



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. 08. 03

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 飞信模式即将生变？

飞信划归广东移动掌管之后，作为飞信技术支撑方的神州泰岳(300002)陷入飘摇，外界众说纷纭。据悉，神州泰岳与中国移动的谈判已经开始，而谈判的核心则是飞信的商务模式。

■ 3D 手机战即将开打

与平板电视发展轨迹相似，玩够了 2D 手机，现在开始玩 3D 了。继夏普、LG 之后，三星和 HTC 都将推出具有 3D 视觉效果智能手机。随着加入者逐渐增多，国内 3D 手机争夺战即将开始。是先行者成先烈，还是后来者难居上？3D 手机大战，已经拉开帷幕。

■ 黑莓：下一个诺基亚？

曾经目睹北电从巅峰到破产的加拿大人，或许又要无奈目睹另一场悲剧上演：苹果凌厉攻势之下，溃不成军的不只有诺基亚，曾经如日中天的智能手机巨头黑莓也遭了殃。

■ 智能手机市场变局频现

随着移动互联网大潮的到来和 3G 技术的日趋成熟，一场围绕智能终端的大战正在热热闹闹地上演。在大环境影响下，这个行业正在发生剧烈的变革，如今，手机行业的洗牌效应变得越来越明显。曾经的领军者变得举步维艰，更多的非传统手机厂商积极加入这场战役，当然，还有不少曾经辉煌的企业黯然离场。智能手机市场格局不断改变，结局尚难预测。

■ 运营商如何提升网络流量价值

随着移动互联网时代的到来，数据流量的快速增长成为电信运营商需要解决的最为紧迫的问题，特别是移动数据流量的快速增长，已经对运营商的网络承载能力构成了巨大挑战。

目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
飞信模式即将生变?	5
3D 手机战即将开打	6
黑莓：下一个诺基亚?	7
智能手机市场变局频现	9
运营商如何提升网络流量价值	11
产业环境篇	14
【政策监管】	14
工信部正规划更多频率发展 LTE	14
消协：手机“空中充值”需当面验证	15
工信部新发进网许可证 325 张 CMMB 终端 12 款	15
【国内行业环境】	16
上半年国内电信业恢复高增速	16
国内 LTE 发展仍受制于产业链	18
我国宽带资费为发达国家三倍 速率排名 71 位	20
广电再颁互联网电视警示令掀 IPTV 播控权博弈	21
国内 3G 用户突破八千万 竞争焦点转向中低端市场	24
【国际行业环境】	25
欧盟 20 国未按期执行新电信法	25
美日运营商热推移动终端云应用	26
韩国平均网速 14.4Mbps 位居亚洲第一	28
英国监管部门要求下调宽带批发服务资费	29
西班牙拍卖无线频谱资源筹资 23.7 亿美元	30
英国电信拟 2013 年 90% 建筑可覆盖先进铜宽带	30
泰国运营商 AIS 推出 3G 服务 最高速度 21.6 Mbps	31
运营竞争篇	31
【竞合场域】	31
电信运营商：基础服务成为转型支点	31
传统业务受威胁 运营商多方探索转型之路	35
【中国移动】	36
中移动缓购东信和平 SIM 卡	36
中移动调低 38 地国际漫游费	36

中移动推彩信杂志抢 iPhone 用户	37
中移动应用商场凸显产业聚集效应	38
中移动推出话费补贴 分食 iPhone 蛋糕	38
中移动遭遇增长瓶颈 TD 瞄准 4G 是舍近求远	39
中移动发力安卓手机游戏 运营创新是破局关键	41
【中国电信】	43
中电信认购证升势有望延续	43
中国电信在蓉造西部“云”中心	44
中电信四季度或引入 iPhone 5 正研究补贴政策	45
中电信今起调整手机呼转资费 不再区分是否漫游	46
中国电信拟 11 月开售 iPhone 4 或收益 90 亿美元	46
中电信 WiFi 热点达 30 余万个 7 月新增 400 覆盖点	47
【中国联通】	48
小灵通用户超两千万 年底难退市	48
中国联通称 WCDMA 网络接通率 98%	48
联通扩大沃 Phone 产业规模 加速推平板电脑	49
联通全面调整终端策略：一枝独秀转向多点开花	50
制造跟踪篇	53
【中兴】	53
中兴设亿元级内部创投基金	53
中兴计划在英国推自主品牌手机	53
【华为】	54
今年华为手机国内销量将超 2000 万部	54
华为寻找新战略支柱 十年后收入或达千亿美元	55
华为聘请英国政府前 CIO 为首任全球网络安全官	58
【诺基亚】	58
诺基亚将停内地 Ovi 邮箱服务	58
诺基亚应用商店日下载量破 700 万	59
诺西仍在继续执行 LightSquared 合约	59
诺基亚称将反击 InterDigital 侵权指控	60
诺基亚的救赎：销量急跌两成 增加现金流	60
诺基亚调整手机命名方式：放弃字母只用数字	62
诺基亚二季度全球市场份额暴跌逾 20% 降至第三	63
诺基亚或于 8 月 17 日正式推出首款 WP 7 智能手机	63
【其他制造商】	64

中国普天上半年利润增长 70%	64
摩托罗拉移动第二季度净亏损 5600 万美元	65
长虹搭伙富士康建 5000 万台智能手机基地	66
三星称 Galaxy S II 智能机 85 天销量破 500 万	68
微软向设备商提供 WP7 Mango 系统 真机即将问世	68
服务增值篇	69
【趋势观察】	69
5 年后北京家庭网速有望增百倍	69
联发科投资印度移动增值服务厂商	70
2016 年 LTE 基站市场将达 130 亿美元	70
2015 年印度电信增值市场价值将达 150 亿美元	71
中移动启动 TD 五期招标测试 宽频 RRU 基站成趋势	71
【移动增值服务】	72
中国联通本月将推新校园品牌“沃派”	72
中移动推百小时 WLAN 免费体验 年底有重大突破	72
北京联通支持一卡通拨打公话 未来将支持银联卡	74
深圳移动全城 2000 个 WLAN(wifi) 热点上网全免费	74
【网络增值服务】	76
114 挂号平台明启动	76
北京市重点大街公用电话将增上网功能	77
技术情报篇	78
【视频通信】	78
百视通对接大连 IPTV 平台	78
CMMB “睛彩北京” 频道开通	78
【电信网络】	79
4G 手机不兼容将成为普遍问题	79
Nextel 贷款 3.75 亿美元与华为合作部署 3G 网络	80
中移动将对老 2G 基站全部替换 都改为 2.75G 技术	81
【终端】	81
索爱国内首发 PSP 手机	81
东芝将推首款 WP7 “芒果” 系统手机	84
打造视觉新冲击 LG 3D 手机蓄势待发	84
【运营支撑】	86
中国成功发射第九颗北斗导航卫星	86

工信部考虑 3400-3600 频段用于 LTE	87
中电信与台湾中华电信合推 WiFi 漫游服务	87
物联网蓝皮书：中国物联网产业链雏形已成	88
市场跟踪篇	88
【数据参考】	88
中国手机地图用户超 7 千万	88
全国电话用户总数达 12.1 亿户	90
我国第二季度手机销售近 7000 万部	91
2011 年智能手机销量将达 4.2 亿部	92
Android 手机占据全球智能机市场 48% 份额	92
报告称二季度全球手机出货量达到 3.611 亿台	93
2015 年全球移动应用下载营收或超 290 亿美元	94
分析预计 2016 年 LTE 基站市场销售将达 130 亿美元	94
【市场反馈】	95
Android 在美市场份额升至 39%	95
调查显示 iPhone 用户忠诚度高达 94%	96
外媒称 Android 手机返修率达 30%-40%	96
报告称全球无线基础设施开支将增 7.7%	97
分析称 100 美元以下智能手机未来一年内将问世	98

亚博聚焦

飞信模式即将生变？

飞信划归广东移动掌管之后，作为飞信技术支撑方的神州泰岳(300002)陷入飘摇，外界众说纷纭。据悉，神州泰岳与中国移动的谈判已经开始，而谈判的核心则是飞信的商务模式。

从今年 7 月 1 日起，中国移动将飞信业务运营支撑工作从卓望移交给广东移动负责的中国移动互联网基地。目前，移交工作已经展开，相关人士告诉记者，目前飞信的团队将何去何从还没有定论。同样忐忑的还有神州泰岳，在上周五发布上半年财报时，神州泰岳表示，如果中国移动飞信业务经营状况不佳或者中国移动在未来的合作过程中提出解除或不再与公司续签新的合作合同，或在合作过程中降低与公司的合同结算价格，都将对公司盈利能力产生较大不利影响。

近期，有关中国移动希望改革飞信运营的商务合作模式的传言也不绝于耳。此前，神州泰岳公司战略投资与证券管理事业部总经理张黔山对外表示，从 7 月

1 日到 10 月 31 日，是飞信业务由卓望向广东移动互联网基地迁移的过渡时期，神州泰岳会全力配合。据了解，目前神州泰岳正在执行的飞信业务开发及运营支撑合同到 2011 年 10 月 31 日到期，而是否继续续约，双方已在协商、探讨中。

昨天坊间有消息称，中国移动希望对飞信的运营、技术支撑进行改革，以便将飞信更好地与其他互联网业务结合；同时，中国移动希望将飞信的商务合作模式改为固定支撑费用。

神州泰岳曾是“创业板第一高价股”，它依附于中国移动飞信业务，风光无限。今年上半年，神州泰岳营收 5.35 亿元，其中飞信占 2.93 亿元。昨日，神州泰岳大涨 7.9%，收于 31 元。来源：2011-8-2 北京晨报

[返回目录](#)

3D 手机战即将开打

与平板电视发展轨迹相似，玩够了 2D 手机，现在开始玩 3D 了。继夏普、LG 之后，三星和 HTC 都将推出具有 3D 视觉效果智能手机。随着加入者逐渐增多，国内 3D 手机争夺战即将开始。是先行者成先烈，还是后来者难居上？3D 手机大战，已经拉开帷幕。

三星 HTC 年内

加入 3D 手机战团

据报道，采用谷歌 Android 2.3 操作系统的三星裸眼 3D 手机 Galaxy 3D 预计第四季度上市，在韩国国内将会单挑 LG 手机 Optimus 3D。作为后来者，该款手机与 Galaxy S II 外观相同，依然采用 4.3 英寸大屏。三星为了加强 3D 效果，该款手机很可能配置三星自行研发的 1.2GHz 双核 Exynos 处理器。并且，采用双向 800 万像素照相机，也支持 HD 画质和将 3D 影片直接从手机输出到 3D 电视播放。

看起来，玩家可以对这款待上市的 3D 手机多上几分期待。与此同时，HTC 也将在年内推出 3D 手机。“你们会看到我们的 3D 产品。”在与新浪合作发布“微客”手机时，HTC 人士向记者透露，也有可能推出 3D 平板电脑，此次上市的 Flyer 作为首款产品，有试水意味。不过，手机玩家则更心急——记者了解到，HTC 的双核裸眼 3D 手机 EVO 3D 水货已经有卖。同样采用 1.2GHz 的双核处理器、Android 2.3 系统，配备 3D 摄像头，整体功能不错。

有趣的是，夏普继 SH8158U 首款裸眼 3D 手机后，近日再次推出了一款新品 SH8168U，同样是主打裸眼 3D 功能。加上市场已有的另一款裸眼 3D 手机 LG Optimus 3D，目前已经有四款 3D 手机。“这还不算一些山寨厂商的 3D 手

机，原先只是玩票性质的 3D 手机，迎来了三星、HTC 这些大玩家后，市场肯定有得一拼。”业内分析人士称。

手机功能求新又入同质化窠臼？

“超级期待更多的裸眼 3D 手机上市。”有网友表示，市场已有的裸眼 3D 手机，其体验效果还不是很理想。记者了解到，在夏普和 LG 两款裸眼 3D 手机上市后，其销售并不乐观，这与 3D 电视上市初期状况类似。然而，更多新品加入后，就能达到用户的期望吗？

虽然 SH8168U 只有 500 万像素，但具有 3D 双镜头相机，能够实时合成 3D 影像。然而，即便在新品中，记者还是不难发现各产品之间的相同点，包括硬件配置和软件应用。从硬件配置上看，三星和 HTC 都采用 1.2GHz 的双核处理器，屏幕大小也都为 4.3 英寸，直板设计。软件上，都是 Android 2.3 操作系统，这就决定了大家的体验大同小异。即便是夏普自己的两款 3D 手机，同样采用 Android 2.2 操作系统，硬件配置也只是稍作改变，摄像头增加一枚而像素则从 960 万降低到 500 万，镜头也由 CCD 改为 CMOS。

业内人士认为，3D 功能虽说是手机的新配置，但在硬件、软件上各厂商又出现雷同，很难让用户有直接简单的区分。“谁都是第一次，谁的 3D 手机好？靠什么说话，靠价格比拼？”该人士分析，年底 3D 手机市场 PK 将出现白热化，部分 3D 手机“叫好不叫座”成必然。来源：2011-7-27 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

黑莓：下一个诺基亚？

曾经目睹北电从巅峰到破产的加拿大人，或许又要无奈目睹另一场悲剧上演：苹果凌厉攻势之下，溃不成军的不只有诺基亚，曾经如日中天的智能手机巨头黑莓也遭了殃。

与北电一样，黑莓曾是加拿大市值最高的上市公司，是当地资本市场的标杆。但如今，标杆摇摇欲坠。

日前，黑莓宣布一项重组计划，全球裁员 2000 人，占公司员工总数的 11%。同时，COO 宣布退休。

或许这能安抚投资者愤怒的情绪。上半年以来，因被竞争对手抛下，市占不断下滑，投资者抱怨连连，以致 5 月初黑莓大会成了发泄怨气的会议，人们期望 CEO 下课。

不过黑莓采取的是联席 CEO 模式，两位 CEO 不仅担任高职，还是公司最大投资人。因此，尽管公司战略有误，但更换 CEO 非常困难。

这一幕似乎出现得太快了。要知道去年黑莓还曾骄傲过。那时虽被诺基亚压住，但人们都知道诺基亚正在经历转型，北美市场呼风唤雨的黑莓应该不会失去第一大智能手机厂商称号。而且，那时 iPhone 虽来势汹汹，但市调公司 Gartner 数据显示，2010 年第一季度，黑莓美国市占率仍高达 55%，iPhone 和 Android 手机总和也不过 23%。黑莓可以继续骄傲。

但大幕似乎一夜变幻，让人措手不及。就像当年黑莓凭借美国“9·11”悲剧一夜走红一样。尼尔森数据显示，iPhone 和 Android 智能手机已占美国市场大约 2/3 江山，黑莓智能手机份额已不足 15%。

市值更惨。2008 年，黑莓市值达到历史巅峰，高达 800 亿美元。而眼下不足 150 亿美元。6 月 18 日，财报公布后第二天，其股价单日下跌 21%。市值急剧萎缩已将其置于“被收购名单”之列。

黑莓究竟怎么了？曾经导致摩托罗拉从巅峰走向泥潭的问题，在它身上已现类似影子：新品推出速度太慢。

据不完全统计，2010 年 8 月至今，黑莓没有一款新品面市。在如今手机几乎等于消费品的时代，没有持续不断的产品，黑莓市占率连续下滑或成必然。

今年 4 月它曾让人眼前一亮，但不是手机，而是平板 Playbook，据说首月卖了 25 万台。但面对 iPad，实在拿不出手。iPad2 上市首月销量 260 万。

9 月它有望推出两款手机的升级版。但它自己预计本季智能手机销量环比或减少 100 万部，尤其拉美和美国。这是它三年来首次出现规模下滑，颓势加剧。以致大摩在一份报告中认为，它已浪费掉几乎所有机会和竞争优势。

黑莓本来有些机会。它比苹果更早注意到中国潜力。去年它曾明显加大中国市场投入，广告做得不少。它还挖角三星，强化中国战略，但仍让人“看不懂”。

比如，几年前它曾捆绑中移动，但基本被绑死。因为移动要它只面向企业用户提供服务，套餐费用高得吓人，以致没人理会。黑莓粉丝喜欢水货，而它却希望靠服务赚钱。

去年它终于搭上中国电信和联通，开始推个人产品，但似乎已失先机。比如跟联通的合作。WCDMA 产品本来更能发挥黑莓优势，但因比与移动的合作晚 2 年，比电信的合作晚 1 年，效果大差。有人说它推迟的原因是找不到跟联通合作的部门和负责人。听上去可笑，但恐怕也传递了黑莓本地化之蹩脚。

如今，提升投资人信心，是让它重回竞技场的唯一路径，可能在于它必须拿出一款能跟 iPhone 与高端 Android 智能机对抗的产品。留给它的时间不多了。

当然它在企业市场还有优势，至少能跟定位于娱乐世界的 iPhone 形成差异。就像那个诺基亚，也在结盟微软，想必也是破釜沉舟。

但是，如果只守着过去的家底，早晚一天会感受更大凉意，眼下它可没有给人提供预期。笔者认为，黑莓、诺基亚一夜倒下的可能性都不大，但若沦为庸俗境界，那比倒下还让人难以忍受。来源：2011-7-28 第一财经日报

[返回目录](#)

智能手机市场变局频现

随着移动互联网大潮的到来和 3G 技术的日趋成熟，一场围绕智能终端的大战正在热热闹闹地上演。在大环境影响下，这个行业正在发生剧烈的变革，如今，手机行业的洗牌效应变得越来越明显。曾经的领军者变得举步维艰，更多的非传统手机厂商积极加入这场战役，当然，还有不少曾经辉煌的企业黯然离场。智能手机市场格局不断改变，结局尚难预测。

曾经的老大颓势难转

在智能手机这场变局中，曾经当之无愧的手机老大诺基亚今天似乎再也无法延续辉煌。今年以来，有关诺基亚的坏消息不断传出。而诺基亚最近发布的二季度财报显示，这个过气的明星企业想要在智能手机的世界东山再起也绝非易事。

诺基亚 7 月 21 日发布的财报显示，今年二季度，诺基亚净亏损 3.68 亿欧元，而去年同期盈利 2.27 亿欧元；诺基亚移动终端出货量为 8850 万部，比 2010 年第二季度下降 20%，比 2011 年第一季度下降 18%。其中，智能终端出货量下降尤为明显。二季度，诺基亚智能终端出货量为 1670 万部，比 2010 年第二季度下降 34%，比 2011 年第一季度下降 31%。与此相对比，今年二季度，苹果仅凭 iPhone 系列产品就获得 2030 万部出货量，这也是苹果智能手机出货量首次超过诺基亚。

诺基亚的地位遭苹果冲击已不是什么新闻。7 月初，来自《日本经济新闻》的消息称，诺基亚将在 7 月底以前关闭位于东京的高端 Vertu 手机销售店，随后，诺基亚将全面退出日本手机市场。知情人士透露，由于苹果 iPhone 等智能机在日本人气节节攀升，近两年，Vertu 业务发展由此受限。此前，6 月 30 日，诺基亚还关闭了在美国、英国的在线商店；5 月份，诺基亚关闭了在法国、西班牙等国的在线商店。据悉，诺基亚还将在近期逐渐关闭欧洲地区 5 个在线商店。

近日，甚至有国外媒体称诺基亚将退出中国市场，令人大跌眼镜。如果连用户量巨大的中国市场都放弃了，那还有什么市场不能放弃呢？所幸，这一传言很快被诺基亚澄清了，诺基亚中国咨询总监龚文菲表示：“诺基亚将要退出中国市场是谣传。我们不仅不会从中国撤离，还将加大在华投资力度，设立研发中心。”此番声明多少起到一些安抚作用，但业界对诺基亚命运的担忧却未见减轻。

在移动互联大潮冲击下，智能手机领域的先行者诺基亚却始终反应不够灵敏，一度抱残守缺，找不到新的亮点，眼睁睁地看着苹果、RIM、HTC 和三星等对手迅速崛起，错过了最佳发展时机，导致自身市场份额不断受到挤压，股价屡屡下挫。今年 5 月，诺基亚在无奈之下，调低了全年的盈利目标。

最近，反应迟钝的诺基亚终于推出采用全新 Meego 操作系统的 N9 新品，并对其寄予厚望，但现在的诺基亚依然举步维艰。前不久，美国一家财经网站评出 2012 年即将消失的十大品牌，诺基亚赫然位列其中。

运营商的终端谋略

与 2G 时代不同，在 3G 时代，电信运营商的竞争目标从争取更多用户转变为争取对整个产业链更大的控制权。终端的竞争自然也成为其中不可或缺的一环。因此，在竞争激烈的智能手机市场上，看到运营商们奋力拼杀的情形也就不奇怪了。

7 月 18 日~19 日，中国联通 WCDMA 终端产业链高峰论坛在上海如期举行。联通在这次论坛上正式推出两款沃 Phone 智能手机——天宇 U2 和英华达 C580。中国联通技术部总经理张智江向记者透露，2011 年，联通还有四款沃 Phone 手机会陆续推出，合作商分别是中兴、华为、TCL 和酷派。为配合沃 Phone 手机上市，联通还将推出沃 Phone 应用下载平台和开发者社区。

沃 Phone 手机主要定位在联通中低端用户，定价在 1000~2000 元之间。联通将沃 Phone 手机列为 2011 年的重点补贴产品，资费补贴达到 50% 以上。实际上，对联通而言，保持这样一种较高的补贴额度并不轻松，要知道，在过去的日子里，中国联通为了达到苹果的补贴标准，付出了巨大的代价。中国联通 2010 年财报显示，3G 终端补贴造成的亏损高达 31.7 亿元；2011 年一季度，这项亏损达到 19 亿元。

联通此番推出沃 Phone 手机，显然是在宣告，在移动终端的世界里，它再也不想忽略中低端用户，更不想继续单一依赖 iPhone，唯后者马首是瞻。

几乎就在同时，另一家运营商中国移动也对外宣布了“千元智能终端”发展策略，目前，它已推出 108 款价格低于 1000 元的 3G 终端，是去年同期的 4 倍多。

而就在联通极力避免对 iPhone 的过度依赖时，另一家运营商正与苹果打得火热，业内普遍认为，它将成为继联通之后国内第二家与苹果合作的电信运营商，它就是中国电信。不过在以前，一谈到中国电信的智能手机，业界总是将其与低端联系在一起，因为中国电信是率先提出“千元智能手机”战略的运营商，截止到目前，其定制的华为、中兴系列千元智能手机已经卖出几百万台。

跨界发展手机业

如果说电信运营商涉足智能终端还比较容易让人接受，那么，互联网企业对手机业的“跨界”发展就不是很好理解了。

7月28日，在2011年ChinaJoy游戏展现场，阿里云手机正式发布。当天，阿里云还宣布，基于云计算技术的移动终端操作平台“云智能操作系统”阿里云手机上市，将面向全球限量发行，该手机共集成13款云应用，即：趣淘、搜索、淘宝比价、淘女郎、云空间、淘画报、聚划算、雅虎汽车、雅虎体育、股票、啊烦题问答、大家品、周边找店等，阿里云手机售价2680元。阿里云计算公司CEO王坚认为，搭载云智能操作系统的手机才是真正的互联网手机，“云计算和云应用的出现，将释放出手机终端的最大潜力，这是把互联网真正搬到了手机上”。

向智能手机业务“跨界”发展的不只是阿里巴巴。据悉，来自腾讯和小米科技的智能手机都将于年内面世。其中，“腾讯系”手机将通过与手机厂商和电信运营商深度合作的方式推出，腾讯现已和华为合作推出了包含19款QQ应用的手机。天使投资人雷军旗下的“小米科技”则不仅关注移动应用软件和研发操作系统，也将推出自有品牌的手机。就在阿里云推出两周前，雷军在自己的微博上公开了小米手机的外形。业内人士认为，小米现在要做的是苹果公司的模式。

互联网企业缘何热衷“跨界”发展手机业？通信专家项立刚认为，这些企业“介入智能手机市场，能将自己的产品扩展到移动领域，直接扩大用户群。相对于传统的‘微软加英特尔’技术帝国，智能手机领域是全新的，开放的谷歌Android系统给了互联网公司极大的创新机会。”

“从来只有新人笑，有谁听到旧人哭。”在手机市场上，伴随着非传统手机企业的进入，山寨机却陆续黯然离场。市场调研机构易观国际的数据显示，最近几个月，山寨手机市场呈现明显的萎缩之势，二季度，山寨手机市场销量下降1.2%，这是其自去年四季度以来首次出现销量下降。实际上，早在2011年年初，山寨手机聚集地深圳华强北就出现了一波撤离潮。3G启动以来，运营商补贴让行货手机的性价比提高，而随着智能机的逐步普及，低价智能手机的陆续上市，山寨手机的生存空间更是被大大压缩。

围绕智能手机展开的战役已经打响。来源：2011-8-2 中国计算机报

[返回目录](#)

运营商如何提升网络流量价值

随着移动互联网时代的到来，数据流量的快速增长成为电信运营商需要解决的最为紧迫的问题，特别是移动数据流量的快速增长，已经对运营商的网络承载

能力构成了巨大挑战。根据思科公司预测，2010 年全球移动数据流量比 2009 年增长 159%，达到每月 237 PB(petabyte)，预计到 2015 年的全球移动数据流量将比 2010 年上升 26 倍。然而在数据流量快速增长的同时，电信运营商却面临数据业务收入增速放缓的困境，根据 Analysys manson 预测，2010 年至 2015 年每 GB 移动宽带流量的收入，将从 2010 年的 20 美元降至 2015 年的 5 美元以下。

面对流量和网络运营成本的快速增长与收入增速放缓之间的深刻矛盾，面对数据流量迅速攀升对网络承载能力提出的严峻挑战，电信运营商希望通过网络状况的改善和经营策略的调整避免话音业务时代增量不增收局面的重现，提高流量收益，因此流量经营已经成为电信运营商的共同选择。

现阶段，国际运营商在网络流量价值提升方面已经率先行动，积累了一些可借鉴的经验，主要集中于网络、终端和合作策略。

通过网络升级及优化实现更低成本、更高容量的数据流量承载

通过网络的升级和优化可实现网络流量的分流，以更低的成本承载更多的数据流量，进而实现单位流量价值提升的目的。国际运营商采取的主要策略包括：

——用 WLAN/Femtocell 等技术分流网络流量

以 AT&T 为例，AT&T 在引入 iPhone 之后遭遇移动网络流量拥堵，随即调整策略，利用自己的 WiFi 网络对其有线宽带和 3G 网络形成了有效的补充。针对上网卡用户，AT&T 规定，凡是移动数据业务资费在 60 美元以上的均免费提供 WiFi 接入。针对智能终端用户，AT&T 所有的 iPhone 用户、定制数据包月服务的黑莓终端用户可免费获得 WiFi 热点接入服务。在此策略的刺激下，AT&T 的 WiFi 热点连接量迅速增长，有效缓解了网络拥塞问题。韩国电信公司目前的 WLAN 热点数量已经达到 4.3 万个。根据韩国电信统计，2010 年，该公司有 67% 的无线数据流量通过 WLAN 分流，每月分流的数据流量约 2500TB。此外，由于室内互联网使用量的增加，Femtocell 也成为网络分流的有效方式。目前 NTT DoCoMo、KDDI、Verizon、沃达丰、Sprint Nextel 等运营商都已经开始推出商用 Femtocell 服务。

——采用电信级以太网技术优化接入与传输网络，进一步提升传输速率和网络容量

电信级以太网具有可伸缩性和灵活性，可以轻松地支持高质量、高带宽的服务，因此在移动互联网时代电信级以太网的作用越来越重要。英国电信选择电信级以太网作为 21CN 承载网技术，以支撑多业务的统一承载。德国电信利用电信级以太网技术实现全网的优化，提供每用户 20Mbit/s 接入带宽。AT&T 公司计划 2011 年底前令 90% 的 3G 主要覆盖城市升级到 7.2Mbps HSPA 网络和光纤

移动回程。总之，电信级以太网有效提升了运营商的网络传输能力，为运营商提供丰富的业务应用、构建智能化管道、解决容量压力提供了保障。

——建设智能管道，根据不同的流量类型和应用场景设定优先级，以进一步挖掘收入潜力

智能管道可对整个网络的资源实现合理和充分的调度，从而更加灵活地提供业务创新空间，充分挖掘运营商收入增长潜力。推动智能化管道建设是电信运营商实现流量经营的基础和保障。芬兰运营商 Elisa 通过智能管道在传统流量计费基础上，实现了按带宽计费。沃达丰西班牙公司则在企业级移动宽带市场实现了智能管道的优先级应用。法国 Orange 通过部署智能管道为移动电视用户提供了优于普通用户的业务体验。香港运营商 CSL 通过部署智能管道解决方案实现了精细化运营、流量价值的提升和收入的增长。

围绕客户细分推动智能终端普及

移动互联网时代的终端不仅仅是网络功能的延伸，更是业务的承载平台，智能终端对移动数据业务的促进作用显而易见。根据 Informa 公司的数据统计及预测，2015 年智能手机流量将是非智能手机产生流量的 5 倍，而且从平均每用户流量(ATPU)看，智能手机用户流量也远远超过非智能手机流量。因此，移动互联网时代智能终端策略的推进和延续，也是流量经营的重要方向。

根据对国外运营商终端策略的跟踪研究，目前在终端策略方面，运营商主要是在客户细分的基础上按需求推出定制终端，并且实现围绕业务策略进行终端定制。例如韩国的 SK 电讯在终端定制的过程中非常重视终端与品牌、业务与客户细分的匹配。比如，SK 电讯最初只有一个品牌，为了针对不同年龄用户群体提供个性化服务，SK 电讯在此基础上推出了多个细分的服务子品牌，目标定位在 13 岁~18 岁中学生的“Ting”俱乐部；专为 20 几岁年轻人设计的“TTL”俱乐部；符合 25 岁~35 岁一代人生活方式的“UTO”俱乐部；专为女性用户设计的“CARA”俱乐部。在推出这些业务品牌的同时，SK 电讯所提供的定制手机终端也渗透了相应的文化元素。NTT DoCoMo 通过分析其智能手机用户群发现，女性所占比例为 13%，男性所占比例为 87%。为了进一步拓展女性市场，DoCoMo 进一步增加了智能手机的款式和颜色种类，并且注重使用界面的简单、易用。通过这样的改进措施，DoCoMo 的智能手机女性用户所占比例从 2010 年初的 13%上升到年底的 25%。

通过平台化运营实现业务创新和盈利模式转变

移动互联性下的“长尾理论”，表现在差异化需求的持续性使长尾被拉粗，传统的基础应用不会萎缩甚至消亡，而是继续随用户增加而增长，同时不断有新的应用诞生，造成长尾效应的差异化需求种类多且数量大。

由于电信运营商更擅长于提供满足大众需求的业务，难以提供大量的长尾业务，因此通过电信能力的开放和平台化运营，可以让用户进行自我业务定制、参与业务提供，将电信能力更好地嵌入客户业务流程提供融合型业务，达到降低业务提供成本、缩短业务提供周期、促进电信运营商网络设备与平台能力的共享和最大化利用。此外，进行平台化运营也是实现电信运营企业盈利模式转变的关键。通过平台化运营，电信运营企业可向应用开发者、转售商、内容提供商、广告商等收取费用，实现盈利模式从前向到后向的转移，进一步拓展收入来源。

英国电信通过 Mushup 等界面标准工具，可供第三方集成自己的话音、带宽、信令控制、交换等能力，从而生成新的应用，与此同时使自身的带宽能力得到广泛的部署运用；在沃达丰的 Betavine 战略中，不管是业余爱好者还是专业软件设计师，都可以在这个名为 Betavine 的网站开发和测试其他人的移动应用软件，而且这个网站上的所有应用程序都可以被下载到任何无线网络上。总之，通过平台化运营，电信运营商一方面可以向用户提供大量长尾业务，满足用户的个性化需求；另一方面也为实现盈利模式的创新、实现后向收费奠定了基础。

* * *

在移动互联网时代，电信运营企业需面对产业环境变革、网络数据流量激增、管道化趋势凸显、收入利润增长动力枯竭等方面的重大挑战，进行流量经营、提升流量价值是必然趋势。来源：2011-7-27 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】

工信部正规划更多频率发展 LTE

在昨日举行的“2011 TD-LTE 组网技术研讨会”上，工信部无线电管理局副局长阚润田表示，为了推进 LTE 产业的快速发展，工信部无线电管理局目前正在考虑研究其他频段的规划，例如 3400M-3600M 的频段。

阚润田指出，频率规划对于 TD 技术的发展非常重要。首先，应科学规划 TD-SCDMA 的工作频段；其次，应积极推进 TD-LTE Advanced 频率规划；再次，应建立以市场为基准的无线电频谱管理模式，加快 TD-LTE 产业发展。据了解，目前，工信部已经正式批准了 2570MHz-2620MHz 之间总共 50M 的 TD-LTE 频率，整个 2.6G 频段也已经有了具体规划。阚润田进一步强调，无线电频谱资源是不可再生的资源，未来将逐步成为制约宽带移动通信和移动互联网发展的重

要因素之一。目前，我国 3G 和 4G 的划分频率确定的是 405 兆，我国移动通信总的频率是 547 兆，基本满足了现阶段的频率需求。但随着宽带移动业务的不断发展，供需矛盾在不断加大，现在数据业务呈现出爆炸式的增长。根据国际电联推荐的公式计算，我国未来移动通信的频段大概需要 1000M。

对于我国未来移动宽带通信频谱的规划工作，阚润田表示，应该在参照国外成功经验的基础上，认真考虑我国的国情，在依托行政管理的基础上积极探索采用拍卖、资源回收、财政补贴、经济补偿、税收优惠等多种手段相结合，引入频谱资源配置的市场化机制，逐步推动我国频谱资源合理规划和利用，促进移动宽带业务的健康发展。来源：2011-7-28 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

消协：手机“空中充值”需当面验证

在一些报亭、摊铺等充值点为手机进行“空中充值”，回家后却发现充值未成功。针对“空中充值”代理渠道繁杂的状况，北京市消协、房山区消协昨天联合发布消费提示：手机“空中充值”需当面验证。

“空中充值”是电信运营商推出的一种新的充值方式，用户可以在指定的充值商处通过付费的方式直接给自己的手机充值话费。这种“空中充值”方式对电信运营商、充值代理商和消费者来说，比原先的纸质充值卡快捷、便利且充值金额灵活，省去排队等候的烦恼。

不过，近期消协不断接到消费者反映，在某些报亭、摊铺等充值点进行了“空中充值”，回到家后却发现充值未成功。经调查，消费者所用“空中充值”的代理渠道并不是在本辖区办理，还要到外区运营公司方可查询。市消协表示，目前，“空中充值”代理渠道较为繁杂，很多报亭、摊点的充值代理渠道可能不是在当地运营公司办理，消费者需要花费大量时间来查询。为此，市消协、房山区消协提示消费者：“空中充值”之后，应收到运营商充值成功的告知短信，如未收到，消费者一定要马上拨打运营商客服电话查询，在确认手机话费余额正确后方可离开。来源：2011-7-28 北京晚报

[返回目录](#)

工信部新发进网许可证 325 张 CMMB 终端 12 款

据悉工信部 7 月上半月共发放了 325 张进网许可证，带有 CMMB 功能的 TD 终端 12 款。

工信部数据显示，7 月上半月共发放了 325 张进网许可证。发放了 TD 终端 19 款。其中带 CMMB 功能的 TD-SCDMA/GSM 双模移动电话 11 款，还有一款 CMMB 功能的 TD-SCDMA/GSM 双模无线数据终端。均为国产终端厂商提供。

另外，工信部还发放了 WCDMA 终端 31 款。其中，WCDMA 数字移动电话机 27 款；WCDMA 无线数据终端 4 款。

cdma2000 终端 22 款。cdma2000/GSM 数字移动电话机 7 款；cdma2000 数字移动电话机 11 款；cdma2000 无线数据终端 4 款。来源：2011-8-1 飞象网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

上半年国内电信业恢复高增速

在“2011 上半年全国工业通信业运行形势发布会”上透露，上半年全国电信收入增长幅度达到 10.1%，这是电信业收入增速自 2007 年以来首次超过 GDP 增速。

虽然自 2008 年金融危机以来，全球电信业总体发展态势尚未得到根本改变。不过，国内电信业近几年产业技术创新活跃，移动化、宽带化、融合化的趋势在不断深化发展，国内电信业增速开始回温并将深刻影响整个信息产业的发展。

国内电信业恢复高增速

工信部通信发展司司长张峰表示，自 2007 年以来，电信行业发展增速一直低于国内 GDP 的增速，尤其是受国际金融危机影响最严重的时候。2009 年，全国通信行业收入增速仅仅为 3.9%，比当年全国 GDP 的增速低了 5.3 个百分点。之后，行业的增速才得以逐步恢复。

今年上半年，电信业的增速达到了 10.1%，全国 GDP 是 9.6%。电信业增速四年来首次超过 GDP，这得益于以下四个方面：一是宏观经济持续向好，为行业快速增长创造了良好的外部环境；二是信息网络基础设施演进升级，为行业快速增长提供了坚实的基础；三是加快向综合信息服务业转型，为行业快速增长拓展了新的发展空间；四是用户规模持续增长，为行业快速增长打下了坚实的发展基础。

一季度电信业增速曾被业内专家一致看空，但二季度却出现了逆势上扬的成绩，着实令业界整体感到欣慰。今年是十二五的开局之年，电信业上半年交出的靓丽成绩单无疑开了个好头。在过去的五年间，政府部门一直努力为电信业转型

创造良好环境，电信运营商结合自身实际积极制定、实施转型战略和措施，而今看来，转型已取得阶段性成效。

事实证明，电信业在促进国民经济发展、调整经济结构中起到重要作用。特别是在综合信息服务方面，随着两化融合和产业升级等一系列鼓励政策的出台，信息化已经成各行各业发展必不可少的环节，电信业所提供的包括网络、通讯和 IT 技术在内的综合信息服务正成为国内经济发展以及转型升级的有效催化剂。

借信息化谋产业升级

电信业四年的长跑终于跑赢了 GDP，但是业内对于这样的对比似乎有另一番理解。付亮表示，工信部统计的只是三家基础电信运营商的传统通信业务收入，现在形势发生了很大的变化，再拿这个指标和 GDP 相比，实际上不具可比性；杨培芳则认为，真正反映电信业发展状况的指标是电信业务总量的增长率。今年一季度，电信业务总量比上年同期增长 14.7%，超过 GDP9.7% 的增长率。从这个意义上来说，电信业的增速一直在 GDP 之上。

业内人士认为，不应当过分看重电信业收入增长率的指标，因为这个指标仅仅在一定程度上反映了电信业在国民经济中起到的直接作用。就电信业本身来讲，对国民经济的贡献不仅仅是自身的收入，还包括其间接促使其他行业提高效率和管理水平，从而促进经济增长的功效。

进入 2011 年，随着“转方式，调结构”成为十二五规划的主要任务，电信业转型被赋予新的内涵。不管是电信业本身的发展还是其所起到的带动效果，电信运营的本质始终不变，那就是为用户提供通信和信息服务。

随着 3G 的深入发展和广泛使用、移动网络带宽的大幅度提升以及业务的极度丰富，信息化服务为行业应用提供了强大的支撑。可以预见，面向行业的信息化应用将是运营商大力开拓的领域，也是未来竞争的焦点之一。

一方面，行业客户具有用户集中度高、通信要求高、消费能力强、对综合业务需求较大等特点；另一方面，我国电信行业经过这十几年的发展，也已经从满足个人用户的需求向为行业提供解决方案服务转变。

融合业务服务经济转型

在固话语音增量不增收的背景下，国内电信运营商纷纷把目光转向了综合信息服务，大力建设智慧城市，拓展行业信息化应用。信息化业务为电信业的长远发展奠定了坚实的基础，与此同时，电信运营商所提供的综合信息服务也有效的带动了整个信息产业的发展，服务经济转型的社会效益正逐步凸显。

就中国电信而言，截至 2010 年底，中国电信政企收入非话占比超过 60%，信息化应用的收入从 2006 年的 6 千万提高到 2009 年的 34 个亿，每年平均 60% 以上的复合增长率。

智慧城市是以互联网、物联网、电信网、广电网、无线宽带网等网络组合为基础，以智慧技术高度集成、智慧产业高端发展、智慧服务高效便民为主要特征的城市发展新模式。随着智慧城市在各地掀起建设热潮，在智慧城市建设的深入推进过程中，将会不断推进各领域、各行业的信息化应用，使之真正能为产业转型服务。

物联网在智慧城市中的应用，较集中地体现在智能交通、环境保护、公共安全、智能医疗及智能家居等领域。云计算的应用则进一步优化了智慧城市中的产业布局，推进产业分工，降低成本，提升资源利用率。建设智慧城市，是改善民生、转型升级的战略选择。推动智慧产业发展，将有助于实现产业结构优化，智慧城市建设已经成为当下经济转型发展的新载体。

尽管近几年电信业增速不甚理想，但电信业规模保持了快速的增长，宽带、3G 以及行业信息化成为拉动增长的主要引擎。

新一代网络信息技术的突飞猛进使得信息化面临跨越发展新机遇，ICT(信息技术)服务正在逐步迈入一个全新的信息化时代，相信在这个过程中，电信业将在社会的发展大潮中找到位置，为社会发展做出更大的贡献。来源：

2011-7-27 通信信息报

[返回目录](#)

国内 LTE 发展仍受制于产业链

LTE 是时下通信业的热门词汇，全球 LTE 的部署步伐正在加快。2009 年，全球首张 LTE 网络面世。2010 年，已经确定建设 LTE 网络的运营商增至 64 家，分布在全球 31 个国家和地区。

日前，工信部发展司司长张峰表示，目前国内 TD-LTE 在多个城市进行规模试验效果良好，待技术成熟将进行商用试验。对于 4G 运营牌照的发放时间，张峰表示主要取决于技术的成熟度。

尽管中国移动 TD-LTE 部署在全球起步较早，但也才刚刚开始启动规模技术试验。据悉，试验的时间初步确定为一年半左右，之后还要经历扩大的规模技术试验、试商用和商用等阶段，这个过程的时间长短，要取决于网络设备、终端设备、芯片等产业链的成熟程度，还要解决好频率资源分配等非技术问题。如此看来，LTE 的规模商用，还有相当长的路要走。

发力 LTE，除中移动外，中电信、中联通也不甘落后。上海世博会期间，中国电信推出了 LTE 8 大业务演示。据报道，中国电信目前正在对 LTE 业务进行深

入研究，LTE 终端开发也被列入 2011 年工作计划，中国电信 LTE 可能会在 2013 年试商用。中国联通方面，3G 演进的试验也已低调进行。

诚然，中国移动的积极性最高。在 3G 竞争中遭遇到电信联通的全面挑战，中国移动处境尴尬，选择发力 TD-LTE 无疑可以抢占竞争先机，从而规避 3G 产业链成熟度不足的劣势。中国移动先后宣布在上海、广州、杭州、南京和广东深圳等 7 个城市启动规模技术试验网；启动 TD-LTE 试验设备招标等。此外，中国移动还与国外 9 家运营商签署了 TD-LTE 合作协议，推动全球建成或将建成 26 个 TD-LTE 试验网。

工信部电信研究院副总工程师陈金桥的一席话，道出了 LTE 发展的瓶颈——产业链未齐。陈金桥表示，尽管他看好 LTE 未来在全球的发展，但是目前 LTE 在全球还没有达到成熟的部署阶段，芯片、终端等产业链环节还面临一系列的问题。

全球范围内，LTE 产业链中的芯片、终端等环节面临许多问题，并受困于产业链成熟度、牌照、频谱等因素。LTE 未来如何在 4G 基础网络、终端、应用、服务的竞争中占据优势，也是整个产业链需要考虑的问题。但就目前来看，尚未有杀手级的 LTE 业务与应用出现。即使终端层出不穷，但从产业发展规律来看，依然有“本末倒置”之嫌，毕竟网络还没搭建好，终端应用无从谈起。业内人士认为，从 LTE 现阶段的发展状况看来，所谓的 LTE 终端基本是炒作的噱头，通信厂商的重点应在网络建设和提供应用解决方案上。可以预见的是，LTE 热潮中，设备商必将承担很大的风险。

可以用热火朝天来形容国内外 LTE 发展现状，也可以用前景可观来描述 LTE 的未来。而且，设备商正全力追逐，竞争激烈可见一斑。“在这个行业中，只有三家能够存活。”诺西首席执行官苏立(Rajeev Suri)认为。

不管怎么说，LTE 是烫手“山芋”的同时，它更是一个巨大的机遇。眼光放长远一点，新技术给通信业以至于整个世界带来的变化毋庸置疑。现在的问题是，如何让新技术的美好愿景成为现实。

业内人士认为，在全球兴起的 LTE 热潮面前，不能忘记轻重缓急，客观冷静地对待 LTE 比盲目叫好更有必要。另外，移动互联网时代，电信运营商、设备商、内容服务商等如何在 LTE 产业链上分工协作，也将是 LTE 大发展面临的一大考验。正所谓孤掌难鸣，产业链各方齐步走，始终是 LTE 燎原之势发展的正道。来源：2011-7-27 通信信息报

[返回目录](#)

我国宽带资费为发达国家三倍 速率排名 71 位

今天上午，国家信息化专家咨询委员会、北京市信息化专家咨询委员会和社科文献出版社联合发布了 2011 年中国信息化蓝皮书。

全球网民 1/4 在中国

蓝皮书显示，2010 年 12 月，中国网络游戏用户规模为 3.04 亿，网络视频用户规模 2.84 亿人。2010 年，中国宽带网民达 4.5 亿，较 2009 年提高 5.4%。全国新增网民 7330 万，年增幅 19.1%。截至 2010 年底，我国网民规模已经占全球网民总数的 23.2%，约 1/4；占亚洲网民总数的 55.4%。有线用户中的宽带普及率达 98.3%。蓝皮书指出，按照目前的发展势头，“十二五”末期，中国的网民数量可能增至 6 亿至 7 亿。

宽带资费为发达国家 3 倍

截至 2010 年 9 月，我国三大运营商手机上网用户总量达 4.8 亿，3G 用户接近 4600 万户。截至 2010 年 12 月底，我国使用宽带的网民达到 4.57 亿人，占固网网民比例的 98.3%。

不过在速率方面，全球宽带接入平均水平为 5.6Mbps，而中国平均下行速率仅 1.8Mbps，排名全球第 71 位。另外我国的宽带市场竞争不够充分，资费比较高，平均每 Mbps 接入速率费用是发达国家平均水平的 3 至 4 倍，而且网络质量不令人满意。

手机网民一年增近 7 千万

截至 2010 年 12 月，我国手机网民达到 3.03 亿，比 2009 年增加了 6930 万人。手机网民在总体网民中的比例进一步提高，从 2009 年底的 60.8% 提升至 66.2%。

2010 年，30 岁以上各年龄段网民所占比例均有上升，整体从 2009 年底的 38.6% 上升至目前的 41.8%。同时，初中学历人群明显增加，所占比例从去年的 26.8% 提升至 32.8%。与 2009 年相比，个人月收入在 500 元以下的网民所占比例从 18% 上升到 19.4%，月收入在 501 元至 2000 元的网民群体占比也从 41.7% 上升至 42.8%。

网购用户一年增 48.6%

我国网民互联网应用呈现三大特点：一是搜索引擎成为网民第一大应用；二是商务类应用用户规模继续领涨，网络购物用户年增长 48.6%，团购用户规模达到 1875 万人，在网民中占比 4.1%；三是娱乐类应用使用率普遍下降，网络游戏、网络音乐、网络视频等娱乐类应用的使用率全面降低。

微博活跃账户突破 6500 万

社交网站、即时通信和博客的用户增幅分别为 33.7%、29.5%和 33%。截至 2010 年 10 月，中国微博服务的访问用户规模已经达到 12521 万人，活跃注册账户数量突破 6500 万个。

网民利用微博等社会化媒体进行维权的意识明显增强，普通民众成为新闻事件的传播者和推动力。有调查显示，2010 年舆情热度靠前的 50 起重大舆情案例中，微博首发的有 11 起，占 22%。来源：2011-7-28 北京晚报

[返回目录](#)

广电再颁互联网电视警示令掀 IPTV 播控权博弈

广电总局新一轮“叫停令”下发。广电总局去年规定，“互联网视频内容，电视机厂商必须通过广电总局认可的牌照方提供的播控平台。”没有牌照商背景，擅自与电视机厂商合作的互联网视频公司，以及生产可直接上网的机顶盒或 DVD 的厂商将是此次监管的重点。

日前，广电总局再次向各个地方广电局下发了内部通知，要求互联网机顶盒(DVD 机等)向电视机终端提供视听节目服务的，均须按照国务院关于推进三网融合的有关要求，在经批准的试点城市，由广电部门另行组织。

分析人士认为，此轮“叫停令”掀起了广电与工信部的又一场暗战，广电再次强调 IPTV 等新媒体的内容播控权。

三网融合专家吴纯勇接受本报采访时表示，广电在内容层面的监管范围将会更大更细，随着互联网电视发展成熟，互联网电视机顶盒业务管理细则出台在即。

新一轮监管细则即将出台

一些视频网站与机顶盒厂商或者彩电厂商合作推出的 TV 版是广电这次监管的重点区域。

乐视曾对视频网站与终端厂商推出的 TV 版做出了功能定义：乐视网 TV 版将登陆到海信最新的智能多媒体终端，通过使用搭载乐视网 TV 版的海信终端产品，用户只需用遥控器选择乐视网 TV 版图标，即可随时随地享受高清电视加高清片源所带来的真正高清体验。

据记者了解，目前通过机顶盒或 DVD 向电视机提供视听节目大致分为两种：一种是 IPTV 的模式，目前只有拥有 IPTV 牌照的上海文广百视通与中国电信、中国联通在部分城市可以推广；

而第二种是指一些视频网站避开牌照商，通过与电视机厂商合作，通过智能电视、网络 DVD 或者是盒子来传输视频内容。

广电总局去年规定，“互联网视频内容，电视机厂商必须通过广电总局认可的牌照方提供的播控平台。”目前只有浙江华数、南方媒体、CNTV等6家广电企业获得这一牌照。目前，最典型的范例是优朋普乐，创维和南方传媒的合作模式——优朋普乐依托南方传媒的牌照给创维提供内容。

近段时间乐视与海信的合作推出的“乐视网TV版”备受争议，原因就在于两者的合作没有“合法身份”，也就是没有牌照商的播控平台支持。因此严格说来乐视与海信的合作是违规操作。

对于没有牌照商的指责。接受南都记者采访时，乐视网市场部媒介策划赵会方表示，公司原本的计划就是将“乐视网TV版”放在浙江华数的播控平台上，“与华数的谈判最近可以谈好”。

赵会方对记者说，“目前这个问题比较敏感，广电也在解决这个事情。”他认为广电的禁令应该是更倾向于规范，而非停止。”叫停令“更像是对相关企业的一个警示。

更有消息称，互联网电视机顶盒业务管理细则近期将出台。吴纯勇表示，随着互联网电视的进一步成熟，用户认可度的提高，互联网管理细则出台应是近期的事。

目前下发的通知以及广电正在酝酿的互联网视机顶盒业务管理细则暂时都未涉及智能电视的监管，而北京歌华有线副总经理罗小布称，智能电视的互联网监管条例也可能出台。

另外，深圳华强北等地出现的大量可直接上网的机顶盒或DVD，显然也是此次监管的重点。

两部委再次博弈

广电总局此次的“叫停令”还传递出了另一个信号：广电手握着互联网电视和IPTV牌照，掌管电视内容制作权。分析人士认为这也是对拒绝与广电IPTV播控平台对接的电信运营商的警告。

广东省广电高层曾向本报表示电信的不合作。“我们花了几千万建立了播控平台，但电信IPTV就是不愿意接入我们的播控平台。现在深圳电信一个月发展1万多户IPTV——他们属于双违规，既没有落地资格，也没有传输资格。”

该高层以第一批试点城市深圳为例指，广电方面数次与电信沟通，“但电信就是不愿意和广电平台对接”，目前僵持未果。

播控权一直是广电、电信双方的争夺的核心之一。电信一直想将内容集成播控平台掌握在自己手中，但未能“争”过广电。按照三网融合试点方案，这些广电掌握的内容播控平台要与电信运营商的内容平台，以及回传网络完全对接才能

运行，但是完成对接的过程却是充满了两部委的博弈。之前就出现过类似事件：广电掐断电信 IPTV(交互式网络电视)信号、电信掐断广电有线互联网出口。

因此，广电总局此轮“叫停令”也是在向外界强调，只有广电在 IPTV 等新媒体上才拥有内容播控权。

“互联网机顶盒(DVD 机等)向电视机终端提供视听节目服务的，均须按照国务院关于推进三网融合的有关要求，在经批准的试点城市，由广电部门另行组织。”

吴纯勇认为，广电总局此次的“叫停令”，在工信部来看，可能还会是一个挑衅信息。“工信部曾经制定了一些企业作为生产机顶盒等终端产品的 3C 认证企业，而广电的禁令对于这个规定是一个挑战。”

吴纯勇称，工信部以提高产业竞争能力为出发点，对终端厂商所持的是鼓励态度，但是广电重视的是内容监控，两个部委的出发点不一样。“如果能够把产业属性和公益属性结合起来，那么互联网电视才会获得良性的发展。”

电视厂商利益短期受损

随着广电管控收紧，互联网电视产业利润由“两两分成”转向“三家分利”，电视厂商受“牌照制”影响，盈利空间短期将会缩小。

在没有相关规范之前，电视厂商生产互联网电视采用与视频网站合作的方式，利润是两两分成。在“牌照制”之前，海信、长虹、创维等电视厂商单独与迅雷、搜狐、新浪等网络运营商合作推出各自的互联网电视。

但是，“牌照制”出台之后，电视机厂商必须通过广电总局认可的牌照方提供的播控平台，以保证平台的合法性。

在“牌照制”制度的规范下，电视厂商要生产互联网电视，必须和 6 家牌照商合作，而为了保证内容的质量，需要与网络视频公司合作，目前盛行的是“终端制造商+内容平台集成商+集成播控平台提供商”的合作模式。创维、优朋普乐、南方传媒首创这一合作模式。

吴纯勇表示，“这样的话，电视厂商面对的就是三家分利，短期来看盈利空间相对缩小。”

创维集团副总裁杨东文接受本报记者采访时说，优朋普乐的互联网电视机顶盒已经上市，“目前优朋普乐的互联网电视机顶盒还在商业模式的探索阶段，盈利方面没有单独核算，产品销量目前也不算太高。”来源：2011-7-27 南方都市报

[返回目录](#)

国内 3G 用户突破八千万 竞争焦点转向中低端市场

三大运营商公布的最新数据显示，截至 6 月底，国内 3G 用户总数累计达 8051.2 万户，达到新的增长高度。与此同时，国内 3G 用户在移动用户中的渗透率也达到了 9.5%。业内一直认为，当 3G 用户渗透率达到 10% 就会成为一个关键转折点，即意味着 3G 进入规模化的应用时期，而今看来，距规模化应用仅一步之遥。

国内 3G 进入发展新阶段

回顾国内的 3G 发展历程，2009 年 1 月 7 日，国内 3G 移动通信牌照发放工作完成，标志着我国正式进入 3G 时代。各大运营商加大投入力度发展 3G，到如今，3G 发展已逐步迈入稳定阶段，3G 市场三分天下的格局也初现雏形。

经过国内运营商两年多的努力，国内 3G 设备研发、网络建设、业务开发、市场推广等方面有序展开，中国 3G 的产业化、商业化进程明显加快。相关数据显示，今年全年，电信运营商直接用于 3G 建设的投资在 900 亿到 950 亿左右，运营商下半年的 3G 投资将会明显加速。据悉，在 3G 牌照发放的初期，预期三年直接用于 3G 的投资要达到 4000 亿。

在具体的建设方面，截至今年 4 月底，三大运营商累计建设 3G 基站 69.7 万个，其中，中移动 21.1 万个，中电信 21.8 万个，中国联通为 26.8 万个。3G 网络运行和服务质量也有所提升。同期，三大运营商 3G 网络接通率都达到 97.6% 以上，掉话率控制在 0.47% 以下。虽然三大运营商一直在通过布局 WiFi 等方式拓展 3G 网络，在 3G 爆发式增长的前夜，3G 网络的需求空间将得到进一步扩大。有关专家表示，我国还应继续加快 3G 网络发展，提高网络覆盖和质量。

3G 竞争焦点转向中低端市场

国内 3G 进入爆发式增长前夜，三大运营商的发展策略也将由此发生改变。

在终端方面，各大运营商一直都在积极拓展高端市场，以中国联通为例。从发展 3G 开始，联通就引进 iPhone 占领高端市场，在 iPhone 的推动下，联通成功打响了 3G 品牌实现“脱贫”。但随着苹果在国内大力拓展销售渠道，其与中移动、中电信合作的消息不时传出，让联通倍感压力，因此，联通也将改变 3G 业务的发展策略。在日前召开的 WCDMA 终端产业链高峰论坛上，中国联通董事长常小兵坦言，“千元 3G 智能手机的销售，让我们看到了新的希望。”这表明了联通转投安卓怀抱的信心。

千元 3G 智能手机一直是中电信、中移动深耕的领地。但相比于高端市场，中低端 3G 智能手机市场更具潜力，因为这一市场是 3G 终端规模化发展的主体，更能够吸引消费者的注意。早在去年 9 月，中电信就推出了首批千元 3G 智能手

机，分别为中兴 N600 和华为 C8500，目前这两款手机销售非常火爆。中国联通从 5 月份开始，针对多款 Android 手机与渠道商开展深度合作，6 月初，中国联通从中兴通讯采购了百万部千元智能手机。三大运营商都看到了千元智能手机带来的商机。

应用方面，三大运营商都看好安卓。中电信一直主推安卓，中国联通最近召开 WCDMA 产业高峰论坛，也将眼光瞄向安卓，中移动更是在全球征集安卓游戏。可以预见，3G 规模化发展阶段，拓展中低端用户将成为三大运营商的竞夺焦点。

移动数据业务渐入佳境

三大运营商同时看好安卓并不是偶然，iPhone 虽然有很多粉丝，但安卓的开放性更有利于运营商业务的推广，因此运营商们不约而同地选择安卓。在 3G 爆发增长阶段，3G 规模化发展最主要的衡量标准应该是 3G 应用发展能够形成规模，进一步普及。移动互联网时代，用户更加注重移动互联网业务的用户体验，而丰富的应用才能满足用户个性化的 3G 需求。

移动互联网承载了广大应用，手机电视、手机支付、移动电子商务等在此风生水起。而如今，3G 应用使用的范围越来越广，已深入人们的日常生活，车载行业、警务等方面 3G 应用也时常可见。只有通过深入地体验，用户才能对 3G 有更深入的认识，就这一点来说，运营商需要以 3G 应用带动移动互联网概念走向纵深。

3G 移动互联网时代，运营商的数据业务从边缘走向主流，2G 时代移动网络的使用范围窄，功能不齐全，但在 3G 时代，衣食住行各个方面都可看见 3G 应用的身影，数据业务已成为各大运营商的主流业务。应该说安卓平台是各运营商移动数据业务快速发展的功臣之一，正是由于安卓的兼容并蓄，使得很多业务、应用都可以在这个平台上深入推广，让更多消费者能接触到，使用到。移动数据业务俨然成为了各大运营商的发展重点，未来还有很大的拓展空间。

3G 在国内蓬勃发展，3G 规模化发展近在咫尺，三大运营商都作出了很大努力，但是要想获得更多用户的青睐，运营商还需要在提高网络质量，提升服务质量上深入推进，使用户获得更好地 3G 体验。来源：2011-7-27 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

欧盟 20 国未按期执行新电信法

欧盟委员会透露，截至目前尚有 20 个欧盟国家未能按时执行包括携号转网、明晰业务方案、数据保护等在内的欧盟新电信法规。

新法规的执行截止日期为 2011 年 5 月 25 日。欧盟委员会 7 月 19 日启动了正式的侵害诉讼程序，并以信件形式对这些国家发出通知，警告他们必须在两个月之内作出答复，否则将被起诉到欧盟法院。

欧盟委员会表示，新法规规定的消费者权利包括在一天之内完成携号转网，消费者对所获得的服务有更明晰的了解，以及对个人在线数据的更好保护。

按照业务明晰的规定，电信运营商必须给出有关最低服务质量、补偿和退款手续以及带宽上限或特殊服务的限制访问等所有网络限制规定的详细解释。

新法规规定，运营商要向用户提供这些权利，从而统一欧盟 27 个成员国的移动业务合同。

这 20 个尚未执行新法规的国家是：奥地利、比利时、保加利亚、塞浦路斯、捷克共和国、法国、德国、希腊、匈牙利、意大利、拉脱维亚、立陶宛、卢森堡、荷兰、波兰、葡萄牙、罗马尼亚、斯洛伐克、斯洛文尼亚和西班牙。

丹麦、爱沙尼亚、芬兰、爱尔兰、马耳他、瑞典和英国通知欧盟委员会，他们已实施新的法规。来源：2011-7-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

美日运营商热推移动终端云应用

日前，IDC 对全球活跃的 2700 家开发商进行调查后得出了一份调查报告，报告中，有 84% 的开发商和企业表示目前正在打造与云计算相关的应用，而云计算技术的一个重要应用领域就是移动通信。近来，NTT 将重点放在面向企业用户的移动终端提供云计算技术服务之上；at&t 的重点则是通过 HTML5 技术，为自己网络中的用户终端打造统一管理的平台。

docomo：面向企业用户的办公云服务

今年起，docomo 正式推出面向移动终端的云计算服务。为了让企业用户打消对信息外泄的担忧，该服务面向对员工在公司外使用个人电脑有严格限制的企业，提供面向移动终端的云计算服务，可让用户放心使用 docomo 的 3G 和 LTE 网络。这一服务使得用户的个人电脑、平板电脑、手机等终端，通过 NTT 的固定网络或 docomo 的 3G 和 4G 网络，仍可在安全的环境下进行各种业务联系，同时具有文件和地址簿管理功能。

docomo 提供的服务，主要由桌面服务部分与存储服务部分组成。桌面服务包括虚拟客户端软件、操作系统(OS)、虚拟化软件和叶片服务器，由它们提供桌面应用环境。伴随着智能手机市场的扩大，在外出时利用智能手机办理业务的情况愈来愈多，而安全性就成了人们关心的焦点。docomo 推出的系统，试图在保

障安全的情况下,满足用户对公司内部信息共享的需求,即由智能手机等也能够照样对公司邮件、文档、营业报表、通讯录、留言等功能进行利用。

其服务中,移动安全桌面是经由用户的手持终端也能够使用的云计算虚拟桌面服务。通过网络,用户无论外出或在公司内等环境下,都可使用同样的桌面环境。虚拟桌面则是利用虚拟技术构成集中统一管理的桌面操作系统环境,提供以人们习惯的 Windows 系统为首,并搭载 Office 软件和邮件软件等商务需要的标准功能。用户不用携带纸质文件或 U 盘,通过智能手机等登录到存储业务上,就可将文档发送出去。

对使用者来说,所应具有桌面操作系统、浏览器、病毒对策等,该服务一应俱全;除此之外还提供商务需要的移动桌面应用程序环境。在提供标准的 Web 应用上,可实现文档在其他电脑桌面服务之间进行安全移行,又能对文档和地址簿进行一体化管理服务。

该服务还向管理者提供专用网站。对于桌面服务和存储服务,除附加远程锁定功能和使用状况的数据记录确认功能之外,有关帐号追加和选项变更等有关合同的申请,也可在线快速完成。

考虑到移动环境中的应用,即使窄带也能实现该服务。在终端遭窃或遗失时,用户利用远程加锁功能可防止信息外泄。

at&t: 基于 HTML5 的移动终端云服务

at&t 由 2007 年 6 月开始成为 iPhone 美国独家代理后, AppEconomy(应用服务经济)模式席卷全球。但随着该公司对 iPhone 独家经营权的丧失,由 iPhone 带动的市场优势也将不复存在,这使处在美国移动公司第二位的 at&t 踏出欲摆脱 AppEconomy 模式之路。因此该公司在今年初正式表示将依据新一代标准 HTML5 来提供电视、个人计算机及移动电话间没有差别的业务和软件,即多屏联动服务。采用 HTML5 技术推出移动云计算服务,就是其中最重要一环。

App Economy 模式的优势在于用户能下载自己喜欢的软件,而软件开发厂商能使用终端生产厂商和移动电话公司提供的开发环境,只需通过登录应用程序销售网站,就能实现软件注册销售、收费、更新等作业。但是,从另一方面来看,正因为对终端操作系统(基本软件)有依赖,因此也将受到其约束,这是该模式的缺点。

与此不同, at&t 推出的移动云计算服务,如果终端上搭载了 HTML5 对应的浏览器,不管基于何种终端操作系统,都能提供相同的业务和软件服务。另一方面,根据 HTML5 标准所记述的应用程序,只要配置到移动服务器上即可,各类终端上都可提供服务。这种依靠服务器和浏览器联动的移动云计算服务,谷歌等公司以前也曾提倡过。

众所周知，HTML5 标准的前身名为 Web Applications 1.0，于 2004 年被 WHATWG 提出，于 2007 年被 W3C 接纳，并成立了新的 HTML 工作组。HTML 5 有两大特点：首先，强化了 Web 网页的表现性能，除了可描绘二维图形外，还准备了用于播放视频和音频的标签；其次，追加了本地数据库等 Web 应用的功能。HTML 5 并非仅仅用来表示 Web 内容，其使命是将 Web 带入一个成熟的应用平台，在这个平台上，视频、音频、图像、动画以及同电脑的交互都被标准化了。

为了适应这样变化了的环境，at&t 顺势推出了智能手机移动云计算服务战略，并发布了对应的 HTML5 开发计划，同时对收费和手机小额支付等项目也将付诸实施。

at&t 将移动云计算服务作为战略服务来考虑，进行了周到的准备。例如 Web 技术的标准化团体 W3C 发表的移动应用开发方针，at&t 的工程师参加了实际规范的编制工作。推动 Web 更易为移动设备使用的 Mobile Web Best Practices(MWBP)标准化工作组所开展的标准化制订工作，at&t 也正积极参加。

来源：2011-8-1 通信世界杂志

[返回目录](#)

韩国平均网速 14.4Mbps 位居亚洲第一

全球最大的智能互联网内容发布公司 Akamai 即将发布 2011 年全球互联网使用情况报告。根据报告的第一季度调查，随着互联网内容订阅者和联网移动设备的增加，去年互联网的规模仍然呈现扩张状态，这表现在全球宽带用户的稳定增长与宽带速度的不断提高两方面。

韩国凭借 14.4Mb/s(兆比特每秒)的平均网速荣膺亚洲平均网速最快的国家，近 60%的韩国宽带连接速度超过 5Mb/s。香港以 9.2Mb/s 的平均网速位居第二；日本则拥有 8.1Mb/s 的平均网速，位列第三。

据爱立信公司的调查显示，手机的互联网流量在 2011 年第一季度增长了 130%，是语音流量规模的两倍。来源：2011-7-27 信息时报

[返回目录](#)

英国监管部门要求下调宽带批发服务资费

英国电信监管机构 Ofcom 7 月 20 日宣布，规定英国电信必须下调在英国部分地区的宽带批发服务资费，使那些依赖英国电信网络在英国农村地区开展业务的互联网服务提供商能以合理的成本提供服务。

在那些仅有英国电信一家网络提供商的地区，Ofcom 要求英国电信削减批发价格。英国电信需要从今年 8 月中旬开始至 2014 年 3 月，将宽带批发业务资费控制在低于通胀率 12 个百分点的水平。

Ofcom 在一份报告中说：“我们发现英国约 80% 的楼宇所在的地区拥有有效竞争。”但英国电信在那些仅其一家公司提供网络批发业务的地区拥有明显的市场支配能力。这些被 Ofcom 称为“一级市场”的地区，主要是农村地区，拥有英国约 11.7% 的楼宇，覆盖约 300 万家庭和企业。

Ofcom 的最新数据显示，得益于“有效的”竞争，78% 的英国人口能够获得良好的宽带接入，但英国的农村居民仍需要为宽带连接支付更多的费用，但获得的却是不甚可靠的服务。如今，得益于 Ofcom 的规定，在苏格兰高地、威尔士山区、北爱尔兰、坎布里亚郡、约克郡沼地、德文郡和康沃尔郡偏远村庄的约 300 万家庭及楼宇，今后能够获得质量更佳、价格更便宜的宽带连接。

Ofcom 说：“我们相信批发价格的下调将带动零售价格的降低，同时会提升‘一级市场’宽带用户的体验。”Ofcom 希望批发价格下调能使互联网服务提供商提高分配给每个用户的带宽，提供更高速率的宽带服务。

此外，Ofcom 表示，希望此举能够鼓励互联网服务提供商在这些地区投资部署自己的网络，与英国电信批发业务部形成竞争。同时，英国电信批发业务部也能有效地提升服务质量。

英国电信拥有并运营着英国约 5500 个电话交换机，其中约 3000 个服务于农村用户，但这部分用户仅占英国电信宽带用户总数的 12%。

英国电信在一份声明中表示，Ofcom 的规定对英国电信批发业务部没有“实质性”的影响。该公司表示，与其他互联网服务提供商不同的是，英国电信零售业务部的个人宽带产品价格一直保持城乡一致。因此 Ofcom 的这项规定同那些目前对农村地区额外收取费用的互联网服务提供商关系更大。来源：2011-7-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

西班牙拍卖无线频谱资源筹资 23.7 亿美元

西班牙通过拍卖无线频谱资源筹资 16.5 亿欧元(约合 23.7 亿美元), 高于西班牙政府开拍前设定的 14.53 亿欧元(约合 20.85 亿美元)的最低价格标准。

西班牙三大移动运营商西班牙电信(Telefonica)、沃达丰和法国电信旗下 Orange 通信公司瓜分了些重要的频谱资源。它们对这三家公司非常重要, 可令其满足智能手机和平板电脑数据流量日趋增长的需要。

共有 11 家移动运营商提交了参与拍卖的申请, 并获得批准。根据西班牙政府今年三月分发给移动运营商的文件, 16.2 亿欧元(约合 23.3 亿美元)是其所能接受的最低价。来源: 2011-7-30 新浪科技

[返回目录](#)

英国电信拟 2013 年 90%建筑可覆盖先进铜宽带

据国外媒体报道, 英国电信宣布计划大幅扩大先进的铜宽带覆盖率, 于 2013 年春季覆盖英国 90% 的建筑。根据这一扩建计划, 另有 250 万栋建筑将接入这些速度更快的的宽带(高达每秒 20MB), 届时, 使用这种先进的高速宽带的建筑将达 2250 万栋左右。

英国电信已经承诺在 80% 的英国地区(约 2000 万栋建筑)推出下一代铜宽带。目前已有 1760 万建筑启用了交换服务。

预计绝大部分客户可以享受速度更快的宽带——升级后, 许多地区的网速将翻倍。

在进行这一部署计划的同时, 英国电信还将推出超高速光纤为宽带, 并计划在 2015 年年底覆盖三分之二的英国建筑。目前, 光纤到机箱(FTTC)技术所提供的速度高达每秒 40MB, 预计明年将提高至每秒 80MB; 而光纤到户(FTTP)的速度将高达每秒 100MB。目前, 约有 500 多万建筑已经接入了光纤到机箱服务。英国电信急于在剩余的“最后三分之一”的英国建筑部署光纤宽带。因此, 该公司正与国家、地方和相关机构合作, 以帮助缩小向这些社区提供光纤服务的资金缺口。

英国电信认为, 光纤和先进的铜宽带将在提高全国的平均宽带速度方面发挥关键作用。然而, 该公司也在探索其他解决方案, 以便为其余 10% 的建筑——不在光纤和先进的铜宽带的商业运营覆盖范围内——提供速度更快的宽带服务。这些措施包括移动和无线替代技术, 如 LTE 和电视信号空白频段(iteSpaces)。目前, 英国电信正针对这两项技术进行试验。来源: 2011-8-2 飞象网

[返回目录](#)

泰国运营商 AIS 推出 3G 服务 最高速度 21.6 Mbps

泰国移动运营商 AIS(Advanced Info Service)已经在曼谷、清迈、宋卡、普吉岛以及其他多个地区推出了 3G 网络服务。AIS 的 3G 基站数量已由一年前的 100 个左右增加至 1884 个。

该运营商表示，其 3G 网络的最大连接速度为 21.6 Mbps。

此外，该运营商表示，将从 10 月 7 日开始，使其 3G 用户接入 TOT 的 3G 网络。这项转移是基于这两家公司之前签署的一项 3G 漫游协议，该协议允许 6 万名 AIS 的用户一年内能够在曼谷地区漫游至 TOT 的网络。漫游用户数最大限制为 100 万。来源：2011-7-29 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

电信运营商：基础服务成为转型支点

在移动互联网高速发展中，电信运营商的各项基础业务以及增值业务都受到了强烈的冲击。电信企业何去何从，未来方向在哪里，大家都在进行着全力的探索。千里之行，始于足下。运营商还是要以服务好自己的用户为基本出发点，做好管道是走得更远的支撑，做好基础服务不仅是生存的根本，同时，立足客户需求的基础服务或许是一个撬起更多应用的支点。

近日，记者参加了一个通信·互联网沙龙，大家一起讨论电信运营商在移动互联网时代该如何做门户、应用的话题。在整个讨论中，记者深切感受到，虽然数据业务是未来，是行业发展的大势所趋，但电信运营商做好管道是走得更远的支撑，做好基础服务不仅是生存的根本，同时立足客户需求的基础服务或许是一个撬起更多应用的支点。

基础服务是根本

“干掉短信”、“替代电话”——随着移动互联网创新应用的发展，电信运营商的基础业务被替代的趋势也正加剧，本来就笼罩在“被管道化”论调中的电信运营商更是危机四伏。其实纵然这一天不会那么早到来，电话与短信本来就已经不是行业收入增长的动力。近年来，电信运营商一直努力向数据业务转型，应

该说有一定成效。数据业务在通信行业的占比越来越大，“增值业务”这个名词已经越来越不合适，甚至正逐渐成为主要业务。然而，我们冷静分析，发现数据业务其实大部分依然是接入，内容应用的占比其实还是很小。在数据业务发展中，由于体制机制等原因，电信运营商所做的应用与互联网企业相比，总是显得有些缺乏吸引力与竞争力。未来，电信运营商该做什么样的应用，成了大家苦苦寻找的方向。

然而，我们无论如何急于前行，当下的基础服务不能丢，因为那是根本，打好地基才有可能盖起高楼大厦。我们要反思，目前我们是否把管道的事儿做好了？基础服务是否做得到位？

以用户需求为出发点

其实很多人会问，做好基础服务与未来新业务拓展有啥关系呢？因为要真正做好基础服务，一定需要研究用户需求，一定要贴近用户需求，只有从用户出发，才能受用户欢迎。其实根子上的事儿，还是需要电信运营商的体制机制、组织架构以及管理流程都以用户为中心进行改革，甚至颠覆性的革命。

基础服务正成为推动变革的一股强大的力量，也正成为一个切入点。以目前的服务热点“手机流量”为例，运营商正努力解决问题。是否能做到实时的流量提醒？该提醒的时候是否提醒？是否能够分析用户每月流量情况，给用户更合理使用的建议？相信电信运营商朝着用户希望的方向努力，不会做不到。目前有人认为电信运营商的方向是“智能管道”，流量管理或许仅仅是智能管道千里之行的始于足下。

互联网搜索巨头百度的理念是“让人们更便捷地获取信息，找到所求”，日常管理、技术创新都围绕这一核心。电信运营商虽然也一直倡导“以客户为中心”，但实际上目前无论是组织架构还是管理流程，都是以方便自身管理为中心，仅靠前台服务部门的努力是不可能真正实现用户满意的。自身的改革势在必行。

让基础服务成为支点

做数据应用，电信运营商的优势在哪里？与互联网企业相比，娱乐类应用显然比不过。而跟用户相关的信息通信实用性服务是自己的老本行，自然应该当仁不让。

就算只做管道，这种基础服务也是用户无法离开的，是用户永远需要的。比如目前手机营业厅应用客户端，用户一键进去，快速查询自己的话费、流量、积分，搜索企业的新业务、最近的营业厅，便捷地办理业务、交费充值等。目前这仅仅是一些基础服务，而且很多服务功能还没有完全实现。因此，我们需要加大步伐，首先做好基于移动互联网的服务应用。其实，目前电信企业在这方面下的工夫还很小，可能就是觉得，服务会支出成本，而不会获得立即可见的收入。而

思路却不该只局限于此，这种自身服务应用可以是打通与其他应用的有效入口。例如在手机营业厅里用手机支付水电煤气费用，购买或者免费下载手机应用软件，甚至跟目前的 114、12580 等信息导航服务相整合，方便地查询各类生活信息，订票、订酒店……反过来，电信运营商正在做手机支付、统一通信、应用商店等各种尝试，而如何整合自身应用，让自己的用户能够实现一种无缝的、一站式的服务体验，也成为另一个需要思考的问题。

研究用户、细分用户，用户的需求也必将浮出水面。我们可以借鉴“服务产品化”的理念，根据用户的需要提供个性化、定制化的服务产品。而将服务与产品有效整合，相互融合，满足用户的各种需求，做好对合作伙伴的支撑服务，或许会有想不到的惊喜。

??? 微观点

只能收到流量钱？

@许锡标：Kik 干掉短信，Skype 干掉电话，Facetime 干掉视频通话，App 干掉电信增值业务，电信运营商也就剩下网络流量包月业务了。

@dododongdong：电信行业趋势就是基本通信免费，而是在增值业务，特别是具有移动互联网特点的新型业务上寻找收入增长点。不过运营商搞互联网太困难了，体制老化，创新太慢，正统互联网企业，如腾讯等又是那么的强势，到最后难免新业务没闯出来，还是沦为别人的管道。几千亿元的网络建设，就只收了点流量钱，吃不饱饭啊。

@拖鞋的废话篓：互联网发展有无数的支持理论，而变革时期的电信业却找不到自己的新理论；更为不幸的是，惊慌失措之下许多互联网理论被毫无鉴别地当成电信业的新理论，全然不明白互联网产业其实有着自身的利益诉求，把“革命者”的理论当做“被革命者”的理论，结果可以预料——学得越快，死得越快。

反思与行动

@毕朝晖：如果运营商的门户(客户端或网页版)有如下功能：1.实时的套餐余量提醒；2.一键式接通客户经理；3.信号差时自动将情况反馈；4.所有应用手机号码适配；5.支付只要你确认，剩下的事儿运营商干；6.简洁得只剩下一个框，你会选择吗？

@西安联通李武：运营商的尴尬电信运营商的处境有点像之前手机行业的诺基亚和互联网行业的雅虎，因为过去的辉煌和独占拖住了革新的步伐。同意马云对雅虎的建议，尽快进行市场切割和细分，在不同领域做专业化探索，重新创立细分市场的优势地位。电信运营商急需反思和行动。

@赵斐 zf：移动互联网对运营商是盈利模式的转型促进作用，而不是盈利模式的替代作用。

@季炜炜 1128：运营商最宝贵的财富不是号码资源，而是管道，逻辑的、物理的，如何利用是运营商能不能活下去的关键。

门户，是服务的起点还是终点？

门户，是服务的起点还是终点？这有点像哲学上的物质和意识之间关系的问题。

所谓起点，门户是运营商服务用户的需求导入工具，是需求的会聚和分发平台，是服务的整合和分发平台；所谓终点，门户是运营商服务用户的业务供给平台。

一个是内容的单向广播，属于 Web1.0 的思维；一个是关系的多维互动，属于 Web2.0 的思维；只有弄清楚这个问题，运营商才能真正寻找到自己门户的定位。

不过，纵观目前三大运营商的各类门户，其大部分应该属于终点式、Web1.0 式的门户。那么问题回到原点，运营商到底需不需要在自己的门户中融入社交元素，做成一个起点式的门户呢？

笔者认为答案是显然的，那就是，需要！理由很明显：社交需求，在我国进入有闲社会之后，已经成为显性需求。而运营商的业务和服务的满足与供给，也必须是社交式的。

但是，运营商做起点式的门户，笔者认为做成互联网资源的整合和分发入口不是正确的定位。运营商还是要以服务好自己的用户为基本出发点做自己的门户。

所以，笔者认为，运营商做起点式或者说社交式的门户，需要满足以下三个层次的客户服务需求。

一是以运营商的业务和应用为核心，满足运营商自己用户之间的社交需求，这些需求包括对运营商业务应用的经验分享、服务改善的意见，或者新业务、新需求的反馈与收集。

二是以服务改善和问题解决为目的，满足运营商的员工与用户之间的社交需求。通过运营商员工与用户之间组成的社交联系，既可以满足客户的服务体验，也可以提高服务的可用性和可信度，并可以降低投诉。对于已经成了社交好友的用户和员工之间，更多的是信任，谁会投诉自己的哥们姐们？

三是以改进运营商内部流程为目的，满足用户与运营商内部不同部门之间的社交需求。直接面对客户，直接面对市场，直接面对问题，将更有利于从外部推动内部流程再造和制度改革。那些站在后台的部门，要勇敢地暴露在用户的直接围观中。

所以说，运营商的门户，需要建立的是用户与用户之间、用户与员工之间、用户与组织之间的多向、多层次的互动，成为经验分享、学习的起点，流程再造的起点，服务优化的起点；但是投诉的终点、抱怨的终点、完美体验的终点。来源：2011-7-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

传统业务受威胁 运营商多方探索转型之路

近来，荷兰皇家电信集团 KPN 发布了第二季度的财报，净利润下降 11%，KPN 将利润下降原因归结为以 Skype 为代表的互联网通信工具应用日益广泛。

消息一经发出，引起了行业人士对传统电信服务提供商生存状况的关注。

情况确实不容乐观，几个月前，德国电信发布了第一季度净利润下降 37% 的业绩报告，并宣布将旗下的 T-Mobile 荷兰公司将裁员 7%，着手将美国业务卖给 AT&T；海湾地区最大的电信运营商 Etisalat 今年第二季度净利润下降 14.9%；南非运营商 Telkom 用户数增长，但营收持续下滑；印度 BSNL 连续几个月发布亏损业绩，财务状况紧急，政府不得不给予救助补贴。

面对几乎哀鸿遍野的业绩，电信运营商们很清楚，传统的电信业务已经受到威胁，寻找新的增长点共识，但不同的运营商走向的是不同的道路。

国内的数据业务仍在培育期，三大电信运营商重点关注的是向综合信息服务提供商转型，以原有的业务为基础，在不同的行业探索信息化应用解决方案，主要包括政府信息化应用，社会民生类以及物联网类信息化的应用。这种探索取得了成功，以中国电信为例，2010 年，中国电信 ICT 收入达 106 亿元，其中信息化应用收入达到 34 亿元，政企非话音收入占比超过了 60%。

当然，向垂直市场提供信息化解决方案不是国内三大运营商的独特道路，有市场研究公司称，全球有超过一半的电信公司深入拓展垂直市场，能源和公用事业部门是两大首要目标，健康和运输也跻身前五名。

在欧洲，值得注意的是，原来势不两立的竞争对手选择抱团作战，法国电信和德国电信在宣布共享欧洲的网络基础设施后，决定展开在 M2M 和 Wi-Fi 等重点领域的技术合作。此后不久，北欧电信巨头 TeliaSonera 加入合作阵营，主要合作方向是 M2M，这是市场普遍认为的下一个万亿级通信业务领域。在近年来才兴起的移动支付业务，由于面对着互联网巨头和金融机构的直接竞争，国外运营商再次选择抱团结盟的方式推进移动支付业务的运营，典型的例子是美国 at&t、Verizon 和 T-Mobile 组建 ISIS 移动支付公司。

跨行业发展也是一条主要的道路，美国 AT&T 借苹果 iPhone 成功迎来数据业务时代后，又盯上了市场激情高涨的网络团购市场，AT&T 通过旗下 YP.com 黄页网站在洛杉矶、亚特兰大和达拉斯沃斯堡等城市推出了自有团购网站。此外还有三星集团进入生物和医疗方向，LG 开发新能源... ..

韩国 SK 电讯一直是全球各大移动运营商学习的对象，SK 电讯近日参予竞购半导体企业海力士，分析师认为 SK 电讯可能会迫使终端厂商选择海力士的内存技术，从而提升自己的影响力并降低成本。此外，SK 电讯收购信用卡业务，收购唱片公司都充分显示了这家运营商向融合性企业迈进的决心。

未来，电信运营商甚至会分离成两部分，一部分经营网络资产，另一部分开发服务，不管哪种方式，转型不是一朝一夕的事情，甚至会混乱而痛苦的。来源：2011-8-2 中国通信网

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动缓购东信和平 SIM 卡

昨天，中国移动的 SIM 卡供应商东信和平发布公告称，因该公司生产的部分 SIM 卡产品未严格按照中国移动的要求生产，中国移动已决定暂缓执行其采购合同。

东信和平方面表示，该公司接到了中国移动集团下属省级分公司的通知，称根据中国移动集团相关部门对其生产的 SIM 卡产品抽检，发现部分产品未严格按照其要求进行生产，要求暂缓执行已签订的 SIM 卡采购合同。东信和平方面称，获知这一情况后，公司已积极与中国移动集团进行了沟通，按照中国移动集团相关部门的要求进行整改，重新提交的样品已通过中国移动集团研究院检测，至于何时恢复订单，尚需等待中国移动集团的通知。来源：2011-7-28 京华时报

[返回目录](#)

中移动调低 38 地国际漫游费

在暑期旅游升温之际，从今天零时起，中国移动针对英、澳、德、法、加等 38 个方向的国际漫游出访资费进行调整，平均降幅为 38.6%。移动旗下所有品牌用户都可享受资费下调优惠。据悉，从去年元旦起至今，移动已先后五次推出国际漫游资费下调方案。

澳大利亚、新加坡、德国、法国、英国、加拿大、意大利是这次国际漫游资费水平降幅较大的国家。此次降费中包括“漫游地接打电话费用”、“漫游时手机上网”、“发回中国大陆短信”等业务。其中，新加坡方向拨当地漫游费由 0.99 元/分钟下调为 0.59 元/分钟，降幅近一半；拨回国内的资费由原来的 3.99 元/分钟下降至 0.99 元/分钟，降幅达 75%；新加坡方向，发中国大陆短信调整后仅需 0.19 元/条，为原先的五分之一。加拿大方向移动数据流量资费由 0.05 元/KB 下降至 0.01 元/KB，降幅达到 80%。此外，德国、法国、英国、意大利等国家的部分运营商资费降幅也超过了 50%。来源：2011-8-1 新京报

[返回目录](#)

中移动推彩信杂志抢 iPhone 用户

中国移动对 iPhone 用户的服务越来越贴心细致。继制定出专用的 iPhone 套餐后，又向旗下的 iPhone 用户推送专门的《iPhone 彩信杂志》，目前内容包括“iPhone 小课堂”和“iPhone 果粉软件推荐”两个栏目。

记者了解到，北京移动的服务攻势正在紧锣密鼓展开。其中的“iPhone 小课堂”栏目向用户介绍移动 WLAN 的开通方式、设置方法、相关 WLAN 套餐的开通。另据记者了解，北京移动甚至已开发了相应的 iOS 平台的北京移动 WLAN 客户端，以方便用户使用 WIFI 上网。而同步推出的“iPhone 果粉软件推荐”中，移动的飞信业务也是当仁不让。

更多的迹象表明，中国移动对于 iPhone 用户的争夺越来越强势。事实上，早在 iPhone 4 国内上市之初，北京移动便在其定点营业厅为 iPhone 4 推出免费剪卡业务，随后还推出了专用的小卡，还有说法称最近又为之备货了近 15 万张小卡。

同时，针对 iPhone 用户的服务也越来越多，比如北京移动还向营业厅印发了 iPhone 客户服务手册，搭建专门的网上社区，并建立 iPhone 客户俱乐部等。

数据显示，截至 6 月底，中国移动 iPhone 用户增至 642 万，较 5 月份新增 80 多万。而从上周开始，北京移动联合国美、中复等社会渠道，将购机入网返话费首次向 iPhone 敞开。当然，用户需要在网一年，并且机卡绑定使用。

早先，中国联通与苹果公司达成供销协议，中国联通依靠 iPhone 的销售先机抢夺了不少高端用户。不过，中国移动吃“苹果”的努力与行动从未停止过。来源：2011-7-29 北京晨报

[返回目录](#)

中移动应用商场凸显产业聚集效应

近日，南都记者从中国移动互联网基地了解到，中国移动应用商场(Mobile Market)已正式与“Angry Birds”(《愤怒的小鸟》)手机游戏创作方芬兰 Rovio 公司达成协议，取得《愤怒的小鸟》在移动应用商场上的发行销售权。在此之前，中移动携手摩托罗拉启动了首个基于 Android 平台的联合应用商店“MM-智件园”。此后不久，韩国 KTOLLeh Market 又在移动应用商场正式开设品牌店；国内网络游戏开发及运营商第九城市亦与移动应用商场达成合作协议，以品牌店形式进驻移动 M M。

业内人士指出，国内由运营商打造的首个移动互联行业手机应用平台与国内外一流手机游戏和应用的“联姻”预示着中国移动应用商场的全面成熟，也凸显了移动应用商场的产业聚集效应，牢牢奠定了中国移动应用商场全球中文手机应用下载第一平台的地位。来源：2011-7-27 南方都市报

[返回目录](#)

中移动推出话费补贴 分食 iPhone 蛋糕

由中国联通引入的苹果 iPhone 是吸引 3G 用户的利器，中国移动最近推出 iPhone 话费补贴，以抢夺客户。

北京移动客服今天证实，最近确实推出了针对 iPhone 的话费补贴。用户在美国等零售渠道购买的 iPhone 裸机，到移动营业厅入网即可获话费补贴，如用户承诺每月消费 128 元，每月将获 28 元话费补贴。

苹果手机能够进入中国源于 2009 年与中国联通的合作，该合作为期三年。上周，联通高管表示，iPhone 的销售超过预期。市场预计，联通每月有 30 至 40 万 iPhone 用户入网。

业内人士表示，中国联通与苹果的合作为非排他性合作，而且联通也放开了苹果裸机销售，因此尽管移动与苹果尚未合作，但用户具有自主选择运营商的权利。

业界预计中国移动和苹果未来有可能在 TD-LTE 的 4G 技术上合作。目前中国移动采用 TD 制式的 3G 技术，而 iPhone 采用的是中国联通的 WCDMA 制式，用户入网中移动尚不能获得与入网联通一样的使用体验，但市场估计已有 500 多万 iPhone 用户入网中国移动。

在刚刚过去的 2011 年第三财季，苹果从中国大陆、台湾以及香港收获了 38 亿美元营业收入。中国移动的 6 亿用户将是一块更大的蛋糕，在苹果推出 TD 制

式手机或中移动获 TD-LTE 牌照之前，眼下的补贴政策不失为一个有效的权宜之计。来源：2011-7-28 中国新闻网

[返回目录](#)

中移动遭遇增长瓶颈 TD 瞄准 4G 是舍近求远

作为国内通信运营商中最牛的“赚钱机器”，中移动有着全球运营商都羡慕的庞大市场。但是，这台巨型的“机器”越来越显得“力不从心”。尽管其增长趋势仍保持着，但势头却在逐渐放缓；尽管其 3G 用户最多，但也广受诟病，被指 3G 用户质量不如电信和联通；尽管其坐拥雄厚的经济实力，但也面临高速增长的压力，再也不像当初那样轻而易举……反观电信和联通，虽然目前来看逊于中移动，但潜在的能量往往是追逐市场的资本，尤其是全业务的融合，更是有着厚积薄发之势，不可小觑。那么，如何在竞争对手围攻下重拾当年的雄风，继续快速成长，是中移动未来一段时间将要面对的问题。

中移动遭遇成长瓶颈

中电信日前公布，6 月份 CDMA 用户单月净增加 267 万户，轻微高于 5 月份的 260 万户，期内 3G 用户净增长 187 万户，3G 用户累计已达 2154 万户。中国联通 6 月主要运营数据显示，中国联通 3G 用户 6 月净增 185.5 万，累计达 2394.5 万户，2G 用户接近 1.58 亿户。中移动公告称，6 月份 3G 用户净增 303 万户，累计已达 3503 万户，总用户增至 6.17 亿户。至此，截至 6 月底，我国 3G 用户数共计达 8051.5 万户。

对上述数据进行对比可以发现，中移动 3G 用户数约占我国 3G 用户总数的 43%，比例最大，但增速却不及往年。而且，中移动 3G 用户最多，但却也广受诟病，被指 3G 用户质量不及电信和联通，不少人在谈起 3G 时，还会时不时地感慨手握 TD 的无奈和对 iPhone 望尘莫及的忧伤。

但在两条腿走向盈利之路的途中，中移动也面临保持高速增长的压力。3G 时代，尽管中移动的用户在庞大的基数上还能保持增长，但中移动的 ARPU 值(每用户平均收入)却持续下降。有数据显示，中移动去年的 ARPU 为 73 元，略低于 2009 年的 77 元，下降趋势有所放缓，但无法逆转。相比下，联通和电信都通过发展 3G 用户，明显提升了 ARPU 值。有数据显示，联通 3G 用户的 ARPU 为 124 元，2G 用户的 ARPU 只有 39.5 元，差别明显，电信的情况与联通类似，3G 用户的 ARPU 高达 95 元，加上 2G 用户之后的平均值只有 54.2 元。

终端失衡，是 TD 目前最大短板

电信联通已经走在了 3G 时代的前列，“今年中国将迎来 3G 从起步阶段步入高速发展阶段的‘拐点’。”中国联通董事长常小兵日前这样表示。对联通和电信而言，3G 用户已成为用户增长的最主要动力。而对于中移动而言，TD 却是一大“短板”。而 TD 终端发展不尽人意，已成为 TD 目前的最大瓶颈。TD 终端绝大多数都是 TD 和 GSM 双模终端。多数用户在运用双模终端时习惯于使用 GSM 网。

从 6 月份 3G 用户数据中分析可知，三大运营商在用户结构上有着明显的不同。中移动新增的 303 万 3G 用户与其 6.17 亿的手机用户相比，仍是“微不足道”的。也就是说，中移动给出的 3G 用户有多少是真正的 3G 用户，还值得商榷，有多少用户处于“被 3G”的状态，即因为运营商的促销攻势被动成为 3G 用户的这一部分人，也有待落实。此外，中移动的 TD 用户中还存在大量 3G 用户使用 2G 套餐的情况，这也在一定程度上使所谓的 3G 用户数大打折扣。

其实，今年 2 月，中国移动称拟采购中高端 TD 手机约 1220 万部，包括旗舰互联网终端约 150 万部。此前，中移动已进行 600 万部中低端 TD 手机招标。显然，中移动此举意在弥补 TD “短板”。

再增长需实现全业务优势

自 2008 年完成新一轮重组后，三大运营商就从过去单一的业务竞争逐步转向了全业务竞争。可以说，全业务运营模式是下一步电信业深化改革核心的落脚点。

目前，中电信和中联通在全业务融合下，固网和移动网络的融合创新势头强劲，且在 3G 技术与网络建设上具有很明显的优势，虽然暂时在市场竞争中处于劣势，但它们的整个产业链发展相对成熟，而且，应用拓展上也逐步地完善，正在进入一个良性循环的发展轨迹。事实证明了，中电信的全业务优势确实强力拉动了 3G 的增长。

日前，针对日前传言的中国移动 G、T 分流试点一事，知情人士透露，试点效果良好，但中移动真正的做法还是希望用 WLAN 来分流 GSM 网的大流量数据业务压力。其实，G、T 分流就是中移动希望提升 TD 网络综合资源利用率，令 3G 用户尽可能驻留在 TD 网上，并在 TD 网络上发起业务，进而降低 GSM 网络负载。

同时，中移动的 4G 任务早就上马。有业内人士称。LTE 看似一片光明，且 LTE 终端层出不穷，但缺乏杀手级的应用，从某种意义上讲，这有悖于通信业发展规律。

另外，自电信重组以来，中移动对铁通的整合目标就明确为在全业务环境下确立共同的发展目标，双方协同开展全业务经营，而中联通、中电信近两年对宽

带提速工程的建设力度加大更是拉大了与铁通网络间的差距。此外，中移动在各地已投入巨资大力建设无线城市，事实上，WLAN 是中移动希望对抗联通、电信 3G 网络、拼抢高端数据业务用户的根本。

总之，全业务意味着运营商真正竞争时代来临，国内电信业全业务竞争是未来主流。中移动应客观地把握市场形势，避免过于乐观，着力实现全业务优势。

来源：2011-7-27 通信信息报

[返回目录](#)

中移动发力安卓手机游戏 运营创新是破局关键

近日，中移动手机游戏基地发出全球征集令，面向全球游戏合作伙伴征集优秀安卓游戏产品，采用预付加分成的模式与游戏供应商进行合作，以促进安卓智能终端游戏业务的发展。

据悉，无论是否中国移动手机游戏基地合作伙伴，只要符合一定资质，均在此次邀请之列。每家游戏公司可申报单机和网游两大游戏类别，最多可申报 5 款游戏，最多入围 3 款，其余未入围但符合要求的游戏可在中移动游戏业务平台上线。对于所有入围游戏，中移动一律将率先给予 10 万元的预付资金，收入超 10 万元后，游戏基地还将与游戏开发公司按三七开(移动公司占三)进行利润分成！这一举措表明了中移动对手机游戏市场的信心。

手机游戏拓展增值业务新空间

易观智库近日公布的第二季度中国手机游戏市场季度监测数据显示，到今年第二季度，中国手机游戏用户数量已突破了 1.5 亿而且正呈稳步增长趋势，而市场规模也达到了 9.4 亿元。

发力手机游戏，中移动在取得热门手机游戏《愤怒的小鸟》发售权以后，又上线了弱联网手机游戏。首批 17 款轻度联网手机游戏日前在中移动手机游戏门户网站 g.10086.cn 上线，弱联网游戏为玩家提供了一个互联性的游戏平台，方便他们与朋友互动交流，从而形成个人的关系网。

从终端方面来说，手机由非智能手机到智能手机，已经从单纯的通讯工具转变为一个集通讯、电影、游戏等多功能于一体的便携终端，综合功能越来越多，为手机游戏的发展提供了硬件条件。

在手机游戏的用户需求方面，随着生活节奏的加快，碎片化的时间成为运营商发展手机游戏的契机。随着智能手机价格的持续走低，更多的人能拥有一部智能机，而手机网游新产品的陆续上线，使大量高质量、低门槛、更贴近生活的游

戏产品不断出现，多种因素的共同作用为中国手机游戏带来更大的增长空间。中国移动频频发力手机游戏也正是出于对这块大蛋糕的渴望。

发力安卓布局 3G 规模化应用

中国移动选择安卓作为发力手机游戏的切入点，这正体现了中移动的前瞻性，布局 3G 规模化应用，进一步拓展移动增值业务市场。

据工信部的数据显示，截至 6 月底，国内 3G 用户总数累计达 8051.2 万户，渗透率达到 9.5%，而业界普遍认为，3G 渗透率达到 10%就意味着 3G 发展进入规模化应用阶段，9.5%的用户渗透率距 3G 的规模化应用仅一步之遥。一旦 3G 步入规模化应用的转折点，很快 3G 新增用户将脱离以往的慢速度增长，进入爆发式增长阶段。届时，3G 手机用户的数量将是非常可观的。

在智能手机领域，从 3G 终端层面讲，安卓手机是这一市场的主流。据市场研究机构 IDC 预计，Android 移动操作系统今年将占全球智能手机市场 38.9% 市场份额。凭借 38.9% 的市场份额，Android 成为全球最大的智能手机平台，而风靡一时的苹果 iPhone，则不得不屈居次席。更令人振奋的是，在不久前的谷歌财报会议上，谷歌 CEO 拉里·佩奇表示，目前每天大约有 55 万台 Android 设备被激活，增势非常喜人。可见，Android 手机操作系统现已稳坐霸主宝座，在未来一段时间内，将会继续占据领先地位。

现在不少手机游戏都适配市场上的多款 Android 平台主流机型，基于 Android 系统开发的游戏所占市场份额越来越大。发力手机游戏，在与产业链融合的过程中，考验运营商的，更多的是平台管理以及营销的能力。手机游戏市场一直不温不火，但是又时不时会出现高度吸引眼球的游戏，如植物大战僵尸、愤怒的小鸟等，这些手机游戏的佼佼者便是最好的营销推广契机，需要把握时机适时引入。

运营模式创新是关键

尽管未来手机游戏市场前景一片大好，但目前看来，当下发展还面临着盈利模式方面的困惑。手机游戏发展多年，虽然也形成一些较为固定的盈利模式，但是基于这些模式，产业链各方的盈利水平却都不高，这就是手机游戏行业虽经过多年发展却依然不温不火，罕见规模爆发的主因。

在手机游戏产业链中，运营商首先需要明确自己的角色定位——作为手机游戏平台的支撑者，同时也是产业链整合的纽带。简单来说，要做的事情就是利用手中的平台、渠道乃至用户资源从游戏开发商处获取优质的游戏内容，再将这些游戏内容推送到用户的手机上。

业内人士认为，从中移动谋求手机游戏垂直一体化发展看得出，手机游戏开发商、服务商和运营商在合作中渴望摆脱彼此间限制的愿望。中国移动为手机游戏

开发商和服务商提供运营平台，在这个过程中，开发商和服务商游戏的上线将受到中移动的诸多限制；而同时，开发商和服务商所提供手机游戏的质量不高、精品少等问题反制着中移动业务的发展。

只有运营模式真正有所创新了，运营商手机游戏产业“不温不火”的僵局才有可能被打破。来源：2011-7-27 通信信息报

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信认购证升势有望延续

虽然美国发债上限谈判陷入僵局，惠誉、标普、穆迪等评级机构多次发出“可能下调美国信用评级”的警告。不过，从美股和港股坚挺的表现来看，这事并没有引发市场的恐惧，大多数投资者仍然认为美国国会两党最终将达成协议。而事件一旦解决，股市自然会回升。

目前恒指“两阳夹一阴”的K线组合形态属于上升攻击形态，通常蕴含着买入信号，故暂时来看恒指走势偏强。而本周四是即月期指的交割结算日，按以往的经验来看，在转仓掉期活动的影响下，结算前大市普遍出现“夹仓”的现象，而这次估计“夹淡仓”的几率很高。因此，预期7月港股有望收涨，“五穷六绝七翻身”的股谚或再次应验。在品种的选择上，蓝筹股本周起陆续公布业绩，包括友邦保险、汇丰、和黄、长实、恒隆地产等等，投资者不妨选择往绩较佳的蓝筹股来捕捉短炒机会。

衍生工具投资方面，目前可关注中国电信(0728.HK)及其认购证。中电信今年以来的表现优于大市，这主要得益于公司三年内实现所有城市光纤化的工程目标。根据中电信年初公布的工程目标测算，中电信宽带用户的接入带宽将在3-5年内跃升10倍以上，并将持续快速提升，该目标的实现对中电信的长期发展十分有利。此外，在与苹果公司的合作上，市场预期中电信将直接引入iPhone5，拟保持其竞争优势。在相关利好的带动下，昨日中电信股价曾高见5.26港元，刷新了两年半以来新高；同时，成交量激增至前一天的三倍，料中电信短期量价齐升的趋势有望延续，后市可再看高一线。若看好中电信，可关注其认购证11754，行使价5.28港元，今年12月到期。不过，提醒投资者，认股证投资风险巨大，可导致本金的全部亏损。来源：2011-7-27 中国证券报

[返回目录](#)

中国电信在蓉造西部“云”中心

成都上空的这片“云”正在更快聚集起来。继曙光在成都建立国内第一个商业化运营、第一个为政务服务的云计算中心后，昨日中国电信集团有限公司在蓉宣布，“中国西部云计算中心”项目正式落户成都。至此，成都成为中国电信全国三大云计算基地之一，其辐射范围将覆盖整个西部地区。

选择成都

因其西部地区实力最强

上海、广州、成都，这样的国内三大云计算基地布局背后有着中国电信对于市场的考量。“成都云计算的技术条件在整个西部拥有首屈一指的硬实力。”据中国电信四川公司有关负责人介绍，成都的信息化基础设施、网络技术和服务能力均处于国内领先水平。以中国电信四川公司的 CDMA 3G 网络为例，其覆盖能力仅次于广东，居全国第二；今年正式投入使用的中国西部信息中心更是国内领先的信息产业多位汇聚平台，硬件、软件能力均处于国际一流水平。此外，成都还拥有全国首家“国家级数据安全中心”和中国电信云计算、物联网、三网融合实验室等运营商前沿技术实验基地、中国电信天翼空间基地等。

选择成都，更看重它在通信设施方面的基础。记者了解到，全国 8 大电信汇接局之一位于成都，在西南地区处于枢纽地位。中国电信四川公司有关负责人表示，在国际互联网出口带宽、通信骨干网络支撑等云计算的物理和技术条件方面，成都当之无愧是西部地区实力最强的。

降低成本

云计算能省 20%—30%

记者了解到，通过启动中国西部信息中心二期建设工程，中国电信四川公司将进一步夯实四川作为中国云计算基地的核心地位，推进云计算平台建设，包括云计算管理中心、服务中心、存储中心和安全中心，大力推进云计算示范应用，建成以公共基础性资源最大化为特征的“公共云”，以若干个部门或行业应用和服务系统的统筹协调、资源共享为基础的“部门/行业云”，承载我省智慧城市项目群的落地。

落户成都后，“中国西部云计算中心”项目将加大对成都的投入，进一步扩展规模，推出更多的应用。据中国电信四川公司有关负责人透露，作为云计算首批试验城市，成都将全面推进云计算的社会化、市场化建设与运作，降低信息化的运营成本，就企业而言，应用云计算服务将比传统模式节约成本 20%—30%。据透露，到“十二五”末，云计算将全面服务于智慧政务、智慧产业和智慧民生



工程，以成都为中心的整个四川云计算外包服务在基础设施、技术能力、市场份额方面有望居于全国领先水平。来源：2011-7-27 四川新闻网-成都日报

[返回目录](#)

中电信四季度或引入 iPhone 5 正研究补贴政策

电信联姻苹果再度传出消息。业内盛传，中国电信将成为继中国联通后，国内第二家销售 iPhone 的运营商。相关补贴政策正在梳理，可望于三季度出炉，四季度正式引入 iPhone。接近中电信消息称，公司冀保持竞争优势，希望直接引入 C 版 iPhone 5。

瑞士电信公司的一位高管透露，iPhone 5 将会在 9 月 5 日发售，但还只是在美国地区。美国以外的国家需再等待一个月。该高管称，苹果已经与主要运营商谈判如何销售 iPhone 5 的细节。据传，新一代 iPhone 将会搭载 A5 处理器，无边框设计以及更高像素和更大内存。

中国电信已经是全球第一大 CDMA 网络运营商。行业分析师指，“中国电信的高端客户数量在 1300 万-1500 万之间，假设全部换成 iPhone，这些合约客户的潜在营收价值高达 80 亿-90 亿美元”。据悉，目前电信与苹果洽谈有进展，对于技术及销售问题，都愿意让步；但是在关键问题上，包括以分账或以较高价格买断 iPhone，双方仍未达成共识。

补贴政策仍然是电信面临的紧要问题。消息人士称，为铺平引进 C 版 iPhone 5 的道路，目前电信正在全国梳理补贴政策，争取三季度结单。与此同时，电信今年第四季度将降低终端补贴力度。

苹果与运营商谈判的标准是必须享受该运营商在全国的最高补贴政策。分析人士认为：中国电信的终端补贴如果定得太高，自己将面临亏损的危险；如果过低则将对消费者失去吸引力，所以最终的补贴水平可能跟中国联通差不多。以最受欢迎的 16G iPhone 4 为例，此前用户选择每月 286 元的套餐，就可以 0 元购买 5880 元的手机。计算下来，联通为用户提供的补贴高达 86%。而中国联通 2010 年的财报显示，3G 终端补贴造成的亏损就高达 31.7 亿元，到今年一季度亏损仍达到 19 亿元。来源：2011-7-28 南方都市报

[返回目录](#)

中电信今起调整手机呼转资费 不再区分是否漫游

中国电信今天起将调整手机呼叫转移业务的资费标准结构。即日起，呼叫转移资费将不再区分客户是否在归属地或漫游地。

据悉，从 2011 年 8 月 1 日起，中国电信手机呼叫转移业务资费将不再区分用户是否在归属地或漫游地(不包括国际和港澳台地区漫游情况)，也不再区分各种呼转类型(无条件呼转、遇忙呼转等情况)，这意味着，手机呼叫转移业务的资费标准结构将大幅简化。

在资费结构调整之后，如果用户将号码呼转至归属地，其基本通话费为 0.1 元/分钟；如果用户将号码呼转至非归属地，则按照基本通话费(0.1 元/分钟)+长途费(最高 0.06 元/6 秒)收取。来源：2011-8-1 飞象网

[返回目录](#)

中国电信拟 11 月开售 iPhone 4 或收益 90 亿美元

尽管 iPhone 5 即将一展真颜，但对于大部分中国电信用户来说，C 版 iPhone 4 仍是他们最期待的。日前，路透社报道称，两位了解谈判情况的消息人士透露，中国电信计划在今年底，最快 11 月份开始销售苹果 i-Phone。

或带来 90 亿美元收益

消息人士称，中国电信引入 iPhone 技术上已经完全没有问题，目前电信与苹果谈判的焦点仍是具体的合作条款，中国电信可望于今年 11 月开售 iPhone 4，消息源更指中国电信计划年底提供近 106 万部 iPhone 4。

行业分析师指出，中国电信在今年 5 月份就拥有客户 1.057 亿，早已超过美国 Verizon 公司的客户数量，“中国电信的高端客户数量在 1300 万-1500 万，这些合约客户的潜在营收价值高达 80 亿-90 亿美元”。

Suppli 中国区研究总监王阳则分析，中国电信引入 iPhone 可能不会获得很高的销量，但能提升自身的品牌形象。在他看来，目前中国电信的 3G 网络性能稳定，但是推广力度不够，需要 iPhone 这样的高端机型来配合推广。

虽然多方皆称中国电信即将开卖 iPhone 4，但中国电信发言人对此仍谨慎表示，当前仍与苹果公司协商，未有推出 iPhone 的具体时间表。

订购海报悄然上街

虽然中国电信方面仍没有给出明确的回应，但新快报记者在广州的街头，已看到订购 C 版 iPhone 4 的海报。

日前,新快报记者在岗顶一电信营业厅内向工作人员咨询 CDMA 版 iPhone 4 何时上市,该营业厅工作人员称尚未正式上市,一切等公司通知。而在距离该营业厅不到 50 米的报刊亭,赫然挂着订购 iPhone 4 的海报,该海报上海印有“中国电信”的 LOGO。随后,新快报记者拨打了海报上的订购电话,对方自称电信属下一公司的工作人员,他表示,目前他手头上有一台黑色的 iPhone 4,已写号,可马上发货,如果想要白色版本,则需要等待 3 个工作日。问及价格,对方询问新快报记者是否已有电信号码,如果要写入已有的号码,3899 元即可入手 C 版 i-Phone4;若没有电信号码,则要另加收 100 元,即 3999 元。对方强调,写号后使用的是电信乐享 3G 套餐,无论是 3899 元还是 3999 元,均包含 1000 元话费。来源:2011-7-28 金羊网 - 新快报

[返回目录](#)

中电信 WiFi 热点达 30 余万个 7 月新增 400 覆盖点

在基本实现 3G 网络全覆盖之后,中国电信开始全力推进 WiFi 热点覆盖。截至目前,天翼 WiFi 热点已达 30 余万个,7 月新增天翼宽带 WiFi 覆盖 400 多个,遍布校园、酒店、车站等区域。

7 月新增 400 多个 WiFi 覆盖点

“无线中国”是中国电信“宽带中国”整体战略的重要组成部分。继启动“宽带中国 光网城市”工程后,中国电信正式启动“宽带中国翼起来”活动,开始全力打造“无线中国”,全力推进 WiFi 热点覆盖,并通过免费体验方式进行市场培育。

截至目前,中国电信 3G 网络覆盖至全国 342 个城市、2055 个县和 79% 的乡镇,在全国有 30 万个 WiFi 热点。据中国电信市场部总监何志强透露,2011 年将继续大力推进 WiFi 热点建设,到今年年底,WiFi 热点增加到 70 万个,到 2012 年,热点数增加到 100 万个。

据飞象网了解,为进一步推广天翼 WiFi 热点建设,优化用户体验,今年 7 月份,中国电信开始与百度地图紧密合作,将天翼宽带 WiFi 成功加载至百度地图。打开百度地图输入 WiFi 相关的关键字,即可快捷的查询到天翼宽带 WiFi 热点覆盖情况。

免费体验培育 WiFi 市场

据悉,在全力推进 WiFi 热点覆盖的同时,中国电信开始通过免费体验方式培育市场。并首推 WiFi 时长卡。据中国电信公众客户部总经理张新介绍,WiFi 时长卡按时长计费,无论是本网还是异网用户,均可按需购买 WiFi 时长。

另外，针对非天翼用户，中国电信每个月提供一次免费体验业务，体验时长为 5 小时。用户使用客户端的“热点地图”功能即可查询各城市天翼宽带 WiFi 覆盖情况。

从按时长计费的 WiFi 时长卡的推出，到大规模的天翼宽带 WiFi 免费体验，中国电信“无线中国”的战略正在形成气候。根据最新统计，2011 年 7 月份，中国电信天翼宽带 WiFi 热点新增四百多个覆盖点，遍布校园、酒店、车站等区域来源：2011-8-2 飞象网

[返回目录](#)

【中国联通】

小灵通用户超两千万 年底难退市

昨天，工信部公布了上半年电信行业运营情况。数据显示，截至 6 月底，我国小灵通用户减少了 579.1 万户，还剩 2284.1 万在网用户。

如何在工信部规定的年底前消化掉数量庞大的小灵通用户，是运营商面临的一大难题。

工信部数据显示，截至今年上半年，小灵通累计退网的 579.1 万户和下半年需要退网的 2284.1 万户之间，存在巨大的差距，若以上半年的退网速度来看，要彻底完成小灵通的退网，至少还需要两年的时间。

工信部留给运营商的时间却只剩下最后的半年。对此，业内人士表示担忧，称照此发展，很难在年底前实现小灵通退网清频的任务。

据小灵通在网用户反映，他们之所以不愿主动退网的主要原因在于，小灵通终端的相应补偿他们并不满意，另外，当下难以找到与小灵通同样低资费的套餐业务。来源：2011-7-27 法制晚报

[返回目录](#)

中国联通称 WCDMA 网络接通率 98%

中国联通近日发布了 2011 年上半年中国联通服务质量报告，中国联通表示，目前，WCDMA 网络接通率完成值为 98.16%，WCDMA 网络掉话率完成值为 0.29%。

中国联通表示，2011 年上半年通过组织开展天馈优化、3G 室分优化、HSPA+ 升级、深度覆盖、高速互联网专线接入等优化工作，使网络质量得到进一步改善。目前，WCDMA 网络接通率完成值为 98.16%，WCDMA 网络掉话率完成值为

0.29%，GSM 网络掉话率完成值为 0.31%，短信网络接通率为 98.94%，彩信网络接通率为 99.50%。

在互联网方面，互联网跨省(省际+核心间)电路总带宽已达到 11594G，与中国电信长途互联带宽达到 240G、本地互联带宽为 16G，国际出口总带宽达到 373G。

创新服务方面，中国联通联合新浪率先在国内推出新浪“语音微博”。2011 年 6 月，新版红围脖客户端推出，红围脖视频微博正式上线。

套餐管理方面，中国联通集团公司先后制定并下发了《2G 重点数据与信息业务营销指导意见》、《GSM 业务资费方案梳理优化指导意见》、《中国联通“沃·商务”中小企业融合套餐业务规范》等销售和资费管理规定，进一步规范企业的销售行为和资费套餐政策。组织开展了 3G 资费套餐专项清理活动，维护客户权益。来源：2011-7-27 新浪科技

[返回目录](#)

联通扩大沃 Phone 产业规模 加速推平板电脑

中国联通技术部经理张智江近日透露，联通将扩大沃 Phone 产业化规模，加快推出沃 Phone 操作系统的平板电脑、互联网电视。

扩大沃 Phone 产业化规模

近期联通发布了首批两款沃 Phone 手机，并公开表示，将加大与芯片厂商和解决方案商的深度合作，寻求沃 Phone 操作系统深度解决方案。在此基础上，与终端厂商合作，加快推出沃 Phone 操作系统的平板电脑、互联网电视等产品。

上周在上海举行的 WCDMA 终端产业链峰会上，美国高通公司和联发科两大芯片厂商受邀作为芯片代表出席，高通董事长保罗·雅各布和联发科董事长蔡明介更是和联通董事长常小兵依次紧邻而坐，联通对芯片产业的重视可见一斑。

“高通芯片质量好、稳定，但最大问题是价格贵，”联通销售部总经理于英涛在谈起这一亲密合作伙伴时，并不避讳自己的看法，“高通芯片的价格比同水平的其他厂商芯片大约要贵 10 美元，这对于高端手机来说不算什么，但会直接影响到中低端手机的性价比。”

在联通看来，联发科对于行业的理解和芯片成本控制能力，恰恰与高通形成了最好的互补效应。

“联发科也是唯一一家进入全球前十的中国芯片设计公司，无论从哪个角度，联通都会加强和联发科的合作。”于英涛说。

深度定制行业终端

除大众化终端产品，张智江表示，联通也将选择热点行业应用领域，推出深度定制终端。

据飞象网了解，联通目前在移动执法、金融业终端、股票信息、运营车辆车载信息等领域正在与行业伙伴进行深度合作。

“移动执法终端除了有三防要求，还要集成二代身份证射频读头、指纹扫描系统、金融 POS 机具、热敏打印机这些功能。”行业人士透露。

今年 4 月，联通在包括北京、哈尔滨、石家庄、郑州、上海、杭州等 12 个重点城市启动了全国性行业应用巡展，就集中对移动办公、物联网应用及电子商务等三大重点领域的 20 多项行业应用创新产品进行系统演示与现场讲解。

去年 12 月，中国联通启动了首批合作伙伴招募，针对移动办公、移动警务、智能公交、环保监控、平安校园、移动证券应用、移动网络购物等重点业务领域，面向社会招募有技术、有服务能力企业成为合作伙伴。

此外，中国联通还首批招募了集团级行业应用合作伙伴 30 家，联通认为，这些合作伙伴及其拥有的行业应用产品均在相关领域具有领先地位、具备较大的全国推广价值。来源：2011-7-28 飞象网

[返回目录](#)

联通全面调整终端策略：一枝独秀转向多点开花

就在中国电信和中国移动频频对新版 iPhone 示好之时，中国联通却调整终端战略，疏远 iPhone，多点发力千元智能机，试图将鸡蛋放在不同的篮子里。近日，中国联通召开首次“中国联通 WCDMA 终端产业链高峰论坛”，吸引了包括芯片厂商、终端厂商、代理商、渠道商等领域的巨头云集。

从以往的命系 iPhone，到如今的全线布局高中低端，横跨 Android、沃 Phone 等系统，联通很大程度上受到中国电信天翼用户全覆盖的终端策略的影响，开始在 3G 普及上快马加鞭。加之联通自身具备的网络基础尤其是全业务基础优势，其下半年有望补短固移融合，不断增强 3G 实力。

终端战略从一枝独秀转向多点开花

终端领域，联通开始拥抱安卓阵营，高中低端全线布局，并深入产业链核心，自主研发手机操作系统。联通总经理陆益民表示，联通将加大引入新千元大屏智能手机的力度，同时加强 Android 高端明星战略智能终端的推出速度。一场手机业的盛筵即将拉开帷幕。

首先，中国联通力推 Android 机型和千元智能机。在高峰论坛期间，中国联通举办了“沃 3G 战略终端新品发布会”，索尼爱立信、三星、酷派、摩托罗

拉、LG、HTC 和华为几家公司共发布了 15 款最新 WCDMA 智能终端，这些厂商的主推机型都搭载了 Android 系统。

而千元智能手机成为另一个发力方向。中国联通董事长常小兵此前称，自中国 3G 商用两年多，包括苹果 iPhone 在内的终端发展都超过了联通预期的进度。

“特别是千元 3G 智能手机的销售，让我们看到了新的希望。”香港投行瑞信集团研报就认为，6 月份中国联通 3G 用户数回升得益于其新推出的中兴 V880。该机月销量达到 25 万台，日销量仅次于 iPhone 4。

其次，沃 Phone 手机成为联通今年重点产品。中国联通在此次论坛上发布了基于 Linux 内核操作系统开发的沃 Phone 终端新品——天语 U2 和英华达 C580。中国联通销售部总经理于英涛表示，下半年联通还将联合中兴、华为、TCL 等厂商推出至少 4 款沃 Phone 新品。在发展初期，沃 Phone 手机的零售价格约在 1000-2000 元之间，主打中低端用户。

此外，在补贴政策上，从以往的苹果独占到如今的利益均沾，联通表示将在采购和补贴方面将对 iPhone 和 Android 终端一视同仁。对于近日发布的天语 U2 和英华达 C580，联通给予“预存话费送手机”及“购机入网送话费”两类合约计划补贴，平均每档套餐的补贴力度均高达 50%。

事实上，从今年开始，中国联通的终端政策已经悄悄开始转变，补贴力度开始倾向中低端用户。从 4 月中旬开始，联通取消了 iPhone4 每月 286 元免费送机套餐，还大力补贴其他厂家的 WCDMA 手机旗舰产品，对国包商的业绩给予资金奖励。

借鉴电信安卓崛起路径

在很长一段时间中，联通 3G 几乎与 iPhone 划等号。对于中国联通而言，iPhone 就像一把双刃剑，看似风光无限，实则甘苦自知。一方面，iPhone 确实为联通赢得大量优质高端用户。另一方面，以往联通近八成的终端补贴都是用在 iPhone 上，造成了联通用户数不断增长而业绩不断下滑的尴尬局面。加之苹果对其他运营商的暧昧态度，联通更加急于摆脱依赖苹果的现状。

而从某种程度上说，中国电信 CDMA 产业链蓬勃发展的态势让联通看到更大的发展机遇。中电信凭借定制化与社会化互补的路线，以及全面拥抱 Android 的战略后发制人，天翼用户全覆盖的终端策略初现成效。今年 6 月份新增 3G 用户数超过联通，达 187 万，环比上升 2%，约占 28% 的市场份额。

目前，中国电信在高中低端市场均有亮眼表现。高端机方面，电信深度定制的摩托罗拉 XT800 不仅让摩托罗拉重获新生，更长期占据 CDMA 高端手机的前列。此外，更多的高端机型如摩托罗拉 ME811、三星的 i9000、酷派 N930、HTC S710d 等都收获良好口碑。在千元手机方面，去年华为推出一款入门级

C8500，百日零售破百万，刷新了国内单款 3G 智能手机销量的记录。共赢的局面促使中国电信与手机厂商、内容厂商等产业链各方的合作越发步入良性发展轨道。

而眼下 Android 势头正猛。单就联通而言，目前市场上在售的联通 WCDMA 定制终端数量达到 108 款，Android 手机比例已超过 35%。中国 3G 市场经历了前期高投入的蓄势后，用户数接近拐点，下一阶段将向中低端大众市场渗透。其中，终端将是 3G 爆发式增长的决定因素。联通显然不会漠视这一利好用户普及的市场。

切入行业应用市场推动 3G 融合业务发展

在个人消费市场，WCDMA 手机本身就拥有规模优势，随着联通 3G 千元智能手机全面铺货、资费政策逐步到位，以及传统旺季 8-9 月的到来，下半年联通用户数有望迎来强劲反弹。

在全业务的竞争环境下，电信运营商还可以通过充分挖掘移动业务潜力，从而真正实现全业务融合。中联通 3G 网络基础尤其是全业务基础优于中移动，但是今年上半年来这种优势并没有充分显现出来。下半年补短固移融合，中国联通 3G 实力将会不断加强。

相对来说，中国联通固网和移动网实力较为均衡，发展固移融合业务有一定的优势。目前，中国联通正在加强与政府、金融、制造业、能源等重点领域的合作，并且为这些客户提供全方位、一体化的综合应用。比如，汽车信息化业务融合了联通的无线通信、互联网通信、GPS 导航、车载终端等四大技术。2011 年，中国联通打造了移动 OA、政府执法、汽车信息化、监测监控、股票机/专用卡五个百万用户级的行业应用，大力推动全业务融合发展。

下半年，融合业务的有效增长也是中国联通的重点之一。例如，对于下半年工作，联通将实现 3G 业务跨越式增长，以“行业应用+战略终端”为手段，通过全业务解决方案推动集团客户批量入网，并把工作重点从 iPhone 转移到千元智能战略终端和存费送费合约计划上来。来源：2011-7-27 通信信息报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴设亿元级内部创投基金

近日，中兴通讯宣布今年将设立亿元级的内部创投专项基金，并已正式发布《内部创投基金管理方案》。中兴通讯此举是希望在传统的“螺丝钉”或“工程师”文化中，也为类“小苹果”或“小乔布斯”的企业内生、涌现和壮大探索出一条新路。通过促进企业自下而上的创新构想以及与之配套的行之有效的创新管理模式，最终达到企业与员工共同将创新项目转化为科技生产力的目地。

该项基金的成立即为中兴创新行动的重大举措之一。该基金除了面向中兴擅长的产品和服务创新外，此次更将全面整合运营、战略、管理几大领域的创新，以达到创新价值的最大化。在激活员工创造力的同时，探索内部创新管理新模式，建立公司打破常规经营机制的“试验场”，并从系统上规避破坏性创新的风险，更好地把握创新机遇。

在具体运作上，该创投基金分设战略、研发、市场三个 VC 管理运作，面向公司全体 8 万员工广泛征集技术、解决方案、商业模式和管理等领域的创投项目，鼓励创新、鼓励尝试、保护失败。中兴通讯现有 8 万余名员工，其中，研发人员 3 万多名，70%为本科以上毕业，年龄在 28-35 岁之前，正是具备旺盛创造力的时期。

“真正的创造力需要动员广大员工，需要对应机制和文化氛围的建立，国内外的实践表明创投是一种非常有效的催化剂，”中兴通讯董事长侯为贵表示，“今年的内部创投基金规模并不大，主要还是‘探路子’，积累创新管理经验，希望创新孵化在内部各领域以及个人中摸索出一条有效的途径。”来源：2011-7-27 中华工商时报

[返回目录](#)

中兴计划在英国推自主品牌手机

日前，中兴通讯与美国纳斯达克上市公司 Brightpoint 旗下欧洲子公司 Brightpoint European Regional Services，S.L. 签署分销协议。负责将中兴通讯的产品分销到其网络和渠道合作商。此协议的签订对中兴通讯高质量、功能丰富的自主品牌智能手机和终端产品进入英国市场有着里程碑的意义。这意味着

中兴通讯除了通过为运营商定制，也将通过其他分销渠道面向大众销售，并独立使用中兴通讯品牌。来源：2011-7-29 北京晨报

[返回目录](#)

【华为】

今年华为手机国内销量将超 2000 万部

在日前举行的“中国联通 WCDMA 终端产业链高峰论坛”上，华为终端以“华为云手机 激情智胜”为主题，发布了一系列包括 HSPA+旗舰手机在内的 WCDMA 手机新品，以及全球最新蜂巢平板电脑 MediaPad 和口袋平板 S7 Slim。华为终端中国区总裁杨晓忠在接受通信世界网专访时表示，华为终端上半年总体销售额超过 75 亿，智能手机整体销量突破 500 万部，其中，上半年出货 100 万 WCDMA 手机，其中 70 万部是智能手机。预计今年在中国市场手机销售在 2000 万台，智能手机出货 1200 万台。

上半年成绩优异

华为终端去年国内市场的销售额突破百亿元，而今年上半年国内销售额已超过了 75 亿。杨晓忠表示，今年将会达到 140 亿元销售额。

华为近两年在 3G 终端市场迅速布局、全面发力，目前在三大标准市场都占据领先优势。2011 年 3 月赛诺报告显示，华为 EVDO 手机的国内市场份额为 25.2%，位列第一，其中 C8500 一款手机的销量接近 300 万部。华为终端在 TD-SCDMA 市场的占有率为 18.3%，T2211 也是目前唯一销量过百万的国产 TD 千元智能手机。在 WCDMA 市场，华为终端表现出色：2011 年上半年排名联通 ESS 合约用户发展贡献第三名；U1270 长期位居千元 W 手机第一名；U7520 长期位居入门级 3G 手机 ESS 用户发展第一名，单款销量过 30 万；U8500 则是联通自有渠道销量第一的 Android 智能机，销量突破 50 万部，在 W 同类产品(3.2 寸屏)中份额前三；3.8 寸屏商务精英智能手机 U8800 月均销量 5 万台。

杨晓忠告诉记者，目前华为手机占据国内市场份额的 6.91%，连续数月稳居前三，与三星、NOKIA 并驾齐驱。

推出多款重量级 WCDMA 手机

华为终端在此次联通高峰论坛上重磅推出系列旗舰产品，杨晓忠表示，这凸显出华为终端对中国联通 WCDMA 业务的高度贴合。据了解，华为 WCDMA 终端产品线最长、产品数量最多、准备度最高、技术也最领先，并已形成了 2.8、3.2、3.5、3.8、4.1 寸全系列智能手机布局。杨晓忠透露，2011 年下半年，华为终端还将不断加强品牌推广，

打造系列化旗舰机型，持续助力中国联通业务发展。

在此次论坛上，华为发布包括 HSPA+ 旗舰手机 U8860、双卡智能商务手机 U8520 等，这几款手机在将今年第三季度上市。其 4.1 寸的超大屏智能手机 U9000 在渠道市场酝酿，将于近期全面上市。

此外，杨晓忠还透露，HSPA+ 版本的 E5、1.2G 双核“云”平板电脑 MediaPad 等系列旗舰机型均将在下半年推出，口袋智能平板 S7 Slim 目前已上市。

借力超级杯强势推广云手机

此前宣布斥资亿元独家冠名意大利超级杯足球赛事，这是华为终端首次赞助国际顶级赛事。杨晓忠说，冠名超级杯是强强联合，体育营销是要让华为终端品牌更加亲民，这是华为终端从 B2B 向消费者贴近、开启多元化营销的重大战略举措。

据介绍，华为将借助此次赞助，进行为期一年的华为“云手机”推广活动。杨晓忠说，华为云手机的推出是基于华为强大的“云管端”ICT 服务架构以及全球化、本地化能力，显示了华为终端对产业趋势的深入洞察和对消费者需求的深刻理解。华为终端在云手机业务上，将秉承开放、合作原则，和运营商以及上下游合作伙伴一起实现共赢。

目前国内众多手机厂商都推出了云服务概念的手机，杨晓忠强调说，华为云手机并非简单的智能手机升级，它在华为强大的云平台及云服务的支持下，使产品在“功能”、“应用”、“操作”三个维度上，实现了全面突破，带给消费者简单愉悦的“生活在云端”和“工作在云端”的移动互联网体验。同时它也进一步深化了终端厂商和消费者的关系，首次将终端厂商的服务拓展到产品的全生命周期阶段。来源：2011-7-27 通信世界网

[返回目录](#)

华为寻找新战略支柱 十年后收入或达千亿美元

导语：英国 BBC 网站周一撰文称，作为一家神秘的科技巨头，从农村起家的华为如今已经成为全球第二大电信设备制造商。但它仍不满足，为了实现 1000 亿美元销售额的宏伟目标，华为还将继续拓展新的领域。

以下为文章摘要：

神秘巨头

它是全球最重要，似乎也是最神秘的科技企业之一。它的电信系统连接着全球三分之一的手机。它的全球员工总数高达 11 万，超过了思科和微软。它就是华为——生于深圳、长于深圳，并且成为了当今亚洲力量的化身。

“公司很年轻，诞生至今不到 20 年。”华为发言人颜光前解释道，“我们的员工也很年轻，平均年龄只有 29 岁，所以内部的环境变化很快。”在华为位于深圳龙岗区的总部走上一圈，显然就能体会到这一点。华为在这里的员工达到 4 万人。

华为的关键研发部门、全球测试设备以及管理人员培训中心都坐落在这里。但这里的激情并不完全源于年轻化。华为完全由员工持股——约有 60% 的员工持有非流通股，具体份额根据职位和业绩分配。

农村起家

发展初期，华为不得不在中国移动通信市场的角落中求生存。彼时，利润丰厚的城市网络系统大单要么被国有公司拿下，要么落入外资企业手中。所以，华为必须要着眼于农村市场。

“华为是从农村市场起家的。在这一市场中，为了迎合用户需求，我们必须设计非常独特的定制设备。”颜光前说。包括能够适应供电不稳的环境，并抵御闪电甚至老鼠的攻击。

随着公司的发展壮大，并逐渐进军国外市场，华为已经以能够应对各种问题而著称——倾听潜在客户的需求或问题，并提供解决方案。

华为如今已经是仅次于爱立信的全球第二大移动通信设备供应商，为全球 50 大电信运营商中的 45 家提供服务。该公司在 3G 软件狗市场的全球份额更是高达 55%。

工程人才

华为 2010 年的收入突破 280 亿美元，该公司甚至大胆预计十年后的收入将达到 1000 亿美元。主要的推动力来源于员工——其中 46% 参与研发工作。该公司已经申请了超过 4.9 万项专利。

华为吸引了大量中国工程师。例如，研究生毕业的钟建伟(Zhong Jianwei, 音译)目前就担任华为技术监察部门的项目经理。他发现，在华为工作与多数中国大型企业都有很大的不同，这类企业通常都死板、集权而且非常官僚化。

“我每天都要与全球各地的华为员工交流。这里很国际化，很全球化。”钟建伟说，“我以前从未体验过这种环境。”

为了实现增长目标，华为需要踏上新的征程。它不会放弃核心业务——该公司目前已经为全球 140 个国家的移动运营商提供系统——但却需要发展两个新的战略支柱。

“很多都是由更大规模的整合驱动的。还存在其他的领域，例如企业市场和正在增长的终端市场。”颜光前说。

企业业务

企业业务是开发相应的技术，帮助企业甚至整个城市提升效率 and 安全性。在深圳总部，华为显然向视频会议领域投入了很大的精力——从用于标准的台式机或移动设备的产品，到大型企业或政府使用的系统。其目标是打造类似于面对面的通讯体验。

设计团队目前正在努力减少多个屏幕间的缝隙。“今后一两年内，我们将逐步从窄缝过渡到无缝，甚至包括 3D。” 华为软件开发工程师罗山(Luo Shan，音译)满怀激情地说，“我们现在就在开发这项技术。我们希望提供可以信赖的高端体验。”

华为已经凭借企业业务进军了 IT 领域。该公司还计划成为一家提供科技融合解决方案的重要企业。

华为还在着眼于云计算市场——从生产基本的硬件到开发软件和应用。该公司还在推广“一体化封装云服务”(Cloud-in-a-box)——将标准集装箱装配成一个功能完整的数据中心，随时都可以直接启用。

对于大型项目而言，用户只需要准备好一栋空壳建筑，然后将集装箱放到里面即可。

消费设备

华为还在积极进军消费市场，包括视频点播、手机、4G 网卡，但规模相对要小得多。该公司今年计划实现 6000 万部手机的出货量目标，范围涵盖入门手机和智能手机。

华为的多数生产都外包给富士康等企业，后者在华为总部不远处拥有一处巨大的工厂。

尽管战略正在变化，但华为的主要业务还是向移动运营商供应和批发产品。在全球移动市场中摸爬滚打了二十年后，华为现在开始了品牌建设之路。

该公司正在推出平板电脑和智能手机，并建立新的营销渠道。华为计划借鉴苹果的经验，在中国和海外市场建立零售店网络。

但华为的形象还是遭遇了一些挑战。该公司在美国的收购计划多次因为安全担忧而流产。华为则多次反驳这种担忧，强调它是一家员工持股的企业。为了缓解外界的担忧，华为还与批评者展开了积极的对话。

颜光前说：“华为是一家私有企业，完全由员工持股。员工就是华为的股东，我们运作的基础都是出于商业目的，没有其他考虑。” 来源：2011-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

华为聘请英国政府前 CIO 为首任全球网络安全官

英国政府前 CIO(首席信息官)约翰·萨福克(John Suffolk)(新浪科技配图)新浪科技讯 北京时间 8 月 1 日晚间消息,华为周一宣布,已聘请英国政府前 CIO(首席信息官)约翰·萨福克(John Suffolk)担任公司首位全球网络安全官。

华为称,该任命将于今年 10 月 1 日生效,届时萨福克将直接向华为 CEO 任正非汇报工作。华为称:“萨福克的职责将包括监测和改善公司全球供应链的信息安全。”

当前华为在拓展发达国家市场时遭到一些政治阻力,例如,去年 11 月美国第三大移动运营商 Sprint 已考虑和华为签署数十亿美元的合同,但由于美国政府的反对最终导致 Sprint 选择了另外一家供应商。

尽管如此,华为同时强调,萨福克的工作职责并不是进行销售或游说。来源:2011-8-1 新浪科技

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚将停内地 Ovi 邮箱服务

继终止对塞班系统的支持后,诺基亚的“战线”再次收缩。北京时间昨日,诺基亚发布公告称,将从 8 月 19 日起关闭在中国内地的 Ovi 邮件和 Ovi 聊天室服务,并提示这些用户尽快转移至雅虎。

诺基亚在发给用户的邮件通知中称,8 月 19 日之后,将无法访问用户个人 Ovi 邮箱,或收发新的电子邮件,Ovi 邮箱中历史信息也将被删除。对于聊天室用户而言,8 月 19 日之后,也将无法使用“聊天室”或“联系人”应用程序。

诺基亚此前公布的数字显示,目前国内的 Ovi 邮箱约有几十万使用用户。

诺基亚 Ovi 邮件服务于 2008 年 12 月推出,预装平台为诺基亚 S60 和 S40 手机,覆盖的国家和地区超过 180 个,并于 2010 年年初开始提供中文界面。今年 5 月 16 日,诺基亚宣布放弃 Ovi 品牌,并逐步关闭其在全球的服务。业内人士认为,此次品牌的放弃意味着诺基亚在移动互联网领域再次作出重大战略收缩和调整。来源:2011-7-27 北京日报

[返回目录](#)

诺基亚应用商店日下载量破 700 万

据国外媒体报道,诺基亚应用商店 Ovi Store 的应用日下载量突破 700 万个,达到 762 万个/天。

相比之下,苹果本月宣布其 App Store 应用下载量达到 150 亿个,平均每天下载 1300 万个。近期该数字肯定会更高,这是由于目前 iOS 设备的使用量要比 App Store 刚推出时高很多。

尽管如此,700 万/天对诺基亚来说也是个不错的里程碑,尤其是在诺基亚坏消息缠身的情况下。诺基亚推出 Windows 手机时,Ovi Store 就将整合进 Windows Phone 7 的应用商店,目前 Ovi Store 提供 Symbian 应用。

业内人士认为,虽然智能手机对诺基亚的未来至关重要,但廉价手机也不可或缺,因为诺基亚可以在新兴市场出售大量的廉价手机,以便建立诺基亚推广 Windows 手机的用户规模和分销渠道。

问题是,诺基亚不仅在高端市场岌岌可危,在低端市场也遭遇中国 OEM 商的竞争,后者在价格、手机推出速度和市场份额方面都对诺基亚造成压力。来源:2011-7-27 TechWeb

[返回目录](#)

诺西仍在继续执行 LightSquared 合约

诺基亚西门子网络公司称,将继续为新兴电信运营商 Light Squared 构建核心网络。此前外界猜测,在 Light Squared 与 Sprint Nextel(以下简称 Sprint)达成新合同后,LightSquared 与诺基亚西门子的合约将遭取消。

诺基亚西门子发言人表示,该公司将为 Light Squared 构建独立核心网络,但他拒绝透露原合同能够保留多大比例。

该公司在去年 7 月宣布与 Light Squared 达成总额超过 70 亿美元的 8 年期合同,合同覆盖核心网络、无线网络与服务,分析师表示这可能是电信设备行业历史上最大金额的合同。

Light Squared 与 Sprint 周四证实达成 90 亿美元的合同,由此,诺基亚西门子可能会失去原有的 Light Squared 大部分合同。来源:2011-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚称将反击 InterDigital 侵权指控

诺基亚周三表示，将积极反击美国无线技术开发与专利授权厂商 InterDigital 的专利侵权指控。

诺基亚发言人托米·库皮罗马基(Tomi Kuuppelomaki)周三称：“我们将采取任何必要措施来保护自己的权益。”

除了诺基亚，InterDigital 周二还将华为和中兴投诉到美国国际贸易委员会(以下简称“ITC”)，称这三家公司侵犯其 7 项专利权，要求 ITC 禁止这三家公司在美国销售包括手机和平板电脑在内的一切侵权产品。来源 2011-7-27 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚的救赎：销量急跌两成 增加现金流

此时此刻，史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)和他操盘的诺基亚正站在风口浪尖上。日前，诺基亚公布了 2011 年第二季度财报，该季度诺基亚移动终端销量为 8850 万部，较去年同期的 1.1 亿部下降了 20%。净亏损 3.68 亿欧元(约合人民币 33.9 亿元)。此次财报正值诺基亚宣布与微软合作之后的首个季度，但实际上除合作本身外，在销售端诺基亚并没有任何实质性的改变。回顾过往，索尼爱立信、摩托罗拉，甚至乔布斯和苹果，都曾站在这种尴尬的位置上。功与过，往往只有靠历史去评判。相比国内业界“劣评如潮”，华尔街却显得很不为然，背后是诺基亚充沛的现金流。最新消息称，诺基亚已开始启动分红策略确保股东利益。一些市场调研公司亦开始将眼光望向远处，毕竟二季度已成为历史。

15 亿欧元分红确保股东利益

3.68 亿欧元的亏损，相当于 5.26 亿美元，33.9 亿元人民币。面对诺基亚这张糟糕的二季度财报，连 CEO 埃洛普自己亦坦言“令人失望”。不过在投资者及华尔街分析师眼中，二季度财报的问题远没有舆论评判的那么糟糕，因为埃洛普抛出了“现金”二字。

“我们尤其想传递的一个信号是，我们对公司当前现金情况相当有信心。”埃洛普称，诺基亚当前拥有高达 39 亿欧元(约合人民币 251 亿元)的净现金流。

这种背景下，分析师中的一方认为，诺基亚应该加大投资以确保创新动力，寻求翻身的机会。另一方则认为，保持并持续增加现金储备能给予投资市场信心。毕竟在公司策略上已经定下了与微软的合作，无论结果好坏，都会在产品上市后有所结果，没必要再做出激进的投资。

最终，埃洛普这位来自美国的职业经理人选择了后者——增加现金储备。事实上，近年来不少公司都纷纷储备现金以防止经济形势不明朗而可能带来的“突然”冲击，诺基亚所在的科技公司领域更是如此。

尽管对比苹果 762 亿美元的现金储备来说，诺基亚手中不到 57 亿美元的现金流只能算“小巫见大巫”。但在埃洛普的操盘下，诺基亚正在做“尽可能安抚股东”的事。据财报透露，今年二季度诺基亚向股东派发了大约 15 亿欧元(约合 22 亿美元)的分红。

首先确保股东的利益，数年前摩托罗拉深陷亏损泥沼之时，首先想到的也是如此。而摩托罗拉对此亦毫不避讳，包括今年完成的公司分拆在内，大量围绕股东利益的动作使得摩托罗拉在凭借 Android 打响翻身仗时，率先有效缓解了来自于股东的压力。

现金、品牌、专利优势明显

“冰冻三尺非一日之寒，想要解冻也非一时三刻能完成的事。”“想想当年的摩托罗拉，诺基亚还没有到这样的境地，还远没到说放弃的时候。”在新浪微博上有关诺基亚二季度财报的消息发布后，评论中出现了上述两条内容。与大多数“哀号”声相比，截然不同。

“假设埃洛普在上任之后，很快就了解到了公司内部的情况，并断定这并非一时半会就能解决的，那么其后的一系列动作中，有很多都围绕着现金流展开。”咨询公司战国策首席分析师杨群称，此前诺基亚大手笔裁减研发团队以及其他一系列成本削减计划，目前看来都是为保证并增加现金流做准备。

一丝微妙的变化亦透露出华尔街也对诺基亚未来仍持乐观态度。上周四，就在诺基亚发布了第二财季财报以后，该公司的美国存托股收于 6.13 美元，较前一个交易日上涨 6%。投行高盛则在一份报告中称，“诺基亚重新保证流动性的做法应该足以使该公司股价维持在当前水平。”

“毕竟家大业大(诺基亚)。”一位已离开诺基亚的中国区员工曾向南都记者表示。目前的现实情况是，尽管二季度财报显示其手机销量同比下滑了 20%，还有 500 万部的库存压力，但其品牌影响力和渠道能力，仍然位于行业的顶尖位置。

除现金、品牌和渠道，诺基亚另一张王牌是拥有大量手机和通信领域的核心专利。此前，一向站在专利原告方的苹果公司与诺基亚达成专利和解，其销售的每部 iPhone 手机中，都有部分费用属于诺基亚。

诺基亚的 2012

还原诺基亚目前的境况，“亏损”、“下跌”仅仅反映了部分。尽管诺基亚储备现金的做法得到了认同，但在与微软的 Windows Phone(下称 WP)尚未上

市并形成规模前，其“萎靡”的销售业绩仍将继续。不过，就如同投资者关注创业团队的发展空间一样，部分人已开始将目光放到了更远处——诺基亚 WP 手机的未来竞争力。

“诺基亚的 WP 智能手机战略目前来看的确是步伐缓慢，但由于诺基亚和微软的合作是具有全面而广泛的意义，因此在推出 WP 智能手机产品之后两个季度左右，就会有比较出色的效果显示。”市场研究公司 IDC 一份研究报告称，从全球智能手机市场份额来看，苹果 iPhone 占据了 20%左右的份额，谷歌 Android 则占 36%左右，相比之下微软 Windows Phone 目前的市场份额仅有 4.6%左右。不过 IDC 报告预测，随着诺基亚 WP 智能手机产品的推出，WP 平台的市场份额会有比较大的提升。

“尽管目前在走下坡路，但诺基亚毕竟是手机巨头，只是这需要一定的时间来酝酿。”IDC 认为，如果一切顺利，明年第二或第三季度，诺基亚就会从 WP 平台上受益并逐步实现营收和利润的恢复。言下之意，下季度或下下季度，诺基亚的营收状况可能依然糟糕。而真正的重头戏、翻身仗，抑或“铩羽而归”，明年才能见真章。来源：2011-7-27 南方都市报

[返回目录](#)

诺基亚调整手机命名方式：放弃字母只用数字

诺基亚周一宣布，已决定放弃传统的手机命名方式，即取消字母，只使用数字，如诺基亚周一发布的最新智能手机被称为“诺基亚 500”。

诺基亚周一发布了最新款智能手机“诺基亚 500”，诺基亚在官方博客中称：“诺基亚 500 的发布对于我们而言是个新起点，不仅因为这是我们最新的塞班 (Symbian) 智能手机，同时也因为其命名方式：只有数字而没有字母。”

此前，诺基亚一直采用字母加数字的命名方式，其中的字母用来代表潜在的目标用户，如 E 系列主要针对商业用户，X 系列面向娱乐群体。

但随着手机技术的发展，大部分手机都可以满足用户的不同需求。字母虽然可以起到提示作用，但可能与用户使用其手机的真正用途并不匹配。

而且，在此前的命名方式下，虽然字母不同，但后面的数字却相同，这容易给用户造成混淆，如诺基亚 C7 和 X7。

诺基亚称，最新的数字命名方式简单直观，第一个数字代表价格和功能，如诺基亚 900*和诺基亚 100*，很明显前者是高端产品，价格高，而后者是入门级产品，价格要低。来源：2011-8-1 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚二季度全球市场份额暴跌逾 20%降至第三

市场调研公司 Strategy Analytics 今天发布报告称，从出货量上计算，苹果已经在二季度超越诺基亚成为全球最大智能机制造商，这也是苹果自 2007 年推出 iPhone 以来首次跃居第一大智能机厂商的位置。

Strategy Analytics 称，苹果占据了二季度智能机出货量的 18.5% 份额，高于去年同期的 13.5%。诺基亚份额从去年同期的 38.1% 降低到 15.2%，滑落至第三位，排在三星之后。

Strategy Analytics 的报告显示，全球二季度智能机出货量上涨 76% 到 1.1 亿台。受到国际市场特别是中国需求的推进，iPhone 二季度销量达到 2030 万台，其营收占据苹果总营收的 46.6%。而诺基亚二季度整体手机销量为 8850 万台，同比下降 20%，比分析师预期低了 750 万台。

苹果目前是全球市值最高的科技公司，在 iPhone 需求的拉动下，其第三财季营收和净利润均创下新纪录，iPhone 是最大营收来源。不过三星和 HTC 等其他亚洲手机制造商开始通过谷歌 Android 系统来虏获 iPhone 用户。

Strategy Analytics 表示：“苹果开始拓展其全球分销渠道，这一点在中国和亚洲市场体现更为明显，这使得他们仍旧保持了较强的增长势头。”

知情人士在 6 月份称，苹果将在 9 月份推出新款 iPhone，该手机将配备更快处理器芯片和更高端摄像头。

相比之下，诺基经历了自 2009 年以来的首个季度亏损。诺基亚此前宣布转而使用微软移动系统，其手机销量出现下滑。

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)于去年 9 月份从微软跳槽至诺基亚担任 CEO，由于诺基亚有着十年历史的塞班系统平台难以为继，埃洛普决定做出调整，转而开发基于微软 Windows Phone 系统的新手机。来源：2011-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚或于 8 月 17 日正式推出首款 WP 7 智能手机

根据国外媒体报道，诺基亚与微软的暂时联姻或许将马上取得成果。本周一，这两家公司共同发出了一份将于 8 月 17 日在德国科隆举行的“聚会”邀请。

尽管这份邀请并未给出活动的详细细节，但媒体很难不去猜测这极有可能是诺基亚首款 Windows Phone 7 智能手机的官方发布会。

虽然还不清楚将会发布哪款终端，但如果非要说的话，那很有可能是已经在网上泄露出来的代号名为“Sea Ray”的手机，此前诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普 (Stephen Elop) 曾经向其员工进行过展示。

对举行重大的发布会而言，这是一个非常绝佳的时间点。Windows Phone 和诺基亚目前正挣扎着试图在 iOS 和 Android 的天下站稳脚跟。

一些调查表明，由于其将在 11 月份登陆，Windows Phone 7 已经在消费者当中失去受欢迎的可能。同时诺基亚的表现也不怎么好：今年第二季度，其智能手机销量已经下降至全球第三位。

诺基亚最终即将发布 Windows Phone，这款空降的手机对两家公司的合作关系而言将会是非常成功的。毕竟，在诺基亚与微软宣告结成联盟不久后，便有分析师预测，Windows Phone 将会在 2015 年超过 iOS 系统，成为全球第二大受欢迎的智能手机操作系统。

本周一诺基亚同样宣布，将改变传统的用字母给手机命名的方式。来源：2011-8-2 中国通信网

[返回目录](#)

其他制造商

中国普天上半年利润增长 70%

日前，中国普天在京召开 2011 年年中企业负责人会议，分析总结公司上半年各项经营管理工作和产业发展情况，并对公司下半年工作进行安排部署，动员全体干部员工坚定信心，努力工作，全面完成 2011 年预算目标和各项任务，为实现三年翻番目标打下坚实的基础。

会上，邢炜总裁首先通报了经国资委确认的普天 2010 年经营成果。去年是普天近年来经营成绩最好的一年，公司国有资产的保值增值率和经营增长的情况处于中央企业电子行业领域的良好水平，已经进入健康发展的轨道。公司将继续推进提升产业核心竞争力、强化资金保障能力和改进管理等重点工作，加快发展。

在分析和通报集团 2011 年上半年经营情况时，邢炜指出，在全体干部员工的共同努力下，普天集团 2011 年上半年实现了销售收入同比增长 31.53%、利润总额同比增长 70.38%，超过了年初工作报告确定销售收入增长 20% 和利润增长 10% 的要求，也实现了时间过半任务过半的经营目标。普天集团的销售收入、净利润和成本费用利润率在中央企业排名中均较上年同期大幅提升。在产业发展方面，上半年在“创新、集成、资本”的原则指导下，普天各事业部和出资企业强化了集约经营，不断提升自主创新和系统集成能力，公司自主品牌产品的销售

规模得到进一步提高，产业盈利能力得到改善，在通信、行业电子、广电、金融电子、新能源以及国际贸易与合作等领域均取得了重要进展。

在部署 2011 年下半年重点工作时，邢炜强调，全体高管团队要高度关注当前国际国内经济形势和环境的变化，把握当前极为难得的战略机遇期，围绕重点产业的发展，集中资源支撑经营，强化管理的有效性，将精细化管理的思维切实落到实处。为此，普天总部和出资企业在完成全面预算的同时，要注重发挥普天自身产业基础和融资能力的两个优势，重点关注资产重组、资金使用，改变优化融资方式，带动市场的开拓；要不断梳理产业，集中资源发展优势产业，有效提升产业核心竞争力，支撑规模发展；要关注市场资源的共享，深化大客户合作，构建一个统筹、指导、协同、管控的集成运作体系。同时，要继续深入贯彻“创新、集成、资本”的指导原则，善于分析和总结，特别是普天高管团队要带头营造创新的氛围，建立鼓励支持创新的体制和机制，形成创新的企业文化，以此作为提升普天核心竞争力的重要途径。来源：2011-7-28 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

摩托罗拉移动第二季度净亏损 5600 万美元

摩托罗拉移动今天发布了 2011 财年第二季度财报。报告显示，摩托罗拉移动第二季度净营收为 33.37 亿美元，比去年同期增长 28%；净亏损为 5600 万美元，去年同期净利润为 8000 万美元。

在截至 7 月 2 日的这一财季，摩托罗拉移动净亏损为 5600 万美元，每股亏损 19 美分，这一业绩不及去年同期。2010 财年第二季度，摩托罗拉移动净利润为 8000 万美元，每股收益 27 美分。摩托罗拉移动第二季度净营收为 33.37 亿美元，比去年同期的 26.09 亿美元增长 21%。摩托罗拉移动第二季度运营亏损为 2300 万美元，去年同期运营利润为 1.16 亿美元。

不计入一次性项目，摩托罗拉移动第二季度每股收益为 9 美分，这一业绩超出分析师此前预期。汤森路透调查显示，分析师平均预期摩托罗拉移动第二季度每股收益为 6 美分，营收为 31.2 亿美元。

摩托罗拉第二季度移动智能手机出货量为 440 万部，Xoom 平板电脑出货量为 44 万台。分析师此前预计，摩托罗拉第二季度移动智能手机出货量约为 440 万部，Xoom 平板电脑出货量约为 30 万台。

按部门划分，摩托罗拉移动旗下移动设备部门第二季度净营收为 24.30 亿美元，比去年同期的 17.23 亿美元增长 41%；运营亏损为 8500 万美元，去年同期

运营利润为 8700 万美元。摩托罗拉移动旗下家庭部门第二季度净营收为 9.07 亿美元，比去年同期的 8.86 亿美元增长 2%；运营利润为 6200 万美元，去年同期运营利润为 2900 万美元。

摩托罗拉移动预计，2011 财年第三季度每股收益为 0 美元到 0.10 美元，2011 财年每股收益为 0.48 美元到 0.60 美元。

当日，摩托罗拉移动股价在纳斯达克常规交易中下跌 0.89 美元，报收于 22.91 美元。在随后截至美国东部时间(北京时间 29 日 5:00)的盘后交易中，摩托罗拉移动股价再度下跌 1.21 美元，至 21.70 美元，跌幅为 5.28%。过去 52 周，摩托罗拉移动最高价为 36.54 美元，最低价为 20.77 美元。来源：2011-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

长虹搭伙富士康建 5000 万台智能手机基地

一个“西迁”拓展根据地，一个欲转型再塑辉煌，产业链互补的富士康和长虹于是走到一起。南都记者从消息人士处获悉，月底长虹集团董事长赵勇将跟随四川省领导再次赴台与郭台铭就合作进行商洽，除产能将达 5000 万部的智能手机基地，接下来将与富士康在液晶面板、分销渠道等领域继续合作。据了解，手机和电视的合作主要是代工，此外，面板一事富士康也没有放弃。

从智能手机、电视到渠道

目前，绵阳市经开区一地块已经在推进施工，这将是长虹集团与全球最大 IT 代工企业富士康合资的智能手机基地，建成后，年产能将达 5000 万台。

记者从消息人士处获悉，其实合作不仅限于手机，今后还会涉及液晶电视，主要是代工方面，下游分销渠道也是下一步重点突破领域。至于面板合作项目，赴台期间也会有所沟通。

据了解，双方最初的接触主要集中在高世代液晶面板的转移上，富士康希望长虹投资参与其成都 8.5 代线，不过，审批结果是该项目未予放行。

虽然搁浅，但富士康在四川拓展根据地已经开始，群康科技 2010 年 6 月在成都成立，总投资超过 10 亿美元，这两年来，富士康在四川大肆招工的消息不时传来。

富士康具备庞大的生产制造能力，其所属的鸿海也正在推进转型，覆盖设计研发、关键器件、生产制造以及产品流通的“大鸿海”正在成型。产业链互补的长虹必然成为富士康的合作考虑对象。

据悉，长虹已与富士康签署了合作协议，其合作首单就选定智能手机。长虹旗下国虹通讯将与绵阳政府合作负责征地和厂房的建设、人员招聘，而富士康则提供资金、技术支持，这将成为富士康最大的智能手机基地之一，同时还将为国虹通讯生产高端智能手机，这将为去年产量突破 800 万台的国虹通讯从中低端向高端升级提供机会。

“渠道合作也是下一步重点突破的领域”，前述消息人士表示，长虹佳华也是国内前三位的 IT 分销企业，富士康也在试图布局 IT 零售领域，双方有合作的需求和契合点。

接下来的合作也顺理成章，据悉，长虹将与富士康在平板电视、液晶面板等领域继续合作，因为富士康所属的鸿海是第二大平板电视代工商和第四大液晶面板制造商。“赵勇赴台也要跟郭台铭商讨面板合作的事宜，不过这还需要台湾方面放行，以及其他审批程序。”消息人士透露。

长虹趁势推进转型

对于正在推动价值与规模双增长战略转型的长虹来说，与富士康的多重合作对其兑现目标有着至关重要的作用。

长虹近日刚提出 2013 年收入突破千亿的目标，其还提出了要完成三大战略转型，即从装配型制造业向高端制造业转型，从纯制造业向以制造业为基础的服务业转型，从本土企业向国际化企业转型。

这是不是在“放卫星”？“三年实现千亿销售收入的目标对于长虹来说已经是个保守的目标，我们规划的千亿目标是未来三年存量业务保持 20% 的增幅，这还不包括并购带来的潜在的增量市场。”长虹集团副董事长、四川长虹总经理刘体斌如是称。

长虹过去几年的利润并没有实现与规模的同步增长，同时在高端制造业领域以及国际化方面，长虹依然与同行存在较大差距，显然这是长虹提出价值与规模双增长战略的主要原因。

刘体斌表示，针对未来几年的核心目标，到底是求规模还是求利润，公司内部有过充分的讨论和观点的碰撞，结论现在已经非常明确，那就是在消费电子、家用电器、IT 分销等行业保持持续最大化的规模增长的同时，更为重要的是实现企业运营质量和资源使用效率的持续优化、企业价值创造能力的持续提升。

长虹此次与富士康合作显然也是希望借助外力。除了在等离子屏上与松下的技术合作外，长虹之前也与 IBM、GE、微软等在各产业领域进行技术和资金合作。

刘体斌透露，全球消费电子的梯级转移如今已经到了第四波，即从中国的东部沿海向中西部转移，随着富士康、戴尔、惠普等产业巨头在成都、重庆等布局，这给长虹带来了不错的扩张机遇。来源：2011-7-27 南方都市报

[返回目录](#)

三星称 Galaxy S II 智能机 85 天销量破 500 万

三星周三宣布，其 Galaxy S II 智能机在上市 85 天后销量已经突破了 500 万台。

三星称，Galaxy S II 在欧洲十多个国家的智能机份额都排在第一位。三星第一代 Galaxy S 完成 500 万销量花费了 125 天。

三星 Galaxy S II 于今年 4 月 29 日在韩国本土上市，5 月份登陆日本和欧洲市场。三星称，Galaxy S II 在上市一个月后销量就超过了 300 万台，其中 200 万台销量是在部分大市场中完成。

继本周登陆中国市场后，Galaxy S II 定于 8 月份在美国上市。它将由美国三大运营商负责销售，每家运营商都将为它起一个新名字。Sprint 将其称之为 Samsung Within，Verizon 无线则称之为 Samsung Function，AT&T 称之为 Samsung Attain。

韩国联合通讯社称，三星将通过 140 家移动运营商在 120 多个国家发售 Galaxy S II，计划年底前完成 1000 万台销量。

市场调研公司 Strategy Analytics 分析师尼尔·摩斯顿(Neil Mawston)称，受到 Galaxy S II 的推动，三星二季度智能机销量将达到 1800-2100 万台。来源：2011-7-29 新浪科技

[返回目录](#)

微软向设备商提供 WP7 Mango 系统 真机即将问世

微软周二宣布，已经面向手机厂商发布了 Windows Phone 7 “Mango” 操作系统，厂商可以在手机上测试该系统。

这意味着该系统即将进入新款手机，并以软件升级的形式提供给当前的 Windows Phone 7 手机用户。微软负责 Windows Phone 工程的副总裁特里·迈尔森(Terry Myerson)表示：“这是开发流程中的一步，我们将向手机厂商和移动运营商合作伙伴提供代码，针对特定的手机和网络配置优化 Mango 系统。在 Windows Phone 团队，我们已开始为升级流程做准备。”

Windows Phone 7 “Mango” 系统支持多任务，同时内建了 IE 浏览器。微软在今年 2 月的移动世界大会上首次发布了该系统。2 个月之后，微软公布了该系统所有的功能，并宣布将于今年秋季发布该系统。

Mango 是 Windows Phone 7 的第一次重大更新。微软还于 3 月底对 Windows Phone 7 进行过一次更新，加入了复制粘贴功能，改进了应用商店的搜索功能，并提高了应用加载速度。微软没有将 Mango 视做一个全新版本的平台。微软已于上月底面向开发者提供了 Mango 系统的测试版。来源：2011-7-27 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

5 年后北京家庭网速有望增百倍

昨天在京举行的 2011 年中国信息化进程报告会上，有关专家表示，5 年内本市互联网的宽带速度，有望达到下行 100 兆节每秒、上行 50 兆节每秒，基本与世界发达国家的水平相近。

由国家信息化专家咨询委员会、北京市信息化专家咨询委员会、社会科学文献出版社联合举办的这个报告会，对中国的信息化发展提出了忧虑，认为我国的信息化仍处于全球中间偏低水平，相关发展指数位列世界第 42 位，要比排名第一的瑞典低约 40%。

报告会发布了 2011 年《中国信息化形势分析与预测》蓝皮书。国家信息化专家咨询委员会常务副主任周宏仁表示，我国离满足宽带化应用还有很大距离，目前的家庭接入网速平均为 100.9 千节每秒，下载一首 MP3 歌曲都需要超过半分钟。“‘十二五’期间，在全国范围内以下行 20 兆节每秒为宽带化的目标，是一个合理的选择。”他说。

不过，周宏仁对北京等发达地区的宽带发展寄予厚望。他表示，北京有能力在 5 年内达到下行 100 兆节每秒、上行 50 兆节每秒的目标。这意味着，只用约 0.05 秒就可以下载一首歌曲，用 20 秒左右就能下载一部高清电影。目前本市网速约 1 兆节每秒。

如果北京能实现这一宽带速度，将与世界发达国家站在同一水平线上。目前，发达国家多以下行宽带 100 兆节每秒为 2020 年宽带化目标。美国计划在 2020 年让 1 亿家庭享受这样的网速，德国则计划在 2018 年全面实现 50 兆节每秒的

网速,在 2020 年实现 50%家庭接入 100 兆每秒的宽带。来源:2011-7-29 北京日报

[返回目录](#)

联发科投资印度移动增值服务厂商

一财讯:台湾联发科技 7 月 29 日发布新闻稿宣布,其已与印度移动增值服务厂商 Spice Digital 签订了价值 2000 万美元的投资协议。

该新闻稿未透露协议细则。但据外媒报道,联发科技此次出资收购了 Spice Digital 10%的股权,并称此次股权收购将是一项长期投资。

Spice Digital 成立于 2000 年,拥有超过 3000 万用户,主要业务包括为通信公司、企业和政府等机构提供移动增值服务解决方案,与 Bharti、RCOM、Vodafone 等印度主要通信公司有合作,业务已拓展到东南亚国家及非洲等新兴市场。

联发科技成立于 1997 年,专注于无线通讯及数字多媒体等技术领域,提供芯片整合系统解决方案。公司股票于台湾证交所上市。来源:2011-7-29 第一财经网

[返回目录](#)

2016 年 LTE 基站市场将达 130 亿美元

研究机构 Maravedis 最新报告显示,随着 LTE 合约的签署,LTE 部署和用户群的增长加速,4G 市场中的所有 RAN 供应商的销售也都将呈现增长态势。

分析师认为,由于 2010 年和 2011 年的市场情况远好于 2009 年,所有基础设施供应商都从 LTE 这块大蛋糕中受益。其中,爱立信在 LTE 实际部署和运作方面拔得头筹。但华为和诺基亚西门子通信公司都有可能挑战其 LTE 无线基础设施供应商世界第一的排名。华为和诺西拥有先进的基站架构、日益复杂的解决方案以及数量庞大的 LTE 合同。

报告还预测,全球 LTE 市场将从 2011 年的约 15 亿美元暴增至 2016 年的 130 多亿美元,其中包括 FDD 和 TDD 设备。

点评:相对于目前数量庞大的 3G 设备市场,LTE 还处于市场发展初期。迅速增长的移动互联网业务使得运营商更倾向于把投资投到现有移动网络的扩容上,而不是等待 LTE 的完全成熟。比如目前国内运营商每年在 GSM/GPRS/EDGE 网上的投资就达到几百亿元人民币。但是,LTE 的尝试已经作出,并将在与上一

代甚至上两代移动网络的并存中逐步扩大自己的地盘。来源：2011-7-28 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

2015 年印度电信增值市场价值将达 150 亿美元

据 Analysys Mason 与印度互联网和移动协会(IAMAI)的最新合作报告显示,预计在 2015 年之前,印度市场移动增值服务价值(VAS)将达到 150 亿美元,占整体无线收入的 31%。报告指出,预计在未来两年内,印度移动增值服务行业将开始迅速增长。

Analysys Mason 印度办公室的报告主要负责人 Kunal Bajaj 表示:“电信运营商正承受着激烈竞争和 ARPU 值下降的巨大压力。不过该领域最近的发展趋势表明,现在正是运营商增加重点增值业务空间的好机会。”

数据显示,在未来五年中,电信增值业务的 ARPU 值将增加 48%,这将缓解语音 ARPU 下降 14%给运营商带来的压力。因此,整体 ARPU 值将趋于稳定,并在 2011 年到 2015 年之间有 4.5%的小幅下降。

此外值得一提的是,报告还指出,数据业务将成为下一个“杀手级应用”,占无线收入总增量的 32%。来源:2011-8-1 中国通信网

[返回目录](#)

中移动启动 TD 五期招标测试 宽频 RRU 基站成趋势

7 月 27 日消息,中国移动 TD 五期集采工作已经启动,技术交流、测试等标前例行工作正在进行中。据知情人士透露,本期集采招标规模预计将在 40 万载频左右,目标是通过补盲和网络优化提升网络质量。招标规模虽不及四期,但瑞银报告预计,2011 年中国移动的 3G 支出至少在 380 亿左右。

值得关注的是,多频段间的功率共享等宽频特性已被正式写入移动基站的相关企标,成为衡量各供应商技术能力的重要指标。知情人士还透露,继华为四期之后,大唐和中兴本期先后推出了宽频基站参与招标测试,但是否能够达到中国移动要求还要等到招标结束才见分晓。从中国移动集团、各省份公司以及和各设备厂商的表现可以看出,宽频理念被运营商和供应商广泛接受,已成为业界主流与发展方向,可以预见,未来移动通信接入网将是宽频天下。

TD 宽频 RRU(射频拉远单元)的概念首先由华为在 TD 四期集采时推出,将 TD 的三个离散频段(F/A/E)信号经由一个功放单元统一发射。相比窄带 RRU(功

放频带宽度在 20MHz-30MHz)和双拼 RRU(拼合多个窄带功放支持大跨度频率带宽),宽频 RRU 能简化设备形态、提升网络成熟度、降低部署难度和网络维护成本以及确保网络平滑演进,因此被誉为“TD 发展的里程碑”。据了解,截至 2010 年底,宽频 RRU 基站已在全国现网规模部署,总量达到 18 万套以上。来源:2011-7-27 C114

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中国联通本月将推新校园品牌“沃派”

据悉,中国联通将于本月推出校园品牌“沃派”,每月固定资费 36 元。

据了解,“沃派”每月资费 36 元,包含 60 分钟语音时长,300 分钟国内亲情电话,100 条短信、60M 3G 上网流量,以及 500M 定向流量。其中定向流量只可用于阅读、音乐、微博、社交网络等 3G 应用。语音通话全国接听免费且无漫游。

一位联通的人士还在微博上贴出了“沃派”的 LOGO,其中,“沃”代表“沃”品牌,代表活力、时尚、开放、进取的精彩生活;“派”代表“百川派别,归海而汇”,气派、派头。“沃派”代表青少年精彩的族群式生活,它把具有相同喜好的人聚合成一个年轻、时尚、活力、激情、充满自信的族群。

近年来,校园市场成为三大运营商的兵家必争之地。中国移动此前已经推出了“动感地带”,不仅在校园市场取得了成功,且在中国移动的用户中占 1/4。中国联通曾推出“UP 新势力”,用以竞逐校园市场,不过反响没有动感地带强烈。

有消息人士称,中国移动的“动感地带”和中国联通的“沃派”都是出自同一人之手,即原广东移动总经理现中国联通高级副总裁李刚。

从资费上看,此次联通推出的新校园品牌“沃派”,创了联通各档套餐资费的新低。来源:2011-8-1 新浪科技

[返回目录](#)

中移动推百小时 WLAN 免费体验 年底有重大突破

据知情人士透露,校园市场是中国移动 WLAN 建设的重点之一,目的是维系用户不离网,主要是考核市场占有率和新增占比。

今年六月，中国移动针对北京校园用户提供了 WLAN 每月 120 小时的免费上网时长。据悉，此项活动仅对动感地带用户，需在标识有“CMCC-EDU”的网络下进行免费体验。此次，百小时的免费 WLAN 体验活动截止期为今年年底，期间使用不限流量。同时中国移动还辅以超市购物实体卡和有 WLAN 功能的手机进行促销。与此同时，北京移动还推出了 3G 无线猫业务，通过 3G+WLAN 路由为包括平板的终端提供无线上网服务。

今年年初，中国移动董事长王建宙曾表示，中国移动计划在三年内将全国范围内的 WiFi 热点数量增加至 100 万个，并敦促手机制造商生产支持 WiFi 的手持设备。而北京移动高层表示，今年北京 WiFi 有望实现五环内全覆盖，收费将十分便宜。从 2010 年 8 月份开始，中国移动在北京也开启了免费 WiFi 试用业务，除 TD 先锋卡用户均可享受每月 20 小时的无线 WiFi 上网套餐。

近期，有媒体报道称，中国联通 8 月将推出全新的校园品牌“沃派”，业内人士分析，此次推出的沃派为 UP 新势力的升级版，借用联通在 3G 上的网络、终端优势及业务整合创新抢占校园用户市场，稀释中国移动动感地带的品牌效应。

据了解，“沃派”每月资费 36 元，包含 60 分钟语音时长，300 分钟国内亲情电话，100 条短信、60M 3G 上网流量，以及 500M 定向流量。其中定向流量只可用于阅读、音乐、微博、社交网络等 3G 应用。语音通话全国接听免费且无漫游。上述人士认为，每月 36 元的资费定位合乎该市场的消费水平，但相对于成熟的品牌，新兴品牌的效果不会立刻显现出来。

据传闻，联通的沃派将绑定 3 个亲情号码，上述人士认为，校园市场的争夺主要面对新生市场，新生第一年一般除了联系父母外，跟其他高中同学联系都紧密，所以 3 个亲情号码和 60 分钟自由通话时间显然不够。但亦有人士认为，中国联通沃派符合校园市场的定位，尤其学生比较看重短信和流量，500M 的定向流量会极大促进联通的创新业务推广。

而对于动感地带的用户维系，目前仅北京移动便推出了好友计划半年或全年套餐，其中半年套餐费 55 元可实现 5 个北京移动号码间 185 天本地通话不限量；全年套餐费 100 元可实现 5 个北京移动号码间 370 天本地通话不限量。

此前，中国移动从 5 月 17 日起在全国范围内统一下调全球通资费实现主叫长市漫合一，同时，中国移动还将逐步使神州行和动感地带两个品牌的资费套餐在全国范围内实现统一。分析人士称，这是否意味着中国移动动感地带在简化资费套餐的同时也将使用户享受长市漫合一的业务？如果一旦动感地带形成语音通话全国接听免费无漫游将对沃派的语音业务形成“阻击”。

知情人士还称，今年年底，中国移动将在 WLAN 覆盖和用户感知上取得实质性突破。来源：2011-8-2 通信世界网

[返回目录](#)

北京联通支持一卡通拨打公话 未来将支持银联卡

从北京联通获悉，北京联通近日升级了近万部一卡通公用电话，用户可使用市政公交一卡通拨打，未来还将会支持银联卡。

据了解，北京联通今日对公共电话进行升级，近万部一卡通公用电话可使用市政公交一卡通拨打。资费方面，市话和国内长途(不含港、澳、台地区)每分钟 0.1 元。

此前，首都机场与中国联通合作，在航站楼推出新型多媒体公用电话机，旅客使用这种话机可免费拨打市话 3 分钟。北京联通的一位产品经理表示，这种话机除了免费拨打 3 分钟外，还可使用北京市公交一卡通使用，针对国际友人还支持国际信用卡拨打公用电话。

这位人士表示，下一步中国联通还会支持银联卡拨打公用电话。来源：2011-8-2 新浪科技

[返回目录](#)

深圳移动全城 2000 个 WLAN(wifi)热点上网全免费

免费 WI - FI 移动 WLAN 先行中国移动通信研究院项目经理周博曾表示：“中国移动 WLAN 的网络定位是：WLAN 是全业务网络发展策略的重要部分，WLAN 将在较长的时间内成为蜂窝系统网络的重要补充，WLAN 主要覆盖数据流量密集区域，优先在 TD、EGPRS 业务需求高的地区进行覆盖。”正因为对 WLAN 的发展有了清晰的定位，中国移动在国内运营商中的行动也最快，早在两年前它就率先在国内各大城市启动了首轮 WLAN 大规模建设高潮，其 WLAN 覆盖热点建设数量在三大运营商中遥遥领先，据统计数据显示，截至 2010 年年底，中国移动建成的 WLAN 服务热点数量大概在 12 万个。仅在深圳，中国移动已建成的 WLAN 覆盖热点就有近 2000 个。

优惠政策惠及全民

有了这个基础，2010 年中国移动在国内各大城市率先开始推广 WLAN 免费体验活动，此举收效良好，无论是用户量还是用户在线时长都有质的提升。2011 年，深圳移动曾推出全球通用户不限时长免费上网，动感地带及其他移动用户每

月限定时长免费上网业务。如今，大运盛会越来越近，深圳移动为助力无线城市发展，进一步拓宽了优惠范围，将原定的优惠政策修改为：“移动旗下全部品牌用户，从即日起至9月30日不限时长免费体验。非移动客户及外地来深游客则可领取 WLAN 体验卡，获取免费账号及密码即刻体验。”这也就意味着，所有在深圳的人都可以通过各种方式享受到深圳移动推出的 WLAN 优惠活动。

2000 多个热点全面覆盖

除去全民免费的优惠，深圳移动对全城 WLAN 热点的建设也是不遗余力。目前在深圳，已建成近 2000 个 WLAN 覆盖热点，在热点搜到 CMCC 无线网络信号，便可轻松无线上网。“目前深圳移动的 WLAN 热点覆盖了机场、车站、宾馆酒店、大型购物中心等各类公共场所。”深圳移动的相关负责人告诉我们，“特别是大运场馆、大运指定酒店，我们的 WLAN 信号都覆盖到了，全面满足深圳市民和来深游客无线上网的需求。”

(优惠时间：2011 年 7 月 10 日到 2011 年 9 月 30 日)

深圳本地移动客户

发送“KTWLAN”到 10086 申请，即可使用。

深圳本地非移动客户或来深游客

在各中国移动沟通 100 服务厅领取 WLAN 体验卡，获取免费账号及密码即刻体验。

WLAN 全城寻宝赢 iPad 大奖

(活动时间：2011 年 7 月 1 日到 2011 年 9 月 30 日，仅限深圳本地移动客户参加)

发送“CYXB#WLAN 地点名称”发至 10086 参与寻宝。单月 WLAN 上网累计时长越长，或单月成功登陆的 WLAN 地点数量越多(即在不同的地方使用 WLAN 无线上网)，越有机会赢 iPad、更有 iTouch 和电影票等你来拿。

WLAN 覆盖热点详情及优惠活动可致电 10086 或登录 [http / / gd.10086.cn / shenzhen /](http://gd.10086.cn/shenzhen/) 查询

微时代 微博达人怎能不关注 @深圳移动 WIFI ([http / / weibo.com / szwlan](http://weibo.com/szwlan))

WLAN 全民免费优惠申请

在朋友的眼中，小孙是个典型的微博控，走到哪微到哪。下馆子饭菜上桌前先拍照再动筷，买新衣对镜自拍还要上传，出门逛街更要微出一路心情... 小孙用的是动感地带的 GPRS 包月套餐，有限的流量让她一到月底就开始谨慎发微博，不是好照片坚决不上传以免浪费流量，能用电脑发的微博尽量在电脑上发布以防超支。

那天，小孙无意间看到报纸上的广告：2011 年 7 月 10 日到 2011 年 9 月 30 日，中国移动全城近 2000 个 WLAN 热点全民免费使用，热点遍布益田假日广场、海岸城、深国投广场等。还有“WLAN 全城寻宝体验”活动，市民在免费体验 WLAN 高速上网的同时，还有机会赢取 iTouch、iPad 大奖。

转眼工夫，朋友们给小孙又加了一个头衔：搜索“CMCC”信号控，走到哪搜到哪... ..

WLAN 是中国移动应用无线 WI - FI 接入技术为广大用户提供的无线高速上网服务，目前在深圳已建成近 2000 个 WLAN(wifi)覆盖热点。为助力无线城市建设，更为助力打造“信息大运”，即日起至 9 月 30 日，深圳移动推出 WLAN 无线上网全民免费的优惠，为城市更添精彩！来源：2011-7-29 深圳商报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

114 挂号平台明启动

明天，市卫生局将与中国联通北京分公司共同举行“预约挂号统一平台”签约暨启动仪式。这标志着备受瞩目的全市预约挂号统一平台将正式启动。

届时，市卫生局、市医改办、市发改委、市财政局、市人保局等多部门负责人和全市 66 家三级医院院长将出席。社会监督员代表也会参会。包括协和医院、朝阳医院等在内的首批上线的 30 家三级医院代表将现场与北京联通公司签订统一平台服务协议。另据了解，网络预约平台也即将随之开通。

费用：只需支付市话费

据市卫生局介绍，统一预约挂号平台将由 114 自主运营，预约挂号患者只需支付市话费用，无须另行缴纳服务费。

市卫生局强调，不仅预约挂号须实名制，医院在分诊、就医等环节也将核实患者的实名信息。医院总号源的 80%应预约挂号，统一平台的预约号源数量不低于医院总号源的 30%。

医院：加盟 114 超过 40 家

记者从多家市属三级医院获悉，多数医院已取消了院内原有的电话预约号码或专席，并将多数可用于预约的号源投放在 114 电话预约平台上。

另外，部分医院自本月初就已经撤掉了设在门诊的预约挂号专席和院内自有的预约电话号码，“加盟”到 114 挂号平台中。

目前，全市累计有超过 40 家二三级医院的电话预约已统一到 114 电话网络平台中，除市卫生局将首批公布的 30 家医院外，还包括协和医院、中日友好医院等 10 余家原本就和 114 合作的医院。

政策：每日最多预约同一科室俩号

据了解，目前规定，每名注册者每天可以多次拨打电话进行预约，但为保证预约的公平性，让顺序等待者能及时享受预约服务，每次来电只能预约一个号。同时，为了打击倒号行为，同一就诊者每日最多预约同一科室的两个号。

随着预约挂号的深入开展，卫生局要求各医院要逐步取消取号环节。在预约挂号成功后，患者会拿到一个 8 位数的识别码，凭识别码直接去科室就诊。

保障：接听席过千

联通方面表示，114 将设 570 个预约挂号专席，直接或间接服务于预约挂号的总坐席数将达 1320 席。此外，即将随之开通的网络预约平台可允许 12.5 万人同时在线，每天可以承受 150 万人次访问量。平台开通后，本市将通过 12320 热线、社会监督员暗访、媒体对预约挂号工作进行监督。来源：2011-7-27 北京晨报

[返回目录](#)

北京市重点大街公用电话将增上网功能

昨天，市市政市容委发布消息，年内将对全市重点大街电话亭进行规范统一和终端研发，并将逐年更新。为此，市容委与北京联通日前就全市电话亭规范、更新和今后升级改造问题进行了深入研讨并达成一致。对现有公用电话亭布点不合理、设施老旧残损、服务功能不能满足市民生活新需求等问题，将投资 2000 万元启动更新建设。目前除计划在外形上进行统一设计外，还将考虑增加上网功能等新的性能，以提高公用电话亭的服务质量和水平，更好地满足首都建设世界城市的需要。来源：2011-7-27 京华时报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

百视通对接大连 IPTV 平台

上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司(SMG)旗下百视通公司和大连广播电视台旗下云动传媒有限公司日前已宣布,大连 IPTV 平台已实现对接完善。

百视通首席运营官(COO)陈浩源透露称,伴随合作,百视通与云动传媒成立了合资公司。

大连是国家广电总局 2006 年确立的首批 IPTV 试点城市,又于 2010 年获国务院批准成为我国首批三网融合试点城市。受益于三网融合,大连内容、网络、终端、芯片等新兴产业发展迅速。据初步估算,大连在三网融合领域年产值有望突破百亿规模。

陈浩源表示,与云动传媒的合作,将有助于给大连地区的宽带用户提供更丰富的本地化信息。

百视通已按照国家广电总局的部署,完善了当地新媒体平台的合作与建设,目前百视通的内容库积累了超过 30 万小时的新媒体资源。来源:2011-7-28 第一财经网

[返回目录](#)

CMMB “睛彩北京” 频道开通

北京中广传播 CMMB “睛彩北京” 频道昨日正式开播,用户可借助传输速率快、资费低、不受在线人数限制的 CMMB 手持终端随时随地收看。

CMMB “睛彩北京” 频道将核心理念定位为“我随身的城市”,通过随身的移动终端传递有关北京的城市新闻信息。该频道每天播出 18 个小时,开设《睛彩城事》、《天天体育》、《这里是北京》、《睛彩天下》、《睛彩生活》、《精彩文艺》、《首都经济》等 21 个核心栏目。所有节目都具有深度化、简短化和实时性、娱乐性的特点,确保用户在一个较短的时间内收看一个完整的节目。据了解,该频道还将直播重要的体育赛事和重大活动,满足随时随地的收看需求。此外,还将运用专门制作的网页及时发送政府的应急信息,发挥政府应急广播的强大功能。来源:2011-7-29 北京晨报

[返回目录](#)

【电信网络】

4G 手机不兼容将成为普遍问题

当前，美国正在全球范围内领跑一场从 3G 向 4G 升级的商用热潮。与此相应，全球 4G 发展中有可能遭遇的挑战和困境，也必然会率先在美国显露出来。例如，4G 资费和商业模式在早些时候就得到了业界的极大关注，并呼吁要走出一条与 3G 截然不同的道路。最近，4G 运营面临的手机漫游问题，又伴随着 Verizon 无线以及 AT&T 等各家运营商业务开展步伐的加大，渐渐浮出了水面。

在勇于承认手机不能与其他运营商的网络兼容上，Verizon 无线无疑是个榜样。日前，该公司明确表示其发行的 4G 手机，不适用于其他美国运营商部署的 4G 网络。事实上，同样的情况也存在于其他运营商身上，即不同运营商的 4G 手机，仅能在自家网络中使用，用户要转网就必须换手机。

值得注意的是，与中国 2G 时代的情况截然不同，美国 4G 网络的互联互通和 4G 手机的不兼容，并非来源于竞争、管制等技术外因素。所用频率的不同，这一纯粹属于技术上的差异，造成了当前手机与网络不兼容的局面。事实上，负责 Verizon 企业传播事务的执行董事布伦达·兰妮，也给出了同样的解释。由此产生的结果是，对于那些想要从 Verizon 转向 AT&T 即将推出的 4G 服务的用户而言，不得不彻底打消这一念头，除非愿意重新购买手机。

手机不兼容的情况，目前来看似乎很难改变。虽然同时使用了 700MHz 频段，但 Verizon 无线使用的是 746MHz~787MHz，而 AT&T 使用的则是 704MHz~746MHz。这种在频段上的天然差异，加上当前本就比较落后的 4G 手机研发现状，决定了兼容之路还很漫长。同时，美国其他 4G 运营商虽然没有发表声明，但同样也是不兼容的，因为频段相差更远——MetroPC、LightSquared 使用的频率为 1500MHz 和 1700MHz。

从全球范围来看，4G 手机的不兼容，将会是一个普遍存在的问题。ITU 在全球范围内一共批准了 12 个频段供 4G 使用，而这 12 个频段大多是分散开来的，从数百兆到数千兆皆有。因此，对于 4G 的未来发展而言，由不兼容而来的漫游问题以及用户的携号转网问题等在未来将成为一个世界性的挑战。

除了 4G 以外，手机不兼容的情况，在美国还同样存在于 2G 和 3G 业务运营上，而在这一

领域，不同的制式成了主要的制约因素。例如，Verizon 使用 CDMA 技术提供 2G 和 3G 服务，AT&T 使用的则是 GSM 和 HSPA 技术。

手机与不同运营商网络之间的不兼容,在一定程度上为运营商保有客户提供了一道“屏障”。与此同时,手机自身所具有的吸引力,相应也就更会为运营商的竞争力加分。正因为如此,有分析师预计,美国 4G 运营商将在未来很长的时间内尽力保持手机的独特性。对于手机厂商而言,面对不同频段的多次开发,也就成为必然。以苹果为例,其 iPhone 4S 型号手机即同时推出了 AT&T 版和 Verizon 无线版。

对于消费者而言,自然希望手机能够与不同运营商的网络兼容,进而根据业务喜好而自由选择运营商。显然,这也是运营商之间竞争的高级形式。泾渭分明的网络 and 手机,带来的只是限制用户转网的最低级“障碍”,也是运营商回避竞争的一种做法。不妨借鉴一下 3G。在 3G 时代,为解决不兼容难题而出现了多模手机这一“利器”。对于 4G 而言,手机与网络的不兼容,同样也为多模手机在未来的持续性发展提供了重要空间。相信在多模手机的推动下,泾渭分明的 4G 网络 and 手机必然会成为历史,尽管仍有很长的一段路要走... .. 来源:

2011-7-28 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

Nextel 贷款 3.75 亿美元与华为合作部署 3G 网络

据国外媒体报道,墨西哥 Nextel 公司日前从中国国家开发银行(CDB)获得一笔价值为 3.75 亿美元的贷款,用于从华为技术公司购买 3G 网络基础设施。

本次贷款为期十年,分为三年的提款期和七年的还款期。2011 年 2 月,NII 控股公司(墨西哥 Nextel 母公司)与华为签署提供端到端 WCDMA 解决方案协议,以构建墨西哥 Nextel 公司的 3G 网络。

NII 控股公司执行副总裁兼首席财务官 Gokul Hemmady 表示:“墨西哥 Nextel 公司能够得到这笔资金,我们真是喜出望外。这次融资与我们以市场价格获得长期融资的战略一致。我们相信这次融资将让我们在墨西哥拓展业务和实现增长计划方面处于有利地位。我们与中国国家开发银行的融资协议进一步促使墨西哥 Nextel 公司在执行其 3G 战略的过程中向前迈出了重要一步。” 来源:

2011-7-29 飞象网

[返回目录](#)

中国移动将对老 2G 基站全部替换 都改为 2.75G 技术

知情人士透露，在进一步建设 3G 基站的同时，中国移动将对不支持 EGPRS 的老旧 2G 基站逐步全部替换，原因是不支持 EGPRS 的基站在手机上网速率方面已不能适应新的形势。

GPRS 俗称“2.5G 技术”，从业务角度来说，则是 GSM 移动电话用户可用的一种移动数据业务。

EGPRS 则称为 EDGE，是“2.75G 技术”，即增强型的 GPRS，也称为 EDGE，是在 GPRS 基础上，通过更高效率的无线信号调制方式，来提高无线速率，信号情况良好的环境下，通过 EDGE 下载，可以达到 GPRS 速率的 3-5 倍。

此前的 2007 年，中国 3G 牌照发放前夜，中国移动上马 EGPRS 是比较好时机，当时中国移动花费 300 多亿元开始全面将 GSM 网升级到 EGPRS。

据透露，目前移动的 2G 全网已开启了 EGPRS 功能，EGPRS 达到了 95% 以上，但仍有一部分城市是老旧的 2G 基站，因此需要替换。在中国移动用户使用手机上网的比例越来越高之际，老旧的 2G 基站被彻底替换是必然趋势。

据悉，今年中国移动已要求，“对于不支持 EGPRS、厂家已停产、在网时间较且故障率较高的老旧载频，各省公司要有计划、分期分批地全部替换”。来源：2011-8-2 新浪科技

[返回目录](#)

【终端】

索爱国内首发 PSP 手机

据媒体报道，索尼爱立信首款智能游戏战略手机 Xperia PLAY Z1i 即将引进国内。预计该机将于 8 月初正式上市，内含正版游戏等应用达 40 多种。

Xperia PLAY Z1i 此番登陆我国市场，再次把用户的注意力聚焦到手机娱乐市场。注意到，越来越多的手机在努力集终端与娱乐于一身，以赢得广大消费者的青睐。PSP 手机、平板手机、微博手机的出现，正说明这样一个趋势，即手机终端掌上娱乐正走向功能融合。

索爱 PSP 手机将登中国市场

据媒体报道，索尼爱立信首款智能游戏战略手机 Xperia PLAY Z1i 将于 8 月份引进国内，目前正在备货中。该款手机的裸机售价预计为 4580 元，内部搭载 40 多款正版游戏。据介绍，在引进之初，Xperia PLAY Z1i 的预装游戏即有 10 余款；在引进之后，索尼爱立信还将提供 20 多款；等到今年第四季度，有关的

正版游戏数量有望攀升至 80 余款。注意到，以 Xperia PLAY Z1i 为核心的手机游戏生态系统已初见规模，众多游戏开发商也纷纷加入进来，不断为用户提供高质量的游戏。

回顾来看，在今年的全球移动通讯大会上，索尼爱立信即已正式推出 Xperia PLAY Z1i，引起业内的广泛关注。因为不论是在软件、硬件配置，还是精巧设计方面，均可看出索尼爱立信的用心。

作为索尼爱立信今年力推的高端手机，Xperia PLAY Z1i 最为引人瞩目的无疑是，该款手机融合了 PSP 功能。根据资料显示，与 PSPgo 类似，Xperia PLAY Z1i 采用的侧滑盖设计，当用户推开上盖，一副 PSP 手柄即呈现在面前，一改 QWERTY 全键盘的沉闷风格。

据了解，该款手机还配置了 4.0 英寸多点触控屏幕，而 CPU 则采用 1GHz 的高通处理器 Snapdragon MSM8655。它的内存容量拥有 521MB 的 RAM 和 1GB 的 ROM，屏幕采用三星 AMOLED 屏，分辨率达到 WVGA(800×480 像素)。毫无疑问，这些强大的硬件配置将有助于 Xperia PLAY Z1i 操作更加流畅，让用户获得更加完美的游戏体验。此外，Xperia PLAY Z1i 还拥有新追加的照相功能，同时内置有 Z-System 平台，用户可以在线购买游戏软件，并且也能够与索尼的 PS3 联动。另外，它还搭载了高端的 Android 2.3 操作系统，使得 Play Station 与安卓平台实现了无缝衔接。

手机娱乐市场前景可期

一直以来，索尼爱立信在智能手机方面历经痛苦的转型，此番发力娱乐功能的手机，让市场不禁重新聚焦智能手机娱乐市场。业内人士对此分析认为，该领域市场潜力巨大，主攻娱乐方向的智能手机也因此拥有广阔的市场前景。

对于手机娱乐市场的背景，我们可以通过相关报告窥斑知豹。近日 CNNIC 发布第 28 次中国互联网络发展报告显示，2011 上半年，手机网民对手机上网应用的使用深度进一步提升，各项应用在手机网民中的使用率都有所提升。其中，手机网络音乐在总体网民的上网应用使用率中排名第四，达到 45%；社交网站的使用率排名第六，达到 41.1%；手机网络游戏则排名第九，达到 27.3%。

另据艾瑞最近发布报告称，2011 年第二季度我国移动互联网市场规模达 77.9 亿元，同比增长 93.8%，环比增长 20.9%。其中，手机游戏市场规模为 9.8 亿元，同比增长 66.1%，环比增长 11.3%。智能手机游戏业务快速发展，推动手机游戏营收稳定增长。

一方面，游戏、音乐、社交网络在手机平台上出现强劲的发展势头；另一方面，手机厂商也在为提供更流畅的用户体验而绞尽脑汁。曾几何时，业界普遍认为智能手机存在功能过剩的问题，单核足以胜任大部分应用，而如今这种观点的

基础开始动摇。首先，智能手机的性能得到提升，有助于游戏运行的流畅性。其次，游戏开发商也将根据性能更加强大的手机来开发游戏，从而让手机性能、游戏体验两者形成了良性循环。再回到 Xperia PLAY Z1i，上文已经提及该款手机已经初步形成生态系统，众多游戏开发商将为之添砖加瓦，有效保证了娱乐功能手机的内容多样化。

掌上娱乐趋向功能融合

与手机游戏规模稳定发展相对应的是，国内外知名手机厂商纷纷介入娱乐市场。

7月22日，国产品牌 HTC 与新浪联合召开发布会，共同推出国内首款新浪微博智能手机，代号为 HTC 微客。在微客手机的下方有一个专属键，用户只需摁下该键即可发送微博。而在去年，还有一款智能手机不能不提，那就是华为 C8500。紧跟国内社交网站的火爆热潮，华为于去年9月份推出 C8500，内部预装了开心网的客户端，用户可以通过添加桌面插件的方式把该客户端添加到桌面上，用起来也就更加方便快捷了。

除了游戏跟智能手机走向融合之外，近期海尔发布 Haipad 则揭示了智能手机发展的另一个差异化竞争方向——平板与手机的结合。7月初，在青岛国际消费电子博览会上，海尔发布了首款智能手机平板电脑 HaiPad，搭载的是点心操作系统，售价预计为 3299 元。

以上种种迹象表明，智能终端的娱乐体验渐成趋势，同时，开发功能融合的终端也成为手机厂商争夺的热点。

互联网消费调研中心 ZDC 发布报告显示，2011 年 6 月，中国手机市场上，智能手机仍为最受用户关注的手机类型，关注比例高达 83.1%。今年上半年，国内用户对配置中高端的手机关注度超过七成，成为用户关注的集中地带。其实说到底，用户对中高端智能手机的关注主要还是源自于对手机性能的关注。

当社交网络风靡互联网的时候，用户对手机的粘性有望增强。当智能手机性能日益强大的时候，用户的娱乐体验必定更加完美。而当游戏开发商聚拢在明星终端周围，持续贡献出优质的游戏内容的时候，3G 的魅力可以更为深入地激发出来。可以预见，超乎寻常的感官和应用体验将引领国内潮流。因此，要想在智能手机市场顺风顺水，手机厂商还需不断满足用户体验提出的新要求。来源：

2011-7-28 通信信息报

[返回目录](#)

东芝将推首款 WP7 “芒果” 系统手机

东芝将推出 WP7 芒果手机 IS12T 新浪科技讯 北京时间 7 月 27 日晚间消息,富士通东芝将于今年秋季在日本推出首款采用 Windows Phone 7“Mango”操作系统的手机 IS12T。

IS12T 在硬件方面并没有太大突破。硬件方面的亮点主要包括 1320 万像素摄像头,以及防水功能。这款手机集成 3.7 英寸 WVGA 分辨率屏幕,与 HTC Thunderbolt 类似的高通 1GHz 处理器,以及 32GB 内部存储器。

IS12T 将通过 KDDI 在日本销售,这款手机不太可能在美国面市。来源: 2011-7-27 新浪科技

[返回目录](#)

打造视觉新冲击 LG 3D 手机蓄势待发

2011 年 2 月 14 日,全球排名前三的手机厂商 LG 电子在世界移动通信大会上正式发布了世界首款裸眼 3D 智能手机 LG Optimus 擎天 3D,引起了通信业界和消费者的极大关注。LG 此次推出的裸眼 3D 手机首次真正实现了无需眼镜在手机上呈现 3D 效果,并能进行拍摄和制作 3D 内容。其极富亮点的功能不仅赢得了媒体的交口称赞,在消费者群体中也引起阵阵 3D 热潮。近期, LG Optimus 擎天 3D 终于将在业界和消费者的翘首企盼中正式在中国大陆上市。

LG Optimus 擎天系列是 LG 近年来着力打造的智能手机产品线。此前 Optimus 擎天系列已经推出多款颇受好评的智能手机,比如全球首款双核处理器的智能手机 Optimus 2X 擎天双核以及拥有高清 NOVA 屏幕的 Optimus Black 擎天璀璨。此次裸眼 3D 手机上市,是 LG 在智能市场的又一重型动作。除裸眼 3D 效果之外, Optimus 擎天 3D 还是世界首款具有独特的“三双”配置的手机,真正实现超级手机性能。

裸眼 3D 技术

引发万众期待

电影《阿凡达》的热映引发的 3D 风潮,在 2011 年更是达到爆发式的发展。3D 电影、3D 电视、3D 杂志等纷纷出现,将 3D 真正从曾经遥不可及的专业科技变成如今使消费者在生活中便触手可得的娱乐新体验。炫目的 3D 技术,使人们摆脱了二维世界单一、平面的视觉效果,而进入到一个奇妙、逼真的 3D 立体世界中。但当今市场上出现的大部分 3D 产品仍然需要通过佩戴沉重的 3D 眼镜才能体验到立体效果,这成为了 3D 市场上的一个瓶颈。

为突破这一瓶颈，为消费者带来更加轻松舒适的 3D 视觉体验，LG 电子在手机技术方面大胆创新，推出了革命性的裸眼 3D 手机，真正使消费者通过肉眼即可在手机上观看 3D 效果的画面。LG 裸眼 3D 手机摆脱了以往对沉重的专业 3D 眼镜的依赖，让消费者从真正意义上实现了随时随移动享受 3D 影院效果这一愿望，更加避免了近视的使用者在观看 3D 视频时不得不佩戴双重镜片的尴尬。拥有一部 LG Optimus 3D 手机，用户相当于将 3D 影院移植到自己掌中，身临其境的感受 3D 世界的无穷魅力！

全 3D 成亮点

聚焦立体人生

除了可以裸眼观赏到 3D 内容之外，LG Optimus 擎天 3D 在手机中内置了双 500 万像素摄像头，用户可以通过 2D 及 3D 的切换自由选择拍摄模式，随时捕捉精彩瞬间，录制及分享 3D 内容，这也成就了 LG “全 3D” 在现实生活中的意义。

原本多面立体的生活瞬间，通过 LG 3D 手机轻松一键进行录制，让许许多多美好的回忆从此能够更加生动清晰地展现在眼前，即使身处异地，也能够通过 LG Optimus 擎天 3D 手机拉近彼此距离，让心和心贴得更近。为了给更多人带来精彩的 3D 视觉享受，此次 LG Optimus 擎天 3D 手机还专门设计了 HDMI 高清输出端口。消费者可以将 3D 手机与 LG 3D 电视、3D 显示器相连接，让全家人欢聚一堂，通过更大更清晰的屏幕共享 3D 带来的欢乐。精彩瞬间更能长久的保存，将快乐点滴珍藏。

超级性能配置

共享多重惊喜

就手机市场来看，智能化已经成为未来最核心的发展趋势。除了炫目的裸眼 3D 技术之外，LG Optimus 擎天 3D 更是一款拥有超强配置的高性能手机。它采用 1.0GHz 主频的 OMAP 4430 双核处理器，强劲性能带来了飞速的处理速度，更强的 3D 性能和图形处理能力。手机搭载 Android 全新系统保证了完备的功能性和海量的软件下载空间。同时，LG Optimus 擎天 3D 采用了 LG 独特的“三双”配置——双核、双通道、双存储卡。这种配置可以实现数据在手机中更高速的同步传输，从而使用户能够在浏览网页、实现程序之间多任务运行、在玩游戏时达到更高的帧速以及观看影片时实现更流畅、更持久的观看效果。

LG Optimus 擎天 3D 手机同时还能够为消费者提供丰富的增值乐趣，真正使得手机从单纯通讯用具进化到全面娱乐化的便携式娱乐终端，让用户充分体验到智能科技所带来的美好生活。LG 此次推出的 3D 手机不仅支持 3D 电影的播放，还专门为广大年轻用户设计了多款具有 3D 效果的应用程序，使用户体验到其他

普通手机上不可能达到的真实画面效果。为了给酷爱游戏的用户带来制造惊喜，LG 公司更与知名游戏公司合作推出多款 3D 游戏。在“三双”高强配置的基上，相信这群玩家能够体验到更有视觉冲击的 3D 游戏乐趣。

凭借震撼的裸眼 3D 特效、自主的制作分享体验，LG Optimus 擎天 3D 引爆了手机视界新革命。而超强的手机性能配置则更让这部手机如虎添翼。LG 电子更在应用程序下载、手机游戏配置等方面着力给消费者提供更多增值服务，相信不久它的正式上市会带给消费者更多的科技乐趣。来源：2011-7-29 北京晨报

[返回目录](#)

【运营支撑】

中国成功发射第九颗北斗导航卫星

北京时间 27 日 5 时 44 分，中国在西昌卫星发射中心用“长征三号甲”运载火箭，将第九颗北斗导航卫星成功送入太空预定转移轨道，这是中国北斗导航系统组网的第四颗倾斜地球同步轨道卫星。

当天清晨，西昌卫星发射中心发射场周边雷电交加、暴雨如注，就在两次雷电间隙，“长征三号甲”点火腾空，宛如一条火龙在暴雨雷电中直刺苍穹。

第九颗北斗导航卫星成功发射，标志着中国北斗区域卫星导航系统建设又迈出坚实一步。专家称，目前，中国北斗区域卫星导航系统的基本系统已建设完成，正在抓紧开展星地联调和测试评估工作，经初步测试系统运行良好，将于今年年底前为中国及周边大部分地区初步提供连续无源定位、导航和授时以及短报文通信服务，满足交通运输、渔业、林业、气象、电信、水利、测绘等行业以及大众用户的应用需求。

按照北斗卫星导航系统“三步走”发展战略，2012 年年底，中国还将陆续发射多颗组网导航卫星，不断提升系统服务性能，扩大覆盖区域，完成北斗区域卫星导航系统建设。2020 年左右，将建成由 30 余颗卫星组成的北斗全球卫星导航系统，提供覆盖全球的高精度、高可靠的定位、导航和授时服务。

本次发射的北斗导航卫星及其运载火箭分别由中国航天科技集团公司所属中国空间技术研究院和中国运载火箭技术研究院研制，这也是中国“长征”系列运载火箭第 141 次航天飞行。来源：2011-7-27 中国新闻网

[返回目录](#)

工信部考虑 3400-3600 频段用于 LTE

工信部无线电管理局副局长阚润田在 2011 TD-LTE 组网技术研讨会上透露，工信部正考虑 3400-3600MHz 用于 LTE。

TD 技术论坛秘书长时光将频段成为 TD-LTE 发展的“米”。据阚润田介绍，无线电管理机构从 2008 年开始对 2500-2900MHz 频段进行规划工作，2009 年完成了 2.5GHz 频段的规划。

而在 TD-LTE 规模试验中，“工信部发布的规划是 2570-2620MHz 频段，我们批准 6 个城市用的是 2575-2615MHz 频段，是 40 兆的频率。”

阚润田说，“国家正式发布了 2570-2620MHz 的 50 兆频段，目前还在考虑其他频段的规划，比如说 3400-3600MHz 的频率规划用于 LTE。”来源：2011-7-27 新浪科技

[返回目录](#)

中电信与台湾中华电信合推 WiFi 漫游服务

台湾中华电信将与中国电信合作，推出 WiFi 无线上网漫游服务，每分钟 2 元，抢占 WiFi 无线上网漫游商机。

中华电信表示，因智能手机、平板电脑日趋普及，加上两岸互访频繁，不管是商务客或者是旅客对于两岸语音及数据漫游需求也快速成长，日前已经推出语音漫游降价以及单日移动数据漫游优惠，8 月 1 日起更推出 WiFi 无线上网漫游服务。

据台湾观光局资料，2010 年台湾人赴大陆旅游达 242 万人次，增长 60%，大陆更成为台湾人旅游第一名，中华电信积极开发大陆 WiFi 直连漫游服务，以应对客户移动、高速、稳定且经济实惠的漫游上网需求。

中华电信宣布，用户至大陆使用中国电信 WiFi 上网业务，上网每分钟只要 2 元。据了解，过去国际 WiFi 无线上网漫游服务每分钟计价约 5 到 8 元，此次则降至 2 元，可望吸引用户使用。

中华电信计划，年底前在台湾建置 2 万个 WiFi 热点，让搭配移动上网资费用户免费使用。中国电信在大陆推出天翼网，也提供 CDMA 网用户，优惠使用 WiFi 服务，目前拥有 12 万无线热点，预估未来三年要建设 100 万个无线热点。来源：2011-8-2 新浪科技

[返回目录](#)

物联网蓝皮书：中国物联网产业链雏形已成

7月30日，在天津星通联华物联网应用技术研究院揭牌典礼上，我国首部物联网蓝皮书《中国物联网发展报告(2011)》正式发布。报告认为，作为中国经济发展的一个新的增长点，目前我国物联网产业链条的雏形已经基本形成。

报告认为，在我国目前物联网需要的自动控制、信息传感、射频识别等上游技术和产业都已成熟或基本成熟，而下游的应用也已广泛存在。而且我国物联网产业也呈现电信运营商、高校、科研机构、传感器企业、系统集成、应用软件开发等环节迅速聚合联动之势，我国物联网产业链条已经初步形成，物联网时代即将到来。报告预测，未来十年，物联网重点应用领域投资可达4万亿元，产出将达8万亿元。来源：2011-8-2 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

中国手机地图用户超7千万

截至2011年6月底，中国手机地图客户端累计账户数为7490万。目前，手机地图的服务已经形成了丰富的体系，提供包括气象信息、美食家、交通信息、住宿信息等一系列内容，但如何提供更精准的搜索结果也是手机地图今后需要解决的问题。

随着科技日新月异的发展，人们对生活琐事投注的精力越来越少，取而代之的是高效而又便捷的生活模式。而在生活中我们经常会遇到找不到路的窘境，伴随着3G网络、智能手机的广泛应用，在通信业和互联网巨头的强力推进下，各式各样的手机应用应运而生。手机地图应用的诞生让人们告别了找路问路的苦恼，大大缩短了抵达目的地的时间，成为现代人出行的必备。

可以说，3G时代的来临，手机地图成为用户对3G手机最为关注的功能应用之一。易观国际最新发布的数据显示，截至2011年6月底，中国手机地图客户端累计账户数为7490万，环比增长率35.4%。其中，谷歌地图以28.0%的市场份额继续位居榜首，百度仅3.2%份额。面对这庞大的市场，不得不说，手机地图应用迎来了一场盛宴。

手机地图用户大涨智能手机功不可没

近日，易观智库指出，2011年第2季度，中国手机地图客户端市场增速有所回落，但仍保持高速增长的势头。Android、iPhone、Windows Phone等系统使用手机地图的比例继续增加。同时，基于对LBS体验的持续追逐和“地图门”效应的助推，在Android、Symbian、iPhone等系统的应用商店中，手机地图应用稳居下载量三甲之列。在目前国内市场，主流竞争排名中，谷歌地图以28.0%的市场份额继续位居榜首，高德地图和诺基亚地图分列二、三位。

手机地图用户能保持高速增长的势头，智能手机的普及和应用功不可没。随着智能手机的高速发展，各式各样的手机应用也风生水起，手机地图也在其中。根据美国知名互联网流量统计公司comScore最新发布的研究显示，截至今年5月，在过去三个月，美国有4800万手机用户通过他们的移动设备查询地图路线，比去年同期增长39%，这很大程度上归功于智能手机运用的增加。

ComScore公司的移动业务部门高级副总裁Mark Donovan表示，“手机地图运用的强劲增长和桌面地图运用的趋平，这标志着智能手机给用户带来了行为的转变。多年来，消费者在离开自己的家中或办公室之前，会通过电脑查询一下路线，而现在，智能手机让人们跳过这一步，用户在路上可根据自己的需要去查询路线。”对很多智能手机用户来说，手机地图运用程序是他们主要的接入点。

手机地图便利消费者生活

在移动互联网时代，用户希望通过移动终端获得像互联网搜索那样的用户搜索体验，而不再满足于传统导航地图只能够搜索到简单的分类信息。用户希望通过移动终端查询各种服务机构的详细信息。手机地图功能的推出，更全方位地满足了人们随时随地掌握出行生活的需要。

很多时候当我们处在一个陌生的环境，就想知道自己所在的位置或者外出的时候想寻找周围有哪些餐厅、医院、银行。只要打开手机，启动手机定位功能，服务上很快就会把用户需要的信息反馈到手机上，以电子读物的方式快捷地指导用户到达目的地。在国外，手机地图的服务已经形成了丰富的体系，提供的内容包括气象信息，美食家、交通信息，住宿信息等一系列内容。用户通过手机终端的客户端，可以在最快的时间内对地图进行浏览和查询服务。目前手机地图的服务范围可谓是多种多样，如地图浏览、兴趣点检索、周边查询、交通信息查询、自我位置查询等各个方面。

对于手机地图应用，高德软件副总裁郄建军曾表示，所谓的杀手级应用，其实是有长尾效应，很多应用，就像应用商店里面有几十万个，当然日常大家能用到的，其实可能就是几十个或者十几个就够了。他认为，日常应用的，就是杀手级应用，当然你看到新的东西也可以下载，可以用，但是你可能用一、二次就不用了，这个就是新鲜感。可是日常每天都要用的，这些就是所谓杀手级应用，其

中地图真是大家离不开的，尤其地图做了很多动态的内容，我们叫它活地图，这个时候地图可能每天都要用。

手机地图如何精确定位是发展关键

目前，中国大部分用户用手机的时间已经远远超过使用 PC 的时间，这将为移动互联网的发展带来深刻的影响。对于地图应用商来说是个很好的机会，但是拥有机会的同时，也要面临其发展带来的挑战。比如，如何提供更精准的搜索结果，如何解决用户隐私问题等都将成成为相关服务提供商面临的挑战。消费者在使用手机地图时最为看重的是地图专业性和准确性，而现行的多数手机还无法实现免费升级地图。同时，下载地图文件的流量过大。如今，移动互联网技术正逐渐走向成熟。只有想不到的，没有做不到的，这便是如今科技发展的状况。手机地图应用如何在现有的基础上更好的改善其存在的不足和提高其优势是今后发展的关键。

信息时代让手机成为人们生活的必需品。随着手机系统平台的不断升级，手机地图功能也慢慢走进人们的生活。拓宽使用范围是手机地图未来发展的必然。目前在国际市场上，手机地图已经成为一种普遍的应用，手机地图已不仅仅用来“找路”，从国外一些手机地图成功应用的例子来看，手机导航软件更大的作用是降低无法掌控的安全顾虑。

综观中国目前市场，目前，手机地图的市场非常热闹，新应用也层出不穷。然而，不容忽视的是，同质化现象依然严重，同时国内的地图服务商服务能力仍不强，国内商家要想在高手云集的手机地图市场上分得一杯羹，要在激烈的市场竞争中获胜，就必须求新求快求准，从用户的角度出发，提高自身的实力最为关键。来源：2011-7-28 通信信息报

[返回目录](#)

全国电话用户总数达 12.1 亿户

今天上午，工信部发布了“2011 年 1-6 月全国通信业运行状况”（下称“状况”）。“状况”显示，今年上半年全国电信业务总量累计完成 5681.1 亿元，比去年同期增长 15.7%；全国电话用户总数达到 121068.1 万户。

据“状况”显示，在业务总量方面，今年上半年全国电信业务总量累计完成 5681.1 亿元，比去年同期增长 15.7%；电信主营业务收入累计完成 4740.7 亿元，比去年同期增长 10.1%。

其中，移动通信收入累计完成 3367.3 亿元，比上年同期增长 14.0%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 68.63% 上升到 71.03%；固定通信

收入累计完成 1373.4 亿元,比上年同期增长 1.7%,在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 31.37%下降到 28.97%。

在用户发展方面,今年 6 月全国电话用户净增 985.1 万户,总数达到 121068.1 万户。其中,固定电话用户减少 54.1 万户,移动电话用户净增 1039.2 万户。

而从上半年的总体情况来看,截至今年 6 月,全国固话用户减少 424.2 万户,达到 29014.1 万户;移动电话用户净增 6153.7 万户,达到 92054.0 万户。移动电话用户中,3G 用户净增 3345.9 万户,达到 8051.0 万户。来源:2011-7-28 中国通信网

[返回目录](#)

我国第二季度手机销售近 7000 万部

易观智库最新发布的数据显示,2011 年第二季度国内手机销售总量达 6894 万部(不计黑手机和水货手机),环比增长 3.3%。其中 3G 手机表现抢眼,3G 手机销量达 2428 万部,环比增长 27.3%,销量再创历史新高。

分析指出,3G 手机市场增长较快,主要是本季度诺基亚、摩托罗拉和索尼爱立信等大型终端厂商均进入了 3G 智能机新品密集上市期,再加上电信运营商的推动,整体手机市场销量在 3G 手机的拉动下仍然保持增长态势。

受到 3G 的冲击,GSM 和 CDMA1x 的手机销量都有了小幅下降。GSM 手机销量本季达 3519 万部,环比下降 1.2%。而 CDMA 方面则下降了 0.6%,单一的 CDMA1x 机型正在不断失去市场,目前 CDMA 的主要增长动力已经完全依赖于 CDMA2000。

业界人士还指出,最近几个月来内地山寨手机市场已经呈现萎缩之势。

点评:3G 的发展得益于运营商的决心,不断加大的补贴力度无疑使行货的性价比显著提高,而用户在选择智能手机时,在安全和技术方面的要求会更高。因此,山寨机自身的劣势将影响用户的选择。同时,手机更新换代过程必然越来越多地体现为从传统手机向智能手机的升级。来源:2011-7-28 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

2011 年智能手机销量将达 4.2 亿部

导语：美国科技网站 TechCrunch 发表评论文章，表示今年全球的智能手机销量将达到 4.2 亿部，三星和苹果将是这场竞争的赢家，而诺基亚的市场份额出现了大幅下降。

以下为文章全文：

今年全球的智能手机销量将达到 4.2 亿部，占到手机总销量的四分之一，成为传统手机不可忽视的竞争对手。

在这场竞争中，三星和苹果将是赢家，而诺基亚成为失意者，在一年的时间内其市场份额从 40% 大幅降至 24%。

市场研究公司 IMS Research 表示，在传统手机市场，三星近年来的表现最为突出。该公司拥有多元化的产品组合，包括使用其自身操作系统 bada 以及 Android 和 Windows Mobile 操作系统的产品，也包括广受欢迎的 Galaxy 系列产品。该公司在智能手机市场的份额从 2010 年第一季度的 3% 左右一举升至 2011 年第一季度的 13% 以上。与此同时，HTC 等智能手机厂商的市场份额也大幅上升。

目前在价格较高的智能手机市场与低价的传统手机市场之间还存在空白，这是手机市场提供的机会。此前传统手机市场一直由诺基亚主导，但三星和 LG 正在逐渐侵蚀诺基亚的领地。自 2010 年第一季度以来，RIM 的市场份额也从 20% 跌至 5%。IMS 预计，到 2016 年智能手机销量将达到 10 亿部。来源：2011-7-27 新浪科技

[返回目录](#)

Android 手机占据全球智能机市场 48% 份额

市场研究公司 Canalsys 周一披露的数据显示，Android 手机已占据全球智能机市场近 50% 的份额，并在亚太地区市场占据统治地位。

谷歌 2005 年收购 Android，2008 年推向手机平台。目前，包括 HTC、LG、摩托罗拉和三星在内的世界主要手机厂商都在使用这款操作系统。

Canalsys 的数据显示，Android 手机占据全球智能机市场 48% 的份额。参与调查的 56 个国家中，Android 平台在 35 个国家位列第一。

相比之下，上一财季售出 2030 万部 iPhone 的苹果占据全球智能机市场 19% 的份额，远远落后 Android。然而，该公司已经取代江河日下的诺基亚，成为全球最大的智能机厂商。

三星也已超越诺基亚，但 Canalsys 认为该公司原本可以做得更好。Canalsys 分析师克里斯·琼斯(Chris Jones)说：“诺基亚正在经历一段充满挑战的转变期，三星却未能完全把握该公司在全球陷入被动的良机。它最有能力抢夺诺基亚的市场份额，能够利用自己的规模和渠道，但它却未能充分利用这一优势，在新兴市场更是如此。”

三星生产 Android 智能机和搭载自主研发的 Bada 操作系统的智能机。该公司上一财季的出货量约为 1700 万部，同比增长 421%。

然而，Android 的成功却给谷歌及 Android 手机厂商带来了麻烦。甲骨文发起诉讼称 Android 操作系统涉嫌侵犯专利，而 Android 手机厂商正面临苹果和微软的起诉。

微软目前仅占据全球智能机市场 1% 的份额。该公司从部分 Android 手机厂商收取少量授权费，如今这家科技巨头希望从中获得更多收益。

上月，苹果、微软及 RIM 联合另外三家公司竞购加拿大电信设备厂商北电网的数千项专利，最终击败谷歌成功中标。谷歌有可能因此支付巨额专利使用费。然而，这场胜利有可能面临法律障碍。

据知情人士透露，美国司法部正在加紧调查苹果、微软和 RIM 是否会利用新进收购的大批专利，在与 Android 智能机竞争时获得不公平优势。

另一方面，从这场专利争夺战中铩羽而归的谷歌正与美国无线芯片技术厂商 InterDigital 展开谈判，希望扩充专利储备。

InterDigital 去年营收达 3.95 亿美元，市值达 31.1 亿美元。该公司本周表示，正在评估一些战略备选方案，包括出售公司或其专利。来源：2011-8-2 新浪科技

[返回目录](#)

报告称二季度全球手机出货量达到 3.611 亿台

据 Strategy Analytics 最新研究显示，2011 年二季度全球手机出货量比去年同期增长 13%，达到 3.611 亿台。诺基亚出现自 1999 年以来最大下滑，而苹果已经接近排名第三的 LG。

Strategy Analytics 高级分析师 Alex Spektor 评论道：“尽管全球范围发生多重债务危机和经济动荡，手机市场依然发展势态良好。2011 年二季度全球手机出货量比去年同期增长 13%，达到 3 亿 6110 万台。苹果表现出众，其出货量达到创纪录的 2030 万台，与 LG 的差距缩小到仅差一点几个百分点。LG 的

3G 智能手机出货量迅速攀升，但其 2G 功能手机和基本手机(basicphone)增长缓慢。”

Strategy Analytics 总监 Neil Mawston 补充道：“2011 年二季度诺基亚全球手机市场份额急剧下滑至 25%，是 1999 年以来历史最低点。三星对诺基亚紧追不放，目前仅落后其 4 个百分点。平平无奇的触摸屏产品组合，库存调整，市场对 Symbian 平台需求的不稳定，以及在价值最大的美国市场上表现不佳，会继续令诺基亚近期的业绩表现承受重压。”

研究还显示，2011 年第二季度，三星手机出货量达到 7400 万台。三星智能手机出货量猛增，但其全球功能手机和基本手机(basicphone)市场份额有轻微下滑，这主要是受来自中国品牌如 TCL-阿尔卡特和中兴的激烈竞争所致。中兴在这一季度仍然保持向上增长势头。低价位的低端 2G 手机，以及中端 3G 手机的积极促销使得该中国手机厂商获得全球 5%的市场份额。来源：2011-8-1 飞象网

[返回目录](#)

2015 年全球移动应用下载营收或超 290 亿美元

市场研究公司 In-Stat 在最新报告中表示，移动应用市场将在未来几年中快速发展，到 2015 年时应用下载营收将超过 290 亿美元。

In-Stat 高级分析师艾米·克拉文斯(Amy Cravens)表示，这一快速增长将创造新的机会，同时带来新问题。她表示：“市场正在快速发展。价格压力很明显，应用正在向免费转型，这将带来新的营收模式。”

苹果 iPhone 的推出打开了这一市场，但随着市场的成熟，开发者和应用商店需要进行创新，并在跨平台的情况下吸引用户。克拉文斯预计，移动应用下载量到 2015 年时将达到 480 亿次。而 2015 年智能手机出货量将占手机出货总量的 45%，高于目前的 23%。来源：2011-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

分析预计 2016 年 LTE 基站市场销售将达 130 亿美元

市场研究分析机构 Maravedis 公布的最新一期《4G 设备季度报告》(4Ggear Quarterly Report)显示，随着 LTE 合约的签署，LTE 部署和用户群的增长加速，4G 市场中的所有 RAN 供应商的销售也都将呈现增长态势。

该报告的主要作者、高级分析师费尔南多·多诺索(Fernando Donoso)指出：“由于 2010 年和 2011 年的市场情况远好于 2009 年，所有基础设施供应商都从 LTE 这块大蛋糕中受益。不过，我们的研究显示，爱立信在 LTE 实际部署和运作方面拔得头筹，这主要得益于该公司在 Verizon 和 MetroPCS 两家运营商 LTE 网络的地位。Verizon 和 MetroPCS 的 LTE 网络是目前世界上真正的具有商业规模的网络。”

对爱立信来说，并非可以高枕无忧。Maravedis 对华为和诺基亚西门子通信公司的深入分析表明，这两家公司都有可能挑战其 LTE 无线基础设施供应商世界第一的排名。华为和诺西拥有先进的基站架构、日益复杂的??端对终端解决方案，以及数量庞大的 LTE 合同。

Maravedis 的报告还预测，全球 LTE 市场将从 2011 年的约 15 亿美元上暴增至 2016 年的 130 多亿美元，其中包括 FDD 和 TDD 设备。

研究主管安德兰·费拉赫(Adlane Fellah)补充说：“我们预计，分布式宏观基站和超微蜂窝(picocells)系统将让异构网络的设想在 2012 年变为现实。但运营商可能会将预算平均分配给所有小蜂窝部署(无论采用何种技术)，从而使超微蜂窝、家庭基站(femtocells)和运营商 Wi-Fi 之间的竞争加剧。”来源：2011-7-27 飞象网

[返回目录](#)

【市场反馈】

Android 在美市场份额升至 39%

美国二季度智能手机市场份额新浪科技讯 北京时间 7 月 28 日晚间消息，市场研究机构尼尔森发布的最新报告显示，谷歌 Android 移动操作系统在美国智能手机市场继续领先于竞争对手，同时还进一步拉大了同苹果、RIM 的差距。

根据尼尔森对美国智能手机市场的最新调查，Android 如今拥有 39% 的市场份额，比该机构上一次调查高出 3%。苹果 iOS 以 28% 的份额排名第二，上一次是 26%，RIM 黑莓以 20% 的份额排名第三，比上一次下降了 3%。在上一次调查中，尼尔森对 2 月至 4 月间美国智能手机市场进行了跟踪调查。

如果对智能手机制造商的市场份额进行排名，则呈现出另一番景象。苹果仍是无可争议的领先者，RIM 和 HTC 均以 20% 的份额并列第二，摩托罗拉则以 11% 的份额位列第三。来源：2011-7-28 新浪科技

[返回目录](#)

调查显示 iPhone 用户忠诚度高达 94%

美国投资公司派杰(Piper Jaffray)分析师吉恩·蒙斯特(Gene Munster)周一在致客户的一份调研笔记中称，iPhone 用户的忠诚度高达 94%，而 Android 手机用户仅为 47%。

蒙斯特对 216 名手机用户进行了调查，主要结果如下：

- 64%的被调查者表示，下次决定购买新手机时将购买 iPhone。
- 29%已经拥有 iPhone，64%表示希望他们的下一部手机是 iPhone，17%拥有 Android 手机，17%表示希望他们的下一部手机是 Android 手机。
- 在目前没有 iPhone、但希望下一部手机是 iPhone 的被调查者中，60%在等待 iPhone 5。
- 当前是 Verizon 用户、没有 iPhone 但希望下一部手机是 iPhone 的被调查者中，74%在等待 iPhone 5，而 AT&T 用户的该比例是 53%。
- 在已经拥有 iPhone 的被调查者中，94%计划购买另一部 iPhone，6%计划改用 Android 手机。
- 在已经拥有 Android 手机的被调查者中，47%计划购买另一部 Android 手机，42%计划改用 iPhone。
- 在已经拥有黑莓手机的被调查者中，26%计划购买另一部黑莓，67%计划购买 iPhone，3%计划购买 Android 手机。

蒙斯特最后得出的结论是：苹果 iPhone 将继续蚕食黑莓、Android 和其他智能手机的市场份额。来源：2011-8-1 新浪科技

[返回目录](#)

外媒称 Android 手机返修率达 30%-40%

据国外媒体报道，Android 设备在明年的销量将超过 iOS 已经成为了一个普遍接受的事实。然而 Android 设备自身也有很多难言之隐，同时也是大多数制造商所面临的问题，那就是一些 Android 设备的返修率为 30%到 40%，相比之下，iPhone 4 在 2010 年天线门的时候返修率只有 1.7%。

三星公司本季度售出 1800 万到 2100 万部手机，当然不全是 Android 手机。但在 55 天内，该公司的 Galaxy S II 售出了 300 万台。但这些手机的返修率接近 40%。这是因为消费者对于平台的理解和手机可用性的认识分化比较严重。

对宅男来说，Android 是一个开放平台，它对编程人员、运营商和用户具有更大的灵活性。而对普通的手机用户来说，Android 是一个混乱的东西。来源：2011-7-27 赛迪网

[返回目录](#)

报告称全球无线基础设施开支将增 7.7%

IHS iSuppli 调研公司最新研究显示，2011 年，无线运营商对通信基础设施设备的投入增长速度将比 2010 年增加一倍，以应对数据流量的爆炸式增长。

报道称，2011 年全球无线基础设施设备方面的支出预计将增长 7.7%，从 2010 年的 401 亿美元增长至 432 亿美元。这一增长速度比 2010 年的 3.8% 增加了一倍，而在经济衰退的 2009 年，相关投资则减少了 7.2%。2011 年将是无线基础设施投入增长最高的一年，而且这一增长态势将至少维持到 2015 年。

“在发达国家，无线运营商纠结于消费者对高带宽的移动数据服务的巨大需求带来的数据流量爆炸式增长引起的网络超载问题，消费者热衷的服务包括视频和网页浏览等。” IHS 的高级主管兼通信与消费电子产品首席分析师杰格迪什·雷贝洛博士称，“这一需求刺激了可以支持高速数据传输的设备方面的投资，特别是可以满足 3G/3.5G 和 4G 标准的设备。”

美国、加拿大、欧洲、澳大利亚、日本和韩国的许多运营商 2011 年都采取谨慎的态度，重点购买有关目前占主导地位的 3G/3.5G 技术的设备，以延长其投资的有效时间。由于在发达国家运营商将在未来几年扩大 4G 的部署，他们的总资本支出增加的部分将用于 4G 的新一代技术，以支持高速数据传输的无线移动网络接入。到 2013 年，4G 网络将占据无线基础设施市场的最大份额。

大多数发展中国家的运营商 2011 年的基础设施投资与上年持平。其中一个可能的例外是印度，该国 2010 年获得无线频谱的运营商预计今年会投资于 3G 网络。另一个例外是中国，中国的无线运营商将放缓资本支出。中国 3G 网络国内扩建的重要部分已经完成。此外，中国的三大电信运营商也宣布了 2011 年减少支出的计划。

虽然基础设施建设支出只是运营商总体资本开支的一个部分，但它是一个受到人们密切关注的衡量无线行业前进方向的指标。其他资本开支还包括软件和网络升级，以及非基础设施设备，如光缆、线路和网站购买等方面的支出。2011 年无线运营商的总投资预计达到 1346 亿美元，比 2010 年的 1332 亿美元提高 1.1%。来源：2011-7-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

分析称 100 美元以下智能手机未来一年内将问世

据国外媒体报道,新西兰移动运营商 2degrees 公司首席执行官埃里克·赫兹(Eric Hertz)日前表示,售价低于 100 美元的智能手机有望在 12 个月内问世,以迎合具有“价值意识”的消费者的需求。

赫兹指出,价格的下降将取决于全球手机的普及率,预计其售价将在一年内降至不足 100 美元。

他认为:“一旦出现一款售价不足 100 美元的智能手机,那么消费者就会替换手中的功能手机。”

智能手机是具有先进的计算功能的设备,通常配置了 WiFi 连接、集成全球定位系统和移动宽带接入等功能。

赫兹表示,在 12 个月内,移动数据的价格也将降至那些“注重价值的预付费用户”乐于接受的水平。

根据该公司网站给出的价格,2degrees 目前出售的最便宜的手机为 249 美元。

该移动服务提供商今天宣布,公司已经与全国超过 86 家仓储式商店签署分销协议。

赫兹指出:“这一协议为想要购买 2degrees 公司产品的消费者提供了重要的渠道... 仓储式商店的覆盖范围远非我们能够相比的。”

赫兹表示,他预计绝大部分仓储式商店的销售将更多地集中在传统的“功能”手机、而非智能终端设备上。

“如果你从性价比来看,功能手机仍然是市场上售价最低的手机,我认为这种情况将持续一年左右。因此,我认为市场中仍然存在很多“注重价值”的消费者。如果你去到仓储式商店购买手机,好意疑问,你看中的是产品的价值。”来源:2011-8-2 飞象网

[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