



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. 07. 21

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 3G 知识产权保护堪忧

近日，知钱俱乐部诉淘宝网知识产权案在北京市海淀区法院正式立案，这是我国法院首次正式立案的金融知识产权诉讼案。“知钱”称其开发和经营的名为“3系”的股票培训课程资料2010年初出现在淘宝网，并以相对低价格进行销售，而知钱俱乐部从未授权任何第三方销售该产品。

■ CDMA 版 iPhone 圆了谁的梦

最近，iPhone 再一次引发了全球移动通信产业的关注，因为 CDMA 版本的 iPhone 有望于 2011 年 1 月由美国最大的移动运营商 Verizon 无线发售。尽管这一消息的发布，被业界在一定程度上视为苹果与 Verizon 无线谈判的一个策略，但却至少表明：iPhone 在面对三大 3G 技术标准时，WCD - MA 并非其唯一的选择，并且，i - Phone 之前所采用的排他性合作模式，也正在逐步被打破。那么，iPhone 推出 CDMA 版，对于合作的各方而言，又会带来怎样的不同命运？

■ 中国市场苹果谷歌胜算各几分

智能手机在中国越来越普遍，世界上最大的两家手机操作系统谷歌和苹果对中国的争夺也越来越激烈。福布斯专栏作家 Paul Denlinger 在博客结合中国国情，就此问题做出分析。

■ 三网融合不是三线合一并非相互替代

上周末，正在装修房子的小何有点犯难。他看报纸上说三网融合已经启动了，怕现在电视、电脑走的线以后还得拆，但不知道怎么样预留才算合理。小何说，他和身边的很多朋友交流，大家感觉三网融合就是一条线办三件事：只需要接一根线、付一次费，大家就能打电话、上网、看电视。因此，小何困扰的问题是，为了避免新房子“窟窿”太多，到底应该预留电视走线的位置，还是该为电脑预留。

目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
3G 知识产权保护堪忧	5
CDMA 版 iPhone 圆了谁的梦	6
物联网：少烧虚火多炼真功	8
中国市场苹果谷歌胜算各几分	11
三网融合不是三线合一并非相互替代	13
产业环境篇	14
【政策监管】	14
三网融合需要融合监管体制	14
10G GPON 标准获国际电联批准	16
工信部：346 家 SP 年检不合格	16
日本三网融合获政策法律有效支撑	17
收视率造假严重 多家电视台呼吁建立第三方监管	18
【国内行业环境】	21
西部产业脉动：人才不再东南飞	21
北京市三网融合试点工作正式启动	24
软件瓶颈待解 电信广电网络需重整	24
国内运营商开打 3G 终端市场争夺战	25
两项“三网融合”终端标准公开征求意见	26
【国际行业环境】	27
古巴手机用户超过固话用户	27
新西兰电信 CDMA 旧网逐步关闭	27
印尼手机拥有者占全国人口八成	28
英国电信 2009 年在华采购达 2 亿英镑	28
西班牙电信准备分拆与葡萄牙电信合资公司	28
全球主要手机厂商第二季度表现将令人失望	29
印度将出台电信设备进口条例 中国企业有望解禁	30
运营竞争篇	31
【竞合场域】	31
联发科加入 Android 开放手机联盟	31
中兴华为印度劫：禁令彻底解决遥遥无期	32
国际金融巨头“疯狂”保护无线品牌资产	35

诺西将接手摩托罗拉对中国运营商影响详情	36
【中国移动】	36
中移动否认取消电子阅读补贴	36
中移动终端双轮驱动模式亦喜亦忧	40
中国移动 6 月份新增 3G 用户 114.1 万	42
【中国电信】	43
中国电信抢占手机销售渠道	43
电信手机阅读业务二度延迟上线	43
【中国联通】	44
中国联通借丰富产品线布局市场	44
中国联通授权苏宁代理宽带接入业务	45
中国联通 3G 新增用户连续两月破百万	45
制造跟踪篇	46
【中兴】	46
中兴通讯 100 亿建生产基地	46
【华为】	47
华为联手中国移动推首个 3G 和 4G 融合实验网	47
【诺基亚】	48
诺基亚新客户服务体验中心开业	48
诺基亚与印度工厂罢工员工达成和解	48
诺西 12 亿美元购摩托罗拉无线网络基础设施资产	49
【其他制造商】	50
索尼爱立信第二季度净利润 3973 万美元	50
iPhone 4 本月登陆 17 个市场：韩国被排除	51
服务增值篇	52
【趋势观察】	52
3G 终端呈现高开低走趋势	52
手机上网“逼退”宽带上网	53
IP 地址数量告急催生 IPV6 时代	54
Android 山寨智能手机有望 2011 年普及	55
分析称 5 年内三网融合实现对称进入难度大	56
Wi-Fi 上网渐成主流 4 年内成 90%智能手机标配	58
【移动增值服务】	59

移动无线座机新增两档套餐	59
联通 3G 补贴覆盖自备机用户	59
中移动大幅缩减手机支付提现额度	59
中国联通电子彩票 “千万彩金大派送”	60
北京动感地带充值返话费：充 100 送 30 元	61
【网络增值服务】	61
联通开通境外客服接入号码	61
中电信自有品牌导航业务将上市	62
联通 3G 信号覆盖北京地铁 4 号线	63
首都机场一二号航站楼实现免费无线上网	64
中国联通携手车音网提供 3G 汽车信息服务	64
微软 Windows Phone 7 可免费找到丢失电话	65
技术情报篇	65
【视频通信】	65
股票买卖有了“手持电视”	65
CMMB 手机电视世界杯后冷却	66
【电信网络】	68
迎接三网融合 承载网加快 IP 化建设是关键	68
Astro 在马来西亚推出首个智能手机电视业务	70
【终端】	70
中电信黑莓手机北京上市	70
联通定制高端手机“大器”上市	72
【运营支撑】	73
WiMAX 产业遭遇倒春寒	73
净化手机环境需产业链合作	75
电信运营商电子渠道战升温	77
中国联通 WCDMA 成熟优势显现缓慢	79
中移动暂留 2.4G 标准 国民技术逃一劫	81
通讯行业人才需求大 低门槛可以拿高薪	83
市场跟踪篇	83
【数据参考】	83
中国手机网民达到 2.77 亿	83
全球移动宽带用户 5 年内将达 34 亿	84
广东有线电视网络用户将达 1800 万	85

2010 年上半年全国手机出口同比增长 21%	85
工信部：截至 6 月底在网 3G 用户达 2520 万	86
2010 年亚太地区 IPTV 用户数将达到 1206 万	87
数据显示苹果系统移动广告请求量 6 月增长 36%	89
我国无线网卡 2010 年前 6 月出口均价同比增 3%	90
运营商前 5 月投资完成 111.5 亿 最低者仅 12 亿	90
【市场反馈】	91
中国年轻人对手机产生过分依赖性	91
报告称诺基亚手机推荐率跌至 12% 苹果高达 70	92
财付通与国航达成在线合作 手机支付成第二战场	93

亚博聚焦

3G 知识产权保护堪忧

近日，知钱俱乐部诉淘宝网知识产权案在北京市海淀区法院正式立案，这是我国法院首次正式立案的金融知识产权诉讼案。

“知钱”称其开发和经营的名为“3 系”的股票培训课程资料 2010 年初出现在淘宝网，并以相对低价格进行销售，而知钱俱乐部从未授权任何第三方销售该产品。

环球律师事务所牛振宇律师指出，目前互联网知识产权纠纷益发频繁和复杂，如何界定网络平台的义务和责任，给法律界带来考验；如何平衡互联网和 3G 知识产权保护中权利人与信息发展间的关系，成为互联网和 3G 知识产权制度设计中的重要课题。

移动互联网知识产权研究中心(CMIPC)副主任万永表示：“移动互联网是互联网时代发展的一个新阶段，从本质上讲它面临着与传统互联网相同的问题。但是作为融入互联网的一种新的技术形式，它与传统互联网也存在很多差异，知识产权产生的纠纷和法律认定也会不同。”

中国国际电子商务中心副主任王开前介绍，据统计，截至 2009 年年底，中国网民 3.84 亿，而移动互联网用户已有 2.33 亿。在互联网领域诸多问题尚未来得及理清的情况下，移动互联时代迅速来临。

互联网知识产权保护现状不容乐观，移动互联网领域更是令人堪忧。中国移动有一个非常创收的软件，发布后立马被破解，在手机博客和其他手机网站上都可以免费下载。万永表示，与电脑的标准化不同，手机终端差异大，所以手机软

件用技术手段进行反盗版，目前还有一些难度。万永提醒，移动互联网除版权侵权外，域名、商标、移动通用实名等都会遭侵权。

“移动互联网是移动和宽带相结合的技术，在推进过程中，知识产权的问题也会越来越突出，特别是移动互联网业务模式、专利问题，以及在运营方面的版权问题。”工信部科技司常利民处长在“2010年移动互联网知识产权论坛”上介绍，工信部每年都会出台知识产权工作计划和工作要求，针对移动互联网也将制定知识产权管理的实施细则，同时对知识产权进行相应评估。

“除了政府宏观指导和监管外，移动互联网知识产权保护必须加强行业自律，上下形成合力，以及加强和提高企业维权意识，方为解决之道，”CMIPC万永说。来源：2010-7-15 中国经济时报

[返回目录](#)

CDMA 版 iPhone 圆了谁的梦

最近，iPhone 再一次引发了全球移动通信产业的关注，因为 CDMA 版本的 iPhone 有望于 2011 年 1 月由美国最大的移动运营商 Verizon 无线发售。尽管这一消息的发布，被业界在一定程度上视为苹果与 Verizon 无线谈判的一个策略，但却至少表明：iPhone 在面对三大 3G 技术标准时，WCD - MA 并非其唯一的选择，并且，i - Phone 之前所采用的排他性合作模式，也正在逐步被打破。那么，iPhone 推出 CDMA 版，对于合作的各方而言，又会带来怎样的不同命运？

Verizon 无线 能否黏住用户？

提起 Verizon 无线，人们首先会想到这不仅是美国市场上最大的无线运营商，也是目前为止全球最大的 CDMA 运营商(中国电信有望在 2010 年年底超越 Verizon 无线而跃居第一)。然而，就在美国市场，Verizon 无线却正遭受着用户流失的煎熬，而对方拥有的“利器”正是 iPhone。

iPhone 在美国市场上采取与 AT&T 进行排他性合作，这使得 Verizon 无线备感压力。对于 Veri - zon 无线而言，因为不能提供 i - Phone，不仅最有价值的客户会转投 AT&T，而且现有客户也会因此而牢骚不断。与此情况截然不同，AT&T 却尝尽了 iPhone 带来的甜头。除了用户 ARPU 的大幅提升以外，AT&T 也收获了美国运营市场上最低的用户转网率：来自市场咨询公司 Informa Telecoms & Me - dia 的数据显示，截至 2010 年 3 月底，AT&T 的用户转网率仅为 1.3%。

CDMA 版 iPhone 的出现，在很大程度上能够帮助 Verizon 无线黏住用户，或者至少能够减少因为 iPhone 吸引而产生的用户流失。也许有人会认为，想要

购买 iPhone 手机的 Verizon 无线用户，不可能有耐心等到 CDMA 版本的出现，应该早已转投 AT&T 了。然而，事实却并非如此，因为 Verizon 无线还拥有着能够“独步”美国市场的绝技——最好的网络感知和体验。在这样的情况下，网络服务与 CDMA 版 iPhone 的强强联合，必将开辟出一块崭新的天地。瑞银证券分析师约翰·霍都里克甚至认为，Verizon 无线第一年的 iPhone 销量最多有望达 1200 万部，最多将从竞争对手那里吸引 300 万至 400 万新用户。

苹果 能否开拓新市场？

对于苹果而言，目前市场上在售的 iPhone 手机，均只采用 GSM 技术及其后续演进型技术——三大 3G 标准之一的 WCDMA 技术。这使得苹果相对于其他往往是“三项全能”的手机制造商而言，涉猎显然不够广泛。CDMA 版 iPhone 手机，也将因此成为苹果扩展战略版图的一个新起点。

全球现有的 CDMA 用户，将因为 CDMA 版 iPhone 的推出而成为苹果的潜在用户。目前，全球共有 120 家 CDMA 运营商，超过 4.66 亿的用户在使用 CDMA 网络提供的服务。除了 Verizon 无线拥有的 9280 万用户以外，全球 CDMA 市场更加广阔。与 Verizon 的成功合作将能够很快得到复制。

中国电信有望紧随 Verizon 无线之后推出 CDMA 版 iPhone 手机。据悉，台湾运营商亚太电信将与中国电信联合采购 iPhone4，以降低手机采购成本，并争取更多用户。对此，亚太电信表示，曾评估与中国电信的合作案，只要符合需求，不排除将新机引进台湾，但首先需要解决 CDMA 版 iPhone 机卡合一的问题。中国电信作为中国唯一一家采用 CDMA 技术的运营商，一旦 CDMA 版 iPhone 推出，中国电信将有机会将其引入中国市场。

高通 绝对的赢家？

虽然 CDMA 版 iPhone 推出，苹果以及 CDMA 运营商都会不同程度地从中获益，但存在的变数却使高通有望成为绝对的赢家。市场调研公司 Forward Concepts 分析师威尔·斯特劳斯表示，高通是市场上唯一一家能够为 CDMA 版 iPhone 提供信号处理器的公司，将会从中受益。

对于苹果而言，推出 CDMA 版 iPhone 显然也是一个巨大的挑战。苹果需要组建全新的团队，设置专用的供应链和产品线，开发新方案以确保 iPhone 各种富有吸引力的功能可以在 CDMA 平台上顺利实现。除此以外，CDMA 版 iPhone 还面临着能否规模化发展的挑战。目前，CDMA 阵营的演进方向已经基本确定为 LTE，而这恰是 WCDMA 与 TD-SCDMA 这两大 3G 标准之前曾确立的演进方向。在这样的情况下，CDMA 技术的可持续发展问题就成为一个重要的变数。运营商究竟能够投入多大的精力发展 CDMA，这为 CDMA 版 iPhone 的规模化发展埋下了一个实实在在的“隐患”。

与 CDMA 版 iPhone 面临的风险相比，高通却能够实现“稳赚不赔”。作为唯一一家能够为 CD - MA 版 iPhone 提供信号处理器的公司，无论 CDMA 版 iPhone 最终的命运如何，高通都能够在每部终端中获得自己应得的那一份收益。除此以外，高通还能够借此巩固其全球最大的手机芯片制造商的地位。过去，高通最为强劲的对手——英飞凌，正是凭借着在 iPhone 领域的卓越表现而一度对高通造成了威胁；现在，伴随着 CDMA 版 iPhone 的出现，高通也将参与其中而进一步增强竞争实力。从上述分析出发，高通毫无疑问会成为 CDMA 版 iPhone 绝对的赢家：不仅从每部终端中赚取与信号处理器相关的费用，而且借此可以将触角伸到以前从未涉及的市场，从而提高在手机芯片领域的竞争力。来源：2010-7-16 人民邮电报

[返回目录](#)

物联网：少烧虚火多炼真功

在 2009 年全球物联网 100 强中，81 个在北美，18 个在欧洲，亚太地区只有一个，但不在中国。

物联网确实有巨大的发展潜力，但是它的应用、推广还面临很多的困难和挑战，不要觉得这个重大机遇 2011 年就变成很大的产业，产生多么大的财富。

“现在物联网炙手可热，似乎明天就可以变成多大的蛋糕，其实远不是这么回事，它的应用、推广还面临很多困难和挑战。”说到物联网，中国工程院院士、中国联通科技委主任刘韵洁更多的是忧虑，“我们应该正视物联网面临的困难和亟待解决的问题，踏踏实实地去做工作。如果只是忽悠，机会再大、前景再好，也跟我们无缘。”

物联网有三大特征：全面感知、可靠传输、智能处理

记者：虽然大家都在说物联网，但对它的认识并不一致，以至于有“雾里看花物联网”的说法。在您看来，它的内涵是什么？

刘韵洁：物联网至今没有统一的定义。在我看来，物联网就是把传感器、传感器网络等感知技术，通信网、互联网等传输技术，以及智能运算、智能处理技术融为一体的连接物理世界的网络。

物联网有三大特性，即：全面感知、可靠传输、智能处理。从架构上来说，物联网由感知层、网络层、应用层三部分组成。最底层是感知层，由传感器和传感器网络组成；中间层是传输层，主要由移动通信网和互联网组成；最上层是应用层，是指智能运算与智能处理。

记者：物联网提出虽然多年，但无论在中国还是国外，真正火起来还是 2009 年的事情。其原因何在？

刘韵洁：这与国际金融危机不无关系。根据历史的经验，每一次重大的经济危机都要伴随着一场技术的革命。因为每一次危机都会使人们冷静下来反省：以往的发展出了什么问题？未来当如何应对？

这次国际金融危机促使人们反思：对如此严重的危机，现有的信息技术为什么没能及时监测、提前预警？也就是说，目前人类对物理世界的认知、把握还远远不够，要想真正应对各种危机，必须把信息技术的触角延伸到物理世界，以实现及时的感知，并迅速采取相应的措施。

通过物联网技术，可以把人类社会与物理世界更好地连接起来，提升人们认知世界和处理复杂问题的能力，提高整个社会的信息化、智能化水平。

物联网覆盖面广，应重点关注五大领域

记者：有人说物联网是“包打天下、无所不网”，您怎么看？

刘韵洁：可以说物联网的应用领域覆盖到各个角落、各个领域，可以用“无所不包、无所不在”来形容。但从产业发展的角度看，还应关注重点，不能胡子眉毛一把抓。

记者：应重点关注哪些领域？

刘韵洁：我想以下五个重点领域值得特别关注——

一是智能电网。所谓智能电网，是指在发电、输电、配电、用电等环节应用以物联网为主的新技术，实现用电的优化配置、节能减排。美国的智能电网有七大特性：自愈、互动、安全、提供适应 21 世纪需求的电能质量、适应所有的电源种类和电能储存方式、可市场化交易、优化电网资产等。能源事关国家的命脉，所以发展物联网要首先关注智能电网。

二是智能汽车，或者叫智能交通。在汽车的部件上装上传感器，通过网络与智能的指挥后台联系起来，这样人们在驾驶汽车的时候，就可以提前知道哪个地方出了故障、哪个路段特别拥挤，以减少汽车追尾事故、等待的时间和尾气排放等等。这是智能城市必不可少的一部分。

三是智能医疗。比如，把嵌入式芯片装到患者身上，就可以随时感知到患者的血糖、血压和脏器的情况，并通过网络与后台的医疗、保健系统联系在一起，随时给出警示和应对建议。2008 年我国的健康医疗市场规模大概是 1 万亿人民币，随着经济社会、生活水平的提高，人们对健康医疗的手段和科技水平的要求也将进一步提高。

四是智能家居。除了通常所说的电表、气表、水表等“三表”的智能化处理，将来家里的空调、冰箱等电器设备，都可以接入物联网，以监控其运行、减少故障，等等。

五是 RFID(射频识别)产业。物流、金融、零售、物品防伪、环境保护、身份识别等很多方面，都离不开 RFID，今后随着物联网的大规模应用，其应用范围会更加广阔。

我国在物联网产业上还比较落后

记者：目前世界物联网的发展情况如何？

刘韵洁：2009 年，物联网产业界权威杂志 M2M Magazine 统计了全球的物联网发展 100 强，其中 81 个在北美，18 个在欧洲，亚太地区只有一个，而且不在中国。国内最大的物联网公司，据我了解还没有过亿的。所以中国在物联网产业还是相对比较落后的。

记者：具体表现在哪些方面？

刘韵洁：一是关键技术落后。物联网的关键技术包括传感器技术、识别技术、计算技术、软件技术、纳米技术、嵌入式智能技术等。就拿传感器来说，我国传感器还处于一个初期发展阶段，技术还比较薄弱；在 RFID 方面，低频和高频的比较成熟，超高频的与国外还存在一定差距。此外，嵌入式系统、基础软件、芯片技术也相对落后。基础较强的，是通信服务与通信制造。

二是标准体系不完善。相关标准比较分散，各个标准组织缺乏统一的协调，而且物联网尤其需要各种标准的协调发展。好在我国已经先后成立了国家传感器网络工作组、网络技术工作组和中国物联网标准联合工作组。当务之急是把这些标准组织协调统一起来。

三是物联网领域整体规划滞后。中国这么大，如果没有发展物联网的整体规划，没有政府的推动、政策的支持和行业的带动，很难形成大的规模。

记者：在您看来，我们如何抓住物联网发展的机遇？

刘韵洁：物联网确实有巨大的发展潜力，但是它的应用、推广还面临很多的困难和挑战，不要觉得这个重大机遇 2011 年就变成很大的产业，就能产生多么大的财富。

我觉得有几项工作必须抓紧——

国家应该在政策领域对物联网的发展作整体规划和顶层设计，并在产业发展上做到“有所为有所不为”，力争在重点领域取得突破。

在科研领域，首先要突破感知端产业的瓶颈，重点发展高端传感器、MEMS(微电子机械系统)、RFID 产业等。其次要发展物联网相关终端和设备，重



点包括近距离通信终端与芯片、传感器与通信集成终端、RFID 与移动通信集成终端、物联网网关等。

第三，物联网相关软件和信息服务。重点包括嵌入式操作系统和中间件、数据库、高端应用软件与中间件、M2M(物物相连)信息通信服务、行业应用集成服务等。

第四，要发展物联网基础支撑产业。重点包括集成电路、智能控制系统、微纳器件、微能源、新材料等。来源：2010-7-19 人民网-人民日报

[返回目录](#)

中国市场苹果谷歌胜算各几分

智能手机在中国越来越普遍，世界上最大的两家手机操作系统谷歌和苹果对中国的争夺也越来越激烈。福布斯专栏作家 Paul Denlinger 在博客结合中国国情，就此问题做出分析。

中国企业家网本周，苹果在上海浦东新开了一家旗舰店，大增它在中国的曝光量。四周的玻璃是旗舰店的围墙，这玻璃也号称是世界上最大的一块曲线型玻璃。这家店和苹果在曼哈顿的旗舰店在设计上有惊人的相似之处。

苹果表示到 2011 年要在中国开设 25 家分店。它表达的信息是明确的：我们有产品线，又有旗舰店作为载体，因此要在中国获得广泛市场。许多中国分析家认为，长久以来苹果都没有对中国市场给予足够关注，丢掉了在中国扩大市场的机会。现在，这些分析家可以闭嘴了。

iPhone 掀起苹果对中国的第一轮进军。手机在中国无处不在。而 iPhone 的屏幕设计友好且便于操作。第二轮狂潮来自 iPad：这小小的平板电脑已经一次又一次地刷新世界销售记录。第三轮狂潮来自 iPod 和 iPod Touch：这两种产品可以满足不需要手机的音乐发烧友和希望少花钱体验苹果系统的人。最后一波狂潮来自 MacBook Pros，它满足需要全功能计算机的用户。可见，苹果有不同价位的产品来满足中国用户。

苹果面临来自谷歌 Android 操作系统的竞争。摩托罗拉和宏达电通过 Android 系统安装了越来越多的应用程序，以丰富手机功能。在美国，很多分析师认为开放的 Android 操作系统会最终赶上并超越 iPhone。

但是，一些原因使本立论在中国不成立。

首先，苹果生产自己的手机：它和富士康签有在中国制造 iPhone 的合同。中国联通是 iPhone 在中国地区的唯一运营商。在美国，AT&T 公司通过电话套餐平衡 iPhone 的生产成本，使 iPhone4 不到 300 美元的售价成为可能。而在中

国，中国联通只是以协议价格买走了苹果的 iPhone，并没有与苹果分享套餐收益。iPhone 是专门为苹果生产的，苹果把中国市场的销售权以其自身尚可获利的价格卖给联通的同时，就把中国的市场风险转嫁给了联通。虽然这并不影响苹果在中国的利润，但 iPhone 在中国的市场增长比联通预计的要慢得多。

谷歌的盈利模式和苹果完全不同。谷歌依靠广告收入和本地服务盈利。现在的问题是，谷歌在中国不能提供在其他地方可以提供的如谷歌地图为例的本地服务。没有政府授权的执照，谷歌甚至不能用广告收入抵消当地市场成本。

这意味着谷歌的营销资金主要来自宏达电、摩托罗拉等设备制造商。可这些制造商的盈余比苹果小得多，在营销上可周转资金也不多。说到底，问题的关键在于中国移动和中国电信愿意投入多少钱推广 Android 平台。但中国移动现在还在 iPhone 的问题上跟苹果反复纠缠。即使苹果已经把中国的独家销售权卖给联通，移动也没断过在 iPhone 销售上与苹果的对话。

摩托罗拉把 Android 在中国默认搜索引擎换成百度，使谷歌在中国更加举步维艰。谷歌把资金投到这个 Android 平台上，就会为其竞争对手百度带来直接经济效益。这实在不是什么好事。

如果谷歌不在推广 Android 上投入资金，只依靠制造商和合作伙伴在推广 Android，Android 仍处于困境：苹果从硬件产品销售上获利，用收益营销中国市场，苹果系列深入到中国消费者的心中。这对谷歌也绝非福音。

中国移动运营商都是国有企业的事实，让谷歌在中国的问题变得更加复杂。近来因为网络审查问题，谷歌在中国的发展已经不是纯粹的商业力量所能驱使。

现在，轮到中国消费者判断：面对两家最强大的手机商，他们会如何选择？对中国人来说，iPhone 拥有最棒的用户界面和最高的评价体验，甚至苹果本身就是一块金字招牌。但是，苹果要比 Android 系统多花 20% 到 30% 的钱。他们觉得这值得吗？

我猜想，就销量来说，Android 手机的销量可以是 iPhone 的三倍。但说到盈利，还是苹果更多。苹果会用这笔钱做市场营销，通过广告扩大中国市场。对苹果来说，这是一个良性循环。iPhone 在中国的定位是高端的精英手机。当消费者爱上 iPhone 时，他们可以去买 iPad 或者 Macbook Pro。再就营销而言，终身忠实于苹果的用户会比 Android 的多得多。而对专业营销商而言，消费者的忠诚是最重要的。

对谷歌和它的合作伙伴而言，尽管卖得比苹果多，赚的却更少。由于服务项目在中国市场受限，公司又流失了广告和本地服务带来的收益。Android 系统越普及，谷歌赢得末端收入越低，能够做向上促销或边缘产品促销的硬件就越无法与苹果媲美。

谷歌中国的 Android 产品经理很可能问这个问题：“就广告收入而言，在末端收入无法增加的情况下，在中国市场继续投钱做 Android 营销还值不值？”来源：2010-7-14 中国企业家网

[返回目录](#)

三网融合不是三线合一并非相互替代

上周末，正在装修房子的小何有点犯难。他看报纸上说三网融合已经启动了，怕现在电视、电脑走的线以后还得拆，但不知道怎么样预留才算合理。小何说，他和身边的很多朋友交流，大家感觉三网融合就是一条线办三件事：只需要接一根线、付一次费，大家就能打电话、上网、看电视。因此，小何困扰的问题是，为了避免新房子“窟窿”太多，到底应该预留电视走线的位置，还是该为电脑预留。

其实，这种理解有误区。北京市广电局相关负责人表示，各自网络的主体业务是无法替代的，电信网不能全程全网承载广播电视节目，广电网也不能全程全网承载所有的电信业务。

“家里面还是要有三根线，但这不是业务的问题，主要是利益问题。”南京大学电子科学与工程学院副教授陈相宁表示，三网融合的最终是要广电和电信在业务开展上逐渐的渗透，虽然不能全程全网承载相互的业务，但却能一步步打破坚冰。三网融合后，广电可以做 IP 电话的业务，电信也可以提供节目。二者之间虽然是部分的介入，最后却可能产生新的业务，使原来的老业务自然地被淘汰掉。

国家广电总局科技委副主任杜百川形象地说，比如刚刚结束的世界杯，你在家看到一半时要出门，可以拿着手机在路上接着看，到了办公室，就可以把手机停掉，用电脑继续看。对于普通市民来说，由于三条线中的每条线都能基本完成原来要三条线做的事，每条线各有侧重，到时候只要选择其中一条线就够了。三网融合的最终，是给用户提供更多的选择权。

广电总局提出，2010 年年底前的目标是“一省一网”。在北京，广电网络整合相对容易，因为经营有线电视网络的只有歌华有线一家。按照规划，北京市三网融合的工作重点是：加快推动广电、电信业务双向进入；加快信息基础设施建设；强化网络信息安全和文化安全监管；大力推动文化创意等相关产业发展。

其实，为应对三网融合，电信网、广播电视网和互联网此前都开始了向“下一代”的演进。业内分析认为，三大网络各自向下一代网络的演进将使网络之间

的界限日趋模糊，在技术上趋向一致，在网络层上实现互联互通，在应用层上趋向使用统一的 IP 协议，在业务层上互相渗透，最终实现三网融合。

目前，歌华有线和数码视讯已经一起开展了在线支付业务，市民可以在家通过摇控器交水电费、煤气费、手机费等等。此项业务已经和工商银行进行了对接，达到银行级的安全要求。如此一来，用户不但可以通过数字电视的自有账户完成储蓄和支付功能，还能通过工商银行的网上银行进行付费，直接在电视上实现商城购物。来源：2010-7-20 新京报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

三网融合需要融合监管体制

此次公布的试点方案中规定三网融合实行分业监管。从两个部门十多年的“磨合”中可以看出，电信与广电分开的管理体制是产生融合难题的根源。三网融合之所以需要“十年磨一剑”，一直没有能够得到有效推进，并不是市场不需要，也不是技术不成熟，更不是没有人愿意去实施，只是因为分设的两家管理机构代表不同部门利益，为了争夺管理权限互不相让，人为形成阻隔。专家认为，试点方案中分业监管的规定应是权宜之计，随着试点地区规模的不断扩大，以后可能还会出现更多新问题，解决的根本方法是建立融合的监管体制。

国际经验表明，

融合监管是大势所趋

当今世界，三网融合已是大势所趋，正在或即将创造出巨大的经济社会效益。适应信息通信技术业务融合发展的需要，世界各国纷纷从监管政策和管理体制上进行调整，成立融合的管制机构，打破长期以来广播电视、电信和互联网分业监管的格局。

发达国家的三网融合之路大都选择通过融合立法取消原来的政策性产业壁垒，成立融合监管部门，提高监管效率。其三网融合监管体制分为“完全融合监管机制”和“相对融合监管机制”。前者是指将广电和电信监管机构完全融合，统一监管。后者是指虽然没有成立统一的监管机构，但是能够在法律和体制框架内对广电与电信有效协调、统筹发展。目前，美国的 FCC 统一监管电信、广电和互联网。英国已经将原来的 5 个监管机构合而为一，成立综合性的独立监管机构 Ofcom。2008 年，韩国政府也审时度势，冲破部门阻力和利益集团的阻挠，

成立了新的广播通信委员会。目前，我国台湾地区对于三网融合管制框架已经形成了一些共识，为打破行业间的垂直障碍，将现有的垂直管制框架平稳地转为水平管制框架，考虑对三网融合相关业务实行制播分离、传播和应用内容分离，鼓励新兴、多样的媒体服务发展；鼓励通信与媒体服务整合，排除新进企业的进入障碍……

世界各地的实践表明，融合监管是大趋势、大方向，融合的管理体制对促进信息文化产业的发展、带动信息消费、丰富百姓生活是大有裨益的。

十年探索说明，

融合监管是根本保障

目前，我国三网融合实践虽然取得了一些进展，但要深入推进三网融合，实现真正的双向对等开放，就必须进一步加快体制改革，打破部门壁垒，推进制度创新，实现融合监管。这将是实质性推进三网融合的根本保障。

三网融合并不是简单的网络合并，它牵涉社会信息化方方面面，尤其是跨行业、跨领域之间的整合。国内十年探索之路说明，推进三网融合，仅靠高层的协调和不同部门的谈判是不能解决根本问题的，重要的是消除体制性障碍，积极调整工信部、广电总局等政府部门相关职能，避免和减少政府职能交叉、重叠，推进形成融合统一的行业监管机构。加快调整与合并广电、电信等部门涉及三网融合的相关法律和规章，实现法律层面的融合，以法律融合促进政策融合，以部门融合实现三网融合。

近年来，党和政府从信息化建设的高度，多次提出要加快推进三网融合。但在现有的体制下，电信网、有线电视网和互联网归属不同的部门管理，部门利益形成了严重的行业壁垒，致使三网融合迟迟迈不开实质性的步伐。虽然社会需求旺盛，经济社会效益明显，IPTV、手机电视等融合性的业务却难以大规模普及推广。专家认为，要从根本上改变这种现状，必须进行管理体制变革，消除原来的部门界限，通过组建融合的监管机构来统一管理广电网络和电信网络。一位曾经参加了两部三网融合协商的工信部某官员也深有感触地说，在中国要实现三网融合，一定要首先探索管理体制的融合。

此次国务院三网融合文件提出，到2013~2015年，“基本建立适应三网融合的体制机制和职责清晰、协调顺畅、决策科学、管理高效的新型监管体系”，要求创新监管模式，这实际上是对传统管理体制的反思和改革，抓到了问题的关键。专家建议，我们有必要对国外的三网融合监管模式进行分析，进一步转变监管思路，逐步建立融合监管体系，可以先行在试点地区设立融合的临时监管部门，取得经验，再逐步成立融合的政府监管机构，最终建立适应三网融合需要的体制机制。来源：2010-7-14 人民邮电报

[返回目录](#)

10G GPON 标准获国际电联批准

10G GPON(XG-PON)标准日前在瑞士日内瓦 ITU-T(国际电信联盟标准化局)SG15 全会上顺利通过,这标志着 10G GPON 标准研究和制定工作圆满完成,为 10G GPON 的商用铺平了道路。

根据标准定义,10G GPON 可提供 4 倍于现有 GPON、高达 10G 的接入带宽,并在移动基站回传、大分光比 FTTH、企业客户应用以及运维管理层次等方面,相对 GPON 标准有了更为细致的考虑。与此同时,10G GPON 可实现 1:512 的大分光比下 20 公里的长距传输,在不改变用户带宽的情况下,可通过增大分光比接入更多的用户。这些特征都将使光纤接入系统能够更好地满足未来的业务发展需求。

作为下一代 PON 技术主要演进方向之一,10G GPON 相比现有的 GPON 与 EPON 标准,拥有更高的速率与分光比、从 1G 技术的平滑演进,以及延续对全业务运营能力的支持等优势。来源:2010-7-14 赛迪网

[返回目录](#)

工信部: 346 家 SP 年检不合格

昨日,工信部公布了一份增值电信业务(SP)经营许可证年检名单,其中,包括北大青鸟等在内的 346 家 SP 企业年检不合格。根据相关规定,这些企业必须在一定时间内进行彻底整改。

据悉,工信部相关部门依法对部颁证企业实施了 2009 年度增值电信业务经营许可证年检,其名单显示年检结果分三类,一类是通过年检企业,共有 1382 家;第二类是经整改年检合格企业,共有 204 家;第三类是未通过年检企业,共 346 家。

在未通过年检的 SP 企业中,包括一些知名企业的 SP 业务,例如世纪龙信息网络有限责任公司、广东新太互动信息有限公司、北京北大青鸟网络通信技术有限公司、北京书生电子技术有限公司、南京小天鹅电子有限公司等。

近几年,SP 企业违规行为一直屡禁不止。此前,华友世纪、搜狐、上海掌拓等 30 家 SP 企业因在经营过程中存在各种违规行为而遭到中国移动的通报和处罚。来源:2010-7-16 北京商报

[返回目录](#)

日本三网融合获政策法律有效支撑

近年来，在相关政策法律的大力推动下，日本的三网融合发展迅速，创造出大批信息技术新兴产业，在世界范围内占据领先地位。

出台法律推动三网融合

电信和广播电视属于两个不同的行业，但按日本法律，这两个行业属于交叉性行业。日本《电信业务利用放送法》规定：“广播电视是以公众直接受信为目的的无线通信的发送。”《电信事业法》规定：“由有线无线及其他电波的方式传输和接受符号、音响和影像，即为电信。”从概念上看，电信比广播电视范围更广，广播电视是电信的一种特殊形式。

日本 2001 年 6 月推出的《电信业务利用放送法》把电信和广电融合的方式大致分为两类，即利用通信卫星设备播放电视和利用有线通信设备播放电视。出台该法的目的是在电信和广电融合的时代，以法律的形式把利用电信设备播放电视固定化、合法化。

因特网宽带化和光纤通信的普及使可视电话等电信服务变为现实，借助因特网和光纤通信设备，电视的服务领域更加广泛。2002 年 12 月，日本出台《关于促进电信和广播电视融合技术开发的法律》，把电信广电融合技术定义为“为把利用因特网的电信传输和通过数字信号播放的电视融合在一起，并成为融合基础的电信广电技术”，旨在通过对电信广电融合技术开发业者的支持，发展电信广电融合技术，建设网络社会。

该法律规定，日本总务大臣必须制定促进电信广电融合技术开发的基本方针，包括开发电信广电融合技术的基本方向、电信广电融合技术的内容、如何完善电信广电融合技术开发系统以及促进电信广电融合技术开发的重要事项。

为了使电信广电融合技术开发落到实处，日本还成立了独立行政法人信息通信研究机构，该机构主要开展以下业务：向电信广电融合技术开发业者提供补助金；完善电信广电融合技术开发系统，让电信广电融合技术开发业者共享；开展基于以上两项业务的附带业务。

制定政策指明发展方向

在三网融合过程中，日本政府一直强化体制建设。日本成立了由首相任部长，由内阁特命担当大臣(科学技术担当大臣)、内阁官房长官、总务大臣、经济产业大臣任副部长，由所有国务大臣、电信及其他产业巨头、专家教授组成的信息技术战略总部，负责制定重大的信息产业政策。

2000 年，森喜朗内阁信息技术战略总部提出信息技术基本战略，目的是使日本成为先进信息技术大国；小泉内阁信息技术战略总部 2001 年提出“e -

Japan 2002 项目”，2003 年又提出“ e - Japan 战略 2”，2006 年提出“ IT 改革战略”；2009 年麻生内阁提出“ i - Japan 战略 2015”；2010 年 3 月，鸠山内阁信息技术战略总部又提出新战略，建立医疗病历共享数据网。截至目前，日本信息技术战略总部共举行 59 次会议，每次会议都要讨论日本信息技术领域存在的问题及对策。其中有两次会议专门讨论了三网融合问题。2001 年 1 月，日本信息技术战略总部专题讨论电信和广电的融合，提出卫星电视和闭路电视采取硬件软件分离制度，电信广电可以互相自由渗透和兼营，三网融合自此初见端倪。2003 年 5 月，日本信息技术战略总部提出官民并举、共同努力，把日本建成网络无所不在的社会，而网络无所不在社会的技术支撑就是三网融合。

健全体制避免无序竞争

为了保证三网融合顺利进行，日本注意在体制上理顺关系，加强管理。2001 年日本总务省设立了电信业纷争处理委员会，由总务大臣任命的 5 名委员和 8 名特别委员组成。到目前为止，该委员会已经履行了四项职责：一是利用其专业性迅速解决纷争；二是通过商谈在纷争出现之前解决问题；三是在通信业者与其他业者协商时，保持中立，保障双方对等；四是通过向总务大臣建言改善竞争规则等。

此外，日本总务省还设有信息通信审议会、独立行政法人信息通信研究机构、电信团体组建的协会等，这些机构都在一定程度上保障三网融合的竞争与合作能够有条不紊地进行。来源：2010-7-19 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

收视率造假严重 多家电视台呼吁建立第三方监管

收买样本户是造收视率的手段当中最低级的。最简单的做法就是直接篡改。现在的收视率作假是一千亿的金融问题，没有监督没有问责。———东方卫视副总监徐向东

建立第三方机构，受理举报、受理调查，是有必要的。———湖南卫视李浩

近日，《人民日报》就个别电视台收买收视率样本户，制造虚假收视率一事作了连续报道，引起了业界很大反响。而收视率造假现实激怒了不少电视台。南都记者就此采访了多家电视台的反应和态度。几家卫视频道的相关负责人纷纷表示对此事“非常关注”、“十分愤怒”，他们认为收视率造假影响了电视系统上千亿的广告盘子，属于诈骗行为，呼吁一定要抓出作假的害群之马，并建立有效第三方监督机制。而对于收视率造假的现状，东方卫视副总监徐向东在接受南都专访时表示：“有些事情露出的只是冰山一角，真正体积有十倍。我想《人民日

报》可能更加重证据吧，所以有证据的它现在在报，我想它肯定还有很多没证据的或者没有完全查得水落石出的。”他认为：“《人民日报》写出来只是个青春痘的意思。我认为这里几乎是脓包。”

A 收视率造假有多严重

“甚至已经到了半公开化的程度”

徐向东表示：“有些频道，有些台，做收视率是非常狠的。既然可以买通(样本)用户，干吗不是直接购买数据呢？……这个(收买样本户)是造收视率的手段当中最低级的，还算是复杂的，它也是低成本的。最简单的做法就是直接篡改(数据)呗。通过谁来篡改，怎么篡改，等于说是圈子里边一些墨守成规的、大家共同的守则吧。”他透露，收买收视率这种事情甚至已经到了半公开化的程度：“这个问题实际上非常严重，我们也听说过，也有人来问我们要不要买。”

他表示，东方卫视坚决拒绝造假行为：“东方卫视特别怕踩这个黑，一旦染上终身是黑。我们特别当心，也密切关注我们的收视率是否异常，因为里面牵涉到很多客户利益。这是上海，上海再乱，还了得吗？这(收视率造假)是‘脓包’还是‘青春痘’？我看《人民日报》写出来只是个青春痘的意思。我认为这里几乎是脓包。需要一些人去调查。你说你怎么查，作为一个记者你怎么查？不在黑中怎么知道黑在哪里。所以我跟你说我们没有证据，我们不知道。我们看了这个报道很气愤，我们早就听说这些问题了。”

关于收视率造假的现状，湖南卫视执行副总编辑李浩也表示：“很严重。后果究竟有多严重，目前还无法通过量的方式去呈现。”而南都记者采访的一些本地电视台的相关负责人和一位不愿透露姓名的卫视负责人，他们都表示，虽然知道收视率有造假，但并不了解具体情况，也未曾听说可以直接篡改收视率数据的做法。

B 收视率造假的伤害

“破坏秩序、破坏公众信任感”

东方卫视副总监徐向东表示，广电系统的广告投放很大程度上和收视率挂钩：“这个牵涉到整个广电系统的广告盘子，是一千个亿。任何一单，只要是卫视上的广告，它就会牵涉到将近千万。有些卫视，都是几十个亿的盘子，这个几十个亿的盘子如果建立在虚假的基础上，是不是牵涉到金融诈骗？它产生的后果还严重影响导向，你说他是不符合主流价值，他说我是群众喜闻乐见。”

湖南卫视李浩则表示：“这肯定是一种很大的伤害，因为它破坏了规则，破坏了公平。收视率应该是行业的一个标准，对节目的分析啊评估啊包括其他方面都有很大的影响。它破坏了这种行业的秩序，说更严重一点就是破坏了诚信，破坏了观众、社会对媒体的信任。”

C 怎么抑制收视率造假

呼吁司法介入，建立第三方监督机构

徐向东表示：“这个事情(收视率造假)如果发生在 BBC，或是 MTV，我认为这个台都要倒掉了。如果是某一个制作人出了这样的问题，比如《American Idol》如果它作假的话，这个栏目或这个制作人从此就在这个行业消失。而我们现在的收视率作假是一千亿的金融问题，没有监督没有问责。是否司法需要介入？我们没法查。”

李浩则表示，改变这种情况首先要呼吁行业自律，不要企图通过这种方式去提高收视率，这种办法是不可能长久的，一旦败露就身败名裂。“我觉得可以去追根溯源，可以通过调查样本，从反方向去查找有没有造假，谁造的假，还可以通过司法的力量调查取证……有很多方式，应尽快把害群之马给揪出来。”李浩还提出：“建立第三方机构，受理举报、受理调查，是有必要的。”

一位不愿透露姓名的某电视台负责人也表示，建立第三方监督机构很有必要：“地方卫视收买样本户，那他是从什么渠道拿到的样本户资料呢？如果说完全是收视率统计公司员工个人的行业操守吧，那公司的管理何在呢？我们太需要第三方机构了，比如德国，监管收视率的机构是属于政府监管之下的。”一位同样不愿以真名被报道的卫视宣传负责人表示：“应该有收视率监管机构。甚至某一地区锁定的 500 户样本户，它究竟符不符合统计规律，这个大概真的没有人能说得清。统计公司会说我不能给任何一个公司这样的资料啊，但是应该可以给第三方。”这位负责人介绍，国外第三方监管机构进行收视率调查的很多，“如英国现在叫做 OFCOM 了吧，原来叫 ITC，独立电视委员会，现在叫做英国通讯办公室。”

D 央视索福瑞回应

“会在适当时机做一些公开说明”

南都记者致电央视索福瑞北京市场部，工作人员告诉记者：“我们现在已经把情况向董事会和主管部门汇报过了，一些具体的情况我们会在适当的时机做一些公开的说明。”而关于东方卫视副总编徐向东提到的，是否存在个别电视台直接篡改数据造假的情况，这位工作人员表示：“我们不了解他说的这些情况，我们也不能证明，所以暂时在这方面不做任何的回应。”她建议记者去看 2009 年 9 月发布的一篇题为《电视传媒业加大力度维护收视率数据安全》的文章，她称这篇文章“已经代表了我们公司的一贯立场。”这篇文章提及了 CSM(央视索福瑞的英文缩写)目前为确保数据真实所采取的一些措施，包括：投入超过 4000 万人民币来强化从样本抽取、数据采集到数据传输等各个环节的安全措施；扩大样本规模，继续推进日记卡调查向测量仪调查的转换等等。

据《人民日报》报道：“央视索福瑞副总经理郑维东介绍，为保持收视率数据的客观公正，该公司已经组建了由电视台和广告公司构成的客户代表委员会，对数据的收集统计进行监督。不过，也有业内人士指出，该委员会还不是真正意义上的第三方，调查公司的操作流程和电视台、广告商对数据的使用，也还不够透明。”而作为收视率最高的地方卫视，湖南卫视副总编李浩表示并未加入到这样一个委员会中：“现在可能还在做一些准备工作吧，它确实有它的复杂性，有它的难度，必须要努力，我觉得也可能需要一定的投入去做好这件事情。”

背景回放

随着尼尔森公司 2009 年初退出中国市场后，目前提供电视收视率调查的机构只有央视索福瑞一家。据悉，央视索福瑞在上千万人口的城市一般会有 200 至 500 户左右样本家庭。按照国际惯例，为避免电视台、电视机构、广告商等买通样本户，央视索福瑞的样本户姓名、身份、地址等信息都被严格保密。《中国电视收视率调查准则》也规定，调查机构在确定样本户时，必须与样本户签订保密协议，以确保样本不被非正常因素污染。

而在近日《人民日报》记者则采访到一个因为被“污染”而撤销“样本资格”的家庭代表。该受访者表示，自从成为“样本户”之后，经常被多家电视台骚扰，以提供各种小恩小惠的方式要求他们在某个时段锁定某个频道。来源：2010-7-15 南方都市报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

西部产业脉动：人才不再东南飞

7 月中旬，西安交大的校园因为毕业生刚刚离开而显得格外的安静。

放弃了去北京工作机会的小陈选择在交大读博，期待着以后能在西安谋得一份教职。小陈身边的几位好友则去了中兴通讯在西安的研发生产基地。

西安交大就业指导中心副主任郑旭红告诉记者：“近两年，西安交大已有超过 40% 的毕业生流向西部地区，而这其中的绝大多数分布在陕西。”

这个成绩，对于长期受困于人才“孔雀东南飞”的西安而言，着实值得欣慰。而这一“成果”的背后，也显现出西安近年来产业格局上的变迁。

高新产业把人留下

长期以来，科技人才资源丰富是陕西省的一个骄傲，但同时又是一个隐痛。因为这里培养出来的大量科技人才，大部分流向了省外。这部分是由于历史原因造成的。

早年，西安的科研机构更多是按照国家的计划安排布局，而并非根据当地需求。这种所谓“嵌入式”的布局结构，造成了残存至今的科技与产业脱节的二元结构。

这种结构所直接导致的结果就是，科研院校所培养的技术人才在本地无用武之地。

2009年，国家批复《关中-天水经济区发展规划》，不仅针对这一地区雄厚的科技资源提出建立统筹科技资源改革示范基地，而且还将大西安未来的发展定位为国际化大都市。

一时间，在大关中地区形成了国家政策支持洼地效应。

“获得了国家相关政策的支持，西安获得了难得发展机遇，尤其是高新技术产业。”西安交大经济与金融学院副院长孙早说：“由于高新区已经有了很好的积累，在这时的发展则显得尤为突出。”

小陈好友选择就业的中兴通讯西安研发生产基地，就坐落在西安高新区长安通讯产业园内。

这座研发基地奠基于2010年1月份，总投资60亿元。据了解，这个研发基地目前有研发人员6000人，而在未来若干年内这个规模将要达到三万人。

在未来一段时间内，中兴将成为吸纳西安高校毕业生在本地就业的重要企业。

在高新区内，与中兴齐名的通讯类企业还有华为。

“这两年，交大留在本地的毕业生很大一部分是被高新区吸纳了。”郑旭红告诉记者，“其中比较有代表性的就是中兴、华为这两家企业。”

中兴和华为两家企业，是高新区通讯产业的代表。

2010年1月，高新区被确定为“国家通信高新技术产业化基地”。这意味着高新区成功跻身通讯产业国家队。

目前，通讯产业已经在高新区形成了一个较为完整的通讯产业链，并成为该区的主导产业之一。这无疑得益于西安深厚的通讯科研力量，包括西安交大、电子科大、邮电学院等等。

随着更多企业的进驻，通讯产业在高新区已经形成了初具规模的产业集群。这对专业技术人才也提出了更多的需求。

“这两年，我们一直对高层次人才实行优惠政策，以把他们更多吸引到这里，留在这里。”高新区招商部部长董小泰说，“而且根据我们多年的观察，具备硕士以上高学历的人，大多是倾向于有机会的话就留在西安。”

据记者了解，在高新区从业的27.5万人当中，已有近三分之一的从业人员具有硕士以上学历。

错位仍旧存在

尽管留下读博，小陈心里还是有些遗憾。

按照他所学的机械专业，其实最对口的是核电类企业，但那些有实力的核电类企业大多分布在东部、南部地区。

“我不太想去东部沿海地区，那里生活成本高、压力大，最主要的是买房子是个很大的问题。”小陈说，“但现在西安没有这样的企业，所以我们大部分毕业的同学还是去东部工作了。”

小陈的麻烦，实则反映了西安当下产业格局的一个窘境。

高新区的快速发展固然留住了一批科技人才，但西安每年有超过 20 万高校毕业生，单靠高新区的高技术产业很难承载下来。

“尽管我们的学生已经能够留下超过 40%，但与东部一些地区的院校能有近 80% 的毕业生留在当地的情况比，还是显得有些少。”郑旭红说，“这个没办法，有些学生想留下，但没有适合他们的企业。”

郑旭红举了一个印象很深的例子。一个学习空调制造的学生，父母也都是西安人，很希望留在西安，但最终没能成行。

“西安的经济总量还比较小，与东部地区相比，在产业的丰富和多样性上还有不小差距。”孙早说。

但孙早认为，产业门类不完整是一个方面，还有很重要的一方面是，西安实际在发展的产业与教育机构专业不协调。

目前，大西安正在按照各个功能板块进行建设。以西咸新区为例，在其已出台的发展战略中规划了新能源、新材料、节能循环产业等。

孙早认为，这其实是为西安的各高校发出了一个信号——应该针对这些未来将要发展的产业，调整自身的学科，有针对性的培养人才。西安交大刚刚成立的低碳经济研究院在孙早看来是一个很好的例子。

“未来西安的这些新兴产业肯定需要大量这方面的人才，我认为作为科研院校应该有意识的主动迎合这种需求。而不能被动等待，以至于将来需要这方面的人才时，还需要从东部地区乃至海外引进。”孙早说。来源：2010-7-16 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

北京市三网融合试点工作正式启动

北京三网融合，涉及市经信委、市发改委、市财政局等 38 家单位。昨日，北京市三网融合工作协调小组召开第一次会议，标志着北京市三网融合试点工作正式启动。

会议透露，上月 30 日，北京被确定为第一批三网融合试点城市。目前，北京已组建三网融合工作协调小组，市委组织部、市委宣传部、市广电局、市经信委、市发改委、市财政局、市通管局，以及北京广播电视台等 38 家单位的主管领导，均为协调小组成员。

北京市委常委、宣传部长、副市长蔡赴朝任协调小组组长；副市长苟仲文任协调小组副组长。协调小组办公室设在广电局。来源：2010-7-17 新京报

[返回目录](#)

软件瓶颈待解 电信广电网络需重整

在 2010 年 1 月，国务院提出了推进三网融合的 2010 年-2015 年的阶段性目标，选择有条件的地区开展双向进入试点。根据试点方案，广电仍然负责 IPTV 集成播控平台的建设和管理，电信部门负责传输。

“预计在未来 3 年，三网融合可带动投资和消费 6880 亿元。”中国工程院副院长邬贺铨认为，不过目前有数千家有线电视公司采用的是不同的底层软件和加密认证系统，如果不改造为统一的底层软件，就无法实现业务互通。

目前，首先要推进有线电视网数字化双向化改造，还有 60% 的用户需要数字化转换，有 87.5% 的用户需要单改双，任务非常重。对于电信企业而言，电信网的宽带化需要进一步升级，实现光纤到小区和光纤到大楼。而由于 IPTV 是在可管理的 IP 网上的电视，现有互联网需要增强支持大规模流媒体组播和 QoS(用来解决网络延迟和阻塞等问题的一种技术)保障能力。同时，还要加强对视频节目播放的安全管理。

电信专家项立刚表示，电信网在全国范围内有技术优势，覆盖范围广，收费体系完善，但缺乏试听内容上的提供。而广电网在节目内容上具有绝对性的优势，但缺乏网络覆盖以及收费体系。其认为，三网融合后，广电的利益分成可能会多一些，但随着网络规模效应的产生，利益分成会趋向合理，电信运营商的资费虽然会下降，同时会有新的业务流进来。因此，对于电信而言，需要做的就是和广电融合寻求合作，逐渐找到自己的位置，充当业务整合平台。

对于在三网融合中电信网络的具体方案，目前三大运营商都未对外明确表态。一位运营商高层表示，长期以来电信运营商在广告费用上投入巨大，“现在还不好判断电信之前的一些投资是否花了冤枉钱，三网融合之后肯定还会有很多新的业务点，只不过需要一个相对合理的利润分配方式。”

对于电信之前投入的项目，安全通信领域资深专家陈相宁教授表示，钱不会白花。现有的网络带宽其实是不够的，所以投资在网络资源建设上面的钱没有“打水漂”。不过，目前正在建设的中国下一代广播电视网(NGB)，不可避免地要重新铺设网络。

国家广电总局科技司司长王效杰告诉本报记者，目前正在筹建国家有线网络公司，该公司也是建设下一代广电网(NGB)的运营主体，负责运营广电的全程全网，计划在三年内完成组建国家级公司和并网的工作。

据王效杰透露，与过去对于国家有线网络公司组建形式的各种猜测不同，该公司将既不是根据现有有线网公司牵头组建，也不是通过各自不同区域化整合实现，而是直接由政府成立，各省有线网公司则将分别直接成为此公司的下属子公司，但交与地方企业一定的自治权。来源：2010-7-20 新京报

[返回目录](#)

国内运营商开打 3G 终端市场争夺战

随着 3G 竞争的日益激烈，终端争夺战已被国内电信运营商视为制胜法宝。最新数据显示，仅仅一年的时间，中国电信实现了 CDMA 用户群从 2800 万到 7000 万的跨越式发展。如果照这个速度，在 2010 年年底前中国电信就会成为全球最大的 CDMA 运营商。

在终端市场，中国电信始终大力保持着与终端厂商的合作。作为全球第一个推出 CDMA2000 手机的厂商，三星为中国电信 CDMA2000 试验网的测试和首批终端招标提供了 4 款产品。中国电信相关负责人表示，从 2G 到 3G 不是简单的跨越，它包含了技术的跨越，同时还包含了市场的跨越，中国电信已经拥有最成熟的 CDMA 通讯网络。当下，更重要的是有相应的设备来支持这种网络的应用，并引导中国 3G 市场的运行，而三星足以扮演这个市场引导角色。

工信部数据显示，截至 3 月底，中国电信、中国移动、中国联通 3G 用户份额分别为 30.8%、42.5%、26.7%。这些成绩一方面源于“天翼”品牌运营得当；另一方面，极力解决 CDMA EVDO 产业发展中终端的瓶颈问题，全面发展手机终端企业合作有效帮助电信圈地 3G 用户。

据悉，2009 年三星手机在中国 EVDO 终端市场销量占 46.72%，销售额占 48.32%，以近半数优势占据主导地位，大大增加中国电信的实力。

未来 3G 终归还是要回归应用，消费者将更多地通过 3G 使用各种数据业务。在支持 3G 带来的新兴应用业务上，三星投入大量经费用于终端机型的研发。2009 年，三星推出了不同应用功能的 EVDO 手机：EVDO/GSM 的双网双待 W709、音乐手机 M609 等。此外，三星推出的新一代双网双待 EVDO 手机“臻品” W799 更是成为销售终端的明星产品，而 Wave(澜系列)智能手机则给 3G 业务应用实现带来更多的可能。来源：2010-7-14 北京商报

[返回目录](#)

两项“三网融合”终端标准公开征求意见

全国音频、视频及多媒体系统与设备标准化技术委员会已于日前发布征求意见稿，就《网络电视机应用技术要求》及《网络电视机用户认证管理系统技术要求》两项标准公开征求意见，意见返还时间为 7 月 15 日。

据了解，此两项标准由全国音频、视频及多媒体系统与设备标准化技术委员会负责组织制定，经过网络电视标准工作组的多次研讨，该两项行业标准已完成标准征求意见稿。

两项行业标准征求意见稿主要内容包括：网络电视机应用服务类型、网络协议、开放式软件平台、安全管理和设备认证、硬件等方面的技术要求，以及网络电视机统一标识符 ICEI 的数据格式、申请、使用和安全机制等内容。

其中，《网络电视机应用技术要求》规定了网络电视机的基本技术要求，适用于具备互联网功能的电视接收机。

该标准从应用需求的角度出发，对网络电视机应用服务类型、网络协议、开放式软件平台、安全管理和设备认证、硬件等方面提出技术要求。

其中，《网络电视机用户认证管理系统技术要求》提供了对网络电视终端的统一管理的有关内容，其中涉及对终端的 ID 标识和管理流程，以实现网络电视机状态的可查和可控。

该标准规定了网络电视机统一标识符 ICEI 的数据格式、申请、使用和安全机制。该标准还定义了网络电视机数字公钥证书格式和认证管理系统认证流程。来源：2010-7-14 赛迪网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

古巴手机用户超过固话用户

古巴电信公司 14 日宣布，2010 年上半年，古巴的手机用户数量超过了固定电话用户数量，已突破百万大关。

古巴电信公司副总裁马克西莫·拉富恩特在记者会上说，截至 2010 年 6 月 30 日，古巴国内的手机用户总数已达到 100.7 万。与此同时，古巴固定电话用户数量为 100.4 万。

拉富恩特说，手机用户数量的增长在 2010 年尤为明显，这主要得益于电信公司日前大幅降低了手机开通和国际长途等费用。此前，古巴国内手机开通费为 111 可兑换比索(1 美元约合 0.93 可兑换比索)，而目前只需支付 40 可兑换比索。

拉富恩特说，近 10 年古巴政府向国内电信业投资了 10 亿美元，其中向移动通信领域的投资为 2 亿美元。古巴移动通信业起步于 2003 年，当时的手机用户数量仅为 4.3 万。来源：2010-7-16 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

新西兰电信 CDMA 旧网逐步关闭

新西兰电信计划将用户全部迁移至其新的 XT3G 网络，为此，该公司近日确定了两个 CDMA 旧网络的关闭时间。XT 网络采用了 WCDMA 以及 HSDPA 技术，属于三大主流 3G 技术之一。

新西兰电信明确表示，将于 2010 年 10 月 28 日关闭其基于 CDMA 技术的 World Mode 国际漫游业务，将于 2010 年 11 月 30 日关闭国内的 CDMA3G 数据网络。该公司计划在 2012 年中期完全关闭旧的 CDMA 网络。

新西兰电信网络运营部负责人 Gemma Roper 说：“随着更多的用户选择 XT 网络，且 XT 网络所提供的服务已经超过之前的网络，我们开始通知用户，CDMA 网络将于 2012 年中期关闭，而在此之前，我们会先行关闭 World Mode 漫游服务和 CDMAEV-DO 服务。”

在确定了关闭两个旧网络服务的日期之后，新西兰电信进一步明确了未来向 4G 的演进之路——从 WCDMA 演进至 LTE。来源：2010-7-16 人民邮电报

[返回目录](#)

印尼手机拥有者占全国人口八成

印度尼西亚移动通信行业协会主席萨尔瓦多近日透露，该国手机用户数量目前已达 1.8 亿左右，相当于全国人口总数的 80%。

《雅加达邮报》15 日援引萨尔瓦多的话说，在印尼，只有 5% 的家庭安装固定电话。

萨尔瓦多认为，手机业务的快速发展对印尼、印度和非洲国家这样的发展中国家非常有利。他鼓励进一步提高手机上网业务的带宽，因为目前印尼只有 3000 万用户使用手机上网业务，潜力巨大。来源：2010-7-16 新民晚报

[返回目录](#)

英国电信 2009 年在华采购达 2 亿英镑

昨天，根据英国电信公布的情况，这家欧洲老牌电信运营商 2009 年在中国的设备采购金额达到了 2 亿英镑，供货方主要为华为、中兴等企业。

英国电信中国采购总监周劲雄表示，英国电信在中国采购的设备主要包括网络设备、终端等，用于英国电信在英国以及欧洲等地的网络建设。虽然采购总额高达 2 亿英镑，不过这在英国电信全球采购中所占份额并不高。周劲雄称，英国电信在采购决策中会综合考量成本价格、技术先进性、质量稳定性等因素，而中国企业生产的设备主要优势在于价格，但在技术上并不占优势，因此英国电信会在与国内供应商合作的过程中，帮助他们提高技术水平，并在今后逐步提高中国市场的采购额。来源：2010-7-14 京华时报

[返回目录](#)

西班牙电信准备分拆与葡萄牙电信合资公司

据国外媒体周一报道，知情人士透露，西班牙电信(Telefonica SA)已聘请荷兰黑石律师事务所(De Brauw Blackstone Westbroek)来负责解散其与葡萄牙电信(Portugal Telecom SGPS SA)的合资公司事宜。

西班牙电信和葡萄牙电信的合资公司为 Brasilcel NV，双方各持 50% 的股份。当时，双方成立合资公司时，正是由黑石律师事务所负责打理。该知情人士称，关于解散合资公司的法律程序目前尚未启动。

Brasilcel NV 持有巴西最大移动运营商 Vivo Participacoes SA 60% 的股份，在收购 Vivo Participacoes SA 的意图遭到葡萄牙政府反对后，西班牙电信董事

长塞萨尔·阿列达(Cesar Alierta)准备发动一场法律大战。来源：2010-7-19 新浪科技

[返回目录](#)

全球主要手机厂商第二季度表现将令人失望

据国外媒体报道，面对苹果 iPhone 的强劲挑战，以及欧洲债务危机的影响，诺基亚、摩托罗拉和 LG 等全球主要手机厂商第二季度的表现将让投资者失望。

RIM 已经发布了令人失望的第二季度财报，黑莓手机出货量远低于预期，再次引发了业界对 RIM 市场份额下滑的担忧。面对苹果 iPhone 的强劲挑战，诺基亚也发布了第二季度盈利预警。

高盛分析师西蒙娜·杰科夫斯基(Simona Jankowski)称：“智能手机的发展速度高于预期，但整体手机市场却出现疲软。”杰科夫斯基说：“第二季度手机出货量环比将增长 2%，低于我们此前 5% 的预期。”另据路透社对 31 家银行和调研公司的调查结果显示，第二季度手机销量涨幅将达到 13.8%，而全年预计将增长 11.6%。

三星和 LG 利润下滑

作为全球第二大和第三大手机厂商，三星和 LG 第二季度的利润也将大幅下滑，主要是受欧洲销量下滑影响。对于 LG，其手机业务部门可能出现亏损。三星会继续盈利，但利润率环比将削减一半。

韩国证券公司 Shinyoung Securities 分析师 Yoon Hyuck-ji 称：“LG 目前最迫切需要一款潮流手机，销量能够超过 1000 万部，从而在智能手机市场占有一席之地。”

Yoon Hyuck-ji 接着说：“与 iPhone 相比，LG 当前的产品根本无法吸引消费者。LG 究竟能否在智能手机市场站稳脚跟，还要等到第四季度。届时，LG 将推出基于 Windows 的高端智能手机。”

LG 已经表示，2010 年下半年将推出基于 Android 的“Optimus”系列手机，大约会有十款左右，将与全球 120 家运营商合作。而三星同样寄希望于谷歌 Android 系统，并发布了 Galaxy S 智能手机，试图挑战 iPhone。

大宇证券(Daewoo Securities)分析师 James Song 称：“三星第三季度的表现主要取决于欧洲出货量。受欧洲债务危机的影响，手机经销商的存货量一直处于低谷。”

索爱 and 摩托罗拉也调低预期

从诺基亚到 RIM，大部分手机厂商都受到了 iPhone 的严重影响。诺基亚、LG、索尼爱立信和摩托罗拉等手机厂商的 2010 年销量预期均被调低。三星是唯一一家调高手机出货量的厂商，第二季度手机出货量将达到 2.72 亿部，高于 4 月份预期。

分析师预计，苹果第二季度将售出 800 万部至 900 万部 iPhone。相比之下，RIM 在截至 5 月 29 日季度内的手机出货量为 1100 万部，而本季度预计达到 1160 万部至 1210 万部。来源：2010-7-16 新浪科技

[返回目录](#)

印度将出台电信设备进口条例 中国企业有望解禁

据国外媒体报道，印度通信部长萨琛·派洛特(Sachin Pilot)于当地时间周四对外表示，印度政府将尽快出台电信设备进口规范条例，以简化进口程序提高效率。而就在数日前，印度政府制定了一份禁售名单，华为、中兴、联想、日海通讯、UT 斯达康等 25 家中国电信设备厂商进入“黑名单”。

派洛特称政府部门的举措并不是针对特定的公司或国家，他表示“我们作为一个国家必须保证进口这些设备和技术是安全的，并要考虑不能在将来引起国家安全隐患。这就是为什么政府各部门共同努力制定相关政策以保证电信设备进口的顺利进行。我们制定的政策将会保证设备进口程序更加容易。我们将很快出台这一措施。”

此前印度政府称出于安全原因限制中国电信设备进口的决定引发争议。尽管印度政府声称没有全面禁止中国电信设备进口，但华为与中兴则表示在过去几个月内印度政府部门均未批准两家公司在印度的订单贸易。

据印度《金融快报》15 日报道，中国电信企业要进入印度市场必须先同意接受第三方机构的认证，此外还要向印度政府提交软件代码用于检验，还要承诺所出售的设备中不包含任何恶意软件。这项规定是由印度内政部(Union home ministry)提出。他们目前已指定 14 家国际第三方认证机构，对涉及的电信企业进行安全认证。

华为负责人透露，印度政府有望很快解除印度运营商对采购华为设备的禁令。在和印度政府的磋商中，华为建议印度政府成立独立的第三方安全检查委员会，目前这一建议将很快获得印度政府的批准。目前来看，华为这一建议得到了认可，14 家国际第三方认证机构的指定，有望在印度电信市场解决中国电信设备企业的政策限制。

此外，派洛特还透露印度 IT 行业报告已递交政府内阁。报告显示目前印度电子产业国内需求价值 450 亿美元，预计至 2014 年这一需求将增加至 1250 亿美元，到 2020 年将增至 4000 亿美元。来源：2010-7-16 比特网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

联发科加入 Android 开放手机联盟

昨日从联发科确认，该公司已于 7 月 12 日正式加入由谷歌为推广 Android 操作系统而发起的“开放手机联盟”，并将打造联发科“专属的 Android 智能型手机解决方案”。分析认为，联发科的加盟，有望让 Android 系统智能手机成本降低 2/3。

将复制“一揽子解决方案”

联发科无线通讯事业部总经理朱尚祖表示，通过 Android 创新平台，可向用户提供绝佳的网络多媒体、服务与社群网络使用经验，联发科将与联盟一起推动 Android 平台的普及。

据了解，联发科将会把此前在山寨手机上大获成功的“一揽子解决方案”复制到 Android 智能手机上来。该公司表示这种整合芯片系统解决方案可大幅降低手机厂商的技术门槛以及缩短产品的上市时间。

有利 Android 占领亚洲市场

“开放手机联盟”目前已在全球有 71 家合作伙伴，其中台湾厂商就包括了宏达电、华硕、宏碁等，此外，知名手机厂商三星、LG、摩托罗拉、索尼爱立信等也是联盟成员。联发科的加入可能会使智能手机的价格发生变化，全球技术研究和咨询公司 Gartner 的分析师认为，采用联发科芯片的 Android 设备成本可低至每台 70 美元，而目前售价最低的 Android 手机成本也在 200 美元左右。

本月初，谷歌工程副总裁安迪·鲁宾(Andy Rubin)在接受媒体采访时表示，联发科加盟“开放手机联盟”，将有利于谷歌 Android 操作系统在亚洲占领市场。

从“山寨之父”到“大厂伙伴”

联发科全称联发科技股份有限公司，成立于 1997 年。自 2007 年起，由联发科提供的整合芯片系统解决方案大大降低了手机厂商的技术门槛和成本，也使其成为山寨手机神话的缔造者。随着实力的壮大，该公司逐渐成为摩托罗拉、LG 等知名厂商的合作伙伴，并一跃而成为全球第二大手机芯片设计公司。该公司目



前在无线通讯、高清数字、光储存、DVD 及蓝光等相关产品领域，均处于市场领导地位。

目前，智能手机操作系统主要包括诺基亚的 Symbian 系统，苹果 iOS 和谷歌 Android 系统。根据美国市场研究公司 ABI Research 的数据，2010 年第一季度，全球智能手机出货量中有 41% 采用了 Symbian 系统，而苹果 iOS 和谷歌 Android 的市场份额分别为 16% 和 10%。来源：2010-7-14 新京报

[返回目录](#)

中兴华为印度劫：禁令彻底解决遥遥无期

在遭遇“禁令”近两个月后，中兴通讯股份有限公司(下称中兴通讯)和技术有限公司(下称华为)在印度市场的前景露出些许曙光。

7 月 14 日，一位不愿具名的中兴通讯高管向本刊记者证实，几家印度运营商已经拿到了数张采购合同的安全审核许可，并与中兴通讯签署订单。“印度的运营商做了很多工作，整个事已经在动了，就是有点慢。”

早在 2010 年 4 月 29 日，印度媒体报道称，印度政府电信部已禁止进口中兴通讯和华为等中国厂商生产的电信设备。计划借印度 3G 建设契机扩大市场份额的中国电信设备企业，就此陷入僵局，以至在 5 月 19 日，印度 3G 移动通信牌照拍卖结束后两个月内难有作为。

此次中兴通讯的突破，无疑表明各方博弈初现转机。电信类专业新闻网站 Light Reading 在 7 月 12 日报道称，一位不具名的华为高管在印度孟买表示，印度政府正挑选执行电信设备安全审查的公司。该高管还预期 7 月之内问题有望解决。而上述中兴通讯高管也预计，两个月内问题将得到很大程度缓解。

另一方面，大范围的解冻与禁令问题的彻底解决仍遥遥无期，不确定性依然存在。一位接近事件但不愿具名的国内电信设备厂商高管认为，此次“禁令”事件背景复杂，涉及国际关系、印度政治和产业竞争多个层面，情况可能不会如此乐观。他表示，2010 年中国厂商在印度的销售收入肯定已受了很大影响，接下来的事态发展“还很难说”。

中印贸易特殊样本

尽管业界均以“遭遇禁令”形容此次事件，但华为总部一位负责人表示，华为从来没有接到过印度政府方面正式的“禁令”或相关通知。在印度官方口径中，“禁令”一词也从未明确存在过。印度电信部多次表示，印度并非针对中国厂商进行封杀，而是要求所有电信设备厂商必须通过安全审查。

印度于 2009 年 12 月对进口电信设备订单实施安全审查制度，印度电信运营商和国外电信设备厂商签订的订单必须得到印度电信部的安全审查许可。

但安全审查的结果实质上成为主要针对中国产品的一纸“禁令”。

印度经济时报(The Economic Times)报道称，2010 年 2 月以来，只有 27 张欧美设备厂商与印度运营商签订的采购订单通过安全审查，而另有 450 张总值超过 20 亿美元的订单未获通过，其中包括中兴通讯、华为、联想、烽火通信等 25 家中国公司和一家以色列公司。

实施安全审查的理由是，印度担心进口电信设备中藏有恶意软件或间谍软件。目前尚未发现此类先例。推动安全审查的主要力量，是印度情报部门。由于印度近年来恐怖活动多发，印度情报部门的话语权日益增强。台湾中兴大学国际政治研究所副教授陈牧民接受本刊记者采访时表示，一旦印度由情报或安全部门出面来处理某一事件，说明印度在此问题上将非常强硬。

“在中国电信设备问题上，贸易保护不是主要原因。印度方面的核心议题确实是安全疑虑。”美国传统基金会高级研究员德里克·西泽斯(Derek Scissors)向本刊记者表示，两国地理位置的毗邻和一些外交争议让问题变得复杂，“相比之下，和中国相距遥远的挪威可以放松地使用华为的设备，其他欧洲国家也不会这么严格。”

西泽斯同时认为，印度对中国的巨额贸易逆差，确实也是助推因素。“这是一桩中印之间特有的案例，基本性质是商业纠葛，但掺有国家安全因素，又反映了贸易保护主义的声音。”

作为禁令最大的受害者，中兴通讯和华为显示出他们对印度市场情况复杂性的充分认识。两家公司很快启动了与政府和运营商的积极沟通，持续表达将印度业务本土化的意愿。在中印媒体以贸易歧视和国家安全为议题发起数轮讨论时，两家公司保持沉默，也不在公开场合表达要求中国政府介入的意愿。

在西泽斯看来，中国政府的参与对解决问题的帮助很有限：“政府介入的话，通常需要提出交换条件，而中国在这里很难给出。”他同时指出，双方都不会放大问题，因为与中印关系相比，这场争端并不那么重要，因此发起贸易战或向世界贸易组织(WTO)申诉的可能性都不大。

西泽斯同时指出，印度政府对进口中国电信设备制定的正式安全审查政策将比现在的做法合理许多，但政策出台仍需相当长的时间。

审查博弈

根据中国商务部发布的消息，印度实施的安全审查政策主要影响了华为和中兴通讯的大量订单，价值大约 50 亿美元，而这些受影响的订单都是在审查制度出台前已经签署的订单。

截至目前，印度政府没有给出安全审查的具体步骤和时间表。运营商塔塔电信(Tata Teleservices Ltd。)曾在 5 月中旬向印度电信部公开发信询问：运营商和设备厂商究竟应当如何遵守国家安全要求？对设备厂商，印度政府要求其“产权明晰，并愿与印度政府分享情况”。5 月中旬，印度政府要求华为和中兴通讯在一个月内披露企业所有权信息。中兴通讯随后向印度政府提交了股东信息。但非上市公司华为则仅对外表示将积极配合，如何披露外界不得而知。

对设备的实际检测是印度实施此种安全审查的一大难题。印度官方现在难以承担大量检测工作，现阶段的审查将由几家国际安全审计机构完成。而大量检测工作无疑将增加产品进口成本。

绕过繁杂检测的可能方法是在印度设厂，使印度政府能更直观地监管生产过程。中兴通讯一位高管透露，印度政府已经提出，要求中兴通讯在印度设厂生产在印度销售的设备。华为也已表示正考虑在印度设厂。

另一个突破安全审查难题的关键则在于印度运营商的态度。在竞争极为激烈的印度移动通信市场，多家民营运营商扩大市场份额，都乐于选择设备和服务价格均相对低廉的中国。

招商银行分析师曾斌在一份报告中认为，尽管目前禁令问题悬而未决，但其他几家外国厂商较高的设备和服务价格让运营商无法承受，印度运营商仍会等待中兴通讯和华为的订单获批。

在即将开始建设的 3G 业务上，印度运营商已支付了总额 146 亿美元的高昂牌照费用，控制成本的需求更为强烈。若华为和中兴通讯长期无法参与竞争，另几家电信设备商在议价时还会有更多话语权，这显然不是运营商所乐见。较多使用中国电信设备的几家民营电信运营商，如信实电信(Reliance Communications Ltd.)和塔塔电信，其各自母公司在印度都拥有强大政治和经济资源，可能设法帮助中国产品尽快过关。

但印度国有运营商则不然。印度最大的电信运营商 BSNL(Bharat Sanchar Nigam Ltd。)在其最近的印度东部和北部 GSM 网络建设招标中，直接将中兴通讯和华为排除在外。其董事长库尔迪普·戈雅尔(Kuldeep Goyal)直言不讳：“政府指令不允许我们安装中国生产的设备，尤其是在拥有边境线的地区。”2009 年，BSNL 就以“不接受附加条件”为由取消了一份与华为签订的印度南区 20 亿美元采购合同。

难弃的市场

到目前为止，印度“禁令”还没有令华为和中兴通讯的利润伤筋动骨。

中兴通讯 A 股股价曾在消息传出之后的 4 月 30 日大跌 8%，H 股股价同日下跌 4.9%。但多位内地和香港电信业分析师认为，对中兴通讯来说，负面影响

对股价影响在两个月间已体现得比较充分，最坏的预期，即中兴通讯被印度完全禁入的情况，也已被市场吸收。

根据公开资料和数位分析师的推算，印度市场收入约占中兴通讯 2009 年总收入的 8%，华为的印度市场收入占比也在 8% 左右。一位分析师表示，对中兴通讯来说，印度市场毛利率仅为 15%-20%，远低于其他海外市场 30% 的平均值，在 2008 年之前，印度市场处于亏损，在 2009 年才略有盈利，该地区未来几年的利润贡献不会有显著提升。

另一分析师认为，如中兴通讯能在中国和其他海外市场，特别是欧洲高端市场保持良好增长，印度市场近期业绩下滑并不会对公司业绩造成严重伤害。

但是，中国电信设备企业并不可能放弃印度市场。根据印度电信监管局数据，截至 2010 年 5 月底，印度手机用户数达 6.18 亿，其中 5 月单月用户增加了 1630 万。这是除中国之外最大的，增长速度甚至超过中国的移动通信市场。HSBC 银行分析师塔克·格利南(Tucker Grinnan)表示，印度移动通信市场的特性——多家网络、碎片化市场、激烈的价格竞争，都有利于中兴和华为扩大市场份额。此外，即将发展起来的印度无线宽带市场，也是中兴通讯和华为着力争取的。只是，一切前提仍是安全审查问题真正解决。来源：2010-7-19 新世纪周刊

[返回目录](#)

国际金融巨头“疯狂”保护无线品牌资产

7 月 1 日，随着首批三网融合试点地区（城市）名单的通知正式下发，三网融合应用大幕正式拉开。然而，一些市场嗅觉敏锐的国际金融巨头已经应声而动，率先搭建手机上网品牌保护壁垒，拉开了“无线品牌资产战”的序幕。

日前，全球知名保险集团安盛(AXA)为首的国际金融巨头疯狂注册数百个无线网址，构建起三网合一时代的无线品牌资源“防护墙”，有关专家表示，无线网址也是企业品牌资产重要组成部分，此次国际巨头的前瞻行动势必将现“蝴蝶效应”，新一轮的无线品牌保护大战即将掀起。

据悉，无线网址作为一种关键词寻址技术，能够实现移动终端设备快捷访问手机网络，精准直达目标 wap 网页，同时，无线网址的唯一性、稀缺性使其具备了品牌资产的特性，因此在 2006 年推出之时就被众多企业列入到未来无线网络品牌保护体系。互联网专家认为，随着三网融合推进，在 WAP 领域必将掀起一场无线网址地址资源争夺战。抢先注册网络资源已成为企业保护自身品牌的重要方式。来源：2010-7-16 天府早报

[返回目录](#)

诺西将接手摩托罗拉对中国运营商影响详情

对于诺基亚西门子(以下简称诺西)收购摩托罗拉无线部门对中国运营商的影响,业内分析称,主要对中国联通和中国电信未来影响更大,对中国移动影响小些。

据悉,摩托罗拉在中国同时出击 GSM 和 CDMA 设备领域,在中国三大运营商中都承建了网络。

对于中国移动的 GSM 网而言,摩托罗拉已为 18 个省、直辖市提供了 GSM 系统,其中 11 个省、直辖市建立了摩托罗拉 GSM 1800 网络。对于中国移动的 TD-SCDMA 网络,摩托罗拉没有参与前三期招标,只专注 LTE,但中国移动的 TD-LTE 网络实际还未开建。

对于 CDMA 网络而言,当年 2001 年,中国联通 CDMA 一期工程系统设备招标会上,最引人注目的就是摩托罗拉公司,一举拿下了总金额达 4.07 亿美元的合同,几乎占招标会系统主设备采购合同总金额的近 30%,雄居各大厂商之首。

但中国电信接收 CDMA 网络后,对包括摩托罗拉、北电在内的老旧 CDMA 网络使用了华为和中兴的设备进行替换,摩托罗拉的现网已经不多了。例如此前北京地区 CDMA 网络建设大部分由摩托罗拉完成,但在中国电信 C 网招标后,北京地区 C 网建设任务将由华为承担。

对于中国联通的 WCDMA 网络来说,摩托罗拉 2009 年也携手华为一起参与了中国联通的 CDMA 3G 网络招标并中标。当时,摩托罗拉参与联通 WCDMA 设备招标,但采用华为设备,一起组成“华为系”,最终,“华为系”拔头筹,夺得 30.6% 的市场份额。

此次,诺西将以 12 亿美元现金收购摩托罗拉无线网络基础设施部门绝大部分资产,包括上述 2G 及 3G 制式的业务及人员,若交易成功,预计摩托罗拉在中国三大运营商中的网络及维护都将转入诺西。来源:2010-7-20 新浪科技

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动否认取消电子阅读补贴

国内外众多大型终端制造厂商的逐渐进入及电信运营商的广泛关注,正在催生移动阅读成为移动互联网领域的又一个蓝海市场。中国移动在浙江成立阅读基地后,于 2010 年 5 月份开始正式推出手机阅读业务,目前,中国移动已经推出支持移动阅读业务的 400 余款手机终端及 8 款电子阅读终端。

中国移动的强势介入，使得业内普遍认为目前移动阅读产业进入了一个非常好的发展时期。然而，近日有关中国移动将调整电子图书阅读器终端补贴的政策及由中国通信标准化协会负责的针对移动阅读相关标准征求稿已经完成的传闻，使移动阅读再次成为人们关注的焦点。

中国移动：补贴权下放

近日，有关中国移动将取消电子图书阅读器终端补贴的传闻在移动阅读产业引起了不小的波澜。然而，据接近于中国移动总部的知情人士向记者透漏：“中国移动并没有打算取消对电子图书阅读器的补贴，而是将补贴权下放给地方移动公司，各地方移动公司可以根据实际情况来制定相应的补贴方案，此举也是中国移动在变更领导之后，针对移动互联网业务进行相关调整的措施之一，目的是为了更加灵活地应对目前移动阅读市场的发展现状。”

中国移动或将调整战略

随着中国移动与汉王、大唐电信等终端厂商合作推出了 TD 电子书后，运营商在产业链中的影响力开始逐渐凸显。清科研究中心相关统计数据显示，2010 年一季度，全国电子阅读器销量为 24.91 万台，汉王以 16.45 万台的销量占据 66% 的市场份额。

“此次，中国移动对于电子图书阅读器终端补贴政策的调整对汉王的影响最大，其主要原因是考虑到补贴成本。”易观国际分析师向记者表示，“目前电子阅读器市场价格大约都在 1600 元以上，而每个用户平均每年在电子阅读上的花费，以最乐观的形势估算，也不到 100 元。因此，中国移动如果采取全额补贴，收回成本需要 15 年左右的时间，即使是补贴三分之一，也需要超过 5 年的时间才能收回终端补贴的成本。”

“中国移动定制的电子图书阅读器终端功能上的单一是促使其调整战略的另一个原因。”该接近于中国移动总部的人士表示，“苹果 iPad 的推出对电子图书阅读器影响较大，每台 iPad 对电子图书的下载量约为 2.5 本，对电子图书阅读器的单一功能替代性明显，挤占了高价位电子图书阅读器的生存空间。目前，汉王、方正等几款电子书终端在功能上还不能满足之前移动在定制终端时的期望值。”

同时，一位从事移动互联网业务公司的创始人向记者表示：“目前，随着盛大、上海世纪等一些内容提供商已经或者即将涉足电子图书阅读器终端，未来电子图书阅读器功能多样化的趋势已经呈现。中国移动此次对于电子图书阅读器终端补贴政策的调整，或许暗示着中国移动未来在移动阅读市场上，更倾向于通过手机终端实现其业务的推广。”

联合产业链各方，精细化运营

移动阅读一直以来都是中国移动重点打造的业务，中国移动不仅在浙江成立了移动阅读基地，另外还联手汉王、大唐、华为等厂商推出了 8 款融合了 TD 通信模块的电子书产品，同时有超过 50 家出版社和网站已经成为中国移动电子书平台的内容提供方，这些内容提供方主要由各大传统出版集团以及盛大文学、中文在线等数字版权机构组成。

在收入模式上，中国移动的手机阅读平台采用 4:2:4 的分成模式，即内容提供商拿四成，内容运营合作方拿两成，中国移动在免流量费、负责平台开发、组织资源营销的情况下，获取另外四成的收入。

“移动阅读需要通过更多精细化的手段来满足用户的需求。”中国移动手机阅读基地总经理戴和忠表示，“中国移动目前在业务内容、产品设计、用户体验等方面都做了较为详细的计划，并且会结合内容提供商的意见，通过对用户的调查及相关的市场分析，细分移动阅读市场的用户群体，针对不同的用户群体提供差异化的产品与服务，力争使我们的产品和服务能够最大程度的吸引用户的眼球。”

盛大文学：完善版权管理

在数字化浪潮的冲击下，传统的出版业面临着发展瓶颈，移动阅读开放的产业链形态为传统出版业开辟了新的发展模式。目前，众多传统出版企业甚至包括盛大文学这种新型的文学网站都在试图通过与移动阅读行业的合作，探索多元化发展的道路。而在与移动阅读行业合作的过程中，它们都极力发挥自己内容上的优势，同时寄希望于终端，并且开始逐渐加大在版权方面的管理。

内容和终端是两大法宝

在与中国移动阅读基地合作的众多内容提供商中，同时拥有中国 6 大知名文学网站的盛大文学，是目前中国移动阅读基地最大的内容供应商，在手机阅读领域已经占得先机，这一切都归功于盛大文学在移动阅读内容和终端上的同等重视。

盛大文学 CEO 侯小强认为，“国内电子书市场处于内容提供商与终端厂商各自为战的局面，终端厂商有硬件，缺内容；内容提供商有大量内容资源，却没有载体。谁能打通这个产业链条，谁就能在电子书大战中脱颖而出。”

内容上，盛大文学在完成对小说阅读网和潇湘书院的收购后，已经运营了包括起点中文网等中国前十大文学网站中的六家，成为中国目前最大的网络文学平台。据盛大财报数据显示，以盛大文学为代表的业务已占盛大总营业收入比例的 14.9%，年增长超过 138%。

终端上，据盛大文学内部人士透露，盛大文学的“锦书”计划将于 8 月实施，其终端除了具备电子图书阅读功能之外，还将添加一些其他的功能。

仍受困于版权和格式

盛大在内容和终端上的成功，依然不能使其摆脱电子书在版权上的困惑。6月22日，继盛大文学旗下红袖添香状告“文轩阁”盗版侵权案后。日前，红袖添香再度状告“自由看”网站，称“自由看”网站盗版侵权红袖添香拥有独占信息网络传播权的7部作品，目前，红袖添香已向广东省佛山市顺德区人民法院提起诉讼。

针对移动阅读的版权问题，中国通信学会副秘书长赵梅庄曾表示，“移动阅读产业的健康良性发展需要首先解决版权保护问题。”近日，有消息称移动阅读相关标准已完成征求稿，即将进入评审稿阶段，并将于2010年四季度正式施行。相信此标准的推出对规范移动阅读行业在版权管理及电子书格式上起到积极的作用。

同时，盛大网络副总裁张瑾在6月1日盛大“一人一书基金”组织成立仪式上表示，“盛大网络计划注资1亿美金，以补贴硬件支撑和版权内容。希望这笔资金能够用于解决国内电子书版权混乱、格式标准不统一、内容规模化程序不高等多方面的问题。”

汉王科技：积极面对各种传闻

汉王科技作为移动阅读产业中领先的终端制造厂商，由于受近日传闻影响，致使其公司股价遭受重创。针对此事及目前的种种传闻，记者对汉王科技副总裁王邦江进行了相关采访。

保持优势品牌，完善销售渠道

在被问及中国移动针对电子图书阅读器终端补贴的调整对汉王科技未来的销售渠道有哪些影响时，王邦江向记者表示：“关于中国移动取消电子图书阅读器补贴的消息只是传闻。目前，汉王的电纸书渠道已经非常成熟，汉王除了和中国移动建立了良好的销售渠道外，还拥有IT渠道、书城渠道、商超渠道等其它销售渠道，而这些销售渠道的电纸书产品都是没有终端补贴的。对于汉王来说，我们一直认为电纸书对于新闻出版业的发展是革命性的。目前，汉王已经在电纸书领域做出了自己的品牌和地位，我们的这种优势，将是其他品牌难以具备的。当然，在现阶段移动阅读市场还没有完全建立和完善，我们希望大家一起把移动阅读这个市场做大，这才是王道。”

技术占优，推动标准化建设

针对汉王科技在移动阅读行业有哪些优势时，王邦江表示，“汉王电纸书是专业的阅读器，屏幕采用的是Eink电子纸屏幕，这种‘纸’的结构是由两片基板组成，上面涂有一种由无数微小透明颗粒组成的电子墨水，颗粒由带正、负电的黑色和白色粒子密封于内部液态的微胶囊中形成，不同颜色的带电粒子会因施

加电场的不同，而朝不同的方向运动，在显示屏呈现出黑或白的效果。这样，在‘电子纸’的表面，就可以显示出如同印刷物的黑白图案和文字，看起来与纸张极为类似，在阳光下没有传统液晶的反光现象。同时只有画素颜色变化时(例如从黑转到白)才耗电，关电源后显示屏幕上画面仍可保留，因此非常省电。另外，这种‘电子纸’还具有不伤眼、省电等特点，非常方便用户阅读。”

同时，在移动阅读标准化方面，王邦江进一步表示：“目前，国内在标准化这个环节上比较混乱。以文本格式为例，方正使用的是 CEBX、书生则是 SEP，这种局面就限制了电子书在市场的整体销售。比如，用户在某家电子书终端上浏览的数字图书和数字图片，在下载至另一品牌的终端上，就可能无法进行阅读和浏览了。因此，标准化地推进有利于为整个移动阅读产业营造一个共赢的发展环境，汉王作为终端标准制定组的主要负责人，将积极致力于推动标准的建立。”

来源：2010-7-19 通信世界周刊

[返回目录](#)

中移动终端双轮驱动模式亦喜亦忧

“3G 时代，终端先行”，运营商对此已经形成共识，并在这一市场上斗智斗勇，强势的中移动自然不会落在人后。选择与国际大厂商合作，是其重要策略之一。日前，中国移动通信集团公司、神州数码在上海召开 BlackBerry 8910 Curve 终端上市发布会，正式在国内市场推出此款终端。而借着 8910 的推出，中国移动定制黑莓首次面向个人客户，开始正式涉足黑莓零售市场。同时，中移动强力推动的自主操作系统 Ophone 产业链不断成熟，据透露，OMS2.0 版平台已经商用。

综观而言，与国外厂商合作加上自主品牌推进的双轮驱动模式是中移动终端战略的核心。借助强大的渠道优势，中移动只要在应用上进一步增强竞争力，就基本可以确保在移动市场的霸主地位，这对中电信和中联通来说是很难逾越的高度。

一轮鏖战：“零售版”黑莓出炉，预示 TD 阵营进一步扩大

对于运营商来说，终端是业务的先导。从国外经验来看，只有终端持续推广，达到足够高的渗透率，相关增值业务大规模发展才具有客观基础。苹果、谷歌、黑莓等的畅销，引发了智能手机的风潮，无疑这是手机终端发展的趋势。中移动显然已经深刻地认识到了这一点，其 TD 终端厂商阵营从来不缺乏国际大厂商的身影。中移动正欲携手终端厂商深度合作共谋市场营销推广。

黑莓进军国内的消息向来备受关注。在中国市场上，通过这一最新部署，黑莓在中国的终端渠道布局已得到了进一步完善，基本达到“运营商 + 零售”双管齐下的目标，而这对于运营商来说也是一项双赢的明智之举。据了解，神州数码将为用户提供完整的服务支持；中移动则正逐渐从简单地为用户开通黑莓业务转变为能为用户提供基于终端的个性化应用一体化解决方案，为用户带来更好的移动办公、移动商务体验。毋庸置疑，黑莓鏖战中国市场，“将从苹果腰包里抢钱”；与黑莓的进一步合作，预示着中移动 TD 阵营将进一步巩固与终端大厂商的合作。

不但有“投石问路”零售黑莓之举，中移动还有联手终端大厂商重磅布局智能手机之策。人民网消息，在 2010 年中国国际消费电子博览会上，TD 产业联盟携手大唐电信集团、华为、中兴、三星、摩托罗拉、海信、海尔、OKWAP、金立、TCL、夏新、播思、创毅视讯、ST - Ericsson、四十一所等 15 家企业集体亮相，诠释了 TD 终端产业链高速发展的进程。

对于亟需在 TD 上打开局面的中移动来说，与知名品牌终端厂商的合作，无疑有惺惺相惜的意味，某种程度上更是双方的各取所需。就目前来看，数据显示，截至 2010 年 5 月底，中国移动 TD 用户数达 932 万户，通过入网测试的 TD - SCDMA 终端已经接近 350 款。

一轮助推：Ophone 产业链不断成熟，创新 TD 合作模式

来看中移动的高招：一方面，为了争取广度用户、建立竞争优势，不遗余力地对各路明星产品开展了争夺，如果顺利引进，就可以抗衡其他电信运营商，进一步扩展 3G 用户；另一方面，如果合作不成，中移动还有自己的杀手锏 Ophone。正因为如此，其不忘全方位推动自主品牌，在产业链合作模式上创新。

可以说，OMS 的诞生催生了一个全新的手机操作系统的时代，中移动强力推动的自主操作系统的 Ophone 产业链不断成熟，也正在成为中移动 TD 发力的重要筹码。有媒体评论，“相比高调而不甚成熟的 OPhone1.0，低调的 OPhone2.0 显然期望在悄无声息中完成崛起”。

正因为如此，它吸引着产业链上的重要厂商，最具代表性的是一马当先的三星。在日前举行的“2010 中国三星论坛”上，三星电子相关人员透露，在 2010 年上半年，三星就会有超过五款 TD - SCDMA 手机推出；而下半年起，三星还将推出包括 OPhone 在内的多款 TD 制式 3G 手机，以进一步增强对全领域 3G 消费人群的覆盖力度。

另据了解，包括华硕、戴尔、联想在内的 PC 厂商也先后与中国移动合作计划推出 OPhone 手机。华硕计划在 2010 年第四季度推出 TD - SCDMA 版本 OPhone，戴尔和联想的 OPhone 手机则在 2009 年先后上市。目前已经有十几

家厂商加入了 OPhone 阵营，预计 2010 年年内会有超过 20 款 OPhone 手机上市。

进一步说，运营商们看中的是移动互联网日益发展的趋势。手机操作系统越发成为众多厂商争夺的“高地”，这也有助于打通与消费者的沟通渠道。

双轮驱动，亦喜亦忧

借用业内人士的话说，2010 渠道资源争夺激烈，终端是运营商立足之本。综上所述，中移动加紧与国外厂商合作及不断推进自主品牌的双轮驱动策略已然大刀阔斧、大步向前了。

从当前市场来看，目前移动运营市场新的均衡状态尚未形成，各方都有重新瓜分市场的利益驱动。而借助强大的渠道优势，中移动这一“猛马”背后的产业力量正在壮大，其只要在应用上进一步增强竞争力，就基本可以确保在移动市场的霸主地位。

应用的竞争力也体现在用户的感知上。最新消息称，中国移动 TD 网络 2010 年扩容工程招标对技术的要求为历次招标最高，这无疑将带动应用创新。中兴通讯 TD 产品市场总监姚磊就表示，由于 TD 网络连续覆盖不足，导致实际网络中出现过多的 2G/3G 互操作，从而影响用户感知。中国移动需要通过快速建设精品网络来速提高 TD 网络连续覆盖比例，从而提升用户感知。

但从另一个角度来说，这对于中电信和中联通显然是很难逾越的高度。因此，伴随着 3G 时代的到来，运营商需要进行差异化竞争；同时需要设计多样化的终端，并且加强低端手机的产品组合和销售渠道，以扩大市场份额。未来的竞争格局，我们还需拭目以待。来源：2010-7-19 通信信息报

[返回目录](#)

中国移动 6 月份新增 3G 用户 114.1 万

中国移动今天发布 6 月份运营数据，当月新增 3G 用户 114.1 万，截至 6 月底 3G 用户总数 1046.1 万。

中国移动表示，6 月份 3G 用户新增 114.1 万，高于 5 月份的 91.7 万，截至 6 月底 3G 用户总数达 1046.1 万；

中国移动 6 月份累计新增用户 506 万，高于 5 月份 477 万，2010 年上半年累计新增用户 3175.9 万户，截至 6 月末中国移动总用户规模为 5.54042 亿户。来源：2010-7-20 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信抢占手机销售渠道

近日，从深圳东莞召开的“天翼 3G 互联网手机交易会”上传出消息，中国电信自从年初以来，悄悄出招在全国范围内搞定诸多强势社会渠道，在其他运营商原本铁板一块的社会渠道上，打开缺口。此次手机交易会上两天之内达成了 750 万部手机的渠道交易量。

点评：中国电信要想在移动通信业务上杀出重围必须下狠招。

部分 iPhone 4

手机信号不好

据网易披露，苹果计划在今天上午 10 点召开新闻发布会，回应 iPhone 4 的问题。曾有报道称，部分 iPhone 4 用户在使用手机时曾一度遭遇信号不好问题。据悉，国内上水货市场的 iPhone 4 价格反而略有上涨，被炒到 1.2 万元以上。

点评：国内目前销售的都是水货，售后服务是个问题，不妨等等再下叉。来源：2010-7-16 重庆晚报

[返回目录](#)

电信手机阅读业务二度延迟上线

两度被推迟的中国电信手机阅读业务或再次延迟上线。据相关人士透露，原定于 7 月下旬正式发布的中国电信手机阅读业务推出无望，最早也可能会在 8 月上线发布。

天翼阅读两度推迟上线

据消息人士透露，此前曾计划在 4 月底上线的中国电信手机阅读业务，由于内容尚未完善一度推迟上线。在 6 月份，中国电信相关部门开始正式策划部署其手机阅读业务，并计划于 7 月下旬正式上线发布。

不过，据飞象网记者今日获悉，两度被推迟的中国电信手机阅读业务或再次延迟上线。据相关人士透露，原定于 7 月下旬正式发布的中国电信手机阅读业务推出无望，据预测最早也可能会在 8 月上线发布。此人士称，推迟原因在于原定的 7 月份上线时间或与中国电信集团公司其他工作相冲突。

与中国电信阅读业务一波三折相对照，早在 2009 年下半年，中国移动就在浙江设立了阅读基地，参与的产业链各界包括中国移动、卓望、华为、盛大等，

其中卓望主要负责运营管理，华为负责技术，盛大则是阅读基地的主要内容提供商。同时中国联通也计划在广东建立类似基地。

阅读基地一切准备就绪

虽然一再被推迟上线，不过据记者了解，作为业务运营中心的浙江阅读基地，目前一切相关工作都准备就绪，只等待集团公司统一安排上线发布。届时中国电信将会同时与新闻出版总署签订战略合作协议，进军数字出版行业。

此前，按照中国电信的规划，中国电信将通过“翼起来”平台打造 1000 种手机应用，其中中国电信自己主导研发的应用只会有 30 种左右，通过合作引入 500 种手机游戏，移植 200 家互联网网站、200 种 SP 应用。因此，中国电信此次在浙江建立手机阅读基地只是众多手机阅读应用的开端，未来将可能改变目前手机阅读内容单一的局面。来源：2010-7-14 飞象网

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通借丰富产品线布局市场

中国联通近日正式发布了首批 5 款千元 3G 智能手机，这批手机包括索爱、诺基亚、中兴等在内的国内外多个品牌，是中国联通定制的“普及型智能战略终端”，价格主要在 1000-1800 元之间。而针对日前推出的千元 3G 智能手机，中国联通同时推出一项买指定的千元 3G 手机入网送话费的补贴政策，该项补贴送话费政策共分六档，将向用户赠送话费从 360 元到 1920 元不等。

据悉，在千元 3G 智能手机发布的同时，中国联通旗下运营终端的子公司联通华盛已在全国近 30 个省会城市举行大规模的产品推介会，全面推广“大器”手机，可见联通对此款高端手机的重视。此次全国推介会分阶段进行，覆盖几乎所有全国直辖市和省会城市，前段时间在北京举行的“大器”手机发布会只是揭开了序幕。

关于推介会的目的，联通华盛内部人士表示，主要是因为“大器”手机是联通针对高端用户专门定制的高端商务手机，与其他 3G 手机相比，更强调档次、品位、双网双待和商务功能，产品性价比较高，而高端手机有其营销道理，联通希望手握此款双待机成为高端人群的一个身份象征。

在 iPhone 家喻户晓的情况下，联通相继推出了三星“大器”高端商务手机和普及型智能手机，体现了联通依托 WCDMA 的丰富产品线优势，布局市场的策略。目前，“大器”也即将迎来销售热潮。首批订货已经被抢购一空。尤其是北京、上海、广东、江苏等发达地区用户购买踊跃，当地经销商正不断申请补货。



一直以来，业界认为千元智能机将成为 3G 手机普及的爆发点，再加上“大器”手机等高端双网双待手机的上市以及之前已推出的 iPhone、乐 Phone 以及摩托罗拉 XT701、三星 I6500U 两款 Android2.1 平台手机，联通 3G 手机已经形成高、中、低档款式十分丰富，覆盖国内外知名品牌的全系列产品线。来源：

2010-7-14 北京商报

[返回目录](#)

中国联通授权苏宁代理宽带接入业务

7 月 15 日，中国联通与苏宁电器宣布全面开展战略合作。中国联通将授权苏宁电器全面代理和销售 3G、2G、宽带接入和固定电话等业务；苏宁电器全面开放全国门店，设立中国联通的业务受理及终端销售专区；同时还将在门店营业厅建设、3G 终端销售、网络通讯业务办理、联合市场推广等方面展开全方位的合作。

随着 3G 时代的到来，手机的购买方式已经有了根本性的变化，消费者开始从单纯的购买手机，转为通过购买不同运营商的套餐业务从而得到手机。这种捆绑业务的销售模式一时间让运营商成为了定制手机的主要销售商，手机销售的竞争演变成了运营商之间服务业务的相互竞争。连锁零售企业以其门店覆盖面广、进货量大、经营灵活等优势成为了运营商的合作首选，这种社会化渠道合作，成为运营商扩大定制手机销量的重要途径。

中国联通董事长常小兵表示，“中国联通始终以开放、共赢的态度，与 WCDMA 产业链条上优秀的合作伙伴积极寻求合作，共同分享 WCDMA 产业的丰硕成果，共同为消费者创造价值。中国联通与苏宁电器能结成核心战略合作伙伴关系，相互给予对方最优惠的合作条件，是双方相互吸引、相互选择的结果。我们坚信，双方的战略合作将成为 3G 时代 WCDMA 产业链强强联合、合作共赢的典范，成为电信运营商与家电连锁零售商合作史上的里程碑。” 来源：

2010-7-16 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

中国联通 3G 新增用户连续两月破百万

三大运营商在缩减开支的同时，正加大手机补贴的力度，其中中国联通正受益于手机补贴带来的 3G 用户快速增长，连续两月 3G 用户增长突破百万。

根据昨日中国联通披露的数据显示，6月份中国联通的3G用户净增103.2万，此前5月份中国联通净增3G用户102.3万。这是中国联通3G用户连续两个月单月3G用户突破百万大关。

多家券商认为，受益于中国联通3G手机战略的调整及手机补贴幅度的加大，中国联通3G用户的增长有望在未来一段时间领跑3家运营商，并呈现加速上涨的态势。

中国联通相关人士昨日向记者透露，中国联通在宣布千元3G智能手机上市及实施大幅补贴政策后，又于近日推出普通定制手机的补贴方案，用户选择一定套餐并预存话费后，即能获得一定的购机补贴。这些补贴可用于在联通营业厅购买3G手机时抵用。补贴金额最低316元，最高达5316元。

此前，中国联通宣布千元3G智能手机“预存话费送手机”合约计划，共分为66元、96元、126元、156元、186元、226元共六档，用户只要选择126元档套餐以上并预存话费，即可免费获得指定的联通千元3G智能手机一部。

其实，不仅仅是中国联通，中国电信和中国移动也在纷纷加大3G手机补贴的力度。中国电信内部人士明确向记者表示，中国电信的补贴资源将向3G销售倾斜，3G补贴标准将高于2G补贴标准10个百分点。

此外，为了获得更多用户，不被竞争对手超越，中国移动全年的补贴预算有了大幅提升。记者了解到，中国移动2009年在3G方面的补贴金额是120亿元，2010年将达到150亿元。而除了用户补贴外，中国移动同时还将实施话费优惠政策。来源：2010-7-20 中国证券网-上海证券报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯 100 亿建生产基地

中兴通讯7月17日晚间发布了重大投资公告，公司与广东省河源市高新技术开发区管理委员会签订了投资合同书，拟投资100亿元在河源市高新技术产业园区投资兴建“中兴通讯河源生产研发培训基地”。

此前的7月初，中兴通讯产品在印度市场遭暂时禁售。里昂证券预计这一事件会令中兴通讯2010年收入减少约7%，公司股价破位下跌创出52周新低；但销售市场的受挫并未减缓中兴通讯对基础研发投资的扩张步伐。

“中兴通讯河源生产研发培训基地”规划面积 3000 亩，其中研发生产基地用地 2500 亩，职业技术学校用地 500 亩。该基地以生产为主，同时涵盖研发、培训、外包服务于一身。预计项目建设工期 6 年，投资包括建筑物、构筑物、设备投资和地价款等的总额预计约 100 亿元。

据悉，中兴通讯研发基地落户地，河源高新区是经广东省人民政府批准设立的省级高新技术开发区，位于河源市区南部，是广东省手机生产基地、河源市手机产业集群升级示范区和广东省首批示范性产业转移工业园，目前正在争创国家级高新技术开发区。来源：2010-7-19 每日经济新闻

[返回目录](#)

【华为】

华为联手中国移动推首个 3G 和 4G 融合实验网

华为无线产品线总裁万飏昨日对《第一财经日报》表示，与中国移动(00941.HK)合作在无锡 TD-SCDMA 现网推出业界首个 TD-SCDMA/TD-LTE 共模外场试验局，并于近期完成系列测试验证工作，测试结果表明，这一 3G 和面向 4G 的融合组网与平滑演进在系统解决方案层面完全具备可行性。

中国移动 TD-SCDMA 网络正在逐步实现全国范围内的部署，用户也开始呈现快速增长趋势，2010 年前 5 个月，平均每月新增近 120 万 TD-SCDMA 用户。

万飏表示，无锡现网 TD-SCDMA/TD-LTE 外场共模试验局的测试结果充分验证了 TD-SCDMA 向 TD-LTE 平滑演进的可行性，也论证了业界长期以来对 TD-SCDMA/TD-LTE 两网的目标定位和网络发展演进策略：TD-SCDMA 提供语音以及中低速移动数据业务，TD-LTE 在建网初期主要覆盖有高速移动数据业务需求的热点城区，提供高速无线上网以及移动高清视频类应用；未来视用户和业务发展情况确定从 TD-SCDMA 向 TD-LTE 的演进节奏、规模和范围。

投资银行瑞信表示，中移动的 4G(即 TD-LTE)正在上海世博园区进行示范，计划在 2010 年第四季在内地 3 个城市试用，预期会在每个城市设立 100 个基站，客户为 5000 人。初期该公司会通过数据卡方式向用户提供服务，至 2011 年第三季时会扩展至智能手机用户。有关测试结果可以让中移动提前于 2012 年提供 4G 服务，较原来的 2014 年至 2015 年推出时间更快。

工信部电信研究院相关人士昨日对记者透露，中国移动 2010 年下半年选择在 3 个沿海城市进行 TD-LTE 网络试验，此前青岛、厦门、珠海和无锡等城市都是考虑的目标。

目前，参与 TD-LTE 产业的厂商众多，国内包括华为、中兴通讯和大唐移动等，而爱立信、诺基亚西门子、阿尔卡特朗讯和摩托罗拉等也都在进行研发和测试。高通等部分芯片厂商则将提供 TD-LTE 芯片。

而在工信部电信研究院相关人士看来，未来我国将形成 2G、3G 和 4G 并存的关系，而不是简单地升级替换。来源：2010-7-16 第一财经日报

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚新客户服务体验中心开业

诺基亚全球第九家客户服务体验中心日前在北京开业。这家“旗舰”级客户服务中心内部分为四个区域：硬件维修区、服务支持区、学习区及服务体验区。体验中心在为消费者提供终端产品维修服务之外，还能够提供丰富全面的诺基亚服务及应用的支持与体验，以及专业的消费者培训。

“伴随着移动性与互联网的融合，消费者的需求正在不断地改变。”诺基亚大中国、韩国及日本区高级副总裁梁玉媚表示，对诺基亚来说，客户服务不仅仅是简单的终端维修，而是希望为消费者提供持久而优异的移动体验，帮助他们在终端之外获得更多服务。来源：2010-7-14 北京商报

[返回目录](#)

诺基亚与印度工厂罢工员工达成和解

据国外媒体报道，诺基亚周三表示，已经与该公司位于印度手机工厂的工人达成了薪酬和解协议。

诺基亚在声明中表示，该工厂的工人将立刻复工。位于印度钦奈(Chennai)的诺基亚工厂员工周二罢工，对该公司的生产造成了威胁。

除了与“诺基亚印度员工进步联盟”(以下简称“NIEPU”)就薪酬达成和解外，诺基亚还撤消了 2010 年 1 月以来对 60 名员工做出的停工处罚。这 60 名员工指控诺基亚处理不当。

这一停工处罚导致钦奈工厂的 1200 名员工 2010 年 1 月的罢工。该工厂员工总数为 8000 人。

诺基亚表示，将于周四与 NIEPU 签订和解协议。NIEPU 尚未对此置评。

据消息人士透露，由于 NIEPU 内部的一个异见团体反对诺基亚与 NIEPU 周一敲定的和解协议，因此部分员工仍在罢工。诺基亚则表示，谈判即将结束。

诺基亚周二发表的声明称，该公司为钦奈工厂员工提供的长期薪酬在当地类似行业中已经是最高水平。

与 IT 服务和商业流程外包行业不同，印度制造业拥有实力强大的工会。来源：2010-7-15 新浪科技

[返回目录](#)

诺西 12 亿美元购摩托罗拉无线网络基础设施资产

诺基亚西门子与摩托罗拉今天联合公布双方已达成协议，诺基亚西门子将以现金 12 亿美元收购摩托罗拉的大部分无线网络基础设施资产。取决于包括监管条件在内的各项惯例最终成交条件，该交易预期将于 2010 年年底完成。

“这是一项令人兴奋的交易，对于客户、员工和股东来说都有着重大意义。”诺基亚西门子通信首席执行官苏立(Rajeev Suri)表示，“摩托罗拉的现有客户将继续获得针对其现有网络的世界级支持，以及向下一代技术演进的明确路线；摩托罗拉的员工将加入一个全球通信行业的领导者。诺基亚西门子通信亦将从此次交易获得诸多益处，包括盈利能力的提升以及对现金流所带来的积极影响，进而获得强大的向上发展潜力。”

“我们对于摩托罗拉网络业务的运营、财务表现以及业务团队都深感骄傲，这些将会成为诺基亚西门子通信的宝贵财产。对于能够达成本协议我们感到非常兴奋，这一协议将使摩托罗拉的网络业务团队与诺基亚西门子通信实现强强联合。”摩托罗拉联合首席执行官格雷格·布朗(Greg Brown)表示，“这对于我们的客户、投资人和员工都是一个非常好的消息，这一交易将使我们能够进一步专注于我们为政府、公共安全和企业级客户提供重要业务解决方案的战略核心。”

作为交易的一部分，诺基亚西门子通信公司将获得摩托罗拉既有的 50 多家运营商的关系，并加强与中国移动通信、Clearwire、KDDI、Sprint、Verizon Wireless 及 沃达丰(Vodafone) 的合作关系。

“我们很高兴能够与新的客户建立关系，同时加强与其它伙伴的联系。”苏立指出，“对摩托罗拉网络业务部门的收购将大幅加强我们的全球运营实力、扩充我们在美国、日本和其它主要市场的规模，并巩固我们在全球无线领域的领导地位。”

“Verizon 认为这对全球无线行业来说是一个好消息。”Verizon 副总裁兼首席技术官 Richard J. Lynch 表示，“这一交易将 Verizon 的两个重要供应商带到了一起，我们期待与诺基亚西门子通信的继续合作。”

以收入计量，诺基亚西门子通信公司预期在收购摩托罗拉无线网络基础设施业务后，将成为美国第三大无线基础设施厂商、日本第一大外资无线基础设施供应商，并将巩固其全球基础设施领域第二大厂商的地位。

摩托罗拉的网络基础设施业务为无线网络提供产品与服务，包括 GSM、CDMA、WCDMA、WiMAX 与 LTE。该公司是 WiMAX 的市场领导者，在 21 个国家签订了 41 份合约；在全球拥有强劲的 CDMA 业务，在 22 个国家拥有 30 个使用中的网络；具有稳定的 GSM 客户群，在 66 个国家拥有 80 多个使用中的网络；并对 LTE 的早期采用者有着极佳的吸引力。

“随着客户期待从 CDMA 网络演进到下一代技术，增添摩托罗拉无线网络基础设施资产可确保我们为这种需求做好准备。”诺基亚西门子通信客户运营负责人林峰(Bosco Novak)表示，“我们将结合诺基亚西门子通信 TD-LTE 解决方案与摩托罗拉 WiMAX 和 LTE 业务的实力，更好地满足客户不断发展的技术与业务需求。”

预期在交易完成时，约 7,500 名员工将从摩托罗拉的无线网络基础设施业务转至诺基亚西门子通信公司，其中包括在美国、中国与印度的大型研发机构。摩托罗拉将保留 iDEN 业务，以及与其无线网络基础设施业务相关的所有专利和其他有关资产。

交易预计将于 2010 年年底完成，因此不会对诺基亚西门子通信公司 2010 年的财务业绩造成影响。

结合摩托罗拉向公共安全机构提供解决方案的专长，以及诺基亚西门子通信在商用 LTE 解决方案方面的优势，双方还将在公共安全领域寻求建立全球合作伙伴关系。来源：2010-7-19 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

索尼爱立信第二季度净利润 3973 万美元

据国外媒体报道，索尼爱立信(以下简称“索爱”)今天发布的财报显示，由于高价智能手机销量上升，该公司连续第二个季度实现盈利。但该公司仍然预计，2010 年的全球手机市场只会出现轻微增长。

在经历了 2009 年的弱势发展后，手机行业最近几个月的前景有所好转，但智能手机领域的竞争态势依旧严峻，而全球经济的复苏仍然疲软。

索爱是全球第五大手机制造商，由爱立信和索尼合资成立。该公司第二季度税前利润为 3100 万欧元(约合 3973 美元)，超出分析师 1650 万欧元的平均预期，2009 年同期亏损 2.83 亿欧元。

索爱已经对成本进行了压缩，并且对产品组合进行了调整，重点发展具备 PC 功能以及整合社交网站的手机。

索尼 2010 年第一季度发布了 Xperia X10 和 Vivaz 智能手机，第二季度末又开始出售 Xperia X10 mini 和 Xperia X10 mini pro。

智能手机战略对索爱的平均手机价格起到了推动作用，使之达到 160 欧元，高于 134 欧元的预期。

索爱 CEO 伯特·诺德博格(Bert Nordberg)表示：“(这些新手机)得到了运营商的良好反馈，我们目前处于长期增长的有利地位。”

但索爱仍然坚持了较为悲观的全年预期，该公司在声明中表示：“索爱维持 2010 年全球手机销量轻微增长的预期。”

分析师本月早些时候预计，受益于智能手机销量的增长，2010 年全球手机销量将增长 11.6%。2010 年 4 月的预期仅为 10.8%。来源：2010-7-16 新浪科技

[返回目录](#)

iPhone 4 本月登陆 17 个市场：韩国被排除

据国外媒体报道，苹果周五就 iPhone 4 信号问题召开新闻发布会时表示，iPhone 4 本月将登陆 17 个市场，韩国市场被排除在外。

苹果 2010 年 6 月发布 iPhone 4 时曾经表示，该产品将于 2010 年 7 月再面向 18 个国家和地区发售。该公司周五虽然重申 iPhone 4 将进军更多市场，但是却将韩国从名单中删除。苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)并未透露具体原因。

最新的 17 个市场名单为：澳大利亚、奥地利、比利时、加拿大、丹麦、芬兰、中国香港、爱尔兰、意大利、卢森堡、荷兰、挪威、新西兰、新加坡、西班牙、瑞典和瑞士。8 月和 9 月还将分别再登陆 24 和 40 个市场。

除此之外，乔布斯还表示，白色 iPhone 4 将按照计划于 7 月底发售。苹果上月曾表示，白色 iPhone 4 的生产困难超出预期，因此最初发售的数量非常有限。来源：2010-7-17 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

3G 终端呈现高开低走趋势

“0 元购机”、“存话费就送手机”，3G 终端促销在 2010 年夏天显得格外火爆。据《上海证券报》报道，对近日公布的千元 3G 智能手机“预存话费送手机”合约计划，中国联通相关部门解释称，用户除了可选择 126 元档以上套餐并预存话费零元购机之外，还可选择 66 元档或 99 元档套餐参与合约计划。此外，最低 600 元、最高 3000 元预存话费将分月全额返还。

应该说，3G 终端的“高开低走”是市场竞争激烈的一种体现。经过这个夏天的手机降价、资费优惠，尤其是互联网 3G 手机的不断推陈出新，将开启新一轮的换机热潮。

3G 终端“高开低走”

2010 年的暑促显得格外热闹。除联通大幅度降低 3G 门槛外，中电信表示要将 60 多款 700 万部涵盖高中低端的 CDMAa 手机推向市场，而中移动数款不到千元的 TD 手机也在市场迅速铺开。业界普遍认为，2010 年必将成为 3G 普及的元年。

7 月 7 日，由中国社会科学院新闻与传播研究所、科学文献出版社联合发行的《新媒体蓝皮书》指出，就国内当前 3G 发展的现实来看，用户更多的关于 3G 的憧憬是被广告和营销刻画出来的，很少一部分体验到了 3G，而且所体验的 3G 还不见得与 3G 一样好，因此用户对于 3G 内容的预期远远高于其显示体验。《蓝皮书》还指出，用户对 3G 的期待包括资费降低、终端价格降低以及真正的 3G 网络和真正的 3G 服务。

除了资费高的呼声不绝于耳，3G 手机太贵的反映也频繁出现。CNNIC 的报告显示，在我国手机上网和购买 3G 上网本的用户很多是由于买不起更贵的电脑和笔记本，而退而求其次的选择。赛诺报告显示，2009 年国内 3G 手机总销量突破 500 万台，与我国 3G 用户规模 1500 万相比，仅为三分之一。作为 3G 应用最重要的终端，只有 3G 手机的普遍使用，才能带来 3G 的大范围应用，如果仅靠提供无线宽带上网的 3G 上网卡，3G 的应用将受到很大的影响。

各大运营商也体会到了这一点，曾经遥不可及的 3G 目前也是“高开低走”。三大运营商都开始放下身段，无论是品牌、套餐还是终端，为 ARPU 不高的用户提供普及化的服务。

用户消费潜力被有效激活

来自中国联通的数据显示，5 月份联通新增 3G 用户 102.3 万户，环比大增 50.2%，这是联通自 3G 正式商用以来，首次单月净增 3G 用户数突破百万大关。

有分析人士认为，联通 5 月份 3G 用户数表现抢眼，得益于其一系列的资费及终端价格调整，iPhone 合约购机方案调整和新资费体系对语音、数据用户做出的细分，使受价格抑制的消费需求得到释放。

在市场容量渐趋饱和与经济危机的双重影响下，“好用易用”、“物有所值”日益成为消费者购机的首要因素。在 3G 发展初期，电信运营商出于高端定位和逐步发展策略，资费门槛相对较高，这就导致大量用户被宣传吸引之后，在了解的过程中被 3G 资费担忧，进而打消了尝试使用 3G 业务的计划，以后虽然运营商在不断下调资费，但由于第一印象业绩形成，后续营销措施难以被用户感知，因而效果比较有限。

为了刺激市场需求，从 2010 年开始，3G 智能手机成为中国各大运营商补贴和采购的重点，有数据显示，运营商终端补贴额将高达 500 亿人民币。

终端价格过高就被认为是影响 3G 业务普及的最大瓶颈。从近一段时间的表现来看，这个瓶颈正在被逐渐打破。尤其是对强调移动互联网概念的 3G 业务来说，用户对新鲜事物的高接受度是业务普及的重要保障。因此，学生用户逐渐成为三大运营商发展 3G 的重要对象。

例如，中国电信提出了要重点打造、普及千元 3G 智能手机的思路；中国联通在推出千元智能手机的同时，制动多样性超值的合约计划；而中国移动 2010 年第一季度，TD 手机 2000 元以下的占比提升至 43.5%，千元以下的达 18.5%。

据媒体报道，国内厂商中，中兴、华为、联想、海信、新邮通等等都开始在中低端市场布局。包括此前在高端市场占有率极高的宇龙酷派，也开始将触角向中低端市场延伸，酷派通过产品的全面布局，用超过 40 款机型形成一条覆盖 800 - 7000 元的完整产品线，其中有不少是千元 3G 手机。

《南方都市报》报道认为，3G 的高端品牌形象已经建立，现在已经到大家攻城略地的时候。由于高端市场的份额较小，手机厂商要成为产业的领导者，基数庞大的低端市场是兵家必争之地。来源：2010-7-19 通信信息报

[返回目录](#)

手机上网“逼退”宽带上网

中国互联网络信息中心昨天发布的最新统计报告显示，中国宽带网民规模达 3.64 亿。报告同时指出，虽然宽带网民的绝对规模在增长，但其在总体网民中的



比例却有所下降。这主要是由于只使用手机上网的群体规模增速过快所致。截至 2010 年 6 月，只使用手机上网的网民规模增加到 4914 万，较 2009 年底增长 1842 万人，占整体网民的比重提高到 11.7%。

点评：随着 3G 网络的完善，手机上网“钱”途无量。来源：2010-7-16 重庆晚报

[返回目录](#)

IP 地址数量告急催生 IPV6 时代

目前，全球互联网 IP 地址(IPV4)，仅剩 2.4 亿个尚未分配，即相当于所有 IP 地址的 6%。按目前使用速度，即将在 2011 年年中耗尽，如无升级替代措施，将严重制约世界互联网发展。

我国 IP 地址尤其短缺，目前网民人均仅 0.6 个 IP，远低于世界平均水平 1.7 个。我国 IP 地址增速已连续 3 年低于网民增速。受制于 IP 地址紧缺，诸如“三网合一”、“物联网”、移动互联网等都将无法真正发展起来。

IPV6 是网络升级的关键技术，也是彻底解决问题的唯一方案。IPV6 与现有 IPV4 不兼容，升级转换牵涉方方面面，尤其是软件应用全面转换升级难度较大，需要依靠国家层面的推动。初步判断，我国 IPV6 的普及进展在今后 5-10 年必将迎来一个快速发展。

我们认为，短期内将催生 IPV4 地址交易。近期利好通信设备、系统集成、IT 支持软件行业。最为看好对 IT 支持软件行业与相关软件外包行业的拉动，40% 的网络相关软件将需要升级，其中包括 10% 的应用软件需要针对 IPV6 的传输进行升级，30% 的应用软件需要针对 IPV6 的数据存储和显示进行升级。湘财证券投资建议

我们重点推荐新海宜。该公司是一家为电信运营网、广电网、国防专业通信网及其他专用通信网提供各种网络配线管理系统和网络监测系统专业通信配套设备供应商。2009 年公司拟投资 4787 万元建设内容级智能流量管理系统产业化项目(简称 ICTMS)，ICTMS 是支持 IPV4/IPV6 双栈的互联网流量管理系统，列入国家下一代互联网专项。其中自有资金 3887 万元，申请国家专项资助资金 600 万元，地方资金 300 万元，建设期为两年，建成后达到年生产内容级智能流量管理系统 100 台以上。两年后，中国 IPV6 市场正式进入成熟期，届时该项目将成公司业绩增长的新亮点。来源：2010-7-15 东方早报

[返回目录](#)

Android 山寨智能手机有望 2011 年普及

7 月 12 日，联发科宣布正式加入由谷歌为推广 Android 操作系统而发起的“开放手机联盟”，将打造联发科“专属的 Android 智能手机解决方案”，这被认为是山寨版 Android 进入普及期的发枪令。近日，《IT 时报》记者走访上海山寨手机集中地——上海火车站周边几家通信市场后发现，日前山寨智能手机仍以微软的 Windows Mobile 为主，Android 手机以大品牌的行货水货手机为主，山寨版依然相当稀缺。

山寨版销量一般

记者在淘宝上查询后发现，目前山寨品牌的 Android 手机在售的有 5-6 款左右。在深圳从事多年智能手机销售的葡萄(化名)告诉记者，目前深圳山寨厂商有 10 款左右的 Android 手机，这其中还包括仅推出样机，没有正式上市的。

深圳鼎智通讯 2009 年年底推出了第一款自有品牌的 Android 手机——A1，该公司的魏先生告诉《IT 时报》记者，“A1 目前销售了几千部，销量情况不太满意。”他认为主要原因是山寨机消费人群和智能手机人群不一样。“消费者已经形成了心理定势，山寨机的价格就应该只有几百块，而智能手机是不太可能达到这个价位的。”魏先生表示。他认为国内山寨厂商生产的 Android 智能手机大多数会出口到海外，国内市场的接受度还不够。

这一点，在葡萄那边也得到了证实，他目前销售的山寨智能机还是以 Windows Mobile 为主，Android 手机销量非常有限。

深圳蓝思通讯曾经推出过采用 Android 系统的 Sciphone N21，是首款在国内市场中出现的山寨 Android 手机。但记者近日致电该公司却得知 N21 早已经停产，并且蓝思目前没有再推 Android 新型号手机的计划，其公司工作人员不愿透露原因。

Android 平台开发难度高

系统需要较高的硬件平台是 Android 山寨手机型号比较少的原因之一。“目前山寨厂商手中相对比较成熟的硬件平台，最多只适合 Android 1.5 和 1.6 系统，而最新的系统版本已经升级到了 2.2，手机 CPU 要到 1Ghz 才可能流畅运行。”葡萄向记者表示。

据葡萄所知情况，2009 年上半年手机方案设计公司华为海思推出廉价的、基于 Windows Mobile 6.1 版本的 K3 方案，之后深圳出了一大批采用该方案的 Windows Mobile 山寨机。但 K3 上基于 Android 系统的调试还没成功。

不过,随着联发科宣布正式加入由谷歌为推广 Android 操作系统而发起的“开放手机联盟”,联发科市场部李娟向记者表示,顺利的话年底前会推 Android 方案。

葡萄表示,只有等联发科、希姆通和德信这样大的手机方案公司能够提供全面解决(Turn-key)方案,山寨厂商才有可能做到 3-5 个人出一款手机,1 到 2 个月产品量产,到那时候,Android 山寨智能手机才会真正步入普及之路。“乐观估计要到 2011 年年初才行。”葡萄总结道。

此前有消息称已经完成 Android 手机研发的创扬通信,却向记者否认了该消息,只是告诉记者仍然在研发过程中。

品牌厂商也在行动

不止山寨手机看中 Android 智能手机这块市场,国内手机品牌厂商也在发力。多普达、中兴、华为和海信都推出了 Android 智能手机,联想的乐 phone 采用的是变种 Android 手机,中国移动主导的 OMS 手机操作系统也是基于 Android 系统修改的。

酷派品牌市场部经理李旭青向记者证实,酷派将会在 9 月份推出基于 Android 系统的智能手机,开发、设计出具有差异化的 Android 手机。但他否认酷派与联发科合作的猜测。

李旭青分析,从整个市场来看,以 iPhone iOS、黑莓 OS、Symbian、Android、Windows Mobile 和 Windows CE 等 5 大操作系统,构成了当前的主流。未来一年内,iPhone iOS 和 Android 操作平台增长速度最大,市场份额将大幅提升,威胁到 Symbian 系统的统治地位。来源:2010-7-19 IT 时报

[返回目录](#)

分析称 5 年内三网融合实现对称进入难度大

实现和推动三网融合的发展应该是产业链上相关企业自发的行为,但是由于三网融合的三网都属于相对敏感的行业,所以政府的监管相对严格,故业内的相关人员都把精力集中到政府这个大家长的政策上来。相互博弈的行业都希望在目前的情况下争取到更多的政策倾斜。

十多年来,三网融合一直未能有所进展,主要是因为广电和电信双方都未做好技术、业务、运营等方面的准备,且两个行业由于各自的原因对进入对方领域的意愿也不是非常急迫。这种历程可以从三网融合的政策清晰地看出来。

从 1997 年 4 月在全国信息化工作会议上提出“三网”的概念以来,政策的发展经历了四个阶段:隔离阶段(1997 年~2001 年),政府出于监管的需要,严

格要求双方不能混业经营：1999 年国务院办公厅明确要求电信部门不得从事广电业务、广电部门不得从事电信业务，双方必须坚决贯彻执行。

转变阶段(2001 年～2006 年)，随着入世，市场化推进，逐步放开对双方的管制：2004 年年底国家发改委提出，在条件成熟时，推动电信和广播电视市场相互开放、业务交叉竞争。

推动阶段(2006 年～2009 年)，广电和电信行业及其监管部门都开始希望进入对方的业务领域：“十一五规划”中再次强调，要积极推进三网融合，在技术和整合基础设施资源方面，对推进三网融合作了明确的要求。2008 年，国务院、广电总局和工信部分别推出自己的三网融合政策。其中广电要求各省区市在 2010 年年底完成省级网改造，准备发展三网融合业务，但是许多省区市的省级网整合并未完成。电信运营商的光网建设也提上了议事日程。双方都具备或即将具备发展三网融合的技术、网络基础，所以双方都积极推动甚至在局部试点三网融合业务。

落实阶段(2010 年～现在)，政府、两个行业及其监管部门都希望三网融合取得实质性进展：2010 年 1 月 13 日，国务院常务会议决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合，确定 2015 年全面实现三网融合。2010 年政府工作报告中再次指出：“积极推进三网融合取得实质性进展。”2010 年 6 月 7 日，三网融合试点方案在政府的干预下通过，6 月 30 日三网融合的 12 个试点城市确定。三网融合的进程骤然加快。这次的试点方案和试点城市切实推动了三网融合的进程，政府出来为广电和电信划分业务领域，推动双方进入更进一步的发展，但是这仍然只是三网融合中的一小步。

从下图可以看出，从 2006 年开始，广电和电信开始布局技术、网络，切实推动三网融合业务。未来几年三网融合的进程加快，但是三网融合的对称进入仍需时日。未来 5 年内，中国很难实现三网融合的对称进入。

首先，政府不可能将一项权利分置于广电和工信两个行业的监管部门，政出多门，导致后期管理中矛盾重重，需要经常出来调节。

其次，在涉及舆论导向、社会教化、信息安全等方面的监管，政府更加相信控制力强的广电，而不相信市场化程度高的电信运营商。来源：2010-7-14 人民邮电报

[返回目录](#)

Wi-Fi 上网渐成主流 4年内成90%智能手机标配

利用 Wi-Fi 访问互联网正迅速成为一种主流的上网方式。而 iPhone 的全球风靡更是为 Wi-Fi 打了一剂强心针。近日，Wi-Fi 联盟 CEO Edgar Figueroa 预计，2010 年全球 Wi-Fi 产品的交货量会达到 8 亿部，仅仅 2011 年一年就可实现 10 亿部 Wi-Fi 设备上市。而以后，每年 Wi-Fi 设备交付量都会达到 10 亿部。

Wi-Fi 在笔记本电脑上已经获得普及，但它在移动电话上的技术尚属萌芽阶段。有越来越多的手机正逐渐具备 Wi-Fi 功能，消费者也开始在购买手机时希望手机具备这一功能。据 ABI Research 的最新数据表明，在 2009 年出货的约 5.8 亿部 Wi-Fi 设备中，1.41 亿部为手机。Edgar Figueroa 预测：“这一增长态势还将继续，到 2014 年 Wi-Fi 手机出货量将达 5 亿部，而 90% 的智能手机都将具备 Wi-Fi 功能。”

Wi-Fi 联盟 CEO Edgar Figueroa

Wi-Fi 联盟作为拥有 300 多家成员公司的国际行业协会，致力于推动 Wi-Fi 技术在设备和各市场领域中的普及，其中已有 20 家来自中国的成员公司。目前该联盟已经完成了 7000 种产品认证工作。Edgar Figueroa 表示，Wi-Fi 联盟将通过一系列的长短期计划，推动 Wi-Fi 产业在第二个十年显现出一个提供无缝连通性、在更多地点用更多方式连接更多设备的无可替代的机遇。

其中能脱离 Wi-Fi 网络、热点以及因特网而连接所有设备的 Wi-Fi 直连以及智能电网将是 Wi-Fi 联盟在未来工作中的重要突破口。据 Edgar Figueroa 透露，首部 Wi-Fi CERTIFIED Wi-Fi Direct 产品将于本年度稍晚面世。

鉴于中国及亚太市场在 Wi-Fi 产业的重要地位，Wi-Fi 联盟更是将在华推广列为重点工作。Edgar Figueroa 表示：目前半数以上的 Wi-Fi n 认证资格来自亚太地区企业。已有包括华为、H3C、TP Link 等 8 家中国企业完成了 74 项 Wi-Fi CERTIFIED n 产品认证。此外，还授权 2 家中国测试实验室提供 Wi-Fi CERTIFIED n 认证测试以及多数其他项目服务。

据调研机构 IN-STAT 统计，2010 年，中国将有 28.5 万个 Wi-Fi 热点遍布，单年就有 2800 万部 wifi 手机上市。预计到 2013 年，Wi-Fi 手机产品单年上市数量达到 9670 万部。来源：2010-7-16 赛迪网

[返回目录](#)

【移动增值服务】

移动无线座机新增两档套餐

昨天，记者从北京移动了解到，在每月 10 元这一套餐基础上，北京移动为无线座机增加了 30 元和 50 元两档套餐。

据悉，之前的无线座机 10 元套餐含 50 分钟的本地主叫，超出部分市话资费为 0.12 元/分钟，加拨 17951 时长途资费为 0.19 元/分钟。30 元套餐在此基础上，将本地主叫延长到 300 分钟；50 元套餐含 500 分钟本地主叫时长，超出部分市话资费为 0.1 元/分钟，加拨 17951 时长途资费为 0.18 元/分钟。来源：2010-7-20 京华时报

[返回目录](#)

联通 3G 补贴覆盖自备机用户

昨天从中国联通了解到，联通将 3G 终端补贴的范围进一步扩大，除了 3G 战略终端用户之外，自备机用户和普通定制终端用户也被纳入补贴范围。

此前，联通为用户提供的终端补贴政策只局限于一些重点推广的“3G 战略终端”，如 iPhone、乐 Phone 以及千元 3G 智能手机等，其他 3G 终端则缺乏专有的补贴政策。而此次联通推出的“普通定制终端用户补贴优化方案”和“自备机入网用户补贴方案”，终于使终端补贴覆盖到了大部分 3G 用户。

根据补贴方案，针对普通定制终端的补贴分为两种：在联通自有渠道办理的“预存话费送手机”合约计划以及在自有渠道和社会渠道都可办理的“购手机入网送话费”计划。另外，联通对只购买 3G 套餐卡而不从联通渠道购买定制 3G 手机的自备机入网用户实行“存费送费”的补贴政策，即在预存话费分月返还的同时，逐月向用户赠送与返还额相等的话费。来源：2010-7-14 京华时报

[返回目录](#)

中移动大幅缩减手机支付提现额度

中国移动宣布将从昨日起对手机支付业务的提现规则进行调整，每个账户提现金额由目前每月 10000 元调整为 5000 元，提现次数由目前的 10 次/日调整为 3 次/月。

有第三方支付人士对记者称，中国移动加强资金账户的风险控制，一方面出于监管部门打击反洗钱和反套现的要求，另一方面也是出于自身申请第三方支付牌照的需要，此前其通过收购浦发发行股份获得支付牌照的道路已无法走通。

目前，中国移动的手机支付业务共分两种账户：现金账户和话费账户。前者用户需要通过指定银行为账户注入现金，账户金额独立于号码话费；后者则在消费交易时直接扣除等额话费，但其每月和单笔支付额度都有严格控制。

中国移动公告称，根据监管部门的相关要求，对手机支付的提现规则于 15 日起进行调整。

据悉，中国移动手机支付用户在提现前，必须绑定一张手机支付账户同名银行卡，而每张银行卡最多可与一个手机支付账户进行绑定。据了解，实名用户绑定提现银行卡后，登录手机支付业务网站，可通过“提现申请”功能发起提现需求。来源：2010-7-16 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

中国联通电子彩票 “千万彩金大派送”

近日，记者获悉，中国联通正隆重推出“中国联通电子彩票千万彩金大派送”活动，以回馈广大联通用户和彩民的厚爱。由于世界杯的热潮带动了足球彩票销量的节节攀升，中国联通电子彩票也获得了不俗的成绩，此次推出的“千万彩金大派送”活动时间为 2010 年 7 月 1 日到 7 月 31 日，相信将使手机彩票这一新兴手机应用更为普及。

据了解，中国联通电子彩票本次活动的具体内容主要是在活动期间前 500 万名首次联通电子彩票注册的新用户将可以获得 2 元彩金，免费快乐体验中国联通电子彩票的乐趣；同时，参与联通电子彩票购彩的用户只要购彩满 100 元，就能再免费获得 21 元彩金。此次活动的赠送彩金将超过 1000 万元，也是有史以来最大的彩金赠送活动！

根据业内人士分析，随着中国公益彩票事业的发展，参与购买公益彩票的人群与过去相比有了很大的不同，相当一部分的都市年轻白领也开始将购彩当成为一种生活娱乐休闲方式，这一现象在本次世界杯的足彩销售中表现尤其明显；而由于目前移动互联应用越来越被广泛关注，手机购彩已经开始成为新兴的购彩渠道，打破了传统购彩渠道带来的种种不便，满足了新兴彩民对购彩时间和地域的高要求，同时又与政府公益彩票无纸化、环保的概念和方向所吻合，因此，这一业务也被多方看好。除了中国联通以外，包括交通银行、联想移动、中国电信天翼空间等多家企业目前也推出了相关的产品。

此次联通针对其电子彩票业务所推出的活动，也从另一个角度体现出手机彩票业务未来良好的发展前景。据了解，联通在手机彩票业务方面主要是在与国内领先的彩票行业服务供应商华彩在进行深入的合作，目前在中国联通 2Gwap、3Gwap、wo 门户等平台上都可以方便用户下载华彩手机彩票软件。对于此次活动，用户可登录 unwap.huacai.com 了解活动详情。来源：2010-7-19 eNET 硅谷动力

[返回目录](#)

北京动感地带充值返话费：充 100 送 30 元

北京移动网站刊登消息，自 7 月 15 日起开始动感地带充值返话费，共三档，每个充值档位只能获得一次充值返话费。

据悉，8 月 25 日前，北京动感地带用户充值 100 元可获赠 30 元话费，将分 6 个月，每月返还 5 元；若用户充值 300 元可获赠 120 元话费，将分 12 个月，每月返还 10 元；用户充值 500 元可获赠 240 元话费，将分 12 个月，每月返还 20 元。

实际上，就是要求用户在获得充值的同时需要在网 12 个月，且每充值档位仅可享受一次回馈，多次充值同一档位仅可获得一笔话费返还，累计充值达到相应额度不能获得返还。

另外，活动仅限主账户充值有效，各类赠送、兑换、调帐、返还话费、集团客户自助充值、副账户空中充值、彩铃卡充值等不能参与回馈活动。来源：2010-7-14 新浪科技

[返回目录](#)

【网络增值服务】

联通开通境外客服接入号码

中国联通昨天透露，其已在港澳台在内的 37 个国家和地区开通了境外国际漫游客服接入号码，联通用户在这些地区无法使用手机时可用当地电话拨打联通的客服专席获得帮助。

中国联通介绍，与传统的国际漫游境外客服热线不同，此类号码为漫游地当地号码。此类业务的最大优势就在于用户无需支付国际漫游以及国际长途费用，用当地固定电话拨打为免费，用当地投币电话或公用收费电话拨打需支付当地通话费。来源：2010-7-20 京华时报

中电信自有品牌导航业务将上市

位置服务(LBS)正在被越来越多的人视为 3G 时代的杀手级应用，飞象网近日获悉，中国电信也将在近月推出其位置服务业务“天翼导航”。

运营商敏感神经被触动

据悉，除提供手机导航、网上导航之外，天翼导航还增加了人工座席导航，以方便开车等一些用户的特殊需要。

“目前这一业务正在集团的统一计划下进行测试，一个月之内就会在市场上看到。”中国电信上海研究院某人士表示。

除此之外，中国电信面向政企客户的定位调度业务也在完善中，预计很快就会上市。

据了解，目前中国电信推出的所有 3G 手机都已支持 GPS 功能，作为 CDMA 手机芯片的提供者，高通中国公司业务发展总监文劲军在接受记者采访时表示，考虑到成本以及芯片的处理能力，高通并未在所有的 CDMA1X 芯片中内置定位功能，但 EV-DO 芯片都会支持 GPS。

中国移动方面，目前在个人客户市场上的定位服务主要有两种方式，一是通过客户端软件以短信提供定位信息，二是通过 WAP 访问电子地图。

对此，分析人士认为，GOOGLE、诺基亚等巨头在定位业务上的布局触动了运营商敏感的神经，“运营商突然发现很多企业不再需要通过他们，而可以直接为用户提供定位服务，像中国移动差不多也是在一年半前突然意识到这点，然后开始积极推动位置服务。”

免费服务打破行规

说到定位服务，GOOGLE 不得不提，除专门发射用于定位的卫星外，这家公司还率先打破行规，向用户免费提供地图服务。

“虽然谷歌地图业务不向用户收费，但通过广告形式仍可以获得巨额利润，这一市场前景大得惊人。”上述分析人士感叹道。

在 GOOGLE 免费策略带动下，诺基亚也推出了 Ovi 免费地图服务。近日有消息称，中国政府计划向诺基亚颁发提供在线地图服务的许可证，如果这一许可通过，诺基亚将成为 6 月新政以来第一个获批的外国公司。

根据 6 月份推出的新规定，所有要在中国提供地图和位置服务的公司都要申请国家测绘局的批准。如果提供商在 2010 年年底之前没有得到许可证，有关当局有权关闭这种服务。

据了解，到目前为止已经有 26 个公司获得了初步的批准。谷歌和微软到目前为止还没有提出在中国提供地图服务的申请。

多种定位方式出现

在定位服务快速发展的大背景下，除了最为普遍的 GPS、AGPS(辅助 GPS)、Wi-Fi、Cell-id(基站小区)等定位方式也陆续出现。

作为在 Wi-Fi 以及蓝牙无线通信领域最为著名的芯片企业，博通在独立 GPS 芯片外，近年还相继推出了 GPS、Wi-Fi、蓝牙、FM 等多种功能组合的芯片。

“我们还将 GPS、AGPS、Wi-Fi、基站台这些定位方式进行整合，实现室内室外定位信号的最大互补。”博通 GPS 业务组资深业务发展经理 Jerry Wang 此前在接受记者采访时表示。

据悉，为了能提供一套全球性的 AGPS 数据，在过去三年中，博通投入大量资金和人力建立起自己的一套 GPS、Wi-Fi 数据库。这些数据加上自身的芯片产品，让博通和苹果、三星、摩托罗拉、戴尔等终端巨头保持了良好的合作关系，并顺利成为 iPhone、iPad 等顶尖终端内置 GPS 芯片首选。

对于目前运营商定位服务较少利用 Wi-Fi 定位的现状，Jerry Wang 认为主要原因是 Wi-Fi 热点覆盖有限，另外热点数据的采集也是一项大的工程，“随着 Wi-Fi 覆盖面的扩大，运营商早晚会把它作为一种重要的定位方式。”来源：2010-7-20 飞象网

[返回目录](#)

联通 3G 信号覆盖北京地铁 4 号线

今天起，乘坐北京地铁 4 号线的乘客惊喜地发现在 4 号线内可以全程使用 WCDMA 手机打电话和上网了。京港地铁相关负责人介绍，在京港地铁和北京联通的共同努力下，完成了 4 号线民用移动通信系统的改造工作，使 4 号线成为中国内地首条实现 WCDMA 信号全覆盖的地铁线路。

据了解，4 号线在开线时首先实现了 WCDMA 信号在 4 号线各站台和站厅的覆盖，此次的系统改造使 WCDMA 信号覆盖了包括隧道在内的全线地下公共区域，乘客可在地铁里全程享受移动通信服务。

另据了解，4 号线自 2009 年 9 月 28 日开线时即实现了 2G 手机信号的引入，并在内地首次将 3G 信号引入地铁，首次实现国有 3G 制式 TDSCDMA 地铁全覆盖。除了移动通信服务外，4 号线在每个车站还安装了 2 部公用电话，在国家图书馆站与北京南站所采用的新型彩屏公用电话，还能实现实时网页浏览及收发邮件功能。来源：2010-7-14 北京晚报

[返回目录](#)

首都机场一、二号航站楼实现免费无线上网

昨天起，首都机场新建无线网络(Airport WiFi)正式投入试运行阶段。目前，旅客可在首都机场 1、2 号航站楼内免费上网，8 月份之后，3 号航站楼以及停车楼也可享受到网络遨游的乐趣。届时，途经首都机场的旅客将可通过 Airport WiFi 体验快捷、便利的上网服务。

据悉，根据公安部要求的“旅客上网实名认证”的法规要求，旅客需凭借“二代身份证”或“护照”领取免费上网账号后，才可享受到首都机场的免费网络服务。每个上网账号可免费上网 5 小时，每有效证件每日最多可申领 3 个账号，全部为当日有效。同时，首都机场为方便旅客领取账号，新购置了 30 台身份证自助终端机，24 小时为旅客提供自助办理手续。

另据介绍，首都机场目前还推出了全程陪护等针对特殊旅客的免费服务，可提前预约全程陪护、客用电瓶车接送、轮椅和婴儿车借用。只需要拨打首都机场问讯电话 64541100 或 64541111，就可以查询和预约相关服务。来源：2010-7-17 北京晚报

[返回目录](#)

中国联通携手车音网提供 3G 汽车信息服务

作为布局“智能”汽车信息化服务市场的又一重要举措，中国联通将作为唯一的 3G 移动通信服务合作伙伴，与车音网携手为车主打造“安全、便捷、时尚”的 3G 汽车新生活。

据悉，借助中国联通全球领先的 3G 网络，双方将联手为车主提供丰富的汽车信息服务，从而彻底改变传统汽车信息孤岛的形象，使车主在车上、车下主动获取个性化信息成为可能。

此前，中国联通已经与中国一汽等汽车业巨头合作，开发远程诊断和救援、位置服务、资讯服务、娱乐服务、通信服务、呼叫中心等相关汽车信息化产品，实现高度融合、无所不在的汽车行业信息化服务，为个人、家庭、企业及行业消费者创造更好的信息生活体验服务。

中国联通集团客户事业部田文科总经理表示，在中国汽车工业迅猛发展，汽车消费市场不断扩大的今天，汽车信息服务正在逐渐成为产业链各方关注的焦点。作为产业链中的关键环节，中国联通始终将汽车信息服务作为 3G 行业应用



的重点拓展领域，秉承“多模式、全方位”的服务理念，以开放的心态致力于为汽车信息服务市场提供优质的服务。来源：2010-7-14 科技日报

[返回目录](#)

微软 Windows Phone 7 可免费找到丢失电话

据国外媒体报道，微软正为 Windows Phone 7 设备提供一种名为“找到电话”的服务，该服务可以帮助用户通过地图，铃音，锁死和擦除功能来找到丢失的电话。官方人士称，该功能将在 7 月 13 日通过新的 WP 站点启用。这个新站点将为 WP7 用户提供 25GB 的存储空间，另外还可以保存照片，共享 Windows live 日历的联系人以及交换文件。

WP7 设备计划在 2010 年十月发布，之后很快会对手机制造商和运营商开放。WP7 发布时将支持英，法，意大利，德和西班牙五种语言。销售市场将遍及 17 个国家和地区。

微软在合伙人大会上还宣称将在 7 月 19 日向选定的移动开发者发放 WP 设备。微软在周一发布了 WP 开发者工具集的另一个测试版。该工具集包括用于 WP 的 Visual Studio 2010 Express，Expression Blend 以及 XNA Game Studio 4.0。该工具集的最终版本有望在一月内发布。

微软在 2009 年就揭开了“找到电话”服务的原型。该服务是“Microsoft My Phone”计划的一部分。来源：2010-7-14 赛迪网

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

股票买卖有了“手持电视”

股票买卖也有了股民版“手持电视”。记者昨日从广州证券获悉，新型移动交易终端正式启动，股民可免费使用并轻松完成在线买卖委托。

据广州证券区域总监马志峰介绍，现在股票买卖委托方式主要是网上委托方式，随着 3G 时代的来临，未来三年左右，手持终端将与网上交易一较高下。来源：2010-7-20 信息时报

[返回目录](#)

CMMB 手机电视世界杯后冷却

世界杯为 CMMB 提供了绝佳的宣传机会，但是，中移动与中广传播还需要提出更具吸引力的频道营销方式，才能避免随着南非世界杯的退场，手机电视的火热发展势头慢慢冷却。

“广播制式的视频节目最适宜众多用户同时观看一个节目，而世界杯恰好提供了这一机会。”中国移动研究院相关专家向《通信产业报》(网)记者表示。3月20日上线的中国移动手机电视无疑是幸运的，在炎炎夏日鏖战一个月的世界杯为其提供的绝佳了宣传机会。

但是，世界杯之后的 CMMB 手机电视如何继续高速发展，进而成为中国移动的杀手锏业务，诸多瓶颈仍然待解。

CMMB 手机电视的节日

虽然的具体的统计数据仍未出炉，但是众多的专家都认为，由于 CMMB 手机电视成为 TD 手机的标配，将乘着南非世界杯的东风出现连续 3 个月快速发展势头。

显然，借力于足球的魅力，手机电视在 6 月同样度过了自己的节日。此前广电系统的相关人士曾经透露，一轮世界杯 CMMB 商业营销下来，可创造高达 2 亿元的商业价值。而根据国际足联公布了 63 场比赛的电视收视数据，虽然没有中国队，但中国还是以 5200 万的收视人数创下了世界杯收视的最高纪录。国际足联的报告还指出，南非时间晚上进行的比赛在中国的平均收视率高达 2550 万，比 2006 年德国世界杯夜间比赛的收视数据增加了一倍还多。

在眼球经济被无限放大的市场环境下，手机电视在 6 月具备了十足的世界杯基因。

专家表示，2010 年将是 CMMB 商业营销年，将从各个渠道进行规模商业营销。而世界杯正是其中的重点。中移动更是在铺天盖地的宣传之外，直接对 TD+CMMB 终端进行补贴，以期获得更好佳绩。

由于手机电视业务的特性，体育赛事将是其推广的最佳时期。其举例说，当数十万球迷同时在某一区域观看比赛时，使用流媒体技术将可能造成极大的网络负荷，而 CMMB 手机电视完全不必担心类似问题。正因为如此，在世界杯之后，11 月的广州亚运会也将是重头戏。在 5 月初，中广传播集团还被正式确定为 NBA 中国赛区选拔赛的新媒体合作伙伴。

据了解，截止目前，中国移动的业务管理和运营支撑系统已经可以为全国各地用户提供服务。CMMB 网络则在全国覆盖了 307 个城市，完成现阶段深度覆盖要求的城市总计达到了 108 个。此前中广传播的孙朝晖已经表态，未来的五年，

CMMB 网络在中国大陆全部地级市以上的城市将达到深度覆盖的目标，同时覆盖 393 个县级市，覆盖 1000 个以上的县，覆盖主要的高速公路，并在一线、二线、三线、四线城市形成比较完整的覆盖。

前向还是后向

在专家看来，低成本、高速率将是 CMMB 手机电视业务的最大优势。手机电视业务具备成为杀手锏业务的所有特征，用户群巨大、使用门槛低、业务具备黏性。CMMB 手机电视同样避免不了广播制式缺乏个性化的短处。据了解，中国移动研究院为广播式手机电视自主设计研发的广播式手机电视业务管理系统 (MBBMS) 具有相当完备的功能，使用户可以方便地通过手机进行业务浏览、业务订购和业务使用。

MBBMS 将移动通信网络与广播网络相结合，利用移动通信网络双向信道特点及完善的鉴权体系实现了广播式手机电视业务的可运营可管理，充分发挥了移动通信网络与广播网络两种网络各自的优势，实现了三网融合。

相比于中国移动此前成功的前向收费数据业务模式而言，也有一些人青睐于后向模式广告模式。此前相关统计数据显示，国内一线城市的电视台广告收入达到一年 30 亿左右，仅仅依靠 6 元每月的手机电视前向收费分成难以达到类似的效果。目前手机电视运营的模式仍旧以将所有频道打包的模式为主，重点在于鼓励消费者观看，而并没有过多个性化选择的倾斜。

相关人士表示，中国移动的加入将会促进 CMMB 手机电视业务的发展，包括网络信号质量方面和业务运营方面。但是目前手机电视发展刚刚起步，从 3 月 20 日正式商用之后还在摸索中前进。中移动与中广传播还需要提出更具吸引力的频道营销方式，才能避免随着南非世界杯的退场，手机电视的火热发展势头慢慢冷却。

频谱“暗雷”

但是众多消费者在接受采访时普遍反映，CMMB 手机电视为用户提供的可选择内容也比较少。据了解，目前手机电视“睛彩电视”业务只为用户提供六套电视节目，分别为 CCTV 新闻、CCTV-1、CCTV-5、睛彩电影等数套节目，相比于机顶盒与 IPTV 动辄数百套的电视节目，消费者普遍认为手机电视现在可收看的内容性价比太低，在他们看来，即使以目前的节目数量来看，也需要提供更适合手机终端的定制节目。

广电专家吴纯勇向《通信产业报》(网)记者表示，由于 CMMB 手机电视在地方的运营多由地方电视台参与，因此其内容资源问题不大。但是由于适合广播的频谱资源有限，手机电视很难获得足够的频道容纳数十乃至上百个频道。“以获得政策倾斜的北京为例，其目前仅 500 多 M 与 700M 获得两个频点，每个频点

仅能容纳 8 个频道。”据了解，手机电视所基于的频道由于穿透力较好，已经被广泛应用于海事通信、军事通信等多个领域，几乎没有任何剩余，其所获得的频道主要依赖于其他频段的退出，获得困难较大。

而在频谱评瓶颈之外，CMMB 网络的优化覆盖同样不容忽视，由于受发射站点数量的限制，目前 CMMB 信号的覆盖仍然不理想。目前中广传播在网络覆盖方面的重点即是在继续扩大覆盖范围的基础上进行网络优化，以期解决覆盖范围内的信号死角、室内覆盖等问题。

据了解，此前广电总局曾有发射相关卫星的计划。该计划中，广电总局将发射大功率的 S 波段卫星。通过卫星实现 CMMB 全国范围的信号覆盖。地面主网则主要解决室内、死角等的信号覆盖。但由于种种原因，相关部门没有批准此项计划，发射 CMMB 卫星的计划已经被无限期推迟。

显然，CMMB 是一盘好菜，但如何成为国人皆大块朵颐的美味佳肴，还需“好厨子”继续努力。

■ 数说 CMMB

307 个

CMMB 手持电视已经在全国 307 个城市开通了覆盖网络。最新数据显示，已经有 22 个省完全开通 CMMB，完成现阶段深度覆盖要求的城市总计达到了 108 个。

4 个

中等大小的城市，只需四个发射塔就可以基本覆盖。

5000 万

中广传播与中国移动协议中商定 2010 年目标新增手机电视用户 1000 万，三年目标新增用户 5000 万。来源：2010-7-19 通信产业网

[返回目录](#)

【电信网络】

迎接三网融合 承载网加快 IP 化建设是关键

历经多年，三网融合终于迈出了关键的一步。在期待着三网融合时代到来的同时，电信网络应积极为三网融合业务的大规模应用做好准备。可以预见的是，随着三网融合的部署和推广，大带宽的视频业务将对现有网络提出更高的要求，而打造高速、灵活、高效并能够适应融合类业务发展的网络体系，承载网的建设是关键。

三网融合的技术基础是 IP，最具潜力的业务是基于 IP 的视频应用。在这一背景下，承载网络的 IP 化已经成为不可逆转的大趋势，核心传送网将会扁平化，基于 OTN 架构并加载智能控制平面的传送网将会大行其道。早期的 IP 网络主要承担公众互联网接入业务，网络规模较小，QoS、安全性要求较低，采用尽力而为的技术机制。随着三网融合的推进，IP 网络上承载的高带宽、实时性业务如 IPTV 的任务越来越重。可以说，新时代的 IP 网承担了更多的责任，要求 IP 承载网能够提供电信级的高可靠性和安全性。

与运营商现有的语音以及宽带接入业务比较起来，三网融合带来的新业务对现有的承载网提出了更高的要求。一方面，带宽的需求量将迅速增加。视频业务会消耗比以往任何业务都要多的带宽资源，尤其是大量用户同时在线观看时，其产生的网络流量将是惊人的。另一方面，对 IP 网络的电信级能力提出了更高的要求。与互联网视频业务不同的是，IPTV 等视频业务的实时性要求很高。这就对网络带宽的调度和管理能力提出了更高的要求。同时，电信级的视频业务对于画面的质量要求也更高，其业务的中断时间须小于 50ms~250ms，频道切换时间须小于 1 秒，这就需要能够快速进行故障的定位、诊断以及排除的电信级的高 QoS 保障。在国内三大运营商的网络建设中，承载网面向 IP 的优化始终在持续进行中，PTN、OTN 的部署一直在稳步推进。承载网融合不存在太大的新的技术问题，最多是一些局部的网络建设思路调整或某些功能的添加，例如针对更多的广播和组播业务。但是，这并不意味着技术的发展就此停滞不前，现有城域网的网络层组播能力参差不齐，组播协议缺乏对组播的控制功能，以及多数视频直播协议不支持组播等，都会影响视频业务的开展。同时，网络可用性、延迟、抖动和丢包率也对服务质量提出了挑战。

虽然三网融合在承载网技术方面还存在一些需要探索和完善的地方，但我们相信，三网融合的脚步将不会停止，能够满足用户需求，改变用户习惯以及带来增量收入的视频业务将为电信运营商提供一条业务转型的理想路径。为了迎接这一天的到来，运营商则需提前做好准备，从带宽扩容和网络结构优化两个维度上推进承载网的发展。从产业层面上看，三网融合由于引入了高带宽、实时性强的新业务，用户增长的潜力巨大，对承载网设备的需求长期存在，从而为厂商带来了可观的、稳定的市场。来源：2010-7-16 赛迪网

[返回目录](#)

Astro 在马来西亚推出首个智能手机电视业务

阿尔卡特朗讯与马来西亚 Astro 进行合作，旨在支持 Astro 在马来西亚推出首个适用于智能手机的电视业务。通过智能手机电视业务，Astro 用户将能够使用 iPhone、黑莓手机以及基于 Java 或 Symbian 的智能手机享受到诸如 TV 直播、视频点播等优质服务。

阿尔卡特朗讯部署了一套多屏解决方案，使 Astro 能够增强其 Astro B.player 智能手机业务。

在 2010 年南非 FIFA 世界杯召开之际，借助马来西亚移动运营商 Maxis 的网络，Astro 的用户能够利用智能手机并通过触摸、翻阅及滚动等交互多媒体操作功能，在任何地点观看所支持球队的比赛现场直播或视频点播，随时跟踪球队的赛程。

目前，Astro 为 290 多万马来西亚用户提供了 125 个包含多种语言的付费电视频道。通过阿尔卡特朗讯的解决方案，Astro 将在 Maxis 的网络上提供其多媒体业务并为赞助商提供独特的广告投放环境。

根据协议，阿尔卡特朗讯还将利用其丰富的多媒体领域的专业经验提供全面的服务支持，包括网络设计、集成与部署以及系统试运行，同时还将提供最终用户界面设计以及客户端与 WAP 门户定制。来源：2010-7-15 赛迪网

[返回目录](#)

【终端】

中电信黑莓手机北京上市

苹果 iPhone 在国内 3G 市场一枝独秀的局面行将结束。据《北京青年报》报道，中国电信北京公司相关人士近日透露，首批 CDMA 3G 版黑莓手机采购完毕，已敲定 7 月在北京上市。这是国内首款 3G 版黑莓手机，型号为 9530。自此，中国电信有了一款可与中国联通 iPhone 一较高下的明星终端。黑莓手机已成中国电信刺激中高端市场发展的利器，尽管目前只针对政企客户开放，但也表明中国电信开始提速 3G 应用拓展，这将直接决定其在中国 3G 市场中的竞争地位。

借力明星终端撬开 3G 市场

终端之于 3G 市场拓展的重要性不言而喻。中国移动、中国联通在 3G 终端上动作频频，而中国电信在全力丰富 3G 终端款式的同时，也积极引入能给市场带来冲击的明星终端。黑莓手机无疑是目前中国电信与竞争对手抗衡的关键筹

码。早在 2010 年 5 月 17 日，中国电信就宣布推出面向政企客户的天翼黑莓企业无线商务解决方案，首期将在国内 16 个省份开通。在经过一段时间的采购准备后，首批 3G 版黑莓手机很快就会正式亮相。

苹果 iPhone 全球热销，让人见识了明星终端的号召力。与之相比，黑莓手机的表现也毫并不逊色。根据市场调研公司尼尔森统计显示，2010 年第一季度，黑莓在美国智能手机市场份额为 35%，位居榜首。黑莓手机出货量占智能手机市场份额的 19.7%，排名全球第二。显然，黑莓和 iPhone 都是 3G 市场上的明星。然而，从手机功能定位上看，虽然黑莓和 iPhone 同属智能手机阵营，但是前者商务功能更加突出，后者更注重时尚体验。

事实上，中国电信并非独家在中国推出黑莓手机及服务，中国移动 2007 年即已引进黑莓手机，三年来企业市场拓展不理想，近日又联合 RIM 公司在上海推出首款针对零售市场的黑莓终端。区别在于，中国电信的黑莓手机 9530 是 3G 制式的 CDMA 2000 黑莓手机，而中国移动的均为 2G 制式的 GSM 黑莓手机。中国移动与 RIM 公司合作的 TD - SCDMA 版黑莓手机至今未见踪影。

3G 业务应用竞争逐渐上位

与其他智能手机不同，无论是苹果 iPhone，还是黑莓手机，都不仅仅是卖终端，还卖应用、服务。iPhone 的成功证明，3G 时代终端与应用服务融合的趋势更加明显。据介绍，黑莓手机最大的特点就是邮件自动推送功能。首款 CDMA 3G 版黑莓手机利用中国电信 3G 网络的高速率优势，可以更快的速度实现收发邮件及移动办公的功能。

中国电信定制的黑莓手机由于面向政企用户，在安全性方面要求设计得更严格。据悉，中国电信需要专门设计天翼黑莓企业无线商务解决方案，要实现的功能包括政企用户的收发邮件、短信、访问企业社区网络、拨打接听电话、享用多媒体功能及一系列移动商务和娱乐应用程序等。目前，黑莓手机可以做到和电脑一样安全，“如果企业对安全非常重视的话，他们不会选择其他智能手机。”RIM 公司高层对媒体表示。

正略钧策管理咨询顾问严京认为，终端是业务的先导，而业务是 3G 时代运营商生存之本。3G 时代不会出现能与短信相媲美的“杀手级业务”。原因在于：3G 应用是基于互联网的，互联网应用层出不穷、琳琅满目；终端的高度普及、资费的大幅下调，造成这些业务很容易被移植到移动网上。因此，三大运营商在提高 3G 终端渗透率的同时，纷纷加大应用创新力度。

例如，三大运营商不约而同地扎堆软件商店。截至目前，中国电信天翼空间网站上共有应用 1342 款，其中主题 403 款，工具 256 款，阅读 455 款，娱乐 121 款，游戏 107 款。中研博峰分析人士认为，当前，中国电信天翼空间相对落

后，但用户不设限、多终端适配以及前店后厂的运营模式，或是接入方式的多样性均是差异化优势，为其后来居上提供了可能。

黏住中高端用户关键还在于应用

对于运营商来说，中高端市场是 3G 战略要地，能为其带来高价值的用户。3G 商用初期，终端尤其是明星终端对运营商提高 ARPU 值的贡献不小。根据中国联通公开财务报告显示，2010 年第一季度的 3G 业务 ARPU 在 140 元左右，2010 年中国联通将发展 1000 万 3G 新增用户，并把 ARPU 值提高到 100 元以上，相当于 2G 时期 ARPU 值的 2.5 倍。

在中高端市场争夺方面，运营商均不敢怠慢。据透露，中国电信首款 3G 版黑莓手机的销售价格为 4560 元，低于最便宜的 iPhone 8G 版，显示中国电信拼抢高端业务的决心。另据报道，中国联通日前发布的高端商务手机“大器”，已经开始开展用户预订，首批手机已被预订一空。运营商在 3G 终端的中高端布局方面已形成相互抗衡的局面。

中国移动有 2G 时代积累的品牌优势和更为发达的社会渠道，其与中国电信借黑莓手机、中国联通凭 iPhone、“大器”等智能手机拼抢高端用户的竞争将非常激烈，而应用的差异化无疑是汇聚并留住用户的关键。“大器”手机全面支持中国联通“沃·3G”业务，是 3G 时代功能强大的 WCDMA + GSM 双网双待手机，分析人士表示，中国联通希望通过此类高端手机满足部分高端转网用户转网 3G 业务的需求。来源：2010-7-19 通信信息报

[返回目录](#)

联通定制高端手机“大器”上市

昨日，中国联通旗下运营终端的子公司联通华盛内部人士透露，向三星定制的联通年度高端战略机型“大器”手机正式上市。

本周起，一款打着联通 LOGO 的手机广告频频出现在电视台。中国联通与三星联手打造的高端战略手机“大器”的全国宣传攻势启动，该款产品售价 5988 元。

联通华盛相关负责人表示，“大器”是中国联通向三星定制的顶级商务手机，锁定商务人群，定位区别于 iPhone，其主要特点是 WCDMA+GSM 的双网双待，6 频全球网络漫游的 3G 手机，主要面对商务用户的需求。同时，该机型内置了很多中国联通面对移动互联网的手机邮箱、手机电视、手机报等相关 3G 应用。来源：2010-7-16 新京报

[返回目录](#)

【运营支撑】

WiMAX 产业遭遇倒春寒

英特尔 WiMAX 计划办公室(WiMAX Program Office, WPO)的撤消使 WiMAX 产业再一次陷入舆论风暴的中心，专业媒体对于 WiMAX 的前景给出了众口一词的利空的解读，在过去的几周里，对于 WiMAX 前景感到悲观的论调甚嚣尘上。

历史证明，越是敏感得一触即爆的时刻，任何风吹草动越容易被过度解读和无限放大，蒙蔽人的理性，形成误判。

完成使命，英特尔 WPO 功成身退

英特尔撤消 WiMAX 计划办公室(WPO)是一次再正常不过的组织调整，正常到英特尔自己都认为没有必要知会公众。让英特尔没有想到的是，这次组织调整会被人当作病理切片放在显微镜下分析，得出了 WiMAX 产业病入膏肓的诊断。

事实上，这个 WPO 部门只是英特尔的一个临时性的部门，英特尔当初成立 WPO，为的是助力市场尽快获得支持和技术、标准和挖掘新客户，解决新兴的 WiMAX 产业在起步阶段遇到的一些问题。经过这几年的发展，WiMAX 的标准问题已经得到解决，实现了大规模的商用部署，手机终端也已经上市，甚至增强的 802.16e 标准也已经出台。因此对于英特尔来说，WiMAX 破土和上市工作已经完成，这个部门已经完成其使命，一千人等各归其所也是常理。

因此，英特尔在其官方博客上解释，英特尔不会放弃 WiMAX，英特尔依然看好 WiMAX 产业。

作为产业领导者，从技术兴起时在台前摇旗呐喊，组织动员，到形成规模后退居幕后，规划布局，英特尔完全走的是当年高通的路数。让英特尔没有料到的是，这次组织调整被舆论授以“临阵退却”的口实，惊动了 WiMAX 论坛主席 Ron Resnick，急忙发表公开信澄清。

细分市场 WiMAX 依然存在较强劲刚性需求

在电信基础设施不发达、宽带渗透率低的众多发展中国家，WiMAX 无疑是帮助他们跨越数字鸿沟的必然之选，甚至对于一些欧美高端市场来说，WiMAX 也是很多运营商提供快速、经济建设宽带网络的最佳手段之一。争论无碍于 WiMAX 在市场的快速发展：在高端市场，Clearwire 的网络还在扩容，目前已经覆盖 4000 万人，到年底将覆盖超过 1.2 亿美国人口；谁赢得了印度市场，谁就赢得了未来，印度的 2.3GHz 和 2.5GHz 频段的牌照刚刚发放，WiMAX 已经开始起跑发力，胜负殊难预料。据咨询公司 Infonetics 预测，到 2010 年底全球的

WiMAX 用户数将从 2009 年的 1028 万增加到 2755 万，年增速 167%。因此从细分市场对 WiMAX 的刚性需求和现实的市场进展来看，WiMAX 产业非常有理由保持乐观。

WiMAX 在产业链的成熟度上也有着不可比拟的优势。WiMAX 802.16e 经过多年的发展，标准、芯片、终端、应用都已经非常成熟，加上全球丰富的 TDD 频段，可以做到拿来即用。因为与 TD-LTE 同样采用 TDD 频段，技术也趋同，WiMAX 运营商无需担心未来演进的问题。而 TD-LTE 要达到 WiMAX 目前的产业成熟度尚需时日，许多有远见的运营商通过部署 WiMAX 网络来获得 TDD 频段，为未来的移动宽带战略提前布局。

TDD 产业走向融合是大势所趋

事实上，WiMAX 与 LTE 阵营在全球范围内的争论从未停息过，这次英特尔与 Yota 等一系列事件给了对立阵营反戈一击的机会。但是 WiMAX 产业真的到了悬崖边上吗？从现实情况来看，未必尽然；展望未来，WiMAX 与 LTE 两种技术也未必是“你死我活”的零和博弈，还存在着“融合”的第三条道路。

未来十年，数据业务将出现 500 倍以上的增长，这需要移动宽带网络必须具备更大的容量、更高的频谱效率。不同于 2G/3G 时代，移动宽带无论从应用上还是从标准上看，都必将呈现“百花齐放”的态势，需要不同的标准来满足全球丰富的应用场景和细分市场的网络部署需求。

WiMAX 与 TD-LTE 同属 TDD 技术，技术相似度非常高，TDD 频谱资源也非常丰富，两个技术最终走向融合是大势所趋，这给了移动宽带运营商非常大的选择空间。WiMAX 产业成熟度高，运营商可以立刻上马 WiMAX 以满足市场对移动数据业务的强烈需求，争夺移动宽带用户，同时抢占 TDD 频谱资源；待到 TDD 产业链丰满成熟以后，又可以选择向 TDD 移动宽带平滑演进，不必担心网络演进、用户流失和频谱问题。这样看来，部分 WiMAX 运营商“两条腿走路”是完全合情合理的。

因此，无论在现实或是将来，认为 WiMAX 产业已经穷途末路都是不正确的。WiMAX 产业的持续发展不会戛然而止，只是遭遇了“倒春寒”。GSM、CDMA、WCDMA，哪一种标准在初期没有饱受质疑过？只有经历过倒春寒的庄稼，才会长得更茁壮。来源：2010-7-19 通信世界周刊

[返回目录](#)

净化手机环境需产业链合作

一个企业前期花了大量资金开发了一款手机游戏软件，在投放到市场半个小时之后就被别人变成了免费的东西，这使他们损失惨重。

自 2009 年 3 月 15 日，央视曝光手机涉黄、吸费问题以来，手机软件厂商被推到了风口浪尖。在舆论的指责和声讨中，一些手机软件厂商自发建立 3G 软件联盟，并发布《绿色手机软件自律公约》，希望通过联盟和联盟成员的自律，带动行业形成一个良好的产业氛围，创造一个绿色发展的环境。

3G 软件联盟秘书长李志浩近日表示，经过半年多的努力，该联盟已经为行业内的企业搭建了一个相对公平、健康的环境，同时也让消费者更加透明、清晰地认识了这个行业。但他仍表示，要将手机软件行业推进到一个更加良性化的市场环境中，仍需要政府、企业的合力。

行业前景广阔 亟待规范

统计数据显示，目前我国手机用户已突破 7 亿人，巨大的需求除了让手机制造商兴奋外，手机软件商也在窥视这个巨大的市场商机。据艾瑞咨询预测，我国手机应用软件的市场规模到 2011 年将达到近 450 亿元，而随着移动终端功能的不断强化、手机上网用户数的激增、用户需求的不断多样化，手机应用软件的市场正在不断扩大。

李志浩表示，目前我国从事手机软件的企业大约有一千家，从业人员有一万人左右，年产值数亿元。“但目前这个行业还处于起步阶段，随着 3G 的不断发展，手机与互联网的融合将不断催生出更多的应用需求，因此未来这个产业的产值将达到上千亿元。未来 3 年内，从业的公司将达到上万家。”

“正因为处于初级阶段，所以手机软件产业目前存在着诸多问题，其中比较突出的就是盗版、恶性竞争和产业环境不佳。”李志浩表示，手机涉黄、吸费问题已引起政府相关部门和民众的广泛关注。他认为，涉黄是一个一直存在的社会问题，手机作为一个普及型的信息载体，也难免牵涉其中，被不法分子利用。此外，近期不断曝光的吸费问题，也引起了各大电信运营商和相关手机软件厂商的重视。各大电信运营商不断重拳出击，相关手机软件厂商也纷纷采用种种方式，打击各类违规操作，加强自律，呼吁行业健康发展。

李志浩表示，他们联盟中的一个企业前期花了大量资金开发了一款手机游戏软件，在投放到市场半个小时之后就被别人变成了免费的东西，这使他们损失很惨重。

对此，李志浩呼吁有关部门能够制定针对性的法律法规，进一步加强对手机软件盗版的打击力度，让认真做事的大部分企业能够有一个更加健康的发展环境。

组建自律联盟规范市场

李志浩表示，组建 3G 软件联盟的主要目的一是为了构建企业、政府和运营商沟通的桥梁和平台，使得整个行业能够在政府的支持和指导下，良性健康的发展；二是通过联盟和联盟成员的自律，带动行业形成一个良好的产业氛围，创造一个绿色发展的环境；三是可以通过联盟内部的有效整合或者分享，能够提升资源的使用效率，做到资源利用的最大化。比如在国际市场的资讯分享上以及技术的联合研发方面。

“联盟自成立以来，一直积极倡导行业自律，抵制行业不健康不规范行为。联盟成员一致通过了《绿色手机软件自律公约》，公约内容主要以手机应用软件标准计费模式、手机应用软件版权问题、手机应用软件内部监督条例以及行业恶性竞争规范化为主，同时也促进手机软件企业的信息共享，研讨手机软件的未来发展。”李志浩表示。

据悉，该联盟还从手机应用软件的标准计费模式、内容、版权和企业间恶性竞争等方面着手，并联合了展讯、联想等绝大部分产业链上下游知名企业，共同采用商业和技术手段，积极推动手机应用软件内部监督，促进相互间信息共享。此外，联盟成员也免费推出了多款最新研发的高体验软件，已初步构建起绿色、可持续发展的手机软件大环境。

“目前，3G 软件联盟会员企业的产品覆盖操作系统、中间件、多媒体、音视频、游戏、娱乐等众多领域，为用户提供了最具体验的多种手机软件，其用户总量过亿，市场份额约占国内手机应用软件的 70% 以上。”李志浩表示，他们目前正在计划联合开发共同推广一款绿色手机安全软件。据悉，这个软件主要目的是对手机发短信、拨号和联网操作进行监控，拦截相关的行为并且提示用户，用户收到提示后，可以选择确认，通过黑白名单的方式让用户能够主动防御。

良好环境需产业链合作

虽然 3G 软件联盟取得了一些成绩，但李志浩认为，彻底净化手机环境仅仅靠个别手机软件厂商的努力还不够。“这个行业涉及运营商、手机制造商、手机安全软件厂商、内容服务提供商以及用户等诸多的层面，创造一个健康的手机环境需要整个产业链上的各个环节通力合作才可以完成。”他说。

此外，对于国产手机的增值软件，李志浩认为，最重要的在于监管。比如说制定完善的游戏规则，自律企业并互相监督，同时要发展手机安全软件，为用户提供绿色安全手机软件的解决方案。“我们希望行业内所有有理想的企业联合起

来，在政府相关部门和运营商的领导下，共同倡导绿色安全的手机软件，抵制、监督、谴责手机病毒、案扣吸费等非法行为，配合政府相关部门，完善法律法规，为 3G 手机软件行业的发展奠定规范基础；对违规的恶意吸费软件进行联合监管，一旦发现证据要重罚，甚至司法介入；增大恶意软件的违规成本。同时我们希望政府扶持、宣传、健康、绿色的手机软件企业，为行业树立标杆。”李志浩说。

来源：2010-7-19 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

电信运营商电子渠道战升温

电子渠道作为软实力正越来越受到运营商的关注和重视。近期运营商纷纷加大了对电子渠道的投入，尤其在 3G 时代，手机上网成为一种新兴业务的时候，运营商推出的网上营业厅或是掌上营业厅开始进入寻常百姓的手机中。仅仅是网上缴费并不足以显现运营商电子渠道的便捷与强大，更多差异化服务被加载于这一新客户服务平台，并成为运营商争夺 3G 用户的一个关键渠道。

电子渠道战升温

近期，包括中国电信、中国移动和中国联通都加大了对电子渠道的整合力度和资源投入，电子渠道开始成为运营商角逐 3G 服务的新战场。传统的电信运营商在向新兴信息服务商转变的同时，其客户服务渠道也在向复合型渠道转变。

中国联通日前对外宣布其网上营业厅(www.10010.com)2010 年 6 月营业额首次突破 10 亿元大关，达到 10.8 亿元，日均超过 3500 万元。对于中国联通而言，可算是电子渠道初战告捷。在线上力推电子渠道的同时，线下的电子渠道也被强化，中国联通正逐步在各地推广 24 小时自助服务厅，为用户提供更为简单便捷的业务办理渠道。

上线仅数月的中国电信在线 QQ 客服 80010000，用户数已突破百万大关。这一新型网络客服可以让用户坐在电脑前就能完成实时业务咨询与办理、积分查询、缴费充值等多种服务。QQ 客服的迅速发展使中国电信原有的以营业厅、客服热线、网上营业厅为主的客户服务渠道得到了进一步扩展，尤其为拓展营业网点相对较少的北方市场开拓了新的渠道。

对于在 2004 年就提出从传统的固网运营商转变为现代综合信息服务提供商的中国电信而言，电子渠道无疑是建设“以客户为导向的全业务服务体系”一个最优选项。这种用以提高客户满意度与忠诚度的电子渠道，正越来越被运营商被视为构筑企业未来核心竞争力的重要手段。

作为移动市场的巨头，中国移动也在进一步强化电子渠道力量。早前，为推广电子渠道，中国移动采取了多种优惠措施，诸如针对动感地带用户，打出了网上充值送麦当劳优惠券的方式，吸引了不少年轻人的目光。值得注意的是，这种优惠券的赠送，也采用了电子渠道：通过手机短信发送二维码，既方便客户，同时也向潜在用户推广了手机小额支付业务。用户只需要持手机就可以在联盟商家购买相应的产品，如麦当劳的汉堡包。

应该说 3G 既是运营商提升服务的契机，也是考验运营商营销能力的节点。基于统一的营销策略，通过电子渠道销售管理，建成了基于互联网或移动互联网的平台，运营商还将显著提升渠道营销的能力。

电子渠道初期乱象

虽然电子渠道开始摆脱传统渠道的简单补充的身份，而逐渐发展成为运营商和客户互动沟通的主流渠道，但在发展初期，仍有诸多问题造成了电子渠道的乱象。

诸如早前的网上营业厅就存在着信息结构不合理，忽视了用户的实际需要的问题。通过大量不明所以的交叉的页面链接，使用户在登录运营商的网上营业厅时仿佛进入了迷宫一般，常常会迷失于页面之间，不但增加了业务查询和办理的完成时间，还降低了办理成功率和极为重要的用户满意度。电子渠道出现了便捷渠道不便捷，简易程序不简易的问题。

与此同时，伴随着电信行业重组以及 3G、三网融合趋势，传统互联网与移动互联网的界限越来越模糊，手机支付开始更多的参与到电子渠道之中。一方面，银行的电子化逐渐成形，另一方面，第三方支付市场将活跃起来。但正是在这样的新兴服务渠道面前，电子支付的安全性越来越刺激着普通消费者脆弱的神经。

为了减少消费者的使用顾虑，运营商针对网上营业厅采取了客服密码和随机认证密码双重安全模式。对于网上营业厅的当月详单、历史详单、停开机、业务变更、积分兑现等功能，规定用户必须在登录网上营业厅后使用双重认证才能办理。

另外，运营商建立了网上营业厅系统平台安全机制。如降低网上营业厅的中间件平台任务的超时时间，当用户在几分钟内未对网上营业厅进行操作，系统将自动注销客户本次登录身份。

在一步步的规范和强化中，电子支付平台才为人们逐步接受。

差异化混合信息门户趋势

推广电子渠道，并不能单纯理解为为用户提供便捷办理业务的渠道，如果仅仅如此，那么运营商将失去 3G 时代难得的超越竞争对手的机会。只有向媒体信

息化门户网站方向发展才能为消费者提供更多更好的服务，也只有如此，才能打造出有别于竞争对手的差异化服务。

今天的客户服务渠道不再是单纯的实体渠道或是虚拟渠道，而是实体渠道、社会渠道和网上营业厅、掌上营业厅此类电子渠道的混合。只有根据客户群的不同，在对三类渠道加以整合的同时采取不同侧重点，才能更好的黏合客户。

由于电子化服务渠道具有全天候、高效率等特点，尤其在手机上的掌上营业厅所具有的伴随性，更加适宜作为信息发布门户。在这一电子渠道平台上，除去具备办理具体业务外，还应该逐渐加入针对客户的相关资讯，以渠道便捷客户，以信息丰富客户。一方面运营商可在电子渠道上有针对性地“定向广告”自身业务，另一方面也可把电子渠道作为媒体发布载体引入第三方资源，向信息服务战略转型。

3G 竞争不但包括网络、终端等硬实力，也是软实力之争。服务之争当前已成为运营商争夺的焦点。中国电信的 QQ 客服和中国联通的网上营业厅已取得些微成效，但是可以扩展的还有很多。毕竟创新服务模式，完善服务渠道，真正提升客户体验和客户价值，是竞争的关键所在。来源：2010-7-19 通信信息报

[返回目录](#)

中国联通 WCDMA 成熟优势显现缓慢

中国的市场环境有其特殊性，中移动仍独享霸主地位，因此，中国联通的 3G 不仅要面临成功模式如何落地的考验，用户增长也必然遭遇激烈竞争。

坊间盛传 iPhone4 将在 2010 年 9 月被中国联通正式引入中国市场，而此时水货市场上这款被热炒的手机已经到了万元仍不可得的地步。不过中国联通似乎并没有享受到饥饿营销带来的收益，倒是坐在庞大的 WCDMA 终端产业链上找不到 3G 的突破口。无论是数量庞大的 W 网 3G 终端还是成熟的 3G 应用的落地，都未出现业界期待的热潮，WCDMA 难道在国内水土不服？

动什么也别动我的苹果

中国联通手中无疑是一副好牌，至少在 3G 时代是这样。

不少论坛都在盛传中国联通将会在 2010 年 9 月推出新版苹果手机：iPhone4.，而不少 3G 手机爱好者已经开始摩拳擦掌囤积荷包。但是否真能如期引进行货版 iPhone4 尚未得到官方证实，中国联通与苹果正进行的紧锣密鼓的谈判尚不能为我们提供具体时间表。

不过有消息称，中国联通已经秘密着手制作用于 iPhone4、iPad 上的 USIM 卡，并会在浙江地区进行试验。所谓 USIM 实际上就是用于 iPhone4 和 3G 版 iPad

的迷你 SIM 卡，在 3G 版 iPad 和 iPhone4 上市后，国内手机用户对迷你 SIM 卡的需求大增。四川联通副总经理刘兵则直接表示，中联通苹果 iPad 专用卡已经正式推出，而 iPhone4 的上市时间为 2010 年第四季度。

但是至少在 8 月拿到带 WiFi 功能的 iPhone 应该是不成问题。来自工信部电信设备认证中心最新消息称，7 月 5 日苹果公司一款可能支持 WAPI 功能 WCDMA 制式的 iPhone 手机通过了工信部的检测，获颁许可证。这款手机显然中国联通在为 iPhone4 的引进做铺垫。

当然，中国联通手里并不是只有 iPhone 这么一张牌，WCDMA 网络的优势远不止这些。作为全球使用最为广泛的 3G 技术，其在网络部署和终端规模上都具有其他两种 3G 制式所无法比拟的优势。产业链合作伙伴众多实际上也在很大程度上分担了运营商发展 3G 用户的压力。

频出新招闪亮 3G

“千元智能机，0 元轻松得”的资费优惠套餐成为近期中国联通营销的热门词汇。中兴通讯为中国联通定制的零售价为 1180 元的 Android 手机 X850，消费者只需要承诺一定月消费就可以免费拿到。截至 7 月 13 日，随着诺基亚 5235 近日上市，中国联通首批千元 3G 智能手机已全部上市，相关优惠资费套餐也全部露面，最高送出 1920 元。为赢得市场，中国联通在近期是新招频出，亮点不断。

与此同时，中国联通早前发布的高端商务手机三星“大器” B7732 在接受用户预订后不久，首批手机已被预订一空。锁定高端用户的“大器”的上市这意味着，中国联通继 2010 年 1 月重启双网双待战略后，争夺用户的实施计划再度升级。其实早在 2006 年，中国联通推出双网双待服务概念以来，其双网双待品牌“世界风”在姚明版本广告下也红极一时。如今，中国联通重拾双网双待这柄利剑，却还要面对中国电信这个竞争对手。

在力推终端的同时，中国联通还在不断强化销售渠道。日前，中国联通与日本最大的手机代理商 T - GAIA 公司签订了框架合作备忘录，为在沪日籍用户提供通信服务。在上海长宁区虹桥商务区域聚集众多日籍企业及日籍客户，为实现对日籍市场的有效突破，中国联通加大与 T - GAIA 公司在个人客户及集团客户两大领域的合作，开拓这一潜力巨大的 3G 市场。

“终端 + 资费 + 渠道” = 3G 成功，这是目前中国联通正在践行的一套市场拓展公式。基于这一公式之下，中国联通的市场新招也就花样繁多，层出不穷。

盛名之下危机重重

尽管占尽了天时和人和，但是地利一说为时尚早。天时之于中国联通，在于 WCDMA 牌照稳握手中，远胜竞争对手手中的 T 网或是 C 网。之于人和，以苹

果 iPhone 为代表的各种 W 网 3G 手机数量众多，功能强大，不少机型甚至能引发脱销的风潮。

但是地利之言对于中国联通版本的 3G 来说，尚无法给出结论。就目前发展而言，中国联通的 3G 倒有些水土不服的架势。易观国际数据显示，iPhone2010 年第一季度在中国智能手机市场的占有率为 5.4%，低于诺基亚、三星、摩托罗拉、索尼爱立信和黑莓。

中国联通在 2009 年引入 iPhone 后销售一直不甚理想，直至 2010 年 5 月通过降低售价和月租费，才使 iPhone 销量在 5 月出现激增。不过目前所能获得的销售数据仍停留在 2009 年 12 月宣布的 30 万部，此后销售数据尚属秘密。另据了解，中国联通 2010 年准备花 30 亿到 50 亿人民币补贴 3G 手机，以刺激用户增长。

不过苹果的 iPhone 并不能成为中国联通的杀手锏。说不定在不远的几个月之后，竞争对手也将拿着 iPhone 争夺 3G 市场。据报道，苹果公司将在 2010 年第四季度推出 CDMA 版本 iPhone4，2011 年在美上市。这就意味着中国电信极有可能在不远的未来推出 CDMA 版 iPhone4。如此一来，中国联通的 iPhone 也就没有太多优势可言。与此同时，中国电信和中国移动都在黑莓上加大推广力度。中国电信内部人士日前透露，由中国电信引进的 3G 版黑莓手机 9530 首批已经采购完毕，并将于 7 月在北京上市。

中国联通 3G 后来居上或者说一直以来最核心的优势就是成熟的 WCDMA 标准，加上全球业已成熟的产业链，这一切为其 3G 发展省却了许多弯路，这是其他两家运营商不具备的优势。

不过放说到底中国的市场环境有其特殊性，强大的中国移动仍享有霸主地位。因此，中国联通的 3G 不仅要面临成功模式如何落地的考验也面临用户增长遭遇激烈竞争的挑战，WCDMA 全球成熟的产业链对联通肯定有帮助，但未必是稳操胜券，关键还是联通在中国 3G 市场上的模式创新能否产生于其他两家运营商相抗衡的优势。来源：2010-7-19 通信信息报

[返回目录](#)

中移动暂留 2.4G 标准 国民技术逃一劫

3G 时代到来，手机支付也必将成为潮流。中国移动的 2.4GHz 标准与银联的 13.6MHz 标准两者之间，谁最终将成为主导国内手机支付的标准仍未有定论。而这却关系到国民技术未来的走向。

支付标准预留两套方案

2010 年以来，中国银联宣布在山东、湖南、四川、上海、深圳、宁波等 6 省市大规模试点移动支付业务。5 月初，中国银联与中国电信签署合作协议，共同成立移动支付产业联盟。

与此同时，中国移动也不甘示弱。上半年，中国移动为了大力发展手机支付业务，斥巨资认购了浦东发展银行 20% 的股权，表明了中国移动欲在手机支付市场占领地盘的野心。

时代周报记者了解到，中国联通与中国电信在技术上已经选择与银联合作推进，只有中国移动坚持其自有的 2.4GHz 标准。

可前不久，中国移动新任总经理李跃上任后，中移动的手机支付策略悄然生变。“中国移动将暂停其主推的 2.4GHz 手机支付标准，倒向银联的 13.56MHz 标准”的消息不胫而走。这一消息也得到中国移动内部人士的确认。

宏源证券通信行业研究员胡颖在一份调研简报中透露，中国移动在支付标准上，早就留着两套方案。中国移动对于手机支付采取了新的定位：两种标准 2.4G 和 13.56M 可能并行，其中现场支付采用 13.56M 的模式，2.4G 会做行业拓展，往移动商务的企业级平台方向发展。

胡颖认为，中国移动策略转变的主要原因是考虑到 2.4G 和目前电子支付的大环境不一致，行业应用的推广有限，而 13.56M 的模式有可能得到较快推广。但是，如果采用 2.4G 模式，中国移动可以通过空中充值的方式，更多地切入到手机支付市场。

叫停 2.4G 方案可能性不大

中国移动手机支付标准的转变，使得主要为中国 2.4GHZ 技术提供产品及服务的创业板上市公司国民技术股份有限公司(国民技术.300077)面临着巨大的考验。

据 2009 年国民技术财务报表显示，2009 年该公司来自手机支付业务的营业收入约为 5165.84 万元，占公司全年营业收入的 11.09%。与此同时，为 2.4GRFID-SIM 移动支付芯片及解决方案也是国民技术上市募集资金所投的重点项目之一。如果中国移动一旦放弃 2.4G 方案，国民技术将受到较大影响。

国民技术证券事务代表 7 月 12 日对时代周报记者表示，目前公司与中国移动的相关技术合作一切都在正常进行中，“就现在的情况来看，移动方面不会停止 2.4G 标准。”他向记者强调，国民技术与中移动之间的合作协议期限是从 2009 年 7 月到 2011 年 7 月，而在此期间中国移动全面叫停 2.4G 标准“可能性基本不存在”。

西南证券行业研究员苏晓芳在接受时代周报记者采访时表示，中国移动没有任何公开场合明确表示将完全放弃 2.4G 标准。事实上，中国移动在各个地方

的分公司，策略也都不一样，上海就在继续推行原来的 2.4G 方案。7 月初，中国移动上海分公司与正大集团在上海举办了战略合作签约仪式暨手机钱包开通仪式上透露，其所开通的“手机钱包”业务是基于现行 2.4G 标准 RF—SIM 手机支付方案完成的。来源：2010-7-15 时代周报

[返回目录](#)

通讯行业人才需求大 低门槛可以拿高薪

作为 2010 成都购物节重要活动的第四届中国成都国际通讯节目前正在热闹进行，昨日，一场专门为通讯人才量身定做的“成都通讯人才交流峰会”在太平南路的蜀都英汇人才市场进行。参会企业近 400 家，行业内企业近 200 家，提供了上千个职位，求职人数近 4000 人次。由于本土通讯企业对人才需求特别大，现场包括研发、总经理助理等多数职位只要求大专学历即可。

记者在现场看到大部分通讯企业都在急聘手机促销人员，学历初中或中专毕业即可，有无销售经验都行。“成都通讯业发达，卖场比较多，基层岗位需求量很大。”本土一家通讯企业的 HR 说。此外，记者发现本土绝大部分通讯企业的高薪职位，门槛也不算高，基本上只要求大专及以上学历，比如年薪 4 万元的总经理助理等。对此，现场一位企业负责人表示，“我们主要看重的是技术和能力，对学历要求并不高。一些职业学院毕业的优秀大专生就能符合要求。”来源：2010-7-14 四川新闻网-成都商报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

中国手机网民达到 2.77 亿

“超过 1/3 国人感受到了互联网的魅力。”昨日，中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网民规模已经达到 4.2 亿。

值得一提的是，手机网民成为拉动中国总体网民规模的主要动力。数据显示，手机网民用户已经达到 2.77 亿，在整体网民中的占比攀升至 65.9%，半年来增加了 4334 万人，增幅达 18.6%，其中，大约有 4914 万的网民只使用手机上网，占网民总数的 11.7%。

有分析人士指出，一方面，目前 3G 网络已基本覆盖全国，移动互联网呈现蓬勃发展势头。三网融合方案和试点城市也相继确立，这些都是降低互联网使用门槛、推动手机无线网络业务发展的有利因素。另一方面，社会生活节奏加快，人们越来越倾向于利用“零碎的闲暇时间”登录互联网，手机上网的便捷性和灵活性尽显优势。有业内人士甚至表示：“不久的将来，手机上网规模肯定会超过电脑上网的规模。” 来源：2010-7-16 北京商报

[返回目录](#)

全球移动宽带用户 5 年内将达 34 亿

近日，有媒体报道称，在印度和中国等新兴市场的带动下，全球移动用户数已经突破 50 亿，同时，全球移动宽带用户数也在快速增长。截至 2009 年年底，全球移动宽带用户数大概在 3.6 亿左右，而这一数字将在 2015 年大幅攀升到 34 亿。

有关研究显示，在不久的将来，80% 的互联网用户将使用其移动设备上网。现在，使用移动设备接入互联网对有些人来说也许只是方便，但是它已经成为一部分人必不可少的生活方式。借助移动设备上网，可以使那些无法亲自到银行或无法利用银行账户存取的用户轻松转账；渔民和农民可以快速获得有关天气预报的最新消息；农村居民在当地即可获得医疗保健服务，学生也可接受网络教育。此外，使用移动设备上网也可促进小型企业的日常运营，带动经济发展。

移动宽带用户数量的快速增长，以及人们使用习惯的逐渐改变，正在影响着移动网络的流量结构。2009 年 12 月，移动网络的数据流量首次超过语音呼叫的数据流量，而目前这一趋势还在延续。

值得我们注意的是，在推动移动宽带快速增长的因素中，并不仅仅有庞大的用户数，物与物之间通信带来的市场规模也非常可观。爱立信的一份研究报告显示，预计到 2020 年前，全球的互联设备将达到 500 亿台。在移动通信行业的未来增长中，机对机通信(M2M)将成为一个至关重要的组成要素。对于能源企业来说，M2M 可能是自动读数的智能仪表，有助于企业提高业务效率和减少运营支出。对于交通运输行业而言，M2M 跟踪解决方案有助于优化车辆行驶路线，提高车辆的安全性。此外，M2M 技术还可实现诸多功能，如对电子屏幕进行远程更新，通过摄像头将图片传输至世界各地，并对饮水机进行自动注水等。

报告认为，在移动用户快速增长和 M2M 等技术快速进步的推动下，移动宽带将进入一个黄金时期。

记者点评：移动宽带这几年确实是电信业最红的主角，中国移动董事长王建宙等业界人士也在各种场合提到移动宽带、移动互联网是公司发展的最重要战略之一。因此，全球的运营商都在不遗余力地推动着移动宽带网络、业务等方面的进步。但是记者也注意到一份报告，咨询公司 In-forma 在一份报告里指出，虽然移动数据流量增长迅速，但是智能手机对其的贡献很小。而我们知道，运营商要想控制产业链，不沦落为“数据通道”，就必须从智能手机着手。通过加载在手机里的各种软件和定制化产品，连接到各种各样的移动应用商城，从而在数据流量中寻求附加值，并且增强用户黏性，这是移动运营商必须做到的。也只有这样，5年后，34亿移动宽带用户对于运营商来说才有实际意义。来源：2010-7-16 人民邮电报

[返回目录](#)

广东有线电视网络用户将达 1800 万

昨日，新成立的广东省广播电视网络股份有限公司与中国建设银行广东省分行在广州签署战略合作协议。建行将根据广东广电网络产业发展的需要，授信 180 亿元贷款用于网络基础建设和该公司业务发展。省委常委、宣传部部长林雄出席签约仪式。广东省广播电视网络股份有限公司董事长张健、中国建设银行广东省分行行长曾俭华分别在战略合作协议书上签字。

据了解，目前，广东省已纳入第一步整合的有线电视网络用户近 700 万户，完成包括县(市)级整合后，全省有线电视网络用户数将超过 1800 万户，用户总量将在全国省市中名列前茅，并且随着“三网融合”政策的推进，以互动电视和宽带上网、数据专线为主的增值业务将获得迅速发展。来源：2010-7-14 南方都市报

[返回目录](#)

2010 年上半年全国手机出口同比增长 21%

据工信部近日公布的数据显示，上半年全国手机出口额同比增长 21%，与 2008 年同期相比增长了 7.5%。但是在 6 月份，手机出口环比下降 2.3%。

上半年全国机电产品出口继续好转，出口额为 4170 亿美元，同比增长 35.9%，高新技术产品出口额 2174 亿美元，增长 40.9%；其中手机、彩电、计算机出口额分别增长 21%、51.6%和 47.6%。



与 2008 年同期相比,上半年机电产品和高新计术产品出口额分别增长 7.2% 和 10.8%,手机、彩电、计算机出口额分别增长 7.5%、25.2%和 16.7%。

6 月份,机电产品和高新技术产品出口额环比增长 4.5%和 3.1%,其中彩电、计算机出口额环比增长 6.9%和 12.9%,手机出口额环比下降 2.3%。来源:

2010-7-15 赛迪网

[返回目录](#)

工信部:截至 6 月底在网 3G 用户达 2520 万

工信部今天表示,上半年我国电信业务总量同比增长 21.4%,电信主营业务收入增长 5.9%。截至 6 月底,全行业在网 3G 用户数达到 2520 万户,其中 TD 用户达 1046 万户。

国新办今天就上半年工业通信业经济运行等情况举行发布会,此间工信部新闻发言人朱宏任表示,上半年通信业保持平稳增长,3G 建设和 TD 应用加快推进。

上半年,电信业务总量同比增长 21.4%,电信主营业务收入增长 5.9%。截至 6 月底,电话用户累计超过 11 亿户,其中移动电话用户达 8 亿户,互联网宽带接入用户达到 1.15 亿户。

朱宏任称,截至 6 月底,全行业在网 3G 用户数达到 2520 万户,其中 TD 用户达 1046 万户。3G 用户发展比原来预期有一些差距,但是这些差距有很多的原因和因素。一是用户终端的问题;二是网络覆盖的问题;三是用户对业务模式的接受问题。在后续发展中,上述问题将快速解决。

上半年 3G 网络投资 192 亿元

关于上半年 3G 投资问题,朱宏任表示,2010 年上半年,基础电信企业完成固定资产投资 914.8 亿,同比下降了 29%。其中上半年 3G 网络投资完成了 192 亿元,比 2009 年 1609 亿元投资进度稍慢了一些。

朱宏任称,2010 年直接用于 3G 建设的投资在 900 亿到 950 亿左右,基础电信企业要完成投资 3400 亿元左右,与年初的计划基本上没有大的变化。

至于目前 3G 投资完成额较少原因,朱宏任解释称,主要有两个原因,一是有的企业正在开展项目的招投标的前期工作,尚未开展大规模的 3G 网络建设。二是 2009 年是 3G 网络建设的元年,初期网络投资规模较大,2010 年 3G 网络建设已进入网络的延伸覆盖和完善补网阶段,投资规模也相对减少。来源:

2010-7-20 新浪科技

[返回目录](#)

2010 年亚太地区 IPTV 用户数将达到 1206 万

2009 年,亚太 IPTV 用户达到 940 万,在全球 IPTV 市场的占有率为 37.6%,仅次于西欧的、全球第二大 IPTV 市场。到 2010 年亚太地区将成为 IPTV 最大的地区,用户数达到 1206.4 万,占全球总数的比例 36.5%。2011-2013 年,亚太 IPTV 用户将继续增长,分别达到 1503.4 万,1820.9 万和 2221.9 万,占全球用户比例也保持增长态势,分别达到 36.96%,37.65%和 38.97%。用户主要来自中国、印尼、印度、泰国、菲律宾,但发展将主要在城市地区,而且是以高速宽带网方式。2009 年,亚太用户增长率达到了 31.39%,2010-2013 年,年均增长率将分别达到 24.63%,66.25%和 81.95%,表现为逐渐起飞的走势。

商用不断扩展,发展仍属初期

宽带的发展对亚太 IPTV 的发展和部署起到了积极的推动作用,许多电信运营商纷纷进入这一市场。2008 年,亚太地区 IPTV 商用的国家有中国、韩国、香港、台湾、日本、泰国、新加坡、印度、越南,用户数为 627 万。2009 年,马来西亚、印尼、澳大利亚和新西兰也推出了 IPTV 业务。2010 年,菲律宾也将推出 IPTV 业务。

分析来看,亚太地区在 IPTV 的基础设施部署、应用开发和用户采用等方面都处于领先地位,而宽带网普及和有关法规,有助于培育 IPTV 市场的发展。但从总体上看,目前,亚太 IPTV 市场仍处于商业部署的早期,未来的发展还有很长的路要走。

市场渗透有所领先,全面发展仍需时间

有研究显示,2008 年,全球 IPTV 渗透率前十位中,亚洲占四席,分别是香港 37%、台湾 10%、韩国 55%,分列第一、第四和八位。香港的成功主要归功于香港电讯盈科大规模的业务开展,而且与排名其后的国家始终拉开着差距。2013 年,这个排位会发生明显的变化,香港继续保持第一的位置,渗透率提高到 50%;新加坡和台湾分别上升到第二和第三位,渗透率分别达到 20%和 19%;韩国保持老八的位置,渗透率达到 12%。

尽管亚太地区一些国家在 IPTV 的渗透方面处于领先地位,但亚太 IPTV 从整体看并不均衡,形成了多层次发展的局面。如何实现均衡发展,成为未来发展的一个主题和关键。

收入不断增长,在全球的份额有所下降

2008 年,收入达到了 11.8 亿美元,占全球总收入的 31.89%。在中国、印度和澳大利亚等高增长市场的推动下,2009 年,亚太地区 IPTV 收入在 14.28 亿美元左右,占全球总收入 99 亿美元的 14.42%。

估计到 2013 年，亚太地区的 IPTV 市场总收入将达到 30 亿美元的规模，年均增长率可达到 36%。

运营商举措不同，投资回报倍受关注

在运营商实现 IPTV 商用后，最关注的将是投资的回收和回报问题。提供多重播放业务，将成为运营商回收光纤方面投资的方式之一。光纤部署后，将迫使业务提供商提供类似 IPTV 这类的业务，以实现投资回报的最大化。

根据 IDC 的研究，亚太区一些国家和地区电视业务的发展不是过于分散无序，就是处于垄断经营状态。除提供视频、语音和数据三重播放业务外，以具有竞争力的价格提供视频内容将成为下一步拓展新业务的领域，也是运营商新的收入增长点。

市场竞争加剧，多方获益

随着越来越多的亚洲国家引入 IPTV 业务，它已成为电信公司宽带服务上的杀手级应用。随着 IPTV 市场的竞争越来越激烈，运营者间的竞争将在技术、研发能力、战略规划、人才储备、抗风险能力、服务、互联互通等方面全方面的展开。

其中受影响最大的是有线电视经营者，他们的市场会看到一个明显和显著的萎缩。IPTV 的发展，有助于增加运营商的收入，同时，也给用户带来了更多的选择和机会。

家庭普及率有发展，与世界仍有差距

根据相关研究，2009 年，亚太国家和地区 IPTV 家庭拥有水平排在全球前十五位中的有：中国、日本、韩国、香港和台湾 5424.64 万，1602.9 万，1156.56 万，928.8 万和 764.94 万。

到 2013 年，亚洲 IPTV 的家庭拥有水平将进一步提高。中国将成为全球第一，家庭用户达到 1034.5 万，日本为 452.2 万，排世界第四；韩国 258.3 万，列第六位；台湾 131.9，列世界第十位；香港 124.9 万，列世界十二位。

从拥有 IPTV 的家庭占电视家庭的比例分析，2009 年，亚太地区为 1%，低于北美、西欧的 3%和 5%，但高于拉美。2010 年，亚太的这一指标将升至 2%，，北美和西欧则分别上升到 4%和 6%，差距基本保持不变。到 2013 年，亚太 IPTV 的家庭普及率将达到 3%，北美和西欧则先后达到 8%和 9%，差距有拉大的趋势。此外，与全球平均水平相比，亚太地区也低，在 2009 年和 2013 年都有所表现。
来源：2010-7-14 通信信息报

[返回目录](#)

数据显示苹果系统移动广告请求量 6 月增长 36%

据国外媒体报道，移动广告网络 Millennial Media 提供的数据显示，全球市场来自苹果手机操作系统的广告请求量 6 月份环比增长 36%，而 5 月份为环比下降 33%。

来自 Android 系统的广告请求量同样呈增长趋势，环比增长率为 23%。自 2010 年 1 月以来，Android 系统的这一指标已累计增长 439%。来自 iPad 的广告请求量也在快速增长，6 月份环比增长 206%，而 5 月份为环比增长 160%。来自 RIM 黑莓手机的广告请求量 6 月份同样环比上升，自 2010 年 1 月以来已增长 41%。

在广告展示次数方面，苹果操作系统 6 月份仍保持领先，在 Millennial 的全部广告展示中占 56%，较 5 月份高 8%。RIM 所占比例为 17%，比 5 月份低 2%。这是 RIM 连续 11 个月排名第二。Android 则连续 4 个月位居第三，所占比例为 11%，比 5 月份低 4%。

以厂商划分，6 月份苹果产品的广告展示次数最多，在 Millennial 的全部广告展示中约占 30%，比 5 月份高 4%。摩托罗拉超过宏达电(HTC)和 LG 进入前四，广告展示次数占全部的 8%。Millennial 表示，摩托罗拉主要受益于 Droid 手机的畅销。

在 6 月份美国市场 20 大手机中，Android 手机占 6 款。摩托罗拉 Droid 进入前 5，而 HTC Droid Incredible 也排名第 13。在 Millennial 列出的前 20 大手机中，有 13 款是智能手机，占 6 月份广告展示总次数的 43%。RIM 有 4 款手机进入 6 月份前 20 大手机排名，其中黑莓 Curve 排名第二。

根据 Millennial 的数据，按应用类型划分，游戏类应用数量排名第一，占全部应用的 41%。音乐类应用数量排名第二。体育类应用排名第三，占全部应用的 7%。这主要是由于世界杯、NHL 以及 NBA 总决赛等大型赛事的进行。

此外，89%开发者只为单一平台开发应用，而 11%开发者采取多平台开发的策略。在单一平台的开发者中，有 31%专注于 Android 系统，环比增长 2%。尽管 Android 保持稳定增长，但 iPhone OS 目前也已恢复增长。过去几个月中，来自后者的广告请求和广告展示均出现下降。这可能是由于一些用户转向 iPad，以及用户期待苹果于 6 月份推出 iPhone 4。来源：2010-7-15 新浪科技

[返回目录](#)

我国无线网卡 2010 年前 6 月出口均价同比增 3%

就在欧盟将对中国数据卡发起反倾销调查，我国广东相关海关的统计数据却显示，我国无线数据卡的出口价格并未下降，而是在攀升。

我国无线数据卡主要以广东企业生产为主。海关统计显示，除了 2010 年 2 月份广东出口无线网卡跌至 675.3 万台，其余各月出口数量均在 1000 万台以上。

此次反倾销调查的申诉方——比利时无线网络设备生产商 Option 认为，由于中国产的网卡设备在欧洲的销售，使网卡的价格迅速下降，市场竞争异常激烈，损害了产业和市场的正常发展，因此提出申诉。

2010 年 1 - 6 月，广东出口无线网卡 6319.4 万台，与 2009 年同期相比增长 16.6%；出口金额 13.5 亿美元，增长 20%；从这点可看出，出口金额比出口数量的增长大，表明单价在攀升。

从实际价格来看，2010 年前 6 月，广东企业数据卡出口均价为每台 21.4 美元，同比增长 3%；6 月份出口均价为每台 21.5 美元，与 1 月份相比上升 4%。

来源：2010-7-19 新浪科技

[返回目录](#)

运营商前 5 月投资完成 111.5 亿 最低者仅 12 亿

来自工信部电信管理局的一份统计数据令人吃惊，该统计显示，三大运营商截止 5 月底完成投资额大幅低于 2009 年同期，最低的中国联通至 5 月底前实际完成投资 12.1 亿元，仅占全年投资计划的 5.3%。

一季度三大运营商完成投资 111.5 亿

工信部网站登载的该数据称，截至 2010 年 5 月底，三家电信企业实际完成投资 111.5 亿元，其中中国电信实际完成投资 62.2 亿元，占全年计划的 23%；中国移动实际完成投资 37.2 亿元，占全年计划的 8.3%；中国联通实际完成 12.1 亿元，占全年投资计划的 5.3%。

假如数据属实，此投资额超乎人们想象，此前公布的年报显示，2010 年联通资本开支预计为 735 亿元，其中为扩大 3G 网络覆盖资本开支约为 230 亿元，未料到前 5 个月完成投资如此少。

之前工信部一季度的新闻发布会后则也提醒了此事，当时的统计称，2010 年三家运营商 3G 投资预计 950 亿元，一季度完成 60 亿元。不过，多数人没有注意到一季度三大运营商完成 3G 投资的量很小，仅为全年的不到 7%。

2009 年仅 3G 投资达 1609 亿元



相比来说，2009 年运营商的投资惊人，仅以 3G 投资为例，据工信部网站最新数据显示，截止 2009 年底，国内三大电信运营商完成 3G 基站建设约 32.5 万个，累积完成 3G 投资约 1609 亿元，这还不包括 2G 及宽带等其它投资。

数据显示，2009 年 3G 投资间接拉动国内投资近 5890 亿元；带动直接消费 364 亿元、间接消费 141 亿元；直接带动 GDP 增长 343 亿元、间接带动 GDP 增长 1413 亿元；直接创造就业岗位 26 万个、间接创造就业岗位 67 万个，但 2010 年上半年显然不可能拉动投资的量再这么大。

另外，工信部电信管理局公布的数据称，截至 2010 年 5 月底，我国 3G 用户累计达到 2190 万户，比 2009 年底增长 864.2 万户，其中 5 月新增 229.9 万户，环比增长 11.7%，新增 3G 用户占新增移动用户的 24.4%。中国电信 3G 用户数累计达到 673 万户，5 月新增 61.6 万户；中国移动 TD 用户达到 932 万户，5 月新增 91.7 万户；中国联通 3G 用户达到 585 万户，5 月新增 76.6 万户。来源：2010-7-14 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

中国年轻人对手机产生过分依赖性

随着中国社会经济的迅速发展和科技的不断进步，手机已经成为了人们日常交往中必不可缺的通讯工具。手机功能的不断增加和完善，使得年轻一代对手机的依赖程度逐年攀升。

广东梅州嘉应学院经济与管理学院的小麦从上大学后便对手机产生了依赖之情，手机逐渐成了最重要的联系工具，QQ、飞信和短号联系成了同学之间最主要的沟通渠道，甚至同班同学在一起也习惯用 QQ 互通信息。如果几个小时没有电话或者信息就会焦躁不安，怀疑手机信号不好。他们逐渐养成了习惯性翻看手机短信来电的习惯。

在大学生群体中，手机成为生活中不可或缺的必备品，上课、吃饭……随时随地都带着手机，甚至课堂上也随时能够看到学生用手机发信息和浏览网页，轻微的 QQ 提示音也偶尔在课堂上响起。而拍照、听 MP3、手机游戏、阅读电子书等附加功能也经常使用。小麦表示，周围许多同学都是这样。

2010 年高二的小王是一位“90 后”手机达人。从初三时拥有第一部手机以来他已更换了五部手机。“现在如果没有手机的话会被同学排斥，联系也会渐渐疏远。”小王坦言，除了睡觉，手上几乎每时每刻都拿着手机。挂 Q、上论坛、偷菜种菜成了他每天起床后必做的事情。“生活中发生了有趣的事或者存在一些

问题，第一时间我会想到上手机微博发帖，与网友一同分享即时的开心和烦恼，没事的话手机可以用来看电影听歌，打发无聊的时间。”

业务联系频繁性和及时性，也使得一些行业的从业人员对手机的依赖程度达到片刻不离的程度。深圳某货运公司的业务员小纪表示，“如果出门感觉口袋里没有东西卡住就浑身不舒服，我随身都携带两部手机，甚至对它们有了微妙的感情。由于工作关系，到哪里手机都必须寸步不离，在人多吵杂的地方往往会产生手机铃声响起的幻觉，经常会掏出手机看看是否有未接来电或信息。生怕一疏忽就会让业务漏掉。”手机功能的强大，也成了“机不离手”的原由。“除了平时的业务交流，随时随地能查地图、公交或天气，方便快捷的手机确实让我爱不释手。”

手机给人们带来便捷的同时也多了几分困扰，工作生活的需要和电子产品功能的更新换代，致使年轻一代对手机产生依赖性。有关专家提醒，长时间对手机过分依赖会使人在面对面的交流时产生胆怯和退缩心理等诸多弊端。来源：

2010-7-16 中国新闻网

[返回目录](#)

报告称诺基亚手机推荐率跌至 12% 苹果高达 70

据国外媒体报道，英国市场调查机构 You Gov 的数据显示，与 6 个月前相比，诺基亚已经远远落后于其他竞争者，这家芬兰巨头已错失智能手机热潮。

You Gov 数据显示，仅三分之一的智能手机用户在购买下一部手机时会考虑诺基亚，而 2009 年 12 月这一比例高达 46%。此外，仅 10% 的智能手机用户期待购买诺基亚手机，这一数据与 6 个月前相比下降了 9%。与此形成对比的是，56% 的智能手机用户在购买下一部手机时会考虑苹果，有 41% 的用户期待购买苹果手机。

尽管诺基亚的受欢迎程度有所下降，但仍高于黑莓和宏达电，这主要归功于诺基亚以往的成功。31% 的智能手机用户在购买下一部手机时会考虑黑莓，28% 会考虑 HTC。

诺基亚的落后还体现在用户向好友或同事推荐该品牌的指数下降。诺基亚的推荐率与半年前相比下降 15%，跌至 12%。与此相比，苹果的推荐率高达 70%。造成以上差距的原因主要有，诺基亚缺少应用程序、操作系统质量不佳、只注重品牌变更而不重视用户体验。

报告还发现一个有趣的现象，在 16-39 岁的男性中，超过三分之一拥有一部智能手机，而在 16-39 岁的女性中，约五分之一拥有一部智能手机。

You Gov 科技与电信组研究负责人拉塞尔·费尔德曼(Russell Feldman)说：“虽然诺基亚曾领跑市场，但已在大幅走下坡路……被苹果应用商店和 Android Marketplace 大举超越。我们的报告显示，诺基亚正迅速沦为智能手机市场的落败者。如果诺基亚想要追赶竞争对手，就应立即推出新产品、软件和应用。” 来源：2010-7-15 新浪科技

[返回目录](#)

财付通与国航达成在线合作 手机支付成第二战场

近日，在线支付平台财付通与中国国际航空公司(以下简称“国航”)的合作正式上线，也标志着第三方支付厂商在航空领域的竞争结果已初露端倪。有关专家指出，在航空、商旅、电信运营、游戏等传统支付领域的格局正日趋明朗的情况下，3G 的大规模推广正让手机支付成为该行业竞争的第二战场。

国航加快在线直销渠道建设

据记者了解，从即日起，旅客登录国航网站在选择相应航班之后，就可以使用财付通账户或财付通涵盖的国内十几家主要银行进行预订支付，而不像过去只能选择网上银行这一种网上支付途径，使得网上订票的过程变得更加便利和快捷。

机票在线直销是中国民航业发展的趋势，国航近年来一直大力发展在线直销渠道，并明确表示要在 2012 年左右将直销比例提高到 15%。财付通市场营销中心负责人表示，继南航、东航启用财付通作为战略伙伴之后，此次与国航的深入合作标志着财付通在航空领域的全面布局和市场领先，使用财付通进行机票支付将为广大旅客带来更好的体验。

截至 2010 年 7 月，包括国航、南航、东航、海航等在内的超过 10 家航空公司通过财付通进行网上机票的销售，财付通已经成为网上机票的主要订购渠道之一。

合作专区模式不断被复制

针对传统的 B2B 贸易领域，如航空、商旅、电信运营、游戏、百货、物流、教育等行业，财付通都逐渐形成了成熟的解决方案，有些还会为客户定制统一的应用服务专区，财付通负责合作专区的功能规划和营销推广。

财付通总经理刘颖麒认为，越来越多的传统企业会剔除之前那种繁冗的人工方式，转而利用电子商务，这里能够产生的交易量和清算量将是巨大的。航空客票市场就是一个典型的例子。

2008年5月31日，国际航协实行全球化电子客票，中国基本与全球同步实行。但现实问题是，航空公司独立架设IT平台既需要技术，也需要拓展更多的客户。财付通深入行业关键需求和问题，专门定制了实时分账清算、退费票实时退款等多项解决方案，先后与南航、深航、春秋航空等航空公司和51666、商旅之友、品尚等商旅分销平台达成合作。

这种模式不断被复制，截至目前，财付通在传统领域扩张速度令人吃惊。而最重要的是，个人用户也开始在合作中真正享受到了便利，像QQ会员用户在财付通和南航、东航、海航搭建的专区里购票，还能享受一定的返利。

手机支付模式开始浮出水面

在财付通与航空业的合作中，值得关注的是，商旅人士可在手机上实现机票的订购，目前财付通已经在电脑上开通了南航、东航、海航的机票销售专区，将这种模式平移到手机端是很自然的事情，目前财付通手机支付的工作人员正在进行测试，东航、海航的手机支付相继也会上线。

有关专家表示，在商旅、电信运营、游戏等传统支付领域竞争日益加剧的情况下，国内3G的推广也让财付通看到了手机支付的机遇。财付通高级市场经理张抗认为，基于腾讯移动平台的丰富应用和庞大的用户数量，届时将财付通作为一个模块嵌入到移动QQ中，比单独做基于手机操作系统的支付程序更有优势。

最新数据显示，2009年中国手机支付市场规模达到19.74亿元，用户规模达到8250万人。到2010年，我国手机支付市场规模将达到28.45亿元，手机支付用户总数将突破1.5亿人。

据介绍，目前财付通正与国内运营商合作，在QQ客户端的小钱包上新增具备交费充值、购买充值卡、购买3G号卡和购买3G终端等功能模块。目前财付通手机支付业务正陆续拓展到日常生活的多个方面，用户不但可以通过手机上网查询余额、进行账户管理，还能进行购物付款、手机游戏充值、话费充值，未来还将支持水、电、煤气等的缴费。来源：2010-7-14 北京商报

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点



仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

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