



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. 05. 11

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 中国企业在引领 4G 吗

2011 年的美国格莱美奖在国内爆出了一桩新闻，中国歌手贾茹涵声称获得本届格莱美“最佳古典跨界专辑”奖，媒体纷纷报道她在国际乐坛上赢得声誉。但是有人查证了这个奖项，发现获奖专辑《呼唤黎明》是邀请 12 个国家的歌手合作的一张合辑。根据格莱美官方规定，专辑类奖项的获奖者贡献率必须达到 50%，因此严格来说贾茹涵不能称为该奖项的获得者。所谓“中国歌手捧回格莱美奖”的说辞颇为玄妙，你不能说它没有依据，可实际上又不是那么一回事。这桩娱乐事件让人想起当前炙手可热的中国 4G 标准——TD-LTE。

■ 智能手机用户被追踪风波终是浮云

导读：MarketWatch 专栏作家普莱蒂(Therese Poletti)撰文指出，近期以来爆出的智能手机用户被追踪的危机，其实在今日的互联网经济形态当中是再正常不过的事情，而这经济形态也不会因为当前的风波而有任何本质的改变。

■ 华为和中兴：两个领先企业的战争与和平

中兴和华为这两家中国本土领先通信企业在德国、法国和匈牙利等欧洲市场爆发的专利和商标权诉讼战，近日来不仅没有停止的势头，反而愈演愈烈，甚至战火蔓延至国内，令业界格外关注。

■ 中国制造到中国创造 政府如何构建自主创新环境

刚刚过去的 4 月，“知识产权”四个字炙手可热。4 月 21 日，《2010 年中国知识产权保护状况》白皮书发布。与此同步，《2011 年中国保护知识产权行动计划》也正式印发实施。而随着“4.26”世界知识产权日的到来，更是将中国未来如何开展知识产权事业、如何构建自主创新环境的讨论推到一个高潮。

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
中国企业在引领 4G 吗	5
推进三网融合要找准利益共同点	7
智能手机用户被追踪风波终是浮云	8
华为和中兴：两个领先企业的战争与和平	9
中国制造到中国创造 政府如何构建自主创新环境	12
产业环境篇	14
【政策监管】	14
印度出台《国家网络安全策略》	14
工信部发布移动地球站管理办法	15
工信部拟优先制定物联网三网融合等标准	16
工信部官员称物联网进入实际应用发展阶段	16
两部委宣布 2011 年开始向运营商收 3G 频率使用费	19
【国内行业环境】	20
我国五年内将实现三网融合	20
手机检测收费平均降幅 25%	21
国内首家移动互联网企业上市	22
物联网、新能源汽车标准制定将加快	22
山西拟发力物联网 打造生产型服务业大省	23
国内 3G 用户突破 6000 万 运营商 3G 各有千秋	24
中国手机用户将破九亿 移动通信市场商机待深掘	26
【国际行业环境】	28
法国本月拍卖 LTE 频谱	28
印度巴蒂电信 30 亿美元更新网络	29
美电信运营商无意设立专门手机支付网络	30
法国电信一季度利润下滑 或出售部分欧洲业务	30
日韩光纤宽带向千兆进军 政府提供政策资金支持	31
运营竞争篇	33
【竞合场域】	33
本土手机抱团应对国际专利壁垒	33
智能终端平台成运营商产业发展战略制高点	34
英特尔称非洲应率先推出小额宽带预付费套餐	35

中华电信携中国联通进军大陆移动增值服务市场	35
【中国移动】	36
中国移动试水网络棋牌游戏	36
中国移动或提前获得 TD-LTE 牌照	36
“削藩”卓望系 中移动押注增值业务	38
中移动一独立董事行使购股权 低价买进 40 万股	41
中移动提不只做移动互联网管道 要做平台运营者	42
【中国电信】	43
电信签约四大手机国代商	43
天翼 3G 手机个人用户下月有望实现对讲	45
【中国联通】	46
中国联通启动行业应用巡展	46
联通推数据副卡业务 为引入 3G 版 iPad 增加筹码	46
制造跟踪篇	47
【中兴】	48
中兴通讯启动智能终端转型	48
中兴跻身全球前五大手机厂商	48
中兴通讯王永忠：加强与运营商合作	50
中兴通讯获斯里兰卡 Mobitel 首个 LTE 合同	51
中兴通讯 CPE2010 年出货量季度增长率达 13.18%	52
中兴智能终端蓝图曝光 2011 年销量目标 1200 万部	53
【华为】	54
研究称华为中兴将改变视频会议行业	54
华为计划挑战思科在企业市场领先地位	54
华为中兴专利战呼唤国家知识产权战略	55
华为在英国获得首个重大无线网络合约	56
华为聘诺基亚前高管拓展英国和爱尔兰业务	56
华为在华发布第三代企业路由器 AR G3 系列	57
华为加大企业网市场攻势 希望 3 年内国内领先	58
华为拟筹资最多 12 亿美元 已向多家银行寻求意见	58
【诺基亚】	59
诺基亚智能市场份额缩水近半	59
诺基亚平板电脑可能用 MeeGo	60
诺基亚外包塞班 断腕之举能否换来重生	60
诺西携手浙江移动完成 TD-LTE 技术试验首次呼叫	62

【其他制造商】	63
摩托罗拉打造“摩计算”	63
摩托罗拉移动技术开创移动终端新领域	63
三星首次取代诺基亚成为西欧最大手机厂商	64
TCL 通讯在华启用新品牌 转而大攻国内市场	65
服务增值篇	66
【趋势观察】	66
手机为作家带来新机会	66
智能手机双核时代悄然来临	67
专家预测短信可能会在 90 后用户中彻底销声匿迹	69
【移动增值服务】	69
联通推 12 种流量提醒服务	70
北京联通推“欢乐京郊游”活动	70
北京移动推出黑莓 BIS 业务免费体验	71
中国电信天翼阅读悄然对联通和移动用户开放	71
【网络增值服务】	72
中国联通增加预付费漫游国家	72
技术情报篇	72
【视频通信】	72
数字电视频道突围该学“苏州模式”	72
广电与联通签约共建“四川手机电视”	75
【电信网络】	76
南非 MTN 部署 LTE 试验网络	76
IEEE 新建工作组开发 100GB 以上以太网标准	77
美第 6 大移动运营商拟年底推出 4G LTE 网络	77
【终端】	78
日本最新研发人形概念手机	78
加拿大研究人员开发出“纸手机”	78
全球首款结合路由器与机顶盒问世	79
联芯推出首款 TD-LTE 双模芯片 峰值速率 100Mbps	80
【运营支撑】	82
FCC 要求大型运营商开放数据网络	82
中外多家运营商联合力推 TD-LTE 发展	83
11 家设备商参加 TD-LTE 试验网 共建 1210 个基站	84

市场跟踪篇.....86

【数据参考】86

一季度全球手机出货量超 3.5 亿86

LTE 移动设备用户数量年底将达 1600 万88

2011 年手机应用销售收入或达 38 亿美元89

报告称 2015 年全球 5 亿人使用移动设备支付90

一季度 Android 已占据智能手机市场 35%份额90

【市场反馈】91

数据流量管理成为 3G 发展问题91

手机支付两账户难统一：需运营商引导93

调查显示锁定运营商的手机让用户损失不小95

塞班仍居中国智能手机市场首位 优势被蚕食95

研究显示全球电信业掀重组潮：押宝垂直市场96

仍看好 2.4G 移动支付前景 国民技术坚走非标路线97

亚博聚焦

中国企业在引领 4G 吗

2011 年的美国格莱美奖在国内爆出了一桩新闻，中国歌手贾茹涵声称获得本届格莱美“最佳古典跨界专辑”奖，媒体纷纷报道她在国际乐坛上赢得声誉。但是有人查证了这个奖项，发现获奖专辑《呼唤黎明》是邀请 12 个国家的歌手合作的一张合辑。根据格莱美官方规定，专辑类奖项的获奖者贡献率必须达到 50%，因此严格来说贾茹涵不能称为该奖项的获得者。所谓“中国歌手捧回格莱美奖”的说辞颇为玄妙，你不能说它没有依据，可实际上又不是那么一回事。这桩娱乐事件让人想起当前炙手可热的中国 4G 标准——TD-LTE。

这一年来，4G、TD-LTE 如日中天，老百姓也都知道中国一边在发展 3G，一边就要跑步进入 4G，而且那个叫 TD-LTE 的 4G 技术还是中国的自主创新。我们经常能看到“中国标准引领 4G”、“国外运营商竞相采用中国自主创新的 LTE”之类的报道，这样的报道充分彰显出了民族自豪感与自主创新的成就感，至于这种说法是否准确，专业人士不方便说，老百姓则怕是完全搞不明白。

4G 体系不仅复杂，而且微妙，要解释起来有点费劲。关于第四代移动通信技术(4G)，国际电联还没有最终确立标准，但格局已基本明朗，它将包括两大 4G 技术 LTE-Advanced 和 WiMax-Advanced，其中 LTE-Advanced 是 LTE 的演

进技术；而 LTE 分 LTE FDD 和 LTE TDD 两大派，其中的 LTE TDD 就是中国所称的 TD-LTE。LTE FDD 和 LTE TDD 都是由一批企业的核心专利所汇集而成，从专利构成来看，都称不上由哪家企业或者哪个国家所主导。概括一下就是：4G ≠ LTE-Advanced ≠ LTE ≠ TD-LTE ≠ 中国知识产权。而目前在国内的很多宣传中，把它变成 4G=LTE-Advanced=LTE=TD-LTE=中国知识产权，于是大家在一片模棱两可的表述中，热烈庆祝中国自主创新引领全球 4G。

目前国内对 4G 的宣传有意无意混淆了一些概念。TD-LTE(LTE TDD)是否就是中国自主创新？近几年来中国的科技创新取得巨大飞跃，过去中国在移动通信领域毫无话语权，而现在以大唐、华为、中兴为代表的一批中国企业在 3G、4G 上越来越多地拥有技术专利，这是可喜的进步。但在号称由中国主导的 TD-LTE 领域，我们没有看到任何数据显示中国企业的核心专利超越高通、爱立信等国外企业，把 TD-LTE 宣布为自主技术多少有点言过其实。这就像我们不能因为中国歌手参与了格莱美获奖专辑，就说这一奖项属于中国。其实不管是 LTE FDD 还是 LTE TDD，都汇聚了不同国家众多企业的技术专利，我们从来没有听说 LTE FDD 技术由哪个国家主导，为什么 LTE TDD 技术就会号称中国主导？

另一个被模糊的关键是把 TD-LTE(LTE TDD)与 LTE FDD 混为一谈。从世界范围来看，4G 的确已经开始兴起。全球已有近 20 家电信运营商展开了 LTE 商用。我们看到有些媒体报道日本 NTT Docomo、美国 AT&T 等国外电信运营商上马 4G，而后强调他们用的就是中国正在大力推动的 LTE 技术。这有点牛头不对马嘴。我国目前大力宣扬的 LTE 是号称“自主创新”的 TD-LTE，而到目前为止国外运营商已商用的 LTE 全部指的是 LTE FDD，此 LTE 非彼 LTE。实际情况是，TD-LTE 的商用化进程要落后于 LTE FDD，目前甚至连一款支持 TD-LTE 的手机终端都没有。在 2011 年的 CES 等国际通信展上，我们看到摩托罗拉 Atrix 4G、HTC Inspire 4G、三星 Infuse 4G 等多款 LTE 手机，这些同样都是指的 LTE FDD 手机，而非 TD-LTE 手机。把 TD-LTE 混同于 LTE FDD，对国内发展 4G 产生了不切实际的误导，中国发展 TD-LTE 面临的形势是要加快研发、赶上 LTE FDD 的步伐，而不是自我标榜。美国的 4G 遍地开花没有吭声，中国用户连 TD-LTE 的手机都找不着，却在说中国引领 4G。

加强自主创新，大力发展新一代信息技术等新兴产业是我们的国家战略，我们为国家在自主创新上取得的每一项进步欢欣鼓舞，但同时也应避免言过其实与误导决策。两年前国内也曾大力宣扬中国的物联网技术居于世界领先地位，《IT 时报》当时深入采访了几位业内专家，几位专家都诧异地表示：我国不具备物联网的技术架构，不掌握物联网的核心芯片，甚至在传感器等基础产品层面都与国外差距甚远，凭什么宣称我国的物联网技术领先？这篇文章《IT 时报》犹豫了很

长时间未敢刊发，因为当时所有相关报道的口径都是中国物联网领先世界。而一段时间以后，国内对物联网的发展才有了更理性的认识，不是中国在引领物联网发展，而是我国迫切需要在物联网的关键核心技术与标准体系上取得突破。

中国的自主研发力量正在崛起与壮大，这是一个我们引以为荣的事实。但站在世界科技创新的大舞台上，愈有信心崭露头角，就愈没必要夸大其辞。你说与不说，专利就在那里，不多不少。像美国高通这样通过技术专利赚得盆满钵满的企业从来不会宣扬自己部署了多少专利，中国企业刚刚在新技术浪潮中占据一席之地，何必急着到处高喊“中国主导”、“引领世界”呢？再说了，这样的自我评价也就只能自己说说，走出国门恐怕还真开不了口。来源：2011-5-9 IT 时报

[返回目录](#)

推进三网融合要找准利益共同点

三网融合试点推进的实际进展与成效，日前引起新闻媒体和社会舆论的高度关注。有专家焦急地呼吁，三网融合试点推进由于阻力太大“有可能夭折”，而工信部相关负责人也审慎地对媒体表示，三网融合试点“取得了四方面的进展”，国务院三网融合协调小组办公室正在对前一阶段试点工作进行总结。从本报了解到的情况看，不少试点城市在推行具体的三网融合业务过程中，出现了各种不尽如人意的情况，比如片面发挥某个部门的积极性，等等。但是，随着技术的进步和相关部门观念的不断转变，三网融合类创新业务在重重困难、压力之下，仍在顽强地推进。武汉广电与移动联合推出三网融合套餐，四川广电与联通共建“四川手机电视”，不仅深刻体现了地方广电机构、电信运营企业共同推进融合类新媒体业务的意愿，更显示了双方在业务分工合作和收入分成等方面已找到初步共识，各种合作规则与模式的探索，也给当地老百姓带来了新技术、新业务的种种实惠。武汉推出的“三网融合家庭套餐”满足家庭用户同时通话、上网、看电视的需求，资费比原来各自分开价格优惠，最高降幅达 70%，已经充分显示了三网融合的巨大经济价值和民生价值。

我们认为，三网融合成败的关键，是在确保国家利益的前提下，找到参与各方共同的利益诉求点。衡量试点城市(地区)三网融合推进的实际效果，不仅要看广电、电信有没有通过有效分工务实地解决业务资质、内容安全等方面的问题，更要看当地党委和政府有没有超前的眼光与改革创新魄力，加快实际业务的落地，让更多的用户受益，并以较大规模的运营，来检验三网融合是否能在业务推广、应用创新、资源节约、产业带动等方面催生出新的巨大价值。来源：2011-5-10 中国信息产业网-人民邮电报

智能手机用户被追踪风波终是浮云

导读：MarketWatch 专栏作家普莱蒂(Therese Poletti)撰文指出，近期以来爆出的智能手机用户被追踪的危机，其实在今日的互联网经济形态当中是再正常不过的事情，而这经济形态也不会因为当前的风波而有任何本质的改变。

以下即普莱蒂的评论文章全文：

现在，美国人最关心的问题之一就是：那些公司到底搜集了多少和我们有关的资料？

下周，苹果(AAPL)和谷歌(GOOG)都将有高管去往华盛顿，在参议院一次移动技术相关的听证会上作证，这一次级委员会是由明尼苏达州民主党参议员弗兰肯(Al Franken)牵头组织的。

上个月，《华尔街日报》爆料，披露苹果的 iPhone 软件在持续储存关于用户方位的细节记录。所有的智能手机，包括谷歌的安卓操作系统在内，都利用方位资料来提供移动广告，问题在于，研究者发现，这些电话实际上是在未得到授权的情况下储存资料，哪怕定位服务被关掉，它们也依然在继续记录。

在加利福尼亚州，当地互联网隐私保护力量正在推动“禁止追踪”的立法，取得了相当的进展。根据这一拟议中的法规，网站必须为用户提供一种选择，让他们可以很容易地防止网站收集自己的个人信息。

我们几乎可以肯定，诸如谷歌、雅虎(YHOO)和 Facebook 等公司，以及那些开始通过苹果之类移动广告赚钱的公司，还有若干的初创公司，他们必定都会全力对抗，避免自己的目标互联网印钞机被迫停转的可能性。

科技政策团体 TechNet 的代表麦恩(Fred Main)周二对 MarketWatch 表示，所谓“禁止追踪”的立法必然会遏制加州的经济增长，这简直就像是“德克萨斯州命令石油公司关门一样”。

立场决定言论？当然。纯属夸大？未必。网络搜索巨头谷歌的大多数营收都是来自目标互联网广告。Facebook 拥有一笔巨大的财富，这就是他们用户的资料，而且是这些用户自己心甘情愿，兴高采烈输入进去的，这家社交网站就是根据这些资料有针对性地投放广告的。

正如《彭博商业周刊》上周一篇文章漂亮地指出的，当前互联网繁荣背后的所有创新，所有的经营模式，其实都是专注于得到互联网广告的更多点击。哈佛出身的数学天才哈梅巴赫(Jeff Hammerbacher)就说过：“在我们这一代人当中，那些最聪明的头脑都在思考该如何让人们点击广告。”

尽管这些互联网繁荣背后的数学天才、程序天才和天使投资人们最初可能并不是这样设想的，但现实就是，互联网经济已经走到了这一步，一切都围绕着更好地传播更多的广告展开。由于九一一事件之后的法规更趋严格，也由于全球定位系统的帮助，现在有了智能手机，这些广告甚至可以按照你现在所处的地方来准确定位。

可是，我们自己在一定程度上其实也是应该被责备的。是我们向企业提供了愈来愈多他们可以拿去利用的资料，是我们在 Facebook 一条条填写个人信息，是我们在哪里告诉自己的朋友们自己从哪里来，又要到哪里去。事实上，消费者并不是所有的东西都仔细阅读的，尤其是智能手机冗长的隐私声明，他们的选择往往都是迅速跳过，直接点击“接受”。

似乎还嫌事情不够热闹，要火上浇油似的，维基解密创始人阿桑奇(Julian Assange)对路透社的记者宣称，Facebook 是有史以来最令人震惊的间谍机器”，还说美国政府完全可能利用储存在他们网络上的用户资料。Facebook 则对《福布斯》的记者表示，他们从来没有遇到过要求他们将资料交予政府的压力。

Height Analytics 分析师塞拉菲尼(Justin Serafini)写道：“消费者其实完全可以选择不使用定位服务，这样他们的位置信息就不会被传输回去。”

在上个月《华尔街日报》的那篇报道之后，苹果方面表示，他们并不是故意追踪用户的，但是他们同时也解释了 iPhone 是如何发送和储存信息，来计算出用户位置的。

周三，苹果发布了 iPhone 操作系统升级的消息，在新的操作系统之下，当定位服务关闭时，储存就会被彻底删除。

这些即将到来的立法方面的变化究竟会造成怎样的结果，目前还难以断言。在州的立法机关当中，互联网公司将会努力阻止“禁止追踪”的内容被加入网络浏览软件。在这一斗争中，他们在华盛顿已经取得了巨大的成功。

某种程度上说来，无论在萨克拉门托或者是下周的国会山将发生怎样的故事，消费者其实都已经表明了他们的意愿：他们愿意牺牲自己的隐私，来换取娱乐、信息，或者折扣。与此同时，企业哪怕是被戴上了手铐，他们也将继续去寻找新的方法来通过消费者的点击赚钱。

对于我们而言，现在最重要的是，我们在点下接受或者同意的按钮之前，最好投入更多的注意力——当然，或许更重要的是，我们在决定过分分享之前，是该三思而行的。来源：2011-5-7 新浪科技

[返回目录](#)

华为和中兴：两个领先企业的战争与和平

中兴和华为这两家中国本土领先通信企业在德国、法国和匈牙利等欧洲市场爆发的专利和商标权诉讼战，近日来不仅没有停止的势头，反而愈演愈烈，甚至战火蔓延至国内，令业界格外关注。

类似于中兴、华为的同城恩怨的故事还有更多版本，比如蒙牛与伊利、三一重工与中联重科等。如果把华为和中兴的官司看成是通信市场的“明争”，在不同行业的最大竞争对手之间，“暗战”也屡屡出现。

在市场环境中的企业，当然免不了各种竞争，特别是在丛林法则中披荆斩棘成为行业领先的企业之间。

但作为领先者，应该如何应对“明争暗斗”？又怎样才能竞争中保持优势？两全其美还是两败俱伤

这场被称为“中华大战”的诉讼之所以受关注，还因为华为、中兴这两家企业已经成长为跨国集团公司，它们根植于深圳，常被并列为深圳高科技“代言”的企业，很多人更愿意把它们视为共同参与国际市场竞争的“同城兄弟”，而不是“你死我活”的竞争对手。

“诉讼与反诉讼在全球通信界屡见不鲜，两家企业也是出于自己的战略需求来决定自己的竞争策略。”北京大学光华管理学院战略管理系副教授武亚军对《第一财经日报》表示。

“竞争本身并不是坏事。”凌雁管理咨询首席咨询师林岳表示。即便中兴通讯董事长侯为贵也曾这样看待两家之间的竞争：实质上我们从一开始到现在竞争了20多年，两家企业通过竞争，在实力、能力、企业素质方面都迅速提升，这是主流。我想这要感谢竞争，不然的话，为什么外国同行越来越不如我们了呢？

不过，在这件事情上，“它们‘本是同根生’，可以采用两全其美的方式解决问题，但是却选择了两败俱伤的方式。”林岳认为，真正有能力参与国际市场竞争的中国企业还是太少了，在碰到类似问题的时候，更多地采用协商、谈判等“友商”方式，在良性竞争中实现共同发展和进步。就通信设备企业而言完全可以在专利领域采取交叉授权，而不是将之作为竞争手段。

另一个细节是，就在“中华大战”的诉讼前，全球最大的电信设备制造商爱立信宣布在英国、意大利和德国发起对中兴的专利诉讼。“面对越来越激烈的市场竞争和欧美贸易保护，中兴、华为作为通信行业的两张中国名片，最好的选择还是效仿日韩企业，抱团打天下，不要鹬蚌相争渔翁得利。”林岳说。中国乳制品企业在三聚氰胺的混战中集体沦陷，本来平分秋色的内外资企业，由于卷入三

聚氰胺风波的国内奶企数量高达 22 家，使老百姓开始倒向外资品牌，导致国产奶粉市场份额迅速下降。

而韩国的三星与 LG 两大电子巨头，无论是液晶面板、3D 电视还是在智能手机领域，都是竞争对手，但韩国企业养成了联手规模优势以形成专利谈判能力的习惯。在韩国政府部门的支持引导下，三星 LG 等韩国企业有效地应对了来自日本等国企业的专利诉讼，并有步骤地实现了自主研发，成为全球市场的佼佼者。最典型的案例是 LG 与三星联手，以手机生产量使得在 2005 年就不用再向高通支付 CDMA 专利费，从而实现了 CDMA 产业全球市场的霸主地位。

领先企业如何应对竞争？

水能载舟，亦能覆舟。在公平恰当的竞争环境中，企业的竞争当然能促进积极创新，倘若走向极端的过度竞争和恶性竞争，就会像经济学家所说的成为“自杀式竞争”、“毁灭性竞争”、“破坏性竞争”。

“这样的竞争，于己、于人、于行业、于社会都是弊远大于利的。对于其竞争对手来说，正像囚徒困境的博弈一样，一方采取不正当的手段，另一方肯定会跟进。”中国人民大学商学院副教授吴江华说，特别是行业领先的竞争企业为了保持自己的市场份额而采取恶性竞争行为时，其示范效应可能对整个行业造成的影响都是负面的。

其实在国内，行业领先企业之间一些恶性竞争行为屡见报端。比如有国内知名的啤酒企业为了独占市场，指使工作人员在销售终端收购竞争对手的啤酒瓶，甚至把竞争对手的啤酒倒入垃圾桶；有行业领先的家电企业为了攻城略地，在卖场对竞争对手的促销员大打出手，以致闹出人命官司；两家知名互联网公司，相互在亿万网民的电脑桌面上展开“弹窗大战”，限制对方软件的部分功能或者停止运行对方软件；还有一家著名的乳品企业员工利用公关手段策划攻击对手公司的产品，进行商业诽谤。

吴江华说，国内一些企业过分追求低端的营销策略，就像上述企业一样，期待通过一些非正常营销手段获取短期销售增长。但实际上，类似于苹果这样的企业，根本不需要做营销，产品就会被抢购，这说明技术创新和运营能力等核心竞争力的东西才是企业基业常青的关键。

“企业竞争并非你死我活。踏踏实实做企业、做品牌要比这些浮躁的所谓‘商战’更重要。”吴江华表示。比如在中国你会发现有麦当劳的地方，附近往往就有其竞争对手肯德基的存在；有可口可乐卖的地方，你就能够买到百事可乐。这两家竞争对手即使是在同质化竞争的情况下，也能够互相依存、共同发展，这是良性竞争的典型例证。

纵观全球商业世界，像“中兴与华为”、“三一重工和中联重科”这样的冤家对头并不少见，比如奔驰和宝马、肯德基和麦当劳、尼康和佳能、波音和空客、LG 和三星等等。

虽然这些行业领头羊在发展的初级阶段也都曾怀有过“一山不容二虎”的狭隘心理，但最终还是通过理性而不是恶性竞争与对手逐渐形成第一阵营，把对手远远抛在身后。

吴江华认为，这是因为这些企业逐渐形成一种默契，认识到价格战等恶性竞争行为，只会两败俱伤。“所以，企业要在竞争中学会合作与共赢。”另一方面，林岳认为，这些企业也从价值观上意识到，从大局出发，只有行业向好，才有企业的前途。来源：2011-5-10 第一财经日报

[返回目录](#)

中国制造到中国创造 政府如何构建自主创新环境

刚刚过去的4月，“知识产权”四个字炙手可热。4月21日，《2010年中国知识产权保护状况》白皮书发布。与此同步，《2011年中国保护知识产权行动计划》也正式印发实施。而随着“4.26”世界知识产权日的到来，更是将中国未来如何开展知识产权事业、如何构建自主创新环境的讨论推到一个高潮。

与宏观层面的体系推进相映成趣，微观层面有关知识产权的新闻也日渐繁多。而最引人关注的，莫过于影响力巨大的专利诉讼。仅在通信产业，就有多起专利诉讼潮起潮落，而且几乎囊括了中国最领先和全球最主流的厂商。

专家指出，专利诉讼的增多与两大因素息息相关：一是中国经过多年努力，构建了一个良好而清明的知识产权保护环境，只有在这样的环境下，企业之间的专利纷争才会通过诉讼的方式解决，否则要么就是忍气吞声，要么就是以行政调解而不了了之；二是中国提出了从“中国制造”到“中国创造”的产业转型大战略，这必然会导致企业间在知识产权归属及计算上发生激烈碰撞及争议。

面对愈来愈多的专利诉讼，如何理性应对已经成为崭新的现实命题。更值得思考的是，面对企业间的专利诉讼，政府应该怎么做？要发挥什么作用？

北京大学知识产权学院副院长张平指出，早前中国在设计专利法的时候安排了一个专利诉讼管理机关，即专利执法机关，可以就专利纠纷进行调解。张平认为，这样一个制度的设立是基于中国原来计划经济的体制，其他国家并没有这样的制度。在这种背景下，很多机关和企业有了专利纠纷不太会通过法院起诉的方式解决，而更愿意去执法部门说理或是求助，从而成就一个“中国式现象”。

但毋庸置疑的是，在全球化和国际化的今天，这种现象已不合时宜。

西谚云：风能进，雨能进，国王不能进。它鲜明昭示着私权的神圣不可侵犯。而专利权就是一种私权。张平认为，这种私权的保护应当由当事人自己去争取调解，并通过法院来解决。换言之，政府应该保持中立的态度，不要去做任何的行政干预。给企业以充分的自由、公正的司法环境，做到不越位，不缺位、不错位。

不插手专利诉讼，实质上反映了政府对本国知识产权保护机制以及市场竞争秩序的强大自信。而这种自信，可以让创新真正得以穿越诉讼，成为社会进步的动力之源。美国被誉为全世界重视创新、重视知识产权保护的典范，但对专利诉讼，从来都是彻底不做干预。也正因如此，企业间知识产权诉讼的数量全球领先，微软、苹果、高通等知名公司每年要应对的诉讼多达几十起，金额动辄几亿十几亿美金，但企业发展并没有受多大影响，同时整个社会的创新源源不断。

对于中国而言，放弃在专利诉讼上的“凯恩斯主义”，意义重大。因为这不仅体现了正视战略转型现实的勇气，更是一种前瞻未来的远见。

一个不言而喻的事实是，尽管中国的制造业这些年已取得了长足进展，但要完成“中国制造”向“中国创造”的转变，依然还有很长的路要走。一方面，企业的进步不可能一蹴而就，需要时间来完成自身技术积累，更为重要的是，国内知识产权保护环境和市场竞争秩序仍有待完善并和国际接轨。以促使中国企业从国内市场起步伊始就按照通行的市场经济游戏规则开展经营活动，这样在日后走出去参与国际市场竞争时后不会出现水土不服的情况。

对于企业而言，更需要深入骨髓地坚定一个立场：只有卓越的创新才是脱困专利诉讼、不断跨越成长的良方，来自政府的庇护或许可以为自己寻求片刻的宁静甚至是短暂的胜利，但长远来看，无疑是对自己做大做强自我扼杀。

显而易见，中国企业参与国际市场竞争的程度越深，面临的知识产权纠纷就会越多。在对待他人的知识产权问题上，要破除狭隘的民族主义与狭隘的自尊心，面对西方公司的知识产权诉求，要积极地通过友好的协商谈判来解决；在自身技术相对落后的领域，付费使用他人知识产权并不丢人，这跟民族尊严丝毫扯不上关系。如果面对知识产权问题躲躲闪闪或者一味向政府寻求保护伞，为了少付一点专利费而错过了参与广阔的国际市场竞争的机会，显然是缺乏远见。

如果协商谈判无法达成共识，升级为知识产权诉讼，也要用平常心对待，企业间因为专利技术使用费谈不拢或达不成交叉许可的条件时，企业，不管他是民营的、国营的、中国的、外国的企业，通过司法途径寻求公正的第三方裁决都是正常的商业行为。企业善于运用法制手段，或者说市场经济手段来解决问题，这才是中国知识产权保护环境法制化、真正走向成熟的表现。

工信部电信研究院知识产权中心主任续俊旗认为，知识产权诉讼是一种运用和保护的手段，被企业作为竞争策略的一种是正确的选择。从这个层面来说，专

利诉讼已经成为企业竞争的武器。但此时之盾，彼时之矛，完全要看企业在专利战争中的砥砺、学习和顿悟。实质上，当初一些看似在专利诉讼中处于下风的中国企业，经过不断地学习、努力和成长，今日反而能熟练运用专利诉讼。

其实，通过法律途径解决企业间的知识产权纠纷，是全世界成熟的通行惯例，也是一个司法体系健全和知识产权环境完善的社会所必须坚持贯彻的基本行为准则。中国在知识产权建设上的努力和贡献，有目共睹，并已经得到国际社会的承认。因此，在面对企业专利诉讼时，应继续秉持与国际并行的前沿姿态，保持中立。将知识产权诉讼交给市场、司法去解决，并不是不作为，而是在恪守不越位的原则。

“中国制造”要走向“中国创造”，建立与国际接轨的竞争秩序和知识产权保护环境至关重要。唯有如此，企业才舍得在创新上进行投入，尊重创新、愿意创新、享受创新的产业文化才能真正树立，全社会创新的春天才会到来。来源：2011-5-6 中国新闻网

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

印度出台《国家网络安全策略》

近日印度政府出台了《国家网络安全策略(草案)》(NCSP)，认为发展本土 IT 产品对于应对进口高科技产品可能带来的威胁至关重要。《国家网络安全策略(草案)》称：“研发的本土化是国家信息安全措施的重要组成部分，首先是因为发达国家对尖端产品设定了出口限制，其次是为了树立自信，这样进口的 IT 安全产品就不会变成一项潜在的安全威胁。”

此前，印度电信部(DoT)秘书钱德拉谢卡尔曾表示，新电信政策将包括鼓励印度国内电信制造业的措施。

由于进口额攀升，印度的贸易赤字加剧，将“印度制造”设备列入优先位置是印度政府减少贸易赤字计划的一部分。

印度信息技术部 IT 特别工作组曾在报告中提出，由于进口 IT 和电信设备耗资巨大，印度政府应建立国内产业生态系统，推动本土制造业。预计到 2020 年，印度对于电子设备(包括电信设备)的需求将达到 4000 亿美元。同时，按照目前的增长速度，到 2020 年，印度国内电子硬件设备产值可能会增加到 1040 亿美元，需要依靠进口弥补的供求缺口将达到 2960 亿美元。

此外，《草案》的主要内容还包括：

——要求政府确认对国家而言风险最高的网络威胁类型、关键 IT 基础设施的漏洞和网络安全存在的问题，并在此基础上开展协同一致的研发工作，满足关键研究所需。

——认定专利技术也存在风险，要求推广那些基于印度开放标准的产品。

《草案》称：“为了使依赖专利 IT 产品的风险最小化，要鼓励开放式标准。政府和私营企业需要组成一个联盟，提高对基于开放式标准的可认证 IT 产品的使用率。”

——建议将印度境内的战略基础设施连接起来组成一个全国范围的内联网，并让印度计算机应急响应小组(CERT-In)监督该内联网的运行。

印度信息技术部(DIT)是印度《国家网络安全策略》的主要执行机构，目前草案对外界征求意见，截止日期为 5 月 15 日。

草案由 12 个关键政府部门共同完成，其中包括国家信息委员会(NIB)、印度国家危机管理委员会(NCMC)、印度国家安全委员会秘书处(NSCS)、印度内政部、国防部和电信部等。来源：2011-5-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

工信部发布移动地球站管理办法

我国物联网等新兴产业高速发展所必需的无线电频谱资源将获保障。

工信部 3 日公布《卫星移动通信系统终端地球站管理办法》，并将于 2011 年 6 月 1 日起施行。记者获悉，《办法》旨规范卫星移动通信系统终端地球站(简称“移动地球站”)的设置使用，为移动宽带互联网、物联网等新兴产业的高速发展提供必要的无线电频谱资源保障。

据工信部政策法规司巡视员李国斌介绍，由于卫星移动通信系统覆盖我国的波束同时可以覆盖其他国家及境外关口地球站，有些卫星移动通信系统具有星间链路及星上处理和交换能力，为境外运营商(或者其代理商)在我国境内非法发展陆地移动地球站用户，以及为境内用户非法使用境外关口站提供了条件。

为堵住这一漏洞，《办法》中明确，境外短期来华的团体和个人临时入境使用已在境外办理入网手续的陆地移动地球站的，由国内接待单位或者对口主管部门向工信部提交材料，且使用期限不得超过六个月。

《办法》还规定，境内经营者负有代用户办理陆地移动地球站无线电台注册登记手续、以及配合无线电管理机构监督管理的义务。

李国斌认为，“相关措施可以加强对陆地移动地球站的管理，规范其设置使用行为，减少非法用户，确保通信安全，保障国家利益。”

记者还从无线电管理局了解到，在对非法用户进行清理的同时，工信部还将继续开展无线宽带频率规划和调整工作，并开展对物联网、传感元器件的频率需求和相关管理工作的研究等。来源：2011-5-4 上海证券报

[返回目录](#)

工信部拟优先制定物联网三网融合等标准

工信部近日发布了 2011 年的标准化工作重点，物联网、三网融合等通信行业标准有望获得优先制定和支持。

在工信部制定的 2011 年标准化重点工作中，通信行业领域方面，IPv6、云计算、移动互联网、物联网、TD-LTE、无线局域网、三网融合、移动支付、智能终端、互联互通、网络信息安全、信息无障碍、互联网数据中心等列入行业标准制定的重点。

工信部表示，加快建立有利于战略性新兴产业发展的行业标准和重要产品技术标准体系，加强物联网、节能和新能源汽车、三网融合、半导体照明等重要领域标准制修订，并在经费、计划安排和审批等方面给予优先和倾斜支持。

据了解，2011 年工信部围绕技术改造、自主创新、节能减排、淘汰落后、质量品牌、两化深度融合、培育发展战略性新兴产业等重点工作，将组织制定标准 3000 项。来源：2011-5-9 新浪科技

[返回目录](#)

工信部官员称物联网进入实际应用发展阶段

信息安全和资源保障出发一直是一项重大课题，“十二五规划”中新兴产业的安全和资源保护并重得到进一步加强。

工信部近日公布《卫星移动通信系统终端地球站管理办法》(下称“办法”)，并宣布该“办法”将于 2011 年 6 月 1 日起施行。

记者了解到，该《办法》旨规范卫星移动通信系统终端地球站(简称“移动地球站”)的设置使用，为移动宽带互联网等新兴产业的高速发展扫清道路，该办法对“十二五规划”新一代信息战略性新兴产业物联网的行业安全给予重大防范，从而减少安全问题隐患，规范物联网竞争市场。

工信部电子科学技术委员会副秘书长柳纯录告诉《证券日报》记者：“关于物联网信息安全初步有一些对策，物联网已经进入实际应用发展阶段，概念逐渐清晰和应用发展同步进行，具体应用方面电力、城市交通等已经逐步有了发展和突破。”

保障物联网安全

减少占用资源的安全隐患

此次“办法”的出台，也是对未来物联网产业发展可能带来的安全问题和安全漏洞问题，制定对策措施之一，防患于未然。物联网协会秘书长柏斯维接受《证券日报》记者采访时表示：“此次办法最重要的是涉及物联网等网络安全问题。”

工信部政策法规司巡视员李国斌表示，我国还没有专门的法律、行政法规及规章对移动地球站的设置使用行为进行规范。制定《办法》，可以加强对陆地移动地球站的管理，规范其设置使用行为，减少非法用户，确保通信安全，保障国家利益。

物联网在发展过程中因其自身的特点具备一定的弊端。物联网由于物联网设备可能是先部署后连接网络，而物联网节点又无人看守，除了面对移动通信网络的传统网络安全问题之外，还存在着一些与已有移动网络安全不同的特殊安全问题。感知网络的传输与信息安全、核心网络的传输与信息安全等问题都是物联网发展过程中所不容忽视的。

“加强管理不是禁止使用，该办法实施减少了外来的干扰，在资源是原有的、流量是一定的情况下，外来的移动站会影响流量，外来的用多了，必然会影响我们国内的资源。”柏斯维告诉记者。

为堵住境外运营商利用卫星通信系统在我国境内非法发展陆地移动地球站用户等漏洞，《办法》中明确，境外短期来华的团体和个人临时入境使用已在境外办理入网手续的陆地移动地球站的，由国内接待单位或者对口主管部门向工信部提交材料，且使用期限不得超过六个月。

“此项具体措施强调的是‘安全’，从安全角度考虑堵住境外在内地发展非法地球用户，物联网产业特别是目前很多终端产品都会用到无线电频谱资源。”远望谷技术部经理杨志华告诉记者。

中国科学院虚拟经济与数据科学研究中心刘锋认为：“卫星移动通信也将是物联网十分重要的信息链接通道，这个办法更多的意义在于规范这个信息通道的使用方法。对于物联网来说，算是其局部使用上的国家规范。”

他同时指出：“卫星移动通信也将是物联网十分重要的信息链接通道，但物联网的信心通道还很多，这只是其中之一。”

加速物联网应用

保护高端产品安全

“规范管理是净化市场减少干扰最有利的保障，特别是对物联网高端产品的安全是一种保护措施。”柏斯维指出。

据悉，在对非法用户进行清理的同时，工信部还将继续开展无线宽带频率规划和调整工作，并开展对物联网、传感元器件的频率需求和相关管理工作的研究。

物联网未来发展应用的主要领域重点体现在智能交通、智能电网、视频监控这三个市场扩容，尽管中国物联网目前蓬勃发展，“标准体系不成熟，关键技术研发遭遇瓶颈”使得物联网在发展初期面临诸多挑战。

而该“办法”出台从某些领域也加速了物联网具体应用。柏斯维告诉记者：“物联网2011年是概念之后的起步年，更多的物联网应用会显现出来，比如智能家居、节能减排、物联网安防、医疗等，都提到日程上来了。”

物联网概念企业

期待安全信息规范出台

中国电子学会物联网专家委员会副主任委员南京邮电大学副校长朱洪波指出“政府需要要加强法制和技术手段建设，推动完善信息安全、知识产权侵权、个人隐私保护等方面的法律法规。”

“物联网无线通讯面临信息安全，在具体应用方面需要亟待解决，一般企业直接使用加密等方式，但是相关规定并不健全，还需要政府出台相应的标准和防范。”北京中芯优电信息技术有限公司CEO、中国物联网产业协会副秘书长蒙洋表示。

杨志华告诉记者：“作为设备供应商，核心设备加密、通信协议加密等是目前在具体应用中针对信息安全漏洞的对策，政府相关标准化制定很重要。”

在物联网的发展的初级阶段中，概念占据大半江山，盲目追捧物联网景象已经越发冷静，随着国家“十二五”规划的明确指导，物联网已经逐渐从“空泛概念”变身为产业转型升级的巨大无形推手，关于物联网的安全机制在业界却尚是空白，为此物联网安全机制的健全亟待解决。

工信部电子科学技术委员会副秘书长柳纯录告诉《证券日报》记者：“关于物联网信息安全初步有一些对策，物联网已经进入实际应用发展阶段，概念逐渐清晰和应用发展同步进行，具体应用方面电力、城市交通等已经逐步有了发展和突破。”

工信部国际合作司副司长赵文智向《证券日报》记者表示：“信息安全是何时期都需要关注的，网络信息安全还需要完善和健全。”来源：2011-5-5 证券日报

两部委宣布 2011 年开始向运营商收 3G 频率使用费

5 月 5 日消息，国家发展和改革委员会、财政部联合发布了《关于核定第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准及有关问题的通知》，其中规定，国家无线电管理机构向运营商收取 3G 频率占有费，3G 频率占有费收费标准从 2011 年起分四年逐步到位，即 2011 年按 25%，2012 年按 50%，2013 年按 75%，2014 年及以后按 100%收取。

以下为原文：

国家发展改革委、财政部关于核定第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准及有关问题的通知

工业和信息化部：

你部《关于申请核定第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准的函》(工信部财[2010]579 号)收悉。经研究，现就核定第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准及有关问题通知如下：

一、国家无线电管理机构向第三代公众移动通信网络运营商收取的频率占用费收费标准，按附件《第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准》规定执行。考虑到我国第三代公众移动通信业务处在起步阶段，运营企业仍需加大投入，同意上述收费标准从 2011 年起分四年逐步到位，即 2011 年按 25%，2012 年按 50%，2013 年按 75%，2014 年及以后按 100%收取。

二、国家无线电管理机构向使用第三代公众移动通信特殊频段的单位收取的频率占用费收费标准为：

(一)对申请临时使用或使用研究试验用频段的营利性单位，按附件《第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准》规定标准的 20%收取，其他非营利性单位按附件《第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准》规定标准的 10%收取。频率占用费计收时间按照《无线电管理收费规定》(计价费[1998]218 号)规定执行，即“频率占用费自频率分配或指配之日起按年度计收。不足三个月的按四分之一年计收，超过三个月不足半年的按半年计收，超过半年不足一年的按一年计收”。

(二)对使用范围受限频段(如只能用于室内移动通信信号覆盖等)的单位，按附件《第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准》规定标准的 30%收取。

三、第三代公众移动通信网络频率占用费应纳入中央财政预算管理，具体使用管理办法按照财政部有关规定执行。

四、你部应按规定到国家发展改革委办理收费许可证，并使用财政部统一印制的票据。

五、你部要严格按照上述规定收费，不得擅自增加收费项目、扩大收费范围、提高收费标准或加收其他任何费用，并自觉接受价格、财政、审计部门的监督检查。

六、上述规定自 2011 年 5 月 1 日起执行。

附： 第三代公众移动通信网络频率占用费收费标准

国家发展改革委

财 政 部

二〇一一年四月十四日

来源：2011-5-5 国家发改委网站

[返回目录](#)

【国内行业环境】

我国五年内将实现三网融合

在日前北京举办的一个论坛上，工业和信息化部有关负责人对《经济参考报》记者独家透露，“新一代信息技术产业发展十二五规划”（下称《规划》）几易其稿，目前已经完稿，准备上交国务院。

据工信部有关负责人透露，新一代信息技术产业将重点发展新一代移动通信、下一代互联网、三网融合、物联网、云计算、集成电路、新型显示、高端软件、高端服务器和信息服务。

“在目前的基础上，十二五期间我国三网融合将得以实现。”工信部总工程师朱宏任表示，自国务院决定加快推进三网融合工作以来，工信部、广电总局以及其他相关部分部门都在积极努力推进三网融合试点工作，并已经取得了积极进展。

他表示，目前各方相关企业加强协作配合，大力创新产业形态和市场推广模式，推动了 ITPV、手机电视、网络视频等三网融合相关业务的发展。同时还加强了信息技术产品研发和制造，研究提出了三网融合标准体系建议。

“物联网应用从公共服务、公共管理渗透到传统重点工业以及农业领域，现在产业规模达到上千亿元。”中关村物联网产业联盟秘书长张建宁表示。

据中国电子信息产业发展研究院的研究报告，到 2015 年中国物联网整体市场规模将达到 7500 亿元，五年内年均复合增长率将超过 30%，市场前景将远远超过电脑、互联网、移动通信等单个市场。

根据《规划》，“十二五”期间，中国将制定和推广应用中国自主编码体系，突破核心技术和重大关键共性技术，初步形成从感测器、芯片、软件、终端，整机、网络到业务应用的完整产业链，培育一批具有较强国际竞争力的物联网产业领军企业。

同时，重点推动以物联网为特征的智能物流产业的发展，2013至2015年逐步形成物流信息化的体系，2015年初步建立起与国家现代物流体系相适应的协调发展的物流信息化体系。

据《经济参考报》记者了解，为实现《规划》中我国集成电路产业高端化要求，中国政府将在未来五年向芯片行业投资250亿美元，其中包括投资50亿美元建立苏州创投与Elpida之间的合资企业，以及向山东华芯半导体有限公司投资50亿美元，到2013年，中国半导体加工厂能够满足1/3的中国集成电路需求。

在云计算方面，工信部有关人士告诉《经济参考报》记者，在《规划》出台后，国内云计算标准化预计年底将出台政策，6月份首先会出台云计算标准化初稿。

他进一步说，国内云计算标准化主要涉及到标准主体、切入点、运营、建设等方面。其中重点是互联网数据中心(简称IDC)的管理，将从IDC的能量、安全、用户体验等衡量，划分四等级。由各大运营商和设备商等考取认证证书，证书等级决定IDC建设等级。这将使IDC建设更加正规化。

据权威机构预计，从2009年底到2013年底，云计算将为全球带来8000亿美元的新业务收入，其中为中国带来超过11050亿元(约合1590亿美元)的净业务收入。

业内人士预期，云计算具有低成本、低能耗的多重特点，因此在政府的大力支持下，未来几年国内“云计算”应用将出现井喷态势。

国金证券的研究报告称，云计算是未来3至5年信息技术革命的重点，目前北京、上海、无锡等地提出了云计算发展规划和实施计划。其中上海市发布3年规划31亿推进13个项目等。

《规划》指出，全球信息技术产业核心技术重大突破即将来临。计算体系结构面临深刻变革；网络技术向宽带、无线、智能以及超高速系统、超大容量方向发展；软件技术加快向网络化、体系化、服务化、高可信方向发展；感知技术向智能化突破，产业价值链得到整合和延伸。

“十二五期间，我国信息技术产业将面临的历史使命，即要抢占全球新一轮科技竞争的制高点，支撑信息化与工业化深度融合加快新型工业化进程。”中科院院士邬贺铨对记者表示。来源：2011-5-5 经济参考报

[返回目录](#)

手机检测收费平均降幅 25%

为贯彻落实国务院关于治理和规范涉企收费的意见，进一步减轻企业负担，近日，国家发改委发出《关于规范和降低手机检测收费有关问题的通知》，自2011年6月1日起，大幅降低手机型号核准、进网许可和3C认证的检测收费标准，平均降幅约25%，每年可减轻企业负担约1.5亿元。

《通知》对手机检测收费行为进行了规范，规定各种检测应在限定时间内完成。由于检测机构的责任，未按规定期限出具检验报告的，超出限定时间5天以内(含5天)的减半收取检测费；超出规定时间5天以上的不得收取检测费。同时规定，对检测不合格的，进行复检时不再另行收费。来源：2011-5-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

国内首家移动互联网企业上市

北京网秦天下科技有限公司于昨晚正式在美国纽约证券交易所挂牌上市，开盘价11.5美元，与发行价持平，实际融资8912.5万美元。网秦因此成为中国第一家成功上市的移动互联网云服务企业。

移动互联网，就是将移动通信和互联网结合起来。网秦主营业务为移动安全，此外还提供移动效率管理及个性化智能云服务等，目前全球用户超过8500万。根据2011年1月第三方市场调查公司Frost & Sullivan《2010年中国手机安全市场报告》显示，网秦占据市场份额的67.7%以上。

值得注意的是，2008年、2009年和2010年，网秦的净亏损分别为360万美元、515万美元和983万美元。对此，中关村移动互联产业联盟秘书长李苏京表示，虽然赔钱却能上市，以前上市的大多数互联网企业也是这样。但网秦开盘后便破发。

据网秦提交的文件显示，其部分增值业务收费是通过与移动、联通、电信三大运营商和增值服务提供商合作，进行利益分成。2008年、2009年，网秦几乎所有营收均通过三大运营商和增值服务提供商获得，2010年则更是有超过一半营收来自上述渠道。网秦在风险提示中表示，公司须降低对中国移动等电信运营商及移动支付服务提供商的依赖。来源：2011-5-6 北京日报

[返回目录](#)

物联网、新能源汽车标准制定将加快

工业和信息化部 9 日公布 2011 年标准化重点工作，提出将围绕“十二五”规划纲要和产业发展重点，加强标准战略研究，加快物联网、新能源汽车等重要领域标准制定和修订，为保持工业通信业平稳较快发展做好支撑。

工信部提出，2011 年将针对产业发展重点，成体系组织开展重要领域标准预先研究工作，加快建立有利于战略性新兴产业发展的行业标准和重要产品技术标准体系，加强物联网、节能和新能源汽车、三网融合、半导体照明等重要领域标准制定修订，并在经费、计划安排和审批等方面给予优先和倾斜支持。通过试点探索综合标准化工作模式，同步开展产业链上各环节、各类产品的标准制定，形成重要领域标准全面覆盖和配套的局面。

对于一些产业急需标准，2011 年将进一步加大标准制定力度。工信部表示，2011 年将围绕技术改造、自主创新、节能减排、淘汰落后、质量品牌、两化深度融合、培育发展战略性新兴产业等重点工作，组织制定标准 3000 项，发挥标准的引导和规范作用，满足产业发展的需求。

为加强技术标准的创新性，工信部提出，将加大具有创新成果的技术标准制定力度，推动标准与技术创新、知识产权的良性互动。加强标准化工作与科技重大专项、产业技术研发等工作的衔接，支持具有创新成果的企业联合开展标准制定，积极推动自主知识产权的技术上升为技术标准，促进自主创新成果的转化和应用推广，推动行业技术进步。

同时，工信部还提出将加大采用国际标准力度，把对标的要求纳入计划立项和审批发布等标准制定修订流程，积极采用国际标准，加快与国际接轨；另一方面，加大我国自主标准的海外推广力度，促进自主技术成为国际标准，加大对国际标准化工作的战略研究，支持企业同步参与国际标准制定，提升对重要国际标准制定的参与度，积极参与国际竞争。来源：2011-5-10 第一财经日报

[返回目录](#)

山西拟发力物联网 打造生产型服务业大省

近日，山西省政府召开专题会议，研究编制山西省物联网发展规划，拟通过政府支持等方式发展物联网产业。

山西省相关负责人称，物联网产业是国家战略新兴产业，也是我省实现转型跨越的重要产业，发展物联网产业是打造山西中西部现代物流中心和生产型服务业大省的重要途径。各级各有关部门要加强政府引导，把发展物联网产业作为资

源型经济转型综合配套改革试验区的重要内容，以能源物流为突破口，制定科学的物联网产业发展规划和切实可行的支持政策，加快物联网园区和物联网产业的建设，依靠市场运作，实现资源共享，促进山西经济的转型跨越。来源：2011-5-9 中国证券网-上海证券报

[返回目录](#)

国内 3G 用户突破 6000 万 运营商 3G 各有千秋

工信部近日发布的 2011 年 3 月通信业运行状况数据显示，截至 2011 年 3 月，我国 3G 用户达到 6190.2 万。在用户方面，根据运营商此前公布的数据，中国电信 3G 用户数增至 1637 万。同期，中国移动 3G 用户总数为 2699.2 万，中国联通为 1853.5 万。

2011 中国移动互联网产业峰会首次发布的《中国移动互联网产业发展白皮书》提出，2011 年我国 3G 用户将超过 1.2 亿，达到 3G 高速增长“临界点”，未来 3 年内用户总数将超过传统互联网。在此背景下，争夺 3G 市场份额的硝烟已起，但在探索可持续发展的道路上，坚持应用为王仍是不变的主题。

三分天下：3G 大船已过万重山

工信部数据显示，2011 年 1 至 3 月，全国移动电话用户累计净增 3126.7 万户，达到 89027.0 万户。移动电话用户中，3G 用户净增 1485.1 万户，达到 6190.2 万户。管中窥豹，可见一斑。三大运营商此前公布的数据，也从一个层面上反映了中国 3G 的发展态势。

2011 年 3 月，中国移动新增 3G 用户(使用 G3 终端)244.5 万户，截至当月底 3G 用户总数 2699.2 万户；同期，中国联通 3G 用户增长 185.5 万户，3G 用户总数增至 1853.5 万户；中国电信方面，截至 3 月底，中国电信 CDMA 用户总数达到 1.0025 亿户，其中 3G 用户增至 1637 万户。

从运营商公布的数据中不难看出，3G 新增用户在移动用户中的占比，呈现稳步上升的势头，且与前期相比，抱着对日渐成熟的 3G 应用的需求，有针对性地选择 3G 网络的用户正日趋增多。而三大电信运营商合计的 3G 用户数，于自身相比是一个前进。

与 2G 时代中国移动一马当先、一家独大的局面相比，虽然中国移动目前在 3G 方面仍然保有一定的优势，但三大运营商的竞争格局正在朝着更均衡的方向发展，三分天下的发展态势正在形成，这也是我国主导运营商重组以及发放 3G 牌照的初衷和目的所在。

不可否认，较之于工信部“2011年3G用户达到1.5亿户”的预期，目前的成绩仍然有较大的差距，但在2G还是主要需求，4G蠢蠢欲动的形势下，3G大船已经驶过“万重山”。

逐鹿市场：运营商3G各有千秋

虽说整体向好，但在三足鼎立、“群雄逐鹿”的3G市场中，运营商的发展情况却不尽相同：中国电信稳步增长，中国联通依然在终端的泥淖中挣扎，而中移动，3G数据屡遭质疑陷尴尬。

从营收数据来看，首季中国移动营收1181.72亿元，同比增长8.3%，净利润达268.63亿元，同比增长5.4%；中国联通方面，营收490.3亿元，同比增21.2%，净利润1.5亿元，同比下降86.5%；中国电信营收586.74亿元，同比增11.3%，净利润46.18亿元，同比增8.1%。

显而易见，由于在3G业务以及全业务融合经营方面进展良好，中国电信的盈利状况相比竞争对手有着较高的增长。同样受3G业务的带动，中国联通的营收也保持了较快的增长。但由于包括3G终端补贴在内的销售费用亦水涨船高，中国联通在盈利方面压力不小。“吆喝”重要还是“买卖”重要，无疑是困扰中国联通的一大尴尬。而对于中国移动而言，虽然得益于用户基础巩固、话务量稳定增长、增值业务拉动等因素，其首季度营收幅度得到稳定增长，但增幅已未及另两家运营商。

目前，三大电信运营商在3G的发展方向上，都形成了自身的策略，其中不乏可圈可点之处。从套餐设计到渠道建设，从终端培育到品牌传播，从网络优化到业务演进等等不一而足。但现实与理想的落差仍然不可避免，预期中的3G繁荣依旧怀抱琵琶静遮面。培育市场，运营商要做的功课还很多。

持续发展：数据为重与应用为王

发展是永恒的主题，对于快速行进的3G大船而言，前方仍有险滩激流要闯，要想突出重围，就须先化解目前面临的几大现实问题。

首先，明确“吆喝”与“买卖”之间的关系，将二者有机结合。在过去的2010年中，凭借iPhone这一明星终端，中国联通可谓赚足了眼球，但其付出的，却是利润下滑的代价。对其他两家运营商而言，避免陷入尴尬的有效途径便是在大力普及和推广智能终端的同时，打造具有自身特色的应用。

必须看到，在不同的阶段，运营商有过不同的侧重点，无论是曾经的网络为王，还是渠道为王，抑或是资费为王，终端为王等等，在走过了特定的时期后，也都先后步入历史。现阶段，3G大船只欠应用这一风帆，便可“直下襄阳向洛阳”。换言之，3G下一阶段的发展理念，即是应用为王。

其次，探索 3G 可持续的发展模式，由 2G 时代的语音特征为主的运营模式，向为数据模式为主的 3G 模式推进。这一过程，可以简单归结为“三步走”。第一步，以语音为主，数据为辅完成前期发展。第二步，语音和数据并进，实现中期发展。第三步，数据为主语音为辅，着力后期发展。

再者，在 3G 规模发展阶段，运营商定制终端销售份额不断提高。运营商更需要加强与渠道的合作，实现利益捆绑，尽快扶持自己的核心渠道。

3G 驶过万重山。回顾过去，艰辛与风光同在；放眼未来，挑战和未知仍在等待。对运营商而言，还需劈波斩浪，从国情和市场情况出发，立足用户需求，向着市场的深海一往无前。来源：2011-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

中国手机用户将破九亿 移动通信市场商机待深掘

我国即将成为世界上首个拥有 9 亿手机用户的国家。据国家工业和信息化部日前发布的报告显示，伴随着 2011 年第一季度我国再增加了 3000 万个手机用户，截止到 3 月底，中国手机用户已达 8.89 亿。根据该增长率推算，我国的手机用户总数在 2011 年 5 月将突破 9 亿大关。作为全球最大的手机市场，中国市场无疑藏着巨大的商机。

与此同时，手机支付、手机电子商务、手机阅读等业务也风生水起，移动互联网商机渐渐浮出水面。

3G 用户增长带来移动互联网商机

我国于 2009 年开始部署 3G 网络，随着我国 3G 网络的逐渐成熟，随着移动互联网渗透的加速及运营商 3G 推广的深入，在手机用户总量大突破的同时，智能、3G 手机在用户中所占的比例将越来越大。统计显示，我国 3G 用户已超过 4700 万，2011 年预计将超过 1.2 亿，这将达到欧美、日本等发达国家经历过的 3G 高速增长的临界点，整个移动互联网产业将会进入一个高速成长阶段。

中国 3G 用户数量的增长推动了智能手机销量。根据易观国际的数据显示，在 2009 年我国仅售出了 2100 万部智能手机，而这个数字在 2010 年几乎增长了两倍，达到 6200 万部。我国智能手机销售量预计在 2011 年将达到 9500 万部。另一数据也能提供有力的佐证。ZDC 统计数据显示，从 2011 年 1 - 3 月中国手机市场不同类型产品用户关注走势来看，智能、3G 手机用户关注度呈稳步上升趋势，智能手机则位列中国手机市场最受用户关注的产品类型榜首，关注比例高达 76.1%，直逼 80%。而从 3 月单月数据来看，智能手机用户关注度达到 77.6%，已经成为用户关注的绝对主流。

谷歌全球副总裁刘允刘允预测，移动终端会不断普及，台式机、笔记本和移动终端的界限越来越模糊，很多功能完全可以转移到移动终端里面，从听说读写和感知方面都拥有电脑没有的优势。刘允还指出，移动代表新型消费方式，商机无限。

移动互联网商机待深掘

伴随着移动互联网用户高速增长，移动互联网市场规模也在不断扩大。据中国互联网协会黄澄清副理事长透露，截止到2010年底，中国手机网民规模达到3.03亿，占网民总数的66.2%，较2009年底增加了6930万人。2011年第一季度，中国移动互联网市场规模达64.4亿元人民币，同比增长43.4%，环比增长23%。

移动互联网市场规模的扩大，带来的除了日渐多样化的移动互联网终端和滚滚而来的终端商机外，还带动了信息通信、商务金融、文化娱乐等各个方面的业务应用和创新，推动了相关产业的持续发展，并成为新的经济增长点。

以移动电子商务为例，目前中国移动电子商务风生水起，中国电子商务研究中心最新数据显示，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%。艾瑞咨询预计，2012年我国移动电子商务用户将接近2.5亿。

据凡客诚品副总裁王春焕近日透露，目前凡客诚品移动客户端每天的订单数量在6000单左右，每日交易额已经超过50万元，占到凡客诚品日交易额的3%。

在淘宝网副总裁兼无线事业部总经理邱昌恒看来，移动电子商务不是一个新的渠道，而是一种新的模式，邱昌恒表示，“从目前用户量级上看，移动电子商务完全可以跟PC时代等量级，因为它不仅仅是交易，它有远远超于交易之外的，比如个人信息的推送，会超越现在的PC电子商务。”

新浪CEO曹国伟也表示，不论是终端数量还是用户使用时间，移动互联网的潜力都比PC互联网大很多。他举例说，新浪1亿多微博用户中，50%以上用户通过移动终端上微博。曹国伟的观点也很快得到了旁证。2011年全球移动互联网大会期间，大众点评网资深副总裁龙伟透露，在最近的一段时间，大众点评网在手机的流量增长非常快，已经超过了互联网的流量，到目前为止，手机流量已经占到互联网流量的50%。

发展潜在问题尚需解决

移动互联网已是业界公认的最具潜力的增长点，目前被创投普遍看好。投资了小米科技、UCweb的天使投资人雷军就直言不讳地评价道：“现在是移动互联网创业最好的时代，也是移动互联网大发展的时代。”创新工场COO兼合伙人陶宁则表示：“创新工场目前投资的移动互联网企业，占我们全部投资企业的90%以上。”

一个新兴行业兴起，必定会引起资本的密集进入。这也引起了移动互联网的从业者对移动互联网存在泡沫的担忧。分析师方丽表示，“泡沫肯定是存在的，目前一些创新产品的估值受到追捧，已经高于它本身的价值，甚至已经达到它两年以后的价值，有点哄抬物价的感觉”。

多盟 COO 张鹤也认为，虽然从发展前景来看来讲，我觉得移动互联网的市场规模未来可能是传统互联网的 10 倍甚至更高，但从局部来讲，有些细分领域的商业模式不清晰却在融资过多，这就存在泡沫。百度移动互联网事业部岳国锋则表示，现在移动互联网确实存在泡沫，投资过热，但值得庆幸的是，目前泡沫还不是太大。

实际上，除去移动互联网的泡沫之争，未来，移动互联网市场的发展，确实还有不少问题需要解决。目前不同品牌的终端在业务互通中存在诸多问题，例如，在同一网络内，只有同一品牌的终端可实现某种业务，或同一网络内实现的某种业务无法在不同网络间进行互通，影响了用户的使用效果。在中兴通讯执行董事兼执行副总裁何士友看来，未来移动通信终端都会趋于标准化。“就像笔记本一样，硬件会越来越规范，没有创新，外观都差不多，重要的是内容服务方面。”

商业模式尚不成熟也是制约移动互联网发展的一个难题。虽然移动互联网的市场容量巨大，但作为一个新兴的市场，目前还没有形成稳定的盈利模式。对此，曹国伟坦言，移动互联网的推广和应用必须找到规模化的盈利模式，目前中国移动互联网的市场相对分散，如何在分散的市场中找到大规模的盈利点是挑战。此外，手机上网的费用仍偏高、欲投放广告的企业对移动互联网接受程度有限等诸多问题都还需要解决。

移动互联网创业最好时代来临，移动互联网犹如一座金矿尚待深掘，但如何抓住发展契机，让移动互联网发展得更平稳些也是需要思考的问题。来源：

2011-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

法国本月拍卖 LTE 频谱

法国电信监管机构 ARCEP 称，将于 2011 年五月份进行 LTE 频谱拍卖，预计可拍得 20 亿欧元，ARCEP 称拍卖会尽快给出结果，希望 2011 年底前完成频谱的发放。

法国工业、能源和数字经济部长埃里克·贝松(Eric Besson)对此消息进行了确认，并透露，一家运营商可以购买的频谱是有限制的。

贝松称，共有 30M 的频谱进行拍卖，但一家运营商购买的频谱不能超过 15Mhz。

据称法国电信的竞争对手们 SFR、Bouygues 和 Iliad 对监管机构施压，因此法国规定任何一家运营商都只能购买一定数量的频谱，竞争对手们还对监管机构进行游说，宣传频谱共享义务，此举是为了防止法国电信继续巩固其市场领导者地位。

有评论人士指出，法国电信的丰厚财力原本会在拍卖上不受限制，但法国政府更倾向于上文提到的频谱受限及共享方案，同时希望从这次拍卖中获得的利益最大化，因此导致监管机构的多次争议，使拍卖延迟。

法国电信还没有对此方案发表评论，但 2010 年提交给监管机构的意见显示，法国电信对频谱受限以及共享方案提出了警告。来源：2011-5-5 中国通信网

[返回目录](#)

印度巴蒂电信 30 亿美元更新网络

印度最大的移动通信运营商巴蒂电信(Bharti Airtel)计划在本财年投入 30 亿美元扩容电信网络，同时对近期的 2G 频谱拍卖丑闻以及即将出台的新政策发表了评论。

巴蒂集团首席财务官马尼克(Manik Jhangiani)表示，公司已拨款 15 亿美元扩容印度和南亚网络，10 亿美元发展非洲市场，前期已经投入了 4 亿美元。

拨给印度市场的投资将用于扩容巴蒂电信的 3G 网络，截至目前，巴蒂电信已在全国 43 个城市推出了 3G 业务，计划在这个财年结束前将 3G 业务扩大到 500 个城镇。

在非洲市场，巴蒂电信准备在七个国家重推 3G 业务，将 3G 业务延伸到肯尼亚、刚果和塞拉利昂三个没有 3G 业务的国家，除此之外，巴蒂电信正在寻求收购马达加斯加岛的 3G 移动牌照。

巴蒂电信已经公布了第四季度的业务，净利润下滑了 31%，巴蒂电信准备将通信塔公司分离出去。

近日的印度电信市场最受关注的除了 2G 频谱拍卖丑闻外，还有即将出台的 2011 新版电信政策(New Telecom Policy-2011)，巴蒂电信今日表态称，希望新出台的政策公平对待所有企业，提供一个公平竞争的环境。

巴蒂集团副总裁 Akhil Gupta 称：“对所有电信业的从业者来说，这些都是令人遗憾和伤心的，电信业由于近期的一系列坏消息，似乎成了印度改革下的海报明星。”

因 2G 频谱发放丑闻，印度中央调查局在最高法院的监督下对此事展开规模调查，电信业正处境艰难。

Gupta 称，他希望电信部长西巴尔(Kapil Sibal)将出台的新电信政策能够提供一个公平竞争的环境，提高透明度。

他说：“2011 年底，我们的新电信政策就会到位，希望它是公平透明的。”
来源：2011-5-6 中国通信网

[返回目录](#)

美电信运营商无意设立专门手机支付网络

据消息人士透露，美国 AT&T、Verizon Wireless 和 T-Mobile USA 等主要电信运营商并不打算设立专门的手机支付网络，而是与 Visa 和万事达卡磋商参与可将支付系统嵌入手机的项目，目的是尽可能更多的获得用户。

消息人士称，设立这样的网络不仅耗时还过于困难。

目前已有一家名为 Isis 的合资公司设立了自己的手机支付网络，此举目的是与 Visa 和万事达卡争夺市场份额。该公司在 2010 年 11 月时表示，其手机支付网络将使用 Discover Financial Services 的全国支付网络，巴克莱旗下的 Barclaycard U.S. 有望成为首个使用该网络提供移动支付产品的公司。来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

法国电信一季度利润下滑 或出售部分欧洲业务

法国电信 CFO 基尔瓦斯·佩里塞尔(Gervais Pellissier)日前表示，鉴于增长放缓，该公司有可能出售部分规模较小的欧洲区业务。

佩里塞尔称，该公司正在对欧洲区业务组合进行评估。除法国、波兰和西班牙外，“其他所有国家都被纳入考量范围”。法国电信有可能合并或出售这些业务。

随着非洲和中东地区业务的快速发展，法国电信 CEO 史蒂芬·理查德(Stephane Richard)正在评估该公司在奥地利、比利时和罗马尼亚的业务前景。这家法国最大的移动运营商今天表示，本财年第一季度，欧洲市场的营收增长 1.2%，而除埃及外的非洲和中东市场的营收增长 5.8%。

北德意志州银行分析师扬·戈曼(Jan Goehmann)说：“进军新兴市场，找到收入增长点，正变得越来越重要。”

受 2011 年开征的消费税和埃及动乱拖累，法国电信本财年第一季度的税息折旧及摊销前利润为 37.3 亿欧元(约合 55 亿美元)，同比下滑 1.3%；营收为 112 亿欧元。两项数据均高于分析师平均预期。

2011 年 3 月，法国电信斥资 2.45 亿美元收购伊拉克 Korek Telecom 的大笔股权，拓展在约旦、埃及和巴林等国的业务。该公司上月宣布，将与德国电信联合采购设备，并展开其他合作。

技术革新迫使移动运营商加速联合。理查德已经在欧洲五大移动运营商之间建立更加紧密的联系，包括西班牙电信、沃达丰、意大利电信、德国电信和法国电信。2010 年，上述 5 家公司的 CEO 会聚巴黎，探讨手机操作系统和无线数据流量等问题。来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

日韩光纤宽带向千兆进军 政府提供政策资金支持

在全球范围内，日本和韩国是宽带普及率最高、网速最快的两个国家，两国的宽带发展早已进入以光纤网络建设为中心的阶段。日韩两国在光纤宽带网络的发展路径上有着较强的一致性，不仅提出国家宽带战略，而且政府也通过政策扶持和资金支持来切实推动光纤宽带网络的发展。

在日本工作的管先生告诉媒体，在日本家庭中光纤覆盖率很高，普通用户家中基本上都有 100M—200M 的带宽，最高可以申请到 1G。“用光纤下载速度非常快，我申请的 100M 带宽，平均每秒下载速度达到 6M 以上，下载一部 1G 的影片，只需 15 分钟左右。”

FTTH(光纤到户)在日本发展比较早，2001 年日本就开始实行“e-Japan”计划，到 2006 年日本又推出“下一代宽带发展战略”。截至 2010 年，日本 90% 的家庭都已接入超高速(传输速率为 30Mb/s)网络。从 2008 年 6 月底开始，日本 FTTH 与 DSL 用户情况发生了逆转，FTTH 用户数总量已超过了 DSL 的用户数。

政府多种手段扶持

日本的 FTTH 为什么发展得这么快？日本通信行业专业咨询公司野村综研的分析师罗凡介绍，日本政府推动和市场需求相结合，为光纤网络发展提供有效的催化剂。

“日本对于高速宽带以举国战略的方式推进，对于电信运营商发展光纤业务，政府不仅给予政策方面的倾斜，还提供无息贷款和经济补贴。为了尽可能避免光纤“走明线”的情况，在新楼房、新小区的建设过程中，由外至内都会预留

一定的管网空间，便于光纤接入。”罗凡说，“为了使布线更美观，运营商可谓绞尽脑汁，有些小区借助电梯通道把光纤接入楼内，取得了不错的效果。”

据介绍，日本光纤传输系统采用单纤制，系统成本相对较低。日本三大电信运营商之一的 NTT 公司研发出了在光缆馈线点采用带状芯、单芯转接的技术，即开发出一种模块，它能够把带状芯简易地变换成单芯，实现馈线光缆与配线光缆的快速连接。模块有 8 芯和 4 芯两种，可根据需要进行选择，同时这种模块也可使用现有的光缆接头盒，以便降低成本。目前，100M 光纤的包月费仅为 4000 日元，折合人民币为 300 多元，每兆的成本仅为 3 元左右，新的光纤用户还能享受免安装费等诸多优惠。

韩国 政府给钱给政策调整监管体系

四年前百兆宽带就已普及

“韩国网络公社”是一家提供宽带安装及售后保障的综合性网络服务公司，目前是 SK、LG 和 KT 这三家全国性宽带网络服务商的代理商。该公司还专门设立了中文部专门面向在韩华人提供服务。

“韩国网络公社”中文部工作人员告诉《IT 时报》记者，韩国是全球网络第二大发达国家。在 2007 年之前，100M 光纤到户就已经普及了。工作人员介绍，以 SK 为例，宽带开通费为 3 万韩元(约合人民币 181 元)，如果申请的是 1 年(含 1 年)以上的套餐，开通费也会免掉。宽带费用以 3 年套餐的合约最为合算，包月费用为 2.97 万韩元(约合人民币 180 元)。一般申请之后，两天之内就可以开通了。

事实上在韩国，提供基本的宽带服务几乎是不赚钱的，服务商的收入主要来源于高附加值宽带服务。这种“低入门多增值”的宽带模式极大地促进了服务商诱导用户最大范围、最快捷方便地使用宽带。

通信、广电合并“一家门”

韩国宽带业务之所以能高速发展并迅速普及，很大程度上受惠于政府政策的支持和资金投入。

在政府的推动和支持下，2003 年韩国政府开始制定“IT839 战略规划”，计划逐步发展 FTTx 替代原有的 DSL 网络，最终实现 u - Korea 的目标。2004 年韩国又提出了为期 6 年的 BCN(宽带融合网络)计划，使最后一公里全面走向 FTTH。

为了推动光纤宽带网络的发展，韩国政府还对监管体制进行了调整，为了解决广播委员会和信息通信部这两个政府部门的监管矛盾，2008 年韩国将这两个部门合并成韩国广播通信委员会(KCC)，全面负责韩国电视广播、通信和新传媒政策。

2009 年 7 月，KCC 与韩国信息化振兴院就发表了旨在于 2012 年以后实现千兆位宽带网商用化的《千兆互联网促进计划》，计划从 2011 年起至 2012 年构建试点网络，并提前对试点服务、技术研发和平台建设进行评估与准备。

在政策扶持的同时，韩国政府还投资大量资金到宽带基建上。在这几年的网络基础设施建设中，韩国政府对宽带基础设施的投资达到 700 亿美元，使韩国各地区得以快速布建宽带网络系统。来源：2011-5-9 IT 时报

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

本土手机抱团应对国际专利壁垒

2011 年 4 月下旬，一个由本土手机行业组成的名为“手机中国联盟”的组织在上海悄然成立，意欲抱团应对国际专利壁垒。对此一事，业内多位专家均称愿望虽然美好，但却难成好事。

4 月下旬，一个名为“手机中国联盟”的组织在上海悄然成立。据该联盟组织成员透露，这个联盟虽然表面上看是为了推动中国手机产业协同发展。但实际上，由于近年来中国手机厂商在国际市场上频繁遭遇知识产权诉讼，成立这个组织是想构建一个‘专利池’，以抱团应对目前国际上越演越烈的专利战。

现如今，手机终端领域频现“诉讼门”、“专利门”。早在 2009 年，诺基亚即对苹果提出诉讼，指控其侵犯了其 3G 技术专利；2011 年 3 月 30 日，诺基亚再次指控苹果在多任务操作系统、数据同步等方面侵犯了诺基亚的 7 项专利，并要求禁止销售苹果所有相关侵权产品。

同样，深圳外单出货量最大的手机制造商基伍，也在香港被诺基亚起诉涉嫌外观等知识产权领域的侵权，其 13 款产品在香港一度被查封。

同年 4 月，爱立信在欧洲起诉中兴通讯手机产品侵犯其 GSM 和 CDMA 部分领域专利，并要求英国、意大利和德国法院禁止中兴通讯手机的销售。

手机专利大战全景图

根据一项最新统计，2010 年，苹果公司的相关诉讼达到 46 件，摩托罗拉达 44 件，三星达 32 件，诺基亚达到 27 件。外资巨头针对中国手机厂商的专利战已成常态，这让本土厂商非常被动，而加剧的专利战也将令本土企业的海外拓展受阻。基于此，国产手机厂商和设计、方案公司“联合行动”，成立了“手机中国联盟”，以共同抵御国外资本对本土企业的冲击和带来的专利壁垒。

对于此事，业内观察家、飞象网 CEO 项立刚直言“愿望好，难成事”。“作为一个小企业，当然是希望有一个‘专利池’，用别人的专利不花钱或是少花钱；而大企业却又会顾忌成长后的小企业，会反过来与自己抢夺市场。”项立刚直接指出问题所在。

他认为，“只有这些企业一样大，专利一样多，才能抱团。因此，联盟一事是好事，但却难成。”

对此，业内专家、《网络导报》总编刘兴亮也称联盟的成立是一件好事，并表示这样的组织会成为对抗国外巨头的一种积极有效的有力举措。不过，前提是建立在联盟成员需齐心协力的基础上。“只要齐心，效果还是能达到，就怕各打各的算盘”。而据该联盟组织一成员表示，就目前状况来看，想通过“专利池”的形式对抗外资巨头，仍然有一动难度。

据了解，“手机中国联盟”成员包括联想、中兴、华勤、展讯等在内的国内一线的讯 IC 设计公司、手机方案公司、手机厂商等 30 余家。来源：2011-5-6 飞象网

[返回目录](#)

智能终端平台成运营商产业发展战略制高点

作为我国自主知识产权的 TD-LTE 技术已正式成为 4G 标准之一，同时，技术和网络的发展需要终端来体现，对此，中国移动研究院项目经理徐荣表示“对智能终端平台的掌控成为运营商产业发展的战略制高点。”

在 TD-LTE 发展的初期，3GPP R8 作为 TD-LTE 基本版，于 2009 年 3 月冻结。R9 作为 TD-LTE 的增强版本，已于 2010 年 3 月基本冻结，R10 作为 LTE+ 的版本，以作为 ITU 接纳的 4G 候选标准之一，其标准尚在制订中。

但从已成熟的技术发展历程来看，“中国 4G 发展唯有与国际主流的 LTEFDD 保持同步，才能让我国技术和产业抓住机遇在全球获得更大发展”徐荣表示。

回顾 TD-LTE 的发展，徐荣强调，在今后技术的发展过程中应“充分借鉴 3G 发展的经验教训，以及 Wimax、LTEFDD 的产业化拓展经验”，在制定产业推进方案，打造与国际主流融合的产业的的同时，推动产业的“标准同步、产品同步、测试同步、认证同步、应用同步”。

在谈到中国移动 TD-LTE 芯片产业发展时，徐荣认为要从五个方面来发展，包括“终端认证，产业推进，产业融合，明确需求，明确市场”。

对于智能终端平台，徐荣将其摆在了“战略制高点”的位置，他强调“对智能终端平台的掌控成为产业发展的战略制高点”。但徐荣同时表示，在终端平台的建设过程中运营商也面临一系列的问题，首先运营商业务开发周期长，业务体验不统一，从而使运营商的开发部署能力受到平台能力约束。其次终端厂商涉足运营领域，运营商业务被旁路，面临管道化风险。来源：2011-5-6 飞象网

[返回目录](#)

英特尔称非洲应率先推出小额宽带预付费套餐

英特尔“世界齐步走计划”(World Ahead Program)总经理约翰·戴维斯(John E. Davies)周三表示，非洲可能率先推出小额宽带预付费套餐。

戴维斯在世界经济论坛非洲会议上接受采访时称：“非洲可能是第一个推出小额宽带预付费套餐的大陆，如 10 美分 15 兆流量。”

非洲大约拥有 10 亿人口，到 2015 年将有约 2.21 亿人口可以满足基本生活需求，年收入将从 1000 美元增加到 5000 美元。在撒哈拉以南的非洲地区，手机普及率达到了约 80%。

戴维斯说：“支付系统已经到位，移动运营商可以通过手机来实现，现在我们应该开始发展 PC 宽带业务。采矿、耕种、渔业和旅游业等等，许多活动仍在农村地区展开，但可以通过宽带来连接。”来源：2011-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

中华电信携中国联通进军大陆移动增值服务市场

据台湾媒体消息，中华电信积极冲刺移动增值服务，跨足大陆市场。近日，中华电信宣布，HamiApps 与中国联通沃商店(WoStore)正式互联上架，共同开创华文数位内容产业。

中华电信昨天发布新闻，将与中国联合网络通讯公司(简称中国联通)在软硬體全方位合作，除为客户提供语音及数据服务外，更携手发展加值服务软体并拓展实体销售通路，即日起 HamiApps 与中国联通沃商店(Wo Store)正式互联上架。

资料显示，台湾手机开通移动上网功能客户数已超过 1949 万户，且持续成长。中华电信与中国联通合作，是基于彼此对移动增值服务发展方向及理念契合，期望共同为消费者提供更丰富且全面的加值服务内容，增加多元化选择。

中华电信副总经理石木标表示，近年来智慧型手机蓬勃发展，增值服务需求提升，中华电信非语音营收比重逐步提高；此次与中国联通合作，期望透过更多

元的增值服务合作计划，让更多两岸客户体验中华电信丰富的华文增值服务内容。

此外，中华电信也希望藉此带动移送增值产业的提升，透过下载流量及软体费用提高非语音营收，并替台湾优质软体开发商创造进军中国市场的最佳契机。

针对引进台湾应用软体到中国大陆市场，中国联通上海分公司总经理蔡全根表示，期望透过此次合作，与中华电信一起搭建起两岸应用软体开发的桥梁，将台湾精致化的增值服务内容，以及具创意性的软体开发商引进中国大陆市场，也将中国联通现有 300 多个免费应用软体，带给台湾消费者。

蔡全根表示“未来除应用软体合作外，也可望在音乐、影音的增值服务上，与中华电信有更深入的合作内容。”

中华电信表示，目前 HamiApps 有超过 2000 个应用程式，进军中国大陆的第一阶段，将开放近百个以游戏类及生活应用类为主的软体，包括台湾热门下载排行榜上的 Hami 笔记本、AngryBirds 及 KKBOX 等，预计年底前可移植至少 1200 个软体上架至中国联通沃商店。来源：2011-5-10 飞象网

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动试水网络棋牌游戏

昨天，记者了解到，由中国移动和国家体育总局棋牌运动管理中心共同举办的首届全国棋牌网络争霸赛即将收官，中国移动在网络棋牌游戏方面的尝试也初步获得了成功。

首届全国棋牌网络争霸赛是中国移动将传统棋牌和手机、互联网进行融合的首次尝试。本次比赛自 2010 年 11 月 1 日启动以来，共吸纳包括专业棋院、院校选手以及草根玩家在内的近 400 万人次参赛。

业内人士认为，能够吸引到这么多的参与者，也说明多屏互动的游戏模式具有很大的发展潜力，而中国移动在这种试水的过程中，也能够找到进军在线游戏市场更好的模式。

据了解，5 月 8 日这项赛事进行全国总决赛，同时也将启动第二届全国棋牌网络争霸赛，届时“三国杀”游戏将被增设为比赛项目。来源：2011-5-7 京华时报

[返回目录](#)

中国移动或提前获得 TD-LTE 牌照

在业内会议上，专家认为，我国 LTE 将不会按照 3G 在统一时间点发放多个牌照。这意味着我国 TD-LTE 商用时间点将快于 FDD LTE。

中国联通网络发展策略是 WCDMA 和 GSM 互补完善覆盖，GSM 通过 WCDMA 减轻扩容压力，同时加快 3G 网络向农村的发展策略，重点区域部署 HSPA+ 提供高速数据业务。

中国联通 WCDMA 演进主要侧重于提升数据带宽，改进业务性能，兼顾降低部署运营成本。从现有网络投资及部署规模出发，从 3G 网络演进至 4G 网络的策略是应首先维系 HSPA 网络优势，优先引入升级代价小、效果明显的 HSPA+。因为，HSPA+ 能够很好地填补 LTE 成熟前的空白阶段，其峰值速率已接近 LTE，完全可以在一段时间内满足用户对移动网络速率及应用带宽的要求。2010 年，中国联通开展 DC-HSDPA 的相关测试，可将下行速率提升至 42Mbps。而中国电信则会依赖于 EVDO Rev.B 的多载波。

受制于投资的路径依赖，中国联通和中国电信在向 LTE 的演进上会有所延缓，TD-LTE 提前商用对于 TDD 的后继发展将是一个重要的时间窗口，同时，与 FDD LTE 融合带来的国际漫游等积极因素将减缓中国移动高端客户的流失。此前，中国移动相关高层认为，TD-LTE 在中国的发展将直接影响到全球 TD-LTE 的部署。中国移动 TD-LTE 的迫切上马源于中国联通对 HSPA+ 的推进速度。5·17 之前，中国联通将在 56 个城市全面升级 HSPA+，网络下行速率将由目前的 14.4M 提升至 21M。中国联通的 WCDMA 网络所有基站均基于 HSPA，从 HSPA 升级到 HSPA+ 下行速率未来可实现 42M、84M 直至 168M。联通将 HSPA+ 网络定位为未来三至五年的数据业务需求。

而中国移动在挽回数据业务速率不足的同时，将 WLAN 的建设由“放下”重提到议程之中，设备招标中相当一部分设备需要支持 802.11n，中国移动高层更是要求在终端上要全面支持 WLAN，在用户体验上，中国移动也在不遗余力推进鉴权认证的改善。此举意在延缓高端数据客户的流失，同时缓解流量爆炸给网络造成的压力，如果不能在两年时间内完成对 TD-LTE 网络的部署并推进终端的完善，中国移动高层在飞机上将看到的不只是 iPhone，还有带着“Wo”标志的各式各样的终端。

TD-LTE 规模试验中的多项措施，包括 TD-LTE 第二阶段多模试验与现网挂钩，R9 版本的 LTE 与 2G/TD 的互操作、网管、计费等功能完善，届时多模双待手机等终端的推出，TD-LTE 将在 2012 年第二季度达到试商用水平。

中国移动的 TD-LTE 部署将是一个样板工程，2.6G 试点频率的选择具有国际示范意义。对于全球的 TD-LTE 发展具有重要意义，七个大中城市规模试验覆盖约 8300 万人口，将为加速 TD-LTE 商用化进程获得有利的时间窗口奠定市场基础。

在产业发展方面，TD-LTE 吸取了 TD-SCDMA 发展时的前车之鉴。TD-LTE 发展得益于中国多个运营商的强大推动力，系统、芯片、终端、网规测试等环节均为齐头并进，不存在制约产业发展的“短板”。

因此，笔者预计中国移动将在 2012 年年末获得 TD-LTE 牌照。来源：2011-5-6 通信世界网

[返回目录](#)

“削藩”卓望系 中移动押注增值业务

一场变革正在中国移动内部推进。

从 3 月份开始传出的卓望系大调整终于在上周尘埃落定。原本执掌 139 移动互联的罗川成为中移动旗下卓望飞信事业部和创新事业部的负责人——中国移动旗下卓望系四大子公司仅保留卓望信息技术(北京)，卓望控股、卓望数码、卓望信息网络(深圳)已经注销。

此次变革后，139 移动互联将交给广东移动运营，而卓望信息技术将下设八大事业部，包括软件平台事业部、行业事业部、飞信事业部等。

重新布局的卓望只是中移动在整体环境大改变的情况下的一个调整，除了移动增值业务上的原因外，行业新霸主的涌现、产业链主导权的更迭以及中移动自身互联网 DNA 的缺失，都是中移动此次调整的缔造因素。

卓望蓝图

从 2000 年开始建立的卓望系公司一直是中移动的重要全资子公司。卓望系几大公司主要运营着中国移动最具未来增长潜力的增值业务——移动应用商城、手机报、移动梦网、电子书 WeFound 文房以及飞信、手机地图、手机阅读等等。2010 年年报显示，2010 年中移动来自于增值业务的收入达 1514.35 亿元人民币，占总收入的 31.2%。王建国也曾在 2010 年夏季达沃斯论坛上表示，中移动工作重点是物联网及移动互联网，做大手机应用商店将是中移动最重要的工作。

这个承载中移动上千亿业务的卓望原本拥有着中移动一些最赚钱的资产，例如移动梦网。卓望此前的规划包括“成为中国排名前十名的互联网公司”并且“争取在 2010 年-2012 年上市”。

从业务上看，卓望控股旗下卓望数码、卓望信息技术等几家子公司是中国移动在电信业务及移动互联网领域的技术开发与运营支撑单位，是中国移动对未来寄予厚望的移动应用商场的技术运营支柱，也是移动梦网业务品牌及门户体系的支撑主体，负责中移动的增值业务管理和控制系统。

据悉，卓望曾经试图建立一个统一的互联网用户身份认证系统，网民在进入互联网社区时注册形成一个互联网 ID，并通过中国移动的“飞信”、139 邮箱和移动的手机号登录使用各种业务。此外，中国移动还可以通过前端、后端两个部分进行收费创收。

中国移动曾计划，在移动互联网时代主要推动后向收费业务，包括广告和精确的营销咨询，是中移动计划未来的主要收入；前项收费模式则包括互联网增值服务、移动增值服务、虚拟物品销售以及互联网社区 VIP 用户收费。

不过看起来，这些还都没有达到预期的效果。现在的中国移动，尽管强势依旧，但在移动互联网产业链上却已经显得不再那么主导。

一位接近中国移动的互联网公司人士表示，事实上选择注销哪个子公司并不重要，也许注销的并不是一个效益差的子公司，关键是要重新划分利益分配的方式。

中国移动的一位合作伙伴透露，此次调整最大的变革是中移动回收卓望系业务权限，这个承载着中移动千亿规模收入的公司正在走向单纯的服务提供商，以后和中国移动之间按照业务进行结算，而那些对中移动未来收入影响最大的业务全部上收至中国移动的“数据业务部”管辖。

巨人遇挫

一位与卓望有生意往来的公司经理透露，此次中移动“削藩”主要是由于卓望的业绩不好，其运营的移动应用商场和移动梦网业绩下滑较大，尤其是卓望运营的“移动梦网”业务——彩铃彩信 SP(Service Provider，服务提供商)们收入下滑明显，中移动旧有的增值业务分成模式受到威胁。

2011 年第一季度搜狐在总收入增长 35%达到 1.744 亿美元的情况下，无线业务却在收缩。其财报显示，无线收入仅为 1170 万美元，比 2010 年同期下降了 12%，比上一季度下降 19%。搜狐方面称，无线业务收入的下降主要是因为 2011 年 3 月份该公司暂停了产品的市场推广。

新浪亦然。根据新浪披露的 2010 年第四季度收入，移动增值业务营收为 2100 万美元，而 2009 年同期为 2860 万美元，下降较为显著。新浪对此的解释是，移动增值业务营收同比下降的主要原因是中国移动公司于 2009 年末和 2010 年初推行了一系列新政策。

作为老牌 SP，新浪、搜狐的收缩只是冰山一角。传统的图铃增值业务人们现在可以通过多种途径找到免费资源，新的渠道的分流严重。此外，中移动自有的短信业务收入也在下滑，从 2009 年全年的 535.57 亿元人民币下滑到 2010 年的 525.15 亿元人民币，主要缘于人们更多地选择了使用 QQ 和飞信等通信应用。

根据中国移动 2010 年年报显示，营业收入 4852 亿元人民币，同比增长 7.3%。除了话音业务的正常增长外，其最强劲的增长就是来自于移动互联网，从 2009 年的 204.35 亿元人民币增长到 2010 年的 305.3 亿元，增幅达到 49.4%。

随着增值业务收入的上升，中移动 2010 年盈利 1196 亿元，同比增长 3.9%。在中移动的总收入中，由增值服务带来的业务收入比重从 2009 年的 29.1% 上升到 31.2%。

而一个更加引起中移动警惕的背景是，尽管中国移动 2010 年净增用户 6137 万，用户规模为 5.84 亿，但平均每月每用户收入(ARPU)为 73 元，相对 2009 年的 77 元虽然仍在下降。

中国移动急需增值业务、数据业务作为语音业务的补充似乎越来越明显。而作为这些增值业务的载体——手机，也成了对中移动影响较大的因素。

TD 渠道谋变

如果中移动要发展基于 4G 的 TD 增值业务，那么 TD 手机用户必须具备一定的量——事实上，目前中移动的主要用户均为 2G、2.75G 用户。

迪信通运营副总裁华北区总经理齐峰正准备在北京再开 50 家专卖店。这些专卖店将全部和中国移动合作提供服务。事实上，中国移动从 2010 年开始就已经逐步在调整自己的渠道战略，在建设营业厅上增加合作厅，减少自建。而迪信通的服务中就包括了为买家预装手机服务软件。

据齐峰透露，2010 年北京移动以定制手机的形式，通过核心渠道卖场共销售手机 39.6 万部，占北京 TD 手机总销量的 86%，迪信通销售占 26.76%，其次为中复电信 19.43%，通过中国移动自己的渠道推广的较少——中移动更倾向于让渠道去推 TD 而不是自己的营业厅。

最明显的改变在于中国移动与渠道合作伙伴的合作方式上。在 2010 年上半年中国移动还更重视由自己建立的“主营业厅”，即便像把“全球通”转为“神州行”这样“把左手兜里的钱放入右手兜”的事情，用户也必须到其“主营业厅”办理。

但是从 2010 年下半年开始，中国移动开始放大“合作营业厅”的权限。例如中移动和邮政储蓄的合作厅，可以更改套餐并且办理一些其他更多运营商业业务。

这样的趋势可能还会继续。一位知情者称，目前建立实体店的成本实在太高，房租每年都在涨价。现在如果要建立一个 150 平方米的店面，仅租金成本平均就需要至少 80 万。再加上装修人工和物业等方面的开支，单店成本不下 100 万。

就在 TD 经历渠道变革的同时，还遭遇到了苹果和安卓的强劲分流。

一位参加中国电信千元手机采购招标会的跨国手机厂商内部人士称，作为手机厂商，在韩国的经验是由运营商定制，用户主要选择的是运营商的服务，手机厂商在整个市场上并不起主导作用。但现在在中国，似乎用户不仅要选手机，更要选择自己喜欢的应用，例如在手机中内置 QQ、新浪微博等等。尤其是苹果 iPhone 的出现，让用户只冲着手机本身去了。

苹果 iPhone 的出现也让原本以为靠定制就好的 3G 时代游戏规则变得乾坤倒转。联通和移动为争夺 iPhone 用户绞尽脑汁。一位接近中移动的人士称，3G 终端手机的推广很大程度上就是套餐的比拼，中移动在 3G 上的劣势比较明显，中移动的套餐力度很不够，TD 终端就难推。而联通则拿到了一张好牌照，推进更顺利。

一位传统互联网公司的产品经理也表示，目前中移动的 3G 只是保守战法，主要的 3G 应用都没有起来，中移动是把宝都押在 4G 上了。用户选择手机的出发点不再是运营商的网络，而是手机操作系统，中移动再造一个封闭的运营商渠道模式遇到了各方面的新对手。

一位传统互联网公司的产品经理也表示，目前中移动的 3G 只是保守战法，主要的 3G 应用都没有起来，中移动是把宝都押在 4G 上了。用户选择手机的出发点不再是运营商的网络，而是手机操作系统，中移动再造一个封闭的运营商渠道模式遇到了各方面的新对手。来源：2011-5-5 经济观察网

[返回目录](#)

中移动—独立董事行使购股权 低价买进 40 万股

根据香港联交所资料，中国移动香港上市公司独立非执行董事黄钢城申报，已于 4 月 29 日行使购股权，涉及 40 万股中移动股份，行使价均为每股 34.87 港元，远比目前中国移动股价低，预计其将大大获益。

行使购股权是上市公司鼓励董事、高管及员工的一种做法，类似于赠送股票期权，但需要被赠与者自己在一定期限内实现。

黄钢城并非中国移动员工，其曾出任多个香港政府机构的公职，其中包括于 1993 年至 1998 年期间出任香港期货交易所主席。资料显示，黄钢城持有 40 万

份中移动购股权，行使期将于 2015 年 11 月 7 日结束，行使价均为每股 34.87 港元，若以此计，则共涉资 1394.8 万港元。

截止 5 月 3 日，中国移动收市时股价为 71.25 港元，即便以此股价，黄钢城售出股票时也将收获 1000 多万港元。

不过，由于中国移动的国企性质，已多年未听说中国移动高管及员工有资格行使购股权。来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

中移动提不只做移动互联网管道 要做平台运营者

在“运营商将沦为移动互联网管道”的预言日益盛行之际，知情人士透露，中国移动的思路已明晰，即其不会只做管道，而是要从通道提供者向平台运营者的角色定位转变。业内分析，其核心是仍将掌控电信业未来的话语权，不会拱手让给移动互联网企业。

中移动提出向平台运营者转变

长期以来，移动互联网领域话语权均在运营商手中，以中国移动为例。中国移动的移动梦网模式既给与诸多 SP 企业以赚钱机会，同时，又使得产业链紧紧围绕中国移动。

苹果 APP 模式的崛起让全球互联网和终端企业欢呼雀跃，不仅大型手机企业纷纷建设网上应用商店，Google 等大型互联网企业也觉得重新夺取 3G 时代移动互联网话语权的时机到了。但是，中国移动对未来的思考和定位给这些互联网企业泼了盆冷水。

据悉，中国移动已提出十二五期间的“五个转变”，即从网络能力、经营定位、业务布局、产品设计和运营管理五个方面，推动发展方式转变。

其中，明确了中国移动在产业价值链上的新定位。据悉，中国移动希望顺应移动互联网时代的发展趋势，在做好优质通道的基础上，不断提升通道的智能化程度和增值服务能力，积极从通道提供者向平台运营者的角色定位转变。

同时，中国移动也坚持开放、合作、共赢的经营理念，实施开放式的平台化运营，为内容提供者和应用开发者提供优质的运营环境与全面的支撑服务，为最终客户提供丰富的业务应用和友好的使用体验，实现公司在移动互联网领域的价值增长。

仍将掌控行业主导权

另外，中国移动还希望建立横向一体化的业务发展新模式。中国移动将充分借鉴互联网公司“统一、集中”的业务发展模式 and 营销模式，构建、整合统一的

业务平台，强化业务集中管控与专业化运营，提升各类业务之间的耦合性，并形成面向客户的统一门户，推进电子化营销模式，加速公司业务的健康成长。

从上可看出，中国移动不仅继续大建网络基础设施平台(即管道)，同时将自己定位于移动互联网运营平台，仍将主导产业链。

此前，中国移动一位高层也对外表示，作为运营商“其实做管道没有什么不好，而且运营商天生职责就是必须做好管道”，移动运营商首先要做好管道，同时要基于自身优势来做平台，发挥网络和客户优势开发基础能力做好管道，为用户提供跨平台的综合服务，为整合生态性的共赢发展。来源：2011-5-10 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

电信签约四大手机国代商

近日，中国电信与天音通信、中邮普泰、普天太力、酷人通讯四大手机国代商签订渠道合作协议。这是中国电信推手机终端销售社会化、进驻大型连锁及区域 TOP10 之后的重大渠道举措。

业内人士认为，电信市场已经进入 3G 规模发展阶段。随着运营商定制终端销售份额的不断提高，运营商需要与渠道加强合作，要实现利益捆绑就必须尽快巩固自己的核心渠道。

运营商深化社会化渠道

数据显示，目前国内每月销售的 2000 万部手机中，有 70% 是 G 网和 W 网制式手机，因此中国电信亟待提升 C 网终端的销售份额。中国电信集团公司总经理王晓初表示，此次战略合作将促使国代商通过直供方式在原本卖 G 网终端的卖场加入 C 网产品，使更多的消费者可以在社会零售渠道直接购买 C 网终端。

中国电信集团公司总经理王晓初把中国电信的终端渠道发展总结为四个阶段。第一阶段是自营，中国电信先将自己的营业厅改造成手机大卖场。第二阶段，鼓励手机厂商直接将产品投向社会渠道销售。第三阶段，推动大型连锁店和 TOP10 渠道的进入。第四阶段，中国电信希望国代商合作伙伴通过直供的方式，在过去已经成熟的只卖 G 网产品商店也有条件加入 C 网产品的元素。

不单单是中国电信，中国移动、中国联通也在积极的拓展社会化渠道。目前，在全国前十大手机连锁卖场中，中国联通已经与其中的 7 家进行了合作。同样在近日，广东移动签约 5 家核心连锁渠道商，新增 1000 家服务网点。此次签约多

家省级核心连锁渠道包括中域、骏和、迪信通、易天、乐语和金佳信。此外，中国移动还借道天音试图引进苹果与联通进行鏖战。

运营商渠道战再度升级

随着国内 3G 的发展，运营商定制终端的市场份额已经从 2006 年的 15% 提高到现在的将近 35%。在此背景下，运营商需要扶持好自己的核心渠道，实现利益捆绑，这也意味着运营商之间的渠道战将面临升级。业内人士认为，渠道好比“拳头”，若不硬，则再好的功力也发挥不出来。因此，三大运营商不惜放下身架，纷纷向渠道商抛出橄榄枝，力图尽快抢占更多的渠道资源。

运营商发力社会化渠道，一方面，运营商需要对社会渠道代理商在利益上进行一定的拉拢与许诺，另一方面，提升对社会渠道的管控能力也变得尤为重要。对于运营商尽力拉拢，不少渠道商心中暗喜。有渠道商坦言，以前运营商都是“大佬”，要看他们脸色吃饭，现在运营商破天荒的主动拉拢，看来竞争已经趋于白热化。

就国美电器而言，此前中国电信与国美签订了深化渠道合作协议，双方将在全国 225 个城市的 1000 多家国美电器门店设立电信合作厅和专营店，并在近期共同推进产品形态、销售模式的创新，国美电器将组织入网天翼折扣购热销家电、购天翼手机送高额话费、预存话费优惠购机、开设天翼用户专场优惠等促销活动。

有关专家分析认为，电信运营商纷纷与国美集团全面合作，将加快 3G 产业链的整合步伐，并推动中国 3G 产业发展的速度。由于 3G 手机定制市场规模将不断扩大，战略合作将有利于各方加大市场拓展力度，增强对通信市场的影响力和话语权。运营商与深度渠道的合作未来还将会进一步深化，一对一的合作有望成为今后主要的合作形式。

转型节点得渠道者得天下？

虽然“渠道为王”之类的话未免过于堂皇，但是不可否认，运营商与核心手机卖场深度合作的渠道策略能积极推动手机连锁、核心手机卖场的有效进驻，既能顺应用户消费习惯，又能满足消费者对 3G 应用“货比三家”的愿望，能有效凸显运营商各自的相对优势。

但是渠道不是竞争的全部。渠道虽然在整个市场营销中起到举足轻重的作用，但市场营销的实质是“卖什么”和“怎么卖”的问题，说到底就是运营商施行的渠道策略。对于运营商而言，现在的市场背景是移动互联网逼着运营商转型，电信市场已经进入 3G 规模发展阶段，运营商渠道发展面临的核心问题是建立适应自身业务发展的渠道体系。

不管是直管直供还是区域化，都是从管理的角度进行直接的管控，但社会渠道与运营商之间毕竟是以经济效益为杠杆的。在社会渠道管理上，差异化同样是

未来重要发展趋势，差异化同时也是三大运营商决胜渠道战的资本。而现在在社会渠道合作上，运营商普遍存在平均主义的问题——不管对运营商有多大贡献，放同样的一个号，给的酬金一样多。要想从根本上提高社会渠道的忠诚度，还必须根据社会渠道对运营商的价值，对社会渠道进行分层分级。来源：2011-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

天翼 3G 手机个人用户下月有望实现对讲

手机不仅可以打电话，而且很快就有望当对讲机使用。记者昨日从四川电信获悉，2011年6月成都地区天翼3G手机个人用户有望体验“天翼对讲”业务，届时，带有专业对讲功能的手机终端可实现电话、对讲“一机两用”。

具体操作：

按手机上对讲键便可使用

近日，中国电信正在酝酿推出“天翼对讲”业务。该业务是中国电信基于移动通信网络和电信业务管理平台，利用 Push to Talk(一键通)技术，通过带有对讲功能的手机终端，提供对讲功能。

据介绍，Push to Talk(一键通)技术是指在手机上集成对讲机功能，用户按下手机上的对讲键，就可以与别的群组或个人直接进行通话。具体操作方法是按下手机上的一个键就可跟其他人讲话，放开就可收听其他用户的话音。在支持 Push to Talk 功能的手机终端上，用户可以一对一或群组间在更大的范围内实现类似对讲机功能的通话。记者获悉，使用“天翼对讲”这一功能不产生手机话费，只产生一定的手机网络流量费用，通话费用会低于直接打手机。

适用范围：

CDMA 3G 网络部分手机用户

“天翼对讲”业务依托于覆盖全国的 CDMA 3G 网络，使其可以不受地域限制，可在全国范围进行呼叫。由于“天翼对讲”功能是通过 3G 手机网络实现的，因此呼叫的接续速度非常快，相比真正的对讲机，通话质量会更好，而与手机普通语音通话相比资费又低廉很多。据四川电信相关人士介绍，“天翼对讲”业务实际上已经运用很长一段时间，不过局限于酒店、安保、物流、物业、交通、应急指挥以及公共事业等政企客户。而对于成都个人用户来说，有望在 6 月份获得这一服务。

据悉，由于电信“天翼对讲”业务是 CDMA 3G 网络的特有业务，因此，2G 用户无法开通，目前的适用范围还是 CDMA 3G 网络手机用户。不过，并不是每

一部天翼 3G 手机都能使用这一业务 , 需要支持 PTT 功能的手机。目前 , 诺基亚、LG、华为、创维等手机厂家都推出支持这一功能的手机终端。来源 : 2011-5-5 四川新闻网-成都日报

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通启动行业应用巡展

近日 , “ 沃行天下” 中国联通行业应用巡展启动暨合作伙伴授牌仪式在联通总部举行。“ 沃行天下” 中国联通 2011 年全国行业应用巡展将在 12 个重点城市举办 , 本站是巡展启动的首站 , 随后还将在哈尔滨、石家庄等城市陆续展出。

自 2009 年推出“ 沃 3G” 商用以来 , 中国联通 3G 用户发展迅速 , 截至 2011 年 3 月 , 联通 3G 用户累计已经超过 1853 万户 , 当月净增超过 185 万户。同时 , 中国联通在集团客户领域也加大了行业应用拓展力度 , 在移动办公、移动执法、智能公交等应用开发与用户拓展方面都取得了较大的发展。为有效组织产业链资源 , 加速 3G 行业应用拓展 , 中国联通适时启动了行业应用合作伙伴的招募和行业应用的全国巡展计划。来源 : 2011-5-4 北京商报

[返回目录](#)

联通推数据副卡业务 为引入 3G 版 iPad 增加筹码

终端对于移动互联网的重要性 , 从 iPhone 和 iPad 让苹果站上业界制高点可见一斑。作为苹果的一个运营商通道 , 中国联通以针对性业务争取与后者更广泛的合作 , 不失为识时务之举。

《每日经济新闻》获悉 , 继 2010 年年底浙江联通推出数据副卡业务“ 试商用” 后、湖南联通也宣布将于近日推出“ 数据副卡” 新业务 , 凡上述两省联通手机用户 , 均可申请办理一张当前手机卡的副卡 , 副卡具备数据功能 , 计费并入手机主卡。据了解 , 自数据副卡推出以来 , 原本销路不畅的 3G 版 iPad 在浙江和湖南的水货市场销售情况明显好转。

对此 , 一位国产手机厂商人士指出 , 中国联通一直在为引入 3G 版 iPad 与苹果公司进行谈判 , 数据副卡可直接用于 3G 版 iPad , 这在带动水货市场销量的同时 , 也为联通引入 3G 版 iPad 增加了谈判筹码。

拉升 3G 版 iPad 人气

5月2日,《每日经济新闻》在湖南长沙市中心的一家电子商城内了解到,自2010年iPad上市以来,水货市场上WiFi版的销量一直远远高于3G版。该商场的一位水货商介绍到,“WiFi16G版一天基本可以卖个三四台,3G版的基本没什么人问,我也没有备货。”

目前,水货市场上WiFi版16GiPad价格在3400元左右,3G版16GiPad价格在3700元左右。该水货商认为,“实际上3G版相较WiFi版性价比更高。”

对于3G版iPad不受欢迎的原因,该水货商表示,“虽然说3G版可以实现随处上网,但是由于目前行货只引进了WiFi,很多用户并不知道只要单独办一张联通的小卡就可以使用3G版了。而且就算知道,也很少有人去办。”

“现在联通出了数据副卡,就等于消除了专门办卡的麻烦,起码现在正在使用联通的用户,例如联通版iPhone4用户,就更愿意买3G版iPad了。”该水货商介绍,湖南联通数据副卡业务推出消息公布后,到该水货商处询问3G版iPad的买家明显增多,据一位已经购买了3G版16GiPad的用户告诉该水货商,他这个星期内就会去联通申请办理数据副卡,专用于iPad上网。

据更早推出数据副卡服务的浙江联通公司的客服人员介绍,自2010年年底浙江联通推出数据副卡业务以来,办理该业务的用户人数每月都维持在较高水平,据该客服人员了解,办理数据副卡的用户,大部分都将副卡用于3G版iPad。

充分使用套餐内流量

一位联通内部人士5月2日在接受《每日经济新闻》采访时介绍,数据副卡业务是专为联通用户充分使用套餐内数据流量而开发的一项新业务。“以月费286元的联通版iPhone4用户为例,每月套餐内数据流量有1G,如果单在iPhone4上使用,不一定每个月都能用完,现在推出副卡,手机使用不完的流量就可以使用在笔记本、iPad等终端上,这样用户的套餐资费就不会浪费。”

上述人士强调,除了充分使用套餐流量以外,主卡和副卡还是统一计费,两卡相互不造成干扰,副卡只能用于数据上网,不具备短信与通话等功能,且仅支持国内数据漫游,类似于3G无线上网卡中的USIM卡。所以用户在使用数据副卡时没有计费错漏或曝露隐私等方面的隐患。

据介绍,浙江联通于2010年12月1日至2011年3月31日进行了数据副卡业务的试商用,取得了较好的市场效果。目前,浙江和湖南的数据副卡月功能费都仅为5元。据《每日经济新闻》了解,网上已有广州、重庆等地的用户在咨询该项业务,据中国联通方面透露,该业务将逐步在全国推开。来源:2011-5-4每日经济新闻

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯启动智能终端转型

日前，中兴通讯执行副总裁兼执行董事何士友先生在发布会上提出，中兴通讯将通过全面的智能终端转型，力图成为全球智能终端领导品牌。2011年的当期目标则是实现智能终端出货量1200万台、在Tablet平板市场跻身前三名、Android平台智能手机领域进入全球前五、中国智能终端厂商第一。

Gartner数据显示，2011年全球智能手机出货量将达到惊人的4.7亿部，Tablet出货量将超过5000万部。与此同时，2010年实现终端发货9000万部，手机6000万部发货的中兴通讯，规模上已然跻身全球前五大手机厂商行列，从企业发展层面来说，正处在一个转折期。市场和企业发展双层的驱动，使“智能终端品牌战略”成为2011年中兴通讯最重要几大战略之一。2011年第一季度，中兴通讯终端整体发货量2200万部，与2010年同比依然保持了高速的46.6%的增长而其销售额与2010年同比增长则达到惊人的51.4%，这主要得益于智能终端等高单价产品在其总销量中份额的提升。来源：2011-5-4 深圳晚报

[返回目录](#)

中兴跻身全球前五大手机厂商

近日，中兴通讯携手谷歌、高通、Marvell(迈威科技现更名美满)、中国电信、中国移动、中国联通等产业链各方，在北京召开智能终端品牌战略暨新品发布会。首次曝光其智能终端全球市场版图：将发力高端市场、高端机型，聚焦中国、北美、欧洲、巴西几大战略市场，2011年实现智能终端销量1200万部的目标。此次在国内推出的产品是2010年9月开始在海外上市的Blade、Light Tab三大系列。

在中兴快速发展、海外战略成效显著的同时，低端品牌形象一直伴随其发展历程，随着全球智能终端的快速发展，中兴智能终端品牌战略俨然成为其摆脱“低端之困”的突破口。中兴通讯执行副总裁何士友坦言，在海外市场中兴手机的牌知名度和影响力，尚未被广大消费者所接受。

机遇：全球智能终端出货量猛增

Gartner 数据显示，2011 年全球智能手机出货量将达到惊人的 4.7 亿部，平板电脑出货量将超过 5000 万部，这是所有手机厂商无法错过的盛宴。

全球智能终端需求猛增的同时推动了中兴终端的发展。2010 年中兴通讯实现终端发货 9000 万部，手机发货 6000 多万部，规模上已然跻身全球前五大手机厂商行列，按销量区域分布，中兴通讯移动终端销量 30% 来自国内市场，70% 来自海外市场。其中，欧美等发达地区的终端销量占总销量比重已接近 20%。从企业发展层面来说，其正处在一个转折期。

2011 年第一季度，中兴通讯终端整体发货量 2200 万部，与 2010 年同比依然保持了高速的 46.6% 的增长而其销售额与 2010 年同比增长则达到惊人的 51.4%，这主要得益于智能终端等高单价产品在其总销量中份额的提升。全球智能终端出货量增长迅速，对于中兴业绩的提升至关重要，中国市场的巨大潜能同样不容小觑。

中兴通讯 TD 手机产品总经理王勇认为，中国 3G 发展用户数跟国外相比，如果按人口基数来算的话，差得很远。目前，很多发达国家 3G 用户渗透率都已经达到 80% 以上，而中国市场以现在公布的 5000 万左右 3G 用户数据来看，只有 4 - 5% 左右。相关分析显示，2011 年是国内 3G 高速发展之年，随着国内运营商持续加大 3G 发展力度，加之全球 3G 乃至未来 4G 的发展，智能终端市场潜力巨大带给市场的机遇不言而喻。据中兴通信 GU 手机产品总经理王永忠透露，中兴通讯除发力 3G 智能终端外，正加大 4G 投入 2011 年将推出手机样机。

困惑：陷低端之困

国产手机厂商在以往的发展过程中，与国内运营商深度合作定制产品局限于低端范围内，在拓展海外市场过程中又以低价求规模发展，多年来低端就顺理成章成为了几乎所有国产手机厂商的品牌形象。中兴通讯尽管耕耘多年，但与其他国产手机厂商同样面临着低端化瓶颈，终端业务长期处于低利润率现状。

根据中兴通讯 2010 年年报，期内终端产品营业收入同比增长了 37.15%，但 20.26% 的毛利率相比前一年，则同比下滑了 5.88 个百分点。“这里面还包括上网卡的毛利率支撑，如果剔除上网卡产品，手机的毛利率更低。”有业内人士分析。

Strategy Analytics 近日发布的报告显示，诺基亚、三星、LG、苹果、中兴分列全球手机出货量前五。

值得注意的是，与其他厂商相比，中兴主要以中低端产品为主，处于“量大利小”、品牌认知不高的尴尬境地。据了解，苹果 iPhone 的平均售价高达 625 美元。对于中兴通讯而言，一方面是手机出货量的快速增长全球市场地位提升，另一方面是毛利率不断下滑品牌认知度不高；突破“低端之困”已成必然选择。

未来：继续深化智能战略转型发力品牌

以中兴通讯为代表的国产手机厂商在以低端优势拼搏多年后终于确立了全球领先的地位，为在竞争与未来发展中占据优势，他们不约而同的开始了艰难的“二次创业”。据悉，2010年年底华为就宣布了转型战略。

在摆脱“低端之困”的行动中，市场和企业发展双层的驱动，是“智能终端品牌战略”成为2011年中兴通讯最重要几大战略之一的重要驱动力。中兴通讯提出终端业务全面向智能终端转型，以期提升终端业务的整体盈利能力。

中兴通讯执行副总裁何士友透露，“在海外市场中兴三分之一的产品是采用与运营商联合品牌的形式，三分之一采取ODM形式。”这限制了中兴手机产品在海外市场的知名度和影响力。他认为，一个企业的品牌和企业经营的实力、企业的发展是密不可分的。作为一个好的品牌来讲，关键的是这个企业要保持不断的发展，健康良性地发展。不难看出，继续深化智能战略转型发力品牌将是中兴乃至国产手机厂商未来发展所要长期进行的。来源：2011-5-6 通信信息报

[返回目录](#)

中兴通讯王永忠：加强与运营商合作

当前在全球市场，大多手机厂商还是主要采取与运营商深度合作策略。换句话说，进入某个市场与运营商合作就会较快获得相应市场份额，这远比其他方式迅速而有效。渠道是手机厂商生存发展的重要一环，对于如何更好地经营渠道？本报记者采访了中兴通讯GU产品总经理王永忠。

3G发展使运营商对渠道市场控制渐强

面对全球几十亿消费者，手机厂商除做好技术创新、产品体验外，渠道对其开拓市场中的作用显而易见。目前，自营、合作是手机厂商推广产品经营渠道的主要方式，其中合作被看为是重中之重，因为合作共赢是行业发展永恒的定律。2010年，中兴通讯全面突破欧美市场，在欧美等发达地区的终端销量占总销量比重已接近20%，并在欧美市场实现150%的增长，这主要得益于与欧美运营商的合作加强。

对于渠道，王永忠表示，渠道市场现在在全球占比较大，中兴通讯实际上早先做过渠道，1995年之后逐渐做了一些战略上的调整，主要面向运营商来做。

他认为，从全球发展趋势来看，3G网络开始运营之后，运营商对市场的控制在各个国家都是越来越强。因为原来2G主要基于语音和短信服务多一些，到3G带宽变宽之后，有很多业务要在这个平台上应用，运营商希望更多业务应用

能够在终端上应用，进而提升其运营效率，所以运营商对市场主导要比以前强很多。

新渠道探索有助业绩增长

与运营商合作，是手机厂商业绩增长的需要，但同时也不得不面临运营商希望低成本、高效率运作需求的现实。终端产品的利润率不断下滑已成当前行业现状。因此，在未来发展中，继续加强与运营商合作的同时，重新探索渠道或是不错的选择。

王永忠表示，中兴重新探索渠道上的一些运营，实际上是希望能够为未来增长提供更多地空间，但目前还没有一步走得很大，还是伴随着品牌的发展逐步推进。2010 年中兴开放市场品牌投入比往年力度和精细度要大很多。其实对于中兴而言，新渠道探索对其品牌在海外市场认知度的提高也将起到一定作用。目前在海外完全采用中兴自有品牌销售的手机仅有三分之一。

综观全球市场，品牌带给企业的不仅是利益还有竞争的优势。以苹果为例，最早苹果 iPhone 入华时，由于苹果的强势，中国联通并没有获得独家的销售权。而苹果除直营店外，还与 3C 手机卖场、B2C 商城等建立了合作关系。在 2011 年初，苹果就与深圳天音通信签订了分销协议。Strategy Analytics 近日发布的报告显示，一季度苹果出货 1860 万台手机。

通信行业未来发展：行业引导趋势可能性加大

移动互联网的到来使产业链各方都有均等的机会。作为产业链一方的手机厂商在做好终端产品的同时，也具备了发力信息化应用的条件。

在谈及未来行业发展，王永忠认为，随着 3G 的不断发展有可能使行业化的产品会越来越多。最终并不是运营商主控，可能是行业引导，运营商再做支撑服务，未来这一市场会越来越大。以汽车行业为例，汽车导航原来只是 GPS，后面出现 AGPS 辅助，以前 GPS 是历史数据播放，AGPS 之后就可以和实时路况服务搭载在一起。未来由谁来主导，很难确定，每个汽车厂家都可能会内装上 UM 卡或者 SIM 卡，运营商或仅是服务支撑平台。来源：2011-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

中兴通讯获斯里兰卡 Mobitel 首个 LTE 合同

斯里兰卡移动通信运营商 Mobitel 称，已经与投资管理委员会签署协议，计划成为斯里兰卡首个测试、部署 LTE 网络的运营商。

Mobitel 称,最新一期的网络扩容工程将投入约 6000 万美元,在现有的网络基础设施外,再增加 1000 个 LTE 无线基站。同时,Mobitel 承诺为 LTE/3.5G/2.5G 网络的投资额超过 4 亿美元。

LTE 网络设备由中兴通讯供货。

斯里兰卡投资促进委员会主席 Jayampathi Bandaranayake 表示:“技术变化是我国经济增长的关键因素,引进 LTE 技术能够促进电信领域的增长,从而带动其他行业增长并提高竞争力,因为很多行业的发展很大程度上取决于信息技术。”

与此同时,斯里兰卡电信管理委员会 TRCSL 表示,短期内尽快明确 LTE 频谱的分配。来源:2011-5-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中兴通讯 CPE2010 年出货量季度增长率达 13.18%

5 月 9 日,在亚洲宽带论坛举行前一日,中兴通讯宣布根据知名咨询公司 Infonetics 2011 年 3 月份发布的 CPE 报告,在主流 CPE(Customer Premises Equipment 用户终端设备)产品供应商中,中兴通讯 2010 年出货量季度增长率以 13.18%的成绩排名全球第一。此外,据中兴通讯提供的出货数据表明,其 CPE 产品已进入全球排名 TOP20 运营商中的 10 个。

作为固网接入产品全球第二大供应商,中兴通讯也是业界最早进行 CPE 产品研发与生产的供应商,目前已在中国深圳、上海、南京建立了 CPE 产品研发基地,拥有 1200 人的专业团队从事 CPE 产品的研发与市场营销。中兴通讯自主研发的家庭网络中间件 CSP 具有可移植性、开放性和可裁剪性等特点,可以缩短 30%以上的新品研发周期,极大的满足运营商快速的定制需求。中兴通讯与业内领先的物流公司合作,已形成了全球化的物流体系,保障了发货速度。专业、定制化、国际物流使得越来越多的国际一流运营商选择中兴通讯 CPE 产品。

中兴通讯 CPE 已经服务于中国电信、Telefonica、中国移动等世界排名 TOP20 的运营商中,帮助他们为客户提供 IPTV、高速上网、远程教育与医疗、互联网办公等丰富的业务。

中兴通讯副总裁许明指出,中兴通讯 CPE 产品在过去的几年里,无论是在收入及出货量增长,还是所服务的运营商的数量和质量上,均实现了跨越式发展,这是因为中兴努力从不同角度,为运营商提供更优质的定制化服务,以及更大幅度地降低成本。

中兴通讯 CPE 产品在 2011 年持续保持增长，仅一季度就获得 FT、DT、Telefonica、PCCW 等国际一流运营商的 CPE 订单。截至 4 月底，中兴通讯 CPE 产品已进入超过 80 个国家和地区，累计出货量超过 6000 万台，其中，中兴通讯第 6000 万只 CPE 产品已经落户 KPN。来源：2011-5-9 新浪科技

[返回目录](#)

中兴智能终端蓝图曝光 2011 年销量目标 1200 万部

近日，中兴通讯在北京首次曝光其智能终端全球市场版图，将发力高端市场、高端机型，聚焦中国、北美、欧洲、巴西几大战略市场，2011 年实现智能终端销量 1200 万部的目标。

作为中兴通讯的大本营，中国市场是其在全球最大也最重要的市场之一。2010 年，中兴通讯与中国三大运营商紧密合作，分别在中国移动 2010 年秋季 TD 终端集采中标产品和款数排名第一、中国电信普及型智能手机集采份额第一、成为中国联通普及型智能终端的五大战略合作伙伴之一。2011 年 2 月，据赛诺数据显示，中兴通讯在 TD 手机市场以 21% 的市场份额高居第一位。在 CDMA 和 WCDMA 市场，中兴通讯也同样占据国内厂商的领先地位。

在继续发挥定制模式优势的基础上，中兴通讯执行副总裁何士友表示，要拓展社会渠道，让消费者更容易买到中兴通讯的智能终端产品。携三大品类、三大制式、三大明星系列产品亮相中国，高调发布智能终端品牌战略，2011 年，中兴通讯在中国的目标是成为本土智能终端的第一品牌。

欧洲是手机厂商的“兵家必争之地”。2010 年，中兴通讯借助 Blade、Light Tab、Racer 等几款明星机型实现了在欧洲的规模化发展，不仅与欧洲几乎所有运营商展开了合作，并且终端产品在欧洲实现超过 100% 的增长。在欧洲主要国家，中兴手机市场份额均有比较显著的提升，接近甚至超过中兴手机在全球市场的份额，如法国为 5.6%、英国为 3.5%、德国为 3.8%、西班牙为 6.3%。

2011 年，中兴通讯在欧洲市场将继续延续 2010 年的成果，加深与欧洲当地运营商的合作。产品方面，全面进攻高端智能手机、Tablet、Internet Box 等智能产品，同时在最新的 LTE 技术层面，也将在 2011 年进行战略投入。

另外，中兴通讯的智能手机、平板电脑先后通过软银登陆日本，而在印尼、俄罗斯、印度等人口大国，中兴通讯智能终端亦先后突破。纵观中兴通讯全球智能终端市场布局，几大重点市场都呈现出良好发展态势，产品也更趋于高端智能。

有关专家表示，从量的积累到质的飞跃，从各个击破到全球统一布局，中兴通讯已经进入到品牌发展的全新阶段。接下来，进一步考验中兴通讯的，将是其全球资源整合与协作能力。来源：2011-5-4 北京商报

[返回目录](#)

【华为】

研究称华为中兴将改变视频会议行业

研究公司 Ovum 周四表示，华为和中兴开发的视频会议服务将在未来几年内改变视频会议行业。

Ovum 预计，在 2016 年之前，企业在视频会议方面的支出每年将增长 6%。到 2016 年，全球视频会议市场将价值 38 亿美元。不过，受价格下降以及企业逐渐放弃专用会议硬件的影响，这一市场的增长将会放缓。

思科和 Polycom 目前在视频会议设备市场处于领先，不过 Ovum 表示，华为和中兴未来 2 至 4 年内将在这一市场发挥重要影响。Ovum 分析师理查德·瑟斯顿(Richard Thurston)表示：“我们预计这两家公司能带来很多改变。”

通过积极的价格策略，华为和中兴目前在全球移动通信设备市场的份额达到 30%，并导致了北电和摩托罗拉等公司的衰落。

Ovum 表示，视频会议市场的某些领域将会获得较高的增长。例如，高端产品市场的年增长率将达到 19%，这类产品包括成本超过 30 万美元的网真会议室。而管理服务的年增长率将达到 11.5%。来源：2011-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

华为计划挑战思科在企业市场领先地位

华为日前表示，他们即将发起的合并计算机和通讯网络革命将帮助他们挑战思科在数据路由器和交换器业务上的领先地位。

华为企业业务部销售解决方案总裁 Leon He 表示：“我们认为这个市场潜力巨大，如果我们将其数字化，那就意味着带来一场革命。当数字化向智能网络转移时，那将是另外一场革命。”

华为目前正在积极拓展除传统电话网络设备供应业务以外的市场，他们的目标是未来十年营收达到目前的 3 倍多，达到 1000 亿美元。为了重点发展企业和政府机构，华为在 2010 年建立了全球企业业务部门，这被认为是华为进军美国市场 10 年来对思科构成的最大威胁。

Leon He 认为，由于企业和政府机构目前正在通过电话、计算机网络提供视频会议在内的功能进而整合音视频系统，所以现在正是华为进军企业级市场的合适时机，该市场的潜在价值在数万亿美元。来源：2011-5-9 新浪科技

[返回目录](#)

华为中兴专利战呼唤国家知识产权战略

中国电信设备行业的两大巨头华为与中兴正在展开一场专利“肉搏战”。华为4月28日以中兴侵犯其专利权和商标权为由宣布在德国、法国和匈牙利起诉中兴通讯，中兴通讯则以“反诉”应对，在国内以华为侵犯中兴通讯第四代移动通信系统(LTE)若干重要专利为由，提起了诉讼。

华为与中兴因专利壁垒同室操戈，让国人唏嘘之余，也让人马上联想到内地出海企业产品和服务高度“同质化”以及低层次知识产权竞争的制度缘由：缺少国内、国际两个市场的通盘考虑，企业知识产权战略重点体现在自体利益的维权而不是更广义的企业知识产权战略协同，难以实现合作制度架构下的合作企业利益“联合最大化”。

制度缺陷的背后，就是个别内地企业一旦在海外遭遇涉嫌依靠专利侵权保持价格竞争优势的另一内地企业，价格竞争就会演化成专利纠纷，乃至演化成一场类似于华为与中兴通讯这样的诉讼法律大战。

但中国出海企业知识产权战略的这个制度性缺失，在短时间内是很难通过个体企业的认识自我实现的，它必须依赖于一个媒介(譬如政府、行业协会等)来实现，而在中国，由政府相关主管部门主导无疑是最有效率的。

当下政府主导下的国家知识产权战略正在夯实中，如果将骨干企业间的知识产权战略融合作为国家知识产权战略构想的一部分，依赖国家知识产权战略这个政府倡导的媒介，就可以很好地搭起企业与企业尤其是海外内地企业的知识产权战略桥梁，进而实现互惠下的“共赢”。

以目前激战正酣的华为、中兴专利权纠纷为例，其专利争端背后，是复杂的海内外市场竞争态势，尤其是在二者均极为重视的欧洲主战场，近乎相同的产品和服务使得价格竞争陷入相对较低的层次。

肇事企业不但使双方陷入同质低价竞争，而且将双方，譬如中兴和华为，拖入欧洲的反倾销等“三反”法律调查视野中，极易“殃及池鱼”。

在这种情况下，如果没有一个居间的调停机构，譬如工信部等政府或行业组织，能够从中调解或建立一套有效机制，譬如近交远攻的企业间知识产权战略，那么华为和中兴是很难通过自我调适，来尊重对方的企业专利等知识产权的。

有迹象显示，针对此次华为与中兴的专利大战，工信部已经介入协调，这是政府迈出的重要一步。但要真正解决所有出海企业在海外的专利权纠纷困境，特别是内地企业在海内外的专利权互相指控，就需要由国家行业主管部门或行业协会出面，拟定一个公认的知识产权守则，国内出海企业通过一定机制尊重彼此的知识产权，并在产品或服务定价过程中体现这种尊重，同时又能制定共同的区域发展知识产权应对战略，以便共同应对来自宗主国或第三国的知识产权纠纷挑战。

如果中兴与华为的此次专利大战，能够提醒有关管理部门认识到这一问题的重要性，促成中国国家知识产权战略的形成，那么倒真是坏事变好事了。来源：2011-5-6 第一财经日报

[返回目录](#)

华为在英国获得首个重大无线网络合约

华为今日宣布，已获得英国最大移动电话公司 Everything Everywhere 的无线网络设备订单，这是华为在英国赢得的首个重大无线网络合约。Everything Everywhere 是德国电信和法国电信的合资公司。

华为在一份声明中称，该合约为期四年，旨在升级 Everything Everywhere 的移动网络设备。升级后，Everything Everywhere 可提供高速移动数据服务。华为并未透露具体的合约规模。

华为业务范围已拓展到亚洲和欧洲市场，现正在欧洲和美国市场寻求商机。华为上个月表示，2011 年的营收预计将从 2010 年的 1850 亿元人民币增加到 1990 亿元人民币。

华为英国分公司 CEO 维克托·张(Victor Zhang)称：“该合约是英国移动发展史上的一个里程碑，对于华为而言也是一个突破。”

Everything Everywhere 是英国最大的移动电话公司，运营着 T-Mobile 和 Orange 品牌。截至 2011 年 3 月底，拥有 2770 万用户。华为上个月曾表示，未来三年内计划将英国员工数量增加到 1000 人。来源：2011-5-9 新浪科技

[返回目录](#)

华为聘诺基亚前高管拓展英国和爱尔兰业务

华为今天宣布，该公司已经聘用了曾在诺基亚和三星都担任过高管的马克-米奇逊(Mark Mitchinson)，他将负责拓展华为在英国和爱尔兰市场上的手机业务。

华为称，米奇逊将担任该公司英国手机销售和营销部门的负责人，这是华为打造企业品牌计划的一部分内容，原因是该公司正在中国以外的市场上拓展业务。华为的传统业务是为手机公司生产设备，但目前正计划将其业务范围拓展至个人消费者手机和智能手机市场。

据悉，华为计划将 2011 年的智能手机出货量提高至 1200 万部到 1500 万部，远高于 2010 年的 300 万部。此外，华为还计划在未来 5 年时间里将旗下手机部门的规模从目前的 50 亿美元拓展至 200 亿美元。

在被华为聘用以前，米奇逊担任消费电子产品零售商 Carphone Warehouse 负责批发和经销业务的董事总经理。来源：2011-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

华为在华发布第三代企业路由器 AR G3 系列

华为在北京举办的媒体和客户见面会上宣布，其第三代企业路由器——AR G3 系列推向市场。该产品基于最新的多核、无阻塞交换、多业务并发处理的第三代企业路由器架构，提供移动和固定两类网络接入方式，支持“ All In One”多业务合一处理，适用于中小企业或大型企业的分支机构，充分满足企业用户多业务处理的需求。

见面会上，华为展示了 AR G3 系列路由器的各项创新特性。基于对企业 ICT 系统发展的深刻理解，华为 AR G3 路由器采用多核 CPU 和 160G 交换网架构，业务处理能力为业界平均水平的 2 倍，并可充分保证多种业务并发处理时的整机性能。AR G3 系列路由器充分适应 ICT 系统对企业日趋重要的趋势，首次在企业路由器上提供双主控冗余设计，对企业路由器最关键的部件提供保护，帮助企业网络更安全可靠。

同时，根据光进铜退及无线网络发展带给企业的网络和业务部署的新机会新模式，华为 AR G3 提供丰富的无线制式接入和全面有线接入，并可演进到 10G PON 光纤接入，帮助企业快速、灵活接入广域网络。AR G3 系列路由器内部集成了统一通信、彩信网关、企业总机、防攻击/病毒等各种业务，可为企业提供一体化、一站式办公网络解决方案，降低企业 ICT 网络的部署和运营成本。值得

一提的是，AR G3 系列路由器提供 OSP 开放业务平台，使得企业客户及其合作伙伴均可根据需要开发、定制新的软件应用和特性，充分满足客户的个性化需求。

华为企业业务 IP 产品线总裁刘少伟表示：“企业路由器作为内外部网络互联的桥梁，多种业务的统一承载对提升企业的效率日益重要。华为长期在技术的积累，覆盖基础网络、安全、语音、有线、无线、软件应用等多个领域，通过多种技术的整合可以为企业客户提供更有价值的解决方案，这一点在 AR G3 上体现的尤为

突出。我们相信随着 AR G3 在中国市场推出，必将为各类企业客户提供前所未有的优质业务体验。”来源：2011-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

华为加大企业网市场攻势 希望 3 年内国内领先

在发布其第三代企业路由器 AR G3 系列时，华为透露，截至目前，华为以太交换机历史出货超过 400 万套，路由器全球发货近 100 万套，而华为的目标是，力争 3 年确立国内企业网市场的行业领导地位。

2011 年年初，华为进行了业务架构的调整，打破了过去按产品分类的方式，按照面向客户的类型将公司业务分为四大块——运营商、企业业务、终端以及其它。其中，企业网是其中四大组成部分之一，由此可见，华为对企业网市场的重视。

不过，这一领域有思科、惠普和 Avaya，之前占据了主要市场份额，不过，华为也宣称，其以太网交换机和路由器已广泛应用于政府、电信、金融、交通、电力、教育、石油等各个行业，承载全球 20 亿人。

之前有消息称，华为 2011 年将加大企业网方面的投入，在该领域的收入目标为 40 亿美元。而在国内，华为希望在 3 年内确立在国内的行业领导地位，力争在行业市场数通新增份额进入前二、光网络市场份额第一、无线份额第一、视讯、客服产品冲击行业第一。

关于其第三代 AR G3 路由器，华为表示，该路由器采用多核 CPU 和 160G 交换网架构，业务处理能力为业界平均水平的 2 倍。来源：2011-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

华为拟筹资最多 12 亿美元 已向多家银行寻求意见

消息人士称,华为已经就一笔规模为 10-12 亿美元的五年期贷款向多家银行寻求建议。

消息人士称,华为已经口头邀请银行提出贷款条款的建议。目前讨论处于初步阶段,华为尚未决定由旗下哪家公司作为借款人。

另据消息称,预计此次融资将采取俱乐部贷款的方式,也可能首先组成委托主办行小组,再让其他银行参贷。借款人正在接受承贷申请。

华为竞争对手中兴通讯目前也在进行贷款融资。其融资案由中国银行(香港)牵头,为一笔 5 亿美元的三年至五年期贷款。中兴通讯已邀请多家银行作为委托主办行与额度分配行加入。来源:2011-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

【 诺基亚 】

诺基亚智能市场份额缩水近半

虽然转投了微软,但诺基亚的日子并不好过。昨日,据市场调研公司 ABI Research 的报告显示,2011 年第一季度,诺基亚占据的智能手机市场份额从 2010 年第一季度的 40%下降到了 25%,急剧缩水。虽然诺基亚目前仍然对转型微软 WP7 平台的战略表示乐观,但事实表明,诺基亚的衰退正在加剧。

一直以来,由于受到苹果等公司的挤压,诺基亚市场份额一再下降。为了扭转不利局面,诺基亚在上周刚刚把其 Symbian 操作系统和软件的研发工作外包给埃森哲,同时与微软签订了最终的合作协议。

然而这个被看似最合适的选择,却未必能在短时间起到效果。据统计,2011 年第一季度,全球智能手机出货量为 1 亿部,其中谷歌 Android 手机的出货量达到 3000 万部,超越了 Symbian 的 2560 万部,一举成为全球第一大智能手机系统。

通信世界网总编辑刘启诚表示,诺基亚与微软的合作虽然能起到一些互补的作用,但 Android 在智能手机领域的主导地位是无法撼动的。在多分天下的智能手机领域,死守一家操作系统未必能管用,终端厂商对操作系统的选择应持开放态度。

据悉,宏碁、联想、戴尔等国内外终端厂商均在操作系统的选择上持开放态度,在与谷歌 Android 合作的同时,又开发基于 WP7 操作系统的相关产品,尽

可能多样化选择能让自身立足于不败之地。而诺基亚单一的选择模式是否换汤不换药？

与此同时，有消息显示，诺基亚已开始向目前最热的平板领域进军。据国外媒体报道，日前诺基亚公司首席执行官 Stephen Elop 确认了该公司正在紧锣密鼓地为首台平板电脑的发布做准备，但他没有透露更多的细节信息。来源：

2011-5-4 北京商报

[返回目录](#)

诺基亚平板电脑可能用 MeeGo

随着手机厂商纷纷推出自己的平板电脑产品，诺基亚也终于开始透露在平板研发上的更多细节，称正在积极为首台平板电脑的发布做准备。据推测，诺基亚的平板电脑可能采用的是 MeeGo 操作系统。

诺基亚首席执行官史蒂芬·埃洛普透露，诺基亚要迅速推出一种与众不同的平板电脑，而诺基亚的开发团队正在制定平板电脑的发展战略，对所使用的操作系统类型进行评估，但他并没有具体透露诺基亚平板究竟采用的是哪种操作系统。不过业内人士推测，从史蒂芬·埃洛普透露的情况看，诺基亚平板应该不是采用微软的 Windows 操作系统，更不会是谷歌的安卓系统，因此最大的可能就是其和英特尔自主研发的 MeeGo 系统。

分析人士认为，虽然诺基亚称将尽快推出平板电脑产品，但是具体上市时间的迟迟不公布也让外界对其在短期内上市难以保持乐观，反观其他竞争对手在平板电脑领域动作不断，这方面的迟缓可能又将成为诺基亚的一大败笔。来源：

2011-5-4 京华时报

[返回目录](#)

诺基亚外包塞班 断腕之举能否换来重生

日前，诺基亚宣布，计划将塞班系统的软件开发业务移交给埃森哲，埃森哲将代替诺基亚向用户直接提供塞班系统软件开发和支持服务。这无疑意味着在智能手机市场积病已久的诺基亚终于决定放手一搏，壮士断腕，以求重获新生。

诺基亚此举，似乎是甩掉了一个沉重的包袱，与微软全力发展 Windows Phone 手机。但不可否认，诺基亚此举也暗欧藏着巨大的风险。弃置塞班，押宝微软，前景难料。

诺基亚剥离塞班求新生

北京时间 4 月 27 日下午，诺基亚宣布和埃森哲达成战略合作协议，诺基亚将把塞班操作系统的研发外包给埃森哲，大约 3000 名诺基亚雇员将随之转移。与此同时，埃森哲将向诺基亚提供可用于未来智能手机的操作系统。

诚然，这个消息算是一个大消息，然而确并不让人有石破天惊的感觉，甚至可以说是意料之中。之前，诺基亚宣布将研发中心的重心转移到中国，而后又宣布了外包塞班的消息，这些都让人觉得诺基亚准备彻底“放弃塞班”。有部分塞班用户甚至担心，他们将受到诺基亚公司的冷落。然而仅仅两天之后，诺基亚就宣布将继续开发塞班手机，并在未来两年推出 1.5 亿台塞班手机。诺基亚的“反复”让人有点迷糊，诺基亚的“塞班情节”到底到尽头了没有呢？

诺基亚在过去的 3 年里从昔日的王者逐渐没落，给人一种不思进取的感觉，其巨大的市场份额也逐渐被 iPhone 以及安卓系所抢占。数据显示，目前诺基亚已经落后于 Android，市场占有率从 40% 跌到 25%，并有继续下降的趋势。而 iPhone 的多运营商战略让其市场占有率提升较快，份额目前为 15%，并有望快速接近 20%，在增长率上远胜于下行通道中的诺基亚。有市场研究公司预测，由于诺基亚现状低迷，苹果 iPhone 将可以在 2011 年年底之前完成超越诺基亚目前位于智能机市场第三名的地位。

其实，诺基亚并未停止前进的脚步，然而王牌系统塞班的过气和代替者寻找上的不顺让诺基亚很是伤神，面对着后起之秀的冲击，诺基亚不得不在寻找新出路的同时坚守塞班。现在诺基亚终于开始了正式剥离塞班的步骤，这意味着，曾与诺基亚患难与共的塞班从此从诺基亚的重点研发名单上消失。

弃塞班藕断丝连减成本

尽管诺基亚已经开始正式剥离塞班，但诺基亚的“塞班情节”似乎还远未到结束的时候。诺基亚副总裁康鹏飞日前表示，诺基亚今后两年内将继续推出 1.5 亿部塞班手机，而基于塞班系统的诺基亚新款手机也将继续推出。或许外界认为诺基亚与塞班的关系实在长情，但事实上，诺基亚也有难言的苦衷。

首先，目前在全球范围内，使用诺基亚塞班手机的人数依然高达 2 亿余人，不管有再多的人对塞班系统嗤之以鼻，但不可否认的一点是，它确实是一款易用稳定的移动操作平台，这也是诺基亚依然对其抱有期望的重要原因。其次，诺基亚寻找塞班替代者的道路坎坷异常，之前与英特尔联手推出互联网操作系统 Meego 让诺基亚投入了极大的精力和热情，然而 Meego 的难产确让诺基亚陷入了尴尬的境地，一方面是诺基亚大力宣传的 Meego 的美好未来，另一方面是 Meego 的迟迟未能上线。2010 年 iPhone 4 推出，诺基亚的 Meego 依然是一张空头支票，以至诺基亚最终做出了放弃 Meego 的决定。改良的塞班 3 显然不足

以支撑起诺基亚的未来，没有可以与安卓等新生力量抗衡的操作系统，诺基亚智能依靠塞班的不断改进维持着目前依然庞大的“塞班控”们。

在塞班已成鸡肋，食之无肉，弃之可惜的情况下，外包成了诺基亚最合理的选择，一方面诺基亚在操作系统研发方面节约了大量成本，可惜在 W7 的开发当中投入更多的精力，另一方面，塞班系统的用户获得了可靠的服务商，不至于使诺基亚的现有用户群体受到创伤。业内人士表示，“业务转移对诺基亚、埃森哲和用户来说都是一件好事”；电信分析专家付亮认为“这是诺基亚最合理的选择”；飞象网 CEO 项立刚也认为，诺基亚与埃森哲的战略合作将自身的业务重点进行了区分。此外，诺基亚还将研究基地中心转移到了中国，这两个举措让诺基亚能够放下包袱，轻装上阵，贴进中国这个诺基亚的最大市场，这对诺基亚的未来发展而言，益处多多。诺基亚这个巨人终于认真现实，放下身段，重新回到一个挑战者的位置上来。

王者能否归来前途难料

联手 W7 是诺基亚未来的最大发展重点，而中国将成为诺基亚最为重视的一块市场。然而虽然诺基亚做了很多努力，想要重现昔日辉煌的难度也是巨大的。操作系统的多元化趋势已经十分明显，W7 在与安卓，iPhone 等操作系统的较量中能有几成胜算仍未可知。

从目前来看，缺乏足够丰富的系统扩展软件是 W7 遇到的最大问题，没有软件的扩展，手机本身功能再强大也无从发挥。。从目前市场的反应来看，先前其他厂商推出的 W7 市场反响一般，由于目前尚没有完全展示出 W7 的实力，或许我们对于 W7 手机系统的估计应该有一些提升的空间。

此外，普及率也是 W7 需要面对的重要问题，从目前来看，用户对于这款从电脑“移植”过来的操作系统并不是十分感冒，厂商也并不积极，这也是 W7 最终能和诺基亚这个没落王者一拍即合的原因。

一个是接受度不高的市场新贵，一个是缺乏创新的昔日领头羊，这样的组合看起来确实存在着双赢的一切重要因素，然而市场最终会不会接受这个强强组合，成就他们的辉煌，恐怕还需要等着年底诺基亚首款 W7 新机上线之后才能有一个靠谱的答案。来源：2011-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

诺西携手浙江移动完成 TD-LTE 技术试验首次呼叫

近日，诺基亚西门子通信携手中国移动通信集团浙江公司搭建 TD-LTE 展示厅，为行业与个人客户展示下一代通信技术的无限魅力。此前，诺基亚西门子通

信已在无线基站滨江测试区成功完成了入围中国移动 TD-LTE 规模技术试验后的首次 TD-LTE 试验呼叫。

在浙江移动环城北路主营业厅内，诺基亚西门子通信通过 TD-LTE Flexi BBU、Flexi 多模基站等演示设备，为前来参观的客户展示了 FTP 高速下载、高清在线流媒体、实时在线游戏等应用，充分体现了 TD-LTE 的高速率与低时延特性。另外，现场展出的由 TD-LTE 设备完成的远程高清监控也让参观者见证了 TD-LTE 优秀的上行传输能力。

浙江移动政府及企业客户部主任俞永明表示：“我们很高兴与诺基亚西门子通信这一行业领先厂商合作，使我们的重要客户了解 TD-LTE 这一下一代主流通信技术。毫无疑问，这次展示将有助于推动 TD-LTE 早日商业化与产业化。”

诺基亚西门子通信大中国区副总裁丁伟庆表示：“杭州是我们全球 TD-LTE 研发中心的所在地，更因为中国移动大规模技术试验的开展而走在了 TD-LTE 发展的最前端。我们将继续秉承对中国市场的坚定信念，不遗余力地支持 TD-LTE 商业化与国际化，帮助我们的客户为终端用户创造更大价值。”

此前，诺基亚西门子通信已在杭州完成了入围中国移动 TD-LTE 规模技术试验后的首次 TD-LTE 试验呼叫，峰值速率高达 35Mbps，为配合工信部及中国移动下一步的测试计划打下了良好基础。来源：2011-5-9 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

摩托罗拉打造“摩计算”

近日，摩托罗拉移动推出了“摩计算”产品战略，开创在 PC 与手机之外的全新数码终端领域。

据悉，摩托罗拉“摩计算”是继 PC 与手机之后又一全新的终端技术概念，在兼具传统 PC 与智能手机核心优势的同时跨越设备的限制，实现强大移动计算性能与便携智能移动体验的完美融合。

日前，摩托罗拉推出的堪称全球最强大的智能手机之一的 MOTO ATRIXME860 和全球首款 Android 3.0 双核平板电脑 MOTOROLA XOOM，已从 4 月 22 日起，国内开始全面预售。来源：2011-5-5 法制晚报

[返回目录](#)

摩托罗拉移动技术开创移动终端新领域

众所周知，摩托罗拉移动技术凭着 2010 年推出的数十款 Android 智能手机在全球以及中国智能手机市场取得了巨大的成功。近日，摩托罗拉移动技术再次领先业界、率先推出了“摩计算”产品战略，开创在 PC 与手机之外的全新数码终端领域。当其他厂商仍以智能手机作为移动计算主体时，摩托罗拉已开始定义全新的未来移动计算方向，让移动设备为个人移动生活的中心。

摩托罗拉“摩计算”是继 PC 与手机之后又一全新的终端技术概念，在兼具传统 PC 与智能手机核心优势的同时跨越设备的限制，实现强大移动计算性能与便携智能移动体验的完美融合。为了迎接移动计算领域内涌现的多屏幕、多设备融合趋势，摩托罗拉创造性的提出了“摩计算”产品战略，将其移动终端的性能跃升至一个前所未有的高度，更好地支持云计算服务，从而随时随地实现内容与应用的无缝访问；而随着支持“摩计算”终端的发布，摩托罗拉还打造了一个可扩展的移动终端软硬件产品生态链，实现“按需组合、按需应用”的功能扩展性。

在摩托罗拉所预见的未来移动计算世界中，“摩计算”所代表的最新终端产品系列会逐步改变人们的数码生活方式，并将我们从传统以 PC 和电视为主导的生活方式中释放，让用户只需通过掌上的“摩计算”产品即可满足各种移动需求，全面掌控自己的生活方式，并由此打开移动计算的崭新未来！

摩托罗拉在 2011 年全面发力，迅速将“摩计算”的概念在新产品上付诸实现。日前推出的 MOTOATRIXME860 堪称全球最强大的智能手机之一，以双核技术和 webtop 应用打破了智能终端与 PC 之间的界线，完美诠释了“摩计算”的概念内涵；而新推出的全球首款 Android3.0 双核平板电脑 MOTOROLAXOOM 则重新定义了平板产品类别，成为该领域内的革命性产品。4 月 22 日起，两款产品都已在国内开始全面预售，而“摩计算”所迸发出的火花注定将为我们手上的移动终端打开迈向新时代的大门，描绘未来移动计算的发展方向！来源：

2011-5-6 每日经济新闻

[返回目录](#)

三星首次取代诺基亚成为西欧最大手机厂商

市场研究公司 IDC 的数据显示，2011 年第一季度，三星电子取代诺基亚成为西欧市场第一大手机厂商，占据 29% 的市场份额。

2011 年第一季度，三星在西欧市场的销售额同比增长 5%，市场份额上升至 29%。相比之下，诺基亚的销售额下滑 10%，市场份额滑落至 28%。

此外，在智能手机领域，诺基亚在西欧市场的份额从 2010 年同期的 41% 下滑至 20%，将市场主导地位拱手让与苹果。

从上世纪九十年代起，诺基亚一直是西欧手机市场的霸主。尽管诺基亚凭借在新兴市场的强势地位，仍然在出货量方面保持对其余竞争对手的优势，但它在西欧市场被三星超越，标志着这家芬兰手机巨头再遭重创。

IDC 分析师弗朗西斯科·杰罗尼莫(Francisco Jeronimo)说：“这些数据表示，手机市场极不稳定，绝不能轻视潮流。”

他还表示：“诺基亚是欧洲最著名、最受欢迎的品牌之一，但三星首先理解了市场趋势，并更快地采取动作。”三星比诺基亚更早推出触摸屏设备，并将重点放在 Android 平台，还推出了一系列中端功能手机。

“像诺基亚这样的企业，可能拥有强大的品牌和巨大的市场份额，但也可能在一眨眼之间就被竞争对手击败。”杰罗尼莫说。来源：2011-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

TCL 通讯在华启用新品牌 转而大攻国内市场

TCL 通讯的新品牌 Logo，中文意思为“一触即达”新浪科技讯 5 月 6 日消息，一季度净利润同比大增 159% 的 TCL 通讯宣布，启用新的品牌 LOGO，名为“ALCATEL ONE TOUCH”。目前，TCL 通讯在海外市场已跻身为全球第七大手机供应商，但其表示，在国内市场启用这个新品牌，主要是借助互联网手机战略，以取得国内市场的新突破。

发布全新品牌战略

TCL 通讯表示，“ALCATEL ONE TOUCH”全新品牌战略已于 2011 年 2 月 15 日在巴塞罗那举行的世界移动通信大会(Mobile World Congress)发布，从 5 月开始，该品牌在中国市场正式启用。

此前 TCL 通讯一直使用“ALCATEL MOBILE PHONES”(阿尔卡特手机)作为品牌标识，主色调为黑、白两色。据悉，“ALCATEL ONE TOUCH”新品牌标识使用黑、白、蓝做为品牌的主色调。

TCL 通讯介绍说，相比旧的品牌形象与视觉识别系统，“ALCATEL ONE TOUCH”更年轻富有活力、更具有科技感和亲和力。新的品牌语是：“my world in one touch”，中文意思是“精彩世界，一触即达”。

希望国内市场取得重大突破

此前的 5 月 3 日，TCL 通讯(02618.HK)发布了 2011 年一季度财报。期内 TCL 通讯的销售及经营业绩均实现突破，保持强劲的增长势头。一季度 TCL 通



讯全球实现手机及配件销量 870 万台，同比增长 51%；销售收入 21.24 亿港元，同比增长 44%；净利润 1.8 亿港元，同比增长 159%。

TCL 通讯的大获成功更多来自海外，2010 年 TCL 通讯全球销售 3,620 万台手机，相比 2009 年销量增长 125%，跻身为全球第七大手机供应商。

不过，继在海外取得成功后，TCL 通讯已决定在 2011 年发力国内市场，除了继续加强 TCL 品牌互联网手机战略外，今天正式推出“ALCATEL ONE TOUCH”新品牌，聚焦互联网销售渠道，与 TCL 品牌专注的运营商与传统渠道形成积极的互补战略，以期取得国内市场的新突破。

十余款互联网手机上市

TCL 集团高级副总裁、TCL 通讯 CEO 郭爱平博士表示：“这次新品牌形象在中国市场的启用和推广是一项重要的战略举措，新品牌形象既符合我们的产品从手机扩展到平板电脑、3G 上网卡、3G 无线路由、固定电话及交换设备等品类的发展趋势，更强调了我们与用户的紧密联系与沟通，更好地表达了 we 致力于通过丰富的移动产品系列，为每位用户提供简单、愉悦的人性化体验的努力与追求。”

新品牌形象启用的同时，TCL 通讯还发布了多款即将在国内上市的新手机，并表示，今后 TCL 手机产品追求简单(SIMPLY)、个性(DIFFERENT)、聪灵(SMART)的品牌内涵。

TCL 通讯副总裁、全球电子商务中心总经理肖锋说：“针对互联网年轻用户的习惯与需求，我们此次推出了十多款产品，希望每一名用户都能挑选出一款物超所值、适合自己风格的产品，让每位用户都能超值体验到移动互联的乐趣。”

为发力国内市场，提升产品的移动互联网体验，TCL 通讯 2010 年就与主流的互联网公司结成了战略联盟，大力推行互联网手机战略，此次的更换品牌 LOGO 也是为了与互联网手机战略相适应。来源：2011-5-6 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

手机为作家带来新机会

也许，将来作家也如此，不再靠卖书生存，而是写了一本好书，赢得网友认同，他就可以四处去讲座，从中获得收入……

轰动一时的百度文库事件使“反盗版”等话题成为人们关注焦点，在此背景下，幻剑书盟召开第一期“品书论剑”沙龙具有特别的意义。沙龙将多位重量级人物齐聚一堂，就时下最引人关注的“版权保护”和“移动互联网阅读市场的发展”这两个话题，进行深入探讨交流。

在网络时代，如何保护作家版权，这是一个大话题，正如作协权益保障办公室主任吕洁女士所说的那样，2010年作协还曾组织作者向谷歌进行维权。

从2010年到2011年，大陆手机阅读的发展引人注目，上网人数呈几何级增长，用户需求日渐旺盛。据统计，过去3年大陆移动互联网阅读市场总份额平均每年增长超过50%，专家估计，到2013年手机受众群体有可能会突破3.7亿。这意味着，未来十年将是发展无线阅读的黄金十年，在传统出版的道路越走越艰辛的现在，移动互联网阅读的收入突破绝对算得上是雪中送炭。这是行业内的各方特别需要团结协作的时刻，大家共同努力，才能将移动互联网阅读的市场做强做大。

在手机阅读时代，版权保护将面临更加严峻的环境，因为难度加大了。我想，也许我们更应关注整个产业链条的变化，就像流行音乐一样，过去歌手靠卖唱片生存，现在他们会将做好的歌曲放到网上，当下载量达到一定级别，再开演唱会来盈利。也许，将来作家也如此，不再靠卖书生存，而是写了一本好书，赢得网友认同，他就可以四处去讲座，从中获得收入，此外，这也会带动他的实体书的销售。

总之，手机阅读会给作家带来更多的机会，关键是在如何去把握。来源：2011-5-4 北京晨报

[返回目录](#)

智能手机双核时代悄然来临

精明的乔布斯并没有在iPad2新闻发布会上提及一丝关于iPhone5的信息，但全世界的苹果粉丝却早就把其产品功能熟记于心，那个曾被众多PC厂商引以为傲的双核处理器，现在正成为划分智能手机新格局的标杆。从上市时间来看，iPhone5这次并不是领导者。全球第一款双核智能手机——搭载NVIDIA Tegra2双核处理器的LG Optimus 擎天2X已于3月29日在中国全面上市。目前，包括三星、索尼爱立信、HTC、摩托罗拉在内的全球知名移动终端生产厂商都公布了其未来双核手机的市场布局，智能手机已悄然进入到以速度取胜，从2010年1GHz主频芯片到2011年双核的时代。

大势所趋

在智能手机经历了终端功能之战、操作系统之战后，速度之战如约而至，这“三大战役”在业界被称之为智能手机三段进化论。而全球排名前三的移动通信终端厂商 LG 电子，率先做出反应，布局这场速度之战。

一家加拿大软件公司曾测试，谷歌安卓手机的上网速度比苹果 iPhone 手机快了一倍以上。正因如此，让本来打算购买苹果手机的消费者犹豫不决。业内人士预计，苹果公司可能将于 2011 年 6 月在旧金山举办的 WWDC2011 大会上宣布 iPhone5 正式上市的消息，由于 iPhone5 也将采用双核处理器，加之各厂商都把双核手机列为 2011 年最重要的上市产品，显然，双核之战将在 2011 年夏天达到沸点。

数据显示，2011 年智能手机发货量将增长近 40%，达到 4.13 亿部。LG2011 年推出的手机里有 40% 是智能手机，包括 3D 版本。HTC 将推出双核手机金字塔、摩托罗拉双核智能手机 Olympus 也正在生产中。市场研究公司 Gartner 预计，快速发展的多媒体业务对智能手机的硬件要求越来越高，像大数据量的存储介质、大面积高分辨率的可触摸屏幕以及大容量的电池等，而其中最重要的硬件就是中央处理器 CPU。智能手机的最大竞争点在于上网速度，而 CPU 正是决定其速度的关键点。与单核手机相比，双核手机在数据处理速度、多任务工作能力、瞬间触控和屏幕显示方面将有明显提升。

理性布局

如果说智能手机成就了诸如苹果商业模式的话，那么双核智能手机无疑将会带动更多相关产业的发展。除了硬件处理器外，包括系统平台、操作平台和软件产业，都将是再次突围的绝佳机会。

据了解，在日本地震前，包括为智能手机生产新一代高速通信半导体的瑞萨半导体和为智能手机提供液晶屏幕的东芝、夏普，早已开始布局智能手机配件市场。另外，智能手机系统平台也有提“速”之势。英特尔总裁兼首席执行官保罗·奥特里尼表示，2011 年上半年，英特尔将推出数十款基于 Moorestown 平台的平板设备，这一平台和英特尔的另一个平台 Medifield 都有可能成为未来智能手机的系统平台。据了解，其 Medifield 平台内的核心芯片性能要比 Power VR SGX535 性能高 4 倍。

中国电子信息产业发展研究院的汪洋认为，当智能手机发展到与 PC 类似，由通用的处理器、内存、屏幕等硬件参数决定其性能的时候，消费者通常将性价比作为一个重要的考察指标。同时，手机生产厂商要格外注重不同层面的产品线布局，毕竟，高端市场的受众过于小众化，可以进行品牌塑造，但市场占有率和业绩表现还是要取决于中低端市场。来源：2011-5-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

专家预测短信可能会在 90 后用户中彻底销声匿迹

2010 年 11 月,Facebook 创始人马克·扎克伯格(Mark Zuckerberg)宣布“电邮已死”,因而引发一场激烈的口水战。下一个“死去”的会轮到谁?专家预测,在未来两年内,短信数量将骤降 20%,甚至可能会在 90 后用户中彻底销声匿迹。

即时消息后来居上

Black Berry 公司或将成为这场“死亡游戏”中的最大赢家。该系列手机的行情持续看涨,仅 2010 年一年销量便增加了六倍,其主要用户是 16~24 岁的青少年,甚至大有赶超 iPhone 的势头。调查表明,Black Berry 在青少年及学生群体当中的高人气首先应当归功于它所提供的 BBM(Black Berry Messenger)服务,即使是预付费用户亦可免费发送即时消息。

即时消息与短信极为相似,然而前者更快捷、更便宜,更能满足人们“一劳永逸”的心理需求。例如 Twitter 上的短消息可在同一时间发送给所有联系人。目前世界范围内的即时消息用户人数已超过 3900 万。野村证券的移动分析师理查德·温莎(Richard Windsor)甚至预测,随着越来越多的青少年开始享用来自移动设备及社交网站的“免费午餐”,短信的使用量将持续下降;不少父母热衷于手机升级,将旧版 Black Berry 随手扔给自己的孩子,无形间为短信造就了数量庞大的“掘墓人”。当今日的 90 后步入中年时,这一通讯形式甚至可能彻底成为历史。

电邮短信前仆后继

在这场看不见硝烟的现代通信战争中,短信并不是第一个被提前宣判死刑的,也不会是最后一个。根据英国宽带供应商 TalkTalk 公司的调查报告,在十多岁及二十出头的英国人当中,仅有 51%将电子邮件作为通信工具的首选。尽管世界各地的收件箱依然每日爆满,然而它们已成为实质意义上的“灰邮”,其最忠实的用户是以退休群体为主的中老年人。

“电子邮件用了整整 20 年才发展成为一种社会现象,然而,迈向死亡只需要不到一半的时间。”研究报告作者、肯特大学教授大卫·蔡特林(David Zeitlyn)称,以青年人的眼光来看,电邮太迟钝、太麻烦,也太老土了。相比之下,Facebook 等社交网络所提供的即时通讯工具既便捷又时尚,随着现代技术的迅速传播,它们几乎覆盖了世界的各个角落。而短信扮演的角色,或许不过是其中的一个过渡品罢了。来源:2011-5-4 第一财经日报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

联通推 12 种流量提醒服务

针对央视关于“联通智能手机流量超标不提醒”的报道，昨天，中国联通在其官方微博上回应，该公司已向手机用户和无线上网卡用户推出了多种流量短信提醒服务。

据悉，联通已推出的数据流量短信提醒服务主要包括：针对后付费手机用户和上网卡用户的国际漫游使用量短信提醒；针对 3G 手机用户的手机上网流量短信提醒；针对无线网卡用户的上网流量短信提醒等多达 12 种流量提醒方式。

中国联通相关负责人表示，手机数据流量的产生主要包括三个方面：一是用户正常使用数据业务时会产生流量；二是智能手机的操作系统或应用程序自动产生的网络链接、信息推送等会产生流量；三是用户自己安装的第三方应用软件下载或更新也会产生数据流量。来源：2011-5-9 新京报

[返回目录](#)

北京联通推“欢乐京郊游”活动

为迎接“5·17”世界电信与信息化日的到来，近日，北京联通特别推出“联通新农村，欢乐京郊游”活动。凡活动期间，登录北京联通“联通新农村”网站(nx.bbn.com.cn 或 www.uninx.com)，免费成为注册用户，即可获得个人专属二维码电子会员卡，用户可将该电子会员卡保存到手机上，使用起来方便且低碳环保。用户只要拿着存有电子会员卡的手机在联通指定合作的农家院、采摘园消费时出示此卡，商户通过扫码终端识别会员身份后，即可为用户进行打折，同时所有一次单笔消费满 100 元的会员都将享受双重抽奖。活动合作商户覆盖怀柔、密云、昌平、房山、门头沟、平谷、延庆等北京郊区县，拓宽了用户的选择范围。

另外，“联通新农村”网站推出的多维立体图像是通过 720 度球形全景图片技术、全景步进技术实现对村镇特色景观的全方位展示，让观看者无需亲临现场即可获得立体的、身临其境的感受。用户可通过 720 度场景，以自我为球心，推进拉伸感受平谷北寨村的徒步大道、房山静水山庄的四合院风情、怀柔古老水长城的悠闲漫步。

据了解，视频直播通过北京联通宽视界神眼，全景实时展现北京无公害农业特色生产、京郊旅游、风光、农业采摘等多种北京农村特色产品。如昌平的草莓、房山的柿子、大兴的西瓜、延庆的苹果、通州的樱桃、门头沟的京白梨、平谷的

大桃等，并可实现同一界面同时展现多个景象，让城市居民能够在家中一览北京新农村的精彩景色。来源：2011-5-4 北京商报

[返回目录](#)

北京移动推出黑莓 BIS 业务免费体验

北京移动近日面向首次开通 BIS 业务的新客户开展为期二个月的免费体验活动，用户可以选择 98 元/月和 108 元/月两种套餐。

据了解，用户在 5 月 1 日——31 日期间，首次开通 BIS 业务，系统自动免除开通当月及开通次月的 BIS 业务功能费，第三个自然月开始正常计费。开通当月及次月，超出功能费内所含流量部分正常计费。

而在套餐方面，用户可以选择 98 元/月和 108 元/月两种套餐，两个月免费期内如进行套餐变更，不影响免费体验优惠。

黑莓服务主要有两种，一种是针对企业用户的 BES 服务，一种是面向个人用户的 BIS 服务。BIS 服务支持 IMAP、POP3 及 OWA 等多个电子邮件系统。中国移动和中国电信已经开始面向个人用户也开放黑莓服务。而对于联通而言，有消息称，联通将于 5·17 左右正式引入黑莓，而在 2011 年 3 月中国联通已开放黑莓 BIS 服务的注册，将黑莓定位于“沃·商务”。来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信天翼阅读悄然对联通和移动用户开放

有用户向飞象网表示，使用中国移动号码可以登录使用中国电信天翼阅读服务，并称天翼阅读已经对中国联通和中国移动用户开放。

移动手机登陆天翼阅读的效果 5 月 8 日，有中国移动用户对飞象网表示，称自己的移动号卡可以登录中国电信天翼阅读服务。飞象网据此分别使用中国移动和中国联通手机号登录天翼阅读业务，发现其已经悄悄对中国移动和中国联通用户开放。

根据易观智库最新数据显示，2011 年第 1 季度中国手机阅读市场活跃用户数达 2.55 亿，环比增长 9.65%，同比于 2010 年第 1 季度，中国手机阅读的活跃用户同比增长幅度达 33.12%。专家认为，运营商已将手机阅读定位为继手机音乐之后的最具潜力增值业务。目前，中国移动、中国电信、中国联通三大运营商均设立了手机阅读业务基地，来负责各自无线阅读业务的运营和推广。

一直以来，三大运营商开展手机阅读业务均是各对各个的用户开放。此次中国电信天翼阅读试水全网阅读，有分析人士认为其引入了互联网模式，以及第三方支付等模式，为全民阅读获得最大规模用户布局。而随着我国 3G 网络的逐渐成熟，3G 用户的逐步增加，以及运营商对 3G 推广的深入，在手机用户总量大突破的同时，利用个性化的业务和服务抢占用户制高点的比例将越来越大。

而根据 Gartner 近日发布报告称，随着智能手机市场的持续增长，手机阅读将很快成为主流阅读方式之一，预计到 2014 年，全球将有 30 亿人通过智能手机使用互联网阅读。此外，不断扩展的手机屏幕尺寸、折叠屏幕的出现、快速处理程序以及内置电子墨水技术的应用，都将成为推动手机阅读的利器。来源：2011-5-9 飞象网

[返回目录](#)

【网络增值服务】

中国联通增加预付费漫游国家

中国联通为方便预付费用户出境旅游，自 5 月 1 日起将自动漫游的国家和地区由原来的 6 个增加至 23 个。用户无需开通，即可自动漫游至港澳台地区，以及新加坡、阿联酋、马来西亚、韩国、越南、荷兰、西班牙、澳大利亚、美国、法国、瑞士、意大利、英国、加拿大、菲律宾、日本、泰国、俄罗斯等国家。其中，漫游至香港地区拨打本地和中国大陆资费低至 0.39 元/分钟，漫游至美国拨打本地和接听低至 0.76 元/分钟。来源：2011-5-6 信息时报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

数字电视频道突围该学“苏州模式”

“国外数字电视频道的运营模式主要依靠广告费和收视费，但国内数字电视频道产业链并不成熟，盈利模式模糊。”一位数字电视频道的负责人林刚(化名)对《中国经营报》记者表示。

国家广电总局称，预计到 2015 年底，我国计划将推出数字电视付费频道 80 个，付费广播节目 45 套，并于当年全部关闭模拟电视。

“大家都想先占领一个频道，但其实能赚到钱的确实很少。”

虽然数字电视前景光明，但经营的尴尬却是不争的事实。数字技术带来的是数量空前的频道资源，频道资源的骤增，优点是为电视台以广告为主的单一盈利模式提供了更多的可能；缺点是更加突出了内容资源的匮乏。

问题：产业链条没有形成 商业模式无从谈起

“2010年，我们本想利用数字电视技术的互动性，真正让老百姓体验一把数字电视的便利。我们计划在数字频道上推出一个远程免费挂号的服务。老百姓每月交10~20元就可以足不出户免去一大早去医院排队挂号的麻烦，我们认为老百姓会愿意付费来收看这个频道。”这个计划是歌华有线电视网络股份有限公司副总经理兼运营总监罗小布提出来的，但直到今天为止，这个计划也未曾实施。一位了解情况的歌华相关人士告诉记者，不能实施的关键因素在于各医院的反对。

“节目不能吸引人或者没有实用价值，就没有人收看，没人收看就收不到收视费，收不到收视费就不能制作出更加吸引人的节目，这是一个恶性循环。”林刚对记者说，中国的数字电视频道问题多多，首先按照广电总局的要求，数字频道是不能播出广告的，这个规定首先斩断了收入的最大一块来源，国外的数字频道经营主要依靠广告费、收视费以及其他活动等收入。在中国，广告不能播、收视费也难收到，基本上把数字电视频道的经营逼到了悬崖边上。

“产业链条没有形成，商业模式无从谈起。”林刚说。

按照《广播电视有线数字频道业务管理暂行办法》的规定，付费电视频道不得播出推销付费频道广告之外的商业广告，经批准设立的专门播出广告或广告信息类服务的频道除外。

“这个规定让多数数字频道多年来都是在赔钱做节目。虽然有少数频道如游戏点播、体育频道、时尚频道能够赚到钱。但多数都活得不好。”林刚对记者透露，多数数字频道为了生存，虽然不做硬广告，但却基本都在做软广告，比如植入广告、栏目冠名之类。

“每家数字频道都有自己的生存经验，比如游戏频道能够赚钱是因为经营成本低；而央视、卫视等数字频道则会依托原有的开路频道把节目资源拿到数字频道播出，也间接降低了经营成本。另外，从目前全国的数字频道管理来讲，并不能说是一碗水端平，比如明令禁止不能播广告，但这个规定似乎只有在北京这样的大城市管理严格些，其他很多地方数字电视频道的广告都早已是明码开价。”中山大学信息科学与技术学院的博士后陈任表示。

突围：充分利用开路资源 适当引进国外节目

目前业界也有一些积极的做法。比如利用开路频道资源以及适当引进国外节目以解决内容之困等。央视付费的《证券资讯》频道在开播前所设计的品牌推广思路是：利用开路电视资源，与开路电视合作，在开播前设计与商业的结合点。

“开路电视的节目资源很多，通过与开路电视优势互补的合作，把我们的频道推广出去。只有把自己的频道推出去了，这个频道才有发展的空间和可能。”央视某付费频道负责人刘奕奕介绍。

在全球范围内，基本没有付费电视运营商可以做到主要依靠自制节目来达到收支平衡的案例。而引入合适、精彩的外部节目和频道是普遍的规律。香港有线付费电视的盈利的经验之一就是引入合适的国际性频道。按照《广播电视有线数字付费频道业务管理暂行办法》规定：付费频道播出境外的电影、电视剧及动画片的时间不得超过该频道当天总播出时间的 30%。而目前在我国付费数字电视自制节目严重不足的情况下，适当引入国外节目已不可避免。

中国人民大学副教授雷蔚真认为，如何处理付费频道中自制节目和引进节目的比例，如何对国外节目进行整合，对于整个数字电视频道生存和发展是非常重要的。

作为我国第一个投入市场运营的数字有线电视，“苏州模式”一直被业界广为流传。它的主要特点就是利用境外频道资源来推销机顶盒。境外频道电视节目是苏州数字电视频道发展的重要推进力量，节目包括凤凰卫视中文台等 8 套境外卫视基本频道、以及 HBO 美国电影台等自选频道。

“苏州模式”的措施也不同程度地出现在新开办的付费数字频道中。“‘四海钓鱼’频道开办以来，广受钓鱼爱好者用户欢迎。主要原因之一就在于其引入了 400 小时以上的海外钓鱼节目，并与韩国钓鱼频道结成了中国大陆排他性唯一合作伙伴，与日本、美国等国的钓鱼频道建立了供片合作关系。”江苏靓妆频道每天 2 小时的节目中，基本都来自法国 Fashion TV 在国内的版权代理唐龙国际传媒公司，另外还与美国部分时尚媒体建立了合作关系，高度国际化已经成为了靓妆频道的一大特色。

趋势：增加植入广告 开通电视搜索引擎

诸多问题导致数字频道形成节目投入大、回收期长的现实困难。“我们现在是咬紧牙关坚持着，就是想当付费节目的先驱，尽量不做付费节目的先烈。”一家数字电视频道经营负责人告诉记者，“很多频道都是在坚持，如我们自己的频道，每年做节目的投入达 1000 万元以上，而回报率却很低，但又不想放弃。”

该负责人表示，目前有线数字电视收入的主要来源是，基本收视费及付费频道和部分机顶盒的收入。而数字电视增值业务如付费频道、VOD 等业务收入非常少。即使在数字电视运营较好的杭州和深圳，虽然开展了不少增值业务，但真

正杀手级的增值业务仍然缺乏。也就是说，相对盈利能力高的增值服务收入还不能成为运营商盈利的主力，所以，运营商目前只能通过对基本收视费提价来筹集数字电视的发展资金。

“这里面需要的是市场化的良方。”中山大学信息科学与技术学院的博士后陈任表示，每一种商业模式的选择都是利益的选择，广电系统旧有的商业模式是通过收取少许电视收视费用维持，每月用户平均贡献值(APRU)只有十几元。但同样的网络，中国移动的APRU值则是100多元，中国联通也有50多元。在这个层面上讲，广电是“守着金矿的乞丐”。所以应该重点通过机顶盒发展互动业务，吸引高端用户定制如高尔夫、欧洲足球、电视游戏等收费较高的频道，以满足不同层次的需求，提高APRU值。

2010年初，曾在2009年退出中国收视率调查市场的尼尔森投资了另一家高科技公司——尼尔森网联。而这家公司就是专注于数字电视调查领域，它是目前国内唯一从事数字电视数据监测与研究的专业化数据服务提供商。尼尔森大中华区媒体研究董事长马正德认为，中国正在转向数字化。“中国下一代广播电视网将向国家联播网、数字、互动发展，而观众将从观看电视向使用电视方向发展。”

“使用者如何使用新服务？用户如何观看电视？如何为广告主定价？该怎么销售？都将成为有线电视运营商、媒体与内容提供商、广告代理商需要了解的信息。”马正德说。“中国的数字化进程将快于其他国家，电视经营者将在其中扮演重要角色。”

中国传媒大学广告学院院长黄升民判断，就像网络一样，电视搜索引擎有望推出。节目制造者可以通过制作电视搜索引擎帮助观众迅速搜索到期望观看的节目，为节目进行促销。同时也可以借鉴网络上面的竞价排名方式，在搜索结果的适当位置设置广告位，从而增加数字电视的收入。

数字电视让精准营销成为可能

“数字电视所带来的重要的商业模式改变，是基于观看人群信息的高透明度和他们的收视习惯。也就是说数字电视能够让广告主知道，是谁在看，在看什么。这一点给数字电视的经营者和广告主带来了新的机会。”中国传媒大学广告学院院长黄升民认为。到2015年全国将关闭模拟电视信号，在全国范围内普及数字电视，数字电视的到来即将引发一场广告营销模式的革命。来源：2011-5-8 中国经营报

[返回目录](#)

广电与联通签约共建“四川手机电视”

5月5日,中国联通四川分公司与四川省广播电视台在成都举行新媒体合作签约仪式。按照协议,双方建立新媒体战略合作伙伴关系,并以“四川手机电视”项目为基础,为四川用户提供便捷的新闻资讯和大众娱乐视听内容。四川广播电视台党委书记、台长陈华与中国联通四川分公司总经理杨惠恒等出席了签约仪式。

本着“优势互补、融合发展”的精神,四川联通将凭借通信运营商的优势,支持四川广播电视台快速由传统媒体向多终端全覆盖的创新媒体转型。按照相关协议,四川广播电视台将负责提供具有版权的内容和信息源,包括视音频、图文、新闻资讯等,四川联通负责“四川手机电视”业务支撑系统、基础网络及相关系统的建设、运营和维护。相关业务收入双方按比例进行结算。双方共同参与业务具体内容组织、业务运营和营销战略及策略制定以及“四川手机电视”的运营,包括产品规划、价格制订等工作。在对外合作上,双方也以战略合作伙伴的形式出现。待市场形成产业规模及双方合作形成默契后,双方将协商采取更加紧密、高效以及更符合双方共同利益的合作模式。

据悉,四川广播电视台与四川联通同意,将从流媒体手机电视业务开始,逐步开展面向PC终端、手持移动终端、其他终端的网络电视业务等新媒体业务的试验和探索,并根据试验结果另行签署业务运营的补充商务合作协议。来源: 2011-5-10 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

【电信网络】

南非 MTN 部署 LTE 试验网络

南非最大的电信运营商 MTN 总经理 Karel Pienaar 透露, MTN 正在豪登省建 LTE 试验网。

MTN 将在 2011 年底部署 100 个基站,采用 1800MHz 频谱, MTN 称,一旦南非独立通信管理局拍卖 2.6GHz 和 800MHz 频谱,公司将参加拍卖,获得频谱后用于 LTE 网络的部署。不过,2013 年底前,800MHz 频谱都无法腾出,因为本地模拟电视还未完成向数字电视的切换。

Pienaar 称:“我们正在进行 LTE 技术的大规模试验,无线技术标准必定选择 LTE,因为这样,我们才能有更高水平的网络性能、速度和效率。”

不过 Pienaar 也暗示消费者不要期望过高 ,LTE 手机和数据卡还没有普及到大众市场 ,他说 :“ 对普通用户来讲 ,LTE 还需要五年多的时间 ,才算真正准备好。”

南非另外一家电信运营商 Vodacom 也在建 LTE 试验网 ,不过 Vodacom 没有透露试验网的规模。CellC 首席技术官 Ron Reddick 也曾公布 ,下一代网络的演进标准是 LTE。来源 : 2011-5-10 中国通信网

[返回目录](#)

IEEE 新建工作组开发 100GB 以上以太网标准

据国外媒体报道 , IEEE (电气电子工程师学会) 周一组建一个新的工作组探索新兴的每秒 40GB 和每秒 100GB 以太网工作组合并之后的各种版本的以太网。802.3 以太网带宽评估特别小组现在将收集来源广泛的数据并且将在 2012 年 6 月前呈报一篇报告。

到目前为止 ,至少有两个集团已经提出了完全不同的未来的以太网建议。谷歌和 Facebook 等运行大型数据中心的公司要求在 2013 年年初之前推出 Terabit (太比特) 级以太网以处理移动和视频数据的增长。组件厂商提出了更现实的建议 ,速度只有一半的每秒 400GB 的以太网。

新的特别小组的负责人 John D'Ambrosia 表示 ,你们将看到供应商与客户之间的分歧。D'Ambrosia 还是 Force10 Networks 公司首席技术官办公室的成员。

组件设计师称 ,太比特目标是不现实的。网络行业目前正在把重点放在从每秒 10GB 升级到每秒 25GB 的串口速率方面 ,把大约 16 条线路捆绑为一个网络是不现实的。

2010 年 5 月正式批准的最新的以太网标准 802.3ba 定义了 40G 和 100G 数据速率。

NYSE Euronext 公司负责通讯和网络基础设施的副总裁 Andrew Bach 也在新闻发布会上称 ,重要的是以太网标准开发要保持领先于市场的现实世界的需求 ,这样 ,网络架构就能够支持通讯量的增长 ,不用相应地增加运营成本和复杂性。来源 : 2011-5-10 赛迪网

[返回目录](#)

美第 6 大移动运营商拟年底推出 4G LTE 网络

美国第 6 大移动运营商 Cellular 宣布,计划在 2011 年底推出 4G LTE 服务,该项服务起初将面向一些特定城市开放,随后在 2012 年将进一步推广。

该公司发表声明称,4G LTE 服务推出之初,将先在一些领先市场开放,随后在 2012 年会进一步推广。总裁及 CEO 玛丽·狄龙(Mary N. Dillon)还称,“转用 Cellular 的客户届时会享受到一些独特的好处,比如像无需继续签署合约便可快速升级手机等。”来源:2011-5-9 新浪科技

[返回目录](#)

【终端】

日本最新研发人形概念手机

日本科学家日前发布一款新型人体形状的概念手机,不仅外形看起来像人,触感也好似人的皮肤。

日本国际电气通信先进技术研究所和大阪大学的研究人员组成的团体正在致力于开发这种新型的人形手机,他们给这种手机取名“Elfoid”。

科学家介绍说,这种手机的外形做成人体形状,比手掌略大。手机的外层是聚氨酯材料,摸起来像人的皮肤。科学家希望这种手机能实现如下效果:通话时,模型的嘴唇、眼睛等部位可模仿人的细微动作,以使分隔两地的通话者可以通过声音、表情、触感感受到对方,达到类似面对面交谈的效果。来源:2011-5-7 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

加拿大研究人员开发出“纸手机”

加拿大研究人员开发一种新型手机,像纸一样轻薄柔软。研究人员认为,“纸手机”可望引领下一代手机潮流,5 年至 10 年内成为市场主流产品。

触屏:可弯曲的“薄膜”

“纸手机”由加拿大女王大学研究人员开发,得到美国亚利桑那州立大学技术支持。女王大学人类媒体实验室主任罗埃尔·维特加尔 10 日将在温哥华举办的电子计算机协会 2011 人机交互会议上正式推介这一新型手机。

“纸手机”厚度堪比信用卡，重量不足苹果 iPhone 4 手机的六分之一，显示屏约长 9.4 厘米。手机采用电子墨水技术，但触摸屏不是玻璃，而是超轻薄、可弯曲的“薄膜”。这一特殊材质由亚利桑那州立大学研究人员开发。

“纸手机”不仅能拨打电话、发送短信，还能储存电子书和播放音乐等，也可谓“纸电脑”。

维特加尔说，“纸手机”更环保，耗电量更小。无人使用时，手机不消耗电量。另外，手机还很结实，“经得起捶打”。

“这一产品的外观、触感和使用方式都像一张能人机交互的小纸片，意味着用户使用时不会觉得自己握着玻璃或金属，”他说，“你把它弯成手机、扳起一角来翻页或用笔(在上面)书写，从而实现人机交互。”

售价：七千至一万美元

英国《每日邮报》5 日援引维特加尔的话说，“纸手机”可以像纸片一样摺起来或散布于桌面，显示内存资料的同时，占地大小可控，无疑向无纸化办公迈进一步。

维特加尔相信，“纸手机”将引领下一代手机潮流，5 年至 10 年内，市场上销售的手机都将有相似外观和触感。

价格是制约“纸手机”推广的一大因素。这款产品原型机造价在 7000 美元至 1 万美元之间。

不过，维特加尔认为，使用“纸手机”将是大势所趋。“它绝对会取代 iPhone，这一点毫无疑问。”来源：2011-5-7 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

全球首款结合路由器与机顶盒问世

日前，全球首款结合路由器与机顶盒的智能电视芯片系统“睿微”在南京问世，这标志着中国互联网电视系统的研发能力已经居于国际领先地位。据悉，“睿微”由高科技企业南京宏芯微电子科技有限公司开发，使用该芯片系统，将可以实现使用平板电视自由浏览互联网，观看视频与新闻，并进行互动娱乐等应用。此外，系统还在全球首次整合了视频通话和安防等功能。

目前，中国市场上的“互联网电视”采用的是集成模块，还只是停留在定向捆绑的阶段。即用户只能通过智能电视浏览几个有限的固定捆绑的视频网站，这样的互联网电视并非典型意义的互联网电视。而采用宏芯微的睿微系统，将实现在电视上自由遨游，自由浏览。

通过电视浏览互联网并进行互动娱乐正在成为全球家庭娱乐互动新潮流。据摩根大通预测，到 2013 年，拥有互联网功能的智能电视将占平板电视的 1 / 3 左右。未来 4 年，全球智能电视市场规模将达到 75 亿美元。在中国，2010 年互联网电视销售量达到 500 万台，未来智能电视每年产销将达到 1000 万台以上的量级。针对智能电视的巨大市场，国际巨头纷纷强攻。SONY、Samsung 等国际巨头，也于 2011 消费电子展(CES)上推出智能电视。

国内电视机厂商也多方涉足互联网电视。但此前的互联网智能电视，采用的是电视棒、网络机顶盒等，用户收看视频清晰度低，解码速度慢，视频经常断断续续。而宏晶微电子科技有限公司共有五项(核定)美国专利，它开发的“睿微”(RT8800 智能电视系统)，是全世界第一款结合路由与智能机顶盒功能的领先产品。这个系统集成晶片包含了 ARM CPU，多媒体视音频编解码元件，技术门槛高，基于 Linux / Android 开发，兼容性好，具有连续、流畅播放互联网高清数码片源的能力。该技术在互联网电视系统方面国际领先，在视频通讯等方面功能已经赶超智能电视巨头 Google TV 和 Apple TV。

据悉，宏晶微电子由江苏民营企业张建华先生投资，其研发团队由包括美国籍的吕忠楠博士在内的 21 名研发人员构成，团队核心成员大部分在硅谷等地有十几年到 20 多年的研发经验。睿微系统将于 2011 年下半年量产。来源：

2011-5-6 北京晨报

[返回目录](#)

联芯推出首款 TD-LTE 双模芯片 峰值速率 100Mbps

TD 终端芯片重要企业联芯科技已推出 TD-SCDMA/TD-LTE 双模基带芯片，这是业内首款该类芯片，据悉，最高可实现 100Mbps 的下载速率和 50Mbps 的上传速率，将为 TD-LTE 终端发展的总体进程提速，也吹响了 TD-SCDMA 产业向 TD-LTE 平滑演进的号角。

TD-LTE 双模芯片设计峰值下载速率 100Mbps

由于看好 TD-LTE 的未来发展前景，宣布加入 TD-LTE 芯片阵营的企业已不少，联芯科技也是其中之一。

联芯科技是 TD-SCDMA 龙头企业大唐电信集团旗下 TD 芯片公司。2010 年 10 月，以大唐电信集团为核心代表中国提交的 TD-LTE-Advance 被国际电信联盟批准为全球公认的 4G 制式标准，吹响了 TD-LTE 商用演进的集结号，联芯科技将如何推动 TD-LTE 的发展，是业界关注的焦点。

此前，从联芯科技内部已传出消息，其已研发成功首款 TD-LTE 芯片，不过，该芯片的架构和性能一直未真正披露，给人以神秘感。

据悉，联芯科技推出的是一款 TD-LTE/TD-SCDMA 双模基带芯片，型号为 LC1760，采用 MCU+DSP 双核架构，支持 TD-LTE/TD-SCDMA 自动双模单待制式，解决了 TD-SCDMA 向 TD-LTE 平滑过渡的技术难题。

该款芯片采用 65 纳米工艺，支持 TD-SCDMA/TD-LTE 双模，TD-SCDMA 双频，TD-LTE 双频，未来更可向多模扩展，支持下行 100 兆/秒、上行 50 兆/秒的数据吞吐率。

同步开发 TD-LTE 射频芯片

目前，TD-LTE 在全力推进规模试验网建设，但在终端芯片领域速度明显滞后，尤其是多模芯片更是欠缺。终端芯片滞后使得目前国内 TD-LTE 产业发展稍显失衡，这成为工信部和中移动急于解决的难题之一。

实际上，联芯科技进入 TD-LTE 芯片领域是几年前的事情了，早在 2007 年下半年，联芯科技的前身上海大唐移动已经启动 HSPA+/LTE 实验样机的可行性研究工作。随后，联芯科技还承担了国家“十一五”重大专项——“新一代宽带无线移动通信”项目相关的各类课题的研究任务，包括 LTE 技术标准、LTE 终端芯片与终端解决方案、LTE 专业测试终端的开发与产业化等。

从 2008 年开始，我国专门成立了由工信部电信研究院和中国移动为组长、副组长单位，共 31 家单位组成的 TD-LTE 工作组，全面实施 TD-LTE 测试验证，联芯科技也是其中重要的芯片企业。

联芯科技此次研发成功的 TD-LTE/TD-SCDMA 双模基带芯片将利于解决 TD-LTE 芯片短缺的难题，其 TD-LTE 和 TD-SCDMA 双模自动切换特性，填补业界双模芯片领域的空白，同时其易于向三模制式演进，将满足工信部在该方面发展步骤的要求，必将为 TD-LTE 终端发展的总体进程提速。

与此同时，据悉，联芯科技与其战略合作伙伴广晟微电子开发出 TD-LTE 射频芯片，解决了 TD-LTE 基带芯片与射频芯片的配套问题。

2011 年年中将推出数据卡参与外场测试

同时，这款业内 TD-LTE/TD-SCDMA 双模单待基带芯片也吹响了 TD-SCDMA 产业向 TD-LTE 平滑演进的号角。

最近，TD-LTE 规模试验网前期的入网测试中，只有两家芯片的身影，似乎没有联芯科技。对此，据业内人士透露，实际上，联芯、高通、中兴微电子、STE、以色列 Altair 公司都正在进行 TD-LTE 芯片测试，都将陆续进入工信部和中国移动共同组织的 TD-LTE 规模试验网测试。

据悉，联芯基带芯片 LC1760 与其战略合作伙伴广晟微电子的 TD-LTE/TD-SCDMA 射频芯片 RS3012 构成完整的 TD-LTE/TD-SCDMA 双模终端解决方案。基于此，联芯科技将支持终端厂家于 2011 年年中推出数据卡参加 TD-LTE 规模技术试验。

根据各厂商透露的消息，已经进入规模技术试验网测试的几个厂商多数已完成首次 TD-LTE 呼叫，而普天等几家厂商也即将进入建网和测试阶段。按照计划，所有的 11 家厂商均将参与规模技术试验网测试。来源：2011-5-10 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

FCC 要求大型运营商开放数据网络

美国联邦通信委员会(FCC)于 4 月 6 日以 3 票支持、2 票反对通过了一项数据漫游条例，要求大型移动运营商在小型移动运营商没有网络覆盖的区域向其开放自己的数据网络，从而使用户能在美国全境使用智能手机连接到互联网。同时新规定还要求大型移动运营商提供合理的接入价格。FCC 称将会惩罚拖延交易或“进行恶意谈判”的公司。

FCC 主席朱利叶斯·格纳考斯基称：“协议框架将会促进移动宽领域的投资并推动竞争。这将保证美国农村和城市用户都可以使用手机打电话或使用数据服务，如电子邮件和移动应用程序。”

在年度报告中，FCC 首次提出无线行业的竞争性不够充分，因此规模较小的运营商以此为由反对美国第二大移动运营商 AT&T 收购德国电信旗下的 T-Mobile 美国公司。新的数据漫游条例被视为 FCC 对 AT&T 和 Verizon 无线两大巨头市场主导地位日渐巩固做出的反应。一个月前，AT&T 刚刚公布了收购美国第四大移动运营商 T-Mobile 的交易。

现行的语音漫游条例已经允许地区性移动运营商使用全国性电信运营商的网络为用户提供语音漫游服务。但是小型移动运营商表示，随着使用智能手机的用户增加，用户使用手机不再仅仅是为了进行通话，还会发送图片、在线观看视频并下载移动应用，因此他们同样需要提供数据漫游服务。地区性移动运营商 Cellular South 提出，它们在与国内主要运营商的竞争中处于劣势，因为它们不能在全国范围内为用户提供互联网连接。

新规定遭到 AT&T 和 Verizon 的反对，这两家公司表示，新规定将打击其投资高速移动网络的积极性。美国第一大移动运营商 Verizon 无线称，FCC 并没有管理 ISP 的权利。而新规定的受益者，美国第三大移动运营商 Sprint Nextel 负

责政府事务的高级副总裁万尼亚·麦卡恩则称：“FCC 采取的行动对于促进竞争、创造公平的竞争环境是十分关键的。”来源：2011-5-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中外多家运营商联合力推 TD-LTE 发展

近日，由中国移动、印度 Bharti、日本软银等多家国际运营商发起成立的 TD-LTE 全球发展倡议(GTI)，在广州举办了第一次研讨会，表明我国主导的 TD-LTE 进入全球运营商联合推动产业发展的新阶段。

此次研讨会的举办是 GTI 成立之后的首次会议。来自亚洲、欧洲、美洲和大洋洲的 22 家国际运营商参加了本次研讨会，他们希望产业加速发展，以便抓住机遇，尽快部署 TD-LTE 网络。会议确定了 GTI 的工作章程和工作计划，分享了彼此在技术标准、终端芯片产品、测试和认证等方面的研发经验与需求，并与产业重点探讨了当前发展中的关键问题。在本次会议中，华为、中兴、大唐、上海贝尔、海思、创毅视讯等国内系统设备和终端芯片厂家向国际运营商介绍了 TD-LTE 的产品路标以及关键技术解决方案，全面展示了中国企业在 TD-LTE 方面的研发成果和优势。

会议期间，在广州 TD-LTE 规模试验室内和室外环境中，与会运营商代表体验了 TD-LTE 无线数据卡高速上网服务。TD-LTE 连续稳定的高速上网性能，增强了国际运营商进行 TD-LTE 商用部署的信心。GTI 第一次研讨会的顺利召开，也充分体现了国际运营商联合起来，共同推动 TD-LTE 尽快成熟商用，并在全球范围得到更广泛的部署和应用的理念与目标，成为 GTI 发展的重要里程碑。

采访手记

2 月 14 日，在西班牙巴塞罗那 GSMA 世界移动通信大会上，中国移动联合多家国际运营商一起，发起成立了 TD-LTE 全球发展倡议(GTI)。近日，GTI 的首次研讨会在广州举行，22 家国际运营商齐聚羊城，共谋 TD-LTE 未来的发展。

是什么原因让这些国际运营商选择了 TD-LTE？美国 Clearwire 的技术代表表示：“产业链生态环境和低成本的运作是我们选择 TD-LTE 的最重要的原因，当全球运营商共同推进这项技术成熟时，就会有越来越多的运营商参与进来，国际化进程的加速势必会带来成本下降和规模扩大。”当被问及在 TD-LTE 的推进部署中，中国的态度将起到什么样的作用、这些国际运营商是否已经开始部署本国 TD-LTE 商用计划时，芬兰 Datame 的代表认为，中国是推动 LTE 发展的重要力量，如果中国率先使用，将会对全球化推进起到重大的拉动作用；菲律宾

Belltel 的首席技术官也同样认为，中国至关重要，如果中国或者印度这样的大国率先使用，将会使成本大幅度降低。但当谈及本国 TD-LTE 商用计划时，各家运营商表现出了不同的态度，芬兰、菲律宾和美国的运营商代表都认为，本国的 LTE 推进首先要看中国或者印度的部署，如果中国不能商用，那么他们也将采取暂时观望甚至等待的举措，但如果 LTE 长时间不能在中国商用，这些运营商表示将不得不考虑别的 4G 网络。而日本软银的态度则明显不同，软银公司已经成立了专门的 TDD 公司(WCP)，不论中国能否在短时间内商用 LTE，日本的 TDD 技术都将在 2011 年年底开始商用。

会后，中国移动研究院副院长黄宇红表示，一个包括设备、芯片、终端、仪表、天线等在内的健壮的国际化产业链已经逐步成形。目前，中国移动已与 9 家运营商签署 TD-LTE 合作协议，推动全球建成或即将建成 29 个 TD-LTE 试验网。日本、印度、波兰和丹麦等国的运营商已经明确了 TD-LTE 的商用计划，2011 年将成为我国主导的 TD-LTE 技术的商用元年。来源：2011-5-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

11 家设备商参加 TD-LTE 试验网 共建 1210 个基站

针对备受关注的我国 TD-LTE 规模技术试验，业内咨询公司的报告透露，目前基站已经进入实质性建设阶段，11 家 TD-LTE 系统设备厂商将全部参加，而不是之前传闻的 7 家，总共将建设 1100 个宏基站和 110 个微基站，加起来为 1210 个基站。

11 家系统设备厂商均将参加

据悉，截止 4 月底，中国移动携手华为已在深圳打通 TD-LTE 规模实验网首个电话之，同时，中国移动与爱立信在深圳、与中兴在广州、与大唐在南京也都完成了规模实验网的第一批基站部署和 TD-LTE 的无线连接。

不过，业内咨询公司“三电咨询”于 5 月 2 日晚间发布报告则称，所有参加了工信部北京顺义外场测试的 11 个系统设备厂商均将参加规模技术试验网建设，这使得 TD-LTE 规模技术试验比预想的还要大。

此次 TD-LTE 规模技术试验引发了业界的高度关注。实际上，TD-LTE 测试验证分为概念验证、研发技术试验、规模技术试验三个阶段。

之前在研发技术阶段，总共有 11 个厂商参加了前期在顺义的测试，华为、中兴、大唐、诺基亚西门子、上海贝尔、摩托罗拉、爱立信、普天、烽火、新邮通、三星。在芯片厂商中选择了海思、创毅视讯 2 家作为测试芯片。

关于到底多少家系统设备厂商参加 TD-LTE 规模技术试验，之前的报道是有 7 家厂商通过测试，开始建设，三电咨询的报告透露，实际情况是，所有参加了工信部北京顺义外场测试的 11 个系统设备厂商均将参加规模技术试验网建设，除了厦门外，每个试点城市由两家厂商承建；由于只有 11 个系统设备厂商，因此，厦门只由一个系统设备厂商(摩托罗拉)承建。

各厂商进入技术规模试验阶段时间有先后

为何之前报道称只有 7 家系统设备厂商参加 TD-LTE 试验网建设？据悉，主要是因为各厂商通过测试的时间不同，在工信部电信研究院组织的前期芯片测试中，由于只有海思和创毅视讯两种芯片可提供给系统设备厂商进行互操作测试，因此，导致系统设备厂商需要排队测试，完成时间有先后，因此，进入技术规模试验阶段的时间也有先后。

截至 4 月，在 TD-LTE 研发技术试验中，华为、中兴、大唐、诺基亚西门子、上海贝尔、摩托罗拉、爱立信、普天 8 家已完成单系统室内测试，海思、创毅视讯 2 家已完成芯片测试，前 7 家系统与 2 家芯片已完成互操作测试，实现了“ 7×2 ”，总计完成超过 3600 个测试用例。

目前，普天、新邮通正在进行与芯片的互操作测试，这两家厂商在测试中表现不错。完成上述阶段测试内容并满足要求后，也将进入规模技术试验。而其余还有两家系统厂商(烽火和三星)也终究将通过芯片测试和互操作测试，进入到规模技术测试阶段。

也就是说，各系统设备厂商均将参与 TD-LTE 试验网建设，只是时间先后不同而已。按照要求，在 TD-LTE 研发技术试验中完成两家系统、两家芯片测试以及两家系统与两家芯片互操作测试(即“ 2×2 ”测试)，有关系统和芯片则可进入规模技术试验，其余厂商在满足同等要求时也陆续进入规模技术试验。

11 个厂商每家建 100 个宏基站

据悉，本次测试的阶段性目标是，在 2011 年 6 月底之前完成 TD-LTE 第一阶段，各厂家建设 100 个室外宏基站，为 TD-LTE 规模实验测试工作奠定好网络基础。

三电咨询的报告披露，每个系统设备厂商将承建 100 个宏基站和 10 个微基站，如此推算，11 个系统设备厂商将总共建设 1100 个宏基站，如果算上 110 个微基站的话，本期 TD-LTE 规模技术试验将建设总共 1210 个基站。

另外，之前的报道称，各厂商每个承建一个城市的 TD 试验网。实际情况是除厦门外，每个城市都有两个厂商承建 TD-LTE 网络，厦门由于城市规模小，且总共只有 11 个系统设备商，因此，厦门只有 1 个厂商承建网络。

本次 TD-LTE 规模测试安排了上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门六个城市进行规模技术试验的网络建设，在北京只是建设一个演示网络，北京演示网络的基站数可不计算在内。

另外，据悉，按照规划，中国移动将于近期开始启动 TD-LTE 终端各阶段招标工作，招标的终端将严格配合终端规模试验的要求，具体来说，第一阶段终端以 TD-LTE 单模终端为主，重点提升单模芯片功能完善、性能稳定等；第二阶段要求所有终端支持 TDD/FDD 共模，促进 TDD/FDD 兼容 2/3G 共模。来源：

2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

一季度全球手机出货量超 3.5 亿

据调研公司 Strategy Analytics 最新研究报告显示，2011 年一季度全球手机出货量增长 17%，超过 3.5 亿部。该报告预计，2011 年全年四个季度，手机出货量都将超过 3 亿部，这将是历史以来首次出现的现象。

在此背景下，国产手机品牌的表现可圈可点。但也必须注意到，国产手机厂商们需戒除部分追求短期利益的浮躁心理，加强自身品牌建设，才能为将来的腾飞积聚更深厚的能量。

全球手机出货量继续飙升

其实，对于一季度全球手机出货量增长，业内人士分析认为，这主要源于新兴市场的强劲需求，无论是智能手机还是 SIM 卡手机均受欢迎。同样，这种分析结果也得到了 IDC 的认可。自从 2010 年以来，新兴市场对手机出货量的重要性即已显现。因为在欧洲和北美的成熟市场里，手机销量的波动性正在逐渐变小，反映出市场空间在不断压缩。

具体来看手机厂商，其中也有了新变化。Strategy Analytics 的数据显示，2011 年一季度苹果表现抢眼，相比 2010 年一季度 2.9% 的市场份额，现在已经攀升至 5.3%，这也预示着苹果手机出货量排名挤进全球前四。

此外，值得关注的是国内中兴通讯也取得了不俗的成绩，其全球市场份额已由 2.9% 提升至 4.3%。但并非所有手机厂商都能开心起来，诺基亚、三星、LG 的手机市场份额均出现下滑的态势。

而进一步的分析发现，苹果仅仅依靠一款手机产品即取得如此佳绩，这在一定程度上说明，智能手机对手机厂商而言，拥有诸多可待挖掘的潜力。IDC 近期发表调查报告指出，2011 年全球智能手机出货量将超过 4.5 亿。而在 2010 年，全球智能手机全年销量为 3 亿部左右，已经比 2009 年的 1.7 亿部增长 74.4%，甚至达到了 2008 年的两倍。

国产品牌强势搅动手机市场

从上面的数据可以看出，国产手机品牌也开始在世界面前有了不少亮眼的表现。比如，中兴占据全球第五的位置，市场份额提升至 4.3%。

另外，宏达电在智能手机领域也搅得风生水起。据市场调研公司 NPD Group 报告称，2010 年第四季度，宏达电超过苹果成为美国市场第一大智能手机厂商。NPD Group 报告显示，宏达电在美国智能手机市场上的份额超过 20%，RIM 和苹果下滑至 19%，摩托罗拉以 16% 的市场份额排在第四位。近期宏达电再传出好消息，目前宏达电的市值首次超过诺基亚和 RIM。据了解，宏达电当前的市值约为 338.8 亿美元，诺基亚约为 328.4 亿美元，RIM 为 285 亿美元。

在其他手机市场，华为、TCL 等国产品牌同样表现不俗。据统计，2010 年华为智能手机出货量超过 300 万部，在全球 Android 智能手机市场上排第五位；TCL 手机销量达到 3622 万台，同比增长 125%，排名跻身全球市场第七位。

当然，以上主要谈到的是国产品牌在智能手机方面的优异成绩。其实，在功能手机方面，国产品牌也不乏崛起的机遇。由于部分国外品牌放弃对全球市场份额的追求，它们转而集中精力，全身心地投入到智能手机市场，尤其是高端市场。如此一来，国产品牌进攻低价手机市场便卸去不少阻力。为了迎合低价市场的消费者，国产品牌推出一些价格低廉的功能手机，以及一些性价比可观的智能手机，不断从细微之处分羹全球市场。目前，华为、中兴以及 TCL 等厂商在国内与印度市场都占据较为有利的位置。

据悉，我国手机每月出货量超过 100 万的公司，已经有 30 多家。另外，扬讯科技 CEO 严靖发表讲话时指出，在手机芯片数据获悉，中国已经占到全世界 70% 的手机生产。以上种种迹象表明，由于我国手机把握住了技术发展的前沿，现在已经成为全球手机产业一个不可忽视的部分。

国产手机腾飞之前需要收心

总的来说，国产手机品牌近几年表现抢眼，这是一件让人又喜又忧的事情。喜的是，一直以来，国产手机在智能手机市场都处下风，到如今，国产手机品牌借力 Android 操作系统成功上位，为将来的进一步发展奠定了良好的开端。忧的是，国产手机的品牌竞争力仍显弱势，尚难以与国外品牌抗衡，如果这个问题解决得不好，预计将成为国产品牌腾飞的掣肘。

近期中国电信集团公司总经理王晓初同样指出了这个国产手机的软肋，他表示，国产品牌在打造品牌和提高销量方面还需努力，并指出这需要产品稳定、价格合理、长期宣传等综合因素共同推进。正因为喜忧并存，预示着机遇与挑战都摆在眼前。要想在下一步的发展再次夺得先机，国产手机品牌更应该收心沉潜，为未来的腾飞积聚更多的能量。

业内人士认为，国产手机首先要从代工向品牌转变，可以学习宏达电。截至2010年底，宏达电应经成为全球第四大智能手机厂商，其手机出货量占据全球Android手机市场的45%。宏达电的起步虽然是从代工起步的，但是即便在代工过程中，宏达电也在着力刻上自身的烙印。如今，宏达电对品牌内涵进行深层次的思索，未来将打造全新的品牌形象“quietly brilliant □低调卓越□”。

其次，从模仿向超越转变。作为市场的后来者，模仿是一条捷径，但是如果一直停留在模仿的水平，是永远无法取得突破的。令人纠结的是，国内的白牌与正规厂商的手机均或多或少存在这个问题。一方面这是因为国产品牌实力不济，退而求其次也情有可原，另一方面模仿的结果是国产手机品牌无视特定消费人群的消费习惯。

最后，从浮躁向沉潜转变。可以说，当前手机厂商的竞争是品牌的竞争，谁拥有品牌，谁就能获得品牌溢价、长期赢利。但国内手机厂商目前还存在一些短视行为，比如单纯追求利润，或者追求市场份额。国外许多厂商已经在收缩战线，专攻一点，我国的手机厂商更应该看到这一点，把产品质量、售后服务做上去，同时把急功近利的赢利心思去掉，未来的腾飞才有期待。来源：2011-5-5 通信信息报

[返回目录](#)

LTE 移动设备用户数量年底将达 1600 万

市场研究机构 ABI Research 发布的最新研究报告显示，随着 2011 年第二季度的到来，LTE 网络正开始呈现急剧上升的势头，目前已有 12 个国家推出了商用 LTE 服务，到 2011 年年底，全球 LTE 网络用户数量有望达到 1600 万；到 2014 年，LTE 移动设备的出货量将突破 2.05 亿。

一系列商业模式均支持 LTE 服务。在德国，移动运营商 T-Mobile 在 xDSL 固定宽带服务受限的地区推出了名为“Call&Surf Via Funk”的 LTE 服务，每月资费为 53 美元。终端用户只需配备固定电话线和 LTE 连接，通过华为生产的无线路由器即可实现最高达 3 Mbps 的下载速度。

日本移动运营商 NTT DoCoMo 的 LTE 服务“ Xi” 可以让客户在东京、名古屋和大阪等地区享受高宽带速度，该公司通过 1000 个基站覆盖全国 7% 的人口。NTT DoCoMo 的目标是，到 2014 年，布建 35,000 个基站，覆盖 70% 的人口，每月资费为 12 美元至 79 美元。

在这一早期阶段，成熟市场不仅在布建 LTE 网络，新兴市场也在从事这项工作。北欧电信巨头 Telia Sonera 公司已经开始推出覆盖整个乌兹别克斯坦的 LTE 服务。乌兹别克移动运营商 UCell 在 2010 年 7 月获得了 4G 牌照，中兴公司帮助该公司推出覆盖其 540 万用户的 4G LTE 网络，每月资费为 50 美元。

LTE 成功的一个关键因素是 LTE 智能手机。ABI Research 研究部门主管菲尔·索利斯(Phil Solis)说：“由于智能手机的性能，向 4G 技术的过渡不同于向 3G 技术的过渡。在美国，由于 4G 智能手机广告铺天盖地的宣传，人们非常希望自己的智能手机具有 4G 网络连接功能。Sprint 推出 WiMax 智能手机的成功案例表明，Verizon 和 AT&T 2011 年通过 LTE 智能手机也能取得相当的成功。”。

ABI Research 副总裁杰克·桑德斯(Jake Saunders)表示：“据 ABI Research 预测，2011 年年底将会有 1600 万用户使用 LTE 移动设备。”2011 年 3 月，全球移动供应商协会发布的报告显示，当时已有 100 款可接入 LTE 网络的设备，其中智能手机和媒体平板产品只占 13%，但这些设备的产量将不断攀升。到 2014 年，LTE 移动设备的出货量将突破 2.05 亿，其中手机将占 72%。来源：2011-5-5 新浪科技

[返回目录](#)

2011 年手机应用销售收入或达 38 亿美元

市场研究公司 iSuppli 预计，苹果、谷歌及其他智能手机操作系统厂商 2011 年的手机应用销售收入可能达到 38 亿美元。

iSuppli 预计，苹果、谷歌、诺基亚和 RIM 2011 年的应用商店销售额将比 2010 年的 21 亿美元增长 78%，达到 38 亿美元。到 2014 年，这一数字可能达到 83 亿美元。

尽管谷歌应用商店的增长速度更快，但苹果作为手机应用产业的先驱，仍然占据应用销售收入的四分之三强。iSuppli 预计，受 iPhone 和 iPad 热销的拉动，苹果应用商店 App Store 2011 年将带来 29.1 亿美元的收入，比 2010 年增长 63%。谷歌 Android 应用商店也将增长近 3 倍，销售收入可达 4.254 亿美元，成为全球第二大应用商店。

应用销售额的快速增长，正促使时代华纳、迪士尼、新闻集团和纽约时报公司等企业开始为智能手机和平板电脑定制内容。应用市场还孕育了许多大获成功的创业公司，如《愤怒的小鸟》开发商 Rovio Mobile。今天早些时候，EA 宣布收购澳大利亚手机游戏厂商 Firemint，后者的作品包括《Flight Control》和《Real Racing》。

iSuppli 预计，到 2011 年年底，手机应用累计下载量将达到 181 亿次，而在 2009 年和 2010 年，这一数字分别为 31 亿和 95 亿次。来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

报告称 2015 年全球 5 亿人使用移动设备支付

市场调研机构 Juniper Research 最新研究报告显示，到 2015 年，全球将有 5 亿用户通过移动设备购买旅行机票、地铁票与公交票。

报告指出，在公共场所使用移动支付目前主要集中在日本，并快速向欧洲以及其他市场蔓延，用户数也将从 2010 年 1 亿激增到 2015 年的 5 亿。而近场通信(NFC)和移动条码将帮助这一应用快速普及。

事实上，欧洲许多城市的地铁站已经安装了非接触式移动支付系统，如斯德哥尔摩和布拉格，它可与许多较新的智能手机实现移动支付。

juniper 认为，随着市政当局开始逐步开放非接触式支付系统，预计近场通信车票的使用将从 2013 年开始大幅增加。

除近场通信(NFC)外，移动条形码也得到了广泛应用，在火车、飞机上，移动条形码不仅提供了机票信息，还提供了相关的票务优惠，而这种应用也在全球得到推广。

“无论是短信/条形码票务的扩张或是近场通信的增加，用户的便利和选择才是移动票务的主要优势。2013 年，人们开始大量使用近场通信设备，而目前我们的报告预测的是对交易量的影响。”

“不管是通过短信和条形码交货或 NFC 的扩大，我们看到在瞻博作为移动票务的主要优点和方便用户选择，”霍华德说，报告的作者威尔考克斯。然而，他告诫说，“这将是 2013 年之前大量 NFC 技术的设备在人们的口袋中。”《运输市场移动票务》报告的作者霍华德·威尔科克斯(Howard Wilcox)说。

报告还指出，2015 年，西欧、远东以及中国将成为移动票务发展最快的市场。来源：2011-5-4 通信产业网

[返回目录](#)

一季度 Android 已占据智能手机市场 35%份额

市场研究公司 Canalsys 周四表示，2011 年第一季度，谷歌 Android 操作系统已在智能手机市场占据 35% 的份额，对诺基亚的领先优势进一步扩大。

谷歌免费向手机厂商提供 Android 系统。这一开源平台发展迅速，接连超越诺基亚和苹果的智能机操作系统。过去几年间，谷歌和苹果在智能机市场掀起革命，不断攻城略地，昔日霸主诺基亚则节节败退，市场份额不断萎缩。

目前，HTC、三星、索爱、摩托罗拉和 LG 等手机巨头已经全面拥抱 Android 平台，力图在迅速增长的智能机市场中占据更强势的地位。Canalsys 的数据显示，2011 年第一季度，智能机市场的规模已达 1.01 亿部，同比增长 83%。

Android 系统的市场份额从一年前的不足 10% 飙升至 35%，成为第一大智能机操作系统。诺基亚的市场份额则从 2010 年同期的 45% 下滑至 26%。

2010 年第四季度，Canalsys 已将 Android 视为市场份额最高的智能机操作系统；但在当时，它的领先优势并不明显，许多分析师仍认为诺基亚的塞班平台占据市场主导地位。

为扭转在智能机市场的颓势，诺基亚 2011 年 2 月与微软达成战略合作协议，全面转向 Windows Phone 平台。Canalsys 认为，此举进一步削弱了诺基亚在移动运营商合约模式中的影响力。2011 年第一季度，诺基亚在西欧市场的智能机销量同比下滑 20%。

另一方面，诺基亚搭载 Windows Phone 系统的新款机型最早要到 2011 年年底才能上市。而 Windows Phone 系统迟迟无法得到诺基亚的扶持，出货量依旧惨淡。

Canalsys 的数据显示，2011 年第一季度，搭载三星自主研发的 Bada 操作系统的智能机的出货量约为 350 万部，比 Windows Phone 智能机的销量高 100 万部以上。Canalsys 称：“三星自主研发操作系统，并对中端定位的 Wave 系列智能机进行推广和投资，在法国、英国和德国等发达国家市场获得好评。”来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

数据流量管理成为 3G 发展问题

“要努力把数据流量收入作为新的增长点！”这是中国移动董事长王建宙 4 月底在河北公司调研时提出的要求，也是他再次重申数据业务流量精细化管理的

重要性。而早在 2010 年下半年，中国电信总经理王晓初就曾表示：“在做好做精网络基础设施的同时，聚焦移动互联网流量经营。”如何科学地管理移动互联网数据流量，这是 3G 大发展后遇到的一个问题，也已成为运营商当家人共同关注的经营重点。

在 3G 发展初期，“更快”、“更好”等用于比较的词汇常常用于描述 3G 网络和业务的先进性。的确，3G 网络比 GSM 网络的上网速度更快，可实现更丰富多彩的 3G 业务。2010 年，随着用户规模的发展，以 3G 网络数据流量为主体的移动互联网数据流量呈爆发式增长，大多数地区的数据流量同比翻番，少数地区同比增长甚至超过 500%。这样的发展速度是可喜的，这说明在 3G 时代，数据业务发展形势大好，用户不再单一依赖于话音业务。但同时运营商也担忧，数据流量的井喷式增长，万一造成网络拥塞甚至瘫痪，将会严重影响用户体验，一旦形成负面的口碑效应，将对公司品牌形象造成难以弥补的损失。

通过 3G 核心网络的升级演进，提高其承载能力，是运营商的第一选择。如中国联通近来在国内多个城市部署网络速率达 21Mbps 的 HSPA+网络，以此来进一步提升 WCDMA 网络的带宽能力。中国移动在 3 月曾宣布，中国移动已在上海、厦门、北京等 7 个城市建设 TD-LTE 规模试验网，并争取在 2012 年第二季度达到试商用水平。此外，为了避免 3G 网络出现大面积拥塞的状况，三大运营商纷纷选择了为网络“分流”。中国电信、中国移动、中国联通自 2010 年以来就加大力度进行 3G 网络优化，并全力部署 WLAN 或 Wi-Fi，以期提升 3G 网络的覆盖质量，减轻其数据流量压力。为了提升网络使用效率，运营商还千方百计创新管理模式。如内蒙古电信就以 EVDO 流量监控为主线，通过平台采集到的数据进行网络分析和业务分析，开展流量经营，有效提升了用户感知，使网络效益最大化，成功实现了“灰色管道”向“彩色管道”的转变。

对运营商而言，移动网络承载能力有限，移动互联网数据流量显得“过剩”。而站在用户的角度来看，移动互联网流量则呈现出个体差异性，有的“很不够用”，有的“经常用不完”。数据流量“不够用”的用户，完全可以根据自己的移动终端上网使用情况，选择更高档位的数据业务套餐。而对于已经选择某档位套餐，对应数据流量却又“用不完”的用户，运营商也在尝试创新的人性化管理模式。如中国联通在浙江就推出了“数据副卡”业务试商用，该业务专为联通用户充分使用套餐内数据流量而开发，手机使用不完的流量，可以通过副卡在笔记本电脑、平板电脑等终端上使用，这样用户的套餐资源就得到了充分利用。

两年多来，运营商已经在 3G 网络建设、市场推广等方面投入了庞大的资金，而移动互联网也正在给运营商带来可观的回报。如中国移动 2010 年的移动互联网业务收入超过 300 亿元，同比增长近 50%；中国联通的 3G 业务收入当中，以

移动互联网业务为主的非话音业务收入已经超过话音业务收入。传统的通信产业链正在受到来自应用商店等商业模式的挑战，通信产业的价值链也在发生改变，在今后相当长一段时间，运营商仍需做好“智能管道”，真正实现移动互联网流量的精细化管理。来源：2011-5-6 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

手机支付两账户难统一：需运营商引导

近期，一位使用移动手机支付业务的移动用户因购买火车票时不能直接用话费转手机支付而在微博中抱怨，这位用户表示，“五一定火车票，开通了手机支付，之前没说清楚手机支付必须要用网银充值，话费是不能转过来的，于是想着话费比较方便，就存了话费，结果，再打电话告知必须营业厅或者网银。手机支付只能存话费，话费不能转手机支付，那这和普通支付宝之类的有啥区别！还叫什么手机支付！”

这位用户的抱怨代表了在目前手机支付业务话费手机支付两个独立账户的情况下用户的呼声。尽管有用户的需求，但话费与手机支付两个账户统一面临着用户安全、话费折扣以及银联与电信运营商的利益博弈等诸多问题。而在短期内，这个问题难以解决。尽管在移动电子商务试点的湖南，被传两个账户已经统一，但记者咨询业务得到的答复依然是“话费不能转手机支付”。

手机支付现状

手机支付作为一项运营商探索互联网领域的新兴业务，得到三大运营商的重视。目前，运营商手机支付业务的模式有两种：一是远程支付，即客户通过短信、WAP、互联网等接入方式，使用手机支付账户完成消费购买的服务。在这种模式下，运营商为每个用户在后台设立了一个支付账户，用户开通激活后，将钱存入该账户即可通过互联网、WAP(手机上网)、短信、语音 IVR 等非面对面的方式进行购买或支付。此种模式下用户的话费不能转入手机支付账户。二是现场支付，即手机钱包，是指用户持手机在 POS 机上进行刷机消费的业务。在这种模式下，用户必须更换一张运营商特定的卡，才能进行相应操作。

目前，目前手机支付业务的发展集中在第一种模式，北京移动一位工作人员告诉记者，“手机钱包的业务现在用得比较少。因为手机钱包业务需要更换 RFIDSIM 卡，这种卡比一般的 SIM 卡要厚，而且要收 150 元的卡费。”除了换卡、换终端的“麻烦”外，使用手机钱包业务的消费选择少也是问题之一，消费范围只限定在与运营商有合作关系的特定商业范围。北京移动工作人员表示，目前在北京使用手机钱包还不能刷公交卡。

因此，远程支付作为运营商推广手机支付业务的重点，地方运营商纷纷推出以赠送话费等促销活动吸引用户开通手机支付业务。例如北京移动，针对已开通手机支付业务的客户，通过网站渠道使用手机支付账户缴话费后即可获得唯一链接，将该链接推荐好友进行手机支付缴话费，就可参加手机支付缴话费推荐有礼专项营销活动，赢取 10 元充值卡。黑龙江移动也推出了使用手机支付享受商家打折优惠以及赢取话费的促销活动。黑龙江移动一位工作人员告诉记者，目前推广手机支付业务主要目的是通过优惠促销活动培养用户的使用习惯。“毕竟对大多数用户而言，手机支付还是个新业务。”

用户也分为粘性用户和潜在用户。一般是经常使用支付宝之类的网上购物者，这类用户体验到手机支付的方便快捷，一位用户表示，“最近用 6 折的价格在手机支付官网里面买了 200 元的手机支付红包，然后通过“京东商城”消费了一个 198 元的物品。仔细算了下省了 79 元。大家可以去营业厅办理手机支付，然后在支付账户里面充值，再去官网里面购买红包即可。”

另一类用户是有需求，但需求更远，希望能手机账户直接转款，即两个账户统一。

难以普及的原因

话费转手机支付账户的问题，目前难以放开。原因一是在于话费通常都是打折的，而支付的钱是实实在在的人民币，故此两个账户是分开的；二是涉及到银联与运营商的谈判，也就是利益问题。

而对于运营商而言，在目前的管理办法下，账户统一的动力并不大。一位东部移动数据业务工作人员告诉记者，目前手机支付业务的规模并不大，而要统一两个账户涉及到折扣话费的管理以及系统对接等问题，比较麻烦。福建移动数据部互联网经理张潮在微博中表示，不只是折扣话费的问题，移动给代理商的充值卡折扣价在 98.5% 这样，如果直接允许充的话，那会存在大量代理商买了几百万的充值卡充如手机支付套利的行为。故此怎么用充值卡充手机支付，还是给很棘手的问题。而后台的系统对接也是影响两个账户统一的问题之一。

另外张潮还透露 话费转手机支付账户的问题，在湖南已经开始做了，相信很快就会统一起来，有个换算的方法即可。记者致电湖南移动客服咨询手机支付业务，工作人员告诉记者目前话费并不能转手机支付，两个账户还是分开的。

除了运营商的话费管理以及系统对接问题外，运营商与银联的利益博弈也是很大的障碍。工业和信息化部电信研究院泰尔业务管理所研究员卢玥在接受《通信产业报》(网)记者采访时表示，运营商没有从事金融业务的资质，如果运营商做支付，就涉及到金融领域原有参与者的利益了。所以手机话费直接支付的这个

短期很难放开，这是金融领域与运营商的博弈。一位业内人士表示，“一旦放开，用户都将钱存入话费账户，肯定影响到银行的业务。”

此外，安全问题也是难题之一，如果手机丢失，目前运营商主要采取语音或者网站挂失，以翼支付挂失为例，挂失后手机号码的通信功能暂停，在早上 8：30-晚上 20：30 期间，由 10000 对用户的支付账户进行冻结，冻结后翼支付账户就不可继续刷卡消费。用户在晚上 20：30 以后到早上 8：30 期间拨打 10000 挂失卡，10000 号座席需要在第二天 8：30 后为用户进行账户冻结操作。而这种方式并不能保证用户的账户安全。

随着移动互联网以及网购的发展，目前手机支付潜力巨大，在话费账户与手机支付账户没有统一的情况下，依然有巨大的市场。运营商要做的培养用户使用习惯，提供更好的服务。来源：2011-5-9 通信产业网

[返回目录](#)

调查显示锁定运营商的手机让用户损失不小

英国市场研究公司 YouGov 发布的一项调查结果显示，超过 50% 的英国手机用户无法获得最经济的使用合约，因为他们的手机被锁定为某一特定运营商。

该调查结果显示，55% 的英国手机用户约 2500 万人购买的是被锁定的手机，即不允许自由转网。28% 不清楚这种锁定是否合法，另有 30% 错误地认为锁定只是为了防止手机被盗。

解除锁定是合法的，但一些移动运营商要求用户为此而支付 17 英镑(约合 28 美元)，而 57% 的用户认为运营商应该为用户免费解锁，66% 的用户表示在购买手机时运营商就应该提供相关信息。

调查结果还显示，62% 的用户表示，如果可以选择将来会购买没有锁定的手机。业内人士迈克·费尔曼(Mike Fairman)称：“这种锁定手机严重影响了消费者选择最佳话费套餐的能力。”来源：2011-5-4 新浪科技

[返回目录](#)

塞班仍居中国智能手机市场首位 优势被蚕食

在刚刚过去的第一季度，几大手机阵营的激烈厮杀又有了新的变化。国际数据公司(IDC)数据表明，在诺基亚家门口——西欧市场，三星和苹果分别在整体手机出货量与智能手机出货量方面战胜诺基亚。不过在中国智能手机市场，诺基亚市场份额仍位列第一。

IDC 最新公布的欧洲季度手机市场跟踪调查季度报告显示，第一季度，三星成为该地区最大的手机制造商，诺基亚第二。在智能手机领域，苹果公司市场份额排在首位，诺基亚排在第二位。

分析师用“一眨眼的工夫”来形容诺基亚被竞争对手超越的境况。事实上，即便在中国市场，诺基亚的智能手机操作系统塞班的优势也在被一点点蚕食。在易观国际分析师路理彬看来，诺基亚塞班虽然暂时称雄国内智能手机操作系统市场，但随着微软和诺基亚的合作开始，塞班慢慢淡出已成定势。

目前智能手机销量增长迅猛，苹果、安卓手机最抢眼。易观数据显示，2011年第一季度国内智能手机销售总量近 2000 万部，智能手机销量市场占有率已接近 30%，无论是苹果还是安卓手机都稳健增长。

在全球手机市场，IDC 数据显示，第一季度诺基亚仍然位居首位，但市场份额从最高时期的 38.8% 下滑至 24.3%。苹果排名第二，RIM 第三，三星和 HTC 分列四五位。来源：2011-5-10 北京晨报

[返回目录](#)

研究显示全球电信业掀重组潮：押宝垂直市场

全球电信与媒体市场调研公司 Informa Telecoms & Media 日前发布最新全球调查指出，目前越来越多的电信公司正在进行重组，以培养垂直市场的专业技能。该调查显示，约有 9 成的电信公司将增加其顶线的收入赌注压在纵向联合 (Connected Verticals) 上。

在纵向联合的方式中，电信行业的创新(包括技术、制度和程序上的)能够激发效率和商业模式的转变。

据调查，60% 的电信公司正在组建垂直小组，而另有 20% 的企业正也打算这样做。能源和公用事业部门是纵向联合的两大首要目标，而健康和运输也跻身前五名。研究结果还表明，云计算、LTE 和 M2M 是起首选技术。

Informa 电信和媒体的新企业垂直研究业务负责人卡米尔·门德勒(Camille Mendler)表示：“企业垂直化脚步的急进预示着全球电信业将出现一次彻底的重新定位。企业必须改变战略，以遏止通用连接服务的收入下滑，同时对抗过多的竞争对手。”

不过，成功地执行这一策略需要的不仅仅是销售和市场营销单手段，服务于创新和商业实施的企业重组和合作也是必不可少的措施。

门德勒重点指出了包括德国电信、Orange 和 Verizon 公司在内几家带头的垂直市场运营商，以及阿尔卡特-朗讯、爱立信和 IBM 等知名供应商。来源：2011-5-10 飞象网

[返回目录](#)

仍看好 2.4G 移动支付前景 国民技术坚走非标路线

近日，国内最大的 USBKEY 安全芯片供应商国民技术举行了业绩说明会，公司总经理孙迎彤就年报和一季报业绩进行了深入分析，并与 30 余名机构投资者就市场关注的热点问题展开了热烈讨论。

国民技术一季报显示，期内公司营收和净利润同比分别下降 8.98% 和 27.16%，市场对此质疑颇多。孙迎彤在业绩说明会上坦承，受累于移动支付，公司一季度业绩同比有所下降，与 2010 年同期移动支付作为新兴业务所处的全面商用阶段相比，2011 年一季度则由于市场和政策的不确定因素影响而使得此领域的发展受限。

但孙迎彤强调，公司主营业务 USBKEY 主控安全芯片仍实现了较大增长，2011 年一季度的整体销售收入与 2010 年相比，差异较小；且公司从 2009 年的 338 名员工发展到目前的 600 余名员工，其经营规模的扩大和人力成本的大幅提升，都对公司业绩带来一定影响。需要指出的是，国民技术 2011 年一季度的多项业绩指标均出现了环比上升的势头，公司高层介绍，这主要得益于公司及时调整了产品规划和销售策略。

因为公司采用 2.4G 的移动支付方式，而目前移动支付联盟支持的标准是 13.56MHZ。因此，在业绩说明会上大家都非常关注 2.4G 移动支付问题。对此，孙迎彤认为，任何新技术的诞生都需要市场的接受周期，国民技术会借鉴 NFC 的经验和长处，推全新的技术，拓宽 2.4G 的应用领域，并积极与国际厂商合作，将技术更好地转化为生产力。“即使是走过 8 年时间的 NFC，除了在 NFC 发起者 SONY 所处的国家日本有较大规模应用之外，在全球的覆盖范围非常有限。NFC 推动远不如业界预期，虽有其物理缺陷使得手机的多样性丧失和时间周期超前等因不利因素，但国民技术一直在认真学习 NFC 在专利建设等方面的经验。”他如是表示。

对于 2.4G 在行业中的发展机会问题，孙迎彤坚称，2.4G 仍具备很好的发展前景，“由于智能卡的需要，13.56MHz 成为标准应是必然的，但它与 2.4G 并不是非此即彼的关系，在智能卡向手机终端的发展趋势之中，手机除支付之外还将能实现更多的增值业务。”同时，对于 2.4G 将会被运用在一些封闭式环境中



的说法，诸如校园卡、公交卡和考勤等，国民技术未作置评。他们认为，即使 2.4G 只能用在上述领域，不用于支付领域，其空间仍不会小于移动支付本身的空间，也将对社会其他领域发生大的作用。另据了解，公司正与国际知名厂商接触，尽快地增加 2.4G 技术的专利和范围，使之更好地被认识和接受，加强技术转化产品的能力。

在产品研发方向方面，孙迎彤表示，公司不希望做已经存在于市场的产品，因为当前市场需求往往代表过去，特别在 IT 行业。“好的公司绝不单纯看市场分析，更重要的是关注人的需要，任何技术的进步本质上都是解决人本身需求的问题。”此外，他还表示，国民技术会坚定地走非标路线，而不去做相对低端、毛利率低的替代产品。来源：2011-5-4 上海证券报

[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