



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. 02. 16

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 手机有望以旧换新？

日前，商务部部长陈德铭明确表示，2011年将继续实施以旧换新政策，并且还将适当增加以旧换新家电产品的品种，但具体新增哪种产品却并未透露。消息令市场兴奋，也引起了消费者的广泛关注。目前只有彩电、冰箱、洗衣机、空调和电脑等大家电享有以旧换新特权，待以旧换新扩容后，新纳入的产品很可能是小家电和手机。而手机无疑是消费者最希望纳入的产品之一，因为手机更换需求频繁，假如手机也能换新，那么将有更多消费者受惠。

■ 移动安全市场优势在欧美

2011年，中国整体经济潜力仍然足够大，主要体现在两个方面，首先是人口城镇化，这是一个巨大的市场。其次是产业升级空间很大，尤其是服务行业，会有一部分群体更加重视生活品质，提出更高要求。

■ 运营商盛世危言：管道化明显 向互联网学习

“产业跨界融合带来的生态系统变化，将给传统电信市场带来深刻变化，电信运营企业有可能适者生存继续蓬勃发展，也有可能丧失机会而每况愈下。”面对来自生态系统变化的挑战，中国移动董事长王建宙在2011年工作会上感慨道，当下，必须“深刻认识前所未有的重大挑战”。

■ IT巨头纷纷调整战略 布局移动互联网谁更胜一筹

2011年刚开始的关注点似乎都集中在了移动互联网方面，谷歌CEO换人、雅虎裁员、MSN发力社交网络等事件都可圈可点，围绕移动互联网话语权的争夺正愈演愈烈。

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
手机有望以旧换新?	5
魅族：在山寨与苹果之间	6
移动安全市场优势在欧美	10
调动主导运营商积极性是携号转网成功关键	10
运营商盛世危言：管道化明显 向互联网学习	13
IT 巨头纷纷调整战略 布局移动互联网谁更胜一筹	16
产业环境篇	19
【政策监管】	19
宁夏出台无线电管理办法	19
工信部否认征询运营商新重组方案	20
工信部：2011 年 83%行政村将通宽带	21
工信部新任命两名副部长 均出自政府系统	22
工信部 2011 年 1 月发 523 张电信设备进网许可证	23
【国内行业环境】	23
台北市可望实现全市免费无线上网	23
京“制”数字电视国标开辟海外市场	24
中国 3G 用户数达标任务艰巨：尚有 1 亿缺口	24
传国内厂商将推不足 100 美元 Android 智能手机	25
中国对进口非色散位移单模光纤实施临时反倾销	26
【国际行业环境】	26
印度称所有电信业务都得受监控	26
德国电信与法国电信共享旗下网络	27
奥巴马计划投资 50 亿美元发展无线互联网	27
消息称欧盟将中兴华为银行授信当政府补贴	28
印度电信管理局建议大幅提高 2G 网络频谱价格	28
AT&T 推出无限语音通话服务 任意拨打美国手机号	29
运营竞争篇	29
【竞合场域】	29
HTC 与中华电信战略合作	29
通讯业巨头纷纷涉足团购营销	30
应用开发商成为移动通信世界大会争夺热点	31

Skype 推移动运营商合作项目以拓展新兴市场	32
电信高层齐聚西班牙移动通信大会商讨业内局势	33
【中国移动】	34
中移动与 9 家运营商签署 TD-LTE 合作协议	34
【中国电信】	35
电信加大农村营业厅部署力度	35
中国电信携手华为建设全球首个 iODN 商用实验局	36
【中国联通】	36
中国联通沃商店步入正轨注册用户已过百万	36
制造跟踪篇	37
【中兴】	37
中兴 CFO: 美国政府应推动商业公平	37
中兴计划将 2011 年智能手机销量提升 4 倍	38
中兴通讯全球国际专利申请量跃居全球第二	38
中兴拟大举进军美国市场: 2011 年产品线扩大一倍	39
【华为】	40
华为智能手机单款百日破百万	40
华为携移动解决方案及终端亮相巴展	40
华为在美收购行动再受阻 稍晚时间将做出回应	41
【诺基亚】	43
诺基亚将进行战略调整	43
诺基亚自称“处于危机时刻”	43
诺基亚进入震荡期 国际高管或面临调整	44
诺基亚计划未来再销售 1.5 亿台塞班手机	45
诺基亚与微软合作 将采用 Windows Phone	45
分析师称诺基亚有可能使用 WP7 手机操作系统	47
诺基亚今将公布新战略 CEO 称要确保产品个性化	47
【其他制造商】	48
Android2010 年市场份额超 iOS 和 RIM	48
索尼爱立信正式发布 PSP 游戏智能手机	49
服务增值篇	49
【趋势观察】	49
专家称智能管道是运营商出路	49
CDMA 版 iPhone 或激发产业链潜能	52

山寨机 2011 年将达到 2.55 亿台规模	54
投行预测联通今明两年 3G 收入大增净利下降	56
【移动增值服务】	57
北京电信黑莓手机业务向个人开放	57
【网络增值服务】	57
电信联通停止小灵通新入网 广出优惠督促转网	57
技术情报篇	59
【视频通信】	59
南方传媒获互联网电视正式牌照	59
YouTube 与 LG 合作推广 3D 视频业务	59
【电信网络】	60
研究称 2012 年 LTE 将逆转 WiMax	60
O2 与 T-Mobile 共建共享捷克 3G 网络	61
Verizon 完成商用 LTE 网络首次语音通话	61
【终端】	62
软银联合中兴共推一键应急手机	62
华为推出全新智能手机 IDEOS X3	62
华为终端推新款平板电脑 S7 slim	63
GSM 协会建工作组界定嵌入式 SIM 卡	63
华为推出 15 秒极速连接上网卡“闪电猫”	64
华为推出首款“媒体共享型” Mobile Wifi	64
【运营支撑】	64
欧盟通用手机充电器选定 USB	64
中国标准不等于欧盟标准：各管充电线一头	66
市场跟踪篇	66
【数据参考】	66
中国每百人有手机 64.4 部	66
我国手机上网用户达 2.88 亿	67
2010 年全球智能手机销量增长 72%	67
2010 年美国智能手机普及率为 27%	69
2010 年第 4 季度国内移动 IM 用户 4.63 亿	70
【市场反馈】	70
手机销售创 4 年最高增幅	70
Android 成最受欢迎智能手机平台	71

第四季度智能手机销量首次超过 PC	71
山寨机市场萎缩 传统市场优势不在	72
印度低收入者希望更换本土手机品牌	73
移动网络覆盖区域加大 网优行业增长可期	74
运营商携号转网脚步不一 用户普及与预期相左	75
移动电子商务潜流涌动 支付方式创新不足成瓶颈	76

亚博聚焦

手机有望以旧换新?

日前，商务部部长陈德铭明确表示，2011年将继续实施以旧换新政策，并且还将适当增加以旧换新家电产品的品种，但具体新增哪种产品却并未透露。消息令市场兴奋，也引起了消费者的广泛关注。目前只有彩电、冰箱、洗衣机、空调和电脑等大家电享有以旧换新特权，待以旧换新扩容后，新纳入的产品很可能是小家电和手机。而手机无疑是消费者最希望纳入的产品之一，因为手机更换需求频繁，假如手机也能换新，那么将有更多消费者受惠。

据易观国际数据显示，仅2010年上半年，中国手机市场销量规模达到11418.7万部，相当于全国13个人之中就有1个人买新手机。另据广东省通信行业协会秘书长刘保春介绍，广东省移动电话的拥有率已达到98%。手机的消费周期大概是2~3年，一些追求潮流的人士更是年年换机，随着消费者对3G业务和智能手机的认识加深，一轮销售热潮还将掀起。其次，手机小巧，在以旧换新的过程中无论是对消费者还是商家，更易于操作。“送旧”和“换新”几乎可以同时实现，而不像冰箱、空调、彩电等前面提到的5类家电那样，需要先上门“收旧”，而后才能实现“换新”。另外，从节能环保、市场良性竞争等大环境层面来看，对手机进行“以旧换新”实属必要，因为一方面，手机零部件、电池含有大量有毒重金属与化学物质，对环境和人类健康有很大威胁；另一方面，由于缺乏正规的回收渠道，废旧手机流入到二手市场后被不法商人翻新再销售，存在安全隐患。

业内人士认为，电磁炉、电饭煲等小家电产品也十分有望纳入以旧换新产品目录。来源：2011-2-11 四川新闻网-成都商报

[返回目录](#)

魅族：在山寨与苹果之间

魅族手机 M9 上市引发的“水军”事件，折射出中国消费电子企业品牌塑造过程中的尴尬。

魅族 M9 在 2011 年 1 月 1 日正式在北京、上海、广州、深圳、珠海五城市首发上市。在广东深圳，首发日当天采用预订加排队购买的形式，当日的魅族 M9 手机仅出售给预订的魅粉，严冬看来无法阻挡魅友们的热情“看看那些排队购买者的表情，那是水军的表情吗？！”珠海市魅族科技有限公司营销总监华海良在电话里语气平静，但显然依旧气愤难平。

2011 年的第一天，魅族一款新手机产品的发布算是为消费电子行业提供了第一个话题。在这款名为 M9 的手机首发日，全国 5 个城市的发售现场，出现了与当初众多苹果粉丝连夜排队购买 iPhone 非常类似的盛况。但这一“盛况”随后引发不少质疑。

一些网友怀疑魅族的这款手机根本不可能具备如此大的吸引力。“M9 售价在 2500 元左右，与降价促销的 iPhone 3G 版本的价格(3000 多元)已经相去不远，我为何不买个真 iPhone，却要去买个仿 iPhone？”更有业内人士爆料称，“各大城市所现排队长龙纯系网络水军引发”。此言一出，立刻在微博平台上引发一场论战，“煤油”们(魅族手机的粉丝自称)纷纷通过微博评论、短信和论坛发帖等手段对这类质疑进行反驳。

然而事情至此，“水军”排队能否指实依然很难定论，更多人则关注魅族所能吸引来的真正用户量。而在这背后，一个真正能从产品到营销等多方面都能向苹果“看齐”的中国企业是否已经诞生？

魅族在做饥饿营销？

魅族在国内众多手机厂家中的确是个异数。

这家公司成立于 2003 年，最初主营 MP3 多媒体播放器，2008 年进入手机市场。其首款手机 M8 就因与苹果 iPhone 极度相似而引发不少关注，成为国内“山寨手机”的一大标志性产品。创始人黄章颇显神秘，综合各方资料可知，这位不到 40 岁的广东商人，高中肄业之后曾有过短暂的厨师生涯。在进入电子行业后，早期主要曾经为昂达代工，后来黄章决定做自有品牌，逐步以魅族的灵魂人物、“偏执”的技术狂人等形象在网络上出现。

魅族的企业风格与其他那些遍布于珠三角地区的山寨厂商们的确截然不同。当其他厂商主攻音乐等功能手机时，魅族一开始就选择推出了 Windows CE 操作系统下的 M8 智能手机；当其他手机在海外市场收获甚丰时，魅族则一直留守在国内市场；当其他厂商不断推出各种款式的产品时，魅族迄今一共推出两款手机

M8 与 M9；当其他厂商忙于在市场第一线拼杀之时，魅族却通过网络营销捕获了不少忠实的粉丝用户。

作为魅族粉丝的大本营，魅族论坛在其整体的网络营销中占据核心位置。据称已有 100 多万注册用户。根据华海良的描述，这些粉丝用户大都是 20~35 岁的数码发烧友，包括不少在校大学生。这也正是魅族定位的主要消费群体。

2010 年前三季度全球手机出货量对比(单位：千台)在论坛上，这些热情的粉丝们常常会对魅族的产品进行详细的技术分析，而此举往往都会引来更多的粉丝跟帖讨论。粉丝们还通过论坛召集进行“寻找魅友”乃至旅游、公益等各种主题的线下活动。在魅族论坛之外，将魅族手机与苹果、HTC 等其他品牌手机进行对比评测的技术类文章同样数量很多，“国产神机”的字眼频频出现，而将黄章与苹果领袖乔布斯相提并论的分析文章则散见其中。魅族的企业运营与论坛是如此紧密，以至于有不少员工就是从“煤油”转化而来，现任营销总监华海良本人，原本即是魅族论坛的第一任版主。

与其他企业管理者不同，黄章本人热衷于以 J.Wong 的网名在魅族论坛上出现，不断发帖公布产品研发的进度，并与用户进行辩论。据称，从 2003 年到现在，黄章在魅族论坛上发布的帖子高达 6000 多个。事实上，在魅族论坛上，黄章本人的确已经具备了超强的影响力。在论坛的显著位置，常常放置着“J.Wong 最新发言”，而粉丝的留言则充满感情，称“看完好感动”，有的则鼓励黄章“我们‘煤油’会支持你的，不管你怎么样都是我们老大”，“机器我还没有拿到，但是我相信你”！

在魅族线下的发布活动中，像 M9 手机引发的这种排队抢购现象，也并非首次。在其第一款手机 M8 发布时，同样也出现过排队购机的现象。但在 M9 手机的首发过程中，业内资深分析人士李易却认为这场排队抢购不过是一场“整体花费不到 30 万元”的营销演出，魅族的做法只是把原先存在于互联网上的“水军”引入到了线下的活动中而已。

魅族营销总监华海良的说法是，“M9 的实际预订数量远远超出 6 万名，超过网络上预测。”我们向北京西单大悦城魅族认证店咨询时得到答复称，首发当日发货量有“上千台”，而且目前为止“只来过一次货”，已经不再接受预订。那么，以每家首发店发货均达到 1000 台计算，如果按全国 5 个城市共 10 家首发店(实际不到 10 家)计算，魅族的备货总量可能只有不到 1 万台。如此一来，远超 6 万的预订量与 1 万左右的备货总量，魅族貌似在采用“饥饿营销”战术，在具体的发货数量上控制到了一个非常低的水平。

不过，业内也有人士对魅族的做法表示理解，因为魅族不像其厂商同时有很多款式、版本的手机产品可以出售，“M9 对魅族就是全部”，“如果你是黄章，

你会不对首发下足本钱？消息泄露、评测软文、排队都得用上”！另一位不愿透露姓名的手机业人士在交流中也表示，“黄章创造了一个很有力的营销方式，其在线上的能力在电子行业内已无人能及。”但即便如此，魅族依然不认为排队是营销的结果。

在产能与品牌之间

一家本土的手机企业，在产品设计和营销手法上不断将自己与苹果公司扯上关系，从商业战略上看，也可以被视为一种“可以理解”的发展路径。

事实上，在近几年内，的确有一批数码产品企业在少有人关注的情况下，迅速壮大。在2010年，调研机构Gartner发布的一份手机出货报告显示，名不见经传的G-Five品牌以每年在非洲、南美等地区2000多万台的销量，一举跻身全球前10大的行列，成为继中兴、华为之后，第3家手机销量进入全球前10名的国内厂商。

2011年1月11日，武汉，武昌魅族专卖店，魅族M9上市当天，订购成功的用户展示领到的M9生产G-Five的深圳基伍国际有限公司之前主要为国外品牌提供代工服务，属于货真价实的白牌手机隐形冠军。这些企业有产能，但是品牌不够强势，而且主要市场在非洲、西亚或者南美等新兴经济体。这些厂商从珠三角激烈的竞争环境中能够脱颖而出，其对生产工艺和内部管理的提升、对市场的敏锐感知和对客户的服务水平都已不可再与人们印象中的“山寨”企业同日而语。

虽然如此，这些企业仍然存在致命的短板。与苹果这样的企业相比，他们缺乏对产业链的整体控制能力，缺乏高端的品牌影响力，最重要的是缺乏对消费者体验的定义能力，更直白一点来说，就是产品定义能力。

在汹涌的山寨手机大军中，产品基本上靠模仿，差别在于谁是“高仿”谁是“低仿”；芯片和系统解决方案基本上由联发科、展讯或者瑞芯等企业提供，渠道和终端销售基本上以低价为吸引力。

但是，魅族显然跟这些企业并不一样，要走的是“先营销品牌，后提升产能”的路子。从M8到M9，魅族一直都是“自己研发自己生产自己营销”。在2008年前后，智能手机市场方兴未艾，更多的手机厂商还在热衷玩“换壳”游戏。黄章自2006年12月开始宣布生产M8后，直到2008年底，M8才以公测版的形式开售，而且在屏幕等部件上的问题不断，但其给M8所定的2000多元的价格，与其他一些动辄4000元上下的国外智能手机产品相比，无疑是很有吸引力的。据业内人士估计，M8的出货量峰值一度可以达到每月3万台。考虑到其较高的利润率(业内估算每台800~1000元)，称M8在品牌和销售上都获得了不小的成功并不过分。

然而，当魅族在 2011 年初推出 M9 时，智能手机市场的市场环境无疑与两年前相比已经发生巨变。2010 年中，智能手机群雄并争。在苹果之外，Android 系统平台的智能手机推出有上百款，HTC、三星和摩托罗拉等国际大厂以及中兴、华为、联想等国内企业纷纷大举投入。智能手机市场的竞争迅速加剧，相关产品的价格则不断拉低。在 2010 年底，市场上更是出现了“千元 Android 智能手机”的口号。

这样的局面自然对魅族不利。在失去了先发优势之后，魅族需要面对的是，操作平台更新、软件商店运营等更复杂的技术要求以及更为强大的竞争对手。与魅族相比，G-Five 这类企业此前早已具备了某一细分行业做隐形冠军的实力，虽然在产能上已经积蓄了很大的能量，但在国内市场的知名度往往仅限于代工行业内部。

而对于魅族来说，则将面临两面夹击：在品牌上无法与联想、HTC 等抗衡，在产能价格上无法与 G-Five 这类厂商比拼。前期口碑营销树立起来的品牌尚未稳固，没有产能支撑，品牌就非常脆弱。因为产能有限，魅族不得不以较高的零售价格来维持运营，而且直接导致其在质量控制上缺乏足够的投入和经验。具体到 M9 产品本身，魅族虽然为其精心选用了与 iPhone 相同的三星处理器芯片，也设置了专门的软件商店(已有 100 多个应用)，但自发布至今很短的时间内，已经发现了多达 20 多处 BUG，比如错误插卡多次之后造成锁卡、两台 M9 之间的蓝牙连接不能正常工作、充电时发热量过大等等。对此，一些业内人士表示，这些其实都是“很典型的山寨手机 BUG”，不少业内人士认为 M9 目前的表现“更像是一个公测版产品”。

在这些产品稳定性问题之外，其 2500 元左右的价格与市场上数量繁多的同类产品相比，也早已不复有 M8 当年推向市场时的价格优势。在营销渠道层面，虽然魅族认证店全国已经 300 家左右，但问题在于，仅仅两款手机可能很难为单独的专卖店提供足够的支撑。

营销总监华海良把魅族描述为“一群发烧友做自己喜欢的东西”。但是，当智能手机市场机会真正到来时，如果没有强大的产业链控制力，没有对消费者的引领能力，仅仅靠“跟苹果很像”，显然是不够的。来源：2011-2-10 《IT 经理世界》

[返回目录](#)

移动安全市场优势在欧美

2011年，中国整体经济潜力仍然足够大，主要体现在两个方面，首先是人口城镇化，这是一个巨大的市场。其次是产业升级空间很大，尤其是服务行业，会有一部分群体更加重视生活品质，提出更高要求。

总体上看，中国在2011年仍将处于一个持续增长的阶段。国际形势上，欧美国家的经济已经开始复苏但迹象并不明显，更多的资本会将目标锁定在国内那些快速成长的企业。

具体到行业而言，移动互联网正在进入一个快速增长期，尤其是智能手机。智能手机的普及和移动互联网的发展使得移动安全服务的发展进入了快速增长期。这其中有三个指标，首先是恶意程序数量的递增。其次是单次安全事件影响到的人数。三是从危害的性质上看，最早看是技术炫耀型，2010年有一半以上是利益驱动了，包括账号获取、隐私获取等。

这些变化证明，我们5年前预测的风险基本都变成现实。随着智能手机用户、网络以及网络应用服务种类的快速增长，这些都将使得网秦在未来的数年里出现一个高速增长。

从企业自身增长的速度看，网秦基本实现了自己的预期，2010年，我们在全球用户达到了7200万，同比增长了两倍。2011年，我们仍然希望保持一个快速增长。

未来规划中，我们希望把自己的产品带入更多成熟的市场，未来三到五年，美国、日本、欧洲都是全球最重要的市场，我们会在这些成熟市场，有阶段，有重点投入更多资源。中国市场总的用户规模是很大，但如果考虑到用户价值，移动安全服务最大的市场还是在欧美等地。2011年，我们还会加大创新的力度，将推出“网秦空间”及日程管理等一批创新产品。来源：2011-2-12 经济观察报

[返回目录](#)

调动主导运营商积极性是携号转网成功关键

据《中国消费者报》报道，近来，天津市一些手机用户反映，他们在电信运营商营业网点办理携号转网业务时，频频受阻；无独有偶，《IT时代周刊》也发表了题为《携号转网遭遇重重阻力》的文章。2010年底开始试点的携号转网被各方寄予了诸多希望，也正因如此，作为一种技术性而非体制性的不对称管制方案，在实施过程中难免有那么多不能承受之重。

从两个试点城市的情况看，目前各暴露出哪些问题？中国联通真如报道所体现的那样成为赢家？在政策与监管上如何推进才能真正调动主导运营商的积极性？为此，记者采访了南京邮电大学经济管理学院王凯老师。

记者：从两个月左右的试点来看，两个试点城市的携号转网政策在试点过程中各出现哪些特点？对推进单向转网、双向转网各有什么实际的指导意义？

王凯：携号转网试点已两月有余，从试点的情况看，在天津和海南两地开展的携号转网业务并没有引来用户的转网热潮，总体来说还稍显冷清。但是，两个试点区域的携号转网政策在试点过程中出现了以下三个方面的特点：

一是较高的移动电话普及率使得携号转网政策实施成为了可能。据 2011 年 1 月 26 日工信部公布的数据，2010 年全国移动电话用户净增 1.12 亿户，全国移动电话用户总数达到 8.59 亿，普及率达到 64.4 部 / 百人。其中携号转网两个试点地区天津和海南移动电话普及率分别为 86.58 部 / 百人和 64.8 部 / 百人，从国外携号转网的实践经验来看，这两个试点区域已基本达到可实施携号转网的规模，使得携号转网政策实施成为了可能。

二是“设置门槛”和“绑定客户”的策略加大了携号转网政策实施的难度。不论是在天津，还是在海南，为了争夺用户转向自己，电信运营商通过各种手段来限制、缩小可转网用户的范围，或集中突击发展用户等非正常的市场反应，使得试点地区携号转网政策实施的难度增大。据海南省和天津市通信管理局各自披露的数据显示，2010 年 1 月 22 日至 12 月 20 日，海南共有 4595 人申请办理携号转网，其中只有 1096 人申请成功，而真正成功办理转网业务的用户仅 903 人。而截止到 2011 年 1 月 3 日，天津市有大约 22000 名用户提出携号转网申请，其中 15000 余名用户申请成功，13000 余名用户成功转网，还有 7000 名用户申请失败。在申请携号转网失败的用户中，原因不一，有的是因为与运营商签有在网协议，有的是因为话费纠纷，还有的是因非实名制。但无非均与运营商“设置门槛”和“绑定用户”的策略有关系。这无形中增加了携号转网政策的实施难度。

三是增值业务转网难降低了携号转网政策实施的效果。从天津和海南携号转网的试点情况看，有的用户转网后发现类似天气预报、网银提醒等行业短信这些增值业务无法正常使用。这是因为用户在转网之前，诸如行业短信等增值业务是业务平台通过个人用户识别码来实现行业信息的分发，原先的用户号码同归属网络均属于对应的关系，而携号转网之后，用户的手机号码同归属网络不再是一一对应的关系，行业短信平台无法获知用户号码归属网络，再加上一些行业还没有来得及做出调整，因此转网用户无法使用增值服务信息。这个问题的存在对用户影响很大，会影响其他用户转网的积极性，从而降低携号转网政策的实施效果。

尽管津琼两地在试点携号转网的过程中存在着这样或是那样的问题，但是从两地的试点工作中，一方面可以发现携号转网中存在的技术问题和管理问题，另一方面则可以寻求适合我国当前电信业市场竞争与发展状况的携号转网的正确路径，为进一步制定适合全国范围的、合理有效的携号转网政策打下扎实的基础，从而进一步促进携号转网政策的实施和提高我国电信行业整体水平。

记者：从目前情况看，携号转网对平衡运营商的市场竞争有何作用？结合目前三家运营商的实际情况，您认为对运营商而言各有哪些利好与利空因素？中国联通真如报道所体现的那样成为赢家？

王凯：截至 2011 年 1 月 6 日凌晨 3：00，成功携号转网的用户总数在 2 万左右，其中转入中国联通的用户占据很大的比例，在天津，完成携号转网的用户中有 71.82% 转入中国联通；在海南，完成携号转网的用户中，转入中国联通的用户占了 75.71%。从这些数据我们还无法评判携号转网会对目前的市场竞争格局产生怎样的影响，但是这个影响肯定是存在的，不过是时间问题。

从一定的意义上而言，中国移动势必会采用一切办法来打这场保卫战，尤其是高端客户保卫战，为此不惜采取“设置门槛”和“绑定用户”的应对策略，甚至将他们设置的转网门槛作为中国移动与监管机构商定实施携号转网的条件。对中国联通而言，其 WCDMA 的 3G 网络制式以及 iPhone 明星终端则是其手中的两款利器，使其用户体验与终端优势上明显比中国移动和中国电信更胜一筹，也使得中国联通在携号转网这场战争中占得先机，但是由于我国的移动用户并没有形成使用数据业务的习惯，加上 3G 还没有达到一定的用户规模，中国联通要想在携号转网中成为赢家，还得要在开发 3G 业务和增强客户体验方面下工夫。

记者：由于号码可携带政策涉及三大运营商诸多的内部细节，因此在政策与监管上如何推进才能真正调动起运营商的积极性与主动性？

王凯：携号转网工作虽已在津琼两地试点两个多月，但毕竟这是一个系统工程，不仅要讲号码携带原则和制度落实成制度甚至是法律形式，还要建立一套包括网间结算、资费、用户投诉反馈机制等在内的完整的业务流程；并且各地的相关主管部门还要对携号转网试点工作进行总结，以协调电信运营商解决跨区域、跨网络和跨业务所产生的诸多问题。除此之外，监管部门还要制定相关政策以减低用户更换运营商的成本，促进电信运营商之间的公平竞争，从而提高电信行业的效率和用户满意度。

从政策与监管的角度看，调动中国联通和中国电信的积极性和主动性，尤其是主导运营商中国移动开放移动市场，是我国携号转网工作是否成功的关键之所在。

一是要明确规定实施携号转网的期限、实施说明书等细则。通过这些细则的规定，一方面可以平衡携出方或者携入方电信运营商利益，另一方面通过已经事先规定好的实施细则，来规范携号转网业务的使用，降低用户选择电信运营商的成本。

二是站在用户的角度制定保护消费者利益的条款。监管机构在制定携号转网的相关条款和细则时，应当考虑用户的合法权益，做到携号转网业务流程的简单、方便和服务延续性，减少用户遭受的损失。除此之外，还需要加大用户知情权，避免用户在携号转网的过程中因信息的不对称而处于被动局面，以保护用户的合法权益。

三是营造公开、公平和公正的电信市场竞争环境。目前，在移动电话普及率较高以及实施全业务经营的情况下，实行号码可携带，相对弱势的运营商可以分流强势运营商的用户，促进弱势运营商迅速开拓市场，从而达到对电信资源的合理调节与配置，促进电信市场逐步形成有效竞争。但是，由于用户可自由转网，市场竞争的压力必将迫使运营商不断创新，提高服务水平，提升运营能力，实施差异化经营，最大程度地提升用户的忠诚度。从国际运营的经验看，对于主导运营商而言，实现非对称管制的携号转网政策，市场占有率和收入增长率等运营指标开始可能会出现下降，但是在良好的市场竞争环境下，随着综合实力的提升，其市场占有率和收入增长率还会维持在一个较高的水平。来源：2011-2-10 通信信息报

[返回目录](#)

运营商盛世危言：管道化明显 向互联网学习

“产业跨界融合带来的生态系统变化，将给传统电信市场带来深刻变化，电信运营企业有可能适者生存继续蓬勃发展，也有可能丧失机会而每况愈下。”面对来自生态系统变化的挑战，中国移动董事长王建宙在2011年工作会议上感慨道，当下，必须“深刻认识前所未有的重大挑战”。

对电信运营商来说，把管道铺好、坐等收钱的黄金时代已经一去不返——移动互联网带来的大部分增量利润涌向了创新型技术公司，电信运营企业管道化的趋势日渐明显，海量数据流量冲击了电信网络承载能力，却未能带来相对应的收入和盈利。

在2011年春节，三大运营商掌门人集体发表新年致辞，“创新突破”、“规模发展”成为最醒目的关键词。

中国电信总经理王晓初提出，中国电信要成为智能管道的主导者、综合平台的提供者、内容和应用的参与者；中国联通董事长常小兵在致辞中则表示，新的一年，联通要着力实施“3G领先与一体化创新战略”，为尽快成为“信息生活的创新服务领导者”而努力。

增长背后的忧虑“第一界面”争夺战

如果光从数字上看，电信运营商大佬们的业绩依然光鲜。

中国移动(00941.HK)2010年前三季度财报显示，2010年1-9月，公司实现营运收入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%。

中国电信总经理王晓初则透露，中国电信用户总数由2005年的2.36亿户增加到目前的3.4亿户。其中，移动用户比2008年收购之初增长2倍多。

但增长背后，忧虑重重。数据显示，中国电信新增移动用户在经历2010年上半年每月超过300万的高速发展后，下半年增速已有放缓迹象。

此外，中国电信存量用户贡献了90%以上的收入，远远高于新增用户对收入的贡献。中国电信客户服务部总监张明天认为，市场已进入存量争夺时代，“运营商要扎好自己的‘篱笆’。”

除移动业务增长放缓外，中国电信的宽带市场份额已连续两年降低，优势正在一点点被蚕食。王晓初坦言，“三网融合”加快推进，基础电信市场准入放宽，电信、广电、互联网公司和终端制造企业相互渗透，争夺用户信息服务的“第一界面”更加激烈。

不能承受之重运营商管道化趋势明显

即使是看上去风光无限的中国移动，对于未来发展的忧思也远远超过了盲目乐观的情绪。

消息人士透露，在2011年工作会议上，中国移动董事长王建宙用了相当的篇幅，详述了中国移动当前面临的“前所未有的挑战”。

首先是行业内部竞争将更为激烈。我国移动通信普及率已经超过60%，虽然新客户、新话务、新业务的驱动力仍在，但潜力有所缩减，很多业务应用短期内也难有规模收益，电信行业收入增速明显趋缓。

“市场对存量用户的争夺愈演愈烈，尤其是高端客户成为争夺焦点，低价竞争、高额补贴、捆绑销售等方式愈演愈烈，导致ARPU值(每用户平均收入)持续下降与成本大幅上升，行业价值下滑。”

王建宙直言，在3G发展方面，由于技术和终端性价比不占优势，中国移动在高端市场的品牌吸引力有所下降；此外，携号转网试验或扩大实施，也进一步增加了中国移动未来发展的不确定性。

重要的挑战来自生态系统的变化——移动互联网使信息技术的应用进入一个新周期，跨界竞争的趋势日趋明显，终端设备制造、业务内容提供、互联网服务等多角色融合的创新型技术公司不断涌现。

“一方面，移动互联网极大丰富了移动通信和信息服务的业务种类，让消费者拥有更多选择；另一方面也带来了巨大的产业调整，引发产业价值链发生变化，电信运营企业为中心的生态系统受到了严重冲击。”

王建宙说，移动互联网带来的大部分增量利润涌向创新型技术公司的同时，电信运营企业管道化的趋势日渐明显，海量数据流量冲击了电信网络承载能力，却未能带来相对应的收入和盈利。

这一判断，正切中了中国联通“增量不增收”的尴尬现状。中国联通最新发布的数据显示，截至2011年1月，联通3G用户累计达到1406万户，远远超出了1000万户的目标。但中国联通同时在港交所发布的业绩预告则预计，2010年度，中国联通净利润将下降50%以上。

按照中国联通2009年净利润95.56亿元计算，2010年公司全年盈利最多不到48亿元。

联通称，虽然公司2010年营业收入快速增长，但由于3G业务仍处于运营初期，折旧及摊销、网络、运营及支撑成本和销售费用，尤其是3G终端补贴费用增长较快，给2010年盈利带来了较大压力。

“2011年收入增长肯定没有问题，但短期盈利能力提升依然是个难题。”联通内部人士向南都表示。

大象们的创新智能管道主导者

2011年，创新突破、规模发展，成为运营商寻求新机遇的关键词。

王晓初首次提出，中国电信要“成为智能管道的主导者、综合平台的提供者、内容和应用的参与者”。“十二五”期间，中国电信的具体目标是收入市场份额稳中有升，利润增长高于收入增长，资产结构明显优化。

他强调称，未来2~3年，仍是中国电信重要的战略机遇期，将规模拓展以宽带为核心的融合业务；规模拓展以3G为重点的移动业务，推动企业向基于网络和平台的综合信息服务提供商转变。

2011年第一季度，中国电信的目标是要实现移动用户突破1亿；2011年全年实现净增用户超过3400万，其中2/3是3G用户。有消息称，中国电信有望2011年年中或第三季度开售CDMA版本的iPhone4，王晓初表示，和苹果有保密协议，对具体何时引入CDMA版iPhone不予回应。

“发展仍然是当前和今后的主题。”王建宙称，电信业的基本规律是规模发展，必须加大力度拓市场，千方百计保规模。一方面继续深挖细拓新用户、新话

务、新业务；另一方面大力拓展新领域，“加快 139.com、手机支付、手机阅读等业务发展，积极探索金融、媒体、出版、搜索等新领域。”

与王晓初一样，王建国也强调，中国移动要做“智能管道”，“积极向产业链资源渗透，集中优势打造优质的、有服务的、增值的智能管道。”

王建国更提出，要向互联网学习，“要善于学习互联网企业的运营规则、发展模式和服务方式，以开放的思想、合作的态度、共赢的原则，探索建立适合发展需要的新模式。”

声音

“三网融合”加快推进，基础电信市场准入放宽，将进一步加剧市场竞争，移动用户市场增速进入个位数阶段，传统业务加速下滑，移动互联网等新业务尚未建立有效的商业模式，企业 EVA(经济增加值)改善面临较大压力。

——中国电信总经理王晓初

移动互联网使信息技术的应用进入一个新周期，跨界竞争的趋势日趋明显，终端设备制造、业务内容提供、互联网服务等多角色融合的创新型技术公司不断涌现……产业跨界融合带来的生态系统变化，将给传统电信市场带来深刻变化，电信运营企业有可能适者生存继续蓬勃发展，也有可能丧失机会而每况愈下。

——中国移动董事长王建国

来源：2011-2-11 南方都市报

[返回目录](#)

IT 巨头纷纷调整战略 布局移动互联网谁更胜一筹

2011 年刚开始的关注点似乎都集中在了移动互联网方面，谷歌 CEO 换人、雅虎裁员、MSN 发力社交网络等事件都可圈可点，围绕移动互联网话语权的争夺正愈演愈烈。

2011 年第一个月的关注点似乎都集中在了移动互联网方面，谷歌 CEO 换人、团购鼻祖 Groupon 借壳腾讯入华的传言、MSN 发力社交网络等事件都可圈可点。

在这些事件中，最具戏剧性的，就是谷歌和雅虎两巨头在人才储备上截然相反的举动。但相同的是，两者都将发展战略指向了蕴藏着无限商机的移动互联网。

举动不同，谷歌增聘雅虎裁员

互联网巨擘雅虎在新年伊始宣布了六周来的第二轮裁员决定，但其主要竞争对手 Google 却在同日透露历年来最大的招聘计划，在人才储备上与 Facebook 等公司展开激烈竞争。

报道称，2011 年谷歌计划扩员至少 6000 人，由此该公司员工总数将超过 3 万人，使得 2011 年成为该公司创办以来招聘人数最多的一年。谷歌还在洛杉矶

威尼斯海滩附近租了三座新的办公大楼，占地面积超过 10 万平方英尺，试图用舒适的工作环境吸引新员工，防止老员工跳槽。同时，为了留住人才和防止被竞争对手挖角，谷歌在 2010 年宣布给所有员工加薪 10%。

在谷歌和 Facebook 等竞争对手的多面夹击下，江河日下的雅虎采取了压缩开支的措施以挽回一些公司业绩。雅虎宣布，将把全球员工再裁减 1%，雅虎方面并未透露有关此次裁员计划的具体细节，但据估计此次裁员人数可能在 135 人左右。这是 2010 年 12 月份以来雅虎的第二轮全球裁员行动。这家流年不利的互联网巨头已经多次裁员，以削减成本。2008 年 12 月，雅虎裁员 1400 人；2009 年第二季度，又裁员 700 人，约占全球雇员总数的 5%。2010 年 12 月，雅虎在圣诞节前裁员 600 人，约占全球雇员总数的 4%。

雅虎发言人 Dana Lengkeek 在一份邮件中针对此次裁员进行了简单的说明，称裁员是雅虎为了长远战略发展而进行的必要行为，其目的是为了获得更多的营收以及利润增长。Langkeek 同时表示，雅虎将为“关键业务”继续招募新雇员。

其实，从两者的经营情况来看，Google 远较雅虎处于有利位置，因此可以招兵买马，扩展业务。但分析指出，该公司其实也与雅虎一样，正面对巨大挑战，尤其是来自移动互联网的新挑战。

寻求发展，移动互联网成强力引擎

谷歌和雅虎的现状，可谓是有喜有人愁，但这并不代表互联网巨头雅虎正在遭遇前所未有的发展危机。市场研究公司 Susquehanna Financial 预计，雅虎将在 2011 年重新夺回部分市场份额。可是，到底什么才是雅虎打赢翻身战的正确战略呢？

2010 年，雅虎积极加大移动互联网投入和拓展。雅虎先是宣布推出针对 iPhone 和 iPod Touch 的两款新应用工具，紧接着宣布与三星结为战略性全球合作伙伴关系，通过三星手机提供雅虎的多种服务。与诺基亚就加强移动上网服务达成协议后，雅虎宣布已经收购了印尼手机社交网站 Koprolo。

通过逐渐丰富的服务布局，传统互联网巨头雅虎正在沿着自己勾勒的蓝图转型为移动互联网服务和应用供应商。

作为雅虎的竞争对手，谷歌同样面临着诸多的挑战。General Sentiment 公司日前发布的报告显示，谷歌的媒体价值在上季度出现下滑，而雅虎和微软这两巨头的品牌价格则在不断的上升。互联网研究机构 Hitwise 公布的数据显示，Facebook 已在 2010 年超过谷歌，成为美国访问量最大的网站。搜索引擎生态系统被社交挑战，流量被超过，谷歌已经从十年前的挑战者，变成了被挑战者。

谷歌全球副总裁刘允表示，“互联网第一轮已经做到了很极致了，下一轮大浪潮应该是从移动互联网开始，将会有一波全新的，为移动环境下而产生的产

品。”。他认为，随着上网手机价格和无线资费的下降，未来某天，移动互联网在用户数、使用量和流量各个方面都超过 PC 和互联网用户。移动互联网将成为传统互联网巨头寻求发展的强力引擎。

各显神通，布局移动互联网谁更胜一筹？

CNNIC 发布的《第 27 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，2010 年中国手机用户突破 8 亿，我国手机网民规模已达 3.03 亿，传统互联网时代正在向移动互联网迈进。艾瑞预计，未来几年，移动互联网将进入爆发式增长的发展时期，移动互联网市场蕴含着巨大的金矿。

无论对于已经领先的苹果、谷歌，还是正在追赶的诺基亚、雅虎以及其他更多的企业来说，移动互联网无疑是一场人人都想参与的盛宴。著名社交网站 Facebook 首席技术官 Bret Taylor 表示，Facebook 2011 年的工作重点是建设移动社交平台；“四大”游戏开发商——Zynga、迪士尼的 Playdom、EA 的 Playfish 和 Crowdstar 的高管表示，他们 2011 年非常关注移动平台的建立；移动问答网站 ChaCha 获高通 300 万美元投资；盛大也开始布局移动互联网，拿出 2000 万元拉拢移动应用开发者布局移动互联网。

从目前来看，以谷歌、Skepe 为代表的互联网公司和以诺基亚、苹果为代表的终端企业正八仙过海，各显神通，以争夺移动互联网产业的主导权。现阶段，移动互联网最成功的案例就是苹果，而苹果成功之谜就在于它的标新立异，也就是优秀的应用服务。

移动互联网时代“应用为王”，谁能够更高效地整合社会资源，不断推出消费者喜欢、便捷的应用，谁就能在整个移动通信激烈的市场竞争中胜出。对于目前移动互联网市场发展的挑战，易观资本副总裁 Ivan Lee 认为，目前市场最大的挑战在于产品服务提供商与运营商的合作障碍。运营商与应用服务商之间的博弈加剧，围绕移动互联网话语权的争夺将愈演愈烈。

互联网对通信行业的催化仍在持续发酵，在这场移动互联网话语权的激烈争夺战中，谁将是胜利者？移动互联网又会出现何种发展？我们且静观其变。来源：2011-2-14 通信信息报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

宁夏出台无线电管理办法

以往，在宁夏回族自治区内，商场、宾馆、餐厅、酒店、小区、工地等许多地方，时常看到服务员、保安、施工人员等手持对讲机繁忙通话的情景。这些正在使用的民用对讲机中，95%以上属于非法使用，已严重干扰和破坏了合法无线电的使用和管理秩序。从2月1日起施行的《宁夏回族自治区无线电管理办法》(以下简称办法)，将有望有效遏制这一现象。

非法电台影响合法频率

据记者了解，宁夏无线电台的使用量20年前仅有500部，而现在有450多万部，这其中绝大部分是手机，一部手机就是一个手持电台。此外还有移动通讯基站、电视广播发射台、气象雷达等固定电台。但这些电台在管理使用中相对比较规范，频率固定，不易产生超出自身频率范围的信号干扰其他合法频道。对合法无线电频道干扰和破坏能力极强却又很难监管的是一些非法使用的对讲机。

目前宁夏正在非法使用的对讲机多达上万台。非法对讲机对合法无线电频道的干扰逐年增加，宁夏无线电管理委员会办公室(以下简称无委办)接到的举报也越来越多，2010年达近百起，他们主动查处的非法对讲机有858部。另外，全区的无线电管理人员目前仅有40人，这也是宁夏非法对讲机等无线电设备泛滥却监管乏力的一个主要原因。

重大考试防无线电作弊工作，是无线电管理部门的一项重要任务。2010年1月的全国研究生考试中，宁夏无委办在一个考点发现作弊信号，经追踪定位，在银川市唐徕渠东岸一辆车内查获了正在为考场报送答案的作案人员及车载电台等作案工具。此次考试中，宁夏无委办共发现作弊信号13个，查处作弊案件5起，查获非法无线设备5套，抓获作案人员9人。

使用无线电台应领执照

为有效利用无线电频谱资源，维护空中电波秩序，保证各种无线电业务的正常运行，办法明确规定，设置、使用无线电台(站)，应当办理设台审批手续，领取电台执照。

办法规定，禁止转借、涂改或者伪造无线电台执照；禁止设置和使用无型号核准代码的无线电发射设备；禁止擅自编制、使用无线电台(站)呼号。取得无线电频率使用权的单位或个人，应当按照无线电管理机构批准的范围和用途使用频

率，并按规定向无线电管理机构缴纳频率占用费。非无线电发射设备产生的无线电波辐射，应当符合国家电磁辐射环境保护管理的有关规定，不得对合法的无线电使用产生有害干扰。

办法明确，宁夏无线电管理机构及其派出机构的无线电监测站应当按照国家规定的职责，负责辖区内的无线电监测工作。无线电监测站在监测中发现有害干扰或者接到举报、投诉时，应当及时查找干扰源，采取有效措施予以消除。

单位个人不得拒绝检查

办法要求，无线电管理机构实施监督检查时可以采取下列措施：进行现场检查、取证；要求被检查单位和个人提供有关资料 and 文件；询问当事人和证人，制作询问笔录；采取必要的技术手段制止不法行为；依法封存或者扣留违法使用的无线电发射设备。无线电管理监督检查人员应当依法进行监督检查。被检查的单位和个人应当协助配合，不得以任何借口阻挠或拒绝检查。

办法规定了相应的处罚措施，规定未缴纳无线电频率占用费的，由无线电管理机构责令限期缴纳；逾期 6 个月未缴纳的，无线电管理机构可以收回指配的频率。未按照无线电管理机构批准的范围和用途使用频率，擅自编制、使用无线电台(站)呼号的，由无线电管理机构责令改正，并可处三千元至五千元罚款。转借、涂改或者伪造无线电台执照的，由无线电管理机构责令改正，并可处二千元至五千元罚款。设置和使用无型号核准代码的无线电发射设备，销售无线电发射设备未建立进货、销售台账的，由无线电管理机构责令改正，并可处一千元至三千元罚款。来源：2011-2-10 法制日报

[返回目录](#)

工信部否认征询运营商新重组方案

近日，经向工业和信息化部核实，网络上所传“苗圩正式约见三家运营商高层征询重组方案”消息属虚假信息。

2月13日凌晨，网民“金小日成把风景弄丢了”在新浪发表微博，称“据可靠消息称，苗圩正式约见三家运营商高层征询重组方案；具体初稿为：拆分中国移动分别合并给中国联通和中国电信，分别是南移动+联通=新新联通；北移动+电信=新电信；铁通+广电=新广电网络通信”。

此后，此条消息引起网民关注，并被某媒体摘录进《14日通信微博每日报：传言三大运营商分拆初稿拟定》。该稿件此后被一些网站转载。

经向工业和信息化部核实，相关人士表示，该消息无事实依据，属虚假信息。来源 2011-2-15 通信产业网

工信部：2011 年 83%行政村将通宽带

工信部今天发布了“关于实施 2011 年通信村村通工程的意见”（下称“《意见》”），《意见》指出，2011 年行政村通宽带比例将达到 83%，其中利用移动网络开通电话的行政村，可采用 WLAN、3G 等手段开通宽带。

《意见》明确了“2011 年通信村村通工程”的主要目标和任务：2011 年行政村通宽带比例达到 83%，全国新增近 1.7 万个行政村具备宽带接入能力，行政村通宽带比例由 80% 提高到 83%；自然村通电话比例达到 94.5%，全国新增近 1 万个 20 户以上自然村通电话，20 户以上自然村通电话比例由 94.1% 提高到 94.5%。

全国 70% 以上乡镇开展信息下乡活动，东部省份 95% 的乡镇、中部省份 80% 的乡镇、西部省份 60% 的乡镇，实现“一乡一个信息服务站、一村一个信息服务点，一乡一个网上信息库、一村一个网上农副产品信息栏”的“四个一”目标。各地具体任务分配由各省（区、市）通信管理局根据当地实际情况确定。

为实现上述目标，工信部提出了如下六项工作举措：第一，因地制宜建设行政村宽带网络。利用有线网络开通电话的行政村，可结合当地“光进铜退”计划，采用 XDSL 等适用技术开通宽带；利用移动网络开通电话的行政村，可采用 WLAN、3G 等手段开通宽带。

第二，稳步推进自然村电话网络覆盖。一是结合各地 20 户以上自然村的地理环境 and 经济条件，优先针对具备条件、有电有路的自然村，采用适用技术手段进行电话网延伸覆盖；二是重视对农村交通要道沿线、生产建设兵团、农林场矿区、水利设施等区域的通信覆盖，其完成量纳入通信村村通工程统计范畴。

第三，积极开展信息下乡活动。一是在“一乡一站，一村一点”方面，结合农村电信营销网点、农村党员干部现代远程教育系统、文化信息资源共享工程、农家书屋、社区活动站、学校、村委会等一切可以利用的设施，加快乡村信息服务站点建设；二是在“一乡一库，一村一品”方面，充分利用电信企业农村信息服务网站及其他涉农互联网站，在互联网上开设乡镇网页和行政村信息栏目，将当地农副产品、特色旅游、经贸、资源开发等信息通过互联网打开对外窗口。

第四，加强农村综合信息服务平台的助农效用。中国电信、中国移动、中国联通等已建成的农村综合信息服务平台，一是要加大与信息服务商、技术开发商、各级涉农部门的协作，推进农村物联网应用，提升和完善平台的服务能力；二是增加信息采集渠道，丰富信息内容，重点开展农村劳动力转移、种植养殖、商贸

交易、医疗教育、防灾减灾等领域的信息服务，逐步建成种类齐全、经济实用、服务周到、手段多样的农村综合信息服务体系。

第五，推行惠农政策减轻村民信息通信消费负担。紧密结合国家家电下乡等相关惠农政策，利用信息下乡渠道推广家电下乡指定手机、电脑等产品，同时鼓励打包销售经济实用的通话、上网等资费套餐，切实保障农村用户装得起、用得好。

第六，尝试建立多渠道的电信普遍服务投入长效机制。一是部将积极配合国家有关部门，加快推动建立电信普遍服务基金；二是各省(区、市)通信管理局力争取得地方政府的支持，建立地方电信普遍服务投入机制；三是各电信企业进一步加大对通信村村通工程的资金投入力度。

工信部要求，各省(区、市)通信管理局要高度重视，制定具体实施计划，认真组织落实，确保完成年度的目标和任务。各相关基础电信企业是通信村村通工程实施主体，企业总部要从资金、技术、设备采购等方面加大对所属地方企业的支撑力度，加强工程的业绩考核和进度跟踪。各省(区、市)通信管理局要严格执行工程进度月报制度，及时汇总工程完成量，认真核实，并于每月5日前向部报送上月工程进展情况。来源：2011-2-14 中国通信网

[返回目录](#)

工信部新任命两名副部长 均出自政府系统

本网10日从工信部获悉，9日工信部召开党组扩大会议，党组书记、部长苗圩同志宣布了国务院关于苏波、刘利华任职的通知。

2011年2月1日，国务院决定，任命苏波、刘利华为工信部副部长。此外，根据中组部任免通知，苏波还担任工信部党组成员。

刘利华此前在原信产部任职，先后担任信产部无线电管理局局长、国家无线电办公室党委书记，信产部办公厅主任。工信部成立后，任工信部办公厅主任。2009年4月，成为任工信部党组成员。熟悉刘利华的人士评价称，“为人随和，工作认真，讲原则。”

苏波，出身发展改革系统，曾在原机械部工作，机械部撤消后进入发改委的前身——国家经委工作，发改委成立后，曾任国家发改委中小企业司司长。2005年1月起，先后任国家发改委党组成员兼国家物资储备局党组书记、局长，国家发改委纪检组长等职。

在上述人士任命之前，曾有传闻称，工信部两名副部长的人选，一位将从工信部内部产生，另外一家则可能选派一家电信公司的老总担任。来源：2011-2-10 经济观察网

[返回目录](#)

工信部 2011 年 1 月发 523 张电信设备进网许可证

工信部 2011 年 1 月共发放发放了 523 张电信设备进网许可证，上半月发放了 309 张，包括手机终端、光端机、高端路由器交换机等 58 种设备。

据悉，1 月份上半月工信部发放 TD 终端 40 款，其中 TD-SCDMA/GSM 双模数字移动电话机 32 款，在 WCDMA 方面，工信部发放了 WCDMA 终端 7 款，其中 WCDMA 数字移动电话机 5 款；WCDMA 无线数据终端 2 款。此外，CDMA 终端 20 款。其中，cdma2000/GSM 数字移动电话机 5 个；cdma2000 数字移动电话机 11 个；cdma2000 无线数据终端 3 个；CDMA 固定无线电话机 1 款。来源 2011-2-15 通信产业网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

台北市可望实现全市免费无线上网

2010 年上海世博会上主打“无线宽频的便利城市”概念的台北案例馆给观众留下深刻印象，而最快在 2011 年 5 月，台北市就可望实现全市免费无线上网。

据介绍，台北市斥资 7000 万元新台币委托企业建设无线网络环境，全市公共场所、主要干道、主要商住区域等都将设置 WiFi 无线网络接入点，预计市区无线网络覆盖率将达 93%。台北市长郝龙斌表示，希望在 2011 年 5 月前可以开通服务。届时，只要进入台北市都可免费使用无线网络。境外旅客可以在台北市的机场、饭店以及各游客中心，或通过手机、电子邮件申请免费账号。此外，台北全市开通免费无线网络后，初期提供 512K 的下载服务，但暂不提供多媒体影音网站浏览或下载服务。来源：2011-2-13 东方网-文汇报

[返回目录](#)

京“制”数字电视国标开辟海外市场

研发数字电视技术，组织推动中国自主制定的地面数字电视传输标准(DTMB)在海外应用……担负上述任务的北京数字电视国家工程实验室有限公司日前在中关村数字电视产业园成立。实验室主任杨知行教授透露，DTMB标准已被老挝、柬埔寨等国采用，并有望成为继美、欧、日之后的第四个数字电视国际标准。

近几年，北京积极搭建平台，支持数字电视产业的发展，2006年成立中关村数字电视产业园，2007年组建中关村数字电视产业联盟。截至目前，共有数字电视领域140余家骨干企业参与联盟，而联盟的一个主要任务就是积极推进DTMB标准在国外应用。

在DTMB标准于2006年8月成为强制性国家标准后不久，中关村数字电视产业联盟就在中关村管委会的经费支持下，完成了DTMB标准适应拉美国家测试的系统研发项目。在古巴等四国与欧、美、日等国际同类标准进行对比测试中，DTMB标准均取得技术第一的成绩，为参与国际市场竞争迈出了坚实的一步。
来源：2011-2-14 北京日报

[返回目录](#)

中国3G用户数达标任务艰巨：尚有1亿缺口

3G用户数为4705万户。在1月27日工信部举行的“2010年全国工业通信业运行情况新闻通气会”上，工信部党组成员、总工程师朱宏任向外界介绍了截至2010年底我国3G的发展情况。4705万这一数字恐怕难以令人满意，因为与先前工信部提出的2011年3G用户达到1.5亿户的目标相比，现在尚有1亿用户的缺口，三大运营商要完成这个目标，难度可谓相当之大。其实在1月中旬三家运营商公布了2010年12月份的主要运行数据后，他们的3G成绩单便已经揭晓。

在刚刚过去的2010年，全国3G用户净增3683.4万户，累计达到4705.2万户。其中，中国联通2010年12月新增3G用户128.4万，2010年全年净增1132万3G用户，截至2010年底，联通3G用户达到1406万户；中国移动3G用户2010年12月新增186.7万，全年净增1729.4万户，达到2070.2万户；中国电信2010年12月新增3G用户132万，全年净增822万户，达到1229万户。

中国电信和中国联通都实现了 2010 年初许下的 800 万户和 1000 万户增量目标，中国移动离 2010 年初定下的 3000 万户目标尚有一定的差距。不过更为外界关注的是，目前的用户数发展情况离工信部此前定下的发展预期差距更大。

在 2010 年 3 月，工信部等八部门联合印发了《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》。意见中指出，到 2011 年，3G 网络覆盖全国所有地级以上城市及大部分县城、乡镇、主要高速公路和风景区等，3G 基站超过 40 万个，3G 用户达到 1.5 亿户。而现在只剩下不到一年的时间，三家运营商如果要完成新增 1 亿用户的目标，必须每月要新增 830 万户，而 2010 年平均每月才新增 392 万户。也就是说，2011 年每月新增的用户数必须是 2010 年的两倍才能完成任务，这很有难度。实际上，从 2010 年中期开始，工信部就已经意识到 3G 发展速度有些慢的问题，工信部通信发展司司长张峰表示，3G 用户发展及 TD-SCDMA 用户发展成为 2011 年工作的重点。

到 2011 年底 3G 用户数大概会有多少呢？工信部电信研究院副总工程师陈金桥表示，2011 年我国 3G 将进入规模发展期，预计全年新增 3G 用户 6000 万左右，3G 用户总数将超过 1 亿户。以此推算，2011 年的 3G 用户数距离工信部定下的发展目标存在 4000 万户左右的缺口。来源：2011-2-9 IT 时报

[返回目录](#)

传国内厂商将推不足 100 美元 Android 智能手机

据中国台湾的手机和零部件制造商透露，中国大陆的企业 2011 年将面向中国大陆以及印度、印度尼西亚和巴西等新兴市场推出售价不足 100 美元的 Android 智能手机。

消息人士透露，这些低价 Android 智能手机将搭配双卡、双模、蓝牙、Wi-Fi、收音机、轨迹球和重力感应器等基本功能，除此之外，还可以选配移动电视和 GPS。

消息人士指出，这种低价是通过 Turnkey 模式整合芯片、操作系统、软件 and 用户界面来实现的。中国台湾的联发科和迅宏科技等企业曾经分别以不足 100 美元以及 80 至 90 美元提供过这种解决方案，而中国大陆的联芯科技和福州瑞芯微电子有限公司也曾分别实现了 80 至 105 美元和 90 至 105 美元的解决方案。高通、ST-Ericsson 和 Broadcom 也提供这种解决方案，但主要用于 3G 领域，且价格较高，大约在 100 至 120 美元之间。来源：2011-2-9 新浪科技

[返回目录](#)

中国对进口非色散位移单模光纤实施临时反倾销

中国商务部 9 日发布 2011 年第 4 号公告，决定对原产于美国和欧盟的进口非色散位移单模光纤实施临时反倾销措施。

公告公布了中国对非色散位移单模光纤(英文名称：Dispersion Unshifted Single - Mode Optical Fiber)反倾销调查的初裁决定，认定原产于美国和欧盟的进口非色散位移单模光纤存在倾销，中国国内产业受到了实质损害威胁，而且倾销与实质损害威胁之间存在因果关系，并决定对该产品采取保证金形式的临时反倾销措施。

根据初裁决定，自 2 月 18 日起，进口经营者在进口上述来源的该产品时，应依据初裁决定所确定的各公司的倾销幅度(4.7%至 29.1%)向中国海关提供相应的保证金。该产品归在《中华人民共和国进出口税则》税则号：90011000。

中国商务部 2010 年 4 月 22 日发布公告对原产于美国和欧盟的进口非色散位移单模光纤进行反倾销立案调查。来源：2011-2-9 新华网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

印度称所有电信业务都得受监控

据印度报业托拉斯(Press Trust of India, 简称 PTI)报道，一名政府高官在星期天与运营商的会议上表示，运营商应该停止提供一切无法让执法机关审核的电信业务。

对于 2010 年起就开始的黑莓电子邮件和短信息监控事件，内政部长皮莱(GK Pillai)称：“应该由运营商告诉 RIM，如果不按要求做，就不能使用网络。我只和运营商交涉，不和 RIM，我和黑莓又没有签署任何协议。”

提供 RIM 黑莓业务的印度运营商有巴帝电信和沃达丰爱莎。

皮莱称，如果黑莓不提供可让安全机构审查的服务，RIM 在印度将无法与运营商合作。来源：2011-2-14 中国通信网

[返回目录](#)

德国电信与法国电信共享旗下网络

德国电信与法国电信 Orange 宣布，根据双方签署的扩大合作的协议，两运营商将分享各自在欧洲的无线接入网络。除了网络分享，双方还将致力于各自设备技术规范标准化。

首先展开合作的是 M2M 方面，双方将共同改善 Wi-Fi 用户的漫游体验。

对于 M2M 合作方面，主要致力于提高服务质量，标准化跨境 M2M 通信。双方在合作初期，首先致力于法国、德国、比利时和卢森堡几国的业务分享，两电信集团旗下的子公司也包括在内，随后也将通过各自的合作伙伴扩大在全球范围内的合作，为将来在全球提供一个无缝的网络服务打下基础。

在 Wi-Fi 方面，两电信集团将共同探讨改善漫游水平的解决方案。

德国电信首席技术及创新官 Ed Kozel 表示：“运营商会提高服务质量，清除所有跨网业务带来的障碍。我们相信与法国电信 Orange 在专门领域的合作，将为我们的客户带来持久的利益。”

法国电信 Orange 战略及发展副总裁 Elie Girard 表示：“通过此次合作，两集团将更好地应对新的增长机会，在个别及针对性的业务层面提高运营效率，为我们的客户带来利益，也能保持各自的发展策略。”来源：2011-2-12 中国通信网

[返回目录](#)

奥巴马计划投资 50 亿美元发展无线互联网

美国总统奥巴马 2 月 10 日将公布一项计划，旨在将高速无线互联网服务普及到美国 98% 的人口。

该计划将投资 50 亿美元建立一个基金，在农村及偏远地区发展高速无线互联网技术。2010 年 6 月，奥巴马政府已经签署了一份备忘录，在未来 10 年内拍卖 500MHz 的政府和商用无线频谱，从而满足日益增长的无线上网需求。

此外，美国联邦通信委员会(以下简称“FCC”)还希望通过奖励性拍卖政策，将 120MHz 频谱资源用于无线宽带通信，即 CBS 等电视运营商可以主动放弃一些频谱资源，从而换得拍卖这些资源的部分收益。

美国政府表示，希望通过这些拍卖行动在未来 10 年内筹资 278 亿美元。除了在农村地区发展无线互联网技术外，奥巴马还将计划从上述收益中拨出 30 亿美元发展新兴无线技术和应用，拨出 96 亿美元用于遏制赤字。来源：2011-2-10 新浪科技

消息称欧盟将中兴华为银行授信当政府补贴

根据国外媒体报道，在 2010 年欧盟曾进行的对华为、中兴通讯数据卡的反倾销调查中，欧盟拟收集的一份证据竟然是这两家中国企业获得的银行贷款授信，欧盟认为这是华为、中兴获得低息政府贷款，以获得不公平优势。

始于 2010 年 7 月的欧盟对华为、中兴通讯数据卡的反倾销调查曾引起业内高度关注。不过，几个月后的 2010 年 10 月底，该反倾销调查告一段落。发起数据卡调查申请的比利时企业 Option 对外表示，已经与华为达成合作协议，华为同意以一年 2700 万欧元的代价购买对方的连接管理器软件授权，此外，华为公司还同意以 800 万欧元收购 Option 的半导体公司 M4S。双方还决定在比利时成立共同的研发中心。

而根据最近国外媒体的报道，欧盟执委会将于本月底结束对华为、中兴的调查。据悉，欧盟执委会的另一份文件提到 2010 年夏季以来收集到的证据，认为证据显示华为和中兴通讯由国家控制，并获得低息政府贷款，使其获得相对于欧洲同业的不公平优势。

欧盟执委会称，中兴通讯在 2009 年分别从国家开发银行和中国进出口银行获得 150 亿美元和 100 亿美元的信贷额度。

不过，该证据被认为荒唐，因为中兴通讯从这两家银行获得信贷额度一方面是为了在国外实现稳健的出口信贷，以便在海外投资降低风险；另一方面无论中兴还是华为获得这种信贷额度均不需要用于数据卡这种终端，尤其是欧洲这种付款信用较好的地区，而是主要用于电信设备产品出口。来源：2011-2-9 新浪科技

印度电信管理局建议大幅提高 2G 网络频谱价格

印度电信管理局(以下简称“TRAI”)2月9日向政府建议，应大幅提高 2G 手机网络的频谱价格。

TRAI 表示，已经建议调高全国范围内的频谱价格。其中 6.2MHz(兆赫兹)以下频谱为每 MHz 177 亿卢比(约合 3.91 亿美元)；6.2MHz 以上频谱为每 MHz 457.2 亿卢比(约合 10.06 亿美元)。相比之下，电信公司此前只需为每 MHz 支付 26.8 亿卢比(约合 0.59 亿美元)。

2010年5月，TRAI曾提出对于6.2MHz以上频谱，移动运营商应按照3G频谱价格，一次性缴清费用。此举遭到大型企业的反对。TRAI随后表示，将进一步研究频谱价格。该机构的提议不具备法律约束力。来源：2011-2-9 新浪科技

[返回目录](#)

AT&T 推出无限语音通话服务 任意拨打美国手机号

AT&T 2月9日宣布，将推出一款名为 Mobile to Any Mobile 的服务，使得符合特定条件的用户能够完全免费拨打美国境内的任何一个手机号码。AT&T 希望以此挽留用户，应对 Verizon 版 iPhone 的发布。

首先，拨打的号码必须位于美国境内，但不限运营商。要获得这一服务，用户还要购买无限制短信套餐。购买无限制短信套餐的个人用户月租费为 20 美元，家庭套餐用户为 30 美元。

除此之外，符合上述条件的用户还必须要到 AT&T 的网站上注册 Mobile to Any Mobile 服务。

该服务将于 2 月 10 日正式生效。来源：2011-2-10 新浪科技

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

HTC 与中华电信战略合作

据台湾媒体消息，宏达电昨日宣布与中华电信签署“中华电信与 HTC 战略合作备忘录”，备忘录强调宏达电与中华电信将在“高速移动宽频网络”等 4 大领域中展开深入合作。

宏达电表示，在签署战略合作备忘录后，宏达电和中华电信将成为更深入的合作伙伴关系，并在“深度客制化增值服务”、“高速移动宽频网络”、“营销资源整合”以及“终端产品合作内容”4 大项展开深入合作。

中华电信表示，此次合作有助于双方的共同发展，结合中华电信优质的高速移动宽频网络与宏达电创新的行动终端产品，达成终端产品、移动宽频网络与全移动生活服务结合的目标。

宏达电 CEO 周永明表示，希望透过与中华电信的合作，无论在手机内容、服务还是云计算部分，能够给台湾消费者提供更丰富、完整的移动服务，满足更多用户的需求与期待。来源：2011-2-10 飞象网

[返回目录](#)

通讯业巨头纷纷涉足团购营销

近日，中国电信和中国联通先后宣布正式进军团购市场。业内人士指出，团购网站在经历了快速膨胀的一年后，2011 年将迎来分水岭。而随着运营商等巨头的加入，准入门槛将不断提高，行业洗牌即将来临。

市场竞争进入淘汰赛

“2011 年，99% 的团购网站将死亡。”F 团总裁李宁在接受记者采访时说：“随着市场竞争的加剧，准入门槛的抬高，资金和规模小的网站将被淘汰。”

李宁的话并不是危言耸听。从 2010 年 3 月开始，团购网站就如雨后春笋一般开始在中国出现，短短几个月之间，团购网站数量迅速增加到 1700 多家。随着淘宝、腾讯和百度等互联网巨头以及中国电信这样实力强劲的运营商的加入，2011 年团购市场将进入淘汰赛阶段。

此外，团购网站的鼻祖美国 Groupon 公司也传出进军中国的消息。此前，其刚刚完成了 9.5 亿美元的融资，甚至还拒绝了谷歌出价 60 亿美元的收购。Groupon 的进入无疑将加速市场洗牌。

李宁表示，互联网最重要的是规模、资金以及人员。F 团刚刚获得了 C 轮融资，资金超过 1000 万美元，很快将在全国范围内开设大服务中心。据悉，目前 F 团已经在全国的 72 个城市开通了分站，到 2011 年底所覆盖的城市将超过 100 个。

先行赔付呼之欲出

千团大战不仅促成团购网站惨烈的竞争局面，同时，也带来了虚假信息的盛行。近日，央视《焦点访谈》栏目对网络团购进行了披露，“网上标出虚假折扣价”等现象在业内时有发生。对此，业界也开始呼唤出台完整的制度。

目前，一些团购网站已开始推出自己的措施。继 F 团推出“先行赔付”措施后，另一家团购网站一起购也及时跟进。据了解，当网友在一起购团购时，如果遇到商家无法兑现其提供的团购内容，包括商家倒闭或所提供的优惠服务与发布的产品不符等，可以向一起购投诉，一起购第一时间进行调查，与商家核实。如果网友的理由是正当而且充分的，一起购将会立刻启动先行赔付程序，确保网友利益不受损失。

有关专家表示，和许多行业一样，新兴的行业团购网站总会出现野蛮生长、疯狂复制、市场混乱、大浪淘沙等过程。网友最好不要过分依赖团购导航网站，因为利益面前，导航网站很难分辨团购网站的良莠。网友最好直接到有品牌、口碑好的团购网站购买。

专注服务是未来出路

提升服务是 2011 年整个行业的一大趋势，目前，众多团购网站已经开始打造“精品+服务”战略，对于团购网站来说，提高服务质量和业务创新是增加用户黏性的根本。

据 58 团购相关负责人表示，2011 年，团购站拼的是资源、规模、服务质量和品牌。10 家或者更少一点儿的团购站点会成为全国性的品牌。但有更多的团购站点会转型垂直和区域性强势品牌，继续它们的团购之旅。

据悉，58 团购依托 58.com 的主站用户和商家资源，积极开展“精品+服务”战略，通过专业的客服团队对商家进行严格的资质认证，以及开设让网友全程参与的用户体验团，在市场上已获得了商家和用户的认同。来源：2011-2-9 北京商报

[返回目录](#)

应用开发商成为移动通信世界大会争夺热点

2011 年移动世界大会(以下简称 MWC)14 日在西班牙巴塞罗那拉开帷幕，应用开发商成为了本届 MWC 大会的“香饽饽”。

诺基亚和微软在上周五宣布建立涉及广泛的合作，希望有机会终结苹果 iPhone 在智能手机领域的霸主地位，但业界普遍认为这种可能性微乎其微。由于吸引了大批应用开发商去开发智能手机应用程序，苹果和谷歌的 Android 系统已在利润丰厚的智能手机竞争中已建立了优势地位。

苹果 iPhone 智能手机于 2007 年推出，因其设计而大受欢迎，再加上苹果的 App Store 允许用户通过安装不同的游戏应用，购买辅助和商务工具来个性化自己的手机，由此彻底改变了传统手机行业的面貌。市场调查公司 Gartner 上月表示，2011 年移动应用商店销售总额有望增长两倍，达到 150 亿美元。

移动软件公司 Golden Gekko CEO 马格努斯-杰恩(Magnus Jern)说：“大部分应用开发商都在开发针对 Android 和苹果产品的应用，即便是他们要为此付费，也不想去给别的公司开发软件。所以，其他平台将面临十分困难的处境。”

谷歌在两年前推出了 Android 开放源软件平台，该平台已在 2010 年底取代诺基亚的 Symbian，成为最受欢迎的智能手机平台。像三星、宏达电和索尼爱立

信这样的制造商都采用 Android 平台，因为这一平台提供了他们从未想过自己的平台也能发展如此快速的功能。

周日，索尼爱立信和三星均发布了基于 Android 平台的新款智能手机，与此同时，索尼爱立信还将索尼 PlayStation 品牌推向移动市场。很多制造商还会在 MWC 大会上举办专为应用开发人员量身打造的活动，努力将他们吸引到自己的阵营。

一个电信运营商联盟也将在周一推出他们自己的应用程序平台，这个平台称为 WAC。该联盟希望，他们的“批发商店”最终可以发展到有实力与苹果和谷歌一拼高下的程度。加盟运营商的应用商店可以通过这个商店获取内容。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

Skype 推移动运营商合作项目以拓展新兴市场

Skype 今天推出移动运营商合作项目 (Mobile Partner Program)，专门面向 3G 网络覆盖率较低的新兴市场。

该项目是为了让更多手机用户能够使用 Skype，让更多运营商在一个充满竞争的市场环境中提供差异化服务。此前，Skype 已经与 Verizon、KDDI 以及和记电讯等多家运营商成功合作。

移动运营商合作项目专为运营商提供了一整套客户端和服务器解决方案，使手机用户可以在智能手机和功能手机上使用 Skype。在经过优化后，Skype 提高了带宽使用效率，用户在尽可能减少电池和数据用量的同时，仍可保持互联。

参与此项目的运营商将能够提供给用户一种快捷、简单的 Skype 体验，覆盖各个平台的超过 100 款智能手机和功能手机。Skype 用户之间可免费互打电话和发送短信。此外，用户还可以通过 Skype 拨打廉价国际长途。

Skype 移动部门高级副总裁兼总经理拉斯·肖 (Russ Shaw) 说：“全世界的移动运营商对差异化服务的需求日益增长。我们的移动运营商合作项目将使新兴市场中的运营商能够加入 Skype 全球社区，并提供覆盖各种移动设备的出色用户体验。”来源：2011-2-15 新浪科技

[返回目录](#)

电信高层齐聚西班牙移动通信大会商讨业内局势

据国外媒体报道，就在手机巨头诺基亚联手微软以挽救其市场份额流失两天后，来自手机行业的高管们纷纷涌入西班牙巴塞罗那，参加在那里举办的移动通信世界大会(Mobile World Congress)。

智能手机的崛起势不可挡，而这一袖珍型电脑已经动摇了该行业的排位秩序。这是 2011 年移动通信世界大会的一个关键议题。此次大会将于周一至周四在巴塞罗那举行，与会者超过 5 万人。

鉴于手机行业一年前已经受到经济衰退的影响，悲观情绪很可能在移动通信世界大会上蔓延，列席这次会议的主要是各大公司的高级管理人员和工程师。

在制造商们极力通过这次国际会议向世人展示旗下各种新型手机之时，网络公司将讨论如何才能赚取足以支付更为强大的网络所需的资金。只有容量更为强大的网络才能处理用户每天通过高级手机浏览的天量视频和网页。

诺基亚已于周五宣布，将与微软结盟，把 Windows Phone“作为其主要的智能手机平台”，这标志着该公司长久以来所使用的塞班操作系统将逐步退出历史舞台。

有消息称，诺基亚首席执行官斯蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)曾私下对该公司员工表示，此举好比从燃烧的石油钻井平台上一下子跳进了冰冷的大西洋里，实属无奈之举。

鉴于诺基亚目前的局势，埃洛普必须为该公司找到一种切实有效的方法，夺回被苹果和谷歌等竞争对手的智能手机平台抢走的市场份额。

由于 iPhone 的大热，2010 年，苹果公司已经跻身智能手机制造商前五名的行列；谷歌也通过其 Android 操作系统扩大了在该行业的影响力，尽管该公司本身并不生产手机，但采用其操作系统的制造商却与日俱增。

提供商们正逐步采用一种网络标准代码——LTE(长期演进)，这一新技术能够将更多数据转换成无线信号，但令人担心的是苹果和谷歌等非电信公司将成为这一技术的主要受益者。

该行业还在不断扩大其支付系统——致使许多国家的电信公司变成了银行的替代品，手机用户可以方便地转账，而手续费用相对较低。

2010 年，全球所有类型的手机的销售增长了三分之一，达 16 亿部；而智能手机的销售增长了 70%。

市场研究人员指出，目前卖出的每 5 部手机中，就有一部是智能手机。此外，随着价格的不断下降，智能手机将在未来几年内成为市场的主导。

诺基亚一直是功能手机领域的领导者，而它也是这一潮流的首批受害者之一。上周五，该公司还宣布将任命前微软高管克里斯·韦伯(Chris Weber)出任其北美业务部主管。来源：2011-2-14 飞象网

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动与 9 家运营商签署 TD-LTE 合作协议

在 GSMA 世界移动通信大会上，中国移动董事长王建宙、印度 Bharti Airtel 董事长 Sunil Bharti Mittal、日本软银董事长孙正义、国际电信联盟副秘书长赵厚麟、工信部科技司司长闻库，与来自全球 60 余家国际运营商、30 多家主流厂商和多个重要国际通信组织的 400 多名嘉宾在 LTE-TDD/FDD 峰会见证了 GTI 的启动。

中国移动联合包括印度 Bharti、日本软银、欧洲 Vodafone、美国 Clearwire 等在内的亚、欧、美运营商代表共同发起的“全球 TD-LTE 发展倡议(Global TD-LTE Initiative，简称 GTI)”今天在巴塞罗那正式启动。在此次 TD-LTE 峰会上，Bharti、Reliance、Aero2、E-Plus 等运营商分别介绍了各自在 2011 年的 TD-LTE 商用部署计划。这意味着，TD-LTE 市场国际化的目标有望在 2011 年开始成为现实。在此次世界移动通信大会期间，中国移动联合国际知名运营商搭建了全球首个 LTE TDD/FDD 融合演示网络。

中国移动董事长王建宙表示，“2011 年将成为 TD-LTE 商用的元年”。据介绍，中国移动与国外运营商发起 GTI，是为了进一步促进 TD-LTE 的多方国际合作，共同解决 TD-LTE 发展的关键问题，加速 TD-LTE 规模商用，推动 TD-LTE 成为全球主流宽带移动通信标准，实现 TD-LTE 在全球的应用和部署。

业内人士分析，早在 2011 年初，中国移动启动了覆盖全国 6 个城市的 TD-LTE 规模试验工作。本次中国移动已与国外 9 家运营商签署 TD-LTE 合作协议，推动全球建成或即将建成 26 个 TD-LTE 试验网。其中，Aero2 和 Hi3G 已经与设备供应商签订了 TD-LTE 商用网建设合同，预计 2011 年将有超过 10 个国家和地区开始 TD-LTE 的商用部署。来源 2011-2-15 通信产业网

[返回目录](#)

【中国电信】

电信加大农村营业厅部署力度

2011年春节，笔者走访了河北石家庄某乡镇电信市场情况。通过实地调查了解，笔者发现在国内三大运营商中，中国电信加大了在农村市场的营业厅部署力度，在全业务运营中逐步走在前面。不过，其宽带业务尚落后于中国联通。

中国电信营业厅部署密集

春节期间，笔者走访了当地乡镇最热闹繁华的中心街道，发现三大运营商中，中国电信的营业厅部署最为稠密，而且LOGO很新，表明营业时间并未超过一年。

而早在2010年10月份，笔者回乡观察到，街区只有紧邻中国移动营业厅有一家中国电信营业厅，经过调查得知，整个乡镇的电信营业厅均为合作营业厅，尚无一家自有营业厅。而且，多数电信营业厅主营业务为手机终端和电脑、配件的销售及维修。

另据了解，当时仅有的一家自有营业厅是中国移动，这也是三家运营商中最早部署自有营业厅的。该营业厅除了设有营业员的人工服务外，还配有自助终端。不过，据笔者观察，自助终端也仅仅是一些年轻人在使用。

中国联通宽带“一花独放”

在宽带业务方面，通过走访了解，笔者得知在该乡镇上多数用户选择原中国网通(现合并为中国联通)的宽带业务。“一年760元，两年1200元”。据用户称。

笔者在询问具体安装情况时，营业厅表示中国联通一般采取代理方式，用户可以联系村里的代理商进行办理。而对于中国电信的宽带业务，多数用户均表示未曾听说，这或许意味着中国电信在基层地区的宣传力度不够。不过中国电信营业厅表示，年后将会启动宽带业务的办理，资费方面是两年960元，较中国联通的资费相对便宜。

另据观察了解，村民中使用中国电信手机号者寥寥无几，少数使用者多为在校大学生，由学校统一组织发放电信手机和号码，预存100元话费即可送中兴手机一部和中国电信手机号。来源：2011-2-12 飞象网

[返回目录](#)

中国电信携手华为建设全球首个 iODN 商用实验局

华为 10 日宣布与中国电信在安徽宣城完成了全球首个 iODN 解决方案商用试验局，该试验局的成功建设标志着以电子标签(eID)为关键技术的智能 ODN 解决方案已经达到可正式商用水准。

光纤分配网(Optical Distribution Network,简称 ODN)是 FTTH 网络的重要组成部分，包括从运营商机房到用户家庭之间的光纤光缆、光连接器、光分路器以及安装连接这些器件的配套设备等。传统 ODN 网络光纤的部署和管理全部依靠手工方式，错误率高，维护时难以快速定位故障点，无法满足 FTTH 网络中海量光纤布放和高效管理的需求，使得运营商面临高昂的部署成本和巨大的运维压力。

智能化 ODN 解决方案(Intelligent ODN，简称 iODN)通过引入 eID，在不改变 ODN 网络无源属性的基础上，可实现光纤连接关系自动识别管理、光纤连接操作智能指示、分光器智能管理等众多功能，帮助运营商实现光纤自动化查找及操作精确记录，从而实现 FTTH 高效部署及光纤故障准确定位，以帮助运营商大幅度降低部署和运维的成本。

ODN 与配线系统业务部部长王德想表示：“FTTH 已进入全球大规模部署阶段，ODN 作为 FTTH 部署中的最大挑战受到运营商普遍关注，而智能 ODN 是光纤网络的发展方向。我们希望能够与运营商携手解决 ODN 实际部署中的各种问题，使客户能够轻松实现 FTTx 网络部署。”

截止到 2010 年 12 月，华为 ODN 已经服务于英国电信、阿联酋电信、新加坡 NC(Nucleus Connect)、马来西亚 Maxis、沙特电信、卡塔尔电信等全球领先运营商。同时，华为还具备 ODN 规划设计、工程施工等完善的端到端交付能力，推动全球 FTTx 建设和发展。来源：2011-2-10 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通沃商店步入正轨注册用户已过百万

记者昨日获悉，中国联通(600050)沃商店(WoStore)的注册用户已过百万。在沃商店上市不到三个月的时间里，注册用户以日均超过 1 万的数字快速增长，迅速突破百万。这标志着中国联通沃商店已正式步入运营轨道。我国三大运营商在应用商店市场形成三足鼎立之势。

自中国联通于 2010 年 11 月 10 日宣布旗下手机应用商店“沃商店”正式上市以来，同步启动的沃商店开张送大礼活动——用户注册即送 20 元沃商店消费赠款活动火爆进行中。据不完全统计，沃商店发出的奖金已达 2000 万元。由此可见，中国联通对沃商店运营的重视程度，及对应用商店市场志在必得的决心。

据了解，目前，苹果、诺基亚、谷歌、微软、LG、黑莓等国际公司都推出了自己的手机应用商店。在国内，中国移动 2009 年 8 月 17 日推出“Mobile Market”。中国电信的天翼商城也于 2009 年 12 月 1 日正式启动。而中国联通起步较晚，但是发展速度迅猛。

中国联通有关负责人表示，无论是数据还是口碑，都可以看出中国联通沃商店的内容营销已初见成效。中国联通手握全球覆盖最广的 3G WCDMA 成熟制式，3G 用户过千万，作为中国联通开放的互联网战略产品，沃商店将为广大联通用户带来丰富多彩的应用体验。来源：2011-2-12 证券时报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴 CFO：美国政府应推动商业公平

中兴 CFO 韦在胜 9 日表示，美国政府应当推动一个公平的商业环境，政府不应对其有太多干涉。韦在胜的说法表明，中国电信设备商对无法打开美国市场感到失望。

中兴和华为目前在美国、欧洲和印度面临阻力。其中，中兴在向美国运营商 Sprint Nextel 销售网络设备时遭遇了政治上的障碍。与此同时，中美双方官员都呼吁对方进一步开放本国市场。

韦在胜表示：“就 2010 年的 Sprint 来说，我们本应有资质成为他们的关键合作伙伴。美国政府应当推动一个公平、平等、正常、自由的商业环境，不应该过多干涉。”

中兴目前瞄准美国的一线运营商，包括 Sprint、AT&T、Verizon 无线和 T-Mobile。中兴目前向这些运营商提供手机和无线调制解调器等终端产品，但其网络设备的销售一直受到限制。

韦在胜表示，中兴不排除在美国建设一家网络设备工厂，但是目前尚无计划。2010 年，美国 4 名国会议员致信美国联邦通信委员会(FCC)，称 FCC 应当密切关注中兴和华为，并对这两家公司在美国开展业务施加限制。

韦在胜同时表示，欧盟委员会对中国政府支持中兴的担忧是一种“误解”。上周公布的欧盟委员会文件称，中兴和华为从中国政府的支持中受益，例如通过中国的国有银行取得巨额授信。韦在胜表示，中兴取得的银行授信主要用于运营目的，与客户交易没有直接关系。此外，持有中兴股份的国有企业并不干涉中兴的运营。

韦在胜还表示，中兴可能在海外进行收购，但目前没有具体目标。他认为，很难找到拥有合适技术或市场地位，能够对中兴形成补充的收购目标。韦在胜预计，中兴 2011 年的增长率至少将与 2010 年持平。中兴上月预计，其 2010 年营收增长率同比增长 17%，至 703.4 亿元人民币。该公司将于 2011 年 3 月公布经过审计的 2010 年财报。

韦在胜表示，2010 年由于中国运营商对网络设备的投资较 2009 年有大幅下降，因此中兴在中国市场的营收增长率只有个位数。不过，中国运营商投资 2011 年将会有所上升。来源：2011-2-11 新浪科技

[返回目录](#)

中兴计划将 2011 年智能手机销量提升 4 倍

中兴欧洲手机业务总裁林强表示，该公司计划将 2011 年手机销量提升 30% 至 40%，与 2010 年增速持平，同时还将加大对智能手机市场的关注，将智能手机的销量提升四倍。

为了提升在智能手机市场的地位，该公司将于周一晚些时候推出搭配谷歌 Android 操作系统的新款手机和平板电脑。

中兴 2010 年手机销量约为 6000 万部，同比增长 34%，使之成为全球第四大手机厂商。

林强表示，该公司计划将高端市场销量从 2010 年的 200 万部提升至超过 1000 万部。

这种高速增长受益于中兴 Blade 旗舰产品的需求增长，该产品 2010 年销量为 50 万部，2011 年预计可达 200 万部左右。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

中兴通讯全球国际专利申请量跃居全球第二

世界知识产权组织(WIPO)在其官网上公布 2010 年全球专利申请情况，中兴通讯凭借 1863 件国际专利申请总量，排名由 2009 年的第 23 位跃居第二位。

根据 WIPO 公布数据 ,自中兴通讯 2006 年 PCT 排名首度进入全球 TOP100 以来 ,其专利排名连续上升 ,从 52 位、38 位、23 位 ,升至 2010 年的全球第二位。

目前中兴通讯已累计申请国内外专利超过 3 万 3 千项 ,所持专利 90% 以上为具有高度权利稳定性和技术品质的发明专利 ,包括众多覆盖国际通讯技术标准的基本专利 ,以及覆盖通讯产业关键技术的核心专利。其中 ,在业界无线宽带主流技术方面 ,中兴通讯已拥有 235 件 LTE 基本专利 ,占比达 7%。

中兴通讯称其坚持每年将收入的 10% 投入研发 ,近两年研发资金累计高达 130 亿元。目前中兴通讯已拥有 3 万余名研发员工 ,在瑞典、美国、法国、印度以及中国的深圳、上海、北京等地设立了 15 个研发机构。来源 :2011-2-11 新浪科技

[返回目录](#)

中兴拟大举进军美国市场：2011 年产品线扩大一倍

中兴通讯美国 CEO 程立新周五表示 ,2011 年将把该公司面向北美市场的产品线扩大一倍以上 ,通过一系列质优价廉的设备赢得更多市场份额。

中兴大举进军美国市场 ,再度证明这家中国手机巨头在竞争激烈的全球市场中实力日趋增长。1 月底 ,市场研究公司 IDC 将中兴列为全球第四大手机厂商 ,领先苹果 ,仅次于诺基亚、三星电子和 LG 电子。这是中兴首次排名前五位。

2010 年第四季度 ,中兴在全球手机市场中占据 4.2% 的份额 ,比上年同期增长 1.4%。

中兴长期致力于在新兴市场销售价格低廉的功能手机 ,但 2011 年该公司将扩展产品线 ,并首次在北美市场推出智能手机和平板电脑 ,其中许多产品将搭载谷歌 Android 操作系统。

目前 ,美国消费者通常需要支付 200 美元并签订 2 年合约 ,才能获得一部顶级智能机。中兴表示 ,它将以远低于 200 美元的合约价格把低成本机型提供给消费者。

此外 ,程立新表示 ,中兴将在美国市场树立品牌 ,改变此前默默无闻的状态。IDC 分析师拉蒙·拉马斯(Ramon Llamas)说 :“ 如果你在大街上问 100 个人是否知道中兴 ,我认为不会有很多人知道的。”

中兴 2010 年在美国市场上推出了 14 款设备 ,其中包括 11 款专门针对美国的机型。尽管 Verizon 无线和 Sprint 等美国顶级移动运营商也在销售中兴的功能

手机，但该公司的产品大多由二线运营商销售，其中一些甚至不带有中兴的 Logo。

2011 年，一切都将改变。程立新称，该公司的新款智能机将由美国顶级运营商发售，并带有中兴 Logo。尚不清楚这些运营商会投入多少力量去推广中兴的设备，而在北美市场中，这对于一家公司的成功与否至关重要。

此外，中兴还将推出支持 LTE(长期演进技术)4G 网络的平板电脑。

程立新认为，中兴可以将不需要巨额补贴的低成本智能机提供给顶级运营商，以确保他们的利润不受太大影响。“中兴的价值将体现在这里。”他说，“这将为我们在美国创造更多机会。”

然而，中兴远未放弃一向主推的功能手机。程立新表示，廉价功能手机仍大有可为，尤其是那些不仅能够打电话、发短信，还能上网和使用无线应用的高端功能手机。“低端智能手机成为功能手机，”他说，“中兴在这一市场中拥有很多机遇。”来源：2011-2-12 新浪科技

[返回目录](#)

【华为】

华为智能手机单款百日破百万

据最新销售数据显示，截止 2011 年 2 月 9 日，华为时尚社交系列智能手机 C8500 销量突破百万大关。

时尚社交智能手机 C8500 在国内一经面世，即凭借良好的智能体验以及具有亲和力的消费门槛，受到了消费者的热情追捧。在不久前举行的 2011 中国电信 CDMA 终端产业链年会上，华为 C8500 荣获“最受消费者欢迎智能手机”称号。

长久以来，华为终端始终与中国电信保持着紧密、深入的合作，据赛诺最新公布的 2010 年 12 月数据显示，华为终端在 EVDO 市场整体份额位列第一，达到了 23.1%。来源：2011-2-12 新浪科技

[返回目录](#)

华为携移动解决方案及终端亮相巴展

即将举行的巴塞罗那 2011 全球移动大会上，华为最新的移动解决方案及终端将全新亮剑。在位于 Fira de Barcelona 8 号馆 8A159 的华为展台上，参观者将通过一系列新技术和新方案，体验到应用创新的魅力。

智慧化的体验，智慧化的网络

华为聚焦运营商的挑战与压力，通过智慧化的体验、智慧化的网络，以及智慧化的客户化解决方案，帮助运营商在转型中构筑带宽、收入及成本上的长期竞争力。

2011 巴展上华为将展示：通过最终用户解决方案构建简洁、愉悦的生活工作环境，通过网络/服务解决方案帮助运营商打造一个化繁为简、智慧化的网络，通过客户化解决方案为运营商构建面向未来的商业蓝图。

高效云支持，智慧云运营

作为一个开放、高效、绿色、安全的平台，华为云计算平台具有百万级服务器扩展能力、百万 T 字节存储能力、百 T 级网络互连能力以及 Zero-Touch 自动管控能力，可为企业客户提供即开即用、变买为租、一站式 ICT 解决方案；为个人客户提供以社区为中心、融合的电信和互联网业务体验；为家庭客户提供“互连互动，随心随行”的多屏视频新生活。

企业通讯网络，运营商新蓝海

华为将展出的最新的企业解决方案采用“云”服务架构，以提高系统管理和拓展的效率。该方案允许通过语音、数据、视频、统一信息等形式的交互，以满足庞大的业务处理的需求。

全系列的智能终端，构建愉悦简约世界

最新加入华为 IDEOS?家族的是一款下一代超薄平板电脑产品——S7 Slim，它更便于携带，并可使最终用户随时随地接入 3G 网络。

此次华为还将展出一款极具革命性意义的数据卡产品，它使用户在短短 15 秒内便可以成功连接到互联网。此外，华为最新的移动 Wi-Fi 系列调制解调器(E5)还可以支持高达五位用户同时在线，并进行文件分享。来源：2011-2-11 中国通信网

[返回目录](#)

华为在美收购行动再受阻 稍晚时间将做出回应

昨日有消息称，华为在美国的收购行动再次受阻。这已是华为等中国公司在海外遭遇的多次挫折之一。目前，该交易正在接受美国外国投资委员会的审查，该委员会可能建议奥巴马宣布此收购案无效。对此，华为公司相关人士昨日表示，公司将在稍晚时间做出回应。

中国企业屡成非贸易壁垒受害者

2010年5月，华为以200万美元收购美国服务器技术研发公司3Leaf的部分资产，包括购买服务器和专利等。目前，该交易正在接受美国外国投资委员会的审查，该委员会可能建议奥巴马宣布此收购案无效。

华为已非首次成为美欧国家所谓“安全考虑”的受害者。2008年，“美国外国投资委员会”阻挠了华为和贝恩资本对电子器件生产商3Com的联合收购，当时的理由也是“出于安全考虑”。

不光是华为，包括中兴通讯、中国移动的投资和产品，在过去的10多年里，一直未能有效进入欧洲和北美市场。从多次失败的过程来看，本土化和无形的非贸易壁垒是目前中国电信厂商海外扩张的最大障碍。

提升中国企业影响力需政府支持

有专家指出，华为等公司在美欧的一系列收购被不断地潜规则，造成这些公司海外收购屡屡受挫，欧美一方面在中国市场大肆扩张，一方面高度限制中国对欧美市场的进入，欧美长期以来针对中国企业的双重标准说明了自由市场的本身就是一个政治的产物，也说明市场不可能存在真正的自由。

中兴通讯CFO韦在胜表示，美国政府应该减少政府干预，促进一个更加公平的营商环境。电信专家陈金桥认为，随着中国电信业下一步往前走，还会遇到很多问题，这需要政府给我们的企业做支撑，提升中国企业在全球市场的影响力。

华为近年

海外扩张遭遇的挫折

- 1)2008年2月底收购3Com遇挫。
- 2)2010年6月30日在欧盟遭反倾销调查。
- 3)2010年7月初被限进入印度市场。
- 4)2010年7月中旬收购摩托罗拉搁浅。
- 5)2010年7月底与2Wire失之交臂。

链接：

外资在境内并购

需通过安全审查

近日，国务院办公厅发布关于建立外国投资者并购境内企业安全审查制度的通知，决定建立外国投资者并购境内企业安全审查部际联席会议制度，具体承担并购安全审查工作，并明确了并购安全审查的范围、内容、工作机制和程序。审查对象包括军工企业、重要农产品和能源企业等。对于外资并购境内企业行为对国家安全已造成或可能造成重大影响的，联席会议应要求商务部会同有关部门终止当事人的交易，或采取转让相关股权、资产或其他措施，消除该并购行为对国家安全的影响。

据悉，该安全审查制度将于一个月后实施。来源：2011-2-15 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚将进行战略调整

2月9日，诺基亚新任CEO史蒂芬·艾洛普在一份内部备忘录中坦承，诺基亚在与iPhone和Android手机的竞争中遭遇了不断的失利，他透露，诺基亚将作出重大革新，并于本周五公布新的战略细节。

艾洛普表示，苹果公司的第一代iPhone于2007年发布，而直到今天诺基亚还没有一款产品具有与之接近的用户体验；大约两年前，Android手机首次亮相，而本周它已经超越诺基亚，坐上智能机市场的头把交椅。另外，在低端手机市场，来自中国的山寨手机厂商也蚕食了诺基亚大量的市场份额。

“我们已经失去了市场份额、注意力份额和时间。”艾洛普这样评价诺基亚目前的落后局面。艾洛普认为，缺乏凝聚和引领这家公司走出困境的可信度和领导力，接连错过机遇，未能尽快推出创新产品，内部未能实现协作，都是造成诺基亚当前面临困境的原因。

在备忘录的最后，艾洛普表示，2月11日诺基亚将披露新的战略。这也将是艾洛普担任诺基亚CEO以来首次公布个人的战略。而外界预测，诺基亚的新政可能会包括与谷歌Android平台联姻、大幅裁员等诸多内容。来源：2011-2-10 京华时报

[返回目录](#)

诺基亚自称“处于危机时刻”

芬兰手机制造商诺基亚公司总裁兼首席执行官斯蒂芬·埃洛普在写给员工的一份备忘录中警告，受到来自美国苹果公司iPhone手机和谷歌公司Android操作系统的强有力竞争，诺基亚正处在“危机时刻”。

埃洛普在备忘录中说，iPhone智能手机2007年上市，而诺基亚至今没有一种可与之抗衡的产品；Android操作系统两年前问世，“但在本周，使用这套系统的智能手机销量超过了我们，处于领先地位”。按英国广播公司的说法，就智能机销量而言，诺基亚尚属领先，但它的市场份额正在“缩水”。

市场研究公司 IDC 统计 ,诺基亚智能机全球市场份额从 2009 年的 38%降至 2010 年的 28%。与此同时 ,苹果公司、HTC 公司的市场份额有所增加。来源 : 2011-2-11 南方日报

[返回目录](#)

诺基亚进入震荡期 国际高管或面临调整

诺基亚将在近期内进行大规模高层改组 ,估计有四名高阶主管被下台。

知情人士透露 ,这四名高阶主管是 :1990 年进入诺基亚的服务和行动解决方案部门主管奥扬佩拉(Tero Ojanpera) ,1991 年进入诺基亚目前负责开发商、企业策略和结盟的开发长欧斯塔莫(Kai Oistamo) ,1997 年进入诺基亚的市场部门主管沙文德(Niklas Savander) ,2004 年进入诺基亚、目前掌管行动电话部门的麦朵威尔(Mary T·McDowell)。而华尔街日报更骇人地报道说 ,埃洛普还可能针对由十名高阶主管组成的执行董事会进行换血 ,研发部门主管也在更换之列。

诺基亚的人事异动 ,从 2010 年 9 月埃洛普上任伊始就开始了 ,数位高管的被下台 ,让业界跌破眼镜 ,一直是业内热门话题。但是比起即将公布的人事异动 ,以前的只是埃洛普“清君侧”的牛刀小试 ,是“小巫见大巫”。

业内分析人士认为 ,这些波涛汹涌的人事异动 ,标志诺基亚进入了一个长期的震荡期 ,除旧人离去对原来战略和政策的持续性带来较大冲击 ,新人上任进入角色 ,也是需要较长的适应过程。更让人担心的是 ,诺基亚的人事异动 ,远没有结束迹象。这些 ,对诺基亚来说 ,都是致命的 ——对手在全速前进 ,而诺基亚却像一艘失控的航母。

当然 ,造成诺基亚人事变动的 ,有客观和主观上的两大因素。从这客观上讲 ,诺基亚市场占有率和利润的双双下滑 ,是主要客观原因——必须得有人为此做出承担 ;主观上 ,就是埃洛普的上任 ,无论是埃洛普推行新政的需要 ,还是重新进行权力布局 ,都要对诺基亚的高管进行换血 ,否则 ,空降的埃洛普缺乏群众基础。当然 ,客观原因为主观原因提供了方便。

从表面看 ,诺基亚高层大规模换血 ,对启动新政似乎有些作用。但作用究竟有多大 ,目前尚不得而知。但分析人士对诺基亚这种大规模换血 ,持有较大疑议。因为诺基亚从领先到落后 ,根本原因在于技不如人 ,在引领行业技术发展潮流上 ,iphone 和 android 手机 ,已经明显实现了从追赶到领先的超越。如果诺基亚仍不能整合好内部力量 ,团结一致 ,恐怕面临的时局将更加动荡和艰难。来源 : 2011-2-10 经济观察网

[返回目录](#)

诺基亚计划未来再销售 1.5 亿台塞班手机

诺基亚 11 日宣布与微软达成广泛战略合作关系。两家公司将建设新的“移动生态圈”。诺基亚手机将采用 Windows Phone 系统，并且将参与该系统的开发。

诺基亚将把 Windows Phone 作为智能手机的主要操作系统，并在该平台上，在诺基亚处于市场领先地位的领域进行创新，如拍照等。

但诺基亚仍不打算立即放弃塞班系统，在已经售出 2 亿台塞班系统手机的基础上，仍计划未来再销售 1.5 亿台塞班系统手机。来源：2011-2-11 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚与微软合作 将采用 Windows Phone

来源：2011-2-11 新浪科技

诺基亚 11 日宣布，与微软达成广泛战略合作关系，并将 Windows Phone 作为其主要的智能手机操作系统。这家芬兰手机巨头试图通过结盟扭转颓势。

诺基亚 CEO、微软前高管史蒂芬·艾洛普(Stephen Elop)说：“诺基亚和微软将齐心协力，建立一个无与伦比、覆盖极广的全球手机生态系统。”

诺基亚在公告中称，微软搜索引擎必应将为诺基亚全线设备提供搜索服务，而诺基亚地图(Nokia Maps)将成为微软地图服务的核心部分之一。此外，诺基亚的内容和应用商店 Ovi 将被整合到微软在线商店 Marketplace 中。

诺基亚宣布，该公司与英特尔共同开发的 MeeGo 手机操作系统将实现开源。而 MeeGo 和移动解决方案业务主管阿尔伯特·托雷斯(Alberto Torres)已经于 2 月 10 日离职。

诺基亚将于 4 月 1 日成立两个独立的业务部门：智能设备和手机部门，分别负责高端智能手机和大众市场手机。

主要合作方向：

诺基亚将把 Windows Phone 作为智能手机的主要操作系统，并在该平台上，在诺基亚处于市场领先地位的领域进行创新，如拍照等；但诺基亚仍不打算立即放弃塞班系统，在已经售出 2 亿台塞班系统手机的基础上，仍计划未来再销售 1.5 亿台塞班系统手机。

诺基亚将协助推动和定义 Windows Phone 的未来。诺基亚将向微软提供硬件设计和语言支持方面的专业技术，并协助 Windows Phone 手机丰富价格定位，获得更多市场份额，并进军更多地区市场。

诺基亚将在手机产品的未来发展上相互配合，在研发和营销上紧密合作，并共同制定产品开发路线图。

微软搜索引擎必应将为诺基亚各种设备和服务提供搜索服务，使用户可以享受下一代搜索技术。微软广告平台 adCenter 将在诺基亚各种设备和服务上提供搜索广告服务。

诺基亚地图(Nokia Maps)将成为微软地图服务的核心组成部分。例如，Maps 将与必应和 adCenter 整合，以提供独特的本地搜索和广告体验。

诺基亚与运营商拥有广泛的计费合作，这有助于消费者更为便捷地在信用卡使用率较低的国家购买诺基亚的 Windows Phone 智能手机。

微软的开发工具将被用于开发诺基亚 Windows Phone 智能手机的应用程序，使得开发者能够方便借助这一生态系统的全球规模性。

微软将继续投资开发 Windows Phone 智能手机和云服务，给消费者在工作中和生活中带来更为出色的应用。

诺基亚的内容和应用商店将与微软的 Microsoft Marketplace 整合，提供更为完善的消费者体验。

在功能手机领域，诺基亚将采取新举措，实现销量和价值的增长，将新兴市场中的“下一个 10 亿人”接入互联网。

诺基亚将重点投资下一代突破性技术。

公司架构变动

按照新的战略，MeeGo 将成为一个开源的移动操作系统项目，将更加注重下一代设备、平台和用户体验的长期市场开拓工作。诺基亚仍打算 2011 年晚些时候推出一款 MeeGo 相关产品。

MeeGo 手机操作系统负责人阿尔伯特·托雷斯(Alberto Torres)已经于 2 月 10 日离职。托雷斯 2004 年加入诺基亚，担任 MeeGo 平台执行副总裁。

诺基亚将于 4 月 1 日成立两个独立的业务部门：智能设备和手机部门。分别负责高端智能手机和大众市场手机。它们将实现盈亏自负，并提供端对端的完整用户体验，包括产品的研发、管理和营销。智能设备部门的主管将是乔·哈洛(Jo Harlow)，手机部门的主管将是玛丽·麦克道尔(Mary McDowell)。来源：2011-2-11 飞象网

[返回目录](#)

分析师称诺基亚有可能使用 WP7 手机操作系统

资产研究公司 Wedge Partners 分析师布莱恩·布莱尔(Brian Blair)今天表示，诺基亚不仅有可能使用微软 Windows Phone 7(以下简称 WP7)手机操作系统，甚至有可能已经参与 WP7 的研发。

诺基亚将于 2 月 11 日在英国伦敦举行战略和财务情况通报会。布莱尔说：“如果他们周五宣布一直在参与 WP7 的研发，这将是重大消息。”

布莱尔提到，诺基亚最近在美国加利福尼亚州的森尼维尔(Sunnyvale)设立一处研发机构。但该公司多年前即已在硅谷的帕洛阿尔托(Palo Alto)和伯克利(Berkeley)设立分部。

布莱尔与诺基亚的一些雇员进行交流，发现该公司有可能已在这些中心开展 WP7 的研发工作。尽管 WP7 直到 2010 年夏末或秋天才开发完毕，但他认为，微软很有可能在一年前的全球移动大会(Mobile World Congress)即已将它提供给开发人员。

布莱尔长期以来一直不看好诺基亚的基本面，但这家手机巨头有可能与微软合作令他感到振奋。据其预测，诺基亚将放弃塞班操作系统，并将正在开发的 MeeGo 操作系统的许多功能整合到 WP7 中。他指出，微软需要一家高端 OEM(原始设备制造商)，而诺基亚亟需除苹果 iOS 和谷歌 Android 外的手机操作系统。

“这有可能成为除 iOS 和 Android 外的第三款主流手机平台。”布莱尔说。不过他也承认，假如一切成真，诺基亚将面临下一个挑战：建立一个完整的手机平台生态系统。来源：2011-2-9 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚今将公布新战略 CEO 称要确保产品个性化

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)近日表示，究竟是选择谷歌 Android，还是微软 Windows Phone 平台，主要取决于能否为诺基亚带来持续的产品个性化。

周五，诺基亚本将发布公司的新战略，有传言称，届时诺基亚可能宣布与谷歌 Android 或微软 Windows Phone 联姻的决定。

埃洛普在接受采访时称：“不仅仅是个性化问题，还要是可持续的个性化。”当前，埃洛普有三种选择：坚持使用 MeeGo，支持谷歌 Android，或改用微软 Windows Phone。

埃洛普说：“Android 发展得相当不错，市场份额很大。凭借 Android 和诺基亚的份额，两者的结合一定会进一步推动 Android 生态系统的发展，同时也代表着手机操作系统的重大转移。”

至于微软的 Windows Phone 平台，埃洛普说：“Windows Phone 正处在初期成型阶段，这是一款很漂亮的产品。”

当时，埃洛普对三种操作系统持开放态度。但本周二曝光的一份内部备忘录显示，MeeGo 似乎已不是最佳选项。再加上谷歌副总裁维克·宫多拉(Vic Gondotra)周二晚的一句暗示，诺基亚似乎已经选定微软的 Windows Phone。

宫多拉周二晚在 Twitter 上发表消息称：“两只火鸡变不成一只鹰。”埃洛普还谈到了美国市场，他说：“我们需要以一种可行的方式重新开启美国市场。”
来源：2011-2-11 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

Android2010 年市场份额超 iOS 和 RIM

据 Gartner 刚刚发布的统计报告，2010 年全球智能手机销量比 2009 年增长 72.1%，占有移动通信设备销量的 22.2%。其中，Android 的市场份额达到 22.7%，超越 RIM(16%)和苹果(15.7%)成为仅次于 Symbian 的全球第二大智能手机平台。

报告称，2010 年四季度全球移动设备销量为 16 亿部，其中智能手机所占份额为 22.2%。北美和西欧地区智能手机销量占全球的份额为 52.3%。在这些地区，近半数的手持设备都是智能手机。

智能手机的畅销帮助苹果和 RIM 在全球移动设备厂商排名中上升至第五名和第四名，取代了索尼爱立信和摩托罗拉。苹果 2010 年智能手机销量达 4660 万部，比 2009 年增长 87.2%。Gartner 将其成功归结于苹果国际市场的拓展和独家协议的终结。RIM 智能手机销量则受益于东南亚市场的强劲表现，2010 年全球销量达到 4750 万部，同比增长 38.2%。不过，四季度 RIM 的市场份额从 2010 年同期的 19.5%下降至 13.7%。

诺基亚 2010 年手机销量为 4613 万台，同比增长 7.5%，市场份额则比 2009 年下降了 6.7 个百分点。

而 Android 则表现抢眼，2010 年销量比 2009 年增长了 888.8%，市场份额达到 22.7%，仅次于诺基亚 Symbian(37.6%)，超过 RIM(16%)和苹果(15.7%)以及微软(4.2%)等对手。来源：2011-2-10 新浪科技

[返回目录](#)

索尼爱立信正式发布 PSP 游戏智能手机

在全球移动通讯大会(Mobile World Congress)上,索尼爱立信(以下简称“索爱”)正式发布了基于 PlayStation 的 Xperia PLAY 智能手机。索爱表示,该手机融合了 PlayStation 的游戏功能和最新版的 Android 手机操作系统。

当 Xperia PLAY 处于纵向模式时,相当于一部普通的 Android 手机,配有 500 万像素摄像头和分辨率为 480x854 的 4 英寸屏幕。当滑出游戏控制面板时,它立刻成为一台掌上游戏机,配有数字化方向键、两个模拟触控板、机器肩部的两个按钮、以及一个鲜明的带有 PlayStation 标志的按键。

Xperia PLAY 采用高通 Snapdragon 1GHz 处理器,最新的 Adreno GPU 将屏幕画质提升到了新的水平,并且实现了 60fps 的游戏回放、更好的浏览体验、以及更低的耗电量。

Xperia PLAY 是首款“PlayStation 认证”的手机,这意味它可以借助 PlayStation Suite 官方版仿真器访问 PlayStation 的内容。PlayStation Suite 将于 2011 年晚些时候发布。

目前,艺电和 Gameloft 等游戏公司正在为该设备开发游戏,包括《极品飞车》、《模拟人生 3》、《分裂细胞》和《刺客信条》在内的游戏即将推出。此外,该设备还支持 Android Market 上的所有游戏和应用。

索爱计划下个月在全球推出 Xperia PLAY 手机。来源:2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

专家称智能管道是运营商出路

互联网未来的发展方向是以手机为平台的移动互联网,在移动互联网时代,具有网络资源优势的运营商,与兼具客户资源优势和业务优势的互联网公司之间的竞争和冲突加剧已不可避免,这对基础运营商提出新的要求。同时,随着移动互联网产业链的扩张,融合性监管显得尤为必要和复杂。

中移动与 QQ 的流量之争暂告一段落，但由于所引发的流量之争却成为监管部门、运营、IT 业界在 2011 年实际经营过程中不可忽视的环节。据《经济观察报》报道，当外界把目光集中在中国移动总裁李跃是否会见了腾讯董事会主席马化腾的时候，中国移动内部则对此并不感兴趣。近两年来，数据业务流量被腾讯等公司无偿占用，让中移动真正头痛不已。对内改革管理体制，对外修改与合作伙伴之间的游戏规则，已经成为中国移动 2011 年无法回避的难题。

流量经营在基础电信企业有何重要性？移动互联网时代，运营商的流量经营该如何做？企业之间跨界经营越来越多的融合发展背景下，给监管提出哪些新问题？为了更好地了解这些内容，记者采访了工信部电信研究院丁道勤研究员。

运营商的流量经营之痛

记者：中国移动与腾讯 QQ 之争说明了什么？流量经营对基础电信企业有何重要性？

丁道勤：随着 3G 和移动互联网时代的到来，通信业的商业模式也随之发生变化，中国移动与腾讯公司的流量之争不可避免，也印证了移动互联网发展的趋势。在移动互联网时代，社交网站与社交媒体飞速发展，例如国外的 Facebook 和 Twitter 等应用，这种通过圈子来传播的新媒体更接近信息传播的末端，一旦迅速发展，就会是爆炸式的，类似 QQ、微博和视频分享等业务对流量需求的增长也会是爆炸式的。互联网未来的发展方向是以手机为平台的移动互联网，而中国移动和腾讯两家公司分别掌握了最大的通道和最大的用户群，双方在移动互联网时代的竞争和冲突加剧已不可避免。

在移动互联网时代，流量经营对运营商非常重要，移动互联网业务的发展对流量需求很大。近两年来，让中国移动尤为头疼的问题是，中国移动的数据业务流量被腾讯等公司无偿占用，给中国移动带来的收益远远小于投入成本，而且这个问题，将随着移动互联网的发展愈演愈烈。

做好智能管道是运营商的出路

记者：移动互联网时代，基础电信企业与互联网企业之间的竞争会呈现哪些特点？

丁道勤：未来移动通信与互联网将逐渐走向融合，主要体现在终端的融合、网络的融合以及业务内容的融合上。移动互联网时代为移动通信发展提供了更为广阔的空间。各种从互联网上移植过来的下载、邮箱、搜索、博客、即时通信、电子商务、拍卖和网络电话等业务正在通过手机终端得到日益广泛的应用和普及。

在移动互联网时代，基础电信企业好比高速公路的搭建者，一方面，需要修好高速路以供越来越多的汽车奔跑，但另一方面其路况越好，奔跑的汽车越多越

快，需要支付的各项维持费用越高，反而使其亏损越大。也即基础电信企业需要有充足的带宽和流量来支撑和保障日益复杂的互联网业务应用，但移动互联网时代下的互联网业务应用日益丰富，例如未来微博和视频分享业务的发展，也可能像腾讯 QQ 那样占用越来越多的流量空间。这样，基础电信企业的流量经营会陷入一种投入越多亏损越大，再亏损也需要持续投入的循环尴尬局面。

因此，移动互联网分化成基础电信企业(系统门户侧)、终端厂商(终端门户侧)及互联网企业(业务门户侧)之间争夺掌控用户使用习惯的竞争，这将进一步加剧基础电信企业的“管道化”趋势，业已成为了移动互联网商务模式的最大特征，基础电信企业日益沦为管道商角色和地位。基础电信企业虽具有网络资源优势，但互联网企业具备客户资源优势，又兼具业务优势，基础电信企业的移动网络资源有限，日益丰富的智能终端的发展将快速耗尽这些资源。所以，在新形势下，基础电信企业需要调整其流量经营的商业模式，实施精细化流量经营策略，做好智能管道，主导合作平台运营。

监管目标需着眼保护消费者权益

记者：中国移动与腾讯 QQ 之争是不是给监管提出了新的问题？在移动互联网时代融合性监管是不是越来越显得有必要？

丁道勤：中国移动与腾讯 QQ 流量之争虽没有像 3Q 那样公开全面爆发，双方公司也均低调否认，但也给监管提出了一系列新的问题，如何防范基础电信企业与互联网企业之间非理性竞争而损害消费者权益的行为，监管机构需要提前谋划。

2011 年 1 月 12 日，工信部就在其官网上发布《互联网信息服务市场秩序监督管理暂行办法》(征求意见稿)，无疑将对规范互联网市场秩序起到积极作用。其第 6 条规定了互联网信息服务提供者在市场活动中不得有下列不正当竞争行为：(一)捏造、散布虚假事实，或者恶意诋毁竞争对手提供的合法产品或服务，损害竞争对手的商业信誉或商品声誉；(二)无正当理由，擅自对其他经营者提供的合法产品或服务实施不兼容；因非人为因素与已有的其他经营者提供的合法产品或服务不兼容时，未主动向用户进行客观提示，或欺骗、诱导用户做出选择；(三)干扰用户终端上其他经营者提供的合法产品或服务的运行，或者修改其他经营者提供的合法产品或服务的内容，或者拦截其他经营者提供的合法产品或服务的信息；(四)通过任何方式误导、欺骗、强迫用户卸载或关闭其他合法产品或服务；(五)其他有悖公平竞争的行为。其中第(二)、(三)项内容可以适用于皆为互联网信息服务提供者的基础电信企业与互联网企业之间的不正当竞争行为，但个人觉得出台《互联网信息服务市场秩序监督管理暂行办法》(征求意见稿)的出发点

主要还是为了规范 3Q 事件引发的类似互联网企业之间的不正当竞争，至于基础电信企业与互联网企业之间的竞争规范还有待监管机构出台进一步细化政策。

移动互联网产业链环节主要包括用户、终端门户、随身音信、移动商务、娱乐交友、互联网、移动网、系统侧门户、铃音、新闻、支付、游戏、业务平台、内容平台等，主要分为基础电信企业(系统门户侧)、终端厂商(终端门户侧)及互联网企业(业务门户侧)等几个层面，移动互联网时代的融合性监管显得尤为必要和复杂，但监管的目标需要着眼于保护消费者的权益，以及移动互联网产业链各环节主体的利益平衡。来源：2011-2-10 通信信息报

[返回目录](#)

CDMA 版 iPhone 或激发产业链潜能

苹果所至之处，从无寂寞与冷清。2011 年元月上旬，美国运营商 Verizon 发布 CDMA 版 iPhone 4 手机，价格与此前 WCDMA 版 iPhone 4 的售价一致。而一则来自中国电信内部的消息，同样振奋人心，电信版 iPhone 即将出炉，最快期限六个月。

联通版 iPhone 引发的“机卡绑定”风潮尚未平息，一波 CDMA 版 iPhone 风暴袭来，中国手机市场再次掀起轩然大波。由于中国电信与苹果公司尚未正式签约，涉及保密问题，中国电信集团公司总经理王晓初言辞谨慎，“何时引入 iPhone 4，现在还不好说”。但正所谓“山雨欲来风满楼”，一股因 C 版 iPhone 引发的市场热潮已经呼之欲出。

运营商展开“苹果”争夺战

这么一出大戏怎能没有中国移动呢？Verizon 的 iPhone 与中国移动迅猛发展的新 TD - LTE 无线网络无缘，但中移动董事长王建宙依旧信心十足，“苹果公司已经明确表示它们将支持 TD - LTE，既然苹果能够推出 CDMA，我们希望它在开发下一代移动网络时，也能考虑开发 TD - SCDMA。”

一个“苹果”便拉开中国运营商“三国杀”序幕，硝烟浓重。中国移动声明今后将致力于 TD - LTE 这一准 4G 技术的开发，但是拥有 5.84 亿用户的移动公司不甘心看着联通与电信分享“苹果”。于是，iPhone 移动“剪卡”风波上演，辅之以“号码套餐沿用”的方式鼓励 iPhone 4 用户选择和中国移动的话费捆绑。不难看出，移动抢食“苹果”，意在弥补 3G 智能手机市场的尴尬境遇。

一个“苹果”iPhone 4 让中国联通尝尽甜头。根据 2010 年 12 月份数据，中国联通 3G 用户总数达到 1406 万户，并且联通 WCDMA 网络已与 87 个国家和地区的 169 个运营商开通了 WCDMA 高速数据漫游业务。与此同时，联通开

始着手破除对于“苹果”的依赖，启动智能手机普及战略，欲图绕开苹果开辟新天地。

在日前举行的中国电信 CDMA 终端产业链年会上，中国电信大力拉拢手机厂商，多达 230 多家 CDMA 手机厂商、设计公司、无线网卡生产厂商，以及 14 家国代商以及国内大型连锁卖场。当然，iPhone 效应的经验告诉大伙，争夺 3G 市场，拳头终端产品至关重要，并且在摩托罗拉 XT800、三星 I909 成功开启高端市场的推动下，手握 CDMA 法宝的中国电信，自然希望借助“苹果”之力在 3G 市场争夺战一决雌雄。

CDMA 产业链或爆发巨大能量

仅仅是 CDMA，两年前的星星之火已然成为点燃产业链的燎原之火，中国电信 2010 年净增 3443 万 CDMA 用户，用户规模增长两倍多，并且 3G 智能手机用户占据主导；销售终端增长五倍多，终端每月销量增长接近 14 倍，发展速度令人惊叹。同样能够让人引发惊叹的是“苹果效应”，不谈 iPhone 4 和 iPad 令苹果公司市值猛增 50% 以上成为全美第二大公司，单是在业界便刮起的“苹果”跟风潮就足以让人惊叹。而此时，如果 CDMA 与苹果强强联手，这又将产生何等巨大的能量呢？

一旦 C 版 iPhone 进入中国市场，CDMA 与苹果联姻的品质效应，运营商争抢带来的渠道效应，厂商跟风带来的市场效应，C 版 iPhone 或将激发 CDMA 产业链的巨大潜能，而这也或将引发智能手机市场的无线可能。3G 产业“激战”将更加惨烈，越来越激烈的物联网和云计算等战略新兴产业的竞争、ICT 生态产业链主导权争夺的有限空间、日趋白热化的属地化营销竞争、数据及信息业务 ARPU 贡献值的攀升乏力、数据及信息业务客户满意度的艰难提升、移动信息化应用市场占有份额的不断被蚕食……

上季度，iPhone 卖出了 1400 多万部，iPad 卖出了 700 多万部，一个季度苹果公司的净利润高达 60 亿美元，增长了 78%，创历史新高。所以经济不景气，在“苹果”眼里，“神马都是浮云”，这也给运营商传达着强烈的讯息，用户喜欢和追捧的 3G 智能终端，就长这个样。运营商不疯抢咬上一口“苹果”才怪！

追逐“苹果”喜忧参半

利好的现象是，追逐“苹果”风推动着中国手机产业的兴盛。除了苹果 iPhone 外，谷歌“GPhone”、中国移动“OPhone”、联通“UPhone”、微软的 WPhone、黑莓 BPhone、联想的 LePhone，众多的智能手机纷纷出场。除了苹果 AppStore 外，中国移动 MM 应用商店、中国电信天翼空间、中国联通沃商店的上线带来更多杀手级应用。

国内厂商方面，作为国产手机的最佳成长伙伴，联发科正在悄悄推动运营商分成模式。联发科芯片高达 90% 的占有率，第三方软件供应商热情高涨，包括腾讯、华娱无线、掌上明珠、掌控等移动互联网公司纷纷加盟。联发科打造独特的商业模式，软件提供商提供应用程序，手机厂家预装应用程序，手机用户赚到钱则几家分成。此外，为了培育移动互联网应用用户群，天宇、宇龙酷派和康佳通信等拜师诺基亚，各自推出了自己的手机应用商店，而宇龙酷派更是采用了免费下载的模式。

问题和隐忧在于，借苹果之光点亮前进之路，但如果离开这个“苹果”该怎么办，拿什么解开苹果依赖症呢，拿什么刹住盲目跟风潮呢？以风靡全球的苹果商店为例，2010 年，苹果应用商店 AppStore 的应用程序下载次数超过 40 亿次，全球超过百万的开发者为之耕耘。在 AppStore 的明星效应下，各大应用商店纷纷效仿上马，不过艾媒市场咨询 CMOSS 的监测数据显示，这些应用商店中超过 95% 的下载软件都是免费下载，而真正付费的只是寥寥无几。这个问题显然不是纯粹是市场培育期和市场成熟度问题。这说明着，简单的跟风模仿根本难以在市场上获得话语权，也难以让消费者心甘情愿地为之买单。

苹果成功的秘诀之一是创新，而中国智能手机市场之路，绝对不能仅仅依赖苹果扶持。国内制造商要谋长远发展，还需从自身着手，打造出优秀的产品。运营商则应当采取高低端同步走的策略，同时匹配与之对应的手机商店等数据业务，拒绝沦为苹果“渠道销售商”。来源：2011-2-10 通信信息报

[返回目录](#)

山寨机 2011 年将达到 2.55 亿台规模

iSuppli 研究报告显示，2011 年中国大陆的山寨机销量比 2010 年增长了 43.6%，总量约为 2.28 亿台，而在山寨机持续降价以及海外订单增加的情况下，山寨机市场规模将在 2011 年达到 2.55 亿台的高峰。山寨永远是中国市场一个热闹的话题，毁誉参半。

山寨机发展冷暖自知

山寨机市场的发展，可谓甜中带涩。论销量，山寨机确实战绩不俗，Gartner 发布的一份报告显示，在国内名不见经传的 G - Five 手机，2010 年前两季度的手机销量分别达到了 520 万台和 430 万台，一度跻身全球手机销量前十名，超越了众多国产知名品牌。这也是继中兴、华为之后，第三家手机销量进入全球前十名的国内厂商。据悉目前，诺基亚公司的手机出货量(销售量)占印度手机市场的 31.5%，稳居头把交椅，而中国品牌 G - Five 的则出货量排名则第二，而排名

第三的是韩国手机制造商三星电子。一家 G - Five 的主要芯片提供商表示，G - Five 手机，在国外销量很大，年出口量约 2000 万台。

国际电子商情执行主编孙昌旭也透露，具有移动电视功能的山寨手机正在被东南亚、拉丁美洲、中东、非洲和印度等地的消费者广泛接受，2011 年出口到上述新兴市场的带有电视功能的山寨手机销量已达 7000 万台，比 2009 年增长了 30%，山寨机可谓墙里开花墙外香。除此之外，从 iPhone 演绎出 M8、M9 以及诸多的“Phone”，从 iPad 到苹果皮，国内山寨力量的崛起算得上“前仆后继”。

但山寨终究是山寨，与旗舰机相比，山寨机性能偏差，质量和售后都难以保障，一直饱受诟病。“山寨机”内置软件吸费也让很多人望而却步。山寨厂商一窝蜂地寻求“出海”，在国外发展也非长久之计；不断山寨新的东西，则可能陷入发展怪圈；死拼价格战，在智能手机价格一路走低的今天，也开始逐渐变得不可行，而工信部向市场上泛滥的“山寨机”发出的围剿则令更让山寨机惶惶不可终日。

山寨企业也有闪光之处

山寨机在中国 IT 业的崛起引出山寨文化，如同任何一部中国传统武侠小说所演绎的故事那样：先是以非常规手法游走于主流圈子的边缘，然后逐渐做大，最终向正统势力发起挑战，甚至取而代之。不可否认，山寨的兴起，确实冲击了正规产品的市场发展，扰乱了市场秩序，市场产品鱼龙混杂，也让消费者莫衷一是。但是，对任何现象加以评论最忌讳的就是以偏概全，妄下定论。客观地说，山寨并非一无是处。在汹涌的山寨手机大军中，产品基本上靠模仿，但说回来，世界上没有哪家公司能够在所有方面都创新，他们必须在很大程度上模仿别人。那些我们眼中的“创新优等生”，其实不过是一个优秀的模仿者。IBM 公司就被彼得·德鲁克称之为“世间最优秀的创造性模仿者”，当初他推出商用大型计算机就是模仿 Remington Rand 公司的。即便是世人眼中最成功的创新者苹果，它的很多产品也都是现有技术的组装，在产品方面的创新并不多。

曾在诺基亚工作十余年之久的英国科技行业人士简·齐普切斯(Jan Chipchase)在走访中国的一些市场发现，中国的山寨手机通常都拥有一些令人意外的功能：意想不到的视频摄像头、额外的接口或是不同寻常的接头。齐普切斯说，“仿造商品过程中的细微差别，也是一种创新。”他认为，中国一些山寨厂商通过对苹果或索尼的每一款新产品进行反向工程，山寨企业既取悦了消费者，又孕育了创新。

对于模仿和创新的争执，“山寨”也得到了政府官员的正面回应。2010年11月30日，工信部副部长杨学山对中国市场上不断涌现的山寨产品表态，模仿也是一种创新。山寨机如果没有侵犯知识产权，那么应该得到支持。

有业内人士则认为，山寨企业“山寨”超音速般的样机研究、旋风式生产跟进、开放型组织结构，以及作坊的品牌形象建立也都值得研究和学习。

创造性是“山寨”机成功关键

对于未来山寨机厂商的出路，有媒体总结不外乎以下几点：

其一、洗白上岸。在国内杂牌手机市场萎缩之前重金砸出品牌，脱下“山寨”旧袄穿上“品牌”新衣，洗白为正牌厂商，靠品牌而不是一味拼价格来获取利润。最近一段时间，总能在央视上看到天宇胭脂手机的广告。天宇朗通，这个曾经的“山寨机”制造者，如今已经成功“洗白”，成为中国国产手机正规军中的一员，并且正在走上一条品牌建设的道路。

其二、海外树旗。在相对落后的新兴市场中树立品牌，如同G-five、lePhone一般与国际大牌同时起跑，但现在似乎错过最佳时机。

其三、放火烧山式发展。不断寻找新的待开发市场，迅速切入，类似于毁坏式的市场开荒，不可持续发展，但能赚快钱，直到全球新兴市场被掏空。这种模式或许是大多山寨机厂商的发展之路，能持续多久，无人能知。

其四、另寻出路。就像两年前没有人知道山寨机还能靠出口一样，没有人知道下一阶段的赚钱法门是什么。在一个充满了变数的行业，主动走两步，或许前方就有一条宽敞之路。

但总的来说，而中国的“山寨”机厂商抑或所有“山寨”企业应当意识到，“山寨”是否具备创造性的制造能力，将是其未来存亡的关键。如何在不侵犯竞争对手知识产权的前提下，在模仿的基础上推进自主创新、提升品牌知名度和产品附加值，是山寨手机厂商面临的核心问题。一味地亦步亦趋地模仿，很难实现品牌的跨越。来源：2011-2-10 通信信息报

[返回目录](#)

投行预测联通今明两年 3G 收入大增净利下降

新年伊始，香港投行纷纷发表对中国联通 3G 业务的看法，普遍预计联通 3G 及智能手机用户将带来收入的大幅提升，但因提供了大量手机补贴，赢利将下降。

瑞士信贷的研究报告称，针对智能手机用户的最新调查显示，智能手机用户的每用户平均收入几乎是市场平均水平的两倍，为人民币 123 元/月，几乎三分

之二的智能手机用户表示月度手机费支出增加，而 3G 智能手机用户月度手机费平均增长了 24.7%。

瑞士信贷预计联通 2011、2012 两年移动通信业务的收入可带动整体收入增长 20.6%及 18.3%。

渣打证券则表示，联通可能受困于较预期高的手机补贴，因为缺乏低价智能手机，以及需补贴中端客户，因此预测联通 2011-2012 年盈利下调 7%-11%，至 66.33 亿元及 86.59 亿元人民币。

之前，联通已预告，虽然 2010 年的营业收入快速增长，但是由于公司的 3G 业务处于运营初期，折旧及摊销、网络、运营及支撑成本和销售费用(特别是 3G 终端补贴费用)增长较快，给公司的盈利带来较大压力。预期截至 2010 年 12 月 31 日止年度纯利按年下跌 50%以上。来源：2011-2-9 新浪科技

[返回目录](#)

【移动增值服务】

北京电信黑莓手机业务向个人开放

为满足个人用户对黑莓业务的需求，中国电信北京公司日前透露，中国电信即将在北京向个人用户开放黑莓服务。届时，个人用户将无需通过单位申请，即可在北京电信任意营业厅办理相关黑莓套餐。据悉，中国电信天翼黑莓业务是中国电信与加拿大 RIM 公司合作推出的邮件推送业务，移动用户可通过天翼黑莓专用移动终端(即天翼黑莓手机)，收发企业邮箱或互联网公共邮箱的电子邮件。

此前，北京电信曾推出十几款高、中、低档天翼 3G 智能手机，特别是其中的面向商务精英人士推出的商务智能手机，受到了众多用户的追捧。此次天翼黑莓手机向个人市场的进发，无疑进一步充实了天翼商务手机系列。另外，中国电信还将在年内引进 Iphone。来源：2011-2-9 北京商报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

电信联通停止小灵通新入网 广出优惠督促转网

按照工信部既定部署，2011 年小灵通将彻底退市。在紧迫形势下，中国电信和中国联通只好出台各种优惠政策，吸引用户转到 2G 或 3G 上。

2010 年停止发展新用户

中国联通北方一省公司相关负责人透露，该省联通已于 2010 年下半年停止任何新的小灵通用户入网。他分析，无论中国联通还是中国电信应该目前都已在各地停止发展新用户。

自 1998 年 1 月浙江余杭区正式开通小灵通服务以来，小灵通迄今已运营 12 年多，期间最高峰时用户曾将近 1 亿。

然而，根据 2009 年工信部发布的《关于 1990-1920MHz 频段相关事宜的通知》，目前小灵通所在的 1900-1920MHz 频段无线接入系统应在 2011 年底前完成清频退网工作，其所用频率无条件收回，中国电信和中国联通正在采取措施，确保该频段的无线接入系统不对 1880-1900MHz 频段的 TD-SCDMA 系统产生有害干扰。

不过，截止到 2010 年 11 月，小灵通用户仍有 3034.7 万户。而且，各省市情况不一，北京、上海等一线城市小灵通用户几乎绝迹，例如上海小灵通用户仅剩下几万；而二三线城市仍有大量小灵通用户。仅天津市到 2010 年 11 月底就还剩 50 万小灵通用户，加速转网势在必行。

运营商各出招数吸引转网

为此，各地电信和联通公司不断推出各种优惠举措，吸引小灵通用户转网。主要的措施就是小灵通用户预存话费即可转网 2G 或 3G，其中最大的好处是资费不变。

例如，以杭州电信为例，小灵通用户如果转用手机，原话费可以直接转入新号码，预存 200 元话费，就能免费获得一部价值 300 元左右的手机，而且 200 元话费须分 20 个月返还。

而沈阳联通为转网用户提供了 5 种转网套餐，而只要预存 200~1100 元话费，即可免费获得一部 G 网手机。

天津联通则推出“灵通升级”活动，主要包括四大方面优惠措施：首先是资费不变，平移至 2G 专属资费；第二是免费升级，免收卡费和首月月租；第三是获赠手机，预存 200 元话费送手机；第四是无忧换号，免费提供改号通知服务。部分日租产品不能享受上述优惠

预付费用户转网困难

据悉，目前运营商对后付费小灵通用户的转网或退网服务比较方便，但预付费用户的转网或退网有不少障碍。

例如后付费用户打算办理退网手续，可携带机主身份证等证件到联通营业厅办理。在退还话费余额方面，如果是在营业厅使用现金缴纳的费用，可以办理退款。

但是，很多小灵通用户当初使用该业务时可能是在街头或者手机店里购买的，其使用充值卡或网上充值，这样的话，所产生的余额则无法退还，需要用户在退市前自行将余额用完，转网时也无法确认该小灵通机主的身份。来源：

2011-2-11 新浪科技

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

南方传媒获互联网电视正式牌照

日前，中广互联从南方传媒内部人士得到可靠消息，南方传媒互联网电视播控平台在 2010 年底通过官方验收后，已在 2011 年 1 月获得广电总局正式批准开办业务，获得集成服务和节目内容服务牌照。南方传媒继央视、文广、华数后正式成为全国第四家互联网电视业务运营商。

据悉，南方传媒在 2010 年业务筹备阶段，已在服务平台建设、CDN 网络部署、节目储备以及与电视机厂商终端一体机集成等方面完成战略布局，并具备全国大规模运营条件，近期将正式开展运营。

据了解，南方传媒指定其内设机构科技公司，作为互联网电视相关播控平台和节目服务平台的具体管理单位，南方传媒已建设完成的播控平台具备完善的播控管理功能，达到安全、可靠、可管、可控的要求，并通过总局验收。

在节目服务平台方面，南方传媒计划通过对外合作、资源整合等方式引入更多的合作伙伴。一方面，将和国内具有正版、专业的数字版权发行机构合作，主推高清、正版影视剧点播；另一方面，将重点推进宽带互联网与智能电视的融合服务，研发“家庭影视娱乐终端的智能型操作平台”。基于该智能平台，电视观众不仅能够收看所有数字电视的节目内容，更可享受互联网上更加丰富、更加新颖的影视大片等视听服务。来源：2011-2-13 中广互联

[返回目录](#)

YouTube 与 LG 合作推广 3D 视频业务

YouTube 将与 LG 合作，使得用户可以更为简便地利用移动设备拍摄 3D 图像和视频，并使用 LG 新款 Optimus 3D 智能手机直接上传到互联网。

Optimus 3D 手机使用谷歌 Android 操作系统，搭配双镜头摄像头，可以拍摄 3D 图像和视频。LG 发言人 Nanako Kato 表示，这种视频可以直接通过 YouTube 3D 视频应用上传到 YouTube 网站上。

Optimus 3D 搭配 4.3 英寸触控屏，并且可以提供裸视 3D 效果。

LG 和 YouTube 在联合声明中说：“这一新的合作关系是 LG 和全球最大在线视频社区共同推广 3D 娱乐的一部分。YouTube 和 LG 通过协作，使得通过移动设备发送和分享 3D 视频成为可能，并且简化了用户的使用方式。”

YouTube 2009 年 7 月起开始在 YouTube 3D Gallery 中提供 3D 视频，甚至通过网站出售特制的 3D 眼镜。通过与 LG 的合作，YouTube 简化了 3D 视频的上传和分享流程。

Optimus 3D 手机配备德州仪器的 1GHz OMAP 4 双核处理器，并使用双通道内存，以确保用户可以具备足够的处理能力来拍摄 3D 视频。用户还可以通过无线网络或有线接口分享 3D 视频，例如 HDMI 接口。该产品还通过了 DLNA 认证。

Optimus 3D 配备的裸眼 3D 屏幕使用了应用视差障碍(applied parallax barrier)技术，可以在液晶屏幕前方设置一系列的长条，封锁光线，从而确保用户的左右眼看到不同的图像，进而创造出 3D 图像的景深。

LG 的 Optimus Pad 平板电脑也将内置 3D 摄像头，但其搭配的 8.9 英寸触控屏却无法实现裸眼 3D 效果。LG 表示，可以通过 3D 电视观看 3D 摄像头拍摄的图像和视频，或者利用 YouTube 3D 服务分享。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

【电信网络】

研究称 2012 年 LTE 将逆转 WiMax

近日的研究报告显示，到 2012 年长期演进技术(LTE)将成为全球 4G 通信网络的主导技术。目前，全美第一大和第二大移动运营商 Verizon 无线和 AT&T 都在建设使用基于这一技术标准的高速移动网络。

该报告称，2012 年 LTE4G 网络用户量将达到 WiMax 4G 网络用户量的两倍。目前，全美第三大移动运营商 Sprint Nextel 使用的就是基于 WiMax 技术的 4G 移动网络。预计到 2014 年，LTE 4G 网络用户将达到 3.031 亿，几乎是 WiMax 4G 网络用户的 10 倍。

Sprint 此前将未来 4G 网络的技术标准全部押宝在 WiMax 上，并向其合作伙伴 Clearwire 注资，建设了首个覆盖全美的 4G 网络。Sprint 表示，之所以选择

WiMax 是因为该技术的出现早于 LTE。而亚洲和欧洲的一些移动运营商采用了基于 LTE 技术建设的 4G 网络。

在 4G 网络的发展过程中，WiMax 技术的起步早于 LTE 两到 3 年，因此，目前该技术是市场的主流。但 LTE 获得了大多数无线运营商的青睐，预计最早在 2012 年即可超越 WiMax，随后成为全球 4G 网络的主导技术。

总部位于堪萨斯州奥弗兰帕克的 Sprint 曾经表示，该公司将在未来 3 到 5 年投资最多达 50 亿美元用于网络升级。该计划将使 Sprint 同样具备运营 LTE 网络服务的能力。Clearwire 也同样表示，该公司也将向 LTE 技术转移。

2011 年，WiMax 仍将保持对 LTE 的技术优势。2011 年全球 WiMax 4G 网络用户预计将达到 1490 万户，而全球 LTE 4G 网络用户预计将达到 1040 万户。
来源：2011-2-10 人民邮电报

[返回目录](#)

02 与 T-Mobile 共建共享捷克 3G 网络

西班牙电信(Telefonica)O2 与德国电信(Deutsche Telekom)T-Mobile 签署了一份 6 年期协议，以共建共享其在捷克共和国未开展服务的农村地区 3G 网络。商用试点将于 2011 年第二季度启动。

“通信的未来将建立于智能终端，以及通过高速数据移动网络服务提供的智能应用。感谢我们的合作，我们将在更多城市为用户带来移动互联网接入。这种方法将使我们能够做出必须的重大投资，以确保用户能够享受未来几年中技术创造的最大利益。” O2 捷克公司董事长兼首席执行官 Luis Malvido 表示。

共享的基础设施总计将包括近 1000 台发射机，每家运营商承诺建设 490 台。网络容量计划将把稳定的充分服务质量及传输速率的必要性纳入考量，从而使所提供的服务水平不受影响。

多布日什(Dobris)和恒波勒治(Humpolec)两个城市目前正在进行商用测试。如果结果是正面的，商用试点将于 2011 年第二季度推出。O2 将负责捷克东部地区的建设，T-Mobile 将覆盖捷克西部。来源：2011-2-10 中国通信网

[返回目录](#)

Verizon 完成商用 LTE 网络首次语音通话

Verizon 首席技术官(CTO)托尼·梅隆(Tony Melone)确认，Verizon 技术人员于当地时间 2 月 9 日上午在商用网络中完成了实时的、基于 IMS 的 LTE 通话

(VoLTE)。这是全球首次在商用网络中，而不是实验室环境中完成的 VoLTE 通话。

Verizon 技术人员使用了 LG Revolution 4G 智能手机。通话双方都位于 Verizon 总部，首次通话时长为 33 秒。在随后进行的多次测试中，技术人员还成功实现了在语音通话的同时使用数据服务。

梅隆表示，此次实验的成功表明 LTE 生态系统已经是健康的，并且是正在发展的，VoLTE 将很快成为在 LTE 网络中进行语音通信的全球标准。来源：2011-2-10 新浪科技

[返回目录](#)

【终端】

软银联合中兴共推一键应急手机

尽管现在的手机功能越来越强大，但仍然有不少人需要最简单的手机，比如说老年及儿童。

目前日本电信运营商软银联合中兴推出了一款，只有一个按键的手机，手机可在用户需要帮助时呼叫紧急联系人，一旦用户按下按键，手机将自动以电子邮件形式将 GPS 数据发送给联系人，邮件包括该手机用户的位置信息等，手机还可发出警报，当手机丢失时可通过手机定位找到，这款手机儿童也可以使用。来源：2011-2-10 中国通信网

[返回目录](#)

华为推出全新智能手机 IDEOS X3

在巴塞罗那世界移动通信大会(MWC2011)上，华为终端以 Smart Device Simple World 为主题亮相，推出了智能手机 IDEOS X3。

新款智能手机 IDEOS X3 采用 Android 2.3 Gingerbread 操作系统，具有一体成型的弧度大屏，厚度 11.2 毫米，是目前 3.2 寸屏幕的 Android 智能手机中最纤薄的一款产品。此外，IDEOS X3 将热门的 SNS 网站与电话簿深度融合，并安装有前置摄像头。该款机型预计将于 2011 年第一季度在日本软银全球首发。

华为终端发言人表示，IDEOS X3 的推广将在全球范围内陆续展开，不久就将与国内消费者正式见面。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

华为终端推新款平板电脑 S7 slim

在巴塞罗那世界移动通信大会(MWC2011)上，华为终端推出了平板电脑 S7 的轻薄升级版 S7 Slim。

S7 Slim 图片相比上一代 S7，S7 Slim 的机身更为纤薄，7 英寸 WVGA 800x480 电容触摸屏与 720P 高清播放功能珠联璧合，不论是看电影还是玩 3D 游戏都可享受到非常震撼的效果。

S7 Slim 的系统采用 Android2.2 版本，支持将应用安装到存储卡中，这一改变也从根本上消除了机身存储容量的瓶颈。而在网络功能上，S7 Slim 还支持互联网的智能选择，支持 WiFi 802.11b/g/n 协议，让 UMTS 上网更为流畅。搭配上比电脑更简单的操作、320 万/30 万双摄像头及通话功能。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

GSM 协会建工作组界定嵌入式 SIM 卡

据国外媒体报道，GSM 协会与多家移动运营商今天宣布，已经完成了市场对标准化嵌入式 SIM 卡研发的需求调查。近期成立的这个工作组的目的是研究一种新型 SIM 解决方案的发展前景。该方案可以远程激活，并用于多种不同的设备。该工作组将于 2011 年 2 月底向电信标准机构——欧洲电信标准协会(ETSI)提交其分析结果。这将为嵌入式 SIM 卡标准在全球的推广作好准备。

嵌入式 SIM 卡以允许在 SIM 卡上进行运营商凭证远程管理的一组要求为基础。这意味着在大多数情况下，嵌入设备的 SIM 卡不能被删除，但可以在销售时或之后利用运营商凭证安全地更新，也可以在其生命周期内由其他运营商进行重新指配。嵌入式 SIM 卡将用作现有 SIM 卡的补充，而不是完全取而代之。传统的 SIM 卡支持的设备可以继续运营商的网络上运行。嵌入式 SIM 卡也将以已经标准化的 SIM 卡形式因素为基础，并将继续作为一个“实体存在”，而其安全性更加突出。

除了在欧洲电信标准协会内部进行的标准化工作外，该工作组还致力于确保嵌入式 SIM 卡提供必要的信任和安全关系，以保护价值链中所有相关方提供的数据。

预计这类具备新型 SIM 激活能力的装置将在 2012 年问世。来源：2011-2-15 飞象网

[返回目录](#)

华为推出 15 秒极速连接上网卡“闪电猫”

今天，华为终端在在巴塞罗那世界移动通信大会(MWC2011)上发布了最新的 HiLink 无线上网卡。

被誉为“闪电猫”的 HiLink 系列是全球首款真正意义上即插即用的无线上网卡。“闪电猫”无需用户安装驱动或进行任何其他操作，只需将其插在电脑上，即可在 15 秒内连接网络，为用户带来更加简单快捷的网络连接。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

华为推出首款“媒体共享型” Mobile Wifi

在巴塞罗那世界移动通信大会(MWC2011)上，华为推出了 Mobile WiFi 系列产品新成员——Smart Pro(E587)。

华为 Smart ProE587 据介绍，这款新品速率高达 42 兆，其电池续航能力更久，并拥有个人智能媒体共享功能，用户在预置下载任务后在 WiFi 免费环境下可自动开启下载，在 3G 环境下则自动暂停任务。

此外，Smart Pro 还首次支持基于 iOS/Android/Windows/MAC 等不同操作系统的终端设备，随时访问或点播储存在网卡中的媒体文件；而通过自助式的智能限速功能，Smart Pro 则实现了多用户的上网管理。来源：2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

欧盟通用手机充电器选定 USB

2 月 8 日，欧盟委员会宣布统一手机充电器的规格，预计首批通用的充电器将在 2011 年推出。

一位普通市民有四五个如同“鸡肋”的手机充电器不是稀奇事，仅欧盟国家每年因此产生的电子垃圾就超过 5 万吨。2 月 8 日，欧盟公布了首款手机通用充电器原型，新型充电器通过一个微型 USB 插头为手机充电。欧盟希望这款充电器将适用于今后出产的所有手机。

记者采访时发现，尽管目前手机充电器仍是五花八门，但在上海乃至全国市场上，越来越多的新款手机采用微型 USB 充电口。相信在不久的将来，一个手机充电器就可以搞掂“N 个”手机。

新充电器 2011 年开始量产

在欧盟成员国，手机充电器超过 30 种。2009 年 6 月，欧盟委员会在布鲁塞尔宣布，世界 10 大手机制造商自愿签署一份谅解备忘录，计划提供统一标准的手机充电器。2010 年 11 月 29 日，欧盟委员会正式公布手机充电器统一标准，要求手机统一使用微型 USB 充电口。

第一代手机通用充电器将于 2011 年上半年在欧盟市场上面世并进入量产。考虑到消费者平均每两年更换一部手机，随着市场上与通用充电器匹配的手机不断增加，新充电器占据市场主导地位预计需要两年时间。

统一手机充电标准是一项不折不扣的环保之举。据全球移动通信协会 (GSMA) 预测，实施新的手机充电器标准，每年可减少 5 万多吨的多余充电器，并随之减少 1360 万吨的温室气体排放。

欧盟方面表示，通用充电器面世后，今后还有可能延伸到笔记本、数码相机、MP3 等数码产品上。

14 家手机生产商支持

记者从欧盟相关网站了解到，目前支持这一标准的手机生产商已达到 14 家，包括苹果、华为、LG、摩托罗拉、NEC、诺基亚、三星、索尼爱立信等。这些手机生产商在欧盟市场上的占有率达到 90% 以上。

“我目前正在用 iPhone 和 iPod，可是这两件都来自苹果家族电器的充电接口和充电器却不相同。”苹果“粉丝”葛先生说。长期使用专有接口的苹果也出现在支持名单中，最令业界感到意外。

有报道称，苹果是否计划在第五代 iPhone 上增加一个额外的端口，或用微型 USB 取代目前的基座连接器，目前还不是很清楚。“如果苹果真的为欧洲作出了技术改变，可能也不会忘了全球其他市场。”业界人士称。

● 微型 USB 充电口

微型 USB 是一种能够同时支持充电和数据传输功能的新型 USB 接口。它可以保证不同品牌间充电器的兼容性，还涵盖安全性、电磁辐射等方面的内容。2 月 8 日欧盟公布的通用手机充电器，一端与手机微型 USB 充电口连接，另一端可直接插在电源上。采用微型 USB 接口充电后，大多数手机的充电时间约为 2 小时。个别较大的电池，可能要花 6 小时。最为方便的是，往后不同品牌，或者是不同型号的手机，都可以用同一款充电器充电，而买新手机时也不用再买充电器。来源：2011-2-11 新闻晨报

[返回目录](#)

中国标准不等于欧盟标准：各管充电线一头

我国早在 2007 年 6 月就颁布了手机充电器国家标准，并于 2009 年进行了修订。不过，这一标准与欧盟的标准并不是同一回事。欧盟手机充电器规定的是充电器与手机的接口部分统一使用微型 USB 标准，而我国的国家标准则要求手机充电器与手机充电线分离，即在电源适配器端使用全球统一的 USB 接口，但对充电器与手机间的接口未做统一的规定。

记者在采访中发现，目前在国内市场上，手机充电口仍五花八门，不过使用微型 USB 接口充电的新款手机越来越多。

永乐家电手机科主管耿春祚告诉记者，目前各种品牌手机的充电口有大有小，有圆有扁，即使是同一个品牌，不同机型的充电器也不能通用。比如诺基亚，不同型号的手机就有大圆口、小圆口、微型 USB 三种不同的充电接口。“不过从 2010 年九月份开始，我们明显感到使用微型 USB 充电口成了新趋势。”他说：“摩托罗拉、HTC、诺基亚等品牌的新款智能手机几乎全部采用微型 USB 充电口，普通机型和国产手机采用这种充电口的也越来越多。”

那么，手机充电器的最终会走向何方？尽管通用充电器在欧盟仅处于“样品”阶段，但欧盟方面表示，其他国际性组织正在对新型充电器的技术问题进行讨论，通用充电器很有可能其他国家得到应用。

与此同时，全球移动通信协会也在推动统一的充电器标准。2009 年 2 月，该协会曾宣布将联合 17 家移动运营商及制造商共同推出针对手机充电器产品的统一标准，并预计于 2012 年完成标准的制定工作。届时，中国的手机用户也可能买到采用通用充电器的手机。来源：2011-2-11 新闻晨报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

中国每百人有手机 64.4 部

工业和信息化部今天发布统计数据显示，截至 2010 年末，我国移动电话用户已达 8.59 亿户，移动电话普及率达到每百人 64.4 部，其中上海移动电话普及

率最高，达到每百人 122.9 部，北京次之，为每百人 121.4 部，广东位居第三，为每百人 99.9 部。

截至 2010 年末，固定电话用户则降至 2.94 亿户，固定电话普及率为每百人 22.1 部。

截至 2010 年末，我国光缆线路长度达到 995 万多公里，比上年末新增 165 万余公里。来源：2011-2-11 人民网—人民日报海外版

[返回目录](#)

我国手机上网用户达 2.88 亿

昨天，易观智库发布数据显示，截至 2010 年底，我国移动互联网用户达 2.88 亿，环比增 18.52%，市场规模达 637 亿元，同比上涨 64.2%。

易观国际分析师孙培麟认为，用户结构逐渐多元化且对移动互联网粘性增强；智能移动互联网终端种类增多，数量增多；移动互联网应用多样，满足用户多样化需求；互联网厂商及不同类型厂商积极推动等几个原因将带动移动互联网用户数持续快速增长，预计 2012 年用户数将突破 6 亿，超过互联网用户数。

另外，在 2010 年 637 亿元的市场规模中，除去流量费，移动互联网服务收入达到 342 亿元。无线音乐、手机游戏、手机阅读渐成主要移动娱乐应用，手机购物大增。来源：2011-2-14 京华时报

[返回目录](#)

2010 年全球智能手机销量增长 72%

美国市场研究公司 Gartner 2 月 9 日发布报告称，2010 年全球移动设备终端用户销量达到 16 亿部，较 2009 年增长 31.8%；智能手机终端用户销量较 2009 年增长 72.1%，在全部移动通讯设备总销量中的占比达到 19%。

“2010 年第四季度的强劲智能手机销量，推动苹果和 RIM 在我们移动设备生产厂商的排名中分别上升至第 5 和第 4 位，取代了索尼爱立信和摩托罗拉，”Gartner 研究副总裁卡罗丽娜·米拉内斯(Carolina Milanesi)说，“诺基亚和 LG2010 年的市场份额均遭蚕食，他们改革智能手机战略的压力越来越大。”

总体而言，在西欧和北美等成熟市场中，2011 年的移动设备市场的季节性波动低于往年。2010 年第四季度，全球手机终端用户销量增长 32.7%，总量达到 4.52 亿部。

2010年第四季度，摄像头模块、触摸屏控制器和 AMOLED 屏幕等热门零部件依然短缺。“至少在 2011 年下半年之前，这种情况不会缓解。短缺将成为移动设备厂商的长期考虑因素，因为媒体平板等其他快速增长的上网设备也在与之争夺同样的零部件。” 米拉内斯说。

2010年第四季度，“白牌”(White-Box)手机销量超过 1.15 亿部，全年销量达到 3.6 亿部。尽管“白牌”手机销量助推 2010 年的移动设备销量达到 16 亿部，但是如果以最严格的方式来解读，很难将此描述为一个“增长”的市场，因为其中很多销量来自于原本无法统计的二手市场甚至黑市，这类用户现在逐渐开始通过合法渠道购买手机。

2010 年各厂商终端用户手机销量数据(单位：千部)2010 年，诺基亚全年终端用户手机销量达到 4.613 亿部，市场份额同比下滑 7.5 个百分点。这种下滑不仅源于诺基亚在高端设备市场的疲软表现，还要部分归咎于合法白牌手机的销量增长。诺基亚在智能手机市场的份额较 2009 年下滑了 6.7 个百分点。诺基亚的未来取决于该公司 2 月 11 日宣布的最新战略。

RIM2010 年的全球终端用户手机销量为 4750 万部，同比增长 38.2%。该公司第四季度在东南亚(印度尼西亚)和欧洲(英国和荷兰)的表现尤其强劲。这些销量主要依靠对预付费产品的大力推广以及黑莓 Messenger 服务的稳定增长。尽管销量增加，但 RIM 依旧无法赶上市场增速，其份额从 2009 年第四季度的 19.5% 下滑到 2010 年第四季度的 13.7%。RIM 2010 年末宣布推出 PlayBook 媒体平板。至于此举能否巩固其生态系统，还有待进一步观察。

苹果 2010 年共计出售 4660 万部智能手机，同比增长 87.2%。这种增长主要得益于 iPhone 进军了新的国家以及独家运营协议的终止，使得苹果与全球 185 家移动运营商建立了合作关系。独家运营协议的终止也激励移动运营商展开更为激烈的竞争，使得 iPhone 的获取成本与其他高端智能手机持平。2011 年，苹果主要的增长机会来自与 Verizon Wireless 的合作。

Gartner 分析师认为，苹果将保持稳定的平均售价，这虽然对利润率有利，但却要以牺牲市场份额增长机遇为代价。然而，苹果并未瞄准大众市场，这也是其与 Android 的根本区别所在。

智能手机市场仍然集中于高端市场，这里的网速更快，用户可支配收入更高。Gartner 首席分析师罗伯塔·科萨(Roberta Cozza)说：“2010 年第四季度，西欧和北美约占全球智能手机销量的 52.3%。在这些地区，手机总销量中有近半数为智能手机。”

2010 年智能手机操作系统市场份额在智能手机操作系统市场 ,Android 凭借 888.8% 的全年增幅跃居全球第 2 位。Andorid 第四季度仍然受到多款高端产品的推动 , 包括来自 HTC、三星和摩托罗拉的设备。

Symbian 市场份额第四季度继续下滑 , 仅为 32.6% , 出货量为 3260 万部。这就使得 Android 第四季度的销量超越了诺基亚的 Symbian 手机。然而 ,Symbian 还被用于富士通、夏普、索尼爱立信和三星等企业的产品。“ 这些数字汇总起来 , 使得 Symbian 略高于 Android。” 科萨说。

由于 iPhone 4 面向更多市场出售 , 帮助苹果第四季度保持了 16.0% 的市场份额 , 并使得 iOS 成为了 2010 年第 4 家大手机操作系统。“ 作为一款平台 ,iOS 状态非常好。” 米拉内斯说。iPad 和 iPod Touch 都将对该系统起到促进作用 , 并增强其开发者生态系统。

“ 移动世界大会 2011(MWC 2011)即将于下周开幕 , 我们可以期待更多的智能手机和平板电脑登台亮相 , 而采用 3D 等技术的新应用也将大量涌向 , 并围绕触控屏提升用户界面 , 使用 LTE(长期演进)技术提升网速 , NFL(近场通讯技术)也将提供全新的支付方式。” 米拉内斯说。来源 : 2011-2-9 新浪科技

[返回目录](#)

2010 年美国智能手机普及率为 27%

调研公司 comScore 周一发布的调查报告显示 , 2010 年美国的智能手机普及率为 27% , 而欧洲为 31%。

该报告主要数据如下 :

2010 年 12 月 , 美国智能手机普及率达到了 27%(占移动用户) , 与 2009 年相比增长 10%。欧洲智能手机普及率达到了 31% , 与 2009 年相比同样增长 10%。

在美国和英国 , 用户购买智能手机时最关注的是网络质量和每月的支出。

在英国、德国、意大利和西班牙 , 诺基亚是最大的 OEM 厂商 ; 在美国和法国 , 三星为最大 OEM 厂商。

2010 年 12 月 , 36% 的美国移动用户和 29% 的欧洲移动用户通过手机访问了互联网。

在日本 , 超过 75% 的移动用户使用过浏览器访问应用或下载内容 , 该比例高于美国和欧洲用户的使用比例。2010 年 12 月 , 近 10% 的日本手机用户使用过电子钱包。

2010年,美国移动用户通过其移动设备访问社交网站(每月至少一次)的用户数量为5800万,同比增长56%,而欧洲涨幅更是达到了75%。来源:2011-2-14 新浪科技

[返回目录](#)

2010年第4季度国内移动IM用户4.63亿

移动IM市场累计账号规模移动IM市场活跃账户规模新浪科技讯 2月12日消息,根据易观国际最新发布数据,截至2010年第四季度,国内移动IM累积账户数达到4.63亿户,活跃用户数规模达到2.41亿户。

易观报告称,2010年第4季度国内移动IM市场累计账户数达到了4.63亿户,环比增长5.9%。增幅连续两个季度相当,平稳中略有回升。

易观预测在未来的3-4个季度内随着诸多基于移动终端特征的新型移动IM的进入市场,在新增账户数方面将产生一定的影响,在增长率这块还将保持目前的增速,另一个可注意的点即是微博的快速崛起所带动的融合趋势也会在移动IM市场上逐步的显现。

从移动IM行业活跃账户数来看,2010年第4季度移动IM行业活跃用户数规模达到2.41亿户,环比增长9.6%。

易观分析称,活跃账户数自2009年Q2以来,增长率一直高于累计账户数的增长率,原因主要有两点:移动IM市场经过前几个年的快速发展,进入2010年后明显呈现稳定增长特点,在这样稳定增长的市场中,做细用户需求和体验挖掘,提高自有用户活跃度成为目前移动IM厂商主要的下力点。

另外,随着移动互联网通讯网络和终端的发展,移动应用门槛的进一步降低,作为基础应用的移动IM承载着移动互联网用户的基础交流和沟通需求,这类需求本身就具有天然的高活跃特征,也将自然而然随着整体移动互联网市场活跃而活跃。来源:2011-2-12 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

手机销售创4年最高增幅

本报北京讯来自国内最大通讯连锁巨头迪信通的销售数据显示,2011年北京市场春节手机销量同比增幅超过70%,为2008年来最大增幅;其中智能手机销售超过五成,显示新一轮升级换代消费潮来临。

市场方面传递的信息表明，智能手机自 2010 年年底开始正式进入大规模换代和普及时期。春节期间一些商家的大力度优惠则成功地推动了消费者的购买热情。此外，手机网民数量的快速增长也极大促进消费者对手机升级换代的要求。移动互联网带来的更为丰富的娱乐手段也成为促进智能手机销售的重要因素之一。来源：2011-2-10 中华工商时报

[返回目录](#)

Android 成最受欢迎智能手机平台

据研究公司 Canalsys 数据，2010 年第四季，使用 Android 系统的智能手机销量达到 3,290 万支，同期使用塞班系统的智能手机销量为 3,100 万支。

同期苹果 iPhone 出货量则为 1,620 万支。

与苹果和诺基亚不同的是，谷歌并不自行生产手机硬件，而是向其他手机厂商免费提供 Android 操作系统，因此 Android 成为许多手机厂商的标准软件。

事实上，到目前只有诺基亚、苹果和黑莓抵制使用 Android 系统。来源：2011-2-10 经济观察网

[返回目录](#)

第四季度智能手机销量首次超过 PC

IDC 于 2 月 7 日公布的数据显示，全球市场智能手机的销售量于上一季度首次超过 PC。

数据显示，2010 年第四季度，全球市场消费电子厂商出货了 1.009 亿部智能手机，较前年同期大幅上升 87%。而 PC 出货量则弱于预期，仅仅同比上升 3%，至 9210 万台。

IDC 分析师拉蒙·拉玛斯(Ramon Llamas)表示，这两类产品的销售趋势之间没有直接的关系。智能手机和 PC 用于不同的目的，两类产品对消费者来说都是必要的。在撰写文章、编辑照片，以及创建其他内容方面，PC 仍然很重要。

IDC 认为，苹果 iPad 等平板电脑的兴起对 PC 的销售量产生不利影响，而智能手机的销售则受益于价格的下降。目前，市场上有许多价格 100 美元左右的新款智能手机。在这一价格水平上，消费者很愿意购买智能手机。亚马逊等零售商也愿意给智能手机商品提供大幅折扣。

谷歌 Android 系统的发展推动了智能手机的销售。目前，HTC、三星电子、摩托罗拉移动等厂商的多款智能手机均采用 Android 系统。拉玛斯表示：“Android 继续飞速发展，并推动了整个智能手机市场的增长。”

此外，用户更换手机的频率也比更换 PC 的频率更快。消费者有可能 5 年才会更换一次电脑，因为电脑的质保时间通常较长。而手机用户往往在 2 年使用协议到期前就会更换新的手机。

不过，美国一些运营商已经采取措施，阻止用户在协议到期前更换手机。Verizon 无线上月表示，将逐渐停止提前升级项目，而 Sprint Nextel 上周表示，将采取措施，使希望提前结束协议的用户付出更高的代价。来源：2011-2-9 新浪科技

[返回目录](#)

山寨机市场萎缩 传统市场优势不在

新年伊始，从事手机销售的小老板张磊(化名)没有像往年一样早早开门营业，“山寨机卖不动，不想做了。”

张磊经营的手机店位于西北地区的一个地级市，而二三级城市恰恰是山寨机的传统市场。记者在其所经营的卖场发现，在不大的店面里有十多个柜台，柜台里摆放的大多是些没听过名字甚至是没有品牌标识的山寨机，偶尔能看到几款品牌低端机。

张磊向记者透露，前两年山寨机的销量很好，一个柜台一天最多能卖出 7、8 部手机，利润在 100 至 200 元间。但是最近一年山寨手机的销量和价格开始大幅下滑，有时最差一天仅卖出一部手机，50 元的利润再抛去给导购的提成已所剩无几。如果再遇到山寨机品质不佳，需要退还或维修，那就更亏了。

当记者问及销量下滑的原因时，张磊告诉记者，一方面消费者观念的变化，现在的消费者注重手机质量及使用体验；另一方面，运营商对新入网手机加大了补贴力度，消费者存几百元话费就可以得到一部功能齐全的品牌手机。

记者在中国移动的合作营业厅看到一款诺基亚手机，售价仅 398 元，而且包括赠送等额话费，这款手机除了具备接拨电话、收发短信的功能外，拍照、MP3、上网等现在手机上的常用功能统统具备。

“2000 元左右的智能手机很受用户欢迎，很多用户都是冲着预存话费换手机来的。”工作人员毫不隐晦的告诉记者。

记者的调查只是山寨机在国内市场的一个缩影，而据市场调研机构 iSuppli 发布的研究报告显示，2010 年中国大陆的山寨机销量比 2010 年增长了 43.6%，总量约为 2.28 亿台，而被国内市场“消化”的仅有 2500 万部左右。

山寨手机能在 2G 时代取得成功，很重要的原因是价格低廉，性价比高；新品上市快，能够吸引用户的眼球。但在以运营商占主导地位的 3G 时代，运营商将网络与手机捆绑，入网免费送手机的模式是山寨机面临的巨大挑战。而另一方面，3G 时代也使手机用户的消费观念发生变化，他们更注重手机的应用体验和操作体验，山寨机缺乏这类核心技术，单靠价格已不足以吸引用户购买。来源：2011-2-11 飞象网

[返回目录](#)

印度低收入者希望更换本土手机品牌

市场研究公司 Strategy Analytics 的调查显示，尽管诺基亚目前在印度的市场份额保持绝对优势，但大多数接受该机构调研的印度低收入移动用户表示，他们希望自己的下一部手机是国产的。多个印度本土品牌(如 Lava、Micromax 和 Spice)有望从这一偏好中受益。

其他国际品牌(如三星、LG 和索尼爱立信等供应商)并不具备诺基亚强大的品牌资产，他们很可能会在中低端手机市场中遇到困难。

印度品牌上市只有短短的几年时间，他们所占的市场份额有限。然而，63% 的受访者(大多生活在农村和月平均家庭收入在 130 美元左右)表示，他们的下一部手机会选择印度制造的。造成这种选择的原因包括：

- *成本更低，货币价值更大
- *维修更容易，零件供应更方便

EMCS 的主管汤姆·埃利奥特(TomElliott)指出：“民族自尊心是一个因素，但当人们将其 4% 的年收入用在购买手机上时，他们做出的购买决策肯定是以能够使其资金效用最大化为基础的。”

根据 Strategy Analytics 预测，未来五年内，印度的新增手机用户大多是低收入消费者，特别是在农村地区。EMCS 印度高级分析师拉胡尔·古普塔认为：“具备一系列引人瞩目功能的经济实惠型手机将是手机制造商在这个市场取得成功的关键。”来源：2011-2-11 飞象网

[返回目录](#)

移动网络覆盖区域加大 网优行业增长可期

2011年我国电信市场仍将围绕3G和宽带市场展开激烈竞争。根据长江证券的测算，2011年电信运营商FTTx投资为175亿元，FTTH投资为180亿元；而广电NGB在2011年投资也将得到实质释放。从2011年通信行业的发展趋势来看，3G建设的重点正从追求网络覆盖率，转向更偏重用户体验的网络质量，这也将给网络优化行业带来良好的发展机遇。

运营商加大无线网络投资力度

对照三大电信运营商对3G网络建设的目标规划，目前的3G网络建设整体上已进入后半程，建网重点逐渐转移至网络优化、扩容和深度覆盖方面。中国移动董事长王建宙近日在出席亚洲金融论坛时表示，2011年中移动将加大WiFi投资，在人口密集的地方大量铺设无线热点。

据WiFi联盟介绍，2010年WiFi产品认证数量比2010年相比增长了61%。全球约10%的人口正在使用WiFi与他人连接。目前全球已有10亿多部WiFi设备投入使用，仅2009年一年就出厂约5.8亿部WiFi设备，预计2011年的出厂量将达到10亿部，2013年将继续增长至15亿部。

从这点来看，网优方向2011年注定是WLAN“疯狂”建设的一年，从年初市场竞争格局看，三大运营商略有差距。WiFi热点覆盖数量方面，根据统计，中国电信10万个、中国移动12万个、中国联通3—5万个。2011年中国电信拟新建WiFi热点12万个，联通增长也会在10万个以上，中国移动预计约为15万20万之间。

需求旺盛，增长可期

在通信产业链各个环节，从研发、预认证到认证，从生产、调校到维修，从网络部署、运营到优化，都需要测试仪器和测试系统的支撑。3G网络的建设运营与维护，需要大量测试测量仪器和系统，同时也对测试测量厂商提出更高的要求。测试仪器不仅要满足3G产品在带宽、灵敏度、相位特性等基本指标方面的测试要求，同时更需要能缩短测试时间，以减少测试成本。在实际的移动网络优化中，高额的进场费减少了优化设备的实际需求，而测试设备及服务的需求依然旺盛。

一般而言，网络优化主要是为了解决两方面的问题：第一，从用户角度出发，提高通信网络的质量，进而提升用户通信体验，包括改善信号覆盖、提高通信质量等；第二，从运营商角度出发，提高通信网络的运行效率，从而节约投资，主要指现网范围内通过局部的容量转移配置来提升网络的利用效率。从网优两个细

分行业的发展前景看,网优设备在资本开支的惯性推动下,仍会有较平稳的增长,而网优服务需求则会因为网络环境的较大改变呈现快速增长态势。

从2011年网优行业的发展趋势来看,移动网络优化测试设备及服务需求旺盛,增长可期。首先,2G网络投入持续,3G网络首期投入高峰刚过,运营商对网络优化需求渐热;其次,运营商之间的竞争日趋激烈,试点推行的携号转网只会加剧运营商对客户的争夺,网络覆盖更会成为运营商实力的首要体现。根据赛迪顾问的预测,2009—2013年移动网优测试分析系统以及优化服务市场规模复合增长率将分别达11%、26%,增速高于无线系统设备需求的增速。

估值下移提供布局良机

光大证券的分析师认为,在当前大盘不“给力”的时点,维持对光通信和网优运维相关个股的推荐。受宽带网络建设加速和移动网络优化需求扩大的影响,两个子板块相关上市公司未来业绩有望保持较快增长。近期股价的回调使相关个股具备了明显的估值优势,为投资者提供了良好的买入时机。

华泰联合证券认为,3G网络基本覆盖已经完成,接下来网优行业将接连受益。从网优细分行业来看,未来网优服务增长率远高于网优设备和网优测试工具增长率,看好网优行业未来的发展前景。

从目前情况看来,资本市场上优化测试设备及服务厂商包括世纪鼎利、华星创业,优化设备厂商包括三维通信、三元达、奥维通信,相关个股的投资机会值得投资者关注。

长江证券分析师认为,在2011年,网络优化行业和光通信行业的相关企业将会面临良好发展机遇。对于网优行业,看好三维通信、华星创业、中创信测、世纪鼎利和国脉科技的投资价值。来源:2011-2-10 通信信息报

[返回目录](#)

运营商携号转网脚步不一 用户普及与预期相左

作为携号转网试点城市之一,天津一直是被关注的焦点,春节期间,飞象网也前往天津进行了携号转网最新情况的实地了解。

通过对当地运营商营业厅咨询获悉,在携号转网(均为转入)时间上,天津移动为48个小时;天津联通分为营业厅和电话两种方式,营业厅办理如无特殊情况在当天就能完成,而电话办理需要2-5天;天津电信则耗时最多,要用7天才能办理。从办理时间来看,三大运营商还是无法给用户一个统一的感知。

从用户的办理热情来看,也并非此前有些媒体所报道的那般火爆。

在采访中飞象网发现，在天津，公众对于携号转网的认知度并没有运营商想象的那般高，在一些郊县地区，携号转网甚至都不被提及。这些地区的营业厅也没有明显的携号转网业务宣传，而个别营业员对于该业务的解释甚至自相矛盾。

对此，有分析人士表示，携号转网不过是众多业务中的一个，真正得用户心的还是运营商的服务。来源：2011-2-11 飞象网

[返回目录](#)

移动电子商务潜流涌动 支付方式创新不足成瓶颈

互联网飞速发展，电子商务逐步成熟，截至2010年12月，中国电子商务市场交易额超过4.5万亿。艾瑞咨询预计2012年我国移动电子商务用户将接近2.5亿，巨大的用户基数孕育着移动电子商务发展的无限商机。

中国电子商务研究中心日前发布的《2010年中国电子商务市场数据监测报告》显示，2010年中国移动电子商务实物交易规模达到26亿元，同比增长370%。就我国电子商务而言，无论是B2B还是B2C、C2C、团购、代购等，新模式、新平台均层出不穷。这些发展模式不断从PC移植到移动互联网终端，这成为移动电子商务稳步发展的源源动力。

移动电子商务市场潜流涌动

中国电子商务研究中心是总部设在杭州的国内第三方电子商务研究机构，该机构报告统计的移动电子商务交易额为家电、日用品、服饰等实体商品的交易额。监测报告指出，我国移动电子商务正呈现良好发展势头，企业应用成为移动电子商务发展的热点，呈现出广泛渗透、规模扩张的特点。

报告显示，当前跻身移动电子商务的企业类型较广，包括大型企业管理软件厂商、移动服务提供商、新兴IT公司以及网络公司等。国内各移动电子商务运营商的市场份额被几家大的运营商所占据，排名前三的分别为亿美软通、新网互联、用友移动商街，这三家的市场份额已经超整体市场的40%，剩下的大部分市场空间，则基本被汇海科技、中科聚盟、天下互联和其他小型厂商所瓜分。

中国电子商务研究中心分析师张周平认为，与传统电子商务相比，移动电子商务最大的优势在于用户可以随时随地进行商务活动。同时，用户可以根据自己的需求和喜好来定制移动电子商务的子类服务及相关信息。移动支付方便快捷、信用机制好也将推动着移动电子商务高速发展。此外，移动电子商务的支付主要集中在手机上，由于手机号码具有惟一性，手机卡上存储的用户信息可以确定用户的真实身份，便于移动电子商务实名制的普及以及支付的规范。

报告还预测，在 3G 用户规模性增长、移动互联网管制政策逐步放松、运营商纷纷加入打造移动支付平台的大趋势下，未来两年我国移动电子商务将迎来发展井喷期。

移动电子商务发展还需移动支付发力

就目前而言，国内移动电子商务支付手段主要有两种：物流公司代收货款和充值点卡代收。前者基本为货到付款，物流企业代收。这种模式的风险在于，目前中国物流行业鱼龙混杂，物流企业与商家的结算风险比较大，而且结算周期相对比较长。此外，充值点卡代收方式相对比较保险，但仅限于小额支付，一般在 30 元内，消费产品主要以虚拟产品，如彩票、道具等产品。从安全，快捷，便利等式来看，就此而言，此二者都不尽如人意。

长期以来，小额扣费一直都是以短信通知与确认方式扣费购买网络产品为主。业内人士认为，这是一种原始但也有一定市场的移动支付手段，不过，过于依赖运营商导致费率过高和不保险的结算周期，使得众多商家望而却步。

从中国电子商务的发展来看，移动电子商务才刚刚起步，而主要的商业形态为通过手机 WAP 平台，向手机网民提供手机、娱乐数码、化妆品、服装以及充值点卡等为主。随着互联网的飞速发展，互联网多元化的需求将使得这一应用变得越来越少。艾瑞咨询最新发布的数据显示，2010 年中国手机支付市场交易规模达到 98 亿元，比 2009 年增长 308%。中国拥有世界上最大的移动市场，手机用户数量近 8 亿，但就用户规模及应用而言，中国的移动支付产业尚处于起步阶段。

未来移动电子商务的发展离不开移动支付的支撑，很明显，只有突破了支付这个瓶颈，移动电子商务才有可能更快更好的发展。2010 年初，艾媒咨询对市场进行的一项调查显示，92.7% 的手机网民没有进行过任何移动电子商务行为。因此，移动电子商务在中国还处在萌芽状态，这个萌芽期的长短将直接由手机支付的发展程度来决定。

移动支付或成未来发展突破口

来自 2010 年亚洲智能卡展新闻发布会上的消息，未来 1—2 年内，我国 8 亿多手机用户中，将有一半用户通过手机完成交易和支付。截至 2010 年 12 月，我国网民数突破了 4.5 亿人，移动支付具有很大的潜在用户基数，而这个基数孕育着移动电子商务发展的巨大机遇。

就移动支付产业链而言，其核心成员包括金融机构、电信运营商、第三方支付平台。三种角色之间有竞争，也有合作。移动支付市场中存在众多细分市场机会，包括帮助商家处理移动支付业务、提供安全性解决方案、提供针对不同行业的手机支付解决方案等。易观国际分析师王留生表示：手机支付市场规模或将迅



速扩大,2011年有望达到2.2亿户口而市场规模将在2012年呈爆炸式增长突破100亿元。

相比传统的支付手段,移动支付的优势非常明显,首先是目前手机用户已经突破7.5亿,就家庭渗透率而言,早已达到95%以上,与用户对支付的需求性相当一致;其次是移动支付可与手机号码进行捆绑,如果配合适当的管理机制和技术管控,随身携带的资金安全会进一步得到提高;第三是移动支付操作便捷简单,如果建立共赢的商业模式,对于商户、服务提供商和消费者都具有非常重要的价值。来源:2011-2-14 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