



# 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. 08. 04

## 本期要点

亚太博宇  
通信产业研究课题组  
[apptdc@apptdc.com](mailto:apptdc@apptdc.com)

### ■ 物联网发展遇安全隐忧

在物联网产业高歌猛进的同时，其背后却隐藏着安全危机。由于物联网的传感网络分布随机、无线网络无处不在，这为各种网络攻击提供了广阔的土壤，如果处理不好，甚至会危害国家政治和经济安全。

### ■ 三网融合还需跨过几道坎

上海世博会为未来生活提供了崭新的图景，令参观者瞪大了眼睛。海尔展示厅内，工作人员在家用电器上按了一下按钮，室内的窗帘就徐徐关上。在手机上按一个键，屋里的电脑就关了。工作人员笑着说：“未来要拥有这样的生活，必须依赖基于电信网、广电网和互联网融合下形成的物联网。”2010年年初，国务院常务会议决定在5年之内全面实现电信网、广电网和互联网三网融合。6月30日，国务院公布了北京、深圳、上海等12个城市和地区为三网融合试点地区，标志着三网融合正式启动。

### ■ 智能手机市场告别出货制胜年代

在智能手机的竞技场上，拼出货量的时代已经没落了。以前的诺基亚、三星、摩托罗拉等都拼命把自己打成一个“相扑选手”，利用庞大的出货量来压倒对手，彼此的利润率都差不多。

### ■ 美国公司为什么喜欢起诉中国公司

导语：国际律师事务所 Harris & Moure 联合创始人丹·哈里斯(Dan Harris)周三在《福布斯》网站发表博客文章，对最近一年来中国公司频繁遭到美国公司起诉进行了分析。哈里斯认为，中国公司在美国赢得越来越多的商业机会是遭到竞争对手起诉的一个重要原因。

## 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
物联网发展遇安全隐忧 .....	5
三网融合还需跨过几道坎 .....	7
智能手机市场告别出货制胜年代 .....	9
美国公司为什么喜欢起诉中国公司 .....	12
<b>产业环境篇 .....</b>	<b>13</b>
<b>【政策监管】 .....</b>	<b>13</b>
工信部任免一批司局级干部 .....	13
三网融合试点方案 16 日前上报 .....	13
垄断行业加工资将须报批并公布 .....	14
美国准许破解智能手机“软件锁” .....	17
工信部开通电信设备进网短信和邮件提醒业务 .....	17
苹果天线门揭行业潜规则 信号显示竟无统一标准 .....	18
工信部：十二五通信业节能规划 2011 年下半年发布 .....	20
<b>【国内行业环境】 .....</b>	<b>21</b>
中国市场已成手机“红海” .....	21
深圳正式启动三网融合试点 .....	23
运营商信息过滤系统年底建设到位 .....	24
中国首部 3D 电视编码和解码标准定稿 .....	26
广州有望成为三网融合第二批试点城市 .....	26
联发科获日本 NTT 电信 LTE 技术授权协议 .....	27
手机电子商务规模单季超 4 亿 成移动互联网热点 .....	27
台湾中华电信将设独资大陆子公司 预计 2011 年营运 .....	29
<b>【国际行业环境】 .....</b>	<b>30</b>
印度 9 月规模推出 3G 业务 .....	30
日本数字信号全面取代模拟信号 .....	30
美欧物联网技术渐成熟 发力业务推广 .....	31
印度出台电信安全新规恢复进口中国设备 .....	34
乌兹别克斯坦开通独联体首个 LTE 商用网络 .....	35
印度电信安全新规：提交源代码 雇本土工程师 .....	35
<b>运营竞争篇 .....</b>	<b>37</b>
<b>【竞合场域】 .....</b>	<b>37</b>

3G 与金融行业融合加速 .....	37
借力新媒体 国内动漫企业谋变 .....	39
中移动与诺基亚合推 TD 音乐手机 .....	41
3G 手机补贴政策见效 二季度销量增三成 .....	42
美国三大移动运营商欲发展移动支付服务 .....	43
运营商角逐中低端手机：谁将是最大赢家 .....	44
全业务下电信市场份额变化 运营商调整发展方式 .....	45
<b>【中国移动】</b> .....	48
中移动 9 元周套餐再度强攻香港市场 .....	48
中国移动北京郊区开工建信息港占地 1322 亩 .....	49
中移动 TD 四期招标结果揭晓：华为中兴大唐列前三 .....	49
<b>【中国电信】</b> .....	50
北京电信高额补贴黑莓业务 .....	50
中国电信启动 IPv6 商用放号 .....	51
<b>【中国联通】</b> .....	51
联通切入证券业 3G 应用市场 .....	51
联通高层昨赴美谈判引入 iPhone 4 和 iPad .....	53
联通应用商店 8 月中旬开通上线 取名沃商店 .....	54
中联通 3G 策略大调整 移动上网成下半年主卖点 .....	54
<b>制造跟踪篇</b> .....	<b>56</b>
<b>【中兴】</b> .....	56
中兴通讯全面升级中石油核心通信网络 .....	56
<b>【华为】</b> .....	58
华为自主品牌手机进军印度 .....	58
华为中标移动铁通项目建设 .....	58
华为 8 月 1 日起在印度出售自主品牌手机 .....	58
华为研发终端芯片 抢主流市场仍考验创新能力 .....	59
<b>【诺基亚】</b> .....	61
诺西鲸吞摩托罗拉无线资产 .....	61
诺西借并购扩张北美市场 全球设备商格局生变 .....	64
<b>【其他制造商】</b> .....	66
爱立信印度获 60 万线光纤入户大单 .....	66
苹果 iPhone 4 免费手机套开始发货 .....	67
摩托罗拉第二季度净利润 1.62 亿美元 .....	67

**服务增值篇..... 68**
**【趋势观察】.....68**

3G 月增用户数年底有望超 2G .....	68
3G 数据业务将是未来竞争重点 .....	69
手机银行渐成银行竞争的又一法宝 .....	71
2011 年全球移动设备市场将增长 7% .....	73
未来 10 年互联网带宽需扩大 1000 倍 .....	73
联发科称 TD 用户 2010 年将顺利达到 2000 万 .....	73
手机游戏强烈冲击行业领域 未来发展前景广阔 .....	74
苹果智能手机拉动闪存业 未来三年需求将翻 7 倍 .....	74
SK 电讯 2011 年最早商用 LTE 年内建 1.5 万个 Wi-Fi .....	77

**【移动增值服务】.....80**

联通推 3G 极速卡.....	80
联通国际漫游资费下调 .....	80
电信天翼阅读平台 8 月上线 .....	81
北京移动推出资费分析服务 .....	82
北京移动新推三项资讯类业务 .....	82
北京移动推八档 TD 预存话费返话费 .....	83
北京移动新推多项业务 满足客户个性化需求 .....	83
北京移动神州行充值返话费：最高充 500 送 150 .....	84

**【网络增值服务】.....84**

北京联通 3G 信号覆盖全市 93% .....	84
广州非低保老人可自费装平安通 .....	86
中移动游戏平台考虑广告植入模式 .....	87
北京“宽带动态免费体验”延长 3 个月 .....	88

**技术情报篇..... 88**
**【视频通信】.....88**

国标将出台催热 3D 电视市场 .....	88
手机电视平台“无线江苏”正式上线 .....	89
上海广播电视台获互联网电视及 3G 手机电视牌照 .....	90

**【电信网络】.....91**

联发科联手 DoCoMo 测试 4G .....	91
光通信加速向 100G 系统演进 .....	91
北京市区室外网络覆盖率达 95% .....	92
摩托罗拉旧金山 700MHz 建 LTE 网络 .....	93

英国电信斥 25 亿部署光纤宽带 提速至每秒 40Mb .....	93
印度 Reliance 集团放弃部署 TD-LTE: 开测 WiMAX .....	94
<b>【终端】</b> .....	94
GSM 手机可遭廉价设备窃听 .....	94
英特尔光通信芯片取得重大突破 速度达 50Gbps .....	95
<b>【运营支撑】</b> .....	96
歌华有线获 1.2 亿元补助 .....	96
TD 四期将规模替换老旧设备 .....	96
移动互联大战将引发产业变革 .....	98
中国在西昌成功发射第五颗北斗导航卫星 .....	100
台湾厂商加速布局 LTE 2011 年全球 LTE 将超 WiMAX .....	100
<b>市场跟踪篇</b> .....	<b>101</b>
<b>【数据参考】</b> .....	101
我国网民达 4.2 亿 手机网民 2.77 亿 .....	101
印度手机 2010 年销量将达 1.386 亿部 .....	102
第二季度全球 Android 手机出货量增长 886% .....	103
我国 2010 年上半年通信设备出口 421 亿美元 .....	103
全球手机第二季发货量增长 13% 至 3.08 亿部 .....	104
我国移动用户突破 8 亿 移动通信收入将近 3000 亿 .....	105
<b>【市场反馈】</b> .....	106
报告称青少年手机网民占七成 .....	106
14% 免费 iPhone 应用可获取用户联系人信息 .....	108
消委会最新调查显示: 电视购物市场全面复苏 .....	108
Verizon 智能手机超 iPhone 居数据流量消费第一 .....	110

## 亚博聚焦

### 物联网发展遇安全隐忧

在物联网产业高歌猛进的同时，其背后却隐藏着安全危机。由于物联网的传感网络分布随机、无线网络无处不在，这为各种网络攻击提供了广阔的土壤，如果处理不好，甚至会危害国家政治和经济安全。

美国丹佛机场是世界上占地面积最大的机场之一，设施十分先进，自动行李系统采用计算机控制，每件行李都有射频识别标签(RFID)，这是民航领域物联网

的典型应用。但一次因为计算机故障导致行李系统无法正常工作，导致整个机场陷入瘫痪。

丹佛机场的这次事件是正在如火如荼发展的物联网产业的一次安全警钟。

由于物联网的传感网络分布随机、无线网络无处不在，为各种网络攻击提供了广阔的土壤。如果处理不好，物联网安全问题甚至会危害国家政治和经济安全。

#### 安全隐患

业界普遍认为，物联网将成为继计算机、互联网之后，世界信息产业的第三次浪潮。国内各地纷纷加速物联网科研以及产业化进程，然而，物联网的安全隐患却始终为人们所担忧，甚至成为制约物联网发展的一大瓶颈。

随着物联网为代表的新技术的兴起，信息安全也正告别传统的病毒感染、网络黑客及资源滥用等阶段，迈进了一个复杂多元、综合交互的新时期。

物联网分为传感与 M2M 等部分，可以看成是传感模块和组网模块共同构成的一个庞大网络。由于网络终端海量且网络信号暴露在公共场所，如果网络传输或软件控制系统出现问题，其结果将是致命的。

专家表示：“在物联网领域，由于当前我国采用了很多国外的信息技术、装备，而且很多产品和核心技术为国外所掌握，因此物联网暴露在公开场所之中的信号很容易被窃取和干扰，一旦这些信号被国外敌对势力利用，对我国进行恶意攻击，就很可能出现全国范围内的工厂停产、商店停业、交通瘫痪，让整个社会陷入混乱。”

专家表示，在实际应用中，物联网网络规模越大就越能放大安全问题造成的影响。物联网的应用往往是行业性的，一旦出现问题也将是全局性的。

微软亚太研发集团主席总裁张亚勤表示：“互联网出现问题损失的是信息，还可以通过信息的加密和备份来降低甚至避免损失；物联网是跟物理世界打交道的，无论是智能交通、智能电网、智能医疗还是桥梁检测、灾害监测，一旦出现问题就会涉及生命财产的损失。”

除了网络自身存在的软硬件问题引发故障外，外部势力的刻意攻击或将造成更大的危害。这对我国国家安全构成了诸多潜在的威胁。

工业和信息化部副部长奚国华认为，我国物联网产业体系基本建成，但产业化能力不高，尚未形成规模化产业优势；此外，核心关键技术有待突破，在传感器、芯片关键设备制造、智能通信与控制、海量数据处理等核心技术上与发达国家还存在较大的差距。

#### 应对之策

“与传统网络相比，物联网发展带来的信息安全、网络安全、数据安全乃至国家安全问题将更为突出。产业界要强化安全意识，把安全放在首位，超前研究

物联网产业发展可能带来的安全问题。此外，有关部门需要制定对策措施，防患于未然，加强法制和技术手段建设，推动完善信息安全知识产权侵权、个人隐私保护等方面法律法规。”奚国华表示。

专家建议，在信息资源高度集中甚至“垄断”的技术发展趋势下，我国亟待构建完整的信息安全体系来提高自主防范能力，以便在新的技术革命和社会变革中掌握更多的话语权和主动权。

首先，要加大力度支持关乎国家信息安全的信息技术、产品的研发和产业化，设立信息安全技术研发、产业化重大专项，增加对信息安全保障关键技术研究资金投入，形成自主知识产权的信息安全技术和产品。其次，制定优惠政策，引导和壮大具有自主知识产权的网络安全市场和企业，培育具有国际竞争力的网络安全高科技企业。再次，从国家战略高度培养信息安全人才。在人才培养中，要加强与国外的经验技术交流，及时掌握国际上最先进的安全防范手段和技术措施。来源：2010-8-2 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

### 三网融合还需跨过几道坎

上海世博会为未来生活提供了崭新的图景，令参观者瞪大了眼睛。海尔展示厅内，工作人员在家用电器上按了一下按钮，室内的窗帘就徐徐关上。在手机上按一个键，屋里的电脑就关了。工作人员笑着说：“未来要拥有这样的生活，必须依赖于电信网、广电网和互联网融合下形成的物联网。”2010年年初，国务院常务会议决定在5年之内全面实现电信网、广电网和互联网三网融合。6月30日，国务院公布了北京、深圳、上海等12个城市和地区为三网融合试点地区，标志着三网融合正式启动。

#### 三网融合，推动IT经济转型升级

三网融合可使消费者能够在单一平台或设备上获取多种服务，同时也可以利用多个平台和设备来获得所需要的某一种服务。

多年来，专家一直在呼吁三网融合。因为，除了给消费者带来便利、提高使用效率、节省网络消费成本外，还能节约供应商成本，避免网络供应平台的重复建设，提高产业竞争力和供应商效益。从经济社会发展的角度来说，三网融合，既是信息产业亟待解决的战略课题，又是信息经济发展的现实选择。

当前网络重复建设浪费惊人。北京东方信联董事长韩大庆说：“各个网络独立建设，造成的投资重复几近天文数字。”将广电包括在内，我国目前负责公共信息服务的运营商有4个，相应的，全国范围内有4张核心网。城市和乡村有各

自完全独立的 10 张接入网，包括分属广电和中国电信三大运营商的 4 张宽带数据网、分属三大电信运营商的 3 张 2G 移动通信网和 3 张 3G 移动通信网。

韩大庆分析，仅以用传统技术来建设 6 个移动网络的无线覆盖部分投资来看，即可略见浪费的端倪：在城市中采用传统技术做室内覆盖建设的投资成本，约为每平方米每网 12 元左右。由于采用传统建设技术，各网络相互公用的设备和资源很少，因此 6 个网的建设就需要每平方米投资 70 元，如果我们将此数据跟全国建筑的总平方数相乘，仅此一项投资就会让电信运营商发憊。但如果能实现三网融合建设，网络覆盖的建设成本将很有可能降到 6 网每平方米 20 元以内。

运营商和信息消费者都在盼望三网融合。据国务院新闻办提供的数据，目前我国网民总数已达 4.04 亿，互联网普及率达 30.2%。网上音视频已占互联网流量 50% 以上，手机网民规模达 2.33 亿。网络市场前景巨大，给运营商的发展提供了无限的机会。中国移动董事长王建宙表示：“打造宽带、融合、泛在信息网络，不仅是我国战略性新兴产业，更是中国移动始终追求的目标，网络融合体现了这个方向。”对信息消费者来讲，便捷、效率、省钱的单一网络体系，远远胜过纷繁复杂的多网体系。

“三网融合是经济，更是民生。”国务院发展研究中心企业研究所所长陈小洪研究员表示，三网融合是我国发展新兴战略产业的重要步骤，是经济转型升级的重要着力点，应该大力推进。

三网融合的脚步声清晰可闻，但“三网融合”的真正到来，还要等待时日。

三网融合，亟待跨过体制机制门槛

中科院副院长江绵恒在世博会城市化论坛上表示，以现有的信息技术能力实现信息服务层的三网融合已经不存在难度，但网络融合体制机制仍然存在不少问题。专家认为，网络融合必须要跨过现行的体制机制门槛。

经营机制导致接入网各自为政。清华大学校长助理徐井宏说，我国目前各公共信息运营商除了因其各自独立的经济法人所决定的网络物权造成的独立网络建设外，基于全 IP 的核心网已完全可以实现融合建设和互通。但接入网络的情况就完全不是这样了，无论是街道、社区、住宅小区、车站码头还是办公室，位于这些区域内各种五花八门的线缆足以让人心烦意乱。虽然我们已经为接入网的融合建设呐喊多年，但收效甚微。

利益分配体制和准入机制需要调整。试点，需要解决网络融合中各大运营商之间的利益分配和允许新的竞争者进入网络服务平台问题。韩大庆说：“这一关，尤其难以冲过。”现在，各大运营商的利益分配格局已经形成，谁也不想轻易打破这个利益分配格局，新的竞争者的引入更是困难。固然，运营商都看到了网络融合带来的巨大服务便利和减少运营成本，但新的利益分配必须公平，各方都能

接受，网络融合的方案才可以得以推进。新的竞争者的准入，才能使业态由于竞争而更具活力。政府是市场秩序和规则的制定者，还需要做大量工作。

网络融合技术的选择和运用机制同样需要突破。韩大庆说，从技术选择看，目前存在“轻中重洋”和轻需求导向技术重实验室技术导向两个倾向，这个问题需要解决。科技部科技发展战略研究院研究员赵刚认为，同其他新兴战略性新兴产业一样，网络融合技术的选择，面临着两个误区。一是技术严重依赖国外；二是技术领跑却输在产业化。前者让我们在让出当下市场份额时，还以让度未来市场为代价，实在不划算。后一种情况常常使我们失去很多发展契机而不自知。据了解，在解决三网融合的接入网建设方面，国内有许多完全依靠自主研发力量设计开发的接入网技术，有的技术，是在全球范围内率先解决了网络融合建设所需的统一接入网技术难题。但因为市场不太认可国内的技术，因此难以产业化……

坚冰已经打破，试点地区正紧锣密鼓。深圳三网融合试点工作方案规划，到2012年，深圳将完善三网融合相关政策、标准、制度，理顺管理机制；各项双向进入业务形成相当规模；相关产业链完整，形成优势明显的产业集群；数字内容产业拥有一批有明显优势和品牌效应的企业和产品；至2012年底全市三网融合相关产业规模达3000亿元。

徐井宏说，网络融合试点，一定会试出经验和模式，我们有理由期待。来源：2010-8-2 人民网-人民日报

[返回目录](#)

## 智能手机市场告别出货制胜年代

在智能手机的竞技场上，拼出货量的时代已经没落了。以前的诺基亚、三星、摩托罗拉等都拼命把自己打成一个“相扑选手”，利用庞大的出货量来压倒对手，彼此的利润率都差不多。

苹果和RIM黑莓等新选手加入之后，使得赛场变成了“跳高”场地，这些“相扑选手”需要减掉一身肥肉，跟新晋的苹果和黑莓“练跳高”。

### 市场撇脂

德意志银行报告称，苹果iPhone与RIM黑莓手机，2009年占手机总销量的5%，却得到手机市场总运营利润的58%。

如果全球手机市场是桶“牛奶”，那么苹果和RIM就如同是“撇脂”高手，将牛奶上浮在最上层的最为肥厚的乳脂撇取出来。在市场营销学中用从鲜奶中撇取乳酪来比喻利用高价策略，能够采取这种策略的公司可以将产品以最高的价格卖给最有消费能力的客户。

投资研究机构 Sanford Bernstein 分析,苹果 iPhone 目前的运营利润率高达 40%, RIM 每部手机的利润率为 20.7%, 而行业平均利润率为 9.7%。

在诺基亚和三星、索爱等比拼出货量不亦乐乎,同质化的产品将整个行业的毛利拉低到不足 10%时,苹果和黑莓的做法就使得诺基亚等厂商十分郁闷。

红杉中国执行合伙人沈南鹏在谈到他为何佩服苹果时就表示,苹果可以在已经把利润率变成“大粪与泥潭”的 IT 行业做出高利润率。

此前,诺基亚等厂商对产品定位十分“吝啬”,以 1000 元甚至 500 元差价作为低端到高端的定价,并采取“机海”策略,针对每个档次投放大量的机型。

但这些机型都差异不大,甚至都以屏幕大小每 0.2 英寸作为区隔。比如 2 英寸屏幕基本为低端手机,2.2 英寸为中端,2.4 英寸为高端。

当 iPhone 以 3.5 英寸多点触摸席卷了整个中高端市场,依靠相对很少的出货量席卷走了市场大部分利润之后,诺基亚、摩托罗拉和索爱等传统势力才思考转型。苹果第三财季(2010 年 4 到 6 月份)财务报表显示,iPhone 季度销量 840 万部,同比增长 61%。6 月下旬上市的 iPhone 4 在该季度内仅销售 5 天,销量就超过 170 万部。

整个智能手机的游戏方式已经改变,在一两家厂商依靠一两个产品和相对少量的出货就把大部分利润拿走的情况下,诺基亚等的出货量再大也无法抗衡,因为剩下的市场全部都是“牛奶桶里寡淡的清水”。

通讯行业研究公司 Strategy Analytics 称,2010 年第二季度全球智能手机出货量为 6000 万部,同比增长 43%,占全部手机出货量的 19%。

调研公司 iSuppli 则把苹果和 RIM 黑莓的不断增长称为全球手机业的大洗牌。iSuppli 的统计数据也突显出,智能手机在整体手机市场所占份额仍不高。

一季度,诺基亚仍然是全球最大手机厂商,包括传统手机和智能手机在内共发售 1.078 亿部手机。诺基亚的竞争对手如苹果和 RIM 等并不制造和销售传统手机。

但手机市场上目前最火爆的就是智能手机。预计 2010 年智能手机的出货量将增长 35.5%,相比之下,整体手机市场的出货量将仅增长 11.3%。因此,苹果和 RIM 这些专注于智能手机业务的公司能成功跻身全球手机业前列。这也反映出智能手机正在重塑全球手机业的竞争格局。

iSuppli 的最新数据也彰显出摩托罗拉的业务是如何一落千丈的:2007 年一季度该公司还是全球第二大手机厂商,仅次于诺基亚,如今已经跌至全球第八,位居苹果和中兴之后。摩托罗拉近来将业务重心放在利润更高的智能手机上,推出了 Droid 等智能手机。

开始兼顾传统手机和智能手机的诺基亚公司仍然是全球最大的手机制造商。iSuppli 的统计数据显示，第一季度诺基亚全球市场占有率为 37.4%，紧随其后的分别是三星电子、LG 电子和索尼爱立信。但在智能手机排行榜中，IDC 的数据显示，2010 年一季度诺基亚、RIM 和苹果是前三强。

开放还是闭环

从诺基亚、三星到摩托罗拉、索爱，乃至微软、谷歌手机，它们采取的是较为开放的设计和制造模式，主要选取产业链的一段进行横向专业化。

在横向专业化模式里，产品大部分都脱离不开其他外部公司的支撑，才能建立起完整的系统产品。因此，一度手机产业向 PC 标准化过渡的趋势呼声甚高。

智能手机厂商酷派市场部相关人士表示，当时手机芯片、操作系统、外观设计、代工制造都由专业的公司来进行，手机厂商甚至只进行市场营销就可以了，跟 PC 模式不断趋同，PC 就形成了操作系统用微软的，芯片用英特尔的，主板用华硕的等等标准化很强的分工，在一个标准化很强的市场利润率也不断下滑，PC 行业的利润率还不到 5%。

酷派相关人士表示，事实上这种模式优点也不少，比如酷派除了开发自主操作系统，也可以选取微软、谷歌等不同的操作系统进行支持。

但在 2007 年 iPhone 和黑莓开始如日中天的时候，纵向一体化模式占据了手机业的最大利润。

“我有时候真的嫉妒苹果能从上到下掌控一件事情。”浏览器公司 Opera 首席技术官 Hkon Wium Lie 如此感慨。苹果可以在三四年内依靠自己开发的操作系统、应用程序、终端设计和功能打磨出一款手机。

RIM 也是如此进行自身操作系统和手机设计的并行开发，共同努力以保证最终的功能。这就在产业链上形成闭环。

iSuppli 报告显示，在对苹果 iPhone 4 手机进行拆解后发现，这款手机的配件成本不到 188 美元。同时对于苹果来说 iPhone 的平均售价为 595 美元。只要保持这种闭环对消费者的吸引力，苹果保持产品高利润率的目标就有望实现。

惠普在考虑到这一情况后，就决定购买 Palm 实现自身的垂直一体化，因为 Palm 也具备自身的操作系统。

易观国际分析师表示，这就形成了很有趣的情况，几家成功的厂商都在产业链上打造自己的闭环系统，串起终端、操作系统和应用商店，如苹果、RIM 以及要新加入的惠普，乃至在谷歌系统上重新开发 OPhone 系统的中国移动。

其他的智能厂商仍有机会，它们纷纷模仿苹果 iPhone 的硬件配置，并采取新的智能操作系统如谷歌进行新一轮的手机升级，还配备上自身的应用商店。这

个世界变化很快,强大者未必能击败弱小者,但是反应迅速者将淘汰反应迟钝者。  
来源:2010-7-28 第一财经日报

[返回目录](#)

## 美国公司为什么喜欢起诉中国公司

导语:国际律师事务所 Harris & Moure 联合创始人丹·哈里斯(Dan Harris)周三在《福布斯》网站发表博客文章,对最近一年来中国公司频繁遭到美国公司起诉进行了分析。哈里斯认为,中国公司在美国赢得越来越多的商业机会是遭到竞争对手起诉的一个重要原因。

以下为丹·哈里斯博客内容:

大约从2009年开始,美国公司起诉中国公司的案件越来越多。总结起来,主要有以下一些原因:

- 美国公司和中国公司之间的业务往来越来越频繁。
- 诉讼并不是发生在两家公司刚刚建立业务关系之后,而是之后的几年内,双方的关系不可调和,达到了起诉的地步,不通过法庭干预无法解决。
- 经济滑坡通常会增加两家企业关系恶化的可能性,并导致法律诉讼。
- 越来越多的中国企业在美国获得越来越多的业务机会,这增加了遭到法律诉讼的可能性。这也是越来越多美国公司起诉中国公司的一个主要原因。
- 中国公司倾向于聘请一些不知名的律师,因为他们不愿出高价聘请知名律师。
- 中国公司并不认真对待诉讼案件,因此有时在法庭上因未遵守美国的证据开示(discovery)法规而遭遇麻烦。

许多诉讼案件涉及到商业机密或知识产权,最典型的案例就是最近刚刚发生的摩托罗拉起诉华为,称华为盗取其商业机密。《华尔街日报》在一篇文章中称:“这将颠覆华为多年来塑造的创新者形象。”

在这些诉讼案件中,中国公司往往占据下风,主要是因为他们根本不知道如何处理这些诉讼,就好比他们在海外市场经营时,采取与国内同样的经营方式。

其实,美国的诉讼和中国的诉讼是不同的,主要区别如下:

- 诉讼案件在中国处理地很快,通常3个月即可结案,而在美国可能需要3年的时间。
- 通常,在美国的法庭上,任何观点都以证人为主,而文档证据虽然也很重要,但不如证人重要。而在中国,文档证据比证人的证词更可信。

·在美国，一方对另一方提起诉讼后，通常可以通过证据开示从另一方获得证据来支持自己的诉讼。而在中国，诉讼发生后，一方不可能再从另一方获得证据，而只能拥有起诉前已经获得的一些证据。

·在美国，别指望可以贿赂联邦法官。

所有的这一切往往导致中国公司陷入绝望境地，而他们的不足主要表现在以下几点：

- 未能恰当地利用时间和金钱。
- 未能理解证据开示法规的重要性。
- 未能聘请知名的法律顾问。
- 未能了解即使拥有了知名律师，也不能保证胜诉。

总之，中国公司在国际市场上经营，必须要习惯于被起诉，更重要的是，要知道自己已经不在中国。来源：2010-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 【政策监管】

#### 工信部任免一批司局级干部

经征得中共中央组织部同意，工业和信息化部党组决定：衣雪青任人事教育司司长；免去陈小筑的人事教育司司长职务。部党组还决定：程晓明任办公厅副主任；澜润田任无线电管理局副局长；冯长辉任办公厅巡视员；刘建国任办公厅副巡视员；唐和义任规划司副巡视员；景晓波任运行监测协调局副巡视员；张雄华任离退休干部局巡视员；赵忠抗任离退休干部局巡视员，不再担任机关服务局副局长职务。来源：2010-7-28 人民邮电报

[返回目录](#)

#### 三网融合试点方案 16 日前上报

昨日，工信部转发《关于三网融合试点工作有关问题的通知》称，在三网融合 12 个试点地区，各地试点方案应于 8 月 16 日前，由省级人民政府办公厅报至国务院协调小组办公室，实施方案将等待评估。按照通知中的要求，广电、电信进入对方的业务领域需要采取“交叉审批”的方式，而在相关的网络建设和产业政策中，需要尽量避免重复建设。

通知中称，国有电信企业集团公司申请从事广电业务，由广电总局按照相关规定受理和审批。有线电视网络公司申请经营增值电信业务和比照增值电信业务管理的基础电信业务，由省通信管理局按照相关规定受理和审批；申请经营基于有线电视网络的互联网接入业务、国内 IP 电话业务、互联网数据传送增值业务，由工业和信息化部受理和审批，同意总公司授权试点地区的子公司经营相应的业务。

也就是说，对于此前广电、电信各自的业务范围，需要通过“交叉审批”的方式才能互相进入。

7月16日，北京市三网融合试点工作正式启动，明确了北京电信、北京移动、北京联通和歌华有线为4家试点企业。歌华有线方面表示，发展高清、双向互动电视用户是歌华有线三网融合工作的重点。

记者昨日从运营商人士处获悉，北京市的三网融合试点实施细则正在制订过程中。

在其他的试点地区中，深圳的规划是，未来两年，深圳将着力建立三网融合的“三大基地、一个体系”，即技术创新基地、内容产业基地、业务示范基地和支撑监管体系。而四川绵阳的目标是，到2012年，建成城乡一体、有线无线相结合、宽带交互全覆盖的融合性网络。来源：2010-8-3 新京报

[返回目录](#)

## 垄断行业加工资将须报批并公布

已经数易其稿的《工资条例》(下称《条例》)最终有望确定职工工资增长与当地CPI挂钩。目前该条例草案已经完成，并将于近日上报国务院有关部门。

《第一财经日报》记者昨日从中国劳动保障科学研究院资深劳动保障法律专家杨永琦处获悉了关于《条例》的最新信息。

据悉，这项备受社会关注的《条例》将有望在年内出台。

工资增长与当地CPI挂钩

杨永琦介绍，《条例》由国务院牵头，人力资源和社会保障部与全国总工会等部门具体参与起草。

该《条例》从2008年就开始制定，经过许多次调研，众多专家参与了起草和修改，中间讨论修改了数次，最终形成草案。

“毕竟工资分配的问题是群众最为关心的热点，所以在《条例》的起草上，我们非常谨慎，充分考虑到方方面面的情况，力求使《条例》确实有助于减小收入差距、维护劳动者合法权益。”杨永琦表示。

据杨永琦介绍，《条例》草案共分十个部分，包括总则、原则、依据、使用范围等。条例草案核心内容突出“一低一高”，即最低工资标准的增加机制和垄断企业尤其是高管工资的限制。

最低工资标准是条例草案的重点内容。国家实行最低工资制度首次被写入《条例》。《条例》草案要求各省需将最低工资标准上报国家，并及时向社会公布，供劳动者参考。

《条例》草案还首次明确最低工资不包括加班费、高温低冷及国家的各种补贴。2010年上半年，全国23个省市调整了最低工资标准，但同时也出现部分企业通过增加加班时间以达到最低工资标准的做法。

备受关注的工资增长与CPI挂钩终于有了定论。《条例》草案确定，职工工资增长应充分考虑当地CPI因素。

杨永琦告诉记者，同工同酬的原则也已经被写入《条例》草案。据此，全国2000多万劳务派遣人员有可能摆脱与正式员工同工不同酬、遭受就业歧视、社会保障缺失等不公正待遇。

#### 垄断行业高工资将受限

对垄断行业的高工资进行限制是《条例》的另一项重要内容。目前中国的收入分配差距除城乡差距和地区差距外，最为突出的就是行业差距，即垄断行业和普通行业的收入差距。

根据人力资源和社会保障部统计，目前，电力、电信、金融、保险、烟草等行业职工的平均工资是其他行业职工平均工资的2~3倍，考虑到住房、工资外收入和福利待遇上的差异，实际收入差距可能在5~10倍之间。

杨永琦表示，《条例》的目的之一就是要通过立法来调整、控制垄断行业不合理的收入。

根据《条例》草案，政府将定期出台工资指导线，对工资水平进行宏观指导调控。尤其是对特殊行业(即垄断行业，《条例》中用特殊行业代指)的工资水平将作特别要求。

《条例》草案规定特殊行业如需对工资、福利、补充社会保险等进行调整，必须报人力资源和社会保障部门，财政部门，国资委以及行业主管部门审核批准，并及时向社会公布。

据杨永琦介绍，人大代表及有关专家在就《条例》草案提建议时，对垄断企业的工资控制非常关注。在最后形成的《条例》中，将可能对垄断企业的工资总量进行控制，并使垄断企业的工资总额控制在一个合理的范围。

至于具体内容，杨永琦透露，这一点上争议比较大，各方正在博弈中。

尽管国有企业高管的工资收入仍归国资委管理，《条例》草案仍对企业高管的高收入进行了限制。

“《条例》草案主要针对职工工资，但也包括高管，具体措施现在还不便讲。”杨永琦说。

#### 完善工资确定和支付机制

《条例》是为了调整目前混乱的收入分配秩序而制定的，特别强调了工资的确定机制与支付机制。

在工资确定机制上，《条例》草案明确，各单位必须通过工资集体协商的方式确定工资水平，并通过集体合同的形式予以确认。《条例》草案的附则也特别强调，本《条例》所说的工资是由劳动合同或集体合同约定的。

以工资集体协商为核心的集体合同制定已经实施十多年。目前全国 1300 多万家企业中，签订集体合同的不足 300 万。

根据全国总工会的计划，将力争 2012 年在各类已建工会的企业实行集体合同制度，全面推行工资集体协商。

杨永琦同时强调，工资的协商确定要充分考虑与国家及当地经济发展水平相适应。

在工资支付机制上，《条例》草案首次将“工资保证金”写入工资保障机制。通过缴纳工资保证金来避免可能的工资拖欠已经在部分城市的建筑行业试行。据杨永琦介绍，国家有关部门可能会在《条例》出台后公布更加详细的解释。

为了确保工资支付，《条例》草案中还规定各用人单位需保留一定期限的工资档案备查。

此外，《条例》草案还规定，在特殊工时下，即员工非因公受伤、脱产学习、怀孕生育期间的工资支付以双方事先拟定的合同工资为主。据记者了解，过去由于这一方面的规定不够明晰，许多劳动争议由此产生。

为了确保实施，《条例》草案还明确，人保部将对用人单位执行工资分配情况进行监督检查，对违反本《条例》的行为将依法进行处罚。至于人保部将拥有什么样的处罚权，杨永琦表示，这一点暂不公布。

杨永琦表示，《条例》本着“尊重历史、注重现实、放眼未来、重视实效”的原则起草，充分考虑到相关新旧法规的衔接，其实施将有效地调整目前混乱的收入分配秩序，缓解劳资矛盾，缩小收入差距。来源：2010-7-28 第一财经日报

[返回目录](#)

## 美国准许破解智能手机“软件锁”

美国版权局 26 日宣布修改《数字千年版权法》，这使得在 iPhone、黑莓等智能手机上运行第三方软件的行为被合法化。一家主张数字权利的民间机构称，新规定对消费者是一个重大胜利。

美政府授权美国国会图书馆每三年评估修改一次《数字千年版权法》。在 2010 年的评估报告中，国会图书馆指出，用户破解智能手机厂商的“软件锁”，从而运行未经授权的应用程序，属于合法行为。国会图书馆馆员比林顿以苹果公司的 iPhone 手机为例说，这一新规定不会对其造成伤害，相反会使其具备更好的兼容性。用户今后还可以破解手机运营商的“软件锁”，以便手机用户能更换运营商。此外，报告还将其他一些版权破解行为视为合法，包括大学里以教育目的对有版权的 DVD 进行编辑；为确保计算机安全对电子游戏进行破解；为使用语音朗读功能对电子书限制程序进行破解等。

主张数字权利的民间机构“电子前沿基金会”对此表示欢迎，苹果公司、美国电影协会等业界团体则表示反对。来源：2010-7-28 人民日报

[返回目录](#)

## 工信部开通电信设备进网短信和邮件提醒业务

工业和信息化部电信设备认证中心将对设备厂商免费开通电信设备进网短信和邮件提醒业务。

### 进网流程类自愿开通

据悉，进网流程类提醒业务主要包括企业待办事项提醒、公共资料过期提醒、证书签发提醒、完成检测提醒等内容。

在此前的电信设备进网流程办理中，对于进网检测的具体进展以及是否缺漏相关资料，送检企业往往不能即刻了解，进网流程类提醒业务的开通，将能有效提高检测和认证的效率。

电信设备认证中心方面表示，进网流程类服务采取自愿开通的原则，企业和用户可以根据自身的需要进行选择。

### 进网政策类自动开通

除进网流程类提醒业务外，进网政策类提醒业务也在此次开通范畴，主要包括进网政策调整、进网管理动态等内容。

众所周知，进网政策的改变对于企业的影响不言而喻。对此，有分析人士认为，这类提醒业务的开通，将有助于企业快速了解政策变化，并相应地进行调整，

尽可能从源头上避免因为政策改变而造成的一系列损失以及接下来一系列可能的用户投诉。

据了解，上述业务的开通可采用短信和邮件提醒两种方式完成。来源：  
2010-8-3 飞象网

[返回目录](#)

## 苹果天线门揭行业潜规则 信号显示竟无统一标准

苹果 iPhone 4 信号衰减问题近日在全球手机界掀起轩然大波。一些 iPhone 4 用户发现，只要用手按住机身左下角天线分界处，就会导致手机信号下降。此问题吸引了全球媒体和消费者的关注，并被称为“天线门”。在越来越多的质疑声中，苹果公司推出了系统升级、免费送套和全额退款等一系列针对性措施。令手机同行愤愤不平的是，苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯表示，手机信号问题并非苹果一家独有，而是整个手机行业普遍存在的问题。此言一出立即遭到相关厂商的激烈反驳，同时也揭开手机行业的“潜规则”。

所有智能手机均跨不过“天线门”？

乔布斯日前就“天线门”事件公开承认“我们并不完美，手机并不完美。但我们希望让我们的每一位用户高兴。”但接下来，他并未就 iPhone 4 存在的信号问题进行道歉，而是将所有同行拖下水。他宣称，包括三星、HTC、黑莓等在内的手机，均存在类似问题。为了证实“所有手机都会在手持的情况下出现信号下降”，乔布斯特地当众演示了黑莓 Bold 9700、HTC Droid Eris、三星 Omnia 2 三款手机的信号变化，最终演示结果的确印证了其说法：其他智能手机与 iPhone 4 一样在手持情况下存在信号衰减问题。

对此，包括摩托罗拉、RIM、HTC、三星等在内的主要智能手机厂商迅速做出回应和反击，指责苹果这种做法“是不可接受的”。摩托罗拉反驳称，乔布斯有关市面上所有智能手机均存在天线信号问题的表述，显示苹果在处理自身 iPhone 4“天线门”事件上非常没有诚意。RIM 在官方声明中称，iPhone 4 的天线问题是苹果自身的设计缺陷，苹果应该承担起相应的责任来，而不是将同样的问题推到其他厂商身上。宏达电的回应是：苹果应留意其自身问题，信号接收问题绝不是智能手机普遍存在的问题。

无论孰是孰非，毫无疑问的是，iPhone 4 有严重缺陷的天线设计已经影响到苹果的声誉和市场。据中国之声报道，全球二季度智能手机发货量增长 43%，而苹果的市场份额却从上季度的 16%降低到 14%。调研机构无线战略联席董事马斯顿据此判断，苹果在世界移动领域的蜜月期已经结束。

## “天线门”后续影响尚难预料

美国权威消费者杂志《消费者报告》日前拒绝将 iPhone 4 列入推荐产品。该杂志对 iPhone 4 进行了全面测试，最终确认了它的信号接收存在瑕疵：当用户的手指或者手掌触碰到手机左下边缘的一点时，特别是用左手握的时候，信号就可能大幅下降，如果用户在一个信号不佳的地方，这会导致完全断开网络连接。基于此，上述组织不推荐消费者购买 iPhone 4。

受此影响，白色 iPhone 4 的发布时间被再次推迟。苹果近日称，由于白色外壳 iPhone 4 的生产环节仍存在问题，因此可能要到 2010 年年底才会上市。此前，苹果曾宣布，由于制造环节存在的问题，白色 iPhone 4 上市时间推迟至 7 月下旬。

同时，苹果已开始为购买了 iPhone 4 手机套的用户全额退款。目前，已有用户收到苹果的电子邮件通知，称已开始为购买了 iPhone 4 手机套的用户进行全额退款，预计在 3 到 5 个工作日内，29 美元的 Bumper 胶套费用将退还至用户的信用卡内。

据了解，iPhone 4 还没有正式进入中国内地市场，目前内地市场上的 iPhone 4 都是水货。那么 iPhone 4“天线门”对福州的苹果手机市场会产生怎样影响？记者在福州大利嘉电子市场了解到，尽管 iPhone 4 爆发信号危机，但由于货源不多，水货价格并没有受到较大冲击。一位商家称，iPhone 4 的“天线门”并不能挡住苹果机型对消费者的巨大诱惑。

## 信号显示与实际强度无严格对应关系

iPhone 4 的天线问题似乎并未影响到消费者的需求和苹果的营收。据苹果最新发布的财报显示，第二季度公司营收达 157 亿美元，净利润为 32.5 亿美元。而业内分析师预测的平均预期营收为 147 亿美元，预期净利润为 29 亿美元。从 iPhone 4 目前的销售行情来看，消费者们在订购产品后仍需等待 2 至 3 星期后才能拿到 iPhone 4，这说明“天线门”并未让苹果失去消费者的信任。苹果首席运营官提姆库克在财报电话会议上说，iPhone 4 的销售仍非常火爆，新产品一进入市场就被抢购一空。

iPhone 4“天线门”未能给苹果带来致命的打击，却牵扯出了手机业界的“潜规则”——手机信号显示强度仍无统一标准！比如，很多手机用户都有这样的体验，有时候明明手机信号显示的是四格，但通话效果却断断续续，而且极易掉线。这到底是信号覆盖的问题，还是手机本身的问题？有业内人士透露，手机上的信号显示与实际强度并无严格的对应关系，这其实并没有一个统一的行业标准。信号格子的数量并不取决于网络覆盖情况或精确的计算，几乎所有手机生产商都会故意让手机显示出更强的信号。

显然,手机厂家都希望自己的产品至少在表面上尽善尽美,但对于用户而言,他们除了需要优质的产品和服务外,更需要厂商的诚信。来源:2010-7-29 通信信息报

[返回目录](#)

## 工信部: 十二五通信业节能规划 2011 年下半年发布

昨日,在“2010 绿色无线基站高峰论坛”上,工业和信息化部节能与资源综合利用司副司长高东升表示,工信部在通信业的节能减排工作将主抓四方面。同时,高东升透露,工信部十二五通信业节能规划最快将于 2011 年下半年发布。

据统计,2009 年,通信行业耗电量达到 290 亿度,通信行业成为实施节能减排的重点领域之一。在通信运营企业电力消耗中,基站等主设备耗能约 45% 左右,因此开展基站节能改造,意义重大。

高东升指出,通信业节能减排,需要通过降低自身的能源消耗,同时也要积极使用节能产品,带动相关行业的节能,工信部在日后的节能减排方面要突出抓好四个方面的工作。

一是加强通信行业节能标准研究制定和推广,发挥产业链各个环节的作用,通过技术进步为行业提供低能耗、低排放的高品质产品。

二推进通信运营企业能源管理体系建设的同时,积极引导推广分布式基站、通信网络 IP 化,基站标准化模块等等一系列新的技术、新的工艺,促进行业能源使用效率的提高。

三是抓好重点领域,重点设备的节能改造工作,我国通信网络目前有上万台主交换设备,近百万个基站,空调耗电量超过 100 亿度以上,因此如果采取有效得当的措施,基站节能减排潜力巨大,效果将会非常明显。

四是鼓励通信企业采用合同能源管理自愿协议等新机制推进自身的节能减排工作。2009 年 11 月工信部和中国移动签署了节能自愿协议,这体现了中国移动履行社会责任的实际行动,这一做法值得提倡推广。

在日后的节能减排工作中,工信部将积极在通信行业推动节能自愿协议,鼓励推动通信企业积极参与到节能减排事业中来。

高东升透露,工信部将积极开展相关规划工作,目前工信部部将十二五工业、通信业节能规划纳入工信部十二五专项规划体系,力争 2011 年下半年发布。同时,工信部也正在会同行业协会组织编制通信节能产品目录,力争尽快发布,指导通信行业节能工作。

此外，工信部还将加强通信行业节能减排的标准的修订工作，提升行业准入门槛和节能减排水平。来源：2010-7-30 通信世界网

[返回目录](#)

## 【国内行业环境】

### 中国市场已成手机“红海”

尽管欧美国家，特别是美国才是智能手机的主战场，但弥漫的硝烟已经开始向亚洲国家转移，中国成为所有手机厂商都不能忽视的一部分。

“尽管中国 3G 推出时间较晚，我们认为这个市场还需要一点点时间，但我相信，中国未来智能手机市场的发展一定很好。”昨天，HTC 品牌宣布正式进入中国内地市场，对于中国智能手机市场 HTC 全球 CEO 周永明如此看待。

实际上在 HTC 进入之前，它的主要竞争对手都已经悉数在这个市场发力。苹果 iPhone 早在 2009 年 10 月就正式登陆中国，如今 iPhone 4 也指日可待，从 2010 年年初开始，RIM 也放弃了仅仅依靠中国移动的策略，开始在中国加大投入，还从行业市场转向大众市场。

根据 IDC 的第一季度数据，目前在全球排名前五的智能手机厂商：诺基亚(39.3%)、RIM(19.4%)、苹果(16.1%)、HTC(4.8%)、摩托罗拉(4.2%)，都试图在这个市场提前布局。

#### 布局中国

哪怕在 2009 年之前，诺基亚仍然可以凭借在中国接近 40% 的市场占有率稳坐全球第一大手机厂商的宝座，而且高枕无忧，但智能手机在短时间内的井喷正在改变这个格局。

3G 发牌之后，中国手机市场也在发生明显变化。“我相信凡是用过智能手机的人，都不会再愿意使用 Feature Phone(功能手机)。”电信天翼终端公司总经理马道杰表示。

IDC 预计，2013 年中国智能手机销量将从 2009 年的 1100 万部(占当年手机总销量的 7.5%)增加到 2013 年的 3500 万部。IDC 分析师阿洛伊修斯·钟(Aloysius Choong)认为，由于 3G 在中国刚刚起步，而中国用户接触数据服务比较有限，因此一些公司仍然有机会进入中国市场。

HTC 正属于这类公司。虽然其合作品牌多普达在中国市场耕耘多年，但其在智能手机市场的份额仅为 1.6%，而 HTC 已经在欧美智能手机市场挤入前三名，如果能在中国这样一个规模更大的市场也拿到同样的份额，其跻身全球前三的远景将更为稳固。

更何况，其竞争对手苹果的自身经历已经证明了中国市场的重要性。在过去一年里，苹果 iPhone 的销售额翻番，销量增长超过 100%，除了 iPhone 3GS 的功劳之外，分析师认为，苹果在中国市场大有斩获也是重要原因之一。

苹果目前已经大大加快了新产品在中国市场上市的速度，iPhone 4 有望在上市半年之内就进入中国。目前 iPhone 有 55% 的销量发生在美国市场之外，中国有望成为其增速最快的市场之一。

相比苹果和 HTC，RIM 公司对中国的布局更是坚定而明确的。在 2009 年之前，黑莓手机在中国智能手机市场的销量份额不足 1%，正规渠道销售的手机只有几千部。不过进入 2010 年，RIM 已经明确将中国确定为战略市场，甚至提出要将其变为仅次于北美的第二大市场。

为此，RIM 将中国代表处上升为分公司，中国区从亚太区中正式剥离，直接向总部汇报。之前依仗运营商的单一策略也开始转向，RIM 开始在中国建设研发、生产基地以及进行产品推广，还通过联合多家运营商以及神州数码等分销商将黑莓推向大众市场。

除此之外，还有希望依靠中国市场而有所作为的联想，凭借乐 phone 与运营商的捆绑，联想希望通过在中国市场的成功与苹果在全球的成功一争高下，并且展开了强大的宣传攻势。

中国消费者从未面临如此多的智能手机选择。除了诺基亚、摩托罗拉、联想等传统厂商，iPhone、HTC 以及黑莓等都是他们的新选择。

谁将胜出？

来自手机销售卖场迪信通的统计显示，在 2008 年只有 11% 的消费者称他们通过智能手机访问互联网，到 2009 年这个比例升至 33%。以其端午期间的销量为例，智能手机销量增长了 210%，智能手机销售额在迪信通系统内所占份额，已从 2009 年 3G 初兴起的第四季度约 30% 提升到 48%。

迪信通集团高级副总裁、北京分公司总经理齐峰认为，智能手机上半年旺销只是一个开始，预计 2010 年下半年手机市场将迎来新一轮智能手机景气周期。而市场升级也将推动国内通信市场迎来新一轮洗牌。

市场研究公司 Juniper Research 发表的一篇新的研究报告称，亚洲，特别是中国市场将对智能手机市场产生更大影响，而在这个过程中，市场格局将再一次发生转变。

谈到在中国市场的销量和市场预期，HTC 全球 CEO 周永明显得非常谨慎，他希望 HTC 能在中国智能手机市场做到前三，不过这个目标要“从长远来看”。

根据易观国际的统计数据，到 2010 年第一季度，中国智能手机的份额分别为：诺基亚(29.3%)、三星(18.7%)、摩托罗拉(16.4%)、索尼爱立信(7.8%)、黑莓(6.0%)、苹果(5.4%)、联想(3.7%)、多普达(1.6%)、Palm(1.1%)。

虽然诺基亚仍然占据第一位，但其竞争优势已经明显弱化，特别是随着联通对 iPhone 营销政策的调整和以联想为代表的众多厂商推出 Android 平台明星型智能手机，诺基亚在智能手机市场还将继续遇到用户分流竞争。

至少从目前来看，中国智能手机市场的份额排名与全球相比还有很大不同。不同厂商在中国的表现有可能在未来扭转其在全球的排名，而在短时间内，这种不同为可能发生的市场变革提供了无限想象空间。

比如，摩托罗拉负责中国和韩国移动设备产品的主管 Bin Shen 就表示，“我们相信我们会成为中国市场的领导者。”因为他相信，“中国将会引领全球智能手机的普及浪潮。”到目前为止，摩托罗拉已经在中国市场推出了 7 款智能手机，全都以 Android 为平台，其中的 XT800 等产品均取得了“超越预期的销量”。

更大的变数来自于，苹果 iPhone 4 的引入又将在多大程度上改变中国智能手机市场的格局，为了避免跟 iPhone 的直面竞争，很多本土厂商甚至缩减了 WCDMA 手机的研发和生产计划。

不过，中国市场始终都有不同的玩法，正如普通手机市场一样。诸多中国本土手机厂商也在加入这个行列，比如华为、中兴以及天语，他们正在生产更加廉价的智能手机，而价格对中国市场始终是个敏感因素。

尽管目前在全球取得成功的智能手机厂商可以获得较大的份额和不错的销量，但智能手机正要起飞的中国市场有可能改变游戏规则，对于每一个市场玩家而言，究竟是继续通过高端智能手机获得高额利润？还是拉低价格，扩大销量，将智能手机向普通消费者普及？这是每一个智能手机玩家在中国市场面前必须要思考的一个难题。来源：2010-7-28 第一财经日报

[返回目录](#)

## 深圳正式启动三网融合试点

深圳三网融合试点工作方案 27 日揭开面纱，在未来三年内，深圳将在全市范围内实现广播电视与电信业务的双向进入，预计到 2012 年相关产业规模达 3000 亿元。

据深圳市科工贸信委有关负责人介绍，根据方案规划，深圳创建三网融合试点城市工作分三个阶段进行：2010 年至 2011 年，取得业务双向进入政策许可，完

成核心技术和关键产品研发，三网融合试点城区各项双向进入业务进入商用阶段，设备制造业和数字内容产业形成一定规模。

2012年，制定完善三网融合相关政策、标准、制度，理顺管理机制；各项双向进入业务形成相当规模；设备制造业达到世界领先水平，相关产业链完整，形成优势明显的产业集群；数字内容产业拥有一批有明显优势和品牌效应的企业和产品；至2012年底全市三网融合相关产业规模达3000亿元，宽带用户数突破300万，数字电视用户数突破300万，高清互动家庭(含IPTV)用户突破180万，增值业务占数字电视业务收入比重超过40%，内容视频节目库超过10万小时，拥有一批从事三网融合业务的知名品牌和行业领军企业。来源：2010-7-28 成都日报

[返回目录](#)

## 运营商信息过滤系统年底建设到位

近日，由全国“扫黄打非”工作会上获悉，自2009年年底开展打击互联网和手机传播淫秽色情信息专项行动以来，截至5月底，全国共删除网上淫秽色情信息135万条；封堵、关闭淫秽色情网站1.9万个，其中手机网站1.5万个；关闭未备案网站34.2万个，其中手机网站3000多个。同时，为实现对网络涉“黄”关键环节的常态化监测，工信部和三大运营商迅速推进技术监测工作。目前，网站备案系统改造工作已经完成，手机网站内容拨测系统、业务监测系统、企业资源管理平台、手机WAP网关违法有害信息发现过滤等系统建设工作正在按专项治理计划全速推进，预计将于2010年年底前建设到位。

### 扫黄打非 运营商在行动

自2009年年底，央视曝光手机网络色情之后，即拉开了整个手机“扫黄”风暴的序幕。工信部在全国范围内开展为期1年零2个月的手机治黄专项行动，时间自2009年11月1日至2010年年底，分三个阶段，重点针对业务环节漏洞和如何建立长效治理机制开展治理行动。

据了解，在专项行动中，工信部和三大运营商强化对业务推广渠道等环节的信息安全管控和应急处理，对存在管理缺失、违规推广的116家企业进行清退，暂行终止业务合作，并与其余414家开展业务推广合作的企业重签信息安全协议，建立了合作伙伴推广渠道报备机制；对743家接入服务商进行全面排查，对发现存在层层转租问题的89家予以清退，并通过检查服务器、业务协议、域名、IP地址等用户资源使用情况，开展对层层转租问题的日常监测工作；对1915家签订手机代收费协议的合作伙伴进行逐一清查，对流程不规范、资质有问题的

237 家予以清退，完善手机上网代收费管理制度，启动对计费点常态化监测的技术手段建设工作。中国互联网络信息中心(CNNIC)全面实施域名实名注册，停止解析涉“黄”域名 4085 个，并将 3089 个涉“黄”域名持有者列入黑名单。

此外，结合网络新技术、新应用、新业态，工信部和三大电信运营商还完善了各环节的业务流程、制度规范，制定了宽带网络接入、WAP 网站内容和互联网搜索引擎服务等相应的管理规定，完善了互联网行业信息安全管理体制体系；针对涉“黄”网站变换域名、动态跳转逃避监管等建立了网站黑名单联动管理制度和互联网行业管理跨省联动机制；对涉“黄”网站实施跨地区、跨企业联动处置，通过完善管理制度建设来实现对网络信息安全的长效管理。

根据近日全国“扫黄打非”工作会上获得消息，截至 5 月底，全国共删除网上淫秽色情信息 135 万条；封堵、关闭淫秽色情网站 1.9 万个，其中手机网站 1.5 万个；关闭未备案网站 34.2 万个，其中手机网站 3000 多个。

#### 技术监测 年底建设到位

据了解，专项行动开展期间，各地对因责任不落实、管理不到位、措施不完善导致制“黄”传“黄”的相关基础运营商、接入服务商、内容服务商、网站管理人员等进行了责任追究。北京市网管办对 6 家传播低俗信息的网站负责人进行了诫勉谈话，并监督网站对相关责任人给予降职、开除的处罚；江苏省通信管理局对两家为未备案网站提供接入的服务商给予了行政处罚；河南省通信管理局对违规接入未备案网站和传播低俗信息网站的 4 家公司分别给予了处罚。

此外，“扫黄打非”工作会还透露，对转移服务器、逃避监管的淫秽色情网站，对手机销售维修店通过手机多媒体卡制黄贩黄的行为，对变相传播淫秽色情信息的网站栏目，要追踪打击、严厉查处。

同时，针对一些被切断的利益链条重新链接的新问题，进一步加大对网络运营商、电信服务商、网络广告代理商的清查整治力度，规范经营行为，落实管理责任，坚决切断传播淫秽色情信息违法行为背后的利益链条。

此外，还要加强对互联网和手机媒体的基础管理，加快建立实名注册制度，健全搜索引擎管理制度和信息安全保障制度，完善相关法律法规，形成长效工作机制。

另据了解，为全面掌握互联网主体信息和业务运行态势，实现对网络涉“黄”关键环节的常态化监测，提升对信息安全事件的预防、控制能力，工信部和三大电信运营商迅速推进各项技术手段建设工作。目前，网站备案系统改造工作已经完成，手机网站内容拨测系统、业务监测系统、企业资源管理平台、手机 WAP 网关违法有害信息发现过滤等系统建设工作正在按专项治理计划全速推进，预计将于 2010 年年底前建设到位。来源：2010-7-28 飞象网

[返回目录](#)

## 中国首部 3D 电视编码和解码标准定稿

庞大的 3D 电视标准体系正在部分环节取得实质性突破。工信部 AVS 标准(数字音视频编解码技术标准)工作组近日宣布,中国首部 3D 电视编码和解码标准已于日前完成定稿,近期已上交工信部、国标委等国家相关部委审批。标准如果出台,将填补中国在 3D 电视标准上的空白。这有望使 3D 电视加速普及。

盘点上半年家电卖场,3D 电视是一大热点。一方面,对 3D 电视的消费需求正在增长。据中国电子商会消费电子产品调查办公室的一次网络调研数据显示:68%的消费者有过观看 3D 影像的经历,约有一半人觉得视觉效果震撼。同时,在有过观看经历的受访者中,有 1/3 的人有购买或体验 3D 电视的意愿;另一方面,家电厂商对 3D 热潮的响应态度比较积极。

然而从目前情况来看,我国 3D 电视市场还处在发展初期,其由于受到 3D 片源、价格以及标准不统一等多因素的限制,暂时还无法像网络电视、LED 电视那样快速普及。首先,片源匮乏成为制约 3D 电视普及的首要因素。据了解,目前使用 3D 技术制作的电视节目基本没有,同时 3D 电影不到电影总产量的 1%。没有内容播放,对于消费者来说,买回家的 3D 电视不过是一个奢侈的“摆设”。

其次,3D 电视高昂的价格对于普通消费者而言暂时还难以承受。根据调查,目前一台 47 寸的普通液晶电视,合资品牌一般在七八千元左右,而同样尺寸的 3D 电视,价格则在 2 万元左右,是普通液晶电视的两三倍。

第三,行业标准不统一也是限制 3D 电视发展的一个重要因素。据了解,在世界范围内仅 3D 显示技术就至少有 22 种不同的方法,糟糕的是,并没有研究显示哪一种技术明显优于其它技术。多种 3D 电视技术混杂的现状为 3D 电视产业的发展带来了一系列的困难。

令人欣喜的是,3D 电视标准的进一步规划和订立,将为我国 3D 电视产业潜力的迸发提供有力保证,加速我国 3D 电视的普及,我国 3D 电视市场在未来几年内或迎来新的突破。来源:2010-8-2 通信信息报

[返回目录](#)

## 广州有望成为三网融合第二批试点城市

三网融合首批 12 个试点城市出炉,广州落选。究其原因,最重要的是广州的广电网络整合与改造还未达到十分理想的状况。

广州珠江数码内部人士透露，相关整合工作已经有了眉目，本月将挂牌成立的广东省广电网络公司包括南方广播影视传媒集团与 19 个地级市广播电视台以及经评估的有线广电网络共 20 个股东，目的就是整合各地广电资源；接着，广州市有线以所持有的珠江数码入股省广电，珠江数码成为省广电子公司，省广电再将其在广州市辖区内的省有线资产注入珠江数码统一经营管理，实现“同城同网”。“一旦整合完成，广州成为试点城市将水到渠成。”该人士认为，如果整合顺利的话，广州有望成为第二批试点城市。在此之前，广州的三网融合步伐并没有放缓。来源：2010-7-28 人民邮电报

[返回目录](#)

## 联发科获日本 NTT 电信 LTE 技术授权协议

联发科周二表示，已与日本最大电信运营商 NTT DoCoMo 签订第四代移动通信(4G)的长期演进技术(LTE)技术授权协议，拓展在第四代(4G)移动通信的市场。

联发科表示，将结合该 LTE 技术和自有的 2G 与 3G 技术，以提供能符合日本以及全球市场需要的无线通讯解决方案，且期望双方能更进一步成为长期战略合作伙伴。

联发科将成立技术团队，与 NTT DoCoMo 一同于日本进行 LTE 互通性测试，以强化联发科日后 LTE 方案在日本市场的竞争。

联发科董事长蔡明介称，联发科技在 2G 时代已拥有领先优势，我们在无线通讯解决方案的创新，将由 2G 持续演进至 3G 及 LTE。此协议可强化联发科技在 LTE 行动解决方案的布局。

此外，联发科于在 2009 年 11 月底宣布与手机芯片龙头高通(Qualcomm)就 CDMA 以及 WCDMA 达成专利协议，期望藉此进一步扩大 3G 产品版图。来源：2010-7-28 通信世界网

[返回目录](#)

## 手机电子商务规模单季超 4 亿 成移动互联网热点

艾瑞咨询发布的 2010 年第二季度中国移动互联网市场监测数据显示，第二季度中国移动互联网市场整体规模达到 40.2 亿，同比增长 7.7%。其中，移动增值市场规模占比为 66.5%，在移动互联网主要细分行业市场保持着遥遥领先的绝对优势。手机游戏和手机电子商务市场规模占比分别为 14.7%和 10.7%，位居

第二和第三，较上一季度占比均有不同程度提高。第二季度，国内手机电子商务实物交易规模达到 4.3 亿，同比增长 321.6%，环比增长 41.9%。

#### 移动电子商务的快速增长

在移动互联网市场越做越大的同时，手机电子商务同样保持着快速的发展态势，市场活跃度的进一步提升推动了手机电子商务交易规模的不断扩大。第二季度，国内手机电子商务实物交易规模达到 4.3 亿，同比增长 321.6%，环比增长 41.9%。据艾瑞咨询预计，2010 年下半年，手机电子商务实物交易的规模仍将保持较快的增长势头。

移动电子商务的快速增长，智能手机的普及功不可没。预计到 2016 年，全球智能手机的使用数量将从 2010 年的 8 亿增加到超过 20 亿。智能手机配置了功能丰富的第三方软件，使得网络购物程序得以从 PC 移植到手机。目前，亚马逊和其它一些主要网络零售商都在加紧开发各种电子商务应用终端程序。这些电子商务应用程序使得手机购物变得更为简单，鉴于手机购物的方便、快捷，越来越多的用户开始使用移动设备购买实体产品。

移动电子商务的成功还取决于无线网络的资费及其可靠性。随着国内无线宽带的提升，手机上网资费下调；另一方面，国内网购和网上支付的人群正在快速增长，网购已日渐成为互联网的主要应用，网民培养了良好的电子商务使用习惯。这样的前提下，手机上网人群将进入一个爆炸性时代。网络运营方面，电信监控力度的不断加大，使得垃圾短信和 SP 业务受到遏制，手机电子商务这个对于用户有价值的互联增值运用将会得到更多的支持和青睐。

#### 日渐成为移动互联网的热点

手机电子商务综合了移动互联网和电子商务的优点，为现代生活提供了更为科技便捷的服务平台。尽管在移动互联网细化市场中只占一成，但是手机电子商务以其快速便捷的服务，在未来的发展中必将脱颖而出，引领风潮。

据有关咨询机构预测，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。在未来的 3 年，中国手机支付市场规模将保持 40% 的高速持续增长。手机支付市场的迅速拓展，充分显示出以此为核心环节的移动电子商务市场巨大的潜在价值。目前，国内从事手机电子商务的企业大致有这样三类，一类是卓越网、当当网这样的互联网公司；一类是国美、苏宁等家电连锁企业；还有一类就是各类传统手机卖场搭建的网络平台。而像百信网、北斗星手机等则是手机 B2C 的直销网站先驱。

通过手机电子商务这个平台，消费者可以享受更实在的便利。在购买支付和货物接收上，手机电子商务随时随地的网银支付，快递送货上门的配送服务，这都给消费者带来极大的便利。随着移动互联网网上支付的日益普及、配送效率的

不断提高，手机商务网站所提供的购物模式也会越来越便捷。就网络虚拟商品消费而言，手机电子商务可以为消费者带来更超值的增值服务。与其他 SP 商相比，手机电子商务网站具有较高的诚信度，避免了消费者因为手机图铃消费陷阱而产生的费用损失。

手机网购的最大优势在于能够随时随地比价、秒杀，并且这种购物模式比 PC 互联网购物以及现场购物更加低碳环保。对于消费者而言，有了便利的支付手段、安全的信任体系和完善的售后服务，相信他们会乐意接受这种便利的移动电子购物方式。手机电子商务的这些优点在未来的发展中将会把移动互联网应用推到新的制高点。

还有诸多难题有待解决

手机电子商务的支付安全仍是最大挑战。移动电子商务依赖于安全性较差的无线通信网络。就支付宝而言，过去的几年，在互联网上通过网银，支付宝基本上实现了快速、低成本而安全的支付。但在无线支付上，还存在着一定的障碍。要推动移动电子商务的快速发展，就必须解决移动电子商务的支付问题。

移动电子商务的发展虽然已经形成了一定的规模，但是，用户对手机电子商务的信任度仍然有限。网购存在的产品宣传与实物不符、商品质量差、诚信度低等问题一直在刺激着消费者脆弱的神经。移动电子商务市场在进一步细化，虽然产品日益增多，但对于很多产品，消费者的参与热情还有待提高。这和手机电子商务平台缺乏本地化的地面服务以及完善的售后服务支撑有很大的关系。

尽管目前手机电子商务的呼声很高，但手机电子商务的崛起还有很长的路要走。作为手机电子商务实现的便捷通道，目前的 3G 也只是一个新生的导入产品，资费非常高。显而易见，当前的一段时期仍将是手机电子商务的培育期。但我们有理由相信，在各方的努力下，移动电子商务应用比将日趋普及，其巨大的市场潜力也将给各方带来新的盈利增长点。移动电子商务在未来的中国，相信不仅仅只是海市蜃楼。来源：2010-7-28 通信信息报

[返回目录](#)

## 台湾中华电信将设独资大陆子公司 预计 2011 年营运

台湾中华电信董事会 27 日通过决定，将以 6 百万元美金成立独资的“大陆子公司”，预计 2011 年第一季开始营运。

据台湾“中广新闻”报道，目前台湾中华电信在大陆设有北京及上海两个办事处，2009 年并通过子公司中华投资公司，与厦门市政府所属信息投资公司合

资成立硕泰商务科技，专责台商与大陆企业的客服(Call Center)业务，本月初已经正式开幕。

据介绍，中华电信成立独资的子公司之后，将进一步布局大陆，服务台商，并发展与大陆电信业者的合作关系。

中华电信表示，由于大陆经济增长可期，台商众多，又具备同文同种的优势，因此成为其进军海外布局的首选地区之一。因此，除了与厦门市政府合作，导入客服业务之外，将通过大陆子公司，将专责在大陆市场，引进其发展的资通讯(Information Communication Technology, ICT)服务。来源：2010-7-28 中国新闻网

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### 印度 9 月规模推出 3G 业务

据印度媒体报道，从 2010 年 9 月起，移动电话用户有望从拍得频谱的运营商那里获得 3G 服务，而高速宽带无线接入(BWA) 服务的推出时间可能更早。

印度电信部(DoT)秘书长 P.J.Thomas 对媒体表示：“印度国防部已经承诺尽早腾出频谱，所以我们将于 9 月 1 日向中标运营商分配频谱以提供高端移动服务，同时我们也正准备释放频谱提供 BWA 服务。”他表示，由印度电信部、N.M.Rothschild 印度公司和英国 DotEcon 公司组成的拍卖团体进行的频谱拍卖是有效的。“一方面，3G 和 BWA 频谱的拍卖价超过了 1.06 万亿卢比(约合 226.84 亿美元)，这超过了所有人的预期。但是同样重要的一个方面是，频谱真正的市场价值是通过高效和透明的过程来确定的。”

拍卖的形式、严重的频谱短缺以及随后政策的不确定性使得频谱价格超过了合理水平，导致了在这一轮中无法实现 3G 网络覆盖整个印度的目标。类似的情况也出现在 BWA 频谱的拍卖过程中，频谱的缺乏导致了价格水平很高。不过，Thomas 坚持认为，高昂的频谱费用并不会导致 3G 或宽带服务价格走高。来源：2010-7-27 人民邮电报

[返回目录](#)

### 日本数字信号全面取代模拟信号

2011 年 7 月，日本推行多年的数字电视信号将全面取代模拟信号，日本总务省在倒计时一年来临之际，采取各种手段推进数字电视的普及。

为推动全国的信号切换，日本各地的电视台制作了数十个普及数字信号的广告片。电视上还用滚动字幕提示用户“您目前收看的是模拟信号，该信号将于2011年7月24日停播，请尽快采取行动接收数字信号……”

日本总务省的报告称，截至2010年3月底，日本数字电视的家庭覆盖率达到83.8%。据日本电子信息技术产业协会称，彻底转为数字信号后，日本所普及的1亿台电视机中，约有3500万台模拟信号电视机不能接收数字信号。同时有调查显示，三成民众对信号转换不清楚、没准备购买数字电视机。在未更换数字电视的被调查者中，超过70%的人表示模拟信号电视还能看，超过40%的人表示经济上没有余钱购买新电视。来源：2010-7-27 人民邮电报

[返回目录](#)

## 美欧物联网技术渐成熟 发力业务推广

目前，美国在物联网技术基础方面占有绝对的优势，欧盟和日韩对于物联网业务的关注度较高。国外物联网相关技术发展已经比较成熟，开始大力发展物联网业务应用，并建立了较完善的商业模式。

邬明罡

虽然物联网概念出现的时间不长，但其相关产业一直在持续发展着。目前，国外相关技术发展比较成熟，已经开始大力发展物联网业务应用，并建立了较完善的商业模式。

物联网产业环节众多

物联网涉及很多的行业和企业，物联网概念出现后，这些企业逐渐被划入物联网企业的范畴。随着一系列物联网战略的制定和实施，这些行业和企业有望从物联网产业的高度实现整体发展。

据介绍，整个物联网产业可以分为四大组成部分，分别是基础技术研发、物联网制造业、物联网服务业和个人、企业客户。

基础技术研发为物联网设备提供基础性的支撑，其中嵌入式系统技术和半导体集成电路技术是物联网相关芯片的基础，新材料技术、微机电技术是微型传感器和执行器的基础，新能源技术为传感器和M2M模块提供能量供应。

物联网制造业和服务业是物联网产业的核心环节。物联网制造业为物联网业务提供基本的设备和系统，目前以M2M设备、RFID设备和传感网设备为主，另外还包括测试仪表设备、融合性网关设备等其他设备。M2M设备包括移动通信芯片、移动通信模块、通信网关等设备。RFID设备包括标签和读写器芯片、

相关天线等。传感网设备包括 MEMS 芯片、传感器、通信芯片和模块、传感网节点等设备。提供这些设备的企业都属于物联网制造业的一部分。

物联网服务业包括软件服务、基础设施服务、管理咨询服务、测试认证服务和应用服务。其中应用服务直接面向客户；基础设施服务包括网络传输服务、云存储服务；软件服务包括应用软件、平台软件、终端软件等。提供这些服务的企业都属于物联网服务业环节。另外一些企业可能同时提供多项设备产品，还有可能同时生产设备和提供服务。

尽管未来服务市场潜力将比设备市场要大很多，但物联网发展初期设备市场是增长的主力。目前物联网技术刚起步、物联网应用并不成熟，设备市场仍将是业界的关注点。

#### 基础技术集中在美国

目前美国在物联网技术基础方面占有绝对的优势，欧盟和日韩电信运营商对于物联网业务的关注度较高。

在基础芯片和通信模块方面，德州仪器是数字嵌入及应用处理半导体解决方案供应商，在物联网领域提供 ZigBee 芯片和移动通信芯片产品；英特尔作为计算机、网络和通信产品制造商，在物联网方面能够提供 Wi-Fi 芯片、蓝牙芯片、WiMAX 芯片和 RFID 芯片产品；意法半导体、高通、飞思卡尔等芯片企业也可以提供物联网所需的基础通信芯片。此外，Telit、Cinterion 等通信模块企业将通信芯片整合成能够独立完成通信功能的模块，可以直接嵌入到设备中使其拥有通信能力。

在传感网和 RFID 方面，美国是传感网技术的发源地，目前在全球市场处于领先地位，拥有 Crossbow Technology、Dust Networks、Eka Systems 等全球领先的传感网公司。目前全球主要的 RFID 企业也集中在美国，包括 Aero Scout、Savi Technology、RFCode 等。

M2M 与 RFID 和传感网不同，拥有电信网络资源的电信运营商在物联网市场发展初期并没有关注这项业务，因此产生了很多 M2M 业务的虚拟移动运营商 (MVNO)，他们租用电信运营商的网络提供业务，与电信运营商一样都属于物联网应用服务的提供者。随着电信运营商对 M2M 业务重视程度的提高，物联网 MVNO 地位逐渐弱化，其作用逐渐被电信运营商取代。目前，主要的物联网 MVNO 包括美国的 Jasper Wireless、KORE，英国的 Wylless 等。目前，物联网业务发展较好的运营商包括法国 Orange、英国沃达丰、美国 AT&T 和 Verizon、日本 NTTDoCoMo 等。另外，美国的 Tridium、Axeda 等企业提供 M2M 软件平台。

目前，国外物联网产业布局情况如下：领先的 RFID 和传感网企业主要集中在美国，尤其是加利福尼亚州北部的硅谷地区集中了大量的基础芯片和设备企

业。美国电信运营商早期不是很重视物联网业务，直到 2008 年以后才纷纷关注相关领域，因而产生了很多全球领先的物联网 MVNO 企业。欧盟在基础通信芯片方面也具有一定的基础，由于欧盟的电信运营商关注物联网业务较早，目前拥有较多的 M2M 通信模块企业，为 M2M 提供设备支撑。日本和韩国的物联网企业以电信运营商为主。

存在三种主要的商业模式

目前，国外 RFID 市场、传感网市场和 M2M 市场比较独立，商业模式也有所不同，存在三种主要的商业模式。

第一种是系统集成商为客户提供服务。系统集成商采购设备制造商提供的物联网设备，加上自己或者第三方的软件应用，组合成完整的解决方案提供给客户。这种模式是目前 RFID 和传感网业务的主要模式，很多企业集系统集成商、设备制造商于一身，同时生产设备和提供服务；还有一些企业(比如 IBM)通过采购标签和读写器设备，通过自己的软件组合成解决方案。

第二种是物联网 MVNO 为客户提供服务。物联网 MVNO 租用电信运营商的网络为客户提供 M2M 服务。通常物联网 MVNO 拥有自己的软件平台，需要购买终端等设备来制定解决方案，因此也起到系统集成商的作用。这种模式在美国较多，由于美国电信运营商初期对于物联网业务重视程度不高，因此产生了一批物联网 MVNO 企业。

第三种是物联网电信运营商为客户提供服务。电信运营商作为价值链的核心集成设备、软件，直接为客户提供服务。这种方式在欧洲比较常见，比如 Orange、沃达丰都采用这种模式，把握整个产业链，直接为客户提供物联网业务。

形成这三种不同的商业模式的原因，主要是电信运营商缺乏 RFID、传感网、短距离通信技术的基础，在 M2M 业务中很少涉及这些技术。目前除蜂窝移动通信技术以外的物联网通信技术主要由原先各领域的其他企业提供。

运营商提供平台和通用接口

移动互联网的发展已经使电信运营商从业务提供者转变为平台提供者，未来，物联网业务将深入到每个产业环节，深入到各个生活角落，电信运营商的角色将再次发生改变。

承担了一段时间网络提供者的职责后，目前电信运营商已经成为物联网行业的整合者，直接面向客户提供服务，尤其是欧洲以及日本、韩国的领先电信运营商。而美国电信运营商在加强了对物联网的重视后已经逐渐从网络传输者转变为服务提供者。但随着电信运营商在物联网市场的逐渐渗透，将不可避免地遇到所谓的行业壁垒。首先是在技术方面，各个行业有非常专业的需求，工业级的环境比人与人通信的环境要苛刻得多；其次是各个行业在自身信息化建设方面已经各

有一定的成果，很难再采用电信运营商提供的解决方案。在这种情况下，电信运营商应转变思路，采用提供通用网络业务设备、平台、接口和终端的形式，由各个行业的专业企业来开发并提供业务，电信运营商得到分成。随着 RFID、传感器与移动通信网络的融合发展，它们将被整合进业务平台。来源：2010-8-2 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

## 印度出台电信安全新规恢复进口中国设备

印度政府 28 日正式修改了电信安全协定，印度电信运营商可恢复进口中国电信设备，但新规部分条款更为严苛，中国企业如何具体执行仍存疑问。

据印度信息技术和通信部 28 日发表的声明，出于安全原因，所有电信设备供应商必须共享源代码和设计细节。若设备安装后发现安全问题，设备供应商须缴纳与合同相同金额的罚款，采用该设备的电信运营商也会被罚 5 亿卢比(1 美元约合 46 卢比)。印度信息技术和通信部官员表示，源代码和设计细节将会以加密形式保存在代管账户，并只在出现紧急安全事件时使用。新规定不是针对中国公司，而是适用于所有电信设备供应商。

华为印度公司相关人员告诉记者，他们目前对新规定的理解是，非核心设备可直接采购不需审批，核心设备可先签合同，再在一到两年内提供核心设备的一系列安全认证，意味着过去 6 个月因印度安全审查导致销售停滞的问题得到了“阶段性解决”，但提供源代码和设计细节可能存在知识产权方面的问题，这是业界普遍难以接受的条款。

据印度媒体报道，包括爱立信在内的西方电信设备供应商一直反对共享源代码，认为这是专利信息，不能存放在代管账户。

印度信息技术和通信部已下发新修订的文件以获得电信运营商的同意。中国企业相关人士表示，即使不满更为严苛的条款，还是会先接受新规定，否则在竞争激烈的印度电信市场会被对手抢了生意。至于部分严苛的安全条款，相关人士指出，企业也许会考虑未来全行业一起游说政府修改这些条款。来源：2010-7-29 新华网

[返回目录](#)

## 乌兹别克斯坦开通独联体首个 LTE 商用网络

俄罗斯及独联体地区最大运营商 MTS(Mobile Tele Systems OJSC)宣布,已在乌兹别克斯坦开通 4G LTE 商用网络。MTS 宣称该网络为独联体和中亚首个全面运行的 LTE 网络。

该 LTE 网络采用了 2.5-2.7GHz 上频谱,由华为部署,MTS2009 年 10 月获得牌照。

网络目前覆盖了乌兹别克斯坦首都塔什干中心区域,MTS 计划在接下来的一段时间内显著扩大网络覆盖。随着网络的开通,MTS 期待其用户通过使用具有 LTE 功能的调制解调器,享受最高达 100Mbps 的下行速率。

“我们的网络发展是业绩增长的关键驱动力,特别是在固网宽带普及率相对较低的地区。通过将 LTE 引入市场,我们能够向企业用户和个人用户提供当地最快、最可靠的宽带接入。” MTS 副总裁兼海外业务部负责人 Oleg Raspopov 表示。

“将 LTE 引入乌兹别克斯坦,还将使 MTS 从这一独一无二的经历中获得有价值的见解,并最终适用于今后在其他市场上的 LTE 运营。”他补充道。来源:2010-7-29 中国通信网

[返回目录](#)

## 印度电信安全新规：提交源代码 雇本土工程师

印度政府为解决电信设备安全问题,出台了严苛的外资设备采购规定。

网络托管须用本土工程师

公告称,如运营商所采购的设备中发现安装间谍、恶意软件,将对运营商处以采购合同金额的 100%。

同时外资电信设备厂商必须将源代码以及所有产品的设计细节、出售的服务,以加密的形式提交到一个第三方托管帐号上。安全机构和运营商在紧急情况下有权使用这些信息。

这些新规将加入运营商的运营牌照协议条款中,且立即生效。新规是对进口电信设备,特别是中国设备安全问题的一个解决方案。

自 2010 年 2 月 10 日开始,共有 450 起与中国设备厂商签署的订单因安全问题,未通过政府的审核,这些订单价值达 30 亿美元,也影响了所有电信运营商的网络扩容计划,新规的出台将使运营商尽快部署 3G 网络。

按照新规，全球电信设备厂商诺基亚西门子、爱立信、华为、阿尔卡特朗讯等，在接手运营商的网络管理及维护时，必须雇佣印度本土工程师，另外，新规补充说明，将给这些设备厂商两年的时间来调整适应新规。

印度较大的电信运营商巴帝电信(Bharti Airtel)、信实电信(Reliance Communications)、沃达丰(Vodafone)、塔塔电信(Tata Tele)以及 Idea 均和爱立信、诺基亚西门子、华为、阿尔卡特朗讯有网络托管合作。

信实电信将 GSM 网络管理外包给了华为，Loop 电信将 GSM 网络管理外包给中兴，可以预见的是，新规的出台将使目前的电信业哗然一片。

目前还没有任何一家运营商或设备厂商公开表示遵守新规，预计这样严苛的新规将使相关企业引发激烈反应，因此破坏运营商的网络扩张计划。

#### 运营商承担全部责任

按照新规，任何一家管理运营商网络的厂商，如被发现有任何资料泄露或安全漏洞，都可根据印度的数据安全保护法遭到起诉。

新规正式将因采购进口设备而引发的安全问题，完全转由运营商全面承担责任，此举将早期由政府针对设备厂商的策略，完全转移到运营商上。电信部门同时表示，如果有设备厂商被发现提供的设备有间谍软件，那么它将被列入黑名单，禁止在印度从事任何业务。

政府同时要求所有的电信运营商 30 天内，提交关于网络安全以及安全管理的组织策略。

根据新规，约有 18 种设备被列为“关键核心设备”，这些关键设备承担着智能呼叫路由、计费以及个人信息等，运营商必须得到内政部的安全审查以及第三方认证后方可签署合同。

新规同时采用了立法部门的建议，一旦发现采购的设备有安全问题，将处以等价于合同金额的罚金。

电信部原来的建议是为每张有安全问题的合同，处以 5 亿卢比的罚金，但新规规定，如果设备发现安装有间谍或恶意软件，将处以等同合同金额的罚金，举例说合同价值 90 亿卢比(2 亿美元)，那运营商本身除了承担 90 亿卢比的罚金外，再额外交纳 5 亿卢比的罚金。

据了解，原本内政部建议由设备厂商而不是运营商承担这笔巨额罚金，但立法部门反驳了这个建议，称设备厂商不在运营牌照监管范围之内，由印度政府强加给厂商罚款是不可行的。

#### 取消暂列黑名单

印度电信部同时表示，目前正着手成立印度电信设备理事会，以提高电信安全水平。理事会将由政府官员、电信行业人士共同组成。

新规的出台将取消针对 26 家设备厂商的暂时禁令名单，这张名单里的厂商包括联想、华为、中兴、日海通信、UT 斯达康、通宇通讯、武汉烽火、深圳国人、迈普通信等，名单中还有一家以色列电信设备厂商 Comverse。

核心设备也可以向这些厂商采购，但前提是需经过国际网络安全认证机构的审查。新规同时补充说明，为避免利益冲突，网络安全认证机构不能出自厂商所在的国家，这也就是说一家中国安全认证机构是不能为华为中兴等企业进行审查。来源：2010-7-29 中国通信网

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【竞合场域】

#### 3G 与金融行业融合加速

社会经济生活节奏日益加速，与此对应的，人们对于获取信息的要求也越来越高，不仅要高效还要智能化，而以随时随地、方便快捷、高效智能著称的移动通信技术便能满足人们的要求。为此，手机不再仅仅是通信的终端，还将会逐渐成为信息的终端，在 3G 愈发普及成熟的背景下，3G 与金融业的融合势必会越来越快，越来越高效智能，届时，小小的手机便能成为人们理财的大管家。

##### 3G 与金融行业融合加速

高通公司高级总监顾强早在 2009 年 5 月的 TD 国际峰会上便预言，2012 年到 2013 年全球 3G 的用户预计可以达到 16 亿。这 16 亿的 3G 用户意味着巨大的市场商机，而且这个潜力市场只会不断扩大，3G 将在很长一段时间为市场所服务，为社会带来源源不断的商业商机。如此，3G 与金融业的融合也便是顺应时势所趋了。

手机支付，即是移动用户通过手机对所需商品或服务进行账务支付的一种服务方式，而这也是继卡类支付、网络支付后，顾客们消费方式的新宠。卡类支付让我们的钱包不再需要塞满各种银行卡，网络支付让我们不再需要奔波于银行，而手机支付则更方便快捷。无论顾客身处何处，无论是否有银行 ATM 终端机，无论身边是否有电脑网络，只需一部小巧的手机和通信网络，便能解决一切烦恼。

手机支付好比随身携带了一个“电子钱包”，但是当下手机的应用远远不止供顾客“取财”，还能帮助主人“生财”，这便是手机炒股。当股民们遭遇电话委托“堵单”，当网上线路连接不畅时，只要拥有一部能够连上信号的手机，下

载手机炒股客户端软件或者登陆 WAP 股票网站，便能提供给股民朋友们方便快捷的炒股通道。

3G 的市场细分不再是单纯的价格驱动，已然渐渐转入应用驱动，为此，比老人手机、孕妇手机更早登台亮相的是商务手机。据相关资料，3G 网络市场中两大主动领域，其一就是手机电子商务领域，其二是手机游戏娱乐领域。手机商务除了基本的超长待机、储存保密、上网收发邮件等基本办公需求外，还拥有手机支付、手机订购机票旅馆等三位一体全方位的服务。

#### 手机变身个人理财终端

近日，国内知名的金融机构银河证券与中国联通正式签署了《战略合作协议》，同时银河证券经纪业务部与中国联通浙江分公司签署《3G 证券交易业务合作协议》。中国联通董事长常小兵把这次与银河证券的合作形容为“证券业的第一单”，并认为将会带动证券行业信息化的发展。由此可以窥见，假以时日，手机将成为顾客最主要个人理财终端。

当下，手机已经从生活奢侈品转为生活必需品，并且随着 3G 网络的成熟，手机终端不再是简单的通信工具，还会向个人理财终端发展。手机支付，手机订购机票旅馆，手机炒股，手机银行，手机购买基金，这些日渐成为生活中习以为常的词汇。

为了顺应形势，我国四大国有银行都已经推出了自己的手机银行服务，提供包括账户查询、转账汇款、自助缴费、信用卡还款、手机支付以及外汇、第三方存管、基金买卖、黄金投资等服务。加之各类金融证券行业推出的各种个人理财终端，可以豪言，只要你拥有一部手机，只要能够连上网络，用户就可随时登录手机银行办理各种金融业务。手机个人理财终端不会受时间和空间的限制，更加方便快捷，可节约大量用于柜台排队的时间，只需点几下手机按键或者屏幕，就可以轻松搞定账户查询、各类缴费、外汇业务、转账业务、基金交易等各类业务。如此，便能做到，轻轻一按，财富滚滚流进来。

#### 安全问题不容忽视

3G 网络市场蕴藏着巨大的商机，而随着 3G 与金融行业融合的加速，随着手机日渐取代银行、电脑网络成为人们理财的终端，在此“春光一片”的美好商业前景下，也暗藏危机，这就是手机个人理财终端的安全问题。

电信运营商、金融机构、第三方支付平台纷纷进入这片热土跑马圈地，都希望占据有利的位置。但是别忘了，3G 业务还并不成熟，电子商务的产业环境也并非完备。一组数据，2010 年，我国手机支付市场规大概 28.45 亿元左右，手机支付用户总数大概突破 1.5 亿人。由此可见，大多手机用户对于手机远程支付并不放心，究其症结，关键是用户们对于手机理财终端的安全性不放心。

手机银行密码保护，信用体系的不完善，手机病毒的侵扰，以及一些不法份子设置的商业陷阱，这些都是让用户们望而却步的安全隐患。与此便造成了巨大商业商机背后“叫好不叫座”的情况，财务查询、小额支付、查看股市这类业务尚可，一旦涉及大笔金额的交易，用户们的第一选择还是亲自到银行柜台操办。

因此，3G 与金融业的融合，除了不断推出与金融相关的终端产品外，还得联合相关部门打造一个产业链合作娴熟、支付体系安全、相关法规完善的环境，如此手机成为个人理财终端的现象将会实现“井喷”。来源：2010-8-2 通信信息报

[返回目录](#)

## 借力新媒体 国内动漫企业谋变

位于天津滨海高新区内的企业天津神界漫画公司与中国移动合作，将其拥有自主知识产权的漫画作品《三国演义》在手机上运营，上线仅 3 个月，收益就达 11 万元，而且上线内容仅是整部作品中的很少一部分。

像天津神界这样借助新媒体发展动漫业务正在成为一种新的趋势。中投顾问发布的《2010 - 2015 年中国动漫产业投资分析及前景预测报告》显示，长沙、武汉、天津等地的动漫企业开始借力手机、互联网、网络电视等新媒体发展动漫产业。

### 发力手机动漫业务

天津神界漫画公司董事长陈维东表示，2010 年我国手机用户接近 7.4 亿，现在的手机不仅仅是通信工具，更多的还要随时随地满足人们的娱乐和信息需求。

“只要与良好健康的收费模式相结合，手机动漫将对原创漫画内容的价值产生不可估量的影响。”陈维东说。

此前由中投顾问发布的《2010 - 2015 年中国动漫产业投资分析及前景预测报告》显示，手机动漫是国内电信运营商近几年才推出的一项新业务，其信息容量大和表现形式丰富等特点，正好符合当前通信技术条件对数据业务形式的要求，同时也被视作 3G 的热点业务之一。

中投顾问文化行业研究员蔡灵指出，手机动漫是动漫产业的延伸，结合了动漫的娱乐性与手机的便捷性，同时还把动漫融入以手机为载体的增值业务中，形成了动漫产业的又一个盈利点。

“3G时代的到来、手机技术的革新以及人们对手机娱乐内容要求的提高，为手机动漫的发展提供了技术条件和市场需求，手机动漫发展前景非常乐观。”蔡灵说。

武汉东湖高新区企业武汉华卓游戏开发公司创作的《上班族》、《贾君鹏漫游记》系列手机动漫，也被中国移动集团浙江公司采购，并成功实现手机上线。该公司相关负责人介绍，全国动漫手机用户有望突破1亿，以观看、制作、转发等计算，整个产业链年收益将达600亿元，该公司正在与中国移动联手打造手机动漫基地。

#### 试水新媒体市场

除了手机动漫，互联网、网络电视等新媒体也纷纷被动漫企业用作新的发展业务。长沙高新区一批原本以电视为主要播出平台的动漫企业最近开始尝试拓展新的播出平台，“试水”新媒体这个庞大的市场。

山猫卡通已在其公司网站上提供了手机动漫视频下载业务，内容包括《山猫和吉咪字母世界历险记》等热门卡通作品在内的数千集动漫视频。用户只需在相关网页上点击一下对应的“按钮”，再输入自己的手机号码，就可通过彩信的形式在手机上收到一集完整的动漫视频。

“按照下载一集动漫视频收费2元钱来计算，不断增长的手机用户可为公司带来源源不断的收入。”湖南山猫卡通公司总裁吴晖表示，目前上网人群主要以青少年为主，他们也是动漫产品的主要消费群，通过网络下载推广动漫，市场潜力巨大。

蓝猫动漫则依托互联网络，搭建起动漫公共技术服务平台，为动漫企业、工作室及个人提供电视动漫内容制作全流程服务。截至2009年年底，该平台已为湖南金鹰卡通等频道提供动画渲染服务7000多个小时、后期输出服务20余项。

特纳娱乐网络旗下的卡通频道品牌授权部(CNE)亚太区副总裁林佩诗表示，虽然CNE不能通过电视向中国观众播出其动画片，但他们可以广泛利用电子书、手机、互联网等新媒体，将其卡通故事和人物带到中国儿童的日常生活中，增加与中国观众的互动。

业内人士表示，过去绝大多数的动画制作机构，只能寄希望于电视台的播放。新媒体融入动漫产业后，在一定程度上突破了动漫作品“播出难、发表难、面世难”的瓶颈，同时，也弥补了电视媒体“局限于某一时段，受地域与时间的限制”这一劣势，让更多的观众无须定点、定时守候，可以自主选择时间与地点，观看、点播自己喜爱的动画节目或作品。

#### 动漫产业链衍生新模式

过去几年，国内产生了一批出色的网络动漫作品：小破孩、悠嘻猴、绿豆蛙等作品通过 Flash、QQ 以及 MSN 表情、数字漫画等方式，在网民中快速传播。此后，部分企业又推出漫画书、玩具礼品等衍生产品，在线下开展商品授权，获取了巨大的商业利益。

林佩诗表示，他们目前针对中国市场的衍生品包括书籍、玩具、卡通书等。“经过不断的市场运作，我们在亚太区已拥有超过 9000 万名消费者、超过 200 个品牌授权经营商以及超过 10000 种零售产品，游戏产品扩至 6 个平台。”

“动漫在突破内容创作瓶颈之后，依托新媒体来拓展市场将是今后的趋势。”湖南数字卡通动画工程技术研究中心技术人员肖航宇表示，随着互联网在线视频点播、软件定制、无线业务等技术难题的解决，在未来的动漫创作和衍生品开发领域，数字新媒体将会有更大的发挥空间。

据悉，目前新媒体融合已推动动漫产业从传统的文具、服装等实体产品开发，逐渐走向了手机铃声、互动游戏、数字多媒体点播等多个领域，动漫与数字媒体的联姻已成为不可忽视的潮流。

在动漫与新媒体的不断融合中，目前已形成一种较好的盈利模式，即动画、漫画创作生产—传统媒体与新媒体刊载、播放—动漫形象品牌形成与持续发展—卡通品牌授权与管理—动漫衍生产品的设计开发—动漫产品营销推广与网上贸易。与传统动漫产业链基本模式不同的是，这种新模式在动漫作品的策划、制作、发行、播映、授权、产品开发与销售等环节都兼容了新媒体的特点与市场规律，更加贴近市场的需求，动漫作品更贴近观众的需要，播出渠道更为广阔，动漫产品设计更显人性化，销售渠道更趋多元化，减少了产品开发与市场营销成本。来源：2010-7-31 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

## 中移动与诺基亚合推 TD 音乐手机

中国移动与诺基亚近日在上海世博园的信息通信馆联合举办诺基亚 TD 音乐手机暨中国移动“咪咕音乐之旅”发布会，联合推出了针对年轻人的诺基亚 X5-00 和诺基亚 C5-01 两款时尚 TD 网络音乐手机。

此次合作将从三方面开展：一是终端功能合作，作为中国移动定制的 TD 网络音乐手机，诺基亚这两款终端都预装了中国移动无线音乐客户端，并设置了专门的音乐快捷键，方便用户轻松访问中国移动音乐随身听播放器，体验无线音乐业务。二是内容合作，终端中预置了中国移动无线音乐 2010 年第一季度新歌专辑和咪咕明星学院新人十强歌曲共 35 首，用户享受完 20 次免费试听后，加入歌

曲下载 5 元包”即可永久使用内置歌曲并获得每月 50 首的新歌下载权。三是推广合作，2010 年 7 月至 10 月期间，中国移动与诺基亚将针对青年群体打造“咪咕音乐之旅”，在全国开展各种形式的主题音乐活动，推广这两款新的音乐手机。  
来源：2010-7-30 人民邮电报

[返回目录](#)

### 3G 手机补贴政策见效 二季度销量增三成

运营商二季度开始执行的销售刺激与补贴计划初见成效。Enfodesk 近期发布《2010 年第二季度中国移动终端市场季度监测》数据显示，中国移动终端市场 2010 年第二季度国内手机销售总量达 5916.1 万部(不计黑手机和水货手机)，环比增长 7.5%。其中，3G 手机销量环比增长 33.7%，共计 817.3 万部。从统计数据来看，补贴力度的加大降低了 3G 入网的门槛，进一步刺激消费需求。

在缩减开支的同时，三大运营商二季度齐齐加大手机营销力度。其中，中国移动数千万元 TD 手机在市场迅速铺开，中国联通把 3G 资费门槛一降再降，中国电信则将数百万部涵盖高中低端的几十款 CDMA 手机推向市场。此外，运营商 3G 用户快速增长，还受益于终端补贴政策刺激 3G 转网提速。

以中国联通为例，公司正受益于手机补贴带来的 3G 用户高增长。根据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突破百万大关。不少业内人士认为，受益于 3G 手机战略的调整及手机补贴幅度的加大，中国联通 3G 用户的增长有望呈现加速上涨态势。

来自民族证券的分析强调，虽然中国联通 3G 用户发展情况喜人，但规模仍然较小，对业绩拉动有限，目前公司主要业务收入仍来自于移动 GSM 网络和固网的本地电话业务，短期难以摆脱业绩压力。另有分析认为，中国联通对终端补贴力度和范围继续加大，公司于 6 月底推出 5 款 3G 千元智能手机补贴优惠政策，近日又大增普通定制 3G 手机补贴，加上 Iphone、乐 phone，中国联通补贴机型已全面覆盖高中低端市场，未来 3G 手机销量增长可期。

总体来看，经过一季度的春节长假之后，二季度用户对手机的消费需求得到释放，一线城市与部分二三线城市促销活动效果明显，促使整体手机销量继续保持环比上升态势。易观国际分析师王留生表示：“由于运营商集中资源对 3G 进行营销，越来越多的 GSM 用户换机时选择了 3G 制式手机，加上中国电信出台了对高、中、低三层用户的全面强力营销措施，对 GSM 手机销量形成的冲击较大。虽然受益于中低端用户的规模化发展与终端厂商库存促销，GSM 手机销量

二季度仍然保持小幅上扬，不过已经接近于增长停滞状态，环比增长仅 0.7%，预计以后 GSM 销量市场会呈现逐渐下滑态势。” 来源：2010-7-29 证券时报

[返回目录](#)

## 美国三大移动运营商欲发展移动支付服务

据国外媒体报道，美国三家主要的移动运营商已开始与信用卡发卡商合作，计划开展移动支付业务。

移动支付在欧洲一些国家和日本已经很常见，但目前在美国尚未获得发展。消息人士透露，AT&T、Verizon 无线和 T-Mobile 将与信用卡公司 Discover 金融集团和巴克莱集团合作，开发非接触式移动支付服务。双方将建立合资公司，在亚特兰大及其他 3 座城市试水业务。该合资公司正在寻找 CEO。

美国用户正越来越多使用功能型手机和智能手机，这类手机可以下载各种应用，满足音乐、地图、游戏和电影等多方面的需求。不过，移动支付在推广中可能会遇到一定阻力。

JD Power and Associates 分析师科克·帕森斯(Kirk Parsons)表示：“人们已经在网上进行银行交易，因此通过智能手机提供这类服务并不算是飞跃，而安全问题是其中的关键。需要确保功能的查看及使用能够像广告宣传的一样方便，这样才能提高普及率。”

这一系统能否成功取决于商户是否愿意使用移动支付工具。这一系统的交易手续费相对传统信用卡要低，这或许是吸引商户的主要动力。帕森斯表示：“我认为这一新服务不会提升智能手机的销售，这只是用户通过智能手机可以使用的又一种服务。”

Gartner2010 年 6 月发布的一份研究报告显示，全球超过 1.086 亿用户 2010 年将会使用移动支付服务，较 2009 年上升 54.5%。而全球 2.1% 的手机用户将会接受移动支付。

Gartner 研究主管桑迪·沈(Sandy Shen)表示：“在亚洲、东欧、中东和非洲等发展中市场，移动支付仍在强劲增长，而由于其他支付系统的存在，北美和西欧在这方面的发展相对落后。”在北美市场，移动支付用户数将从 2009 年的 190 万上升至 2010 年的 350 万，而亚太市场将从 2009 年的 4100 万上升至 6200 万。

Gartner 表示：“发展中市场找到了移动支付业务的规律，包括用户需要的功能，以及支撑服务的整个生态系统。而发达市场尚未找到答案。” 来源：

2010-8-3 新浪科技

[返回目录](#)

## 运营商角逐中低端手机：谁将是最大赢家

中国三家电信运营商在 3G 市场的竞争正如火如荼地展开。最近三家公司纷纷调整手机补贴策略，提升补贴水平，特别是对中低端 3G 手机的补贴。

2010 年 5 月，中国移动总裁王建宙宣布，中国移动 2010 年将提高手机补贴以扩大其 3G 用户群，补贴总额将高达 150 亿元，其中大部分将用于 3G 手机。这种补贴水平明显高于往年。与此同时，中国电信已经开始在某些省实施一项新的 CDMA 手机补贴政策，而一直避免实施 3G 手机补贴的中国联通最近也宣布跟进。

虽然三大运营商的技术和市场战略不同，但他们都把重点放在中低端 3G 手机上，意图借此扩大用户的数量。

### 3G 手机补贴提高了

自从 3G 服务于 2009 年在中国推出以来，大量补贴手机一直是三家电信运营商吸引 3G 客户的主要策略。

在 2G 时代，中国移动每年的手机补贴约为 80 亿元，但在 3G 推出的第一年，手机补贴提高到 120 亿元。该公司继 3G 网络的大投资之后，下一个首要目标是扩大用户数量，因此 2010 年将实施更多的直接手机补贴，以及部分的费用补贴。

中国电信在 2010 年年初表示，公司会延续 2009 年投入 100 亿元进行手机补贴的做法，为 3G 服务投入更多的或持平的手机补贴。举例来说，北京电信推出手机优惠券鼓励用户购买 EV-DO 手机。

中国联通的 3G 市场份额太低，将迫使该公司改变其手机补贴策略。2010 年 3 月，中国电信拥有 557 万 3G 用户，中国移动拥有 769 万 3G 用户，相比之下，中国联通只有 482 万 WCDMA 用户。造成这一差异的主要原因是中国联通的高端 3G 市场定位，和相比之下低于其他两家的手机补贴。

### 中低端 3G 手机成焦点

对中低端 3G 用户市场的关注也同时反映在运营商的手机采购策略上。

中国电信抢先一步在 2010 年年初宣布，2010 年将重点发展中等价位的 3G 手机，并将开发 1000 元的 3G 智能手机。中国电信计划与手机供货商合作，提供价格在 700 ~ 2000 元之间的中低端 3G 手机。

不久后，中国联通也重新调整其 3G 手机战略，目标是从高端转往中端。虽然中国联通仍计划推出数款价格在 2000 元左右的高端 WCDMA 手机，但是它的主力会放在 800 ~ 1200 元和 1200 ~ 1600 元这两个价格区间的 3G 智能型手机上。

最近，中国移动终端部门的高层表示，中国移动将增加中端和廉价手机，特别是售价低于 1000 元的 TD-SCDMA 手机。

消费者将是大赢家

这场手机补贴之争的赢家既不是运营商也不是手机制造商，而是用户。更高的补贴将吸引中低端市场的新用户，我们预期 2011 年会出现更多中低端手机。

然而，这些补贴将是中国电信和中国联通的沉重负担，因为这两家公司都不像中国移动那样拥有强大的现金流。

电信运营商的手机策略一方面将为手机制造商带来商机(预计运营商定制的 3G 手机将占据 45% 以上的手机销售总额)，另一方面，中国运营商对中低端 3G 手机的高额补贴吸引了来自外国、中国内地和中国台湾的许多手机制造商，更激烈的竞争形势将会持续对手机制造商近年急剧下降的利润施加压力。来源：

2010-7-30 人民邮电报

[返回目录](#)

## 全业务下电信市场份额变化 运营商调整发展方式

3G 用户的三分天下，很大程度上显示三家运营商在发展方式上的诸多变化。这实际上也说明了在全业务竞争格局下，单一网络的运营即便存在庞大的存量优势，也仍难以在新业务特别是增值业务中获得发展的主动权

在全业务竞争关系下，市场结构的变化对三大运营商的发展方式产生了重大影响，并促使运营商调整竞争手段，重新认识市场份额变化对未来发展可能带来的后果。

市场份额的变化蕴涵三大电信运营商发展方式的调整

从数据资料看，至 2009 年底，三大运营商的市场份额与重组前相比，已发生了诸多变化。

其一，主营业务收入结构变动较大。中国移动主营业务收入在三大运营商中的份额由 2008 年的 54.5% 上升到 2009 年的 55.5%，但是，至 2010 年第一季度却开始下降，市场份额减少了近两个百分点，为 53.9%；中国电信主营业务收入由 2008 年的 24.4% 上升到 2009 年的 25.6%，至 2010 年第一季度末达到 26.1%；中国联通主营业务收入的份额继续呈下降趋势，已从 2008 年的 21.1% 降到 2009 年的 18.9%，2010 年因固网宽带业务的增加，份额再次升至 20%。

其二，利润结构仍是中国移动一家独大。至 2010 年第一季度末，中国移动、中国电信和中国联通三家运营商的利润分别为 254.77 亿元、42.9 亿元和 11.29

亿元，分别占三家公司总额的 82.46%、13.88 和 3.65%，其中，中国电信和中国联通两家利润之和仅相当于中国移动利润的 21.27%，重组时业界所设想的双寡头局面难找踪影。

其三，从 3G 用户发展的数量看，中电信增速显著。按照统计数据，至 2009 年底，中国移动、中国电信和中国联通三家公司各自拥有的 3G 用户数分别为 340.8 万户、407 万户和 274.2 万户，分别占 3G 用户市场的 33.27%、39.82% 和 26.81%。

主营业务收入的变动并未优化三大运营商的利润结构，这是全业务牌照发放后市场关系的最显著特征，而 3G 用户的三分天下，则在很大程度上显现了三家公司在发展方式上的诸多变化。

网络融合成为转变发展方式的最重要途径

在全业务竞争格局下，单一网络的运营即便存在庞大的存量优势，也仍难以在新业务特别是增值业务中获得发展的主动权。

比较看，中国移动至今在宽带网商用建设上无所建树，互联网业务全部压在步履维艰的移动互联网领域，受终端、网络、带宽、信息源的约束，名义上的手机上网收入在 2009 年达到 183.38 亿元，比 2008 年的 129.77 亿元增长了 41.86%。如果按中国移动手机用户的数量分析，相当于每个用户一年在移动互联网上的支出(这是一个模拟推算数，而非真实的有效数字)仅为 33.40 元，同样的比较，中国电信为 52.59 元。

进一步分析将发现，中国移动因没有固网宽带，在网络业务的收入上正在被其它两家公司甩开。2010 年 5 月，中国电信和中国联通的固网宽带用户数已分别达到 5745 万户和 4293 万户，分别比 2008 年增长 7.5% 和 11.34%，中国联通 2010 年的增长势头更快更猛。

拥有移动网和固网宽带的中国电信在全业务体系下，增值业务发展的有效性和针对性日显突出，目前，在主要发展内容方面，中国电信基于增值业务的内容包括爱音乐、无线宽带、189 邮箱、天翼 LIVE、移动全球眼、天翼视讯、天翼对讲等商用前景良好的业务领域；中国联通在短信、GPRS、炫铃等领域也可见商业前景，而中国移动除了在传统业务诸如短信、彩铃领域有稳定的收益外，在手机上网、彩信、无线音乐俱乐部、手机报、飞信、12580 综合信息服务等领域均没有盈利点和盈利模式。

凭借固网宽带，中国电信持续推进聚焦客户的信息化战略。以“商务领航”作为企业客户品牌，推出数字城管、工商 E 通等融合差异化行业应用，有效拓展了政企中高端客户。2008 年，政企客户收入同比增长 10.9%。2009 年，政企客户达到 3210 万，2010 年第一季度，达到 3294 万。目前，中国电信和中国联通

以发展集团客户和大客户的方式，实施新的“跑马圈地”，名义上是做增值业务，实际是强占剩余的移动客户资源。由于有固网宽带的依托，两家公司在 2010 年上半年取得的市场突破成效显著。

相比而言，中国移动目前全力维持集团客户的保有和拓展，试图以宽带接入和内容聚合、中小企业信息化普及、城乡信息化推进，机器到机器 (M2M) 和移动电子商务在集团客户领域实现规模突破。截至 2009 年底，集团客户总数达到 278 万家(2008 年为 233 万)，纳入集团客户管理的个人客户数占客户总数的比例达到 35.4%(2008 年为 28.1%)，集团信息化收入超过人民币百亿元。

但是，评估三家运营商集团客户的有效发展，可以发现所谓的集团客户或大客户，实际仍属于移动通信的集群客户或专网客户，其中，增值业务的价值量很少，传统的市场掠夺行为仍是发展方式的主导。从发展后劲看，中国电信和中国联通在 2010 年借助三网融合试点的机会，争到了 90% 以上的试点份额，靠网络融合和业务融合，使其在增值业务领域和新的发展方式建立方面，获得了很大优势。

#### 全业务下三家运营商战略定位发生变化

中国电信“综合信息服务提供商”的定位遇考验。网络融合和产业分工，特别是信息经济的特殊形态决定一家公司很难做到既是“公路”运营和管理者，又是“汽车”生产者。信息的多元化和跨领域性，要求未来必须成立多家专业的信息源公司，而电信运营商只能最大可能地创造最优的信息流动通道，整合最有效的信息传输方式。

因此，中国电信尽管今天仍在坚持做综合信息服务提供商，但从其现实运营效果看，“综合”难以定位，统领 ICP、ISP 难于上青天。

所以，中国电信有效的发展战略应是重点打造 C 网平台，在网络服务系统领域试图建立更广泛的应用平台，全面稳定上网本的市场份额，真正实现中国电信一度提出的“网络无处不在”的宏图。

中国移动“高打低行”。目前，中国移动在 3G 发展方向和新技术标准的选择战略上，明显处在强势地位，但事实上，中国移动走的是“高打低行”的运营方式，表面上气势宏大，但实际是在吃老本。此外，中国移动一度把战略定位放在通吃和制定手机统一操作平台上，希望以统一操作平台一统天下，但很快遭到业界围攻，还曾希望盘铁通固网，以求发展固网宽带，但铁通残留问题之多，令中国移动无从下手。可见，中国移动“高打低走”的发展方式遗害无穷，这里有体制问题，也有公司决策观念的问题，“高打低走”的持续，将必然导致电信领域曾经是最有价值的资产逐步贬值，最有竞争活力的公司沦落为温室里的蛤蟆。

中国联通尽快摆脱目前胡打乱撞的局面。受多重压力，中国联通的发展主线一直模糊不清，2010年虽然在固网宽带和手机终端领域有所建树，但仍确定不了公司整体的发展方向。因此，应尽快完成内部关系的融合，主打融合业务，依靠三网融合和两化融合，建立一套后击搏发的战略体系。在发展方式的选择和定位上，中国联通优势很多，关键是要着眼未来大政策、大体制的变化。我认为，联通注定还会成为中国电信体制改革的实验场，所以，联通为此也更需要在创新机制上做新文章，在市场运营体制上走出一条能在“双寡头”垄断下的“特种部队”之路。来源：2010-7-29 通信信息报

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 中移动 9 元周套餐再度强攻香港市场

为抢占香港市场，国内移动运营商狠下心拿话费开刀。昨日，记者从中国移动内部获悉，中国移动已在原有香港一卡多号月套餐的基础上，又推出针对香港的一卡多号日套餐和周套餐资费方案。

目前，中国移动集团公司已向工信部相关部门递交了关于香港一卡多号资费套餐方案的报告，并于近期起开始执行该资费方案。其中，香港一卡多号日套餐功能费为 2.9 元/天，周套餐功能费为 9 元/周。

中国移动 10086 的客服人员告诉记者，此次推出的“香港一卡多号资费套餐”专门针对经常往返内地和香港的用户，用户开通该业务后，无需更换 SIM 卡即可获得一个在香港使用的副号码。此前，中国移动已推出香港一卡多号月套餐，功能费为 19 元/月。而日套餐在 2010 年 6 月 1 日起已试推出，目前是在优惠期，功能费为 2 元/天。

用户在交纳功能费后，这几种套餐在通话费方面一致，即主叫香港当地号码通话费标准为 0.39 元/分钟，主叫内地号码通话费标准为 0.69 元/分钟，用户发短信至内地的资费标准为 0.19 元/条，发短信至其他国家或地区的资费标准 1.09 元/条。而如果不使用套餐，用户在香港拨打内地电话资费主被叫均为 1.19 元/分钟，发移动短信 0.39 元/条。

另据记者了解，以往去香港的消费者大都直接购买香港本地手机卡，有 30 元、50 元等多种面额，主叫内地号码通话费标准为 0.25 元/分钟。一位业内人士告诉记者，虽然表面看起来香港买卡花费更低，但不少游客都面临如果卡上金额使用不了就作废的问题，这样算来，移动按分钟计费的套餐还是对市场有一定冲击力。

业内网站科技讯负责人李忠存也分析，目前三大运营商的资费战进行得异常激烈，在国内移动资费和漫游费用已大幅下调、空间不大的情况下，高昂的国际漫游费用也就成为了运营商未来资费调整的重点。来源：2010-8-3 北京商报

[返回目录](#)

## 中国移动北京郊区开工建信息港占地 1322 亩

知情人士透露，中国移动两大基地之一的北方国际信息港项目于近日开工建设，该基地规模庞大，占地 1322 亩，总建筑面积 130 多万平方米。

中国移动国际信息港建设开工

中国移动国际信息港位于北京西南燕山山脉和长城之间，预计在三期工程周期内将建成 130 万平方米的数据中心、写字楼和客户服务呼叫中心。

此前，2010 年 1 月，中国移动为这个国际信息港项目举行了奠基仪式，并计划 7 月开工。

该项目总建筑面积将达到 100 多万平方米，整体规划已经完成，一期工程 7 月开工，2011 年 6 万平方米的数据中心以及 IT 机房将投入使用，三年内将建成 45 万平方米功能完善的科技园区。

两大基地南北呼应

这是中国移动在全国集中建设两个现代化、具世界一流水平的生产基地之一。该基地包含国际化 IT 支撑、研发创新、信息服务和交流展示四大功能定位，将建成一个节能环保、高度信息化的“绿色科技园区”。

同时，与中国移动位于广州的南方基地南北呼应，构建中国移动集中化运营体系支撑体系。国际信息港的建设内容包括生产机房、IDC、实验室、呼叫中心、网络监控中心、办公楼以及各种生产生活配套设置，

中国移动希望北京的国际信息港与位于广州的南方基地共同构建中国移动的集中化运营支撑体系，并以此为平台发展呼叫中心、IT 支撑等信息服务外包，加强 TD-SCDMA 自主创新，推动移动信息产业聚集。来源：2010-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 中移动 TD 四期招标结果揭晓:华为中兴大唐列前三

知情人士透露，中国移动 TD 四期招标结果已经于近日揭晓，按照中标份额排名，前三名分别为华为、中兴通讯和大唐移动。

TD 四期招标规模空前，基站数达到 10.2 万个，除了对前三期的 238 个城市的 TD 网络进行优化和补点，还要在 101 个地市新建 TD 网络。

根据已透露的初步招标结果，华为获得 28%-29% 的市场份额，居第一名；中兴通讯获得 22% 的市场份额，排名第二；大唐移动获得 18-19% 的市场份额，排名第三。

排名第四的是诺基亚西门子，获得了 8% 的市场份额，中国普天排名第五，市场份额为 6%，新邮通与中国普天市场份额差不多，紧随其后；烽火通信获得 5% 的份额，与爱立信垫底。

此次招标结果与商务招标的结果有很大关系，商务招标分数占中国移动 TD 四期招标评分的 50%，而根据之前的报价，华为报价远低于其它两家主要竞争对手，这注定了华为将获得市场份额第一，业内曾普遍预计华为将获得 30% 的份额，但最终华为份额略低于预期。

中兴通讯此次报价较高，但仍获得 22% 的份额，虽然远低于 TD 三期的市场份额，但比业内预期的高，可能与其技术标分数有关。

大唐移动此次报价适中，其最终获得的市场份额比 TD 三期高，属于预期之中。

TD 国产四强中的中国普天报价上与中兴通讯差不多，价格不低，获得的市场份额与 TD 三期一样，排名也仍为第五名。

两家 OEM 厂商爱立信和烽火通信均使用大唐移动设备，市场份额垫底。

之前，中兴通讯在 TD 设备领域一家独大，此次招标结果主要为中国移动从产业链长期健康发展角度，均衡了各厂家的利益，总体上拉小了各厂商的差距。同时，略微增大了诺基亚西门子等国外厂家的份额比例，希望国外厂家来发展 TD，也有助于 TD 的国际化道路。来源：2010-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 北京电信高额补贴黑莓业务

针对刚刚上市的黑莓手机业务，昨天北京电信宣布推出黑莓手机终端补贴政策。

北京电信介绍，黑莓 9530 终端补贴政策参照现行商务领航终端补贴政策执行，也就是用户入网并预存一定话费，且承诺一定在网时间，即可获得不同额度的终端补贴，用户购买价值 4500 元的黑莓 9530 手机，只需支付原价与补贴金

额之间的差价即可。例如用户选择 189 元套餐并预存 2268 元话费，预存话费将分 24 个月返还给用户，而用户只需再花费 2232 元即可得到黑莓手机。

另外，北京电信用户选择 389 元及以上档位套餐还可获得 4560 元的终端补贴，无需再支付手机差价。来源：2010-7-29 京华时报

[返回目录](#)

## 中国电信启动 IPv6 商用放号

记者昨日获悉，近期中国电信将拉开城域网下一代互联网商用大幕，正式启动中国首批城域网络的 IPv6 商用放号。IPv6 发展及演进已成为中国电信未来网络发展的关键战略。日前，中国电信广东研究院与华为公司签订联合创新协议，并设立联合创新中心实验室，双方将推动 IPv6 商用化。来源：2010-7-31 新京报

[返回目录](#)

## 【中国联通】

### 联通切入证券业 3G 应用市场

信息技术是证券企业提高业务效率、提升服务质量、增强竞争力的重要手段。随着 3G 技术的发展，证券业网络化、宽带化、随身化和高私密化已成为锐不可挡的趋势。近日，中国联通与中国银河证券在京正式签署了《战略合作协议》。同时，银河证券经纪业务部与中国联通浙江分公司也签署了《3G 证券交易业务合作协议》。

据了解，中国联通和银河证券签署的《战略合作协议》主要内容为，通过强强联手，充分发挥双方网络、应用平台、营销渠道、客户服务等资源互补的优势，巩固已有合作，拓展创新应用领域，提升证券产品的品质与信息化应用水平。银河证券与中国联通的跨界强势联盟，将极大推动国内证券业步入新信息化时代。

试水 3G 证券交易业务，银河证券领航市场蓝海

统计数据显示，2010 年 1 至 5 月，在全国 100 家券商中，银河证券以 2.11 万亿元的股票交易额抢占了超过 5% 的经纪业务市场份额，在所有券商中位居榜首。

银河证券作为行业经纪业务龙头企业，在经纪业务交易体系及客服服务方式上不断进行创新，目前已建成双子星交易、海王星交易、网站 WEB 交易、手机交易等多交易通道、多种交易服务方式的非现场交易体系；建立了武汉财经信息

中心、4008 电话客户服务中心，构建了由网上交易客户端、网上营业厅、手机服务、网上在线客服服务、网上在线专家理财服务、4008 电话服务等多层次、多渠道、集中统一的完善的非现场客户服务体系。

根据《3G 证券交易业务合作协议》，中国联通将为证券客户定制具有银河证券“财神通”交易软件的 3G 移动终端——“玖天财富理财终端机”，以满足证券客户对移动证券业务快捷、稳定和安全性的需求。这一基于中国联通 WCDMA3G 网络技术的证券交易通道的开辟，将进一步巩固银河证券行业经纪业务的龙头地位。

签约仪式上，中国联通董事长常小兵表示，中国联通会尽自己最大可能，通过 3G 通信网络，为广大客户提供昨天想要而不能获得的、今天能够提供而且能够做得更好更多的业务和服务，相信我们合作会进一步地促进证券信息化时代的到来。

联通 WCDMA 网络的核心优势与银河证券经纪业务优势实现完美结合，对于证券业 3G 信息化应用具有标杆意义。定制 3G 移动终端是双方推进战略合作的初步尝试。未来，随着双方合作的推进，在其他方面的合作也会不断突破。

据悉，银河证券与中国联通、宝马、东方财富网联合推出了“银河玖天群星会炒股大赛”，这也是银河证券与中国联通全面战略合作中的重要一环。本次比赛将历时两个月，提供了总价值百万的奖项，其中包括 2 辆总价值 60 万元的豪华宝马 BMW320i，吸引了众多投资高手的参与。参赛者通过使用玖天财富理财终端机进行炒股，能够更深入的了解银河证券旗下的明星证券账户产品“玖天财富”，并切身感受使用联通 3G 移动宽带网络炒股带来的便捷与高速。

#### 携手券商巨头，联通加码抢滩行业 3G 应用市场

3G 网络的投入使用，使产业融合发展趋势增强，三大运营商不断加大对各个行业的渗透，通过跨界合作，实现资源共享，品牌效应叠加，提升在优质客户市场上的竞争力和份额。庞大的行业市场，能够为运营商迅速带来收入。

三网融合后，中国联通的综合实力得到大幅提升。从 2009 年以来，中国联通频频与多个行业的龙头企业签署战略合作协议框架，如南方电网、中石化、中石油、中国国航、腾讯公司、苏宁电器等等。与某一行业的龙头企业或领先性企业的战略合作，对中国联通推动行业 3G 客户，起到了积极作用。

中国联通的 3G 网络采用了全球先进的 WCDMA 制式，凭借“技术最成熟、应用最广泛、上网速率最高、开通国家最多、用户数量最大、产业链成熟度最高、手机终端最丰富”等多项领先优势，以及前瞻性的战略发展规划，中国联通在 3G 技术行业应用方面已经形成了领跑优势。

金融业是国民经济的核心行业，3G 盛宴开场，金融业必定不会缺席。如何结合通信领域的技术与金融行业应用，搭建两个行业之间的双赢平台，是金融机构与通信运营商都在关注的重要议题。面对金融业的巨大市场空间，国内电信业翘楚中国联通显然已经敏锐地捕捉到这一讯息并率先做出反应。2010 年以来，联通在金融行业动作频频，先后与交通银行、中国银行、中国平安、泰康人寿签署战略合作协议，为联通进一步拓展金融行业 3G 应用市场奠定了坚实基础。

中国银河证券在全国 29 个省、自治区、直辖市设有 214 家证券营业部，是目前国内分支机构最多的单体证券公司。其经纪业务收入和综合实力持续保持行业第一。此次携手银河证券，并推出 WCDMA 3G 理财终端机，是中国联通证券行业拿下的“第一单”，这一“大单”为联通未来更广泛地涉足证券业乃至金融业 3G 应用市场搭建了有力平台。

与行业龙头企业签署战略合作协议，中国联通的最高层领导往往都会亲临现场。此次与银河证券的签约仪式，合作双方均表现出高度重视，中国联通董事长常小兵、高级副总裁姜正新、浙江联通总经理郭晓科，中国银河证券董事长陈有安、中国银河证券副总裁李梅等高层领导亲自到场见证了签约仪式。中国联通的举措表明了其对服务龙头企业的重视，也显示了其进军行业 3G 应用市场的决心与能力。来源：2010-7-31 华夏时报

[返回目录](#)

## 联通高层昨赴美谈判引入 iPhone 4 和 iPad

据媒体报道，中国联通已由副总经理李刚带队，于昨日启程去美国与苹果公司谈判，计划引入 iPhone 4 和 iPad，此行应该能敲定具体引入时间。

李刚是中国联通分管市场营销及终端业务的副总经理，据悉，其此次赴美谈判主要随行人员还有中国联通销售部总经理于英涛和联通华盛总经理季巍。

苹果已于 6 月 7 日正式发布新一代智能手机 iPhone4，15 日开始在网上接受预定，24 日正式发售。2010 年 7 月登陆其他多个国家和地区、包括澳大利亚、奥地利、比利时、加拿大、丹麦、芬兰、香港、爱尔兰、意大利、卢森堡、荷兰、挪威、新西兰、新加坡、韩国、西班牙、瑞典和瑞士等。

目前李刚一行虽然已经赴美谈判，但到底联通何时能在中国内地销售 iPhone 4，仍然是个未知数，主要是在全球 iPhone 4 供不应求的情况下，苹果公司的产能有限。

另外，近日有一位自称是武汉联通员工的网友“CUGSM”发布了数张号称是联通版 iPhone 4 的真机图照及其菜单截图，经向中国联通相关部门人士咨询，联通还没下发 iPhone 4 内部测试版机子。来源：2010-7-28 深圳特区报

[返回目录](#)

## 联通应用商店 8 月中旬开通上线 取名沃商店

经过向中国联通内部人士确认，联通应用商店 8 月中旬将开通，但叫 WoStore 还是 UniStore 仍未对外明确。

之前传联通应用商店名称将为 UniStore，但最近又有消息称联通将取名为 WoStore。从百度上搜索可看到，若搜索“联通应用商店”这几个字，出来的是网址 <http://www.unistore.org.cn/>。

从这个网址的后缀带 org.cn 来看，这似乎就是联通应用商店的真正网址，因为 org.cn 是官方网址，普通人不可以注册到。但该网址无法打开，且联通测试页面中既出现过 WoStore，也出现过 UniStore，最终情况还需要看上线的结果。

不过，预计中国联通将其应用商店的中文名字定名为“沃商店”，目前由上海联通负责研发的“沃商店”已经于 7 月 12 日进入内测阶段。

据悉，该应用商店在支付模式上将采用“中间账户”的模式，用户注册联通应用商店时会自动注册“中间账户”，便可绑定话费支付或者支付宝、财付通等第三方支付工具。此外，联通应用商店不仅支持中国联通手机用户使用，也支持中国移动和中国电信的手机用户使用。来源：2010-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 中联通 3G 策略大调整 移动上网成下半年主卖点

自传出中国联通希望引入 iPhone 4 的消息以来，iPhone 4 何时在国内上市就一直一直是业界关注的焦点。据《第一财经日报》报道，中国联通集团 7 月中旬对各地分公司下发了清理无 WiFi 功能 iPhone 库存的命令，并表示，必须 7 月底前保证 iPhone 库存为零，以确保不影响 iPhone 4 上市。另有消息称，目前中国联通与苹果就引入 iPhone 4 的谈判还在进行中。

中国联通已从 iPhone 的热销中尝到了甜头，以终端驱动的用户发展模式初见成效，下半年移动终端上网将成为 3G 应用的主要卖点。

借 iPhone 突破 3G 市场已开始奏效

根据中国联通最新年公布的数据显示，2010年6月，中国联通3G用户增长103.2万户，而5月增长102.3万户，连续两个月3G用户增长超过百万，截至6月底，中国联通3G用户数量达到756万户，其中3G手机用户数为694.73万户。业内分析人士认为，中国联通3G用户增长速度加快，且其中多为3G手机终端用户，这得益于WCDMA和iPhone，也得益于中国联通的加大手机补贴力度等终端销售策略。

作为中国联通3G用户发展的切入点，iPhone近来的持续火爆为其带来大量优质的3G用户。同时，中国联通的3G品牌也因iPhone而得到提升。中国联通2009年财报显示，其联合苹果公司推出iPhone终端，WCDMA网络与iPhone终端的结合提升了公司3G品牌影响力，支撑3G高端用户发展。3G用户通信使用量达到30.6亿分钟，平均每个用户每月收入ARPU为141.7元人民币。

有消息称，为实现零库存目标，中国联通各地分公司可以针对前期已预订的集团用户，将32GiPhone合约计划的6999元调整为5888元，而其套餐档次及分月返还仍然按原有32G的标准执行。这意味着，中国联通集团用户购买iPhone的价格将比之前又降低1000元左右，而这已是继5月1日后，中国联通第二次对iPhone调价千元的促销。

2010年5月1日，中国联通对其3G整体资费体系、3G终端营销策略做出调整。其中，中国联通3G整体资费体系的调整包括调整3G基本套餐、新增36元数据套餐、新增96元档iPhone套餐等。而中国联通iPhone合约购机方案调整之后，用户购买iPhone的价格比此前降低一千元左右。这也是中国联通iPhone近两个月来紧俏的原因。

#### 中国联通策略调整显现后发优势

尽管中国联通3G商用相对较晚，但由于其手中有一副好牌，正所谓“手中有粮心不慌”，经过一年多的发展，中国联通凭借成熟的WCDMA技术以及丰富的终端，后发优势已逐渐得到体现，尤其是，2010年5月以来，中国联通采用“终端+资费+渠道=3G成功”这一公式大力拓展市场，较之以往获得更高的回报，如果市场运营策略得当，中国联通3G用户良好的增长势头将得以延续。

中国联通的3G用户发展策略从原来的以高端客户为主转变为同时面对中高低层次的用户。为此，中国联通不断增加3G手机终端的种类，除iPhone外还相继推出了另一款战略型终端乐Phone、千元3G智能手机和三星“大器”等高端商务手机。这样一来，中国联通3G手机形成高、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。

与此同时，中国联通加大3G手机补贴力度，进一步降低消费者步入3G网络的门槛。《华夏时报》引用知情人士的话称，中国联通实际上至少开始实施三

种 3G 补贴政策革新：千元 3G 手机和套餐上市计划，普通定制终端用户大增补贴政策 and 自备机入网用户补贴计划。19 日，中国联通宣布，在千元 3G 智能手机上市后将推出普通定制手机的补贴方案。

另外，中国联通加快了对渠道资源的争夺。7 月 15 日，中国联通和苏宁电器宣布全面开展战略合作，根据合作协议，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。苏宁电器也将全面开放全国门店，设立中国联通的业务受理及终端销售区。

#### 突出手机高速上网是重点

中国联通下半年攻势已展开，希望在日趋激烈的 3G 用户争夺战中占据主动。近期，中国联通的终端策略和网络优化都证明了这一点。这也是中国联通应对越来越激烈竞争的需要，中国电信的互联网手机概念获得市场认可，中国移动的移动互联网战略深入推进，要维持高速增长，中国联通必须充分发挥自身的技术优势，突出 3G 的上网功能。

据人民网 3G 用户体验调查显示，针对“您使用频率最高的功能是什么”的问题，超过一半的被调查者(54.4%)选择了“高速上网”；14.3%的用户使用 3G 手机下载音乐、网游，丰富自己的娱乐生活；9.1%的用户喜欢视频通话；5.8%的用户选择了“订票购物等电子商务应用”。

CNNIC 最新报告显示，截至 2010 年 6 月底，手机网民用户达到 2.77 亿，在整体网民中的占比攀升至 65.9%，相比 2009 年底增加了 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%。随着 3G 业务的持续开展，移动互联网展现出了巨大的发展潜力。

3G 上网功能的日益突出，预示移动互联网发展真正起步，相关应用创新显得更加迫切。正如中国联通董事长常小兵所说，3G 运营成功需要有三方面的要素：相应的网络覆盖；终端要跟得上用户需要；要有各行各业为老百姓提供服务的应用。来源：2010-7-29 通信信息报

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

### 【中兴】

#### 中兴通讯全面升级中石油核心通信网络

目前，中兴通讯所承接的中国石油天然气集团公司广域网改进项目——未上市企业骨干网改造工作已接近收尾阶段。作为中国石油近三年来最大的一次骨干

网改造工程，其核心通信网络将在中兴通讯的精心改造中全面升级。中兴通讯凭借其扎实的技术实力，专业的研发服务团队，以力保专业应用系统能安全可靠地在大规模信息网络上传递，最终实现中国石油网络端到端畅通的数据传输。为中国石油信息化建设“加油”，力促其“两化融合”发展战略的实施，中兴通讯视为己任。

随着中国石油机构重组的不断深入以及近年来石油行业发展的突飞猛进，集团公司的一些单位暴露出了网络基础比较薄弱、链路资源缺乏的不足，无法满足各类应用系统上线运行的要求，因而对网络改造的需求十分迫切。中兴通讯通过细致的调研，严格按照中国石油骨干网设计标准和实施方案，为其量身定制了涉及面广、技术先进的网络改造方案。该骨干网络改造方案包括核心层、汇聚层、接入层等多项改造，内容涉及链路带宽、企业 ERP 和 MES 运营支撑系统、IP 通信系统的大规模实施等方面。

本次项目涉及中国石油全国 60 几个油田、化工、销售公司，以及中亚、澳洲、拉美等部分中国石油海外公司的网络建设和改造，其中就包括中国石油最大的两家油田大庆油田和长庆油田。中兴通讯将通过此次改造全面升级中国石油的核心网络，实现对网络的高性能、高安全性、支持工业自动化应用、可扩展性和投资保护等需求，大幅扩充其链路带宽、增强全网的可靠性，同时保证单位未来 ERP 和 MES 系统更好地协作运行与信息共享，使之成为一个专业的核心通信网络。该网络不仅保证了中国石油现阶段全网业务的有效联通，还可支持其未来的发展，将有效地提升中国石油的工作管理效率，进而增强其核心竞争力，以在复杂的经济环境和激烈的竞争之中保持绝对的竞争优势。

据悉，中国石油一直致力于中国石油信息化建设发展战略的实施，坚持根据总体规划建设统一的信息系统平台，持续扎实推进信息化建设工作，完善以数据中心为基础的信息安全体系，实现 ERP 系统的基本建成应用和统一信息系统平台的主体架构。而这些目标也正是中兴通讯耕耘能源行业多年的积累所在，中国石油核心网络的全面升级，在中兴通讯的技术支持下，正从容以对。

另据悉，中兴通讯凭借其对中国能源通讯市场的深刻理解和坚实的技术实力，一直积极助力能源行业信息化建设。而其今年开展贯穿全年的“携手 2010”活动，亦旨在加强与客户的面对面交流，更好地探讨未来技术与行业应用的发展趋势，深挖企业网客户的深度需求。活动期间，中兴通讯还将与能源行业通信与信息化建设的相关部门进行深入沟通，共话能源行业通讯特色，携手打造安全、专业、先进的能源行业通讯网络。

中兴通讯一直把企业网市场作为公司重要的发展战略之一，在企业网市场一贯以诚信、创新、服务为驱动力，与渠道伙伴建立长期、稳定的合作关系，为交

通、能源、金融、政府、教育、税务、广电等行业及企业客户提供优质产品、端到端的解决方案和本地化服务。在能源通信领域，中兴通讯更拥有丰富的经验积淀，并且通过不懈的努力和“凝聚客户身上”的核心企业网价值观获得了能源客户的一致认可，一直维持着很高客户满意度。来源：2010-08-02 飞象网

[返回目录](#)

## 【华为】

### 华为自主品牌手机进军印度

昨日，华为公司宣布自主品牌手机进军印度市场，计划在当地推出 20 款新手机。华为方面称，第一年的销售目标是 100 万部。新品手机中最便宜的一款大约为 290 元人民币，将于 8 月 1 日在印度上市。来源：2010-7-31 新京报

[返回目录](#)

### 华为中标移动铁通项目建设

近日公司中标中国移动铁通公司 CTTNET 国干五期项目，承建包括上海和武汉超级核心节点在内的全国多个骨干网络节点。

但新闻稿未透露项目的细节及中标金额等更多信息。

CTTNET 是中国移动铁通公司建设的全国性高速宽带基础网络。目前中国移动铁通公司有线宽带业务用户已达 700 余万，预计 2010 年将达到 1000 万，网内流量每年增长 70%-100%。来源：2010-8-3 第一财经日报

[返回目录](#)

### 华为 8 月 1 日起在印度出售自主品牌手机

据国外媒体报道，华为周四称，该公司将在下个月进入印度市场，通过零售渠道来出售自主品牌手机。

到目前为止，华为一直都通过当地服务提供商来出售手机和笔记本无线上网卡等设备。华为发言人周四称，塔塔电信(Tata Teleservices)、Bharti Airtel 和信实电信(Reliance Communications)等运营商已经从华为购买了设备，并将其置于自身品牌之下进行销售。

华为表示，在印度政府 2009 年 12 月对服务提供商实施新的安全监管规定以后，这些服务提供商已从 2010 年 2 月起被禁止从华为购买设备；与此同时，

印度政府则否认禁止服务提供商从中国厂商购买设备。华为同时表示，该公司向服务提供商出售手机的活动并未被禁止。

华为发言人称，该公司拥有 20 种售价在 7000 印度卢比(约合 150 美元)到 1.2 万印度卢比(约合 258 美元)之间的手机，目前正以印度的智能手机市场为目标。该发言人称，所有这些手机都使用高通的芯片，其中有 12 种使用 Android 开源操作系统，其他 8 种则使用高通 Brew MP 操作系统。这些手机将从 8 月 1 日起通过零售渠道销售。

华为称，2009 年该公司在印度市场上的设备销售量约为 500 万，其中包括手机和笔记本无线上网卡等；而 2010 年截至目前为止，华为此类设备通过运营商进行的销售量已经达到 2500 万左右，其中手机占 60%。华为发言人表示，在印度市场上出售自身品牌的智能手机的第一年中，该公司的目标是销售量达到约 100 万部。

据市场研究公司 IDC India 公布的数据显示，2009 年印度手机销售量为 1.02 亿部，其中诺基亚所占份额为 54.1%；不过，来自于印度和中国公司的低价手机所占份额正在快速增长。

华为发言人还称，该公司希望以低价出售全功能手机的方式来提高销售量。此外，在印度政府周三公布了针对服务提供商及其设备供应商的最新安全条例以后，华为的设备业务可能也将得到增强。分析师指出，包括华为在内的一些设备厂商可能会同意遵循这些条例，从而使其能够进入增长中的印度设备市场。来源：2010-7-30 新浪科技

[返回目录](#)

## 华为研发终端芯片 抢主流市场仍考验创新能力

此次 WCDMA 芯片研发成功使华为逐渐“去高通化”，并将在未来市场赢得更多话语权。而失意摩托罗拉竞购战却让华为的北美征程再次放缓。在这样喜忧参半的现实面前，华为惟有继续创新才能抢占市场先机。

最新消息称，近日，华为旗下的海思半导体公司 WCDMA 手机芯片研发取得突破，预计年内可以出货。一位海思半导体内部人士表示，“海思的 WCDMA 手机芯片出来后，将首先供应华为的部分 WCDMA 机型。”这意味着，华为将不再完全依赖高通芯片。

然而，在自主研发获得突破的同时，华为在北美市场却遭遇了不小的挫折：竞争对手诺基亚西门子通信公司以 12 亿美元成功收购摩托罗拉无线网络资产。这对觊觎北美市场良久的华为而言，不得不说是一次打击。

收购案的失败、终端芯片自主研发的成功让华为忧喜参半。面对“失之东隅收之桑榆”的现实，华为惟有选择更加发奋，才能凭借创新赢得更多机会。

#### 自主创新“去高通化”

数据显示，2009年华为实现合同销售额302亿美元，同比增长30%；实际销售收入215亿美元，同比增长17.5%。但优秀的业绩难以掩饰其自主创新的不足，国外厂商诺基亚、高通、爱立信等等在WCDMA上占据了大部分专利，而华为仅占到7%；通过高通授权，华为自己生产的WCDMA芯片仍要向高通支付高昂的专利授权费用，生产成本受上游影响过大。

其实，高通与华为是一种共赢的关系，华为是高通WCDMA芯片中国市场的最大客户，在高通的支持下，华为成为了全球最大的WCDMA数据卡厂商；高通则凭借华为的不断发展壮大获得了更多的利润空间。但一直以来，掌握核心技术的高通公司让华为存在着一种忧虑，即高通基本上是华为相关产品WCDMA和CDMA芯片的独家供应商。来自isuppli的数据显示，2009年中国市场上WCDMA数据卡出货量约5000万，其中华为一家的出货量就超过3000万。由此可以认为，在某种意义上高通公司决定着华为产品的生产成本。

一直以来，华为大部分营收主要来自于“半成品加工”的销售，在全球电信设备产业链中做着最底层的“工作”，为改变窘境其一直不断地追求着。此次WCDMA芯片研发成功使华为逐渐“去高通化”，并将在未来市场赢得更多话语权。也就是说，技术才是核心竞争力的体现。随着旗下海思半导体公司研发成功WCDMA手机芯片并形成量产，华为的自主研发之路终于向前迈进一大步，获得了新的WCDMA芯片供应渠道，对高通的“恐惧”心里也开始缓解。

#### 华为失意摩托罗拉竞购战

一方面是自主研发取得突破后的兴奋，一方面却是收购摩托罗拉无线网络资产失败后的苦恼，近期的华为经历着悲喜的落差。

应该说，收购摩托罗拉无线网络资产是华为战略性发展的重要一步。从现身世界500强企业，到发展中国家最大的终端设备提供商，华为不断缩小与竞争对手的差距，但在业内的大兼并中，华为屡遭失败，使其与竞争对手缩小的差距又陡然拉大，华为的雄心壮志再次搁浅。

从现状来看，爱立信通过收购北电，巩固了在韩国领先的市场份额；而诺西通过收购摩托罗拉的无线网络资产将成为日本第一大、北美第三大外资无线设备供应商……在残酷的现实面前，华为要面临的将是更大的挑战。

据业内人士透露，诺基亚西门子通信公司目前在北美地区拥有6%的市场份额，而收购完成后，其市场份额将提升至14%，从而成为北美第三大无线网络供

应商。一个收购案瞬间就使市场份额提高了 8 个百分点。面对如此高效益的收购，华为的失利令人惋惜。

其实这场收购案的失利，仅是华为开拓北美市场艰难境遇的一角。此前，华为曾希望通过收购 3Com 进入北美市场，也曾参与竞购北电，但都没有成功，再次失利使华为理想的收购目标几近消失，华为的北美征程再次放缓。

抢占主流市场，“利剑”还需深磨

华为是全球通信产业中一支举足轻重的“中国力量”，近年来的突飞猛进使其已上升为全球排名第二的通信设备制造商。但全球主流通信市场几乎被跨国通信企业占据，技术、资本、人力资源等门槛都很高，一旦出现竞争对手，这些跨国通信巨头将会倾其全力打击。相比竞争对手的现有技术能力，华为还有所欠缺，走向主流市场自然困难重重。

作为民族高新技术企业的代表，在发展中国家市场华为势不可挡，但其在全球主流市场的真正影响力还需扩大。在 2010 通信网络规划优化大会上，华为电信系统部网络技术服务部副部长郭兵表示，全球前 50 强运营商中有 45 家与华为是合作伙伴，全世界每三个人中就有一个人在使用由华为提供设备的通信网络，华为产品的渗透率已初具规模。然而，面对产品渗透的巨大规模与影响力不足的失调，华为在全球通信设备第二名的位置上显得很尴尬。

迈向主流市场是华为一直追求的战略高地，华为上下也充分为此布局，加大自主研发力度可以说从不计较“本钱”。2009 年华为全球研发费用达人民币 133 亿人民币，同比增加 27.4%，在美国、德国、瑞典、俄罗斯、印度及中国等地共设立了 17 个研究所，在研发费用投入上远远大于竞争对手。此外，华为 43% 的员工参与着企业研发工作，企业专利申请数量连续 6 年蝉联国内第一，其中绝大部分为发明专利。自主创新能力的提升对未来的华为来说无疑会拥有更多的竞争砝码。但这些远远不够，因为竞争对手也在前进。来源：2010-7-30 通信信息报

[返回目录](#)

## 【诺基亚】

### 诺西鲸吞摩托罗拉无线资产

诺西以收购方式强势回归并扩张北美市场的野心昭然若揭，而这也必将影响全球设备商的竞争格局。未来，重新形成的竞争格局将极大提高通信设备的产品和服务质量，这对运营商而言又是一次新机遇。

“重金换取市场份额”再次引发业界热议。据多家媒体报道，日前，诺基亚西门子公司宣布以 12 亿美元现金收购摩托罗拉公司的无线网络业务和资产。诺西收购的摩托罗拉网络基础设施业务包括 GSM、CDMA、WCDMA、WiMAX 与 LTE 等 2G、3G 和准 4G 相关业务。

应该说，诺西正在以收购这种方式强势回归崛起之路，而这也影响全球设备商的竞争格局。一方面，随着诺西宣布以 12 亿美元现金收购摩托罗拉的大部分无线网络资产，北美通信市场格局随之改变；另一方面，诺西在弥补了 2009 年痛失北电的遗憾之后，爱立信和阿朗在北美的压力由此骤然加大。

#### 诺西鲸吞摩托罗拉无线资产

2009 年，在爱立信以 11.3 亿美元击败诺西拿下北电的时候，诺西高管曾表示：“诺西报价非常合理，没必要不惜一切代价进入最后流程。”那时，诺西最终报价仅 6.3 亿美元，仅为爱立信报价的 55%。但一年之后，诺西就以 12 亿美元拿下摩托罗拉的部分无线网络资产。相比之下，北电当年在北美市场的份额约为 12%，而摩托罗拉在北美的市场份额仅为 8%。也就是说，诺西用比爱立信更高的代价却只获得了当年 67% 的市场份额。

对于诺西“舍大利而取小利”的原因，诺西对此的解释是：“我们主要关注的是高增长的市场和相关的利润。”诺西有关人士介绍，由于不同时期有不同的市场战略，在诺西新任 CEO 苏立上任后，诺西已把美国、日本、印度和中国确定为四大战略市场，此次收购能直接稳定两大战略市场的份额。

诺西大中国区总裁张志强则表示，摩托罗拉之前在北美市场份额为 8%，诺西为 6%；收购后，诺西以 14% 的份额成为北美第三大无线设备商。他同时强调，收购的这部分摩托罗拉资产本身是盈利的，将给诺西带来正向现金流和更高收入。

不过，来自北美 LIGHT READING 的分析认为，财务的亏损以及在欧洲本土受到来自华为、中兴两家中国企业的步步紧逼，诺西的危机感日重。收购摩托罗拉的资产，不仅是对日落西山的摩托罗拉的拯救，也是诺西实现自我救赎的唯一路径，“诺西因此而成为美国第三大供应商，而不是第五”。

诺西通过此次收购，除了获得摩托罗拉现有的 50 多家运营商资源外，还新增了 CDMA 和 WiMAX 业务组合，LTE 以及其他解决方案也得到了增强，从而形成了包括 CDMA、WiMAX、LTE、WCDMA、GSM 在内的全业务产品线。此外，诺西还将成为日本本土第一大外资厂商。

#### 北美市场再现“三足鼎立”

实际上，刚刚与摩托罗拉签下收购协议的诺西，与华为近年的竞争已呈刀光剑影之势：2009 年，华为销售额达到了 218 亿美元(合人民币 1491 亿元)，而诺

西则为 125 亿欧元(约合人民币 1155.32 亿元)。对比之下,华为已经超越了诺西,成为业界事实的全球电信设备业“老二”。但诺西一直在以其他统计数据为口径证明它们还是第二大设备商。

目前,在北美地区 CDMA 市场上,阿朗份额在 40%以上,北电约 30%,摩托罗拉约 16%。失去和摩托罗拉的关系之后,华为要想继续进入该市场将变得更为艰难。Gartner 电信运营商首席分析师田颖认为,北美历来是各家设备商的必争之地,非本土厂商很难进入,目前爱立信和诺西也都只能靠着收购进入,“对华为而言,北电和摩托罗拉的争夺失利,确实是丢失了一个靠收购切入的捷径”。

另一方面,12 亿美元的现金,对于举步维艰、现金流极度紧张的摩托罗拉来说,无疑是一次大输血。出售之后,摩托罗拉保留的业务将以手机等终端业务为主,这意味着摩托罗拉从此将彻底告别无线网络业务,而成为一家类似于诺基亚和索尼爱立信这样的专注于手机等终端业务的公司。

由此推断,此次收购完成后,北美市场的格局将重新进入一个三足鼎立的稳定状态。但不得不指出,中国设备商希望通过逐步拿下一个个运营商的方式“自力更生”地进入该市场,要付出的代价将更大。

拿下北美市场时机或在 4G?

有业内人士表示,“诺西”通过收购增加了 WiMAX 和 CDMA 产品线,对于以后的 4G 业务,这将是一次重要布局。目前,在通信设备方面,品牌的集中度非常高,只剩下爱立信、阿尔卡特—朗讯、中兴、华为等四五家厂商。中国设备商如果希望与国际设备商真正实现平起平坐,拿下北美市场是必经之路,不过这实在是块“硬骨头”。

业内专家表示:“参与北美市场并购的大多还是那些出身显赫的欧美设备商,华为以进攻性研发和市场营销战略著称,北美运营商视其为一种威胁。在涉及国家安全和商业利益的问题上,美国向来就不客气。”

但庆幸的是,欧洲市场已经开始向中国设备商打开大门。按照葡萄牙电信 CMO 的说法,中国设备商已经在技术上跟外资设备商非常接近,甚至某些方面还非常领先。目前国内的设备商开始利用数据卡、无线产品以及专业服务等多种产品曲线切入欧美市场。2009 年,中兴的数据卡业务增长了 400%,目前已经向沃达丰、法国电信、德国电信等欧洲顶级运营商全面发货,无线产品也开始与 KPN、沃达丰全面合作。

也有厂商代表表示:“3G 时代中国设备商已经比 2G 有了相对进步,到了 LTE 时代,中国设备商已经与国外设备商基本持平,做到了齐步走。”在未来的 LTE 市场上,中国设备商与其他的设备商是站在同一条起跑线上的,“如果能踏准节奏,将有很大作为”。

更进一步说，重新形成的竞争格局将极大提高通信设备的产品和服务质量，甚至会影响产品价格；对运营商而言，这也是一个新机遇。总之，未来的竞争发展态势，我们还需拭目以待。来源：2010-8-2 通信信息报

[返回目录](#)

## 诺西借并购扩张北美市场 全球设备商格局生变

随着诺西宣布以 12 亿美元现金收购摩托罗拉的大部分无线网络资产，诺西以收购这种方式强势回归崛起之路的野心昭然若揭，而这也影响整个设备商的竞争格局。重新形成的竞争格局将极大提高通信设备的产品和服务质量，这对运营商而言，又将是一次新的挑战

“重金换取市场份额”再次引发业界热议。据多家媒体报道，日前，诺基亚西门子公司宣布以 12 亿美元现金收购摩托罗拉公司的无线网络业务和资产。诺西收购的摩托罗拉网络基础设施业务包括 GSM、CDMA、WCDMA、WiMAX 与 LTE 等 2G、3G 和准 4G 相关业务。

应该说，诺西正在以收购这种方式强势回归崛起之路，而这也影响整个设备商的竞争格局。随着诺西宣布以 12 亿美元现金收购摩托罗拉的大部分无线网络资产，北美通信市场格局也随之改变，诺西在弥补了 2009 年痛失北电的遗憾之后，爱立信和阿朗在北美的压力也骤然加大。

### 诺西鲸吞摩托无线资产

当年爱立信以 11.3 亿美元击败诺西拿下北电的时候，诺西高管曾表示：“诺西报价非常合理，没必要不惜一切代价进入最后流程。”那时，诺西最终报价仅 6.3 亿美元，仅为爱立信报价的 55%。但一年之后，诺西就以 12 亿美元拿下摩托罗拉的部分无线网络资产。相比之下，北电当年在北美市场的份额约为 12%，而摩托罗拉在北美的市场份额仅为 8%。也就是说，诺西用比爱立信更高的代价只获得当年 67% 的市场份额。

对于诺西“舍大利而取小利”的原因，诺西对此的解释是：“我们主要关注的是高增长的市场和相关的利润。”诺西有关人士介绍，由于不同时期有不同的市场战略，在诺西新任 CEO 苏立上任后，诺西已把美国、日本、印度和中国确定为四大战略市场，此次收购能直接稳定两大战略市场的份额。

诺西大中国区总裁张志强表示，摩托罗拉之前在北美市场份额为 8%，诺西为 6%，收购后，诺西以 14% 的份额成为北美第三大无线设备商。他同时强调，收购的这部分摩托罗拉资产本身是盈利的，将给诺西带来正向现金流和更高收入。

不过，来自北美 LIGHT READING 的分析认为，财务的亏损以及在欧洲本土受到来自华为、中兴两家中国企业的步步紧逼，诺西的危机感日重。收购摩托罗拉的资产，不仅是对日落西山的摩托罗拉的拯救，也是诺西实现自我救赎的唯一路径，“诺西因此而成为美国第三大供应商，而不是第五”。

诺西通过此次收购，除了获得摩托罗拉现有的 50 多家运营商资源外，新增了 CDMA 和 WiMAX 业务组合，LTE 以及其他解决方案得到了增强，并形成了包括 CDMA、WiMAX、LTE、WCDMA、GSM 在内的全业务产品线。此外，诺西也将成为日本本土第一大外资厂商。

#### 北美市场再现“三足鼎立”

实际上，刚刚与摩托罗拉签下收购协议的诺西，与华为近年的竞争已呈刀光剑影之势：2009 年，华为销售额达到了 218 亿美元(合人民币 1491 亿元)，而诺西则为 125 亿欧元(约合人民币 1155.32 亿元)。对比之下，华为已经超越了诺西，成为业界事实的全球电信设备业“老二”。但诺西一直在以其他统计数据为口径证明它们还是第二大设备商。

目前，在北美地区 CDMA 市场，阿朗份额在 40% 以上，北电约 30%，摩托罗拉约 16%。失去和摩托罗拉关系之后，华为要想继续进入将变得更为艰难。Gartner 电信运营商首席分析师田颖认为，北美历来是各家设备商的必争之地，非本土厂商很难进入，目前爱立信和诺西也都只能是靠着收购进入，“对华为而言，北电和摩托罗拉的争夺失利，确实是丢失了一个靠收购切入的捷径”。

12 亿美元的现金，对于举步维艰、现金流极度紧张的摩托罗拉来说，无疑是一次大输血。出售之后，摩托罗拉保留的业务将以手机等终端业务为主，这意味着摩托罗拉从此将彻底告别无线网络业务，而成为一家类似于诺基亚和索尼爱立信这样的专注于手机等终端业务的公司。

此次收购完成后，北美市场的格局将重新进入一个三足鼎立的稳定状态，中国设备商希望通过逐步拿下一个个运营商的方式，“自力更生”地进入，要付出的代价和难度都将大很多。

#### 拿下北美市场时机或在 4G？

有业内人士表示，“诺西”通过收购增加了 WiMAX 和 CDMA 产品线，对于以后的 4G 业务，这将是一次重要布局。目前，在通信设备方面，品牌的集中度非常高，只剩下爱立信、阿尔卡特—朗讯、中兴、华为等四五家厂商。中国设备商如果希望与国际设备商真正实现平起平坐，拿下北美市场是必经之路，不过这实在是块“硬骨头”。

业内专家表示：“参与北美市场并购的大多还是那些出身显赫的欧美设备商，华为以进攻性研发和市场营销战略著称，北美运营商视其为一种威胁。在涉及国家安全和商业利益的问题上，美国向来就不客气。”

庆幸的是，欧洲市场已经开始向中国设备商打开大门。按照葡萄牙电信 CMO 的说法，中国设备商已经在技术上跟外资设备商非常接近，甚至某些方面还非常领先。目前国内的设备商开始利用数据卡、无线产品以及专业服务等多种产品曲线切入欧美市场。2009 年，中兴的数据卡业务增长了 400%，目前已经向沃达丰、法国电信、德国电信等欧洲顶级运营商全面发货，无线产品也开始与 KPN、沃达丰全面合作。

厂商代表则表示：“3G 时代中国设备商已经比 2G 有了相对进步，到了 LTE 时代，中国设备商已经与国外设备商基本持平，做到了齐步走。”在未来的 LTE 市场上，中国设备商与其他的设备商都是站在了同一条起跑线上，“如果能踏准节奏，将有很大作为”。重新形成的竞争格局将极大提高通信设备的产品和服务质量，甚至会因此影响产品价格。未来的竞争发展态势，还需拭目以待。来源：2010-7-28 通信信息报

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 爱立信印度获 60 万线光纤入户大单

爱立信近日宣布，在印度赢得 60 万线 GPON 大单，其客户为印度驻地网提供商 Radius Infratel，该公司为 MTNL、BSNL 及 Airtel 等知名运营商提供接入线路。

虽然不及移动通信市场耀眼，但印度宽带市场近年来也发展迅速，根据国际咨询机构 Informa 的数据，2010 年一季度，其用户数从 2009 年年底的 870 万增长至 960 万户，而在 2009 年一季度，这一数字还仅有 670 万户。

2009 年 5 月，爱立信曾与 Radius Infratel 签署 3000 户的 GPON 部署合同，提供了 EDA 1500 GPON 系统、Micronet 和 Ribbonet 充气式光纤和微缆解决方案以及项目实施、系统集成、咨询、培训和支持服务。而该网络向运营商开放，以使用户选择所需的服务。Radius Infratel 2009 年起开始在印度部署光纤连接，认识到光纤部署给居民及物业方带来的益处，其 2010 年加大了部署力度。其主管 H S Singh 表示，爱立信的 GPON 解决方案使得我们的中立网络概念能够给运营商开展 IPTV、多媒体等服务带来便利。据介绍，未来满足印度市场不断增长的宽带需求，该方案同时可以演进以支持更高带宽。

爱立信印度地区负责人 Gowton Achaibar 表示，这一合同证明了 GPON / FTTx 技术在印度的巨大发展潜力，我们希望 2015 年前，200 万户印度家庭和商业机构能够享受到 GPON 提供的高速连接。来源：2010-7-28 通信产业网

[返回目录](#)

## 苹果 iPhone 4 免费手机套开始发货

据国外媒体报道，苹果为 iPhone 4 用户提供的 Bumper 免费手机套已经开始发货，该公司已于周一晚间开始向预订该产品的用户发送邮件通知。

苹果商店发送的电子邮件写道：“我们非常高兴地通知您，您的商品已经发货。”根据送货计划显示，苹果 7 月 16 日宣布提供免费手机套时预订的用户应该可以于 8 月 3 日收到该商品。苹果最初表示，用户要在 3 至 5 周后才能收到手机套，但目前看来，实际时间比有所提前。

在两周前的新闻发布会上，苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)宣布了该项目，并希望能够“让用户满意”。该手机套意在解决苹果外置天线设计引发的信号接收问题。但仍然有不少业内人士为手机套是否足以解决 iPhone 4 的问题争论不休。

要获得免费的手机套，iPhone 4 用户必须下载苹果的新款 iPhone 4 Case Program 应用，并按照指示进行预订。在 7 月 23 日前购买 iPhone 4 的用户要在 8 月 22 日前预订免费手机套。在这一日期之后购买的用户则需在 9 月 30 日前预订。苹果届时准备重新评估这一计划，以确定是否需要延续该计划。来源：

2010-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 摩托罗拉第二季度净利润 1.62 亿美元

摩托罗拉今天发布了 2010 财年第二季度财报。报告显示，摩托罗拉第二季度扭亏为盈，净利润为 400 万美元，超过了分析师预期。

在截至 7 月 3 日的这一财季，摩托罗拉来自于持续运营业务的净利润为 1.62 亿美元，每股收益为 7 美分，这一业绩好于 2009 年同期。2009 财年第二季度，摩托罗拉来自于持续运营业务的净利润为 2600 万美元，每股收益 1 美分。摩托罗拉第二季度运营利润为 3.63 亿美元，2009 年同期运营利润为 1000 万美元。摩托罗拉第二季度营收为 54.14 亿美元，略低于 2009 年同期的 54.97 亿美元。

不按照美国通用会计准则,摩托罗拉第二季度每股收益为 9 美分,高于 2009 年同期的 3 美分,这一业绩超出分析师预期。FactSet Research 调查显示,分析师此前平均预期摩托罗拉第二季度每股收益为 8 美分,营收 52 亿美元。

2010 年第二季度,摩托罗拉移动设备部门销售额为 17.24 亿美元,比 2009 年同期的 18.29 亿美元下滑 6%。按照美国通用会计准则,移动设备部门第二季度运营利润为 8700 万美元,2009 年同期运营亏损为 2.87 亿美元;不按照美国通用会计准则,移动设备部门第二季度运营亏损为 1.09 亿美元。移动设备部门第二季度手机出货量为 830 万部,其中包括 270 万部智能手机。

2010 年第二季度,摩托罗拉家庭部门销售额为 8.86 亿美元,比 2009 年同期的 10.13 亿美元下滑 13%。按照美国通用会计准则,家庭部门第二季度运营利润为 2900 万美元,2009 年同期为 1800 万美元;不按照美国通用会计准则,家庭部门第二季度运营利润为 5700 万美元。

摩托罗拉企业移动解决方案部门第二季度销售额为 18.50 亿美元,比 2009 年同期的 16.85 亿美元增长 10%。按照美国通用会计准则,企业移动解决方案部门第二季度当季运营利润为 1.81 亿美元,比 2009 年同期的 1.41 亿美元增长 28%。摩托罗拉网络部门第二季度销售额为 9.67 亿美元,比 2009 年同期的 9.88 亿美元下滑 2%。按照美国通用会计准则,网络部门第二季度运营利润为 1.78 亿美元,比 2009 年同期的 9200 万美元增长 93%;不按照美国通用会计准则,网络部门第二季度运营利润为 1.91 亿美元。

摩托罗拉预计 2010 年第三季度来自于持续运营业务的每股收益为 10 美分到 12 美分,其中计入网络部门业绩,但不计入每股约 4 美分的股权奖励支出和无形资产摊销支出。来源:2010-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### 【趋势观察】

#### 3G 月增用户数年底有望超 2G

据 6 月份数据显示,三大运营商 3G 新增用户均已超过百万,尤其是中国联通 3G 新增用户数已连续两个月超过百万。从目前的用户增长速度以及运营商的终端和资费策略来看,预计在 2010 年年底,三大运营商每月新增 3G 用户数将超过 2G。

电信分析师付亮认为，5月初推出与2G资费更相似的B套餐以及普及千元3G终端，从“加入合约送手机”和“买手机送话费”两个角度加大了话费补贴力度，是触发联通3G用户快速增长的重要因素，这种良好的发展态势在2010年下半年还将继续。经过了上半年的终端、应用、营销准备后，三大运营商的3G投资和用户增长都会明显加速。预计到2010年年底，3G用户总量将达到4400万至4800万，而3G新增用户数也有望超过2G新增用户数。北邮教授曾剑秋也认为，3G市场已进入增长期，2011年3G用户总量有望超过4500万，而用户规模达到这个水平，业务发展就会出现规模效应，3G市场也将开始盈利。来源：2010-7-30 人民邮电报

[返回目录](#)

### 3G 数据业务将是未来竞争重点

中移动 MM 增速作为行业发展的一个缩影，代表着发展趋势。对运营商来说，联合产业链开发适应市场需求的3G数据业务是未来竞争真正角力的重点。

一种成功模式的学习借鉴并不能只是简单复制，还需要不断地适应市场和结合自身优势发展。中移动 Mobile Market 移动应用商店（下称 MM）的发展在这方面显然值得肯定。最新消息称，作为全球首个由运营商主导发起和推出的线上软件商店，中国移动 MM 业务推出至今虽然没有出现井喷式增长，但有报告显示，其应用总量及每月增长量均在苹果和 Google 之后排名第三。而接下去，中国移动 Mobile Market 相关人士透露，MM 已制定年度运营目标——100 万个开发者、1000 万个用户使用、1 亿次下载量。

进一步探究，在应用增速的背后，移动互联网的应用价值越发显现，三大运营商显然都意识到了这一点。毋庸置疑，中移动对移动应用商店寄予厚望，而如何在平台市场实现 AppStore 先有的成功则关系到中移动未来的市场地位。对此，专家指出，运营商要进一步完善通信网络建设仍将是未来核心任务，而只有运营商与产业链各方打造开放合作共赢的局面，也才有利于移动互联网市场的发展。

中移动 MM 增速，预示移动应用消费增长可期

随着移动互联网时代来临，运营商为了挖掘利润新增点，将目光锁定业务平台的掌控。2009年8月17日，中国移动 MM 正式上线，并确定与开发者三七分成，即开发者可获得70%的应用销售收入分成。需要指出的是，这是全球首个由运营商主导发起和推出的线上软件商店。

经过十个多月的发展，中国移动 MM 业务呈现出稳步增长态势，在应用总量及应用的月增长量方面均在苹果和 Google 之后排名第三。有数据为证：中国移

动 MM 在 2009 年底的上架应用总量为 7246 个，月均增加 1667 个应用。而排名第一的苹果 App Store 的软件数量及增速远超过其他应用商店，2009 年底总应用个数超过 15 万，且每月增加近 1.4 万个应用。

究其原因，中移动 MM 具有两大竞争优势：其一，MM 是由中国移动主导的手机应用商城，在运营模式上拥有较多自主权。其中，“先使用后付费的计费销售模式”以“共享软件”的形式销售应用商品，并授权用户试用，获得好评：用户可以免费下载、试用和体验应用商品，满意后再确认向应用开发者或应用提供商付费。其二，MM 拥有更为广泛的客户群体。另一方面，我们经过分析认为，中移动 MM 月增长全球第三，显示出用户的移动应用消费习惯正在逐渐成熟，这也必然带动中国手机用户移动应用的消费增长。

中移动 MM 增速作为行业发展的一个缩影，却也代表着某种发展趋势，移动应用消费市场前景可观。工信部电信研究院通信信息研究所近期发布的《2009 - 2010 年中国移动增值业务发展研究报告》预测，未来 3 - 5 年移动应用商店将步入快速上升通道，到 2012 年，全国移动应用的用户数将超过 4 亿，在移动用户中的普及率将超过 40%，整个市场规模将超过 500 亿元。

3G 带动手机应用迅速兴起，移动互联网概念走向深入

再进一步说，“与以往的网络运用不同，移动应用商店一个最大特点是开放性。”前中移动总裁王建宙如此表示。的确，中移动的 Mobile Market 完全有能力把苹果、谷歌、诺基亚甚至其他国内厂商提供的软件商店平台整合进来，为所有的终端提供应用服务。

纵然有可观的前景，但是在数据上涨的同时，业内人士依旧指出中移动 MM 发展中存在的不足：目前的流量仍然多集中于移动定制机的业务内置，用户主动访问量仍然较少。就下载量而言，其应用软件下载前 20 名均为免费软件。显然，要想让用户肯花钱，应用及服务必须跟得上。

由此延伸，移动互联网不同于传统互联网，移动互联网也不是把互联网简单搬迁到移动网络。说到底，3G 产业在发展，不断会有新的商业模式，AppStore 模式不会是唯一的。移动互联网是一张应用网，手机用户更多的是用其进行应用而不是娱乐，所以手机银行、移动电子商务、移动阅读迅速兴起。因此，运营商惟有更好地发展 3G，以 3G 带动移动互联网概念走向深入。

据 Enfodesk 易观智库最新发布《2010 年第 2 季度中国移动互联网业务市场季度监测》数据显示，2010 年第 2 季度中国移动互联网用户规模达 2.14 亿人，环比增长 4.0%，相比 2009 年同期呈现 41.09% 的增长速度。艾瑞分析则有针对性地指出，手机游戏和手机电子商务市场规模占比分别为 14.7% 和 10.7%，位居第二和第三，较第一季度占比均有不同程度提高。艾瑞预计，手机电子商务和手

机游戏还将继续保持稳步增长态势，具备重塑移动互联网市场规模新格局的潜力。再以手机银行为例，工信部数据显示，2009年上半年，中国手机支付用户突破1920万户，实现交易6268.5万笔，支付金额共170亿元；预计手机支付将超过网上支付规模。

综观而言，3G业务不再只是简单的发短信和打电话，更多的则是移动互联网。因此，对于运营商来说，为了满足更广泛的3G用户的需求，应加强与产业链各方的合作，而开发适应市场需求的3G数据业务是三家运营商未来真正角力的重点。

LTE成中移动发力重点，落脚核心是移动互联商机

3G的切入点是移动宽带，如何提高后3G时代的网络效能问题越发紧迫地摆在运营商面前。而随着当前移动互联网的发展，现有的2G和3G技术已经无法满足用户需求，LTE技术渐渐成为未来通信发展的方向而受到追捧。在这样的大背景下，中移动自然不会错过机会。

用“3G尚在发力，4G悄然逼近”来形容当前的市场现状再合适不过。目前，中移动正在加速TD网络的后续演进技术以抢占市场先机。近日，中国移动以上海世博会为平台，向公众推出了下一代TD-LTE宽带移动通信演示网，这标志着支撑移动互联网快速发展的技术基础已经日趋成熟。而从中移动TD最新的招标来看，关注LTE演进已经成为中移动的重点。

对此，专家则指出，运营商要进一步完善通信网络建设仍将是未来核心任务，同时还需要与产业链各方打造开放合作共赢的局面，也才有利于移动互联网市场的发展。正如工信部无线电管理局局长谢飞波表示：“到目前为止，3G规划的资源仍然没有全部分配。这里面有一个因素，即三家运营商手里的2G资源有些将来要逐渐转化到3G里面去。因此，希望各硬件、软件、网络、终端的企业，更好地开发应用空间，更好地把技术用起来。”来源：2010-8-2 通信信息报

[返回目录](#)

## 手机银行渐成银行竞争的又一法宝

“你只要有需求，我24小时都可提供服务”，最近，为给客户提供最便捷、最及时的服务，多家银行竞相推出了以WAP为代表的手机银行业务。一时间，手机银行成为各家银行继网上银行、电话银行之后，赢得客户的又一大法宝。

比如，旅程中需要调拨资金，即便找不到银行和上网电脑，持手机就能轻松划款；给家里汇钱，不想忍受排队和较高手续费的困扰，在手机上输入父母的手

机号即可瞬间转账；身处会议，却心系股市，把手机拿出来应对瞬息万变的交易行情。

据了解，工、建、农、中、交五大国有银行均已推出了手机银行服务。招行、民生、光大、浦发、中信等多家股份制商业银行，也已加入手机银行服务提供者行列。自今日起，本报将陆续推出手机银行的专题报道，逐一向读者朋友介绍相关银行手机银行的业务以及优惠措施。本期推荐给读者朋友的是建行的手机银行。

### “指”点生活

#### 建行手机银行让生活更方便

手机银行可办理哪些金融业务呢？据了解，建行手机银行不但囊括了诸如账户查询、转账汇款、信用卡还款、缴费支付等基本金融服务，更根据手机的特点，提供了手机到手机转账、手机股市、全国手机话费充值等特色服务。

据建行重庆分行工作人员介绍，手机到手机转账是建行率先推出的特色服务，不需知道收款人账号，只要知道对方的手机号码和姓名，即可转账，收款人无需开通手机银行，只需有一个建行活期账户，即可通过发送短信方式轻松收款。通过手机股市，客户可以随时查询股市资讯、实时行情，还可办理股票的在线交易。此外，建行手机银行还提供信用卡还款、缴费等服务，客户可随时缴纳电话费、水电气费等日常费用，还可为全国范围内的手机号码充值。

#### 优惠“按”就来

#### 建行手机银行成本低

据该人士介绍，除了丰富的服务功能外，建行的手机银行还提供了相当优惠的折扣。如果是异地转账、跨行转账，手机银行手续费超低，按交易金额的 0.15% 收取，最低 1 元，最高 15 元，仅为建行柜面同类转账收费标准的 3 折。例如，用建行手机银行转账 10 万元到北京，手续费只需 15 元。记者了解到，这样的资费标准，在同业内极具竞争力。此外，用建行手机银行购买基金，还能享受手续费 7 折优惠。

建行目前为手机银行客户提供了多种保障，客户身份信息与手机号码建立了唯一绑定关系，即使用户丢失手机，可以通过建行网点、建行网站、他人手机等多种渠道注销手机银行；或者，客户向运营商报失停机，手机银行就无法交易了。  
来源：2010-7-28 重庆商报

[返回目录](#)

## 2011 年全球移动设备市场将增长 7%

据国外媒体报道，研究机构 iSuppli 周三表示，得益于对新 4G 网络的投资，电信移动设备市场在接连两年萎缩后将在 2011 年增长 7%，达到 403 亿美元。

针对第四代 LTE 移动通信网络的投资可能会缓解爱立信、诺基亚西门子、朗讯科技等欧洲电信设备供应商的压力。

iSuppli 称，因运营商减少支出、中国移动设备供应商的价格战，无线电信设备市场 2009 年缩水 5.7%，2010 年可能市场将进一步缩水 2.3%。

诺基亚西门子通信预计 2010 年市场仍将保持原状，朗讯则预计 2010 年市场将有小幅上升，相比之下该研究机构的预期更为谨慎。

“2011 年起，工业化国家的无线运营商将要部署 4G，以加快通信速度，缓解数据流通压力，” iSuppli 分析师 Jagdish Rebello 说，“4G 投资至少要持续至 2014 年。” 来源：2010-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 未来 10 年互联网带宽需扩大 1000 倍

美国互联网基础设施服务提供商威瑞信公司(VeriSign)近日表示，为了满足未来 10 年的信息流需要，互联网带宽容量需要扩大 1000 倍。

威瑞信公司首席技术官肯·席尔瓦在 ZDNet UK 上给出了公司如何增加互联网服务器带宽的具体信息。他表示：“所有信息或者娱乐在今后 10 年内都将会与网络有关，例如电视、电话、视频，而我们现在所看到的只是数字娱乐时代的开始。电话及 GPS 导航数据等通信信息也将会通过网络传播，因此我们必须为未来强大的带宽需求做好准备。”肯·席尔瓦还表示：“由于未来大量的基础设施都将依赖于互联网，而从目前的市场需求情况来看，我们需要把互联网带宽扩大 1000 倍才能满足未来市场的需要。” 来源：2010-7-28 人民邮电报

[返回目录](#)

## 联发科称 TD 用户 2010 年将顺利达到 2000 万

联发科总经理谢清江表示，第 3 季手机芯片可望持续增加，全年总出货量可望挑战 5 亿套，将较原预期的 4.5 亿套多，年增逾 4 成。

谢清江谈到 3G 手机芯片产品方面时表示，TD-SCDMA 手机芯片第 1 季出货 300 万套，第 2 季出货将较第 1 季略低，全年总出货量可望达 1200 万套水平；

中国移动上半年 TD-SCDMA 用户数已达 1000 万户,2010 年可望顺利达到 2000 万户目标,即再度增加 1000 万。

谢清江同时指出,2011 年上半年将推出 3.5G 功能手机及智能手机芯片产品。来源:2010-8-2 通信产业网

[返回目录](#)

## 手机游戏强烈冲击行业领域 未来发展前景广阔

近日,中国移动游戏产品基地主任王钢表示,随着 3D 技术的发展,手机游戏将在未来强烈冲击游戏行业领域。

据悉,针对手机游戏的未来发展,中国移动游戏产品基地主任王刚近日表示,随着移动互联网的全面发展,以及 3G 业务的蓬勃展开,为手机游戏提供了良好的环境,因此手机游戏业务前景广阔。

据介绍,截至 2010 年 6 月底,中国整个手机用户的网民数量达到 2.77 亿,占比达 60%以上,移动互联网融合趋势日趋明显。基于此,王刚表示,中国移动在游戏业务方面坚持开放融合的平台,沿用各种模式,打造吸引合作伙伴及用户的发展环境。

另一方面,针对中国移动游戏基地,“对内部资源进行整合,面向内部做好跟游戏相关的产业整合、能力整合等等;同时,对外坚持开放的心态,与广大合作伙伴进行合作”。王刚介绍说。

据了解,中国移动游戏产品基地自 2009 年成立。在产品方面,目前主要以手机单机、包月和网游为主题,同时提供丰富的游戏业务,包括 WWW 手机门户以及浏览器方面的游戏业务。“我们认为,随着技术的升级和手机功能的提高,将使我们的游戏界面更加的友好,游戏更容易获取。这些优势进一步推动我们对移动游戏的发展”。王刚坦言。

此外,王刚强调,中国移动游戏产品基地内部资源可与合作伙伴分享,包括网络游戏、计费方式等等;同时,希望能够发挥游戏产业的集群效应,加强行业自律,促进游戏业的健康发展;中国移动更鼓励原创,保护知识产权,共同合作保护游戏产业的合作形式,打造良性健康的游戏理念。来源:2010-7-29 飞象网

[返回目录](#)

## 苹果智能手机拉动闪存业 未来三年需求将翻 7 倍

iPhone、iPad 等苹果 i 家族产品的热销,正引发连锁反应。

7月28日,闪存企业 SanDisk 全球高级副总裁兼零售业务部总经理 Shuki Nir 在上海接受本报记者专访时表示,苹果产品的热销消耗了整个闪存芯片市场不少库存,目前行业正处于供不应求的局面。

受此拉动,闪存芯片巨头们普遍迎来了一个靓丽的财季。

近期陆续出炉的最新一季财报显示,在 iPhone 以及 iPad 的拉动下,闪存芯片近期需求及价格大幅上升,英特尔、三星、美光、海力士、东芝、SanDisk 等闪存芯片主要提供商在当季的销售及利润都超过预期实现大幅增长,从而成为“苹果效应”下的重要受益者。

在此情况下,闪存业者都加大了对制造的投资,对未来市场发展更为乐观。市场调研机构 Gartner 近期发布的一项数据显示,2010 年将成为闪存芯片市场腾飞的起点。

未来 3 年,全球闪存市场的需求将从目前的 1000 亿 GB(用来衡量存储容量的单位)跃升至 7000 亿 GB,将成为未来半导体工业发展中的重要亮点。

#### 苹果效应

闪存是一种数据存储器,智能手机、数码相机、手持摄像机、平板电脑等消费数码产品是其重要的销售大户。由于其制造工艺非常复杂,目前只有少数几家芯片厂商能够设计及生产这种产品。

过去几个季度,由于全球经济危机的影响,闪存需求大降,价格波动剧烈,相关制造商也因此备受煎熬。

这种情况在 2010 年初得到了改善。根据咨询机构 iSuppli 提供的数据,2010 年第一季度 NAND 型闪存市场的总营收为 43.6 亿美元,虽然只比 2009 年第四季度增长了 0.6%,但这对闪存业已经是个好消息,因为从历史同期来看,第一季度的营收通常会因为季节性因素而环比下降。

这种增长趋势在二季度得到了进一步巩固,其中很大程度得益于 iPad 以及 iPhone 的销售。iSuppli 分析师 Rick Pierson 接受记者采访时说,在各大闪存芯片厂商中,苹果公司是重点,该公司旗下的 iPad 和 iPhone 智能手机产品由于均采用了大容量 NAND 闪存设计,因此吃掉了全球相当多的 NAND 闪存芯片库存。

iSuppli 在一份报告中表示,随着各大厂商已经开始备战下半年的开学和圣诞节旺季,全球 NAND 闪存芯片将会在第三季度出现供不应求的局面。

闪存供应商的实际销售情况也从侧面印证了这一情况。Shuki Nir 说,从 SanDisk 的销售情况来看,智能手机是增长最快的领域。在 SanDisk 公司第二季度销售中,用于智能手机的闪存产品出货量占到 48%,全年的出货量基本也是这一状况,维持了 50%左右比例水平。SanDisk 是全球闪存零售市场最大的供应商,同时也与东芝公司合作,提供内嵌式闪存 OEM 业务。

## 智能手机拉动

Shuki Nir 进一步分析说，iPhone 带动了智能手机市场的快速发展。随着智能手机的普及，人们对手机功能的需求越来越多，间接带动了对闪存的需求。另一方面，手机没办法像 PC 一样拥有一个较大的硬盘存储，因此闪存在存储中发挥的功能将越来越重要。

事实上，从苹果发布的几代手机的成本结构来看，闪存单位成本虽然在逐步缩小，但是其所占总成本比例却在一直上升。2007 年苹果发布 2.5G 版本 iPhone 时，闪存的成本大约为 60 美金，占总成本的 37.5%，到 2009 年苹果发布 3GS 版本 iPhone 时，闪存的成本虽降至不足 40 美金，但比例却升至 40%。

另一个可能撬动更多闪存消费的因素是其自身技术的更新和演进。目前，包括苹果在内，其智能手机中所配用的闪存与普通手机里的并没有太大的区别，仍然使用的是普通规格的闪存，这种闪存在读写性能方面较为一般。不过这种情况在未来一段时间内有望改观。Shuki Nir 表示，包括 SanDisk 在内的闪存芯片厂商会为手机制造性能更好、可媲美 PC 用闪存性能的闪存芯片，这方面已经有相关产品和计划。

## 闪存业加大投资

由于闪存芯片制造耗费巨额资金，制造商在进行投资时都非常谨慎，除非他们能看到一定的稳定需求。当制造商调整投资节奏的时候，行业内就会出现闪存芯片短缺和过剩的现象。一旦出现过剩，闪存价格就会大幅跳水，从而影响芯片厂商的利润。不过现在看来，制造商们并不担心这种情况短期内会出现。

基于对市场的乐观预期，各大闪存制造商都开始加大对闪存制造的投资。Shuki Nir 表示，SanDisk 将与东芝在日本现有的闪存工厂附近再兴建一个新的闪存制造工厂——Fab5，这一项目本月开始启动。巧合的是，英特尔本月也与美光公司宣布，在新加坡开始建设新的 NAND 闪存芯片制造工厂。更早之前，美光收购了英特尔的闪存制造部门 Numonyx 半导体。三星 2011 年也会有新的韩国工厂上线。

Shuki Nir 说，除了在制造领域的投资，SanDisk 还计划在零售渠道进行投入，特别是包括中国在内的“金砖四国”。据其透露，该公司 2009 年开始在中国进行渠道布局，一年以来，主要销售城市已经从最初的 4 个发展为目前的 18 个，未来计划拓展到 31 个城市，将产品覆盖中国的主要二、三线城市。来源：2010-7-31 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

## SK 电讯 2011 年最早商用 LTE 年内建 1.5 万个 Wi-Fi

SK 集团所属的 SK 电讯日前表示，将通过提供无限利用无线数据和相应的网络扩充+升级，以及免费提供有线服务的家庭商品等，实现有线/无线通信服务的一大改革。

SK 电讯 CEO 郑万源最近召开记者招待会，宣布将快速引进之前关于是否引进而争论不断的数据无限制服务、m-VoIP 等，以此从根本上改变韩国的通信环境。

郑万源指出为了激活无线数据，大幅提高 3G 无线网络性能，将进一步扩大开放型 Wi-Fi 地带及促进新一代网络 LTE(Long Term Evolution)的尽快商业化。同时还将推出根据使用移动电话的家人人数免费提供固定电话/超高速互联网/IPTV 等有线商品的新概念家庭商品。

韩国最大的移动通信运营商 SK 电讯在最早引入按秒收费制之后，还大举推出创新的通信服务方案，预计韩国通信行业的服务及收费结构也会随之改变。

新的收费制将在与广播通信委员会协商并获得许可后推出。

### 1. 为客户提供创新的经验

#### A. 快速推出数据无限制服务

SK 电讯为了方便数据需求较大的用户从 8 月开始将首次向 All-in-One 55、65、80、95 收费制及 Number One 收费制用户提供数据无限制服务。因此 SK 电讯的用户无需担心费用问题可以在任何时间、任何地点自由连接无线网络利用无线数据服务。

数据无限制服务可以方便地在移动过程中自由使用，无需像 Wi-Fi 一样必须找到指定地点，因此预计将会对无线网络利用环境带来根本性的变化。特别是，可以尽情享受利用包括手机在内的各种数码设备连接无线互联网的 OPMD(One Person Multi Device)，以及无需单独的调制解调器就可以在手机上使用手提电脑/PC 等的 Tethering 服务，还无需担心费用问题。

SK Telecom 为了数据网络的稳定运营决定仅向 All-in-One 55 收费制以上用户提供数据无限制使用优惠。

SK Telecom 决定无需其他加入手续，就可以向现有的 All-in-One 55 收费制以上用户统一提供数据无限制优惠。另外，Galaxy S 用户中有约有 55% 的用户使用 All-in-One 55 以上，因此预计此次引入数据无限制服务后 All-in-One 55 以上的无线数据多用量用户将大幅增加。

#### B. 率先引入 m-VoIP

SK 电讯同时还决定将在获得许可后引进曾因降低公共通信运营商的投资吸引力、有碍产业发展的原因而一直未引进的 m-VoIP。

郑万源还对尽快引进 m-VoIP 的背景进行了说明，他说对技术环境、客户的数据利用模式及海外事例等进行研究的结果表明，长远来讲与引进 m-VoIP 对财政方面带来的负面影响相比，SK 电讯用户的满意度不断提高而防止用户流失的效果更有意义。

但是 m-VoIP 也与数据无限制服务一样，为了数据网络的稳定优先适用于 All-in-One 55 收费制以上的用户。根据不同收费制，可用数据和可通话时间如下：

分类 m-VoIP 可用数据 m-VoIP 可通话时间

All-in-One 55 200 MB 约 1,000 分钟 (约 16 小时)

All-in-One 65 300 MB 约 1,500 分钟 (约 25 小时)

All-in-One 80 500 MB 约 2,500 分钟 (约 41 小时)

All-in-One 95 700 MB 约 3,500 分钟 (约 58 小时)

Number One(无限制型) 700MB 约 3,500 分钟 (约 58 小时)

## 2. 全面改善无线网络性能

### A. 提高 3G 网络性能

为了克服一直是引入数据无限制及 m-VoIP 的制约条件的网络容量限制问题，SK 电讯将正式开展扩大 3G 容量及改善性能的工作。

SK 电讯计划利用 5 月份追加分配的频率，将从 10 月开始提供特别增设的 3G 网络。还为了改善数据利用环境还开展了各种升级工作，如继 10 年 5 月在韩国 59 个城市开始提供 HSUPA 服务之后，从本月开始首次在首都圈范围实施 HSPA+网络商业化等。

SK 电讯还为了应对激增的数据需求和提供稳定的数据流量(Traffic)，计划将在 2010 年内采用可以提高频率利用率的 6 Sector Solution。SK 电讯表示，借助此次广播通信委员会通话品质调查证明其优秀性的机会，SK 电讯移动通信网络的差别化将得到进一步加强。

SK 电讯在引进数据无限制后，为了预防海外事例中出现的通话品质下降的情况还引入了 Network Risk 管理系统。启动这一系统后，如果因为少数数据大用量用户造成数据网络超载时，为了确保所有用户的通话稳定性会自动控制大用量用户的 QoS (Quality of Service)。

### B. 新一代网络 LTE 的尽快商业化

SK 电讯还公开为了积极应对日益增加的高速数据的需求建立新一代网络的计划。决定尽快将第 4 代网络 LTE (Long Term Evolution)商业化，计划 2011

年在首尔地区开始商业化之后，2012年在首都圈和全国6个广域市开展相关服务，最后2013年覆盖全国。

为了利用LTE服务，SK Telecom将在2011年推出调制解调器型终端，2012年则推出可以同时利用3G和LTE的2-Chip终端。SK电讯表示在这一方面已经成功完成了LTE Field Test，确保了商业化水平的技术力。

### C. 增设开放型‘T Wi-Fi 地带’

SK电讯表示作为激活无线数据的一部分从2010年年初开始建立的‘T Wi-Fi 地带’，到年末将增加到1万5千个。这一数字比年初计划的1万个增加了50%。SK电讯还公布，已于6月末建成5000个‘T Wi-Fi 地带’，原计划在年初建立1万个‘T Wi-Fi 地带’将会提前3个月于9月完工。

关于Wi-Fi的构建主要集中在无线网络需求较大、流动人口较多的地方，原则上建立与Spot概念相比，考虑更多移动性等的Zone。因此‘T Wi-Fi 地带’进入了电影院、棒球场、购物中心等文化设施和政府机关、地铁站等，最近甚至扩展到Lotteria、CJ foodVille等餐厅、咖啡馆等地。

SK电讯计划在除了已经构建完毕的首尔广场、清溪广场、光华门广场、奉恩寺、盘浦、大邱东城路以外，在新村、明洞、弘益大学等主要的大学周围增设‘T Wi-Fi Street’，并在公交车、地铁等5千个地点建立‘Mobile Wi-Fi 地带’。

### 3. 推出新概念的家庭商品-以移动电话用户数标准免费提供有线商品

SK Telecom还将推出根据移动电话用户数，免费提供SK宽带的有线商品的新型结合商品(以下简称为‘家庭型结合商品’)。

2008年4月曾经引进家庭型收费制‘全家打折制’的SK电讯表示，虽然目前有520万用户享受每月基本话费和通话费的折扣，但最近用户要求希望得到结合有线/无线并以家庭为单位的结合商品，SK电讯为了满足用户需求将推出家庭型结合商品。

家庭型结合商品是根据移动电话用户数免费提供固定电话、超高速互联网及IPTV等有线商品中的一种或多种的新概念商品。

如要加入家庭型结合商品，与‘全家打折制’相同只需到SK Telecom代理点及分店提交家属关系证明文件，并确认家属关系后就可注册。但新加入SK宽带有线商品和目前的SK宽带用户必须等到约定期限到期后方可加入。

随着此次推出家庭型结合商品，SK电讯用户可以利用现有的全家打折制度从‘基本话费打折10%~50%及家属间免费通话’优惠和‘免费利用有线商品’优惠中选择一种。

### 4. B2B，支持在全球市场创造新的价值及提高中小企业生产力

SK 电讯表示以差别化的平台和解决方案为基础建立 B2B，在全球市场也将创造新的价值。为此 SK 电讯计划运营由公司内外部专家组成并以项目为基础的新商品开发创新组织，还将建立与专家们的创新相生的组织‘ Open Innovation Center(开放型创新中心)’。

SK 电讯还计划与三星电子一同，每年向 OIC 投入 500 万韩圆积极支持国内移动产业的开发人员。

SK 电讯郑万源表示“在从年初开始就成为话题的开放、扩散、相生的大前提下，考虑到智能手机用户增加等各种环境变化做出了正确的决定”，还说“希望通过此次有线/无线服务的改革从根本上促进各运营商之间的服务竞争，作为最大的运营商我们将继续努力为用户带来更多的优惠。” 来源：2010-7-28 通信产业网

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 联通推 3G 极速卡

日前，联通推出一款 3G 极速卡。该卡初始话费为 300 元，包含 9GB 流量(7GB 本地流量+2GB 全国流量，全国流量可当本地流量用)，无月租，即买即用，有效期为激活后 90 天，可通过充值来延长。

据广州联通相关人员介绍，在本地使用时将优先抵扣本地流量，省内外漫游状态直接抵扣全国流量。当本地使用完本地流量后方可抵扣全国流量。

在优惠期间，成功充值 300 元即送 1GB 本地流量，活动截止时间为 2010 年 12 月 31 日。需要注意的是，每次充值以 300 元为单位。来源：2010-7-29 金羊网 - 新快报

[返回目录](#)

### 联通国际漫游资费下调

近日，中国联通对移动电话国际漫游及港澳台漫游业务的资费标准进行调整，降低主要国际漫游方向的资费价格，并减少漫游国家或地区的资费分区数目。比如在美国、日本等国漫游时，接听或拨打当地电话均为 1.86 元/分钟。

从 7 月 19 日起，中国联通用户如果在境外漫游时，手机无法正常使用，可拨打中国联通在当地的境外国际漫游客服接入号码。比如用户在德国漫游时，可

通过使用当地固定电话或者当地手机拨打 0800-1824-189 接入中国联通国际漫游客服专席。

与此同时，广东联通还开展了“网购 3G，获赠 100 元话费”促销活动，本次活动期限到 2010 年 12 月 31 日，活动期间在网上营业厅(www.10010.com)通过在线支付方式成功购买 3G 号码的用户即可获赠 100 元话费来源 :2010-7-29 金羊网 - 新快报

[返回目录](#)

## 电信天翼阅读平台 8 月上线

国家新闻出版总署与中国电信集团公司在北京签订战略合作备忘录，中国电信“天翼数字阅读平台”终于尘埃落定，并将在 8 月份阅读基地运营中心杭州公布上线。中国电信集团总经理王晓初表示，中国电信将从用户需求的角度出发，尽可能掌握数字阅读产业链的主控权。

据了解，中国电信此前已在浙江建立阅读基地，并且浙江电信相关负责人也明确对外界宣称，中国电信所建立的“不是手机阅读基地，而是数字阅读基地。”据介绍，在正式上线后，“天翼数字阅读平台”将和“天翼空间”类似，支持多种终端接入，用户可以通过互联网、Wap，以及客户端等多种方式登录到该平台。有数据表明，截至 2009 年底，中国手机阅读市场活跃用户，已经超过 1.55 亿人，与此同时，2009 年中国数字出版产业总值已经达到了 750 亿元人民币。对此，中国电信“天翼数字阅读平台”项目相关负责人表示，中国电信将在数字出版领域提供网络基础设施，并和内容提供商采用 45/55 的分成模式，中国电信占有收入的 55%。

据悉，中国电信“天翼数字阅读平台”制定的 2010 年发展目标，是覆盖 500 万终端，以及实现 65 万户的日常用户，形成 8 万册左右的阅读内容。王晓初称，目前手机用户已经可以通过“天翼数字阅读平台”使用中国电信的数字阅读业务，“现在的问题是，在内容方面需要亟待加强，这也是我们和出版总署合作的意图。”王晓初说，除了新闻性内容，“传统的内容，例如图书、影像等等其他形式，也会逐步纳入到这一系统中。”来源：2010-7-29 南方日报

[返回目录](#)

## 北京移动推出资费分析服务

昨天，记者从北京移动营业厅了解到，北京移动推出了资费分析与套餐推荐的服务。该服务可以通过分析用户的话费支出，为用户推荐更加适合自己的套餐。

据介绍，北京移动的用户在登录北京移动网站查询账单的同时，还可以查询“个人消费分析”。其中，针对全球通和动感地带用户，北京移动会用图形的方式显示用户的当月费用构成，以及各项费用所占当月消费总额的比例；根据近6个月的账单，北京移动会用图形的方式展示近6个月消费总金额及各分项费用的变动趋势情况；根据用户前3个月的消费情况，北京移动会向用户推荐最适合的套餐。来源：2010-8-2 京华时报

[返回目录](#)

## 北京移动新推三项资讯类业务

如何从海量信息中臻选精华，获取对自己最有价值的信息？中国移动北京公司近期推出的三项资讯类业务为客户提供了不错的选择：

**消费警示：消费者的贴心卫士**

该项业务是以短信方式承载的消费类资讯产品，专为关注消费信息的人群准备，主要包括消费品质量监测信息、消费常识等内容。发送短信 KTXFJS 到 10086 即可开通，每月仅需 1 元(当月申请，当月生效)，您就拥有了一个贴心的消费卫士！

**新华焦点：第一时间知晓天下事**

该项业务每日三条短信，为您及时报道时政、社会、财经、体育、民生等领域的国内外重大新闻，内容均由新华社提供。关心时事的朋友可发送短信 KTXHJD 到 10086 开通业务，每月 3 元(当月申请，当月生效)，国事、天下事，第一时间尽在掌握！

**政务手机报：政策法规宣传栏**

该项业务主要面向各级党政机关、企事业单位客户，为其提供市政领导讲话精神、重大决策举措、人事变动信息、国内外重要时事等政务信息。所有内容均由新华社提供，具有参考性、权威性和指导性。通过彩信形式使信息的呈现更为直观。发送短信 KTZW 到 10086 即可订阅，每月 3 元(当月申请，当月生效)。

来源：2010-7-30 北京晨报

[返回目录](#)

## 北京移动推八档 TD 预存话费返话费

中国移动北京公司(以下简称北京移动)网站刊登公告,宣布于近日推出全球通用户办理 TD 业务预存话费返话费,北京移动全球通用户在缴纳相关购机费用,并承诺相应消费额后,便可得到一部 TD 手机及分月返还话费。

TD 资费套餐分为 88 元、128 元、188 元、288 元、388 元、588 元、888 元及 1688 元八个档次,用户需要月承诺消费上述金额,然后每月可获得话费返还,例如 88 元套餐每月返还 45 元;1688 元套餐每月返还 845 元。

不过,上述政策可选择的 TD 手机价格似乎偏高,21 款 TD 手机中仅 6 款在 2000 元以下,最便宜的 1499 元,为一款戴尔 TD 手机,最高的是 4599 元,为一款多普达 TD 手机。日前,中国联通刚刚推出千元 3G 手机的补贴政策,5 款终端价格最高 1800 元,最低不到 1000 元。来源:2010-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 北京移动新推多项业务 满足客户个性化需求

有专业的研究数据指出,现代人一天中获取的信息量相当于 18 世纪巴黎人 15 年拥有的信息量。如何从海量信息中臻选精华,获取对自己最有价值的信息?中国移动北京公司近期推出的三项资讯类业务为客户提供了不错的选择:

### 消费警示:消费者的贴心卫士

该项业务是以短信方式承载的消费类资讯产品,专为关注消费信息的人群准备,主要包括消费品质量监测信息、消费常识等内容。发送短信 KTXFJS 到 10086 即可开通,每月仅需 1 元(当月申请,当月生效),您就拥有了一个贴心的消费卫士!

### 新华焦点:第一时间知晓天下事

该项业务每日三条短信,为您及时报道时政、社会、财经、体育、民生等领域的国内外重大新闻,内容均由新华社提供。关心时事的朋友可发送短信 KTXHJD 到 10086 开通业务,每月 3 元(当月申请,当月生效),国事、天下事,第一时间尽在掌握!

### 政务手机报:政策法规宣传栏

该项业务主要面向各级党政机关、企事业单位客户,为其提供市政领导讲话精神、重大决策举措、人事变动信息、国内外重要时事等政务信息。所有内容均由新华社提供,具有参考性、权威性和指导性。通过彩信形式使信息的呈现更为直观。发送短信 KTZW 到 10086 即可订阅,每月 3 元(当月申请,当月生效)。

这三项业务旨在满足不同人群的信息获取需求。紧随时代步伐，关注客户需求，中国移动北京公司一直力求为客户提供准确、及时而多元的资讯与信息，成为您身边的信息专家。来源：2010-7-28 法制晚报

[返回目录](#)

## 北京移动神州行充值返话费：最高充 500 送 150

自 2010 年 8 月 1 日起至 8 月 31 日期间，中国移动北京分公司(下称“北京移动”)针对旗下神州行全卡别开展充值返话费活动。活动期间，客户单次充值额度为 100/300/500 元，即可从 9 月起，连续 3 个月每月获赠 10/30/50 元话费，多充多送。

北京移动针对神州行经典版标准卡(不包含奥运商旅卡、奥运国际卡、旅通卡等)、神州行升级版标准卡、神州行畅听卡、家园卡，在活动期间，客户单次充值额度为 100/300/500 元，即可从 9 月起，连续 3 个月，每月获赠话费返还至客户副帐户。

其中，客户单次充值 100 元送 30 元话费，赠送话费分 3 个月返还，每月返还 10 元；单次充值 300 元送 90 元话费，赠送话费分 3 个月返还，每月返还 30 元；单次充值 500 元送 150 元话费，赠送话费分 3 个月返还，每月返还 50 元。

北京移动表示，上述活动多充多送，优惠可叠加。例如：客户充值 3 张 100 元卡，1 张 500 元卡，则从 9 月起，连续 3 个月，每月获赠 80 元话费(10×3+50)；客户如果不是按照规定档位进行充值，则无法享受赠送；参加了神州行家园卡充值换无线座机活动的客户无法参与此活动；每月话费返还时，若客户总帐户余额达到 5000 元，则划拨失败，当月不再向客户划拨，次月也不再划拨；北京移动将通过 10086 代码为客户发送提示短信。来源：2010-7-30 中国通信网

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### 北京联通 3G 信号覆盖全市 93%

北京的信息化进程正快马加鞭——3G 建设如火如荼，三网融合大幕拉开。作为北京最大的宽带运营商，北京联通号称已建成北京最优质的 3G 网络。北京联通副总经理郭建利昨日接受本报记者独家专访，描述了移动宽带互联网的美好景致，以及对三网融合的全新布局。

3G 信号覆盖全市 93%人口

## 号称北京最大最完善的 3G 网

郭建利透露，目前北京联通 3G 信号已经实现了北京市城区、郊区主要城镇以及主要交通干道、景区、校园、开发区、度假村等地区的良好覆盖。“迄今全北京 93%人口实现了 WCDMA 的 3G 覆盖，年底这个数字将达到 97%，堪称北京地区最大、最完善的 3G 网络。”郭建利指出，目前北京联通已经建设了大大小小一万多座基站。

2009 年年初 3G 发牌，三大运营商之间的建网大赛旋即开锣。北京联通承建北京地区的 WCDMA 网。WCDMA 是迄今成熟度最高的 3G 制式。“从一开始我们的定位就是要搭一张‘精品网络’。”郭建利表示，2010 年的重点在于深度覆盖以及补充 2009 年的盲点，比如楼宇内部、远郊区县等等。

从 2009 年 5 月 17 日启动试商用、9 月 28 日正式投入商用，目前中国联通的 3G 用户增长驶入快车道，连续两月 3G 用户净增超过百万户。目前北京联通已聚拢了近 50 万 3G 用户。这得力于资费、终端手机以及渠道策略的不断完善。

事实上，刚开始用户抱怨资费高，不过 2010 年 5 月联通大幅下调了 3G 的门槛，最低 36 元的月套餐资费就可以成为 3G 用户。同时，终端手机的精品策略也相当奏效。iPhone 是最引人关注的一款，2009 年 10 月底中国联通成功引入了 iPhone。另外一个紧俏品是联想的乐 Phone，市场反应不错。

### 基站选址非常非常难

天线功率其实比不上一个普通灯泡

虽然 3G 建设的开局不错，不过鲜为人知的是，在基站的选址上，北京联通也承受着巨大的压力。

基站选址难是三家运营商共同面对的难题。“非常非常难，特别是在市区。”郭建利感叹道。没有信号，用户投诉，有了信号，用户说辐射，运营商就处在这种“两难境地”。据了解，一些市民对于高高矗立在眼皮底下的基站颇有情绪，曾经有基站已经建成开通，但是迫于市民的强烈反对而生生关掉。

专家指出，市民对于健康的保护意识本无可厚非，但毕竟专业知识有限。中国的辐射标准是世界最严格的，而且 WCDMA 基站的辐射值远远低于这个标准。“其实这里存在误会，基站的电磁辐射很小，天线功率比不上一个灯泡，影响不像大家想象的那么大。”郭建利希望市民能多些理解。

事实上，该问题已引起了相关主管部门的注意。工信部也指出，3G 网络建设最突出的难题之一就是基站选址困难。2010 年 4 月工信部发文要求作好协调工作。

三网融合信心很足

20M 宽带年底覆盖五成

一个新的机遇正展现在北京联通面前，2010年6月底，北京入选三网融合首批试点城市。最新消息是，包括北京联通在内的三家电信运营商与歌华有线被确定为北京三网融合的试点企业。郭建利表示，相关方案正在制订中，相信很快将敲定。

三网融合将带来更加激烈的市场竞争。“我们信心很足。”郭建利表示，北京联通拥有较完善的宽带网络资源，这种基础是其他任何一家都无法比拟的。据了解，北京联通完成了全民2M宽带升级改造，目前宽带用户有400多万。其中，2M以上的宽带用户已有150多万户。北京联通计划到年底，具备20M宽带接入能力的用户达到50%。不过三网融合的鼓点敲响之后，宽带建设已悄然提速。记者注意到，最近该公司推出了宽带动态提速的功能，让更多市民感受动态宽带。

至于如何化解与广电系企业的正面竞争的矛盾呢？郭建利表示，发挥自身特长，与广电企业主要通过差异化的市场定位来共同推进北京的信息化建设。来源：2010-7-29 北京晨报

[返回目录](#)

## 广州非低保老人可免费装平安通

独居老人突然发病怎么办？空巢老人遇到麻烦应该向谁求助？政府可以给低保老人购买平安通服务，那么其他老人应该怎样得到平安通服务呢？记者昨天获悉，在开通两周年之际，广州平安通已经正式启动自费安装服务。自费用户每月只要交纳20元，便可享受紧急呼救、日常料理等服务。

为解除老人们的后顾之忧，广州市从2008年开始推出了平安通服务，目前已为7464户安装，其中大部分是低保老人，由政府出资享受平安通服务。运营方表示，新推出的自费平安通将与以往的政府资助低保用户相配套，力争成为广州市社区居家养老的综合性服务平台。

家住越秀区的杨姨2010年60多岁了，和99岁的老母亲一起住。她的腿脚有些残疾，不能做重的家务。而独生女儿早已出嫁，不能经常回来照顾。2009年，杨姨自费安装了一部平安通，只要按下按钮，就有专门的工作人员接听，并联系相关部门给予救助，比叫女儿还方便。在平安通工作人员的帮助下，她请过短期家政，还找过维修工，总是一个电话就能搞定。

平安通是根据广州市《惠民66条》的要求，由广州市民政局主办的社区紧急呼援服务系统。它利用电话网络专为老人提供紧急呼援服务，用户不仅在突发重病或生命、财产受到严重威胁或损害的紧急时刻可通过紧急呼叫医疗服务或救

援单位获得及时救助，还可通过呼援中心为其提供家政、维修、配送、陪护看病、义工关顾等非紧急服务。自 2008 年 8 月开通以来，平安通已经稳健运营两年，目前共有用户 7464 户，其中政府资助用户 6425 户，自费用户 1039 户。

“以前的用户以政府资助的低保老人为主，但也有些不在资助范围的老人找到我们，希望能获得平安通服务。”负责平安通运营的广州阳关助老呼援服务有限公司总经理王昊介绍说，现在正式推出的自费服务面向所有有需要的广州市民，包括从化、增城、番禺等区市，收费标准为一次性安装费 396 元，每月服务费 20 元。阳光公司现有 10 条电话线，可以保证呼叫畅通。

包括救护车、日常料理服务

目前广州 60 岁以上的户籍老人已经超过 110 万，而独居、空巢老人占了其中的 10%，遇到突然发病、治安防盗、空虚寂寞等问题，他们往往很难独立面对。通过平安通，老人们遇到意外可以及时向外界求援，得到专业快捷的帮助。王昊说，10 年前香港就给老人安装平安钟了，目前投入使用的有 10 万部，上海也安装了五六万部平安钟。比较来看，广州需要安装平安通的老人还有很多。

平安通的工作人员每周都要给用户打电话回访，两年来已经累计 45 万次。通过和老人聊天，工作人员可以掌握每一位老人的情况，记录在数据库中。“5 种病在这些老人中是最常见的，包括心脏病、高血压、中风、哮喘和糖尿病，其中心脏病和中风又占了一半。”王昊介绍说，如果老人去医院不方便，可以要求陪诊服务，每小时收费 10 元。有的老人寂寞难耐，用平安通聊个没完，遇到这种情况时，工作人员会把电话转给义工热线。

除了享受到免费用户都有的紧急呼救服务外，自费平安通用户还可以免费享受一年 4 次的救护车服务，以及 3000 元的各类意外残疾赔偿金。王昊解释说，之所以想到提供救护车服务，是因为现实中发生过发病老人不肯上救护车的情况。有老人通过平安通叫来了救护车，但发现要缴 120 元的费用，而且无法用医保的钱，所以宁肯自己打的去医院也不坐救护车。来源：2010-7-29 广州日报

[返回目录](#)

## 中移动游戏平台考虑广告植入模式

中国移动游戏产品基地主任助理端木文琳透露，中国移动游戏平台未来可能会考虑广告植入模式。

在第八届中国游戏商务大会移动互联网娱乐论坛上，中国移动游戏产品基地主任助理端木文琳透露，下半年中国移动将会发布手机游戏开发与运营规范，并且拓展短信、彩信等多种手机游戏平台。

她透露，在运营方面，中国移动可能会考虑广告植入模式。来源：2010-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 北京“宽带动态免费体验”延长3个月

平常使用 512K、1M 带宽上网浏览，而下载文件、看电影时使用 2M 的带宽——这是过去很多网民的期望。北京联通自 5 月 17 日推出的“宽带动态免费体验活动”后，完全满足这个需求，吸引了数万宽带客户纷纷体验。为让更多客户感受到“动态带宽”所带来的便利，北京联通将活动时间延长 3 个月，新的截止日期为 9 月 30 日。

该活动主要是面向后付费公众宽带客户，体验方式包括客户自主升速模式和应用触发升速模式两种。北京联通 512K 和 1M 后付费公众宽带客户(LAN 网客户除外)均可通过北京宽带网(www.bbn.com.cn)相关页面即时升速带宽至 2M。9 月 30 日之前，所有后付费宽带客户(LAN 网客户除外)可享受每月累计 5 小时的免费升速体验，客户升速超过 5 小时后，升速费用将在基础月租费之外按照 0.05 元/分钟叠加收取。

北京联通已全面完成了各接入局的扩容改造工程，所有北京联通过后付费宽带客户都具备了升速至 2M 的能力。有了宽带动态升速，各互联网信息服务提供商都可以在北京市场上全面开展适用于 2M 甚至更高带宽的应用服务，客户带宽可以通过 BOD 技术自动匹配应用服务所需带宽要求，实现“按需”调整带宽。来源：2010-7-28 北京商报

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### 【视频通信】

## 国标将出台催热 3D 电视市场

庞大的 3D 电视标准体系正在部分环节取得实质性突破。工信部 AVS 标准(数字音视频编解码技术标准)工作组近日宣布，中国首部 3D 电视编码和解码标准已于日前完成定稿，近期已上交工信部、国标委等国家相关部委审批。标准如果出台，将填补中国在 3D 电视标准上的空白。这有望使 3D 电视加速普及。

盘点上半年家电卖场，3D 电视是一大热点。一方面，对 3D 电视的消费需求正在增长。据中国电子商会消费电子产品调查办公室的一次网络调研数据显示：68%的消费者有过观看 3D 影像的经历，约有一半人觉得视觉效果震撼。同时，在有过观看经历的受访者中，有 1/3 的人有购买或体验 3D 电视的意愿；另一方面，家电厂商对 3D 热潮的响应态度比较积极。

然而从目前情况来看，我国 3D 电视市场还处在发展初期，其由于受到 3D 片源、价格以及标准不统一等多因素的限制，暂时还无法像网络电视、LED 电视那样快速普及。首先，片源匮乏成为制约 3D 电视普及的首要因素。据了解，目前使用 3D 技术制作的电视节目基本没有，同时 3D 电影不到电影总产量的 1%。没有内容播放，对于消费者来说，买回家的 3D 电视不过是一个奢侈的“摆设”。

其次，3D 电视高昂的价格对于普通消费者而言暂时还难以承受。根据调查，目前一台 47 寸的普通液晶电视，合资品牌一般在七八千元左右，而同样尺寸的 3D 电视，价格则在 2 万元左右，是普通液晶电视的两三倍。

第三，行业标准不统一也是限制 3D 电视发展的一个重要因素。据了解，在世界范围内仅 3D 显示技术就至少有 22 种不同的方法，糟糕的是，并没有研究显示哪一种技术明显优于其它技术。多种 3D 电视技术混杂的现状为 3D 电视产业的发展带来了一系列的困难。

令人欣喜的是，3D 电视标准的进一步规划和订立，将为我国 3D 电视产业潜力的迸发提供有力保证，加速我国 3D 电视的普及，我国 3D 电视市场在未来几年内或迎来新的突破。来源：2010-7-29 通信信息报

[返回目录](#)

## 手机电视平台“无线江苏”正式上线

昨日，由江苏省广电总台、江苏联通共同打造的江苏手机门户平台“无线江苏”正式上线。“无线江苏”以江苏广电总台的直播频道和品牌栏目等本地特色内容为基础，集成了国内央视、各省级卫视等主要电视频道的优质影视资源。目前联通 3G 手机用户可尽享 30 多套电视、广播节目 24 小时不间断直播，在不久的将来，直播频道数量可以增加至 60 多套。

在技术上，“无线江苏”更是采用了国际最先进的技术。此外，“无线江苏”在 9 月 1 日前，将提供免流量费、免功能费的双重优惠。来源：2010-7-29 扬子晚报

[返回目录](#)

## 上海广播电视台获互联网电视及 3G 手机电视牌照

上海广播电视台相关负责人昨日对《第一财经日报》确认，上海广播电视台已于 7 月 30 日正式获得广电总局颁发的互联网电视和 3G 手机电视牌照。获牌后，上海广播电视台可在全国开展互联网电视和 3G 手机电视集成播控、运营与内容服务业务。

此前，上海广播电视台曾获得互联网电视和 3G 手机电视的集成播控牌照，而此次该机构互联网电视操作平台、节目分发平台和手机视频自适应系统等经过广电总局验收专家小组等的好评和通过，再获得内容服务的资质，拿到“集成播控+内容服务”的全国性完整牌照。

上海广播电视台人士表示，获得互联网牌照和 3G 手机电视牌照标志着上海广播电视台新媒体业务进入了新的发展阶段。自此，上海广播电视台已经实现地方广电领域最完整、最齐全的新媒体产业布局。

互联网电视业务属于全球新兴的一项数字电视业务，具备互联网电视功能的电视机，依托互联网技术，借助运营商的宽带接入服务用户，以视音频多媒体为形式，以互动个性化为特性，为用户提供全方位收视服务。

据广电人士透露，除了上海广播电视台之外，央视的中国网络电视台(CNTV)、杭州华数也获得了相关牌照。

格兰研究分析师表示，互联网电视是以广域网为传输网络，以电视机为接收终端，向用户提供互联网内容服务。互联网电视有别于 IPTV，它不受地域的限制，只要拥有嵌入互联网电视客户端(由具有互联网电视集成业务牌照的企业开发)的电视机，在任何有互联网的地方都可以享受互联网电视服务。

广电总局目前对互联网电视采取“集成服务+内容服务”的管理模式，互联网电视终端必须与获得集成牌照的平台集成商合作，嵌入其客户端。

在互联网电视方面，海信、康佳和清华同方、长虹等都在与上海广播电视台等持有牌照的机构合作，嵌入相关的播控平台和内容服务。

全球最大电视厂商三星中国上海销售总监陆林对本报记者表示，三星也非常看好互联网电视在中国的发展，三星一直等待政策的明确，以能够制定正确的市场政策发力互联网电视。技术上三星没有问题，产品 2009 年就已经能提供完整的网络解决方案，但是在应用方面还是集中在简单的天气预报和股市等。现在三星所有高清和蓝光电视都具备上网的功能，可以到三星网站下载软件。国家政策明朗之后，相关产品可以迅速推出。

市场调查公司中怡康的数据显示，2010 年 1~5 月，国内互联网电视销量占平板电视销量的比例快速增加，目前已接近 10%，带有上网功能的电视销量接近

70 万台，其中互联网液晶电视 69 万台，互联网等离子电视 1 万台。而所有平板电视的零售量为 732 万台。来源：2010-8-3 第一财经日报

[返回目录](#)

## 【电信网络】

### 联发科联手 DoCoMo 测试 4G

联发科 27 日宣布，与日本最大电信营运商 NTT DoCoMo 签订第四代移动通信(4G)的长期演进技术(LTE)授权协议。

LTE 已被视为 4G 主流技术。而联发科将成立新的技术团队，与 NTT DoCoMo 一起在日本进行 LTE 互通测试。而联发科强调，未来芯片的出货对象并不限于日本市场或 NTT DoCoMo，而是着眼于全球市场。来源：2010-7-29 新京报

[返回目录](#)

### 光通信加速向 100G 系统演进

三网融合将带来视频业务的飞速发展，各种各样的“互动”类视频业务将把许多远离客厅的用户重新拉回到电视机前，视频业务的市场前景十分广阔。对于运营商而言，这将带来新的收入增长点，但同时也迫使运营商对承载网进行升级。

传统的通信业务主要是语音通话和短信业务，它们对网络资源的占用量有限，对承载网容量的要求较低。视频业务得以推广后，视频电话、视频会议、高清电影等业务将广泛应用于人们生活的方方面面。视频业务不同于数据业务，数据业务可以具有不连续性，而视频业务必须保证在提供业务的整个过程中是连续、稳定的，只有这样才能获得良好的用户体验。

这就需要承载网拥有足够多的容量。因此，承载网的扩容成为三网融合建设的重要工作之一。

在视频业务产生的庞大的流量面前，以 10G 传输技术为基础的承载网带宽将耗尽，网络平滑升级到 40G/100G 成为承载网升级的必然选择。早在 2008 年，基于 40G 的 WDM(波分复用)系统就已经实现了规模商用。现在，100G 的 WDM 成为业界关注的焦点。

中国电信北京研究院副总工程师张成良表示，与 40Gbps WDM 系统相比，100G 传输的商用化需要把握四大关键技术：100G 线路传输技术、100GE 接口技术、100GE 封装映射技术和 100G 关键器件技术。

现有 100G 线路传输技术主要有两种方案：多波传输方案和单波传输方案；100GE 接口技术要解决 100GE 物理端口的高可靠性，并支持完善的监控和保护功能；100GE 适配到 OTN 时，可映射到 OTU4 中，也可反向复用到 OTU2、OTU3 之中；根据 100GE 接口的具体实现形式，存在多条封装映射路径。

张成良认为，40G 传输技术被普遍认为是一种过渡技术，而 100G 传输技术拥有更长的生命周期，预计将持续 8~9 年。但 100G 系统仍面临着一些问题，需要业界积极配合加以解决，例如，100G 系统与 40G 系统相比光噪比 OSNR 需要增加到 4dB 左右，而同时对色散和 PMD 的容限要求更加苛刻，约为原来的三分之一，因此对于 100G 来说非线性效应的影响远远超过了 10G 和 40G WDM 传输系统。

未来 5 年内，网络带宽将以每年 50% 以上的速度增长，预计 2010 年年底，干线带宽流量将达到 50Tbps 以上。虽然目前 100G 系统还不够成熟，但它代表的是承载网的发展趋势。来源：2010-7-29 人民邮电报

[返回目录](#)

## 北京市区室外网络覆盖率达 95%

昨天下午，北京市经信委在全市经济和信息化工作会议上表示，目前“市区室外网络覆盖率达到 95%”，而高污染、高耗能、高耗水的“三高”企业将继续退出 40 家。

市经信委主任朱炎昨天通报，2010 年上半年“北京工业平稳较快增长，经济效益明显好转”，1-6 月全市规模以上工业完成增加值约 1200 亿元，同比增长 18.9%。

朱炎同时称，信息化基础设施得到提升，在成为国家三网融合首批试点城市后，加大了对地铁、重点建筑物和重点地区的网络覆盖，市区室外网络覆盖率均达到 95%，全市拥有了 3G 用户 160 万。

而下半年在工业节能减排方面，市经信委介绍，北京对年综合能耗 1 万吨标煤以上的 87 家企业进行全能源在线监测，计划全年退出 40 家“三高”企业，并关停国家下达的 202 万吨产能水泥企业，目前关停退出工作都正在进行中。

另外，移动硅谷、数字电视产业园、天坛生物医药基地、科兴生物疫苗产业化基地等 10 多个项目，是下半年北京将重点推进的重大项目。

同时，还要出台促进中小企业发展实施意见，推进中小企业立法，编制中小企业公共服务平台建设方案，认定一批市级中小企业公共服务示范平台。来源：2010-7-30 新京报

[返回目录](#)

## 摩托罗拉旧金山 700MHz 建 LTE 网络

美国公众安全机构(PSA)选择摩托罗拉在旧金山海湾地区 700 MHz 频段建设 LTE 网络，系统 2010 年开始安装，预计 2011 年初可投入运营。

据摩托罗拉透露，首期阶段提供 LTE 核心网、10 个站点以及 330 个摩托罗拉公众安全(Motorola Next Generation Public Safety)LTE 用户调制解调器，向海湾地区紧急施救人员提供大量多媒体应用，新的宽带网络将提高公众公安信息的分享。

海湾地区安全倡议(UASI)总经理 Laura Phillips 表示：“有公众安全机构的 LTE 网络再结合我们现有的‘Project 25’语音数据网络，我们的紧急施救人员就有机会装备最先进的通信工具，更好地保护自己 and 社区居民。与摩托罗拉的合作是建设统一、先进的海湾地区共同协作通信系统(BayRICS)愿景的第一步。”

作为海湾地区共同协作通信系统计划的一部分，这一系统将向海湾地区多个分支机构提供服务，包括旧金山，阿拉米达县/奥克兰，孔特拉科斯塔县，以及圣克拉拉和桑尼维尔市。新的宽带系统覆盖在现有的基于 IP 核心网的“Project 25”网络之上。来源：2010-7-30 中国通信网

[返回目录](#)

## 英国电信斥 25 亿部署光纤宽带 提速至每秒 40Mb

据国外媒体报道，英国电信公司的客户部总经理约翰 彼特(John Petter)日前表示：“英国电信已经就线路的速度为客户们提供了最准确和一致的预测。我们支持 Ofcom 公司的广电规则，但我们希望能够更进一步，并加大对系统的投资，以便让我们的预测效果更好，并把这一切以书面的形式确认。”

“英国电信将斥资 25 亿英镑部署超高速光纤宽带。这一举措预计将把全国三分之二地区的宽带速度提高至每秒 40Mb，而其中四分之一的用户所使用的网速将高达每秒 100Mb，这在英国来说是最快的。我们的投资将以更便宜的价格为客户提供优良的宽带服务，我们与 Virgin 公司不同，英国电信将光纤网络开放给其他公司使用，这对英国的客户来说肯定是个好消息。

“我们将继续加大向网络的投资力度，争取改善全国用户的网速。我们为客户提供全面的帮助和建议，力图让他们获得最快的速度。举例来说，所有英国电

信的宽带用户都可以得到免费的英国电信宽带加速器，用来消除电子干扰。”来源：2010-7-28 飞象网

[返回目录](#)

## 印度 Reliance 集团放弃部署 TD-LTE：开测 WiMAX

印度工业集团信实工业(Reliance Industries)现在改变了在 2.3GHz 频段上部署 TD-LTE 的计划，取而代之将部署 WiMAX。

信实工业此前斥资 480 亿卢比收购了泛印度宽带无线接入(BWA)频谱牌照拥有者 Infotel Broadband。在 6 月结束的拍卖中，Infotel Broadband 唯一一家拍得印度全部 22 个电信服务区域的频谱，为此须支付 1284.777 亿卢比(C114 注：约合 27.4 亿美元)。

信实工业承诺将采用 TD-LTE 技术，正如此前高通高调宣布将用赢得的频谱来部署 TD-LTE 一样。并且还公布了 3 年内投资 15 亿美元部署 1.5 万个 TD-LTE 基站的计划。

但现在看来，似乎 TD-LTE 并非如之前所想象得那样成熟，尤其对印度市场而言更是如此——印度运营商需要更便宜的设备来争取大众市场，而信实工业已经迫不及待想要进入这一极度缺乏服务的市场。

据当地行业媒体援引匿名消息来源的报道称，信实工业已开始试用 WiMAX，包括测试来自奥维通(Alvarion)和三星(Samsung)的设备。

其他宽带无线接入牌照获得者还包括：获得 8 个地区频谱的 Aircel、获得 5 个地区频谱的 Tikona Digital Networks、获得 4 个地区频谱的巴帝电信(Bharti Airtel)、获得 1 个地区频谱的 Augere Mauritius。其中仅 Tikona 和 Augere 已经明确承诺将频谱用于部署 WiMAX。来源：2010-7-28 中国通信网

[返回目录](#)

## 【终端】

### GSM 手机可遭廉价设备窃听

电脑安全研究人员克里斯·佩吉特 7 月 31 日在美国内华达州拉斯韦加斯举行的 Defcon 年度国际黑客大会上演示了借助廉价装置窃听全球移动通信系统(GSM)手机通话。他说，希望演示能促使更安全的通信标准得以采用。

克里斯·佩吉特当天在大会上发言时，要求几名同伴用 GSM 手机打电话，随后用一个装置靠近手机，结果证明，这个装置可拦截并记录全部通话内容。

按美联社说法，佩吉特使用的装置花 1500 美元即可买到。犯罪分子可借助它达到非法目的，手机用户眼下没有办法保护自己。

佩吉特说：“GSM 被破解了，绝对被破解了。”他说，希望自己的演示能促使更安全的通信标准得以采用。

GSM 属于第二代移动通信技术，在佩吉特所演示的攻击范围之列。但第三代和第四代移动通信技术，即 3G 和 4G 技术能抵御攻击。佩吉特说，那些没有指明自己使用哪种通信网络的手机通常容易受攻击。

这种装置的商用版本早已存在，主要应用于执法。安全专家尼古拉斯·德彼得里洛说，以前由于制造商严格控制买家身份，这种装置不便宜，直到最近网络上才开始销售廉价设备。来源：2010-8-2 成都日报

[返回目录](#)

## 英特尔光通信芯片取得重大突破 速度达 50Gbps

据国外媒体报道，英特尔宣布在硅光子学的通信领域应用取得里程碑式进展，证实未来电脑可用光束代替电子信号传输数据。英特尔实现了世界上首个端至端硅光子连接，这将对电脑设计产生革命性影响，极大地提高电脑性能和节约能源。

新闻要点：

- 英特尔实验室通过使用混合硅激光器技术的集成激光器，在世界上第一次实现了基于硅的光数据连接。

- 实验芯片可以每秒 500 亿比特(50Gbps)的速度移动数据。研究人员正在加紧论证更快的速度。

- 使用基于此技术的低成本、高速光通信，可使电脑制造商重新考虑传统的系统设计，无论是超级计算机还是上网本设计。

- 数据中心企业可消除性能瓶颈，用光纤代替电缆可节省空间和能源，大幅降低运营成本。

英特尔今天宣布了一项重要的技术进步，以光束取代电子在电脑中和电脑周围进行数据传输。该公司已经开发出一个研究用原型，是世界上第一个使用集成激光器的基于硅光数据连接。与当前的铜线技术相比，该技术可在更长距离传输大很多倍的数据，最高传输速率可达 50Gb/秒。这相当于每秒可传送一部完整的 HD 电影。

目前的电脑组件都是使用电路板的铜线或印痕相互连接。由于使用铜等金属传输数据，存在信号衰减问题，这些线的最大长度受到限制。这限制了电脑的设

计，迫使处理器、内存和其它组件被放置在相互只有英寸见方的距离。今天的研究成果朝用非常细和轻的光纤代替这些连接，在更长的距离传输更多的数据所迈出的重要一步，从根本上改变了未来电脑的设计方式，改变了未来数据中心的结构。

硅光子学将在整个电脑行业得到广泛应用。举例来说，这种速度传输数据，家庭娱乐和视频会议中使用墙壁大小 3D 显示器，可以很高分辨率显示画面，使画面中的人物可像真人一样在房间里与你同在。未来的数据中心或超级电脑的零部件可放置在整个建筑物甚至整个园区的各个角落，互相以极高速度连接，不受铜线缆的束缚。这将使数据中心用户如搜索引擎公司、云计算供应商或金融数据中心提高性能、增加功能和节省能源和空间，或帮助科学家建造更强大的超级电脑来解决世界上最困难的问题。

英特尔首席技术官兼实验室主任贾斯廷·拉特纳(Justin Rattner)，在加州蒙特雷举行的集成光子研究会议上演示了的速度达 50Gbps 的硅光子连接，这种类似于“概念车”的技术，可让英特尔的研究人员测试新的理念，并继续该公司开发光纤数据传输技术的努力。来源：2010-7-28 通信产业网

[返回目录](#)

## 【运营支撑】

### 歌华有线获 1.2 亿元补助

歌华有线(600037)公告，近日公司收到了实际控制人北京广播电视台拨付的 1.2 亿元专项资金用于购买广播频道、付费频道等节目的经费补助。

日前，北京市已获批成为全国首批三网融合试点城市。根据有关文件精神，公司被列为北京市三网融合试点企业。

按照企业会计准则相关规定，公司将此笔款项记入“营业外收入-政府补助”科目，预计增加本年利润总额 1.2 亿元。来源：2010-7-28 中证网

[返回目录](#)

### TD 四期将规模替换老旧设备

据消息人士透露，中国移动各省公司将从本周开始申报各自区域的 TD 四期设备供应商，而在各省申报完成后，中国移动集团将在前几日确定的各设备商份额基础上进行统筹安排分配，也就是说目前媒体报道的 TD 四期份额仅仅是中国

移动给各家设备商在采购规模上的初步承诺，而最终的市场份额和市场格局还要过一段时间才会揭晓。

据了解，7月29日，中国移动集团已向各省公司通报了TD四期综合评标排名情况以及供应商选择指导意见，其中几大设备商具体排名情况为华为排名第一，大唐、诺西分列第二与第三，接下来为爱立信、烽火、中兴、普天与新邮通。

#### TD四期份额尚未最终确定

据了解，此次TD四期总体招标规模为10.2万个基站、85万载频，除去部分设备用于几个领先城市的网络扩容之外，另外76万载频将分布于其它300多个城市，由中国移动集团及各省公司联合敲定各设备商中标份额与中标区域，这其中有三成由各省公司自行决策。

此前业界舆论普遍认为三大TD设备商中，华为基本达到其既定的目标，结果尚可；中兴在前面三期市场份额和市场格局非常理想的情况下，冒险报出了令人不解的高商务，显然不符合中国移动的集采思路，导致其份额从三期的34%大幅下滑至22%。而在业界舆论及中金等投资机构看来，大唐是本次招标的最大赢家，其份额超过业界普遍预期，这与技术评标和综合评标中大唐都仅次于华为排名第二有关。

据业内人士分析称，由于后期尚有30%部分由各省公司决策，整个TD四期上各设备商的中标结果还将会有很大变动，不出意外的话，华为在省分决策部分存在很大的优势，而中兴在技术标和综合评标排名都落后于大唐的情况下，若希望拿到不错的份额和格局，恐怕要付出一番努力。

“预计TD四期招标还要过一段时间才能出最终结果，各厂商在四期招标中的增量份额以及存量份额肯定还有变动空间，市场格局甚至有可能出现很大的变化。”一位移动某省公司人士介绍道，中国移动各省公司对于TD一期和二期设备普遍不太满意，在性能、容量、能耗、演进、站址要求上都不能满足高效运营的需求，难以支撑TD网络向规模化和宽带化发展的战略目标，而TD前两期恰恰覆盖的是全国38个重点城市，乃3G市场兵家必争之地，此次肯定要求各设备商对前期老旧设备进行替换。

目前媒体报道的TD四期招标结果中，华为拿到28.5%份额，中兴为22%，大唐份额则为19.5%，三家设备商总计拿到七成份额，而按照产品系来划分的话，鼎桥系(华为、诺西和新邮通)拿到42.5%，中兴系(含普天)拿到28%，大唐系(含爱立信、烽火)约29.5%。

#### TD前期设备面临规模替换

据集团某位参与招标的人士透露，此次招标可能是中国移动在TD上的最后一次集中规模采购招标，集团及各省公司均希望通过此次TD四期将TD现网进

行规模整改，同时计划采用性能、容量和演进能力更强的最新设备替换现有 TD 一期、二期老旧设备，如近期华为、中兴、大唐等几家主要设备商重点宣传的宽带 RRU。

该人士同时指出，对于 TD 前期设备的替换主要决定权在于移动各省公司，各自区域也并不要求继续使用现有设备商的设备，而会通过技术领先性和交付能力等多个方面进行综合比较来决定，也就是说在设备替换方面还需要各家设备商比拼综合实力才能保住现有区域，竞争局面会很激烈。

“中兴是 TD 前三期最大的供应商，特别是在一期和二期项目中拿到了很好的市场格局，占据了北京、天津、广东、山东、福建等十几个重点省市，差不多 15000 个基站、10 万多载频的规模，此次前期老旧设备替换，势必让中兴成为受冲击最大的一家设备商。这次中兴要综合市场份额、市场格局、利润这几个维度权衡利弊，部分维度必然要做出牺牲。”该人士表示。

据了解，大唐、中兴、华为、诺西这几家主要的设备商对这个问题已有准备，都在向集团和各省公司承诺替换自己或其它方的老旧设备，显然各家都非常看重这 30 多个重要城市的地盘和样板效应，提前为后续 TD-LTE 阶段进行市场布局。  
来源：2010-8-2 通信世界网

[返回目录](#)

## 移动互联大战将引发产业变革

工信部最新数据表明，中国手机用户数量已突破 8 亿，而在这些用户当中，有超过 2 亿的用户是手机浏览器的活跃用户。这也就意味着手机互联网用户在数量上已经超过了普通互联网用户。而移动互联网的迅猛发展，也让包括电子商务等相关产业的竞争愈演愈烈，2G 时代稳定的产业格局将再次改变。

### 移动商务上演细分大战

近日，国内首个全程电子商务平台伟库网 K.cn 发布，标志着企业电子商务迈进“全程化”时代。

知名网站科技讯负责人李忠存对记者表示，电子商务从模式上看，一般可分为 B2B、B2C、C2C、B2M 四类电子商务模式。其中企业对企业和企业对消费者两种发展最早，另外还有消费者对消费者这种大幅增长的模式。成熟的电子商务应用，可以深入到企业的营销环节、生产管理环节、物流环节、资金结算环节。在应用过程中，不同的业态、不同的行业，应用电子商务时的实施方式、业务模式也各不相同。

另外在 3G 时代，电子商务还包含了网络搜索、网络调研、网络广告、网络公关、整合营销、搜索优化等内容，每个内容都可以单独或者整合应用到电子商务中去。同样，各种模式的电子商务也离不开这些网络营销手段。就拿开网店这项应用来说，这些网络营销手段也有利于网店推广，获取更多的商机。

“企业电子商务已经能够为企业提供从前端营销到后端管理，从人力资源流、物流到资金流，从企业内部协调到企业间协同的全程电子商务服务，从而从整体上改变传统商务的模式，提升经营效率。”李忠存说。

#### 全程服务商凸显重大商机

有关专家表示，移动互联网用户与传统互联网用户的重大差别之一，在于移动互联网用户使用某项服务性应用的出发点往往归结于即将发生的真实环境；而电子商务的发展，正是沿着网络购物、电子营销、电子商务、全程信息化的路径演进的。这种变化不仅适应了这种环境的发展，也给电子商务的全程服务商带来了巨大的商机。

伟库公司副总裁蒋蜀革对记者表示，随着客户需求的不断提高，以及电子商务理念和技术的进步，对企业来说，电子商务将不再是一个新的营销宣传渠道或者销售渠道，而是一种新的运营模式，同时，企业对在电子商务中的自主权和品牌塑造的要求也将越来越高。企业电子商务下一阶段将必然是以企业为核心的、整合前端电子商务和后端信息化管理的综合服务，向电子商务的全程化发展。

据记者了解，目前全程电子商务应用已经崭露头角，并表现出巨大的潜力。伟库网平台上的中国化肥网，运营不到 4 个月时间，就有 5500 家客户上线做交易，处理订单，查询商品、行情及客户咨询信息，订单交易额已突破 3 亿元。

#### 三网融合成行业变革催化剂

记者在最大的中文百科类网站互动百科看到，目前有关“三网融合”的词条非常受欢迎，浏览次数高达上万次。而三网融合的推进，也加快了全程电子商务时代到来。三网融合意味着功能更强大、更灵活的网络环境，更广阔的用户群体，以及更深入的更全面应用，这对于电子商务的“全程化”也是重要推动力。

而基于此理念而构建的伟库网平台为用户提供了从建网站、建旺铺到在线进销存、现金管理、CRM，再到企业内外部协同等丰富的应用，企业可以按照自身的需要灵活地选择。同时，所有的服务都可基于有线和无线网络来提供，企业无需投入更多的 IT 设施成本。另外，这种“全程化”的应用效果，基于伟库电子商务平台所采用的先进的云计算理念和技术。一般来说，云计算是指按需获取 IT 服务的模式。有观点认为，“云计算将成为 IT 业界的变革节点之一，将会彻底改变人们未来的生活”。

蒋蜀革认为，这种“全程”首先体现在既能提供企业营销服务，又能提供企业管理服务；既能帮助企业实现内部管理，又能实现产业上下游企业的业务协同。  
来源：2010-7-28 北京商报

[返回目录](#)

## 中国在西昌成功发射第五颗北斗导航卫星

北京时间 8 月 1 日 5 时 30 分，中国在西昌卫星发射中心用“长征三号甲”运载火箭，将第五颗北斗导航卫星成功送入太空预定转移轨道。

这是一颗倾斜地球同步轨道卫星，也是中国 2010 年连续发射的第 3 颗北斗导航系统组网卫星。

据中国卫星导航系统专项管理办公室负责人介绍，北斗卫星导航系统(英文简称 COMPASS，中文音译名称 BeiDou)作为中国独立发展、自主运行的全球卫星导航系统，是国家正在建设的重要空间信息基础设施，可广泛用于经济社会的各个领域。

中国北斗卫星导航系统能够提供高精度、高可靠的定位、导航和授时服务，具有导航和通信相结合的服务特色。该系统经过 19 年的发展，在测绘、渔业、交通运输、电信、水利、森林防火、减灾救灾和国家安全等诸多领域得到应用，已产生显著的经济效益和社会效益，特别是在四川汶川、青海玉树抗震救灾中发挥出非常重要的作用。

按照“三步走”的发展战略，中国北斗卫星导航系统将于 2012 年前具备亚太地区区域服务能力，2020 年左右，建成由 30 余颗卫星、地面段和各类用户终端构成的、覆盖全球的大型航天系统。北斗卫星导航系统技术复杂、规模庞大，它的建设应用，将实现中国航天从单星研制向组批生产、从保单星成功向保组网成功、从以卫星为核心向以系统为核心、从面向行业用户向面向大众用户的历史性转型，开启中国航天事业的新征程。

此次发射的卫星及其运载火箭分别由中国航天科技集团公司所属中国空间技术研究院和中国运载火箭技术研究院研制。本次卫星发射也是中国“长征”系列运载火箭第 126 次航天飞行。来源：2010-8-1 中国新闻网

[返回目录](#)

## 台湾厂商加速布局 LTE 2011 年全球 LTE 将超 WiMAX

据台湾媒体报道，台湾厂商近日纷纷由 WiMAX 转向，加速布局 LTE。

日前，台湾唯一一个涉足 WiMAX 芯片生产的厂商联发科已于 27 日宣布与日本电信 NTTDOCOMO 签订 LTE 技术授权协议。外界认为，此举意味着联发科放弃了 WiMAX 转向 LTE。尽管联发科一再声明这两种技术并不冲突，未来如何转变应视市场需求而定，但双押宝寓意深刻。

除了联发科在 LTE 上动作频频之外，台湾的正文与合勒主要 WiMAX 终端设备厂商也都有 LTE 产品推出；宏达电也进行了 LTE 手机机板测试，可能年底就会推出 LTE 终端产品。

此前也有消息传出台湾两大电信运营商中华电信、台湾大哥大开始着手建设 LTE，甚至一些 WiMAX 厂商也打算通过软硬件升级的方式转换到 TD-LTE 技术。所以，台湾的 LTE 已经是大势所趋。

目前，WiMAX 在全球有 147 个国家、500 家以上的电信业者采用，而 LTE 仅有 33 个国家和 80 多家电信业者使用。但是，根据 IDC 的预测，2011 年起全球 LTE 设备数量将会开始超过 WiMAX。来源：2010-7-29 飞象网

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### 【数据参考】

#### 我国网民达 4.2 亿 手机网民 2.77 亿

根据中国互联网络信息中心日前发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》(简称《报告》)，截至 2010 年 6 月底，我国网民规模达 4.2 亿人，手机网民增至 2.77 亿人，成为拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。

《报告》显示，截至 2010 年 6 月底，我国网民规模已经达到了 4.2 亿，较 2009 年年底增加 3600 万人；互联网普及率攀升至 31.8%，与 2009 年年底相比提高了 2.9 个百分点。

移动互联网展现出了巨大的发展潜力。2.77 亿手机网民用户在整体网民中的占比攀升至 65.9%，其中近 5000 万网民只使用手机上网，占网民总数的比例提升至 11.7%。中国互联网络信息中心互联网发展研究部主任刘冰表示，手机网民成为拉动中国总体网民规模攀升的主要动力，手机在未来将逐渐赶超电脑成为主流上网方式。

此外，随着商务应用的快速发展，互联网的商业价值不断彰显，商务化程度迅速提高。《报告》显示，2010 年上半年，我国网民的互联网应用表现出商务

化程度迅速提高、娱乐化倾向继续保持、沟通和信息工具价值加深的特点。网络音乐、网络新闻和搜索引擎仍是使用率排名前三的网络应用。

商务类应用表现尤其突出。网络购物、网上支付和网上银行的用户增长率均在 30%左右，远超其他类网络应用。目前用户规模分别达到 1.42 亿、1.28 亿、1.22 亿，其中网络购物的使用率已超过了论坛，而网络支付则成为用户增长最快的网络应用，互联网的商业价值不断凸显，显示出强劲的发展势头。

不过，网络商务应用仍然受到各种安全因素的困扰。仅 2010 年上半年，就有近六成网民在使用互联网过程中遇到过病毒或木马攻击；超三成网民账号或密码被盗过；近九成的电子商务网站访问者担心假冒网站。网络安全和信任问题已经成为网络商务深层次发展的最大制约因素，互联网向商务交易型应用的发展，急需建立更加可信、可靠的网络环境。来源：2010-7-31 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

## 印度手机 2010 年销量将达 1.386 亿部

据国外媒体报道，美国市场研究公司 Gartner 周四发布报告称，印度 2010 年的手机销量将达 1.386 亿部，较 2009 年的 1.17 亿部增长 18.5%。印度手机市场有望在 2014 年前保持稳定增长，终端用户销量届时将超过 2.06 亿部。

印度手机市场非常活跃，虽然已经非常拥挤，但新的运营商和本地设备制造商仍在继续进军这一市场。这种激烈的竞争也导致了通话费用和设备费用的降低。印度市场此前被诺基亚、摩托罗拉、信实电信和沃达丰等少数几家企业主导。

印度为全球贡献了约 10% 的手机销量，因此对于希望增加全球市场份额的厂商而言是一个巨大的市场。由于规模巨大且较为开放（手机无需借助运营商销售），因此吸引了很多手机厂商。除水货以外，该国目前约有 50 多个品牌的手机。

Gartner 表示，印度手机厂商主要专注低价用户，多数销量都来自于低端产品。印度市场的手机平均售价约为 52 美元，85% 的手机售价都低于 100 美元。

Gartner 表示，尽管 3G 技术尚未在印度推出，但 3G 设备销量 2010 年有望占据印度手机总销量的 16.7%，2009 年为 9.2%。到 2014 年，这一比例有望达到 69%。2010 年第一季度，印度智能手机在手机总销量中的占比为 5.2%，到 2014 年有望上升至 18%。

Gartner 的数据显示，2009 年的印度手机普及率为 45%，该市场目前已经进入到第二个增长阶段，更新换代的销量在总销量中的占比从 2009 年的 45% 上升至 2010 年的 50%。

Gartner 首席分析师安苏尔·古普塔(Anshul Gupta)认为，3G 技术的发展将为创新带来更多的挑战。较短的生命周期以及以语音为中心的设备销量下滑将在未来 5 年内为印度市场带来变革。来源：2010-7-30 新浪科技

[返回目录](#)

## 第二季度全球 Android 手机出货量增长 886%

据国外媒体报道，调研公司 Canalys 周一发布报告称，2010 年第二季度，全球 Android 手机出货量同比增长 886%。

美国仍是全球最大智能手机市场，第二季度，整体智能手机出货量同比增长 41%，而 Android 智能手机出货量同比增长 851%，市场份额为 34%。

此外，Android 智能手机在亚太市场也高速增长，尤其是在全球第二大智能手机市场中国。第二季度，Android 手机在中国市场的出货量为 47.5 万部，而一年前几乎为零。

对于整个智能手机市场，诺基亚仍继续领跑，全球市场份额为 38%。第二季度，诺基亚智能手机出货量为 2380 万部，同比增长 41%。

RIM 位居第二，市场份额为 18%，黑莓手机出货量同样增长 41%。而苹果 iPhone 全球市场份额为 13%，出货量同比增长 61%。

Canalys 还预计，到 2013 年智能手机将占到全球手机出货量的 27%。在西欧部分国家，该比例将超过 60%，在北美也将达到 48%。来源：2010-8-3 新浪科技

[返回目录](#)

## 我国 2010 年上半年通信设备出口 421 亿美元

工业和信息化部统计显示，2010 年上半年我国电子信息产品出口 2624 亿美元，同比增长 38.9%；其中通信设备出口 421 亿美元，同比增长 21.0%。

上半年，我国电子信息产品进出口额达到 4526 亿美元，同比增长 41.8%，占全国外贸进出口总额的 33.4%；其中出口 2624 亿美元，同比增长 38.9%，比 2008 年同期增长 7.1%，占全国外贸出口 37.2%；进口 1902 亿美元，同比增长 46.0%，比 2008 年同期增长 6.1%，占全国进口 29.3%。

电子元器件及电子材料出口增势突出。上半年，电子元件出口 352 亿美元，同比增长 52.2%；电子器件出口 295 亿美元，同比增长 69.5%；电子材料出口 26 亿美元，同比增长 65.3%；以上三个行业出口增速明显高于全行业平均水平。

计算机产品出口 990 亿美元，同比增长 42.0%，略高于全行业平均增速；家用电器、通信设备出口 397 和 421 亿美元，同比增速分别为 23.3%和 21.0%，落后于平均水平。出口金额前三名产品为：笔记本电脑 426 亿美元，增长 59.6%；手机 195 亿美元，增长 21.5%；液晶显示板及模组 127 亿美元，增长 74.9%。大部分行业进口保持快速增长，计算机、电子元件及电子器件进口分别增长 52.5%、51.9%、47.3%。

一般贸易出口增势突出，加工贸易进口增长较快。上半年，一般贸易出口 429 亿美元，同比增长 56.4%，高于出口平均增速 17.5 个百分点；来、进料加工贸易出口分别为 263 和 1785 亿美元，增长 32.7%和 34.6%，增速低于全行业平均水平 6.2 和 4.3 个百分点。一般贸易进口 394 亿美元，增长 39.2%；来、进料加工贸易进口 259 和 861 亿美元，分别增长 58.1%和 43.1%。

民营企业出口增速继续领先。上半年，民营企业出口 221 亿美元，同比增长 71.5%，高于出口平均增速 32.6 个百分点；外商独资企业出口 1693 亿美元，占出口总额的 64.5%，同比增长 37.2%，比全行业平均水平低 1.7 个百分点；国有企业出口 183 亿美元，同比增长 40.1%。

对欧盟出口依然保持较好势头。上半年，我国电子信息产品出口列前三位的国家和地区是香港、美国和日本，出口额达到 581、507 和 181 亿美元，同比分别增长 31.1%、31.4%和 37.2%，低于行业平均水平。对欧盟出口保持快速增长，如对德国、意大利、荷兰、法国等国家出口增速分别为 60.6%、63.5%、69.0%和 69.7%

主要省市出口持续扩大。上半年，浙江、江苏、山东、上海等东部主要省市出口保持快速增长，同比增速分别为 55.4%、50.5%、50.3%和 47.2%，均超过全国平均水平。部分中西部省市出口增势突出，重庆、湖北、湖南同比分别增长 164.1%、122.2%和 107.7%。来源：2010-7-28 中国通信网

[返回目录](#)

## 全球手机第二季发货量增长 13% 至 3.08 亿部

据国外媒体报道称，市场研究公司 Strategy Analytics 当地时间周五表示，在新兴市场低端手机和成熟市场高端手机销售增长的拉动下，2010 年第二季度全球手机发货量增长 13%至 3.08 亿部。

Strategy Analytics 表示，由于触控屏手机和全键盘手机热销，RIM 和三星的表现优于竞争对手。

Strategy Analytics 预计，2010 年第三季度全球手机发货量将增长至 3.25 亿部，“没有明确的信号表明手机业会出现 2 位数的下滑”。

Strategy Analytics 称，第二季度 13% 的增长幅度低于此前 2 个季度的 17%，但远好于 2009 年第二季度的下滑 8%。

第二季度诺基亚市场份额由 2009 年同期的 37.8% 下滑至 36.1%，仍然是全球手机市场上的领头羊；三星市场份额由 19.1% 提高到 20.7%；LG 市场份额由 10.9% 下滑至 10%；RIM 市场份额由 2.9% 提高到 3.6%；索尼爱立信市场份额由 5.1% 下滑至 3.6%。

除五大手机厂商外，苹果市场份额由 2% 提高到约 3%。Strategy Analytics 说，“苹果在手机市场的蜜月期显然很快就会结束”，苹果应当努力防止用户的负面情绪造成市场份额的流失。来源：2010-7-31 赛迪网

[返回目录](#)

## 我国移动用户突破 8 亿 移动通信收入将近 3000 亿

据工信部公布数据显示，我国目前移动电话用户总数达到 8.05 亿户，其中 3G 用户数达到 2520 万户，TD 用户累计达 1046 万户。

移动用户突破 8 亿 3G 用户达到 2520 万户

据悉，上半年我国电话用户净增 4920.4 万户，总数达到 11.1 亿户。其中，固定电话用户减少 876.7 万户，降至 3.05 亿户；移动电话用户增加 5797 万户，达到 8.05 亿户。

在基础电信方面，我国互联网用户进一步趋向宽带化。1-6 月份，我国宽带用户净增 1191.6 万户，累计达到 1.15 亿户，互联网拨号用户减少了 182.2 万户。3G 建设和 TD 应用加快推进，截至 6 月底，全国在网 3G 用户数达到 2520 万户，其中 TD 用户达 1046 万户。

移动收入将近 3000 亿

此外，数据显示，我国上半年电信业务总量累计达 14860.7 亿元，同比增长了 21.4%；电信主营业务收入累计完成 4345.5 亿元，增长 5.9%。其中，移动通信收入累计完成 2979 亿元，增长 11.2%，比重提升到 68.55%；固定通信收入累计完成 1366.5 亿元，比重下降到 31.45%。来源：2010-7-30 飞象网

[返回目录](#)

## 【市场反馈】

### 报告称青少年手机网民占七成

手机上网让学生享受到“随时随地都能上网冲浪”的便捷，同时也给课堂带来了新的挑战，课堂上网现象影响正常学习，作为家长和老师应当对此给予适当的引导。

Enfodesk 易观智库最新发布《2010 年第 2 季度中国移动互联网业务市场季度监测》数据。该数据显示，2010 年第 2 季度中国移动互联网用户规模达 2.14 亿人，环比增长 4.0%，相比 2009 年同期呈现 41.09% 的增长速度。据日前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，截至 2010 年 6 月底，中国网民规模已达到 4.2 亿，手机网民成为了拉动中国总体网民规模攀升的主要动力。

#### 学生群体成手机网民主力军

随着国内 3G 网络的日益成熟，网络已不再是制约手机用户享受移动互联网带来的各项便捷服务的瓶颈。移动互联网时代的逐步到来，信息爆炸必将被移动化且更具个性化的信息所取代，手机凭借其先天的移动性、便携性、互动性、传播快速、多媒体融合性等优势，成为现代人们获取信息的便捷渠道。

数据显示，仅仅两年时间，中国手机网民的数量就将近翻了两番。而 2010 年仅仅半年，手机网民用户就较 2009 年底又增加了 4334 万人。

报告显示，手机网民 71.2% 集中于 10—29 岁的青少年群体，在使用手机上网的青少年网民中，在校大学生比例最高，有 85.7% 的大学生网民使用手机上网，中学生网民使用手机上网的比例为 69.3%，小学生网民为 36.6%。学生群体在整体手机网民中所占比例也远远高于其他群体，35% 左右的手机网民为学生。对于缺少电脑等上网设备的农村地区和部分城镇地区而言，手机上网为青少年提供了更便捷的接触互联网的方式。据悉，手机上网最多用途的是手机即时通信，搜索信息和社交网站也占了大部分。

#### 方便带来学生课堂手机上网综合症

在某个用户群主要为大学生的 SNS 社区进行的调查显示，90% 以上的人认为手机上网的首要原因是方便。QQ 聊天、下载电子书或“斗地主”，甚至去开心网“偷菜”，不能带电脑的时候用手机都能随时搞定，实在方便。某同学表示：“随时随地掏出手机来就能上网，既可以打发无聊时间还能跟人交流、获得资讯，多好的事情。”

而价格优惠也是学生用手机上网的重要因素。电信运营商为了吸引这些消费生力军，将资费进行了调整，将原先 5 元包 10 兆流量调整到了 5 元包 30 兆流量，据悉，大多数的学生都选择了 5 元 30M 流量包。

正是因为手机上网的方便、便宜和快捷，使得许多同学患上了“手机上网综合症”，吃饭、走路都“手不离机”。

大二学生小顾就喜欢用手机 QQ 聊天，他说现在自己得了“手机上网综合征”，每隔几分钟就会摸摸手机，看看 QQ 留言。“我有时睡到半夜都会醒过来看看群里在聊什么，有没有人找我。”像小顾这样为手机“寝食难安”的例子很多。

高二学生小方说：“我现在手里只要一没手机就会觉得空落落的，做事情也不能集中精神。一块手机电池只能用一天，所以得随身再带一块备用。”而有的同学则把“手机上网综合征”变成了“课堂上网综合征”。“有时候上课太无聊了，好多同学就在下面玩手机，手机上网方便了以后，就更有的玩了。虽然大家也知道这样对学习会有影响，但还是经不住手机娱乐的诱惑。感觉已经成为一种习惯。”某同学如是说。

#### 规避课堂上网综合症成解决难题

手机上网让学生享受到“随时随地都能上网冲浪”的便捷和愉悦，但这确实也给学生课堂带来了新的挑战。

某中学教师吴老师就发现部分升入高中就读的学生，上课时间都用手机挂着 QQ 号，而且 QQ 头像一天到晚都亮着。他说：“学生上课时间用手机上网，很难安心上课。”

“上课玩、放学玩，因为手机体积小，上网隐蔽性强，能轻易瞒过老师和家长。”一位高中生表示，很多同学的手机基本天天挂 QQ，经常看到同学上课时用手机上网玩“斗地主”、QQ 农场摘菜游戏。

玉林师范学院教育系心理学苏峻教授就此明确表示，不提倡中学生使用手机，并建议学校、家长和学生三方共同努力来抵制手机上网娱乐的诱惑。

中学生使用手机不仅是上课上网带来危害，而且手机里花样繁多的娱乐功能同样是危害中学生的毒瘤。除了影响成绩外，还会引起学生间互相攀比的不正之风，并给学校教育带来难题。苏教授认为，如有必要，学校可采取强制性措施，禁止学生携带手机入校。

而苏州大学某班级辅导员宋老师表示，“禁用手机还不至于，大学生也都不小了，现在的大学生接触的新鲜事物很多，有些也抵挡不住诱惑，但从根源上来讲还是要培养他们的自制能力和辨别是非的能力。手机上网的利弊可以跟他们分析清楚，当然作弊还是一定要禁止的。”

多年从事班主任的范老师表示，任何事物都有它的两面性，关键是怎么去面对它。中学生的心理还不成熟，所以作为家长和老师应当给予适当的引导，如果只是为了跟孩子联系方便，可以给孩子购买不具备上网功能的简单手机。

学生上课用手机上网肯定会影响到学习质量，不管是对中小學生还是大学生来说，如果缺乏监督，都可能会因此荒废学业。因为，我们在享受移动互联网带来便利的同时，如何趋利避害也是值得我们思考的问题。来源：2010-8-2 通信信息报

[返回目录](#)

### 14%免费 iPhone 应用可获取用户联系人信息

据国外媒体报道，信息安全研究公司 Lookout 在本周 Black Hat 会议上公布的研究结果显示，App Store 应用商店中 14% 的免费应用可以获取用户 iPhone 中的联系人信息。

Lookout 对 App Store 和 Android Market 中超过 30 万款免费应用进行了调查。调查结果显示，一款免费 Android 墙纸应用将主动获取用户的 SIM 卡号码、用户识别号，以及语音邮件密码，并将这些数据发送给位于中国深圳的一家网站 www.imnet.us。

调查结果还显示，有 14% 的免费 iPhone 应用能获取用户手机中的联系人信息，这一比例高于 Android 应用的 8%。此外，33% 的免费 iPhone 应用能够获取用户的地理位置。苹果 iOS 操作系统要求第三方软件在获取地理位置信息时告知用户，但并未对第三方软件获取用户联系人信息做出规定。

Lookout 发现，47% 的 Android 应用包含第三方代码，例如移动广告和分析跟踪工具。而 iPhone 中这一比例仅为 23%。数据显示，苹果 App Store 中有 28% 应用是免费的，而 Android Market 中这一比例高达 64%。来源：2010-7-30 新浪科技

[返回目录](#)

### 消委会最新调查显示：电视购物市场全面复苏

“不出门就可以买到物美价廉的商品”，这也许是消费者选择电视购物最大的理由。记者昨日从市消委会获悉，兴起于 20 世纪 90 年代初期的电视购物行业一波三折，从 2008 年开始全面复苏，进入新一轮的高速发展期，数码、服饰、家居及电器成为深圳人主要选择的电视购物产品。

昨天下午，深圳市市场监管局注册分局有关人士接受深圳商报记者采访时表示，从企业登记注册角度来讲，电视购物只是一种经营方式，不属于行业经营范围，无须前置审批。记者登录深圳信用网查询时也发现，深圳目前仅有一家企业登记注册时使用了“电视购物”字眼，绝大多数电视购物企业从名称中并不能得到体现，经营范围也仅仅是电器、化妆品等某一类商品的销售。

来自市消委会的最新调查显示，有电视购物经历的受访者中，88.7%选择电视购物的时间集中在2008年以后，2009年所占比例达到了47%。数码产品、服装饰品、家居用品及电器成为深圳消费者主要选择的电视购物产品，手机等数码产品所占比例更高达42.3%。调查显示，深圳电视购物市场从2008年起开始复苏，并进入新一轮的高速发展期。

据统计，深圳消费者目前选择的电视购物频道主要有14个，深圳广电集团宜和购物频道居首位，占有电视购物经历受访者的比重超过50%，其次是湖南卫视快乐购，占21.5%，再次是好易购、七星购物、居家购物等。

家住万科四季花城的于小姐是典型的电视购物一族，消费经历已超过10年。她告诉记者，最初在橡果国际购物，现在主要是选择宜和，10年来购买了服装、化妆品、香水、保健品、手机等多种商品，消费总额大概10000元左右，最近刚刚在电视购物节目中买了套100多元的塑身内衣。“主要是方便，且同类商品价格比实体店便宜，电视购物的广告宣传也很有诱惑。”于小姐谈到选择电视购物的原因时表示。

1992年，珠江电视台率先在国内推出电视购物节目——“美的精品TV特惠店”，通过产品展示、导购人员解说、模特现场示范等方式销售商品的电视购物从此在全国范围内迅速崛起。截至1998年，全国已有数百家电视台开办了电视直销节目。但由于产品定位过窄、价位过高、产品质量和售后服务不规范，国内电视购物企业总量在2000年底从原来的1000多家骤减到300家左右，行业总收入也从最高的200亿元缩水至40亿元。

电视购物的市场究竟有多大？业内人士预测，中国电视购物产值高达3000亿到5000亿，更有调研指出，广东省电视购物市场规模2012年将达到300亿元到500亿元。深圳市虹泰精英科技有限公司营销总监曾向记者透露，该公司代理销售的一款长虹手机，售价不到1000元，但通过电视购物渠道实现的年销量却超过100万台，经营规模由此可见一斑。

另据了解，随着广电媒体涉足电视购物领域，电视购物市场从2006年开始逐渐复苏，2007年市场规模已达70亿元。2009年，橡果国际收入2.876亿美元，快乐购则宣称收入实现20亿元，东方购物宣称收入28亿元。采访中，深圳广电集团宜和购物有关人士告诉记者，作为深圳唯一一个专业电视购物频道，宜

和购物于 2008 年 3 月 28 日正式开播，2009 年实现收入数亿元，同比增幅高达 150%。来源：2010-7-30 深圳商报

[返回目录](#)

## Verizon 智能手机超 iPhone 居数据流量消费第一

iPhone 对于运营商来说是一次革命，对于消费者而言也是如此——iPhone 是第一部让用户可以肆意离线使用网络数据的手机，也是它让这句“总有一个程序可以做这事(there's an app for that)”广告词成为人们的一句口头禅。不过，据即将进行的研究显示，现在占据数据消费第一宝座的是 Verizon 的智能手机，而非 iPhone。

最近，专门为消费者、企业和政府机构提供账单服务的网上付款公司 Validas 完成了对 2 万份消费者手机账单的分析(账单于 2010 年 1 月至 5 月收集)，并计划于 9 月 1 日公布结果。根据这一分析报告，Verizon Wireless 的智能手机用户平均每月消耗 421 兆，而 iPhone 则为 338 兆。Validas 比较的是普遍的 Verizon “智能手机”和 AT&T 的 iPhone，不过绝大部分 Verizon 数据消费可能归功于 Android 产品的增长。

Validas 在一份新闻稿中透露了一些其他有趣的统计数字。例如，在对比每个月数据消耗量不足 200 兆(这是 AT&T 公司在 2010 年六月份开始数据梯度定价时设定的一个标准)的智能手机用户人数时发现，Verizon 公司的略高于 iPhone 的，比率为 54% : 52%。有趣的是，在 Verizon 公司的智能手机用户和 AT&T 的 iPhone 用户中，各有一小部分在某个特定的月份没有使用无线网络数据的记录，其比例分别为 3.4% 和 2.9%。也许是因为这些用户可以随时利用 Wi-Fi 网络。

尽管 iPhone 用户在每月消耗 200 兆以上的部分以 48% 对 46% 的微弱优势险胜 Verizon Wireless 的智能手机用户，但 Verizon Wireless 的智能手机用户却在“超级用户”这一领域大获全胜。每月消耗 500Mb-1Gb 的 Verizon Wireless 智能手机用户(11%)大约是 iPhone 用户的两倍，而每月消耗 2Gb 以上的 Verizon Wireless 智能手机用户(4%)是其对手的两倍多。

Validas 还在一份博客帖子中分享了更多趣闻，特别是有关 2009-2010 年间所有美国主要网络的无线数据使用增长方面的花絮。Verizon 公司的增长居各公司之首——每个月每位用户的数据消耗为 147.2 兆，平均增长 48.2 兆，选择新数据计划的用户达到 42.9%，较上一年的 33.4% 有大幅增长。T-Mobile 公司居次席：数据消耗从 44.6 兆增至 120.6 兆，不过在新数据计划的数量上基本保

持不变。Sprint 公司处在第三的位置，平均数据使用量从 166.5 兆降至 133.4 兆，尽管选择数据计划的新客户从此前的 36.9% 上升到 49.9%。

AT&T 公司的用户总数最多，其中 71.2% 的采用数据计划，较一年前的 58.4% 的数据大幅上升。平均每位用户数据使用量也从 111.9 兆增至 149.6 兆。

Validas 并没有具体解释为何 Verizon Wireless 或其他网络智能手机用户的无线数据使用量显著增长的原因。其中一种可能是：鉴于 Android 允许用户在后台运行数据密集型的第三方应用程序，如 Pandora，而 iOS 在 Validas 调研期间并没有采取同样措施。由于 AT&T 的网络问题，导致苹果公司不得不强加某些功能，这种限制很可能是另一个原因。苹果还向更大的用户群力荐 iPhone，其中可能包含更多根本不想使用太多数据的用户。与之相比，Android 更为迅速地占领超级用户市场，这部分用户很久以前就在期盼流媒体音乐、便携的 3G 和 4G 移动热点，以及修补起来更方便的移动操作系统。

不过，由于 iPhone 是在最近苹果推出 iOS4 后才开始允许用户在后台运行第三方应用程序，因此，Validas 在下次对另外 6-12 月的研究将更令人期待。来源：2010-7-30 飞象网

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