



# 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. 11. 11

## 本期要点

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

### ■ 趋势科技抢滩移动互联网市场

随着移动互联网的飞速发展，企业信息化管理系统已成黑客眼中的“肥肉”。目前，黑客的恶意攻击、各种 Web 病毒的泛滥、木马交叉感染造成的机密信息泄露事件时有发生。对此，安全厂商也纷纷加大对这一领域的投入。

### ■ 阿尔卡特朗讯看好中国 4G 技术

法国电信设备制造巨头——阿尔卡特朗讯执行副总裁、首席财务官保罗·图法诺日前在巴黎接受新华社记者专访时说，中国自主研发的 TD-LTE 有可能在将来成为亚洲无线通信技术的一个标准。

### ■ 中国电信“翼视通”上线

一套电视节目可以在电视、电脑、手机以及各种联网手持终端上“跨屏交互”播放。中国电信昨天在上海宣布，具备视频节目多终端、多屏幕、多设备智能互联播出的“翼视通”业务正式上线，上海的“三网融合”工程，迈出实质性一步。

### ■ 标准化提速安全考验产业链

争论已久的移动支付标准问题在 10 月底终于有了新的进展，中国移动通过非正式渠道透露，中国人民银行与三家电信运营商已于近日就“手机支付的标准问题”进行商讨，并最终达成共识——由中国移动牵头，将手机支付标准统一调整为“基于 13.56MHz 的、符合金融行业标准的技术标准”。

## 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         |
| 中国“云计算”致力于服务 4200 万中小企业 .....    | 5         |
| 阿里巴巴欲统一互联网建站市场 .....             | 6         |
| 趋势科技抢滩移动互联网市场 .....              | 6         |
| 物联网产业“十二五”末可达 5000 亿规模 .....     | 7         |
| 爱立信将为丹麦用户提供 4G 通信服务 .....        | 8         |
| <b>产业环境篇 .....</b>               | <b>8</b>  |
| <b>【政策监管】 .....</b>              | <b>8</b>  |
| 海南省通信管理局关于海南省移动号码携带试验的通告 .....   | 8         |
| 关于启动天津、海南移动用户号码携带试验的通知 .....     | 9         |
| 《商务部关于开展电子商务示范工作的通知》 .....       | 11        |
| 2010 商用显示市场将突破 350 亿元 .....      | 13        |
| 神州数码中期净利 5.37 亿港元增 30% .....     | 14        |
| <b>【国内行业环境】 .....</b>            | <b>14</b> |
| 物联网产业可达万亿元规模但尚需时日 .....          | 14        |
| 移动互联网用户激增，移动应用进入高增长期 .....       | 15        |
| 阿尔卡特朗讯看好中国 4G 技术 .....           | 16        |
| 国新办：外资互联网企业在中国有良好发展前景 .....      | 17        |
| 携号转网尊重用户意愿，工信部要求支持 TD 发展 .....   | 17        |
| <b>【国际行业环境】 .....</b>            | <b>18</b> |
| 电信新一代四通道手机价格出炉，各省将出补贴政策 .....    | 18        |
| 印度对中国电信设备疑心重重造成电信设备厂商损失 .....    | 19        |
| 麦考林登陆纳斯达克，或掀电子商务上市潮 .....        | 21        |
| 韩国 Wi-Fi 区域已突破 5 万处，应对流量激增 ..... | 22        |
| 报告称高月租费用阻碍了新西兰固话业务发展 .....       | 22        |
| 东盟与中日韩达成打击跨国电信诈骗犯罪共识 .....       | 23        |
| 英国电信（BT）提升对英中贸易的支持 .....         | 24        |
| 俄罗斯：手机不装配俄版 GPS 收 25%进口税 .....   | 25        |
| <b>运营竞争篇 .....</b>               | <b>26</b> |
| <b>【竞合场域】 .....</b>              | <b>26</b> |
| .CN 域名下网站总体安全性显著提升 .....         | 26        |
| IT 服务标准进入冲刺阶段 .....              | 26        |

|  |           |
|--|-----------|
| 英飞特抢占 LED 电源市场制高点 .....                | 27        |
| <b>【中国移动】</b> .....                    | 28        |
| 中移动布局移动支付，标准统一后首次大规模商用 .....           | 28        |
| 从一家独大到三分天下，中国移动押注 A 股回归? .....         | 29        |
| 移动宣布将百宝箱搬进 MM 商场，百宝箱停止新增业务 .....       | 30        |
| <b>【中国电信】</b> .....                    | 31        |
| 中国电信 10 亿元打造亚运信息网络 .....               | 31        |
| 中国电信“翼视通”上线 .....                      | 32        |
| 中国电信工博会上展示“微型化”办公产品 .....              | 32        |
| 中国联通与海通证券签署全面战略合作协议 .....              | 33        |
| <b>【中国联通】</b> .....                    | 33        |
| 联通海通开发手机证券业务，证券业网络化趋势 .....            | 33        |
| 联通定制低价 3G 智能机，补贴力度仅次于 iPhone .....     | 34        |
| 中兴通讯发布基于 IMS 的 zMILE 桌面多媒体应用解决方案 ..... | 34        |
| <b>制造跟踪篇</b> .....                     | <b>35</b> |
| <b>【中兴】</b> .....                      | 35        |
| 中兴通讯：已为亚运通信保障做好准备 .....                | 35        |
| 中兴华为在美竞标因“国家安全”受阻 .....                | 36        |
| 中兴携手美国运营商 79.99 美元推“苹果皮” .....         | 37        |
| <b>【华为】</b> .....                      | 38        |
| 华为正式收购比利时 4G 芯片商 M4S，加强欧洲业务 .....      | 38        |
| 华为全系列产品解决方案助运营商服务亚运 .....              | 38        |
| <b>【诺基亚】</b> .....                     | 39        |
| 诺基亚 Ovi 全新策略能否赢得市场? .....              | 39        |
| <b>【其他制造商】</b> .....                   | 41        |
| 山寨机海外大扩张，诺基亚市场份额锐减 .....               | 41        |
| 德信无线转型终端制造商，欲“通吃”产业链 .....             | 42        |
| “摩托”深耕企业移动解决方案市场 .....                 | 43        |
| <b>服务增值篇</b> .....                     | <b>44</b> |
| <b>【趋势观察】</b> .....                    | 44        |
| 中电信计划 2012 年完成“城市光网”全覆盖 .....          | 44        |
| 数字有线网络 2015 年覆盖县级城市 .....              | 45        |
| 诺基亚 Ovi 全新策略能否跑赢市场 .....               | 46        |
| 上游发力，智能手机走向入门级 .....                   | 48        |

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| 【移动增值服务】 .....                    | 50        |
| TD-LTE 首次用于亚运圣火传递, 直播效果满意 .....   | 50        |
| 借力亚运广东移动业务推广“动起来” .....           | 51        |
| 【网络增值服务】 .....                    | 51        |
| 重庆试行光纤到户在家上网比现在快 10 倍 .....       | 51        |
| 杀毒软件商陷入盈利难, 免费或是权宜之计 .....        | 52        |
| <b>技术情报篇</b> .....                | <b>54</b> |
| 【视频通信】 .....                      | 54        |
| 华数加速“圈地”, “深耕”互联网电视 .....         | 54        |
| 【电信网络】 .....                      | 56        |
| 中电信以太网业务通过 MEF 认证实现全球互联 .....     | 56        |
| 联通沃商店发布, 常小兵赴沪督阵 .....            | 57        |
| 联合民族证券推“爱理财” 3G 套餐 .....          | 58        |
| 号码携带是优化电信市场结构的新起点 .....           | 59        |
| 【终端】 .....                        | 60        |
| 中国企业完成全球首个 CDMA20001X 增强型呼叫 ..... | 60        |
| 苹果移动操作系统嵌入“.中国”域名 .....           | 61        |
| 安徽联通与爱立信签署三年电信管理服务协议 .....        | 61        |
| 【运营支撑】 .....                      | 62        |
| 600 万 TD 手机招标, 华为出局 .....         | 62        |
| 标准化提速安全考验产业链 .....                | 63        |
| 中国联通试点共享式 WLAN .....              | 64        |
| <b>市场跟踪篇</b> .....                | <b>66</b> |
| 【数据参考】 .....                      | 66        |
| 高通 2010 年财报: 增长源于 3G 市场成熟 .....   | 66        |
| 9 月份通信设备出口低于行业水平 .....            | 67        |
| 高盛称腾讯第四季度增值服务营收将下滑 .....          | 68        |
| 2010 年 1-8 月我国电子信息产业各项指标 .....    | 69        |
| 【市场反馈】 .....                      | 70        |
| 互联网时代通信企业创新价值的思考 .....            | 70        |
| 工信部指明中移动需解决铁通问题 .....             | 74        |
| 河南遭遇手机实名制推行难 .....                | 76        |

## 亚博聚焦

### 中国“云计算”致力于服务 4200 万中小企业

在北京举行的第四届中美互联网论坛上，工业和信息化部电信研究院互联网研究中心主任何宝宏表示，中国云计算的发展将致力于为 4200 万家中小企业提供服务，协助它们跨越包括资金、技术、人才在内的信息化门槛。

运用云技术改善自身的成本和效率问题，随后将技术服务向其他企业出售，这已成为云计算研发者的共同思路。

据介绍，云计算是一种基于互联网的服务模式，它能以较低成本和较高性能满足海量信息的计算和存储，令服务提供商各尽所能，用户各取所需。

中国云计算发展的中远期目标是为 4200 万家中小企业提供公有云服务，云计算所提供的基础设施使得中小企业无需硬件设备和专业技术人员就能享受信息化服务，有效解决中小企业信息化面临的主要问题。

一方面，我国中小企业数量占企业总数九成以上，大多数信息化水平较低，因此云计算服务在中国拥有巨大市场潜力；另一方面，目前我国已使用云计算服务的中小企业却屈指可数，除去服务商还没充分做好准备，提供商与用户之间未建起互信的合作关系也是重要因素。

腾讯公司首席执行官马化腾认为：“云计算能否普及，关键在于能否做好互联网的信息安全。”

马化腾在发言中把信息比作现金，把个人和企业计算机比作保险柜，把云计算比作银行。“把现金存在银行比存在自家的保险柜里更方便更安全，但前提是银行本身是安全且讲信用的。”他说。

美国普林斯顿大学信息技术政策中心副主任斯蒂芬·舒尔茨说，正如本次论坛上的主题“建设更加可信赖的互联网”所示，云计算用户须确保自己存储在“云端”的信息很安全，隐私受到保护，并且拥有对信息的处置权。

在敦促立法和政府监管以保障用户权益的同时，行业本身也应通过制定规范和革新技术等方式加强自律，以此证明云计算平台“可以信赖”，舒尔茨说，“在这方面，中美作为对全球互联网发展起到重要作用的两个国家可以为世界做出榜样。”来源：2010-11-10 新华网

[返回目录](#)

## 阿里巴巴欲统一互联网建站市场

随着万网梦工厂计划的曝光，阿里巴巴收购互联网应用服务提供商中国万网的战略意图也逐渐清晰。业内人士判断，一旦“建站类淘宝网”——万网梦工厂计划实施成功，阿里巴巴“一统”国内混乱的网站建设服务市场，重塑建站市场秩序的野心也有望实现。

万网梦工厂计划的核心是把标准建站技术和服务体系对外开放，在全国建立“万网梦工厂授权服务中心”，与中小规模的本地网站建设服务商一起，向用户提供与万网同样质量标准的网站建设服务。同时，扶持授权服务商在“建站类淘宝网”——万网梦工厂网站上开店，“让诚信的建站服务商，在万网梦工厂网站获得订单”。

最新消息称，中国万网甚至专门成立了“新业务发展事业部”运营万网梦工厂项目。据了解，该事业部整合了此前收购的狼烟网络、欧科动力和宁波网博的资源。据此推断，万网将首先从整合的资源入手，挑选合作伙伴成立梦工厂落地的授权服务中心。

尽管梦工厂刚刚低调启动，不过消息一出，立即引发网络服务市场震动，已经有部分网络服务商捷足先登。

事实上，网站建设服务商良莠不齐，无法为客户提供高质量的服务，是造成目前国内网建市场极其混乱的最重要原因。有市场人士认为，阿里巴巴借万网梦工厂计划发力网站建设市场，通过推行标准化的服务，树立网站行业的标准。该分析人士指出，“技术和服务并不是万网梦工厂的核心，通过遍布全国的授权服务中心，向用户提供服务标准统一、服务流程统一、服务质量统一的标准网站建设服务，才是万网梦工厂的要义”。来源：2010-11-10 北京商报

[返回目录](#)

## 趋势科技抢滩移动互联网市场

随着移动互联网的飞速发展，企业信息化管理系统已成黑客眼中的“肥肉”。目前，黑客的恶意攻击、各种 Web 病毒的泛滥、木马交叉感染造成的机密信息泄露事件时有发生。对此，安全厂商也纷纷加大对这一领域的投入。

日前，趋势科技为山西煤矿集团下属的两家企业台头煤焦有限责任公司和毛则渠煤炭有限公司提供防毒墙，以确保两家公司的信息化安全管理。目前，煤炭行业信息化水平逐步提升，网络结构开始变得非常复杂，不但应用系统门类繁多，

同时也必须与 Internet 连接产生巨大的信息交换量，这都为 Web 病毒进入网络、扰乱终端用户的正常业务工作提供可乘之机。

对此，主动消除 Web 威胁，已经成为继煤炭企业将生产网络和办公网物理隔离之后最具实效性的一步。两家企业均选定了趋势科技的互联网网关安全设备（IWSA），IWSA 作为一款云安全技术的 Web 安全网关产品，在网关处可实现全透明部署，这样可以弥补防火墙只能针对 IP 连接进行限制的策略，将 HTTP 和 FTP 协议传播的病毒都消灭在网关处。

台头煤焦有限责任公司网络中心负责人表示，由于 IWSA 集成了趋势科技的云安全技术，例如其中的 Web 信誉服务功能，现在可以将实时终端用户访问的 Web 地址自动提交给云端的数据库进行评估，管理员不用再手工一条一条地添加发现的恶意网站，这样可以有效提高防治病毒进入内网之后进行的“亡羊补牢”工作。

趋势科技的 IWSA 在毛则渠煤炭有限公司也收到了很好效果，由于 IWSA 采用透明部署方式，该公司以前部署的防火墙产品和服务器区域的结构，以及后面的内网都没有改变。同时还解决公司无法阻挡针对应用层的威胁，在不改变原网络架构的前提下，最大程度地满足公司的拓展需求。为了实现多层次的安全防御体系，在终端防护层，毛则渠煤炭有限公司还安装了趋势科技的 OfficeScan 网络版杀毒软件，利用集中管理和多级防护的策略，在控制台显示全网的安全概况，如当前防病毒系统的运行状态、重要事件和最近感染的病毒和客户端排行等等。

传统的纯粹以特征码防病毒为主的信息安全解决方案，已难以有效保障煤炭系统的信息安全，因此必须从多方面入手建立一个涵盖信息安全各个层面的立体防护体系。趋势科技利用云安全技术和 IWSA 产品的有效集成，帮助这两家企业的网络管理人员快速地构建起 Web 防线，从根本上扭转 Web 安全防护的被动局面，提高了管理效率，并降低了运维成本。来源：2010-11-10 北京商报

[返回目录](#)

## 物联网产业“十二五”末可达 5000 亿规模

眼下，物联网热潮席卷全国，让各地趋之若鹜的除了其“新兴产业”的标签，还有“万亿元”的产业规模。工信部科技司司长闻库日前表示，物联网产业的市场潜力需要较长的培育时间，预计“十二五”末产业规模能达到 5000 亿元，而真正实现万亿级的时间节点在“十三五”后期。

闻库说，目前，物联网的核心技术还不成熟，标准体系尚待建立，“产业总体来说处于初级阶段”。具体到国内物联网产业的各个环节，市场规模非常有限，

如 2009 年我国传感器市场规模接近 600 亿元，云计算服务尚未商业化，现有的仪器仪表基本不具备物联网内涵。来源：2010-11-10 北京商报

[返回目录](#)

## 爱立信将为丹麦用户提供 4G 通信服务

丹麦的电信运营商 TDC 计划将其网络升级到 4G。TDC 选择了爱立信为其供应和管理其覆盖全国的网络。根据合同，爱立信将为 TDC 部署一套完整的包括无线接入和核心网设备的 4G/LTE 解决方案以及相应的电信管理服务。这是爱立信签署的第一份 LTE/分组核心演进网络的全方位电信管理服务合同。

迄今为止，爱立信已经与七家全球领先的电信运营商签署了 LTE 商用合同。目前，世界上仅有两个运营中的 LTE 商用网络，即瑞典和挪威的 TeliaSonera 以及美国的 MetroPCS，都是由爱立信担任主要供应商。爱立信一直不断推动开放标准的实施，并对已发布的 LTE 技术规范产生了最重要的影响。据初步估计，爱立信拥有四分之一的 LTE 核心专利，是业界拥有 LTE 专利最多的企业。

LTE 网络专为处理数据传送而量身定制，因此能够支持各种新的服务。在不远的将来，联网的相机、音乐播放器、汽车甚至电网都将是人们日常生活的组成部分。爱立信预测，到 2020 年，全球将有超过 500 亿个终端联网，将个人、地点和设备紧密相连。来源：2010-11-10 科技日报

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 【政策监管】

#### 海南省通信管理局关于海南省移动号码携带试验的通告

为了提升用户服务水平，满足用户自由选择运营商的需求，保障消费者权益，根据《工业和信息化部关于启动天津、海南移动用户号码携带试验的通知》（工信部电管函〔2010〕508号）精神，海南省于 2010 年 11 月 22 日零时，正式启动海南移动号码携带试验。试验时间为 6 个月，必要时可根据情况另行调整。

试验期间，中国移动海南公司除 157/188 号段外的其他移动用户可以携号转网到中国电信海南分公司或者中国联通海南省分公司的移动网络；中国移动海南公司 TD-SCDMA 专用号段 157 和 188 用户不参与号码携带业务；中国电信海南分公司和中国联通海南省分公司之间暂不相互携转。

号码携带的范围限定在海南省本地网内的移动电话号码，号码携带的用户在携入运营商内可享受电话业务、点对点短消息业务、点对点多媒体消息业务以及携入运营商提供的其他增值服务。试验期间，移动网用户可在携入运营商营业厅免费申请使用号码携带业务。从用户号码携带的申请被确认受理到开始提供业务的时间最长为 2 个工作日。

用户申请号码携带业务可由移动号码机主本人或代办人向携入运营商申请。用户申请号码携带时需提供以下材料：（1）机主有效身份证件，代办人代办申请时需同时持机主本人以及代办人的有效身份证件。如果是单位用户，办理人需同时提供单位盖章的组织机构代码复印件以及办理人的有效身份证件。对于在携出方登记为实名制的用户，若申请号码携带业务时使用的机主有效身份证件与在携出方开户时提供的证件类型不一致时，用户需同时提供在携出方开户时使用的同一有效身份证件供携出方核实用户身份；若用户无法提供在携出方开户时使用的有效身份证件，需要先到携出方变更身份资料之后再申请号码携带业务。对于同一个用户的新版和旧版身份证号码，应视为身份信息相符。（2）申请号码携带的号码为有效移动通信卡。

按政策规定不允许携出、距离上一次用户号码携带生效后不满 120 天、与携出方有话费纠纷、申请了固定和移动捆绑优惠业务、申请业务的号码为已停机或已挂失用户不能申请号码携带业务，已签约用户若签约时限未满，办理号码携带业务时，由签约用户与签约企业协商予以解除原协定。办理号码携带业务时，用户应注意手机终端与不同制式移动通信网络之间的匹配；号码携带成功后，使用充值卡预缴在原有卡上的费用不能继续使用；在原网享受的积分、优惠全部清除；在原网使用的个别业务不能继续使用。

试验期间已经完成号码携带的用户，试验结束后，可继续享受携转后所在网络的服务。用户可以通过拨打各运营公司的客户服务电话及电信用户申诉受理电话（12300）进行业务咨询和投诉。

注：移动号码携带业务是一项面向移动网用户开放的业务，是指移动网用户在本地网范围内更改签约的运营商时可以保持原电话号码不变。来源：2010-11-9 海南省通信管理局

[返回目录](#)

## 关于启动天津、海南移动用户号码携带试验的通知

根据《关于进一步做好天津海南移动用户号码网间携带试验前期准备工作的通知》（工信部电管函[2010]247号）要求，经各电信运营企业、通信管理局和

部电信研究院的努力，目前天津、海南移动用户号码携带试验相关网络调整、平台建设及其流程测试工作已全面结束，内部用户前期试用进展顺利。我部决定于2010年11月22日零时正式启动天津、海南本地网面向移动用户的号码携带试验。现将相关工作要求通知如下：

一、提高认识，抓紧实施。相关单位要高度重视，增强大局意识和责任意识。在试验过程中，要始终将电信网络安全和用户权益置于首位，周密部署，精心组织，强化管理，明确任务和责任要求。要按照部统一部署，抢抓时间，全力以赴，做好试验前期各项准备相关工作，确保试验平稳顺利实施。

二、协同配合，确保电信网络安全。这次号码携带试验涉及全程全网，关系到电信网络安全稳定运行，各电信企业要组织各地分支机构切实做好试验前的网络准备及其相关测试，制订严密的网络应急处置预案并加强演练，确保试验安全启动。试验启动后，各电信企业要切实做好全网网络监测，出现问题要按照相关规定及时上报并快速妥善处理，确保电信网络安全稳定运行。相关通信管理局要加强网络安全检查，督促电信企业做好网络安全保障工作。

三、强化服务，切实保障用户合法权益。相关单位要根据电信服务相关规定及号码携带试验服务预案要求，事先精心研究，建立健全内部业务办理流程、业务管理机制和投诉处理机制；事中高度重视用户反应，及时处理用户投诉，对出现的服务问题尽快采取切实措施予以解决，并加强对用户的宣传引导和咨询解释；事后总结经验教训，完善相关机制。天津、海南通信管理局要加强对号码携带试验的服务监督检查，协调企业解决跨公司、跨网、跨业务产生的服务问题，指导督促企业妥善处理用户投诉。

四、树立良好形象，稳妥做好宣传工作。各电信企业及其天津、海南分公司要按照统一部署，精心策划，科学制订号码携带试验宣传方案并，计划、有步骤地组织实施。天津、海南通信管理局要牵头做好当地宣传组织协调工作，既要注意树立行业服务形象，也要考虑试验网络业务服务能力，发挥当地电信企业的积极性，规范企业宣传行为。

五、加强监管，维护电信市场秩序。各电信企业总部应加强管理和指导，尊重用户转网意愿，根据相关规定和文件要求，积极协助用户办理转网手续，严格自律，规范有序开展市场经营活动。不得相互诋毁，不得扰乱市场秩序。要支持TD发展，注意营造有利于TD发展的环境。天津、海南通信管理局要深入研究试验可能带来的各种监管问题，加强市场监管力量，严格依法监管，切实维护市场秩序，切实保障用户合法权益。来源：2010-11-5 工信部网站

[返回目录](#)

## 《商务部关于开展电子商务示范工作的通知》

商商贸发[2010]428号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及新疆生产建设兵团商务主管部门：

为贯彻落实《国务院办公厅关于搞活流通扩大消费的意见》（国办发[2008]134号）、《商务部关于加快流通领域电子商务发展的意见》（商商贸发[2009]540号）和《商务部关于促进网络购物健康发展的指导意见》（商商贸发[2010]239号）等文件精神，加大电子商务等现代流通方式和新型流通模式推广应用力度，通过示范带动促进电子商务规范健康发展，商务部决定在全国范围内开展电子商务示范工作。现将有关事项通知如下：

### 一、重要意义

加快电子商务发展，以信息化促进流通现代化，有利于改善消费环境、拓宽消费渠道、扩大消费规模、促进社会就业、调整经济结构，是提高商品流通效率、降低流通成本、惠及民生、转变经济发展方式的必然要求。当前，我国电子商务发展还处于起步阶段，行业整体应用水平较低，不同区域间发展差距较大，信用、支付、物流、税收等支撑体系尚不完善，开展电子商务示范工作，发挥典型企业的示范引导作用，有利于促进电子商务持续健康规范发展。

### 二、工作目标

力争用3-5年，培育50-70家网络购物平台、行业电子商务平台和电子商务应用示范骨干企业，发挥其在创新商务模式、降低商务成本、整合商务资源、开拓市场、刺激消费、健全产业链、带动创业就业等方面的示范引导作用，引领经营模式创新、产品创新、标准制定和价格形成，带动上下游关联企业协同发展，充分利用两个市场、两种资源，促进发展方式转变，加快经济结构调整步伐，实现经济社会又好又快发展。

### 三、主要任务

#### （一）创建示范企业

充分调动地方商务主管部门、中介组织、专家、企业等方面的积极性，共同参与电子商务示范企业创建，形成工作合力。遴选确定电子商务示范企业后，由商务部发文公布。对示范企业实行动态管理，跟踪评估，对不再符合示范标准的及时予以淘汰。

#### （二）加强引导示范

加大电子商务示范企业宣传力度，发挥其在培育新模式、开拓新领域等方面的示范引导作用，推广应用电子商务开拓市场、提升效益的好经验、好做法，带

动企业加强电子商务应用，增强电子商务模式、技术和服务创新能力，扩大电子商务应用领域和市场规模。

### （三）优化发展环境

以示范工作为突破口，探索完善电子商务法规和标准体系，健全支撑体系，研究制定电子商务应用推广支持政策，鼓励地方各级政府出台促进本地区电子商务发展的配套措施；以示范工作为依托，建立电子商务应用情况跟踪评估与统计分析工作机制。

## 四、工作程序

### （一）申报程序

1.各地申报。省级商务主管部门接受企业申报并向商务部推荐。东部地区省级商务主管部门申报的电子商务示范企业原则上不超过3家，中西部地区1-2家。

2.专家评估。商务部组织业内专家依据示范创建规范（见附件1）进行评估，拟定示范企业。

3.结果公示。将拟定的示范企业名单在商务部网站公示。

4.发文公布。商务部发文公布示范企业名单。

### （二）申报材料

1.省级商务主管部门推荐文件

2.申报电子商务示范企业汇总表（见附件2）

3.示范企业申报表（见附件3）

4.示范企业申报书（见附件5）

5.省级商务主管部门电子商务工作联系表（见附件6）

### （三）进度安排

1.各地上报。2010年11月20日前省级商务主管部门将申报材料（含电子版）报送至商务部。

2.专家评审。2010年11月底前完成。

3.结果公示。2010年12月中旬前完成。

4.发文公布。2010年12月底前完成。

## 五、工作要求

### （一）加强组织领导

各地商务主管部门要高度重视电子商务示范工作，把创建电子商务示范企业作为引导电子商务健康规范有序发展的重要举措和抓手，健全组织机构，明确职责分工，安排专人负责，确保电子商务示范工作有序推进。

### （二）强化政策扶持



严格按照《电子商务示范企业创建规范(试行)》的标准和要求开展电子商务示范企业创建工作,严把质量关,确保最终认定的示范企业对于全国电子商务发展具有示范和引导作用。积极与有关部门进行沟通协调,争取电子商务发展的扶持政策。

### (三) 做好总结宣传

加强对电子商务示范工作的跟踪和研究,不断总结推广好经验、好做法,加大对典型企业宣传力度,为示范企业创建工作营造良好的社会氛围。对示范企业创建过程中出现的情况和问题,请及时报商务部(商贸服务管理司)。

联系人: 商贸服务管理司 祝斌 郝建彬

电 话: 010-85093747 85093750

传 真: 010-85093749

商务部

二〇一〇年十月二十七日来源: 2010-11-4 商务部网站

[返回目录](#)

## 2010 商用显示市场将突破 350 亿元

近日,由国家工业和信息化部运行监测协调局、工业和信息化部科技司、中国电子视像行业协会等单位指导,中国商用显示系统产业联盟和奥维咨询联合主办的“第二届中国商用显示行业高峰论坛”上,奥维咨询作为商显联盟的常任理事单位,首先发布了《中国商用显示行业特征及发展趋势》报告,明确 B2B 研究的范围及定义、介绍商用显示行业的规模和结构、剖析商业模式变革之路、探究未来的商业机会。

该报告指出,随着 B2B 显示系统及应用端不断延伸,产业链日趋庞大,推动产业价值不断提升,加之技术不断进步和成本持续降低,商用显示行业已成为电子信息产业中具有重要战略意义的领域,进入快速发展阶段,目前已涵盖酒店电视、大屏幕专业显示、大屏幕拼接、数字标牌、电子白板、户外广告机、数字投影及放映等众多领域。

2010 年中国商用显示 350 亿元的总体市场规模和未来 5 年中有望高达 25% 的 CAGR,对众商显企业来说无疑是金矿,潜在无限的商机。来源: 2010-11-10 科技日报

[返回目录](#)

## 神州数码中期净利 5.37 亿港元增 30%

神州数码 11 月 9 日公布了 2010 财年中期业绩。2010 年 4 月 1 日至 9 月 30 日的六个月内,神州数码实现营收 275.6 亿港元,较上财年同期增长 12.65%;净利润达 5.37 亿港元,较上财年同期增长 30.42%。

其中,第二季度单季营业额达到 145.5 亿港元,再创单季营业额历史新高。财报显示,由于注重业务价值的改善,深化服务转型的核心战略,积极开拓市场,经营性利润也获得显著增长,达到约 5.29 亿港元,与上财年同期同比增长 96.64%,整体盈利能力持续得到大幅提升。

截至 2010 年 9 月 30 日,神州数码已在全国 47 个城市开始进行布局。其中,市民卡项目继上财年扬州、无锡和张家港三地成功实施后,本财年第二季度又成功签约镇江市民卡总集成和应用软件工程项目。

同时,神州数码软件解决方案业务拓展迅速。在税务行业,成功中标“海南地税大集中核心征管系统”项目。在金融行业,成功中标成都银行新一代核心业务系统,并且在区域银行的拓展上获得突破。在电信行业,成功签约中国移动省分公司的 CRM、中国电信的 ODS 等项目。随着电信运营商基础网络的搭建完成,以及三网融合机会的到来,还将带来大量的核心业务系统和增值运维服务的业务机会。

神州数码继续深化落实向 IT 服务转型战略,注重软件和服务业务比重的提升。中期业绩显示,软件及服务业务营业额占比提升至服务业务整体营业额的 56%,实现突破性改善。服务业务整体毛利率达到 14.55%,较上财年同期的 13.09%实现大幅提升。服务签约额较上财年同期增长 37%,其中自有服务较上财年同期增长 40%。来源:2010-11-10 上海证券报

[返回目录](#)

### 【国内行业环境】

## 物联网产业可达万亿元规模但尚需时日

眼下,物联网热潮席卷全国。让各地趋之若鹜的除了其“新兴产业”的标签,还有“万亿元”的产业规模。对此,工信部科技司司长闻库 11 月 8 日在上海表示,物联网产业的市场潜力需要较长的培育时间,预计“十二五”末产业规模能达到 5000 亿元,而真正实现万亿级的时间节点在“十三五”后期。

闻库在出席全球物联网产业发展论坛时说,目前,物联网的核心技术还不成熟,标准体系尚待建立,因此“产业总体来说处于初级阶段”。

具体到国内物联网产业的各个环节，市场规模非常有限。如 2009 年我国的传感器市场规模接近 600 亿元，RFID 市场规模 85 亿元，M2M 市场规模仅 10 亿元，云计算服务尚未商业化，现有的仪器仪表基本不具备物联网内涵。

闻库强调，当前我国物联网发展面临着重大机遇：如物联网技术标准尚不成熟，一些国家虽占据领先地位，但还有超越空间。此外，我国拥有世界第一的公众通信网、世界第二的电子信息产业，这些都是物联网产业崛起的基础。

对于物联网产业在 2020 年达到万亿规模的发展目标，闻库认为要从以下突破：一是要统筹重点领域物联网的先导应用，突出示范效应。二是要突破核心技术，围绕高端传感器、新型 RFID 等关键环节打造具有国际竞争力的产业。三是要构建物联网标准化体系，积极参与和引导国际标准制定。四是全面推进物联网安全保障体系建设，加强物联网隐私保护技术的研发和立法建设。来源：

2010-11-9 新华网

[返回目录](#)

## 移动互联网用户激增，移动应用进入高增长期

近日，由中国软件开发联盟(CSDN)和创新工场联合主办的 2010 中国移动开发者大会在北京举行。此次大会旨在明确中国移动互联网产业未来的发展方向，推动中国移动互联网产业的高速发展。

中国互联网络信息中心统计报告显示，截至今年 6 月底，我国 4.2 亿网民中，手机网民达到了 2.77 亿，在所有网民中的普及率达到了 65.9%，我国新增网民 62%来自手机用户，半年新增了 4334 万手机网民。

CSDN 董事长蒋涛表示，这些数字足以说明移动互联网人数在我国发展的速度有多快。与此同时，这一快速增长趋势催生了手机应用和平台开放的需求，这些需求大大促进我国移动互联网应用的发展。

随着技术的成熟和人们对移动通信功能的更高需求，手机通信和互联网这两大热门业务的结合成为了必然。

作为移动互联网的坚决拥护者，创新工场董事长兼首席执行官李开复表示，移动互联网将成为我国互联网的下一个主流趋势，创新工场将把 75%的精力放在移动互联网上。据悉，目前，创新工厂投资的 13 个项目中，有 9 个项目是关于移动互联网的，其中包括典型操作系统等移动互联网细分领域。

此外，早在 2010 年年初，许多互联网公司 and 手机制造商就打出了“备战应用元年”的口号，涌入应用开发的不仅仅有基于互联网的软件开发人员，还包括谷

歌、诺基亚、三星、苹果等手机制造商，这些行业巨头企业因看好中国移动互联网的广阔空间，纷纷抢滩中国市场，希望寻求多元化的营收来源。

专业人士认为，如果说 2007 年，iPhone 和 Android 的相继发布，揭开了移动大时代的序幕。那么，2010 年移动应用已经改变了整个信息产业的面貌，IT 软硬件、通信、互联网等领导企业纷纷围绕移动推出自己的新战略，并投入巨资开发新产品、争夺资源、抢占有利地形，而众多移动应用和互联网公司获得融资的消息更是此起彼伏……这一切都告诉人们，全球范围内移动应用市场已经进入了爆炸增长期。来源：2010-11-9 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

## 阿尔卡特朗讯看好中国 4G 技术

法国电信设备制造巨头——阿尔卡特朗讯执行副总裁、首席财务官保罗·图法诺日前在巴黎接受新华社记者专访时说，中国自主研发的 TD-LTE 有可能在将来成为亚洲无线通信技术的一个标准。

阿尔卡特朗讯目前正在与中国合作伙伴开发新一代无线通信技术 TD-LTE。TD-LTE 是我国具有自主知识产权的无线通信技术，它的传输速度是现有 3G 技术的 30 至 40 倍。全球首个 TD-LTE 规模演示网今年在上海世博会上亮相，表现不俗。阿尔卡特朗讯在中国成立的旗舰公司——上海贝尔股份有限公司(简称上海贝尔)是中国移动部署全球首个 TD-LTE 网络的主要供应商之一。

图法诺说，TD-LTE 有可能在将来成为亚洲无线通信技术的一个标准。据悉，中国主导的 TD-LTE 独有的频率优势、高效的传输能力、低廉的设备价格和建网成本使其成为 4G 国际标准的有力竞争者之一。

图法诺说，未来几年内中国移动多媒体通讯市场发展将非常迅猛，这将给电信设备制造商带来无限商机。他说：“对我们来说，中国一直很重要，它不仅是我们的重要销售市场，而且是我们的重要研发和制造中心。”

11 月 5 日，阿尔卡特朗讯与中国移动、中国电信和中国联通在巴黎分别签署金额为 5.3 亿欧元、3.43 亿欧元和 3.05 亿欧元的框架协议，将为中国运营商提供网络和应用解决方案，以及集成和维护服务。图法诺说：“这些协议将进一步加强我们与中国移动、中国电信、中国联通的战略合作伙伴关系。”

1984 年，阿尔卡特朗讯在中国成立旗舰公司上海贝尔。目前，上海贝尔已发展成为拥有一万多名员工、具有数十亿美元规模的电信技术厂商，搭建起遍及全球 50 多个国家的销售服务网络，并在北京、上海等地设立研发中心。来源：2010-11-8 新华网

[返回目录](#)

## 国新办：外资互联网企业在中国有良好发展前景

国务院新闻办公室副主任钱小芊 11 月 8 日在京表示，只要遵守中国法律，尊重中国传统文化，外资互联网企业在中国就有良好发展前景。

钱小芊是在此间举行的第四届中美互联网论坛开幕式上作出上述表示的。

钱小芊说，中国互联网市场的大门是敞开的，欢迎世界各国互联网企业到中国来开展业务。他强调，中国互联网市场将始终保持开放。

钱小芊说，外资互联网企业的先进技术、管理经验、创新理念对中国互联网的进步产生了积极影响，对中国互联网的繁荣发展作出了贡献。开放的中国互联网市场也使外资企业从中明显受益。现在，越来越多的企业进入中国互联网市场。即使在国际金融危机冲击最严重的时候，外资互联网企业在中国运营情况也是好的，不少外资互联网企业的中国市场成为其稳定的利润增长点。

他表示，中国政府将继续完善涉外经济法律法规和政策，遵循世界贸易组织有关规则，努力提供一个稳定、透明、可预期的投资环境。中方真诚欢迎美国企业积极参与中国改革开放进程，共享中国互联网繁荣发展的机遇和成果。来源：2010-11-9 新华网

[返回目录](#)

## 携号转网尊重用户意愿，工信部要求支持 TD 发展

11 月 8 日消息，根据工信部通知，目前天津、海南移动用户号码携带试验相关网络调整、平台建设及其流程测试工作已全面结束，于 2010 年 11 月 22 日零时正式启动天津、海南本地网面向移动用户的号码携带试验。试验启动后，工信部要求电信企业尊重用户转网意愿，同时支持 TD 发展，营造有利于 TD 发展的环境。

据悉，根据《关于进一步做好天津海南移动用户号码网间携带试验前期准备工作的通知》(工信部电管函[2010]247 号)要求，目前天津、海南移动用户号码携带试验相关网络调整、平台建设及其流程测试工作已全面结束，内部用户前期试用进展顺利，定于 2010 年 11 月 22 日零时正式启动天津、海南本地网面向移动用户的号码携带试验。

在试验过程中，工信部要求，将电信网络安全和用户权益置于首位，按照统一部署做好试验前期各项准备相关工作，确保试验平稳顺利实施。

同时,由于此次号码携带试验涉及全程全网,关系到电信网络安全稳定运行,工信部称,各电信企业要组织各地分支机构切实做好试验前的网络准备及其相关测试,制订严密的网络应急处置预案并加强演练,确保试验安全启动。试验启动后,各电信企业要切实做好全网网络监测,出现问题要按照相关规定及时上报并快速妥善处理,确保电信网络安全稳定运行。相关通信管理局要加强网络安全检查,督促电信企业做好网络安全保障工作。

另外,相关单位要根据电信服务相关规定及号码携带试验服务预案要求,事先精心研究,建立健全内部业务办理流程、业务管理机制和投诉处理机制;事中高度重视用户反应,及时处理用户投诉,对出现的服务问题尽快采取切实措施予以解决,并加强对用户的宣传引导和咨询解释;事后总结经验教训,完善相关机制。天津、海南通信管理局要加强对号码携带试验的服务监督检查,协调企业解决跨公司、跨网、跨业务产生的服务问题,指导督促企业妥善处理用户投诉。

与此同时,各电信企业及其天津、海南分公司要按照统一部署,精心策划,科学制订号码携带试验宣传方案并,计划、有步骤地组织实施。天津、海南通信管理局要牵头做好当地宣传组织协调工作,既要注意树立行业服务形象,也要考虑试验网络业务服务能力,发挥当地电信企业的积极性,规范企业宣传行为。

最关键的是,要加强监管,维护电信市场秩序。对此,工信部要求,各电信企业总部应加强管理和指导,尊重用户转网意愿,根据相关规定和文件要求,积极协助用户办理转网手续,严格自律,规范有序开展市场经营活动。不得相互诋毁,不得扰乱市场秩序。要支持 TD 发展,注意营造有利于 TD 发展的环境。天津、海南通信管理局要深入研究试验可能带来的各种监管问题,加强市场监管力量,严格依法监管,切实维护市场秩序,切实保障用户合法权益。来源:2010-11-8 飞象网

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### 电信新一代四通道手机价格出炉,各省将出补贴政策

在新一代四通道手机酷派 N930 即将正式上市前夕,中国电信相关人士透露,该款手机零售价格已经出炉,官方裸机价格为 5980 元,同时,中国电信各省公司将会出台相关手机补贴政策,用户入网或选套餐即可优惠购机或送话费。

据悉,酷派 N930 是中国电信与宇龙酷派联合打造的新一代四通道旗舰手机,具有新一代四通道手机典型特征。首先从语音方面来说,它是 EVDO 和 GSM 两种制式在一个手机里,具有最时髦的双网双待功能;第二个方面是在上网的网络

选择上，用户上网可以用 WiFi，没有 WiFi 就用 EVDO，没有 EVDO 还可用 CDMA1X，同时支持国产标准 WAPI。

虽然此前中国电信与酷派联合举行了 N930 的上市发布会，但目前，该款手机还在上市准备过程中。该手机由中国电信旗下全资终端子公司天翼电信终端公司承销，将是中国电信针对年底 3G 高端市场推出的最重要机型之一，肩负着在旺季市场争夺更多高端用户的重任。显然，从价格上也可看出，这将是中国电信针对高端人士打造的超高端手机。

据了解，酷派 N930 在智能手机中的软硬件配置非常高，采用 1G 高速 CPU，屏幕采用 3.5 英寸原装夏普屏，是 1600 万色高清全视角 ASV 全视角电容屏，分辨率达到 800×480，而且采用全球最流行的 Android 平台操作系统。另外，酷派在 Android 操作系统上进行了深度的二次开发，集结了近 500 名工程师全力研发，让 N930 具有了更多差异化特色，人性化设计令人眼前一亮，此前酷派董事长郭德英曾表示，有信心打造中国最好用的 Android 智能手机。

根据中国电信近日公布的运营数据显示，今年 9 月中国电信新增移动用户 304 万户，较 8 月份新增数有所上升。1-9 月，中国电信累计新增移动用户数 2689 万户，至 9 月底，中国电信移动用户数累计达到 8298 万户。另外，9 月份中国电信天翼手机总销量再创历史新高，约 380 万部。其中 3G 手机销量环比增长 43%。

另获悉，对于高端手机，中国电信历来非常重视，近日，中国电信各省公司也将为酷派 N930 制定相应套餐和补贴政策，以增强对用户的吸引力。来源：2010-11-8 飞象网

[返回目录](#)

## 印度对中国电信设备疑心重重造成电信设备厂商损失

iSuppli 公司认为，在过去 6 个月，印度对于中国电信设备的不信任感与日俱增。据中国电信设备厂商华为技术和中兴通讯，印度政府开始阻挠 2 月中旬该国向这两家厂商发出的采购订单，所采取的一系列行动导致这些电信设备厂商损失了数以 10 亿美元计的收入，而且导致印度电信服务提供商的项目严重拖延。印度政府的担忧源于怀疑外国制造的设备——尤其是中国厂商生产的设备，认为其构成重大安全风险，因敏感信息可能通过固件后门传送给外国政府。

根据众多服务提供商和设备厂商提供的情况，印度开始要求所有设备采购订单交由政府审批。在此过程中，西方厂商的订单被严重推迟，而向中国厂商发出

的订单则干脆被否决。但是，印度从未承认存在相关采购禁令，只是说在调查期间订单被“无限期搁置”。

今年5月，印度国营电信公司BSNL宣布，二笔5亿美元的GSM扩容项目招标，将把华为与中兴通讯排除在外。这很可能是为了避免因安全审查而导致项目耽搁。iSuppli公司的电信市场研究显示，在今年稍早的时候，BSNL曾经选定华为给它的一个项目提供GSM设备，但后来该项目被取消了。

今年7月，诺基亚西门子通信和爱立信报告称，其第二季度营业收入因印度的审查延误而大幅减少。诺基亚西门子通信称减少2.57亿美元。爱立信没有给出具体的损失数字，但该公司在印度的营业收入同比下降63%，相当于总计损失了3.12亿美元。

7月27日，印度宣布废除原来的安全审查程序，采用新的安全管理机制。虽然印度政府将不再亲自插手采购订单流程，但它将让电信服务提供商承担更多的安全责任。新规定要求运营商去找经过授权的独立安全顾问公司来审计新的进口设备。如果存在安全问题，则运营商每笔订单可能被罚订单价值外加1100万美元，罚金可能高达数千万甚至数亿美元。此外，相关的设备供应商可能被禁止在印度继续做生意。

不论公平与否，华为不透明的所有权与企业结构，以及它的首席执行官与解放军及中共之间众所周知的联系，可能妨碍其在印度及其它国家开展业务。至少在华为变得更加透明并与中国政府拉开距离以前，它在印度等国将举步维艰。

印度市场巨大，而且不只是印度对中国电信设备厂商怀有敌意。华为与中兴通讯都是全球排名靠前的大型电信设备厂商，但经过10多年的努力，都没有能够打入美国市场。据称，出于安全考虑，美国政府禁止在使用中国设备的网络上传输其敏感数据。美国五角大楼2008年向国会提交的一份报告强调了华为与中国政府之间的联系，进一步增强了安全疑虑。华为本想通过收购3COM、2Wire和摩托罗拉无线部门曲线进入美国市场，但均因担心美国政府否决而作罢。

中国企业取得成功的关键因素是便宜的劳动力、在中国火热的电信市场拥有主场优势、通过国有银行可以获得几乎无限的贷款。短期内这些因素不可能消失，但是，这些厂商在其尚未打入的几个最大市场面临巨大阻力。虽然达成了一些容易实现的目标，但这些厂商的未来发展可能比以前都要困难。而中国厂商在成长道路上的每次受挫，对于努力复苏并适应新竞争形势的西方厂商来说都是一次机会。来源：2010-11-9 电子元器件资讯

[返回目录](#)

## 麦考林登陆纳斯达克，或掀电子商务上市潮

伴随着麦考林在美国纳斯达克上市敲钟仪式，红杉资本、沈南鹏等字眼或许再度成为华尔街新热点。

麦考林上市正式获批，于美国时间 10 月 26 日正式登陆纳斯达克，成为国内第一家在美国上市的电子商务企业。公司正式挂牌交易发行价为 11 美元，计划募资 1.29 亿美元。

麦考林是一家专门向城市年轻女性出售服装和饰品的企业。目前，麦考林年销售额超过 10 亿元，营收主要分为网购、邮购和门店零售三大渠道，目前在中国服装类 B2C 电子商务企业中排名第二，仅位于凡客诚品之后。

麦考林披露的招股书数据显示，麦考林 2007 年、2008 年和 2009 年三年的净利润分别达到 411.2 万美元、355.2 万美元和 721.2 万美元。截至今年上半年，麦考林旗下运营着的麦网（M18.com）的网站拥有约 210 万活跃用户，实现净收入 1.08 亿美元，同比增 41.6%；净利润 253 万美元，同比下滑 37.7%。

麦考林公司此次首次公开招股将以每股 11 美元的价格出售 1174 万股美国存托凭证，每股美国存托凭证相当于 7 股普通股。麦考林募集资金约 1.29 亿美元。该公司此前的发行价定价区间为 8 美元～10 美元。

麦考林表示，此次募集资金中的 1500 万美元将用于增强电子商务基础设施，2950 万美元将用于建设新的物流中心和仓库，650 万美元用于店铺的改善，剩余资金将用于企业日常运营。

经过多年的市场开拓和消费者教育，中国电子商务 B2C 市场蓬勃发展，同时逐渐成为风投等资本关注的焦点领域之一。

清科数据显示，2006～2009 年中国电子商务 B2C 行业及相关领域共发生投资事件 95 笔，涉及企业 44 个，披露投资金额 6.04 亿美元。截至 2010 年第二季度，B2C 行业领域已经发生 16 笔投资事件。

清科研究中心的数据显示，自成立至今，麦考林已完成三轮融资，共获得约 12227 万美元融资额，业绩也是一路看涨。其中，麦考林的主要投资者包括风险投资公司红杉资本。

2008 年，红杉资本出资近 8000 万美元收购麦考林，沈南鹏加入麦考林董事会并担任董事长。同时，于 1996 年投资 4500 万美元成为麦考林控股股东的华平投资正式退出。招股说明书显示，上市前红杉资本持有约 2.53 亿股普通股，持股比例占总股本的 75.9%。

对麦考林的上市，从某种程度上看，红杉资本是麦考林 IPO 的“幕后推手”，沈南鹏俨然成为“点石成金的大师”。今年，沈南鹏曾带领高德软件和乡村基赴

美上市，麦考林作为年内沈南鹏和红杉中国投资下第三家赴美上市的公司，这一切都离不开沈南鹏的资本运作。

对此，沈南鹏公开表示，“我相信资本市场能接受一家上市公司有严格的考量，麦考林能够顺利上市，说明了公司商业模式的成功，而不只是它的利润。今年初开始有上市计划，业务则按照一贯的步骤在进行，没有刻意调整，也没有刻意去做第一家在美上市的中国电子商务企业，红杉资本将作为长期投资者支持企业成长。”来源：2010-10-28 每日经济新闻

[返回目录](#)

## 韩国 Wi-Fi 区域已突破 5 万处，应对流量激增

韩国三大移动通信公司 4 日表示，Wi-Fi 区现已突破 5 万处，截至 10 月末，各公司建立的 Wi-Fi 区数分别为 KT39000 处、SK 电讯 13000 处、LG U+2000 多处，总数达 54000 余处。

这一数字仅次于美国，位居世界第二位。今年第一季度韩国 Wi-Fi 区数为 13000 处，继美国(71000)、中国(36592)和英国(28000)等国之后，在世界排名第七。

韩国三大移动通信公司建立的 Wi-Fi 区多集中在百货商场、大型超市、咖啡厅、电影院、铁路候车大厅等城市人口较为密集的地方，最近有扩展到地铁等运输途径的趋势。三大移动通信公司通过增设 Wi-Fi 区来提高竞争力，预计年内 Wi-Fi 区数有望突破 60000 处。其中 KT 为 40000 处、SK 电讯为 17000 处、LG U+ 将增至 16000 处。

据业内有关人士预测，明年智能手机将大面积扩散，再加上平板电脑(Tablet PC)，预计无线网络需求将呈现出激增的态势。因此，移动通信公司在增设 Wi-Fi 区方面的竞争仍将继续。来源：2010-11-10 凤凰网

[返回目录](#)

## 报告称高月租费用阻碍了新西兰固话业务发展

据国外媒体报道，新西兰商业委员会的一份报告显示，该国固话语音服务在经合组织的排名中几近垫底，这主要是由于该地区高额的月租费，以及相对较高的固定-移动通话费所致。在经合组织统计中，这一地区的消费者拨打电话的时数较少，但其月租费却最高，而移动语音服务中的中高端用户的通话时数排名也没有达到经合组织的基准。

其他经合组织国家已经对语音（及短信）服务实行了基准定价。该报告还针对宽带，将新西兰的收费与澳大利亚、英国、挪威和瑞典的进行横向了对比。

电信专员帕特森·罗斯(RossPatterson)博士表示：“在没有其他收费计划的前提下，一种允许用户无限次拨打本地电话的计划有利于那些本地电话量很多的消费者，而不利于本地电话较少的消费者。每月通话时数较少的消费者不得不为那些通话时数很多的消费者买单。”

该报告对比了新西兰和其他四个国家的宽带服务收费情况。

帕特森博士指出：“虽然商业委员会在有关固定线路宽带基准定价方面做出明确结论时持谨慎态度，但新西兰的中低端用户宽带收费与其他国家的调查基本一致。而就高端用户而言，新西兰的收费明显高于其他类似的发达国家。”

虽然人们通常认为，新西兰地处偏远及其国际带宽成本是造成该国同类服务产品收费较高的主因，但报告指出，澳大利亚也面临类似的问题，但澳大利亚高端用户使用此类服务的费用远远低于新西兰的用户。

这份报告还指出，新西兰移动宽带的收费在各个级别上都非常高，特别是在高端（超过 8GB）这一领域，新西兰的收费几乎是瑞典的三倍（瑞典在这几个国家中的收费最低）。

相对于澳大利亚，新西兰的中高端移动语音和短信计划的消费者的费用支出明显偏高。特别是在经合组织每月 300 通电话计划中，澳大利亚最便宜的收费也不到新西兰的一半。

而对于宽带，澳大利亚所有移动使用计划都比新西兰的收费低。以 200MB 计划为例，新西兰的收费几乎是澳大利亚的两倍。新西兰固网宽带的中低端使用计划（2GB 和 10GB 的）收费较澳大利亚低，但高端收费（40GB 以上）则明显高于澳大利亚（31%）。来源：2010-11-10 飞象网

[返回目录](#)

## 东盟与中日韩达成打击跨国电信诈骗犯罪共识

东盟与中日韩(10+3)打击跨国犯罪执法合作研讨会 11 月 9 日在中国—东盟合作前沿城市广西南宁市举行。会议期间，各国与会代表重点就加强打击跨国犯罪的务实合作进行了研讨，在巩固和完善“10+3”合作机制框架下加强打击跨国犯罪特别是跨国电信诈骗犯罪执法合作等方面达成广泛共识。

各国与会代表在会上介绍了本国打击跨国犯罪的刑事司法体制及成功经验。通过面对面的交流，与会各方进一步增进了彼此间的理解与信任。与会各方表示，

今后将进一步加强深层次、宽领域的执法合作,推动执法部门间友好关系的发展,共同打击跨国犯罪,维护本地区的安全与稳定。

中国公安部国际合作局副局长陈三虎在研讨会开幕式上致辞时说,维护东亚地区稳定符合东盟与中日韩各国利益。多年来,加强本地区打击跨国犯罪执法合作,应对跨国犯罪的严峻挑战,已成为各方共识。通过“10+3”共同努力,东亚地区打击跨国犯罪合作不断加强,区域性合作机制得到进一步巩固。双方共同破获了一批重大刑事、经济、毒品犯罪案件,有效维护了地区的经济发展和社会稳定。

越南出席会议的代表黎明峦在接受中新社记者采访时说,作为邻国,越南希望能加强与中国在各领域领域的执法合作。越南公安部愿意与中国公安部一道,加强打击跨国电信诈骗犯罪执法合作。他说,随着中国—东盟自贸区的建成,双边合作不断增强,人员来往更加密切,双边有必要加强沟通,增进合作。他介绍,越南和中国警方已经在打击跨国拐卖妇女儿童、跨国毒品犯罪等领域达成合作协议和机制。

据悉,东盟与中日韩执法合作是“10+3”领导人非正式会议框架下一个专业会议机制。来源:2010-11-10 中国新闻网

[返回目录](#)

## 英国电信(BT)提升对英中贸易的支持

近期,英国商务、创新与技能国务大臣文斯·凯布尔博士(Dr.VinceCable)和英国电信(BT)亚太区执行董事KevinTaylor共同开启了BT在北京新建的客户创新演示中心(CustomerInnovation Showcase Centre)。该中心是BT在亚太地区正在进行的投资项目的一部分,旨在通过交付关键的通信服务,帮助英国和其他跨国企业在跨亚洲的商业机会中取得成功,同时支持本土企业在全中国其它地区的运营。

作为全球领先的通信服务和解决方案供应商之一,BT正在塑造企业间电子商务合作的未来。通过把最新的视讯会议设备和网络化的IT应用集于一个平台,BT向在中国扩展业务的企业客户展示了如何通过前沿的技术和服务直接互动,此前这些技术已在别的地方取得成功。这个展示中心同时为正在全球其它地区投资的中国企业生动展现了数字网络经济。

英国商务、创新与技能国务大臣文斯·凯布尔博士(Dr.VinceCable)说:“我很高兴看到如此多的企业从在中国的投资与发展中获益,我希望本周的出访能为更多的英国企业带来机会。BT是我们最老牌的电信公司,并且凭借自身力量成

为了英国的象征，北京新的客户创新演示中心（CustomerInnovation Showcase Centre）展示了其在海外提供服务的能力。北京的演示中心将会帮助英国和跨国企业成功抓住在整个亚洲市场的业务机遇，并且同样地帮助中国本土企业在世界其它区域的运营。我希望看到这个北京演示中心能够作为前沿技术的代表大放异彩，并成为其它考虑在中国投资的企业标杆。”

BT 亚太区执行董事 KevinTaylor 说：“中国早已是 BT 的重要市场，并已经成为正在扩展业务的英国企业的日益增长的战略机会。在 BT 最大的客户（按公司营业额计算）中，至少 80% 正在亚洲扩展业务。我们在中国投资有很长的历史，并且有坚实的用户群和卓越的产品和解决方案，最新的例子就是在我们的客户创新演示中心（Customer Innovation Showcase Centre）所见到的。”

KevinTaylor 还表示，“通过给中国提供同样的、已在英国被普遍赞誉的领先技术和服务，我们不仅可以帮助广大英国企业客户开拓中国市场，同时可为中国企业在海外增强业务能力提供支持。”

自 1995 年进入中国市场，BT 已经通过不断投资建立了坚实的基础，包括大连科技服务中心、在北京的研发中心以及在上海的采购交付中心。BT 亦已在中国通过 MDCL-Frontline 与 BHRFrontline 展现了其强大的服务能力。

2010 年 5 月，英国电信宣布了亚太地区新的投资计划，涵盖额外的人员招聘、新的基础设施和扩展的服务投资组合。作为这项计划的一部分，BT 正在澳大利亚、中国、香港、印度、日本和新加坡等市场招聘 300 个新职位。在这些地区的扩大投资将增强 BT 在整个亚太地区的服务交付能力。来源：2010-11-10 飞象网

[返回目录](#)

## 俄罗斯：手机不装配俄版 GPS 收 25%进口税

俄罗斯内阁副总理 Sergeilvanov 透露，该国计划自 2012 年起对不装配本国“格洛纳斯”卫星系统的导航手机征收 25% 的进口税。

Sergeilvanov 说：“如果该手机同时装配格洛纳斯和 GPS 系统，则不在收税范围之内，但如果该手机仅装配 GPS 系统，则要被收取大约 25% 的进口税。”

俄罗斯政府还可能发布强制命令，要求本国生产的所有汽车在今年年底前必须装配“格洛纳斯”卫星系统。来源：2010-11-10 人民邮电报

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【竞合场域】

#### .CN 域名下网站总体安全性显著提升

近日，杀毒软件厂商 McAfee 发布全球域名威胁报告。这份主要针对各域名下恶意站点情况的报告显示，亚太地区顶级域名下威胁状况改善最具成效。其中，中国的 .CN 域名下恶意站点减少近 20%，排名优化 12 位，菲律宾 .PH 较去年下降 11%，新加坡 .SG 较去年下降 4%，共同位列全球顶级域名安全状况改善最大的前三甲。

有关专家指出，.CN 域名下网站安全状况的大幅提升，得益于去年以来国家有关部门采取多种措施加强 .CN 域名注册管理。自 2009 年 12 月以来，在工业和信息化部等国家主管部门的指导下，国家域名注册管理开展了一系列的工作。.CN 域名以及 .CN 域名下的网站安全情况得到大幅提升。

而据中国反钓鱼网站联盟统计数据显示，截至今年 9 月底，反钓鱼网站联盟秘书处累计收到反钓鱼网站举报 25905 个，认定并处理了钓鱼网站 25605 个。其中，9 月处理的钓鱼网站中，.CN 域名举报数量平稳下降，仅为 23 个，非 .CN 域名 2789 个。.CN 域名占当月举报总量不到 1%。

有关专家表示，国家有关部门加强 .CN 域名的注册管理工作，使得不法分子使用 .CN 域名制作各种不良网站的违法成本、应用门槛和法律风险均大幅提高，直接促使 .CN 域名下的恶意网站数量显著减少，同时，数百万 .CN 域名网站总体安全系数也获得大幅提升。来源：2010-11-10 科技日报

[返回目录](#)

#### IT 服务标准进入冲刺阶段

日前，计算机信息系统集成企业资质管理十周年工作会议暨首届中国信息技术服务高峰论坛在京召开。同期，《中国信息技术服务标准( ITSS )白皮书》( 第一版 ) 也在大会中发布。

十年来，我国信息技术服务业取得了长足进步，对推动我国信息化建设起到了非常重要的作用。今年 1—8 月，信息技术服务累计完成业务收入 4038 亿元，同比增长 35.6%，高出行业平均水平 5.8 个百分点。大力发展信息技术服务业，

是促进信息技术产业规模持续增长，提升信息技术产业发展质量的必然选择，也是加快培育战略性新兴产业，实现“中国制造”向“中国创造”转变的迫切需要。

因此，制定 IT 信息服务技术标准迫在眉睫。2009 年 4 月 15 日，国务院正式发布《电子信息产业调整和振兴规划》，在强化自主创新能力建设方面明确提出“加快制定信息技术服务标准和规范”。为了贯彻落实规划要求，2009 年 4 月 23 日，工信部软件服务业司成立了信息技术服务标准工作组，负责研究并建立信息技术服务标准体系，制定信息技术服务领域的相关标准。工作组成立后，在电子四所的组织协调下，已有神州数码、浪潮、太极等 81 家龙头企业、骨干企业以及科研院所加入工作组，为我国制定 IT 服务标准做出显著贡献。

随着《中国信息技术服务标准 (ITSS) 白皮书 (第一版)》的发布，我国 IT 服务标准的制定已经进入冲刺阶段。IT 服务标准的出台，将有助于提升信息技术服务业的业务质量，规范我国信息技术服务的市场，增强整体 IT 服务市场的经济效益；同时充分发挥龙头企业的带动作用，科学引导企业向服务转型，提高创新能力与核心竞争力，帮助服务行业形成长效机制。

目前工信部已正式批复国家质检总局信息办以及北京、上海、广东、湖北、重庆、成都、沈阳、杭州等工业信息化主管部门作为首批的信息技术讨论标准验证与试点单位。除了明确试点的八个省市和质检总局，中国人民银行清算中心、公安部、建设部、国家烟草专卖局信息中心等行业也在标准正式发布后，直接予以采用。来源：2010-11-10 科技日报

[返回目录](#)

## 英飞特抢占 LED 电源市场制高点

“哪里有灯光，哪里就有机会。”英飞特电子董事长华桂潮对此很执着，因为展现在英飞特电子面前的是一个十分广阔且有待开发的市场。虽然英飞特 2007 年才成立，但公司上下却一直踌躇满志，而华桂潮的目标就是世界第一 LED 电源企业。

目前，英飞特是在 LED 照明领域内，掌握最核心驱动电源和 LED 照明产品系统解决方案的自主研发型高科技企业。国际照明领域的多家巨头企业，不止一次地尝试想要收购其技术和专利。当然，英飞特也不止一次告诉他们：英飞特会把原创核心技术留在中国。因为中国大地正演绎一场前所未有的变革大戏，一系列低碳和环保政策给了英飞特很大的契机。

目前英飞特已申请了 160 多项专利，60%是发明专利。英飞特有意在 LED 半导体照明这片产业蓝海中以自主知识产权开道，以永不枯竭的创新护航，并以高科技含量、高附加值的产品集群作为利剑，抢占市场的制高点。

其实，作为一个行业的领跑者，英飞特在过去的的时间里一直扮演“隐形冠军”的角色，不为大众所熟知。通过持续创新和不断探索，现今的英飞特已经具备了破茧成蝶的信心和实力，也有了与欧司朗、飞利浦等国际巨头隔空对话的底气。英飞特的研发人员经常说，在这样百年一遇的机遇下，要做就做 NO.1。在怎么样做企业的问题上，英飞特抓住了一个核心，那就是培育一只只会生鸡蛋的鸡。这只鸡就是我们引以为豪的 LED 驱动核心技术和 LED 照明系统解决能力，在它的基础上英飞特开发出全球品类最全、效率最高、可靠性最强的产品阵容。

而实践也证明，只有真正掌握了核心技术，才能在机遇到来时赢得主动、把握先机。当前，LED 市场容量不断被放大，竞争环境异常混乱、复杂，因此英飞特首先在自主核心技术创新的前提下，形成自己的核心竞争优势，建立一个体系化的经营发展战略。树立并发展自主品牌，建立一套自己的标准体系来抗衡国际巨头的标准体系，从而真正掌握行业话语权。

“很多人都知道 LED 产业前景好，但不知道离这个产业的爆发还有多远。”华桂潮表示：“凡是用到灯光的地方，就有 LED 的市场。作为一个新兴产业，LED 市场的成长速度超越很多人的想象。”

在目前全球“绿色低碳”为主旋律的发展大潮中，中国再一次成为世界瞩目的焦点，华桂潮把英飞特的根深扎在中国，将原创核心技术留在中国，用他们的努力不断追求卓越，全力推进创新型企业建设。华桂潮有信心紧紧抓住这一历史时机，立足本土，谋局天下，最终实现全球 LED 照明第一品牌的目标。来源：2010-11-10 科技日报

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 中移动布局移动支付，标准统一后首次大规模商用

中国移动杭州分公司已于近日正式启动市民卡（城市通卡）商用项目，所采取标准为 13.56MHz 握奇 SIMpass 技术。这也是自手机支付标准统一在 13.56MHz 后，中国移动首次在手机支付领域的大规模商用。

据了解，早在今年 3 月，中国移动杭州分公司与杭州市民卡有限公司、杭州城市通卡有限公司就启动了杭州市民卡（城市通卡）手机支付项目试点，并面向杭州市民发放了 5 万张 SIMpass 双界面 SIM 卡。

移动手机市民卡（城市通卡）将传统的市民卡应用集成到移动 SIM 卡中，实现 SIM 卡、市民卡、城市通卡等三卡功能合一。目前，正式商用的手机市民卡可以在杭州的 300 余条公交线路的 5000 多辆公交车、约 2000 辆自行车租用网点、全线 7 条水上巴士、900 多个道路车点使用。

此外，杭州大厦、杭州百货大楼、解百、中都等商场，物美、华润万家等超市，以及川味观、外婆家等餐饮娱乐场所也支持移动手机刷卡应用。

公开数据显示，2010 年中国手机支付用户有望突破 1.5 亿，2011 年达到 2.5 亿户，预计 2010 年底市场规模将突破 35 亿元，2011 年市场收入规模预计将达到 80 亿元。

自 2007 年开始，中国移动开始手机支付试点，并于 2009 年基本完成手机支付技术和业务方案。在此之后，中国移动开始在湖南、上海、广东、重庆等多个省市试点推出手机支付业务。在经历了 13.56MHz 与 2.4GHz 拉锯战后，最终转向 13.56MHz 技术标准。来源：2010-11-10 飞象网

[返回目录](#)

## 从一家独大到三分天下，中国移动押注 A 股回归？

中国移动一直在为回归 A 股不停地修改方案。

中国移动董事长王建宙在很多场合表达过回归 A 股的迫切心情。11 月 8 日，王建宙表示，回归 A 股上市计划暂时未有新进展，正待审批，回归 A 股为新方式，故预计会遇到较多问题。今年以来，中国移动将回归 A 股的希望寄托于国际板，而在此前，中国移动多次变更回归 A 股计划，迫切之情，溢于言表。

在回归 A 股的问题上，中国移动一直是“空闻楼梯响，不见人下来”。尤其是在内地资本市场低迷时，中国移动回归一度不再被提起。

今年 8 月份，在中国移动的业绩发布会上，王建宙称中国移动回归 A 股的准备工作已经就绪，只待相关部门出台具体细则。而在此前，中移动回归 A 股的方式曾因市场情况的变化多次变更。

2008 年，王建宙曾表态，将通过集团卖旧股的方式回归，随后 2009 年 5 月 19 日，王建宙在出席股东大会时表示，中国移动倾向以预托证券（CDR）的方式回归 A 股，争取成为首批回归内地上市的境外公司。

而今年王建宙多次表态将通过国际板回归 A 股，对此，他解释称，公司此前希望以预托证券（CDR）的形式回归，但因受到内地外汇管理的限制，存在较大难度。其后亦考虑过“直接上 A 股”，但又担心内地和本港的监管制度不同带来

麻烦，亦未能成事。最后管理层通过比较，觉得以国际板方式回归较好，当前内地的有关部门正在制定具体办法，待该办法出台后，才可确定回归的时间表。

从 2009 年第四季度开始，国内的三家电信运营商开始提供 3G 服务，根据工信部的统计，截止 2010 年 9 月底，中国的 3G 用户总数达到 3499 万，比 6 月底的 2520 万增长了 38.8%。宽度上网对拨号上网的替代造就了过去 10 年固定互联网应用的蓬勃发展，而 3G 无线服务对 2G 的替代也将造就移动互联网应用的迅猛发展。连接速度大为提高的 3G 服务，将使得更多的应用成为可能，尤其是像视频和图片这样的富媒体数据将可以瞬间到达用户的手机终端，用户不在需要象 2G 时代一样要等待图像的下传。

但是在 3G 业务的发展中，中移动并未像 2G 市场一样取得垄断地位，业务增速也出现回落。

中移动 2009 年收入 4521.03 亿元人民币，比上年增长 9.8%；净利润 1151.66 亿，同比增长 2.3%。而 2006 年—2008 年，中移动每年的净利润增幅为 23%-30%。

国家发改委体改所史炜研究员近日撰文表示，2010 年以来，在增值业务快速冲击电信业传统业务市场份额的情况下，中国移动除了话音业务的优势外，新业务，特别是基于固网的宽带业务和基于移动互联网的增值业务，均没有起色。至今，中国移动基于增值业务的商业模式一直不能定位，但基于话音业务的绝对市场份额至少短期内还可以掩盖中移动潜在的危机。并且提出，“更令人担忧的是，中国移动把进一步发展的赌注押在回归 A 股上。”

对此观点，第一创业证券分析师任文杰提出不同看法，他认为，中移动目前的财务状况并没有融资需求，作为大型国企包括中移动在内，一直以来都有回归 A 股的愿望。来源：2010-11-10 证券日报

[返回目录](#)

## 移动宣布将百宝箱搬进 MM 商场，百宝箱停止新增业务

中国移动将对百宝箱业务与应用商场(MobileMarket，简称 MM)业务进行融合，即日起百宝箱业务停止新增合作伙伴及新增业务。

据悉，随着市场的发展和客户需求的变化，中国移动百宝箱业务与应用商场(MobileMarket，简称 MM)业务在业务特性、目标市场、客户感知、业务内容等方面已具有相当高的重叠性，为优化客户体验、提升客户感知，也为推进营销资源的整合、服务流程的统一，近日，中国移动将对百宝箱业务向 MM 业务进行融合。自此，百宝箱合作伙伴将成为中国移动 MM 业务开发者，并向 MM 业务平台提供软件、主题等应用。

作为负责中国移动 MM 业务日常运营的中国移动互联网基地（广东公司），将针对百宝箱合作伙伴提供全程客服支撑服务，即日起开始接受合作伙伴的咨询；近期，互联网基地还将组织百宝箱合作伙伴进行免费集中培训。

同时，中国移动互联网基地还针对百宝箱合作伙伴建立了接入绿色通道，提供专人服务、快速测试、优先上线等服务；对于符合接入标准的原百宝箱业务，互联网基地还将提供营销资源予以支持。

据了解，即日起百宝箱业务停止新增合作伙伴及新增业务，现有合作伙伴停止业务申报及上传等工作；而百宝箱的现有业务正常运营，与各合作伙伴的合作协议到期后将不再续签，业务下线。来源：2010-11-10 飞象网

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 中国电信 10 亿元打造亚运信息网络

广州亚运会正在全力提高数字化、网络化程度。中国电信为此已投入超过 10 亿元用于信息系统，其保障团队人数多达 4000 人。

中国电信集团网络运行维护事业部副总监孙小红 9 日表示，这 10 亿元重点用于打造亚运指挥者网络、组织者网络和新闻媒体网络，完善公众客户网络。

广州亚运会以光网络为依托，支撑亚组委 Admin 办公系统、AGIS 赛事积分系统等 IT 系统高效运行。53 个比赛场和 34 个训练场馆实现光网化。媒体村、运动员村和官员村全部光网入户，亚运城成为“光网城市”项目的首个“光网小区”，用户桌面带宽高达 100M，而普通的 ADSL 带宽仅有 512K。

与多哈亚运会相比，高清技术第一次得到广泛应用，占到整个电视转播任务的 1/3 左右。孙小红说，中国电信在所有 53 个场馆提供总传送能力可达数百 G 带宽的光网服务，以双路由、双设备保护电视信号的传输安全。

广东还在广州亚运会、残亚会期间首次实现全省 WiFi 免费上网，所有手机、手提电脑用户都可向中国电信申请免费账号。中国电信已在体育馆、宾馆、酒店、机场、咖啡厅等地方布置上万个 WiFi 热点，此举将大大便利新闻记者的文字、图片、视频发稿。来源：2010-11-10 中国新闻网

[返回目录](#)

## 中国电信“翼视通”上线

一套电视节目可以在电视、电脑、手机以及各种联网手持终端上“跨屏交互”播放。中国电信昨天在上海宣布，具备视频节目多终端、多屏幕、多设备智能互联播出的“翼视通”业务正式上线，上海的“三网融合”工程，迈出实质性一步。

据介绍，新推出的“翼视通”业务产品依托中国电信视讯产品基地的强大整合功能，能在手机、个人电脑、电视，以及具备互联功能的手持终端上，为用户提供内容的“跨屏幕”交互服务。具体来说，一场体育比赛实况转播可以在家中看电视，外出时则使用手机接着看；到达目的地后，连上笔记本电脑还能继续看。

在日前的发布会上，中国电信与包括闪联、聚晖、联想、华为等在内的6家产业链合作伙伴签署战略合作协议，标志着三网融合产业发展迈出了坚实的一步。记者获悉，自中国电信视讯产品基地去年十一月正式落户上海以来，短短一年内实现业务高速增长，目前天翼视讯(手机)登录用户数超过800万，注册收费用户数突破160万，日均流媒体使用次数较今年年初增长600%。来源：

2010-11-10 东方网

[返回目录](#)

## 中国电信工博会上展示“微型化”办公产品

北京时间11月10日上午消息(罗莎)中国电信在推出黑莓手机后，联合合作伙伴开发和实现了很多精彩的手机应用，在“2010年中国国际工业博览会”上展示的“天翼黑莓微型投影仪”就是一套手机和微型投影机组成的“微型化”办公用品。

微型投影仪是天翼黑莓手机使用的外设产品，可通过无线投影手机屏幕，用黑莓手机摇控微型投影仪，方便开会和演讲。手机和微型投影机组成一套“微型化”办公用品，适用于产品、服务推销，市场推广，技术交流等活动。

这款微型投影仪尺寸和手机相当，还设置了电视等其他设备的接口，据中国电信介绍待正式上市后，将进一步完善功能。

据C114了解，中国电信的黑莓企业应用还包括：IBM Lotus Sametime、天翼黑莓移动办公应用、无线打印机、无线扫描仪、无线键盘等。个人应用包括：Windows Live Messenger、GooNuu、WorldMate Live(英文)、Viigo(英文)、Blue Mobile(英文)、World Expo 2010(英文)、游戏 The Sims 3、游戏 FIFA 10、Expo 主题、HRS 全球订房网等。来源：2010-11-10 中国通信网

[返回目录](#)

## 中国联通与海通证券签署全面战略合作协议

11月9日，中国联通与海通证券在上海签署了《战略合作协议》与《手机证券业务合作协议》。双方将通过资讯推送、无线理财、在线视频、空中营业厅等多个业务环节的全方位创新，打造海通证券“彩虹桥”手机综合服务平台，为全国超过180个证券营业部的投资者提供优质的手机证券服务。

中国联通常小兵董事长和海通证券王开国董事长出席了签约仪式。

据介绍，中国联通与海通证券将通过系列深度合作，联合制定开发证券移动电子商务等一揽子解决方案，使双方在网络、应用平台以及客户服务上实现资源互补，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，为全国超过180个证券营业部的投资者提供优质的手机证券服务。同时，双方还将通过对资讯推送、无线理财、在线视频、空中营业厅等多个业务环节的全方位创新，打造海通证券“彩虹桥”手机综合服务平台。此外，海通证券还与中国联通就联通wostore、iPhone和iPad等平台的开发应用达成了合作协议。

业内人士指出，我国证券行业的通信需求正在发生明显变化，移动互联网在证券行业中的应用方兴未艾，证券业网络化、宽带化、随身化和高私密化已是锐不可挡的趋势，不断完善移动证券交易服务成为证券公司提升信息化服务应用水平的重要手段。中国联通与海通证券的合作，是将通信领域的新技术与证券行业紧密结合的一次有益探索，必将有力地助推我国证券行业信息化应用服务水平，拓展创新的应用领域，从而为广大的证券用户带来更好的信息化服务体验。来源：2010-11-10 财经网

[返回目录](#)

### 【中国联通】

#### 联通海通开发手机证券业务，证券业网络化成趋势

日前，中国联通与海通证券签署协议，双方将联合制定开发证券移动电子商务等一揽子解决方案。

据介绍，双方将在网络、应用平台以及客户服务上实现资源互补，提升证券产品的品质与信息化应用水平，为全国超过180个证券营业部的投资者提供手机证券服务。同时，双方还将通过对资讯推送、无线理财、在线视频、空中营业厅等多个业务环节的创新，打造海通证券“彩虹桥”手机综合服务平台。

此外，海通证券还与中国联通就联通wostore、iPhone和iPad等平台的开发应用达成了合作协议。

业内人士分析，证券行业的通信需求正在发生明显变化，移动互联网在证券行业中的应用方兴未艾，证券业网络化、宽带化、随身化和高私密化已成趋势。据了解，此前，移动已经推出了手机证券业务，可利用手机客户端软件来完成行情的查询和股票交易。来源：2010-11-10 新京报

[返回目录](#)

## 联通定制低价 3G 智能机，补贴力度仅次于 iPhone

联通将于近日引进诺基亚主力 3G 手机 C7 定制版，并以优惠资费套餐方式对其实施补贴。联通对该款手机的套餐补贴力度仅次于 iPhone 合约计划。不过，具体的补贴方案目前还不知晓。

本次推出的诺基亚 C7 定制版，将由中国联通旗下全资终端子公司联通华盛全面包销。联通方面表示，C7 的价格不会像某些商务手机那样动辄五六千以上。目前泡泡网诺基亚 C7 报价为 2750 元。

诺基亚 C7 是其在全球最新推出的最主要 3G 手机机型之一，也是诺基亚第二款搭载 Symbian3 智能系统的机型。C7 虽然是诺基亚近期全球最主要机型之一，但在设计上更符合中国人的使用习惯，中国成为该款机型全球首发地之一，与主要发达国家同步上市。来源：2010-11-10 凤凰网

[返回目录](#)

## 中兴通讯发布基于 IMS 的 zMILE 桌面多媒体应用解决方案

近日，中兴通讯面向全球发布了基于 IMS 的 zMILE ( ZTE' s Multimedia Integrated Life Experience ) 多媒体应用解决方案，帮助运营商基于现网平滑部署多媒体和流媒体业务，为传统固定电话用户带来非同凡响的多媒体和流媒体应用体验。

中兴通讯在业界首创的 zMILE 方案基于 IMS 全业务端到端方案构建，包含 IMS 核心网、RCS 标准的 APP 应用平台、基于 Android 操作系统并支持 RCS 标准的多媒体终端 ( ZTE Light )。除传统的语音和短信业务外，zMILE 提供丰富多彩的多媒体和流媒体业务，包括：IPTV、rich calls、媒体共享、高清多媒体会议、监控、Web IMS applications、即时消息、多媒体彩铃/彩像、好友列表等。

zMILE 采用划时代革命性的多媒体桌面终端 ZTE Light 替代现有传统 PSTN /ISDN /SIP 桌面终端。ZTE Light 7 英寸大小屏幕，全触摸屏式应用，时尚、直观、便携，并附带手持移动拨号手柄，用户能够像普通话机一样拨打和接听电话，

完全顺应传统用户的语音业务使用习惯，支持 3G、Wi-Fi、FTTx、xDSL 等各种接入方式。ZTE Light 基于开放的 Android 操作系统，符合 RCS 业务标准，支持所有 RCS 业务，为用户带来全新的无与伦比的通讯体验。

zMILE 方案完全从运营商网络部署和业务运营角度出发进行设计。对于移动运营商来说，zMILE 基于移动宽带接入的多媒体和流媒体业务能够帮助其与传统的语音业务运营商竞争，赢得大量客户。同时，zMILE 充分考虑到移动运营商的网络特点，对于传统语音和短信业务可选择采用 CS 域接续的方案，保证业务的稳定性和可靠性，而多媒体和流媒体业务则通过 PS 域或 Wi-Fi 网络实现。

对于固定网络运营商而言，包括语音、短信、多媒体/流媒体在内的所有业务可全部基于 FTTx、xDSL、Wi-Fi 宽带接入，用 ZTE Light 来替换现有的 PSTN 话机，在延续用户语音和传统使用习惯的同时，短信以及更多丰富的多媒体和流媒体业务将大大提升用户的业务使用率，从而提升运营商 APRU 和收入。

中兴通讯是业界领先的 IMS 端到端综合方案提供商，创新的 zMILE 方案采用业界标准的 IMS 核心网和 RCS 规范的 APP 构建，IMS 核心网为多媒体/流媒体业务提供电信级 QoS 保证，在安全、计费、支持固定和移动接入以及与现网互联互通方面提供完善的方案。RCS 是业界广泛认同的多媒体业务规范，采用 RCS 标准的 APP 和终端具有良好的互通性和升级能力。zMILE 作为在业界具有里程碑意义的多媒体应用解决方案，完全不同于传统的 Web 增值业务 Best Effort 应用模式，必将给用户和运营商带来全新的变革。

中兴通讯核心网副总裁王晓强表示：“中兴通讯始终致力于为全球客户提供不断创新的 IMS 产品和解决方案，并聚焦于解决运营商网络及业务运营中的实际问题，帮助客户实现具有里程碑意义的发展和成功。”来源：2010-11-10 中国通信网

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

### 【中兴】

#### 中兴通讯：已为亚运通信保障做好准备

第十六届亚运会即将于 2010 年 11 月 12 日在羊城广州拉开帷幕，广州移动 TD-SCDMA 网络的承建商中兴通讯表示，已经为亚运通信保障做好一切准备，我们对顺利完成保障任务充满信心。

根据专家预测,亚运期间高峰时 TD 网络的峰值话务量将是平时的 9~12 倍,这对网络设备而言将是巨大的考验。为了保证亚运通信保障工作的顺利进行,中兴通讯已经成立了华南区总经理、中兴通讯广东分公司副总经理、TD 产品副总经理、TD 核心网和无线侧产品服务交付总监以及众多通信专家组成的亚运保障团队。根据以往大型活动保障工作积累的丰富经验和广州 TD 网络的特点,中兴通讯还制定了周密的保障方案,方案分为规划设计、解决方案设计、实施及演练、现场值守以及总结五个阶段,各阶段工作按模块进行分解,细化分工,细化进度,细化质量控制,细化现场效率,对各模块中的任务落实到人,并对本次保障工作中有可能存在的风险提前预警,制定解决计划及时推动各方面力量协调解决。

中兴通讯负责人表示,从今年 3 月初开始介入亚运保障工作、9 月初亚运保障团队正式组建至今,中兴通讯团队成员齐心协力,克服了时间紧、任务重的困难,各项工作进展顺利。特别是临近开幕这段时间,全体亚运保障团队成员在场馆建设周期长、测试和优化时间受限等不利因素的影响情况下,白天测试,晚上分析,加班加点完成了各场馆的测试优化工作,为 TD 网络迎接亚运大话务量冲击打下坚实的基础。中兴通讯对再次实现“零投诉,零故障”的目标充满了信心。

在此前 2008 年北京奥运会,中兴通讯作为北京移动 TD-SCDMA 系统设备唯一的供应商,为奥运通信保障交上了一份“零故障、零投诉”的满意答卷,北京移动为此给中兴通讯发出感谢信,表彰其为奥运通信保障所做的大量工作。来源:2010-11-10 中国通信网

[返回目录](#)

## 中兴华为在美竞标因“国家安全”受阻

日前,中兴和华为再度无缘美国运营商 Sprint Nextel 的采购大单。

此次 Sprint Nextel 的网络设备招标涉及金额达数十亿美元,这也吸引了包括中国设备商中兴通讯、华为和国际厂商阿尔卡特朗讯、爱立信、三星等的竞标。不过据内部人士证实,虽然中国厂商的报价低于国外厂商,但由于“国家安全”的原因,中国的两家企业最终被排除在这个采购大单之外,中国的两家企业都不愿对此事发表评论。

据了解,美国政府一直认为让中兴、华为的设备进入其电信网络中,可能会给美国国家安全带来威胁。事实上,中兴和华为为了打破美国的进口限制,曾经做出了多种努力,包括中兴通讯计划向 5 家美国芯片厂商采购总额为 30 亿美元的半导体芯,但这些措施都无法根本解决中国厂商面临的困难。来源:2010-11-10 京华时报

[返回目录](#)

## 中兴携手美国运营商 79.99 美元推“苹果皮”

中兴通讯也玩“苹果皮”。中兴日前透露，将于本周日(11月14日)联手美国运营商 Sprint 向当地市场推出“苹果皮”，名为 ZTE Peel。

这款将 iPod Touch 变身为 iPhone 的手机套，签约零售价为 79.99 美元，该产品目前仅支持二代和三代 iPod touch。消费者必须签约 Sprint 每月 29.99 美元的套餐，其中包括每月 1G 流量(超出部分每兆 0.05 美元)。

中兴产“苹果皮”不仅支持 CDMA 网络，还带有 WiFi 模块，支持通过苹果皮连接 WiFi 上网，而且还增加了 iPod Touch 的摄像功能。目前并不清楚 ZTE Peel 会不会在中国市场销售。

所谓“苹果皮”，是针对苹果 iPod Touch 音乐播放器量身定做的功能外套。在苹果 iPod Touch 播放器套上一个“苹果皮”，破解后就能增加打电话和收发短信功能，两者相加的价钱最低只有 2000 多元，远低于一部 iPhone 手机价。“苹果皮”的发明者是在深圳宝安区福永街道的一对来自河南的亲兄弟——潘磊和潘泳。

记者在淘宝上看到，目前有 700 多家网店售卖“苹果皮” 520，售价在 420 元至 520 元不等。成交最多的一家网店最近也只卖出 338 只“苹果皮”。成交量在 100 只以上的只有 5 家网店；90%以上售卖“苹果皮”的网店，近期成交量只有个位数。

对于“苹果皮”是否侵权，目前说法不一。外媒披露，苹果公司早在今年年初就为“苹果皮”类产品的主要功能申请了美国专利。在河南国基律师事务所律师凌兴高眼里，潘氏兄弟并非对“苹果”产品直接进行加工改造然后出售，就像生产一个产品的配件一样，很难说构成侵权。也有律师表示不乐观，“苹果皮”作为一款外置模块，它必须“侵入”或者“根植”于 iPod Touch 的现有程序，然后为之添加通话功能。

中兴方面称，目前 ZTE Peel 已经通过了美国联邦通讯委员会认证，在法律上没有任何问题。来源：2010-11-10 南方都市报

[返回目录](#)

## 【华为】

### 华为正式收购比利时 4G 芯片商 M4S，加强欧洲业务

近日，华为宣布，已正式与比利时无线互联网设备制造商 Option 签署一份并购协议，收购 Option 全资子公司、4GRF（射频）半导体生产商 M4S。

按照新的协议以及 2010 年 10 月 27 日宣布的华为-Option 合作协议条款，华为将收购 M4S 所有已发行股票。这次交易属于上月宣布的旨在推动欧洲移动宽带解决方案开发的华为-Option 合作协议的一部分。

据路透社报道，今年 10 月 27 日，华为与 Option 宣布将在电信研发项目上进行合作，并瞄准在比利时建立一个联合研发中心。同时还宣布，华为以 800 万欧元的价格收购 Option 的下一代移动通讯半导体子公司 M4S。

Option 首席执行官简·卡勒瓦尔特（Jan Callewaert）表示：“协议的签署也使 M4S 寻找合作伙伴的过程得以结束。M4S 将受益于华为巨大的研发能力，并在最佳环境中推出最具创新的 4G 芯片组解决方案。”

华为执行副总裁和华为设备董事长郭平称：“收购 M4S 使华为有能力提供更具创新的移动宽带设备，加快 4G 服务的商业化并支持欧洲的 Digital Agenda（数字化议程）计划。”

他继续表示：“M4S 目前正在开发最先进的 4G 射频芯片组，我们认为 M4S 在芯片组领域的实力将进一步扩大我们的技术工程师网络，加强我们的研发能力和为客户提供更多价值的的能力。”来源：2010-11-11 网易科技

[返回目录](#)

### 华为全系列产品解决方案助运营商服务亚运

11 月 10 日消息，举世瞩目的第十六届亚运会将于 2010 年 11 月 12 日在中国广州开幕。本届亚运会期间，华为全系列产品解决方案将全面服务中国移动、中国电信、中国联通三大运营商合作伙伴，为数千万广东本地用户以及来自亚洲地区的参赛人员、游客提供一系列精彩业务体验，随时随地分享亚运盛典。

继上海世博会协助中国移动成功建设 TD-LTE 演示网之后，华为再度助力中国移动为广州亚运会提供精彩的 TD-LTE 业务。目前，华为已协助广东移动在广州完成亚运开闭幕式场馆、部分重点场馆、亚运城等涉亚区域的 TD-LTE 演示网部署，基于华为 TD-LTE 端到端解决方案，亚运会期间将向来访者展示基于 TD-LTE 网络的高清视频监控、高清视频点播、高清智真系统、高速无线上网、

即摄即传等一系列移动宽带业务体验。华为配合广东移动不仅完成了亚运 TD-LTE 演示网的 PTN 承载网建设,还在近一年多的时间里在广州市部署了完整的 PTN 移动承载网,为亚运期间的 3G/LTE 通信提供可靠保障。

此外,华为还协助广东电信、广东联通进一步提升移动宽带网络容量和用户体验。2010 年初,华为助力广东电信在广州部分区域推出 CDMA2000 1x EV-DO Rev.B 网络。2010 年 10 月,华为协助广东联通在广州、佛山等涉亚城市大规模开通了 HSPA+网络,最高下载速率达 20.19Mb/s。

2010 年 9 月,华为助力广东电信在亚运会所有室内场馆、媒体中心和部分酒店全面部署语音和宽带接入网络,亚运期间的高话务量、海量的视频传送和信息浏览将得到充分保证。广东电信新建了覆盖亚运场馆的 WLAN 网络,AP 热点数量巨大,华为提供从 ONU 到 OLT 端到端的 EPON 接入技术和 ME60 大容量网关设备,让所有人在观看亚运会的同时,可以随时随地通过大带宽网络无阻塞体验高速网上冲浪。

凭借在北京奥运会、麦加朝觐、南非世界杯、上海世博会等重大事件通信保障中积累的丰富经验,华为将协助三大运营商保障广州、佛山、东莞、汕尾四个涉亚城市的通信服务,覆盖超过 300 个重点保障区域,提供从核心网、固定宽带接入网、移动宽带接入网、业务软件应用、高清视讯终端体验等大规模、全产品解决方案的专业通信保障服务。为确保亚运通信保障,华为还为本次亚运会通信网络提供网络评估与优化、亚运专网建设、安全预防、深度巡检、容灾和备份方案等保障支持,并从组织、流程、资源上做了最大的支持与响应。

亚运期间,华为将通过四级值守、三级指挥的保障体系,提供现场保障支持人员 650 人、12 条持续 50 天的 24 小时通信保障专线,并针对现场突发重大问题,迅速启动 7×24 小时 War Room 专线,凭借远程保障团队与现场团队协同,进行快速响应,全面助力三大运营商为亚运盛会保驾护航。来源:2010-11-10 C114 中国通信网

[返回目录](#)

## 【诺基亚】

### 诺基亚 Ovi 全新策略能否赢得市场?

诺基亚 10 月 29 日在北京召开“2010 年诺基亚中国开发伙伴峰会”,约有 800 名开发者到场。在此次峰会上,诺基亚公布了与中国移动启动 MM-Ovi 开发伙伴计划,将软件商店 Ovi 向个人开发者开放,并推出能够为个人开发者增收 50%三项重要方案等多项举措,其对应用开发商的重视程度可见一斑。同时,诺

基亚也声称吸引消费者的重要性，将通过个性化和本土化的方式，打造 Ovi Store。诺基亚希望通过这些举措来赢得领跑中国智能终端市场的地位。

在峰会上，诺基亚宣称要将 MM-Ovi 打造成为中国开发者的首选移动应用平台。国内开发商将从这一联合计划当中充分受益。从设计到开发，MM-Ovi 开发伙伴计划为开发者们提供技术支持与培训，并通过竞赛和激励计划鼓励国内开发者研发优秀的创新应用。从发布到商用，开发者们的创新应用可被轻松地发布于国内最大的移动应用商场。

值得关注的是，MM-Ovi 开发伙伴计划，不仅针对商业开发伙伴，也面向个人开发者和在校学生。开发者只需注册并选择“个人开发者”选项，即可立即发布应用。通过此举，诺基亚充分鼓励个人开发者开拓移动应用市场，并通过 Ovi 商店为他们提供广阔的收益机会。

在启动 MM-Ovi 开发伙伴计划的同时，诺基亚为了鼓励开发者，推出三项有效措施以帮助开发者迅速提升收益：“世界运营商收益份额的固定比率”、“应用中购买”、“内置附加广告”。据了解，10月1日起实施的新的运营商固定收入分享比例，使开发伙伴收益相比之前提高了50%。诺基亚将于2011年第一季初开始测“应用中购买”和“内置附加广告”两种业务模式，测试将采用邀请或者招标的方式，对开发者的要求是“快速的开发能力”。诺基亚论坛亚太区总监那米卡表示：“降低开发门槛，简化开发程序，提高开发效率，鼓励消费者使用应用，是诺基亚正在重点推进的工作。”

诺基亚互联网服务媒介总监张伟新接受采访时表示，在中国，诺基亚的开发伙伴可获得60%的分成，诺基亚再从剩余的40%当中拿相应的比例给开发商。诺基亚已经在全球91家运营商平台上实现了运营商的计费方式。也就是说，对于中国的开发伙伴来说，如果有分销权就能在这91家运营商的平台上进行全球的销售。

诺基亚互联网服务媒介总监张伟新说，为了带给中国用户更丰富的应用，诺基亚不断尝试将海外应用引入中国，在这过程中也遇到过挫折和困难。比如将海外畅销游戏《Angry Bird》推向中国市场时，由于国家相关政策规定，不能发布。诺基亚没有轻易放弃，不断寻求解决方案。后来，在诺基亚努力下，国内一家厂商与《Angry Bird》的海外开发企业取得合作，获得分销权，这款备受中国用户期待的游戏终于在 Ovi 商店中展出了。

在 Ovi 商店中购买软件不方便，一直困扰着用户。之前，用户买一款软件需要用国际信用卡支付，现在采用运营商代理收费，只需要发短信购买就可以。根据诺基亚全球 Ovi 商店运营数据显示，超过三分之二的消费者偏好运营商代收费

模式，将带动 13 倍的消费增长。那米卡称，运营商计费是能够把诺基亚和其他公司区分开来的非常重要的一点。

此外，为了对用户负责，诺基亚还特别重视 Ovi 商店中应用软件质量检测。诺基亚在中国有专门的运营管理的团队。具体的审核包括合法化的内容审查和质量检查。开发者在 Ovi 商店上发布应用的时候，只要通过这两项检查就可以发布了。如果软件要在所有诺基亚终端设备上适用，那么每个终端设备都要测一遍，测试的时间平均来讲是五到七个工作日。

中国的消费者实际上有享受免费的习惯，所以在中国，Ovi 商店收费软件会受到一些阻碍。张伟新透露，Ovi 商店商用后仍有 85% 的应用是免费的。随着中国本地的应用软件数量不断增长，诺基亚力求中国本地的应用占全球的比例能够再进一步上升 10%—20%，甚至上升 30%。

据专家分析，众多传统手机厂商都在发展自己的应用商店，赚钱的只有苹果，面对火热的 iPhone 市场，诺基亚的 Ovi 应用商店，能否在这些新的举措中有力的扳回局面，实现领跑中国市场的设想，值得关注。来源：2010-11-10 科技日报

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 山寨机海外大扩张，诺基亚市场份额锐减

11 月 10 日消息，Gartner 研究公司称，由于中国的非品牌制造手机商（山寨机）大举进入新兴市场国家，诺基亚和其他老牌手机制造商所占有的全球市场份额正在急剧下滑。

Gartner 公司周三称，非品牌制造商的强劲增长加上智能手机销售的增长，二者共同推动了三季度手机销售增长 35%。Gartner 公司因此调整了 2010 年手机销售的增长预期，该公司原来预测的增长率为 30%。

从市场份额看，最畅销的诺基亚手机所占全球市场份额已从去年同期的 36.7 降至 28.2%，这是诺基亚自 1999 年以来的最低点。与此同时，排名第二的三星电子公司市场份额降至 17.2%；第三名 LG 电子公司也跌至 6.6%。

非品牌制造商绝大多数是中国的小企业，它们采用 Mediatek 或展通公司的芯片组。今年以来，非品牌制造商已迅速从中国移向海外，向非洲、印度、拉美和俄罗斯等地扩张市场。

分析师指出：“对诺基亚而言，非品牌制造商的对它的威胁比其他厂家更甚，因为它占有低端市场的较大份额。”分析师还指出，非品牌制造商的重心正转向智能手机。

Gartner 公司表示，今年前十名手机商以外的制造商所生产的手机已达到了 1.38 亿部，而去年它们一共生产了 5000 万部手机。

诺基亚上月报告称，上季度诺基亚的非智能手机销量比去年同期减少了 9%，其主要原因是零部件短缺。Gartner 公司称，在关键的印度市场，诺基亚所占份额已从一年前的 51% 跌至 31%，降幅高达 20%。

Gartner 公司的研究数据与其他公司有所不同，原因是它追踪零售商和运营商对消费者的实际销售数量，而其他研究公司则追踪手机制造商的出货情况。Gartner 公司声称，三季度智能手机销售数量增长了近两倍。来源：2010-11-10 凤凰网科技

[返回目录](#)

## 德信无线转型终端制造商，欲“通吃”产业链

一向以手机设计公司示人的德信无线(NASDAQ：CNTF)，向下游不断延伸。

此前的 9 月 3 日，德信无线对外公告将与北京亦庄国际投资开发公司(以下简称：亦庄国际)共同投资 7000 万美元成立一家子公司，负责在北京经济技术开发区开发一条产能为 1000 万部的智能手机生产线。据记者了解，亦庄国际通过收购德信无线本金为 3000 万美元的可赎回和可转换债券来对该项目进行间接投资，债券的年息为 0.5%。“剩余部分由德信无线自筹，投资者中并没有第三方。”一位德信无线内部人士表示。

在国产手机制造行业日趋利微和竞争空前加剧的当下，德信无线涉足手机制造环节，颇引业界关注。“德信无线涉足制造，是此前由设计公司向品牌厂商转型战略的延续。”一位德信无线内部人士坦言，2008 年下半年开始，受金融危机影响，德信无线原有设计业务中的大量海外订单下滑严重，“缺少自己的产品，严重依赖集成商的订单，是设计公司最大的软肋”。

在此背景下，德信无线试图由一家单纯的设计公司向品牌制造厂商转型。2009 年 8 月，德信无线以总价值 1250 万美元收购智能手机制造商琦基未来科技(北京)有限公司(以下简称“琦基”)，正式涉足自主品牌手机。

德信无线转型自有品牌之路并非一帆风顺。“目前，德信旗下的自有品牌年出货量也就在 300 多万部，其中琦基手机出货量也就在 100 多万部。”一位德信无线内部人士透露。

“德信无线有着一定的技术积累，但并不擅长做品牌类产品营销。”一位知情者透露，加上近几年德信无线利润的下滑，其在手机品牌的市场推广力度上严重不足。

而此次的智能手机生产线，同样面临足产的问题。“一旦生产线建设，琦基将转入自有生产线代工。但加上德信其他品牌，年需求量不足 400 万部。”上述德信无线内部人士分析，前期的产能缺口，还需要外接代工业务来填补。来源：2010-11-1021 世纪经济报道

[返回目录](#)

## “摩托”深耕企业移动解决方案市场

随着摩托罗拉拆分的正式完成，摩托罗拉企业移动解决方案部门无需再为困境中的手机业务提供资助

摩托罗拉企业移动解决方案产品日前亮相第十二届中国连锁店展览会。与摩托罗拉同时出现在展览会上的 IT 企业还有惠普、爱普生、NCR 等，这些企业在零售店面端到端解决方案领域，与摩托罗拉或多或少存在交集。

揭秘最佳电子商务平台秘闻!行情近期可能发现大逆转 机构资金流向已发生巨变! 主力资金正密谋全新布局。尽管潜在对手很多，但摩托罗拉更看重的是零售业态的生存状况以及它们对供应链信息化的关注程度，“我们希望通过自己的企业移动解决方案帮助零售企业变革业务和简化流程，提高单一员工的效率，同时方便企业进行规模化、集中化管理，从而有效提升客户体验。”日前，摩托罗拉(中国)电子有限公司大中华区资深零售业务总监章大胜表示，今年以来摩托罗拉在企业移动解决方案市场的成长性很快，但他并未透露具体数值，“肯定比前两年高”。

其实从摩托罗拉发布的 2010 年第三季度财报，可以清楚地看到企业移动解决方案部门对整个集团业绩的贡献率。财报显示：摩托罗拉第三季度营收为 58 亿美元，较去年同期的 54 亿美元增长 6%，这也是摩托罗拉季度营收自 2006 年第四季度以来首次恢复同比增长；摩托罗拉第三季度净利润为 1.09 亿美元，高于去年同期的 1200 万美元。其中，摩托罗拉企业移动解决方案部门第三季度营收为 19 亿美元，较上年同期增长 9%；该部门第三季度运营利润为 2.53 亿美元，高于上年同期的运营利润 2.23 亿美元。

摩托罗拉是通过收购 Symbol 技术公司对其在零售、运输等领域的技术进行补充的。Symbol 主要生产各种粗加工的便携式运算设备、超市条形码扫描器和库存跟踪所用的 RFID 标签。该项交易于 2006 年 9 月公开宣布并在第二年 1 月

获得了欧洲委员会批准，双方议定的收购价为 39 亿美元。当时，摩托罗拉称，收购 Symbol 有助于推动自身无线便携设备在企业用户市场上的销售。

经过几年的发展，摩托罗拉企业移动解决方案获得了沃尔玛、麦德龙、Tesco 等国际连锁企业的青睐，“在国内市场，九牧王、物美、劲霸男装都是我们的客户，同时还有宝洁、欧莱雅、麦当劳等。”据章大胜透露目前摩托罗拉也很关注国内电子商务市场的发展，“这种新的零售业态需要电子商务企业提供更好的解决方案以提升用户的体验，京东商城、凡客诚品、卓越等使用的都是我们的产品。”

为了适应本土客户及区域客户的要求，摩托罗拉也网罗了一批应用提供商，在第十二届中国连锁店展览会现场，摩托罗拉的这些合作伙伴中有上海瀛宇、南京比迪和上海意贝斯特等，“本土化的市场需要本土化的合作伙伴。”章大胜说。

此前的 8 月，摩托罗拉解决方案业务宣布其位于北京的摩托罗拉解决方案业务全球解决方案中心正式运营。该中心汇集了摩托罗拉解决方案业务双向无线电子技术、移动计算技术、无线网络技术和自动识别技术等，旨在为本地合作伙伴和独立开发商提供企业移动解决方案和其他独特服务。同时，9 月 13 日—14 日，摩托罗拉解决方案业务又举办了面向整个亚太地区移动计算、数据采集、条码扫描、无线射频识别(RFID)及专业对讲领域的应用开发人员、独立软件开发商、系统集成商、经销商和分销商的“摩托罗拉亚太区企业移动解决方案开发人员大会”。

让摩托罗拉如此动作频频的原因在于，除了零售市场，医疗、电力、能源、泛政府类业务同样深具潜力，摩托罗拉需要更多的本地合作伙伴来提供满足不同客户需求的应用。

当然，随着摩托罗拉在 2011 年第一季度拆分的正式完成，摩托罗拉企业移动解决方案部门有望获得更好的发展。部分原因在于网络和企业移动业务将卸下历史包袱，无需再为困境中的手机业务提供资助。来源：2010-11-11 中国经济时报

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### 【趋势观察】

#### 中电信计划 2012 年完成“城市光网”全覆盖

《每日经济新闻》昨日从 2010 年中国国际工业博览会上获悉，目前中国电信正在全面实施“城市光网”建设，实现光纤进楼到户，用 3 年时间(2009-2012)

达到“百兆到户、千兆进楼、T级（百万兆）出口”的网络覆盖能力。至2011年，城市光网覆盖用户将达到300万。至2012年，完成城市光网全覆盖，全面实现百兆入户。2012年，上海的每个楼宇将不低于1000兆的接入能力。结合国际、国内卫星地面站，形成“海陆空”三位一体的国际国内数据交换枢纽，上海将成为具备覆盖全球五大洲光网络核心出口城市。

中移动应用商店用户数达1.5亿

在诺基亚等老牌手机厂商正努力追赶苹果在手机应用商店上的成就的同时，包括中国移动在内的电信运营商也都在打造各自的应用商店版图。中国移动应用商城 MobileMarket 已覆盖1.5亿用户。据介绍，截至2010年10月，移动应用商场 MM 适配的各类应用已达到200多款，已覆盖用户1.5亿，注册用户突破1400多万，下载应用超过5300万次。

据介绍，中国移动已联合软银、沃达丰、VerizonWireless 等国际知名企业共同建立了“联合创新实验室”，关注快速发展的移动网络业务，鼓励互联网应用的开发者，开发可以更好地利用移动运营商独特能力的创新应用。JIL 的精品应用在10月就超过了3000款。2010年11月，JIL 应用将首次在 MM 销售，同时中国的开发者也将有机会将自己的应用销售到国际市场。

在上海，中国移动上海公司与上海市团委开展合作，联合高校推进“MM 百万青年创业计划”，为在校大学生建立 MM 创业孵化基地，目前参与百万创业计划的开发者数已经有3万多名，累计应用下载次数已突破60万次，每月有超过15万用户使用 MM。来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 数字有线网络 2015 年覆盖县级城市

在石家庄召开的广电总局科技委八届四次会议上获悉，到2015年，全国县级以上城市有线网络全面实现数字化，80%基本实现双向化，新增数字电视双向用户1亿户。到2015年，全国地级以上广播电台、电视台节目制作与播出基本实现数字化网络化，全国具备制作播出100个高清晰度频道、10个立体电视频道的能力。副省长孙士彬出席会议并讲话。

据了解，目前，全国仅170个城市完成有线电视数字化整体转换，数字化率不到45%，双向网络覆盖用户只有3000万，覆盖率不到20%；全国仅开播中央一套等13个高清晰度电视频道。“十二五期间，我们将加快有线电视网络数字化和双向化改造，实现百兆比特的入户带宽能力。”国家广电总局副局长、科技委主任张海涛表示，到2015年，城市80%以上将实现网络光纤到楼，30个大

中城市将建成基于有线网络的下一代广播电视网示范工程，提供家庭接入速率 100Mbps、企业接入速率 1Gbps 的能力，内容、业务、网络和终端实现可管可控。

在数字电影方面，张海涛表示，到 2015 年影视制作、放映基本实现数字化，全国高档数字电影银幕达到 1.2 万块。在大中城市开展立体电影放映示范，省会以上城市全部建立立体电影院；县级(含)以上城市电影院完成数字化更新改造，基本实现县县有数字影院。

本次会议总结了“十一五”时期广播影视科技工作，并研究当前和今后一段时期广播影视科技和事业发展思路。张海涛指出，“十二五”时期，广电系统要把推动战略转型作为广播影视发展的主题，加大科技创新力度。把模拟系统变成数字系统；把单向网络变为双向网络；把单一覆盖变为固定、移动、全领域覆盖；把单一媒体变为全媒体、全业务、全功能；把分散布局、粗放经营变为规模化、集约化、产业化经营；把有线、无线、卫星自成体系变为多种手段协同发展，促进互联互通、资源共享。要创新服务方式，建立以人为本、用户至上、方便快捷的服务体系。来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 诺基亚 Ovi 全新策略能否跑赢得市场

诺基亚 10 月 29 日在北京召开“2010 年诺基亚中国开发伙伴峰会”，约有 800 名开发者到场。在此次峰会上，诺基亚公布了与中国移动启动 MM-Ovi 开发伙伴计划，将软件商店 Ovi 向个人开发者开放，并推出能够为个人开发者增收 50% 三项重要方案等多项举措，其对应用开发商的重视程度可见一斑。同时，诺基亚也声称吸引消费者的重要性，将通过个性化和本土化的方式，打造 OviStore。诺基亚希望通过这些举措来赢得领跑中国智能终端市场的地位。

### 吸引开发者打造第一移动应用平台

在峰会上，诺基亚宣称要将 MM-Ovi 打造成为中国开发者的首选移动应用平台。国内开发商将从这一联合计划当中充分受益。从设计到开发，MM-Ovi 开发伙伴计划为开发者们提供技术支持与培训，并通过竞赛和激励计划鼓励国内开发者研发优秀的创新应用。从发布到商用，开发者们的创新应用可被轻松地发布于国内最大的移动应用商场。

值得关注的是，MM-Ovi 开发伙伴计划，不仅针对商业开发伙伴，也面向个人开发者和在校学生。开发者只需注册并选择“个人开发者”选项，即可立即发

布应用。通过此举，诺基亚充分鼓励个人开发者开拓移动应用市场，并通过 Ovi 商店为他们提供广阔的收益机会。

在启动 MM-Ovi 开发伙伴计划的同时，诺基亚为了鼓励开发者，推出三项有效措施以帮助开发者迅速提升收益：“世界运营商收益份额的固定比率”、“应用中购买”、“内置附加广告”。据了解，10月1日起实施的新的运营商固定收入分享比例，使开发伙伴收益相比之前提高了50%。诺基亚将于2011年第一季初开始测“应用中购买”和“内置附加广告”两种业务模式，测试将采用邀请或者招标的方式，对开发者的要求是“快速的开发能力”。诺基亚论坛亚太区总监那米卡表示：“降低开发门槛，简化开发程序，提高开发效率，鼓励消费者使用应用，是诺基亚正在重点推进的工作。”

诺基亚互联网服务媒介总监张伟新接受采访时表示，在中国，诺基亚的开发伙伴可获得60%的分成，诺基亚再从剩余的40%当中拿相应的比例给开发商。诺基亚已经在全球91家运营商平台上实现了运营商的计费方式。也就是说，对于中国的开发伙伴来说，如果有分销权就能在这91家运营商的平台上进行全球的销售。

#### Ovi 将用本土化和服务赢得市场

诺基亚互联网服务媒介总监张伟新说，为了带给中国用户更丰富的应用，诺基亚不断尝试将海外应用引入中国，在这过程中也遇到过挫折和困难。比如将海外畅销游戏《AngryBird》推向中国市场时，由于国家相关政策规定，不能发布。诺基亚没有轻易放弃，不断寻求解决方案。后来，在诺基亚努力下，国内一家厂商与《AngryBird》的海外开发企业取得合作，获得分销权，这款备受中国用户期待的游戏终于在 Ovi 商店中展出了。

在 Ovi 商店中购买软件不方便，一直困扰着用户。之前，用户买一款软件需要用国际信用卡支付，现在采用运营商代理收费，只需要发短信购买就可以。根据诺基亚全球 Ovi 商店运营数据显示，超过三分之二的消费者偏好运营商代收费模式，将带动13倍的消费增长。那米卡称，运营商计费是能够把诺基亚和其他公司区分开来的非常重要的一点。

此外，为了对用户负责，诺基亚还特别重视 Ovi 商店中应用软件质量检测。诺基亚在中国有专门的运营管理的团队。具体的审核包括合法化的内容审查和质量检查。开发者在 Ovi 商店上发布应用的时候，只要通过这两项检查就可以发布了。如果软件要在所有诺基亚终端设备上适用，那么每个终端设备都要测一遍，测试的时间平均来讲是五到七个工作日。

中国的消费者实际上有享受免费的习惯，所以在中国，Ovi 商店收费软件会受到一些阻碍。张伟新透露，Ovi 商店商用后仍有85%的应用是免费的。随着中

国本地的应用软件数量不断增长，诺基亚力求中国本地的应用占全球的比例能够再进一步上升 10%—20%，甚至上升 30%。

据专家分析，众多传统手机厂商都在发展自己的应用商店，赚钱的只有苹果，面对火热的 iPhone 市场，诺基亚的 Ovi 应用商店，能否在这些新的举措中有力的扳回局面，实现领跑中国市场的设想，值得关注。来源：2010-11-10 产业通讯网

[返回目录](#)

## 上游发力，智能手机走向入门级

中兴通讯前不久上市了价格 99.99 英镑（约 150 美元）的 Android 智能手机 Racer，刷新了智能手机的价格记录。而负责 ARM 移动战略的 James Bruce 更是告诉记者，到 2013 年，业界可能推出价格 50 美元的 Android 智能手机。低价的入门级智能手机将大大压缩功能手机的市场空间。

### 智能手机降低门槛

智能手机的概念流行没几年。在大多数人心目中，它还是一类高端产品，业界也倾向于在高性能、高配置上要求它。在前不久举行的北京通信展上，ST-Ericsson 展出的高端智能手机平台 U8500 成为观展者“朝圣”的对象：它将双核处理器 ARMA9 与高端 3D 图形处理器 Mali-400 相结合，不仅使智能手机上的网络浏览体验逼近电脑，还具备很不错的 3D 效果。

但是，智能手机的发展不能只靠高端产品。为了推广移动数据业务，移动运营商需要有更多的智能手机支持业务下载，所以在中国市场，无论是中国移动、中国电信还是中国联通都提出了千元智能手机的要求。

据 Gartner 的统计，到 2014 年，全球总体 8.75 亿智能手机出货中，将有 4 亿是入门级的产品，3 亿是中端智能手机，高端产品占 1.75 亿。

### 芯片企业加速研发

下游智能手机用户的需求带动了上游芯片企业的开发。“并不是每个人都能够买得起或者真正想要拥有一部具有超先进功能的手机，所以越来越多的手机制造商希望拓宽他们的智能手机产品组合从而令消费者能够从更广泛的选择中选取适合自己价位的产品。” ST-Ericsson TD-SCDMA 全球事业部主管 Armand Guerin 告诉记者。

ST-Ericsson 确立了“人人皆可拥有智能手机”的长期远景，并确立了针对入门级智能手机的 ST-Ericsson U67xx 系列平台，主要定位为：手机制造商能够用该平台生产出批发价格在 100 美元至 100 欧元之间的轻巧省电的智能手机产

品。据悉，已经面世的宏基 BeTouch 系列手机就是采用了该系列中的 U6715 芯片。

在北京通信展上，记者还看到了联芯科技基于 Android2.2 版本的 DTivyL1809OG 智能手机解决方案。据悉，基于该方案的 TD 千元智能手机产品有望在 2010 年底上市。

#### ARM 锁定入门级

据记者了解，无论是 ST-Ericsson 的 U6715 还是联芯的 LC1809，都采用了 ARM9 处理器。ARM 是手机微处理器 IP 提供商，是芯片企业的上游。目前全球每部手机平均装有 2.6 个 ARM 内核。在典型的高端智能手机里，每部手机平均有 5 个 ARM 核，内核越多，支持的功能就越强大。

JamesBruce 告诉记者，ARM 希望以去年推出的 CortexA5 替代目前广泛应用的 ARM9 和 ARM11 处理器，将其用于中低端智能手机，而前两者只保留在功能手机上发展。

据介绍，CortexA5 有以与 ARM9 类似的面积和功耗，但性能超出 ARM11，同时与目前高端的 CortexA8、A9 全面兼容，是 ARM 产品布局中一款针对 2011 年后入门级智能手机的产品。

正是基于 A5 处理器，ARM 认为可以让芯片企业推出价格在 10 美元左右的智能手机芯片，这也就是 JamesBruce 认为 2013 年可以推出 50 美元智能手机的依据。ARM 将智能手机市场蓬勃发展的中国看做是 CortexA5 的主要目标市场之一。

“ARMA5 确实在体积和功耗上都有了很大提高，而且是双核产品，我们会考虑在将来智能手机平台上使用 A5，但对中国企业来说，最大的问题恐怕是入门费的问题，很多中国企业并不一定能交得起上百万美元的入门费。”联芯科技一位管理人员告诉记者。

无论 ARMCortexA5 在中国的发展如何，智能手机芯片层面的价格下降是不可抵挡的趋势，而最终迎来的是智能手机的迅速普及。“2013 年，50 美元和 100 美元的智能手机，在芯片组层面将不会有太大的区别，区别将主要来自手机其他硬件配置。”JamesBruce 表示。

#### JamesBruce：架构转移有利于后续软件升级

用户凭什么要选择从已经支付了入门费、进行了投入的 ARM9 或 ARM11 转移到 CortexA5 上？JamesBruce 表示：“最重要的是 CortexA5 是基于 ARMV7 架构的，和最先进的 A8、A9 完全兼容，即目前 A8、A9 手机支持的软件也可以直接用于 A5。”

ARMCortexA8 和 A9 是目前最先进的嵌入式应用处理器。目前世界上 4000 元以上的手机，基本上都采取了 A8 处理器，这一 Cortex 系列是基于 ARM 全新的 V7 架构的，而产业界所熟悉的 ARM9 是基于 V5 架构，ARM11 则基于 V6。除了性能外，V7 架构最大的特点是对应用软件的支持，尤其是对操作系统后续演进的支持。

“谷歌 Android 后续非常关键的一些版本，很多方面是基于 ARMV7 架构关键技术进行优化的，包括 flash、浏览器等。ARM 本身在软件方面和谷歌在 Android 后续版本上有很多合作。” JamesBruce 说，“当用户要研发 Android 后续版本手机时，如果采用基于 V7 架构的 CPU，很多 ARM 已经与合作伙伴优化过的代码是开源的，可以从网上直接下载；但如果是基于 ARM9、ARM11 处理器，有些新的应用功能无法支持或用户体验会比较差，同时将会有很多软件优化工作要做。”“现在企业可能感觉不到 ARM11 和 A5 的区别，但到 2012 年以后，它们之间的区别会越来越明显。”来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### TD-LTE 首次用于亚运圣火传递，直播效果满意

在昨天广州亚运会的圣火传递中，准 4G 通信技术 TD-LTE 首次应用于亚运圣火传递的转播，广东移动相关人士向《通信产业网》记者表示，在实际使用中凭借 TD-LTE 支持即摄即传业务获得了令人满意的效果，这在全球体育大赛的转播中尚属首次。

中移动企业馆内的 TD-LTE 展示

据了解，此次圣火传递转播是广东移动与广东电视台合作完成，凭借在开幕式主会场海心沙的 20 多个 TD-LTE 基站，电视直播舍弃了以往较为笨重的卫星转播车，实现了轻装上阵。而在技术层面，由于 TD-LTE 在理论上能够实现 100M 的上行速率，即便在实际中，其上行速率同样能够达到 50M 左右，完全能够满足高清直播的要求。广东移动相关人士表示，效果令人满意。

《通信产业网》实地体验了 TD-LTE 高清直播效果，画面极为清晰。此外，广东移动也在亚运主会场的中国移动企业馆中开设了 TD-LTE 展示，实现 13 视频直播，供游客体验。

据了解，虽然 3G 发力较晚，但在 4G 相关技术的推进上，中国移动已经成为“先头部队”，此前在上海世博会闭幕前，中国移动刚刚展示了首款 TD-LTE 手机，显示其终端将不会成为发展瓶颈。来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 借力亚运广东移动业务推广“动起来”

“起来，蹲下，向左转。”当这样一连串的命令出现的时候，你会在哪？答案是中国移动业务展示厅。在位于广州亚运会主运动场——天河体育中心——的中国移动企业馆中，各种炫目的体感游戏成为主打，而广东移动旗下的各种数据业务则巧妙蕴藏其中，实现了业务推广“动起来”。

中国移动企业馆中的工作人员向《通信产业网》记者介绍，游客在进馆后即能领到一张“手机通宝”，凭借着这个类似于射频卡的手机通宝，游客在输入手机号后即可以体验各种游戏，并在最后的微笑墙领到自己的游戏时的打印照片最为留念。

《通信产业网》记者在馆中看到，游客能够体验的游戏包括训练灵活度的躲避障碍物、倡导地摊出行的自行车、随时随地的 12580 同声翻译等，尤其值得一提的是其中一个游戏能够根据游客照片制作卡通人物，并模拟各种体育运动。

此外在馆的中心有四个水晶球，当四个人同时触动水晶球时，不仅水晶球会发出夺目的光芒，馆顶中央的竹蜻蜓会同时旋转，彻底激活的馆内的气氛。

据了解，在中国移动企业馆中服务的工作人员被称为“蔚蓝天使”，他们是从广东移动全省数万名一线人员中选拔出来的，共有 108 名，分布在亚运各个岗位，这在大型体育赛事通信服务保障中尚属首次。来源：2010-11-10 产业通讯网

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### 重庆试行光纤到户在家上网比现在快 10 倍

光纤到户正式开始在我市试点运行了，以后你家的宽带网速可能是现在的 10 倍或者更高！昨日，记者从重庆电力公司了解到，我市电力光纤到户试点工程已正式启动，目前正在主城区逐步推广。届时，市民上网看电视打电话就只用一根线，如遭遇小偷，还可利用光纤第一时间报警。不过，电力公司方面表示，具体收费政策还没出来。

怎么推广？江北先试点沙区南岸已跟进

光纤到户是什么？用通俗话来说，其实就是把家里的电话、电视、网络线路融合到一根光纤上，以后你打电话、上网、看电视都依靠一根电缆线完成。不过，

这并不是什么新科技。其实早在 2002 年左右，我市便开始进行光纤接入。但由于光纤成本高，至今采用的小区并不多，且光纤都只接到小区门口，不进入每户家庭。

据记者了解，今年 6 月份，江北区已率先试点光纤到户。随后，重庆市电力公司将在沙坪坝、南岸和杨家坪供电局辖区内的五个小区开展电力光纤入户试点，涉及近 3000 用户。目前正在推进，预计整个工程年内即可完成。

有何好处？遇小偷可用光纤报警

“用光纤上网就好比高速公路，以前是许多车都在上面跑，今后就变成了每户家庭独享。”重庆电力公司相关负责人透露，目前光纤到户技术已投用于智能小区。他举例说，目前普通家庭一般使用 2 兆的宽带，采用光纤上网将比这个速度快 10 倍左右，宽带速度将达到 20~30 兆。

居民不在家时，要用电话遥控家中的电器，也是靠这根光纤来完成。据上述负责人介绍，通过一根电线，用户就可以实现视频通话、社区服务、用电信息采集等多项服务。当市民想要控制智能电器时，只需将内置智能插座的智能电器，通过电线与智能交互终端连接起来，智能交互终端发出的指令信号便可通过电线传递给电器，电器便会自动地完成市民想要它做的工作。“不仅如此，大家还可以通过光纤与小区物管及时互动。如果遭遇小偷，可以利用光纤第一时间发出警报。”

费用多少？具体政策暂未出台

光纤入户好是好，但是它的安装价格会不会很贵呢？据电力业内人士透露，目前相关部门正在探索运营模式，收费政策暂时没有出台。但随着推广范围扩大，光纤入户的费用肯定会越来越便宜。

不过从早期试点城市的收费价格来看，光纤费用并不便宜。据了解，武汉刚试点时，平均每户家庭的安装费用在 6000 元~8000 元之间，月使用费为 180 元。随着成本下降，现在试点城市的光纤宽带价格，已降至最低 150 元包月，算下来一年不到 2000 元。来源：2010-11-10 产业通讯网

[返回目录](#)

## 杀毒软件商陷入盈利难，免费或是权宜之计

QQ 大战 360，搅动了整个即时通讯和杀毒软件江湖。360 正是靠着永久免费的策略，成为我国装机量最大的杀毒软件，使得靠出卖许可证赚钱的杀毒软件企业陷入空前危机。如今传统杀毒软件厂商纷纷推出免费政策，使得免费模式更深入人心。

QQ大战360，搅动了整个即时通讯和杀毒软件江湖。近几天以来，面向个人终端用户的传统杀毒软件厂商纷纷再次竖起了免费大旗，卡巴斯基、金山毒霸、可牛杀毒、瑞星杀毒、AviraAntiVir、AVG杀毒相继推出全免费或免半年、免一年的优惠。

此前，360正是靠着永久免费的策略，成为我国装机量最大的杀毒软件，使得靠出卖许可证赚钱的杀毒软件企业陷入空前危机。此次3Q大战，逼迫卡巴、金山、瑞星等杀毒大佬宣布一年或者半年免费，动摇了传统杀毒软件厂商的盈利根基。

#### 杀毒厂商结盟打免费牌

3Q大战爆发，尽管双方的口水战不断升级，但各大阵营争吵的背后，核心自然是利益之争。11月3日晚，腾讯向用户发出公告，称安装了360的用户无法登录QQ，并在公告页面上向用户推荐了包括卡巴斯基、金山毒霸、可牛免费杀毒、AviraAntiVir在内的4款杀毒软件，以供用户作为360杀毒软件的替代。在这一时刻，这四款杀毒软件中，前两款还属于收费软件，后两款为号称“永久免费”的杀毒软件。

然后，就在腾讯发布公告后不久，卡巴斯基和金山分别向记者发来消息，宣布从11月4日起，卡巴斯基和金山毒霸向所有用户免费一年。同时，金山安全宣布为所有已付费用户追加一年服务时间，并全面开放升级。11月5日早间，瑞星公司也加入免费阵营，瑞星杀毒软件2011版半年免费，瑞星卡卡上网助手永久免费。

#### 免费已成习惯

如果不是谷歌、雅虎等互联网巨头的觊觎，传统软件厂商根本就没有动力去放弃售卖许可证这个“印钞机”。以谷歌为例，其推出的字处理程序、电子表格、财务管理工具等一系列办公软件，都采用了免费的模式，这让微软大为光火却又无可奈何。谷歌、雅虎等互联网巨头之所以选择免费模式，就是因为互联网广告市场的空间远比较软件市场的空间大。

360在杀毒市场的兴起，也是走免费这一路径。作为后起之秀，360打出永久免费的旗号，并在中央台大做广告，使得用户数激增，目前的装机量达到了3亿户，在抢占用户桌面右下角的竞争中站稳了脚跟。

360之所以能在杀毒软件市场跑马圈地，关键因素就是其抓住了消费者心理。在大多数消费者看来，装着杀毒软件还中毒，谁乐意用收费的杀毒软件？“现在病毒、木马、钓鱼网站泛滥，让电脑裸奔肯定是不放心，但不论装什么杀毒软件，该中毒的还是中毒。因此，与其选择收费的杀毒软件，还不如选择免费的360。”一位网民解释为什么选择360的原因。

如今传统杀毒软件厂商纷纷推出免费政策，使得免费模式更深入人心。

杀毒行业盈利模式“混沌”

此前，传统的杀毒软件厂商一直采取的是通过拷贝光盘的模式，通过流通渠道进行销售，赚取可观的利润。此后，随着互联网的快速发展，以及网络支付手段的完善，通过网上下载软件并售卖许可证的方式成为各大杀毒软件厂商竞相采取的新模式。尽管网络销售在价格上比以前低，但上游厂商也因此省去了大笔的渠道费用，且更低的价格也吸引了更多的用户，杀毒软件厂商依然能够通过“长尾效应”来牟利。而 360 的出现，使得免费杀毒大行其道，并成了用户的习惯。在强势的 360 面前，传统杀毒软件厂商的市场份额急剧下降，不得不依靠捆绑的方式，或者在 PC 上预装，或者与 QQ、MSN 等结盟，影响力日渐式微。

不过，对于免费模式，传统杀毒软件厂商一直就持抵制态度。今年 8 月底，卡巴斯基创始人兼 CEO 尤金·卡巴斯基访华时称，“没有真正意义的免费安全软件，有些是为了获取市场份额的市场策略，有些免费杀毒软件并不是全功能的杀毒软件。”同时尤金·卡巴斯基认为，只有少数用户会为了免费而忍受杀毒软件广告插件，所以客户端软件打广告的模式在杀毒软件行业难成主流。

趋势科技曾向记者表示，杀毒软件免费在几年前也曾在国际上掀起过热潮，但被事实证明是不可行的。杀毒软件不同于其他桌面端软件，用户使用杀毒软件更看重实用性。“杀毒软件卖的主要是服务而不是产品本身，包括升级等都需要大量研发投入。”

360 靠大量用户群，为其通过广告盈利创造了条件。但对于卡巴斯基、瑞星、金山等传统杀毒软件厂商来说，缺乏海量网民基础，要走广告模式显然很难。现在被逼走免费模式，只是权宜之计。不过，在汹涌的免费大潮前面，杀毒行业的盈利模式将面临巨大挑战。来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### 【视频通信】

#### 华数加速“圈地”，“深耕”互联网电视

近 5 个月，华数数字电视传媒集团正加紧“圈地”，欲深耕互联网电视这块三网融合正式推进后的“新试验田”。

值得注意的是，在推进互联网电视的过程中，华数选择成立合资公司与彩电终端商利益捆绑谋求独家合作优势地位。华数有意主张互联网电视与广电网络进行集成。

今年6月，华数接管TCL、长虹建立的内容平台——欢网，将TCL、长虹互联网电视纳入华数的播控平台，双方成立合资公司作为运营渠道。随后，华数接连签下创维、海尔等合作伙伴。

不久前，华数又与海信旗下的海信传媒成立合资公司。这一合资公司在运营互联网电视平台之外，还将主要投入NGB的国标研究制定、交互电视平台及终端应用开发中。这是三网融合应用在政策推动之外，市场力量展现的一种尝试。

互联网电视内相当于集成了一个高清互动机顶盒，华数主张互联网电视可与广电网进行集成。而由此，互联网电视在全国普及到一定阶段时，华数可以通过其对终端厂商的影响力，将互联网电视业态融入互动电视的范畴。

积极“圈地”布局的同时，华数在探索规划互联网电视的合理商业模式。

作为广电系运营商，华数有着两方面考虑。其一是符合广电系统内商业生态的需求，其二是在寻找市场化环境下的营收模式扩展需求。

在市场化推广中，互联网电视暂时还缺乏合理的商业模式，华数也正积极寻求破局。

眼下华数为互联网电视提供平台、内容的同时，通过向合作厂商按硬件每台收费的方式获取收入。目前的费用约为每台数十元至一百元之间。而目前互联网电视所有的应用对于用户还都是免费的。

商业模式当中，首先便是广告，互联网电视广告相当于一个强制性的视频门户，广告价值应该超过他们（一般视频网站）的3倍以上。

此外，华数的眼光还投向了开放应用的增值服务。其中包括将植入淘宝应用、公共缴费支付等。三网融合信息交互方案也在其中得以体现，华数提供了电视与电视之间以及电视与手机之间的短信息交互功能。

互联网电视的产品形态和管理规范仍在继续演进途中，华数亦在考量未来内容、应用继续开放的可能性。或是基于这样的考虑，乔小燕表示，华数互联网电视最大的竞争对手并不是其他牌照持有者，而是互联网企业。

对于华数而言，在掌控彩电制造商资源之外，锁定具体用户，增强用户黏性，建立高效用户管理系统，完善支付渠道等将是其构建合理成熟商业模式的关键。

来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 【电信网络】

### 中电信以太网业务通过 MEF 认证实现全球互联

近日，中国电信以太网接入服务通过了 MEF 两项认证，该服务可实现与国外运营商互通，将对中国电信开展跨国以太网服务，获得高 ARPU 值企业用户有极大促进作用。

在近日举行的 MEF（城域以太网论坛）记者会上，中国电信北京研究院副院长赵慧玲表示，中国电信以太网接入服务通过了 MEF 两项认证，该服务还实现了与国外运营商的互通，将对其开展跨国的以太网服务有极大促进作用。中国电信是目前国内首个也是唯一一个通过该认证的运营商。中国电信此次拿到的是 MEF9 和 MEF14 认证。这两项认证旨在推动城域以太网服务 QoS 统一标准。

#### 跨国企业青睐以太网服务

在多厂商、多网络端到端的服务环境下，能否提供统一服务质量十分关键。而这一关键环节首先应该从多设备厂商提供的运营商级以太网的设备方面达到服务质量的一致性。

城域以太网对国内用户也许还是个新鲜概念，但是在国外已经有深厚基础，并依然保持着旺盛需求。“很多跨国企业用户都向中国电信提出了以太网的需求。”赵慧玲说，“他们希望得到即便宜又有质量保证的服务，而且能够与其在国外的总部和分支机构顺畅地互联互通。”

在今天的欧美等发达国家市场，以太网已经成为企业用户网络接入的首选方式。以 Orange 为例，目前 Orange 已建成了一张全国性以太网“EGN”，覆盖法国 3000 多城市，同“IGN”一起成为向用户提供业务的基础网络。Orange 网络服务副总裁 Dennis Kruse 告诉记者，“电信级以太网具有低成本、高可靠，且扩展灵活等特点，所以能够为 Orange 带来高 ARPU 值的企业用户接入一般都选择 EGN。”

#### 中电信做吃螃蟹的人

为了能够吸引高 ARPU 值的跨国企业客户，中国电信从很早就开始筹划建设一张健全以太网。中国电信从 2005 年就开始建设 CN2，能够实现 IPVPN 等业务，并在海外建设多个节点。但是由于没有拿到 MEF 以太网服务认证，仍然无法让这些跨国企业放心。为此，中国电信于 2006 年成为第一个加入 MEF 的中国运营商，并很快在 2007 年拿到了 BestServiceProvider 大奖。2009 年，赵慧玲代表中国电信，通过竞选成为 MEF 董事会成员。2010 年 9 月，通过一系列努力，中国电信拿到了 MEF9 和 MEF14 认证。

“ MEF 提供运营商以太网业务认证服务。”赵慧玲告诉《通信产业报》(网)记者,“最终用户选择具有这一认证的运营商以太网业务,意味着可以得到服务质量准确保证。”目前,中国电信美国公司已与 AT&T、BT 等国外运营商实现了以太网业务对接,成功将一些跨国企业用户招揽在旗下。

### 实现全球互联

近年来,以太网正在从小变大,在局域网、广域网,甚至全球性网络中发挥越来越重要的作用。目前一家名为 Strix 的公司正在致力于将以太网打造成一张全球性网络,并已经在全球建设了数十个跨国家的以太网交换节点。该公司副总裁,同时也是 MEF 联席创始人兼主席陈子涵向记者表示,建立这些节点是为了实现不同国家运营商以太网之间的流量交换,未来以太网将成为全球性互联网的网络基础。而这张新的互联网将具有更高的安全性、更可靠的 QoS 和更低的成本。

目前主导以太网全球互联计划的城域以太网论坛,拥有 170 个会员,其中 75 个是运营商,几乎包括了所有世界主流电信及有线电视运营商。“新加入的成员单位主要集中在亚洲,如最近加入的香港电信运营商 PCCW。”陈子涵告诉记者,“亚洲是以太网下一阶段发展的热点地区。”来源:2010-11-10 产业通讯网

[返回目录](#)

## 联通沃商店发布,常小兵赴沪督阵

11月10日消息,中国联通手机应用商店——沃商店将于今日在上海正式发布,中国联通董事长常小兵、总经理陆益民和上海市相关领导将出席发布会。Wostore 已于 2010 年通信展期间开始公测。

据介绍,中国联通的 WoStore 与另外中国电信天翼空间和中国移动 MM 类似,联通的 WoStore 也包括游戏、工具、娱乐、主题、生活以及阅读等 6 大应用。截至 10 月 25 日,WoStore 总计 2147 种应用,其中游戏应用有 375 个,工具应用有 61 个,娱乐应用有 14 个,主题应用有 890 个,生活应用有 57 个,阅读应用有 751 个。

用户可以将 WoStore 手机客户端下载到电脑或手机中。下载时需要选择手机品牌和型号。目前 WoStore 支持的手机品牌有诺基亚、索尼爱立信、三星、多普达、摩托罗拉、联想、酷派、中兴、HTC、夏新、LG、魅族、松下、天语、华为等 15 个品牌接近 550 个手机型号。

在收费模式方面，联通 WoStore 与中国移动 MobileMarket 以及中国电信的天翼空间采用手机扣费方式收费不同，在收费渠道上，联通 Wostore 采用了“中间账户”这一特色支付和计费模式。用户注册时会自动注册“中间账户”，同时可绑定话费支付或者支付宝、财付通等第三方支付工具，并可以通过一卡通、银行卡两种方式对中间账户进行充值。

据中国联通董事长常小兵称，在运营模式上，沃商店与内容开发商分成比例为业界通用的三七分成，下半年中国联通将正式推出“沃家庭”融合产品，加大手机音乐、手机电视等新业务营销力度，年内推出应用商店、电子阅读等新业务，进一步丰富 3G 业务应用，成为带动中国联通业务发展的新增长点。

随着联通沃商店的正式发布，加之中国电信天翼空间、中国移动 MM 移动应用商场，至此中国三大运营商将在移动应用商店领域布局已经确立。目前，电信天翼空间和中国移动 MM 动作较大。据了解，截至 2010 年 10 月 1 日，天翼空间用户已超过 50 万，其中 9 月新增用户 25 万；上架应用 4050 个，累计下载量超过 320 万次，目前每日的下载量已经突破了 2 万次/每日，其中 9 月下载量超 80 万次。

中国移动于 2009 年 8 月发布移动 MM 应用商场，最初上线数量仅有 1218 个，上线近 10 个月之后，MM 上架产品总数达到 19897 个，增长超过 16 倍。截止到 2010 年 10 月 31 日，中国移动 MM 累积下载量达到 5961 万次，累积注册用户数达 2539 万人。来源：2010-11-10 产业通讯网

[返回目录](#)

### 联合民族证券推“爱理财”3G 套餐

近日，民族证券和中国电信签署全面合作协议，双方将结合自身资源，共同制定互利方案。据了解，针对中国电信用户的证券投资理财需求，民族证券将提供专业的金融服务；民族证券打造的经纪业务产品“民富齐实”将首次应用于与中国电信的合作项目；中国电信集团将为民族证券客户提供专属性的通信内容服务“爱理财”3G 套餐。来源：2010-11-10 通信产业网

[返回目录](#)

## 号码携带是优化电信市场结构的新起点

日前，工信部发出通知，要求于 11 月 22 日零时正式启动天津、海南本地网面向移动用户的号码携带试验。从最初的业务探讨到内部测试，再到月底即将进行的用户层面试验，号码携带在中国算是迈出了实质性的步伐。

对于号码携带，业界普遍认为，有利于打破我国目前极不平衡的电信市场竞争格局，优化市场结构。海外电信市场的实践，也表明号码携带对于促进竞争优化市场结构的意义，进一步说，号码携带将是优化我国电信市场结构的新起点。

其一，号码携带尊重用户选择权，要求运营商提升服务优化业务结构。实施号码携带业务，目的是为了保证用户在电信业务使用过程中对运营商以及业务的选择权。但是，可以携号转网并不意味着用户就会转网，因此在这一政策背景下，运营商需要不断地审视和提升网络信号质量、品牌影响力以及服务能力等，以免用户最终确定转网。赋予用户自主选择权，对于运营商而言，终究是有一种不安全感，从而“逼迫”其不断改善服务水平，优化业务结构，而这对于电信市场的均衡发展无疑是有利的。

其二，号码携带促进市场竞争，对电信市场竞争格局将产生重大影响。从本质上讲，号码携带是政府对市场主导运营商的不对称管制政策，目的是扶持弱势运营商，以使得市场竞争格局保持一定的均衡。从海外市场来看，无论是“单向转网”还是“双向转网”，实施初期均有利于弱势运营商，而长期来看，携号转网政策实施后的 1~3 年是弱势运营商的时间窗口，之后主导运营商市场份额保持稳定或有所回升。很显然，弱势运营商应当抓住携号转网的机会，提升服务水平，强化品牌影响力，才能吸引用户携入，才能真正实现实施号码携带的价值。

但是，寄望号码携带解决电信业一切问题并不现实，倘若实施过程中缺乏有效、有力监管，极有可能不利于电信市场的良性发展。在海外市场，实施号码携带后，各国运营商为了尽可能地争夺用户，“价格战”成为其必然选择的竞争手段，甚至不惜通过诋毁、打压竞争对手来达到挽留或吸引用户的目的。正是基于这一担心，工信部在通知中明确要求各电信企业“尊重用户转网意愿”，“严格自律，规范有序开展市场经营活动”，“不得相互诋毁，不得扰乱市场秩序”。由此可见，若缺乏相应的非对称管制措施，单靠号码携带来改变失衡的市场格局是不现实的。

当前，我国电信市场失衡严重，中国移动用户份额超过 70%，而中国联通和中国电信份额累计不足 30%，号码携带显然无法改变这一现状。电信专家付亮曾表示，如果携号转网迟迟不露面，即使正式出台也很难在改变移动市场竞争格局

上发挥很大的作用。可见，即使号码携带在促进电信市场公平、有效竞争，打破移动市场失衡能够起到作用，在我国实施的步伐还应加快一点。

电信业重组后，缺乏有效的竞争规则一直被业界所诟病，电信业竞争也因此误入歧途，争夺用户成运营商惟一的目标，甚至为此不择手段、不计利润、不顾后果，这对于我国电信市场的可持续发展百害而无一利。因此，虽然电信市场结构的调整与优化是一个渐进的过程，但我们还是希望，实施号码携带是一个新的起点，由此真正开启建立电信业竞争规则的大幕。来源：2010-11-10 通信世界网

[返回目录](#)

[返回目录](#)

## 【终端】

### 中国企业完成全球首个 CDMA20001X 增强型呼叫

近日，中兴通讯宣布在其 CDMA2000 系统上打通了全球第一个 1X 增强型（1XAdvanced）电话，成为全球首家完成 1X 增强版本呼叫的企业，中兴通讯预计在 2011 年第一季度发布 1X 增强系统商用版本。

资料显示，3GPP2 于去年完成 CDMA20001X 增强型技术规范的制定和发布。CDG 执行董事佩里·拉法格对这项技术的评价是：“无论 CDMA2000 运营商的规模大小，它们都将极大地受益于 1X 增强型带来的语音容量增长。除了降低每次通话的平均成本以提供价格更低的语音服务外，1X 增强型还将释放信道以提供 1XEV-DO 宽带数据服务。”

据了解，1X 增强型与 CDMA20001X 使用相同的频谱和带宽，凭借先进的干扰消除技术和增强的无线配置，该技术能够在相同资源的基础上显著提升网络覆盖和容量。其增强技术包括 BTS 干扰消除、增强的功率控制、早期终止以及 SmartBlanking 技术等。

资料显示，对于运营商而言，1X 增强型基于成熟的 CDMA20001X 技术平台，并充分利用干扰消除技术、无线电链路增强及移动台接收分集，可以将目前 1X 网络的容量提升至前所未有的 4 倍。从覆盖角度，1X 增强型显著提升的容量还可以用于将覆盖提高 70%。作为一种极具吸引力的解决方案，1X 增强型可以低成本地实现对低人口密度地区的覆盖，或提升人口密集地区的室内覆盖。

针对运营商部署，中兴通讯 CDMA<E 产品总经理李键表示：“运营商部署 CDMA20001X 增强技术非常简单，对于系统仅需替换 1X 信道板，运营商的现有投资可得到最大程度的保护。”来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 苹果移动操作系统嵌入“.中国”域名

联想老师柳传志曾“庆幸苹果不重视中国市场”，但现在苹果 CEO 乔布斯显然认识到了这一点。记者日前获悉，苹果公司将于 11 月发布移动操作系统 IOS4.2 正式版，而“.中国”域名已经被苹果嵌入新版操作系统的内置输入法中。

据了解，内测人员在一台升级到 IOS4.2 测试版的 iPad 上发现，在 Safari 浏览器地址栏输入网站域名时，只要长按软键盘上的“.com”键，便会自动弹出包含“.中国”在内的域名后缀选项。

这就意味着，苹果公司 11 月发布 IOS4.2 正式版后，包括 iPhone、iPad、iPodtouch 等设备在内的苹果用户在使用 Safari 浏览器时，可以在域名弹出框中选中“.中国”域名，方便快捷地登录所要访问的网站。由于 Safari 浏览器支持“.中国”域名的直接访问，如网民通过 iPhone4 登录新浪网，只需在地址栏输入“新浪”后，长按“.com”键，而后选中“.中国”即可登录新浪网站实现访问，无需另行键入“.中国”汉字。来源：2010-11-10 产业通讯网

[返回目录](#)

## 安徽联通与爱立信签署三年电信管理服务协议

中国联通与爱立信 (NASDAQ:ERIC) 的长久合作关系近日取得重大进展——中国联通安徽公司(安徽联通)与爱立信签署了为期三年的综合现场服务协议。由此，爱立信一举成为中国联通在安徽省最大的电信管理服务合作伙伴。根据协议，爱立信将全面负责基站、固网及传输网的现场维护工作。

这是双方迄今签署的最大的一项电信管理服务协议。通过外包现场服务业务，安徽联通将可以投入更多的精力服务现有用户，开发潜在用户。

安徽联通总经理李超表示：“爱立信和安徽联通在多年的合作中已经建立起相互信任的战略合作伙伴关系，在各个领域爱立信都表现出很高的专业水平。我们相信，作为电信管理服务领域的领导者，爱立信能够很好的运用其先进经验及整合全球资源，协助安徽联通共同打造精品网络，更好的满足用户需求。”

爱立信中国及东北亚区总裁马志鸿 (MatsHolsson) 表示：“中国有着全球最大的电信和互联网市场，拥有超过 8 亿移动用户和 4.2 亿互联网用户。此外，中国还拥有全球规模最大的电信基础设施，仅 3G 基站就超过了 32 万个。我们

希望，通过成为安徽联通最大的电信管理服务供应商，能够为中国联通的现场服务业务在全国范围内树立一个标杆。”

安徽地处华东，人口在中国各省中排名第八位，移动渗透率接近 50%。此次签署的综合现场服务协议覆盖了省会合肥、芜湖、宣城、蚌埠和滁州等安徽省五大城市。

爱立信一直是安徽联通的主要供应商之一，并且是安徽联通最大的 GSM 供应商，双方在电信专业服务领域亦拥有长期的合作关系，包括网络部署、网络优化、培训以及备件管理服务等。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 【运营支撑】

### 600 万 TD 手机招标，华为出局

近日，中国移动 600 万 TD 手机招标初评结果出台，12 款产品入围，全部为国产品牌，华为意外出局。全部 12 款产品最高价不过 650 元，爆出 3G 手机价格新低。

根据此次招标的单款 50 万部的保底原则，12 款产品预计将分食 600 万大单。此次入围的 12 款产品中，初级产品 7 款，中兴入围两款、宇龙、TCL、恒信、联想、海信各一款，均价 450 元，最低价 348 元；中级产品 5 款，中兴、新邮通、天宇、港利通、TCL 各一款，均价 650 元，最低价 450 元。

由于中电信和中联通正在力推多款千元 3G 入门级智能手机，因此中移动此次招标被认为是应对措施，但此次入围的 12 款产品均无智能手机，标配功能是 CMMB。据悉，中移动在独家拿到 CMMB 牌照后，有年内发展 1000 万 CMMB 用户的承诺。

业内人士分析，由于初评是严格按照招标要求来筛选的，因此国际厂牌集体出局肯定是因为不符合要求。根据中移动此前公开的招标信息，此次招标对象是已经上市销售的 TD-CMMB 手机或 8、9 月刚刚入网检测的千元 TD-CMMB 手机，而国际厂牌符合要求的只有三星和 LG 的一两款手机，但是其价格均在千元以上。10 月 25 日出版的《通信产业报》上已有文章分析指出，TD 手机招标国际巨头将集体失语。中移动渠道合作商迪信通人士认为，如果 TD 手机缺乏国际大牌厂商支持，仅凭价格，难以赢得市场竞争。

对于整个 TD 手机策略，中国移动董事长王建宙 9 月出席天津达沃斯论坛接受采访时强调，TD 终端整体还是价格要降低，在高端手机上，要重点扶持几个品牌。来源：2010-11-10 通信产业网

## 标准化提速安全考验产业链

争论已久的移动支付标准问题在 10 月底终于有了新的进展，中国移动通过非正式渠道透露，中国人民银行与三家电信运营商已于近日就“手机支付的标准问题”进行商讨，并最终达成共识——由中国移动牵头，将手机支付标准统一调整为“基于 13.56MHz 的、符合金融行业标准的技术标准”。

此举意味着手机支付标准的技术选择问题最终由于中国移动的重心转移而从 2.4GHz 方案统一到 13.56MHz 方案上，从整个产业角度，虽然面对这一结果“有人欢喜有人愁”，但终究还是有利于业务的快速发展，最终让产业获益。专家提出，在标准化过程中，安全问题是手机支付面临的首要挑战，特别需要产业链加以重视。

### 技术路线确定标准化提速

移动支付分为远程支付和现场支付两种，远程支付能对运营商的流量作出贡献，已有一定业务基础，目前处于产业焦点的是通常被称为“手机钱包”或“手机一卡通”的现场移动支付业务。它相当于把手机变成了银行卡，在日本，NTTDoCoMo 开通这一业务后，约有一半以上的 3G 用户使用了该业务。

实现现场移动支付需要将 RFID 功能集成到手机上，相应的技术方案有很多，几经整合，最后形成了中国移动联合国内企业自主研发的 2.4GHz 的 RF-SIM 技术和中国银联追随国际标准而成的 13.56MHz 的 NFC 方案（被中国联通和中国电信支持）两大派系。而上述三大电信运营商与中国人民银行达成一致共同发展基于 13.56MHz 的手机支付技术标准的消息，则说明这两种技术的对立局面正在改变，这将最终加速移动支付标准的确立。

在 10 月 28 日举行的 2010 中国移动支付应用发展大会深圳站活动上，中国移动深圳分公司副总经理鲁向阳表示，从长远看来，尽早统一手机支付标准，能推动产业链各方加大投入，共同促进产业发展。东信和平智能卡股份有限公司副总裁黄宁宅也向记者表示，标准不确定总会让企业无所适从，尽早确立手机支付的标准体系，对企业来说是好事，也是当务之急。

### 产业最终受益国内企业不愁

但是，这是否会对原有从事 2.4GHz 技术的企业产生负面影响？毕竟，据了解，由于中国移动及产业链的努力，2.4GHz 技术目前已经有超过 10 万台 POS 终端、超过 200 万张卡片的市场基础，而且产业链以国内企业为主。

深圳市数智国兴信息科技有限公司张燕向记者表示，手机支付产业链上很多企业一般都是既支持 2.4GHz 又支持 13.56MHz 的，比如数智国兴的产品就采取“双频四模”模式，全部符合“中国人民银行金融 IC 卡规范 PBOC2.0”标准。同时她认为在校园、企业等行业范围内，2.4GHz 技术将大有作为。

中国联通深圳分公司总经理助理聂波也透露，中国联通主体采用 13.56MHz 频率技术，借助银联、银行的金融环境及丰富的应用为大众用户服务，但在封闭园区，包括校园、商业大楼也会采用 2.4GHz 的技术。中国移动也强调将坚持 2.4G 的 RFID-SIM 技术，主要用于行业应用。

黄宁宅告诉记者，目前产业链大多数企业都是同时跟踪两个技术，只是国内企业较早看好 2.4GHz 技术在支付方面的应用，产品比较领先，而 13.56MHz 是早就开放的国际标准，各企业的开发程度差不多，体现不出国内企业的优势。他表示，在技术路线确定后，电信方和银行方的合作模式和商业模式是企业下一步关心的问题，毕竟这双方是移动支付业务最重要的参与者。

#### 安全问题是首要关注点

在技术路线的纷争解决后，合作模式和商业模式的走向就变得十分关键，例如一个简单的问题，采用 13.56MHz 的 NFC 技术后，手机支付业务究竟是加载在 SIM 卡上实施还是在手机终端上实施？

“各电信运营商要发展移动支付，最合适的自然是利用 SIM 卡的天然优势，这样效果好、成本低、用户接受度高而且手机改造相应也较小。”中国移动通信集团公司技术部常嘉岳向记者表示，“而且 SIM 卡具有硬件加密、安全存储的天然优势，如果对 SIM 卡稍加改造，对它的功能进行扩充，就是非常理想的安全芯片。”常嘉岳表示，手机支付与个人财产直接相关，要开展手机支付，安全保障必须先行，所以安全问题是标准制定中首要考虑的问题。“采用 13.56MHz 的 NFC 技术，也必须用安全芯片进行硬件加密。”他强调说。手机支付业务不可避免地存在一些安全隐患，即使这种支付方式需要“正向接触小于 1 厘米”，也可能遇到某些不法分子通过一些被改造的设备进行近距离“吸费”。来源：2010-11-10 中国通信网

[返回目录](#)

## 中国联通试点共享式 WLAN

在刚刚公布 20 万 WLAN 设备招标结果，各省公司尚未正式启动 WLAN 建设，中国联通又开始了新一轮的 WLAN 布局。多美信 (Tomizone) 中国区总经理朱永民向《通信产业报》透露，为了鼓励创新型业务发展，在 WLAN 运营和

应用领域探索创新的业务模式，中国联通决定双方共同合作在吉林省长春市和广东省深圳市两地开展共享式 WLAN 业务的试点工作。

短期激增试点城市热点数 5 至 10 万

为尽快落实试点工作，中国联通已经发文要求试点省分公司制定完整的试点工作推进计划，并组织厂家完成业务流程、产品方案、技术方案、建设方案的工作等。“预计最快 2011 年 1 月，中国联通将在试点城市推出共享式 WLAN 无线热点服务。”朱永民说。“在试点城市短期内实现共享式 WLAN 无线热点数量增长 5 到 10 万个”

在 WLAN 建设上，中国联通一直落后于中国电信与中国移动。与其他两家运营商均超过 10 万的热点数量相比，中国联通仅 2.5 万个的数量，仍有着不小的差距。

“发展 Wi-Fi 对中国联通至关重要”。在朱永民看来，作为全球规模最大的 WCDMA 移动业务运营商，中国联通 3G 用户已经突破千万，这些用户今后将给中国联通 3G 网络带来庞大的数据流量，加之中国联通拥有 iPhone 在国内的独家经销授权，内容丰富的 iPhone 手机应用所带来的高数据流量将对运营商的 3G 网络造成网络资源压力，美国 AT&T 的运营经验表明，合理地使用 Wi-Fi 分流，将为 3G 网络运营成本带来巨大帮助。

实际上，WLAN 建设主要有三种方式：运营商自建、合作共建、共享模式。“在三种模式中，共享模式由于充分利用了运营商原有的固网宽带资源和用户参与的创新式运营机制，将是一种投资最小、收效最快的方式。中国联通共享式 WLAN 试点推出以后，将在短期内实现快速低成本地 WLAN 无线热点增长。”朱永民说。

据了解，共享式 WLAN 业务是一种创新型的 WLAN 业务，主要是通过将运营商的固网宽带用户的闲置带宽通过带有共享机制的无线路由器或网关设备转变成成为提供给公众用户使用的 WLAN 接入服务。

朱永民表示，“对于中国联通而言，共享式 WLAN 业务能够帮助其将宽带网络资源变身 WLAN 无线热点，快速形成庞大的 WLAN 网络，从而缩短并赶超与竞争对手在无线热点数量上的差距，从而帮助中国联通进行移动互联网及无线数据业务的部署和拓展。”

前端免费后端收费

纵观全球的 Wi-Fi 网络运营方式，免费为公众用户提供 Wi-Fi 接入服务渐成趋势，在美国，麦当劳、星巴克乃至各大航空公司纷纷联手电信和互联网巨头推出免费 Wi-Fi 服务，而在国内，免费无线上网也随处可见，同时为了推动 Wi-Fi

的普及，运营商也在尝试各种无线数据套餐来吸引用户提高 ARPU 值，增加用户黏性。譬如，国内运营商将在亚运会期间为用户提供免费 Wi-Fi 接入服务。

对于试点城市业务收费模式问题，朱永民表示，为公众用户提供免费基本无线上网服务，而在增值服务方面收取费用（即前端免费，后端收费）将是 Wi-Fi 业务今后的主流商业模式，中国联通的共享式 WLAN 业务在试点城市可能也将尝试这种模式。

据朱永民介绍，按照共享式 WLAN 试点初步方案，中国联通的固定宽带用户可申请成为联通共享式 WLAN 热点，这些宽带用户将可以在国内任何一个联通共享式 WLAN 热点上免费使用无线上网接入，同时还可以参与联通共享式无线热点的业务收入分成。

而对于中国联通共享式 WLAN 业务的盈利模式问题，朱永民指出，在共享式 WLAN 无线热点庞大数量的规模基础上，譬如 LBS, SNS，广告收益等各项增值服务将为运营商带来可观的收益，而用户参与的业务模式特点也将带动无线互联网应用的发展更加活跃，为联通无线数据应用业务带来生机和活力。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### 【数据参考】

#### 高通 2010 年财报：增长源于 3G 市场成熟

11 月 5 日消息，高通公司于 11 月 4 日发布了其 2010 财年第四季度财报和 2010 年财报，财报显示，高通公司 2010 财年第四季度营收为 29.5 亿美元，比去年同期上升 10%，较上一季度上升 9%；2010 财年营收为 109.9 亿美元，较去年同期增长 6%。

高通大中华区总裁王翔在发布财报之后向凤凰网科技时表示，高通 2010 年财年获得稳定增长的主要原因是源于全球 3G 市场的成熟和智能手机市场的高速发展。

王翔表示，从全球范围来看，3G 技术和 3G 产品已经被越来越多的运营商接受，在运营商接受 3G 技术背后是大批消费者开始转向 3G 业务并使用 3G 服务。

“同时，智能手机的快速发展实现了笔记本电脑的很多功能，使移动互联网获得了真正的发展，同时带动了 3G 服务和 3G 用户的增长，而 3G 服务和 3G 应用的发展反过来有促进了智能手机市场的发展。”王翔同时表示。

据了解，2010 财年第四季度，高通 CDMA 技术集团的 MSM 芯片出货量达到 1.11 亿片，与去年同期相比增长 22%，较上一季度增长 8%。2010 财年，MSM 芯片总出货量达到创纪录的 3.99 亿片，较去年同期增长 26%。

对于中国市场在 2010 财年的发展情况，王翔表示，中国电信和中国联通经过一年多 3G 业务的开拓，3G 用户已经进入了快速发展的阶段，目前中国电信和中国联通的用户增长速度都已经超过了 2G 用户。

“中国 3G 产业的成熟为高通在中国市场的发展提供了一个很好的发展机遇，高通在中国的合作伙伴大都因为中国 3G 市场的成熟而获得了高速的业务增长，高通也因此而受益。”王翔表示。

对于 2011 年，王翔表示，在全球 3G 部署和消费者对于无线数据的加速需求的推动下，高通预测基于 CDMA 的终端，包括智能手机及其他数据密集型终端的出货量增长将会有有一个令人乐观的市场环境。

而对于高通中国 2011 年的主要工作，王翔称，高通将进一步支持智能手机的发展，通过技术创新来促使智能手机价格下降。同时，将进一步加强同中国合作伙伴的合作关系，帮助合作伙伴进一步拓展海外的 3G 市场，并积极开展下一代技术演进的合作。来源：2010-11-10 产业资讯网

[返回目录](#)

## 9 月份通信设备出口低于行业水平

11 月 4 日，根据工信部官方网站数据显示，9 月份，我国电子信息产品出口和进口分别增长 23.1% 和 20.2%，比上月下降 8.5 和 18.1 个百分点，是今年以来增速最低的月份。累计到 9 月底，电子信息产品进出口额达到 7246 亿美元，同比增长 36.2%，占全国外贸进出口总额的 33.7%；其中出口 4207 亿美元，同比增长 34.7%，占全国外贸出口 37.1%；进口 3039 亿美元，同比增长 38.3%，占全国进口 30%。

大部分行业出口增速大幅回调，家电与通信设备增速低于行业平均水平。9 月份，电子元件、电子器件、家电和计算机行业出口增速比 8 月份分别回落 13.6、24.4、17.7 和 0.3 个百分点。前三季度，家电及通信设备出口额为 633 亿美元和 694 亿美元，分别增长 20.3% 和 21.9%，低于行业平均水平 14.4 和 12.8 个百分点；电子器件出口 483 亿美元，增长 60.3%，电子元件出口 562 亿美元，增长



42.8%，计算机出口 1560 亿美元，增长 36.5%。出口金额前三名产品为：笔记本电脑 661 亿美元，增长 49.5%；手机 317 亿美元，增长 20.9%；集成电路 216 亿美元，增长 34.5%。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 高盛称腾讯第四季度增值服务营收将下滑

高盛周三发布投资报告称，由于与奇虎 360 之间的争端，腾讯将向非游戏互联网增值服务用户做出补偿，因此预计腾讯 2010 年第四季度非游戏互联网增值服务营收将出现下滑。

腾讯 2010 年第三季度业绩与业内预期基本一致，营收为人民币 52.27 亿元，环比增长 12%，同比增长 55%，较我们和业内的平均预期高 1%。净利润为人民币 21.53 亿元，环比增长 12%，同比增长 52%。与业内预期相一致，较我们的预期低 3%。

运营利润率为 51%，环比持平，同比增长 110 个基点，与我们预期的 50.7% 相一致。

分析：

(1) 受 QQ 空间和 QQ 会员业务推动，非游戏互联网增值服务营收环比增长 9%，同比增长 44%，较我们的预期低 2%。由于与奇虎 360 之间的争端，腾讯将向非游戏互联网增值服务用户做出补偿，因此我们预计腾讯 2010 年第四季度非游戏互联网增值服务营收将出现下滑。

(2) 游戏营收环比增长 19%，同比增长 67%，较我们的预期高 7%。这主要是受近期推出的大型多人在线游戏(MMOG)和 QQ 游戏推动所致。

(3) 网络广告营收环比下滑 4%，较我们的预期低 13%，主要是因为足球世界杯已经于 7 月份结束。搜索营收同比下滑是因为腾讯从谷歌搜索改为自主研发搜索引擎所致。

(4) 移动增值业务(MVAS)环比增长 3%，同比增长 56%，较我们的预期低 2%。

(5) 腾讯称，对于互联网增值服务和广告业务，第四季度是相对低迷的一个季度。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 2010年1-8月我国电子信息产业各项指标

### 2010年1-8月全球半导体行业销售情况

据半导体行业协会 ( SIA ) 统计 , 2010年1-8月 , 全球半导体行业销售额达到 1949 亿美元 , 同比增长 45%。其中 , 8月销售额达到 257 亿美元 , 同比增长 33%。

### 2010年1-8月我国微型电子计算机生产情况

2010年1-8月 , 我国生产微型电子计算机 1.43 亿部 , 同比增长 25.8% , 其中笔记本电脑 1.17 亿部 , 同比增长 28.9%。

### 2010年1-8月我国手机生产情况

2010年1-8月 , 我国生产手机 5.47 亿部 , 同比增长 36%。

### 2010年1-8月我国软件产业经济运行指标

2010年1-8月 , 我国软件产业实现业务收入 8286 亿元 , 同比增长 29.8%。

### 2010年1-8月我国集成电路生产情况

2010年1-8月 , 我国生产集成电路 419.3 亿块 , 同比增长 43.7%。

### 2010年1-8月我国互联网宽带接入用户发展情况

2010年1-8月 , 我国累计新增互联网宽带接入用户 1484 万户 , 总数达到 1.19 亿户。

### 2010年1-8月我国电子信息产业固定资产投资完成情况

2010年1-8月 , 我国电子信息产业固定资产投资 ( 500 万元以上项目 ) 完成 3341 亿元 , 同比增长 40.9%。

### 2010年1-8月我国电子信息产品制造业经济运行指标

2010年1-8月 , 我国电子信息产品制造业 ( 不含软件 ) 规模以上企业实现销售产值 3.92 万亿元 , 同比增长 27.3%。

### 2010年1-8月我国电子信息产品进口情况

2010年1-8月 , 我国电子信息产品进口额为 2676 亿美元 , 占全国外贸进口的 30.2% , 同比增长 43.6%。

### 2010年1-8月我国电子信息产品出口情况

2010年1-8月 , 我国电子信息产品出口额为 3646 亿美元 , 占全国外贸出口的 36.8% , 同比增长 36.5%。

### 2010年1-8月我国电信业经济运行指标

2010年1-8月 , 我国电信业实现主营业务收入 5883 亿元 , 同比增长 6.8%。

### 2010年1-8月我国电信固定资产投资完成情况

2010年1-8月 , 我国电信固定资产投资完成 1454 亿元 , 同比下降 15.5%。

### 2010年1-8月我国电话用户发展情况

2010年1-8月，我国累计新增电话用户6445万户，电话用户总数约11.25亿户，其中固定电话减少1139万户，总数约3.02亿户，移动电话新增7584万户，总数约8.23亿户。

### 2010年1-8月我国彩电生产情况

2010年1-8月，我国生产彩电7133万台，同比增长8.6%。

来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 【市场反馈】

### 互联网时代通信企业创新价值的思考

英特尔研究中心、微软研究院、IBM研究中心、贝尔实验室……当这些知名企业研发机构享誉世界经济界时，创新已然成为国家与企业振兴的灵魂。中国信息通信产业在全球迅速崛起，成为世界经济中一股不可忽视的力量。在全业务运营新的竞争格局中，国内三大运营商如何转变发展方式，参与全球化竞争和产业信息化进程，在更广泛的领域和更高的层次上提供综合信息服务，需要高效的创新成果支撑。当前，国内电信运营商正在进入一个全新的移动互联网时代，预计到2012年中国的移动互联网用户将达到5.2亿，新技术、新概念和新的商业模式日新月异，运营企业需要深入转型，并对企业的创新价值高度重视。从创新战略看，国内三大运营商都已将创新纳入企业发展战略中。作为企业核心竞争力的载体，企业研发机构的创新价值该往何处去？

#### 支撑企业转型

#### 参考案例：IBM

公司转型，创新是核心。这在IBM得到体现，其1945年正式成立研究机构以来，从世界第一台PC和笔记本电脑掀开个人电脑的新纪元，到上世纪90年代带动全球产业向着服务和软件转型，从“电子商务”和“按需应变”，到2009年提出的“智慧地球”上升到美国的国家战略，无一不凝聚着IBM研究机构的创新成果，并使“行业洞察”与“技术发明”相结合所产生的创新得到充分发挥。正是凭借长期以来在研发领域持续的投入，IBM一直作为世界信息产业的领导者之一，以创新驱动企业发展、推动产业进步。

在电信运营领域，国际先进电信运营商的研发投入已进入了较高水平的稳定期，年研发投入平均超过营收的1%，其中拥有研发人员近4000人的法国电信研发部，近年平均研发投入占到法国电信集团收入的1.5%。而国内运营商的研

研发投入正处于快速增长阶段，中国移动在 2005 年建立了移动研究院，研发投入从年收入的 0.2% 逐步提升到 2%。中国电信拥有北京、上海和广州三大研究院，近期还通过引入海外高端人才，成立了技术创新中心，构建了区域化、系统化和规模化的研发创新体系。其中，中国电信广州研究院作为中国电信三大研发中心之一，拥有 52 年的光辉创新历史，装备领先，褒奖连连，研发团队近 700 人，拥有超过 1.5 万平方米的先进实验室，研究领域涵盖通信网络技术、互联网技术和应用、行业解决方案、IT 系统、终端等各领域，并进行全业务产品和平台开发、相关产业与市场研究、新技术新业务的实验与测试等，是中国电信的重要创新力量，有力地支撑企业历经邮电分拆、电信重组、主实分离、全业务运营等各个不同的发展阶段，为中国电信乃至国家邮电事业的转型发展作出了卓越的贡献。

### 创造研发效益

#### 参考案例：MOTO

移动互联网时代，技术和硬件不是决定因素，用户能直接感受到的价格、服务和体验，以及其形成的用户口碑是实现企业价值提升的关键。以苹果、谷歌为代表的—批拥有强大创新能力的公司已经成长为一个新的生态链，正在冲击传统的电信运营模式，引领行业创新价值不断突破。电信企业的研发体系面临着越来越大的挑战，最具挑战性的工作是知道客户需要什么或者需要解决什么问题，研发工作是否真正有效，是否把研发资源投入到了市场最需要的地方。要破解这个难题，需要企业的研发部门和市场部门建立更紧密的创新机制。值得注意的是，国际先进的企业已经广泛地使用产品/技术路线图，从而使下一代产品的规划与技术和市场同步。例如摩托罗拉，路线图成为在业务部门和研发部门之间进行战略对话的主要工具。

过去中国电信以本地网为中心，集团的运营操作能力比较薄弱，好像恐龙，头小，身躯大，腿粗，但随着移动业务的进入，对全网运营能力的要求越来越高。为此，近年来中国电信积极探索建立全网效率高、成本低的相对集约化的产品创新体系，在集团的市场部门成立了产品中心，进一步加强产品规划工作，推行产品开发目录制管理，明确产品开发路径，形成开发梯次，并通过在重点省份建立产品基地机制，保证—批重点产品能够实现全国全网复制推广。这对于研发单位实现创新价值具有很好的推动作用。为了更好地落实集团的战略部署，中国电信广州研究院在研发中进一步强调要真正了解客户，满足客户需求，并通过建立消费者实验室、嵌入市场研究团队等手段，探索基于客户体验的产品开发方式，找准客户需求，让客户共同参与产品开发过程；在产品推广过程中，加强了对现网的调研，实现商业模式的突破，使新业务为客户所接受。近三年来，中国电信广州研究院承担了国家和中国电信集团公司各类科研项目 500 余项，研发经费近 4

亿元。另一方面，依托广泛的价值链合作形成战略联盟，加强自主研发和集成创新，不断在技术创新和业务创新上实现突破，研发的总机服务、综合办公、天翼对讲、加密通信、领航平台、空中充值、号百业务、DDOS 攻击防御业务网络、企业综合通信解决方案等重点业务产品推广效益显著。据不完全统计，2009 年中国电信广州研究院研发产品对中国电信集团的全业务运营效益的贡献值超过 30 亿元，为实现三年研发效益超百亿元的奋斗目标奠定了良好基础。值得一提的是，据“中都国脉资产评估有限公司”进行第三方评估，中国电信广州研究院近年自主研发的《互联网接入带宽控制系统及差异化业务》、《号码百事通综合信息服务平台》和《中国电信企业综合通信业务平台》三项科研成果的技术价值近 2 亿元，产品生命周期内的静态市场价值近 500 亿元。这也充分说明了研究院有能力为企业创造可观的研发效益，支撑企业实现差异化的竞争优势。

### 掌握核心技术

参考案例：华为

进入移动互联网时代，云计算、物联网等新概念新技术层出不穷，产品的生命周期大幅度缩减，企业需要更加强调核心技术研发应用的质量和效率。没有技术专利，就必须支付昂贵的专利费，产品就难有竞争力。技术专利特别是核心技术专利会给企业和社会带来巨大的经济效益。华为在技术特别是核心技术上的投入不断加大，年研发投入近 30 亿元。这也为华为实现超常规发展注入了强大的核心竞争力，比如华为独创的 SDH 接口技术，使程控交换机的性能大大提升，为客户节省了大量工程费用；华为自行设计专用 ASIC 芯片成本 10 多美元，而原先从国外购买需 200 美元。这也充分说明，企业的研发机构必须时刻关注产业的发展规律，在更高的层次上对网络和技术的演变进行总结和归纳，清晰认识和把握技术发展趋势，以及市场的发展规律，拓展新的研发领域，有效帮助企业制定技术发展规划、确定新的研发方向。要在移动互联网新一轮产业发展中抢得先机，还要积极推动企业在移动互联网领域的知识产权开发，参与国内国际标准化工作。专利是自主创新一个重要的衡量指标，也是保护创新成果、知识产权的有力武器。有数据显示，华为的专利申请一直保持 100% 的年增长率，每年仅用于专利申请的费用就超过 1000 万元。

近年来，中国电信广州研究院在技术创新方面着眼于提高企业的科技实力和差异化竞争能力，通过与高校、厂家等合作研发“面向新型网络应用模式的网络化操作系统”等国家核高基重大专项，支持“软件服务化、计算虚拟化、位置透明化、交互普适化”。同时，发挥专业协同优势，聚焦通信技术发展前沿，深化与移动互联网应用和网络演进密切相关的物联网、云计算、IMS、IPv6、LTE 等重大技术研发，积极探索三五年后的市场和技术环境，培养了一批掌握新技术及

网络规范的专家，为未来的市场竞争储备能量和人才，保证中国电信在专业领域有足够的技术储备和长期发展的创新潜力。近三年来，中国电信广州研究院专利申请总数近 300 项，位居广东科研院所前三甲。同时，中国电信广州研究院注重行业标准的制定工作，每年提出并被 ITU-T 和 ETSI 等国际标准组织采纳的国际标准达 40 余项，制定国家标准 20 余项，一定程度上加强了企业在专业领域的主动性。

#### 培养专家人才

##### 参考案例：中兴

创新以人为本。企业的可持续发展需要大批优秀的创新人才和领军人物。不管是管理、业务、市场还是技术研发等诸多层面，人才的管理和培养体系都是一个核心话题，也是任何一家企业的核心竞争力所在，可以看做是“创新的驱动力”。而要完成人才竞争力的积累，首先就是要构建卓有成效的人才引进机制和人才培养体系，让“创新发动机”真正获得驱动力。中兴公司从一个小型电子厂到世界知名通信制造企业的蜕变，逐步形成了一支强有力的人才创新队伍，目前近 5 万名员工中，从事技术、研发的人员超过 35%，成为中国最具活力的高科技企业研发团队之一。可以说，正是坚持人才创新战略，中兴在北京、上海、深圳、南京、西安等地区都建立“本地化人才基地”。

在打造专家团队方面，中国电信广州研究院一是从优化用工、改善待遇、增强激励等方面多管齐下，留住核心人才，保持在移动、宽带、数据、IT 等领域的人才优势；二是从研发队伍特殊性出发，增强培训的针对性，拓宽培训渠道和方式，提升培训层次，增加高端技术培训和交流的机会；三是深入企业运营一线，嵌入核心支撑环节，紧密结合全业务运营中的实际难题、关键课题开展研究。今后，中国电信广州研究院还将创造更多的机会让员工深入企业运营一线，深入参与到客户需求分析、生产运营、市场推广等关键环节中去，加强发展与业务战略密切相关的核心能力和领域，更好地成为通信领域的产品创新专家、客户研究和市场分析专家、掌握最新技术及网络规范的专家，以及成为推动业务成功商业化方面的专家。

移动互联网时代，中国通信企业将继续担当起国家信息化基础设施建设和现代信息服务业的重任。作为通信产业创新的重要一员，中国电信广州研究院将抓住移动互联网发展的历史机遇，围绕中国电信聚焦客户的信息化创新战略，培养专家人才，加强产业协同，力争突破核心技术，支撑企业转型，进一步提高企业创新能力，拓宽企业发展空间，为推动中国通信业发展的产业化、规模化、标准化进程，提升国家信息产业核心竞争力的发展作出新的更大的贡献。来源：

2010-11-10 中国通信网

## 工信部指明中移动需解决铁通问题

11月9日消息，在铁通发展TD无线固话被叫停后，工信部的一份文件首次点明了铁通的问题，要求中国移动“切实解决铁通公司发展问题”，这使得铁通的何去何从再度受到关注。

### 文件明指中移动要解决铁通问题

2008年，在最新一轮的电信重组中，铁通被并入中国移动，成为其全资子公司。但随后两年多，中国铁通在名义上虽并入中国移动，但在管理运营上一直完全独立于整个中国移动集团体系之外。而且，铁通看似与过去没有什么变化，这令人对铁通的前景产生担忧。

在叫停铁通发展TD无线固话的同一份文件里，工信部在文件里如此称：“中国移动应加强对铁通公司的管理，并采取积极有效措施，切实解决铁通公司发展问题”。这似乎是工信部在为中国移动解决铁通问题敲响了警钟。

### 中移动领导谈铁通

事实上，中国移动也并非没有为铁通考虑前途，铁通也在苦苦探索。

在今年1月的铁通2010年工作会议上，铁通提出的业务发展定位是，“在集团领导下，坚持“一个中国移动”的原则，以有线宽带为主要产品，以家庭客户、集团客户为主攻目标市场，深入推进协同发展，规范基础管理，深化内部改革，提升经营效益，努力实现铁通公司平稳健康发展，为中国移动全业务经营做出积极贡献”。

由此可见，铁通是希望在“一个中国移动”的原则下紧紧“团结”在中国移动旗下，并希望为中国移动的全业务经营做贡献，并不想拖后腿。

而知情人士透露，对此问题，在今年8月的中国移动各省公司总经理座谈会上，中国移动的一位领导谈及铁通问题时如此说，“面对当前监管压力，各省公司应着重考虑基于移动的、基于无线的、基于自身能力和优势的移动和宽带业务的发展，将基于固话的、基于有线宽带的业务交由铁通发展，形成上市公司和铁通公司有效合作、共同发展的局面”。

不过，这个说法仍然是较宏观的，由于双方在各方面存在巨大差异，移动和铁通的业务整合实际上并未展开，铁通目前仍缺乏有力的竞争手段。

来源：2010-10-27 北京商报

[返回目录](#)

专家呼吁理性使用IM 尤其电子商务

QQ 对用户的背离从另一个角度看也许并不是坏事,IM 软件产业亟需改变一家独大,形成多头竞争、百花齐放的健康产业发展局面。只有这样,才不会再次发生用户“被”选择的尴尬场面。无数产业经验表明,只有充分竞争才能为用户带来真正的利益,作为一个普通 IM 用户来说,用于娱乐的个人 IM 软件除了 QQ 还有很多选择的余地,电子商务专业 IM 软件则更适合今天正在蓬勃发展的“网商”们。

11 月 3 日,中国数亿 QQ 用户突然收到腾讯安全中心的弹出声明,称恶意软件正破坏 QQ 安全运行,请客户“马上卸载 360 软件”,否则将无法登陆 QQ。随后 360 即跳出对话框反击:“如果你热爱 360,请暂时停止使用 QQ 以示抗议”。一石激起千层浪,腾讯与 360 之争从“声明”级一下跃升为“动手”级,其直接结果是:网民状告腾讯,恶搞腾讯,工信部介入,互联网协会介入,其他即时通信软件也趁机推出优惠措施吸引网民。中国史上最严重的互联网乱局至此开始。

所谓即时通信,英文 Instantmessaging,简称 IM,是一个终端服务,允许两人或多人使用网路即时传递文字讯息、档案、语音与视频交流。目前我们熟知的,既有腾讯 QQ、微软 MSN,也有新浪 UC、阿里旺旺、慧聪发发等垂直即时通信工具,还包括中国移动飞信、SKYPE 等跨平台即时通信工具。十多年来,随着网民人群的不断扩大,即时通信功能也日益丰富,已不再是一个单纯的聊天工具,而发展成集交流、资讯、娱乐、搜索、电子商务、办公协作和企业客户服务等为一体的综合化信息平台,经济价值逐渐显现。“有事网上说”也已经成为网民间越来越普遍的沟通方式。据中国互联网络信息中心(CNNIC)《2009 年中国即时通信用户调研报告》显示,截至 2009 年底,我国即时通信用户规模已突破 2.77 亿,同比增长 23.7%,其中手机即时通信用户占总体用户的 1/3,规模达 9141 万。这个数据是惊人的。

电子商务是通过互联网进行商务的活动,自上世纪末年在中国兴起以来,已经逐渐成为中国企业的必由之路。尤其是 2009 年的金融危机,国内许多传统行业土崩瓦解,但电子商务却逆势飘红。据权威资料统计,2009 年我国中小企业通过电子商务创造的新增价值占我国 GDP 的 1.5%,拉动 GDP 增长 0.13%,中小企业电子商务规模已经高达 1.99 万亿元,同比增长约 20%,毋庸置疑,电子商务已成为拉动中国经济的一个火车头。电子商务在中国的发展有一个渐进的过程,其中最影响其发展的瓶颈因素就是安全问题。即时通信软件作为一种重要的沟通交流工具,在电子商务的应用中也起到了不可替代的作用。于是,即时通信的安全性问题也日显重要。

多年来,即时通信软件市场形成了腾讯一家独大的格局,即时通信市场也因此显得至为平静。而 360“扣扣保镖”的推出,也同时把这个久已平静的市场马

上搅浑，中国数亿网民不得不开始思考：自己电脑里的即时通信软件是否安全呢？是否有一天会因为服务公司的“不理智”而影响到自己的各项业务呢？

如果做行业细分，腾讯 QQ，微软 MSN 更多偏向于大众 IM 软件，而对电子商务群体，尤其是中国中小企业群体来说，这种大众通信软件是否能够保证交易的安全，却令很多人心存疑虑。于是，阿里旺旺，慧聪发发等专业性的 IM 软件也应时而生，并成为电子商务市场中两大专业级 IM 即时通信软件。

电子商务 IM 软件与大众 IM 软件最大的不同在于商机搜索和商机精准匹配上。以“慧聪发发”为例，除了具备普通即时通讯软件所具备的聊天功能外，慧聪发发还为客户提供网上电子商务活动的全面管理。“迷你商务首页”，每日从慧聪网海量信息中精选与生意相关的供求信息、行业资讯和同业商友，不出门就坐享商机；“商务中心助手”，全面反映企业在商务中心的主要电子商务活动，无需登录，直接进入商务中心；“免费营销短信”，通过慧聪发发绑定手机，免费开通移动发发，24 小时显示手机在线，更可享受到每月定额赠送的免费短信条数；“交易提醒”，提供买卖速配提醒、询价留言提醒、重发商机提醒、洽谈会参会提醒等等，不让客户错过任何一笔潜在订单。这些功能不是普通的 IM 软件能够做到的。交易最重要的是安全，为此，慧聪发发与江民软件紧密合作，为用户提供基础安全扫描，全面查杀病毒，时刻保障用户的信息及账户安全。经过多年的努力，慧聪发发已经成为生意人的生活助理，可以结商友、组建群，进而拓展人脉、共享经营成果。据慧聪数据，自“发发”推出以来，目前的用户量已经达到千万级，成为慧聪 1000 万注册用户中必备的即时通信工具。

站在中国 IM 市场上看，虽然使用一款即时通信用户的用户比例最大，且绝大多数以 QQ 为主，但随着 07 年前后一批新兴即时通信工具的发展，同时使用 2-3 款即时通信软件的用户比例也逐步增大，已经超过了 50%。CNNIC 预计，未来同时使用多款即时通信工具的用户会进一步提升，而且逐渐呈现细分化、专业化的特点。而阿里旺旺和慧聪发发，随着中国电子商务人群的进一步扩展，将逐渐占有中国电子商务的 IM 市场。来源：2010-11-10 中国通信网

[返回目录](#)

## 河南遭遇手机实名制推行难

工信部宣布从今年 9 月 1 日起正式实施手机用户实名登记制度。两个月过去了，这项制度在我省执行情况如何？记者调查发现，购买手机卡还是无需提供身份证，收到骚扰电话、垃圾短信仍然无处“溯源”。

省通信管理局表示，由于手机实名制执行过程中需多部门联手，导致实名制的好处无法落到实处。

调查：大店要持证小店很随意

昨天，在人民路一家营业厅，记者咨询购买手机卡是否需要出示身份证时，前台工作人员表示，如果使用的是 CDMA 手机，能够提供身份证号就可以先为机主办卡，但机主需要之后携带身份证来营业厅补办一份手续。

在花园路与农业路交叉口的中国移动营业厅里，前台工作人员拒绝了记者先领卡后补手续的请求，“我们早就开始实施手机实名制了，来营业厅购买手机卡，必须提供本人身份证”。

在大的运营店购买手机号需要提供身份证，但一些小的运营商就没有那么严格了。“有生意就做，总不能因为你没带身份证就不卖卡吧。”丰产路一家移动代理商店里，老板对待购卡人是否持证的态度，与丰产路、政七街等小店态度一致，那就是“想拿拿，不想拿不拿”。“我们用自己的身份证开通了好些手机号，所以才能在你不拿身份证的情况下卖给你。此外，公司会集中发给我们一批手机号，用不着你们再拿身份证重新注册。再说，我这电脑又没跟公安局联网，你拿着假身份证来买卡，我也分辨不出来啊！”老板说。

现状：

实名制的好处无人享

河南通信管理局相关负责人介绍，电信业服务中遭投诉最多的就是垃圾短信，实行手机实名制，能遏制违法短信、诈骗短信、色情短信等垃圾短信。严格按照实名制操作，能保证在短信传播的各个环节辨别用户身份，使发信人、使用者与最终用户能够获得真实的身份，从而实现权责自负。

但据记者调查，由于一些手机卡零售店并未按照实名制规定售卡，导致买卡人信息仍无从查证，骚扰电话、垃圾短信仍有漏洞可钻，对用户来说，实名制的种种好处变成了泡影。对运营商来说，企图依照实名制按图索骥，找到购卡者，减少欠费用户这一最起码的想法也没得到实现。

相关部门：

实施起来难度大

对此，一些省内的运营商接受采访时表示，如果发现手机卡零售店不按实名制规定售卡，可以拨打省通信管理局和运营商电话进行举报。

但是，运营商方面也坦承，由于没有执法权，难以调查、取证，对于很多小店的违规做法，他们也很难“亮红牌”。

“虽然这两个月以来，我省的各大运营商和相关机构已按照工信部下发的手机实名制通知来部署售卡工作，但真正实施起来很难。”河南通信管理局相关负



责人接受采访时说，一方面缺少相关法律依托，一方面与实名制相配套的措施尚未到位。比如说持证售卡，首先要求身份证信息全部上网，其次各售卡点都需具备检测证件真伪的能力……这些都需要公安、财政等部门的配合，实施起来难度非常大。来源：2010-11-10 产业资讯网

[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> |