



# 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. 17

## 本期要点

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

### ■ 当心手机上网成瘾

核心提示：随着 3G 时代的到来，手机上网越来越受到青少年的追捧，地铁、公交、教室、宿舍……随处可见拿着手机的年轻人，他们聚精会神享受着手机上的网络世界。在手机上网日趋普及化的今天，如何引导青少年正确使用手机上网，克服手机上网依赖成为一个现实的问题。

### ■ 手机阅读：积极的新阅读

书香满城，一年一度的深圳读书月又来到了。深圳移动与读书月组委会签署战略合作协议，启动“手机阅读季”，鼓励市民拥抱全媒体阅读时代，在人人都有手机里，埋下文化的种子，让移动“书香”从此洒满城市的每个角落。

### ■ 携号转网：谁会欢乐谁会忧

早在 2006 年 10 月，原信息产业部就发布了《关于保障移动电话用户资费方案选择权的通知》，要求从 2007 年 1 月 1 日起实现同运营商网内携号转套餐。该通知可以说是携号转网的前奏。

### ■ iPhone：儿童的新一代安慰剂？

新技术深刻地影响着所有人包括儿童的生活方式。如同电视对上一代人生活的影响一样，如今的父母也迅速分化为两派：支持并允许孩子使用 iPhone 以及杜绝孩子过多接触 iPhone。

### ■ 国产手机走出去不代表能站起来

习惯了国际手机大佬们在中国营地上无休止地拼杀，人们似乎已经逐渐忘却了国产手机曾经打下的辉煌，然而，国内手机厂商们并不甘落寞，时不时传出它们的最新动态，以示存在。这类企业包括华为、中兴、TCL，甚至在海外依靠代工过日子的波导，也放话实现了盈利。

## 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
当心手机上网成瘾.....	5
手机阅读：积极的新阅读 .....	6
携号转网：谁会欢乐谁会忧 .....	7
iPhone：儿童的新一代安慰剂？ .....	9
国产手机走出去不代表能站起来 .....	11
<b>产业环境篇.....</b>	<b>12</b>
<b>【政策监管】 .....</b>	<b>12</b>
我国将制定《信息安全条例》 .....	12
商务部提醒贸易摩擦向通信业蔓延 .....	12
广电总局：2015年县级城市有线网络全数字化 .....	15
<b>【国内行业环境】 .....</b>	<b>15</b>
三网融合广电产业希望在卫星 .....	15
上海3年完成城市光网全覆盖 .....	16
上海成立联盟培育物联网产业 .....	17
中国山寨手机内销萎缩六成销往海外 .....	18
<b>【国际行业环境】 .....</b>	<b>20</b>
中兴华为在美竞标受阻 .....	20
日本多媒体广播发展提速 .....	20
美国国会报告称中国电信实力增强威胁美国安全 .....	22
<b>运营竞争篇.....</b>	<b>24</b>
<b>【竞合场域】 .....</b>	<b>24</b>
专利权成智能手机厂商竞争利器 .....	24
中国手机供应商转战高端产品市场 .....	26
国内三大运营商电信级以太网态度明朗 .....	26
三大运营商跟风苹果抢百亿应用商店市场 .....	28
运营商开展手机阅读业务 版权保护为切入点 .....	29
运营商进军手机维修市场大打服务牌维系用户 .....	32
<b>【中国移动】 .....</b>	<b>33</b>
北京移动专推 iPhone 微型卡 .....	33
中移动将提高数据业务收入比 .....	33
中国移动北京公司推出“遥拍”业务 .....	34

中国移动位列亚洲现金最充裕公司榜首 .....	35
<b>【中国电信】</b> .....	35
电信天翼业务加快农村布局 .....	35
中电信提视频目标：做中国最大视讯服务商 .....	38
中国电信与新疆签署十二五战略合作框架协议 .....	38
<b>【中国联通】</b> .....	40
深交所与联通合推无线证券 .....	40
联通沃应用商店今日正式上线 .....	40
联通与德国大陆集团战略合作 .....	41
<b>制造跟踪篇</b> .....	<b>41</b>
<b>【中兴】</b> .....	41
中兴苹果皮将在美上市 .....	41
中兴通讯成 TD 手机招标最大赢家 .....	41
中兴抢先发布 ZTE Peel 挑战苹果模式 .....	42
<b>【华为】</b> .....	44
工信部与华为签署节能自愿协议 .....	44
华为正式收购 Option 子公司 M4S .....	45
华为称有信心在美国市场取得成功 .....	46
<b>【诺基亚】</b> .....	47
收回塞班 诺基亚统一开发平台 .....	47
<b>【其他制造商】</b> .....	48
联想移动投资 1 亿成立“乐基金” .....	48
夏普计划拿下日本智能手机市场 30%份额 .....	49
<b>服务增值篇</b> .....	<b>50</b>
<b>【趋势观察】</b> .....	50
4-5 年内全球移动终端渗透率达到 100% .....	50
智能手机激战正酣 预计年底迎来更大换机潮 .....	51
<b>【移动增值服务】</b> .....	52
北京移动 TD 座机消费 20 元赠 20 元 .....	52
中移动 TD 手机提供 25 套电视节目 包月 6 元 .....	53
北京联通如意通充值返话费：最高充 500 赠 150 .....	53
<b>【网络增值服务】</b> .....	54
中国联通开拓车载智能通讯 .....	54

电信联通用户也能用移动飞信 .....	54
联通订餐宝提升餐饮业服务能力 .....	55
<b>技术情报篇 .....</b>	<b>56</b>
<b>【视频通信】 .....</b>	<b>56</b>
中国电信推三网融合视频服务 .....	56
<b>【电信网络】 .....</b>	<b>56</b>
中国联通试点共享式 WLAN .....	56
俄罗斯成功发射一颗美通信卫星 .....	58
TD-LTE 技术试验转向新内容 2.6GHz 外场待启动 .....	59
运营商无线固话 10 分钟即遭破解 普通手机可用 .....	61
<b>【终端】 .....</b>	<b>61</b>
英国推出 10 元白菜价手机 .....	61
宏碁联手法拉利推出新款智能手机 .....	62
新大陆发布全球首颗二维码解码芯片 .....	62
<b>【运营支撑】 .....</b>	<b>63</b>
手机携号转网本月内启动 .....	63
手机连锁企业开通“绿色通道” .....	65
中国电信 10 亿元打造亚运信息网络 .....	65
<b>市场跟踪篇 .....</b>	<b>66</b>
<b>【数据参考】 .....</b>	<b>66</b>
全国 3G 用户超过 2500 万 .....	66
前 8 月电信资费同比下降 11.4% .....	66
我国累计建成 3G 基站 51.5 万个 .....	67
最新统计显示非洲手机用户破 5 亿 .....	67
Gartner: 三季度全球手机销量同比增长 35% .....	68
工信部: 三季度用户服务申诉占申诉总量四成 .....	71
工信部: 三季度电信运营商关闭 3000 个未备案网站 .....	72
三季度 3G 用户达 3111 万 2011 年渗透率有望达 10% .....	73
<b>【市场反馈】 .....</b>	<b>73</b>
近七成用户面临手机安全威胁 .....	73
全国大部分城市 IC 卡电话亭成摆设 .....	74
三季度电信增值服务收费申诉量连降 .....	78
特殊资费卡存陷阱: 运营商可能随时作废 .....	79
多媒体数字电话: 为家用电话带来全新变革 .....	81

## 亚博聚焦

### 当心手机上网成瘾

核心提示：随着 3G 时代的到来，手机上网越来越受到青少年的追捧，地铁、公交、教室、宿舍……随处可见拿着手机的年轻人，他们聚精会神享受着手机上的网络世界。在手机上网日趋普及化的今天，如何引导青少年正确使用手机上网，克服手机上网依赖成为一个现实的问题。

部分青少年生活中

手机时刻“网上在线”

中国互联网络信息中心发布的《第 26 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2010 年 6 月，手机网民用户达 2.77 亿，手机网民成为拉动中国总体网民规模攀升的主力军。

在武汉大学读大三的王毅告诉记者：“现在用手机上网聊天很便宜，每月包个 10 元的流量，可以全天上网。以前用电脑聊天要等到下课才行，现在课堂上、路上、甚至在被窝里都可以和朋友畅所欲言。现在只要一天没有上网聊天，心里就会觉得发慌。”

“30M 不够用，50M 也不够用，5 月底换成了 70M 还是不够用。”广西民族大学学生陆莉无奈地说，“无论手机开通多少 GPRS 流量总觉不够用。”

喜好篮球的大四学生陈喜福说，每天早上起床、晚上睡觉前一定要拿起手机，上网关注 NBA 的赛况。“大学以来，上课时间我基本上是在用手机看新闻和看小说，课堂本来就乏味，加之又在上网，更不知老师讲什么内容。一堂课后感觉什么知识都没有学到，大学就过去了四分之三。”

手机上网成精神寄托

戒除心瘾不容易

“就算很多人在身边，内心有时也感到空虚无助，所以选择手机上网。但是当我发现 QQ 好友的头像亮着，却又找不到聊天的理由，更加重了我的孤独感、空虚感，仿佛一切都是虚幻。”已经工作两年的张培苦恼地说。

张培说，上个月底取消了手机上网功能，想戒掉对手机上网的依赖，可是刚到这个月初她又重新进行订制。“手机上不了网的那几天，睡觉都睡不着，感觉就是一种煎熬。”

在广州工作一年多的伍明每月开通 300M 的手机 GPRS 流量，每天上网看资讯、逛空间、查资料、聊天、有时下载歌曲。“用手机上网既方便又实惠，因为是在工厂里面工作，天天面对着机床，手机上网成为我上班时唯一的娱乐。”

“我有一次在上班时正用手机上网聊天，机器出了问题没能及时发现，机床压缩出的很多产品都不符合规格，还弄坏了压缩机模具。被主管警告过好几次。”伍明无奈地说。

理性认识利弊

克服手机上网依赖

中国互联网络信息中心的研究也指出，低年龄网民因回避现实社会而上网的倾向强于主动对互联网的应用。“手机上网是高科技改善人们生活的一种方式，而青少年在思想上不够成熟，很容易沉迷其中，难以自拔。”广西民族大学教师李大庆说。

广西民族大学心理学专家韦克平认为：应该一分为二来看手机上网问题，用手机查资料、看新闻、联系朋友是正常的使用范围；而不分时间、场合，过度依赖手机上网，就属于不正常使用范围。严重者会影响睡眠、学习、工作，甚至会因为一时不能上网而产生郁闷情绪，患上强迫症。

“学生过度沉迷于手机上网表现出他们的一种心理需要，可能是空虚、无聊导致，但更多的是因为缺乏职业生涯规划。”韦克平表示。

广西区委党校副教授张辉指出，大学生要明确自己的身份，学会自我控制，树立正确的价值观，把主要精力投入到学业上。社会和学校应加大对“手机上网依赖”现象的重视程度，通过制度规范、沟通交流等方式引导学生正确认识手机上网。来源：2010-11-10 新华网

[返回目录](#)

## 手机阅读：积极的新阅读

书香满城，一年一度的深圳读书月又来到了。深圳移动与读书月组委会签署战略合作协议，启动“手机阅读季”，鼓励市民拥抱全媒体阅读时代，在人人都有手机里，埋下文化的种子，让移动“书香”从此洒满城市的每个角落。

世界传媒巨头默多克曾放言，“未来将是手机媒体的天下”，这一预言正在成为现实。“手机阅读”凭借使用便利、藏书丰富等特点成为“书虫”们的新宠。中国目前不过3亿网民，而手机用户超过7亿，按2010中国移动阅读产业论坛发布的数据，95%手机上网用户愿意用碎片时间进行手机阅读。

“手机阅读大幅降低了阅读门槛，同时有助于绿色环保和节能减排，有助于提高阅读率。”深圳移动公司副总经理鲁向阳在“手机阅读季”启动仪式上介绍，中国移动推出的“手机阅读”能为用户提供各类电子书内容，包括图书、杂志、漫画等；用户可以选择感兴趣的内容在线阅读，也可请求下载之后离线阅读，

用户可通过 WAP 和客户端等方式进行使用手机阅读业务。手机阅读旨在为用户打造便捷、健康、环保、时尚的新阅读方式，让更多的人享受阅读的乐趣，同时它的便捷与环保也很有力地诠释了“移动改变生活”的理念。

据悉，中国移动已建立手机阅读基地，由专业人员编辑书目，与各大出版社联系，以全部的正版图书上线供手机阅读者选择阅读。目前，中国移动手机阅读网站共设 3 元专区图书近 1000 本，免费及按本付费的图书近 1 万本。书目一周左右更新一次。来源：2010-11-10 深圳特区报

[返回目录](#)

## 携号转网：谁会欢乐谁会忧

早在 2006 年 10 月，原信息产业部就发布了《关于保障移动电话用户资费方案选择权的通知》，要求从 2007 年 1 月 1 日起实现同运营商网内携号转套餐。该通知可以说是携号转网的前奏。

2008 年电信业重组之后，非对称管制被提上议程，而单向携号转网被认为是抑制中国移动一家独大的措施之一。但由于种种原因，这一措施被谨慎研究、推行。

2009 年 4 月，工信部下发了《关于做好移动用户号码携带试验有关准备工作的通知》，随后，天津和海南的移动号码携号转网的试验工作也正式启动。当年年底，工信部电信研究院联合三家运营商进行数据库的建立，并开始内部测试。试验中，天津为“双向转网”，即中国移动的 2G 用户可以与中国电信和中国联通的 2G、3G 用户互转。海南为“单向转网”，即只能由中国移动的 2G 用户转入中国电信和中国联通。但是为了保护 TD，无论在天津还是海南，所有的中国移动 3G 用户都只可转入不可转出。

按照政府设想，其理想结果是携号转网政策能够为用户提供更多选择，如果对运营商不满，可以用“转网”的方式表示意见和倾向。另外新兴运营商也许会因为资费的优势，带来用户的增多，这样各家运营商之间的差距缩小。达到市场均衡发展目的。

但是对这件事情，专家认为这个效果有待观察。根据此前曝光的方案，携号转网的进程为“三年三步走”：第一年为非对称转网，中国移动的 2G 用户可携号转移到中国联通和中国电信，中国联通的 2G 用户可携号转移到中国电信，而中国联通和中国电信的 3G 用户可携号转移到中国移动的 3G 网络；第二年是对称 2G 携号转网，三大运营商的 2G 用户可互相携号转网；第三年，三大运营商

的 3G 用户可互相携号转网。但 TD 号段只实行单向转网，TD 号码只转进，不转出。

不少专家认为，用户是实施携号转网的最大受益者，不仅消费选择权增加，而且更换运营商的门槛也降低了。对运营商来说是要增加成本而又有可能失去用户的。实施中用户转网的成本和麻烦程度是关键。如果是双向携号转网，主导运营商的用户也许反而会越来越多。因此对这一政策能带来多大的用户流动还难以预测，每家企业都有机会重新拉来用户，关键是看服务。

笔者认为，携号转网的重要意义也许是将引导运营商把竞争重点转向服务。当前电信市场由于监管力量薄弱，法律缺失，市场竞争激烈，争夺用户成为唯一的发展手段，恶性竞争层出不穷，前不久的校园市场争夺战可以看成是几家企业争夺客户的缩影。如果实施携号转网后，各家一定要避免“恶战”，把精力放在完善服务上，这才是制胜的关键。

从国际实施情况看，携号转网效果差异很大，因此仅靠它改变失衡的市场格局不现实。企业如果利用这个政策竞相降价再大打价格战“拉客”也会得不偿失。据专业人士分析，若全国按天津的试点方案首先实行双向携号转网，则市场格局变化并不十分明显，如果实施非对称管制，实施单向携号转网对市场格局的影响更大。目前随着 3G 网络建设与优化的进一步深入进行，三大运营商之间在网络覆盖方面的差距会逐渐地减少，而业务与服务的丰富性将逐渐成为电信运营商竞争的核心内容，为了最大程度地减少自由携号转网的挑战，充分利用未来的这一政策机遇，要求电信运营商必须更多地注意用户满意度，这才是避免携号转网政策让企业“赔了夫人又折兵”的关键。

#### ■ 小链接

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。来源：2010-11-10 人民邮电报

[返回目录](#)

## iPhone：儿童的新一代安慰剂？

新技术深刻地影响着所有人包括儿童的生活方式。如同电视对上一代人生活的影响一样，如今的父母也迅速分化为两派：支持并允许孩子使用 iPhone 以及杜绝孩子过多接触 iPhone。

iPhone 的出现卷起了电信业的革命，也成了人类历史上安抚挑剔孩子最有效的工具。父母终于有机会沉浸在自由之中：在餐厅里跟朋友聊天，徜徉在超级市场中不被打扰。正如成年人对 iPhone 爱不释手一样，如今这玩意已经变成孩子的最佳玩具选择——许多 1 至 3 岁的孩子如同对待珍稀动物标本一样近乎疯狂地热爱 iPhone。这类现象吸引了一些儿童发展专家的关注。

### 玩具新宠

娜塔莎·赛克斯是亚特兰大市两个孩子的母亲，她回忆起那时才 2 岁的女儿凯尔西第一次拿到父亲的 iPhone 的场景：“她按下按钮，屏幕亮了，我始终记得她那瞬间发亮的眼睛。”

凯尔西会时不时地向父母要手机，如果拿不到还会哭嚷。“她想一直把 iPhone 攥在手里。”一天，丈夫的 iPhone 失踪了，找了 6 个小时以后，夫妻俩发现 iPhone 卡在凯尔西的小床下面。

如今 3 岁半的凯尔西和她 2 岁的弟弟查斯有积木块、乐高玩具、弹跳球、玩具车、书籍。但这些玩具的诱惑力都比不上 iPhone。娜塔莎说：“如果他们自己可以选择手机或玩具，那肯定是选前者。”

作为 iPhone 的设计者和生产商，苹果公司已成功实现了 iPhone 的简单性与直观性，从技术上讲即使是醉酒的成年人也知道怎么操作，更不要说精明的小孩了。在屏幕上点击一幅图片，屏幕随即发生变化。还有什么能比这更有意思呢？

### 正负效应

孩子们热衷 iPhone 不能自拔，在一旁的父母对自己的孩子能用肥嘟嘟的小手在屏幕上从容移动，打开自己想要的照片或应用程序深感自豪，又充满好奇。

许多市场上的 iPhone 应用程序专门针对学龄前儿童设计，一些还特别标注着“教育”，如“袖珍动物园”提供世界各地动物视频；“闪卡”专为教育儿童如何读写等。

父母们如今不仅担心孩子会把 iPhone 摔坏或玩坏，也对自己让孩子玩 iPhone 产生罪恶感。他们开始怀疑：这究竟是一种教育工具还是与电视类似的负面娱乐方式？

美国儿科学会自创立之初，便长期劝说父母不要允许儿童看任何电视。而该学会成员说：“目前，我们就觉得手机的负面影响跟电视没什么不同了。”

住在华盛顿的吉尔·艾缇斯有两个女儿，一个 3 岁、一个 8 岁。她坚信自己的女儿在词汇、阅读、拼写方面的能力上远远超过了同龄人，并把这些进步归功于 iPhone 和 iPad。通过一款名为蒙台梭利填字游戏的应用程序，3 岁的女儿已经学会拼写一些复杂的单词，如“星光和烟花”。然而，美国科罗拉多州的一名教育心理学专家简米·希利说：“认为拼写软件是一种教育手段的父母，其实是忽视了学龄前儿童大脑成长的规律。这个年龄段的儿童需要整个身体的运动，对大量物体的操作，而不是对某些模糊技术的运用。将字母排列出单词‘猫’并不意味着儿童学会了这个词。只有通过理解、听说才能真正掌握语言。要是父母只忙于做各种事情而让孩子独自把玩电子产品，那语言又会从何而生呢？”

尽管艾缇斯太太对 iPhone 还是持肯定态度，但她和丈夫仍然决定限制两个女儿每天玩 iPhone 的时间不超过 1 小时。

哥伦比亚大学巴纳德学院幼儿发展中心主任托瓦·克莱因担心，孩子每次外出或与父母在一起的时候若都只盯着 iPhone 屏幕，将大大限制他们经历更广阔世界的机会。她说：“这个年龄段的儿童充满了好奇心，善于发现各种事物，一旦他们只专注于屏幕，就不会去理解更广阔的世界。”

最近在一家兼具影响力与争议性的亲子网站 UrbanBaby.com 上有一篇帖子，问大家是否发现自己的孩子对玩 iPhone 的兴趣远远超过了“真正的玩具”。那些说“没有”的母亲这样声称：“我们不允许孩子碰 iPhone。它会带走孩子的创造力。”

坦普尔大学研究早期语言发展的心理学家赫希·帕塞克也站在“没有”的一边。研究表明，积极的参与才能真正帮助孩子适应眼前的特殊情况，她说，与屏幕的互动显然无法胜任。然而，帕塞克教授还是被众多父母在纽约地铁上将 iPhone 给小孩子玩的行为深深震撼。她开始理解这种冲动。“这是一台神奇的电话，我必须承认我也被它吸引了！”来源：2010-11-13 浙江在线-浙江日报

[返回目录](#)

## 国产手机走出去不代表能站起来

习惯了国际手机大佬们在中国营地上无休止地拼杀，人们似乎已经逐渐忘却了国产手机曾经打下的辉煌，然而，国内手机厂商们并不甘落寞，时不时传出它们的最新动态，以示存在。这类企业包括华为、中兴、TCL，甚至在海外依靠代工过日子的波导，也放话实现了盈利。

与上述企业相似，继与印度当地最大的 CDMA 运营商 reliance 全面合作后，国产手机商酷派日前又与印度另一家运营商 TATA 电信结盟，其产品将在对方 4000 多家门店全面销售。

众所周知，印度是全球手机用户增长最快的市场之一。从用户规模来看，印度已是仅次于中国的全球第二大电信市场。随着 3G 牌照的发放，其巨大的市场潜力，令海外手机商觊觎不已。如今，在印度和巴基斯坦手机市场，中国手机的占有率已经超过五成。

走出去，是否意味着就能站起来？其实不尽然。早在 2004 年前后，国产手机商受洋品牌的冲击，开始了“走出去”的行动，尽管挽救了一批本土手机品牌，但这条路并非一帆风顺。

与诺基亚、摩托罗拉、三星等洋品牌相比，国产手机在海外还局限于低端市场，缺乏品牌影响力，大多以代工和贴牌为主，利润并不高。据笔者了解，波导 2010 年上半年海外市场销售收入 4.4 亿元，约占总收入的 90%，但营业利润却不足 500 万元。更为悲惨的是，即便在低端市场，国产手机也遭遇了老弟“山寨机”的围剿，竞争压力空前。不久前，在深圳一次中印手机采购会上，参展的企业山寨机几乎占了八成。鉴于此，中兴已经对外表示，将谨慎对待印度市场，不再做赔本赚吆喝的事。

这也给走出去的国内手机商们敲了一记警钟，没有品牌做支撑，国产手机就永远只能成为洋品牌的陪衬，只能在利润微薄的亚非市场拼杀，虽然也能活下去，但始终无法过光鲜的日子。在酷派常务副总裁李旺看来，中国企业国际化的问题就是品牌的问题，不解决品牌的问题，就谈不上国际化的成功。此次酷派远征，就以自有品牌方式销售与推广，跟国际品牌诺基亚、三星等企业同台竞技。

在国门前失利的本土手机企业，绞尽脑汁想“走出去”寻求市场，本值得鼓励和欣慰，但走出去并不代表问题不存在，如果不解决品牌长期缺失的困惑，国产手机离“柳暗花明”就还有一定的距离。来源：2010-11-12 IT 时代周刊

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 【政策监管】

#### 我国将制定《信息安全条例》

日前，工业和信息化部已完成《信息安全条例(报送稿)》，其中对信息网络环境下法律主体的权利、义务，各种危害网络与信息系统安全行为等内容作出了规定。

2010年全国“两会”期间，有多份人大议案建议制定互联网法、网络信息安全法、国家信息安全法。针对这些议案，工业和信息化部、公安部认为，当前规范信息安全的法律法规或规章有很多，但也存在内容分散、相互交叉甚至抵触的现象，为此需要制定一部内容综合、法律效力较高的法律或行政法规。

日前，工业和信息化部已完成的《信息安全条例(报送稿)》对信息网络环境下法律主体的权利、义务，各种危害网络与信息系统安全行为，网络科技创新，加强国际兼容等内容作了规定。

对此，全国人大财经委员会同意工业和信息化部、公安部的意见，认为，互联网信息活动亟须法律规范，但网络世界形成的各类社会关系也是当前现实世界的各类社会关系，涉及多方面的法律规范，不可能通过一部法律进行调整。建议先通过制定《信息安全条例》等专项法规解决议案所提问题，同时就互联网立法问题展开深入调研，在条例实施和立法调研的基础上，提出综合性的立法方案，解决当前互联网缺乏法律规范的问题。来源：2010-11-11 人民邮电报

[返回目录](#)

#### 商务部提醒贸易摩擦向通信业蔓延

伴随着产品出口提升，通信业正在遭遇越来越多的贸易摩擦，只有提升产品附加值，完善定价机制，才是最终突破贸易壁垒的真正办法。

一直积极开拓海外市场的中国通信企业，2010年以来的“走出去”走得很不顺畅。

消息人士近日透露，华为、中兴通讯再遭“安全门”，丢失美国运营商 Sprint Nextel 数十亿美元采购大单；联想起9月份欧盟对中国数据卡发起反补贴调查事件，通信业似乎始终笼罩着贸易保护的阴霾。

在日前商务部发布的 2010 年秋季中国对外贸易形势报告中，对贸易保护主义的阐述相比以往用了更大的篇幅和更紧迫的字眼。报告还特别指出，“中国遭遇的贸易摩擦从纺织、轻工等低附加值产业向新能源、电子信息产业等高技术含量、高附加值产业蔓延。”

可以预见，今后通信业的“走出去”将遭遇更加频繁的贸易摩擦，产业自身除了充分认清形势之外，恐怕还需更多技术性准备。

#### 出口提高摩擦升温

通信业所遭遇的越来越多的贸易摩擦，实际上和产品出口比重的提高相伴而行。

数据显示，2010 年前三季度，我国机电产品出口 6677.2 亿美元，其中高新技术产品出口 3482.4 亿美元，增长 36.1%，占出口总额的比重比上年同期提高 0.5 个百分点。

持续走高的出口比重，大大刺激了欧美等发达经济体的神经。商务部国际贸易经济合作研究院对外贸易研究部主任刘雪琴表示，国际金融危机之后，发达经济体纷纷提出通过扩大出口促进经济复苏。“各国试图扩大出口势必导致国际市场竞争加剧，保护主义抬头，贸易摩擦增多。”

同时，本轮经济复苏与结构调整交织在一起，很多国家对电子信息技术等高新技术产业寄予厚望，但由于各国发展模式存在严重的路径依赖，结构调整无法一蹴而就，所以对本国高技术产业的保护变本加厉。

#### 保护措施多管齐下

“中国机电产品在获得政府各种优惠政策后价格本就具有竞争力。”刘雪琴指出，“金融危机之后，这些产业几乎不可避免地会成为头号保护对象。”在商务部的这份报告中，对贸易保护的阐述鲜见地列举了 2010 年 9 月 16 日欧盟对中国数据卡发起反补贴调查的案例。这次事件被定义为“迄今为止中国遭遇涉案金额最大的贸易救济调查”、“欧盟首次对中国同一产品同时进行三种贸易救济调查”。

所谓三种贸易救济调查，是指反倾销、反补贴和保障措施，这在国际贸易救济实践中“极为罕见”。尤其是反补贴调查，应诉主体为政府，一旦成立则势必影响我国产业政策。

除了贸易救济措施之外，欧美等国还善于使用各种非关税壁垒施行贸易保护。近日受到“国家安全”因素影响，尽管华为和中兴通讯的出价低于阿尔卡特朗讯、爱立信以及三星，美国运营商 Sprint Nextel 仍将华为和中兴通讯排除在最近一次数十亿美元采购大单之外，便是非关税壁垒的有力明证。若再向前追溯，

诸如“绿色壁垒”、“知识产权壁垒”的不断升温，更让积极“走出去”的企业感到“心忧”。

据某通信企业知识产权部人士透露，知识产权在现代贸易战中，越来越成为一种可随意利用的工具。据悉，在美国有大小几百家专门从事知识产权起诉的公司，他们被业内人士戏称为“专利流氓”。

“美国的司法制度决定了‘专利流氓’的生存。”该人士表示，一方面在美国打官司诉讼成本很高，另一方面即使企业决心应诉，陪审团也会倾向于认为第三世界国家侵犯专利权。

“所以绝大多数时候，企业都选择私下了结。”该人士无奈地告诉记者。不过，像中兴通讯、华为这样一心想打入欧美高端通信市场的企业，不但要了解“本地特色”，恐怕还需更多积极的应对策略。

竞争力是根本

在数据卡事件中，除了商务部表示“强烈不满”和“严重关切”之外，半官方机构中国机电产品进出口商会也积极组织企业抗辩。显然，目前通过企业自身的努力已经很难打破一些非市场阻碍，企业需要更多的外部支持。

据记者了解，为打消欧美市场的疑虑，中兴通讯、华为这样的通信巨头都会聘请当地游说、咨询和律师团队协助竞标，同时也会与当地厂商签订大额采购合同以此争取市场认可。

然而这样的努力并没有换来欧美高端市场的实质性突破，越发频繁的贸易摩擦让企业不得不求助于政府。

“企业其实不太愿意请政府出面。”华为某内部人士表示，“这里需要找到平衡，否则就会授人口实。”

所谓“授人口实”，是因为中国企业往往享受税收减免、国家拨款、以低于市场价格获得原料和补贴等各种非市场因素的优惠政策，这往往是市场经济国家发起反补贴调查的原因之一。

所以在刘雪琴看来，依靠政府并非最终解决办法。她建议，企业应该努力提高产品的附加值，打造核心竞争力，同时建立起更加完善的定价机制，将碳排放和能源消耗等因素考虑进成本，这才是规避贸易风险的正途。来源：2010-11-15 通信产业网

[返回目录](#)

## 广电总局：2015 年县级城市有线网络全数字化

“到 2015 年，全国县级(含)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。”记者从今天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，全国地级(含)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。

河北省省委常委、宣传部长聂辰席会见了前来出席会议的国家广电总局副局长、科技委主任张海涛一行。副省长孙士彬出席会议并讲话。“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。”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(含)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。来源：2010-11-10 河北日报

[返回目录](#)

### 【国内行业环境】

#### 三网融合广电产业希望在卫星

年初，随着产业政策出台，尤其是七月有关部门已经着手进行区域试点，“三网融合”或“三网合一”不但成为业界关注的焦点，经过媒体的传播，也是逐渐为普罗大众熟悉。

通俗的理解，三网融合，就是互联网或手机上可以打电话看电视，或者通过有线电视可以上网或打电话，最终的目标是家家户户只需“一线通”或“无线通”，实现宽带上网、看电视或打电话等各种功能。

其实，这些应用早已被大家熟悉和接受，例如上网打电话，就有 skype；网上看电视已经有优酷、酷六、乐视等。至于通过有线电视上网，如北京的歌华宽带已经有大量的客户了。

我们分析，此次政府出台政策，动员发改委、工信部和广电总局等行政力量，组织实施三网融合，其战略意义，可能不仅仅是“满足广大人民群众日益增长的物质文化需求”吧。

实际上，从已经公布的产业政策、方案和试点计划来看，三网融合的主要工作还是从产业政策上让广电和电信相互开放的问题。其实这种相互开放，对于电信来说是水到渠成，对于广电而言则是惊险的一跳：其中不仅要花费巨资着手改造现有的有线电视网络；更困难的是，如何在使广电企业在商业模式上转变为B2C模式，并建立客户服务至上的经营理念。

所以，三网融合，本质上是在网络时代对广电产业的一次重组和拯救。

但是，目前的情况是，即便是电信企业，也面临着基本电信业务停滞不前的困境，我们有理由担心，广电投入巨资对有线网络进行改造并进入电信领域，是否真的能够找到商机，实现自我救赎？其实，关键是如何把握广电企业的产业独特优势。比如，在电信领域前景可期的基本上都是在增值业务领域，而“内容”恰恰应该是广电企业大有作为的地盘。再比如，卫星广播电视，即便不在“三网融合”的计划方案中，但是在内容上的高清、交互甚至3D技术等，都是绝对优势所在。但要充分发挥这种优势，卫星广播电视必须实现“农村包围城市”的政策转变。

总之，对于广电来说，三网融合之路困难不小机会不大，卫星广播电视的应用才是广电的命脉。来源：2010-11-15 卫星与网络

[返回目录](#)

## 上海3年完成城市光网全覆盖

上海将用三年时间，实现光纤进楼到户。为世博会的成功、精彩提供“全气候、全方位”网络支撑的电信世博八大科技亮点及18项世博新产品，在昨天开幕的工博会上全体亮相，“智慧城市”理念从世博会来到工博会，并逐步走进千家万户的日常生活。

据透露，世博会后，中国电信已开始在上海全面实施“城市光网”建设，实现光纤进楼到户，将在2012年达到“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。

工博会中国电信展台以虚拟场景、远程连线 and 互动体验等新颖活泼的形式，为观众展开一幅全天候、全方位的现代低碳信息生活图景。三年后的“家庭”，将接入 100M 的宽带，打造家庭办公、智能生活环境，“智能冰箱”通过最新的物联网技术，将冰箱内的物品“管理”起来，随时以短信的形式提示冰箱的库存信息。来源：2010-11-10 新民晚报

[返回目录](#)

## 上海成立联盟培育物联网产业

在近日举行的 2010 全球物联网产业发展(上海)论坛上，上海市副市长艾宝俊按下象征“智慧地球”的光球，宣布上海物联网联盟成立。

随着物联网热的兴起，物联网联盟在国内已经涌现多个，包括成都、武汉、天津、南京、无锡等地。此次上海成立的物联网联盟，由中科院上海微系统与信息技术研究所、上海移动、联通、电信、大唐电信、东方有线、上海机场集团、宝信软件等 17 家成员发起，涵盖政府部门、运营商、系统集成厂商、应用方等物联网产业链上的相关单位。

据了解，中科院上海微系统所是上海物联网产业联盟首届理事长单位。一位参与联盟筹备的人士向记者透露，该联盟旨在整合与协调物联网产业，提升联盟内感知、传输、网络、集成、应用等企业的研究开发和生产制造，促进物联网产业快速健康发展。

中科院微系统所所长王曦院士在此次论坛上建议，大力推动物联网的发展，一定要依托运营商。

在此次论坛期间，浦东被确定为上海物联网产业基地，将与此前落户嘉定主攻研发的上海物联网中心一起，共同推进上海物联网产业链的发展。其中，位于浦东的张江高科技园区是上海物联网产业集聚程度最高的区域。“十二五”期间，张江物联网产业将设立百亿元产业基金，发展千亿元产业集群。在“大张江”地区，规划建设 1 平方公里的物联网产业化核心示范基地，带动 70 平方公里的张江园区物联网产业。

2010 年 6 月，张江高科技园区率先成立了物联网产业联盟，成员包括交通大学及 IBM、上海电气、上海华为、宝信软件等龙头企业。业内人士透露，张江的物联网产业发展，不仅依靠大企业，而且活跃了大量创新型中小企业。由于物联网产业国家标准及行业标准尚未出台，创新型中小企业加入联盟是希望推动开展行业性标准率产生，从而提升企业竞争力。

“国内有很多物联网联盟，但实际上需要一定的背景才能发展，不仅仅是提出一句口号。”上海桑锐电子科技有限公司董事长聂光义在接受记者采访时称，建立物联网联盟需要有人才、信息化技术、资金等方面的整合能力，而上海在这方面有得天独厚的优势，技术储备较好，互联网、通信、传感器网络、电子仪表等产业门类较全。

作为张江高科技园区五家物联网示范企业之一，桑锐电子 2010 年 4 月搬迁到张江，就是“奔着”物联网产业联盟而来。聂光义对记者说，以智能水表为例，该公司从事短距离无线通讯，实现了居民家中到小区节点间的自动抄表，但没法解决小区节点到公用事业单位间几十公里的数据传输，还需要依靠电信、移动的网络，以及上海电信的机房。“进入产业联盟，在产业的导向方面比较明确，可以先做一些示范，进行新产品验证，从而加快产业的应用。”

交通大学的一位专家表示，产业联盟是跨行业跨领域的合作交流平台，其作用体现在产业政策的制定、产业标准的制定以及产业资源的整合上。此次进入上海物联网联盟的有多家上市公司，将在产业链中发挥各自的作用。例如，宝信软件主要开发信息化软件。据悉，宝信软件已经建立物联网团队，将推动物联网应用示范工程建设，已涉及虹桥枢纽等重点工程项目。

对于物联网是否会像互联网那样出现泡沫，聂光义认为，两者间存在差别，很多物联网企业已经从业 10 多年，如远望谷、新大陆等上市公司。该行业的发展不仅仅是模式的创新，更加依靠技术的积累，不会在模式的复制后，短时间创造很大的效益。“物联网产业的总盘子很大，但细分到每个行业的盘子并不大。”物联网联盟的建立会吸引更多人的眼球，甚至会有投机，但外来资本的进入有难度，如果砸钱的话未必能够暴富。来源：2010-11-12 中国经济时报

[返回目录](#)

## 中国山寨手机内销萎缩六成销往海外

据市场研究公司 iSuppli 统计，自 2007 年起，山寨手机(Gray Handset)出货量虽然在不断提高，但是国内市场的出货量却一直在下滑。按其预测，2010 年我国山寨手机整体出货量将达 1.75 亿部，而被国内市场“消化”的仅有 2500 万部左右，剩下的 1.5 亿部全部出口海外。“现在做这行(山寨手机)的超过 2000 家企业，我们的产品有 60%销往海外。”李珂是深圳一家山寨手机制造商的对外贸易负责人，他表示自己与许多同行交流过，他们的内外销比例大致是四六开。“外销的区域大都是印度、东南亚、南美、非洲，谁说山寨机没得做。”

中国产业链撑起全球新兴市场

国内手机芯片制造商展讯通信市场总监杨晓四已记不清自己是第几次来到深圳，推广展讯的产品。自从2010年下半年，展讯自主研发的三卡三待(可同时放入三张GSM制式SIM卡并实现同时待机)方案开始出货，杨晓四往返展讯上海总部与深圳的频率变得更高。“我们未来的重心之一，就是帮助中国手机制造商开拓海外市场。”

杨晓四口中的“手机制造商”，大都是被坊间称之为山寨厂的企业。不过事到如今，这些山寨机企业早已不是偷税漏税，产品粗制滥造，单纯追求赚快钱的代表。他们特别注重产品的稳定性，因为国内市场的饱和让他们不得不“出海”开辟新的市场。海外竞争同样激烈，立足之本就是质量和口碑。

就在上个月，印度最大的手机制造商Micromax Informatics向媒体表示，“一旦获得监管机构批准，公司将申请上市”。据了解，Micromax三年前才正式进入手机领域，而目前在印度的单月销售已超过120万台。隐身于Micromax背后的，正是形形色色的中国手机供应商。

电信研究机构Arete Research分析师Brett Simpson刚刚结束了自己的印度之行，他的调研结果显示，在2G产品上，目前Micromax主要采用MTK(联发科技)的6225平台，出货量约90万/月，10月已开始引入MTK换代后的6253平台；3G产品则采用高通的7227平台，出货量约30万/月。

据悉，Micromax的其他主要合作伙伴包括深圳天珑、天宇和富士康，并开始与中兴通讯合作。而印度的例子也代表了大部分新兴市场的状况，例如泰国品牌Nexian和印尼品牌G-net，背后也是由中国的手机产业链做支撑的。

#### 抓住国内没有的需求

“这并不是单纯的国内市场饱和而产生的出海效应。”展讯市场部有关人士向南都记者举例称，和三年前相比，首次购机后的非洲消费者已开始关注手机的品牌、质量和扩展性功能。“他们甚至还可以说得出几个品牌的名称，而不会再像三年前一样购买‘按键看上去都会脱落’的低劣无牌手机。”值得注意的是，无论是诺基亚还是当地品牌，以及被中国消费者视作山寨机的品牌，在当地都在同一起跑线上，拼的是质量、性价比和适合当地区域特点的功能。

“或许你很少看见国内市场上有三卡三待的手机，因为消费者并不需要，但在非洲就不一样。”上述展讯人士称，国内的互联互通做得非常好，移动、电信、联通用户之间无论是拨打电话还是短信收发都不成问题。而非洲则不然，可能在一个小小的国家中就存在近10家运营商，而这些运营商之间是无法互联互通的，这样一来三卡三待就变得非常重要。

按照 iSuppli 的观点，所谓中国“山寨大军”还远未到“寿终正寝”之时。其研究报告预计，2011 年国内山寨机出货量将达到 1.9 亿部，其中内销仅占 12% 左右，2012 年这个比例更将下降至 10.5% 左右。来源：2010-11-10 南方都市报

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### 中兴华为在美竞标受阻

昨天，记者从中兴通讯内部人士处了解到，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](#)

### 日本多媒体广播发展提速

近年来，日本移动通信网络发展的速度可谓惊人，在 3G 网络占据统治地位之后，其 4G 网络也迎来了迅猛的发展。

据日本媒体报道，从 2008 年 8 月 29 日到 2010 年 8 月 12 日期间，UQ 通信公司的 WiMAX 基站总数已达到 1 万个，人口覆盖率达到 90%，同时，在 2010 年 5 月底其用户数约为 20 万户，2010 年底则预计达到 80 万户。

据悉，日本运营商目前采用的移动宽带无线接入技术是 IEEE 802.16e，对于 IEEE 802.16m 技术的研发也在进行中，预计到 2012 年，其网络最大下行传输速度将达到 330Mbit/s。目前，NTT docomo 公司正在东京地区对 4G 网络进行商业试运行，不久将会正式商用，此外，Wi-Fi 近年来在日本也得到了迅速发展，这都为日本多媒体广播这个新媒体诞生提供了网络基础。

此外，在业务应用方面，日本的移动网络视频、智能手机和电子阅览器等终端的发展速度也很快，这又使多媒体广播业务在日本的发展产生了市场需求。

#### 标准之争

受益于模拟电视广播向数字电视广播的转移，到 2011 年 7 月，日本将有一部分频谱空闲出来用于手机、汽车导航、游戏机等服务的收费数字广播。

但长期以来，日本的两大移动通信运营商对多媒体广播技术标准选择问题争论不休。一方面，KDDI 希望引进已经在美国应用的 MediaFLO 移动宽带技术，另一方面，NTT docomo 却支持基于日本现在数字电视标准而建立的 ISDB-Tmm 的技术。

在 KDDI 看来，日本能从引入 MediaFLO 中获益，因为基于这项技术，相关部门已经在美国建立了一个强大的手机电视网—FLO TV，用户能观看 ABC、CNN、FOX 和 MTV 等电视节目。KDDI 认为，通过发展支持 MediaFLO 技术的手机，日本手机制造商也可以在海外找到更多机会，进而扭转长期以来日本手机制造商在海外屡战屡败的局面。

与之相比，由伊藤忠商事株式会社出资设立的“多媒体播放企画 LLC 联合公司”，从 2008 年 3 月 5 日起，便开始使用东京铁塔发送实验电波对多媒体播放服务“ISDB-Tmm”进行现场试验。据悉此项多媒体播放服务，将进一步改进现有的“1seg”技术，通过 Download 型和 Stream 型通信方式，使电影、音乐、体育、新闻、电子书籍等丰富多彩的多媒体信息能高速、高质量地传送到手机等终端上。除此之外，该现场试验还将对必要的基础技术及服务模型进行验证测试，同时对多媒体广播服务标准“ISDB-Tmm”进行宣传。

#### 本土胜出

近日，日本总务省终于对计划开展多媒体广播业务的两个运营商阵营作出了批复，NTT docomo 最终获胜。

NTT docomo 阵营由富士、朝日等电视台以及伊藤忠商事、电通等共计 10 个公司组成。由该阵营组建的合资公司，通过采用数字广播电视技术的日本本国标准，并使用东京等地的原有基站等设施，大大降低了成本。而 KDDI 阵营则由于采用美国高通公司的技术标准，其投资要比 NTT docomo 的方案高出一倍，这也是 NTT docomo 阵营胜出的原因所在。

从 2010 年 6 月开始，日本政府举行了几次公开听证会，各方代表都陈述了各自的观点。由于 MediaFlo 技术标准在美国还存在 FLO TV 经营的财政困境等问题，最终日本还是决定不予采用，KDDI 阵营随即败下阵来。

在 2010 年 9 月 8 日，NTT docomo 公司正式对外宣布，从 2012 年初开始推出适用于移动终端视频和电子阅览器等多媒体广播服务。

## 多媒体广播升温

所谓多媒体广播，是向类似 iPad 的书写板型终端、手机等移动终端，同时发送大容量数据的系统。

多媒体广播与现在移动通信线路上提供的服务不同，现在移动通信电路上提供的服务，是分别向各个终端对应发送被限定了的数据，而多媒体广播是同时向各个移动终端发送大容量的数据，因此，多媒体广播业务需要更大的带宽。

日本总务省对多媒体广播业务，作出了有利于 NTT docomo 公司发展的决定，日本第三大移动通信公司—软银公司随即表态，也要开发与 NTT docomo 公司相同标准的多媒体广播终端。此外，智能手机等大量新终端的出现，使通信网的数据量飞速增加，让广播网分流部分移动网数据，有利于减轻移动通信网的负担，这也是通信公司重视多媒体广播事业发展的原因所在。

此前，多媒体广播服务已经在美国得到应用，而在日本的发展速度也会进一步加快。随着模拟电视广播渐渐退出历史舞台，其空余出的频段将会促使多媒体广播服务这种新媒体的诞生。目前世界各国都在加速移动网由 3G 向 4G 的过渡，同时 Wi-Fi 网络也越来越普及，移动宽带接入速率越来越大，都为多媒体广播服务的发展创造了网络基础。

Link :

MediaFLO 是美国高通公司对于移动电话、个人数位助理等可携式装备的广播资料传送技术。FLO 在 MediaFLO 中是指“前向链路”(Forward Link Only)，意思是从基地台到载具的数据使用单一路径传送。MediaFLO 系统是从现有的移动网络的频谱中分割出一块，例如美国使用的 MediaFLO 的频谱是以前用于极高频 55 电视频道(UHF TV Channel 55)的 716 ~ 722MHz。

ISDB(Integrated Services Digital Broadcasting)是综合数字广播，它是以日本广播协会(NHK)为中心开发、日本和南美采用的数字广播技术标准，ISDB-S 为卫星数字广播标准，ISDB-T 又分为 ISDB-TSB(数字语音标准)、ISDB-C(数字电视广播)等，由 ISDB-T 变成 ISDB-Tmm，即意味着多媒体。来源：2010-11-15 通信世界周刊

[返回目录](#)

## 美国国会报告称中国电信实力增强威胁美国安全

据国外媒体今日报道，美国一个国会顾问小组在一份草拟的报告中得出结论称，中国在全球电信设备市场不断增强的实力增加了美国的安全风险，并要求政府官员给予更密切的审查。

这份由美中经济和安全评估委员会(U.S.-China Economic and Security Review Commission)草拟的报告写道：“中国实际上将在许多领域成为主要市场动力，包括电信。由于关键基础设施部件的制造、部署、运营和维护由外国机构负责而引发的国家安全漏洞正在呈现加速增长态势。”

该委员会于2000年由美国国会正式设立，由共和党和民主党共同组建，其主要目的是对不断增长的中美贸易所产生的安全问题进行调查。该委员会主要由具备商业和国家安全经验的前政府官员组成。

由众议院发言人南希·佩洛西(Nancy Pelosi)指派的一名委员会成员兼咨询师迈克尔·威瑟尔(Michael Wessel)说：“相当一部分网络攻击都是通过电信基础设施展开的。这些威胁是通过电信领域产生的，所以就应该关注供应链的持续整合和全球化，以及供应链的全球化可能带来的威胁。”

“除非中国能够证明不存在这种情况，否则心存戒心就很重要。”威瑟尔说。

这份有望于年底正式发布的报告强调了许多担忧，这些担忧已经令华为和中兴等中国电信厂商在争夺大合同或在美国完成收购的过程中遭遇困境。该报告的发布正值敏感时期，上述两家企业目前正在加速全球扩张，并试图在利润可观的美国市场赢得较大的合同。

在中国企业最近遭遇的挫折中，Sprint Nextel 将华为和中兴排除在大型网络升级计划的最终考虑范围之外。消息人士表示，这主要是出于对美国安全问题的担忧。

中兴和华为均拒绝对此置评。这两家公司都曾表示，愿意将软件和硬件提交给第三方检查，以证实其清白。这两家厂商的产品被欧洲等其他地区的运营商广泛采用。

这份报告得出结论称，美国政府应当更为密切地关注电信供应链以及中国电信领域，尤其是在中国影响力不断增加的长距离光纤、网络设备(如路由器、交换机和集线器)、WiMax 和 Wi-Fi 设备以及软件和手机。

该报告表示，美国政府应当出台更多的刺激措施，鼓励美国国内的研究和制造，同时减少或禁止获得政府资助的国外企业参与敏感系统。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【竞合场域】

#### 专利权成智能手机厂商竞争利器

近来，智能手机市场可谓热闹非凡，各厂商之间的市场争夺战愈演愈烈，战火不仅围绕产品本身，而且还蔓延到了产品专利上来。

据报道，苹果公司美国当地时间 10 月 30 日起诉摩托罗拉公司，称包括 Droid 在内的多款摩托罗拉公司手机产品侵犯了苹果的 6 项技术专利。无独有偶，一向以技术创新实力著称的苹果，发难的对象不止摩托罗拉，手机巨头诺基亚也未能置身事外，苹果声称诺基亚侵犯其多项专利。不过，近期，ITC(国际贸易中心)为诺基亚带来了好消息。ITC 称，经过 6 个月的调查，裁定苹果公司对诺基亚提出专利侵权的指控无效。

#### 智能手机领域专利诉讼不断

近年来，智能手机市场风生水起，发展形势一浪高过一浪。据国外媒体报道，市场研究公司 IDC 指出，随着消费者涌向诺基亚、苹果和 RIM 智能手机，2010 年第三季度全球智能手机出货量增长近 90%。

面对如此巨大的市场商机，各大商家当然都是垂涎欲滴，纷纷云集智能手机市场。一时间，智能手机市场群星闪耀。风光无限的苹果、力挽颓势的摩托罗拉、昔日的霸主诺基亚、实力雄厚的黑莓，还有众多半路杀出的新兵……相应地，智能手机市场的竞争也走向白热化，各大厂商之间的摩擦纠纷也日渐凸显。其中，专利问题最具代表性。

事实上，各大手机巨头之间的诉讼纠纷此起彼伏，俨然陷入了一场专利诉讼连环战。智能手机领域的巨擘与新兵都未能独善其身。苹果公司对于摩托罗拉和诺基亚的专利起诉便是典型的例子。不过，有消息称，在苹果向威斯康星州联邦法院提起诉讼之前，摩托罗拉已于 10 月份时先控告苹果侵权。无独有偶，据港台媒体报道，微软近日正式向美国国际贸易委员会(ITC)提出一项针对摩托罗拉的专利侵权诉讼案。微软在其发布的新闻稿中称，摩托罗拉的 Android 智能型手机产品侵犯了其九项专利内容。另外，国内手机厂商也有类似的遭遇。号称国产机皇的魅族就因 M8 酷似 iPhone 而惨遭诉讼，被苹果勒令下架退市。看来，智能手机领域的专利诉讼战号角已经吹响，这场产品背后展开的大战一触即发。

#### 专利诉讼化身市场竞争武器

智能手机专利口水战频现，显然有其自身的原因，其中既有客观因素，也有主观因素。

从客观因素来看，移动互联网方兴未艾，智能手机市场商机无限，表面的风光繁华与背后的巨大利润空间吸引了各大厂商纷至沓来。老牌的手机厂商当然拼死想守住自己原有的一亩三分地，并在深耕细作的同时不断开疆拓土。譬如，摩托罗拉押宝 Android 战略成功挽回颓势，并于三季度首次实现盈利；而诺基亚苦守塞班市场萎缩，如何挽回颓势尚是漫漫征途不可预期。与此同时，从其他领域跨界而来的新兵，也卯足了劲儿意图市场分羹。这方面的例子也不鲜见，强大如微软也未能经受得住智能手机商机的诱惑，高调推出 Windows Phone7，一向在电脑领域打拼天地的惠普同样不甘寂寞，近期正式向市场展示了搭载 Web OS 2.0 系统的 Palm Pre 2 手机……如此境况下，移动通信与互联网的界限日渐模糊。而涌入智能手机市场的新兵在踏入对方领域的同时则难免会步入雷区，这也是手机市场专利诉讼战频发的原因之一。

从主观因素来看，随着市场竞争的加剧，保持专利压力，也成为遏制竞争对手，争夺市场的重要武器。据悉，美国对于专利侵权赔偿原则是惩罚性的，对于恶意侵权的惩罚金额则更是天文数字。也正因为后果严重，因此，各个国际巨头在生产产品前都会预先聘请律师对于专利风险进行评估，并出具报告。Lowenstein Sandler 律师事务所的知识产权律师马克·凯思伦称，专利诉讼是打击竞争对手的一种手段。他表示：“他们不但想在市场上竞争，同时也会使用专利组合，尽量拖累和挤压竞争对手”。这么看来，也难怪苹果、微软等这些 IT 大鳄在专利问题上表现得如此“小家子气”了。

### 3G 时代专利大战利弊并存

智能手机市场各大厂商之间的诉讼连环战已成事实，那么，这样绵延不绝的战火，在 3G 技术大行其道的今天，对于智能手机市场又会产生怎样的影响？是促进创新还似乎遏制创新？是推动产业发展还是成为发展路上的绊脚石？对于这点，业界的看法并不统一。

支持者认为，这种诉讼对于整个智能手机产业的发展具有重要意义。原因在于：通信有一个重要的特点就是要求互联互通，随之技术的特点就是遵循标准。但是，在同一标准下人的创新的思维和模式必然有所类同，各家拥有的专利也存在边际的重合，每家有每家的特色和长处。而通过这种专利诉讼的结果，往往是达成交叉许可、和解或者部分判赔。这些都会使得专利壁垒消除，使各方都能够更自由地创新发展，创新能力得到激发，显然于整个产业的长远发展意义匪浅。

反对者则认为，专利已经从单纯奖励业界创新、避免对手不当抄袭，沦为商界竞争武器，但当专利战打到某种程度，可能会阻碍产业创新成长。更为严重的

是，如果纯粹为了打压而频繁发动这种专利战，久而久之，各大厂商必然不堪其累，整个市场的发展也会受到影响。而且，专利战火过于密集，也极易助长恶性竞争之风，如此一来，势必损害整个产业的发展。

“水能载舟，亦能覆舟”，专利大战对于智能手机市场的发展作用也是同样的道理。换句话说，专利诉讼战是一把双刃剑，适当的专利战，可以消除技术壁垒，促进创新。而专利战如果频率过高，那么打到一定程度，则会成为阻碍整个行业发展的桎梏。来源：2010-11-15 通信信息报

[返回目录](#)

## 中国手机供应商转战高端产品市场

最新一期环球资源(NASDAQ GSOL)“中国采购资讯报告——移动电话”显示，中国手机供应商正致力于转向高端市场，以满足买家对更多产品功能、更新潮外观设计的移动电话的需求，预计2010年全年出货量可达到5.5亿至6亿部。这是记者昨日从环球资源设于深圳的中国总部获悉的。

据悉，该采购报告涵盖了基于各种无线通讯技术，如GSM等的智能、电视、触摸屏、3G以及多功能型手机产品，揭示了中国供应商日益重视产品和技术创新，并通过研究和发展功能丰富的产品型号来加强自身竞争优势的走向。

据环球资源专家介绍，当前中国继续保持着全球最大手机生产基地的地位，出货量占全球一半以上。2010年上半年手机出口同比增长21%，中国供应商更预计全年出货量可达到5.5亿至6亿部。为扩大市场占有率，获取更多利润，中国手机出口制造商正逐步放弃低端市场转而向高端领域发展。现时生产的高端型号产品功能包括：3G、双卡GSM、多媒体播放、GPS、蓝牙、Wi-Fi、百万像素相机、影音录制、海量储存、移动电视和触摸屏等。此外，中国供应商亦努力改善手机外观和外壳设计，以期在高度竞争的市场中凸显其差异化特色。来源：2010-11-10 深圳商报

[返回目录](#)

## 国内三大运营商电信级以太网态度明朗

近日，国内三大运营商的代表都出席了全球城域以太网论坛的会议，其中中国电信作为MEF的董事还与全球的主流运营商代表，如at&t、Verizon等，共同就电信级以太网的相关问题进行了交流。据悉，中国移动、中国联通也欲加盟MEF，电信级以太网引起了全球运营商的瞩目。

根据 Infonetics 最新进行的全球服务提供商调查，100%的受访者声称会在 2010 年部署 IP/以太网回传网络，65%的服务提供商计划转向单一 IP/以太网回传网络。英国电信选择电信级以太网作为 21CN 承载网技术，以支撑多业务的统一承载；德国电信利用电信级以太网技术实现全网的优化，提供每用户 20Mbit/s 接入带宽。然而中国运营商的网络由于覆盖广，网络要求突出可管、可控等特点，与国外运营商的网络部署存在较大差异，而且单就电信级以太网而言，三家运营商也有不同的规划。

#### 中国电信：开展大规模试商用

据悉，上海电信前不久刚刚对原有的电信级以太网进行了扩容，这张网在承载 IPTV 等新型转型业务方面有突出的优势，支撑起了过百万的 IPTV 用户；广东电信、江苏电信、浙江电信、湖北电信等也纷纷进行了以太网的升级改造。

接近中国电信集团一位人士告诉记者，中国电信在电信级以太网的发展思路已经明确了规划，即开展电信级以太网大规模试商用，并进行城域 IP 网全网优化改造，实现“用户可识别、业务可区分、质量可控制、网络可管理”。这与当前中国电信在各地方进行的网络改造形成了呼应。

3G 上马以后，运营商对数据业务的基站回传需求迫切，目前业界比较统一的想法是，以太网在承载基站回传方面是性价比较高的方式，即 IP RAN。中国电信北京研究院史凡介绍，3G 基站回传的实现方式有很多种，中国电信目前还未最终确定采用哪种技术，但比较倾向于采用 IP RAN。以太网可用于两个方面：运营商内部庞大内容和信息的承载、企业网广域范围的互联。中国电信有 6、7 种业务和用户类型，在选择哪些业务适合电信级以太网承载方面需要全盘考虑。

史凡同时指出，中国电信积极参与 MEF 等国际组织，也是希望借此将自己的业务推向全球；特别是在成为 MEF 全球董事会会员后，希望能在国际标准舞台有所建树，掌握标准主动权也可以获得较低的设备采购价格。

#### 中国联通：逐步向电信级以太网升级

中国联通也有大量的固网资源，在城域网中有很多的 MSTP 和以太网网络，以承载传统的语音业务和部分数据业务。而随着 3G 网络的大规模建设以及三网融合业务的推出，中国联通也开始将原有的以太网向电信级以太网升级。

中国联通国家工程实验室副总工程师唐雄燕在接受记者采访时表示，中国联通现在已经有了电信级以太网的部署，现在很多地方联通已经用电信级以太网技术承载 IPTV 业务；在整体规划上，中国联通根据各地的实际需要进行部署，陆续在原有以太网的基础上进行升级改造；在业务承载方面，电信级以太网仍是以承载数据业务，而 TDM 业务则仍以 MSTP 进行承载。

唐雄燕坦言，在 3G 承载以及未来的 LTE 承载方面，电信级以太网和 PTN 技术，中国联通将都有采用，定位仍是在移动回传承载。另外，唐雄燕也指出了当下电信级以太网存在的一些问题，现网中部署的很多电信级以太网设备都是基于原有的设备发展过来的，在 OAM 机制方面仍需进一步加强；在进行移动回传承载时，时钟同步也需纳入到电信级以太网的性能要求中。

中国移动：关注而不采用

相对于中国电信对电信级以太网的热衷，中国移动也在积极关注电信级以太网的发展，并且也积极参与相关标准、认证组织，然而并非像业内一些猜测那样：中国移动也将部署电信级以太网用以移动回传承载，此次的关注并非为了采用。

中国移动研究院高级工程师徐荣告诉记者，电信级以太网与 PTN 同为移动回传承载的两种技术，而目前中国移动已经部署了大量的 PTN 网络，而且 2010 年还进行了大规模扩容，中国移动始终在大力推动 PTN 的规模应用。而对于电信级以太网的关注，徐荣认为，PTN 技术的很多标准要求都是来源于电信级以太网技术，中国移动之所以关注电信级以太网，更大程度上是为了丰富和完善 PTN 技术。

记者通过几位地方运营商的专家也证实了这一消息，黑龙江移动的一位专家向记者表示，当前他们的组网模式基本都是以 PTN 为主，而甘肃移动网络部的程军也告诉记者，在基站回传方面，甘肃移动均采用了 PTN+OTN 的组网模式。电信级以太网技术在中国移动的现网当中将很难得到部署。

Link：城域接入技术的两个发展方向

一方面，城域以太网技术将会进一步完善，可以为运营商提供电信级、低成本、可管理的城域以太方案；

另一方面，三层的 MPLS 技术将会从城域核心进一步地延伸到城域接入，为一些高价值用户和高可靠性要求业务提供端到端的网络保证。来源：2010-11-15 通信世界周刊

[返回目录](#)

### 三大运营商跟风苹果抢百亿应用商店市场

苹果两年前独创的应用商店商业模式，如今已经成为产业链各环节厂商争相模仿的对象。终端商、运营商以及未来的软件及芯片厂商，都在这一链条上分食而活。群雄逐鹿应用商店市场，也将这一产业的利润空间推高至百亿元规模。

继中国移动推出 Mobile Market、中国电信推出天翼空间后，中国联通也于昨天(11月10日)在上海推出了自己的手机应用商店“沃商店”，至此，中国三

大运营商的应用商店已全部上线，而在各自的手机应用布局上，中国移动、中国电信和中国联通分别将手机应用运营基地设置在了广东、四川和上海。

作为“应用商店”的开先河者，苹果公司服务 iPhone、iPad 用户的 APP Store 上已有超过 30 万个应用软件，下载次数超过 40 亿次。而作为苹果应用商店的后继者，谷歌 Android Market、诺基亚 OVI 商店、摩托罗拉智件园、三星 Samsung Apps、RIM App World，以及中国移动 MM、中国电信天翼空间的应用数量和下载次数大都只及苹果 APP Store 的几分之一，甚至几百分之一。

上海联通总经理蔡全根指出，根据市场调研数据，2012 年中国手机用户将达到 11.3 亿，其中将有超过五成的用户都会通过各类手机应用商店购买应用。而中国联通推出“沃商店”的目的，就在于凭借自身运营商主导地位、渠道及 WCDMA 产业链优势，在未来“利润空间将高达百亿元规模”的应用商店市场抢得先机。来源：2010-11-11 每日经济新闻

[返回目录](#)

## 运营商开展手机阅读业务 版权保护为切入点

中研博峰咨询顾问经过研究认为：手机阅读在用户阅读方式中占的比重将逐渐增加。运营商应该积极依托自身的网络和技术优势，以渠道提供商和版权保护者的角色为切入，依靠对内容的二次开发能力，发展成为产业的整合者。

本文主要讨论手机阅读，包括可以通过无线网络更新内容的其他手持电子阅读设备。阅读的内容主要是指小说、漫画等原创性的娱乐类著作。

### 书籍出版的演进

书籍出版产业已经从工业时代的传统出版业，发展到电子时代的个性化发行。整个出版产业链发生了巨大的变化。传统的出版业是从作家，经过出版社、报社、杂志社，经过印刷厂，发行和物流的渠道，经过书店、报刊亭零售的渠道最终到达读者手中，而且每个环节中还包含许多不同的分工组合。而在电子时代，整个产业链已经开始扁平化，作者和网站承担了以上大部分的工作。同时受益于电子时代的大容量存储和个性化发行，长尾开始出现。

传统出版业和电子出版业最大的区别是“内容流是否有连续性”。

传统出版业中，作家首先要将作品写完，其在著作上的作用就完成了；著作进入出版社环节，出版社进行审稿、编辑、排版等流程，出版者在著作上的作用完成；著作进入印刷环节，印刷完成之后，印刷厂在著作上的作用完成；著作进入销售环节，经过批发、零售等环节，著作最终进入读者手中。在这个产业链上，著作总是在上一个环节完成之后才能进入下一个环节。

电子出版业中，作者可以先写个开头，然后上传到网站，网站进行原创性和法律检测，如果符合要求，正式发布接受用户的检阅，如果被用户认可，继续写作，重复上述环节，直至著作完成。在这个产业链上，著作并不是在上一个环节完成之后才进入下一个环节，而是连续性地流动。

#### 手机阅读业务潜力巨大

传统出版业中，中间环节的成本占到了 35%，库存销量是 1 比 1，95% 的书稿无法出版。而且著作价格越来越高，不利于阅读产业的发展。相较于传统出版业，电子出版业拥有三大优势：1、出版门槛低，所有专业作者和业余作者的作品都可以在符合法律的情况下和读者见面；2、市场反馈准，作品的质量不再单独依靠专业人士的判断，而是通过真正的市场反应来判断；3、交易成本低，不需要印刷、不需要店面、不需要服务员等，用户可以方便快捷地搜索自己喜欢的小说。这三点决定了电子出版业在整个出版业中所占的比例将越来越大。

“在 2009 年，我国首次出现了电子出版规模和传统出版规模持平的情况，规模已经达到 750 亿。”但是其中大部分的收入是互联网的收入，即便是手机阅读的收入中，手机报的收入也占到了 91.7%。”工信部电信研究院数据显示，截至 2009 年年底，全国手机阅读市场活跃用户数已经超过 1.55 亿。”但是其中手机阅读的人数占比大约在三分之一左右，大部分的用户是手机报用户。

电子出版业中 PC 和手机是主要的阅读方式。由于手机阅读发展较晚，无论是用户数还是市场规模都还不能和 PC 阅读相比，通过手机阅读的人数仅为通过 PC 阅读人数的四分之一。但是 33% 的手机用户和 95% 手机上网用户都愿意用碎片的时间进行手机阅读，从日本的发展情况来看，2008 年销售量前 10 名的小说中手机小说占了 7 本。手机阅读的发展潜力还是非常大的，预计在 2011 年年底之前，国内手机阅读人数将超过 PC 阅读的人数，作为增值业务的收入规模将超过音乐类业务。

#### 版权保护是运营商进入手机阅读产业的切入点

版权是产业链健康发展的关键，产业链的健康发展是运营商发展手机阅读业务的基础。因为只有产业链健康发展，这个产业才能提供优秀的内容和及时的更新，只有优秀的内容和及时的更新才能吸引大量的电子读者，只有大量的读者才能让整个产业链健康发展。所以版权是否能得到保障是整个产业能否存在和发展的基石。

手机阅读作为无线网络的一种应用，运营商可以提供电信级别的电子著作版权保护。这也是运营商切入产业链的最佳途径。作为现有的互联网阅读网站也在建立自己的 WAP 网站，希望开拓手机阅读的领域，并且在此基础上开发一些版权保护的措施。但是阅读网站提供的版权保护措施很难与运营商提供的措施相媲

美。所以说运营商天然地在电子阅读产业链上占据有利位置。而阅读网站也希望运营商能为他们提供电信级别的版权保护，维护产业链的健康发展。

#### 整合是运营商发展业务的策略

##### 第一，通过内容的二次开发增强对作者的吸引力

目前电子出版业在经过 2000 - 2006 年的群雄逐鹿之后，起点中文网以创新的商业模式和内容创作激励措施成为行业内的龙头。其他诸如：榕树下、幻剑书盟等原创文学网站也有一部分固定客户群，并且培育了一批草根作者。例如：我吃西红柿、忘语、阿越、梦入神机、燕垒生等，这批作者也都有一批固定的读者群。起点中文网成功的主要因素是为作者服务，从而为读者提供优秀的内容。这点特别值得运营商在进入手机阅读产业链的过程中借鉴。

运营商切入手机阅读产业链之后，依托自身的增值业务体系，通过出版实体书、开发游戏、拍摄影视等，对小说、漫画的内容进行二次开发，增强内容的盈利能力，加大对作者的吸引力，从而逐步增加在手机阅读产业链上的影响力。以此为基础，加强与小说网站等 SP 合作，将 SP 整合到运营商的手机阅读产业链当中。

##### 第二、通过提供良好的业务体验吸引读者

调研显示，用户对于手机阅读不满意的前三大原因是：1、下载慢(30%以上)；2、对收费模式存在顾虑(25%以上)；3、阅读软件的启动速度慢(近 20%)。相对于产业链上的其他环节，运营商在解决这三个问题上更有优势。运营商通过针对性的业务宣传，可吸引读者到自己的平台商来看小说。

通过吸引作者(内容)和读者(用户)，增强运营商在产业链上的话语权力，逐步整合现有的阅读网站，直接引进现有的产业链管理经验。将阅读网站作为运营商的 SP，而不是将运营商作为阅读网站的通道，在发展业务的同时增强对产业链的管控。

总之，手机阅读产业潜力巨大，运营商在产业链上占据有利位置，虽然起步较晚，但是可以通过版权保护切入手机阅读业务，通过内容开发增强对作者的吸引力，通过优质服务增强对读者的吸引力，从而增强在产业链上影响力，整合手机阅读产业链。来源：2010-11-15 通信信息报

[返回目录](#)

## 运营商进军手机维修市场大打服务牌维系用户

在手机定制市场,运营商已经深度介入,现在运营商开始进军手机维修市场。中国电信指定手机维修服务中心日前已经正式开业,这解决了用户手机维修烦的问题,运营商也借此完善服务链,提升用户粘性。

### 完整服务链吸引用户

走进中国电信延安东路营业厅,600平米左右的营业厅一半已经成了手机维修中心的“根据地”,三个手机维修柜台玻璃明亮,整齐地摆放着一系列手机,服务人员都穿着统一的制服。

中国电信上海公司移动业务销售中心的张艳告诉记者,中国电信指定手机维修服务中心从2010年5月起开始筹备,随后制定了完整的方案。中国电信作为三大运营商之一,在手机维修方面一直是一个空白。现在中国电信指定手机维修服务中心的正式开业,填补了这个空白,“中国电信承接CDMA业务后,虽然丰富了电信的业务,但CDMA终端的服务方面还稍显薄弱。用户选择中国电信,不仅看重电信业务的多样性,更希望得到电信周到的售后服务。”张艳告诉记者。

中国电信为客户提供的服务像一条锁链,从业务的开发到上线以及得到客户的认可到用户发现问题解决问题,环环相扣,缺一不可,原本这条服务链有脆弱的地方,现在有了手机维修服务中心的加入,加固了整条服务链。

### 边修手机边体验新业务

为了让首要的维修质量得到保证,中国电信在选择加盟的维修商方面也是用足了功夫。维修商是整个维修中心的核心部门,目前已有中邮公司、波西公司、新凌公司3家维修商加盟中国电信指定手机维修服务中心,一切都按照中国电信的标准来管理,目前能为上海市场34家品牌,近300款型号的天翼手机提供保内和保外的全程维修服务,比如三星、摩托罗拉等,基本上市场上比较常见的品牌都在受理范围内。中国电信将所有能维修的手机品牌和型号分配给3家维修商,以保证维修的质量和专业化。

为了管理运营好这个中国电信指定手机维修服务中心,中国电信发明了一套终端受理管理系统。顾客进入维修中心,首先要告知电信服务人员手机型号和问题,服务人员通过叫号系统安排顾客到负责该手机品牌的柜台进行维修。这个系统能让维修中心工作人员及时掌握维修数量,也能对各手机品牌的质量提供比较可靠的参考意见。

与其它手机维修点不同的是,“中国电信指定手机维修服务中心”不仅提供维修服务,更为广大天翼用户提供各种新型的天翼3G手机、各项天翼增值业务的“免费体验”。用户在“中国电信指定手机维修服务中心”可以感受EVDO

高速上网的快捷、可以自由下载最心仪的歌曲作为手机铃声、可以随心阅读各方面的最新电子刊物，最终全方位的实现“畅游 3G”。来源：2010-11-15 IT 时报

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 北京移动专推 iPhone 微型卡

昨日，北京移动官网正式推出“iPhone 专区”，北京移动方面表示，正在制作 iPhone 4 专用的小卡，不久将在北京移动各营业厅提供换卡服务。

北京移动近期针对 iPhone 4 的服务不断出台，先是在部分营业厅免费的剪卡，继而将剪卡扩大到全市范围，随后又在 10086 热线设立了 iPhone 终端服务专席。

iPhone 4 在华上市之后，由于必须用微型 SIM 卡，所以，很多购买了“裸机”的用户必须剪卡才能使用。上周，北京移动宣布，在全部自有营业厅为 iPhone 4 用户提供免费的剪卡，成功率在 95%。

北京移动方面表示，小卡正在紧张制作中，不久将在各大营业厅提供换卡服务。移动相关负责人表示，他们对 iPhone 4 非常重视，希望为用户多提供使用上的便利。

联通版 iPhone 4 的热销，让业内眼热不已。移动推出上述服务，自然是为了吸引高端用户，与联通正面争夺。来源：2010-11-12 新京报

[返回目录](#)

### 中移动将提高数据业务收入比

中国移动通信集团公司董事长王建宙近日在香港表示，公司未来要重点发展数据业务，要提高数据业务比重。

对于本月 22 日即将在天津和海南实行的携号转网政策，王建宙拒绝做出评论，只表示公司希望通过网络覆盖和质量方面留住客户。在两试点地区，政策将允许用户在保持号码不变的情况下自主选择运营商。

中国移动昨天同时发布数据称，应用商城 Mobile Market(移动 MM)已经覆盖了 1.5 亿用户，截至 2010 年 10 月，移动 MM 适配的客户端已经达到 200 多款，覆盖的用户量也有 1.5 亿，注册用户突破 1400 多万，下载应用超过 5300 万次。

王建宙昨日称，中国移动目前的数据流量收入只占总业务收入的 30%，这与日本电信运营商软银移动(Softbank Mobile)的数据业务收入占比 51%相比仍然有很大差距。来源：2010-11-10 深圳特区报

[返回目录](#)

## 中国移动北京公司推出“遥拍”业务

旅游出行家中无人，寒暑假小孩独自在家，上班时间老人又需要照看……现在每天在外奔波的人们总有那么多放不下的牵挂，恨不得变成千里眼顺风耳，时刻关注家中的事情。其实，有了现代科技的帮忙，把所有的牵挂都置于眼前是件很容易的事。

中国移动北京公司的“遥拍”业务就能满足这方面的需求。这项业务融移动监控、无线数据传输等技术于一体。它由监控摄像头和手机两个部分构成，还能配对多种无线触发装置，比如红外探测器、门磁感应器、烟雾感应器等。只要是工业标准的红外感应器，均能和遥拍搭配。

客户开通此业务后，遥拍业务的工作人员会上门进行摄像头的安装。当监控范围内的场所出现非常闯入、火灾或煤气泄露等异常情况时，遥拍能迅速拍下现场照片，传送到客户手机。客户能在第一时间掌握到现场情况并迅速处理。家中有老人小孩的，客户还可发送指定短信，触发“遥拍”拍摄，随时查看家中老人孩子的状况。

与普通的防盗监控系统相比，遥拍业务造价更低、安装更灵活方便、能远程控制拍照，并且能设定三个时间点每天进行定时拍照。一个手机可以对应多个监控摄像头，一个摄像头也可以对应多个手机。在一些需要安全监控的特殊地方，比如配电房、基站等，遥拍功能也很实用。

中国移动北京公司更为遥拍的开通准备了三种快捷的办理方式：发送短信用积分兑换，营业厅办理或者直接拨打 4007066100 购买。在具体费用方面，客户只需花费 298 元即可购买原价为 798 元的遥拍终端，而对于终端里面需放置的 SIM 卡，客户可选择每月 11 元的动感地带网聊套餐，享受更多优惠。

“遥拍”为繁忙不堪的上班族解决了后顾之忧，把割舍不下的牵挂变成了在眼前的实实在在的放心。来源：2010-11-10 法制晚报

[返回目录](#)

## 中国移动位列亚洲现金最充裕公司榜首

据国外媒体报道，穆迪投资服务公司(Moody's Investors Service)今天发布的报告显示，中国移动、三星和和记黄埔是亚洲现金最充裕的三家公司。

穆迪的数据显示，除澳大利亚和日本外，亚洲新兴市场的非金融公司共计持有现金约 2300 亿美元，美国的这一数字为 1 万亿美元。本次统计涉及的亚洲公司约为 120 家，美国公司约为 1200 家。

穆迪高级信贷官伊丽莎白·艾伦(Elizabeth Allen)说：“(亚洲)平均每家企业的现金储备约为美国的两倍。”不包括中国移动，“亚洲平均每家企业的现金储备达到 15 亿美元，高于美国企业。”中国移动的现金债务比率超过 400%。

国际货币基金组织上月表示，亚洲正在引领全球经济复苏，而且由于美国和其他发达国家的利率水平依然维持低位，因此这一地区仍将继续吸引资本。穆迪认为，这种货币累积表明，亚洲企业能够更好地支撑未来的增长。

“从 2008 年末到 2010 年中，现金储备出现了实质性的增长，增幅约为 60%，主要得益于业绩的提升以及额外的债务融资。”艾伦说，“这些现金储备将进一步支持扩张，并有望为并购大战提供资金。”

穆迪给予中国移动 Aa3 的债务评级，属于第 4 投资评级。中国移动的净现金储备已经维持了至少 5 年的有利地位，和记黄埔同期的现金储备平均约为 150 亿美元。

韩国浦项制铁和现代汽车等企业都在利用现金储备展开并购。“其他许多公司都处于增长阶段，并将把现金用于资本开支。”艾伦写道。

排名前十的现金充裕企业还包括现代汽车、中海油、印度信实工业(Rliance Industries)、浦项制铁、Genting Bhd、LG 电子以及怡和策略(Jardine Strategic)。来源：2010-11-15 新浪科技

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 电信天翼业务加快农村布局

江苏省泰州市海陵区九龙镇府前村村民韩忠年从事车辆配件生意，经常出差至上海、天津、山东等地，每月的手机通话费都在四五百元。用上天翼并加入“我的 e 家”大家庭后，尝到甜头的韩忠年立即动员自己的同事也买了两部天翼手机。他告诉九龙电信支局长徐桂宝：“天翼没辐射，没漫游费，信号也好，一个月替我省了好几百元的电话费。”

府前村是五星级“天翼村”，也是五星级“宽带村”，像韩忠年这样天翼、宽带一个都不少的村民比比皆是。2010年，中国电信泰州分公司加快农村天翼发展的步伐，越来越多的农村一举成为“天翼群飞”的信息村。截至9月底，泰州农村天翼渗透率达39%，2010年农村新增天翼用户22.18万户，九成以上的行政村建成了天翼村。

#### 天翼飞入村头

天翼给村民带来了什么？村民中意的套餐是什么？村民对终端有什么特殊的要求？

泰州分公司展开了深入的调研，调研中，泰州分公司进一步优化“我的e家”和3G套餐内容，根据农村客户的应用习惯、支出费用、上网时长等，填充“我的e家”价值内涵，向村民推荐“我的e家”、宽带包年+乐享3G组合等套餐。融合信息服务需求的套餐更对客户口味，“我的e家”套餐中所有成员可免费加入乡情网，享受网内通话免一定话费、前3个月免天翼彩铃费等优惠。

公司推出一批质优价廉的“8元特价机”和“老人机”。村民专享促销优惠，办理“我的e家”第二部手机还可参加特价购机。所有的农村支局自有厅实现手机终端代理商100%覆盖，即使是家住边远乡镇的村民，也可在家门口的支局营业厅选购最中意的3G手机，真正让农村客户“用得上、用得起、用得好”。

越来越多的村民把橄榄枝抛向了“天翼”，不少村民还选择了3G。徐寅春是寺巷镇寺巷村人，他办理了乐享3G套餐，挑选了一款诺基亚6316型手机，随时通过3G上网查询供求信息。

天翼给村民带来了通信便利，天翼村的发展也得到了当地政府的支持。支局长傅江萍介绍说，在天翼村创建过程中，鲍徐镇新建村村干部带头用天翼，村支部书记、妇女主任和村民小组长等协助宣传。有几位家中固定电话“停机保号”的村民，主动要求加入“我的e家”。目前，鲍徐镇的9个村全部建成天翼村，其中新建村等4个村达五星级标准。

#### 开创天翼速度

2010年5月起，泰州分公司结合各村的经济条件和产业特色，启动天翼村创建工作。公司选取重点镇、村进行创建示范，并根据各村天翼的渗透率，分别设立了标准级、一星、二星、三星、四星、五星等级别的天翼村创建标准，其中天翼渗透率为55%的行政村即可被评为五星级天翼村。

“同村一张网，互打不要钱”、“免费加入乡情网，村内电话免费互打”。各农村支局将横幅、海报悬挂或张贴至行政村。公司还以创建“天翼村”为切入点，通过上门宣传、镇村广播、针对性外呼等形式，宣传天翼品牌优势，切实增强农民的感知度和认可度。

在天翼村创建中，泰兴市珊瑚镇周岱村创造了一天放号 100 部天翼手机的“天翼”速度。珊瑚支局营业员丁红琴挨家挨户走访，邀请村民现场体验天翼 3G，并帮村民算清经济账。家住珊瑚新村三组的朱海霞在如皋上班，开办了一家骨伤科诊所，手机漫游费较高。“我的 e 家”格外对其口味，她当场挑选了一部天翼手机。同村的赵仁明兼做蔬菜批发生意，得知手机和固话捆绑无月租、互打免费后，夫妻俩一合计，立即请丁红琴放号。

创建过程中，泰兴分公司开展“大走访”，成立多个“天翼支农小分队”，两人一组，进行“拉网式”的宣传营销，营造浓厚的创建氛围。员工上门时，提供业务宣传、现场办理、挑选终端、放号和签约一站式服务，确保手机即卖即通。该公司日均发展农村天翼客户突破 400 户。短短一个月时间，泰州就有 205 个二星级天翼村的天翼渗透率提升 10% 以上，并成功晋级。

#### 从天翼村到信息村

在农村，很多企事业单位还加入了天翼团购大军。华东电力冶金有限公司刚落户鲍徐镇鲍庄村，一次性办理了天翼工作手机 58 部。9 月份，生产耗材的广东粤众通信公司进驻寺巷镇后，即团购天翼 100 部，其员工人人乐享 3G。目前，九龙、寺巷等镇 2010 年新增天翼客户均超过 2000 户。

在泰州，天翼村的创建与 3G、天翼宽带等业务的发展互相促进，并拉动了信息化新农村的发展进程。鲍徐、九龙、戴南、马桥、马甸等乡镇的多个行政村建成了名副其实的宽带、天翼“双五星”村。

天翼村的创建形成了辐射效应，泰州分公司还提供团购优惠、组建村级总机、各类农业咨询信息、特色彩铃等，让广大农户充分享受创建“天翼村”带来的便捷和实惠，并以点带面，复制推广。与此同时，电子政务、党员远程教育、平安乡镇、乡镇总机、手机报等各类信息化应用呼之欲出。

2010 年，靖江分公司依托靖江市电子政务平台搭建“乡镇便民服务系统”，并着力推广“镇村便民服务平台”。便民办事的外网申报与内网受理互联互通，提升了镇村两级行政办事效率和公共服务能力，同步带动了天翼的发展，仅靖江东兴镇就新增了天翼用户 100 户。

忽如一夜春风来，千树万树梨花开。在希望的田野上，泰州分公司在一个又一个村庄之间架起“天翼”之桥，让越来越多的村民感受属于自己的“天翼”之春……来源：2010-11-11 人民邮电报

[返回目录](#)

## 中国电信提视频目标：做中国最大视讯服务商

在宣布推出三屏互动全新业务产品——“翼视通”的同时，中国电信透露了其视频业务的发展情况，并表示，中国电信的目标是要成为全国最大的互联网和移动互联网视讯服务提供商。

中国电信视讯产品基地由中国电信上海公司代管，于 2009 年 11 月成立，2010 年 9 月 9 日，中国电信视讯运营中心新办公楼正式落户浦东金桥现代产业园区。

据介绍，中国电信视讯产品基地成立 1 年以来，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 2010 年年初增长 654%。

在内容方面，中国电信和 CCTV、SMG、中央人民广播电台 CNR、中国国际广播电台 CRI、视讯中国 CNLINE、人民网、新华社等获得信息网络传播视听节目传播许可证的单位合作，截止 2010 年 9 月可提供 32 个直播频道，17 个回看频道，共计 50000 小时点播节目

同时，中国电信表示，其一直在实行视讯业务的统一开发、深度运营和规模推广，并力图构建视讯产业生态链，其目标是“努力打造成为全国最大的正版内容库和数字视频发行渠道，成为全国最大的互联网和移动互联网视讯服务提供商，成为全国最大的互联网视讯平台服务提供商”。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 中国电信与新疆签署十二五战略合作框架协议

近日，中国电信集团公司与新疆维吾尔自治区人民政府在乌鲁木齐市共同签署了《新疆维吾尔自治区人民政府和中国电信集团公司“十二五”跨越发展战略合作框架协议》，就“十二五”期间开展自治区信息化跨越发展达成了共识。中国电信集团公司总经理王晓初与新疆维吾尔自治区党委副书记、常务副主席杨刚代表双方在合作协议上签字。

中国电信新疆公司总经理张志勇简要汇报了自 2007 年中国电信与自治区人民政府签订《战略合作协议》、2009 年签订《补充协议》以来，协议各项内容和要求的落实执行情况，同时介绍了本次协议的主要内容。根据协议，“十二五”期间中国电信将投入 200 亿元用于新疆信息网络的建设和运营，主要包括“十大信息化新跨越项目”，即加快实施“两化融合”项目，助力新型工业化发展；

规模推进“村村通宽带”项目，打造“智慧农业”，实现“信息惠农、信息促农、信息兴农”；建设“光网城市”，打造“智慧城市”，助力新型城镇化进程；加快推进企业信息化应用，助力三产服务业和中小企业快速发展；加快实施电子政务项目，助力服务型政府和基层党组织建设，进一步丰富服务管理社会的信息化手段；着力加强新疆四地州信息化建设，促进自治区信息化区域协调发展；聚焦教育、医疗等社会公共领域信息化，切实支撑改善民生的各项任务；加快通信基础设施建设，夯实信息化发展基础；加快互联网发展，稳步推进三网融合，促进信息结构升级换代；大力推进平安新疆、边境通信建设，助力和谐社会。

中国电信集团公司总经理王晓初向长期以来支持、关心中国电信发展的自治区党委、政府表达了衷心的感谢。王晓初表示，“十一五”期间中国电信已累计投入近百亿元，在平安新疆、电子政务、双语教育、农村信息化、两化融合等方面取得了一定的成绩；推进了新疆基础通信网络建设、拓宽了信息服务领域，提升了综合信息服务应用水平，为新疆的发展和稳定做出了积极贡献。他表示，中国电信将在“十二五”期间继续加大资源投入，狠抓执行和落实。力争在“十二五”期间，中国电信在新疆通信信息服务能力再上一个新层次，让现代通信信息技术惠及新疆更多的行业和各族群众，为新疆经济跨越式发展和长治久安做出新贡献。

新疆维吾尔自治区党委书记张春贤在签约仪式上讲话。他代表自治区党委、政府对中国电信集团公司以实际行动支持新疆的大建设、大开放、大发展表示衷心感谢。他说，当前新疆正处在后来居上、跨越式发展的关键时期。通信作为重要的战略性、先导性基础设施，加快其发展步伐，不仅是推进新疆新型工业化、农牧业现代化、新型城镇化的迫切需要，也是不断扩大对外开放、增强与内地省市合作交流，把新疆打造成为我国向西开放桥头堡和重要战略资源基地的迫切需要，更是保障民生、维护国家统一、促进区域协调发展、实现新疆长治久安的迫切需要。自治区将一如既往地支持中国电信在新疆的发展。

新疆维吾尔自治区及兵团领导努尔·白克力、杨刚、宋爱荣、王永明、雪克来提·扎克尔，中国电信集团公司副总经理李平及集团公司部分领导，新疆通信管理局领导及中国电信新疆公司全体领导班子成员出席了签约仪式。来源：

2010-11-15 新浪科技

[返回目录](#)

## 【中国联通】

### 深交所与联通合推无线证券

昨天，深交所与中国联通签署战略合作协议，正式建立全面战略合作伙伴关系。

根据协议，双方将在 3G 技术应用、3G 终端产品、证券行业信息增值业务等领域展开战略合作，共同研究和推进我国证券行业信息化建设。合作双方将进行资源和优势互补，在证券信息无线增值业务领域的发布管理、产品化开发、渠道推广等方面结成战略合作伙伴关系，共同构建证券信息无线增值服务平台，面向中国资本市场开展无线证券信息等创新服务。来源：2010-11-16 京华时报

[返回目录](#)

### 联通沃应用商店今日正式上线

11 月 10 日，备受关注的联通网上应用商店今日将正式上线。

联通网上应用商店的中文名字为“沃商店”，中国联通将于今日在上海召开相关发布会，届时沃商店同步上线运营。与中国电信天翼空间、中国移动 MM 移动应用商场一样，联通“沃商店”给手机用户提供丰富的下载应用。

据悉，联通“沃商店”分为游戏应用、工具应用、娱乐应用、主题应用、生活应用、阅读应用等。截至目前，全部应用 2374 个，其中游戏 384 个，工具 69 个，娱乐 21 个，主题 889 个，生活 102 个，阅读 909 个。

目前沃商店已支持诺基亚、索尼爱立信、三星、黑莓、摩托罗拉、联想、酷派、中兴、HTC、夏新、LG、魅族、松下、天语、华为等 19 个品牌接近 650 个手机型号。

沃商店正式上线后将有一段体验期，体验期间内，用户可以免费下载 3G 应用并体验。体验期过后，沃商店将划分免费应用和收费应用两种供用户选择使用。目前，大部分应用为免费，极少量收费应用也是低价路线。

据介绍，联通用户手机登陆使用“沃商店”的收费主要分为信息服务费和流量费。信息服务费指的是用户在沃商城购买商品的费用，这里面不包含消费者下载和使用该应用产生的数据流量费。而流量费则指用户通过手机终端下载“沃商店”商品以及在使用商品过程中产生的数据流量费。来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 联通与德国大陆集团战略合作

昨天，中国联通与德国大陆汽车亚太管理(上海)有限公司在沪签署战略合作框架协议。根据协议，双方将进一步加强在车载智能通讯(Telematics)业务领域的合作，把应用成熟无线通信技术的车载电脑系统共同推荐给中国用户。中国联通公司陆益民总经理出席签约仪式。

据了解，德国大陆集团在汽车制动系统、动力总成及底盘系统和零部件、仪表、信息娱乐系统、汽车电子、轮胎及工业橡胶制品方面业绩斐然，在全球车载智能通讯市场亦有举足轻重的市场影响力。来源：2010-11-12 解放日报

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

### 【中兴】

#### 中兴苹果皮将在美上市

美国一家科技博客昨天证实，中兴将联合美国移动运营商 Sprint 发布一款类似于“苹果皮”的 iPod Touch 外设 ZTE Peel”。这款将 iPod touch 变身为 iPhone 的手机套将于 11 月 14 日销售，签约零售价为 79.99 美元。

中兴“苹果皮”还拥有 Wi-Fi 路由功能，允许最多两个设备通过“苹果皮”连接 Wi-Fi 上网。该产品目前仅支持二代和三代 iPod touch。来源：2010-11-10 新京报

[返回目录](#)

#### 中兴通讯成 TD 手机招标最大赢家

(000063.SZ/00763.HK)公告称，中国移动 615 万 TD 手机招标结果出炉，中兴通讯等 8 家厂商的 12 款 CMMB(手机电视)产品最终中标。其中，中兴通讯以 U232、U235B、U722 三款机型中标 25.62% 份额，合计 157.5 万台的采购量成为本次招标的最大赢家。

本次招标是在 20 多个品牌的 50 多款产品中进行，外资手机品牌全部出局，中兴通讯是唯一中标三款机型的厂商。

据悉，中兴通讯入围本次中国移动 TD 终端招标的三款机型都定位于普及型 3G 手机，全部支持 G3 的各项定制业务，其中 U722 是目前首款支持

TD+CMMB+MBBMS+WLAN 的 3.2 寸 WQVGA 触摸大屏 TD 手机 ,U232 则是同样支持 TD HSDPA+CMMB+MBBMS 的 2.8 寸 QVGA 触摸屏 TD 手机 ,而 U235B 是一款时尚轻薄的直板键盘机。三款机型将有力降低用户的 3G 入门门槛 ,助推中国移动 TD 用户的普及。

目前 ,在国内 3G 网络基本建设完毕的情况下 ,利用千元终端推进 3G 普及已经成为包括中国移动在内的三大运营商当前的重要策略 ,而此次中国移动大规模的终端招标 ,也被广泛认为是激活整个 TD 手机产业链的策略。

在数以亿计的 2G 用户因为价格等门槛迟迟不能迈入 3G 时代的前提下 ,低价优质的手机终端成为用户的最为迫切需求 ,这也成为以运营商深度合作和规模效应见长的中兴等国产品牌能够成为招标最大赢家 ,而外资企业却集体失语的原因。

中兴通讯一直以来都是中国移动 TD 战略的支持者 ,此前 ,在 9 月 2 日中兴通讯刚刚携手包括中国移动在内的全产业链发布了 5 款支持 CMMB 业务的 TD 机型。来源 : 2010-11-15 《财经网》

[返回目录](#)

## 中兴抢先发布 ZTE Peel 挑战苹果模式

“苹果皮”再度让中兴成为媒体关注的焦点。据《东方早报》报道 ,下周中兴将和美国第三大电信运营商 Sprint 合作推出“苹果皮” ZTE Peel ,并由 Sprint 通过卖流量套餐形式免费赠送。

实际上 ,之前的“苹果皮 520”在火了一段时间后 ,这段时间已经销声匿迹了 ,中兴这款产品面世 ,将“苹果皮”又推上了热门词的位置 ,只不过到底能火多久 ,目前还没有人能够断言。

### 通向美国市场的必然之举

苹果皮近期被炒的沸沸扬扬 ,一向对市场商机反应极为敏锐的中兴 ,当然不会甘心被冷落在热闹非凡的市场之外。“果皮”是中兴为美国运营商 Sprint 定制的 CDMA 产品。根据网上已曝光的“Peel”照片 ,这款中文意译为“果皮”的产品思路与衍生科技的“苹果皮”类似 ,采用高通 CDMA2000 通信芯片 ,支持 3G 网络进行数据通信 ,配有 900 毫安的电池的 3G 通信模块 ,也就是说它的出现可以加速“iphone” CDMA 化的进程。

看来 ,频频发力手机市场的中兴 ,似乎有意以此契机杀入竞争白热化的国际市场 ,并借助风头正劲的苹果皮 ,撬动美国市场份额。

一方面，终端业务成为发展重点，有望打开中兴的新增长空间。财报显示，中兴通讯前三个季度实现营业收入 460.62 亿元人民币，同比增长 7.51%；实现净利润为 13.61 亿元人民币，同比增长 14.21%；基本每股收益为 0.49 元人民币。这主要得益于国内光纤宽带网络建设的大规模展开，以及国际市场电信设备投资恢复增长。不过，中兴公司同时指出，印度、欧盟等地区的贸易政策变化对设备上的收入产生了一定的影响。

综观财报数据，终端产品表现最为抢眼，在所有业务收入中增长最快。基于中国 3G 市场的增长和在欧美地区 Android 手机、数据卡销售的推动，其销售收入同比增长 30.53%。而其他业务方面，运营商网络收入同比下降 2.58%，电信软件系统、服务及其他类产品收入同比增长 23.94%。

另一方面，中兴迫切需要一款实用的产品打开美国市场。相对欧洲市场，中兴通讯的北美市场开发较晚，2006 年中兴通讯才正式进入美国市场。

实际上，中兴已经先后成立了欧洲经营部和美国经营部，下一步还计划设立欧洲和美国设计中心。根据中兴的规划，2010 年手机出货量将在 2009 年 6000 万部的基础上实现 8000 万部的目标，未来 3 - 5 年，中兴手机每年都将保持 35% 的复合增长。

因此，一向惯于凭低价战略市场分羹的中兴，使出的杀手锏依然是最拿手的武器——低价。种种迹象表明，中兴发力苹果皮，实质上是以低价战略吹响其进军国际市场的冲锋号。

#### 实用性决定后市

首先，从技术对比来看，中兴这款即将推出的苹果皮，除了支持 CDMA2000 制式的 3G 网络外，还可借助 WiFi 上网。相比苹果皮 520，ZTE Peel 明显技高一筹。

其次，从实力来看，到目前为止，苹果皮 520 开卖时间一推再推，“先发声、后出货”的行为也让关注它的网友大发怨言。生产“苹果皮”的技术门槛并不高，“苹果皮 520”已经被其他厂商模仿，类似产品也开始出现。

分析人士认为，中兴研发实力雄厚，能解决很多苹果皮 520 解决不了技术难题和困境。

再次，从专利角度来看，中兴的这款苹果皮产品和之前闹得沸沸扬扬的衍生科技的“苹果皮 520”相比，它早就通过了 FCC 认证，因此不存在法律上的问题。

最后，实用性决定后市。借助 Peel，iPod touch 可以使用 CDMA 网络进行数据通信，并可以使用 VoIP 网络电话进行通话。与苹果皮 520 不同的是，Peel 不能直接与 iPod touch 连接，也无法直接打电话。Peel 更像是一个可以套在 iPod

touch 身上的无线路由器，为 iPod touch 提供 3G 数据连接功能，包括 VoIP 网络电话、上网等功能均通过 WiFi 连接至 Peel 实现，同时 Peel 也可以为其他设备提供数据连接功能。

### 挑战苹果模式

不管 ZTE Peel 的身份如何，也不管 ZTE Peel 未来的销量会是如何，但至少有一点是明确的，那就是“苹果皮”的出现，无疑是对苹果模式的挑战。

与此同时，在终端销量上高歌猛进的同时，中兴须着重在细节与软件方面提高用户感知：作为以通信设备起家的厂商，在技术上无疑具有先天优势；对网络技术的深刻的理解，能够为用户提供更好的解决方案。

反过来说，如今 ZTE Peel 的出现，也可以被划入到 iPod Touch 配件之列，但无论今后有多少家厂商推出自己的产品，可以肯定的是他们绝不会是苹果公司认可的第三方合作伙伴。因为他们打破苹果公司既有的产品格局，甚至他们会招致苹果公司各种方式的“围剿”。

实际上，仅仅只是简单复制苹果模式并不适合中国市场，无论是对苹果公司还是那些想要依靠复制苹果模式挖掘中国市场潜力的厂商而言，寻找一种具有中国特色的苹果模式或许才更有前途。来源：2010-11-15 通信信息报

[返回目录](#)

## 【华为】

### 工信部与华为签署节能自愿协议

工业和信息化部(以下简称“工信部”)与华为在北京签署了节能自愿协议，工信部副部长苗圩和华为公司董事长孙亚芳均出席签字仪式，华为承诺，到 2012 年 12 月底前实现产品单位业务量的平均能耗下降 35%。

华为承诺 2012 年 12 月底前降能耗 35%

工信部副部长苗圩和孙亚芳代表双方在协议上签字。根据协议内容，双方未来将在通信业绿色环保节能减排领域展开深入沟通与合作，共同推进中国通信业的节能减排战略目标达成。

根据此次协议约定，华为以 2009 年发货产品单位业务量的平均能耗为基准，到 2012 年 12 月底实现发货产品单位业务量的平均能耗下降 35%。工信部将积极支持华为参与通信业节能减排标准的研究制定，以及新技术、新工艺、新产品的开发、研究成果示范推广，共同开展推动绿色经济、绿色社会、支撑全社会产业升级等相关活动的试点及推广工作。

工信部苗圩副部长在新闻发布会上指出，通信产业作为国民经济基础性、先导性和战略性产业。在通信业开展节能自愿协议试点示范，对加强和改善通信业乃至整个工业的节能管理，促进“两化”融合具有积极的推动作用。华为积极响应国家节约资源和保护环境等各项政策，积极推进高效节能产品和设备的研发和应用，积极利用先进的信息通信技术助力全社会节能减排，从企业自身、行业及社会三个层面发展绿色通信产业，对节能减排事业切实起到了信息产业的先导和推动作用。

#### 华为董事长孙亚芳谈节能减排

此次履行这份节能自愿协议，预示着华为在绿色产品和解决方案、公司自身节能环保战略、全球节能技术标准(规范)的研究和制定以及绿色创新等方面继续全程投入。

会上，华为董事长孙亚芳致辞，她表示，华为将构建端到端绿色环保体系，成立节能减排组织，对产品进行全流程节能减排管理，推行产品全生命周期碳排放评估，开展节能减排技术创新，减少资源使用、提高资源使用效率、推广环保材料与清洁能源、最大限度地重复使用资源，形成了绿色站点、绿色机房、绿色传输、绿色能源等端到端的绿色通信方案。

目前中国已经成为全球用户规模和网络规模最大的通信市场，仅在移动通信领域，截至2010年9月，中国的手机用户已经达到8.3亿，三大运营商已经在全国范围内部署超过140万台移动通信基站。随着网络规模特别是移动通信网络规模的持续扩大，所需电力等能源需求正呈现出快速上升的态势，仅2009年一年，中国通信运营业的电力消耗已达300亿度之多，通信业已经成为全社会绿色环保节能减排战略中的重要战场。来源：2010-11-12 新浪科技

[返回目录](#)

## 华为正式收购 Option 子公司 M4S

据国外媒体报道，今天华为与比利时无线网络设备厂商 Option 正式签署协议，将收购其子公司 M4S。

M4S 专注于 4G 射频半导体的生产。两家公司已于 10 月 27 日宣布了此次交易。根据合同条款，华为将在充分摊薄的基础上收购 M4S 的全部流通股。上个月，华为与 Option 达成合作协议，将共同促进创新性移动宽带解决方案在欧洲的推广。收购 M4S 是双方协议的一部分。

Option 首席执行官简·卡勒瓦尔特(Jan Callewaert)称：“本协议的签署标志着 M4S 找到了一家合适的合作伙伴。它将受益于华为强大的研发能力，并在良

好环境下，通过最具创新性的 4G 芯片解决方案成为行业的领导者。Option 仍将致力于提供新型无线宽带解决方案，包括新款 USB 无线调制解调器，以及嵌入模块、软件和服务。”

华为终端公司执行副总裁兼董事会主席郭平说：“收购 M4S 将使华为能够提供更具创新性的移动宽带设备，加快 4G 服务的商业化，促进欧洲数字化议程的执行。目前，M4S 正致力于一款采用最新技术的 4G 射频芯片；我们相信，该公司在芯片领域的优势，将进一步强化我们的工程师队伍，提升研发能力和客户增值能力。”来源：2010-11-11 新浪科技

[返回目录](#)

## 华为称有信心在美国市场取得成功

据国外媒体报道，华为高管表示，华为有信心在美国市场取得重大进展，尽管美方的国家安全担忧导致该公司在美国市场一再受挫。

华为与美国电信运营商 Sprint Nextel 有关一宗潜在设备交易的谈判，最近在华盛顿遭遇反对。

华为负责美国市场营销的高级副总裁陈巍(Charlie Chen)在接受采访时表示，自由市场原则决定了该集团最终将与美国某家大型运营商合作，尽管这一目标至今仍难于实现。

“这可能需要较长时间。可能需要 3 年、5 年，甚至 10 年，这都没关系，我们一定会实现这个目标，”他表示。

目前华盛顿有传言称，出于美国的国家安全担忧，华为已不再是一笔重大设备合同的考虑对象。对于这一传言是否属实，华为表示尚未接到 Sprint 方面的正式通知。

Sprint 拒绝就其考虑的进展情况置评。

但奥巴马政府的一名官员表示，美国商务部长骆家辉(Gary Locke)本月联系了 Sprint 首席执行官丹·赫瑟(Dan Hesse)，表明政府对华为与 Sprint 一宗潜在交易的担忧。

在一项重大设备投标中出局，将标志着华为一系列受挫的最新一例。该公司在 2007 年实际上被阻止收购 3Com，2010 年又竞购摩托罗拉 (Motorola) 旗下一个部门和 TwoWire 公司未成。熟悉这些交易的人士表示，对这些交易的政治冲击波的担忧，以及华盛顿的国家安全担忧，在每宗交易中都扮演了角色。

常驻华盛顿的华为高管比尔·普拉默(Bill Plummer)坚称，美国安全部门主要是从总体上担心网络安全问题，而不是专门针对华为。

“对于该行业供应链的相互依赖性，华盛顿刚刚开始理解，”普拉默表示。他指出，即便是美国企业供应的设备，也全部是在中国和其它国家制造的。

但安全官员们未必认同这种观点。一名接近 Sprint 谈判的人士表示，其它设备制造商也在中国制造产品这一事实，不会推动美国官员们克服自己对华为的抗拒，因为他们不信任该公司的意图。

面对又一次潜在失败，华为表示美国顾客是最终的输家。

“我们看不到 Sprint 的决策过程，如果某些非商业的因素掺和进来，那真的对美国竞争、美国就业和美国生活不利，”普拉默表示。来源：2010-11-15 新浪科技

[返回目录](#)

## 【诺基亚】

### 收回塞班 诺基亚统一开发平台

昨日，诺基亚宣布，将从 2011 年 4 月起从 Symbian 基金会手中收回塞班操作系统控制权。此前在 2008 年，诺基亚全资收购了塞班公司，但塞班的影响力在苹果等智能手机的冲击下未能扩大。

在此之前，诺基亚在北京宣布了新的开发伙伴计划。从今往后，为诺基亚手机（今后还会包括其他终端形式）开发应用程序，只需基于具备唯一性的 QT 应用框架，不必再像以往一样针对多个不兼容平台做开发。

这是继效仿苹果网上应用商店开出 OviStore 后，诺基亚第二个效仿苹果模式的大动作。

诺基亚全球副总裁、中国公司副董事长邓元鋈曾表示，面对苹果和谷歌，诺基亚现在还有“最大的用户规模和最具价值的用户质量”优势。这种规模优势对于应用开发者吸引力如何，还有待时间给出答案。

自 2007 年苹果 iPhone 上市以来，手机行业老大诺基亚的商业模式遭遇了重大挑战，虽然诺基亚几乎是在挑战出现的最开始就启动转型步伐，但直至目前也没有找到足以应对移动互联网竞争新形势的关键。市场研究机构 Gartner 报告显示，诺基亚市场份额已经由 2009 年同期的 36.8% 降至目前的 34.2%，塞班操作系统的市场份额也已下滑接近 10 个百分点至 41.2%。

2010 年 9 月，在巨大的业绩压力之下，诺基亚原 CEO 康培凯离职，其继任者斯蒂芬·埃洛普的第一个大动作，就是向一个诺基亚应用开发者颁发了金额为 100 万美元的奖励金，大力网罗应用开发者为诺基亚手机带来创新带来活力。为

了达成这一目的，诺基亚向苹果学习，抛弃之前的多平台，将应用开发框架统一为 QT。

对于这一的战略调整，斯蒂芬·埃洛普坦言：“我们的公司和我们的行业正处在一个急剧变化的时代，近期的情况让我们认为，有必要重新评估我们在行业中的定位及我们的行动。”

2010年3月，诺基亚宣布与英特尔合作开发 MeeGo 平台，但截至目前，还未见基于该平台的产品正式上市。从现在诺基亚宣布以 QT 作为统一 Symbian 和 MeeGo 的唯一应用开发框架可以看出，诺基亚的这盘棋，不仅着眼于手机，未来还可能拓展到其他的终端形式。

在 QT 推出以前，诺基亚虽然通过 Symbian 系的多种平台适应了不同人群和各类应用的需要，但由于多平台之间第三方软件不兼容，移动应用程序开发者出于成本、获利周期等考虑，不愿意加入诺基亚阵营。QT 的推出，或将改变这一局面。

此外，诺基亚还改变了之前将个人开发者拒之门外的态度，将 Symbian 和 Java 的认证变为免费，同时将原先高达 50 欧元的 Ovi 商店开发者注册费降低到了 1 欧元。来源：2010-11-10 每日经济新闻

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 联想移动投资 1 亿成立“乐基金”

12 日，为推动联想移动互联战略，重磅造势乐 PHONE 智能手机和即将面世的乐 PAD，联想集团母公司联想控股宣布，投资 1 亿人民币成立“乐基金”。“乐基金”作为天使投资，支持在移动互联网应用和服务领域进行开发的初创期企业。

联想控股此举可谓一箭双雕。一方面，移动互联网是市场发展大方向，“乐基金”的成立，有望为联想控股培育新的市场增长点；另一方面，在“乐基金”的扶助下，下游厂商如果能开发出大量消费者喜闻乐见的应用和服务，无疑又会推动联想移动互联产品的销售。

“乐基金”瞄准三类企业

“联想移动互联网战略的关键在于把丰富多彩的互联网应用和硬件、软件完美地整合在一起，帮助用户随时随地享受最佳的移动上网体验。”联想集团 CEO 杨元庆称，不可否认，iphone 和 ipad 广受消费者追捧，海量的第三方应用及服务的贡献功不可没。

据悉，首期乐基金的投资领域，将专注于移动互联网产业，主要是移动互联网创新应用和服务。“联想之星”创业投资有限公司副总经理陆刚称，“乐基金”将目标企业按照不同发展周期分为三类，即初创期企业、早期企业和成长期企业，并根据企业发展阶段的不同，分别给予不同的资金及增值服务。“根据企业评估，对每个企业投资规模在100万—1600万之间，对于更大资金规模的成长期企业，联想投资公司将作为专业风险投资公司协同‘乐基金’进行投资。评判标准涉及到创新性、企业成长潜力、优秀的创业团队等几方面。”

联想控股之所以在此时投入1亿创立“乐基金”，是因为联想2010年5月推出的联想“乐园”应用商店运营情况良好，为联想控股的投资提供了依据。

#### 移动应用商店成资本新宠

移动互联应用开发市场在过去一年持续升温，在苹果获得极大成功之后，谷歌的AndroidMarket、诺基亚的OviStore、RIM黑莓的Appworld、Palm的SoftwareStore，联想的“乐园”应用商店等先后问世，从手机终端商到运营商，移动应用开发市场狼烟四起。

应用商店不断上线，众多开发者涌入，移动互联开发市场也成为资本市场新宠。“联想之星”创业投资有限公司副总经理陆刚认为，移动应用开发企业尽管成长性强，但是缺乏打通上下游资源的生态环境，乐基金目标就是成为中国移动互联开发企业快速成长的助推机。

据悉，与普通风险投资不同，“乐基金”是天使投资，重点关注初创期和早期创业企业，被投企业将得到联想集团相关业务支持，增值价值包括技术交流，成为“联想乐园”重要合作伙伴，获得“技术沟通培训、产业沙龙交流、全国性大会”等系列支持。

按联想计划，“乐基金”将定期与合作伙伴沟通联想移动互联战略方向，引导“乐基金”企业产品研发方向。同时，在宣传推广上，“乐基金”企业及其产品将在联想覆盖全国的销售渠道和宣传体系中得到重点宣传和推广，并帮合作企业寻找上下游合作伙伴。来源：2010-11-16 南方都市报

[返回目录](#)

## 夏普计划拿下日本智能手机市场 30%份额

据国外媒体报道，夏普周一表示，计划在未来2至3年内拿下日本本土智能手机市场30%以上的份额，抵御苹果iPhone的进攻。该公司出品的部分手机将提供3D功能，而且无需佩戴特制的眼镜。

夏普表示，要达到上述业绩，该公司在此期间的出货量要达到约500万部。

夏普信息和通讯系统部门总经理 Masami Ohbatake 说：“我们希望利用市场向智能手机转变的机遇。”

日本智能手机市场目前被苹果主导。根据市场研究公司 MMRI 的数据，截至 9 月的半年内，苹果的出货量份额已经超过 60%，夏普则滑落至第三位，份额仅为 6.3%。

夏普在日本整体手机市场占据四分之一的份额，但是在海外市场的影响力比较小。该公司最近在中国市场发布了两款手机。Masami Ohbatake 称，夏普在中国被视为高档品牌。

夏普称，该公司的 Galapagos 3D 智能手机将于 12 月初在日本上市。来源：2010-11-15 新浪科技

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### 【趋势观察】

#### 4-5 年内全球移动终端渗透率达到 100%

爱立信集团研发部门副总裁 Erik Ekudden 昨日对新浪科技表达了爱立信对未来电信发展趋势的预测。爱立信预计在 4-5 年内，全球移动终端的渗透率能达到 100%，到 2015 年，宽带用户将达到 40 亿，其中，移动宽带会占 35 亿。

移动终端渗透率达到 100%

“我们预计在 4-5 年的时间里，全球移动终端的渗透率能达到 100%。” Erik Ekudden 做出这样的预计。他解释说，从技术上来看，固定网经过了 20 年的发展，固定网的下行带宽增长了 2000 倍，这期间，固定网的边缘路由器的吞吐性能增长大概是 50 倍。而在移动网络方面，通过移动宽带的引入，对用户的下行速率实现了 2000 倍的增长。

“固定网技术的发展是通过 20 年的时间达到的，但移动网络实现同等技术能力的飞跃仅用了 7-8 年的时间。” Erik Ekudden 说。

基于这样的增长速度，Erik Ekudden 表示，到 2015 年，宽带用户将达到 40 亿，其中，移动宽带会占 35 亿，移动宽带将占主导地位。

而在 LTE 演进方面，2009 年年底，爱立信在瑞典建设了全球第一个商用网络，目前已经在全球建立了七个商用网络。

帮助运营商打造智能管道

Erik Ekudden 表示，随着移动宽带的发展，连接能力越来越强，管道越做越宽之后运营商如何进行差异化的管理，成为运营商必须面对的问题。

“对于运营商而言，在未来的移动数据业务应用的领域，包括云计算领域，网络本身的连接能力会成为一个瓶颈，这对运营商而言也是获得差异化优势的一个很重要的手段。对于运营商而言，网络能力或者管控能力成为它的核心竞争力，成为衡量运营商是否做到差异化的重要方面。” Erik Ekudden 指出。

针对运营商面临的这个问题，爱立信提出帮助运营商打造“智能管道”。“爱立信一直在推动‘异构网络’的发展，除宏蜂窝之外，使用微蜂窝、定向的蜂窝进行共同组网。而在组网过程中，我们可以对网络进行综合管理，排除基站之间的相互干扰，这样一来，我们可以确保整个的规划是最优的，最终达到用户体验是最好的，是延续的。” Erik Ekudden 说。

有数据表明，截至 2009 年 6 月，全球移动用户数已经超过 43 亿，用户渗透率已经达到 65.6%。在很多成熟市场上，移动渗透率已经超过 100%。在这样的发展态势之下，爱立信认为，以移动通信和宽带网络为代表的 ICT 技术已经进入从导入期向拓展期的转型期。爱立信预计到 2020 年，全球将有 500 亿联网终端，并涌现大量 M2M 应用。来源：2010-11-12 新浪科技

[返回目录](#)

## 智能手机激战正酣 预计年底迎来更大换机潮

北京讯市场研究公司 Strategy Analytics 日前公布数据称，2010 年第三季度智能手机出货量同比猛增 78%，达到 7700 万部，其中苹果表现最佳，出货量已超越 RIM，并进一步缩小了同诺基亚的差距。

受终端市场拼杀展开的影响，与手机厂商直接相关的手机渠道商也卷入智能手机市场的大战之中，国内各大渠道商进入第四季度后纷纷采取动作屯兵备战。除超级通讯连锁巨头迪信通，传统家电连锁巨头国美电器和苏宁电器也加入智能手机市场销售渠道的争夺。

近日，国美电器和大中电器两大家电连锁联手中关村在线发布《2011 年智能手机消费趋势报告》，表示未来一年智能手机中 3000 元以下的占比将达到 75%。另一家电连锁巨头苏宁电器继续联合三大运营商、7 大智能手机巨头启动 3G 智能手机节吸引消费者。

迪信通高级副总裁齐峰表示，迪信通 2010 年前三年季度智能手机销售每月平均环比上涨 28.13%，截至第三季度，智能手机销售占据总销售的 55.23%。他同时预测，智能手机 2011 年完全统治手机消费市场也已成定局，预计 2010

年底到 2011 年初，更大规模的智能手机换机潮将到来，作为渠道商推动智能手机的普及也是顺理成章。来源：2010-11-11 中华工商时报

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 北京移动 TD 座机消费 20 元赠 20 元

中国移动北京分公司(下称“北京移动”)推出“无线座机通话送话费”活动，用户最高可以获得 20 元话费奖励。

本次北京移动“无线座机通话送话费”活动共分为两种：一是“无线座机卡通话送话费”活动，2010 年 11 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日期间，客户使用无线座机终端(或小帮手电子服务器)，当月规定的消费达到 20 元及以上，次月即可获得 20 元话费奖励。

在“无线座机卡通话送话费”活动中，客户累计消费额度仅计算发票科目中的月套餐费和语音通信费两项，其它费用不计算在内，且每月话费只赠送一次，返还的话费将充入无线座机卡的副账户。

二是“无线座机卡新加入家庭计划优惠”活动，共分为两期，第一期从 2010 年 11 月 4 日至 2010 年 11 月 29 日，第二期从 2010 年 12 月 1 日至 2010 年 12 月 30 日。活动期间，首次成功加入家庭计划组，且在成功加入的次月 10 日 24 点前一直处于使用状态的无线座机卡客户，即可获得 10 元话费奖励。

在“无线座机卡新加入家庭计划优惠”活动期间，同一客户只能参加一次活动，话费最多赠送一次。对于在 2010 年 11 月 3 日前取消家庭计划业务的无线座机卡客户，在活动期间首次成功加入家庭计划组，且符合活动条件，可以获得话费返还；对于活动前已是家庭计划副卡，且在活动期内取消家庭计划，又重新办理的客户，不能获得话费返还。

10 元话费将返还至客户的副帐户(使用规则同畅听卡)，第一期话费返还将在 2010 年 12 月 25 日前一次性充入无线座机卡的副帐户，第二期话费返还将在 2011 年 1 月 25 日前一次性充入无线座机卡的副帐户。

据 C114 了解，在本次北京移动“无线座机通话送话费”活动中，所返还的话费没有消费限制，不限制当月消费完毕，但不能退费。话费返还时，如果无线座机卡处于停机状态，不影响话费返还。对于欠费停机的客户，返还后如账户余额大于零，会自动开机。来源：2010-11-11 C114 中国通信网

[返回目录](#)

## 中移动 TD 手机提供 25 套电视节目 包月 6 元

中国移动广东公司(以下简称广东移动)透露,为亚运会量身打造了 TD 手机电视业务,支持 25 套电视节目和 30 套广播节目,方便用户收看比赛实况;资费方面包月费 6 元,无流量费。

目前,主流的 TD 手机均要求装配 CMMB 手机电视功能,截至目前,TD 手机电视网络覆盖城市在全国已达 300 多个,成为全世界最大的移动广播电视网,其中北京为世界最大的移动广播电视单频网,上海居世界第二大,广州为世界第三。目前在广东省境内,韶关、深圳、惠州、东莞等多个地市均开通了手机电视信号,基本上实现了零距离、全覆盖。

广东移动表示,TD 手机电视可实现“天地”一体覆盖、全国漫游,支持 25 套电视节目和 30 套广播节目。同时,广东移动已联合中广传播已在广东全省范围内推出“百万 G3 用户免费体验手机电视”优惠活动,在活动期内凡购买亚运活动机型的客户即可免费体验手机电视业务一年。

据介绍,利用“G3 手机电视”业务看电视无需上网,不产生任何流量费用,用户只需要每月 6 元钱(参加活动还可免费体验一年),就可以随时随地看电视、听广播。与此同时,亚运期间,中国移动还与广州亚组委推出了专门的 G3 手机电视互动电视服务,观众不仅可以“观看”亚运,更可以通过手机电视,直接“参与”亚运赛事;G3 手机电视互动电视还可以实时进行赛情查询、赛事评论、好友交流等参与性活动。来源:2010-11-11 新浪科技

[返回目录](#)

## 北京联通如意通充值返话费:最高充 500 赠 150

中国联通北京市分公司(以下简称北京联通)宣布启动如意成长市卡用户充值返话费,共分四档,12 月 31 日 24 时前充值将获得从 10 元到 150 元不等的话费赠送。

据悉,北京联通如意成长市卡用户使用 50 元及以上面值的一卡充(含本地及异地一卡充)充值,即可自 2011 年 1 月起分月获赠话费。

该项优惠举措共四档,包括充 50 元赠 10 元、充 100 元赠 30 元、充 300 元赠 90 元、充 500 赠 150 元。

北京联通特别提醒,用户只能使用一卡充(含本地、异地一卡充)充值参与活动,其他缴费方式不能参与活动。

若用户在活动期间多次充值 50 元及以上，以用户最高单笔充值金额为准赠送话费。例如，用户在活动期间第一次充值 50 元，第二次充值 100 元，第三次充值 300 元，则以最高单笔充值金额 300 元为准，共计赠送 90 元话费。

用户获赠的话费可用于任何消费。用户获赠的话费不限使用期限，每月赠送的话费若在当月未使用完，可累计到下月及以后。来源：2010-11-12 新浪科技

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### 中国联通开拓车载智能通讯

中国联通昨天和大陆汽车亚太管理(上海)有限公司签署战略合作框架协议，双方将加强在车载智能通讯业务领域的合作，将成熟的车载电脑系统带给中国的用户。

双方将整合资源，提供端到端整体车载智能通讯业务。德国大陆集团是知名的车载智能通讯市场供应商。车载智能通讯是手机通信技术、卫星导航系统、网络通信技术和车载电脑的综合产物。当汽车在行驶中出现故障时，相关机构可以通过无线通信连接服务中心进行远程车辆诊断。来源：2010-11-12 北京晨报

[返回目录](#)

### 电信联通用户也能用移动飞信

“3Q”大战逐渐偃旗息鼓，各大即时通讯软件的新一轮用户争夺战刚刚开始，移动运营商也不甘落后。日前，移动飞信 2010 正式版 SP2 最新上线。

除了增加保护用户隐私等新功能外，新版飞信首度与另外两大运营商实现互通，用户群将不再限于中国移动用户，而是面向全体网民，中国联通、中国电信等用户均可通过邮箱快速开通飞信。

在腾讯与 360 大战期间，包括微软 MSN、新浪 UC、移动飞信在内的诸多即时通讯软件纷纷各自出招，藉此拉拢卸载 QQ 的用户。沉寂已久新浪 UC 在借机复出后不但依托新浪微博(<http://t.sina.com.cn>)平台大肆宣传，还在其门户科技频道的醒目位置做推广 MSN 也推出了邀请页面，用户可以通过该界面邀请自己其他 IM 软件中的好友来使用 MSN。

易观国际的研究报告数据显示，2010 年第二季度飞信业务已超越 MSN 成为中国第二大即时通讯工具。来源：2010-11-10 新闻晚报

[返回目录](#)

## 联通订餐宝提升餐饮业服务能力

随着人们生活水平的逐渐提高，越来越多的人已习惯于在家订餐。而北京联通推出的订餐宝服务，又名客户订餐实时反馈系统，是针对餐饮娱乐等中小企业客户关系管理(CRM)的行业应用解决方案，用于稳定老客户、发展新客户，是帮助餐饮娱乐等中小企业管理客户资源、提升服务水平和营销能力的平台。

据北京联通的相关负责人介绍，订餐宝依托于无线通信网络，产品简单易用，适合餐饮企业人员流动性大、服务人员文化素质较低的情况。目前订餐宝的主要功能有：

**实时短信预订确认：**当顾客预订结束挂电话后，订餐宝可以实时向顾客的手机发送包括饭店的地点、行车路线、预订的房间、时间和预订电话等信息的短信，方便客户及时把短信转发给其他共同就餐的客人，免去了自行编写短信的麻烦。

**精准互动营销：**订餐宝可以把饭店的订餐卡电子化，并添加饭店最新的新菜品、促销活动等内容，在顾客电话预订时实时推送到顾客手机上，并由顾客转发给被邀请的朋友，存储到手机上作为电子订餐卡随身携带。

**顾客价值分析：**订餐宝可以自动把饭店的顾客数据按照新客户、回头客、老顾客、需要挽留的顾客有效区隔和分组，并按月分析不同类别顾客数量的变化，帮助饭店梳理出核心的高价值客户以及需要挽留的客户，针对不同类型的客户实施精准营销。

**精准主动营销：**订餐宝可以根据顾客的消费时间、消费次数、消费喜好、消费记录、消费能力、顾客类别的不同，主动向顾客发送客户关怀或菜品促销的短信。

截至目前，崇文区已经有便宜坊、全聚德前门店、五粮液财富会所、山东菜馆等 30 多家规模以上餐饮企业开通使用该套系统。北京市多家著名餐饮企业也在使用该产品，如权金城、金百万、大鸭梨、渝信川菜、东来顺、巴国布衣、眉州东坡等。来源：2010-11-10 北京商报

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### 【视频通信】

#### 中国电信推三网融合视频服务

在家里,看电视直播球赛到一半,出门坐地铁的时候可以通过手机继续观看,到了办公室,还能接着在笔记本电脑上观看。中国电信昨天在上海发布三屏互动“翼视通”业务,演绎三网融合带给用户的全新体验。工信部副部长杨学山、中国电信集团公司副总经理孙康敏出席发布仪式。

电信网、广电网、互联网“三网融合”,手机、电脑、电视“三屏互动”,是中国电信昨天发布的“翼视通”业务带给用户全新体验。三屏互动“翼视通”同时在工博会上现场展示。

据透露,中国电信2009年11月在沪成立视讯中心,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年初增长654%。来源:2010-11-10 新民晚报

[返回目录](#)

### 【电信网络】

#### 中国联通试点共享式WLAN

在刚刚公布20万WLAN设备招标结果,各省市公司尚未正式启动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》(网)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。

#### 充分发挥 4 千万固网宽带用户优势

从运营商 WLAN 建设来看，共享式 WLAN 业务发展是对现有自建式 WLAN 业务的有效补充，一方面解决了因建设成本所造成的无线热点数量有限等覆盖局限性问题，另一方面丰富了多元化的增值业务发展思路，满足广大无线网络用户对 WLAN 业务地域可用性和业务丰富性的双向需求。“共享式 WLAN 业务能否成功，取决于运营商对 WLAN 业务的战略定位和固网无线融合发展以及运营观念的突破式创新，对于大的电信运营商来说，推动用户参与的运营模式是一种全新的电信 2.0 方式，走出这一步并不容易。”朱永民说。

据了解，电信重组后，中国网通并入中国联通，使后者具备了从业固网业务的资格。经过几年发展，中国联通固网宽带用户得到了快速增长，截至 2010 年 8 月，中国联通固网宽带用户数达到了 4376 万。“中国联通数以千万计的固网宽带用户资源将成为其推广共享式 WLAN 业务的最大优势。”

此前，有分析人士表示，中国电信与中国联通在 WLAN 建设方面将南北分治，其主要原因在于中国联通在南方市场缺少线路，而中国电信在北方市场亦如此。对此，朱永民表示，共享式 WLAN 主要是通过固网无线融合来发展固定宽带用户的网络资源无线共享，实现网络资源的合理与最大化利用，无需运营商重新部署和改造网络，这就使运营商能够快速实现 WLAN 无线热点的低成本、高效率 and 规模化。来源：2010-11-10 通信产业网

[返回目录](#)

## 俄罗斯成功发射一颗美通信卫星

俄罗斯赫鲁尼切夫国家航天科研生产中心发言人博布列涅夫 14 日宣布，俄罗斯当天晚间从哈萨克斯坦境内的拜科努尔发射场成功发射一颗美国通信卫星“SkyTerra - 1”。

博布列涅夫说，莫斯科时间 14 日 20 时 29 分(北京时间 15 日 1 时 29 分)，一枚“质子 - M”运载火箭将“SkyTerra - 1”通信卫星顺利升空，预计在发射 9 小时 14 分后，卫星将与火箭推进器分离，进入西经 101.3 度的地球同步轨道。

“ SkyTerra - 1” 卫星由美国波音公司和“ Intelligence systems” 公司共同研制。卫星重 5390 千克，在轨寿命 15 年，将为普通手机用户提供卫星通信服务。来源：2010-11-15 新闻晚报

[返回目录](#)

## TD-LTE 技术试验转向新内容 2.6GHz 外场待启动

“ 如果 TD-LTE 预商用后频率资源不够用，首先下线的将是什么技术？很可能不是 2G 的 GSM，而是 3G 的 WCDMA。因为 GSM 做语音已经足够，而 LTE 提供数据服务更为完善。”

工信部电信研究院副总工王志勤在 11 月 9 日的“ 新一代宽带无线移动通信国际论坛” 上公布了 TD-LTE 技术试验的最新进展，其中提到的难点和关键问题以及下一步规模试验的具体内容，给近期持续的“ LTE 热” 增加了更多新闻点。

### 七厂家进入 2.6GHz 系统测试

此前工信部和中国移动联合多厂家在北京怀柔 and 顺义地区，建设了约 60 个 TD-LTE 基站进行系统设备测试，在包括 10 个厂家参与的 2.3GHz(2320-2370MHz)单系统完整级的测试之后，各个主体厂家又进入更大规模的外场环境进行关键技术的测试，在 9 到 15 个小区条件下，对 TD-LTE 的 OFDM 和 MIMO 整体关键技术以及调制的算法进行了一系列验证和测试。

随后，根据 2.6GHz(2570-2620MHz)的新需求，各个厂家开始了 2.6GHz 试验网的建设和调测工作。目前已经有 7 个系统厂家正式进入了 2.6GHz 测试，其中有 5 个厂家完成了相应功能和硬件的测试工作。

王志勤称，针对 2.3GHz 单系统设备的测试以及 2.3GHz 芯片和一些室内测试工作，已经在 2010 年 7 月份告一段落。在进行外场测试的同时，TD-LTE 工作组已经将测试重心从 2.3GHz 全面转向 2.6GHz，并首先从室内测试开始逐步转向室外测试。

相对于 2.3GHz，基于 2.6GHz 的系统设备测试主要增加了天线等环节，相比 2.3GHz 频段上的 2×2 MIMO 天线，在 2.6GHz 上要实现 2×8 的智能天线的配置。

### 软件与关键技术亟需提升

在会议间隙王志勤与本刊记者交流时称，TD-LTE 系统厂家实力正在加强，多数设备在基本功能、关键技术，一些基础性性能和射频指标上都符合了 TD-LTE 要求，使试验进度显著加快，TD-LTE 研发水平与 LTE FDD 达到了同步状态。但目前，2.6GHz 整个外场测试还没有开始，以在 2.3GHz 频段上特别是外场关

键技术测试的阶段结论来看，TD-LTE 的软件能力、部分自适应算法、抗干扰等问题等还需要进一步提升。

TD-LTE 技术试验转向新内容 2.6GHz 外场待启动 “ 自适应调度、同频组网、波束赋型、多天线技术等是 TD-LTE 关键技术，还需要在外场环境下进行模组组网验证，解决小区边缘干扰等也都是近期 TD-LTE 技术试验和未来规模试验研究的重点方向。”

向商用要求靠近

国际新一轮宽带移动频谱拍卖以及 TD-LTE 国际化的加快，促使 2010 年内将启动 TD-LTE 规模试验。

在规模试验计划中，中国移动计划在多个大型城市部署数百个连续覆盖的室外站，并建设一定比例的室内站以及分布系统，并且已规划了约 2 亿元用于采购初期试验和友好用户使用的终端。

在前期小规模室内室外试点测试的基础上，工信部成立了 TD-LTE 规模技术试验领导小组，这一定程度上也为 TD-LTE 技术试验增援了政府的力量。

对于下一步的试验重点，王志勤称，在工作组原先设定的 2×2 技术要求(2 家系统厂商和 2 家芯片厂商各自达到测试要求并且互相通过了互操作)实现后，即正式启动规模技术试验，室外以 2.6GHz 为主，室内以 2.3GHz 为主，整个规模技术试验将逐步推进，并且在初期单模系统的试验基础上，逐渐向商用要求靠近，增加多模系统的验证并分阶段推进。

全球：11 个 TD-LTE 试验网已建成

全球范围 TDD 频率陆续发放，55 个运营商将采用 TDD 技术(包括 46 个仅采用 TDD)发展 LTE，在数量上与 FDD 已经基本持平。这进一步坚定了 TD-LTE 产业链和中国移动的信心。

据中国移动研究院院长黄晓庆称，国际上目前已经建成 11 个 TD-LTE 实验网，另外 8 个也计划在 2010 年至 2011 年间开通，同时，中国移动也已和 8 家国际运营商建立了双边合作发展关系。

黄晓庆同时给出了 TD-LTE 与 LTE FDD 同步发展对比情况：在标准和测试方面，TD-LTE 与 LTE FDD 已经达到同步，截至 2010 年 6 月，TD-LTE 与 LTE FDD 同步实现了约 90% 的 IODT 测试，同步完成 90% 的外场空口测试。但同时不可否认的是，因 TD-LTE 终端芯片进展慢，TD-LTE 在终端产品和终端一致性认证方面，落后于 LTE FDD 几乎 6 个月的时间。

不过世博会引发的 TD-LTE 终端热，尤其是世博会最后一个月，TD-LTE 智能手机以及平板电脑的研发推出，让终端产业链信心大增。

对此黄晓庆也颇为兴奋，据他预测，TD-LTE 平板电脑有望于 2011 年参与规模试验。来源：2010-11-15 通信世界周刊

[返回目录](#)

## 运营商无线固话 10 分钟即遭破解 普通手机可用

日前，市场上流行一种无线座机号码破解服务，不到十分钟，商家就可将机卡绑定的无线座机进行解密，随后用户便可拿其他手机当无线固话使用。

据悉，运营商在推出无线固话业务时，一般资费都有明显的优惠，而为了防止用户将 SIM 放入其他手机中使用，其终端都采用相关加密技术。SIM 卡在首次放入手机后，相关程序会自动记录话机的 IMEI 串码到 SIM 卡中，并实现锁终端操作。此后，每当无线固话机重新开启时，SIM 卡除进行注册网络核实外，还将进行 IMEI 串码匹配，只有当这两项全部比对成功后，该无线座机方可使用。

但近日，有消息称，一些手机零售市场的商家已经开始提供破解无线座机号码的服务，费用为 15 元-80 元之间。破解后，用户便可使用诺基亚 1200、1208、1209、7070 等型号手机来替代无线座机，其无线座机的 SIM 卡便可放入普通手机中使用。电话、短信等基本通信功能正常，且资费一样。

目前，无线座机的资费为市内电话每分钟 0.12 元，月租费为 10 元且加送 50 分钟市话时长。

日前，工信部已明确表态，使用网络接入资源经营的无线固话业务属于第三代蜂窝移动通信业务，应当按照相关规定，采用移动网号的编号方式，在相关网络覆盖地区开展业务。来源：2010-11-10 比特网

[返回目录](#)

### 【终端】

## 英国推出 10 元白菜价手机

10 块钱能干什么？英国最大手机零售商“电话仓库”日前推出一款“白菜价”手机，售价仅 99 便士(约合人民币 10.6 元)。这是英国市场上目前最廉价的“即买即用”手机，顾客不必与运营商签协议，只需提前充入 10 英镑(16.2 美元)，便可接入英国维珍移动通信公司网络，之后只需按使用情况缴纳通话费和短信费。这款阿尔卡特 OT - 209 手机仅重 65 克，多款颜色供选择。“它在四五年前算是常规产品，当年需要花掉 100 英镑，”“电话仓库”执行主席查尔斯·邓斯顿说。来源：2010-11-15 IT 时报

[返回目录](#)

## 宏碁联手法拉利推出新款智能手机

宏碁联手法拉利推出新款智能手机新浪科技讯 北京时间 11 月 13 日上午消息，据国外媒体报道，法拉利和宏碁周五联合推出了一款采用谷歌 Android 操作系统的智能手机，希望在这一越发拥挤的市场抢占一席之地。

这款产品的型号为 Liquid，限量生产 20 万部。该产品将采用法拉利品牌，并预装法拉利公司及其车队的内容。

英国咨询公司 CSS Insight 研究主管本·伍德(Ben Wood)说：“这款法拉利品牌的设备将有助于提升宏碁新款手机在拥挤的 Android 市场中的地位。在这一市场，很多低价产品都不具备差异性。”

作为全球第二大 PC 厂商，宏碁 2009 年开始进军智能手机领域，并希望未来 3 至 5 年内获得 6%至 7%的市场份额。但该计划目前并未取得太大进展，而手机厂商也在密切关注进军智能手机市场的 PC 厂商。

伍德说：“宏碁在笔记本市场拥有毁灭性的能力，而且对戴尔和惠普构成了威胁。该公司低价、低利润率的战略加大了笔记本市场的普及，而手机厂商则在密切关注该公司的智能手机战略。”来源：2010-11-13 新浪科技

[返回目录](#)

## 新大陆发布全球首颗二维码解码芯片

11 月 11 日，新大陆(000997)在北京发布全球首颗二维码解码芯片。公司总裁王晶表示，“随着该产品的诞生，未来能方便识别二维码的智能手机大规模的推广，物联网将深入到百姓日常生活中。”

当天，公司还与全球第三大自动识别公司意大利得利捷股份有限公司(DATALOGIC)正式签署战略合作框架协议。业内人士称，新大陆的芯片可以应用在得利捷的系统中，双方的战略合作还将促进研发的进展。

芯片拥有自主知识产权

二维码解码芯片是将传统软件解码，采用大规模可编程逻辑电路，经过创新性的研发设计，转化为硬件方式解码，使系统在解码速度上较软机解码方式提高 10 倍以上，识读效率(抗污损)提高 30 到 50 倍，同时大大简化原有解码系统所需的周边电路及其元器件，降低成本和功耗，提高可靠性，是物联网领域标志性的重要成果之一。

二维码识读核心技术一直以来为欧美自动识别企业所掌握，这在很大程度上制约了二维码技术在国内的发展与推广应用。新大陆于 1999 年开始进军条码技术应用市场，成为国际上少数几家拥有二维码核心技术的企业之一。

2010 年 9 月，通过与台湾配套厂商台联电、台湾智原科技公司的合作，新大陆首颗二维码解码芯片成功流片并通过测试。新大陆还在知识产权咨询公司台湾世博科技的帮助下，迅速开展了二维码识读芯片知识产权布局工作，围绕二维码芯片提出了 179 项专利申请(包括 120 项二维码芯片专利、37 项二维码识读引擎专利和 22 项二维码物联网应用商业模式专利)。

公司称，新大陆的芯片具有完全自主知识产权，未来其他公司可能也会研发出类似产品，与公司发生竞争，但是在知识产权方面公司走在了前面。公司的下一步工作是将该芯片推向市场。据了解，二维码解码芯片的下游应用包括手持条码识读枪、信息终端、手持数据采集器、手机等，市场空间广阔。

#### 国际化进程提速

当天，新大陆还与意大利得利捷公司正式签署了战略合作框架协议书。王晶说：“此次新大陆与得利捷的战略合作是新大陆国际化迈出的重要一步。”

新大陆科技集团董事长胡钢说：“对于得利捷来说，通过合作可以顺利进入全球最大的自动识别市场中国市场，同时与新大陆展开二维码技术的研发合作；对于新大陆来说，通过合作可以进一步拓展新兴市场和欧美市场，丰富产品线。”

据了解，2008 年，新大陆在美国设立“新大陆北美公司”；2009 年 3 月 4 日，在荷兰成立了“新大陆欧洲公司”，在自动识别领域开始进入到美国和欧洲市场；2009 年 7 月 28 日下午，国家商务部正式批复台湾新大陆股份有限公司的设立申请，新大陆正式获批成为大陆第一家赴台投资企业，经与荷兰史利得投资公司协商，新大陆收购了该公司在台湾独资的帝普科技有限公司 58% 的股份，并将帝普科技更名为“台湾新大陆股份有限公司”。来源：2010-11-12 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

## 【运营支撑】

### 手机携号转网本月内启动

11 月 5 日，工业和信息化部网站刊登了“关于启动天津、海南移动用户号码携带试验的通知”，正式确认了 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。为加强监管，维护电信市场秩序，工信部

要求，各电信企业总部应尊重用户转网意愿，规范有序开展市场经营活动。同时，要支持 TD 发展，注意营造有利于 TD 发展的环境。

#### 携号转网保障用户权益为先

文件表示，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。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。

文件要求津琼两地运营商强化服务，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。

#### 尊重用户选择支持 TD 发展

在具体实施方面，天津、海南两地政策并不同，且带有政策倾向性。尽管实施起来有难度，但携号转网对广大消费者来说，带来的便利与利好毋庸置疑。

有电信专家指出，手机是现代人不可或缺的沟通载体，对消费者的重要意义不言而喻。此前，手机号码一直是运营商垄断性资源之一，换号带来的诸多不便，让许多人面对

更便宜的话费、更心仪的服务却望而却步。携号转网的实施，手机号码将重新成为公共资源，消费者拥有了更多自由选择的权利。同时，对运营商来讲，面对激烈竞争，他们必然会在资费、服务质量等各方面下工夫，以各自的优势留住用户，这对消费者是重大利好。

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，加强市场监管力度，严格依法监管，切实维护市场秩序，切实保障用户合法权益。

#### 四川地区暂无工作部署

记者联系四川本地三大运营商均表示暂无接到相关通知，随后记者联系了四川省通信管理局相关负责人，对方明确表示：“工信部这次推动的携号转网试商用还处于试点的工作部署，各省市目前还处于观望态度，试点结果如何将对携号转网有着重要的指导意义。目前四川地区暂时还没有携号转网方面的工作部署。相信试点效果出来后，工信部会尽快做出其他省市的工作计划安排。”

业内人士分析，携号转网可能影响三大运营商的竞争格局，加剧市场竞争。截止到目前，已经有新加坡、美国、韩国等 60 多个国家和地区实行了携号转网政策。来源：2010-11-10 四川在线-华西都市报

[返回目录](#)

### 手机连锁企业开通“绿色通道”

近日，海淀工商与迪信通举办的“海淀区迪信通消费争议快速解决绿色通道授牌及手机厂商维护消费者合法权益承诺书签字仪式”在海淀区迪信通公主坟店举行。迪信通在海淀区的 9 个门店获准建立绿色通道。同时，海淀工商在手机行业首次试推厂场挂钩，迪信通公司和诺基亚等 10 个手机知名厂商共同签署了“维护消费者合法权益”承诺书。

据了解，目前手机行业在海淀区的消费纠纷中，是继电子产品之后的第二大投诉重点行业，此次消费争议快速解决绿色通道是设立在企业内部，专门用于化解本企业消费纠纷，减少投诉中间环节，达到降低消费者维权成本，减少投诉时间的目的。

海淀工商通过大力推动绿色通道建设，在全区形成了 53 个消费争议快速解决网络，覆盖了商场、超市、专业卖场、连锁企业，进一步提高了全区消费纠纷解决的力度和水平。来源：2010-11-10 北京商报

[返回目录](#)

### 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 日接受记者采访时表示，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](#)

## 市场跟踪篇

### 【数据参考】

#### 全国 3G 用户超过 2500 万

昨天在沪举行的 2010 中国国际工业博览会“移动互联网产业发展”国际论坛透露，全国 3G 用户在移动通信用户中的渗透率，有望在 2011 年从 3.1% 提高到 10% 以上。国外经验表明，当 3G 渗透率达到 10% 左右时，用户数量增长将开始加速。

截至 2010 年上半年，全国 3G 用户超过 2500 万，新增 3G 用户占到移动通信新增用户数的 24.4%，用户发展和网络建设均快于同期大部分国家水平。论坛主旨报告还表明，我国 3G 业务种类丰富，但一些业务的使用率较低。如全球移动数据业务流量最大的是手机网页浏览，占比达 30.9%；而我国数据流量占比最大的是音乐下载等流媒体业务，占比达 39.7%。

国家工业和信息化部副部长杨学山、全国政协常委蒋以任出席论坛并致辞。来源：2010-11-11 解放日报

[返回目录](#)

#### 前 8 月电信资费同比下降 11.4%

工信部昨日表示，2010 年前 8 个月电信资费同比下降 11.4%。

工信部数据显示，2010年前8个月，电信资费同比下降11.4%。其中移动动感地带资费下调20%。

在用户投诉环节，共受理有关电信服务的申诉1.9万人次，较上季度下降了1.6%。

截至三季度末，三家电信企业共排查158万个涉黄网站，关闭未备案网站3000多个，关闭或屏蔽手机涉黄网站3.26万个。来源：2010-11-13 新京报

[返回目录](#)

## 我国累计建成3G基站51.5万个

截至2010年三季度，我国三大运营商已累计建成3G基站51.5万个，3G用户累计达到3111万；同时，我国互联网普及率已提高到33%，手机网民规模达到2.9亿。

工信部发布了“2010年第三季度电信服务质量的通告”（下称“通告”），通告数据显示，截至2010年三季度，全行业电话用户总数达到11.34亿户，较上季度增长2.2%；固定互联网宽带接入用户达到1.21亿户，较上季度增长4.3%；累计建成3G基站51.5万个，3G用户累计达到3111万，比上季度增长10.8%。截至9月底，我国互联网普及率提高到33%，手机网民规模达到2.9亿。

通告称，通信业各类应用需求逐步从新闻浏览、图铃下载等应用向视频类业务、融合类业务的转变，业务应用带动产业链各环节特别是中小企业发展，经济倍增效应逐步显现。物联网应用稳步推进，以信息化手段促进产业升级，推动节能减排，充分发挥通信行业在经济社会信息化发展中的基础支撑作用。来源：2010-11-12 中国通信网

[返回目录](#)

## 最新统计显示非洲手机用户破5亿

全球电信与媒体市场调研公司Informa Telecoms & Media 10日发布的最新统计报告显示，截至2010年第三季度，非洲大陆手机用户数量已达5.06亿，占全球手机用户总量的10%。

报告说，受移动通信市场开发潜力大、移动通信基础设施条件明显改善以及非洲受众对移动通信新服务的高需求量推动，非洲目前已成为全球手机用户增长最为迅猛的地区之一，2010年内非洲新增手机用户较2009年同期提高了18%。

根据统计，尼日利亚作为非洲人口最多的国家，目前拥有非洲大陆最多手机用户数量，占非洲手机用户总量的 16%。紧随其后的分别为埃及和南非。报告同时预测，未来 5 年，非洲国家手机用户增幅最为明显的国家将集中在中东非地区。

报告指出，如按照当前发展速度，非洲国家到 2015 年手机上网用户将达 2.65 亿，将占全球手机上网用户的逾三分之一。与此同时，非洲大陆手机金融服务用户则有望在 2014 年达到 3.6 亿。1985 年，非洲移动通信网络首次于突尼斯开设，2010 年也正值非洲手机服务开通 25 周年。来源：2010-11-12 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

### Gartner：三季度全球手机销量同比增长 35%

据国外媒体报道，美国市场研究公司 Gartner 今天发布报告称，2010 年第三季度，全球终端用户手机销量达 4.17 亿部，较 2009 年第三季度增长 35%。智能手机销量同比增长 96%，这类产品 2010 年第三季度在全球手机销量中的占比已经达到 19.3%。

“这是销量连续第三季度出现两位数的同比增长，表明消费需求非常健康。”卡罗琳娜·米兰内西(Carolina Milanese)说，“苹果和 Android 推动了本季度智能手机销量创下历史纪录。苹果在北美智能手机市场的份额超过 RIM，使之成为仅次于 Android 的第二大平台。而 Android 的销量仍在快速增长，并且成为了全球第二大手机操作系统。”

诺基亚、三星和 LG 仍然占据全球前三的宝座，但市场份额却有所下滑，而苹果则已经跻身全球五大手机厂商，并且超越 RIM，位居第四。

除了成熟市场的智能手机销量出现强劲增长外，“白牌”(White-Box)手机在一些新兴市场也推动了手机销量的再度增长。“第三季度，白牌厂商仍然继续在中国以外拓展印度、俄罗斯、非洲和拉美市场。”米兰内西说，“由于我们看到非 3G 设备的需求仍在延续，因此我们坚信这种现象不会是短期现象。尽管我们看到本季度的销量呈现加速增长态势，但我们预计 2010 年第四季度的销量还会更高。”

亚洲的白牌厂商的兴起也对“其他”类厂商起到了帮助，他们 2010 年第三季度的市场份额达到了 33%。“这对五大手机厂商产生了深远的影响，他们的合并市场份额从 2009 年第三季度的 83% 下滑到 2010 年第三季度的 66.9%。”米兰内西说。

以下为 2010 年第三季度全球手机终端用户销量统计(单位：千部)

企业	第三季度销量	第三季度市场份额(%)
诺基亚	117,461.0	28.2
三星	71,671.8	17.2
LG	27,478.7	6.6
苹果	13,484.4	3.2
RIM	11,908.3	2.9
索爱	10,346.5	2.5
摩托罗拉	8,961.4	2.1
宏达电	6,494.3	1.6
中兴	6,003.6	1.4
华为	5,478.1	1.3
其他	137,797.6	33.0
合计	417,085.7	100.0

2010年第三季度，诺基亚共向零售渠道出售了1.104亿部手机。由于摄像头模块和屏幕等零部件短缺，其销量略低于预期。诺基亚通过削减库存满足了低端产品的需求，从而使得总销量达到了1.175亿部。这导致了该公司市场份额较2009年同期下滑了8.5个百分点，从36.7%下滑至28.2%。但是低端设备的短缺也促使很多消费者购买了价格更高的设备。加之有利的汇率变动，意味着诺基亚的财务业绩将好于预期。

三星第三季度表现强劲，手机总销量达到7170万部，同比增长18.2%。然而，该公司的市场份额却略微有所下滑，从2009年同期的19.6%下滑至2010年的17.2%。三星2010年第三季度的智能手机市场份额达到10%。三星Baba手机第三季度销量接近100万部，Android手机销量达到660万部，使之成为第一大Android手机厂商。

LG第三季度出售了2750万部手机，全球手机市场份额从10.3%下滑至6.6%。作为LG的强项，中档时尚手机在成熟市场的热度逐渐降低。这些地区的消费者逐步开始转向智能手机，并且直接导致了市场份额的变化。LG缺乏一款旗舰智能手机：该公司的设备定价都比较偏向中档产品，而且缺乏软件和硬件创新。在运营商合作伙伴的定价区间中，也属于较低水平。

苹果第三季度的表现非常优异，共出售了1350万部手机。如果不是持续的供应紧张，该公司的销量还会更高。尽管如此，苹果仍然成为了全球第四大手机厂商。iPhone目前通过166家运营商在89个国家和地区销售。第三季度，苹果在欧洲、亚洲和日本的手机销量同比都翻了一番多，在西欧市场则位列第三大

手机厂商。尽管苹果仍然专注消费领域，但企业市场的 iPhone 和 iPad 普及率已经有所增长。

RIM2010 年第三季度向终端用户出售了 1190 万部手机，其全球智能手机市场份额下滑至 14.8%。RIM 在北美手机市场的份额也从 2009 年同期的 12.7% 下滑至 11.2%。RIM 在智能手机市场的领导地位已经被苹果抢走。与 iPhone 一样，摩托罗拉 Droid X、三星 Galaxy S 和宏达电 Incredible 以及 Evo 等 Android 手机都在夺取 RIM 的市场份额。但是得益于 AT&T 的推广策略，黑莓 Torch 等产品帮助 RIM 稳定了美国市场的销售势头。

#### 智能手机销量

2010 年第三季度，采用开源操作系统的智能手机销量超过 8100 万部，创历史纪录。Android 占全球智能手机销量的 25.5%，使之成为全球第二大操作系统。该产品在北美市场的主导地位尤其明显。

以下为 2010 年第三季度全球智能手机终端用户销量统计(按照操作系统划分，单位：千部)

系统	第三季度销量	第三季度市场份额(%)
Symbian	29,480.1	36.6
Android	20,500.0	25.5
iOS	13,484.4	16.7
RIM	11,908.3	14.8
微软 WM	2,247.9	2.8
Linux	1,697.1	2.1
其他系统	1,214.8	1.5
合计	80,532.6	100.0

Gartner 估计，Android 手机在 Verizon 无线第三季度的智能手机销量中占到 75% 至 80%。三星等厂商仍在发布 Galaxy S 等高端设备。但是还有厂商在面向不同的消费群体推出低价 Android 手机。例如，中兴就在预付费的英国市场，通过运营商 Orange 推出了售价不足 100 英镑(约合 1060 元人民币)的 Android 手机。谷歌则一直保持了对 Android 系统的快速更新。每个版本都会带来新的功能，令 Android 手机更具吸引力。创新是 Android 与其他平台的主要差异。

得益于 iPhone 4 的成功，苹果第三季度的表现极其优异。与大量运营商建立的关系帮助苹果获得了更为广泛的国际渠道，而且围绕 iTunes 和应用商店的强大生态系统也对苹果的主导地位起到了帮助。苹果在北美的智能手机市场份额超过 RIM，仅次于 Android 位居第二。在西欧，iPhone 销量同比翻番，使之成为仅次于诺基亚和三星的第三大手机厂商。

“由于产品发布更为频繁、新平台出现以及新设备的面市，智能手机操作系统提供商已经进入到一个平台革命加速的时期。”Gartner 首席研究分析师罗伯塔·科萨(Roberta Cozza)说，“任何无法快速创新的平台都将失去开发者、厂商、潜在合作伙伴，并最终失去用户。这种创新既可以通过充满活力的多元生态系统展开，也可以借助具备清晰战略的独立实体来部署。”

#### 前景展望

Gartner 预计，受到白牌厂商的推动，2010 年的全球手机销量有望实现 30% 的增长。媒体平板对移动设备销量的影响将在 2011 年显现。Gartner 预计，iPad 等媒体平板 2011 年的销量将达到 5480 万台。

米拉内西说：“苹果借助 iPad 的热销以及 iPod Touch 的持续成功实现了 iOS 的大幅扩张，这对于他们的销量而言非常重要。但是更重要的是，他们以一种只生产智能手机的厂商无法对抗的方式，强化了苹果生态系统和 iPhone 的地位。对于一名开发者而言，iPod Touch 和 iPhone(iPad 从一定程度上讲，也是如此)事实上是相同的设备，代表了同一个市场机遇。尽管 Android 正在被越来越多的媒体平板和 Galaxy Player 等媒体播放器采用，但却远远落后于 iOS 的多设备战略。苹果声称，iOS 设备的日均激活量约为 27.5 万部，这对于任何开发者而言，都是一个具有吸引力的市场。而开发者的应用反过来也会吸引用户。”  
来源：2010-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

### 工信部：三季度用户服务申诉占申诉总量四成

近日，工信部发布了 2010 年第三季度电信服务质量的通告，通告显示，第三季度，工信部通过各个渠道共受理有关电信服务的申诉 18865 人次，其中用户服务申诉占总量的 41.1%。

工信部发布的电信服务通告显示，三季度，工信部及全国各省市的电信用户申诉受理机构通过申诉热线、政府网站等渠道共受理有关电信服务的申诉 18865 人次，比上季度下降了 1.6%，季度百万用户申诉率为 16.8 人次。其中，用户服务方面的申诉占总量的 41.1%，较上季度上升 2.8 个百分点。

具体来看，网络质量方面的申诉较上季度上升 1.8 个百分点，占申诉总量的 20%。工信部解释说，这主要是受自然灾害的影响，部分地区固定电话、宽带接入故障增多，移动通信信号中断。除了网络质量问题，涉及电信企业在业务营销和宣传等方面工作存在欠缺的申诉量有所上升。

而收费争议申诉和增值服务收费争议下降幅度明显。其中，收费争议方面的申诉占总量的 38.9%，较上季度下降 4.6 个百分点，其中用户对移动电话语音、上网业务收费争议的申诉量下降幅度较大。关于增值服务收费争议的用户申诉量连续两个季度呈下降趋势。

据工信部统计，三季度，全行业电话用户总数达到 11.34 亿户，较上季度增长 2.2%；固定互联网宽带接入用户达到 1.21 亿户，较上季度增长 4.3%；累计建成第三代移动通信(3G)基站 51.5 万个，3G 用户累计达到 3111 万，比上季度增长 10.8%。普遍服务继续推进，为全国 829 个极端偏远的行政村安装 VSAT 和卫星移动电话。全国电信网和互联网运行正常，网络接通率超过 97.5%。行业综合资费水平持续下降，2010 年前 8 个月同比 2009 年下降 11.4%。来源：2010-11-11 新浪科技

[返回目录](#)

### 工信部:三季度电信运营商关闭 3000 个未备案网站

近日，工信部发布了 2010 年第三季度电信服务质量的通告，通告显示，截至第三季度末，在整治手机淫秽色情专项行动中，三家基础电信企业共排查 1580934 个网站，关闭未备案网站 3000 多个。

工信部发布的电信服务通告显示，截至第三季度末，在深入整治手机淫秽色情专项行动中，三家基础电信企业共排查 1580934 个网站，关闭未备案网站 3000 多个。关闭或屏蔽手机涉黄网站 32632 个；共排查接入服务商 743 家，清退服务器层层转租接入商 89 家；对所有签订手机代收费协议的 1915 家合作伙伴进行了逐一清查，停止违规手机代收费合作伙伴 4 个，暂停 427 家 WAP 合作伙伴的代收费计费。

工业和信息化部及各省、自治区、直辖市通信管理局对于违反《中华人民共和国电信条例》有关规定、侵害电信用户合法权益的行为，及时进行了调查处理，共查处违规电信企业 13 家次。

工信部还表示，三季度，工信部重点对黑龙江、内蒙古、安徽、湖北、新疆、宁夏、广东、海南 8 省(区)进行了抽查。“手机淫秽色情”、“手机吸费软件”、“计费误差”等专项治理活动开展后，全国关于增值服务收费争议的用户申诉量连续两个季度呈下降趋势。来源：2010-11-11 新浪科技

[返回目录](#)

## 三季度 3G 用户达 3111 万 2011 年渗透率有望达 10%

工信部网站消息显示,2010 年第三季度,我国累计建成 3G 基站 51.5 万个,3G 用户累计达到 3111 万,比上季度增长 10.8%。

据统计,三季度,全行业电话用户总数达到 11.34 亿户,较上季度增长 2.2%;固定互联网宽带接入用户达到 1.21 亿户,较上季度增长 4.3%;累计建成 3G 基站 51.5 万个,3G 用户累计达到 3111 万,比上季度增长 10.8%。

同时,全国 829 个极端偏远的行政村安装了 VSAT 和卫星移动电话。全国电信网和互联网运行正常,网络接通率超过 97.5%。行业综合资费水平持续下降,2010 年前 8 个月同比 2009 年下降 11.4%。

在昨日召开的“移动互联网产业发展”国际论坛上,相关人士还透露,全国 3G 用户在移动通信用户中的渗透率有望在 2011 年从 3.1%提高到 10%以上。国外经验表明,当 3G 渗透率达到 10%左右时,用户数量增长将开始加速。来源:2010-11-12 比特网

[返回目录](#)

### 【市场反馈】

## 近七成用户面临手机安全威胁

近日,中国科学院心理研究所公布的 2010 年《智能手机用户对手机安全威胁的感知与应对行为》调研报告中指出,有 68.6%的国内手机用户正面临移动安全威胁。

调研报告指出,伴随手机网民的数量不断提升、手机终端的不断普及以及移动互联网的发展,使得手机安全开始受到用户关注。目前绝大部分手机用户已意识到手机病毒的存在,且其中 68.6%的用户对其有所担心。其中,相对女性用户(50%)而言,更大比例(72%)的男性用户表现出了对手机病毒问题的焦虑。手机病毒、骚扰电话、垃圾短信等,成为困扰用户的主要隐患。

数据显示,目前发现的手机病毒以及恶意软件总数超过 1600 种。

在最近央视《每周质量报告》节目中也报道一种名为“手机僵尸”的病毒。据悉,在 9 月的第一周,全国就发现将近一百万部手机感染这种病毒。这种病毒能够自动向手机中的联系人发送广告短信,并通过短信进行连续传播,具有很强的攻击性。技术人员发现,在中了“手机僵尸”病毒的手机发送的短信中,有一大部分是广告短信。

据悉，游戏等网站往往把短信宣传交给渠道商来做，而渠道商有可能是这种病毒的元凶。据业内人士介绍，渠道商发送一条短信要花费 0.03 元至 0.05 元，而每次一般要发送 10 万条，这样成本约为 3000 元，收益大约为 6000 元。而通过在短信中植入“手机僵尸”病毒，同样花费 3000 元的成本，发送出的短信通过自动传播，能带来 10 倍，即 6 万元的利润。100 万部手机每天耗费用户话费约为 200 万元。来源：2010-11-10 深圳特区报

[返回目录](#)

## 全国大部分城市 IC 卡电话亭成摆设

IC 卡电话亭一方面兼顾服务社会公益，一方面也让运营商面临着巨大资源的浪费和高额的维系费用，沦落成“鸡肋”。

IC 卡电话亭在上世纪 90 年代初登陆中国时，因其便捷、便宜、便利曾一度颇受人们的喜爱。10 多年过去了，它的辉煌已不再。IC 卡电话亭一方面兼顾服务社会公益，一方面也让运营商面临着巨大资源的浪费和高额的维系费用，沦落成“鸡肋”。在手机高普及率和信息化需求多样化的时代，它最终会不会退出市场？它的生存出路在哪儿？功能延伸成为关键。

### 昔日繁忙今日成摆设

上世纪 90 年代末笔者读大学时，学校 IC 卡电话亭常出现长龙排队现象，络绎不绝。近日，笔者走访了南昌城区一些主干道，就 IC 卡公用电话状况进行调查发现，昔日繁忙的电话亭呈现出“日薄西山”的态势。

在南昌八一大道，10 多处电话亭只有几处是完好的，从八一广场到北京西路 20 多个 IC 卡电话亭，南昌电信近日重新换上了新机，并包装上了天翼广告，可也只是摆设而无人使用。有的电话表面完好，可摘下话筒，屏幕没有显示，话筒也没有声音，有的显示屏不见了，有的甚至连电话都不翼而飞，只剩下一个空空的电话亭。还有些电话亭变成了“小广告”专栏，什么办证、中介广告比比皆是。

在南昌八一广场一个人流量较大的电话亭旁，笔者呆了一个小时，没有看到一个人来使用 IC 卡电话。在南昌电信一条街——孺子路，笔者问询了 6 家店，均无 IC 卡销售。据一店老板黄先生介绍，上世纪 90 年代，由于电话亭通话资费比普通公话便宜，手机成为奢侈品，每个人手中几乎都有一两张 IC 电话卡，生意好时，店里每天可卖出上百张 30 元和 50 元面值的 IC 卡，现在一个星期都卖不出一张。

随后，笔者又采访了南昌大学前湖校区的一名王姓同学。她告诉笔者，她们校区有二三十个 IC 卡电话亭，平时很少有人去打，因为大部分同学都有手机了，电话亭成了校区的摆设。

在南昌市南京东路口，不到 20 米的路上有 5 个 IC 卡电话亭。在这工作了 8 年的机动车占道管理员徐大姐告诉笔者：“IC 卡电话刚兴起的时候，用的人很多，经常看到这里排着队等打电话，现在只有晚上偶尔会有一两个人使用。”笔者发现，由于太久没有使用，很多电话机表面已经斑斑驳驳，不仅布满厚厚的灰尘，还有很多擦不掉的黑色污垢，有的电话亭内壁上还贴着很多牛皮癣广告。

IC 电话卡受冷落并非南昌独有，IC 卡公话亭市场情况每况愈下几乎是全国性的。昔日城市公用设施——电话亭已成为影响城市街头美观的“摆设”，更是运营商无暇顾及的巨大资源浪费。

香饽饽如何成了鸡肋？

上个世纪 90 年代初期，在国家信息产业部门的支持下，IC 卡电话开始登陆中国，并以极快的速度风靡全国，备受人们的喜爱和追捧。一时，许多国人的手里都有一张 IC 电话卡。当时，运营商不惜重金在城市街道、住宅小区旁安装了大量公共电话亭，给市民提供了很大方便，成为城市重要的公共设施，同时也给运营商带来了大量的业务收入。

究竟是什么原因导致 IC 卡电话成了“摆设”？毋庸置疑，行业的发展当然是首要原因。“固话”走入家家户户，BP 机渐渐退出历史舞台，手机近乎人手一部，小灵通资费便宜势头颇劲，IP 电话超市遍地开花……IC 卡电话亭没有当初那么风光是必然的。人们选择的余地大了，IC 卡电话亭的相对固定性，使之无法和灵活的手机、小灵通相媲美，逐渐被人们遗忘。加上维护管理不到位，大部分电话亭电话机损坏严重，不少公共电话亭成了“牛皮癣”的张贴场所、小贩堆放货物的临时仓库。公共电话亭不仅逐渐失去它的便民功能，还严重影响城市形象。

经过笔者调查后，发现 IC 卡电话亭破坏的背后透露出更大的问题——不论是南昌还是外地，不论是国内还是国外，IC 卡电话亭实际上已深陷经营困局。

据中国电信南昌分公司有关负责人介绍，江西电信从 1995 年开始在全省各主要城市大面积安装 IC 卡电话亭，至今有 8 万座 IC 卡电话亭伫立在省内城市及乡镇的街头巷尾。仅南昌市就有 1 万多座电话亭，平均每天通话次数不足 1000 次，每月不足 1 万用户使用 IC 卡电话，主要是外来务工人员、学生使用较多。这位负责人坦承，虽然电话亭在满足市民不同通信需求方面发挥了积极作用，但其日常维护保养压力比较大，最突出的问题就是“乱张贴”和“人为盗损”。

另据笔者从一电信业分析机构了解到，随着家庭电话和手机的普及程度不断提高，近年来北方某大城市中国联通 IC 卡公用电话收入从 2006 年开始就已经入不敷出，而到了 2009 年就显得更加惨淡。2008 年该市 IC 卡公用电话收入比 2007 年下降了 80%，市区 IC 卡公用电话收入平均维持在每月每部电话 10 元左右，某些地段的 IC 卡公用电话单机话务量仅为两年前的八分之一，部分电话亭甚至好几个月没有任何通话量。

据江西通信行业协会张庆亮分析，IC 卡电话提供免费拨打 110、120、119 等应急电话服务，这是目前电话亭作为公用设施的唯一存在依据。IC 卡公用电话维护费用的短缺一方面源于被频繁地破坏，另一方面电话亭业务已经步入一个经济困境——作为一项业务，该项业务甚至无法带来维护自身继续生存的费用。按照投入产出比的经济原则，电话亭已成为运营商“鸡肋”，置之不管太可惜，加强管理需再次投入，且带来收入有限，加之目前运营商重点放在移动业务的发展上，目前全国大部分城市 IC 卡电话亭成为遗弃的“孤儿”。

#### 功能延伸成关键

随着家庭电话和手机的普及程度不断提高，IC 卡公用电话的使用率不断走低，营业收入大幅度下降是不可避免的。要打破 IC 卡公用电话“日薄西山”的现状，运营商关键要转型创新，结合便民需求，拓展功能延伸，将其打造成信息化增值业务的渠道和平台。

目前，在北京等城市已经出现了一种更智能化的 IC 卡公用电话终端，通过这个终端，市民不仅可以上网查询和交纳水电费，还可以享受音乐下载等服务。

在广州，广州电信推出可上网的公用电话。这些被称为可上网多媒体公话屏幕比单一通信功能电话机宽大，有“新闻直通车”、“交友工具箱”、“娱乐无极限”、“生活面面通”、“理财自助站”、“分类信息窗”等内容，此外还设有短信听吧、直播游戏、聊天、大富翁星座等项目，上网时每步都有提示，新功能与传统公话亭大相径庭。该新型多媒体通信终端机不用上网账号，不用另买上网卡，上网费用自动从 IC 卡上扣除，费用仅 0.10 元 / 分钟。

在广州白云机场，广州电信还专门配备了 10 余台集 IC 卡公用电话和上网功能为一体的多媒体电话，方便旅客查询相关航班信息，深受旅客欢迎。

2009 年在新近落成启用的上海浦东国际机场二号航站楼(T2)内，167 座电信新型公话亭分外引人注目。这些新型公话亭全部具备宽带上网功能，只需触摸显示屏就能上网浏览信息，旅客的笔记本电脑可通过 USB 接口与电话亭相连，收发电子邮件。电话机除支持硬币、IC 卡外，还预留了公交一卡通和银行卡的插口，未来可开通相应的支付功能。这些新型公话资费和普通公话亭一样，上网资费 0.10 / 分钟，上网费用从 IC 卡中或投币扣除。

这是上海电信盘活资源的有益尝试。在信息化需求应用多样化的今天，运营商要积极探索从传统公用电话向信息化终端的转型，把传统的 IC 卡电话亭，逐步打造成为靓丽的城市景观和便捷的信息 E 站，昔日巨资建立的电话亭在今天照样能绽放出“黄金”色彩。

一是增加电话亭服务功能。除基本电话服务外，增加提供电脑数据连线、传真、或供听觉受损者使用的电话等服务，增加综合信息终端显示屏，打造现代化电话咨询服务网点。路过的市民可以通过它了解实时的交通路况或证券行情、公益广告等资讯，比如插入 IC 卡可上网浏览新闻、收电子邮件、查询航班、了解股市信息、享受音乐下载，可以查看地图或在线购物，甚至可以查询和缴纳水电费、电话费、社保等。

二是充分利用公共电话亭外部载体，打造宣传媒介，丰富其城市宣传功能内涵。公用电话亭是非常好的广告媒介。一方面，由于公用电话亭通常放置在人口密集、交通流量大的位置，非常醒目，在这里安放广告牌容易引起人们的注意。另一方面，这种形式的广告对运营商本身也是很有利的，广告牌可以使公用电话亭更加引人注目，更重要的是广告为公司带来了新的收入，使公司得以弥补一部分公用电话运营的亏损。运营商还可考虑将公共电话亭设计成社区公告牌、微型艺廊、街头小雕塑、街头园林小品等，让公共电话亭成为特色街头景观之一和信息发布渠道平台。

三是资源整合。运营商应与有关部门合作，整合 IC 电话卡，实现一卡多用，如持一张多功能卡即享受公交、购物付费、电话亭资讯及通话等服务。

关于公用电话亭管理难的问题，运营商可引进社会力量参与电话亭的管理，如联合商家发布语音及视屏广告，商家承担起巡查、维护和清洁电话亭设施的任务。

#### 九大设想期待成现实

**无线传播：**因使用天线，未来电话无需电话线而是通过广播或卫星传播到世界各地。

**电视屏幕：**电话机被一个平面屏幕和无线话筒所代替，全部系统由声音或按键控制。

**可视网络：**通过视频装置，使通话双方、三方或多方可互见图像。

**购物、金融功能：**电话亭提供的服务包括网上购物、预订机票、股票买卖、货币划转或外汇兑换等。

**网上门诊：**公用电话亭作为马路边的网上门诊所，轻微患者通过亭内的网上门诊系统挂号，药品可按患者要求在附近的药房取。由于有视频装置和采用眼球虹膜识别技术，患者身份可同网络医疗中心核对，因而病人挂号、取药绝无差错。

多功能键盘：有一个类似计算机的键盘，可以用它上网冲浪，也可以查询天气或交通信息。

图文复印：亭内的小型复印机可以复印查询到的文章、图表或照片等信息。

视野开阔：电话亭的亭壁是完全隔音的，透过亭壁可以看到四周的全景。

移动地面：如果你喜欢的话，电话亭的地面可以转动方向。这样用户可以透过亭壁看到外面各处的风景。来源：2010-11-11 中国电信业

[返回目录](#)

### 三季度电信增值服务收费申诉量连降

11月11日，工信部网站发布的电信服务质量通告显示，2010年第三季度，我国电话用户总数达到11.34亿户，固定互联网宽带接入用户达到1.21亿户，累计建成3G基站51.5万个，3G用户累计达到3111万户，比上季度增长10.8%。全国829个极端偏远的行政村新安装上了VSAT和卫星移动电话。全国电信网和互联网运行正常，网络接通率超过97.5%。2010年前8个月，行业综合资费水平比2009年同期下降11.4%。

第三季度，通信行业为抗击各类灾害，累计出动应急通信设备2400余台、抢修人员51941人次，发送各类公益短信息4177万条以上。上海世博会期间通信网络运行平稳，参与世博通信保障值守人员累计达25万人次，为超过7000万游客提供了稳定便捷的电信服务。

截至9月底，我国互联网普及率提高到33%，手机网民规模达到2.9亿。物联网应用稳步推进，以信息化手段促进产业升级，推动节能减排，充分发挥了通信行业在经济社会信息化发展中的基础支撑作用。

第三季度，工业和信息化部及各省(区、市)电信用户申诉受理机构通过申诉热线、政府网站等渠道，共受理有关电信服务的申诉18865人次，较上季度下降了1.6%，季度百万用户申诉率为16.8人次。

据悉，第三季度用户服务方面的申诉占申诉总量的41.1%，较上季度上升2.8个百分点，其中涉及电信企业在业务营销和宣传等方面工作存在欠缺的申诉量有所上升。受自然灾害的影响，部分地区固定电话、宽带接入故障增多，移动通信信号中断，致使网络质量方面的申诉较上季度上升1.8个百分点，占申诉总量的20%。收费争议方面的申诉占总量的38.9%，较上季度下降4.6个百分点，其中用户对移动电话语音、上网业务收费争议的申诉量下降幅度较大，全国关于增值服务收费争议的用户申诉量连续两个季度呈下降趋势。来源：2010-11-16 人民邮电报

## 特殊资费卡存陷阱：运营商可能随时作废

15元包月上网，无限流量，不限时长，全国免费漫游，无漫游费，这样的手机卡，你能不心动吗？时下，此类特殊资费卡在网上或小通讯店内销售超火爆，超低资费吸引了很多消费者购买。

而实际上，这些特殊资费卡不仅给运营商带来了很大网络负载困扰，更有可能随时作废，令消费者掉入消费陷阱，损害消费者的切身利益。

3G时代开启后，无线上网成了不少人生活中的新乐趣，如何选择最经济实惠的3G无线上网套餐就成为用户最为关心的一个问题。近来，一些3G上网资费卡在淘宝上被高价出售，颇受很多消费者的欢迎。

记者在淘宝上搜索“上网资费卡”，共搜索到将近6000件相关宝贝，这些上网资费卡价格不等，最贵的上网资费卡售价达到3240元。北京移动2009年曾推出一种随意行A套餐，上网不限时、不限流量，套餐价格560元，可连续使用7个月。移动的客服人员表示北京随意行套餐现在基本没货，现在此套餐在淘宝网上售价已高达900多元。

但是，这个资费卡的价格涨幅还不算离奇。某地运营商推出的15元包月不限流量卡手机上网卡在淘宝销售更是火热，尽管该卡种的上网接入点设为wap，但经过个别玩家的研究的电脑调试方法，该特殊资费卡就变成了15元包月不限量的3G上网卡。目前该号卡在淘宝中的价格已高达1200元左右一张，更有卖家叫价5000元，身价早已不知翻了几番。

这些特殊资费卡之所以能身价百倍，最主要的原因就在于它们的优惠幅度十分诱人。目前，市场上流通的特殊资费卡主要为中国电信的包小时卡，中国移动的南京神州行20元包月卡，中国联通的辽宁的20元包120小时卡、浙江学生套餐卡等。和现在市面上的手机卡套餐费用相比，这些资费卡的收费就显得相当低廉了。

但由于此类特殊资费卡一般为地方运营商在当地进行业务促销而采取的优惠推广活动，一般该活动时间比较短暂，只有相对少量的用户才可享受到该优惠。所以这些特殊资费卡变得奇货可居也就不足为奇。

虽然特殊资费卡资费相当优惠，但使用超低资费卡的用户也要承担很多风险。据报道，一位学生在淘宝上购买的119元包6G的3G特殊资费卡突然无法使用，当该用户查询该号卡相关业务记录时发现，该号卡已被人在营业厅办理了身份证补登业务，登记用户已被调包。

此前被称为“移动超牛卡”也存在同样的问题。这个 60 元包月无限打的“超牛卡”是广西移动针对特殊群体制定的优惠套餐。这类资费卡一般只在内部流通，如果卡号已经登记过用户，那么消费者一旦购买了这种“超牛卡”，就可能同样面临登记用户被掉包的风险。

不仅如此，目前市面上很多“特殊资费卡”并非通信商提供的正规卡，实际上就是通信公司内部的测试卡，这些测试卡一般都有期限限制，使用一段时间后就会被停掉。此前有消费者购买了声称上网“一分钱一分钟”的“最牛资费卡”，使用数日之后发现，“一分钱一分钟”变成“一角钱一分钟”，最后才得知这些“最牛资费卡”仅仅只是“预登录卡套餐”，代理商却拿来在网上高价销售、牟取暴利。

此外，据飞象网报道，部分北京神州行及南京神州行包月用户反映，自己把此种 SIM 卡放入上网卡中，起初峰值速度可达 100KB/s，但近些时间以来在相同位置的速度却降为 60KB / s。另有其他用户反映称，此卡在原来使用中可进入 3G 网络，但现在只能在 EDGE 网络中使用。

近几年来，关于手机套餐资费消费纠纷呈不断上升趋势，超低资费的特殊资费卡也成为投诉新热点。

部分消费者认为运营商资费套餐存在很多误导或陷阱，运营商是这个陷阱的始作俑者，而市面上那些琳琅满目的套餐资费实际上是企业借用某些市场竞争策略和经营技巧的手段。其实，运营商也是有苦难言。

超值优惠卡之所以会在市场上泛滥，首先是由于代理商钻了运营商的空子。为了谋取暴利，有的代理商将运营商不对外销售的预登记卡以次充好，宣传成超值优惠卡；有的代理商则将运营商短期促销的优惠资费套餐囤积居奇，拿到市场上高价兜售。

此外，一些运营商员工也存在一些暗箱操作的现象，同代理商勾结，开通一些假身份证注册的手机卡，而这些特殊资费卡就成为他们牟取暴利的特殊渠道。不仅如此，部分运营商为了抢夺市场，甚至不惜以成本换业绩，向市场推出超低价的资费套餐，以此抢夺客户。

事实上，超低价资费套餐不仅无法保障用户的基本权益，对运营商也是百害而无一利的。有著名电信专家表示，包月型手机数据卡将对于运营商带来“灾难性”影响。包月卡将给基站带来巨大的承载压力，并对普通用户的上网速度产生影响。

近日，国内三家运营商均已对特殊资费卡采取了限速手段，并且在部分地区已经开始实施。如限制数据接口、传输速度限制等措施。对于现在市面上继续流通的特殊资费卡，部分运营商尝试用补偿话费的手段鼓励用户退掉该套餐。

据了解，由于国内运营商的数据流量业务均无地区漫游限制，特殊资费卡已被流动销售至全国各地。要是通过强制手段来控制特殊资费卡的使用，稍有不慎，就会损害的是用户的利益。所以，在当前阶段，唯有逐渐建立并完善由市场价格的机制和高效、公平的电信资费监管机制。在此也提醒广大消费者购买手机卡一定要通过正规渠道，不要贪图便宜而上当受骗。来源：2010-11-15 通信信息报

[返回目录](#)

## 多媒体数字电话：为家用电话带来全新变革

除了接打电话外，您家里的电话还能做什么？恐怕它还无法与功能强大、可随身携带的智能手机相媲美。但随着全新的多媒体数字电话的推出，这种局面将会发生明显改变。

在联入互联网之后，这种媒体电话摇身一变成为家里享受互联网乐趣的另一个终端——您可以轻松获取股市行情、天气预报以及体育新闻等各种信息；还可以掌控各种日常活动，如利用日历功能安排约会；或是观看视频、听音乐或畅玩网络游戏。

据市场分析公司 In-Stat 发布的调查报告显示，从 2009 年起，全球具备智能互联体验功能的多媒体数字电话终端将从不足 500 万部发展到 2013 年的 6000 万部，随之而来的市场规模也将在 2013 达到 110 亿美元。接下来的 3 年随着运营商能够提供的应用服务多样化，这片目前仍处于蓝海的智能互联电话领域将迎来大规模的发展黄金期。

未来的媒体电话从外观上看更像是一个数码相框，但是其具备通话，音乐播放，视频，网上冲浪等各种功能。用户可以直接拨打 IP 电话，实现视频通信，让身在异地的家人轻松了解亲人情况；也可被用来作为远程医疗的视频终端，通过电话线将患者传感器和监控设备连接至医疗响应中心，并利用媒体电话提供医疗服务；还可以被用作指挥中心，通过 WiFi 连接控制设备和家庭系统，如洒水机、空调、安防摄像头以及灯光。

即将推出这种媒体电话的全球第三大电信集团公司 Telefónica Group 巴西公司创新业务部总监 Benedito Luis Fayan 说：“传统的媒体终端如手机是个人的随时随地使用，而媒体电话属于家庭设备，它可供所有家庭成员使用，不再局限于某一个人。” Fayan 同时表示：“我们的设计理念是让媒体电话拥有美观的外形。用户可以利用触摸屏拨打电话，通过扬声器或与之相连的其它无线手持子机通话，还可以通过触摸屏发送短消息。”

在上述的多媒体数字电话中，Telefónica Group 采用的是英特尔? 凌动? 处理器。因为对于普通家庭来讲，电话设备的价格以及多媒体数据流的稳定性也即产品性能的稳定性是考虑购买与否的主要依据。领先的媒体电话供应商 OpenPeak 公司的合作伙伴市场推广总监 Amy Mikolasy 表示：“英特尔凌动处理器不仅能在价格上满足消费者的承受，还可为运营商提供可扩展的添加或定制服务性能空间，从而快速满足瞬息万变的市场环境和全新领域(如酒店行业)的要求。此外，由于现在大多数互联网应用都能够运行于基于英特尔? 架构的 PC 上，所以，我们无需在电话上再次针对应用进行优化。”

几乎在 Telefónica Group 声称将推出媒体电话的同期，英特尔与蒂尔数字影像技术有限公司(Dir Digital Image Technologies Inc.)在北京联合发布全球第一款数字影像收发机(Digital Image Receiver，简称 Dir)，这是种结合新媒体、电子消费品以及 3G 应用的终端设备，同样采用了低功耗的英特尔凌动处理器。据介绍，借助网络传输通路和网络存储空间的完整的应用服务体系，该设备可以实现海量图片和视频等大文件高速、便捷的发送与接收。

英特尔中国区嵌入式产品部销售经理毕科表示，上述新应用都明确表现出在嵌入式互联网时代，将有越来越多智能、互联的嵌入式终端走入我们的生活，提升生活的便利和质量。他还补充道：“未来，智能互联将无处不在。”来源：2010-11-12 比特网

[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：[apptdc@apcsr.com](mailto:apptdc@apcsr.com)



---

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>