



亚太博宇决策咨询 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. 05. 12

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 三网融合试点要被推到何时

三网融合的试点方案上报国务院的时间又被推迟了。推迟的原因是什么？广电和电信双方都要求在全国范围内对方的业务对自己开方。换言之，自己的业务不对对方开放。这样的方案能谈得拢吗？谈得拢才怪。推迟势成必然。

■ 手持电视发展三大悬念待解

经历了 2009“基础发展年”的手持电视产业，在 2010 年一开年，便向众人展示了其发展的决心。“睛彩中国”活动的启动、与 PC 产业合作、与中国移动 TD+CMMB 手机电视正式商用，以及“睛彩财经”及“睛彩导航”两项数据业务的正式推出、百城万店巡展，还有不断刷新纪录的全世界最大的移动广播电视网……

■ 手机换“芯”激活鲶鱼效应

特区深圳最近多了一个响当当的名号——国家电子商务示范城市，这是国家发改委和商务部唯一批复的“招牌”。目前深圳正快马加鞭展开无线城市建设，手机钱包、手机深圳通、手机一卡通等移动电子商务已进入大规模商用前夜。而支撑移动电子商务的手机卡、芯片等核心技术，已激活自主创新鲶鱼效应，正在催生一条崭新的现代产业链。

■ 泛在计算：少谈些概念 多做些实事

记者第一次见到东京大学教授坂村健还是 2004 年 5 月 13 日在中科院计算所，当时坂村健手拿带有 RFID 的白萝卜，正在演示泛在计算的应用。他面前的桌上摆放的用来盛酒、饮料、药品的瓶瓶罐罐都贴着 RFID 标签。当时，与会者深知 RFID 技术的价值，却无人知晓物联网，因为国际电联在一年多后才创造了物联网这个词。

目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
三网融合试点要被推到何时	5
手持电视发展三大悬念待解	6
手机换“芯”激活鲶鱼效应	7
泛在计算：少谈些概念 多做些实事	8
产业环境篇	11
【政策监管】	11
三网融合面临法律体制挑战	11
工信部拟制定手机阅读标准	12
手机充电器一充多用有望成入网许可要求	12
【国内行业环境】	14
涪陵成我市首个物联网试验区	14
物联网标准大统一受阻 运营商各自定规	14
我国物联网发展迅速 RFID 市场规模全球第三	15
汽车和移动通讯的碰撞将迸发出新的产业机会	16
有线电视省网整合蛇吞象：省公司用户不及市级	18
重庆企业争推三网融合设备 市民买机顶盒更便宜	20
【国际行业环境】	21
印度设限令拷问中国设备制造商	21
欧盟统一监管力推 IPTV 促三网融合	23
日本四大手机厂商拟统一手机软件平台	26
印度 3G 牌照拍卖价格升至 26.5 亿美元	28
三意大利电信供应商推 25 亿欧元宽带项目	29
运营竞争篇	29
【竞合场域】	29
中国联通加强与诺西合作	29
网络运营商重心转向新业务	29
移动通讯厂商开始加快跨行业营销	32
微软诺基亚联手推企业移动通讯软件	33
思科与 VMware 扩展合作支持客户构建私有云	34
【中国移动】	34
中移动 OPhone2.0 即将发布	34

中移动数据业务分成模式将变：SP 与 CP 分开	35
【中国电信】	36
电信推出天翼 News 业务	36
北京电信将新建两大数据基地	37
重庆电信推出两个月免费升级宽带体验	37
【中国联通】	39
联通大幅下调国际长途资费	39
湖北联通下调 3G 可视通话费	39
中国联通手机营业厅开通交费充值功能	40
制造跟踪篇	40
【中兴】	40
中兴推出 Android 手机	40
中兴通讯为世博会提供 IPv6 方案	41
【华为】	41
华为 LTE 北欧突围记	41
华为：已占欧洲 LTE 市场 62% 份额	45
华为将投资 5 亿美元在印度修建工厂	45
报告称 09 年华为软交换市场份额第一	46
华为将会晤印度官员以消除对其电信设备疑虑	46
华为携手 Etisalat 为埃及提供 42Mb/s 移动宽带	46
【诺基亚】	47
诺基亚挖掘 200 元手机金矿	47
诺基亚 CEO 康培凯将被迫离职	48
诺基亚将回购至多 3.6 亿股股票	49
诺西险胜爱立信华为赢得沃达丰和黄订单	49
诺基亚瞄准中国农村市场变身 SP 服务提供商	50
诺基亚去年研发投入 6 倍于苹果 投资者渐失耐心	51
【其他制造商】	53
内置新浪微博开心网的 LG 社交手机	53
服务增值篇	54
【趋势观察】	54
未来手机可遥控电饭煲	54
手机短信实现家庭监控	55
2020 年可通过墙壁接影像电话	55

手机阅读有望成 3G 消费新热点	57
3G 时代室内室外协同设计和优化	59
手机广告：运营商下一个增值亮点	61
在世博会信息通信馆体验未来数字生活	64
【移动增值服务】	66
3G 商务时代信赖全球通	66
有人想做手机资料搬运工	69
中移动首批推 5 款电子书 多数可用 TD 下载	71
中移动开推电子书业务 内容分成模式受关注	71
【网络增值服务】	72
联通 3G 可看世界杯.....	72
联通与台湾大哥大合作取消漫游费	73
技术情报篇	74
【视频通信】	74
歌华进军电视购物.....	74
东莞正式开通移动数字电视业务	75
中国移动提供世博会 3 路手机视频直播	77
【电信网络】	77
4G：3G 背后悄显身.....	77
中国电信：年内完成 100 万光纤到户接入	80
Indosat 推出亚洲最快网络 为 4G 时代做准备	81
WAPI+WiFi 版 iPhone 在华通过审批 或近期上市	82
【终端】	83
诺基亚首次预装 UC 浏览器	83
WAPI 终端 1 年百款通过核准	83
诺基亚将推新一代高端智能手机	84
我国大容量塑料光纤跻身世界前列	84
WAPI 芯片已达 80 余型号 在检终端达 150 款	85
【运营支撑】	87
推动专业无线通信行业升级	87
五因素推动 通信设备股 2010 年有好收成	87
SK 电讯升级 MIV 系统 汽车变身移动网吧	89
WI-FI 联盟与 WIGIG 合作 支持 60GHz 技术共享	90
新华分社与广东移动共建国内首个 3G 视频生产线	91

市场跟踪篇.....92

【数据参考】	92
一季度 3G 手机销量破 500 万	92
智能手机一季度出货量增长 50%	94
近四成北京人习惯用手机上网聊天	96
我国光缆线路长度已达 859.3 万公里	97
中国手机浏览器活跃用户数有望达 2.12 亿	97
2011 年 3G 用户数将破亿 移动商务全新探索	98
【市场反馈】	99
调查称国产手机大多有收费陷阱	99
53%Verizon 用户愿意购买 iPhone 手机	101
手机电池待机时间短已成消费者最大诟病	101
智能手机迎来新一轮井喷期 五一销售增 200%	103

亚博聚焦

三网融合试点要被推到何时

三网融合的试点方案上报国务院的时间又被推迟了。推迟的原因是什么？广电和电信双方都要求在全国范围内对方的业务对自己开方。换言之，自己的业务不对对方开放。这样的方案能谈得拢吗？谈得拢才怪。推迟势成必然。

实际上，利益相关双方在“谈试点，拿方案”的时候还私下各自搞小动作。4月12日，广电总局就发出一道“41号文”，要求对于未经广电总局批准擅自开展IPTV电视业务的地区，依照《互联网视听节目服务管理规定》等条规依法予以查处。先用法律法规手段先把坑占住。

三网融合当然是好事。多了竞争，自然是服务提升，费率下降。但是问题是，如果大家都是不触及“核心利益”的相互“融合”，那么融了半天，实际上还是泾渭分明，这种融合不要也罢。

最可怜的还是互联网。试点方案中，只见广电和电信双方“拉锯”，不见一方对互联网表示出些许的兴趣。其实不是没有兴趣，只是互联网行业早已是充分竞争，没有融合的份儿，只有被融合的份儿。想融就融，无所顾忌。就不需要在三网融合试点方案上费上半点油墨了。不知道什么时候广电和电信下一版本的方案能考虑一下互联网的感觉。来源：2010-5-5 北京商报

[返回目录](#)

手持电视发展三大悬念待解

经历了 2009“基础发展年”的手持电视产业，在 2010 年一开年，便向众人展示了其发展的决心。“睛彩中国”活动的启动、与 PC 产业合作、与中国移动 TD+CMMB 手机电视正式商用，以及“睛彩财经”及“睛彩导航”两项数据业务的正式推出、百城万店巡展，还有不断刷新纪录的全世界最大的移动广播电视网……

然而，热闹之余，手持电视产业能否突破临界点实现市场全面的爆发？世界杯前夕，手持电视在内容、市场、覆盖等方面有哪些全新的举措？这个应该是产业界最为关心的核心问题。5 月 13 日，中广传播集团将在深圳举办第二届 CMMB 睛彩终端产业发展论坛，业界人士或可从中觅得答案，寻找商机。

悬念一：CMMB 信号覆盖破 300 城之后，速度放缓还是加速？

从之前的 CMMB 手持电视用户调查来看，许多消费者表示，每个月十几块钱并非不可接受，但要保证想看的时候就能看得到节目，而不是拿着设备到处找信号。

截至目前，手持电视信号已经覆盖了全国的 307 个城市，对于网络优化、深度覆盖方面，中广互联了解到，中广传播在去年底举行了小功率增补设备招标。显然，中广传播也早已意识到信号优质覆盖的重要性。

关于网络覆盖的近期规划与实施进展，本届论坛上中广传播相关负责人将做专门介绍。相信这一规划对各家终端厂商的市场区域选择及营销计划将提供重要的参考。

悬念二：CMMB 能否抓住世界杯创富机遇？

2008 年北京奥运会，CMMB 手持电视一炮而红，事件营销、体育营销的威力毋庸置疑。而 2010 年，世博会已经召开，不远的将来还有世界杯、亚运会。手持电视要如何抓住这些难得的机会，扩大市场规模？世界杯又究竟能撬动多大的市场？中广传播集团有无决心和方案带领终端企业在奥运会后创造世界杯营销的辉煌？

中广传播市场部总经理郭强、内容部总经理史杰将在论坛上介绍针对性的市场策略、营销策略与宣传策略，同时，将邀请业界专家对 CMMB 手持电视市场的前景进行深入分析。

悬念三：手持电视终端形态如何走向？

终端市场现今是变化颇多，MP3、MP4、iPhone、oPhone，各种形态终端产品你方唱罢我登场。三网融合下，手持电视已经率先实现了与 PC 产业的联合，与中国移动联合推出的 Ophone 版 CMMB 手机电视已经批量上市，支持睛彩财

经、睛彩导航节目的多款终端也已正式推出，接下来的手持电视终端形态又会有哪些变化？

本届论坛上，将有来自 Nagra、思亚诺、卓胜微电子、法国迪康、永新视博、万蝶科技、韩国苍海、星辰先创等企业做新品发布、产品展示及行业分析预测。

“终端厂商与解决方案商在沟通上还存在着一些沟通方面的问题，我们希望借此会议来推动方案与终端企业对接”，中广传播终端部总经理孟斐如是说。来源：2010-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

手机换“芯”激活鲰鱼效应

特区深圳最近多了一个响当当的名号——国家电子商务示范城市，这是国家发改委和商务部唯一批复的“招牌”。目前深圳正快马加鞭展开无线城市建设，手机钱包、手机深圳通、手机一卡通等移动电子商务已进入大规模商用前夜。而支撑移动电子商务的手机卡、芯片等核心技术，已激活自主创新鲰鱼效应，正在催生一条崭新的现代产业链。

新产业链集体攻坚核心技术

广东移动深圳分公司副总经理鲁向阳介绍，中国移动手机钱包、一卡通以及手机深圳通等业务都是基于 RFID-SIM 技术整体解决方案上实现的数据业务应用。RFID-SIM 技术相对于目前手机所使用的普通 SIM 卡芯片来说，可以承接金融和电信的所有应用，“这种技术方案从理论上可以有无数应用。”

RFID-SIM 技术方案是国内高新企业自主创新技术。它已形成了有效专利池，共 50 多项已申请并被受理，核心技术专利完全为国内企业所有，构成完整的国有自主知识产权技术体系。而包括中国移动、芯片商、卡片商、设备商、平台商以及推广、服务、运营合作商等，围绕手机换“芯”正在构建一条自主产业链。

深圳数智国兴信息科技有限公司老板邓欣五年前就开始押宝移动电子商务，他果断将公司转型为“手机一卡通专家”，专注于研发手机读卡设备。两三年下来，数智国兴储备下了技术，已获得 2 项发明专利和 4 项实用新型专利，并成为中国移动公司研究院测试认定的国内五家手机一卡通设备生产商之一。

深圳国民技术公司，则是一家专注于芯片安全的公司。同样通过自主研发，手机芯片和读卡设备能够产生一种“过程密钥”，实现双向认证，大大提高了安全程度，并且可以实现消费信息的实时查询，使消费使用过程变得透明了。

移动电子商务不是零和游戏

在高科技背景的支撑下，移动电子商务更具有做大原有产业蛋糕的力量。

目前深圳移动手机钱包已覆盖 300 多个商户门店，试商用客户近万人，单客户月均消费额超过 50 元。而邓欣向记者表示，其读卡设备全国每个月销售额可达 200 万元，随着无线城市的拓展，未来发展空间将更为广阔。

“我们做的不是一个零和游戏。”广东银旅通公司董事长黄少文表示，该公司和广东移动合作，正在推动“信息旅游直通车”及旅游景区手机支付等业务，这种好的商务模式带动了新客户新业务，降低物流配送成本和代理成本，达到相关利益体共同做大蛋糕的状态，而因为客流量和运营成本的降低经营者利润增长，消费者在得到便利的同时，并没有增加支出。

现在看来，无线城市及移动电子商务，已带动了电信运营商、芯片研发、读取设备生产、后台认证、财务金融结算、网络运营等庞大的产业链条，并使整个产业链朝着高科技集约型方向转变，由此将带动一整套现代产业链条和本土创新型企业的加速崛起。

广东移动广州分公司无线城市建设推进办公室主任李健红的名片上，打上了“无线城市”醒目的蓝绿色相间 LOGO，下面还有六个小字写着“越无线，越无限”，这正一语道破了无线城市业务的实质和广阔运营前景。来源：2010-5-11 南方日报

[返回目录](#)

泛在计算：少谈些概念 多做些实事

记者第一次见到东京大学教授坂村健还是 2004 年 5 月 13 日在中科院计算所，当时坂村健手拿带有 RFID 的白萝卜，正在演示泛在计算的应用。他面前的桌上摆放的用来盛酒、饮料、药品的瓶瓶罐罐都贴着 RFID 标签。当时，与会者深知 RFID 技术的价值，却无人知晓物联网，因为国际电联在一年多后才创造了物联网这个词。

2010 年，坂村健与富士通等多家日本企业亮相 4 月 27 日召开的中日物联网与嵌入式技术应用研讨会，与中国同行一道切磋物联网技术。与此同时，由中国家用电器研究院、中科院计算所和日本 T-Engine 协会共同发起成立的中国轻工业联合会嵌入式系统应用委员会正式成立。这表明在轻工产业和家用电器行业，嵌入式系统将在 3C 融合和产业结构升级过程中发挥重要作用。

物联网是干出来的

“如今，欧盟说物联网，美国谈无线传感器网络，日本讲泛在计算，请您给物联网下个定义。”记者把问题抛给坂村健。

“我们主要关心三点：一是与安全相关的问题，如食品安全、施工安全等；二是如何更加有效地提高能源的利用率；三是对人更友好，因为人不用的技术一定没有用的技术。”坂村健并没有直接回答记者的提问。但从他的回答中不难看出，坂村健关心的是如何解决实际问题。

早在 1984 年，坂村健便将电脑无处不在的理念付诸实施，创立了包括实时操作系统、中间件、通信协议、人机界面等在内的 TRON 系统架构。TRON 是实时操作系统核心的英文首字母缩写。坂村健表示，随着时间的推移，TRON 又被人们称为泛在计算、泛在网络或普适计算。最近，有人将它称为物联网。

“现在，全球每年生产 100 亿台微电脑，其中 95% 采用嵌入式系统。全球 30% 的嵌入式系统采用 TRON，在日本这一比例为 60%。TRON 未来的发展重点是把电脑植入到药品、服装、食品、交通等领域的相关设备中。”坂村健表示，“不久的将来，物与物、物与场所、物与人、场所与人等之间的通信将成为现实，米粒大小的 RFID 标签将被植入所有的物品中。”

开放和标准化是 TRON 一直努力的方向。“任何国家和地区都可以免费使用 TRON。技术开放使得更多人可以贡献力量，从而使 TRON 发展得更快。通信协议与控制技术的标准化非常重要。TRON 不应该被任何个人或企业所垄断。”坂村健强调说，“在物联网时代，通信基础设施领域不应该出现垄断。在开放和标准化的基础上，任何人都能平等地使用技术。”

务实的日本企业

如今，网民如何感激温·瑟夫和伯纳斯·李都不为过。由于他们无私地放弃了互联网和万维网协议的专利权，互联网才能有如此强大的生命力。日本企业把精力放在 RFID 等核心技术和基于 TRON 架构的应用开发上，而不是放在物联网的定义和标准的制定上。

与互联网普遍采用的通用硬件平台有很大差别，泛在计算通常是基于嵌入式系统平台的。因此，嵌入式系统的软硬件开发平台显得非常重要。TRON 的开发平台是由标准化的硬件仿真开发板和实时操作系统 T-Kernel 构成的开放式开发平台 T-Enging。企业可以在 T-Engine 上开发各种中间件和应用。

TRON 支持 ARM 和 MIPS 等多种嵌入式体系架构。中科院计算所研发的龙芯处理器与 MIPS 是兼容的。中国工程院院士李国杰透露，中科院计算所十分注重嵌入式技术的研究。未来，TRON 移植到龙芯平台会很容易。

坂村健创立的 T-Engine 协会专注于 TRON 架构的技术发展，而各种开发工具和平台的商品化则交给日本 Personal Media 公司去完成。如今，能做 RFID 的中外企业很多，但有谁能像富士通那样为服装行业研发经得起 200°C 的熨烫并且能在洗衣机里洗 200 次的 RFID 标签？日立的 RFID 标签的长、宽、高都只有

0.05mm。人们可以轻易地将其嵌入到纸张中。当然，RFID 的天线尺寸无法缩到这么小。日立展出的 RFID 金属标签像一个铭牌，可以被牢牢固定在集装箱等物品上，从而提高 RFID 在露天和恶劣环境中的应用可靠性。

在研讨会上，日企展示的最大规模的 RFID 应用是富士通为好莱坞提供的基于 RFID 的演员服装管理系统。尽管从技术上看，此应用十分简单，但效果很好。

李国杰的三个忠告

李国杰的第一个忠告是：物联网是由许多小而窄的应用构成的，过分强调统一的跨领域的物联网平台，或者过分强调行业标准，不利于物联网的发展。

“发展物联网和嵌入式系统的关键是看系统的智能体现在什么地方。物联网和嵌入式系统有两个基本模式，即云计算模式和物计算模式。”李国杰认为。

云计算模式是通过分布式的架构采集数据，然后集中进行信息处理。此模式一般用于宏观决策等信息处理的过程中，如智能电网、智能交通、智能物流、智能医疗等。系统的智能主要体现在处理中心，即需要较强的集中计算能力和高带宽，但终端设备比较简单。

物计算模式强调实时控制，对终端设备的性能要求较高，如智能化的汽车电子、数控机床、安全监控系统、智能家居等。系统的智能主要体现在终端设备上，对集中处理能力和系统带宽要求比较低。

李国杰的第二个忠告是：物联网的云计算模式和物计算模式对技术的要求是不一样的，不要试图创造一种终端和处理中心的性能都非常高、带宽也很高的应用模式。这将导致 RFID 的应用成本居高不下。

“据我了解，没有哪个国家拥有两三百个节点以上的无线传感网，也没有寿命超过两年的无线传感网。无线传感网有应用的局限性，比如涉及敏感信息的应用等。物联网是个十分复杂的问题。”李国杰表示。

李国杰的第三个忠告是：智能电网、智能物流、智能交通等应用涉及到十分复杂的动态环境优化问题。这是一个十分困难的系统科学问题，不是装几个传感器就能轻松解决的。因此，我们要加强有关的基础研究，既不能把物联网大题小做，也不能把需要时间去解决的未来的问题放到现在来解决。来源：2010-5-10 中国计算机报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

三网融合面临法律体制挑战

5月6日上午消息在今天召开的“2010全球宽带通信及物联网高层论坛”上，中国工程院副院长邬贺铨表示，虽然国务院出台了部分针对三网融合和物联网等政策，并责成相关部门办理。但他认为，要想实现真正的三网融合，还必须跨过技术、体制和法律三道门槛。

邬贺铨表示，三网融合将带动设备制造业和信息服务业的发展，预计三年之内将会带来6880亿元的社会消费投资，这包括电信网的宽带升级，广播电视网的“三大改造”等。“消费者对三网融合的期望是比较高的，对于嵌入式的有上网功能的电视机有84%的用户是比较拥护的。”

但他同时指出，三网融合还面临着诸多挑战。

首先是技术方面，在全面推进有线电视网数字化、双向化、宽带化改造中，广电需要投入大笔的资金，预计需要在三千亿元左右。除了资金之外，如何保证全IP环境下的电信级QoS将是个挑战。

其次是机制方面，按照总体方案要求，国家将组建国家级有线电视网公司，“目前全国有14个省开始整合，有7个省没有开始，要组建一个全国性的有线电视公司，其中这个时间还是比较长的。另外不同有线电视运营商的底层软件和加密系统不一样，组建全国公司在技术上有挑战。”

目前的双向进入是不对称的，在推进三网融合的时候，同时加快体制机制的改革，探索建立适应三网融合要求的监管体制。目前广电和电信部门的改革不同步，在广电部门也没有完全实现台网分离，只有实现网络监管和内容监管的时候，才能综合到一个管制实体上。

同时，三网融合还要求制订完善的广电和电信行业的管理法规，我国的立法是完全滞后的，《电信法》酝酿几十年了，但是非常难产。法律问题应该是对支撑三网融合的一个严重挑战。来源：2010-5-6 中国通信网

[返回目录](#)

工信部拟制定手机阅读标准

工信部 5 月 6 日消息 , 工信部副部长奚国华 5 日在出席中国移动手机阅读业务商用发布会时指出 , 工信部正在研究制定手机阅读相关标准 , 助力电子阅读产业形成具有中国特色的竞争优势。截至去年底 , 我国手机阅读用户已有 1.55 亿户 ,

中国移动手机阅读业务主要分为两种 : 一是通过手机终端 , 即用户可通过移动梦网、移动应用商店以及 WAP 门户下载图书。二是通过移动电子书终端 , 通过与手机号码绑定进行付费阅读。据悉 , 目前我国访问中国移动手机阅读业务平台的用户已累计达到 3000 万户 , 手机阅读业务已有约 6 万册书籍入库。

为了推出更多适合手机阅读的作品 , 中国移动当天还与中国作家协会、中国出版集团、中国编辑学会、国家图书馆签署了战略合作协议 , 以加强对传统文学的改编及推动手机阅读特色产品的创作。来源 : 2010-5-7 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

手机充电器一充多用有望成入网许可要求

买手机送充电器 , 这早已成为通信行业约定俗成的规矩。可每当换新手机时 , 旧的手机充电器也就随之废弃 , 不仅浪费资源而且处理不当还会变成电子垃圾污染环境。2010 年初 , 工信部明确了手机充电器三段式接口标准。昨日 , 工信部泰尔实验室主任何桂立透露 , 这一标准未来有望被写入手机入网许可的相关政策 , 手机充电器将成为手机销售时的可选配件 , 以达到进一步节约环保的目的。

充电器每年废弃过亿污染巨大

对于数码爱好者吴先生来说 , 在抽屉里一团乱麻的充电器中找到手机所用的充电器并不是件容易事。“最近三年我大概换了 6 部手机 , 每一部都配有一个充电器 , 现在抽屉里还闲置着 5 个充电器。”吴先生表示 , 虽然知道电子产品随意丢弃会污染环境 , 但对于这些多出来的充电器 , 自己又没有更好的处理方式 , 只好一直“囤”在抽屉里。

“一个充电器看似很小 , 但如果放在我国手机保有量的基数上看 , 它所造成的资源浪费和对环境的危害程度不可小视。”何桂立表示 , 目前我国手机市场保有量每年新增一个亿左右。在“买手机标配充电器”的市场环境下 , 这也就意味着 , 每年会有 1 亿个左右的充电器被废弃不用。

何桂立表示 , 在手机充电器中含有铅、汞、镉、六价铬等重金属物质和多溴联苯、多溴二苯醚等溴化阻燃剂等六种有毒有害物质。比如充电器的塑料外壳就

使用多溴联苯作为阻燃剂，而这些有毒有害物质几乎全部无法天然降解。而当充电器被丢弃成为电子垃圾之后，如果不进行专业的无害化环保处理，不法商贩在简陋的处理环境中会使用化学手段置换出可以利用的锌等稀有金属，而在此过程中产生的环境污染更为惊人。

多个品牌手机仍是“一机一充”

“在2006年，工信部就推出了首部手机充电器标准，要求厂商在生产充电器时让充电一端和线分离。”工信部相关人士介绍，2006年标准推出后，经过几年的市场推广，目前基本上所有市场上在售的手机充电器都已经达到了国标要求，但是在充电线和手机连接的端口上，不同厂商之间的差别还是很大的，大圆口、小圆口、MiniUSB、MicroUSB、15针端口、7针端口……市场上各类的充电线端口超过了15种以上，这仍然给消费者带来不少困扰，更换不同品牌的手机必须更换充电器的问题仍然没有得到根本性的解决。

记者走访市场发现，基本上目前在售的手机及手机充电器多种多样，几乎看不出统一通用的迹象，甚至部分主流品牌自己不同系列的手机充电器都不能完全兼容。“目前，各个手机品牌之间出于多方面的考虑依然采取‘一机一充’式的产品设计。”通信业内人士透露，手机充电器不同规格、不同标准的背后，直接反映的是商家的利益，随着手机的利润越来越低，很多手机厂家将手机配件视为盈利点。

“一充多用”有望写入入网许可政策

“和2006年的标准相比，此次工信部发布的标准主要有两点变化：一是明确了未来国内销售的手机和充电器都将采用三段式接口，即充电器、充电线和手机端，更清晰地规定了手机充电线连接手机的端口必须采用圆柱形、MiniUSB、MicroUSB三种接口之一。”何桂立表示，采取这一标准后，理论上消费者未来只要有一个充电器和三种不同充电线，就能够为任一品牌型号在国内销售的手机进行充电，而且今后更换任何品牌型号的手机也无需再重新购买充电器和充电线，从而有望达到相关资源最大程度的节约。

何桂立透露，虽然这一标准目前仍只是推荐性标准，但未来将有望被搁入手机入网许可的相关政策。“毕竟市场需要一个调整的时间。当符合全新升级标准的手机充电器达到一定市场保有量时，有关手机入网许可的相关政策可能会做出调整，手机类产品获得入网许可时厂商将不再要求配备充电器，以达到进一步节约环保的目的。”业内人士表示，只要泰尔实验室等相关手机入网认证机构在入网环节上进行把关，在两三年内实现国内市场在售手机的充电器统一标准全面升级并非难事，届时手机充电器将成为手机销售时的可选配件。来源：2010-5-10 北京日报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

涪陵成我市首个物联网试验区

下班路上，只要发一条简单的短信指令，家中的空调就会提前开启，让你进门就能享受凉爽……这样的生活，涪陵市民有望在我市先尝鲜。昨日来自涪陵区政府的消息称，该区近日与重庆移动公司签署了建设物联网城市试验区战略合作协议，成为全市第一个启动建设物联网的城市试验区。

据悉，所谓的物联网，是指将所有物品通过传感设备与互联网连接起来，实现智能化识别和管理。按计划，3年内，重庆移动将投入10亿在涪陵建设通信枢纽中心，支持涪陵率先建成集农村信息化工程、智能家居安防工程为一体的物联网城市。来源：2010-5-5 重庆商报

[返回目录](#)

物联网标准大统一受阻 运营商各自定规

近期一咨询数据显示，从现在起到2020年的十年里，中国物联网产业将经历应用创新、技术创新、服务创新三个关键的发展阶段，成长为一个超过5万亿规模的巨大产业。

如此具有诱惑力的数字，被业界乐此不疲地引用，也让本已火爆的物联网更加“高烧不退”。但近期随着各项工作的启动，在真实现状和问题面前，物联网产业正在逐渐回归理性。

乐观之后的“悲观”

“在我看来，物联网就是一个‘空中馅饼’，很遥远。”作为业界以直率著名的资深专家，中国电信科技委主任韦乐平给当下最火的物联网当头泼了一盆冷水。

对于5万亿市场规模这一说法，韦乐平不以为然，他表示信息通信业经过一百多年的发展，到目前也只是一万多亿的规模，物联网在概念、标准等都不明晰的情况下，要想在短期内形成万亿规模基本不可能。

作为中国通信标准协会泛在网技术工作委员会(CCSA TC10)主席，刘多的态度甚至有些“悲观”，她认为物联网目前还仅仅处于初级阶段，“物联网应该是全球的，但目前的应用只是局限在企业内部，连行业范畴都没有达到。”

标准大统一受阻

在诸多问题中，物联网的标准无疑是产业成员最为关心的。

刘多告诉记者，目前物联网标准无论是在国际或国内均处于初期阶段，没有系统化。国际各标准组织之间对物联网的研究也缺乏统一的协作，据她介绍，欧盟在 2008 年做的研究表明，单 RFID 就有 30 个组织制定了 250 多个标准。

“每个国际标准组织的研究都是针对物联网的某一方面或自己擅长的部分进行研究，国内对于物联网也是根据需求进行零散研究，没有系统的端到端的规划。”

而由于缺乏统一的标准，物联网应用和产业的规模也都受到很大影响。

面对各行业间的技术和应用差异，如何做到标准的大统一，对于飞象网记者的这一疑问，刘多坦承这是目前面临的较大问题。据悉，CCSA TC10 正在和其他行业标准部门接触，希望联合起来最终推出一个各行业通用的大标准。

运营商各自定规

由于没有统一的标准可参照，国内几大运营商在物联网相关应用的推广上，也是各自为战。

中国电信副总工靳东滨对飞象网表示，2009 年底中国电信已经推出了自己的 M2M 终端、平台等相关标准，“几个运营商采用的移动通信技术都不相同，对标准的要求肯定会有区别。”

中国移动物联网研究院院长赵立君告诉记者，中移动在开展 M2M 应用时，首先就着手制定了自己的企业标准，在无线通信机器协议、无线传输终端模组、业务运营支撑平台、应用接口规范等方面进行标准化，降低没有标准带来的成本浪费。

中国移动给出的数据显示，2009 年其 M2M 终端用户超过 300 万，年增长率超过 60%，年收入超过 8 亿。而 TD 与物联网的结合也成为中国移动重要战略方向。

中国联通对于物联网的推进也做出了初步规划，2010 年和明年以推进产业合作、建立示范工程为主，2012 年以后则是重点推进通信网与传感网融合、实现标准化和规模推广的阶段。这也与各方给出的物联网推进时间表基本吻合。来源：2010-5-7 飞象网

[返回目录](#)

我国物联网发展迅速 RFID 市场规模全球第三

6 日在天津发布的《中国 RFID 与物联网 2009 年度发展报告》称，中国物联网产业链初步形成，物联网应用逐步推进。统计显示，2009 年，中国射频识

别技术(RFID)市场规模已达 85.1 亿元人民币，同比增长 29.3%，在全球居第三位，仅次于英国、美国。

物联网就是“物物相连的互联网”，其定义是，通过射频识别技术(RFID)、红外感应器、全球定位系统、激光扫描器等信息传感设备，按约定的协议，把任何物品与互联网连接起来，进行信息交换和通信，以实现智能化识别、定位、跟踪、监控和管理的一种网络。

中国信息产业商会会长、中国 RFID 产业联盟理事长张琪说，物联网连接范围远远大于互联网，它扩大连接到物品，实现物物(也包括人)相连，形成一个连接万亿个物品(设备)和数亿人的无比庞大的数据库，采集和存储着物理与虚拟的海量信息，通过分析处理与决策，完成从信息到知识、再到控制指挥的智能演化，实现处理和解决问题的能力。

这份由中国信息产业商会发布的报告称，目前，物联网产业在中国发展迅速，已具有自主开发生产低频、高频与微波电子标签与读写器的技术及系统集成能力，在芯片设计与制造、标签封装、读写器设计与制造、系统集成与管理软件、应用开发等方面取得了较大进步，市场培育和应用示范初见成果。目前，中国物联网相关企业总数已有数百家。上海、天津、无锡、深圳、沈阳、武汉、成都等地已建立了射频识别技术(RFID)产业园区。

在产业迅速发展的同时，中国物联网的应用也加快进程。报告说，中国 RFID 的应用领域不断拓展，正在从以身份识别、电子票证为主，向资产管理、食品药品安全监管、电子文档、图书馆、仓储物流等物品识别拓展；从低高频的门禁、二代身份证应用逐步向高速公路不停车收费、交通车辆管理等超高频、微波应用拓展。中国还在一些城市进行物联网应用试点，如，青岛市 RFID 应用全面开花，已在金融、工业生产、公安、工商、税务、城市一卡通以及公共事业管理等十多个领域中应用推广；杭州市市民卡应用逐步深入，累计发卡 217 万张；北京市政交通一卡通刷卡交易量全国第一，全部公交车、地铁及出租车上开通应用，累计发卡超过 3447 万张；广州市“羊城通”集公共交通、电信通、商务通于一身，发卡量超过 1200 万张。来源：2010-5-7 新华网

[返回目录](#)

汽车和移动通讯的碰撞将迸发出新的产业机会

5 月 3 日，德国汽车制造商大众推出了一个新网站(App-my-ride)，该网站提供了新的软件开发工具包(SDK)，工具包中包括已开发软件的简单演示和实例，

随后基于这个平台，全球大众车迷们可以开发自己的应用软件，并上传参赛，比赛的奖品是 14000 欧元和大众的工作机会。

作为全球最大的汽车制造商，大众希望能够在汽车信息系统方面制造出 iPhone 一般的效应，全球无数的粉丝会为 iPhone 开发应用软件，有朝一日他们也许会为大众这么做。

大众新平台背后，站着全球最大芯片制造商英特尔，后者正通过与大众联手的方式进入未来汽车信息处理系统这一广阔市场。新一代车载信息娱乐系统被命名为 Gloria。如果说这一代系统与上一代系统有何突出的不同之处，就在于它是个开放的平台，兼容所有开发者提供的应用。

大众与英特尔合作的同时，他们使用的操作系统就是 Linux；而宝马直接选择投向苹果，未来将开发基于 App Store 客户端，直接实现 iPhone 的各种应用；起亚则与微软共同开发了 UVO 操作系统，这一系统将于 2011 年开始安装在起亚的车型上。

福特的 SYNC 也选择与微软合作推出服务。而在刚刚过去的北京车展上，上海汽车(600104.SH)宣布其车载信息服务系统(Telematics)选择谷歌的 Android 作为操作系统。

车载信息服务系统 1997 年诞生在美国，当时通用汽车推出了自己的信息服务品牌 Onstar。根据美国咨询机构 Strategy Analytics 的估计，到 2010 年，Telematics 的容量将达到 620 亿美元，而 2006 年，这一数值为 125.2 亿美元。

目前，Telematics 市场与缺乏行业标准、成本高企、用户规模小等关键词几乎画了等号，但这些不确定性让所有的厂商都疑惑，如果第一时间没抓住机会，会不会就被淘汰出局。

对于软硬件服务商、网络运营商、汽车零部件商以及整车企业来说，Telematics 也许是它们下一个金矿。目前，在逐鹿 Telematics 市场的过程中，已经呈现出多方力量博弈的状态。

首当其冲的是传统汽车制造商，诸如通用、丰田为代表的厂商已经与各自的零部件商推出了自己的 Telematics。这里包括通用的 Onstar、丰田的 Gbook。这些汽车整车企业的 Telematics 主要依托整车生产企业的优势，在系统内进行开发。

以丰田为例，其 Telematics 就是零部件供应商电装(Denso)开发的，“传统汽车系统供应商能更有效利地利用自身在汽车电子领域的核心优势，尤其是在人机界面，人体工程学设计，以及对整车厂商要求的深入理解等方面。” Strategy Analytics 全球汽车电子实践服务总监布莱特(Joanne Blight)表示。

这种趋势还在延续，去年年中，本田直接入股先锋电器(Pioneer)，持股 5%，先锋一直以来就从事车辆影音与卫星导航系统等系统的研发。

在 Telematics 市场上，操作系统的竞争态势延续了智能手机领域的竞争，日趋白热化，后来者不再与传统零部件商合作，而是纷纷傍起“大款”。现在，除了微软、谷歌、苹果外，RIM 和诺基亚也加入到阵营中来，它们不仅抢食传统汽车零部件商的市场份额，也彼此争夺生存空间。

诺基亚通过推出汽车终端模式(Terminal Mode)，RIM 通过收购 QNX 来切入市场。这种群雄纷争的局面背后，Telematics 的商业模式甚至还没有清晰起来，到底问谁来收费，是整车厂、普通消费者，还是网络运营商。

事实上，除了整车、零部件商和软件服务商外，网络运营商是 Telematics 的第四股力量。继中国电信与通用 Onstar 和丰田 Gbook 取得合作后，中国联通于 2010 年的 3 月和北京车展上，先后宣布和一汽、上汽签署了汽车 3G 信息化战略合作协议。

牵手国内最大的两家汽车制造商，中国联通可谓谋定国内 Telematics 市场。在北京车展上，上汽乘用车公司副总经理蒋峻对《第一财经日报》记者表示，与中国联通合作开发的 Inkanet 服务，将免费两年，此后按月收费，此模式与通用的 Onstar 如出一辙。

汽车和移动通讯的碰撞将迸发出新的产业机会。在全球范围内，中国运营商 3G 服务推出最晚，但中国汽车厂商推出 3G 服务几乎实现同步，中国 Telematics 呈现出一道独特风景，利用外国厂商在电信运营领域的毫无地位，或将给国内自主汽车厂商一次后发先至的机会。

强势运营商的介入，使商业模式的前景变得明确起来。在国外，沃达丰等网络运营商，已经在包括谷歌、诺基亚在内的软件服务商的“免费”战略面前，被打得“满地找牙”了。来源：2010-5-6 第一财经日报

[返回目录](#)

有线电视省网整合蛇吞象：省公司用户不及市级

武汉塑料(000665)4 月 30 日发布重大资产置换及定向发行预案，湖北省楚天数字电视有限公司将借此实现上市，并朝着“全省一张网”的目标迈进。

业内人士指出，在广电总局要求全国有线电视运营商在 2010 年内完成“一省一网”的“死命令”下，全国广电系统当前正纷纷加快省网整合进程，而借助资本市场融资功能，有望较好实现对地方资产的购买，减少整合阻力，并扩大在今后国家级有线网络公司的话语权。

省网整合“蛇吞象”

有武汉当地知情人士介绍，此次借壳上市阻碍重重，其中一个关键问题就是各方利益难以摆平，楚天数字尽管是省级有线网络公司，但是在数字电视用户规模等方面却少于市级的武汉广电，谁整合谁一直都是各方关注的焦点。

早在 2008 年底，武汉广电数字网络有限公司总经理李峰就宣布，公司有线数字电视用户突破 100 万户，城区数字化率达到 90%。而楚天数字则宣称，公司有线电视用户 120 万户，数字电视用户 45 万户，联网协议数字电视用户 150 多万户。

中信国安 2009 年年报信息显示，武汉广电已经对武汉 7 个城区的网络资产进行了整合，拥有超过 120 万有线电视用户，其中数字电视用户约 80 万户。

楚天数字上市计划早已提上日程。楚天数字内部人士透露，早在 2009 年 4 月，楚天数字董事长熊鲜停、副董事长黄书映就赴上海拜会东方证券董事长王益民，双方当时就正式签署楚天数字上市合作协议，上市工作也由此进入实质性阶段。“省网整合最大的难题在于各级网络公司的利益问题，如果借助上市，打造上市公司资源整合平台，并利用这一平台实现对各项资产的购买，则整合进程会顺利的多。”

根据武汉塑料的资产重组预案，武汉塑料先以 1.75 亿元现金将“壳”卖给楚天数字，然后，通过向武汉广播电视总台、武汉有线广播电视网络有限公司、中信国安、楚天襄樊有线电视股份有限公司及湖北楚天金纬广播电视信息网络有限公司定向发行不超过 2.5 亿股，将武汉广电数字网络有限公司、楚天襄樊及楚天金纬三家公司的资产置入上市公司。

或迎来上市潮

第一创业证券研究员任文杰认为，在当前各地纷纷加快省网整合的进程中，借助资本市场力量实现整合的模式，既符合主管部门政策，也有利于解决现实难题，有望为更多的地方所借鉴。

四川省广电局局长何大新就在全省广电网络整合大会上明确提出，在利益分配上，按照“存量不变、增量分成”的原则，保证各方利益。

中国有线电视网络有限公司总经理沈向军曾透露，2010 年 1 月份举行的全国广播影视厅局长会上，已经在研究组建国家级有线网络公司的方案。而对于具体操作上，广电采取了分步骤的方式：首先是要求年内各省都完成省网的整合；其后，在省网的基础上组建国家级的有线电视网络公司。

此外，对于地方而言，实现资产上市也能够增大今后在国家级有线电视网络公司中的话语权。对于国家级有线电视网络公司的组建，广电总局有关负责人表示，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。

目前，全国已经有广西、海南、江苏、陕西等 13 个省完成了全省有线网络整合，陕西、北京等地的有线电视网络运营商已经实现上市，而根据广电总局要求，余下省份要求在年内全部完成省网整合。来源：2010-5-5 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

重庆企业争推三网融合设备 市民买机顶盒更便宜

我市已成为全国三网融合首批试点城市，不仅吸引了国内外相关企业的目光，更让我市本土 IT 企业蠢蠢欲动。此前从未涉足电视机顶盒领域的西南计算机有限责任公司也开始紧锣密鼓研发三网融合终端，四联集团的相关计划也正在加紧制定中。未来，市民在三网融合终端产品如机顶盒的消费上，将享受更多优惠。

西计开发终端一体机

“我们已和美国谷商科技、深圳艾泰斯科技合作，成功研发出三网融合的终端一体机，只要政策、市场条件一成熟，就可批量生产。”西南计算机有限责任公司(以下简称西计)董事长毛庆安透露，尽管目前尚停留在研发样机等方面，但西计已具备和准备了大投资的能力。西计高层人士还透露，该一体机除了争取成为三网融合终端，还可单纯当电脑用，作为西计“电脑下乡”的新品，在明年推出。关于价格，毛庆安介绍，新技术不一定带来高价位，相反，还将因为运用一体机减少家里布线而降低成本。

四联高清芯片下月上市

看到三网融合这块“蛋糕”的本土企业不只西计，四联集团发展三网融合的规划将于本月中旬出炉。该集团总工程师张军介绍，他们研发的高清视频解码芯片目前已进行测试，将在下月批量生产后面市。

据介绍，高清视频解码芯片目前国内尚无成熟产品，四联有望成为国内首款数字高清视频芯片的生产者。张军介绍，目前，国内大多数家庭使用的数字标清机顶盒价格在 400 元至 800 元之间，重庆市面上出售的高清机顶盒价格则高达 1999 元。而四联芯片的出厂定价预期比国外同类产品至少便宜 1/3，市民有望买到更便宜的高清数码终端产品。

企业希望打破行业垄断

尽管对三网融合的产业发 展充满信心，但企业还是对将来如何执行具体事宜有所顾虑。“照现有电视节目运营来看，基本是有线网络一家垄断，机顶盒生产商、内容提供商全都只能通过它才能进入老百姓家，能不能打破垄断，让每家生产商、供应商都更公平地进入这个产业？”昨日，一家不愿透露姓名的 IT 企业负责人留下一连串疑问。在他看来，三网融合不是简单的平台合并，更是信息产业的一次革命，必将拉动国内消费，形成新的经济增长点。“希望最终的局 面是多赢。”该人士表示。

重庆将建三网融合实验室

不仅企业在谋划，我市经信委、文广局、广电局等相关部门也在加紧行动。上月中旬，在市经信委主办的三网融合信息化业务研讨会上，相关部门及企业悉数出席。市经信委相关负责人提出，将在我市成立三网融合工程实验室，其成员包括相关部门及企业，主要为我市三网融合发展提供相应的技术标准。该人士还提出，力争承担国家级大型项目，把该实验室打造成国家级重点实验室。来源：2010-5-5 重庆商报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

印度设限令拷问中国设备制造商

日前，有关印度政府以“国家安全”为由，禁止其国内电信运营商进口来自中国的电信设备的消息，引起国内媒体的普遍关注。与此相关的一个市场背景是，作为全球最具增长潜力新兴市场之一的印度，即将发放 3G 牌照。在此关键时候，印度对中国电信设备发出“设限令”，无疑将拷问包括华为、中兴在内的中国电信设备制造商。

印度媒体《Business Line》4 月 29 日称，根据印度电信部门的通知，印度将禁止进口来自中国厂商的电信设备。尽管在 4 月 30 日，印度电信部所属的印度电信委员会成员钱德拉·普拉喀什“澄清”说，印度官方并未禁止印度电信公司进口中国设备，而是印度所有电信运营商在进口任何设备时都需要接受来自国内事务部的安全审核。事实上，无论是全面封杀令还是所谓安全审核的“设限令”，其对中国电信设备制造商在印度市场将带来严重的负面影响是毋庸置疑的。

值得人们注意的是，印度政府对于来自中国的电信设备采取严厉限制措施的做法并不是第一次，就在去年 11 月，印度政府就以涉嫌倾销为由，公开宣布对

来自中国的光通信设备征收 50%~200%不等的高额惩罚性关税。受到影响的中国设备制造商包括华为、中兴、上海贝尔、烽火通信等一批企业。

近年来，中国电信设备制造商大力拓展海外市场，尤其是印度、巴西、俄罗斯等新兴经济体市场，将这些国家和地区视为企业重要的战略性市场。据中兴通讯有关人士介绍，该公司 2009 年在印度电信市场的收入为 7.5 亿美元，约占总收入的 9%。印度市场尽管利润率偏低，但由于人口仅次于中国，未来发展潜力巨大。因此，即便来自印度市场的收入对于企业利润的贡献度不大，但其作为中国电信设备制造商重要的战略市场，一直受到相关企业的高度重视。中兴通讯董事长侯为贵 3 月底就曾表示：“之所以要做印度市场，对中兴怎么控制成本、精打细算是一种锻炼。”

据国内一位长期从事外贸案例研究的律师分析，完全禁止一个行业的进口，在对外贸易中实属罕见，除非涉及国家安全等极端因素。而此次印度欲禁止中国电信设备进口正是以涉及国家安全为由。但在中国电信设备行业人士看来，“国家安全”仅是印度进行贸易设限的一个借口。正如华为公司一位人士所说，设限令的背后，闪现着贸易保护主义的幽灵。印度并没有自己的电信设备制造商，其电信网络建设完全依赖海外厂商的进口。此次“设限令”的背后，是近年来印度政府希望更多的电信设备制造产业能够实现本地化发展。

中国电信设备制造商正面临两难的抉择。一方面，做大做强需要企业在满足国内市场需求的同时必须坚定不移地走出去，全面参与海外市场竞争，拓展发展空间。而包括印度、巴西、俄罗斯等新兴经济体在内的市场，正是中国电信设备制造商投入“重兵”着力开拓的市场。另一方面，随着后金融危机时代的到来，全球范围内的贸易保护主义浪潮正在急剧蔓延。在中国具有比较优势的一些产品领域，正在受到贸易保护主义的严重损害。通信设备领域就是中国具有明显比较优势的产品领域之一。而且，与纺织、钢铁、轮胎等劳动密集型产业不同的是，通信设备属于技术密集型领域，在我国的对外贸易中扮演着产品结构调整和产业升级的重要角色。但随着贸易壁垒的不断扩大，通信设备领域也在受到这股浪潮的渗透和侵袭，经受着严峻的考验。

据商务部进出口公平贸易局程永如处长在 2010 年 4 月举行的第 107 届广交会上介绍说，仅在 2010 年第一季度，就有 10 个国家对中国发起 19 起反倾销、反补贴、保障措施调查，直接涉及中国出口金额 12 亿美元。而在过去的 2009 年，共有 22 个国家和地区对中国发起 116 起反倾销、反补贴、保障措施和特保调查，直接涉及出口金额 126 亿美元。去年中国遭受的反倾销占全球反倾销案的 40%左右，反补贴占全球的 75%。对于 2010 年贸易摩擦形势，程永如说，在金融危机的影响下，欧美等国家和地区出现“再工业化”、“产业回归”思潮，进

口替代与出口促进结合的新重商主义盛行，针对中国产品的贸易摩擦日益增多，中国的出口贸易环境不容乐观。

面对印度此次的“设限令”，中国电信设备制造商应采取理性的态度进行应对。要看到在全球贸易保护主义倾向明显抬头的趋势下，今后来自其他国家和地区类似的限制有可能还会不断发生，将对中国电信设备制造企业“走出去”战略带来负面影响。同时，更要制定务实的策略规避贸易保护带来的损害。一方面可通过正当的渠道向世贸组织、当地政府以及中国政府相关部门进行申诉，维护公平的贸易制度和正当的权益；另一方面，在贸易保护趋势不断升级的新形势下，需要适当调整海外市场竞争策略。例如加快研发和生产本地化进程，向当地市场提供更多的就业岗位，通过合资合作吸引更多当地企业参与电信设备研发和生产等手段，将企业更好地融入当地市场环境中，赢得当地政府和运营商的充分信任，从而为企业海外拓展创造更加和谐的市场环境。来源：2010-5-5 人民邮电报

[返回目录](#)

欧盟统一监管力推 IPTV 促三网融合

欧盟的三网融合也不是一蹴而就，2005年之后才步入正常发展轨道。在此之前的准备工作，主要为融合扫清障碍，为三网融合创造条件。2005年前后，我国也开始了三网融合的“试点”。可惜的是，几年过去后，我国的“试点”几乎还在原点，欧盟的三网融合却前进了一大步。那么，欧盟的三网融合是如何推进的呢？哪些做法值得借鉴呢？

分步到位，有序推进

欧盟主要成员国花了10年多时间，完成广播电视与电信两大行业从非对称准入到对称准入的转变。今天看来，欧盟的三网融合并不可能一步到位，而是分步推进的。

第一步、允许 CATV 先进入电信业

1994年底，欧盟发表了《开放电信基础设施和CATV网》绿皮书，掀开两大网络融合第一页，推动了欧洲各国信息化的进程。1995年，欧盟发布《有线电视指令》，规定有线电视网可以不受任何限制进入所有开放的电信业务市场。这样，在欧盟范围内，迈出了有线电视业非对称进入电信业第一步。

第二步 按 WTO 要求开放电信业

1994年11月17日，欧盟委员会发出《完全竞争指令》，要求成员国从1996年1月1日起彼此之间开放基础电信业务，自1998年1月1日起对欧盟以外全面开放竞争。结果，从1998年1月1日起，除希腊、葡萄牙、爱尔兰外，欧盟

宣布对外开放电信基础设施和业务。随即，1997年欧盟发表了《电信、广播与信息技术融合》绿皮书，当时正是WTO谈判成功之时。绿皮书明确指出，不同的网络平台都能一同传送电话信息、电视信息及计算机信息和数据。绿皮书从信息内容的制造、信息的网络传输和信息接收终端等层次对三网融合进行具体说明。

第三步 将三网归入电子通信网

将三网统一纳入电子通信网，是欧盟强推三网融合的关键而成功的重大步骤。2002年欧盟发布、并于2003年7月开始正式执行的《电子通信网络与服务的统一监管框架指令》，积极推动了欧盟各国电信网和电视网对称准入，为欧盟三网融合进程起到了革命性的作用。《监管框架指令》为监管电子通信业务、电子通信网、相关设施提供了基本依据。

由此可见，电信网、广电网和互联网都是电子通信网，电子通信网既可以传送电信业务，也可以传输视听业务和互联网业务。这样，通过重新定义，为三网融合铺平了道路。

与此同时，欧盟还修改了上世纪90年代初发布《电视无国界指令》，使其范围几乎涵盖了所有“由运动的图像和声音构成”的视听内容服务，包括通过互联网和3G电话等电子通信网络向公众传输的信息，并最终将其改名为《视听媒体业务指令》(AVMS)。这样，《视听媒体业务指令》就与《监管框架指令》对电子通信业务、电子通信网的解释完全一致，避免在融合中发生电信与广电撞车，或产生新矛盾。从2003年7月之后，欧盟各成员国开始将《监管框架指令》和《视听媒体业务指令》演化为国内的法律，2005-2006年欧盟范围内的规模性的三网融合正式展开。

融合监管，不拘一格

这里说不拘一格的市场监管，有两层意思。第一层意思，就是对电信和广电实施有区别的监管；第二层意思，就是每个成员国的监管机构允许不同。

欧盟对电信的监管，突出其开放性和竞争性，强调统一监管。1997年欧盟的《许可证指令》(97/13EC)，就强调欧盟范围内的电信统一监管。在欧盟成员内，除公众话音、无线业务、涉及通行权的业务、普遍范围业务仍需得到各成员国的许可证外，凡拥有类别许可证的运营者无须再申请单个国家的运营许可证，就可以提供泛欧盟业务。另外，经过3年多的酝酿与讨论，欧盟2009年底同意修改《监管框架指令》。其中的重要内容就是，2010年春天将建立一个泛欧的统一的超级《欧盟电子通信管制者团体》，将进一步扩大欧盟层面的统一管制权。

欧盟对于广电的监管比电信严格，实行传输网络与内容有差别监管，强调内容监管。从其1999年3月发布的第108号文件：《电信部门、广播部门和信息

技术部门的融合，关于对(97)623号通信绿皮书公众磋商的结果》，就可以看出来。该文件要求：将内容和网络的监管相分离，对所有的传输网络适用相同的监管方法，鼓励有线电视运营商采用新的技术和新的方式提供服务。

对于欧盟三网融合市场监管现状，欧盟没有强推英国的统一监管模式。直到今天，各成员国对三网融合的监管形态各不相同，这是为了尊重各成员国的历史渊源和文化差异。欧盟三网融合的监管经验告诉我们：第一，传统监管机构/管理部门要想有所作为，出路有两条，要么改变传统的组织架构；要么改变传统的监管思维，直面三网融合的现实，各方降低准入门槛。第二，妥善解决三网融合与现有体制的关系，不搞一刀切，求同存异，不强求部门融合；在不可能改变监管机构的前提下，电信和广电各司其职；广电业要加强内容监管，确保影视节目和文化产品质量，保护影视作品的知识产权。第三，在市场经济环境下，鼓励电信业和广电业开放式发展，鼓励双方运营商发展宽带传输网络设施，对于具有三网融合性质的新业务，监管机构鼓励和提倡，至少不反对、不干预运营商合作。事实证明，这种态度是明智的。第四，我国政府强推三网融合，但不能急于求成。考虑我国具体情况，首先不要求部门或机构融合，就像欧盟的做法一样。但电信和广电应该以大局为重，积极拆除壁垒，努力营造三网融合的友好环境。

把握契机，力推 IPTV

当今的通信技术，尤其是基于 IP 的各种技术，使原本分属不同领域的电信和广播电视业提供相近或相同的服务。这些新技术和新业务的推广和普及，使消费者只租用运营商的一条通信线路就可以同时享受电信/电视/互联网三重服务。而最早出现的三重服务就是 IPTV，欧盟抓住时机突破，力推 IPTV 业务，将三网融合变为现实。

欧盟认为，IPTV 和传统电视有很大的不同，不是普遍面向大众的，其内容比较分散化，网络覆盖也比传统通信网络小，所以对大众的影响不如传统电视那么大。同时，IPTV 不是将内容主动传播给用户，而是用户被动地收看特定内容，更多的是由用户自己选择喜欢的节目。不过，对于有害、违法、影响青少年成长的内容要进行监管。但对 IPTV 的内容监管比较宽松，对于传统广播电视内容的监管比较严格，因为广播电视的内容会非常强烈地影响公众的态度和情绪。

2005-2006 年前后，在全球兴起 IPTV 热之时，欧盟的主要成员国，英国、法国、德国、瑞士等，由于政策法规为三网融合铺平了道路，抓住了机遇，IPTV 进展较快。来自不同市场调查数据表明，2006 年初，意大利电信 IPTV 业务范围遍及 20 个城市，覆盖全国 25% - 30% 的人口；2007 年欧盟 IPTV 市场规模在 2005 年基础上翻一番；2008 年，德国电信 IPTV 用户超过 100 万；2010 年之

前，欧盟 12% 的电视观众将使用 IPTV；2010 年，欧盟主要成员国的三网融合业务的市场总额将达到 75 亿欧元。来源：2010-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

日本四大手机厂商拟统一手机软件平台

日本四大手机巨头此次联盟，除了节约成本之外，还有一个更直接的目的，就是为了增强日本手机产商的竞争力，通过联合来壮大自己。这说明，单个品牌之间的竞争已经难以适应当前的手机市场，联合研发统一的手机平台，成为一种新的竞争方式的开始

日本四大手机厂商拟统一手机软件平台 共享资源成新竞争方式

共建共享越发成为一种发展趋势。近日，夏普、Panasoni(松下)、富士通、NEC 日本四大手机巨头已经达成意向，合作开发下一代手机软件标准化平台。目前，日本的四大电子公司均有自己的软件平台，而统一之后，下一代手机的研发成本将降低 50%。

四大巨头的合作开发不仅使得各自的时间及资金成本大大降低，更提升日本手机的国际市场竞争力，世界手机市场份额抢夺战必定会愈演愈烈。

四巨头联手“双增长”战略下的共享

据日本媒体报道，夏普、Panasonic(松下)、富士通、NEC 日本 4 大手机巨头目前已经达成意向，计划统一下一代手机软件平台。

据悉，基于削减研发成本和提升日本手机国际市场竞争力的考虑，4 大巨头针对 NTT 移动通讯通信标准，合作研发动画、音乐标准化的通用软件平台。2012 年 3 月起，(NTT)Dokomo 的下一代机型将配载该软件平台。

目前，日本的四大电子公司均有自己的软件平台，而业内人士测算，统一之后，下一代手机的研发成本将降低 50%。一般来说，每个手机模型研发为期 2 年，成本约 2.13-3.19 亿美元。这也就意味着，一代手机就可以节省 1 到 1.5 亿美元。

日本四大手机巨头此次的联盟，除了节约成本之外，还有一个更直接的目的，就是为了增强日本手机产商的竞争力。近年来，日本手机制造业在世界手机行业的地位不断下降，手机制造领域甚至出现了“加拉帕戈斯”现象，日本制造的手机只有在日本国内才会有销路，而无法走出日本。

2010 年 3 月，日本国内手机市场出货量约为 3400 万台，4 大公司占据 70% 左右。但是，4 大公司全球市场份额仅为 2% 左右，与诺基亚，三星存在着“与日本制造业在全球消费市场地位完全不符”的差距。

在这种产业危机日益严重的情况下，日本手机巨头不得不出招自救，一方面不同程度的采取各种措施维持国内市场份额，另一方面努力扩大海外市场份额，在“双增长”中实现战略的共享。

手机软件平台成行业竞争焦点

4月29日，全球最大的个人电脑厂商惠普宣布以12亿美元收购智能手机厂商Palm，PC厂商竟然押注移动互联网，业内无不为之哗然。其实，惠普之所以押宝Palm，是因为惠普认为此次收购重在操作系统，“智能手机只是一部分，Web操作系统才是重头戏”。

赛迪顾问预计，随着终端和业务逐渐成熟，2010年中国3G手机将迎来巨大发展，全年销售有望超过5000万部。在新的产业和市场环境下，手机软件平台成为竞争制高点。

我们可以看到，国外品牌都是提倡平台策略，无论是诺基亚主推的Symbian操作系统，还是摩托罗拉推广的Linux操作系统，甚至于多普达长期使用的Windows Mobile，都可以看出未来手机竞争的端倪，从根本上讲就是软件平台的竞争。

在被放大的需求效应下，手机炒股、手机支付、手机教育、手机防盗、来电防火墙、手机导航……名目繁多的软件应用跃跃欲试，2009年中国市场迎来电信业重组以及3G牌照的发放，众多手机应用软件开发商争夺无线互联网应用领地的擂台已经摆开，觊觎着面前万亿元规模级的市场蛋糕。在移动互联网应用平台尚不统一的现状下，谁把握了手机软件平台，整合好软件与服务，谁就把握了致胜点。

于是，手机软件平台就成为手机行业竞争的焦点，各大厂商无不伺机而动。

在2月份结束的2010年世界移动大会上，全球24家移动通信运营商宣布结盟，联合推出WAC开放应用平台。运营商代表表示，希望这一平台能够吸引更多开发人员，与苹果的软件商店App Store竞争。

去年年底，PC大厂戴尔宣布推出智能手机Mini3，却因为对智能手机所需的软件内容、平台并不拿手，而不被业界看好。由此可见，手机软件平台的优劣关系到手机品牌的存亡。

合力统一手机平台成趋势

早在日本四大手机巨头计划统一下一代手机软件平台之前，韩国三大移动通信运营商SK电讯、韩国电信、LG电信就表示，将与内容提供企业合作，实现互利共赢。近日韩国通信委员会称，在到2012年的3年时间里，韩国三大移动通信运营商将把无线内容盈利集中起来，用于推动共同合作项目。

众所周知，日本和韩国的通信业都很发达。然而，纵使韩国和日本的通信企业在各自的国内做得风生水起，受国内市场规模的制约，两国的通信市场都已达到饱和，他们不得不开始寻求海外拓展。由此不难发现韩国内容产业的野心，也不难看出日本手机企业经过几年的没落，急于重振雄风的迫切。

值得注意的是，在日韩通信业开始拓展海外市场时，他们都选择了促成本国企业间的合作，通过联合来壮大自己。这说明，单个品牌之间的竞争已经难以适应当前的手机市场，联合研发统一的手机平台，成为一种新的竞争方式的开始。

以日本的电子公司为例，四大电子公司统一软件平台之后，下一代手机的研发成本将降低 50%，每个手机模型成本约 2.13 亿~3.19 亿美元，联合的效率不言而喻。

那么，中国手机业是否也需要自己的统一手机平台软件呢？

国内手机产业发展多年，国产手机的市场份额在国内手机整体市场提升极快。今天中国国内已拥有了 7.6 亿手机用户，并且国内几大运营商还有统一的主管部门。此时推出中国自己的手机操作系统可谓占尽“天时地利人和”，出于成本和沟通的考虑，已是一件迫在眉睫的事情了。也许，开发中国人自己的“CPhone”，已经是时候了。来源：2010-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

印度 3G 牌照拍卖价格升至 26.5 亿美元

据国外媒体报道，印度政府网站周六宣布，印度 3G 牌照竞拍价格已经达到 26.5 亿美元，而起拍价仅为 7.8 亿美元。

截至周五，已经有运营商出价 1206.9 亿卢比(约合 26.5 亿美元)出价竞购 3G 牌照，为 350 亿卢比底价的 3.5 倍。

分析师预计，拍卖活动预计在未来几日内结束，成交价格预计可达到 1225.2 亿卢比(约合 26.9 亿美元)。

本次 3G 牌照拍卖始于 4 月 9 日，共有 9 家运营商参与竞拍，将颁发 4 张 3G 牌照，第五张预留给 2 家国有运营商。

印度 3G 牌照拍卖原计划于去年 1 月进行，但由于政府在最低底价上出现分歧，历经数次拖延至今。来源：2010-5-9 赛迪网

[返回目录](#)

三意大利电信供应商推 25 亿欧元宽带项目

通信产业网讯三家意大利电信供应商日前表示，它们将推出一个 25 亿欧元的项目，建立一个覆盖意大利主要城市的宽带网络。据悉，这三家公司是沃达丰空中通讯公司(VodafoneGroupPLC,VOD)，Weather Investment 旗下的 Wind 和 Fastweb SpA (FWB.MI)。它们在米兰联合推出了这一项目。

报道称，该项目可能会被扩大，包括至多 85 亿欧元的投资，以覆盖所有居民超过 20,000 人的意大利城镇，大约相当于总人口的 50%。这些公司还表示，它们的项目对 TelecomItalia 以及私人投资者开放。TelecomItalia 是意大利最大的电信公司，并曾经是行业垄断者。来源：2010-5-10 通信产业网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

中国联通加强与诺西合作

日前，中国联通与诺基亚西门子通信签署了 2010 年继续购买 GSM 和 WCDMA 等移动网络设备与解决方案的框架协议。此协议进一步巩固了诺基亚西门子通信与中国联通的合作关系。

根据该协议，中国联通将采购诺基亚西门子通信 GSM、WCDMA 设备与 HSPA 解决方案，其中包括诺基亚西门子通信独特的 Direct Tunnel 技术，以经济高效地满足数据流量不断增加的需求。来源：2010-5-6 都市快报

[返回目录](#)

网络运营商重心转向新业务

运营商重心由网络建设向网络完善与新业务开展转移。受益设备商将出现结构性调整。海外市场资本开支提高，预计 2010 年 2、3 季度国内配套服务商会 有订单确认。

资本开支下滑

数据：2010 年上半年，累计完成电信固定资产投资 358.5 亿元，同比下降 20.19%，远低于去年同期 7.8% 的增速。

主要原因：三大运营商无线业务资本开支高峰已过，运营重心由网络建设向网络完善与业务开展转移。

展望：全年资本开支呈现明显下降趋势。三大运营商(上市公司)层面看，2010年合计计划资本开支总量同比下滑16.09%，至2,355亿元。

运营商业绩较差

设备商业绩较好

天相通信行业共包括52家上市公司，总体上收入增长，利润下降。2009年合计实现营业收入2,627亿元，同比增长4.33%；实现归属母公司净利润92.5亿元，同比下降62.82%。2010年1季度合计实现盈利收入648.43亿元，同比增长8.61%；实现归属母公司净利润12.34亿元，同比下降30.42%。

这52家公司中，考虑到公司的内生成长性，我们选取33家公司进行分析。这些公司首先被分为大公司与小公司，然后再进行子行业划分。大公司主要包括中国联通，中兴通讯。小公司包括光通信类、辅助设备、增值服务、终端、专网通信、导航等六个细分行业。

大公司

中国联通：需要利用目前的产业链优势，迅速扩大用户群，提供差异化的有粘性的增值服务(不仅仅是信息通道)，领先于竞争对手。公司提供低门槛的3G套餐有利于扩大公司用户群，预计新增3G客户有望迅速突破100万，维持“增持”投资评级。

中兴通讯：2010年不确定性增加，但是估值优势明显，维持“增持”投资评级。

光通信

光通信2009年及2010年1季度在细分行业表现最为出色，景气可持续。其中，光纤光缆增速最快(量价齐升)，光传输与光器件次之。

数据通信流量的增加是大趋势，一方面是“光进铜退”，另一方面是市场需要提高信号传输过程中光电转换的速度与效率。在信号交换过程中。骨干网、城域网、接入网，每个环节都有升级的空间。政策面，工信部等七部委联合印发了《关于推进光纤宽带网络建设的意见》，计划到2011年，光纤宽带端口超过8,000万，城市用户接入能力平均达到8兆比特每秒以上，农村用户接入能力平均达到2兆比特每秒以上，3年内光纤宽带网络建设投资超过1,500亿元。

展望：光纤光缆毛利率或有下降，市场供给较多，行业议价能力下降。

依次推荐：光迅科技(002313)、烽火通信(600498)。

辅助设备

2009年及2010年1季度辅助设备商利润增速快于收入增速,但其细分子行业表现各异。配线类、测试优化类表现出色,电源类企业表现差异较大,无线覆盖业务、运维类、网络测试类上市公司收入增速快于利润增速。

展望1:运营商网络体验不佳,预计未来3年内,网络优化都会是投资的重点。结合运营商网络建设及运营进度,运维优化会是后期的重点。

展望2:此外国内光通信铺设会给一些辅件厂商带来机会。如做配线的日海通讯与新海宜。

展望3:印度等地方3G招标,一方面给中兴、华为带来机遇,此外与主流设备商建立稳定供需关系的厂商带来机遇。如日海通讯、光迅科技、武汉凡谷等。

依次推荐:世纪鼎利(300050)、新海宜(002089)、日海通讯(002313)、三维通信(002115)、武汉凡谷(002194)、科华恒盛(002335)。

增值服务

2009年及2010年1季度增值服务商表现欠佳,新的增值服务尚未展开,国内SP整治,影响利润。

展望:三大运营商业务压力均比较大,一方面需要开拓新的业务,另一方面也需要占据新业务的产业链核心地位,各种SP服务是业务推广的重点。

目前在A股上市的北纬通信和拓维信息,目前都处于行业的第二梯队,现在还处于行业发展初期,二者的业务用户粘性还不够强,在行业快速发展过程中,有一定风险,但未来空间巨大,高成长可以期待。

依次推荐:拓维信息(002261)、北纬通信(002148)。

终端系列业务

运营商招标不多,终端系列业务商业绩平平。

展望:智能卡、上网卡等是B2B行业,核心是在拥有技术的前提下,与运营商有紧密的粘性。在中国运营商拥有更强的议价能力,所以卡类终端供应商业绩将优于2009年。通信运营商增加收入的核心来自于新用户与新业务。新用户需要更多的通信卡。新业务可以搭载辅件,包括SIM卡、SD卡等。

依次推荐:恒宝股份(002104)、大唐电信(600198)、东信和平(002017)。

导航通信

2009年及2010年1季度导航通信商下游需要客户差异较大,业绩波动也大,整体上收入增速快于利润增速。

展望:国家信息化是大趋势,行业整体看好。

推荐:北斗星通(002151)。

三条投资主线

根据“运营商投资结构调整”、“新业务需求”和“海外‘回暖’”三条主线，做了进一步梳理，不同的主线对应的时点会有不同。

未来3个月投资时点把握：(1)印度3G牌照竞标结束，产能如何转移会有定论。(2)国内三网融合方案会有细则出台，对于光接入业务进度会有更确定的判断。(3)中国联通苹果引入传闻，运营商携号专网，运营商资费下调或有定论，对运营商竞争格局将有影响。(4)中国移动TD扩容招标在6月份或有结果。

重点推荐：新海宜、日海通讯、世纪鼎利、恒宝股份。建议关注：中兴通讯、光迅科技、烽火通信、大唐电信。来源：2010-5-11 证券时报

[返回目录](#)

移动通讯厂商开始加快跨行业营销

在刚刚结束的北京国际车展上，中国联通、SK电讯、三星手机等通讯领域的运营商与厂商都看准了这个难得的机会，与传统企业进行合作，进行跨行业营销，并取得了很好的效果。

中国联通与上海汽车推3G互联轿车

近日，在2010(第十一届)北京国际汽车展览会上，上海汽车胡茂元董事长与中国联通常小兵董事长共同揭幕了上海汽车自主品牌的又一重量级产品——3G互联轿车荣威350。这标志着我国以WCDMA 3G高速无线网络为载体的汽车信息化时代的到来。

荣威350的成功打造是通讯行业与汽车行业优势互补、强强合作的新起点，为双方进一步提升市场竞争力注入了新的活力，也将大大提升我国汽车制造业和通信业的发展潜力。据悉，车主可通过WCDMA 3G网络实时流畅地使用车载信息检索、股票交易、实时路况导航、电子路书和社群交流等各种功能，为车主带来全新的行车体验。

中国联通董事长常小兵表示，双方合作必将成为通信行业与汽车行业优势互补、强强合作的成功典范。依托双方优质的用户资源和先进的技术优势，在相互提供优质服务的基础上，进一步共同推进在汽车信息化发展领域的深度合作，向广大用户提供高度融合、无所不在的3G汽车信息服务和汽车信息体验，为国内汽车制造业和通信业的发展增添新的活力。

SK电讯发布移动通信汽车电脑系统

SK电讯日前在2010北京车展上首发其为电动车设计的第一个移动通信汽车电脑系统MIV。据悉，这些新的功能将通过无线网络连接，获取即时电池状态、

充电站与费率等实时信息，使电能使用变得更为智能与环保。在展示适用于电动车辆的全新 MIV 的同时，SK 电讯也将展示其于去年发布的适用于常规车辆的 MIV。

有关专家表示，MIV 是一项真正融合了手机与汽车功能的移动服务。在过去，只有路线导航、位置信息与数据通信等少量服务可以通过连接汽车与网络的传统远程信息服务提供。

SK 电讯目前正在与韩国主要汽车生产商磋商，以期能够在 2012 年以前发布的新车型上装载 MIV 功能。公司同时也希望通过与全球车企及汽车组件生产商的战略合作进一步巩固其全球领导地位。

三星手机开始主推绿色概念

三星手机携手 BMW 宝马汽车共同参与 2010 北京国际车展公益主题活动。活动现场不仅展出了三星 S5628 摩天手机、三星 S5150 名媛手机以及三星阿玛尼 II 等多款引入绿色环保理念的新机产品，其中最引人注目的是三星 Wave 手机。

记者在现场看到，三星 Wave 手机已经内置了多个 SNS 客户端，包括开心网、人人网、MSN、QQ。可以看出这款新推出的旗舰产品也非常适合年轻人使用，设计十分周到。

据悉，早在年初的 MWC2010 大会上，三星就发布了 Wave 这款搭载 Bada 全新智能系统的手机，而接着本月初在北京召开的中国三星论坛上这款手机也是首次亮相国内。据在场工作人员告诉我们，三星 Wave(S8500)将很快在国内上市，其上市价格在 4000 元左右。来源：2010-5-5 北京商报

[返回目录](#)

微软诺基亚联手推企业移动通讯软件

据国外媒体报道，诺基亚和微软今天共同推出了供诺基亚手机使用的微软 Communicator Mobile 应用。这是两家公司合作推出的第一款应用。

微软 Communicator Mobile 能够直接连接至企业的通信系统，从而使移动中的协作更加流畅。诺基亚 E 系列智能手机的用户目前已经可以通过诺基亚 Ovi Store 应用商店下载这款应用。

通过微软 Communicator Mobile，用户可以看见同事的在线情况，并选择多种方式与他们联系，包括电子邮件、即时通讯工具、短信和电话。

这款应用最初将推出供 E72 和 E52 使用的版本，未来将预装在诺基亚部分手机中。微软和诺基亚还计划使这款应用支持其他型号的诺基亚手机，例如最新推出的 E5。来源：2010-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

思科与 VMware 扩展合作支持客户构建私有云

昨日，思科和 VMware 正式宣布进一步扩展两家公司的合作关系，启动全面的渠道合作伙伴加速计划。长期以来，思科和 VMware 有着共同的数据中心虚拟化愿景，旨在支持客户构建私有云。这一全新计划面向双方共同的渠道合作伙伴，即具备思科数据中心专业化能力，同时又获准经销 VMware 解决方案的合作伙伴。合作伙伴将可以享受到诸多的全新优势，包括解决方案培训、解决方案捆绑等。来源：2010-5-6 新闻晚报

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动 OPhone2.0 即将发布

中国移动的 OPhone 平台自面世后一直备受关注，并吸引了诺基亚、摩托罗拉、联想等国内外手机巨头纷纷参与 OPhone 智能手机的研发与生产。OPhone 平台源自 Android，但内嵌了丰富多彩的中国移动特色业务，保持了良好的兼容性。

当前，OPhone 平台也在加快自身完善升级的步伐。据来自中国移动研究院的消息，OPhone 2.0 版本即将在近日正式发布。2.0 版本在原有版本的基础上，从五大方面对 UI 进行了重新设计，将把用户操作体验提升到全新的高度。

据悉，OPhone2.0 的五大改进方面分别是：

第一，解锁升级。解锁圆圈的设计是 OPhone 的一大特色。在 OPhone2.0 版本中，用户从手机屏幕任何地方点击都可以呼出解锁圆圈，操作更为便捷。此外，新系统还增加了指引提示解锁动画，统一了桌面与屏保壁纸，并支持动态壁纸在解锁页面显示。

在 OPhone2.0 版本中，用户从手机屏幕任何地方点击都可以呼出解锁圆圈

第二，主页面全面升级。对操作系统而言，主页面就是“脸面”。OPhone2.0 在保持清爽风格的基础上，对众多细节进行了改进升级，使主页面在美观的同时更加人性化。具体包括：1.减少排列密度，使用 4x4 排列；2. 统一图标风格、颜色与角度；3 修改图标语义，更直接表达意思；4.增加动态壁纸。

OPhone 主页面新旧版本对比

此外，OPhone2.0的主页面升级还包括：增加多应用的快捷入口；改进固定电话页面的快捷方式；强调语音拨号的位置；增加备选人的列表下拉；以及快捷的3D切换主屏幕。

实现快捷操作是OPhone2.0主页面的另一大特色，这方面的改进包括：1. 蓝牙、信号、GPS、屏幕亮度、无线连接等快捷开关；2. 音乐播放快捷控制，壁纸跟随声音变化。3. 快捷给某人直接打电话，发短信；4. 桌面建立了文件夹管理模式。

第三，引入大 widget 概念。Widget 给用户提供了简易接口来执行一些常用功能。OPhone2.0 版本首次引入了大 widget 概念，将手机人性化操作提升到了新的高度。譬如，手机最简单也是最常用的显示时间功能，就在 OPhone2.0 中被设计成了一个“可以用手播动的表”，用户不必再繁琐地输入数字来修改时间。

OPhone2.0 引入了大 widget 概念，将人性化操作提升到了新高度

第四，减少操作步骤。OPhone2.0 版本解决了 1000 多条用户反馈意见，对一些用户集中反映的问题进行了重点升级，譬如减少了一些应用的操作步骤。其余 80% 的细节修改用户都能在日常使用中体会到。

OPhone2.0 解决了 1000 多条用户反馈意见，减少了一些应用的操作步骤

第五，更统一的图标。鲜活而生动的图标也是 OPhone 的一大特色，OPhone2.0 在原有版本的基础上对图标风格进行了再次统一，在一目了然的基础上增添了趣味性。

OPhone2.0 在原有版本的基础上对图标风格进行了再次统一

据介绍，OPhone 的 UI 设计不久前获得了首届中国金体验 IT 设计大奖。此次 OPhone2.0 的全面升级，给用户提供了更加个性化的服务和更具有亲和力的体验感知，用户可以借助 OPhone2.0 进行深度的个性化设计，通过交互式体验享受无限的移动互联网服务。来源：2010-5-10 移动 Labs

[返回目录](#)

中移动数据业务分成模式将变：SP 与 CP 分开

知情人士透露，中国移动正酝酿数据业务分成模式改革，其中关键之处是，将把 SP 收入和 CP 收入分开，这将对现有 SP 企业产生重要影响。至于卓望将拿中国移动 SP 收入的 10% 则是之前早就有的事情，应该也不会有变化。

SP 是指移动互联网服务内容应用服务的直接提供者，即数据业务产品供应和渠道商；CP 是指数据业务内容提供商。

目前，中国移动数据业务分成模式有多种，一种是 15%：85%模式，即中国移动拿 15%，SP 拿 85%，这种模式下，中国移动负责提供代码，SP 负责产品宣传、客服、渠道拓展；另一种是 30%：70%模式，这种三七分成模式中，中国移动只管代码和产品推广；还有一种是五五分成模式，中国移动不仅负责代码和产品推广，还提供客服。

第四种是 MD 业务，把收入分成四块：中国移动拿 15%，卓望拿 10%，SP(渠道方)40%，CP(产品方)拿 35%。

此前有媒体报道称，中国移动将调整业务模式，卓望将分一成。对此，知情人士表示，所谓卓望拿 10%一直是存在的，卓望是业务平台支撑公司，今后也肯定要拿 10%，这不是改革后的结果，而是改革前就形成的。

不过，中国移动酝酿的分成模式改革仍然具有震撼力，即把数据业务的产品和渠道在收入方面要分开，以往 CP 很大程度上都依附于 SP 的结算，而此次 SP 和 CP 肯定将分开，CP 直接参与分成。

知情人士表示，这样便于中国移动对内容直接管理，也将避免“涉黄产品”找不到处罚源头。目前模式下，有些 SP 将业务层层转包，出了问题，SP 自己也找不到制造出问题的 CP，中国移动更加找不到根源，现有模式改革显得就非常有必要了。

不过，这对现有诸多 SP 企业来说将同样意味着生存方式的转型，目前，各 SP 企业均在等待相关政策的出炉。来源：2010-5-7 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

电信推出天翼 News 业务

飞象网记者昨日获悉，中国电信四川公司 4 月底推出了名为“天翼 News”的业务，内容源自四川电信手机报平台。同时拟计划独立推出基于手机阅读的应用。

据了解，天翼 News 是四川电信独立开发应用的一项业务，据四川电信天翼空间运营中心人员透露，此业务实质属于电信内部的一个资源共享平台。

据悉，天翼 News 内容源自四川电信手机报平台，集新闻、娱乐、幽默、校园逸事等内容于一体，内容主要涵盖国内外资讯、校园、汽车以及仅限四川本地使用的优惠券等四大版块。

其产品具有快捷的阅读方式，精美的阅读界面，强大的阅读功能；同时可以随时随地看新闻并发表自己的观点；此外，还有商家最新打折信息，也可通过手机发短信与朋友分享。

另据透露，在与中国电信集团统一规划、浙江电信具体运营的手机阅读业务不产生冲突的前提下，四川电信天翼空间运营中心拟推出基于手机阅读的应用。如数据单本下载、离线阅读等应用，目前尚处于研发阶段，还没有实质性内容。

在此前的4月30日，中国电信原计划推出的手机阅读服务由于内容尚未完善推迟上线。而早在2009年下半年，中国移动就在浙江设立了阅读基地，参与的产业链各界包括中国移动、卓望、华为、盛大等，其中卓望主要负责运营管理，华为负责技术，盛大则是阅读基地的主要内容提供商。同时中国联通也计划在广东建立类似基地。

据了解，截至2009年年底，我国手机阅读市场活跃用户数已经超过1.55亿。专家认为，运营商已将手机阅读定位为继手机音乐之后的最具潜力增值业务。

易观国际分析师也表示，电信运营商进军手机阅读市场，能进一步提升用户使用黏性并有效扩大用户群，一方面借助规模化效应降低网络边际成本，另外也有利于保证市场竞争地位。来源：2010-5-11 飞象网

[返回目录](#)

北京电信将新建两大数据基地

昨天，在北京电信“IDC业务3G应用新功能推介会”上，北京电信表示，2010年将新添永丰和亦庄两大IDC(互联网数据中心)基地，并首家将3G业务应用于IDC基地的运营之中。

据北京电信相关人士介绍，2010年北京电信又将新添永丰和亦庄两大IDC基地，之后总面积将达8.8万平方米。

同时，北京电信还宣布推出融入3G应用的IDC业务平台，实现将用户所关心的各种IDC运行数据、视频监控、报警信息等内容迅速发送到用户的手机终端。来源：2010-5-8 京华时报

[返回目录](#)

重庆电信推出两个月免费升级宽带体验

从本月17日开始，重庆宽带用户可以用同样的价格，享受更高的带宽。本报记者昨日获悉，中国电信从2010年电信日(5·17)开始，将全面升级现有宽带，

其中，重庆电信宽带用户在提交相关申请后即免费提速 1M，即原本是 1M、2M 带宽的电信用户在提速后将在两个月内获得 2M 和 3M 的带宽，两个月体验期后用户还可用积分等方式续约。

体验只提速不提价

据重庆电信有关负责人向记者透露，2010 年的 5·17 电信日，中国电信将在全国范围内进行宽带免费提速，在重庆，电信将针对主城区 ADSL 家庭宽带用户提升 1M 的带宽，范围包括老用户和新用户。

重庆电信该负责人介绍称，以目前采用 e8-88 元套餐的电信宽带用户为例，提速前他每月支付宽带费 88 元，获得 1M 带宽的网速，提速后，他每月依然只交纳 88 元，带宽却升级为 2M，比之前翻了一倍；同样，电信 2M 宽带用户，月资费不变前提下，带宽变为 3M。

带宽升级网友的上网体验将有何不同？据上述人士称，2M 的宽带最高理论下载速度可以达到 256K/秒以上(极限速度可远高于此)，就是下载一部 500M 左右的高清电影，约半个小时就可以下载完，比 1M 带宽节约一半的时间，这能够让用户获得更高效的网络应用。

需在月内报名

同时，据本报记者获悉，目前，重庆电信已经从 4 月下旬进入宽带用户提速申请的提交阶段，本月内，我市电信宽带新老用户可以登录网上营业厅报名。

“用户使用宽带账号登录网厅专题页面，填写简单的调查问卷并留下联系方式后，即可提交提速申请。”重庆电信人士称，用户申请受理后即可免费提速 1M，自受理次月起的两个月后恢复原速率，不过，即使是体验期的两个月完结后，电信老用户可以不用花钱，而通过积分兑换等其他方式进行续约，继续提速。

据记者了解，本次电信在全国范围内尝试不加资费推销全新升级网络，在电信业界已经引起广泛关注，有业内人士分析认为，之前，人们对宽带的界定通常是 2M，但 2010 年开始宽带的认定提升到了 4M，电信首次免费提速也是在这个背景中出炉，为电信业宽带升级的“破冰”尝试，宽带网络后续还有望出现变化。

来源：2010-5-5 重庆晨报

[返回目录](#)

【中国联通】

联通大幅下调国际长途资费

即日起至9月30日，联通在深用户可获得最低0.29元/分钟的国际长途优惠。记者昨天从联通公司获悉，市民不用申请，也无需另交月费或功能费，省内拨打时在号码前加拨10193即可。

此次资费下调涵盖联通旗下的世界风、如意通、新势力、万众卡等品牌套餐。与以往国际长途资费优惠仅针对实名制的后付费用户不同，此次联通所有预付费品牌用户均可选择该优惠，显示出运营商吸引用户扩大市场份额的渴望。

联通此次对不同国家和地区的长途优惠进行了区分，用户拨打频次越多的国家和地区，优惠幅度越大。其中，拨打美国和加拿大的直拨标准资费为0.8元/6秒，即8元/分钟；使用10193拨打的资费则为0.29元/分钟，优惠幅度约96.3%。

就具体优惠来看，联通用户拨打英国、德国、意大利、香港、新加坡等地长途也是0.29元/分钟，但欧美各国部分特定号码需要0.49元/分钟—1.99元/分钟不等。拨打台湾、日本等地资费为0.39元/分钟，部分特定号码为0.99元/分钟。拨打澳门的资费为0.89元/分钟。

相比以上市民拨打较多的区域，中东、南美、东南亚、北欧、非洲等区域的资费较高。其中拨打科威特、赞比亚、委内瑞拉、安哥拉等9个国家的长途为0.99元/分钟—1.19元/分钟。拨打沙特、土耳其、埃及、西班牙、印尼、丹麦、新西兰、坦桑尼亚等25国的长途为1.99元/分钟。

拨打非优惠国家或地区的国际长途，联通将按现行资费标准收取。市民可通过上网、拨打服务热线和营业厅咨询三种方式了解优惠覆盖的国家地区。

此外，国际长途话务量较大的市民还可选择包月形式获得国际长途资费优惠。联通现有18元、28元两种包月套餐供选择，市民申请后，每月省内拨打国际长途分别需最低消费18元、28元，在省内采用直拨、加拨17911、加拨10193等各种形式打国际长途均可享受以上优惠。来源：2010-5-11 深圳特区报

[返回目录](#)

湖北联通下调3G可视通话费

湖北联通昨日公布了2款新的3G套餐，将可视通话费用下调了1/3。

联通这次推出的新套餐，套餐内交 66 元月租，当月可免费拨打 10 分钟可视通话，接听免费；套餐外可视电话拨打资费，则由每分钟 0.9 元调整为 0.6 元，接听免费。

目前，湖北移动视频通话的本地基本通话费为：主叫每分钟 0.4 元，被叫免费；国内漫游视频通话费用为：主叫每分钟 0.6 元，被叫每分钟 0.4 元。来源：2010-5-5 楚天都市报

[返回目录](#)

中国联通手机营业厅开通交费充值功能

5 月 10 日消息，中国联通携手支付宝、财付通等第三方支付公司正式推出手机营业厅(wap.10010.com)交费充值业务。联通用户可直接用支付宝、财付通余额为自己的手机、固话、宽带、小灵通交费充值，同时还可以为全国其他联通用户交费充值。此举在国内电信运营商中属首创。

值得注意的是，当用户的支付宝、财付通帐户余额不足时，联通手机营业厅还可从用户的工行、建行、招行、光大银行直接转帐完成支付功能。

中国联通手机营业厅(wap.10010.com)目前开通了手机、固话、宽带、小灵通的交费充值功能，之后将逐步增加购买充值卡、3G 号码套餐、手机等产品的功能。更值得一提的是，用户通过手机营业厅充值还可享受 9.85 折的优惠。来源：2010-5-10 新浪科技

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴推出 Android 手机

昨天，中兴通讯与法国电信运营商布依格电信合作推出两款新手机——中兴通讯首款基于 Android 系统智能手机 Link 和触摸式手机 Cute。用户只需要预付 29 欧元即可获得中兴通讯发布的第一款 Android 手机 Link。

中兴通讯 2010 年一月份加入了谷歌开发的手机操作系统 Android 阵营，并计划在 2010 年第一季度推出搭载谷歌移动操作系统的手机。中兴通讯一直为国外运营商生产定制手机，根据国际市场调查公司 iSuppli 的数据显示，2009 年中

中兴通讯手机终端销量超过 6000 万部 ,在第四季度跻身全球前五。来源 :2010-5-11
新京报

[返回目录](#)

中兴通讯为世博会提供 IPv6 方案

中兴通讯提供 ZXR10 T1200/T600 高性能多业务路由器实现上海世博会的 IPv6 解决方案 , 目前开始为世博会的信息枢纽——世博新闻中心以及签约酒店服务。

通过中兴通讯高性能多业务路由器 , 实现 IPv6 网的核心功能 NAT-PT , 解决了 IPv4 与 IPv6 的互通问题 , IPv6 地址池将比 IPv4 的地址池能够多支撑至少 14000 个以上的用户同时并发访问 , 大大提高用户访问的效率 , 并节约了大量 IPv4 地址。相关用户将实现对世博官方网站的访问以及对 Internet 资源的使用 , 体验到动态页面、静态页面、媒体浏览、投票系统、票务系统、视频播放等多方位的功能应用 , 推动世博通信网络服务更加高效、便捷。

中兴通讯该款产品凭借 IPv4/IPv6 的双栈技术及 IPv6 多业务支持能力的全面解决方案 , 得到了上海电信的高度认可 , 成为世博会唯一的 NAT-PT 设备提供商 , 并根据世博会要求开发了多跳链接、DNS-ALG 解析、页面强推等多项定制功能。

中兴通讯承载网产品副总经理、数通产品总经理赵强表示 , 在 IPv6 时间窗到来之时 , 中兴通讯已经做好了准备。中兴通讯是 IPv6 领域的积极推动者和先锋 , 其在 IPv6/IPv4 技术上的研发投入已持续近十年 , 是国内首家获得 IPv6 Ready 第一阶段认证的厂商 , 推出从业务终端到接入到承载核心的端到端的可平滑演进 IPv6 解决方案 , 促进了 IPv6 在实际网络中的快速应用。来源 : 2010-5-5
中国证券报-中证网

[返回目录](#)

【华为】

华为 LTE 北欧突围记

4 月 27 日-29 日 , 华为 2010 分析师大会在深圳召开。会议期间 , 华为就其未来无线及宽带网络发展、行业最终需求、运营商发展面临的挑战与机遇以及华为海外成功案例 , 与众多行业分析师进行了沟通。本期“分析华为”特别策划 , 我们将为您呈现华为 2010 分析师大会观点全貌。

华为无线营销工程部副总裁谭竹刚刚从欧洲回来。在欧洲这个 LTE 发源地，奋斗了三年半的他见证了华为在 LTE 领域的突破历程。从全球首个 LTE 商用合同 TeleSonera 到全欧最大的 LTE 合同 Telenor，再到瑞典运营商 Net4mobility、比利时运营商 Belgacom 集团。

近日，在华为 2010 分析师大会期间，谭竹全面披露了华为突破欧洲 LTE 市场背后的故事。

LTE 在移动通信发源地突围

在技术更新换代中与海外巨头齐头并进一度被中国通信人视为奋斗的目标。而在被称作准 4G 的 LTE 市场，华为做到了这一点。2009 年 1 月，华为与爱立信同时宣布，共同承担瑞典运营商 TeleSonera 的全球首张 LTE 商用网络建设。

为什么 TeleSonera 会选择华为？在谭竹看来，除了华为在 LTE 方面的技术积累外，华为凭借第四代基站、SingleRAN 形成的 LTE 商用经验是重要原因。“华为的无线解决方案基于 SingleRAN 平台，即便是 GSM/UMTS 设备也可以支持 LTE，这是我们最独特的优势。这使得我们一开始拿给客户的就不是 LTE 原型机，而是可用、好用而且经过商用验证的设备。第三方测试也证明，华为提供的网络在数据吞吐率上是另一个网络的两倍，网络切换成功率等指标也远好于另一个网络。”

谭竹披露了一个细节，由华为承建的 TeleSonera 挪威地区 LTE 网络速率和切换成功率都高于对手一倍。“这代表了 LTE 设备是否真正可商用。”事实上，前 4G 时代，商用经验正变得前所未有的重要。有设备商人士表示，在 LTE 这个舞台，通信设备厂商产品推出时间点的差距正在从过去的 3-5 年，缩小到 0.5-1 年。

华为于 2007 年底提出第四代基站概念，以降低运营商从 2G 到 3G 网络升级的成本。2008 年，在第四代基站的基础上，华为形成了以 SingleRAN 命名的整体解决方案。SingleRAN 和华为无线赖以起家的分布式基站的原理一脉相承，都针对降低运营商的总体拥有成本(TCO)，只是分布式基站针对前期建设选址，SingleRAN 则针对后期运维成本。

由于 GSM 网络已经过十余年的大规模建设，网络“老化”使得运营商的运维成本大幅上升。“原来运营商认为，对 GSM 网络的态度应该是限制投资，但现在发现即便不进行新的设备投资，运维成本还是耗资不菲。而如果进行网络替换，不仅能够提供新的 3G 数据业务，还能将 GSM 换成新的。”谭竹说。此外，发达国家市场，尤其是欧洲，3G 网络建设较早。“在数据业务没有特别需求下建设 3G 网络，但数据业务兴起后，网络却又不足以支撑，可以说，整个行业发展走了一段弯路。”

正是凭借网络替换能够给运营商带来巨大收益，华为打动了运营商。自 2008 年 12 月，德国 O2 和华为签署了华为首个 SingleRAN 订单。目前华为已经在全球部署 40 个 SingleRAN 网络。截至 2010 年一季度，华为第四代基站出货量已经累计超过 390 万载频。

此后，凭借在 TeleSoneraLTE 网络建设中的表现，总部位于挪威的 Telenor 选择华为作为其无线侧的独家供货商，升级其位于挪威境内的现有 2G/3G 网络，并实现向 LTE 的平滑演进。瑞典运营商 Net4mobility 也选择华为作为 LTE 供货商。一时间，华为的表现给了其他设备商巨大的压力。而凭借在 LTE 本土欧洲的表现，华为也赢得了其他地区运营商的信赖。

联合研发敲开顶级运营商大门

九层之台，起于垒土。华为在北欧 LTE 市场的突破，同样基于华为在无线领域与欧洲运营商大量前期合作。“在与欧洲运营商沟通的过程中，我们的感受是，不管是 Telenor、沃达丰还是法国电信，选择供货商的标准中排在首位的是可信性，这里的可信不仅指产品也指供货商是不是值得信任。其次才是解决方案的竞争力。最后是交付和服务能力。”谭竹说。

建立联合研发中心是华为加深和欧洲运营商合作的平台。Telenor 挪威的首席执行官 Ragnar Karhus 就表示：“选择华为，是因为综合考虑到华为在大规模网络搬迁方面有着极为丰富的经验，能够保证技术质量和可靠性。另一个重要原因是华为与 Telenor 建立了联合创新中心，在这个令人兴奋的平台，我们可以更加紧密地合作以开发未来的业务与网络，同时进一步提升了我们作为领先的移动运营商的地位。”

欧洲不仅是华为最早尝试和运营商共建联合研发中心的地区之一，也是联合研发中心最密集的区域。比如，仅与沃达丰，华为就建立移动、网络、软件和核心网四个联合研发中心。此外，在欧洲，华为同时设立了其全球唯一一个产品管理部，以更紧密满足欧洲运营商对产品和解决方案的独特需求。

事实上，联合研发已经不是出于前沿技术开发的需要。“我们在全球运营商沟通过程中的感知是，必须在战略发展方向、业务创新和发展能力上和其匹配。和欧洲大 T 的合作不能在标书出来后，而应该在网络规划发展前期进行深入讨论和合作，否则等到标书出来，设备满足度很差，价格上的优势不足以弥补满足度上的劣势。”华为网络产品线副总裁高戟表示。

升级 SingleRAN

尝到 SingleRAN 甜头后，2010 年巴塞罗那世界移动大会期间，华为再次发布了 SingleRAN 解决方案升级版 SingleRAN@broad。

据谭竹介绍，如果说从第四代基站到 SingleRAN 表明整个网络解决方案成熟了，SingleRAN@broad 则强调 SingleRAN 能够为运营商带来的价值，这也代表了华为公司整体理念的转变。“去年以来，华为更关注运营商的用户，也就是通信行业的最终客户，更关注提供端到端解决方案，而不只是设备性能。”

“华为提出 SingleRAN@broad 解决方案，主要是为了解决移动宽带发展过程中运营商面临的一系列挑战，以便让 SingleRAN 给移动宽带带来价值。这些挑战包括：网络容量、用户体验和成本。”谭竹说。

比如，针对用户体验，华为提出，未来的无线网络应该能够知道什么人在使用什么业务，具有什么样的行为特征，并据此自动调整，最终实现针对客户的体验组网。而这恰恰与运营商的需求一致。中国移动就在其 2010TD 网络扩容优化工程中，提出了以体验为导向的组网理念。

无论是 GSM 还是 3G 网络，向 Single 转变已成潮流。现在，在欧洲运营商中，网络革新已经成为和 LTE 一样的时髦话题。在谭竹看来，华为最大的成功在于，“华为的新解决方案，使一些不可能的事情变成可能。”

链接 Single RAN 发展史

·2008 年 12 月，德国 O2 选择华为 SingleRAN，2009 年 6 月商用，建设了全球首个 SingleRAN 网络。

·2009 年 5 月，美洲移动巴拿马子网 Claro 采购 SingleRAN，建设了全球首个 SDR 网络；法国 SFR 建设了欧洲首个 SDR 商用网络。

·2009 年 6 月，华为与 TeliaSonera 芬兰部署欧洲首个基于 SDR 技术的 SingleRAN 网络。

·2009 年 7 月，华为继续发布了包括全球首个多制式融合的 BSC 和基于多模 SDR 技术的双发 RRU 等一系列新产品，大幅增强华为 SingleRAN 解决方案的性能。华为还推出基于 SingleRAN 的 CDMA 双频网商用解决方案。

·2009 年 9 月，华为 SingleRAN 双模 RRU 获 IEC 颁发的 InfoVision 大奖。

·2009 年 11 月，华为与比利时最大的电信运营商 Belgacom 签署合同，采用华为 SingleRAN 解决方案和 SDR 技术将其在比利时全部的 2G/3G 网络搬迁、升级成 HSPA+ 网络，同时将部署一张覆盖比利时全境的 LTE 商用网络。

·2009 年，华为帮助沃达丰的多个子网采用 SingleRAN 解决方案部署了融合网络。

·2010 年 3 月，华为获得了加拿大综合电信运营商 SaskTel 授予的合同，采用 SingleRAN 解决方案和第四代基站为后者部署 HSPA+ 移动宽带网络。来源：2010-5-10 通信产业网

[返回目录](#)

华为：已占欧洲 LTE 市场 62%份额

据华为无线营销工程部副总裁谭竹透露，华为在欧洲 LTE 市场上已占据约 62% 的份额。

“2009 年华为无线产品在海外获得了相当大的发展，包括从欧洲高端市场获得了很多合同。”谭竹在接受 C114 等少数媒体时表示。

他介绍称，在最先进的 LTE 领域，与华为合作的全球顶尖运营商众多，“在欧洲 LTE 市场上已占据了约 62% 的份额”。尤其在北欧这个全球移动通信的发源地，前三大电信运营商 Teliasonera、Telenor、Tele2 均选择华为部署 LTE 商用网络(C114 注：Teliasonera 挪威、Telenor 挪威、Telenor 与 Tele2 瑞典合资企业 Net4 mobility)。

尽管 LTE 市场尚处萌芽状态，但电信供应商们对布局早已展开，战火也愈演愈烈。华为在 LTE 及其后续演进方面已投入相当资源，以图抢先卡位、占得先机，而所获成绩也相当斐然。

据华为官方公布的数据显示，公司在全球现已部署了超过 60 个 LTE 网络，同时已向 3GPP 等标准组织贡献了超过 3300 篇 LTE/SAE 标准提案。

在 2010 年巴塞罗那世界移动通信大会(MWC2010)上，华为利用其最新的 LTE-Advanced 系统，在 40Mhz 上演示了高达 600Mbps 的数据传输下行速率。此后不久，华为又在美国无线通信展(CTIA Wireless 2010)上演示了全球最快的 1.2Gbps LTE-advanced 数据传输下行速率，再次刷新了移动宽带的速率纪录，同时该速率超过现有的 3G 商用网络网速的 40 倍之多。

而来自咨询公司等第三方的观点也均将华为与爱立信并列为前两强，华为 4G 抢跑已然获得明显效果。来源：2010-5-7 中国通信网

[返回目录](#)

华为将投资 5 亿美元在印度修建工厂

据国外媒体报道，印度《商务标准报》在其网站上引述匿名知情人士的话报道，华为公司将投资 5 亿美元用于在印度建造一个工厂。

报道同时表示，华为本周将派出几位高管到印度进行商讨以促进计划进行。来源：2010-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

报告称 09 年华为软交换市场份额第一

根据 Frost & Sullivan 近日发布《2009 全球软交换市场研究报告》，华为移动软交换和固定软交换分别以 40.6% 和 26.5% 的份额均排名全球第一。

截止 2009 年年底，华为移动软交换产品已服务于全球 160 多个运营商，2200 个局点，累计发货数量超过 17 亿线；固定软交换在全球 90 多个国家和地区部署了 1660 多套系统，累计出货达到 1.82 亿端口。来源：2010-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

华为将会晤印度官员以消除对其电信设备疑虑

据国外媒体报道，华为高层为了打消印度对于使用华为电信设备可能带来安全威胁的疑虑，将于本周会晤印度官员。

上周有报道称，印度电信监管部门基于印度内政部对国家安全的担心，从 4 月 28 日开始已经向原计划从中国制造商手中购买设备的一些运营商下达了禁令，印度认为来自中国的通讯设备可能含有“间谍设备”，从而渗入印度电信网络。此后华为表示正寻求印度当局澄清此事。自 2008 年 11 月孟买恐怖袭击事件之后，印度开始对安全系统进行彻底检查。

印度政府此前已经要求，电信运营商在采购任何电信设备之前必须接受印度电信部的安全审核。印度对于在中印边境地区使用中国的电信设备也非常谨慎。

华为向印度政府表示，使用华为的设备不会带来任何安全威胁。有消息人士透露，华为还表示将重组印度公司，其董事会主席和董事会成员都将为印度人，员工 85% 是印度人，研发团队几乎全是印度人。并称：“华为印度公司与印度政府部门合作，并向印度政府提供所有需要的信息。”

华为和中兴在印度市场非常活跃，印度是目前仅次于中国的全球第二大移动通信市场。来源：2010-5-5 赛迪网

[返回目录](#)

华为携手 Etisalat 为埃及提供 42Mb/s 移动宽带

2010 年 5 月 4 日消息，华为今日宣布，华为为埃及领先的 3G 运营商 Etisalat 部署的第二期 HSPA+ 网络已成功交付并投入商用运营，为 Etisalat 在埃及的品牌 Etisalat Misr 的用户提供峰值下行速率高达 41.73Mb/s 的移动宽带接入服务。

从现在开始，Etisalat Misr 的用户将通过华为部署的 HSPA+网络享受到当地最快的移动宽带速率和更好的服务，以及由此带来的无与伦比的用户体验。

Etisalat Misr 的第二期 42Mb/s HSPA+网络是由以前的 21Mb/s HSPA+网络平滑升级而成。Etisalat 在 2010 年选择华为将其在埃及全国范围内的 3G 网络扩容和升级至 HSPA+，希望藉此为用户带来移动宽带体验的跃升，包括更好的网上冲浪体验、更高的移动流媒体清晰度、增强的交互性以及支持对带宽要求非常高的各种移动应用。

“通过与华为长期的合作，Etisalat Misr 成为埃及领先的移动宽带运营商。” Etisalat Misr 的首席技术官 Haitham AbudulRazzak 先生说，“Etisalat 在埃及主要城市和村镇都部署了 3G 网络，覆盖了 80%以上的埃及人口。Etisalat 一贯之地为用户提供最快的移动宽带服务，维持在埃及移动宽带市场的领先地位。”

“我们与 Etisalat Misr 的合作始于 2006 年，”华为埃及 Etisalat 系统部总监肖海军先生说，“我们专注于帮助 Etisalat Misr 在埃及市场获得成功，因此我们将全球领先的 HSPA+解决方案和技术带给 Etisalat Misr，为更多 Etisalat Misr 用户提供真正的高速移动宽带服务。”

截至目前，华为已在全球部署了 27 个 HSPA+商用网络，拥有全球过半的 HSPA+市场份额。来源：2010-5-5 硅谷动力

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚挖掘 200 元手机金矿

诺基亚(中国)投资有限公司副董事长、诺基亚全球副总裁邓元鋆在发布会上本报讯 昨天，诺基亚在北京发布了特别为新兴市场打造的诺基亚 Ovi 生活通服务。在一部售价只有 200 多元的手机上，Ovi 生活通可以为用户提供医疗、农业、教育等个性化信息服务。

诺基亚新兴市场服务总监徐伟利介绍，Ovi 生活通将内置在诺基亚针对新兴市场推出的手机终端上，用户可以通过包月或者点播方式享受该项服务。目前，Ovi 生活通服务将在诺基亚 1616 和 1800 两款入门级终端上推出。这两款手机将于 5 月中旬上市，预计零售价在 250 元至 300 元之间。

据了解，Ovi 生活通是一个基于短信平台、支持简体中文的信息服务。目前提供的信息包括健康之友、农业百科、每日教育和娱乐天地四大类别。消费者只需要点击手机菜单上的“生活通”标志，便可轻松订制各项服务，并可在四项服务中任选一项享受两周的免费试用。

在昨天的发布会后，诺基亚全球副总裁邓元鋆在诺基亚中国园的一间会议室里接受了本报记者的专访。

记者：和通信运营商的同类业务相比，Ovi 生活通有什么特点？

邓元鋆：高精度和个性化是诺基亚 Ovi 生活通服务的最大特点。针对不同地域和不同人群，我们提供的服务内容都各有不同。

记者：那就意味着诺基亚和运营商在这些业务方面已经开始了竞争关系。

邓元鋆：在移动互联网快速发展的增长期，作为一家移动互联网公司，诺基亚和运营商之间是一种非常好的合作关系。比如我们在 Ovi 商店等业务方面都有合作。

记者：针对今天推出的 Ovi 生活通服务，诺基亚和通信运营商以及合作伙伴之间是怎样一种分成模式？

邓元鋆：这个目前我们没有公布。

记者：我个人注意到，Ovi 生活通当中最新亮相的几个业务的包月费用为 5 元甚至 8 元，点播新题每条 1 元。对于使用 200 多元手机的用户来说，您认为这样的费用是否偏高？

邓元鋆：我们想通过 Ovi 生活通服务为诺基亚终端增加更高的价值。从这几项服务的内容来看，我认为我们所有服务的内容都是物有所值的。来源：

2010-5-11 重庆晨报

[返回目录](#)

诺基亚 CEO 康培凯将被迫离职

据消息人士透露，诺基亚 CEO 康培凯迫于投资者的压力将被迫离职。

近年来，曾经独霸手机市场的诺基亚渐渐走向衰退，其市场份额不断被苹果、黑莓、三星等对手占据，Symbian 系统也已经无法与 iPhone OS、Android 和 Windows Phone 7 等操作系统相比，致使诺基亚的忠实用户大量流失，市场份额不断减少。这也导致了大量股东对公司经营的不满，甚至有股东称，诺基亚根本拿不出一款产品来与苹果抗衡。

近日，有消息人士透露，迫于公司内部的压力以及股东的不满，诺基亚 CEO 康培凯将被迫离职，此消息尚未得到诺基亚官方的证实。

康培凯 (Olli-Pekka Kallasvu)

康培凯于 2006 年 6 月 1 日起出任诺基亚公司总裁兼首席执行官。

康培凯于1980年作为公司法律顾问加入诺基亚,此后被不断委以重任。1987年他被任命为法律部助理副总裁,1988年成为财务部助理副总裁,1990年被提升为财务部高级副总裁。

1992年,康培凯被任命为公司执行副总裁和首席财务官。1997年至1998年,担任诺基亚美洲区执行副总裁,负责公司在美洲的业务运营。1999年再任首席财务官一职,在美国任职之前他曾担任该职务。2004年-2005年,康培凯担任诺基亚公司执行副总裁兼移动电话事业部总经理,并于2005年10月1日起出任总裁兼首席运营官。来源:2010-5-5 硅谷动力

[返回目录](#)

诺基亚将回购至多 3.6 亿股股票

诺基亚公司(NOK)宣布,将于2011年6月30日之前回购至多3.60亿股股票。

该公司还计划于2013年6月30日之前发行7.40亿股股票。

发行收益将被用于多种目的,包括加强该公司的资本结构、多元化股东基础,并为收购提供资金。来源:2010-5-7 新浪科技

[返回目录](#)

诺西险胜爱立信华为赢得沃达丰和黄订单

诺基亚西门子(下称“诺西”)宣布获得沃达丰和黄澳洲(Vodafone Hutchison Australia, VHA)为期7年的网络运维和设备提供合同,将为其提供电信管理服务并整合核心网络。

诺西险胜沃达丰和黄澳洲目前的2G/3G网络供应商爱立信以及中国厂商华为,获得了这份价值10亿澳元(C114注:约合8.9亿美元)的合同。

根据协议,诺西将为其提供Flexi NG核心平台,并为核心网、传输网和无线网提供服务管理。合同还要求整合核心网络以及两家合作伙伴——沃达丰澳大利亚、和黄3G澳大利亚的业务,他们在2009年年中宣布合并。

据国外媒体评价,丧失该合同是爱立信在澳大利亚市场的巨大损失。之前它是和黄在澳洲的主要网络供应商,也是沃达丰2G和地区3G网络的供应商。

据C114了解,在沃达丰与和黄在澳大利亚的电信资产合并后,当地市场已呈澳洲电讯(Telstra)、新加坡电信(SingTel)全资子公司Optus、沃达丰和黄澳大利亚三足鼎立之势。截至2009年年底,合资公司的用户总数近690万,市场份

额为 26.2%；全年净利 4.67 亿澳元。澳洲电讯和 Optus 的份额分别为 41.7%、32.1%。

尽管目前爱立信还是澳洲电讯 800MHz 3G 网络的独家供应商，但在 LTE 业务方面将再一次面临诺西和华为的冲击。比如诺西还将为 Optus 不久后在悉尼的 LTE 试验提供设备。来源：2010-5-7 中国通信网

[返回目录](#)

诺基亚瞄准中国农村市场变身 SP 服务提供商

此前中移动推出的农信通发展情况非常不理想，自从宣布了移动互联网战略之后，手机制造商已经不足以概括诺基亚目前的定位，最近，它又增加了一个新的头衔“SP”（服务提供商）。

今天，诺基亚正式宣布在中国市场推出一项名为“生活通”的服务，这是诺基亚的互联网业务品牌 Ovi 下面的一个子品牌，主要为新兴市场设计。早在 2009 年 7 月首先在印度市场商用，到 2010 年 4 月，该服务的活跃用户已经超过了 150 万。

“生活通”主要的商业模式为：诺基亚通过与内容提供商(CP)合作，以短信的形式向用户推送相关内容，如果用户选择了包月服务，每月的服务费为 5~8 元，该费用由中国移动(00941.HK)代为收取，然后再与诺基亚进行分成。

在这种合作模式中，诺基亚的定位与中国移动等其他的 SP 完全相同。目前已经与诺基亚达成合作的 CP 包括：39 健康网、农信通科技、英国文化协会、北京四中网校、新浪、空中网等。

诺基亚互联网服务部新兴市场互联网服务总监徐伟利表示，中国目前的农村人口为 7.3 亿，约占全国人口的 53%，农村手机用户只有 7200 万，尚未拥有手机的 6 亿多农村用户就是诺基亚未来手机和业务拓展的空间。

不过，目前只有诺基亚两款同时发布的价格在 250 元~300 元的超低端手机 1800 和 1616，内置了该项服务，包括下载客户端等拓展用户的方式，目前还在规划中。

诺基亚大中国、韩国及日本高级副总裁梁玉媚表示，到年底之前，诺基亚将推出超过 10 款支持该项服务的手机，“诺基亚对于在中国拓展‘生活通’用户及获得相关收入有野心勃勃的计划”。

但值得注意的是，SP 在中国市场已经经历了发展的高峰期，进入一个下行通道，那些 SP 概念的上市公司已经无法走出巨亏或者被收购的命运，整个 SP 市场的收入也不能与几年前的繁荣时代同日而语。

此外，早在 4 年前，中国移动各地分公司就在全中国范围内推出了以农村用户为主要目标的“农信通”业务，向农民推送相关信息，包月费仅为 3 元，但经过几年的发展，“农信通”的发展情况非常不理想，用户量非常少。

诺基亚推出的“生活通”与“农信通”非常类似，诺基亚负责互联网业务的副总裁 Phil Kemp(康鹏飞)承认，诺基亚与运营商的业务之间有一定的竞争关系，但他认为诺基亚的优势在于能够提供非常个性化的服务，比如给农民提供的农产品价格能细化到当地的乡镇甚至村级市场。为此，诺基亚将大部分本地化业务都放在中国进行研发。

但中国农村市场的庞大与复杂恐怕是诺基亚难以轻松驾驭的。“对于一项收费业务来说，用户可以选择定制或者不定制，这对诺基亚来说是一个很大的挑战。”梁玉媚表示。

更大的挑战在于，这已经是诺基亚第二次推出与运营商有竞争关系的业务，第一次是上个月推出的“乐随享”业务，向中国用户完全免费，与中国移动的“无线音乐俱乐部”直接竞争。

此外，由于诺基亚的这项业务是通过在手机中内置而实现推广的，目前正值手机内置 SP 导致不明收费而备受质疑的关键时刻，2010 年 4 月 21 日，工信部发布了《移动电话机定制管理规定》要求定制手机不得内置固化 SP 服务。

诺基亚有关人士解释说，由于“生活通”业务在定制之前，会向用户发消息告知资费标准，因此，并不属于工信部“禁止”内置的 SP 业务范畴。来源：2010-5-10 第一财经日报

[返回目录](#)

诺基亚去年研发投入 6 倍于苹果 投资者渐失耐心

据国外媒体报道，诺基亚将于周四召开年度股东大会，诺基亚 CEO 康培凯(Olli-Pekka Kallasvujo)将在大会上发表讲话。业内人士认为，由于诺基亚迟迟未能拿出能够与苹果 iPhone 竞争的产品，投资者已经对诺基亚失去耐心。

在此次股东大会上，康培凯应当说服投资者，诺基亚能够在年内拿出一款能匹敌苹果 iPhone、RIM 黑莓和 Android 手机的产品。

Danske Capital 基金经理马克斯·居尔·佩德森(Max Jul Pedersen)表示：“投资者的耐心已经耗尽，外界担心这将损害诺基亚的品牌价值。对于投入的巨额研发预算，诺基亚并未拿出什么产品。”他考虑抛售所持的诺基亚股票。

诺基亚去年的研发投入是苹果的近 6 倍，然而却未能拿出一款能够匹敌 iPhone 的产品。在公布的第一季度财报未达分析师预期之后，诺基亚股价在两

周内下跌约 20%，市值减少 105 亿美元。诺基亚目前的市值为 440 亿美元，远低于苹果的 2300 亿美元。

投资者分散

目前，诺基亚的投资者已遍布全球各地。截至 2009 年底，诺基亚共有 15.6 万家投资者，38% 的股份被美国投资者持有。为了推动智能手机的销售，诺基亚在过去 9 个月中降价 18%，这影响了该公司的利润。然而 IDC 的数据显示，即使进行了大幅降价，诺基亚 2010 年第一季度在全球手机市场的份额仍下降近 2%。

诺基亚财富的缩水导致部分投资者要求更换管理层。KBC Asset Management 基金经理莱昂·卡帕埃特(Leon Cappaert)表示：“如果诺基亚任命新的管理层，并且人选适当，那么将会吸引外界关注，并成为推动股价上涨的催化剂。”他在诺基亚发布第一季度财报的数天后卖出了所持诺基亚股份。

诺基亚发言人埃加·索米内恩(Arja Suominen)拒绝对外界关于诺基亚管理层更替的猜测置评。康培凯在诺基亚供职达 30 年，曾担任诺基亚多个职位，包括总法律顾问和首席财务官，他于 2006 年成为诺基亚 CEO。在苹果于 2007 年推出 iPhone 之后，诺基亚开始滑坡。

应快速行动

上月，康培凯曾表示将对苹果做出回击，推出“更加直观、更加有趣、速度更快”的产品。诺基亚于 4 月 27 日发布了采用 Symbian3 平台的 N8 手机，这一平台改进了可用性。N8 将于 2010 年第三季度出货。

诺基亚和微软周三还共同发布了一款企业移动通讯软件，希望以此挑战 RIM。微软 Office Communicator Mobile 是其中的核心，其他功能还包括文件共享、实时会议和视频会议等。

投资者认为，诺基亚需要更快、更敏捷地追赶竞争对手。诺基亚的年度研发预算已经达到约 77 亿美元，占营收的 14%。而苹果的研发预算为 13 亿美元，占营收的 3%。不过诺基亚的研发预算包括了电信设备部门的相关数据。

或已为时过晚

Henderson Investors 基金经理斯图亚特·奥格曼(Stuart O'Gorman)表示：“诺基亚丢失的高端用户已经注册了 iTunes，并将他们的信息提交给苹果，诺基亚无法再赢回这部分用户，并将遭受巨大损失。诺基亚需要快速行动才能维持在这一市场的地位。现在可能已经太晚了。”奥格曼于诺基亚发布第一季度财报当天售出了所持诺基亚股份。

过去 5 年中，诺基亚手机的平均售价下降了 44%，至 62 欧元。2010 年第一季度，诺基亚智能手机的平均售价为 155 欧元，低于 9 个月之前的 190 欧元。

IDC 分析师弗朗西斯科·杰罗尼莫(Francisco Jeronimo)表示：“降价是诺基亚保持市场份额的唯一方法。”他预计，以全球市场的手机出货和利润来计算，诺基亚的市场份额还将继续下降。诺基亚在欧洲市场的领先地位最早将于年内被三星电子取代。

应转型廉价手机制造商

佩德森表示：“最终的结局可能是，诺基亚现任或新的管理层意识到，利用诺基亚强大实力的最好方式是成为一家廉价、高质量产品的大规模生产者，这将大幅降低诺基亚的研发成本。”

诺基亚目前仍向投资者发放股票红利。诺基亚计划 2009 年每股发放 40 美分的红利，与 2008 年持平，即使利润同比下降了 78%。

而自 1996 年以来，苹果就没有再发放红利，而是将资金留在手中。截至 3 月底，苹果持有 230 亿美元现金和短期投资，高于诺基亚的 124 亿美元。分析师对于诺基亚还能在多长时间按这一规模发放红利表示怀疑。

诺基亚去年在出现首次季度亏损之后更换了首席财务官。诺基亚当时的销售主管提莫·伊哈莫蒂拉(Timo Ihamuotila)接替了里克·西蒙森(Rick Simonson)，后者目前负责诺基亚的低端手机部门。而诺基亚现任 CEO 康培凯是由前任 CEO、现任董事长约玛·奥利拉(Jorma Ollila)挑选出的。

Alandsbanken 资产管理公司基金经理尼可拉斯·伦德(Niklas Lund)表示：“如果诺基亚更换 CEO，那么将会引发股价波动。这不太可能。因为康培凯是由诺基亚现任董事长挑选出的，如果要更换必须同时更换两人。诺基亚董事会没有听取投资者的意见。” 来源：2010-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

内置新浪微博开心网的 LG 社交手机

LG 电子上周向中国市场推出“甜蜜”系列兼具时尚外观与科技功能的全触控手机 CookiePlus(GS500v)。作为一款主打网络社交的 3G 手机，GS500v 预置了包括新浪微博(<http://t.sina.com.cn>)和人人网在内的丰富 SNS 客户端，也是首款预置新浪微博的社交手机。用户只需用手指在 3 英寸宽大屏幕上轻轻触碰便可随意浏览或更新包括新浪微博、人人网、开心网、优酷网等在内的社交网站，还能节省大量的流量费用，预置的客户端和搭载的 WCDMA 网络使一切都变得轻松自如。

GS500v 丰富的创新功能和实用可爱的用户界面同样值得期待。LG 独有的“通讯广场”界面凭借前卫可爱的图形化应用简化了从前枯燥乏味的常用联系人管理，使之变得既生动又直观。与用户常联络的联系人会被“通讯广场”自动在桌面上生成可爱小图标，用户只需要轻点图标便可与好友取得联系。同时，内置的“甜蜜画图”使用户可以通过手机自带的 300 万像素摄像头随时拍下身边值得记录的瞬间，快速对图片进行编辑并分享给好友，使沟通变得立体、生动和有新意。

除此之外，LGGS500v 还自带了丰富多彩的小插件，包括柔美蜡烛、二选一选择器、体重跟踪员、跑步伴侣和跑马灯等，使用户在网络生活中处处享受各种精彩小游戏带来的意外惊喜。来源：2010-5-11 南方日报

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

未来手机可遥控电饭煲

下班路上，用手机遥控电饭煲煮饭，一到家，香喷喷的饭就能入口；试衣裤时不用穿，试衣镜帮你“试衣”。这就是上海世博会全球青年创新之旅项目给游客展示的内容。

电话“通知”电饭煲煮饭

上海世博会全球青年创新之旅是向游客展示未来科技的一个项目。展厅内，一部“未来电话”的屏幕上除通讯功能外，还有一系列附属功能。“家庭能源管家”一栏中，主人可选择任何一种家用电器。

工作人员介绍，点击电饭煲，家中的电饭煲可自动煮饭。此外，这部手机还可以控制电视、电话、电冰箱等电器。

在附属功能中选择“健康饮食”，输入吃饭的人数和所在的季节，手机还可以马上推荐一份营养口味兼备的菜单。

未来镜子帮你挑选衣服

未来镜子的芯片可根据人身体比例将其所选的衣服搭配好“穿”在身上，人们在逛商场时便不需要试衣了。

记者看到，“魔镜”高约两米，当有人站在镜子面前时，镜子会测其身形。记者选择了运动服饰，并选择了衣服，镜子马上会显示出记者穿上这件衣服后的样子。

工作人员介绍,这面镜子未来将可以应用在商场中,为购衣者省去试衣时间。在家中,也可以用来搭配服饰。

鸽子在天上传递电信信号

展示厅内有一个未来“无线飞行网络”的模拟图。科学家在鸽子等动物的体外放上电信芯片,鸽子飞上天后,可为发生紧急状况下的区域提供信号。这项技术可以在地震通信网络中断以及高空、海底等恶劣环境下使用。来源:2010-5-7 新京报

[返回目录](#)

手机短信实现家庭监控

无论家里是否有人,只要屋门被人一打开,手机就能自动收到报告短信和照片。这是北京移动新近推出的“遥拍”业务,通过手机短信和彩信的方式快捷实现家庭监控。

据了解,“遥拍”家庭安防系统是北京移动与牛街街道合作的信息化服务示范项目内容之一,用户只要将“遥拍”终端放在家中重要位置,辅以无线门磁和烟感(监控家中煤气烟雾)等红外探测设备,就可构建全方位的防护体系,一旦发生盗窃、火警或其他紧急情况,终端就会拍下现场照片,在第一时间向用户发送短信报警,同时以彩信的方式将现场图片传送到客户的手机上。

据了解,该系统还可发送指定短信,触发“遥拍”拍摄,能够随时查看家中的状况。这既可以及时保护家居和财产安全,还能远距离看到家中老人、病人或孩子的情况。来源:2010-5-7 北京晨报

[返回目录](#)

2020年可通过墙壁接影像电话

未来,人们将直接在墙上接影像电话、看电视。昨天,记者体验了世博为人们打造的未来生活。而摇摇就能出冰碴的可乐,也让游客们在高温中感受到清凉。

日本国家馆

数字墙实现多种功能

昨天,记者探访了世博园开园以来最火爆的展馆之一——日本国家馆。触摸墙壁、单人电动车、拉小提琴的机器人,甚至还有结合了昆曲、能剧与诗经的表演……日本馆极大地发挥了想象力,将游客带入到了2020年的日本。

通过墙壁打电话

日本馆以环境保护为主题，当游客进入主展厅后，便进入了一片绿色的森林世界，四面是高清照片彩印成的树林照片墙，主展台是三面高清电视墙。这可不是三台普通的液晶电视，而是2020年日本家庭的数字墙，这面墙可以通过触摸与主人互动交流，当我们伸出双臂，就会有两个光点出现在墙壁上，随着拉动光点，墙壁上便会出现一个大大的玻璃，透过玻璃看到窗外的一幕幕。当你正在欣赏窗外景致时，突然墙壁上出现了一个影像，原来是视频电话来了。轻轻挥一下手臂，就可以接通墙壁上的电话了。电视机？当然也只需要轻挥一下手臂，电视屏幕便出现在墙壁上，并且可以随着主人在屋内的走动而不断移动。

出门使用电动车

日本馆的主展厅是以一个家庭寻找“朱鹮”的故事展开的，随着故事情节的展开，依次展现出未来世界的各种生活。比如城市和郊区已经融为一体，人们虽然还是生活在城市中，但出门就是森林。人们出门基本步行，稍微远距离的出行则使用开放式的单人电动车。人们随手携带着具有上网功能的图像采集器，可以随时将拍摄到的各种信息发到互联网上，并随时跟互联网上的网友们交流。在展厅中还有一套高清的摄像装备，可以捕捉整个展厅里最细微的变化，比如在展厅的最后面有一根羽毛，抑或是树上停留的一只蝴蝶，通过这套图像采集器可以将它们清晰地打在电视墙上。

小剧场上演环保剧

日本馆内还有一个精致的日式小剧场，这里上演的以环境与生态保护为主题的昆曲+能剧《朱鹮的故事》。布景融合了日本浮世绘的儿童铅笔动画，描述了现代工业社会，随着各种工业文明的发展，水、空气都受到了污染，孩子周日划船，看到的却是满眼的各种污染。舞台上女演员饰演朱鹮，男演员饰演船工。面对恶劣的生存环境，船工和朱鹮悲凉地用昆曲曲调唱起根据《沧浪歌》改编的歌词，“沧浪之水浊兮，与我何干”提醒人们保护环境。

“快乐工坊”

神奇可乐摇摇就能出冰碴

昨天世博园里温度很高，记者逛得口干舌燥，抬头看到一个高达15米的巨型LED可口可乐瓶，这是“快乐工坊”的招牌。

要进入这个“快乐工坊”，首先还得经过一个测试，看看你的快乐指数够不够高。大家要在引导员的带领下，快乐地叫喊，放声大笑，只有分贝够高，前面的这扇大门才会开启。

在欢乐剧场里，跟随一枚硬币进入自动售卖机，这里的世界别有洞天。“喇叭姐姐”、“钢牙”、“亲亲宝贝”等可爱的主人公带着大家开始一趟寻访快乐的奇妙之旅。末尾，喇叭姐姐拿出一瓶看起来很普通的可乐，轻轻地拧开瓶盖，

摇一摇，再拧紧，神奇的一幕出现了，转眼间，无数快乐的小冰碴涌上瓶口。喇叭姐姐喝上一口，“哇，啵乐乐乐！”看得记者也喉咙痒痒。

从剧场出来，大家排着队，等着领上这瓶摇摇就能出冰碴的可乐，不仅神奇，而且免费！拿到可乐后，记者跟随工作人员的讲解，先将瓶子拧开一点，听到轻微的气流声，再按原路拧回。然后，拿在手里晃动几下。咦，怎么只见气泡不见冰碴？但记者旁边的观众却非常成功，瓶口处堆积了满满的冰，太神了吧！工作人员解释，要摇出冰碴的效果，温度必须非常精确。

用记者失败的经历给大家几点小建议：领取可乐的时候要握瓶盖，不要握瓶身，以免影响温度。另外，领到可乐后赶紧操作，趁凉爽一饮而尽！

国奥村案例馆奥运建筑废料建成环保展馆

昨天，记者从北京案例馆获悉，为配合北京周，北京国奥村案例馆正在开展通过明信片给北京送祝福的活动，游客可以在现场把自己的祝福写在明信片上，在活动结束后，将会邮寄到北京。同时，为配合北京周，北京案例馆还进行了氛围的布置，新添了五个大福娃和一支奥运火炬。

北京国奥村展区所用的建筑材料均来自国奥村等奥运赛后场馆改造产生的建筑废料。这有可能成为上海世博会上唯一一个用建筑废弃物搭建的展区。

国奥村投资发展有限公司总经理助理吕晶介绍说，展区内即使是看起来很像水磨青砖的地面，也是用灰石粉和建筑废料制成的。国奥村在参展方案规划阶段，就确定了以“低碳建筑理念”来实现展区搭建。由于国奥展区属于临时建筑，在世博会结束后需要拆除，所以在搭建时就尽可能减少和避免在展区拆除时产生二级建筑废弃物。

据了解，国奥村集成应用了可再生能源、中水回用、雨洪利用、绿色建材等30余项绿色建筑的高新技术。仅可再生能源利用系统一项，每年就能从太阳和再生水中获取6700万千瓦时的能量，相当于减排二氧化碳6.7万吨。在现场有一台计算碳排放的计算机，游客可根据自己每周所消耗的一些生活用品的数量，计算出碳排放量以及所需要种树的数量。来源：2010-5-5 京华时报

[返回目录](#)

手机阅读有望成 3G 消费新热点

3G 手机阅读为主流阅读方式提供了数量基础。与此同时，手机阅读的随时随地性、内容的海量性、新书首发的及时性以及付费点播的灵活性等特性让手机阅读越来越受用户青睐

根据中国互联网络信息中心调查报告显示，手机已经成为青少年首选的上网工具。由于手机阅读具备方便灵活、利于交友等特点，其发展前景不可估量。随着运营商在硬件支撑以及阅读内容上的不断完善，手机阅读有望成为 3G 消费的新热点。

国民阅读习惯向电子化转变，手机阅读受年轻群体追捧

盛大文学 CEO 侯小强曾大胆断言“十年之后，人人都爱电子阅读”。他的这番话正在随着时间逐渐得到印证。

据第七次全国国民阅读调查显示，2009 年，我国国民综合阅读率达到 72%，其中数字出版阅读率同比增长 0.1 个百分点，达到 24.6%。而据易观国际发布的《中国手机阅读市场用户调研报告 2010》显示，在使用电子阅读的群体中，有 45% 的用户每天使用手机阅读。

中国互联网络信息中心日前发布的《2009 年中国青少年上网行为调查报告》显示，截至 2009 年 12 月底，中国青少年网民规模已经达到 1.95 亿人，其中青少年手机网民占 74%，这一比例已超过同期全国网民 60.8% 的水平。手机成为中国青少年首选的上网工具。

随着手机硬件技术的不断升级，现在的手机终端不但支持传统的短信、彩信传输，还能通过 WAP 上网浏览各种最新资讯和最新小说、下载各种电子书，更可以以每月几元的低廉价格订阅各类手机报。这样的形式内容完全符合青少年手机用户求新求快的消费需求，使这部分用户可以充分利用等车、乘坐交通工具等“碎片时间”获取信息。而随着 QQ 等即时通讯软件的植入，以及“微博”等潮流沟通方式的引入，手机阅读在其功能性之外更增添时尚感，更易被年轻群体接受和追捧。

对此，手机媒体专家朱海松认为，科技的进步为手机阅读成为主流阅读方式提供了数量基础。与此同时，手机阅读的随时随地性、内容的海量性、新书首发的及时性以及付费点播的灵活性等特性让手机阅读越来越受用户青睐。

图文混排形式受认可，文学性内容用户付费意愿高

从手机阅读用户较为接受的内容形式上来看，手机报、网络文学、资讯信息成为主流。资讯信息方面，用户的关注点主要集中在综合新闻类、生活时尚类、体育娱乐类、金融财经类四方面。其中，“文字 + 图片”形式是目前手机阅读用户最为接受的形式。

用户阅读习惯方面，更多的手机阅读用户喜欢直接获取内容资源，对手机阅读客户端软件的认知程度及付费意愿均较低。

内容方面，占比最高的为小说，达 36.4%；其次是手机报，达 33.3%；杂志、教育类内容紧随其后。其中不同性别的用户消费侧重也有不同。女性手机阅读用

户更愿意为小说付费，付费意愿为 41.2%，其次为手机报、教育类、杂志；男性用户付费意愿较高的是手机报，占比约为 32.3%，其次是杂志、小说、教育类等。总体而言，男性群体的付费意愿略低于女性群体。

在手机阅读会费的用户心理预期方面，用户可接受的月均消费主要集中在 3 - 5 元。

内容为王 手机阅读“软实力”仍待加强

尽管前景广阔，但手机阅读行业的流畅发展仍存阻滞。一方面，手机阅读行业内部竞争激烈，一些专业性手机媒体因受众面较小举步维艰，综合性媒体则由于内容大同小异而面临“肉搏”。

同时，由于当前手机阅读主要消费人群是年轻人，他们的阅读主要是集中在资讯和网络小说上。这固然是手机阅读的一大发展方向，但也从侧面反应出当前手机阅读缺乏深度和经典支撑的弊病，成为其暂难满足高端人群阅读需求的“硬伤”。

此外，现阶段手机阅读自身特色的视听、图片、动漫等形式也远未发展成熟。因此，手机阅读媒体的发展关键仍是创新性的内容引入。

另一方面，手机阅读的版权、内容健康问题也十分突出。目前我国的网络版权监管已经起步但尚不健全，在手机阅读网站蓬勃发展的同时，也有大量盗版甚至包含色情、暴力的低俗网站充斥其间。

这个问题一日不解决，不但有可能让运营商和内容提供商背上大量官司，制约其发展，更严重影响阅读者特别是青少年阅读者的心理健康。

其三，手机阅读的盈利模式比较单一，用户的付费阅读习惯还未养成。当前不少手机阅读服务定位还在“丰富功能”上，处于“赔本赚吆喝”的阶段，广告商在手机媒体上投放广告的心愿也不是很强烈。手机阅读的收入基本还是依赖包月费或是流量费。

对此，有专家建议电信运营商，考虑对手机阅读用户实施灵活的定价方式，阅读内容植入广告时应该完全免费，而不植入广告时用户需要对阅读付费，并根据喜好自行组合阅读内容。来源：2010-5-6 通信信息报

[返回目录](#)

3G 时代室内室外协同设计和优化

随着中国 3G 建网的逐渐深入，高速数据业务正在快速进入人们的视野，3G 无线应用正在快速走进人们的日常生活。与发展相对成熟的 2G 网络相比，3G 网络规划和优化工作有着自己的特点。由于 3G 网络的应用业务种类多，因此在

做网络设计和优化时，需要考虑各种业务对网络随时随地的要求。3G 时代的一个重要标志就是人们对于无线室内环境的高速要求，正因为如此，室内的无线网络的质量对网络最终服务质量和终端客户感知的影响变得至关重要。因此，3G 室内覆盖的设计和优化，将是 3G 运营商面临的一个重要的问题。

2G、3G 室内覆盖着眼点有不同

室内分布系统建设的必要性立足于满足室内用户的通信需求。而在不同无线通信技术制式的和不同业务种类的情况下，室内覆盖的出发点也会体现出不同的要求！

在传统的 2G 网络中，用户业务以单一的话音业务为主，无线网络的工作频段相对较低，无线信号穿透楼宇时的功率损耗相对较低，GSM 频分多址的技术特点使得 2G 网络干扰的控制主要通过网络的频率规划来解决；相应地，运营商在进行 2G 室内分布系统设计时，更多的是立足于满足室内环境的“覆盖”要求，而容量的需求变化则是通过的硬件载频设备的增减来应对。“覆盖为王”成为 2G 网络室内覆盖设计的重要特征和实践标准；在这个意义上，室内分布系统对于 2G 无线网络仅仅是一种无线网络在室内环境下的延伸。因此，2G 网络建设与优化过程中，室内分布系统的建设优化与室外大网覆盖优化是分步实施的，建设目标是用“补点法”关注大网覆盖质量不好的建筑物，缺少室内室外协同覆盖、协同优化的概念。

高速数据业务是 3G 区别 2G 的主要特点之一，而相比室外用户而言，室内静止用户更有可能使用 3G 丰富多彩的数据业务。3G 为终端用户提供了许多新的业务，包括视频电话、视频流、游戏、MMS、E-mail、Web 等，这些新业务更容易在室内应用。根据统计，室内用户分布密度一般大于室外用户两倍以上，高价值商务客户主要集中在室内。由于这些业务要求更高的网络容量和 QoS 保证，因此，保证网络良好的室内覆盖，是提高服务等级、发展客户的关键，是决定 3G 成败的重要因素。

在 3G 网络中，业务的多样性大大增加，以“无线宽带数据业务为主”成为 3G 未来的业务发展趋势。因此在室内网络优化过程中，首先，要在考虑单一的话音业务的同时，着重考虑包括数据在内的多业务支撑能力，在实践中常表现在对传输链路损耗的合理规划以及天线点的分布策略。“下行功率由所有用户共享”是以 CDMA 为核心的 3G 技术的特点；由于较高速率的业务要求较高的下行功率，而为了抵御建筑物对信号的损耗，数据业务则需要消耗更高的下行功率；另外，3G 网络的传输损耗大大增加(链路损耗增加 8 - 12dB)，从而使得“少数用户会消耗掉所有容量”，这使得室外无线信号进入建筑时的穿透损耗成为影响

网络容量的关键问题；同时对室内分布系统的功率泄漏的控制，也成为 3G 网络干扰规划需要面对的重要问题。

其次，对于 3G 室内分布系统来说，不仅仅需要考虑无线信号的覆盖强度的高低，更重要的是覆盖信号强度的合理性，在一项调查中显示，绝大多数的 3G 高速业务发都发生在室内的某些固定的区域，这就要求 3G 室内优化针对室内的不同区域进行详细的规划和合理的设计，减少建筑物内的覆盖盲区，合理分配信号，其本质就是对 3G 网络覆盖、容量、干扰的综合设计和规划！

3G 网络室内室外要协同

对 3G 室内分布系统来说，这种“室内、室外相互关联”的思路要求显得尤为重要！3G 的室内分布系统设计不仅仅是无线网络在室内环境下的延伸和扩展，更重要的是需要对室内室外的设计优化看成一个整体，协同分析。减少能源和资源的重复利用和不必要的消耗。

3G 无线室内分布系统的建设旨在解决室内环境下的覆盖和容量问题，从而使室内网络质量能够满足用户高速使用的要求；也就是说，高质量的室内分布系统必须兼顾室内外的网络的需求，综合地考虑干扰、容量等敏感问题。如果室内分布系统在解决局部室内覆盖问题的同时，给室外宏蜂窝网络的优化带来无穷的压力，将会根本性的改变无线网络的基础结构，导致网络中出现无法通过网络优化解决的“硬伤”。

综合来讲，3G 的“自干扰”和“多业务”技术特点使得室内分布系统必须兼顾覆盖和室内不同业务应用的容量需求，同时也必须清楚地了解和理解室外相关宏蜂窝基站在干扰、容量、频率等方面与室内分布系统的相互影响，从室内/室外协同覆盖的角度进行容量规划、分区设置、频率分配、切换区域、天线点的布放等工作。进而获得合理、高质量的整网性能。任何一个新建的室内分布系统将被看作整个网络新增的一个小区，3G 室内覆盖是 3G 网络规划与优化中最重要的组成部分之一。来源：2010-5-7 新浪科技

[返回目录](#)

手机广告：运营商下一个增值亮点

在手机逐步成为人们工作生活必需品的过程中，手机广告逐渐进入各大电信运营商和信息产业链条上各方的视野，甚至有业内专家断言，手机广告将会成为继语音、短信、彩信之后的又一个“杀手级”应用。

作为一种新型的广告形式，从商业模式上看，手机广告与传统的平面广告、电视广告有着很多共通之处。不同的是，手机广告是以移动电话为载体，以短信、

彩信、WAP、流媒体等为传播载体的，而在产业链上，手机广告融入了更多的信息产业元素，不仅覆盖了原有的广告经营者，还新添加了移动运营商、手机用户、众多 SP 和内容提供商等。

现状与前景

从全球范围来看，许多发达国家或者发展中国家都在逐步建设以移动运营商为主导、以广告经营企业为主体，覆盖广告主、手机用户以及内容提供商、服务提供商等众多环节的手机广告产业链，并且初具规模。美国市场调查公司 eMarketer 的一项研究结果表明，2009 年美国移动运营商手机广告收入达 7.6 亿美元，并且这一数值将以每年 40% 以上的速度增长，到 2013 年有望达到 33 亿美元。

而在我国，虽然已经有大量经营、代理手机广告的服务商，并且一些传统的强势广告媒体公司已经在传统广告合同中打包发布手机广告，但总体上我国的手机广告当前还处于初级阶段，所产生的社会效益和经济效益十分有限，主要表现在：第一，发送渠道可信度低用户满意度差；第二，手机广告市场规模小，客户认可度较低且没有充分发挥手机广告的优势，为广告主带来的经济回报有限，在运营商的整体收益中所占比例很低。

之所以出现这样的情况，一种观点认为是由于绝大部分手机广告仅能以文字加以少量多媒体信息进行展示，而这种技术的特点就决定了它的广告传播效果和吸引力远远比不上传统的平面广告、电视广告和新近兴起的网络广告。这种说法似乎有理，但是随着宽带无线和 3G 应用的发展，这些问题就能迎刃而解吗？想来也不尽然。因此必须站在更高的角度来分析这一问题。

笔者认为，手机广告没有在我国迅速发展的根本原因，主要是由于国内移动运营商在手机广告的发展中投入有限，且没有起到政策引导、规范管理和产业优化的作用，而众多广告商、SP、内容提供商等其他参与方的力量又不足以引导整个产业链的良性发展和协调各个环节的利益分配，这才造成了当前这种局面。所以，要想推进手机广告产业的快速健康发展，必须把我国的宏观经济环境和手机广告自身的技术商业优势结合起来考虑，才能从根本上扭转这一对新兴产业发展不利的局面。

优势与时机

手机广告具有一些传统广告不可比拟的优势，例如可以做到高效投放和精准的市场需求调研，避免传统媒体广告必须以高覆盖率为保证高回应率的不足；智能手机为手机广告带来更多的娱乐性、情境性和人情味，手机电视标准和制式的逐步完善，为手机广告的发展开辟了更广阔的舞台；手机广告与电子商务有着天

然的互通性，因此比传统广播电视广告天生的单向性更容易契合用户的消费需求；手机广告投入较低而回应率较高，并且可以比较方便地检验广告的投放效果。

在市场推广上，手机广告可从乡镇与农村打开突破口。从广大乡镇农村消费群体对商品信息的接收方面看，他们接收来自于报纸、广播、电视的信息较少，上网的机会很少，信息接收连续性差。同时这个群体中的很大一部分有着较强的流动性，往往无法被传统广告媒介所覆盖。而对农产品供应商、乡镇加工企业或者小型制造企业等潜在广告主而言，其受众群规模相对较小，很多产品投放有一定的季节性、对广告需求迫切的同时又不可能有大的广告资金投入。而手机广告恰好在扩大消费群体、资金投入不高、精准投放上有着天生的优势，完全可以满足这部分消费群体的需求。

对运营商而言，手机广告为其提升运营实力创造了良好契机。如果移动运营商能够率先建设统一的广告服务运营平台，手机广告业务的开展至少可以为他们带来以下三个方面的好处：第一，在手机广告发展的初期、产业链尚未形成时，需要一个主导力量引导发展方向和精心培育客户市场，如果移动运营商能够充当这一角色，则完全可以在向信息服务和内容服务领域渗透的过程中，获得内容溢价，从而避免沦为管道提供商；第二，移动运营商还可以借力手机广告来拓宽自己的经营领域，并使其覆盖更多环节；第三，促进技术和业务创新，充分发掘3G以及移动互联网优势，不断丰富以手机广告为主要表现形式的信息发布类数据增值业务的应用。

从前面对我国宏观环境和手机广告自身优势的分析可以看出，当前，我国建设以移动运营商为主导、以广告经营企业为主体，覆盖广告主、手机用户以及内容提供商、服务提供商等众多环节的手机广告产业链的时机已经成熟。

战略和首要任务

由于当前手机广告在我国还处于发展的初期，因此在技术发展和商业发展战略上更要谨慎，不仅要充分发挥自身的技术优势，而且要学习借鉴传统广告形式，尤其是与手机广告有较多相似性的网络广告的成功经验。

在技术发展战略上，手机广告应该在不断完善短信、彩信、多媒体等信息群发的广告形式的基础上，最终建设起以移动搜索引擎为核心的手机广告服务运营平台。

在商业发展战略模式上，应该更多借鉴印度等发展中国家的经验。这些国家在手机广告发展上的共通之处就是首先强调规模效应，再追求精耕细作。之所以要采用这样一种发展战略，根本原因在于我国与欧洲等发达国家手机业务发展的基础不同。从我国的实际情况来看，手机用户数量巨大，但是低端用户是主体，这就决定了手机广告在商业运作中首先要强调通用化和标准化，在达到一定规模

后，才可能获得收益。进而言之，我国在手机广告的发展初期不能过分强调投放的高端化、精准性和个性化，而应该从业务模式、渠道模式、组织模式、分配模式上探索如何发展和壮大用户规模。

当然，手机广告还有很多需要研究和探索之处，例如价值链如何定位、盈利模式的设计、营销模式的设定、广告效果的评估等。但最关键的还是广告品牌的树立。如果移动运营商能够创造一个或者几个像 CCTV 这样蕴藏着巨大品牌价值的广告品牌，那么无疑会给手机广告在中国的发展安装上一套“超级引擎”。来源：2010-5-7 人民邮电报

[返回目录](#)

在世博会信息通信馆体验未来数字生活

未来的生活会是怎样？未来的信息通信又是怎样？一百个人可能会有一百种答案，可能谁也无法描绘出未来的景象。不过，中国电信、中国移动合建的世界博览会信息通信馆将会给出答案，参观者将会感受到超越时空、突破感官、跨越物种的未来信息生活。

手持终端 互动体验全靠它

看点：学会使用 ICT 终端

参观信息通信馆，ICT 终端是必不可少的装备。“ICT 手持移动终端是为世博会首创的，这是和其他馆不同的地方。ICT 终端的妙处在随后的参观过程中就可以感受到。”参观之前，世博通信馆设计方 BRC 公司副总裁及创意总监肖博奇特别提醒记者。

从外观上看，ICT 终端和索尼 PSP 掌机很相似，实际上它依靠庞大复杂精密的无线网络和性能强大的现场服务器，确保与 RFID(电子标签)设备双向交流顺畅，才能使人们在参观过程中有着众多互动体验。信息通信馆配置了 8000 台 ICT 终端，并确保 2600 台可以在任何时间同时使用。“这代表了全球范围体验景点项目所运行的最大的无线网络之一。”肖博奇说道。

在迎宾区，参观者拿到 ICT 终端后，需要输入用户名、密码，这是为了创建个人的“梦想档案”，以便随后的参观中收集你的梦想。你也不必担心不会用，迎宾大厅的上方有 4 台 42 英寸高清多媒体显示屏会当你的老师。

动态壁画 从信鸽到电话

看点：了解通信沧桑巨变

接下来就正式开始神奇的通信体验。首先参观的是前展区，“动态壁画”将帮助人们了解通信的发展历史。

“动态壁画”是在一块长度超过 26 米的半环形高清大屏幕上展现的，将好莱坞大片风格与中国传统艺术元素相结合的风格展现得淋漓尽致，很有视觉和听觉的冲击力。剧中主角是两个 ICT 小精灵 Jiling 和 Gudu，它们将带着参观者经历通信发展巨变。屏幕上首先出现的是白发老人，他伸手抛出一只信鸽，向远方亲人传递讯息。这时 ICT 终端的屏幕将以 3D 动画的格式显示信鸽的展翅速度，接下来有互动活动时 ICT 终端都会事先通过震动以及 LED 显示灯闪烁的方式提醒参观者。而后万马奔腾，敌军来袭，这时只看见烽火台上狼烟四起，城楼上兵将林立，刀光剑影，一场血战就此展开。

画面上又出现泰坦尼克号的巨大身影，在撞上冰山后，船员发出了 SOS 求救信号，虽然最终只有少部分人被赶来的船只救起，但会让人们了解电报给通信业带来的巨大变革。这时，ICT 终端上又会收到小精灵发来的电报。

最后一幕是位老农站在田间地头，接到远方儿子打来的电话，纵横对比，不得不感叹通信变革给人们生活带来的巨大变化。

梦幻剧场 信息生活很美妙

看点：身临其境体验未来

前展区隔壁就是主展区，这里有 533 个屏幕打造的“沉浸式梦幻剧场”，参观者将会体验到未来的信息生活。

“533 个屏幕是指 500 个 ICT 终端的屏幕，屋顶上的 32 块‘神奇屏幕’和正前方墙壁上的超大弧形屏幕，参观者被屏幕包围在其中”，肖博奇说道。而且配合剧中情节座椅会发生震动，到了南极时剧场中会漫天飞雪，还会有飘来飘去的泡泡，一切形容词都是多余的。当有人问 BRC 公司总裁 Bob Rogers 影片效果会怎样，他的回答是：“我保证，参观通信馆的队伍，一定比看《阿凡达》的还要长。”

未来信息生活到底有多神奇呢？跟随名叫东东的小男孩去体验吧。东东放学回家后，冰箱会向他打招呼，并询问要喝什么饮料，得到回答后给小主人倒了杯橙汁。回到自己的房间，东东开始温习功课，他没有将自己埋没于纸堆和题海之中，而是通过墙壁来快乐地学习。你没有看错，就是墙壁。转眼间，墙壁变成大屏幕，出现了辅导老师的身影，给东东开起了“小灶”。做完课后，墙壁的屏幕中又出现一位虚拟体育教员，指导他篮球投篮、突破的手法技巧。

之后东东和远方的爷爷奶奶又通过墙壁进行了视频通话，爷爷的颈椎不好，一直坐在轮椅上，这让他很担心。于是东东通过视频向国外的医生咨询，医生告诉他可以对他爷爷进行远程诊断，然后借助纳米机器人进行远程手术……

收集梦想 带着心愿回家

看点：在网上展馆继续自己的旅程

既然是参观，难免要拍张照片来证明“到此一游”。后展区有自动拍照装置，在机器的 RFID 标识前刷一下你的 ICT 终端，你的身影将会出现在显示屏上。赶紧摆好 POSE，因为准备时间只有 8 秒钟，你的靓影会自动拍下来，并上传至信息通信馆的网站上，输入你在 ICT 终端上设置的用户名和密码，就可以下载。参观者还能参加互动游戏，通过投影识别技术去抓屏幕上的“梦想灯笼”。

在后展区，ICT 终端扮演的是“梦想收集器”的角色。展区中间摆放着“信息墙”，上方是一块显示屏，下方则有写着“信息通信与健康”、“信息通信与智能生活”、“信息通信与绿色城市”之类的小格子，看似平淡无奇，实则大有文章。如果参观者对某块内容很感兴趣，比如“信息通信与健康”，用 ICT 终端在标识前刷一下，系统就会知道你对这方面内容很感兴趣，会自动帮你收集相关信息，并上传至你的梦想档案。参观结束回家以后，你可以上网慢慢看、细细看这方面的信息。

世博“大片”精彩纷呈

沙特馆：最大 3D 影院

在沙特馆内部，观众可以戴上特制的眼镜，通过逼真的 IMAX 屏幕 3D 影院，体验沙漠的神秘风光。这块 IMAX 屏幕有 1600 平方米，是全球最大的 IMAX 屏幕。

中国馆：巨型三折幕

中国国家馆影院内有超大异型屏幕，长 66 米，分为均等的 3 块，宽度均为 8 米，属于巨型三折幕。

土耳其馆 360 度影院

“孕育现代”是土耳其馆的最中心区域，是一个 360 度的电影院。观众既可以看到伊斯坦布尔街头的场景，又可以看到上海的街景。

吉林馆：环幕立体 4D 影片

吉林馆播放的是环幕立体 4D 影片《乡亲》，充满了感官上的新鲜体验：老虎用鼻子拱了小女孩一下，观众们就会感同身受地被椅子顶一下；女孩滑雪橇时观众也会跟着一起左摇右摆……来源：2010-5-5 IT 时报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

3G 商务时代信赖全球通

成功的商务人士，让人羡慕的不仅是他在事业上的成就，还有他在为事业奋斗之余可以尽情享受生活的乐趣。

从容地应对工作，惬意地品味生活，商务人士不是超人，如何能够同时拥有繁忙的工作和轻松的生活呢？

有成功者总结经验之后得出结论：在信息化高度发展的今天，选择一个合适的移动通信品牌当“助理”，善用先进的移动信息化技术，可以大大提高工作效率，从而给个人生活留出更多时间。

中国移动的“全球通”品牌无疑是一个不错的选择。在国内全面启动 3G 之后，全球通专门针对商务人士工作和生活需求提供了一系列 3G 移动信息化应用，充分利用 3G 网络高速无线上网的优势，提高商务人士移动办公的效率。此外，全球通还为商务人士提供了多项通信管理功能，以及丰富、及时的资讯平台，甚至理财方面的业务。

除了这些常规业务和服务外，全球通客户近期还可以同时享受到出游香港双重惊喜——“一卡多号”在港接听全免费以及“12580 香港购物总动员”优惠，客户可以轻松玩转香港，并在又一城享受到购物优惠。

全球通客户通信安全更有保障

通信管家

属于个人的“通信安全小秘书”

通信技术日益发达的今天，人们也越来越重视通信的安全性，对于商务人士来说通信安全更是尤为重要。假如可以避免错过任何重要的电话，这对商务人士来说，无疑将大大提高工作效率，并让生活变得更轻松。

同样，如果有一种通信服务可以让商务人士管理好自己的通讯录，不用担心会因为各种原因失去那些重要的联系号码，那商务人士在工作时一定可以更加放心，即使面对一些意外也可以从容应对。

身为公司销售经理的梁先生对全球通“通信助手”业务赞赏有加，梁先生表示，他平时手机总是非常繁忙。“电话有时候多得让我焦头烂额，特别是在我和客户见面会谈的时候，时不时接听电话，是很不礼貌的。”因此，梁先生开通了“通信助手”业务。“这个业务里包含来电提醒和短信回执两项功能，在我见客户或乘坐飞机时，我都会关闭手机，但在这期间所有的来电都不会错过，我只要一开机就可以收到系统发的来电信息，然后再按来电的重要程度一一回复。”另外，梁先生也表示“短信回执”功能则方便他掌握自己所发出短信的到达状态。

尹小姐是某家企业的老板秘书，她说全球通“号簿管家”是自己的好助手。尹小姐曾经有一次手机丢失致使通讯录全部丢失的惨痛经历。“我的手机里存了不少我们公司重点客户、合作伙伴的联系方式，手机一丢，这些联系方式都没有。唯一的方法就只有再重新收集。为此我还被老板狠狠地批评了。”

在经历这次事件之后，尹小姐在同事的推荐之下开通了全球通“号簿管家”服务。“这个服务真是太棒了！其实就是我把通信录都存在中国移动专业的服务器上，我在电脑和手机上都可以随时调用这些号码，还不用担心手机掉了之后这些号码也跟着丢失了。”

清单被查通知

给通信清单多加一把锁

手机话费清单和手机通话记录都属于个人隐私，为了更好地保护这些私人信息，全球通提供了一种非常人性化的保障服务——清单被查通知。客户使用了这项服务后，一旦有人查询自己的手机话费清单和通话记录，系统即会发短信告知客户清单被查的时间和方式，这相当于给客户的清单多加了一把安全锁。

全球通客户出游香港双重惊喜

“一卡多号”

在港接听全免费

自从深圳对市民开放香港“一签多行”政策以来，深港两地居民的交流更加密切！为了满足深圳客户赴港漫游使用的需求，全球通为客户提供了“一卡多号”业务，享受在香港漫游被叫全免费的优惠。

经常陪老板出香港谈生意的尹小姐正是一卡多号业务的受益者之一。“使用全球通一卡多号可省钱了，拨打香港本地电话只要 0.39 元 / 分钟，打回内地也只要 0.69 元 / 分钟，发短信至内地手机仅需 0.19 元 / 条。”尹小姐还表示，她的老板也在她的建议下开通了一卡多号业务，“老板几乎每个月都要去香港，他说开通了一卡多号之后他就不用每次都更换手机 SIM 卡啦！而且用一卡多号和他以前用香港本地的号码一样省钱。”

此外，在香港接听原价为 2.19 元 / 分钟，现接听所有来电 0 元。香港本地电话拨打全球通副号码，则是按香港本地市话资费收取。

12580

香港购物总动员

尹小姐最近跑香港跑得更勤了。这是为什么？

“因为 12580 香港购物总动员啊！”尹小姐表示，她在“五·一”之前就得知，从 2010 年 4 月 29 日至 5 月 15 日期间，拨打 12580 就可以下载香港又一城 12580 专享电子优惠券，在又一城使用优惠之后即可赢取积分。活动结束后，12580 会通过累计积分排名选出购物达人；另外，客户到又一城柜台凭 12580 电子优惠券，即可获得又一城送出的茶叶礼盒一份，每天前 50 名更可获得 12580 送出的额外精美礼品一份。

据了解，此次活动的奖品相当丰富。购物达人一等奖的奖品为空中快线直升机港澳单程双人机票 + 香港皇悦酒店双人住宿两晚，二等奖为 Mikimoto 首饰，三等奖为精美匙扣。欲了解活动详情可拨打 12580 查询。来源：2010-5-5 深圳特区报

[返回目录](#)

有人想做手机资料搬运工

不小心丢了手机，就不得不想方设法将旧手机上的电话号码、短消息一条条重新输入到新手机上……而换了新手机，不少手机用户还是无奈地看手机型号的“脸色”，不知如何将原手机上保存的号码输入到新手机上。正是因为号码转存服务“跟不上趟”，于是有人想到要做“手机资料搬运工”。

手机号码转存苦了顾客

五一小长假前一天，杭城一家外贸公司的负责人彭先生收到了网购的一款 nokia 手机。本来心情大好，但接下来的烦心事，却让彭先生一筹莫展。彭先生原本用的是三星手机，里面存了几百个电话号码，无奈号码就是无法输出。小长假里他跑遍了延安路上的几家大型的手机连锁卖场、手机营业厅，甚至还去了品牌特约维修站，想要找人帮忙把旧手机里的号码簿倒腾至新手机上，最终的结果让彭先生叹气连连：拒绝率几乎接近 100%。“多数商家给出的理由是‘转不来’；有两位商家直接回绝说‘不当场购买手机不提供这项服务’；还有商家直接建议彭先生到手机小店试试，花钱倒号码。”

最后，彭先生寻觅到一家手机销售小店，花了 30 元钱请人将号码转至新手机上。“花钱请人倒号码，主要是自己怕麻烦折腾不起。”彭先生说。

“资料搬运工”单次收费 50 元

如何将旧手机里的号码一条一条转至新手机上，不少买了新手机的顾客都会“被迫”请人来做“资料搬运工”。

记者了解到，像杭城的百脑汇、颐高数码广场等专门的手机售卖点，有精明商家欲将这个低调的“资料搬运”生意摆上台面。“现在还没有所谓的服务定价，大致收费在 30—50 元/次。”百脑汇雅兔数码的小强告诉记者，此前接过寥寥几单“资料搬运”收费生意，其中多数还为熟客单。“照目前看，有这方面需求的人还是很多的，只是很多人不知道到哪能转存手机号码。”小强表示。

“还有不少顾客嫌价格太贵。花不了多少时间，轻松将号码转入新手机就能赚取 30—50 元，很多顾客认为花这个钱不值得。”天诚数码的负责人胡先生认为，客户群较窄，收费确实不便宜。

其实，早在几年前，一些大型通讯商就开通了号码转存收费服务，有的公司还提供了例如换 STK 卡等服务，用户只要花五六十元钱，就能把手机上的号码存进移动公司的系统，换手机时存过的号码可以方便输入。此外，也有一些类似“电话簿管家”业务，将短信等资料保存到软盘等其他媒介，再重新复制到新手机上。同样的，该服务也要收取相应的费用。但这些服务很多人并不了解。

“资料搬运”有没有免费的“午餐”

“如果倒号码也要收费，我会挑选后期服务更好的手机销售点买手机。”消费者徐小姐表示。“自己转存不了，希望有专业人士能帮忙，但收费过高不合理。”网友“郑重 319”表示。

“现在，越来越多的顾客在买了手机后，都会要求商家帮助转存号码。”小强告诉记者。和大型手机卖场相似的是，小型手机销售点的商家也会遇到顾客要求对手机进行“资料搬运”。“顾客买了手机后，再要求倒号码，我们一般是不收费的。”

记者以手机用户的身份拨打了一家通讯运营商的客服电话，对方表示，柜面没有直接的服务业务，但办理相关的服务套餐就可以“倒号码”。“当月要收取相应的包月服务费。”

在一家专业维修点工作的叶师傅告诉记者，时常会被顾客讨教“如何倒号码”。“特别像一些‘手机盲’的中年商务人士，每天都离不开使用手机，上百个手机号码一个都不能丢。”据了解，事实上，不同型号间的手机确实无法互倒号码，即便同型号的手机也不是都可以互倒号码的，也可能出现号码丢失、格式不符等情况。像早年的摩托罗拉 PDA 手机的几个不同批次，必须按照其出厂顺序，按时间顺序依次“倒”下来，而不能“越级”。

还有按照商家的说法，通过一款特定的转换软件植入匹配的型号手机内，就可以将资料格式转换至新手机上，但是，不少软件有所设限，暂时只有诺基亚、摩托罗拉、三星等几个大品牌的部分手机才能使用这种功能。

正是因为有了这些限制，再加上很多人不知如何使用这样的功能，才催生了专门从事“手机资料搬运”业务的新行当，而这种行当的出现，则凸显了手机码转存服务的不完善。来源：2010-5-5 浙江在线-今日早报

[返回目录](#)

中移动首批推 5 款电子书 多数可用 TD 下载

知情人士透露，中国移动已联合 5 家终端厂商将提供 5 款电子书，多数可采用 3G 或 2G 的方式下载，因此也可以说多数是 TD-SCDMA 电子书，何时上市则时间待定。

对于很多用户来说，电子书并不陌生。根据统计，2009 年全球电子书市场销量达到 395.71 万台，其中中国就达到了 61.18 万台，占全球 15.5% 的市场份额，仅次于美国市场，成为全球第二大电子书销售市场。

在中国较早推出电子书的汉王科技 2010 年上市的招股说明书显示，汉王 2009 年的电子书销量为 26.63 万台，为公司带来 3.9 亿元销售收入。由于看好电子书的市场前景，目前汉王科技股价一路飙升，早已成为百元股。甚至有人认为，图书和教育市场有多大，电子书市场就有多大。

正因为此，电信运营商也看好这个市场，此次中国移动携手厂商拟推出带有 3G 和 2G 下载书籍内容功能的电子书。

知情人士透露，中国移动已联合 5 家终端厂商将推出移动电子书，多数都内置 TD-SCDMA/EDGE 模块，这 5 家厂商包括汉王、华为、大唐电信、方正，还有一家美国公司 Firstpaper。

这些电子书多数可使用中国移动的 TD-SCDMA 网络，并且用户可以“不换卡，不换号，不登记”即使用 TD-SCDMA 服务，目前理论下载最高速度为下行 1.4 Mb/s，存储空间标配 4GB。来源：2010-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

中移动开推电子书业务 内容分成模式受关注

中国移动今天宣布手持终端阅读业务方面的具体情况，据悉，中国移动对于移动阅读业务非常看好，用户可以非常方便地使用电子阅读器等终端阅读书籍，同时可用 TD-SCDMA/EDGE 等 3G 或 2G 方式下载书籍。

电子书可采用 3G 或 2G 方式下载书籍

根据中国移动的定义，手机阅读是中国移动整合具备内容出版或发行资质的机构提供的各类内容，提供以手持阅读终端为主要阅读载体，以客户端、彩信、WAP、WWW 方式为补充的全新阅读服务。

这种终端就是目前俗称的电子书，或叫电子纸阅读器。实际上，自去年开始，电子书在中国消费者中已经形成一定印象，市场初具规模，不少山寨厂商也狂喊着要进军电子书领域，显然，市场有巨大需求。

据悉，中国移动也认为，当前市场上主要的阅读终端有手机、笔记本、PSP等，但都存在问题，例如手机屏幕太小，阅读起来较累、笔记本不便于携带，不能随时随地阅读、PSP采用液晶屏，主要功能是游戏，阅读起来费眼。因此，电子书这种终端比较符合移动阅读的需求。

在经过一段时间准备后，中国移动终于准备全面开推电子书阅读业务，不过，与普通电子书不同的是，中国移动准备推出的电子书阅读业务都是带有移动通信功能的，即可通过3G(TD-SCDMA)或2G(EDGE)方式下载书籍内容，而普通电子书只能通过生产过程中内装书籍内容。

内容及分成模式曾试点

同时，中国移动在移动阅读内容上早已做好准备。中国移动有五大SP业务基地，其中，去年，浙江省政府已经与中国移动签署了长期战略合作协议，中国移动将其手机阅读基地设在浙江，计划5年里投资5亿，2年内实现投资5000万元，以此打造手机阅读基地。

中国移动将在未来5年投资超过500亿元，并将在两年内投入5000万元，建设浙江手机阅读基地。

中国移动还曾在浙江进行手机阅读业务模式试点，将G3阅读器直接放入终端定制库，收费将于内容提供商合作分成，中移动提供两种方式供用户选择。一是书刊的单个购买付费，二是图书的包月付费。其中，包月付费有两种价格分别为2元和5元，并分为不同专区为用户提供下载，2元包月只有一个精品区，而5元包月包括时尚女、幻仙侠、新书速递、都市言情、历史军事5个频道。

不过，中国移动全国移动阅读业务最终的内容及分成模式还有待于其公布。
来源：2010-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

【网络增值服务】

联通3G可看世界杯

用联通iPhone(3GS)随时随地登录即时与人交流，让您的生活交友圈子更广泛。点击App Store，从类别中选择《社交》，或从搜索中搜索如下程序，或者在itunes里下载搜索如下程序，你可以看到并下载下列程序。

一、QQ(2010)

QQ(iPhone版2010)是一款即时通讯软件，你可以通过它方便地管理和联系好友，也可以实现网上交友。与电脑上的QQ不同，iPhone版QQ具有推送功能，也就是说，即便你没有在线，有好友与你联系或者有信息发送给你，系统便

会以短信的形式告诉你，这样便可以大大减少因为挂 QQ 而产生的高流量费用，同时不会遗漏任何消息。

二、MSN(2010)

iPhone 版 MSN 可以实现手机与手机端、手机与 PC 端之间的即时通讯，同样与电脑上的 MSN 不同。iPhone 版 MSN 可以支持提醒功能，在程序退出以后继续提醒新信息，支持多人对话，支持 40 多种表情图释，并且可以发送文件和语音给对方，支持接收闪屏震动，如果不想被打扰，也可以随时阻止对方。

三、开心网

开心网是一个社交网络，通过这款程序可以直接与朋友保持更紧密的联系，及时了解他们的动态，与他们分享生活与快乐。可以查看好友的最新动态，可以将照片随拍随传至开心网与好友分享，可以接收与回复开心短信息、评论留言。可以更新状态和记录。

四、微博

iPhone 版新浪微博(<http://t.sina.com.cn>)实现了阅读、发布、评论、转发、私信、关注等各主要功能，支持本地相机即拍即传和新消息提醒功能。

联通 3G 可看世界杯

记者 邵峥怡

本报讯 从现在开始到 6 月 30 日，中国联通杭州分公司针对 3G 186 新老用户(不包括 iPhone 合约计划、无线上网卡用户)推出“冲浪金币月月享·3G 世界杯随心看”活动。

活动期间，3G 186 新老用户当天预存话费累计 200 元及以上将赠送 3G 套餐手机上网流量、点对点短信及点对点彩信费，分 10 个月出账减免，同时赠送 3G 手机电视直播频道 2 个月，含华数体育直播频道(价值 20 元)。此外，中国联通杭州分公司还为新老用户准备了三大礼包，只要一次性支付礼包价格，除了赠送相应话费，还能赠送新款畅销 3G 手机。来源：2010-5-6 都市快报

[返回目录](#)

联通与台湾大哥大合作取消漫游费

据台湾媒体报道，中国联通联合台湾电信运营商大哥大推出一卡漫游优惠方案，两岸用户漫游期间，均以当地费率计价，不用再交纳高昂漫游费用。

市场人士分析，这意味着两岸移动电话正式步入直达通讯时代，台湾手机用户未来前往内地，将适用于当地移动电话费率；而内地手机用户赴台湾，也将适用于台湾本地费率。

除了移动电话费用取消漫游外，中国联通还与大哥大达成协议，两地用户手机上网也将享受半价优惠。

根据这项优惠，台湾大哥大用户漫游至内地，手机上网平均费用有望从 800 元台币(约合人民币 172 元)降低至 360 元台币(约合人民币 77 元)。

此项措施，主要是为了便利世博会期间用户漫游上网需求。据了解，2009 年台湾来内地的人数约 448 万人次，内地赴台湾旅游人数也有近 100 万人次，增长高达 195%。

另据了解，除了中国联通与大哥大率先达成合作外，接下来包括中华电信、远传、威宝等电信运营商，也将快速跟进。来源：2010-5-10 新浪科技

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

歌华进军电视购物

北京地区广电网络主导运营商歌华有线(600037)昨天宣布，将出资 2000 万元成立一家专门为购物提供服务的合资公司。

歌华“保留” 20% 股权购买权

歌华有线表示，已同香港富邦媒体有限公司签署协议，双方将成立一家合资公司，初始资本额为人民币 1 亿元。双方均以自有资金出资，其中歌华有线出资 2000 万元，占注册资本总额的 20%；富邦认缴 8000 万元，占注册资本总额的 80%。3 年内，歌华有线有权按合资公司设立时的价格向富邦购买其持有的合资公司 20% 股权。

合资公司将由歌华有线落实在北京传输的电视购物频道，由富邦提供购物经营管理及技术及全部的运营支持。据歌华有线 2009 年年报，截至去年底，歌华有线数字电视用户达到 240 万户，有线电视总用户 413 万户。

据了解，香港富邦是台湾富邦媒体科技股份有限公司在香港的全资子公司。台湾富邦公司成立于 2004 年 6 月，由台湾金融业巨头富邦集团与韩国电视购物运营商乐天家庭购物合资创立，注册资本 6.3 亿新台币，在电视购物领域已运营近六年，是少数运营 3 年内实现盈利的电视购物公司之一。

有线电视网进入电视购物

IT 市场观察员包冉介绍说，目前电视购物领域有两种业态，分别是以橡果国际为代表的电视购物直销公司模式，以及以湖南快乐购等为代表的专业家庭购物

电视频道模式。“歌华有线的介入，意味着广电体系的另一部类广电网络(有线电视网)也进入电视购物这一市场。”

据悉，2006年12月央视宣布开播“CCTV中视购物”频道，进军电视购物领域后，各地方电视台也争先进入这一市场，快乐购物、开心购物、欢腾购物、家家购物、居家购物、乐家购物、新华购物、好易购等电视购物频道纷纷亮相。
来源：2010-5-5 新京报

[返回目录](#)

东莞正式开通移动数字电视业务

目前东莞用户如果拥有支持CMMB业务的终端，即可搜到相关信号。CFP供图

记者日前从中广传播获悉，其CMMB(移动数字电视)业务已经在东莞正式开通运营。凡本地持有CMMB终端的用户，只需购买CA卡进行解密后，即可使用该项业务。

4月底正式开通CMMB信号

记者日前发现中广传播的CMMB移动数字电视业务的开通城市名单中增加了东莞，随后中广传播的客服人员也向记者确认了这一点。据介绍，目前东莞用户如果拥有支持CMMB业务的终端，即可搜到相关信号。

目前，诸如手机、车载GPS、MP4、上网本、部分数码相框等终端均可支持CMMB业务。在节目内容方面，用户可收看到CCTV1、CCTV3、CCTV5、CCTV新闻、省1、市1共6个电视频道。

至于资费方面，目前中广传播对于CMMB移动数字电视业务的收费标准为每月12元，一次性预存一年则可享受120元的优惠价格，一次性预存三年则只需300元。

使用业务需自行购买CA卡解密

在已经购得支持CMMB功能的终端之后，用户仍需自行购买CA卡对移动数字电视的信号进行解密。据中广传播的客服人员介绍，解密所用的CA卡可至当地的电子城中购买，一般的价格范围为85-100元。CA卡的功用与手机的SIM卡类似，除了对电视信号进行解密外，还将充当CMMB业务的资费账号。

需要注意的是，部分终端已经内置了CA卡进行解密，因此拥有CMMB终端的用户需要预先咨询终端厂商，再决定是否购买CA卡进行解密。

记者试用

未解密情况下只能收看CCTV-新闻频道

CCTV 新闻频道未加密

记者在天源电脑城世博店的一家商铺内试用了一款支持 CMMB 功能的纽曼 CTV5(一款 MP4)。首先,在终端的主界面,即可以看到有一个“CMMB”的图标,一般都是标有“数字电视”字样。

点击进入后,会出现“请不要在驾驶、行路或进行其他不适于观看内容的行为时使用!”的安全警示。点击确认后,终端即进入频道搜索界面,目前默认在未解密的情况下只能收看一个 CCTV-新闻频道。需要注意的是,如果经过搜索后,没有出现 CCTV 新闻频道或者频道列表没有台标,只有数字,那么就需要进行重新搜索。

在确认终端靠近窗户或者其他空旷的地点后,仍然无法搜索到 CCTV 新闻频道,那么这款终端就是有问题的。

CA 卡外形类似 T-card

在确认终端本身没有问题之后,用户仍需检查终端属于内置 CA 卡还是外置 CA 卡。如果是内置,那么即可以直接进行激活解密;如果是外置 CA 卡,则用户需自行购买。

目前,东莞市区几大电脑城内均有 CA 卡销售。用户在购买之后可插入终端的卡槽,随后点击进入 CM M B 界面,在“设置”菜单下查看固件版本、K D A 版本、CA 卡号三项是否有显示。如果未能完全显示,则需重新插卡激活。

随后,用户需拨打中广传播的客服热线,对终端进行自动激活或者人工激活。用户只需根据语音提示输入 CA 卡号完成最终的激活。

一次激活,可多次授权

在确认终端完成激活之后,用户仍需完成最后的终端授权。点击选择“CCTV-新闻”频道,并确认终端处在空旷的地区以保证信号完好。在激活完成后,系统会向机器发送单向的授权信息。而一般在“CCTV-新闻”频道播放约 10 分钟时,机器即可开始接收广电系统发送的授权信息。据经销商林先生表示,授权期间电视画面可能出现异常,但属于正常现象。

约 5 分钟之后,一般即可以完成授权过程。用户此时点击其他频道,即可正常观看。一般来说,CM M B 的激活授权遵循“当地激活,落地开花”的原则,即终端在哪个地方使用,即在当地进行激活,否则就需进行再次授权。用户在激活 CM M B 终端之后,可在客服人员的帮助下进行多次授权。

CA 卡号即是缴费账户

用户需要注意的是,在购买了 CA 卡之后,需另外记录 CA 卡号。一旦 CA 卡内余额不足,即需要凭借该卡号至中广传播的网上营业厅进行缴费充值。来源:2010-5-11 南方都市报

[返回目录](#)

中国移动提供世博会 3 路手机视频直播

中国移动表示，在世博会开幕式及 184 天的世博期间，提供 3 路视频直播，用户通过手机可实时观看。

中国移动现有用户 5.39 亿户。手机视频用户进入新世博专区，可以看到包括央视、东方卫视直播的世博内容。另一路直播是世博滚播业务，将采用滚播的形式，24 小时呈现世博会场当天的演出及重大事件，回顾近期精彩视频内容。

30 日晚的开幕式期间，中国移动为浦江两岸提供重点通信保障，世博文化中心、庆典广场是其中最重要的保障区域，国际与国内漫游、长途、彩信和短信等多项业务受到重点保障。

在 5.28 平方公里的世博园区内，移动通信网络覆盖密度已达到园区外的 20 倍，可满足峰值 80 万人流的通信需求。为应对突发事件，中国移动的 15 辆应急通信车已进驻世博园区。

考虑到外宾需求，中国移动提供英、日、法、德、韩、西班牙、阿拉伯、粤语等 8 种语言的世博综合交通指南，方便海外游客拨 12580 查询世博开幕晚会及世博期间的交通资讯。来源：2010-5-7 电脑之家

[返回目录](#)

【电信网络】

4G：3G 背后悄显身

4G 最早要到 2015 年才可能商用，当前最重要的是踏踏实实做好 3G，深刻认识和理解客户需求，开发有针对性的业务和产品，提供全方位的内容和服务，聚集各方力量，整合整个产业链条，积极摸索和探索出 3G 盈利的模式，为“钱景光明”的 4G 打下坚实的基础。

3G 在中国的商用化刚刚启动，下一代移动通信 4G 就初现雏形。

日前，南京邮电大学通信与信息工程专家宋荣方教授透露，将带给人们更多便捷的 4G 标准正在规划中，最快在 2010 年底确定。

4G 已悄然来临，国内的 3G 能坚持多久呢？有关专家指出，3G 有技术上的限制，只是一个过渡性的技术标准，其使命就是为 4G 铺路。4G 从开始制定标准到形成产业一般需要 10 年时间，3G 不会很快被 4G 取代，4G 的出现和部署可以与 3G 互为补充。

中国博弈 4G 话语权

目前关于 4G 的定义尚无定论，作为最权威的标准制订机构，国际电信联盟 (ITU) 对 4G 的描述为：移动状态下能够达到 100Mbps 的传输速率，静止状态下能够实现 1Gbps 的速率。各国都为争取 4G 话语权不遗余力。工信部相关负责人透露，中国也正积极参与有关技术的研发和标准的制定，期望在 4G 上夺得先机。

在 3G 走向商用的同时，国外有关 4G 的研究已小有成果，欧盟、日本、韩国都启动了相关计划。去年 8 月，韩国三星公司推出了全球首款 4G 手机，并在行驶的公交车上进行了演示。

为了在 4G 中提前部署标准战略，自 2005 年 10 月开始，中国有关部门专门成立了“未来移动通信论坛”，挂靠在中国移动通信标准化协会下面。目前该论坛已吸纳了 33 家会员，这些会员包括西门子、爱立信、华为、中国移动和清华大学等。

在准备 4G 国标的过程中，中国已有了具体成果。不久前，中国在上海对自主开发的 4G 移动技术进行了测试。这次测试证明了中国在开发 4G 技术方面又前进了一步。

此后，中国启动了“新一代宽带移动通信网”，该项目包含 4G 的关键技术研究 and 标准化工作。相关部门已决定在更多地区进行 4G 系统的测试工作，且要在 2010 年对其进行商业化测试。

工信部高层也先后表示，希望华为、中兴等企业能参与组建“4G 标准联盟”，这预示着中国参与 4G 标准的角逐将与 3G 一样，由企业而不是大学科研机构主导提出标准。

在国内三大运营商如火如荼的 3G 营销战还没有降温的时候，中国移动已经开始布局 4G。2006 年 7 月，中国移动和全球知名电信运营商沃达丰、欧洲著名运营商 Orange 以及日本最大移动运营商 NTTDoCoMo 等 7 家企业合作成立推动下一代移动网络技术发展组织 (NGMN)，其目标直指 4G。

中国移动在紧锣密鼓地进行 LTE 网络部署，并在 2010 上海世博会上建立了第一个 TD-LTE 的演示网络。LTE (长期演进技术) 是 GSM 超越 3G 与 HSPA 阶段迈向 4G 的进阶版本。中国移动明确表示未来 60% 的投资都将用于向 LTE 的演进。

华为是现今移动通讯市场的主要供应商之一，同时也是开展 LTE 研发的业界先行者。截至目前，华为已经联合中国移动、Telenor、沃达丰等全球领先的运营商开展了大量 LTE 外场测试，合作部署了十余个 LTE 试验局。

中兴通讯，在 LTE 上的投入主要体现在参与标准制定和产品策略上。中兴从 2005 年起组成了研究团队，全力投入 3GPP-LTE 关键技术、算法以及仿真研究工作。

大唐也是直接参与 3GPP-LTE 的标准化的厂商之一。2009 年 6 月 4 日与台湾工研院签署合作意向书，双方将合作布局 TD-LTE，初步定于 2010 年提前推出 TD-LTE 试验网。

关于谁将主导 4G 的争论仍然持续，越来越多的通信设备厂商参加到日趋激烈的市场争夺战中，其目的是希望能获得 4G 的主导权。

3G 或是 4G 的奠基者

4G 和 3G 究竟有什么不同？据介绍，3G 虽然向视频迈出了重要一步，但并未从根本上改变无线结构。最初制定的 3G 带宽非常有限，让很多用户同时使用视频是不可能的，而 4G 的带宽是 3G 的 10 倍，频谱利用率大约也是 10 倍，这样吞吐量就是 3G 的 100 倍，能真正实现把宽带送到用户手上。

下载一部 6.5 分钟的高清片，只要 10 秒钟；在网上看高清视频，不用担心画面卡或声像不同步……4G 通信技术的主要优势是通信速度更快、网络频谱更宽、智能性能更高。与 2G 通信技术相比，4G 的传输速度提高了千倍左右，和 3G 相比，4G 的传输速度也提高了数十倍。

分析人士表示，目前 3G 的境地确实有点尴尬，但还是有其合理的生存空间。4G 需要 3G，也只有在深度运营好 3G 的基础上才能平滑过渡到 4G。

3G 为 4G 奠定客户基础。在 3G 时代，个人客户、企业客户和专业客户分化更为明显，客户需求更加明确和多样化，客户数量更为庞大，客户对 4G 的需求欲望更加强烈。

3G 为 4G 奠定新的业务模式。3G 时代需有大量丰富的内容和专业化的服务作为支撑，才能真正吸引用户使用。3G 时代是数据业务的时代，在 3G 时代全方位深度开发和运营的新业务，将为 4G 时代奠定坚实的基础。

3G 为 4G 奠定运营盈利模式。对于 3G 时代而言，空前丰富的业务应用不断拉长产业价值链条，使得合作共赢成为运营商必需的选择。只有 3G 盈利了，4G 运营盈利才有可能。

分析人士指出，4G 最早要到 2015 年才可能商用，当前最重要的是踏踏实实做好 3G，摸索出 3G 盈利模式，为“钱景光明”的 4G 打下坚实的基础。

中国 4G 应从 3G 开始

有关专家表示，3G 业务发展现阶段不会受 4G 标准制定工作的影响。到现在为止 4G 国际标准还没有最终确定，按照程序，大概会在 2011 年确定。

中国工程院副院长邬贺铨院士表示，4G 从刚开始制定标准到形成产业一般需要 10 年时间，3G 不会很快被 4G 取代。

然而，分析人士认为，在巨额成本与建置时间的阻挠下，迈向 4G 之路将会迟滞难行。在硬件建置与市场需求的的双重考验下，一般预估，最快五年后 4G 服务才有机会跃升成为主流。

目前市场尚未准备好迎接 4G，从 3G 过渡到 4G 需要一段不短的时间，而接下来 5 年内 3G 依然会是主流。市场预估浏览网页、收发电子邮件，以及实时通信依然是未来五年内移动上网的主要需求，而这些透过目前的 3G 系统就可达成。

有关专家表示，中国要想抓住 4G 这一发展契机，在国际移动通信技术领域立足，必须充分吸取 3G 方面的经验和教训。

不可否认，尽管中国已经确立了国产 3G 标准 TD-SCDMA 的地位，但由于中国在移动通信技术领域的积累不足，再加上时间过于短暂，TD-SCDMA 在国内的发展其实并不顺利。不过，TD-SCDMA 发展过程中所遇到的种种问题，为中国发展 4G 提供了宝贵的经验。

任何一种通信技术，无论多么先进，最终能否成功都是由市场说了算。中国在进行 4G 技术研发的同时，要对技术的应用前景进行研究和分析，把市场摆在一个重要的位置，而不是最后依靠政府来推动技术的商用。要做到这一点，除了在研发中注重商用外，还应及早与产业链上各环节的企业进行合作。并应善于利用国际资源，找准突破点，把重点放在最为关键的核心技术上，注意借鉴和吸收国外最新研究成果。来源：2010-5-5《中关村杂志》

[返回目录](#)

中国电信：年内完成 100 万光纤到户接入

中国电信科技委主任韦乐平今天在“2010 全国宽带通信及物联网高层论坛”上透露，中国电信 2010 年将完成约 100 万 FTTH(光纤到户)接入。

2010 年 4 月初，工信部、国家发改委等七部委已联合下发文件，要求电信运营商加速推进光纤宽带建设，加速城市光纤到户、农村光纤到村，并提出 2011 年城市用户及农村用户的宽带接入能力将分别实现 8M 及 2M。据悉，根据七部委联合下发的文件，我国光纤宽带网络建设投资三年内将超过 1500 亿元，新增宽带用户将超过 5000 万。

中国电信科技委主任韦乐平今天在“2010 全国宽带通信及物联网高层论坛”上透露，中国电信 2010 年将完成约 100 万 FTTH(光纤到户)接入。他同时指出，中国电信 2010 年将在全国主要发达城市进行 FTTH 规模应用。

此前，中国电信已公布其宽带接入整体目标，即在未来 3-5 年内，中国电信将完成现有宽带用户的光纤化改造，使城市用户全面具备 20M 宽带接入能力。

韦乐平表示：“中国电信已在六年前开始了 FTTH 实验，经过六年的前期准备，目前已经到了开始在发达城市进行规模应用的阶段。”而根据中国电信的计划，2010 年将有 100 万宽带用户实现光纤到户。来源：2010-5-6 比特网 ChinaByte

[返回目录](#)

Indosat 推出亚洲最快网络 为 4G 时代做准备

作为一个为期数年项目的一部分，印尼电信运营商 Indosat 近日委托爱立信 (NASDAQ:ERIC) 对其网络进行改造，并推出亚洲最快的移动网络，以提升印尼用户的移动体验。该移动网络采用了爱立信的 HSPA(高速分组接入) 演进技术，速度最快可达 42Mbps。目前，Indosat 拥有 3910 万印尼国内用户。

此次改造不仅为 Indosat 的网络向下一代 LTE(长期演进) 技术迁移做好准备，还通过降低能耗和占地推动网络发展，让网络在降低运营成本的同时也更加环保。改造后的网络除了具备可持续发展的特点，众多由可替代能源供电的“绿色站点”更让其如虎添翼。

Indosat 公司总裁助理 Harry Sasongko Tirtotjondro 表示：“我们非常自豪能够在亚洲第一、世界第二推出速度高达 42 Mbps 的最快的网络接入 DC-HSPA+ 业务。网络改造完成以后，Indosat 不仅可提供高达 42 Mbps 的最快数据下载速度，还可以打造‘绿色电信’，降低能耗，营造良好环境，从而推动电信业的发展，公司自身也会因效率得到提高而从中受益。”

爱立信网络业务部主管 Johan Wibergh 表示：“移动数据流量每年都在成倍增长，改造网络已成为运营商削减总体拥有成本、减少环境影响并继续向其客户提供最佳体验的一项关键举措。”

根据协议，爱立信将向 Indosat 提供当前最新的技术，包括：无线基站 (RBS)6000、MSS 刀片集群以及 MINI-LINK TN。此外，爱立信还将根据协议提供网络设计、部署、培训及支持服务。改造完成之后，Indosat 将可以灵活地向下一代 LTE(长期演进) 技术迁移。来源：2010-5-10 赛迪网

[返回目录](#)

WAPI+WiFi 版 iPhone 在华通过审批 或近期上市

比特网获悉,中国无线电监测中心网站资料显示,苹果 WAPI+WIFI 版 iPhone 已在华通过审批,设备型号为 A1303,设备名称中已标明 WLAN(WAPI),有效期为 5 年。

业内人士对此猜测,联通 WAPI 版的 iPhone 上市时间或许已不会太久。从此前经验来看,一旦所申请手机机通过工信部无线管理局设备型号核准中心的型号核准,便将进入上市前的审核测试程序,然后在拿到入网许可证后即可在国内开始销售。

而去年 12 月初,中国联通旗下联通华盛通信有限公司总经理于英涛在接受媒体采访时便已经表示,虽然何时在苹果手机上引入 Wi-Fi 还没有时间表,但预计这样的等待不会太久。2010 年初,有苹果 iPhone 代工厂商富士康一位内部人士向国内媒体披露,一直为人期待的 WAPI 版本联通 iPhone 已经开始量产,但具体上市时间还尚未确定。

苹果调整策略 支持 WAPI

在此前摩托罗拉、诺基亚等国外手机厂商在华推出 WAPI+WIFI 手机后,诸多国际大牌厂商也针对中国市场进行调整,支持 WAPI(无线鉴别和保密基础结构)标准,从而推出加载 WIFI 功能的移动终端。连从未向谁低头的苹果这次也主动调整策略。

去年 10 月底正式登陆中国市场的苹果 iPhone 并无 WIFI 功能,因为中国的监管者在去年才开始批准具有 WLAN(无线局域网)支持的手机,前提是这些手机必须支持中国本土的 WAPI 安全协议。而不带 WIFI 功能则导致 iPhone 在国内销量一直不如人意,甚至远不及水货 iPhone 的销量,境遇十分尴尬。

因此,苹果对 iPhone 进行了技术调整,以便支持中国的无线网络安全协议。

此外,戴尔也即将推出支持 WAPI 标准的手机。中国无线电监测中心表示,戴尔支持 WAPI 协议的最新手机 Mini 3v 上个月获得了入网许可,此前人们只知道这是一款 TD-SCDMA 手机。

业内人士对此表示,中国重点推广 WAPI 和 TD-SCDMA 等本土 3G 标准,目的是创造更多的自有技术并让国际公司采用这些技术。而以苹果、摩托罗拉为代表的国际大厂的大力支持也是对国产通信技术的认可。来源:2010-5-5 比特网

[返回目录](#)

【终端】

诺基亚首次预装 UC 浏览器

优视科技(UC)宣布，诺基亚已在旗下产品中预装 UC 7.0 浏览器，并全面在中国市场推广。这是诺基亚在战略投资 UC 之后双方展开的首次合作，也是诺基亚首次预装来自中国的手机浏览器。

预装 UC 浏览器的 NOKIA 2700、2730 和 3208C 手机

本次预装 UC 浏览器的诺基亚产品是基于诺基亚主流手机操作系统 Symbian S40 的 NOKIA 2700、2730(支持联通 WCDMA 制式)和 3208C 手机，其中 NOKIA 2730 是目前国内少数价格在千元级别的 3G 手机。UC 浏览器自 2004 年 8 月首次发布以来，为众多手机上网用户提供了高水准的手机上网体验。

“与诺基亚这样的行业领袖成功合作，将使 UC 在移动互联网发展进程中承担起更重要的作用”，优视科技 CEO 俞永福表示：“UC 一直坚持以技术为本，致力于帮助手机用户享受移动互联网乐趣。诺基亚公司对 UC 浏览器的认可不仅是对中国用户的重视，也是对 UC 引领手机浏览器技术实力的认可。UC 有信心通过与包括诺基亚、摩托罗拉、索尼爱立信等市场领导者在内的手机品牌达成预装合作，共同为更多手机用户奉献精彩纷呈的手机上网体验。”来源：2010-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

WAPI 终端 1 年百款通过核准

据国家无线电监测中心的无线电设备核准查询数据库中显示，自 2009 年 4 月 28 日至 2010 年 4 月 26 日，已核准支持 WAPI 的终端已达 100 余款。

在这 100 余款终端中，WCDMA 制式的终端约为 45 款，其中不乏苹果的新品终端，业内人士认为这款就是苹果的下一代 iPhone。而支持 CDMA2000 的终端有 26 款，TD-SCDMA 制式的手机将近 20 款。

在这些支持 WAPI 的终端中，三星终端共有 16 款，摩托罗拉在数量上有 11 款与多普达平分秋色，诺基亚 9 款，华为 4 款，戴尔有 3 款与中兴、索尼爱立信终端数量持平。来源：2010-5-5 通信世界网

[返回目录](#)

诺基亚将推新一代高端智能手机

据国外媒体昨日报道，诺基亚 CEO 康培凯(Olli-Pekka Kallasvuo)周四称，该公司将推出一款新型智能手机来弥补与竞争对手之间的差距。在目前的高端智能手机市场上，作为全球最大手机制造商的诺基亚已被其竞争对手超越。

虽然诺基亚仍在全球智能手机市场上占有领导地位，但在高端智能手机市场的竞争中则落后于苹果和 RIM 等竞争对手。康培凯表示，诺基亚还有“很多工作要做”，“2010 年诺基亚计划推出新一代智能手机，预计这款手机将可帮助诺基亚弥补在高端智能手机市场上与竞争对手之间的差距”，但他并未透露有关这款手机的细节内容。

此前曾有芬兰媒体报道称，康培凯可能被迫下台，原因是诺基亚在与主要对手之间的竞争中未能占到上风。

在诺基亚 4 月 21 日公布第一季度财报以后，该公司股价大幅下跌 14%，此后这种跌势一直维持到现在。在赫尔辛基市场周四的交易中，诺基亚股价报收于 8.94 欧元(约合 11.38 美元)，跌幅超过 1.5%。虽然诺基亚第一季度净利润同比增长近两倍，至 3.49 亿欧元(约合 4.44 亿美元)，且智能手机销售量在这一季度中强劲增长，总营收也同比增长 3%，但仍旧不及分析师此前预期。此外分析师还认为，日益激烈的市场竞争正在令诺基亚受损。

康培凯对此表示：“经济衰退、转型期以及产品组合变更等所有这些因素导致诺基亚的运营利润和每股收益下滑。”他指出，诺基亚手机服务的全球注册活跃用户高达 8300 万人，但同时承认该公司必须在这一领域作出提高。

康培凯称，诺基亚的策略是“集中致力于数量较少但却具有竞争力的产品类别，将基于 Symbian 系统的智能手机特性带给全球更多用户”。他还表示，诺基亚在 2009 年连续第 12 次登上全球最大手机制造商的宝座，其全球销售量达到了 4.32 亿部，超出前三名竞争对手的总和。来源：2010-5-7 新浪科技

[返回目录](#)

我国大容量塑料光纤跻身世界前列

我国科学家经过多年努力，终于攻克了从本体聚合法直接生产聚甲基丙烯酸甲酯(PMMA)突变型塑料光纤的技术难关，掌握了批量连续化生产塑料光纤技术。记者 16 日从中科院理化技术研究所获悉，该所现已累计生产出数百万米低损耗突变型塑料光纤，破除了日本公司在国际上的垄断地位。

近几年全球塑料光纤的需求量迅速增加，2005 年国际上 PMMA 塑料光纤销售额已经达到数十亿美元。而适用于数据传输的低损耗 PMMA 塑料光纤，目前只有日本三菱公司能够生产，每年我国均从日本进口大量的 PMMA 塑料光纤。

据该项目负责人甄珍和刘新厚研究员介绍，中科院理化所掌握了从原材料提纯、经本体聚合直接拉制光纤整套技术。其核心技术是高纯度光纤级 PMMA 光学模塑料(芯层材料)以及皮层材料的制备技术。在研制过程中，中国科学院理化技术所先后开发了具有自主知识产权的单分子扩散转移原料提纯新技术，平推式薄层管式与双螺杆复合系统的本体聚合制备高纯度光纤级 PMMA 原料以及与之相配套的包层材料技术，并成功地解决了产业化的相关问题。

据悉，目前该所已研制成功日产 10 万米 PMMA 塑料光纤的全自动流水线，连续数月稳定生产出光衰减在 170-200dB/km 的 PMMA 光纤，累计生产出数百万米低损耗塑料光纤，表明这一产业化技术已经成熟。同时，该所还具备批量生产光衰减为 150dB/km 的阶跃型 PMMA 光纤潜能，产品技术指标达到国际同类产品的最好水平。低衰减 PMMA 光纤连续化批量生产技术的问世，标志我国在该领域跻身世界先进行列。

当今信息技术的发展迫切需要信息容量大的光纤材料，对通讯网络带宽的要求越来越高。塑料光纤具有芯径大、质地柔软、联结容易、质量轻、价格便宜、传输带宽大等优点，在宽带接入网系统、家庭智能网络系统、数据传输系统、汽车智能系统、工业控制系统以及纺织、照明、太阳能利用系统等方面的应用市场潜力巨大。来源：2010-5-11 通信产业网

[返回目录](#)

WAPI 芯片已达 80 余型号 在检终端达 150 款

根据近日举行的“2010 年 WAPI 产业高峰论坛”上透露的消息，我国 WAPI 产业联盟成员单位已由 22 家扩展至 70 家，已发布 80 余个型号的 WAPI 芯片相关产品，终端型号超过 500 个，目前在检手持终端型号已达 150 个。

目前在检 WAPI 终端型号已达 150 个

WAPI 是我国首个在计算机网络通信领域的创新安全技术标准，实际上加密了的 Wi-Fi 网技术标准，在局域网内，能有效阻止不符合安全条件的设备进入网络，也能避免用户的终端设备访问不符合安全条件的网络，实现了“合法用户访问合法网络”。

WAPI 产业联盟表示，历经多年的发展，WAPI 技术的先进性已被越来越多的国家和市场所理解、认可和支持，目前正进入蓬勃发展期。

据悉，2009年，WAPI在标准化、产业化、商用化、国际化等方面的进展为：WAPI产业联盟成员单位已扩展至70家，涵盖标准、芯片、系统、终端、应用、测试、运营等各个环节。相较06年成立之初的22家成员单位，WAPI产业群体进一步壮大，产业厚度进一步增强。

另外，截至2009年底，共有10家芯片设计企业发布了80余个型号的WAPI芯片相关产品，有80家以上厂商专注于与电信运营商相关的产品设计、设备制造和解决方案的提供，其中网络侧型号超过500个，手持终端方面，目前在检终端型号已达150个。

国际标准之路也取得重大突破

另据透露，WAPI的国际化合作正日趋紧密，越来越多的国际知名厂商不断加入到WAPI产业中来，并纷纷推出多样化的商用产品。同时，中国移动、中国电信、中国联通等运营商已广泛利用WAPI建设局域网，拼抢无线城市市场。

同时，2009年WAPI再次进入国际标准制定流程，WAPI的基础框架方法(TePA)的国际标准之路也取得了重大突破。

会上，WAPI产业联盟主席曹军认为，“WAPI商用化的多米诺牌骨已经倒下，而且WAPI的市场潜力巨大，以前都说无线局域网只是3G的补充，今天我们可以下这样一个结论，无线局域网和3G是互为补充，也许只需要两年，无线局域网将成为绝大多数在家或在办公室微移动，或半移动状况下最主要的接入资源。”

工信部科技司副司长韩俊也表示：“WAPI无线局域网络所独具安全优势及其蕴含强大的管理能力和用户可操作性，使我们有理由相信：WAPI将在维护公众信息安全和公众基础设施不受侵害等方面发挥越来越重要的作用。”

国家发改委高技术产业司徐建平副巡视员明确指出WAPI未来的发展方向和应用领域：一是继续大力推进实施WAPI产业化，在更广泛的领域推广和应用WAPI；二是结合正在实施的“新一代宽带无线移动通信网”国家科技重大专项研究，开发满足更高性能要求的无线局域网安全接入技术和产品；三是抓住物联网、下一代互联网和三网融合所带来的发展机遇，不断研究探索新的业务领域；四是进一步拓展国际合作，吸纳更多国际厂商，进一步提高研发和业务水平，提升WAPI产业核心竞争力。来源：2010-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

推动专业无线通信行业升级

近日,公安部信息通信部门在京公布了中国警用数字集群新标准 PDT(Police Digital Trunking),海能达通信同时发布自主研发的 PDT 数字对讲机、车载台及中继台,并介绍即将推出的 PDT 集群系统产品,赢得业界及公安、交通运输、石油石化和铁路等众多企事业单位客户的兴趣,是海能达作为中国最大的专业无线通讯设备供应商之一,推动中国自主知识产权的专业无线通信数字标准的制定和实施,实现行业从模拟向数字化升级的里程碑事件。作为全球极少数率先掌握专业无线通信 PDT、TETRA 和 DMR 数字技术厂商,既实现低成本建网,又满足公共安全部门高质量语音通信和短数据应用的需求,满足公共安全部门对于通信安全可靠方面的要求。

随着以海能达为代表的中国本土专业无线通信企业实力的不断提升和营销网络的壮大,中国公共安全系统的通信将获得更加高品质、高度信息安全的终端、系统、解决方案上的保障,对保障国家经济持续健康发展也具有重大意义。来源:2010-5-7 北京晨报

[返回目录](#)

五因素推动 通信设备股 2010 年有好收成

通信设备行业 2009 年营业收入同比增长 18.36%,净利润同比增长 52.98%,增速高于 2008 年的 27.54%;而 2010 年一季度行业整体仍然保持了较高速率,营业收入同比增长 11.64%、净利润同比增长 49.67%。

业绩增长主要受益于 3G 建网

系统主设备商中兴通讯(000063,收盘价 34.49 元)是 3G 建网的核心受益者。中兴通讯占据了新增 3G 基站设备市场第一份额,使得 2009 年国内业务增长 74.07%、净利润增长 48.06%。

光通信设备商,主要包括烽火通信(600498,收盘价 28.44 元)、亨通光电(600487,收盘价 25.81 元)、中天科技(600522,收盘价 20.66 元)、永鼎股份(600105,收盘价 13.44 元)、长江通信(600345,收盘价 13.17 元)、光迅科技(002281,收盘价 35.77 元),受益于 3G 网络建设所需的基站光传输设备和光纤光缆需求拉动,2009 年业绩高速增长;配套部件类设备商,主要包括新海宜

(002089, 收盘价 18.88 元)、日海通讯(002313, 收盘价 36.90 元), 受益于 3G 基站配套设备和光通信配套设备的大规模需求, 2009 年业绩得到高速增长。

网络优化和监测系统设备厂商, 主要包括三维通信(002115, 收盘价 24.47 元)、奥维通信(002231, 收盘价 16.90 元)、中创信测(600485, 收盘价 15.52 元), 在 2009 年 3G 网络初期部署中受益于无线系统网络优化需求, 业绩较快增长; 但运营商对核心网络监测系统的需求并没有在 2009 年得到体现。

终端和卡设备厂商, 主要包括

ST 科健(000035, 收盘价 6.57 元)、ST 波导(600130, 收盘价 5.34 元)、卓翼科技(002369, 收盘价 32.68 元)、深桑达(000032, 收盘价 10.86 元)、东信和平(002017, 收盘价 18.54 元)、大唐电信(600198, 收盘价 17.32 元)、合众思壮(002383, 收盘价 57.90 元), 2009 年受到金融危机影响, 手机终端和 SIM 卡行业增长较为缓慢。

卫星和雷达设备厂商, 主要包括

中国卫星(600118, 收盘价 16.50 元)、四创电子(600990, 收盘价 34.04 元)、北斗星通(002151, 收盘价 38.50 元), 业绩增长情况比较稳定。该类行业需求主要受国家政策引导, 在国防行业的需求下带动增长。

五因素推动 2010 年行业增长

2010 年通信设备行业的增长动力主要有以下几个方面:

1. 预计光纤宽带接入在政府和运营商大力推动下, 2010 年光纤宽带接入部署规模将达到 3300 万线, 同比 2009 年约 2000 万线部署规模将增长 60%以上, 总投资金额将增长 50%以上。

2. 承载网升级。为了应对 3G 数据业务在 2010 年开始的爆发性增长、后续 LTE 演进网络的大数据量需求, 现有承载网向基于 IP 机制的 PTN(分组传送网)承载传输进行升级是行业发展的历史性趋势。在 2009 年底, 中国移动已经实施了大规模的 PTN 网络招标部署, 估算投资规模约 30 亿元。

3. 国内 3G 网络建设仍将持续。虽然中国联通和中国电信的 3G 投资会有一定幅度下降, 但中国移动已经启动 TD 四期网络建设。3G 网络总投资额可能将同比下降 30%~40%。

4. 终端行业有望迎来较好发展。受益于 3G 用户数将爆发性增长, 运营商为推广 3G 用户而加强手机补贴, 3G 手机终端销量将爆发性增长。

5. 网络优化设备将保持稳定增长。在 2009 年大规模的 3G 宏基站建设后, 预计无线网络优化、3G 室内覆盖系统, 和核心网络监测设备将在 3G 网络建设后期得到较好发展。

根据以上因素分析，预计 2010 年通信设备行业将维持 20%~30% 的净利润稳定增长，建议投资者关注行业中的重点投资机会。来源：2010-5-11 每日经济新闻

[返回目录](#)

SK 电讯升级 MIV 系统 汽车变身移动网吧

开车的人大多都有这样的体验：车灯忘记关了，等第二天早晨发现时，电瓶已经没电了。也有可能，这位车主后来想起车灯没关，但也要下楼去车库一趟，去关车灯。

然而，不久的将来，这一场景将会完全改变：车主回到家里，可以检查一下手机上的座驾信息，如果车灯忘记关，手机系统就会显示，这时，只要按一下手机上的“车灯关闭”键，就可以远程控制了。

这一通过手机、移动互联网服务实现的智能汽车服务，就是 SK 电讯提供的世界上第一个为车辆设计的移动远程信息处理服务 MIV(Mobile IN Vehicle)系统，去年在上海车展上首发。2010 年的北京车展，SK 电讯把这一服务再次升级，4 月 21 日，SK 电讯首发了为电动车设计的 MIV 系统。

“通过与座驾的随时连通，汽车的智能信息化方案最终将完全改变驾驶体验”，4 月 24 日，在 2010 年北京车展上，SK 电讯移动汽车研发中心经理孙大林对时代周报记者表示。

汽车成互联网移动终端

用手机控制关车灯，仅仅是 MIV 的一个小小的应用，整个 MIV 的设计，其实就是把汽车变成移动互联网的一个终端。

在 SK 电讯展出的安装了 MIV 系统的汽车里，记者看到，在一块类似于 iPad 大小的汽车显示屏上，已经可以做到汽车屏幕与手机屏幕的同步联动，通过 3G、WiFi 与蓝牙网络等方式，汽车完全可以实现上网、搜索、GPS、下载等移动互联应用。

除了移动互联应用外，用手机对车辆进行全方位管理是 MIV 的另一个主要功能。据孙大林介绍，MIV 可以实现对车辆诊断与控制服务，用手机检查包括发动机与制动器等在内的汽车传动装置性能，了解油量信息并控制多个汽车部件的开启及关闭，如车门、后备厢与车头灯等等。此外，还有车辆监控与跟踪功能，通过手机检查车辆的位置，并通过手机与车载黑匣子功能来预防车辆盗窃与损坏。

在 2010 年首发的适用于电动车辆的 MIV 中，增加了电池管理、智能电网同步服务与专业导航服务。“我们希望通过即时电池信息与移动连接功能，有效地推进智能与环保的电能使用。”孙大林说道。

与国内汽车厂商合作

“韩国汽车市场仅是中国的 1/10，我们来北京参展是希望寻求与中国汽车企业的合作，共同推进汽车进入新的互联时代，提升人们的驾驶体验，”孙大林表示，“车展几天来，已经有中国汽车企业对 MIV 感兴趣，想合作开发。”

加装 MIV 是否需要汽车厂商对汽车的现有系统作很大改变呢？对此，孙大林表示：“MIV 以软件为主，在硬件方面，如果汽车已经装了 GPS 系统，那么就不需要新的硬件了。”

在业务合作模式上，SK 电讯一般与汽车制造商签订 2 年左右的开发协议，3 年后实现商用化开展业务。在韩国，SK 电讯已经与雷诺三星合作，将在 2012 年面市的汽车上安装 MIV 服务系统。

SK 集团是韩国第三大跨国企业，主要以能源化工、信息通信为两大支柱产业，遍布韩国的 SK 加油站就是其旗下的重要产业。而另一产业—SK 电讯，则是韩国最大的运营商，市场份额超过 50%。自去年 10 月起，SK 电讯积极推行“产业生产力提升”战略，开发新商业模式以提高其他产业的效率。

事实上，电信与汽车产业的结合，不仅提升电信与汽车两个产业的效率，更重要的是，它将给人们带来全新的驾驶乐趣。来源：2010-5-10 时代周报

[返回目录](#)

WI-FI 联盟与 WIGIG 合作 支持 60GHz 技术共享

Wi-Fi 联盟和无线吉比特联盟(WiGig 联盟)今日宣布关于多吉比特无线网络的合作协议。Wi-Fi 联盟和 WiGig 联盟将共享技术规范，用以开发下一代 Wi-Fi 联盟认证项目，此认证项目将支持 Wi-Fi 在 60GHz 频段下工作。这份协议进一步鼓励了支持 60GHz 技术的产品开发，从而扩展 Wi-Fi 现有的技术能力。

60GHz 频段内的设备连通性将补充现有 Wi-Fi 技术。主要面向要求吉比特速度的应用，60GHz 产品预计可应用于多种高性能设备。即使不是全部，这些高性能设备中的相当大的一部分也可支持工作在 2.4 和 5GHz 频段内的传统 Wi-Fi 网络。

“60GHz 设备的连通性将极大的增强现有 Wi-Fi 技术的能力。它将扩展被数以亿计的人们日常使用的 Wi-Fi 的效能，”Wi-Fi 联盟首席执行官 Edgar Figueroa

表示。“ WiGig 规范从一开始就设计用于在各种各样的设备上工作，因此决定了在我们开始定义 Wi-Fi 在 60GHz 的认证项目时，就必须选择 WiGig 标准。”

“ 既然我们的规范已经完成，而且已经公布，那么现在是时候将我们的目光放在通过互操作和认证推进更好的用户体验上，” WiGig 联盟的总裁兼主席 Ali Sadri 博士说道。“ 我们很高兴能够与 Wi-Fi 联盟一起致力于将多吉比特能力扩展到 Wi-Fi 技术中。”

WiGig 联盟与 Wi-Fi 联盟拥有许多共同的会员，其成立的目标是通过鼓励在世界范围内对于 60GHz 无线技术的采用和广泛使用，来统一下一代多吉比特无线产品。

WiGig 规范定义了以吉比特而非仅以兆比特数据速率进行传输的协议，并且可支持多种新应用和新用途。该规范还定义了 WiGig 兼容设备将会话切换到 2.4 或 5GHz 频段的程序。预计将有一系列新的三频段 Wi-Fi CERTIFIED 设备可提供多吉比特无线速率，同时还可保证后向兼容性。

“ 毫无疑问，这份协议将使 60GHz 技术成为无线网络高性能前景中重要的组成部分，” ABI 研究所无线连通性部门业务主管 Phil Solis 说道。“ 通过合作，这两个组织已经设定了互操作和后向兼容的进程，这将促进多吉比特无线网络的采用和实用性。” 来源：2010-5-10 赛迪网

[返回目录](#)

新华分社与广东移动共建国内首个 3G 视频生产线

昨日上午 11 时，新华社与广州市政府在广州花园酒店签署了《关于金融信息服务全面战略合作备忘录》的协议，新华社副社长鲁炜，广东省委常委、广州市委书记张广宁，广州市市长万庆良出席了签约仪式。据悉，继新华社金融信息平台上海与北京两个总部启动后，作为新华社金融信息平台南方总部的国际金融信息大厦将落户广州，双方将在金融信息服务领域展开全面合作。

在签约会上，广州市市委书记张广宁表示，截至去年末，广州金融机构存贷款余额分别达到 20944 亿元和 13852 亿元，资金实力居我国大城市第三位。作为国家中心城市和综合性门户城市，广州金融机构云集，要素市场齐备，这次新华社在广州建立金融信息平台必将对广州加快发展金融服务业、建设区域性金融中心产生重要战略作用。

又讯(记者/陈志杰)昨天下午，广东移动与新华社广东分社在广州正式签署战略合作协议，双方将建设国内首个“ 3G 视频产品生产线”。

视频业务领域的合作成为此次签约的亮点。据悉，双方将利用各自的资源优势共同开发视频产品，其中广东移动提供基于 TD-SCDMA 技术的 3G 网络平台和渠道，将视频产品在各种业务平台上进行推广。这是国内基于运营商的 3G 平台与传媒平台在视频领域的首次正式合作。来源：2010-5-11 南方日报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

一季度 3G 手机销量破 500 万

随着中国消费者对 3G 服务了解的深入，3G 手机的销售量稳定、健康增长，3G 手机市场中的占比越来越大。从市场拓展角度来说，质量过硬、功能适用且价格合适的手机更受到市场的追捧

本报记者 陈焰萍

来自迪信通的数据表明，2010 年第一季度迪信通北京地区手机销量较去年同期增幅 28%，达 25 万台，其中 3G 手机销量占到 36.65%，TD 手机环比增长 56.32%。

究其原因，大量支持 TD 的 3G 新品铺货导致了一季度 TD 手机旺销。据悉，第一季度，迪信通共有 36 款 3G 新品机型铺货，3G 新品多为外资品牌，其中支持 TD 的 3G 手机占到六成。而易观国际发布的监测数据显示，2010 年第一季度我国手机销售总量达 5502.6 万部，环比增长 12.8%，其中 3G 手机销量达 611.3 万部，环比增加高达 65.97%。业内人士则分析认为，3G 手机季度销量超过 500 万部，说明开始受到大众用户的认可和主动购买。

3G 手机市场迎来高增长

我国 3G 手机和 3G 网络服务市场前景良好。

中消协公布 2009 年全国手机消费者满意指数测评结果：有 39% 的消费者明确表示对 3G 网络服务的新功能很感兴趣，近期会考虑更换手机，购买 3G 手机，有 9% 的消费者表示目前正在使用 3G 手机。如此看来，有近五成消费者愿意用 3G 手机。

可以说，在 3G 发牌的这一年多的时间里，国内三大运营商的 3G 业务技术的逐渐的不断发展和完善，3G 手机的普及与发展都势在必行。而 3G 手机市场中的占比将越来越大。

近日，市场研究和咨询公司 Gartner 发布报告表示，随着中国消费者对 3G 服务了解的深入，3G 手机的销售量将稳定、健康增长。从市场拓展角度来说，质量过硬、功能适用，价格合适的手机将受到市场的追捧。

中低端手机将推动 3G 市场发展

继中国电信、中国联通大力推广千元 3G 手机之后，中国移动也表示将加大对低价智能 TD 终端的支持。

根据计划，中国移动 2010 年将联合产业链上下游厂商推出较低价位的中档智能手机——千元智能 TD 手机，并计划在下半年推出千元 OPhone 手机。中国移动终端部副总经理何志力表示，公司将按照市场需求，在 2010 年均衡发展高中低档价位手机，并将加大对中低档价位手机特别是低价智能 TD 终端的支持。

数据显示，截至目前，各类 TD 终端型号总数已达到 341 款，其中 TD 手机为 119 款。尽管如此，TD 手机的发展仍未达到市场预期值。以往的 TD 手机给人印象是价格偏高，尤其是中国电信与中国联通的千元 3G 手机策略的发布更是给中国移动带来不小的麻烦。因此，中国移动不得不做出一些策略调整。而此次中国移动就提出了“希望终端厂商能提供 2000 元以下的 TD 智能手机给用户”的说法。

去年，中国电信开始引导产业链资源向 700-2000 元之间的中档价位手机倾斜。2010 年 2 月，中国电信联合 13 家渠道商启动了 500 万部中档价位 3G 手机的联合采购招标。一个月之后，中国联通高层就表示将推出数款 2000 元以下的 3G 智能手机，并继续加大 3G 手机的补贴力度。

根据工信部最新统计数据，截至 2010 年 3 月底，全国 3G 移动电话用户累计达到 1808 万，中国移动、中国电信、中国联通 3G 用户份额分别为 42.5%、30.8%、26.7%。在过了 3G 发展元年后，三大运营商的市场格局已经悄然开始改变。

有分析机构预计，终端的丰富、补贴的增加，将推动 3G 销售迎来新的高潮。但在如今的消费观念中，低价而不低端、实用又好用的产品更能满足广大消费者的实际需求。因此，高性价比将成为推动 3G 市场突破的关键点。

高性价比将推动 3G 市场突破

手机从诞生之日起，就在不停的进步着，而把握市场脉搏，提前布局的品牌往往都获得了成功。3G 的应用是复杂的，也非常吸引人，但在购买手机方面，其实很简单：能够充分体验 3G 高速无线网络、够用、好用。

根据一项来自通讯卖场迪信通的报告显示，在购买 3G 手机的人群中，超过 70% 消费者首先考虑 3G 手机较 2G 手机在数据传输上的优越性，是否能够改善上网、进行视频通话等用户体验等因素最被关注，而价格，则摆到了次位。随着

国内 3G 的发展、产品成熟、市场竞争激烈，价格的下滑，用户对手机产品的性价比认同度不断提高，人们对于手机的性价比的要求也越来越高。

有业内人士分析，虽然高端智能机和 3G 手机是当前手机行业的发展趋势，但目前拥有高性价比的 2G 手机、非智能机仍然占据市场主流，拥有一批稳定的用户群。这些低价而不低端、实用又好用的产品满足了广大消费者的实际需求，也正中了在如今强烈通胀预期下人们审慎务实的消费心理。可以说高性价比将成为推动 3G 市场突破的关键点。

中国三大运营商中国移动、中国联通和中国电信都力求多元化的、高性价比的手机阵容，以拓展他们年轻的 3G 网络。高性价比的手机，将推动 3G 市场突破和不断向前发展。来源：2010-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

智能手机一季度出货量增长 50%

据国外媒体近日报道，市场研究公司 Strategy Analytics 公布调查报告称，第一季度智能手机出货量同比增长 50%，创下过去三年的最高增长速度，其中苹果和诺基亚的市场份额有所增长。有数据表明，智能手机的销量依然呈现上涨趋势，未来，智能手机销售量还有很大的进步空间。

智能手机销量呈井喷之势

第一季度智能手机出货量约为 5400 万部，在整体手机市场上所占份额为 18%。这是近三年以来销售最高的一个季度，表明高端智能手机正在逐渐引导着市场的走向。健康的运营商补助金、厂商之间的强力竞争以及使用 Symbian 和 Android 等操作系统的低成本手机数量增多，都推动了销售增长。

有媒体认为，2010 年中国智能手机销量将突破 2 亿。在刚刚过去的 2009 年中，由于 3G 市场的拉动作用，电信行业没有受到较大冲击，而智能手机的增长更是呈现出了强劲的增长势头。据最新的调查数据表明，2009 年全球智能手机销量高达 1.8 亿部，较前一年增长了 29%，远超笔记本电脑的销量。2010 年，中国的手机市场势必会上演一场智能手机大战，其增长势头和竞争的激烈程度将更为强劲。

最近几年，智能手机的销量节节攀升，越来越多的消费者看到了智能手机的优点，纷纷选择智能手机，在市场的带动下，各大手机厂商都以智能手机作为手机销售的主打，手机市场竞争日趋激烈，呈现出白热化的景象。

亚太市场成竞争新焦点

市场调研公司 Parks Associates 预测，在未来 4 年内全球智能手机的销量将超过 10 亿部。智能手机成为引领 2010 年移动终端发展的核心动力，智能手机的风潮已成现实，诺基亚、三星等纷纷进军这一领域。

另据国外媒体报道，信息技术和媒体顾问公司 Analysys Mason 发布的最新报告显示，预计到 2014 年全球智能手机销量将达到 17 亿部。报告显示，预计全球智能手机销量年均增长率为 32%。2014 年，智能手机将占整体手机销量的 26%。其中，超过 50% 的增长来自亚太和拉丁美洲等发展中国家。

发达国家智能手机竞争日渐激烈，市场开始饱和，各大手机厂商都在寻求新的出路，而亚太和拉美等发展中国家近年来对智能手机的需求日渐增大，这使得手机厂商看到了新的商机，纷纷开始将目光转向了发展中国家，有媒体指出未来数年智能手机市场将发生转变。

随着经济发展，众多发展中国家生活水平的提高，人们对科技产品的需求也日渐增大，智能手机成为人们关注的焦点，很大一部分消费者在选购手机时首选智能机，有报告称，消费者手机将是拉动智能手机增长的主要动力。

Analysys Mason 首席分析师吉姆·莫里斯说：“鉴于当前市场上企业手机市场份额不足 10%，即使我们预计 2014 年企业手机市场上智能手机所占比例超过 40%，也无法比及消费者手机的绝对数量。因此，消费者将是拉动智能手机市场增长的主力军。”

价格依然左右智能机销量

由于硬件配置较高，手机厂商需要支付操作系统授权费用，因此智能手机价格通常较高。就目前的形式看来，价格依然在很大程度上影响着智能机的销量，目前市场上的智能手机价格普遍高于传统手机。

尽管诸如 iPhone 之类的大牌智能手机都进入了中国市场，各大运营商的促销力度也相当大，但智能手机并没有受到中国消费者青睐。虽然智能手机的销量与日俱增，但，我们依然要看到，传统手机依然占据着手机市场的主导，购买手机时大部分消费者还是会选择传统手机。

尽管价格已经降到 1000 元左右，但高价格仍然影响着智能手机的销售。中国市场研究公司易观国际称，2009 年第四季度中国智能手机销量约为 700 万部，不计水货市场销售，占全部手机销量的不足 15%。

不可否认，高端智能手机的价格远远高于普通的传统手机，iPhone、诺基亚等大品牌的高端智能手机上市价格普遍在 3000 元以上，对于消费者而言，这个价格远高于他们的承受能力，即使高端智能手机功能很强大，科技含量高，但大部分消费者依然不会考虑购买价格高昂的智能手机。有数据表明，发布 6 周后，中国联通只销售了 10 万部 iPhone，远低于其他国家，许多中国用户都购买水货

iPhone。Android 手机的售价也相当高，摩托罗拉 XT701 在中国联通网站上的售价为 4299 元。

要想智能手机的销量有更大突破，首要解决的便是价格问题。降低价格，并不是降低品质。各大厂商应该从科技入手，提高智能手机科技含量，更多利用自主创新，降低成本，从而降低智能手机的价格。有分析人士说，中移动以 Android 为基础自己开发了一款手机操作系统，部分目的是降低智能手机价格。中国移动董事长王建宙表示，如果智能手机的价格降至 1000 元以下，智能手机的销量会大幅度提高。由此可见，价格对智能手机的销售起着很重要的作用。

另一方面，3G 的普及也会带动智能手机销量，随着 3G 的全面铺开，增加智能手机的功能性成为了各大品牌以及运营商应该要考虑的问题，消费者选择智能手机就是看中智能手机的功能，完善的功能和便捷的服务将为智能手机销售加分。来源：2010-5-6 通信信息报

[返回目录](#)

近四成北京人习惯用手机上网聊天

当前，我国手机网民规模在一年内增加了 1.2 亿人，现已攀升至 2.33 亿人，占整体网民的 60.8%。昨天，中国社科院文化研究中心发布了 2010 年《文化蓝皮书》，其中一项调查显示，北京和上海两地居民用手机上网的比例分别为 38.6% 和 41.1%。

蓝皮书指出，“数字内容”作为“重点文化产业”的发展定位已正式确立。当前，数字新媒体产业发展迅速，3G、卫星、高清等数字技术的正式商用，拉开了各种数字内容业务全面繁荣的序幕。

以在青年群体中最热门的手机媒体为例，其所提供的主要业务分为手机报、手机互联网、手机游戏和手机电视等。蓝皮书统计，北京居民利用手机上网的目的主要是浏览网页和聊天，比例分别占 68.1% 和 52.7%，发邮件则以 21.8% 的比例排名第三。在利用手机看电视方面，在被调查的 487 人中，看过手机电视的只有 13 人，其中有 15.2% 的人希望利用手机看电视。

如果说手机媒体是由于技术革新催生的新媒体形式，那么越来越普及的博客、网络论坛、网络视频则是对网络媒体应用的推陈出新。蓝皮书指出，北京有超过 81.5% 的居民使用过即时通信工具，且每天使用的比例在 70% 左右；北京有三成多居民拥有博客，而阅读过他人博客的比例为 71.6%；此外还有半数以上居民登录过网络论坛，40% 左右居民玩过网络游戏。来源：2010-5-7 北京日报

[返回目录](#)

我国光缆线路长度已达 859.3 万公里

在今天上午举行的“2010 全球宽带通信及物联网高层论坛”上，工信部科技司司长闻库表示，我国光缆线路长度已达 859.3 万公里，接入用户 1.1 亿用户，互联网用户超过 3.8 亿。

闻库指出，宽带产业是当前信息产业发展空间最大的产业之一，近年来我国宽带网络紧密部署，据有关统计，我国光缆线路长度达到 859.3 万公里，接入用户 1.1 亿用户，互联网用户超过 3.8 亿。

闻库进一步表示，2010 年我国宽带市场总体规模 2000 亿，宽带增值业务达到 1240 亿，世界银行专家指出中国拨号上网和宽带上网率每增加 10%，将促使 GDP 增长 2.5。

据 C114 了解，2010 年 4 月份，工业和信息化部、国家发展改革委、科技部、财政部、国土资源部、住房和城乡建设部、国家税务总局联合印发了《关于推进光纤宽带网络建设的意见》(下称“《意见》”)，该《意见》要求，到 2011 年，我国光纤宽带端口超过 8000 万，城市用户接入能力平均达到 8 兆比特每秒以上，农村用户接入能力平均达到 2 兆比特每秒以上，商业楼宇用户基本实现 100 兆比特每秒以上的接入能力。3 年内光纤宽带网络建设投资超过 1500 亿元，新增宽带用户超过 5000 万。来源：2010-5-6 中国通信网

[返回目录](#)

中国手机浏览器活跃用户数有望达 2.12 亿

艾瑞咨询近期将要发布的《2010 年中国手机浏览器市场研究报告》预计，2010 年，中国手机浏览器活跃用户规模将进一步扩大，达到 2.12 亿，而到 2012 年，中国手机浏览器活跃用户规模将达到 3.62 亿。艾瑞咨询相关数据显示，2009 年，中国手机浏览器活跃用户规模已达到 1.27 亿，同比增长 117.1%。

艾瑞咨询分析认为，2009 年中国手机浏览器活跃用户规模取得快速增长与电信运营商和第三方手机浏览器厂商对市场的推动举措关系紧密：2009 年 1 月 3G 牌照正式发放，三大电信运营商全业务竞争开始，推动上网资费下调、智能手机终端发展和 3G 网络基础设施建设，促进了手机浏览器产业链上下游产业集群快速发展从而促使手机浏览器用户规模快速增长；2009 年腾讯 QQ 手机浏览器和 3G 门户 GO 手机浏览器推出，同时 UC 和 Opera 等先发企业也相继推出更新版本，在第三方手机浏览器厂商的共同宣传推动下，用户对手机浏览器认知度大幅增长。第三方手机浏览器厂商为用户提供优秀的页面压缩技术，节省流量节

约资费，同时优秀的适配技术使大量中低端功能手机也具备快速访问网络的能力，大大增加手机浏览器用户渗透率，促进手机浏览器活跃用户规模快速增长。

艾瑞咨询分析认为，在未来三年手机浏览器活跃用户规模将在以下四个方面因素影响下实现快速增长：大事件规模营销快速提升用户手机上网认知度；电信运营商加快 3G 网络建设、降低手机资费举措促进用户规模增长；智能手机普及增加用户上网意愿；网络服务激发用户手机上网热情。来源：2010-5-6 人民网

[返回目录](#)

2011 年 3G 用户数将破亿 移动商务全新探索

日前，工业和信息化部部长李毅中指出当前我国企业要加强产业结构调整，促进工业转型升级，抓住 3G 发展、三网融合等新机遇，开拓新型消费领域。

此前，国内三大运营商分别公布了 2010 年 3 月份的用户数据，移动通信用户总数接近 7.5 亿，根据三大运营商公布的用户数据合计，2010 年 3 月国内的移动通信用户总数达到 7.56 亿，比上月用户数环比增长 1.5%，同比增长 16.8%，环比增长率比上月上升了 0.2 个百分点，而同比增长率比上月下降了 0.2 个百分点。2010 年 3 月中国移动本月新增用户数为 597 万，中国电信 CDMA 新增 330 万用户，中国联通本月 2G 和 3G 用户合计新增 163 万，三大运营商的移动电话新增用户数都高于上月，预计在 2011 年 3G 用户数有望破亿。

自改革开放以来，我国的企业经历经济发展的集商时代，核心商业 CBD 聚集各大城市，大街小巷店铺林立招牌万象，各种电视、广播、报纸广告拼杀，铺天盖地，广州等地兴起了交易展示会等大型交易、展会，林林总总，如果我们称之为第一次商业革命的话，那是具有划时代意义的开始；那么接下来互联网时代的到来，不能不说是第二次商业革命，为我们开启了一个网商时代，电子商务网站网络企业财富，卓越网、淘宝网、阿里巴巴等在线交易网站层出不穷，大企业也争先恐后的开通之际的网站，“玉米虫”们从中发现了新的商机，域名爆炒，网店、门户纷至沓来。

而今天，新一代 3G 网络，带来新一代商业市场，我们将迎来一个更加先进、便捷、互动的移动商务时代。企业的网络门户将向无线门户延伸，移动互联网的随时随地，方便快捷将以无可比拟的优势得以发挥，移商时代正在到来。

移商时代的商业活动，现正在信网委主办的移众商圈平台上正在实现。用户直接通过手机短信和手机互联网直接开展移动营销、移动管理，甚至用户之间的互动交流。通过手机获得方便、快捷、及时有用的企业商务和企业管理等信息服务，形成了各种移动互联网领域的城市圈、行业圈、人脉圈，企业用户可以通过

对比、分析，根据企业自身特色发布企业供求信息，把握市场商机，开展交流合作、移动商务等应用服务，省钱省力。

随着 3G 应用的普及，各种智能终端不断升级换代，移动互联网已成为人们生活、工作、学习不可或缺的工具，正对社会生活的方方面面产生深刻影响。根据艾瑞咨询近期推出的《2010 年中国移动电子商务市场研究报告》的数据显示，2009 年，中国移动电子商务用户规模已达到 3668.4 万，同比增长 117.7%；中国移动电子商务实物交易用户规模已达到 159.7 万，较 2008 年增长 187.0%，增幅高于移动电子商务整体用户规模的增长。数据显示，中国移动电子商务在 2009 年增长迅猛，而根据艾瑞咨询的评估数据，未来 2-3 年，中国移动电子商务将进入快速增长时期。来源：2010-5-5 比特网

[返回目录](#)

【市场反馈】

调查称国产手机大多有收费陷阱

央视《焦点访谈》8 日报道称，大多国产手机设有收费陷阱，手机中存在很多不明菜单，用户一点击，就会自动扣除话费。多款国产知名品牌手机均存在这样的问题，而运营商也会跟手机增值业务供应商公司和手机厂家按照一定比例分成。

莫名其妙就会多出信息费

广东的陈先生使用的是一款天时达牌手机，自从他使用这款手机后，每个月都会莫名其妙地产生十多元的信息费。

陈先生发现，手机菜单中有很多陌生的菜单。他点击了美女斗地主条目，手机中并没有出现游戏的界面，而显示正在发送短信。紧接着，他收到一条短信：回复数字，选择开始游戏，每条三元。看到要花三元钱玩这个游戏，陈先生没有回复。然而，当他查询话费后发现，他已经被扣了三元的信息费。

陈先生很纳闷，“我没有使用过，费用是怎么产生的？”

收费菜单被内置到手机

广州天夏科技公司(以下简称“天夏公司”)是一家手机增值服务商，陈先生使用的手机里的收费菜单，正是这家公司内置到手机里的。

天夏公司商务总监尹亮说：“我们把一些短信或 WAP(无线通讯协议)产品内置到手机里，在菜单里就可以点播。”

记者试着点击了陈先生手机里火爆 CS 女匪突击菜单，很快就收到了一条短信：代号猎艳的捕捉行动正在秘密进行着，回 1260，看女匪资料，每条 3 元。在没有任何回复的情况下，照样被扣除了三元钱的信息费。

一内幕人士称，手机里内置了很多有诱惑性名字的产品，比如两性夜话，纯粹就是收费代码，一点就扣费。

有些捆绑软件还无法删除

上海的蒋先生也被这样扣除了一元信息费。“我根本就没使用手机，它也扣了我的钱，这不和抢钱一样吗？”

蒋先生使用的是 UT 斯达康 637 型手机，他发现，在这款手机里内置了很多功能齐全的菜单，其中 6 个主菜单当中都藏有收费条目。蒋先生试图把收费菜单删掉，但是，他翻遍了手机也没有发现删除的方法。蒋先生决定找厂家。

UT 斯达康公司的刘经理说，“这是捆绑软件。你是不喜欢，但是我喜欢，她喜欢，另外一个人喜欢，所以说我们任何一款手机出来，不会是针对某一个人的，针对某一个人的话，这机子没办法卖了。”

多方联手合作分成

那么手机里怎么会有那么多的收费菜单？这些菜单又是怎么被内置到手机里的？

中国移动 2007 年 1 月出台的《移动梦网 SP 合作管理办法》规定，禁止 SP 和终端厂家直接进行终端内置业务的合作。

但是，大部分国产手机都是由方案商研发手机主板、设计操作系统，方案商把带有操作系统的主板卖给手机生产商，生产商再组装成手机。

为了高额的分成，方案商费尽心机。一些看似是游戏和实用软件的菜单，正是被内置在手机里的一个个收费陷阱。

尹亮说：“一般我们跟方案商来合作的话，一般是三七分成，方案商分七成，我们分三成。”

手机增值服务商使用的是电信运营商提供的通道。所以信息费也是由电信运营商代收，并且运营商要从中提取一定的使用费。其中一家收取的费用是 15%，另一家是 20%。运营商拿走一定比例的分成后，再排除方案商的分成，余下的由手机增值服务商和手机厂家分。

有的手机里还内置定时发送程序

手机增值服务商表示，如果安装捆绑软件，手机厂家获利的比例还可以更高。“中小型的公司分成比例有三七开、二八开，最高的一九开，手机生产商占 90%，我们占 10%。”

面对巨大的市场,越来越多的方案商、手机厂商和手机增值服务商开始联手,变换着花样给手机内置收费菜单。比如,不做“二次确认”,一点击就开始扣费。

为扣取更多信息费,有的手机增值服务商干脆在手机里内置定时发送程序,十天或是一个月后,它就会自动启动收费菜单。就算你没有点击,它照样扣你的钱。

在市场上,国产手机中内置收费菜单的情况比比皆是。手机卖场工作人员说:“现在基本上的手机都有,挣钱嘛。”来源:2010-5-10 都市快报

[返回目录](#)

53%Verizon 用户愿意购买 iPhone 手机

据国外媒体报道,调研公司 ChangeWave 最新调查结果显示,超过 50%的 Verizon 用户愿意使用苹果 iPhone 手机。

当前,苹果是否将推出 Verizon 版 iPhone 手机成为业内关注的焦点。有分析师称,苹果最早将于 2010 年 6 月与 Verizon 合作,但也有分析师认为是明年第一季度。

对此,ChangeWave 近日对 4000 多名 Verizon 用户进行了调查,19%表示,如果 Verizon 提供 iPhone 服务,那么“极可能”改用 iPhone 手机,另有 34%表示“可能”使用 iPhone。

ChangeWave 称:“该结果表明,如果 Verizon 提供 iPhone 手机,那么可能对业内产生重大影响。”

调研公司 Broadpoint AmTech 分析师布莱恩·马歇尔(Brian Marshall)上周表示,苹果和 AT&T 将于 2011 年第一季度结束 iPhone 独家协议。届时,苹果将推出 Verizon 版 iPhone,或与其他运营商合作。来源:2010-5-10 赛迪网

[返回目录](#)

手机电池待机时间短已成消费者最大诟病

中国消费者协会日前发布 2009 年全国手机消费者满意指数测评情况显示,消费者对手机电池待机时间短最为不满。

如果说待机时间短给了消费者频繁更换手机的理由,不同品牌手机之间电池无法通用则更进一步造成了废弃手机电池数量的增长。业内普遍认为,有利于减少电子垃圾新举措——手机电池标准的统一工作已经推进三年有余,直到目前为止仍然没有明确的进展时间表。

质保仅半年 电池缩水属正常？

去年9月，消费者董先生购买了一部诺基亚手机。“在使用一年后我发现手机的待机时间越来越短，刚买来时充满电可以待机3天左右，可现在几乎是一天一充。”董先生表示，他就此咨询诺基亚手机客服电话，却被告知这属于正常损耗。

针对董先生遇到的问题，日前记者拨打了诺基亚客户服务热线，接线人员表示，尽管手机的保修期为一年，但手机电池却无法提供维修服务，只规定在6个月内可提供换货服务。“而且我们的换货只有在电池无法保障手机正常工作的情况下才可以，您所说的待机时间缩短属于正常的损耗，不在换货条例之内。”

这样的回应，意味着董先生不得不重新购买一块手机电池。记者在北京市部分经销手机及相关配件的商城走访了解到，原装电池比同型号国产品牌手机电池的价格高出不少。以摩托罗拉A3300c手机为例，该原装电池在摩托罗拉亚运村售后服务点的标价为360元，在公主坟国硅通讯广场，一块国产品牌相应型号的电池价格为45元。

但如果使用较为便宜的国产电池，消费者又将面临失去保修的危险。在多款手机的“三包”凭证中，都有这样的内容：“对于使用非原装电池和配件产品造成的损害，将无法提供保修服务。”

大容量电池仍存安全隐患

实际上，随着“移动互联网”概念逐渐成熟，手机在网络功能越发强大、屏幕尺寸不断增长的同时，电池容量的“瓶颈”已经成为不可忽视的问题。

Strategy Analytics手机元器件技术研究服务机构在去年的报告中指出，过去三年中，手机电池容量的年增幅仅为4%，远远落后于需求。

“从现在开始至2015年间，手机的平均充电间歇时长将每年递减4.8%，主要因为上网、导航和社交网络等功能在手机中的普及率不断上升。”该机构总监罗宾逊(Stuart Robinson)称，而这些应用的总能耗比例将从2008年的9%增加到2014年的30%。

那么，单纯增大手机电池容量是否可以解决这一问题？答案依然是否定的。

“电池容量的不断提升，伴随着电池安全隐患的增多。”某手机品牌技术部负责人表示，2000毫安容量以上的电池电芯，目前在技术和工艺上都不是很成熟，存在很大的安全隐患。

手机巨头“有计划废品化”

在一些业内专家看来，手机电池越来越不耐用却另有隐情。

“一些跨国企业正在对手机实施的‘有计划的废品化’严重损害了消费者的权益，也是对社会资源的极大浪费。”经济法专家、中国政法大学副教授吴景

明日前表示，往往某个手机产品还能用，但由于维修的时候已经找不到相应的零配件，无法维修而不得不报废；此外，厂家通过不断推出样式更新、功能更多的新产品来刺激消费者消费新产品的欲望。

但对于专家的指责，厂商却认为自己的做法完全是顺应消费者需求。

但中消协发布的 2009 年全国手机消费者满意指数测评情况显示，近些年来消费者更换手机的频率越来越快，其中大部分更换手机的原因却非消费者主观意愿，而是无奈的“手机电池”问题所致。

手机电池标准缘何难统一

作为电池统一标准的具体参与和制定机构，工信部泰尔实验室主任何桂立透露，最初想法是把手机电池外形尺寸标准化，分为类似于干电池的 5 号、7 号等不同型号，给手机设计提供更多的灵活性。但“目前推出的时机还不太成熟。”

“电池标准的统一在技术实现上已经不是问题，目前的推行阻碍主要来自于国外一些手机巨头。”一位不愿透露姓名的业内人士表示，电池是手机厂商重要的利润组成部分，大企业的反对也是意料之中。来源：2010-5-7 北京日报

[返回目录](#)

智能手机迎来新一轮井喷期 五一销售增 200%

国内通讯连锁巨头迪信通日前公布的最新销售数据显示，“五一”期间，迪信通手机销售的最大亮点，在于智能手机销量同比大幅提升逾 200%，并创下近年来智能手机销售新高潮。有关专家表示，2010 年国内通讯市场将进入新一轮智能手机市场周期。

据迪信通集团高级副总裁、北京公司总经理齐峰介绍，目前，智能手机销售额在北京迪信通所占份额，已从去年第四季度约 30%，大举提升到目前约 50%，且增长势头还在延续。他认为，智能手机旺销，首要原因在于零售价格激烈下滑。由于国内手机市场激烈竞争，以往作为高端机型的智能手机，如今价格下降剧烈。加之“五一”各零售商激烈价格战，令北京整体市场约有 5%-10% 左右降幅，诺基亚 N97、诺基亚 5320、索尼爱立信 U5 等智能手机，在上市数月内都因零售价走低而带来销售大增，进入市场普及期。而 3G 应用、微博、社交网络应用等，也成为推动智能手机进入新一轮景气周期的重要原因。

记者近日也了解到，迪信通国内首家专业 4S 手机店日前落户中关村，并在“五一”期间正式运营。记者了解到，由迪信通投资 100 万元打造的手机“4S”店，提供手机销售、零配件销售、信息服务和售后服务。店内分为品牌体验、功



能演示、音乐和信息下载以及产品增值服务 4 个专区。其中增值服务专区包括手机美容和手机保养等服务功能。

有关专家表示，手机“4S”店的问世，标志着手机销售模式完成了单机销售向服务销售的转型。对于手机生产厂家来说，既能够将产品的各种功能直观地展示给顾客，又能在第一时间宣传最新的产品信息，同时还能随时掌握用户体验。而对于经销商来说，增值服务又满足了顾客的审美需求。来源：2010-5-5 北京商报

[返回目录](#)

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

● 垂询及订阅请联系：

集团总机；（010） 6598-1925、6598-1897

E-mail: apptdc@apcsr.com



服务平台: (010) 6598-1925-602	E-mail: fuwu@apcsr.com
北京公司: (010) 6598-1925、6598-1897	E-mail: beijing@apcsr.com
深圳公司: (0755) 8209-6199、8209-1095	E-mail: shenzhen@apcsr.com
上海公司: (021) 5032-6488、5032-6844	E-mail: shanghai@apcsr.com
重庆公司: (023) 6300-3200、6300-3220	E-mail: chongqing@apcsr.com
杭州公司: (0571) 8993-5943、8993-5942	E-mail: hangzhou@apcsr.com
广州公司: (020) 8595-5398、3758-0475	E-mail: guangzhou@apcsr.com