



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. 09. 15

通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 中移动大换帅的目的

近日，有消息称中移动将进行新一轮人事大调整，涉及总部部门负责人和多个省市公司高层。加上 8 月已经完成的四川、重庆、江西、内蒙等地的调整，中移动此轮人事变动将覆盖全国三分之一的省级区域。

■ 手机实名制亟待立法支撑

手机实名制，这个已经争论了 5 年的政策终于尘埃落定，根据工信部的安排，手机实名制于 9 月 1 日开始实施。9 月 1 日起，用户购买手机卡必须提供真实的身份证明。新政不只针对手机用户，小灵通用户也包含在内。根据工信部的相关文件，手机实名制将分两个阶段进行：从 9 月 1 日起对新增电话用户进行实名登记；待相关法规出台后，用 3 年时间做好老用户的补登记工作。但该如何实施这项政策，让实名制的优势和效用充分发挥，同时又能消除实名制所带来的种种弊端和隐患，目前还没有相关实施细则或法律法规出台。

■ 运营商“潜伏”电子书能否笑到最后

随着昨日中国电信天翼阅读平台的上线，包括中国移动和中国电信在内的三大运营商在半年内全部将电子书无线阅读平台布置到位。

■ 运营商定价权下放是无关痛痒的改革

继固定电话定价权去年下放给电信运营商之后，移动本地电话定价权今年也有望下放。日前，工信部和发改委联合下发《关于调整移动本地电话业务资费管理方式的通知》的征求意见稿。根据意见稿，相关部委拟将移动本地电话定价权下放给三大运营商，鼓励它们对这一业务实行单向收费，推动电信资费市场化。分析人士认为，定价权的下放意味着我国移动电话资费还有一定的下降空间，对饱受通话费过贵之苦的用户来说，这无疑是一个福音。

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
手机带套也时尚.....	5
中移动大换帅的目的.....	7
手机实名制亟待立法支撑	8
运营商“潜伏”电子书能否笑到最后	10
运营商定价权下放是无关痛痒的改革	12
产业环境篇.....	14
【政策监管】	14
广电总局：力争明年9月28日全高清播出	14
北京市无线电管理局：乱用无线电最高可罚五千	15
【国内行业环境】	16
移动电子政务平台年底建成	16
国内最大“物联网云计算平台”启动	17
广电支付标准酝酿出台 中国银联着手渠道建设	17
【国际行业环境】	18
华为中兴或再遭欧盟调查	18
沃达丰66亿美元售罄中移动股权	19
俄罗斯政府拟投资印度移动运营商	20
德国电信：云计算将成为在华业务核心	21
运营竞争篇.....	21
【竞合场域】	21
三大电信商抢食电子阅读市场	21
索尼爱立信加入中国移动TD手机阵营	22
中国电信将携手联想推CDMA版乐Phone	23
三大运营商校园争夺白热化 为下一个10年圈人	23
【中国移动】	26
中国移动利润列全球运营商首位	26
中移动停止2.4G移动支付标准项目新试点	27
中移动提出发展LTE不能犹豫 不可随意海量投入	27
【中国电信】	28
中电信天翼阅读上线 内容资源决胜市场	28
中国电信天翼阅读主推两种终端 不收漫游费	30
天翼阅读计划藏书50万册 内容商获45%分成	31

【中国联通】	32
中国联通拟发债募资 200 亿	32
联通版 iPhone4 获得入网许可证	32
联通 10 城市 IPTV 平台选型落定	33
联通二次 PON 集采已启动 规模达 1300 万线	33
制造跟踪篇	35
【中兴】	35
中兴手机欧美突围战	35
中兴通讯启动电视手机战略	38
中兴将推千元 Android 系统智能机	39
中兴通讯企业网多款新品集中亮相	40
中兴获印度 BSNL 价值 6375 万美元 WiMAX 合同	41
【华为】	42
华为：终端业务上市暂无明确计划	42
华为内地香港将售首款低价 IDEOS 智能手机	43
华为高管谈大推 150 美元手机：要占据中档市场	44
【诺基亚】	46
诺基亚更换新掌门	46
诺基亚 Ovi 商店正式发布	46
诺基亚推智能手机揽客要咸鱼翻身	47
【其他制造商】	47
TCL 通讯海外手机销量增 226%	47
爱立信与摩托罗拉联合开发无线设备	48
苹果皮有望进入美国市场：已向 FCC 递交申请	48
服务增值篇	49
【趋势观察】	49
手机游戏领跑移动互联网投资	49
基站能耗成为未来运营商重点关注对象	50
Android 手机明年或跃居台湾市场首位	52
分析称智能手机操作系统领域不会出现垄断	52
分析称 Android 年内将成为第二大手机操作系统	53
【移动增值服务】	54
今起可手机短信缴纳燃气费	54
北京电信校园攻势续：向高校赠手机 2 万部	55

北京电信教师节优惠：高校教师可入校园套餐	56
北京移动校园资费 0.12 元/分钟 默认 23 元/月	57
【网络增值服务】	57
3G 推动手机购物步入井喷期	57
中国电信电子书阅读平台今日开通	58
技术情报篇	59
【视频通信】	59
中国电信在沪建视讯运营基地	59
掌媒 V3.0 全功能新媒体平台正式版发布	60
【电信网络】	61
新一代 Wi-Fi 技术即将推广	61
全球首个 3G 移动图书馆开始测试	62
【终端】	62
诺基亚发布社交手机.....	62
全球首本“有芯”图书问世	63
“人脸通”等新技术亮相金融展	64
索尼爱立信首款 TD-SCDMA 手机发布	64
摩托罗拉推出防水 Android 智能手机 Defy	65
安捷伦推出 PXT 无线通信测试仪加强 LTE 器件验证	65
【运营支撑】	66
联通加入 IPTV 市场争夺	66
沃尔玛首推自有品牌移动服务	66
传华为将发布手机操作系统 正式版 10 月推出	67
市场跟踪篇	68
【数据参考】	68
中国智能手机销量年内将达 2600 万	68
物联网传感器芯片三年后 30%国产化	70
IDC 预计智能手机出货 2.7 亿部 4 年内 Symbian 领先	71
【市场反馈】	72
用户期待 IPTV 内容更丰富	72
PC 巨头扩军智能手机出现隐忧	73
Android 用户更倾向于点击广告	76
迅猛扩展的电子书撞击着美国人阅读习惯	76
尼尔森称每部智能手机平均安装 27 项应用	78

亚博聚焦

手机带套也时尚

芬兰的 Golla 公司专门为各种各样的数码产品制作时尚外套，但这个以设计起家的公司在中国遇到了一点麻烦。

自从苹果公司 2010 年 4 月销售 iPad 以来，抢先入手的人们都在绞尽脑汁地探索各种方法，去更方便地携带这款玻璃屏幕的新鲜玩意儿。

这款比 3.5 英寸的 iPhone 手机大很多，但比大多数笔记本电脑小不少的产品为一些公司提供了新机会。芬兰数码配件公司 Golla 在 iPad 上市两个月前就推出了一款配套产品。

这家公司正因数码产品配件生意获得了 2009 年芬兰财经杂志 Kauppalehti 评出的最有价值公司大奖。这看上去没有什么技术含量，但却是一个成功的细分市场。

不仅是 iPad 这类电脑包，智能手机保护套也是 Golla 销售增长最快的产品线之一。但这家公司从来都不为特定产品划分对应机型，它甚至都没有在产品宣传册的照片中塞一只 iPad 到自己的包里。

它的 11 人核心设计团队集中在芬兰赫尔辛基大区，公司结构仍然是私人控股。公司早期做一些室内装饰品类的工业设计，之后创始人兄弟因为商业理念不同，公司拆分成两家——哥哥的公司仍然延续之前的理念，弟弟 Petri K?hk?nen 继承 Golla 公司名，但仅开发数码配件产品。

让 Petri 坚持另起炉灶的原因是一只绿袖子。Petri 的太太用旧毛衣的一只绿袖子为早期的大号手机制作了一个简易保护套，公司随即以诺基亚 3210 型号手机开发了一款外形很像袜子的保护套，并且推出多种颜色。诺基亚 3210 也是当时市场主流的手机尺寸。2000 年诺基亚推出 8210 手机时，他们跑去找到了这家公司。

“嘿，你要知道，芬兰就那么大。” Golla 全球副总裁 Bernard Gerlich 说。两家公司离得很近，每家公司抬头就能望见诺基亚的公司大楼。

在市场上只有黑色皮套的时候，诺基亚希望给迷你机型、可换外壳的 8210 在配件包上增加一点色彩。

Petri 坚持让公司转型，即使之前公司的明星产品 Fatboy 已经进入美国现代博物馆展览销售，他还是过着没钱给车加油的穷日子。等到他和诺基亚真正签完

合作协议，公司一共才两款产品，一个是 3210 系列的手机袋，另一个是 8210 系列手机袋——但是也是这两单生意才让他开始真正赚钱。

“手机配件包一直都是适应商用需求。”Bernhard Gerlich 声称，Golla 是首个发现时尚手机包市场的配件公司。

和诺基亚的捆绑促销计划让 Golla 迅速进入诺基亚在芬兰的三家电信运营商控制的零售渠道。Golla 也是用和运营商合作的方式进入欧美市场。

只不过，对于一家处于膨胀期的公司而言，单一的产品线反而会成为制约因素。

“我们会测试，让市面上最畅销的产品能够适用于我们的包。否则就会陷入一种尴尬——永远赶不上主机更新换代的速度。”Golla 亚洲区总经理朱廉晨说。每次增加新的产品线，他们会首选市场最畅销的产品，这些信息多数来自当地市场的数码杂志。“2006 年最流行的电脑大小就是 15 寸，我们的包就是 15.4 寸，基本可以涵盖几乎所有主流电脑。”

他们选择了一条省力的道路把设计变成生意。他们推出不同的花卉主题花纹，然后分别用于不同的产品线。这些花纹加上色彩，让 Golla 区别于同类设计。芬兰总部的 11 人设计团队会各自负责电脑包、智能手机包等不同产品，花纹设计则是由整个团队共同承担。

色彩、图案和功能是他们考量产品设计是否靠谱的指标。色彩提供第一印象，设计师再改进包的功能设计，使包更易随身携带，肩带不易滑落。

开拓新产品线时，他们有时也会面对市场中已有的专业厂家。Golla 于 2008 年开始做相机包，Petri 判断 SLR 数码单反启蒙级相机市场会迅速庞大。但是他们避开了专业配件。“我们从来不想太专业化，只想更适合电子消费市场。我们会按照出货量来判断主流产品。”朱廉晨说。

和硬件公司合作也能获得较大订单。除了诺基亚，Golla 也做过微软 Zune 播放器的官方配件提供商。他们也帮惠普定制过电脑包，在拉链处保留自己的 LOGO。

在全球扩张时，Golla 会在每个市场派驻一名负责视觉展示的设计人员，这些人直接对芬兰的设计团队负责。他们希望控制品牌对消费者的直接印象。

显然，这家设计公司正越来越以销售为导向。但是他们在中国遇到了之前从没遇到过的问题。

“表面上看我们有很多潜在的合作伙伴。”按照欧洲经验，电信运营商是主要配件销售渠道，朱廉晨和几大电信运营商全部联系了一遍。但是他收到的回复并不乐观。中国电信运营商一直觉得电信业务是主营，他们回避任何和库存有关

的零售业务。即使是抢下 iPhone 零售生意的联通，还是把配件业务打包给第三方公司来操？盘。

Golla 也尝试了国美或者苏宁这样的卖场。但新的问题是，卖场消费群体对价格非常在意。Golla 基础手机包价格最低在百元左右。即使进入卖场，卖场的采购决策者非常分散，总部、分公司、每个店长都有不同的框架和想法。总部获得的市场数据可以显示，主机利润空间在降低，与之相对配件在赚钱；等到店长级别，业绩竞争仍然是主要压力，店长们更关注销售额，并不太在意配件生意。

这是件让 Golla 感到尴尬的事。他们在销售渠道拓展上遇到了瓶颈。

现在 Golla 在中国开新公司，大部分已是市场拓展人员。他们不仅要去抢渠道，如今还要面临仿造品，以及同样来中国淘金的其他专业数码配件产品制造商们，其中就包括来自日本的最大电脑配件公司 Elecom、或者是来自美国，同样拥有多种色彩的 Built NY。来源：2010-9-13《第一财经周刊》

[返回目录](#)

中移动大换帅的目的

近日，有消息称中移动将进行新一轮人事大调整，涉及总部部门负责人和多个省市公司高层。加上 8 月已经完成的四川、重庆、江西、内蒙等地的调整，中移动此轮人事变动将覆盖全国三分之一的省级区域。

运营商高管轮岗并不是什么新鲜事。一般每三年一次对地方及集团公司高层进行轮换已经成为联通的惯例。就在今年 4 月，联通就进行过一轮大换岗。

不过，移动的上一次大规模调整还是在 2005 年。由当时上任不久的王建宙主导，涉及北京、广东、浙江、云南、山东四省一市的省级高管。而此次调整的消息如果属实，规模则比之前大得多。

目前业界流传的人事调整版本主要来自于北邮教授王立新。他在微博中透露：中国移动集团党组会议讨论了人事安排，集团客户部周毅去江西任总经理，黑龙江王镭来计划部，北京何宁去广东，广东徐龙到总部人力资源部，总经团工会主席田利民去北京任书记，高颂革到工会，广东洪小勤去内蒙任总经理，综合部副部长张轩做董事会办公室主任。浙江半大伟回贵州。贵州张洪森去黑龙江。

有观点认为，移动如此大范围的人事调整主要是为了反腐。之前的李向东案已经暴露出移动内部“封疆大使”权力过大极易滋生腐败的问题。轮岗，被认为是解决这一问题的手段之一。

不过,独立电信分析师付亮则认为,反腐并不是移动人事大调整的目的。“靠轮岗是解决不了腐败问题的。”在付亮看来,短期任职可能会更容易造成一些短视的腐败行为,解决腐败需要的是集团的垂直有效监管。

那么,此轮调整中移动目的为何?付亮认为,这是新任 CEO 李跃上任后对公司人和事的重新梳理。之前由于担心人员更换之后会导致业绩下滑,移动一直不敢挪动强势省份的负责人。而根据目前流传的调整方案,此轮变动也牵涉到了业绩较好的广东。

“这次打破了以前的限制,以前大省的不敢动。”付亮说,把优势地区的高管调到其他地区,可能空间和潜力更大。换过来的负责人可能会碰到一些挑战,但也可能擦出新的火花和增长点。

事实上,李跃上任前后的时期,中移动已经开始面对如何维持高增长的难题。过去移动的增长主要是三个驱动力:新用户、新话务、新业务。而在今年年中,移动提出了两个新说法:新领域和新模式。

付亮认为,一个月前移动的调整有些被动,主要是因为四川基地腐败事件的影响。而现在将要进行的调整可以理解为李跃上任后,为了应对新竞争进行的布局。至于这样的调整是新官上任的“三把火”,还是未来会成为移动惯例,则有待观察。来源:2010-9-8 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

手机实名制亟待立法支撑

手机实名制,这个已经争论了 5 年的政策终于尘埃落定,根据工信部的安排,手机实名制于 9 月 1 日开始实施。9 月 1 日起,用户购买手机卡必须提供真实的身份证明。新政不只针对手机用户,小灵通用户也包含在内。根据工信部的相关文件,手机实名制将分两个阶段进行:从 9 月 1 日起对新增电话用户进行实名登记;待相关法规出台后,用 3 年时间做好老用户的补登记工作。但该如何实施这项政策,让实名制的优势和效用充分发挥,同时又能消除实名制所带来的种种弊端和隐患,目前还没有相关实施细则或法律法规出台。

所谓手机实名制,是指手机号码的实名登记制度,是通过电信运营商对用户的有效身份进行登记,加强用户的实名制管理的一项制度。即申请移动业务(包括小灵通)的消费者在购买卡号时,须持本人有效身份证件,运营商对证件严格核验并复印登记。实行手机实名制,不但有助于遏制违法短信、诈骗短信、色情短信等垃圾短信,规范经营,减少通过手机短信进行违规、违法行为,而且有利于抑制通信犯罪,让受侵害用户通过法律手段维护自身权益,同时能保障通信安

全，让金融、移动支付能安全开展。因此，手机实名制的出台，得到了广大手机用户及电信专家的支持。毋庸置疑，实行手机实名制利大于弊，但其中仍存在一些不容忽视的问题。

实行手机实名制存在的法律问题

1、法律法规保障缺位。实行手机实名制无可厚非，但任何一项政策或制度的实行都必须要有法律作为其坚强的后盾，才能得以顺利实施。我国现行电信管理条例并没有就实行“手机实名制”后用户的身份信息保护作出详细规定，而电信法亦是迟迟不能出台，因此，实行手机实名制并没有明确的法律条文或者行政法规作为法律支撑。

2、我国缺乏对个人信息保护方面的相关立法。在互联网时代，个人信息已不单纯是个人隐私问题，更具有巨大的商业价值，因此，已有越来越多的人开始关注个人信息保护问题。实行手机实名制，运营商势必会掌握大量手机用户的个人信息，一旦出现用户信息泄露，危害将非常大，而该如何惩罚泄露信息者，如何弥补用户的损失并无明确的法律规定。担心个人信息被泄露，也是实行手机实名制最大的障碍之一。所以，电信监管部门在已开始实施手机实名制的情况下，跟进出台一些管理规定是当务之急，以避免信息泄露现象的出现。

3、如何认定个人身份信息。实行手机实名制，对于持有假冒身份证用户，如何认定该用户身份证是否真实，持有假冒身份证办理手机卡惩罚措施如何这些均无明确规定。此外，对于除在营业厅办理手机卡之外，其他地方如报亭销售手机卡该如何认定持卡人身份，还是要取缔除营业厅之外所有贩售手机卡的行为，这些亦无明确规定。笔者认为，取缔报亭贩售手机卡的行为并不可行，一旦取缔，会给手机用户办理手机卡带来不便。

4、对于数量庞大的“未实名”用户该如何处理。根据相关规定，我国法律一般不具有溯及力，因此其只能约束在法律或政策出台以后的行为，对于以前的行为则不能追究。依据该原则，对于实行手机实名制前存在的广大的“未实名”用户，运营商没有权利强制该批用户进行实名登记。有运营商虽然以奖励话费的方式鼓励老用户进行实名登记，但这一手段并不能被所有的老用户接受。

对实行手机实名制的立法建议

实行手机实名制，主要涉及三方利益，即监管者、运营商和手机用户，只有使三方利益达到平衡，才会使手机实名制真正落到实处。

首先，作为监管者，最主要的任务莫过于制定具体的实施细则，使得自身的行为有法可依，为实施手机实名制提供法律依据。网络实名制已是网络发展的一个趋势，手机实名制作为网络实名制的一个组成部分，有必要进行单独立法，一方面促进手机实名制的实施，另一方面可为网络实名制立法提供借鉴。目前，很

多国家都对手机实名制进行了立法，我国在立法时可借鉴国外的成功经验。如，日本、韩国、新加坡等推行手机实名制的一个成功经验，就是在立法的基础上，由政府监督短信服务商、电话运营商等开展严格的自律和自查自纠，通过严格执法实现对短信市场的有效治理。

运营商是实行手机实名制的关键环节，因此，监管者在立法时应充分调动运营商的积极性，赋予其一定的权利，督促运营商自觉推行手机实名制。可制定一定的激励机制，促进几大运营商在推进手机实名制过程中的竞争。

此外，在该部法律中，增加对个人信息保护条款，并且明确泄露个人信息的惩罚措施，使得手机用户得以放心支持手机实名制的实行。必要的时候，在刑法中可增加关于泄露个人信息罪的规定。同时，在立法的同时，配套加强社会及个人信用体系建设。

其次，作为运营商，应加强自身技术建设，保护用户的个人信息，防止个人信息的泄露，同时加强组织内部的监督管理，防止不法人员窃取用户信息进行不正当交易。

最后，监管者和运营商如能解决用户的后顾之忧，手机用户必将大力支持手机的实名制的发展。手机实名制作为网络实名制的先行者，有关部门在立法时要慎重，多征求运营商、广大手机用户及各方专家的意见，以制定出一部切实可行的法律或法规，以为网络实名制的发展打下良好的法治基础及网民根基。来源：2010-9-9 法制日报

[返回目录](#)

运营商“潜伏”电子书能否笑到最后

随着昨日中国电信天翼阅读平台的上线，包括中国移动和中国电信在内的三大运营商在半年内全部将电子书无线阅读平台布置到位。

从书籍出版商、内容提供商、阅读器生产商、电信运营商等组成的电子书产业链来看，电子书的主导者现在尚不明晰，但电信运营商的期待是如同无线音乐市场的主导地位一样，电子书或许将成为运营商的第二个“彩铃”。

三大模式出齐

刚刚兴起的电子书市场，目前仍处在初期的混沌阶段。目前声音最为响亮的是终端厂商主导模式，这一模式由于在美国有亚马逊和苹果所领军，在中国也有汉王和方正等厂商所仿效。

亚马逊和苹果分别依靠 Kindle 和 iPad 阅读器来吸引用户购买，然后迅速整合传统出版资源，将书籍电子化出售，供用户在线付费购买下载阅读，从而与出版商获取分成。

亚马逊模式中，移动运营商只是内容下载通道，同时提供终端设备和内容下载平台的亚马逊则是产业的主导者。

汉王的模仿则是这样的，它已经投入几千万元人民币进行汉王书城的搭建和内容的购买，也与内容提供商进行分成，建立起“终端+内容”的模式。

也有想要加强控制力的内容商，比如盛大文学就依靠中国最大的网络文学平台，向终端方向整合，推出自有品牌的阅读器“锦书”。今年 8 月末，盛大文学也推出了电子书 Bambook，宣布 999 元亏本销售占据市场。

清科分析师张亚男预测，今年中国电子书终端的销量大概能达到 130 万部。但这一数量也无法满足终端厂商乃至内容厂商的产业推进需要。它们需要的是更为巨大的出货量。

硬件的降价进程加快。亚马逊将 Kindle 的价格从 259 美元下调至 189 美元，使得 2010 年上半年 Kindle 的销量是 2009 年上半年的三倍。预计 2010 年下半年电子书市场仍有较大增长空间。

电信运营商的模式其实是“现成的”，其后台分成模式就是实施已久的无线增值服务模式，彩铃等业务已经将此模式磨炼成熟。

运营商主导模式以中国移动的手机阅读基地为代表。和美国的移动运营商相比，中国运营商的影响力和控制力更强，有充足的资源与内容商谈判、建立下载平台并推广终端。中国移动通过定制终端，与内容提供商合作，开发 3G 电子书业务。

目前也有出版社主导模式，但这种模式的力量单薄。如上海世纪出版集团，通过推出辞海阅读器，内置其版权内容。但一家出版社的独家内容是有限的，很难满足用户丰富多样的阅读要求。这一模式即使在拥有超级传媒集团的美国也推进艰难。

运营商力量

与其他玩家相比，电信运营商是最无需焦急等待电子书降价和放量的一方，电信运营商掌握着 8 亿多手机用户的计费平台，只要将电子书内容搬上平台，就可以获得先期的收益。

中国电信昨日公布的旗下天翼阅读平台规划就涉及终端和内容两部分。终端方面运营商可以实行多平台策略，手机及内置上网模块的各种便携电子设备都可以为载体，利用 CDMA、WiFi 等无线接入手段为用户提供服务。

在内容规划方面，中国电信天翼阅读已经与 50 多家内容合作商签署了合作协议。而中国电信的电子书资费方面主要由信息费和通信费两部分组成。

中国电信与内容合作商的分成模式主要为中国电信获得 55% 的收益，出版社或内容提供方获 45%。

而中国移动在今年 5 月份正式推出了手机阅读业务，中国移动数据部总经理高念书表示，中国移动和内容合作伙伴的分成比例为 6：4。中国联通也和中国移动采取了同样的分成比例。

易观国际分析师表示，2010 年第二季度中国手机阅读市场总营收达 6.17 亿元。其中，手机报收入为 5.67 亿元，占比达 91.30%；其他营收为 5407 万元，占比为 8.7%，未来还有持续提升空间。

运营商购置一套版权后发放，使用移动阅读业务的用户基数越大，移动阅读也将更具赢利性。为了打开这 8 亿多手机用户的移动阅读市场，运营商可以进行巨额的先期补贴和投入。

中国人民大学新闻学院教授匡文波认为，手机用户远远超过任何一款阅读器，而且手机阅读的突出优势就是使收费不是问题。来源：2010-9-9 第一财经日报

[返回目录](#)

运营商定价权下放是无关痛痒的改革

中国三大电信运营商在手机资费问题上长期代人受过的局面，可望在今年得到改变。

继固定电话定价权去年下放给电信运营商之后，移动本地电话定价权今年也有望下放。日前，工信部和发改委联合下发《关于调整移动本地电话业务资费管理方式的通知》的征求意见稿。根据意见稿，相关部委拟将移动本地电话定价权下放给三大运营商，鼓励它们对这一业务实行单向收费，推动电信资费市场化。分析人士认为，定价权的下放意味着我国移动电话资费还有一定的下降空间，对饱受通话费过贵之苦的用户来说，这无疑是一个福音。

过去几年，移动通信资费的确有所下降，但无法回避的是，每分钟几毛钱的移动通话费依然偏高，这一点从消费者的抱怨声中就不难看出。据统计，去年，我国手机话费占城市居民可支配收入的 4.77%，占农村居民可支配收入的比重更是高达 15.9%，而国际上这一比例应在 1% 以下。

垄断定价维系了运营商的暴利，刺激了用户的不满情绪，引得讨伐声一片。面对民愤，之前有运营商出来抱怨，声称定价权不掌握在自己手中。也曾有相关部委领导对外表示，下调通信资费会导致国有资产流失。

在这种“拒绝降资费”的大环境下，即使运营商有意调低资费，也难以迈过政府这道关。也难怪，国内运营商的利润不断创下新高，员工福利更是好得让人眼红，这使得多少人恨自己不是“中国移动”的员工。

因此，客观地说，此次定价权下放的消息，给了手机用户一个利好的预期。尽管这次改革仅是调整了电信资费的价格管理形式，并不涉及具体资费标准的调整，但它关涉到最为敏感的“价格管制”问题，依然是一个进步。毕竟，企业有了定价的自主权，在资费的调降上少了一个碍事的“婆婆”，消费者则多了一份期盼，甚至不少人希望运营商能在抢夺用户的过程中打起价格战。

不过，现在电信市场的竞争已经有些扭曲的成分。电信重组之后，行业内形成了三大运营商相互制衡的格局，但运营商连最起码的定价权都没有，必须在相关部门的条条框框下走路，这种竞争的孱弱性就可想而知了。另外，在不少用户看来，要想每个月手机资费减掉几块钱，依然希望渺茫。相反，电信运营商不会为所欲为，通过其他途径“创收”，倒是让他们担心不已。

定价权下放，在垄断行业并不完全就是好事，最典型的就银行业。银监会放松对商业银行中间业务收费管制后，国有银行“敛财”手段越来越多：跨行取现收费、跨行查询收费、小额账户收费以及收取年费……以致闹出某储户100元存了10年后仅剩60多元的闹剧。电信业与银行业都是垄断行业，其性质较为相似，倘若运营商效仿银行巨头，那么，手机用户就只有欲哭无泪的份了。

事实上，这次“意见稿”颇有些遮遮掩掩的成分，并未触及最核心的东西——资费能降低多少。这才是用户最关心的实在问题。有电信专家指出，目前移动本地通话费并不高，长途电话和漫游费过高，才是用户反对声最高的。只将移动本地电话定价权交由运营商，显然有点避重就轻，取消漫游费和国内长途费，才是问题的关键所在，也是用户愿意看到的。

电信行业固话定价权，去年就已经下放给运营商，当时，相关部委表示：放松管制后，固话和小灵通资费有望进一步降低，月租费也有望进一步降低，乃至取消。然而，一年已过，百姓尚未享受到政策带来的丁点好处。这也意味着，下放定价权，与通信资费下降，两者间存有联想的空间，但终究完全是两码事。要想这一政策收到实效，政府的强制性政策干预必不可少，比如每年资费按一定的比例下调，对执行不到位的运营商处以重罚，等等。否则，好消息有可能演变成坏消息。

现今，央企与民争利的现象屡见不鲜，这在很大程度上弱化了竞争，强化了运营商垄断同盟形成的可能性。政府寄望通过下放定价权以达到市场的充分竞争，显然是高估了运营商的自控能力。而三大运营商垄断寡头的形成，也减小了它们之间的价格竞争动力。

另外，定价权是否下放本身就是一个伪命题，只有允许民营资本以及外资进入，我国的电信市场才能得到充分竞争。在这一点上，印度的经验值得借鉴。目前，印度共有 13 家运营商，民营资本为主导，电信市场竞争激烈，通信资费全球最低。此外，我国香港仅是 700 万人口的地区，却有 11 家固网运营商和 6 家移动运营商。这反过来也证明，我国越是担心中国通信业孱弱，越对其未来的发展不利。

因此，面对“价格管制”的即将放开，我们不宜太过乐观：一方面，价格放开不等于竞争放开，真正能撼动价格坚冰的，只有开放的市场机制；另一方面，政府此次对运营商用了“鼓励”这个词，表明这不是一场彻底的改革，只是一次小小的放权。来源：2010-9-13 IT 时代周刊

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

广电总局：力争明年 9 月 28 日全高清播出

据国家广电总局网站报道，日前，广电总局发出《关于进一步促进和规范高清电视发展的通知》。通知说，从今年 9 月 28 日起，同播的高清频道高清节目同播率和高清播出率必须高于 70%，同播的高清频道黄金时段（18:30-23:00）所有节目，包括影视剧、气象和广告等，必须全高清播出，力争 2011 年 9 月 28 日达到全高清播出的目标。

通知说，2009 年，总局先后下发《关于促进高清电视发展的通知》（广发〔2009〕58 号）和《关于促进高清电视发展的补充通知》（广发〔2009〕69 号），明确了高清电视发展的原则、措施和要求，批准中央电视台新闻综合频道和北京等 8 个卫视频道高、标清同播。2009 年 9 月 28 日，同播的 9 个高清频道一同开播，同时进入有线电视网络传输，培养了高清电视市场，促进了高清电视节目和影视剧制作，带动了高清电视设备的研发和生产，提高了广播电视的服务水平和竞争力，营造了大力发展高清电视的良好氛围，为高清电视发展奠定了良好基础。

但同时，也要看到存在的不足：一是受投入不足和高清节目缺乏的制约，有的频道高、标清同播率和高清节目率没有达到总局要求；二是有的频道高、标清节目变换和标识不规范，并存在非高清节目标注“高清”的违规情况，影响了用户对高清电视的认知；三是受有线网络数字化改造进展和高清电视宣传推广不足等因素影响，高清频道入网传输率和入户率仍然偏低。来源：2010-9-8 中国新闻网

[返回目录](#)

北京市无线电管理局：乱用无线电最高可罚五千

无线电的管理正在全国范围内加强。昨天，很多北京市民都收到了市无线电管理局的提示信息，要求无线电爱好者尽快到无线电管理部门办理手续。11月1日，一条新的制度将开始执行——遇重大事件或活动，无线电将受管制。对此，很多“火腿族”表示支持，在他们看来，泛滥的非法电台确实需要整治。

北京“手台”能呼石家庄

今年是《中华人民共和国无线电管理条例》颁布实施17周年。本月被工信部定为无线电管理宣传月。记者注意到，包括北京在内，昨日多个城市举行了加强无线电管理的宣传工作。

昨天，很多市民收到了市无线电管理局的提示信息，“希望市民在享受无线电通信为工作生活带来便捷的同时，请遵守无线电管理法规，在设置无线电台时，到无线电管理部门办理手续。”

据介绍，私人无线电必须备案，并通过国家相关部门的考核发证才能合法呼叫，个人申请可找无线电运动协会，就在天坛东门，北京正规的“火腿族”都在“无线电运动协会”麾下备案。北京“火腿”殷先生昨天告诉记者，他的“手台”（手持电台）就能很轻松呼叫到石家庄的同行。

小功率对讲机也需备案

据资深“火腿”王先生介绍，包括手台和车载电台，只要功率大于0.5瓦的对讲机都要备案。但目前的情况并非如此。

“你经常会看到很多小区的保安，饭店的服务员都持有对讲机，他们会备案吗？”王先生表示，企业使用无线电需要向相关部门交费，但一些企业对此往往置若罔闻。王先生说，之所以非法无线电不易管理，是因为查处难度较大。据他了解，如果定位一个非法电台，需要在该电台持续工作的情况下，由专门的监控车辆确定其方位，耗费人力物力较大不说，只要对方不开机，或只收听不发送信号，都无法定位。

违法使用者可追刑责

目前，无线电使用者人数仍在急速增长。来自工信部的信息显示，据不完全统计，截至 2009 年年底，除移动电话外，全国各类无线电台站总数达 270 余万个，其中还不包括军队和公安系统。

面对非法电台的泛滥，市无线电管理局相关负责人表示，凡违法使用无线电台的，一经发现，在没收电台设备的同时，并处最高 5000 元的罚款。值得注意的是，情节严重的，甚至还会处以 15 天以下行政拘留直至追究刑事责任。

“老火腿”支持严管新规

据了解，目前无线电频谱是稀缺的自然资源，国家实行有偿使用原则。并坚决打击无线电作弊，取缔非法电台。11 月 1 日，《中华人民共和国无线电管制规定》将开始实行，其中规定根据维护国家安全、保障国家重大任务、处置重大突发事件等需要，国家可以在特定时间和区域实施无线电管制。

实际上，实行无线电管制在北京已有先例。比如 2009 年 10 月 1 日零时至 24 时，国庆 60 周年期间，北京市就在以天安门为中心的部分地区实施无线电管制。

新规给“火腿”族再戴紧箍咒。对此，包括“老火腿”王先生在内的很多无线电爱好者都表示理解和支持。

“火腿族”乐做志愿者

“老火腿”王先生告诉记者，火腿族们平时利用无线电出行、旅游时相互联络，一旦遇到人员走失，突发自然灾害，可以联络救援。在汶川、玉树的抢险过程中，来自全国的“火腿”族，就担任起了协助灾区各地志愿者信息通讯的重要任务。但有些无线电使用者却喜欢用无线电台去干扰他人信号，并以收听对方信息为乐，“希望能够规范日益泛滥的个人无线电。”来源：2010-9-12 北京晨报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

移动电子政务平台年底建成

记者昨天获悉，能够实现“无线办公”“系统自动报警”等业务的本市移动电子政务平台将于年底前建成，并于明年开始在城市应急、公共服务领域推广，“十二五”期间实现全面推广。

移动电子政务是基于无线网络技术的新型电子政务模式，具有移动办公、移动执法、移动流媒体和移动监测四大基本功能。届时，如果市民拨打“12345”

便民热线打不进去，发个短信给工作人员同样能够得到及时回复；消防部门给重点防火单位安一个探头，把采集到的烟尘、温度等信息通过无线网络传输到中控室，一旦出现火情就能自动报警；警察在路上发现了可疑人物，打开笔记本电脑就能在第一时间将其查清楚。来源：2010-9-10 京华时报

[返回目录](#)

国内最大“物联网云计算平台”启动

物联网联手云计算搭建产业平台。日前，国内物联网领域最大的云计算平台在江苏镇江新区诞生。

据悉，此平台由江苏物泰信息科技有限公司、诺基亚西门子通信有限公司、北京讯鸟软件有限公司三方参与建设。江苏物泰信息科技有限公司，是一家以物联网、云计算和数据中心为核心技术的高科技企业，拥有领先的技术和成熟的行业解决方案。而北京讯鸟软件有限公司提供以呼叫中心为主要产品的云计算服务，客户覆盖金融、旅游、通信、政府、物流、电子商务等多个行业。

三家企业共同打造的物联网云计算平台，致力为用户提供全面高效的物联网和云计算综合解决方案。目前已经为镇江市丁岗镇建成电子政务云服务平台，并开始着手智慧化工业园区和智慧旅游项目的筹备工作。来源：2010-9-8 北京商报

[返回目录](#)

广电支付标准酝酿出台 中国银联着手渠道建设

中国银联助理总裁刘风军在近日举办的“第十一届中国金融发展论坛”上透露，中国银联已经在着手广电网络支付渠道的建设，为即将到来的三网融合做准备。

刘风军表示，中国银联目前正在酝酿互联网电视机支付、IPTV 机顶盒支付等广电支付标准的制订，作为目前市场正在推行的手机支付形式的补充，让人们能足不出户进行水、电、煤气各项生活费用缴纳。

记者了解到，目前第三方支付公司拉卡拉已经开始在江苏等试点城市进行 IPTV 机顶盒支付推广活动。在江苏，用户只需去广电营业厅免费申请一个类似电视机遥控器的终端，就可以在家里通过广电网络来缴纳各种费用以及网上购物支付以及转账。

据用户反映，该遥控器表面与常规的电视机遥控器无异，玄机在于，遥控器背面有一个刷卡插槽，用户可以在选定需要缴纳的费用类别后，通过刷卡来实现缴费支付等功能，该支付终端可支持各种银联卡刷卡。

卡拉卡为国内目前最大的线下支付公司，公司 2005 年由联想公司及企业家雷军联合投资创办，开发出中国第一个电子账单服务系统，并推出拉卡拉“便利支付”方式，使消费者在家门口的便利店，百步之内可刷卡完成“还款、付款、缴费、充值”等多种支付业务。截至 2010 年 8 月，拉卡拉已经在京沪广深等地建设了超过 40,000 个便利支付网点。

拉卡拉(中国)高级副总裁在接受记者采访时表示，除了布局广电支付等新兴领域之外，2010 年还将在目前主打便利店刷卡支付的模式之外，大力推行支付终端进家庭计划。拉卡拉将主推写字楼以及家庭支付终端，让更多的人能享受“慵懒支付”的便民金融。来源：2010-9-12 经济观察网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

华为中兴或再遭欧盟调查

商务部网站昨日发布消息预警称，欧盟委员会正在考虑实施第二轮调查，以查明中国是否向无线调制解调器生产企业非法提供补贴。

据报道，比利时调制解调器生产商 Option 公司在新指控中称，中国的一些主要调制解调器生产商，诸如控制了 3G 数据卡和 USB 调制解调器市场 90% 份额的中兴通讯股份有限公司(000063.SZ, 00763.HK, 下称中兴)和华为技术有限公司(华为)等公司，在销售这些产品时获得了政府及银行等方面的不公正补贴。

Option 公司是欧盟地区惟一的一家 3G 调制解调器生产商，早在 2010 年年初，该公司就已经提起过相关诉讼，指控中国公司在销售调制解调器方面存在倾销行为。

Option 公司发言人简·波特(Jan Pote)发表最新声明称，“根据欧盟的相关法律，这些来自中国的竞争对手采取的销售行为都是不合法的。”

但欧盟发言人称，欧盟委员会贸易总司目前还不确定是否会对此事展开正式调查。

商务部提供的数据显示，中国无线调制解调器在欧盟的销售规模高达 41 亿美元。中国机电产品进出口商会此前则估计，实际受到影响的产品价值可能没有 41 亿美元那么多，但至少也会在 20 亿美元之上。

屋漏偏逢连夜雨。昨日，有印度媒体报道称，沃达丰印度合资公司沃达丰爱莎(Vodafone Essar)计划不选择华为、中兴等任何中国厂商为其提供 3G 设备和服务，其 3G 部署订单可能交给先前的供应商诺基亚西门子和爱立信。

之前在印度市场中国电信设备拓展一直遭遇障碍。来源：2010-9-8 东方早报

[返回目录](#)

沃达丰 66 亿美元售罄中移动股权

全球最大的移动通信运营商英国沃达丰空中通讯公司(Vodafone Group PLC)7 日晚间表示，公司出售了所持有的中国移动有限公司(0941.HK，下称中移动)3.2%的股权，未扣除税项和交易成本的售价为 66 亿美元。

沃达丰今年 7 月份在股东大会上表示，将剥离分散在全球各地的少数股权投资，抛售中移动的股权是这项计划的第一笔交易。

中移动是全球移动用户最多的电信运营商。沃达丰于 2000 年买入中移动 2.18%的股票，当时中移动宣布将与沃达丰建立战略合作联盟；沃达丰之后又于 2002 年增持中移动的股票至 3.2%，初始成本在 35.5 亿美元左右。

套现偿还 327 亿英镑负债

沃达丰 CEO(首席执行官)维托里奥·科劳(Vittorio Colao)在公告中表示，66 亿美元的成交金额较沃达丰对中移动的初始投资增长了近一倍。尽管出售中移动股份，但会继续与中移动进行商业和技术合作。

据了解，沃达丰是按每股 79.2 港元的价格出售中移动股票的，较 7 日 82.00 港元的收盘价折让 3.4%。该售价位于 79.20-80.00 港元指导价区间的底部。

此次交易大约 70%的净收益将通过股权回购计划返还给股东，剩余收益将用于减少沃达丰的净负债。截至 6 月底，沃达丰净负债为 327 亿英镑。

据悉，高盛、瑞银、美银美林、摩根大通、摩根士丹利和汇丰控股在内的八家银行安排此次交易，由企业咨询公司罗斯柴尔德管理。

今年早些时候，沃达丰部分股东对公司现有管理层表现不满，称沃达丰在全球的投资过于分散，导致市场未必反映出沃达丰实际价值，要求股东出售在全球各地的少数公司股权，否则将罢免现有的管理层。随后公司管理层采纳了这一建议。

“对中移动影响不大”

沃达丰此番抛售股权消除了中移动面临的不确定因素。虽然中国电信市场竞争日益激烈，但是中移动业绩仍然稳步成长。外界分析，沃达丰把中移动股权当

作第一笔交易，并非不看好中移动发展前景，而纯粹是因为中移动股权最容易出售。高盛(Goldman Sachs)在一份报告中表示，该行认为此次股权出售并不会给中移动基本面带来实质性的影响。

三星证券分析师保罗·吴(Paul Wuh)表示，投资者认为沃达丰出售中国移动股权的原因更多与该公司出售非核心资产的战略有关，而不是对中移动业务前景有任何担忧。麦格理分析师莉莎·索(Lisa Soh)表示，沃达丰售股对中移动运营的影响不大，因为沃达丰在中移动董事会只有一名非执行董事，同时中移动仍有充足的现金用以海外扩张。麦格理维持中移动中性评级，目标价保持 85.00 港元不变。

除中移动之外，沃达丰正在寻求出售所持的波兰手机运营商 Polkomtel SA 的 24.4% 股权，但 Polkomtel 的股东对具体出售程序持有异议。分析师们还预计沃达丰将出售所持法国电信运营商 SFR 的 44% 股权。沃达丰投资人还对沃达丰持有美国电信运营商 Verizon Wireless 45% 的股权感到失望，因为后者自 2006 年以来就没有派发过股息。

由于市场期望欧洲贸易环境会改善，并预计沃达丰将剥离非核心资产，该公司股票三个月来累计上涨约 15%。

中移动昨日跌 3.8%，收于 78.90 港元。来源：2010-9-9 东方早报

[返回目录](#)

俄罗斯政府拟投资印度移动运营商

据国外媒体报道，俄罗斯 Sistema 公司周三宣布，俄罗斯政府已同意买进该公司控股(74%)的印度移动运营商 Systema Shyam 电信服务有限公司的股权。

据悉，俄罗斯将向该运营商投资 6 亿美元。Systema 表示，这笔投资将以印度对俄罗斯负债的印度卢比实现。

去年 12 月，Systema Shyam 曾透露，俄罗斯政府将购买该公司 20% 股权。Systema 表示，来自俄罗斯政府的投资将用于 Systema Shyam 的无线网络宽带覆盖、品牌零售网络扩张和新服务领域业务的推广。Systema 同时指出，俄罗斯政府此次投资有待监管部门和 Systema Shyam 股东大会批准。

Systema Shyam 获准在印度 22 个服务区域提供服务，但目前该公司只在其中 12 个区域开展业务。印度电信监管局数据显示，截至 7 月底，Systema Shyam 拥有注册用户 560 万，不足印度 6.52 亿移动用户数的 1%。来源：2010-9-9 新浪科技

[返回目录](#)

德国电信：云计算将成为在华业务核心

欧洲第一、世界第四大电信商德国电信新任全球副总裁兼大中华区总裁黄辉昨日表示，中国市场将作为德国电信新战略的首选目标，而在华业务重点将是基于面向企业核心业务的云计算。

不同于中国第一大电信商中国移动，德国电信超过 50% 的业务收入来自海外。目前德国电信在华的业务包括电信网络、系统集成、对华采购等，其中云计算是德国电信的优势业务领域之一。在各路云计算服务商云集中国之时，德国电信已在北京、上海、香港等地建有五个基于其自有动态服务技术的云计算数据中心。

“各家云计算服务商大都有自己专注的领域，而德国电信拥有基于全球数据网络的优势，将专注于面向企业核心业务的云计算业务。”黄辉认为，中国的云计算市场潜力巨大，特别是在中国企业走出去的过程中，云计算业务能帮助这些企业不断提高管理效率，降低各种运营成本。来源：2010-9-8 第一财经日报

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

三大电信商抢食电子阅读市场

电子阅读似乎有望衍生成 3G 时代的杀手级应用，三大电信运营商纷纷大手笔抢滩。继中国移动推出电子阅读业务，昨天，中国电信号称规模千万级的天翼阅读基地正式建成，并推出了天翼阅读应用。还有消息说，中国联通的电子阅读业务也将于年内出炉。

昨天，中国电信重金打造的天翼阅读基地在浙江建成，天翼阅读应用也揭开面纱。会上，中国电信还与浙江出版集团等多家出版机构以及中国出版传媒公司、盛大文学等多家网络文学、数字出版公司等内容供应商签订合作协议。

目前各种电子书盛行，天翼阅读平台力图扮演什么角色呢？在浙江电信总经理张新建的描述中，该平台将提供有别于普通手机阅读产品的阅读应用，推出多网络、多终端的阅读服务。用户可通过手机、PC、平板电脑、电子阅读器、IPTV、可视电话等载体实现无缝多屏阅读。年内将入库图书 5 万册、3 年内将超过 40 万册，且天翼阅读的读物 100% 具有版权、80% 属于出版类图书。

据了解，中国电信将在三年内直接投入 3 亿元以上资金用于该基地的建设及应用推广，计划三年内与超过 500 家出版单位签约合作，推动上千款数字阅读终端、3G 大屏智能手机的生产销售及相关应用软件开发。

有此野心的不只是中国电信，今年 5 月中国移动手机阅读业务已宣布上市，并将其列为重点发展业务之一。该公司也选址杭州设立了手机阅读基地，并联合厂商推出电子书终端产品。上个月，中国联通董事长常小兵表示，年内将推出应用商店、电子阅读等新业务，进一步丰富 3G 业务应用。甚至记者在网上看到了一份名为《中国联通电子阅读平台内容合作合同约书》，显示该公司正在筹建电子阅读基地。

随着移动互联网和 3G 业务的发展，电子阅读正萌发出强大的商机。易观最新数据显示，今年第二季度国内手机阅读市场总营收达 6.17 亿元，环比增长 3.84%。来源：2010-9-9 北京晨报

[返回目录](#)

索尼爱立信加入中国移动 TD 手机阵营

上周，索尼爱立信在京发布了首款采用中移动新一代 OPhone 2.0 智能系统的 TD-SCDMA 手机——A8i，至此全球五大知名手机品牌全部加入了中国移动 TD 手机阵营。

尽管索尼爱立信 A8i 是首次正式发布，但该机外形并不让人感觉陌生。在今年索尼爱立信的机皇产品 X10i 身上就能看到 A8i 的影子，只不过 A8i 屏幕下方的 G3 标记体现了它作为中移动定制机的身份，同时 A8i 的前置摄像头可以实现双向视频通话功能。

该机采用 3.5 英寸触摸宽屏直板设计，体积比较纤薄轻巧，由于使用了 OPhone 2.0 智能系统，因此全面支持中移动的娱乐服务与应用，消费者能从中移动软件应用商店、无线音乐俱乐部下载游戏、音乐及应用程序。而 CMMB 手机电视、飞信、139 邮箱等特色功能在 A8i 上也是一网打尽。

A8i 内置 TrackID 音乐识别功能，同时还具有来电翻转静音应用。该机预计将在十月份上市，价格尚未确定。来源：2010-9-8 新京报

[返回目录](#)

中国电信将携手联想推 CDMA 版乐 Phone

在与中国联通推出 WCDMA 制式的“乐 Phone”手机后，联想集团计划近期与中国电信携手推出 CDMA2000 制式的乐 Phone。

乐 Phone 是联想一款旗舰级智能手机，它采用了谷歌 Android 操作系统，集成了诸多互联网应用和内容服务。此前的 5 月 17 日，WCDMA 版本的乐 Phone 已经在全国范围内正式上市，价格为 2899 元，由中国联通定制发售，不销售裸机。

早先已传出联想将于 10 月推出 CDMA2000 制式的乐 Phone，但不清楚是否价格信息及具体推出时间。

而近日联想集团董事局主席柳传志谈及乐 phone 的定位及发展时称，“电话本身就是让它变得更简单，比如像发短信，是不是可以用声音输入，一边开着车，一边说，短信就能发出去等等，这些东西都要求技术本身的进步和后台功能的强大，甚至包括管理企业 ERP 的内容都可以通过手机来实现，这是一个大的趋势。”来源：2010-9-14 新浪科技

[返回目录](#)

三大运营商校园争夺白热化 为下一个 10 年圈人

进入高校开学季，北京大学面食馆对面的路边一片闹腾，主角是学生和通讯公司。在这里，中国电信和中国移动招揽生意的摊位紧紧挨着，身着不同服装的推销员声音此起彼伏。

由于充 500 元话费送一辆自行车，中国电信的自行车早已都送完了，看着中国移动一批批正在组装的自行车，中国电信推销人员说，“他们的自行车让我们看着眼急，不过我们下一批自行车下午就到了，说明我们的生意比他们好。”

在北大有名的三角地，同样是运营商必争之地，处处可见白底红字的标语广告。在 9 月 7 日北大开学后，面食馆对面的摊位将撤走，而三角地一带的活动将持续到 9 月 9 日。

中国联通和中国电信挑战中国移动的希望，以及移动在下一个 10 年确保自己用户数优势的希望，寄托在了这些年轻人身上。

上海：运营商在高校“圈地”

9 月 6 日，是复旦大学、上海外国语大学等高校开学的日子。早在 8 月初，上海移动的“动感地带”手机号码礼包就已经随复旦大学的录取通知书寄到了各地新生的手中。

紧接入校前送卡攻势的，是新生报到攻势。8月28日、29日是复旦、上外等高校新生的到校注册日，中国移动和中国电信的办卡点在这两天准时进驻这两所高校。

“本部超市门口是他们固定的设摊点。”据复旦2010级新生小王介绍，由于自己喜欢上网，所以在报到的第一天就去上海电信办卡点办了一项天翼校园行“一号两卡”业务，“就是同一个号码，又是手机号又是上网的账号，这样用起来比较方便”。

2010级研究生新生小吴也想办小刘那样的“一号双卡”，但是他的宿舍所在的北区只能用上海联通的卡，但是联通没有这样的业务，所以只能作罢。据小吴介绍，在复旦北区的研究生报到注册点，每位新生在报到以后，只要到中国联通的工作人员处登记一份个人资料，就可以免费领取一张内存40元话费的186号段手机卡。

小吴表示，虽然用哪家的卡无所谓，但北区只能用联通的上网卡这一点让他觉得有些不满意，“我想用什么卡上网应该我说了算，现在等于是学校小卖部说了算”。

其实，小吴的遭遇非常普遍。这样的情况，正是近年来各大运营商在校园暗自“圈地”的结果。

据了解，在上海，移动、电信和联通在推出针对校园人群的资费套餐时，都会列出这些资费套餐适用的高校名单，其中不乏复旦大学这样三家都将其列入的高校。“一个校园存在多家运营商，运营商就会在该校内部圈定各自的校区、宿舍区”，一位运营商人士如是解释。

北京：中移动中电信比拼赠品

在北京，中国移动和中国电信的竞争更加白热化。

小单是北京大学外国语学院的大三学生。他现在有两张电话卡，一张是中国移动的动感地带，一张是中国电信的“天翼”。动感地带是入学时学校发的卡，而中国电信是最近刚买的。

“移动的号码用了很长时间，很多人都知道，所以一直保留。但电信的优惠活动太吓人了，用电信卡打长途什么的，省钱。”

两年前，作为北大新生，小单到收到了一张中国移动的卡。而今年的北大新生，除了收到动感地带的卡外，还能收到中国电信的天翼卡。

在北京邮电大学，教职工刘建文刚刚在校园里把原来中国移动神州行换成了动感地带。

“充500块钱话费送一个120G爱国者移动硬盘，多划算呀。”刘建文对记者说。

刚到北京邮电大学报到的新生小美告诉记者，她们新生开学，学校送了3张卡，中国移动的神州行、动感地带和一张中国联通的卡。至于会用哪一张卡，小美说，“看哪个便宜了。我觉得这样很好，对学生来说有很多选择。”

北邮大学校内，中国移动的摊位点明显多于中国电信和中国联通。刘建文告诉记者说，中国联通的摊位少，但是送的自行车轮子比中国移动的要大。移动送的东西比较全，“公交卡、移动硬盘都有，自行车还是永乐牌的，黄绿色相间，很漂亮。”

资费竞争外的“增值”空间

除了在高校争夺学生客户源外，运营商的竞争也从以往的资费层面升级到增值业务层面。

一家运营商人士透露，在电信重组和3G牌照发放以前，运营商的校园市场竞争就是围绕低资费进行的。“但是去年开始，这种竞争开始变化，重组后的三家全业务运营商开始比起了增值业务，各家都希望通过特色业务锁定未来的主流用户。”

近日，中国电信在上海推出了面向大学市场的“翼机通”业务，并先在同济大学实现应用。翼机通将校园卡与手机卡集于一身，通过校园内的翼机通平台实现校内一卡通。这项被中国电信内部看作“物联网应用重要实践”的业务，正是上述运营商人士所说的“资费外的新竞争”。

与此同时，各家运营商对高校的争夺还渗入到了各类校园活动中。

上个月，上海移动“动感地带”品牌赞助了由上海财经大学商务研习协会发起的，联合复旦、交大、同济、上财、上外、华师大、华理、上理、海事、外贸等沪上十大院校举办的“动感地带十校联合网络营销策划大赛”；而上海联通则在今年年初举办了首届上海联通大学生校园创业营销大赛。

记者注意到，在上海移动和上海联通举办的这两场内容类似的比赛中，运营商都将各自的业务作为了比赛的营销内容。上述运营商人士分析，“赞助、主办这样的校园大赛，可以直接扩大品牌在校园内的知名度，将自己的业务纳入比赛内容，更可以使参赛者和观赛者都更了解自己的品牌文化，进而对品牌加深认同感。”

记者观察

得学生者得未来

还没有固定工资收入、移动通信月消费基本在几十元的高校学生对运营商来说，意味着什么？

上月底，中国移动、中国电信和中国联通相继公布了各自的2010财年上半年业绩，中国移动凭借5.5亿用户继续“一家独大”。在中国移动2G失衡局面

难以改变的背景下，这些十年内将成为社会主流人群的高校学生，就是中国电信和中国联通在 3G 时代制衡中国移动的希望所在。

“打破头也要进校园。”中国电信管理层人士的该表述近期被媒体引用颇多。显然，在 3G 大环境下，校园市场被运营商摆到了一个关乎未来格局的空前高度。

消息称，今年中国电信将投入 2 亿元用做校园 3G 推广奖励；中国联通为大学生量身定做了 3G 合约计划、新势力校园套餐等；中国移动也加大了 3G 终端补贴力度，TD 终端今年最高补贴额度为手机价格的 70%。

虽然中国电信方面昨天没有对 2 亿元的宣传投入资金额作出确认，但该公司一位内部人士坦承，校园市场拥有庞大的客户群，学生群体也是大量话务量的源头。更重要的是，学生用户的收入、社会地位在未来几年内会发生从低到高的变化，是未来高端客户的潜在群体。在校园市场抢客户，对于亟须靠增值业务来拉动收入的运营商来说，具有不可估量的战略意义。

对此，电信观察家马继华指出，电信运营商在校园市场犹如逆水行舟，不进则退。如果秋季新生入学期抢不到足够的用户，那么运营商当年的任务就会受影响，所以他们不惜大力投入。

北京邮电大学教授曾剑秋指出，学生的转网率很高，但这并不影响校园营销。营销重在体验，尤其是让大学生率先体验 3G。马继华指出，即便流失率很高，运营商对于这第一步的“圈地运动”也不敢松懈，它至少能获得一定的用户基础。
来源：2010-9-8 每日经济新闻

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动利润列全球运营商首位

在中国运营商中一家独大的中国移动在全球也是最赚钱的电信运营商。昨天，市场研究公司 Analysys Mason 公布的最新全球十大电信运营商排名中，中国移动按营业收入计排名第 7、按利润计则排名首位。

报告显示，2009 年全球电信市场收入达到 1.8 万亿美元，较 2008 年增长 1%。从总营收来看，全球前十大电信运营商分别是 AT&T、NTT、Verizon、德国电信、西班牙电信、沃达丰、中国移动、法国电信、意大利电信和 KDDI，不过若按 EBITDA(税息折旧及摊销前利润)计，前十榜单又有了显著变化，排名为中国移动、西班牙电信、意大利电信、AT&T、沃达丰、法国电信、NTT、德国电信、Verizon 和 KDDI。

从排名可以看出，中国移动在全球运营商中保持着最高的利润率水平。同时，根据国资委公布的去年央企运营商情况，中国移动也以利润总额 1484.7 亿元再次成为国内“赚钱央企”。来源：2010-9-8 京华时报

[返回目录](#)

中移动停止 2.4G 移动支付标准项目新试点

飞象网近日获悉，中国移动已于上周下发内部文件，要求停止基于 2.4G 移动支付标准新项目的试点，原有老项目则不在叫停之列。

此前，曾有消息称中移动已经叫停 2.4GHz 支付标准试点，转投 13.56M 标准旗下。对此，中国移动一直未给予正面回应。不过在近日的某个会议上，北京移动某人士私下表示，中国移动并未放弃该标准，目前还在完善，并在其他省市进一步试点。

该人士认为 2.4GHzRF-SIM 卡方案支持远程数据下载更新，而 13.56MHz 做不到离线刷卡，也不支持远程充值，这是 2.4G 标准的最大优势。

而据记者了解，目前多个移动省公司已在进行基于 13.56M 的 SIMPASS 标准试点。

为加快移动支付标准统一进程，主管部门今年 1 月曾专门召集中国银联、中国电信、中国移动、中国联通“四大金刚”进行沟通。作为方案差距最大的一方，中国移动在会上表达了希望 2.4G 方案纳入标准系统的想法，同时也首次表态不排斥采用 13.56M 方案。

但飞象网从部分厂商处获悉，此前各方希望把现有不同的支付技术综合在一起，制定出一个兼容性的融合标准，但目前看来难度较大。这也让各方不得不在未来支付发展规划上做出更大的抉择。来源：2010-9-8 飞象网

[返回目录](#)

中移动提出发展 LTE 不能犹豫 不可随意海量投入

9 月 13 日消息，知情人士透露，在近日的一次重要内部会议上，中国移动一位核心领导提出，“关于 LTE 网络。中国移动已经到了坚定推动 LTE 发展的时期，要下决心推动，不能犹豫”。

今年 4 月、5 月上海世博会开幕初期，中国移动携产业链高调亮相了覆盖世博园全园的 TD-LTE 演示网，该演示网的理论峰值传输速率可以达到下行 100Mbps、上行 50Mbps，引起业内高度关注。

这显示中国移动对 TD-LTE 非常重视。上述中国移动核心领导在内部讲话中如此说：“有些同志担心做 LTE 会不会引来一些压力，是不是很难摆脱与 FDD 竞争的劣势，有这样的担心是正常的。在 LTE 投入上，集团公司不会漫无目的地海量投入”。

但他同时表示，“现在很多运营商都表示支持 TD-LTE，有的运营商已经开始试验 TD-LTE，相比 TD-SCDMA 只有中国移动一家运营的局面，这是一个大的转变。因此，总体上公司将统一把握投资效益和投资力度，寻求在 LTE 时期取得比 TD-SCDMA 时期更大的投资回报率”。

据悉，中国移动在战略上将借鉴前期 TD-SCDMA 的开发及产业链经验，降低 TD-LTE 商业风险，并实现 TD-LTE 产业化，在技术标准、产品研发、测试认证与 FDD-LTE 均可实现同步发展，打造端到端的国际产业链结构。来源：

2010-9-13 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信天翼阅读上线 内容资源决胜市场

中国电信“天翼阅读”业务 9 月 8 日正式上线。该服务将对全国电信天翼手机用户(189、153、133 等)开放使用。由此，数字阅读市场三足鼎立的局面形成。

把开卷有益变成开卷有利，这是近期运营商正在忙活的事。随着运营商的应用基地的逐渐建立，愈加丰富的应用服务被添加到了我们的手机菜单中。手机阅读作为一种新阅读方式，不仅仅是借助于终端，其图书内容资源才是吸引读者的关键。

开卷有益到开卷有“翼”

电子阅读是三大运营商共同关注的焦点。电子图书的一度火爆给消费者做了一次电子阅读的普及教育。

根据研究机构 Display Search 的数据，电子阅读器市场 2009 年营收增长 265%，全球电子阅读器市场出货将在 2013 年达到 2000 万部，市场分析机构 Gartner 则表示电子书技术将在 2010 年进入繁荣期。

不过此后，手机阅读逐渐兴起，越来越多消费者开始了解、适应、习惯在手机上阅读一些图书或是连载的小说。“在途阅读”成为都市人群，尤其上班族、学生族的一大特点。

运营商正是看到了这一点，因此积极推动电子阅读的基地建设。根据本报了解的最新消息，中国电信“天翼阅读”业务将在 9 月 8 日在杭州正式发布。该服

务将对全国电信 CDMA 用户(189、153、133 等)开放使用。2010 年 12 月 31 日之前为产品上线免费体验期，除少量阅读内容外，用户使用将免收信息费。

至此，中国电信正式加入电子阅读的市场竞争，从开卷有益到开卷有“翼”。

此前，在 5 月 5 日，中国移动浙江阅读基地正式运营，移动手机阅读业务正式启动商用。6 月 3 日，中国联通手机阅读业务正式推向全国市场。到 9 月 8 日，三大运营商均已推出手机阅读业务。

从阅读到悦读

手拿一部手机或是一本电子书，站在地铁里或是坐在飞机场，在途中消磨时光，电子阅读是一个不错的选择。据最近的《中国电子图书发展趋势报告》显示，选择“途中阅读”的人群平均每年增长 55.7%，呈快速增长态势。但是仅仅阅读，并不能满足读者的需要。

根据中国出版科学研究所的数据显示，2009 年我国 18 岁至 70 岁人群中接触过数字化阅读方式的比例达 24.6%。其中，16.7%通过网络在线阅读，比 2008 年增加了 1%；14.9%接触过手机阅读，比 2008 年增长了 2.2%。但同时另有调研显示，33%的手机用户、95%的手机上网用户，愿意进行电子阅读。也就是说，目前使用电子阅读的人群数量级仍然较小，市场规模开需要扩大，才能吸引更多的终端厂商加入到适合电子阅读的手机终端的研发和生产中来。

目前中国成人读书的阅读率是 49%，61%的国民对阅读情况不太满意，阅读但是得不到悦读乐趣是目前读者的一个主要感受，这就有了创新阅读方式的需要，因此电子阅读的市场空间仍然很大。

只要找打人群的碎片化时间，并将之需要的内容和信息整合进手机中，方便其在方便的时间简单快捷的浏览信息或是阅读文本，那么这些人就会成为电子阅读的忠实读者。

由此，人性化的终端和合理化的平台至为关键。消费者希望的电子阅读终端是可以任意折叠的、是超薄的、是有色彩的、是可以长时间不用充电的、是可以下载和发送东西的，这些都是运营商在终端定制中所要考虑的。

内容为王的命题

这是一个内容为王的时代。没有内容的电子书，不过是一个焊满电容的铜板。手机，也是如此，因此，运营商做电子阅读，在突破终端关的同时，最为重要的是，找到更多有人看的，更多人想看，更多人在看的书。

来自新闻出版总署的数据显示，2009 年我国数字出版产业总体经济规模达到 799.4 亿元，首次超过传统图书出版，同比增长 50.6%，继续保持高速增长速度。其中手机出版达到 314 亿元。数字期刊收入 6 亿元，电子书收入 14 亿元。版权

出版物数字化的趋势愈加明显，出版的内容也越来越多，但是，如何从浩如烟海的书堆中找到合适的，就是阅读基地要思考的问题。

如目前盛大文学所做的网络阅读就极为关注内容的充实。盛大文学推出了数字出版和阅读平台“云中书城”，目前已有 300 万本图书和每天超过 1 亿字的更新量。盛大文学首席版权官周洪立认为，“这么丰富的资源，对读者来说，如何选择就成为了一个大问题。”

运营商建立阅读基地，首先要从内容着手。帮助读者进行遴选，挑出更适合读者的读物提供给手机用户，这就是运营商的短板。如大唐电信将与新华社合作“新华频媒”电子阅读项目，并设立独资公司，覆盖电子阅读全产业链的各个环节，包括运营平台、终端平台和内容平台三大部分。

此外，工信部电信研究院吕新杰认为，在内容足够丰富的基础上，还要层次分明。可以考虑划分成以下四个逐步递进的层次：提供简单短小的浅度阅读内容以方便消费者利用无聊和碎片时间阅读；提供更系统的深度阅读内容以方便消费者学习或长时间看书需要；提供个人原创发行平台以鼓励消费者对阅读内容的充分参与；提供专门的定制内容服务以满足教育、政府、传媒等行业需求或个人 VIP 客户的需求。来源：2010-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

中国电信天翼阅读主推两种终端 不收漫游费

根据中国电信相关人士透露，中国电信的天翼阅读终端主要有手机和电子书两种，这尤其对电子书产业来说是新的机会。

据悉，在手机阅读方面，中国电信正在推进手机产业链完善配套终端。目前，天翼阅读客户端适配 Win CE/WM、Brew、Android 平台，支持手机为 40-50 款，中国电信提出的目标年底前使适配手机达到 200 款。

此外，电子书是天翼阅读的另一重要终端，也是中国电信鼓励的天翼阅读方向。目前，已有华为等多个厂商正与中国电信合作推天翼电子书。

关于用户如何使用天翼业务，中国电信相关人士也进行了解答。例如，关于在外地访问和使用“天翼阅读”业务，中国电信表示，不会收取漫游费，天翼阅读在本地使用和漫游地使用资费上无差异。

关于天翼阅读业务的使用是否需要注册，据悉，不需要注册，系统默认开通，只要用户的手机具有 WAP 数据功能，登录天翼阅读后系统能自动以用户 MDN 号为标识进行注册。

另外，用户定制的天翼阅读包月业务，申请当天生效、取消次月生效。天翼阅读客户端软件不需要购买，软件本身免费。来源：2010-9-9 新浪科技

[返回目录](#)

天翼阅读计划藏书 50 万册 内容商获 45%分成

针对今日上线的天翼阅读业务，中国电信透露，正在大力引入合作书籍，计划天翼阅读平台 3 年里入库图书达 50 万册。

与内容商按 55：45 分成

天翼阅读业务指以手机及其它便携电子设备为载体，利用 CDMA、WiFi 等无线接入手段与服务器进行交互和下载服务，为用户提供包括原创、书籍、杂志、漫画等各类电子书的在线和离线阅读，并支持书评、推荐等阅读参与方的互动服务。对全国电信 CDMA 用户(189、153、133 等)开放使用。

中国电信相关负责人表示，要打造开放融合的天翼阅读平台，积极引入出版集团、出版社、互联网文学网站等多渠道的优秀内容合作伙伴，并倡导 CP 自主定价、建立互利共赢的价值链利益分配模式。

目前，中国电信已经与相当数量的出版机构签订合作协议，将与优惠的分成模式吸引内容合作商加入。

据悉，中国电信与内容合作商的分成被确定为 55：45 分成，即中国电信获得 55% 的收益，版权方获得 45%。而此前，中国移动已于今年 5 月率先推出手机阅读业务。相比中移动确定的 6：4 分成。

计划 3 年里入库图书 50 万册

据介绍，目前天翼阅读平台入库图书约为 1 万册左右，按照计划，中国电信还将在年内将入库图书 5 万册、3 年内将超过 50 万册。

在手机阅读方面，中国电信正在推进手机产业链完善配套终端。目前，天翼阅读客户端适配 Win CE/WM、Brew、Android 平台，支持手机为 40-50 款，中国电信提出的目标年底前使适配手机达到 200 款。

此外，中国电信还将目标瞄准多平台、跨平台阅读，例如电视阅读、电子书阅读等。来源：2010-9-8 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通拟发债募资 200 亿

昨天，中国联通发公告称，将于下周五发行总额 200 亿元债务融资工具，以发展业务需要和偿还银行借款。

公告称，17 日，中国联通将发行 80 亿元的一年期短期融资券和 120 亿元的三年期中期票据。中国联通表示，本次募集资金的一半左右将用于补充在业务运营过程中对营运资金的需求；另外一半用于偿还银行借款。

公告显示，目前中国联通待偿还公司债券余额为 70 亿元，待偿还短期融资券 150 亿元，待偿还中期票据 30 亿元。来源：2010-9-11 京华时报

[返回目录](#)

联通版 iPhone4 获得入网许可证

联通 iPhone 4 开卖扫清了最后一个障碍。昨天，来自工信部电信设备认证中心网站的信息显示，联通 iPhone 4 获得了入网许可，这也意味着 iPhone 4 获得了上市的“通行证”。另外，来自北京苏宁电器的消息显示，本月 16 日北京苏宁门店将销售该款手机。

今天上午，联通相关人士在接受记者采访时称，iPhone 4 手机将在本月上市，具体时间和套餐价格尚未最后确定，对于网上的传言没有否认也没有证实。但是根据以往联通与苹果 iPhone 合作的经验，网上传言一般最后会得到中国联通的印证。

昨天，工信部电信设备认证中心网站显示，苹果此款 iPhone 4 许可证号为 02-8573-104226，背面印有该款手机的型号 A1332，是 R6 版本，支持 HSDPA/HSUPA，具有 WAPI 安全方式的无线局域网功能。在功能上，将支持 FaceTime 视频通话，终端背面有“美国苹果公司”、“WCDMA 数字移动电话机”等字样。来自苏宁及国内一些联通门市的消息显示，联通版 iPhone 4 将在本月 16 日上市，联通版 iPhone 4 将有 16G 和 32G 两个版本，16G 版本合约价分别为 5880 元，32G 版合约价为 6999 元，需签两年在网协议。来源：2010-9-8 北京晚报

[返回目录](#)

联通 10 城市 IPTV 平台选型落定

为了更好的开展三网融合下的试点城市业务推进，中国联通集团于 8 月起召集了 11 家系统厂家，就 IPTV 等业务进行了深入的交流，并进行了 10 个试点城市厂家的选型。

据悉，这 10 个试点城市，除了 8 个国家试点北京、哈尔滨、大连、青岛、武汉、杭州、绵阳、长沙之外，联通集团新增天津、石家庄两地。

内部人士透露，本期参与联通集团 IPTV 试点选型的厂家中，有六家成功入围，其中不乏黑马。根据厂家的交流情况，被分为不同档次，其中排入第一档的厂家为华为、中兴和思华，分别获得两个试点城市。其中，华为拿下北京和哈尔滨，中兴取得青岛和天津，思华获得大连和杭州。

列入第二档次的厂家为爱立信、阿尔卡特朗讯、乐视和青牛。其中爱立信得石家庄，阿尔卡特朗讯获长沙，乐视拿武汉，青牛取得绵阳。

至此，联通 10 个试点城市各得归属，下一步就将是试点城市的建设以及放号。据悉，国家试点城市均计划在 10 月开始正式放号。

业内专家认为，此次联通 IPTV 招标结果颇出乎意料，尤其是在厂家的分配上，考虑到北京、哈尔滨、大连原来都已经存在 IPTV 的系统平台(北京为中兴、阿朗，大连为中兴，哈尔滨为 UT 斯达康)，也就意味着这些地区将存在双平台竞争。而思华、爱立信、阿朗在沉寂多年后也卷土重来，至于乐视、青牛，则属于黑马新贵，此番能力压 UT、烽火等老牌厂家，亦体现了其过人之处。来源：2010-9-10 通信产业网

[返回目录](#)

联通二次 PON 集采已启动 规模达 1300 万线

近日，《通信世界周刊》记者从一位消息人士处获知，于今年 8 月启动的“2010 年中国联通宽带接入网 PON 设备集中采购”规模再次提高，宽带端口容量初步估算将达 1300 万线。

中国联通此次集采，将继续延续去年对 EPON 集采时提出的要求，注重与应用场景的结合，同时关注宽带设备的平滑演进。

业内专家表示，2010 年国内运营商将会有四千万到五千万线的 PON 设备建设量，此次联通的集采，将国内宽带建设推向一个新的高潮。

初步估计 1300 万线

据记者了解，中国联通本次采购包括光线路终端(OLT)设备、光网络单元(ONU)设备及相应的网管设备等。

上述人士表示，本次中国联通 PON 设备集中采购包括 EPON、GPON 设备。其中：主要包括 OLT 约 10760 台，对应 PON 口 135691 个；FTTH ONU 约 895374 台，FTTB+LAN ONU 约 250117 台，FTTB+DSL ONU 约 44827 台，合计宽带端口约 1322 万个。

“因为有个二次推荐，这次集采没有严格区分 GPON、EPON 设备的比重。”该人士还表示，目前厂商已经推出可以 GPON、EPON、10G PON、WPON 共平台的 OLT 设备，这也一定程度上使得中国联通没有细分 EPON、GPON 的具体设备比重。

关键词：FTTH、降价、演进

从获悉各设备数量上看，中国联通 FTTH ONU 数量超过 FTTB ONU。这体现了中国联通对 FTTH 建设力度的加大。

实际上，从技术和成本两方面看，现阶段 FTTH 完全可以普及推广应用，再从国家政策层面看，当前我国已经正式启动三网融合试点工作，这意味着 FTTH 的应用已经不存在政策上的障碍，这些都为 FTTH 规模应用提供了前提条件，虽然 FTTH 规模部署还需要在建设规范上做更多的工作。

“相关设备的价格整体降低。”上述消息人士表示，在中国联通的标书中明确要求设备价格必须低于年初中国电信集采的价格。而 PON 产业链早已成熟，厂商已经可以大量生产 PON 设备，OLT、OLU 等设备都有所下降，这将进一步促进国内 PON 网络的发展。

今年，各厂商均加大了 PON 设备的研究和关注力度，“谁会是最大的赢家，这个不好说”。中国联通去年举行了 1100 万线 EPON 设备招标，在 1 个 OLT 标的和 3 个 ONU 标的中，中兴通讯获得 3 项第一，烽火获得 1 项第一，综合评分排名为中兴第一、烽火第二、华为第三。

另外，中国联通此次在标书中也强调厂商提供设备应支持向 10G PON 平滑演进，并要求说明设备向 10G PON 演进的方式和路线，10G PON 产品研发进度。

中国电信下一轮 PON 集采临近

此前，一位业内人士告诉本刊记者，中国电信将在中国联通集采完后，开启下一轮 PON 网络集采。

对此，本刊记者采访了多位厂商人士和中国电信研究院专家，并没有得到明确回复。北京电信研究院张成良表示，中国电信对 PON 网络发展有比较明确的规划，而目前在国家宽带提速政策的促进下，中国电信在近期进行 PON 网络设

备集采极有可能。据了解，从上次中国电信大规模进行集采之后，陆续的都有一些相关设备的采购，而各地方电信也都有明确的建设目标。比如上海电信，计划年底前要完成 150 万户 EPON 覆盖量，2011 年则规划实现 300 万户的 EPON 覆盖。

针对电信运营商在集采中对 EPON 等设备的新需求，中国电信上海研究院的专家告诉记者，EPON 技术标准其实已经很非常完善了，新的需求不会太多。比如中国电信去年要求光接入的设备要能够支持 IPv6 的功能，上海研究院制定了更完善的企业标准，厂商很快对硬件产品进行实现。

对成本降低方面的进展，他表示厂商互通性能的实现，可以达到成本降低。“EPON 互通性已经实现，GPON 也快了”。

据悉，中国电信相关研究专家均将精力投入到 SIEPON 工作中，将中国电信 EPON 企业标准推向国际。“目前取得了巨大的成绩，中国电信企业 EPON 许多标准已经成为国际的 EPON 标准。”上述上海研究院专家表示，中国电信今年积极参与 FSAN 和 IEEE P1904.1 等国际会议，递交了多篇提案，将中国电信的一些需求和经验推到国际标准上，已取得巨大成绩。来源：2010-9-13 通信世界周刊

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴手机欧美突围战

凭借一款售价 19.9 美元、长相平平的滑盖机，一家中国企业悄然叩开美国一流运营商 Verizon 的大门。按照全球移动运营商的最新营收排名，AT&T 全球第一，Verizon 第三位，中国移动位列第七。

这一突破发生在 2010 年第三季度，对于中国通信设备和手机企业来说是最敏感、最关键的时刻。关键在于中国通信企业海外拓展进程中，已经从发展中国家突破到了欧洲，而美国市场仍然是一块难啃的骨头；敏感则在于美国市场的复杂性或许远超中国企业预见。

究竟是怎样的一款手机带来这样的突破？

怎样的手机？

在欧洲和拉美市场都工作过的赵巍现任中兴手机美国经营部副总经理，在接受《第一财经日报》采访时，赵巍对美国市场如数家珍。

“这款手机卖多少钱？”记者问。“19.9 美元。”赵巍回答。

“这么低的价格，能赚钱吗？”“当然这是运营商给消费者包含合同的价格，运营商向中兴的采购价要高于此。”赵巍解释。

8 月在美国上市的 Salute 手机是中兴手机与 Verizon 合作深度定制的机型，而在内部被称为“F350 项目”的正是这款机型的支持团队。这个 150 人的支持团队从 2009 年中就开始研发测试，主要集中在研发领域，其他的物流、质量、生产环节都不计算在这 150 人的团队之中。“这是公司 CDMA 手机历史上投入人员最大的团队。”赵巍向记者强调。

尽管如此投入，但是并不能保证该项目能够单独盈利。简单计算可以看出，如果以 30 美元的出货价格和该机型出货 100 万部来计算，那么手机厂商的收入在 3000 万美元的规模，这能盈利吗？

在很多项目上，美国的市场门槛相对高很多，仅手机认证测试费用上，单款手机产品要在美国各种不同的认证测试费用就高达上千万元人民币。

在记者问及该项目的投入产出分析上，赵巍并不回避这一点。

“美国的特殊性使我们的投入产出会分为当期角度和战略角度，”赵巍解释说，“从当期来看，我们是预计这款机型及其延伸机型能够有一个比较好的销量。当然更重要的是战略角度，美国是最重要的市场，通过一流运营商把队伍和市场做起来了，做其他项目也就比较顺理成章。”

美国美国！

“我们强调在未来三年时间里，北美市场力争取得百分之百的增长。我们已经在北美市场看到了三星和 LG 的表现，我们也在逐步被北美的客户接纳。”中兴通讯副总裁何士友则提出了北美市场具体的目标。

“中兴从 2006 年开始做美国市场，主要服务二流运营商。最早在 2007 年左右为美国运营商 MetroPCS 提供中低端 CDMA 手机，我们想逐步往上走，2008 年~2009 年初我们开始对美国大运营商进行研究，主要集中在其用户研究和产品队列上，而主攻的方向仍然是低端 CDMA 机型。”赵巍说。

赵巍提到的 MetroPCS 对于中国消费者来说是一个陌生的名字，那是因为在美国它也不是主流运营商，因此，在美国市场，中兴的突破同样小心翼翼地从小运营商开始做起。

中兴并不否认现在在美国市场上和大的手机供应商还有差距，Verizon 现在前两位的手机供应商分别是三星和 LG，而中兴手机认为自身目前在运营商合作各方面的能力上比较像 LG 前两年的状态。所谓全面能力包括研发能力、创新能力和交付能力等。

“只有欧洲、中国、北美取得增长，我们才能保证年复合增长取得30%。如果高端市场不能取得这样的增长，我们就无法保证。”从全局来看，北美市场也成为中兴手机全球突破的重点。

欧洲启示录

与美国市场的起步相比，欧洲市场似乎已经经历了最初的开创期，中兴手机上半年海外1700万部的销量中，欧洲增长超过了150%。交出了英国单季度销量突破100万部、法国上半年销量也突破百万部这样的成绩单，欧洲经营部总经理林强仍然是压力大过欣喜。

2010年与2010年之前的局面是完全不一样的，这是林强最大的感受。

2010年一款中兴中高端智能手机在英国和记发布，这款手机价格低于100英镑的手机把智能手机的价格拉低了三分之二，一时间引起市场的强烈反馈，对林强来说最大的好消息则是8月30日，英国和记为这款手机追加了3倍的订单。

“2008年，我们到法国、德国去做高端智能手机的推广，客户的理解和认同程度与今天完全不同，那时候，客户定位只能是低端2G手机。”“那时候不能说客户不相信你，但是是有过程的。”林强的这一句话里沉淀了10年欧洲市场拓展的辛酸和成绩。

终于熬到今日，欧洲市场从二三流运营商到主流运营商的突破，从低端到高端产品线的突破，包括英法等主要国家的突破，中兴的下一轮战争会是议价能力的突破。“在英法等国，我们正在通过中高端产品的供应提升单价，也不是低价就一定卖得好。”林强说到的这些突破正在成为现实。

“你要知道，欧洲是成熟市场，这几年用户数量和手机销售数量增长都是平缓的，每一点市场份额的获取都是虎口拔牙，从其他厂商那里争取过来的。”林强说。

除了逐步获取运营商的信任，在欧洲市场的品牌投入也非常大。“圣诞节时中兴做了好多巨大的车身广告，ZTE品牌越来越有影响力。”一位身处英国的消费者告诉本报。

运营商战略

在北美市场的拓展实际上与中兴这几年在欧洲市场如出一辙。

“我们的目标非常明确，市场战略还是围绕全球高端运营商，特别是发达地区的运营商。”一直以来，何士友掌管的中兴手机海外之路都在实践着这一点。

或许是因为在美国市场两三年的开拓，或许因为品牌的提升，此次与Verizon的合作令中兴非常兴奋的一点是，这款手机正面打上了ZTE的LOGO，反面则标上了Verizon。这个在消费者看来或许并不重要的细节在中兴看来非同一般。

“我们此前在欧洲拓展市场的时候，主流运营商都不愿意打 ZTE 的标志，而现在，主流运营商的态度变成了不主动也不拒绝。”一位常年在海外工作的中兴内部人士告诉记者。这与中兴手机这几年海外市场的品牌拓展不无关系。

运营商战略还让中兴手机与其他手机巨头形成了差异化。

“与三星和 LG 相比，我们的策略不一样，它们是通过消费者的品牌建立来影响运营商，中兴现在是满足运营商的需求，投入更多还是跟运营商一起。”赵巍说。

而巨头诺基亚在北美市场没有更好的表现，此前是因为这一市场是摩托罗拉的大本营，而目前则是因为其战略选择。诺基亚强项在品牌和渠道方面，不太愿意放下身段与运营商紧密合作，业内人士如是分析。

“运营商主导的市场对中兴是机会。今年上半年与去年同期相比，美国市场几乎以翻番的速度递增。我相信，随着第四季度产品的上市，会进一步提升在美国的业绩。”对于何士友来说，牢牢把握运营商合作是中兴这些年在海外市场拓展的立身之本。

“我们在美国专门成立了手机经营部门，叫做美国经营部。未来也可以把欧洲经验复制到美国。”事实上，在销售平台之外，中兴手机去年底成立了欧洲经营部和美国经营部，从研发和市场部门前移到服务运营商，足以看出运营商策略在中兴手机内部被重视的程度。来源：2010-9-9 第一财经日报

[返回目录](#)

中兴通讯启动电视手机战略

近日，中兴通讯携手中国移动、TD 联盟、联发科技等产业链伙伴，正式发布 5 款“悦汇”系列 TD-CMMB 电视手机，全面启动电视手机战略。这是中兴通讯整合 TD 产业链、再度发力强攻国内终端市场的重要举措。

电视手机成 TD 热点应用

中兴通讯在推出的以 U232、U722 为代表的 5 款“悦汇”系列 TD-CMMB 电视手机为中国移动研发基金项目，全面支持中国移动深度定制业务。该系列终端在大屏幕、内置天线、直板滑盖等工业设计以及用户使用习惯方面都为电视手机进行了独到考虑。

作为新的 3G 热点应用，运营商和厂商都看到了电视手机这个差异化的契机，纷纷布局投入与推广。据悉，在 TD-CMMB 领域，中兴通讯一直拥有领先的优势，从 CMMB、MBBMS 技术到手机互动，中兴通讯一直都紧密与运营商在这块新兴领域精耕细作。而在巨大的 3G 终端市场机遇下，中兴通讯借势三网融合的浪潮，

针对自身产品制定了更具挑战的战略目标：在未来 5 年左右的时间，保持每年 30% 以上的增长，进入全球前三位。

3G 终端产品战一触即发

以中国移动为主导的 TD 产业链一直以来都在积极推动产业的发展，终端作为产业整合的载体呈现给消费者。从中国 TD 研发伊始，中兴通讯在整个产业链中承担了重要的角色。从网络搭建到终端测试，再到产业的成熟和终端商用、丰富，中兴通讯整合了产业链上下游的各方力量，为中国 3G 第一的位置奠定了坚实的基础。

TD 联盟秘书长杨骅认为：“目前的 TD 终端产品，同质化比较严重，希望业界的厂商都能像中兴通讯那样加速开发满足不同层次不同领域不同客户多样化的终端，来丰富整个 TD 市场。”在日趋激烈的市场竞争中，3G 终端产品的核心竞争力将决定着各个手机厂商未来发展的走向。

企业网市场年增长率超 50%

记者了解到，近年来，中兴通讯在国内 3G 和国际电信市场取得不断成功的同时，在企业网市场也实现了连续年增长率超过 50% 的高速发展，牢牢占据企业网市场三甲行列。近日，在企业网创新解决方案发布会上，中兴通讯展示了其在物联网、智能电网、石油石化、交通、应急通信、电子政务、教育等重点行业的创新解决方案。据悉，中兴通讯已经成功举办了 4 届“飞跃之旅企业网巡展”，成为业界最具影响力的品牌活动之一。

“中兴通讯在承载网方面具有非常雄厚的技术积累，完全可以根据不同用户的需求提供技术先进、绿色环保的定制化产品，覆盖所有应用场景的全线数据产品，完美支撑全面的行业综合解决方案。”中兴通讯承载网产品线总经理赵强说。

来源：2010-9-8 北京商报

[返回目录](#)

中兴将推千元 Android 系统智能机

Android 一而再地取得国际大厂的支持，这是谷歌的又一次胜利。中兴通讯近日表示，他们所推出的各种智能手机中，Android 将是其所有手机系统的主流，并为普及将其价格定为千元以下。

同时，中兴通讯高层表示，未来将相继推出使用谷歌 Android 操作系统的移动新产品，近期计划推出一款平板电脑，同苹果的 iPad 展开竞争。

中兴通讯手机体系高层透露，该公司使用 Android 平台的平板电脑今年晚些时候将在欧洲、拉美和亚太地区市场登录。被中兴通讯内部称作 V9 的该产品显示屏 7 英寸，稍后该公司还将在北美推出类似的产品。

据悉，V9 配置一款触屏和一个键盘，价格将比一般智能手机价位高出 50% 的层次，以让更多的消费者能够买得起。

中兴通讯手机体系副总经理罗忠生透露，今年将是中兴手机转折点。未来中兴将以 TD 手机为主体。明年将推出售价只有千元的 Ophone 手机，“我们希望从今年下半年开始，手机发货应该占到 80%，甚至更多，手机还是人们最需要的。我仍然认为是 TD 终端更为成熟的表现，一个厂家同时推出七款手机，每一款都是很好用的。”

他强调说，“从项目上来看，Android 是中兴手机的主流，且定价在千元左右。”

同时，为推动手机上网，中兴通讯将推出不用设置密码和账号的 Wifi 手机，并支持 TD。

“该手机会成为我们的主要机型。移动互联网是非常关键的。在移动互联网里面，用 Wifi 上网是很平常的事情。客观来看，TD 的信号还不是特别好。在室内上网用 Wifi 更好一点。这也是移动的创新方式。今天这个手机 TD 里面第一款不用用户输入用户密码和用户名，只要有 SIM 卡，就可以统一认证，只要点击就可以上 Wifi 网。”罗忠生透露。来源：2010-9-10 经济观察网

[返回目录](#)

中兴通讯企业网多款新品集中亮相

中兴通讯在国内 3G 和国际电信市场取得不断成功的同时，在企业网市场也实现了连续年增长率超过 50% 的高速发展，占据企业网市场三甲行列，在能源、铁路、军队、广电、政府等行业一直具有领先优势。

中兴通讯已举办了四届“飞跃之旅企业网巡展”，成为业界最具影响力的品牌活动之一。今年，中兴通讯将巡展聚焦在服务创新，在全国范围深入开展市场调研和客户交流，覆盖石油石化、电力、军队、交通、教育等诸多行业领域。通过此次活动，中兴通讯展示了在智能电网、数字化油田、物联网、智能交通、应急通信、数字实验室等热点领域的创新解决方案，而且大大加强了自身的定制化服务水平。

“此次活动，我们不仅展示了如 T8000 这样可以用于全国骨干网的高端集群路由器产品，所有核心芯片均为自主研发，可以组成最大 8+64 集群系统，具

备业界顶级水平，领先其他竞争对手；也有如 5900E 和 2900E 等中低端易维系列路由交换机，特点鲜明，极具竞争力，中兴通讯在承载网方面具有非常雄厚的技术积累，完全可以根据不同用户的需求提供技术先进、绿色环保的定制化产品，覆盖所有应用场景的全线数据产品，完美支撑全面的行业综合解决方案。”中兴通讯承载网产品线总经理赵强说。

此外，中兴通讯在会上还首次推出了全球第一款一体化高清视频会议终端 ZXV10 T700 多媒体视讯产品，以及中小企业视频会议创新解决方案。“中兴通讯是国内最早专注多媒体视讯产品研制的通信企业，拥有满足不同场景需求的全线产品和众多技术专利。”中兴通讯业务产品线副总裁李晖介绍。来源：2010-9-8 科技日报

[返回目录](#)

中兴获印度 BSNL 价值 6375 万美元 WiMAX 合同

据印度《经济时报》报道，印度国有运营商 BSNL(Bharat Sanchar Nigam Ltd.)选定中兴通讯为其提供 WiMAX 设备，合同价值约 30 亿卢比(C1114 注：约合 6375 万美元)。

中兴印度董事长兼总经理戈什(D K Ghosh)称，中兴将提供完整的端到端 WiMAX 系统，以加速 BSNL 在未来 6 个月中的部署。

“设备将包括 WiMAX 基站、交换机和定制的 WiMAX 终端/手机。”他表示。

《经济时报》指出，目前尚不清楚中兴将直接向 BSNL 提供设备，还是将向 BSNL 指定的第三方公司。

在取消了最初的 WiMAX 特许经营投标后，BSNL 于 2009 年 6 月 12 日发布了新的招标文件，重启对 16 个电信服务区域的特许经营投标，并忽略了古吉拉特邦、安得拉邦和马哈拉施特拉邦三地，在这些区域它已与美国 Soma Network Solutions 合作开展无线业务。

随后，BSNL 于 2009 年 11 月透露 5 家公司——Adishwar India、Ampoules、Teracom Ltd.、E-Mall Infotech 和 Take Solutions Ltd. 递交了项目意向书。

2010 年 1 月获胜者揭露：Adishwar 与 Alvarion 联合获得加尔各答地区的特许经营权；Ampoules 与 Alvarion 联合获得钦奈(泰米尔纳德邦)、哈里亚那邦、西孟加拉邦和喜马偕尔邦的；Teracom 获得卡纳塔克邦、拉贾斯坦邦、中央邦、北方邦东部、比哈尔邦、阿萨姆邦、查谟和克什米尔以及东北邦的；Take Solutions 与中兴获得泰米尔纳德邦(不含钦奈)、北方邦西部和奥里萨邦的。来源：2010-9-7 中国通信网

【华为】

华为：终端业务上市暂无明确计划

尽管有关华为终端可能重启上市的传言不断，不过，华为终端公司副总裁徐昕泉昨日还是对《第一财经日报》表示：“目前没有明确计划。”

他同时表示，华为一直在尝试各种不同的方式，“而不是外界所简单理解的卖掉，各种资本运作都是发展壮大的武器，但不是唯一方式。”虽然华为目前没有明确终端业务是否上市，但一直都不乏投资者与之接触。

目前，华为分为四大业务，分别是网络设备、终端、软件以及专业服务业务，其中，终端业务是华为增长最好的业务之一。

昨天，华为联合谷歌在全球发布了一款名为“IDEOS”的手机，这也是华为首次与谷歌在 Android 平台以及市场营销等各个层面展开合作。

“华为终端之前主要是 to B(面向运营商)，之后将更多的是 to C(面向消费者)。”徐昕泉表示，但他强调，这并不意味着华为商业定位的改变，华为仍将专注于运营商市场。即通过与运营商合作，为运营商提供 ODM 或者 OEM 产品。

2009 年，华为终端业务全球出货量超过 9000 万部，销售收入达到 50 亿美元，在华为 302 亿美元的总销售额中，比重达到 16%~17%。

徐昕泉表示，华为预计 2010 年终端销售额将达到 60 亿美元，其中，智能手机的出货量将超过 500 万部。根据华为终端业务的上半年报告，华为上半年终端发货量近 5000 万部，同比增长 39%，手机发货量 1300 万部，智能手机与去年全年相比，增长率接近 200%。

由于目前整个手机市场都在向智能手机过渡，华为也试图抓住这个机遇，不过与 iPhone、黑莓等手机厂商不同，华为仍主要专注于 100~200 美元的智能手机市场。“虽然目前华为智能手机的比重并不高，但到年底，这个比例应该会提高到 10%左右。”华为终端公司副总裁李吉林表示。

而谷歌的 Android 平台也在华为的智能手机战略中占有重要地位。李吉林介绍说，华为希望通过 Android 平台迅速进入智能手机领域，目前，华为在 Android 平台上投入的研发人员多达 800 人，明年还将增加到 1000~1500 人，今年下半年，华为计划推出 5 款以上的 Android 手机。

徐昕泉提供的数据显示，今年上半年华为终端业务在北美市场仅实现销售金额 2 亿美元，“预计 3 年内，华为在北美市场的销售额和出货量都将翻番，北美将成为华为终端业务的支撑市场。”徐昕泉说。来源：2010-9-9 第一财经日报

[返回目录](#)

华为内地香港将售首款低价 IDEOS 智能手机

华为宣布，在海外刚刚宣布推出的华为低价智能手机 IDEOS 于近日开始在香港上市，不久可能在内地销售。由于这款智能手机是全球首款原装 Android 2.2 操作系统的手机，同时，销售价格仅 100-200 美元，因而引发业内关注。

此前 9 月 2 日，华为曾在柏林和伦敦发布该手机，并将该系列手机命名为“IDEOS”，该手机则为其中的 U8150，运行 Android 2.2 操作系统，Android 2.2 是 Android 手机平台最新的版本，可使应用程序及系统运行速度更高，而该款手机是全球首款原装 Android 2.2 操作系统的手机。

据透露，IDEOS 是华为首款以自家品牌推出的智能手机，机身刻着“with Google”的标志。

同时，该款手机兼备 WCDMA + Wi-Fi 双重网络支持，也就是说，华为 IDEOS 手机可变身成为一种无线上网装置，可同时支持多达 8 个 Wi-Fi 设备通过该手机上的 3G 网络接入互联网。

值得注意的是，华为 IDEOS 系列手机的价格仅 100-200 美元，该价格之前在伦敦发布时已引起高度关注，因为多数智能手机价格仍在四五百美元以上。不过华为方面补充，该手机的最终价格将包含运营商的机价补贴和资费补贴，具体金额取决于运营商的商业策略。

华为曾在今年 2 月巴塞罗那世界移动通信大会时曾表示，该公司计划开发一种“150 美元的智能手机”。目前看来，“IDEOS”就是这种手机。

华为终端 CMO 徐昕泉介绍说，Ideos 是华为与谷歌合作设计和开发的，这款手机的背面带有谷歌标志，其光滑的表面设计和触摸屏与苹果 iPhone 类似。IDEOS 配有 3G USB Modem，有多种颜色可供选择。

华为公司香港代表处代表卢浩杰则表示，该款手机即将在香港上市，香港运营商数码通为独家网络服务供货商经销商，而 Synergy 科技(亚洲)有限公司则获委任为分销商，在香港的销售价格低于 2000 港元，将进一步降低智能手机入门的门坎。

据悉，该款手机不久可能在内地上市。来源：2010-9-9 新浪科技

[返回目录](#)

华为高管谈大推 150 美元手机：要占据中档市场

在宣布将于全球推出首款低价智能手机 IDEOS 后，华为终端 CMO 徐昕泉向新浪科技详谈了为何大推此类 100-200 美元智能手机的幕后原因，他说，“智能手机本身要细分市场，高端市场已被台美韩厂商控制，华为希望占据智能手机这一金字塔的中部”。

150 美元智能手机冲击市场

IDEOS 应该说是华为终端最近在全球手机市场引发的一场震动，这是华为最近推出的低价系列智能手机的名称，此前 9 月 2 日，华为在柏林、伦敦宣布了首款 IDEOS 手机将上市，其后又宣布该款手机将在香港销售。

引发震动的主要原因是，这款智能手机是全球首款原装 Android 2.2 操作系统的手机，性能不错，但销售价格在全球各地仅为 100-200 美元不等，而全球 Android 系统智能手机绝大多数价格在四五百美元，高端的甚至在七八百美元。

“华为最初的考虑是，市场上智能手机普遍很贵，华为希望智能手机价格能在千元左右，而且全球运营商的普遍需求也是如此；但同时又要让用户体验到智能手机的方便快捷，所以决定采用 Android 2.2 这一最新版本的手机操作系统，”，他透露了 IDEOS 手机的推出历程。

在今年 2 月的世界移动通信大会上，华为终端董事长郭平就曾预测，智能手机降至 150 美元时会迎来市场拐点，当时业内不是特别理解这句话的含义，而现在大家明白了：华为要依靠这种手机“制造”出市场拐点。

为何推自有品牌

于是，IDEOS 手机出炉。这款手机与 Google 合作密切，不仅采用 Android 2.2 操作系统，机身还刻着“with Google”的标志。

“华为在智能手机上已经技术很成熟，做了很长的工作，2 年前就已经在做 Android 手机，去年 9 月发布第一款 Android 手机”，华为终端公司副总裁李吉林认为，IDEOS 手机的推出从技术上也是水到渠成，“我们在 ANDROID 手机研发上已经有 800 人，希望到明年增加到 1000 人以上，这样，我们将可推出更多款式的智能手机。”

据悉，第一款 IDEOS 系列的手机型号名为 U8150，而后续华为将推更大尺寸的 IDEOS 手机。

这也是华为首款以自家品牌推出的智能手机。而关于为何取名 IDEOS 手机，据悉，该系列手机主要面向全球推广，而汉语名称成为英语国家用户认可该品牌的一大障碍，因此公司把这款手机的品牌确定为 IDEOS，希望能够借此扩大知名度。

他介绍说，IDEOS 中的 ID 是“ industrial design” (工业设计)的缩写，寓意以工业设计为代表的硬件平台；E 代表“ evolution” (演进)，是 PC 互联网向移动互联网演进的一个符号；OS 是“ operating system” (操作系统)的缩写，寓意以操作系统为代表的软件平台，而且智能手机发展的重心就是由硬到软。

华为终端 CMO 徐昕泉表示，“ 在全球各地市场，我们可以用华为品牌，也可以用 IDOEOS，也可以与客户联合品牌，这要看华为在全球各个市场的具体情况”。

预计今年出货量 500 万部

“ 我们的战略就是要为用户提供价廉物美的手机，因为未来会有 50 亿移动互联网用户，智能手机增长的潜力极其巨大。我们预测 5 年内，全球移动宽带用户会从 3 亿增长到 30 亿以上。这种增长是需要靠价廉物美的智能手机来实现的”，华为 CMO 徐昕泉如此坚定地表示。

这个价格策略非常具有冲击力，但徐昕泉说，“ 我们肯定不是最便宜的，我们做的是 100-200 美元的创新型的智能手机，希望同时以价格、高性能、良好用户体验吸引大量用户，把移动互联网用户都带动起来。在这个系列的手机上，我们本身也会有入门级、中端、高端等不同价位的手机”。

他透露，这种 100-200 美元的智能手机手机也不是靠华为自己来实现，之前也与很多运营商有交流，是与运营商探讨的结果，已获得很多运营商支持。目前华为已经与全球十几个运营商签署销售合同，不久也可能进入内地市场。

据悉，华为对这种低价智能手机非常有信心，预计智能手机今年销售超过 500 万支，今年这一单款手机销量超过 300 万支。

希望占领中档智能手机市场

根据之前华为终端公布的上半年业绩，华为终端上半年发货量近 5000 万部，同比增长 39%，移动宽带发货量为 2200 万部，同比增长 68%；手机发货量近 1300 万部，智能手机上半年发货量较去年全年增长接近 200%；融合终端销售收入同比增长 70%；视讯销售收入同比增长 54%。

“ 但是，智能手机在华为占的比例不高，推出 IDEOS 手机后，我们预计到年底智能手机将会增至 10%”，徐昕泉如此说。

“ 我们希望以此巩固扩大智能手机，智能手机本身要细分市场，高端市场已被欧美厂商控制，华为希望占据智能手机这一金字塔的中部”，他道出了华为推出低价智能手机的根本目的。

而为此，据悉，华为今年还将做 5 款该系列手机。并且不仅将推该系列的 WCDMA 手机，还将推出 CDMA 版本的 IDEOS 手机。来源：2010-9-13 新浪科技

【诺基亚】

诺基亚更换新掌门

昨天，全球第一大手机厂商诺基亚公司宣布，其现任总裁和首席执行官康培凯将于9月20日卸任，而原微软高管斯蒂芬·埃洛普将接替他担任诺基亚的新掌门。

康培凯自1980年加入诺基亚公司，此后历任助理副总裁、高级副总裁、首席财务官、执行副总裁等职，并于2006年起出任公司总裁兼首席执行官，至今已在诺基亚工作30年时间。根据康培凯与诺基亚公司签订的服务合同，他将获得一笔460万欧元的离职补偿，相当于18个月的基本薪金以及奖金。此外，他还获得2007年授予他的10万股诺基亚限制股的补偿金，并将在2010年10月1日兑现。

诺基亚近两年来在高端智能手机市场的表现不佳，市场份额一再被苹果、RIM等公司侵占，尤其是2007年苹果公司推出iphone以来，康培凯一直被外界指责应对失策。根据市场研究公司Gartner的数据，诺基亚在整个手机市场的份额已经从一年前的36.8%降至34.2%。业绩的不理想也使得今年以来康培凯将离职的消息一直未曾中断。

接替康培凯的斯蒂芬·埃洛普此前是微软商业软件部门总裁，他将于9月21日正式上任。诺基亚董事会主席约玛·奥利拉表示，斯蒂芬出色的行业经验和领导能力将带动诺基亚充分释放潜能，他强大的软件背景和在变革管理方面的不俗业绩，对加速转型的诺基亚是一笔宝贵的财富。来源：2010-9-11 京华时报

[返回目录](#)

诺基亚 Ovi 商店正式发布

9月1日，诺基亚宣布Ovi商店在中国正式发布，采用了新的业务模式，开发者将可获得纯收入的70%。并且，诺基亚通过与本地合作伙伴的紧密合作，提供了符合中国消费者习惯的计费方式。同时，诺基亚还宣布了一系列措施，进一步帮助开发者更为便捷地开发应用程序。这一切使得Ovi商店能够以更快的速度，为消费者提供更丰富而优质的移动应用服务，让消费者充分享受Ovi商店带来的丰富的移动应用精彩体验。

诺基亚 Ovi 商店是便捷的一站式应用程序和内容服务平台，将种类丰富的手机移动应用程序进行整合，提供给消费者方便的查找、下载、安装和管理服务。消费者可以通过诺基亚终端，从 Ovi 商店轻松获得最新、最丰富的本地移动互联应用。同时，它也为中国的开发伙伴提供了业务运营平台，鼓励并推动他们的不断创新，和诺基亚一起共同推动移动互联应用的发展。来源：2010-9-8 科技日报

[返回目录](#)

诺基亚推智能手机揽客要咸鱼翻身

诺基亚下周在年度媒体与产业活动中将发布新款智能手机 E7，这款手机拥有超大触摸屏和全键盘设计，诺基亚拟通过新品向投资者证明其正在复苏。

诺基亚近年来利润和股价均呈下滑之势，眼下寄希望于调整后的智能手机系列。

消息人士称，诺基亚还将正式向公众推出新款 N8 智能手机。N8 是首款采用 Symbian 3 软件的手机。

N8 今年 4 月发布，将于本月早些时候开始出货。这款手机采用 1200 万像素摄像头，这点非其他智能手机可比，但其处理器速度慢于三星顶级机型 Galaxy S 及苹果的新款 iPhone。

诺基亚在智能手机市场所占份额达到 40%，但在高端机型市场表现欠佳，这影响到其利润率，并拖累股价。来源：2010-9-8 法制晚报

[返回目录](#)

【其他制造商】

TCL 通讯海外手机销量增 226%

TCL 通讯近日公布的上半年财报显示，TCL 通讯不仅已完全实现扭亏为盈，且增长势头迅猛，尤其是占 TCL 通讯主要销量的海外市场业绩创新高，其海外手机销量同比增长 226%。

今年上半年，TCL 通讯营业额 35 亿港元，较 2009 年同期跃升 160%；而利润为 2.5 亿港元，远远超过之前对利润的预期。在美洲市场，TCL 通讯销售量高达 690 万部，较去年同期急升 335%。在欧洲、中东及非洲市场，TCL 通讯销售量同比增长 128%至 500 万部。即便在中国市场方面，TCL 通讯的手机出货量上升 20%至 130 万部，而整个亚太区的销售量更大幅激增约 5 倍至 100 万部。

对于 TCL 国际化战略，TCL 集团董事长、CEO 李东生称，TCL 不会放弃国际化道路，既然走出去了就一定要打赢国际化这一仗。

市场研究公司 Gartner 发布的研究报告显示，今年第二季度，全球手机销量增长了 13.8%，达到 3.26 亿部，其预计今年全球整个手机市场规模将比去年增长 14%。而今年上半年，TCL 通讯手机和部件的销售量飙升至 1420 万部，同比有 181% 的增幅。

目前，TCL 通讯是国产手机厂商中能用自主品牌在全球进行销售的少数国内企业之一，而其他的国产手机厂商由于在国外面临品牌困境，都未能用自主品牌进行销售，最多只能做 OEM(代工)。来源：2010-9-8 北京商报

[返回目录](#)

爱立信与摩托罗拉联合开发无线设备

据国外媒体报道，摩托罗拉周二宣布，将于瑞典通信设备制造商爱立信合作，利用最新无线宽带技术共同研制公共安全无线电设备。

爱立信表示，此项合作将帮助摩托罗拉生产公共安全通信设备，用来对事故现场的视频进行无线中继传输。

摩托罗拉两个月前宣布，将旗下的网络设备部门出售给诺基亚西门子通信公司(以下简称“诺西”)，而该公司是爱立信的竞争对手之一。

摩托罗拉和诺西都在研发各自的 LTE(长期演进)设备。LTE 是一种第四代无线技术，可以实现更快的数据传输速度。但到目前为止，爱立信在 LTE 网络的建设和实施方面占据着主导地位。

据预计，摩托罗拉的公共安全和企业设备部门将于明年初被从手机部门拆分出去。来源：2010-9-8 新浪科技

[返回目录](#)

苹果皮有望进入美国市场：已向 FCC 递交申请

一家名为 Go Solar 的美国公司正计划将“苹果皮 520”引入美国市场，该公司据称已经向美国联邦通讯委员会(FCC)递交了申请。

该公司网站已经开始为该产品进行推广，将其描述为一款革命性产品。这款产品通过给 iPod Touch 加装类似保护套一样的外设，使其具有电话、短信等功能，产品的英文名称则是 Apple Peel 520。

根据 Go Solar 向美国证监会提交的 8-K 表格，其已于 9 月 1 与深圳衍生科技(Yosion)达成可选择协议(Optional Agreement)。Go Solar 将获授权对衍生科技展开尽职调查，并代表其为苹果皮 520(Apple Peel 520)申请专利。Go Solar 为此向衍生科技支付了 2 万美元，但此项技术所有权仍归衍生科技所有。

国外媒体 Mobile Magazine 引述来自 Go Solar 的消息报道称，Go Solar 已经向 FCC 递交了申请，希望使其可以合法在美国销售。

苹果皮的发明人是来自河南的潘泳和潘磊兄弟。《南华早报》10 日的报道称，潘磊向该报确认，其正与 Go Solar 讨论将苹果皮引入美国市场，但尚未达成最终协议，因为协议仍是可选择性的。

潘磊称，Go Solar 可以帮其解决在美国的知识产权问题，这是一件很好的事情，如果条件不是太苛刻，他们将会和 Go Solar 展开合作。他又表示，自从七月份将其产品的视频上传在网络以来，已经有三十家经销商希望成为其代理，其中三分之一来自海外。

潘磊称，正在向中国大陆的电信管理部门申请入网许可。“我们希望通过合法的途径，进入中国和美国的市场。”

“苹果皮”目前仍需“越狱”才能使用，美国科技网站 Zoknows 的报道称，衍生科技将会开发一个不需要越狱的新版本。

苹果皮在美国市场的售价约为 60 美元左右。有国内媒体消息称，苹果皮 520 预计将于本月底在国内市场面市，其售价可能在 500 元左右。来源：2010-9-10 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

手机游戏领跑移动互联网投资

清科研究中心日前发布的报告显示，手机游戏领跑移动互联网行业投资。

据悉，2001-2010 年中期，中国移动互联网各细分投资领域中，手机游戏共发生 33 起投资案例，占总投资案例数的 27.97%，已披露金额的投资案例为 26 起，总投资金额为 12045 万美元，平均投资额为 463 万美元。此外，无线搜索、手机支付、无线音乐、无线广告等领域也是投资方关注的热点领域。

从已经披露的 33 起手机游戏的投资案例来看，其中 Series A 投资案例数量为 19 起，占据主要份额，如联梦娱乐、新热力、掌上明珠、数字顽石等均获得

不同金额的投资 ;Series B 投资案例数量为 4 起 ,如数字鱼分别于 2004 年、2006 年获得赛富及 IDG 的两轮联合投资 ;掌上明珠分别于 2006 年、 2009 年获得德同资本及宽带基金、德同资本、Asian Groove 两轮投资。

清科研究中心分析师张亚男认为 ,随着移动互联网主步入娱乐化应用阶段 ,中国手机游戏作为娱乐应用的中坚力量 ,其发展呈现“四化”特征 :

其一 ,手机游戏与其他创意产业呈融合化发展趋势 ,产品向“泛娱乐化”发展。手机游戏在与其他创意产业融合的过程中 ,一方面 ,将汲取融合优秀的动漫、影视、网络游戏、文学作品等相关创意产业特色内容资源 ,弥补本行业内容单一、创意不足的缺陷 ;另一方面 ,融合发展将使手机游戏产品多样化 ,在进一步融合网络游戏、网页游戏、SNS 等娱乐应用特色的同时 ,成长为“泛娱乐化”产品。

其二 ,手机游戏“去电信运营商化” ,游戏厂商逐渐建立自主控制的完整产业链。随着中国手机游戏行业的日渐成熟与壮大 ,中国手机游戏逐渐建立包括产品研发、运营、分发、营销、支付等完整的产业链 ,进一步规避电信运营商的制约与限制 ,自主运营能力日渐加强。

其三 ,手机游戏盈利模式多样化 ,“轻网游化”成为一大趋势。手机游戏盈利模式多样化 ,通过“轻网游化”借鉴性地引入网络游戏的盈利模式 ,如按时收费、包月收费、道具收费、广告内置收费等模式 ,尽管这些模式尚处于初探期 ,但却为手机游戏的发展指明路径。

其四 ,手机游戏市场参与主体多元化 ,竞争“白热化” 。中国手机游戏行业参与者逐渐多元化 ,除原有的手机游戏厂商外 ,中国移动、中国电信相继通过手机游戏基地化模式全面切入 ,此外 ,传统影视行业厂商通过并购或联合运营模式、互联网游戏厂商通过产品外延形式等均加速在手机游戏领域布局。这种参与主体差异化的竞争 ,一方面 ,为手机游戏行业带来新的发展思路与动力 ,另一方面 ,较具实力厂商的入局将促使行业并购等事件发生 ,加速行业洗牌与盘整。来源 : 2010-9-11 解放日报

[返回目录](#)

基站能耗成为未来运营商重点关注对象

通信行业的能耗主要是通信设备和通信产品 ,所以降低通信设备的耗电是关键。

9月13日，IDC报告预测称，未来电信运营商将持续增加对于环保节能的通信设备、电源系统、服务器和存储、iDC机房的采购力度，同时系统集成商的解决方案是否包含环保节能的部分也将纳入项目的评估体系。

中国移动(00941.HK)2009年就与工业和信息化部签署了自愿减排协议，承诺以2008年能源消耗为基准，到2012年实现单位业务量耗电下降20%的目标。中国电信(00728.HK)2010年也向外界承诺，到2012年，单位信息流量综合能耗将比2009年下降30%。可见运营商对于绿色的承诺是比较切实的。

随着中国电信业移动通信业务近年来的飞速发展，三大电信运营商的移动通信基站总数已经超过100万个；据统计，每个基站的平均年耗电量约为1.5万度；其中空调耗电约占单位基站耗电总量的45%；全年基站空调耗电超过70亿度，相当于43亿公斤二氧化碳排放量(本段数据来源于《通信世界周刊》2010年8月9日发布的文章《节能减排进入“攻坚年” 基站是焦点》)。

2009年，三大运营商电力消耗将近290亿度，增幅约26%，其中移动通信网络耗电量占据了绝大部分。2009年电信运营商新增3G基站30万个，使得基站设备能耗占整个移动通信网络设备能耗的90%。一方面，运营商已有基站的数量非常庞大；另一方面，随着3G用户数的不断攀升，新建3G基站数量未来将不断增多，这使得基站能耗成为运营商未来节能减排工作的重点关注对象(本段数据来源于2010年5月13日举办的《第一届通信行业节能减排大会》上中国工业和信息化部披露的运营商能耗初步统计数据)。

运营商移动通信基站中的能耗主要包括三个方面：第一是设备用电、第二是电源系统的消耗、第三是机房环境用电。另外，iDC机房、固网电话耗电量也很大。由此可见，通信行业的能耗主要是通信设备和通信产品，所以降低通信设备的耗电是关键。

2010年，三大运营商的竞争变得越发激烈，宽带提速和3G移动互联网的快速发展对高效的计算能力和低成本的海量数据存储能力产生了巨大需求，运营商将通过云计算对IT支撑系统平台进行整合，建设企业内部云，提升资源利用率，满足对快速部署业务的响应，实现对各种增值业务的支撑。因此三大运营商都加速了大型数据中心的建设。大型数据中心的节能问题也成了不可忽视的挑战。

对于通信设备商，IDC认为：应当重点关注运营商的基站的主设备节能。IDC建议厂商应该积极发展针对小型化机房的节能环保设备；推进机柜一体室外化；开发风光电互补型基站。此外在提供产品参数时，应根据设备不同工作状态提出相关能耗需求，提供使后端供、配电设备及相关空调能进行精准化配置的功能等。

对于 IT 产品厂商和解决方案厂商，IDC 建议：IT 产品厂商应该高度关注运营商大型数据中心的节能市场。厂商应当从 IT 设备本身能耗控制、数据中心整体能耗控制、数据中心整体规划三个层面来规划绿色数据中心相关的产品和解决方案；而 IT 解决方案厂商可以开拓思路，提供基于业务系统如 BSS、OSS、NMS 等的系统整体运行能耗监测平台。来源：2010-9-13 《财经网》

[返回目录](#)

Android 手机明年或跃居台湾市场首位

据台湾媒体报道，根据 IDC 的统计，今年台湾第二季度智能手机出货量增长 6.1%，比去年同期增一倍。其中，Android 操作系统手机在市场占有率上居第二位，与 Symbian 差 13.6 个百分点，明年有机会跃居首位。

据 IDC 统计，今年第二季度台湾手机销售量 185.7 万部，其中，智能手机增长幅度远高于产业平均增长幅度，而非智能手机销售呈现衰退迹象，智能手机产值年增率达 180%。

IDC 认为，Android 在台湾市场今年市场占有率超过苹果的 iOS 后，明年更将率先其他市场超过诺基亚的 Symbian 系统。由于 Android 采用开放式架构，各品牌都可自由开发硬件，加上新台币 2 万元以下中低价位手机陆续推出，预计将持续扩大智能手机市场规模。

IDC 表示，宏达电将成为智能手机的领头羊，虽然今年第二季度仍未挤入台湾前五大手机品牌，但在囊括高、中、低价位的机海战术下，未来成长幅度将相当惊人。来源：2010-9-13 新浪科技

[返回目录](#)

分析称智能手机操作系统领域不会出现垄断

据国外媒体报道，谷歌的 Andorid 操作系统发展势头十分迅猛，Gartner 的预计称 Android 到 2014 年将占据 29.6% 的市场份额，有人据此推断 Android 或许将会像 Windows 垄断 PC 行业一样垄断智能手机操作系统。而近日美国投资公司 Needham 分析师查理·(Charlie Wolf)则认为这是不可能的，因为智能手机市场缺少形成“胜者全得”结果的条件。

他认为，第一个原因是，智能手机市场目前还没有一款所谓的“杀手锏”级的应用。如果真的能够出现像 IBM 曾经的 Lotus 1-2-3 表格办公软件那样的“杀手锏”级别的应用，那么走向单平台将会是有可能的。

第二个原因是，应用的黏性不够。绝大部分智能手机应用的学习曲线都很短，且价格低廉，完全不能将用户锁在一个单一的平台。没有像微软 Office 或 Adobe Creative Suite 的高昂价格来保证用户对某一平台的忠诚度。

最后一个原因是，移动运营商将会极力阻止发生胜者全得的局面，因为这样讲降低运营商对市场的控制。目前全球范围内，移动运营商几乎是智能手机唯一的销售渠道。

既然智能手机市场不会出现 Android 的垄断，那么它会怎样进化呢？

“我们相信谷歌的圈地策略将使得 Android 最终占据超过 40% 的市场份额，而随着签约运营商的增加，iPhone 的市场份额也将能够达到 25%，”伍尔夫表示，“诺基亚的市场份额将从现在的 39% 降至 20%，甚至更低。黑莓的市场份额将会跌至 10% 左右，而 Windows Phone 的份额将一直在 5% 左右徘徊。

我们的预测中最不确定的就是 Windows Phone，该操作系统的市场份额有可能会比以上预计大得多。Windows Phone 可能增加的市场份额将大部份来自于 Android 失去的份额，因为微软和谷歌都在试图赢得同一批智能手机制造商的支持，其中最主要厂商的即为 HTC、三星、LG 和摩托罗拉。”来源：2010-9-14 新浪科技

[返回目录](#)

分析称 Android 年内将成为第二大手机操作系统

高德纳咨询公司(Gartner)表示，Android 将在 2010 年年底超越 RIM 和苹果 iOS，成为仅次于塞班的全球第二大手机操作系统。

高德纳称，得益于通信服务提供商(CSP)的大力推广，年内 Android 系统的全球市场份额将达到 17.7%。尽管这一数字仍然远远落后于塞班的 40.1%，但将超越 RIM 的 17.5% 和苹果 iOS 的 15.4%，跃升至第二位。这比高德纳一年前的预测提前了将近两年。

2009 年，Android 系统的全球市场份额仅为 3.9%。而到 2014 年，这一数字将达到 29.6%，仅次于塞班的 30.4%，Android 将与塞班共同占据手机操作系统市场的支配地位。目前，全球每天新增 Android 手机 20 万部。

高德纳称，由于诺基亚手机拥有庞大的用户群，且正在向更为大众化的价格靠拢，塞班系统仍将占据首位。但是，Android 系统的市场份额将逐渐接近塞班，挑战第一名的宝座。

“全球手机操作系统市场主要由四个系统瓜分：塞班，Android，RIM，以及 iOS。”高德纳首席分析师罗伯塔·科萨(Roberta Cozza)说，“苹果 iOS 4、

黑莓 OS 6、塞班 3、塞班 4 以及 Windows Phone 7 等新版操作系统的发布，将在 2010 年下半年和 2011 年中协助保持智能手机的强劲增长，并激励创新。但是，我们认为手机操作系统市场仍将由少数大型操作系统提供商把持，他们得到了 CSP 和开发人员的大力支持，并在个人和企业消费者中拥有强大的品牌认知度。”

高德纳预计，三星等制造商计划在 2010 年下半年发布更多廉价 Android 设备，这将使 Android 系统走进大众市场。索爱、LG 和摩托罗拉等其他厂商也将采取类似策略。这一趋势将协助 Android 在 2010 年年底成为北美市场的顶尖操作系统。

“CSP 和移动设备制造商需要重新考虑他们的平台战略，在追求当前最流行平台与保持产品差异化之间寻找平衡点。”科萨说，“CSP 将可能减少所提供的平台数量，以降低维护成本，明晰市场策略。”

高德纳预计，到 2014 年，开源平台仍将占据智能手机市场 60% 以上的份额。苹果 iOS 及 RIM 等其他非开源平台在用户数量上会有所增长，但增速将低于市场平均水平，不足以提高市场占有率。Windows Phone 则将位列 MeeGo 系统之后，在高德纳排出的全球手机操作系统排行中排名第六。来源：2010-9-11 新浪科技

[返回目录](#)

【移动增值服务】

今起可手机短信缴纳燃气费

今日起北京市民燃气缴费，不但可通过高清电视机顶盒边看电视边完成，还可以通过手机以短信方式缴纳燃气费。

昨天来自北京燃气集团的消息，两种缴费方式不受时间限制。加上这两种缴费方式，目前北京燃气用户的缴费方式已实现了电视缴费、手机支付、银行柜台缴费、就近自助缴费和网上缴费五种方式。

据介绍，市燃气集团于 2007 年在工商银行首先开通了自助和网上缴费，随后不断拓展代理银行和缴费渠道，近期又推出了电视缴费和移动手机支付两种缴费业务方式。今后，全市 200 多万燃气查表用户就可以随意选择以上五种方式。

除了为市民所熟悉的在各大银行柜台缴费外，用户还可以就近自助缴费，即通过各大银行和数字北京缴费通、北京银联分布在各大写字楼、商场、社区服务中心、便利店、快餐店、连锁超市、药店、燃气集团“5S”店的自助终端机或

ATM 机就近自助进行缴费。另外，用户还可以选择使用各大银行的网上银行、电话银行及新开通的电视缴费、手机缴费方式在家中足不出户网上缴费。

高清机顶盒电视缴费

用户通过机顶盒遥控器“上/下”键进行“自助注册”，将个人工商银行存折账户或借记卡账户与机顶盒智能卡进行绑定。在需要缴纳燃气费时，通过遥控器“左/右”键选择“燃气费”缴费业务，输入注册账户的后六位数字及支付密码即可完成支付。

手机支付代缴费

用户通过手机，以短信方式查询并缴费，具体方法 1、编辑短信内容“KT”发送到 10658888，根据下行短信内容回复“A”到 10658888 开通手机支付；2、编辑短信“RQZC#燃气用户编号”发送至 10658666，将自己的手机号和燃气用户编号绑定；3、编辑短信“CX RQ”发送到 10658666 进行燃气费查询；4、编辑短信“JRQF”发送到 10658666，并按提示操作，即可完成缴费。来源：2010-9-9 新京报

[返回目录](#)

北京电信校园攻势续：向高校赠手机 2 万部

在 2010 年秋季高校开学、运营商进驻校园拉开大战序幕之际，中国电信北京公司(以下简称北京电信)宣布，向北京 30 多所高校捐赠手机数量总计 2 万部，并且捐助的 2 万部手机均配备中国电信 189 号卡以及充值卡，并提供亲情号等一系列优惠政策。

每年 8 月底至 9 月底，高校是各运营商角逐的重要阵地，今年也不例外。此前，三大运营商均已逐步亮出其校园资费套餐及促销优惠举措。而北京电信则又推出一个新招数。

据悉，北京电信已在清华大学、中国石油大学、中央财经大学等多所高校成功举办了捐赠手机仪式。例如 9 月 7 日，在首都经济贸易大学，北京电信向首都经济贸易大学经济困难学生捐赠 500 部手机。捐助活动启动仪式完毕后，这些手机及配备的 189 号卡及充值卡向家庭经济困难新生发放。

此前的去年，北京电信即向清华大学、北京大学、北京邮电大学、北京师范大学家庭经济困难生或公费师范生赠送名为“爱心手机”的礼包。其中一次性即向北京师范大学捐赠了 600 部天翼手机和配套的全新 189 号段以及充值卡。

相比外地来说，北京地区的高校市场竞争更为规范，基本没有运营商在高校市场大打出手等血战事件，也很少有运营商能够做到独家垄断某个高校市场，各

高校实际上允许多家运营商同时进入校园促销，也希望这种竞争能给学生带来实惠。

而北京电信进入高校手机市场才第二年，显然是想抓住这种相比外地来说难得的市场机遇，此次捐赠手机显然是为了打出“亲情牌”。北京电信此次表示，将把这一公益举措视作一项长期的事业进行下去，切实为家庭经济困难学生提供帮助。来源：2010-9-8 新浪科技

[返回目录](#)

北京电信教师节优惠：高校教师可入校园套餐

针对9月10日教师节，中国电信北京公司(以下简称北京电信)宣布教师节期间优惠举措：9月9日-9月12日，25所高校教师可办理校园套餐，这是北京电信校园套餐首次向非高校学生推出。同时，北京电信宣布，上述高校教师现场充值即可获礼品。

25所高校教师可办校园套餐

经过两年的校园攻势，北京电信的校园套餐资费日渐降低，根据之前公布的套餐方案，北京电信四档校园套餐最低19元，最高也仅59元，且大送3G手机上网流量和WIFI上网时长。同时，在北京电信高校联盟所属校园内通话低至0.1元/分钟，且不限市话和长途。这无疑是迄今长话价格最低的资费。

北京电信宣布，今年的教师节期间向部分高校教师实施优惠举措，主要包含北京25所高校，既有北京大学、清华大学、人民大学、北京理工大学等著名高校，也有北京培黎大学等一些民办高校。

具体办理事宜是，在9月9日-9月12日期间，本校老师凭着教师证、身份证，可以参加现场的办理入网或选套餐活动，也可以购买校园礼包。

高校教师可参与现场充值送礼品

同时，北京电信宣布，上述25所高校的教师还可参加现场的入网或充值送礼活动，本校老师凭教师证、身份证，可以参加现场的充值送礼活动，即凡是新入网用户均可获赠50元话费及其它礼品，同时只要充值一定金额，即获从自行车、U盘、移动硬盘等一系列礼品。充值越多，产品价值越大。

另外，在部分高校，参与入网或充值送礼活动的教师还将获得叠加礼品，包括一套777美甲套装。

北京电信表示，参与入网送话费或充值送礼品的高校教师并不限制一定为校园套餐用户，若高校教师为北京电信的老用户，也可参与。北京电信提醒，办理

校园套餐及现场充值送礼品的高校教师用户要带好身份证及高校工作证等相关证件。来源：2010-9-10 新浪科技

[返回目录](#)

北京移动校园资费 0.12 元/分钟 默认 23 元/月

针对高校学生需求，北京移动推出动感地带学生号卡，默认开通 23 元校园套餐，校园联盟内主叫 0.12 元/分钟，被叫免费。每月加 5 元，则可拨打国内长途 1000 分钟。

据悉，高校新生购买动感地带学生号卡后，可获赠 50 元话费；如购买 50 元(或以上)面值充值卡充值，将再获赠 50 元“充值赠送”话费。所获赠话费，将分 5 个月返还，每月分别返还 10 元。并且赠送话费不可退，不可转，活动期间仅限充值返还一次。

上述号卡默认开通 23 元校园套餐，其中包括 240 条短信、20M 手机上网、300 分钟 WLAN 无线上网(2011 年 5 月 31 日之前)、21 元话费和 2 元校园行业务。而学生用户在校园联盟内主叫 0.12 元/分钟，被叫免费，在校园联盟外忙时主叫 0.25 元/分钟，闲时主叫 0.12 元/分钟。

另外，北京电信推出 5 元/月彩信套餐包(限动感地带用户)：内含 25 条国内(不含港澳台)点对点彩信通信费，相当与每条彩信 0.2 元，这应该是国内最便宜的彩信单价了。

另外，北京移动还推出 GPRS 半年套餐和月套餐，月套餐最低 10 元，每月包含 70M 流量，超出后 1 元/1M。来源：2010-9-8 新浪科技

[返回目录](#)

【网络增值服务】

3G 推动手机购物步入井喷期

近日，来自手机淘宝网的 1 元秒杀活动引起了消费者的关注。用手机上淘宝网是引领中国网购时代的淘宝网推出的一种新的购物方式。它不仅能够让用户足不出户买到称心如意的商品，更重要的是，用户可以随时随地上网挑选合适的商品。方便、快捷的特点让个人电脑终端望尘莫及。

有关专家表示，如果说淘宝网改变了“80 后”逛街式的传统购物方式，手机版淘宝网则是对“90 后”购物方式的革新。它实现了从商品选购到款项支付，再到商品送达的一体化服务。

随着我国 3G 网络的不断完善，越来越多的用户将会选择“边走边购物”的手机购物模式。业内人士指出，“未来中国的手机购物会迎来一个高速增长期，它将成为继‘网络购物’之后，人们购物模式的又一次升级”。

据悉，此次秒杀活动，手机淘宝网推出了服装、玩具、图书、音像制品等多种商品。其中“手机、笔记本、比亚迪 F0 汽车”也在备选之列。本次活动从即日起直到 11 月 10 日，只要是新入网的校园天翼用户，都可以参加此项活动，购物过程中，用户还有机会获得价值百元的优惠大礼包，而北京和杭州的用户还可以得到淘宝网免费赠送的为期半年的手机报及《淘宝天下》杂志。

现在手机淘宝不仅支持多种手机和浏览方式，同时拥有商品搜索、商品浏览、立即购买、商品收藏、旺旺在线沟通等功能，还把页面做得一目了然，不但与淘宝网 3 亿商品库对接，还支持语音搜索和条码搜索。消费者逛街时看见自己喜欢的商品，只要拿出手机，登录手机淘宝网搜索相关产品品牌，一点就能找到相应产品，不仅能用比商场实惠的价格入手心仪的衣物，还能送货到家。

手机淘宝现在全网有 5 万多卖家支持货到付款，并且手机购物平台精选卖家，所有卖家都必须如实描述商品，无条件七天退换，品牌卖家还必须支持正品保障，有全国联保与店铺三包等诚信服务保证消费者的购物安全。

支付宝手机支付支持目前所有的主流智能手机系统。只要用户下载相应的手机软件，就可实现向对方支付宝账户付款、确认收货、水电煤缴费、给本机充值等服务。此外，手机淘宝网还支持多种充值方式，比如充话费、充 Q 币、游戏点卡，都可以为手机版淘宝充值，而且 24 小时服务，10 秒内到账。

有关专家表示，与传统购物模式相比，用手机上淘宝网购的最大功能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，无疑将成为未来中国网民新型购物模式的风向标。来源：2010-9-8 北京商报

[返回目录](#)

中国电信电子书阅读平台今日开通

中国电信内部人士透露，旗下“天翼阅读”业务将于今日正式公布，天翼阅读平台规划涉及终端和内容两部分。

天翼阅读业务指以手机及其他便携电子设备为载体，利用 CDMA、WiFi 等无线接入手段为用户提供包括书籍、杂志、漫画等各类电子书的在线和离线阅读，届时将对全国电信 CDMA 用户(189、153、133 等)开放使用。

在内容规划方面，中国电信天翼阅读已经与 50 多家内容合作商签署了合作协议，其中包括方正、浙江出版集团、中信出版社、盛大文学等，入库图书约为 1 万册，年底目标为入库图书 5 万册，内容合作伙伴 100 家，预计 3 年内完成入库图书 50 万册，内容伙伴超过 500 家的规模。

中国电信与内容合作商的分成模式为中国电信获得 55% 的收益，出版社或内容提供方获 45%。

而在中国电信的电子书资费方面主要由信息费和通信费两部分组成。通信费主要是用户的数据流量费用，信息费为用户可按本、按章节或者按频道进行包月，中国电信相关人士透露，用户在正式订阅之前可免费体验，然后再收费。天翼阅读年内将免费体验，免收信息费。

2010 年 5 月，中国移动浙江阅读基地正式运营，移动手机阅读业务正式启动商用。6 月，中国联通手机阅读业务正式推向全国市场。至此，三大运营商均已推出手机阅读业务。

据 CNNIC 统计，截至 2009 年底，中国手机阅读市场活跃用户已超过 1.55 亿人。而 2010 年中国手机阅读市场规模将达 46 亿元，2013 年将突破百亿大关。来源：2010-9-8 第一财经日报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

中国电信在沪建视讯运营基地

昨天，中国电信视讯运营中心落成启用仪式在浦东金桥现代产业园区内举行，这是继 2009 年 11 月 12 日视讯运营中心成立之后，中国电信全面落实上海市政府与中国电信信息化战略合作协议，大力推进网络产业发展的又一重大举措。

据介绍，中国电信视讯运营中心将依托浦东新区产业政策环境，利用园区资源和配套功能优势，进一步向网络化、视频化、媒体化和互动化方向发展，打造多屏内容共享和互动的融合视讯产品，为用户带来全新的视听生活体验。视讯运营中心将作为中国电信集团建设和管理统一的全国实训平台，负责全国视讯中央级平台的业务运营。

记者还了解到，新落成的视讯运营中心的特色在于多终端支持、后期制作、节目质量、直播节目数量等方面，其中，目前节目引入的数量超过 200 路，未来可达千路。来源：2010-9-10 新闻晚报

[返回目录](#)

掌媒 V3.0 全能新媒体平台正式版发布

9 月 8 日，掌媒 V3.0 产品发布会在北京举行。新闻出版总署主要领导、人民网副总编辑总裁助理许丹丹、中国数字科学研究所主任张立、掌媒数字新媒体 CEO 柴满，以及多位业内专家、出版界、广告界人士出席了本次发布会，并且围绕移动互联时代的数字阅读和数字出版商机等主题进行了深入研讨。

本次新产品发布会，掌媒数字新媒体向业界展示了掌媒的 V3 移动新媒体平台。掌媒数字新媒体产品中心负责人指出，此次 V3 新媒体平台全面覆盖时下智能手机四大主流平台苹果 iOS(iPhone、iPad、iPod)，android、Symbian(S60 V3、V5)、Windows Mobile 等平台。更重要的是，掌媒 V3 新媒体平台的开放式架构、三色掌媒个性化使用方式、触屏式界面设计、内容浏览器化等多项全新特色，为用户和业界展现了一个全新的开放式移动新媒体平台，继承了掌媒“精彩、时尚、个性、互动”的产品与服务原则。

“此次掌媒 V3 移动新媒体平台的正式推出，将实现对新闻资讯、各类期刊、主流报纸、图书、动漫、动画、微博、社区等媒体业务的全方位覆盖，并逐步展开互动娱乐、移动电子商务的业务合作。”掌媒 CEO 柴满指出，“希望凭借自主研发的领先技术和创新商业模式，开拓移动数字出版的蓝海。”

据了解，与以往版本相比，掌媒 V3 不仅率先采用了开放性架构，更通过业务插件化和功能组件化模式以及主子多平台模式，提供传统媒体的移动数字化革命的同时，还将诸如移动游戏、移动音视频、移动社区、移动支付、移动商城等多种移动互联网应用聚合于掌媒之上，真正成为与移动终端捆绑一体的移动新媒体平台。“更多的移动应用和媒体内容，都可以通过相应插件的后台配置与安装而轻松实现。这样，可以让使用者免除反复升级客户端软件的烦恼。用户也可以根据个人喜好配置完全符合个性和习惯的掌媒内容。”掌媒产品中心负责人表示。

在本次发布会上掌媒同时宣布，之前一直极力打造的“移动广告航空港”战略正式启动——新一代移动互联网广告投放独立系统 AdPalm 正式上线运营。据了解，掌媒已与互动通、MADhouse 等多家广告代理商共同合作，开发移动互联网广告业务。联想、起亚、奔驰、蒙牛、中国移动、广发银行等众多知名企业，已通过掌媒平台投放广告。

人民网副总编辑总裁助理许丹丹表示，随着移动互联网时代的来临，智能手机、电子书大行其道，极大地推动了数字化阅读的发展，数字化阅读已经是大势所趋，才能满足读者多样性的阅读需求。许丹丹表示，人民网将与掌媒展开进一步的深入合作，推出更多的数字化版本，以及进行广告发布方面的合作。来源：2010-9-10 北京商报

[返回目录](#)

【电信网络】

新一代 Wi-Fi 技术即将推广

8月31日，Wi-Fi组织发布了一份新白皮书，详细介绍 Wi-Fi CERTIFIED n 如何为连接技术在中国的爆发性增长提供支持。新白皮书描述了 Wi-Fi 产品在中国市场的需求预期，讨论了 Wi-Fi CERTIFIED n 带来的技术进步(包括空间多流技术与高效机制)，并展示了这种技术在移动网络、数字家庭和企业部署中的应用。

Wi-Fi 技术已经问世 10 余年了。起初，Wi-Fi 技术是作为无线连接计算机和互联网的途径被引入，现在已经取得长足的进展。如今，我们可以看到各种各样标有 Wi-Fi 字样的设备，比如移动设备、电视机、摄像机、甚至画框等，这些是十年前所无法想象的。早期，Wi-Fi 只被应用于办公楼中，现在，Wi-Fi 网络覆盖了世界上许多大型城市，甚至在一些国际班机上也提供 Wi-Fi 连接。

今天的 Wi-Fi 在许多行业中都是一项非常重要的通讯工具。在医疗保健领域，Wi-Fi 用来连接个体病患监测设备和中央分析计算系统，追踪患者生命体征，并向医生实时通报患者的状态变化情况。Wi-Fi 连接让医生能够快速访问诊断系统，查找病患信息，比较以前的健康档案，指挥进行测试并查看测试结果——须臾之间，满足所有需求。在商用航空领域，Wi-Fi 被作为一项机上乘客服务，即使在高空，人们也能时刻保持连接，并为广大航空公司提供一种能够创造收入的增值服务。通过安全可靠的 Wi-Fi 网络，金融市场每秒钟都会完成数十万次交易，提供同步交易确认与达成。现在，汽车制造商可以供应带有 Wi-Fi 功能的汽车系统，连接车载仪表设备与各种通信设备，让整辆车就好比一个可以移动的 Wi-Fi 热点。

Wi-Fi CERTIFIED n 是新一代 Wi-Fi 技术，其性能与射程分别是上一代 Wi-Fi 标准的五倍和两倍。随着中国快速进入连接普及的时代，中国的新型互联社会对连接性和数据的需求不断增加。在全球市场上，已有半数以上的 Wi-Fi 产品采用了 Wi-Fi CERTIFIED n 技术。

中国的移动运营商已投入大量资金，为客户提供 28.5 万个 Wi-Fi 热点，连接 2009 年进入中国市场的数百万部 Wi-Fi 手机以及数百万部其他 Wi-Fi 设备。
来源：2010-9-8 科技日报

[返回目录](#)

全球首个 3G 移动图书馆开始测试

北京大学图书馆日前对“移动图书馆”进行测试征集，此移动图书馆解决方案来自北京书生公司，这也是全球首个实现了基于各类手持终端设备对各类数据库资源进行统一检索和全文访问阅读的真正意义上的移动图书馆。

3G 革命愈演愈烈，近年来图书馆朝着高端方向迅猛发展着，未来大学图书馆呈现出全方位、个性化发展的趋势。据悉，书生移动图书馆整体解决方案，历时 3 年的时间，解决了很多技术层面的问题，一方面对于电子资源基于终端设备的全文展示和阅读的问题，另一方面书生通过 UOML 文档交换服务器，解决了不同数据库平台无法统一访问，以及不同数据存储格式不能通读的问题。第三个层面就是解决了不同手持设备实现统一搜索的问题，可支持塞班(Symbian)、安卓(Android)等甚至是山寨机等各类型的可上网手机，以及具有 WiFi 功能的 MP4、各种电子书阅读器等手持终端设备。这三个层面的问题都是过去制约移动图书馆发展的核心问题，书生公司通过过去十多年技术积累，彻底解决了这一行业技术壁垒。

北大图书馆馆长朱强认为，在新的环境中，图书馆的形态将会改变，对读者来说，会形成许多的实体存储中心，以及一些软件工具的开发中心，同时馆藏也变得不再重要，因为人们需要的将是一系列的服务及软件工具来处理馆藏。来源：2010-9-8 北京商报

[返回目录](#)

【终端】

诺基亚发布社交手机

有别于传统的新品发布会，昨日，诺基亚盯上“微博”，在其官方网站、新浪微博(<http://t.sina.com.cn>)、人人网等多个社交网站上以社交媒体发布会的形式，正式向国内用户推出其首款采用 Symbian3 操作平台、1200 万像素的高清影像智能手机 N8。

“让众多网友成为发布会的主体，参与其中。”谈及何以想到借助社交网站发布新品时，诺基亚大中国、韩国及日本区高级副总裁梁玉媚表示。值得一提的是，除了在社交网上发布外，手机内也第一次预装了互联视频以及最流行的社交网络服务。来源：2010-9-10 长江商报

[返回目录](#)

全球首本“有芯”图书问世

近日，中国领先的物联网应用方案提供商哲麒科技有限公司宣布，与中南出版传媒集团联合推出全球第一本“有芯”图书。权威人士称，这标志着我国书业物联网走出了第一步，而哲麒科技的相关项目也有望列入新闻出版总署“十二五”规划，以加快推进物联网解决方案在出版业的应用。

据了解，这本“有芯”图书——《古画》是哲麒科技的物联网解决方案在出版业的典型应用，使用奥运门票、世博门票的芯片技术，以较低成本实现较远距离的读写。“目前，国外尚没有成熟的物联网应用于出版业的整体方案，我国处于领先地位。”哲麒科技总经理张志成表示，公司拥有自主专利技术，并正在与国家新闻出版总署、中国出版科技研究所共同制定书业物联网的国家标准，如果进展顺利，2011年就可以出台。

“对物联网应用方案提供商而言，政策支持是一个重大利好。”张志成表示，公司对相关核心芯片技术以及应用方案拥有自主知识产权，已经在图书出版、景区管理、香烟防伪等行业率先落地。目前，国家211、985院校的多个图书馆已与公司达成RFID技术适用协议，此外，公司将于2010年底启动峨眉山、九寨沟以及张家界景区的门票及RFID景区融合应用。“公司的相关项目还有可能列入新闻出版总署的十二五规划。

“物联网的行业前景和盈利预期都非常好。”张志成说，公司发展 to 一定阶段，就会考虑引进风险投资和其它资金，把公司做大做强。“公司也有上市的憧憬，自成立以来就按照上市公司的标准规范各项工作。如果企业真正发展到那一天，去资本市场获取更多资源就是我们必须要走的一步。”来源：2010-9-8 证券日报

[返回目录](#)

“人脸通”等新技术亮相金融展

2010年中国国际金融展昨天开幕。记者从展会现场了解到，生物技术产品成为本次展会的亮点，移动支付技术受到观众的广泛关注，各家银行则争相使用高科技装备银行，提升金融服务的安全性和便捷性。

“人脸通”护航 ATM

在展会上，记者看到了一款安装在 ATM 机上的“人脸通”展品，其全称是“嵌入式双摄像头汉王人脸识别产品”。据介绍，在安装“人脸通”的 ATM 机前取款的人，如果戴着墨镜，机器就会因为无法辨认其脸部轮廓而自动停止交易并报警。此外，经过升级的“人脸通”不但可以识别提款者本人，而且提款者周围 1.5 米开外的人员都会被摄像头采集，其图像还会出现在 ATM 机屏幕上。据了解，目前汉王科技与 ATM 机制造商合作生产的人脸识别 ATM 机，已在湖南的农业银行等金融机构进行试点。

观众关心手机支付

随着银行与运营商合作的深入，移动支付越来越为人们所关注。国民技术公司此次带来了基于 2.4GRFID-SIM(SD)卡的移动支付解决方案。据介绍，手机用户只要更换一张 SIM 卡或 SD 卡，就能实现手机刷卡支付、刷门禁、在线支付及转账等一系列功能。国民技术公司的工作人员表示，手机一旦和 2.4GRFID-SIM(SD)卡结合，将可取代钱包里的所有卡片，让人们尽享便捷。来源：2010-9-10 京华时报

[返回目录](#)

索尼爱立信首款 TD-SCDMA 手机发布

索尼爱立信推出其全球首款支持中国移动 TD-SCDMA 制式的智能手机 A8i。

索尼爱立信集团总裁暨首席执行官柏诺德专程从总部伦敦赶来，他表示：“对索尼爱立信而言，中国是一个非常重要的市场。我们履行承诺，将索尼爱立信 A8i 介绍给中国的消费者，来丰富我们在区域已经被认可的产品线。”

中国移动通信集团公司党组成员、总裁助理李慧镝说：“A8i 符合我们现阶段的整体战略，以‘TD-SCDMA+CMMB’为代表，消费者正通过 TD-SCDMA 平台不断获得音乐、视频、下载等更多娱乐应用，我们希望借助与索尼爱立信的合作，不断为消费者带来前所未有的通信与娱乐融和的新体验！”

该手机采用了高速易用的新一代 OPhone2.0 智能系统，全面支持中国移动的娱乐服务与应用，与中国移动 Mobile Market、无线音乐俱乐部等功能融合，

飞信、139 邮箱、短信/彩信聊天模式等一应俱全。此外 ,A8i 同时支持 TD-SCDMA 网络和 WLAN 无线宽带。来源：2010-9-8 科技日报

[返回目录](#)

摩托罗拉推出防水 Android 智能手机 Defy

据国外媒体报道，随着圣诞假期手机销售旺季的来临，摩托罗拉推出了 Android 智能旗舰新机 Defy，并在著名脱口秀节目《欧普拉·温弗瑞秀》(The Oprah Winfrey Show)上投放了广告。

Defy 拥有 3.7 英寸 WVGA 分辨率触屏，500 万像素摄像头，以及摩托罗拉的 Motoblur 界面。Defy 将由运营商 T-Mobile 发售。

该款智能手机将支持 DNLA 连接，允许用户将手机上的资料和兼容 DNLA 的 PC、高清电视、游戏主机和其他设备连接。这款手机还是一款防水、防尘手机，并配备有两个麦克风和智能噪音消除技术。来源：2010-9-14 新浪科技

[返回目录](#)

安捷伦推出 PXT 无线通信测试仪加强 LTE 器件验证

安捷伦科技公司(NYSE : A)日前宣布推出 PXT 无线通信测试仪。这款功能强大的通用硬件测试平台能够在整个 LTE 开发过程发挥重要作用。

PXT 测试仪专为 LTE 用户设备(UE)的射频表征、协议验证和端到端应用测试而设计。这款新仪器可最大程度地降低设计不确定度，缩短实验室设置时间，同时最大程度地提高性能和可扩展性，最终极大地改善 LTE 器件验证。

安捷伦副总裁兼微波与通信事业部总经理 Guy Sene 表示：“PXT 无线通信测试仪使 LTE 用户设备的制造人员能够：1) 从开发快速转移到部署；2) 提高产品的完整性和质量；3) 降低产品成本。通过推出该测试仪，安捷伦进一步丰富了其面向 LTE 和其他无线技术的无与伦比的电子测试解决方案系列。”

Agilent PXT 测试仪是用户设备测试领域的一项重大突破，适用于所有规划的 LTE 部署。作为一款综合测试仪，它具有以下优势：高达 6 GHz 的频率范围、20 MHz 带宽、MIMO、基站仿真——可通过易于使用的 Windows? 用户界面对各种网络参数进行配置；

射频参数测试套件提供用于表征和验证 UE 发射机和接收机的测试模式命令；

功能强大的应用测试套件支持增强的协议和端到端应用测试；强化信令测试和调试；UE 设计的数据处理功能；

实时协议记录功能，扩展了其广泛的调试和分析功能。

PXT 测试仪为不同领域的开发工程师提供了各种测试和验证功能，帮助他们在可控的实验室环境中顺利完成各项测试。因此，工程师能够对复杂的 LTE 设计问题进行更深入的分析。随着 LTE 标准的不断演进，PXT 测试仪还可进行特性更新。此外，各大地区的专业技术支持代表还可为 PXT 用户提供全方位技术支持。来源：2010-9-13 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

联通加入 IPTV 市场争夺

电信运营商正在暗中加速 IPTV 的布局。记者昨日获悉，北京联通日前抛出了 IPTV 的发展计划，计划在年内发展用户 3 万户。其 IPTV 的平台测试正在紧张进行，预计 9 月 30 日正式向公众推出。

而率先开展 IPTV 业务的中国电信、中国移动等电信运营商已纷纷调高了 IPTV 的目标用户数，“上海电信今年的目标是 300 万用户。”相关人士告诉记者。

通信世界网总编辑刘启诚对记者表示，IPTV 对运营商整体 ARPU 值提升其实并无太大作用。“运营商发展 IPTV 主要是着眼于宽带，这是一个战略市场。”来源：2010-9-8 北京商报

[返回目录](#)

沃尔玛首推自有品牌移动服务

沃尔玛公司(WMT)正在推出首个使用自己品牌的无线计划，从而进一步彰显了该公司从无线运营商方面获得特殊交易的能力。

这项名为“沃尔玛家庭移动”(Wal-Mart Family Mobile)的服务将在 T-Mobile USA 的网络上运行。每个家庭的第一条线路每月只需缴纳 45 美元，便可享受无限呼叫及短信服务，每增加一条线路只需另外缴纳 25 美元。这一沃尔玛自有品牌的服务将于下周开始提供。

自去年以来,沃尔玛一直是 Straight Talk 服务的独家销售者,后者在 Verizon Wireless 的网络上运行。沃尔玛还正在试推来自 Sprint Nextel(S)的另一项服务。
来源:2010-9-14 新浪科技

[返回目录](#)

传华为将发布手机操作系统 正式版 10 月推出

近日记者从知情人士处获悉华为将于近日两天发布手机操作系统,该系统将基于 Android 平台,并将于 10 月份推出该系统的正式版本。

华为新品机型偏爱 Android

华为于今年的移动通信世界大会上就曾推出了一系列的 Android 手机产品,其中包括被称为全球首款基于 Android 系统 HSPA+手机 U8800,此外还有 U8300、U8100/U8110 分别面向青年市场及入门级手机的终端产品

本月初华为还在柏林、伦敦同步发布了一款名为 IDEOS 的智能手机,并采用 Android2.2 智能操作系统,成为全球首款 withgoogle 品牌的普及型智能手机。华为对该产品表述为将实现简单愉悦的用户体验,并且以低廉的价格为全球手机用户带来“高而不贵”的使用感受。

此外,华为海思的 K3 方案也已涉足 Android 领域,可将 Android 手机山寨化。另有网友表示华为 K3 方案已经支持 Android2.2 操作系统,仅仅缺失 Flash 功能。

官网招募手机操作系统人才

记者另外从华为官方网站处获悉,华为从今年 5 月中旬开始一直在招聘 ASIC 工程师,并将主要参与芯片讨论,并按照芯片规格的要求,参与完成芯片总体方案,详细设计方案的完成、逻辑代码的编写。及时编写各种设计文档和标准化资料等工作。

此外,华为还在此期间一直招募软件开发高级工程师、嵌入式软件开发工程师,对嵌入式操作系统、实时操作系统的实践经验都有一定要求。总体涉及领域包括海思、终端产品线、嵌入式软件开发等。

另据知情人士透露,以上职位都为开发手机操作系统所必需的人员。且华为的招募时间已经持续半年左右。

华为手机操作系统近期发布

昨日,华军咨询米晓彬爆料称,华为或于今明两天发布手机操作系统。据传该系统将基于 Android 平台,实际开发时间已有四五个月之久。该产品是华为与

南京一家公司共同合作开发完成。测试版系统将于近日在华为官网处上线，而正式版将于 10 月面世。

Google 工程师兼副总裁 AndyRubin 接受采访时称，Google 目前正在帮助华为提供更便宜的 Android 手机。华为还于今年二月份发布了 Android 系统的平板电脑。

华为终端 CEO 陶景文曾表示，智能手机是华为终端战略布局的重要组成部分，其将为消费者呈现最佳的互联网业务，带来智能、简悦的移动生活。另有媒体透露称华为正在逐步完善智能终端的产品布局，拟跻身成为 Android 阵营的核心厂家，并在全球智能手机市场实现跨越式增长。来源：2010-9-9 飞象网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

中国智能手机销量年内将达 2600 万

据市场研究机构 IDC 预计，中国智能手机的销量将在年内达到 2600 万部，比 2009 年增长约 50%，同时，有业内人士预计，5 年内中国智能手机用户将过半。

三四年前，智能手机在当时很多人的眼中是那么的神秘与高不可攀，动辄三四千元的价格似乎只专属于那些高端商务人士和追求时尚的白领。然而时至今日，智能手机已经能够普及，具备亲和力的中低端产品大量上市可谓功不可没，当智能手机如“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”时，便意味着 3G 时代的真正到来。

5 年内中国智能手机用户将达到一半

近日，IDC 发布报告，数据显示 2010 年第二季度全球智能手机出货量达到 6300 万台，同比增长 50%。索尼爱立信 CEO 柏诺德近日也表示，预计在未来五年内中国智能手机用户将达到一半。

中国智能手机市场发展迅猛。易观国际分析认为，智能机的销量迅速提升有三个方面的原因：第一是电信运营商和终端厂商在 3G 市场推出了许多明星型或特色型 3G 智能终端，并采取了更多针对性营销措施，加上手机阅读、微博、SNS、手机电视、手机导航等各类应用的进一步普及，不仅行业用户、企业管理层和部分学生、娱乐明星等细分市场用户规模进一步扩大，而且在口碑效应的影响下，越来越多的普通白领阶层也纷纷加入了 3G 手机的消费阵营；第二是其移动互联

网市场的发展和手机应用的快速增加和不断普及让开放性更强的智能机成为用户第一选择；第三是运营商定制和智能手机竞争程度的加强，让智能手机的层次化程度不断增强，由原来的高档为主向中低市场延伸，降低了用户的消费障碍。

同时，易观国际还预计，随着 3G 和移动互联网的进一步发展，更多的手机应用业务将会在用户市场得到推广，同时终端厂商也会进一步加强智能手机市场的投入，竞争将日趋明显，同质化现象开始出现，因此虽然整体销量还会持续保持持续上升态势，但创新不足的产品也将在激烈竞争中遭遇较大挑战。

各厂商发力抢占智能手机市场

市场调研公司 Strategy Analytics 发布报告称，当前，智能手机的出货已占据了全球手机出货总量的 18%。

目前中国手机数量超过 8 亿，如果每 8 年有人换手机，那么中国每年 1 亿人换手机，如果每 4 年换一部手机，那么每年就有 2 亿人换手机。只要迈入智能手机时代，便会出现用户大规模换手机，其中所蕴藏的市场潜力是不言而喻的，未来的智能手机时代，也一定会是得中国者得天下。

正是看到智能手机时代已经来了，国外的诺基亚、三星、苹果，国内的联想、天宇等，都把重点产品布局在了智能手机领域，诺基亚最近针对手机市场形势，单独设立智能手机部门，摩托罗拉、三星、LG 纷纷将智能手机当成最大的突破机会，联想推出了专门的智能手机产品乐 Phone。

就连一向与手机业务不大关联的众多 PC 厂商也纷纷宣布进军智能手机市场——宏碁、戴尔等 PC 厂商都在去年“跨界”进军智能手机市场，推出了自己的智能手机产品。

不仅如此，微软、谷歌这些网络和软件企业，同样不甘寂寞，都抢着来趟智能手机的这趟“浑水”，谷歌发布了其第一款自有品牌手机 Nexus One、微软向世界宣布推出自有品牌智能手机 Kin。

智能手机渐成 3G 终端市场主流

智能手机的普及让人们通讯方式发生了巨大变化，也更加促成了 3G 的成熟。随着用户对无线互联的速度要求越来越高，3G 网络成为很多需要无地界互联网应用用户的最新选择，3G 网络不仅仅为这些无线互联终端提供了新一代可视电话功能，更提供了高速的互联网浏览与下载速度。

在 2G 时代，智能手机使用者寥寥无几，一方面，由于运营商对非话音业务重视程度不够；另一方面，普通手机平台难以支持大量的移动互联网应用。而到了 3G 时代，情况发生了明显变化，智能手机开始从“高不可攀”变得“平易近人”，一方面价格不断下降，另一方面功能和应用不断增加。

目前,三家运营商都对千元智能终端感兴趣,中国联通副总裁李刚日前表示,联通会在本月中下旬开始陆续推出 1500 元左右低价智能手机,包括诺基亚、索爱、中兴、华为、天宇等品牌,售价最低的在 1000 元左右。中国电信于 7 月初联合四家国代商共同启动了 360 万部千元 3G 手机的联合采购工作,并宣布在 8 月启动中高端 3G 手机的招标工作。中国电信天翼终端公司总经理马道杰表示,通过这两次采购,中国电信要解决的就是终端普及问题,要让各个层次的用户都用得起 3G 手机。

智能手机除了具备手机的通话功能外,还具备了 PDA 的大部分功能,足够大的屏幕尺寸和带宽,既方便随身携带,又为软件运行和内容服务提供了广阔的舞台,很多增值业务也可以就此展开,如:股票、新闻、天气、交通、商品、应用程序下载、音乐图片下载等等。所有这些因素,无疑让智能手机成为 3G 终端发展的主流趋势。来源:2010-9-13 通信信息报

[返回目录](#)

物联网传感器芯片三年后 30%国产化

作为构成物联网的基础单元,目前国内传感器芯片 90%靠进口。未来几年主要靠进口的局面尚不能扭转,但三年后国产芯片可达 30%。

财经网专稿 记者 卢肖红 9 月 10 日,中国传感产业研究中心主任张小飞在 2010 第五届粤港射频识别(RFID)技术应用高峰论坛上表示,作为构成物联网的基础单元,目前国内传感器芯片 90%靠进口。未来几年主要靠进口的局面尚不能扭转,但三年后国产芯片可达 30%。

张小飞表示,目前国内缺少物联网龙头企业。截至 7 月底,国内上市公司与物联网有关约 30 家,但仅是业务关联,关联业务收入最高仅 1.7 亿元,只占营业额的一小部分。

根据高工传感产业研究所(GSII)市场调查,目前全球已经有 80%的知名传感器厂商进入中国市场。2009 年全球传感器市场容量约为 530 亿美元,预计 2010 年世界传感器市场规模可达 660 亿美元以上。

GSII 认为,2009 年起,中国传感器市场需求规模增长主要动力来自于工业电子设备、汽车电子、通讯电子、消费电子和专用电子设备。工业电子设备和汽车电子是中国电子信息产业中增长最快的行业,也是传感器应用最多的领域,二者对传感器的应用约占整个传感器市场的三分之一。

GSII 预计,2010 年中国车用传感器市场销售额将超 15 亿美元。

近年来，中国汽车产业呈持续高速增长，2009年中国汽车市场发展迅猛，全年产销1364万辆。中国乘用车联合会预测2010年产销将达1700万辆，保持21%的增速。目前，一辆普通轿车约安装一百多只传感器，豪华轿车传感器甚至多达二百余只。来源：2010-9-13《财经网》

[返回目录](#)

IDC 预计智能手机出货 2.7 亿部 4 年内 Symbian 领先

据国外媒体今日报道，知名调查机构 IDC 上调了 2010 年全球智能手机出货量预期至 2.696 亿部，比去年全年实际出货量 1.735 亿部高出 55.4%。

智能手机销量增势非常迅猛。2010 年上半年，全球智能手机销量达 1.195 亿部，比去年同期的 7680 万部高出 55.5%。

这些惊人的数字要得益于近期发布的多款热门新智能手机，如 iPhone 4、HTC EVO、Droid 系列，以及三星 Galaxy 系列和黑莓 Torch 等。

预计智能手机销量增速将远高于全球手机(包括智能和非智能手机)的增速。全球手机销量预计年增长率仅为 14.1%。去年，全球手机市场出现了 IDC 有记录历史上第一次缩水，缩水幅度为 2.8%。

据称，尽管经济仍有不确定因素，但智能手机的高速增长趋势将持续至 2011 年。到 2011 年，智能手机市场有望实现 24.5% 的增长。然而到 2014 年，智能手机销量的增速将大幅下降，预计 2014 年智能手机市场增长率仅为 13.6%。

未来几年间，没有任何一款智能手机操作系统可以达到像 Windows 垄断计算市场的那种市场份额。下图是 IDC 预计的 2014 年全球智能手机操作系统市场份额预计。

2014 年全球智能手机操作系统市场份额预计

尽管市场份额在不断萎缩，预计在 2014 年 Symbian 仍将保持领先市场份额，占据 32.9% 市场份额。黑莓的市场份额则基本保持持平，而 Android 将取代黑莓市场份额第二的位置，达到 24.6% 的市场占有率。长远趋势来看 Android 还将对 Symbian 的王者地位有所威胁。Windows Mobile (或称 Windows Phone) 则将重新获得一定的市场份额。

有分析认为，该预计对 Android 的预计过于保守。因为 Android 仅仅诞生两年时间就已经几乎达到智能手机销量第二的好成绩，对于 Andorid 2014 年的市场份额，或许需要我们拭目以待。来源：2010-9-8 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

用户期待 IPTV 内容更丰富

随着技术的不断推陈出新，市场上的新产品层出不穷，用户已不再满足于基础的服务。未来用户对于电视终端的需求不仅仅是看节目、看电视剧如此简单，电视终端服务需要随着用户的需求而变化，扮演好两个角色：一个是不断追求极具冲击力的视听体验服务者，另一个则是能满足多种家庭生活需求的复合功能服务(增值业务服务)者。

互动类视频业务—— 更好地满足用户需求

从人体对信息的接收程度来看，可听可视的综合性信息传输效果最好，最受青睐。

中国互联网络信息中心发布的统计报告称，截至 2010 年 6 月，我国网民规模较 2009 年年底增加 3600 万人，达到 4.2 亿。越来越庞大的网民基数，也促使用户养成互联网化的观看习惯，即用户对前倾式视频业务(互动视频业务)的需求越来越迫切。据埃森哲调研显示，中国区大概 83% 的被访者认为，他们对媒体消费希望有更多的控制权，如采用哪种渠道，采用何种方式等。由此可见，用户更倾向于自己决定在什么时间观看所需的内容，自主选择想观看的内容，而不是迁就电视台的时间。同时他们也更加乐于享受互动化的视频服务。而现存的互动视频业务，不论是从内容数量还是交互的业务形式等方面，都远远不能满足用户的需求。用户对互动视频业务的需求变化，将引导 IPTV 业务模式发生新的改变。交互式视频类业务将成为 IPTV 业务发展的焦点之一。

IPTV 增值业务—— 挖掘潜在用户需求

IPTV 增值业务(复合功能业务)主要突出的是用户享受“用”电视的乐趣。用户需求的不断变化也赋予了电视终端更加丰富的服务内涵。在 IPTV 发展的新阶段，应该主要以行业融合为契机发展应用，在原有向用户提供包括回看、直播、广播、点播等大众耳熟能详的一些基础视频业务的同时，努力推出各类增值业务，以挖掘潜在用户的需求，形成以 TV 为主的商业模式和业务模式。

以用户为服务开展的核心，贴近用户生活，注重分析用户需求的每一个细节，结合 IPTV 业务特性，开展适合电视终端的增值业务，包括理财业务、商城业务、教育业务和医疗业务等。在全球 IPTV 发展较快的国家，也不乏增值业务成功的案例：英国某 IPTV 提供商推出 IPTV 以后，注重增值业务的发展，使很多个性

化的服务和有趣的互动模式得到了推广，使 IPTV 的增值业务比其他点播频道具有更高的使用率。

跨屏类融合业务——

引导激发用户需求

谈及跨屏融合业务，我们首先来看看融合趋势下用户群体的相关特征：使用三屏流媒体服务的用户年龄分布在 21 岁至 35 岁；男性用户占全体用户的比例较高；学历以中高学历为主，高中、专科、大学本科占绝大多数；从全国用户分布来看，经济较发达地区的用户数明显要多于经济欠发达地区的用户数；除了被动地收看流媒体节目以外，30%以上的用户对于视频、照片上传和分享等业务兴趣浓厚。

运营商可以通过跨屏服务来激发用户兴趣。在新技术不断发展、市场环境不断优化 的情况下，跨屏业务将插上翅膀，承载着用户的需求一起飞翔，成为 IPTV 业务未来发展的重要成长点。

此外，新技术的应用将在很大程度上培养用户的新需求，比如 3D 技术的兴起，电影《阿凡达》观影的火暴程度，足以证明新技术对于用户需求的影响力，用户的新需求随时都有可能被新技术的推出所引爆。

来源：2010-9-10 中国信息产业网

[返回目录](#)

PC 巨头扩军智能手机出现隐忧

3G 应用推动了智能手机的快速发展，据 IDC 的估计，今年二季度全球智能手机的销售量增长强劲，其中中国智能手机出货量将比 09 年增长 50%，占手机总出货量的 11%。

基于智能手机市场的快速成长，各 PC 厂商也希望通过多元化发展走出传统 PC 增长缓慢、竞争激烈的困境。于是，为了抢占智能手机市场商机并成功分羹，各 PC 厂商纷纷跨界而来，各显神通，推出相应的智能手机产品。联想今年 5 月推出乐 Phone，在市场上掀起一片乐 Phone 大战 iPhone 的热潮；近日，宏碁再次与远传电信携手推出高档智能手机 Acer Stream，加上惠普、华硕等继续加大投入力度，全球 PC 巨头开始扩军智能手机市场，整个智能手机市场的形势正可谓“你方唱罢我登场”，热闹非凡。而移动互联网当下风头之劲，未来更是前景一片大好，潜力可期，这又为各 PC 巨头扩军智能手机市场或是摆脱传统 PC 市场压力提供了一条上佳的解决思路。

智能手机日渐普及

近日，索尼爱立信 CEO 预言中国智能手机发展，5 年普及率将达 50%。而截至目前，中国手机用户已达 8.04 亿，加之 PC 市场现在已进入了一个利润不断下滑的微利时代，拥有传统互联网终端与技术优势的各 PC 巨头，面对新兴的智能手机市场的巨大机会自然不会袖手旁观。

而综观各 PC 巨头的发展，惠普从多年前就开始效仿 IBM，向服务转型；戴尔尽管觉醒得比较晚，却也在紧跟惠普的转型步伐；联想则将学习的目标瞄准了苹果，向智能手机、平板电脑市场突围。手机市场以低利润、大规模换取话语权的时代已经过去，开发性能优良且富有个性化特征的智能手机，就成为征战红海的制胜关键。

调研数据显示，智能手机市场在近几年经历了全面的发展，市场份额不断增长。即使在整体手机市场停滞不前的 2008 年，智能手机市场也依然保持着昂扬的发展势头，市场销量不计黑手机和水货手机增长幅度超过 50%；2010 年，智能手机市场更是呈现出爆炸式的增长，上半年销量已超过 2009 年全年。预计智能手机市场这种“疯长”的态势在相当长的一段时间内将会得以延续。

而苹果今年推出 iPad 平板电脑触动了整个传统 PC 市场，一时间 PC 市场大掀平板电脑热，各厂商纷纷跟风生产平板电脑。但与此同时，各 PC 厂商也深刻认识到未来 PC 市场的风云多变。毕竟，在市场上，模仿效应总归不是生存王道，唯有开发出自己独特的产品方是生存发展之根本。而眼下的 PC 市场一片混战，无论是传统的实力强劲的 IT 大鳄，还是后发制人不断涌入的新兵，都让本来就趋近饱和的 PC 市场陷入更加残酷的竞争之中。而与拥挤的 PC 市场相比，智能手机市场则显得相对宽敞许多，为在电脑市场杀得焦头烂额的 PC 厂商们提供了更多闪展腾挪的空间，这也是众 PC 厂商纷纷跨界而来发力智能手机市场的重要原因之一。

智能手机再现“红海之争”

据了解，包括宏碁、华硕、联想、戴尔等传统 PC 厂商都已经开始投入到智能手机终端阵营。虽然这些 PC 厂商拥有传统互联网的渠道、终端、技术等优势，但对移动互联网终端，尤其是智能手机相比摩托罗拉、诺基亚等品牌，PC 厂商只能算是初学者。

事实上，智能手机市场眼下的竞争形势也不容乐观。一方面，传统的手机厂商不遗余力深度挖掘，市场上新品如雨后春笋般纷纷涌现：优秀如苹果选择不断加大研发创新力度，每一款 Phone 产品都让市场波澜顿起；老牌手机巨头诺基亚尽管目前发展之路不大平坦，但也在奋起直追，N8 的发布就显示了其试图挽回颓势的决心；而曾创下手机市场辉煌的摩托罗拉，在一段时间的沉寂与努力之后，也开始强攻智能手机市场，一年之内推出十余款智能手机，进攻火力之密集，

着实让人惊叹……另一方面，传统手机厂商继续拓市，辛苦耕耘自己的一亩三分地儿，PC厂商则不满足于狭窄逼仄的电脑市场，也纷纷涌入智能手机市场，企图以此缓解PC发展之困，借智能手机市场再创佳绩。如此一来，智能手机市场也开始陷入一片红海，各厂商摩拳擦掌，传统手机厂商坚守阵地，PC厂商想要突围入市，一场大战在所难免。

当然，PC厂商的进入为了赢取更大地市场份额将会不遗余力的发展市场，但是形势显然不那么乐观。就市场而言，PC厂商的涌入加剧了市场竞争的激烈程度，就自身条件而言，传统PC厂商在智能手机领域中的品牌认可度并不高，尽管智能手机与电脑之间有一定的共通之处，与传统手机厂商相比，多数PC厂商在智能手机方面都没有成熟的经验，毕竟像苹果手机与电脑通吃的全能型选手并不多。如此情形之下，PC厂商的挑战颇显得有点心有余而力不足。

转型移动互联网成唯一出路

随着移动互联网用户的暴增以及3G业务的不断发展，移动互联领域成为设备商、网络运营商以及SP与CP厂商们使出浑身力气想要先入为主的地盘。面对这样一块“肥肉”，在市场上杀红了眼的PC厂商自然也不会放过，使出浑身解数也要分得一杯羹。

分析PC厂商自身的条件，可谓优劣并存。就有利条件而言，PC厂商拥有互联网领域的终端与技术优势，如果转型移动互联网，则可通过提供服务来增加价值来赢得发展空间，而不再依靠传统的大规模低利润的发展战略。

就不利条件而言，转型移动互联网，转变经营思路，以服务拓展市场远没那么简单。PC厂商都寄希望于把互联网领域的优势复制到移动互联领域，但是复制哪些方面的优势，如何复制？复制的结果会不会反而使得他们囿于原本的PC发展思路因而再现困境？这一切都是PC厂商发力移动互联网市场所必须考虑并认真解决的问题。此外，PC厂商如何与移动互联网进行整合，也需要大力拓展，而如何以提供服务来增加价值也是摆在他们眼前的一大难题。毕竟过去PC笔记本厂商都是依赖硬件赚钱的，靠软件和服务来赚钱需要思路上有根本的转变。

如此看来，转型移动互联网固然是PC厂商谋求未来发展的一个不错的思路。但是在转型中还有一些列问题需要他们加以解决，前途光明已现，但脚下长路依然漫漫。来源：2010-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

Android 用户更倾向于点击广告

据国外媒体报道，市场研究公司尼尔森调查显示，苹果 iPhone 用户在苹果应用商店下载的应用数已达谷歌 Android Market 及黑莓 App World 的两倍。

苹果用户下载的应用中，收费应用与免费应用的数量比为 1:2；而 Android 和黑莓用户各自下载应用中，收费应用与免费应用的数量比为 1:3.5。

但尽管 Android 用户较不愿意为应用支付费用，但他们更倾向于点击应用中的广告，这同样也为开发者带来利润。根据调查，47%的 iPhone 用户表示根本不会点击应用的广告，而相同选择的用户只占 Android 所有用户的 29%。

尼尔森报告称：“Android 用户更年轻，财力也相对不如 iPhone 用户。无论是因为以上哪种因素，Android 用户都更有可能点击应用中的广告。Android 的用户群正在不断扩大，这有利于开发者制定盈利计划。”

根据市场研究公司 EMarketer 的调查，手机广告市场今年规模为 5.93 亿美元，预计将在 2013 年增至 15.6 亿美元。

尼尔森在报告中指出，Facebook 手机版网站是 iPhone、黑莓以及 Windows Mobile 操作系统中使用率最高的应用，Android 用户则更偏爱谷歌地图等应用。

Twitter 的短消息应用跻身黑莓智能手机用户最常使用应用的前 5 名，这可能得益于黑莓的全键盘配置。

游戏及气象应用是最受欢迎的应用，社交及音乐应用排名其后。根据尼尔森的调查，超过 60%的被调查者称在过去的 30 日中使用过游戏应用。来源：

2010-9-14 新浪科技

[返回目录](#)

迅猛扩展的电子书撞击着美国人阅读习惯

家住纽约的艾琳和丹尼尔是一对新婚夫妇，两人爱好读书，但自从艾琳给丹尼尔买回一个 iPad 后，丈夫不再接触纸质书籍，这使妻子很感失落。她回忆说，过去两人常去海滨，在那里促膝阅读的感觉真好，可现在故地重游时丈夫手捧 iPad，一副心不在焉的样子，“我再也找不到他和我在一起的感觉了”。

也许，一卷在手的那种感觉今后难觅了。日前美国出版业传出这样的信息：到今年年底，美国的电子书读者将超过 1000 万，电子书销量将达到 1 亿；而去年的电子书读者仅为 370 万，电子书销量为 3000 万。如此迅猛扩展的电子书撞击着美国人的阅读习惯，而由此引起的美国家庭成员阅读取向变化，正受到出版业的高度关注。

纸质书 将来只是收藏家专属？

纽约一位图书女编辑雅莉桑德拉和小说家丈夫吉姆因书生情，终结良缘，当初他们幽会的地点就选在曼哈顿旧书交易市场。如今，他们公寓房中的书籍从地板堆到天花板，其中有的是过去两人所购，更多的是雅莉桑德拉近年搜集的自我服务类书和优质年鉴。但这些曾经扮演过媒人角色的书籍已被吉姆抛弃，他如今在 iPhone 上阅读书报，而自己写的小说则只出电子版。吉姆认为，将来真正的阅读必定是电子阅读，而书本只是收藏家的藏品。

电子书 没有书在手中的感觉？

赛巴斯蒂安是旧金山一家电子游戏公司高管，他和妻子雅莉安娜有一个 3 岁儿子。两人都给孩子念临睡小说，不同的是，丈夫从屏幕上读，妻子从书本上读。丈夫对孩子将来喜欢电子书很有信心，对妻子固守读书习惯的理由大惑不解：“她老是说什么书籍气味啦，书在手中的那种感觉啦。”他还略带嘲讽地说，“她喜欢用的一个词叫‘真实’。”而他的观点是，只要内容相同，用哪种媒介传播不是问题。

老年人 亦能发现电子书优点？

赛巴斯蒂安的父母是读书人，作为纸质书的传统拥趸，对于电子书，老两口也有分歧。老先生喜欢纸质书籍，他的观点很简单：iPad 一类电子阅读器适合个人阅读，而书籍更方便与他人分享。爱读电子书的老太太对此没有异议，但指出 iPad 有一个适合老年人的优点：它的字体可以调节放大，能方便视力减退的老年人阅读。

出版业 两种对策适应新潮流

由于目前两派观点势均力敌，出版业采取了两条对策。第一条对策是优惠捆绑销售。如 Barnes & Noble 图书公司从今年 6 月开始在 50 家门店实施这一销售模式：每销售一本纸质书，就以折扣价销售同一内容的电子书。由于效果比较理想，这一模式将在 9 月全面铺开。而销售宗教书籍的 Thomas Nelson 公司采用另一种优惠捆绑模式。公司免费向顾客提供电子书籍，同时搭售一本不同题材的纸质书籍。Thomas Nelson 发言人表示，目前这种销售模式颇受欢迎，公司正考虑扩大搭售范围。

第二条对策是，通过技术手段尽量使电子书接近纸质书的感觉。亚马逊公司通过网站向读者推销它的 Kindle 阅读器时，称其“绝无电脑屏幕感觉，而你将在这里找到最接近于阅读书本的体验。”索尼公司则在 8 月下旬推出一款新的阅读器，除了体积与重量比先前同类产品缩减之外，主要是屏幕清晰度更接近书本。主管公司数字技术的高管斯蒂夫·哈勃声称：“我们始终作为头等大事强调的是，要让阅读器感觉像书，所以你会忘记你手中拿的是一款机器。”

美国市场研究公司 Forrester 分析员詹姆斯·麦克维认为，出版业的这两条对策表明：一方面，它仍希望保住纸质媒体的读者群，因为这些人依然是市场主体；另一方面，它正在为未来市场打下基础，因为电子阅读市场必然扩大。积极提倡图书数字化的“理念与逻辑公司”的执行总裁麦克·沙斯金肯定了电子书贴近纸质书的策略。他指出，虽然电子书取代纸质书是一种合乎逻辑的过程，但逻辑并不完全适用于感情世界，人对纸质书的感情要远远超过 CD,DVD，Kindle 或者 iPad。抛却理智的感情或许可笑，但无视感情的理智既无理由，又不明智。来源：2010-9-11 东方网-文汇报

[返回目录](#)

尼尔森称每部智能手机平均安装 27 项应用

据国外媒体周四报道，市场研究公司尼尔森(Nielsen)最新调查结果显示，截至今年 8 月，智能手机用户在他们手机上平均安装了 27 项应用程序。

尼尔森对 4000 多名智能手机用户进行了调查，在过去的 30 天内，这些用户至少下载了一项应用程序。截至 8 月份，他们平均在手机上安装了 27 项应用程序，而去年 12 月时为 22 项。

调查显示，苹果 iPhone 用户安装的程序最多，平均每部手机上有 40 项。Android 和黑莓用户的应用程序数量也在稳步上升，分别达到了 25 项和 14 项，而去年 12 月时分别为 22 项和 10 项。

尼尔森称，在各种应用程序中，游戏仍最流行。此外，天气、地图/导航和社交网络应用程序也颇受欢迎。调查还显示，Facebook 是 iPhone、Android、黑莓和 Windows Mobile 手机上最为流行的应用程序。来源：2010-9-9 新浪科技

[返回目录](#)

HTC 搅局前景不乐观 国内智能手机洗牌尚需时日

作为全球第四大智能手机厂商，HTC 此前一直在中国市场的门口徘徊。现在，它的进入能否在国内智能手机市场上掀起波澜，会给本就激烈的市场竞争带来什么样的反应

竞争激烈的国内智能手机市场，又多了一个生力军。在期待了 8 年之久后，台湾 HTC(宏达电)终于进入大陆市场。

日前，宏达电 CEO 周永明在北京宣布进军大陆市场，并联手中国移动、中国联通发布了四款智能手机新品，从此终结了多年来 HTC 品牌只能以水货形式进入内地市场销售的局面。

而此举也意味着一直以来徘徊在中国大陆市场之外的 HTC 正式进军该市场。

作为全球第四大智能手机厂商品牌，HTC 这一举动，会把在大陆市场上经营多年并且已经赢得了市场认可的多普达置于一个尴尬的处境。在此后的市场推广上，产品高度同质的两家公司将如何展开竞争？这无疑会在国内智能手机市场上掀起不小的波澜，甚至引发一场没有硝烟的市场争夺大战。

事实将按照它的这一设想进行吗？

搅局手机市场

HTC 的加入，使得国内智能手机市场争夺更趋激烈。

事实上，HTC 进入大陆市场，等待了 8 年之久。追溯它的历史，便会发现这也是一部智能手机发展历程的编年史。

HTC 成立于 1997 年。2007 年，HTC 开始推出品牌战略，从欧洲到美国，HTC 先后通过 WindowsMobile 和 Android 成就了智能手机领导厂商的地位。周永明对此深感不易，他说：“发展国际品牌是很困难的，但是 HTC 品牌的发展比原来想象的要好，目前 HTC 品牌知名度已经从去年的 10% 提升到今年的 40%。”

综观各大手机厂商，在 HTC 推出 HTC Touch 之前，三星、摩托罗拉、索尼爱立信都推出了多款 WindowsMobile 智能手机。目前，国内三大运营商全力发展 3G，在智能手机方面加大投入，HTC 选择在此时进军大陆可谓勇气可嘉。

今年 7 月 27 日，筹划已久的 HTC 携手中国移动等合作伙伴，在北京高调发布四款 HTC 品牌手机，正式拉开进军大陆市场的序幕。

对于此次进入大陆市场，HTC 董事长王雪红表示：“我很高兴能将 HTC 的品牌介绍到大陆，也期待 HTC 能够带给大陆消费者耳目一新的智能手机新选择。过去几年，通过大陆的策略合作伙伴多普达将 HTC 在全球最尖端的产品引入大陆市场；未来，我们将继续秉承对创新的热情，致力满足甚至超越全球手机使用者的需求，在各方面不断提升手机使用体验。”

现在，这个迟来的竞争者已经做好了准备，等待市场的检阅。

新进入者的资本

HTC 进入大陆市场，将给大陆手机市场带来不小的震动，甚至可能导致变局。

事实上，HTC 早就有意进入大陆市场。以前，HTC 就曾在中国香港市场上推出自有手机品牌 Qtek，但遭遇惨败。也许是受其影响，HTC 在一段时间内“只谈代工不谈自主品牌”。2007 年 5 月，HTC 成功增资控股，成为多普达大股东，为进入中国大陆市场扫清了最后一道障碍。

虽然 HTC 刚刚宣布进入大陆市场，但此前 HTC 的水货产品在大陆市场上比比皆是。ZDC 的调查数据显示，2009 年 1 月，HTC 在大陆手机市场的用户关注度不足 1%，仅一年半时间，2010 年 6 月，HTC 用户关注度已然接近 6.5%，并呈继续上升趋势。

此外，HTC 是否会对当前的智能手机市场格局产生颠覆性冲击值得关注。按照周永明的目标——HTC 要做出最好的 Android 和 WindowsMobile 手机，加上 HTC 那颗谦卑的心，HTC 在中国市场的前景值得看好。

与此同时，多普达近几年来对我国智能手机市场的开拓起到了关键作用，而 HTC 进入中国大陆市场后，多普达何去何从？对此，HTC 营销长王景弘也告诉记者，HTC 进入大陆后，会借助多普达之前建立的销售渠道与运营商之间的关系发展业务，而多普达这个品牌依然会得以保留，这样既对之前的多普达用户负责，后续也还会有多普达品牌的新品陆续推出。

而多普达通讯有限公司首席执行官陈敬宏表示，多普达与 HTC 两个品牌将“同时存在，协同发展”，这一说法打消了业界对于 HTC 进入中国大陆后多普达会不会受到负面影响甚至消失的疑虑。但也有业内人士认为，“东家” HTC 的进入，让多普达在大陆市场的地位多少有些动摇。

洗牌尚需时日

面对群雄逐鹿的中国智能手机市场，HTC 想杀出重围显然将遭遇诸多困难。

如今，国内智能手机市场的竞争日趋激烈。iPhone 在中国市场上大放异彩，联想乐 Phone 也是风头正盛，此外还有摩托罗拉、诺基亚、三星等厂商虎视眈眈。

目前，国内三大运营商全力发展 3G，并在智能手机方面加大投入，中国移动推出 OMS 自有手机操作系统，中国电信发力 EV-DO 智能手机冲击 1 亿用户目标，中国联通则紧跟 iPhone，可见三大运营商都在 3G 时代押宝智能手机，而 HTC 选择在中国智能手机市场爆发前夜高调入市，它能取得预期成绩吗？

从中国市场来看，HTC 的正式进入，会大大增强 Android 系统阵营的力量，而受到运营商支持的高端新机必然会与苹果形成抗衡之势；同时，随着 HTC 低端产品的来袭，对主攻中端智能手机市场的 Symbian 也会造成严重冲击。而作为 HTC 的最大竞争对手，目前苹果在中国大陆市场上的发展还不成熟。2009

年 10 月 31 日，苹果 iPhone 由中国联通正式引入中国市场，但囿于高昂的售价及套餐资费，苹果在中国市场上遭遇叫好不叫座的尴尬。

对此，HTC 首席执行官周永明表示，HTC 主要是看好目前大陆市场 3G 发展的势头以及智能手机市场的快速增长潜力，希望未来两三年能够进入智能手机市场份额前三位。

而大陆的分析人士则表示，如今智能手机方兴未艾，大陆智能手机市场潜力巨大，且目前还大局未定，国产手机尚没有形成强大的竞争力，选择在这个时候进入市场，HTC 可谓选择了良好的时机。

经过多普达在中国市场 8 年的预热，HTC 正迎来在中国大陆市场上发展的机遇点，借助其在 WindowsMobile 产品领域的深厚积累及在 Android 市场的先发优势，HTC 或将成为中国智能手机市场格局大变动的主要推动者。但要想现在就能成为其中的搅局者，HTC 还需时间的沉淀。来源：2010-9-13IT 时代周刊

[返回目录](#)

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

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： apptdc@apcsr.com
服务平台：（010） 6598-1925-602	E-mail： fuwu@apcsr.com
北京公司：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： beijing@apcsr.com
深圳公司：（0755） 8209-6199、8209-1095	E-mail： shenzhen@apcsr.com
上海公司：（021） 5032-6488、5032-6844	E-mail： shanghai@apcsr.com



重庆公司：(023) 6300-3200、6300-3220

E-mail : chongqing@apcsr.com

杭州公司：(0571) 8993-5943、8993-5942

E-mail : hangzhou@apcsr.com

广州公司：(020) 8595-5398、3758-0475

E-mail : guangzhou@apcsr.com