



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 ■

2011. 01. 12

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 中联通将遭遇苹果之殇？

当 3G 时代来临之后，国内的三大运营商就纷纷亮剑，虽然各自的招数不同，但是目的是一样的。中移动仰仗相关部门对 TD 的支持，率先而动，布局全国的 TD 市场，但是苦于终端的不能给力，因此发展用户虽然不少，但是高端用户并不是很满意。

■ 通信渠道转型迫在眉睫

在最近十多年中国移动通信行业快速发展过程中，广大社会渠道深入偏远乡村，将手机、号码等通信产品和服务带到千家万户，大大加快了手机的普及和移固替代进程。

■ 科技创新让电信业大有可为

2010 年是关乎“十一五”和“十二五”承上启下的一年，回顾“十一五”，展望“十二五”，有助于我们了解通信业发展的整体脉络和走势。

■ 手机扫黄表彰会开得有些早

2009 年底，我国开始手机扫黄行动，时至今日，效果如何呢？2010 年 11 月底，“打击互联网和手机媒体传播淫秽色情信息专项行动表彰会”举行，一大批单位和人士获奖，并称淫秽色情信息传播得到有效遏制，网络环境得到进一步净化。

■ 如何应对用户投诉 3G 化将成 2011 年重要看点

在运营商对 3G 概念不遗余力、大张旗鼓的宣传攻势下，3G 概念已飞入寻常百姓家。随着 3G 用户的增多，3G 投诉率也呈水涨船高之势，用户的投诉焦点正呈现“3G 化”。随着 2011 年的来临，如何应对用户“3G 化”投诉也给运营商的服务工作带来了新的挑战。

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
中国联通将遭遇苹果之殇?	5
通信渠道转型迫在眉睫	7
科技创新让电信业大有可为	9
手机扫黄表彰会开得有些早	10
如何应对用户投诉 3G 化将成 2011 年重要看点	11
产业环境篇	12
【政策监管】	12
发垃圾短信或首次被定罪	12
4G 标准 2 月公布 6 城市将率先尝鲜	13
【国内行业环境】	14
国产智能手机处境尴尬	14
千元 3G 智能手机催热市场	15
电信资费套餐套住众多消费者	17
国外手机品牌仍占据主导地位	18
中国全面实现“村村通电话 乡乡能上网”目标	20
3G 投资“前低后高” 国内通信设备商增长强劲	20
【国际行业环境】	22
泰国电信运营商力推 3G	22
日本拟建立全球定位系统	23
印度电信部将规划新频谱政策	23
美国公司研制废旧手机回收亭	24
韩国三大电信运营商完成重组	25
T-Mobile 美国拟将移动网速提高一倍	26
iPhone 导致美国对华贸易逆差增加 20 亿美元	26
英国电信调整中国策略：重心转向 IT 增值服务	27
分析称中东移动宽带收入或可弥补电信收入下降	29
运营竞争篇	30
【竞合场域】	30
北京电信与联通竞逐 WiFi 业务	30
运营商警惕手机支付“边缘化”	31
银行与运营商博弈移动支付领域	34

三大运营商年度 Wi-Fi 之战开启	35
美国运营商争抢 4G 市场 将发布多款 4G 手机	37
运营商加速 4G 建设 通信设备厂商格局或改写	38
【中国移动】	40
免费战升级 中移动 WLAN 后劲不足	40
杜绝吸费陷阱 中国移动再下两剂猛药	42
中移动实施增值业务新政：扣费前主动提醒	43
消息称中移动 2011 年集采 3000 万部 TD 终端	44
北京移动采购大批诺西设备替换原摩托罗拉设备	45
中国移动：2011 年手机阅读业务将持续稳定增长	46
【中国电信】	47
中电信全面布局智能手机市场	47
中国电信将启动 LTE 终端研发	49
中国电信关注零售终端信息化管理应用	51
【中国联通】	54
中国联通终端零售入驻多家商城	54
联通拟招标手机内容支撑服务商	55
联通采购 500 万部 7 款低价 3G 手机即将入市	56
中国联通将与台湾神脑合建 3C 销售店 未来或入股	56
制造跟踪篇	57
【中兴】	57
中兴预计 2011 年终端产品销量增长 33%	57
中兴通讯 4G 终端 2011 年美国全面上市	58
【华为】	59
华为助力太原有线构建 IP 城域网	59
德国运营商携手华为开展 LTE 测试	59
【诺基亚】	60
诺基亚西门子收购网络优化公司 IRIS	60
【其他制造商】	61
三星抢滩智能手机市场	61
黑莓完成全运营商布局	62
三星手机在华启用全球品牌标识	62
摩托罗拉移动分拆第一天股价大涨 7%	63
LG 计划将 2011 年智能手机出货量提升四倍	63

服务增值篇..... 64
【趋势观察】.....64

2011 全球电信市场十大趋势64

2011 移动互联网将迎来爆发式增长65

3D 手机成日本运营商智能手机新宠67

机构预计 2011 年电信市场将掀起频谱争夺战69

【移动增值服务】.....70

联通开通四国数据漫游套餐70

移动推国际长途定向优惠套餐70

移动家政服务车可用视频选保姆71

2 万儿童定位手机免费发放 须承诺使用两年71

北京联通启动新一轮充值送话费:最高可获 150 元72

【网络增值服务】.....72

联通大力促销 3G 上网卡72

联通防止天价微博漫游封顶73

中国电信降低无线上网卡门槛73

技术情报篇..... 74
【视频通信】.....74

数字电视本月将覆盖 85% 香港人口74

广电部门释疑: 数字电视开机慢还无法改进74

三星 2011 年将联手 Comcast 推出 Xfinity 电视服务76

【电信网络】.....77

中移动加速 4G 建设.....77

铜线网络尚未发挥最大潜能78

摩托罗拉 Android 2.2 三防手机上市79

TD-LTE 技术标准进入第四代移动通信标准草案80

中国 TD-LTE 角逐 4G 标准 下载标清电影只需几秒80

【终端】.....81

闪联布局智能电网.....81

符合充电器新标准手机年初问世83

【运营支撑】.....83

发展中国家宽带最昂贵可承受性最差83

市场跟踪篇..... 85

【数据参考】	85
手机资费占居民收入 5.43%	85
我国电信资费 5 年下降 41.93%	86
社科院调查显示手机资费已占居民收入 5%	87
中移动称手机阅读基地日均点击量超 1.7 亿次	87
我国手机人口超 8 亿 手机成百姓开门第八件事	88
研究称未来 5 年企业移动游戏广告支出将增 10 倍	89
【市场反馈】	89
数据业务激增或催生中移动拓新商业模式	89
调查显示移动支付为 2011 年最热门移动服务	91
全球电信业入复苏通道 移动互联网成重要驱动力	92
iPhone 4 带动 3C 数码销售：热门奢侈手机比车贵	95
2010 年 11 月美国 Android 手机用户数首超 iPhone	97
2010 年 3G 投资前低后高 国内设备商呈现整体优势	98

亚博聚焦

中联通将遭遇苹果之殇？

当 3G 时代来临之后，国内的三大运营商就纷纷亮剑，虽然各自的招数不同，但是目的是一样的。中移动仰仗相关部门对 TD 的支持，率先而动，布局全国的 TD 市场，但是苦于终端的不能给力，因此发展用户虽然不少，但是高端用户并不是很满意。中电信收购了 CDMA 之后，全力发展“绿色”技术带来的 CDMA2000 市场，天翼系列也是风云变化，获得了一定的市场机会，尤其是千元 3G 智能手机的推出，在市场上掀起了一股不大不小的波澜。对于中联通而言，是被市场寄予最大厚望的公司，原因无他，就是因为其手擎的是全球使用最广泛的 WCDMA 标准。

中联通押宝 iPhone

对联通而言，最给力的产品貌似也仅仅是主打 Phone 牌，难道明星产品真的可以给联通带来前所未有的机会和能力？这一点令人感到怀疑。事实上，当中移动撬墙脚的时候，中联通只是无奈地作出了一个“艰难的决定”。我们看到，在国内的智能手机市场上，和联通衔接在一起的主要就是苹果的 iPhone，此外联想的乐 Phone 等也算其一。重中之重的 iPhone 几乎撑起了联通的天。虽然联通也妄图打破这种过分依赖单一品牌的窘境，联合其他厂商推出了不少产品，但影响甚微。因此，令人担忧的是，依靠明星产品聚集起来的用户，究竟有多少是

联通自身的拥泵？当明星产品不再明星或转投他人，中联通的智能手机之路将走向何方？联通困局如何打破？

中移动给联通敲响警钟

诚然，中移动不厚道，看到联通的 iPhone4 获得那么大的市场支持之后，蠢蠢动地是以一种并不光明的策略进行打压。这不能不说是有失公允。尤其对于联通而言，自己在和苹果辛辛苦苦谈判让利获得市场布局机会，就这样让中移动轻而易举地攫取，搁到谁身上也咽不下这口气。如果是水货引起的挖墙脚行为，联通还可以做到平静的话，那么当中移动明目张胆地进行背后使绊的时候，联通彻底要崩溃了。于是我们才看到联通新政的出台。

其实这也给联通敲响了一个警钟，过分单一地依赖一个品牌，联通是自己给自己埋下了隐患。毕竟，苹果在中国市场是逐利的，并不是施舍的。因此如何能够获得利益最大化才是苹果的追求。因此当双方在谈判的时候，苹果丝毫不做让步，这也是中移动和苹果屡次谈判，但一直未果的原因所在，因为双方都是强势，都不妥协。但是联通在妥协获得 iPhone 国内的经营之后，我们看到苹果似乎对联通并不是很在意。iPhone4 在联通那里同样缺货，但是水货市场却一直热销。此外，苹果也在加紧布局中国的渠道市场，越来越多可以销售苹果产品的代理出现，这同样是对联通的蚕食。

或许联通还可以依托相应的资费套餐获得一定用户的支持，但是当那么多机卡分离的用户出现的时候，联通还有多少可以仰仗的资本？可见大家根本可以忽略联通的套餐，仅仅是为了 iPhone 的一机难求。如果联通不能改变对苹果产品的过分依赖，那么最终土崩瓦解的状况会不会出现？当 iPhone 系列产品不再是用户眼中的香饽饽的时候，联通依托什么产品获得市场的认可？

惯坏了的苹果，联通之殇？

当初联通在 iPhone 上的妥协已经给自己挖了一个不大不小的坑，要么就继续跳下去，要么就活活地把自己憋住。对于苹果而言，一直在坑外，自然无所谓了。更何况，我们看到苹果如今在自建渠道以及合作伙伴等的选择上更加多元化。如今的联通和苹果就如同走进了试婚期的笑笑和秦奋。非诚勿扰的背后其实一直被拿捏的还是联通。联通的投入太深了。就如同秦奋所言，谁动感情谁完蛋。联通就是率先而动的，因此苹果一直处于主动。被动中的联通难道就只有这样逆来顺受？

高傲的苹果，尴尬的联通，2011 年的纠结估计还要继续。其实，联通应该反思自己的战略布局了，单纯地依托明星产品对于 WCDMA 的发展是不是真的就有利。2011 年，市场预言苹果将推出 CDMA 版的 iPhone，那时候中国电信势必会把其引入到国内市场。当市场中可以选择的苹果产品越来越多的时候，苹果

的光环也会逐渐淡化。事实上，随着 Android 相应产品的不断涌现，我们已经看到一种发展趋势，那就是苹果 iPhone 独步江湖的日子或许即将终结，百花齐放的市场才能形成真正的竞争格局。当大家都紧盯着苹果的战略而变的时候，苹果 iPhone5 还能像 iPhone4 那么走俏吗？过度依赖苹果的产品，如果苹果产品不再风靡，或者更多的渠道可以获得苹果产品之后，联通情以何堪？来源：2011-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

通信渠道转型迫在眉睫

在最近十多年中国移动通信行业快速发展过程中，广大社会渠道深入偏远乡村，将手机、号码等通信产品和服务带到千家万户，大大加快了手机的普及和移固替代进程。在某省会城市，手机用户 1000 余万，而仅登记在册的以经营通信产品为主的通信类社会渠道就超过 4000 家，在城郊结合部一条满地泥泞的商业街上，往往就聚集着二三十家通信渠道；而超市、书报亭等可以充值的非通信类网点则数以万计。

通信渠道利润主要来自于手机销售相关利润和运营商支付各类酬金。在过去，手机市场被几大国际厂商占据，属高档消费品，买手机要进城去专卖店、大商场，广大中小通信渠道只能赚取少量维修和配件利润。相比之下，运营商的卡号，充值卡等产品不存在质量上的差异，有利于末端渠道的销售。在用户规模快速增长时期，高酬金特别是放号酬金足以养活众多的通信渠道。

随着手机普及率的提高，虽然新入网规模未见缩减，但在某省会城市最近的一次新入网用户调研中，从未使用过手机的比例仅不足 3%，用户规模增长几乎完全依赖于外来人口的涌入。剩下 97% 中，有近一半为更换居住地点而买新号码，虽然规模巨大但来匆匆去也匆匆；而在另一半中，有六成以上因为号码非实名或因交通、时间等原因不便去营业厅办理补卡、改套餐等简单业务，而直接选择在家门口的通信渠道购买新号码。

新入网用户生命周期的缩短意味着放号酬金中的分成部分减少，而运营商提高一次性放号酬金又面临着巨大的套利风险。随着携号转网、手机实名制的实施和全国漫游套餐门槛的不断降低，放号量很难继续维持高位，依靠运营商放号酬金这一传统通信渠道的赢利模式已无以维系，渠道转型迫在眉睫。

通信渠道如何转型？

在运营商酬金中，放号酬金是充值等综合业务酬金的近 6 倍。在手机渗透率不断提高的时期，高放号酬金支撑了通信渠道的扩张。而充值酬金分散于各类通

信和非通信渠道，若要提升到和放号酬金规模相当，提升幅度需在 10 倍以上(意味着充值返点要达到 10%以上)，短期内必将会对运营商自身价格体系造成巨大冲击，不具可操作性。

看来只能依靠手机销售利润，改变确实也已经在发生。山寨机的推陈出新和物美价廉使得低收入人群换手机赶时尚成为可能，买手机进城去商场也成为过去时。一年以来原来挂着运营商门头的通信渠道纷纷改头换面为各种“手机大卖场”，醒目位置运营商的促销海报则被各种手机品牌宣传所替代。门店面积扩大，购物环境改善，但柜台中陈列的不是著名国际品牌，恰是国产所谓山寨机。资金、经营能力不足的小网点正在逐渐被淘汰，也许用不了几年，那一条城郊结合部商业街上将只剩下三五家大型手机卖场。

运营商的策略

当运营商酬金不再是通信渠道的利润支柱，运营商对末端渠道的掌控力就会减弱。而在网络、资费不断趋同后，掌控末端渠道对运营商反显得愈加重要，这就要求两者间合作模式的转型。

一边是，一条街上几十家门店销售几乎同样的通信产品，亟需价格以外的竞争优势；在另一边，运营商目前仅仅依靠酬金手段将最容易标准化的新入网和充值服务覆盖到末端渠道后，更多优质的个性化的服务则由于自身营业网点和员工数量限制无法覆盖到规模巨大的用户群。虽然近年来电子渠道发展迅猛，但在未来语音业务萎缩的趋势下，大量能带来增量收入的新业务，仍有赖于面对面的推广，谁能率先解决“服务最后一公里”难题，谁就能在未来占得新的竞争优势。

在这里，运营商和老朋友又找到了新的合作点。在竞争激烈、营业厅无法覆盖的热点区域，寻找几家实力较强网点，直接派驻自己的服务人员长期设立服务点，提供补卡、改套餐等营业厅级别的服务。对渠道来说，服务点的设立必然带来客流量增加，同时更是得到了运营商品牌的背书，获得了价格以外新的竞争优势。在运营商方面，比起新建营业厅和目前的合作营业厅方式，派驻服务人员大大节省成本，增加灵活性，同时在一定程度上加速了通信渠道的优胜劣汰，并提前抢占了胜出方店内的一个台席。占规模优势的运营商还可以用排他性的服务协议取代之前排他性的放号协议，形成新的共生关系，挤占对手生存空间。

放号型通信渠道向终端销售型通信渠道转型趋势已现，通信运营商高利润时代即将终结，提前布局，抢占末端，方能在未来的竞争中立于不败之地。来源：2011-1-5 移动 Labs

[返回目录](#)

科技创新让电信业大有可为

2010年是关乎“十一五”和“十二五”承上启下的一年，回顾“十一五”，展望“十二五”，有助于我们了解通信业发展的整体脉络和走势。

扩大内需带来发展商机

“十一五”期间，政府为了促进内需，完成了电信企业重组、发放3G牌照、推进“两化融合”、“三网融合”、积极发展TD-SCDMA，促进行业转型升级。在业界的共同努力下，2010年，估计全年实现电信主营业务收入8800亿元，同比增长4.5%；电信业务总量28762亿元，同比增长12%；固定电话用户达到2.85亿户；移动电话用户达到8.55亿户；互联网宽带接入用户达到1.23亿户；村通工程取得明显成效；电信综合资费水平下降9%。继固定和移动用户后，我国互联网网民和宽带接入用户均跃居世界第一位，提前完成“十一五”规划目标。

“十二五”规划在经济增长方式上，提出了构建扩大内需长效机制，促进经济增长向依靠消费、投资、出口协调拉动转变。坚持扩大内需特别是消费需求的战略，加快形成消费、投资、出口协调拉动经济增长新局面。通信行业也应遵循这一发展模式，把拉动内需放在重要位置上。

从政府层面看，应出台一些相关政策，鼓励和引导企业拉动内需。确定一些可拉动内需的增长点。

从企业层面，运营商可采取以下措施：一、通过加强技术和业务创新，刺激市场需求、满足各种需求。二、认真解决用户关注的热点、焦点问题，不断提高服务质量，吸引更多用户。三、采取各种手段降低成本，为用户提供推出物美价廉的服务，达到增量增收的目的。四、充分利用发展契机，比如：3G,扩大网络覆盖、加快业务转型、找准市场定位、丰富市场应用、服务经济发展、培育新增长点。五、业务向中、低收入家庭、边远和落后地区倾斜。

科技进步和创新让电信大有可为

“十一五”期间，我国通信技术创新实现重大突破，基于互联网的应用模式不断创新；物联网、云计算、三网融合等基于互联网的新技术不断涌现；网络宽带化取得进展，IP化演进成效显著；下一代互联网研究部署稳步推进；基础传输网向超高速、超宽带、智能化方向发展；具有自主知识产权的TD-SCDMA大规模商用，产业链日趋完善；我国TD-LTE标准入主ITU国际标准。

“十二五”规划，科技进步和创新被认定为加快转变经济发展方式的重要支撑。而通信行业作为技术密集型行业，其科技进步和创新对经济的贡献不言而喻。“十二五”期间，我国将加快光纤宽带网络、下一代互联网和新一代移动通信基

基础设施建设，基本建成宽带、融合、泛在、安全的新一代通信基础设施。此外，物联网、下一代移动通信网、移动互联网、三网融合仍将是发展的重点。

通信在各领域发展中空间巨大

(一) 农村市场

“十一五”期间，我国农村通信取得了很大的发展。“十二五”期间，通信在农村的发展提供了很大的商机。村通工程方面，45%尚未通电话的自然村是普遍服务的目标，内容逐步从语音业务扩展到互联网业务，基本实现村村通宽带。基础设施建设方面，十二五期间，重点是推进大中小城市通信等基础设施一体化建设和网络化发展中。农村信息化服务方面，在基础性综合信息平台已覆盖全国的情况下，提高平台的使用效率、让这些平台在农业发展中发挥更大作用变得更加重要了。信息下乡方面，需要继续推广“四个一”，将其普及到全国其它16个省份。我国农村有7亿人口，这是一个非常大的消费市场，其中农民工是其中最具消费能力的群体。“十二五”期间，这一消费群体是运营商应特别关注、重视和可挖掘的。

(二) 通信和网络信息安全重要性不减

“十一五”期间，我国通信和网络信息安全保障能力显著提升，特别是在重大活动保障和突发事件处置中发挥了重要作用。例如：奥运会、世博会、抗击南方雨雪冰冻灾害、“5.12”汶川特大地震、“4.14”玉树地震中。

“十二五”期间，我国将着力突破网络信息安全核心关键技术，基础网络、重要信息系统和关键应用安全可控，应急通信保障能力和公众信息网络抗毁能力大幅提升，网络信息安全保障能力显著增强。来源：2011-1-5 通信信息报

[返回目录](#)

手机扫黄表彰会开得有些早

2009年底，我国开始手机扫黄行动，时至今日，效果如何呢？2010年11月底，“打击互联网和手机媒体传播淫秽色情信息专项行动表彰会”举行，一大批单位和人士获奖，并称淫秽色情信息传播得到有效遏制，网络环境得到进一步净化。

不过中科院以及掀起手机扫黄风暴的李强似乎并不“识相”，表彰会结束后一个月，李强以及他的课题组发布了他们的监测报告，直言在一年来高压严打态势之下，淫秽色情手机网站仍呈“规模化”、“企业化”发展趋势。看到报告中的内容，笔者也是觉得触目惊心，还有如此之多的色情网站依然存在。

笔者首先认为，有关部门的表彰会开得有些早了，单靠临时性的专项整治活动，根本达不到斩草除根的效果，其结果只能是“春风吹又生”。如何建立有效的长效监管机制，是有关部门应该重点考虑的问题。

其次，虽然有个别地方上的运营商在手机扫黄行动中动作不力或者不作为，但是总体而言运营商是尽了心也是尽了力的。而且现在社会上很多人把手机色情泛滥的责任完全归咎于运营商，这是不对的。有关部门是赋予了运营商“先斩后奏”的权力，并明确了“谁接入，谁负责”的原则，运营商也有一定的“断水断电”的技术手段，但是却没有能力从根本上处罚不法者。毕竟，运营商和 SP、CP 都是平等的市场参与主体，是产业链的上下游。如何避免“滥杀无辜”不损害产业发展，又能有效扫黄，这让运营商很是煎熬，是对他们“平衡”能力的考验，处理不好就会两头挨骂。

以运营商作为执法主体，想要依靠企业力量、技术手段来扫除手机色情，从体制上来说倒是倒置的。只有依靠公安、工商、司法等国家力量，辅以电信企业的技术支撑，才有可能有效遏制“手机黄祸”。来源：2011-1-10 IT 时报

[返回目录](#)

如何应对用户投诉 3G 化将成 2011 年重要看点

在运营商对 3G 概念不遗余力、大张旗鼓的宣传攻势下，3G 概念已飞入寻常百姓家。随着 3G 用户的增多，3G 投诉率也呈水涨船高之势，用户的投诉焦点正呈现“3G 化”。随着 2011 年的来临，如何应对用户“3G 化”投诉也给运营商的服务工作带来了新的挑战。

一项数据显示，2010 年上半年，315 消费电子投诉网(www.315ts.net)共受理手机行业有效投诉 4826 宗，投诉量同比增长 7.58%，其中 3G 手机用户投诉占 42.24%。总体来看，顾客的投诉主要集中在以下几点：

首先是网络感知方面，由于 3G 网络技术的发展还不尽完善，有用户反映上网卡等产品在使用时网络信号不稳定，同时，由于网络覆盖等原因，运营商在宣传和广告中宣称具备的那种上网速率，实现上很多地方都远远达不到。

其次是计收费透明清晰度不高问题，3G 时代，可上网的智能手机愈来愈普及，关于手机上网的资费套餐越来越复杂，各种“吸费”陷阱也越来越多。用手机下载音乐、看电视、看图片、玩游戏……一到月尾才忽然间发现，来了一张天价的账单。这种经历对于不少热衷于上网的智能手机玩家而言多少都尝试过。如何解决这些问题，保护消费者权益，成为了目前国内电信运营商亟需解决的问题。

福建省消委会在一份关于 2009 年投诉情况分析报告中就指出，无线上网网络流量难估算引发消费纠纷成为新热点。

再次，对运营商的服务投诉也是热点。有用户曾在某运营商营业厅办理一台 3G 明星手机，可惜该用户平时对互联网接触少，对 3G 手机不会使用，不会自行下载程序、不会登陆应用商城下载各类应用程序，为此隔三差五就去投诉，投诉的原因为：运营商的 3G 业务使用好复杂；缺乏尊享服务，运营商没有专门的客户经理为其服务。另据调查，消费者反映服务问题，还涉及交费、补卡、停机、复机等诸多方面。

面对 3G 投诉日渐步入爆发期的现实，如何应对用户投诉 3G 化，提高用户的品牌感知度，也将成 2011 年重要看点。为此运营商可以从以下方面开展工作。

第一，迅速建立 3G 投诉专业队伍。3G 时代不仅仅是硬实力的较量，也是软实力方面的比拼。由于 3G、全业务均涉及到新的业务领域和技术制式，这对客户人员的专业性和综合素质提出了更高的要求。各大运营商要根据 3G 时代的发展需要，尽快组织起投诉处理的服务人员，加强 3G 业务综合知识的学习和处理技巧能力的提升，对用户 3G 手机终端、各类应用程序的使用，对 3G 业务计收费等方面的疑虑及时提供帮助，同时也要对客户的投诉做出快速响应，有效地提出解决方案，这也是提升客户服务能力的关键。

第二，采取分级差异化处理策略：3G 投诉用户作为一个整体具有群体的共性，而每个不同的用户又具有个体的投诉具体特性，运营商要根据 3G 投诉用户的客户级别、投诉问题特征、投诉合理性等，开展分级、差异、特色化的投诉处理，提升 3G 客户的满意度和服务的效率。

2011 年 3G 的开展将更加广泛，投诉“3G”化也更趋明显，3G 时代，客户服务也将成为至关重要的竞争因素。如何提高客户感知与改进 3G 服务内涵也将成 2011 年重要看点。来源：2011-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

发垃圾短信或首次被定罪

4 名男青年因未获得经营短信群发业务资质，涉嫌非法经营罪被提起公诉。这也是全国首例因群发短信涉嫌非法经营罪的案件，这标志着发垃圾短信扰乱市民生活的行为有望首次被定罪。

工业和信息化部《2010年上半年手机短信息状况调查报告》数据显示，只有0.7%的用户表示没有收到过垃圾短信，用户每周平均收到的垃圾短信数量为12条，用户平均每月在垃圾短信拦截产品的预算费用为2.17元。

据介绍，他们每天的发送量都达几万条甚至十万条之多，发送的内容既有房产、家教等广告，还有兜售发票、信用卡套现等违法信息。2010年初，西城警方接到举报，称上述4人非法经营短信群发业务，随后4人被控制。据徐某介绍，群发短信所需要的设备就是群发器、电脑和手机卡。用最新款的群发器每小时能发送一万条短信，而发一条短信的成本也就两三分钱，利润率在20%左右。

在被公安机关控制后，几名被告人认可自己未获许可经营群发短信业务资质的事实，但自称根本没有想到群发短信也是违法，甚至不知道群发短信也需要审批。

他们发短信数量庞大，经审查，他们从2008年11月至案发，一共发了一千多万条非法短信。经计算，这些经营金额达到了几十万。据介绍，这些短信中绝大多数都是合法的广告，但其中的确存在很多非法行为广告。

目前，4名犯罪嫌疑人因涉嫌非法经营罪被起诉。来源：2011-1-6 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

4G 标准 2 月公布 6 城市将率先尝鲜

2011年2月，下一代无线通讯技术标准(4G标准)将正式公布，由我国主导的TD-LTE也在本次入围的6个标准之内。近日，工业和信息化部有关负责人透露，工信部已经批复同意TD-LTE规模试验总体方案，将在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门6个城市组织开展TD-LTE规模技术试验，这被称为我国布局4G的关键性举措。据悉，中国电信2013年可能试商用LTE网络，但最终选择TDD模式还是与CDMA相一致的FDD模式尚未定论。而中国联通也在加紧进行相关4G网络建设。

业内人士认为，随着4G建设的加速开展，通信设备采购量激增，这对通信设备厂商来说意义非凡，能否抓住机会实现飞跃成各通信设备厂商竞逐焦点。

4G是3G未来演进方向，4G网络是新一代宽带无线移动通信网，达到4G的技

术要求后，通信终端除了能完成语音通信外，还能进行高清晰度的多媒体通信。目前，LTE是业内一致认同的4G标准。

据悉，中国移动已决定采用 TD-LTE 标准。其除了在 2010 年上海世博会上对这一方式进行了网络实验外，目前已在 11 个地区搭建了小规模 TD-LTE 网，并计划在东部沿海地区的 3 个城市开展实验验证。

中国电信科技委主任韦乐平近日也表示，目前从技术、频谱需求以及未来发展等多方面因素考虑，中国电信倾向于转向 LTE，可能会在 2013 年开始试商用。此前，上海电信于 2010 年 5 月份完成世博 LTE 实验网络的初期建设，并顺利通过电信集团初验。中兴通讯副总裁李键预计，中国联通将于 2011 年进行 LTE 试验网的建设。来源：2011-1-7 四川在线-华西都市报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

国产智能手机处境尴尬

新年的第一天，让其粉丝等待两年之久的魅族 M9 终于首发，而由此引起的半夜排队抢购场面无疑成为业界最为人关注的热点，暂且不去管这其中的营销成份有多少，毕竟魅族多年的坚持还是有目共睹的，而这种场面除了苹果 iPhone 国内首发时才有过，业界各种大洋品牌的手机都没有过，更别提一个纯国产品牌了。可以说，魅族给业界带来的是一份惊喜，给处在无边黑暗中的国产手机厂商们带来的更是一丝亮光。

不是对国产手机厂商没有信心，而是这种曾经有过的信心业已完全消退。曾几何时，通过当初众多的知名国产手机厂商的不懈努力，国产手机一度占据国内手机市场半壁以上的江山，剑芒所指，全球数一数二的洋品牌也不得不暂避一时，何等的风光无限！而现如今，能叫响的国产手机品牌能有几个呢？

而这种情况随着国内 3G 业务的开展更加的艰难，3G 所引发的移动互联网的大热让智能手机成为市场的宠儿。数据显示，2010 年的前三季度，全球智能手机出货量已超过 2 亿部，同比增长 67.6%，2010 年全年，智能手机出货量占整体手机出货量的比例有望超过 20%。而在中国市场这一数据更是被放大，预计比 2009 年增长约 50%，智能手机销量将达到 2600 万部。但这其中百分之九十以上的份额几乎被诺基亚、三星、苹果、摩托罗拉及索爱所占据，国产品牌寥寥无几。

当然，国产厂商一直在努力，中兴借为国外运营商定制手机业务上取得巨大成强势回归国内手机市场，其为国内运营商定制的低价 3G 智能手机已逐渐为消费者所认可；宇龙酷派则一直坚守国内智能手机阵线，也已经从当初定位商务中高端发展成为当前高中低产品线齐全，成为国内智能手机厂商的领军厂商；还有

就是重入移运通信领域的联想移动，虽然在智能手机方面能叫得出口的唯有一部乐 Phone，但其已取得了国内 iPhone 的称号，也足见其已为消费者认同；再就是不得不提的魅族了，多年的坚持虽然推出了 M8 和刚首发的 M9 两款智能手机，不管最终的结果如何，其做国产智能手机的诚心还是值得赞赏的。

相对于国产厂商的不懈努力，国内手机市场对国产手机厂商的回报却只有尴尬，品牌号召力相对于定位高一些的智能手机来说显然比价格更为重要些，同时国产品牌智能手机研发创新方面还差别人意。还是拿魅族来说，其产品从外形到营销有太多太多的苹果 iPhone 的影子，但苹果是唯一的，其成功模式难以被模仿，更不可能被复制。如果国产厂商还坚持这样的发展路线，必定会在越来越热的智能手机领域难有作为。

未来几年，随着数据业务需求的增长，智能手机必将代替普通手机成为主流，然而在如此庞大的市场需求之下，我们的国产手机厂商自己将作何种定位呢？来源：2011-1-5 科技日报

[返回目录](#)

千元 3G 智能手机催热市场

据 IDC 最新预测数据显示，2010 年全球智能手机出货量预计达到 2.7 亿部，同比增长 55%。连续三年出货年成长率超过 30%，2011 年出货将成长逾五成，市场规模约 4.28 亿支。市场需求的旺盛和价格的持续走低使智能手机市场份额迅速提升。

智能手机普及加速

据媒体报道，日前中兴相关人员表示，公司已推出基于 Android 系统的低端 3G 智能手机，希望以此作为其进一步发展的重点。千元智能机已经成为各大厂商开拓市场的一个重要武器。

前不久，中电信宣布推出首批两款采用 Android2.1 操作系统的千元 3G 智能手机，华为 C8500 和中兴 N600，价格均为 990 元，目前市场反应不俗。中电信针对上述两款千元智能机，在各地陆续推出相应的购机礼包，部分省份甚至以“零元购机”方式出现。中移动也加大对千元 TD 终端的重视力度，让 3G 手机走进大众消费者成为三大运营商在 3G 推广中的共识。业界人士认为，运营商在比拼高端明星 3G 手机的同时，千元中低端 3G 手机市场将成竞争焦点。

实际上，目前国内终端市场的千元智能手机大部分是与运营商合作推出，需要运营商补贴。中国联通对已推出的千元智能手机补贴幅度就达 40%。这也就不

难理解，目前紧跟运营商脚步，力推千元智能手机的是华为、中兴这两家“卖设备”的厂商。

3G 发展推动智能机亲民化

不可否认的是，以苹果、HTC 为代表的高端智能手机先锋虽然一直是未来高端市场不可小觑的力量。但智能手机取代功能型手机是不可逆转的趋势。

3G 的逐渐成熟，为智能手机插上了市场腾飞的翅膀。日益完善的性能、丰富的应用程序、个性化的设计，诸多优势足以让传统的功能手机相形见绌。而今，随着普及化进程的逐渐推进，智能手机的价格也在一路下跌。

毫不夸张地说，千元智能手机已经成为一种潮流。中兴、华为等各大厂商不约而同，纷纷发力智能手机，以求实现高中低市场并举，抢占商机。

三大运营商的千元手机战略也同样惹人注目。中电信在 2010 年年初即宣布将采购 500 万部中档价位 3G 手机，并表示当年的重点是“发展千元 3G 智能手机”。中国联通从同年 6 月中下旬力推 1000 - 1500 元左右的 3G 智能手机以来，已陆续推出部分终端产品。不久前，中移动 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。

推广热潮呼之欲出

不可否认，如果算上研发等成本，智能机价格降至千元左右给终端厂商带来的利润将非常微薄，智能机成本中最重要的几个组成部分比如显示屏、芯片等，在未来一年很难出现大幅下降。就目前来看，智能机吸引用户的还是丰富的应用和良好的用户体验，而千元智能机处在功能型手机和高端智能手机之间尴尬的定位。

据家电业人士预测，手机、热水器等都有望加入扩容行列。早在 2010 年 10 月底国美电器就联合主流手机厂商率先全国开展了智能手机节活动，近三百款市场主流智能手机以最高低于市场 30% 的价格销售。据悉，参与国美以旧换新的 15 款智能手机包括诺基亚 N8、C7，等众多品牌的热门机型，消费者只需在国美全国指定门店，就可办理以旧换新凭证，最高可领到补贴金额 300 元。如果正式行文发布手机以旧换新政策，将迎来怎样一股千元智能机推广热潮。

目前，各大厂商开始纷纷发力千元智能手机，加上运营商不遗余力地推广，千元智能手机市场表现突出。随着市场对千元智能手机需求的增长，推广热潮呼之欲出。来源：2011-1-7 通信信息报

[返回目录](#)

电信资费套餐套住众多消费者

“办了宽带套餐，本以为很优惠，但发现光放个寒假就要白交两个月的钱。”近日，南京晓庄学院学生小吴向记者反映了通信运营商套餐更改不了导致交费损失的问题。记者了解到，目前各家通信运营商都在力推套餐业务，但很多市民发现办理套餐实惠有限且难以更改。

套餐开办容易更改难

据小吴同学介绍，他在学校附近的营业点办理了39元的音乐版宽带套餐，这个套餐包括了每月的手机话费和在校上网65小时。当时营业员告知，寒暑假会有相应的套餐出台，于是他就办理了该业务。寒假将近，吴同学想改为适合寒假的套餐，营业员却表示此类套餐尚未推出，并且无法更改为其他业务套餐。“我们2月底才开学，如果我们放假前寒暑假套餐还没出台，那就是说我们2月份的套餐也改不了。这样下来，也就是说我们白白交了两个月的钱。”小吴对运营商承诺不兑现的做法非常不满，认为自己进了套餐陷阱。

无独有偶，另一位市民季女士经人介绍，于2010年办理了宽带套餐，费用一次性付清。最近季女士发现另一家运营商宽带性价比更高，便打电话要求原来的运营商拆机终止宽带，结果被告知，协议上写明需使用满两年，否则要付违约金。季女士回去仔细研究了一下，在一个密密麻麻写了很多文字的地方，的确写了有违约金，一年约为600元。最后季女士多番努力，跑了4趟营业厅才将宽带、手机号、电话号彻底注销。

“当初办理套餐的时候优惠政策一大堆，真要想更改或者注销套餐，那简直是比登天还难。”季女士抱怨道。

业务捆绑：一超时费用疯涨

记者调查发现，目前在南京多家通信运营商中，“套餐消费”的方式非常流行。在一家电信营业厅，记者看到光是宽带套餐就多达十几种。工作人员称，根据用户不同的需求提供不同档次的服务，并收取不同金额的费用，再提供不同幅度的优惠。然而由于烹制“套餐”的运营商们缺乏细节上的照顾，有时反而令消费者无福消受这样的套餐，甚至使之成了一笔糊涂账。更要命的是，很多情况下，套餐都是绑定业务，例如宽带绑手机、固定电话或是办手机送宽带等等。

业内人士表示，绑定业务不会考虑市民需求，因为只有业务量上去了，才能有利润，这也是为何多家电信运营商对绑定套餐乐此不疲的原因。

此外，有市民表示，很多套餐都有时效限制，一过了时间，单位计价费用非常高，大多都是按秒来计费，如此一来，电信企业可以轻易从市民腰包中大把吸

金。更要命的是，很多时候市民对超时收费没有查询通道，电信企业也对用户提醒的建议不理不睬。

主管部门：将清理资费套餐

针对众多市民反映的电信资费套餐问题，江苏省通信管理局副局长朱嘉煜表示，根据《中华人民共和国电信条例》的规定，我国的电信资费分政府定价、政府指导价和市场调节价三种，绝大多数的资费都放开了由企业自行管理。电信资费套餐出现，有好的一面，就是丰富用户选择，降低用户支出，能够在一定程度上起到积极的促进作用。但是，目前各电信企业的资费套餐数量过大，让用户有一种无从选择的感觉。而且，目前这个套餐方案中有时会捆绑一两种用户并不需要，或者不怎么需要的业务。有的套餐企业在宣传营销过程中，没有十分清晰地告诉用户一些附加的条件。

对此，省通信管理局近年来一直在开展电信资费套餐的清理工作，同时要求电信企业在宣传销售时一定要明明白白地告知用户套餐的具体内容，以及附加条件等。相关人士也提醒广大用户，在办理电信资费套餐时，一定要仔细地、清楚地了解这个套餐具体包含的内容，尽量避免办理不适合自己的电信套餐。来源：2011-1-5 人民网-江南时报

[返回目录](#)

国外手机品牌仍占据主导地位

3G 时代，国产手机厂商纷纷进入智能手机市场，手机终端将借安卓之势雄起。

酷派、中兴、华为、联想等新一轮企业开始崛起，市场表现咄咄逼人，无疑成了 2010 年的一个亮点，也是 2011 年一个值得期待的看点。

国外品牌仍占据主导地位

一直以来，与外来手机相比，国产手机无论在技术上还是品牌影响力上都处于相对劣势。在国内智能手机市场，排名前三均为国外厂商且市场占比超过 80%。国产品牌则受技术、资金等因素制约，发展处境不容乐观，形势严峻。面对苹果等众多国外强劲对手的猛烈进攻，国内厂商面临着严峻考验。

近年来，全球手机市场呈现出了一种激烈动荡的局面。苹果异军突起，HTC、三星等凭借在 3G+ 智能方面的迅速跟进和大胆产品技术创新获得了稳步提升，同时摩托罗拉、索尼爱立信的市场排名却不断下滑，诺基亚也陷入有销量少利润的尴尬。这种急剧发生的变化对于国产手机厂商来说虽是一种挑战，但也是一次浴火重生的机遇。

国内品牌厂商齐聚各显神通

2010年，3G业务持续快速发展。在3G、智能手机等新市场机遇下，不少国内手机厂商开始崛起，且获益明显。

在中移动近期公布的4款TD深度定制手机中，国产手机占据了绝对的主导地位，其中宇龙酷派两款，中兴通讯一款。据了解，目前宇龙酷派、中兴等主要厂商已在中移动前三轮的TD终端招标中揽下80%以上的市场份额，全面覆盖高中低产品线，为突破TD市场的终端瓶颈做出了突出贡献。

除了领跑TD手机市场外，国产手机厂商也领跑CDMA2000制式的3G手机市场。

据了解，在日前中电信举行的3G业务发布会上，配合中电信3G业务发布的八家终端厂商代表中，酷派、中兴、华为等国产品牌占到六席，而洋品牌仅占两席。而在中国联通近日发布其全业务品牌“沃”之际，中兴通讯也宣布了其有5款机型入围中国联通的定制机型。

国内品牌发展空间多元化

iSuppli分析师表示，中国消费者十分青睐售价在1000元左右的3G智能手机，迄今为止国外品牌依然试图维持其高端智能机的利润率。但中国公司积极进入低成本智能手机市场，在TD-SCDMA、CDMA2000 EV-DO和WCDMA/HSDPA 3G手机领域已出现十多个国产竞争机型。

事实上，2010年下半年，中国电信率先推出了两款1000元以下的智能手机，中兴N600和华为U8500，目前市场表现喜人。

3G和智能手机给了产业重新洗牌的机会，一直以来，国内很多厂商都没有自己的核心技术，这是一直难有建树的诱因所在。而火爆的苹果，很大程度也是得益于其出色的技术研发。

如今，国内品牌厂商逐渐表现出巨大的潜力，发展空间也更加多元化，市场选择余地更富有前景，发展能力也被看好。

国产手机要有突破，离不开自己的核心技术和可行的市场策略。纵观诺基亚、三星、摩托罗拉等国际手机厂商的发展策略，技术和市场缺一不可。

为了摆脱技术低能，国产厂商已开始加大技术研发的力量，也有一批厂商已走在了前列，无疑成了2010年的一个亮点，更将是2011年一个值得期待的看点。来源：2011-1-7 通信信息报

[返回目录](#)

中国全面实现“村村通电话 乡乡能上网”目标

据工信部网站消息,随着西藏最后一批行政村开通电话,我国全面实现了“村村通电话、乡乡能上网”的“十一五”农村通信发展规划目标。

2006至2010年,村村通电话工程在“十五”期间取得成就的基础上,累计直接投资500亿人民币,全面实现农村通信“十一五”规划目标:全国范围100%行政村通电话、100%乡镇通互联网(其中98%的乡镇通宽带),94%的20户以上自然村通电话,全国近一半乡镇建成乡镇信息服务站和县、乡、村三级信息服务体系。

据悉,在行政村通电话方面,五年新增2.1万个偏远行政村通电话,2010年,为川青藏高原最偏远的1千多个无电无路村寨结束了世代不通电话的历史,全国通电话行政村比例提高了3个百分点,实现了全国所有行政村通电话。此外,还为各地近6000多个农垦建设兵团连队和农林场矿开通电话。

在自然村通电话方面,五年新增9万个20户以上自然村通电话,全国通电话自然村比例提高了4个百分点。已有19个省份实现所有自然村通电话。

在乡村互联网接入方面,五年新增2650个乡镇能上网、3690个乡镇通宽带,全国“乡乡能上网”已成现实。另据统计,75%的行政村基本具备互联网接入能力。

此外,在“信息下乡”方面,建成“农信通”、“信息田园”、“金农通”等全国性农村综合信息服务平台,涉农互联网站接近2万个。建成乡镇信息服务站20229个、行政村信息服务点117281个,网上建成乡镇涉农信息库14137个、村信息栏目135478个。来源:2011-1-6 中国新闻网

[返回目录](#)

3G投资“前低后高” 国内通信设备商增长强劲

金融危机的阴霾在2010年末逐渐散去,增长提速的“一米阳光”出现端倪。虽然2010年的3G投资在上半年一度增速缓慢并引发业界担忧,但是工信部在2010年底公布的前11月数据显示,在2010年下半年投资总额开始逐渐走高,2011年通信设备增长有望高开。广发证券指出,2010年第四季度通信设备板块整体涨幅达16.46%,分别超出同期上证、深证上涨指数5.5%、4.7%。

投资强劲带来新变化

2010年的3G投资在上半年速度相对较慢，曾一度引发业界的担忧，但事实证明，3G建设的投资在下半年迅速增加，业界对扫去金融危机阴霾的信心大增。

2010年以来，我国电子信息产业固定资产投资持续增长，成为工业投资较快的领域。2010年1-11月，电子信息产业投资高速增长，新增固定资产较多，但新开工项目数出现下滑，投资结构出现新的变化。

根据工信部最新统计数据显示，2010年1-11月，电子信息产业500万元以上项目完成固定资产投资5245亿元，同比增长43.6%，比2009年同期高28.5个百分点。

民族证券电子行业分析师王晓艳指出，“十一五”期间，虽然经历了金融危机的影响，但国内通信设备行业却保持了较快增长势头，行业利润复合增速约15%左右。展望“十二五”，我国通信设备企业将有望继续在国内市场全面开花。

3G带动产业回暖

近两年的通信设备制造业得以快速回暖的重要原因在于3G启动。“十一五”期间，受3G产业带动，通信设备制造业利润逆势增长，已然成为电子信息产业异军突起的行业。日前，工信部副部长奚国华表示，我国3G用户总数已达4000多万。3G对行业的提振作用已然显现。

2009年1月，为应对金融危机，刺激投资，提振内需，促进经济增长，按照国务院的部署和要求，工业和信息化部向中国三大移动通信运营商发放了3G牌照，包括TD-SCDMA、CDMA2000 EVDO和WCDMA在内的我国第三代移动通信正式开局。

经过近年来的努力，3G设备研发、网络建设、业务开发、市场推广有序展开，呈现起步扎实、开局良好、快速推进、规范有序的发展态势，中国3G的产业化、商业化进程明显加快。

与此同时，在3G高速发展之际，向下一代技术发展的演进亦在有条不紊的进行。东方证券通信行业分析师周军认为，预计国内通信设备商在未来1-2年内就能迎来一个超越3G投资规模，迎来4000亿元的行业发展机遇。截至2010年10月底，诺基亚西门子通信在全球已获得20份LTE商用合同，居行业之首，华为也已获得18个LTE商用网合。截至2010年第二季度，中兴通讯在国际上部署了7个LTE商用网络和近50多个试验网。

国内设备商展现整体优势

3G所带来的行业快速增长也使得中国市场成为全球争夺最激烈的市场，而国产通信设备商在这一过程中迅速确立了自己的地位。

工信部副部长奚国华在会议上，高度赞扬了国内通信设备厂商近年来的表现，他说：“华为、中兴等通信设备制造企业已经发展成为世界一流的设备制造商，在全球通信设备市场上可以与传统的国际巨头相抗衡，改写了过去我国所有通信设备依靠进口的格局。特别是我国具有自主知识产权的 TD-SCDMA 十年磨一剑，取得显著成就。”

整个“十一五”期间，我国电子信息产业中的高科技产业迅速成长，技术含量较高的通信产品产量增长迅速，以华为、中兴通讯等为代表的中国通信设备企业成功进入了各种通信产品的高端市场，在欧洲、拉美、独联体、亚太、北美等市场取得了一系列重大进展，全球市场份额不断上升。无论是技术含量、市场范围，还是订单的数额，均获得了突破性的进展。全球电信市场越来越认可中国电信设备制造商的技术实力和服务能力。前几年中国通信设备在海外的拓展主要优势是价格，但是现在已经提升为整体优势。

面对“十二五”开局，国内设备商更应找准市场定位，抓住新的市场机遇，以新一代信息技术和信息网络发展为契机，推动融合型技术和业务创新发展，逐步做大做强，成为行业领导者。来源：2011-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

泰国电信运营商力推 3G

据电信调研机构 Pyramid Research 的最新报告显示，尽管泰国有关机构推迟 3G 频的谱拍，但该国的移动运营商仍旧积极推动其 3G 计划，数据服务继续成为该行业增长的主要动力。

运营商通过两种方式推进 3G 的实施：1)获得升级到 HSPA 网络的批准，2)与 TOT 签订 MVNO 协议。Pyramid Research 分析师艾米丽·史密斯(Emily Smith)指出：“这些解决方案只是 3G 拍卖之前的权宜之计，预计 3G 频谱拍卖要等到 2012 年初。”

TOT 是该国目前唯一拥有 2.1GHz 频谱的 3G 运营商，为广大的曼谷地区提供服务。该公司计划斥资 6.48 亿美元进行 HSPA 网络升级，并于 2011 年中期覆盖全国 50%的人口，力争让 TOT 在这场竞争中取得先机。史密斯解释说：“数据服务是 2011 年移动市场增长的主要动力，这就是为什么运营商都急于在 3G 频谱拍卖前采取行动的原因。Pyramid 预计，到 2015 年，76%的泰国移动用户都将成为数据用户。”

该报告还表明，在 2008-2010 年间，智能手机销售增长强劲(18%)；预计在 2010-2015 年间，其复合年增长率水平有望提高至 30%。此外，如电子邮件、视频和互联网浏览等数据应用程序的使用量也将增加。数据卡的复合年增长率将高达 63%；至于 3G 网络，虽然目前仅有 TOT 一家运营商，且范围只在曼谷地区，预计将于 2011 年 6 月间覆盖全国 50%的人口。来源：2011-1-6 飞象网

[返回目录](#)

日本拟建立全球定位系统

日本官员 5 日说，日本正考虑发射多颗卫星，建立自己的全球定位系统，减少对美国导航系统的依赖。

全球定位系统在日本广泛应用于汽车、航空和航海导航。日本 2010 年 9 月发射首颗旨在提升全球定位系统的卫星。

按照一名官员的说法，日本当局现阶段正讨论再发射另外多颗卫星的计划，打算在 8 月份前作出决定。

这名官员说：“现阶段完全依赖于美国(全球定位)系统，建议我们国家应该建立自己的全球定位系统……新系统还可能为我们创造向其他亚洲国家提供全球定位服务的机会。”

日本《读卖新闻》5 日报道，日本政府决定在 2014 年至 2015 年前发射 6 颗至 7 颗卫星，建立自己的全球定位系统，覆盖亚洲和太平洋地区。

按照《读卖新闻》的说法，政府发射 6 颗卫星将耗资超过 2000 亿日元(约合 24.4 亿美元)。来源：2011-1-6 东方网-文汇报

[返回目录](#)

印度电信部将规划新频谱政策

为解决 2010 年爆出的 2G 频谱分配丑闻，印度新任电信部长卡皮尔·西巴尔(Kapil Sibal)不久将规划新的频谱政策。

西巴尔宣布在未来 100 天内全面的新政策将成型，包括频谱牌照、分配和共享。他表示，新政策旨在平衡政府获得合理收入的需求和为用户提供实惠服务、产业成长的需求。

部长承诺将基于利益相关者的投入来开发相关制度，并表示他将使新政策尽可能透明和清楚。

目前印度电信部正处于改善频谱实务的压力之下，应对其 2010 年的 2G 牌照丑闻。该丑闻发生在西巴尔的前任拉贾(A Raja)在职期间，他 2008 年以 2001 年的价格分配牌照，使政府损失高达 380 亿美元。

计划中的新频谱政策还将包括频谱持有者义务详细检查，作为对电信部所称许多 2008 年拍卖获胜者未能达到最低的网络覆盖率要求的回应。

到目前为止，因为违规指控电信部已向这些运营商罚款 21.9 亿卢比(4890 万美元)，包括 Etisalat DB、Loop Telecom、Uninor、Sistema Shyam 和 Aircel。自上周六起，电信部已收到 7370 万卢比。来源：2011-1-6 中国通信网

[返回目录](#)

美国公司研制废旧手机回收亭

你一定用过自动售货机吧，放进足够的钱，一按选择键，“噗”掉出你要的罐装可乐。而一家美国公司研制的 ecoATM 回收亭，则完全是反一反，它的流程是：“旧手机进去，现金出来。”

在圣地亚哥的 ecoATM 公司总部，人们看到了正在调试的第一台全自动化 ecoATM 亭样机。顾客将旧手机放入窗口后，根据触摸屏的提示启动一些步骤。收货亭先对来者“看”上一眼，把图像与 ecoATM 收集的 4000 种手机的数据图库进行比对，迅速确定手机的型号。它还扫视手机的外观，看看 LCD 屏是否破碎，有没有因碰到化妆品而造成的外观损害。然后用相应的电缆接通这台手机，测试它的电子学性能。

到这里，其实 ecoATM 亭已经对进来的手机充分了解。ecoATM 公司开发了一套复杂的计算机运算法则，能估算出该手机再卖出的价值，回收亭据此报出它可以支付的回收价格。如果客户认可，把手机投入旁边的回收箱，就能收到现金，或者是商家提供的折扣券、礼券，也可以选择作为慈善捐款。

如果你觉得有必要，ecoATM 亭可以为你现场抹掉手机中的一切数据，包括短信、通话记录和通讯录。而即便该手机已经一文不值，用户仍可以收到一份小礼物，诸如手机防水外套之类，感谢你对环保的支持。

的确要谢谢你的“善举”，因为仅在美国，每年就要丢弃一亿部废旧手机。而全球的手机回收率竟然只有不可思议的 3%；其余的手机最后都进入了垃圾掩埋场，往往泄漏有毒金属。

ecoATM 回收亭检查评估的过程大约只需一两分钟，其间还伴随着灯光闪亮、铃哨大作，看着十分逗乐。主要发明者马克·鲍尔斯说，实际上机器已训练到能在 1 秒钟内识别现有的手机型号并估定状况。他说，电子用品的再循环，现

在有许多选择方案，尽管意图是好的，但由于程序麻烦，时常不很成功。ecoATM 系统使电子回收在购物现场服务，像自动柜员机取现金那样容易。由于完全自动化，商店工作人员零帮助，不增加负担，对商店也不收费用。它还能配合由 OEM 及/或零售商提供的优惠/折扣销售服务；并能按当地“二手经销商法规”进行设置，做到守法不违规。

最初的 10 台 ecoATM 回收亭于 2009 年冬季装备在电子用品店、商场和大学校园，至今已回收到 33,000 个手机，平均每个手机付出 9 美元。公司计划很快将新型号回收亭送到更多试用点现场测试。2011 年下半年扩大为超过千台机器。他们还希望通过数据库的扩容，将回收范围扩大到其他废旧电子装置，如 MP3, iPod, 数码相机, 笔记本电脑、打印机, 甚至闪存等存储设备。来源：2011-1-7 新民晚报

[返回目录](#)

韩国三大电信运营商完成重组

韩国三家移动通信企业 SK 电讯、韩国电信(KT)与 LG U+日前完成机构重组及高层人事调动，预计将在 2011 年展开第二轮移动通信大战。

SK 电讯的首要目标是实现从通信运营商到平台运营商的过渡。为此，该公司近日开放了 T Map、短信等核心技术，将公司 CEO 徐镇宇(音译)提升为平台总负责人，全方位展开革新。SK 电讯短时期内将集中精力形成类似于苹果的平台运营商的印象。预计今后还将强化 B2B 及以中国为中心的海外事业。

韩国电信公司主要高管全部留任，计划年内完成从 2010 年末开始的“云计算事业”和“内容事业”。云计算计划旨在改变集团整体商务模式；内容事业是为了提高有线和媒体事业价值。韩国电信希望脱离现有“韩国电信=iPhone”的印象，实施“后 iPhone”计划。

LG U+目前正致力于 4G LTE 网络的建设及有关商用服务工作，预计该网络将于年末在韩国率先完成。该公司认为为克服频率限度、上升至三强地位，开始 4G 服务是极为重要的。

目前看来，韩国三大移动通信公司纷纷采取了崭新的商务模式，这比以往的争夺用户、补贴竞争更进一步。来源：2011-1-5 人民邮电报

[返回目录](#)

T-Mobile 美国拟将移动网速提高一倍

T-Mobile 美国宣布，2011 年将把高速无线数据网络的网速增加一倍，达到每秒 42MB，从而与 Verizon 无线在网速方面展开竞争。

T-Mobile 美国隶属于德国电信。该公司在国际消费电子展(CES)上表示，不会对最高网速的无线服务收取额外费用。此举被认为是针对竞争对手 Sprint 的措施，因为 Sprint 目前对高级服务收取额外费用。

Verizon 无线和 AT&T 等竞争对手也计划借助国际消费电子展(CES)展示其最快的网络，并发布充分利用高速网络的最新款电子设备。

作为美国的第四大移动运营商，T-Mobile 美国希望充分挖掘现有网络技术的潜力，因为如果要采用“长期演进技术”(LTE)，该公司需要获得新的无线频谱。

T-Mobile 美国面临的选择包括，通过政府拍卖或者从小型运营商 Clearwire 购买频谱，或者通过建立合作关系使用 Clearwire 或 Lightsquared 的网络。

该公司表示，周四发布的速度升级只是一项相对便宜的软件升级，但可以使公司与 Verizon 无线展开正面竞争。Verizon 无线是 Verizon 通信与沃达丰的合资公司。

T-Mobile 美国 CTO 内维尔·雷(NevilleRay)表示：“42MB 的网速与 LTE 没有多少差别。”

T-Mobile 美国目前提供每秒 21MB 的移动网速服务。该公司预计，2011 年将把三分之二的无线网络速度升级到每秒 42MB。来源：2011-1-7 新浪科技

[返回目录](#)

iPhone 导致美国对华贸易逆差增加 20 亿美元

美国科技博客 Business Insider 今天指出，苹果 iPhone 导致美国对华贸易逆差增加 20 亿美元。

目前，iPhone 批发价格为 180 美元，但中国的代工厂商只负责最终组装，在每部 iPhone 中创造的价值仅为 6.5 美元。以此计算，这款手机导致美国对华贸易逆差增加 20 亿美元。

早在 2004 年，硅谷投资银行家安迪·凯斯勒(Andy Kessler)即已指出，苹果 iPod 播放器导致美国对华贸易逆差增加 15 亿美元，而在当时，这款产品的市场价值已经高达 160 亿美元。来源：2011-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

英国电信调整中国策略：重心转向 IT 增值服务

2010 年底，英国电信位于北京的客户创新演示中心正式开幕，创新中心展示的不是英国电信的网络连接能力，而是 IT 类的增值服务，比如网络安全、呼叫中心、统一通信、网络优化等。

也是在近日，英国电信任命了一位新的中国区运营总经理，与以往倾向于具有市场和运营背景的人选不同，新上任的运营总经理肖文此前一直在英国电信总部担任 CIO 的职位。

两件看似不相关的事件其实透露出了一个共同的信息：英国电信在中国市场的业务重点将从传统的网络连接服务转向以 IT 为主导的增值服务。

随客户需求而变

英国电信在中国市场的转型是和其全球步调相一致的。英国电信共有四个部门，其中 Global Service 是面向全球市场的部门，其客户主要为企业客户。2010 年，在英国电信的收入构成中，来自 Global Service 的企业用户占了最大的比重，在营业额上已经超过了来自英国本土市场上家庭用户的收入。

事实上，英国本土市场容量有限，而随着个人和家庭用户市场的饱和，英国电信也在逐渐把视野拓展到全球市场，从而将重心转向了企业用户。在中国市场，英国电信的客户也是那些外国来华拓展业务的公司以及有意走出中国国门的公司。

近年来，随着企业用户需求逐渐发生转变，英国电信开始调整其业务策略。“过去 IT 和网络服务比较简单，很多企业客户倾向于自己建网，即使使用运营商的服务也是比较简单的那种，”肖文表示，“而现在网络变得日益复杂，客户倾向于整套的网络外包服务，即由运营商建网，并负责管理和优化，这其中就涉及很多 IT 增值服务。”

“客户虽然不变，但是他们的需求不再是过去的网络连接，而是复杂的 IT 增值服务。”正是在这样的背景下，英国电信开始调整策略，IT 增值服务成为其未来的业务重点。

关注 IT 管理服务

与传统的通信服务不同，IT 服务涵盖的内容较广，而且市场变化较快。要很好地满足企业需求，运营商就必须及时掌握用户动态。为此，英国电信也在密切跟踪研究企业用户的需求变化。

在英国电信看来，企业的 IT 服务需求正在呈现两大变化趋势，其中第一个趋势就是网络管理更加细化和深入。“以前的网络管理侧重于管道，主要管理管道的粗细、流量以及网络上面的设备，新一代企业网络管理侧重于管道上的内

容。”这样的动态已经显现,肖文举例说,2011年夏天,谷歌和美国运营商 Verizon 达成了一个协议,Verizon 公司保证今后在网络发生拥堵的情况下,来源于谷歌的信息流量可以得到优先权,这就涉及到对内容的管理。

第二个趋势则是 IT 服务将会以云服务的方式提供给企业用户。云计算在节约资源、提高效率方面的优势得到了很多企业用户的认可,越来越多的企业用户开始采用云计算的方式建立呼叫中心和运行维护网络。

在上述两个方面,英国电信都提供了相应的服务,并且在位于北京的创新演示中心进行了展示。在内容管理方面,英国电信推出了 AAI(Application Assurance Instructions)方案,对企业的应用进行分门别类的管理,不同的应用提供不同的服务等级。在云计算方面,英国电信提出了 NGCC(新一代呼叫中心),NGCC 把包括呼叫管理、呼叫员管理、用户管理等在内的所有呼叫中心功能都集中在“云”中,用户在使用这种服务时无需考虑容量的大小。

除了上述两大趋势外,英国电信还在关注客户的 IT 管理服务需求。肖文告诉记者,英国电信的一个客户——某家德国电器零售商计划在上海开设旗舰店,并有意在未来数年将店面扩大到上百家,当被问及在中国扩张面临的最大挑战时,这家公司的 CIO 坦言,其最大挑战是如何管理 IT 服务,因为中国有三家运营商,语音、数据和网络服务很可能由不同的运营商提供,随着店面的增加,企业的 IT 管理服务将非常复杂,他非常希望有公司能够帮助其管理 IT 服务。肖文透露,英国电信已经在和该客户接洽,计划为其提供 IT 管理服务。

中国市场重要性提升

在改变中国市场策略的同时,英国电信对于中国市场的重视程度也在提升。一个很好的例证就是,英国电信在全球其它地方也设立了创新演示中心,位于世界各地的演示中心会同步展示新产品。而在以前,英国电信会首先选择在欧美发布,然后才是亚太地区。“中国市场已经非常成熟,甚至在某些方面比欧美市场更为先进,用户也逐渐变得更加有经验,更加成熟,所以英国电信开始日益重视中国市场。”肖文表示。

在具体的行动上,英国电信首先是扩大了在中国的人力部署,2010年扩招300多人就是重要的举措之一。此外,在北京设立展示中心也是一项积极的举措。这个演示中心现在已经成为联结英国电信与中国合作伙伴以及客户的纽带,中心不仅面向英国电信在中国的客户以及在中国的运营商合作伙伴开放,而且还面向合作伙伴的客户开放。演示中心开放以来也收到了较好的反响,据统计,开放之后一个多月时间内,演示中心已接待了10多家参观者。他们通过演示中心了解了英国电信的动态以及国外一些先进的技术,有的对英国电信的服务产生了浓厚兴趣,表示出了使用的意向。来源:2011-1-10 通信世界杂志

分析称中东移动宽带收入或可弥补电信收入下降

据国外媒体报道，海湾电信市场，特别是沙特阿拉伯和阿联酋，2011年将更具竞争力，但这种优势并不能促使互联网和通话收费的下降。

据惠誉国际评级机构的一份研究显示，所有海湾合作委员会成员国的电信市场都具备高度竞争力，但沙特和阿联酋的市场将面临激烈竞争，主要是由于这些市场已趋成熟。

这份题为《2011年展望：中东电信业竞争加剧》(2011 Outlook: Middle East Telecoms Competition to Intensify)的研究预测，受市场成熟和竞争日趋激烈的影响，2011年这一地区的电信部门的增速将放缓。

惠誉分析师比伦特·阿卡古尔(Bulent Akgul)和迈克尔·邓宁(Michael Dunning)在研究报告中指出：“一些主要电信市场的收入甚至可能会下降。我们预计，北非市场的移动行业将出现强劲增长，这主要得益于该地区的普及率不断增加，以及固定电话领域的投资不断加大。然而，当利润和每用户平均收入(ARPU)值开始下降后，电信企业只能通过降低服务产品的收费来赢得新用户。”

在异常激烈的竞争中，这一地区的电信运营商正在加紧联合，以应对EBITDA(税息折旧及摊销前利润)的逐步下滑。预计未来三年内，运营商的数量将显著减少。

该研究指出：“收购的主要动机在于大部分主要市场的发展前景有限和EBITDA利润的下降。此外，随着可能出现的更为严格的监管和竞争的加剧，这种压力仍将不断加大。业界主要运营商大多拥有充裕的现金，因此随着全球经济环境的逐步复苏……利用这部分现金进行并购的压力将于2010年之后再现。”

阿联酋的主要电信运营商阿联酋电信集团(etisalat)已经斥资120多亿美元收购了科威特Zain电信46%的股份。

卡塔尔电信(Qtel)将与一家本地财团——Princesse Holding联手，收购突尼斯Orascom Telecom(OTT)50%的股份，该交易总市值约为12亿美元。

在2011-12年间，移动和固定数据的流量每年仍将继续保持两位数的增长速度，这有助于抵消部分利润下滑的压力。从长期来看，移动宽带能够弥补部分每用户语音平均收入(ARPU)亏损。

惠誉分析师认为，在2011-2012年间，除了已经开始进行的收购和投资外，中东地区电信运营商的资本借贷水平低于其欧洲同行的水平。

这些公司有可能提高其负债水平，以完成收购。就以阿联酋电信来说，有报道称该公司正在筹集 120 亿美元，用于收购 Zain。不过分析师们预计，这并不会对大多数运营商的信用状况和现金流产生重大压力。

受激烈竞争的影响，预计 2010 和 2011 年，中东电信运营商的收入增长将下降。

惠誉的分析师预测，2010 年该行业收入为 161.8 亿美元，较上一年度的 152.3 亿美元增长 6.2%。预计 2011 年的增速只有 3.3%，其收入总额为 167.22 亿美元。2009 年间，该地区的收入增速高达 10.4%。

阿联酋电信集团——该地区最强大的运营商之一

阿联酋电信集团的评级为“ A+”，其发展前景稳定。在中东地区的收购集团中，该运营商具有最强大的财务灵活性。

惠誉分析师认为，这一地区的沙特电信公司(STC)、卡塔尔电信和阿联酋电信集团拥有雄厚的实力，足以收购所有其他中东地区的电信运营商。

比伦特·阿卡古尔和迈克尔·邓宁在报告中指出：“在这三巨头中，阿联酋电信集团的财政最具灵活性，能够积极寻求战略机会——目前其净现金与 EBITDA 值的比率为 0.5，总债务与 EBITDA 比率的为最高限额的 2.5 倍(由该集团董事会规定)。”

该报告预测，在未来三到五年内，该地区将出现大规模的行业整合活动。

预计阿联酋电信集团和卡塔尔电信将在 2011 年后开始发行债券。这两家运营商也着眼于削减成本计划。同时，该报告还警告，未来每用户平均收入的压力仍将继续存在。来源：2011-1-10 飞象网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

北京电信与联通竞逐 WiFi 业务

在联通宣布向其手机用户免费开放 WiFi 体验后，电信也开始利用 WiFi 业务吸引用户。昨天，记者从北京电信了解到，2011 年上半年，北京电信将向上网卡用户每月赠送 30 小时的 WiFi 上网时长。

北京电信宣布，为满足用户使用 WiFi 的需求，2011 年 1 月至 6 月，公司将开展每月向 3G 上网卡套餐用户赠送 30 小时 WiFi 的活动，这些赠送的 WiFi 时

长可在国内任何中国电信覆盖的 WiFi 热点(网络名为“ChinaNet”)使用。据了解,目前,中国电信在全国约有 10 万个 WiFi 覆盖点。

由于当前便携电子设备纷纷将 WiFi 功能作为主要配置,因此联通与电信纷纷利用免费赠送 WiFi 时长的方式拉拢用户。凭借在固网方面的优势,这两家运营商在 WiFi 业务上有着非常大的发展空间。来源:2011-1-10 京华时报

[返回目录](#)

运营商警惕手机支付“边缘化”

近日,广东移动总经理徐龙在微博中爆料,银联推出了一种“贴膜”业务。这个膜不仅可以贴在 SIM 卡上,也可以贴在 SD 卡,用于数码相机、PDA、多媒体播放器上。这些支付卡,是银联统独立建立起的一套近场支付系统,不需要通过运营商去发卡,也不需要运营商管理。运营商在手机支付领域被边缘化的危机逐步增大。据记者了解,这项业务已在上海等城市试点。

这种情况的出现折射出移动支付市场需求日益增加,市场竞争格局日趋复杂,而本身并无金融业务牌照的运营商发展手机支付业务面临着很多约束条件:前有以银联为代表的“国家队”的堵截,后有不断壮大的第三方支付平台的追兵。面对这块巨大的“蛋糕”,运营商应该找准在手机支付领域的定位,以小额支付为引爆点,培育用户的手机支付使用习惯,进而打造自有手机支付平台,

三方博弈的市场

移动支付作为一个新兴市场,其蕴藏的巨大市场空间,吸引了越来越多的分食者加入争抢“蛋糕”的行列,目前是三方博弈的市场格局,而三方目前也形成了差异化的市场:以银联为代表的“国家队”以及第三方支付主要集中在大额支付领域,而近来加速布局的电信运营商主要在微支付领域。

目前,手机支付对电信运营商而言,是一项处于培育期的业务,主要是用来培养用户的使用习惯,增强用户粘性。据了解,中移动目前的手机支付业务发展方式主要是在部分省市推出手机支付缴话费的活动,例如在湖南,移动用户通过手机支付账户为本机缴话费单笔每满 100 元可便可获赠 15 元话费,满 200 送 30,每月最高赠送 60 元。

而在大部分的省市,手机支付业务发展目标并不明确。《通信产业报》(网)记者在采访天津、山东、河北等部分地市运营商时,很多内部人士向记者表达了这样的观点。“2011 年没有下具体的发展目标,也不作为重点发展了。有这么多的业务,也顾不过来。”一位北方的移动运营商人士向记者表示。南方某地市运营商人士在接受记者采访时也表示,对于手机支付业务的发展,地市层面就是

按照省公司的下发任务来做，目前没有接到任何有关的指示。“目前，技术，业务都没有问题，就是看谁主导了，目前看还不明朗”天津某运营商人士表示。

近期，有关中国移动放弃自身标准，转向银联阵营的说法一度甚嚣尘上，但这种说法却遭到了中国电子技术标准化研究所专家王立建的否认。王立建表示，近期手机支付的标准肯定无法出来，最终会选择哪个标准、何时出炉，现在看来都是未知数。工信部通信发展司政策标准处处长谢雨琦认为，目前移动支付产业最主要的还是移动支付的标准问题，如果标准不统一，产业链就难以成规模、成本就降不下来，资源就难谈共享，移动支付业务也就发展不好。

“标准的背后隐藏的是利益之争，在手机近距支付产业上分散了发展资源，形成了一定的障碍。”易观国际分析师王留生说，“一个标准成为国标或者行标的同时，意味着另一标准相关厂商会产生一定的洗牌，因此标准应该不会很快，而且标准也有可能不会是一个。”

一边是银联与电信运营商的标准之争，另一边是第三方支付平台的移动支付领域的不断扩张，目前很多的大型支付平台和网站纷纷开发了移动化支付方式。据了解，支付宝、财付通等纷纷发布进入手机支付领域的规划。前支付宝总裁邵晓峰预计，在未来的3到5年内，手机支付将占第三方支付领域的30%-40%。易宝支付副总裁余晨认为，第三方支付成本更低，并且其即将实现的交易额不受限制也极大地挑战了网络运营商的移动支付服务。

毫无疑问，电信运营商在移动支付领域面临着极大的挑战。

运营商能否在未来处于有利位置，现在还是未知数。目前的银联贴膜业务，只把运营商当作一个通信的管道，而发卡、业务管理、认证、支付、转账、交易并不需要运营商。运营商在三方博弈中有被边缘化的危机。

而运营商是否只能在移动支付这个大市场中作通道。除了通道之外，运营商如何扮演自己的角色？

并非零和游戏

电信运营商具有网络以及用户优势，而3G时代，移动互联网、物联网的发展又给运营商提供了建设统一支付平台的机遇。有电信专家表示，3G时代，收费平台是运营商发展的根本，“为什么电信运营商比广电业钱赚得多，就是多了一个收费平台，因为收费平台，才能对不同的业务进行不同的收费，管理和区别定价才能出效益。”

《通信产业报》(网)记者就此事采访了运营商相关人士，他表示，在这三方博弈中，并非为零和游戏。各方各有优劣势，而定位也有所不同。未来的发展也取决于运营商融合业务的推进力度。他表示，银联的手机贴膜业务目前也不会对运营商造成很大的影响。

电信专家许可在接受《通信产业报》(网)记者采访时也表达了同样的观点，他表示运营商可以通过多方合作的方式布局移动支付市场：采用参股银行的方式，建立手机版的网上银行实现与银联“国家队”系统的合作；以独资、合资方式成立非金融机构的第三方支付平台，探索新的运营模式。据相关人士透露，中国移动正在申请移动支付的牌照。

需做好战略规划

面对巨大的市场，运营商应该有所为。许可表示，现在运营商手机支付的战略规划还不清晰，内部投入还不够。中国电信上海研究院专家胡世良在接受《通信产业报》(网)记者采访时表示，运营商要介入到移动支付这个市场中需要在管理和创新方面有所突破。

对于运营商而言，手机支付不同于手机铃音等直接消费型增值业务，而是接口型业务，是打通商业活动中支付环节的通道，是基础性、渗透性的，能带动其他业务的发展。在现有的约束条件下，运营商首先做好手机支付市场的定位，工业和信息化部电信研究院泰尔管理所专家卢月表示，电信运营商应该定位于小额支付市场，将这块市场做大。

很多业内专家也都表示，运营商应该有步骤的规划发展。首先，以近程小额支付为引爆点，培育用户的手机支付使用习惯。目前三大运营商的手机支付大多都是在微支付领域。有移动运营商人士表示，目前的运营商手机支付业务基本上不盈利，只是作为战略型、趋势型的业务保有老用户、吸引新用户。有业内人士表示，运营商现阶段应做好管道服务，增长手机上网流量，可提供捆绑业务，增强用户粘性；利用用户的数据库，将规模用户的网络价值进一步开发，与产业链合作，构建搜索广告的商业模式。其次，打造自有手机支付平台，由微支付向中型支付，甚至大额支付发展。打造自有手机支付平台的关键是建立独立或者半依附于金融机构的用户资金管理账户，类似于手机版的支付宝。这样运营商除了通道服务外，还扮演了银行的资金管理、第三方支付的角色。业内专家表示，“运营商要建设自有手机支付平台，一是要根据客户规模和品牌效应调整平台建设节奏，二是要根据政策监管力度来决定于金融机构的合作。”

数字

截止 2010 年 11 月，中国移动目前手机支付用户已经超过 1000 万，月使用用户超过 270 万。

据 3G 门户《2010 年手机银行用户调研报告》显示，手机支付仍然以小额支付居多，200 元以下占据了 62.1%。整体上，受访者希望使用手机支付的额度略低为宜。来源：2011-1-10 通信产业网

[返回目录](#)

银行与运营商博弈移动支付领域

在手机用户挥挥手“咄”的一声刷卡瞬间，到底是刷话费账户还是刷银行账户？账户信息由谁来主导管理？刷卡佣金如何分成？对于这些分歧，银行和电信运营商都有各自的算盘。无疑，谁在移动支付过程中起主导作用将获得更大的佣金分成比例。

两种失败的尝试

在第三方支付机构易宝支付总裁唐彬看来，移动支付推行缓慢最大的障碍在于“电信运营商和银行谁来主导”的问题没有解决，至今运营商和银行在移动支付领域的合作模式仍然没有公认和统一的范本，根本原因是利益如何分配这一大难题。

移动支付需要将运营商的话费账户和银行账户两个账户绑定在一起。银行希望手机支付的账户为银行账户；运营商希望通过话费账户来完成移动支付，银行账户变成用来资金转账的附属账户。

中国移动此前意欲绕开银行独自开拓手机支付业务，它的自信来自于庞大的客户群，然而中国移动碰壁了。虽然移动的“手机钱包”在上海等多个地区推出，但由于只能以话费账户的资金来支付，且受制于小额账户不超过1000元的上限，导致手机钱包等支付业务难以全面推广。此外，中国银联主推的13.65MHz标准POS机与中国移动力推的2.4GHz标准不一致也使得中国移动的手机钱包的应用场所有限。

以银联为代表的银行方也曾想抛开运营商开拓移动支付业务。此前银联推出一种可实现移动支付的智能SD卡，插入手机卡槽即可实现移动支付。“但没能跟话费账户关联肯定不方便，相信不会成为主流。”某银行信用卡产品经理称，与手机能否兼容也是一大难题。

“运营商只要为银行提供一个标准的接口，银行就可以通过发行智能芯片卡供用户安装于手机内，即可实现手机支付。”唐彬称。然而电信运营商并不甘于受制于银行，仅仅沦为简单的通道服务，运营商难以接受。

合作才能共赢

运营商唯有与银行合作，将话费账户与银行卡账户进行绑定，并借助银联的POS机渠道才能真正推广手机支付的应用。在独自开拓手机支付业务难以大面积推广后，志在掌握主动权的中国移动，已通过收购浦发银行股权来规避与银行的复杂谈判和利益博弈程序，间接摘取金融牌照。

股权方面的合作自然可以绑定利益、消除分歧。但对于大多数银行而言，跟运营商谈拢条件并不是件容易的事情，银行和运营商均处于相对强势地位。

在中国移动选择浦发银行后，多数银行选择了跟中国联通以及其他运营商结盟抢占移动支付先机。目前，已经推出手机支付业务的工行、交行，合作的运营商均为中国联通。

据记者了解，深圳工行与中国联通的合作模式为，手机支付过程中扣款消费的账户为银行账户，两个绑定的账户既关联又相互独立。

而此前一直坚持采用自身研发的 2.4GHz 作为标准的中国移动，在中国银联强力主推 13.56MHz 的标准的非接触式 POS 机之下，目前已开始略作妥协，转向采用 13.56MHz 的标准。

不过，业内人士认为，中国移动在某些细分领域继续推行 2.4GHz 的标准也不无可能。目前中国移动已发展上千商户推广手机支付业务。

在工行深圳分行银行卡部副总经理朱丽丽看来，运营商、手机厂家以及银行若能携手探索手机支付业务，提升用户体验的空间远不止此，这也是未来发展的大趋势。

据记者了解，由于置入一张智能芯片卡即可实现移动支付，银行绕开运营商直接开展移动支付功能也不无可能。但业内人士认为，随着移动支付的庞大蛋糕越来越清晰，相信最终相关各方会携手合作。来源：2011-1-11 证券时报

[返回目录](#)

三大运营商年度 Wi-Fi 之战开启

新年伊始，三大运营商已对 2011 年通信市场形势做出了清晰与一致的判断——2011 年为“智能手机+平板”年。为顺应上述行业趋势，以网络资源为核心竞争优势的三大运营商在完备了 2G、基础固网、3G 网络后，已不约而同地将目光聚焦于 Wi-Fi 网络。

近期，三家运营商相继制定与出台了 Wi-Fi 热点建设、用户发展等目标，并着手规划了各自的市场推广策略，个别运营商的相关设备选型工作也在进展中。

受访运营商人士表示，2011 年上半年仍处 Wi-Fi 业务推广初期，各家运营商资费将以免费试用为主，而运营商推广 Wi-Fi 也颇有些“醉翁之意不在酒”，相比独立业务盈利，运营商更希望在为智能便携终端用户提供更舒适网络体验的同时，更好地掌控未来用户终端。

中国电信“领跑”保优势

从年初市场竞争格局看，三大运营商略有差距：Wi-Fi 热点覆盖数量方面，中国电信与中国移动官方数据都在 10 万以上，而中国联通仅不足 5 万；而用户数方面，受 Wi-Fi 热点覆盖数量级影响，虽然中国联通不及中国移动与中国电信，

但也未被拉开实质性距离。由此可见，2011年有望成为运营商 Wi-Fi 竞争的关键之年。

截至记者发稿时，三大运营商都在 Wi-Fi 热点建设与市场推广方面行动频频，其中暂时拔得头筹的当属中国电信，不仅明确了保持战略优势的总体行动目标，并且订立了最为清晰而具体的执行目标。

“Wi-Fi 是我们 2011 年的业务发展重点，在无线宽带业务方面尤其强调 Wi-Fi 的分流作用。2011 年中国电信计划新建 Wi-Fi 热点 12 万个，年末全国 Wi-Fi 用户数累计至 100 万户。”中国电信集团移动业务部门相关员工告诉记者。而中国电信集团市场渠道相关受访人士也表示，集团一直将 Wi-Fi 作为中国电信的差异化竞争优势业务，所以 2011 年会“乘胜追击”，在 Wi-Fi 热点数量和质量上取得双重进展。

在业务定位方面，除中国电信外，中国移动和中国联通也将 Wi-Fi 作为年度战略性发展业务。目前以广东移动为代表的地方移动公司正在总部统一规划下进行 Wi-Fi 设备的最后选型工作，2011 年计划加强热点覆盖数量与规模；而中国联通在 2010 年 8 月启动了 20 万台 WLAN 设备集采后，2011 年年初已公布了 3 个月全国范围免费使用 WLAN 的推广策略。

上半年“免费试用为主”

事实上，三大运营商对 Wi-Fi 的免费使用推广已在全国铺开，从 2010 年年底到 2011 年 2 月上海移动为用户提供了每月 120 分钟的校园 WLAN 无线宽带上网服务；中国电信也自 2011 年 1 月 1 日起在机场、火车站等超过 5000 个公共场所部署免费 Wi-Fi 热点，凡电信用户可不限时长、不限终端使用。

由于 2011 年上半年为 Wi-Fi 业务推广初期，用户习惯尚未形成，各家运营商将主要采取免费的推广策略。“初期将以免费试用为主，不太考虑盈利，但后期可能会定位为盈利业务，且以时长计费为主。”中国电信集团市场渠道相关受访人士表示。

目前，由于运营商 Wi-Fi 热点覆盖有限，仅在大、中型城市实现了密集覆盖，并且尚未形成用户规模效益，三家运营商在 Wi-Fi 业务领域都未实现盈利。“既有的 Wi-Fi 业务收费多以每小时几元人民币这样的形式为主，由于用户规模较小，并不盈利，所以培育用户习惯很重要，一旦用户规模形成，便可类似固网宽带业务，以较低的价格实现丰厚收益。”广东移动市场部相关员工表示。

新型终端提升体验

除了培育市场盈利，业内专家人士认为，三家运营商推进 Wi-Fi 业务各有不同的“迫切原因”。

“从最直接原因上讲，中国移动建设推广 Wi-Fi 业务的动力在于 TD 网络体验没有竞争优势，中国移动期望通过 Wi-Fi 的补充来较好地增强整体网络体验；中国电信 2011 年推广 Wi-Fi 业务的动力来源于先前因上网卡、无线上网业务等推广过于激进，而给其网络带来的较大压力，其 2011 年将主要通过 Wi-Fi 来分流而缓解网络优化等压力；而中国联通更多的动力则来源于提升多款 WCDMA 新型终端的使用体验，目前 iPhone、iPad 以及多数 WCDMA 的终端都支持 Wi-Fi，中国联通不论从缓解 3G 网络压力还是用户体验方面都必须推进 Wi-Fi。”中国移动研究院某受访专家表示。

中国联通内部受访人士表示，加大 Wi-Fi 推广力度一是对现有用户提供更有黏性的全业务覆盖，与 3G 覆盖进行互补；二是提高对用户使用联通网络和数据服务的吸引力；三是符合各地无线城市的建设趋势。

可以看到，相比以往 Wi-Fi 建设与推广，此次 Wi-Fi 推进的产业趋势印记明显。“2011 年为‘智能手机+平板’年，在此背景下，运营商建设 Wi-Fi 着眼点一定不在笔记本上网体验提升，而在于新型终端体验提升，”广东移动相关陈姓员工表示，“Wi-Fi 是新型终端用户的趋势性需求，运营商必须去满足，盈利不是关键，关键在于在提供舒适智能终端网络体验上抢得先机，增强未来对于用户终端的掌控力，谁若忽视、轻视了这一趋势，则有可能成为下一个诺基亚，面临被产业时代抛弃的危险。”来源：2011-1-10 通信世界杂志

[返回目录](#)

美国运营商争抢 4G 市场 将发布多款 4G 手机

5 日，美国电话电报公司(AT&T)相关负责人在 2011 国际消费电子展(CES)开幕前表示，AT&T 正全力进行 4G LTE 网络的全面部署工作，预计 2013 年底前完成，其 LTE 网络服务业务将于 2011 年中期打入市场。

AT&T 公司还表示，将于近期与合作伙伴推出基于 Android 系统的 4G 智能手机，其中包括摩托罗拉 ATRIX 4G、HTC Inspire 4G 以及三星 Infuse 4G。据 AT&T 公司称，到 2011 年年底将会有超过 20 部的 4G 手机问世。

与此同时，AT&T 公司还宣布他们已经完成 HSPA+网络的部署工作，与当前的普通网络相比，HSPA+的网络速度高达 6 Mbps。据该公司移动部门 CEO 称，“AT&T 是美国唯一同时研发 HSPA+和 LTE 技术的公司，即使是用户断开了 LTE 网，仍然可以使用高速的 HSPA+网进行连接，这是我们的竞争对手无法做到的。”

此外，在 2011 国际电子消费展上，其他几家知名运营商 Verizon、Sprint 和 T-Mobile 都将发布各自的 4G 战略及产品计划。来源：2011-1-6 中国新闻网

[返回目录](#)

运营商加速 4G 建设 通信设备厂商格局或改写

工业和信息化部有关负责人近日透露，工信部已经批复同意 TD-LTE 规模试验总体方案，将在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门等 6 个城市组织开展 TD-LTE 规模技术试验。中国电信 2013 年可能试商用 LTE 网络，但最终选择 TDD 模式还是与 CDMA 相一致的 FDD 模式尚未定论。而中国联通也在加紧进行相关 4G 网络建设。

业内人士认为，随着 4G 建设的加速开展，通信设备采购量激增，对于通信设备厂商来说意义非凡，能否抓住机会实现飞跃成各通信设备厂商竞逐焦点，或改写通信设备厂商格局。

运营商加速 4G 建设

4G 是 3G 未来演进方向，4G 网络是新一代宽带无线移动通信网，达到 4G 的技术要求后，通信终端除了能完成语音通信外，还能进行高清晰度的多媒体通信。目前，LTE 是业内一致认同的 4G 标准。据市场调查公司 Infonetics Research 的调查显示，到 2014 年 LTE 用户数量有望达到 1 亿 5300 万人。

中国移动已决定采用 TD-LTE 标准。除了其在 2010 年召开的上海世博会上对这一方式进行了网络实验之外，目前已经在 11 个地区搭建了小规模 TD-LTE 网，并计划在东部沿海地区的 3 个城市开展实验验证。

中国电信科技委主任韦乐平近日在接受媒体采访时也表示，目前从技术、频谱需求以及未来发展等多方面因素考虑，中国电信倾向于转向 LTE，可能会在 2013 年开始试商用。此前，上海电信于 2010 年 5 月份完成世博 LTE 实验网络的初期建设，并顺利通过电信集团初验。

中兴通讯副总裁李健预计中国联通将于 2011 年进行 LTE 试验网的建设。

4G 将拉动通信设备行业增长

由 3G 过渡到 4G 需要大量通信设备的更新，这对于通信设备商来说市场中充满机会。据 Gartner 等调研机构预计，除了原有网络投资，加之 3G 网络投资以及未来 4G 演进的投资，2011 年全球电信市场会有小幅增长。

运营商大规模布局 LTE 对于通信设备厂商来说机会“无限”。综观全球市场，截至 2010 年 10 月底，诺西在全球已获得 20 份 LTE 商用合同。当前中国两家最大的电信设备供应商——华为和中兴皆对未来一年 LTE 商用订单的增长

持乐观态度。两家公司高层都预计，2011年所获LTE订单将在2010年的基础上至少翻倍，分别达到36个和14个。值得注意的是，华为虽赢得最多LTE商用网设备订单，但在订单价值和大小方面，爱立信位居首位。

市场调研公司isuppli分析称，随着全球主要运营商开始部署4G网络，将拉动通信设备行业增长，全球运营商在无线基础设施设备方面的支出将在2011年恢复增长，预计达到403亿美元。

通信设备厂商格局或改写

当前无论是设备商还是终端产品制造商，在TD-LTE和LTE均已达到同步进行。通信设备商作为市场的先期受益者，谁会在未来LTE市场拔得头筹让人拭目以待。

综观全球通信设备制造商，业内人士认为，中国厂商机会最大，或一举压倒竞争对手。究其原因主要有：一方面，中国拥有超8亿手机用户，通信设备市场庞大，另一方面以中兴、华为为代表的中国通信设备厂商技术方面正在赶超西方竞争对手。近年来，凭借低价策略和不断提升的研发实力，华为和中兴正不断蚕食爱立信、诺基亚西门子和阿尔卡特-朗讯等老牌电信设备制造公司的市场份额，

随着中国LTE布局的不断前进，华为预计将击败爱立信成为下一代移动电话网络设备的最大生产商。同时有关专家表示，华为和中兴的订单目前已占整个行业的30%。

此外，早期的巨额投入使华为在欧洲电信标准协会ETSI获得了270项关于LTE的专利，在全球通信设备厂商中已占得先机。

2009年，中国展开了有史以来全球最大规模的3G部署。华为以22.1%的市场份额超越诺基亚西门子位列第二，而中兴通讯全年以12.6%的全球市场份额超越阿尔卡特朗讯，居行业第四。2009年全球无线设备出货市场份额排名为爱立信、华为、诺基亚西门子、中兴、阿尔卡特朗讯，分别为28.2%、22.1%、19%、12.6%和9.2%。

业内人士分析，2009、2010年中国市场是中兴、华为全球排名上升的重要推力。展望2011，随着中国LTE市场的快速发展，全球通信设备厂商格局或再度改写。来源：2011-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

免费战升级 中移动 WLAN 后劲不足

新年伊始，三大运营商的免费 WLAN 竞争就趋于白热化，原本在此领域领先的中移动的市场地位岌岌可危。

经过首轮大规模建设高潮，中移动 WLAN 热点建设数量在三大运营商中遥遥领先。据最新统计数据显示，截至 2010 年年底，中国移动也目前热点数量大概在 12 万个，中国电信的 WiFi 热点数量超过 10 万个，中国联通目前其热点数量最多仅为 3-5 万个。

但据记者了解，随着三大运营商 WLAN 建设和营销的持续深入，固定宽带资源将大大补强中国联通和中国电信的 WLAN 策略，中国移动恐将在不久的将来面临 WLAN 发展后劲不足的尴尬。

免费策略被跟进

跨入 2011 年，中国联通和中国电信先后针对 WLAN 祭出了“免费”牌。1 月 1 日，中国联通宣布将于 2011 年 1 月 1 日起至 3 月 31 日面向中国联通后付费手机用户开展 WLAN 体验活动。1 月 6 日，中国电信分别在北京、上海也推出了不同形式的 WiFi 免费上网活动。据悉，北京移动已经采取反击措施，原定 2010 年 12 月底结束的北京用户免费体验 WLAN 活动被延续至 2011 年 3 月底。

不仅如此，中移动希望借助免费模式将 WLAN 打造成下一个“爆炸式”增长业务。中移动董事长王建宙在近期一个会议上提出，对电信行业来说，现在存在的最大问题就是数据业务爆炸性增长，这带来的其中一个机会就是 WLAN，而 WLAN“爆炸性增长”的具体体现一是用户量，二则是用户在线时长。免费成为万试不爽的“灵丹妙药”。

“中移动颇有反响的免费尝试是其他运营商跟进的主要原因。”一位接近中国移动总部的人士告诉媒体。2010 年中移动在各大城市推广的免费 WLAN 体验活动收效良好，无论是用户量还是用户在线时长都有质的提升。据了解，截至 2010 年 11 月，仅在上海的 WLAN 注册用户数就比 2010 年年初增长 3.5 倍，用户平均每月使用的时长超过 2010 年年初的 2 倍。

一位不愿具名的联通内部人士在接受记者采访时也肯定了这一说法：“此次全国范围大免费是空前力度的 WiFi 策略，也是希望通过此次试点，短期内刺激未来 WLAN 无线热点数量和用户数量双双上升。”

WLAN 作为一种技术成熟，用户认知度较高的无线技术，为固定宽带接入和移动数据业务形成一种有效的补充，一方面可以为固定宽带接入业务提供最后一

百米的无线延伸，使固定宽带移动化，另一方面，可以有效缓解 3G 网络在热点区域的带宽压力，因此运营商纷纷将之作为发展数据业务的一个“爆炸式”业务。

更有联通相关人士表示，3 个月之后不排除中联通 WiFi 接入服务的长期免费。

再次受制固网缺陷

除了扩大热点覆盖和复制免费策略，中国联通还推出了一项对中移动颇具杀伤力的 WLAN 营销模式——共享式 WiFi。近期，拥有四千万固网宽带用户的中国联通开始在长春、深圳两地开展运营商上与用户的联合运营的共享式 WiFi 试运营。即将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为提供给公众用户使用的 WLAN 接入服务。

这一运营模式在中国台湾和英国等地已经相对成熟，在中国台湾，运营商把愿意贡献的人的 wifi 带宽结合起来，形成了数十万个热点。每个贡献自己 wifi 的人可以免费使用，没有贡献的人也可以付费使用。在英国，英国电信也已经利用其丰富的固网宽带资源，形成了约 80 万个热点。中国联通目前拥有四百万宽带用户，以十分之一的用户愿意贡献个人宽带为例，中国联通可以在全国部署超过 40 万个热点。这一数字远远超出目前 WLAN 热点数最多的中国移动的 12 万个。

一位接近中移动的分析人士向记者坦言，这对中移动几乎是致命性的打击。“WLAN 本身就被定位为 3G 网络的有益补充，热点越多，越可以体现运营商‘无处不在的宽带’承诺，个人热点多且分布散，利用用户的家庭宽带共享 WLAN，可以充分扩大运营商 WLAN 热点的覆盖率，可帮助有线宽带运营商真正实现‘无处不在的网络’。”

危机还远不仅如此。上述中移动内部人士还对中移动发展 WLAN 战略的后劲表现出了担忧：WLAN 热点部署属“先到先得”，随着三大运营商在 WLAN 热点部署的逐渐深入扩展，这一资源越发显得珍贵，“中国电信和中国联通在本地网传输和到达率上具有绝对优势，中移动没有固网宽带资源，这一点处于劣势。”该人士认为，虽然目前中国移动的 WLAN 热点部署数量位居三大运营商之首，但随着部署的深入，中移动的可挖掘空间将越来越小。

商业模式待解

一些分析人士指出，拥有丰富固网宽带资源的中国电信也将跟进这一策略，为移动带来更大压力。

多美信(Tomizone)中国区总经理朱永民十分认可这种模式，他认为，中国联通和中国电信采用“共享式 WiFi”的举措，不仅将解除 WLAN 热点掣肘，还将产生良好的商业模式。“相当于宽带与 WLAN 互助发展，既可为运营商带来带

宽网络上的收入，也可完成运营商固定宽带移动化、缓解 3G 网络在热点区域的带宽压力的初衷，还有助于运营商发展移动数据业务。” 可谓是“ 一举三得” 。

对此，上述接近运营商的人士表示，这一切都建立在良好的网络质量和用户使用习惯的基础之上，目前，运营商限于建设成本压力，WiFi 质量无法保障。以记者在北京多个中移动 WiFi 热点区的测试结果为例，WiFi 网络质量很差。几乎是一触即断。而运营商目前普遍推崇的免费模式也不利于培养付费或共享商业模式，“ 免费可以引爆业务，但也有可能对该业务的商业模式产生负面影响。” 目前三大运营商都热衷免费，后续的商业模式不能不考虑。

在他看来，无论是中移动或是电信联通，均应该首要考虑网络质量和免费商业模式的影响。工业和信息化部电信研究院研究员刘涛认为，谁最后能够在 WLAN 策略上取得成功，还取决于运营商对 WLAN 和其他业务的整合能力。来源：2011-1-10 通信产业网

[返回目录](#)

杜绝吸费陷阱 中国移动再下两剂猛药

无论是内置各种吸费陷阱的山寨机，还是故意、恶意扣费的 SP，只要手机用户本身使用了中国移动的号码，“ 骗钱招数” 便无所遁形。近日，中国移动宣布推出“ 业务扣费主动提醒” 和“ 增值业务‘ 0000’ 统一查询退订” 两大免费服务。值得注意的是，这也是运营商首次推出扣费主动提醒业务。

“ 今后用户订购增值业务后，在扣费之前能够得到短信提醒，确保用户利益。此外，只要发送短信‘ 0000’ 到 10086，就能便捷查询和退订已订购的包月类增值业务。” 按照中国移动有关人士的表述，这两项措施无疑是对无良吸费 SP 的重创。

对“ 二次确认” 进行补充

日前，中国移动在国内率先推出业务扣费主动提醒和增值业务 0000 统一查询退订两项“ 透明消费” 服务举措。

据了解，所谓“ 业务扣费主动提醒” 服务是，一项基于客户行为的主动提醒服务，是在业务订购二次确认的基础上开展的一项深化服务，主要面向客户新订购的业务。例如，在客户确认订购某项个人增值业务后，在扣减该增值业务费用前，中国移动会通过“ 10086” 向订购客户发送提醒短信；客户如有疑问，可根据短信提示方便地进行投诉或直接退订，对于客户退订的业务，不予收费。

中国移动此次推出的“扣费提醒”，被视作对“二次确认”的有效完善和补充。“目前，该服务涵盖绝大部分个人增值业务。”不过移动方面亦坦言，有极个别业务因为产业链技术原因，暂时未能实施。

此外，当客户订购或变更套餐时、以及次月套餐生效时，中国移动也会“不厌其烦”地通过“10086”向客户发送提醒短信。

简化“查询、退订”方式

一直以来，除了吸费陷阱外，各大运营商复杂的资费套餐和繁琐的办理、查询、退订手续也是我国手机客户反映较多的问题。为此，除了推出扣费提醒外，中国移动亦同步推出优化后的增值业务查询与退订方式。

据中国移动负责人介绍，此次推出“增值业务0000统一查询退订”服务，客户只要发送短信“0000”到10086，即可快速查询到客户截至目前订购的除套餐内包含业务外的包月类增值业务。

“这包括中国移动的自有业务和合作业务，如手机报、歌曲下载、天气预报等。此外，通过该服务还可查询集团彩铃、校讯通、农信通、手机邮箱等集团客户常用的业务。”该负责人称，根据业务查询结果，客户可方便快捷地根据短信提示退订某项、多项或全部已订购的业务。

据了解，中国移动自2010年初就开始着手“透明消费”服务专项行动。据移动提供的数据，近一年时间已逐一梳理了758个自有业务以及20多万个合作业务。

业界观察

SP吸费陷阱再遭紧箍咒

一些山寨机内置的SP吸费陷阱在启动收费之前，中国移动会先发送短信对客户进行提醒，若客户对收费不知情，即可进行投诉和退订。

在该项业务推出之前，中国移动主要靠“二次确认”对吸费陷阱进行防范，但现实情况是就算用户根据运营商要求对所订购业务进行“二次确认”，在未收到“扣费确认”短信的情况下仍会被扣费。来源：2011-1-10 南方都市报

[返回目录](#)

中移动实施增值业务新政：扣费前主动提醒

中国移动今天宣布，推出业务扣费主动提醒和增值业务0000统一查询退订两项“透明消费”服务举措，今后客户订购增值业务后，在扣费之前能够得到短信提醒，且只要发送短信“0000”到10086，就能便捷查询和退订已订购的包月类增值业务。

扣费前主动提醒

中国移动副总裁沙跃家和相关部门负责人出席了会议。据悉，推出这两项举措是为了保障了手机客户的知情权和选择权，让客户能够明明白白消费。

中国移动此次推出的“业务扣费主动提醒”服务是一项基于客户行为的主动提醒服务，是在业务订购二次确认的基础上开展的一项深化服务，主要面向客户新订购的业务。

具体来说，在客户确认订购某项个人增值业务后，在扣减该增值业务费用前，中国移动会通过“10086”向订购客户发送提醒短信；客户如有疑问，可根据短信提示方便地进行投诉或直接退订，对于客户退订的业务，不予收费。

目前，该服务涵盖绝大部分个人增值业务，只有极个别业务因为产业链技术原因，暂时未能实施。

发送短信“0000”可查询和退订

此外，当客户订购或变更套餐时、以及次月套餐生效时，中国移动也会通过“10086”向客户发送提醒短信。

中国移动介绍，此次推出“增值业务0000统一查询退订”服务，是一项针对客户已订购业务的便捷查询退订服务。客户只要发送短信“0000”到10086，即可快速查询到客户截止目前订购的除套餐内包含业务外的包月类增值业务，这包括中国移动的自有业务和合作业务，如手机报、歌曲下载、天气预报等。

此外，通过该服务还可查询集团彩铃、校讯通、农信通、手机邮箱等集团客户常用的业务。根据业务查询结果，客户可方便快捷的根据短信提示退订某项、多项或全部已订购的业务。来源：2011-1-7 新浪科技

[返回目录](#)

消息称中国移动 2011 年集采 3000 万部 TD 终端

据知情人士透露，中国移动 2011 年预计将集采 3000 万部 TD 终端，全面覆盖高中低端。但该消息并未得到中国移动相关部门的确认。

2010 年年末，电信专家李进良在接受通信世界网的专访中指出，中国三大运营商要完成截至 2011 年发展 1.5 亿 3G 用户的既定目标，中国移动至少应发展 5000 万用户才能确保 TD 三分天下。而李进良的心中预期与中国移动 2011 年终端集采规模不谋而合。

TD 产业联盟秘书长杨骅预测 2011 年 TD 发展时指出，2010 年中国移动加大 TD 网络的覆盖密度，“为 2011 年规模发展用户做了铺垫，这预示着中国移动 2011 年将大力推动终端用户的发展。”

中国移动研究院相关人士曾表示，自 2010 年下半年开始，Ophone2.0 相较于以前的版本在质量和用户体验上有了质的飞跃。据悉，中国移动在 2010 年开展了推进 OPhone 质量的专项行动，在终端入网检测上引入了一致性测试机制。此前，中国移动研究院院长黄晓庆更是信心满满地表示，Ophone 手机将超越 iPhone。

在 2010 移动互联网研讨会上，中国移动董事长王建宙表示，中国移动正在适应数据流量的爆炸式增长，加快网络建设并向移动互联网领域发力。此外，中国移动将在继续降低 3G 手机价格的同时，采购高质量的 3G 智能手机。据其介绍，中国移动话音增长已从往年的 40% 降至目前的 20% 左右；与此同时，数据流量至少增加 150%，部分省份的增长高达 200-300%。王建宙表示，数据流量的这些变化都源于智能手机的普遍使用。

杨骅指出，2011 年中国移动将规模推广 32 项创新技术在 TD 网络中的应用，此举将提升从系统到终端侧语音到数据业务的用户体验，“2011 年将是 TD 终端快速发展的一年，对业务应用的拉动将起到根本性作用。”

也是在上述会议上，相关人士表示，中国移动在 TD 终端上采取了 Ophone+Android 并行发展的策略，但有人士对目前 TD 版本的 Android 手机质量并不认同，并指出其用户体验弱于 Ophone。

上述知情人士还透露，CMMB 将成为中国移动 TD 终端集采的标配。

2009 年 3 月，CMMB 的全国性运营商中广传播与中国移动签订合作协议，共同推进具有 CMMB 功能的 TD-SCDMA 手机发展。之后的 2010 年，在中国移动与中广传播签订为期三年排他性合作后的一周年，TD+CMMB 手机电视业务得到正式商用。在亚运会之前，中国移动还紧急集采了 600 万部 G3 普及型终端。

据 2010 年年初公布的相关数据显示，CMMB 已在 27 个省(市)开通了手机电视业务，其业务覆盖 300 多个地级以上城市地区。来源：2011-1-7 通信世界网

[返回目录](#)

北京移动采购大批诺西设备替换原摩托罗拉设备

一位内部人士在电话采访中对记者透露，北京移动采购大批诺西设备替换原摩托罗拉设备。

他说，北京移动将逐步替换摩托罗拉设备。北京市分为东区和西区，东区是由诺基亚(中国区)设备商负责，西区是摩托罗拉设备负责。这次替换西区摩托罗拉设备，由诺西设备商接手。

他进一步说,摩托罗拉(中国区)是从 2002 年获得北京移动 GSM 网络扩容的设备采购份额的,其提供的主要是 BSC (Broadwidth Serve Controller, 宽带服务控制器)和 BTS(Base Transceiver Station, 基站收发信台)设备。

他解释说,摩托罗拉的技术设备陈旧,网络升级速度缓慢,已经不能满足现在的市场需求。因此,公司不得不采用技术相同的设备。

同日,一位业内人士对记者说,诺西设备升级及更新软件速度快、稳定性强,本身具有 2G 网络互联的一种 3G 技术。

12 月 29 日,诺基亚西门子通信公司宣布,预计于 2011 年第一季度完成对大部分摩托罗拉无线网络基础设施资产的收购。公司在 2010 年 7 月 19 日宣布收购时,期望于 2010 年底完成交易。但目前,该交易正处于中国商务部反垄断局的正常审批流程中。

诺基亚西门子于 2007 年 4 月由诺基亚和西门子将各自电信设备部门合并组成,双方各持股 50%。诺基亚西门子通信是全球最大的电信硬件、软件与服务公司之一。来源:2011-1-10 财经网

[返回目录](#)

中国移动: 2011 年手机阅读业务将持续稳定增长

1 月 10 日,一位内部人士在电话采访中向记者透露,中国移动 2011 年手机阅读业务将持续稳定增长。

她说,2011 年各省将加大对手机业务的发展力度,各省将选择三项手机业务来重点发展。截止目前,中国移动集团的手机阅读基地日均点击量已超过 1.7 亿次,从业务推出以来,累计的访问用户已经超过 1 亿。。

同日,易观国际分析师孙培麟接受记者电话采访时说,2011 年中国手机阅读市场将快速增长,主要原因是:其一,数字出版相应的法规将逐步出台,有利于市场的规范发展;其二,运营商手机阅读业务走向大规模商用,运营商和内容提供商加大了内容运营力度;其三,智能手机等手机阅读终端逐渐普及;其四,用户对移动阅读认知度逐渐提高。

清科研究中心最新报告称,尽管手机报是移动阅读的初期内容形式,已经历相当长的发展时期,但是整体而言,移动阅读仍处于市场导入期。长远来看,随着用户付费习惯的养成及版权保护体系的日臻完善,移动阅读内容提供商通过自主平台或者其他第三方平台获得利润的可能性将大大提升。

中国移动集团官网资料显示,2009 年 3 月,中国移动集团在浙江投资 500 亿元支持浙江手机阅读基地的建设;2009 年 5 月,集团宣布了其 G3 阅读器计

划；2009年8月，集团与红海集团合作开发电子书；2009年9月，集团宣布年底推出TD电子阅读器，其手机阅读产品网站展开内测。2009年10月，集团手机阅读的业务从2010年10月份开始试商用。2010年5月5日，中国移动浙江阅读基地正式商业化运营。

中国移动(00941.HK)2010年前三季度财报显示，2010年1-9月公司实现营业收入3526.43亿元，比上年同期增长7.8%；实现净利润872.45亿元，比上年同期增长3.9%。

财报中表示，受移动普及率升高和电信市场竞争环境变化影响，客户增长有所放缓。此外，增值业务成为拉动收入增长的主要动力。来源：2011-1-11财经网

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信全面布局智能手机市场

岁末年初，智能手机市场火爆异常。近日，中国电信天翼终端管理中心联合宇龙酷派，启动史上最大规模的3G智能手机普及风暴。在此之前，中国电信还与摩托罗拉合作，推出新款机型天翼MOTODroid X，希望借此与联通版iPhone一决高下。近期的种种举动，加上以前在智能手机市场上的频繁动作无不表明，中国电信在全面布局智能手机市场，CDMA发展后劲十足。

中国电信主打终端牌

3G市场竞争的关键点在终端。没有好手机，再好的网络也没用，这从iPhone手机强力助推联通3G市场开拓就可以看出来。也正因此，智能手机市场才吸引了如此多的IT巨头，连三大运营商也不甘示弱，纷纷各显神通，布局智能手机市场。

3G时代，受应用、网络和软硬件等方面的影响，终端发展趋势已经变得更加复杂多变，但终端个性化、系统智能化、业务融合化、应用丰富化将有助于实现更加优质的用户体验。所以，中国电信一直在天翼手机领域布局。

2010年，中国电信开始按照细分目标用户的需求，打造“全系列智能手机”。据悉，中国电信“全系列智能手机”分为旗舰型、商务型，以及2000元左右的时尚型和1000元左右的普及型。2010年6月，中国电信总经理王晓初在广东召开的天翼3G互联网手机交易会上表示，要大力发展智能手机，特别是中档价位的智能手机。

据悉，在入门级手机上，中国电信已推出经济实用的 EVDO 制式 3G 手机，售价控制在 500 元以内，可实现 3G 高速上网，且各种电信应用丰富，以便打造经济实惠的 3G 手机，吸引更多用户入网。

日前在中国电信举办的“天翼 3G 音乐手机发布会”上，X920 等五款天翼 3G 音乐手机首次亮相广州。相关负责人表示，此次推出天翼 3G 音乐手机是为了更好地满足年轻时尚人群的需要，进一步带动产业链向细分市场发展。

据悉，中国电信日前还与摩托罗拉合作，将推出新款机型天翼 MOTODroid X，希望与联通版 iPhone 一决高下。

智能手机市场布局初成

随着 Android、苹果等产品的加速渗透，我国智能手机市场的规模不断扩大。截至 2010 年 9 月底，中国智能手机市场销量达到了 2220.3 万部，销售额达到 495.6 亿元。同时，智能手机市场也已经成为了运营商的必争之地。

2010 年，中国电信积极倡导千元 3G 智能手机，并采取深度定制、规模采购、促进渠道扁平化等措施迅速降低 3G 终端价格，提高产品性价比，引导了行业发展潮流，促进了 3G 普及。2010 年 6 月，中国电信就提出了重点打造“千元 3G 智能手机”和“全系列 3G 智能手机”的策略。半年过后，中电信的智能手机体系已经初现雏形。

目前在普及型的 3G 智能手机领域，中国电信与中兴、华为深度定制合作的两款千元智能手机在市场上反映良好；在时尚型智能手机方面，摩托罗拉 XT301，新一代乐 Phone 等，销量也突飞猛进；商务型方面的摩托罗拉 XT800、HTC9199、酷派 N930 等和一款旗舰型的三星 I909 前期也已经上市。

天翼智能手机热销，也成为 3G 市场一大亮点。根据赛诺最新的报告显示，中国电信主推 3G 互联网四通道手机和千元 3G 手机的策略成效逐步显现，天翼 3G 市场在 2010 年 10 月份继续保持增长，2010 年 10 月份手机销量约 120 万台。据报道，中国电信 3G 业务发展迅猛，带动了手机销量大增，预计 2010 年全国天翼手机销量将达到 4000 万部。

此外，随着岁末年初手机销售旺季的临近，通信市场的热度也不断提升，中国电信大推贺岁手机承接高端用户。中国电信相关人士近日在接受采访时表示，中国电信将打造“心系天下”这一手机高端品牌，使其成为中国电信的系列化年度贺岁手机。

CDMA 发展后劲十足

中国电信一直致力于终端产业链的发展，持续推动 CDMA 终端产业链繁荣壮大和 CDMA 手机市场快速增长。据不完全统计，CDMA 手机在中国高端手机

领域的市场占有率令人吃惊，在中国手机市场 6000 元以上价格段的手机中，CDMA / GSM 双网双待手机份额高达 60% 以上。

2010 年 3 月，由中国电信倡导，高通公司、三星公司等 100 余家单位参加的“CDMA2000 手机设计研发产业联盟”宣布成立，标志着 CDMA 手机设计研发方面的产业合作进入一个崭新的阶段。中国电信还推动 CDMA 终端芯片厂商与产业链的合作，加大对核心芯片及操作系统、行业应用等产业链环节的创新。”在 CDMA 基础设施方面，目前，中国电信 CDMA 基站超过 20 万个，其中 3G 基站超过 2 / 3，室内覆盖系统超过 10 万套。

在中国电信的带动和支持下，2010 年 CDMA 手机市场规模比 2010 年同期增长了约 40%。截至 2010 年 11 月底，各类 CDMA 终端厂商增加到 270 家，在售终端达到 772 款。

中国电信也对 CDMA2000 技术的长期演进也作出承诺。中国电信将在 2011 继续扩充和优化其 CDMA2000 网络。在 2011 年，随着智能手机发展进程的逐步推进，CDMA 的必将更加明显，也将成为中电信征战终端市场的有力武器。而中电信的智能手机布局也将更加完善。来源：2011-1-7 通信信息报

[返回目录](#)

中国电信将启动 LTE 终端研发

2011 年，全球 LTE 商用部署提上日程。在推进 4G 进程中，相比中国移动和中国联通而言，中国电信缺少如 TD 这般的政策支持，成功案例也比 WCDMA 到 FDD LTE 演进阵营少，但中国电信布局 LTE 仍有章可循。

中国电信将启动 LTE 终端研发

众所周知，从 3G 到 4G 存在三大演进路线：路线一，TD-SCDMA 到 TD-LTE，支持者如中国移动；路线二，从 WCDMA 到 FDD LTE，支持的运营商包括英国 Vodafone、日本 NTT docomo、西班牙电信、德国电信、法国电信、意大利电信、美国 at&t、瑞典 Tele2、中国联通等全球绝大多数运营商；路线三，从 cdma2000 到 FDD LTE，支持的运营商包括美国 Verizon、加拿大 Bell、日本 KDDI、中国电信、韩国 SK、印度 Reliance 等。

截至 2010 年 12 月 6 日，瑞典、挪威、乌兹别克斯坦、波兰、德国、奥地利、芬兰、美国 8 个国家正式部署了 LTE 商用网络；日本 NTT docomo 近日也宣布，将于 12 月 24 日开始在日本部分地区提供 LTE 服务；智利、马来西亚、法国等都计划 2011 年对 LTE 频谱进行拍卖，由此 LTE 大规模部署将拉开序幕。

2011 年，国内三大运营商对 LTE 的部署各有侧重，进展不一。

中国移动一直积极考虑 3G 网络的演进工作，TD 四期工程中，主设备均已具备向 TD-LTE 平滑演进能力。TD-LTE 标准由中国移动主导，近年来多家海外运营商积极与中国移动寻求合作，部分原本支持 FDD LTE 和 WiMAX 的运营商转向支持 TD-LTE，国外多家运营商(如 T-Mobile、Orange 等)也已经开始搭建 TD-LTE 试验网。2011 年，中国移动在完成上海世博园小规模现场实验后，将在厦门、珠海等城市进行新一轮的现场实验。

相比中国移动而言，中国电信 LTE 之路尚不明朗。但从国际主流 cdma2000 运营商的演进趋势看，均将向 FDD LTE 方向靠拢，如美国 Verizon、韩国 SK、日本 KDDI、加拿大 Telus 等均如此。事实上，中国电信一直致力于 LTE 的准备工作，上海世博会其推出的 LTE 8 大业务演示就是很好的例子。据笔者了解，中国电信目前正在对 LTE 业务进行深入研究，LTE 终端的开发也列入了 2011 年的工作计划。

中国联通 WCDMA 升级到 HSPA+ 时，下行速率可以达到 42Mbit/s，上行 10Mbit/s，足够缓解目前的网络压力，因此其 LTE 商用进程会相对较晚些。

就三大运营商整体而言，笔者预计国内 LTE 大规模部署将在 2013 年，中国移动如何加快 TD-LTE 产品、终端一致性认证方面的进程，如何使产业链更加成熟将是 TD-LTE 成功的关键。而作为全球最大的 CDMA 运营商，中国电信应加大对 FDD 技术的研究，推进频谱聚合技术的发展，积极探索 CDMA、LTE 无缝切换等技术以更快促进多模终端的面世。

中国电信 LTE 演进的三点建言

就国内的政策形势而言，中国电信与其他 2 个运营商相比较为尴尬：既没有诸如 TD-LTE 政策的扶持，也没有 WCDMA 向 FDD LTE 演进阵营中那么多成功商用经验的借鉴。因此，面对后 3G 时代的市场竞争，中国电信必须未雨绸缪，充分借鉴国外经验。

对于中国电信如何占领以后的市场，笔者认为可以从欧、美、日运营商 LTE 业务的几个案例得到三方面借鉴。

借鉴一：研究国外的套餐形态，考虑包月、包流量、上网卡赠送、根据用户级别保证用户上网速度等方式的结合，找到符合电信的业务套餐。前期可以参照 3G 资费，给现有 3G 用户免费发放双模上网卡，在扩大用户规模后再考虑按用户级别提供差异化服务。

借鉴二：目前为止所有商用国家，终端均为 USB 调制解调器，暂未推出 LTE 手机。中国电信应该加快终端规划进程，积极开发双模、多模调制解调器，及 LTE 手机。

借鉴三：LTE 将促进移动宽带互联网的快速发展，传统的电信业务已经不能满足用户的需求，如何找到能引领潮流的 LTE 互联网业务将是中国电信后期的研究重点。

Link：欧、美、日运营商 LTE 业务参照

挪威：在奥斯陆等 4 个大城市推出 LTE 服务。套餐：在 2009 年 4 月 1 日前办理只需 1 个挪威克朗(1.1 元人民币)，并提供调制解调器。之后每月需 699 挪威克朗，同时调制解调器的价格也另计。每月数据流量上限 30GB；

德国：Vodafone 在 2010 年 9 月底启动 1500 个 LTE 基站部署。提供三种套餐供用户选择：套餐一，速率 50 Mbit/s，流量上限 30GB，月付 72.49 欧元；套餐二，速率 21.6 Mbit/s，流量上限 15GB，月付 52.49 欧元；套餐三，速率 7.2Mbit/s，流量上限 10GB，月付 42.49 欧元。

美国：Verizon 无线已经在纽约、旧金山、波士顿、华盛顿、迈阿密、休斯顿等 38 个主要城市部署 LTE，到 2013 年会向当前所有提供 3G 服务的地区提供 LTE 服务。两档 LTE 套餐：套餐一，50 美元/月(约 332 元)，数据流量上限 5GB；套餐二，月租 80 美元，上限 10GB。合同为期两年。此价与该运营商当前的 3G 数据套餐相当，另外超出的 LTE 流量将按 10 美元/GB 计算。

日本：NTT docomo 在东京、大阪、千叶、爱知、神奈川的部分地区率先推出 LTE 服务，2011、2012 年推广到其他主要城市和地区。两款套餐：Xi DataPlan 和 Xi Data Plan Ninen：前者月资费为 7980 日元(约 641 元)，包含 5GB 数据流量；后者要求用户签订为期两年的合同，月资费为 6510 日元(约 522 元)，同样包含 5GB 数据流量。其计划在 2012 年 4 月前为 2 类用户分别提供每月 6405 日元、4935 日元的 unlimited 套餐；随后还将推出语音业务套餐。来源：2011-1-5 通信世界周刊

[返回目录](#)

中国电信关注零售终端信息化管理应用

中国电信“商务领航”近期传出了新动作，据了解，中国电信将集合全国优质销售渠道，针对党政军、交通物流、医疗卫生和教育系统四大重点行业，在全国重点推广数十款基于固移融合的企业级应用。以交通物流行业为例，将推广一款“销售管家”应用。

据了解，这款面向零售企业的移动应用服务以低成本提升企业的市场运作效率而受到许多企业青睐，开创了企业零售终端信息化领域全新的终端资源运营模

式。据了解，目前“销售管家”已经积累数万用户，为青岛海信电器、百事可乐、燕京啤酒、戴尔(DELL)电脑、格力电器等数十家企业提供服务。

差异化：前端量化考核

北京高森明晨信息科技有限公司是中国电信“销售管家”移动应用服务的集团级系统集成商，高森明晨 CTO 金晨博士告诉记者，“销售管家”主要面向具有零售产品特性的生产制造性企业或者是销售型企业，其优势在于可以使企业管理人员对终端销售的数据、店面和人员实现三位一体的实时直观掌控，帮助企业准确把握市场销售动态，有针对性地进行店面管理和实施市场活动，同时实现对终端工作人员的拜访管理和工作绩效的量化考核。其突出特点是将任意一部 C 网手机变成企业多维度的信息采集器，同时提供 Web 方式的数据处理和业务管理系统，实现了终端销售管理工作的客观化和信息化。

据了解，这也是中国电信将之选择为交通物流行业重点推广产品的主要原因之一。目前，传统零售企业普遍面临数据的采集和人员的管理、店面的管理难题，货品进销存管理中，主要依赖传统的电话、传真等通信方式，或者依赖 POS 或计算机网络终端采集数据，常常因为销售数据采集失当造成补货速度过慢的情况。由于企业无法及时、准确、全面地掌握终端业务数据，销售计划依靠拍脑袋，不同规格的产品生产、进货只能靠经验，库存情况不能实时掌握，新产品的市场反馈靠二手数据，促销效果要靠事后评估，营销指令不能及时到达终端。这款产品则可以轻松解决这些问题。中国电信北京研究院行业应用与集团产品研发部主任杨恒表示，目前中国电信已经在全国范围内推广“销售管家”，并辅以优惠的资费和终端政策。

作为一款面向终端的前端管理软件，杨恒主任告诉记者，“销售管家”可以毫无障碍的融入企业既有的 ERP 管理系统。“这样可以大幅提高企业应用系统的集成度，从而降低了企业信息化的总拥有成本，是企业系统在移动终端上的延伸和补充。”

据了解，目前“销售管家”已经从零售行业扩展至巡检人员的工作管理、物流行业、烟草行业和一些医疗的平台管理上。“巡检人员、护士的工作也是可以被量化的，‘销售管家’产品以后可以逐渐延伸到更多领域。”金晨博士补充道。

模块化：按需求定制

在服务方式上，“销售管家”也与其他管理软件大相径庭，据了解，用户通过中国电信“商务领航”软件商店可以使用这项服务，不收取任何硬件的部署成本，用户可以根据自身的需求特性来选择不同的解决方案。“‘销售管家’可以针对不同行业的客户及不同客户的不同需求，在成熟的中间件基础上进行灵活的流程结构调整或写入新的功能模块，以制定不同的解决方案。”杨恒表示，企业

通过每个月的功能费来享受“销售管家”服务，而不是简单的软件买卖的方式。根据客户选择的不同功能模块，其功能费用不同。电信提供不同功能模块的收费菜单；如需定制额外的功能模块，则按所定制的具体模块收费。

据了解，目前“销售管家”主要有五大产品模块可供企业选择定制。其中，实时性数据采集查询模块可以实现实时上报卖场的各种销量数据：销售量、销售额、库存数据、补货数据等等，随时随地将销售数据通过移动通信网络提交到企业的商业数据管理体系；不同权限的使用者还可通过手机终端或电脑终端，随时随地查阅商业数据的各种汇总和分析。

而实景式店面管理模块则可以利用手机摄影的方式快速采集零售店面内的空间数据、属性数据和影像数据，并同步到远程的企业商业系统中，经 GRIRMS 系统处理，并结合店面其他数据信息，最终形成所需的零售店面的专题图数据、属性报表数据和连续的可环视的影像数据，真实立体地反映出零售店内的销售环境。

动态拜访管理及绩效考核模块则可以实现对终端工作人员的拜访管理和对工作绩效量化的一种有效手段，其利用手机终端的 GPSOne 定位功能，通过对目标员工的连续的或有针对性的位置定位，可以将管理的维度细化到工作的开始及完成时间、工作路线的顺序、工作结果的反馈、甚至到路线的确切规划。

实用的终端销售客户关系管理模块和智能商业分析模块则可以最大程度地挖掘和再利用海量数据本身的价值，为企业的营销决策提供更为科学化、客观化的依据。

杨恒告诉记者，“销售管家”对终端的要求相当低，一款仅价值几百元的天翼手机就可以支持其所有模块的应用，因此，目前中国电信针对前期使用该产品的大企业用户，制定了优惠的资费和终端赠送策略，以吸引更多企业用户的加入。不仅如此，其开放性的技术平台具有强大的扩展性，可在较低的投入下实现系统的连续升级。这一点，也将吸引更多对投入成本敏感的中小企业用户。

链接：观点

中国电信北京研究院行业应用与集团产品研发部主任杨恒：

与集团级合作伙伴共同成长

中国电信的行业应用趋势方向是以一个综合性服务运营商的角度来为企业用户提供星级应用服务。我们的应用服务将采用客户租用的方式，通过每个月的功能费来享受服务，而不是简单的软件买卖的方式。为了极大丰富目前“商务领航”应用的数量，推广这些优秀的应用，中国电信与这些软件的技术提供商战略合作，一些优秀的可以成为中国电信的集团级合作伙伴，集团级合作伙伴是有门

槛的，但集团级合作伙伴将获得中国电信最为优质的营销资源、推广政策，我们希望通过这种合作方式，能够共同快速成长。

高森明晨 CTO 金晨博士：

低成本快速部署将成趋势

“销售管家”所以对客户的利益点首先是低成本，第二没有持续投入，第三可以快速部署。用户只要通过手机终端，直接从天翼软件商店下载，开通权限就可以直接使用，操作便利，此外，整个平台部署在一个云计算平台上，这种方式可以使我们的软件部署在任何一个虚拟机节点上，通过自有的传播机制和自有的均衡机制，使得较大规模的企业应用能够实时的调整负荷。对于企业来说，也无需购买和维护硬件。不需要为它的硬件投入、人员投入付出额外的代价，这将为企业 IT 软件部署的新趋势。来源：2011-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通终端零售入驻多家商城

近日，负责中国联通终端业务的北京华盛公司表示，将联合北京高端商场，在 2011 年全面合力打造全新的 3G 业务及终端体验中心，借助苹果、诺基亚、三星、黑莓等品牌的明星效应，打造体验式营销模式。

此前，位于百盛商城北京复兴门店的中国联通百盛营业厅正式开业，标志着联通华盛的终端零售业务正式入驻北京高档商城，首批 30 多款热销的 WCDMA 机型展示后，引起用户极大兴趣。而其后，联通百盛营业厅在短时间就月销量达 500 万元的创收规模。

北京华盛总经理应炜表示，在 2011 年将全面建设“3G 体验中心”，推出体验式营销的销售模式并复制到北京华盛所有的自营厅及社会零售厅。通过借鉴先进的零售企业管理手段，结合联通品牌优势，充分发挥华盛终端整合优势，为客户提供专业的终端和业务捆绑销售的一体化服务。

除了打造体验式营销模式，3G 上网卡也是近期中国联通发力的重点。中国联通近日首次推出一种 3G 无线猫上网卡套装，内含一种 3G 无线猫上网卡终端，相对于一个可在 WCDMA 网络上运行的 WiFi 无线局域网，可将 3G 网络转换成 WiFi，最多可支持 5 个用户同时在线。

联通此次推出的“3G WiFi 随身行”是国内首款 WCDMA 专用无线上网终端，用户通过这种终端，可以建立 WCDMA 上的 WiFi 无线局域网，满足多个用户共

享 3G 网络资源的需求，可支持多达 5 个用户同时在线。来源：2011-1-5 北京商报

[返回目录](#)

联通拟招标手机内容支撑服务商

中国联通广东公司近日拟引入专业、规范的手机内容和应用运营支撑服务公司，以支撑广东全省精细化运营和 3G 辅导式营销工作，满足移动互联网时代 3G 和 GPRS 流量运营的需求。

据了解，本次拟采购的手机应用与内容采集运营支撑服务包含但不限于：

1、内容和应用采集

负责系统性地从互联网和 freewap 等渠道采集没有版权争议的视频、新闻、图片、音乐等内容，按手机类型进行整理和编辑，并上传至内容下载中心供营销人员下载。

负责系统性地从各主流手机软件商店、互联网和 freewap 等渠道采集没有版权争议的手机应用，测试验证后按手机类型进行整理，编辑说明和点评，上传至内容下载中心供营销人员下载安装。

2、内容下载中心建设

负责在中国联通的指导下规划和建设内容下载中心，要求下载中心能支持内容和应用的分类存储，提供面向一线人员和运营支撑人员的 WAP 和 Web 界面，实现与 Push 平台、电子渠道和互动营销平台的对接以支撑在线上线下各种渠道的内容推荐和应用下载安装，支持一键转发推荐。

3、组织线上内容推荐

负责统一组织广东全省的线上内容推送，线上推送的渠道包括 Push 平台(含短信、彩信、WAPPush)、WAP 门户、电子渠道(含网上营业厅、短信营业厅、掌上营业厅、空中充值)、10010。

负责利用中国联通的系统进行用户喜好和行为分析，提升线上推送成功率，根据中国联通提出的流量提升目标策划整体内容推送营销方案。

负责线上内容推送的客服投诉处理，负责解答中国联通客服部转来的用户的关于手机使用的疑难问题。

负责为 iPhone 俱乐部、玩家俱乐部的彩信会员杂志提供内容素材。

4、支撑线下内容推荐

负责编制各类手机机型的内容和应用推荐手册，以及编制面向各实体渠道的内容和应用推荐的操作指引。

负责对中国联通地市公司一线人员培训各主流手机的使用方法和常用软件，协助在广东联通内部建立手机应用专家队伍。

负责承担广东全省 iPhone 俱乐部、玩家俱乐部地面活动的手机应用支撑。

负责进行效果评估和协助考核地市，收集一线需求并反馈省公司。

据飞象网了解，参与竞标单位须是在中国大陆境内合法注册的企业法人，具有独立法人资格及相关资质。并且需要配备 16 人以上的专业、专职运营支撑团队，其中常驻广东联通办公的不得少于 8 人，其中有精通 iPhone、Android、Symbian、WindowsMobile 等各类主流手机的应用软件的玩家不少于 8 人。来源：2011-1-10 飞象网

[返回目录](#)

联通采购 500 万部 7 款低价 3G 手机即将入市

知情人士透露，为进一步普及 3G，中国联通已采购总共 700 万部低价 3G 手机，将辅以合约计划购机，于本月中旬向市场推出。

本次联通采购的 3G 手机包括诺基亚两款，即诺基亚 2730c、诺基亚 7230，另有三星 S3370、索尼爱立信 J108i、LG-T320、中兴 E850 和华为 U7520 等，均为市场热销的 WCDMA 3G 机型。

据悉，本次采购数量庞大，总共 500 万部，单款最高采购量达 120 万台。中国联通为此推出了相关的合约计划，最低只要预存 800 元话费，即可零元购机，创历史新低。来源：2011-1-11 新浪科技

[返回目录](#)

中国联通将与台湾神脑合建 3C 销售店 未来或入股

据台湾媒体报道，中国联通将与台湾通信器材销售商神脑合资建立“沃神脑”（WO Senao）销售店，中国联通或子公司联通华盛还可能入股神脑内地子公司。

神脑总裁林保雍及董事长薛纪建 8 日共同透露，中国联通与神脑已经达成初步共识。2011 年第一季度，双方将在内地 3 个省份同步开张 22 家销售店。

林保雍表示，神脑内地子公司未来将规划在内地或者香港上市，并将引进外资以及策略投资伙伴。薛纪建指出，长期深入合作方向是，中国联通将入股神脑公司。

据了解，中国联通或联通华盛公司未来将入股神脑内地子公司，深化双方合作关系；神脑发言人林鸿昌表示，神脑国际已经分别在江苏、上海及海西特区已成立 3 家神脑子公司。

中华电信目前是神脑第一大股东，持股比例 28.4%，神脑成功布局大陆渠道市场之后，使得中华电信得以透过神脑、间接进入内地建立通讯渠道。

林保雍指出，中国联通目前在大陆拥有 1 万 8000 多个营业点，中国联通初期先把位于江苏、上海及海西特区等地的营业点，委托神脑改装经营。初期，中国联通的营业点仅只提供帐单缴款等服务，未来委托神脑经营后、将扩大销售智能手机、平板电脑、相机及小笔电等 3C 商品，神脑则同时协助中国联通申装 3G 号码以及相关固网服务。

加上神脑自行找地设店，林保雍估计首批先在江苏设立 10 店、上海 5 店、海西特区 7 店，合计设立 22 个销售店，随后再逐步扩大内地营业渠道。

林保雍强调，双方合作先从 22 店开始、预定半年磨合期及评估过程后，再进行第二批的扩展计划。

神脑发言人林鸿昌指出，神脑赴大陆投资案、已送台湾相关部门审核并于 2010 年 9 月核准通过。薛纪建透露，22 个店投资总金额超过 1000 万美元。来源：2011-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴预计 2011 年终端产品销量增长 33%

中兴今天发布公告称，其 2011 年手机、平板电脑和无线数据卡等终端产品全球出货量预计将增长 33%，达到 1.2 亿部。

得益于 Android 手机的热度增长，中兴 2010 年的终端产品销量达到 9000 万部，同比增长 50%，欧美市场更是实现翻番。来源：2011-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

中兴通讯 4G 终端 2011 年美国全面上市

2011 国际消费电子产品展于北京时间 1 月 7 日在美国拉斯维加斯拉开序幕。作为第一次参加 CES 的中兴通讯，此次展会不仅将展示中兴通讯在全球市场的整体竞争优势，也为其进一步扩张美国市场奠定了基础。

中兴美国公司 CEO 程立新在 CES 上向媒体介绍，这是中兴第一次参展 CES，我们在美国投入了十多年，2011 年带来了许多新产品，主要强调技术领先和工艺创新。新品包括中兴平板电脑系列产品，包括 ZTE Light 加强版，ZTE Light2 以及 4G 产品 ZTE Light LTE。这次展出的新产品不仅延续了 Light 轻巧便携的外观，更将以功能升级为用户带来全新的网络和多媒体体验。

未来三年美国市场与全球地位相同

美国对通信企业来说是非常重要的战略市场，虽然其用户数不高，但运营商营业收入占据全球的 1/4，从质量、技术领先性和用户层次方面，都是全球领先的市场。同时，美国大量手机都是由运营商集采的，因此对产品品质、服务、支持的要求非常严格。

针对美国市场，中兴在 2009 年确立了全新战略，2010 年取得了全面突破，全系列产品全面赢得了美国各大运营商的认可。中兴手机凭借出色的技术、可靠的品质、有竞争力的价格、完善的服务和用户体验，2010 年同比在美国实现了市场份额数倍的成长，美国市场销量的年增率也达到了 100%。

对于中兴在美国市场所取得的成绩，程立新表示，“这充分表明中兴终端产品在品质、服务、用户体验方面已经被美国运营商和用户接受。中兴手机的北美市场份额 2010 年同比翻了几番，成为真正上规模的一年。未来三年，我们的目标是中兴手机在美国的市场份额与全球地位相当。”

程立新进一步表示，中兴是全球仅有的可以提供端到端产品、服务和解决方案电信供应商，可以为用户提供统一解决方案，而且对于运营网络的感受和理解更为全面，能给运营商带来独特的增值服务机会。这也是中兴在市场竞争中的有利武器。

4G 终端 2011 年美国全面上市

深入美国电信市场多年，程立新对这块市场的用户习惯和需求相当了解。“以往美国用户对传统电话(Feature Phone)非常习惯，但 iPhone 突然之间改变了他们的应用模式。例如，AT&T 引入 iPhone 后，数据流量增长了 60 倍，这款手机给网络 and 用户带来的变化出乎所有人的意料。”

中兴通过调研发现，目前 Feature Phone 还占据美国市场销量的优势，但以 Android 平台为代表的智能手机增长非常迅猛，预计 2011 年下半年销量就会超

过 Feature Phone。中兴依据这些数据作出了自己的产品布局。首先，在很多手机厂商退出 Feature Phone 市场后，中兴凭借出色的产品质量、用户体验和价格，与运营商保持紧密合作，支撑他们业务的庞大基础层面。同时，中兴也积极推动智能手机发展，4G 和智能手机新品会在美国全面上市。

程立新还透露，中兴 2011 年将在美国推出多款 LTE 终端，包括 LTE 数据卡、LTE Modem、Hotspot 新品等，充分展示中兴通讯已为第四代通讯时代的到来做好了准备，以确立技术领先的位置。来源：2011-1-7 通信产业网

[返回目录](#)

【华为】

华为助力太原有线构建 IP 城域网

华为近日宣布，其核心路由器 NE5000E、多业务控制网关 ME60、以及核心交换机 S9300 等数通产品成功中标太原有线电视网络有限公司(以下简称“太原有线”)IP 城域网项目，帮助太原有线为客户提供更高质量、更可靠的“三网融合”业务。

随着“三网融合”趋势的发展，广电网络的发展将面临更多的机遇和挑战。为了适应激烈的市场竞争环境，太原有线启动了 IP 数据城域网项目。华为提供的具备业界领先全业务承载能力的 NE 核心路由器和多业务控制网关 ME60 设备，以及高可靠、高密度、大容量、绿色节能的 S9300 核心交换机，充分满足广电运营商为用户提供高质量“三网融合”业务的需求，获得太原有线客户高度认可。

截至 2010 年 6 月 30 日，华为以太网交换机全球发货超过 400 万套，路由器全球发货超过 100 万套，广泛应用于政府、电信、金融、交通、电力、教育、石油等各个行业。来源：2011-1-5 科技日报

[返回目录](#)

德国运营商携手华为开展 LTE 测试

华为近日宣布，与德国电信运营商 O2 在德国慕尼黑和埃伯斯贝格两地开展了首次 LTE 友好用户测试。华为为测试提供了端到端的解决方案，包括网络基础设备和终端。

数百位友好用户将能够率先体验到 LTE 技术带来的前所未有的移动宽带业务。初期部署的全部站点由华为提供，其中大部分位于慕尼黑，这些站点均支持

100Mb/s 的下行速率。在埃伯斯贝格，华为采用了被称为“数字红利”的 800MHz 频段，这个频段可有效提升覆盖质量，使偏远地区的用户也能够获得移动宽带业务。结合 LTE 高速率、低时延的优势，用户能够体验到基于巨大数据流量或需要快速响应的移动宽带业务，如没有缓冲的高清在线视频和要求数据实时同步的在线游戏。

针对两地试验局不同的频段和覆盖场景，华为提供了两种终端，分别是 LTE 多模数据卡 E398 和 LTE 路由器 B390 DD800。LTE 多模数据卡 E398 支持 2.6GHz 频段，能够提供下行 100Mb/s，上行 50Mb/s 的峰值速率，同时支持 HSPA，HSPA+，EDGE 和 GPRS 网络。华为 LTE 路由器 B390 DD800 采用 800MHz 频段，通过以太网为用户提供数据通信，下行速率达 50Mb/s，上行速率达 25Mb/s。

“通过部署工作于 800M 频段的 LTE 解决方案和终端设备，偏远地区的用户也能够获得宽带互联网接入服务，使宽带接入盲点得以快速而经济地消除。”华为德国 CTO Walter Haas 说，“通过与 O2 紧密合作，我们使终端用户能够首次感受到 LTE 技术带来的新奇体验。”来源：2011-1-5 科技日报

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚西门子收购网络优化公司 IRIS

据国外媒体报道，诺基亚西门子通信公司已经收购了 IRIS Telecom，一家总部设在土耳其伊斯坦布尔的电信和工程服务公司。

通过这次收购，预计诺基亚西门子将 IRIS Telecom 的多厂商网络规划和优化业务与其全球能力相结合，形成一家在该地区领先的电信服务商。

IRIS 的业务主要是为电信运营商和设备供应商提供高品质的网络规划和优化服务，涵盖范围包括土耳其、东欧和中亚、中东和非洲地区。此外，该公司还为其客户提供及网络部署和运营服务。

该公司表示，IRIS 仍将是一个独立的法人实体，其总部依旧设在土耳其的伊斯坦布尔。

2010 年 10 月，双方曾签署一份股份购买协议，但协议并未披露财务细节。来源：2011-1-7 飞象网

[返回目录](#)

【其他制造商】

三星抢滩智能手机市场

2011年，用移动宽带上网、上手机 SNS 聊天、下载热门游戏，并随时随地与圈子好友分享，成为了全新的潮流生活方式。三星以消费者需求为导向，推出“网圈”系列智能手机，全面引领智能生活 2.0 时代。

时刻洞悉主流手机发展趋势的三星，以移动互联网时代消费者的使用需求为导向，并集中优势资源全面发力，在智能手机市场占据了领先地位。

在产品层面，三星整合旗下多款智能手机以“网圈”之名重磅推出，形成以操作系统为区隔，面向高、中、低三阶市场消费者的“智能矩阵”：针对高端智能手机用户，推出 SPhone、Wave(澜系列)S8500；瞄准中端消费市场，力推 I6500U 和 S7230E；同时，三星还十分重视年轻人群对入门级智能手机的使用需求，推出 I5508、S5750E 和 B6520 三款机型。“网圈”系列手机实现了对 Android、bada、Windows Mobile 三大主流操作系统的全覆盖，为每一位消费者带来最适合自己的手机。

同时，三星还力邀周迅、黄立行代言“网圈”系列智能手机，并独辟蹊径打造《4 夜奇谭》系列网剧。据悉，截至 12 月 9 日，《4 夜奇谭》系列网剧的累计点击量已经达 211698278 次。

细数 2010 年最流行的智能手机应用，手机社交无疑是最大热门。年初，三星便率先发布时尚社交手机摩天(S5628)及内置社交圈(Social Hub)功能的 Wave(澜系列)S8500。独有的社交圈(Social Hub)在“网圈”系列产品上深度贯穿，三星通过对人人网、开心网等 SNS 应用、主流网站邮件等服务的全面整合，为用户构建起社交关系的立体图谱。

在智能生活 2.0 时代，应用商店中的海量软件与社交应用一起为用户带来精彩智能生活。三星应用商店(三星乐园)的建设，形成了多平台支持、自主研发和联合开发的特点。除加大 bada 系统应用软件的开发力度外，三星还与安卓网、机峰网和优亿等 Android 应用网站合作，为中国用户量身定做中文手机应用程序。目前，三星乐园已汇集支持三大主流操作系统的 6000 多个中文应用软件。

2011 年，三星加快手机产业链一体化步伐，快速抢滩智能手机市场：在高速 CPU、Super AMOLED(魔焕炫屏)等硬件研发层面，三星继续保持业界领先；在操作系统方面采用 multi - OS 的战略，支持多元化智能手机操作系统；利用其与中国移动、联通、电信三大运营商的密切合作关系，推出众多深度定制机型。

另外，三星还与国内知名互联网服务商、Android 应用网站合作，以开放性姿态、多样化的产品和特色服务，满足中国消费者的智能手机使用需求。

纵观 2010 年国内智能手机市场风云变幻，三星则是以自由选择、畅快沟通和人性化服务，率先迈出了引领未来智能手机市场的步伐，而对消费者需求的洞察也将使其成为未来赢家。来源：2011-1-7 北京晨报

[返回目录](#)

黑莓完成全运营商布局

昨天，记者从中国联通内部了解到，联通定制的黑莓手机 9500 计划在 2011 年一季度上市发售，届时，国内三大运营商都将拥有各自的定制黑莓终端。

目前，在国内市场正式销售的黑莓手机包括中国移动定制的 8910、8310 和中国电信定制的 9530 和 9610，而中国联通在黑莓终端的定制方面暂处下风。不过中国联通高层 2010 年就曾多次表示，联通正在与 RIM 公司洽谈，将尽快引入黑莓手机终端。虽然现在联通定制的黑莓手机已经有了较为明确的上市时间，但与中国移动开始大力扩展黑莓个人业务相比，联通还是落后了半拍。

业内人士认为，虽然 iPhone 产品在国内市场取得了巨大的成功，但与其齐名的黑莓手机在中国市场却未必能复制这种成功，因为中国的手机用户更依赖语音和短信方式的沟通，对黑莓赖以成名的 pushmail 功能不一定买账。来源：2011-1-10 京华时报

[返回目录](#)

三星手机在华启用全球品牌标识

三星日前宣布，自 2011 年 1 月 1 日起，三星手机 将在中国市场启用三星电子全球品牌标识“SAMSUNG”。三星手机方面表示，这是三星手机全球化品牌发展的整合之举。通过此举，三星手机将进一步融合三星的全球品牌价值和影响力，为未来的发展注入动力。

也就是说 2011 年 1 月 1 日以后，在中国市场推出的三星新型号手机，机身都将以“SAMSUNG”作为品牌标识。同时，三星手机的中国官方网站，全国销售终端的店面展示，以及新产品的各类广告和宣传资料中也都将陆续采用这一新的标识。伴随着三星手机在中国市场的飞速发展，原有的“Anycall”标识将被全球品牌标识“SAMSUNG”逐渐取代，淡出消费者的视野。

三星手机相关负责人表示，作为全球移动通信终端市场领导厂商，中国三星手机启用全球品牌标识和“ ” 标志着三星手机将加速整合三星在通信、半导体、显示器以及数字多媒体等方面的全球领先优势，在中国市场不断推出全球领先的手机产品，满足不同人群的品位和需求。来源：2011-1-6 金羊网 - 新快报

[返回目录](#)

摩托罗拉移动分拆第一天股价大涨 7%

在摩托罗拉移动(Motorola Mobility)分拆出去的第一天，其股价大涨 7.1%至每股 32.4 美元。

众多投资者对摩托罗拉分拆的消息持积极态度。摩托罗拉移动股价一度上涨 9%，最终收盘于 32.4 美元，上涨 7.1%。

其姐妹公司摩托罗拉解决方案股价则有所下挫至每股 37.4 美元。

据报道，摩托罗拉移动 CEO 桑杰·贾(Sanjay Jha)表示，预计 2011 年一季度就将实现盈亏平衡。

他表示，平板电脑是摩托罗拉移动极大的增长点，同时摩托罗拉还将继续专注于中国和拉美等增长迅速的市场。来源：2011-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

LG 计划将 2011 年智能手机出货量提升四倍

LG 移动通讯部门营销主管 Ma Chang-min 今天表示，2011 年公司计划将智能手机出货量提升四倍，主打高端机型。

LG 是全球第三大手机厂商。然而，该公司 2010 年创下有史以来最高亏损纪录。此外，由于产品线薄弱，廉价机型的开发和营销成本不断增加，LG 手机在苹果 iPhone 的攻势下节节败退。

Ma Chang-min 说：“由于产品过时，营销成本增加，LG 想要迅速实现转型十分困难。但是，如今我们的竞争力已经有所提高，Optimus One 等产品已获得一定市场关注。我们在 2011 年的工作重点是拓展高端产品线。”

Ma Chang-min 称，LG2010 年售出了大约 700 万部智能手机，2011 年的销量目标是提高到 3000 万部。

在过去六个月中，LG 的智能机业务已经取得进展：Optimus One 自 2010 年 10 月发布以来，已经售出近 300 万部。目前，这款 Android 手机是 LG 销量最大的机型。

但是，LG 并未脱离困境：高端机型匮乏；营销成本增加；还需要聘请更多工程师，以开发富有吸引力的高端产品，与苹果 iPhone 和三星 Galaxy S 竞争。

由于过多关注低端机型，尽管 LG 手机出货量位居全球第三，其营收却仅仅排名第五。

最近，该公司推出了一系列高端机型，包括使用 Nvidia Tegra 2 双核处理器的 Optimus 2X 和 Optimus Black。其中，Optimus 2X 是全球第一款双核智能机，在降低功耗的同时，使网页浏览变得更加快速和平滑，并提高了多任务运行的速度。它采用一块 4 英寸的显示屏，配备 800 万像素的后置摄像头和 130 万像素的前置摄像头，可实现视频通话。

“2011 年，我们的战略是研发 Optimus 2X 和 Optimus Black 这样的高端机型，将智能机在 LG 产品线中所占比例提高至 30% 左右，与市场预期保持一致。” Ma Chang-min 说。

目前，在 LG 的手机出货量中，智能机仅占 10% 左右。LG 还考虑在下一代智能机产品线中全面采用双核处理器。

市场研究公司 IDC 预计，2011 年全球手机市场增速将从 2010 年的 15% 放缓至 6.4%，出货量将达到 14 亿部。智能机出货量将增长 31.5%，达到 3.8 亿部，占总出货量的 27%。来源：2011-1-7 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

2011 全球电信市场十大趋势

专业咨询机构 Informa Telecoms & Media 日前在年度《行业展望》中公布了电信和媒体业 2011 年十大趋势。

1. 运营商需要选择智能手机平台战略。Android 和 iPhone 设备的普及促使移动运营商、开发商和手机制造商等重新聚焦智能手机平台。运营商需要决定是建立自己的平台还是接受互联网和操作系统开发商将主导市场的事实。他们的最终选择将决定谁能够在智能手机平台的研发和普及的战斗中获取最大价值。

2. 智能手机的普及。2010 年，由于移动运营商期望从更大的用户群中获得更多数据服务收入，因此智能手机的价位较低，预计这一趋势将在 2011 年表现得更为明显。

3. 运营商和互联网公司之间的战略伙伴关系。最成功的移动运营商将是那些能够与主要互联网公司结成战略伙伴关系的运营商，而不是那些故步自封、并试图阻止这些公司接近自己客户的运营商。

4. 运营商把重点放在垂直市场。多年来，运营商一直在谈论移动企业的潜力，但这次的不同之处在于，他们的出发点是机器对机器的沟通，而不是语音和短信。运营商目前的重点是医疗保健行业。

5. Web2.0 提供发展机会。移动运营商有机会利用即时通讯和社交网络提高其传统信息服务，并从中获取额外流量和收益。

6. 电信运营商需要赶上超高速宽带发展。低价位和具有吸引力的套餐计划(而非超快的速度)将是制胜的关键。因此，运营商将重新开始向低成本 VDSL 进行大举投资。

7. 互联家庭的战斗愈演愈烈。2011 年，电视将超过游戏成为家用连接设备的主导，但这并不表示人们真的采用在线服务。到 2011 年年底，我们有望看到谷歌电视、苹果电视等到底是会成为创新者还是“皇帝的新装”。

8. 西欧有线电视数量下降。运营商不只疲于应付将欧洲的家庭有线信号从模拟转换成数字，他们还需要提高其捆绑服务的销售，特别是三网合一，甚至是四网合一服务。

9. LTE 频谱分割将破坏其全球发展潜力。LTE 的内在适应性是它获得全球认可的一种非常重要的功能，但正是这一功能可能破坏其全球发展潜力。

10. 网络合理化继续深入。无论是成熟市场还是新兴市场，2011 年依然是网络趋于合理化的一年。由于小型运营商难以继续推出网络，因此市场整合将随之而起，预计非洲也会出现类似情况。来源：2011-1-5 人民邮电报

[返回目录](#)

2011 移动互联网将迎来爆发式增长

新年的曙光已经照亮了大地，2010 的背影渐渐消逝，2011 正迈着轻快地步伐向我们走来。盘点 2010 年，从未平静过的 IT 行业在过去的 365 个日日夜夜里，经历了无数的悲悲喜喜，见证了不尽的起起落落：谷歌退出中国风波、智能手机之潮、平板电脑之热、电子书之风、微博之兴起、3Q 大战之惊人、当当京东低价搏斗之激烈……2010，注定是难忘的一年。然而，这一年所带给我们的，绝不只是这表面的纷纷扰扰。繁华落幕之后，除了情感上的爱恨感慨，我们将再度陷入深深的思考。2010 年，IT 业所上演得一场场故事与纷争，都在缓缓续集力量，期待在新的一年里厚积薄发。

电子商务，将演绎新的精彩。2010年，电子商务市场的发展势头一日千里。根据工信部预计2010年我国电子商务交易额将超过4万亿元。在整个电子商务系统中，B2C市场的发展更是一枝独秀，有望取代传统的C2C模式，成功引领市场潮流。麦考林与当当网的上市、京东商城图书频道的上线、淘宝商城独立域名的启动……B2C市场的竞争潮一浪高过一浪。2011年，随着国美、苏宁等传统零售企业的进军，B2C市场必将迎来更加激烈的竞争。而电子商务，也将迎来新一轮的发展。

云计算，势必点亮通信市场。云计算，被人们视为信息产业革命性的突破。超强的计算能力，高可用性、按需应变的动态资源分配特性以及绿色环保的技术价值，诸多闪亮的特色让这朵美丽的“云”成为无数企业高层眼底心里的“宠儿”。微软、华为、中兴等众多巨头相继布局，云计算所蕴藏的巨大商机让这些IT市场的弄潮儿们不惜冒着巨大的安全风险漫步云端。曾经遥不可及的云计算已然轻移脚步，迈入寻常百姓的生活。联通试水“云”手机、中兴计算布局云计算软件商店……谁是下一朵“云”已经无关紧要，因为有一点是明确的：2011年，将是云计算缓缓落地的一年，而云计算的光芒，也势必照亮整个IT市场。

物联网，走入寻常百姓家已成必然。曾几何时，物联网这个神秘抽象的概念，不知不觉中放下身段，渗透在人们日常生活的各个方面。手机钱包的日渐普及、饱受争议的翼机通，都是物联网技术在人们生活中激起的一朵朵智慧火花。或许，普及的过程困难将继续存在，质疑之声将依然不绝于耳，但随着时间的推移，这些充满智慧的星星之火，必将以实际应用形成燎原之势。2011年，物联网进行曲将再度奏响。

三网融合，破冰之后的路依旧漫长。2010年，三网融合取得了突破性的进展。1月13日上午，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，决定推动电信网、广电网、互联网互联互通，2012年前推广广电和电信双向进入试点，2015年全面实现三网融合发展。7月1日国务院办公厅正式印发了第一批三网融合试点地区(城市)名单。三网融合已经处于进行时，尽管前进的路上时有穷山恶水牵绊前进的脚步，但总体上看，前进的旅途风景还算宜人。

网络文化，爆炒与降温后的问题留待深思。随着互联网技术的飞速发展，网络已开始从“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家”。具有网络社会特征的文化活动及文化产品，也在不断丰富和延伸人类传统文化、传统道德。博客、微博已经成为现代人生活的必要装备。但与此同时，网络文化的问题也逐渐浮出水面。西化、淡化、俗化的网络文化对传统的主流文化带来了巨大的冲击。因而，如何对网络文化进行规范引导，以避免其走上“邪路”，就显得尤为必要。

……

未完的话题还有很多。譬如终端市场的硝烟仍将弥漫，譬如媒体上市的风潮仍将延续。但已言的话题加上未尽的故事，都向我们阐明了这样一个道理：2010年是中国互联网的路径初定之年，而2011年，将是中国IT业蓄势待发的一年。
来源：2011-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

3D手机成日本运营商智能手机新宠

近年来日本智能手机销售比例正迅速增加。日本kakaku公司公布的调查数据显示，2009年10月，智能手机销售在日本所有手机终端销售中所占比例达到30%左右，到2010年4月，这一比例上升到50%左右。2010年10月，如同世界总体形势一样，日本手机业整体也出现了下滑，但智能手机的销售量却增加了70%。

从主要运营商来看，在2010年2月，NTT docomo和软银在日本的智能手机市场占有率几乎是各一半，其它运营商智能手机相对较少。软银凭借着iPhone的人气，使其移动用户月净增量连续多月在日本保持第一的位置，与NTT docomo的差距逐渐缩小。在2010年4月，NTT docomo凭借Xperia智能手机，也曾夺得日本移动用户月净增量第一的位置。随后，KDDI也开始大力推销自己的智能手机IS，力求挽回落后局面。

在这一激烈竞争局面下，3D则成为运营商之间智能手机大战一个新的聚焦点。

3D影像功能脱颖于智能手机新应用

早在2010年上半年，夏普就推出了不需要配合专用眼镜使用的3D液晶面板，这种面板可以安装在游戏机、智能手机、个人电脑、数字摄影机等设备上，这为3D移动终端的大发展奠定了技术基础。

为了抢占移动市场的制高点，软银在不久前的新产品发布会上宣布，从2010年12月上旬以后，由该公司推出、夏普生产的3D手机“Galapagos”，消费者不用戴眼镜就能在手机屏幕上欣赏3D影像。对于签订两年合同的用户，其市场销售价格为每部手机3万日元。据悉，此类搭载有谷歌操作系统“Android2.2”的3D手机，共计24款机型。该类新产品还装载有1410万像素的CCD照相机，将于2011年第一季度陆续投放市场。3D手机附加日本特有的公司登录商标功能，配有内置IC卡，并具有电子钱包、会员卡和乘车卡功能。此外，软银还将向智能手机用户提供电子书阅读服务，据悉该公司已和集英社、讲谈社等多家日

本出版社签署了合作协议，将向智能手机用户提供小说、漫画和照片集等功能，这将大大满足用户需求。

NTT docomo 的 3D 手机也是由夏普制造，并采用与软银 3D 手机相同的技术。据日本媒体此前报道，NTT docomo 将于 2011 年第一季度先向市场投放 7 款 3D 智能手机新机型，其操作系统也是 Android2.2。使用该类 3D 手机，用户无需戴眼镜就可欣赏立体影像。

LTE 网络的配合

虽然智能手机已成为各移动运营商争夺的焦点，但智能机会占据移动网络上大量的数据流量，为了应对这种局面，移动运营商纷纷在改造或升级自己的网络。

此前，NTT docomo 为了抢占技术制高点，已于 2010 年 6 月在东京率先进行 LTE 网络商用试验。商用试验的目地是在实际环境状态下，检验 LTE 网络传输速率、时延和移动终端与基站间通信状况等技术指标。在商用实验取得成绩的基础上，NTT docomo 又于 2010 年 11 月 8 日宣布，LTE 品牌为“Xi”（有光的），并从 12 月 24 日开始在东京、名古屋、大阪三大城市、地区正式商用，预计到 2012 年年中商用范围将扩大到全国主要城市。

利用 LTE 的服务，消费者除了可以通过手机收看大容量的动画之外，也可缩短信息下载时间。NTT docomo 当前提供的服务仅是连接电脑等的数据服务，到 2011 年中，预计语音通话服务也将开始提供。在开通 LTE 网络服务的地区，同时也提供现行的 FOMA 服务，如果到了 LTE 网络覆盖地区之外的地区，所用终端将自动地转换到 FOMA 网络上。在 2011 年中还将有 LTE 的 Wi-Fi 路由器投放市场，以便更好地服务于客户。

NTT docomo 领导人表示，到 2014 年，其手机用户数可达 6000 万左右，届时将会有 1/4 用户转为 LTE 用户，即可达到 1500 万户。此外，该公司也对 3D 手机前景作出了推测，认为 3D 手机能让用户通过手掌去关注电影和电视等 3D 内容，这必将受到人们的追捧。

Link：2011 年智能手机五大趋势

在 2011 年 1 月 6 日开幕的拉斯维加斯 CES 展会上，2011 年智能手机的发展趋势将得到详尽展示。国外媒体预测，2011 年智能手机将有五大发展趋势。

第一，双核处理器。在 2010 年，1GHz 处理器智能手机的发布是个重大事件。2011 年，以提升处理器能力为中心的研发路线仍将继续，但是会发布更多的双核处理器。

第二，3D 显示功能。3D 在影院的成功引发了整个消费电子行业的连锁反应，电视、游戏机、电脑和智能手机都在设法使自己具有 3D 能力。

第三，NFC 短距离无线通信。谷歌新平台 Android 2.3(Gingerbread)就囊括了 NFC 技术，三星生产的 Nexus S 是第一款基于 Android 的具 NFC 功能的智能手机，今后生产商还将推出更多的 NFC 智能手机。

第四，双 SIM 卡。在欧洲一些国家，越来越多的用户也采用两块 SIM 卡以降低手机成本。诺基亚称，双 SIM 卡模式手机能让用户得到更优惠的通话费用，他们还能在出国时有更多选择。

第五，手机视频。高清处理能力与双核处理器密不可分，增加的第二内核可使手机有能力处理因高清需要而产生的更多数据。来源：2011-1-10 通信世界杂志

[返回目录](#)

机构预计 2011 年电信市场将掀起频谱争夺战

擅长法律咨询的机构 Linklaters 近日发表 2011 年预测称，电信市场在 2010 年经历了很多，比如市场动荡、欧元区低迷、亚洲业务鼎盛、美国经济增长缓慢、融资市场艰难、监管机构动作频繁等等。尽管 2010 年并没有突出的主题，但电信行业已经露出了一些发展趋势，预计由频谱资源引发的并购将成为驱动 2011 年电信并购市场活跃的主要元素。

新兴市场。一般情况下，新兴市场的并购动作比欧洲、美国和中东市场多。2010 年，非洲、巴西和亚洲等地都出现了非常重要的并购交易，其中包含两个明确的主题：一是少数全球性企业出售有价证券；一是新兴市场企业成为并购发起方。

随着本国市场经济实力和现金支出能力的增强，预计 2011 年将继续这种趋势。

金融环境。金融环境对所有企业来说都不容乐观，但信誉良好的公司受到的影响相对较少。尽管 2010 年交易量稳定上升，但中端市场中的私人股本活动很少。许多公司仍然把重点放在成本控制和费用分担上，从而带动了基础设施共享和部署。有限的资金限制了所有类型的资产的潜在买家，许多拍卖已经规划完毕，但却最终宣告流产。这种趋势与活跃的股票市场导致资金持有人通过上市的方式在股市套现，希望 2011 年这种势头不再延续。

信号塔。信号塔的交易量增加是 2010 年非洲、印度、巴基斯坦和南美地区的一种特殊趋势。信号塔资产的部署能够让运营商节省资本支出和运营支出，同时继续挖掘市场价值。预计随着越来越多的经营者渐渐习惯共享基础设施，这一趋势有望在 2011 年继续。

合并。由于市场买家的减少，一些遭受经济压力的运营商和现金充足的运营商开始考虑在许多市场进行合并的可能性。其程度随地区的不同而不同，但近年来合并更多的只是处于讨论阶段，大部分并未真正实施。平台与手机制造商不断融入运营商的传统客户关系，这可能导致智能手机和平板电脑的便携设备供应链的垂直整合越来越多。

2011年，私人股本参与交易的形式将稳步增加，所涉及的交易规模也将加大，预计越来越多的资金将被投入其中。

另一种趋势是潜在频谱争夺战的开始。随着数据重要性的不断增加和频谱拍卖活动在各地继续展开，频谱将成为一件不断增值的商品。获取频谱可能成为2011年并购活动的最新动力。来源：2011-1-5 人民邮电报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

联通开通四国数据漫游套餐

记者昨天从中国联通获悉，该公司已经开通日本、韩国、新加坡、泰国包天数据漫游套餐。加上原有的中国台湾地区数据漫游包天套餐，中国联通用户在上述五个国家或地区漫游时，每天最多支付150元人民币，便可无限制使用网络数据和应用服务。

2010年联通用户在国外漫游时被收取高昂的数据费用所导致的“天价微博”事件，把联通的收费问题推上了风口浪尖。

据悉，套餐申请以北京时间为准，当日申请，次日零时生效。用户选择包天数据漫游套餐后，产生的流量按照0.01元/KB计费，当天数据漫游费用超出150元以后不再另行计费。不过，用户需选择与联通合作的运营商的网络才可享受该服务。来源：2011-1-5 新京报

[返回目录](#)

移动推国际长途定向优惠套餐

昨天，记者从北京移动了解到，2011年前三个月，移动将推出5档30元国际长途定向优惠套餐。

据了解，5档套餐包括：30元享受香港、美国、加拿大、新加坡国际长途100分钟；30元享受韩国国际长途70分钟；30元享受台湾、澳门、马来西亚、泰国国际长途40分钟；30元享受日本、澳大利亚、法国国际长途30分钟；30

元享受英国、意大利、德国、俄罗斯、印度、越南国际长途 20 分钟。来源 :2011-1-11 京华时报

[返回目录](#)

移动家政服务车可用视频选保姆

近日，不少市民在社区能看到移动的家政服务车，通过这个服务车能与家庭服务人员视频沟通，并预订服务。

该服务由武汉家庭服务网络中心(96580)提供。市民通过社区移动服务站的智能系统，从几十名备选名单中，选到合适的保姆，并和保姆视频交流，前后不到 20 分钟，就敲定了保姆。

武汉家庭服务网络中心介绍，从目前运营的情况看，服务需求量最大的是钟点工、保姆、开荒保洁，需求前三位的地区为江汉区、江岸区、武昌区。

武汉家庭服务业协会负责人说，移动家政服务车共两辆，如果市场反响好，将增设车辆，按固定路线在不同社区停靠，争取第一时间响应市民需求。来源：2011-1-5 荆楚网-楚天都市报

[返回目录](#)

2 万儿童定位手机免费发放 须承诺使用两年

给孩子带上像手表一样的儿童定位手机，家长就可以通过电脑和手机短信随时随地了解孩子的情况。今天上午，北京市红十字基金会红线基金宣布，将在北京免费发放 2 万台儿童定位手机。领取手机的家长须承诺使用两年，并缴纳两年的平台定位服务费和通讯服务费 840 元。

儿童定位手机集手机服务和 GPS 定位功能于一体。孩子佩戴这种手机后，家长可以了解孩子所在的位置，并随时进行通话。专用手机具有校园屏蔽功能，当孩子进校园后，手机所有功能都处于休眠状态，不会影响学生听课。家长登录服务平台后可以在网上看到孩子行动轨迹记录。出现紧急情况时，家长可接到报警时间、地点、位置的短信；遇到紧急情况，孩子按下 SOS 键，家长能得知孩子现场状况。

北京市红十字基金会秘书长于瑞荅表示，首批 2 万台手机捐赠组织已经完成，近期将向中小学用户免费发放，具体发放流程将尽快推出。由于捐赠数量有限，每位学生只限免费领取一台。儿童定位手机的号码与机器绑定，同时与家长

的手机号码绑定，机卡不能分离。如果首批用户使用体验优良，将扩大发放范围，预计年内发放量有望达到 10 万台。来源：2011-1-7 北京晚报

[返回目录](#)

北京联通启动新一轮充值送话费:最高可获 150 元

昨天，记者从北京联通了解到，北京联通已从本月开始启动了第二阶段的 2G 预付费用户充值送话费活动，用户最高可获 150 元赠送话费。

据了解，本次活动对象是面向北京联通如意通长市卡(含 08 如意国内卡、如意通长市畅听卡)、如意通标准卡、如意通乡情卡(升级版)、如意通乡情卡、08 如意国际卡、送话费型如意通、包月型如意通、新势力新老用户，但已参与第一阶段充值赠话费活动(2010 年 11 月 1 日至 12 月 31 日)的如意通、新势力客户不得参与第二阶段活动。

北京联通表示，用户只能使用 50 元及以上面值的一卡充充值来参与活动，赠送话费的金额以活动期间最高单笔充值金额为准，并将自 2011 年 2 月起分月由系统于每月 10 日前自动赠送。据北京联通公告显示，此次活动赠费共分四档：充 50 元送 10 元、充 100 元送 30 元、充 300 元送 90 元以及充 500 元送 150 元。来源：2011-1-8 京华时报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

联通大力促销 3G 上网卡

针对“运营商正在逐渐叫停 3G 上网卡业务”的传言，联通以大力的促销给予了回应。昨天中国联通宣布，将发动针对 3G 上网卡业务的促销攻势。

中国联通相关部门透露，此次 3G 上网卡年底促销分多个层面，一个是推出了上网卡“节日礼品装”，即将预付费上网卡/无线猫和 2G MicroSD 卡打包促销；一个是买赠活动，用户在中国联通自有渠道(联通各地营业厅)和电子渠道，购买除“节日礼品装”外的上网卡预付费产品包二、产品包三和硬件，即赠送多功能读卡器或台历等礼品。

中国联通相关人士称，虽然 3G 宽带上网会消耗大量的流量，导致整个 3G 网络的带宽资源被 3G 无线上网卡用户占据，但联通根据网络的建设情况适度发展用户的措施，可以有效避免这种情况。来源：2011-1-11 京华时报

[返回目录](#)

联通防止天价微博漫游封顶

不久前“天价微博”事件曾引起消费者的广泛关注，面对消费者的声音，中国联通近日宣布，从本月起，联通推出日本、韩国、泰国、新加坡四国的包天数据漫游套餐。即，用户在开通包天数据漫游套餐后，产生的流量按照 0.01 元 / KB 计费，当天数据漫游费用超出 150 元以后不再另行计费；如未超过 150 元，则按实际流量计算。该套餐同时针对联通 2G 和 3G 用户。

记者了解到，中国联通此次开通的四国家均为旅游热门国家，加上 2010 年 12 月已经开通此类套餐的中国台湾地区，至此，中国联通用户在上述五个国家和地区旅游时，均可申请开通包天数据漫游套餐。用户在开通包天数据漫游套餐后，产生的流量按照 0.01 元 / KB 计费(即 10 元 / M)，不足 1KB 按照 1KB 计费，当天数据漫游费用超出 150 元以后不再另行计费。如未超过 150 元，则按实际流量计算。据悉，该套餐截止日期为 2011 年 12 月 31 日，期限为一年，到期后该套餐自动取消。

需要注意的是，该包天数据漫游套餐还需选择当地特定的运营商。在日本，用户需选择 Softbank；在韩国，需选择 SKT；在新加坡，则需选择新加坡电信；在泰国，需要选择运营商 AIS；如在中国台湾地区，则需选择台湾大哥大或者台湾威宝。如用户选择所在地其他未签约运营商网络，则执行部分国家及地区出访数据漫游套餐，无法享受套餐带来的优惠。

中国联通表示，此项资费业务不仅限于联通 3G 以及 iPhone 用户，联通的 2G 用户也可以申请开通。用户可通过中国联通自有营业厅、网上营业厅、10010 客服热线以及短信方式申请开通此项国际漫游数据套餐，短信方式为发送“KTGJMY02”至 10010。申请开通后，次日零时生效。来源：2011-1-10 深圳商报

[返回目录](#)

中国电信降低无线上网卡门槛

中国电信北京公司(以下简称北京电信)日前宣布降低消费门槛，2011 年 1 月 1 日起至 2011 年 6 月 30 日，每月 3G 无线上网卡资费套餐最低降至每月 50 元包 800M 或者 80 元包 65 小时。

本次天翼宽带 3G 上网卡套餐优化实际上大大降低了消费门槛，之前北京电信最低的 3G 上网套餐为每月 100 元包 60 小时、15GB。此次北京电信 3G 无线上网卡资费优化的核心主要是，在保留按时长计费的资费套餐基础上，新增按流

量计费的资费套餐，降低消费门槛，并提供更丰富的档位，方便用户根据自己的需求进行选择。

北京电信表示，原有 150 元按时长计费的套餐将加赠 30 小时本地时长，每月合计包含时长高达 160 小时(150 小时本地和 10 小时国内)，单价不足 1 元，性价比最高。

同时，按时长计费的 3G 无线上网卡套餐新推一档本地 80 元套餐，每月只需 80 元，即可享受 65 小时 3G 上网时长(60 小时本地和 5 小时国内)、15GB 流量。此前，曾有媒体报道北京电信取消 100 元包 60 小时档上网套餐的销售，而实际情况是，北京电信将推出上述 80 元包 65 小时套餐，与原 100 元包 60 小时的资费相比，优惠力度进一步加大。来源：2011-1-5 北京商报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

数字电视本月将覆盖 85% 香港人口

香港特区政府商务及经济发展局副局长苏锦梁 10 日表示，将有两个新的数字电视发射站于本月建成，加上 2009 年底建设的 12 个发射站，届时数字电视将覆盖 85% 的香港人口。

苏锦梁 10 日在立法会资讯科技及广播事务委员会上汇报了香港推行数码地面电视广播的最新进展。他说，香港目前有约 40% 住户仍在收看模拟电视，政府会密切留意数字电视的推广情况，包括实际市场情况和数字电视的渗透率等，并作出适当安排，确保模拟电视顺利过渡到数字电视。

2010 年 9 月一项公众意见调查显示，有约 61% 香港家庭，即大约 140 万户收看电视的家庭通过机顶盒、内置解码器的电视机和电脑等接收数字电视信号。来源：2011-1-10 新华网

[返回目录](#)

广电部门释疑：数字电视开机慢还无法改进

自从 2010 年下半年济南市开始数字电视整体转换工作以来，数字电视用户们向本报反映了在整转过程中遇到的各种问题。近日，济南市广播电视信息网络中心办公室的相关负责人，就市民向本报反映较为集中的问题进行了答复。

不设“频道套餐”

数字电视用户(以下简称用户)：听证会后，数字电视收视维护费从 26 元/月下调至 25 元/月，能不能根据家庭经济条件的不同，实行阶梯式收费，设置多个档次的频道套餐以供用户选择？

济南市广播电视信息网络中心(以下简称广电网络)：济南市数字电视收视维护费，并不是按照用户收看的频道数量来收取的，而是依据整个数字电视平台的运营成本进行核算的。这种收费方式并不是从 2011 年开始的，以前使用模拟信号的时候，13 元/月的有线电视收视维护费用从 1995 年起就没变过，采用的也是这种收费方式。与其他省会城市能提供的基本节目数量相比，目前济南市是最多的。

开机需要自检

用户：为什么每次打开数字机顶盒的时候，都要等半分钟左右的时间，而且换台的速度也比以前看电视的时候要慢？

广电网络：数字电视机顶盒开机速度和换台速度慢，首先是因为当前数字电视用户家中安装的是高清双向机顶盒，这种机顶盒内集成了较多支持双向互动功能的程序和应用，再加上机顶盒的内存有限(但在国内最高)，毕竟不同于功能强大的计算机，所以开机需要一定时间；其次，在用户开机的时候，数字电视机顶盒要向广电系统传送信息，进行自检，也需要时间。

用户：电脑的开机速度可以通过一些方法加以改进，如选择不启动某些程序。那么，能不能通过一些方法加快开机和换台速度？

广电网络：目前还没有，不过我中心的技术部门正在努力进行技术研发和改进工作，这需要一个过程，在这个过程中，用户可以充分利用遥控器上的快捷键，如“读报”、“导航”、“回看”和红黄绿蓝四色键。

高清频道只有 12 个

用户：安装了高清数字机顶盒之后，为什么有些频道没有想象中那样的清晰度，真的是高清吗？

广电网络：济南的数字电视整体转换的运营系统是高清双向的，但也兼容标清节目，如果节目的提供方给的是标清的内容，广电部门也就只能传送标清的内容。目前只有 12 个频道能达到高清水平。家中有高清电视机的用户，最好配置高清连线，这样才能达到真正高清的效果。

用户：既然在 90 个频道内只有 12 个高清频道，那现在就用高清双向机顶盒，是不是有点太早了？

广电网络：这是国家政策的要求，从国外的情况来看，高清是个大趋势。来源：2011-1-10 大众网-齐鲁晚报

[返回目录](#)

三星 2011 年将联手 Comcast 推出 Xfinity 电视服务

三星电子和美国有线电视运营商 Comcast 公司在 CES 2011 上共同宣布，两家公司将联手推出名为“Xfinity”的电视服务，该服务将首次在互联网电视上提供一个丰富、类似于 Web 的界面，针对数以万计的电视、DVR 录制内容和视频点播节目，轻松实现内容导航和无缝搜索，通过一个外形时尚、图形丰富的显示屏，引导观众收看更多自己喜爱的节目。

据悉，两家公司还将联手在三星智能电视和支持 Android 的三星 Galaxy Tab 平板电脑上提供定制或集成的多平台视觉体验。在平板设备上，Xfinity 集成了虚拟电视指南和移动视频播放器。Xfinity 数字电视用户将能够在三星智能电视上实时浏览、发现和排序视频内容，调换频道以及对 DVR 进行编程。

此外，他们还可以直接在平板设备上观看流媒体电视节目和影片，支持在三星 Galaxy Tab 上观看喜爱的影片，然后暂停影片，并在暂停的同时在三星智能电视上恢复播放影片，反之亦然。

三星视觉显示部门总裁 Boo-Keun Yoon 于当地时间 6 日下午在国际消费电子展上发表主题演讲期间，Comcast 董事长兼首席执行官 Brian L. Roberts 宣布了 Xfinity 电视服务。该服务也将在位于中央大厅的三星展台上向大家展示。

Boo-Keun Yoon 说：“随着下一个崭新十年的开始，三星同时也带领我们进入了电视技术的新时代，并且将给消费者带来未曾有过的喜悦和惊叹。通过与久负盛名的 Comcast 品牌合作，我们将能够让消费者更加轻松地访问和控制更加多样的内容，同时为 Comcast 的客户提供更加身临其境的娱乐体验。”

Comcast 公司董事长兼首席执行官 Brian L. Roberts 说：“与三星这样的行业领袖建立合作伙伴关系是 Comcast 为消费者提供随心所欲的电视观看体验计划中的重要环节。我们已经建立了成熟的技术框架，可以比以往更快地为 Comcast 的客户提供新功能，包括在互联电视、平板设备和其他设备上，这是我们战略的核心，也是未来电视行业的一个重要趋势。”

据悉，2011 年底，三星智能电视和应用程序商店将推出支持 Xfinity 电视体验的应用程序，使用 Comcast 机顶盒进行交互的 Galaxy 产品可以安装该应用程序，因此消费者可通过这一全新的接入点来发现和连接 Comcast Xfinity 电视服务。用户可以通过三星的 LED、LCD 和等离子电视产品来访问所有这些内容。来源：2011-1-8 新浪科技

[返回目录](#)

【电信网络】

中移动加速 4G 建设

工业和信息化部有关负责人近日透露，工信部已经批复同意 TD-LTE 规模试验总体方案，将在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门等 6 个城市组织开展 TD-LTE 规模技术试验。中国电信 2013 年可能试商用 LTE 网络，但最终选择 TDD 模式还是与 CDMA 相一致的 FDD 模式尚未定论。而中国联通也在加紧进行相关 4G 网络建设。

业内人士认为，随着 4G 建设的加速开展，通信设备采购量激增，对于通信设备厂商来说意义非凡，能否抓住机会实现飞跃成各通信设备厂商角逐焦点，或改写通信设备厂商格局。

运营商加速 4G 建设

4G 是 3G 未来演进方向，4G 网络是新一代宽带无线移动通信网，达到 4G 的技术要求后，通信终端除了能完成语音通信外，还能进行高清晰度的多媒体通信。目前，LTE 是业内一致认同的 4G 标准。据市场调查公司 Infonetics Research 的调查显示，到 2014 年 LTE 用户数量有望达到 1 亿 5300 万人。

中国移动已决定采用 TD-LTE 标准。除了其在 2010 年召开的上海世博会上对这一方式进行了网络实验之外，目前已经在 11 个地区搭建了小规模 TD-LTE 网，并计划在东部沿海地区的 3 个城市开展实验验证。

中国电信科技委主任韦乐平近日在接受媒体采访时也表示，目前从技术、频谱需求以及未来发展等多方面因素考虑，中国电信倾向于转向 LTE，可能会在 2013 年开始试商用。此前，上海电信于 2010 年 5 月份完成世博 LTE 实验网络的初期建设，并顺利通过电信集团初验。

中兴通讯副总裁李键预计中国联通将于 2011 年进行 LTE 试验网的建设。

4G 将拉动通信设备行业增长

由 3G 过渡到 4G 需要大量通信设备的更新，这对于通信设备商来说市场中充满机会。据 Gartner 等调研机构预计，除了原有网络投资，加之 3G 网络投资以及未来 4G 演进的投资，2011 年全球电信市场会有小幅增长。

运营商大规模布局 LTE 对于通信设备厂商来说机会“无限”。综观全球市场，截至 2010 年 10 月底，诺西在全球已获得 20 份 LTE 商用合同。当前中国两家最大的电信设备供应商——华为和中兴皆对未来一年 LTE 商用订单的增长持乐观态度。两家公司高层都预计，2011 年所获 LTE 订单将在 2010 年的基础

上至少翻倍，分别达到 36 个和 14 个。值得注意的是，华为虽赢得最多 LTE 商用网设备订单，但在订单价值和大小方面，爱立信位居首位。

市场调研公司 isuppli 分析称，随着全球主要运营商开始部署 4G 网络，将拉动通信设备行业增长，全球运营商在无线基础设施设备方面的支出将在 2011 年恢复增长，预计达到 403 亿美元。

通信设备厂商格局或改写

当前无论是设备商还是终端产品制造商，在 TD-LTE 和 LTE 均已达到同步进行。通信设备商作为市场的先期受益者，谁会在未来 LTE 市场拔得头筹让人拭目以待。

综观全球通信设备制造商，业内人士认为，中国厂商机会最大，或一举压倒竞争对手。究其原因主要有：一方面，中国拥有超 8 亿手机用户，通信设备市场庞大，另一方面以中兴、华为为代表的中国通信设备厂商技术方面正在赶超西方竞争对手。近年来，凭借低价策略和不断提升的研发实力，华为和中兴正不断蚕食爱立信、诺基亚西门子和阿尔卡特-朗讯等老牌电信设备制造公司的市场份额，

随着中国 LTE 布局的不断前进，华为预计将击败爱立信成为下一代移动电话网络设备的最大生产商。同时有关专家表示，华为和中兴的订单目前已占整个行业的 30%。

此外，早期的巨额投入使华为在欧洲电信标准协会 ETSI 获得了 270 项关于 LTE 的专利，在全球通信设备厂商中已占得先机。

2009 年，中国展开了有史以来全球最大规模的 3G 部署。华为以 22.1% 的市场份额超越诺基亚西门子位列第二，而中兴通讯全年以 12.6% 的全球市场份额超越阿尔卡特朗讯，居行业第四。2009 年全球无线设备出货市场份额排名为爱立信、华为、诺基亚西门子、中兴、阿尔卡特朗讯，分别为 28.2%、22.1%、19%、12.6% 和 9.2%。

业内人士分析，2009、2010 年中国市场是中兴、华为全球排名上升的重要推力。展望 2011，随着中国 LTE 市场的快速发展，全球通信设备厂商格局或再度改写。来源：2011-1-5 通信信息报

[返回目录](#)

铜线网络尚未发挥最大潜能

奥地利电信 A1 计划到 2010 年底依托其覆盖全国的 GigaNet 网络为奥地利 40% 的家庭及商业用户提供高速宽带服务。GigaNet 网络就是采用光纤到路边及

光纤到局端的技术，将“最后一公里”的铜线网络与奥地利电信中心局局端设备连接。

根据欧盟委员会“数字化议程”计划的展望，到2020年欧洲居民均可获得30Mbps的带宽。这样的带宽容量能够实现同时传输3路高清电视频道、互联网及语音通信。为实现该目标，必须对多种接入技术进行智能融合。

奥地利电信A1公司负责人表示：“为了扩充我们的光纤网络基础设施，并能持续提升无线性能，我们希望现有铜线网络的潜能可以发挥到极致。这将帮助我们在最短时间内为客户尤其是那些仍未铺设光纤到户网络的地区的客户提供最高的带宽。”

采用矢量化抗串扰技术能够防止铜线间的串音干扰，同时也需要奥地利电信A1网络提供强大的处理能力。矢量化抗串扰技术大幅提高了网络的下行带宽能力，而使用VDSL绑定技术，则可确保交换中心局能够在更广泛的区域提供稳定的速度。此外，DSL幻象模式技术等创新技术，则能够在两条物理传输线路上使用一条虚拟或“幻象”通道，充分发挥出DSL的性能，获得极限速率。

电信运营商在铜线设施上投入巨大，尽管正在逐步引入光纤资源，从经济及环保角度考虑，仍值得在尽可能长的时间内继续使用这些宝贵的铜线资源。在新的技术正式商用后，运营商将能为更多客户提供支持更大带宽的网络方案以及世界级的高品质服务。”来源：2011-1-5 科技日报

[返回目录](#)

摩托罗拉 Android 2.2 三防手机上市

随着智能手机销量的快速增长，高性能与耐用性相结合的产品已成各大厂商的主打对象。近日，摩托罗拉发布了基于全新Android 2.2智能操作系统的ME525三防手机，该手机具备了防水溅、防尘、耐刮等实用功能。

据悉，ME525配备3.7英寸高分辨率高硬度材质抗磨损触摸屏，精密机身设计更可以阻隔液体和尘埃的入侵，该机内置Cortex-A8 800MHz高速处理器，配备500万像素自动对焦摄像头，支持3G高速互联网接入及WLAN无线局域网，并可作为3G热点，同时为多个移动终端提供私人网络链接。ME525还支持数字生活网络联盟(DLNA)标准，用户可以在家中各种兼容终端之间传输、储存和共享多媒体内容。来源：2011-1-5 北京商报

[返回目录](#)

TD-LTE 技术标准进入第四代移动通信标准草案

继我国 TD-SCDMA 成为第三代移动通信国际标准之后，在 2010 年，由我国主导制定的 TD-LTE 技术标准在 ITU 研究组层面已经通过各项评估，进入第四代移动通信标准草案。

飞象网由“2010 年度国际电信联盟研究组国内工作会议”得知，2010 年，我国全年参加国际电联研究组会议 901 人次，提交文稿 904 篇，提交文稿的采纳率保持在 80% 水平。并全面参与并部分主导了国际电联研究组的工作。

据了解，在国际电联组织的标准研究领域，我国已在未来网网络架构、移动终端通信适配器方面形成了由我主导的标准格局，我国专家在 IPTV 信令、分组传送网设备维护、无线接入系统等国际标准制定中发挥着重要的推动作用，多项具有我国自主知识产权的技术正在进入国际标准。

值得一提的是，2010 年，继我国 TD-SCDMA 成为第三代移动通信国际标准之后，由我国主导制定的 TD-LTE 技术标准在 ITU 研究组层面已经通过各项评估，进入第四代移动通信标准草案。

另获悉，在 2010 年召开的国际电信联盟全权代表大会上，中国以高票连任理事国，赵厚麟同时连任国际电联副秘书长。

国际电信联盟 (ITU) 是电信领域的权威性国际组织，负责全球电信标准的制定、无线电频谱的划分、卫星轨道的注册登记、全球码号资源的分配以及电信发展政策等重要事项。来源：2011-1-5 飞象网

[返回目录](#)

中国 TD-LTE 角逐 4G 标准 下载标清电影只需几秒

昨天，记者从业内获悉，继我国 TD-SCDMA 成为第三代移动通信国际标准之后，在 2010 年，由我国主导制定的 TD-LTE 技术标准在 ITU (国际电信联盟) 研究组层面已经通过各项评估，进入第四代移动通信标准 (4G) 草案。

据了解，4G 移动通信技术比当前已普遍使用的 3G 技术具有更强的优越性。业内人士表示，4G 系统在理论情况下，能够以 100Mbps 的速度无线下载，在试验网中，使用 4G 下载几百 M 的标清电影只需几秒钟，比目前的拨号上网快 2000 倍，无线上传的速度也能达到 20Mbps，并能够满足几乎所有用户对于无线服务的要求。4G 的推出将加快移动互联网的发展，并将进一步催生性能更加强大的智能移动终端。

虽然 TD-LTE 入选了 4G 标准草案，但据了解，入选 4G 候选标准草案的有六大方案。电信业独立分析师付亮分析，候选标准中，WIMAX 演进版基本会成为 4G 标准，而包括中国方案在内的其他五个 LTE 的演进版可能会整合出 1-2 个 4G 标准。目前，很难确定中国主导的标准能成为最后的国际标准，关键还要看各方的态度。

据介绍，ITU 是电信领域的权威性国际组织，负责全球电信标准的制定、无线电频谱的划分、卫星轨道的注册登记、全球码号资源的分配以及电信发展政策等重要事项。目前，包括 TD-LTE 在内的很多准 4G 网络已经在全世界各地开始商用。

应用

世博会“尝鲜” TD-LTE

2010 年世博会期间，中国移动搭建的 TD-LTE 网络就在上海世博园区开通了。当时记者现场体验了 TD-LTE 演示网的业务应用。在实测中，TD-LTE 的最高下载速率峰值可达到 28Mbps，是目前 TD-SCDMA 这个 3G 网络的 10 倍左右。世博会期间，TD-LTE 网络还担当了园区内移动高清视频监控、高清视频点播和移动高清会议的任务。2010 年年底，中国移动研究院网络研究所所长魏冰透露，2011 年，中国移动将建设 11 个 TD-LTE 试验网。日前，工业和信息化部已批复同意中国移动 TD-LTE 规模试验的总体方案，将在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门 6 个城市组织开展 TD-LTE 规模技术试验。来源：2011-1-6 新京报

[返回目录](#)

【终端】

闪联布局智能电网

“智能用电标识的启动，意味着我国智能用电从此拥有明确统一的标识身份，使智能用电产品成为新兴的产品序列，有助于推动形成统一的智能用电产业标准。”2010 年 12 月 28 日，闪联产业联盟理事长孙育宁在闪联智能用电标识启动仪式上表示。

孙育宁介绍说，所谓智能用电就是通过控制终端的可视化管理，使用户能及时、清晰地了解一天 24 小时中，不同电价时段的用电比例、各个家电的用电比例，从而帮助用户根据峰谷时段的不同电价合理用电。根据预测，通过智能用电服务系统，用户可减少用电费用 5% 以上，高峰用电量可减少 10% 左右。

记者在仪式现场的智能用电展示中看到，电视、电脑、厨房电器、冰箱等多种家电产品均被连接到一个统一的用电管理终端中，该终端会根据各自家庭的需

求按时分配电量，以达到最高的效率。孙育宁说，智能用电标准有望将各类家用电器的用电标准统一，并统一电器同电网的接入手段，以做到从个体家庭为单位提升整体的用电效率。

据了解，智能用电目前在全球范围仍没有一个统一的标准。国网信通公司总经理刘建明透露，加强智能用电试点是国家智能电网 2011 年的重要计划，在此前的试点中，已有 3.8 万用户开始智能用电，用电量大大减少，闪联推出的统一标识有望进一步推动智能用电的普及推广。

刘建明表示，先进的智能用电技术及应用推广普及，是智能电网建设的关键组成部分。2010 年 9 月，国网信通加入闪联产业联盟，工作重点是与产业联盟共同发挥平台优势，确立、修正和完善智能用电环节，智能电网和智能家电双向交互相关标准，推动智能用电标准化工作。

据他介绍，目前在无锡等地已开展了相关试点工作，“当地居民可以轻松远程控制智能家电，并能清楚了解每个电器的用电情况。居民利用远程控制智能家电还可以避开用电高峰，从而达到绿色低碳的目的。”

据悉，美的、联想、TCL、海信等闪联产业联盟成员均已开展相关产品的研发工作。广东康宝电器有限公司董事长罗小甲表示，康宝公司目前正在对其抽油烟机、消毒柜、热水器产品进行智能远程控制等试验。

刘建明介绍说，对于部分老式家电，通过一个内嵌了功能模块的智能插座可以实现远程控制等任务。不过，业内专家认为，家电产品的智能化，看起来非常简单，但在产品的实际开发过程中，还将面临如何将嵌入式系统与现有家电产品进行匹配的问题，因为这涉及到对现有家电产品的结构、运行模式、工作环境、使用习惯等进行磨合。随着网络技术的发展，物联网、3G、三网融合等一系列技术环境的成熟，家电的个体化智能还面临着向整体化智能转变的新课题研究。

中国轻工联嵌入式系统应用委员会主任韩作木梁认为，未来融合了红外线感应、全球定位系统、射频自动识别等一系列新技术手段的智能家电将越来越多地出现在人们的日常生活中。与此同时，家电的智能化升级也是未来的必然趋势，而闪联的核心价值在于，它为千家万户在通往信息化时代的道路上，扫除了“最末端的障碍”。通过植入闪联标准协议，各种 3C 终端都可以自动识别、无线连通，不同设备之间驱动、端口、网络配置不兼容等难题均可解决。来源：2011-1-6 中国经济时报

[返回目录](#)

符合充电器新标准手机年初问世

欧洲委员会日前宣布，兼容各品牌手机的通用充电器将于 2011 年初问世。

继 2009 年 6 月全球 14 家主要的手机生产商同意使用这种通用充电器后，欧洲委员会已向各个充电器生产商发去了详细的新的连接标准。这种充电器的技术规格，以现有的 MicroUSB 为标准，兼容性更好。多家手机巨头包括三星、苹果、诺基亚和黑莓手机生产商 RIM 等均已同意采用这种技术标准。其中，诺基亚、三星、LG、摩托罗拉、RIM 公司等已经开始生产兼容 MicroUSB 的手机产品，而苹果和索尼爱立信则会在 2011 年年初进行生产。

14 家主要的手机厂商以及其他的小型生产商均已准备根据这个标准作出相应的调整。然而，苹果的 iPod 连接器将会继续用于该系列配件中。欧洲委员会预计，首批充电器符合新标准的手机将会于 2011 年初问世。

欧洲有关采用通用充电器标准的努力始于 2009 年，其目的不仅是让消费者生活变得更加轻松，同时也是为了减少浪费。因为如果所有手机都使用相同标准的充电器，那么用户在更换手机后，就无需再购买新的充电器，从而节省了一笔开支，并且有利于环保。

支持采用这种新标准的 14 家公司分别是苹果、Emblaze Mobile、华为、LGE、摩托罗拉移动、NEC、诺基亚、高通、RIM、三星、索尼爱立信、TCT Mobile、德州仪器和 Atmel。预计首批使用这种新标准生产的产品将在 2011 年上半年在欧洲上市。

2010 年 1 月份，我国就已正式颁布“手机充电器通用标准”。该“标准”将手机与充电器的连接变成三段式结构。所谓“三段式结构”就是在手机侧规定了圆柱型、MiniUSB 和 MicroUSB 三种接口，实现了同一充电器可对不同品牌型号的手机进行充电。来源：2011-1-7 新民晚报

[返回目录](#)

【运营支撑】

发展中国家宽带最昂贵可承受性最差

国际电信联盟(ITU)在其发布的 2010 版《衡量信息社会发展》报告中对全球 161 个国家和地区的 2008 年至 2009 年间 ICT 服务的综合价格进行了详细的统计和分析。报告显示，ICT 综合价格水平下降已经成为一种国际现象。数据显示，中国三项主要通信业务综合价格都出现了较大规模的下滑，特别是固话综合价格

在人均国民总收入中的占比，更是大幅下滑了 51.1%，而移动电话综合价格和固定宽带综合价格占人均国民总收入的比例也分别出现了 17.5%和 23.6%的降幅。

ITU 的数据显示，2008 年至 2009 年间，ICT 综合价格指数中所包含的 161 个国家的 ICT 服务成本几乎均有所下降，平均降幅达 15%。其中，固定宽带服务价格降幅最大，达 42%，而移动电话和固定电话服务价格则分别下降了 25% 和 20%。

2009 年，ICT 综合价格指数的平均值相当于各国(地区)人均国民总收入(GNI)的 13%。ICT 服务价格相对其国民收入最低的十个经济体分别是：中国澳门、中国香港、新加坡、科威特、卢森堡、美国、丹麦、挪威、英国和冰岛。总体而言，发达国家国民为 ICT 服务支付的费用(占收入比为 1.5%)比发展中国家国民在此方面的投入(占比 17.5%)要高。这说明，除少数特例外，发达国家 ICT 服务的可承受性往往更强于发展中国家，最不发达国家的 ICT 服务的可承受性最差。

对三个分价格指数的分析表明，各国、各区域及不同服务间的价格变化幅度相当大。2009 年，移动电话分价格指数成为三个分价格指数中价格水平最低的一个。2009 年移动电话综合价格占月人均国民总收入的 5.7%，略低于固定电话综合价格(5.9%)，且远低于固定宽带综合价格(122%)。

固定电话价格相对最低的十个经济体在收入水平、发展现状和地理位置方面各不相同。他们包括伊朗、阿拉伯联合酋长国、白俄罗斯、新加坡、科威特、韩国和美国等。固定电话分价格指数价格水平降幅最大的十个国家全部为低收入非洲国家，这些国家的固定电话资费相对较高。

移动电话分价格指数水平最低的十个经济体包括中国香港、挪威、丹麦、新加坡和奥地利等。移动电话服务价格相对较低的国家在整体 ICT 综合价格指数中的排名较高且普遍是高收入经济体。2008 年至 2009 年间，移动电话资费出现大幅下降的国家包括阿塞拜疆(降幅为 81%)、斯里兰卡(降幅为 67%)、尼泊尔(降幅为 64%)、乌克兰(降幅为 58%)和墨西哥(降幅为 52%)。

各地区间的移动电话平均价格差别很大。欧洲移动电话价格仅占月收入的 1.1%，而非洲地区这一比例高达 17.7%。原独联体(CIS)地区的移动电话服务可承受性相对较强(平均占收入的 2.7%)，而美洲和亚太地区的这一百分比约为 3%，阿拉伯国家为 4.6%。尽管发达国家价格下降速度稍快，移动电话服务价格仍占月收入的 1.2%，而在发展中国家这一百分比为 7.8%。

由于固定宽带综合价格占月人均国民总收入的 122%，迄今为止它仍然是 ICT 综合价格指数中最昂贵的一个分价格指数。宽带价格相对最低的国家基本上都是在 ICT 综合价格指数排名中名列前茅的国家。他们是在 ICT 发展指数方面排

名高的高收入经济体，如中国香港、新加坡、丹麦、卢森堡、美国、英国、瑞士和瑞典。

按区域对固定宽带服务价格进行比较后可以看出，各区域之间，主要是非洲与其他区域之间的价格水平相差悬殊。平均算来，在非洲，高速互联网连接的服务价格占月人均国民总收入的 500%，因而该区域大多数人仍无法用上固定宽带。在阿拉伯国家和亚太区域，固定宽带综合价格分别占收入的 71%和 46%，而在美洲和原独联体区域，该百分比约为 10%。欧洲的固定宽带服务价格水平不到平均月收入的 2%，这是迄今为止固定宽带服务价格最低的地区。

发达国家和发展中国家之间的宽带价格差距同样明显，按购买力平价(PPP)计算，两大群体的平均价格分别为 28 美元和 190 美元(见图)。在发展中国家，宽带接入仍然是最昂贵且价格可承受性最差的一项服务。2009 年，仍然有 28 个国家的固定宽带综合价格超过月人均国民总收入，而 2008 年则有 29 个国家。这些国家在 ICT 发展指数方面的排名均相对靠后，从而进一步说明服务的价格可承受性对于建设包容性信息社会而言至关重要。来源：2011-1-7 人民邮电报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

手机资费占居民收入 5.43%

昨天，“移动通讯与中国社会”课题组公布，手机资费已经占到我国居民收入的 5.43%。

由中国社科院、北京大学及香港理工大学组成的“移动通讯与中国社会”课题组进行的调查涵盖大连、上海、广州、兰州、成都和南宁这 6 个城市的居民样本。

调查显示，6 个城市的手机人口月均资费为 71.72 元，手机资费已经占到居民收入的 5.43%，在年收入不到 1 万元的手机人口中，这一比例则达到了 10.31%。来源：2011-1-8 京华时报

[返回目录](#)

我国电信资费 5 年下降 41.93%

刚刚结束的 2011 年全国工业和信息化工作会议透露，2010 年前 11 个月，我国电信资费在 2009 年下降 9% 的基础上，又下降 11%。据政府主管部门统计，“十一五”期间，我国电信资费逆 CPI 过快上涨之势一路下降，5 年(2006 年~2010 年)总共下降了 41.93%，对整个国民经济价格体系的稳定产生了积极影响。

据政府主管部门统计，2005 年我国电信业务平均资费水平下降了 11.47%，2006 年下降了 13.6%，2007 年通过实行移动电话双向收费改单向收费以及全面清理资费套餐等措施，我国电信资费总体水平比 2006 年又下降了 13.6%。2008 年下降 11.8%，2009 年下降 9%，2010 年前 11 个月下降了 11%。综合计算，电信价格综合水平“十一五”下降了 41.93%。

另据统计，从 2006 年到 2010 年，全国电信业务收入增幅分别为 11.6%、11.2%、7%、3.9%、6.6%(2010 年前 10 个月)，但电信业务总量同期每年都以超过 20% 的增幅高速增长。量收之间的差距，也显示了通信业回馈用户的力度。

在 CPI 不断上扬的今天，为何电信资费会一路走低？专家认为，一是由于电信市场竞争激烈；二是通信技术进步导致了价格持续走低；三是政策主导的结果。

“十一五”期间，我国电信行业取得飞速发展，100% 的行政村通电话、100% 的乡镇能上网，95% 的行政村建立了农村信息服务站。3G 用户突破 4000 万户，3G 网络基本覆盖全国。与其他行业普遍存在的价格上涨不同的是，电信业的价格走势一路向下，电信业对国民经济和老百姓信息生活的支撑作用非常明显。

近年来，通信监管部门秉承以人为本、监管为民、追求全社会利益最大化的监管理念，积极稳妥地推进电信资费管理方式的改革，对基础性业务资费实行价格上限管制，电信运营企业只准降价，不许涨价，电信资费价格这只“鸟”只能在政府编制的“鸟笼”中飞行，逐步形成了有中国特色的电信资费管理体系。

自 2005 年起，监管部门陆续推出了移动电话带号转套餐政策、国内漫游通话费上限管制等措施，逐步引导企业实行单向收费，限制双向收费，降低了移动资费。

2009 年，为了加快电信资费市场化进程，工信部进一步调整了固定电话资费管理方式，逐步降低本地网的区间费，手机实行一费制，降低了漫游费，取消短信差别定价。

2010 年 1 月 1 日开始，移动电话在本地拨打长途电话时，只收取“长途通话费”一项资费。这些资费改革使消费者每年减少支出超过 80 亿元，使广大电信用户从电信业的改革和发展中得到更多的实惠。

目前，我国电信资费市场化形成机制和高效公平的电信资费监管机制初步建立；资费管理方式改革正深入推进，移动电话“双改单”、资费套餐等用户关心、关注的热点问题已经逐步得到解决。来源：2011-1-7 人民邮电报

[返回目录](#)

社科院调查显示手机资费已占居民收入 5%

在今天举行的“手机与社会”学术报告会上，“移动通信与中国社会”课题组对居民使用手机的状况的调查显示，手机资费已经占到居民收入的 5.43%，而在年收入不到 10000 元的手机人口中，占到了 10.31%。

从 2009 年开始，香港理工大学、中国社科院以及北京大学组成“移动通信与中国社会”课题组对居民使用手机的状况进行调查。本次调查涵盖大连、上海、广州、兰州、成都和南宁六个城市的居民样本，调查对象为在调查地居住半年以上的 18 岁以上的城乡居民。在手机资费方面，调查结果显示，手机资费已经占到居民收入的 5.43%，而在年收入不到 10000 元的手机人口中，占到了 10.31%。

中国社科院社会学所研究员沈崇麟表示，“手机资费从绝对数看似不大，调查显示只不过每人每月平均区区 71.72 元而已，但是如果从相对数看，把它与收入之比看，我们不难发现这已经不是一个小数”。

“六个城市的总统计数显示，手机人口的月均资费为 71.72 元。六市中广州最高，为 93.50 元，上海最低，为 55.99 元。成都次之，为 85.47 元，其余三个城市在伯仲间，都在六十多元。从绝对数看，连最高的广州也不到 100 元，似乎并不是很大。”沈崇麟说。

具体来看，大连的平均资费是 66.87 元，占收入的 5.58%；上海的平均资费是 55.99 元，占收入的 3.41%；广州的平均资费是 93.50 元，占收入的 6.00%；兰州的平均资费是 63.87 元，占收入的 5.79%；成都的平均资费是 85.47 元，占收入的 6.83%；南宁的平均资费是 67.05 元，占收入的 6.96%，六个城市的平均资费是 72.72 元，占收入的 5.43%。来源：2011-1-7 新浪科技

[返回目录](#)

中移动称手机阅读基地日均点击量超 1.7 亿次

中国移动浙江公司手机阅读基地总编辑傅晨舟在“2011 电子书产业峰会”上透露，中国移动手机阅读基地日均点击量已超过 1.7 亿次，月信息费收入超过 8 千万元。

傅晨舟透露，最新的统计数据显示，中国移动手机阅读基地日均点击量已超过 1.7 亿次，月信息费收入超过 8 千万元，业务推出以来，累计的访问用户已经超过 1 亿，应该来说整个业务发展在不断地上升。

傅晨舟进一步披露，中国移动手机阅读基地平台上点击超过 1 千万的书有 600 多本，点击超过 1 亿次的书有 40 多本，排行榜前 10 名原创书籍的总销售收入为同类原创文学网前 10 名书籍总收入的 14 倍。

中国移动为进军互联网业务曾布局了无线音乐、手机阅读、游戏、手机视频、位置、手机支付、手机动漫、应用商场等八大基地。其中，移动阅读基地设在浙江。

2009 年 9 月 23 日，中国移动在杭州宣布，计划未来五年内在浙江投资 5 亿元建设移动阅读基地，其中，两年内将向移动阅读基地投资 5000 万元。2010 年 5 月 5 日，中国移动浙江阅读基地正式商业化运营。来源：2011-1-9 新浪科技

[返回目录](#)

我国手机人口超 8 亿 手机成百姓开门第八件事

中国社会历来有“开门七件事：柴米油盐酱醋茶”之说，中国社会科学院社会所研究员沈崇麟昨天指出，中国手机人口已超过 8 亿，真正进入了千家万户，成为中国社会生活的“开门”第八件事。

由香港理工大学应用社会系、中国社会科学院社会学研究所和北京大学社会学系共同合作的“手机与社会”研究组，通过几年时间在大连、上海、广州、兰州、成都和南宁六市进行连续深入的调查统计指出，中国手机人口，在经过最初的缓慢增长后，从 1998 年开始到 2007 年十年间成飞速上升之势，每年平均上升 7 个百分点。

根据该调查数据估计，中国从 1987 年模拟网刚刚开通时，全国只有 300 多手机用户，到今天，中国社会总人口中手机人口的比例在 70% 左右，手机人口超过了 8 亿。按照目前的发展态势，手机人口突破 10 亿将指日可待。中国手机人口的构成，也由当初单一的大款，而包括了社会所有的阶层。手机人口的性别结构是男性的手机拥有率明显高于女性，前者比后者高出 9.08 个百分点。同时，城乡差别也得到体现，非农户口的手机人口的比例高出农村户口的手机人口 17.6 个百分点。

沈崇麟研究员特别指出，从年龄结构看，中青年人口是手机人口的主体，但在几乎所有的年龄段，都有手机用户。从本次调查的数据看，手机人口中，年龄

最小的只有 8 岁，最大的已经 89 岁。手机人口向老年和少年人口的扩张，特别是向少年人口的扩张，由此可能引发和已经产生的问题应该引起社会的重视。来源：2011-1-8 深圳商报

[返回目录](#)

研究称未来 5 年企业移动游戏广告支出将增 10 倍

未来数年移动游戏有望成为广告客户的主要目标。

市场研究公司 Juniper Research 称，2010 年企业在移动游戏广告方面的支出为 8700 万美元。但未来 5 年广告客户将更加关注该领域。Juniper Research 预计仅 2015 年企业在移动游戏广告领域的支出将高达 8.94 亿美元。

但这并不意味着广告将主导移动游戏营收。恰恰相反，Juniper Research 认为开发人员针对下载游戏或购买游戏中虚拟物品的消费者收取的费用将高达 10 倍以上。

2010 年 11 月，Juniper 发布报告预测，2015 年总移动游戏营收将达到 110 亿美元。这对《愤怒的小鸟》游戏开发商 Rovio 是个好消息。

Rovio 除了提供全球最受欢迎的移动游戏之一外（该游戏每天拥有逾 5000 万玩家，每天玩游戏时间累计 2 亿分钟），还计划发布一款新的应用内支付系统——Bad Piggy Bank，便于消费者购买游戏内的内容，通过手机账单支付，打造“一键通”支付系统。

开发人员需要与 Rovio 签署协议后方可使用 Bad Piggy Bank。Rovio 尚未披露与开发人员分成营收的协议细节，但指出其模式较当前应用商店分成模式好得多。Bad Piggy Bank 计划于 2011 年晚些时候发布。来源：2011-1-6 科技资讯网

[返回目录](#)

【市场反馈】

数据业务激增或催生中移动拓新商业模式

在体育场听演唱会的歌迷小凯想连线朋友，但拨了好几个电话都没有打通，这样的情况，在遇到演唱会和球赛的时候常常会出现，尤其是近两年。对此，中移动设备供应商，爱立信的一位销售经理表示，出现这一现象的主要原因是因网页浏览、手机 QQ 使中移动的数据业务大量增长。

该经理表示，但通过排查发现，数据系统并没有出现故障，电话打不通的原因主要是演唱会现场大量的用户挂着手机 QQ，占据了信令信道，导致语音电话打不通。

信令是指手机或固话向交换机发出的告诉我们可以拨号的信息。而手机 QQ 占据信令信道的情况就类似于一直在呼叫而对方始终没有接听。如果大量的手机同时占据了信令通道的时候，语音通话就无法进行了。

因为基站多、覆盖范围广，通话质量一直是中移动引以为傲的卖点，但因为“手机 QQ”这样的数据业务占据了信令信道，系统承受的压力正变得越来越大。

激增的数据业务

不仅如此，数据业务仍有急剧上升的趋势。中移动总裁李跃在出席亚洲移动通信大会论坛时表示，智能手机服务推出后，虽然中移动数据业务使用量以高速增长，每年增加 1 倍，但这并未给中移动带来可观收入。

有数据显示，在数据业务大量增长的情况下，中移动在 2010 年只取得了个位数增长，而此前，中移动的收入一直维持双位数增长。

“在移动互联网时代，很多用户公用资源，分享信道，运营商的网络承担更多的压力，却没有带来更多收入。”中移动产业研究院研究员丁迅说。

在广东，腾讯的大本营，QQ 占据着中移动广东移动数据业务量的 40%，这个份额在全国情况差别不大。中移动一直努力推动的无线 WLAN 分流缓解流量压力，但效果并不明显。而通过改变固网模式下，对 SP(移动互联网服务内容应用服务的直接提供者)们的包月收费方式、限制用户的流量、分档收费也并不容易被接受。

3G 催生数据流量爆炸式增长

此前，工信部部长李毅中曾表示，为了应对金融危机、投资拉动经济，2009-2010 年预计完成 3G 投资 2800 亿元。

这意味着，作为 3G 龙头的中移动有义务继续推动 3G 产业链的建立，这其中就包括“中国移动在推动移动互联网产业开放和合作的过程中，将对所有终端及内容提供开放，并在开放中加强平台建设。”如王建宙强调的，“中移动必须适应数据流量的爆炸式增长。”

一方面，中移动正在加快 3G 网络扩容，到 2011 年年底的 3G 基站总数将超 20 万个；此外，中移动将在继续降低 3G 手机价格的同时，采购高质量的 3G 智能手机。根据中移动的规划，2011 年 TD 网络将覆盖全国 100% 的城市。

目前，中国移动的用户在 10 个 TD 城市已可通过“三不政策”——不换卡、不换号、不用登记，实现由 2G 用户向 3G 用户的转变。不过切换成功率不高、

终端不稳定、缺乏测试工具等问题仍然存在。所以短期之内，中移动还无法实现语言业务走 2G 网络，数据业务走 3G 网络的分配方式。

改变固话模式下的商业模式：与腾讯合作

但这并不表示，固话模式下形成的商业模式将维持下去，“公司领导层也希望与 QQ 合作，但传闻(指中移动和腾讯高层年初见面的传闻)也表示有很多改变的空间。”一位中移动内部人员表示，“腾讯占的量比较大，也许和腾讯谈完，才能和其他的谈。”

事实上，现在的中移动内部也有两种声音，一种是希望通过腾讯这样的互联网服务提供商为中移动保留大量用户，尤其是年轻用户，从而使中移动在联通的竞争中不是去太大份额。另一种则支持中移动对腾讯这样的 SP 重新定价。

前者认为，技术是由需求推动的，需求会推动运营商想更多的解决办法。就像之前的过节短信拥堵一样，解决后，中移动的用户也更为忠实。而后者则表示，卖给他们卖便宜了，应该重新进行商业谈判。

经过这几年的发展，中移动其实在各个互联网应用领域的布局基本已经到位，如飞信、卓望旗下的 139 信箱、说客，以及播思，这些与互联网有关应用、软件平台等产品业务规模加起来，差不多等于一个腾讯。从业务层面和终端层面重新设置商业模式——比如移动电子商务平台，有可能给中移动带来更多的机会。

但这并不表示，中移动会与腾讯不欢而散，目前，记者尚未获悉中移动可能与腾讯正在进行的谈判以及细节。但可以想象的是，中移动要在将数据业务上卖个好价钱，在留住由数据业务带来的用户的同时，与 SP 和谐共荣，更需要处理好与腾讯们的关系。毕竟腾讯的心跳代表的是中国整个互联网的声音。来源：2011-1-10 经济观察网

[返回目录](#)

调查显示移动支付为 2011 年最热门移动服务

美国移动咨询公司 Chetan Sharma Consulting 的最新调查报告显示，在移动行业高管看来，2011 年最热门的服务既不是地理定位服务，也不是网络电话或移动广告，而是移动支付。

调查显示，2011 年第二热门的移动技术是移动商务，移动广告和移动优惠券分居第三和第四位。

除此之外，该调查还显示，移动支付领域最大的赢家将是 Visa 和万事达两家金融机构，他们获得了超过 30% 支持率，移动运营商获得的票数位居第二。

另外，谷歌、PayPal 和手机制造商分别位居第三至第五位，而排名第六的是 Boku 和 Zong 等资金充裕的创业企业。这些公司允许用户通过手机话费购买产品，而 Facebook 则位列最后一名，支持率仅为 5%。

在未上榜的企业中，最引人关注的是苹果和亚马逊。前者通过 iTunes 建立起了优秀的支付平台，而亚马逊也为开发者提供了一个移动支付平台。

目前为止，美国的移动支付行业主要还是由数字产品的买卖构成，例如音乐和 Facebook 游戏中的虚拟商品。由于各方对收入分成存在巨大的分歧，因此该行业尚未成功拓展到实体商品领域。由于需要对收入进行分成，因此原本利润率就不高的商品很难部署移动支付业务。

但这一点仍然有望改变。有 30% 的受访移动行业高管认为，“通过移动平台出售非数字商品”的业务将在 2011 年步入正轨。

本次调查对象包括 225 名移动行业高管，其中 33% 为首席级别，55% 位于北美。

在被问及“哪类企业受到移动行业的影响最大”时，有近半数受访者选择零售企业，位居第一，其次则是销售(不足 20%)和保健(不足 20%)。来源：2011-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

全球电信业入复苏通道 移动互联网成重要驱动力

受世界经济呈现复苏态势的推动，全球电信业正逐步走出发展的低谷。在网络设备投资方面，据市场研究机构 Infonetics Research 预测，2011 年电信运营商的资本支出将开始反弹，升幅为 1.6%，标志着新一轮投资的开始。从各大电信运营商最新公布的财报来看，截至 2010 年 9 月 30 日，沃达丰、AT&T 以及西班牙电信等公司业绩增长显著，尤其是移动数据业务成为发展的最大亮点，也使电信运营商面临不小的考验。

2010 年全球电信业发展突破拐点

全球性的经济复苏将为电信业的发展注入强劲动力。根据中国社科院日前发布的《世界经济黄皮书：2011 年世界经济形势分析与预测》，2010 年全球经济将增长 4.8%，正从“大衰退”中艰难走出，预计 2011 年世界经济将继续维持缓慢且不平衡、不稳定的增长。随着整体经济环境的向好，市场消费需求的复苏，全球电信业将逐渐摆脱困境。工信部电信研究院专家预计，2010 年全球电信运营收入将增长 3% 左右，达到 1.7 万亿美元。

同时，由于整体电信市场的恢复增长，加上各国纷纷出台的宽带升级政策，将使电信网络设备投资出现回升。种种迹象表明，各国电信运营商网络投资将主要聚焦两个方面：一是宽带网络的升级，美国、英国、澳大利亚、韩国、新加坡等国均对高速宽带网进行规划，芬兰甚至把宽带接入权确认为公民基本权利之一；二是下一代移动通信网络的建设，欧美和日韩运营商都在加紧部署 LTE 网络，瑞典、美国、日本等国运营商已推出 LTE 商用服务。

2009 年，受宏观经济的疲弱影响，全球电信运营发展显现颓势。数据显示，2009 年全球电信运营收入为 1.65 万亿美元，同比下降 2.5%，自上世纪 90 年代以来首次负增长。在此背景下，欧美运营商大多削减网络投资，这使全球电信市场的投资规模下滑。根据市场调查公司 Gartner 的测算，2009 年全球电信设备投资比 2008 年下降 4.2%。2009 年，全球电信业增长陷入迟滞。

2010 年无疑是具有转折意义的一年，不仅电信运营收入已开始步入上升通道，而且电信运营商的资本支出降幅收窄。以 AT&T 为例，2010 年第三季度财报显示，当期营收达 315.8 亿美元，高于 2009 年同期的 307.3 亿美元，超出了华尔街的预期。另据 Infonetics Research 报告显示，全球电信运营商的资本支出 2009 年下降 5.3%，2010 年下滑 3%。工信部电信研究院专家刘默认为，从全球电信业的总体走势看，电信运营将在 2010 年以后实现复苏和持续增长。

数据业务增长成重要驱动力

数据业务已成移动市场的主要成长动力，而且是电信运营商发展的重点。以沃达丰为例，根据沃达丰发布的财报显示，截至 2010 年 9 月，其营业收入达到 226 亿英镑，与 2009 年同期相比增长 3.9%，净利润为 75 亿英镑，与 2009 年同期相比增长 56%。沃达丰表示，在未来的发展中仍将侧重于数据业务的发展。数据业务收入持续稳定增长，在电信运营商移动业务中占比继续增加。北美运营商移动数据业务发展尤为突出，非短信类收入占其移动数据业务收入比重超过 65%。

在移动数据业务发展方面，由于越来越多的消费者习惯于手机上网，同时，丰富的网络内容和应用刺激了消费者对移动互联网服务的使用，电信运营商因此通过流量费、应用分成等形式取得收入的增长。据国际电信联盟一份《2010 年的世界：信息通信技术的实施和数字》的报告显示，移动宽带过去几年出现了大幅增长。全球 3G 注册用户数已经达到 9.4 亿，2005 年时的这一数字仅为 7200 万。

随着全球移动互联网的不断发展，来自数据业务和语音业务的收入差距逐渐缩小，且数据业务大有赶超之势。伦敦市场调研公司 Ovum 预测，2015 年全球移动数据收入将从 2010 年的 9068.2 亿美元增至 1 万亿美元，增幅 10%。相比

之下，2015 年全球移动语音业务收入将从 2010 年的 6633.6 亿美元降至 6079.1 亿美元，下降 8.4%。根据独立电信分析师在“2010 至 2015 年区域与各国移动电话预测组合”中公布的数据显示，亚太地区的语音服务收入将会从 2010 年的 1820 亿美元开始下降，到 2015 年将只剩下 1760 亿美元。同时，移动数据服务的收入将有稳健的增长，2010 年市场规模为 840 亿美元，到 2015 年将增长为 1330 亿美元的规模。

数据流量的爆炸式增长给运营商带来巨大的发展机遇。工信部总工程师苏金生日前在“2010 移动互联网国际研讨会”上表示，从 2007 年到 2009 年全球移动语音流量增长两倍，移动数据流量增长 18 倍。另据市场调研公司 Coda Research Consultancy 2010 年 3 月发布的报告称，随着 iPhone、Android 等手机的日渐兴起，未来五年内手机数据流将会增长 40 倍。到 2015 年，移动数据营收(不包括短信收入)将占据运营商总数据营收的 87%。

智能手机的拉动效应使数据流量急剧增长。花旗银行近日发表的一份报告称，2010 年全球智能手机销量增长 53%，预计 2011 年全球智能手机市场将增长 29%，并将以每年 20% 左右的速度增长到 2013 年。该报告还援引调研公司 Gartner 的预计称，2010 年整个应用市场的规模大约为 40 亿美元，到 2013 年将增至 270 亿美元。智能手机的日益普及驱动应用市场的迅猛发展，花旗银行认为其影响力可与 2000 年初宽带的普及相提并论。

移动互联网发展喜中有忧

电信运营商对数据业务的迅猛发展可谓既爱又恨。数据流量飞速增长让运营商看到了发展的机会，也给运营商网络扩容带来压力：一方面，手机上网用户的增长使移动网络带宽面临考验；另一方面，移动互联网应用大量消耗网络资源。可见，面对庞大的数据流量，运营商如果应对不当，移动互联网的“美酒”就很可能变成“苦果”。AT&T、O2 等运营商都曾相继遭遇因数据流暴增而导致的网络瓶颈问题。

有消息称，日前，AT&T 公司与高通公司达成了以 19.3 亿美元收购后者无线频谱的协议，以应对用户对带宽日趋增长的需求。AT&T 所收购的频谱“都是高质量的频谱，集中在城市地区，穿透墙壁和窗户的能力非常强”。有分析师表示，收购高通的频谱将有助于 AT&T 缓解网络拥塞问题。此外，AT&T 在一些重点地区扩大 WiFi 覆盖范围以分流数据流量。加强 3G 网络和 WiFi 网络的协同，也是有效实现 3G 移动互联网流量分流的一种方式。

不仅如此，电信运营商在移动互联网时代还面临更加激烈的竞争，包括运营商之间的同质竞争和运营商和互联网业界等的异质竞争。运营商的确从数据业务发展中获益，但也面临网络投资回报率降低的风险。对此，欧洲移动运营商日前

表示，谷歌、苹果和 Facebook 的服务占用了大量网络带宽，应承担数十亿美元的网络建设投资的一部分。同时，运营商还在寻求途径，向那些占用大量带宽的用户收取更多费用。

诸如苹果这样的公司对电信运营商而言“亦敌亦友”。运营商一方面需要借助苹果 iPhone 的影响力实现数据业务收入的增长，另一方面在产业链上可能面临被管道化、边缘化的风险。在 2010 年世界移动通信大会上，全球 24 家大型电信运营商宣布成立“大规模应用软件联盟”，以建设一个便于为所有手机用户提供应用软件的统一平台。该举措被认为是与苹果公司的应用软件商店进行竞争。

在智能手机市场上极具盈利潜力的服务领域，沃达丰、法国电信及其他运营商的表现一直以来都在苹果、谷歌和 Facebook 等公司面前相形见绌，但现在这些运营商正试图收复失地。据报道，为避免仅作为搭载苹果、谷歌及其他公司的服务和应用的“管道”，运营商目前正开始把业务范围拓展到传统业务以外，并计划推出自己的应用。

移动互联网将成为电信运营业深化转型并获得新增长点的关键机遇。当前，全球电信业发展呈现以下几个特征：电信市场向信息市场转型，电信用户向信息用户转变，电信消费向信息消费演进，在这样的背景下，电信运营商应与其他行业合作并实现有效整合才能满足消费者多样化、个性化需求。专家表示，我国电信运营业也面临着与其他行业的融合与重构，需要依靠诸如移动互联网等产业的优势，为整体行业注入新的增长动力。来源：2011-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

iPhone 4 带动 3C 数码销售：热门奢侈手机比车贵

2011 年元旦节日数码产品消费日益火爆。据了解，不少公司将数码产品作为节日赠礼的首选，并且从以往价值较低的商品转向了更为丰富的产品线，不少热门了一年的 3C 产品，仍在这个时节继续发力，其销售份额随之节节攀高。

iPhone 4 带动周边数码销售

2011 年元旦，数码相机、手机、电脑等 3C 产品销量飙升。上海国美市场部经理葛森告诉《IT 时报》记者，往年元旦 3C 产品一般销量同比也就增长 30% 左右，而 2011 年整体销量飙升了 200%。同样，苏宁电器市场部也传来消息，2011 年元旦手机、数码相机、电脑等产品销量分别同比增长了 92%、121%、208%。

两位被访者均表示，2011 年 3C 产品销量飙升的背后——iPhone 4 热销的带动功不可没。据悉，国美仅元旦当天，iPhone 4 就卖出了超过 1500 台，3 天

内总共销量超 3000 台。苏宁市场部同样对 iPhone 4 的热销给予了肯定，“每次苏宁 iPhone 4 的现货一到，两天之内就马上售罄。”而万得城中国采购总监 Bernhard Widmann 告诉记者，万得城的 iPhone 4 一直脱销，只能采取网上预订的方式购买，网上订购的页面一开放名额，5 到 10 分钟就会被全部预购完毕。

四处托朋友购买 iPhone 4 的张晨在得知万得城官网上能预订后，天天守在电脑边，“我怎么就是看不到有预约开放的时候呢？”与他不同，王小姐很幸运地订到一台 16G 的 iPhone 4，“自上次预订成功后，我就再也没碰到这样的好事，我还想再订一个 32G 的呢，可官网上预约机会一直碰不到。”

“2011 年 3C 热销主要原因在于 iPhone 4 的带动，它引领了数码相机、电脑等周边产品的销售。”葛森说道。记者还获悉，不光 iPhone 4 热销，iPad、iTouch 也同属畅销品。元旦期间，国美的 iPad 总量为 2000 台以上，超过平常一个月的总量。而百思买的工作人员还向记者透露，年底不少单位集体采购苹果产品，其中以 iPad、iTouch 和 iPod Nano 最多。

郊区营业额顶起“半边天”

相对于往年来说，2011 年元旦，上海郊区的整体销售情况非常不错，青浦、奉贤、南汇、嘉定、松江等区爆发尤为明显。葛森告诉记者，元旦期间国美郊区的销售额占到了上海整体销售额的一半，而其他时候，郊区的销售额大概只有 35% 左右。

“郊区之所以畅销有两个原因，第一个是我们把 iPhone 4、iPad 等热销产品的货铺到了郊区，带动了这些地区的销售；其次，郊区卖场相对市区较为分散，所以大型卖场的节假日消费更为明显，销售额要远远超过平时。”葛森如此告诉记者。

另外，郊区销售量不错的原因还在于电脑的热销，苏宁市场部透露，“在电脑专卖店是无法参加以旧换新的，而我们这种大型卖场则不同，节假日更多顾客前来选购电脑并参加以旧换新，便宜了不少，对我们而言，销售量成倍增加。”

奢侈品手机元旦热卖

乘着新年购物礼赠的上佳时机，不少平日令普通消费者望而却步的奢侈数码产品销量也稳步上升。记者走访了高端手机 Vertu 在恒隆广场的专卖店，销售人员向记者介绍，元旦前后 Vertu 专门推出了两个系列的最新款机型，其中一款 Quest 手机推出粉色和黑色两个款式，由于其属于配备塞班最新系统的商务智能机，售价高达 65000 元。销售员称，别看价格超高，Vertu 购买者可大有人在，有些经典机型最多时候一天就能卖出 10 多部。“元旦前 Quest 还未上市就已有有人提前进行预订，3 日刚刚到货即有 3 台售出，目前柜台中只有一款样机。由于其比较符合商务馈赠的特征，预订者依然络绎不绝。”销售员表示。

Vertu 手机在元旦期间销量最佳的是 Asent 系列，其中售价 56000 元的一款手机由于外形酷似跑车车身线条，钛金属外壳搭配碳纤维皮革，在外观较为奢华的同时“性价比”较高，故而元旦短短数天就售出 10 多部，消费者主要为年轻群体。

与几年前相比，Vertu 手机外壳上更多地应用黄金、白金、钛金属等材料，屏幕采用蓝宝石水晶面，形态更为奢华，售价也普遍增高，每部两三万元的手机已难觅踪影。最为老牌的 Signature 系列一直是热销产品，其最高售价已达数十万元，最低也在十多万元，但元旦期间仍有数台收到了预订。

业内人士分析，由于 iPhone 当下太为普及，市面具有特色的其他手机已然不多，不少公司馈赠或个性人士已将目光转向注重独特性的奢侈手机，虽然其售价甚至超过一辆汽车，但在奢侈品消费热情高涨的国内，仍然拥有很大市场空间。
来源：2011-1-10 IT 时报

[返回目录](#)

2010 年 11 月美国 Android 手机用户数首超 iPhone

市场研究公司 comScore 的数据显示，2010 年 11 月，美国 Android 手机用户数首次超越了 iPhone。

据 comScore 估计，2010 年 11 月美国智能手机用户为 6150 万人，其中 26% 拥有 Android 手机，25% 拥有 iPhone。而在 2010 年 10 月，iPhone 的占有率为 24.6%，略高于 Android 手机的 23.5%。

需要指出的是，这些数字是指现有的智能手机用户数，而不是指新手机的销售状况。在新手机销量方面，Android 也超越了 iPhone。

在美国，黑莓仍然是用户最多的手机品牌，占据着 33% 的市场份额。但当月，黑莓的份额下降了 4 个百分点，而 Android 的份额上升了 6 个百分点。苹果 iPhone 的份额增长不到一个百分点，这也意味着仅通过 AT&T 销售的 iPhone 在美国接近饱和。

即便 Verizon 也成为 iPhone 的运营商，能否提振 iPhone 的销售还有待观察，因为 Verizon 可能只会挤占 AT&T 的市场。来源：2011-1-7 新浪科技

[返回目录](#)

2010 年 3G 投资前低后高 国内设备商呈现整体优势

金融危机的阴霾在 2010 年末逐渐散去，增长提速的“一米阳光”出现端倪。虽然 2010 年的 3G 投资在上半年一度增速缓慢并引发业界担忧，但是工信部在 2010 年底公布的前 11 月数据显示，在 2010 年下半年投资总额开始逐渐走高，2011 年通信设备增长有望高开。

广发证券指出，2010 年第四季度通信设备板块整体涨幅达 16.46%，分别超出同期上证、深证上涨指数 5.5%、4.7%。

投资强劲带来新变化

2010 年的 3G 投资在上半年速度相对较慢，曾一度引发业界的担忧，但事实证明，3G 建设的投资在下半年迅速增加，业界对扫去金融危机阴霾的信心大增。

2010 年以来，我国电子信息产业固定资产投资持续增长，成为工业投资较快的领域。2010 年 1-11 月，电子信息产业投资高速增长，新增固定资产较多，但新开工项目数出现下滑，投资结构出现新的变化。

根据工信部最新统计数据显示，2010 年 1-11 月，电子信息产业 500 万元以上项目完成固定资产投资 5245 亿元，同比增长 43.6%，比 2009 年同期高 28.5 个百分点。

民族证券电子行业分析师王晓艳指出，“十一五”期间，虽然经历了金融危机的影响，但国内通信设备行业却保持了较快增长势头，行业利润复合增速约 15% 左右。展望“十二五”，我国通信设备企业将有望继续在国内市场全面开花。

3G 带动产业回暖

近两年的通信设备制造业得以快速回暖的重要原因在于 3G 启动。“十一五”期间，受 3G 产业带动，通信设备制造业利润逆势增长，已然成为电子信息产业异军突起的行业。日前，工信部副部长奚国华表示，我国 3G 用户总数已达 4000 多万。3G 对行业的提振作用已然显现。

2009 年 1 月，为应对金融危机，刺激投资，提振内需，促进经济增长，按照国务院的部署和要求，工业和信息化部向中国三大移动通信运营商发放了 3G 牌照，包括 TD-SCDMA、CDMA2000 EVDO 和 WCDMA 在内的我国第三代移动通信正式开局。

经过近年来的努力，3G 设备研发、网络建设、业务开发、市场推广有序展开，呈现起步扎实、开局良好、快速推进、规范有序的发展态势，中国 3G 的产业化、商业化进程明显加快。

与此同时，在 3G 高速发展之际，向下一代技术发展的演进亦在有条不紊的进行。东方证券通信行业分析师周军认为，预计国内通信设备商在未来 1-2 年内就能迎来一个超越 3G 投资规模，迎来 4000 亿元的行业发展机遇。截至 2010 年 10 月底，诺基亚西门子通信在全球已获得 20 份 LTE 商用合同，居行业之首，华为也已获得 18 个 LTE 商用网合。截至 2010 年第二季度，中兴通讯在国际上部署了 7 个 LTE 商用网络和近 50 多个试验网。

国内设备商展现整体优势

3G 所带来的行业快速增长也使得中国市场成为全球争夺最激烈的市场，而国产通信设备商在这一过程中迅速确立了自己的地位。

工信部副部长奚国华在会议上，高度赞扬了国内通信设备厂商近年来的表现，他说：“华为、中兴等通信设备制造企业已经发展成为世界一流的设备制造商，在全球通信设备市场上可以与传统的国际巨头相抗衡，改写了过去我国所有通信设备依靠进口的格局。特别是我国具有自主知识产权的 TD-SCDMA 十年磨一剑，取得显著成就。”

整个“十一五”期间，我国电子信息产业中的高科技产业迅速成长，技术含量较高的通信产品产量增长迅速，以华为、中兴通讯等为代表的中国通信设备企业成功进入了各种通信产品的高端市场，在欧洲、拉美、独联体、亚太、北美等市场取得了一系列重大进展，全球市场份额不断上升。无论是技术含量、市场范围，还是订单的数额，均获得了突破性的进展。全球电信市场越来越认可中国电信设备制造商的技术实力和服务能力。前几年中国通信设备在海外的拓展主要优势是价格，但是现在已经提升为整体优势。

面对“十二五”开局，国内设备商更应找准市场定位，抓住新的市场机遇，以新一代信息技术和信息网络发展为契机，推动融合型技术和业务创新发展，逐步做大做强，成为行业领导者。来源：2011-1-5 通信信息报

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟



踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

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