



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. 06. 23

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 4G 离应用还有多远？

据报道，芬兰两家电信运营商日前分别在首都赫尔辛基和西南部城市图尔库开通第四代也就是 4G 移动通信网络，这是该移动通信网络首次在芬兰开通。这一消息在行业内引起了广泛关注。4G 离实际应用还有多远？它对人们的学习、工作、生活有多大影响？

■ 物联网、云计算看点在专项扶持

工信部日前发布的数据显示，2009 年中国软件与信息服务外包产业保持了较好的发展态势，产业规模达 2033.8 亿元，增长 29.7%。而工信部日前表示，要推动进一步鼓励软件产业发展政策的出台。券商机构表示，由于目前很多新的政策措施都已包含在市场预期之中，相对于市场的短期表现，我们更为看重的是新政策对于软件行业相关上市公司发展环境的持续促进和推动，看点或在专项扶持，与物联网、云计算概念相关的公司值得关注。不过，由于近日相关股票持续遭炒，私募建议回避风险，逢高减仓，以出货为主。

■ 美国电信运营商如何避免客户流失

在市场竞争越来越激烈的今天，没有一家公司敢忽略客户流失，这对其盈利有着重要影响，甚至关系到生死存亡。而留住客户的关键，就是尽早识别出有可能流失的客户，找出真正原因。

■ 三网融合第一个庞大产业机会是网络建设

这周关于三网融合的新闻好不热闹。先是有媒体爆出三网融合试点方案获得国务院闪电通过，然后又有媒体说根据有关部门的说法，三网融合尚无确定性进展。细看新闻出处，原来说通过的都是引述广电系统官员的话，说没进展的是引述工信部官员的话。个中奥妙，一望便知。

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	6
3G 效应开始释放.....	6
4G 离应用还有多远?	9
物联网、云计算看点在专项扶持	10
看病不用去医院 开车就像玩电脑	12
美国电信运营商如何避免客户流失	13
三网融合第一个庞大产业机会是网络建设	16
产业环境篇.....	18
【政策监管】	18
旧金山公布新法律：卖手机必须标明辐射	18
商务部：希望印度尊重与中国电信企业合同	19
广电暂禁止影院 3D 转播 世界杯中国 3D 梦想破灭	20
【国内行业环境】	24
北京将建物联网视频监控平台	24
国家广电总局 2127 万重奖国产动画	25
北京欲建国内最好 3G 和高清电视网	27
中国物联网标准联合工作组在北京成立	27
中国电信设备商圈地南非 欧美厂商逐步淡出	28
非语音业务占比首超 40% 运营商竞争焦点转变	31
两岸创意产业聚首共谋闽台手机媒体合作与发展	33
广电启动 3D 电视标准制定 首个 3D 频道开始筹备	34
我国研究运营商网络 P2P 管理 参与国际标准制定	35
【国际行业环境】	36
FCC 拟恢复对互联网监管	36
泰国 3G 牌照 8 月 30 日启动	37
印度无线牌照拍卖结束：政府大赚 82.5 亿美元	38
澳大利亚政府与澳洲电信达成价值 96 亿美元协议	39
运营竞争篇.....	39
【竞合场域】	39
传英飞凌考虑出售手机芯片业务	39
富士通和东芝或将合并手机部门进行最后磋商	40
全球首个 .tel 通信域名问世 包含 16 种语言版本	40

【中国移动】	41
中移动香港推出 MicroSIM 卡	41
中移动称没有注资人民网计划	41
中移动 5 月新增用户 476.9 万户	42
中移动巴基斯坦用户两月净减 30 万	42
中国移动官网启用新域名 10086.cn	43
【中国电信】	43
截至 5 月底中国电信 CDMA 用户达 7150 万	43
中国电信：2012 年综合能耗将比 09 年下降 30%	43
中国电信将建中巴陆地光缆 可加强通往中亚通信	44
【中国联通】	45
联通推手机期货软件	45
联通提前布局物联网	45
联通将派发 11.36 亿红利	46
联通举办首个权威通信论坛	46
中国联通推 WCDMA 模块标准化	46
中国联通 3G 用户 5 月份猛增 102 万	47
北京联通内容信息安全监控平台试运行	47
西班牙电信拟增持中国联通股权至 10%	48
联通启动行政费用控制：会议费租车费均设目标	48
制造跟踪篇	49
【中兴】	49
中兴通讯发放丰厚红利：每 10 股送 3 元	49
【华为】	49
华为蝉联电子百强榜首	49
华为周边四个片区改造启动	51
华为率先开推千元智能 3G 手机	52
双引擎成就华为净利润最大增幅	53
华为率先实现 PTN 网络业务自动割接	55
华为“三识别”方案打造用户新体验	56
华为对台采购一年内预计将达 26 亿美元	56
华为高管：移动宽带用户未来 5 年将达 30 亿	57
【诺基亚】	59
诺基亚发出收入预警后股价大跌	59
诺基亚调低对设备和服务部门业绩展望	60

【其他制造商】	61
黑莓手机明起入华销售	61
LG2010年将推20款Android智能手机	61
摩托罗拉推出全球首款Android2.0手机	62
摩托罗拉下半年将推支持视频聊天功能手机	62
服务增值篇	63
【趋势观察】	63
IPTV被正名或迎来大发展机遇	63
广电披露三网融合未来三年目标	65
三网融合助推网络视频行业加速发展	66
全时通信计划未来三年营收超1亿美元	67
业务逐渐转好 全球电信运营商资本支出降低	68
苹果挡不住Flash 2012年2.5亿部手机使用	70
报告称移动应用营收到2015年将超过300亿美元	71
中国3G前景广阔 2011年可实现4000万人同时在线	71
【移动增值服务】	72
电信缴费可用支付宝	72
交行携联通推手机支付业务	73
“移站通”引领移动电子商务	73
联通用户网购3G可抽世博门票	75
中移动2010年投150亿补贴用户	75
香港电讯部门欲推调解方式处理投诉	76
北京电信开推世界杯3G数据礼包：赠1G手机流量	77
【网络增值服务】	78
虚拟试衣间：电信服务创新	78
中移动将投700亿用于村村通	79
电力光纤到户试点工程全面启动	80
中国移动手机信号首次覆盖南沙海域	81
联通交行推可实现银行支付功能SIM卡	81
技术情报篇	82
【视频通信】	82
手持电视开通“睛彩世界杯”	82
视频网站如何在混战中生存	83
视频将超越P2P下载成流量之王	85

【电信网络】	86
中国移动密测 802.11n	86
4G 技术 LTE 获多国运营商认同	86
调查显示多数运营商将在 LTE 前部署 HSPA+	87
消息称中国电信正探索 C 网提速至 14.4Mbps	88
全球首个 WiMAX 飞蜂窝标准发布 将认证兼容产品	88
【终端】	90
联通首款国际品牌 3G 双待机问世	90
海事卫星发布 IsatPhone Pro 卫星手机	90
【运营支撑】	91
银行盯上移动电子商务	91
中国电网将构建第五张光网络	93
中国电网未来几年有望构建光通信网络	94
市场跟踪篇	94
【数据参考】	94
全球宽带线路达 4.84 亿条	94
前 4 月宽带用户净增近 800 万	95
我国 RFID2010 年可达 120 亿元	97
全球 Wi-Fi 芯片出货量将达 7.7 亿个	97
美国智能手机普及率同比翻番至 20%	98
Adobe: 2012 年 53% 智能手机支持 Flash	98
2010 年全球移动支付用户数将达 1.086 亿	99
全球移动应用收入 2015 年将达 320 亿美元	100
2015 年中国手机浏览器活跃用户将达三亿多	101
全球宽带线路达 4.84 亿条 中国 1.1 亿条居首	102
报告称中国 IPTV 机顶盒用户 2010 年将达 850 万	102
【市场反馈】	103
近八成消费者赞成严惩手机内置 SP	103
手机定位广告兴起恐引发隐私保护问题	103
电子书与平板电脑上演龙虎斗 或共存互补	105
“好韵通”孕妇手机上市掀健康通信消费热潮	107



亚博聚焦

3G 效应开始释放

3G 带来的巨大利益正在从产业链的下游向上游转移，从核心企业向外围企业扩散。

街头的霓虹灯箱、路牌，疾驶的公交车身，央视的黄金广告时段，运营商的各种促销活动，关于 3G 的狂轰滥炸在过去的一年中强烈冲击着人们的感官。热切等待了多年，中国乃至世界 3G 产业链条的神经都被充分刺激起来。只要能和 3G 扯上关系的公司都争先登上这个旋转的舞台上，使尽浑身解数，以求得竞争中的至高点。

随着第一阶段网络的建成，3G 用户将进入高速增长期。2010 年 1~3 月，全国新增 3G 移动电话用户 483 万户，累计达到 1808 万户。根据中国工信部数据，预计 2010 年中国 3G 用户数将从 1500 万增至 6000 万。用户的持续增长使得 3G 对电信乃至相关行业的拉动效应迅速释放。有数字显示，2009 年全年 3G 的直接投资达 1609 亿元，间接拉动国内投资近 5890 亿元，带动直接消费 364 亿元(终端消费 297 亿元，业务消费 67 亿元)，间接消费 141 亿元；直接带动 GDP 增长 343 亿元，间接带动 GDP 增长 1413 亿元。

3G 带来的巨大利益正在从产业链的下游向上游转移，从核心企业向外围企业扩散。只有对 3G 金矿进一步深挖，才能充分体现出 3G 的真正价值。

“三国演义”渐入高潮

与 2009 年科技百强的名单相比，电信运营商的排名大幅上升。中国移动从 2009 年的 28 位上升至 2010 年的 15 位，中国电信则从 2009 年的 83 位跃升到 2010 年的 35 位，中国联通更是从 2009 年的没有入围直接排名至 2010 年的 58 位。作为电信产业链条中的核心，三家电信运营商之间的交锋无疑是 3G 元年中最大的看点。

中国移动携中国 3G 标准 TD-SCDMA，奋力追赶另外两个成熟标准，力保行业领先者的地位；中国电信依靠在固网和宽带上的竞争优势以及 CDMA 向 3G 升级成本最低的机会试图改写移动市场的竞争规则；中国联通则力争通过世界上最成熟的 WCDMA 标准，后来居上，改变一直以来夹缝中求生存的尴尬局面。

一年过去了，三家运营商交上了一份看似成绩不错，但又各有遗憾的成绩单。中国移动的数据显示，截止到 2009 年年底，3G 手机用户达到 340.8 万。2010 年 3 月，中国移动以不可思议的月增 341 万 3G 用户，一举改变了之前 3G 用户增长缓慢的局面，也将一直在 3G 业务发展上领先自己的中国联通甩在身后。4

月，中国移动延续着领先的地位，虽然新增用户数不像3月那么惊人，也达到了71.3万。截止到4月底，中国移动的3G用户总数已达840.3万。即使如此，中国移动仍有表现“疲软”之嫌，因为在3G发牌之初，中国移动曾表示，2009年将发展1000万TD用户。事实说明，携TD这一全球首次商用的网络与另外两个已有近10年运营经验的成熟3G标准WCDMA、CDMA2000全面抗衡，即使强大如中国移动，成败也很难预料。不过中国移动毕竟是实力最强、最成熟的电信运营商，从2009年下半年开始，中移动全方位布局3G应用市场以拉用户数增长。继2009年高调推出了移动应用商店，基于自主研发的OMS手机操作系统的手机oPhone之后，最近又开始在手机支付、手机阅读等领域发力。谋求在应用上的领先来弥补网络成熟度上的差距是中国移动在目前采取的重要竞争策略。

中国电信2009年在新增用户市场上的表现相当抢眼。相关数据显示，2009年中国电信用户数量翻了一番，而中国移动和中国联通年用户增长率只有14.22%和10.66%。中国电信的市场占有率提高了3.21%，其中1.98%来自中国移动，1.23%来自中国联通。3G用户数的增长方面，中国电信没有公布具体数字。第三方的统计数字虽然有差异，但都表明：中国电信3G用户数最多。不过中国电信强劲的增长势头，很大程度上源自其激进的发展用户策略，在发展移动用户时可谓不计成本。据说，在“天翼”品牌推广之初的费用就高达数亿元。因此未来中国电信将面临另外两个压力：第一、CDMA现有频段容量有限(约七八千万，数据卡用户会占据一部分)，数据卡用户增多将使用户体验恶化。第二、解决办法是扩容，但扩容需要大量的投资，中国电信将面临资金压力。

中国联通的3G业务从2009年10月才开始正式商用，但尽管发展3G只有3个月的时间，但到2009年底为止，已经总共发展3G用户274.2万。3G用户新增数连续超过2G用户的新增数。用户规模虽低于另外两家运营商，但用户增速却居领先地位。中国联通通过引进iPhone等明星机型，充分发挥在终端品种和款式方面的优势，以吸引用户的策略初见成效。不过，最近3个月的运营数据显示，中国联通3G用户的增长大幅放缓。有业内人士指出，中国联通之前在3G市场上的高端用户定位及其配套的3G资费体系和终端运营策略，在一定程度上对其用户拓展形成制约。最近，中国联通已经开始调整策略，不再只专注于高端用户，而将部分精力投向中低端用户市场，并已在3G整体资费构架、3G终端运营策略等方面作出了改变。中国联通的另一个不确定因素是，2010年的资本性支出将大幅降低34.7%，降幅之大远远高于另外两个竞争对手。

对于三家运营商来说，随着网络建设的初步完成，对用户的抢夺才刚刚开始，考验也更为严峻。

电信设备市场转移

电信设备行业是 3G 全面启动后最直接、最大的受益者。中兴通讯在 2010 年科技百强的榜单中基本维持了 2009 年的位置，而大唐电信、烽火通信等企业都持上升趋势。

国内 3G 市场启动，中兴是最大赢家。从系统到终端，中兴在 3 种 3G 标准中全面出击，并都有重大斩获。在中国 3G 之战中的全面胜出，使得中兴国内市场的营业收入超过整体收入的一半，所占比例在最近几年中最高。

随着大规模 3G 网络建设的完成，2010 年 3 家运营商都较大程度地缩减了 3G 网络投资的预算。因此对于中兴这样的国内电信设备商来说，如何找到新的增长点来维持高速增长，就成了必须面对的挑战。

不过网络的完成并不代表设备厂商的 3G 机会就此结束。2010 年，3 大运营商都不约而同地加大了网络优化市场的投入，预计该市场今明两年的规模将突破 100 亿元大关。相关分析师认为：参照近年 2G 市场网络覆盖与优化行业增长性，未来这个行业有望呈现较快增长的态势，将有 15% 以上的增长速度。由于 3G 时代网络覆盖与优化业务量明显高于 2G 时代，移动运营商亦由 2 家变成 3 家直接带来铺设网络数量的增加，因此网络优化行业的增长速度有望超过 2G 时代。

正是中国移动的飞信业务成就了神州泰岳的创业板神话

在 2010 年科技百强的榜单中，国内主要从事网络优化设备及解决方案业务的第一梯队的 3 家厂商京信通信、国人通信、三维通信全部入围，2009 年上榜的京信通信从第 14 位已进入三甲行列，而另外两家是新入围企业。网络优化行业处于产业链的后端，受益相对滞后。随着运营商竞争的加剧，迫使其优化、支撑等非核心业务走向外包模式，专业从事优化服务的企业开始进入受益者的行列。目前市场份额最高的京信通信 2009 年的财报显示，营业收入比 2008 年增长 75.8%，来自国内 3G 网络的收入同比大幅增长 1090.1%，占公司总收入的 32.4%，而 2008 年占比仅为 4.8%。京信通信表示：目前国内 3G 网络的无线优化刚刚开始，未来 2~3 年将进入高速发展期。

不过，网络优化行业竞争激烈，国内参与的厂商较多，市场集中度不高。同时电信运营商的集采对产品价格有较大的压制，使得这一行业的利润逐渐下滑。

随着涉及电信设备市场的范围的扩大，能够参与和分享 3G 掘金的企业也越来越多。

应用服务商开始受益

这次科技百强榜单中另一家引人注目的通信行业的企业是神州泰岳。这家 2009 年刚刚在创业板上市的企业第一次上榜就高居 38 位。不过有创业板神话在先，这家企业再有怎样的表现都不足为奇了。随着 3G 应用逐渐被用户接受和追

捧，一些提供应用服务以及背后的运营支撑的企业开始崭露头角。在 3G 的产业链条中，这些企业的受益更滞后，但范围更大，也更“长尾”。

正是靠着承接中国移动“飞信”运维业务，神州泰岳在短短两年中从一家默默无闻的小公司飞速发展到创造创业板上市神话的明星企业。

神州泰岳上市招股说明书显示：神州泰岳是中国移动飞信业务的运维支撑外包服务提供商。2007 年、2008 年和 2009 年 1~6 月，该类业务实现的净利润分别为 3732 万元、9097 万元和 8928 万元，占公司当期净利润的比例分别为 42.23%、75.47%和 76.30%。可以说是飞信造就了一个创业板神话。

除了飞信之外，神州泰岳还把触角伸向了其他移动增值服务。从 2009 年开始，神州泰岳开始为中移动的“农信通”提供运维服务。“农信通”2009 年为神州泰岳带来的收入为 1918 万元，2010 年一季度实现营业收入 1395 万元，上升势头明显。目前该业务仅在重庆试点，还未推向全国，具体收入规模还难以估算，同时与中国移动的利润分成模式也没有确定。“农信通”被看作是神州泰岳全面布局移动增值服务的重要战略。

神州泰岳董事长王宁明确表示：“未来将积极寻找和参与新的移动互联网增值业务商机。”最近神州泰岳接连进行的两次收购再次引起业界关注。王宁说：“收购大连华信和互联时代的申请手续正在办理当中，如果公司获得 SP 牌照后，将在移动互联网电信增值业务方面进行业务拓展，目前公司已经开始着手在增值业务方面的研究。”同时，王宁强调：“3G 业务的发展，会带来产业链中的很多机遇和变化，公司会积极把握可能出现的新的商机”。

经过了 3G 元年的喧嚣之后，真正的 3G 盛宴其实才刚刚开始。随着 3G 对行业内外的拉动效应逐渐释放，3G 带给我们的可能远远超过想象。来源：

2010-6-9 IT 经理世界

[返回目录](#)

4G 离应用还有多远？

据报道，芬兰两家电信运营商日前分别在首都赫尔辛基和西南部城市图尔库开通第四代也就是 4G 移动通信网络，这是该移动通信网络首次在芬兰开通。这一消息在行业内引起了广泛关注。4G 离实际应用还有多远？它对人们的学习、工作、生活有多大影响？

严格说来，芬兰开通的还只能说是“准 4G”，而不是真正意义上的 4G。因为 4G 标准一直还没有确定。2010 年 10 月份国际电信联盟将最终讨论决定 4G 标准。只有到了那个时候，大家才能知道，今天开通的是不是 4G 移动通信网络。

移动通信技术是在不断演进的，它最大的特点就是数据传输的速率越来越高。比如，第三代移动通信技术，也就是 3G，国际电信联盟对 3G 速率的最低要求是 384kbps(千比特每秒)，CDMA2000、WCDMA、TD—SCDMA、WiMAX 等 3G 标准都不低于这一速率。在这个基础上，电信的技术组织提出了 LTE(Long Term Evolution,长期演进)，这是 3G 的长期演进和发展，芬兰开通的所谓 4G 移动通信网络，其实就是 LTE。而真正的 4G 可能是在 LTE 基础上更进一步的发展。目前已经有 6 个提案入围 4G 备选标准，我国提出的 TD—LTE Advanced 也是备选方案之一。

使用了 4G 技术，通信网络的数据传输速度会有极大的提高，随时享受高速带宽网络的梦想将向现实更走进一步。通信会从简单的打电话、发短信，过渡到许多更加丰富的应用。4G 手机不但支持高速度的网络，它还会支持更加强大的身份识别、定位和电子支付的功能，它会对于不同的用户，开发有针对性的应用。一方面，手机功能会更加强大，另一方面，很多日常生活用品可能会被赋予通信功能，比如通过向手表、眼镜、化妆盒等植入通信和多媒体芯片，使其具有通信的功能。

在 4G 时代，电信网络会更加智能。在第一代移动通信技术时代，来电显示都做不到，而到了 4G 时代，它能对各种各样的复杂业务进行接入、管理、计费、推广，进行精准的服务。人们手中的终端将变得更加智能化。手机会认识自己的主人，换了别人，就无法打开。手机不但是能通信、上网，而且会根据主人的需要加载个性化的功能，比如，它可以提供身体的健康情况，为你自动建立一个健康档案，并且传给你的私人医生。

在 4G 的技术发展上，我国和世界基本上是同步的。我国不仅提交了 4G 标准备选方案，而且已经在上海建设了实验网。当然，4G 技术和网络的成熟与完善还需要较长时间，估计 4G 通信真正走进普通人的生活，还需要 5 年或更长时间。来源：2010-6-11 人民网-人民日报

[返回目录](#)

物联网、云计算看点在专项扶持

工信部日前发布的数据显示，2009 年中国软件与信息服务外包产业保持了较好的发展态势，产业规模达 2033.8 亿元，增长 29.7%。而工信部日前表示，要推动进一步鼓励软件产业发展政策的出台。券商机构表示，由于目前很多新的政策措施都已包含在市场预期之中，相对于市场的短期表现，我们更为看重的是新政策对于软件行业相关上市公司发展环境的持续促进和推动，看点或在专项扶

持，与物联网、云计算概念相关的公司值得关注。不过，由于近日相关股票持续遭炒，私募建议回避风险，逢高减仓，以出货为主。

软件业新鼓励政策有望出台

鼓励软件产业发展的相关政策有望出台。近日，工信部向国务院提交了进一步鼓励软件产业发展政策的草案，并欲推动其尽快出台。

工信部周一发布的数据显示，2009 年中国软件与信息服务外包产业保持了较好的发展态势，产业规模达 2033.8 亿元，增长 29.7%。

在 6 月初召开的 2010 第十四届中国国际软件博览会上，工信部部长李毅中表示，工信部在研究编制的“十二五”发展规划中，注重做好战略性新兴产业中涉及软件和信息服务业的规划内容。

“软件服务业作为信息技术的基础性产业，在经济调结构、发展新兴战略性新兴产业的背景下亟须出台一系列鼓励性政策来支持其发展。”申万分析师尹沿枝在报告中分析说，在原有“18 号文”2010 年即将到期的背景下推出新的鼓励性政策也属必然。

不过，尹沿枝同时表示，由于之前很多新政策都已包含在市场预期之中，相对于市场短期表现，我们更为看重新政策对于软件行业相关上市公司发展环境的持续促进和推动。新“18 号文”等鼓励政策即将出台，对软件服务业未来几年的持续快速发展持乐观预期。

物联网、云计算或列入专项补贴

近两日，与软件相关行业的股票在资本市场上表现强势，连续上涨的中国软件昨日再次表现强势，截至收盘涨幅达 4.89%。其他相关个股也十分抢眼。

不过，券商研究机构普遍认为，软件业新政超预期可能性不大，延续原政策力度是大概率事件。

湘财证券研究所 TMT 研究小组李元博、李莹在报告中分析，目前，我国软件公司普遍享受软件产品增值税退税优惠，超过 3% 的部分实行即征即退，也就是说增值税税负仅为 3%。受益于该退税政策，部分企业政府补助方面的收入占总收入 5% 左右，有的甚至到 15% 或更多。

李元博分析，这样以来，增值税实际税负下调的空间较小。所得税方面，软件与服务类公司大多数获得了国家规划区内重点软件企业的认定，实行 10% 的优惠税率。同样，优惠税率下调的可能性也不大。而核高基方面，能够获取补贴的公司基本上都是研发实力强的如中国软件、同方股份、恒生电子等，大部分的企业无法获得该补贴，受益面相对较小。

李元博比较看好一些专项补贴，认为专项补贴或成为关注焦点。而物联网和云计算作为近 1 年来计算机业呼声最高的两项技术应用，专项补贴最有可能进入

新政，补贴形式有可能复制核高基的项目申请审批制，资金来源是中央政府补贴加地方政府按比例配比的方式。

机构在借反弹出货

李元博建议投资者关注与物联网、云计算概念相关的这类公司，如银江股份、联信永益、新大陆、浪潮信息等等。

不过，李元博、李莹也分析说，增值税退税、所得税优惠难超预期，核高基项目受益公司有限，疯狂炒作加大了软件与服务业短期风险水平，大部分公司股价得不到业绩的支撑而回调的风险。

“炒得高了点，反弹时候机构以出货为主，对于这类股票最好逢高减仓，降低不必要损失，保存实力更重要。”深圳私募黄术其说。

尹沿枝则持续推荐具备良好成长性与市场潜力的信息化领先厂商，6月推荐组合是：用友软件、软控股份、东华软件、辉煌科技；以及创业板的数字政通、银江股份。

平安证券分析师刘武分析，由于物联网、云计算、3G及三网融合快速发展，国家对这些领域的技术提升关注度较高，在各细分行业具有领导竞争优势的软件企业及系统集成商，如远光软件、川大智胜、华胜天成、恒生电子、超图软件、四维图新、石基信息、数字证通等。同时，中国软件、大族激光等企业有望受益于重大专项的持续发力。来源：2010-6-9 南方都市报

[返回目录](#)

看病不用去医院 开车就像玩电脑

如今的浦东人家“小偷闯入就报警、回家路上能烧饭”，这期报道中将继续介绍他们在智慧医疗和智能出行方面的生活新体验，看过之后，相信你会“不辞长做浦东人”了。

智慧医院：远程量血压、视频探病情

排大半个小时的队，只为查个心电图、量个血压？这样劳民伤财的事情，相信不少去医院看病的市民都深有体会。如何才能让看病更轻松、更便捷、更“聪明”？对去浦东公利医院看病的人来说，这样的愿望并不难实现。

病人只要通过一个小巧的手持终端，就能测量自己的血压、心跳等指数，并及时将数据图传输到主治医生的手机上。医生看到相关数据后，会对病人实时进行视频诊疗，就像面对面看病一样。据介绍，目前上海电信已经和浦东公利医院及南汇中心医院合作，“帮助医院建立统一的医患信息平台，实现医患信息充分

共享，也就是说病人的就诊信息公开，避免重复检查。另外，通过短信语音通知、协同通信、手机对讲等产品，提升医院管理和应急处理响应能力。”

随心畅行：汽车就是一台移动电脑

坐着老爷公交车，一路弹簧屁股颠到塘桥，这是不少浦东居民还未忘却的切身感受。但如今，他们已经享受到发达的智能出行带来的种种便利。

浦东巴士公司已在 20 余个公交站台设立了 100 多个监控点，结合 800M 数字集群和短信定位等服务，实现交通管理的实时监控——公交车不再是不听话的老爷车，而是准点准时的“乖乖牌”。

而对开荣威或凯迪拉克私家车出行的车主来说，中国电信与上海通用汽车合作的 OnStar 汽车信息服务更是把出门变成了“玩乐”，跟恼人无聊的堵车说拜拜。开车时只要“动动嘴”，就能够设置好目的地？按一下反光镜上的按钮，就能唤来救援？拨通电话，就能远程打开车门？这当然不是科幻片中的未来座驾，就在新上市的荣威和凯迪拉克上，已经完完全全地实现。

据介绍，通过将天翼无线通信芯片嵌入汽车装置，就能实现车辆运行状态和轨迹监控、智能导航、移动数据传输和车载通信、应急自动告警等，让汽车成为一台随时随地与外部交换信息的“移动电脑”。目前，已经有 1.5 万辆装备 OnStar 的汽车畅行全国，年内更将有超过 10 万辆加入智能汽车阵营，届时浦东世纪大道将成为名副其实的“智能高速公路”。来源：2010-6-21 IT 时报

[返回目录](#)

美国电信运营商如何避免客户流失

导读：在市场竞争越来越激烈的今天，没有一家公司敢忽略客户流失，这对其盈利有着重要影响，甚至关系到生死存亡。而留住客户的关键，就是尽早识别出有可能流失的客户，找出真正原因。

对于如电信运营商、小额业务银行及保险公司等许多行业来说，客户流失已成为它们十分关注的问题。随着竞争的加剧，客户的选择机会越来越多，一些公司需要经常到竞争对手那里挖掘高价值的客户。因此，维系现有客户是一大难事，因为客户很容易从一家公司转向另一家。

客户流失日趋严重

塞勒特咨询公司(Celent)2003 年的一份报告显示，在小额业务银行中，美国和加拿大的客户流失率比英国高好几倍。英国的客户流失率在 2003 年还不到 10%，2005 年却超过了 17%。

客户流失亦称客户离开或叛逃，是指公司失去已有的客户。客户流失率是指在特定的时期内，离开或叛逃的客户占客户总量的比例。根据公司业务的性质，可以把客户流失分为不易转变型与多方尝试型。

可以考虑以下两种情形，一种情形是，客户 6 个月前从戴尔购买了一台笔记本电脑(这是他第一次购买戴尔产品，此后没有进行任何购买)。戴尔发现很难了解公司已经失去这位客户，还是客户只是暂时不需要戴尔的产品——客户也可能从苹果购买产品，又回到戴尔购买产品。以上就是所谓的多方尝试型的情形。也就是说，客户不会把他的钱只花在一家公司。上述这种情况最有可能发生在非契约模式下，在这种模式下，客户可以在不违反契约的前提下，从一家公司转换至另一家公司。

另外一种情形是，一位手机用户终止了他的合同或不再续签合同。在这种情况下，公司几乎可以肯定该客户已经流失，并且认为只有把他争取回来，才能重获这位客户。这就是所谓的不易转变型的情形。由于此类流失事件，可以很容易地从公司的记录数据中获知，所以，在事先有契约的情况下，公司比较容易介入，以防止客户流失。

即使在非契约模式下，公司也可以防止客户流失。例如，在一个零售行业中，公司通常保存有关客户的购买频率和平均消费金额方面的信息，通过这些数据，可以采用统计学的方法，来计算客户的购买时间间隔，然后便可以此为基准，来预测客户是否有可能流失。如果一位客户的购买时间间隔是 4 个月，他已经连续 5 个月没有进行过购买了，那么，利用这些信息，公司便可以知道这位客户是很有可能流失的。同样，公司也可以基于客户以往的交易及特点，做出关于每位客户的消费金额模型。如果客户的实际购买金额与预估金额相比显著下降，表明客户已经减少了采购需求。此时，公司应该根据客户价值，制定避免客户流失的策略。

客户流失的影响

客户流失对公司的影响是多方面的，其中一个直接影响就是造成收入减少。对客户的预期收入越高，则该公司受影响的程度就越大。预期收入减少同时也意味着公司失去了一种机会——可以弥补其获取该客户时所耗费的成本的机会。对新客户给予奖励，是许多服务行业惯常的做法。迫于竞争压力，奖励措施的成本，再加上其他的获取客户成本，这些数字加起来是如此之高，以至于公司要在数月之后才能达到收支平衡。

根据“客户之声”的调查，美国无线服务行业获取新客户的成本为 375~475 美元，供应商必须维系这些客户 4 年以上，才能开始盈利。如果一个手机用户在遵守与服务供应商为期一年的合约后退出，运营商就不能收回当初所花费的获取

客户的成本。由于获取成本无法弥补，在初期阶段失去任何客户，都将增加公司的成本。

此外，公司也失去了对已流失客户进行提升销售或交叉销售的机会，这种损失可以视为潜在收益的流失。除了先前提到过的经济损失，还有一些社会效应方面的损失。譬如，如果这些客户继续与公司保持关系，在公共场合使用公司的产品或服务，就会影响其他人购买产品或服务，进一步扩大影响力。不过，这些客户的负面口碑，可能会影响很多有购买意向的潜在客户

成本与流失客户的价值有关联，公司还必须投入额外的资源，用新客户取代已经流失的客户。如前所述，在初期阶段，获取新客户的成本，远远超过客户平均每年为公司带来的收入，这样会消耗公司有限的资源。由此，我们可以判定，客户流失对现金流入和流出都会造成负面影响。

由于客户流失对公司的资源及业绩影响重大，因此，如果不采取措施减少客户流失，就有可能导致公司破产。现在，许多公司已经认识到控制客户流失量的重要性，并已使用或者即将使用分析工具来预测和防止客户流失。

干预方式

一家电信运营商提供本地电话、长途电话、手机以及互联网服务。客户在享受手机服务时，还可以定制一个家庭套餐，从而拥有额外的短信服务和无线上网功能。同样，对于互联网服务，公司会提供不同下载速度的软件包，如 1.5 兆、3 兆和 15 兆。

一位叫唐(Don)的客户订购了本地和长途电话服务，电信运营商从唐的电话费账单上观察到，他拨打长途电话的次数明显减少。原因是当地一家有线电视运营商，正在开展一项很具吸引力的促销活动，把电话、电视、互联网三项服务打包成一个套餐进行促销。

电信公司于是考虑是否应该采取措施防止客户继续流失，不过，现在面临的关键问题是：哪类客户将可能离开？会在什么时候离开？每天都有许多电信运营商面临此类问题。

由于客户流失对公司业绩有巨大的影响，因此，研究有效应对客户流失的策略至关重要。确定哪些客户可能会流失及其流失的预期时间，是制定干预策略的第一步。预测客户流失从以下两个部分入手：一是要知道谁将可能流失。要解决这一问题，需要掌握过去流失客户的特征，找出与这些客户有相似情形的客户。

有两种方式可研究客户流失：不转变型方式和多方尝试型方式。前者将客户流失视为永久性的，在以订购为基础的行业尤为明显，当客户终止订购或服务后，是不太可能吃回头草的。这位客户不是选择了竞争对手，就是已停止使用某项服务。例如，以前使用拨号上网服务的客户，转而使用宽带上网后，就不可能

再使用拨号上网了。虽然公司对客户的离开干预是有限的，但设计干预客户流失策略时，最重要的是预测每位客户离开的时间，公司依然可以通过提供给客户所需要的其他服务进行干预，弥补因客户对服务需求减少而导致的利润损失。

多方尝试型方式则认为，客户转换到竞争对手那里只是暂时的。在前面，我们提到一位顾客在戴尔和苹果之间轮流进行交易，因此，无论是戴尔还是苹果，均未完全失去这位顾客，它们仅仅失去/获得了客户购买份额的一部分。但是，他们的购买份额并没有平均分配给与其有交易的各家公司。在这种情况下，我们不会知道他们具体的流失时间，许多消费品的采购都属于这种类型。在这种方式中，被用来建模的并不是客户流失的时间，而是与每家公司或每种品牌相关的客户转移概率。

确定干预成本和干预产品以后，通过什么样的沟通渠道将产品提供给客户，这一决策很关键，它决定着客户将如何应对公司的干预。可行的沟通渠道通常包括：电子邮件、网站、电话和面对面的沟通。选择何种沟通渠道，取决于客户的价值和他对各种渠道营销沟通的反应。就沟通成本而言，尽管电子邮件会更便宜，但是相对于其他渠道，客户对此的回应率也更低。如果一家电信公司有可能失去一个大的集团客户，最好的沟通渠道就是面对面地接触。来源：2010-6-11 IT 时代周刊

[返回目录](#)

三网融合第一个庞大产业机会是网络建设

这周关于三网融合的新闻好不热闹。先是有媒体爆出三网融合试点方案获得国务院闪电通过，然后又有媒体说根据有关部门的说法，三网融合尚无确定性进展。细看新闻出处，原来说通过的都是引述广电系统官员的话，说没进展的是引述工信部官员的话。个中奥妙，一望便知。

三网融合的一种精神就是两个系统彼此进入对方固有的业务地盘，在一网三用的同时，也能引来竞争。这一点，广电工信均无异议，也就是各自旗下的实体企业下场当运动员是可以接受的。现在难产的地方在于裁判是谁：各种业务的相关牌照发放权在谁手里？

从中国国情出发，这些牌照的最终审核发放权在广电系统的可能性远远超过在电信系统的。我国历来注重物质文明精神文明两手一起抓两手都要硬，广电系统管控内容拥有数十年的经验，故而，这个难产只是暂时的，大的定性的结果并无多大悬念。我在过去的多篇文章里讨论过这个问题，现在的看上去的僵局，只是一些局部细节问题还在高层研究罢了。

从实际角度出发，现在我们该把目光放到下一步了，那就是三网融合中间蕴含着多大的商业机会？

很多人认为有大量的内容制造可以出现，对于制作内容的企业来说，面临着新一轮新的机遇。但且慢，内容是需要通路去传递给受众的，通路又在哪里？就目前而言，通路是现成的吗？

包括我在内的一些观察者都认为，广电系统在三网融合，在技术上居劣势。这个观点其实暗含着一个前提，那就是广电系统基本上要发力组建一个新的网络，用这个新的网络来进行三网融合，而不是借用电信已经基本成型的全国性网络。这个观点是有事实可以证明的，那就是广电 2009 年就开始 NGB(下一代广播电视网)的建设——虽然这个网络的铺建不是没有争议。这一点，其实和三网融合试点方案最终是什么样子没什么太大关系。如果广电系统获得了相应牌照权(具体而言就是集成播控服务牌照)，他们就会努力建设 NGB 或者着力于 700M 频段上的无线网络来取得更有利竞争态势；如果没有获得或者获得了一点但没达到预期，那他们这份努力，则丝毫不会由此变弱。

于是，三网融合的第一个庞大的产业机会就是网络建设。有金融机构的研究员估算说，仅仅广电系统对全程全网的投入，就是一个 6000 亿的市场。如果算上电信的跟进和提升，这个市场将超过 7500 亿元。

我忽然就想起了 1997 年我在当时的上海邮电管理局做一个小小的外贸进口员的时候，在那个时间段里，邮电系统的设备及光缆进口量急剧上升。到了 2000 年我离开邮电的时候，我这个小小的业务人员，数年来完成的进口合同是“亿”为量级的，而全国像我这样的业务员，不知有多少。

至于内贸，在 90 年代后期，行内则崛起了有“巨大中华”之谓的四大设备制造商。回想那个时段，正好就是中国互联网的黎明时分。

三网融合的呼声喊了几十年，恰恰是 2010 年在方向上才尘埃落定：国家决定做。

挑选这个时间点，现在看来，应该是经过深思熟虑的。从一方面来说，数字化革命已经越过了创新阶段而进入扩散期，环境迫使三网融合必须要搞。而从另外一方面来说，联想到前年底爆发出来的全球性经济危机，这未尝不是一个政府出手短线上加大投资，长线上拉动内需的工具。

作为一个行业观察者，这两年的确感受到了国家对数字世界前所未有的重视，这和本世纪初完全不同。国营资本在这个世界里纵横睥睨，四处出击，很有些大干快上尽早抢占全球化信息时代制高点的意味。我隐约感觉到，从最宏观的国民经济角度出发，用三网融合作为撬动工具，新一轮的宏大的产业结构调整已是决策者认为可操作的勃勃雄心。来源：2010-6-11 21 世纪经济报道

产业环境篇

【政策监管】

旧金山公布新法律：卖手机必须标明辐射

据国外媒体报道，美国旧金山市本周二通过立法，要求所有零售商标明每部手机的辐射量。

据信，旧金山的此项立法是美国第一项此类法令。手机辐射对人体有害的说法尚缺乏有力科学证据，同时，反对立法的手机业界也担心，强制标注辐射量可能会成为扼杀手机行业的先例。

但喜好科技的旧金山市长加文·纽森(Gavin Newsom，拥有超过 130 万 Twitter 粉丝)认为，上述法令的通过是维护手机用户权益的一次重大胜利。

“相关信息将会标注出来，想了解的人就可以看。”纽森的发言人托尼·温尼克(Tony Winnicker)说，“我们认为，对于关注这方面的消费者来说，标注必须是显而易见的。”

根据这项法令，零售商必须在手机旁用不小于 11 号的字体标明制作材料及其具体吸收率，即手机用户身体组织吸收的电磁波数量。这些所谓的吸收率因手机不同而不同，但负责管理价值 1900 亿的手机行业的联邦通信委员会规定，在美国销售的所有手机辐射吸收率不得高于 1.6 瓦特/千克。

但美国手机行业协会(CTIA)发言人约翰·沃尔斯(John Walls)表示，强制零售商标明上述信息可能会使消费者误以为“某些手机比其他手机更安全”。

“我们认为，大量的科学依据表明，使用无线设备对人体健康是无害的。”沃尔斯说，“这种类型的标注偏离了联邦通信委员会的标准。”

事实上，旧金山不是第一个考虑标注手机的地方。6 月早些时候，加利福尼亚州参议院投票否决了一项涉及范围更广的标注法案。2010 年 3 月，缅因州也否决了一项要求商家在手机上粘贴类似香烟警告的标注。

造成这些立法失败的原因可能是：目前几乎没有发现有力证据能够证明手机是有害的。美国国家癌症学会和联邦通信委员会都表示，没有科学依据表明手机是危险的，但两家机构将继续监控相关的医学研究。

上个月，《国际流行病期刊》在网上发表的一份针对 13 个国家手机使用的重要调查发现，手机使用者罹患两种最常见脑肿瘤的风险并不比其他人高。使用

手机时间最长的用户罹患一种攻击神经细胞周围细胞的癌症的风险稍高，但研究人员认为，这一发现尚缺乏说服力。

旧金山的官员表示，上述法令的主旨并非劝阻人们使用或销售手机，而仅仅是将有关信息告知消费者。

“这项法令不是要告诉人们不要使用手机，”温尼克说，“没有人比纽森市长更热爱他的 iPhone 了。” 来源：2010-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

商务部：希望印度尊重与中国电信企业合同

针对印度对中国电信设备进行安全审查一事，商务部昨日表示，希望印度方面尊重双方企业已经签署的合同，不要为企业依约履行合同设置障碍。同时，对中外企业一视同仁。

商务部发言人姚坚在例行新闻发布会上表示，2009 年印度有关部门出台了有关电信设备进口安全审查的政策，这影响到了中国企业，主要是华为和中兴，大约 50 亿美元的订单，而这些订单都是中印企业事先已经签署的订单。这项政策对于中国企业履行合同造成了重大的影响。

姚坚介绍称，“到目前为止，还没有一家中国企业的产品通过上述所谓的‘安全审查’，中国企业蒙受重大损失，也使中印双方的项目进展受到了影响。”

姚坚表示，“希望印度方面尊重双方企业已经签署的合同，不要为企业依约履行合同设置障碍。”

他同时表示，中国产品远销各国，并已经通过了欧美等发达国家市场的严格检测，是充分符合国际市场要求的。“印度方面在没有拿出任何证据证明中国产品不符合其安全需要的情况下，出台了这样一项政策阻止进口中国电信设备，对于中国产品是构成歧视的。”

姚坚表示，希望印度政府对中国和西方企业一视同仁，“没有歧视性措施。”

针对有媒体报道称，印度政策有所调整，将允许该国运营商进口经国际安全审计公司认证的中国电信设备，姚坚表示，“正在进一步核实，并继续保持和印度政府的积极交涉。” 来源：2010-6-13 新浪科技

[返回目录](#)

广电暂禁止影院 3D 转播 世界杯中国 3D 梦想破灭

“ 主要是因为转播信号不稳定，3D 数字影片是用硬盘存放的，有问题很好解决。但世界杯转播是使用无线信号，直播时出现突发问题很难解决。” 中影数字院线负责人程阳说。

中央电视台体育节目中心主任兼体育频道总监江和平也表示：“ 接收 3D 信号一般有两种方法：卫星接收和有线接收。央视与中影数字洽谈时，考虑通过央视接收 3D 信号，再通过卫星转播给影院，但通过卫星接收不符合有关规定，只能通过有线接收。而现在时间太紧，通过有线接收的技术来不及完成。”

两人的解释虽然存在矛盾——究竟是无线转播信号不稳定的技术原因，还是卫星接收不符合有关规定？更何况此前江和平曾表示，央视与国际足联目前正在研讨，主要是在解码技术方面有不同意见，但第一次信号测试已成功——但都表明了同一个意思：此前备受瞩目的南非世界杯 3D 技术转播宣布取消。

三网不融合

通过卫星接收不符合何种规定？影院使用卫星天线需要国家批文。

“ 把央视的转播信号引进到影院，涉及到‘ 三网合一’ (指电信网、广播电视网和计算机互联网合一)等条块问题，这不是某一方面能单独解决的。” 3D 影像网负责人蒋勇说，3D 世界杯进入电影院需要电影、电视两个领域积极磨合，“ 遗憾的是，各方转播意识不够迅速，如果早开始筹划或许能成功。”

星美影城负责人袁鑫也表示，“ 3D 世界杯转播设备安装需要几个部委互相协调，很多影院最终来不及进行购买和调试。”

因此，上海万裕影城经理严鸣放对于取消世界杯 3D 直播的决定感到既无奈又气愤，“ 我们已经为此做了很多准备，但国家说停就停了，至今无人出来解释。” 他所说的准备工作，指的是为南非世界杯 3D 转播而购买的一套近 20 万元的卫星转播设备、用于观看 3D 影像的眼镜及各种宣传推广工作。

和严鸣放“ 同病相怜” 的还有包括北京星美影城在内的全国 40 余家影院——上月末，拥有世界杯转播版权的中央电视台和中国电影集团举行联合新闻发布会宣布，将全面直播 2010 年南非世界杯的 64 场比赛，其中包括 25 场 3D 直播比赛中的至少 8 场，将在全国部分影院和拥有 3D 信号电视的家庭实现。

南非世界杯被认为是首届 3D 世界杯，源于索尼公司以 2 亿美元的价格成为国际足联 3D 转播技术提供商。

这样的新闻甚至一度促进了中国的 3D 电视销售。Sony、三星、TCL、海信等国内外电视品牌纷纷打出 3D 观看世界杯的宣传噱头；钱柜、麦乐迪等 KTV 及多家酒吧获悉央视获得 3D 世界杯转播权的消息后，都在积极打探 3D 电视机的

相关事宜；苏宁、国美、世纪电器网等销售终端也均表示，受到 3D 世界杯可能首次直播消息的影响，一直销量平平的 3D 电视在近期迎来了销售小高峰。

不过，在中国，通过电视观看 3D 世界杯从一开始就是不现实的。由于受到信号源和转播设备等硬件的制约，目前即使消费者购买了 3D 电视，在国内也无法收看到 3D 世界杯赛事。据悉，在中国，拥有 3D 电视机的用户只能事后回味一下这些精彩赛事的 3D 录像。在全球，也只有美国 ESPN 和英国天空电视台能够提供成熟的 3D 电视直播信号。

因此，影院一度成为中国大陆地区搭上全球首届“3D 世界杯”的惟一希望。负责技术支持的中国电影集团于 5 月向全国影院发文，可以 3D 直播本届世界杯的部分比赛。随后中影数字公布了南非世界杯 3D 影院卫星转播场次时间表。一份“影院 3D 直播世界杯报名表”也早就下发至各影院，引得了全国 40 余家影院的报名参与。国家广电总局也正式批复同意影院直播 3D 世界杯事宜，拟于 2010 年 6 月 11 日开始在全国数字 3D 影厅转播 2010 年南非世界杯，共 25 场，而且邀请院线代表在科学所观看了试播。

但就在世界杯开幕前夕，在电影院观看 3D 世界杯的梦想落空了。

利润和品牌之争

究其原因，除了央视和中影的“分账不公”外，影院的收益前景堪忧，也制约着这件事情的发展。

据悉，央视和中影数字电影公司给影院开出的转播细则很“苛刻”：一方面要求票房分成，由于影院此次转播世界杯，采取的是和引进大片一样的分账形式。央视负责向国际足联购买国内影院的 3D 转播权，中影数字电影公司则扮演发行方角色，接受影院报名，负责转制设备等。因此，影院所卖出的门票中，大约有 55% 要分给拥有转播权的中央电视台和提供技术支持的中影数字院线；另一方面，如果在转播过程中发生信号中断，与央视和中影数字电影公司无关，需影院自行负责。

这些霸王条款无疑大大增加了影院的转播风险，让不少影院望而却步。“如果到了罚点球的时候，没了转播信号，电影院可能就保不住了。”足球评论员李承鹏调侃道。

国家广电总局也制定了多项规定：和电影连场放映、票房收入足额及时上缴电影专项基金、确保安全等原则。因此，影院的盈利压力一直很大。

新影联经理高军甚至认为，其实不存在技术问题，资金才是关键因素。“为什么这次世界杯 3D 转播说了这么长时间，最终还没有一个定案，一个很重要的问题就在于影院在算经营的账。首先是票价，票价不宜过高，如果票价过高，观众会有不值的感觉，票价过低可能又难以收回成本，因为这次 3D 版世界杯的转

播，如果影院要参与的话，要购置一套设备，大概在 20 万左右，播出的场次又只有 25 场，就要算每场上座率多少才有可能收回投入。而如果不参与世界杯 3D 转播，就不需要投入这笔设备费，还可以放映同期的 3D 电影。我想可能和这种测算以后的落差有关，最终放弃了 3D 版世界杯的转播。”2010 年 6 月，恰逢上海国际电影节开幕，有多场电影上映。如罗素·克劳主演的古装史诗大片《罗宾汉》、成龙牵手威尔·史密斯父子打造的《功夫梦》；林志玲牵手孙红雷的《决战刹马镇》；周润发、巩俐合演的《谍海风云》……

据悉，由于 3D 世界杯转播成本较高，只有把票价定到 150 元-200 元之间才有可能实现收支平衡。这还需要建立在 8 成以上的上座率及保证影院财产安全的基础之上。

“啤酒、香烟自然是不允许带进影厅的，因为我们要考虑到安全问题。如果球迷一激动不小心把饮料洒到屏幕上，那十几万的屏幕就报废了。”星美影城表示。

这些客观困难又带来了其他担忧：25 场 3D 直播的比赛并非都是强强对抗，而且其中有 14 场在凌晨两点半举行，有多少球迷愿意在这个时间花高价走出家门去电影院里“正襟危坐”，就为看一场并不是很精彩激烈的比赛？

据国际足联市场服务部门称，选择 25 场比赛进行 3D 转播是综合考虑了多种因素。首先，重要比赛肯定要全部覆盖，如揭幕战、半决赛、决赛等，这些比赛至少横跨 5 个比赛场馆；而由于 3D 转播技术复杂，每个 3D 摄像组需要 7 组 14 台摄像机完成 3D 拍摄，Sony 只有两个 3D 摄影组，国际足联要充分考虑往返于 5 个场馆之间的行程。

而且，3D 比赛的效果并不像电影那么突出。“同《阿凡达》、《冰川时代 3》等 3D 大片不同，这些好莱坞影片所呈现的 3D 效果均是经过后期处理的，立体感明显。而球赛的 3D 效果则没有进行后期加工，直播摄制的技术也限制了观赏效果并不是 360 度的全景呈现。”观看了 3D 试播样片的万达影城经理赵晶介绍说。

最终全国只有 40 余家影院报名参与 3D 转播，未达到之前有关方面期望的“至少 50 家”的规模，也证实了影院对此并不十分积极。“报名效果不好，也是中影退缩的原因之一。”

不过，根据星美对观众的调查发现，还是有部分观众对世界杯 3D 转播颇有兴趣。“视觉上的新体验，可能会盖过一切，赢得球迷的心。”有球迷表示，150 元至 200 元的票价相对而言确实有些高，但到影院去看世界杯是一种新的娱乐消费，还是会有很多人愿意“尝鲜”，毕竟很多人在影院看一场球赛所获得的愉悦感是不同的。而且，对于院线来说，还存在一个客观事实——往届的世界杯期

间都是电影院的淡季，《叶问2》选择2010年五一档期上映也是因为要避开南非世界杯，与其这段时间影院没什么观众，不如转播3D世界杯，做些活动，还能聚拢些人气。

这正是40多家影院报名参与此次世界杯3D转播的目的所在，他们看重的并非是盈利。对他们来说，此次3D转播，最大的诱惑就在于“品牌效应”。“第一次是有很多困难，挣钱是放在一边的。但它把影院除了放电影之外还可以放其他的，首次提上了日程。这次是世界杯，下次就会有奥斯卡颁奖礼、欧洲杯、奥运会等，这是最重要的。”

不过，这个观点没有得到3D影像网负责人蒋勇的认同，“只有在出品方(央视)、院线(中影数字)之外，能有提供数据、咨询支持的中间服务商出现，打破电视直播与影院之间的壁垒，影院才有可能真正迎接‘奥运会经济’、‘欧洲杯经济’和‘奥斯卡经济’。”

但高军承认：“3D版世界杯的转播是个新鲜事，我们过去还只是从小的电视屏幕上观看足球比赛，这次如果能在一个大屏幕上看到立体效果的3D球赛应该说是具有冲击力的，所以我觉得凡是愿意做3D版的足球赛转播的影院，可能更多不是想通过这个来挣钱，而是给影院做一次广告。”

这也解释了为何愿意参加此次转播活动的多为新开的影院，它们愿意拿3D世界杯这个宣传噱头吸引观众。甚至有些影院考虑到与其高票价也收不回成本，还不如低价促销，把票价定位在65元。

因此，取消3D转播的突然决定让万裕影城的严鸣放感到非常失望：“一开始我们也觉得这件事情不是很靠谱，但是看到广电总局关于3D世界杯的通知之后，觉得既然国家支持这种新事物，我们就来做，赚钱也不是我们最开始考虑的事情。可现在又突然说不能转播了，我们也没有办法。”

没人管，也意味着没人为影院的准备买单。正大星美影城的周琼无奈地说，也不知道影院定购的卫星接收器能否退货。严鸣放也抱怨道：“我们之前做了那么多准备工作。现在说黄就黄了，各方信誉何在？”来源：2010-6-12 经济观察报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

北京将建物联网视频监控平台

今后三年，本市将重点推动“首都城市应急管理物联网示范工程”建设，逐步建成以图像智能分析及视频监控系统为核心的全市应急管理物联网平台。此外，还将推动电动汽车充电桩在京布局以及“多网融合”技术应用示范项目。

市委、市政府昨天发布《建设中关村国家自主创新示范区行动计划(2010-2012年)》。其中明确，到2012年，中关村高新技术产业增加值将年均增长15%以上，北京市地区生产总值的比重达到20%，要形成一批创新特色鲜明、竞争力强的产业集群。

根据行动计划，今后三年本市将实施电动汽车、城市应急物联网视频监控、城乡社区远程医疗等20个以上的示范应用项目。重点推动10项关键技术的示范应用。

其中，本市将推动相关企业参与建设“首都城市应急管理物联网示范工程”，逐步建成以图像智能分析及视频监控系统为核心的全市应急管理物联网平台。简单地说，“物联网”就是把所有物品通过射频识别等信息传感设备与互联网连接起来，实现智能化识别和管理。

此外，北京还将推动动力电池技术产品在城市环卫电动车、电动公交车、电动游船等方面的应用示范；电动汽车充电桩在京布局以及“多网融合”技术应用示范项目；广电、电信、互联网三网融合示范工程项目等等。

行动计划中提出，到2012年，企业总收入在2009年基础上增长45%。产业结构进一步优化，若干世界领先水平的新兴产业逐步形成，高技术服务业占中关村高新技术产业的比重达到60%。

名词解释·物联网

“物联网”的概念是在1999年提出的，它的定义很简单：把所有物品通过射频识别等信息传感设备与互联网连接起来，实现智能化识别和管理。

据了解，物联网把新一代IT技术充分运用在各行各业之中，具体地说，就是把感应器嵌入和装备到电网、铁路、桥梁、隧道、公路、建筑、供水系统、大坝、油气管道等各种物体中，然后将“物联网”与现有的互联网整合起来，实现人类社会与物理系统的整合。

在这个整合的网络当中，存在能力超级强大的中心计算机群，能够对整合网络内的人员、机器、设备和基础设施实施实时的管理和控制。来源：2010-6-21 法制晚报

国家广电总局 2127 万重奖国产动画

日前，国家广电总局公布 2009 年度少儿精品发展专项资金及国产动画发展专项资金项目评审结果，185 个项目共计获得 2127 万元奖励资金。其中，北京人民广播电台、北京卡酷动画卫视频道和本市三家动画企业的 6 个项目入选，北京辉煌动画公司出品的《三国演义》一举摘得优秀国产电视动画片特等奖。

《三国演义》获 80 万元最高奖励

“央视动画有限公司出品的《美猴王》、北京辉煌动画公司出品的《三国演义》两部动画片获得了优秀国产电视动画片特等奖，其制作机构各获得 80 万元奖金，2009 年这一奖项是空缺的。”国家广电总局相关负责人表示。

记者了解到，2010 年的少儿精品发展专项资金及国产动画发展专项资金共设置六大类评选项目，包括优秀少儿广播栏目；优秀少儿广播频率；优秀少儿电视栏目；优秀少儿频道、动画频道；优秀国产动画栏目和优秀国产动画片。

六大奖项中，以优秀国产电视动画片奖项的奖励额度最高。优秀国产电视动画片设置 3 个特等奖、5 个一等奖、8 个二等奖、10 个三等奖和若干鼓励奖。特等奖奖励金额为 60 万-100 万元、一等奖 30 万-50 万元、二等奖 20 万-30 万元、三等奖 10 万-20 万元、鼓励奖 3 万元。根据评审要求，长度在 1100 分钟以上的动画系列片可以参评特等奖、长度在 570 分钟以上的动画系列片可以参评一等奖、长度在 338 分钟以上的动画系列片可以参评二等奖和三等奖。

除《三国演义》外，还有两部北京公司出品的动画片获得优秀国产电视动画片奖项，北京联盟影业投资有限公司制作的《武林外传》获得二等奖，奖金 25 万元，北京张琦动画制作工作室有限公司制作的《小鼠和大象的创意》获得三等奖，奖金 15 万元。此外，北京卡酷动画卫视频道获得优秀动画频道一等奖，奖金 40 万元，北京人民广播电台的《男孩，女孩》栏目和《毛毛狗的故事口袋》栏目分别获得优秀少儿广播栏目二等奖和鼓励奖。

据了解，专项资金将由国家广电总局下拨至各省广电局和中央电台、中央电视台、中国教育电视台，由各省广电局和中央电台、中央电视台、中国教育电视台负责分发至获奖单位。“专项资金要严格按照有关规定专款专用，受资助单位应将专项资金用于国产少儿广播电视作品及国产动画作品的制作、购买、播映等。”该相关责任人强调。

优秀动画频道申报门槛提高

“国家广电总局专门设立了少儿精品发展专项资金和国产动画发展专项资金评审委员会，各省级广播影视行政部门对所辖区域内申请专项资金的项目进行初审后，报给国家广电总局专项资金评审委员会进行终审。”该相关负责人表示，申请 2009 年度专项资金的项目，其频道、频率须为 2009 年 1 月 1 日前开播，节目、栏目、动画片等须为在 2009 年度内生产的作品，作品必须为播出版，不得重新修改、编辑、加工，并且要无知识产权纠纷。除这一统一的参评门槛外，六大类评选项目还有其各自的参评条件。

该相关负责人表示，与往年相比，2009 年度的评选更加严格。在往年专项资金的评审经验基础上，此次评选做了重要修改，对各类项目的奖项数量、奖金额度做了调整，对各类项目，尤其是少儿频道、动画频道、国产动画栏目和国产动画片的申请资质也做了具体规定，申请材料和申请表格也做了进一步规范和细化。

其中，优秀少儿广播栏目和优秀少儿电视栏目二三等奖的项目数量比 2009 年增加一倍。优秀少儿频道、动画频道的参评要求变化最大，各档奖项要求的频道，国产动画片每日首播时长和年播时长均有提高。参评优秀动画频道特等奖频道，每日首播国产动画片时长由 240 分钟提高到 360 分钟、年播时长由 7.5 万分钟提高到 12 万分钟，参评一等奖的动画频道每日首播时长由 210 分钟提高至 300 分钟、年播时长由 6.8 万分钟提高至 10 万分钟，参评二三等奖的动画频道每日首播时长由原来的 180 分钟、150 分钟统一提至 240 分钟，年播时长也统一提至 7.5 万分钟。此外，除申请书、连续一周 7 天频道样片的 DVD 光盘 1 套和 7 天节目播出表外，申报优秀少儿频道、动画频道的，还须提交频道播出和经营情况概述。

最终，中央电视台少儿频道获得优秀少儿频道、动画频道特等奖，奖励资金 70 万元，北京卡酷动画卫视频道、上海广播电视台哈哈少儿频道、上海广播电视台炫动卡通频道、江苏电视台少儿频道和广东南方电视台少儿频道获得一等奖，各获奖金 40 万元。

原创动画单设扶持评审

据了解，为鼓励和扶持国产少儿广播电视作品和国产动画原创作品的创作、生产和播映，在国家财政部的大力支持下，广电总局从 2005 年起设立了全国少儿节目精品及国产动画发展专项资金项目。专项资金项目评审每年举办一次。每年 12 月 31 日前，受理本年度专项资金项目申请材料。所有申报作品必须为当年制作、播映的作品，不得重复申报。

除此之外，2009 年国家广电总局首次进行国产原创电视动画片和创作人才扶持项目评审，《小鲤鱼历险记》等 10 部原创国产动画系列片和 10 名国产动画创作人员共获奖金 890 万元。来源：2010-6-21 北京商报

[返回目录](#)

北京欲建国内最好 3G 和高清电视网

在“2010 第二届中国无线局域网论坛”上，北京市经济和信息化委员会副主任白新表示，2010 年北京市要初步建成国内最好的 3G 网络、宽带信息网络和高清电视网络，实施“感知北京服务北京示范工程”，“信息化基础设施亮点工程”。

白新表示，在全市重点功能区，率先建成信息化基础设施，建设一批切实拉动首都经济发展的信息工程，有效提高城市运行和应急管理水平，充分发挥信息化服务民生和经济发展的功能，

“2010 年是北京建设高水平大都市布局的一年，是北京信息化基础设施建设实施取得成效的一年，打造一流的无线宽带城市，是北京市正在实施的信息化基础设施提升计划的重要组成部分。”

白新表示，支持无线专用网络的建设，积极建立预设审批通道，制定规范和标准，发挥政府的主导作用，全面提升北京市无线宽带网络建设和应用水平，用 3G 和 WLAN 在北京编织无所不在的宽带网络。来源：2010-6-17 通信世界网

[返回目录](#)

中国物联网标准联合工作组在北京成立

6 月 8 日，中国物联网标准联合工作组在北京成立，以推进物联网技术的研究和标准的制定。联合工作组由全国 11 个部门及下属的工业和信息化部电子标签标准工作组、全国信标委传感器网络标准工作组、全国智标委等 19 家相关标准化组织自愿联合组成。联合工作组在成立倡议书中表示，要倾全国之力，联合推进中国的物联网标准体系建设。

目前在物联网技术领域，国内已成立或正在筹备成立的相关标准工作组仅专注于各自的技术领域，但标准制定过程各自独立进行，相互之间缺乏沟通和协调。倡议书明确指出，我国物联网发展尚处初创阶段，无论国标的自主制定，还是核心技术产品的研发和产业化以及规模化应用示范都还处于起步阶段。标准的缺失与核心技术产品的产业配套能力弱仍是制约我国物联网大规模应用的一个问题。



工业和信息化部电子标签标准工作组组长张琪担任联合工作组的组长，负责协调各标准组的工作。张琪表示，物联网标准工作涉及方方面面，需要在原有工作的基础上整合相关资源，进行跨部门、跨地区合作，加强协调，倾全国之力，联合推进。张琪最后表示，在物联网标准联合工作组内，没有领导与被领导，各成员工作组间需要相互支持、相互配合，同时欢迎更多相关组织以观察员的身份参与联合工作组工作来源：2010-6-11 赛迪网

[返回目录](#)

中国电信设备商圈地南非 欧美厂商逐步淡出

南非世界杯与中国足球无关，但中国企业的“非洲梦”却以此为支点，激情荡漾。

2007年，在中国外交人员的引荐下，中兴通讯南非片区总经理李晓东穿越反政府武装的枪林弹雨，最终得以与索马里临时政府签下一项国家电信网络建设合作协议。彼时，堪称“捡回一条命”的李断然难以想象，三年后的2010年6月11日，自己能以一种怡然的心情，坐在南非约翰内斯堡体育馆内观看世界杯开幕式。

战乱与贫瘠，机遇与增长，依旧纠结在每一个试图掘金非洲大陆的商机中，不同的是，最近几年中非外交以及民间商务往来，也正同时呈现着明显的上升拐点。

其间，在非洲拓展业务多年的基建、农业、能源、电信等行业中方企业成为直接的受益者。以中兴通讯为例，2006年其在非洲的年度销售收入为26亿元人民币，2007年上升至55亿元，2008年飙升至93亿元。2009年受金融危机影响下调至69亿元，但仍是公司重要产粮区之一，占公司年度收入的11.4%。

快速成长的幕后，两大推手的功能显现：一为外交推动；二为以国家为强大后盾的融资能力。

李晓东说，正是基于前三年的良好势头，中兴2010年刚刚针对非洲市场进行了机构调整，由原来的北非、南非两个区，新增了中西非第三大区。他预测，2010年对于中兴的非洲业务拓展而言，将是“丰收的一年”。

1:6 的融资杠杆推动

世界杯并不是决定南非机会的全部，尽管它的确引导和推动了南非新一轮网络更替潮。

在本届世界杯开赛前，中兴通讯刚刚完成了向南非第三大移动运营商 Cell C 交付一项价值3.78亿美元的WCDMA主设备和相关维护管理的全国网络工程。

李晓东介绍说，这是一张“全国网”，它意味着 Cell C 将很大程度上替换掉其原有的 GSM 网，对确立中兴在南非电信格局中的未来地位颇为关键。此外，中兴手机也开始在另一大移动运营商 MTN 中“强势上升”。

南非目前有三大移动运营商——南非本土财团背景的 MTN、中东财团背景的 Cell C，以及英国沃达丰控股的 Vodacom。此前，这三家的主要设备大都来自欧美的爱立信、诺基亚、摩托罗拉、西门子。2004 年南非被确认为世界杯举办国之后，当地呈现刚性的网络升级需求。而此时也恰逢全球电信设备业掀起重组并购潮，北电沉沦、诺 - 西，阿 - 朗临危合并的同时，中国的两家企业异军突起。这助长了像 Cell C 这样引入中国设备商进行网网替换的潮流。

据悉中国另外一家设备公司华为也已开始渗透入 MTN、Vodacom 中。事实上，将总部设于南非国的跨国运营商 MTN 与 Vodacom，不仅是南非国移动通信市场的领导者，其业务也覆盖了南部非洲各国。故而，在电信设备业，“得南非国者，得南部非洲”，一点不假。

“西退东进”现象

“欧美厂商逐步淡出非洲，并被中国公司取代，这是一个大趋势，未来几年局势会更明朗。”李晓东说，在这轮南非电信设备格局的大洗牌过程中，中国企业一直被广为诟病的利器——成本和价格优势，实质上已经不是中兴的第一竞争要素。他举例说，“欧洲一家厂商的新总裁上任后，各地竞标价格比中国企业还低，这在未来将有可能引导它在成本、技术上的‘双失’。”

他进一步总结说，南非电信网的“西退东进”现象，目前主要来自两方面要素：

一是全球金融危机下，反衬中国企业强大的融资能力。据李晓东介绍，对于资金相对缺乏的非洲国家而言，提供优惠和便利的商务融资方案，成为竞标成功的一大关键。而这其中，国家融资在一些重大项目中又起到了不可或缺的正向作用。

“使用国家对非优惠信贷的项目，大概占了我们总业务量的 15% - 20%，但是这个杠杆力量很大。”李晓东说，尽管这在整个中国援非优惠信贷总额度中只占了不足“几个百分点”，但是却提供了良好的示范效应。

除此以外，中国庞大的外汇储备也客观上为其它中资商业银行开展境外信贷业务提供了动力。李指出，在南部非洲各国中，除了处于中等发达地位的南非之外，其余大多数国家并不发达，但是电信覆盖率低，增长空间大。

“通过风险评估，和跨国运营商合作，而非和政府合作，长期投资效益是可以保障的，融资安全系数并不低。”李晓东说。

另一方面的因素来自于资本全球化推动下的运营商整合并购浪潮。这促使运营商更理性地对其供应商进行选择。“持续的技术创新能力是合作的前提，无论是设备商还是运营商，这两年也都在看谁将决定未来的市场方式和技术方向。”李说，由于担心部分欧美厂商在研发与创新上的持续投入能力，南非运营商近几年倒戈向中国企业，已成趋势。

外交力量背后的非洲梦

如果没有外交力量的推动，深入政治、经济形态各异，动荡与且发展不均衡的南部非洲，几乎难有胜算。

中国电信设备商在南非的渗透，即为典型样本。

1998年，中兴通讯在南部非洲翻开的第一页，其机遇即来自当年中国政府代表团访问赞比亚。当年，中兴时任执行副总裁史立荣随团访问赞国，并在双方政府推动下与赞比亚签订了首个电信合作协议，由此打破了公司在南非业务的空白局面，并随后将业务向埃塞俄比亚、安哥拉、肯尼亚等南非诸国节节推进。

这背后的国家背景是始于2000年定期召开的中非合作论坛。尤其是2006年之后，中非合作推向纵深，这一年中方在中非论坛上承诺大幅提升对非优惠信贷额度至50亿美元，成为中非合作深入的一个重大标志。李晓东说，也是从这一年开始，中兴在南非的业务覆盖开始进入极速扩张期，从2006年的9个国家，到2007年覆盖15个国家，到2009年的22个国家。

其间，掘金南非绝对是一个“痛并快乐”的过程。首先，南部非洲诸国人口3亿，大部分国家人均GDP均低于450美元，而布隆迪、索马里等则为世界最贫穷的国家，想要在这片不毛之地上赚钱，非一日之功也；另一方面，经济落后决定了诸国电信行业底子薄、水平低，其平均移动渗透率仅为30%，宽带渗透率才1%。这又决定了它必然是全球电信业未来发展的热点区域，需要提前布局、注重长期收益，但机不可失。

贫穷和机遇，带来的非洲电信业复杂的竞争形态。

一方面，由于欧美等发达市场的日趋饱和，想象空间巨大的非洲大陆引来了全球各地财团在当地电信市场的投资潮，其中包括来自中东的财团，例如中东的Hits、Etisalat、Zain等跨国运营商；包括来自印度的投资者，如Reliance、Essar；也包括传统的欧美运营商，如法国电信、沃达丰等。除此以外，非洲本土的势力也在扩张，比如MTN已经成为非洲目前最大、实力最强的跨国运营商。

另一方面，全球资本竞逐非洲带来的直接后果是，运营商竞争过剩，目前在南部非洲各国，每个国家的运营商已不少于3个，坦桑尼亚有6家，乌干达则达到了7家，这就造成了运营商的ARPU值极低的局面。“最低的只有4美元。”李晓东说。

这对设备商的盈利空间以及战略眼光，无疑是巨大挑战。

“要赚钱，就必须找到客户的真正需求点。”李晓东举例说，比如移动渗透率已要达到 100%、竞争最为激烈的南非，其 2009 - 2010 年受世界杯和网络升级的推动，一年间数据业的渗透率就从 1%上升到了 30%，这也是中国企业在争夺此轮南非网络升级业务的动力之一。

与此同时，随着竞争加剧，数量庞大的南非运营商之间的并购重组潮也会到来，例如沃达丰近期增持了其在 Vodacom 的股份，由 50%上升至 65%(此前沃达丰与南非电信各占 50%)，就是看中了 Vodacom 在南非国移动市场第一份额的地位。中兴判断，随着未来重组浪潮推进，南非运营商格局优化，盈利向好是必然趋势。

故而，中国设备商加入南非的圈地大战，只争朝夕的同时，要策略得当。李晓东说，对于伺机掘金南非的其它中国企业，机遇亦大同小异，“在农业、能源、基建等产业上，非洲有很多机会”。来源：2010-6-22 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

非语音业务占比首超 40% 运营商竞争焦点转变

对运营商来说，工信部近日发布的 2010 年 1 - 4 月通信业运行情况数据令人振奋，通信业收入增速明显提升，同时也再一次有力地说明了市场竞争进入非话业务时代，数据业务经营能力已是衡量运营商竞争实力的重要筹码。

据统计数据显示，2010 年 1 - 4 月，电信主营业务收入累计完成 2845.5 亿元，比上年同期增长 5.7%，全国电话用户净增 3297.9 万户，总数达 109405.0 万户，基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化，1 - 4 月，宽带接入用户净增 779.5 万户，达到 11102.0 万户。

宽带用户月均增长近 200 万

据调研公司 ABI Research 日前发布报告称，2015 年全球固定宽带用户数量将达到 5.48 亿，光纤用户占 1.34 亿。ABI Research 数据还显示，2009 年全球固定宽带用户数量为 4.307 亿，同比增长 13%。可见，发展宽带用户已是全球趋势。

1 - 4 月，相对于固定电话用户减少 613.9 万户的走势，我国宽带接入用户呈现出平均每个月约 200 万户的增长势头。据了解，互联网宽带接入用户近几年增长迅猛，已从 2008 年的 8342.5 万户发展到 2009 年的 10322.6 万户，2010 年第一季度宽带用户净增 610.5 万户，达到 10933.1 万户，而到 2010 年 4 月，宽带接入用户数则增至 11102.0 万户。

发展宽带用户已是运营商的重点，近期三大运营商也加大了对宽带的发展力度：中电信主打“天翼宽带”，叠加了有线宽带、WiFi、1X、3G等多种接入方式打造融合性宽带接入产品，通过天翼宽带，用户可享受“无处不在”的网络体验；据业内人士透露，面对三网融合压力和全业务竞争，中国移动已决定加强固网宽带建设，计划全年部署600万线，而2010年第一季度建设量已经达到了300万线；中国联通北京公司试水“带宽点播”，日前面向全市所有后付费公众宽带客户推出2M宽带即时提速产品免费体验活动，体验方式包括客户自主提速模式和应用触发提速模式两种。

非话业务占比首超40%

据工信部发布的数据显示，国内通信业非话业务在主营业务收入的占比持续提升，2010年一季度同比增长8%，达到43.6%。非话收入占比超过40%，这相对于前两年的发展数据呈现出明显的增长态势。据统计，2008年全行业实现非话业务收入2692.9亿元，占全部主营业务收入的比重达33.1%；2009年非话收入达3135.5亿元，比上年增长8.8%，占比达37.2%。经过对比可见，2010年前4个月我国通信业的非话收入占比呈较好的发展态势，也代表了产业的发展趋势。

据Enfodesk易观智库近日发布的《中国移动增值服务市场年度综合报告2010》数据显示，2009年全年中国市场移动增值业务规模达1792亿元，同比增长23.5%。其中电信运营商从移动增值业务市场直接获得的收入规模为1660亿元，在整体移动增值市场中占比为92.6%；CP/SP的收入规模为132亿元，在整体移动增值市场中占比为7.4%。

大力发展非话业务也是全球运营业的发展趋势，爱立信中国及东北亚区副总裁冯映夺表示，2009年，全球移动数据的话务量首次超过了移动语音话务量，这对电信业来说是一个里程碑式的标志。预计未来几年，移动数据业务量将以100%的速度增加。

的确，随着固话用户呈现下降走势，运营商以往赖以生存的传统话音业务增速放缓，在语音ARPU走低、语音收入贡献趋缓的情况下，数据业务等非话业务无疑成为3G时代市场竞争最大焦点，运营商只有大力开拓宽带数据、增值服务等非话音业务，才能实现企业经营收入结构多元化，这是考量运营商实力的重要指标。

立足3G升级应用

任何一家运营商要想在3G时代脱颖而出，就必须发挥好宽带的作用，从而拉动非话业务的发展，不断推陈出新中打造核心竞争力。3G时代，移动通信业务已不再是传统的话音业务和短信彩铃类数据业务的简单组合，必须充分利用

3G 的高带宽、高移动性特点，将有线宽带与无线宽带融合，进一步加快网络新应用等非话业务发展。

随着 3G 技术的逐步成熟以及各运营商发展的铺开，依托网络平台打造增值业务，已经成为当前运营商创新应用、提升盈利能力的立足点。事实上，中国电信、中国移动、中国联通等运营商在 3G 应用业务上的创新就是以数据增值业务为着力点，数据业务等非话业务已成消费者考量运营商服务能力的重要依据。中投咨询的调查显示，20%的用户对 CMMB 手机电视、15%的用户对移动应用商城都表示出了满意的态度、79%的用户表示支持电子阅读业务。

电信专家雷震洲认为，只有充分利用已经部署的 3G 网络，结合互联网，开发更多的新业务，才能扩大需求、保持增长。在目前运营大背景下，运营商只有不断拓宽非话业务的发展能力才能切实提升整体竞争力。来源：2010-6-12 通信信息报

[返回目录](#)

两岸创意产业聚首共谋闽台手机媒体合作与发展

作为第八届中国海峡项目成果交易会重大活动之一，“2010 海西创意产业发展论坛”19 日在此间举行，来自海峡两岸创意产业界的众多知名专家学者，齐聚一堂深入探讨闽台手机多媒体在传播旅游资讯、旅游文化方面的合作与发展问题。

论坛上，台湾著名手机多媒体专家、数位点子多媒体股份有限公司董事长何明哲先生讲述了在电视、电脑、手机网络三网合一的背景下，台湾手机增值业务发展现状，他对两岸手机新媒体合作前景充满信心，认为大有可为，市场无比广阔。

国务院发展研究中心港澳研究所高级研究员杨华基认为，增进两岸各个产业的互利合作，是两岸民众的共同愿望和福祉所在，是促进两岸关系和平发展再上新台阶、开辟新前景的重要途径。

闽商文化研究院院长苏文箐从闽台合作的历史、现状与未来的角度，阐述了福建在贯彻落实“先行先试”政策方面的巨大优势和历史机遇，以及闽商在闽台合作交流中的创造精神，引起大家强烈共鸣。

闽台手机媒体平台项目是两岸创意产业合作交流的一个重要平台，内容是通过两岸的手机媒体平台首先实现闽台旅游资讯、旅游文化的合作交流，这是继央视春晚节目在台湾电视、电脑网络落地传播之后的又一项民间合作交流的重大推进。

据论坛主办单位负责人介绍，2010年5月，福建省长黄小晶赴台访问，签署了“闽台旅游合作协议”，闽台旅游产业的快速发展非常需要与之配套的服务产业，在闽台手机媒体平台之上，两岸合作传播旅游资讯和旅游文化，不仅是广大闽台游客十分需要的服务，而且是“先行先试”的积极举措，具有重要意义。

本届海西创意产业发展论坛由福建省发改委、福建通信管理局、福建省炎黄文化研究会共同主办。来源：2010-6-20 中国新闻网

[返回目录](#)

广电启动 3D 电视标准制定 首个 3D 频道开始筹备

对于用户备受关注的 3D 电视节目一事，新浪科技独家获悉，广电总局已经启动了 3D 电视标准制定的筹备工作，天津已首个筹备 3D 频道，另有数家电视台在关注 3D 技术。

广电正研究 3D 传播相关标准

从《阿凡达》到世界杯的开幕，3D 的火爆从电影银幕燃烧到了电视银屏。虽然观众预期火热，然而国内 3D 市场的发展却瓶颈重重。此前，国家广电总局出台政策，暂停影院用 3D 技术转播世界杯比赛计划。

据悉，此次叫停主要原因首先是，国内尚无 3D 播出的模式和相关标准；其次没有固定的 3D 节目和播出频道导致片源的欠缺；此外，3D 技术仍处在探索阶段，长时间观看可能引发的不适感等问题仍然是广大观众诟病所在；种种现状使得目前空有 3D 电视终端销售却没有节目可看。

然而，目前僵局似乎有所松动。国家广电总局广播电视规划院中心所相关人士透露，广电方面将着重对 3D 传播的信息格式、评测方法、压缩存储方式以及采集、编辑、制作等环节进行标准制定，而 3D 电视机设备方面的标准则由工信部进行配套制定。

据透露，3D 图像质量的标准、观看效果、观看舒适度的优劣、3D 电视前端和终端的配合都将是标准所要求的内容，观众所反映的对人体健康的影响将在标准中做统筹考虑。

3D 电视频道也正筹备

新浪科技还获悉，随着 3D 电视标准的制定进程的拉开，3D 电视频道建设的筹备工作也在悄悄展开。目前，天津已经在内容和技术上开始筹备 3D 频道，该频道除了 3D 电影、电视剧等节目外，还将有 3D 演播室内的新闻播报以及各种现场直播。

另外，除了天津之外，国内已有 7-8 家电视台正在关注 3D 技术的发展情况，已经或将在立体电视节目或者立体电视频道方面做一些尝试。

实际上在制作环节，国内外的 3D 技术方案林林种种，国内业已有许多公司具备制作能力，甚至已有拍摄完成的 3D 影视剧节目。然而播出平台尚未做好准备，目前没有一家电视台的立体频道或节目进入运营环节，3D 电视大范围、长时段的播出条件并不成熟。

据悉，近日，广电总局广播电视规划院将举办“3D 立体影视技术发展运营实践研讨会”，这是广电系统首次就 3D 电视运营规划及标准制定开展专门研讨，这也是首次汇集标准制定方、制作与播出机构以及技术提供商多方于一堂。如果此次研讨会的多方沟通能有效打破国内 3D 发展的标准、节目和技术等方面的瓶颈，打通从制作、播出到运营的整条产业链，那么 3D 电视频道的建设将更为现实和值得期待。来源：2010-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

我国研究运营商网络 P2P 管理 参与国际标准制定

由中国移动主办的国际 P2P 流媒体产业和标准化峰会召开，全球专家参与了探讨加快 P2P 等新技术引入电信网络，这意味着 P2P 将出台标准，实现“可运营、可管理”。

全球聚集探讨 P2P 标准

据悉，该会议是于 6 月 17-18 日在北京召开的。此前的 IETF77 会议上，中国移动发起的 PPSP(P2P 流媒体协议)工作组正式成立，中国移动的代表被正式任命为 PPSP 组的主席。本次研讨会是 PPSP 工作组成立以来举行的第一次全球性会议。

会上，工信部科技司戴晓慧副巡视员、中国通信标准化协会秘书长周宝信等出席了本次会议。来自 IETF、ITU、3GPP 等国际主流标准化组织的工作组主席、意大利电信、法国电信、德国电信、中国电信、中国联通等国内外主要电信运营商、互联网公司、电信设备制造商以及耶鲁大学、哥伦比亚大学、北京大学等国内外专家 100 余人也出席会议。

据悉，目前中国的 P2P 流媒体产业规模巨大，技术领先，用户量居世界首位。为了促进电信网和互联网的融合发展，加快 P2P 等新技术引入电信网络，实现 P2P 的可运营可管理，全球电信运营商一直希望通过标准化推动分布式流媒体产业的健康发展。

本次会议就是希望积极促进各标准化组织相关领域的协调合作，推动中国优势领域自主知识产权的 P2P 国际标准建立。

PPSP 协议是 P2P 标准的发展方向

会议透露的消息是，将采用“开放的 P2P 流媒体协议 PPSP”作为 P2P 标准的确定方向。

PPSP 是一套基于 P2P 技术的网络流媒体的标准协议族，也是分布式业务网络(DSN)的流媒体关键协议。它解决融合网络中流媒体业务的交互问题，支持不同流媒体系统之间的互操作，能够实现大规模低成本的流媒体解决方案。

据悉，PPSP 作为 IETF 正在制定的分布式流媒体关键协议，将在未来电信网和互联网的融合流媒体业务开发中起到重要作用。

会议首次实现了 IETF、ITU、3GPP 等三大主流标准化组织就 P2P 流媒体标准的协作，就加速分布式流媒体产业发展和推进以 PPSP 协议为中心的流媒体标准达成了广泛共识。来源：2010-6-18 新浪科技

[返回目录](#)

【国际行业环境】

FCC 拟恢复对互联网监管

美国联邦通信委员会(FCC) 近日正式采取措施，将通过互联网监管方式的改变，给予自身监管网络服务供应商的权力。

目前正在考虑的一项提议将推翻 2002 年 FCC 所作的关于解除对互联网监管的决定，并将使该机构拥有监管网络供应商、防止他们垄断市场的更大权力。FCC 五位委员以三比二的投票结果，决定重新对互联网实施监管。监管旨在让 FCC 能够更多地管制 Comcast、Verizon、AT&T 等宽带服务提供商，并以此施加“网络中立”规定——该规定要求传统宽带和无线服务提供商允许所有的应用方案和设备使用其网络。2010 年 4 月份，曾有一项法院判决判定 FCC 目前仍缺乏执行上述规定的权力。

消费者团体和硅谷公司对 FCC 的决定表示欢迎，他们担心大型电话和有线电视公司可能在互联网领域的势力过大。但纽约大学法学院近来发表的一份研究报告称，美国政府提议的拟加强对宽带网络服务提供商的监管可能会导致美国蒙受重大的经济损失，如果此提议获得通过，至少在今后 5 年内导致美国每年的经济损失达到 620 亿美元。该报告称，在上述提议通过之后，宽带服务提供商以及行业相关服务商，为应付此提议而不得不在 2010 年至 2015 年期间将其投资削



减 10%至 30%。而有学者认为，一旦上述投资减少 30%，美国经济将遭受高达 800 亿美元的损失。

科技市场研究机构 Entropy Economics 公司主席 Bret Swanson 也表示：“上述提议通过后，整个行业都可能会受到其后续影响。大型基础设施公司的投资缩减将引发整个体系内网络容量下降以及新服务和其他公司的投资下降，例如应用方案提供商和设备基础设施等公司。” 来源：2010-6-22 人民邮电报

[返回目录](#)

泰国 3G 牌照 8 月 30 日启动

泰国电信监管机构泰国国家电信委员会(NTC)公布了又一 3G 蓝图，打算自 8 月 30 日开始 3G 频谱牌照拍卖，拍卖 3 张而非之前宣布的 4 张牌照。

国家电信委员会最新公布了第三份 3G 信息备忘录，要求最多拍卖 3 张期限为 15 年的 2X15MHz 的 3G 频谱牌照，牌照底价为 100 亿泰铢(C114 注：约合 3.066 亿美元)。

按之前的提议，将以 46 亿泰铢底价拍卖 3 张 2X10MHz 的 3G 频谱牌照，以及以 52 泰铢拍卖 1 张 2X15MHz 的 3G 频谱牌照 (<http://www.c114.net/news/116/a449541.html>)。

业界比较普遍的猜测是，3 张较小的牌照将由 AIS、DTAC 和 True Move 获得，2X15MHz 的频谱牌照将由一个泰国移动市场新玩家抢得，诸如 NTT DoCoMo 或中国移动。

该计划仅提供了 1 天时间接受公众磋商，最终的 3G 信息备忘录预定将于 7 月 1 日刊登在《皇家公报》(Royal Gazette)上

泰国 3G 拍卖将于 8 月 30 日启动，牌照将于 9 月颁发。

根据 3G 信息备忘录，拍卖获胜者将需支付中标价 2%的牌照费和 4%的普遍服务义务(USO)，此外还有一项要求是在两年内建成覆盖 50%以上人口的 3G 网络。

备忘录还建议，3G 牌照获得者为移动虚拟网络运营商(MVNOs)保留 40%的网络容量，若这 40%未使用不拒绝接入。

瑞士信贷(Credit Suisse)表示，国家电信委员会的一系列变动使此时成为 3G 成功的“最佳时间”，目前有 7 位理事获得御准。

同时，国家电信委员会打算为 WiMAX 颁发 2.3GHz 和 2.5GHz 频谱。

据报道，国家电信委员会完成了 2.5GHz 频谱分配方案，获胜者可在国家电信委员会的资助下在内陆地区投标提供服务。在首个五年内，2.5GHz 牌照 WiMAX 月费需限制在 99 泰铢。

关于 2.3GHz 频谱，国家电信委员会提议向国营的 TOT 和 CAT Telecom 每家划分 30MHz 频谱来提供 WiMAX 服务。

提议要求 TOT 将 2.3GHz 频段的 34MHz 频谱退还给政府，CAT 需退还 6MHz。更早的提议是 2.3GHz 频段的 WiMAX 频谱牌照将有 4 张。来源：2010-6-11 C114

[返回目录](#)

印度无线牌照拍卖结束：政府大赚 82.5 亿美元

据国外媒体报道，在经过 16 天和 117 轮竞拍后，印度宽带无线接入(BWA) 频谱牌照拍卖于周五结束，印度政府共进账 82.5 亿美元。

Infotel Broadband Services 是最令人意外的赢家。根据印度电信部的资料，该公司以 1284.8 亿卢比(27.5 亿美元)暂时获得一个频谱牌照，可在全国所有 22 个服务区提供宽带服务。

其他的暂时性赢家包括巴帝电信(出价 331.4 亿卢比获得 4 个区域服务资格)、高通(491.2 亿卢比, 4 个区域)、Aircel(343.8 亿卢比、8 个区域)、Tikona Digital Networks(105.8 亿卢比, 5 个区域)和 Augere (Mauritius) (12.5 亿卢比, 1 个区域)。上述暂时性结果须经政府批准才能最终生效。

沃达丰爱莎(Vodafone Essar)、RCom 和 Idea Cellular 等其他的主要竞拍者均未能最终胜出。

本次拍卖的获胜者将获得提供高速互联网接入和互联网电话、电视服务的资格。更重要的是，获胜者最终可以使用该频谱提供语音和高速数据服务，因为目前仍不确定未来 2G 和 3G 的射频带宽的授予情况。

激烈的竞争使得牌照价格由原来的 175 亿卢比大幅增加至 1284.8 亿卢比。印度政府表示，通过本次拍卖将获得 3854.3 亿卢比(82.5 亿美元)。加上此前 3G 频谱拍卖所得的 6771.9 亿卢比，印度政府已经通过这两次拍卖大赚 1.063 万亿卢比，远高于此前预计的 3500 亿卢比。

这笔收入可能将部分用于政府在食物、燃油和花费补贴方面的支出，同时帮助降低财政赤字。来源：2010-6-11 新浪科技

[返回目录](#)

澳大利亚政府与澳洲电信达成价值 96 亿美元协议

据国外媒体报道称，澳大利亚政府和澳洲电信周日宣布达成协议，为政府的超高速全国性宽带网络扫清了一个主要障碍。

这项价值 96 亿美元的协议使得政府拥有、负责建设全国性宽带网络的公司 NBN 能够使用澳洲电信的基础设施。这意味着 NBN 无需建设自己的基础设施。NBN 使用澳洲电信基础设施的费用为 78.5 亿美元，并支付 17.5 亿美元帮助澳洲电信成立一家新公司，实施该协议。

澳洲电信可以将现有使用铜缆和有线电视网络的用户转移到光纤网络上。

澳大利亚总理陆克文周日表示，这意味着新宽带网络将更早地投入使用，成本更低，效率更高。

澳大利亚 2009 年公布了一项计划，推出一个数据传输速率达 100Mbps、覆盖 90% 澳大利亚家庭、学校和企业的超高速宽带网络。政府希望澳洲电信分拆批发和零售业务，减轻垄断程度，但遭到澳洲电信拒绝。

周日公布的协议尚需得到澳洲电信股东和澳大利亚竞争当局的批准。来源：2010-6-21 赛迪网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

传英飞凌考虑出售手机芯片业务

据国外媒体今日报道，消息人士透露，英飞凌正在考虑手机芯片业务的多种选择，包括出售该业务。

消息人士称，英飞凌已经聘请摩根大通为其提供咨询服务，并开辟了一间数据室，专供潜在收购方查账。

英飞凌的无线解决方案业务 2009 年实现销售收入 9.17 亿欧元(约合 11.3 亿美元)，为该公司贡献了 30% 的收入。随着苹果 iPhone 等设备受到消费者的热捧，一些特殊电子元件的需求也有所提升，而手机芯片制造能力的重要性也日益凸显。

意大利联合信贷银行(UniCredit Bank)分析师冈瑟·霍菲尔德(Guenther Hollfelder)在周二发布的投资报告中表示，尽管英飞凌在工业芯片领域处于领先地位，但该公司在手机芯片市场的实力却比较弱。

摩根大通和英飞凌发言人均拒绝对此置评。来源：2010-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

富士通和东芝或将合并手机部门进行最后磋商

据外电消息报道，富士通和东芝正就合并其手机业务进行最后阶段的磋商。双方合作达成之后，将成为日本第二大规模的手机制造商。

据悉，目前，富士通为日本最大移动电话营运商 NTT DoCoMo 制造手机，东芝手机则主要供应日本第二大电信业者 KDDI。两家公司手机业务合并后，将成为排名仅次于夏普的第二大日本手机制造商。

该消息还表示，富士通预计将在 2010 年稍后设立的合资公司持有多数股权，目标瞄准降低成本并提升竞争力。此前据日本媒体报导，夏普、松下、富士通与 NEC 将在新一代的手机中共同采用 NTT DoCoMo 所开发的软件系统。系统整合后，将可降低新世代手机研发成本多达 50%。来源：2010-6-11 比特网

[返回目录](#)

全球首个.tel 通信域名问世 包含 16 种语言版本

为准备推出 16 种 IDN.tel 语言，专注于通信领域的获奖顶级域名(TLD) .tel 的注册运营商 Telnic Limited 今天宣布，有史以来首个 IDN.tel - <http://xne1aggck1a.tel> 现已问世并提供访问。

Telnic Limited 通讯总监 Justin Hayward 表示：“随着 IDN.tel 域名的推出，更多国家的个人和组织现在可以受益于一个简单、单一和专业的联系点，他们可以与朋友、同事和客户分享，这个联系点能够为任何连接到互联网的设备立即格式化。凭借其低成本、易于安装和多语言支持，一个.tel 域名就是一个令人难以置信的方便而有益的工具，使人们能够以他们想要的方式连接到本地和全世界。”

Telnic 即将推出的国际化域名包含繁体和简体中文、丹麦语、芬兰语、德语、匈牙利语、冰岛语、日语、韩语、拉脱维亚语、立陶宛语、挪威语、波兰语、葡萄牙语、俄语、西班牙语和瑞典语。随着更多语种被批准用于国际化域名，Telnic 将与社区商议并在有需求时加入这些语言。

注册将于 6 月 15 日英国夏令时下午 3 点开始，所有注册将采用先到先得方式，而 IDN.tel 将在此后不久提供访问。与现有的 .tel 域名注册一样，价格将



由 ICANN 认证注册商和他们的经销商设定，并预计将与现有的 .tel 域名注册费用相同。

支持 IDN .tel 域名注册的注册商名单将可于推出日期之前在 <http://telnic.org/get-started-buy-idn.html> 获得。为获得最优惠的价格，Telnic 推荐注册者们访问其网站所列获得 ICANN 认证的注册商。来源：2010-6-13 C114

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动香港推出 MicroSIM 卡

据香港媒体报道，中国移动已推出 MicroSIM 卡来供香港的用户在未来使用 iPad 等产品。

苹果 2010 年发布了两款重要产品 iPhone 4 和 iPad，这两款产品均采用了少见的 MicroSIM 卡。这种 SIM 卡在外型上有别于传统的 SIM 卡，因此成为 3G 版 iPad 以及 iPhone4 的另一个限制因素。

目前，香港地区的用户来到中国移动香港门市，即可申请适用于 iPad 的 MicroSIM 卡。如果该客户是首次申请，将不收取任何的费用。来源：2010-6-17 科技时代

[返回目录](#)

中移动称没有注资人民网计划

针对中国移动集团将注资人民网的传闻，中国移动(00941.HK)发言人 10 日表示，经查询母公司中国移动集团相关部门后，并没有听说相关注资计划。

此前市场传闻，中国移动集团近期将向人民网至少投资 2000 万元，以战略投资者身份入股人民网，助力人民网改制上市。据悉，人民网将于 6 月下旬挂牌成立股份制公司，此举将成为人民网 IPO 迈出的最重要一步。

有业内人士认为，该消息或许并非空穴来风，人民网、央视网、新华网等中央网站正在抓紧进行转企改制，以实现上市目标。

人民网总裁何加正回应称，目前人民网最关键的工作是整体改制，成为按照市场规律运作的媒体。他同时暗示，人民网引入战略投资者的时机未到。

中国移动此前曾经有过参股传媒机构的先例。2006 年 6 月，中国移动收购星空传媒持有的凤凰卫视 19.9% 股份，并成为凤凰卫视第二大股东，但中国移动



近年来几乎没有参与凤凰卫视的经营，双方也没有在业务层面进行比较深度的合作。来源：2010-6-11 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

中移动 5 月新增用户 476.9 万户

中国移动今天上午公布 2010 年 5 月主要运营数据。数据显示，5 月新增用户 476.9 万户，新增用户量继续萎缩。其中，TD-SCDMA 用户新增 91.7 万户，TD 用户总量达 932 万。

中国移动 2010 年 5 月净增用户 476.9 万户，跟 4 月份净增 532.6 万户比较，增长速度继续放缓；TD 用户新增 91.7 万。2010 年前五个月累计净增用户 2669.9 万户，月均增长 534 万户。

截至 2010 年 5 月底，中国移动用户总数已达到 5.49 亿户。来源：2010-6-21 比特网

[返回目录](#)

中移动巴基斯坦用户两月净减 30 万

据巴基斯坦电信管理局(PTA)公布的数据显示，中国移动巴基斯坦公司 ZONG 用户出现负增长，两月内净减 30 万。

巴基斯坦有 Mobilink(埃及奥斯康子公司)、Telenor(挪威跨国运营商 Telenor 子公司)、Ufone(阿联酋电信 Etisalat 子公司)、Warid(新加坡电信子公司)和 ZONG(中国移动子公司)、Instaphone 等六家移动运营商。前四家运营商中，都是有丰富跨国运营经验的运营商。

目前，Mobilink 以 33% 的市场占有率稳居第一；Telenor、Ufone、Warid 市场占有率分别为 24%、19%、17%，中国移动巴基斯坦公司 ZONG 用户数 3~4 月减少 30 万，但市场占有率仍超过 7%。

巴基斯坦电话普及率为 63.1%。其中，移动电话占据主要市场，用户数为 9730 万，普及率达 59.4%；固话普及率为 2.1%，无线固话普及率为 1.6%。

中国移动自 2007 年 2 月进入巴市场以来，已经使经营不善的 Paktel/CMPak 市场得到一定改观，但一直未能进入主导运营商行列，出现负增长更属首次。中国移动在 4 月宣布，将在 2010 年向巴基斯坦投资 3 亿美元，主要用于扩建基础设施。来源：2010-6-17 中国通信网

[返回目录](#)

中国移动官网启用新域名 10086.cn

近日中国移动官网正式启用新域名 10086.cn。

此前，网络曝光的一份中国移动统一门户网站建设内部文件曾显示，中国移动将以现有门户网站(chinamobile.com)为基础，整合范围涉及全网各级各类的企业网站、业务网站、服务网站、活动网站和基地业务网站等 Web 和 WAP 网站，公司现有域名将从 chinamobile.com 全部转向 10086.cn。届时，中国移动旗下飞信、移动应用商城等各种业务也将启用新的域名，方便用户查询。来源：2010-6-10 都市快报

[返回目录](#)

【中国电信】

截至 5 月底中国电信 CDMA 用户达 7150 万

中国电信今天发布 5 月份运营数据，当月新增 CDMA 用户 302 万，总用户 7150 万；新增宽带用户 80 万，截至 5 月底宽带用户总数 5745 万。

根据中国电信发布的数据，5 月份 CDMA 用户新增 302 万，与 4 月份的 302 万基本持平，截至 5 月底中国电信 CDMA 总用户数 7150 万。

固定通信方面，宽带用户当月新增 80 万，4 月份新增 81 万，变化不大，截至 5 月底中国电信宽带用户 5745 万；固定电话用户 5 月份减少 107 万，较 4 月份的 120 万的降幅收窄，截至 5 月底中国电信固定电话用户 1.8196 亿户。来源：2010-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信：2012 年综合能耗将比 09 年下降 30%

国家发改委和国资委等 14 个部门定于 2010 年 6 月 12 日-18 日联合举办全国节能宣传周活动。中国电信作为国有骨干通信企业，本着对社会和人民利益高度负责的态度，积极响应国家创建资源节约型和环境友好型社会的要求，迅速安排部署节能宣传周活动的有关工作：一、动员企业全体员工身体力行，响应国家节能减排号召，积极参加当地政府举办的节能宣传活动；二、积极利用网络、手机等媒体平台，在中国电信相关网站开放节能专区，宣传节约能源、提高能效的重要性，发布节能宣传信息，为公众提供共享节能知识的平台；三、通过短信、彩信、手机报、189 邮箱等业务平台推送节能减排倡议；四、在客户流量较大的



主要营业厅，通过悬挂标语和大屏幕展示开展节能宣传，大力营造良好的节能减排社会氛围。

中国电信高度重视节能减排工作，建立节能减排的组织保障、统计监测、考核奖惩三大体系；制定节能减排标准与规范，开展技术创新，推动产业链合作。根据企业的生产实际，在通信枢纽机房、数据中心、移动基站等耗能较高的重点区域，积极开展节能减排技术改造。中国电信 2008 年节约用电 2.2 亿度，2009 年节约用电 3.6 亿度，分别节约能耗费用 2 亿元和 3 亿元。

中国电信始终致力于树立“绿色运营”企业形象，积极开发促进全社会节能减排的“绿色产品”。中国电信郑重承诺：到 2012 年，单位信息流量综合能耗将比 2009 年下降 30%，为创造低碳经济、绿色生活贡献力量。来源：2010-6-17 赛迪网

[返回目录](#)

中国电信将建中巴陆地光缆 可加强通往中亚通信

中国电信与巴基斯坦运营商特别通信组织于近日签署了中巴国际陆缆建设维护协议，根据该协议，双方计划在中国新疆喀什和巴基斯坦苏斯特间建设首条中巴跨境陆缆传输系统，初始容量 40G，该系统拟于 2012 年投产。

中国电信集团公司总经理王晓初与巴基斯坦运营商特别通信组织总负责人 Mr. Major General Hamid Mehmued 共同签署了该协议。

该系统的建设将从根本上改变中国和巴基斯坦间通信现状，可为发展在巴、阿富汗、中亚、中东等地区的电路及互联网转接业务提供良好的资源保障，有利于进一步推动两国信息通信业的共同发展，促进区域经济的共同繁荣。

中国电信透露，在构建和发展全球网络过程中，已分别在上海和广东建设了两个大型国际海缆登陆站，先后建成了亚欧海缆(SMW3)、中美海缆(CUCN)、亚太 2 号海缆(APCN2)和跨太平洋海缆(TPE)等大型海底光缆系统，目前正积极参加亚洲内部新海缆 SJC、APG 等海缆的筹建工作；同时，中国电信正在大力建设完善与周边国家主要运营商的国际陆缆，成为建设“大湄公河次区域信息高速公路”和“上海合作组织信息高速公路”的实施单位，先后建成中俄、中蒙、中哈、中吉、中越、中缅、中老等多条光缆。

据悉，这些光缆的建成，大幅提升了经我国通信的跨境转接能力。来源：2010-6-13 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

联通推手机期货软件

昨日，中国联通与中期集团签署战略合作协议，双方将合力推广手机期货业务。

据了解，两家公司此次的合作主要集中在移动办公、手机期货等创新业务方面。所谓的手机期货业务，实质是一种手机期货软件，主要功能模块包括自选期货、板块报价、财经要闻、委托交易等，期货公司可以通过手机为投资者提供实时行情、在线交易。据悉，双方将共同研究基于高速移动数据网络和智能手机的各种交互式应用，借助于双方的客户关系和资源扩大市场份额。

中国联通自 3G 商用以来，一方面积极加强网络建设，构建 3G 业务体系，另一方面寻求新的商业合作模式。在上个月，中国联通先后与中国平安、腾讯、格力、广发银行等结成战略合作伙伴关系。来源：2010-6-11 新京报

[返回目录](#)

联通提前布局物联网

“物联网”被业内视为下一个万亿元级的通信业务，中国联通较早就在物联网领域布局，充分利用其领先的 3G 技术优势，抢先实现自己同物联网技术的对接，进而占领未来物联网的市场。值得关注的是，联通在物联网领域的开拓从理论上升到实战阶段。在上海，联通已经积累了丰富的物联网实战经验。

在智能交通领域，中国联通无疑是个开路先锋。联通早在 2007 年启动的出租车无线车辆调度解决方案，就是其物联网业务的最早雏形，据悉，该项目累计入网用户已达 1 万；2010 年 4 月底，中国联通分别联手上海汽车和长安汽车，推出了荣威 350 等两款全新概念的 3G 互联网轿车，车主可以通过 3G 网实时流畅地使用车载信息检索、进行股票交易、听电子路书和社群交流等。

不仅是智能汽车，在老百姓关心的移动支付领域，中国联通也抢先一步。2009 年 9 月在上海率先推出刷公交卡手机，应用 NFC 技术，内置公交卡账户，用户在乘坐公交、地铁、出租车时可实现“刷手机”买单。

此外，中英文版的“手机沃导航”，也让联通收获了不少人气，目前，该软件已放置在 AppStore 中，输入关键词 expo3dview 进行搜索，用户可免费下载。上线四天后，就已经在 AppStore 中国区的数万应用中脱颖而出，最高排名升至第 3 位。来源：2010-6-10 扬子晚报

[返回目录](#)

联通将派发 11.36 亿红利

昨天，中国联通 A 股公司发布公告称，即将实施的 2009 年度利润分配方案为每 10 股派 0.536 元(含税)，按 2009 年 12 月 31 日总股本 211.97 亿股计，共计派发金额为 11.36 亿元。

中国联通公告称，扣税之后每股现金红利为 0.04824 元，股权登记日为 2010 年 6 月 21 日；除息日为 2010 年 6 月 22 日；现金红利发放日为 2010 年 6 月 24 日。

相比 2008 年派发的 14.24 亿元，联通 2009 年派发的红利数量减少了 2.88 亿元，这主要受到 2009 年联通利润降低的影响。2009 年，中国联通收入为 1495.9 亿元，净利润为 95.6 亿元，分别同比下降 2.1%和 35.2%。来源：2010-6-12 京华时报

[返回目录](#)

联通举办首个权威通信论坛

近日，中国联通联合产业链合作伙伴，在世博芬兰馆举办世博开园以来首个通信权威论坛——“科技点亮生活创新改变世界”物联网论坛。

论坛上，联通分别演示了刷卡手机、手机沃导航、出租车调度、汽车信息化等成熟应用，展示了运营商如何利用其领先的 3G 网络、技术手段、公信力和客户群在物联网发展当中扮演关键的主导角色。由 iPhone 操控的海宝机器人，穿插活跃在整个论坛上。来源：2010-6-17 都市快报

[返回目录](#)

中国联通推 WCDMA 模块标准化

据知情人透露称，中国联通目前已在交通物流、城市管理、公共客户以及金融领域进行物联网试点，同时参与了国家物联网规划的 15 个专项课题，并将在 11 个重点领域推进物联网应用。

据了解，目前中国联通将加大推进 WCDMA 通信模块的标准化，通过规模化应用降低成本。同时中国联通在传感器方面也将加大投入，推进 RFID 读写器以及标签普及应用，推进传感器与通信网的融合。

在智能交通领域，中国联通已率先布局。2007 年联通启动了出租车无线车辆调度方案，成为物联网业务的雏形，目前该项目已累计用户 1 万以上；2010 年 4 月底，中国联通分别联手上海汽车和长安汽车，推出了荣威 350 等两款全新概念的 3G 互联网轿车，车主可以通过 3G 网实时流畅地使用车载信息检索、进行股票交易、听电子路书和社群交流等。

而在移动支付方面，中国联通在上海也率先推出了公交卡手机，应用 NFC 技术内置公交卡账户，用户无论是乘坐公交车、地铁还是出租车均能实现手机支付。

同时，中国联通在个人远程医疗、智能安防、环境监控等方面也均有试点，而在未来联通还将在电力、医疗、能源、传媒业务、农业生产以及工业生产等重要领域推进物联网业务。来源：2010-6-12 通信世界网

[返回目录](#)

中国联通 3G 用户 5 月份猛增 102 万

中国联通今天发布了 5 月份运营数据，当月新增 3G 用户 102.3 万，3G 总用户数 652.8 万。

移动通信方面，5 月份中国联通发展了 102.3 万 3G 用户，较 4 月份的 68.1 万大幅增加，截至 5 月底，中国联通 3G 用户为 652.8 万户。2G 用户当月新增 76.3 万户，与 4 月份的 73.3 万户接近，截至 5 月底中国联通 2G 用户规模为 1.4876 亿。

固网业务方面，5 月份中国联通固话用户减少 51 万户，总用户数 1.01127 亿户；宽带用户当月新增 82.8 万户，累计 4292.8 万户。来源：2010-6-18 新浪科技

[返回目录](#)

北京联通内容信息安全监控平台试运行

由北京联通宽带业务中心主持研发的“内容信息安全监控平台”于日前完成初验，系统已进入试运行阶段，具备了对不良网站进行及时处理的机制以及统计分析的基础，并取得了初步成效。

为完善内容信息安全监控技术手段，北京联通于 2009 年年底正式启动了“内容信息安全监控综合管理平台”紧急建设工程，宽带业务中心主持了这项研发建设工作。据介绍，内容信息安全监控综合管理平台包括固网侧和移动网侧两期建

设，实现对移动网侧、固网侧内容审计的统一策略下发，数据集中存储。对北京联通热点 IDC、彩信平台、WAP 平台、Web 流媒体平台的文字、图片、视频内容信息进行监控。该平台运行后，可通过技术手段，对不良信息的关键字进行分析、对色情图片进行检测；通过网络数据审计功能监视网络上流动的所有数据，通过数据管理、分析功能对数据进行综合利用；同时具备页面不良信息报警功能；对来自不同数据采集器、不同布控设备、不同协议的内容信息进行集中存储，为用户核查提供检索和分析。同时，内容信息安全监控平台与短信网关建立接口，实现短信告警；与公司企业邮件系统建立接口，实现邮件告警；与固网侧、移动网侧客户接入备案系统建立接口，实现 IP 地址与接入客户备案信息的一一对应。平台的运行，用技术手段支撑公司公共信息安全管理，极大地提高了信息安全管理的工作效率，为 IDC 等业务的发展提供有效的安全管理机制。来源：2010-6-11 人民邮电报

[返回目录](#)

西班牙电信拟增持中国联通股权至 10%

西班牙电信(Telefonica SA)近日表示，该公司计划将其在中国联通的持股比例从目前的 8.4%提升至 10%。

不过，西班牙电信并未透露具体增持时间。为拓展亚洲电信市场，西班牙电信一直在增持中国联通的股权。来源：2010-6-17 都市快报

[返回目录](#)

联通启动行政费用控制：会议费租车费均设目标

知情人士透露，中国联通总部近日制定并下发了《2010 年主要行政管理费用降本增效工作方案》，根据该方案，联通总部要实现会议费比上年下降 30%，车辆租赁费和办公楼物业管理费均要比上年降低 10%。

据悉，国资委 2010 年对央企推行 EVA 考核后，企业负责人需要全面地从过去的“利润思维”转向“价值创造思维”。原来对央企的考核是利润导向的，央企为了利润肯定要铺摊子，上项目，尽量把规模做大，有时甚至从资本市场上赚钱，以及上房地产项目，而要应付现在的 EVA 考核，央企肯定会在做强主业、节约开支上下功夫。

为达到降低行政成本的目标，中国联通总部将采取的主要措施包括：加强会议管理，控制会议成本，实现总部会议费比上年下降 30%；加强成本核算，实现



主要办公楼物业管理费比上年降低 10% ;加强车辆管理 ,实现车辆租赁费比上年降低 10% ;落实节能降耗措施 ,剔除新增项目 ,力争总部能源费用零增长。

此外 ,中国联通总部还将严格通信费用管理 ,控制费用支出 ;进行北京兴业临时人员清理 ,压缩人工成本 ;做好总部所属房产管理 ,盘活闲置资源。来源 : 2010-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯发放丰厚红利：每 10 股送 3 元

中兴通讯于 17 日晚间公布了 2009 年度利润分配方案为 ,将于 6 月 24 日发放红利 5.6 亿元 ,每 10 股派发人民币 3 元现金(含税)。

中兴通讯 2009 年业绩非常好 ,2009 财年 ,中兴通讯实现营业额 602.7 亿元 ,同比增长 36%。在此基础上 ,中兴通讯的公告称 ,以公司现有总股本 1,911,154,456 股减去 43,285,429 股股权激励限售股 ,计 1,867,869,027 股为基数 ,每 10 股派发人民币 3 元现金(含税)。

同时 ,中兴通讯公布了公司 2009 年度资本公积金转增股本方案为 :以公司现有总股本 1,911,154,456 股为基数 ,每 10 股转增 5 股。

公告称 ,中兴通讯 A 股股权登记日为 2010 年 6 月 23 日 ,新增 A 股无限售条件股份上市日为 2010 年 6 月 24 日 ,A 股现金红利发放日为 2010 年 6 月 24 日。来源 : 2010-6-18 新浪科技

[返回目录](#)

【华为】

华为蝉联电子百强榜首

近日 ,工业和信息化部正式揭晓第 24 届电子信息百强企业名单 ,华为技术有限公司以年主营业务收入 1492.5 亿元再度位居榜首。不仅如此 ,华为连续九年保持软件业务收入百强企业首位 ,按照收入计算 ,它已经成为全球仅次于爱立信的第二大设备制造商。

受金融危机影响 ,2009 年其他巨头均陷入低迷 ,而华为依然保持高速增长的态势。凭借国内 3G 市场发展带来的机遇 ,国外市场尤其是新兴市场的突破 ,

再加上自身运营成本及技术方面的双引擎推力，华为必定会迎来更进一步的发展。

华为再夺电子百强头筹，蝉联软件百强九年

近日，工信部公布了 2010 年国内电子信息百强企业名单，华为技术有限公司以年主营业务收入 1492.5 亿元位居榜首，海尔集团公司、联想控股股份有限公司分列第二、第三名。

据了解，2010 年电子信息百强企业的入围标准有所调整，工信部将原来以企业规模为标准的考核方法改为对企业规模、效益和研发进行综合考核。本届百强企业的主营业务收入最低标准为 19 亿元，总额达 12342 亿元，比上届增长 10%，占全行业总量的 24%，而本届百强前三甲华为、海尔、联想的主营业务收入均超过 1000 亿元。

华为还以 838 亿元位居第 24 届百强企业出口交货值榜首。2010 年百强企业产品出口和跨国经营成效显著，出口交货值达到 3273 亿元，出口占主营业务收入的比重达到 27%。从数据分析可以看出，华为的企业出口和海外经营收入占比超过一半，这说明，华为已经成为名副其实的跨国公司。

不仅如此，在日前工信部公布的 2010 年百强软件企业名单中，华为又一次位居榜首，而这一次的夺魁已经是连续 9 年不变的成绩。在过去九年间，华为软件业务收入扩大了 12 倍，2009 年更达到 725.6789 亿元。

国内外市场稳健增长，华为跃居全球第二大设备商

受金融危机的影响，2009 年其他电子巨头均陷入低迷，华为在全球经济环境的挑战中却依然保持高速增长的态势。

其实在 2009 年初，华为形势一度极为严峻。据华为内部统计，在全球恶劣的经济环境下，2009 年一季度，华为在全球 28 个地区中有 11 个为负增长。到第三季度时，除中国、印度等局部市场外，华为的海外其他区域增长仍整体下降 3%，7 个地区整体增长不足。

在这样的形势下，华为及时调整战略，扩大高增长区域拓展进程，在中国、印度、中亚、北非等地加大力度。到 09 年第四季度时，华为困境终于得以扭转，在国内外市场开辟出一片新天地。

在国内市场，华为成为中国 3G 大规模投资的最大受益者。受益于 3G 建设，华为 2009 年国内合同销售额达到 100 亿美元，获得中国 3G 市场的最大份额。在国外市场，尤其是新兴市场，华为更是攻城略地，在全球取得跨越式进展，赢得了在挪威建设第四代移动网络的合同，是目前欧洲市场上规模最大的 LTE 交易。华为方面表示，在无线接入市场，华为份额已位居全球第二，无线基站发货量全球第一。

根据 Gartner 最近的统计,2009 年,华为在全球市场的占有率已从 2009 年的 11.5%上升至 14.2%,趋近爱立信的 20.8%。更为重要的是,这一年,华为由于业务及财务上的稳健成长,已经与诺西、阿朗等传统对手拉开了距离。

华为盈利能力持续提升,净利润增幅达到历年之最。按照收入计算,华为已超越了诺基亚西门子和阿尔卡特朗讯,成为全球仅次于爱立信的第二大设备制造商。

成本技术双引擎成崛起新推力

很多人会认为,华为之所以能在 3G 招标中脱颖而出,靠的是性价比,说白了就是价低取胜。不可否认,性价比是华为多年来征战市场的传统优势,但价格却不是唯一优势,华为的核心优势在于技术创新。与竞争对手相比,华为研发单位成本非常低,高效的研发将成为华为未来增长的动力。

一方面,华为在全球市场打价格战,提出以客户为中心的创新战略,有效帮助运营商改善收益,提升带宽竞争力并降低总体运营成本,实现商业成功。在全球经济疲软局势下,低成本有利于华为在发达国家拓展市场,因为这些国家的电信运营商更加关注价格。2009 年,华为通过有效控制成本,降低费用,进一步提升运营效率。与 2008 年相比,华为营业利润率为 14.1%,同比增长 1.2%。

另一方面,华为围绕客户需求进行持续的技术创新。在第 24 届电子信息百强企业发布会上,工信部副部长娄勤俭指出,我国电子信息产业将面临技术创新融合加快带来的新机遇与挑战。2009 年,华为的研发费用占全球收入的 8.9%,达 133 亿元,较 2008 年增加 27.4%。华为在全球拥有 17 个研发中心,36 个培训中心。然而华为研发的人力成本非常低,人均花费 4.5 万美元,是诺基亚的 1/5,爱立信的近 1/4;低廉的人力成本使华为得以用不到爱立信一半的投入维持一个规模超过后者一倍的庞大研发队伍。

华为年报预计,2010 年业务仍将实现稳健增长,年销售收入预计增长 20%。华为 CEO 任正非说,华为将会始终围绕客户需求持续创新,灵活调配全球资源,以更好地服务客户。在成本优势和技术创新双引擎的推动下,华为必定能在 2010 年跃上一个新高度。来源:2010-6-11 通信信息报

[返回目录](#)

华为周边四个片区改造启动

龙岗区将于近期启动紧邻华为公司周边地区首批四个片区城市更新改造项目,规划改造范围为坂雪岗大道以西、五和大道以东,雪岗北路以南、华为公司

以北等片区。这是 10 日下午记者从市委常委、龙岗区委书记蒋尊玉主持召开的华为片区城市更新成果汇报会上了解到的情况。

据了解首批四个片区的项目更新改造后，将彻底改善华为园区等周边地区的城市形象和环境面貌，此次改造还将结合岗头河的改造，开辟公共休闲空间，整合一定土地资源为高新技术企业提供配套服务。

据介绍，华为片区城市更新规划范围涵盖面十分广泛，包括坂田街道辖区内的 5 个社区(坂田、岗头、雪象、杨美、大发埔)的全部或部分用地，涉及 17 个居民小组，既包括了华为公司，同时，也涵盖了新天下、康冠、元征等 10 多家国内外知名企业，是龙岗高新技术企业较为密集的区域，改造面积 22 平方公里。

记者从华为片区城市更新规划方案上看到，华为片区将分为西部高新技术产业区、东部高新技术产业区、城市功能服务区和自然生态休闲区，并将打造两个公共中心，即以五和大道、坂雪岗大道、环城东路—雪观路为纵轴，以布澜一级路、贝尔路—吉华路、布龙路为横轴串联的四个主要片区。来源：2010-6-11 深圳商报

[返回目录](#)

华为率先开推千元智能 3G 手机

华为相关人士透露，已于近日面向市场推出第一款千元智能手机，并面向全球市场推广，华为表示对此前景乐观。

开推千元智能 3G 手机

千元智能手机 2010 年为业内外所关注。此前 2010 年 2 月的巴塞罗那世界移动大会上，华为首席策略官兼华为终端董事长郭平指出华为拥有开启移动宽带春天大门的“两把钥匙”，其中之一正是 150 美元的易用智能手机。

据悉，华为已于近日将“150 美元智能机”的战略构想付诸实践。5 月 25 日，华为终端与西班牙运营商 Telefónica 合作，发布了面向大众市场的千元 Android 智能手机，这款手机被 Telefónica 命名为 IVY(常春藤)。至此，华为第一款千元智能手机在欧洲大陆拉开上市序幕。

华为终端 CEO 陶景文认为，智能手机取代高端 feature phone 是手机市场发展的一个趋势。而智能、易用的高性价比手机，不仅可让用户以平易的价格享受到物超所值的互联网体验，更是运营商及终端厂商开发新的市场潜能、增强用户粘性的关键。在陶景文看来，千元智能手机，已是箭在弦上，不得不发。

据透露，虽然在价格上力求亲民，华为这款千元智能手机同时采用目前最主流的 Android2.1 操作系统，并特别开发了模糊识别输入、方便快捷的 Widget、丰富的业务和在线升级功能。

千元智能手机潜力巨大

据悉，这款 IVY(常春藤)手机也将在中国上市。近日，华为联手中国联通定制了中国市场首款普及型智能手机 U8110，这正是 IVY 的中国版本。

华为终端 CEO 陶景文表示，“在中国，将结合中国消费者的使用习惯，如预装开心网、QQ 等在中国最流行的业务，我们没有全球通用的产品，只有本地化的产品”。

华为预计还将在千元智能手机上大举发力，这主要是因为智能手机将迎来快速发展的黄金时代。业内预计，2010 年，智能手机的数量将超过笔记本电脑；2014 年，智能手机的出货量将超过 4 亿，全球多数互联网的接入将通过手机实现。但从目前的市场现状来看，以 iPhone 为代表的智能手机都售价不菲。价格，已经成为限制智能手机爆发性增长的一个重要因素。而千元的价格可促使越来越多的年轻用户率先用上智能手机，掀起智能手机的普及风暴。

华为终端董事长郭平认为，从历史规律来看，一个细分市场的大发展，拐点往往出现在价格突破的关键时刻。2004 年之前，手机仍是贵族产品，当 2004 年价格降到 175 美元的时候，手机用户就开始爆发性增长，到现在为止发达国家的手机渗透率已经超过 100%，发展中国家也已经超过 50% 以上。从这个层面看，千元智能手机将是市场跨越式发展的关键。来源：2010-6-10 新浪科技

[返回目录](#)

双引擎成就华为净利润最大增幅

近日，工业和信息化部正式揭晓第 24 届电子信息百强企业名单，华为技术有限公司以年主营业务收入 1492.5 亿元再度位居榜首。不仅如此，华为连续九年保持软件业务收入百强企业首位，按照收入计算，它已经成为全球仅次于爱立信的第二大设备制造商。

受金融危机影响，2009 年其他巨头均陷入低迷，而华为依然保持高速增长的气势。凭借国内 3G 市场发展带来的机遇，国外市场尤其是新兴市场的突破，再加上自身运营成本及技术方面的双引擎推力，华为必定会迎来更进一步的发展。

华为再夺电子百强头筹，蝉联软件百强九年

近日，工信部公布了 2010 年国内电子信息百强企业名单，华为技术有限公司以年主营业务收入 1492.5 亿元位居榜首，海尔集团公司、联想控股股份有限公司分列第二、第三名。

据了解，2010 年电子信息百强企业的入围标准有所调整，工信部将原来以企业规模为标准的考核方法改为对企业规模、效益和研发进行综合考核。本届百强企业的主营业务收入最低标准为 19 亿元，总额达 12342 亿元，比上届增长 10%，占全行业总量的 24%，而本届百强前三甲华为、海尔、联想的主营业务收入均超过 1000 亿元。

华为还以 838 亿元位居第 24 届百强企业出口交货值榜首。2010 年百强企业产品出口和跨国经营成效显著，出口交货值达到 3273 亿元，出口占主营业务收入的比重达到 27%。从数据分析可以看出，华为的企业出口和海外经营收入占比超过一半，这说明，华为已经成为名副其实的跨国公司。

不仅如此，在日前工信部公布的 2010 年百强软件企业名单中，华为又一次位居榜首，而这一次的夺魁已经是连续 9 年不变的成绩。在过去九年间，华为软件业务收入扩大了 12 倍，2009 年更达到 725.6789 亿元。

国内外市场稳健增长，华为跃居全球第二大设备商

受金融危机的影响，2009 年其他电子巨头均陷入低迷，华为在全球经济环境的挑战中却依然保持高速增长的态势。

其实在 2009 年初，华为形势一度极为严峻。据华为内部统计，在全球恶劣的经济环境下，2009 年一季度，华为在全球 28 个地区中有 11 个为负增长。到第三季度时，除中国、印度等局部市场外，华为的海外其他区域增长仍整体下降 3%，7 个地区整体增长不足。

在这样的形势下，华为及时调整战略，扩大高增长区域拓展进程，在中国、印度、中亚、北非等地加大力度。到 09 年第四季度时，华为困境终于得以扭转，在国内外市场开辟出一片新天地。

在国内市场，华为成为中国 3G 大规模投资的最大受益者。受益于 3G 建设，华为 2009 年国内合同销售额达到 100 亿美元，获得中国 3G 市场的最大份额。在国外市场，尤其是新兴市场，华为更是攻城略地，在全球取得跨越式进展，赢得了在挪威建设第四代移动网络的合同，是目前欧洲市场上规模最大的 LTE 交易。华为方面表示，在无线接入市场，华为份额已位居全球第二，无线基站发货量全球第一。

根据 Gartner 最近的统计，2009 年，华为在全球市场的占有率已从 2008 年的 11.5% 上升至 14.2%，趋近爱立信的 20.8%。更为重要的是，这一年，华为由于业务及财务上的稳健成长，已经与诺西、阿朗等传统对手拉开了距离。

华为盈利能力持续提升，净利润增幅达到历年之最。按照收入计算，华为已超越了诺基亚西门子和阿尔卡特朗讯，成为全球仅次于爱立信的第二大设备制造商。

成本技术双引擎成崛起新推力

很多人会认为，华为之所以能在 3G 招标中脱颖而出，靠的是性价比，说白了就是价低取胜。不可否认，性价比是华为多年来征战市场的传统优势，但价格却不是唯一优势，华为的核心优势在于技术创新。与竞争对手相比，华为研发单位成本非常低，高效的研发将成为华为未来增长的动力。

一方面，华为在全球市场打价格战，提出以客户为中心的创新战略，有效帮助运营商改善收益，提升带宽竞争力并降低总体运营成本，实现商业成功。在全球经济疲软局势下，低成本有利于华为在发达国家拓展市场，因为这些国家的电信运营商更加关注价格。2009 年，华为通过有效控制成本，降低费用，进一步提升运营效率。与 2008 年相比，华为营业利润率为 14.1%，同比增长 1.2%。

另一方面，华为围绕客户需求进行持续的技术创新。在第 24 届电子信息百强企业发布会上，工信部副部长娄勤俭指出，我国电子信息产业将面临技术创新融合加快带来的新机遇与挑战。2009 年，华为的研发费用占全球收入的 8.9%，达 133 亿元，较 2008 年增加 27.4%。华为在全球拥有 17 个研发中心，36 个培训中心。然而华为研发的人力成本非常低，人均花费 4.5 万美元，是诺基亚的 1/5，爱立信的近 1/4；低廉的人力成本使华为得以用不到爱立信一半的投入维持一个规模超过后者一倍的庞大研发队伍。

华为年报预计，2010 年业务仍将实现稳健增长，年销售收入预计增长 20%。华为 CEO 任正非说，华为将会始终围绕客户需求持续创新，灵活调配全球资源，以更好地服务客户。在成本优势和技术创新双引擎的推动下，华为必定能在 2010 年跃上一个新高度。来源：2010-6-12 通信信息报

[返回目录](#)

华为率先实现 PTN 网络业务自动割接

华为近日宣布，首家在 PTN 网络上实现业务自动割接技术，再次创造了业界新纪录。

传统移动网络的业务割接方式复杂、可靠性低，不能满足移动网络快速业务调整的需求。华为于 2009 年发布了 TCAT 业务自动割接工具，用于传统 MSTP 网络中 TDM 业务的自动割接。该工具已经在国内移动承载网络中规模商用。

PTN 业务自动割接工具继承了原有 TDM 业务自动割接的方式，能最大限度地缩短因为业务割接引起的信号中断时间，可在白天 8 小时工作时间内完成以往的夜间割接工作。相比传统分组网络的割接方式，PTN 自动割接工具夜间工作量不到传统割接方式的 20%，效率提升高达 6 倍。同时，PTN 自动割接工具还能帮助用户预先发现割接过程中可能存在的风险，进行规避和解决，提升了夜间割接的单次成功率。

华为运营商 IP 产品线总裁胡克文表示：“华为一贯坚持聚焦客户需求的持续创新，不断完善移动承载解决方案。此次成功地将自动割接技术应用到 PTN 网络，是我们的又一次创新。我们坚信，通过我们的持续创新，可以为客户带来更大的价值，进一步帮助客户提升效率、降低成本。” 来源：2010-6-9 人民邮电报

[返回目录](#)

华为“三识别”方案打造用户新体验

昨天，在第二届“两岸通讯产业合作及交流会议”上，华为移动网络解决方案总监严波认为，移动通信技术正在改变我们的生活。

严波介绍说，华为“三识别”解决方案能够实现业务、用户以及终端 3 个层面的识别，从而有效地保障用户体验。“三识别”的深度业务识别能够实现网络的可视化、可管理和可运营，其有效的调度机制能够保障无线资源的充分利用，还能根据业务报表进行小区用户行为及业务类型分析，从而实现小区级业务的可视化管理；“三识别”的用户识别能够进行不同用户的业务流量识别及监控，在资源受限制时尽可能保障高级别用户的业务体验；“三识别”的终端识别能根据不同终端类型分配相应的无线资源，在网络闲时不限制上网本、数据卡的无线资源占用，而在网络忙碌时优先保障手机网络资源占用，从而实现资源利用效率最大化。来源：2010-6-10 人民邮电报

[返回目录](#)

华为对台采购一年内预计将达 26 亿美元

据台湾媒体报道，三网融合服务预计 7 月正式开展，5 年投入 6000 亿元人民币，固网龙头中国电信及电信设备龙头华为将担负推广重任；台湾省经济部透露，华为近 1 年倍增加对台采购至 20 亿美元，未来 1 年至少增长 30%-50%，达 25-26 亿美元。

中国电信高层则将在今日与金仁宝集团董事长许胜雄、工研院长徐爵民等台湾业界会面，外传中国电信董事长王晓初将会晤来访贵宾，并与台厂讨论未来如何携手合作推广三网融合服务，但未获证实。

两岸通讯产业交流与合作会议昨(9)日在北京登场，中国移动副总裁刘爱力、李正茂，中国电信副总裁孙康敏、姜正新，大唐副总裁黄志勤、华为主管高健、中兴负责物联网的运营总监乐金等出席。

主办单位指出，这次两岸定调在实质洽商，因此，原定两天座谈会的流程临时缩短为一天，并从今天开始展开 100 场的商谈会，由中移动、中国联通、中国电信及华为、中兴、大唐 6 家公司分别与台厂进行一对一商谈，相较往年，2010 年的规模历年最大。

大陆 3 大电信公司及 3 家电信设备商当中，华为在 2008 年 6 月至 2009 年 6 月对台采购订单由 10 亿美元增加至 20 亿美元，工研院指出，大陆积极推展 3G 建设、三网融合等国家型计划，华为未来 1 年对台采购有机会扩增 30% 以上、达到 26 亿美元左右。

华为对台采购项目将扩大至 FTTx 光纤设、基地台代工、Wi-Fi 等设备，而相关三网融合供货商包括数字机顶盒、光纤网络及无线宽带设备业者将大大受惠。分析人士称数字机顶盒芯片厂联杰、数字机顶盒供货商永硕、兆赫、百一及光纤设备商正文、合勤、明泰、中磊及前鼎可望受惠。来源：2010-6-10 新浪科技

[返回目录](#)

华为高管：移动宽带用户未来 5 年将达 30 亿

据国外媒体今日报道，华为全球营销副总裁凯文·张在接受媒体采访时表示，如果能够增强华为的竞争力，不排除收购的可能，并预测移动宽带用户未来 5 年将达到 30 亿。

在中国以外的地区，很多人都没有听说过华为。但是在与爱立信、诺基亚西门子通信公司以及阿尔卡特朗讯等欧美强敌的竞争中，这家中国电信设备制造商却凭借价格和技术优势取得了不俗的业绩。

2009 年，华为实现净利润 27 亿美元，实现销售额 218 亿美元。凯文·张(Kevin Zhang)在接受媒体采访时，对该公司在手机领域的战略以及通信设备领域的前景进行了探讨。

以下为采访概要：

问：华为更为人所熟知的是向电信运营商提供设备，但是你们同时也拥有手机制造业务。你们在这一领域的战略是什么？

答：我们采用了运营商分销模式。运营商向他们的用户销售我们的定制设备，并使用他们自己的品牌。这种方法使得运营商能够更好地根据市场机遇对设备和服务进行定制。据估计，移动宽带用户未来 5 年将达到 30 亿，而未来 10 年的移动宽带流量将增长 2000 多倍。从短期来讲，主要的制约因素在于智能手机的价格。我们相信，一部售价 150 美元而且能够提供与 iPhone 类似用户体验的智能手机将成为移动宽带普及的关键所在。

华为已经与运营商合作推出了价格较低的智能机。华为专门在欧洲市场为 T-Mobile 设计了一款名为“Pluse”的智能机，这是全球首款基于 Android 的预付费手机。在美国市场，华为则为 T-Mobile 美国设计了一款名为“Tap”的手机，而且已经成为 2009 年圣诞购物季的畅销产品。除了 Android，我们还对其他所有操作系统持开放态度，并将按照运营商的要求推出各类产品。

问：你们对 2010 年剩余时间的电信设备市场有何预期？是否看到市场提升？如果有，市场增长的催化剂有哪些？

答：我们的预期仍然比较乐观，这是因为电信服务行业的基本面相对而言仍然比较健康。世界各地的很多分析师都预计，2010 年全球经济将持续复苏。通信在全球各地消费者的日常生活中正在扮演越来越重要的角色。增长的动力来自于快速增长的新兴市场对强大而廉价的基本网络连接的渴望，以及发达市场对移动宽带服务的需求。随着频段再分配的展开，发达市场将实现超高速移动数据接入。

问：有人担心行业的竞争和价格压力将不断增加。你们准备如何应对这些挑战？

答：对我们而言，这是一个美丽新世界。竞争之所以加剧是因为网络的融合为更大的市场敞开了大门。在此之前，电信、互联网和广播行业都相互隔离。另一方面，尽管用户对带宽的需求已经大幅增加，但他们花钱购买高质量服务的意愿却保持平稳，这给我们带来了很大的价格压力。我们每年都会将收入的 10% 用于研发。在我们现有的 9.5 万名员工中，有 46% 都会参与研发活动。

问：利润率是否面临压力？

答：2009 年，华为将营业利润率提升了 1.2 个百分点，达到了 14.1%。华为坚定地致力于持续提升和控制利润率。我们正在与 IBM 合作，在各个部门中部署一套集成财务系统。我们还与埃森哲合作，对客户关系管理系统进行了升级。

问：华为已经开始拓展海外市场，寻求增长机遇。哪些市场有吸引力？你们是否在寻找收购目标？

答：在澳大利亚这样的发达国家和印度、非洲等新兴市场都在农村地区推行最后一英里连接。这是一个非常有吸引力的领域，华为在这方面有丰富的经验。我们的战略是提供以消费者为中心的创新系统，并通过在移动、固定和 IP 数据领域的核心竞争力为用户带来商业价值。如果能够增强竞争力，我们不会排除收购的可能。

问：能否透露一些有关你们在美国和日本扩张的最新计划？

答：北美和日本是华为的重要市场。我们对每个市场的业务和增长都非常有信心，而且将在这两个市场保持长远计划。这些市场的成功要以开放的交流、相互理解和创新为基础。在这两个市场中，我们的重点在于提升与当地运营商的关系，确定华为能够带来何种价值，以及何种合作关系能够让双方受益。

在北美市场，我们 2009 年的合同销量增长了 63%，我们过去几年间还完成了几个具有里程碑意义的项目。我们与 Cox Communication、GlobeNet、MediaCom、Clearwire、Telus 和加拿大贝尔等公司密切合作，在这一地区部署了最新的 3G、4G 和光纤网络技术。

在日本，我们与 NTT Docomo、EMOBILE 和软银等行业巨头合作开展了一些重要项目，2010 年将会有更多的动作。由于日本运营商正在积极升级网络，以便采用统一的网络标准，因此我们在这一市场看到了巨大的机遇。来源：

2010-6-11 新浪科技

[返回目录](#)

【 诺基亚 】

诺基亚发出收入预警后股价大跌

诺基亚 16 日以智能手机市场竞争激烈为由发出本年度收入预警，消息一出，公司股价下跌 9%。

诺基亚称，在高端手机市场，激烈的竞争将使得诺基亚第二季度净收入低于或者处于原来预计的底线，诺基亚之前的预计数字为 67 亿欧元至 72 亿欧元，毛利率也是如此，低于或处于原来预计的 9%至 12%底线。

诺基亚股价 16 日下跌 8.9%，收于 7.21 欧元每股。

自从诺基亚 4 月 21 日公布第一季度收入报告以来，诺基亚股价已经下降了 14%。

在智能手机市场，诺基亚面临 RIM，苹果等公司的激烈竞争。

上个月，诺基亚 CEO Olli-Pekka Kallasvuo 承认，公司缺乏高端手机并称诺基亚已经花大量工作跟上竞争步伐。

FIM 银行分析师 Michael Schroeder 说：“手机市场竞争逐渐变得激烈，为了继续保持市场份额，诺基亚已经降低了手机价格。苹果 iPhone 以及 Google Android 手机过去几个月进入市场，诺基亚的传统对手，象三星，LG，摩托罗拉以及索尼爱立信等都已经涉足此类设备，它们纷纷抢走诺基亚的市场份额。”

诺基亚表示，不会改变 2010 年全年手机的出货量预期，不过，公司预计自己在市场的份额 2010 年将比 2009 年出现轻微下降。

诺基亚将在 7 月 22 日正式公布第二季度收入报告。来源：2010-6-17 科技资讯网

[返回目录](#)

诺基亚调低对设备和服务部门业绩展望

据国外媒体报道，诺基亚今天对影响其业务的因素进行了评论，并修改了对设备和服务部门二季度和全年的展望。

在 2010 财年二季度，多种因素负面的影响着诺基亚的业务，并且影响范围大于预期。这些因素包括：竞争环境，尤其是高端市场，以及产品阵容向低毛利率产品调整。此外，最近欧元的贬值影响了诺基亚出售商品的成本、运营支出以及全球定价策略。

对 2010 财年二季度设备和服务部门的最新展望：诺基亚目前预计二季度设备和服务部门的销售额将达到此前预测的 67 亿欧元至 72 亿欧元这一范围的低端，或略低于这一预测范围，本次展望更新主要是由于平均销售价格和移动设备销量低于此前预计；诺基亚目前预测未按国际财务报告准则(non-IFRS)计算设备和服务部门二季度的运营利润率将达到此前预测的 9%到 12%这一范围的低端，或略低于这一范围，本次展望更新主要是由于毛利润率低于此前预计。

对 2010 财年设备和服务部门的最新展望：诺基亚继续预期整个行业 2010 财年的移动设备销售量比 2009 财年增长 10%；诺基亚继续预期该公司 2010 财年的移动设备价值市场份额比 2009 财年稍微减少，本次更新主要是由于市场高端的竞争情况加剧和产品阵容的调整；诺基亚继续预期该公司设备和服务部门 2010 财年未按国际财务报告准则(non-IFRS)计算的运营利润率将达到此前预测的 11%到 13%的范围的低端，或低于这一范围，本次更新主要由于目前估计的毛利润率低于此前预测；诺基亚预期设备和服务部门四季度未按国际财务报告准则计算的运营率高于目前预期的设备和服务部未按国际财务报告准则计算的全年运营率。

诺基亚将在 2010 年 7 月 22 日发布二季度财报及更多的详细情况。来源：
2010-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

黑莓手机明起入华销售

全球第二大智能手机品牌黑莓终于将进入国内个人市场。昨天记者从黑莓制造商 RIM 公司了解到，6 月 18 日，两款黑莓手机将在国内上市，苏宁获得了家电连锁渠道的独家销售权，而手机卖场等其他渠道则由神州数码在国内进行总代理。

此次上市的两款黑莓手机型号为 8310 和 8910，支持 GSM/GPRS 和 EDGE 网络，属于 2G 产品。由于这两款黑莓手机没有与国内运营商进行绑定合作，因此也没有购机话费补贴，单机销售价格分别为 3680 元和 4880 元。

据介绍，北京、沈阳、南京、上海、广州等 22 个城市的苏宁电器重点门店将开设黑莓手机体验区，苏宁电器北京四季青店、广州正佳店还将开设黑莓旗舰店。同时，黑莓还向苏宁电器派驻了 100 名专业销售工程师，向消费者提供专业的产品咨询和技术支持服务。

此外，全新触摸模式的黑莓 9530 随后也将在苏宁电器首发。

从市场占有率看，黑莓在全球是仅次于诺基亚的第二大智能手机品牌，领先于苹果的 iPhone。在国内市场，中国移动和中国电信都引入过黑莓手机，但都只提供给政企用户。来源：2010-6-17 京华时报

[返回目录](#)

LG2010 年将推 20 款 Android 智能手机

据国外媒体 11 日报道，LG 虽然已跻身全球手机制造商前三甲，但在 Android 手机和智能手机的开放领域却远远落后于其对手。LG 至今为止只发布过 5 款 Android 手机，即：LG GW620、LG Optimus GT540 (如下图)、Verizon 版 LG Ally、LG Optimus Q LU2300 以及 LG SU2300。

宏达电、摩托罗拉和三星推出的 Android 手机数量均超过 LG，同时三者各自拥有至少一款高端机型。当然，LG LU2300 和 SU2300 也算是高端产品，但这两款手机只在韩国境内销售，所以不符合这里讨论的全球范畴。

或许正是在因为在智能手机方面表现并不突出 ,LG 移动电话(LG Mobile)2010 年第一季度的营业利润率由 2009 年同期的 6.7%下降至 0.9%。

在这种情况下 , LG 计划大力进军智能手机市场 , 并宣布将在 2010 年年底前推出 20 款 Android 手机。

2009 年上半年 , LG 全力投入基于 Windows Mobile 操作平台的智能手机制造 ,但 Android 的出现改变了整个市场格局。微软也随后发布了 Windows Phone 7 操作系统。总之 , LG2010 年看起来将重点关注 Android 智能手机。LG 也将发布一款基于 Windows Phone 7 的智能手机 , 但预计不会给公司带来太大盈利。

来源 : 2010-6-11 新浪科技

[返回目录](#)

摩托罗拉推出全球首款 Android2.0 手机

摩托罗拉近日推出 Milestone(中文翻译为“里程碑”)滑盖手机 , 其机身尺寸为 60x115x13.7mm , 重 169 克 , 厚度仅为 13.7 毫米。它采用 3.7 英寸 1600 万色的电容屏触摸屏幕 , 分辨率为 854x480 , 并且支持多点触控。

摩托罗拉 Milestone 还是全球首款采用 Android2.0 操作系统的手机 , 因此 Milestone 天生比其他机型拥有更多的功能 , 包括支持最新的 Google 地图 , 3.7 英寸多点触摸等 , 其他改变包括支持 Gmail Push 账号 ; 快速联系人大头贴电话本显示、改善了相机及更多有用的 Widget 等。摩托罗拉 Milestone 内置 500 万像素摄像头 , 支持自动对焦功能 , 并且配备了闪光灯 , 拍照效果相当出色。它的拍摄界面和 iPhone 3GS 有点相似 , 可以调节白平衡、曝光度、记录 GPS 方位资料等 , 拍照速度很快。摩托罗拉 Milestone 吸引人的还有的手机配件 , 只要把 Milestone 插上去手机就自动变成时钟模式 , 用户可以方便地利用手机下载天气预报。同时当进入音乐以及视频菜单 , 这时 Milestone 摇身一变成为一个小型多媒体终端。来源 : 2010-6-11 信息时报

[返回目录](#)

摩托罗拉下半年将推支持视频聊天功能手机

摩托罗拉 CEO 桑杰·贾(Sanjay Jha)表示 , 将于 2010 年下半年推出 2-4 款支持视频会议的新手机。

桑杰·贾并未披露具体型号，只是指出新手机将配置前置摄像头，允许视频聊天。无疑，摩托罗拉此举是受到宏达电 Evo 4G 和苹果 iPhone 4 启发，这两款手机都支持视频会议。

尽管最近市场上涌现出大量 Android 手机，但摩托罗拉表示其 Droid 手机销售依旧强劲，因组件短缺，Droid 手机面临供不应求的问题。桑杰·贾说：“Droid 手机销售非常好，产品供不应求。” 来源：2010-6-11 科技资讯网

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

IPTV 被正名或迎来大发展机遇

就在大家还在观望三网融合试点争论的拉锯战继续演绎的时候，试点方案在国家的强力推动下闪电通过。据《北京晨报》报道，6月6日上午，国家三网融合协调小组会议闪电通过了试点方案，相关文件近日将正式公布，试点城市选拔赛的发令枪也将由此打响。

据悉，三网融合的最终方案明确广电将负责 IPTV 集成播控平台建设管理，而电信系的主要诉求有过多体现。表面上看，似乎广电是最大的赢家，但事实上，广电虽然获得了进入电信市场的许可，但是面临艰难的整合之路，真正有能力与电信运营商展开竞争尚需时日。

IPTV 被正名

三网融合试点方案前后经过五轮修改，在各种尖锐争论的问题面前，似乎这个方案酝酿的时间还会长时间地拖下去。这个时候，政府决策表现出了果断和智慧。闪电通过显现国家为了推动三网融合这一利国利民大工程的坚定决心，部门利益再怎么突出，也不能阻挡民众享受融合信息生活的进程。国家的决策直接践行了此前高层强调的不偏袒电信广电任何一方的承诺。

据了解，工信部最初提出，电信企业可以利用局域网和互联网向电视机终端用户汇集、传送视听节目和非视听节目内容，并负责面向用户的业务经营和服务，还可将各类视听节目传送到手机终端。但这都招致广电的坚决抵制。广电一直强调，无论是 IPTV 还是手机电视的集成播控权都不能分转任何一部分给电信运营

业。不过，虽然电信业集成播控权未能拿到，但是潜在利好还是对电信业有利。事实上，将要公布的方案实质上为 IPTV 正了名，说到底，集成播控权对运营商

的好处很大程度上只是一个虚的未来价值，而 IPTV 能够有一个获认可的运作模式更重要，是全面发展的前提。

试点方案对广电是福是祸尚难判断

当然，总的来说电信系在即将公布的融合试点方案中获得的优势不大，但是电信系企业总体来看得大于失。虽然广电获准进入电信业务市场，但是其在相当长一个时期内仍很难对原有电信运营商的市场份额形成威胁。

因此，在试点方案通过的当口，广电全国范围的整合速度明显加快。据广电系统内人士透露，广电总局已经要求所有未完成有线电视网络整合的省份，必须在 2010 年内完成整合。这是广电为组建与三大电信运营商并立的全国级运营市场主体做准备。

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。值得一提的是，广电全国范围的整合难度非常大，尤其在广电自身条块分割严重、市场分散的情况下，广电的全国整合面临的阻力非常大。

尽管难度很大，但是广电对于全年内完成全国省网整合还是颇为乐观的。不过，面对已经在电信业积累多年的三大电信运营商，广电即便能够成功在短时间内组建成全国运营主体，但是真正与电信运营商在后者的传统业务上展开竞争可以说是举步维艰。

试点只是三网融合的迈出的小一步

尽管五异其稿，但是三网融合试点方案的出台也还只是中国三网融合迈出的小一步，随后各种问题还会不断产生。从目前来看，即便全国有线电视网络整合完成，也很难形成能与电信运营商抗衡的运营主体，寻求政府的大力扶持将是广电今后的工作核心之一，广电势必将不断示弱，以争取国家政策的大力扶持，寻求以非对称管制保护庇护下进入电信业。

有分析认为，广电的整合有可能牵涉出电信业又一次大规模的结构重组工作，从试点方案出台的过程看，三网融合过程中的利益博弈错综复杂，试点尚且如此，将来全面推进无疑将面临更多挑战。从政府决策来看，也倾向于给予广电更多的扶持，这也使此前高层所说的要主要以市场化手段推进三网融合的论断面临考验。

不过，对于电信业来说，对三网融合的态度一直是开放而淡定。即便是争议最大的 IPTV，对电信企业来说，也是非营利业务，目的只是是为了增加用户粘性，以及看重其未来收益，因此，机关电信业没有获得最想得到的集成播控权，但是试点方案敲定，还是会极大促进 IPTV 市场的增长。

从已经透露的信息看，即将公布的试点方案其实对两部门来说都没有真正的赢家，这也体现了政府决策层的平衡策略。不过随着三网融合的推进，一个庞大

的融合信息产业即将崛起，最终利好所有参与者。也许现在的没有赢家才是最好的起步。来源：2010-6-10 通信信息报

[返回目录](#)

广电披露三网融合未来三年目标

国家广电总局科技司司长王效杰在第十六届上海电视节高峰论坛表示，在 6 月 6 日经过国务院三网融合协调小组通过了三网融合方案，最近几天将颁布。这是广电系首次公开表态三网融合试点方案获得通过。尽管，王效杰并没有透露试点方案细节内容，但是发表了广电未来三年的宏伟计划和现实目标。

广电试点阶段四步走

根据三网融合试点方案，2010 到 2012 年试点阶段，王效杰透露了广电将在试点阶段四步走。

第一，在试点阶段，广电的任务，有线电视网络在原来提供广播电视节目的同时，要能够提供数字电视、高清电视、互动电视，提供这些类型的广播电视的服务。同时，还可以提供互联网的接入业务，通过广电网用户可以直接上互联网，同时可以开展国内的 IP 电话业务，通过广电网可以实现 IP 电话的功能。

第二，组建国家级的有线电视网络公司。通过成立网络公司，带领全国的有限网络进行数字化、双向化的改造，并且在这个基础上，建设下一代的广电网。

第三，建设和管理 IP 电视、手机电视的集成平台。

第四，建设和完善信息安全的手段。

王效杰指出，在三网融合后，广电网能够提供很多种类型的广播电视的业务，按照业务分类，音视频类，娱乐类，应用类，消息类，像应用类。“网上支付，网上购物，网上医疗，物联网在应用类里面，而且在技术上面，我们已经开始做一些实验网的工作了。”

国务院 5 号文件明确三网融合原则

“三网融合是最时髦名词了，今天上午看到了设备展、节目展，走到哪里都说自己的解决方案是三网融合的解决方案，我们设备是三网融合的设备，所以大家对三网融合都有不同的角度会有不同的解释。”王效杰引用了国务院 5 号文件对此发表了解释。

国务院 5 号文件明确了推进三网融合的基本原则，就是有四个方面，一个是要突出重点，试点先行。因为三网融合不管在技术上，还是在管理上，还是在法律法规上，还是在业务形态上，都是一个全新的探索，所以通过试点来探索出一条三网融合发展的之路。

王效杰分析认为，“三网融合的目标，就是推动我们信息产业、文化产业，还有民族工业的发展。”因此，三网融合将会实现统筹规划，资源共享。分业监管，共同发展，不管是广电网传输电信的业务，还是电信网上传输广电的业务，都要按照主管的行业分别履行行业监管的职责，能保证健康有序的保证上网工作的发展。三网融合的主要内务重点在四个方面，一个是推动广电和电信的内容双向兼容。

此前，通信产业网就三网融合试点方案采访了北邮教授宋俊德。宋教授认为，三网融合以国家主导是建设中国特色社会主义市场经济的需要，不过，广电在人力、物力和财力上，国家投入都比较大，希望能够很快投入其中。也有不愿透露身份专家表示，三网融合试点方案由广电主导，仅仅是个过渡性的政策。随着《电信法》的出台，未来市场对政策的影响会起到主导作用。来源：2010-6-9 通信产业网

[返回目录](#)

三网融合助推网络视频行业加速发展

不管三网融合的试点方案是否公布，不论广电系和电信系两大阵营谁更胜一筹，互联网可能抢先绕开诸多壁垒，获享三网融合第一桶金。从年初的政策面首度破冰，到消息人士日前透露，国家三网融合协调小组会议已于6日上午闪电般地通过试点方案，将在近期正式公布相关文件，对业界而言，三网融合将真正迎来破茧而出的历史时刻；从用户人气不断上升的IPTV，到首次颠覆性实现互联网向电视提供线索、输出节目的原创视频《黄加李泡世界杯》，对广大民众而言，三网融合见证了“用互联网看电视”的一个个融合新生儿。

市场研究机构益普索(Ipsos)的一份调查显示，在中国的一、二线城市当中，电脑正在逐渐取代电视成为家庭娱乐最核心的设备，消费者对于“多屏”互联娱乐网络以及多台家用电脑内容共享的需求涌现，网络视频直线升温。

目前，已有八成被访者经常用电脑观看互联网视频。相比之下，将电视作为主要观看方式的受访者仅占17%。调查预计，未来1—2年，网络视频的观看普及率将突破九成，将互联网作为最主要视频内容来源的消费者占比将达46%，进一步挤压传统电视的收视比重。

中国互联网络信息中心4月的调研报告也显示，66.8%的网络视频用户表示观看电视的时间较以往明显减少，56.7%的网络视频用户认同对互联网的依赖要超过电视。中国网民对正版视频资源的付费意愿远比想象中来得积极，无怪乎，

2010 年第 1 季度中国网络视频市场收入同比大幅增长 152.2%，环比小幅增长 2.2%，也为网络视频用户培养起全新的消费、生活行为习惯。

三网融合政策利好和市场需求的三重释放，首先让产业链日益成形并完善。在中国四大门户网站眼下争相跨入的“世界杯时段”中，新浪原创视频《黄加李泡世界杯》打破互联网从电视获取节目的传统，颠覆性地实现向电视提供线索(拍客、互联网 UGC 视频)，向电视输出节目的转变，开创了中国互联网与传统媒体在原创视频节目上的全新合作模式。目前，新浪已与陕西卫视、浙江影视频道、福建体育频道、北京人民广播电台、中央人民广播电台、鼎程传媒、航美传媒、华视传媒等近百家知名媒体合作，与其同步播出《黄加李泡世界杯》节目，有效覆盖人群过亿。

相似的融合其实早有先例。虎年春晚时，北京电视台联合新浪、北京移动举办的“网络互动春节联欢晚会”就首次融合电视、网络、手机三大平台，打破了传统电视春节档的市场格局，广受观众好评。

产业链通力合作引爆的市场商机和酝酿的潜在动力，反过来又提速了政策面的明朗化进程，大大刺激了民众需求和市场预期。原创网剧正是在这样一种契机下为商家和消费者带来双重利好的热饽饽。

2010 年 4 月，由优酷网策划出品的两部原创网剧——《非常爱情狂》、《天生运动狂》，在不足一周时间内均以近千万次点击率雄踞最受关注的视频之列。其中，由贵人鸟投资拍摄的《天生运动狂》让其“我运动、我快乐”的口号深入人心。另一部原创网剧《嘻哈四重奏》投资方之一的康师傅绿茶，在该剧播放过程中销量上扬 10%。网络视频的风靡绝不仅仅是互联网一家得利，消费者一方所需，抑或广告主成功突围，在三网融合产业链上，共赢永远和共通相辅相成、相得益彰。来源：2010-6-10 通信信息报

[返回目录](#)

全时通信计划未来三年营收超 1 亿美元

商务协作通信服务商全时昨日在北京发布未来三年的市场战略目标，计划三年时间实现营收超过 1 亿美元、净利润超过 30%。全时还将首次在除中国大陆之外的香港和新加坡开设办事机构。

据了解，在全球，有越来越多的企业正在通过互联网举办会议、培训、市场活动、远程支持和开展销售，使得全球会议市场的产值将超过 60 亿美元，中国也将成为继美国之后的全球第二大会议市场。

“全时致力于成为亚太地区最领先的会议公司，并在未来三年实现营收超过一亿美元、净利润超过 30%。”全时 CEO 陈学军在阐述公司未来战略目标时表示，“为了保障这一战略目标的顺利实现，首先，全时将首次在除中国大陆之外的香港和新加坡开设办事机构；其次，将针对广大的中小企业市场建立一支更加专业的电话销售团队，通过专业的流程和系统开拓这一市场；为了保障 SaaS 服务平台和 VoIP 网络的融合质量，全时将构建一个覆盖亚太和北美的专用会议网络。”

全时昨日还展示了其最新一代的“统一会议”产品。其研发系统高级副总裁陈永红透露，“全时统一会议”系统将继续扩容，2010 年底，全时电话会议和网络会议(统一会议)可同时支持 1 万方以上的会议需求。来源：2010-6-18 新浪科技

[返回目录](#)

业务逐渐转好 全球电信运营商资本支出降低

金融危机的影响之广、时间之长造成全球电信业支出、收入都在降低。但进入 2010 年后，伴随着 3G 业务和宽带的迅猛发展，全球电信业在第一季度获得了良好开局。而 3G、LTE、光纤宽带还将大幅拉动投资，成为电信业复苏的重要动力。

日前，Infonetics 研究机构发布了最新的调查数据。数据显示，2009 年，全球电信运营商的资本性支出比 2009 年减少了 5.9%，其中，在网络基础设施方面的投资下降达 8%。该机构预测，2010 年，运营商的业务收入会重新进入上升阶段，而资本性支出则会下降至谷底。可以预计，随着金融危机影响的逐步减少，以及 3G 网络优化、LTE 和光纤宽带的推进，电信业的未来值得看好，而要真正复苏尚需一段时间。

金融危机影响还未消除殆尽，电信业尚未复苏

根据 Infonetics 研究机构的数据，2009 年，全球电信运营商的收入为 16500 亿美元，比 2008 年减少了 4.2%。无疑，金融危机导致的经济衰退影响了电信运营商的盈利能力。

面对金融危机，欧美运营商大部分通过裁员这一举措，以降低成本节省开支。2008 年 11 月，英国电信公司裁员 1 万人；12 月，美国 AT&T 公司裁员 1.2 万人；意大利电信裁员 4000 人；2009 年 1 月，美国 SprintNextel 裁员 8000 人；2 月底，英国沃达丰在英国裁员 500 人左右。

运营商的日子不好过，自然会影响到产业链上的设备商、终端商等各个环节。2009年1月，诺基亚宣布在2010年底前将关键设备和服务业务的经营费用削减7亿欧元以上；瑞典爱立信表示裁员5000人。

欧美运营商低迷不振，国内的运营商的日子也很难过。2009年5月，国内三大运营巨头分别公布了2009年5月的运营数据。数据显示，我国新增手机用户数连续两个月减少，而在以往，新增手机用户数都是以超千万的速度增长。这正是金融危机使然。

尽管电信业在金融危机爆发初期表现出了较强的抵抗力，但金融危机的影响之广、时间之长，显然在运营商预计之外，这也是造成电信业支出、收入都降低的关键所在。

3G和宽带迅猛发展，电信业获得良好开局

进入2010年后，在金融危机影响持续减弱的背景下，伴随着3G业务和宽带的迅猛发展，全球电信业在2010年第一季度获得了良好的开局。

从宽带来看，根据最新消费者宽带增值业务报告，2009年，宽带业务总收入从08年底的1130亿美元提高到09年底的1290亿美元，其中，宽带增值业务收入的贡献为37.9%；而宽带增值业务收入则从396亿美元提高到489亿美元。

在3G方面，相关数据显示，2010年一季度全球手机出货量为3.03亿部，同比增长了19%；全年销售量预计将达到13亿部，其中，3G手机的销售量将首次超过2G手机的出货量。目前，包括沃达丰、法国电信、日本和韩国的3G运营商的3G业务已经逐渐转好，正在大步迈上盈利之路。

中国的电信业也呈现出了良好的发展势头。在2010年一季度工业通信业运行新闻发布会上，工业和信息化部通信发展司副司长祝军表示，一季度基础电信业发展开局良好，随着3G和宽带业务全面推广，通信业正加速向信息服务业转型。

新一轮投资周期到来，电信业复苏指日可待

2010年，随着电信业的进一步发展，3G、LTE、光纤宽带都将大幅度的拉动投资，成为电信业复苏的重要动力。

和记黄埔李嘉诚笃定3G的决心一直是全球聚焦的重心之一，其3G下一步如何发展无疑对全球3G产业都具有风向标意义。在日前接受媒体采访时，李嘉诚坦称，2010年生意会好于2009年，这在一定程度上振奋了全球3G盈利的信心。更为重要的是，中国3G牌照发放之后，中国市场将形成万亿级的超级金矿，这对全球3G产业也是巨大的“兴奋剂”。全球3G有望迈上真正的盈利之路。

此外，在应用上，各类 3G 应用正在各行业中低调却迅猛地发展，供应给政企、行业等的设备也将数量激增，而这一部分的增长和竞争才刚露出苗头。

在 4G 网络 LTE 方面，全球移动设备供应商协会 GSA 近日发布的《LTE 演进之路》报告指出，全球已有 48 个国家和地区共 110 家运营商开始对 LTE 进行投资，其中，33 家国家和地区的 80 家运营商已经明确表示将部署 LTE 商用网。

据了解，芬兰电信服务提供商 Elisa 与诺基亚西门子于 2010 年年初在芬兰开始建设基于 LTE 技术的 4G 网络；波兰两大移动运营商 Play 和 PTK Centertel 则表示，双方计划成立一家合资公司，参与即将到来的 LTE 频谱拍卖。此外，LTE 的终端也在不断成熟，LTE 智能手机则有望在 2011 年上半年推出。而中国的三大运营商对 LTE 更是热情高涨。中国电信已经开始筹划网络的升级，以扩大网络容量更好的满足用户需求；中国移动则借助世博将 TD-LTE 推向全球；而中国联通则表示，其已做好相关规划，将逐步演进和升级。

在宽带方面，欧洲行业资讯机构 IDATE 预计，超高速光纤宽带网络市场前景看好，到 2014 年底，具备接入超高速光纤宽带网络条件的家庭将达 3.06 亿。据调研公司 ABI Research 发布的报告，2015 年全球固定宽带用户数量将达到 5.48 亿，光纤用户占 1.34 亿。发展宽带，特别是光纤宽带已是全球趋势。在国内，国家 7 个部委已联合下发了文件，要求电信运营商加速推进光纤宽带建设，根据预测，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。这将进一步刺激运营商、设备商的投资热情。

无疑，2010 年已经成为新一轮的投资周期，或许投资的拉动效应在短时间内无法尽显，但电信业的复苏指日可待。来源：2010-6-14 通信信息报

[返回目录](#)

苹果挡不住 Flash 2012 年 2.5 亿部手机使用

据国外媒体报道，Adobe 日前表示，到 2012 年底，全球将有 2.5 亿部智能手机使用 Flash Player 软件。

尽管苹果一直禁止开发人员使用 Flash 技术，但这并未能影响 Adobe 进军智能手机市场的决心。Adobe 日前表示，2012 年底全球将有 2.5 亿部智能手机使用 Flash 软件。

Adobe 还表示，在 2012 年出货的所有智能手机中，将有 53% 支持 Flash。扬基集团预计，2012 年全球智能手机出货量将达到 3.69 亿部。

分析人士预计，2010 年全球智能手机销量将至少达到 2 亿部，将有 10% 预装 Flash 软件。而 2011 年预计为 2.97 亿部。



在截至 2 月底的第一季度内，Adobe Flash 部门营收 4660 万美元，占公司第一季度营收总额的 6%。来源：2010-6-11 赛迪网

[返回目录](#)

报告称移动应用营收到 2015 年将超过 300 亿美元

市场研究机构 Juniper Research 最新发布的报告称，以付费下载(PPD)、增值服务(VAS,包括免费+收费和订阅)以及广告等各类移动应用收入,预计到 2015 年达到 320 亿美元，2009 年这类收入不到 100 亿美元。

苹果的应用商店已经达到了空前规模，截至 2010 年 4 月下载次数为 40 亿，不过报告也提到厂商和开发者不应忽视其他平台和手机用户。

全球移动通信行业的巨头们纷纷开启应用程序商店计划，包括谷歌的 Android Market、诺基亚的 OVI 商店、摩托罗拉的智件园、三星的 Samsung Apps 以及 RIM 的 App World，都开始模仿 APP Store。甚至还有运营商加入混战，这其中就包括中国移动的 Mobile Market、中国电信的天翼空间等。

但下载量的提升并不等同于行业收入的提高。苹果应用商店的大多数程序下载都是免费的，紧随苹果应用商店之后推出的在线商店，据了解，极小部分的程序(一般在 5-15%)需要付费下载。如此一来，兼顾用户最大化和移动应用程序收入最大化的商业模式成为一个难题。

不过，业内群雄争食的目的在于控制产业链的话语权，从运营商到国际巨头，打造成成熟的应用程序商店成为掌控产业链话语权的核心战略。来源：2010-6-10 比特网

[返回目录](#)

中国 3G 前景广阔 2011 年可实现 4000 万人同时在线

中国工业和信息化部电子信息司副司长丁文武说，预计到 2011 年底，中国将建成 40 万至 50 万座 3G 基站，可实现 4000 万用户同时在线。

丁文武是 10 日在天津出席第八届国际手机产业展览会上作出上述表示的。

丁文武说，2009 年中国生产的手机总量超过全球终端的一半，其中具有国内品牌的移动终端超过 1.8 亿。截至 2010 年 3 月，中国手机用户累计达到 7.787 亿。

2009 年，中国第三代移动通信(3G)正式进入商用“元年”。中国科学院的数据显示，截至 2009 年底，中国手机上网网民已达到 2.33 亿人，占整体网民的

60.8%，其中利用 2G 网上网的手机网民占 2.3 亿，3G 手机网民不足 300 万，发展空间巨大。

工业和信息化部电信研究院高级工程师陈育平说，近年来，中国通信市场总体呈现移动电话用户增长迅速、固定电话用户持续减少、宽带用户稳步增长的特点。

此外，通信电子行业的发展推动了手机产业、电子阅读器终端生产等领域的业务。

第八届国际手机产业展览会于 6 月 8 日至 10 日在天津举办，来自工业和信息化部电子信息司、中国通信学会、中国科学院的相关负责人及百余家企业代表出席了展览会。来源：2010-6-10 新华网

[返回目录](#)

【移动增值服务】

电信缴费可用支付宝

随着电信运营商在线缴费业务的开展，网上交费因为方便快捷、省时省力等优点，日益受到市民的青睐。日前，广东电信正式携手支付宝，包括深圳在内的广东省内电信用户，今后可以在网上营业厅通过支付宝直接为手机、固话、宽带以及小灵通充值缴费。

该业务开通后，广东电信用户可登陆网上营业厅，选择充值缴费业务，输入充值缴费号码后，可以选择支付宝为账户充值，充值资金来自于支付宝原有账户余额，也可以是与支付宝绑定的网上银行或支付宝卡等。目前支付宝已经与国内近 60 家银行达成合作，注册用户数超过 3 亿。接入支付宝后，绝大部分用户，不管其具体持有的是哪家银行的银行卡，都能够很方便地实现在线缴费。

据广东电信相关负责人介绍，广东电信网上营业厅目前开通了手机、固话、宽带、小灵通的充值缴费功能，之后将在手机移动缴费方面发力，比如建设 WAP 营业厅，开通 WAP 手机支付业务等。值得一提的是，用户通过网上营业厅缴费还可以在优惠期获得电信赠送的大礼包、3G 手机、超额话费和网上商城积分等奖品。来源：2010-6-11 深圳商报

[返回目录](#)

交行携联通推手机支付业务

昨天，交通银行宣布，携手中国联通和中国银联在上海推出了以手机 SIM 卡实现银行支付功能的太平洋联通联名 IC 借记卡，这是国内发行的首张 SWP SIM 卡。

交行方面介绍，太平洋联通联名 IC 借记卡是交通银行发行的符合人民银行 PBOC2.0 标准芯片的借记卡，采用最新的 SWP-SIM 手机支付解决方案，将银行芯片卡与手机 SIM 卡合二为一。该卡电子现金限额为 1000 元，可在网点柜面、ATM、多媒体终端机上进行圈存，以及在带银联标志、接受非接触芯片卡的 POS 终端进行消费。中国联通将 SIM 卡上的用户识别号与联通手机号码绑定，并提供优惠套餐等服务。

若持卡人将芯片从卡片上取下，放入联通特制的手机中，可以进行手机通讯，也可在带银联标志的 POS 终端上实现手机非接触支付的支付功能，并可通过手机的功能菜单实现电子现金余额的查询。该产品在使用时，直接“刷”手机即可完成支付，无需输入密码。来源：2010-6-21 新京报

[返回目录](#)

“移站通”引领移动电子商务

随着 3G 网络带来高速率和高宽带，使得手机上网业务体验能得到迅速改善，随之无线互联网应用技术也在不断改进，各种应用解决方案的层出不穷，越来越多的企业开始将目光投向企业 WAP 门户网站建设上来，希望借助 3G 时代的东风为企业谋求更多的发展机会。那么，如何更好的满足广大企业的 WAP 建站需求，提供有竞争力的 WAP 建站解决方案，成为国内各个移动电子商务(电商频道)服务商争夺中小企业信息化市场的全新焦点。

据摩根士丹利发布的《互联网现状》研究报告认为，全球移动互联网用户 5 年内就将超过桌面用户。由此可见，用户对于 3G 所带来的体验提升还是相当看重的。CNNIC 的调查显示，潜在用户购买 3G 手机的原因中，因为“上网速度快”占到了 30.6%。深挖网络优势，为用户提供更丰富的业务类型将有力推动 3G 的发展。不过，与手机网民发展迅猛相对比，无线 WAP 网站上的内容却相对匮乏，绝大部分企业没有 WAP 网站，或者其 WAP 网站处于待开发、休眠的状态。对此，互联网专家表示：“谁能迅速转变，为网民提供有价值的 WAP 网站，谁就有可能迅速抓住手机用户，占领市场。”

对于企业来说，建立一个新的 WAP 网站需要面临空间租用、域名配置、建设发布系统、多套内容维护等一系列问题，资金、人员和技术方面的成本都比较高，这又使得多数企业不愿意投入过多资源。因此，如何使转化服务智能化，并降低成本就显得尤为重要。

针对广大企业对 WAP 建站的迫切需求，中国信息协会信息服务网络委员会推出的移动电子商务一站式服务“移站通”经过全新技术升级，可根据 UA 智能切换来渲染页面，实现了自动识别并转换为当前浏览模式的功能。并为企业移动营销带来全新的解决方案，域名、平台建设、虚拟主机、高效推广一站搞定，多快好省诚邀企业入住移众商圈的旺铺，步入 3G 电子商务时代的第一步。能够随时随地把握 3G 时代发展机遇，在众多商家中抢占市场先机。据悉，“移站通”作为移动电子商务一站式服务，整合了多种资源，以其独特的优势，使企业享受高回报的营销效果。升级后的“移站通”不仅为企业提供国际顶级域名、网络名址和搜索引擎等多种访问方式，使客户浏览查找您的网站更加便捷、得心应手；基于 Linux 服务器，采用国际最流行的 Cpanel 领先技术，性能稳定，实现多线机房快速接入访问；软硬件防火墙双重防御，提供全天候安全保障，让您后顾之忧；基于移众商圈平台建站功能，涵盖信息发布、在线订单、会员管理等模块，栏目随需设置，操作简单，享受 7*24 小时在线客服优质服务，为用户快速定制无线门户网站提供高品质、个性化解决方案；并通过企业无线营销服务推广平台——“移搜通”，将您的网站信息提交给国内权威移动商务门户“移众商圈”及无线服务商，信息直达近 7.8 亿手机用户，帮您的企业节省大量推广费用。

“移站通”以手机为载体的移动电子商务一站式服务，直接向目标受众定向和精确的传递个性化即时信息，从而使基于消费行为挖掘提供精准服务成为可能。不仅帮助企业实现低成本移动信息化，还可以利用产品标识特点，帮助企业从传统的粗放型营销管理，转型为“精耕细作”的精准营销，从而达成资源集优，树立企业品牌的功效。3G 加速移动电子商务时代的精准营销，使移动电子商务模式大大降低营销成本，正好满足了企业的需求，为企业解决移动电子商务营销难题。

在丰富的 3G 业务中，无线互联网应用无疑最为热门。其中 3G 手机上网用户中，20~29 岁用户所占比例最高，为 59.5%；用户的收入水平较高，月收入 5000 元以上的群体占到总体的 14.1%。这些用户无疑就是高端用户的代表，对于 ARPU 的贡献最大。这一部分人将成为当前及未来一段时期 3G 用户的中坚力量。“移站通”的升级之举，让 WAP 建站更智能、更快速、更便捷、更省钱，从而有力推动了企业 WAP 网站的建设发展和普及。据工信部数据统计，我国手机用户已达到 7.8 亿，手机网民一年增加 1.2 亿，09 年年底已达到 2.33 亿。手



机已成为人们生活中不可或缺的一部分，一场全民手机上网、广大企业争相搭建 WAP 网站的新浪潮即将到来。来源：2010-6-9 比特网

[返回目录](#)

联通用户网购 3G 可抽世博门票

昨天，记者从北京联通了解到，在 6 月份通过网上营业厅购买 3G 号卡、终端的用户，即可参与每天 68 张的世博门票抽取活动。

北京联通表示，即日起至 6 月 30 日 24:00 期间，在中国联通网上营业厅通过在线支付方式成功购买沃 3G 号卡(零预存 3G 号卡除外)和沃 3G 终端(含手机、上网卡、上网本)的用户，即可参与抽取世博会门票活动。每天将有 68 张世博会门票在网上营业厅供用户抽取，其中“幸福世博 3 人套票”每天 8 套，“浪漫世博 2 人套票”每天 22 套。

另外，每天抽奖结束后，没有被抽出的套票将自动累计出现在“公共奖池”中，活动期间未中奖的用户将可在 7 月 2 日再次参与“公共奖池”的一次抽奖。来源：2010-6-10 京华时报

[返回目录](#)

中移动 2010 年投 150 亿补贴用户

在竞争激烈的 3G 时代，终端一直是制约移动 TD-SCDMA 技术普及的关键障碍之一。为了加快 TD 终端及产业链的发展，记者日前了解，中国移动除了在全球范围内设立总额达 6.5 亿元的 TD 终端专项研发资金，与国外 9 个手机厂商和 3 个芯片厂商签署合作协议外，还计划 2010 年补贴 150 亿元大力发展 TD 终端。

移动大笔资金补贴 TD 终端

据悉，终端一直是制约中国移动 TD-SCDMA 技术普及的关键障碍之一，目前 TD 终端仍存在着品种少、价格高、质量不过关等问题。日前中国移动在抓紧网络建设和业务营销的同时，大力推进 TD 终端发展。

据了解，目前用户使用的 TD 终端已达 800 多万部，终端款式超过 300 种，涉及手机、座机、阅读本、笔记本电脑、数据卡、网关以及各类行业应用专业终端等各个类别。

同时，产业链的协同发力是 TD 终端市场不断成长的关键。自 3G 牌照发放以来，中国移动及时公布了 TD 的发展规划，全面加速网络建设，2009 年投入

了 650 亿元网络建设资金，投入了 6.5 亿元资金用以带动芯片、终端等产业薄弱环节快速发展。

此外，中兴通讯、多普达、酷派、联想移动、三星、LG 等国内外终端企业对发展 TD 倾注了极大的热情，在 TD 手机的研发与市场普及方面做了大量工作。国际主要厂商诺基亚、摩托罗拉、三星、LG 以及国内主要厂商宇龙、中兴、华为、天宇等都推出了 TD 终端产品，覆盖了高中低各档次。

截至 2010 年 3 月，中国移动入库的 TD 手机达 119 款，其中中国移动深度定制的达到优秀级的 TD 手机有 31 款，达到良好级的有 7 款，达到合格级的产品最多，有 81 款。

四大利刃推动 TD 终端发展

在竞争日益激烈的 3G 时代，TD 终端的不断成熟与完善对 TD 产业的整体进步起到了重要支撑作用。

为此，中国移动着力统一了 TD 制式标准、终端规范、测试标准等；同时实施用户购机补贴，2009 年补贴达到 120 亿元，2010 年预计将达 150 亿元；此外，还在全球范围内设立了总额达 6.5 亿元的 TD 终端专项研发资金，与国外 9 个手机厂商和 3 个芯片厂商签署了合作协议；更是采取了“不换号、不换卡、不登记”等措施，方便用户更换 TD 手机，以此推动 TD 终端的大力发展。

另据业内相关人士分析认为，随着目前热点发展的三网融合的推进、移动手机电视业务 CMMB 的商用，也给 TD 终端带来了更大的发展空间，对拉动 TD 终端市场的发展起到促进作用。来源：2010-6-22 飞象网

[返回目录](#)

香港电讯部门欲推调解方式处理投诉

为长远解决电讯商与消费者的合约纠纷，香港电讯管理局欲全面推行“解决顾客投诉计划”调解机制，初步倾向委任独立机构以调解方式处理投诉。

电讯局亦拟引用牌照条件，强制电讯商参与调解，并须为每调解阶段承担一千二百至八千元经费，而提出申诉客户亦须缴付一百元申请费，以减少无理申诉，料首年会处理约一千宗个案。计划将于未来三个月征询公众和业界。

电讯管理局昨向立法会提交文件指出，电讯管理局为解决电讯商与客户合约纠纷，推行为期十八个月的“解决顾客投诉试验计划”已于 2010 年二月结束，期间处理十八宗个案，六宗在调解阶段解决，十一宗获审裁结案，一宗正等候覆检。在审裁个案中，四宗由营办商胜诉，五宗客户胜诉，另两宗双方均有责任。

不过，有关部门指试验计划只有三家服务供货商自愿参与，对电讯商自我规管的成效不乐观，故倾向引用牌照条件，强制电讯商参与长远的“解决顾客投诉计划”调解计划，考虑方案包括以非正式调解加仲裁方式，或纯粹先调解，一旦调解失败，顾客可能要透过小额钱债审裁处跟进。

电讯局建议，日后调解计划经费主要由业界承担，每个调解阶段费用由一千二百至八千元不等，收费差异视乎个案是否需要仲裁及复核；提出申诉客户亦须在每阶段缴付一百元经费，以减少计划被滥用。如有需要，电讯局将考虑提供一次过拨款资助，藉以启动计划。

该局参考英国经验，指计划宜完全独立运作；又建议为每年须处理个案设立限额，首年每月处理限额为八十五宗，亦即首年共须处理一千零二十宗个案。电讯局经咨询三个月后，会邀请调解机构，就计划提交正式建议。

此外，电讯管理局有关检讨本地接驳费的咨询已完成，但对外电讯商、流动网络商及固网商仍意见分歧。对外电讯商认为应立即废除，流动网络商认为自己应与固网商获同等接驳费补偿；固网商则分成两派，部分认为应维持原状，亦有部分兼营对外电讯业务者指应完全撤销。该局对意见持开放态度，会于有需要时展开第二轮咨询。来源：2010-6-9 中国新闻网

[返回目录](#)

北京电信开推世界杯 3G 数据礼包：赠 1G 手机流量

针对世界杯期间 3G 手机用户观看和了解世界杯赛况信息，中国电信北京公司(以下简称北京电信)宣布推出翼趣礼包，12 月 1 日前每个月 6 元，另赠送每月 1G 手机上网流量。

世界杯 3G 数据礼包促销降价

据悉，这是运营商首批专门针对世界杯推出的数据业务礼包，中国电信在各地都陆续开推此类世界杯数据业务礼包，但各省具体情况有些差别，在北京则名为“翼趣”礼包。

北京电信介绍说，“翼趣”礼包是一款为天翼手机用户(不含无线宽带、天翼商话等用户)，特别是 3G 手机用户推出的数据业务组合包。内含手机视讯、手机音乐以及包含世界杯精彩资讯在内的新闻快讯，主要是为了满足手机用户随时随地观看世界杯视频及了解海量比赛资讯的需求。

该“翼趣”礼包包含四部分内容：天翼视讯全能看，视频手机报，翼趣铃音盒和天翼快讯。

其中，“天翼视讯全能看”是中国电信的手机视频业务。世界杯期间，用户可通过该业务观看非常丰富的电视直播、球场赛况、赛程信息、精彩射门、球场花絮等视频内容；

视频手机报和天翼快讯则通过彩信和短信向用户发送世界杯精彩资讯(包括图片、视频、文字内容)以及新华社采编的国内国际新闻快讯，让用户及时了解世界杯赛况。

翼趣铃音盒是预置了中国电信国内首发的世界杯主题曲《WAKA WAKA》，用户可通过铃音盒进行下载。

12月31日前每月赠送1G手机流量

北京电信表示，“翼趣”礼包信息费标价10元/月，即日起至12月31日期间该礼包执行6元/月的促销价；订购翼趣礼包十分方便，天翼手机用户只要发送短信“KT”到10659292000便可开通，开通当月即可使用。

为鼓励天翼用户在世界杯期间通过手机了解世界杯信息，北京电信还宣布，6月11日至7月31日，手机用户定购“翼趣”礼包，还可在此期间额外获赠每月1G手机上网流量。来源：2010-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

【网络增值服务】

虚拟试衣间：电信服务创新

日前，有消息称英国电信(以下简称BT)与时尚品牌Tommy Hilfiger签订了一份5年期的电信托管服务合同。合同内容是BT为Tommy Hilfiger提供一个视频会议解决方案，该方案包括了一项创新型的电信服务内容——虚拟试衣间。BT所采用的解决方案正是思科收购TANDBERG后联合开发的解决方案。

该虚拟试衣间的作用就是使Tommy Hilfiger的全球设计师和制造厂之间进行“身临其境”的交流和合作。该项解决方案将连接位于阿姆斯特丹、纽约、香港和东京的办事处，预计未来还会有更多的办事处加入。

听上去“虚拟试衣间”只是视频会议的一个延伸，而且所占用的巨大贷款可能还需要Tommy Hilfiger为该合同付出高昂的费用。但是此次BT与思科联手推出这项服务正是抓住了行业特征，对以往的视频会议技术进行升级，发展成为一种创新型的电信服务。

而作为使用方Tommy Hilfiger，对该项服务却是相当欢迎，“BT在视频会议领域的丰富知识和经验让我们印象深刻。这次，BT-思科提供的独特、创新的解决方案，让我们毫不犹豫地做了决定。”Tommy Hilfiger集团首席执行官Fred

Gehring 说，“该解决方案将给我们带来一种身临其境的虚拟会议体验，并且可以节省时间和金钱。分散在各地的团队将能像在同一个房间里一样，进行互动和合作，从而提高我们的灵活应变能力和竞争力。我们期待我们全球子公司之间进行更好、更经常的沟通交流。”

思科一直以来都希望推出其高网真产品，但是由于成本过高，大多数企业都宁愿采用其他设备厂商的产品，毕竟普通的电话会议系统就能够解决日常工作沟通的问题。相信，思科也为此下了很大功夫。而此次与 BT 的合作让思科为他们的高网真产品找到了合适的用户。“Tommy Hilfiger 一直是一家引领潮流的公司，现在他们的创新虚拟设计与协作方法进一步证明了这一点，”思科网真技术集团高级副总裁 Fredrik Halvorsen 说，“与许多领先的企业一样，Tommy Hilfiger 认识到高质量的网真可以加快他们的流程和提高流程的效率，从而带来明显的竞争优势。”

而对于运营商而言，为不同行业的企业用户提供丰富多样的创新型电信服务，应该也是其未来所需要考虑的。对于国内的运营商而言，随着 3G 牌照的发放，除了面向大众消费者需要，提出创新型的应用；针对企业而言，也应多思考如何提供创新型的电信服务。

或许不一定是高网真的产品，或许不一定是虚拟试衣间，这一次 BT 与思科的合作只是为更多的运营商开了一个创新型电信服务的头。来源：2010-6-14《商业价值》杂志

[返回目录](#)

中移动将投 700 亿用于村村通

在昨天举办的“2010 年中国移动信息化服务三农推进大会”上，中国移动公布了其农村工作的规划，表示将投 700 亿用于村村通工程之中。

中国移动副总裁沙跃家介绍，中国移动计划用于村村通工程的投入为 700 亿元，截至 2009 年底，中国移动已投入了 253 亿元，为超过 7.7 万个偏远的村庄解决了通话问题。目前，中国移动大市场新增客户 47% 以上来自农村。沙跃家还透露，中移动正在推进物联网技术在精准农业建设等方面的应用，也就是通过操作终端及传感器采集各类农业数据。来源：2010-6-19 京华时报

[返回目录](#)

电力光纤到户试点工程全面启动

国家电网首批三网合一住宅试点小区，在沈阳开工建设。小区总建筑面积 6 万平方米，首批 81 套住宅全部接入电力光纤入户系统。国家电网公司 13 日在辽宁省沈阳市召开电力光纤到户试点工作座谈会，标志着电力光纤到户试点工程建设全面启动。

电力光纤到户是指，在低压通信接入网中采用光纤复合低压电缆(OPLC)，将光纤随低压电力线敷设，实现到表到户，配合无源光网络技术，承载用电信息采集、智能用电双向交互、三网融合等业务。

20 城市试点工程建设 覆盖 4.7 万用电客户

公司副总经理、党组成员郑宝森与沈阳市市长陈海波共同为该市电力光纤到户试点工程——八王寺圣水源小区揭牌。

郑宝森对电力光纤到户试点工程已取得的成绩给予充分肯定。他说，智能电网建设是公司贯彻落实科学发展观的具体实践，是深入推进“两个转变”的重要内容，各相关单位要统一思想，把握原则，创新工作方式，促进电力光纤到户试点工程有序开展，服务于智能电网建设和国家“三网融合”战略。

电力光纤到户试点工程是公司坚强智能电网第二批试点项目，计划在 14 个网省公司的 20 个城市进行试点工程建设，共覆盖约 4.7 万户用电客户。公司智能电网部会同各试点网省公司及技术支持单位，组织精干力量，周密安排，有效推进工程建设。目前，试点工程进展顺利，已开展 14 项企业标准、规范、报告的编制工作，完成 10 个网省公司的试点小区选定工作。

国电进军三网融合 国资委官员谏言“四网融合”

辽宁省电力有限公司沈阳供电公司总经理牟景旭表示，电力光纤入户是将光纤随低压电力线敷设入户，是国家电网公司为落实三网融合政策而采取的一项具体措施。

国家电网提供的资料显示，电力光纤到户解决了信息高速公路的末端接入问题，可满足智能电网用电环节信息化、自动化、互动化的需求。在提供电能的同时，可实现电信网、广播网、互联网的同网信号传输，为用户提供更加便利和现代化的生活方式。电力光纤到户能够实现网络基础设施的共建共享，大幅降低“三网融合”实施成本，提高网络的综合运营效率，在节能环保方面优势明显。

电力光纤入户可以推进网络统筹规划和共建共享，降低三网融合的实施成本。不仅节省水、电、煤气抄表工大量劳作成本，避免不必要的重复建设，还能使建筑业和居民生活综合能耗进一步降低，实现电、水、煤气等计量表信息的远程采集和家居智能用电分析与控制，为用户提供更加节能现代化的生活服务。配



合太阳能、风能等清洁能源应用，试点小区居民的平均生活能耗，可降低 20% 以上。

2010 年 5 月 12 日，在 C114 参加的一个业内会议上，国务院国资委研究局副局长楚序平表示，目前三网融合存在一个缺陷，就是没有考虑智能电网，应该统筹推进智能电网、电信网、广播电视网、互联网的发展，实现四网融合。来源：2010-6-18 中国通信网

[返回目录](#)

中国移动手机信号首次覆盖南沙海域

日前，中国移动海南公司在南沙永暑礁成功安装第一个手机服务基站，经过调试后，我国南沙群岛海域首次有了中国移动的手机信号。

南沙岛礁远离祖国大陆，信息相对闭塞，礁上使用的卫星电话费用较高，官兵打电话成了难题。据悉，南沙其他各礁的移动基站安装调试工作正在紧张进行之中，南沙各礁将相继开通手机服务，守礁官兵将陆续搭上信息快车。来源：2010-6-10 都市快报

[返回目录](#)

联通交行推可实现银行支付功能 SIM 卡

在浦发银行(600000.SH，下称“浦发”)和中国移动手机支付业务合作模式尚未明朗之际，交通银行(601328.SH，03328.HK，下称“交行”)日前正式进入手机支付市场。

交行试水手机支付业务

此次，交行宣布携手中国联通和中国银联，在上海推出以手机 SIM 卡实现银行支付功能的太平洋联通联名 IC 借记卡，这也是国内发行的首张 SWP SIM 卡。

交行总行个人金融业务部总经理王卫东表示，这标志着该行的金融支付创新进入新阶段，即以 IC 卡的多功能应用推动银行卡由磁条卡向 IC 卡迁移。

据了解，该联名 IC 借记卡是交行发行的符合人民银行 PBOC2.0 标准的芯片借记卡，将银行芯片卡与手机 SIM 卡合二为一。持卡人将芯片从卡片上取下，放入联通特制的手机中，可以进行手机通讯，也可在带银联标识的 POS 终端上实现手机非接消费的支付功能。

王卫东还指出，交行下一步还将与中国联通、中国银联紧密合作，不断增加电子现金空中圈存、预约圈存等功能，并计划尽快向全国部分地区推广此项手机支付产品。

移动支付提升银行中间业务收入

此前，中移动宣布 400 亿元入股浦发，持有其 20% 股份，即被市场人士视为借力浦发开拓手机银行和手机支付相关业务。但据知情人士透露，中移动已暂停 2009 年主推的手机支付业务方式 RF-SIM，其替代方案为银联主导的 13.56MHz 的 NFC 手机支付方式。

国信证券银行业分析师邱志承在此前一份报告中指出，这意味着中移动在未来手机支付产业中的控制力和地位都会有所下降，主导权会回到银联手中。如果中国移动不能成为主导手机支付的企业，那么浦发与中移动在该领域的业务合作前景和空间会有所暗淡，对于业绩作出重大贡献的时间也会有所推迟。

根据中国银联官方网站信息，银联 2009 年试点推广新一代手机支付业务，即以手机中的金融智能卡为支付账户载体，以手机为支付信息处理终端的支付方式，目前试点区域已扩展至上海、山东、宁波、湖南、四川、深圳、云南等七省市。

邱志承还在报告中称，IT 技术的发展给金融业带来革命性影响。在他看来，鉴于手机银行和手机支付的快捷和方便，个人移动支付业务的开展会促使银行吸收更多储蓄存款，同时还将带来对手续费收入的贡献，即对部分中间业务带来影响。

一位中资银行个金部相关负责人则对《第一财经日报》坦言，目前手机支付的方式不少，但未来主流方式“还很难说”，手机支付是一种全新个金业务，收益和效益目前“还不好说”，客户使用量还不算大，关键还是先结合银行业务和电信运营商推出产品。来源：2010-6-21 第一财经日报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

手持电视开通“睛彩世界杯”

昨天，记者从中广传播公司了解到，手持电视“睛彩世界杯”频道已在全国开始试播。

“精彩世界杯”频道是 CMMB 手持电视在世界杯期间推出的专业体育频道，其中既有现场直播、赛事重播、赛事集锦等比赛转播，也有一系列专题节目。“精彩世界杯”频道最大的卖点在于其首次推出的手持电视互动模式。目前，在北京、长沙、哈尔滨这 3 个试点城市，用户使用带有互动功能的手机电视收看世界杯直播时，可以随时随地参与比分竞猜、音视频下载、票选最佳射手等互动活动。来源：2010-6-17 京华时报

[返回目录](#)

视频网站如何在混战中生存

从 2006 年开始，视频网站迅速走红。到现在为止，已经有十几家包括优酷网、酷 6 网、土豆网等在内的视频网站，最近全球第二大视频网站 Hulu 总裁也表示将在中国市场推出相关服务，网络视频行业的场面极为热闹。但是，由于网站运营成本高、盈利模式单一等原因，使得大部分视频网站面临运营困境。据行业人士透露，目前仅有暴风影音等少数几家达到收支平衡。面对巨大的成本压力、激烈的行业竞争以及可观的市场规模之间的博弈，视频网站到底怎么走，才能摆脱成本困境，实现持续生存？

获得优质内容是关键

从市场调研中发现，内容是用户在选择视频网站的核心关注点，用户虽然对某些主流视频网站具有一定偏好和黏性，但仍会多渠道观看和根据内容比较、选择其他网站，内容的丰富性、质量、更新速度最受用户关注。另外，电影、电视剧、综艺节目等长视频内容最受用户青睐，可见长视频内容最能获得用户的关注。

目前来看，各大视频网站内容同质化严重，用户对视频网站的黏性并不大。各大视频网站通过自行创作降低版权成本、专注细分内容领域、购买正版内容源等方式，纷纷寻求内容源的突破，例如优酷、土豆和激动网等开始自制网剧，激动网偏好视频新闻，百度奇艺则专注于正版长视频。

当然只有强大的资金作为后盾，才能获取更多的优质内容，例如本届南非世界杯中，酷 6 网便成为除 CNTV 外唯一一家获得了直播权的视频网站，相比其他获得世界杯新媒体点播权的网站受到了更多用户及广告商的关注。

细分市场创新商业模式

视频网站主要通过“免费内容+广告收费”的方式进行运作，但是由于视频内容杂乱、监控难度大、内容质量低、版权内容少等因素，影响了广告主在视频网站上投放广告的兴趣。现在大量视频网站开始效仿“正版+免费(收费)+广告”的 Hulu 模式。尽管 Hulu 在美国的市场份额仅有 3.2%，远远低于 YouTube，但



其广告收入却是 YouTube 的两倍，其主要原因是 Hulu 与许多著名电视台以及电影公司合作，通过授权点播模式向用户提供正版视频内容，从而拥有与传统电视台一样庞大的观众群以及较高受众率，获得了广告主的青睐。

Hulu 模式的成功有它自身的环境因素在起作用，国内视频网站仅靠照抄照搬很难实现突破，需要结合国内的行业状况在商业模式上有所创新，建议可以从以下几点去考虑：

根据内容特点量身投放广告。在尊重用户观看体验的前提下，根据具体细分内容投放关联的广告内容，以此增加广告的受众率和到达率，同时充分利用互联网平台的开放性和互动性，结合电子商务(电商频道)，作为商家的营销渠道以及产品购买入口。

细分用户群，尝试前向收费。如果内容独特、画面高清、播放流畅，且比盗版片源收费便宜，用户是愿意付费的。视频网站可以选择一小部分高品质视频资源尝试前向收费方式，例如采用点播、包频道、包月等灵活的收费方式，而对不愿意付费的用户则提供广告观看。

提供愉悦的视频服务。更多关注用户的需求，确保为用户提供比盗版内容更优秀的价值，让用户更愿意观看正版内容，像苹果的产品一样，为用户带来愉悦的体验和服务。

在新领域中寻发展

利用丰富的资源优势 and 互动优势，寻找新的合作伙伴，提升内容和服务的竞争力。例如，2009 年酷 6、优酷、土豆、56 等四家视频网站分别与淘宝网合作，在淘宝网平台上嵌入视频服务，为付费卖家提供商品介绍的视频短片以更方便地向买家销售。

除了网络购物外，也可以在三网融合中寻求商机。在宽带提速的大环境下，运营商无疑将会把视频业务作为重量级业务，而融合视频业务将是最大的亮点，实现 PC 屏和电视屏的互动是大势所趋。试想一下，用户可以将 PC 上发现的热播视频，方便地同步到家中的高清家庭影院中，一家人围坐在客厅共同观赏，这将是非常愉悦的体验。运营商拥有向用户收费的能力和优势，再者用户在使用 IPTV 过程中也已经习惯了向运营商付费，在此背景下，网络视频完全可以跟运营商合作，丰富运营商的内容资源库，从收入上获得分成。来源：2010-6-9 人民邮电报

[返回目录](#)

视频将超越 P2P 下载成流量之王

日前苹果公司发布备受全球关注的第四代 iPhone 时有一个不被人重视的小插曲：当 CEO 乔布斯在为现场观众演示 iPhone4 新的视频通话功能时，由于网络拥塞引起该项业务演示无法进行，以至于乔布斯不得不要求观众暂时关闭手机。这也从一个侧面反映出视频流的迅猛增长对于通信网络带来的巨大挑战。

思科公司最近发布的报告称，到 2010 年年底，全球视频流量将首次超越 P2P 流量，成为当之无愧的“流量之王”。思科预测，从 2009 年到 2014 年间，文件分享流量年增长率将约为 22%，而消费视频服务增长率将达到 33.1%。

这种局面的形成主要有三大因素。一是互联网视频快速普及。二是有线电视网上的内容向互联网转移。三是普通视频向高清视频转移导致数据量巨大。此外，还有另一个变数是 3D。消费者以多快的速度走向 3D 电视，这是一个很大的变数。因为 3D 比高清视频的数据量还大。假设全部的视频转成 3D，那么整个数据量会再增加 3 倍。

随着网上视频流量的剧增，其对于通信网络带宽的吞噬已经变得十分“凶猛”。在北京、上海等大城市，网络已经变得相当拥堵。不少网民甚至反映，上网速度有时慢得像“蜗牛”。这使得固网无论是核心传送网还是承载网、接入网，带宽的升级变得相当紧迫。40GDWDM 大规模建设还没有完成，100G 系统的商用却急需提上日程。在接入网侧，10GPON 系统远超专家预期，商用部署呼之欲出。

而相对于固定网络，移动通信网络的带宽资源更加有限，用户发展到一定规模即出现网络拥堵现象，用户体验也会下降。AT&T、新西兰电信等海外运营商一度因 3G 上网用户发展过快，网络陷于瘫痪。而中国电信、中国移动两家运营商在 3G 发展初期，曾采用了不限流量的收费策略，结果令网络不堪重负，用户体验呈现急转直下的局面。为此，北京电信不久前不得不开始采用按时长、流量双重计费的方式，对用户发展踩下了刹车。

根据美国最近的统计数字，用户在电脑上浏览互联网视频的时间和在手机上使用视频时间非常相近，未来电视和手机开始通过互联网在网络上观看视频，这将变成一个日益明显的趋势。按照工信部的规划，到 2011 年年底，我国的 3G 网络将建设 40 万~50 万个基站，届时可以支持 4000 万人以 200k 的速度同时上网。但对于手机电视、视频通话等视频业务发展需求来说，网络带宽依然不够用。有专家指出，移动视频业务每用户需要的带宽至少在 2M 以上，是 2011 年基站建设投产后所提供带宽的 10 倍以上。

我国有 4 亿网民，但有 7 亿多手机用户，手机的覆盖面远大于互联网。手机视频业务一旦大规模流行，将给现有通信网带来巨大的流量压力，同时，也将给未来网络建设规划带来新的问题和挑战。来源：2010-6-17 人民邮电报

[返回目录](#)

【电信网络】

中国移动密测 802.11n

据知情人士透露，中国移动有望采用 802.11n 进行组网，用以提升数据业务密集区域的 TD+WLAN 速率。

4 月，中国移动启动了 2010 年 WLAN 设备集中采购招标，中国移动除了要求胖瘦两种架构产品均要求支持 802.11 a/b/g 外，还提出设备商要明确说明报名产品对 802.11n 的支持情况。

据上述消息人士称，中国移动曾于 2009 年进行 802.11n 内部测试，对吞吐量、容量、覆盖范围、兼容性和包含 VoIP 业务漫游等进行了测试。

在传输速率方面，802.11n 可以由 802.11a/g 最高支持的 54Mbit/s 提升至 600Mbit/s。

目前，业界对于 802.11n 组网考虑主要采取两种模式，第一种模式是组建一个仅支持 802.11n 终端接入的网络，充分发挥 11n 的速率优势，实现密集部署高度接入。而第二种是为了向下兼容，采用双频设备组网，同时支持 2.4GHz 和 5GHz 频带，在 2.4GHz 频带开启 20MHz 信道，在 5GHz 频带开启 40MHz 信道，这种模式有利于用户的迁移，但实际性能上会有所影响。来源：2010-6-17 通信世界网

[返回目录](#)

4G 技术 LTE 获多国运营商认同

我国拥有自主知识产权的 4G 网络长期演进(TD - LTE)正受到多方关注。目前英国沃达丰、法国电信、德国电信、韩国 SK 电讯以及美国 Verizon 和 AT&T 等多家运营商承诺支持该技术。国际电信联盟副秘书长赵厚麟表示，TD - LTE 入选全球 4G 标准技术的胜算为 70%。

中国移动选择发力推广 4G 技术是出于自身战略的考虑。工业和信息化部 2009 年发放三张 3G 牌照，中国移动获得 TD - SCDMA 牌照，技术成熟度和产业化程度均难与 WCDMA 和 CDMA2000 相比，承压较大。

“中国移动在推广 4G 上是最积极的，相比其他运营商，它在 3G 技术上有先天劣势，如果未来业务平滑过渡到 4G 则可加以弥补。”电信咨询机构 BDA 驻中国分析师庄蔚然表示。“原本中国移动不可能直接跳过 3G 直接做 4G，否则无法将 3G 上的巨额投资收回，但现在新招标设备都能在原有基础上平滑升级，这使得布局 4G 与继续投资 3G 不再冲突。”

日前，中国移动董事长王建宙在上海宣布，中国移动将在下半年开始进行大规模 TD - LTE 组网试验甚至海外测试。

据了解，中国移动在上海世博园区搭建的 TD - LTE 网络是全球最大的演示网，中国移动已经选定几个城市建试验网，具体城市名单接下来会公布。在未来 6 - 12 个月，TD - LTE 将在技术上达到商用水平。

虽然中国移动展示的 TD - LTE 测试网速率是 3G 的 10 - 20 倍，然而终端设备和应用程序的缺位却成为制约 4G 商用的最大因素。投行人士表示，4G 技术尚没有真正成熟，大规模推出还有待时日。“回头看看，当年中国移动的 3G 实验网也做了好几年才推出。”分析人士称，在很长一段时间内，真正的 4G 用户都不会很多。“即便年底商业化，首先试用的也只会是一些新潮人群，所占比例非常小。”来源：2010-6-21 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

调查显示多数运营商将在 LTE 前部署 HSPA+

市场调查研究公司 Infonetics Research 最近的一项调查显示，在所有的受访服务供应商中，有 82% 计划跟进从 W-CDMA 发展到 LTE 的部署方案，其中又有 53% 的公司计划在部署 LTE 之前先部署 HSPA+ 网络。另外，有一半的受访服务商相信，4G 网络的下行速度将介于 25Mbps 和 50Mbps 之间，同时还有 42% 认为 4G 网络下行速度将达到 50Mbps 以上。这一调查结果也说明了众多服务商在 4G 建设方面都表现得越来越雄心勃勃。

据国外媒体报道，Infonetics Research 公司 WiMAX、微波和移动设备业务主管分析师理查德·韦伯(Richard Webb)表示，更高的频段利用率是帮助服务供应商升级到 4G 的最大技术推动力。

此外，Infonetics Research 移动和固定移动融合(FMC)基础架构首席分析师史蒂法纳·泰拉尔(Stéphane Téral)也指出，在这次调查中，公司访问了全球各地区的一些预计涉及 4G 网络商用业务的服务商。有三分之二表示，基于 IMT-Advanced 4G 技术标准的设备和工具生态系统将可能在 2012 年至 2014 年间建成。



Infonetics Research 还发现 ,服务供应商似乎已经整理出了它们的语音迁移战略 , 有超过一般的服务商计划在 4G 网络商用一年后提供语音服务。来源 :
2010-6-10 赛迪网

[返回目录](#)

消息称中国电信正探索 C 网提速至 14.4Mbps

知情人士透露 , 在大力试点 CDMA 3G 网络升级到下行 9.3Mbps 的同时 , 中国电信正探索升级到下行 14.4Mbps 的可能性。

目前中国电信使用的 CDMA 3G 版本为 E-DO Rev. A , 数据传输速率为下行 3.1Mbps、上行 1.8Mbps。EVDO Rev.B 作为 EV-DO Rev.A 的后续演进版本

据悉 , 此次世博会期间 , 中国电信部署了 3 个宏基站 , 有 FDD-LTE 的演示。中国电信上海公司一位人士透露 , 目前在上海已有 34 个基站正升级到 Rev.B , 积极进行试商用。其中 , 上海贝尔为中国电信在上海的三个地区部署了 Rev.B 试验网。

受限于无线频谱资源 , 此次世博会期间中国电信试商用的 Rev.B 网络将两个载波进行捆绑 , 实现了下行 6.2Mbps、上行 3.6Mbps 的传输速率。其中 , 无线高速上网卡由中兴通讯制造 , 采用了高通的芯片解决方案。

中国电信上海公司一位人士还透露 , 正在积极探索 CDMA 3G 网络再次升级后的特征 , 希望通过实现 3 载频捆绑 , 达到下行 14.4Mbps 的速率。来源 :
2010-6-10 新浪科技

[返回目录](#)

全球首个 WiMAX 飞蜂窝标准发布 将认证兼容产品

WiMAX 论坛(WiMAX Forum)和 Femto 论坛(Femto Forum)联合宣布发布 WiMAX 飞蜂窝标准(WiMAX femtocell standar) , 这也是全球首个 WiMAX 飞蜂窝标准。

据悉 , 该标准的影响范围极广 , 将影响 WiMAX 飞蜂窝基站的所有组成元件 , 包括移动基站、WiMAX 飞蜂窝接入点、安全网关、飞蜂窝网关、SON 服务器、服务器、WiMAX 飞蜂窝接入点管理服务器和其他核心服务网络(CSN)功能。

该标准指出 , 将允许 WiMAX 网络支持多个通过标准化的商用 IPsec 基础的安全网关接入点。技术规范现阶段还包括简单的自组织网络(SON)性能 , 允许自

动配置多个飞蜂窝。未来版本将进一步加强 SON 功能以标准化飞蜂窝和大型 WiMAX 基站之间的自动干扰管理。

标准还包括支持三种应用模式下的不同部署情景,如住宅、企业和户外环节。“开放模式”允许飞蜂窝作为正常的 WiMAX 基站运营,为每个人提供服务;“封闭用户组(CSG)的封闭”允许有限数量的预分配用户使用飞蜂窝;“封闭用户组(CSG)的开放”扩展前一模式,允许用户自己添加用户。

双方还将允许厂商开始开发标准化的基于 IEEE 802.16e 无线接口和配置的飞蜂窝及其相关网络设备, WiMAX 论坛将在 2011 年初开始认证兼容产品。

关于 Wimax :

WiMax(Worldwide Interoperability for Microwave Access), 即全球微波互联接入。WiMAX 的另一个名字是 802.16。WiMAX 是一项新兴的宽带无线接入技术,能提供面向互联网的高速连接,数据传输距离最远可达 50km。WiMAX 还具有 QoS 保障、传输速率高、业务丰富多样等优点。WiMAX 的技术起点较高,采用了代表未来通信技术发展方向的 OFDM/OFDMA、AAS、MIMO 等先进技术,随着技术标准的发展, WiMAX 逐步实现宽带业务的移动化,而 3G 则实现移动业务的宽带化,两种网络的融合程度会越来越高。

WiMAX 标准支持移动,便携式和固定服务选项。这使无线供应商提供宽带互联网访问区域相对不发达通过电话和电缆公司。用于固定 WiMAX 部署中,服务提供商提供客户端设备(CPE),作为指向无线“modem”以提供的界面为 WiMAX 网络为特定位置,如家庭、网吧,或办公室。WiMAX 也以及适合新兴市场作为的经济方法提供高速度互联网。

关于 IEEE 802.16e :

2002 年 4 月, IEEE 802.16 标准由 IEEE 发布,支持 10~66GHz 频段范围内的视距传输,为宽带无线接入的实现提供了基础。运行于 2~11GHz 频谱之上的 802.16a 规范是 IEEE 802.16 规范的扩展,它支持低频段的非视距传输,使得无线城域网作为有线网络“最后一公里”连接公网的替代手段得以实现。然而, IEEE 802.16 及 802.16a 仅能支持固定及便携式移动终端的通信,无法发挥无线接入的内在优势、满足用户对业务移动性的需求。为此,IEEE 802 工作组在 IEEE 802.16/802.16a 的基础上提出了 802.16e 协议。

IEEE 802.16e 是 802.16/802.16a 的增补方案,它在 2~6GHz 的特许频段内支持低速的移动终端,填补了高速率的无线局域网和高移动性的蜂窝通信系统之间的空白,为企业和用户提供了对固定和移动业务的双重支持。来源:

2010-6-18 比特网

[返回目录](#)

【终端】

联通首款国际品牌 3G 双待机问世

日前，中国联通向三星定制的顶级商务手机“大器” B7732 正式问世，此款双网双待 3G 手机，售价 5988 元。“大器”手机是专门为商务人士量身打造，是国内首款国际品牌的 W+G 双网双待手机，支持 3G 网络(HSDPA7.2M)和 GSM 网络，并且可实现 WCDMA 和 GSM 双网同时待机。

该款手机支持 3G 网络(HSDPA7.2M)和 GSM 网络，并实现 WCDMA+GSM 双网同时待机；另外，该手机全面支持中国联通视频通话，手机上网、手机电视、116114、手机邮箱、手机报、乐媒等 3G 业务。该手机为双网双待手机，用户在保留原号码通信的基础上，增加一张联通 186 号卡就可以体验联通 3G 服务。

“大器”上市后，用户可在中国联通各地主要营业厅、全国连锁家电卖场及各手机卖场购买，也可通过联通网上营业厅和联通华盛网上商城等网上销售点购买。来源：2010-6-18 四川在线-华西都市报

[返回目录](#)

海事卫星发布 IsatPhone Pro 卫星手机

移动卫星通信运营商海事卫星(Inmarsat)今天发布了一款全新的环球卫星手机 IsatPhone Pro。这款手机零售价仅为 500 美元，将彻底改变卫星手机这个特殊市场的游戏规则。

IsatPhone Pro 独特的设计使该手机可侧放，带有操控灵活的天线、允许蓝牙免提使用。IsatPhone Pro 拥有直观的 GSM 风格界面，高分辨率的彩色屏幕，以及即便是带着手套也极易拨打的较大键盘。

IsatPhone Pro 是为在艰苦环境使用而量身定制的。坚硬、防水、防尘、超长的电池寿命，从购买第一天即可享受环球服务。测试证明 IsatPhone Pro 拥有市场上最长的电池寿命，并且是最强健的卫星手机。IsatPhone Pro 提供高达 8 小时的通话时间和高达 100 小时的待机时间，符合 IP54 准许进入的防护等级标准，而且能在零下 20 摄氏度到零上 55 摄氏度之间的极端温度下进行使用，是目前卫星手机中工作温度范围最宽的。

IsatPhone Pro 的目标用户是来自政府、媒体、救援、石油天然气、采矿和建筑行业的专业用户。IsatPhone Pro 提供高质量的卫星电话、文字信息和邮件服务。同时，用户可通过短信收发位置信息。



IsatPhone Pro 的分销商合作伙伴包括 AST、中国电信、Evosat、韩国电信、北京船舶通信导航公司(MCN)、MVS、Network Innovations、NSSL、RRSat、Satcom Global、新加坡电信(Singtel)、Stratos 和 Vizada。

海事卫星(Inmarsat)主席兼首席执行官 Andrew Sukawaty 先生表示：“发布促销期间售价仅为 500-600 美元的 IsatPhone Pro 手机将成为‘行业游戏规则的改变者’。这款手机奠定了我们为偏远地区市场提供兼备价格和性能优势的领导地位。通过这款环球手机的发布，我们正式进入了卫星手机市场。目标客户是海事卫星(Inmarsat)服务了几十年的客户，应用在包括海事和全球最偏远的地区。我们现有卫星系统为这款手机提供支持，采用专门针对这些环境使用的成熟技术。

IsatPhone Pro 手机的建议零售价为 699 美元，促销期间的手机价格为 500-600 美元之间，现已开始供货。来源：2010-6-17 赛迪网

[返回目录](#)

【运营支撑】

银行盯上移动电子商务

在硝烟四起的移动支付领域，移动电子商务(电商频道)成为各竞争参与方争夺的焦点。

近日银联宣布联合 18 家商业银行、电信运营商中国电信和中国联通、诺基亚与联想等手机制造商，共同成立移动支付产业联盟。中国银联有关负责人表示，移动支付产业联盟是一个开放的平台，将不断吸纳各类社会第三方，共同发展，壮大移动电子商务商圈。但在这一联盟中，唯独缺少中国移动的身影。因为几个月前，中移动刚刚高调入股浦发银行，正式进入移动支付领域。强大的入侵者极大刺激了传统金融企业的神经。在手机银行、移动电子商务(远程支付)以及现场支付三种移动支付的运营模式中，移动电子商务是现阶段各竞争参与方的争夺焦点。

据业内人士透露，银联 2010 年已准备 1 亿元的预算去推广其在移动电子商务及相关支付领域的业务。四大行中的工商银行与中国银行已经开始与第三方支付平台合作开通各自的“手机商城”。交通银行、广东发展银行等其他商业银行也在着手准备试水。而中国移动入股浦发的根本原因同样看重的是未来移动电子商务的商机。中移动副总经理李跃曾表示，手机支付发展思路将会做一些方向性调整，重心将转移至先建立类似于支付宝的账户体系，重点发展远程支付。

但是,很多人对移动电子商务的发展前景仍有疑问:虽然手机作为终端载体,有随时、随地、随身的优点,但是相比笔记本电脑或台式机,手机屏幕小、功能弱的缺陷是否会影响移动电子商务的发展前景?

之前,包括中国移动、中国银联、第三方支付平台都在这一领域试过水,但在初期的摸索阶段,存在安全性差、业务单一(多为虚拟产品、机票等)、用户较少等弊端,难以有所发展。

不过业内人士依然看好移动电子商务蕴藏的巨大潜力。艾瑞数据显示,2009年中国移动支付交易额为24亿元,同比大增202.6%。预计2012年移动支付交易额将超过1000亿元,期间交易额将继续爆发式增长。

在电信运营商强势介入的刺激之下,银联及银行在移动支付领域的防卫性连锁反应,将对移动电子商务的发展产生重要影响。它们将通过与第三方支付平台的合作,大力拓展移动电子商务的注册用户数量。如中国银行在自己的手机商城上建立“手付通商城”;工行上海分行则在手付通平台上开通“工行快乐e购”频道,并开展“0.01元秒杀甲壳虫”的活动,以迅速累积人气,推广自己的移动支付业务。手付通CEO张莉认为,移动电子商务的发展重点,在于提高注册用户数量及活跃度。从现阶段移动电子商务的注册用户数量上来看,仍以银行居多。一方面,用户在移动支付的金融方面更信赖银行;另外,银联及银行对商户拥有更强的影响力。从社会层面看,中国整体的信用体制还不健全,运营商在经营金融业务时为用户提供的信用度明显不如银行,人们比较信赖银行在这方面的优势和服务。

在电信和金融这两股力量的合力下,移动电子商务的商品种类也在增加。目前,手机上可以购买的商品已经不再局限于虚拟产品、机票等单一品类;化妆品、红酒、水晶酒杯和瓷器等时尚产品也进驻中国银行的手手机商城,以迎合年轻手机玩家的需求;网上超市一号店也准备在手付通商城上开通移动购物频道。

此外,第三方力量如支付宝与联想手机进行捆绑合作,吸引终端消费者使用移动电子商务,并号召网上商户开通手机商铺。多方力量的合力,将为移动电子商务的发展带来更有利的营商环境。

先行者的示范效应带动了新增数量的爆发式增长。张莉认为,2010年将是快速扩大注册用户数量的开始;2012年左右,将刺激注册用户形成定期使用移动电子商务与移动支付的习惯。

随着移动电子商务深入人心,电信运营商的用户规模优势将逐渐显现。中国移动总裁王建宙表示,“中移动有5亿用户,如果20%的人使用,就有1亿人成为移动电子商务客户。”中国移动庞大而黏性极高的用户群体将有可能改变双方力量对比。银联与银行开始加紧布局,正是为了试图弥补用户数量上的劣势。

随着移动电子商务的发展,电信运营商和金融机构如何相处就显得极为关键。由于身处两大阵营,谁都不希望在移动支付领域让对方一家独大而成为附属者,因此在未来很长一段时间内,争夺主导权的战争将会愈加激烈。来源:2010-6-9 IT 经理世界

[返回目录](#)

中国电网将构建第五张光网络

通信产业网记者从相关渠道获悉,沈阳试点小区首批 81 套住宅接入电力光纤入户系统,这标志着国家电网的电力光纤到户试点工程建设全面启动。此前,北京、无锡、上海等地曾以不同形式进行了电力光纤入户试点。另外,国家电网有可能在未来几年内构建除中国电信、中国移动、中国联通和广电之后的第五张光通信网络,在此背景下,有望加速“四网融合”的前进步伐。

此前,国家电网在无锡建立研发和产业化基地,从事新一代宽带无线移动通信网的研发、物联网在电网中应用研究及智能电网相关物联网发展战略规划研究等相关工作,预计人员规模将达到 200 人以上。在“2010 中国通信企业社会责任论坛暨 2010 中国通信产业榜发布仪式”上,国务院国资委研究局副局长楚序平指出,目前“三网融合”还有一个重大缺陷,就是没有考虑智能电网,应该统筹推进智能电网、电信网、广播电视网、互联网发展,实现“四网融合”。

通信产业网记者了解到,国家电网也启动了电力光纤(将光纤组合在电力电缆结构层中的光纤复合电缆)到户工程。据悉,目前国家电网已建成主干通信光缆近 40 万公里,微波近 7 万公里,载波线路 26 万公里,卫星站 32 个,网络基础设施资源十分丰富。另外,国家电网计划 2010 年将在全国 14~18 个省份进行推广,要求各地的新建小区全部实现光纤到户。而这项工程的核心内容是,采用光纤复合低压电缆配合 EPON(基于以太网方式的无源光网络)技术实现光纤入户,承载信息内网的居民用户用电信息采集业务。而该系统采用的 EPON 技术构建电力高速数据网络平台,可提供数据、语音、视频等业务的融合。

楚序平表示,2009 年,国家电网取得电力光纤到户关键技术的重大突破,成功研制了世界上第一条光纤复合低压电缆,在北京、上海建成了我国第一批电力光纤到户智能小区试点工程。用户可以直接通过电力光纤接入互联网、拨打数字电话、收看高清电视,支持对空调、电热水器、电饭煲等智能家电的自动协调控制,并同步实现了电水气三表集抄综合应用。

“电力光纤到户,既能满足智能电网自身发展的需要,又能全面支撑三网融合,具有重大意义。”楚序平说。

他同时建议，尽快成立高层次跨部委的“四网融合”领导机构，建立分工明确、行为规范、运转协调、协同高效的工作机制，统一领导规划“四网融合”，将智能电网的电力光纤到户工程纳入“三网融合”总体部署。

不过，中国信息经济学会杨培芳理事长表示，共建共享才真正实现融合的目的。他指出“不管是三网融合还是四网融合，未来到了泛网融合的时代，所谓泛网是不同层次的网络，包括互联网，包括 ICT，包括 ASP，网络的应用服务商都有一块融合起来，物联网、云计算将来都在三网融合之列。”

“不在于大家都去拉光纤，光纤能力太强了每个人都拉光纤到家里去，那我想老百姓的楼上肯定千疮百孔。”杨培芳对通信产业网记者表示。来源：2010-6-21 通信产业网

[返回目录](#)

中国电网未来几年有望构建光通信网络

智能电网作为国家电网下一代电网建设的主要选择一直在积极推进。国家电网有可能在未来几年内构建除中国电信、中国移动、中国联通和广电之后的第五张光通信网络。

由于电网光纤到户尚处于启动阶段，故本年尚不会对业内厂家业绩形成实质贡献。但考虑到国家电网雄厚的资金实力和智能电网建设的迫切性，我们认为，源自电网的光通信投资有望于 2011 年为光通信行业提供巨大的增量市场。

国家电网启动电力光纤到户建设的背景，再度强化了我们持续看好中国光通信系统行业的信心。维持对烽火通信、中兴通讯、光迅科技的“推荐”评级。

来源：2010-6-19 长江商报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

全球宽带线路达 4.84 亿条

据国外媒体报道，宽带联盟(Broadband Forum)日前发布报告称，受中国宽带市场推动，全球宽带线路已达 4.84 亿条。

报告显示，截至 2010 年第一季度，全球宽带线路达到 4.84 亿条，环比增长 3.12%，同比增长 12.41%。其中，亚洲市场宽带发展迅速，尤其是中国市场。

几个月前，中国已经超越美国，成为全球最大宽带国。宽带联盟最新报告显示，截至第一季度，中国宽带线路近 1.13 亿条，而 2009 年同期为 9300 万条。

美国位居第二，2010 年第一季度宽带线路为 8707 万条，而 2009 年同期为 8012 万条。日本第三，宽带线路为 3178 万条，2009 年同期为 3067 万条。

第四至第十位排名依次为德国、法国、英国、韩国、意大利、巴西和俄罗斯。
来源：2010-6-22 人民邮电报

[返回目录](#)

前 4 月宽带用户净增近 800 万

对运营商来说，工信部近日发布的 2010 年 1 - 4 月通信业运行情况数据令人振奋，通信业收入增速明显提升，同时也再一次有力地说明了市场竞争进入非话业务时代，数据业务经营能力已是衡量运营商竞争实力的重要筹码。

据统计数据显示，2010 年 1 - 4 月，电信主营业务收入累计完成 2845.5 亿元，比上年同期增长 5.7%，全国电话用户净增 3297.9 万户，总数达 109405.0 万户，基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化，1 - 4 月，宽带接入用户净增 779.5 万户，达到 11102.0 万户。

宽带用户月均增长近 200 万

据调研公司 ABI Research 日前发布报告称，2015 年全球固定宽带用户数量将达到 5.48 亿，光纤用户占 1.34 亿。ABI Research 数据还显示，2009 年全球固定宽带用户数量为 4.307 亿，同比增长 13%。可见，发展宽带用户已是全球趋势。

1 - 4 月，相对于固定电话用户减少 613.9 万户的走势，我国宽带接入用户呈现出平均每个月约 200 万户的增长势头。据了解，互联网宽带接入用户近几年增长迅猛，已从 2008 年的 8342.5 万户发展到 2009 年的 10322.6 万户，2010 年第一季度宽带用户净增 610.5 万户，达到 10933.1 万户，而到 2010 年 4 月，宽带接入用户数则增至 11102.0 万户。

发展宽带用户已是运营商的重点，近期三大运营商也加大了对宽带的发展力度：中电信主打“天翼宽带”，叠加了有线宽带、WiFi、1X、3G 等多种接入方式打造融合性宽带接入产品，通过天翼宽带，用户可享受“无处不在”的网络体验；据业内人士透露，面对三网融合压力和全业务竞争，中国移动已决定加强固网宽带建设，计划全年部署 600 万线，而 2010 年第一季度建设量已经达到了 300 万线；中国联通北京公司试水“带宽点播”，日前面向全市所有后付费公众宽带

客户推出 2M 宽带即时升速产品免费体验活动，体验方式包括客户自主升速模式和应用触发升速模式两种。

非话业务占比首超 40%

据工信部发布的数据显示，国内通信业非话业务在主营业务收入的占比持续提升，2010 年一季度同比增长 8%，达到 43.6%。非话收入占比超过 40%，这相对于前两年的发展数据呈现出明显的增长态势。据统计，2008 年全行业实现非话业务收入 2692.9 亿元，占全部主营业务收入的比重达 33.1%；2009 年非话收入达 3135.5 亿元，比上年增长 8.8%，占比达 37.2%。经过对比可见，2010 年前 4 个月我国通信业的非话收入占比呈较好的发展态势，也代表了产业的发展趋势。

据 Enfodesk 易观智库近日发布的《中国移动增值服务市场年度综合报告 2010》数据显示，2009 年全年中国市场移动增值业务规模达 1792 亿元，同比增长 23.5%。其中电信运营商从移动增值业务市场直接获得的收入规模为 1660 亿元，在整体移动增值市场中占比为 92.6%；CP / SP 的收入规模为 132 亿元，在整体移动增值市场中占比为 7.4%。

大力发展非话业务也是全球运营业的发展趋势，爱立信中国及东北亚区副总裁冯映夺表示，2009 年，全球移动数据的话务量首次超过了移动语音话务量，这对电信业来说是一个里程碑式的标志。预计未来几年，移动数据业务量将以 100% 的速度增加。

的确，随着固话用户呈现下降走势，运营商以往赖以生存的传统话音业务增速放缓，在语音 ARPU 走低、语音收入贡献趋缓的情况下，数据业务等非话业务无疑成为 3G 时代市场竞争最大焦点，运营商只有大力开拓宽带数据、增值服务等非话音业务，才能实现企业经营收入结构多元化，这是考量运营商实力的重要指标。

立足 3G 升级应用

任何一家运营商要想在 3G 时代脱颖而出，就必须发挥好宽带的作用，从而拉动非话业务的发展，不断推陈出新中打造核心竞争力。3G 时代，移动通信业务已不再是传统的话音业务和短信彩铃类数据业务的简单组合，必须充分利用 3G 的高带宽、高移动性特点，将有线宽带与无线宽带融合，进一步加快网络新应用等非话业务发展。

随着 3G 技术的逐步成熟以及各运营商发展的铺开，依托网络平台打造增值业务，已经成为当前运营商创新应用、提升盈利能力的立足点。事实上，中国电信、中国移动、中国联通等运营商在 3G 应用业务上的创新就是以数据增值业务为着力点，数据业务等非话业务已成消费者考量运营商服务能力的重要依据。中



投咨询的调查显示，20%的用户对 CMMB 手机电视、15%的用户对移动应用商城都表示出了满意的态度、79%的用户表示支持电子阅读业务。

电信专家雷震洲认为，只有充分利用已经部署的 3G 网络，结合互联网，开发更多的新业务，才能扩大需求、保持增长。在目前运营大背景下，运营商只有不断拓宽非话业务的发展能力才能切实提升整体竞争力。来源：2010-6-10 通信信息报

[返回目录](#)

我国 RFID2010 年可达 120 亿元

记者从昨日闭幕的“2010 中国国际智能卡与 RFID 博览会暨第八届中国(北京)RFID 与物联网国际峰会”上获悉，我国 RFID 市场已经呈现高速发展态势，2009 年的市场规模已达 85.1 亿元，仅次于美国和英国居全球第三位，比上年增长 25.9%，预计 2010 年这一数字可以达到 120 亿元。

据悉，2009 年 RFID 在煤矿安全生产、不停车收费、远洋运输、大型物流等领域有很多成功的应用，在智能交通、食品安全、药品安全等行业的深度应用中也取得了不小的进展，2009 年就有 200 多个制药厂实施了 RFID 管理。上海世博会也大量应用了 RFID 技术，其中基于手机的 RFID 应用更是成为亮点。这些应用直接涉及改善社会民生、惠及百姓生活，意味着 RFID 的发展模式正在由政府推动向市场需求拉动转变。从整个产业的市场结构来看，低频和高频的产品和应用已经比较成熟，而超高频的产品和应用相对来说还处于起步阶段，2009 年我国高频应用占 RFID 市场的 70%，超高频应用所占比例仅为 10%，预计今后超高频应用将会是 RFID 市场结构的发展趋势。

作为物联网感知层的重要技术，RFID 也为物联网的应用领域开辟了更加广阔的天地，例如在电子钱包、路桥管理等领域均有应用。RFID 将伴随着物联网产业的快速发展迎来更广阔的市场空间。来源：2010-6-10 人民邮电报

[返回目录](#)

全球 Wi-Fi 芯片出货量将达 7.7 亿个

国际分析机构 ABI Research 日前发布报告称，由于无线设备需求旺盛，以及企业级应用需求的提升，2010 年全球 Wi-Fi 芯片出货量将达 7.7 亿个。

在未来 5 年内，手机将是最大的 Wi-Fi 芯片消费主体，到 2015 年普及率将达到 40%，年复合增长率将为 25%。此外，笔记本电脑、上网本和 MID 设备也



是重要的 Wi-Fi 载体。ABI Research 分析师赛利亚·波表示：“802.11n 标准从 2009 年开始崛起，并成为 2010 年 Wi-Fi 出货量增长的主要推动力。” ABI Research 预计，2010 年全球 Wi-Fi 芯片出货量将达 7.7 亿个，同比增长 33%。届时，802.11n 芯片出货量将超过 802.11g，占 60% 的市场份额。到 2015 年，支持 Wi-Fi 功能的消费电子设备总出货量将达到 5.3 亿台，年复合增长率将为 26%。来源：2010-6-17 人民邮电报

[返回目录](#)

美国智能手机普及率同比翻番至 20%

据国外媒体报道，美国互联网流量监测机构 comScore 周二发布的报告显示，全美智能手机普及率已经从 2009 年 4 月的 11% 增加到 2010 年 4 月的 20.5%，几乎实现同比翻番。

comScore 的数据显示，全美智能手机注册用户目前已经超过 4800 万人。RIM 仍然位居市场第一，该公司出品的黑莓手机仍是全美最受欢迎的智能手机，目前在美国智能手机市场的份额超过 40%。苹果则稳居第二，份额从 2009 年 4 月的 20% 增加到 2010 年 4 月的 25%。但苹果最近几个月的市场份额一直稳定在 25% 左右，有可能是因为消费者在等待新产品的发布所致。随着 iPhone 4 的发布，苹果的市场份额有望继续增加。

尽管 iPhone 仍然是业界讨论最多的智能手机，但 Android 也有不俗表现。2010 年 4 月，Android 在美国智能手机市场的份额达到 12%，6 个月前仅为 3%。Android 与排名第三的微软(15%)之间的差距正在缩小。如果这种趋势持续下去，Android 几个月内就将成为全美第三大智能手机平台。来源：2010-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

Adobe：2012 年 53% 智能手机支持 Flash

尽管苹果公司自上至下一直在封杀 Adobe 的 Flash 技术，但 Adobe 公司近日表示，至 2012 年为止将有 53% 智能手机支持 Flash 技术，数量大约为 2.5 亿部。

Adobe 手机技术营销部门主管阿纽普·穆拉卡(Anup Murarka)表示，“你们将会看到 Flash 不仅仅会装载在谷歌 Android 系统里。用户将会在 Palm、黑莓、诺基亚 Symbian 以及微软 Windows Phone 7 操作系统里使用 Flash 播放器。或



许我们的技术不被 iPhone 及 iPad 所接纳,但是我们将会看到 Flash 在其他智能手机中安装与使用的增长。”

此前, Adobe 大中华区总经理黄耀辉先生在接受比特网采访时也曾经表示, 苹果不足为惧, 虽然其产品在短期内在市场刮起了苹果热, 但是按照市场份额来分析, 苹果所占到的比例仍是极少的一部分。

分析称, 目前 HTML5 技术仍是一个新兴的技术标准。随着苹果加快对该技术的采用, 两年后的情况将会非常不一样。

在截至 2 月底的第一季度内, Adobe Flash 部门营收 4660 万美元, 占公司第一季度营收总额的 6%。来源: 2010-6-11 比特网

[返回目录](#)

2010 年全球移动支付用户数将达 1.086 亿

据国外媒体报道, 美国市场研究公司 Gartner 今天发布报告称, 2010 年全球移动支付用户将达到 1.086 亿, 较 2009 年的 7020 万增加 54.5%。2010 年移动支付用户在全球移动用户总量中的占比将达到 2.1%。

Gartner 研究总监桑迪·沈(Sandy Shen)说:“ 我们仍将看到亚洲、东欧、中东和非洲等发展中国家的移动支付业务保持强劲增长, 而北美和西欧则会因为支付设备的选择过多而有所落后。发展中国家已经找到移动支付服务的正确发展模式——用户想要的功能以及能够维持该服务的生态系统。”

“ 然而, 发达市场的模式仍然不确定, 这些市场的服务将采用不同的模式。”桑迪·沈说, “ 这些服务需要建立在现有的支付习惯以及基础设施之上, 以使用户能够选择符合其支付环境的任何渠道, 包括零售、电话、网络或手机。”

亚太地区的移动支付用户数量最为庞大。在亚太地区, 移动支付用户 2010 年将突破 6280 万, 占该地区所有移动用户的 2.6%。北美地区的移动支付用户仅为 3500 万, 占该地区移动用户总量的 1.1%。

以下为各个地区移动支付用户数量预测(单位: 千人)

地区 2009 年 2010 年

西欧 4,519 7,127

北美 1,905 3,502

亚太 41,865 62,828

EMEA 16,823 27,091

拉美 5,131 8,010

总量 70,242 108,558

注：EMEA 指东欧、中东和非洲

桑迪·沈表示，移动支付之所以在发展中市场拥有强大需求，是由于这些地区很多用户没有银行账号，无法访问银行的基础设施或 PC，因此手机就成为自然的选择。与此同时，在早期部署移动支付业务的市场中，监管者制定的严格政策也为用户提供了更好的保护，并且打击了与转账有关的非法金融活动。

短信仍然主要的移动支付技术，其无所不及易于使用的特性使之不仅成为发展中市场的一种技术选择，对发达市场同样如此。无线应用协议(WAP)和互联网都可以提供客户端的下载或移动浏览器。由于具备数据传输能力的手机以及数据套餐在发达市场的普及率更高，因此这些市场的用户对此使用地更为频繁。

许多金融机构并未看到近距离通信(NFC)支付的商业价值。这类技术能够提供与非接触式 IC 卡相似的功能，但是却可以为移动运营商和其他生态系统合作伙伴提供复杂的交易。

桑迪·沈认为，发展中市场的服务提供商应当加紧对服务互用性进行调查，从而加速抢占市场，并形成健康的竞争。她表示，解决方案提供商应当确保平台的灵活性，以便与银行和移动运营商的系统兼容，同时可以为本地化定制做好准备。

其他一些相关团体还包括金融机构，他们可以使用移动支付来接触到那些没有银行账号的人，这类人通常都无法轻易接触到传统的银行网点。他们还需要与发展中市场的移动运营商合作，以便利用他们广泛的认知度和服务覆盖率。在发达市场，则应当与大型零售商和网络零售商合作，以现有的采购和支付行为为基础，拓展业务。来源：2010-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

全球移动应用收入 2015 年将达 320 亿美元

据国外媒体报道，英国市场研究公司 Juniper Research 周三发布报告称，尽管 2009 年的全球移动应用收入不到 100 亿美元，但到 2015 年有望达到 320 亿美元。

上述收入包含按照下载计费的收入、增值服务收入以及广告收入。截至 2001 年 4 月，苹果应用商店的下载量已经突破 40 亿次。但 Juniper Research 认为，这种巨大的市场份额将会导致开发者和各大企业忽视其他平台的用户。这种现状将会对市场产生负面影响，在新兴市场等 iPhone 普及率较低的地区表现得尤为明显。

Juniper Research 分析师温莎·霍顿(Windsor Holden)说：“如果移动行业希望推出一种基于应用的模式，就必须确保这些应用能够被大量手机使用，不仅包括智能手机，还要包括大众设备。”

除此之外，下载量的提升并不等同于行业收入的提升。苹果应用商店的多数应用均可免费下载，其他的软件商店也只有少量应用(通常在 5%至 15%之间)收费。因此，如何建立一种同时实现用户数量最大化和收入最大化的商业模式就成为了一个重要问题。

Juniper Research 的报告还发现，以应用商店为中心的模式还需要面临规模化、借助大众市场创收、应用商店过多以及内容等多方面的挑战。来源：2010-6-11 新浪科技

[返回目录](#)

2015 年中国手机浏览器活跃用户将达三亿多

引言随着手机浏览器用户粘性逐步养成，用户规模将趋势于稳定，保守估计，2015 年我国手机浏览器活跃用户规模将达 3 亿多人。

CMIC(中国市场情报中心)最新发布：随着我国 3G 网络的发展和资费的下调，手机上网市场开始成倍扩大。而手机上网相关软件这一以前很少被中国普通手机用户关注的市场也开始逐渐浮出水面。在这其中，手机浏览器成为国内移动互联网应用软件的第一块兵家必争之地。截至 2010 年 5 月，中国网民人数达到 4.04 亿；互联网普及率达到 28.9%，超过世界平均水平，使用手机上网的网民达到 2.33 亿人。

2009 年，由于中国手机浏览器市场尚处于市场发展初期，手机浏览器厂商通常采用面向用户免费的策略，以此抢占用户市场。主要盈利模式包括开发、运营和用户，还没有牵涉很多广告和内容。虽然手机浏览器已成为炙手可热的概念，但手机自带浏览器仍占据一半的移动互联网用户市场。用户下载安装的浏览器，依然有很大的发展空间。

2010 年，较具实力的手机浏览器厂商如腾讯、3G 门户等将纷纷夯实手机浏览器市场的竞争力，而百度、谷歌等厂商也将陆续进入手机浏览器市场。手机浏览器市场“预装收取服务费、广告收费、用户使用或增值业务收费”的商业模式将逐步形成。随着手机浏览器用户粘性逐步养成，用户规模将趋势于稳定，CMIC 专家保守估计，2015 年我国手机浏览器活跃用户规模将达 3 亿多人。来源：2010-6-10 赛迪网

[返回目录](#)

全球宽带线路达 4.84 亿条 中国 1.1 亿条居首

据国外媒体报道，宽带联盟(Broadband Forum)日前发布报告称，受中国宽带市场推动，全球宽带线路已达到 4.84 亿条。

报告显示，截至 2010 年第一季度，全球宽带线路达到 4.84 亿条，环比增长 3.12%，同比增长 12.41%。其中，亚洲市场宽带发展迅速，尤其是中国市场。

几个月前，中国已经超越美国，成为全球最大宽带国。宽带联盟最新报告显示，截至第一季度，中国宽带线路达到了 1.13 亿条，而 2009 年同期为 9300 万条。

美国位居第二，2010 年第一季度宽带线路为 8707 万条，而 2009 年同期为 8012 万条。日本第三，宽带线路为 3178 万条，2009 年同期为 3067 万条。

第四至第十位排名依次为德国、法国、英国、韩国、意大利、巴西和俄罗斯。
来源：2010-6-18 赛迪网

[返回目录](#)

报告称中国 IPTV 机顶盒用户 2010 年将达 850 万

据知名市场调研公司 iSuppli 估计，由于国内市场需求旺盛，未来几年中国网络电视机顶盒 (IPTV-STB)有望取得惊人的增长。

据 iSuppli 估算，2010 年中国市场 IPTV-STB 出货量将比 2009 年大增 136.8%，从 190 万台上升到 450 万台。

iSuppli 公司的图表显示，该市场在随后的 4 年将继续扩张，到 2014 年年底增长率将为 33%。由于国内市场的潜在规模庞大，以及出口市场持续增长，中国可能成为全球最大的 IPTV-STB 制造基地。利用 IPTV-STB，数字电视服务就能通过互联网和宽带网络传送。iSuppli 认为，中国 IPTV-STB 市场快速增长，符合 IPTV 用户的增长前景，估计用户数量到 2014 年将达到 3170 万。2010 年，IPTV 用户将增加到 850 万，几乎是 2009 年 440 万的两倍。来源：2010-6-17 人民邮电报

[返回目录](#)

【市场反馈】

近八成消费者赞成严惩手机内置 SP

现在的手机型号繁多，功能丰富，但很多消费者都有一个担心，那就是一不小心点击了某个手机内置图标，就会掉入各种 SP 陷阱，被无端扣费。日前，工信部公布了夏新、UT 斯达康、天时达、中宝移动、港利通等多款内置 SP 吸费陷阱的手机；记者暗访市场发现，尽管目前市面上知名品牌的手机均承诺并做到彻底“绿色”（即手机完全无内置违规 SP 服务），但山寨机仍然大量暗藏 SP“吸费”陷阱，尤其是街边兜售的仿诺基亚、苹果手机问题尤其严重。

一位手机厂家内部人士对记者表示，国产品牌不愿再替山寨机“背黑锅”。他透露，上游芯片厂商联发科(MTK)、展信通信这两家巨头，联合了各主要手机厂商，签订协议书承诺抵制手机预置任何恶意吸费、涉黄的非法软件业务。

据记者了解，与联发科签署协议书，承诺抵制预置收费软件的厂商包括联想、金立、海尔等十几家手机制造商和龙旗、希姆通、华勤等手机设计公司。加入展信通信“绿色手机联盟”的则有联想、海信等主要手机品牌。联发科全球副总裁喻铭铎称，联发科的手机芯片提供了一个完整的系统解决平台，其中不带任何增值服务的软件包；并引入严格的数字证书机制，杜绝恶意程序的发行。

除了与上游厂商共同承诺抵制内置吸费软件之外，联想、金立等国产手机一线厂商近日还相继向社会发出公告，承诺坚决抵制吸费软件，共同净化市场。但记者也了解到，暗藏 SP 吸费陷阱的手机并未彻底根除，反而由明转暗，借道山寨机向更低层次的消费者及三四级市场转移。

而据最新一项针对手机“吸费门”的调查显示：79%的人表示国家应严惩不良商家及手机生产商；66.3%的人认为管理部门应规范手机市场；63.8%的人提出厂商应自律，主动取消任何恶意吸费软件；50.7%的人表示鼓励消费者起诉不良商家。来源：2010-6-10 金羊网 - 新快报

[返回目录](#)

手机定位广告兴起恐引发隐私保护问题

据国外媒体报道，市场营销和软件公司正日益倾向于使用智能手机和其他移动设备中的软件来追踪消费者，从而根据消费者所在的位置精准地提供广告。

这种通过手机用户的位置来提供广告的业务正在引起美国立法者和隐私保护组织的担忧，最近的一些研究显示，许多使用定位科技的公司并不明确告知消费者他们收集了何种数据、如何使用及与哪些公司分享。

近年来大量智能手机都包含 GPS 定位系统，用于搜索当地餐馆、查询交通状况等用途，而高速无线网络也蓬勃发展，这两方面因素使营销人员能够根据消费者所在的位置向其提供关于附近商家的广告，这种营销 2009 年发展相当快。

为 iPhone 和其他手机提供地理位置相关服务的公司 Skyhook Wireless，使用 GPS 卫星定位、Wi-Fi 网络和手机信号塔可以对用户实现误差 20 米以内的定位。如果有用户在附近公路上登录 Traffic.com 这一查询交通情况的 iPhone 应用，基于地理位置营销就可以帮助附近的旅馆把握这一机会提供广告。

Skyhook 公司首席执行官泰德·摩根(Ted Morgan)称，该公司软件在追踪用户位置时，不会了解到用户的身份。

尽管如此，数千家大大小小的公司，比如说使用 Skyhook 软件的应用开发者，都能够获得关于智能手机用户位置的信息，这无法不引起人们的担忧——这类数据可能被长期储存，被滥用或泄漏。

美国众议院通信、科技和互联网委员会主席里克·鲍彻(Rick Boucher)表示：“我认为个人希望对这些公司以何种方式追踪其位置保持最大限度的控制。”他正在起草一份隐私保护法规，将要求希望收集用户位置信息的公司首先披露其目的、途径等，以获得有关部门批准。

目前基于地理位置的移动广告业务还处于发展初期，而且大多数大型营销公司都非常警惕隐私问题，希望确保用户同意被以这种形式“瞄准”。

不过卡内基梅隆大学(Carnegie-Mellon University)2010 年进行的一份调查发现，89 款基于地理位置的手机应用没有隐私政策，其他一些并未明确披露收集、储存或分享了何种数据。加州大学伯克利分校进行的另一份调查也发现，大多数使用定位系统的手机应用都永久储存用户的地理位置信息，却不披露用途。

地理位置服务公司 SimpleGEO 的首席执行官马特·加里甘(Matt Galligan)则认为，对收集用户位置信息可能引起的隐私问题的担忧可能过于夸张了。他指出，过去广告公司往往通过消费者的邮箱投递广告，或购买关于消费者信息的数据库进行营销，这类行为比定位软件更具侵犯隐私之嫌。

Skyhook 公司的摩根表示，尽管大多数手机应用都承诺保护隐私，比如说在追踪用户位置前会要求其同意，但数千家能够获得用户位置信息的小型应用公司确实令人担忧。他说：“它们可能是只有 5 到 10 个人的小公司，不一定存在恶意，但其系统可能被黑客轻易攻破，从而导致大量用户的数据泄漏”。来源：

2010-6-14 新浪科技

电子书与平板电脑上演龙虎斗 或共存互补

苹果 iPad 的推出让平板电脑受到大众的关注，随着大众对阅读质量的要求不断提高，电子书的销售也节节攀升。在 2010 年台北电脑展上，展会特设 E - reading 电子书专区，电子书和平板电脑成为最大亮点。有业内人士认为，电子书和平板电脑就像是可乐和茶，他们都是生活中的调剂品，只是功能方向不一样。正因为如此，虽然二者在功能上有一定程度的交叉，但面对的市场需求又存在着差异性，电子书与平板电脑或可达到共存互补的状态；而一旦平板电脑在价格上与电子书趋同，二者的未来命运如何还颇费思量。

电子书与平板电脑备受关注

据拓璞产业研究所预测，全球电子书阅读器销售量将从 2009 年的 355 万台跃升至 2010 年的 910 万台，年成长率高达 156%，富士总研更预估 2014 年出货量将高达 2500 万台。市场调查机构 Informa Telecoms & Media 分析师撰文称，2013 年，全球电子书阅读器将以 1400 万台的规模达到其发展的巅峰时期。面对电子书市场潜在的巨大商机，台湾厂商皆已积极布局，微星、明基、英业达、台达电、天瀚、技嘉均推出电子书终端产品，宏碁、优派也相继加入电子书产业。在此次台北电脑展上，电子书受到了各大厂商的青睐，预示着新一轮电子书的抢滩销售大战即将打响。

与此同时，平板电脑的热潮正在全球持续。自 4 月 3 日上市以来，iPad 在全球的销量已经突破 200 万台，发售的国家包括美国、英国、法国、德国、澳大利亚、加拿大、意大利、西班牙、瑞士和日本等。在美国，受到消费者追捧的 iPad 甚至一度出现了严重缺货的情况。iPad 的出现代表着 PC 界新的技术革新，各大厂商从中看到了平板电脑的市场潜力，纷纷将目光转向平板电脑。

二者在发展中国家反响不如预期

虽然各大厂商集中火力对准电子书和平板电脑市场，但冷静分析看来，电子书和平板电脑在中国的反应并没有想象中的火爆。从某种意义上看，山寨产品是 PC 界的风向标，那些销售火爆的产品一经面世，其山寨产品也会随之纷纷涌现。但是目前，山寨市场对于电子书和平板电脑的反应有些过于冷淡。比起上网本时期的热衷，很多山寨厂商对电子书和平板电脑的兴趣大不如前。

电子书的用户大多是阅读爱好者，它的主要功能是阅读和下载书籍。但就是过于单一的功能成为其最大的弊端，手机、PMP、笔记本电脑都可以成为电子阅读器，电子书并不是消费者的唯一选择。而且电子书价格高昂，远远超出大众的

承受能力，在大众看来其性价比并不高。分析机构易观国际近期的一份调研报告显示，超过六成的手机阅读用户将阻碍其购买电子书终端的原因归结为价格偏高，在受访者中，则有 80% 以上的用户希望电子书的价格能够控制在 500 元以下。但目前厂商方面的预期仍保持在 1000 元以上，市场上实际售价则仍维持在 2500 元左右。丰富的电子书资源被认为是电子书超越其他产品的制胜法宝，但从现有的市场看来，受到版权等诸多因素的影响，除了亚马逊外，其他的厂商的资源并不丰富，电子书连唯一可以超越其他产品的优势也不明显了。

iPad 一经推出便受到疯狂抢购，很多发烧友连夜苦守排队购买，平板电脑的无限潜力被众厂商一致看好。但值得注意的是，抢购平板电脑的多是发达国家，欧美市场消费者的经济能力较好，在笔记本相对普及的情况下，他们期待购买平板电脑，但是在中国，这种热潮不一定会出现。平板电脑不会成为我国的主流。前段时间，iPad 彩色显示屏遭遇阳光下阅读的问题，由此可见平板电脑在技术上仍有不完善。对于发展中国家普通消费者而言，手机、笔记本电脑是生活必需品，对于电子书和平板电脑这些奢侈品，还不会形成强烈的购买欲望。

电子书平板电脑互补共存？

电子书和平板电脑的共存问题是一个关注焦点。电子书产业内的人士更愿意将平板电脑与电子书看作共生共赢的关系。比如在日前举行的 2010 中国首届电子书大展暨产业高峰论坛上，华旗资讯副总裁范为就认为，平板电脑影响的是笔记本电脑市场，电子书影响的是传统纸质书籍市场。两者完全是不一样的市场，并不一定会冲突。以 iPad 为代表的平板电脑主要面向娱乐上网需求，电子阅读器主要面向阅读需求。对阅读有深度兴趣的用户会考虑购买电子阅读器，而注重娱乐性的用户则优先考虑平板电脑。

单就读书而言，平板电脑比不上电子阅读器，首先从电池续航时间上看，电子阅读器远胜于平板电脑，而且长时间使用电子阅读器也不会造成视觉疲劳。但如果考虑娱乐功能，电子阅读器是无法与平板电脑相提并论的。从这个角度来看，平板电脑和电子书是互补共存的。

但是，平板电脑代替电子书也不是不可能。电子书功能单一一直是其致命伤，如果纯粹用来阅读，消费者并不是非电子书这一种选择不可的。有调查显示，iPad 在日本热销，有一半的用户购买 iPad 是用来读电子书。手机、PMP、平板电脑都具有阅读电子书的功能，电子书的优势不能体现。有消息称汉王计划在年内推出千元以下的平板电脑，这对于电子书而言不啻是一个巨大的冲击，现在市场上电子书价格在 1000 - 2000 之间，但如果功能更强大价格更便宜的平板电脑出现，可想而知，消费者一定首选平板电脑。限制消费购买平板电脑的原因有一部分

与价格有关，如果真有千元以下的平板电脑的出现，对于平板电脑本身销量也具有巨大的提升作用。来源：2010-6-12 通信信息报

[返回目录](#)

“好韵通”孕妇手机上市掀健康通信消费热潮

一提到手机，很多人是又爱又恨：爱的是它已经随着手机的普及成为我们日常生活的一部分，没有手机几乎寸步难行；恨的是手机辐射的危害也是众所周知。这也是很多准妈妈们为了呵护胎儿宁愿放弃使用手机的主要原因。为此中国电信于近日推出专门为孕妇量身定做的低辐射“好韵通手机”。该产品是中国电信在山东启动“健康翼计划”的其中一部分，中国电信的这一计划主要用于推广孕病老幼人群通信服务，宣传健康的消费概念，也是细分消费群体的首次尝试。

绿色低辐射，准妈妈的健康移动生活

之前有专家曾称，手机通话是通过高频电磁波将电讯号发射出去的，发射天线周围存在微波辐射□300MHz - 300GHz □，由高到低依次为天线部、听筒部、键盘部和话筒部。如果所使用手机的微波超过国家规定的微波卫生标准，对人体就产生危害，大约有40%被机体吸收到深部，使器官发热，而人无感觉。研究表明，电磁辐射尤其对妇女和儿童最为敏感，特别是孕妇和胎儿更容易受到影响。而此次山东电信推出的“好韵通”手机通过对CDMA系统改进，采用电信的CDMA绿色低辐射网络，使手机接通时的功率和通话时的功率维持在一个非常低水平，有效地控制和解决了手机的辐射问题。经测试证实，CDMA手机的平均发射功率只相当于普通手机的1.78%，其辐射作用可以忽略不计。首推的酷派E230、S100两款是中国电信细分市场的绿色低辐射CDMA手机，除了绿色低辐射的优点之外，“好韵通”还能为孕妇提供包括胎教资讯、美容保健、膳食搭配、论坛、博客、即时通讯等多功能服务，帮助准妈妈们构建起一个“准妈妈移动生活圈”。

多功能设置，育儿娱乐两不误

“好韵通手机”是专门为孕妇量身定做的低辐射手机，准妈妈们再也不用怕辐射而放弃使用手机。首推的酷派E230、S100两款“好韵通”孕妇手机具有九大功能和特色：每日消息、妇幼宝典、膳食营养、妈咪论坛、妈妈互动、娱乐在线、母婴商城、育儿日志、机构查询；育儿娱乐两不误。而且配备了先进的技术和功能：胎心仪的适配装置与SOS设置，胎心仪每天早、中、晚都会为孕妇监测胎心率是否正常□每次仅需2 - 3分钟□还可在家监测胎动变化的相关性，SOS设置功能，可在紧急情况下直接拨打事先预定好的求救电话，解决了因时间仓促来不及拨打号码的问题。

首批产品推向市场后，陆续还将有 3 款功能更加完善的产品面向市场。

孕妇怀孕过程漫长，现在许多家庭更注重家庭监护，利用胎心仪了解到胎儿的健康情况，胎心仪因而也成为许多现代家庭中必不可少的电子仪器。与市场上的同类胎心仪产品相比，“好韵通”所适配的胎心仪完全改观了传统的胎心仪设计，体积更加小巧灵活，外观设计美观大方，更加方便准妈妈们的携带。准爸爸、准妈妈们能随时通过手机的耳机听到宝宝的心跳，并且可以将胎儿的心率记录在手机上，监测宝宝胎心率是否在正常范围，一旦发现胎心率及胎动异常时，孕妇能及时发现并去医院检查治疗。另外，该手机还能同时监测胎心率和胎动变化的相关性，来了解孕育情况。

不但如此，“好韵通”还增加了辐射提醒功能，手机会对辐射超高的地点进行手机报警，避免在网络信号不好的地区辐射增加的危害，可让孕妇和胎儿远离辐射危害。

强强联合，倡导健康 CDMA 新生活

中国电信手机用户在三大运营商中比例最低，但其大多属于高端客户，消费能力可观。中国电信在 2010 年频出奇招，差异化概念已成为中国电信的产品理念。这次与宇龙酷派集团强强联合，推出“好韵通”系列手机，拉开了市场细分序幕，此举或将成为中国电信实现市场突围的阵地。

这次“好韵通”手机的推出可算是中国首批绿色手机，中国电信对 CDMA 系统改进，采用了独有的先进技术，使手机接通时的功率和通话时的功率维持在一个非常低的水平，有效地控制和解决了手机的辐射问题，率先拉开了健康 CDMA 新生活的序幕。宇龙酷派品牌市场部总监古勇表示，酷派针对好韵通手机的研发将会进一步加速，后期酷派推出的好韵通手机将会具备辐射提醒、胎教音乐欣赏等强大功能。预计酷派在 7 月份还将推出酷派 D280、D508、S60 这 3 款孕妇手机，以 3G 手机为主，为孕妇提供更多、更新的产品选择。

在通信普及的今天，经历过粗放的市场分割后，市场细分将是大势所趋。未来针对不同人群的手机产品也将会频现在终端市场，在健康日益受到重视的今天，低辐射的通信工具已成主流的选择，健康环保的通讯方式将会是未来通讯生活的主旋律。来源：2010-6-11 通信信息报

[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