



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. 07. 06

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 诺基亚将死？

意欲阻止 Android 智能手机和山寨手机不断侵蚀亚洲市场份额的诺基亚新亚洲战略公布后不久，美国著名财经网站 24/7WallSt。评出了 2012 年将会消失的六大品牌，其中诺基亚不幸名列榜首，该文言辞凿凿的声称：“诺基亚已死，股东们只是在等待被人收购。”这无疑是对诺基亚的当头棒喝。。

■ “沃联系”前景太苍白

移动有飞信，电信有天翼 Live，联通呢？近日，中国联通终于打破尴尬，在官方微博透露，即将推出即时通信软件“沃联系”。

■ 携号转网国企应有气度

工信部日前下发内部文件对携号转网下一阶段的试验工作进行了安排。新的安排中，“稳定压倒一切”，试验范围和方式与之前并无不同。不过，其中引人注目的是：不再为试验设定具体期限。这项据说能使消费者、国家和电信行业三者都受益的举措在一片质疑声中又被一拖再拖。

■ 三网融合在磕绊中继续前行

一切如当初预想的那样，有关三网融合的故事在不断重复一个道理：电信与广电恰如一对中国夫妻的婚姻，合不上也分不开，在磕磕绊绊中继续前行。

■ 埃森哲：运营商的机会在哪里

鉴于各种新的数码设备和新的技术互动方式不断涌现，消费者使用数码设备的范围日益广泛。在数码生态系统快速演进的环境中，浮现出一些关键问题：消费者是否认为有必要为多种数码设备购买统一的技术支持？他们对此类支持的预期是什么？他们目前对接受这种支持的最佳方式有什么偏好？通信服务提供商是否有机会进入该市场以提供技术支持？

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
诺基亚将死?	5
“沃联系”前景太苍白	6
携号转网国企应有气度	7
三网融合在磕绊中继续前行	8
埃森哲：运营商的机会在哪里	11
产业环境篇	14
【政策监管】	14
六项地面数字电视接收终端国家标准发布	14
工信部部署十二五规划：规范频率占用费使用	15
数字电视新国际出台 2011 年 11 月起正式实施	16
【国内行业环境】	16
中国塑料光纤产业联盟成立	16
上半年无线电管理成效明显	17
我国三网融合落后全球 12 年	18
台湾考虑禁止采购华为核心网设备	19
央视和中移动将联合运营中国手机电视台	19
三网融合试点年底或将扩大至全国 31 省市	20
国内首个非智能手机安全支付解决方案出炉	21
中信证券预计年底国内 3G 渗透率将达 13.6%	21
地面数字电视接收端系列国家标准宣贯会召开	22
中国 WAPI 国际标准化之路屡遭拦截 两大标准博弈	24
【国际行业环境】	26
韩国电信计划 11 月推出首张 LTE 商用网	26
欧盟将进一步下调成员国间手机漫游资费	27
GSM 协会：欧盟数据漫游资费三月内下降 20%	27
西班牙今日拍卖无线频谱 预计金额将达 20 亿欧元	28
韩国 SK 电讯昨起开通 4G 专家称 TD 可平滑升级 4G	28
运营竞争篇	30
【竞合场域】	30
七巨头财团拍得北电专利	30
运营商三策略破解流量困局	30

电信运营商加速抢夺 IM 市场	33
KDDI 打造日本最大规模公共无线网络服务	35
联发科借“类智能手机”突围 延续 2G 市场香火	35
【中国移动】	36
移动应用商店首启动.....	36
中国移动发布 TD-SCDMA 机王	37
工信部副部长奚国华空降中国移动	37
中移动 OPhone 手机 2012 年将支持 TD-LTE	38
中移动 MM 商城上线两年月下载量近 1 亿次	39
中移动整合互联网业务 做强移动互联网基地	40
中移动 TD-LTE 试验网详情：年底前完成厂商测试	41
【中国电信】	42
电信手机支付可绑 10 张卡	42
中国电信 3G 上客量首超联通	43
【中国联通】	45
乐语通讯与联通签约.....	45
联通 IM “沃联系”即将商用	46
联通将开通 11 国预付费国际漫游业务	48
制造跟踪篇	48
【中兴】	48
中兴通讯美国办事处增至 14 家	48
中兴 Blade 手机海外销量超 200 万	49
中兴通讯发布 2010 年利润分配方案 10 股派 2.7 元	51
【华为】	52
华为澳大利亚推 99 美元智能手机	52
华为成为乌干达首家电信认证企业	52
华为推新一代远程呈现系统 TP3106	53
深圳华为获评“中国大学生最佳雇主”	54
华为手机国内销售额进前三 终端策略显成效	54
华为今秋在英国发布首款自主品牌手机 Blaze	56
华为与欧洲各大经销商密集谈判 布局渠道体系	58
【诺基亚】	58
诺基亚出售手机邮件和即时信息业务	58
诺基亚将于 8 月底退出日本手机市场	59
诺基亚今日关闭美国、德国和英国在线商店	59

诺基亚或将继续开发 MeeGo 操作系统智能手机	60
诺西出售股权失败谋自救 通信设备市场添变数	60
【其他制造商】	62
SK 电讯计划 2013 年商用 LTE Advanced	62
索尼爱立信全球研发和运营双中心落户北京	62
苹果现金可买下全球手机业 行业并购潮或提前	63
服务增值篇	65
【趋势观察】	65
同质化影响智能手机发展	65
2011 年中国智能手机出货量将增五成	67
增值业务市场或五年翻倍 移动互联网之战升温	68
移动支付国家标准审议通过 将配套完善准入机制	70
【移动增值服务】	71
中国移动启动红色阅读	71
【网络增值服务】	71
云计算帮减负 韩拟推数字书包	71
技术情报篇	72
【视频通信】	72
北京计划 10 月开播 IPTV 年底前发展 10 万户	72
【电信网络】	73
比利时开通首个移动通信 4G 网络	73
中移动推 MM 云服务计划 互联网基地提供 450 个 API	73
【终端】	75
Wi-Fi 新技术或使手机电池续航时间增加一倍	75
中移动与摩托罗拉推 MM-智件园 发布双核 MT870	76
松下电工等 3 家公司将合作开发智能手机防反射膜	76
【运营支撑】	77
SK 与 LG 电信推出 LTE 服务	77
全球半数移动网络运营商正在部署 LTE 网络	78
市场跟踪篇	79
【数据参考】	79
中国数字付费电视用户达 1.9 亿户	79
2015 年全球移动交易额将超过 1 万亿美元	79

2015 年全球移动网络数据流量将增加 26 倍	80
二季度业绩加速下滑 国民技术中报预降 50%	80
美国移动应用商店营收 2012 年将达 140 亿美元	82
研究显示 2014 年全球 LTE 活跃用户有望突破 1.5 亿	83
【市场反馈】	84
海外运营商不堪数据流量重负	84
美国智能手机销量首次超功能型手机	84
Android 手机仍是美国智能机市场主要驱动力	85
测试显示美国新无线宽带网络将影响 GPS 系统	86

亚博聚焦

诺基亚将死？

意欲阻止 Android 智能手机和山寨手机不断侵蚀亚洲市场份额的诺基亚新亚洲战略公布后不久，美国著名财经网站 24/7WallSt。评出了 2012 年将会消失的六大品牌，其中诺基亚不幸名列榜首，该文言辞凿凿的声称：“诺基亚已死，股东们只是在等待被人收购。”这无疑是对诺基亚的当头棒喝。这个判断并非完全是危言耸听，诺基亚已经步入下滑轨道或处于蛰伏状态是不争的事实，而颓势并不仅仅是靠发布新的市场战略所能够扭转的。

根据 Gartner 数据，在 2011 年第一季度，诺基亚全球市场份额由 2010 年同期的 30.6% 跌至 25%，创 14 年新低。诺基亚在智能手机市场上的份额更是非常有限。在移动互联网时代，手机终端之间的竞争已不再是单纯的硬件实力比拼，而是包括操作系统、应用服务、硬件等在内的综合实力较量。

诺基亚的操作系统至今仍是为人诟病的短板。在诺基亚智能手机中使用多年的 Symbian 系统已成为老旧笨重的代名词——对硬件配置要求过高、程序响应速度过慢、经常因程序打开过多造成死机、经过复杂的认证签名程序才能安装、糟糕的用户界面让用户较难找到想要的的应用、不同系统版本的操作界面不同让开发者大伤脑筋等；诺基亚和英特尔联合开发的 MeeGo 操作系统，被视为应对苹果和 Android 的救星，但按照既定开发节奏，在 2014 年才能拿出 3 款 MeeGo 手机，时不我待，这让人难以接受，于是 Symbian 系统和 MeeGo 系统难以摆脱最终被诺基亚摒弃的命运。现在，诺基亚将全部希望寄托在合作伙伴微软的 Windows Phone 操作系统上，希望构筑谷歌 Android 和苹果 iOS 之外的第三个生态系统，但信息产业讲求规模效益的特点却不容回避，当网络客户吸纳越来越多的时候，增量成本就越少，这就会出现大者恒大，赢者通吃的状况，苹果 iOS 和谷

歌 Android 系统的规模优势已经具备，Windows Phone 操作系统要想实现超越甚至是和上述两者相抗衡的目标已绝非易事。

没有好的操作系统，应用服务也就跟不上了。2007 年，诺基亚抢在苹果的 AppStore 之前推出 OVI 商店。然而，在 AppStore 迅速发展的时候，OVI 商店却毫无进展。2011 年 5 月份 OVI 商店被关闭的时候，上面的应用只有屈指可数的 5 万个左右，而 AppStore 已经达到了 50 万个。

诺基亚的发展轨迹让我们对包括手机终端在内的信息产业产生一些深层思考：首先，手机终端行业的本质是势能，但如何积累势能在不同的时期答案却不一样，功能手机时代的关键是硬件质量和手机功能，而智能手机时代的关键是操作系统和应用服务；其次，信息产业的变化太快，必须始终保持危机和创新意识，来不得半点傲慢和懈怠。昔日的霸主微软和诺基亚如今都已沦为难兄难弟，其他企业足以引以为戒。“各领风骚数百年”在信息产业是不可能实现的目标，领先十年、二十年已殊为不易了！来源：2011-7-4 通信产业网

[返回目录](#)

“沃联系”前景太苍白

移动有飞信，电信有天翼 Live，联通呢？近日，中国联通终于打破尴尬，在官方微博透露，即将推出即时通信软件“沃联系”。

“沃联系”的推出，中国联通有着自己的如意算盘：从战略角度来讲，“沃联系”可以作为统一通信(融合通信)的抓手级应用，也可以作为全面切入移动互联网、实现从通信运营商向综合信息服务提供商转型的引擎型应用；从战术上讲则可以丰富增值业务产品线，解决携号转网客户、挖角客户可能面对的应用不如转出方丰富的问题。总之，有百利而无一弊。

然而，没有客户的喜爱，一切都是苍白的。在客户已经有了足够多选择的时代，让客户接受一款新的产品，除了满足好奇心，中国联通更需要告诉客户一个爱它的理由。腾讯 QQ 有着近十年的积累和高超的复制创新能力，天翼 Live 依托的是 MSN 的成熟品牌与存量客户，飞信的发展有中国移动逾 6 亿的移动客户做基础，那么“沃联系”呢？

作为普通的客户，我们乐见“沃联系”会面向互联网终端和移动互联网终端，具有无缝切换和实时在线的功能；也乐见“沃联系”或集合号簿管家功能，手机通讯录可以同步备份，可以开展基于通讯录的各种应用；更乐见“沃联系”会集成 SNS 社区功能，客户可以将现实中的人际关系搬到移动互联网上继续延续，如此等等。此外，中国联通还会学习同门师兄中国移动，将“免费发短信”作为

最主要的卖点，可是，在 KIKI、米聊、微信飞速发展，日益成为主流应用，苹果等 IT 巨擘亦要推出 imessage 的时代，免费短信还有多大的吸引力呢？而官方声称的“跨平台、跨运营商”，如果没有中国移动、中国电信等电信运营商以及腾讯等互联网应用提供商的支持，离仅仅是一个美好的理想又有多远呢？

大家都应还记得中国联通曾经的“超信”。“超信”，据说名字的寓意是超越飞信的一款 IM 业务，然而，在试运营两年多的时间之后，超信就选择了一个体面的理由停止试用了。

你可以说超信的停止试用是因为 CDMA 网络移交中国电信，也可以说是因为试用本身的失败，或者说是看到了发展面临的重重困难。毕竟，明眼人都明白，一款移动互联网应用软件本身与 cdma2000 还是 WCDMA 的 3G 制式没多大关系，前者是应用层面的事情，而后者是承载层面的问题。

此外，或许现在的联通还保留有原来网通“灵信”的班底，但不管怎样，即使集合了“灵信”、“超信”运作经验，“沃联系”也难以成为市场上的一匹黑马。来源：2011-7-4 通信世界杂志

[返回目录](#)

携号转网国企应有气度

工信部日前下发内部文件对携号转网下一阶段的试验工作进行了安排。新的安排中，“稳定压倒一切”，试验范围和方式与之前并无不同。不过，其中引人注目的是：不再为试验设定具体期限。这项据说能使消费者、国家和电信行业三者都受益的举措在一片质疑声中又被一拖再拖。

事实上，“拖”并不是中国独有的现象。早在 1996 年，美国颁布的《电信法》中就提到了号码携带业务。2002 年 11 月，美国联邦通信委员会(FCC)宣布将要引入移动号码携带，要求运营商针对号码携带业务的引入及实施费用进行估算，此项决定遭到了移动运营商的联合反对。经过多年周旋，美国的携号转网业务于 2003 年 11 月 24 日开始实施，从立法到实施历时 7 年之久。

而中国到 2006 年 10 月的时候，时名为信息产业部的工信部才发布了 630 号文件《信息产业部关于保障移动电话用户资费方案选择权的通知》，该文件即为被业界称为“携号转套餐”或“携号转品牌”的政策。在工信部的指导下，天津、海南两地开始筹备实施携号转网试点。

据工信部电信研究院近日提供的数据显示，试点期间，业务申请达到 50 万人次，而实际完成号码携带业务不足 5 万人，申请转网成功率仅为十分之一。携号转网试点半年，实施效果似乎有些差强人意。

可怜的数据以及消费者逐渐消失的热情使得相关部门面临的压力愈来愈大。然而，在配套措施不足，市场效率、企业内部效率、用户选择自由度上需要寻求平衡的前提下，不设限的决策也并非推卸责任，有时候拖也不见得是件坏事儿，毕竟即便这算不得世纪工程也称得上 10 年大计了，稳妥前进无可厚非。

只不过，在这一过程中曾经发生的各种插曲不得不引起重视。例如：

2011 年 1 月，天津联通副总经理刘克康在其微博上发出了这样的声音：“情况越来越热闹，喜怒哀乐酸狂闷傻等字都不足涵盖表达。一些运营商……曾经一览众山小，手握 IT 利器，主导着市场高端，而今却在用难自圆其说的方法为携号转网设置障碍……”。与此同时，天津联通与天津移动员工的口水仗也愈演愈烈，有移动员工说，天津滨海和静海分公司申请携入移动的用户全部被联通拒绝……

不可否认，携号转网背后涉及的运营商利益之争制造了众多“事端”。这些事端也恰如一道坚硬的商业“光芒”，刺痛了局中人的双眼。“携号转网不设期限”希望是有关部门为未来留足充裕的准备时间，而不是监管者在审时度势地比较考量。诚然，游戏规则的残酷性让不少人固步自封，但当整个社会形成一个广泛而正确的共同认知后，摒弃狭隘的利益之争，为国人带来更多的福祉才是国有大型企业所应有的气度。来源：2011-7-4 网络导报

[返回目录](#)

三网融合在磕绊中继续前行

一切如当初预想的那样，有关三网融合的故事在不断重复一个道理：电信与广电恰如一对中国夫妻的婚姻，合不上也分不开，在磕磕绊绊中继续前行。

5 月，南京市经信委在总结三网融合试点近一年来的工作时，使用了这样的文字：完成了三网融合试点工作的阶段性目标。

用这样一句富有中国特色的“总结陈词”总结三网融合试点一周年的表现恐怕再合适不过——它用肯定的句式表达了双重含义：取得了一些成绩，仍存在诸多问题。

事实上，当我们现在再回头看一看国务院确定的 12 个试点地区，看一看这一年来他们的探索，就会发现其中蕴含的深意：12 个试点地区每一个都极具代表性，其中只要有一个成功，便会形成示范效应辐射同等条件、同样类型的城市群落。

所以有业内专家指出，三网融合试点一周年，各试点地区所取得的点滴经验都应格外重视，这是政府和主管部门下一步决策的依据。

不过，也正如南京市经信委有关人士所言，虽然工作在积极推进，但资源的重新分配以及如何对新资源开发与高效利用，成为了焦点和难点，“在目前的体制环境下，共同推进三网融合已十分困难。”

一切如当初预想的那样，有关三网融合的故事在不断重复一个道理：电信与广电恰如一对中国夫妻的婚姻，合不上也分不开，在磕磕绊绊中继续前行。

成绩是什么？

“一年来无论是媒体还是业界，似乎一直在唱衰三网融合，却对我们的一些尝试视而不见充耳不闻，这不太公平。”厦门市经信委相关人士表示。

上述人士告诉记者，厦门的三网融合思路与其他试点城市有明显不同，依托雄厚的电子商务基础，探索网络购物、电视购物和移动电子商务整合是厦门实施三网融合的主要抓手。

数据显示，厦门的电子商务网络零售额已从2008年的1000多万元迅速增长到2010年的近10亿元，2011年有望达到24亿元。

目前，厦门三大电信运营商正扩建高速率、大容量的光纤传输网，加快推进无线城市建设，为电子商务的发展提供技术支持。政府部门目前也加快建设B2C电子商务产业园，为电商企业提供办公场所、物流仓储及配送设施，以减低电商企业的运营成本，为三网融合提供体制支持。

“厦门模式”在所有试点地区中显得别具一格，却也引发了争议。支持者称，“厦门模式”抛开了电信和广电的利益之争，以应用为导向，是三网融合的方向；反对者却认为，如果不在试点中触碰旧有利益格局，便谈不上三网融合，试点也就失去了意义。

如果说“厦门模式”的争议来自于对三网融合认识的不同，那么倍受媒体与业界关注的“武汉模式”则因在实践层面有实质创新而引发了更多的思考。

简言之，“武汉模式”由电信广电“五五开合资、双方轮流坐庄”。这一创新举动甫一出台便得到了赵梓森和邬贺铨两位工程院院士的齐声叫好。赵梓森认为，武汉模式将广电和电信利益捆绑，双方将形成共赢。

但质疑声也随之而来。有业内人士表示，广电与电信五五开成立合资公司并不容易。在不打破现有体制政策的前提下，电信运营商与广电之间利益矛盾很难调和，武汉电信与武汉广电均难以交出各自的核心资源。因此到最后这场由广电与电信均摊的“合资梦”很可能是一个美丽的肥皂泡，仅是象征意义的“轻资产”空壳合资公司。

模式与路径之辩在12个试点地区普遍存在，争论的最终落脚点无一例外地回到了体制与利益。这也是一切改革的核心。

试点让核心问题得到了充分暴露：因广电和电信监管体制的不同，导致部门利益割据，成为影响融合工作的首要因素；各自为政的监管体制决定了资源的垄断性，行业资源的垄断性又决定了利益的专属性。虽然各地在政府层面均成立了工作协调小组，但体制问题仍不可能一下理顺。各地也通过不同的方式和渠道呼吁国家能够从更高的层面予以协调解决。

“如果把各地的三网融合尝试以及围绕这些尝试所暴露出的问题、引起的思考看作成绩的话，那么三网融合试点方案公布一周年可以给一个及格的分。”某业内专家表示。

而武汉市信息产业办公室主任黄长清则更为乐观。他表示，三网融合是技术和业务发展的必然趋势，有着广阔的前景。三网融合并非是“谁动了谁的奶酪”，并非存量之争，而是共同开拓新市场，有巨大的潜在增量。

一切向前看，而不是一切向“钱”看，三网融合走向深入需要更大的智慧、勇气与信念。

广电的犹疑

电信、广电的体制龃龉，很大程度是因为广电系统的政企不分，因此广电自身的改革也是三网融合一周年的重要观察点。

实际上，广电系统的改革在未有三网融合之前就已启动，改革的内容包括“台网分离”、“制播分离”以及转企改制。外界评论认为，改革会因三网融合而提速。但事实并非如此。

在1月份举行的全国广播影视工作会议上，广电总局新任新闻发言人吴保安指出，电台、电视台在改革中，“不允许搞跨地区整合，不允许搞整体上市，不允许搞频道频率公司化、企业化经营”。他同时强调，电台、电视台作为党的重要新闻媒体和宣传思想文化阵地，必须坚持事业体制，坚持喉舌和公益性质，坚持以宣传为中心。

吴保安“三个不允许”、“三个坚持”的表态与广电的改革精神似乎有所背离。他的“反市场化”表态，恰发表在三网融合试点推进的关键时期。这令蓄势待发的各地广电相当吃惊，也变得无所适从。

对此，江苏电信相关人士称，面对来自电信行业的竞争，广电主管部门一直强调要牢牢掌握播控权，试图以此主导三网融合。“此次表态某种程度上也是为了进一步强化这种控制，但直接指向的是广电系统正在实施的‘台网分离’。”

事实上，广电内部对“台网分离”一直存在争议。当初提出“台网分离”是为了改变“以网养台”的局面，但近年来各地电视台广告收入跨越增长，又使得有线网日子变得难过。

尤其在三网融合方案出台后，内容服务和集成播控牌照只能授予电视台，这使得有线网与电信网以平等身份面对电视台的核心播控资源展开竞争。而电视台反倒更倾向于和实力雄厚的电信运营商合作。

因此，网台分离不利于广电三网融合的声音日渐高涨。歌华有线副总经理罗小布就曾公开表示，三网融合下“网”要想获得竞争力必须背靠“台”。

不难发现，一年来各地有线最大的动作就是加快有线网的双向改造，这是今后依托电视台资源提供高清互动电视最现实的砝码，也为抢占未来“三屏”中最重要的电视屏奠定了基础。

是“台网分离”还是“台网合一”，是继续走市场化道路还是在政企不分的体制上徘徊不前，这些问题仍旧困扰着广电，也是三网融合进程中无法回避的难题。

运营商转战智慧城市

三网融合中，电信运营商能做什么？这是一年来记者在采访中屡屡提及的问题。

“我们能做的，就是我们本来就在做的，而且可以做得更好的。”上海电信某不愿具名的工程师笑言，他在上海电信负责 IPTV 业务。

上海电信的 IPTV 业务在全集团属于领先，依托上海文广的内容资源，上海电信发展了百万级 IPTV 用户。但上述工程师坦言，IPTV 对于运营商也就是一项增值业务，和套餐捆绑销售，或者宽带提速赠送，基本不产生收益。

一年来，各地电信运营商对于广电死守的 IPTV 领域，其实动作并不大。想播控权而不得，不如安心做好通道，因此以中国移动为代表的无线城市建设、以中国电信为代表的光网城市建设，都不约而同把有线和无线宽带作为未来发展的着力点，目标直指“智慧城市”。

北京邮电大学教授曾剑秋分析指出，三网融合只是手段，智慧城市才是目的。电信运营商建好融合、泛在的宽带基础设施，本身就是对三网融合最大的贡献。

就在中国共产党成立 90 周年的前一天，中国移动牵手中央电视台达成了战略合作协议，双方成立合资公司，共同建设“中国手机电视台”。无疑，这是对三网融合试点一周年最好的纪念。来源：2011-7-4 通信产业报

[返回目录](#)

埃森哲：运营商的机会在哪里

鉴于各种新的数码设备和新的技术互动方式不断涌现，消费者使用数码设备的范围日益广泛。在数码生态系统快速演进的环境中，浮现出一些关键问题：消

费者是否认为有必要为多种数码设备购买统一的技术支持？他们对此类支持的预期是什么？他们目前对接受这种支持的最佳方式有什么偏好？通信服务提供商是否有机会进入该市场以提供技术支持？

为了回答这些问题，埃森哲对不断发展变化的高端技术服务市场进行了研究。该研究的第一阶段对 21 个国家的 3886 名消费者进行在线调查，参与调查的消费者年龄都在 18 岁以上，并且都拥有电脑和手机或智能手机。该研究的第二阶段将于 2011 年早些时候完成，并将针对通信运营商进行调查。以下是调查的主要发现——

发现一：

消费者对一体化技术支持需求强烈

消费者对一体化技术服务的需求强烈，认为这种服务不应局限于任何一种设备或一系列设备。

许多消费者(超过 40%)认为有时很难确定某种技术问题到底应由哪家公司负责处理。

各年龄段、性别、收入水平的受访者的回答一致性非常高。

大多数消费者(53%)表示，他们欢迎由同一家公司为大多数或所有家用和移动消费电子设备提供技术支持，这反映出他们对一体化支持的兴趣。

尽管受访者所用的具体通信服务从固话、无线、宽带、有线到卫星通信服务不一而足，但是多数人还是对一体化技术服务感兴趣。

此外，不论使用者对消费电子产品的依赖性是低度、中等还是高度，他们都对这一选择感兴趣。事实上，使用者的依赖程度越高，对这一选择的兴趣越浓厚。在本调查项目中，依赖程度轻的使用者指使用所提供的清单中 1~6 种消费电子设备的使用者；依赖程度中等的使用者指使用 7~13 种设备的使用者；依赖程度高的使用者指使用 14~20 种设备的使用者。

发现二：

消费者希望一体化技术支持能解决各种电脑问题

全球范围内，大多数消费者都青睐以下服务：减少发生严重电脑问题的可能性(68%)；提升安全性，避免电脑受到攻击(67%)；加快电脑速度(62%)；帮助他们及时获取最新软件更新或安全补丁(57%)。

对于各年龄段、性别或收入水平的消费者，这些结果相对比较稳定。

全球过半的消费者(53%)表示对接受定期维护，以降低电脑发生故障的可能性感兴趣。不论使用者对消费电子产品的依赖程度如何，他们都对这一选择感兴趣。

同时，各种通信服务的使用者中，大多数的受访者也对此感兴趣。

发现三：

消费者青睐一体化技术支持形式的多样化

消费者对许多技术支持选择表现出浓厚的兴趣，不但包括呼叫中心或上门支持等已经熟悉的选择，而且包括远程支持等非传统支持选择，远程支持可以在夜间或在其他非使用时段通过接入消费者的电脑实现。事实上，消费者对远程接入选择的兴趣高于将电脑搬到零售店或维修站等传统选择。

各年龄、性别和收入水平的受访者都对所列各种技术支持选择感兴趣。尽管受访者所使用的具体通信服务各不相同，对消费电子设备的依赖程度不同，但总体而言，他们都表示感兴趣。

发现四：

通信运营商在一体化技术支持领域具有优势

虽然多数消费者明确知道电脑、手机和智能手机的技术服务与设备制造商有关，但也有为数不少的消费者认为由通信运营商为这两类设备提供技术支持是个“不错的主意”。

在对消费者电子产品高度依赖的使用者中，这一点尤其明显。该类消费者中，多数(55%)人认为，按月支付服务费用的公司，如通信运营商、有线电视公司或卫星电视公司，很适合做手机或智能手机的技术支持提供商。

有意思的是，智能手机消费者在遇到问题时似乎倾向于直接与设备制造商联系。

多数(52%)对消费电子产品依赖程度高的使用者认为，通信运营商适合为台式机或笔记本电脑提供技术支持。

结论

对于通信运营商而言，这份有关数码设备消费者的技术支持需求演进的调查，启示良多。

消费者对一体化技术支持的需求十分强劲并不断增长，这种服务不应局限于任何一种设备或某系列的设备。大量数码设备和应用的普及导致消费环境变得更为复杂，使数码设备消费者意识到为家用和移动设备提供一体化支持的价值，并愿意为不局限于某种设备的技术支持付费。

以多种方式提供一体化支持服务是必要的，消费者偏好的服务方式可能会因其年龄及对各种数码设备的体验的不同而存在较大的差异。消费者青睐的方式从上门支持、远程接入、实时呼叫中心、网络支持到电子邮件不一而足。优质技术服务提供商需要具备充分的灵活性，能够提供所有这些技术支持方式。

“关键多数”的消费者是优质技术服务的主要目标市场。大量消费者对于得到预防性远程技术服务持非常开放的态度。该群体还很希望预防性的维护能更新他们的电脑及其他设备，提升速度和安全性。

消费者希望由同一家公司提供一体化技术支持，通信运营商成为他们首选的机会很大。通信运营商具备优势地位，可以提供某类支持服务，包括个人电脑和其他设备的预防性维护。但是，由于通信运营商已经不是进入该市场的先行者，与其他技术提供商(如互联网或软件企业、有线、卫星、媒体企业和零售商)相比，通信运营商必须抓住机会，进一步巩固竞争地位。

为了利用这些机遇，通信运营商需要在对市场的了解基础上，以及对潜在消费者接触点的把握上，进一步培养提供这些服务的能力。运营商应当探索新的途径来提供优质技术服务，包括提供个人电脑体检及预防性维护服务，在他们提供通信安装服务并发现客户的个人电脑中存在问题需要相应干预时，即是提供以上服务的时机。

总之，寻求卓越绩效的通信企业面临重大机遇，他们有望成为不断增长的优质技术支持服务市场的领先企业。来源：2011-6-29 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】

六项地面数字电视接收终端国家标准发布

由工业和信息化部负责制定的《地面数字电视接收机通用规范》和《地面数字电视接收器通用规范》等6项地面数字电视接收终端国家标准发布，并将于2011年11月1日起正式实施。

据了解，本次发布的地面数字电视接收终端测量方法和通用规范标准，作为我国地面数字电视标准体系的重要内容，将进一步完善我国地面数字电视标准体系。标准中融合了具有我国自主知识产权的视频 AVS、音频 DRA 等信源编解码国家标准，是我国地面数字电视产业自主创新能力提升的重要标志。

工信部还称，未来将组织数字电视生产企业做好产品的研发、生产、质量控制工作，确保数字电视产品的质量符合相关标准的要求，研究制定地面数字电视机普及应用的相关政策，加快推进我国数字电视产业发展。来源：2011-6-29 新浪科技

[返回目录](#)

工信部部署十二五规划：规范频率占用费使用

2011年6月28日~29日，全国无线电管理工作座谈会在北京召开。

会上，时任工业和信息化部副部长奚国华通报了工业经济和通信行业上半年运行情况，介绍了第四代移动通信、移动互联网、物联网等技术的发展和对无线电管理工作的影响，充分肯定了上半年无线电管理机构在加强无线电管理机构建设和法制建设，科学规划和配置无线电频率，做好深圳大运会、西安世园会等重大任务无线电安全保障，开展边境无线电频率台站和卫星网络国际协调等方面所取得的积极成效，并对下半年无线电管理工作提出了要求。他指出，下半年的工作任务仍然繁重而艰巨，做好无线电管理工作非常重要，希望无线电管理机构在已发布的《国家无线电管理“十二五”规划》基础上切实做好规划的实施工作，进一步加强无线电频率占用费专项资金使用管理，加强无线电安全保障，维护社会稳定，为推动经济社会又快又好发展做出积极贡献。他特别强调，2011年是建党90周年，全国无线电管理机构要站在讲政治的高度，深刻认识维护稳定的重要性，按照当地党委和政府的统一部署和既定无线电安全保障预案，重点做好维稳专项监测工作，保障建党90周年各项庆祝活动的顺利举行。

部无线电管理局局长谢飞波对上半年全国无线电管理工作做了回顾，深入分析了当前无线电管理工作面临的形势和问题，对下半年无线电管理的重点工作，特别是做好“十二五”规划实施和规范无线电频率占用费使用管理工作进行了安排和部署。

会上，部无线电管理局和国家无线电监测中心还就规范无线电频率占用费使用管理、落实无线电管理“十二五”规划、“十二五”无线电管理信息化建设、全国无线电台站数据月报等工作进行了专题发言。与会代表围绕奚国华副部长的讲话、谢飞波局长的报告，以及2011年的重点工作，特别是对做好“十二五”规划的实施和规范无线电频率占用费使用管理等工作进行了分组讨论和交流，提出了很多好的意见和建议，为“十二五”开好局和全面完成2011年无线电管理工作打下了良好基础。来源：2011-7-4 通信产业网

[返回目录](#)

数字电视新国际出台 2011 年 11 月起正式实施

昨日下午，地面数字电视接收端系列国家标准宣贯会在京召开，参会的工信部官员表示，地面数字电视接收端系列标准经过历时 2 年多的研究制订工作已最终完成标准发布，并将在 2011 年 11 月 1 日起正式实施。

地面数字电视传输标准 GB 20600-2006《数字电视地面广播传输系统帧结构、信道编码和调制》于 2007 年 8 月 1 日起强制实施，2008 年北京、天津、上海、沈阳、青岛、秦皇岛、广州、深圳等 8 个奥运城市陆续开通地面高清电视节目，近年来全国各地陆续开展地面数字电视试验性播出、单频网试验性建设工作，地面数字电视信号覆盖工作逐步铺开。与此同时，作为 GB 20600-2006 是我国地面数字电视标准体系的重要组成部分的地面数字电视接收端系列标准也经过历时 2 年多的研究制订工作而最终完成标准发布，并将于 2011 年 11 月 1 日起正式实施。

有专家指出，本次发布的地面数字电视接收端标准作为 GB 20600-2006 标准的重要配套标准，将进一步完善我国地面数字电视标准体系，推动地面数字电视产业健康快速发展。”

该标准的正式发布将为 2015 年起我国全面实现广播电视数字化并停播模拟信号奠定坚实基础。来源：2011-7-5 新浪科技

[返回目录](#)

【国内行业环境】

中国塑料光纤产业联盟成立

由中国电子信息产业发展研究院、通信产业报社、十数家企业院所等联合倡议发起的中国塑料光纤产业联盟暨中国信息化推进联盟塑料光纤产业专业委员会，今日在北京正式揭牌成立。

在政府的大力支持下，我国通信业正在大力推动光进铜退和宽带建设。相比传统光纤，塑料光纤具有环保、轻质、便宜、易操作等特点，其广阔的市场前景吸引了众多企业加入到塑料光纤产业中来。

为了更好地把握塑料光纤产业的发展机遇，突破市场发展瓶颈，塑料光纤业界亟需加强沟通、合作，共同推进塑料光纤产业的健康发展，使产业走向“政府关注、政策引导、行业协作”的可持续发展轨道。经过半年的筹备，6 月 29 日，中国塑料光纤产业联盟暨中国信息化推进联盟塑料光纤产业专业委员会在北京正式成立。

中国塑料光纤产业联盟是由国内塑料光纤产业链相关企业和研究机构、单位和个人等，按照“自愿、平等、合作”的原则自发组织的互助互利共同体，是围绕塑料光纤相关技术、产品、系统、解决方案和用户市场等开展研发、应用、标准化、产业化等工作的行业性、非赢利性组织。联盟宗旨是扩大产业的影响力，集成产业规模优势，共同推动塑料光纤产业的发展，建立经常与国家主管部门沟通的机制，壮大产业群体发展。

与会专家表示，目前，我国 FTTH 的规模应用和三网融合建设的大力开展，为塑料光纤产业大发展提供了大好机遇。在信息传输线缆“光进铜退”、“升级换代”的战略进程中，塑料光纤将成为解决“最后一公里”问题的关键技术，是国民经济中新的增长点。来源：2011-6-29 新浪科技

[返回目录](#)

上半年无线电管理成效明显

在日前召开的全国无线电管理工作座谈会上，时任工业和信息化部副部长奚国华充分肯定了我国无线电管理工作在 2011 年上半年取得的进展。他表示，按照“管好频率、管好台站、管好秩序、保障安全”的要求，充分利用行政、法律、技术、经济和宣传手段，上半年无线电管理工作取得了明显的成效。

法制建设取得进展

奚国华表示，我国无线电管理部门在法制建设方面取得了明显进展。他特别指出，随着无线电环境的日益复杂，原有的《中华人民共和国无线电管理条例》已经不能适应社会发展的需求。而我国无线电管理部门正积极推动《中华人民共和国无线电管理条例》的修订工作，这项工作意义重大。

科学规划无线电频率

在无线电频率规划方面，我国自主知识产权的 TD-LTE 网络系统系统的频率规划不得不提。为了给新一代宽带无线网的发展打下了良好的基础，为支持 TD-LTE 系统在我国的应用和发展，工业和信息化部于 2010 年 9 月份正式公布 2.5GHz 至 2.6GHz 频段作为 TD-LTE 系统的工作频段。2011 年 3 月，工业和信息化部又批准了 TD-LTE 规模试验的 6 城市使用 2.5GHz 至 2.6GHz 频段进行测试，并为规模试验所在省的无线电管理人员专门做了 TD-LTE 培训。

保障空中电波秩序

2011 年上半年，我国无线电管理部门圆满完成了大运会圣火传递保障工作，西安世界园艺博览会无线电保障工作。为确保深圳第 26 届大运会的无线电安全

保障工作，特别成立了深圳大运会无线电安全保障领导小组。奚国华指出，2011年的无线电安全保障任务很严峻，其中重点是大运会和世园会的保障工作。

同时，2011年上半年，针对春运期间航空和铁路客流高峰，我国无线电管理部门切实做好了航空和铁路无线电专用频率保障工作，保护动车组列车控制系统和调度指挥系统的正常使用。奚国华特别指出，我国无线电管理部门在积极支持高铁建设方面做了大量的工作，例如在高铁建设 R 频段的清理和干扰查处工作。

做好各类考试安全保障

2011年上半年，我国无线电管理部门积极配合教育和公安相关部门做好各类考试的安全保障工作。在高考期间，全国无线电管理机构共派出无线电安全保障人员 3814 人，配合公安和教育部门，抓获利用无线电作弊涉案人员 103 人，有力打击了利用无线电进行作弊的行为。奚国华表示，这项工作已经是我国无线电管理的常态性工作。

推进卫星网络国际协调工作

卫星频率轨道资源是稀缺资源的国际战略资源，世界各国对卫星频率轨道资源竞争日趋激烈。截至 2010 年底，我国累计向国际电联申报的卫星网络资料已达 1679 份。值得一提的是，我国无线电管理部门根据国家卫星定位导航重大专项中北斗二号系统卫星的频率轨道资源的需求，配合相关单位积极做好我国北斗二号系统与美国 GPS、欧洲伽利略等系统之间的国际协调。奚国华表示，北斗涉及到我国的国家安全和主权，在这方面我国虽然起步比较晚，但是北斗系统的建设对于我国非常重要。来源：2011-7-4 通信产业网

[返回目录](#)

我国三网融合落后全球 12 年

前天，在“2011 中国通信产业榜单”发布活动上，中国信息经济学会理事长杨培芳表示，全球信息化已进入第三个阶段，而我国在一些领域中仍然处于落后地位，三网融合落后全球 12 年。

杨培芳表示，全球信息化已进入第三个阶段，即宽带革命阶段，这个阶段以云计算、物联网为核心技术，以行业应用为主流业务，主要标志是信息通信成为新型社会生产力，直接为社会生产和人们生活提供全景服务。不过，对于我国通信业发展到第三阶段现状，杨培芳认为一些领域明显处于落后地位，例如宽带发展、光纤入户落后至少 5 年，三网融合落后了 12 年。

杨培芳认为，通信企业不能充当落后生产力的代表，因此我国的通信企业要学习网络信息发展规律，学习互联网开放、平等、互动的精神，构建通信业新的经济模式。来源：2011-7-2 京华时报

[返回目录](#)

台湾考虑禁止采购华为核心网设备

台湾国家通讯传播委员会(以下简称 NCC)在六月底表示，由于国家安全问题，电信运营商不得使用华为技术所生产的电信核心网络设备。

一些台湾电信服务提供商，包括亚洲-太平洋电信(Asia-Pacific Telecom)，威宝电信，台湾大哥大电信以及远传电信，都有采购华为的设备，进口产品的范围用于部分本地区域网络和核心网络。

据了解，部分进口产品仍然被台湾海关扣押。

自印度和美国对涉及中国公司的交易进行封锁后，台湾对大陆间谍能力的恐惧提高，认为其产品危害本岛安全，对电信业能否使用华为的产品也产生了争议。

NCC 委员会发言人陈正仓表示，行政院已要求他以一个合法和谨慎的态度处理此事。他说，计划采购电信核心网络设备的电信公司，必须得到 NCC 和调查局两个政府机构的批准。由于国家安全问题，电信公司可以考虑其他提供类似技术的供应商。

他还建议，经济部应明确列出所有禁止从大陆进口的电信产品，使电信公司能够遵守列表，从而避免任何混淆。来源：2011-7-5 中国通信网

[返回目录](#)

央视和中移动将联合运营中国手机电视台

据知情人士对飞象网记者透露，今天中午 11：20，中央电视台将联手中国移动在梅地亚中心举行新闻发布会。届时，双方将宣布进行战略合作，联合运营中国手机电视台。

知情人士告诉飞象网记者，邀请函上显示，中央电视台台长焦利以及中国移动董事长王建宙将出席发布会。

早在 2011 年初，中央电视台有关领导就曾透露，2011 年央视将由传统媒体为主向传统媒体与新媒体并重发展转变，新媒体与传统媒体统一规划、统一经营，正式开播中国手机电视台，做大做强 IP 电视和移动电视业务。

与此同时，广电和电信一直在三网融合上积极探索产业协作新模式，以促进广电电信业务双向进入，实现互利共赢。此次双方紧密合作，联合运营中国手机电视台，使三网融合又向前迈进一步。来源：2011-6-30 飞象网

[返回目录](#)

三网融合试点年底或将扩大至全国 31 省市

据知情人士对飞象网记者透露，近期，国务院三网融合工作协调小组办公室组织有关部门组成三个调研组，分赴试点地区开展了专题调研，以进一步推动试点工作。

广电、电信已具备提供业务的条件

知情人士告诉飞象网记者，在对 12 个试点地区进行调研之后，调研小组认为，经过试点地区政府、企业的积极准备，电信网络宽带升级改造基本完成，有线电视网络数字化和双向化也基本完成，目前大部分地区电信、广电企业已经具备了向用户提供业务的能力。与此同时，试点地区政府、企业也呼吁尽快发放经营牌照。

成熟地区企业将先获经营许可

在调研过程中，调研组发现，尽管三网融合试点工作已取得一定成绩，但由于对国务院有关文件理解不一致，IPTV 集成播控平台与传输分发系统对接、双向进入经营许可证发放等工作进展缓慢。

为此，协调小组办公室将根据调研结果，指导电信、广电主管部门尽快为三网融合试点企业办理业务许可手续，颁发基于有线电视网络的互联网接入、互联网数据传送增值业务、国内 IP 电话业务的牌照和 IPTV 传输、手机电视分发业务牌照，实现电信、广电双向进入。

“考虑到各试点地区准备工作进展不一，为鼓励先进、激励后进，将建议按照‘成熟一个、许可一个’的原则，以试点地区为单位，先行向目前条件已基本成熟的所在地区广电和电信企业发放经营许可。” 知情人士表示。

年底试点可能扩大到全国 31 省

据悉，协调小组办公室将在 2011 年下半年适时对第一阶段试点工作进行总结，对试点企业三网融合业务发展、网络建设和安全保障情况进行测试评估。

“在此基础上，将根据第一阶段试点的实际情况，以及各地区在网络、市场、组织能力、安全保障等方面的条件，确定下一阶段试点推广方案。” 知情人士表示。

“2011年底或2012年初，三网融合试点将扩大到全国31省(自治区、直辖市)省会城市，如果条件成熟，将在全国范围推广。”知情人士透露。来源：2011-7-4 飞象网

[返回目录](#)

国内首个非智能手机安全支付解决方案出炉

一直以来，通过手机客户端进行支付都是智能手机用户的专利。这主要是非智能手机受一定约束，一方面，非智能手机相关软件开发平台不统一；另一方面，支付安全也是消费者较担心的问题。近日，支付宝公司与曜硕科技联合宣布，推出国内首个非智能手机支付方案——嵌入式安全支付系统解决方案。通过该方案，即便是400-500元的低端非智能手机，也可实现具备安全保障的手机支付功能。

据介绍，该解决方案将支付服务嵌入在移动设备虚拟机中，为Java应用提供统一便捷的计费接口。只需在非智能手机中加入一个代码，即可完成用户收费。“相关应用开发商不再需要通过SP代收费，渠道成本也将大为降低。”支付宝无线事业部总经理诸寅嘉称，这意味着未来非智能手机用户的支付流程将会大大简化。

曜硕科技方面则表示，公司与三星、索尼爱立信、华为、联想等手机厂商有密切合作，用户很快就能用上带支付宝支付功能的非智能手机。并预测在与合作厂商的共同推动下，该解决方案将撬动超过1亿手机用户市场。来源：2011-7-5 南方都市报

[返回目录](#)

中信证券预计年底国内3G渗透率将达13.6%

随着3G时代的来临，手机基于互联网的应用越来越丰富，有业内人士认为移动互联网即将迈入爆发式增长阶段。

统计数据显示，2010年国内智能终端全国占比超过30%，智能手机用户数突破了2300万。进入2011年，仅从终端看，3月国内3G销售终端占有所有终端比就已经超过30%，一季度全球智能终端渗透率近25%。如果3G终端的激增不足以说明市场动向，反观渠道，销售重点也开始主打3G牌。业内人士表示需求带来增长，移动互联网的快速发展是“刚性需求”的结果。

对于 3G 的发展，中信证券预计国内年末 3G 渗透率达到 13.6%。这主要表现在数据消费需求的快速增长和互联网应用的层出不穷，从数据消费看，联通 1 季度 3G 户均流量增长了 140%。而微博、米聊、微信等移动互联网应用在 2011 年也呈现出了爆发式增长。

竞争是不可避免的，移动互联网的发展则催生行业变局机遇。相较三大运营商，联通的优势明显，除了独享最佳 3G 制式产业优势外，还拥有足够时间窗口。由于网络的优势，联通 3G 用户、业绩持续增长趋势已成，业内人士表示联通有望成为移动互联变局的最大赢家。

面对投资，中信证券分析认为下半年行业投资回升有望得到进一步确认，预期三大运营商全年投资增长 12%。主设备商具备估值与业绩暴涨双重优势。

目前，光纤到户将成为宽带接入主流。光接入端投资高增长可弥补光传输投资的短期调整，预计光通信全年投资有望实现 25% 的增长。来源：2011-7-5 飞象网

[返回目录](#)

地面数字电视接收端系列国家标准宣贯会召开

为进一步推动地面数字电视产业发展，切实做好地面数字电视接收标准宣传贯彻工作，2011 年 7 月 4 日，受国家标准化管理委员会的委托，由全国音频、视频及多媒体系统与设备标准化技术委员会和中国电子技术标准化研究所主办，中国电子技术标准化协会、中国电子质量管理协会、中国电子视像行业协会、上海数字电视国家工程研究中心、北京数字电视国家工程实验室、深圳数字电视国家工程实验室提供支持，标准主要制订方、国内外研发机构、彩电生产企业、机顶盒生产企业、核心芯片设计企业、测试服务机构共同参与的“地面数字电视接收端系列国家标准宣贯会议”在北京西苑饭店隆重召开。

随着我国具有自主知识产权的地面数字电视传输标准 GB 20600-2006《数字电视地面广播传输系统帧结构、信道编码和调制》于 2007 年 8 月 1 日起强制实施，2008 年北京、天津、上海、沈阳、青岛、秦皇岛、广州、深圳等 8 个奥运城市陆续开通地面高清电视节目，近年来全国各地陆续开展地面数字电视试验性播出、单频网试验性建设等工作，地面数字电视信号覆盖工作逐步铺开。与此同时，作为 GB 20600-2006 是我国地面数字电视标准体系的重要组成部分的地面数字电视接收端系列标准也经过历时 2 年多的研究制订工作而最终完成标准发布，并将于 2011 年 11 月 1 日起正式实施，这一工作的完成标志着中国地面数字电视产业将进入崭新时代。

我国作为一个拥有 3.6 亿用户的电视大国，除 1.2 亿有线电视用户外近 60% 的电视用户为地面电视潜在用户，其规模优势使得地面电视数字化转换工作成为一件关系人民群众切身利益的大事，而地面数字电视接收端标准的正式发布也将为 2015 年起我国全面实现广播电视数字化并停播模拟信号奠定坚实基础。同时我国电视机年保有量在 3000 万~4000 万台，相信随着标准的颁布实施并配以国家相关配套产业政策的出台支持，也必将催生一个直接关联千亿的市场。

本次宣贯活动正是基于地面数字电视接收端系列标准颁布、地面数字电视产业再次启航的行业背景下召开的，盛邀政府机关、行业协会及行业企事业单位积极参与到地面数字电视接收端标准宣传贯彻、研讨与产业推进中来。宣贯会议期间，国家发展和改革委员会领导、国家标准化管理委员会领导、工业和信息化部领导、全国音视频标委会领导、数字电视国家工程中心专家、数字电视工程实验室专家等政府部门领导、产业领军人物均发表了精彩的演讲。专家们分析，地面数字电视产业在中国的发展进入一个崭新的、高速发展的新阶段，同时主办方也对各个已颁布标准进行宣传贯彻。在宣贯活动上主办方还隆重宣布了首批获得地面数字电视认证的企业名单，并颁发认证标志。作为国内首家进行地面数字电视终端产品认证的认证机构，北京赛西认证有限责任公司承担并组织了相关认证工作，依托工业和信息化部数字电视标准符合性检测中心完成技术性能测试工作，实验室配备大量国际最先进的测试仪器和软件，并且实验室会随着市场的变化，随时扩充新的设备机型，为国内企业客户提供地面数字电视测试认证、产品调试、咨询等服务。会议现场，还同时发布了首批通过测试合格的芯片企业及型号名单。在标准宣贯后，与会领导、企业代表就产业发展前景进行充分的交流。

国家发展和改革委员会有关司局、国家标准化管理委员会有关司局、工业和信息化部有关司局、中国电子质量管理协会、中国电子工业标准化技术协会等相关领导对标准宣贯会的成功举办表示祝贺。有关专家发表如下观点：“地面数字电视作为数字电视三大传输方式之一，世界各国均投入极大的热情、技术、资金与团队来进行有关标准的研究制订与产业化推广工作，自美国的 ATSC、欧洲的 DVB-T、日本 ISDB-T 等标准研究完成后，我国具有自主知识产权的 GB20600-2006 标准也完成标准化工作。本次发布的地面数字电视接收端标准作为 GB 20600-2006 标准的重要配套标准，将进一步完善我国地面数字电视标准体系，推动地面数字电视产业健康快速发展。”

与会嘉宾同时认为，标准化工作作为地面数字电视产业发展的关键一环——从 2007 年至 2009 年期间，地面数字电视接收端标准经历了几十次标准讨论会，开展了十几轮的性能摸底测试工作，为标准的顺利颁布实施奠定了坚实的理论与技术基础。在标准的制订过程中，以中国电子技术标准化研究所为组长单位

的工作组，充分聚集行业领军企业积极性，营造畅所欲言的标准化工作风气，以行业发展为需求导向，以理论为基础，以测试为手段，构建和谐的标准化工作环境。标准制订参与方既包括知名高校、测试机构，也包括核心芯片设计企业，更囊括国内外电视生产企业、机顶盒生产企业，充分展示地面数字电视接收端标准所拥有的广泛的代表性与业内共识。

业内资深评论家认为：“地面数字电视接收端系列国家标准宣贯会议”的召开其实是依托于中国数字电视产业的蓬勃发展大环境；而宣贯会议的顺利召开为国内地面数字电视相关产品的进一步规范化提供了有利支持，将更好地提升中国市场的数字电视产品的质量，同时有助于提高国产品牌的竞争力，从而更好地服务于广大消费者；同时，宣贯活动的成功举办，更是一种标志——标志着中国地面数字电视产业发展正式进入崭新时代”。来源：2011-7-4 新浪科技

[返回目录](#)

中国 WAPI 国际化之路屡遭拦截 两大标准博弈

中国 WAPI 技术专家再遇无奈被迫“失语”。三遭拒签，荆棘不断的 WAPI 之路即使在成为国际标准后依旧坎坷。

近日在美举行的国际标准化组织会议中，美国拒绝给中国 WAPI 提案技术专家发放签证，致其无法参加会议，中国代表团被迫撤销了有关 WAPI 的议题。

这并不是中国 WAPI 专家的第一次遭遇了。

2004 年美国国际标准化组织会议，中国 WAPI 代表团中仅管理人员获签，所有技术人员均遭拒；2009 年，德国年度会议，中国代表团再遭拒签。

在这些阻碍的背后，是 WIFI 标准和 WAPI 标准的博弈。

美国是无线网络产品的最大供应商，目前大街随处可用的 WIFI 便掌控于美国。而中国政府显然不甘心把网络就这么交出去，于是 WAPI 的诞生就成了必然。两个类似标准之间，开始了漫长的“死磕”。

再遭拒签 WAPI 议题被迫撤销

6 月 20 日至 24 日在美举行的国际标准化组织会议中，美国拒绝为一名中方 WAPI 重要专家发放签证，迫使中国代表团撤销了有关 WAPI 的议题。

中国 WAPI 产业联盟副秘书长张璐璐透露，这次会议本来包括多个议题，涉及 WAPI、局域网安全、访问控制、城域网安全等方面。“中国代表团的遭遇非常罕见。”张璐璐对媒体表示，撤销议题后将延缓 WAPI 的国际化进程。

据悉，针对上述情况，中国代表团拟于近日向大会提交有关声明。

早在 2003 年，国家质监总局和国家标准化管委会表示，2004 年 6 月起，中国大陆无线局域网产品必须采用 W A P I 标准。次年 3 月，美国务卿鲍威尔、商务部长埃文斯、贸易代表佐立克联名致信，以该标准是国际贸易壁垒为由要求中国放弃 W A P I 标准。随即，中国便停止了该标准实施的延期，转为推行该标准成为国际标准。

此后，关于 W A P I 的争端就没有停止过。

2004 年美国国际标准组织会议，中国 W A P I 代表团中仅管理人员获签，所有技术人员均遭拒；2009 年，德国年度会议，中国代表团再遭拒签。直到 2010 年，W A P I 成为国际标准后，W A P I 前方仍有无数阻碍。

两大标准博弈升级

对中国技术阻碍并非是美国人闲来无事。相关机构预计，2011 年中国 W L A N 总体规模将达到 85.3 亿元，并且 2011-2015 年仍将保持 15% 左右的增长率。

3G 时代的 W L A N 被认为是最炙手可热的市场，中国电信、移动和联通正在投入巨资打造其“无线城市”战略。

而美国正是无线网络产品的最大供应商，目前市场上的国际标准是由英特尔和 IBM 等大公司所掌握的 W I F I，即“ I E E E 8 0 2 . 1 1 ”，现在是 802.11i 版。因此 W A P I 标准的实施对于美国的利益将造成最大的影响。

如此说来，W A P I 要面对的不仅是遍布大街小巷的 W I F I，还有来自各个方面的压力，比如这次的拒签事件。

不过，阻挠也不能完全阻止中国 W A P I 的发展。

继 2009 年 6 月 SC 6 日本东京会议中，W A P I 获得了与会代表一致同意以独立文本形式开展国际标准推进工作之后，2010 年 1 月，W A P I 顺利通过了 N P (新工作项目提案)阶段投票，正式成为国际标准立项项目。

目前，全球主流芯片厂商均已全部支持 W A P I，截至 2010 年 12 月，支持 W A P I 功能的芯片逾 80 款，累计出货超过 10 亿颗；W A P I 产业联盟已发展至 78 家成员，国内所有 W L A N 手机均已具备 W A P I 功能，其中包括苹果 iPhone 4。而且，2008 年以来，中国三大电信运营商开始建设部署的无线局域网，均支持 W A P I。

WAPI 困局是金子还是鸡肋

对 W A P I 发展表示关注的同时，外界对其的猜疑也不在少数，有人把 W A P I 称为 W I F I 的衍生物，认为“除了在加密这一局部功能上改进，而其他大部分功能是重叠的、相同的。”

更有业内人士认为，WIFI 并不像专家宣称的那样不安全。WAPI 于 WIFI 相比更安全，这主要是与 2003 年 WIFI 的 WEP 加密机制相比较，然而，WIFI 现在已经从 WEP 加密演化进入了 RSN 阶段，破解它再也不是件容易事了。

换个角度来看，使用两个相类似的技术必然会加大一定的成本负荷，对于中国来说，WAPI 最大的作用可能就来自核心技术的掌握了。

WAPI 和 WIFI 基本相同，外界对于 WAPI 的讨论就没有停止过，有人认为该技术是鸡肋，有人认为该技术是金子，发展 WAPI 真的有必要吗？

中国通信业知名观察家项立刚认为，WAPI 和 WIFI 的差别不是很大，“就是加密的算法不同，其他都差不多。”至于成本问题，他认为兼容两种模式的终端对成本会有影响，但是不会很大，“就是个芯片的问题。”

“WAPI 和 WIFI 的关系就像锁与房子的关系。”项立刚表示，中国不会放弃 WAPI 标准的实施，“锁的钥匙掌握在自己手里总比掌握在别人手里强。”

来源：2011-6-29 南方都市报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

韩国电信计划 11 月推出首张 LTE 商用网

韩国电信(Korea Telecom)宣布将于 11 月在首尔推出首张 LTE 商用网络，预计 2013 年覆盖全国。

韩国电信表示其 LTE 网络到时将提供全面业务，范围覆盖便携电脑、智能手机等。相比之下，其竞争对手，该国另外两家运营商，SK 电讯和 LG U+虽然在 LTE 上先行一步，准备于 7 月 1 日在首尔市区推出其 LTE 网络业务，但仅能向用户提供数据业务：用户只能在笔记本电脑和平板电脑上使用数据卡接入 LTE 网络，智能手机用户要等到 9 月才能享用。

除此之外，韩国电信称还将向 LTE 用户提供集 WiBro、Wi-Fi、WCDMA 多种网络技术的融合业务。而 2011 年 1 月，韩国电信与中国移动、NTT DoCoMo 还达成了一项包括 LTE 漫游业务在内的技术共享合同。

尽管目前韩国电信在三家运营商中拥有的 Wi-Fi 热点最多，达 64542 个。但该公司仍将继续扩大覆盖，新增多达 10 万个无线热点。

据悉，韩国新的无线电频谱牌照将于 8 月份拍卖，牌照期限为 10 年。韩国电信为应对可能出现的网络超负荷，也将参与 800MHz/1.8GHz 牌照的竞标。来源：2011-6-29 中国通信网

[返回目录](#)

欧盟将进一步下调成员国间手机漫游资费

欧盟委员会计划于下周公布下调手机漫游资费的计划，这将使欧盟各国之间的漫游话费大幅下降。

根据欧盟委员会的计划，到 2015 年时，欧盟各国之间的漫游话费和各国的国内话费将基本没有差异。欧盟委员会发言人表示，将于下周三公布实现该目标的一份提案。

2011 年 5 月，消息人士透露，欧盟委员会将推动立法，使漫游话费降低至与国内话费相同的水平，并为数据漫游服务设定资费上限。消息人士称，从 2014 年 7 月开始，语音漫游服务的资费标准将降低至每分钟 0.24 欧元。而从 2016 年 7 月开始，语音漫游的资费将不高于各国国内语音服务的资费。

从 2007 年开始，欧盟针对欧洲移动运营商设定了漫游资费上限，并于 2009 年进一步下调了漫游费。目前，在欧盟各国之间漫游时，拨打电话的费用上限为每分钟 0.35 欧元，接听电话的费用上限为 0.11 欧元。欧盟 2009 年制定的标准将维持到 2012 年。

欧洲移动运营商此前在欧洲司法法院对欧盟的漫游监管规定提起诉讼，但最终败诉。沃达丰、德国电信、西班牙电信和法国电信等运营商认为，较低的漫游费导致它们的营收大幅下降。

不过，移动数据公司 Acision 表示，费用上限的透明也带来了优势。该公司人士表示：“这对运营商来说是营收机遇。Acision 的研究显示，42% 的消费者认为，设定资费上限将鼓励他们在漫游时更多地使用移动服务。41% 的用户很高兴付费使用话费实时通知服务。”来源：2011-7-1 新浪科技

[返回目录](#)

GSM 协会：欧盟数据漫游资费三月内下降 20%

随着 GSM 协会加强游说拟议的欧盟数据漫游价格法规，该行业组织日前公布了《数据漫游价格一揽子指数》(Data Roaming Price Basket Index)。

由科尔尼咨询公司(A.T.Kearney)提供的第一个指数研究了 101 个欧盟移动运营商网站 2011 年 6 月 6~10 日的数据漫游价格，并将其与 2011 年 4 月份的类似调查进行比较。

结果表明，所有运营商的最佳数据漫游资费在近三个月内平均下降了近 20%。其中 5MB、10MB 和 50MB 服务计划的后付费收费目前平均为每 MB0.69~1.19 欧元，平均预付价格为每 MB1.47~1.66 欧元。

该调查显示，用量较多的用户平均能够获得 100MB 的漫游数据，其资费最为优惠，为每 MB0.45 欧元。GSM 协会计划每两个月公布一次这类指数。预计欧盟委员会将很快公布新的欧盟漫游价格提议，其中可能包括对零售数据价格更严厉的管制。批发数据价格已经封顶，但欧盟负责电信问题的专员尼莉·克罗斯 (Neelie Kroes) 已经对该行业提出警告说，这以举措并没有促使终端用户收费的大幅下降。来源：2011-7-1 飞象网

[返回目录](#)

西班牙今日拍卖无线频谱 预计金额将达 20 亿欧元

西班牙今日将进行无线频谱资源拍卖，预计拍卖总额将达到 20 亿欧元(约合 29 亿美元)。

西班牙此次拍卖的是位于 800MHz、900MHz 和 2.6GHz 频段上的 58 个片区的频谱，其中 270MHz 频谱吸引了包括 Telefonica SA、沃达丰和法国电信在内的 11 家运营商的兴趣。

西班牙投资银行 InterMoney 首席经济师琼斯·卡洛斯·迪亚兹 (Jose Carlos Diez) 称：“此次拍卖对于西班牙在年底前实现赤字目标意义重大。同时，这也有助于提升西班牙的电信竞争力。”

西班牙工业部 (Industry Ministry) 发言人称，最终的结果将在 10 天至 15 天内出炉，但工业部每天会在其网站上公布当天的拍卖结果，包括价格和频谱范围，但不包括运营商名称。

西班牙 2011 年的预算赤字将占其国内生产总值的 6%，而 2010 年占 9.2%。经合组织上个月曾表示，西班牙可能无法实现 2011 年的赤字削减目标，而西班牙首相萨帕特罗 (Jose Luis Rodriguez Zapatero) 本月初表示，相信政府能够实现该目标。

除了西班牙，其他一些欧洲国家也计划于 2011 年出售无线频谱资源，如法国、意大利和瑞士等。来源：2011-6-29 新浪科技

[返回目录](#)

韩国 SK 电讯昨起开通 4G 专家称 TD 可平滑升级 4G

韩国第一大移动运营商 SK 电讯宣布，7 月 1 日起开通其 4G LTE 网络，以满足智能手机及平板电脑用户对于高速无线网络接入的需求。韩国运营商提供了一组对比画面，直观解释 4G 与 3G 的不同：人们通过 4G 网络使用手机视频通

话更流畅，几乎没有卡、顿情况。SK 电讯提供的数据显示，4G 速率是 3G 速率的 5 倍。

国人在开眼的同时也纳闷，不是说中国 4G 技术走在世界前列吗？3G 就没赶上头一拨儿，4G 我们又落了后手？

“从技术上讲这并不是 4G，而是 3.9G，理论数据传输速度高于目前的 3G 标准，也被称为准 4G。”北京邮电大学教授曾剑秋解释，中国的 TD-LTE 也是 3.9G，在上海世博会、广州亚运会都有应用。

“2011 年将成为 TD-LTE 商用的元年，全球要建成 26 个 TD-LTE 试验网。”中国移动董事长王建宙曾多次呼吁，希望能够加快 TD-LTE 的部署。可在外人看来，这不过是为地位尴尬的 TD-SCDMA 找台阶。

中国通信业 3G 时代新一轮洗牌，中国移动拿到的是 TD-SCDMA 的牌照，相比 WCDMA 和 CDMA2000，TD 技术不太成熟，发展速度受到影响。

尽管发放牌照晚，中国 3G 起步并不低，一出手就是 3.5G。因此不少专家认为，中国从 3G 向 4G 平滑升级没有问题。这种观点得到政府相关部门的认可，2010 年底，工信部批复同意中国移动承担“TD-LTE 规模试验网”的建设项目。记者最新了解到，目前参与 TD-LTE 测试第一批入场的系统设备厂商已经完成核心网的测试，正在开展下一阶段的无线网测试，12 月底完成所有厂商测试。

3G 发牌才两年多，一些人认为，中国 3G 本来就晚了，干脆跳级 4G。

“这是逐渐演进的过程。”曾剑秋说。不仅需要技术的准备，还有相关行业、配套设施等的准备。2G 到 4G，带宽的变化会使整个产业和发展模式发生变革。“这种变化 3G 已经开始，4G 会更激烈更明显。”曾剑秋表示。

4G 取代 3G，是不是推倒重来的一次革命？建设 3G 投资白白打了水漂儿？独立电信分析师付亮认为，“上马 TD-LTE 后，并不意味着以前的 3G、2G 网络不要了，TD-SCDMA 可以平滑升级到 TD-LTE，有些甚至可以依靠软件的升级。”“4G 时代的一个重要标志，就是速率将至少是 3G 速率的 10 倍以上，带宽也更宽。”曾剑秋预计，真正的 4G 时代到来还要经过两三年的发展。来源：2011-7-2 北京日报

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

七巨头财团拍得北电专利

一直等待拍卖的北电网络 6000 多项专利终于“落槌”。北京时间昨日下午，北电宣布其所拍卖专利已经被以 45 亿美元的价格出售给了由多家科技公司组成的财团，其中包括苹果、爱立信、微软、EMC、RIM、索尼等国际巨头。

北电在其对外发布的信息中称，由于爱立信、RIM、苹果等组成的财团给出的 45 亿美元价格为拍卖最高价，所以此次进行拍卖的 6000 多项专利最终为这一财团所得。据资料显示，此次北电拍卖的 6000 多项专利，涉及无线手持设备和基础设施，光学与数据网络，互联网，互联网广告，语音与个人电脑等多个方面，但其中最引起外界关注的是 4G 通信技术。北电网络拥有 4G 通讯技术 105 类核心专利中的 7 类，与高通和索尼处于同等水平，仅次于诺基亚和爱立信。因而获得北电网络这些技术的买家，将一跃成为 4G 技术的领跑者，并在未来的竞争中占据优势。

值得注意的是，北电此次并未透露 45 亿美元的最终成交价中，苹果、爱立信、微软、RIM 等巨头各自的出资比例，也没有透露巨头们将如何分割这 6000 项专利，所以最终北电手中的 4G 技术将花落谁家目前尚不得而知。来源：

2011-7-2 北京日报

[返回目录](#)

运营商三策略破解流量困局

在移动互联网时代，运营商面临着数据业务流量激增带来的挑战，这些“带宽大户”占用了过多的网络带宽和容量，造成网络拥塞和网络质量下降，但却并未带来相应的收入增长。有研究数据显示，2010 年我国移动数据流量要高于移动话音流量，但移动数据流量收入却不及移动话音收入的十分之一。摆脱流量困境已成为运营商的当务之急。总结当下我国三大电信运营商的应对措施和研究机构的研究成果，可将破解流量困局的策略分为三种：分流流量、管理流量和超越流量。

分流流量：普遍但不治本

分流流量即通过网络方面的建设和升级来达到破解流量困局的目的，具体包括以下两方面的内容。

一方面是指通过积极推进网络演进升级来扩大网络带宽和容量，以解决数据流量增长带来的网络负荷问题。网络演进升级既包括向 HSPA 升级的短期网络改进，更包括向 LTE 和 4G 演进的长期网络改进。随着技术的不断进步，不仅传输速率和移动带宽在迅速增长，而且移动带宽的每比特成本呈现迅速下降趋势。据研究，HSPA 的每比特成本仅约为 GPRS 的 2%，LTE 的每比特成本约为 HSPA 的 50%。

另一方面是指通过在热点地区部署 WLAN 网络，作为蜂窝移动网络的有效补充，以卸载现网流量。相对于蜂窝移动网络，WLAN 网络具有低成本、高速度、简单易用等特点，非常适合在室内热点地区为蜂窝网提供数据分流。

这两个方面在分流数据流量上都能实现低成本高效率的运营。在全国和各省市的通信业“十二五”发展规划中，均明确要推进 3G 网络向 LTE 的演进和包括 WLAN 在内的无线城市建设，三家运营商在这两方面也正在采取积极的行动。但分流流量策略使运营商难以摆脱被管道化的命运。虽然网络建得越来越多和越来越高级，但很难保证从网络资源提供中获得更多的收入，也难以避免越来越被终端和应用厂商边缘化。

管理流量：精细化和智能化

管理流量即通过对数据流量的精细化管理来达到破解流量困局的目的，具体可以分为以下几方面的内容。

首先，针对差异化的流量需求，进行差异化的收费，提供差异化的管道服务。对于能给公司带来高价值的流量赋予较高的优先级，分配较多的网络资源，优先处理；相反，对仅能给公司带来低价值的流量赋予较低的优先级，分配较少的网络资源，甚至于推后处理。一般来说，对于忙时高优先级用户、重点业务、在商务区 and 办公区的移动宽带使用、明星终端等产生的流量需求要赋予较高的优先级。

提供差异化的管道服务目前在技术上已经不存在障碍。通过在现有分组网络中引入策略与计费控制系统架构(PCC)，可以实现根据用户服务等级、不同时间、不同地点、不同业务类型等进行分组数据业务 QoS 控制的目标。

其次，使用户就近取得所需的内容，缩短信息传递的距离，解决网络拥挤的状况，提高用户访问网站的响应速度。利用内容分发网络(CDN)可以实现把热点内容高效、稳定地发布到离用户最近、负载较轻的服务节点，提高用户访问质量。相比美国 90% 的业务渗透率，我国 CDN 发展仍处在起步阶段，渗透率还不及 10%，发展空间巨大。

最后，通过云计算对传统的移动网络进行调整以达到流量控制的目的。在传统的移动网络构架中，网络承载数据的能力是固定与分散的，经常会出现一部分基站被数据压垮，另一部分基站却空闲的情况。通过云计算技术，可以使移动网络能力流动和集聚起来，将空闲基站的网络能力分配给繁忙的基站，实现不同基站之间的处理能力共享，提高系统流量处理效率。

相比于分流流量，管理流量策略要显得更为精细化和智能，能够带来公司价值的提升。但其仍然局限于管道定位和以流量提供为基础，与整个行业向信息服务业转型的大方向有悖，所以不能称得上是破解流量困局的长远之计和治本之策。

超越流量：布局移动终端和推进应用服务开发

超越流量就是通过获取管道之外的新价值来摆脱对流量的依赖从而达到破解流量困局的目的。移动互联网的三要素中，除移动网络外，另外两个更为重要的是移动终端和应用服务，移动终端中更关键的是操作系统，所以运营商超越流量策略的两个重点就是布局移动终端(包括操作系统)和推进应用服务开发。

在布局移动终端方面，两个业界楷模就是苹果和谷歌。苹果公司以一年为一个开发周期连续推出 iPhone 系列和 iPad 系列，并在硬件能力和终端形态上始终引领着全球高端智能手机的走向。谷歌公司以免费、开放、开源的 Android 操作系统为支点，撬动整个产业链，吸引了第三方开发者和手机制造业巨头。目前我国三大运营商都已建立或正在建立终端公司，且有望加快共推自主操作系统步伐，这是积极的进展。

在推进应用开发方面，关键的就是运营商开放自己的核心能力和资源，搭建统一的数字内容集成平台，整合媒体、广告商、金融机构、软件开发商、内容/应用提供商等第三方的力量，不断丰富业务种类，进而吸引用户和开创新的收入来源。例如 Vodafone 就将自身定位为一家平台公司，吸引合作伙伴、软件开发者、客户一起进行业务开发，基本不自己提供内容或最终服务；沃达丰在选择合作伙伴时严格挑剔，但并不与之争利。沃达丰已先后与微软、雅虎、Ebay、谷歌、Youtube 等在即时通信、移动广告、移动电子商务、移动搜索、移动视频等移动互联网业务领域广泛开展了合作。

超越流量策略可以使运营商彻底摆脱被管道化和被边缘化的命运，其将流量仅仅作为实现价值的辅助手段，从而可以从根本上破解流量困局。相比于分流流量和管理流量两种策略，这是更为重要的治本之策。来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

电信运营商加速抢夺 IM 市场

IM(即时通信)市场目前存在运营商、手机终端商、互联网公司“三足鼎立”的格局。但是，有运营商意图“后来居上”。日前有知情人士向本报记者透露，中国移动决定将旗下 IM(即时通信)工具飞信的运营权由卓望集团转交给中国移动广东公司(下简称“广东移动”)，以便全力加强移动互联网业务。

动向

飞信运营权转交广东移动

飞信是中国移动运营多年的 IM(即时通信)工具。据悉，该业务从 2007 年开始启用，目前用户数已经跃居国内第二大 IM 软件之列。此前飞信为卓望集团旗下飞信事业部运营。卓望集团是由中国移动控股的一家子公司，其股东除中国移动(香港)外，还包括美林、惠普和沃达丰等。而根据近日业内消息，中国移动已经决定将飞信的运营权由卓望集团转交给广东移动，在调整经营权后，飞信将进驻广东移动负责的互联网基地——中国移动南方基地。

据记者从中国移动了解，南方基地是广东移动负责建设和维护的工业园区，并非一具体公司名称。南方基地内部有很多运营中国移动业务的公司。至于飞信是否由广东移动直接运营，广东移动内部高管和南方基地的移动工作人员均三缄其口。有广东移动内部人士表示，飞信已经在这边办公很久了，但具体运营关系不清楚。

由于飞信运营权变更，这让卓望集团与飞信的技术支撑方神州泰岳达成的协议，从 10 月底提前至 6 月 30 日终止。神州泰岳将与广东移动签订新的合作协议，今后将直接与广东移动接口。据悉目前双方正在就飞信的结算方式等问题进行沟通。据了解，中国移动已向神州泰岳发出合约续签商谈通知，7 月份将开始商谈续签。

分析

短信萎缩，得 IM 者得天下

有业内人士分析，中国移动之所以将 IM 运营权交给在集团内部实力最强的广东省公司，多少是因为在 IM 领域，运营商欲“后来居上”。

据悉，目前 IM 市场存在运营商、手机终端商、互联网公司“三足鼎立”的格局。手机版 QQ 在 JAVA 流行之时就已风靡于各种手机终端。手机终端厂商诺基亚最近推出了免费信息平台“诺基亚 IM”。差不多同时，苹果发布了 iMessage。另据悉，互联网公司谷歌也在开发基于安卓的 Google Messenger。

艾媒咨询董事长张毅向记者表示，作为运营商主要营收来源之一的短信业务目前正日益受到来自手机厂商和互联网公司 IM 的挤压，2011 年 1 月，工信部发

布了 2010 年全国电信业统计公报，虽然与 2009 年相比，2010 年移动短信量增加了 527 亿条，但 6.7% 的增幅创下了历史新低。由于以 IM 为代表的移动互联网应用人气与日俱增，不少专家预测，在未来两年内，短信数量将骤降 20%。

“得 IM 者得天下。”张毅表示，将飞信这一目前依旧非常有竞争力的 IM 工具交与广东移动做大做强，显示运营商已经开始意识到危机并尝试扭转未来竞争的局面。

运营商展开 IM 发展竞赛

据悉，目前三大运营商均推出了自有 IM 工具。业内专家预计，未来各大运营商都会把越来越多的增值业务与 IM 结合，提升 IM 竞争能力。

移动“飞信”用户 2 亿

从 2007 年开始投入运营以来，截至目前，中国移动的“飞信”已经拥有 2 亿用户。飞信业务的最大的特点是直接绑定手机号码，从飞信客户端向手机发送短信不用付费。这导致飞信拥有天然真实的社交关系链。

电信“天翼 LIVE”功能多

2009 年年中，中国电信和微软 MSN 共同发布联合品牌即时通信软件天翼 Live 1.0 版本，并宣布天翼 Live 开始试商用。该产品在当年年底就突破 100 万用户。

“天翼 Live”业务最大的卖点在于：手机号就是聊天账号，而且还可以和 MSN 互通，方便用户沟通；而且用户还可以通过客户端拨打(接听)电话、收发短信，资费便宜；通过“天翼 Live”还可以收看高清节目、收发邮件，无需二次登录；“天翼 Live”的用户还可享受 7×24 小时的在线客服服务。跟飞信一样，天翼 LIVE 聊天软件可与短信实现互通，其资费与手机发送短信相同。不过，使用 PC 客户端发送和接收均免费。

联通“沃联系”将商用

日前中国联通官方微博透露，经过一年多内测，中国联通的移动 IM 软件“沃联系”即将商用。6 月 21 日，中国联通“@沃联系”业务官方微博正式上线，目前定于 8 月份正式推出“沃联系”。据了解，“沃联系”功能包括免费发送短消息、发微博邮件、在线视频欣赏等，跨运营商、跨平台，支持 iPhone、安卓等操作系统。来源：2011-7-1 信息时报

[返回目录](#)

KDDI 打造日本最大规模公共无线网络服务

日本移动通信运营商 KDDI(au)29 日宣布，为使 au 的智能手机用户享受更加优质的通讯服务，将从 30 日起在全日本开始免费公共无线网络(Wi-Fi)服务。这项服务将首先从地下街及车站等约 1 万处开始，到 2012 年 3 月底前覆盖约 10 万个场所，达到日本国内最大规模。

使用智能手机时数据通讯流量较大，手机电话网络可能会因负荷过大而导致通讯速度减慢。而公共无线网络区域内的固定线路使用的是光缆，读取视频等大容量网络通讯将变得更为顺畅。

拥有众多 iPhone 用户的软银手机公司此前已在餐厅等约 3 万个场所推出公共无线网络服务。来源：2011-6-30 新浪科技

[返回目录](#)

联发科借“类智能手机”突围 延续 2G 市场香火

在 2G 手机时代呼风唤雨的芯片企业联发科技股份有限公司(下称联发科)，在进入 3G 智能手机时代后表现不佳。

2010 年联发科业绩节节下滑。2011 年第一财季，更是遭遇了其有史以来最大“滑铁卢”。当季收入为 198.67 亿元新台币，同比下降 39.3%；净利润为 30.65 亿元新台币，同比大幅缩水 72.3%。

6 月 28 日，一向颇为低调的联发科借上海子公司乔迁之际，其总经理谢清江在上海媒体沟通会上向《IT 时报》透露其最新的产品策略。

谢清江表示，虽然目前 3G 智能手机很热，但从目前市场上看，功能手机(没有采用智能操作系统的手机)的份额远超智能手机。而联发科所推的最新产品解决方案，将为功能手机提供包括用户接口、上网、大屏全触控、软件下载等智能手机操作体验，将功能手机变成“类智能手机”，

与此同时，联发科还为手机开发商准备了软件中间件平台 MRE，降低开发商在“类智能手机”开发难度。此外，该平台还可以运行多个应用程序，支持后台运行。

“联发科的 MRE 是个开放独立的平台，联发科不参与盈利运营，只是专注于芯片核心。”谢清江表示，他认为“类智能手机”即使与低端智能手机相比，仍然会有价格优势，类智能手机走与运营商合作的模式，手机生产商、方案商可以借此在新兴市场中找到更大的市场机会。

不过从目前来看，“类智能手机”只是延续联发科在 2G 市场的香火，是针对同样在功能手机市场打拼的展讯和晨星两家同行所采取的防守策略，而在 3G 以及未来的 4G 市场中，联发科仍然需要加快脚步。谢清江也坦承，“在 3G 上确实走的晚了，相比竞争对手晚了 1 年多，和老大(高通)的差距更大”。

谢清江透露，2011 年年底，联发科智能手机主流的 3.5G 芯片会规模量产，“希望能够在市场中占据一定份额。”此外，在 4G 方面，根据规划 2011 年年底联发科将推出一款 TD-LTE 样机。来源：2011-7-4 IT 时报

[返回目录](#)

【中国移动】

移动应用商店首启动

2011 年 6 月 29 日，摩托罗拉联手中国移动启动全球首个基于 AndroidTM 平台的联合标识移动应用商店——MM-智件园，并首次预装在全球首款双核 TD-SCDMA 智能手机 MOTO MT870，这将为中国移动用户带来极佳的移动应用体验。

通过将两家应用商店在应用资源、功能及服务方面的优势整合，MM-智件园能够提供一系列丰富的专门为中国用户设计的应用和服务，及便捷的购买体验，使用户搜索和下载最热门的应用程序变得更加容易。

此外，通过预置在 MOTO MT870 中的 MM-智件园，用户还可以独家体验到双核驱动下更加优化的移动应用体验。

MOTO MT870 是全球首款双核 TD-SCDMA 智能手机，配备了全新的 Android 2.3 操作系统，4.0 英寸 qHD 960x540 分辨率高清晰全触屏及 2x1GHz 双核处理器。该机设计灵感源自高速风洞测试的流线外观，并提供云端灰和光速金两种颜色以配合不同用户的风格。

北大青鸟在线授课

本报讯(记者 高阳)日前，国内 IT 职业教育领导品牌北大青鸟 APTECH 在京召开新闻发布会，发布其学士后 Android 培训课程。据悉，新发布的学士后 Android 培训课程最大的亮点是采用全在线授课模式，通过培训为 Android 相关产业输送可无缝对接的专业人才。

北大青鸟 APTECH CEO 杨明表示，推出 Android 培训课程，旨在为行业培养符合产业发展要求、具有专业技术水平的高素质人才。

本次新推出的学士后 Android 课程将以大学生为招生对象，采用全在线的职业教育模式。以网络为介质，实施远程教育、在线培训和学习；学士后 Android

培训课程注重学生的职业培养，设置了大量交互和全真的在线项目，使学生获得实战经验和工作阅历，增加学生未来就业的筹码。来源：2011-6-30 法制晚报

[返回目录](#)

中国移动发布 TD-SCDMA 机王

日前，中国移动联手摩托罗拉在北京发布旗舰 3G 智能手机 MT870。这是中国移动定制的首款双核 Android 手机。同时，为了带给用户更为丰富的移动应用体验，中国移动与摩托罗拉正式启动了具有联合标识的应用商店—MM 智件园。

摩托罗拉 MT870 号称全球首款双核 TD-SCDMA 智能手机，搭载了全新的 Android2.3 操作系统以及 2X1GHz 双核处理器，具有 4.0 英寸高清全触摸屏，800 万像素摄像头，支持 3D 游戏、电脑级游戏体验。此款机型具备多任务处理能力，可谓迄今为止 TD-SCDMA 手机阵营里的“机王”。关于本次合作，中国移动通信集团副总裁沙跃家表示：“这是双方在重要战略型业务上首次携手，标志着双方的合作由终端领域进入到移动互联网领域。Mobile Market(简称 MM)应用商店构建了消费者、开发者和产业链伙伴三位一体的战略平台。”MM 移动应用商店是中国移动旗下网站，提供手机游戏、手机软件、手机主题等手机应用下载，是 3G 不可或缺的延伸服务。MM 应用商店自 2008 年发布以来，应用下载量突破 3 亿次，应用数量超过 7 万款，累计注册开发者 200 万，用户数量超过 8000 万人。而摩托罗拉智件园自发布以来已经有将近 100 万用户，下载量超过 750 万次。此次双方合作推出的 MM 智件园以 MT870 为载体，将会为用户带来更加丰富的应用程序。来源：2011-7-1 重庆晚报

[返回目录](#)

工信部副部长奚国华空降中国移动

昨日，中共中央组织部正式公布了中移动的高层人事调整方案，工信部副部长奚国华出任中国移动党组书记、副董事长。中国移动新闻发言人证实了这则消息。调整后，中国移动原领导班子不变，即李跃仍担任中国移动总裁，王建宙则继续担任董事长，但不再兼任党组书记职务。

6 月 1 日，曾有传闻称奚国华将接任中国移动董事长一职，但当时南都记者获得的消息称，虽然奚国华确认将“空降”中国移动，但担任的是党组书记一职。这与目前中组部公布的信息基本一致。2009 年底，中国移动原党组书记张春江因为严重违纪而被双规，此后该职位由董事长王建宙兼任。

从目前的调整结果来看，王建宙仍担任董事长一职，其他两家运营商的管理层亦保持稳定。从年龄看，尽管奚国华同时获任命为中国移动副董事长，理论上接任即将退休的王建宙，任董事长一职的首选，但奚国华本身已年满 60，亦临近退休年龄。

公开资料显示，奚国华 2000 年 1 月任上海贝尔执行副总裁，2000 年 6 月任上海贝尔董事长兼执行副总裁。2001 年 11 月任信息产业部副部长。2002 年 3 月任中国网络通信集团公司总经理、党组书记。2003 年 4 月任信息产业部副部长、党组副书记。2007 年 6 月兼任信息产业部直属机关党委书记。2008 年 3 月至今，担任工业和信息化部副部长、党组副书记。来源：2011-7-1 南方都市报

[返回目录](#)

中移动 OPhone 手机 2012 年将支持 TD-LTE

在业内会议上，中国移动相关人士表示，在 TD-LTE 发展初期，多模双待终端在业务体验、网络改造和实施等方面具有较强的优势，终端可同时驻留在 2G 和 LTE 网络上，语音业务可通过 2G 提供，数据业务可通过 LTE 或 2G 提供。

此前，中国移动集团设计院相关人士预计，2011 年，TD-LTE 主要会出现数据卡和 CPE 等产品，同时将引入高速无线宽带业务；2012 年，TD-LTE 的多模双待手机终端将出现，可以引入高速移动互联网业务和传统语音业务和宽带多媒体业务；2013 年 TD-LTE 大规模部署后，多模单待的手机及其他终端将会出现，将会引入 TD-LTE 的一些 VoIP 语音业务。

据悉，中国移动预计将于 2012 年第三季度推出采用 OMS3.x 的 TD-LTE OPhone 手机，除支持裸眼 3D、云计算等功能外还将支持 WiMo。这意味着将有大批量支持 TD-LTE 的多模双待终端推向市场。

对于多模单待终端，分析人士称将主要采取 CSFB(Circuit Switched Fallback)方案。多模单待可使得终端开机优选驻留 LTE，需要语音业务时，由 LTE 重选/切换至 2G。尽管 CSFB 在产业支持方面占有很大优势，且能适应部分用户语音业务使用凭此较高的需求，但 CSFB 对网络覆盖和优化的要求以及对与 2G 互操作的要求比较复杂。而 CSFB 增强型则可根据网络控制和终端设置决定驻留网络，但目前产业支持程度较低。

由于 LTE 系统采用全 IP 网络，只有 PS 域，在 LTE 上承载语音业务仅能为 VoIP，同时 LTE 网络不具备会话类业务的呼叫和业务控制功能，需要在 LTE 网

络基础上叠加控制网络来提供会话类业务的控制能力。而“IMS 被业界公认为会话类业务的控制网络。”

同时，中国移动 TD-LTE 的连续覆盖是网络建设遵循渐进的过程，为保证语音业务的连续性，需要具备 TD-LTE 与 2G/3G 的语音切换能力。中国移动相关人士认为，TD-LTE 时代语音业务可采用 VoIMS+SRVCC 作为最终的方案。3GPP 定义的 SRVCC 方案提供了上述能力，可在 IMS 的控制下将基于 IMS 的 VoIP 语音切换到 2G/3G 系统的电路域。

SRVCC 在 LTE 覆盖范围内通过 IMS 提供 VoIP 语音，IMS 提供呼叫控制及后续的切换控制。在用户通话过程中移出 LTE 覆盖范围时，IMS 作为控制点与 CS 域交互，将原有通话切换到 CS 域，保持语音业务的连续性。

“但 SRVCC 主要存在切换性能差，无法满足语音业务连续性的需求。IMS 会话切换涉及端到端 SIP 信令交互和媒体面切换，中断时间较长，不过 3GPP 也发起了 SRVCC 的优化工作。”

上述人士表示，TD-LTE 语音采用 VoIMS+SRVCC 这一目标方案的商用还需取决于方案及产业成熟度、LTE 网络规模部署以及网络参数配置和优化水平。来源：2011-6-29 通信世界网

[返回目录](#)

中移动 MM 商城上线两年月下载量近 1 亿次

在新浪科技派员探营中国移动互联网基地之际，中国移动相关负责人介绍说，中国移动截至 2011 年 5 月，移动应用商场(又称 MM 商城)用户数达 7696 万，月下载量最高接近 1 亿次，2011 年全年下载量累计已超过 2.5 亿次。

月下载量最高接近 1 亿次

MM 商城是中国移动为手机用户提供基于手机各类应用和数字商品的平台，也是中国移动的线上软件商店，于前 2009 年 8 月上线，迄今已将近两年。

负责中国移动 MM 商城的广东移动数据业务运营中心总经理杭国强透露，截止 6 月 30 日，MM 商城的软件资源已有 10866 个，游戏资源 6247 个，主题资源 47492 个。

同时，截至 2011 年 5 月，移动应用商场用户数达 7696 万，月下载量最高接近 1 亿次，全年下载量累计已超过 2.5 亿次；移动应用商场还聚集了大量的开发者和应用，企业开发商 3859 家，个人开发者 223 万，上架应用达到 6.96 万。

杭国强表示，相信从规模上看，移动应用商场已成为全球最大的中文手机应用商店。

开发商和个人开发者都可直接供货

杭国强同时表示，中国移动在 MM 商城的商品导航，将手机应用软件细分为金融、音乐、词典、书籍、娱乐、地图等 22 个小项，以满足用户的多层面需求，包括音乐、资讯、词典、书籍、娱乐、视频、商务、理财、安全、图像、地图、聊天、金融、医疗等 20 多种不同类别的手机软件可供下载。

据了解，移动应用商场的商品来源主要是应用提供商或个人开发者，基于不同品牌和型号的手机开发，目前，包括全球 TOP10 手机游戏开发商(Gameloft、EA、GLU)、国内领先手机游戏开发商(索乐 socogame)、国内领先媒体资讯内容提供商(凤凰网、VIVA)等均以为 MM 商城提供游戏精品和应用。

另外，中国移动还承诺上架的应用软件商品无病毒、无插件、无收费陷阱，确保用户可以放心下载。目前 MM 平台已经启动了绿色安全认证机制，对上架的应用程序都会进行前期的严格测试和审查，中国移动提醒，MM 商城里确认安全的应用软件商品都会带有绿色小标识。

关于运作模式，中国移动 MM 商城相关负责人表示，与移动梦网要求 SP 企业必须有资质相比，MM 商城降低了合作的门槛，个人开发者可直接供货。来源：2011-7-4 新浪科技

[返回目录](#)

中移动整合互联网业务 做强移动互联网基地

据中国移动知情人士透露，移动梦网、飞信、139 说客等这些中国移动的互联网业务和运营子公司都将进入整合的轨道。这是继 6 月 27 号飞信业务由卓望转为广东移动负责后，近期中国移动在移动互联网领域的又一系列动作。其目的是主要为做大做强位于南方基地里的中国移动互联网基地所做的旗下互联网业务融合。

知情人士透露，中国移动将把旗下的互联网业务都整合进其即将新设置的互联网基地里，既包括卓望目前管辖的飞信、139 说客，也包括广东移动管辖的 MM 商城。广东移动在互联网业务上已有相当基础，因为 MM 商城正好是广东移动开发，而且，广东移动承建的南方基地占地和建筑面积庞大，设施完善，因此，中国移动的互联网基地设在南方基地里将比较便利，这个互联网基地替代卓望目前主导中国移动互联网业务的可能性很大。

据传，中国移动将在卓望集团之外新成立一个互联网公司，运营中国移动的互联网业务，类似于中国移动的音乐基地、阅读基地等。这将意味着中国移动数

据业务新一轮管理改革真正拉开序幕。中国移动将成立的这个互联网基地的办公地点设在南方基地里，由广东移动管理。

媒体分析称，“中国移动为了更好地发展数据业务需要重组卓望。因为在过去移动梦网的模式下，卓望对数千家 SP 进行集中管理，权力很大，但现在中国移动以 MM 商城为核心，希望拉拢大量的开发者，MM 商城自身的定位已不再是管理者，而是服务方。因此，卓望原有的架构和运作模式已无法适应时代发展，而 MM 商城的模式更适合长远发展”。

近几年 SP 管理模式一直要调整，到现在的卓望重组、互联网基地要组建，时间已过去了 1 年多，但中国移动的移动互联网及 SP 业务整合模式仍未完全定型。值得注意的是，中国移动的互联网基地只是管理移动互联网业务，中国移动的其它数据业务由其它基地支撑，中国移动还有手机阅读基地、物联网基地、音乐基地等。来源：2011-7-4 通信世界网

[返回目录](#)

中国移动 TD-LTE 试验网详情：年底前完成厂商测试

参与 TD-LTE 测试的中国移动相关专家透露，目前第一批入场的系统设备厂商已经完成核心网的测试，正在开展下一阶段的无线网测试，12 月底完成所有厂商测试。

核心网测试已完成

此前的 3 月 24 日，工业和信息化部正式发文启动 TD-LTE 规模试验网测试，其后，华为、中兴、大唐、诺基亚西门子、上海贝尔、摩托罗拉、爱立信各第一批厂商开始入场建网。自 4 月初开始，多个厂商均宣称打通首个 TD-LTE 电话。同时，中国普天和烽火等第二批系统设备上也开始入场。

据介绍，已经入场的各系统设备厂商均已完成热点连片覆盖规划，并开通首个基站，部分城市已完成传输领域的测试，同时已启动核心网、安全领域的测试，无线领域已经启动预测试。

广东移动规划技术部相关人士介绍说，广东移动负责广州和深圳两个城市的 TD-LTE 测试，3 月 24 日，华为、爱立信在深圳，中兴在广州分别开始建设。到 5 月 30 日，无线、传输、核心网在内的配套改造全部完成。5 月 26 日，烽火进入广州 TD-LTE 规模试验工作。6 月 10 日，完成广东全省网络配套工作。目前有三家厂商已完成 TD-LTE 设备安装开通，共开通 298 个站点，工程进度 68%。

在南京，到目前为止，大唐移动的南京 TD-LTE 试验网已经基本建设完成，实现了大部分基站的成功开通，并针对已开通的基站完成连片优化，形成多小区连续覆盖的网络区域，终端可在区域内高速移动，验证组网性能。

测试三大领域

根据中国移动的测试内容，本次测试，测试分三大领域：无线网络、终端、核心网(基本功能验证、承载和传输)。

广东移动规划技术部相关人士介绍说，在广东，各厂家分 5 个测试小组，目前广州和深圳 TD-LTE 核心网的测试已经全部完成，正在开展无线网测试。

据悉，TD-LTE 测试中的演示业务包括家庭娱乐、工作生活、办公会议、专业用户类，比如高清无线视频点播、3G 视频点播、高速无线城市等，这些都是 TD-LTE 的主要市场用户之一。

中国移动还要求 TD-LTE 测试各种典型场景，因此，像广东移动总共 440 个站点，所选择的测试区域的无线环境均异常复杂，高楼错叠、架桥盘踞，还有城中村遍布其中。比如在某设备厂商承建的 13 平方公里的覆盖区域内包含了 2 个 CBD、2 所高校、10 个隧道、7 个体育场馆、4 条城中村、600 多栋 30 层以上高楼、十几条重要干道以及珠江水域等各种典型场景。

关于 TD-LTE 测试速率，据悉，从技术角度而言，TD-LTE 下行速率峰值理论上下载速率可达到 173Mbps，单用户下载速率可稳定在 17Mbps 以上，可实现高质量 VOD 点播清晰流畅。但目前测试速率是多少，则还不清楚。来源：2011-7-1 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

电信手机支付可绑 10 张卡

昨天记者从北京电信获悉，将免费为用户升级开通银联手机支付功能。银联翼宝手机支付卡内可保存 10 张个人银行卡信息。

用户只要在电信指定营业厅办理“银联翼宝”手机支付卡，并更换此前的 UIM 卡，手机就成为了移动支付终端。用户可在手机上查询个人银行卡余额、缴纳话费、信用卡还款、银行卡转账等。目前只有中国电信西单营业厅、五道口营业厅和广渠门营业厅三个指定营业厅可以办理该业务。来源：2011-6-29 新京报

[返回目录](#)

中国电信 3G 上客量首超联通

三大通信运营商公布 5 月运营数据，2011 年首五个月的 3G 用户呈稳定增长势头，并首度突破 7300 万户水平。中国电信(0728)3G 净增用户环比增长 25% 至 183 万，占该公司 5 月净增移动用户的 70%，这是自 2011 年初中国电信公布 3G 净增用户数据以来，单月新增的 3G 用户首度超越中国联通(00762)成绩。事实上，中国联通的 iPhone 效应已经失灵，是唯一一家 3G 客户增长呈现放缓的运营商。而作为老大哥的中国移动(00941)，3G 用户净增升至 261 万户。

就整体 3G 市场客户而言，领先的仍为中国移动(共有近 3200 万户)，其次是中国联通的 2200 万户，而中国电信有 1967 万户，三者市场占有率约 43.4%、29.8%及 26.7%。

移动通信市场三分天下

由于中国联通 5 月改变手机补贴策略，将 iPhone 补贴合约停止，3G 用户增长较市场预期放缓，相反以 Android 为主的低价智能手机更受市场欢迎，遂令中国移动及中国电信获得市场拓展良机。中国电信除了 5 月 3G 上客量创单月新高外，占新增用户比率增至七成，其首五个月的 3G 上客量，亦达到全年目标的 37.15%。

在兵家必争之地的 3G 业务，移动通信市场步向三分天下的局面持续明显。作为老大哥的中国移动 3G 客户逼近 3200 万，起步较慢的中国电信 3G 客数亦逼近 2000 万户，中国联通的 3G 客户净增长虽然未如预期般突破 200 万户，但 3G 客数亦正式突破 2200 万户。

电信 CDMA 用户首季已破 1 亿

事实上，中国电信于终端产业链项目突破瓶颈，推出 800 款 CDMA 手机，2011 年销售目标则为 6000 万部。中国电信的 CDMA 用户于 2011 年首季已突破 1 亿大关，成为全球最大 CDMA 运营商，同时亦于 2011 年落实 3G 手机定制要求，打造以 4 寸屏幕为主的中档智能手机，及提升 3G 智能手机占整体产品的份额。

财报显示，中国电信 5 月 3G 净增用户 183 万，比 4 月份(147 万)高出 25%，市场份额有所增加(4 月份为 26%，5 月份为 30%)。对此，中银国际认为，EV-DO 手机供应稳步上升是增长的主要推动力。6 月 18 日全球 CDMA 供应链峰会上宣布的 4000 万 EV-DO 手机(50%为智能手机)订单会对 2011 年下半年 3G 用户的增长起到支撑作用。

中银国际分析指出，3G 业务占中国电信净增用户数量的 70%：5 月份，中国电信 3G 业务占其净增用户总量的 70%，分别高于 3 月份的 52%及 4 月份的

52%。据中银国际估算，中国电信 3G 用户平均每户每月收入(ARPU)约为 80 元，较该公司 2011 年 1 季度 50 元的混合平均每户收入高出 60%。总体来看，2011 年 2 季度平均每户收入或将稳定在 50 元左右；由于新增用户平均每户收入可能远高于现有用户，3 季度平均每户收入或出现上升。

中银国际仍看好中国电信。中银国际认为，新增用户质量提升、2011 年 3 季度平均每户收入或出现上升及与苹果公司签订的正式合同可能成为中国电信下半年重新评级的主要推动力。

电信固网用户减至 1.724 亿户

中国电信董事长王晓初日前更指出，中国电信的目标是在未来三年将移动用户每年增长维持于 3000 万户以上的水平，并于 2014 年底将手机用户规模增至 2 亿，且将 3G 占新增用户的比率提升至 70%，充分反映出中国电信的雄心。

另外，中国电信日前宣布，已联合 24 家产业链合作伙伴，共同发起成立移动互联网开放合作联盟。

康宏证券及资产管理董事黄敏硕指出，若中国电信能与苹果公司合作推出 CDMA 制式 iPhone 手机，数据服务收费可进一步上升，有助提高 ARPU，为中国电信带来盈利增长动力。此外，国家相关政策鼓励大量兴建 WiFi 热点，借以缓解 3G 网络宽带压力，中国电信亦开始拓展 WiFi 业务，在内地的 WiFi 热点已达 30 万个，今明两年将继续增加，有利于争取更大的上客优势。

数据还显示，中国电信 5 月份固网宽用户增长 104 万户至 6886 万户；本地固网电话的用户则流失 48 万户，使固网总用户减至 1.724 亿户。

中国移动打减价战见效

中国移动从 4 月起大降 3G 套餐收费，减幅介乎 15%至 40%，效果立竿见影——中国移动 5 月新增 3G 用户约 261.6 万户，较 4 月新增的 239 万多约 22.6 万户；连同 2G 用户，总用户数增至 6.11 亿户，不过其 3G 用户仍占不足 6%。

财报显示，5 月份中国移动净增用户数量微幅下降至 994.4 万，而 4 月份为 1063.5 万。另一方面，3G 净增用户明显高于 2G，占 5 月份公司净增用户总数的 62%(3 月份及 4 月份分别为 47%及 53%)。

中国移动方面目前正加紧对 TD - LTE 4G 的发展进行部署，并于日前与台湾的远传合作，在当地进行 TD - LTE 实地测试。

尽管预计未来经营业绩缺少惊喜，但中银国际仍维持对中国移动的买入评级。在动荡的市场中，其股息收益及业绩记录为下行风险提供了缓冲。

而摩通发表报告表示，对中国移动中期前景展望趋于乐观，预期 ARPU 长远可保持稳定。摩通又指出，中国移动预料将于 2012 年回归 A 股，其后 H 股派息率可望由目前的约 43%增至 48% - 50%。

联通 3G 上客放缓逊预期

中国联通 5 月份净增 3G 用户出现放缓迹象，令市场失望。5 月公告净增用户环比下降 4% 至 173.8 万，在 3G 新增用户总市场份额中占比 28.1%。2G 移动电话用户净增长 58.6 万户，增长幅度则较前一个月的 65.9 万户减少 11.08%。截至 5 月底，联通 3G 和 2G 用户，分别为 2209 万户和 1.5 亿户。

为完成全年目标，中国联通每月需新增用户 250 万。2011 年 1 - 5 月累计净增 3G 用户 740 万，为完成 2500 万的全年目标，下半年每月需净增 3G 用户 252 万，较 2011 年以来每月增速高出 70%。要推动新增用户增长，千元以下智能手机业务必不可少。对此，中银国际重申对中国联通的“卖出”评级。“我们主要对市场就 3G 用户增长推动营收增长及盈利回升的不切实际的预期抱有担忧。随着新的营收确认会计政策于 2010 年 4 季度开始实施，高端手机销售下滑或导致自 2011 年 2 季度起平均每户收入降幅加大及服务收入减少。”

高盛发表报告指出，联通 iPhone 手机销售放缓，与其改变手机补贴政策有关，这亦反映到内地市场对手机价格敏感程度的提高，据高盛估计，iPhone4 目前已跌出联通十大销售机种之列，相反以 Android 为主、售价介乎 1000 至 1300 元的低价智能手机更受市场欢迎，高盛预期，随着 3G 客户净增长表现，联通股价在第三季将可能见顶。

联通宽带用户上客量则有所增加，由 4 月份的 62.8 万户增至 5 月份的 83.4 万户，宽带总用户数目增至 5126.4 万户。在固网方面，持续有客户流失，4 月份流失 40.2 万户，于 5 月份进一步流失 30.4 万户，总固网用户降至 9584.5 万户。来源：2011-7-1 赢周刊

[返回目录](#)

【中国联通】

乐语通讯与联通签约

在与苏宁、国美等家电连锁合作之后，中国联通又开始与专业手机连锁卖场进行合作。记者昨天了解到，联通已与乐语通讯签署深度战略合作协议，乐语成为与联通签约的首家全国性专业手机连锁卖场。

根据双方的协议，乐语通讯将在其全国 800 余家门店内设立联通业务受理区和开放式通讯产品展销区，共同推广联通沃 3G 业务，包括号卡业务、终端合约计划产品等。来源：2011-7-4 京华时报

[返回目录](#)

联通 IM “沃联系” 即将商用

日前，据中国联通官方微博透露，经过一年多内测，中国联通的移动 IM(即时通讯)软件“沃联系”即将商用。加上移动的飞信和电信的天翼 Live，国内三大运营商均已推出或将推出移动 IM 软件。

此前，IT 巨头早已进军移动 IM 行业，并已占领行业制高点，以加强对互联网接入口的争夺，进而减少对运营商的依赖。在这场争夺战中，作为移动 IM 的“后来者”，运营商的出路在哪？

联通 IM“沃联系”即将商用

热闹的即时通讯市场不断有参战者。日前，中国联通通过官方微博对外宣称，即将面向互联网和手机用户推出即时通讯工具“沃联系”。在 2011 年 4 月，“沃联系”客户端登录苹果 App Store，定位于跨运营商网络提供“微博+飞信”业务。

上周二(6 月 21 日)，中国联通“@沃联系”业务官方微博正式上线，目前定于 8 月份正式推出“沃联系”。笔者从“沃联系”官方网站了解到，“沃联系”功能描述包括免费发送短消息、发微博邮件、在线视频欣赏、彩票等，跨运营商、跨平台，支持塞班、iPhone、安卓等操作系统。

运营商对移动 IM(即时通讯)并不陌生。联通即将推出的这款即时通讯软件一年前就已宣布开始内测，而移动飞信更是早在 2007 年就正式商用了，另一家运营商中国电信则在 2009 年联合微软发布了天翼 Live。

事实上，在 IM 领域，运营商是彻彻底底的“后来者”。移动版 QQ 在 JAVA 流行之时就已风靡于各种手机终端。手机终端厂商诺基亚也于最近推出了免费信息平台“诺基亚 IM”，差不多同时，苹果发布了 iMessage。另据悉，互联网公司谷歌也在开发基于安卓的 Google Messenger，这样一来，IM 市场就形成了运营商、手机终端商、互联网公司“三足鼎立”的格局。

面对 IM(即时通讯)市场呈现出的一片“红海”，已然失去先机的“沃联系”选择在此时推出，它面对的压力将远远大于对手，而其能否杀出一片天地也还是未知数。在易观国际分析师董旭看来，“沃联系”如果缺乏有力的“杀手锏”，很难获得市场突破。

运营商短信业务面临双重夹击

随着手机智能化趋势的加快，基于手机操作平台的各种移动 IM 软件如雨后春笋般涌出，且基本上都是免费的。IM 也不再是一个单纯的聊天工具，它已经发展成集交流、资讯、娱乐等为一体的综合化信息平台。一时间，移动 IM 市场无比火热，而电信运营商对此却感到了丝丝寒意。

首当其冲的便是曾作为运营商主要营收来源之一的短信业务，它不但将受到来自手机厂商和互联网公司 IM 的挤压，还将面临运营商将资源不断偏向和数据流量业务有关的 IM 和微博等应用，从而更加“冷落”2007 年曾风光一时的短信业务。

2011 年 1 月，工信部发布了 2010 年全国电信业统计公报，虽然与 2009 年相比，2010 年我国移动短信量增加了 527 亿条，但 6.7% 的增幅创下了历史新低。而以 IM 为代表的移动互联网应用人气却与日俱增。不少专家预测，在未来两年内，短信数量将骤降 20%，甚至可能会在 90 后用户中彻底销声匿迹。

3G 逐渐普及后，网络和终端的提升极大地促进了移动互联网的发展，包括移动即时通讯在内的移动互联网应用面临着大好的发展机会。随着社会信息化的发展需要，用户对信息的容量、速度与便捷性的需求也进一步提升，移动即时通讯方便、灵活、操作简单的先天性特点满足了用户的要求。

分析人士指出，当前运营商、IT 巨头共同发力移动 IM 市场，紧盯的不仅是移动 IM 本身，更在于附加在其上面的增值业务。用户一旦对移动即时通讯工具产生黏性，就意味着将在很大程度上接受附加在其上面的增值业务。

运营商的机会在社交和移动市场

易观智库发布的数据显示，2011 年国内个人即时通讯市场活跃账户数达到 9.32 亿，环比增长仅 4%。从 2010 年第二季度至今，国内个人即时通讯市场的季度环比增长就未超过 5%。由此可见，个人即时通讯市场跑马圈地的时代已经过去。

从移动飞信和电信天翼 Live 的发展情况来看，运营商的情况不容乐观。中国电信与微软合作的天翼 Live 在商用一年多的实践中，更多的只是电信多种业务的集成平台，某种程度上，更像是电信业务的营销媒体平台。而移动飞信在经历过 2010 年辉煌后，用户数增长也开始停滞不前。

诚如一位著名互联网人所说的那样：“颠覆一个应用的，绝不是那个应用本身。”运营商试图通过移动 IM 来改变整个行业格局，胜算也许并不大。也许深谙这点，中国联通“沃联系”的定位有别于国内其他两家运营商，沃联系定位为移动互联网社交领域的客户端。联通的做法也正好和创新工场 CEO 李开复“未来创业者最大的两个机会存在于社交和移动市场中”的论调不谋而合。

而对于运营商这个 IM 市场“创业者”而言，或许机会就在这两个市场当中。一位长期关注电信行业的资深人士表示：“如果联通能够通过“沃联系”向第三方开放一些用户的 SNS 关系，倒是有机会。”来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

联通将开通 11 国预付费国际漫游业务

据飞象网了解到中国联通拟新开通德国、印度、埃及、瑞典等 11 个国家预付费国际漫游出访业务。

中国联通表示为了满足预付费用户对国际及台港澳漫游业务的需求，近期拟陆续新开通德国等 11 个国家预付费国际漫游出访业务。

目前中国联通预付费用户国际及台港澳漫游只开通语音业务和文本短信业务，其他业务暂不开通。此外，部分国家和地区只开通了文本短信接收业务，发送业务暂不支持，接收文本短信免费。预付费用户发生国际及台港澳漫游时，系统自动开通语音和短信漫游业务，用户无需办理任何手续，不另外收取国际及台港澳漫游预存款，系统向用户发送欢迎提示短信，告知用户已开通国际及台港澳漫游业务及相关资费和使用方法等信息。

据悉，预付费国家漫游业务适用于智能网系统的所有预付费用户，包括沃 3G 预付费用户、如意通用户、新势力用户，预付费用户无须业务申请、无须换卡换号，即可以自动漫游到预付费国际漫游出访的区域。来源：2011-6-29 飞象网

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯美国办事处增至 14 家

中兴通讯近日宣布，在美国乔治亚州首府亚特兰大设立新的办公室，新办公场所面积扩充一倍，毗邻 AT&T。该分部将主要为全球最大的运营商 AT&T Mobility 提供手机、芯片模块以及其他设备。至此，中兴通讯在美国市场办公处已经扩充到 14 处。

中兴通讯董事长侯为贵等公司高管从深圳抵达亚特兰大，期间一行拜会了乔治亚州州长迪尔(Nathan Deal)。

侯为贵表示，中兴通讯在美国已进入快速增长的黄金时期，来自美国本地的人才和合作伙伴在助力中兴通讯成为美国优秀的电信设备提供商方面起到了至关重要的作用。

据了解，此次租用协议签约达十年。

乔治亚州经济发展全球商务代理理事格瑞辰·科尔宾女士(Gretchen Corbin)称,“我们很感谢中兴通讯选择乔治亚州作为工作地,我们也邀请你们为这座新的乔治亚州工作地带来更多就业机会,乔治亚州同时也承诺与你们携手并进,帮助中兴通讯实现成长。”

常驻中兴通讯美国总部达拉斯的首席执行官程立新表示,“设立亚特兰大分支的策略与中兴通讯的全球战略一致,将办公室更近一步靠近客户,雇佣当地优秀人才,确保提供快速出色服务。我们对与 AT&T 合作更加紧密以及美国发展前景充满信心。”

2010年,中兴通讯欧美地区收入同比增长50%,首次成为中兴通讯海外收入比重最大区域。在美国市场,中兴通讯以终端产品为突破口取得了快速发展,公司已与美国最大的四家运营商达成合作。中兴通讯为 AT&T 提供了预付费及合同类手机,为 Sprint、Verizon、Metro PCS、T-Mobile 以及 Cricket 等多家运营商提供 4G 数据卡等其他设备。2010年间,中兴通讯在美国推出了 14 款新设备,终端产品销量迅速攀升。来源:2011-6-29 新浪科技

[返回目录](#)

中兴 Blade 手机海外销量超 200 万

作为国产智能手机,想要在欧美、日本这样的消费电子大国争得一席之地并不容易,想要获得众多苛刻海外媒体的一致好评更需要付出极大努力。但中兴通讯 Blade 就是用全球上百家媒体的美誉和超过 200 万台的销量,演绎了“中国智造”征服海外市场的奇迹。

近日,中兴通讯接受本报记者采访时表示,自 2010 年 9 月上市以来,Blade 热销 30 多个国家和地区,屡屡摘得销售冠军,在个别城市甚至一度脱销,销量累计已经超过 200 万台,创造了本土自主品牌“走出去”最辉煌的战绩。现在,中兴 Blade 载誉归来,中国电信、中国移动及中国联通这三大运营商已经陆续推出定制版的 Blade,国内会再次掀起一股“刀锋”热潮。

英国:发掘智能机空白区间

在欧洲最古老的经济和文化中心英伦三岛,中兴通讯携手运营商 Orange,将 Blade 取名 San Francisco,作为 99.99 英镑这一套餐价格区间唯一的一款 3.5 寸屏智能手机,乍一上市,其火爆程度便令人始料不及,不仅多次获得 Orange 智能手机月度销量冠军,甚至一度缺货。良好的销售势头刺激 Orange 采用了更加有力的促销策略,不仅在圣诞节期间以 79.99 英镑的优惠价格在所有门店推广,更是以“赢取到 San Francisco 旅游的机票+住宿”这样刺激性的活动吸引

更多人的购买。中兴 Blade 被打造成最佳圣诞礼物，不断有顾客电话咨询到货时间，在西方最重要的节日，中兴 Blade 再次取得了当月销量冠军的好成绩。

但在好销量的背后，Blade 在英国的上市并非一帆风顺。

据悉，最早的时候，Blade 只是一个方方正正 3.5 寸屏的 Android 智能手机，并没有现在锐利超薄的流线外表。中兴通讯联合 Orange 的设计团队通过对当地消费者的调研发掘了“更薄、更有型”的需求，从而开发出目前大家看到的 Blade。

据英国最大网购评价网根据销量数据评估，Blade 火爆程度甚至一度超越 iPhone 4。在英国最专业的玩家论坛 XDA 组织的年度智能手机评选中，中兴 Blade 获得了 24.66% 的选票，荣获全部入围参与投票 32 款手机的第一名。现在，更是不断有人以电话、邮件的形式咨询什么时候有更新 Android 版本的 Blade 上市，什么时候将推出 CPU 提升之后的替换机型……

日本：Blade 演绎完美性价比

事实上，在中兴 Blade 的市场战果中，英国无疑是最可圈可点的，但是要论起攻城略地的难度，以严苛享誉世界的日本运营商们，绝对是不可低估的。

日本作为世界第三大经济体和消费大国，移动通讯网络自成一体，又是多家国际排名靠前的消费电子和手机行业巨头的大本营。为了攻克这个堡垒，中兴 Blade 进入日本被命名为 Libero。它的诞生可谓好事多磨，携欧洲市场成功突破的东风，Blade 本想一鼓作气拿下日本，却遭遇合作运营商日本软银最后关头追加的要求——Libero 必须搭载 Android 2.2 系统。日方也许低估了中兴研发团队的毅力，在最短的时间内，中兴完成了产品与 Android 2.2 系统的融合。

在为中兴研发团队毅力折服的同时，日本软银集团也急需一款产品能够抗衡 iPhone，以保持自身产品体系的平衡，因此在定制产品的选择和要求上必须超越同类产品才会入选。中兴 Blade 的出现无论是优异的应用功能表现和性价比，都是软银最佳的选择。这也为中兴 Blade 在日本的热销奠定了坚实的基础。

希腊：智能手机成为中兴代名词

2010 年 12 月，中兴智能手机 Blade 开始在希腊销售，曾经赢得设计大奖的犀利造型，强大的智能体验，彻底征服了希腊消费者。人们惊奇的发现，Blade 具备高端智能手机品质，价格却和许多中低端产品持平，性价比无出其右，成为购买智能手机的首选。在希腊本地运营商 Wind 的网络中，Blade 被列为明星机种，销量长期居于榜首。据统计，Blade 目前月销量近 3000 台，尚未包括经销商因现货售罄累积的客户订单，对全国人口仅有 1000 万的希腊通讯市场而言，Blade 的强势崛起已经改变了传统的格局，无形中也大大促进了运营商对智能业务的推广。当希腊著名杂志《PC World》发起群众投票时，结果已经没有悬念。

如今，在希腊，智能手机已成为中兴的代名词，人们谈论智能手机时自然说到中兴，讲到中兴立刻联系到智能手机。

芬兰：连续 8 周保持同档机型销量冠军

回顾中兴 Blade 上市以来取得的辉煌战果，芬兰的故事最不应被遗忘的。这是一片神奇土地，征服芬兰，是许多手机品牌多年的夙愿。在芬兰攻略中，Blade 充分发挥了自己全能娱乐智能终端的产品特点，在网络冲浪和移动播放体验上打得竞争对手毫无招架之力，芬兰运营商曾经进行过统计，Blade 用户数据业务流量为 700M / 月。已经无须使用更多的文字描述 Blade 在芬兰的火爆，中兴 Blade 连续 8 周保持同档机型销量冠军就是最好的明证。

希腊、英国、日本、芬兰都只是中兴庞大海外攻略之一斑，全球市场一次又一次成功，最终汇集成中兴 Blade 令人骄傲的成绩簿。

不久前，德国《Connect》杂志公布了最新一期德国市场最优手机评选大奖，“单个周末销量过 2000 台”的中兴 Blade 榜上有名。无独有偶，在希腊《Pc World》发起的读者投票中，Blade 人气一马当先，最终获得了“编辑选择奖”、“性价比最好奖”两个奖项。此前，Blade 还被英国杂志《Smartphone Essentials》授予“Best Value Smartphone”、以及《The Sunday Times》“Best Buy”，更不要说上市之初就摘得了的“欧洲设计大奖”和“中国年度最佳设计大奖”了。

2011 年，在取得海外市场丰硕成果的基础上，中兴加速推动智能新战略，与三大运营商紧密合作，布局本土市场。中国电信 EVDO 版本以及中国移动 TD 版本 Blade 的推出，也已经进入紧张的筹备阶段。海外市场的辉煌神话，将会在古老的东方上演更绚丽的续集。来源：2011-6-30 通信信息报

[返回目录](#)

中兴通讯发布 2010 年利润分配方案 10 股派 2.7 元

中兴通讯今日公告了 2010 年度利润分配及资本公积金转增股本方案。

中兴通讯称，2010 年度利润分配及资本公积金转增股本方案已获 2011 年 5 月 17 日召开的 2010 年度股东大会审议通过。具体分配方案为：以公司现有总股本 28.66 亿股减去 62,40 万股股权激励限售股，计 28.04 股为基数，每 10 股派发人民币 3 元现金(含税)，总计人民币 841,297,349.40 元。

其中 A 股股东中的个人股东、证券投资基金、合格境外机构投资者扣税后实际每 10 股派发人民币 2.7 元现金。对于其他非居民企业的 A 股股东，本公司未代扣代缴所得税，由纳税人在所得发生地缴纳。

中兴通讯称，公司 2010 年度资本公积金转增股本方案为：以本公司现有总股本 28.66 亿股(其中 A 股股数为 2,342,077,146 股，H 股股数为 524,654,538 股)为基数，每 10 股转增 2 股，方案实施后，本公司总股本为 3,440,078,020 股(其中 A 股股数为 2,810,492,575 股，H 股股数为 629,585,445 股)。来源：2011-7-1 新浪科技

[返回目录](#)

【华为】

华为澳大利亚推 99 美元智能手机

华为日前在澳大利亚推出了 IDEOS X1，其 Android 智能手机阵营的最新产品之一。这款终端 7 月 1 日起仅通过 Optus 销售，售价仅 99 美元(C114 注：约合人民币 640 元)。

这款智能手机运行 Android 2.2 操作系统，配有 2.8 英寸 TFT 电容式触摸屏、320 万像素摄像头，支持峰值速率达 7.2Mbps 的 HSDPA 连接。

它还内置 Google Maps、Google Search、Gmail、Android Market 等功能，以及 Facebook、Twitter 这样的社交应用。

华为澳大利亚终端营销负责人马克·特雷德韦尔(Mark Treadwell)表示：“仅重 100 克，IDEOS X1 正是消费者所想要的那种智能手机，能使消费者迅速、方便地接入所有他们喜爱的应用程序，也不会使他们的钱包枯竭。”来源：2011-6-30 中国通信网

[返回目录](#)

华为成为乌干达首家电信认证企业

乌干达政府 6 月 30 日首次向在该国经营的通信企业颁发认证证书，华为成为首家获此证书的企业。

乌干达标准局在首都坎帕拉向华为乌干达子公司授予产品质量控制流程证书和终端及通信产品质量认证证书。乌干达工业技术国务部长詹姆斯·穆泰德、乌干达标准局局长特里·卡胡马、中国驻乌干达大使孙和平等参加了颁发仪式。

卡胡马在颁发仪式上说，华为成为首家获认证的企业，意味着中国通信产品和服务在乌干达市场得到认可。华为与乌干达政府的合作将帮助乌干达建立通信市场准入标准，打击假冒伪劣通信产品，建立公平合理的市场秩序。

2011年4月，华为乌干达子公司与乌干达标准局签订了合作谅解备忘录，华为帮助乌干达标准局制定通信设备方面的技术标准，以保证进入乌干达的通信产品质量。来源：2011-7-1 新华网

[返回目录](#)

华为推新一代远程呈现系统 TP3106

华为公司即将在京发布新一代远程呈现智真系统 TP3106，为客户带来真人大小、眼对眼的全新体验。

什么是远程呈现？当我们走进一个普通的会议室，在椅子上就座，与旁边的与会者谈笑风生，如果不告诉你旁边的人员在千里之外，你几乎一点也察觉不到。这就是远程呈现。旁边的与会者远在网络的另一端，但他们的图像却以真人大小的格式显示在会议室的显示屏幕上。每一个动作与表情都捕捉的淋漓尽致，你丝毫感觉不到任何别扭与异样。真人大小的视频图像加上超高清晰度的图像效果，带空间感的音频系统和环境的完美结合，营造出一种与异地对话方共在一个会议室的感觉。一套完整的远程呈现系统需要由合适的会议室、电源和带宽网络通道、独立的墙面、桌子、椅子、灯光、视频显示设备、控制设备、音频设备组成。与传统的会议系统相比，远程呈现系统有着它独特的优势，除了能够节省差旅费用外，还大大提高了会议质量，远程呈现克服了传统视频会议的平面、不真实的效果，让会议更加自然，提高了会议效率。

华为凭借在视音频领域的深厚积累，此次重拳推出的远程呈现-新一代智真系统 TP3106，出自于北欧顶级设计大师的 Wall 弧面风格专业整体结构设计，具备业界唯一 1080p 50/60 高清视频、采用 7 寸基于 Android 的全新智能触控系统，极大的简单和智能化了企业内智真系统的使用和管理，并给客户 provide 沉浸式，高保真的高端会议体验。

华为智真系统 TP3106 产品外观图随着视频会议高清系列产品的广泛使用，视频效果已达到 720P、1080P，但整个会议端到端的体验却仍然无法满足客户需求。华为公司始终以客户需求为导向，凭借强大的研发能力，结合华为多年的高清视音频技术积累，利用图像拼接和会议室集成方案，于 2009 年 4 月在京就率先发布了智真系统，包括单屏、三屏单排、三屏双排高端视频会议产品。智真系统改善了用户开视频会议的端到端的体验，达到真人大小、听声辨位的面对面开会效果。

此次华为推出的新一代智真系统 TP3106，重金邀请国际顶级设计师进行外观设计，率先使用业界领先的 1080P 60 帧的视频编解码技术和多声道采集与还

原的音频编解码技术，实现了 48:9 的视频图像采集、无重影且可自动调节的数字图像拼接、6 个真人大小图像的远程呈现、全方位的声像同位、统一的可视化触摸控制等特色功能。

华为新一代智真系统 TP3106 与华为公司视讯系列化解决方案完美融合，实现智真视频会议系统、高清视频会议系统、标清视频会议系统的互联互通，推动视频会议迈向新的阶段。来源：2011-7-4 新浪科技

[返回目录](#)

深圳华为获评“中国大学生最佳雇主”

记者从近日发布的“第九届中国大学生最佳雇主报告”中获悉，2011 年中国大学生最佳雇主十强“出炉”，深圳华为技术有限公司榜上有名，这是华为公司第 9 次获“中国大学生最佳雇主”。

“第九届中国大学生最佳雇主报告”由中华英才网调查发布，调查基于 764 所高校的近 20 万学生的投票结果。本次的最佳雇主十强依次是中国移动、中国银行、阿里巴巴、微软公司、中国工商银行、宝洁公司、中石油、华为公司、百度公司和谷歌公司。

报告显示，2011 年，教育、文化类行业超过了连续 3 年排名首位的金融行业，最终以 9.6% 的比例成为大学生最偏好的行业。

虽然 2011 年国企仍占最佳雇主榜单主力，但是随着经济的复苏，外企、民企正在挑战国企最佳雇主的领先地位。在 2010 年经济危机中，仅有 14.5% 的大学生选择外商独资企业作为自己的首选企业类型，但 2011 年这个比例上升到 32%。2011 年跻身前 50 名的外企由 2010 年屈指可数的 3 家升为 10 家，包括微软、宝洁、谷歌、沃尔玛、苹果等。来源：2011-6-29 深圳商报

[返回目录](#)

华为手机国内销售额进前三 终端策略显成效

自 2010 年以来，华为就开始重新审视终端市场，并且把目光从海外市场转移到了国内。在国内终端市场，2011 年上半年的销售额就超过了前年一整年的销售额。在全球电信业增速放缓，增长乏力的背景下，华为业务重心向消费终端倾斜，成为突围市场，寻找新的利润增长点的必然之举。

华为公司近日在新加坡启动新款 7 英寸平板电脑 MediaPad 的全球发布仪式。这是全球第一款采用谷歌安卓 3.2“蜂巢”操作系统的平板电脑。此外，根

据赛诺数据，华为 5 月份在国内手机整体市场的份额接近 7%，处于前三。对此，业内人士分析指出，华为终端策略开始瞄向国内市场，同时更加重视借力运营商的优势，实现自己的优雅转身。

华为终端转而瞄准国内市场

回顾华为数据来看，华为终端在国内的业绩节节攀升，保持着快速的增长势头。2009 年全年，华为在国内的终端销售额为 74 亿元；到了 2010 年，华为在国内的终端销售额已经超过 100 亿元，同比增长高达 35%。而最新数据显示，2011 年上半年，华为中国区预计销售额达 75 亿人民币，其中手机同比增长 70% 以上。

更为乐观的估计是，华为终端中国区总裁杨晓忠近日预计，华为终端中国区销售额 2011 年保守的估计是 140 亿，中国总体市场份额正加快追赶三星。另外有数据表明，2011 年上半年，华为手机已经占据国内整体手机销量的 6.91%，稳居前三，与三星等的差距在日益缩小。

华为能够取得如此靓丽的业绩，与其终端策略密切相关，即受益于智能手机的增长。据赛诺 3 月报告，华为在中国电信 EVDO 手机上半年的市场份额是 25.2%，在 TD 手机领域的市场份额是 18.3%，在这两个领域，华为均排在首位。

数据卡方面，华为 2011 年上半年的订单合同拥有 400 万片，保持了内地市场最大的上网卡供应商的地位。另外，华为的 U8500 销量也颇为可观，目前出货量已达 50 万台。除了以上亮眼的成绩，华为近日发力平板电脑市场，加入“蜂巢”系统的行列，不断丰富自身的产品线。可以说，华为终端已经实现从一点突破到全面开花的优雅转身。

业务重心向消费终端倾斜

一直以来，华为对海外市场都极为重视。根据华为近期财报显示，2010 年华为海外市场实现销售收入 1204 亿元人民币，同比增长 33.8%，向总营收贡献了 65% 的比值。其中，过去两年，在日本和美国市场，华为的智能手机增幅超 100%。

然而，光鲜的发展态势仍旧无法掩饰竞争的残酷。作为传统的电信设备商，必须认识到目前通信设备市场的竞争正进入白热化阶段。

一方面，苹果近年的成功有目共睹，消费终端提升业绩的策略有着现实的样板。据了解，苹果在 2007 年正式推出 iPhone 手机，至今已经推出四款。令人惊讶的是，苹果仅有这一款智能手机。正是凭借这一款手机，苹果的市场份额不断攀升，直追手机阵容庞大的诺基亚。

另一方面，近年来，华为进军海外，市场阻力越来越大。2011年2月，鉴于种种原因，华为放弃了对美国公司3Leaf Systems特定资产的收购；2010年在欧盟、在印度，华为的多项并购也中途夭折。

不过，对于市场猜测华为转攻国内的想法，华为中国区整合营销传播部部长郑甫江并不认同。郑甫江指出，华为对任何市场都没有偏向，在其中任何一个市场的成功，都有助于在其他市场复制经验，尤其是在国内这样竞争激烈的市场。

华为借力国内运营商再起跳

任正非一直强调“鲜花要插在牛粪上”，他将运营商比喻为牛粪，比喻成促进华为创新的源动力，话虽然有些粗鄙，其中的道理还是不得不认同。目前来看，这种观点有其合理性，未来同样也有其合理性。

据了解，截至2011年6月份，华为已经与全球45家运营商展开了合作，并成为他们的主要供应商。2010年，华为销售收入大约为280亿美元，仅次于业内龙头爱立信的308亿美元。可以说，与运营商的深入合作在其中发挥了重大的作用。

进入移动互联网时代，市场考验终端设备商的是跨界、跨产业链发展的能力，确切的说是与互联网融合的能力。电信运营商拥有海量的用户资源，强大的互联网络。终端设备商如果能利用好这些资源，发展的前景可以说无可限量。

而从最直接的方面来说，运营商终端定制已经成为终端发展的重要渠道之一，且定制的趋势正日渐加强。2010年9月份，华为正式发布C8500，至今发货量高达275万台，零售超过220万台，刷新国内单款3G智能手机销量的记录。值得一提的是，该款手机正是国内运营商中电信的定制手机。

另外，受益于手机变革，消费者对手机更新换代的平均周期正在延长，表明消费者对手机的忠诚度有所上升。国内最大的通讯连锁迪信通近日公布的数据显示，消费者对手机进行换代的平均周期由之前的15个月延长至18个月，增长20%。

传统的电信业务是面向运营商，华为是搬运工，是管道。而进入消费终端市场，华为在市场上的把控能力显然要比电信市场强得多，发展的空间也会更大。

来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

华为今秋在英国发布首款自主品牌手机 Blaze

华为2011年秋天将在英国发布首款自主品牌手机Blaze，并希望利用英国为跳板，成为全球最大的智能手机品牌之一。

华为 2011 年早些时候将英国电信行业资深人士马克·米钦森(Mark Michinson)招致麾下，而该公司的首款手机 Blaze 也将在该国发布。米钦森说：“到 2013 年，华为终端部门计划成为全球最大的手机厂商之一，我们完全有能力实现这一目标。我们将成为市场信赖的企业，并且希望 2011 年能够获得一些进展。”

米钦森透露，华为终端部门目前在英国有 25 名员工，今后还计划增长 50% 至 60%。华为在英国的员工总数约为 500 人，终端部门的占比很小。该公司计划到 2015 年将英国员工总数翻番，并招募 1500 名合同工。

米钦森说：“这对华为而言是必要的转变。我们是基础设施领域的主导企业之一。但我们还能再生产多少基础设施？我们相信，在英国等非常有竞争力的市场，将有足够的发展空间。”

华为正在着眼于所谓的“功能型手机”市场，这类产品约占英国手机销量的 60%。功能型手机档次较低，而且价位也较智能手机更为便宜。“我们已经在基础设施和技术领域建立了自己的地位。没有理由不进军这一领域。”米钦森说。

华为还为沃达丰和 Everything Everywhere 等英国移动运营商制造手机。华为 Blaze 将使用 Android 操作系统，售价不足 100 英镑(约合 160 美元)。该公司今后还将陆续推出一系列手机和平板电脑，并计划于 2012 年发布一款高端智能手机。

米钦森说：“完全有机会将智能手机推广给更多用户。”他 2011 年 5 月从手机零售商 Carphone Warehouse 跳槽到华为英国和爱尔兰终端部门。他此前还曾经在三星工作过十年，并将其打造成为英国顶级智能手机厂商。

他说：“智能手机是关键产品，我们将打开这扇大门。数据爆发将成为下一次技术爆发。”他还表示，英国将成为该公司今后拓展其他欧洲市场的一个试验田，中国和英国是华为重要的终端产品发布市场。

华为表示，之所以着眼于英国，是因为这是欧洲最成熟的市场。“这也是最严峻的市场，如果拿下英国市场，今后的进展就比较顺利。我们目前缺乏营销力度，所以会大力推进这一方面的发展。我们将全面发展工程、销售和营销工作。竞争对手在看着我们，我们的用户也希望华为进军这一领域。”米钦森说。

成立于 1988 年的华为目前为全球 45 家顶级移动运营商提供设备，覆盖全球三分之一的人口。该公司于 2003 年首次进军终端设备领域，为其他企业生产手机。该公司 2011 年计划出售 1200 万部智能手机，销售额突破 60 亿美元。来源：2011-7-4 新浪科技

[返回目录](#)

华为与欧洲各大经销商密集谈判 布局渠道体系

据外电报道，华为正在与欧洲的著名分销商协商在当地销售华为的产品和云服务。为了进入欧洲每一个国家市场，华为希望在每个国家发展两到三家区域性或全国性分销商。出现在名单上的分销商有 TechData，Avnet 和 Westcon 等，有的分销商并不擅长电信业务。

华为西欧企业业务主管 MarioFan 表示，华为寻求卓越的技术能力，同时也希望在欧洲主要经济体建立起强大的渠道体系。这样每个欧洲国家都将拥有本地机构，为当地企业提供及时、高质量的贴身服务。华为已经在与本地系统集成商和服务商进行接触，这表明华为不再单纯依赖电信运营商。

为了树立在网络设备领域的强势领导性地位，华为正在实施一些策略：利用数据中心来建立基于云的 IT 解决方案，向移动、消费和商用设备领域扩张。为此华为开始积极寻求合作伙伴，基于华为云产品 SingleCLOUD 的硬件平台和管理软件，面向中端市场提供服务。赛门铁克已经确认将参与合作，提供安全和认证系统。

这是一项长期计划，但 MarioFan 表示，华为已经计划以收入的 2%-3% 来实现在市场营销和渠道建设方面的目标。在随后两个月里，华为将在欧洲多个国家展开一系列重要的路演，展示华为的巨大潜力，吸引客户和合作伙伴的关注。来源：2011-6-30 飞象网

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚出售手机邮件和即时信息业务

英国移动即时信息服务商 Synchronica 周三宣布，该公司已与诺基亚就收购其运营商品牌信息业务部门达成协议。

运营商品牌信息部门(Operator Branded Messaging)主要向与诺基亚有合作关系的运营商提供电子邮件、即时信息和其他服务。这项交易有望于第三季度完成，双方均未透露交易的财务条款。

在完成这项收购后，Synchronica 将从诺基亚手中接管 10 份运营商合约，其中包括与美国四大运营商及与 Rogers、Telus 等加拿大运营商的协议。另外，作为交易的一部分，Synchronica 将购买大量诺基亚专利，并同意提供电子邮件和其他服务，这些服务将不断预装到诺基亚 Series 40 手机。

Synchronica CEO 卡斯滕·布林克舒尔特(Carsten Brinkschulte)在一份声明中称：“这项收购对 Synchronica 来说是一个重要里程碑，因为我们的目标是成为全球最大的下一代手机信息提供商，而现在我们距离这一目标越来越近。诺基亚旗下成功的、高度互补的运营商品牌信息部门将对 Synchronica 的运营规模、盈利能力及海外扩张产生重大影响。”

运营商品牌信息业务部门虽已经找到了新东家，但诺基亚与西门子成立的合资公司诺基亚西门子的前景仍不明朗。诺基亚西门子创建于 2006 年，现在处于亏损状态，尽管诺基亚与西门子一直在积极寻找投资者收购这家合资企业的少数股权或多数股权，但所有努力都无果而终。来源：2011-6-30 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚将于 8 月底退出日本手机市场

诺基亚将在 8 月底最终退出日本手机市场。

据日经新闻社报道，诺基亚此前已在 2008 年停止向日本运营商提供手机。报道称，诺基亚将在 7 月底以前关闭位于东京涩谷和银座的高端 Vertu 手机店。

报道指出，由于智能手机人气度上升的缘故，Vertu 业务一直都面临困境。报道称，诺基亚的手机服务在从 NTT DoCoMo 租来的网络基础设施上运营，将在 8 月底合约期满时不再续约；诺基亚的东京办事处仍将继续营业到年底，来处理退款及其他事务。

Vertu 手机售价为 60 万日元(约合 7450 美元)到 2000 万日元(约合 24.84 万美元)之间，一些款式装饰有贵金属或拥有传统上的日本生漆设计。

自苹果 iPhone 及其他智能手机兴起以来，诺基亚的盈利状况一直都在恶化，促使其进行重组。来源：2011-7-2 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚今日关闭美国、德国和英国在线商店

诺基亚周四宣布，从 6 月 30 日(北京时间今日)起关闭美国、德国和英国的在线商店，同时保留中国等国的在线商店业务。

诺基亚在官网表示，用户可到亚马逊购买解锁版手机，而购买合约机的用户则可以到 AT&T、T-Mobile 等运营商处购买。

此前的 5 月份，诺基亚就已开始关闭法国、西班牙在线商店，

诺基亚之所以关闭在线商店，一方面是无法与提供手机补贴的运营商竞争，另一方面也很难抗衡薄利多销的第三方在线零售店。

诺基亚将继续在阿根廷、巴西、中国、墨西哥和葡萄牙国家进行在线销售业务。来源：2011-7-1 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚或将继续开发 MeeGo 操作系统智能手机

据科技新闻网站 Techradar 报道，此前诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)称，诺基亚 N9 将是最后一部搭载 MeeGo 操作系统的手机，这一消息可能被误读了。诺基亚 N9 首次亮相引起的反响很好，不过据芬兰网站 MTV3 报道，埃洛普“证实”这将是最后一部搭载 MeeGo 操作系统的手机。该网站并未直接引用埃洛普的话。

Techradar 就此情况询问了诺基亚，并获得了以下回应：

“我们的主要智能手机平台将是 Windows Phone，这一点我们说得很清楚了。我们将集中精力和资源发力 Windows Phone。诺基亚 N9 上的许多创新之处也将运用到以后的诺基亚产品中去，对此我们感到很兴奋。”

这一声明可以被诠释的地方很多，“诺基亚 N9 上的许多创新之处”可以指 MeeGo 操作系统中的三主屏界面，也可以指其智能的 NFC 蓝牙配对技术。因此，如果诺基亚 N9 如此前所展示的那样受到消费者追捧，诺基亚就不大可能砍掉 MeeGo 操作系统，诺基亚 N9 也不大可能是最后一部搭载 MeeGo 操作系统的手机。来源：2011-6-29 新浪科技

[返回目录](#)

诺西出售股权失败谋自救 通信设备市场添变数

据报道，诺基亚和西门子的合资公司“诺西”近日试图出售多数股权，但未能找到投资者。对此，西门子回应表示，仍在就此展开谈判。诺基亚则称，诺西网络还有多种选择。分析人士认为，诺基亚和西门子正在把重点放在重组诺西网络方面，可能向这个合资企业投入更多的资金。

诺西深陷亏损困局

诺基亚和西门子于 2007 年签署一项为期 6 年的协议，合并了他们的电信业务，双方各持 50% 股份，希望新公司能够迅速达到两位数的利润率。但是，这个全球第二大电信设备厂商一直很难盈利。由于竞争对手华为和爱立信创造的

强大的价格压力，以及运营商开支下降，诺西网络一直陷入困境之中。从 2007 年合资以来，只有两个季度盈利。

财报显示，2010 年诺西营收为 127 亿欧元(约 179.9 亿美元)，占诺基亚总销售额的 30%，经营亏损为 6.86 亿欧元(约合 9.75 亿美元)。上一年运营亏损 16 亿欧元。在此背景下，不难理解诺基亚和西门子欲出售大量股权以减轻压力。

诺基亚雪上加霜如何施救

对于诺基亚而言，如果能够出售诺西的控股股权，甩掉长期亏损的包袱，诺基亚的业绩将有大幅改善。而如果继续向诺西投资，则未知是否会进一步深陷泥潭。

近几年，通信市场瞬息万变，诺西的老东家之一诺基亚也正在行业巨变的大潮中殊死挣扎。苹果、HTC、三星等不断蚕食诺基亚市场份额。据市场调研公司 ABI Research 的报告显示，2011 年第一季度，诺基亚占据的智能手机市场份额从 2010 年第一季度的 40% 下降到了 25%，急剧缩水。2011 年以来，诺基亚股票已经下跌超过 40%，再加上大幅裁员，甚至有人已将诺基亚列为 2012 年十大即将消失的品牌之一。

通信设备市场竞争加剧，诺西近几年深陷盈利困境，老东家诺基亚自顾不暇，这些都使诺西的未来颇多变数。

新兴市场能否成救命稻草

不过，近三个季度，诺西财报让人看到一丝希望。诺西 2010 年第三季度销售额为 29.43 亿欧元，同比增长 7%。在 2010 年第四季度取得了强势增长，净销售额为 39.61 亿欧元，同比增长 9%，全年销售稳健并实现盈利。2011 年第一季度财政报告显示，其全球净销售额达 31.71 亿欧元，同比增长 16.7%，成为该公司连续第三个增长的季度。

尤其在新兴市场，诺西发展迅猛。在截至 3 月底的上一财年，诺西在印度市场的营收已超越爱立信。2011 年第一季度，中大中国区销售额达到 3.22 亿欧元，比 2010 年同期增长了 17%。诺西在大中国区已经连续两个季度达到两位数的年同比增长率。近日，受 TOT 公共有限公司 3G 网络部署推动，诺西预测，2011 年在泰国的销售额将同比增长 25%。

与此同时，诺西加大了在全球市场的拓展力度。作为通讯设备领域的欧洲传统强者，诺西通过收购摩托罗拉无线网络业务，一方面增强了在北美和日本市场的份额，另一方面也狙击了老对手华为。此外，摩托罗拉在 LTE 方面拥有许多重要专利，在行业里目前最重要的两大 LTE 项目 FDD 及 TD-LTE 项目中都有不俗的表现，这对诺西有着重要的补充作用。

通信市场从来就是制造奇迹，颠覆霸主的地方，一如看准市场趋势的 HTC 异军突起，错失 3G 商机的北电网络轰然倒塌。这表明，某种程度而言，紧跟行业趋势比市场份额更为重要。来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

【其他制造商】

SK 电讯计划 2013 年商用 LTE Advanced

韩国最大的移动通信运营商 SK 电讯(SKTelecom)计划在 2013 年推出 LTEAdvanced，此举可能使其成为世界上第一个 LTE Advanced 电信运营商。SK 电讯的 LTE 服务已于上周五在首尔推出，其合作伙伴三星在今天的发言中也提到了这项计划。

LTE Advanced 是 LTE 的演进，属于 3GPP 的阵营，官方技术名称为 LTE Release 10 &beyond。国际电信联盟(ITU)对 IMT-Advanced 标准的认定为，在高速移动状态下达到 100 Mb/s 的下行速度，在低速移动情况下达到 1 Gbit/s 的速度，拥有不到 10 毫秒的上下延迟，高达 100MHz 的带宽。

上周，爱立信表示，预计 2013 年可以看到商业化运作的 LTE Advanced 网络，其速率会比今天的 LTE 商用网络快十余倍。

另外，路透社今天的报道称，SK 电讯推出了移动广告平台“T 广告”，与谷歌和苹果展开在智能手机领域的移动广告竞争。

SK 电讯已掌握了韩国移动市场的半壁江山，计划利用其应用商店和大量的智能手机用户群，为智能手机以及网络电视等媒体提供移动广告解决方案。SK 电讯计划将服务从自己的应用商店扩大其他应用商店，如谷歌的 Android、苹果的 App Store。

SK 电讯的广告平台类似谷歌的 AdMob 和苹果公司的 IAD，给予开发人员 60% 的广告分成。根据韩国通信委员会 KCC 的数据，到 2012 年，韩国的手机广告市场可望比 2010 年增加 64%，达到 4.5 亿美元。

SK 电讯竞争对手韩国电信(KT Telecom)和 LGUPlus 也推出了手机广告平台。来源：2011-7-5 中国通信网

[返回目录](#)

索尼爱立信全球研发和运营双中心落户北京

索尼爱立信全球研发中心与全球运营中心今日正式启用。

此次两大中心的启用，索尼爱立信将原来的索尼爱立信大厦命名为全球研发中心，其它职能部门迁入了紧邻研发中心的写字楼，作为全球运营中心，运营中心将负责整个亚太地区的人力资源、供应链管理、财务管理等日常运营业务。

揭幕仪式上，索尼爱立信总裁兼 CEO 柏诺德、北京市副市长苟仲文、瑞典驻华大使罗睿德以及索尼爱立信大中华区总裁奎迈格一同揭幕，宣布全球研发中心与全球运营中心今日正式启用。

目前，索尼爱立信在全球四大研发中心，北京研发中心仅次于瑞典研发中心，规模排名第二，目前拥有近 2000 人设计研发团队。柏诺德透露，在中国的研发团队已经先后独立完成了 20 多款新产品的研发与设计。现在索尼爱立信全球销售的超过 50% 的新产品，都出自于中国研发设计团队之手。

柏诺德表示，索尼爱立信在 Android 手机上，在中国内地市场排名第三，在台湾和香港排名第二。在柏诺德看来，全球研发与全球运营双中心之所以选择落户北京，也是因为中国市场对于索尼爱立信有着至关重要的战略意义。“索尼爱立信的目标是成为安卓智能手机市场的第一品牌。而中国是全球规模最大的移动通信市场，3G 与智能手机用户数量正以惊人的速度增长。我们要想实现目标，就应当成为中国市场的领先者”。

奎迈格也表示，2010 年索尼爱立信全球销售的手机有 96% 是中国制造的产品。中国战略显然已成为支撑索尼爱立信发展的关键一环。

据了解，此次全球研发与运营双中心在北京正式启用，索尼爱立信在华已经形成了包括研发设计、生产制造、供应链管理、运营支持在内的一整套完整价值链，拥有超过 9000 名员工。来源：2011-7-4 新浪科技

[返回目录](#)

苹果现金可买下全球手机业 行业并购潮或提前

美国数据调查机构 Asymco 最新分析称，预计到本财季末，苹果公司所持有的现金总量将超过 700 亿美元。而全球其他几大手机生产厂商诺基亚、RIM、宏达电、摩托罗拉和索爱的市值总额为 660 亿美元。换言之，苹果手中的现金总量足可买下这些竞争对手！最重要的是，苹果手中的现金仍在持续增长，对手厂商的市值在持续下降。预计苹果所持有的现金很快就会超过整个手机行业的所有厂商，手机制造业将迎来新一轮收购浪潮。

苹果一家独大地位愈加巩固

有数据显示，苹果公司 2011 年第一季度手机出货量超越中兴通讯达创记录的 1,860 万台，在销售额榜单上更超过诺基亚首次夺冠。

据统计，苹果以 5.3% 的市占率超越中兴通讯成为全球第四大手机品牌，与第三名 LG 电子(590 万支)的差距也仅有 1.7 个百分点。

虽在全球排名屈居第四，但苹果已占据了全球手机产业利润的一半(主流的 8 大手机厂商)。而最新的季度统计显示，苹果已经在营收和利润上超越了目前手机市场的老大诺基亚，在新的季度中，其智能手机的出货量也可能会超越诺基亚，这样一来，苹果在占据自己一半营收的智能手机市场将成为名副其实的第一。

业内人士认为，苹果之所以取得今天的成就，除了其 Mac 业务外，主要得益于其在 2007 年发布的 iPhone 智能手机。

另据 IT 行业调查公司 IDC 发表报告称，苹果 iPhone 等智能手机 2011 年的出货量预计将增长 55%，4 倍于整体手机市场增长幅度。在欧洲市场，市场研究公司扬基集团(Yankee Group)近日调查发现，苹果 iPhone 手机渐已主导了欧洲智能手机市场，占据 40% 的市场份额。相较而言，谷歌 Android 手机则以 19% 的市场份额屈居第二；第三的位置则被 RIM 的黑莓智能手机占据，市场份额为 17%；诺基亚则以 15% 的市场份额排在第四。苹果一家独大地位愈加巩固。

行业或迎收购浪潮

根据 Gartner 数据，在 2011 年第一季度，诺基亚全球市场份额由 2010 年同期的 30.6% 跌至 25%，创 14 年新低。iPhone 刚上市时，诺基亚在全球智能手机份额达 50%，如今降至 24%。过去 4 年里诺基亚市值缩水 75%。

对于苹果而言，未来的市场面临太多不确定因素，竞争对手市值正在不断萎缩、苹果却在迅速提升，目前可以说是改变市场格局的最好机会。苹果最强的竞争对手是拥有 25 万款软件资源的 Android 系统。一方面其软件资源丰富是一杀手锏，另一方面，强悍的硬件配置机型以及丰富的机型选择。据 IDC 预计，下半年谷歌 Android 系统市场份额将达到 40%。

而继 Android 系统后，微软发布的 Windows Phone 7 系统成为第二个最具希望超越苹果 iOS 系统的平台。

除手机生产商，供应商也是整个行业的重要一环。据报道，iPad 2 触摸屏面板的成本达到了 127 美元，占据了总成本很大一部分。目前，苹果虽有能力左右供应商报价，但收购触摸屏面板企业对苹果长期而言将有利于压缩生产成本并对其他竞争对手形成压力。

业内人士认为，创新能力是苹果成功的重要因素。卓越的创新能力让苹果短短几年内就拥有了 700 亿现金储备，对于可能出现的市场竞争风险在行业内苹果极有可能掀起一股收购浪潮。因为在营收和利润上，苹果已经是整个智能手机产业的老大了，而且增长的势头还在延续。剩下的就是拓展市场份额。

在国内以收购消除竞争的也大有人在，2003年6月分众传媒上市前，江南春拒绝收购聚众，之后发现无法消灭对手，最终不得不付出更高的成本收购对方，才最终形成了行业领军地位。

创新能力左右行业未来发展

市场研究机构指出，2011年第一季度，全球智能手机市场将同比增长85%。2011年全球智能手机出货量将达到4.13亿，超过台式电脑与笔记本电脑出货量的总和。来自IDC数据显示，2010年全球智能手机出货量达3亿260万部，较前一年猛增74.4%。IDC预测，2011年全球智能手机市场将增长55%，出货量将从2010年的3.05亿部增长至4.72亿部，到2015年底将再度增长一倍，至9.82亿部。

随着移动互联网的快速发展，智能手机的普及，全球手机行业的技术能力也随之跨入了新的发展阶段，因为将PC的功能转移到智能手机需要更高的技术标准，智能手机与电脑的界线也渐渐模糊。

业界普遍认为，创新能力是左右企业自身乃至整个行业未来发展的关键。苹果的创新能力是其成功的重要因素。苹果iphone和ipad的全球热卖，让行业巨头不约而同地感到窒息般的压力。如果说苹果开启了一个手机行业的新时代，那么其他手机巨头仅是这个时代的配角。目前，其他手机巨头紧盯苹果的发展，生怕错过每一个模仿的机会。来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

同质化影响智能手机发展

苹果公司一项关于移动设备触摸屏技术的专利已经得到美国专利商标局的认可，这意味着智能手机和平板电脑行业将掀起新一轮专利战，苹果也有可能因此成为行业“公敌”。而这也恰恰揭示了另一个问题——智能手机市场的同质化。

同质化的影响在全球智能手机制造业开始逐渐显现，最直接的表现就是智能手机厂商之间的专利战正愈演愈烈。

据报道，苹果公司的一项关于移动设备触摸屏技术的专利已经得到美国专利商标局的认可。有专家认为，这项专利内容十分宽泛，实际上将多点触控界面技术的专利完全划归苹果所有。由于触摸屏已经成为智能手机的常见配置，三星、摩托罗拉和诺基亚等公司都可能成为苹果的起诉对象。

苹果是专利战“常客”

业内专家对苹果可能借该项移动设备触摸屏技术发起专利战的担心并非没有道理。苹果可以说是专利战的“常客”。日前，在韩国首尔中心地方法院，苹果就起诉三星侵犯苹果公司产品的专利。

其实，早在4月，苹果就在美国起诉三星，声称三星旗下的产品 Galaxy 模仿 iPad、iPhone 的设计和技术。作为报复，三星随即在韩国、日本和德国三地起诉苹果 iPad 与 iPhone 亦有专利侵权的行为，并要求美国联邦法院命令苹果交出下一代 iPad 和 iPhone 样本，但要求遭到法院驳回。

此外，在早些时候，苹果和另一个智能手机主要制造商诺基亚的专利纠纷刚刚落下帷幕。诺基亚于2009年发起对苹果的专利侵权诉讼，指控苹果在一些无线技术上侵犯了诺基亚的多项专利。

结果，根据苹果和诺基亚达成的协议，双方之间的所有专利诉讼达成和解，包括撤销双方在美国国际贸易委员会向对方提起的诉讼。同时苹果将向诺基亚支付一次性费用以及在协议有效期内持续支付的专利使用费。

这些只是苹果近期的专利纠纷，更早些时候在2010年10月，摩托罗拉在美国国际贸易委员会投诉苹果产品侵犯了摩托罗拉的18项技术专利；2010年3月到5月，苹果和宏达电相互指控对方侵犯本方专利；同样是在2010年3月，台湾芯片厂商义隆电子起诉苹果侵犯其多点触摸专利，要求美国禁止进口苹果产品；2010年1月，柯达向美国国际贸易委员起诉苹果，声称苹果侵犯柯达的一项数字图像专利……

不论是作为被告，还是原告，可以发现苹果近年来不断出现在专利纠纷中。

专利战成厂商竞争利器

其实，不仅是苹果在打专利战，这些年来，专利诉讼逐渐成为 IT 通信企业争夺市场的一种重要手段，时不时就有新闻爆出某家 IT 通信企业被竞争对手起诉侵犯专利。

高通在 3G 领域的成功，已经证明了专利权对于企业发展的重要性。专利权不仅能给企业带来丰厚的收入，而且能成为企业寻找合作伙伴的重要筹码。失去了专利权或者在专利权争夺战中处于弱势的企业，不仅将面对专利诉讼，而且最终可能沦为其他企业的“代工”，甚至被挤出市场。

近年来 IT 通信企业对专利权的争夺日趋激烈，最典型的体现就是业界豪强们对北电网络所属专利群的争夺。

北电网络作为老牌的移动通信企业向来重视研发创新，虽然这些年来经营状况恶化并最终破产，但是其手中仍有相当数量的对通信行业发展起到一定作用的

专利。有数据显示，北电拥有约 105 组、6000 多项专利，涵盖无线视频、WiFi、互联网搜索和 LTE 等领域。

包括苹果、谷歌、爱立信、诺基亚在内的业界豪强一直对北电网络破产后的专利权拍卖虎视眈眈。据国外媒体报道，苹果已经获得美国联邦贸易委员会批准，可以竞拍北电网络的专利。而消息人士也透露，谷歌也获准可以竞拍北电网络所属的专利。许多业内人士担忧，竞拍到北电网络专利的公司可能滥用这些专利，打击竞争对手。

谷歌首席法律顾问肯特·沃克的一席话或许道出了业界豪强们争夺北电网络专利的目的，“一家公司要想防止专利诉讼，最好的一种防卫方式就是拥有强大的专利，从而帮助自己开发新品和新服务。”

同质化影响智能手机发展

虽然苹果此次尚未就如何使用这项新专利发表评论，但是由于目前触摸屏技术已经成为智能手机和平板电脑的标准配置，因此如果苹果借此发起专利诉讼，那么将意味着智能手机和平板电脑行业将掀起新一轮专利战，苹果也有可能因此成为行业“公敌”。而这也恰恰揭示了另一个问题——智能手机市场的同质化。

近期，IHS iSuppli 公司公布的研究结果显示，第一季度整体智能手机市场出货量环比下降 1.5%，市场出现罕见的下滑。这或许只是短时间的现象，但却说明智能手机市场同质化的问题开始影响用户。

几乎一样的款式、功能、触摸技术、操作系统，不一样的只是品牌和价格。用户在对智能手机的新鲜感逐渐衰退后开始回归理性，智能手机制造商所面临的考验将变得严峻，为自己生产的智能手机贴上个性化的标签将迫在眉睫。

曾几何时，同质化这个问题在功能手机上也曾出现过。随即，市场上就出现了各种各样的老年人手机、儿童手机、音乐手机、游戏手机等，而消费群体的细分和手机功能上的细化也在一定程度解决了功能手机同质化的问题。如今，同样的问题摆在智能手机面前，走同样的细分市场、突出特色功能的道路或许可以找到智能手机新的发展方向。来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

2011 年中国智能手机出货量将增五成

IHS iSuppli 公司的研究显示，2011 年中国国内智能手机市场有望取得创纪录的增长，预计出货量增长 53%，从 2010 年的 3500 万部上升到 5410 万部。

其中，超过 1000 万部智能手机将来自中兴通讯和华为。预计未来几年，中国国内智能手机总体出货量将继续增长。IHS 公司预测，2015 年中国厂商的智

能手机出货量将达到 1.11 亿部，其中不包括走私到中国的苹果 iPhone 和销往中国的 HTC 手机——2010 年这两类手机约为 700 万部。

2011 年第二季度，IHS 公司发现深圳有许多小型独立手机设计公司因持续亏损而关闭，此前 4 月和 5 月，白牌和“山寨”手机出口急剧下滑。2011 年第一季度渠道库存过高，而第二季度新兴市场的需求下降。另外，中国政府严厉打击非法的山寨手机和深圳的假冒手机供应商，加大了山寨手机制造商的压力。来源：2011-6-29 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

增值业务市场或五年翻倍 移动互联网之战升温

2G 时代，运营商联合 SP 商发展增值业务的模式一直为用户所诟病，在 3G 移动互联网时代，运营商增值业务亟待探寻新的发展模式。运营商的转型不是一种选择而是一种战略，随着智能终端、物联网、云计算等新技术、新应用的发展，电信新兴增值业务显现出巨大的市场发展潜力。

在近日召开的第十届中国增值电信业务年会上，工信部电信研究院副总工程师陈金桥表示，2010 年我国电信增值收入规模突破 1000 亿，预计未来五年内将超 2000 亿。数据显示，截至 2011 年 5 月 31 日，在我国经营电信增值业务的企业共有 2063 家。

3G 构筑增值业务庞大市场

截至 5 月底，三大运营商 3G 用户保有量已分别达到 3200 万户、2209 万户以及 1967 万户；且均保持月新增 3G 用户超过月新增移动用户 50% 的水准。以三大运营商公布的数据估算，我国 3G 用户保有量已突破 7000 万，渗透率达到 8.23%。

3G 用户较之其他用户具有稳定的消费能力和较高的忠诚度，特别是对移动业务新应用所能够形成的规模效应，使这部分用户成为运营商进一步发展增值业务的最佳客户群体。业内人士预计，一旦 3G 渗透率达到 10% 的规模化应用，移动互联网发展及智能终端应用将由此获得更大的发展空间。这也自然而然的成为国内三大运营商拓展移动互联网业务的重头戏。

自 2011 年年初，中移动就开始“削藩”卓望系，押注增值业务。卓望曾试图建立一个统一的互联网用户身份认证系统，网民在进入互联网社区时注册形成一个互联网 ID，并通过中国移动的“飞信”、139 邮箱和手机号登录使用各种业务。

与此同时，中电信和中联通也不甘示弱。就在 2011 年 5 月，中联通与中华电信签署战略合作协议，携手开拓内地移动增值服务市场。而中电信自接收 C 网以来，就不断强化固网与移动网的融合，发力增值业务。目前中电信已在全国布局了 8 个集团增值产品基地，中电信将在这些平台上围绕流量经营，打造丰富的 3G 应用增值产业链。

3G 时代，三大运营商纷纷布局 3G 增值业务，移动支付、移动搜索、LBS、3G 手机报等业务大量涌现，运营商希望通过差异化服务树立竞争优势。

增值业务遭遇运营模式瓶颈

3G 意味着增值业务全新时代的开始。拓展增值业务市场，运营商面临着多重压力。一方面，三大运营商内部在移动互联网领域的角逐正日渐升温；另一方面，对外有互联网商，终端厂商等 IT 巨头虎视眈眈。此外，增值业务本身还面临着监管等方面的挑战。

实际上，运营商在进军移动互联网时，很多应用都与互联网企业业务重叠，如内容类的音乐、阅读，通讯类的 IM 及移动商务等。电信专家陈志刚表示，运营商看到互联网企业做得风生水起，就想着去模仿。即使产品功能做得比互联网企业更多更好，遇到用户不买账的情况也不少见。

目前整个增值业务价值链的商业模式需要进行创新性的探索。原有的基于传统互联网商业模式毕竟不能适应于移动互联网的新特点。无论是运营商与手机终端商还是运营商与 SP 及 CP 等价值链条上任何节点的商业模式都需要进行创新和调整，从而构建一个和谐共赢的产业生态圈。

在话务经营向流量经营转型的时期，运营商自建完整的平台，来挑战业务类型转变具有战略意义。运营商手里有紧纂着得天独厚的资源，如 SMS、MMS、语音等可靠的通信服务，用户数据、情境、认证等。如果能够将这些资源有效的整合，为广大有潜力和创造力的开发者提供一个便捷的创意实现和价值体现平台，运营商的 3G 增值业务产业链将成为一个长尾市场。

变用户量为数据流量是关键

随着 5 月份国内 3G 用户数突破 7000 万，国内基础运营、增值服务高低两端开始同时谋变融合通信，而融合的关键在于如何把现有的用户数量变现为数据流量。手机电脑化的趋势已经不可逆转，而对于运营商开展的增值业务而言，要将用户量变成有效的数据流，还有几个问题需要解决。

首先，要利用移动用户资源优势，保证全网畅通以及空间灵活接入的问题。一般来说，移动互联网的入口包括操作系统平台、浏览器、输入法、IM 等等，这些都已经引发了激烈的争夺战。从搜索引擎到操作系统，谷歌的成功在某种程度上揭示了移动互联网接入口的重要性。

其次，应占据产业链有利位置，充分参与手机终端定制、操作系统设计和增值业务开发等环节。不管是 iPhone 还是黑莓，甚至 Ophone，运营商打移动终端牌，醉翁之意不在酒。将自己的明星产品捆绑销售是一种用途，和合作者进行客户端或软件的下载分成也是一种生财之道，但更大的宝库则在于个人信息数据的挖掘。

再次，运营商还需要根据移动网络特点，打造可管、可控、可查的智能化信息管道，借机向转型远航。腾讯企鹅的崛起成为电信运营商心中永远的痛。这种遗憾，让“管道”成为电信运营商在移动互联网时代最忌讳的词。而今天，经营智能化管道已经成为运营商在移动互联网时代的共识。

运营商要拓展移动互联网增值市场，流量收益其实并不是互联网时代运营商真正的盈利点。运营商真正要做到的是不要将自己局限于管道运营商，而应该是移动互联网商业模式的缔造者。来源：2011-6-29 通信信息报

[返回目录](#)

移动支付国家标准审议通过 将配套完善准入机制

银联一直倡导的 NFC 标准近日已经通过审议，成为近场移动支付国家标准，相关标准体系和规划有望不久颁发。

“目前正在对这一标准在行业、用户、监管层面进行规划。”知情人士透露，“行业层面的基调已经明确，就是要开放合作资源，优势互补、融合发展。移动支付的主要载体是手机，必须和现有的通信形态进行很好的融合。”

移动支付标准之路可谓一波三折。早在 2010 年 9 月，银联和三大电信运营商就针对统一标准开始接触和探讨，但各方特别是中国移动和银联的分歧很大。此后在央行、工业和信息化部两大行业主管部门的推动下，各方逐步达成一致。2011 年 4 月，央行联合产业链各方开始制定移动支付国家标准草案，并于不久前完成。而即将颁布的标准体系，正是基于这一草案。

据了解，草案涵盖了从智能卡、手机终端到手机操作系统、客户端软件和金融应用等各个环节的技术，并参考了国际上先进的安全标准，对智能卡、手机等关键环节提出了新的安全等级要求，以建立一整套覆盖移动支付流程的支付安全体系。

移动支付国家标准出台，也将同时配套一系列完善的产品检测和准入机制。其中的检测内容包括手机、智能卡等实体，也包括业务逻辑等方面，所有的检测都将由国家主管机关指定的专业机构进行。

监管层面，上述知情人士透露，移动支付主要涉及金融、通信两大行业的监管问题。金融监管方面已经明确，移动支付业务必须基于银行账户。从通信安全角度看，危害通信安全和支付安全的形态，将直接排除在移动支付安全国家标准之外。来源：2011-6-30 飞象网

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中国移动启动红色阅读

日前，中国移动“读经典感悟人生”大型红色阅读活动启动暨《建党伟业》新书首发仪式在北京举行。

中国移动手机阅读业务于2010年5月正式推出，致力于“打造全新的数字图书发行渠道”，为客户提供时尚、健康、环保、便捷的阅读新体验。

作为一种全新的文化传播方式，手机阅读比报纸更互动，比广播更丰富，比电视更便携，比电脑更普及；并且它为每一个登陆手机阅读平台阅读的用户打造了一个个人掌上图书馆。

据了解，中国移动手机阅读推出短短一年多时间，已与100多家内容合作伙伴开展合作，收录正版数字图书超过20万册，累计为1.6亿用户提供过手机阅读服务，目前每月的访问用户超过4500万，月信息费收入突破1亿元，已基本构建了国内用户规模最大的正版数字阅读门户。其中，点击量最高的一本图书仅一年多时间销售额就超过了1400万元。

新闻出版总署科技与数字出版司司长张毅君表示，数字阅读已经逐渐成为人民群众开展阅读活动的主要方式之一。新闻出版总署提出大力开展数字阅读活动。近日，新闻出版总署还公布了2011年全民数字阅读活动方案，中国移动主办的本次活动，就是2011年数字阅读活动的重要组成部分。来源：2011-6-30 中华工商时报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

云计算帮减负 韩拟推数字书包

韩国政府推出一项计划，打算在2015年前全面实现学生课本数字化改造，采用“云计算”计算机网络系统辅助教学，帮助学生个性化制定各自的学习方法。

韩国教育科学技术部 29 日向总统李明博递交这一预算开支约合 20.7 亿美元的教育改革方案。按计划，小学生课本将于 2014 年前全面实现数字化，中学课本将在 2015 年前完成数字化改造。

按报告所说，数字课本不仅可以减轻学生书包的物理重量，而且可以减轻学生家庭的财务负担。另外，韩国教育科学技术部打算对所有中小学校加设“云计算”计算机网络系统，有助于学生经由手机等移动设备分享传统计算机资源，从而使学生不必依赖有固定机位的电脑，或每天携带沉重的便携式电脑上学。

整个计划的目的是，帮助学生培养个性化学习方法，获得多种渠道的教育资源。来源：2011-6-30 深圳商报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

北京计划 10 月开播 IPTV 年底前发展 10 万户

昨天坊间有消息称，国务院三网融合工作协调小组办公室将在 2011 年下半年确定下一阶段试点推广方案，有望在 2011 年年底或 2012 年年初将试点范围扩大到全国 31 省(自治区、直辖市)省会城市。而来自北京三网融合小组的消息，北京将争取在国庆节左右开播 IPTV。

据了解，前一段时间国务院三网融合工作协调小组办公室组成调研组，分赴试点地区展开专题调研，以进一步推动试点工作。有消息称，调研小组认为试点电信网络宽带升级改造基本完成，有线电视网络数字化和双向化也基本完成，目前大部分地区电信、广电企业已经具备了向用户提供业务的能力。与此同时，试点地区政府、企业也呼吁尽快发放经营牌照。

据称，协调小组办公室将在 2011 年下半年总结第一阶段试点工作情况，并在些基础上确定下一阶段的推广方案，甚至扩大试点。不过，广电行业专家曾会明表示，目前 12 地的试点尚在摸索中，在当前的条件下进一步扩大的可能性较低。另外一位广电行业的观察家吴纯勇则表示，在首批 12 个试点在业务层面及管理层面没有取得实质性进展的情况下，第二批试点地区的推出节奏需要好好把握，毕竟试点业务还没有好的试验田。另一位行业专家则表示，就技术层面而论，全国各地的技术准备已经比较完善，都在等待政策的发令枪。

一位知情者告诉记者，调研小组对于北京的试点工作进程评价较高。之前北京三网融合小组已召开工作会议，对于众所关注的 IPTV，目前工作组制定的计

划是：争取国庆节左右开播，年底前发展 10 万 IPTV 用户。据了解，北京 IPTV 将由北京联通和电视台合作，而现在尚有一些争议待解。比如，哪一方主导发展用户以及名称等等，“一旦这些争议解决了，将很快推进”。来源：2011-7-5 北京晨报

[返回目录](#)

【电信网络】

比利时开通首个移动通信 4G 网络

比利时最大的综合电信运营商比利时电信公司(Belgacom)日前宣布，开通比利时首个第四代移动通信网络。

比利时电信公司说，这一 4G 网络初期只在比部分地区开通，并且只针对专业客户群体。全面商业化运行最早也要等到 2012 年初，这主要取决于是否有足够数量的与 4G 技术兼容的终端设备投放市场。

公司一位负责人说，首批与 4G 技术兼容的三星平板电脑可能会在 2011 年底投放比利时市场。

3G 尚未在全球市场普及，但通信业界围绕 4G 的战斗已然打响。据相关报道，到 2012 年，全球将有 60 个国家和地区完成 4G 频率分配。

与 3G 网络相比，4G 网络在带宽和速率上都有提升。相关资料显示，4G 手机在高速移动状态下传输速率可达 100Mbps，整体比 3G 快 50 倍。借助 4G 移动通信网络，用户能更流畅地使用手机上网，或完成一些需要更快传输速率和更高传输性能的任务，如视频通话等。来源：2011-7-4 人民网-人民日报

[返回目录](#)

中移动推 MM 云服务计划 互联网基地提供 450 个 API

6 月 18 日，在中国移动广东公司(以下简称：广东移动)联合北京法国电信研究中心共同举办的“开发创新日”活动中，中国移动互联网基地表示，第二届“MM 百万青年创业计划”2011 年已经启动，打造零门槛、高回报的青年创业的孵化平台，以市场出精品，以精品促成长。

同时，还推出了中国移动 MM 云服务计划，互联网基地通过开放电信能力、汇聚社会化能力，为开发者提供了包括版权保护、LBS 等 7 种能力 450 个 API，同时，还将要招商引资，面向能力供应者提供宣传、销售、计费、结算分成等一条龙的服务体系，共同打造移动互联网产业的能力生态圈。

互联网进入“移动”时代，为手机软件开发者打开新的突破空间。广东移动首次携手法国电信专门针对开发者举办“开放创新日”活动，通过现场新产品、新理念的展示和互动交流等创新形式，让开发者抢先接触到国际最领先、潮流的创新趋势，激发创新活力，引爆创新热浪。

活动不仅吸引了众多知名软件商和开发者，同时中央美术学院数码媒体工作室教授费俊、Linephone 概念手机设计师田飞演、神念科技中国区 CEO 张彤等专家以及行业投资商都亲临现场助阵，共同倡导和推动开放式创新和开放式平台的双引擎发展，以此驱动移动互联网的新未来。

日前，由工业和信息化部电信研究院发布的《移动互联网白皮书》指出，“移动互联网已成为信息产业中发展最快、竞争最激烈、创新最活跃的领域。”互联网迎来“移动”时代。然而目前移动互联网上的各类应用软件大多是以前传统互联网的移植转接，很少出现让用户迫不及待的应用软件，因此，手机软件研发亟需注入创新血液，已成业界共识。

在现场，中央美术学院数码媒体工作室教授费俊为开发者演示了一款“穿越古代”的创意软件，让现场的开发者受益匪浅。这款基于 LBS 和 AR 技术的、可以把真实的环境和虚拟的信息结合形成超显示体验的创意软件，它可以根据相关资料，重构历史遗址的原貌，让用户只需在现实中移动手机，便可在智能手机屏幕上看到所在地百年前的场景。费俊教授强调，创新一定要注意实用性与趣味性的相融合，要造福生活、造福现实。

同时，现场展示的脑波科技以及音乐 T-shirt 等创新科技产品，更大叹神奇。脑波科技可以通过捕捉并解读大脑在思维活动时产生的复杂信号，再翻译成简易命令来实现对各种设置的控制，从而达到人们实现真正意义上“心想事成”的目的，它能让丧失了运动机能但大脑功能正常的残疾人过上独立生活，令人难以置信。而音乐 T-shirt 不仅仅具有衣服的穿着功能，体验者还能够随心所欲指挥身上的 T-shirt 演唱奏妙乐曲。

北京法国电信研发中心开放创新与战略合作总监任真表示，开放式创新是手机软件未来发展的力量源泉，开发者一定要具备开放的视野、思维和能力去创新研发，传统互联网的闭门造车和模仿复制，将很难适应移动互联网未来的发展步伐，甚至会面临被淘汰的危险。

据了解，此次“开放创新日”是国内手机软件商场与法国电信就开发者活动方面展开的首度合作。它让国内开发者可以零距离接触世界手机软件开发最新最潮的创新趋势，让研发创新更具国际化视野和思维，也为开发者走向国际舞台创造条件。

苹果、谷歌等开放式应用商店的爆炸性成长,促使国内各大应用商场纷纷“开放”竞发。便凭借庞大的客户基础、完善的营业网点和成熟的市场运营经验,移动 MM 甫一推出就在移动软件领域搅得风生水起,其开放式平台的打造也引起业界的瞩目。此次与法国电信的创新合作举措,进一步地其平台向国际化延伸开来,让国内开发者的创新风暴无缝接壤世界潮流中心。

在互联网的“移动”时代,创新的手机软件将意味着无限的市场。参加活动的投资人士认为,我国手机网民的规模不断扩大,移动互联网还有着巨大的成长潜力,这意味着具有创新性的手机软件将不愁没市场,开发者创意有多大,舞台将有多大。

移动 MM 开放平台成就了无数开发者的“梦想”,对此,获得第一届“MM 百万青年创业计划”大赛金奖的开发者曾华山深有体会。他介绍说,移动 MM 不仅为开发者提供一个零成本、低门槛的创业平台。同时,由于移动 MM 平台应用兼容覆盖面广,能够最大限度吸纳更多的开发者,这样“无限界”的平台为开发者创造了更多成功的机会和条件。

广东移动的相关负责人表示,移动 MM 以开放的姿态,铸造一个海纳百川、共赢共荣的平台,并将继续通过开展“开放创新日”、MM 百万青年创业计划等系列活动,整合自身的产业资源优势,为开发者打造创业成功的梦工厂,也为中国移动互联网产业的发展带来“开放和创新”双引擎力量。来源:2011-7-4 通信世界网

[返回目录](#)

【终端】

Wi-Fi 新技术或使手机电池续航时间增加一倍

美国杜克大学计算机系研究生贾斯汀·曼维尔(Justin Manwelier)日前开发出一款名为 SleepWell 的软件,有望使手机电池续航时间增加一倍。

Wi-Fi 无线技术在带给用户许多便利的同时,也存在一个很大的缺陷。例如,用户在下载最新视频时,不仅要与其他下载大容量文件的用户分享 Wi-Fi 资源,还会大大消耗电池能量。曼维尔的 SleepWell 软件有望缓解用户这种困窘,使手机电池续航时间增加一倍。该软件可以使 Wi-Fi 设备在带宽增多以前,一直处于待机状态。

这意味着用户或许必须等待数分钟才能继续观看视频,但却会提高电池续航时间。SleepWell 软件有助于使信息下载效率最大化,它会在周围设备完成下载

时，对用户手机 Wi-Fi 设备进行提示。大多数 Wi-Fi 在附近设备下载信息时必须“保持清醒”，在此过程中消耗掉大量电池能量。

曼维利尔说：“安装了 SleepWell 软件的 Wi-Fi 设备可以错开它们的活跃周期，将与其他设备下载信息重叠的时间降至最低程度，最终大大节省电池能量，同时对设备性能的影响可忽略不计。”

Wi-Fi 设备所在位置也会影响其性能，在越拥挤的地方(如城市)，下载信息耗时越长。同时，随着云计算日益受欢迎，用户连接 Wi-Fi 无线网络的原因也会更多。曼维利尔称，让一台支持 Wi-Fi 的设备处于待机状态，直至另一台设备完成下载，这会同时增加两台设备的电池续航时间。目前尚不清楚 SleepWell 软件发布的具体时间。来源：2011-7-3 新浪科技

[返回目录](#)

中移动与摩托罗拉推 MM-智件园 发布双核 MT870

中移动与摩托罗拉联合推出首款双核 TD-SCDMA 高端智能手机 MT870 新浪科技讯 6 月 29 日下午消息，今日下午，中国移动与摩托罗拉联合推出首款双核 TD-SCDMA 高端智能手机 MT870，零售价 4880 元，与此同时，双方正式推出全球首个基于 Android 平台的联合标识移动应用商店 MM-智件园，该软件已经预装在 MT870 手机中。

MT870 作为首款双核 TD-SCDMA 高端智能手机，采用 Android 2.3 操作系统，2x1GHz 双核处理器，预装了基于 Android 平台的联合标识移动应用商店“MM-智件园”。

对于这样的合作，摩托罗拉移动技术公司资深副总裁兼大中华区总裁孟樸表示，“MOTO MT870 和 MM-智件园的推出，是摩托罗拉和中国移动在软件创新方面的第一次合作。”据此，双方的合作由终端领域进入到移动互联网领域。

据了解，该款手机零售价为 4880 元，该款机型自发布后将通过中国移动营业厅以及摩托罗拉授权经销商进行发售，中国移动各省公司将针对这款机型推出相应的购机套餐及话费补贴方案。来源：2011-6-29 新浪科技

[返回目录](#)

松下电工等 3 家公司将合作开发智能手机防反射膜

据国外媒体报道，松下电工、凸版印刷以及巴川制作所 4 日宣布，将在用于智能手机液晶屏幕等的防反射膜领域展开合作。

3家公司将于8月在三重县四日市市共同出资成立“松下光学膜”公司，并从2012年8月起将可抑制液晶表面光反射的薄膜投入量产。随着智能手机的普及，3家公司将开发融合三方技术的产品以提升竞争力。

新公司资本金为10亿日元(约合人民币8000万元)，松下电工、凸版印刷、巴川制作所的持股比例分别为51%、44%和5%，力争2014年度将销售额提升至100亿日元。来源：2011-7-5 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

SK与LG电信推出LTE服务

2006年，韩国迎来了视频电话的成熟时代，并推出世界上第一个商业化高速下行分组接入(HSDPA)服务——一种升级后的3G电信服务。

不过韩国电信可视电话服务一直存在“显示”问题，而SK可视电话服务也受困于“通话”问题。声音和图像不同步、图像质量差、服务收费高等问题导致可视电话服务的热潮很快退去。

但长期演进(LTE)显然不存在上述技术问题。SK上周四宣布，公司将在周五推出4G无线宽带技术。

如果把3G比作一种彩色的阴极射线管电视，那么4G就像是一种高清晰度的壁挂式电视。尽管这两种电视的图像都是彩色的，但使用了后一种的消费者肯定不会购买前一种。

LG U Plus(原LG电信)周四也在位于首尔中心的世宗演艺艺术中心举办的一次专项活动中宣布，公司将启动LTE商用服务。主办单位通过LTE可视电话服务将汉城、釜山和光州的用户链接在一起的演示让现场的气氛达到了高潮。

LG电子副总裁李相哲(LeeSang-cheol)表示，“你可以想想LTE的图像。我们已经开了一个图像时代，我们在交流时不仅能够听到对方的声音，还可也共享文件，看见对方的表情。”

公司展示的LTE视频会议功能能够让员工随时随地的通过智能手机、平板电脑或计算机加入视频会议，即使他们正在搭乘高速列车。如果需要作报告，他们只需打开一个文档文件，然后通过突出其中的某个部分进行说明。

不过，周五开始推迟的LTE服务并不完美。这是因为目前市场上还没有能够使用LTE服务的智能手机和个人电脑。但能够进行LTE通信的LTE中继器和USB型调制解调器(通过插入到计算机上)不久后即将问世。

SK 公布了两种 LTE 调制解调器的收费：5 千兆字节每月为 3.5 万韩元(约合 33 美元)，9 千兆字节每月为 4.9 万韩元(约合 46 美元)。

LG 公司的 LTE 服务收费相对更为便宜：5 千兆字节每月 3 万韩元(约合 28 美元)，10 千兆字节 5 万韩元(约合 47 美元)。

使用 LTE 技术的设备将于 2011 年 9 月下旬问世。SK 将于 9 月份推出一款 LTE 智能手机，这是一款或者是由宏达公司制造的 LTE 版本的银河系智能手机。SK 还计划发布两款 LTE 平板电脑产品。

SK 和 LG 都声称自己将成为 LTE 市场的领导者。SK 总裁 SeoJin-woo 表示：“我们的 LTE 服务是最优化的 4G 服务，可以与 3G 电信服务的链接。而我们也将成为 LTE 时代的领头羊。”

LG 副总裁李相哲则声称：“我们曾一直处于“老二”的位置，因为我们是后来者；但现在我们处于同一起跑线，所以我们也可以成为第一名。”来源：2011-7-4 飞象网

[返回目录](#)

全球半数移动网络运营商正在部署 LTE 网络

根据 VoIP 应用软件供应商 Broad Soft 公司今天公布的一项研究显示，全球约有半数的移动网络运营商目前正在部署或试验 LTE 网络，另有三分之一的运营商计划不久后推出 LTE 网络。

这项由分析公司 Mobile SQUARED 负责的调查结果显示，约有四分之三的受访运营商表示，公司计划推出在不久后推出 LTE 网络，其中 42% 已经部署或正在调试 LTE。而将这一高速网络转变为商业化运营的要求已经通过 LTE 手机得以实现。

超过三分之一的受访者认为，LTE 手机将在 2012 年问世；另有三分之一(两者共计 64%)认为，LTE 手机将在 2013 年全面推出。

Broadsoft 表示，GSM 协会密切关注 LTE 网络部署的速度，并于近期表示 LTE 是有史以来发展最快的移动通信技术，正是因为有了它，移动通信行业正经历众多统一的通信产品的集中问世。预计这些服务将让绝大部分移动运营商充分利用其资产战胜过度(OTT)服务所带来的威胁，并以创新性的创收服务(除了传统的语音和信息服务)打开消费者和企业市场。来源：2011-6-29 飞象网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

中国数字付费电视用户达 1.9 亿户

根据数字电视研究的最新报告，2006 年至 2010 年，全球有超过 3 亿 3800 万个家庭申请了数字电视业务，该报告涉及全球 73 个国家 5 亿 7600 万个家庭。

根据该报告，虽然全球只有芬兰完全数字化了，但是截至 2010 年年底，数字电视服务普及率从 2006 年的 18.9% 上升到了 42.5%。到 2010 年年底，估计全球有 2 亿零 300 万家庭订购了有线数字电视，随后又有 1 亿 3900 万个家庭订阅了付费数字卫星直播电视，还有 9700 万个用户接收了免费数字卫星直播电视。全球购买 IPTV 服务的用户也已经达到 3500 万。

在 2006 年至 2010 年其间，全球数字电视用户的数量增加了 3 亿 3800 万之多，其中亚太地区增加了 1 亿 6900 万，根据该报告，亚太地区的数字电视用户总数将达到 2 亿 1800 万。中国在 2010 年成为全球数字电视用户最多的国家，也是数字付费电视用户最多的国家。截至 2010 年年底，中国的数字付费电视用户数量达到了 1 亿 9500 万。除了中国，全球只有美国和印度的付费电视用户超过了 1 亿。来源：2011-6-29 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

2015 年全球移动交易额将超过 1 万亿美元

据国外媒体报道，据市场研究公司 Yankee Group 最新发表的移动支付预测报告称，2015 年全球移动交易的价值将从 2011 年的 2410 亿美元增长到 1 万亿美元以上，复合年增长率为 56%。

这种增长以及全球在此期间的 5 亿移动银行用户对于移动交付生态系统中的新的和成功的运营商的都是一个巨大的商机。为了帮助企业利用这个迅速发展的机会，Yankee Group 推出一项名为移动支付战略的新服务。

Yankee Group 首席研究官 Gigi Wang 称，我们正在新兴的移动支付市场到来的前夕。首先进入这个市场的运营商将得到巨大的战略优势。随着消费者所有的事情都采用移动技术，移动支付战略将提供从这种发展中获利所需要的市场智能和洞察力。来源：2011-7-4 赛迪网

[返回目录](#)

2015 年全球移动网络数据流量将增加 26 倍

某专业机构近日发布第 5 期《可视化网络指数预测》(Visual Networking Index Forecast)年度报告。报告显示，到 2015 年，由于网络连接设备的爆炸式增长，全球网络流量将是目前的 4 倍，并达到每年 9660 亿 GB。

该报告还显示，到 2015 年，连接网络的设备将达到 150 多亿台，相当于世界人口的两倍；2014—2015 年的网络流量将增加 2000 亿 GB，比 2010 年全球网络流量总数还多。

到 2015 年，全球 IP 流量将达到每月 805 亿 GB，并从 2010 年开始每月增长约 202 亿 GB。全球平均流量将达到每秒 2450 亿 GB，这相当于每天都有 2 亿人同时在看高清电影。

该机构表示，除了诸如平板电脑、手机、电器和智能机器等连接设备的多样化，用户数变多、带宽提速及更多的视频内容也将使网络流量上升。

到 2015 年，将有近 30 亿的互联网用户，占世界人口的 40%，并实现平均固定宽带上网速度从 2010 年的每秒 7Mb 上升为每秒 28Mb。

到 2015 年，这些用户和宽带连接将每秒向网络中注入 100 万分钟的视频。但是电脑产生的流量将从 2010 年的 97% 降至 2015 年的 87%。思科该项研究发现，全球消费网络流量的 10% 和网络视频流量的 18% 将通过连接网络的电视被消费。

该机构也发现，从 2010 年到 2015 年，全球移动网络数据流量将增加 26 倍，并且相较于 2010 年点到点的流量占全球消费网络流量的 40%，在 2015 年将下降为 16%。在该预测期内，业务 IP 视频会议将以 41% 的复合增长率，增长 6 倍，比总体业务 IP 流量增长还快 2 倍。

从地区上来看，亚洲太平洋地区产生的 IP 流量最大(每月 241 亿 GB)，超过 2010 年流量最大的北美地区(每月增长 223 亿 GB)。在该预测范围内增长最快的 IP 流量地区是中东及非洲地区，超过 2010 年增速最快的拉丁美洲。来源：

2011-7-1 新民晚报

[返回目录](#)

二季度业绩加速下滑 国民技术中报预降 50%

当初登创业板的国民技术(300077，收盘价 28.04 元)被 586% 的超募率、98.33 倍的发行市盈率等“光环”围绕之时，很少有人想到这家被誉为“创业板

之神”的公司会遭遇业绩大幅下挫的尴尬。而今日国民技术上半年业绩可能同比减半消息的曝光，无疑让这家早已跌落神坛的公司碰触到了冰冷的地平面。

二季度同比和环比均下滑

国民技术今日(6月29日)公布的2011年上半年业绩预计显示,2011年1~6月公司预计实现净利润约5200万~6300万元,较2010年同期10562万元的利润净下降40%~50%;基本每股收益约0.19~0.23元,较2010年同期的0.47元下降50%~60%。

需要指出的是,国民技术公告中预计的下滑幅度,较2011年一季度还有进一步扩大的趋势。一季报显示,国民技术1~3月实现净利润4212.54万元,同比下滑幅度仅27.15%。按照上述中报业绩预计额估算,公司第二季度实现净利润在1000万~2300万元之间,而2010年同期,公司净利润却接近4800万元。这意味着,在国民技术上半年业绩下滑的背后,是第二季度业绩同比、环比均加速下滑的事实。

对于业绩的下滑,国民技术称,主要原因是市场以及政策不确定因素影响,相对于2010年同期,移动支付业务发展受到很大影响。同时,公司为推动新的业务增长点,构建创新商业模式,持续加大研发投入,使公司经营费用增加较快,致使经营业绩与2010年同期相比有较大幅度下降。不过,投资者恐怕并不满意公司的这一说法,因为随着业绩的下滑,这一只曾经备受追捧的“神股”已毫不留情地化身成为了“熊股”,股价由70元以上(复权后),一路下跌至昨日收盘的28.04元,期间甚至下挫至25.10元,让不少持有公司股票的投资人损失惨重。

与中移动的合作7月到期

一位业内人士表示,国民技术上市时之所以受到资金的疯狂追捧,一个最重要的原因就是公司是2.4GHz标准核心技术的掌握者。

市场人士此前也预计2.4GHz将会成为中移动“钦点”的主推标准。国民技术2010年半年报也显示,其移动支付芯片及其整体解决方案实现营业收入1.77亿元,占营业收入比例达到了25.20%。

可是,随着中移动支付标准战略的调整,原本笼罩在国民技术身上的光环已迅速消退。

更令不少业内人士感到担忧的是,国民技术在2009年7月24日与中国移动通信集团签订了RFID-SIM卡模块的合作框架协议,有效期仅为两年。也就是说,这一协议将在不到一个月之后到期,届时双方的合作将以何种形式延续,面临重大的不确定性。来源:2011-6-29 每日经济新闻

[返回目录](#)

美国移动应用商店营收 2012 年将达 140 亿美元

研究公司 Canalsys 周三发布的一份报告显示，在美国市场，智能手机和平板电脑应用商店营收 2012 年将达到 141 亿美元，高于 2011 年的 71 亿美元。相关营收来自应用销售、付费订阅，以及应用内购物等。

Canalsys 预计，到 2015 年，这一营收将进一步增长至 367 亿美元。从 2011 年至 2015 年，该领域的年复合增长率约为 50%。Canalsys 指出，这将给移动运营商带来机遇。

Canalsys 分析师蒂姆·谢弗德(Tim Shepherd)在报告中表示，运营商在与现有应用商店竞争时存在困难，因为这些应用商店已有数十万应用。不过，大量的应用也在应用发现方面给用户和开发者带来了“严重的问题”。而运营商可以将这一挑战变为优势。

目前，用户可以选择的应用有很多，尤其是在一些热门领域，例如天气应用。许多应用甚至没有任何用户评级或评论。谢弗德表示，运营商可以利用用户数据提供改进的用户体验，提升用户忠诚度。例如，运营商可以根据用户的偏好提供数量较少，但质量较高的应用列表。

谢弗德表示，当前的用户行为已经引发了移动领域的变革。由于常常携带移动设备前往各种地点，终端用户对于互联移动应用和网络服务的需求正在增长。在限时服务和位置服务领域，新的市场机遇正在出现。

谢弗德表示：“当涉及到详细用户数据时，运营商有着竞争优势。尽管运营商必须尊重用户隐私，但它们拥有的数据使它们处于优势地位，能够提供目标性强的营销服务，例如推广和推荐。此外运营商还能提供更好的位置服务、安全性，以及更简单的支付流程。”

谢弗德重申，移动应用的市场机遇仍在快速增长，而 2011 年智能手机和平板电脑的出货量预计分别为 4.19 亿和 4330 万。他指出，移动应用是一股“撼动市场的技术力量”，将影响消费者的生活。

因此，运营商可以推出它们自有品牌的应用商店，而不必担心它们的应用商店成为“带围墙的花园”。谢弗德指出，以往运营商习惯于控制向移动设备发布的应用、内容和媒体。

他同时表示，一个“有力”的应用生态系统能帮助运营商吸引新用户，并帮助它们售出更多的高端手机和价格更高的数据服务。此外，这还将促使预付费用户更有兴趣签订后付费合同。

谢弗德表示，尽管一些消费者可能不希望运营商推出自己的应用商店服务，但运营商仍应当在移动设备中预装应用商店，并通过用户体验与手机厂商的应用

商店竞争。他表示：“消费者目前仍很关注移动设备的设计和性能，但应用的质量和数量也将影响购买决定。通过推出自己的应用商店，运营商可以更好地把握市场，并提供更好的用户体验。”来源：2011-6-30 新浪科技

[返回目录](#)

研究显示 2014 年全球 LTE 活跃用户有望突破 1.5 亿

据市场研究公司 In-Stat 的研究显示，受美国市场需求强劲增长的推动，2014 年全球 LTE 活跃用户将达到 1.50 亿。

虽然 Informa 全球移动信息业务(World Cellular Information Service，简称 WCIS)的统计表明，目前全球的 LTE 活跃用户刚刚突破 120 万，但 In - Stat 的报告预测，该数字将于 2011 年年底达到 800 万。

WCIS 数据显示，虽然目前美国市场约占全球 LTE 市场总量的 94%，但提供 LTE 服务的也只有 Metro PCS 和 Verizon Wireless 两家公司的网络，其中 Verizon 占美国市场总量的 95%以上。美国最大的电信运营商 AT&T 也准备于 2011 年夏季其 LTE 网络，而澳大利亚的澳洲电信也计划于年底推出 LTE 服务。而韩国的 SK 电信已经与 7 月 1 日在首尔开始 LTE 服务。

该报告指出：即使将欧洲和亚洲的新增 LTE 用户加在一起，也不及美国 2014 年 LTE 用户数量。

In-Stat 高级分析师克里斯·吉赛尔(Chris Kissel)在一份声明中指出：“美国电信运营商对 LTE 的持续投资将使全球无线通信部门的领导权逐步从亚洲和欧洲转向美国。”

尽管如此，该报告预测，LTE 为台湾地区制造商的发展带来的机会仍将不断增多，其中包括智能手机制造商宏达、平板制造商宏基和华硕，以及如宽带设备厂商合勤、正文、智邦和广达等。

LTE 技术对网络运营商的主要吸引力是通过使用该技术而提高了移动频谱的效率，同时所有 IP 架构将大大降低每比特的总成本。澳洲电信的网络与接入技术执行主管在最近一次接受 Telecoms.com 的采访中表示：“我们并不认为 LTE 是一种激进的新技术，我们把它看做是一种管理数据增长的手段。”来源：2011-7-5 飞象网

[返回目录](#)

【市场反馈】

海外运营商不堪数据流量重负

据思科 Visual Networking Index(VNI)研究统计,2010 年全球移动数据流量比 2009 年上升 2.6 倍,连续第三年创造近三倍的增幅,而且这种趋势还将维持下去。

移动数据流量的剧增已让当地电信运营商的 2G、3G 网络不堪负重。在英国,从 2009 年夏季起,本土最大的电信运营商 O2 就遭遇了一系列网络崩溃事件,如伦敦一些用户周期性无法拨打、接听电话或传输数据,这缘于当年公司的移动数据流量增长了 18 倍。对电信运营商来说还有更严峻的问题,就是迅猛增长的移动数据流量并没有带来预期的投资回报率。这已不只是单个运营商所面临的问题,包括 O2、AT&T、Verizon 等在内的欧美电信运营商都面临类似的困扰。

于是,电信运营商采取了多项措施来应对出现的问题。譬如,2010 年 AT&T 取消了有关 iPhone 数据服务无限流量的政策。O2 也通过网络扩容来缓解这一问题,如在 2009 年年底宣布一项促进其移动网络发展并为移动数据业务构建相当增长空间的计划,包括现有的无线网络升级以及部署新的基站。来源:2011-7-5 中国信息产业网-人民邮电报 [返回目录](#)

美国智能手机销量首次超功能型手机

尼尔森发布的最新报告显示,2011 年 5 月,美国市场智能手机销量首次超过功能型手机,两者所占比例分别为 55%和 45%。

尼尔森还表示,尽管过去几个月中 Android 手机快速发展,但推动智能手机销量上升的仍然是苹果 iPhone。报告称,上月 Android 手机的销售没有像此前几个月一样出现稳定的同比增长。尼尔森表示,目前 Android 手机在所有新购买手机中占 27%,而 iPhone 占 17%,高于 2010 年同期的 10%。

这一数据与谷歌发布的数据有一些差异。本周早些时候,谷歌 Android 业务主管安迪·鲁宾(Andy Rubin)表示,Android 设备目前每月激活量达到 50 万部。这包括了智能手机和平板电脑的销售数据。

尼尔森指出,当前智能手机在美国市场的份额为 38%。而在所有智能手机中,Android 的市场份额也为 38%。Android 目前是美国最受欢迎的智能手机平台。来源:2011-6-30 新浪科技 [返回目录](#)

Android 手机仍是美国智能机市场主要驱动力

美国市场研究公司 J. Gold Associates 分析师杰克·高德(Jack Gold)指出，美国智能机市场中 Android 手机的份额不断提高，且增幅高于 iPhone，仍是市场主要推动力。

市场研究公司尼尔森今天公布的数据显示，2011 年 5 月，iPhone 占据新售出手机的 17%，这一数字比 2 月份的 10% 有大幅增长；与此同时，Android 手机所占比重保持不变，仍为 27%。尼尔森就此得出结论称：“苹果正在驱动智能机市场的增长。”

但高德对此持有不同看法。他说：“你不能仅仅凭借数据断言 Android 手机的发展势头正在放缓。”

根据尼尔森的数据，尽管 iPhone 在新售出手机中所占比重提高，但 Android 手机不仅仍然占据领先地位，而且市场份额仍在上升。3 月至 5 月间，Android 手机的市场份额从 36% 上升至 38%，而 iPhone 仅仅从 26% 上升至 27%。

高德指出，11% 的市场份额差距表明，iPhone 并不是智能机销量增长的主要推动力。他还认为，iPhone 之所以在过去三个月间销量猛增，是因为“一款新机型发售时往往如此”，此外“Android 新机发布速度放缓”。2011 年 1 月，苹果联手美国移动运营商 Verizon 发布 CDMA 版 iPhone 4，打破了 AT&T 长达三年多的独家运营。

此外，高德认为，iPhone 获得更多新用户，是以 RIM 黑莓手机而非 Android 手机为代价。他说：“RIM 有大约 1 年没有发布新产品了，流失的用户会去购买 iPhone。”

尼尔森的数据显示，RIM 在新售出手机中所占的比重，已经从 2011 年 2 月的 11% 迅速下滑至 5 月的 6%，跌幅接近 50%。此外，RIM 的市场份额也从 23% 下滑至 21%。

尼尔森的数据显示，智能机已占据美国市场中新售出手机的 55%，占据美国市场手机总量的 38%。高德认为，智能机的兴起并不令人惊奇。他说：“如今没有理由不去购买智能机。智能机已经发展成为今天的功能手机。”他指出，智能机的最低售价已经与功能手机的平均售价相当。

高德认为，从长远来看，这种状况有可能给苹果带来麻烦。他说：“苹果面临的问题是，如何避免沦为一家常规手机厂商。数量对于手机业务至关重要，对于苹果更是如此。这不仅是指他们售出多少部 iPhone，更是指他们的服务和应用数量。数量越多，他们越有可能售出应用，并吸引更多应用开发人员。”然而，

“如果 iPhone 被视为一种日常商品，那么利润率就很难保持在较高水平。”来源：2011-7-5 新浪科技 [返回目录](#)

测试显示美国新无线宽带网络将影响 GPS 系统

最新测试显示，提议中的美国全国无线宽带网络将会对 GPS 系统产生明显的干扰，从而对航空飞行、高精度授时网络，以及消费类导航设备造成影响。即使对提议中的方案进行修改，也只能减小干扰，而无法彻底消除干扰。

这一结果来自在拉斯维加斯进行的大范围设备测试。根据这一结果，美国联邦通信委员会(以下简称“FCC”)有可能阻止 LightSquared 推出这一无线网络服务。LightSquared 的这一网络旨在与 AT&T 和 Verizon 无线的高速移动通信网络竞争。

FCC 于 2011 年 1 月批准 Light Squared 建设这一网络，但同时表示，只有在 GPS 干扰问题得到解决之后，该公司才能开始网络建设工作。FCC 要求 Light Squared、GPS 设备商和 GPS 用户组建一个工作组，调查这一问题。

该工作组于本周四提交了报告，而 Light Squared 和 GPS 设备商给出了完全不同的说法。Light Squared 坚称 GPS 干扰问题是可以被解决的。然而，GPS 设备商，以及依赖 GPS 技术的企业和政府部门警告称，这一计划中的网络将会影响 GPS 系统，因为提议中网络使用的频段与 GPS 使用的频段过于接近。

尽管 FCC 承诺不会放任 Light Squared 的网络干扰 GPS 系统，但 FCC 仍非常希望 Light Squared 的建网能够成功。FCC 希望，Light Squared 能够帮助其实现提高美国宽带普及率的目标。来源：2011-7-1 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