



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. 06. 22

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 携号转网率并非越高越好

在号码携带国际高峰论坛上，美国 Neustar 全球副总裁、亚太区总裁郭骅博士表示，号码携带对于运营商而言可提升竞争能力，是促进业务创新的工具。

■ 三网融合一周年：难融难合

一句“三网融合面临夭折风险”的话语，令更多人向试点将满三年的三网融合投去审视和关注的目光。这句让业内外炸开了锅的评论，或许说得有些过头，但背后反映出的是人们对于三网融合现状的焦急和不满。

■ RIM 为何落后于竞争对手的

截至目前，RIM 还没有取得收成最好的时期。不仅营收下降，新款黑莓 Bold 9900 手机又延迟上市，RIM 联合首席执行官迈克·拉扎里迪斯(Mike Lazardis)在与投资者召开的电话会议上宣布了新的智能手机延迟上市的消息，因为新的 Bold 手机需要一个一流的处理器。

■ 苹果与诺基亚和解是聪明的选择

诺基亚终于找到一件值得庆祝的事情，该公司近日宣布与苹果之间的所有专利纠纷已经和解。根据和解协议，这两家公司将撤回各自在美国国际贸易委员会向对方提起的诉讼。苹果将对诺基亚进行一次赔偿，将来还将向诺基亚支付专利授权费。

■ 移动支付三方微妙博弈 运营商何以借势上位

移动支付已成大势，坐拥庞大用户群及便利渠道等天然优势的电信运营商要避免在此业务上沦为“低能管道”！那么，与金融机构、第三方支付企业相比，电信运营商的优势、劣势在何处？哪种方案对电信运营商最有利？电信运营商如何在跨行业合作中占据优势？在国外电信运营商所采用的模式中又有哪些可借鉴之处？

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
携号转网率并非越高越好	5
三网融合一周年：难融难合	8
RIM 是为何落后于竞争对手的	17
苹果与诺基亚和解是聪明的选择	18
移动支付三方微妙博弈 运营商何以借势上位	20
产业环境篇.....	25
【政策监管】	25
工信部任免一批司局级干部	25
FCC 考虑制定新规：打击运营商乱收费	25
联合国：各国应尽快推出国家宽带计划	26
中消协：手机厂商收集个人信息应事先告知	28
国际电信联盟称全球手机充电器 2014 年将统一	28
【国内行业环境】	29
两岸智能终端产业合作研讨会在台北举行	29
中国电信牵头成立移动互联网开放合作联盟	30
今后 5 年北京传感网产业规模将达 2000 亿元	30
我国数千亿投向无线城市群建设 广东模式蔓延	31
工信部鼓励民资进入电信业 拟建驻地网建设公司	33
国内双手机用户规模扩大 双模双待手机机遇凸显	33
【国际行业环境】	35
墨西哥处罚 5 家电信运营商	35
韩国首尔将建免费无线网络	36
法国启动 4G 频谱拍卖 底价 36 亿美元	37
西班牙频谱拍卖第二轮 11 家运营商竞逐	37
平壤掀起手机热潮：成谋生手段和炫富资本	38
传美司法部已批准谷歌 9 亿美元收购北电网络专利	38
泰国 True Online 计划 2011 年 3.5 亿美元扩建 3 万热点	39
运营竞争篇.....	40
【竞合场域】	40
全球运营商加速布局移动支付	40
三大运营商 3G 用户突破 7000 万	42

英国三大运营商将合作推广近场通信支付服务	43
运营商角力无线建设 年内互联网普及率或达 67%	44
【中国移动】	46
中移动进驻淘宝拓展电子渠道	46
TD 三模手机商用遥遥无期：成本高 LTE 更紧迫	46
【中国电信】	48
中国电信澳大利亚公司开业	48
中国电信提高 3G 定制手机标准	48
中电信加快 3G 手机“速度与激情”	49
中电信联合国代商采购 4 千万 CDMA 终端	51
2011 年 CDMA 终端销量 6000 万台 品种由多转精	52
中电信将启动新一轮 3G 手机采购 产业链万人参加	53
【中国联通】	54
北京联通与首旅结盟	54
联通新浪共同开发微博衍生品	55
宏图三胞中国联通深化战略合作	55
联通与中华电信尝试应用商店合作	56
制造跟踪篇	56
【中兴】	56
中兴通讯频获大奖	56
中兴通讯大股东套现超 12 亿元	57
俄罗斯 Sistema 将与中兴组建合资公司	58
中兴大推 CDMA 智能终端 希望 2011 年销量增 3 倍	58
【华为】	59
华为在印成立产品研发中心	59
华为向苹果和思科发起挑战	60
华为投资 50 亿元建武汉研发中心	61
华为发布新系列平板电脑 MediaPad	61
华为反驳美高官言论：增长并非依靠政府援助	62
华为 4 万员工工资普涨 11% 薪酬较国内厂商高 1/3	63
【诺基亚】	65
诺基亚免费 IM 应用上市	65
诺基亚 CEO 否认公司准备出售	65
诺基亚转型期：创新或能挽回颓势	66
诺西：Android 黑莓降低信号负载不作为	68

诺西将推新基站无线模块 功率更高性能提 40%	69
诺基亚智能手机横跨三系统 广撒网能否多捕鱼	69
诺基亚 CEO: 年底前推出首款 Windows 智能手机	71
诺基亚将公布亚洲战略: 阻止亚洲市场下滑势头	72
诺基亚份额急剧下滑销量萎缩 商户感叹大不如前	72
【其他制造商】	73
富士通进军中国高端手机市场	73
Android 手机美国市场份额遭 iPhone 蚕食	74
Android 5 月继续占据广告印象市场头名位置	75
爱立信宣布收购企业通信软件开发商 Telcordia	76
TCL 通讯完成收购固话业务 密集推 Android 手机	77
酷派将推云计算战略 手机厂商狂进军移动互联网	79
服务增值篇	80
【趋势观察】	80
四大行业巨头联手欲引领手机 Qchat 时代	80
我国通信设备商需深度开拓金砖国家市场	83
IM 工具或取代手机短信 两年内短信数量或降两成	86
【移动增值服务】	88
广东移动 WLAN 周末节假日免费	88
中移动 2012 年 TD+CMMB 终端销售瞄准 5000 万	88
【网络增值服务】	89
物联网技术步入家庭	89
京沪高铁年底将提供 WIFI 服务	90
联通沃商店创两岸电信合作先河	91
技术情报篇	92
【视频通信】	92
IPTV 发展面临带宽瓶颈限制	92
BBC 开发 iPhone 新应用 可用于现场直播	94
【电信网络】	94
长途 IP 电话争抢手机酒店生意	94
报告称无线核心网市场爱立信居首	95
高通计划 2011 年内在印度推出 LTE 网络	96
三星将为日本第二大移动运营商建设 LTE 基站	96
台湾 TD-LTE 试验网启动 中国移动提供技术支持	97

【终端】	98
国内首个手机云计算平台上线	98
谷歌下一代手机 Nexus 4G 曝光：搭载 Android 4.0	98
【运营支撑】	99
电讯盈科英国子公司明年商用 LTE	99
中国移动首个终端服务基地落户江苏	100
市场跟踪篇	101
【数据参考】	101
携号转网用户已达 5 万人	101
一季度全球光纤宽带上网增 35%	102
美国一季度智能机数据流量增长 89%	102
2011 年全球移动广告开支将增长 1 倍	103
5 月份 Android 在美国智能手机份额 53%	104
报告称 2015 年印度手机钱包用户将达 1 亿	104
【市场反馈】	105
东京手机费“全球最贵”	105
体验不足将长时间影响国内 3G 发展	106
手机支付蓝海广阔 标准未定难题重重	108
调查显示移动网络运营商存在信任危机	113
美国用户日均使用手机应用 81 分钟 超网页浏览	114

亚博聚焦

携号转网率并非越高越好

在号码携带国际高峰论坛上，美国 Neustar 全球副总裁、亚太区总裁郭骅博士表示，号码携带对于运营商而言可提升竞争能力，是促进业务创新的工具。

“从携号转网实施的情况来看，真正的目的不在于要求用户真正转网，而是鼓励运营商提升服务质量，从过去 16 年的发展状况来看，真正转网率很高的市场也不是很多，但是服务质量整个会得到提升。”

郭骅表示，转网率的高低不见得说越高越好，关键在于转网的整个竞争生态是不是趋好，整个行业的服务质量是不是提升了。“特别对于非主导的运营商来讲，有一个更透明的市场环境很重要。”

对于比较饱和成熟的市场，如果没有携号转网，运营商之间开发新业务，提升服务质量的积极性就会下降。

郭骅表示，目前全球已经有包括几乎所有发达国家在内的 63 个国家和地区开通了号码携带业务，从过去 16 年全球实施号码携带的经验看，号码携带对各国的电信产业均带来了积极的影响，通过赋予用户自由选择网络的权利，激励运营商提升网络和服务水平，推出新业务，同时，号码携带集中式数据库还能产生号码管理和流量管理等其他增值业务，在进一步为电信产业创造价值的同时帮助政府提升行业监管水平。

北美号码携带状况

早在 1997 年，美国和加拿大就开通了作为北美电信市场领先、成熟和开放标志的号码携带业务。

目前，全美电话号码(包括移动、固网以及 VoIP 运营商)超过了 3.8 亿，号码携带总量(携转次数)达到 1.8 亿，占比达到 45%。由于号码携带衍生出的一些相关业务发展迅猛。美国的业务量一直稳步发展，每月号码携带的携转量都维持在 3700 万次以上。

据美国联邦通信委员会(FCC)北美号码管理咨询委员会(NANC)委员 Rosemary Emmer 女士及加拿大号码携带联合公司(CLNPC) 总裁暨首席执行官 Jacques Sarrazin 先生介绍，十多年来，除了号码携带服务给用户体验和电信运营商的服务带来的提升以外，北美号码携带集中式数据库还产生了更多的增值服务(例如号码的回收和再分配、清算中心、码号管理、网络的升级、信令及通信连路的负载均衡等)，由此对整个北美运营商及电信产业带来的价值远远超过建设和运营携号转网系统的投入。

1997 年，FCC 正式提出要求固网运营商之间实现本地号码携带(LNP)，并随后推出了号码携带服务并制定了一系列相应的法规要求，全美分七个大区实现号码携带，建设几个大区级号码携带中心式数据库，大区内用户可以携转，并委托中立的第三方电信服务提供商 Neustar 公司来统一建设、管理和运维号码携带中心式数据库。

2003 年，FCC 将号码携带扩大到移动运营商以及移动和固网之间，至此，所有的移动运营商之间以及移动运营商和固网运营商实现号码携带。2007 年，FCC 再次扩大了号码携带的范围，要求所有运营商对 VoIP 服务开放号码携带。2009 年，FCC 随后又推出法令将号码携带(包括移动、固网和 VoIP 网络互转)的生效时间从 4 天缩短为一天。该法令规定美国的大运营商必须在 2010 年夏季结束前完成改造，而美国的地区和小运营商则必须最晚在 2011 年初之前完成。

美国号码携带的收费通常由运营商根据市场情况自主决定，一般转出运营商收取一次性的转出手续费(通常费用是 \$2-\$5)，而同时用户转入的运营商每月(通常有时限，如，最长不超过 5 年)会向用户收取一个号码转入的费用(约为\$1-\$2)以回收号码携带投入的成本。

而由号码携带衍生出的相关业务，包括 VoIP 号码管理(号码携带后号码资源的分配和回收)；利用号码携带实现的网络升级保号业务；利用号码携带对 SS7 信令链路及通信线路负载进行合理调配等。

巴西号码携带状况

对发展中国家而言，比如说巴西的电信监管机构 Anatel 从 2006 年开始酝酿实行跨运营商携号转网政策，自 2008 年 8 月开始在部分城市实行携号转网(包括固定网络和移动网络)，2009 年 3 月起开始在全国各地推广，由于运营商积极优化网络、推出新的服务和套餐，从 2007 年(号码携带实施前)到 2011 年 5 年间，巴西的移动用户总量就从 1.21 亿快速增长到了 2.1 亿，普及率从 63.6% 提升至 104%。

巴西通信行业联盟 ABR Telecom 为号码携带制定了详细的规定，其中规定运营商不可以销售捆绑合约的手机给客户，从而限制用户转网。

同时，ABR Telecom 为号码携带的实施制定了详细的方案指导及后续升级所需要的流程，并向所有行业内人士以及立法机关、监管机关等作了详尽的解释；对运营商各系统的升级和改造提出具体建议的指导意见，帮助运营商更好地了解号码携带实施后对其网络和经营决策等方方面面的影响。

巴西号码携带的处理时间从 5 天减少到 3 天，用户转网申请的处理时间是 3 个工作日并允许用户有 2 天的“犹豫期”。巴西通信管理局董事 Emilia Maria Silva Ribeiro Curi 向通信世界网表示，缩短到三天用户等待的时间缩短了，因为运营商加快了自己数据的确认过程。“现在我们的目标是两小时，因为美国两个小时就办理了，所以我们现在的目标要进一步赶上美国，缩短用户等待的时间。”

号码携带的好处：

目前，移动号码携带实施比较成功的国家的共同特点，市场成熟，移动电话普及率高；政府监管有力、有效；运营商配合度高，转网流程快速、高效；用户和社会认知度高。全球号码携带实践经验还表明，实施号码携带后用户对通讯服务的满意度提升，移动电话的普及率皆有所提升，号码资源的利用率提升；运营商的服务质量显著提高，并更多地注重网络质量的提高和新业务的推出。来源：2011-6-17 通信世界网

[返回目录](#)

三网融合一周年：难融难合

一句“三网融合面临夭折风险”的话语，令更多人向试点将满周年的三网融合投去审视和关注的目光。这句让业内外炸开了锅的评论，或许说得有些过头，但背后反映出的是人们对于三网融合现状的焦急和不满。

自始至终，三网融合一直是“慢”字当头，哪怕是在国务院副总理张德江快刀斩断利益扯皮的乱麻后，三网仍是“难融难合”。一个美好的愿景，走得如此磕磕绊绊。

需要承认，一年来，三网融合取得了进展；遗憾的是，其中并没出现被广泛认可的实质性进展。电信和广电两大派系的距离没有缩短，两者继续深陷于“既想分享对方的好处，又不想失去自己利益”的心态中。并且，驱动三网融合车轮的力量，不仅来自广电和电信，地方政府、民间资本等的加入，令三网融合这辆车更难在行进中找好平衡。

365天蹉跎而过。三网融合在接下来的日子里是加速前进还是继续慢行，这是拷问利益攸关各方的最大问题。

三网融合到底走到了哪一步，各有说法。专家们此起彼伏的不同声音和观点，更让人有置身云雾之感。

5月20日，由工信部电信研究院主办的“2011宽带通信及物联网高层论坛”在北京举行，工信部副部长奚国华在论坛上表示，“三网融合虽然出现了一些问题，但总体进程是好的。三网融合是技术和业务发展的必然结果。”这是有关三网融合进展争议的风波出现后，工信部最高级别的官员就相同话题所作的点评。

与此同时，另一位三网融合专家在稍早前的惊人评论，余音还在震荡。

3月22日，在“第一届中国三网融合高峰论坛”上，中国电信集团科技委主任韦乐平公开指出：“过去这一年，三网融合并没有什么实质性的进展，试点进度已经明显落后于国务院的部署。原来开会，现在我已经一年半没有开会了。我感觉已经面临夭折的风险。”三网融合“夭折”之说由此传遍业界。

其实，一年来，批评三网融合进展缓慢的声音层出不穷，而“夭折”之说不过是其中最尖锐的观点。

第一章 周年之际的争议

在5月13日开幕的“第七届中国(深圳)国际文化产业博览交易会”上，12个首批三网融合试点城市集体亮相于3号馆，集中展示了各城市的广电网正由“看电视”向“用电视”的转变，它们所在的“创新广电业态、迎接三网融合”主题展区被称为馆内吸引力最强的地方。

有现场观摩的业内人士告诉《IT 时代周刊》，这次由国家广电总局组织的集中展示体现了电视发展的大趋势，但也只是一个技术方案的演示，未能规模化地付诸实施，对推进三网融合的实际效果有限。该业内人士还指出，三网融合本该是广电系和电信系的共同杰作，但通过这种展示并不能充分说明三网融合大车究竟开到了哪一程。

从 1998 年经济学家周其仁在国内率先提出三网合一的概念后，中国的三网融合一直停留于“空想”。而在过去一年内，它纵然被付诸实施当中，但并未让各界看到期待中的实质性进展。

“夭折”风波

2010 年 6 月 6 日，历经两大部委 12 年的利益纠葛，三网融合试点方案在五易其稿后终于通过，在被冠以“密件”字样后下发电信和广电企业。7 月 1 日，备受期待的第一批 12 个三网融合试点城市名单公布。实际上，这两个时间节点均晚于预期，国务院原本希望三网融合试点方案和试点城市名单能够在 2010 年 5 月出台。

按照决策层的计划，2010 年-2012 年为三网融合试点阶段，以推进广电和电信业务双向阶段性进入为重点，制订三网融合试点方案，选择有条件的地区开展试点，不断扩大试点广度和范围。但在一年后的今天，试点行动既无广度上的扩张，也无范围上的拓展。

在第一批试点城市名单公布后，武汉、广州、重庆、昆明等城市表现出希望能够参与第二批试点的高度热情。最早的消息称，三网融合的第二批试点城市名单最快将于 2011 年年初公布。但到 2011 年年初，第二批试点城市的名单没有出现。当时，有工信部内部人士透露，首批试点城市的三网融合步伐不同，国务院三网融合工作协调小组以及专家组要对各地试点情况进行验收和评估，在这之后确定下一批试点城市才更有针对性。

2011 年“两会”期间，工信部部长苗圩带来的确切信息，让有心入围第二批试点城市名单的城市有些失望。苗圩表示，2012 年以前都是三网融合的试点阶段，2011 年试点城市的范围不会扩大，仍然保持在 12 个。

对此，有业界专家认为这不是坏消息。三网融合研究专家、融合网创始人兼主编吴纯勇就指出，决策层的这个安排，可能是意识到三网融合进展不是很顺利，还有问题需要解决，2011 年不继续扩大试点范围反倒是件好事。

过去一年中，批评三网融合进展缓慢的声音不绝于耳，而“三网融合面临夭折风险”的言论一出，顿时引来各种说辞。

广电总局科技委副主任杜百川也是“第一届中国三网融合高峰论坛”的嘉宾，他的演讲紧接在韦乐平之后，但他没有给同行面子。杜百川一开讲就指出：“我

不认为三网融合一点儿进展都没有。如果没有达到自己的期待，就认为是三网融合没有推动的话，这个观点不一定是对的。”他认为，“如果对三网融合的理解不一样的话，就会产生不一样的期待。”

但是，韦乐平的观点不是一家之言，比他更激进的是中广电通 CEO 殷建勇。殷建勇干脆认为，现在播控权的归属已经明确，广电对媒体的管控能力正进一步加强，运营商对所谓的开放的三类业务都没有兴趣，三网融合目前的情形不是僵局，而是已经结束。

与此同时，广电和电信两个阵营的部分人士甚至借此风波又打起口水仗，互相倾诉着对对方的不满。

广电一方的人士称，“在三网融合政策下，有线网络克服先天不足努力建设网络已经是难能可贵，而已经先长大起来的大哥(电信)不但不允许小弟(广电)染指自己碗里的肥肉，还想把小弟碗里的咸菜也抢走，让弟弟们饿死。”电信一方的人士则表示，不要以为电信业是块肥肉，就想着进来赚钱，如果三网融合真的夭折，对于广电未尝不是好事。

4月20日，在国新办介绍2011年第一季度全国工业通信业运行情况的会议上，工信部方面也对韦乐平的“夭折”一说予以否定。工信部发展司司长张峰表示：“目前三网融合试点工作已经取得了积极进展，试点省市均组织制定了试点的实施方案；企业纷纷加快推进宽带网络建设和光纤入户工程；已经完成IPTV(互联网电视)、手机电视业务支撑平台的改造建设，具备了与广电视频流对接实现内容加载的业务能力。”

在张峰的介绍中，“试点省市均组织制定了试点的实施方案”是三网融合的进展之一，但实际上12个试点城市和地区均没有受国务院认可的实施方案可以遵循。去年9月，这些城市向国务院提交了各自的试点实施方案第一稿，但全被否定。

5月19日，中国工程院副院长邬贺铨透露，深圳等地已经提交了三网融合试点实施方案第二稿，国务院正在审批中，何时能够获批尚不清楚。

对于三网融合“面临夭折风险”的说法，邬贺铨也予以否定，他表示，三网融合的推进速度虽然没有预想中那么快，但在局部地区的探索已经展开。

没先例的三网融合

如果站在广电的立场，身为广电总局官员的杜百川的上述表态不难理解。

本刊记者在与吴纯勇聊起三网融合的话题时，他说：“和电信相比，广电在三网融合中要做的事情太多了。”

眼下，广电首要的工作是建设全国一张网，而开展这项工作的前提条件是要理顺各级广电机构的利益关系，这是最难破解的顽症之一。

在实行多年的广播电视“四级办”模式下，全国原有各级广电网络超过 2000 个。广电总局曾要求，到 2010 年年底，全国基本实现“一省一网”。但是实际推进的情况远没有计划中顺利。截至目前，全国有大约 19 个省级有线网络已经完成或基本完成整合。

“省级网络整合最大的问题是在各地的省政府，中国的特色是大家都喜欢当老大，”中广互联副总经理汪海天认为，“由广电总局来办这个事情有难度，广电总局和各地省政府顶多是平级单位，你不比它高一级，它凭什么听你的？”汪海天指出，广电要整合，必须首先破除行政体制的壁垒。

据本刊记者了解，即使像四川、广东等实现全省一张网的地区，也主要是完成了省市级网络的整合，县级网络整合还在推进中。

2011 年 4 月份，山东省政府下发《关于按期完成广电网络资产重组工作的紧急通知》，要求省内各市务必于 4 月 30 日前将广电网络资产全部移交给山东广电网络公司各市分公司。但进入 5 月后，青岛、枣庄、威海和济宁的网络资产仍然没有完成移交。

江苏广电信息网络股份有限公司副总经理钱明曾解释过地方广电网整合的难度所在，“由于历史原因，广播电视网络多为事业单位，有局台网合一，有网台合一，还有的广电网络是电视台的一个部门，部门结构不统一。而各个单位的财务状态也五花八门，这些都大大增加了整合工作的复杂程度。”

尽管做得不够完善，但这一年来，广电在全国一张网上的努力和各地有线网络运营商积极参与整网的表现，得到了外界的部分肯定，被认为是广电在参与三网融合方面的成果。

广电部门内部的体制问题已经纷繁复杂，牵扯到广电和电信两大部门的行政体制问题，更成为三网融合的最大挑战。广电是行业与地方政府双重监管的体制，电信是以工信部为核心的集中、垂直监管的体制。

早有不少人士明确指出，三网融合不是难在技术，而是体制。

对于体制障碍的破解，韦乐平的看法悲观。在他看来，三网融合实际上是三种完全不同的商业模式，全世界找不到先例，“广电是低价包月，互联网是低质低价，电信是高质按时长、流量收费。特别是具有公益性质的广电业和市场化的电信业，怎么样展开竞争是全球谁也没有遇到的课题，可能是一个无解的方程。”

实际上，三网融合不只涉及电信和广电两个部门，其他政府机构、民间资本也参与进来，成为一个需要高度智慧来解决的问题。

南京是首批试点城市之一，并在筹划于 2011 年下半年向市场正式推出三网融合应用。为了推进三网融合，该市成立了市一级的工作协调小组，由常务副市

长挂帅领导。虽然南京在近期总结三网融合工作时表示，“完成了三网融合试点工作的阶段性目标”，但过程并非一帆风顺。

南京市经济和信息化委员会是该市具体推进协调三网融合的机构，该机构的相关人士坦言，各自为政的监管体制决定了行业资源的垄断性，而行业资源的垄断性又决定了利益的专属性。在现有体制下，各方共同推进三网融合十分困难。

上述人士所说的困难表现在多方面，除了广电和电信在业务渗透的同时依然互相封锁，在网络基础设施建设上，财政、工商、公安、城建、规划等多个部门一个都少不了，还需要协调这些部门进行合作。

第二章 博弈在继续

至今，业内普遍的共识是，三网融合进展缓慢。

在一些业内人士看来，应该从用户是否买账三网融合的角度来看待其进展问题，广电和电信与其盯着各自利益不放，不如把精力放在合作开发三网融合应用上。

据本刊记者了解，一直以来，广电和电信两部门对三网融合试点方案中很多核心问题的解决方案依然不满，在国务院三网融合工作协调小组和各地三网融合主抓部门组织的会议上，两家只要一碰面，焦点话题始终脱离不了部门利益。

谁也放不开 IPTV

三网融合启动之前，广电和电信部门曾因 IPTV(互联网电视)业务多次“大打出手”，IPTV 也曾是导致试点方案久拖不成的焦点之一。三网融合启动之后，IPTV 仍不是一个平静的领域。

根据三网融合试点方案，广电总局独家负责 IPTV 集成播控平台的建设和管理，这强化了广电对媒体的管控能力。目前，三网融合第一批 12 个试点城市和地区已经基本完成了 IPTV 集成播控平台的建设，并与中央总平台实现对接。

去年 7 月，广电总局下发《关于三网融合试点地区 IPTV 集成播控平台建设有关问题的通知》(以下简称“344 号文”)确立中央和地方“两级办”的平台架构模式——由央视(具体实施方为中国网络电视台，即 CNTV)建设总平台，央视汇同地方电视台根据试点地区实际情况建设分平台。

由于系统内部结构庞杂，IPTV 平台“两级办”模式在推广之初并不十分顺利，中央台与地方台单纯靠“政策捆绑”的做法遭遇阻力。例如，青岛在成为首批三网融合的试点城市前，已经与牌照拥有方杭州华数合作建设 IPTV、手机电视等内容播控平台，当 CNTV 要接手杭州华数留下来的 IPTV 平台时，央视、华数和青岛电视台之间的谈判过程很纠结。

微妙的是，344 号文明确规定 IPTV 平台的统一播出呼号为“中国广电 IPTV”，从字面上完全撇开了为其提供网络的电信部门。

去年 9、10 月份间，绵阳、北京、武汉和深圳的 IPTV 播控平台先后与 CNTV 总平台实现对接，其中难觅当地电信运营商的身影。当时，四川电信的相关人士曾表示，“地方电信运营商要完成与广电主导的 IPTV 集成平台的对接，不仅需要双方在技术和系统方面找到融合点，还需要总公司甚至工信部方面的批准，我们已经在申请过程中。”而广电方面则认为，电信依然希望获得 IPTV 的内容播控权，对参与广电控制的 IPTV 播控平台的积极性不高。

纵然对广电有想法，从整体上看，电信运营商还是在抓紧布局 IPTV 业务。三网融合试点开锣之后，中国联通在原中国网通 IPTV 业务基础上重新布局，到去年年底，中国联通在北京、哈尔滨、大连、青岛、天津、石家庄等十个城市的 IPTV 系统平台建设基本完善，并逐步进入内部测试和放号阶段。同一时期，中国电信也调高了 IPTV 用户数量的目标。

有业内人士表示，IPTV 业务对于电信运营商来说吸引力并不大，因为目前既未找到成熟的盈利模式，内容播控平台又被广电控制。不过，多一种业务提供给用户，对电信运营商来说没有坏处。

在张峰盘点的三网融合积极进展中，电信方面“已经完成 IPTV、手机电视业务支撑平台的改造建设，具备了与广电视频流对接实现内容加载的业务能力”也是其中之一。

在现实操作中，电信运营商的平台具备与广电对接的能力，并不代表它们就能顺利开展 IPTV 业务。

根据政策规定，IPTV 业务的运营方必须持牌照，但手握牌照发放大权的是广电总局。广电总局目前发出的所有 IPTV 牌照中，无一落入电信运营商的口袋，牌照成了电信运营商无法自主掌控的“钥匙”。

韦乐平表示：“广电机构负责业务的行政许可和内容的集成规划管理和审核，电信部门负责业务的支撑系统建设、业务运营和用户的管理，这种合作模式比较符合产业链相关方利益、市场及用户需求。尤其在牌照方和地方广电关系比较融洽的地方，IPTV 业务得到了很好的发展。这句话隐含了另一层意思，就是关系不好的地方寸步难行。”

上海就是电信和广电机构合作关系良好的地方之一，也是全国范围内 IPTV 发展得最好的地区。

获得 IPTV 牌照的上海文广旗下百视通提供内容，上海电信提供网络服务，所得收入按照约定分成。这种合作模式目前被认为还是比较成功的模式，截至 2011 年年初，上海 IPTV 用户突破 130 万。

由于广电和电信必须分业监管，广电和电信达成双方认可的合作方式并不容易。上海的成功模式在其他地区很难复制和推广。

广东南方广播影视传媒集团(以下简称“南方传媒”)曾经是 IPTV 牌照拥有者之一,在三网融合试点方案被敲定的 2010 年 6 月,它主动放弃了这张宝贵的牌照。

对此,南方传媒的相关人士解释说,“各地的广电运营商一直将电信运营商开展的 IPTV 视为洪水猛兽,作为广电内部龙头的南方传媒要想顺利完成省网整合,就必须在 IPTV 问题上作出让步。”

据了解,南方传媒在 2006 年获得 IPTV 牌照后,曾试图效仿“上海模式”与广东的电信运营商合作,经过几年的运作,效果并不理想。即使在广东省内,其 IPTV 用户数也远落后于百视通。

两张网的较量

据邬贺铨透露,国务院三网融合领导小组要求,12 个试点城市和地区必须在 2012 年年底建成下行速率达 100M 的宽带网。宽带网,正是广电和电信抢夺的另一个的战略制高点。没有带宽为保证,三网融合只是有名无实。

在 2011 年 CCBN 的主题报告会上,广电总局副局长田进特别提到,“美国宽带用户中有一半左右通过有线电视网实现互联网服务,欧洲四分之一左右的有线电视用户通过有线电视网络实现打电话和宽带上网。”他认为,从美国和欧洲的情况看,有线电视网络公司已成为宽带互联网服务和电话服务的重要提供商。

田进这番话反映出广电对于宽带网络的渴求。但是,与电信希望得到内容播控权一样,广电希望拥有互联网宽带出口和 IDC 资源,而这正是电信钳制广电的撒手铜。

三网融合试点方案允许广电部门介入互联网接入和 IP 电话业务。国务院在关于三网融合的框架文件中明确指出,符合条件的广播电视企业可以经营增值电信业务和部分基础电信业务、互联网业务。

有政策做后盾,广电企业打算绕开运营商,自建互联网数据中心(IDC)。深圳地区的有线广播电视网络运营商天威视讯已经开始加紧筹划建设 IDC,由 19 家省级广电网络公司参与的广电友好网联盟也决定建设 IDC。

据工信部的人士介绍,广电网络运营商要获得电信方面的牌照审批后,才能发展语音和宽带业务。这种局面让一位省级广电网络公司的负责人不由得感慨:只要是广电或带有广电背景的企业申请宽带接入资格,肯定不会顺利,而且广电企业向运营商租用同样的设备、端口,也要付出明显高于其他宽带服务商的价格。

对接互联网是广电的短板,解决不了这个问题,广电就很难进入宽带市场,在互联网上失去主动权就意味着广电在三网融合战役里失去半壁江山。因此,为了补短,广电正轰轰烈烈地打造 NGB(下一代广播电视网),目标直指电信运营商的宽带网络。

在内部推进全国一张网的同时，广电总局在去年 7 月明确了 NGB 的十年规划，并为此决定成立工作组。按照规划，到 2015 年，NGB 将从功能上达到与电信网平等竞争与合作的水平。

在 2010 年年底的内部会议上，广电再度明确规划，计划到 2015 年，80% 以上的城市实现网络光纤到楼，30 个大中城市将建成基于有线网络的 NGB 示范工程，提供家庭接入速率 100M、企业接入速率 1G 的能力，内容、业务、网络和终端实现可管可控。

电信行业自然不会让对方轻易攻进自己的优势阵地。“十二五”期间，电信业 2 万亿元总体投资中，用于宽带的将占 80%。三大运营商则相继表示要加速实施宽带升级提速，推进全光网络建设。

去年夏天，就有消息称中国移动将展开新一轮的光纤建设。2011 年年初，中国电信启动“宽带中国·光网城市”工程，目标是用户的接入带宽将在 3-5 年内跃升 10 倍以上，并持续快速提升；南方城市将全面实现光纤化。中国联通董事长常小兵也表示，联通已提出全国宽带提速计划，将率先在城市大面积铺开光纤接入。

对于电信运营商正积极推动的宽带大发展，连身处电信内部的韦乐平都感觉到惊讶。

“这一年来，广电和电信双方在各自领域有所突破，但在融合上没有叫人眼前一亮的进展，”业内人士陈志刚对《IT 时代周刊》表示，“抛开业务不谈，仅从网络角度而言，目前试点阶段已经过半，但广电网和电信网还是‘两张皮’，并没有进行融合。考虑到双方网络在投入、技术、先进程度和规模上的差异，短期内的融合前景不容乐观。”

第三章 摸索中的融合

三网融合不是切分蛋糕，而是各方一起把蛋糕做大，其中的关键是合作。《IT 时代周刊》采访到的业内人士纷纷表示，他们期待中的三网融合实质性进展，就是广电和电信之间出现更多有实际效果的合作，产生被市场广泛接受的应用。

上海文广与上海电信合作的“上海模式”，是上海能够成为全国“IPTV 第一城”的关键。虽然“上海模式”复制起来并不容易，但不乏尝试者。在 2010 年年初国务院常务会议决定加快推进三网融合后，甘肃有线与甘肃移动、江苏广电与江苏联通先后达成合作。三网融合启动后，云南广电与云南电信、四川广电与四川联通也先后加入这一行列。

令人感兴趣的还有“云南模式”。

2009年10月，CNTV和云南电视台联合组建的“云南爱上网络公司”挂牌成立，该公司与云南电信就IPTV业务进行全面合作，形成了由IPTV运营商、地方广电和地方电信三方共建IPTV的“云南模式”。

从“云南模式”确立后到2010年年底，云南省内昆明、楚雄、大理、曲靖、玉溪等地新发展的IPTV用户超过4万户。CNTV总经理汪文斌评价说，“云南模式”把央视的内容资源、当地广电内容资源和广告资源与当地电信的市场资源进行结合，是一种良好的模式。

以此为底气，云南正在为进入三网融合第二批试点名单而秣马厉兵。

在所有的合作中，“先结婚再恋爱”的“武汉模式”最受关注，也最受争议。

武汉是首批三网融合试点城市之一。2010年12月，武汉广电与武汉电信组建的“武汉市三网融合合资公司”宣告成立，双方各占合资公司50%的股份，定期轮流派人担任董事长和总经理。武汉组建合资公司的出发点是解决融合推进期间可能出现的广电、电信运营商的利益分歧。

当时，尽管乐观派期待“武汉模式”成功后可为其他试点城市提供思路，但还是有不少声音质疑，在工信部和广电总局的利益矛盾尚未调和的情况下，武汉电信和广电均难交出各自的核心资源，最后的结果很可能是出现一家象征意义的空壳合资公司。

事态的发展让人感觉这样的质疑不无道理。半年过去了，武汉三网融合合资公司的运转没有公开的后续进展。坊间倒是有消息称，该公司仍由广电方面主导，令电信方面渐失兴趣，目前双方注入的业务和资产也都为非核心资产。

合资公司现在看来并不成功，武汉又进行了新尝试。2011年5月初，武汉广电与武汉移动共同签署“三网融合·共建G3数字家庭”的战略合作协议，武汉的首个“三网融合套餐”同期出炉。

在电信行业分析师付亮看来，在整体进程较为缓慢的三网融合中，武汉推出“三网融合套餐”算是一个突破，但不能简单地说成是电信和广电的合作，而是竞合关系，这反映出双方的竞合需求是客观存在的。武汉移动和武汉广电选择了自己相对较弱的一个领域作为合作切入点，这是典型的竞合模式，其本质和初衷肯定是“有利可图”。

工信部总工程师朱宏任近日表示，“在目前的基础上，‘十二五’期间我国三网融合将得以实现。”按照国务院提出的三网融合阶段性目标，2013年至2015年要总结推广试点经验，全面实现三网融合。

对于三网融合能否按期实现，也有不同的声音。吴纯勇认为，放在全球视野中，我国的三网融合是独一无二的，面临诸多挑战，说五年之内能够实现有点乐

观。陈志刚则认为，“十二五”期间我国能够实现三网融合，只是要看“实现”的标准是什么，现在对于这个问题，并没有明确的说法。

据悉，国务院三网融合协调小组将于 2011 年中期对第一阶段试点工作进行总结，针对试点城市三网融合的业务发展、网络建设和安全保障情况进行评估，在全面总结第一阶段试点经验的基础上确定下一步的试点工作。

本文截稿之际，有媒体援引知情人士的消息称，三网融合试点地区的试点实施方案已获批，不过管理层没有明确批示，而是要求“改善后实施”。该人士认为，这说明试点实施方案还有很多问题待解。

另有消息称，首批试点地区的有线电视网络运营商与电信运营商正准备“双向进入”的交叉申报。有业内人士认为这预示三网融合试点将有实质性突破。来源：2011-6-20 IT 时代周刊

[返回目录](#)

RIM 是为何落后于竞争对手的

截至目前，RIM 还没有取得收成最好的时期。不仅营收下降，新款黑莓 Bold 9900 手机又延迟上市，RIM 联合首席执行官迈克·拉扎里迪斯(Mike Lazardis)在与投资者召开的电话会议上宣布了新的智能手机延迟上市的消息，因为新的 Bold 手机需要一个一流的处理器。

迈克说：“我们已经确定了下一代黑莓手机的发展路线，意识到美国市场对手机功能和性能的需求到了军备竞赛的程度，因此我们决定将黑莓的芯片和端口升级至更高性能。这是一个工程上的变动，影响到了硬件和软件时间表，不过现已进入到运营商认证实验室环节。”

硬件设备落后

RIM 在硬件军备竞争中落后已不是什么秘密，比如说去年发布的黑莓 Torch，以大触摸屏结合滑盖高性能键盘为最大的创新设计亮点，产品受到广泛赞誉，却采用 624MHz 处理器，屏幕分辨率也只有 480x360 像素，而 RIM 此时的竞争对手们发布的手机采用的是 1GHz 处理器，分辨率为 800x400 像素。

这款即将发布的黑莓 Bold 在上个月的黑莓世界大会上演示，小屏幕看起来很受限制，尤其是眼下移动互联网高速发展。几年前，移动互联网尚在发展初期，小屏幕没什么问题。但现在，大部分网站的设计风格针对的是大屏幕的智能手机，也不具备以往的拖放功能。因此，当你在小屏幕的 Bold 手机上看网页，又无法拖放时，就只能忍受很小的字体。

Crack Berry 网站上的重量级人物 Kevin Michaluk 预测说，RIM 近来已经意识到，如果想要保持和苹果、HTC、摩托罗拉以及其他企业的竞争力，需要和竞争对手一样，为自己的新手机装备最先进的硬件。

Kevin 称：“从我收集到的信息来看，RIM 新款手机原打算继续采用 Marvell 处理器，处理器从原来高端 GSM 惯用的 624MHz 提升到 800MHz。可能某位高层在某个早晨突然醒悟过来，意识到高端手机配备 800MHz 处理器是一件很荒唐可笑的事，正面迎击 Android 高端手机的竞争。”

没有分清事情的轻重缓急

RIM 的问题也体现在它试图在同一时间做太多事情，公司不仅为产品配备最新的芯片，还试着重新调整操作系统。为 PlayBook 平板电脑提升了速率，集成了更多 Android 应用程序。糟糕的是，RIM 遇到了来自运营商的阻碍，他们目前对黑莓 OS 7 的接受度比较低。

RIMarkable 网站的专栏作家 Robb Dunewood 称，RIM 很需要将事情做好优先排序，集中精力做一些可以真正推动销售额增长的事情，而不是企图在一个时间内将所有的事情都做好。

他说：“不幸的是，RIM 以为用户事实上更关注黑莓 OS 7，但大部分黑莓用户根本没听说过这个系统，甚至有些人都不知道自己黑莓手机上运行的是什么系统。用户关注的是应用，那些不用黑莓手机的朋友们正在使用的很酷的应用。”

公平地说，RIM 正在解决应用程序的问题，Android 应用能够很容易地移植到 RIM 设备中。但问题是，一旦 RIM 设备接入 Android 应用，RIM 会不会又一次在下一轮移动市场的大趋势中落后呢？来源：2011-6-20 中国通信网

[返回目录](#)

苹果与诺基亚和解是聪明的选择

诺基亚终于找到一件值得庆祝的事情，该公司近日宣布与苹果之间的所有专利纠纷已经和解。根据和解协议，这两家公司将撤回各自在美国国际贸易委员会向对方提起的诉讼。苹果将对诺基亚进行一次性赔偿，将来还将向诺基亚支付专利授权费。

诺基亚与苹果的专利纠纷由来已久。早在 2009 年 10 月，诺基亚就向美国一家法院起诉苹果的 iPhone 侵犯了其多项技术专利。此后，诺基亚又不断在美国、欧洲等地对苹果公司发起专利诉讼，声称苹果所有 iPhone 和 iPad 系列产品都侵犯了诺基亚的技术专利。而苹果也不甘示弱，反诉诺基亚产品侵犯了其技

术专利。双方你来我往激烈较量，最后将官司打到了美国国际贸易委员会。2011年3月，美国国际贸易委员会初步裁定诺基亚败诉，苹果未侵犯诺基亚技术专利。诺基亚不服，又向该机构提交新的材料，再次指控苹果公司专利侵权。美国国际贸易委员会受理了其中两项指控并展开调查，将在6月24日公布最终裁决。苹果公司就是在这样的背景下同意与诺基亚和解并支付专利授权费的。

实际上，在2007年6月，当苹果iPhone手机刚开始销售之初，诺基亚及苹果两大手机巨头曾就专利授权问题展开谈判，但磋商多次都没有谈拢，此后诺基亚采取了法律诉讼的强硬手段。作为手机行业多年来当之无愧的霸主，诺基亚在手机方面的技术专利很多很有价值，这一点是毋庸置疑的。据诺基亚称，在过去的20年间已投资620多亿美元用于研发，获得1万多项专利。而苹果的iPhone和iPad系列产品作为数码产品的集大成者，除了苹果独有的专利技术外，一定也借鉴了许多其他公司产品的技术。正因为其产品荟萃了众多公司产品的长处，所以才会受到消费者的青睐和追捧。就在诺基亚与苹果专利互诉的两年多时间里，双方的市场地位已经发生了悄然变化：诺基亚节节败退，在全球手机市场的份额日渐减少；苹果如日中天，市场份额、营收和利润迭创新高，已成为全球手机行业新的王者。

诺基亚与苹果和解的具体财务细节并未公布，但业界很多分析师认为，诺基亚将从苹果获得一笔不菲的费用。据预计，苹果向诺基亚支付的一次性资金金额在6亿至6.5亿美元之间，专利授权费将相当于iPhone营收的1%至2%。

苹果选择与诺基亚和解，是聪明的决定。美国国际贸易委员会受理了诺基亚的部分指控，形势对苹果有些不利。一旦最终裁决苹果专利侵权事实成立，苹果将面临产品禁售以及巨额赔偿的严重后果。与之相比，6亿美元的赔偿对于单季净利润高达60亿美元的苹果来说不算多，热销的iPhone和iPad将很快填补这一小小的损失。而与诺基亚的专利纠纷解决后，苹果可以更加专注于产品的市场营销，不断巩固其市场领导地位。

诺基亚其实也愿意接受和解。苹果的一笔赔偿金对困境中的诺基亚来说不亚于救命稻草。诺基亚5月31日曾发布盈利预警，称2011财年第二财季营收将无法达到此前预期。诺基亚总裁艾洛普表示，该和解协议将对其第二财季业绩产生积极影响。与苹果和解后，诺基亚还将在其他方面受益：一是和解协议证明了诺基亚在手机专利方面的优势，如今连苹果这样的领军者都不得不低头，全球其他手机企业谁还敢轻视诺基亚？谁还敢不向其支付专利授权费？二是与苹果和解后，诺基亚可以集中精力对付谷歌。在全球智能手机操作系统市场，Android已迅速攀升至首位。此外，诺基亚还要处理与摩托罗拉、三星和宏达电之间的专利纠纷。三是诺基亚可以从与苹果的纠纷中脱身，重点发展已经落后的手机业务。

诺基亚当前正处于混乱状态，Symbian 系统已经过时，诺基亚的未来在于 Windows Phone 7 手机，首款产品有望于 2011 年第四季度上市。为重振旗鼓，诺基亚的确需要在新产品中投入更多的时间和精力。来源：2011-6-21 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

移动支付三方微妙博弈 运营商何以借势上位

移动支付已成大势，坐拥庞大用户群以及便利渠道等天然优势的电信运营商要避免在此业务上沦为“低能管道”！那么，与金融机构、第三方支付企业相比，电信运营商的优势、劣势在何处？哪种技术方案对电信运营商最有利？电信运营商如何在跨行业合作中占据优势？在国外电信运营商所采用的模式中又有哪些可借鉴之处？

移动支付业务三大功能领域移动支付包含了电子商务、金融、渠道服务三大功能域，任何机构要切入移动支付领域，必须在这三个领域中的一个或几个领域拥有强势或独特的地位，电信运营商也是如此。随着微电子技术、信息技术的日益发展，手机将不仅具备通信功能，更成为了个人的综合信息终端。基于 RFID 技术的手机将逐步与金融卡、交通卡、企业卡融合，在手机中实现金融服务、购物消费、乘车服务、身份认证等应用，这就是现场支付。现场支付贯穿了移动通信和金融支付领域所有环节，囊括了 SIM/UIM 卡无线通信鉴权、智能卡技术、手机终端、POS 机具、金融发卡系统、商户收单系统、资金账户系统、短信/BIP 等通信系统等所有技术业务领域。作为传统的 SIM/UIM 卡的发行者及拥有者，电信运营商必然会更为深入地参与到移动支付业务中，而支付应用的逻辑控制、安全机制全部集成到 SIM/UIM 卡上，SIM/UIM 卡成为整个移动支付的核心，这将使电信运营商成为业务的主导者与推动者。

目前一些国外手机厂家在推 NFC 技术，企图将电信运营商再一次沦为“低能管道”，而对运营商最有利的 SWP 方案却因被手机厂商观望而发展停滞，贴片、双界面等方案再一次引起广泛的重视。当前，各种方案正处于博弈的关键阶段，短期内难以统一，而天线做在手机里已经成为共识。下一步很有可能形成 NFC 加双界面的模式。手机厂家、第三方可能会侧重优惠券等时尚的应用，对便利和快捷性要求更高；运营商则应侧重行业卡等踏实稳健的功能类应用，对安全和稳定性要求更高。

基于行业通用性的考虑，移动支付国家标准选择了 13.56MHz 作为射频工作频率。13.56MHz 频率目前在非手机的 RFID 领域被诸多行业(如公交、校园)

广泛使用，但手机 RFID 智能卡如果采用 13.56MHz 频率，必须解决大尺寸天线问题。天线由卡片自带，用户感知较差、稳定性弱；天线内置于手机终端，则必须对手机终端进行定制，开发周期长，短期难以规模商用。2.4GHz 在频率由于是超高频，穿透性好，天线可以完全集成在 SIM 卡内，用户感知好，具备快速规模推广的条件。2.4GHz RFID 智能卡如在技术上实现与 NFC 方案的融合，并利用其在中长距离安全通信的特点，将大大拓展其应用领域。而 800MHz 是无线电管理委员会规定的物联网频率，基于这个频率的射频通信卡如能突破手机供电等技术瓶颈，将大大推动移动支付业务发展，也将更好地和国家物联网战略相结合。

跨界运营的思考

在我国，以电信运营商为主体或是以金融机构为主体单独经营都存在很大困难，而第三方支付公司目前在国内也不具备整合移动支付业务的能力。可以预测，跨行业深度合作、跨领域运营将是支付业务发展的主流方向。对此，给电信运营商提出以下四个建议：

建议一：充分合作、跨行经营。

电信运营商可尝试成立合资公司，集中全国 9 亿手机用户与金融等行业谈判，胜算筹码大大增加，也避免了被各个击破的风险。

与产业链各方深度合作，打造跨行业经营新模式。现场支付不仅涉及手机、卡、无线通道等通信领域，而且涉及 POS 机具、银行账户、清结算、公交地铁、票务等电子行业、金融行业、社会服务行业等诸多领域。每个行业都有其特有的运行规律，电信运营商即使有国企背景依然没有能力整合整个移动支付产业链，因此必然需要多方、跨界的战略合作，甚至如参股、收购等深度整合。其中，电信运营商要寻求主导位置。比如，可以通过与地域性的具有丰富商户资源和广泛支付受理环境的服务型企业合作，利用电信运营商覆盖全国的渠道资源和网络资源，实现全国 POS 支付环境的共享，打造第二个“银联”。

电信运营商虽然源于一家，但多年的竞争，三方合作存在一定的心理障碍。但在支付领域，电信运营商是后进入者，大家面临的困难和需要解决的问题一样。目前有三种合作路径可供考虑：单独成立经营机构，依托母公司从事支付业务；与某金融机构成立合资企业，借助其金融方面的专业能力和母公司用户群，发展支付业务；三家运营商成立合资公司，集全国通信能力和用户群，与金融、公交等行业合作，拓展支付业务。

建议二：创新体制。

电信运营商要想在移动支付领域有所作为，必须大刀阔斧地进行改革和调整，这种调整既包括了机构、人员的调整，也包括思维方式、价值观念的转变。

过去,信息港成为当地人甚至是全国网民上网的首选门户。可在竞争大潮下,信息港早已湮灭,而新浪、搜狐等门户成了互联网老大。正在经历的移动互联网时代,电信运营商也成立了音乐公司、视频公司,希望主导和掌控移动互联网的价值链。但腾讯、土豆等 SP 风生水起,电信运营商却成了物理管道,赚点可怜的流量费。

到底是什么原因?归结到底就是体制。既有国家政策、企业使命、行业监管的外部原因,又有管理机制、人员素质等内部问题,都需要运营商在体制上有所突破。目前运营商都已成立专业的支付公司,这是在体制上迈出的重要一步,下一步需要在决策机制、管理流程、人才引进、奖惩机制、考核体系等诸多方面继续突破,大胆进行体制创新,当然还要积极争取政府理解、获取政策支持,才能最终确定运营商在移动支付领域的核心地位,避免在移动支付业务上也沦为“管道”。

建议三:推动受理环境标准化、发挥规模优势。

电信运营商有 9 亿多的手机用户,每个用户都有一张手机卡,其随身性和依赖性远高于任何一张银行卡,这是电信运营商在受理环境上的天然优势。因此,电信运营商必须牢牢掌控这张卡,同时要从用户的角度优化提升这张卡的便利性和安全性。

在现场支付领域,需要投入大量资金和人力,也需要借助强有力的实体渠道,这些都恰恰是电信运营商相比支付宝等网络公司的优势。而受理环境是现场支付的脊梁,对受理环境的掌控成了运营商最关键的阵地。卡片自带天线存在诸多不稳定因素,因此必须解决手机终端内置天线的问题。目前单独依靠运营商的力量,很难推动手机的标准化,必须依靠国家的力量,通过国家强制性标准才能有成效,因此运营商必须获得国家的支持。

受理环境另一重要环节是 POS 机具。目前国内的 POS 机具基本都是磁条 POS,主要由银联商务和商业银行铺设,也包括其他一些区域性商业机构如杉德等,这些磁条 POS 外接读头后很容易支持刷卡。当然,这些金融类 POS 相对标准,只要进行改造和升级,更换 PSAM 卡,即可支持新增应用。但电信运营商必须支持校园、企业和公共交通领域等行业应用,在这些受理环境中,POS 机具是非常不标准的,而这些机具的数量要远远超过金融类 POS 机具。它们不仅不支持新应用,甚至连射频频率都不一致,机具和后台的交互也非常不标准,基本上是一卡通厂家的“自留地”。这些都不利于移动支付的迅速普及和规模发展。电信运营商要联合广泛的社会力量强力推动标准化,一方面需要政府、行业的支持,另一方面也需要大量投资。在标准化推动过程中,电信运营商不仅要占据主

动，更要主导，与银联既有竞争也有合作，成立跨行业跨领域的合资公司也是可行的办法。

建议四：研究关键技术，打造安全、开放、融合的支付平台。

手机卡是手机的灵魂，其关键技术一直被国外个别厂商掌握，这是移动支付行业接下来需要突破的领域，电信运营商要整合上下游力量研究关键技术。

电信运营商的手机卡将成为移动支付领域最重要的支付凭证，对卡片安全高效的要求将越来越强烈。手机卡掌握着移动通信最核心的若干参数和鉴权功能，没有它手机将不具备通信能力。手机卡的关键技术一直都掌握在欧洲个别厂商手中，而国内芯片技术目前也处于跟随地位。这些都是下一步整个移动支付行业要突破的问题，电信运营商首当其冲要负起责任，整合国内上下游研发力量，积极推动关键技术的研究。

卡与手机之间的接口一直是封闭和狭窄的，这是安全的需要，但安全和便利是一种冲突，随着更多支付应用加载到手机卡上，对卡与手机接口的通信能力提出了更高要求，这也是目前技术的一个主攻方向。同时，多应用间需要兼容和互操作，这也需要电信运营商设计卡片的多应用架构并延伸到价值链上游来定制芯片，建设功能强大高效的卡应用管理平台，打造端到端的、完善的、符合金融要求的高安全卡应用管理体系。

主导地位的争夺

目前，国内支付市场的竞争主体有三类：金融机构及其衍生企业(以下简称金融机构)、第三方支付机构、电信运营商。移动支付价值链各方都在积极争夺主导权。

金融机构：

借助遍及全国的 POS 网络

金融机构的优势在于他是行业主导者，与行业主管机构一脉相承，具备天然的政策和品牌优势；经过多年专业的经营，金融机构具备健全的运营体系，非常熟悉移动支付的运营模式和流程；作为曾经唯一的支付手段，银行卡具备广泛的商户资源和受理环境，以及广泛的认知度和信任度；金融机构作为国内唯一合法资金的源头，管理庞大的资金链。

金融机构的劣势在于经营范围和运营体制的问题，金融机构的网上支付还未形成汇聚商户的渠道，相比淘宝等第三方支付机构处于劣势；金融机构不掌握手机及手机卡的发行，不熟悉移动通信领域，在移动支付方面没有载体和渠道。

对此，金融机构采取的策略包括利用遍及全国的 POS 接入网络，为所有银行卡用户提供便捷的刷卡受理环境；依托其强大的支付能力，将其支付渠道由

POS 向互联网、手机等渠道拓展；广泛吸引合作伙伴，推进其银行卡覆盖渠道，拓展应用环境；发展电子商务业务以及移动互联网应用，获得增值收益。

第三方支付机构：

依托互联网电子商务

第三方支付机构的优势在于其在互联网电子商务领域中已占据了优势，取得了一定的用户群和知名度；在网上或线下已聚集了大量商家和用户，形成使用习惯和一定的品牌影响力；运营体制灵活，支撑系统功能完备。

第三方支付机构的劣势在于没有实体渠道，而实体渠道的铺设需要大量的资金和漫长的时间积累；资和信等第三方服务商的现场支付产品尚处于区域内应用，短期内难以形成全国性跨地域的产品。

对此，第三方机构可能采取的策略包括与互联网电子商务紧密结合，为其提供支付服务，依托互联网规模发展支付用户；不断拓展与用户生活息息相关的支付应用，如信用卡还款、水电煤付费等，拓展支付的使用范围；除互联网渠道外，积极拓展社会零售渠道，形成联盟；获得支付牌照后，为占据更大市场份额，更大力度地推进业务发展，包括发起收购、与金融机构深度合作等。

运营商：

掌控通信网络和终端

电信运营商的优势主要有三大方面。一是电信运营商拥有庞大的电信用户群。截至 2011 年 4 月，全国移动电话用户数已突破 9 亿，用户规模超过传统的互联网用户，巨大的用户基数，尤其是用户对电信运营商通信服务的依赖为运营商开展移动支付应用提供了先天条件。

二是电信运营商掌控通信网络和手机终端、发卡权。电信运营商无处不在的通信网络具有其他移动支付提供商无法比拟的优势，而运营商的收费渠道、广泛的营业厅和代理点等受理和服务网络，更是经营移动支付的专属特长。另外，手机已成为人们随身携带的多媒体终端，集成移动支付业务将给人们生活带来更大便利，电信运营商更贴近用户，通过发展移动支付，不仅可以大大提高用户黏性，提升品牌形象，更可以把信息服务深入到人们生活中的各个环节。

三是电信运营商社会认知度高，具备一定的品牌影响力和信用优势。电信运营商本身具有国企背景，具有一定的社会信誉度，可以为支付这类安全性要求高的业务提供一定程度上的信用保证。

电信运营商也存在四个方面的劣势。一是商户规模和受理环境缺乏，因经营范围和历史传承所限，商户规模和受理环境还刚刚开始建设，需要一定时间的积累。

二是作为传统的互联网通道，对于互联网及电子商务的内容和应用介入较少，互联网支付刚刚起步，互联网渠道还处于建设阶段。

三是缺乏金融运营专业人才，专业运营能力不足。移动支付的产业链较长，包括商户拓展、金融机构和行业合作、准金融支付平台和账户体系建设等，运营机制和传统通信运营差异非常大，尤其是电信运营商基于传统通信业务的内部管理体制机制、人员的观念等方面，以及金融应用运营经验和专业化金融人才储备上，都较金融企业有很大差距。

四是移动支付业务不是电信运营商的核心业务，并且移动支付业务的运营模式与传统电信业务的运营模式差别较大，电信运营商对移动支付业务的运营能力可能比不上第三方支付公司。而由于电信运营商的用户基数庞大、渠道便利，使其在金融行业具备较好的发展潜力，容易引起金融机构的顾虑而影响合作。目前基于互联网的支付渠道是电子支付的主要渠道，由于互联网的开放性，电信运营商的渠道优势难以发挥。因此运营商应把精力放在其更具备掌控能力的现场支付方面。来源：2011-6-17 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部任免一批司局级干部

日前，工业和信息化部党组任免了一批司局级干部：曹淑敏任工业和信息化部电信研究院院长，杨泽民不再担任电信研究院院长职务，李锡堂不再担任电信研究院党委副书记、副院长兼纪委书记职务；刘建业任甘肃省通信管理局党组成员、甘肃省专用通信局局长，冯渤不再担任甘肃省通信管理局党组成员、甘肃省专用通信局局长职务；高波不再担任辽宁省通信管理局副巡视员职务。来源：2011-6-17 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

FCC 考虑制定新规：打击运营商乱收费

美国联邦通讯委员会(FCC)将考虑制定新规，防止移动运营商向用户乱收费。

FCC 主席朱利叶斯·格纳考斯基(Julius Genachowski)周一表示，该机构将开始考虑通过新的方法来保护消费者，防止运营商强行收取莫名其妙的费用。

强行收费指的是运营商向用户账单中添加未经授权或具有误导性的收费项目。FCC 官员举了一个例子对此加以说明：一名圣路易斯妇女被收取了两年的长途服务费，但她却从未注册过这项服务。

目前还不清楚 FCC 具体将采取何种措施，但该机构的官员表示，新规将着眼于“透明和公开”。FCC 已经针对欺诈性收费行为制订了一些规定。

FCC 上周对四家小型运营商处以 1170 万美元的罚款，指控他们在未经授权的情况下向用户收取了长途费。FCC 只能就虚假收费对运营商进行处罚，美国联邦贸易委员会(FTC)则拥有额外的司法权，可以阻止其他企业的类似行为。

代表运营商利益的美国电信协会(USTelecom Association)对有助于解决乱收费问题的努力表示支持，该协会的成员“正在通过持续改进流程来避免未经授权的收费行为，从而保护用户”。

AT&T 也发表声明称，该公司已经采取了一定的措施来避免强行收费，其 2010 年的强行收费投诉量减少了 72%。

FCC 周一呼吁用户仔细查看电话账单，并就可疑费用向运营商咨询。该机构还在针对相关投诉展开调查。

作为广泛的用户保护计划的一部分，格纳考斯基曾经承诺将采取严厉措施打击强行收费。然而，该机构尚未就账单公开问题发布新规。

FCC 去年 10 月就开始研究新规，避免出现用户收到的账单高于预期的情况发生。该机构已经征集了各方意见，但尚未采取进一步的行动。格纳考斯基周一称，FCC 将在“不远的将来”继续推动这一进程。

FCC 曾于 2009 年做出过类似的努力，考虑对相关规定进行修改，让运营商针对账单收费项目提供更为详细的信息，但至今尚未完成。来源：2011-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

联合国：各国应尽快推出国家宽带计划

6 月 6 日，联合国教科文组织在宽带数字发展委员会第三次会议上发布的一项新报告中表示，世界各国政府需迅速制定并实施国家宽带计划，否则将会使国家经济处于不利地位。同时该委员会也指出，在一些已经出台的国家宽带刺激计划中，还存在监管框架缺失的问题。宽带数字发展委员会是由联合国教科文组织和国际电信联盟(ITU)为促进宽带发展于去年创立的一个行业组织。

这份题为《宽带：前进的平台》的报告指出：“为最大限度地使全社会享受到宽带带来的福祉，各国应开展协调，促进基于设备的竞争，并推出鼓励服务提

供商以公平的市场条件提供接入的政策... 协调应体现在企业、管理和经济部门的方方面面。注重单个项目的开发或全无章法地进行重复的网络建设，这不仅没有效率，还使基础设施提供滞后，而在现代世界中，基础设施如同道路或供电一样，正在发挥着至关重要的作用。”

报告还突出强调，宽带是促进经济增长和创造就业机会的推动力，并列举了各国的案例研究和主要咨询机构的报告予以说明。例如在中国，宽带普及率每增长 10%，就可为国内生产总值(GDP)贡献 2.5%的增长。报告中所列的其他数据也表明，对于中低收入国家而言，宽带普及率每增长 10%，就可使经济增长 1.4 个百分点。

在就业方面，为欧盟委员会做的一项分析预测，到 2015 年时，宽带将创造 200 多万个就业机会，而巴西的一项研究报告则指出，宽带接入已使就业率提高了 1.4%。

宽带网络带来的益处不仅体现在使人们更快地进入网页，宽带网络还是“物联网”的基础组成部分。人们可以利用 RFID 等技术，通过物联网，使通常的静物进入流通而无须人的介入。此类网络已经在改变库存控制和船队管理，而且必将通过电子卫生应用在医疗保健领域，通过远程学习和师资培训在教育领域，通过智能电网、监控系统和智能建筑等应用对环境管理等重要行业发挥日益重要的作用。

“如今每个国家的经济发展都越来越依赖于通过宽带互联网与世界其他地方连接。”国际电联秘书长哈玛德·图埃博士说，“这项新的宽带委员会报告表明，宽带普及率的提高与 GDP 的增长直接相关。基本上，宽带接入可获性越高、费用越便宜，一个国家的经济就越强、增长前景越好。”

联合国教科文组织总干事伊琳娜·博科娃强调了宽带在知识共享和让人人都有受教育机会方面的重要作用。她说：“只有当人人都可以承受并能够用上宽带时，宽带推动的应用和内容才能成为实现全民教育目标的有力工具，具有包容性、普遍性和公平性的宽带网才能成为发展和增长的强大助推器，成为知识社会建设和共享世界文化、语言和科学资源宝藏的一种途径。”来源：2011-6-15 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中消协：手机厂商收集个人信息应事先告知

针对闹得沸沸扬扬的苹果“跟踪门”事件，中消协昨天发布声明，呼吁苹果公司和使用谷歌安卓操作系统的智能手机厂商尊重消费者的隐私权等，收集个人信息应事先告知，不得非法出售、泄露或者滥用用户信息。

中消协表示，近期他们关注了新闻媒体对苹果 iPhone、iPad 和安装谷歌安卓操作系统的移动智能终端可能收集保存用户位置信息的报道。

据英国《卫报》报道，英国两名工程师 4 月 20 日称，苹果 iPhone 手机和带 3G 功能的平板电脑 iPad 会在用户不知情情况下，记录并存储用户所在位置信息。

《华尔街日报》报道称，其安全分析师发现苹果 iPhone 手机和使用谷歌安卓操作系统的智能手机会自动收集用户位置信息，并将这些私人信息反馈给两家公司。之后《华尔街日报》进一步报道称，其分析师发现 iPhone 手机在定位功能被关掉后仍在收集用户的位置信息。来源：2011-6-15 京华时报

[返回目录](#)

国际电信联盟称全球手机充电器 2014 年将统一

国际电信联盟决定，从 2014 年开始，全球所有手机充电器将实现统一。

韩国广播通信委员会 20 日表示，联合国下属机构国际电信联盟(ITU)决定，从 2014 年开始将手机充电器规格进行统一。如果 ITU 定下频率或电器相关标准，各成员国按惯例将予以遵守。

目前，手机充电器的规格根据国家和制造商的不同而不同，因此在手机需要充电的时候，如果没有对应的充电器，就无法继续使用。因此购买手机时，还需担负购买充电器的费用；出差旅行时，在携带手机的同时也必须带上充电器，十分不便。

如果不久的将来充电器实现统一，即使购买新手机也能继续使用原先的充电器。韩国广播通信委员会计划，从 2011 年 11 月开始将韩国充电器规格更换为 ITU 标准规格。来源：2011-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

【国内行业环境】

两岸智能终端产业合作研讨会在台北举行

海峡两岸智能终端产业发展合作研讨会 15 日在台北举行。中国电子视像行业协会副会长白为民率大陆 8 大彩电厂高层与会，与 200 多家台湾业者一起探讨两岸合作的新商机。

据悉，这是白为民近三年来第三度率大陆厂商来台，计划采购台湾面板 3000 万片约 55 亿美元。

此前 2 年，台湾企业向大陆提供了近百亿美元的电视面板，仅去年就达 54 亿美元，面板平均尺寸也有所提高，大尺寸 LED 背光面板、3D 面板等高技术含量产品比重已接近 50%。同时，两岸业界还联合提升平板电视售后服务水平，联合制定了一系列产品技术标准。

在研讨会上，白为民表示，两年多来，两岸业界的合作交流成果再次证明，两岸同胞的骨肉亲情血浓于水，两岸产业互补优势极为明显，合作前景极为广阔。当前，两岸产业合作日趋稳定，两岸产业环境正逐步积极优化，两岸扩大产业合作的良好机遇已经到来。

她说，2011 年是大陆“十二五”规划的开局之年，视像产业发展正处于“转方式、调结构”的攻坚阶段，三网融合试点已取得明显成效，“以旧换新”、“节能补贴”各种粗=促内需政策正处于深度发酵期，积极效应正逐步显现，为进一步促进彩电消费需求发挥了积极作用，也为两岸合作奠定了稳固基础。

她指出，两岸在智能终端产业领域都取得了较大突破，大陆彩电企业纷纷推出智能电视，台湾在软件开发、操作系统开发等方面具有一定优势，两岸有关产业互补明显，合作前景可以期待。若能组织起来，联合开发，包括共同制定相关标准，共同促进产业发展，则是两岸业界又一联合发展的领域。

白为民强调，目前，两岸交流合作正处在蓬勃发展阶段，面临十分难得的发展机遇。希望两岸相关协会、企业公会等组织为两岸企业搭建平台，也需进行深入的战略研究，掌握发展的主动权。相信携手推动两岸产业深入合作、同心实现两岸同胞共同福祉，必将成为两岸业界交流的主旋律。

台北世贸中心董事长王志刚表示，大陆十二五规划积极推动三网融合政策，在电信网、广播电视网及互联网融合后，智慧电视、智慧手机及平板电脑等相关的智能终端产品需求将大增，对台湾业者可谓一大利多。两岸业者可联手发挥优势互补，共同研发与制造新型智能终端产品，除满足大陆市场需求，甚至可以合作建立产品标准，进军国际市场。

白为民和台北世贸中心总经理赵永权还共同签署了《推动海峡两岸智能终端产业合作备忘录》。来源：2011-6-16 中国新闻网

[返回目录](#)

中国电信牵头成立移动互联网开放合作联盟

昨天，中国电信宣布，已联合 24 家产业链合作伙伴共同发起成立了移动互联网开放合作联盟。

据了解，该联盟除了中国电信外，成员还包括百度、新浪、腾讯、搜狐、网易、空中网、人人网、优酷、奇艺、UC 优视等主流互联网公司，高通、微软等芯片和操作系统厂商，三星、摩托罗拉、中兴、华为、LG、HTC、天宇朗通、宇龙等终端厂家，以及埃森哲、赛诺、易观、艾瑞等行业咨询公司。来源：2011-6-20 京华时报

[返回目录](#)

今后 5 年北京传感网产业规模将达 2000 亿元

北京是引领中国电子信息产业发展方向的自主创新高地。今后 5 年，物联网所依托的传感器与传感网产业有望在北京迅猛发展。到 2015 年，北京该产业的规模将达到 2000 亿元人民币，收入超过 10 亿元的龙头企业将超过 10 家。

这是 14 日北京公布的《传感器与传感网产业技术路线图研究》报告透露的信息。北京市科技信息中心主任胡青华在今天举行的“2011 年中关村物联网与 ZigBee 产业发展国际论坛”上发布了该报告。

谈到全球传感器产业的发展现状，胡青华介绍说，全球传感器市场正以年均增长率达 5.3% 的速度持续稳定发展。2009 年，全球传感器市场容量约为 530 亿美元。其中，加拿大成为传感器市场增长最快的地区，而美国、德国、日本是传感器市场分布最大的国家。

与发达国家相比，北京传感器产业有较大差距，产业仍处于培育期，汽车、城市建设等众多领域中使用的高端芯片及核心技术仍严重依赖进口；传感器敏感芯片、封装技术和测试技术批产能力较差，智能传感器技术水平缺乏标准和互通性。

胡青华表示，北京市作为引领中国电子信息产业发展方向的自主创新高地，掌握着众多传感器及相关芯片的研发、设计资源。发展传感器及传感网络产业，对于北京培养战略性新兴产业，转变经济发展方式，具有重要的战略意义。

过去半年里，北京市科委组建专家组，走访调研了 21 家物联网企业，借鉴分析了国内外产业发展状况，形成了上述报告。

报告中详细规划了 3 年至 5 年北京传感器与传感网产业发展发展目标：到 2013 年，自主研发一批新型传感器，在高端传感器领域逐步取代进口，实现国产化；到 2015 年，自主研发一批高可靠、智能化、高性能、低功耗、低成本传感器，自主研发的新型传感器逐步走向国际市场。来源：2011-6-15 中国新闻网

[返回目录](#)

我国数千亿投向无线城市群建设 广东模式蔓延

随着河南、贵州、安徽、江西等各省“无线城市群”的陆续开建，我国已开始形成“无线城市群”的建设热潮，而开创该模式的中国移动广东公司(以下简称广东移动)透露，广东移动已经率先在全省 21 个地市全面建成“无线城市”平台，截至目前，广东 3G 网络已达到县级以上人口 100%覆盖；WLAN 无线接入点 10 多万个。

“无线城市群”建设形成热潮

6 月 14 日，安徽省相关部门透露，即将全面启动“安徽无线城市群”建设。作为首批试点城市，合肥、铜陵、黄山已率先启动无线城市项目建设。

而更早前的 6 月 3 日，河南省政府与中国移动签署“中原无线城市群”战略合作协议，中国移动未来 3 年将投资 200 多亿元，全面推进河南无线城市群建设。

而 4 月份以来，中国移动还与江西、贵州、四川签订类似协议。例如，根据中国移动与江西签订的合作协议，“十二五”期间，中国移动将投入 500 亿元，加大对江西“无线城市群”基础网络建设、应用开发推广等领域的建设力度，着力打造政府可管理、产业可增值、群众可感知的“智慧鄱阳湖”。

此外，江苏省宣布将加速打造以南京等主要城市为核心的江苏无线宽带城市群，福建省于 2011 年 1 月正式启动了“无线城市群”建设，四川省斥资百亿正式启动“无线城市群”建设。

据悉，中国移动将在全国各省都将签署类似协议，将在全国范围内建设“无线城市群”。仅仅根据几个省公布的数据，这些省在无线城市上的总投入加起来就将达数千亿元。即便刨去其中的数字水分，全国无线城市群的总投资达到数千亿没问题。

“广东模式”的普及

“无线城市群”的始作俑者是广东移动。

无线城市自诞生之日起，就被视作继水、电、气、交通之外的城市第五项公共基础设施，但如何建设、运营和维护这项设施，不管是早期的“费城模式”还是后来的“新加坡模式”、“香港模式”，都没能给出一个可以成功复制、推广的答案。

不过，最后，广东移动的模式得到了推广。

最早，国内仅是单个城市提出建设“无线城市”，缺乏规模效应。2009年9月，广东移动在全国范围内首次提出了“无线城市群”概念，其主要是以自创的“2G+TD+WLAN”混合组网模式，希望打造优质的城市无线网络覆盖、完善的门户平台、丰富的业务应用和高效的运营体系，提供各种无线城市服务，而且是多个城市组成一个无线城市群。

这一构想与广东省委、省政府提出的“积极打造数字广东、智慧广东”战略高度一致。根据《广东省发展高端新型电子信息产业行动计划(2010-2012年)》，其中要求进一步加快高速无线接入网络建设。按照珠江三角地区产业布局规划，形成以广州、深圳为中心，珠海、中山、惠州和东莞为配套、辐射带动全省的珠三角国家宽带通信产业聚集区。

由此，广东移动的“无线城市群”开始实质性建设。

广东无线城市的用户数据统计

实际上，推进无线城市建设具有广阔的市场空间。数据显示，2010年第4季度中国移动互联网用户规模达2.88亿人，相比去年同期增长41.48%；2010年中国移动互联网市场规模达637亿元，较2009年上涨64.2%。移动互联网井喷式的发展为无线城市建设带来了巨大的机会。

根据广东移动的介绍，截至目前，广东21个地市已全面建成“无线城市”平台，广东3G网络已达到县级以上人口100%覆盖；WLAN无线接入点10多万个，注册用户数达到249万，是2009年的25倍，据预测2011年该数据将超过800万。在相关应用方面，广东移动接入“无线城市”业务就超过1500项。

目前，广东移动“无线城市”平台可提供包括无线政务、便民服务、商家优惠、掌上娱乐、企业应用、旅游资讯和时事新闻等在内的7大类服务。截止2011年5月，广东移动无线城市门户访问量达到1025万人次，环比增长32%，2011年前5个月累计访问量已突破2000万人次。

这实际上显示，无线城市既在带宽硬件上为城市居民提供了上网需求，同时也在内容服务上有用户需求。来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

工信部鼓励民资进入电信业 拟建驻地网建设公司

近日有消息称，工信部拟出台方案，鼓励民营资本进入基础电信运营市场，并使运营商与广电及民间资本共同组建“驻地网建设有限责任公司”。目前，该方案正在修改中，完善后将上报国务院批准。

根据工信部将出台的进一步鼓励民营资本进入基础电信运营市场方案，三家运营商、广电方面和民营企业将共同出资，成立“驻地网建设有限责任公司”。其中三家运营商和广电方面占 51% 的股份，民营占股 49%。实施方面，拟先由地方政府提出试点方案，并持有项目申报权，工信部将保留项目审批权、驻地网使用价格控制权，以便督促企业做好普通服务。

“出台方案只是一个最基本的态度，具体实施还要看不同情况。”飞象网 CEO 项立刚表示，现在鼓励民营资本进入基础电信运营市场的方案还没有得到批复，并且批复到实施还有很长一段路要走。项立刚认为，在促进网络建设、整合各种资源的大背景下，方案实施的可能性很大。

据介绍，除政策原因外，民营资本进入到电信行业依然困难重重。“政策是最大的阻碍，政策开通后，民营企业还面临着资金力量的问题。”项立刚说，由于电信行业属于高新技术、资金密集型行业，投入量大、回报时间长，这就需要民营企业投入大量资本以及业务、技术的不断创新，才能保证其运营前景。资本投入将是民营企业进入通信行业需要突破的瓶颈。

亦有业界人士分析，我国电信行业基于历史的原因一直处于垄断和受保护的地位，民营资本少有进入基础电信领域的机会。缺乏运营管理经验也将成为民营资本进入电信行业的较大障碍。来源：2011-6-15 南方都市报

[返回目录](#)

国内双手机用户规模扩大 双模双待手机机遇凸显

用户双手机使用习惯的出现，昭示双卡双待手机的使用困境，同时却也是双模乃至多模手机发展的良机。易观国际最新发布的《中国手机用户研究报告 2011》显示，超过 40% 的被访用户同时使用 2 部或更多手机。相比 3 年前的数据，“双手机”和“多手机”用户的比例至少增长了 10 个百分点。

可以说，双模乃至多模手机市场还未得到充分挖掘，这对于厂商和运营商来说，显然是商机所在；对于消费者来说，这或许又是一种新的消费趋势。

双手机成用户消费趋势

在易观国际的这份最新研究报告中，受访用户中持 2 部手机的比例占 35.9%，持 3 部及以上手机的用户比例达到 5%。易观国际分析师路理彬认为，造成“双手机”和“多手机”用户增长的最重要因素是，中国手机用户在办公社交和私人生活等多个层面的沟通需求分化比较明显。现代人人际网络复杂，尤其是一些高端商务人士，假设将办公社交与私人生活通讯号码共用，很可能出现休息时间被打扰，或是重要电话没接听等问题。因此，不少用户会视个人实际需要，为不同生活层面选择特定的沟通需要，“双手机”乃至“多手机”由此应运而生。

针对部分用户希望分割通讯资源、不愿意工作生活相互打扰的问题，其实解决手段并非“双手机”一种。事实上，目前市售的双卡双待手机已能圆满解决这一问题。所谓双卡双待手机，指得是在一种通讯网络制式之下，一部手机终端可以拥有两个 SIM 卡，并且两张卡均能处于待机状态。也就是说，双卡双待手机能让用户在同一运营商网络之下，拥有两个不同的手机号码，便于区分工作生活需要。双卡双待手机从功能上讲颇为贴心，但即便在此情况之下，近年来“双手机”乃至“多手机”用户的比例仍然逐年递增，这显示了双卡双待手机的困境。

究其原因，由于双卡双待手机多为运营商的定制机型，且大多是天语、酷派、联想等国产品牌，尽管终端品质依旧有保证，但相较摩托罗拉、诺基亚、苹果等显然还有一定差距。由于用户对双卡双待手机的品牌认知不足，该种类终端的可选范围狭窄等原因，阻碍了双卡双待手机的发展，也成为“双手机”、“多手机”现象出现的根源。

双模双待手机迎发展良机

从另一方面来说，双卡双待手机的困境却也给另一类型的手机带来了发展的良机，那就是双模双待手机。

尽管在名字上只有一字之差，但双模双待手机相较双卡双待手机在功能上优化不少。所谓双模双待手机，指的是一部手机可同时插入两张不同网络的号卡，并使之同时处于开机状态，用户无需切换网络，即可任意拨打、接听和收发短信，实现手机双网双号同时在线。由于此类手机可以支持两种制式通讯网络同时在线，因此用户在终端品牌、型号、价位上的选择一下子多了不少。更重要的是，当前不同电信运营商推出了不同种类的优惠套餐，选择双模双卡手机意味着用户完全可以定制不同运营商的优惠套餐，并根据自身需要组合使用；还可通过诸如“亲情号码”、“网内互打免费”等优惠服务的组合，有效节省通讯开支。

我们不妨以具体终端为例，三星 I909 就是中国电信联合三星推出的一款双模双待旗舰机型，其所倡导的“工作一个号，生活一个号”的生活方式，使其成为商务机型的代表。该机正面配备一块 4.0 英寸的电容触摸屏，显示效果出色。而该机背后的一枚 500 万像素摄像头，用来满足日常的拍摄同样也不差。三星

I909 内置方面搭载了目前主流的 Android 2.2 智能操作系统,1GHz 高主频的处理器以及双模双待的配置使其实用性出色,更有大批天翼应用,让用户的操作体验更加完美。

而黑莓 9530 同样是一款双模双待的商务经典,其采用了一块 3.25 英寸 65536 色的 TFT 触摸屏,分辨率为 480×360 像素,搭载 BlackBerry OS 5.0 操作系统,软件运行速度非常流畅,支持 WCDMA 以及 CDMA2000 3G 网络,内置 GPS 和 320 万像素摄像头,满足用户的日常使用需求。

双模双待手机市场待深挖

不过,双模双待手机的消费潜力同样需要深挖。一方面,由于双模双待手机早期的商务特性明显,此类手机也一直被视为配置高、价格高的高端机种。但实际上,据相关媒体报道,目前手机用户特别是有手机上网习惯的智能手机用户数量不断增多。数据显示,截至 2010 年末,我国手机网民的数量已达到 3.26 亿;预计到 2013 年,这一数字将达 7.20 亿。但在手机终端方面,中低档终端仍是用户消费主力,这也意味着,如果双模双待手机不愿放低身段,则用户区分工作、生活通讯号码的需求,极有可能仍将以“双手机”方式解决。

另一方面,双模手机也不再是终端发展的顶点。事实上,随着智能手机技术的不断成熟,“全模手机”以及“多模单待”手机均已问世。据业内人士透露,包括 Marvell 公司在内的不少芯片企业都想要推出 TD / WCDMA / GSM 三模手机的单芯片。此外,知名芯片厂商高通亦计划推出 CDMA2000、WCDMA、TD-SCDMA 全部集成在一个芯片里的全模手机芯片。业内甚至预计类似芯片将在下一代 iPhone 中使用。中国电信更是走到了三大运营商的前面。日前,中国电信就率先推出了一款支持全球漫游的多模单待手机 HTC 710D,该机由于已经在手机中集成了当地的运营商信息,因此不论是任何制式,均可直接切换。

全模手机的概念已然得到运营商的看重,除了中国电信率先推出具体终端之外,中国移动和中国联通也都有在此方面发展的意向。而全模手机一旦真正普及,不仅用户区分工作、生活通讯的需求将得以满足,用户在终端方面也将有更多的选择。来源:2011-6-16 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

墨西哥处罚 5 家电信运营商

周三,墨西哥电信监管机构 Cofetel 称将向 5 家电信运营商进行处罚,原因在于运营商的不合标准的服务。

Cofetel 称，自 2003 年以来，至少有 16 项服务质量不合标准，Cofetel 没有详细说明将如何处罚，是哪 5 家运营商。

几年来，很多墨西哥城市的电信服务经常出现问题，电话网络经常堵塞，很多通话失败、无法发送短消息，互联网和电视服务有时几个小时都无法修复。

墨西哥的电信产业由墨西哥电信大亨卡洛斯·斯利姆(Carlos Slim)名下的两家电信公司主导，主要面向移动市场的运营商美洲移动(America Movil)和固网巨头墨西哥电信公司(Telefonos de Mexico，以下简称 Telmex)，斯利姆公司的市场份额已经超过了 70%，近期美洲移动已遭到监管部门的详细审查，看其是否利用其势力阻止其他竞争对手成长。

上周，Cofetel 令 Telmex 削减了长途电话费用，特别是在乡村和城郊地区，Telmex 在这些区域是唯一的电信运营商。

四月份，墨西哥联邦竞争委员会指责美洲移动滥用市场优势主导地位，对其处以 10 亿美元的罚款。

去年，Cofetel 发现，America Movil 旗下子公司 Telcel 用户，有超过一半的电话在两个月内经常无法接通

为了提高覆盖率，降低通信资费以及引入前沿通信技术的考虑，墨西哥政府多次演讲为无线通信市场引入更多竞争，然而自墨西哥电信业开放国外投资的二十年间，全球很多电话公司试图动摇斯利姆公司的市场地位，但都没有取得太大的影响。

许多公司离开了，抱怨说监管机构未能消除障碍，使得斯利姆公司继续繁荣。也有一些公司仍然存在，如西班牙电信(Telefónica)，该公司现已占据了刚过 20%的墨西哥手机市场份额。来源：2011-6-16 中国通信网

[返回目录](#)

韩国首尔将建免费无线网络

韩国首都首尔市政府 15 日说，将在首尔公共场所建设 WiFi 无线网络，至 2015 年覆盖大约 13%的地区，免费使用。首尔户外场所中，83%没有无线网络。按计划，至 2015 年，超过 1 万处公共场所可上网，包括公园、十字路口、商业区。所有公交车、地铁和出租车 2011 年可实现无线上网。这一项目耗资 477 亿韩元(约合 4400 万美元)。来源：2011-6-16 新京报

[返回目录](#)

法国启动 4G 频谱拍卖 底价 36 亿美元

法国电信监管机构 Arcep 今日表示，有意竞购 2.6GHz 和 800MHz 频谱资源的移动运营商现可提交申请。为充分体现这部分资产的价值，其合计拍卖底价为 25 亿欧元(约合 36 亿美元)。

这部分频谱资源是中立的，意味着运营商可任意使用，只要符合 Arcep 制定的规则即可，但 Arcep 推荐运营商将这部分资源用于提供 LTE 4G 服务。对于运营商而言，800MHz 频谱资源更具价值。一年前德国拍卖无线频谱资源时，也是低频资源价格高。

Arcep 称，此举旨在拓展法国的移动宽带普及率。Arcep 规定，每一家赢得 800MHz 频谱资源的运营商都要在 15 年内将其服务范围拓展到法国大陆 99.6% 的人口区域。

对于 2.6GHz 频谱资源，运营商最后的申请日期截至 2011 年 9 月 15 日，而 800MHz 频谱资源的最后申请日期截至 12 月 15 日。随后将对这部分频谱资源进行拍卖，并于 2011 年底分配 2.6GHz 频谱资源，2012 年初分配 800MHz 频谱资源。来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

西班牙频谱拍卖第二轮 11 家运营商竞逐

未来数天，西班牙工业部门将启动移动频谱拍卖第二轮，起价 14.5 亿欧元。

西班牙此次拍卖的是位于 800MHz、900MHz、2.6GHz 频段上的 58 个片区的频谱。其中，270MHz 频谱吸引了 11 家运营商的竞逐，包括：Orange(法国电信子公司)、沃达丰- 西班牙和 Telefónica 子公司 Yoigo 3 家顶级运营商和 Ono、Jazztel、Telecom Castilla la Mancha、R、Telecable de Asturias、Opnatel、Cota 8 家小型运营商。预计拍卖将进行数个回合，6 月 30 日左右公布结果。

此前在 5 月结束的第一轮拍卖中，Orange 以 1.26 亿欧元拿下 900MHz 频谱，而 TeliaSonera 子公司 Yoigo 以 4200 万欧元赢得 1800MHz 频谱。

此次频谱拍卖旨在促进无线接入网投资，扩大移动宽带覆盖，尤其是农村及偏远地区的覆盖，鼓励通信产业的创新和竞争。

西班牙政府希望通过对所有空闲频谱的拍卖筹集 15-20 亿欧元资金。在目前借贷利息上升的形势下，这部分资金将用于缓解政府的财政空缺。来源：2011-6-21 中国通信网

[返回目录](#)

平壤掀起手机热潮：成谋生手段和炫富资本

据美国自由亚洲电台(RFA)报道，手机在朝鲜平壤市人气火爆。该电台援引一位朝鲜消息人士的话报道说：“最近走上平壤街头，不只是党干部，连普通市民也带着手机的情景随处可见。他们的生活并不富裕，但还是从微薄的收入中抽出一部分购买手机。”

该消息人士补充说：“手机近来在平壤市民中非常流行，甚至有人开玩笑说‘没有手机的只有我和狗’。”

据消息人士透露，在朝鲜购买一部手机需要 250 至 300 美元，可以说是一笔不小的开销，但购买手机后，每月可以免费使用 200 分钟的基本通话时间和 20 条短信。超过基本通话时间，电话就会自动切断。这种情况下需要到邮电局购买预付卡延长通话时间。

每月的基本费用为 2850 朝元(相当于 1000 韩元)。以黑市汇率来计算，只有 1 美元左右，但这和普通劳动者的月收入相符。

据消息人士透露，朝鲜掀起手机热潮的一个原因是“财富的象征”，但同时也是一种“谋生手段”。该消息人士指出：“朝鲜军方下属一名赚外汇的干部为了同中国进行贸易往来而随时打电话，一只耳常煲手机粥。在朝鲜贸易省工作的一名职员不仅为自己购买手机，还给妻子和儿子买了手机。”

手机还备受朝鲜青少年的青睐。他们可以用手机拍照、听音乐、看视频。

自由亚洲电台指出：“为步入无线通信时代，朝鲜金正日将埃及奥斯康电信引入国内，鼓励普及手机，从埃及奥斯康电信的业绩报告来看，截至 3 月底，朝鲜的手机用户达 53.5 万多人，最近出现用户数量直线上升的趋势。” 来源：2011-6-18 新浪科技

[返回目录](#)

传美司法部已批准谷歌 9 亿美元收购北电网络专利

据知情人士透露，美国司法部已经批准谷歌以 9 亿美元收购加拿大电信设备厂商北电网络逾 6000 项专利。拍卖将于美国当地时间 6 月 20 日举行。

据称，美国司法部经过反垄断调查后认定，谷歌收购这些专利并不会严重削弱竞争。政府批准将帮助谷歌成功竞购这笔资产，以规避竞争对手发起的专利诉讼。另有消息称，微软、苹果、中兴、诺基亚等科技巨头亦将参与竞标。

据称，苹果和 RIM 亦与司法部进行交涉，力图为自己的竞标铺平道路。

谷歌、苹果、RIM 和司法部均拒绝就此置评。

周一，包括微软、AT&T 和 Verizon 电信在内的多家科技厂商提起诉讼，反对谷歌收购北电网络专利，声称这笔交易将破坏一系列关键技术的研发，并使谷歌获得不公平竞争优势。惠普和诺基亚亦表示抗议。

北电网络 2009 年 1 月宣布破产，随后开始分批出售资产。此次出售的数千项专利是该公司最后一笔重要资产，涵盖各个高科技领域，如 Wi-Fi、社交网络和 LTE 4G 技术等。业内专家认为，这些专利可被视为一座“核武库”，因为竞标成功者将可以藉此发起一系列专利权诉讼，令竞争对手举步维艰。

谷歌表示，之所以需要收购这些专利，是因为自己已成为专利权诉讼的主要目标。原因之一是与历史更加悠久的竞争对手相比，谷歌拥有的专利较少，无法发起反诉震慑对手。谷歌法律总顾问肯特·沃克(Kent Walker)2011 年 4 月表示：“讽刺的是，一家公司抵御专利权诉讼的最佳方法就是拥有大批专利权。你将因此拥有研发新产品和服务的自由。”

专利咨询公司 General Patent CEO 亚历山大·波尔托拉克(Alexander Poltorak)表示，竞标成功者“将拥有一座极其重要的反诉‘武器库’，使许多潜在对手陷入困境”。

此外，一些对冲基金和投资者也有可能参与竞购。他们希望利用这笔资产，从那些资金充裕的科技公司获得专利使用费。

苹果此前曾针对使用谷歌 Android 系统界面的手机厂商发起多起专利权诉讼，被告包括 HTC 和三星电子。该公司也常常成为被告。周二，诺基亚宣布苹果已同意支付赔偿，和解两家公司之间的专利纠纷。来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

泰国 True Online 计划 2011 年 3.5 亿美元扩建 3 万热点

泰国 True Online 宣布将于 2011 年投资 3.5 亿美元，以将其运营的 Wi-Fi 热点数量翻番至 6 万个。

True Online 总经理兼首席运营官 Vichaow Rakphongphairoj 表示，Wi-Fi 热点网络的扩建还将为它现今尚未覆盖的 15 个行政区带去服务。

此次扩建还将配合该公司的骨干网升级，使之提升国内宽带互联网服务的速度。

True Online 预计 2011 年其宽带收入将增长 15%-20%至超过 100 亿泰铢，贡献总收入的一半以上。来源：2011-6-21 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

全球运营商加速布局移动支付

随着智能手机的普及与移动互联网的蓬勃发展，消费者越来越不愿使用传统而繁琐的银行账户和现金支付方式，更为便捷的电子支付、移动支付成为大势所趋。综观全球移动支付市场，全球运营商脚步越来越紧凑，开始加速布局。

近日，据国外媒体报道，美国第一大无线运营商 Verizon 无线宣布，该公司已同移动支付公司 Payfone 签署合作协议，从而让 Verizon 无线的客户能够通过手机购买商品。

移动支付是一个飞速发展的市场，前景一片大好。相比国外运营商，我国三大运营商在部分地区早已开始试水移动支付。

Verizon 无线将推移动支付业务

据咨询公司 Aite Group LLC 进行的调查显示，2010 年美国家庭进行了 110 亿笔个人之间的在线支付交易，交易金额累计高达 8650 亿美元，每户家庭交易金额平均为 7,500 美元。因此，来自不同领域的企业，从金融机构、电信巨头到互联网企业等都不愿落后，纷纷推出新的支付业务，企图在这一“钱途无限”的市场分一杯羹。Verizon 无线作为美国重要的电信企业自然不会错过这场盛宴。

Verizon 无线营销副总裁格雷格哈勒(Greg Haller)表示，“我们已全范围的覆盖移动支付服务，这是我们完成移动商务战略的重要组成部分。” Payfone 的服务将于年底向 Verizon 无线用户推出。

据悉，使用带有浏览器手机的 Verizon 无线客户均可能使用 Payfone 的移动支付服务。通过使用 Payfone 的服务，Verizon 无线客户能够通过无线移动网络购买互联网卖家的商品，商品账单将会被记到 Verizon 无线用户的月账单当中。

除此之外，Verizon 无线还加入了 Isis 移动支付系统。Isis 是由美国第二大无线运营商 AT&T 和 T-Mobile 美国共同创办的一家近场通讯(NFC)手机支付合

资公司。Isis 计划于 2012 年正式在美国推出服务。Verizon 无线表示，与 Payfone 合作并非是为了取代 Isis，而是充当该服务的辅助。

移动支付是大势所趋，全球运营商加速布局

以中国市场为例，据中国电子商务研究中心统计，2010 年我国移动支付市场整体规模达到 202.5 亿元，同比增长 31.1%。预计 2011 年移动支付市场将迎来更强劲的增长，2012 年手机支付交易规模将超过 1000 亿元。到 2013 年，亚洲移动支付用户将占全球相应用户总量的 85%，我国的市场规模也将超过 1500 亿元。未来几年我国移动支付的年均增速将超过 40%。

2010 年初，中国电信上海公司就推出了 RFID 非接触式移动支付服务“翼支付？手机刷卡”业务，用户只需更换一张专用手机卡便可以在一些百货公司、餐饮店、便利店里“刷手机埋单”。而在 2010 年 5 月份开幕的上海世博会上，首次采用了中国移动的手机支付手段，将世博门票的数据传到中国移动用户的新型 SIM 卡中，实现无线支付。2010 年中国联通也开通了北京、上海、广州和重庆四个城市的移动支付商用，并且加强了与中国银联的合作。

2011 年以来，我国运营商更是猛攻支付领域。3 月，中国电信正式成立支付公司“天翼电子商务有限公司”，而中国联通也紧跟其后，于 2011 年 4 月挂牌成立了“联通沃易付网络技术有限公司”。

运营商们的一大优势是统一的结算平台。一位上游厂商透露，中移动早已建成了统一的结算平台，全国一张网。而银联还没有为移动支付做成这一后台。“事实上，在金融系示意将采用 13.56MHz 为移动支付标准后，2.4G 标准的支持者中国移动、中国联通和中国电信的这种动作其实更加明显。”一位移动支付芯片厂商透露。

而在英国，近期，巴克莱银行与英国最大的移动运营商 Everything Everywhere 旗下的 Orange 宣布合作，发布了一项基于 NFC(近场无线通讯技术)的手机支付业务。英国消费者可以利用搭载这两家合作开发的 Quick Tap 功能的 NFC(近场无线通讯技术)手机，在英国超过 5 万家商店进行低于 15 英镑的小额 NFC(近场无线通讯技术)付费。据 Google 公司日前新发布的一份报告预计，到 2014 年全球 NFC(近场无线通讯技术)移动无线支付交易额将接近 500 亿美元。基于 NFC 技术的移动支付领域似乎已成为各家必争之地。

竞争将愈演愈烈，保障服务安全是未来发展关键

目前，手机逐步从传统的语音通信工具变成我们日常生活的重要组成部分，尤其是经济生活的中心。移动支付也必将成为支付方式发展的一种趋势，因为智能手机用户加速普及、新一代移动通讯及安全技术的成熟、用户渴望便捷的消费支付方式。

全球范围内，除电信运营商外，银行、第三方支付企业等都在加紧发展移动支付业务。据消息人士透露，惠普目前正在开发能够让消费者进行无线支付购物的移动设备。曾经为使用 Palm WebOS 操作系统的设备开发过应用程序的独立程序员埃德芬克尔表示：“其他厂商都会将 NFC(近场无线通讯技术)功能加载到最新开发的产品中，因此从竞争的角度来讲，惠普也必须采取相同的措施。”

此外，3G 门户首席营销官张旻翬认为，移动支付面临的瓶颈还是支付安全，运营商、银行体系、第三方支付所组成的三股力量将会相互制衡。来源：2011-6-15 通信信息报

[返回目录](#)

三大运营商 3G 用户突破 7000 万

国内三大电信运营商昨日均公布了 5 月运营数据，三家本月 3G 新增用户数突破 600 万。其中中国移动 3G 用户新增 261.6 万，中国电信新增 183 万，中国联通新增 3G 用户 173.8 万，三大运营商 3G 总用户数已达 7375 万户。

由于用户群庞大，中国移动新增用户数仍然遥遥领先于竞争对手。5 月的运营数据显示，中国移动 5 月新增用户 502 万，用户总数达到 6.11 亿。2011 年前 5 个月，中国移动累积新增用户 2715 万。中国移动 5 月新增 3G 用户 261.6 万，其 3G 用户总数已达 3199.8 万户。这是中移动首次当月新增 3G 用户占比超过五成。

中国联通本月 3G 新增用户较上月出现下滑，数据显示，中国联通 5 月 3G 净增 173.8 万户，其中包括 17.56 万 3G 无线上网卡用户，较上个月 181 万新增 3G 用户出现了下滑。截至 5 月末，中国联通 3G 用户数为 2209 万，移动业务总数达到 1.79 亿。

中国电信本月 3G 用户拓展出现明显进步。数据显示，中国电信 5 月份 3G 用户新增 183 万户，比上个月增加了 36 万户，当月 3G 用户新增占比首次超过七成，截至 5 月末，其 3G 用户总数增至 1967 万户。中国电信移动用户总数达到 1.057 亿户，当月新增 260 万。

在日渐势微的固话业务方面，联通和电信两家运营商的用户数仍在减少。5 月份中国联通固话用户减少 30.4 万户，总用户为 9584.5 万户；中国电信 5 月固定电话用户数减少 48 万户，缩水至 1.72 亿户。来源：2011-6-21 东方早报

[返回目录](#)

英国三大运营商将合作推广近场通信支付服务

英国主流移动运营商将组建一家合资企业，加速移动支付服务的部署和推广。这一移动支付服务帮助消费者通过手机，而不是现金或信用卡进行支付，同时还可以接收优惠券和广告。

Everything Everywhere、沃达丰和 O2 周四表示，计划合作开发一款移动商务系统，将零售商、银行和广告主结合在一起。随着 Android 手机中新技术的发展，帮助用户通过手机支付购买小额物品的服务正逐渐推广，这类服务已经得到了麦当劳和 Macy's 等连锁零售商的支持。

上月，谷歌、万事达卡、花旗集团、Sprint 和 First Data 共同宣布，将于 2011 年夏季在美国推出移动商务服务。移动支付目前已经在日本、韩国，以及一些银行帐号普及率较低的发展中国家被广泛使用。

沃达丰英国公司 CEO 盖伊·劳伦斯(Guy Laurence)表示：“手机已经成为人们不可或缺的物品。近期，人们将开始把钱包丢在家中。”这三家运营商没有宣布将与哪些零售商和银行合作。它们表示，目前第一步是获得监管部门的批准，并争取在年底前启动这一合资企业。

和黄 3 是唯一没有参与这一合资企业的英国运营商。以智能手机来看，英国是欧洲最成熟的手机市场。和黄 3 英国 CEO 凯文·拉塞尔(Kevin Russell)表示：“我们本希望进入这类跨行业发展的核心。我们非常关注，作为核心的竞争参与者，我们被排除在这一合资企业之外。”

全球最大的近场通信芯片厂商 NXP Semiconductors 预计，受 Android 手机逐渐普及的推动，到 2011 年年底之前，将有约 20 款支持近场通信技术的手机面市。

通过这一合资企业，英国运营商将为零售商和广告主提供统一接口，帮助它们发布虚拟礼品卡、折扣券和广告。这三家运营商的 CEO 表示，广告主已经对该合资企业表示出强烈的兴趣。英国移动通信行业研究公司 CCS Insight 表示：“获得金融机构和零售商的支持非常重要，而对设备内广告的统一将增强该服务的吸引力。”

此前，Orange 已经与 Barclaycard 合作，在英国推出有限的移动支付服务。这三家运营商还表示，合资企业不会影响每一家运营商各自的服务。西班牙电信近期也与 Orange 和沃达丰签订协议，将在近场通信服务方面进行合作。来源：2011-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

运营商角力无线建设 年内互联网普及率或达 67%

东莞“无线城市”建设开展得如火如荼，据相关数据显示，目前东莞“无线城市”建设水平已位居全省前列。近日，东莞移动、东莞电信及东莞联通总结了“无线城市”建设的进展情况，并公布了下半年“无线城市”建设规划。

根据规划，截至 2011 年底，光纤网络 20 兆/秒的接入能力将提升至 70%，东莞市的互联网普及率或达到 67%。未来几年，东莞移动等三大通信运营商计划投入 195 亿元巨资打造“无线城市”，实现镇级以上城区全覆盖。

东莞移动政务、服务资源进一步对接

早在 2009 年 9 月，东莞移动就已建立广东省首个无线城市门户平台，率先推出政府社会管理和公共服务平台，并于 2010 年正式开通。该平台以“电子政务、数字民生、信息兴业、网络文化”为主题，构建了完善的移动电子政务、公共服务、民生信息等信息化应用平台。

据东莞移动相关项目负责人介绍，截至目前，东莞无线城市门户平台上承载的信息化应用数量已达 260 多项，月均使用无线城市应用的人数达到 4 万多人，累计有 66 万访问用户、443 万访问人次。通过政府与企业的多元化投入，东莞市信息化综合指数逐步上升，位居广东全省前列，并入选全国“城市信息化 50 强”。

接下来，按照计划，东莞移动已与东莞市政府签订了战略合作协议，双方着力构建便捷高效的信息网络体系，进一步提升东莞市无线城市战略高度和品牌知名度，并在政务资源、服务资源上作出进一步的对接，推进信息技术和互联网在政务、商务、生产、生活、教育、文化、卫生等各领域的广泛应用，并充分聚合物联网和移动互联网的应用，打造出“无缝隙”的无线生活，深入城市乡镇。

东莞电信年底 20 兆/秒接入能力提至 70%

不少人还记得，在 2009 年时，东莞电信的手机终端只有几十款，选择范围太小而打击了不少手机用户的使用热情。而从目前来看，手机种类极大丰富，到目前已经几百款高、中、低端手机，其中 3G 终端已达到 110 多种，除普通 3G 手机外，还推出了 GPS 手机、行业手机、孕妇手机等特色，另有高端的双网双待等战略手机，以千元中端机为主流，以智能手机、黑莓手机等为个性化需求突出的用户提供更有有效的选择。

根据东莞电信日前公布的数据显示，从 2008 年底到上月底，东莞电信移动用户数增长了 10 余倍，目前已达到百万级用户规模，这一规模的扩大，当然与终端的大力支持是分不开的。

在光纤网络方面，东莞电信现已具备了 4 兆/秒的网络接入能力，12 兆/秒接入能力已达 60%，然而，随着无线城市的推进，必然要求核心承载平台具备稳定的光纤网络基础。

因此，东莞电信方面称，2011 年年底 20 兆/秒的接入能力将提升至 70%。另外，在下阶段，东莞电信将重点加强 3G 网络的合理分流和优化，同时还将实现全市三星级以上酒店重要公共区域以及大专院校的全面 WiFi 网络覆盖。

东莞联通预计年内上网速率提至 21.6 兆/秒

在无线城市建设方面，东莞联通实行的是“3G + W LAN(W iFi)”的融合组网形式。据了解，东莞联通的第三代移动通信网络(W CDM A)自 2009 年至去年底，共建议四期工程，总投资 3.8 亿元。

据东莞联通方面介绍，目前东莞主要镇街和道路等 33 个区域已实现 3G 网络覆盖，HSPA+网络于 5 月也已全面优化升级到位，同时还推出了多项无线城市行业应用，预计年内上网速率可提升至 21.6 兆/秒。

而从长远来看，未来五年，广东联通将在东莞投资 35 亿元，用于深化 3G 网络项目工程建设和 3G 业务综合深入发展；同时，主要规划围绕着开发和完善更多的无线城市应用和服务，实现政务公开信息 100%可通过无线网络访问，行政许可事项可通过无线网络办理，中小企业电子商务能够全方位使用，全市城乡居民能够通过网络享受各种公共服务。

仍待改善或出台政策推动“无线城市”发展

根据市经信局近日发布的数据显示，截至目前，东莞无线城市 WiFi 热点已建成 1000 多个，去年互联网普及率、家庭宽带普及率和无线城市宽带网络覆盖率，分别为 62.5%、61.1%、81.9%，城市信息化综合指数为 74.6%，在无线城市建设水平方面，东莞已位居全省前列。

虽然，东莞在无线城市建设方面确实取得了初步胜利，但是，不少业内人士指出，这一道路任重道远，从目前情况分析，需在政务共享、建设模式等多方面进行创新。

东莞一些业内人士认为，虽然各大运营商从几年前就陆续开始进行无线城市建设，但是相关的规范和标准不统一，导致推广时各部门信息共享机制不完善等问题突显。

对于这一系列问题，东莞市经信局副局长刘炯贤坦言，目前在无线城市建设方面，资源整合、互通等方面确实做得还不够，目前东莞还没有一个整体的信息化规划政策做指导。针对这些问题，市经信局目前正在制定相关的政策，希望出台后能更好地推动无线城市建设。来源：2011-6-15 南方日报

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动进驻淘宝拓展电子渠道

昨天，记者了解到，作为拓展电子渠道的重要举措，中国移动进驻淘宝商城开设了“中国移动官方旗舰店”。该旗舰店主要销售多个品牌的 G3 手机以及其他中国移动定制机型。

注册信息显示，中国移动官方旗舰店于 6 月 11 日正式上线运营，该旗舰店由中国移动集团公司授权中移鼎讯通信有限责任公司江苏分公司在淘宝商城开设，授权期间为 2011 年 6 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。中国移动公司在授权期间将不再在淘宝开设其他官方旗舰店。来源：2011-6-15 京华时报

[返回目录](#)

TD 三模手机商用遥遥无期：成本高 LTE 更紧迫

近期，有消息称包括 Marvell 在内的数家 TD-SCDMA(下称 TD)正计划推出 TD/WCDMA/GSM 三模手机单芯片，以满足中国移动 TD 用户海外漫游时 3G 业务的需求。中国移动研究院则对此表现出了高度的兴趣，院长黄晓庆在日前举办的“TD 智能终端技术发展研讨会”上曾表示，这将为高端用户带来最大的便利。“TD 三模，看起来很美，但从计划到真正商用却还有很长的路要走。”有国内芯片厂商人士向南都记者表示，为 TD 手机添加 WCDMA 功能，意味着需涉及高通专利并支付费用，将直接加重 TD 终端的成本负担，亦有悖于国家发展 TD 的初衷。

TD 三模切中移动需求

不久前，一款在国内可使用 CDMA2000 EVDO 网络，出国漫游不用换卡即可自动切换成 W CDMA 网络的 HTC 手机正式在中国电信渠道内上架。这直接解决了中国电信高端 3G 用户发展过程中亟待解决的问题——由于除中美韩等国外，全范围内采用 EVDO 的国家还不是特别多。而随着无线上网、定位、搜索等服务的日益普及，3G 数据漫游已然成为了高端用户的一大需求。

这种需求同样存在于中国移动的高端用户中，且用户数量更为庞大。在与南都记者的交谈中，中国移动内部人士亦对这种 3G 双模甚至多模的技术表现出了浓厚的兴趣。对于极力挽留高端用户的中国移动而言，其需求较中国电信更为明显。

而事实上，基于 TD 制式的 3G 多模已经被列入了中国移动 TD 的下阶段计划中。有消息称，Marvell 等 TD 芯片企业计划推出 TD/WCDMA/GSM 三模手机的单芯片。黄晓庆曾向媒体举例称，如果每一部 TD 手机到国外能漫游能支持 WCDMA 网络应用，那么其漫游成本将与 WCDMA 成本相当。

商用遥遥无期

如果真正实现三模，TD 手机的市场竞争力将实现质的飞跃。坊间传闻，高通即将推出 TD/WCDMA/CDMA/GSM 四模芯片，如此一来，即便 TD 网络短时间内只有中国使用，仍然有曲线走向世界的可能。

不过来自芯片行业的声音却对 TD 三模计划持有质疑。“关键要看是 SOC(系统级芯片)还是 SIP(多芯片集成)模式，两者成本差别很大。”一位不愿具名的芯片企业负责人告诉南都记者，实际开发单芯片任重而道远，绝不是短期内就能解决的问题。“目前确实有些芯片商计划研发 TD 三模手机单芯片，中国移动方面的兴趣也很浓，肯定会全力扶持，但说实话仍停留在计划层面，真正商用根本没有时间表。”

至于 SIP 集成模式，现阶段看更为灵活，也更容易实现 TD 三模。最直接的方法是在高通现有的 WCDMA/GSM 双模芯片上增添 TD 功能，但这样一来，TD 终端原本就不太低的成本会进一步增加，且诸如兼容性、能耗等也是需要解决的问题。更重要的是，这种模式仍需要向高通支付专利费用，有悖于国家发展 TD 的初衷——立足自主知识产权。

LTE 需求更紧迫

综合两种模式，再参照中国移动研究院的公开态度，即便是多模方案，单芯片仍然是大势所趋。据黄晓庆介绍，目前已商用的 TD 芯片厂家，包括 Marvell、展讯、ST-E、联芯科技等。在性能指标上，TD 单芯片与 WCDMA 单芯片在集成 AP、40nm 工艺、3D 加速、Video 硬件编解码等方面都已基本具备了同等的支持能力。

这样一来，如果 TD 三模亦追求自主知识产权程度较高的单芯片模式，无疑遥遥无期。

另一影响 TD 三模发展进程的因素则来自于中国移动本身。尽管 TD 三模可有效解决中国移动高端 3G 用户的需求，但按照 TD 芯片厂商的说法，目前中国移动更多的精力仍放在准 4G 模式 TD-LTE 上。

“中国移动一直敦促我们赶紧出 LTE 方案。”上述芯片厂商人士称，这才是目前移动的“心头大石”。相较于 TD 三模，亦更显得迫在眉睫。来源：2011-6-15 南方都市报

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信澳大利亚公司开业

中国电信澳大利亚有限公司 15 日在悉尼开业。据称，这是中国电信在亚太地区实施海外拓展战略十载后的重要一步，继香港、新加坡、日本节点建成后，此次澳大利亚网络节点的建立，使中国电信在亚太地区 4 大核心节点的网络布局初步形成。

澳大利亚新州议员、州长议会秘书费卡娜女士，澳大利亚贸易委员会金融服务业总经理江思腾先生，中国驻悉尼副总领事吉宁峰先生，以及澳大利亚政府机构、电信运营商和中资机构的代表出席了开业仪式。

中国电信(香港)国际有限公司首席执行官邓小峰先生表示，为更好地加强与澳大利亚及亚太地区运营商之间的合作，更好地服务于中澳两国和全球的经济的发展，中国电信在现有区域网络的基础上建立澳大利亚国际业务节点，在“优势互补、合作共赢”的基础上，加强与澳大利亚和亚太地区的电信运营商的合作，提升合作品质。同时，中国电信将为有意到中国发展的澳大利亚公司及跨国公司客户提供更好的服务。

据悉，中国电信澳大利亚有限公司将充分利用中国电信丰富的国际网络资源，积极拓展国际电信业务，为客户提供个性化、高质量的综合信息通信服务，包括国际专线、虚拟专用网、互联网接入及转接和数据中心等服务，为促进中澳两国的经济发展做贡献。来源：2011-6-16 中国新闻网

[返回目录](#)

中国电信提高 3G 定制手机标准

昨天，记者从中国电信了解到，在“2011 年天翼 3G 互联网手机交易会”上，中国电信明确提出了 3G 智能手机的定制新要求，即集中力量打造 4.0 英寸屏、1G 主频、零售价在 2000 元以内的中档智能手机。

在交易会上，中国电信终端管理中心主任马道杰介绍，中国电信已明确了今后天翼 3G 手机的定制要求，即持续提升千元智能手机性价比，集中力量打造以客户感知优良和零售价在 2000 元以内为主流的中档智能手机。中国电信还要求，原则上中档手机都要支持双模单待全球漫游，以吸引高端用户。与去年中国电信在定制终端方面提出的打造千元 3G 手机相比，2011 年的定制目标有了明显提升。来源：2011-6-21 京华时报

中电信加快 3G 手机“速度与激情”

中国电信的 CDMA 产业链正在形成一个健康的机体。参与 CDMA 产业链的各类合作伙伴总数超过 280 家，终端不断增多，社会化渠道自觉投奔，CDMA 产业链最困难的时刻已过去。

在 4 万人的目光注视下，中电信交出了堪称辉煌的 CDMA 终端答卷。为期三天的 2011 年天翼 3G 互联网手机交易会于 6 月 19 日落幕，却注定要影响中国乃至全球的 CDMA 产业格局。

中电信在此次交易会期间透露，截至 4 月，中国电信天翼用户已达 10310 万户，5 月末，3G 用户规模达到 1967 万户，占其移动用户总数的 19%。1-5 月国内 CDMA 手机销量 2261 万台，较去年同期增长 33%。其中 3G 手机销售已占 54%，高于市场平均水平。

这些数字的背后体现了一个健康的产业链机体。中国电信天翼终端有限公司总经理马道杰透露，参与 CDMA 产业链的各类合作伙伴总数超过 280 家，2011 年已新增 20 余个终端品牌。

来自社会化渠道的自觉投票更能说明问题。据中电信数据，目前 CDMA 终端零售网点数已达 7.94 万家，5 月份销售社会化率已达 68.2%。在此次交易会上，有全国 3000 家零售商自发前来，其中有不少为 GSM 手机零售商。

“中国的 CDMA 产业链最困难的时刻已过去。”中国电信总经理王晓初表示，“实现更大规模发展的时机已经到来。”他同时透露，中电信将在 2014 年实现 2 亿用户目标。

提高 3G 智能机定制门槛

度过“最困难时期”，王晓初显然希望实现有质量的规模扩张，定制终端策略是最直接的传达者。为此，王晓初提出在新一轮的终端定制上，能实现从多到精，以智能机为核心，提高单款机的规模销量，他认为，这体现了 CDMA 的核心市场竞争力。

为此，负责操盘的天翼终端公司提出，将集中力量打造以 4.0 寸屏、1G 主频、客户感知优良和零售价在 2000 元以内为主流的中档智能手机，原则上中档手机都要支持双模单待全球漫游。2012 年新上市终端均须支持 1X 增强型(MRD、EVRC-B、QLIC)功能。

而就在不久前中联通提出的 3.5 寸屏、600MHz 配置的 3G 智能机标准，只被中电信当做入门级产品的最低配置要求。

“如果没有更好的用户体验，就无法吸引更高质量的用户群。”天翼电信终端公司总经理马道杰解释为何要提高 3G 终端定制门槛。

用户体验，这个被 iPhone 奉为圭臬的法则，今后将通过业务、网络质量和服 务，不断地固化到中电信的定制终端中来。

此外，双模双待手机今后将逐步淡出中电信 CDMA 视线，取而代之的是双模单待手机，利用中电信的国际卡，可以在 GSM/WCDMA 和 CDMA 网络中漫游，是真正的全球漫游。在已经三分天下的 3G 市场格局中，中电信不再希望自己定制的手机，反而替他人做嫁衣。

全球 CDMA 重心转移中国

中电信不仅迎来了自己的规模膨胀期，凭借 20% 的用户比例，中国市场业已成为全球 CDMA 的重心。

借助天翼 3G 互联网交易会的平台，CDG(CDMA 全球协会组织)召集全球 50 家海外运营商，进行了为期一天半的会议，探讨如何让 CDMA 实现更强的竞争力。

这其中很重要的一个策略是，海外同行们希望借助中电信的规模，帮助降低其运营成本。马道杰透露，在联合采购上，中电信去年下半年邀请 18 家境外运营商和 9 家终端厂商参加终端联合采购，截至 2011 年 3 月运营商共提供了 9 份采购意向文件。

来自产业链巨子们的举动是，许多重量级新品都选在中国首发。摩托罗拉就在交易会期间宣布发布里程碑产品 3XT883，这款是摩托罗拉最新最先进的智能手机首度在中国市场首发，摩托罗拉大中华区总裁孟□表示，中国市场的能量是总部改变策略的主要原因，此前最快的新品发布时间是落后海外 3 个月。HTC、三星、中兴、华为等厂商，在交易会期间发布了数十款新品，包括智能手机、平板电脑、机顶盒等。

社会化之困

在下半年的营销策略上，中电信依然坚持扩大社会化渠道，提高社会化运作能力。

马道杰表示，将在目前的基础上，进一步创新合作模式，采用“深度定制产品交由社会渠道运作”、“集采机型与大型国代商和连锁渠道深度合作”、“整合各方资源加大营销推广力度”、“共同开展零售网点拓展和激励”等四项核心举措，持续采用“冷热交替法”，增强 CDMA 产业链竞争力与活跃度，持续推进终端社会化运营。

就在 6 月 17 日的开幕式上，天翼终端公司联合四大国代商与 20 家厂商签订了近 4000 万部 CDMA3G 手机采购协议，总金额近 400 亿元。其中四大国代承担了近 70% 的采购量。

但山东电信人士认为，过分放权社会渠道，运营商放松终端管控，渠道逐利本性已经给实际运营带来了套机、售后等一系列问题。

广东电信人士也表示，特别是在智能机时代，运营商需要更深地介入业务定制，为确保销售至用户手中，运营商还需要从价格、渠道等各方面加强管理，才能实现良性的终端运作。

目前，中移动和中联通均加大了对定制机的集采力度，实行全网包销，有力地推动了目标用户群的发展和产业链的积极性。在全球市场上，90% 的运营商也采取了相似的手段来发展用户。

业内人士建议，提高集采规模，发展以运营商直供零售终端的营销模式，应该成为中电信今后社会化的重点。本次交易会期间，全国 3000 名零售商的自觉加盟，也表明这是一条可行之路。来源：2011-6-20 通信产业报

[返回目录](#)

中电信联合国代商采购 4 千万 CDMA 终端

在今天举行的“2011 年天翼 3G 互联网手机交易会”上，中国电信联合 4 家国代商和国内外多家终端厂商签署了终端采购确认书，总共涉及近 4000 万部 CDMA 终端。

电信 CDMA 手机采购创历史新高

本次交易会在广州举行，为期三天，交易会期间还将召开“2011 年 CDMA 世界论坛”、“全球 CDMA 运营与发展论坛”和“中国电信 CDMA 产业链高峰论坛”。据悉，参会厂商 300 多家，共有上万人参加。

会上，广东省政府省长黄华华、中国电信总经理王晓初均参加了会议。在开幕式上，中国电信以及中邮普泰、普天太力、天音通信、酷人通讯等四家国代商分别和国内外多家终端厂商签署了终端采购确认书，总共涉及近 4000 万部 CDMA 终端，其中仅四大国代商采购部分就约占到 70%。预计其他各级社会经销商还将在会议期间与终端厂商达成更多的 CDMA 终端合作协议。

这无疑是中国电信历史上采购 CDMA 终端最多的一次。前年，中国电信在南京召开了类似会议，去年则在广东东莞召开，但采购规模均未达到此次。

2011 年 CDMA 终端市场计划销量 6000 万部

中国电信如此规模采购 CDMA 终端反映了 CDMA 产业链的发展。

据悉，在中国电信天翼用户于 2011 年 3 月底突破 1 亿户之后，4 月已达 10310 万户。根据第三方调研公司最新统计数据，2011 年 1-5 月国内市场 CDMA 手机销量 2261 万台，较去年同期增长 33%，继续保持两年多来的高速增长势头。

另外，中国电信已制定 2011 年 CDMA 终端市场要达到 6000 万部的市场规模目标。

中国电信相关负责人透露，目前，中国电信 3G 手机已经占到了中国电信整体手机的 50%，在 3G 手机中，智能手机占据了近 50%，千元 3G 智能手机占到了 3G 智能手机的 60%-70%。来源：2011-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

2011 年 CDMA 终端销量 6000 万台 品种由多转精

近日，中国电信总经理王晓初透露，计划 2011 全年 CDMA 终端销量 6000 万台，截至 6 月中旬销量已超过 2500 万台。

一季度天翼 3G 手机均价 1378 元

中档智能机成为主流

目前，CDMA 终端市场规模持续提升，机型品种不断丰富。截至 2011 年 4 月，EVDO 终端款式达到 283 款，CDMA 终端社会渠道网点数量近 8 万家，上游各类合作伙伴数量超过 280 家。据王晓初预测，2011 年 EVDO 终端销量将达 2900 万台，增长率达到 190%。

另一方面，“CDMA1X 和 EVDO 手机价格竞争力提升，一季度天翼 3G 手机平均价格仅为 1378 元。中档手机占比 2008 年底为 12.4%，从 2010 年四季度开始连续两个季度超过 30%”，王晓初强调指出。

据介绍，CDMA 手机月销量中 3G 手机占比已超过 50%。其中，700-2000 价位的中档机、智能机成为天翼 3G 手机主流。

2011 年 CDMA 终端销量 6000 万台

CDMA 产业链最困难期已过

对于目前 CDMA 终端整体市场发展，王晓初称，“中国的 CDMA 产业链最困难的时期已经过去”，他预计 2011 全年销售 CDMA 终端将达 6000 万台，而截至 6 月中旬销量已超 2500 万台。

对于这一成绩，王晓初指出，终端市场大连锁及 TOP10 渠道实现破冰，占比社会渠道超过 15%，其标杆作用开始凸显。据他介绍，“截至目前，中国电信与国美、苏宁、乐语、迪信通全面合作，进驻店面超过 1500 家，260 个地市

完成了 TOP10 进 5，全国共进驻本地 TOP10 社会渠道店面 2500 家”。社会渠道整体移动用户发展和终端销售占比均超过 60%，社会渠道拉动作用初步显现。

因此，他强调要继续深化大连锁及 TOP10 渠道合作，扩大中小店面的覆盖，实现大连锁及 TOP 合作店面达到 5000 家，80% 市公司实现 TOP10 进 5。同时，推动与国代商合作，使新增零售店面覆盖 10000 家，与国代商、厂商共同打造数款总销量超过 20 万的明星机型。

推动 CDMA 终端由多转精

坚持社会化渠道

CDMA 终端经过近两年发展，市场规模已经过亿，3G 终端性价比具备足够市场竞争力。因此，在解决了 CDMA 品种匮乏局面之后，王晓初指出下一步方向，“要进一步推动终端品种由多转精”。他也表态称，中国电信坚持社会化渠道，终端采购社会化水平力争达到 80% 以上，终端销售社会化力争达到 60% 以上。

同时开放定制资源，运营商深度定制终端可以由社会渠道销售，鼓励支持社会渠道直接向厂商定制，并联合各国运营商开展终端联合定制与采购。围绕渗透率、铺货率、上柜率和销售率，提升 CDMA 终端各类渠道销售规模。来源：

2011-6-20 飞象网

[返回目录](#)

中国电信将启动新一轮 3G 手机采购 产业链万人参加

中国电信即将于广州召开 2011 年以来规模最大的一次 CDMA 终端产业链大会，会上，中国电信将发布最新的天翼 3G 手机政策，同时将联手国代商采购大批 3G 手机，对下半年乃至明年上半年的天翼 3G 手机供应都将产生重要影响。

新一轮天翼 3G 手机采购

根据新浪科技收到的信息，中国电信此次会议全称为“2011 年天翼 3G 互联网手机交易会暨 CDMA 产业论坛”，将于 6 月 17 日-19 日在广州召开。

从会议名称可看出，其中，发布天翼 3G 手机产品、搭建购销平台，引导厂商定制采购是重要内容之一，据悉，中国电信将举办 CDMA 产业链高峰论坛发布中国电信下一步发展 3G 手机和业务的重要信息，包括相关规划，由此可见，此次会议对 CDMA 终端产业链的重要作用。

同时，中国电信将联合国代商采购大量天翼 3G 手机，数量目前不详，但预计此次采购的天翼 3G 手机是下半年中国电信的主力机型。

另外，由全球 CDG 联盟负责承办的“2011 年 CDMA 世界论坛”也在此期间举办，全球重要的 CDMA 运营商、终端企业均将参加。去年和 2011 年都是中国电信 CDMA 发展迅猛的一年。

预计 CDMA 终端产业链上万人参加

根据中国电信财报，其 3G 用户数去年已达到 1229 万户，净增 822 万户，比上年增长 202.2%。而截止 2011 年 3 月底，中国电信 CDMA 用户数已达到 1 亿户。

这其中，CDMA 终端的发展起了重要作用，2009 年开始，中国电信采用渠道社会化、让利于厂商、定制引导等各种方式鼓励厂商研发 CDMA 终端，CDMA 终端产业链开始飞速扩军，仅在 2009 年就增加了上百家手机企业，而 2010 年，CDMA 终端产业链厂商又达到 200 多家。

在产业链的空前繁荣大背景下，本次会议的参加人数也将达到空前规模，据悉，中国电信拟邀请近 300 家厂商参加，预计实际参加的也将达到 200 多家。这其中包括手机厂商、其他终端及配件厂商、设计公司、芯片厂商、国代商、应用开发商，整个 CDMA 产业链参加人数将超过上万人，同时交易会向消费者开放，中国电信将组织大规模的促销活动，预计将有 10 万人次的消费者参与，比去年的东莞 3G 手机交易会的规模增加不少。

在出席中国电信一季度业绩发布会时，中国电信高层透露，去年中国电信新增用户中 3G 用户占 24%，2011 年头两月新增用户中，3G 用户占 48%。而 2011 年中国电信的目标是，在全年新增用户中，3G 用户占比可达五成。本次天翼 3G 手机交易会显然将为实现这一目标奠定终端方面的重要基础。来源：

2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

北京联通与首旅结盟

来源：2011-6-16 北京晨报

晨报讯(记者 焦立坤)日前，北京首都旅游集团与北京联通签署战略合作框架协议，双方将在综合型旅游领域信息化建设方面开展深入合作。据悉，两者将拓宽双方合作的领域，为双方交流合作搭建更加广阔的平台。在综合型旅游业的“吃、住、行、游、娱、购”各领域内推进信息化。

[返回目录](#)

联通新浪共同开发微博衍生品

昨天，中国联通与新浪签订了战略合作协议，双方将在基础通信服务、合作开发领域和联合营销领域进行深入合作，包括时下热门的新浪微博衍生产品开发。

根据协议，联通与新浪将从三个方向进行深入合作：在基础通信服务领域，中国联通将为新浪提供包括语音业务、IDC 机房资源、互联网接入资源、专线和基础网元、语音通信和增值平台服务以及 WCDMA3G 高速无线网络服务；双方将共同开发新浪微博衍生产品、信息服务、电子商务、搜索服务、地图位置服务以及其他增值业务；在联合营销方面，双方将通过联合品牌、渠道合作、联合促销等推广方式协同操作。

另外，此合作协议签订后，双方将迅速投入 3G 业务领域合作和 800、400、1010 等智能网业务语音通信和增值平台合作。据记者了解，在此次正式签约前，双方已有不少重量级的合作在推进。来源：2011-6-15 京华时报

[返回目录](#)

宏图三胞中国联通深化战略合作

昨天上午中国联通与宏图三胞在南京绿地洲际酒店签署全业务战略合作协议，中国联通销售部总经理于英涛和宏图三胞总裁陈斌共同出席了当天的签字仪式。中国联通与宏图三胞的合作，是中国联通进行战略渠道布局的又一重大举措，必将深刻影响 3G 时代的产业链合作格局。

据介绍，宏图三胞将在包括昆明、成都、重庆，以及湖南、湖北等新市场在内的全国所有 200 余家连锁店面，现场设立中国联通业务受理区和开放式通讯产品展销区，重点推广中国联通“沃” 3G 终端合约计划产品，竭诚为客户打造出集真机体验、产品销售、入网充值、宽带办理等在内的一站式服务。与此同时，中国联通将在 3G 终端产品、通信套餐等领域全面支持宏图三胞，通过联通的合约计划，用户可以“0 元”获得 iPhone4、乐 phone、诺基亚、索尼爱立信等多款市场热销的 3G 手机终端产品。另外，消费者在宏图三胞购买联通 3G 手机，除享受宏图三胞和联通提供的优惠政策外，还可以享受宏图三胞提供的多项 3G 免费体验服务。

宏图三胞总裁陈斌表示，作为国内起步最早的，发展速度最快、最成熟的 IT 产品专业连锁零售与服务企业，宏图三胞时刻把握全球 IT 潮流脉搏，通过各种渠道努力地为客户提供更多的个性化、定制化的产品与服务。从当前国内 3G 网

络及智能 IT 的发展趋势来看，未来包括 3G 终端、附件以及 3G 用户合约的发展将有更加广阔的空间。陈斌强调，此次很高兴能够与中国联通开展全业务战略合作，宏图三胞将向中国联通开放所有连锁店面，并借助现场互动体验等手段，不遗余力地与中国联通一道，共同推进国内 3G 网络技术与智能手机、PAD 类平板电脑的普及化发展。

中国联通于英涛总经理表示，中国联通始终致力于发挥 WCDMA 网络移动数据速度最快、漫游国家最广、内容应用最多、终端产业链最强的差异化优势，为广大用户提供更丰富的业务应用和更精彩的服务体验。

同时，中国联通一直坚持以开放、共赢的态度，寻求与产业链上最优秀的伙伴进行合作。本次与宏图三胞的战略合作，将进一步推动通信及 IT 产业融合进程，将为更多用户提供更专业的服务与体验。来源：2011-6-16 扬子晚报

[返回目录](#)

联通与中华电信尝试应用商店合作

昨天，记者从中国联通(微博)了解到，联通旗下的手机应用商店“沃商店”与台湾中华电信的 Hami Apps 已经以“店中店”形式正式互联上架，这开创了两岸在电信市场合作的先河。

据了解，在双方合作的第一阶段，Hami Apps 将移植精心挑选的近百个游戏及生活应用类软件至“沃商店”，预计年底前可移植至少 1200 个软件。台湾的消费者亦可通过 Hami Apps 软件商店直接连接“沃商店”下载手机应用软件。来源：2011-6-20 京华时报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯频获大奖

近日，全球知名咨询公司 Frost&Sullivan 年度光传输以及 IPTV 大奖揭晓，中兴通讯一举斩获“2011 最佳光传输厂商”以及“2011 最佳 IPTV 厂商”两项大奖，高度肯定了中兴通讯在光传输以及 IPTV 领域所作出的贡献。中兴通讯已经连续 3 年获得最佳 IPTV 设备奖。

对于中兴通讯在光传输市场的成绩与表现，Frost&Sullivan 亚太区 ICT 副总裁 JayeshEaswaramony 给予评价：在亚太区光传输市场，中兴通讯是唯一一家保持收入增长的供应商。尽管竞争激烈，但是中兴通讯依旧在一级运营商市场和海外市场取得重大胜出。其 PTN 和 OTN 产品的自冷却和大容量等增强功能，充分改善了解决方案的运营效率，获得了运营商对中兴通讯价值主张的高度认可与接受。

对于 IPTV 市场，该研究报告称，中兴通讯以 11% 的市场份额保持 IPTV 中间件市场用户数全球前三、亚洲第一、中国第一。中兴通讯持续的研发投入与积累、在全球 IPTV 中间件市场领先的地位、与运营商深厚的合作关系以及定制化的产品方案成功地满足了用户的需求。来源：2011-6-20 中华工商时报

[返回目录](#)

中兴通讯大股东套现超 12 亿元

昨天记者了解到，中兴通讯的控股股东深圳市中兴新通讯设备有限公司于 2011 年 6 月 13 日通过大宗交易方式减持中兴通讯套现 12.55 亿元，这也创下了深交所单笔大宗交易成交金额的纪录。

公告显示，中兴新此次减持了 4849.5 万股中兴通讯的股份，占中兴通讯总股本的 1.69%，减持均价为 25.88 元/股。按照此均价计算，通过此次减持，中兴新共套现 12.55 亿元。此次减持后，中兴新仍然持有中兴通讯 88182.662 万股，占中兴通讯总股本的 30.76%，仍然是中兴通讯的控股股东。此外，中兴新还表示，未来连续 6 个月内通过证券交易系统出售的股份将低于中兴通讯股份总数的 5%。也就是说，中兴新还可能继续减持中兴通讯的股份。

公开资料显示，中兴通讯的股东情况较为复杂，其控股股东中兴新由 3 家公司合资成立，其中国有大型科研事业单位西安微电子持有 34% 股权，国有独资企业航天广宇持有 17% 股权，民营企业中兴维先通持有 49% 的股份。中兴维先通的法人代表侯为贵同时也是中兴通讯的董事长。

中兴通讯内部人士透露，此次中兴新的减持为“战略性”减持，并不代表中兴新对中兴通讯的业务发展有任何看法。另外，有消息人士称，中兴新的此次减持，或与中兴通讯内部计划实施的员工激励计划有关。

在大股东减持的同时，市场对中兴通讯热情不减。2011 年一季度，中兴通讯仍跻身基金前 10 大重仓股之中，重仓基金数由去年底的 55 只增至 76 只，基金持股量增长 307.45 万股，持股市值增长 11.80 亿元。进入 6 月份后，基金再度增筹 2 亿元，显示出对中兴通讯的浓厚兴趣。来源：2011-6-15 京华时报

[返回目录](#)

俄罗斯 Sistema 将与中兴组建合资公司

俄罗斯最大的多元化消费者服务公司 Sistema 董事长弗拉德米尔·叶夫图申科夫(Vladimir Yevtushenkov)今日表示，将与中兴成立一家合资公司，致力于在中国生产高科技产品。

叶夫图申科夫称，两家公司将在合资公司中各投资 50%，在中国兴建工厂为俄罗斯“格洛纳斯”(GLONASS)导航系统生产部件。此外，该合资工厂还将生产其他零部件。

有媒体援引叶夫图申科夫的话称，Sistema 和中兴在合资公司中将各投资 10 亿美元以上，用于兴建工厂和研发中心。来源：2011-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

中兴大推 CDMA 智能终端 希望 2011 年销量增 3 倍

在一年一度的“中国电信 3G 手机交易会”前夕，中兴通讯宣布携手中国电信推出全系列 CDMA 智能手机，并同时亮相其平板电脑 Light tab。中兴公司表示，借助 Android 平台的力量以获得更多的市场份额。

联手中国电信推出全系列 CDMA 智能终端

中兴通讯是老牌的 CDMA 厂商之一，与其 CDMA 系统设备的地位一样，中兴通讯也是全球及国内重要的 CDMA 手机制造商。此次会上，中兴通讯同时宣布推出 Blade N880、N700、R750+、N606 四款 CDMA 智能手机。

公开资料显示，2010 年，中兴通讯的终端产品销量增长了近 50%，达到 9000 万部，尤其是手机产品，根据全球市场研究机构 IDC 发布的数据显示，2010 年，中兴通讯的手机销量为 5180 万部，已经进入全球前 5 名。

在 CDMA 手机领域，据介绍，中国电信接手 C 网之后的两年里，中国电信推出了 60 多款 CDMA 终端。而去年中兴通讯为中国电信打造的一款 CDMA 手机 N600 达到历史颠峰，单款机型销量已过百万。

这一成绩让中兴通讯欣喜不已，此次，中兴通讯为中国电信定制的 4 款手机既有在国外已成熟的中高端机型 Blade N880，也有定制的社交手机 N700，以及具有 NFC 移动支付功能的 N606。据悉，中国电信将联合手机渠道商对这些定制机型进行联合采购。

智能手机全线押宝于 Android

值得注意的是，这些智能手机全部采用 Android 手机操作平台，显示中兴通讯全线押宝于 Android。

据悉，直至去年上半年，智能手机在中兴手机中的占比都不高，但去年下半年开始，中兴通讯重点转向了 3G 手机和智能手机。据悉，在 CDMA 手机产品线上，中兴通讯确定今后将把 80% 的手机研发力量转移到智能手机上来。

中兴通讯高层曾表示，2011 年中兴全球智能手机销售量将从去年的 300 万部大增至 1200 部，这相当于去年的 4 倍。

同时，中兴通讯认为，以往在价格上，3G 智能手机一直是高高在上，好像是贵族才能用、一些商务人员才能用，动不动就四五千，这样无法得到普及，一般人用不起，因为比买一个电脑还要贵，因此，3G 智能手机一定要进行平民化。

同时，中兴通讯首次亮相电信版的平板电脑 Light tab。其也采用 Android2.2 操作系统，不仅是款平板电脑，还具备通话功能。来源：2011-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

【华为】

华为在印成立产品研发中心

中国电信设备制造商华为公司今天宣布，将在印度成立一个产品开发中心，专为印度市场设计和开发软件，并进行手机测试。此举意在大张旗鼓地在当地树立其品牌。

华为印度设备业务部销售总监桑吉夫(PSanjeev)在接受采访时表示：该中心将承担专供印度市场的手机和内部软件整体设计以及产品端对端测试的工作。

不过，这些产品的生产将在中国完成。桑吉夫指出，该公司试图将印度优秀的软件实力和中国强大的制造能力相结合，力争达到“两全其美”。

华为公司今天推出了三款针对印度市场的智能手机：IDEOSX5、IDEOSX2 和 IDEOSChat——这三款手机的目标群体为城市中的年轻消费者。该公司计划在 2011 年推出八到十款新型手机。

华为印度设备业务部场营销及解决方案总监阿南德·纳朗(Anand Narang)称：“我们的(印度)产品将定位在智能手机、平板电脑和 3G 手机。”桑吉夫表示，公司将集中开发成本在 5,000 卢比以上的产品。

纳朗透露，中兴公司计划于 2011 年第三季(7~9 月)在印度推出平板电脑产品。华为的目标是在 2013 年获得印度手机市场 5~7% 的市场份额。

桑吉夫称：“我们计划在当地成立两家公司，负责产品分销和售后服务。”
纳朗补充说：“我们计划直接推出零售业务，同时开始树立自己的品牌知名度。”

在今天的新手机发布会上，中兴公司的负责人表示，售价为 14,999 卢比的 IDEOSX5 智能手机主要针对的是年轻的专业人士，而 IDEOSX2 触摸屏式手机(售价为 8,999 卢比)的主要受众为年轻人。

而同时配置了触摸屏和全键盘的 IDEOSChat 手机(售价为 8,199 卢比)主要针对的是年轻人和时尚一族。来源：2011-6-15 飞象网

[返回目录](#)

华为向苹果和思科发起挑战

导语：国外媒体近日发表文章称，华为已经走过了向亚洲和非洲发展中国家销售低成本设备的阶段，转而向全球顶级运营商提供产品，从而向苹果和思科等 IT 巨头发起挑战。

以下为文章内容摘要：

华为创建于 20 世纪 80 年代，最初以销售进口电话交换机谋生，此后华为便上演了中国最低调、规模高达数十亿美元的成功史。

随着销售额的增加，华为开始投资开发自己的产品。对于一家私营企业而言，能在中国改革开放的前十年作出这样的决策实属不易。毫无疑问，华为已获得丰厚回报：当前华为已经发展成为亚洲、欧洲和非洲地区一家主要的通信设备制造商，去年的销售额达到了 280 亿美元，员工数量达到 11 万。

如今，华为又开始向苹果和思科发起挑战。华为已开始销售手机和平板电脑，并将业务拓展到美国市场。从莫斯科到规模，华为已拥有 20 个研发实验室。华为副总裁宋柳平在接受采访时称：“消费者市场，尤其是中端消费者市场，我们一定要进入。”

今天华为已经走过了向亚洲和非洲发展中国家销售低成本设备的阶段，转而向全球顶级运营商提供产品，这将对诺基亚西门子通信公司、思科、爱立信和阿尔卡特-朗讯等竞争对手带来不小的压力。

调研公司 Frost & Sullivan 分析师马克·科沃(Mark Koh)称：“在未来几年内，该领域许多顶级厂商都会将华为视为主要竞争对手。”

在全球最大的 50 家移动运营商中，华为已与其中的 45 家展开合作。当前华为的研发人员已达到 5 万人，去年在研发领域的投资为 25 亿美元，占销售额的 10%。



宋柳平称，华为的成功并不是依靠政府的资助，而是因为公司能够根据市场作出正确的决策，另外华为的企业文化也能激发员工动力。来源：2011-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

华为投资 50 亿元建武汉研发中心

基建投资总额超 50 亿元的华为武汉研发中心正在全球范围启动设计竞赛，明年开工建设。昨日，市长唐良智考察深圳华为集团，深入了解公司的最新产品研发和市场战略布局，与华为副董事长郭平等坦诚沟通，希望结合企业发展战略，找到与武汉更广泛更深入合作的“交集”。

会谈时，华为高层称，武汉基地将被打造成华为核心基地。唐良智表示，将迅速组成以一个副市长为组长的工作小组服务华为。

华为是全球领先的电信解决方案供应商，其产品和解决方案已应用于 140 多个国家，服务全球运营商 50 强中的 45 家及全球 1/3 的人口。去年华为销售收入达 1852 亿元，净利润 238 亿元。

据悉，华为武汉研发中心选址光谷未来科技城，占地约 1500 亩，投资方向为光电子系统、器件，以及相关的前沿光电子技术。中心一期占地约 558 亩，计划 2012 年开工建设，2015 年竣工。届时研发人员将达 1 万到 1.5 万人，预计年产值达 60 亿元，税收达 4.5 亿元。

唐良智昨日还考察了民营高新技术企业比亚迪，与公司高级副总裁李柯等进行了深入沟通和交流，希望比亚迪把武汉作为重要的战略基地纳入近期规划。

武汉开发区管委会主任罗长刚，市政府秘书长龙正才参加考察。来源：2011-6-16 汉网-长江日报

[返回目录](#)

华为发布新系列平板电脑 MediaPad

为进一步拓展消费者市场业务，华为今日发布了第二个系列的平板电脑产品 MediaPad。

华为终端业务部门首席营销官华徐昕泉在新闻发布会上称，MediaPad 采用 7 英寸屏幕，运行谷歌 Android Honeycomb 3.2 操作系统。

由于传统的手机网络设备需求下滑，华为正在拓展智能手机和平板电脑等业务。华为 2011 年四月曾表示，通过拓展消费者业务和商业计算服务，华为预计未来 5 年至 10 年的年销售将增长两倍至约 1000 亿美元。

当前苹果在全球平板电脑市场占主导地位，但调研公司 ISuppli 2011 年四月曾表示，由于该市场竞争日益激烈，明年苹果的平板电脑市场份额将从一年前的几乎 100% 降至 50%。

华为去年 10 月发布了 Ideos S7 系列平板电脑，基于 7 英寸显示屏，运行 Android 操作系统，已在欧洲和亚洲上市。此次发布的 MediaPad 也将在全球推出，电池续航时间可超过 6 个小时。

伦敦调研公司 Strategy Analytics 数据显示，2011 年第一季度华为的全球平板电脑出货量市场份额为 1%。Strategy Analytics 分析师尼尔·莫斯顿(Neil Mawston)称，要提高平板电脑出货量，华为还需提升在计算设备市场的品牌知名度。

华为 4 月曾预计，2011 年的销售额将从去年的人民币 1852 亿美元达到人民币 1990 亿元(约合 310 亿美元)。受人民币升值、劳动力短缺和通货膨胀加速的影响，华为 2011 年的销售额涨幅将不到去年 24% 的一半。华为还预计，未来五年内公司智能手机和其他移动设备营收将从去年的 50 亿美元增加到 200 亿美元。

去年华为 65% 的营收来自海外市场，而 2009 年的该比例为 60%。去年华为海外营收为人民币 1204 亿元，同比增长 34%。而国内营收为人民币 648 亿元，同比增长 9.7%，2009 年华为国内营收比例为 40%。去年华为净收入为人民币 238 亿元，同比增长 30%。来源：2011-6-20 新浪科技

[返回目录](#)

华为反驳美高官言论：增长并非依靠政府援助

华为周四否认美国政府关于该公司的高速增长得益于中国政府财务资助的推论。

华为外部事务副总裁比尔·普拉默(Bill Plummer)说：“这是根本而十足的谬误。”

这是对美国进出口银行总裁弗莱德·赫希贝格(Fred Hochberg)周三的评论做出的回应。赫希贝格认为，华为的高速增长源于中国国家开发银行给予的 300 亿美元信贷额度。他说：“这一支持使得华为能够大量降低资本成本，并以优于竞争对手的利率和条件为卖家提供融资。”

赫希贝格以华为为例阐述了美国出口企业面临的全球环境变化。他认为，中国和其他新兴经济体正在将资本投向他们感兴趣的领域，借此获取市场份额。

普拉默表示，中国国家开发银行曾于 2004 年同意向华为的潜在客户提供最高 100 亿美元的出口信贷额度。这一信贷额度过期后，双方又于 2009 年签署了第二份谅解备忘录，再为华为提供 300 亿美元的信贷额度，为期 5 年。

自 2005 年以来，华为的客户已经使用了中国国家开发银行提供的 42.5 亿美元出口信贷，为全球的 35 个项目提供了融资。

普拉默说：“这 42.5 亿美元中只有 29.9 亿美元获得延期。与此同时，从 2005 年至今，我们的全球销售额却超过 1100 亿美元。与我们的整体业务规模相比，只有很小一部分客户真正受益于中国国家开发银行提供的信贷。”

他还表示：“认为华为的全球增长得益于这 300 亿美元信贷额度的推论完全错误。”

美国进出口银行发言人称，赫希贝格无意收回自己的评论。

美国进出口银行副总裁毛拉·波利塞利(Maura Policelli)说：“赫希贝格总裁坚持他的观点，即中国国家开发银行提供的 300 亿美元信贷额度无疑对华为的增长产生了贡献。这种规模的财务支持创造了原本不可能存在的选择和机遇。”

这并非这家全球第二大网络设备制造商与美国政府首次发生冲突。2011 年早些时候，由于奥巴马政府担心国家安全，华为取消了 200 万美元竞购美国服务器技术公司 3Leaf 的计划。

3 年前，华为迫于同样的压力而放弃了对美国电信公司 3Com 的大规模投资。

普拉默称，华为之所以有今天，得益于对研发的重视和中国廉价的劳动力。他还表示，该公司“非常幸运”，因为在很多老牌电信企业 2000 年遭遇互联网泡沫时，华为还很年轻。来源：2011-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

华为 4 万员工工资普涨 11% 薪酬较国内厂商高 1/3

华为员工的高收入在 IT 业界早有传闻。上周末，华为首次对媒体披露，“2011 年上半年 4 万多中基层员工工资已上涨 11.4%，占总员工数的 36%，下半年还将继续对中高层员工薪酬进行调整，预计工资涨幅 5% - 10%。”

员工薪酬较国内厂商高 1/3

年报显示，华为 2010 年销售收入 1852 亿，同比增长 24%，而在雇员费用这块的支出是 306 亿，同比增长 23%。以华为 11 万员工计算，其员工平均年薪近 28 万元。

此外，华为去年为员工提供的包括保险、医疗等在内的保障性支出达 19.7 亿元。华为 CSR(企业社会责任)委员会主任陈朝晖介绍，深圳开始实行住房公积金制度后，2011 年华为为员工缴纳住房公积金后，保障性支出的费用肯定会更高。

对于近期流传的华为 2011 年可能要降薪的消息，陈朝晖表示，这只是公司的产品与解决方案部门采用的一种管理方式，让员工有危机感，并不是真的要降薪。

陈朝晖表示，“华为给员工提供有竞争力的薪酬待遇，让员工体面地生活。公司会根据外部劳动力市场变化、人才竞争状况，结合公司经营情况和员工个人绩效，对薪酬进行及时调整。”

在华为内部，流传着一句华为总裁及创始人任正非说的话，“不会让雷锋吃亏”。记者从多家设备及终端厂商处了解到，华为员工薪酬一般比国内厂商的薪酬高出三分之一左右，不比国际厂商低。

分红与业绩直接相关

华为的薪酬架构由工资 + 奖金 + 股权分红组成。创办初期，华为采用了全员持股的方式吸引人才。据悉，华为有两大股东，一是代替员工持股的深圳市华为投资控股有限公司工会委员会，持股比例为 98.58%。另一个股东为自然人任正非，持股比例为 1.42%。但是，华为从未公布过其总股本。

华为目前有 11 万员工，其中 6 万 5 千多人持股。据了解，近五年，华为业绩每年都实现了 24% 以上的增长，利润更是高达 50% 以上，经营活动产生现金流也每年增长 49% 以上。这保证了员工每年都能拿到极高的分红，去年每股红利达到 2.98 元。一华为员工表示，“每年分红后，车库中都会多出不少好车。”

“员工持股后，就与企业利益捆绑，分享企业发展的回报，个人目标与企业目标达成一致。”陈朝晖表示。

但是，华为有着相当严格的薪酬制度，并不能根据员工入职的年限来猜测其薪水高低和股份多少。据华为员工介绍，新员工在进入公司 2 年之后，如果绩效突出，就可以加入员工持股计划，自愿购买公司根据绩效和级别指定的一定额度的股票，此后每年公司根据绩效情况进行配股。

由于分红与业绩直接相关，因此，记者从华为方面也了解到，若华为总体业绩增长不强劲的话，其分红也有可能会降低。来源：2011-6-20 新京报

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚免费 IM 应用上市

继苹果发布 iMessage 以后,诺基亚也随即发布了一款免费的即时消息软件。用户不仅可以通过这款应用向其他用户发送消息,而且还能向 Ovi 邮件账户、Google Talk、MSN、雅虎通以及 MySpace IM 的账户发送信息。

据了解,诺基亚的这款即时消息应用已经登陆 Ovi 商店,暂时只支持 X6、5230、N8 以及 E7,其他机型的对应版本还没有推出。诺基亚同时还表示,在未来几个月新出厂的手机上将预装这款应用,S40 系列的手机也将预装这款应用。来源:2011-6-16 四川新闻网-成都日报

[返回目录](#)

诺基亚 CEO 否认公司准备出售

诺基亚公司 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)上周四否认了有关该公司已准备出售的传言,称这些传言毫无根据。

埃洛普在伦敦开放移动峰会(Open Mobile Summit)上向手机业开发者发表演讲时断然否认了此前有关诺基亚或将被收购的传言。诺基亚在上周发布了利润警告,引发了这种传言。他表示,这些只是传言,毫无根据,诺基亚公司并不准备出售。稍早前的 6 月初,有分析人士称微软将以 190 亿美元收购诺基亚手机业务。

尽管埃洛普否认了这一传言,但没有阻挡惠誉国际下调其信用评级。惠誉国际评级(Fitch Ratings)将诺基亚公司信用评级下调两档,至 BBB-,距离垃圾级只一步之遥;评级前景为负面。惠誉称,诺基亚市场占有率迅速下滑,面对不利的市场竞争局面,诺基亚的恢复需要时间。

惠誉下调诺基亚评级的原因还包括,诺基亚上周公布的季度业绩展望逊于预期,市场占有率持续下降。惠誉警告称,即便该公司从其自有的 Symbia 操作系统转向微软 Windows 系统的决定取得成功,由于诺基亚缺乏已经验证的新产品组合,这将令该公司现有手机业务承压,并将危及其现金流。

惠誉还表示,竞争对手使用谷歌 Android 操作系统建立了成熟的手机产品系列,这对于诺基亚而言将是很难克服的一大障碍。来源:2011-6-15 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

诺基亚转型期：创新或能挽回颓势

如果能绽放出应用层面的颠覆性创新，改变因循守旧的传统电信基因，诺基亚依然有可能上演王者归来。

最近，诺基亚 CEO 艾洛普被问得最多的问题是，诺基亚手机大概何时被微软收购？苹果持续高温，安卓一统天下的势头越发明显，关于诺基亚的覆灭论也就越来越多，甚至有外媒报道诺基亚将被收购的消息。对此，他坚定地摇头表示：“我们之间没有收购的可能，合作还会继续下去，微软对智能电话有非常浓厚的兴趣，我们在功能机上有自己的优势，所长是不同的。收购往往是因为有业务的交叉，但显然我们没有共同重叠的部分，所以会有长期合作。”

艾洛普到中国的这些天，微软首席执行官史蒂夫·鲍尔默也来了。两人是否不期而遇不得而知，但看得出来，双方在共同演绎一个移动互联网新故事。在微软创新论坛上，鲍尔默宣布微软公司将在未来 5 年投入价值 14 亿人民币的软件和开发工具，支持中国 3000 多家创业企业。移动互联网是其中重要一环。失去移动互联网优势站位的微软让投资市场信心大挫，沦为全球市值第三大高科技公司。为了讲一个新故事，鲍尔默一直在努力。这个故事是“微软+诺基亚+skype”。2011 年初微软宣布与诺基亚合作，诺基亚手机研发部门转身 WP7(Windows phone7)，塞班系统继续维持，同时放弃 Meego。尽管未直接表明 WP7 手机的上市时间，鲍尔默与艾洛普都表示时间就在 2011 年。

作为一个全新的手机平台，艾洛普描述了它不同寻常之处：“我们不像苹果那样让用户对单一应用进行选择，而是提供整合应用体验，可以用‘应用枢纽’来概括它。”例证是，如果用户有一个应用需求，将被整合在环境方块里，而不必单点去选择应用。比如在手机电话簿中找到一个联系人的名字，就会一键连接到他的 Twitter 和 Facebook。这听上去是革新性的。因为不管是苹果还是谷歌，它们显然只是提供了应用的传送方式——自选商店或者开放下载，如果 WP7 的“枢纽”模式实现起来像说的那样简单，倒是又将移动互联网应用的聚合效应做了智能划分，将会是革命性创新。细节不得而知，可以简单推测其现实意义：除了方便用户体验，为应用之间的整合营销提供了可能；其次，小应用于大平台的对接，也将更容易完成，开放 API 后的应用需要用一个用户喜欢的方式和逻辑串连起来。当然，如何做到，做到何种程度，都不是一蹴而就的事情，需要制定一个新的排序规则。

背后支撑该平台的应用开发实际上也比想象中乐观。“将为软件开发带来很多机会，目前的平台开发者分布数是这样的：苹果第一、安卓第二、WP7 排

名第三。比年初开发者寥寥的情况已经好了很多。”艾洛普说。另外他认为，诺基亚全球的计费系统很好，确保开发者能赚到钱。

与索尼爱立信成立合资公司做手机不同，两个较为强大的母体将进行各自的优势分工。诺基亚提供硬件支持与对 WP7 平台的主流推广，并且将地图等具备优势地位的应用贡献给这套新系统，微软则承担操作系统的主要研发工作。但同时，该操作系统也向第三方手机终端厂商提供。因此形成较为微妙的重生关系。在智能手机领域，诺基亚视研发多年的自有操作系统 Meego 为浮云，果敢放弃，将未来寄托与微软的合作中。而微软，显然希望更多硬件厂商支持自己。因此，诺基亚与微软的合作相互之间既可能是一对患难夫妻，关键时期相互提携，同时又有将彼此圈在围墙内形成囚徒困境的可能。目前看来，二者步调基本和谐，处于共同创业期。一旦诺基亚能延续品牌势能将在功能机时代的优势延续到智能手机时代，就仍然将会是传统手机领域的重要角色，至少有能够自己说了算的软硬件整体环境。

那么关键问题是，诺基亚需要处理好过渡时期的问题。首先从品牌上，如何挽回颓势，树立一个新的形象：当 iPhone 成为时尚人士标配，安卓手机成为手机玩家的爱物，诺基亚智能手机代表什么？为了节省推广成本，强化诺基亚品牌，诺基亚将自建应用商店 Ovi 的名字注销掉，以“诺基亚”品牌代替。其次，即使不被微软收购，在应用层面如何处理与微软的关系，也很关键。在与微软合作过程中，诺基亚需要搭建自己的应用开发王国，而作为平台提供方的微软，显然也不会放弃对于应用的掌控，如此，谁来最终制定规矩还是各自为阵需要从长计议。

要将功能机时代的优势延续到智能机时代，诺基亚要处理好品牌、开发者、内部管理等多方面问题从艾洛普入职诺基亚前的微软背景可见，诺基亚这一次赌得有点大，胜算却不是外界看来那样悲观。尼尔森最新数据显示，2011 年前三个月，在计划购买智能手机的用户中，31%表示将选择安卓，30%将选择 iOS，11%将选择黑莓系统，20%尚未作出决定。而去年第三季度(7 月至 9 月)的数据是，33%选择 iOS，26%选择安卓。安卓对于 iOS 的超越表明用户对于开放系统的接受度正在增高，需要不同的选择。如果微软与诺基亚合作的新手机能在 2011 年推出，那 20%尚未作出决定的这群人最有可能被 WP7 俘虏。

另外一个重要问题是，诺基亚需要处理好现有塞班平台开发者的情绪，让他们对用户势能朝智能手机平台迁徙有准备。对此艾洛普表态：诺基亚在这次与微软合作的转型中会继续支持塞班系统，也会继续扩展应用商店，塞班即便到今天也很重要，“至少到 2016 年我们都会支持塞班”。2016 年的时间点是首次对外公布。但众所周知的是，不久前诺基亚已宣布将塞班研发外包给艾森哲。被包养出去的孩子，地位可想而知。事实上，已经有越来越多开发者弃塞班而去，将

ios 与安卓当作主流平台，看上去似乎对 WP7 并无过多期待，除非该平台能够覆盖到足够终端，并产生良好商业模式。

最后是内部管理问题。为节省成本，诺基亚计划在 2012 年前裁减约 7000 名员工，但另一方面，要将中国作为另一个主战场。全球经济发展至今，美国与中国分别象征着科技创新中心与市场中心，发源于芬兰的诺基亚不在这两个中心。如今，针对中国市场，诺基亚有三大动作来巩固其地位：一、增加在中国本土专门的研究力量；第二、与电信运营商加强合作；第三、在公司架构上做变化，对本地团队特别赋权。另外中国 TD-LTE 的标准在全球的很多国家和市场都会被采用，诺基亚也表示在此上会有准备。

总之，不管是在时间还是市场上，诺基亚都仍然有机会挽回颓势，毕竟谷歌不做手机，而苹果始终只有一款终端的不断升级，靠这两个“局外人”长期统领天下，从常识上讲不太可能。如果能绽放出应用层面的颠覆性创新，改变因循守旧的传统电信基因，专注于手机终端的诺基亚依然有可能上演王者归来。来源：2011-6-15 《IT 经理世界》

[返回目录](#)

诺西：Android 黑莓降低信号负载不作为

诺基亚西门子(以下简称“诺西”)最新测试结果显示，谷歌 Android 系统与 RIM 公司黑莓并没有响应运营商呼吁降低移动网络信号负载的要求。

诺西旗下负责手机信号负载测试的实验室经过测试发现，基于 Android 操作系统与 RIM 公司黑莓系统的智能手机并不符合 3GPP 所要求的信号负载标准，也称为无休止快速控制网络。

该标准最大的特点在于规定了智能手机应该如何并以何种频率在手机的空闲状态和激活状态间进行转换，同时最大限度节约电池使用量，从而降低移动网络上的信号负载。

苹果公司的 iPhone4 符合此项标准，因而可以和网络很好的结合在一起，使 iPhone 拥有完美的网络性能表现。

目前，移动运营商也普遍要求手机制造商按照该标准供货。但是，诺西实验室的测试结果显示，Android 系统和 RIM 黑莓系统并不支持无休止快速控制网络。

诺西移动宽带市场部经理 Leslie Shannon 说，Android 系统和 RIM 黑莓曾表示支持此项标准，但显然，它们并未做到。

谷歌和 RIM 拒绝对此事进行评论。但 RIM 公司标准部高级主管 Johanna Dwyer 向用户做出了承诺。Dwyer 称，明年问世的黑莓 OS7 产品将全部支持无休止快速控制网络。据了解，2011 年夏天新发布的黑莓 Bold 9900 和 9930 首次对该标准进行了支持。来源：2011-6-16 通信产业网

[返回目录](#)

诺西将推新基站无线模块 功率更高性能提 40%

诺基亚西门子通信公司今日表示，将为 Flexi 多模基站产品推出新的高功率无线模块。

此基站无线模块的功率较之前更高，可以扩大 GSM 覆盖范围以及增加基站边缘区域的 3G 数据容量，性能将提升 40%，以帮助运营商增强网络功能。它同时还可以减少每个基站所需的硬件尺寸，从而增强基站的部署灵活性。来源：2011-6-20 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚智能手机横跨三系统 广撒网能否多捕鱼

曾经的王者诺基亚在智能手机时代成了没落贵族。为了重塑昔日辉煌，避免江河日下的尴尬，诺基亚近来动作不断，不仅依旧花大工夫研发 WP7 系统，谋求转型，对难兄难弟塞班依然修修补补，不离不弃。诺基亚总裁兼 CEO 埃洛普日前就表示，诺基亚在于微软合作的同时，仍将支持塞班操作系统至少到 2016 年。而此前传闻诺基亚对 Meego 完全放弃，最近似乎也陡生变数，近日，诺基亚首款双核 MeeGo 智能机市场曝光，分析人士称，这款手机可能月底上市…… WP7、塞班、Meego，诺基亚智能手机战略横跨三大系统，昔日的老大诺基亚开始后发先至，四面出击智能平台，以求迎来转机。

昔日王者当今节节败退

时下，诺基亚遭遇了前所未有的困难，诺基亚市场份额下滑的速度之快令人吃惊。根据 IDC 统计数据，2011 年 5 月中国智能手机市场上，Android 系统智能机型关注度达到 47.7%，已经较 Symbian 系统产品关注比例高出 15.7 个百分点，而领先优势还在呈持续扩大之势。近日，有业内分析师表示，面对苹果 iPhone 和谷歌 Android，诺基亚采用降价的方式防止用户流失，这有可能会使诺基亚第二财季和第三财季出现亏损。分析师还预测，即使是在传统旺季的第四季度，

诺基亚也仅能获得轻微盈利,因为该公司在与苹果的 iPhone 和 Android 手机的竞争中节节败退。

研究公司 Gartner 数据显示,2007 年,诺基亚的塞班操作系统占据了智能手机市场 64% 的份额。但以苹果、谷歌为首的竞争对手去年让塞班系统的份额降至 38%,Gartner 预计这个份额 2011 年将降至 19%。据诺基亚日前公布的数据显示,2011 年一季度,诺基亚手机全球销售份额由去年同期的 33% 下滑至 29%,这是诺基亚全球市场份额首次跌破 30%。另据 IDC 的报告显示,在 2011 年的第一季度,三星已经以 29.3% 的市场份额超越了诺基亚,成为西欧手机市场的老大。而在智能手机市场,苹果则以 20.8% 排名第一,自己大本营的全面失守,这对于之前的诺基亚是不可想象的,而对于未来的诺基亚则预示着危险。

横跨三系统图谋自救

IT 评论人孙永杰认为,诺基亚市场份额的流失和苹果的追求利润及谷歌 Android 夺取市场份额密切相关,但这只是竞争的外因,更重要的是,诺基亚在向微软的 WP7 转型的心情过于迫切不无关系。“消费者似乎对诺基亚的操作习惯失去了兴趣,所以我们也等在等新操作系统机型上市。”诺基亚方面如是表示。5 月底,微软正式推出 Windows Phone7 的第一个升级版本——“芒果(Mango)”。据悉,Mango 系统新增 500 多项新功能,它尤其强调智能手机的社交功能。除功能的提升外,Mango 也学着 Android 开始“拉帮结派”,诺基亚、三星、LG 以及 HTC,还有最新加入的宏碁、富士通以及中兴都将推出新 WP7 手机。据悉,9 款使用了 Mango 系统的 Windows Phone7 有望 2011 年秋天发布。

在芒果系统发布会之后,诺基亚表示对 Windows Phone 信心满满并且充满激情,但是诺基亚的智能设备执行副总裁 Jo Harlow 还是表示,消费者将首先看到的是第一款 MeeGo 设备。

日前,诺基亚公司首席执行官 Stephen Elop 在接受华尔街日报采访时拿出神秘手机吸引了大家的注意。按照海外 mynokiablog 的猜测,这可能便是在 6 月 21 日开幕的诺基亚会上即将发布的首款 MeeGo 系统的手机诺基亚 N950。

除了 Windows Phone7 和 MeeGo,诺基亚也并未喜新厌旧,对自有操作系统完全放弃。诺基亚允诺继续支持 Symbian 系统最少到 2016 年。如今,首批搭载 Symbian Anna 系统的诺基亚 E6 和诺基亚 X7 已经出货。在 Symbian Anna 操作系统中,诺基亚加入了更为人性化的输入界面,并使用了全新的浏览器,界面图标也修改得更加漂亮。

亡羊补牢能否换来起死回生?

与微软的合作，推出 Windows Phone7，与英特尔开发 MeeGo 操作系统，加之四月份推出的 Symbian 更新系统 Symbian Anna，诺基亚大有希望凭借大面积撒网在转型期站稳脚跟之意。

但广撒网未必就真的能多捕鱼。看看诺基亚在各大系统的发展就可窥见端倪。市场研究公司 IDC 近日发布全球智能手机出货预测报告。报告中称，到 2015 年微软 WP7 市场份额将超过苹果的 iOS，紧随谷歌 Android，排名市场第二。就在 IDC 发布这份报告后，市场上出现了很多质疑之声。业内人士认为，IDC 的预测是建立在手机数据套餐资费不断下降的基础上，但这并没有发生。在一些人看来，WP7 系统依然前途堪忧。虽然微软在走着正确的路线，但它前进的步伐实在是过于缓慢。在双核、LTE，以及 3D 获得越来越多人关注的时候，微软的 Windows Phone 7 系统现在依然称不上是一个很完善的系统。

塞班更不用说，尽管多年征战也积累不少人气，诺基亚也不时对其进行升级，但毕竟廉颇老矣，实践也已经证明其跟不上智能手机时代的发展；至于 MeeGo 更是应和着甚少，英特尔就曾发表言论：“公司如果选择其他合作者会比现在情况好得多，我们选择与基亚合作本身就是一个错误。”

如此看来，诺基亚三大系统亮点寥寥无几，发展前景着实堪忧。市场发展思路广的策略无可厚非，但起码要有一项自己的拳头产品。否则，只会给人病急乱投医的感觉，自然也难以拿出什么精品，更无法令消费者信服。甚至已有业内专家毫不客气地指出，诺基亚是对 Android 崛起的过度反应，是自己毁了自己。

来源：2011-6-16 通信信息报

[返回目录](#)

诺基亚 CEO：年底前推出首款 Windows 智能手机

诺基亚周二表示，目前公司首要战略就是在 2011 年推出首款搭载微软 Windows 平台的智能手机。

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)在新加坡表示：“诺基亚在 2011 年年底推出首款搭载 Windows 平台的智能手机，会在 2012 年大规模出货。”

来源：2011-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚将公布亚洲战略：阻止亚洲市场下滑势头

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)周二将公布新的亚洲战略，希望阻止 Android 智能手机和无品牌手机继续抢夺该公司在亚洲的市场份额。

诺基亚发言人道格·道森(Doug Dawson)表示，埃洛普将于明天在新加坡举行的“Nokia Connection 2011”大会上公布该公司的战略，并展示数款新手机。这将是埃洛普就任诺基亚 CEO 以来首次在亚洲发表重要演讲。

埃洛普上任之初的前几个月主要忙于制定计划，应对苹果 iPhone 和谷歌 Android 在美国和欧洲市场的挑战。而现在，他可能会将重点转向如何在亚洲抵御三星和中兴等企业的竞争。这一地区已经聚集了全球两大手机市场，未来 4 年的增长预计将超过 40%。

“他们把亚洲给忘了。为了与苹果竞争，他们投入了大量的精力来开发市场，而忽略了平价手机的生产和销售。”德国资产管理公司 Aramea Asset Management 基金经理伯瑞斯·伯姆(Boris Boehm)说。

在就任诺基亚 CEO 的前 9 个月中，埃洛普宣布了 8800 人的裁员计划，包括部分外包合同，并且用微软 Windows Phone 7 取代 Symbian，成为诺基亚的主要智能手机操作系统。来源：2011-6-20 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚份额急剧下滑销量萎缩 商户感叹大不如前

近期诺基亚的日子有点难过：高层动荡、股价下滑，甚至一度传出微软要收购诺基亚手机部门，更令人关注的是，其市场份额正在大幅下滑。

Gartner 的数据显示，2011 年第一季度诺基亚手机全球市场份额由去年同期的 30.6% 跌至 25%，创 14 年新低。而在诺基亚整体萎靡不振的背后，广大手机销售商也受到“牵连”，部分商户反映生意下降达到 6 成，甚至有销售商开始转卖其他品牌的手机。

生意下滑近 6 成 经销商转卖其他手机

“以前一天能卖出十几部诺基亚手机，现在好的情况下一天才卖出几部。”北京的诺基亚销售商王先生表示，“诺基亚新近推出的畅销新品不多，E71 和 E72 后就再也没有高销机型。”

与王先生感同身受的不只一人。广州地区诺基亚经销商壹讯移动的负责人也表示，2011 年以来，诺基亚的生意比以前差了很多，虽然部分畅销机型销量还凑合，但总体上销量大不如前，和去年比下降达到 6 成之多。

生意的直线下滑也让一些诺基亚的经销商不得不想出路。上海夏日通讯的工作人员告诉记者,他们现在诺基亚手机的生意很差,“差到现在已经不做诺基亚”了,改卖 HTC 手机。

不只是商户反映诺基亚生意大不如前,在一些传统的大型连锁店,诺基亚的销售也不是非常理想。上海国美市场部经理葛森表示,其他品牌的手机销量增长迅速,而诺基亚却表现平平,并没有出现增长,其整体的市场份额也开始下滑。

份额一路下滑 将交出头把交易

数据显示,诺基亚在中国的市场份额已经从两年前的 33% 下降到 19%。野村证券 6 月 13 日表示,三星本季度将超越诺基亚成为全球最大智能手机厂商,从而结束诺基亚长达 14 年的垄断地位,野村证券还预计,到下个季度,苹果也将超越诺基亚,诺基亚将屈居第三。

“3 年前,诺基亚在新兴市场的地位似乎是不可撼动的,但低价芯片组和不断增长的规模帮助很多亚洲厂商采取了积极的定价策略,并且获取了市场份额。”英国市场研究公司 CCS Insight 分析师吉奥夫·布拉伯一针见血地指出,“在灵活的竞争对手面前,这台原本主导 50 美元以下市场的‘强大手机制造机’现在也开始面临压力。”

而对于诺基亚业绩的下滑,易观国际分析师路理彬告诉《IT 时报》记者,在智能手机市场,诺基亚受到苹果 iPhone 手机和谷歌 Android 手机的冲击,份额不断下滑。易观国际数据显示,在去年第一季度,诺基亚智能手机的市场份额为 29.3%,2011 年第一季度则下降到 22.1%。而在中低端市场,中兴、华为等国产手机给诺基亚造成巨大冲击。如此腹背受敌,诺基亚手机市场份额一路下滑。

而这背后与诺基亚固守 Symbian 系统有着直接的关系,诺基亚花费大量精力研发 Meego,无视 iPhone 和谷歌 Android 系统,而在使用上,诺基亚的 Symbian 用户体验比不上 iPhone 和谷歌系统,因而导致在诺基亚系统平台之争上被对手超越,流失了大量用户。虽然诺基亚最终选择微软的 WindowsPhone 系统,但新系统的产品要直到明年才能推出,在新系统推出之前,诺基亚只能眼睁睁地看着其市场份额的流失。来源:2011-6-20 IT 时报

[返回目录](#)

【其他制造商】

富士通进军中国高端手机市场

富士通公司 16 日宣布,将正式进军中国手机市场,6 月 24 日发售首批产品,价格约 4000-5000 元。

上世纪 90 年代前期，富士通曾在中国试验性地销售过手机；在中国，2500 元以上高端手机的年销量约 1000 万部，富士通希望凭借出众设计和功能的高端手机，吸引高消费人群，并计划几年后获得 10% 市场份额。

富士通首先将在中国面向中青年女性推出外观华丽且具防水功能的手机，价格约 4000 ~ 5000 元。来源：2011-6-17 新浪科技

[返回目录](#)

Android 手机美国市场份额遭 iPhone 蚕食

市场研究公司 Needham & Co 分析师查理·沃尔夫(Charlie Wolf)于本周一根据市场调研机构 IDC 公布的数据，对截止到 2011 年 3 月的第一季度全球智能手机的销售情况进行了详细分析。通过分析结论显示，随着苹果的 iPhone 在美国市场上的蓬勃发展，一度牢牢占据智能手机销售榜首的谷歌 Android 平台产品的市场份额正在不断遭受苹果的蚕食。

沃尔夫在分析中指出，截止到 3 月，Android 占据了全球智能手机市场的 36.2%，但是每月的用户增长率仅为 3 个百分点，低于截止到去年 12 月为止的第四季度每月 7.5 个百分点的增长率，更是远远低于截止到去年 9 月为止的第三季度高达 9.5 个百分点的增长率。

根据沃尔夫的分析，用户增长率速度的放缓，是由于在 2011 年第一季度，Android 系列手机在美国市场上的智能手机市场份额从 52.4% 下降至 49.5% 所导致的。之后，Android 手机的市场占有率在全球也相应有所下降。

沃尔夫在报告中写道：“我们认为，目前仅仅是 Android 在美国市场的份额下降的开始，随着美国移动运营商 Verizon 开始支持 iPhone 手机，苹果在 2011 年秋天推出适应 GSM 和 CDMA 网络的 iPhone 5 后，Android 的市场份额将会受到进一步打击。而同时，iPhone 也有可能登陆移动运营商 Sprint 和 T-Mobile 的无线通讯网络，这无疑会对 Android 是雪上加霜。”

根据沃尔夫的分析，iPhone 的市场份额从截止到去年 12 月的第四季度的 17.2% 上升到了截止到 2011 年 3 月的第一季度的 29.5%。

沃尔夫认为 Verizon 支持 iPhone 产品的举动毫无疑问恶化了 Android 的发展环境，他同时认为随着 iPhone 5 的推出，苹果系列智能手机将会进一步成为 Android 强有力的竞争对手：

“一方面，目前许多想改用 iPhone 的 Verizon 网络用户还受到购机协议的限制，如果他们现在就改用 iPhone 的话，将需要支付一大笔违约金。另一方面，Verizon 支持的 iPhone 4 已经推出了 8 个月了，对于智能手机市场来说，这个

时间已经非常长了。此前苹果将 iPhone 5 的发布推迟到 9 月之后的原因之一，就是苹果计划同时推出支持 GSM 和 CDMA 网络的智能手机。因此我们预期，随着 2011 年秋天苹果 iPhone 5 的上市，将会掀起 Verizon 网络用户购买 iPhone 的又一轮热潮。”

沃尔夫认为，这将意味着，“Android 在 2011 年第四季度中将会受到 9 月上市的 iPhone 5 直接影响，在美国所占的市场份额将可能更进一步下滑。”

沃尔夫认为，苹果和谷歌以及其他手机生产商争夺的焦点将是手机预付费市场。苹果的 COO 蒂姆·库克(Tim Cook)曾指出苹果正在认真研究中国市场，因为中国也是个巨大的预付费市场。

沃尔夫认为，由于目前有包括三星和 HTC 在内的 38 家公司获得授权能够生产 Android 手机，其中包括三星和 HTC，未来亚太地区或将会出现 Android 系列手机为了与白盒手机争夺手机市场而进行的价格大战。

沃尔夫指出“二线品牌手机生存和发展的关键在于价格而非功能，因此最终可能会导致白盒手机与 Android 手机之间的价格竞争，甚至连一些著名品牌可能也会加入到这场价格战中来。” 来源：2011-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

Android 5 月继续占据广告印象市场头名位置

美国移动广告网络 Millennial Media(以下简称“Millennial”)今天公布报告称，谷歌 Android 操作系统 5 月份继续在该网络的广告印象市场上占据主导地位，所占份额为 53%，这是谷歌连续第六个月处于领先地位。

报告显示，苹果 iOS 排名第二，所占份额为 27%；RIM 黑莓操作系统第三，份额为 17%，与上个月所占份额相比增长 6%；Windows Phone 7 所占份额为 1%，但与上个月所占份额相比则增长 92%。Millennial 称，RIM 份额的增长主要是由于黑莓 Curve 的广告印象增长。

按设备划分，iPad 在该网络的广告印象市场上所占份额环比增长 29%。事实上，过去一年时间里联接设备这一类别的广告印象增长了 190%，其中 70%来自于 MP3 播放器或移动游戏设备，27%则来自于平板电脑。iPhone 连续第 20 个月保持在 Millennial 网络上的广告印象领先地位，苹果则是该网络上 5 月份的领先厂商，所占份额为 30%。HTC 占据第四的位置，所占份额近 11%，有 6 款手机进入 20 强。

功能手机 5 月所占份额环比增长 6%，在按设备操作系统划分的市场上所占份额为 17%，智能手机和联接设备分别为 67%和 16%。

按应用营收划分，iOS 应用和 Android 应用营收所占份额十分接近，前者为 45%，略高于后者的 43%。与此相比，4 月份 iOS 应用营收所占份额为 50%，Android 为 39%。来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

爱立信宣布收购企业通信软件开发商 Telcordia

爱立信(NASDAQ:ERIC)今日宣布，与普罗维登斯股本合伙人公司(Providence Equity Partners, LLC)和美国华平投资集团(Warburg Pincus)达成协议，将以 11.5 亿美元收购 Telcordia 的全部股权。Telcordia 是全球领先的移动、宽带以及企业通信软件和服务开发商。该项收购预计于 2011 年第四季度完成，并于 2012 年第一季度正式生效。

爱立信总裁兼首席执行官卫翰思(Hans Vestberg)表示：“随着越来越多的设备实现互联，越来越多的业务实现移动，而新的移动宽带商业模式又不断推出，运营和业务支撑系统的重要性正在逐渐显现。在此背景下，Telcordia 将为爱立信带来高技能的人才和专业知识和在北美市场和其它市场的大量业务以及良好的多供应商产品组合。”

他补充道：“我们拥有覆盖全球的网络、全球性的服务能力，在网络和网络性能方面卓越的知识，以及在 OSS/BSS 领域已经建立的重要地位——这是一项完美的契合。”

当前，运营商面临的主要挑战之一，是如何处理移动和固定宽带的流量和新型连接设备、服务、应用的增长，以及用户的高期望值，并与此同时提高业务和运营的效率。

OSS 和 BSS 系统是应对此类挑战和简化支撑业务流程的关键领域。这些系统有助于改善用户体验，并且推动运营商将其流量以及提供的服务和出售的产品实现货币化。总之，这些系统对于以低成本的方式创建用户所期待的体验，发挥着至关重要的作用。

Telcordia 总裁兼首席执行官 Mark Greenquist 表示：“爱立信和 Telcordia 在解决极其复杂的通信问题方面的全球领导地位以及长期专业知识可谓珠联璧合，用户也将受益于新的服务和拓展的能力。”

他总结道：“我们将拓展业务范围，以管理世界上最具活力的网络，从而引领一个融合通信的新时代。爱立信对 Telcordia 的收购，标志着爱立信致力于实现发掘 OSS/BSS 通信行业不断增长的商机的未来战略。我们对普罗维登斯以及华平投资集团在过去六年间对公司所作出的巨大贡献表示赞赏。”

普罗维登斯以及华平投资集团表示：“我们坚信，该公司将因加入爱立信——这家为电信运营商提供技术和服务的全球领军企业而受益。”

OSS/BSS 市场规模不断增长，其增长驱动力主要来自企业对业务效率、创新和优质用户体验的需求。2010 年，软件和系统集成市场价值达到 350 亿美元，预计在 2010 至 2013 年间，其年均复合增长率将达到 6%—8%。此外，外包和托管服务的市场也非常诱人，并且将保持同样的增长率。

建立互补优势

爱立信在网络部署、集成和管理方面拥有优良的业绩，而 Telcordia 质量可靠的可升级软件产品组合可以提高这些网络的效率，进一步提升爱立信在移动 OSS 系统的领导地位、拓展爱立信在该领域的业务，使爱立信成为运营知识领域的领先供应商，这些运营知识包括在不断发展的 OSS/BSS 市场中的网络、软件、服务、流程和效率知识。

此外，爱立信在全球服务和系统集成领域的能力和领先地位，将使 OSS/BSS 产品组合得到拓展，并为全球更多的运营商提供支持。

此项交易使爱立信成为服务履行、服务保障和网络优化的领导者，也使爱立信在实时收费方面建立领导地位，并加强为运营商提供端到端支持服务的能力。此次合并将满足通信服务提供商向其用户带来移动宽带和运营转变的需求。

Telcordia 总部位于美国新泽西州皮斯卡塔韦，截止 2011 年 1 月 31 日的上一财年的总营收为 7.39 亿美元，员工总数超过 2600 人。

此次交易依照惯例将接受监管部门的批准，并且预期在收购完成后的 12 个月内，增加爱立信的每股收益。来源：2011-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

TCL 通讯完成收购固话业务 密集推 Android 手机

根据 TCL 通讯于 14 日晚间发布的公告，其 2011 年前 5 个月手机及其它产品总销量累计 1566.6 万台，同比增长近 39%；同时，TCL 通讯以 1.2 亿元价格完成收购 TCL 集团旗下固话业务，为进军“三网融合”做好准备；另外，TCL 通讯将于第三季度前密集推出包括 A990 之内的 6 款 Android 手机。

前 5 月销量同比增 38.64%

TCL 通讯的公告显示，其 1-5 月份全球手机及其他产品销量为 1566.63 万台，同比增幅达 38.64%，海外市场与中国市场齐头并进，销量分别同比增长 41.55%、10.93%。

其中，2011年5月份，TCL通讯手机及其它产品总销量为357.6万台，较去年同期增长29%；其中海外市场销量达321万，内地市场销量录36.5万台，分别增长29%及31%？

自2011年4月份开始，TCL通讯业务的产品销量数据，除了移动电话及数据卡业务外，亦包括固定电话及其他无线接入/发射设备产品等。

收购固话业务以进军三网融合

同时，TCL通讯宣布，以人民币1.2亿元对价，收购控股股东TCL集团旗下全资附属公司TCL通讯设备(惠州)有限公司的固话业务，这是其继集成生产及销售移动智慧型终端产品(MID)的若干技术后，进一步拓宽业务领域。

TCL通讯指出，本次收购完成后，将取得在电话机、电话设备领域对TCL商标的独家使用权，可弥补于固话品牌上的缺口，向全线终端通讯产品市场发展；同时取得相关技术、人员及生产设备，为未来推出家庭娱乐通讯终端、智能家居以及商用通讯终端等产品，进军电信网、广播电视网、因特网三网融合市场奠定基础。

TCL通讯称，内地“三网融合”于本月已有实质性进展，首批12个试点城市的有线电视网络运营商与电信运营商已经向广电局及电信相关部门提交许可申报材料，并进入准备阶段？TCL通讯收购固话业务，为进军“三网融合”作好部署。

密集推 Android 智能手机

另外，继即将推出3.5寸电容屏的Android 3G智能手机——TCL光芒A990后，TCL通讯宣布，将继续发力Android智能手机市场，预计2011年第二和第三季度，TCL将有至少6款Android手机新品面世。如此密集地推出智能手机产品，体现了TCL通讯对智能手机市场的信心。

TCL通讯表示，2011年5月以来，公司在海外市场陆续推出多款Android手机与3G产品，如ONE TOUCH 990、ONE TOUCH 908、ONE TOUCH 905及ONE TOUCH 890等，获得积极的市场反馈。同时，在国内市场也加大了拓展力度，推出了TCL i808篮球主题手机等特色产品。

其中，作为TCL通讯全新品牌形象和互联网产品代表机型，TCLA990颇为TCL通讯看重，虽然TCLA990手机价位定于普及型3G智能手机，但具有中高端智能手机畅快的使用体验。

此前，TCL通讯与中国联通已共同宣布，作为首批新型3G移动互联网手机之一的TCL A906已正式上市，这是目前市面上性价比最高的一款智能3G手机，价格在千元以内，且中国联通为此推出了相应套餐予以补贴。

TCL 通讯 CEO 郭爱平表示，2011 年，TCL 通讯将定位于移动互联网手机，并全面发力 Android 智能终端，在全互联网智能时代抓住机遇，赢得重生。

据悉，2011 年 TCL 通讯全面切入 Android 操作系统，计划年内将于全球推出数十款基于 3G 网络制式、高中低不同价格段的智能手机。来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

酷派将推云计算战略 手机厂商狂进军移动互联网

继苹果于 6 月 7 日发布在线云存储服务“iCloud”、摩托罗拉 4 月底发布“摩计算”战略之后，又一家手机厂商宇龙酷派透露，其云计算平台也将于近两日内正式推出，命名为“酷云”，这意味着宇龙酷派将全面进入移动互联网；同时也意味着智能手机大举进军移动互联网时代已到来。

手机厂商开始大举推出云计算服务

据悉，酷派将于 6 月 16 日在广州举行云计算战略酷云发布会，并在中国电信于 6 月 17 日召开的 2011 年天翼 3G 互联网手机交易会上，重点展示基于酷云平台的智能手机。

手机厂商进军云计算领域既是智能手机发展的需要，很大程度上也是受苹果公司的刺激。

尽管苹果公司的 iCloud 被曝光侵犯了一家名为 iCloud Communications 的小公司的商标权，但当乔布斯高调发布 iCloud 云服务，并将它称为苹果的“下一个伟大远见”时，仍震撼了业界。

目前，手机厂商进军云计算的还不多，主要有摩托罗拉发布了“摩计算”战略，华为推出了“云管端”战略，即便三星电子也还未确定其推出云计算服务的具体时间。

宇龙酷派则是于十几天前透露将要推出云计算服务的信息，当时，在中国电信联合举行的一个发布会上，宇龙酷派董事长郭德英表示，在移动互联网这个时代，未来更大的内容整合需要强大的云计算服务，作为未来手机竞争力的重要部分，必须要加强对云平台的投入。他同时表示，打造云计算服务平台将成为酷派全面进军移动互联网的重要举措，云计算服务平台将成为酷派在移动互联网领域布局的核心战略平台。

已取名“酷云”

据悉，宇龙酷派为其云计算战略取名“酷云”。去年，宇龙酷派在西安成立研究院，重点进行云计算服务应用平台的研发，已有超过 200 人的专门研发团队进行近一年的研发。

与众多手机巨头一样，宇龙酷派此番建立的云计算平台和服务将提供大容量的云存储，为酷派手机用户提供随时数据及文件的备份恢复，并将实现日历、通讯录、通话记录、短信、备忘录、照片、文件、浏览器书签等应用的即时同步。据透露，此次将推出的为酷云 1.0 版本，并实现与 Android 百分之百的兼容。

据悉，此次构建的云计算平台对于宇龙酷派来说将更为重要，因为国内外手机巨头们均在纷纷建设云计算平台。而宇龙酷派正在加速对 Android 智能手机的全线布局，并曾雄心勃勃地表示，希望抢占 20% 以上 CDMA 3G 手机市场份额，而在这种战略目标下，为智能手机用户提供良好的服务将有助于酷派实现上述目标。

另据透露，中国电信也已制定“星云计划”，在四个城市已经开展了云计算现场的实验，国内 CDMA 智能手机厂商跟进是必然。来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

四大行业巨头联手欲引领手机 Qchat 时代

在此次 2011 年 CDMA 世界论坛暨天翼 3G 互联网手机交易会启幕当天，由美国优派、高通公司、中国电信和优快集团四大行业巨头联手推出的一种基于中国电信 3G 网络的 PTT(Push-To-Talk)业务解决方案，掀起了中国通信行业前所未有的“对讲 加密”风暴。

“无可厚非，一浪又一浪的新技术革命，在强力推动通信业飞速发展的同时，却也留下了通话内容缺乏保密性的世界级难题。”美国高通公司业务发展及运营商关系总监冯晖在接受《中国经营报》记者采访时介绍说，早在七年前，集群通信就开始受到通信业界的极大关注，但如何在手机间将“一对一”发展为“一对多”同时兼顾保密性，加上技术标准等多方面的原因，使得这一课题在质疑中蹒跚前行。“现在解决这一课题的 Qchat 时代正迎面而来”，他如此判断。

“强大”的 Qchat

“五分钟以后召开一个临时电话会议，不管你身在何处，请大家将手里的工作暂时放一下。”在上海外滩一个咖啡厅包间坐着的张先生拿出 Qchat 手机，拨出一个电话通知 10 多位中层干部，在同一时间得到了各位中层的响应。

这种兼具“语音 QQ”、短信升级、通话保密等多种领先功能的 Qchat，是美国高通公司推出的一种 PTT 业务解决方案(包括服务器方案和终端方案)，是中国电信 3G 业务品牌“天翼对讲”主推的一种 PTT 方案，是运行在 3G-EVDO 网络下，基于 VoIP 技术的一项数据类增值业务。

据介绍，一键通(PTT)功能这种全新的移动技术，可以快速地进行“一对一”或者“一对多”通话，就像使用对讲通话机一样。这一功能适合需要频繁联系的小型 and 中型企业以及需要同朋友和家人聊天的个人用户。但是必须使用内置这种功能的手机，普通手机无法使用 PTT 功能。

手机开通 PTT 以后，只要按一下手机的相应按钮，就能用自己的手机与被选择的组群实现“一对一”或“一对多”的通话。

与对讲机只能近距离通话不同，一键通服务可以通达至手机网络可以覆盖到的地方，几乎没有距离的限制。除了自如漫游、远程通话、方便使用、费用较低等优势之外，增加运营商收益及减少沟通成本也是“一键通”的主要卖点。

Qchat 通话的过程类似于现实中的会议，有会议的发起者(主叫方)，会议的成员可以迟到(迟后加入)，也可以早退(退出通话而不结束通话)，还可以退出后再次加入。开会过程中可以邀请其他人或组加入(邀请成员)会议。发起者可以结束会议，或者超过一段时间无人说话，系统会自动结束会议。

为了保证移动通话做到“绝对保密”，基于 3G 的 Qchat 采用“码分多址”技术，为用户每次通话都分配到 242 个密码中的一个随机码，共有 4.4 万亿种可能的排列，所以要想破解密码或窃听通话内容简直不可想象。盗码也只能成为理论上的可能。另外，由于采用扩频通信，发射到空中的信号功率极小，一般情况下极难被“捕获”。由于以上双重保护作用，该手机的保密性得到空前提高。

“基于 Qchat 强大的集成功能，势必会开辟一个新的通讯时代。”高通公司上述负责人表示。

巨头们的盛宴

实际上，早在七年前，PTT 手机就在德国汉诺威举行的 2004CeBIT 展会亮相，但由于技术标准等方面的分歧，“即时通信”技术市场推广的步伐一直无法提速。

“只要有市场前景，科研的步伐永远就不会停滞。”作为在此次大会上掀起通信行业“加密风暴”的技术支持者，美国高通公司冯晖总监介绍，也就是在那

时候，高通公司也开始着手基于 CDMA2000 网络的 PTT 技术 Qchat 研究，目前，其“一键通”和“保密性”等技术已经臻成熟。

由此，在 2009 年，美国优派、高通公司、中国电信和优快集团四大行业巨头联手开发 Qchat 业务，并通过此次“2011CDMA 世界论坛”面向全国大规模推出。

中国电信有关负责人表示，Qchat 业务正是基于 CDMA 网。而目前中国电信的 CDMA 网络已经覆盖全国各地，能够顺畅地保障 PTT 手机运行的需要。况且，公司每年还在网络建设和维护方面不断加大投入，这无疑对差异化新业务的拓展奠定了扎实的基础。

至于此次四大巨头在合作中的股权以及具体模式，目前尚不得而知。记者获悉，成立于 1987 年的美国优派公司，拥有专业的防护对讲手机终端领域经验，为 Qchat 提供了多款对讲解决方案。

作为技术支持的“财富 500 强企业”美国高通公司，以其 CDMA 及其他先进数字技术为基础，开发并提供全球领先的富于创意的数字无线通信产品和服务。

总部位于上海的优快集团，是国内极具影响力的通讯产品营销推广机构。公司有着业绩显著的团队和成功的推广案例，服务对象广泛面向具有高速成长潜力和巨大附加值的通信运营商及产品供应商。该集团旨在通过电视、报纸、互联网等先进的直复式整合营销模式，帮助公司的合作伙伴实现其商业目标。

由此，从技术到终端到网络支撑，“这样的合作模式，使其在目前的中高端智能手机市场脱颖而出。”一位通讯行业证券分析师告诉记者，与目前类似的 QQ 微信、米聊或者国外的 KIK 等产品相比，PTT 业务解决方案更具有核心竞争力，而不是将即时、保密、集群的通讯简单娱乐化。

创意产业市场前景

同张先生一样，拥有 Qchat 的手机用户，在上海地区成几何倍数的增长。

其实，早在 2009 年 10 月，中国电信就在上海滩“试水”，正式开始集群业务的商用放号，并主要面向政企客户以及行业应用客户提供集群呼叫业务。

据了解，上海电信 Qchat 集群业务发布是中国电信首次在商用网络上开展此项业务，商用平台规模支持 10 万用户，并且支持全国其他省份通过远程接入上海的平台开展 Qchat 业务。

在系统方面，上海电信的 CDMA 无线网络由阿朗与华为共同承建，已全面支持 Qchat 业务功能。在终端方面，由于 Qchat 的开放性吸引了众多终端厂商纷纷推出了支持 Qchat 的终端产品。

2010 年上海电信 Qchat 业务成功支持了世博会，服务于世博场馆、世博安保、城市服务等各个领域，从而为其进一步大规模推广和应用奠定了基础。

中国电信天翼终端公司总经理助理何宁介绍，目前 Qchat 专业对讲手机锁定的适用客户群体包括：在政府机构，军队、警察、海关、工商、税务、行政执法、消防等部门；在公共服务领域，医疗、通信、供水、电力、燃气、广播电视等部门；在行业用户中，物流、交通运输、机场、铁路、港口、石油化工、矿山、林业、渔业等部门。

“尽管 Qchat 面世不久，但可以预见，该手机将如同其一呼百应的功能一样，迅速成长为一个潜力无穷的大市场。”忙碌在展厅现场的优快集团市场总监陈文磊告诉记者，在此次交易会开幕当天上午半天，前来咨询情况的经销商就多达 200 余人，而且都纷纷表示普遍看好 Qchat 技术未来光明灿烂的市场前景。

业内人士对此表示，这个即将改变国人生活习性的集群业务 Qchat 技术，是目前 CDMA 公网集群通信技术中被业界承认性能最好，并且产业链最开放的一种技术。通过中国电信的一系列技术创新，使其 Qchat 技术更加迎合中国用户的使用需求，只需按下一键，便能和全国各地的人同时说话、召开电话会议。这种差异化的路径决策，恰是中国电信在激烈竞争市场锻造的又一柄利器。来源：2011-6-19 中国经营报

[返回目录](#)

我国通信设备商需深度开拓金砖国家市场

刚刚落幕的第三次三亚“金砖国家”峰会，人们为之振奋，全球经济复苏也因此而被注入新的活力。对于我国通信企业而言，峰会意味着收获了新机遇。在其余四个金砖国家中，我国通信企业早已进入，并不菲的成绩。下一步，就是乘势而上，更深度开拓。

立足巴西，建立拉美桥头堡

近 20 多年，巴西经济获得了快速发展，引起世界关注与尊重。2014 年世界杯和 2016 年夏季奥运会不约而同选择里约热内卢作为主办城市，就是对巴西快速发展的肯定。由于中国与巴西两国情况相似或相近，很容易找到共同语言，两国关系与经济发展同步升温。这些年，巴中经贸合作发展十分迅速，目前中国是巴西最大的贸易伙伴，双边贸易发展潜力巨大。前不久，巴西出台了新的外企投资法，受到包括我国通信企业在内的外企的好评，也为金砖国家的下一步经贸往来提供法律支持。

“金砖四国”与“金砖国家”峰会相继在巴西和中国召开。有意思的是，两次峰会都给我国通信设备制造商的排头兵华为和中兴公司送来了大礼。为了这份大礼，两国政府都发挥了非常重要的作用，功不可没。

一年前，巴西、俄罗斯、印度和中国“金砖四国”领导人峰会在巴西召开，国家主席胡锦涛率团出席，并对巴西进行国事访问。随之而来的是，中巴一系列贸易大单不再是纸上谈兵。根据协定，巴西最大的电信公司 Oi(TNE)将与华为技术有限公司签署供应协议，巴西最大的移动电话业务运营商 Vivo Participacoes 将与中兴通讯签署手机采购协议。

2011 三亚“金砖国家”峰会期间，中国政府与巴西政府又正式签署了一系列政府间双边合作协议。作为双方经贸合作的重要项目之一，就是中兴巴西与巴西政府正式签署了巴西工业园投资项目谅解备忘录。须知，中兴巴西是巴西总统迪尔玛·罗塞夫访华期间唯一一家签署合作备忘录的通信企业。

选择南非，不一样的新成员

此次三亚金砖国家会议，南非参与是个新亮点，特别令世界瞩目。之所以如此，大致是因为以下几个方面的缘故。

其一、南非本国的作用。虽然南非 2010 年经济增长只有 2.3%，但仍是非洲发展最快的经济体。南非财长普拉温·戈尔德不久前预测，南非国内生产总值 2011 年至 2013 年的增长率将分别为 3.5%、4.1%和 4.4%。南非的进出口贸易也有不错的表现：2010 年前 11 个月，南非出口 739.5 亿美元，比上年同期增长 27.7%；进口为 737.6 亿美元，比上年同期增长 22.5%。与许多非洲国家相比，南非的这些成就相当了不起！

其二、非洲的门户作用。作为非洲大陆的代表，南非的加入将进一步扩大“金砖国家”合作机制的国际影响力，并将成为“金砖国家”进入非洲的门户。有分析人士指出，很多南非公司在南部非洲国家设有分公司，地缘接近，风俗相通。遇到地缘贸易困难时，如果四国投资和贸易能通过南非中转，或通过南非分公司合作，就会渠道通畅，降低交易成本，提高回报率。这方面的作用对于我国通信设备制造商是不言而喻的。

其三、电信市场的吸引。在南非，电信具有举足轻重的地位，目前其移动用户约 5000 万，普及率在 120%左右。移动市场为 Vodacom、MTN 和 Cell C 三家运营商三足鼎立的竞争态势。经过 20 年的打拼，华为和中兴公司已经进入南非等许多非洲国家。目前，南非无线宽带市场需求旺盛，被作为优先考虑发展项目。但宽带网速和连接存在不少问题，带宽和价格不能令用户满意。对于我国通信设备制造商来说，他们的困难和市场需求就是商机。华为和中兴可以充分发挥在宽带领域和无线领域优势，为南非提供先进的技术系统和服务。

实际上，我国的金融机构也看好南非电信市场。2011年1月27日，中国出口信用保险公司将为南非电信巨头 Telkom 公司提供 1.27 亿美元贷款，贷款为期七年，主要用于支持 Telkom 发展移动电话业务。据了解，这是中国出口信用保险公司首次为南非企业提供大额贷款，而此举正好在三亚金砖国家会议之前。

其四、技术性贸易壁垒。在金砖国家彼此贸易中，南非的技术壁垒比较突出。南非对进口产品实施非常严格的控制，标签规定过于繁琐，不符合现行的相关国际标准。

看好印度，不离不弃破“安全咒”

华为和中兴早就进入印度电信市场，而且已收获不菲。印度也是对外资开放程度较高的国家。

但印度政府对中国公司另眼相看。近几年，印度常以“国家安全”为由，久拖不决的审查评估阻碍中国公司进军印度的电信和基础设施市场，一次又一次取消华为或中兴公司参与通信设备竞标资格，或使快成交的合同泡汤。2009年中兴在印度市场收入中，受此禁令影响的无线设备业务约占 70%。为破除印度政府的“安全咒”，华为和中兴做出很多努力，但无济于事。但愿通过“金砖国家”机制，增进中印两国互信，使“安全咒”早日破除。唯此，我国通信企业才能享受公平待遇。

中国通信设备制造商之所以不离不弃，主要是看好印度电信市场的规模、未来的增长潜力与巨大发展商机。有数据表示，印度电信业五年内将获投资 2.5 万亿印度卢比，约合 552.5 亿美元；市场规模将超 4.5 万亿卢比。就是说，到 2015 年印度电信业产值有望突破 1000 亿美元大关。而现在，印度移动网络覆盖率位居世界第二，手机用户已过 5 亿，每个月平均有 1400 万的新增用户。2012 年拟发展农村用户 1 亿 6 千万，实现农村手机普及率 40% 的水平。

再谋俄罗斯，参与新一轮投资

与其他金砖国家相比，俄罗斯电信市场有自身特点。首先，从 2003 年开始，俄罗斯移动电话市场开始经历一个飞速发展阶段。移动电话用户数从 2003 年 3,600 万增长至 2009 年的 2 亿，年复合增长率高达 34%。媒体预计，到 2014 年，俄罗斯移动电话市场用户数将达 2.5 亿，渗透率超过 180%。其次，3G 服务已经跟上。据俄政府预测：2012 年将有 10% 的俄罗斯手机用户使用 3G 服务，3G 服务收入将占移动业务总收入的 25%；2016 年俄罗斯移动通信市场总额将增至 400 亿美元，其中 3G 市场将达到 170 亿美元，占移动通信市场总额的 40%。另外，市场环境较好。2004 年俄罗斯《新电信法》颁布实施，引入了许多新的

标准和定义，进一步促进了市场的自由化。可以说，俄罗斯在市场准入方面比其他金砖国家更方便。

1998 年华为迈出了进入俄罗斯电信市场第一步，随后其他企业也相继进入。2004 年，中国电信和俄罗斯电信签署协议，在黑龙江省黑河市和俄罗斯布拉格维申斯克市间新建跨境光缆系统。2006 年，中国电信集团与俄罗斯一家电信运营商签订《中国电信集团公司和俄罗斯广域传输网络股份公司国际电信业务合作协议》。中兴通讯也一直将俄罗斯作为主要的海外拓展市场之一。

此次三亚“金砖国家”峰会将进一步激发我国企业在俄罗斯的投资热情。鉴于俄罗斯的电信设施大多集中在莫斯科、圣彼得堡地区，许多较偏远地区还没有覆盖，俄罗斯电信当务之急是完善基础设施，健全全国性的高技术通信网络。但现在的网络扩建工程，政府投资远远不够，必将引发新一轮投资热，引进外资是俄罗斯各大运营商面前的必然选择。无疑，这为我国通信企业在俄罗斯电信市场提供一个难得的投资机遇，三亚“金砖国家”峰会为实现这种机遇创造了可能性。

我们还注意到，三亚“金砖国家”峰会期间，金融合作获得实质性进展，各个金砖国家银行达成了合作框架协议。在接下来几年中，各成员国会在该合作框架下加大金融领域的合作，甚至在贸易中还将加强各成员国间本币结算的力度及借贷力度。在当前金融危机下，美元一统天下，各国货币逼迫升值，对于进出口贸易具有很大负面效益。通过本币结算，就可以减少风险，确保贸易稳定，这无疑会提升我国通信设备制造商对俄罗斯电信市场投资的信心。来源：2011-6-16 通信信息报

[返回目录](#)

IM 工具或取代手机短信 两年内短信数量或降两成

手机短信到了最危险的时候！除了 IM(即时通讯)工具、微博私信、米聊等第三方软件，在不停挑战手机短信的生存，就连苹果、谷歌、微软、诺基亚等知名手机厂商，近日也推出自有 IM 软件，提供免费文本聊天服务，用户之间沟通仅需缴纳数据流量资费，此举对运营商短信业务大有取而代之的架势。有分析认为，伴随着使用 IM 软件长大的年轻一代，手机短信被逐步取代、合并为数据业务是迟早的事情。

手机巨头猛推 IM 服务

近日，苹果公司在全球开发者大会(WWDC)上推出了 iMessage 免费文本聊天服务，让苹果产品用户之间有能力撇开运营商短信业务，免费互通文本信息。根据分析机构 IDC 估计，到 2015 年全球苹果 iPhone 销量将达到 1.66 亿部，

这意味着全球超 1.5 亿苹果用户将能完全撇开运营商短信服务，透过数据网络使用 iMessage 彼此沟通。

在苹果公司的刺激下，诺基亚公司亦于近期宣布推出自有的“诺基亚 IM” (IM for Nokia)。与苹果 iMessage 类似，诺基亚 IM 让诺基亚用户之间，以及诺基亚用户与 Ovi 邮件、Google Talk、MSN、雅虎通以及 MySpace IM 的用户之间免费沟通，仅需缴纳数据流量资费。

而早些时候，微软公司出资多达 85 亿美元收购了知名的 VoIP 软件 Skype；谷歌则计划进一步改良已有的 Google Voice 让其具备文本沟通功能；RIM 公司则早已推出了黑莓自有 IM 工具 BBM，2011 年 5 月更将签到服务 Foursquare 整合到 BBM 中。

一时之间，各色价格低廉、使用方便的手机厂商自有 IM 工具在全球呈现百花齐放的局面。而被挤压掉市场份额的自然就是相对昂贵的最传统的沟通方式——手机短信。

两年内短信数量或降两成

事实上，手机厂商 IM 工具对手机短信应用的蚕食似乎依旧仅为“将来时”。但包括手机 QQ、微博私信、米聊等软件等第三方 IM 软件对手机短信业务的蚕食早就已经是“现在进行时”了。

“只要我手机开着，手机 QQ、微博、米聊等这些东西我就都会挂着，与同事、朋友的沟通十分方便。”一位 iPhone 4 用户告诉记者，他已经基本上不用手机短信了。专家估计未来两年内，短信数量将骤降 20%。艾媒市场咨询董事长张毅向记者表示，伴随着 90 后用户大多早已习惯了免费发送 IM 消息，当他们步入中年之后，手机短信这种形式也将成为历史。而根据新浪网的一项相关调查显示，有 55.4% 的网友认为这种情况“很有可能”发生。

实际上尽管在国内，由于手机用户依旧在急剧增加，让手机短信的使用量保持在 5% 左右的增长，但在手机用户数量基本稳定的美国，手机短信使用量已经开始逐步减少。根据美国无线通信和互联网协会 CTIA 最近发布的报告表明：2010 下半年，美国手机用户的短信收发量达到一万亿之多，但是仅比上半年增长 8.7%，是短信爆炸十年间最小的增幅。

运营商需更改收费方式

有业内人士认为，除了客户体验外，智能手机用户更倾向于使用手机 IM 工具而非短信的一项重要原因是便宜——目前一条短信的基本价格大约要一毛钱，而使用 IM 工具与工户沟通，不论怎么聊，都只需要使用微量的数据流量，要远远小于短信的价格。有海外分析师算过一笔账，在 AT&T 公司使用流量来传简讯

至少每月可省 10 美元。因此运营商短信业务要与手机 IM 工具竞争的第一步，就是需要大幅度降低短信业务资费。

不过亦有专家向记者表示，尽管手机短信的前景并不乐观，但亦不至于过分悲观。某门户手机测试总监叶丹向记者表示，首先是运营商面对竞争，有可能让手机短信的使用资费大幅度降低以促进手机短信的应用。其次，国内依旧有巨量用户是使用简单功能的手机而非智能手机，因此短信功能必不可少。最后，手机短信很可能会发展成各大 IM 工具之间沟通的“信使”——比如在势不两立的苹果、谷歌、微软和诺基亚之间，需要短信作为沟通平台。来源：2011-6-15 信息时报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

广东移动 WLAN 周末节假日免费

日前，新快报记者从广东移动了解到，广东移动三大品牌(全球通、动感地带和神州行)用户，在周六、周日以及国家法定节假日，无需申请，使用原号码和 WLAN 密码登录，即可享受免费 WLAN 服务。而全球通用户在年底之前则是不限时免费接入 WLAN。

据悉，已办理 WLAN 套餐的用户，周末及节假日使用 WLAN 的时长不计入套餐所含 WLAN 时长内，在此期间产生的超过套餐所含 WLAN 时长的部分直接减免 WLAN 通信费；而未办理 WLAN 套餐的用户，周末及节假日使用 WLAN 业务，将直接减免 WLAN 通信费。广东移动相关人士提醒用户，如果想开通 WLAN，可编写短信“KTWLAN”发送到 10086。来源：2011-6-16 金羊网 - 新快报

[返回目录](#)

中移动 2012 年 TD+CMMB 终端销售瞄准 5000 万

经过 3 年的发展，TD+CMMB 产业已经得到了长足的发展，达到了千万台的级别，对此中国移动研究院终端所高级专家侯清富表示，未来一年中国移动瞄准的将是 5000 万级的市场。

6 月底 TD+CMMB 终端销售将千万台

从 2009 年的中国移动与中广传播 CMMB 手机电视业务的战略合作协议签订，到 2010 年手机电视业务的正式商用。TD+CMMB 已经有了 3 年的发展。

据飞象网了解到，截止 2011 年 4 月，TD+CMMB 终端的销售已经达到 700 万左右。

“这 700 多万其中一部分是 2010 年销售的，2011 年 4 个月销售了 445 万。这样看来整个销售数量是一个增长的趋势。”中国移动研究院终端所高级专家侯清富表示，“中国移动预计到 6 月底(2011 年 6 月底)TD+CMMB 的销售量会增加到千万台。”

所有 TD 终端都支持 CMMB

就终端状态而言，据侯清富介绍所有 TD 终端都支持 CMMB 功能，TD+CMMB 已经成为了标准配置。

中国移动 TD 终端都有一个入库的要求，只有经过入库才可以进行市场的销售。据悉，目前入库的 TD 终端已经超过了 140 多款，也就意味着 140 多款 TD 终端取得了上市销售的条件。

“中国移动未来一年的目标是推动 TD+CMMB 终端产业实现 1000 万到 5000 万的发展。”侯清富表示。

对于现在渐行渐热的平板电脑，侯清富表示，怎样将 CMMB 融入平板电脑也是一个非常大的市场机遇，也是中国移动未来重点研究的方向。来源：

2011-6-20 飞象网

[返回目录](#)

【网络增值服务】

物联网技术步入家庭

水电表自动抄报、家政服务人员随时“预订”、要上医院“居家候诊”、要上餐厅在家“点单”……借助物联网技术，这些智能化的生活场景正逐渐化为现实。记者从昨天召开的中国国际物联网大会上获悉，作为中国首个物联网智慧社区，金桥碧云智慧社区一期项目本月完成验收，到 2011 年年底，碧云社区的居民们就可以体验“智慧社区”带来的种种便利生活——

“大管家”服务 碧云智慧社区的每个家庭将拥有一个贴心的“大管家”，“大管家”其实是一个大小相当于普通纸质笔记本的平板电脑，可安装在门旁，也可摆放在桌上，采用无线网络信号。“大管家”与社区事务服务中心电子窗口衔接，居民可在“碧云大管家”查询政府便民服务办事流程，了解医院、学校、出行天气、道路状况等信息。居民还可通过“碧云大管家”在社区餐厅进行订位和订菜，预订活动场所和活动器械等。

居家候诊 上医院排队费时费力，能否居家候诊？智慧社区里，人们只需在网上挂号，让手机排队。等轮到自己就诊时，赶到医院就行。

智能 IC 卡 智能社区里的居民将拥有一张功能强大的 IC 卡，这张卡融合磁条、CPU、RFID 三种介质，可以将银行卡、公交卡、门禁卡、员工卡、消费卡诸多功能合为一体，让钱包里的卡越来越少。

而这些，只是智能社区的一部分。这个规划 5 年的智慧社区建设还包括智能停车场、智能交通、智能环保等各个环节。随着物联网技术的发展，一切皆有可能。

从概念走入生活

记者观点 “十二五” 开局之年，物联网已成为国际新一轮信息技术竞争的关键点和制高点。加快发展物联网产业，不仅是各地提升信息产业综合竞争力、培育新增长点的重要途径，也是促进产业结构调整、提升城市管理水平的的重要举措。

区别于传统社区，碧云智慧社区开始实现城市管理、政府职能以及社会服务的“智慧化”。这一独特而鲜明的特征体现在社区服务的提供者和接受者两个层面。社区服务的提供者有预见性地了解到居民的需求，主动将精准的信息和服务，通过敏捷的手段推送给需要者；而社区服务的接受者则可以在社区内随时、随地、按需地获取各种服务。上海正在建设“智慧城市”，人们将从智慧社区中得到最直接的感受。

从碧云智慧社区的建设来看，物联网已经不仅仅是一个概念，正在走入我们的生活，变成生活中可以触摸、可以运用的新技术。以物联网为代表的新一代信息技术的应用，带给我们不仅仅是技术的变革和创新，它正在不断催生出新的生产方式、新的交易方式、新的组织形态和新的发展模式。来源：2011-6-17 新民晚报

[返回目录](#)

京沪高铁年底将提供 WIFI 服务

北京铁路局相关负责人介绍，旅客拨打自动语音电话 95105105 便可预订开车前 3 日(含开车日)至电话订票系统预售期内的所有车次火车票。

北京局管辖内的北京市、天津市、河北省全境及山西省阳泉市、山东省德州市的居民，均可拨打电话预订火车票。电话费用按当地市话收费。

此前公布京沪高铁票价上下浮动比例为 5%，昨天，京沪高铁股份有限公司总会计师翟建国对此作出详细解释，“京沪高铁股份有限公司要根据市场的认可程度和市场规律，测算试运营一年以来的相关资料，再决定什么时段浮动。”

按照翟建国的描述，可能出现的浮动情况为，不同的时间段、不同的时期都有不同的优惠，如旅游旺季和一天的黄金时段执行正常票价，其他时段实行优惠。

京沪高铁 年底将开 WIFI

很多坐过动车和京津城际的旅客会出现手机信号不好的问题。针对这一问题，中国北车股份有限公司总工程师王勇智表示，手机信号不好主要是由于车体是金属的，有点屏蔽，信号在整个运营的过程中，有的地方会信号强，有的地方会信号弱。

王勇智表示，年末京沪高铁将开始试验手机上网和 WIFI 功能。到时，京沪高铁的智能化程度将会显著提高。13 日，铁道部科技司副司长吴克俭接受采访时说，铁路部门正在不断改进，使通话质量和网络好一些。“大部分时间没问题，可能过隧道会断线。” 来源：2011-6-16 法制晚报

[返回目录](#)

联通沃商店创两岸电信合作先河

近日，中国联通宣布，旗下的手机应用商店沃商店与台湾中华电信的 HamiApps 以“店中店”形式，正式互联上架。作为中国联通开放的互联网战略产品，沃商店为用户提供包括游戏、工具、娱乐、主题、生活以及阅读等在内的六大类手机应用软件，目前上架的手机应用超过 7000 个。而中华电信是台湾地区最大的固网电信、数据通信及行动电信公司，其软件商店 HamiApps 目前有超过 2000 个以上的手机应用。合作的第一阶段，HamiApps 将移植精心挑选的近百个以游戏类及生活应用类为主的软件至沃商店，包括台湾热门下载排行榜上的 Hami 笔记本、AngryBirds 等，预计年底前可移植至少 1200 个软件。来源：2011-6-20 中华工商时报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

IPTV 发展面临带宽瓶颈限制

IPTV 作为同时具有广电和电信双重业务属性的融合性业务，势必会成为三网融合进程中的焦点，而针对 IPTV 的博弈正是相关部门的利益诉求。日前，随着北京在内的试点城市三网融合方案已获放行，标志着 IPTV 的发展将迎来一个新时期。2011 年下半年双向进入将取得实质性进展，IPTV 势必成为三网融合试点第二年的最大看点之一。

利益之战

从竞争到竞合，三网融合试点方案获批，是 IPTV 获得“身份”的标志。

广电部门对 IPTV 采取“属地化管理”，对未经批准的地区 IPTV 业务，予以查处和限期停止。近日，12 个试点城市的三网融合试点方案已经获批，使 IPTV 首次获得“身份”。“此次启动‘双向进入’，双方从各自为战转向交叉发展，从双方对自身领域有关三网融合方面的业务互不让步到打开破冰窗口，昭示着三网融合试点将有实质性的突破。”业内专家表示。

按照三网融合的政策，集成播控平台作为发展 IPTV 的最重要资源是由广电播出机构负责建设和管理。也就是说，广电负责建设 IPTV 集成播控平台，而电信负责传输和分发服务。

三网融合试点中的 IPTV 内容播控采取中央、地方两级平台的管理架构，CNTV 负责中央级的 IPTV 集成播控平台建设，试点城市在完成 IPTV 集成播控平台的建设后，需实现与中央播控平台的对接。在三网融合试点方案出台后，百视通的 IPTV 业务开始面临 CNTV 的挑战。

广电总局发展研究中心新媒体研究所研究员朱新梅告诉《中国电子报》记者：“集成播控牌照授予电视台，这将形成以电视台为中心的新竞争格局。CNTV 属于总集成平台，百视通属于地方集成平台，而江苏电视总台属于区域性运营平台，虽然隶属的平台不同，但是在竞争时应该按照运营商实力，通过多方协商，利益再分配，提供公平竞争的环境。”

带宽是限

只有扩大宽带建设规模，才能降低成本，实现光纤到户。

“尽管 IPTV 也可以实现视频服务，但对于高清节目 IPTV 还很难实现。带宽决定着 IPTV 是否能够实现高清内容的传输。”东方广视科技股份有限公司技

术总监徐卫东在接受《中国电子报》记者采访时说，“目前 IPTV 的发展主要面临的两个技术瓶颈，一是如何突破宽带的限制，电信光纤入户成本高，无法实现真正意义的普及，在长期投入和产出不平衡的状态下，电信究竟能支撑多久？二是电信 IPTV 部署应该更靠近用户。”

根据中国电信网络发展部总经理孙俊彦介绍，2011 年中国电信计划实现 100M 以上宽带接入覆盖全国 4000 万个家庭。南方城市(含县城)实现 8M 宽带接入全覆盖，20M 带宽接入覆盖率达到 70%，东部发达城市和中西部省会城市 20M 宽带接入覆盖率达到 80%以上。

事实上，实现光纤到户，光纤网络的初期建设成本高昂，使得运营商不得不慎重考虑光纤的部署进度，资金压力巨大。

对此，中国电信集团总经理王晓初表示，只有宽带建设规模上去了，宽带建设的整体成本下降，光线设备的成本才会随之下降。从收入的角度讲，接入的用户越多，单位宽带建设的成本就越低，利润也就越高。中国电信将联合设备商，努力在光纤网络建设的规模上下工夫，从多个方面保障宽带建设投入与产出的平衡。

内容为先

关注新业务、提供丰富内容和服务已成为共识。

虽然在双向接入方面，电信企业和广电系都在争夺，但未来的用户基础还是以内容为先。三网融合带动整个产业链的发展，其中内容提供商是这个产业链上最大的受益者。

随着三网融合的迅速推进，IPTV 这种既能够迎合用户收看、又具有强大竞争能力的业务势必随着政策的开放得到迅速的发展。根据络达咨询预测，2011 年，中国 IPTV 用户数量预计为 1170 万户。“随着 IPTV 用户的不断增加，广电应该关注如何正确定位并协调推进播控平台的建设和发展，播控平台应更多关注新业务，为用户提供个性化的丰富内容和应用。”华数传媒总裁励怡青在接受《中国电子报》记者采访时表示，“也就是说，数字电视基础服务只是三网融合下集成播控平台的基础，增值新业务才是集成播控平台最需要推动发展的内容。”

从三网融合整体推进的角度考虑，IPTV 业务需要创新。江苏电信副总经理贾小涛告诉记者，将 IPTV 纳入数字电视整体转换整体规划中，应该鼓励 IPTV 网络运营商与多家内容商合作。

对此，徐卫东在接受《中国电子报》记者采访时也表示：“事实上，三网融合应该采取多种方案并举的政策，鼓励 IPTV 运营商与多家内容提供方平等合作，以获得丰富的 IPTV 节目内容。”来源：2011-6-17 中国电子报

[返回目录](#)

BBC 开发 iPhone 新应用 可用于现场直播

BBC 目前正在开发一种 iPhone、iPad 应用，记者可以借助该应用将图片、音视频直接上传到 BBC 的服务器上。

BBC 记者还可以借助该应用使用 3G 网络对新闻事件进行现场直播，预计 BBC 记者一个月内就能使用上这项新应用。

BBC 新闻采访部门运营主管马丁·特纳(Martin Turner)表示，该应用基于现有 iPhone 多媒体内容录制和广播软件应用 Luci，后者可以降低 BBC 开发成本。

来源：2011-6-15 新浪科技

[返回目录](#)

【电信网络】

长途 IP 电话争抢手机酒店生意

“嘟嘟... .. 欢迎拨打 9****(长途 IP 号)号码拨打长途。今天拨打国内长途电话长途资费全免。”在广东一家中低端经济型酒店中，旅客陈先生接到了类似促销电话。据记者了解，目前有运营商通过与经济型酒店合作推广长途业务，并获得了不错的成效，而经济型酒店更能从中获得极高的利润。

长途 IP 推广电话打到房间

出差在外的旅客经常都有拨打长途电话的需要。有运营商留意到这一现象，干脆与一些中低端经济型酒店合作，联合推广长途 IP 电话业务。

近日有读者向记者报料称，在广东省内出差途中发现，一些长途号码推广电话直接拨打到旅客的房间推广长途 IP 接入业务。“我入住了大概一个多小时后，就有电话拨打到房间。一接听发现是人工语音的长途推广电话。”据陈先生说，该人工语音电话推广一个长途 IP 接入号码，并表示如果当天拨打，可以享受免去国内长途费用，“不论是国内长途还是国际长途均可以拨打。”

据经常居住各色旅店的旅游专家梁璐向记者透露，目前类似长途 IP 电话推广在经济型酒店中颇为盛行，既有在房间放置推广宣传单张的，亦有电话推广的方式。

业界分析

IP 电话为酒店带来利润

“由于经济型酒店的居住者大多是资费敏感型的出差者，他们会节省在旅途中产生的一切费用。只要能节省资费，他们就会乐意使用更廉价的固话拨打长途

电话而不是手机。”据一位通信业人士介绍，不少经济型酒店是运营商固话长途 IP 业务的重点细分市场，运营商能从中获得不少收益。

而经济型酒店同样能在合作中获得丰厚利润。“很多经济型酒店的收费是 100 元左右一天，如果能在分成后有 5 元左右的长途话费收入，那就是不错的 5% 的利润。”艾媒咨询董事长张毅向记者表示，越是低端的经济型酒店，越乐于透过长途 IP 电话等“增值业务”获得更高的利润。目前的经济型酒店一般都有超过 100 个房间，“如果平均每个房间每天消费 5 元的长途话费，一天就是 500 元，一个月就是 15000 元。足以给 5 个员工发每个月 3000 元的工资。”由于目前不少连锁型酒店都有数十家乃至上百家店，从一个小小的长途 IP 电话中，连锁经济型酒店就能获取惊人的利润。

打长途用 IP 比用手机便宜

“以前是手机抢酒店固话的生意，现在，在中低端的中小型酒店中，固定电话大又有重新抢夺手机生意的趋势。”某门户手机测试总监叶丹表示，此前宽带上网一度是中小型酒店发掘利润的重要领域，不过随着酒店竞争日趋激烈，免费宽带上网早已成为中小型酒店吸引顾客的一大卖点，因此，酒店固话长途成为了新的利润增长点——毕竟长途电话需要交费大家都能接受。而使用酒店固话拨打 IP 长途，毕竟比手机拨打长途要便宜得多。

“此外，用固话“煲电话粥”还没有辐射的担心。”经常到云南各地旅行的自驾游旅行家梁璐向记者表示，抱着固话在床上聊天，跟拿着手机的感觉其实大不一样。来源：2011-6-17 信息时报

[返回目录](#)

报告称无线核心网市场爱立信居首

Exact Ventures 最新发布的报告显示，由于移动数据和信令流量持续增长，全球无线分组核心网市场包括 EPC(分组核心演进)，2011 年第一季度同比增长 50%。

在可预见的未来，智能手机普及率及移动数据流量预计将继续上升，从而推动无线分组核心网市场在 2011 年实现两位数增长。

在 2011 年第一季度，爱立信以 26% 的市场份额保持领先。

凭借在拉丁美洲的业绩表现，华为成为第二大无线分组核心网供应商，收入略低于爱立信。思科则因强劲的 PDSN(分组业务数据节点)北美销售额，以 18% 的市场份额排名第三。诺基亚西门子本季度杀入前四。

“PCRF(策略和计费规则功能)市场当前在 EPC 市场中占主要地位，因为运营商一直部署 PCRF 设备以支持 WCDMA/HSPA+数据业务。” Exact Ventures 创始人兼首席分析师格雷格·科林斯(Greg Collins)表示。

“其他 EPC 组件当前被部署来支持 LTE 业务。PCRF 是无线分组核心网中的关键组件，使运营商能够区分网络流量。”他补充称，由于用来部署需要区分网络流量的创收用及业务，PCRF 对运营商的重要性日益突出。来源：2011-6-15 中国通信网

[返回目录](#)

高通计划 2011 年内在印度推出 LTE 网络

高通公司日前与印度当地合作伙伴签署了正式协议，计划 2011 年年底前在该国推出 4G 服务。

高通在去年的印度 3G/BWA 拍卖中获得了一组无线频谱，当时表示它打算在部署一张网络达到政府频谱颁发要求时出售合资公司股份。

高通印度及南亚地区总裁堪瓦林德·辛格(Kanwalinder Singh)告诉媒体：“早些时候，我们公布了宽带发展的四步战略——投资频谱、促进产业链、引入一家或更多运营商为合作伙伴、最终退出。我们正处于第三步，目前正与运营商洽谈。”

高通拥有当地控股子公司 74%的股份——印度法律许可的最高限额——同时 Global Holding 和 Tulip Telecom 分别持有 13%。

高通拥有 2.3GHz 频段 20MHz TDD 频谱，覆盖主要电信服务区域如德里、孟买、哈里亚纳邦和喀拉拉邦，为此支付了 10.5 亿美元。该公司此前表示其目标是促进 2.3GHz 频段 LTE 的部署。

高通为牌照支付了 10.5 亿美元。来源：2011-6-21 中国通信网

[返回目录](#)

三星将为日本第二大移动运营商建设 LTE 基站

三星电子周一宣布与日本第二大移动运营商 KDDI 达成协议，将向后者提供 LTE 4G 通讯设备，建设小型基站。双方交易金额并未披露。

KDDI 计划在明年启动 LTE 4G 网络的商业化运营。三星已向美国和中东的移动运营商提供 LTE 设备。该公司此前表示，将向多个国家的 8 家运营商提供商用 LTE 服务。

KDDI 表示，三星将负责提供小型基站，重点覆盖各个城市。该公司早些时候选定 NEC 和摩托罗拉移动作为 LTE 网络大型基站的提供商。

三星表示，该公司将使用最先进的无线热点技术覆盖人口稠密、对移动带宽要求更高的地区，同时改进信号较弱地区的服务质量。来源：2011-6-21 新浪科技

[返回目录](#)

台湾 TD-LTE 试验网启动 中国移动提供技术支持

今天，“台湾 TD-LTE 试验网启动仪式”在台湾新北市板桥“T-Park”举行，中国移动为该试验网提供技术与应用支持；华为公司提供试验网所需的 TD-LTE 设备与技术支持；台湾远传电信将在大陆相关企业的协助与支持下，在台湾开展 TD-LTE 网络建设与试验工作，并为台湾相关芯片、终端、业务应用等企业提供 TD-LTE 测试试验环境。

台湾远东集团董事长徐旭东与中国移动董事长王建宙就合作推动两岸 TD-LTE 产业发展等话题依托远传电信 TD-LTE 试验网与中国移动大陆 TD-LTE 试验网进行了两岸 TD-LTE 高清视频通话。率团赴台参加“第八届海峡两岸信息产业和技术标准论坛”的工业和信息化部副部长奚国华在台湾出席了启动仪式。

依托中国移动与远传电信 TD-LTE 试验网，中国移动王建宙董事长在北京与正在台湾的工信部奚国华副部长视频通话，并与远传电信徐旭东董事长就合作推动 TD-LTE 产业发展等进行了 TD-LTE 高清视频通话。

国台办经济局、工业和信息化部相关司局、中国通信标准化协会、中国电子工业技术标准化协会、TD 产业联盟及相关成员企业的领导和专家，台湾华聚产业共同标准推动基金会及成员单位、台湾远传电信以及台湾 TD 产业界的重要人士也出席了上述活动。

在启动仪式现场，华为公司进行了 TD-LTE 空口演示流媒体视频和数据下载业务；同时台湾企业(包括达威、HTC、ASUS、Acer、BandRich、联发科技、晨星等)还展示了 TD-LTE 终端基带芯片、TD-LTE 终端数据卡等产品。

台湾 TD-LTE 试验网是海峡两岸通信技术合作的成果典范，是继 2009 年台湾威宝电信 TD-SCDMA 试验网成功开通后，两岸在 TDD 技术领域合作的又一个历史性里程碑，也是 TD-LTE 市场拓展的重大进展，对当前两岸关系和平发展及产业合作意义重大。

此次台湾 TD-LTE 试验网的建设，充分显示了两岸在推动 TD 产学研用全面发展方面的合作优势。

2011 年台湾 TD-LTE 试验网的启动，在 TD-SCDMA 试验网基础之上进一步为台湾地区的院校、研究机构、制造及运营企业提供对 TD 后续演进技术的研究、测试环境，为台湾通信制造业提供一个产品测试及验证的平台，也为 TD-LTE 的后续商用奠定了基础。通过这种方式可以使两岸以 TD 技术为基础，依托大陆的技术创新能力和台湾的产品创新能力，寻求在通信产业上更为广泛的合作，形成两岸在这一领域更为深入的产业互动。在两岸的共同努力下，双方在 TD 领域的合作前景必将更加美好。来源：2011-6-20 通信世界网

[返回目录](#)

【终端】

国内首个手机云计算平台上线

在苹果发布 icloud 服务平台后，国内厂商也开始了手机云服务上的尝试。昨天，宇龙酷派就推出国内首家手机云计算服务平台——酷云，并将其作为 2011 年发力移动互联网的战略重点。

据酷派酷云平台负责人介绍，此次发布的是酷云 1.0，最核心的应用是数据同步与备份，酷云可以将各类数据，包括联系人、日历、短信、通话记录等通过个人账号上传至云计算服务器，实现“云”同步和备份。酷云具有强大的文件存储功能，以及协同与设备安全管理的功能。年底，酷派将推出功能更完善的酷云平台 2.0 版本。

易观国际分析师路理彬表示，苹果在刚刚召开的全球开发者大会(WWDC)上正式发布了在线云存储服务 iCloud，同时，中国电信已正式启动“星云计划”，终端厂家与运营商都已开始发力云计算服务平台的打造，智能手机的竞争焦点由硬件转变为软件服务的趋势进一步加快。来源：2011-6-17 京华时报

[返回目录](#)

谷歌下一代手机 Nexus 4G 曝光：搭载 Android 4.0

科技博客 Boy Genius Report 报道称，谷歌下一代 Nexus 手机将名为 Nexus 4G，很可能将是首款使用 Android 4.0 系统的手机。

过去两年中，谷歌的 Nexus One 和 Nexus S 已经成为高质量 Android 手机的标杆。然而，随着 HTC 和三星等厂商在 Android 手机领域的快速创新，谷歌已经很难使下一代 Nexus 手机差异化。

传闻显示，与大部分即将推出的智能手机类似，Nexus 4G 将采用双核 Snapdragon 处理器，以及 Android 4.0 “冰激凌三明治” 操作系统。这很可能将是首款使用 Android 4.0 系统的手机。消息人士还表示，该手机将采用超大尺寸屏幕，并取消传统 Android 手机上的 4 个物理按键。

Nexus 4G 还将支持 LTE 技术，这意味着这款手机很可能能够用于 Verizon 无线或 AT&T 的 LTE 网络。该手机将采用 500 万像素后置摄像头，以及 100 万像素前置摄像头。

尽管这款手机的软硬件配置很强大，但与即将推出的三星 Galaxy S II 并没有太大差异。去年，Nexus S 成为首款支持近场通信技术的 Android 手机，并成为谷歌支付服务谷歌钱包的基础。以往的 Nexus 手机也不会预装任何第三方软件。

根据 Boy Genius Report 的报道，Nexus 4G 很可能于 2011 年感恩节假期面市。此外，谷歌也有可能不会将其命名为 Nexus 手机，而是将其作为 Android 4.0 系统的参考手机。例如，摩托罗拉 Droid 曾经是 Android 2.0 系统的参考手机。来源：2011-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

电讯盈科英国子公司明年商用 LTE

香港电讯盈科的英国子公司 UK Broadband 准备用已有的频谱部署 LTE 网络，最早于明年启动商用。

网络部署时间早于英国其他移动运营商，电讯盈科计划 LTE 服务届时以批发模式进行。英国监管部门 Ofcom 计划明年拍卖 LTE 频谱，UK Broadband 首席执行官 Nicholas James 表示：“我们正在与供应商一起确定设备供应问题，也在进行网络规划和商业计划的最终确定。”

UK Broadband 拥有的 3.5GHz 频谱最早用于固网业务，随着频谱规定进一步放宽，允许这些频谱用于其他方面。UK Broadband 还拥有从落败的竞争对手那里购买的 3.6GHz 频谱。

随着固网宽带业务受限，将这些频谱用于部署 LTE 将收获更多利润。不过 UK Broadband 使用的这些频谱不是业界普遍应用的，可能对基础设施和设备有些限制。

根据《金融时报》的报道，UK Broadband 已经与一些想要提供 LTE 业务的合作伙伴进行过谈判，其中包括 Virgin Media，不过 Virgin 拒绝对此消息置评。来源：2011-6-17 中国通信网

[返回目录](#)

中国移动首个终端服务基地落户江苏

终端服务基地的专家在对手机进行研究。新手机无法导入老手机的通讯录、智能手机上不了微博，出现这些烦人的问题，以往大多数人会找厂家或者上网寻答案，但常常“远水解不了近渴”，或者无法获得有针对性的解答。而近日，由江苏移动承建和运营的全国首个终端服务基地已在南京建成并投入使用，运营商提供手机“医生”，看手机使用的具体“疑难杂症”。记者昨天进行了探访。

智能手机发不了邮件？

运营商为你提供“医生”

近日，终端服务基地接到一个电话：一位用户正在发一个“十万火急”的工作邮件，突然发现电脑无法与网络连接，他听说用手机也可以发送邮件，可是不会操作，心急之下拨打了中国移动热线并转到了服务基地。服务基地专家问清了其手机型号，马上给出了解决方案：“您好先生，用手机设定电子邮件，可以通过添加附件来发送。具体操作是这样的：... ..”

这位用户很快用手机把一封含有大量数据的电子邮件顺利发出去了。此外，比如买了新手机、怎样把不同操作系统的旧手机中通讯录导进去？怎样用不同型号手机上微博？用户都可以咨询终端服务基地。

用户如果拨打中国移动 10086 客服热线，关于终端方面的问题不能解决的，都将被转到南京的终端服务基地。记者在这个服务基地的官方微博上看到，用户提的问题各种各样：“为什么看不到手机或内存卡上的 system 文件夹？”“手机如何一键切换静音？”“怎么在编写短信时显示短信字数和短信主题？”这些问题都已经得到解答。

基地专家是一群“手机控”

“玩机”经验 5 年以上

有意思的是，终端服务基地的团队中，与传统的 10086 女话务员“一统江山”大为不同，男性比例接近了一半。终端专家组的 5 人更是清一色的男性，他们每个人拥有至少 5 年以上的“玩机”经验，定期体验测试最新上市的手机，完成测评报告、使用技巧、终端宝典等，是标准的“手机控”。

“现在市场上手机的品牌和型号繁多，尤其是智能手机的使用上有一定门槛，确实会对普通用户使用造成一定困难，”相关负责人介绍，终端服务基地目前每月接入话务超 30 万，而其中一半为 iPhone 专席的话务，也就是说，每天解决超过 5000 个 iPhone 手机应用中的问题。

手机品牌五花八门、款式更是层出不穷，终端服务基地能否“一网打尽”呢？负责人告诉记者，“我们的服务人员基本精通市场上所有的主流品牌手机，”而用户的咨询比较集中在约 20 个品牌的智能终端，比如诺基亚、三星、HTC、MOTO 等。目前可提供的服务包括手机功能操作、硬件故障排查、软件使用指导等，并增配到 60 多人的专业团队服务于 iPhone 用户。如果实在不能解决的，也会与厂家或相关网站联系、协调。跟厂家还建立直接关系，会经常进行专业培训，对山寨机也加强研究。

如果你有什么手机方面的“疑难杂症”，三种方式都能接入、找到专家帮你解答：用户可以拨打 10086 转接到终端服务基地，直接联系“中国移动终端服务基地”在新浪等门户网站上的官方微博进行咨询，或者通过 24 小时飞信在线服务寻求帮助。来源：2011-6-17 扬子晚报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

携号转网用户已达 5 万人

昨天，在“号码携带国际高峰论坛”上，工信部电信研究院的统计数据显示，自去年天津、海南试点携号转网后，目前约有 5 万人成功完成该业务。工信部电信研究院首席专家龚双瑾表示，试验期内运营商市场份额没有发生明显变化，但该政策致使运营商竞争加剧。

携号转网是指手机用户在本地网范围内更改签约的运营商时可以保持原电话号码不变。自 1995 年中国香港在全球第一个实现号码携带开始，迄今全球已有 60 多个国家和地区实现了移动号码携带。龚双瑾指出，试点中出现用户申请的成功率低，重复申请多。并且携号转网后无法收到之前绑定的银行、保险业等领域行业短信。来源：2011-6-17 新京报

[返回目录](#)

一季度全球光纤宽带上网增 35%

市场分析机构 Ovum 近日公布的市场报告显示，光纤技术终于开始在全球宽带领域发力并取得重大进展——取代 DSL。

光纤上网不受常见的铜线(DSL 使用)问题的干扰，这使得它们的网络连接速度非常快。该机构的报告称，与 2010 年第四季度相比，2011 年第一季度的全球光纤宽带上网增长 35%，而 DSL 终端下滑 5%。

这一报告指出，光纤连接总数达到了 988889 端口，较 2010 年第一季度同比增长 182%。Ovum 的研究发现，亚太地区的光纤连接增长最快——这一地区贡献了 93% 的增长。而中国的基础设施供应商受益匪浅，华为、中兴和烽火通信分别占据 PON(无源光纤网络)OLT(光纤线路终端)端口的前三位。而其他地区，如欧洲、中东和非洲及中南美地区也达到了历史最高水平。

与此相反，该报告指出，DSL 线路(DSL 为宽带互联网连接标准)的增长在某些国家已经为负值，这主要是受光纤到户(FTTH)或光纤到楼(FTTB)的冲击。目前，阿尔卡特朗讯是 VDSL/VDSL2 市场的领导者，其市场份额高达 42%，华为和爱立信分别以 22% 和 8% 的占有率列第二、三位。来源：2011-6-16 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

美国一季度智能机数据流量增长 89%

市场调研公司尼尔森上周五发布了一季度美国智能机用户数据流量使用报告，用户该季度消耗的数据流量同比增长 89%。

美国智能机用户在去年一季度平均使用的数据流量为 230MB，如今该数字已经增长到 435MB，同比增长 89%。此次数据流量大幅上升主要源于那些消耗数据流量较多的用户，报告显示，数据流量使用最多的前 10% 智能机用户平均月流量从之前的 1.8GB 增长到 4.6GB，增幅高达 155%。

Android 用户依旧是消耗数据流量最大的群体，平均每月使用量为 582MB，iPhone 用户排在第二，平均每月使用量 492MB，Windows Phone 7/ Windows Mobile/黑莓用户分别排在 3-5 位，平均每月消耗数据量为 317MB、174MB 和 127MB。

与此同时，每 MB 数据流量的平均成本已经从去年同期的 0.14 美元下降到 0.08 美元，同比下降 46%。来源：2011-6-20 新浪科技

[返回目录](#)

2011 年全球移动广告开支将增长 1 倍

美国市场研究公司 Gartner 今天发布报告称，2011 年全球移动广告收入预计将达 33 亿美元，较 2010 年的 16 亿美元翻番。

Gartner 称，到 2015 年，全球移动广告收入有望达到 206 亿美元。但并非所有形式的移动广告都将获得同样的机会，搜索和地图广告的收入最高，视频和音频广告在 2015 年前的增速最快。

“移动广告现在已经被品牌、广告主和内容发布商认可为一大机会，可以与目标客户在特定的背景下进行互动，从而提高回报。”Gartner 研究总监蒂芬妮·白格萨瑞安(Stephanie Baghdassarian)说，“正因如此，各个类别和地区的移动广告预算都将大幅增长。2010 年在全部广告预算中的占比仅为 0.5%，但到 2015 年，将会达到 4%。”

Gartner 研究副总裁安德鲁·弗兰克(Andrew Frank)说：“随着智能手机和媒体平板的普及，移动广告的受众也将增加，分类和定位也将更加容易，从而推动品牌和广告主增加移动广告开支。有意将移动广告包含在广告预算中的品牌营销者不应迟疑，而应该现在就制定预算，充分利用智能手机和平板电脑的用户普及。”

北美和西欧的移动广告增速最快，到 2015 年将分别占到全球移动广告预算的 28%和 25%。然而，亚太(含日本)在预测期内仍将是市场领导者，2011 年在全球移动广告市场中的占比为 49.2%，到 2015 年仍将占据 33.6%的份额。

Gartner 分析师认为，不同种类的移动广告将出现不同的发展趋势。“移动搜索广告包括付费地图标记和各种形式的‘增强现实’(augmented reality)广告，而且均可根据地理位置发送信息。这类广告在移动广告行业中的表现最为突出。”白格萨瑞安说，“移动显示广告则包括标准的横幅广告以及非标准化的富媒体和互动广告，这类广告在应用内和移动浏览器中的投放量基本相当，这也与用户的使用状况相符。”

弗兰克称，虽然在 2015 年前，移动广告将保持高速增长，但这并不表明这一时期就将达到顶峰。他预计，社交网站和应用内的精准广告将在预测期过后继续推动移动广告市场的发展。来源：2011-6-16 新浪科技

[返回目录](#)

5 月份 Android 在美国智能手机份额 53%

移动广告公司千禧传媒(Millennial Media)在本周三发布了其 5 月份的移动综合报告(Mobile Mix report), 突出强调了一些移动终端市场的有趣发展情况。这一根据广告印象的报告给了我们关于智能手机和连接终端市场情况一个非常好的评估。

在智能手机系统方面, Android 在 5 月占据了 53% 的市场份额, 苹果的 iOS 系统在 5 月出现了小幅下滑, 跌至 27%。RIM 系统占 17%, Symbian 仅占 2%。尽管微软的 Windows Phone 系统仍处于刚冒头的开始阶段, 但是报告显示, 这一系统的市场份额较 4 月份几乎增长了一倍, 增长率达 92%。

在设备制造厂商方面, 苹果公司排名第一, 市场份额为 30.84%。苹果 iPhone 依然是连续 20 个月以来最受消费者喜欢的手机。三星则在 5 月以 13.59% 的市场份额占据第二位, 紧跟其后的是黑莓, 市场份额为 13.30%。HTC 和摩托罗拉分别以 10.98% 和 9.47% 的市场份额位居第四和第五位。华为排名第七, 占 2.61% 的市场份额。

在最受欢迎手机的前 20 名中, 苹果 iPhone 以 16.53% 的市场份额位列第一, 第二名是黑莓 Curve 手机。华为 Ascend 手机以 1.69% 的市场份额进入前十, 排名第七。

同时, 苹果的 iPad 是 5 月最受欢迎的“连接终端”, 月增长率为 29%。就连接终端的种类而言, 掌上游戏机和 MP3 播放器(包含 iPod Touch 和 PSP)占 70%, 各种平板电脑占 29%。

在应用方面, 根据营收统计, 苹果的终端设备占 45%, Android 终端与其不相上下, 占 43%。来源: 2011-6-16 中国通信网

[返回目录](#)

报告称 2015 年印度手机钱包用户将达 1 亿

Tavess Research 研究显示, 预计到 2015 年, 新兴市场(中东、亚洲和非洲)的手机钱包(即移动支付)用户将超过 10 亿, 其中印度将占 1 亿。

在初期, 7.9 亿移动用户加上大量没有银行账户的农村人口, 使印度成为该服务非常具有吸引力的市场。印度储备银行(RBI)通过将转账限额从 5000 卢比提高到 50000 卢比, 率先解除了与手机钱包相关服务的严厉规则; 印度国家支付公司(NPCI)推出新的国际银行移动银行支付服务, 正培育提升部署和采用手机钱包所需的生态系统。

国家支付公司目前受到的回应冷淡，仅 1000 万用户注册了国际银行移动支付服务，2011 年 4 月的交易额仅为 1500 万卢比(C114 注：约合 33 万美元)。然而，Tavess 预计，伴随服务提供商推出的用户培育活动以及易于使用的功能，近期越来越多用户将采用手机钱包，到 2015 年，用户总数将达 1 亿。

手机钱包服务 mChex 在印度市场占有率最高，拥有 200 万用户，其次是拥有 100 万用户的 NG Pay，其他包括如 Airtel Money、PayMate 和 Mobile Money Services——诺基亚与 Yes 银行合作的服务。

与印度相比，非洲和中欧国家在采用和使用手机钱包方面相当成熟。

尽管手机钱包服务在新兴市场越来越成功，它的采用率仍不普遍，由于移动支付缺乏良好的规章制度、农村和半农村的代理商维持现金流、用户缺乏技术诀窍、一些用户的移动支付服务需要银行账户等各种挑战，使手机钱包对没有银行账户的农村人来说是具有挑战性的议题。

移动运营商瞄准的手机钱包市场关键领域包括服务定制化来满足当地居民和本地化上市策略。此外，提供给用户的手机银行服务的价格合理，同时对代理费不妥协，这些是使服务吸引用户和代理商的关键。

Tavess 认为，关注以合理价钱提供本地化手机银行服务，将是服务供应商在快速发展的手机钱包市场增加现有 ARPU 值的正确方向。来源：2011-6-21 中国通信网

[返回目录](#)

【市场反馈】

东京手机费“全球最贵”

日本总务省 14 日公布一份调查结果显示，全球 7 座城市中，日本首都东京的手机每月费用最高。

总务省在“2010 年度电信服务国内外价格差调查”中，按通信时长把用户分为 3 类，比较东京、韩国首尔、英国伦敦、法国巴黎、美国纽约、瑞典斯德哥尔摩和德国杜塞尔多夫 7 座城市最大手机运营企业的收费情况。

调查结果显示，以每月拨出通话时间 9 小时 25 分钟、收发短信 865 条为标准，东京的日本电信电话-多科莫公司每月收费 11011 日元(约合 137 美元)，首尔、巴黎和纽约均为每月 4000 日元至 6999 日元(50 美元至 87 美元)，伦敦为 4484 日元(55 美元)。

如果以拨出通话时间 2 小时 2 分钟和短信 290 条为比较标准，纽约最贵，需 4367 日元(54 美元)；东京排名第三，为 4117 日元(51 美元)；首尔最便宜，仅为 1969 日元(24 美元)。

总务省认为，较之东京，首尔和伦敦的电信企业推出各种优惠套餐，因而价格较低。而且，日元升值也是东京手机费用显高的一大因素。来源：2011-6-16 东方网-文汇报

[返回目录](#)

体验不足将长时间影响国内 3G 发展

近 3000 亿投资换来约 7000 万用户，3G 虽然发展快速，但在 LTE 迫在眉睫之时，这样的数据尚难让人满意。尽管业界都在努力推出各种新应用，但如微博一样极具粘性的数据流业务少之又少。体验不足是目前较为严重的一个问题，这将在今后较长的一段时间内继续影响 3G 的发展。

3G 发展取得阶段性成效

国际上 3G 发展如火如荼，国内亦尚有可观。6 月 8 日，工业和信息化部科技司高技术处处长叶林表示，近两三年来，我国 3G 网络发展非常迅速。叶林透露，目前三大运营商 3G 累计投资已经达到 2890 亿元。其中，中国移动投资超过 1450 亿元，中国电信投资达 798 亿元，中国联通投资达 673 亿元。

在巨大的投资之下，中国的 3G 取得长足的进步，用户数、终端、应用和服务等都得到了快速的发展。截至 4 月底，中国 3G 用户总数达到 6757 万。但是去年才结束频谱拍卖的印度，其包括 WCDMA 用户和 CDMA2000 用户在内的 3G 用户已经超过 1 亿。数量上，中国 3G 的差距仍较为明显。

到 4 月底，中国移动 TD 客户数为 2,938.2 万户。据统计 2010 年底 TD-SCDMA 用户数为 2070 万户，占国内市场的 3G 用户份额累计达 44%。2011 年 1-4 月，用户增长近 1000 万户，达到近 3000 万户，依旧占据市场 44% 的份额。

中国电信仅仅用了两年的时间就建成了国内商用最早、覆盖最广、全球规模最大的天翼 3G 网络。基站总数由当初的 8.9 万个增长至 20 万个，天翼 3G 市区覆盖率达 96.5%。

中国联通凭借 iPhone 在 3G 领域获得大量的高端用户。截至 4 月末，中国联通 3G 用户占比突破 30%，并保持着其月新增 3G 用户超过月新增移动用户的 50% 的水准。“随着市场竞争的日趋激烈，运营商纷纷以降价或提供更为经济的

套餐来吸引用户。”ABI 业务主管尼尔·斯特罗瑟表示，“预计亚洲手机用户数还将继续增长，而这将驱动对数据流量的更多需求。”

大踏步之后显露隐忧

用户的大发展预示着 2011 年将是中国 3G 的风水岭之年，与早前的单纯投资拉用户数的增长方式不同，以应用和服务取胜将是未来主题。但目前来看，这一主题仍“将星暗淡”。

中国移动无疑是 2G 时代最大的赢家，用户规模为全球之最，但 3G 大幕开启后，中国联通与中国电信凭借优质的 3G 网络和时髦的 3G 手机，已经在迅速追赶中国移动。在 3G 市场三大运营商几乎处于同一起跑线上。随着 3G 的铺开，WCDMA、CDMA2000 产业链成熟的优势开始展现出来，中国移动面临的竞争压力越来越大。

从 3G 用户数与新增 3G 用户数来看，中国移动领先。但是，中国移动无法掩盖的尴尬是，其 3G 用户数大部分都集中在无线座机上。TD 手机用户仍难担大任。

中国移动 3G 用户的尴尬反映出了目前国内 3G 的共同问题，没有好应用，3G 终究走不快，走不稳，走不好。爱上网，爱微博，爱音乐却与电脑为伍，对手机上网不了解；用户选择 186，不少是因为不收漫游费和长话费；除了 iPhone，不知道还有其他 3G 手机；争相够买 iPhone 却不知好在哪里等等。

多数用户并不清楚 3G 制式之间的差异，手机好，应用多，网络强才是爱上 3G 的理由。分析机构瑞银认为，手机是引爆 3G 增长的关键。他们预计，到 2011 年年底，我国的 3G 服务将到达拐点，随后将出现爆炸式增长，而手机是这一假设情景的主要决定因素。

强化体验变用户数为流量

用户体验不足是目前 3G 发展不尽如人意的关键因素之一，唯有抓住移动互联网特点，强化使用体验，才能带动用户数量的增长和数据流量的增加。运营商从网络到终端再到应用的比拼，都是为了提升用户体验。未来手机终端将集营销平台、业务承载、用户体验于一体，3G 必须承载起这些应用和服务。

据统计，目前手机上网用户达到 3.03 亿，手机上网用户占比达到 66.2%，其中只使用手机上网的用户有 4300 万，占全部互联网用户比重将近 10%。

权威机构预测，国内的移动互联网应用，未来将向社会化+本地化+移动+全球化之路发展。海量的应用和服务，将联合为用户提供优质体验。类似于 LBS=时间+空间+人+位置的服务，和时下日益火爆的微博，就是将社会化、本地化和移动结合在一起的成功例子。

因此，中国电信日前频频动作，和互联网巨头合作推出各类移动互联网的社会化应用。在 6 月初与新浪签署微博合作协议之后，又再度与中国互联网另一巨头腾讯共同推出了定制版天翼 QQ 智能手机，通过绑定 QQ、腾信微博和 QQservice 等服务主攻校园市场。

诸如此类的定制在 3G 市场上亦表现不俗，为运营商带来了大量的用户和据流。中高端智能机型 MOTO XT800 销售量突破 50 万，千元智能华为 C8500 国内总出货量超 150 万。

移动互联网是当下 3G 发展的主题，是运营商发展战略的重要组成部分，也成为运营商新的增长力：一是带来了数据流量的增加；二是带来了各种各样的增值业务。来源：2011-6-15 通信信息报

[返回目录](#)

手机支付蓝海广阔 标准未定难题重重

超市结账不用忙着从钱包里掏钱，网上购物不用担心没带 U 盾，参加秒杀更不用发愁电脑不在身边... 只要你随身带着小小一部手机，这些难题就能全部搞定。如今，这些曾经只在电影里出现的高科技镜头已经能在普通人身上实现。

数据显示，2010 年，我国移动支付市场整体规模达到 202.5 亿元，据预测，2011 年我国移动支付市场仍将强劲增长，到 2012 年将超过 1000 亿元，而到 2013 年，手机网民将超过 PC 网民，达到 7.21 亿。

这些惊人的数字，预示着手机支付的广阔蓝海已经敞开，而正朝它浩浩荡荡进军的，除了运营商、银行、网购平台这一“铁三角”阵营，手机制造商、其他支付平台甚至一些网站也在纷纷布阵，争取在手机购物市场布局之前“抢滩登陆”，占据一方有利地位。

口袋中的“银行”

又逢端午节，网民王先生到超市采购了几箱粽子，到收银台结账时，却发现前面的客户只是用手机在超市的一台机器上一扫，“滴”的一声便完成了付款过程。看着手中的钱包，还有自己为超市购物辛苦积攒了许久的零钱，王先生顿感自己有些过时了。

他没想到，手机付款已经先进到这种程度！

而在端午节之前，浙江网友章先生早以对手机购物动了心。当天，他和女友一起去影院准备看《功夫熊猫 2》。像往常一样，他掏出信用卡准备支付，因为这样不仅方便还可以刷卡积分。但当他看到前面一位小伙子潇洒地拿出手机，然后在机器上轻轻一刷，立即完成支付时，便想到自己的信用卡还要输入密码、签

名字有多么麻烦。等他再一问价格，原价 60 元的电影票，这样用手机一刷只要 27 元，就更让他感到郁闷了，原来和手机消费一比，刷卡消费已经落伍了！

而在浙江慈溪银行，办理这款“手机银行卡”，收费仅用 35 元，其中 15 元是卡费，另 20 元则在使用 6 次后会返还。除了看电影打折，目前这款手机银行卡可在慈溪时代影院、大润发超市、元祖蛋糕店、白天鹅音像图书商场、豪尚豪牛排、益丰大药房等上千家慈溪本地商户使用，此外还可在宁波市区公交车上使用，将来甚至还可在轻轨、出租等交通工具上使用，而且还伴随着很多打折功能。

他没想到，手机付款还有这么多优惠功能！

在深圳，手机银行还可通过绑定手机支付账户或银行账户，进行空中充值，使市民出行更方便。值得一提的是，手机深圳通还有手机钱包、手机通宝、企业一卡通等功能。目前，包括商场、超市、电影院在内的 750 余个门店以及地铁站内、会展中心、交通枢纽、商业楼宇的近 200 台自动售货机可刷手机购物，而且覆盖点将会越来越多。

当然，这些只不过是手机支付功能的“冰山一角”。目前，人们大多把手机看成是一个随身携带的“银行”，可以用它办理银行可以实现的各类基础业务。这些业务大致可分为三类：一是查缴相关费用。包括账户查询、余额查询、账户明细、转账业务、银行代收的水电费、电话费等；二是购物功能。客户将手机信息与银行系统绑定后，就可以通过手机银行平台从网上或者超市、商场购买商品；三是理财业务，包括炒股、炒汇、买基金等。

随时随地，只要你愿意，就可以从口袋中掏出手机，办理相关业务。简单、方便的操作方法；快捷、高效的使用程序，让很多人对于手机购物充满了新奇和渴望。拥有一个“口袋中的‘银行’”，也成了很多人的梦想。

广阔的蓝海

最新数据显示，目前，中国手机用户已经超过 9 亿，就家庭渗透率而言，已在 95% 以上。而另一组数据显示，在这些手机用户当中，2010 年，我国的手机网民增加了 7000 万，目前总规模达到了 3.03 亿人，占网民总数的 66.2%，居世界第一，而到 2011 年 4 月底，这一数字已跃升为 4.77 亿。手机网民的持续大幅度增长，为移动互联网产业孕育出广阔的市场和无限的发展机遇。

有了这个巨大的基数，就不愁更多的网民加入到手机支付这一大阵营中。相比传统的支付手段，移动支付的明显优势，让能够接受“口袋中的银行”的网民也越来越多。根据《2011 中国手机银行业务用户调研报告》，至 2011 年 2 月，手机银行业务正被越来越多的人所接受，他们在手机网民中的使用率已达

52.2%，较 2010 年 7 月 36.8% 的使用率有显著提高，这种普及速度，甚至超过了很多银行发卡速度。

而除了人数上的优势，电子商务的迅速发展也为手机支付提供了良好的市场环境。目前，除了淘宝、京东等已经形成一定规模的大型商城型 B2C 电子商务平台，凡客、红孩子、聚美优品等一系列垂直网站，也为网民提供了大量专业的购物选择。尤其是在秒杀活动和团购网站兴起之后，网友们更期待随时随地能抓到自己心仪的商品，这个时候，手机似乎成了必备品。

与之前的手机偷菜、手机聊天有所不同，一边开着无聊的例会，一边能够体验“逛街砍价”的乐趣；一边坐在公交车上，一边就能搞定周末郊区游的团购票，这种比虚拟的网络游戏更有真实性，比现实购物更轻松的支付方式甚至能改变一个人的生活方式，这无疑会让网友们心动不已；当然，小额购物的安全性，也让不少网友可以实现手机上放心购物。

当然，说它市场广阔还要用“刚性”的数据来说话。有数据显示，2010 年，我国移动支付市场整体规模达到 202.5 亿元，同比增长 31.1%。据预测，2011 年我国移动支付市场仍将强劲增长，而到 2012 年，我国移动支付交易规模将超过 1000 亿元。

手机支付和小额 B2C 电子商务的相互促进，必将为整个行业的迅速发展开启一片广阔的市场。

武装“手机”

手机支付这么火爆，那这样一个便携式“银行”又是如何运作的呢？记者了解到，现在市场上主流的手机银行是在手机中“武装”一张新卡，这种卡与传统的 SIM 卡不同，一般是由银行或者运营商推出的集成卡。

据宁波移动公司相关人员介绍，他们所谓的“手机钱包”就是将传统的金融 IC 卡集成到手机移动 SIM 卡中，将手机 SIM 卡、借记 IC 卡、企业一卡通、市民卡等多卡合一，从而实现一卡多用，为市民提供便利的服务。

根据电子钱包菜单密码进入电子钱包，将银行卡账户圈存到电子钱包账户，电子钱包最高额度 1000 元。在现场消费时，直接从电子钱包进行扣除，无需输入银行卡密码。如果电子钱包余额不足支付消费额时，则可以通过再圈存，使电子钱包余额充足后再刷。在消费的时候，只需将手机的背面对准专用的 POS 机，停留一到两秒的时间，扣款成功后，消费小票会自动打印出来。

而在深圳，一种名为手机深圳通的卡则是通过一张名为 RFID-SIM 的卡实现的。据报道，这款手机深圳通由深圳移动与深圳通公司合作开发，该项目基于无线射频识别技术(RFID)，将手机 SIM 卡、深圳通卡二卡合一，用户更换 RFID-SIM 卡后，不用更改手机号，即可实现刷手机付费。乘客在使用手机深圳通时，用手

机背面在刷卡机上轻轻一划，手机支付便已成功。打开手机菜单，上面就清楚地显示出此次交易的记录和余额。

当然，除了这些随时随地可以用手机刷卡消费的近场支付业务，手机支付含义中还包括市场更为广阔的手机远程支付业务，如支付互联网上购物款、缴费等并不需要刷手机的支付方式。而是利用手机中预先装载的支付软件和开通的移动支付账号进行支付。这时，对于手机来讲，需要的就是一套较为智能的操作系统，除了能上网浏览网页，还需要安装一款支付软件，对于现在的手机来讲，这是另一种“先进装备”。

而且，随着智能手机 3G 网络在中国市场的普及，手机的功能早已经不是一个接打电话的工具，而是集上网、购物、交友等多种功能于一体的“高级战士”。如今，这一身披现代装备铠甲的战士，也正朝着手机支付这一广阔的蓝海迈进。

蓄势待发的战争

面对着广阔的市场前景和巨额的利益诱惑，无数“军队”都想尽早加入进来，争着跑马圈地，力争在这一市场格局尚未形成之前能抢占自己的一块地盘。于是，我们能够看到，包括电信运营商、金融机构以及支付平台、手机制造商甚至众多网站等一批批浩浩荡荡的队伍都在奋力开向这片“蓝海”，争先恐后的蓝海角逐已经掀起了一场血雨腥风。

抢在最前面的还要数有着巨大资金支持和资源背景的电信运营商和金融机构，凭借广阔的客户资源和市场基础，他们的“所属海域”正一步步扩大。而战争，也先从他们之间开始。

除了上文提到过的各地方银行和移动公司之间的小范围合作，其实，早在几年前就有不少银行开始布局手机银行业务。

“各家银行其实一直都在做手机银行，只是过去更多是 WAP 版。2010 年开始竞相发布高端手机客户端，与行业成熟度上升、3G 业务推广、客户数增加有关。”交通银行电子银行部高级经理王兵在接受媒体采访时表示。除此之外，招行、建行、交行、工行等银行也先后推出了手机银行业务，进一步明朗了战争格局。而且，为了抢夺客户，各银行还在收费方面争推优惠，以便吸引更多客户。

当然，国内三大电信运营商也不能放弃这样一个绝好机会，一场暗战早在它们之间开始。

2011 年 4 月，中国联通注册成立“联通沃易付网络技术有限公司”，并与北京一卡通合作，首批推出双界面卡，承载一卡通应用，实现公交、地铁以及合作商户的要手机消费；

2011年3月，中国电信成立支付公司“天翼电子商务有限公司”，采用自有账户以及“银行、银联、公交发行联名卡的形式”共同推广翼支付，目前处于商用阶段，用户约14万左右；

2010年3月，中国移动入股浦发银行，双方联合研发的首个手机支付平台将在2011年第三季度上线。

有着丰富资本和优质客户的金融机构和掌握大量稳定终端客户的电信运行商通力合作，必将成为手机支付蓝海上的第一大阵营，有着举足轻重的地位。

但不容我们忽视的是，这两方仅仅为手机购物提供了一个支付平台，而真正的“战场主动权”还掌握在广大的电商企业手中。毕竟，远程支付将成为手机支付的主要阵营。而这些电商企业，也已经开始了自己的布局。日前，淘宝和支付宝的相关负责人证实，目前已有电信运营商表达了建立“手机购物”的合作意愿，具体操作内容和时间表目前仍在洽谈中；而国内著名团购网站拉手网最近也专门针对手机用户研发了一款“拉手团购”客户端，用户下载之后，就能随时浏览该团购网站的最新信息。如果手机上已经安装了支付软件，还能实现及时支付。除此之外，以淘宝无线和立即购为主的手机购物平台和买卖宝、柠檬商街等小型B2C手机购物网站，也在这两年逐渐兴起并迅速发展起来，加剧了蓝海竞争的热度。当然，腾讯、阿里巴巴、百度、新浪等各桌面互联网巨头也不甘落后，早已纷纷启动移动计划，试图延续自己在桌面时代的霸主地位。

当然，面对这些四处而来的散兵游勇，这个市场上还有着了一股不容忽视的庞大军团，这就是手机开发商。之前，不少银行一直在研究“WAP”版本的客户端，而随着iPhone、Android、黑莓以及Windows等多款手机应用平台的出现，银行开发开始出现了顾此失彼的现象。这时，手机开发商则掌握了无尽先机与商机。有专业人士指出，目前，苹果、Google都在做移动支付，苹果手机只要一支持近距离无线通讯技术，再与其商店中的应用配合，赚钱就和运营商没关系。而Google近期已正式发布移动支付服务Google Wallet，正式“入侵”手机支付业。Google Wallet将支持多种信用卡，Google Offers则是一款日常交易服务，将以电子邮件的方式将优惠券发送给客户或手机上，用户可通过商场收银台，或手机兑换。

我们可以想象，在未来的两年，在这片广阔的海域中，将要掀起多大的狂风巨浪。

海上暗礁重重

手机购物如此便利，在国内推广范围也很广泛，但其使用状况却不免让人担忧。国内有机构调查表明，当前国内仅14.9%的手机银行用户用手机银行网上购

物，而 52%的用户则多用于查询账户余额、明细等，有 15%的手机银行用户用手机银行支付转账，其他用户则多使用理财等功能。

为什么会出现这种情况，原来，功能日趋完善的网上银行作为一种新事物，带给人们便捷服务的同时，其安全风险也成了人们心头挥之不去的阴影。一份调查报告显示，2010 年新增“钓鱼网站”175 万个，比上年增长 11 倍。继中行钓鱼网站系列短信诈骗案后，骗子们的手法再度升级——将骗局转而投向新生的手机银行业务。这让不少网友开始对手机银行望而生畏。

另一方面，因为手机支付业务会将所有信息都绑定在一部小小手机上，而目前手机支付软件的安全性和国内信用水平确实也让手机支付出现了叫好不叫座的情况。

除此之外，移动支付标准尚未确定，不同模式、不同手机之间的无序竞争也将带来成本增加、不正当竞争的发生。而在这些潜在的“战争”背后，无辜的客户则有可能将成为竞争的牺牲品。6 月 2 日，中国银联执行副总裁柴洪峰在“2011 金融 IT 高峰论坛”期间首度向外界解读移动支付标准制定的基准，他称，移动支付力争将最终选择权交给用户。不管是哪一种模式，都应把最终选择权交给用户，而不受某一个行业，某一个单位制约。

除了激烈的竞争，手机支付的蓝海中还充满了重重暗礁。这也是手机支付在发展了近十年后，依然不能得到广泛应用的一大因素。良性竞争的同时，各大竞争者也要考虑如何规避风险，这不仅需要整个市场建立一个健康、有序的环境，也需要手机厂商、运营商、银行甚至网络安全公司共同努力。

一片蓝海的开启必然面对着无数的挑战和机遇，如何在这样的狂风巨浪中把握先机，实现自我价值，应该成为众多“战士”的必备考量！来源：2011-6-16 网络导报

[返回目录](#)

调查显示移动网络运营商存在信任危机

根据 ECSP 欧洲商学院与全球领先的位置及沟通智能产品提供商 PBBI(Pitney Bowes Business Insignia)公司联合进行的一项调查显示，只有 45% 的英国和美国手机用户信任其移动服务提供商；更糟的是，只有 40% 的消费者相信其移动提供商的客户通信能力。

这项研究表明，英国的消费者认为，一线员工和营销传播是建立良好的信任最重要的因素(分别为 26%和 23%)。而在美国，管理政策和一线员工是对信任影响最大的因素(分别为 25%和 21%)。

在通过互动渠道、自助服务技术、管理政策和整体客户满意度树立商誉方面，移动行业的排名显然低于银行和保险业。

只有 31% 的手机用户认为，如果他们向服务供应商反应了自己遇到的问题后，能够得到令人满意的回应。

该调查显示，只有 40% 的客户信任其移动服务提供商的通信。

而认为其移动网络运营商在实施管理客户互动政策和做法方面做得不错的受访者仅占总数的 24%。

此外，约有 42% 的用户表示，他们对其移动网络运营商提供的解决方法、互动关系和服务感到满意。

PBBI 公司的首席营销官戴维·纽贝里(David Newberry)表示：“当今，电信行业的竞争非常激烈，使之成为世界上最具挑战性的市场，各个企业为了确保客户满意度和与之建立良好的关系而战。当涉及到移动网络提供商时，客户们对自己以前体验的满意度对整个行业的信任有着很大的影响，这种影响要比其他行业更巨大。移动网络提供商们所面临的挑战，就像在这项研究中所说的，是统一客户沟通管理，这样一来，移动公司便可以更轻松地解决这些极为重要的客户担忧。”

接受调查的消费者对于移动公司应如何加强树立用户信任的活动提出了几点建议，其中包括提高通信质量和清晰度、增加透明度，以及提供更好的交易前信息等。此外，消费者声称，自己正在寻找能够提供高品质客户服务、能够给予被“关注”，以及员工能够表现出高水平的竞争力和行为的公司。来源：2011-6-21 飞象网

[返回目录](#)

美国用户日均使用手机应用 81 分钟 超网页浏览

市场研究公司 Flurry 的数据显示，美国用户日均花费在手机应用上的时间为 81 分钟，已经超过了网页浏览的 74 分钟。

数据显示，去年 6 月，用户每天花费 43 分钟使用手机应用，花费 64 分钟浏览网页；同年 12 月，这两个数字分别为 66 分钟和 70 分钟。2011 年 6 月，前者已经超越后者。

用户每天要使用超过 85000 款应用，日均使用次数达 500 万次。Flurry 发现，人们并非不得不在手机应用上花费更多时间，而是更加频繁地登录和查看这些应用。这意味着越来越多的用户每天使用智能手机或平板电脑多次登录



Facebook 和 Twitter 等网站。此外，社交网络和信息查询等服务的使用率使互联网浏览相形见绌。

此外，游戏占到手机应用使用率的 47%；其次是社交网络应用，占 32%；新闻应用占 9%；娱乐应用占 7%，其他应用占 4%。来源：2011-6-21 新浪科技

[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