15亿美元，2011年以后将拥有约700名员工。

华为自2005年起便是沃达丰匈牙利的移动服务供应商，2007年还取代诺基亚西门子成为沃达丰匈牙利3G网络的供应商。最近，沃达丰于3月12日采用华为的设备，推出了新的共享式移动互联网服务——最多允许5名用户同时利用无线上网卡接入互联网。

“移动互联网普及率以每年约7%的速度增长，市场竞争越来越激烈，但也呈现出极具创新性的解决方案。”华为欧洲区副总裁徐钦松（Xu Qin Song）表示。

“随着越来越多的用户在移动中有第二个设备使用，用户使用调制解调器和手机接入服务的比例大致相当，”沃达丰宽带服务高级经理彼得·托罗克（Peter Torok）表示，随着沃达丰的用户数增长了102%，移动互联网使用率以真正壮观的速度增长。

当被问及定价策略时，托罗克表示服务的价格不见得会大幅下降，但设备价格正不断减少，令越来越多用户能够负担得起。来源：中国通信网 2010-03-19

[返回目录](#)

华为携手 Optimus 部署 42Mb/s HSPA+网络

华为与葡萄牙领先的综合电信运营商 Optimus 今日宣布，双方在 Optimus 葡萄牙的 HSPA+网络上成功完成了 HSPA+双载波技术的测试，测试中下行峰值速率高达 41.44Mb/s，几乎达到了这项技术的理论极限。用户接入互联网的平均速率可达 39.7Mb/s。

通过在基站发射器和接收器上采用两个载波，Optimus 的 21Mb/s HSPA+网络的速率可实现翻番，达到 42Mb/s。这项技术已经部署到 Optimus 的移动互联网接入品牌“Kanguru”的业务中，为用户提供耳目一新的移动宽带体验。

Optimus 的董事 Pinto Correia 先生表示：“HSPA+双载波技术的成功测试有助于提升我们的网络质量，巩固 Optimus 作为葡萄牙最佳综合电信运营商的地位。Optimus 是欧洲最早与华为开展技术合作的运营商之一，与华为的合作使多项创新的技术和业务得以在葡萄牙市场成功落地，为我们的用户创造了实实在在的价值。”

华为葡萄牙代表处代表谢新平先生评价道：“从引入 3G 技术开始，我们便与 Optimus 等领先的运营商保持了紧密的合作。具备双载波特性的华为 HSPA+解决方案能够有效提升频谱效率和网络容量。通过移动宽带技术在全球获得的广泛选择和部署，华为已经在移动宽带用户心目中树立了‘更快和更好’的形象。”

LTE 已经成为全球 WCDMA/HSPA 运营商一致的演进方向，但 HSPA+在提升移动宽带用户体验上仍有巨大的空间，截至 2010 年 2 月，全球有 80 余家 WCDMA/HSPA 运营商已经推出或即将推出 HSPA+商用业务。作为全球移动宽带领域的领导者，华为积极携手全球领先的运营商和业界伙伴，致力于推动 MIMO(多输入输出)、双载波等关键技术走向成熟商用。采用 MIMO 和双载波技术的 HSPA+网络有望达到 84Mb/s 的速率，这一速率已经由华为在 2010 年移动世界大会上进行了演示。制约 HSPA+双载波技术商用部署的终端问题也已经获得突破，2009 年 12 月，华为与高通公司在业界率先成功完成双载波 HSPA+系统与终端芯片的商用互通测试，标志着 HSPA+双载波技术从系统到终端已经具备商用条件。

截至 2010 年 1 月，华为在全球范围内部署了共计 36 个 HSPA+网络，其中 20 个网络已经正式商用，其中包括在德国、新加坡、西班牙等地的 4 个 28Mb/s HSPA+商用网络。来源：新浪科技 2010-03-22

[返回目录](#)

华为与柬埔寨移动运营商签署通信合作协议

中国华为技术有限公司与柬埔寨最大的移动通信运营商之一 Cam GSM 18 日在金边签署了为期 3 年的通信设备框架合作协议。正在柬埔寨访问的中国国务院副总理回良玉和柬埔寨副首相因蔡利出席了签字仪式。

Cam GSM 集团主席基蒙和华为公司东南亚副总裁张振军代表双方在协议上签字。基蒙说：“华为高效、专业的服务让我们印象深刻，华为端到端的无线技术及解决方案充分满足我们对网络建设的各种要求，同时在节省长期运营成本投入方面帮助我们实现利益最大化。”

张振军说：“华为已成为 CamGSM 值得信赖的合作伙伴，双方的合作将进一步展开，相信华为未来一定可以带给柬埔寨人民更多、更好的通信体验。”

当天，华为还与柬埔寨邮电部签署了人力资源培训战略合作谅解备忘录，旨在为柬埔寨电信人才提供更先进、更专业的知识培训。

出席签字仪式的柬埔寨邮电部国务秘书拉纳拉再次肯定了华为公司长期以来为柬电信市场的发展所作出的贡献。他表示，人力资源培训战略合作谅解备忘录的签署对加强华为公司与柬埔寨在通信领域的交流合作，深化两国友好合作关系有着重要意义。

华为公司于 1999 年进入柬埔寨市场，目前已成为柬埔寨市场份额最大的通信设备供应商。华为在柬埔寨分公司共有 200 多名员工，其中 70% 为当地员工。

来源：新华网来源：新浪科技 2010-03-18

[返回目录](#)

华为首家完成工信部 TD-LTE 外场第一阶段测试

华为宣布已于近日首家全面完成工信部组织的 TD-LTE 外场第一阶段基本集测试，本次测试场地位于北京市怀柔区，测试内容包括吞吐量、时延、移动性、覆盖、多用户调度、用户体验等多个部分，测试结果全面达到或超越测试规范指标。如下几项关键测试内容和结果表明华为 TD-LTE 解决方案的成熟度和组网性能已经得到充分验证：

1、外场单小区同时接入 12 个 UE (LTE 终端)，成为业界首个完成超过 10UE 测试的厂商，首次真正意义上实现多用户接入和调度；

2、实现了所有邻区加扰 70% 情况下的小区容量测试，更接近商用网络环境，12 个 UE 按一定比例分布在远中近点，并且同时接入实现 12UE FTP 下载和 12UE FTP 上传；

3、实现了所有邻区加扰情况下的移动性测试，切换时延和切换路线上的数据传输性能均达到同期业界最佳水平；

4、在最短的时间内，完成了涉及系统吞吐量、时延、加扰、切换、QoS 等测试规范中的所有测试项，所有测试项均一次性通过。

2008 年以来，华为与 NGMN、LSTI 等国际组织以及中国移动等运营商在 TD-LTE 上进行了深入的沟通和测试验证工作。此次 TD-LTE 外场测试由工业和信息化部主导，连同 2010 年初华为携手中国移动在中国成都率先完成的 LSTI TD-LTE FCT (Friendly Customer Trial, 友好用户测试) M12a 阶段测试，意在验证 TD-LTE 规模组网能力，测试结果将对 TD-LTE 产业下一阶段的发展有着重要的影响。

作为 LTE 产业领导者，华为积极推动 FDD/TDD LTE 技术及产业融合均衡发展，凭借全球化的市场和研发平台，提供 LTE/EPC 端到端解决方案，成为全球运营商面向下一代移动网络演进过程中的长期战略合作伙伴。目前华为正在部署全球首个 TD-LTE 规模网络——上海世博会 TD-LTE 演示网，该网络将于世博会期间面向全球展示一系列基于 TD-LTE 无线网络的移动宽带业务新体验，包括实时高清视频会议、实时高清视频监控移动目标位置信息、高清视频内容即拍即传等。

2010 年 2 月，在巴塞罗那举行的 2010 年世界移动通信大会期间，华为在全球范围内首家展示了同时基于 FDD/TDD LTE 无线接入方式的多方高清视频互通业务，包括巴塞罗那世界移动通信大会现场、德国和奥地利等地 LTE 试验网共计 4 方实现了高清视频业务互通，充分体现了华为 FDD/TDD LTE 解决方案的融合发展与有效互通，以及 LTE 技术的高速率、实时性、移动性等关键性能。来源：新浪科技 2010-03-18

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚下调市场份额预估

昨天，记者从诺基亚公司了解到，由于将山寨机纳入到新的统计过程之中，诺基亚将其对市场占有率的预估下调了 4 个百分点，而对全球手机市场规模的预估则增加了 1.2 亿部。

之前，诺基亚在统计报告中认为 2009 年全球的手机市场规模为 11.4 亿部，而其自身的份额为 38%，不过诺基亚刚刚调整后的新估测却发生了较大的变化，其中对全球市场规模的预估增加到 12.6 亿部，而将本身的市场份额估值降至 34%。诺基亚方面表示，对市场预估作出调整是因为统计过程的优化和统计工具的改善，新预估计入了合法厂商出产的手机以及未经授权的山寨机。诺基亚认为

去年全球山寨机的规模为 1.2 亿部，占全年市场规模的 9.5%。来源：京华时报
2010-3-22

[返回目录](#)

诺西成为全球第二大 IMS 供应商

市场研究公司 Infonetics Research 日前发布报告称，诺基亚西门子通信在 2009 年第四季度的 IMS (IP 多媒体子系统) 设备的销售收入已跃居全球第二位。

随着固定和移动融合的加速，IMS 作为独立接入的多媒体控制核心技术，已经得到了全球各大运营商的广泛关注，并把其作为 IP 核心网的演进路径。该报告显示，2009 年第四季度，诺基亚西门子通信在 IMS 领域的业务收入占据了全球市场份额的 21%，仅次于阿尔卡特朗讯的 26%。

目前，诺基亚西门子通信在全球基于 IMS 固网移动融合领域拥有最多的解决方案，包括 137 个案例以及超过 30 个商用案例。Verizon、沃达丰和中华电信等美洲、欧洲及亚太地区的主流运营商在选择 IMS 合作伙伴时，都共同选择了诺基亚西门子通信。

该公司的通信业务解决方案事业部副总裁钱锦华表示：“这份报告的出炉，再次印证了诺基亚西门子通信在全球 IMS 领域的领先地位。随着中国 3G 产业的不断发展，我们将借助这种全球优势，帮助中国运营商推进并部署融合型的解决方案及丰富的 IMS 特色业务。”

诺基亚西门子通信 IMS 融合解决方案支持多种网络、接入方式和终端，为应用和业务提供统一的认证、计费 and QoS 保证等功能，避免重复投资并实现最大化的功能集成，有助于提高运营商业务发展的效率，有效利用资源，降低 OPEX 和 CAPEX。同时，通过本地研发，诺基亚西门子通信致力于开发各种特色 IMS 业务，满足不同最终用户 (企业、个人、家庭) 的需求。来源：人民邮电报 2010-3-18

[返回目录](#)

诺西马博策：在中国市场不惧竞争

诺基亚西门子 (下称“诺西”) 大中国区执行副总裁、客户运营总经理马博策 (Markus P. Borchert) 上周五在接受 C114 等少数媒体采访时指出，与其他竞争对手相比，诺西在中国市场上“处在比较有利的竞争地位”上。

不惧市场竞争：对比竞争对手处于有利地位

在马博策眼中，诺西正越来越成为一家中国公司，但随着 2009 年 3G 建设的启动，其竞争对手们对中国投入的关注也达到创历史高点。

这种关注不仅来自中国本土的华为和中兴——它们 2009 年销售额中中国部分较往年均有显著增长。阿尔卡特朗讯(下称“阿朗”)执行副总裁、运营总裁米歇尔·拉希尔(Michel Rahier)也在接受 C114 采访时称中国是阿朗的“基石”，今年将进一步深化中国战略，“加速”是其关键词。

面对不可避免的竞争，马博策认为诺西在华处于比较有利的竞争地位。

“首先我们给中国的运营商和客户提供了很好的附加值；同时我们设在中国的很多研发机构和研发资源，拥有很高的价值。”

他指出，与此同时诺西还从其全球规模和资源中获得好处：“我们 3G 客户全球数量第一、LTE 客户全球数量也是第一，因为无论从数量还是规模，我们全球统一的资源都给我们带来了巨大的优势。”

中国 3G 部署全球首屈一指：对市场份额并不满足

马博策评价中国 3G 称，尽管市场刚刚起步，但“进展的高速度、部署的力度给大家留下深刻印象”，“这在全球都是首屈一指的”。

在诺西看来，3G 移动宽带发展在早期分为两个阶段：第一阶段是建网，然后“用流量把这个网络填满”；第二阶段是党流量不断增长后，网络的吞吐量将成为重点。

“目前中国 3G 的发展还处在第一阶段，但是它已经以‘强有力’的速度和规模在发展，我们完全可以预测，很快就将步入第二阶段。”

“我们能够对中国 3G 部署做出贡献感到非常高兴。”然而，马博策也同时指出，诺西对于市场份额“不可能满足”，今后仍将继续“努力地工作”。

备战中移动 TD 四期招标：雄心勃勃

2009 年，在中国移动 TD-SCDMA 网络格局中，鼎桥系(华为+诺西)份额超过 40%，排名第一。

马博策表示对这一地位非常高兴。此前他也曾在巴塞罗那世界移动通信大会(WMC2010)期间接受 C114 专访时指出，诺西在 2009 年的 TD 市场份额已经有所增长，并透露在北京搬迁了中兴的 TD 设备

(<http://www.c114.net/topic/1927/a483644.html>)。

但当问及对未来 TD 份额的期许时，这位刚到中国 3 个月的高管娴熟地打起了太极。

“公司已经对 TD 四期招标做好了准备。”他表示，“至于我们在这个市场上的勃勃雄心大家已经看到了，我们将不断地加强我们在这方面的地位。”

此外诺西方面还透露了一点，即中国移动对其非常满意：“我们从客户对我们 3G 网络部署表现、系统性能获得的反馈，是非常令我们鼓舞的。”

“所以，以诺西的技术和服务加在一起，会形成非常强有力的实力。”马博策如此说道。来源：c114 2010-3-22

[返回目录](#)

诺基亚今年或推出配置 1GHz CPU 的智能手机

诺基亚首席执行官 Olli-Pekka Kallasvuo 暗示说，诺基亚将来有可能生产配置 1GHz Snapdragon 处理器的强大的智能手机。

Kallasvuo 是在接受《商业日报》(Business Daily) 采访时做出这个暗示的。他还简要说明了他提议改变诺基亚的战略和产品范围以便更持久地挑战 iPhone(手机上网)。

他说，高通肯定是我们未来发展的一个合作伙伴。我们两家公司很长时间以来一直在打官司。但是，我们现在认为这两家公司是一个潜在的合作伙伴。

高通是 Snapdragon 处理器的生产厂商。宏达电生产的一些智能手机配置了这种处理器，包括 HD2 和 Desire。

虽然这两种手机分别使用 Windows Mobile 和 Android 操作系统，但是，诺基亚手机采用 1GHz 处理器的手机可能采用 Symbian、Maemo 5 或者甚至 MeeGo 操作系统。

随着 Symbian 3 即将推出，诺基亚在 2010 年晚些时候肯定会推出下一代智能手机。来源：赛迪网 2010-3-21

[返回目录](#)

诺西 09 年第四季度 IMS 设备市场份额升至 21%

据市场研究公司 Infonetics Research 发布的报告显示，2009 年第四季度诺基亚西门子通信在 IMS(即 IP 多媒体子系统)设备的销售收入已超过爱立信，仅次于阿尔卡特朗讯，跃居全球第二位。

InfoneticsResearch 报告显示，2009 年第四季度，诺基亚西门子通信在 IMS 领域的业务收入占据了全球市场份额的 21%，超越爱立信的 16%，并仅次于阿尔卡特-朗讯的 26%。

目前，诺基亚西门子通信在全球基于 IMS 固网移动融合领域拥有最多的解决方案，包括 137 个案例以及超过 30 个商用案例。Verizon、沃达丰和中华电信等

美洲、欧洲及亚太地区的主流运营商在选择 IMS 合作伙伴时，都毫不犹豫地选择了诺基亚西门子通信。

在中国，诺基亚西门子通信已建立了包括 IMS 本地研发、本地集成、本地服务在内的资源库。据悉，诺基亚西门子通信的 IMS 业务已经先后在在云南移动以及河南移动投入现网试商用。来源：赛迪网 2010-3-17

[返回目录](#)

诺西布局 TD-LTE：坚信中国 4G 标准将成全球性技术

诺基亚西门子(下称“诺西”)大中国区执行副总裁，客户运营总经理马博策(Markus P. Borchert)继在巴塞罗那世界移动通信大会(WMC2010)期间宣称公司将致力于 TD-LTE 进行全球化推广，日前立场鲜明地重申这一态度，并称“坚信 TD-LTE 会成为全球性的技术”。

坚信 TD-LTE 将成全球性技术

在今年世界移动通信大会期间马博策接受 C114 专访时表示，诺西对中国移动有一个承诺，即“将 TD-LTE 进行全球化推广”，而这也是他从公司总部调任中国区的主要任务(<http://www.c114.net/topic/1927/a483644.html>)。

据 C114 了解，3G、4G 时代的标准制式，有淡化国家界限的趋向，如 TD-LTE 设备由爱立信、华为、阿尔卡特朗讯、诺西、中兴、摩托罗拉、大唐移动等厂商主导，芯片则由高通、联发科等国内外厂商支持；但由于 TD-LTE 标准由中国移动力推运营，一般还是被视为“中国 4G 标准”。

高通公司在印度竞购频段酝酿部署 TD-LTE，也将“LTE TDD”称作为“TD-LTE”。(<http://www.c114.net/news/488/a490616.html>)

正因为坚信 TD-LTE 将成为一种全球性的技术，据马博策介绍，诺西一方面在中国积极地推动 TD-LTE 的发展，另一方面也正积极面向全球积极推动 TD-LTE 的发展——目前已与亚洲、美洲、欧洲等地运营商进行了“非常多的互动和联系”，但由于 TD-LTE 的测试尚未达到商用上一致的阶段，“这些运营商不希望透露其进展”。

“同时，我们利用了一些非常重要的国际会议和国际活动来推动 TD-LTE，比如上个月在巴塞罗那刚刚举行的世界移动通信大会。”

此外他指出，公司迄今为止在全球 150 多个国家和地区拥有无线业务，并且诺西和诺基亚在 LTE 技术领域加起来拥有 49% 的核心专利，这给公司奠定了不可替代的地位。

上海世博会有望成 TD-LTE 全球诞生之处

“TD-LTE 是由中国推动的，正因为这个原因，我们把全球 TD-LTE 创新研发中心和全球 TD-LTE 产品管理中心放在了在中国。”马博策告诉 C114，这些都为公司在 TD-LTE 方面提供了“强有力”的助推力，使之在该领域进展迅速。

“2009 年 7 月，当诺西的竞争对手还在紧张地进行室外覆盖测试的时候，我们已经进行了 TD-LTE Femtocell (C114 注：飞蜂窝，俗称“家庭基站”) 的测试。”他强调称。

而另一个实例诞生于 2009 年 10 月，诺西在当时进行了全球首个标准的 TD-LTE 呼叫。

目前诺西在国内正与工业和信息化部、中国移动就 TD-LTE 的测试进行密切合作。

“我还想告诉大家，在今年上海召开的世博会上，我们将继续积极地利用这个(世博会)平台推动 TD-LTE。”马博策笑称，“说不定上海世博会将会成为 TD-LTE 在全球范围的诞生之处。” 来源：c114 2010-3-22

[返回目录](#)

【其他制造商】

三星推出自主手机操作系统

智能手机的竞争已演变成操作系统的竞争，对于手机厂商而言，拥有自己的系统也意味着能在竞争中有更多的主动权。昨天，全球第二大手机厂商三星宣布推出自有的 bada 操作系统，向产业链前端迈进。

三星 bada 系统是基于 Linux 开放式移动系统下开发的新操作系统，三星也计划将其打造成一款基于上网应用、定位应用和游戏应用的系统平台。

另外，效仿苹果与诺基亚这样的行业领军者，三星还同时推出了自己的手机应用商店“Samsung Apps”，为使用三星手机的用户量身打造一个支持所有操作系统的开放式平台。为推广新系统和商店，三星启动了应用开发者挑战赛计划，开发者只需借助全新 bada 平台为开发一系列的应用程序，即有可能赢取挑战赛为开发者设立的 150 万元奖金。来源：京华时报 2010-3-20

[返回目录](#)

BTI 赢得美国南方分组光设备订单

加拿大光设备公司 BTI 宣布其 BTI7000 系列产品赢得美国南方地方运营商 Network USA 在路易斯安娜州的部署。该运营商的主要服务范围在路易斯安娜，

德克萨斯，密西西比等州，主要提供包括专线，大容量 DWDM 传输以及各种以太网业务等。BTI7000 系列产品此前在 Network USA 的部署已经超过一年半，主要服务路易斯安娜州各主要城市。为了增强现有的波长业务提供能力，Network USA 最近决定增加部署 BTI7000 系列的 packetVX 模块以提供更多的分组业务。Network USA 如今可以基于单一平台提供 2 层以太网业务以及多协议波长的专线业务。该运营商表示能够在一个平台上提供分组业务和波长业务，大大简化了他们的网络运营。BTI7000 设备是他们满足客户进一步业务需求的基石。来源：光纤在线 2010-03-17

[返回目录](#)

摩托罗拉在华发布 3G 智能手机 MOTO XT701

摩托罗拉近日向中国市场发布了全面支持中国联通 WCDMA 网络的 Android 3G1 智能手机——MOTO XT701。新款手机外形纤薄时尚，独有的不对称设计个性十足，可提供高速移动互联网体验，同时，凭借摩托罗拉新近推出的智件园应用商店具有丰富的应用。MOTO XT701 不仅翘首时代潮流，更能让用户创造并享受比肩自己生活的移动互联网体验。

通过支持中国联通 3G 网络与 WAPI / WIFI3 网络之间的双通道自由切换，不论是在家里还是室外或者在旅途中，MOTO XT701 都可随时实现无缝高速互联，带来无以伦比的灵活性。MOTO XT701 炫酷时尚的工业设计，使手持更为舒适，3.7 英寸超大、多点触控、高清晰显示屏，让浏览视频、游戏、照片成为赏心悦目的视觉盛宴。

“能与中国联通携手为您带来 MOTO XT701，我们深感自豪。这款手机配合中国联通强大的 3G 网络，在移动互联网畅游中无所不能。”摩托罗拉公司副总裁、移动终端事业部国际事业部总经理 John Gherghetta 表示，“我们一致认为，移动互联网之所以如此迷人，是因为每个人都能打造并享受极其个性化的沟通体验。MOTO XT701 使这种体验变成了现实，并且前所未有地更简单、更快速、更充满乐趣。”

由最新的 Android 平台助力，MOTO XT701 为您摆脱了时空制约，带来无限可能，造就事业、生活、游戏、娱乐更加精彩纷呈。开放性的平台，使 MOTO XT701 搭载的软件可以随时自动更新，定期为您的手机增添更多功能和更强的性能。由于支持电脑手机互联，您可以方便的选择手机下载，或是电脑下载，添加来自摩托罗拉智件园的各种新应用，突显随时贴身和个性化。

MOTO XT701 内置 500 万像素自动对焦数码相机，配备专业的氙气闪光灯，成就媲美专业相机的完美技艺，高质量影像随手可得。秉承摩托罗拉最新智能指书技术，MOTO XT701 拥有极高的手写输入速度和识别率，时时应手、笔笔随心。GPS4 & 5 卫星定位与导航，附带全国地图及 1500 万条兴趣点，可帮助人们迅速、准确、轻松地引领捷径，带给街头漫步或全球旅行一种全新体验。由于配备了强劲的四核处理器，MOTO XT701 完全胜任流畅、便捷的多任务处理。

“作为中国联通与摩托罗拉合作打造的首款基于 Android 平台的新一代互联网手机，MOTO XT701 能给用户带来不一样的 Android 产品体验。”中国联合网络通信集团有限公司总经理陆益民对此表示，“中国联通一直都以开放的姿态希望推出品种繁多、高性价比、更好地支撑 3G 业务的智能手机。我们希望通过 MOTO XT701，让广大用户更加方便地使用 3G 业务，不仅时时与网络连接，同时还享受到充满喜悦的个性化体验。”来源：中国通信网 2010-03-18

[返回目录](#)

服务增值篇

〔趋势观察〕

全球宽带迈入大提速时代

在三网融合的大背景下，全球范围内宽带大提速已成为一种潮流。有报道称，美国联邦通讯委员会 (FCC) 将宣布一项重要的宽带网计划，其主要目标之一是将目前的宽带网速度提高 25 倍。这项计划将向美国国会提出一系列建议，并推动通信业为美国人提供更多和速度更快的在线服务。另据了解，在韩国、新加坡、瑞典、芬兰等国也纷纷推出 100Mbps 宽带计划。相比之下，我国在用户宽带接入速率、普及率、业务应用等方面，与世界先进水平还存在明显的差距，该是大干快上的时候了。

全球掀起新一轮宽带提速热

据报道，美国联邦通信委员会 FCC 主席朱利斯·吉纳考斯基透露，将在 2020 年前向美国家庭提供更快速的网络，包括向 1 亿美国家庭提供速度为 100 兆的网络。还计划在 2020 年前向学校和政府部门等社区机构提供 1Gbps 千兆高速网络。在美国政府看来，宽带网络已经超过了电话和广播电视，成为了美国最主要的通信媒介。

超高速宽带也受到欧盟的青睐。欧盟委员会近日推出的“欧洲 2020 战略”建议方案提出了构建“创新型联盟”的设想。这一战略指出，到 2013 年，全面

普及宽带网，到 2020 年所有互联网接口的速度将达到每秒 30 兆字节以上，其中 50% 家庭用户的网速要在每秒 100 兆以上。

芬兰交通与通信部表示，政府的目标是，到 2015 年年底，要让至少 100Mbps 速度的宽带接入成为芬兰人的法定权利。芬兰最大有线电视运营商 Welho 日前宣布推出最快 200Mbps 的宽带业务。这远远超过竞争对手提供的带宽，Welho 希望为其用户提供他们从未拥有过的宽带体验。

统计数据显示，瑞典近 90% 的家庭拥有互联网接入。瑞典政府的目标是要将宽带接入的速度提升至 100Mbit / 秒。TeliaSonera 正在升级其固定宽带接入网，以期为企业及个人用户提供高清电视、实时视频流和网络游戏等富媒体业务。

在亚洲，韩国通信委员会近日宣布，韩国将在 2013 年前建成覆盖全国的高速宽带网络，届时网民只需用一两秒钟就可成功下载一部电影。据介绍，升级后网民可以使用数据传输速度比现在快 10 倍的宽带网络从事电子商务，还可以在线观看高清晰的网络视频。新加坡政府推行的“iN2015”计划中一部分是铺设速度为 1Gbps 的光纤入户 FTTP 网络。

可见，世界主要发达国家普遍将 100 兆宽带作为升级的目标，这意味着，超高速网络将逐渐成为市场主流。

国内宽带网络使用相对落后

随着金融危机的逐步加深，世界主要国家和地区相继推出宽带网络发展战略，从国家政策上进一步推动宽带网络发展，以发挥其在拉动经济发展和促进就业等方面的重大作用。因此，目前国内对从国家层面实施宽带战略的呼声日益高涨。

很多人认为，目前发展宽带战略最迫切的就是加强宽带基础设施建设和进行宽带提速，其中很重要的原因就是我国目前互联网平均下行带宽不超过每秒 3 兆比特，仅为经合组织 OECD 平均水平 每秒 17.4 兆比特 的六分之一左右，而且我国的宽带基础设施与发达国家的差距还有不断拉大的趋势。

我国仍处于“低速宽带”阶段。中国联通国家工程实验室副总工唐雄燕表示，我国互联网网速平均速率仅 1.774M，排名全球第 71 位，大部分以 512K 或 2M 为主。在接入速率上与日本韩国等发达国家还有很大差距。目前韩国互联网平均传输速度达到 20.4M，全球第一，日本次之达到 15.8M。

接入速率远远落后于世界先进水平，已成为中国宽带发展的瓶颈。据 OECD 的统计，2007 年 10 月，OECD 主要国家的平均网络下行速率达 17.4MB，日本超过 90MB。而中国大多数下行速率都不超过 4MB，同时，因为是共享带宽，在高峰时段，速率会更低。

从普及率来看, 数据显示, 中国的互联网普及率达到 28.9%, 高于 25.6% 的世界平均水平。但与发达国家相比, 还存在较大的差距。据中国互联网络信息中心报告显示, 截至 2009 年 12 月, 美国、日本和韩国的互联网普及率分别达到 74.1%, 75.5% 和 77.3%。

尽管国内运营商启动了宽带升级提速工程, 但是进展缓慢。尤其在全业务经营后, 运营商经营重心有所偏向, 忽视了传统优势领域。从 2009 年的市场份额来看, 中国电信和中国联通的移动通信网收入的市场份额同比虽上升了 1.3 个百分点, 但包括宽带接入、固定电话等在内的其他网络收入的市场份额同比却下降了 5.6 个百分点。

另外, 业务应用不足也影响了宽带网络使用。据工信部电信研究院副总工程师陈金桥分析, 目前我国宽带带宽消耗更多是用于娱乐性, 而非生产性。从国外经验看, 除加强基础设施建设外, 应用的推广也影响宽带的普及。比如, 韩国宽带发展之所以领先, 很大程度上得益于应用的广泛传播。

我国宽带网络相对落后, 主要是受以上因素的影响。宽带的发展不仅要解决供给方面的问题, 也就是基础设施建设、升级, 还要解决需求方面的问题, 也就是吸引更多用户来有效使用宽带网络。否则, 我国宽带网络水平与国际主流的差距会进一步拉大。

缩小与世界先进水平差距刻不容缓

从国家层面看, 朱利斯·吉纳考斯基表示, “宽带网络将成为美国保持其竞争力所不可或缺的, 它可以不断创造着就业机会, 提供了一个创新发展的平台, 将会影响到几乎每一个美国人的生活、工作和社交。”鉴于宽带发展对于应对金融危机、刺激经济增长以及促进就业等的重要性, 国内对从国家层面实施宽带战略的呼声日益高涨。

从竞争态势来看, 广电企业进入电信领域, 将加剧宽带市场的竞争, 可能对固网运营商造成威胁。花旗集团分析师迈克尔·孟表示, 三网融合政策的出台, 将为宽带互联网接入市场引入竞争, 而这是固网运营商的唯一增长动力。

从市场需求来看, 随着 IPTV、视频下载等宽带业务的兴起, 通信网络的带宽已逐渐呈现出“力不从心”的状态。有分析人士表示, 网络视频游戏的玩家数量越来越多, 然而互联网发展的滞后将极大影响游戏体验。

发展宽带确实是好事, 不论是对微观层面的企业运营质量提升还是对宏观层面的国家经济拉动。但发展宽带经济绝非提升宽带速度和加大宽带基础设施建设那么简单, 因为宽带提速和基础设施完善只是解决了供给的问题, 还需要有需求配合供给, 才能转化为“真金白银”。

因此，一场真正的宽带革命势在必行。我国需要进一步加大互联网基础设施建设，不断提高网络连接速度，推动互联网向高速互联网发展。而且，不应满足于简单的宽带接入和宽带的普及，而是要注重丰富宽带业务应用，提升宽带服务的质量。来源：通信信息报 2010-03-18

[返回目录](#)

移动互联网用户有望破 3 亿

"继 2008 年和 2009 年中国移动互联网用户翻番增长并突破 2 亿户，预计今年用户的数量有望突破 3 亿户。" 易观国际在其第三届移动互联网年会上预测，2010 年将是中国移动互联网爆发式增长的一年，用户的活跃度将有较大提升，移动搜索、手机游戏和手机阅读等应用服务的内容将更加丰富。

数据显示，2009 年第四季度中国移动互联网用户的规模达 2.05 亿户，环比增长 17.27%，同比增幅更是高达 104.14%。易观高级分析师方丽表示，2009 年移动互联网的市场规模已高达 388 亿元，其中流量费 228.26 亿元，占比接近 60%，用户为产品和服务支付的费用在 153.36 亿元。来源：新闻晨报刊 2010-03-23

[返回目录](#)

第三代搜索引擎盈利模式分析

第一代搜索引擎是雅虎、hao123 之类目录检索网站，特点是人工整理信息，按预计的用户需要制作目录，让用户按目录就可以找到所需站点或服务。

第二代搜索引擎是 google、百度框搜索，特点是按内容匹配，较第一代搜索引擎而言，索引容量更大，更能满足用户需求，但缺点也显而易见：由于信息量的飞速增长，框搜索能给出的结果越来越难以满足用户需求，本质上说还是形式限制了容量。举例来说，如果要给出从某个地铁口到某栋大厦写字楼入口的最佳线路，不仅涉及相对位置，而且涉及交通方式（地铁口可能是集合地点，不代表步行）、天气状况（有时情愿多走两步避开施工地点或早点进有空调的空间）、问话人的理解方式（有人不懂东南西北，需要告诉她前后左右），而这样的信息，很难通过第二代搜索引擎得到。

第三代搜索引擎，则与第二代不同：

1. 媒介灵活，比如说，电话 12580，不仅可以获取地点信息，还可以收到一条短信告知消费场所电话号码（不过通常不管用，因为很多消费场所的服务员

也说不清路，离目的地一公里内的路是最难说清的，和双方的理解有关），电话114查酒店信息，则会人工转接到订房网站；

2. 更专业，比如商品搜索，旅游搜索，针对每一种信息制定格式，使信息更容易比较，方便被用户利用；

3. 实时性更强，比如说，大雪天半夜新浪围脖上发问怎么从机场回市区。

这些，都可以看作第三代搜索引擎的一部分，由于第三代搜索引擎更多时候是给出确定信息，而不像第二代搜索引擎那样让用户无所适从，所以盈利模式上可以做的更多：

1. 具有排他性质的客源转接收费，比如114转芒果网；

2. 按推荐的交易提成，包括帮助消费者管理多个电商网站会员信息，在搜索时自动给出最优惠套餐，并帮助完成下单，比如立购网；

3. 在线服务中介提成，比如现在的12580并不能根据交通工具、天气、场地状况给人详细的路线指引，由分布在无数电脑后面的用户充当的在线导游可能更能给游客很好的指导（包括根据用户的理解能力，按用户的描述判断用户位置，给出最佳路线建议），这些在线导游收费是合理的，那么在线服务平台可以收取服务中介提成。

当然，第三代搜索引擎盈利模式远不止于此，但其生命力已经逐渐在展示：接触客户方式延伸到多种方式、精确比较后给出用户确定答案、并能根据用户状况实时给出最佳答案、与交易的无缝结合，由于有这些优势，第三代搜索引擎崛起只是时间问题。来源：中国电子商务研究中心 2010-03-22

[返回目录](#)

2010年中国在线应用商店五大发展趋势

事件背景：

回顾这几年，2008年，苹果App Store的构建对苹果公司的快速发展贡献非凡，这种全新的手机应用商业模式引起业内厂商广泛关注。2009年，世界范围内在线应用商店的构建与手机应用资源的抢占成为业界关注的焦点。2009年8月，中国移动是全球率先推出在线应用商店的电信运营商，中国电信、中国联通相继跟进，此外，诺基亚、索爱、LG、摩托罗拉、谷歌、微软等厂商亦通过在线应用商店形式瞄准中国移动互联网市场，而后，中国本土化厂商开奇网、酷派、联想等厂商纷纷构建自有在线应用商店。

分析：

紧随苹果 App Store 的成功运营之后，世界范围内以电信运营商、终端厂商、系统提供商、互联网厂商四种力量为代表，各类在线应用商店纷纷诞生。在中国，中国移动、中国电信、中国联通、诺基亚、苹果、摩托罗拉、谷歌、微软、以及本土厂商开奇网、酷派、联想等纷纷入局。预计 2010 年，中国在线应用商店市场将呈现五大发展趋势。

一、各类在线应用商店相继构建完全，市场激烈竞争导致优胜劣汰。

除业已构建成熟的中国移动、开奇网、诺基亚、LG、摩托罗拉等厂商外，2010 年，中国电信、中国联通、联想等厂商的在线应用商店也将逐渐构建完全，而黑莓、苹果等厂商也将通过与中国运营商合作，将其在线应用商店进一步引入中国，此外，谷歌、微软的在线应用商店的中国策略也日渐明显。从厂商的构成中不难发现，在线应用商店是众多厂商移动互联网战略的关键举措，抢占市场必然加剧竞争，优胜劣汰在所难免，行业集中度逐渐显现。

二、传统电子商务厂商或将进入在线应用商店领域。

在线应用商店其本质就是手机应用或服务等虚拟产品的电子商务销售平台，而谈及电子商务淘宝、卓越、京东等厂商的力量不容忽视。2010 年，淘宝或将深度构建针对手机应用产品或服务的在线应用售卖平台，凭借其已经形成顺畅的电子商务流程、大量的用户基数及成熟的支付方式，淘宝如果进入，对其他在线应用商店的冲击不容小觑。

三、中国电信运营商将加深与终端厂商、IT 厂商或系统提供商合作，共同构建在线应用联合体系。

在线应用商店模式的成熟将使得移动互联网的产业链更加开放，除电信运营商外，以服务提供商、终端厂商等也可以构建自有的移动互联网产业链。为此，开放的产业环境将逐渐使电信运营商注重产业合作，尤其是与终端厂商在应用层面的合作趋势增强，“店中店”联合模式将成为一种流行模式。

四、中小软件开发商将成为在线应用商店应用的活跃力量。

由于中国手机应用延续电信运营商资质审核制度，中小软件开发商相比于大型软件开发商在产品推广方面机会有限。在线应用商店作为新兴的售卖移动互联网应用的 B2C 或者 C2C 平台，为中小软件开发商提供了更为开源的发展环境，其参与此类产业发展的积极性逐渐提升。此外，中小软件开发商的加入，也为手机应用的创新发展注入新的活力。

五、在线应用商店面临“开源”与“封闭”、“免费”与“收费”、“综合”与“垂直”的多重困惑。

谷歌推出的 Android Market 提倡开源、免费，短期内汇集了大量的应用与用户群体。但其他在线应用商店主要采用封闭的发展策略，付费应用与免费应用

共存，除苹果已经形成忠实的消费群体外，其他在线应用商店用户更偏向于免费应用的下载，盈利前景尚未明朗。为此，厂商需从其在线应用商店的战略出发点及未来发展角度权衡哪种模式更为有利。此外，预计2010年，垂直类在线应用商店将逐渐涌现，如电子图书售卖平台、手机游戏售卖平台等，用户将出现分流趋势。

结论：

综合以上预测，2010年，中国在线应用商店市场竞争更趋激烈，厂商的竞争主要集中在用户、产品及市场营销推广方面。激烈的竞争将带来优胜劣汰，各类厂商将逐渐在“开源”与“封闭”、“免费”与“收费”、“综合”与“垂直”等方面作出多重战略选择。来源：易观国际 2010-03-19

[返回目录](#)

移动宽带将在 2014 年主导中国宽带市场

Ovum 预测，在未来几年内，中国的移动宽带市场增长率将高得吓人.....

根据 Ovum 刚刚发布的研究报告评估，到 2014 年，中国的固网宽带用户将增长到 1.74 亿人，届时所有的宽带用户(包含移动宽带)将超过 5.51 亿人。捆绑式服务、移动宽带的兴起与越来越多的有线运营商加入宽带市场都将带来更多的竞争压力。

根据中国电信管理机构工业和信息化部(MIIT)表示，中国的宽带用户年度增长率高达 25%，且截至 2009 年底已有 1.03 亿宽带用户。Ovum 驻香港分析师黄晓玉(Sherrie Huang)表示：“中国在 2010 至 2014 年间将有超过 250%的宽带用户增长率，现有运营商毋庸置疑是带动这波增长的关键，新进运营商也积极致力于在巨大且持续增长的市场中分一杯羹。”宽带市场的竞争正日益激烈，为了能独占关键基础设施，某些地方甚至发生了非法伤害事件。因此，MIIT 采取了更严格的管制，经常发布内部咨询报告，明文禁止非法的竞争行为，并且推广网络与基础设施的共享。

现在的主流宽带连接方式 DSL(主要是 ADSL)将会在 2011 年到达 8660 万用户的高峰，并开始逐渐下滑。下一代接入技术，如 FTTB/H，将会成为主要的宽带市场增长动力。Ovum 预期 FTTH/B 的用户数将在 2014 年追上 DSL 的用户数。

与此同时，中国移动宽带市场的增长也非常迅速。中国的电信运营商在 2009 年 1 月获得 3G 牌照后，便立即建设 3G 网络并开始提供服务。中国的 3G 投资项目与网络建设之多已经破了世界纪录。可见中国的移动宽带发展十分迅速。根据 MIIT 资料显示，3G 用户在一年之间由零增长到 1300 万户。

中国的固网渗透率只有 24.4%，而且城乡差距巨大；城乡差距阻碍固网宽带的发展，但却是移动宽带服务商的好机会。Ovum 的最新报告预测，中国的 3G 移动宽带 (MBB) 用户数将会在 2014 年超越固网宽带用户，而且在 2014 年将占有整体宽带用户 70% 的市场。主要的原因包含移动上网需求的增长，市场上出现更便宜的上网设备，以及野心勃勃的电信运营商为了推广移动宽带而推出更吸引人的价格策略。

Ovum 预测在未来几年内的移动宽带市场增长率将高得吓人，将从 2010 年的 3 千万用户爆增为 2014 年的 3.77 亿用户。Ovum 资深分析师 Tracey Chen 表示：“令人难以置信的是，从 2010 年到 2014 年将会有高达 1157% 的总体增长率，我们预测 2014 年时通过手机使用移动宽带服务的用户将占整体移动宽带用户的 86%。”

虽然预测未来将从固网宽带过渡到移动宽带，但根据不同的固网宽带基础设施建设的普及率，不同客户层的消费选择也将有很大不同。在低人口密度地区，固网基础设施有限，随着 3G 网络逐渐推广开来，预期不少家庭用户将理所当然地把 3G 网络作为唯一的宽带接入方案；而在人口稠密区，固网基础设施完善，预期不同的客户层会有不同的选择：对大多数企业用户，固网与移动宽带将同样重要，而且两种接入方式搭售的现象将屡见不鲜。但在某些消费用户层（例如学生），固网与移动宽带将会有一番竞争。

需要特别注意的是，在移动宽带服务的接入终端上，笔记本电脑与手机（掌上型设备）市场的增长将呈现不同的态势。笔记本电脑是目前的市场主流，但手机（掌上型设备）未来几年将有戏剧性增长，并超越笔记本电脑的市场占有率，如图 1 所示。

Tracey Chen 表示：“这个趋势是由手机（掌上型设备）的高市占率与运营商积极推出手机（掌上型设备）专属的移动网络服务所带动的。然而笔记本电脑用户在移动宽带服务的 ARPU 高于手机用户，所以笔记本电脑用户所贡献的收入与自身的市占率越来越不成比例。”

从中期来看，许多地方政府投资的 Wi-Fi 网络（无线城市计划）将会是移动宽带在低端消费市场的竞争对手，尤其是通过笔记本电脑上网的市场，因为这些 Wi-Fi 服务都是免费的。虽然现在中国内地不允许手机内置 Wi-Fi 模块，但任何轻敌的行为只会面临更多威胁。长期来看，Wi-Fi 所带来的威胁取决于来自当地政府的援助能维持多久。

在中国很容易见到 3G 与 Wi-Fi 的双模数据卡，而且主要运营商都选择了同时提供 3G 与 Wi-Fi 服务的经营策略。

相对于中低端市场，Ovum 预测在中端到高端市场与企业用户市场，3G 移动宽带将更受欢迎，因为其具有更完善的网络覆盖和更好的信息安全性的优势。

目前，有一些运营商与部分地方政府合作，使用 3G 网络支持当地无线城市计划。此举占用了原先分配给 3G 的频谱，导致有限的 3G 频谱资源的加速消耗。因此频谱的管理，特别是未来 3G 频谱的分配等问题应尽快出台进一步的措施和方案，否则将会阻碍 3G 的进一步推广。

尽管如此，中国移动宽带市场才刚刚起步。在接下来的几年中，Ovum 预期中国移动宽带市场的发展将更趋成熟，针对不同客户层推出对应的费率与销售组合，建设覆盖全国的移动宽带网络与提供多元化的上网设备供客户选择，以吸引不同的消费客户群。来源：通讯世界杂志 2010-03-18

[返回目录](#)

全球移动宽带流量到 2015 年将激增 10 倍

近日，诺基亚西门子(下称“诺西”)大中国区执行副总裁、客户运营总经理马博策(Markus P. Borchert)在接受飞象网等一些媒体采访时透露，到 2015 年，全球移动宽带流量预计将激增 10 倍，达到 23 个艾字节，相当于地球上 63 亿人口每天通过网络设备下载一整本书的流量。

马博策认为，未来几年，个人、企业等用户的需求将得到进一步的释放，并将对移动性、可获得性、吞吐流量提出更高的诉求，诺西认为，要推动如此巨大的增长，都必须依靠 3G 和 LTE 来实现。

全球移动宽带智能化趋势明显

马博策表示，用户对于业务的开发、下载、到应用都有力地推动了移动宽带的发展。据 Gartner 公司的预测，到了 2013 年，全球所有的 43% 的设备都将使用移动宽带。而诺西在移动宽带领域，实施了很多的智能的特点和特性，最大限度的提升移动宽带的价值。

“诺西坚信可以更好的应付和解决这种负载”，马博策表示，“我们拥有全球数量最多的 3G 网络的客户和 LTE 的客户，在全球部署、优化和管理大型的移动宽带都处于全球领导的地位”。

据马博策透露，截至 2009 年底，诺西在全球的 3G 移动宽带客户总数已经超过 170 家，实施项目达 200 个以上，所覆盖用户数超过 10 亿，特别在 2009 年一年，诺西就新增 29 家客户，客户增长量为该年内全球第一。

TD-LTE 将成为一种全球性技术

“不管是在 3G 的领域，还是在 LTE 的领域，我们都是行业无可争议的领先的公司”马博策介绍称，尽管 LTE 的市场在全球刚刚起步，但诺西已经居于全球第一的位置。诺西迄今为止全球已获 9 个商用网络合同。

据透露，在 LTE 这个技术领域里面，诺西加上诺基亚，拥有基本专利的 49%。马博策表示，诺西一方面在中国积极地推动 TD-LTE 的发展，同时也积极地在国际领域，向全球方面推动 TD-LTE 的发展。“我们坚信，TD-LTE 将成为一种全球性的技术。

同时他还强调，诺西的统计基于商用合同数字，试验网和试商用网不在其内：“这部分的数字很多，因为规模问题没有专门统计过具体的数字，应该不下 20 到 20 到个。最新宣布的合作伙伴为澳洲电讯。” 来源：飞象网 2010-3-22

[返回目录](#)

2010 年 3G 市场走向：运营商竞争低调走高

作为在万众期待中登台亮相的“3G 元年”，09 年并没有像很多人预想的那样精彩纷呈，甚至可以说相对冷淡，这不免会另一些人失望。原本料想中的“3G 改变生活”也没能在实际生活中掀起巨浪，于是乎一些人悲观了。但话说回来，3G 原本也不是什么“蒸汽时代”，“电力时代”的跨越性革命，期望有惊天动地的效果的确不现实。参看欧美和日本通信市场的 3G，也是走了大量弯路，许多年后才开始有声有色，相对应的我们就不必过于着急。布局还没结束，竞争才刚刚开始，无论是应用探索还是用户培育都才刚刚起步，进入中国 3G 的第二年，作为研究通信市场多年，并密切关注 3G 发展的一份子，东进技术市场研究团队提出了自己的看法：

运营：竞争在低调走高

2009 年如火如荼的网络建设仍在继续，而在 2010 年，网络优化成为几大运营商网络建设的重点。相对于之前的“竞争”说法，运营商们也不约而同的将策略改为了“调整”。与 2009 年相比，2010 年我们更多的感受是“不急进”。但这绝不意味着竞争的放缓，相反，在低调中不断持续并且可能更加激烈的竞争才刚刚开始。

根据官方数据，TD-SCDMA 网络已实现全国 70% 以上地市的覆盖，2009 年底四期工程部分地区已经抢先开建，可能今年年中左右就能实现覆盖至 330 多个地市，攻占余下的 30%；而 WCDMA 方面，至 2009 年 12 月 31 日已经覆盖了 335 个大中城市；而占有先天优势的 CDMA 网络已经在北京首先实现了 EV-DO Rev. B。下一步，竞争将转移到终端和业务，这里面最重要的是：对用户的争夺和对重点目标领域的占领。

用户：价格策略是重点

运营商对 2010 年都有着美好期待。中国移动放话说 2010 年发展 3000 万用户，而刚刚在 09 年底移动还只说要增长 500 万，哪里来的信心我们暂时还不得而知，但既然有底气我们就希望它成真。中国电信靠着天时地利更加雄心万丈的把这一数字一举提高到 5000 万，纵然有各种优势，想要达到这个目的，恐怕还要使劲扑腾一番。中国联通则相对低调的多，但对比着两家强大对手，他能不着急么？难题是，本时代人民心里的算盘比任何一个时代的群众都精，对于运营商，若不能有底气的让用户觉得“哇，3G 真是不一样”，那就得赶紧积攒用户抢占第一梯队市场，这就是当下能做出的最明智决定了。跟互联网一样，“获得第一批用户”是最重要的，什么能让用户迅速靠拢？联通已经率先走了一步，iPhone 绝对是一招好棋，但顶起市场大半壁江山的不是 iPhone 追随者，经济实惠仍然是大部分用户取向的最重要指标之一。

如无黑马窜出，价格策略将是 2010 年运营商抢占用户需要考虑的最重要一环。至于终端合作，热门应用探索，这些作为提升竞争力的必要手段虽然也必不可少，但能让大部分用户买单的仍然是“实惠”。再之后，怎样取悦、留住用户，用增值服务赚取更大“增值”，这些相比拉拢新客户，就相对简单的多了。

目标：政企和行业用户拉动市场

目前的情况是，绝大部分用户仍然停留在打电话和发短信的阶段，而手握 3G 手机的那些用户，用手机听音乐、看电影、看小说……还大部分是从电脑下载而非直接通过通信网络传输。但不管怎么说，这也算是在逐步接近 3G 应用。至于预测的那些热点，手机定位，手机电视，手机视频，无论是技术还是资费，待其成熟仍然需要一段时间。相对于韩国的 6 年市场培育期，日本的 7 年，我们的 3G 用户市场培育肯定会尽量避开弯路，但仅仅一两年完成飞跃也不太可能，在这一点上，无论是运营商还是用户都必须客观分析，理智对待。目前能够察觉到三大运营商都在改变策略，2010 年的竞争重点纷纷落到政企和行业应用上。关于这一点，中国电信的举措非常明显：“将家庭客户事业部与个人客户事业部合并，成立公众客户事业部”，中国移动则提出“加强集团客户市场和家庭市场产品开发及拓展工作，实现集团客户的价值提升”。因此如果说竞争激烈，在这一块市场上的竞争似乎会比抢占用户市场更加白热化。针对这项策略，设备厂家也在纷纷作出调整。东进技术在 09 年年底就表示要关注“包括政府以及职能部门建设呼叫中心”、“企业通信”在内的政企和行业应用，并为此专门开发出“可定制”的多媒体产品方案。

设备厂商：增长不会减慢

2009 年的中国 3G 发牌让设备商在中国市场赚了个盆满钵满，而中国电信王晓初已经明确表示 2010 年的投资将会大幅缩减。很多设备厂商和分析人士纷纷

据此对 2010 年设备厂商的前景持不乐观态度。但我们认为，离市场饱和还远得很，2010 年，设备厂商完全没有必要悲观。

3G 建设呈现的市场远未饱和：至少 2-3 年内，国内 3G 的网络建设仍将持续，况且虽然运营商目前有所公布的消息中，透露了将在 2010 年缩减投资金额，致使一部分人认为运营商将大幅降低设备投资比例。但我们来看，即使中国电信在网络建设上大大领先对手，今后几年内也仍需继续优化网络，毕竟中国移动和中国联通的赶超速度远远超过想象；其次，中国移动和中国联通的网络建设尚未达到饱和，并且前期设备制造商为了占领市场采取的部分“赠送”在 2010 年也将不再继续，因此在总量稍有下降的情况下，设备厂商的利润可能反有所提升。而运营商建设的同时，各类 3G 应用正在各行业中低调却迅猛的发展，供应给政企、行业等的设备也将数量激增，而这一部分的增长和竞争才刚露出苗头。

更加重要的是，国内外经济环境正在大幅走升，尤其是国外市场，其在复苏之后的发展和需求应该会极大地拉升国内设备厂商的整体业务。以华为、中兴为例：华为从 2005 年海外收入比例占总收入的 58%，2006、2007、2008 其海外收入占总收入比例分别达到 65%、70% 和 75%，而中兴在 2005 年海外收入占总收入的比例为 36%，其后 2006、2007、2008 其海外收入占总收入比例分别达到 44%、57.8% 和 60%。受经济形势影响，2009 年其在海外市场收入占有比例在总体业绩中略有下滑，但从发展趋势上来看仍然呈现上升势头。

再看东进，2009 年东进在 3G 上的投资相当巨大，约占全部产品投入的 50% 以上，对于跟运营商合作的网络建设方面和在 3G 业务方面尝试的投入则占有相当大的比例，但收入比例相对较小，相信跟绝大多数设备厂商一样这是一个必经过程。而 2009 年海外增长相比 2008 年同期有 100% 的增长，占公司整体业绩比例的近 30%，而这一数字还在继续提升，预计在两到三年内会达到 50%。

根据通信市场研究公司 Infonetics Research 预测，“今年全球电信运营商资本支出将下降 6%，到了 2011 年，印度、中欧和拉丁美洲的 3G 网络将大幅扩展，非洲的 3G 业务也会启动，澳大利亚、巴西、西欧、日本和北美等地区的 LTE 业务开始攀升，在这些因素的推动下，低潮就会过去，一轮新的投资周期又将开始”。东进目前进军国际市场的步伐越来越快，主攻重点区域，实现整体业绩拉升，避免倚重单一市场的收入，这也是目前国内已成规模的设备厂商正在走的康庄大道，逐步成为真正的国际化公司，意味着也将具备更强大的抗风险能力和竞争力。而国内与国际市场的同步发展，也有利于互相拉升，实现规模同步壮大。

因此，我们完全有理由相信，2010年在国内市场考验下的设备厂商，完全能够继续保持良好增长，而在丰富的国际市场经验和扩张带来的业绩同步拉升下，增长仍将继续走高。来源：赛迪网 2010-03-22

[返回目录](#)

IDC：2010年中国电信行业 IT 市场 10 大预测

电信运营商重组和 3G 牌照的发放，相对平衡了运营商之间的实力，因而加剧了竞争。重组使得电信运营结构发生变化，3G 对运营商发展的拉动效应日益显现。3 大运营商在市场推广的各个环节，包括终端、产品、资费、促销等，已经开展了如火如荼的竞争。除了运营商之间的竞争，运营商还必须面对来自互联网公司等其他新兴势力的挑战。

IDC 中国行业研究与咨询服务部高级分析师高亮认为：“在这种竞争环境中，运营商必须重视用户体验，以提供差异化的服务应对挑战，而这一切都需要高效灵活的运营支撑系统来支持。因此 3 大运营商都在重组和 3G 牌照发放后加大了对业务支撑系统的建设力度。”

基于当前的经济和电信行业总体市场状况，IDC 对 2010 年中国电信行业 IT 市场的 10 大预测如下：

预测 1：3G 产业链逐渐形成和用户规模的提升将促使运营商加大对服务交付平台的关注度

2010 年随着 3 大运营商对 3G 终端和应用的大量投入，包括运营商、内容服务商、广告商、用户等在内的复杂的 3G 产业链将逐渐形成。视频、音乐、移动互联网，以及行业应用等业务将高速增长。而目前运营商相对封闭和离散部署的增值业务管理模式将受到前所未有的冲击。

运营商的业务会更加丰富，对业务组合能力的要求会更高，运营商将更加注重移动增值业务的规划和创新。因此打造一个介于 3G 应用服务产业群和运营商自身的网络以及业务支撑环境之间的，能够体现包括业务订购规则、业务使用规则、能力调用规则、业务计费规则、业务营销规则等在内的中间规则能力平台就显得异常重要。 IDC 预测 3 大运营商在 2010 年将加紧对服务交付平台的应用研究和试点工作。

预测 2：融合计费的升级改造仍将成为运营商业务支撑的工作重心

3G 业务的生命周期长短不一，客户群也非常分散。而运营商目前的计费系统开发套餐的速度和成本，是无法满足未来用户希望在手机上实现各种功能的市场需要的。此外随着 3G 业务发展运营商和 SP / CP 的合作模式推陈出新的速度大

大提高，运营商必须对现有分散的实时计费、预付费、后付费的计费系统进行融合改造升级。

IDC 预测，如何把当前计费系统中紧耦合的如计费、账务、营业、结算、报表等核心功能进行松耦合并封装成不同层面的服务，最终形成一个移动互联网的开发大平台，充分使用现有无线和固定网络资源，将成为 3 大运营商 2010 年业务支撑的工作重心。

预测 3：中国移动和中国联通将全力建设统一资源管理系统

由于历史原因，中国移动在固网业务支撑上几乎是空白，而由于新中国联通是由原中国联通和中国网通合并而成，因此目前中国联通的统一资源管理系统（OSS）规划出现了固网和移动网两个 OSS 规划并存的情况，这与网络、业务和 OSS 融合的趋势是矛盾的。

因此 IDC 预测 2010 年中国移动和中国联通将全力建设全业务融合的统一资源管理系统以保证其在激烈的全业务竞争格局下处于优势地位。

预测 4：中国移动面向集团客户的 CRM 规划和建设将提上议程

随着 2010 年中国移动网格化营销的深入，面向集团客户的精细化营销和贴身服务将成为竞争关键。但是即便目前在中国移动内部比较领先的广东移动，在端到端业务订购与开通方面，仅依靠 OA 系统进行流程衔接，业务受理涉及 BOSS、EOMS、行业网关、计费中心网站等多个系统，也无法实现一站式服务。

IDC 预测中国移动全集团（31 个省）都将加大面向集团客户的 CRM 规划和建设以实现由 CRM 系统提供的营销、销售、服务统一支撑。

预测 5：电子渠道成为运营商 3G 和全业务运营差异化竞争的利器

3G 和全业务要求运营商的渠道职能由服务和销售向服务、销售、体验、宣传一体化方向转型。在这样的形势下，构建以移动电子商务为中心的全方位服务营销体系，通过互联网、短信和 WAP 支撑平台，将电子渠道打造成个人信息门户和精确营销、体验营销的平台将是一种必然的趋势。

IDC 预测 2010 年依靠 Web2.0 技术全面构建客户体验为核心的电子渠道营销体系的建设将提上日程。

预测 6：强者愈强、弱者愈弱，B/OSS 解决方案市场集中度将有所提升

全业务环境下运营商普遍对 B/OSS 系统集成商的固网和移动业务支撑解决方案要求显著提升，而且更倾向于与大型有实力的厂商进行长期稳定的合作。一些地域性运营或者产品线不够全面的系统集成商的市场份额预计将有所萎缩。

2008 年之前由于中国电信运营商的发展不平衡，因而缺乏动力改善业务流程和体系，IDC 预测运营重组将在一定程度上改变这种状况。2010 年展开的运营

商之间充分的竞争，将促进其进行网络改造和升级，这也将带来 B/OSS 厂商的新一轮洗牌。

预测 7: 运营商将掀起互联网数据中心建设热潮

近几年移动互联网的流量正在持续高速增长，这就对运营商网络的承载提出了更高的要求。更为关键的是，在“内容为王”的 3G 时代，只有掌握互联网的一些优秀内容源才能获取竞争优势。而且广大企业客户互联网数据中心（iDC）市场增长也异常迅猛。

IDC 预测以中国移动为主的 3 大运营商均将在 2010 年加紧 iDC 的全面建设。这会带来非常可观的服务器、存储、灾备、ITSM、虚拟化软件、绿色数据中心技术的需求。

预测 8: 成本控制将使得运营商 IT 集团采购之风愈演愈烈

2010 年，中国电信将加大以上海为主的全国性的城市光网（MONET）建设；中国移动将启动全国性的 iDC 建设以及对于最后一公里接入的基站部署；中国联通也将加大 WCDMA 网络的基建建设。庞大的基建投资将使得 3 大运营商均面临极大的财务压力。

IDC 预测由于运营商的成本压力，2010 年电信行业 IT 集团采购的覆盖面将更加广泛，集采力度将显著加大。

预测 9: SOA 和虚拟化技术部署将落到实处

3G 和全业务时代的业务创新和管理优化将高度依赖业务流程，而且逐渐从部门级流程向跨部门流程演化。业务流程的快速响应将成为达到领先的敏捷运营的根本；另一方面，面对成本的压力，运营商越来越关注现有的 IT 基础设施的利用率。

IDC 预测 2010 年运营商将在部署 SOA 架构的业务流程平台和 IT 基础设施虚拟化上走出实质性的一步。

预测 10: 云计算仍将处于预热期

中国电信和中国联通拥有大量的数据中心，业务包括：机架、机位、服务器及带宽出租，服务器托管，增值业务（域名、安全、VPN、代维、冗灾备份等）。目前这些传统的数据中心业务面临业务萎缩、无法收回投资的风险。如果借助云计算提供更丰富的信息化服务，一方面，是对自身固网业务的一种保护，维系了过去积累的企业客户；另一方面，在开发出更多服务于企业客户的新模式、增加收入的同时，强化了业务品牌对新客户的吸引力。但是目前运营商对于云计算业务仍然在摸索中，而且广大企业客户对于云计算的接受程度还非常有限。

IDC 预测 2010 年运营商的云计算策略仍然将停留在研究和试点层面。来源：通讯世界 2010-03-22

【移动增值服务】

手机支付股吃肉还是喝汤

手机支付概念，这两天成了步新能源、区域振兴概念炒作后的又一大热门题材，一些沾边的概念股相继大涨。不过，看好手机支付这一新技术的发展，和看好目前 A 股中热炒的手机支付概念股却是两回事。

且让我们假设一番。如果手机支付能复制“VISA 神话”，通过向商家收取支付佣金来获利，如果我们乐观的相信运营商能够单干打造出一个“手机支付宝”，抑或是与银行合作分这杯羹，那显然运营商和银行双方每天的确能够从海量支付中获得源源不断手续费收入的。当然，一方握有大量手机终端，另一方握有大量银行账户，也的确只有它们有资格来试水手机支付这个庞大的新领域，并为其制定游戏规则。问题就在于，一、手机支付能否成功还是未知数，毕竟运营商和银行之间还在不断进行利益博弈；二、即使成功了，相对于银行和运营商“巨无霸”级的传统业务，也不过是九牛一毛的小钱；三、如中移动压根没在 A 股上市，想押宝都没渠道。

传统智慧告诉我们，淘金的未必赚得到钱，反而是卖水卖牛仔裤给淘金工人的商人赚到了钱，正是基于这样的思路，许多人将目光盯在了那些为手机支付提供技术提供硬件设备的公司，寄希望于无论手机支付最终成不成，这些公司都能从初期的基建投入中分一杯羹。这个思路乍看没错，就像 PC 行业卖电脑的厂商活下来不容易，连 IBM 这样的开创者都要撤离 PC 业务，而给 PC 厂商提供 CPU 的英特尔却活得很是滋润。

问题就在于，虽然英特尔与那些移动支付概念股都是上游供应商，但是地位却截然不同。目前，内地真正力推手机支付的运营商也就是电信和移动两家，而为其提供技术、设备的公司却是一大堆，用谁的技术不用谁的技术，最终完全取决于电信、移动在手机移动业务发展上的战略布局以及最后采购人员的拍板——对这些手机支付供应商而言，今后活得如何，一切都要仰其鼻息。最简单的例子，中国移动未来的手机支付究竟是否继续以 RFID-SIM 卡技术为主，还是改走远程支付的道路，对于相关设备的供应商便是足可致命的决策了。

当然，即使过五关斩六将成了运营商的供应商，但面对庞然大物的运营商，这些技术、设备供应商注定是依然“被定价”——看看为中国移动飞信软件业务提供技术外包的上市公司神州泰岳，我们当可明白这一点——当中国移动觉得给

神州泰岳的费用偏贵了便要求下降，而后者没有丝毫说“不”的权利。类似的情况恐怕以后也会发生在手机支付的相关供应商身上。

如果说手机支付是一锅味美的肉汤，那恐怕银行和运营商才是真正的吃肉者，多数概念股能喝上一口汤已是很不错了。以投机心态来炒作“手机支付概念股”未尝不可，但是若轻信相关概念的美景，把相关个股当“金矿”来投资，恐怕就要小心再小心了。来源：新闻晨报 2010-03-22

[返回目录](#)

手机支付规模试点启动：点燃物联网激情

长电科技、远望谷、厦门信达等纷纷涨停，以物联网为首的科技股再度出手，为昨日大盘上涨锦上添花。而刺激物联网概念股集体井喷的正是来自于手机支付的一则消息——中国银联宣布，新一代手机支付业务目前已进入大规模试点阶段。

手机支付刺激概念股井喷

继高送转、区域振兴等诸多题材轮番炒作之后，陷入 3000 点泥淖的 A 股似乎已难以找到新的亮点。就在此时，一条有关手机支付的消息被市场发掘出来。昨日，有权威媒体报道，中国银联宣布，新一代手机支付业务目前已进入大规模试点阶段，试点区域已扩展至上海、山东、宁波、湖南、四川、深圳等六个省市，2010 年试点地区还将进一步扩大。届时，全国亿万持卡人将通过手机享受到更为便捷、安全的支付服务。

中国银联有关负责人还表示，银联手机支付具备四大优势：一是远程支付功能更加强。银行卡网上银行所具备的所有支付功能，如转账、消费、查询等都能实现。二是支付服务更加全面。在商户使用时，不仅支持小额支付，而且支持大额支付。三是商户受理环境不断完善。目前中国最大的手机现场支付商户群已经在银行卡产业内初步形成，2010 年底商户数量预计可达 10 万家。四是技术支持安全可靠。受此影响，物联网概念股长电科技昨日开盘不久即快速拉升，上午收盘前封住涨停板。在长电科技的带领下，东信和平、新大陆、厦门信达、远望谷、高鸿股份等老牌物联网概念股纷纷响应，迎来了久违的集体涨停。

炒物联网并非“务虚”

从交易所披露的公开交易信息显示，此次物联网井喷没有出现机构买入的身影，游资再次充当第一推手。其中，成都游资表现尤为神勇。中信建投成都马家花园大举买入新大陆 2879 万元，位列买入榜第一名；国泰证券成都一环路则分别买入高鸿股份 5380 万元、远望谷 2111 万元，均位列买入榜第一名。

值得一提的是，与以前机构参与买入的情况不同，此次机构出现在了卖出榜。三家上榜的机构席位昨日大举卖出东信和平，累计卖出约 6200 万元。

“个别股票估值过高，机构选择卖出不足为奇！”北京某券商分析师向《每日经济新闻》表示，近期的种种迹象表明，物联网进展迅速，并非空穴来风式的题材炒作，尤其在手机移动支付领域，重大事件不时出现。上周，中国移动计划斥资近 400 亿参与浦发银行增发，并签署战略合作备忘录，双方将就共同发展移动电子商务等领域展开紧密合作。

业内人士进一步认为，这种跨行业的联姻将使电信运营商在手机支付领域扫清障碍。不止中国移动，此前，中国联通、中国电信均宣布进军手机支付领域。卫士通今年年初就宣布与中国银联合作，共同进行手机支付平台建设。而南天信息目前也正与银行合作建设类似的平台。电信运营商与银行的战略合作，能否起到示范作用，能否大举推动移动支付业务的迅速普及，以及将推动哪些细分行业的快速发展，令人期待。

不仅如此，物联网标准工作正在紧锣密鼓的进行中，刚刚成立的中国物联网标准联合工作组筹备会议也在“两会”期间召开，标志着物联网国家标准体系的建设工作正式启动。如今，物联网已上升到推动经济发展的国家战略高度，因此相关科技企业预期将受益于国家政策扶持和科技产业化。

上述分析师还认为，在诸多积极信息的沉淀之后，物联网有望再度催生井喷行情。如果说去年物联网爆发尚处于务虚的题材炒作阶段，接下来的行情则很可能迎来务实的主升浪大行情。由于物联网涉及广泛，诸多股票前期已炒高，而到底谁最受益于行业的发展，目前尚难有定论。因此，战略上重视、战术上灵活就显得尤为重要。物联网主要涉及的行业包括电子元器件、软件和通信等领域。其中，业务涉足手机支付领域的个股包括卫士通、南天信息、恒宝股份、东信和平、拓维信息、长电科技等。来源：每日经济新闻 2010-03-19

[返回目录](#)

中移动：手机电视正式商用可免费体验 1 月

全功能千元 3G 时代到来 WIFI 禁令凸显我国手机产业缺乏竞争力携号转网将终结 3G “肉搏战” 二月二龙抬头 祝福短信大全 3.15 调查：诺基亚和中移动投诉率高居榜首运营商调查：中国移动以 86% 的投诉率高居榜首运营商夸大宣传问题最严重霸王条款最窝心死机和售后乱收费成为多普达用户投诉焦点？

人民网北京 3 月 22 日电 今天下午，中国移动联合中广传播共同宣布，其手机电视业务正式商用。

一年之前，中国移动与 CMMB 的全国性运营商中广传播签署了移动多媒体广播电视业务合作协议，共同推进具有 CMMB 功能的 TD-SCDMA 手机发展。截至目前，全国已有 27 个省市开通了手机电视业务，业务覆盖达 303 个地级以上城市城区。手机电视业务目前可提供 6 套电视节目：CCTV-1、CCTV-新闻、CCTV-5、睛彩电影和两套地方节目。

据中国移动介绍，该业务正式商用后，支持该业务的手机已累计销售 84.5 万台，预计年内支持该业务的手机终端多达 67 款。而未来中国移动为手机电视设定了 500 万用户的发展目标。这意味着手机电视将成为中国移动 TD 专属的重要业务。

中国移动总裁王建宙宣布，将有针对性地推出每月 6 元的促销资费和为期 1 个月的免费体验，以推进手机电视的普及。

手机电视业务是 G3 的专属业务，具有操作简单、随时随地观看节目、与电视节目保持同步、随意与朋友分享精彩内功等众多优点。

中国移动手机电视业务的阵营共包括多普达、三星、华为、中兴通讯、摩托罗拉、宇龙酷派、联想移动、LG、青岛海尔、青岛海信、夏普、金立、东信、港利通等 14 家手机厂商。来源：人民网 2010-3-22

[返回目录](#)

【网络增值服务】

广东移动大力自建支付终端网络

按照广东移动的计划，一方面会购买一部分读卡终端让合作伙伴分派到商家，与合作伙伴共同经营。另一方面将着手商家现有 POS 机改造，增加读卡功能]

在试水手机支付半年后，深圳华禹通讯总经理赵志新决定今年还是重点拓展手机支付以外的应用。

“手机支付作为物联网的一项重要应用，目前最大的问题并不是技术问题，而在于各部门之间的利益协调，如何分配。”赵志新昨日对《第一财经日报》坦言。而赵志新的苦楚在于，从去年开始拓展与手机支付相关的业务并不顺利。

困局

去年华禹通讯作为手机终端提供商与重庆电信、重庆商业银行一起在重庆试水手机支付，在交付几千台手机终端后，华禹通讯并没有接到更多的订单。随后华禹以同样模式与中国移动和地方一卡通公司进行小额手机支付计划，计划还在准备期就被终止。

两项试点项目失败的原因都是，运营商希望手机支付能通过很多城市使用的公交一卡通终端进行拓展，但运营商和拥有读卡终端的地方一卡通公司在利益分配上很难协调。“现在大家都看好手机支付未来前景，但包括移动运营商、银联和各地一卡通公司等各方都想在其中占主导地位。”赵志新认为。

这些经验或许让运营商想明白了一件事情——移动运营商要想成功运作手机支付业务，就必须获得金融资质，拥有自己的支付终端网络。此前，日本 NTT DoCoMo 就是收购三井住友卡的股份，目前才拥有 1000 万手机支付客户，而今天广东移动和浦发银行合作，也是为了打破目前手机支付的困局。

终端建设和发展用户

此前，广东移动总经理徐龙曾表示，到 2009 年底，广东移动的手机支付已经获得了 7 亿多元收入，具有一定规模。

不过，对于目前广东移动到底拥有了多少手机支付用户，广东移动方面并不愿意给出明确说法。“难度主要来自与其他行业的合作方面，我们也在统计。”广东移动有关人士指出，特别是那些已有信息化基础的行业，很难在短时间达成市民的统一应用。

上述人士透露，广东移动开展手机支付业务涉及到民生应用、公共事业缴费、家居生活、便民服务等等，比如：手机投注、手机缴纳有线电视费、手机缴纳水电煤费等，并依托移动商城开展各类商品销售。

“去年 9 月开始，广东移动已经开始试点手机钱包和手机一卡通，今年手机支付将着力发展手机一卡通业务。”上述有关人士说。

然而，手机一卡通推广的难度并不在于移动用户更换手机 SIM 卡，而在于遍布大街小巷的手机支付终端网络的建设。

“春节后，广东移动正在大规模铺设二维码扫描终端和读卡终端。”广东移动合作伙伴广州景心网络公司总经理周兆全表示，景心网络去年已经在广州 8 家影院铺设了二维码扫描终端，今年计划发展到 10 家影院。据悉，景心网络去年通过手机短彩信已经售出 3 万多张电影票，如按照 45 元一张计算，这部分收入已经达到 135 万元。

“二维码使用起来还是特别方便。”广东移动一位合作伙伴透露，目前广东移动已经建立了手机支付交易平台，并开始着手支付终端网络建设。

按照广东移动的计划，一方面会购买一部分读卡终端让合作伙伴分派到商家，与合作伙伴共同经营。另一方面将着手商家现有 POS 机改造，增加读卡功能。

“如此一来，广东移动就迅速建立自己的支付终端网络。”该合作伙伴表示，广东移动这样做就绕过之前与地方一卡通公司合作的难题，而拥有了自己的支付终端网络后，也增强了自己的话语权，对未来合作拓展也将打下基础。据透露，

今年1月广东移动内部公布的手机支付用户是30多万，按照目前的发展速度，应该已经达到60万左右。

广东移动网站显示，为迅速发展手机支付用户，广东移动在1月~2月还展开了“手机支付，赠话费”的活动，广东移动全球通客户凡成功注册手机支付并通过手机支付给自己缴话费单笔金额达到或超过100元，次月即可获赠50元话费。

难题仍多

尽管如此，手机支付还是有一条漫长的路要走。

“由于各方利益难协调，导致手机支付中间费用非常高。”一位业内资深人士指出，有些商家可能卖一元钱的东西，自己只能收到0.4元，很多商家能不用手机支付就不用。

周兆全也表示，除了支付终端的铺设普及度的问题外，用户对手机支付有一个熟悉的过程，而现在手机支付也并不方便，用户可能还要输入密码等步骤，才能成功支付。

艾媒市场咨询首席执行官张毅表示，支付业务涉及国家金融安全，每个国家都有特别的准入门槛，移动运营商显然是不具备的，因此运营商与银行的合作无论是专业层面还是法律准入层面，都是大势所趋。预计2010年中国手机支付市场规模约为24亿元，用户规模将超过1亿，在未来的三年，中国手机支付市场规模将保持40%的快速增长。来源：第一财经日报2010-03-18

[返回目录](#)

云计算：电信运营商面临的机遇与挑战

随着国民经济的发展，服务化是下一代经济中产业发展的必然趋势。从ICT角度来看，服务化即EaaS (Everything as a Service) 或 XaaS，即各行业生产流程的最终交付品是一种基于网络和信息平台的服务。而云计算就是服务化的一种体现。它通过将基础架构 (IaaS)、平台 (PaaS) 或应用软件 (SaaS) 打包成服务提供给客户，使得最终用户对IT的所有需求都可以转变为通过互联网 (或 Internet) 提供的IT服务。对于通信行业来说，云计算对行业的未来发展具有非常重要的意义，这种基于网络的服务一方面会令运营商的网络平台进一步发展，另一方面也会促使运营商更加重视网络平台上的IT应用。

对于电信运营商来说，云计算的兴起既带来了机遇，也使其面临挑战？运营商在未来的云中应如何定位？又应该采取什么策略应对？

云服务即电信服务？

电信服务与云服务有何关系？云服务是否是未来电信服务的发展方向？

分析电信服务和云服务的关系，必须先明确云服务的特征。IDC 对云计算的定义是：云计算是一种新兴的 ICT 框架和业务模型，用于创建和提供应用、平台以及基础架构等公用服务。这个对云计算的定义圈定了云计算必要的 3 个准则：

(1) 云计算为最终使用者提供的是一种服务，而这种服务是通过共享的方式来提供的；

(2) 云计算的基础架构需要通过虚拟化来实现，并由系统进行自动化的监测和管理；

(3) 最终使用者将在互联网标准下通过网络来使用云计算服务，这个网络可以是国际互联网（Internet），也可以是企业内部网（Intranet）。

对比以上的特征，我们可以发现电信服务大部分符合这些条件。首先，电信服务是面向最终用户的共享服务；其次，大部分电信服务的架构符合虚拟化的特征；最后，电信服务实际上也是通过网络（语音网或数据网）向最终用户提供服务。

因此，如果我们对架构和网络传输两个特征上的定义宽泛一些，电信服务也可以算作广义上的云服务。而目前很多正在运行的电信增值服务，实际上完全符合云服务的定义。如中国电信的一些商务领航应用，就是典型的 SaaS 服务。因此我们可以说，云计算在实质上就是一种通过 IT 设备、系统或软件来表现的电信增值服务。IDC 预计，在不久的将来，云计算将成为电信运营商在增值业务方面一个高速发展的增长点。

电信运营商的“云角色”

电信运营商在未来的云计算市场中将扮演何种角色？其在未来云计算市场发展中有何优势？又面临哪些挑战？

IDC 发现，近年来中国公共云计算的运营方式已由原先单一的政府扶植方式，演变出更多样化的业务模式。我们已经看到更多的企业，尤其是电信运营商和电信增值服务商，都开始进军公共云计算的运营领域。IDC 认为，电信运营商是最有发展潜质的云服务提供商。

首先，电信运营商不但拥有强大的 IT 基础架构方面（服务器、存储、网络设备），且都拥有大型的数据中心，而这些数据中心 IT 基础架构的运行效率并不很高，而且不是 7 * 24 小时满负荷运转。电信运营商可以将这些数据中心的计算资源打包成云计算服务提供给最终用户。这种对计算资源的进一步开发将成为电信运营商的新赢利点。

其次，电信运营商完全掌握了网络接入层面的资源，这是他们相对于其他企业所具备的决定性的优势。由于所有公共云计算服务都需要通过互联网来实现，因此所有云服务的实现都必须得到电信运营商的网络支持。很多人将云计算或公共计算服务比喻成自来水厂或电厂，而电信运营商就相当于掌握了所有的管道或电缆。只有通过这些管道或电缆，最终用户才能够使用得上水和电。

最后，对于云计算服务的计费方式一直是争议较大的问题。如何实现按需计费，对计算资源哪种粒度的分解才能更好的计量用户的使用，一直是公共云计算服务面临的难题之一。而电信运营商常年来运营电信传统服务已经具备了其他企业所没有的经验，将云服务与目前的一些电信增值服务结合，将会得到不少最终用户的认可。

电信运营商在云计算市场面临的挑战主要是一些共性的问题，如前面提到的用户认识不足，安全性等问题。此外，由于云计算市场刚刚起步，目前对公共云计算服务的投入还无法得到立竿见影的收入。这对于盈利要求较高的电信运营商来说，也是一大挑战。

电信运营商的“云策略”

电信运营商在发展云计算方面应采取什么策略？应把重点放在哪些领域？

IDC认为，电信运营商在发展云计算方面应重视以下两点：

(1) 发展良好的合作伙伴群体

对于电信运营商来说，良好的基础架构需要配合适合最终用户的应用才能充分发挥作用。即使提高基础架构即服务(IaaS)也需要好的平台管理软件的支撑。电信运营商需要引入更多的IT方面的合作伙伴来支持云计算的发展。

(2) 制订合理的服务等级协议

对于云计算服务来说，如何为用户提供合乎要求的服务也是非常重要的。因为相对于传统数据中心，云计算所提供的服务尽管更加丰富，但是也会给用户带来难以控制的担心，通过对用户的需求进行分析，提出合理、可执行的服务等级协议(SLA)，将在很大程度帮助用户树立对云计算服务的信心。来源：中文业界资讯站 2010-03-22

[返回目录](#)

移动互联网的下一步：双网融合全程服务

2009年被业界称为中国的“3G元年”。因为这一年中国的三大运营商获得了3G牌照，中国正式步入了3G时代。而纵观这一年的发展，可以说，中国的3G产业在3G元年的确获得了前所未有的大发展。

这首先得益于三大运营商在基

础设施建设和用户培养方面都花了大价钱。就在 2009 年的最后一天，中国移动对外宣布，TD 网络三期完工，覆盖了全国 70% 以上的地市。同一天，中国联通也宣布，二期的 50 个城市开始放号，WCDMA 网络覆盖了全国 335 个大中城市。而中国电信的网络则更早在去年 10 月，便覆盖了 342 个地级城市、2055 个县级市以及 6000 多个发达乡镇。

同时，2009 年我们也看到三大运营商强大的品牌攻势，无论中国移动的“G3”，中国电信的“天翼”，还是中国联通的“沃”，广告都是铺天盖地。而更诱人的，是随之而来的上网资费的不断下调和各家不断打出的试用、促销活动。运营商的影响力是巨大的。据中国互联网络信息中心（CNNIC）的最新报告，截至 2009 年底，我国手机网民规模已达 2.33 亿人，占整体网民的 60.8%。

当然，网民数量的快速增长，也得益于众多的应用厂商和终端厂商等共同的推动。2009 年，手机游戏、手机搜索、手机邮件等热点应用已逐渐成为普及型应用，而手机购物、手机地图等也正逐步为消费者所接受。

移动商街深化应用，力推运营

得益于向好的产业环境，作为国内较早进入移动互联网领域的移动商街，也进一步得到了功能和应用的双重升级。

据介绍，移动商街新年伊始便推出了其重点应用产品——“新”旺铺，而根据其主要功能特性，又可以称之为“实名旺铺”或者“双模旺铺”。之所以称为“新”旺铺，是区隔于 09 年 6 月的“移商旺铺”而言。

移商旺铺，简单的说就是构建在 3G 移动互联网上的商铺。在这个商铺上，商家可以展示自己的信息，可以与消费者随时互动交流，吸引潜在用户。而此次的新旺铺最重要的升级是从移动互联网的领域拓展到了桌面互联网领域，企业可以同时通过电脑和手机向客户展示自己，并与客户进行互动交流。此外，经过了一年多的市场探索之后，新旺铺在功能应用方面也更加注重商家的应用体验，着重为商家提供更加方便、灵活、有效的应用服务。比如，新旺铺既可以从移动商街平台中搜索进入，也可以通过二级域名直接进入。同时，网站的展示也更加个性化，可以任意自由组合多样化的模板，方便企业按需调整网站风格和栏目，帮助企业建设自己的“百变商铺”。除了具备应用价值之外，移动商街和移动店铺还具备运营价值。事实上，经过持续的运营推动，我们今天已经看到了初具成果的移动商街平台。而其中最为消费者热用的，当属本地化的生活服务。以杭州为例，从移动商街首页进入到杭州街后，看到的首先是当日杭州的天气信息、新闻资讯以及杭州各吃、喝、玩、购的推荐商家，更吸引消费者的，则是众多商家的优惠券下载服务，很让消费者得到实惠。

此外，移动商街也可以通过其平台功能为各种活动和项目提供服务。移动商街先后与长春汽车博览会、青岛国际啤酒节等活动进行合作，成为官方指定的移动信息平台，为消费者提供便捷的信息服务的同时，也为商家提供了新的营销平台和营销方式。

除了以上看得见的明显变化，新伟库运营副总经理傅强还透露，整合在新伟库业务中的移动商街，今年还将大力度的增加运营的投入，不久将推出手机微博业务。同时，还有一项非常大的举措就是购买了单字母域名 K. CN。“目前 K. CN 还没有正式投入运营，但未来，新伟库的所有业务都将整合到 K. CN 平台上”，傅总表示。

移动互联网的下一步：双网融合全程服务

经历了 09 大发展的移动互联网，下一步迈向何方，其实早在年初就有了答案。

国务院前不久正式提出，要加速电信、通信以及广电的三网融合。而事实上，企业对于融合网络信息服务的需求早已显现。近年来，随着大部分企业逐渐引入信息化管理，企业生产及管理效能逐步提高，企业更加渴望将内部管理与外部营销更为有效的统一起来，同时希望在任何时间、任何地点、以任何方式应用网络，快速应对变化，从而并在新的电子商务时代占据主动。

记者了解到，用友集团在年初正式发布，整合用友移动商务和伟库在线管理业务，成立新伟库公司，致力于为企业提供“全在线、全互联”的全程电子商务。这一战略也正是顺应了网络融合和全程服务的发展趋势。整合后的新伟库公司总经理杨祉雄表示，“新伟库将高度整合双方的优势资源，打造融合企业营销、商务协同以及在线管理在内的全程企业电子商务平台，实现从建站点、做推广、有互动、做分析、促交易到管客户的一站式应用效能，帮助企业在新的电子商务时代中赢得先机。”来源：千龙网 2010-03-19

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

互联网电视成国内电视品牌发展机遇

进入 2010 年以来，“可以上网的电视”——互联网电视，成为彩电行业最热门的词汇，创维、TCL 等多家国内品牌均有互联网电视新品上市，部分企业甚至宣布互联网电视会成为新品标配，所有新产品都具备这一功能。

在家电行业里，电视一直是中外品牌拼杀最激烈的战场，尤其近两年就上演了中外品牌市场份额“三七”到“七三”的颠覆性变化，而互联网电视则被国内品牌视为再次超越外资品牌的历史性机遇。

“国产品牌这几年市场份额的快速上升，一个重要原因即在于对应用型技术的充分开发，并在此基础上形成独具特色的核心竞争力。”中投证券研究员袁浩然表示，“比如创维具备卡拉OK功能的酷开电视一经推出，就迅速吸引了一部分消费者。在核心面板受制于人的情况下，国内品牌以对国内消费者的充分了解为突破口，充分开发应用型功能并形成了自己的特色。”

奥维咨询副总经理文建平认为，互联网电视时代，中国彩电企业面临千载难逢的产业机遇。

据奥维咨询的监测，中国彩电市场互联网电视的市场零售量比重已经超过20%，预计2010年互联网电视的增速将超过50%，销量比重将会达到整体液晶电视的35%以上，这意味着2010年中国互联网液晶电视的市场规模将超过300亿元。

目前内、外资品牌在互联网电视的新品投放型号比例，已经达到了7:3的水平。相对于外资品牌的产品，国产互联网电视的功能更加全面，性价比相对合理，因此市场占有率也一直稳居行业的前列。

TCL集团副总裁、中国业务中心总经理韩青就表示：“互联网电视的崛起，与黑白电视向彩色电视、CRT向平板的转型相比，意义更为重大，将是彩电业数十年未遇的大变局，而其中真正主导电视行业命运的将会是中国的彩电巨头”。

文建平认为，互联网电视的横空出世，说明当前产业界已经开始尝试跳出传统价格战的恶性循环，将主要精力从单一的产品层面的成本与价格比拼，转向实施应用技术创新和产品结构的升级，从而为企业实施新的发展模式创新，提升企业的盈利能力创造条件。来源：中国自动化网 2010-03-18

[返回目录](#)

【电信网络】

警惕 3G 牌照发放后电信服务新问题

针对今年的“3·15”消费者权益保护日，工信部副部长奚国华指出，当前电信服务方面依然存在一些值得注意的问题，包括价格欺诈、虚假宣传、诱骗消费等问题，尤其是3G牌照发放后带来了日益突出的网络与信息安全问题。

奚国华指出，一方面，由于市场不够规范，企业在营销和服务过程中存在一些不正之风，违规经营、价格欺诈、虚假宣传、诱骗消费等时有发生；另一方面，

随着新技术、新业务的不断推出，尤其是 3G 牌照发放之后，迅猛发展的移动互联网在促进经济社会发展、改善和提高人们生活质量的的同时，也带来了日益突出的网络与信息安全问题。网上不良信息泛滥，网络淫秽色情、赌博、诈骗等违法犯罪活动屡禁不止，腐朽落后文化和低俗之风滋生蔓延，其涉及面比以往更广、影响程度比以往更深，对广大未成年人的身心健康成长带来了严重危害。

奚国华认为，电信服务新情况新问题不断出现，有多方面的原因：第一，电信行业是技术拉动型产业，新技术、新业务层出不穷。特别是增值业务领域的新业务推出非常迅速，经受市场的检验需要一个过程。

第二，随着电信业的不断发展，产业价值链日益复杂，一旦某个环节出现问题，都将对整个电信服务质量带来影响。尤其是增值服务提供商的资质良莠不齐、数量众多，比较难于管理，是电信服务问题的重灾区。

第三，消费者对电信行业的要求越来越高，维权意识不断增强，需要通信服务质量持续改进和提高。来源：新浪科技 2010-03-17

[返回目录](#)

IPV6 提速在即 电子信息股机遇再现

● 2009 年物联网、云计算等概念成为最新科技制高点，而作为下一代互联网核心的 IPv6 有可能成为今后资本市场的热点

● IPv4 到 IPv6 的升级是必然的，随着这种趋势的演进，IPv6 将对相关行业带来深远影响。从受益顺序上，最先受益的将是基础网络设备商，其次是 IT 支撑系统及业务平台的供应商，最后是终端和内容供应商

● 最直接受益于 IPV6 投资的是路由器设备提供商和相关的服务器供应商，再次是平台供应商以及 IT 支撑系统供应商。最后，受益最广发展空间最大的将是终端供应商和内容提供商

刚刚过去的 2009 年，物联网、云计算、移动互联网等概念成为最新的科技制高点，相应的个股也着实的火了一把，而作为下一代互联网核心的 IPv6 极有可能成为今后资本市场的热点。

IPv6 是中国互联网发展的机遇

国内相当部分专家认为，以 IPv6 为基础的下一代互联网的发展对中国而言是非常难得的机遇。一方面，中国面临着严峻的 IP 地址短缺问题，地址分配和运营管理都受制于人；另一方面，尽管中国经济增长迅猛，却仍面临着发达国家的某些技术壁垒，而下一代互联网技术的升级换代正好为中国掌握自主技术创造了非常有利的竞争条件。

市场巨大 IPV6 大有可为

我们以物联网为例来预测 IPV6 给市场带来的巨大经济效益，据 Alexander Resources 预测，到 2010 年，物联网将带来 2700 亿美元的庞大市场。粗略推算，未来 5 也就是物联网的发展初期对 IP 的需求就将高达 50 亿。作为基石，IPV6 技术优势将为家庭应用、传感技术、传输应用、游戏应用、娱乐、移动服务以及各种端到端的服务创造创新的可能，并制造无限的巨大的商业机会和难以想象的利益前景。

目前中国的互联网用户达到 3.8 亿，居世界第一，但我国的互联网普及率仅 27%，离发达国家的 70% 差距很大。所以，机会很大，市场也很大，从今年中央重点发展七大战略性新兴产业来看，国家将重点支持信息网络产业建设，信息网络产业将成为推动产业升级、迈向信息社会的“发动机”。

IPV6 带来的投资机会

IPv4 到 IPv6 的升级是必然的，随着这种趋势的演进，IPv6 将对相关行业带来深远影响，短期看则为投资者带来了许多交易性机会。从受益时间顺序上，最先受益的将是基础网络设备商，其次是 IT 支撑系统及业务平台的供应商，最后是终端和内容供应商。

具体来看，最直接的受益于 IPV6 投资的是路由器设备提供商和相关的服务器供应商，再次是平台供应商以及 IT 支撑系统供应商。最后，受益最广发展空间最大的将是终端供应商和内容提供商。

根据具体受益情况，我们首先可以先关注网络路由器的升级。国内做 IPv6 路由器的，有紫光股份，中兴通讯，力合股份，烽火通信。其次是服务器供应商浪潮信息，国产 IPv6 承载网设备商中兴通讯、烽火通信。业务平台供应商神州泰岳，IT 支撑系统供应商华胜天成、东华软件等系统集成商，最后是终端提供商深康佳，内容提供商中视传媒和华谊兄弟。

电子信息相关重点公司一览

涉及领域 重点公司

路由器 紫光股份、中兴通讯、力合股份、烽火通信

服务器 浪潮信息

IPV6 承载网设备商 中兴通讯、烽火通信

业务平台供应商 神州泰岳

IT 支撑系统及业务平台供应商 华胜天成、东软集团

终端和内容供应商 深康佳 A、中视传媒、华谊兄弟 来源：上海证券报

2010-03-18

[返回目录](#)

韩日研究人体实现宽带传输 每秒 10 兆

连接

在皮肤上的两个相距 30cm 的电极之间传输数据；

优点

低频电磁波通过皮肤衰减小，皮肤还可保护信号不受干扰；

用途

嵌入皮下的长期监测设备，像脑电图或者心电图；门禁系统，通过触摸开锁。

开始我们用金属线传输数据，后来我们有了无线数据传输，现在我们自己的身体也可以成为一种通信介质。

近日，首尔韩国大学的研究者已经可以通过人的手臂在放在皮肤上的两个相距 30cm 的电极之间传输数据，速度可以达到每秒 10 兆。贴在皮肤上的这种有弹性的薄电极可以比像蓝牙这种无线传输节省更多能源。因为低频电磁波通过皮肤衰减很小，一个皮肤通路也可以保护信号不受外界干扰。

比起直接用人体当电线传输网络信号，研究团队更看好用这项技术为人们的健康服务。在日常生活中去监测一个人的类似血糖和心电活动的生命体征是很困难的。“如果我们用无线设备监测这些生命体征，就需要很多电池来提供电量。”韩国大学的合作研究者李相勋说。通过皮肤进行网络传输将节省大约 90% 的电量，他说。

整个设备 300 微米厚，大约只有三倍头发丝的厚度，可以经受 90 度的弯曲 70 万次。

韩国团队正在同一个大型电子制造商合作，开发保健监测设备——嵌入皮下的长期监测设备，像脑电图或者心电图。

日本电报电话公司的研究者也在研究体内网络传输，他们的目标是识别人体通过触摸就可以开锁的门禁系统。

但是实际上现在大多数类似的小工具都开发成了手持的无线设备，例如蓝牙，这样可以让用户使用更多可行的应用，夏洛茨威尔弗吉尼亚大学的电子和计算机工程师 John Lach 说，“你需要一些接收器把手机连接到体内网络设备，但是大多数手机已经具备了蓝牙功能。” 来源：成都商报 2010-3-19

[返回目录](#)

TD-LTE 将成为未来国际 4G 标准的组成部分

工业和信息化部部长李毅中表示，目前 TD-LTE（TD 长期演进技术）已经被国际电联接受，将成为未来国际 4G 标准的组成部分。

据报道，工业和信息化部部长李毅中日前接受了独家专访，对三网融合、3G、新能源汽车、中小企业融资等社会关注的热点问题进行了深入解析。

在今年两会上有人大代表提出，要紧紧抓住物联网与 TD 结合的历史机遇。我国自主创新的三大 3G 国际标准之一 TD，也是李毅中经常挂在嘴边的事。

“3G 机遇对发达国家和发展中国家都是存在的，问题就是我们能不能捕捉这个发展的机遇。”李毅中表示，发达国家在金融危机发生后，提出了很多新理念，比如智慧地球、低碳经济、重振高端制造业等。“我们要研究怎么吸收这些理念正确合理的部分，同时看到其挑战。如果不重视或重视不够，可能我们的经济虽然率先复苏了，但等到世界经济都复苏以后，西方国家在低碳经济、网络信息、高端制造业占领了制高点，有可能拉大与我们的差距，甚至会制约我们的发展，所以现在必须抓住这个机遇。”李毅中说。

李毅中认为，除了通信业本身，3G 技术还在国民经济的其他领域带动了系列新型产业，显示出强大的生命力。中国发展 3G 比发达国家是晚了一点，但有后发优势，可以用美国和欧洲的技术促进 TD 的发展，目前 TD-LTE（TD 长期演进技术）已经被国际电联接受，将成为未来国际 4G 标准的组成部分。

“TD 在 3G 基础上，再综合其他国际标准的优点，我相信 3G 成功以后，未来 4G 我们在国际上也会有一席之地，关键是我们要走自己的路子，有自己的特色。”李毅中说。来源：世华财讯 2010-03-19

[返回目录](#)

【终端】

3D 显示手机月底问世

3D 化浪潮不仅席卷电视产业，而且也似乎开始蔓延到手机领域。据透露，三星将有可能在本月 23 日开幕的 2010 年美国无线通讯展 (CTIA Wireless 2010) 展会上发布全球首款搭载 3D 显示屏幕的手机。

这款即将为韩国运营商 SK 电讯推出的新机将会配备三星最新开发的 3D AMOLED 显示屏幕，虽然屏幕尺寸只有 3.2 英寸并且分辨率也仅为 400×240 像素，但由于支持 3D 显示模式，因此用户在佩带 3D 眼镜的情况下，可以观看到精彩的 3D 画面。3D 游戏也是该机的主攻方向，借助特别开发的 3D 游戏，让用户在手

机上也能够获得真实刺激的游戏效果。当然，如果你对 3D 画面没有多少兴趣，也可以选择关闭该功能，以 2D 画面进行操作和使用日常功能。来源：羊城晚报 2010-3-18

[返回目录](#)

美国通信公司拟推 4G 手机

美国斯普林特通信公司消息人士说，这家企业定于下周推出首款应用第 4 代移动通信技术（4G）的手机。

英国《金融时报》18 日援引这名消息人士的话报道，这家企业定于在下周举行的一场电信产业大会上推出名为“超音速”（Supersonic）的手机。这款 4G 手机由中国台湾手机制造商宏达公司生产。

4G 比第三代移动通信技术（3G）更加先进，应用 4G 构建的无线网络传输速度远超 3G。

报道说，斯普林特公司过去 3 年间面临来自美国电话电报公司（AT&T）、韦里孙等电信商的挑战，客户总量减少近 900 万。这次推出 4G 手机旨在抢占先机。现阶段，斯普林特公司在 27 个地区提供应用全球微波互联接入技术（Wimax）的 4G 网络服务。来源：新闻晨报 2010-03-19

[返回目录](#)

手机定位：电话变成跟踪器

手机定位功能即将成为下一个热门的互联网应用，它既能让你尽享 Web2.0 的种种便利，也能把电话变成跟踪器。

我知道你在哪

业务员们优哉游哉的日子看来快到头了。

四川一家叫高福记的食品公司在月初给业务员们统一配发了手机，然后又宣布将给这些手机开通定位功能，以便公司能随时掌控业务员的行踪。员工们忿忿不平，不仅是因为再也无法利用出差或拜访客户的机会偷懒了，他们还担心自己的生活隐私遭到泄露。

这听起来是业务员的噩梦，但却是互联网冒险家们最新的金矿，监视员工行踪不过是正在兴起的手机定位服务一项最初级、最缺乏想象力的应用。

美国迅速走红的定位社交网站 Foursquare 正在这一领域大显身手。该网站用户可以通过自己的手机向社区定位自己所在的位置——他们称此为“check-in”，并通过 Twitter、Facebook 等社交网络平台把定位信息发布出去。

它授予那些经常在指定咖啡店或者餐厅 check-in 并发送其位置信息的用户以“地主”的头衔，这些地主有时可以免费得到咖啡或比萨。Foursquare 仅成立一年，已经有 50 万用户。不仅是它，人们对 Twitter 和 Facebook 这种有相似性质网站的喜爱也让风投们坚信它们将成为摇钱树。美国 Juniper 研究组织最近的一份预测报告指出，2014 年全球定位服务收入会升至 127 亿美元，去年这个数字是 30 亿。

越来越多的大公司开始注意到这座金矿。谷歌推出一项名为 Latitude 的服务，可以让朋友们相互追踪彼此的去向。这个搜索巨头最近又推出了拥有定位服务的微博 Buzz——尽管引起了很多批评。诺基亚收购了社交网站 Plazes 来增加它的市场占有率。很多观察人士认为 Apple 计划在它的 iPhone(手机上网)中提供地理定位广告服务，今年 1 月它收购了手机广告专家 Quattro Wireless。

不过有些争议一直未被有效解决，比如用户的隐私是否会被侵犯。自从电子邮件时代以来，互联网公司总是头号嫌疑人，因为它们会分析你的习惯来做一些对自己有利的事，最明显的例子是 Gmail 边栏的广告。这影响到你了吗？也许吧，重要的是必须尊重人们自己的选择。现在谷歌、Twitter 将定位功能设置为可关闭，让用户选择是否公开自己的位置信息。

事情的另一面就是，如果你的公司正计划要人手发一部手机，你可别光顾着高兴。

互联网公司力捧的定位服务

Foursquare

服务名称：check-in

功能：用户可以通过自己的手机来“check-in”自己所在的位置，并通过 Twitter、Facebook 等流行的社交网络平台把自己的位置发布出去。

服务价格：服务免费，但手机需要下载软件，有些软件需要收费。

Google

服务名称：Latitude，Buzz 中的一部分功能

功能：Latitude：让用户能够随时随地通过 Google 地图查询到家人或者朋友的位置，也可以通过短信、Google Talk、Gmail，或者更新状态信息同朋友直接联系。

Buzz：允许用户将 GPS 位置信息上传至谷歌云服务，同时将用户所处位置发回到手机。

服务价格：服务免费

Facebook

服务名称：计划中

功能：由 Facebook 直接提供，用户可以与好友分享他们的位置；外部开发者可利用 API 向 Facebook 用户提供他们自己的定位服务。

服务价格：不详

Nokia

服务名称：Plazes

功能：以位置+活动(location+activity)为主要模式，也契合了交友的两种重要元素。一旦在临近的地点发现符合自己爱好的活动，就可以加入到社交网络中。Plazes 支持 PC 客户端和手机短信两种接入方式，实现了办公室、家、路上的无缝集成。用户也可以方便的将 Plazes 加入到 blog 或者 outlook 中，以展示自己的位置、活动日程。

服务价格：未定

Gowalla

功能：供用户分享去过的地方的信息和发现新地方的社交网站。提供的地点分类包括：建筑、艺术和文化、学院和教育、娱乐、餐饮、夜间活动、公园和自然景色、购物和服务、旅行和住宿。

服务价格：免费来源：第一财经周刊 2010-3-18

[返回目录](#)

苹果聘请可穿戴计算领域专家 或研发更多新品

据国外媒体报道，苹果已经聘请了可穿戴式计算领域资深人士理查德·德沃尔(Richard De Vaul)，他将出任苹果的高级原型科学家。

业内人士表示，苹果曾在 2008 年申请了系列头戴显示设备的专利，如今请来可穿戴式计算技术专家德沃尔，可能随后会推出带有传感器的 iPod 和 iPhone（手机上网）新附件，包括服装、跑鞋甚至是眼镜。

德沃尔曾共同创建了科技公司 AWare Technologies，主要制造面向健身和健康市场的电子产品。他在个人博客中曾这样介绍自己：“我是一个信号处理和实时统计分类技术方面的专家。这意味着我知道如何制造超薄的微型电脑，就像加拿大科幻作家马尔科姆·格拉德威尔(Malcolm Gladwell)在《Blink》一书中所描述的一样。这一技术就是提取最具价值的一小部分信息。”

德沃尔拥有麻省理工学院的媒体艺术与科学博士学位。他在麻省理工学院求学时曾研发一个叫“记忆眼镜”的项目，能够提供实时记忆功能，例如帮助用户便捷地想起自己将车钥匙放在了什么地方。德沃尔还曾与 Human Dynamics 的技术专家阿莱克斯·潘特兰德 (Alex Pentland) 合作，研究人和技术的之间交流，使用传感器和可穿戴设备搜集的数据预测人类行为。

可穿戴式电脑并不是什么新事物，苹果曾在 2006 年与耐克公司协作推出了 Nike+ 系列跑鞋，在鞋中加入芯片以搜集消费者的运动数据。用户可以将数据无线传输至 iPod，以更好地了解跑步距离和速度等数据。来源：新浪科技

2010-03-17

[返回目录](#)

【运营支撑】

电信业服务模式亟待调整

运营商应尽快调整竞争性运营的思维为服务性运营思维，真正站在民生角度优化完善服务模式

作为历年 3.15 关注重点之一的电信行业，近年来在用户最关心的资费问题上可谓一降再降，为何却降不到用户投诉的最低点？日前，工信部公布的 2009 年度全国电信用户满意度测评结果显示，2009 年，尽管我国整体电信用户满意度同比略有上升，但整体值仍不高。其中，电话用户反映的问题较多集中在资费和收费方面，宽带用户反映的问题主要集中在网络质量方面。

相关统计也显示，全国消协组织每年受理的消费者投诉中，以通讯类产品质量和服务投诉居多。这与工信部不久前表示的“2009 年，电信综合资费水平下降 9%；2010 年将再降 9%”的行业趋势和基调极不吻合。

本是有目共睹的行业发展，为何一再背负怨声？潜藏其中的等客上门理念、为竞争而竞争等业内弊病应是最大原因。如果不能站在用户利益角度，从服务和运营模式上进行调整和突破，不但难以换回消费者的满意回馈，而且整个电信业的长远良性发展恐怕也将因此受阻。

资费逐年下调，加速电信业成降价最快行业之一

中国的电信资费逐年下降已是不可逆转的大势所趋。仅在过去的 2009 年，从电信联通率先破冰手机通话单向收费，到国家发改委对固定本地电话等业务资费从实行政府定价改为上限管理，电信资费的一次又一次变革，加速了电信业成为降价最快的行业之一。

从更早的资费历程来看,相关分析师对2006年至2008年广东移动的资费套餐进行比较后发现,对同一套餐的每M流量,2006年需要花费用户30元,2007年需要花费用户1元,2008年需要花费用户0.15元,到了2009年8月则只需花费用户0.03元,形同在半年多时间内将用户上网资费降了八成。工业和信息化部部长李毅中3月初表示,2009年,中国的电信综合资费水平下降9%,预计2010年将再下降9%。

来自江苏省通信管理局和江苏省物价局的消息显示,2009年,江苏省电信综合价格水平下降了9%,预计今年将在此基础上继续下调。

来自中国移动方面的消息称,2009年,中国移动国内漫游资费平均下降11%,数据通信资费下降67%,国际漫游费下降50%。

为何用户的不满与投诉仍在继续?

与此很不相衬的是,据广西南宁市工商局12315申诉举报指挥中心透露,从2007年1月至今年2月,通讯类投诉稳居榜首之位。用户一投诉,就对电信业满腹怨愤;社会一提垄断,想到的还是电信业。2009年度全国电信用户满意度测评结果尽管同比上年略有上升,整体均值仍不高。

其中,消费者对电信运营商的投诉主要集中在霸王条款,约占22%;广告宣传过分夸大的投诉约占20%;套餐扣费不明、办理业务过程中乱收费的投诉约占16%;网络差、信号不稳定、网络速度慢、常掉线的投诉约占13%。上述种种几乎成了电信运营商难以断根的“疑难杂症与顽症”。

在具体的投诉比例中,中国移动以89%的比例高居榜首;中国联通其次,约为9%;中国电信排在最后,约为2%。其中,用户对中国移动的投诉主要集中在运营商霸王条款,约占23%;对中国联通的投诉主要集中在网络差、信号不稳定、网速慢、常掉线,占到37.5%;关于中国电信的投诉占比虽然最少,但其在天翼网络比较优化上仍需提升用户认知度。

竞争性运营思维弊病凸显,电信业服务模式待创新

不论何者,消费者对运营商当前的服务质量不甚满意是共同事实,也是整个电信业发展和3G应用中的相同短板。电信业的发展不能仅靠资费价格战,3G应用的扩大也不能仅靠广告宣传,名不副实的服务举措只能招致用户的失望和离去。

造成这一尴尬现状的很大原因在于电信业的服务创新和竞争理念跟不上市场需求和时代趋势。一方面,等客上门一直是电信业挥之不去的弊病。不能真切地让用户感受到电信服务的热情与周到,即使再多的资费下降也难以扭转用户的印象和认知。另一方面,为竞争而竞争的理念作祟。打击竞争对手,不择手段争抢用户的行径在电信市场备受诟病,却屡禁不止。仅在过去的2009年中,温

州移动恶意干扰电信的手机网络事件，上海电信的光纤多次被剪断现象等都让公众对电信业留下极为不好的印象。

因此，运营商如果不能尽快调整竞争性运营的思维为服务性运营的思维，真正站在民生民权角度优化完善电信业的服务模式，电信市场的用户增长实为堪忧。来源：通信信息报 2010-03-22

[返回目录](#)

电信业盈利前景仍然疲弱

中资电信股将从本周起开始公布 09 年全年业绩。我们估计中移动（3 月 18 日）09 年盈利仅同比增长 1.0% 至 1139 亿元（人民币，下同），中电信（3 月 22 日）核心盈利将同比下跌 33.7% 至 133 亿元，联通（3 月 24 日）核心盈利将在可比基础上同比下跌 28.1% 至 103 亿元。我们预期 3 家运营商 09 年 4 季度盈利均较疲弱，主因竞争激烈、手机补贴成本高企及 3G 业务亏损等因素。

我们预期 2010 年行业盈利前景仍然疲弱，主因竞争加剧以及新业务贡献尚不显著。潜在盈利上调机会将取决于运营商的 3G 用户目标是否较我们预期乐观、资本开支以及手机补贴预算是否较我们预期更保守等因素。

维持行业“中性”评级。个股推荐顺序为联通（“买入”，目标价 13.1 港元），中电信（“收集”，目标价 4.0 港元），中移动（“中性”，目标价 87.0 港元）。来源：国泰君安 2010-03-18

[返回目录](#)

3G 技术业务今年将加快发展

工信部电信管理局局长韩夏日前在 2010 年通信服务座谈会上表示，2010 年将加快推进 TD-SCDMA 等 3G 技术业务发展。其中，继续推动鼓励扶持 TD 发展政策不断得到落实，推动 TD 网络优化并引导做好 TD 市场推广和业务开发。

韩夏表示，今年要落实 3G 业务规划，促进 TD 在无线城市、数字家庭等信息化建设中的应用；加快可视电话、手机视频等面向个人业务，宽带上网、家庭网关等面向家庭业务，以及无线城市、警务通等面向电子政务、电子商务、社会管理等面向社会的信息化应用的完善和推广，为消费者提供更加丰富多彩和实用的 3G 业务。

此外，他还表示，今年要加强农村通信基础设施建设，扩大通信网、互联网在农村的覆盖范围和覆盖密度，全面完成农村信息通信“十一五”规划“村村通电话，乡乡能上网”目标。

同时，在2009年试点的基础上，全面推进“信息下乡”活动，进一步建设和完善农村通信综合信息服务平台，显著提高农村信息通信服务能力和服务水平。数据显示，截至2009年底，三大运营商已完成3G基站规模约32.5万个，累计完成3G投资约1609亿元，间接拉动国内投资近5890亿元；带动直接消费364亿元，间接消费141亿元；直接带动GDP增长343亿元，间接带动GDP增长1413亿元。来源：证券时报 2010-3-17

[返回目录](#)

中移动打喷嚏 东信和平机构心慌慌

尽管东信和平（002017，SZ）2009年业绩不如人意，但资金照样热烈追捧。

3月17日，东信和平在午盘开市半小时后，便以20.66元封于涨停板。该股2009年每股收益0.2045元，以此计算，东信和平市盈率高达101倍。

数据显示，2009年，东信和平主营收入和净利润不但未见起色，跟上年相比还出现了大幅下滑。

更为重要的是，“东信和平主营业务太过单一，且依赖性过强。”3月17日，一位长期跟踪东信和平的电信行业分析师向记者坦言。

业绩如此羸弱的上市公司，为何会吸引七家机构入驻并创造出市盈率超百倍的股市传奇？继兴业社会责任基金成为中泰化学（002092，SZ）百倍市盈率的推手之一后，兴业旗下趋势投资基金也显示出“同好”，在东信和平坚守了三个季度。

“金主”中移动的脸色

资料显示，影响东信和平业绩的金主中国电信行业的龙头老大中国移动。

3月14日，一则看似与东信和平无关的报道，让关注它的机构感到恐慌。

上述报道最后称，“2月1日，中移动副总经理李跃在中移动全国市场工作会议上表示，手机支付发展思路将会做一些方向性调整。”“2010年后，中移动的重点开始从RFID-SIM卡转向远程支付。”

这短短两句话究竟透露出了怎样的信息呢？这要从中移动最近重点推广的手机支付业务与东信和平之间独特的关系说起。

我国电信3G业务正式推出后，手机的多功能用途成为各大运营商在电信市场夺城掠池的法宝。

今年3月4日，中移动和浦发银行（600000.SH）发布公告称，双方正就股份认购及开展战略合作展开初步协商。

此次中移动主要是借助浦发银行的金融平台全力打造其手机支付业务，加快布局已久的手机支付业务。

“实际上，采用手机支付功能，在日本等国家已形成成熟市场，手机支付基本涵盖日常生活，用户不但可以通过手机上网查询余额、账户管理，且能为购物付款、手机游戏充值、话费充值，还可以支持水电煤通信等公共事业缴费，真正做到不带钱包也能出门。”上述分析师告诉记者，随着我国手机不断普及，电子商务兴起，传统金融支付手段的局限性日益暴露，手机支付的需求开始快速增长。

而2009年末，中移动就已在各媒体将手机支付功能作为卖点，对其运营服务功能进行系列宣传。

“使用手机支付功能，一般包括两种模式，一是RFID-SIM卡模式，另一种就是类似支付宝的远程支付模式。”上述分析师告诉记者，如采用前者，那么要使用该模式的手机用户则必须由传统SIM卡换成同号码的RFID-SIM，而采用远程支付模式，则不涉及SIM卡的换置。

“东信和平之所以在二级市场受到追捧，源于其在中移动之前制定的手机支付发展模式的RFID-SIM卡业务有垄断优势。”上述长期跟踪东信和平的电信行业分析师告诉记者，RFID-SIM卡是双界面智能卡技术向手机领域渗透的产品，是一种新的手机SIM卡，RFID-SIM卡既具有普通SIM卡的移动通讯功能，又能通过附于其上的天线与读卡器进行近距离无线通信，从而扩展至非典型领域，尤其是手机现场支付和身份认证功能。而中移动的手机支付业务主要采用RFID-SIM模式。

“目前，以生产SIM卡为主业的东信和平，已成功入选中移动RFID-SIM卡供应商，并获得中移动首批RFID-SIM卡绝大部分订单。”东方证券分析师周军发布的研究报告指出，随着中移动发卡规模升至上千万规模，东信和平作为主要芯片供应商，受益显著。

“按中移动2010年发卡规模1200万张、单卡采购价格105元估计，对东信和平直接利润贡献将超过6000万元。预计新业务将带来每股收益0.42元的增加。”周军指出。

但是，东信和平年报显示，公司2009年净利润为3138.51万元，每股收益仅0.2045元，净利润同比下降24.73%，主营收入也从2008年的8.38亿元下滑至7.64亿元，减少近10%。

若按中移动发展 RFID-SIM 卡的规划，周军认为，东信和平 2010 年每股收益将达到 0.69 元左右。以此计算，即便东信和平 3 月 17 日强势涨停后，对应市盈率仍不到 30 倍。

“照此看来，如果中移动采用 RFID-SIM 模式，东信和平的股价似乎还在正常范围内，但如果中移动放弃该模式，那么目前的股价对于主营业务出现下滑趋势的东信和平而言，便是高处不胜寒。”上述电信行业分析师坦言。

基金摇摆不定

“截至目前，我们负责该项目的小组内部并没有接到有关手机支付发展思路转变的通知，也没有任何此类的说法。”3 月 17 日，中移动有关内部人士向记者表示，报道中提及的领导公开表态的时间为 2 月初，很多当初或许认为比较难以实现的协议，随着时间的改变，可能已不成为发展 RFID-SIM 模式的阻碍。

虽然前述报道对于东信和平的投资者属于虚惊一场，但却发人深省。毕竟，这家公司前期业绩并不出色，而未来业务依赖性过强、风险过大。

但是记者发现，截至 2009 年末，以追求稳健价值投资为导向的数家基金扎堆其中。此外，发布相关研究报告并重点推荐的东方证券，也“身体力行”建仓，持有 130.16 万股。

年报显示，截至 2009 年底，东信和平前十大股东名单中，除大股东普天东方集团和二股东珠海普天和平电信工业公司及七股东北京中电兴发科技有限公司外，其余 7 家皆为机构：汇添富均衡增长基金、兴业趋势投资混合基金、易方达策略成长二号、易方达策略成长基金分别以 832.07 万股、715 万股、214.98 万股、214.97 万股，列第三-第六位；全国社保基金 101 组合、东方证券股份有限公司、中融国际信托慧安一号、易方达科汇灵活配置基金则紧随其后排名第七-第十位，其所持股份皆在 100-130 万股。

值得注意的是，上述重仓机构除兴业趋势投资混合基金和中融国际信托慧安一号外，其余 5 家皆在去年第四季度，即中移动大量推广其手机支付功能时大举买进。数据显示，去年 11 月，该股狂涨 57%，股价由 12 元最高涨至 20.17 元，市盈率已近百倍。此后的三个多月，东信和平则徘徊于 20 元上下。

截至去年 9 月底，东信和平前十大股东中，仅兴业趋势投资基金在内的三家机构持有，自然人股东占五席。而此前的去年半年报显示，公司前十大股东中，有 8 只基金。

纵观 2009 年东信和平前十大股东的进出，从二季度的基金抱团，到三季度部分基金撤退，再到去年末再次涌入，显示出基金等机构摇摆不定的态度。

除兴业趋势投资混合基金坚守三个季度外，其他投资机构似乎都在跟随“中移动”这个东信和平的大金主“游弋”。

或许先后重仓的机构也发现，只要中移动的一个“脸色”就会让东信和平的业绩天差地别，因此才会有前文提到机构出现摇摆不定的状况。来源：21世纪经济报道 2010-03-18

[返回目录](#)

大唐电信打造大终端+大服务发展模式

大唐电信科技股份有限公司（简称“大唐电信”）总部已经正式从北京学院路迁往北京中关村永丰产业园区，与其北京（永丰）产业园二期工程一起构成公司新的发展核心。大唐电信也将从永丰开始其崭新的旅程。

作为我国通信产业崛起的标志性企业之一，大唐电信自1998年上市以来走过了一段曲折的道路。以曹斌为首的经营团队走马上任后，准确把握未来的市场发展趋势，决定将大唐电信的发展重点逐步由核心网向贴近用户端领域转移，由追求规模向追求效益转变，由技术驱动向市场和业务驱动转型，并逐步引导大唐电信从设备提供商转型为服务和解决方案提供商。为此，大唐电信制定了以产业聚焦、产业协同和精细化管理为核心的发展思路。此次迁址，既是响应和支持“中关村科技园区建设国家自主创新示范区”的政策，也是公司战略转型的延续。

产业聚焦初见成效

经过几年的艰苦努力，大唐电信制定的这一新的发展战略初见成效。截至2009年，战略调整基本到位，经营业绩不断提高，从经营数据上看，2005年到2008年，主营业务收入增长72%，主营业务利润增长220%，而成本下降了14.5%。2009年经营业绩喜人，重点产业聚焦不断取得突破。

目前，公司的微电子产业继续保持快速增长态势：针对数字移动电视（CMMB）的手机电视鉴权SD卡产品、社保卡模块、无线发卡、增值服务终端、USBKEY芯片、银行卡项目等均获得长足发展。公司的软件产业实施“固本转型”战略，电信、IT服务和行业应用三大业务群实现了较好的均衡发展。

在终端产业方面，目前公司已形成从终端设计到产品销售的完整产业链布局。借3G发展良机，构建了完善的TD-SCDMA数据融合产品体系，成功推出数据卡等一系列产品，接连创下了包括TD外置数据卡、TD内置数据模块、TD电子阅读终端在内的五项业界第一，使终端成为各产业协同的纽带。

大唐电信的增值业务也取得了可喜的突破：获得了增值业务经营许可证及移动全网SMS、WAP、IVR通道，搭建了技术平台，并投入运营；与日本ACRODEA公司合作的VIVIDUI项目技术攻关已接近尾声；家庭视频监控项目进入产业化阶段，中国移动已开始采购，中国电信已在上海、江苏、福建等5省市试推广。

产业协同彰显优势 布局“大终端+大服务”

面对未来，大唐电信还有更为宏伟的目标，这个目标就是实现“大终端+大服务”的产业群布局，构建面向移动互联网和物联网的业务体系，成为专业信息产品和服务的领先供应商。这是大唐电信在从核心网向贴近用户领域战略发展重点的体现，也是其在优势产业——集成电路、软件、终端和增值业务一体化布局基础上的进一步整合。

所谓“大终端”，是指与用户相关的终端产品，除手机、固定电话外，智能卡、SOC、终端设计、接入网络等都在其范畴内；而所谓“大服务”，有别于通常所说的增值业务和直接运营的通信服务，是指以增值为核心，包括电信智能卡内置、金融智能卡管理平台、IT服务、终端内置、行业应用等服务。

大唐电信负责战略规划方面的副总裁刘清涛在接受记者采访时表示，公司目前的产业布局已经为未来的发展打下了一个较好的基础，为战略目标的实现创造了良好的条件并显示出在未来新兴领域的优势。他说，公司计划用3年的时间，使发展战略成功“落地”。

大唐电信财务总监王宏岩向记者介绍，2009年，公司首次将产业协同作为重要的考核指标列入业务单位的经营考核中。在终端产业内部，通过建立沟通和协调机制，实现了在TD-SCDMA数据卡、无线座机和CDMA/EVDO手机等方面的产品对接，协同销售取得了成果。在增值业务和终端产业之间，在业务内置方面已经取得收益并共同推动UI内置，在新华社项目和手机监控项目上形成合作。

精细化管理 保障战略成功转型

好的战略离不开严谨的管理作支撑。为此，大唐电信将精细化管理列为公司发展的重要战略，将建立适应市场需要、具备风险防范能力的成本管理体系和成本控制体系作为精细化管理的目标，全面提高公司的管理水平。

王宏岩表示，近几年，公司在财务管理、资产管理和运营管理等方，精耕细作，发掘潜力，促进和保障了公司业绩的整体提升。同时，进一步加强了预算管理、成本管理、筹资管理、税收管理等手段，提升了公司整体资金管理水平。目前，公司总体授信规模突破35亿元，主办银行全部取得信用借款及基准利率下浮10%的优惠信贷条件，达到公司上市以来最高利率优惠。2009年，公司总体贷款规模较年初下降了3.45亿元，集团担保较年初下降了7.3亿元。此外，公司在采购制度体系建立、不良资产处置、优化公司资本结构等方面着力加强，将精细化管理落实到公司资金链管控的每一个环节。来源：人民邮电报

2010-03-17

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

2014 年全球 IPTV 用户将达 1.23 亿

据 iSuppli 公司，机顶盒出货量未来几年将继续增长。消费者收看模式发生转变，通过互联网提供的电视内容越来越流行，从而将为提供商创造条件，在数字家庭的激烈争夺中获得新的营业收入来源。2010 年全球总体机顶盒出货量将达到 1.478 亿个，比 2009 年的 1.326 亿个增长 11.5%。到 2014 年，出货量将增长到 1.939 亿个。

伴随机顶盒持续增长的是，预计全球网络电视（IPTV），即通过互联网和宽带网络提供的数字电视，其用户数量将大幅增长。iSuppli 公司预测，到 2014 年全球 IPTV 用户将增长到 1.23 亿以上，而 2009 年底时约为 3300 万个，其间的复合年增长率接近 30%。

机顶盒与 IPTV 用户数量增长，对于消费者和 OEM 厂商具有深远意义，它暗示电视收看模式的重大转变。通过 IPTV，消费者能够在自己喜欢的时间和地点观看想看的内容，而机顶盒——目前用于把电视内容从外部信号源送到电视的设备，将继续充当传送此类内容的消费设备。

各厂商之间的竞争成形

鉴于消费者观看和处理视频内容方式的根本改变，机顶盒已身居产业参与者通常称为宽带住宅网关的关键位置。

因此，包括电话公司、有线运营商和卫星天线厂商在内的各类企业，都意识到网关是必争之地，通过它可以把自己的网络延伸到数字家庭——同时在这个过程中获得数据、语音和视频分配的控制权。

此外，通过对视频点播、音乐、互动游戏和 peer-to-peer 内容共享等增值内容收费，提供商可以获得新的收入来源，弥补其它业务领域的收入下滑或停滞不前。例如对于电话公司来说，其话音营业收入就处于这种情况。

这类住宅网关将结合用于数字家庭管理的服务，成为各路企业的关键战场，并将充当在家庭中推出新服务和“套餐”的据点。如果住宅网关成功地整合到机顶盒之类的消费电子产品之中，则服务提供商将难以对客户价值视而不见。

为此，应该把机顶盒看作最有潜力成为住宅网关系统的设备，它不仅能提供从住宅到外部世界之间的桥梁，而且可以充当家庭内部各种上网电器之间的通道，这些电器包括电话、数字视频录像机、PC、游戏机、存储设备和安防系统。

服务提供商意识到，谁控制了家庭住宅网关，谁就将处于最有利的地位来管理家庭网络以及家庭内部的视频分配，从而也就掌握了从中创造财富的机会。

住宅网关功能已开始集成到机顶盒之中。服务提供商，如法国 Iliad 已推出名为“AliceBox”的商业化产品，它是集成了一个电视机顶盒及宽带 modem 的单一设备。

但除了机顶盒，iSuppli 公司预计近期不会有其它消费电子产品整合住宅网关功能。游戏机和 PC 可能会支持内容服务器，但这些设备不会包含完成网关操作所必备的关键桥接功能，至少，在预测期内看不到这种前景。来源：PCB 中国网 2010-03-17

[返回目录](#)

全球触摸屏装置：今年销量将逾 3.6 亿件

由于越来越多的手机采用触摸屏，触摸屏装置销量大增。根据 Gartner 预估，今年全球触摸屏装置的销售量将逾 3 亿 6270 万件，较去年的 1 亿 8430 万件劲增 96.8%。

Gartner 表示，随着手机制造商对整合各类触控技术的重视，许多厂商已进一步推出能真正优化触控输入的用户界面，同时，厂商也改良软件技术，以深化触控式用户和基础平台的整合，而不仅限于软件的表层。从销售量的观点来看，亚太地区是触摸屏移动装置的领先市场。今年亚太地区触摸屏移动装置的销售量预期将超过 1 亿 2910 万件，占全球市场的 35.6%；西欧和北美分别占全球触摸屏移动装置销售量的 26.8% 和 24.4%。

Gartner 预估，在 2013 年以前，触摸屏移动装置将占全球移动装置市场销售比重的 58%，在北美和西欧等已开发市场更将超过 80%。来源：人民邮电报 2010-3-17

[返回目录](#)

报告称 2012 年移动应用市场将达 175 亿美元

据国外媒体报道，全球第二大应用商店 GetJar 周三发布的一份独立研究报告显示，未来 3 年内移动应用市场的总值将上升至 175 亿美元。

报告预计，手机应用的下载量将从 2009 年的略高于 7 亿次上升至 2012 年的近 500 亿次。GetJar 首席执行官伊贾·劳尔斯 (Ilja Laurs) 表示：“移动应用很明显将超过传统的桌面互联网。移动设备很可能将‘杀死’桌面电脑。”

苹果目前运营着 App Store 应用商店。而苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯 (Steve Jobs) 1 月份时曾表示, 苹果是一家“移动设备公司”。报告中称, 移动应用在 90 年代末开始出现, 在苹果推出 App Store 应用商店后开始繁荣发展。

移动应用市场目前每年市值为 60 亿美元, 几乎所有互联网公司都或多或少的推出利用智能手机功能, 例如地理位置、摄像头和触摸屏的服务。劳尔斯表示, 17% 的 GetJar 用户花在网上手机上的时间已超过桌面电脑。而 iPhone 用户是使用移动应用最积极的用户, 他们花在智能手机软件上的时间和金钱已超过音乐。有报道显示, 苹果 App Store 应用商店已拥有超过 15 万款应用, 下载量近期则超过 30 亿次。谷歌通过 Android 系统进入智能手机市场, 其 Android Marketplace 应用商店也有超过 3 万款应用。

大约 31 万软件开发者向 GetJar 提交软件, GetJar 目前拥有针对多款不同手机的超过 6.5 万款应用。这份独立报告称: “从高互动性游戏到新闻或天气查询软件, 移动应用已经覆盖了所有领域。” 报告指出, 2009 年移动应用的平均价格为 2 美元, 而未来两年中将下降至 1.5 美元。

劳尔斯表示: “报告显示全球范围内应用商店的竞争非常激烈。” GetJar 目前为多款智能手机提供免费的小应用。该公司网站显示, 截止本周二, m. getjar. com 上的应用下载量超过 8.42 亿次。来源: 新浪科技 2010-03-19

[返回目录](#)

我国数字电视用户 6500 万 三网融合推动模转数

在今天举行的 2010 年 CCBN 主题报告会上, 国家广电总局副局长张海涛在主题报告会中表示, 目前我国有线电视用户数已达到 1.74 亿, 在数量上市美国有线电视用户的 2.5 倍, 是世界第一大规模。

张海涛表示, 目前我国有线电视用户数量达到 1.74 亿, 其中我国有线电视数字化转换发展速度很快, 目前已有 6500 万数字信号电视用户。同时张海涛也指出, 目前仍有 1 亿以上的模拟信号电视用户, 这也是未来国家广电总局在电视信号数字化转换的重大考验。

据了解, 今年 1 月 13 日国务院常委会议通过了《推进三网融合的总体方案》, 这标志着我国三网融合进入了实质性推进阶段, 而三网融合的全面展开对于广电总局来说具有重大意义。

他指出, 目前我国电视节目基本处于公益性有偿服务, 在收费方面低于市场化, 而广电自身承担了有线电视模拟转数字的工作, 而三网融合的全面展开将为有线电视数字化带来历史性的机遇。

张海涛补充道，随着三网融合的全面开展，我国有线电视数字化转换将从部门行为变为国家行为。来源：通信世界网 2010-3-22

[返回目录](#)

工信部共享共建政策使 09 年新建铁塔减少 4.7 万个

在近日召开 2010 年通信服务座谈会上，工业和信息化部电信管理局局长韩夏在总结 2009 年通信行业行风建设情况时指出共减少新建铁塔 4.7 万个，共减少新建铁塔 4.7 万个、杆路 8.1 万公里、基站站址及其配套环境（含铁塔）6.0 万个、传输线路（含杆路）9.9 万公里，预计节约投资将超过 120 亿元。

此前，工业和信息化部与国资委联合下发《关于 2009 年电信基础设施共建共享考核工作的通知》，并与铁道部、城乡建设部等单位积极协调出台有关政策措施，推进将电信基础设施规划纳入市政统一规划。

韩夏还介绍，2009 年，围绕部《关于继续支持中国移动 TD-SCDMA 网络建设工作的通知》（工信部通〔2009〕29 号）相关要求，各通信管理局和运营企业大力支持 TD 网络建设，并在积极争取地方政策支持、督促协调建设等方面做了大量有效工作。截止 2009 年底，三家企业已完成 3G 基站规模约 32.5 万个，累计完成 3G 投资约 1609 亿元，间接拉动国内投资近 5890 亿元；带动直接消费 364 亿元，间接消费 141 亿元；直接带动 GDP 增长 343 亿元，间接带动 GDP 增长 1413 亿元；直接创造就业岗位 26 万个，间接创造就业岗位 67 万个。3G 用户数达到 1325 万，其中 TD 用户达到 508 万。

2009 年，工业和信息化部开展了一系列针对手机有害短信、网络淫秽色情传播等问题的专项治理活动。在垃圾短信息治理方面，部下发了《关于进一步深入开展垃圾短信息专项治理活动的通知》，继续组织全行业全面自查整改，并排查关闭 1.3 万余个违规短信群发端口，处理 600 余家违规增值电信企业，整改、关停 1.1 万个基础电信企业自有短信业务，有效遏制了垃圾短信泛滥态势。据 12321 举报中心统计，2009 年以来用户举报量整体呈下降趋势，短信息服务环境明显净化。来源：搜狐 IT2010-03-18

[返回目录](#)

我国 09 年完成 3G 基站建设 32.5 万个 直接投资 1609 亿元

在召开的“2010年ICT深度观察大型报告会”上，工业和信息化部总工程师苏金生表示，2009年作为3G产业启动的元年，三大运营商在网络建设、业务开发、市场推广等方面呈现出起步扎实、开局良好、规范有序的发展势态。

苏金生透露，2009年三大运营商共完成3G基点建设32.5万个，建设规模超过10多年来累计规模的一半，开创了全球电信发展史上建设规模最大的，建设速度最快的新记录。3G用户规模超过了1500万户，占移动用户总数的2%。3G直接投资1609亿元，间接拉动国内投资近5890亿元，带动直接消费364亿元。

苏金生对于直接消费进行了进一步的解释，其中终端消费297亿元，业务消费67亿元。3G还拉动间接消费141亿元，直接创造就业岗位26万个，间接创造就业岗位67万个。同时，我国在电信服务业保持平稳增长的同时，电信市场竞争格局发生了明显的变化，中国移动一家独大的格局得到了改善。

据2009年全国电信业统计公告初步核算，2009年全行业累计完成电信业务总量25680.6亿元，同比增长14.4%，实现电信主营业务收入8424.3亿元，同比增长3.9%，实现电信增长值5012.2亿元，同比增长7%，全国电话用户净增7946.7万户，总数达到10亿6千107.2万户，全国网民数净增1.86亿人，达到3.84亿人，互联网普及率达到28.9%，其中宽带网民数净增0.76亿，达到3.46亿人，占网民总数的90.1%，手机网民数净增1.2亿，达到2.33亿人，占网民总数的60.8%。来源：中国通信网2010-03-17

[返回目录](#)

2月份福建信息产品制造业产值152.4亿元 手机产量增30.7%

福建省信息化局数据显示，今年2月份，福建省信息产品制造业完成产值152.4亿元，同比增长25.2%，其中手机产量增长30.7%。

福建省信息化局数据显示，1-2月份，福建省信息产品制造业累计完成产值343.5亿元，增长40%；实现工业增加值84.5亿，增长38.2%，1-2月份产值增速比上年同期提高了60.6个百分点。大部分产品受国家扩内需政策及春节销售旺季市场的拉动，呈现产销两旺的走势。

2月份，福建液晶电视产量比上年同期大幅增长337.6%，电视接收机顶盒增长59.7%，打印机产量增长45.1%，数码照相机产量增长40.6%，手机产量增长30.7%。

同时，外商与港澳台投资企业呈现恢复性增长，拉动力增强。1-2月份，外商与港澳台投资企业完成产值338.5亿元，比上年同期增长40.9%，比上年同期提高61.4个百分点。

受益出口市场回暖，工业出口交货值出现大幅增长，1-2月份，福建省信息产品制造业累计完成出口交货值195.4亿元，比上年同期增长43.1%，比上年同期提高69.2个百分点。

数据显示，重点地区和骨干企业较上年明显向好，呈现良好的发展势头。2月份，福州市信息产品制造业完成产值47亿元，比上年同期增长34.4%。

其中，星网锐捷增长高达173.3%，捷联电子增长10.1%；厦门市信息产品制造业完成产值77.3亿元，比上年同月增长25.7%。

主要受益于友达光电大幅增长112.4%，戴尔（中国）有限公司增长42%，厦门松下电子增长37.7%；受南靖万利达公司大幅增长69.7%的拉动作用，漳州市信息产品制造业2月份单月产值比上年同期增长13.3%。来源：中国通信网 2010-03-22

[返回目录](#)

【市场反馈】

调查称国内多省网站备案率达90%

全国“扫黄打非”办近日对北京、上海、天津等11个省市打击手机涉黄专项行动的情况进行了检查。结果表明，各受查省市的网站备案率均达到90%以上，备案信息的准确率也达到80%以上。

为了净化网络，去年11月，相关部门在全国开展打击手机涉黄专项行动。目前，各地已依法清理、关闭包括手机淫秽色情网站在内的违法违规网站14万多个，手机网络环境得到明显净化。目前，各地已逐步建立和完善网络信息安全管理、手机网站备案制度等，探索形成一些行之有效的手机网络监管的长效机制。

按照统计，自打击手机涉黄专项行动实施至今，北京、广东、江苏分别处置清除网络淫秽色情有害信息15万余条、11万余条和20万余条。来源：北京商报 2010-03-17

[返回目录](#)

珠三角最大电子元件市场浮出水面

东风新电子电器商贸城已于3月13日开始试业,并将于3月23日正式开业。

经过近2年的施工建设,东风新电子电器商贸城将于2010年3月23日正式开业。这座建筑近10万平方米,能容纳2000多家商户,是集专业市场、会议展览、商业办公于一体大型综合性商贸城。其投入使用将大大提升东风镇作为全国小家电产业基地的地位,为珠三角乃至全国提供专业的电子配件及电器原材料采购与流通平台。

东风电子电器新商贸城之所以能实现规划跨越式发展,主要靠东风镇小家电大规模产业化强有力的支撑。近几年来,东风小家电产业不断发展壮大,已经呈现“总量大、效益好、技术强、品牌多、后劲足”五大特点,产业优势明显。

民营资本注资打造新航母

据了解,原有的东风电子电器商贸城建于1998年,以经营电子电器产品、零部件为主,辐射江门、佛山等地区,年均销售额超过2亿元,是珠三角西岸重要的电子电器产品和零部件集散地。但随着市场的发展,电子电器商贸城出现了商铺陈旧、商区道路狭窄、商户货物堆积、商区停车空间稀缺等种种问题。为此,东风镇政府决定对电子电器商贸城进行搬迁改造。通过公开招投标,最终民营企业广东玉峰玻璃集团股份有限公司中标,成为新电子电器商贸城的开发商。

东风镇相关人士表示,通过公开招投标的方式确定开发商,成功引入民间资本投资,为今后一些大型民生工程或项目建设作出了有益的尝试。

根据规划,新电子电器商贸城占地面积121亩,建筑面积90000平方米以上,分三期进行建设,集专业市场、会议展览、商业办公于一体,并配套餐饮、住宿、住宅、娱乐等项目,是一个大型的综合性经销和生活配套项目。

“即使租金贵一点也能接受”

据介绍,新电子电器商贸城总投资逾8亿元,吸引了国内外大批客户进驻寻求商机。“东风是中山有名的小家电生产基地,周边电子电器产业也很发达,区位优势明显,他们规划建设这么大规模的电子电器城,眼光独到,令人敬佩。”广州越秀区电器商会会长蔡汉标如是说。

来自汕头的洪老板在东风经营电子元件生意已超过10年,生意一直做得很大。据工作人员介绍,他在一期工程一口气买下了6间铺位,并在二期工程预租了18间铺位,准备把这6间商铺全部打通,做成一个400多平方米的大型卖场。

据了解,虽然电子电器商贸城租售价格比原电子城略高,但目前已经有95%的原东风电子城客户在这里买下或租了铺位,不少商户的经营规模还扩大了两

倍以上。“这里房子好，环境好，即使租金贵一点也能接受。”来自浙江的郑老板说。

“作为东风第三产业的重大项目，我们的目标是把东风电子电器商贸城打造成为珠三角最大的电子元件平价直销市场。”东风镇有关领导说。

坐拥区位和产地双优势

东风镇相关负责人介绍，与原东风电子城相比，无论是位置、规模还是内部设计，新落成的电子电器商贸城都具有不可比拟的优势。原电子城位于105国道旁，预留空间不足，停车位都很难找到。而电子电器商贸城内部街道十分宽阔，可以通行9米多长的大货车。有关负责人介绍，这里的交通规划“30年都不会过时”。

而在电子电器商贸城内部，每一间商铺层高达5.8米，开间宽9米，许多商户都计划在内部建夹层，“购买一层完全可以当作两层用”。该负责人介绍，为方便商户，未来在两层之间还将架设连廊、自动扶梯和专用货梯。

据电子电器商贸城发展商、玉峰集团董事长胡炳洪介绍，为了把电子电器商贸城打造成东风的精品三产项目，玉峰集团不惜成本，在四期工程投资总预算已经达到3亿元，仅仅是商贸城园区正门的大理石门楼就花了200多万元。

“为保证电子电器商贸城的用电，我们已经专门拉了两条专线，网线、电话线、电视闭路线都为商户接通了。”胡炳洪说，此举的目的是为了给东风第三产业打造一个良好的平台，“使广大商户都能安安心心、和和顺顺地做生意。”

“做生意规模一定要大，一定要选择一个合适的环境，有人气，生意才会旺。”来自浙江的李老板说，自己对管理方的服务非常满意，最为满意的是电子电器商贸城的交通，房间宽敞和停车位多。“将来我的生意一定会越做越大。”李老板信心十足地说。来源：南方日报 2010-03-22

[返回目录](#)

分析师称 iPad 预订量出现明显下滑

据国外媒体报道，独立分析师达尼埃尔·特罗（Daniel Tello）周一预计，上周五开始接受预订的苹果平板电脑 iPad 在经历首日每小时 2.5 万部的热卖势头之后，周末两天的预订量出现了显著下滑，销售势头减缓到了每小时 1000 部，三天的预订量总计 15.2 万部。

他认为，iPad 接受预订首日销量高达 12 万部，一定程度是因为消费者的新鲜势头所致。特罗表示，在 iPad 于 4 月 3 日上市之前，工作日销量约为每天 3 万部，周末销量约为每天 1.5 万部。

他说：“现在距离 iPad 上市还有三个星期和两个周末，我认为 iPad 销量应该不会超过 50 万部。虽然现在时间尚早，也没有什么数据，我预计 iPad 销售会在上市发售的第二周达到 100 万部。不过，这只是基于一个周末的预订量所做的预期。”

在苹果的投资者中，特罗在预测苹果财季收入和收益方面一直小有名气，丝毫不逊色于专业分析师。

金融机构 Valcent 分析师维克托·卡斯特罗尔 (Victor Castroll) 此前表示，苹果上周五接获产品订单 12.4596 万份，从中刨除日均订单数 1.65 万份，再按照每位客户平均订购 iPad 的数量乘以 1.1，最后得出 iPad 的预售数量为 11.9987 万部。这意味着，苹果 iPad 在开始接受订单的第一天就售出了近 12 万部。他预计，iPad 上市还有 3 周时间，预计苹果至多将获得 100 万部 iPad 订单。来源：网易科技 2010-03-17

[返回目录](#)

从电信天翼空间看中国软件应用商店之路

iPhone 为苹果带来丰厚利润，但实际上苹果更多的利润是来自于 AppStore 带来的付费下载。去年 7 月 11 日，苹果网上软件商店 AppStore 正式推出，在运营的一年时间内，苹果 AppStore 下载量已经突破 15 亿次，目前 App Store 提供 6.5 万种应用程序，参与 iPhone 开发计划的开发者、开发商超过 10 万。

苹果 iPhone 的成功引得众多业内厂商的追随，从全球看，无论是互联网领域的巨头 Google、软件领域的微软还是通信厂商诺基亚，都已经推出了自己的“AppStore”。在刚刚起步的中国 3G 市场同样也是如此，中国移动也率先推出 Mobile Market，接着中国电信推出天翼空间，现在联通的沃商城也正在测试阶段了。从 3G 建网、资费套餐再到终端机型，现在 3G 应用正是国内运营商竞争的下一个主战场。

一、国内应用商店现状

应用商店平台的开放性

中国移动最先推出了移动应用商场，移动 MM 的应用程序包括软件、游戏、主题、音乐、阅读、视频六大块，首批支持的终端包括 Ophone 手机等 5 种品牌类型，操作系统支持 OMS、Symbian、Windows Mobile 手机平台。

在中国移动 MM 发布半个月后，中国电信“天翼空间”应用商城亦正式发布公测版，天翼空间目前有上千款手机应用下载，并发布各种最新的应用，目前主要提供游戏、主题、娱乐、生活、通讯、阅读、旅行、商务、教育、财经、工具

等 11 类应用产品的下载业务。值得注意的是，为了吸引更多开发者和使用者，天翼空间并没有采用绑定 CDMA 号码限定服务对象的做法，而是向包括中国移动、中国联通用户在内的国内全部手机用户开放其业务。

在 CTmarket 官方网站上可以看到电信天翼空间目前的应用软件不仅仅局限于手机使用，还包含了部分 PC 平台的应用软件，支持 Windows Mobile、Java、Symbian、Android、widget、魅族、WinCE、BlackBerry、Flash、Mac OS、BREW 的应用平台。

天翼空间除了支持中国移动的系列 android 系统、中国联通即将引入的 iphone 系统外，还支持包括塞班 S60、S40、MTK、Windows Mobile、WinCE、Palm、UIQ、黑莓平台等等，同时我们还看到包括最新 Windows 7、Windows Vista、MacOS 等 PC 平台软件的支持，尽管有不少平台还没有对应的软件供用户下载，但从目前天翼空间所给的列表可以看到其将来的发展方向。不作用户限制，可以跨平台的使用这是国内软件应用商店应走的道路，用户的积累对软件应用商店来说实在是太重要了。

国内用户对应用商店的接受度

在国内，运营商对 3G 可谓满腔热情，但这并不代表用户对 3G 接受程度就高，从最新公布的 8 月份营运数据来看，中移动 8 月新增 3G 用户 23.9 万，截止 8 月底，中国移动 3G 用户总计 132.7 万户，相比其庞大的 2G 用户群来说，3G 用户只占皮毛。

由于国内 Wi-Fi 并不像国外那样公开和透明，不少国行手机还被阉割了 Wi-Fi 功能，尽管使用目前的 2G 网络或者 2.75G 网络同样能够连接软件商店，但 2G 的下载速度带来的用户体验并不好，因此软件商店是建立在 3G 的基础上的应用。

移动对外公布移动 MM 的用户数量已经突破了 10 万，软件购买交易次数突破了 20 万。在所有的交易中，以音乐、游戏软件居多。这意味着每个用户平均下载 2 次。尽管数据还有待证实，但移动则对 Mobile Market 前景非常看好。另一方面，中国电信天翼空间上线公测一月来，软件下载次数同样可观，由于天翼空间对 3 个运营商用户均开放下载，注册用户也是不断飙升。

目前天翼空间所有都是免费下载的，电信还未公布什么时候开始正式商用，当应用商店开始收费后国内消费者会持怎样的态度还很难说，现在 3G 更重要的是真正的找到好的服务，通过这种融合的方式真正能做出打动消费者的产品，才能真正推动 3G 的发展。

有特色应用软件但还存在不足

在应用软件方面，天翼空间和移动 MM 有着显著的不同，中国移动应用商店主要是按照手机类别划分，包括 Ophone、诺基亚、三星、索尼爱立信、摩托罗拉、LG、联想、多普达、DELL 等，而天翼空间主要按类别划分，包括游戏、主题、娱乐、生活、通讯、阅读、旅行、商务、教育、财经、工具等 11 类应用产品的下载业务。

目前 App Store 提供 6.5 万种应用程序，参与 iPhone 开发计划的开发者、开发商超过 10 万，毫无疑问的全球最大网上软件商店。AppStore 仅仅是针对 iPhone 用户，而电信天翼空间却不是某一个终端生产商推出的，进入门槛低，这是国内应用软件商店的优势，但目前天翼空间软件数量与 AppStore 相比还有一定的差距，同时精品软件还需要加强。

二、天翼空间商业模式

开发者获得 70% 以上收益

软件应用商店是一个共赢的平台，而对于开发者们来说，平台的“开放”程度究竟多大，在多大程度上可以“共赢”，这些都他们最为关心的因素，利益分成无疑是最为关注的问题之一，像苹果、Android 和诺基亚 Ovi 与开发者分成比例均在 30%。即收入的 70% 归开发者所有，30% 归厂商，天翼空间同样如此，开发者能够获得 70% 以上收益收入，广泛吸纳国内外独立开发者加入。

天翼空间给开发者提供低门槛的应用开发和销售渠道，提供的产品基于免费应用和收费应用结合，引入众多个人开发者、第三方软件及应用开发商和提供商，开发者或应用提供商通过天翼空间发布应用版本之后，用户就可以直接在应用商店上购买应用。天翼空间同时提供开发者社区和应用开发平台，给开发者和用户提供了方便的沟通交流通道，并提供售后服务和用户参与应用体验和内测的场所，有效地加速应用的开发与销售的整个过程。除了可以获得 70% 以上收益收入外，核心产品合作商还可以获得定制机、专属应用等，相信这一系列推广资源是足够吸引的了。

消费者消费机制

尽管在线应用商店发展如火如荼，不过在国内很多人会觉得网上付款比较麻烦不愿意为软件付费，如果在线商店付费方式必须人性化和多样化。在天翼空间选购好非免费的商品后即进入付款流程，天翼空间提供除代扣费外，还引入了如固网支付、银联等第三方支付软件，能够很好的满足除 CDMA 网络外的手机用户使用和消费。虽然天翼空间引入了多种在线支付方式，但目前付款机制还有可以改进的空间，在这里建议天翼空间下载和业务收费进行统一，在浏览天翼空间和下载商品的过程免去流量计费，这样可以吸引更多的用户更长时间的使用天翼空间手机客户端，同时避免重复计费的问题，用户下载非免费商品可以按次、包

月、按时等多种方式让用户选择。另外天翼空间 PC 软件和手机应用的互联互通上还需加强，当电信推出天翼空间 PC 客户端后，可以统一手机、PC 双平台的商品收费，纳入更多的网游、SNS 等互动娱乐模式以强化电信在互联网方面的传统优势。

三、软件应用商店与终端的定制结合

与 3G 定制终端的结合是推广软件应用商店的重要一环，从目前情况来看，与中国电信相比，终端匮乏仍是中移动必须面对的挑战，但移动 MM 已经和 OPONE 平台结合起来，而中电信还未有终端定制计划的公布，电信在天翼手机订货会上大量采购的千元 3G 手机预计将会成为和天翼空间结合的重点。

中国电信副总经理杨小伟在南京召开的天翼手机订货会上透露，中国电信联合招标的千元 3G 手机最低价格只有大约 500 元，另外中国电信 3G 双模手机也已能做到 1000 元左右。此次招标共有 30 余家厂商中标，此次采购数量提升至 400 万部，采购机型多达 63 款。众多低价的电信 3G 手机不断上市，对推广电信天翼一系列定制服务非常有帮助，拥有丰富业务的 3G 手机价格降低至千元，这表明 3G 离普通消费者更近了。

四、天翼空间需要改善的地方

1、页面不够吸引人

电信天翼空间目前还在公测期，首页界面还是比较漂亮的，但进入内页则感觉页面有些空乏，有些应用软件缺少图标显示，软件使用截图分辨率过低，而苹果 AppStore 界面则要绚丽很多。

2、开发者引导上不够人性

天翼空间同时提供开发者社区和应用开发平台，给开发者和用户提供了方便的沟通交流通道，并提供售后服务和用户参与应用体验和内测的场所，有效地加速应用的开发与销售的整个过程。开发者社区分为资讯、交流、开发工具、技术讨论、开发联盟、开店、发布应用、管理店铺等几个类别，但目前天翼空间开发者社区对开发者引导上还不够人性，而作为开发规范的天翼空间的在线应用开发平台也还未开放，开发者数量增长速度并不快。

3、完善客户端并增加商品数量

天翼空间还包括了商务、资讯、生活、娱乐的功能，但目前这些栏目均未有内容提供，希望电信不断完善这些功能，增加应用商店的软件数量，AppStore 上的应用软件分类非常细，软件覆盖面齐全，提供超过 6.5 万种应用程序，在软件数量上大幅超过了国内软件应用商店。

4、增加精品软件

天翼空间应用超市分类列表

天翼空间应用商城目前推出了 11 类应用，包括游戏、主题、娱乐、生活、阅读、通讯、商务、旅行、教育、财经、工具，分类非常细，但有些类别的软件数量并不多，而且软件质量参差不齐，缺乏高质应用软件。内容为王，这是产品成功的要诀，手机应用商店只有内容丰富了，才会吸引人来下载。

PConline 总结：

在现阶段，天翼空间还类似苹果的软件超市模式，但电信必须走差异化道路，与移动 MM 和以后联通的沃商城有所区别。电信推出在线应用商店增强了 3G 产业链的掌控力，利用开放共赢的商业模式，有效整合移动互联网产业链的参与者。电信作为宽带运营商，有固移两网优势和跨平台优势，天翼空间可以也容纳异网用户使用，这是一个相当大的优势，品牌价值将突破现有手机软件商店中单一平台、单一用户群的狭隘概念。来源：中国通信网 2010-03-18

[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。

● 垂询及订阅读请联系：

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