



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. 17

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ Google 宣布将以 125 亿美元收购摩托罗拉移动

据国外媒体 MarketWatch 报道，Google 和摩托罗拉移动控股 8 月 15 日宣布，Google 将以总共 125 亿美元（每股 40 美元）的价格收购摩托罗拉移动。

■ 谷歌“联姻”摩托罗拉移动意欲何为？

谷歌公司 15 日宣布将出价约 125 亿美元收购摩托罗拉移动公司。这一交易如果最终完成，将是近 10 年来无线设备行业数额最大的一笔并购，也将创下谷歌收购金额的最高纪录。一些分析人士认为，谷歌如此大手笔有多重用意，可能会给移动互联网市场竞争格局带来连锁反应。

■ 运营商级以太网：电信业发展的机遇

近日，市场研究公司英飞耐(InfoneticsResearch)和欧文(Ovum)相继发布研究报告称，在目前低迷的市场情况下，运营商级以太网服务将会是电信产业未来的一个发展机遇。

■ 3G 发展：既要用户规模，也要经济效益

3G 当之无愧是当前行业发展的热点，其快速发展对行业增长的拉动作用日益显现。工业和信息化部最新统计数据显示，今年上半年，全国移动电话用户累计净增 6153.7 万户，达到 92054.0 万户。

■ 《中国手机安全报告》出炉

360 安全中心 8 月 16 日发布《2011 年上半年中国手机安全报告》(以下简称“报告”)指出，今年 1 月至 6 月，国内新增手机木马和恶意软件 2559 个，感染手机用户数高达 1324 万，Android(安卓)平台与 Symbian(塞班)平台并列成为手机木马“重灾区”，手机木马的危害主要集中在恶意扣费和窃取用户隐私。

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	4
Google 宣布将以 125 亿美元收购摩托罗拉移动	4
谷歌“联姻”摩托罗拉移动意欲何为?	5
运营商级以太网：电信业发展的机遇	7
3G 发展：既要用户规模，也要经济效益	9
又见叫停三网融合的博弈要持续到几时	12
产业环境篇	15
【政策监管】	15
工信部王健翔：中小企业信息化要进一步发挥社会资源作用	15
《中国手机安全报告》出炉	16
移动联通为抢 iPhone 诉诸国资委?	17
【国内行业环境】	18
新一代宽带无线移动通信网新增课题开始申报	18
小灵通年底退市已无可能	19
国产手机向高端市场挺进	21
智能手机遭遇资本冷遇	22
智能手机成发展主轴	26
通信行业：三网融合政策传闻频出机构看好 7 股	27
【国际行业环境】	28
谷歌摩托交易或引发微软收购 HTC 或诺基亚	28
硅谷倒闭创业企业主要来自社交网络和视频领域	30
苹果成市值最高公司四点启示：创新价值超石油	32
运营竞争篇	34
【竞合场域】	34
专家：中国企业在移动通信市场仍处于竞争弱势	34
三大运营商低端机市场策略分析	35
【中国移动】	37
中国移动 TD 五期招标正式启动 GT 分流成关注重点	37
【中国电信】	39
中国电信携手中兴通讯、海外运营商践行社会责任	39
【中国联通】	40

联通联想合作发布智能手机	40
联通与三大企业签署合作协议提升产销能力和经营管理水平	41
联通新推 36 元套餐运营商校园争夺战升级	42
电讯盈科分拆获联通支持因市场波动仍存变数	45
两巨头为 iPhone 互掐传联通告到国资委	47
中国联通“沃商店玩酷大赛”落幕	48
联通展开 EPON/GPON 设备招标规模达 2500 万线	48
制造跟踪篇	50
【中兴】	50
中兴通讯利润下滑引发股价大跌	50
中兴 2011 年上半年新增 LTE 商用合同数超 2010 年全年	52
【华为】	53
华为上半年手机业务同比增长超过 100%	53
华为手机业务上半年同比翻倍年销售收入 983 亿元	54
【诺基亚】	54
诺基亚中国份额大幅下滑代理商亏损清库	54
诺基亚澄清“渠道崩盘”称库存恢复正常水平	58
诺基亚甩掉塞班押注 WP 系统	59
【其他制造商】	60
谷歌收购摩托罗拉或导致亚洲手机制造商变心	60
三星将在德国反击苹果欲改变禁售平板电脑判决	61
《福布斯》：微软诺基亚力推 WP7 抗衡谷歌	63
服务增值篇	64
【趋势观察】	64
迎接移动数据业务洪峰	64
移动核心网迈向 LTE 时代	66
电信运营渠道商转型体验先行	70
后牌照时代的第三方支付业暗战	72
【移动增值服务】	81
移动电子商务潮起“LBS+团购”打先锋	81
中国联通支付公司已提交支付业务许可证申请	84
成也飞信，败也飞信细说神州泰岳三大硬伤	85
【网络增值服务】	87
院士谈三网融合：三五年不行要做 10 年 20 年	87

技术情报篇	88
【电信网络】	88
TD-LTE 组网需要顶层设计	88
【终端】	90
下月再迎苹果热 3G 版 iPad2 上市?	90
智能手机打起“社交战”	92
【运营支撑】	93
运营级 WLAN 催生新技术	93
市场跟踪篇	97
【数据参考】	97
酷派上半年销售额达 30.27 亿港元同比增长 44%	97
【市场反馈】	99
功能手机应用程序市场广阔	99
电信设备市场增长可持续至 2015 年	100

亚博聚焦

Google 宣布将以 125 亿美元收购摩托罗拉移动

据国外媒体 MarketWatch 报道，Google 和摩托罗拉移动控股 8 月 15 日宣布，Google 将以总共 125 亿美元（每股 40 美元）的价格收购摩托罗拉移动。

摩托罗拉公司 8 月 15 日在一份声明中宣布，该公司的股东将获得每股 40 美元的现金。这个价格超出摩托罗拉移动当前股价约 63%。目前，这项收购已于 8 月 12 日通过了两家公司董事会的批准。

据悉，Google 以大约 125 亿美元的价格收购了摩托罗拉移动控股，以增加无线通信专利。

收购摩托罗拉移动有助于 Google 进一步强化 Android 生态系统，从而提升在移动计算市场的竞争力。

交易完成后，摩托罗拉移动将作为 Google 的独立业务继续运营，Android 仍保持开放。

GoogleCEO 拉里·佩奇(LarryPage)称：“摩托罗拉移动全力致力于发展 Android 平台，因此收购摩托罗拉移动符合两家公司的利益。合并后，我们将为用户提供更出色的用户体验，从而进一步强化整个 Android 生态系统，这有利于用户、合作伙伴和开发人员。我十分欢迎摩托罗拉员工成为 Google 大家庭中的一员。”

摩托罗拉移动 CEO 桑杰·贾(SanjayJha)称：“这笔交易将为摩托罗拉股东带来巨大价值，为我们的员工、客户和合作伙伴提供更多新机会。此前我们已经与 Google 在 Android 平台上展开合作，如今合并后，我们将带来更多创新，提供更出众的移动解决方案。

这项交易成功，还需获得美国、欧盟和其他监管机构以及摩托罗拉移动股东的同意。此次交易有望在今年年底或者明年年初完成。

来源：中国新闻网 2011 年 08 月 15 日

[返回目录](#)

谷歌“联姻”摩托罗拉移动意欲何为？

谷歌公司 15 日宣布将出价约 125 亿美元收购摩托罗拉移动公司。这一交易如果最终完成，将是近 10 年来无线设备行业数额最大的一笔并购，也将创下谷歌收购金额的最高纪录。一些分析人士认为，谷歌如此大手笔有多重用意，可能会给移动互联网市场竞争格局带来连锁反应。

美国福里斯特市场研究公司的分析师麦卡锡当天在一篇博客文章中分析说，谷歌的举动至少有三个目的：通过将软件与硬件集成来与苹果公司等企业更好地竞争；获取摩托罗拉的大量专利，授权给谷歌的合作伙伴以防范苹果等公司的专利诉讼；借助摩托罗拉的机顶盒专长来提振谷歌的网络电视业务。

谷歌目前以免费方式向摩托罗拉、HTC 和三星等手机和平板电脑生产商提供其安卓移动操作系统。收购摩托罗拉意味着，谷歌可以将软件与移动装置进行“垂直化”集成，而将软硬件等进行捆绑被认为是苹果在智能手机和平板电脑领域获得成功的重要因素之一，黑莓生产商 RIM、惠普公司等也在移动装置业务上也采取类似策略。谷歌与摩托罗拉联姻后，将可以向苹果赖以成功的商业模式发起直接挑战，同时对其他手机生产商形成更大竞争压力，有望使谷歌的手机和平板电脑业务迈上一个新的台阶。

谷歌首席执行官佩奇当天表示，与摩托罗拉联手将为整个安卓系统增添动力，有望创造出更加令人惊奇的用户体验。但业内人士指出，除了介入硬件制造领域外，谷歌斥巨资欲将摩托罗拉收入囊中，真正觊觎的是后者的专利。

近一段时间以来，移动装置生产商之间的专利交叉诉讼案此起彼伏，被一些人形容为一场“知识产权军备竞赛”。今年 6 月底，微软、苹果等 6 家公司结盟，以 45 亿美元击败谷歌的 9 亿美元出价，竞得加拿大北电网络公司 6000 项专利，就是一个有代表性的例子。苹果、微软甚至甲骨文等，都分别向谷歌以及使用安卓系统的移动设备生产商发起一系列专利诉讼。与主要竞争对手相比，谷歌在移动设备技术领域专利相对较少。而摩托罗拉移动目前在世界范围内拥有约 1.7 万项专利，此外还有 7500 多项专利在申请过程之中。通过收购而获得这一大批专利，无疑将为谷歌与竞争对手抗衡提供充足的“武器弹药”。

谷歌去年曾推出使用安卓系统的网络电视系统，可使用户在看电视的同时上网搜索视频等内容，但这一业务推出后市场反应一般。分析人士说，摩托罗拉是美国有线电视机顶盒主要生产商之一，其在该领域的市场地位和与有线电视运营商建立的关系等，可能也是吸引谷歌的重要因素之一。

谷歌在宣布收购时称，安卓操作系统仍将继续作为一个开放平台而存在，今后将会继续与其他硬件厂商进行合作。福里斯特市场研究公司的分析师查尔斯·戈尔万等专家认为，虽然摩托罗拉是唯一一只采用安卓作为其移动装置平台的大型厂商，但谷歌选择与其牵手后，某种程度上使自己成为其他硬件厂商的竞争对手，有可能促使其他厂商更多选择微软公司的“视窗”平台等作为后备，从而有疏远昔日伙伴的风险。

不仅如此，与苹果不同的是，谷歌在硬件制造和销售等领域也欠缺经验。专家指出，谷歌与摩托罗拉的联姻能否顺利走下去，目前仍存在诸多问号。来源：中国新闻社 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

运营商级以太网：电信业发展的机遇

近日，市场研究公司英飞耐（InfoneticsResearch）和欧文（Ovum）相继发布研究报告称，在目前低迷的市场情况下，运营商级以太网服务将会是电信产业未来的一个发展机遇。

据上述机构预测，到 2014 年，目前规模为 200 亿美元的运营商级以太网服务市场有望增长至 400 亿到 500 亿美元。

一直致力于推动以太网发展的城域以太网论坛 (MEF) 主席陈子涵表示, 运营商级以太网是一项“在恰当的时间提供的恰当的技术”。它以传统的广域网为基础, 提供了一个在性价比上更为优越的选择。因此, 在全球经济衰退的背景下, 它的重要性日益凸显。

据陈子涵介绍, 在发展的早期阶段, 运营商级以太网的主要优势是可以大幅节省成本, 以及可快速扩展, 能够满足业务不断变化的需求。随着它不断地发展, 人们对运营商级以太网支持云计算、互动服务、音频和高清视频会议等新一代商务应用的能力也有了更深刻的认识和了解。

成立于 2001 年 6 月的 MEF 至今已走过了 10 年的发展历程。陈子涵表示, 过去十年, 在 MEF 全球 180 多位成员的共同努力下, 运营商级以太网已发展出了多项技术标准, 并制定了一系列实施协议。

英飞耐公司最新研究结果显示, 目前运营商级以太网最显著的增长是在移动回程领域。该公司预计, 以太网微波通信的市场增长将持续至 2015 年, 每年的复合增长率将达 41%。

该研究还显示, 自 2007 年 iPhone 问世以来, 移动运营商除面临服务价格下调的压力之外, 最主要的问题是数据通信流量的激增。此外, 3G (第三代移动通信) 小区站点占地面积较小的现实, 要求建立更多具有可扩容能力的回程小区站点。在这些需求下, 以太网回程及全 IP 解决方案就显得更为引人注目。

据国外媒体报道, 目前视频点播已成为北美地区主要的宽带应用, 同时智能手机也推动了移动视频应用的快速发展。英飞耐的创办人迈克·霍华德表示, 早期运营商级以太网设备最大的助力因素就是运营商转移至 IP 网络。但是, 从近

三年，特别是去年来看，推动运营商级以太网取得更快发展的动力实际上来自视频和移动宽带。

此外，霍华德还认为：“未来云计算也将成为运营商级以太网发展的另一大推动因素。”

思科亚太区云首席技术官伯尼·特鲁德尔也认为，云计算的普及对于电信行业来说将是一个“很好的机会”：“以太网是基础层，它能够把云服务传递给各种用户。”

市场调查公司高德纳围绕首席信息官进行的一项调查显示：云计算和虚拟化已成为首席信息官们优先考虑的事项。最近一项调查显示，近三分之二的运营商希望未来的 18 个月中将更多的资金投向运营商级以太网，而非传统的广域网设备，仅有 14% 的运营商希望将更多的注意力集中在同步光纤网络接口而非以太网上。

市场研究机构扬基集团预计，移动回程的份额将占据整个 40 亿美金以太网批发市场的一半。以太网交换及其他协作将进一步加快以太网的普及。

来源：《科学时报》2011 年 08 月 12 日

[返回目录](#)

3G 发展：既要用户规模，也要经济效益

“真 3G 用户：用 3G 网+智能终端+3G 套餐+月流量 500M 以上；盼 3G：用 2G 网+智能终端+流量包套餐+月流量 150M 以下；假 3G：用 2G 网+非智能终端+3G 套餐+0 流量... ..”这是微博上流传的一个网友判断 3G 用户类型的

段子。虽然其中月均流量数并非官方标准，但关于网络、智能终端、月流量以及 3G 用户之间的逻辑关系却是检验 3G 发展的试金石。

3G 当之无愧是当前行业发展的热点，其快速发展对行业增长的拉动作用日益显现。工业和信息化部最新统计数据显示，今年上半年，全国移动电话用户累计净增 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，渗透率达到 8.7%。相对高端的 3G 用户的快速增长，对稳定移动用户综合 ARPU，进而推动移动通信业务收入保持两位数增长发挥了积极作用。然而，我国的 3G 发展还有漫漫长路要走，还有很多挑战要面对，我们需要认真总结与反思两年多来的 3G 发展，做到自己心里有杆秤。

进一步扩大 3G 用户规模、提高 3G 用户渗透率是目前以及今后 3 家电信运营商当仁不让的竞争焦点，与此同时也应当考虑有质量地发展用户。截至 2010 年年底，全球 3G 用户在移动用户中的占比为 15.2%，与全球平均水平相比，目前国内 8.7% 的数字还存在不小的差距。此外，由于国内没有统一的 3G 用户定义，有的企业统计口径是使用 3G 终端的用户，有的标准是选择 3G 套餐的用户，有的则是使用数据流量的用户。而实际上常常出现买 3G 手机用 2G 网络或买 3G 卡用 2G 手机的问题，同时其中的 3G 无线座机数量也未公布。因此面对官方唯一透露的 3G 用户数，我们无法知道多少算真正的 3G 用户。虽然何为真正的 3G 用户没有明确的定义，但使用 3G 网络并产生持续的移动数据流量是 3G 用户的重要标志之一。发展 3G 不能仅仅粗放地关注用户数量，而应该加入移动数据流量这个重要因素，只有这样，企业才会关注用户使用 3G 业务的全过程，才会带动整个产业链的 3G 营销和服务，以及终端、应用的发展与完善。

随着话音业务被数据业务的逐渐替代，流量成为电信运营商今后收入的源泉，也将是电信运营商“流量经营”的基础。根据美国市场研究公司尼尔森的报告，在2011年第一季度，美国智能手机用户平均每月的移动数据流量由2010年同期的230M增长至435M。而国内，以3G发展较好的中国联通为例，2010年财报显示，2010年全年3G用户户月均数据流量为178M。此外，则找不到更多的有关国内3G用户月均流量的数据。但无论如何，我国3G用户的户均流量还很低，各家企业为提升用户的流量还有很多工作可做。只有在做好流量提升的基础上，才有可能涉及“经营流量”——这将是电信运营商未来的商业模式转型的方向。

虽然3G还未到成熟收获期，但尽可能缩短其进程，让数千亿的投资早日收回是各家运营企业共同的心愿。2010年中国移动、中国电信和中国联通收入分别较上年增长6.86%、8.19%和12.26%，但利润却分别降低了16.50%、23.58%和60.57%。这验证了运营商正处在较为艰难的3G发展期，建网成本与终端补贴是影响运营商利润水平的重要内在因素。今年各家的终端补贴力度又进一步加大，如中国联通今年第一季度3G手机补贴成本为19亿元，比上年同期增加18亿元；中国移动和中国电信同样加大了终端补贴力度，分别预计2011年手机补贴支出为175亿元人民币（增长15%）和121.14亿元（增长20.3%）。虽然在3G发展初期，为扩大用户规模，终端补贴等高额营销支出必不可少，但对企业来讲也是把双刃剑。国际上有血的教训，韩国三家移动运营商为争抢用户进入了不惜血本的营销战的恶性循环，导致三家企业的营销成本一直居高不下，直到韩国通信委员会出面调解，但恶果已经造成，从2009年开始，《财富》500强榜单上再也没有出现过韩国电信运营商的名字。同时，以国内的3G用户统计口

径，唯用户数为目标的营销补贴必然会产生种种弊端，容易被各种渠道钻空子，不仅发展不到优质的 3G 用户，而且对用户来讲也不会产生业务黏性，用户的保有率也不会高，最终导致企业赔了夫人又折兵。只有加入 3G 移动数据流量因素发展 3G 用户，营销才不会一味地拼成本，才会更多考虑 3G 时代的特点来进行营销，例如重视体验营销、培训用户使用、向用户赠送应用或者流量等。

其实我国用户对 3G 的需求十分强烈。CNNIC 数据显示，截至今年 6 月底我国手机网民规模为 3.18 亿，较 2010 年年底增加了 1494 万人。手机网民在总体网民中的比例达 65.5%。真正的 3G 用户肯定是手机上网的，反之，手机上网的用户自然也希望更快并有更好体验的 3G 网络。这将是 3G 发展的良好群众基础，将这些人尽可能发展为 3G 用户，并进行有策略的流量经营，将是一个重要方向。

发展 3G，既要快速提升 3G 用户规模，更要提升 3G 用户数据流量应用的规模，唯此才有可能尽快为企业带来效益。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 11 日

[返回目录](#)

又见叫停三网融合的博弈要持续到几时

最近，业内又有两条与广电有关的信息被广泛讨论。一个是 7 月，广电总局发布了叫停互联网机顶盒（DVD 机等）向电视机终端提供视听节目服务的通知，另外一个就是 CNTV（中国网络电视台）第一次将电信运营商告上了法庭。前一个消息，似乎还有点见怪不怪，因为广电总是在不停地叫停一些东西，后一

个消息则是打破了一个先例，这显示了广电总局对三网融合在内容播控权上的绝不让步... ..

广电的“叫停”历史

技术总是在不停地发展，电信和广电的三网融合也是信息通信技术发展的必然趋势。国务院对三网融合一直都十分重视，但三网融合在进程中总是磕磕碰碰。回顾融合的过程中，广电叫停的一些业务发展的次数非常之多。

最近的就是今年 7 月，广电总局发布了叫停互联网机顶盒（DVD 机等）向电视机终端提供视听节目服务的通知，这是广电部门逐步加强对电信运营商 IPTV 压力的持续表现之一。而 CNTV 分别对广东电信和江苏电信提起诉讼，也可以看作是广电对电信 IPTV 的“叫停”信号。

而在去年，也出现过好几条广电的叫停声音。2010 年 4 月 12 日，广电总局向各省广电局发出一道“41 号文”，要求对于未经广电总局批准擅自开展 IP 电视业务的地区，将依照《互联网视听节目服务管理规定》等条规依法予以查处，限期停止违规开展的 IP 电视业务。这对于已投入重金建设 IPTV 的电信运营商来说，不仅是前期投入打了水漂，而且还将面临用户投诉的麻烦，让三网融合陷入了僵局。

2010 年 3 月，则有《广西依法查处广西电信擅自开展 IP 电视业务违规行为》的公告出现，公告称：“进入 2 月份以来，广西电信公司未经广电部门审批擅自在全区范围内开展 IP 电视业务，广西广电局及时发现并迅速上报。”这也是自 2010 年 1 月 13 日国务院常务会议关于“加快推进电信、广播电视和互联网三网融合的决议”公布以来，首个出现的地方电信 IPTV 业务被广电部门强制叫停事件。

2009年8月，广电总局下发了《关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知》，叫停了电视机厂商如火如荼的互联网电视机战略。而据相关统计，从2005年至2010年，电信运营商的IPTV被“叫停”次数达到15次。

叫停引起的热议

而除了频繁“叫停”之外，CNTV此次更是将电信公司直接告上了法庭，在三网融合众望期盼的时期，在第一批试点城市已经过去一年多，试点范围即将扩大的时候，总是出现的磕磕碰碰预示着什么？

广电总局要求互联网机顶盒（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。而在广电总局没有开放许可前，各持证网站严禁从事相关业务，不得以内容提供商的身份与非法开展互联网电视业务的公司开展合作。对广电总局叫停互联网机顶盒服务，业内认为这是广电总局与工信部两部委的暗斗。

而CNTV对电信运营商提起诉讼，则属第一次。CNTV称，一些地方电信运营商的IPTV业务平台未经授权擅自提供大量中央电视台电视栏目视频内容，而广东电信称，没有侵权，电信IPTV节目内容都是从拥有IPTV牌照的上海文广处购买的，拥有合法版权。

来源：通信世界周刊 2011年8月16日*

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部王健翔：中小企业信息化要进一步发挥社会资源作用

在 8 月 10 日举行的“云时代 2011 中小企业信息化创新高峰论坛”上，工信部中小企业司副司长王健翔指出，推动信息化是国家扶持中小企业的工作重点，对此，一方面要发挥企业主体的作用，另一方面要进一步发挥社会资源的作用，发挥大型企业、电信运营商的作用来推动中小企业信息化。

王健翔指出，微型企业和小型企业占中小企业的 60%，扶持这些企业，是我们民生保障的基础。国家在扶持中小企业发展的过程中，促进技术创新是中小企业信息化的重点。

王健翔认为，在促进中小企业信息化进程中，首先要发挥企业主体的作用。特别是中小企业要提高对信息化的认识，只要有足够的精力，认识到信息化的重要性，就会加快推动其信息化，这是非常关键的。主要是加大对中小企业的培训，还有就是中小企业要不断引进人才。随着人才结构的不断变化，中小企业的人才素质也在不断提高，新创办的中小企业都是大学生在创办，这些企业对信息化的认识是非常高的，所以随着教育水平、文化水平的提高，中小企业对信息化的认识也在不断提高。

王健翔还指出，要进一步发挥社会资源的作用，进一步推动中小企业信息化服务平台建设，发挥大型企业、电信运营商的作用来推动中小企业信息化。中小企业信息化单靠政府的力量、财政的力量是没办法推动的，必须引导全社会的力量，要充分发挥大企业的资源作用，通过促进建立公共的信息化服务平台，帮助

中小企业聚集的工业园区、留学创业园推动中小企业信息化。目前，包括电信运营商推出的宽带商务、腾飞计划等在内，很多大型企业都以实际行动来推动中国的信息化，希望在“十二五”期间发扬光大，把全社会的力量聚集起来，为中小企业的信息化添砖加瓦，共同推动信息化的建设。

王健翔最后指出，我们现在正处于一个非常具有挑战性的时代，国际国内都有很多的矛盾，但是我们的发展前途是非常光明的，中国的经济仍然会保持比较快的增长速度，为我们中小企业信息化创造更好的环境，同时中小企业的信息化也为我国从经济大国到经济强国、从工业大国到工业强国的发展发挥更重要的作用。

来源：《人民邮电报》2011年08月12日

[返回目录](#)

《中国手机安全报告》出炉

360安全中心8月16日发布《2011年上半年中国手机安全报告》(以下简称“报告”)指出，今年1月至6月，国内新增手机木马和恶意软件2559个，感染手机用户数高达1324万，Android(安卓)平台与Symbian(塞班)平台并列成为手机木马“重灾区”，手机木马的危害主要集中在恶意扣费和窃取用户隐私。

《报告》称，相较2010年，中国手机安全领域无论从手机木马种类、数量，还是感染手段的多样性与感染用户数上，都呈现出几十倍的大幅增长。来源：中国电子报(电子报)2011年8月16日*

[返回目录](#)

移动联通为抢 iPhone 诉诸国资委？

联通和移动为 iPhone 打起来了？上周末，有消息称中国联通和中国移动在 iPhone 业务上竞争呈现白热化，双方均向上级主管部门国资委提交报告对对方进行指责。

传闻不可靠

15 日却另有知情人士表示，这一说法并不可靠。

有媒体报道称，移动和联通双方均向主管部门国资委写报告阐述对方在 iPhone 问题上作梗。

不过，中国联通在 8 月 14 日正式通过媒体澄清上述传言。15 日，中国联通新闻发言人赵中新表示，自己并没有接到相关的信息，“具体的内容你们应该去问移动。”

到目前为止，中国移动并未对这一消息作出回应。

或属意联通

与此同时，另有知情人士称，为 iPhone 上书国资委，这一做法并不符合中国国有的行为方式和领导者心态。而且目前三大运营商正经历一轮人员变动，为 iPhone 之争诉诸国资委，似乎也并不是最好的时机。

据该人士透露，苹果 COO 库克已到北京先后与移动、电信、联通三家运营商进行了接触。他表示，从库克与三大运营商见面的顺序，就可以看出苹果仍然更属意联通。该人士表示，这一消息无论是否确切，三大运营商在 3G 业务上的激烈竞争已经足以引发外界人士对其任一举一动的无穷猜想。

向国资委求证这一消息，工作人员称有关负责人外出，到发稿时止，这一消息尚未获得国资委证实。来源：中国新闻社 2011 年 8 月 16 日*

【国内行业环境】

新一代宽带无线移动通信网新增课题开始申报

为推动移动互联网智能终端产业发展，电子信息板块重大专项将在 2012 年统筹部署智能终端有关课题。其中，“新一代宽带无线移动通信网”国家科技重大专项将侧重移动应用软件和智能终端整机研发。按照重大专项实施工作的要求，工业和信息化部日前发布《“新一代宽带无线移动通信网”国家科技重大专项 2012 年度新增课题申报指南》（简称指南）。

申报应遵循的原则：一是加强知识产权和标准研究。申报单位应根据《国家科技重大专项知识产权管理暂行规定》并结合课题的具体情况，提出专利申请和标准文稿的相关指标，做好本领域核心技术知识产权状况分析。二是专项注重以企业为主体、产学研用相结合。指南针对课题特点，提出了产学研用结合的要求，申报单位应按要求落实，并提出具体的知识产权、成果共享机制，以及技术成果向产业转化的机制。三是注重发挥地方在专项实施中的作用。由地方审核、汇总报送课题申报材料。在资金支持上，鼓励地方财政积极投入。四是申报单位要统筹利用已有资源和成果，详细阐述与课题相关的优势和基础，包括已承担的相关国家项目、计划以及与本专项的衔接方案，国家工程实验室、重点实验室建设，人才队伍建设等。五是申报单位应依据《民口科技重大专项资金管理暂行办法》，据实编报预算。中央财政投入与其他来源经费(包括地方财政投入、企业投资、银行融资等)的比例应不高于各课题的规定，并应按要求提供资金来源证明。为提高资金使用效率，课题将采用中央财政后补助的资助方式。六是专项注重顶层

设计，申报单位应认真研究本专项相关课题之间以及与其他相关重大专项部署的智能终端课题之间的衔接关系，加强系统设计，制定具体的技术路线，合理分解任务，明确研发进度和重要考核节点。

来源：《中国电子报》2011年08月09日

[返回目录](#)

小灵通年底退市已无可能

工信部公布的上半年电信行业运营情况显示，截至6月底，我国还有2284.1万在网的小灵通用户。如何在工信部规定的年底前消化掉如此数量的小灵通用户，是运营商面临的一大难题。

政策延期已不可避免

小灵通从1998年进入中国，2003年达到发展高峰，2006年10月，国内小灵通用户数创历史最高，达到9341万户，同期全国手机用户为4.49亿，相当于每6部手机中，就有1部小灵通。

2009年2月，工信部发出通知要求，在2011年底前完成小灵通的清频退网工作。按照目前每个月不足100万户的转网、退网速度，到年底，小灵通用户必定剩下1000多万。

飞象网CEO项立刚分析，6个月内要减少2284万用户，也就是说，每个月要减少300万用户，对运营商来说是很有难度的。但“小灵通退网对国家来说是一种政策，3年只是一个预期时间，到年底这个时间很有可能会推迟”。项立刚建议，运营商应加大宣传力度，加速推进小灵通用户转网。

转网已处于僵持状态

一些小灵通用户在网上发帖声称要做“小灵通钉子户”；有的用户宣称“没有特别优惠的政策，坚决不退网”。据调查，造成小灵通转网进度慢主要有三方面的原因。一是用户对现有转网政策不满，要求继续使用与现行小灵通一样的低资费业务；二是部分用户期望在最后时刻转网能得到运营商更多的补偿；三是运营商前期对转网宣传不到位，很多用户根本不知道有转网一事。

目前，各地运营商均提出了补偿方案。北京联通 10010 的客服人员表示，小灵通用户可办理“北京联通沃家庭全能套餐”业务，同时办理“小灵通撤机”业务，可获得价值 200 元的购物卡。但还是有些用户对此不能接受。

“目前来看，无论是电信还是联通都很难完全满足这些用户的转网要求，只能暂时保持僵持的局面。”有运营商内部人士这样说。他还表示，一旦以强制退网的方式来解决这一问题，很可能会引发用户的不满情绪。

小灵通的消失将成必然

专家指出，小灵通用户与运营商建立的是合同关系。运营商必须给予用户相应的补偿，通过公平合理的方式来解决，要和用户代表进行沟通协商，达成共识。

竟有不少小灵通用户对于年底退网一事毫不知情。不少运营商在用户不要求退网的情况下并没有主动告知。

另外，有些用户要求原小灵通靓号转网后继续保留，或者提供一个对等的靓号，这让运营商叫苦不迭。有运营商人士表示，工信部目前只是规定了断网时间，这是针对运营商的；如果工信部不出手相援，不向用户出台强制转网的规定，仅凭运营商的力量将无法应对，而且还可能面临大量用户投诉。

“小灵通是特定历史时期的特殊产物，当初，中国电信没有拿到移动牌照，为了弥补这个竞争劣势，引进了小灵通技术。现在电信已具有移动牌照，小灵通的消失已经成为必然。”移动互联网门户科技讯相关负责人李忠存认为。

来源：《北京商报》2011年08月11日

[返回目录](#)

国产手机向高端市场挺进

“云手机”这一概念正吸引着越来越多的终端厂商投身其中。近日，华为终端公司宣布推出“云服务”平台和首款云手机 Vision，希望借此实现手机产品的结构转型。此举也意味着国产手机厂商向苹果 iPhone 以及谷歌 Android 发起了强有力的挑战。

在华为新品发布会现场了解到，华为终端的“云服务”平台拥有远程管理、无线推送、存储备份的领先功能，可以让用户在远程对手机实现“定位”、“锁定”、“短信转移”、“数据管理”等操作；将各种数据和应用通过无线的方式推送到各种终端设备和客户端软件上；同时还免费为用户提供了业界容量最大的 160GB 网盘。

华为终端总裁万飏表示，“云手机”的推出也是华为终端产品结构转型的开始。华为终端希望凭借在旗舰产品上的投入提升品牌形象，扩大市场份额，形成高、中、低全系列布局。目标是在 2015 年跻身全球三大手机品牌之列。

近年来，在苹果 iPhone 以及谷歌 Android 等洋品牌的带领下，国内智能手机市场竞争加剧。作为老牌国内通讯设备厂商，华为也肩负着抵抗洋品牌的重任。据悉，华为终端 2010 年国内市场的销售额突破百亿元，而今年上半年国内销售

额也已超过了 75 亿元。华为终端中国区总裁杨晓忠介绍,今年预计将会达到 140 亿元的销售额。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。

而在这过程中,华为手机业务也在积极向高端进军。华为终端将重点做强千元智能机和高端智能手机两大类产品。其中,高端智能手机是华为今年下半年重点发力的领域。杨晓忠表示:“出于华为品牌战略方面的考虑,以及全线终端产品的布局,华为终端将从今年下半年开始陆续发布多款售价在 3000 元以上的高端智能手机。”

此次华为“云手机”涉足体育营销,独家冠名赞助 2011 年意大利超级杯。在营销方式方面,华为终端也将逐渐转型以消费者体验为中心,聚焦年轻人群,打造“体验式营销”。同时,在渠道策略上,华为终端将在运营商、社会化以及电子商务等渠道建设上全面发力,扩大华为品牌的市场影响力。

来源:《北京商报》2011 年 08 月 11 日

[返回目录](#)

智能手机遭遇资本冷遇

近几年,智能手机一直是电信业的宠儿。从 2007 年苹果推出了触屏手机后,曾经代表了商务机的“智能手机”一词便被赋予了新的含义,即带有触屏功能的多功能手机。这类手机凭借超炫的大屏幕、极其强大的功能以及各种可供下载的新奇应用自美国掀起了一场风暴,四年来席卷全球,越刮越烈,甚至将曾经的手机业老大诺基亚也逼进了死角。

然而，就在运营商和用户对智能手机的狂热丝毫未减的上周，同样是在智能手机的发源地美国，却发生了一连串投资者“抛弃”智能手机运营商的事件。对于高歌猛进的智能手机界来说，这瓢冷水泼得很是令人深思。

投资客远离智能手机

尽管世人喜欢将投机的头衔扣在投资客的身上，但事实上，往往是这些目光敏锐的人最先发现一些大事的苗头。比如世纪之交的科技泡沫就是从最为敏感的资本市场引爆的。因此，最近美国资本市场发生的一系列移动运营商遭遇冷遇的事更应引起业界人士的注意。

上周，一些小型的美国移动运营商开始遭遇投资者的“冷遇”，其中包括 MetroPCS 通信公司和 Leap 国际无线公司。此前这两家公司曾经对投资者宣称，智能手机将有效提振公司的业绩，但事实并非如此。

8月2日，MetroPCS 公布了让华尔街倍感失望的业绩，用户增长低于分析师预期，但公司支出却大幅增加。该公司管理层无奈地表示，尽管公司为发展智能手机用户付出了高额的补贴，但那些拿着高端智能机的用户忠诚度并不比低端智能机用户高。这让 MetroPCS 有了些许“冤大头”的感觉。不管怎样，投资者并不会体谅运营商的难处，资本市场对于表现不佳者的反馈是无情的。

MetroPCS 公布业绩当日，股价下跌 37%，第二日再跌 11%，已经逼近了该公司经济危机时的最低股价。同样是 8 月 2 日，Leap 公司也因为业绩不佳导致股价下跌 21%。转日，Leap 紧急公布一则稍显正面的消息——相比于其他手机用户，其智能手机用户的离网率要低一些。但这则不痛不痒的“利好”显然没有投资者买账，第二日，Leap 股价继续下挫 30%。

尽管 Leap 和 MetroPCS 都是规模较小的运营商，其用户普遍是对价格敏感的人群。在如今这种并不景气的经济环境下，这样的用户更倾向于缩减通信开支。但这也从某种程度上反映出，智能手机的未来也许并不像电信业此前想的那样“一片光明”。尤其是那些投入了巨资发展智能手机的小型运营商，有分析师称“他们非常脆弱”。

智能手机增幅放缓

分析师称，智能手机对运营商的业绩提振效果不如预期正是近来投资者看衰美国移动业的主要原因。

事实上，在用户的心中，智能手机仍是无法抵挡的一大诱惑。但投资者看到的却是运营商不得不为了发展更多用户付出高昂的手机补贴，这无疑极大影响了公司的盈利能力。即使是美国的移动通信巨头 Verizon 无线公司也未能给投资者足够的信心。7月22日，Verizon 无线公布的最新财务报告显示，该公司的智能手机增幅减缓，而用户相关的通信支出也出现了让人不安的下滑现象。而美国第三大移动通信运营商 SprintNextel 的情况更糟。该公司第二季度流失了大量用户，企业成本却大幅增长。数据一经公布就引来了资本市场的迅速反应，一天之内，该公司的股价就下滑了 24% 之多。

在第二季度业绩公布前，投资者还普遍对智能手机的前景非常有信心。但实实在在的显示，智能手机并不是很“给力”。

实际上，华尔街的分析师们现在并没有对智能手机的潜在巨大市场表示怀疑，他们思考的是，此轮智能手机风潮的最大赢家似乎并不是移动通信业，而是智能手机厂商。尽管在过去几年中，智能手机一直被电信业视为增收的新锐力量，但从目前情况来看，智能手机同样给移动行业带来了难以承受的压力。移动

业正在重新思考一个问题——智能手机对于电信业究竟意味着什么？在用户猛增的繁华背后，智能手机到底会给运营商带来多少实质性的收入和利润？

补贴成运营商心中的痛

一直以来，运营商都要靠高额的补贴获取 iPhone 等智能手机的代理权。近日有研究机构称，运营商支付给智能手机的补贴持续增加，已经严重威胁到了运营商的利润。

穆迪投资者服务上月发布报告称，过去三年，美国向大众低价供应手机的补贴平均每部已经上升 78%，达 139 美元，对于运营商来说，上升的补贴对利润是一大威胁。

报告认为，在智能手机上，补贴的上升尤其明显，现在美国无线手机月签约合同中 40% 是智能手机。预付手机比率也明显加速上升，与后付费用户相比，预付费用户拥有智能手机的人要少得多。例如，苹果 iPhone 平均每部的补贴达 450 美元，几乎是整个行业平均水平的三倍。

相比于智能手机补贴的上升，月服务营收增长却不够快。穆迪的高级副总裁 Dennis Saputo 说：“问题是 ARPU 增长的速度不及补贴成本，运营商将不得不提高月服务收费，否则利润就会缩水。如果 APRU 增长无法与手机补贴增长持平，现金流将会恶化，信用评级也会因压力而下滑。”他还指出，随着低价手机市场份额上升，手机的平均补贴将会下滑。另外，Android 手机的增加，也可能会降低补贴。

美国是最典型的市场。智能手机在美国已经风行了四年，如今来自不同厂商的众多智能手机都在美国出售，各家运营商也都涉足了智能手机领域。目前看来，AT&T、Verizon 和 T-Mobile 美国的情况相对好些。AT&T、Verizon 拥有规模

优势，利润率也比其他运营商好；T-Mobile 美国手机款式少些，补贴负担也低些。而 Sprint-Nextel、Leap 和 MetroPCS 由于利润率较低，规模也小，很难承受高额的手机补贴。从数日前发生的投资者冷遇事件来看，这几家的智能手机困境已经开始显现。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 11 日

[返回目录](#)

智能手机成发展主轴

「换机就换智能手机」不仅是手机厂商促销的口号，更是 e 时代生活的潮流。参考香港市场趋势，智能手机已经是未来发展的主轴。而和记电讯香港(00215) 近期公布的中期成绩，业务表现使人鼓舞，值得留意。

根据香港电讯管理局资料，香港有 5 家流动网络营办商、17 家固定网络营办商；住户固定电话线普及率达 102.42%，流动电话服务用户普及率（按人口计算）达 197.5%；流动电话服务用户为 1,401.5 万，当中 2.5G 及 3G 流动电话服务用户为 737.9 万户；已登记的宽频上网帐户有 218.8 万，住户宽频普及率达 84.8%。

本港普及率 48%

市场研究咨询公司 TNS 的调查显示，香港的智能手机普及率为 48%，约为全球购买平均水平的两倍。按香港 1,401.5 万流动电话用户计算，全港共有 672.72 万部智能手机。

根据尼尔森调查显示，2010年香港智能手机的使用者以男性（60%）及20至44岁（66%）居多，并且较为富裕。其中，32%的家庭总收入达4万元或以上，平均收入更比一般手机使用者高出50%。

随着移动互联网使用率日益增加，手机用途愈来愈广泛，由以往只作通话用途，转化成今天包含通话、听音乐、看录影、迷路导航、上网、收发邮件、读电子书、处理公务、玩游戏、即兴创作、社区交友等多项用途。

因此，网民的级数增长，技术的屡屡突破，加上用户对内容的日益要求，都昭告着智能手机应用多样化的强势来临。

用户较重网络素质

另外，对于一般手机用户而言，由于对数据传送及连接互联网的需求较少，故月费价钱会比网络稳定性较为重要；但因为智能手机具备很多不同的功能，所以用户在选择流动网络供应商时，网络稳定性与月费价钱同样重要。

来源：香港经济日报 2011年8月16日*

[返回目录](#)

通信行业：三网融合政策传闻频出机构看好7股

08.08日到08.12日之间通信设备板块下跌3.38%，通信运营板块下跌3.72%，同期沪深300指数下跌3.13%。通信设备和通信运营板块均跑输沪深300，超额收益分别为-0.25%和-0.59%。

行业观点:近期美债危机引起对全球电信资本开支持续扩张的担忧成为市场的焦点，兴业宏观团队认为此次危机有别于08年，企业和个人的营收、债务情况已经恢复，远好于08年金融危机水平。基于此，我们认为政府债务危机对电

信市场发展影响有限，维持“全球电信运营商资本开支自 2011 年起全面回暖，并将进入 3-5 年的扩张周期”的判断。

投资建议:近期三网融合政策传闻频出，发放电信、广电双向进入业务经营许可证成为政策破局的重点。此外，光通信行业营收态势趋于好转，Infonetics 称 2 季度光设备销售同比增长 13%，扭转 1 季度增速下滑态势；光迅科技 (002281) 2 季度业绩扭转 1 季度下滑态势。我们认为，政策推动和运营商招标将成为重要催化剂，光通信板块投资机会逐步显现。

维持通信设备行业“推荐”投资评级。推荐板块和公司:1) 受益于全球通信行业复苏，中兴通讯 (000063)，大富科技 (300134)、盛路通信 (002446)、春兴精工 (002547)；2) 受益国内光纤宽带建设和三网融合启动，日海通讯 (002313)、烽火通信 (600498)、光迅科技。

来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【国际行业环境】

谷歌摩托交易或引发微软收购 HTC 或诺基亚

8 月 16 日消息，美国科技资讯网站 Zdnet 今天刊文称，谷歌 8 月 15 日宣布收购摩托罗拉移动的消息后，或许将促使微软考虑收购中国台湾手机厂商宏达电(HTC)或手机巨头诺基亚，甚至考虑将后两家公司都收为己有。

谷歌收购摩托罗拉移动的交易完成后，无疑将改变 Android 生态系统的原有平衡。不仅如此，该交易也很可能引发整个手机市场的新一轮重组兼并活动。苹果推出 iPhone 手机后，引发惠普收购美国另一家智能手机厂商 Palm。与此

相类似，谷歌收购摩托罗拉移动的交易，则可能促使微软考虑将收购一家手机硬件合作伙伴，目的是做到与谷歌“同步”。

摩托罗拉此前已是谷歌 Android 硬件合作伙伴之一。谷歌收购摩托罗拉移动后，等于摩托罗拉手机将贴上谷歌官方标签。如此一来，无疑将大幅提高摩托罗拉手机的市场影响力。另一方面，谷歌必须“安抚”三星、宏达电、LG、联想、华硕及其他合作伙伴。

谷歌高管 8 月 15 日强调指出，收购摩托罗拉移动后，Android 平台仍将向全球顶级手机厂商开放。谷歌 Android 平台业务主管安迪·鲁宾(AndyRubin)在一份声明中表示：“我们对于 Android 的愿景并无任何改变，Android 仍将维持开放平台的身份不变。我们将继续同所有具有价值的 Android 合作伙伴合作，在共同加强 Android 设备的技术创新。”

话虽这样说，但今后在获得最新版 Android 软件事宜上，无疑将是摩托罗拉移动占据先天优势。而该交易的潜在最大输家无疑将是宏达电。宏达电此前在推出 Android 手机事宜上很“上心”。但谷歌收购摩托罗拉移动后，宏达电将必须重新考虑自己的市场定位。

换句话说，谷歌收购摩托罗拉移动后，很可能导致宏达电重投微软 WindowsPhone7(WP7)手机平台阵营。在宏达电创建之初，该公司曾致力于 WindowsMobile 设备的开发。而谷歌推出 Android 平台后，再加上微软移动战略较为模糊，宏达电便投向 Android 阵营。尽管如此，宏达电并没有切断同微软的合作关系。事实上，微软发布 WP7 手机平台后，宏达电便推出了两款 WP7 手机。

从这个角度上讲，如果微软今后向宏达电提出收购请求，宏达电肯定会认真

考虑。对于微软而言，收购宏达电可带来两大好处：1)宏达电为 Android 手机硬件厂商的主要成员之一。收购宏达电，无疑可起到瓦解 Android 阵营并打击谷歌的作用。2)利用宏达电多年积累的手机制造经验，微软可快速推出新款手机产品。

谷歌收购摩托罗拉移动后，等于是微软主要竞争对手(苹果、谷歌和惠普等)都同时拥有了手机硬件和软件业务。如此一来，微软也应考虑这样做。毕竟同时拥有手机硬件和软件业务后，可加快新款手机的推出速度。

微软可考虑的另一家收购目标为诺基亚。今年早些时候，微软和诺基亚宣布达成深度战略合作伙伴关系，其中包括诺基亚智能手机将采用微软 WP7 手机操作系统。如果微软收购宏达电，则势必会疏远诺基亚。诺基亚或许将因此转投 Android 阵营。

从这个角度上讲，微软在权衡利弊后，首先考虑的收购对象应该是诺基亚，而非宏达电。当然微软还有一种选择，那就是考虑将诺基亚和宏达电都收为己有。

来源：赛迪网 2011 年 08 月 16 日

[返回目录](#)

硅谷倒闭创业企业主要来自社交网络和视频领域

新浪科技讯北京时间 8 月 11 日午间消息，专门帮助创业企业关闭公司并拍卖资产的美国咨询公司 SherwoodPartners 创始人马蒂·皮勤森 (MartyPichinson)周三表示，当前倒闭的硅谷创业企业主要来自社交网络、视频分销和清洁能源领域。

科技市场起起伏伏，但有一条亘古不变的真理：多数创业企业都会失败。这表明无论市场状况如何，都会或多或少地出现一系列公司，因为无法筹集足够的资金或是无法吸引足够的用户来回报投资者而倒闭。

美国私募股权新闻网站 PeHUB 周三就此问题对皮勤森进行了采访，以下为他的主要观点：

-目前关闭的企业主要来自社交网络、视频分销和清洁能源等领域。网络零售行业也有企业倒闭。虽然外界认为网络零售行业的运营较为简单，但要维持恰当数量的库存却非常困难。一旦方法不当，就很容易失败。

-B 轮投资似乎比较安全。SherwoodPartners 关闭了很多刚刚完成天使投资和 A 轮融资的企业。但当企业进入 B 轮融资后，似乎就取得了实质性的进展，不仅能够做大，而且可以进入下一个发展阶段。但等到公司开展 C 轮或更晚的融资后，却有可能遭遇规模障碍，难以获得足够的资本。

-知识产权是最有价值的资产。几年前，创业企业可以以数十万美元的价格出售服务器，但现在的价格却低得多。不过，很多企业拥有有价值的专利和技术，多数都会被与之竞争的其他小型企业收购。但由于专利大战愈演愈烈，一些大企业也希望通过收购专利来保护自己。

虽然皮勤森认为 SherwoodPartners 明年的业绩会更好，但主要原因并不是当前的市场下滑。真正的原因在于，在风险投资支持的企业中，多数都无法成功，这也将为该公司提供稳定的收入流。该公司业绩最好的一年是 2000 年，彼时互联网泡沫刚刚破裂。但第二好的一年却是 2010 年，在很多人看来，这一年恰好处于“泡沫”之中。来源：新浪科技

[返回目录](#)

苹果成市值最高公司四点启示：创新价值超石油

用户需要苹果产品

美联社芭芭拉·奥图泰(BarbaraOrtutay)解释说：“投资者似乎认为，相比石油，人们更想要 iPad。”奥图泰表示，苹果设计开发了用户愿意多花钱购买的产品，即使在经济不景气的情况下，他们宁愿放弃其他奢侈品也要购买苹果的产品：“人们喜欢他们的电子设备，尤其是苹果生产的设备。即使是在经济低迷时期，即便是在他们的股票投资组合及退休基金缩水的情况下，他们对苹果的忠诚仍不改变。”

奥图泰指出，苹果业绩非常抢眼，上一季度该公司营收接近 300 亿美元，投资者当然非常看好苹果股票。市场研究机构 Gartner 分析师迈克尔·加藤伯格(MichaelGartenberg)在接受采访时表示：“苹果的业务模式很简单，就是将产品一件件卖给消费者。这表明消费科技蕴藏着巨大的潜力，苹果具有极强的适应能力，同时苹果已经改变了消费者行为方式。”

创新价值超过石油

美国 IT 杂志《计算机世界》的约翰尼·埃文斯(JohnnyEvans)指出，埃克森美孚占据全球市值最高公司的宝座已长达六年之久。但与苹果不同的是，由于依赖于有限的资源，埃克森美孚的增长机遇同样有限。埃文斯说：“埃克森美孚主营业务业绩基本上取决于地球上日益减少的矿物燃料资源，而苹果则通过兜售世界上大量存在的一种资源赚钱，那就是‘理念’。”

奥图泰认为，理念似乎是一种没有穷尽的资源，因此投资者无需担心这种资源不久会枯竭：“苹果的增长仅仅受创新能力制约。投资者预计，只要苹果不断

生产出人们想要的产品，它的前进脚步就不会停止。因此，即使当前投资埃克森美孚的回报更高，但投资者仍倾向于购买苹果的股票。”

《华尔街日报》记者马克·冈洛夫(MarkGongloff)认为，这一切对苹果而言只是刚刚开始。他表示：“苹果市值超越埃克森美孚还只是一个开始，这种情况会持续更长时间。我们应该会慢慢习惯。”

奥图泰表示，苹果仍有很大的增长空间：“苹果在智能手机和电脑市场的份额还处于相对较低的水平。鉴于此，苹果其实可以更快地实现增长。”投资机构Gleacher&Co 分析师布莱恩·马绍尔(BrianMarshall)很赞同奥图泰的观点：“苹果还有很长的路要走。”

个人可以改变公司命运

苹果有今天的成就，应该感谢一个人，那就是史蒂夫·乔布斯(SteveJobs)。奥图泰指出，在 1997 年乔布斯重返苹果之前，该公司其实已经陷入了困境。奥图泰称：“尽管这种权力更迭很大程度上只是象征意义，但对苹果而言却是一件具有里程碑般意义的大事。乔布斯回归以前，苹果在 20 世纪 90 年代一直处于挣扎，乔布斯回来以后，带领苹果走上复苏道路，最终成功登顶。”

乔布斯的回归一举扭转了苹果多年来发展停滞的颓势。他设计出了消费者连做梦都想不到自己会需要的电子产品。大约 15 年之后，再回想起苹果当时的惨淡经营，或许不少人会唏嘘不已。

持续性发展最重要

正如美联社指出，苹果的崛起速度令人刮目相看，它刚刚在 2010 年 5 月超越微软成为全球市值第二大上市公司。英国《金融时报》记者安德鲁·希尔(AndrewHill)说：“令我们感兴趣的是，尽管市场变化莫测，但埃克森美孚仍霸

占全球市值最高公司的宝座如此长时间，虽然期间也有过被推下王座的经历。衡量苹果市场声望的真正尺度不是发展速度，而是取决于它能否复制埃克森美孚长期雄踞全球市值最高公司排名榜首的耐力。”来源：新浪科技

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

专家：中国企业在移动通信市场仍处于竞争弱势

工业和信息化部软件与集成电路促进中心主任邱善勤 16 日在“中国芯成就中国品牌”手机产业研讨会上说，中国企业在移动通信市场仍处于竞争弱势，手机产业要尽快从“中国制造”转为“中国创造”，需要更全面的创新与变革。

中国是世界手机生产大国，也是消费大国，手机市场潜力巨大。但相较国外手机行业而言，国内手机行业起步较晚。“在移动通信市场，从上游芯片到终端手机，国内企业仍处于竞争弱势。”邱善勤说。

中国移动通信联合会副会长谢麟振认为，手机产业与其他电子产业相比，最大的不同在于电信运营商在不断升级网络设备和应用服务系统，每一轮升级都给手机终端带来更新的需求。

如今，3G 的普及迎来手机市场放量增长，中低端手机凸显出巨大的市场空白，本土手机正面临难得的发展机遇及挑战，手机产业创新、产业链上下游的结合都将发挥越来越重要的作用。

多位专家认为，目前中国手机行业的创新仍属于局部范畴，完成从“中国制造”到“中国创造”的跨越式转型，需要更全面的创新与变革。来源：中国新闻社 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

三大运营商低端机市场策略分析

一直以来，在运营商的市场策略中，高端手机市场主要的作用是打品牌树立形象，并维持依赖度较高的高端用户，中低端手机市场才是运营商走销量带动用户增长的主力战场，但是如果再细分下去，千元左右的低端手机市场运营商在过去并不太受运营商的重视，毕竟购买这个价位手机的人群消费能力有限，中端手机市场才更能带动用户增长和带来附加的增值服务。

但是到了 3G 时代，情况有所改变，随着手机市场的竞争愈发激烈，手机的价格已经开始不断下降，智能化得趋势也让智能手机的门槛越来越低，千元左右的低端手机开始逐渐凸显其重要性，运营商现在越来越多的用户增长开始来自低端手机人群，如何打好低端手机这张牌，在新的环境中每个运营商都有各自不同的市场策略。

电信：千元安卓将进入高配时代

电信在低端手机市场的培植是三大运营商中做的最好的，因为电信一直以来都把千元智能机市场视为最有规模、最有增长潜力市场。因此在进入 3G 时代以后，电信一方面推出了能打出市场影响力的高端智能手机，同时在低端市场也积极拓展疆域，联系厂商推出了不少目前看来非常成功的安卓产品，比如华为 C8500。

之所以要提到华为 C8500 这款产品，因为该机在今年的 2 月份时销量就已经突破了百万，成为了国内第一款销量突破百万的电信智 3G 能手机，同时该机当时也创造了国内单款智能手机的最快销售记录。

华为 C8500 的成功不仅验证了电信把低端智能手机市场视为最有潜力的市场的论断，同时也给了电信进一步在这个市场深耕细作的动力和信心。去到电信的网上营业厅，在千元附近的价位上我们能看到非常多熟悉的型号，之所以熟悉，是因为这些机型在电信的推动下在市场都取得了很不错的反响，比如中兴 N600、华为 C8500S、酷派 D530 等等，这些机型不仅为厂商带来了销量，也为电信带来了不少的 3G 用户。

就在刚刚过去的 8 月 11 日，电信再次联手厂商宣布近期要再推一批千元价位的安卓智能手机，而且配置将会全面升级，系统版将全部升级到 2.3，很多机型屏幕会达到 3.5 英寸以上，其他硬件水平也会相应提升。

自此，电信的千元智能机战略已经初步成功，接下来 C 网的低端价格手机即将进入低价高配的智能时代。

移动：口号很丰满现实很骨干

在 3G 网络的争夺中，移动被“摊派”到了一张比较难打的牌：TD-SCDMA，这是中国自己的 3G 网络制式，之前没有任何的一款手机可以兼容这个网络，移动需要从零开始对 TD 网络的终端市场进行培植。

要推动一个新的事物能被接受，必须要树立出品牌的形象，虽然移动拥有数量最多的 2G 用户，但是在 TD 发展的前期移动主要还是主推高端的 TD 手机，辅以中端机型打开销路，在低端市场中鲜有作为，这就是为什么对于移动的低端

手机，我们仅能数出比如联想 TD30t、酷派 F800 等寥寥数款知名度比较高的机型，而且大多数都是非智能机。

在今年 3 月，移动的董事长王建宙也喊出了要推出千元甚至千元以内 3G 手机的口号，这是移动开始重视 3G 低端市场的一个标志。但是目前时间已经过去接近半年了，我们去到移动的官网手机中心里看到的千元 3G 手机数量依然不多，在这有限的数量中更是难以寻觅到智能手机。

其实这样的状况相信移动也很为难，新的 3G 网络厂商需要重新为移动设计手机，如果还是使用智能系统，这样成本会大幅增加，推出低端机厂商方面的利益得不到保证，自然会造成移动在低端市场里机型机型不多的且缺乏智能机的局面。来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动 TD 五期招标正式启动 GT 分流成关注重点

就在很多省份的 TD 四期建设还在紧锣密鼓的进行中时，中国移动的 TD 五期招标已经于近日正式启动。本次招标的规模将小于四期，主要目的是通过补盲和网络优化，进一步提升 TD 网络的用户感知。

按照中国移动的计划，经过 2010 年的网络建设，TD-SCDMA(简称 TD)应该达到“基本可用”的水平。但从目前的用户体验来看，TD 的网络质量仍有很大提升空间。有专家预计，2011 年 3G 用户有望大幅增长，而中国移动定下的目标是截止 2011 年底 TD 用户达到 5000 万。要实现这样的目标，保障 TD 网质量仍是中国移动必做的功课。日前，中国移动启动了 TD 五期集采，旨在在前

四期的基础上，加强室内、特殊场景等深度覆盖。通过网络优化解决 GT 分流问题，提升 TD 网络用户感知。

另一方面，国内 TD-LTE 规模测试已经展开，预计 2013 年将实现商用。在这期间，TD 将面临怎样的发展机遇？人们纷纷在猜测未来是否会有第六期、甚至第七期的招标，答案很可能是肯定的。根据中国移动的规划，未来网络的目标形态为“四网融合”。即使在 TD-LTE 正式商用后，TD-SCDMA 可以在承担中低速率数据业务的广域覆盖的角色同时，在合适的区域分担部分语音业务，扮演好网络补充的角色。

宽频 RRU 成主流

在 TD 四期招标中，华为首次推出了宽频 RRU 产品，并最终得到了中国移动的认可。因此，在 TD 五期招标前，很多业内人士预测宽频将成为本期招标中重点关注的技术。对此，大唐移动战略规划部解决方案总监李同坡表示，在 TD 五期招标中，大部分主流设备厂商都采用了宽频 RRU，它已经成为了一种普遍的产品形态。据了解，在本次招标中，华为、中兴、大唐三家厂商均全部采用宽频 RRU。

其实，宽频 RRU 技术在 TD 四期中提出时，业内就有争论。由于该产品在节省成本方面的巨大优势，最终被中国移动所采纳。

爱立信专家表示，从中国移动五期招标情况来看，中国移动对 RRU 的性能、容量、绿色环保、组网灵活性、设备可靠性等几方面提出了相关的指标要求，具体包括载波数量、发射功率、整机效率、重量体积、IR 接口速率、环境适应性等。我们为中国移动同时提供了宽频功放和窄带功放产品供选择。

重点关注 GT 分流

据中国移动相关人士透露，在本次招标中，中国移动仍将采用缩小站间距的方式，通过补充宏基站来解决室内覆盖问题。由于 TD-SCDMA 本身在覆盖方面相比其他标准存在不足，因此，网络的深度覆盖仍然是很多地区 TD 网络优化的重点。除了增加宏基站，中国移动也在试点 Femto，将 Femto 作为 TD 的补充，解决室内覆盖问题。目前，该技术已经在苏州等城市。

来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信携手中兴通讯、海外运营商践行社会责任

近日，“2011 中国电信国际数据业务推介会”在四川西昌隆重举行，来自 20 多个国家、地区的 40 余名海外运营商代表应邀参加。中国电信集团公司副总经理孙康敏出席了会议。本次会议中国电信主要介绍了全业务发展成果及国际及港澳台数据业务能力提升的情况，并为长期与其保持良好合作、贡献突出的海外运营商合作伙伴颁奖。

同时，中国电信借此机会向海外运营商展现了自身履行社会责任、热心公益事业计划与成果。中国电信与中兴通讯、参会的海外运营商共同在国家级贫困县盐源干海乡鱼脊小学进行了公益捐款活动。

据悉，本次公益捐款活动内容主要有三项：一是资助 170 万元用于盐源、木里两县两所小学校改扩建工程；二是资助 30 万元用于改善贫困山区儿童缺铁性贫血；三是出资 20 万元与部分特困生开展一帮一活动。活动的捐款来自中国

固网和无线终端联盟、中兴通讯、at&t、中华电信、和记环球电讯有限公司等单位及个人的捐款，活动资助总金额达 220 万元。

2002 年，国家安排中国电信对口援助四川省凉山彝族自治州盐源县、木里县，以及西藏自治区昌都地区边坝县，从 2002 年到 2010 年，中国电信先后派出 4 批扶贫干部，累计援助 1.76 亿元人民币。其中，对盐源、木里两县分别累计捐赠扶贫款 3600 万，共援建了 20 个中小学项目、15 个医疗卫生项目，并建设了电子政务网、教育网和文化活动中心等。另外，中国电信还通过参与中国扶贫基金会组织实施的“新长城-特困大学生自强”项目资助当地特困大学生和高中生完成学业。

中国电信在加快自身发展、促进信息化应用的同时，以高度负责的态度积极倡导并践行着一个企业公民的责任，大力支持社会公益事业、积极做好扶贫济困工作，积极参与教育、文化、体育等诸多领域的公益事业。此次公益活动的成功举办，是其长期对口扶贫援藏公益活动的有益补充，也成为中国电信向海外运营商宣传自身履行社会责任良好形象的窗口。

来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【中国联通】

联通联想合作发布智能手机

中国联通和联想集团日前联合宣布双方深度定制的产品——千元智能机“双卡王”LenovoA60 正式上市，在全国近万家店面开始集中发售。

LenovoA60 是一款中国联通“沃 3G”新定义的千元智能机，尤其表现在性能强劲并且是“双卡王”，搭载当下主流的 Android2.3 操作系统，可兼容大量流行应用；同时，LenovoA60 预置了社交、资讯等应用，全线进军 3G 智能手机细分市场。

中国联通为该款手机推出专属合约计划。消费者可以在联通营业厅选择“预存话费送手机”合约计划，选择 96 元套餐，即可享受“0 元购机”。也可以选择“购手机入网送话费”合约计划，以 959 元购买手机，任选一款 66 元及以上 3G 套餐购机入网，并签约在网 24 个月，即可享受套餐月费 50%话费赠送。

据了解，用户可以在中国联通所有营业厅，国美、苏宁、京东等战略渠道以及联想自有渠道，共计近万家店面购买。用户在所有渠道购买的产品，都可以到中国联通营业厅办理任意一款合约套餐，享受话费补贴政策。

来源：云南日报(数字报)2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

联通与三大企业签署合作协议提升产销能力和经营管理水平

8 月 10 日，中国联通分别与长江证券股份有限公司、新日电动车股份有限公司、同济堂药房有限公司在湖北签署了战略合作协议。此次签约将有力提升这三家公司的信息化服务水平、企业产销能力和经营管理水平，同时使中国联通在金融证券、医疗健康、电动车等行业的信息化应用服务得到进一步深化。中国联通董事长常小兵出席签约仪式，副总经理姜正新分别与三家企业领导签约。

前期，中国联通已与上述企业在呼叫中心、一卡通和综合 VPN 业务方面、基础通信和灾备中心方面有着良好合作。此次签约后，联通将与长江证券共同打

造光谷金融港后台建设工程，建设网上在线服务、长江 e 号机证券、金长江网上交易客户端等，多层次、多渠道、集中统一的非现场客户交易和服务体系；将与同济堂共同开发健康管理软件，推广健康管理增值服务，届时，消费者不但能通过手机建立自己的健康电子档案，还能实现远程监控、智能化测评，以及收到精准的健康短信服务。江苏新日正实施产业扩张和转移，未来将重点在湖北拓展业务，借助联通搭建的 3G 信息平台，提升企业产销能力和经营管理水平。

据了解，近年来中国联通基于自身通信网络和信息技术优势，在移动办公、物联网、电子商务等行业应用领域，已有上万个行业应用项目。今年以来，湖北联通各项网络运行指标排名集团省级公司前列。销售管家、位信通、智能卡、电子阅报栏等行业信息化应用项目，已在湖北劲酒、武汉光明乳业、武汉理工大、湖北日报等企事业单位得到广泛使用。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 12 日

[返回目录](#)

联通新推 36 元套餐运营商校园争夺战升级

随着高校 9 月开学的临近，运营商对校园市场的争夺又再度白热化。

8 月 15 日，中国联通针对学生及年轻用户的“沃派”36 元套餐开始正式商用。联通客服人员表示，“这是专门针对新 3G 用户的预付费套餐，需要重新办理新号。老用户暂时无法办理转套餐业务。”

同时，联通的“沃派”套餐中除了常规的语音通话、短信、以及 3G 上网流量外，还含有 500M 的“定向流量”，可以用于阅读、音乐、微博、社交网络等 3G 应用。

每年的七到九月份都是运营商校园争夺战的关键时期。“在 2G 时代，中移动在校园市场占据了绝对的优势。随着 3G 时代的到来，三大运营商的各种动作也越来越多。特别是联通和电信。”电信分析师付亮表示。

2010 年中国电信在校园市场就做了大量的推广，但收效并不明显。付亮认为，“联通的目标很明确，但具体能抢下多大的市场份额还要看具体的操作执行。”

新推 36 元套餐

在初期通过 WCDMA 的网络和 iPhone 等明星终端用户吸引大批高端用户之后，如何保持 3G 用户的持续增长是联通一直在思考的问题。

三大运营商最新公布的 6 月份运营数据也显示，中国联通净增 3G 用户 185.5 万，中国电信净增 187 万，中国移动净增 303 万。单从统计上看，联通的 3G 增长速度依然落后。

事实上，2010 年年底开始，联通的 3G 套餐策略就开始全面调整，把重心由 iPhone 合约套餐转向中低 ARPU 值的主流用户群。2010 年 12 月 7 日，联通首次把 3G 套餐资费门槛降到了 46 元。当时联通市场部副总经理江大君表示，这是为了继续“扩大 3G 用户的规模”。

此次“沃派”套餐联通再度降低资费门槛，每月固定资费为 36 元，包含 60 分钟语音时长、100 条短信、60M3G 上网流量。据一些评测人员比较，这款针对学生群体的套餐事实上比之前的 46 元套餐还要优惠。

另外联通客服人员还表示，“沃派”套餐会向用户赠送 500M 定向流量。所谓“定向流量”，是指用户在国内通过中国联通 3G 手机上网使用特定业务时产生的数据流量。中国联通方面称，目前纳入国内定向数据流量产品池的特定业务

包含沃友校园版、手机音乐校园专区、沃阅读校园专区、视频分享业务等。

付亮认为，这样的捆绑能充分利用联通在 3G 网络方面的优势，相比之下，移动就只能通过加大 WLAN 覆盖来应对。

北京联通相关人士指出，“对于运营商来说，校园市场是为数不多的纯增量市场。所以必须抓紧。”

争夺校园

对三大运营商来说，校园市场虽然利润不高，但却不仅仅意味着一批新入的低 ARPU 用户，而是意味着 3G 市场的未来，因为这能直接影响学生们走出校园之后的选择。

所以每年高校开学之际，都是运营商争夺校园用户最激烈的季节。国内校园用户市场份额最高的运营商品牌依然为中国移动“动感地带”。数据显示，截止到 2010 年底，动感地带用户已超过 1.4 亿，约占中国移动用户总数的 1/4。

在 2G 时代，联通也曾希望通过“新势力”等品牌挑战“动感地带”，但效果并不理想。进入 2011 年，电信和联通都开始依靠 3G 业务攻占校园市场。

据联通内部人士称，“沃派”是出于联通集团副总经理李刚的创意。正是他在十年前任广东移动总经理期间开创了“动感地带”品牌。联通此番用意很明显，就是希望利用“沃派”替代“新势力”，向中移动的校园市场发起新一轮挑战。

另外，中国电信在吸取了 2010 年的经验之后，也于近期推出了针对校园的 3G 品牌“天翼 i 特”，并通过低资费、统一账号登录新浪微博、人人网等手段吸引用户。

来源：《21 世纪经济报道》2011 年 08 月 16 日

[返回目录](#)

电讯盈科分拆获联通支持因市场波动仍存变数

标普分析师称若募集的资金没有用于减少电盈负债，或将调低为其作债务担保的子公司 HKT 评级

入主电讯盈科(00008.HK，下称“电盈”)逾 10 年的“小超人”李泽楷，正走在分拆旗下电讯业务上市套现的大道上。

电盈董事总经理艾维朗(Alexander Arena)在近日举行的中期业绩记者会上表示，分拆电讯业务以商业信托形式上市，已经获得大股东联通的支持。虽然近期市场波动，但仍以第四季度上市为目标。

李泽楷和中国联通为电盈的两大股东，根据港交所资料，分别持股 27.44% 和 18.48%。

李泽楷此次分拆，是效仿其父李嘉诚。今年初“超人”李嘉诚分拆粤港货柜港口业务，在新加坡以商业信托形式成功上市集资 61 亿美元，并一度引发香港没有商业信托形式、金融创新滞后的讨论。

今年 3 月 31 日，电盈在港交所发布公告称，探讨将电讯业务分拆以商业信托形式上市的可行性。但由于李泽楷已多次意图出售电盈套现，该计划甫公布便遭到市场质疑，4 月 21 日分拆计划遭港交所上市委员会否决。经双方沟通，电盈再次提交建议并接受多项限制后，港交所终在今年 6 月 2 日批准并确认电盈可进行分拆。

港交所根据《第 15 项应用指引》批准附加若干条件的分拆上市申请，电盈公布并接受的条件包括：电盈只能通过上市出售商业信托的少数权益，目前初定为 55% 权益；经上市出售商业信托获得的款项，将用以减少电讯集团的债务，并为推动公司业务增长进一步发展提供资金。

为进一步减少特别是来自中小股东的阻力，电盈董事会建议以实物红股方式，向股东派送 5%~10% 的商业信托合订证券，并将最多 30% 的证券以优先方式向原股东发售。

而过去 10 年因多次意图套现与小股东打上官司的李泽楷，在今年 6 月 17 日的股东大会上首次与小股东会面，解释分拆上市缘由，并多次增持电盈股份，以显示对公司发展的信心。《第一财经日报》持有的电盈声明显示，电盈认为经沟通后股东对分拆上市事宜“反应良好”。

电盈主席李泽楷在会上称：“这次分拆，就好似一棵果树茁壮成长之后，为了加速发展，最好的方法就是插种嫩枝，令到一棵大果树变成两棵大果树，从而令大家加倍丰收，硕果累累。”

当时李泽楷还承诺将继续与小股东保持密切沟通，短期内所有股东将会收到详尽的通函，包括独立财务顾问 NMRothschild&Sons(HongKong)Limited 的建议，以令股东在可有充分数据的情况下投票。

8 月 15 日电盈发言人表示，向股东发出通函“还没有时间表”。

标准普尔联席董事及分析师 JunHongPark8 月 15 日表示，即便目前电盈的分拆有进展，但在目前的市况以及最终的分拆模式仍需获得香港证监会批准等情况下，电盈的分拆仍存变数。

他表示，电盈计划通过此次分拆上市募集 15 亿~20 亿美元资金，但该目标只是初步数目，可能会受市场条件变化影响。作为信用分析师，他尤其关注此次商业信托的销售条款和募集资金用途，若募集的资金没有用于减少电盈负债，或将调低为其作债务担保的全资子公司 HKT(HongKongTelecommunications)评级。

电盈则在公告中表示，鉴于分拆以商业信托形式上市在香港是创新概念，电盈正不断与香港的监管机构合作，以订立最终架构，使商业信托可在现有的香港监管框架中运作。电盈称，现与监管机构磋商的架构，涉及将合订证券上市，每项合订证券由一个信托单位与电讯业务的控股公司的一股股份组成。

来源：《第一财经日报》2011年08月16日

[返回目录](#)

两巨头为 iPhone 互掐传联通告到国资委

一则“中国移动和中国联通就引入 iPhone 问题前后向主管部门国资委‘告状’”的消息迅速传开。

8月11日，有消息透露，中国移动向国资委报告，称中国联通阻挠其向苹果引进 iPhone。同时，中国联通则先向国资委汇报，称移动在没有与苹果签订合同的情况下，故意引诱联通 iPhone 用户离网。

对此，8月15日中国联通相关负责人表示，并没有听说此事，无法对外告知。中移动方面表示，需要同相关部门核实情况后，再对外发布信息。中国移动方面尚未作出回复。

据知情人士透露，在双方向国资委互打“小报告”之前，针对引进 iPhone 的问题已投诉到工信部，不过，工信部相关部门出面协调后，双方依然没有“休战”。

在中国联通欲引进 iPhone 时，有消息称中国移动为此曾向国资委提交过一份报告，主要内容是中国联通运营的 WCDMA 网络在全球范围内已有许多成功

案例，再引入 iPhone 这样风靡全球的成熟产品，或拉大联通和移动在 3G 业务之间的距离。

中国移动内部人士表示，目前并没有看到相关报告，而运营商向工信部、国资委“状告”竞争对手的事情时有发生。

来源：每日经济新闻 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

中国联通“沃商店玩酷大赛”落幕

从中国联通了解到，自年初启动的中国联通“沃商店玩酷大赛”日前正式落幕，联通沃商店打造的“玩酷大赛”在全国 8 大城市掀起了手机游戏与真实竞技相结合的“玩酷风暴”，同时也推销了中国联通“沃商店”这一应用软件下载平台，是中国联通娱乐营销的一个有力尝试。“玩酷大赛”是由中国联通为推广“沃商店”平台和应用打造的一档益智类闯关节目，选手每闯过一关，即获得相应的奖金，最高奖金为 2 万元。而最具创意的是，“玩酷大赛”的比赛项目全部来自中国联通“沃商店”的游戏软件，是用户耳熟能详的手机游戏，是全球首个真人版手机游戏节目。“沃商店玩酷大赛”由中国联通沃品牌独家赞助，在全国 8 个城市进行了比赛，最后总决赛在北京举行。

来源：中国电子报（电子报）2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

联通展开 EPON/GPON 设备招标规模达 2500 万线

作者：温婷

据知情人士透露，中国联通刚刚展开新一轮的 EPON/GPON 设备招标，招标规模达到 2500 万线，远高于此前 1400-2000 万线的预期。至此，今年三大运营商 EPON/GPON 设备招标数已经全面揭晓，均较往年大幅增长。

EPON（以太无源光网络）是一种新型的光纤接入网技术，它采用点到多点结构、无源光纤传输，在以太网之上提供多种业务。而 GPON 技术是基于 ITU-TG.984.x 标准的最新一代宽带无源光综合接入标准，具有高带宽，高效率，大覆盖范围，用户接口丰富等众多优点，被大多数运营商视为实现接入网业务宽带化，综合化改造的理想技术。

此前，中国移动 PON（无源光网络）设备招标已经落地，总规模约 800 万线，金额达 9 亿元，约为去年招标量的 3 倍。而高调推出“宽带中国，城市光网”计划的中国电信此前的招标量则高达 1600 万线，为历年之最。

据知情人士透露，此次中国联通招标规模达 2500 万线，远远高于此前预期的 1400-2000 万线，规模达到 25 亿元左右。据上海电信内部人士透露，原来受技术成熟度所限，运营商以采用 EPON 为主，但随着 GPON 的成熟以及高带宽优势的显现，新建网络时 GPON 设备更加受到青睐。“目前，投资新建 GPON 的成本已经接近于 EPON。”该人士表示。

有消息显示，中国电信今年的 FTTH 建设或将全部采用 GPON 设备；而中国联通在去年下半年所进行的 PON 集采中，GPON 设备也占了集采总量的 50%，今年的 FTTx 建设更是大规模引入了 GPON 设备。

据业内人士透露，对于设备厂商来说，虽然 GPON 的利润略高于 EPON，但最大的利好还是运营商对于所有 PON 设备集采量的大幅增长。中金公司报告指出，中国联通近期开始的招标，再加上此前结束的电信 25 亿左右的 PON 和

家庭网关，运营商集中招标量已经达到 60 亿元，再加上省公司的自建，今年的市场接入网设备需求在 90-100 亿元，接近去年的一倍，主设备商将充分受益。

GPON 设备因其技术的成熟和成本的降低越来越受到运营商的青睐，有望利好相关设备厂商。来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯利润下滑引发股价大跌

中兴通讯 (000063) 8 月 11 日披露的半年度业绩快报显示，公司上半年增收不增利。受此消息影响，中兴通讯 A 股一度跌停，报收 17.96 元，下跌 6.51%；H 股则大幅下跌 13.76%，收于 18.24 元。

业内人士指出，此次股价大幅下跌，主要是市场对公司产品毛利率水平大幅下降的担忧。行业分析研究员则认为，在国际市场的带动下，中兴通讯上半年收入增速明显好于 2010 年同期，而为了进入海外市场，积极的价格策略在所难免。

国内市场环境好转

业绩快报显示，中兴通讯上半年实现营业收入 373 亿元，比 2010 年同期 307 亿元增长 21%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.68 亿元，同比下降 12.4%；基本每股收益 0.27 元。

在国内市场，公司实现营业收入 165.35 亿元，占公司营业收入的 44.3%，同比增长 6.9%。

海通证券认为，在 2010 年通信行业总资本支出下降的情况下，中兴通讯营业收入仍维持了 6% 的增长，而 2011 年行业环境明显好转，公司营业收入将达到 20% 的增速，网络设备业务和终端业务是公司的业绩增长点。数据显示，2010 年国内三大电信运营商总投资合计为 3197 亿元，同比下降 15%，而 2011 年总投资金额开始回升至 3222 亿元，同比增长 0.78%。

公司方面解释，在“十二五”开局之年，上半年国内三大电信运营商在设备投资方面各有侧重，个别运营商的设备招标进度相对往年有所延后。

国际收入占比超 55%

中兴通讯在国际市场进展迅猛。公司国际业务收入达到 208 亿元，占公司整体营业收入的 55.7%，同比大幅增长 36.4%。中兴通讯上半年总体毛利率为 29.76%，较 2010 年同期的 33.45% 下降 3.69 个百分点。

毛利率下滑的主要原因是，公司自 2010 年以来深化了在欧美市场规模突破的战略，采取了较有竞争力的产品策略。此外，终端关键市场面临重要切入阶段，公司采取了积极的价格策略。公司手机产品营业收入占总体营业收入的比例由 2010 年同期的 25% 提升至 30%，手机产品总体毛利率由 2010 年同期的 22.7% 下降至 19.6%。

此外，中兴通讯原持有 5440 万股国民技术（300077），占国民技术总股本的 20%。2011 年 5 月至 6 月，公司出售 1768 万股，获得投资收益 2.9 亿元。截至报告期末，中兴通讯尚持有国民技术 3672 万股股份。中兴通讯称，由于公司对国民技术的经营不再具有重大影响，公司对剩余尚未出售的股份从长期股权投资转入交易性金融资产进行核算，并按公允价值计量确认投资收益和公允价值变动收益共计 6.05 亿元。

银河证券研究员王国平认为，中兴通讯采取上述财务处理后，下半年已缺少国民技术股权投资收益的利润补缺，利润增速压力较预期有所增加，而由于公司在国际市场采取积极的抢占策略，预计全年营业收入将略超此前 20.84% 的预期。

对于下半年市场，中兴通讯认为，国内运营商资本开支将较上半年提速，而在国际市场，移动宽带建设和智能终端将继续成为市场热点，公司将力争取得规模和利润之间的良性循环。

来源：《中国证券报》2011 年 08 月 12 日

[返回目录](#)

中兴 2011 年上半年新增 LTE 商用合同数超 2010 年全年

2011 年 8 月 16 日，中兴通讯宣布，截至 2011 年 6 月 30 日，中兴通讯已获得 23 个 LTE 商用合同，与全球 80 多个运营商合作并部署试验网，仅 2011 年上半年新增 LTE 商用合同数已超过 2010 年全年合同总数，其中欧美市场占比超过 50%。

中兴通讯 2011 年上半年陆续斩获马来西亚 UMobile DCHSPA+/LTE 合同、和黄瑞典全球首个 LTE FDD/TDD 双模商用合同、Telenor 马来 5000 个 HSPA+/LTE 基站合同，

开通南亚首个 LTE 网络（斯里兰卡 Mobitel）等，比 2G、3G 时代有大幅提升，在全球 LTE 布局中占有重要地位。另外，在 LTE 终端方面，中兴通讯已创订货量超过 10 万部成绩。

除此之外，中兴通讯在全球积极拓展市场，与全球 80 多个运营商合作并部署试验网。根据咨询公司 Maravedis 对全球 LTE 设备合同的统计，截止 2011 年第一季度，中兴通讯占据 14% 的市场份额，位居第三。

中兴通讯副总裁、CDMA<E 产品总经理李键认为：“LTE 与 3G 一样，将首先从欧美等发达市场起步。在 3G 时代，我们的商用布点比行业领导公司稍慢，但是，公司从 LTE 应用伊始就要走在行业前列，从欧美市场突围是公司 LTE 的战略选择。我们计划到 2011 年底，在欧美日等高端市场的 LTE 商用合同超过 20 个”。

来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【华为】

华为上半年手机业务同比增长超过 100%

华为 8 月 15 日披露上半年业绩，销售收入为 983 亿元，同比增长 11%；营业利润为 124 亿元。华为首席财务长孟晚舟称：“上半年整体业绩符合预期，对全年完成 1990 亿元销售收入目标充满信心。”

华为的主要国内对手中兴通讯(000063)8 月 10 日发布的半年度业绩快报显示，中兴通讯上半年营收同比增长 21.55%，达 373.45 亿元；毛利率有所下降，净利润为 7.68 亿元，同比下降 12.42%。半年报出炉后，中兴通讯股价出现大幅下跌。中兴通讯在公告中解释，该公司上半年在海外市场采用了进攻型策略，导致产品毛利下滑。

华为称，终端方面，华为上半年全球出货 7200 万台，同比增长近 40%。其

中手机业务同比增长超 100%，智能手机的放量成为最大亮点，Android 智能手机出货量居全球前五。

来源：《东方早报》2011 年 08 月 16 日

[返回目录](#)

华为手机业务上半年同比翻倍年销售收入 983 亿元

昨天，华为发布的半年业绩显示，2011 年上半年，华为实现销售收入 983 亿元，同比增长 11%；实现营业利润 124 亿元。华为首席财务官孟晚舟表示，借助终端和企业业务的增长，预计华为在今年全年将完成 1990 亿元的销售收入。

半年报显示，华为终端在 2011 年上半年的全球出货量达到 7200 万台，同比增长近 40%。其中，手机业务同比增长超过 100%，Android 智能手机的出货量位居全球前五。

华为高层曾表示，技术革新带来的发展机遇，如云计算、智能手机，华为终端业务将发展到上百亿的收入规模。来源：中国新闻社 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚中国份额大幅下滑代理商亏损清库

兵败如山倒，可能是处于智能手机时代的诺基亚目前现状的最佳描述。

“往年三四月，像天音控股(000829.SZ)和中邮普泰等国内几家手机大代理商都会与诺基亚签订金额高达几十亿元的采购大单。但大家对诺基亚手机今年销量都不乐观，类似的采购大单不会再出现。”8 月 15 日，天音控股一位内部人士表示，由于国内一二级市场快速转向 Android 智能手机市场，诺基亚塞班系统

的智能手机销售受阻，导致代理商目前都在忙于清理诺基亚的库存。

7月14日，天音控股公告称，受调整库存产品结构及国家宏观信贷收紧等因素影响，今年上半年公司预计亏损5600万元至6000万元。“诺基亚销量占公司手机总销量近50%，销售金额占公司总收入超过三分之一。公司亏损的主要原因就是清理诺基亚库存。”上述内部人士说。

亏损的代理商

昔日“香馍馍”今成“土疙瘩”，仿佛是一夜之间的事情。

天音控股2010年财报显示，2010年天音控股收入208.77亿元，同比增长19.84%，实现净利润3.11亿元，同比增长9.62%。其中，天音控股控股70%的天音通信2010年共销售3467万部手机，销售收入达230.79亿元。

2010年3月底，天音通信与诺基亚签订了10亿美元采购合同，而天音通信2010年实际上完成合同金额的118.18%，达到78亿元，占天音通信手机销售总收入比重达33.79%。

“大代理商买断模式，很容易被诺基亚压货。”一位知情人士表示，2010年天音通信与诺基亚的采购大单，仅仅实现了采购，也就是手机从诺基亚的工厂转到了代理商和分销商的仓库，并没有完全被零售终端销售出去，形成了巨大的库存，“也导致了天音控股2011年的业绩表现迅速由晴转阴。”

今年一季度，天音控股收入45.28亿元，同比减少18.11%，亏损5150万元，而存货金额高达33.72亿元，比2011年底增长了33%。知情人士表示，上述数字的转变，正说明诺基亚中国为了保持业绩，向代理商压货。

但被压货的不仅仅是天音通信，其他几家大代理商的状况与天音通信几乎雷同。华南一家大型手机连锁卖场有关负责人透露，今年上半年诺基亚中国代理商

基本都不赚钱，因为市场快速转向智能手机市场，导致大家都在忙着清理诺基亚手机库存。

“代理商与诺基亚关系已经恶化。因为诺基亚一方面向代理商压货，另一方面给代理商的政策支持又非常缺乏，亏钱的自然是代理商。”上述连锁卖场负责人说。

诺基亚手机渠道利益链在中国市场呈倒金字塔形，代理商处在倒金字塔形利益链上部获利最大，越往零售终端，其利益空间越小，一部中低端诺基亚手机在零售终端的毛利空间不到 10 元左右。前两年就因为诺基亚零售毛利空间太小，部分经销商为获得更大利益，不得不借诺基亚不时出台的促销政策，批量进货、窜货到异地销售，结果导致部分零售终端商拒卖诺基亚手机。

“以前与诺基亚交恶的仅仅是零售终端商，现在则是诺基亚最核心的代理商，说明诺基亚手机在国内的渠道体系已经非常脆弱。”上述有关负责人说。

在网上翻查中邮普泰最近两年的新闻公告发现，2009 年以前中邮普泰每年都会与诺基亚签订十几亿美元的采购大单，但从 2010 年开始，类似采购大单再也没有出现过。

市场转向

诺基亚手机中国市场窘状的根本原因就是，市场开始全面转向 Android 智能手机，而诺基亚至今还困惑在选择手机操作系统阶段，两年来没有一款智能手机可以与苹果 iPhone、HTC 和三星 Android 手机抗衡，从而逐步丧失高端市场的领先优势。

而诺基亚高端手机市场的优势丧失后，让诺基亚品牌影响力大打折扣，从而影响诺基亚中低端手机产品的销售，自然诺基亚多年塑造的渠道凝聚力也逐步消

散。

在东莞、江门、湖南衡阳等地方看到，很多诺基亚专卖店已经开始“挂羊头卖狗肉”，销售起其他品牌的手机，而诺基亚手机柜台被摆放在不起眼的角落。甚至有些诺基亚专卖店干脆转投国产手机品牌阵营，挂起了 OPPO、步步高的品牌。

Gartner 数据显示，诺基亚手机中国市场份额已从两年前的 33% 下滑至当前的 19%。国内几家大型手机连锁卖场有关人士也透露，今年诺基亚手机销量同比下滑近 20%。

诺基亚手机中国市场的急速转向，也让诺基亚中国高层变动频繁。5 月底，统管大中国区、韩国及日本业务不足半年的梁玉媚正式离任，赵科林回归，重掌中国区手机业务。

艾媒咨询总经理张毅指出，诺基亚中低端手机备受中国厂家挤压，在高端智能手机又打不过苹果和其他新兴 Android 手机厂家。张毅表示，国际大公司更换某个区域的运营负责人，都是希望新负责人能快速拉动起当地业绩。而在没有出色产品的前提下，纯粹依靠市场手段来拉动业绩，无疑是饮鸩止渴，可能会有短期的业绩增长或维持，但最终会遭遇市场的反噬。

前两年，摩托罗拉在全面转型 Android 手机过程中，长达一年时间都没有新品推出，摩托罗拉中国区也是通过市场手段来保持手机市场销量，结果伤害绝大部分代理商利益，到其 Android 手机推出市场后，不得不重建渠道，至今还处于渠道疗伤阶段。

因此，从苹果、HTC 和三星在智能手机市场崛起的案例来看，产品能否取胜仍然是根本，如果诺基亚近期再没有好的手机产品面市，诺基亚的败局将无法挽

回。

来源：《第一财经日报》2011年08月16日

[返回目录](#)

诺基亚澄清“渠道崩盘”称库存恢复正常水平

一则“渠道崩盘”的消息让诺基亚生出“墙倒众人推”的萧索。15日有报道称，“诺基亚中国市场渠道崩盘，大批代理商拒绝进货”。对此诺基亚辟谣称，这是不实报道，目前手机库存已恢复正常水平。

昨天，“诺基亚中国陷入渠道崩盘”的消息成为各大科技网站头条。这则报道称，诺基亚工厂由于对市场预期不足，导致市场大批缺货，代理商陷入交钱却迟迟拿不到货的窘境。而后，大批上季度延迟的货堆满了诺基亚的仓库。据称，从今年4月份开始，各地代理商第一次集体对诺基亚“说不”，拒绝进货。

对此，诺基亚15日发表声明称，所谓中国经销商拒绝进货诺基亚手机是不实报道。诺基亚承认，第二季度确实存在库存问题，但过去一段时间内，公司积极应对渠道挑战，“我们的销售合作伙伴对与诺基亚的合作充满信心。”诺基亚表示，目前中国区总体库存已回到正常水平，渠道很“健康”。

该消息引起了强烈关注。在资深电信观察家付亮看来，诺基亚当前最大的问题是产品本身，诺基亚要想改变这种局面，必须尽快推出多款得意的产品。知名电信专家项立刚则表示，按照诺基亚既定的转型战略，渠道势必要进行相应的调整，不过他认为“崩盘”的说法夸大了矛盾。

一位中关村的手机卖家表示，他们早就不做诺基亚了，“现在卖得火的是HTC、苹果。”而另外一位大型手机连锁企业的人士则表示，在中高端的智能手

机上,他们现在最青睐安卓手机,不过诺基亚在中低端手机市场依然有很多粉丝。

来源:中国新闻社 2011年8月16日*

[返回目录](#)

诺基亚甩掉塞班押注 WP 系统

诺基亚方面宣布,今年第三季度将发布 WindowsPhone 手机,并采用传统的与运营商合作的方式销售。这就意味着北美市场从今年秋天起再也看不到过去的诺基亚式全额销售手机、E 系列商务经典手机,Symbian 业务(包括 S40)将全线撤退,市面上将只有 WindowsPhone 手机及其配件。

对于停售的原因,诺基亚北美地区负责人韦伯表示,其中最重要的一个原因就是激烈的竞争中,诺基亚没有运营商补贴,不得不全价销售其智能手机,而 T-Mobile 对诺基亚 Symbian3 智能手机 Astound 的销售不理想也是一个原因。

韦伯同时表示,装载了微软 Windows 系统的智能机将成为诺基亚在北美的力量,会有合适的运营商配合销售,同时将展开其历史上规模最大的营销活动,重建市场占有率。对于这个策略会有多大的效果,韦伯说道,“如果我们在 WindowsPhone 手机上没有取得成功,多做也无意义。”

然而这个举措并没有立即得到市场的良好反馈。标准普尔分析师麦西亚斯·拉博在声明中表示,在接下来的 6 至 9 个月内,如果诺基亚手机部门的营业利润得不到改善的话,标普还将可能进一步下调诺基亚的信用评级。而就在 7 月底,穆迪也将诺基亚信用评级下调两级,将该公司的前景评为“负面”。来源:中国新闻社 2011年8月16日*

[返回目录](#)

【其他制造商】

谷歌收购摩托罗拉或导致亚洲手机制造商变心

北京时间 8 月 16 日早间消息，谷歌 125 亿美元收购摩托罗拉移动一方面保护了 Android 免受专利诉讼，另一方面也对 HTC、三星等亚洲手机制造商施加了压力。

该收购交易使得谷歌拥有了业界最大专利库之一，这将改变移动产业版图。华尔街分析师认为微软将是此次收购交易的赢家，因为该交易可能会降低其他 38 家手机制造商对 Android 的依赖，使得微软 WindowsPhone 成为潜在受益者。

市场调研公司 IDC 分析师弗朗西斯科·杰罗尼莫(Francisco Jeronimo)称：“该交易使得多数 Android 厂商意识到他们对于谷歌的依赖程度，谷歌的计划可以迅速影响他们的业务。三星、HTC 和索尼爱立信可能会考虑其它系统平台，以此降低对单一平台依赖的风险。”

虽然谷歌合作伙伴三星、HTC、LG 等均表示他们对该收购交易表示欢迎，认为这将对他们法律诉讼提供帮助。但是有分析师就质疑上述厂商表态的真诚度，分析师认为三星等厂商不大可能再大规模促销 Android，因为这将会让直接竞争对手摩托罗拉移动获益。

根据市场调研公司 Gartner 发布的数据，截止到今年二季度，Android 在智能机市场份额为 43.4%，高于诺基亚的 22%，苹果则以 18% 份额排在第三。

杰罗尼莫表示：“长期来看，增加 WindowsPhones 手机产品组合可能是有必要的，此次收购可能是众厂商降低对 Android 依赖迎接未来市场挑战的催化剂。”

亚洲手机制造商正不断转向 Android 系统，该系统受到了运营商和廉价市场消费者的欢迎。

谷歌收购摩托罗拉移动交易提振了处于困境中的诺基亚和 RIM,业界推测称，诺基亚和 RIM 也将成为被收购对象，受此影响，诺基亚股价涨幅超过 17%，RIM 股价涨幅超过 9%。来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

三星将在德国反击苹果欲改变禁售平板电脑判决

据韩国媒体报道，8 月 25 日，三星电子将出席德国法院针对三星与苹果就 Galaxy 系列手机和平板电脑与苹果产品 iPhone 和 iPad 的专利之争举行的听证会，以期改变该法院在欧洲部分地区禁售 Galaxy 平板电脑的判决。

此前，苹果在德国起诉了三星，称其 Galaxy 系列手机和平板电脑模仿 iPhone 和 iPad。8 月 10 日，德国杜塞尔多夫地方法院宣布，针对苹果公司起诉三星公司侵犯知识产权一案，对三星 GalaxyTab10.1 平板电脑发布初步禁令，禁止除荷兰之外的欧盟成员国，销售和进口三星 GalaxyTab10.1 平板电脑，违者最高罚款 35 万欧元，并有可能施以监禁。

另据国外媒体报道称，为将三星平板彻底赶出欧洲，苹果还向荷兰海牙法庭提起诉讼，称前者侵犯了三项专利、版权和外观设计。

三星与苹果的专利混战近日也在亚洲正式打响，13日，三星和苹果公司出席了韩国首尔中心地方法院举行的首轮听证。

三星反驳称苹果的技术早已存在，三星表示，苹果通过夸大权利，将公有技术私有化，苹果宣称的触摸屏技术和设计，早在几年前的美国学术会议上就已经推出。三星还展示了 Prada 手机设计，它由 LG 电子创造，该设计被欧盟广泛接受，试图用此案例来与苹果论点对比。

三星同意在 9 月 5 日之前提交问题回复资料，双方同意于 9 月 23 日继续进行听证。苹果此前已在美国和澳大利亚对三星提起诉讼。在澳大利亚，三星已同意推迟销售银河版本的平板，直到苹果在该国的诉讼解决。苹果电脑公司还寻求法院下令阻止该产品在美国销售，直到其专利侵权索赔审判举行。

有业界分析人士表示，苹果成功限制三星 Galaxy 平板电脑销售的禁制令是根据苹果的共同设计专利号 000181607，这项专利经确认后，将可能限制业界其他厂商制造平板电脑。

分析人士称，在双方专利混战中，三星手中也握有筹码。据统计，在苹果 iPhone4BOMList 中三星零部件总值为 45.68 美元，占有零件总成本的 26%，此外三星提供上述零配件的低价也是其他公司极难做到。来源：中国新闻社 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

《福布斯》：微软诺基亚力推 WP7 抗衡谷歌

导语：《福布斯》杂志网络版周一发表分析文章称，尽管谷歌得到了摩托罗拉移动，但是微软可以通过与诺基亚的合作助推 WindowsPhone7(以下简称“WP7”)发展，并抗衡谷歌。

以下是文章全文：

去年，微软发布了新的智能机平台 WP7，但是该系统并未引起其他手机制造商的兴趣。与此同时，谷歌 Android、苹果 iOS 却呈现出了强劲增长态势，统治了智能机系统市场。

Android 系统目前的全球份额达到 50%，美国份额 40%，iOS 美国份额为 27%，而现在谷歌又收购了摩托罗拉移动来加强其技术和知识产权储备。

具有讽刺意味的是，微软现在从 Android 获得的营收超过了自家平台 WP7。我们预计微软股价将达到 28 美元，比当前股价高出 15%。

微软智能机策略

尽管起步较慢，但微软去年也在智能机领域取得了一定成就。随着专利授权协议的签订，微软正设法让制造商们远离 Android。今年 2 月，微软又与全球最大手机制造商诺基亚达成了合作协议，诺基亚将把 WP7 作为其智能机主要系统，旗下首款 WP7 设备很快就会推出。

微软 WP7 “芒果”系统更新带来了 500 项新功能，传闻称，在“芒果”之后，微软还将针对廉价智能机领域推出“Tango”系统。目前廉价机市场由 Android 统治。

微软还将吸引更多制造商加入其系统平台，三星、HTC 和 LG 已经开发出了旗下首款 WP7 设备，而诺基亚 WP7 手机也即将推出。

新营收来源促进微软增长

微软现在的主要营收来源就是 Office、Windows 和服务器部门，这三大部门几乎贡献了微软所有利润，不过微软辅助业务 Xbox 和 WP7 也开始增长。根据微软公布的二季度财报，受到 Xbox 销量上升的推动，微软娱乐和设备部门营收增长 30%。

未来几年，我们预计 Windows、Xbox 和 WP7 业务将成为微软增长的主要组成部分。来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

迎接移动数据业务洪峰

智能手机和平板电脑的普及，正在推动移动数据业务流量高速增长。移动网络承载的业务，正在逐步转向以 IP 数据业务为主。与话音业务相比，数据业务的整体带宽消耗大，地域分布不均匀，从时间上看具有很强的爆发性。这一变化，必然会对整个移动网络带来空前的压力，在无线侧，产业界正在通过从 3G 到 LTE 的升级，提高基站的数据发送能力，而在核心网领域，同样正在通过技术升级，迎接移动数据洪峰的到来。

移动话音网络架构相对封闭，经过多年运营，已经形成一整套完善的体系。而移动数据网络明显更复杂，对带宽匹配和计算性能提出更高要求。网络需要维持庞大的流量和迅速倍增的用户数据量。由此，安全性也变得更加重要，新的无线终端设备层出不穷，连接到移动网络不再是传统的 2G 手机，而是装备了新型

操作系统的智能手机和平板电脑，众多应用都是建立在开放平台之上的。开放带来了活力，同样也暴露了新的问题，它们除了影响用户个人之外，对移动数据网络同样有潜在的威胁。

国际标准化机构已经为下一代移动基础设备创建了架构，与 LTE 相对应，分组域核心的技术是 EPC。它引入了安全移动 IP 网络的思想，同时提供对传统及当前无线接入网的支持。

移动通信业的希望在于高带宽数据业务，用户对网络带宽不断增加的需求是机遇所在。核心网面临的挑战，一方面是容量，另一方面是安全。

移动宽带业务的爆发性增长，使传统分组网络设备容量和性能显得不足，网络升级、扩容成本高昂，这对未来网络的竞争力和吸引力造成很大的影响。因此，运营商采用具备数十 G 吞吐量的智能分组核心设备，同时利用分组核心网的智能化能力，通过部署内容计费，实现对分组内容的管理和监控，使分组网络真正成为可控制、可管理和可盈利的未来网络。EPC 技术能够有效减小数据压力，可有效满足当前网络的需求，并能够兼顾未来智能手机的增长与业务发展所带来的网络压力。其网络控制面与用户面分离，并实现用户面的扁平化，可以从容应对网络流量激增。分组核心网只对网关节点提供用户面处理，不仅大大节省了其他网络节点的用户面投资以及承载网的投资，同时优化了用户面的性能。

在新的形势下，EPC 一方面支持用户对网络性能与高带宽的要求，另一方面还要支持高 QoS 和业务流量管理能力，使网络能够基于最佳的业务颗粒度来提升宽带服务质量，而这都需要进一步优化资源利用率并采用智能流量处理功能。由此，一项新的技术开始浮出水面并备受关注，这就是深度包检测（DPI）。

顾名思义，DPI 深度关注数据流量，并能够读取每一个字节，直到它可以判断是否需要根据其预先设定的规则标记任何特定数据包。DPI 是一个专门的硬件和软件组合，能够标识特定协议和应用程序、不恰当的 URL、入侵企图和恶意软件。在许多情况下，DPI 引擎只是标识和标记“违规”数据包，并报告给一个更高级的应用机构。在某些情况下，比如入侵企图、病毒或恶意软件，系统可以采取预防性行动来完全拒绝或阻止特定的数据包与数据流。

在 EPC 架构中，分组数据网网关是实现 DPI 的核心部件，这一功能的引入，使得高带宽和高安全性实现了一定程度上的平衡。在核心网中，许多功能需要 10GbE 以上的高带宽接口，系统需检测运行中的流量，然后根据每个数据包的内容做决定。由此，未来的移动通信网，将会具备下一代多业务 IP 网络所需的高级“内容识别”路由、策略控制和安全功能，在具备高速处理能力的同时，带宽利用效率大大提高，使网络可提供高质量服务，最终为运营商打造“智能管道”提供有力支持。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 11 日

[返回目录](#)

移动核心网迈向 LTE 时代

伴随着移动宽带网络的快速发展，在新技术和新业务的驱动下，移动核心网正在加快演进步伐。尤其当 LTE 技术在全球范围内兴起，为了匹配无线速率的快速提升，为了满足运营商全业务运营的需求，移动核心网正向 IP 化、智能化和融合的方向加速演进，而演进的分组核心网（EPC）技术的出现和成长，更是催生了移动核心网的一场变革。

在技术和业务发展的驱动下，移动宽带网络正在加速演进。作为网络控制和业务承载的关键，移动核心网也在不断演进。尤其是随着 LTE 技术的快速发展，移动核心网正呈现出新的发展趋势，满足未来业务发展需求的 EPC 正受到越来越多的关注，而 IMS（IP 多媒体系统）的核心控制地位也日渐凸显。

应 LTE 而生的 EPC

随着移动宽带网络向 LTE 演进，在 LTE 的演进和运营中，如何才能实现 2G 和 3G 网络向 LTE 的平滑演进，如何实现现有网络和新建网络的互通，如何向用户提供一致的业务，成为运营商的焦点。正是在此需求下，3GPP 在关注无线接入网演进的同时，也开展了分组核心网构架的演进工程，并将其定义为 EPC。

作为与 LTE 同步发展的技术，EPC 的构架更加符合未来移动通信网络的发展需要，能够在提升网络性能的同时，满足用户日益增长的业务需求，从而进一步提升运营商的竞争力。

相较于 2G、3G 时代的核心网，EPC 具有几大显著特征：

首先，控制面与用户面完全分离，网络趋向扁平化。在网络流量激增的趋势下，单用户的数据流量和高速接入用户数的双边增长，使用户面的吞吐能力成为移动分组网络设备的主要瓶颈，并且带来了大量的网络投资，而如果在分组核心网中实现了控制面和用户面的分离，只需对网络节点提供用户面处理，就能优化用户面的性能，并且节约其他网络节点和承载网的投资。

其次，支持 3GPP 与非 3GPP（如 Wi-Fi、WiMAX 等）的多种方式的接入，并支持用户在 3GPP 网络和非 3GPP 网络之间的漫游和切换。这种支持多种接入的构架给运营商的全业务运营带来极大的便利，不仅使得网络的结构更加简单，降低网络运营成本，同时还可以实现各种接入方式之间的无缝移动性，给用户带

来更加良好的业务体验。

最后，核心网中不再有电路域，EPC 成为移动通信业务的基本承载网络。今天，全网 IP 化已经成为一种必然趋势，运营商正在加快移动核心网的 IP 化演进步伐，而如果实现了电路域的消除，就意味着无论是话音还是数据业务都将由分组网络承载，移动核心网的全 IP 化进程实现。

不过，在移动核心网的演进中，分组域对电路域的替代并不是一蹴而就的，电路域将随着 LTE 网络部署规模的扩大而逐渐消亡：在 LTE 网络小规模部署阶段，2G、3G 电路域和 LTE 分组域将共存，电路域主要承载话音、短信等传统业务，分组域则主要承载数据类业务；随着 LTE 网络规模的进一步扩大，电路域和分组域还将共存，话音业务仍然由电路域承载，但运营商能够通过语音回落等技术为正在使用分组域业务的用户提供话音业务；LTE 网络实现了大规模的覆盖，LTE 网络覆盖区域实现了 VoIP，但在非 LTE 覆盖区，网络可以基于 IMS 借助 SRVCC 等技术实现话音业务切换，以保证话音业务的连续性；当 LTE 网络实现全网覆盖后，电路域逐渐消失，所有业务均基于分组网络向用户提供。

IMS 核心控制地位凸显

随着 LTE 技术的引入，IMS 的重要性也在提升。全 IP 化的分组化网络将使 IMS 控制各种业务的核心地位更加凸显，诸多国际主流运营商认为，IMS 将成为固定和移动网络共同的核心业务控制层，而包括 3GPP、TISPAN、3GPP2、ITU-T 等在内的国际标准化组织也早就将 IMS 定义为未来的核心控制架构。

目前，全球运营商的业务重心正在从传统的话音向融合的多媒体业务转移。在中国，随着 3G 和移动互联网的发展，随着运营商全业务运营的深入，融合的多媒体业务逐渐成为战略高地。IMS 具有开放式的标准架构、支持统一的接入网

络控制架构、灵活的业务提供能力和业务触发能力，并能对多媒体业务实现管控和运营。通过 IMS，运营商可以为个人用户和企业用户提供包括视频点播、视频监控、高清视频、多屏互通、多媒体彩铃等丰富多彩的业务，为 LTE 时代的市场角逐提供强大竞争力。

同时，国内外一些运营商还在尝试将 IMS 的业务能力与 IP 互联网应用相结合，如将 IMS 的语音和即时消息等通信能力，与社交网站及网络游戏结合；将 IMS 的通信能力与 IPTV 结合；运营商还准备将 IMS 的业务能力给多个业务系统调用。

要实现 IMS 业务能力的充分调动，业务能力平台的开放是至关重要的。通过开放，才能将 IMS 的业务能力转化成可重用的业务单元，实现多个业务系统的调用。同时，只有通过开放，才能充分整合合作伙伴和用户资源，发挥整体优势，才能使电信能力更好地嵌入客户业务流程并与其他能力服务集合，最终为用户提供融合、统一的业务体验。

此外，值得一提的是，IMS 还将为运营商从 2G、3G 网络向 LTE 的平滑演进提供保障。作为 IP 传输网络，LTE 不支持传统的电路交换数据传输，因此，在 LTE 没有实现全面覆盖的时期，就不能较好地支持语音和短信传输，无法保障语音呼叫的连续性。而通过 IMS，借助其接入无关和无缝接入的特性，可以将语音和短信业务切换到 2G、3G 或者其他的无线网络中，为运营商的语音业务提供保障。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 11 日

[返回目录](#)

电信运营渠道商转型体验先行

电信运营商在转型，电信渠道商也必须随之转型。但在扩展新用户空间有限的背景下，渠道商该如何转型？IBM 大中华区企业咨询服务部中国移动客户部总经理郭继军认为：“传统社会渠道需要从以新用户销售为主导向以用户服务和增值业务销售为主导转型；运营商自有实体渠道应从服务主导向用户体验和销售主导转型；实体渠道要向电子渠道转型”。

电信渠道商面临三重压力

中国各大电信运营商经过多年努力，已经初步完成了渠道的基础建设，形成了自有实体渠道、社会实体渠道和电子商务渠道等覆盖完善、形式多样、功能齐全的渠道网络体系。在运营商转型之时，渠道商同样面临前所未有的挑战。

郭继军认为，首先在客户方面，传统市场渐渐饱和，客户要求更个性化的服务和更透明化的消费，但现在的渠道商无法满足；其次在业务层面，语音和数据业务的捆绑、灵活的资费套餐和移固话融合的出现使得业务复杂度不断提高，销售支撑的难度进一步提高；最后，实体渠道的酬金成本和营业厅建设维护成本居高不下，都使得电信运营商必须推动其渠道商全面转型。

应该说，电信运营商旗下的三类渠道商都存在不同的问题。在自有渠道方面，由于很多渠道都是不同发展时期布下的点，到今天这些布点并没有得到优化，运营成本居高不下，另外经营模式和经营的定位也过于以服务为主而缺少销售的职能；在社会实体渠道方面，不仅成本高昂，而且套利作弊现象频繁发生，服务标准和忠诚度管理方面也难以达到统一标准；在电子渠道方面，缺乏整合规划，业务渗透率差，客户体验也差。目前，电信运营商的各个渠道分散建设，独立运

营，缺乏信息共享，更谈不上根据客户行为分析来实现高绩效的渠道匹配协同的精准营销。

电子化转型体验先行

郭继军认为运营商要想改变目前的渠道状况，应该围绕建设以客户为中心的企业文化、提供差异化的客户体验和提升运营效率以及降低成本等三个方面来转型。

无论实体渠道还是社会渠道，向电子化渠道转型是必由之路，但在这个过程中一定面临诸多矛盾，比如实体渠道和社会渠道有归属地划分与管理的问题，电子化之后必然会遇到“去属地化”的管理问题；比如实体渠道消减成本的同时，电子渠道的投入需要进一步加大，如何平衡和协调各类渠道，充满了智慧。

郭继军说，依据国外运营商的经验，基本遵循这样一些原则，比如体验先行，比如产品先行，比如先外部后内部等等。他提及运营商正在推进的比较成功的重点业务：中国联通将 3G 业务做成了一条产品线，所有 3G 都在一个统一平台上下单，提供统一的服务、统一的界面。中国电信正在将其“114”服务拿出来进行相关的电子商务转型以及与其他业务进行整合。中国移动正在推动 10086.CN 的整合，将原有的 700 多个网站后端支撑管理进行统一整合。

因为中国运营商体系比较繁杂，渠道转型与整合面临管理体系问题、流程问题和技术问题。在郭继军看来，最为关键的是需要将客户和客户体验放在第一位。同时他也表示，渠道电子化是大趋势，在电子化的进程中，运营商的电子渠道和电子化服务的体验还是太差，这需要好好向互联网服务提供商学习。

来源：中国电子报（电子报）2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

后牌照时代的第三方支付业暗战

有这样的一个行业：它横跨金融、互联网、电信，市场规模以万亿计，游戏参与者包括互联网巨头、金融机构、电信运营商、商业零售航母，甚至还包括政府支持的信息金融公司。尽管它的市场实质性启动才刚刚开始，前景却具有让人无限遐想的空间。

它就是——第三方支付。

若是在十年前谈网购，大概多数人都会将信将疑。放在现在，如果从未有过网购的经历，多半会让人嘲笑是个“OUT 曼”。跟随网络购物而兴起的第三方支付，对大多数人来说已经不再陌生。

“大家知道这个东西很重要，但却不知道它有多重要”——这是业内人士对第三方支付的评价。2010年，第三方互联网在线支付市场交易规模突破1万亿，这个数字相当于全年国内生产总值的2.7%，且预计仍将以每年超过100%的速度增长。

在央行颁发第三方支付牌照后的近3个月里，取得牌照的第三方支付公司、中国银联、商业银行、商户与网站，以及不甘“旁落”的中国移动与联通正在加紧跑马圈地与市场博弈。在利益纠葛之间，商业银行、互联网巨头、第三方支付企业各自的情绪和立场也在发生微妙的变化。

迟到的“入学通知书”

5月18日，央行正式签发了首批《支付业务许可证》，第一批27家第三方支付公司获得了安身立命的牌照。包括支付宝、财付通、快钱、汇付天下、银联商务等在内的27家第三方支付企业获得牌照。持证机构被允许参与互联网及移动电话支付、银行卡收单、预付卡发行与受理、货币汇兑等众多支付业务环节。

“‘久闻楼梯响，不见人下来’。这个行业在中国已经生长了 10 年，我们总算是盼来了一纸许可证。”一家首批获得牌照的第三方支付公司老总难掩激动之情。

可以说明央行牌照对整个行业具有里程碑影响的有趣现象是，5 月 26 日，在央行正式宣布首批第三方支付牌照 27 家企业名单后，支付宝、快钱、易宝等第三方支付公司忍不住在微博上晒起了“许可证”。

所谓第三方支付，是指一些和国内外各大银行签约，并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的资金交易支持平台。它通过与银行的商业合作，以银行的支付结算功能为基础，向政府、企业、事业单位提供中立的、公正的面向其用户的个性化支付结算与增值服务。

第三方支付行业的产生，是由电子商务的资金流需求推动的。支付企业扮演了银行金融网络系统和互联网之间的接口角色，即各家商户和银行之间连接的“中转站”，也叫支付网关。这种支付方式，帮助商户节约了辗转于不同银行所耗费的成本。

2004 年，C2C 电子商务异军突起，作为国内最大 C2C 交易平台的淘宝网，为了规范虚拟世界中的交易行为，推出了支付宝。互联网在线交易中的信任问题，通过第三方支付企业的介入得到了有效解决。支付宝本身也迅速成为第三方支付行业的领跑者。腾讯也随即依托 QQ 的强大用户基础，推出了第三方支付平台财付通。财付通在 QQ 的强力支撑下也迅猛成长。

2005 年以后，网购市场和第三方支付行业在相互推动下呈几何式增长。巨大的市场背后蕴藏的商机吸引了众多“蛋糕”分食者。

总部位于上海的汇付天下通过为行业提供定制服务，以渠道上下游为对象，依靠提供整合的解决方案来实现支付；快钱的支付产品支持信用卡还款和移动支付；拉卡拉则全力拓展渠道，布局二三线城市的终端网点；另外不少第三方支付公司则瞄准细分市场、公用事业费用支付、便利支付、移动支付等发力，各显神通。

资料显示，目前，我国大大小小的支付企业共 300 余家。据艾瑞咨询数据显示，2011 年第二季度中国支付行业网上支付业务交易规模达到 4566 亿元，同比增长 117.6%。在市场份额上，2011 年一季度，支付宝占据了 45.5% 的市场份额，财付通占 20.3%，银联网上支付、快钱、汇付天下、易宝支付等多家企业瓜分了剩余的市场份额。

“毫无疑问，支付牌照的发放开启了行业发展的黄金 10 年。”一位第三方支付行业研究专家表示，央行支付牌照的发放，赋予了第三方支付更多的业务范围，同时也将促使更多的业务领域向第三方支付行业开放。这意味着第三方支付企业将能通过银行卡收单和预付卡等业务形式，由线上支付服务向线下市场进行渗透，并开辟更加广阔的第三方支付市场发展空间。

不过，业内人士对第三方支付的发展保持相当清醒的态度。

“支付牌照对整个行业而言，并不是一张毕业证，而只是一张入学通知书。”在支付宝相关负责人看来，整个第三方支付行业的发展与竞争的“大戏”才刚刚开演。

环迅支付 CEO 毛军民认为，牌照发放意味着第三方支付企业被正式纳入金融监管体系中。电子支付的应用发展方向不应再停留于简单的收款和付款，更应

该着眼于促进经济结构的转型，提升社会整体运行效率，为传统企业电子商务化运营、产业升级奉献力量。

跑马圈地各显神通

8月初，上海徐汇区漕河泾开发区。台风“梅花”来之前，阳光依然明媚。汇付天下总部就坐落在这里。从汇付天下副总裁穆海洁的办公室向窗外望，闹中取静的办公环境恰巧一览无余。

汇付天下今年4月正式开通“天天盈”平台，提供基金销售网上支付服务。穆海洁对打造国内首家基金电子商务平台信心满满，“两年内，我们预计通过‘天天赢’来购买基金的客户数量将达到100万”。

作为一个迟到的入行者，汇付天下从航空领域的B2B市场入手另辟蹊径。进入市场两年后，汇付天下无可争议地成为该领域的“领头羊”。此后，汇付天下又瞄准了基金代销的网上支付市场，在2010年成为证监会批准的首家网上基金销售支付服务公司，并于今年首批获得了央行颁发的第三方支付企业牌照。

不只是汇付天下，整个第三方支付行业的发展规模和扩张态势都是惊人的，领跑者与追赶者们纷纷跑马圈地，各显其能。

支付宝副总裁樊治铭表示，央行支付牌照的下发对于支付宝的刺激作用很明显，支付宝加大了相关投入，并在快捷支付与快捷登录方面加快了发展。截至目前，支付宝快捷支付签约合作的银行已达123家，用户数已突破2000万，交易笔数占支付宝整体交易的比重也已提升到36%。

快钱公司首席执行官关国光表示，在获得支付牌照后，快钱的业务发展将紧紧围绕获得批准的业务类型展开，在行业横向拓展与纵深挖掘方面同步发力，以

创新的“一站式”电子支付解决方案帮助企业提高资金效率，促进传统企业转型升级。

财付通则依托腾讯庞大用户资源专攻机票、酒店、虚拟产品等的网上支付。拉卡拉以线下的网络便民金融服务为主攻方向。

易宝支付 CEO 唐彬则称，除了数字娱乐、电信、教育等优势行业，今还将继续拓展新的领域，力求打造全方位的“综合型电子支付企业”。

中国银联本来在电子支付领域走在了行业前面，但由于各种原因却让支付宝、财付通等企业取得了市场先机。作为传统线下支付老大的中国银联并不甘心。今年 6 月 8 日，中国银联在京宣布推出“银联在线支付”和“银联互联网手机支付”两项新业务，依托现有银行卡交易清算系统，建立起自己的无卡交易处理平台。

由于银联先天具备的银行卡跨行互通优势，加上各大银行几乎都为银联股东，在推出无卡支付仅月余，银联便以迅速与 160 家银行签署协议，并有 73 家银行接入。同时，在商户方面，银联迅速推进，接连吸引京东商城、苏宁易购等知名商户，发展势头咄咄逼人。

根据央行的规定，自 9 月 1 日起，未获得第三方支付牌照的企业将不得从事第三方支付业务。对于还没拿到牌照的公司来说，现在就是要赶紧拿到牌照。

此前被看好的运营商至今还未出现在央行公示范围内，而钱袋网出乎业界意料地进入第一梯队，成为首批拿照公司中唯一一家专注于移动电话支付业务的企业。市场消息称，酝酿已久的中国移动支付公司近日已悄然成立，7 月 1 日已获得营业执照，公司全称为“中移电子商务有限公司”。

与银行的竞合博弈

“第三方支付机构的存在已经不容忽视，即便是大家认为实力雄厚的商业银行，也不得不对第三方支付机构‘多加小心’”，一股份制商业银行电子银行部负责人这样说。

从多家银行人士处了解到，商业银行目前对势力强大的第三方支付机构可谓“爱恨交加”。爱的是通过第三方可以扩大交易，恨的是商业银行主导的支付服务被第三方替代，客户被抢夺，收益被侵蚀。

中国银行业协会专职副会长杨再平曾公开表示，我国银行业存在的各种过度竞争问题已成为第三方支付机构利用的弱点。个别第三方支付机构对各家银行和每家银行的各个部门进行各个击破，不仅不付给银行任何垫付资金的成本或交易手续费，反而从银行领取存款利息。根据各家银行反馈的数据，有的第三方支付机构每天占用银行资金达 1.6 亿元，相当于使银行每天损失手续费和利息达 163.8 万元，每年损失金额接近 6 亿元。

除占用资金和交易手续费收入损失外，第三方支付的风险管理不严问题，也一直为银行方面诟病。某股份制商业银行人士表示，第三方机构以一家之名接入银行，但其背后有众多商户，这些商户是好是坏，有无问题，每笔交易到底是怎么回事，银行完全搞不清楚，这里面有很大的风险。持卡人在商户交易中出了问题，总会找到银行投诉和要求赔偿。

面对主要第三方机构持有的庞大客户资源，如何处理与第三方机构的关系成为商业银行的“烦心事”。对此，中国银联人士认为，就支付产业特别是网络支付产业来说，第三方支付机构的存在不仅是要为支付双方提供一个便捷支付的平台，更将保障交易双方的资金安全，实现资金往来的高效处理。“这将优化整个社会金融资源的利用，也将为产业本身创造不可估量的溢出价值。”兴业银行资

金运营中心人士表示，更多领域向第三方支付开放，短期来看对商业银行的业务肯定是有冲击的。“就拿理财产品销售为例，在现有的金融机构体系中，商业银行无论从网点数量还是营销能力上都明显优于其他金融机构，保险公司、券商、基金公司都抢着在银行上产品。如果第三方支付平台也参与到理财产品销售中来，相当于新开一家网上理财产品超市。不管这个超市是不是大而全，从商业银行分流一部分客户资源，这个是肯定的。”但从另外一个角度来说，这样的分流未必是件坏事。

有资料显示，在2011年上半年银根紧缩的背景下，券商集合理财产品逆势火爆销售。其背后，是券商以让利换数量，在向银行支付40%的尾随佣金基础上再加0.5%的返点，券商管理费收入所剩无几。目前商业银行渠道独大，券商以返点抢占渠道实为不得已而为之。多家券商人士纷纷表示，此法不可持续。“如果第三方支付平台能够被消费者普遍接受，那么通过网络平台来分销我们的产品也是个很好的途径”，一券商人士这样说。

对此，汇付天下副总裁穆海洁的想法是，第三方支付机构和商业银行可以错位竞争。“银行的优势在于网点和客户资源，这一点是支付公司无法匹敌的。作为支付公司，我们可以通过支付对接来为平常不常去网点的人提供了一个支付的通道。对银行来说，原有的客户还在银行自己手中，我们又为他们带来新增客户。如此一来实现双赢，不是更好？”事实上，很多第三方支付公司都抱着和汇付天下类似的想法。一不愿透露姓名的第三方支付公司高层表示，“我们不是去抢商业银行的市场，而是去满足商业银行投资者的某些需求。银行这边需要做的就是系统对接，我们跟基金公司、券商合作，为双方搭建一个桥梁”。

行业隐忧与光辉前景

蓬勃发展的第三方支付产业背后，也存在不少硬伤。盈利模式单一、支付费率价格战、资金监管缺陷等也为行业发展蒙上阴影。

目前，中国第三方电子支付以靠向商户收取服务费方式作为主要盈利模式，而该模式主要依赖大型的电子商务网站。目前，行业中领先的第三方电子支付公司依靠淘宝网、腾讯、卓越网等维持运转，而一些中小型的电子支付公司由于客户数量小，业务模式单一，而成了淫秽网站收取会员资金的通道。甚至有的支付公司自建钓鱼网站诈骗客户资金。一些盗版商在进行非法交易过程中，也往往使用第三方支付企业提供的服务，他们认为“第三方支付比较保险”。

第三方支付公司的另一条主要盈利点，就是对通过自己平台资金往来的企业收取一定比例的手续费。随着越来越多的第三方支付企业介入线上线下支付领域，利用价格这个有力武器进行市场抢夺已不可避免。

据了解，支付宝推出的手机条码支付就率先开始收费，向每个商户提供每月2万元的免费额度，超出部分按照千分之五收费，这一费率仅为传统POS机收单方案的1/2到1/6。

支付宝无线事业部总经理诸寅嘉认为，小商家本小利薄，请不起POS机，现金使用率高也由此而来。支付应该是基础服务，应该不与商家争利，给消费者便利。但在业内人士看来，支付宝此举意在以低廉的手续费对商户POS机高费率进行冲击。

由于缺乏制度监督，第三方支付企业在竞争市场份额的过程中，出现了恶性竞争。比如，通过免收服务费来吸引商户，而赚取商户服务费与银行费用的差额，一直是第三方支付企业盈利的主要来源。免收服务费后，很多支付企业宣称，自己处于亏损运营状态。

“价格竞争只会越来越激烈。预计未来在一些目前竞争还不算很充分的支付渠道商，价格战也将不断上演。”快钱公司相关负责人表示。

另外，中国的互联网第三方支付平台交易量越来越大，涉及的用户越来越多，形成了巨额的沉淀资金。其中，不仅包括大量现金，还有电子货币。规模巨大的沉淀资金安全一直为外界所关注。

“以支付宝为例，每天的沉淀资金已经以十亿计。巨额第三方支付沉淀资金如无有效监管与流动性管理，可能引发支付风险与道德风险。洗钱、诈骗、逃税等非法活动因此有了可乘之机。”工商银行电子银行部一位高管表示。

据了解，在美国，第三方网上支付企业的沉淀资金被认为是负债，而不是联邦银行法中定义的存款，因此该平台不是银行或其他类型的存款机构，不需获得银行业务许可证，但须接受联邦和州两级的反洗钱监管。

在快钱 CEO 关国光看来，目前，第三方支付行业仍处于“微盈利”时代，同质化现象较严重，并出现了价格战等恶性竞争的态势，但这只是产业发展初级阶段的竞争手段。未来第三方支付企业的核心竞争力仍在于创新，更多的是产品及服务的竞争。谁能不断创新，推出适应企业需求的产品，改善企业的资金效率，谁将成为市场的主导。

他表示，在后牌照时代，第三方支付行业将会出现三大显著变化：一是资本对于第三方支付行业的投入将会加大；二是创新速度将会加快，有更多的企业将会参与到这个行业中；三是未来将有非常多的高端人才加入到这个行业。

“没有一家机构能够说，第三方支付一定会遵循一个怎样的路径获取盈利，大家都在摸索中。其中最根本的是要解决支付受理的便捷性和安全性，在此基础

上再延伸出更多有特色的功能。不同的机构有不同的优势，关键要形成一个良性的盈利模式。”银联支付公司相关负责人表示。

显然，未来的第三方支付将不会只是一个单纯资金交易的平台。第三方支付机构所能提供的诸如信用卡还款、公共事业费缴纳、爱心捐助等增值服务，将在不知不觉中改变人们的消费习惯甚至是生活方式。

来源：上海证券报 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【移动增值服务】

移动电子商务潮起 “LBS+团购” 打先锋

随着移动互联网市场的兴起，各种在传统互联网成功的模式被复制到移动互联网领域，部分 IT 企业和创业者看中了移动电子商务这一领域。

潜力巨大的市场即将开启

“未来 5 年，移动互联网市场规模将是互联网市场规模的 10 倍。”知名天使投资人雷军在 2007 年离开金山软件集团时就做了这个预言，此后他就一个猛子扎进了移动互联网市场。

目前，除了投资多个移动互联网项目外，雷军创办的小米公司是其重磅投资移动互联网市场的产物。据悉，该公司是一家专注于 iPhoneOS、Android 等新一代智能手机平台的软件开发与热点移动互联网业务运营的公司。

除了雷军外，百度前高级副总裁沈浩瑜近期也加盟了京东商城，而最近京东商城在移动电子商务方面的布局也逐渐清晰，他或许也希望能在移动电子商务方面有所作为。

不管是知名企业高管的加盟还是创业者自立门户，他们都看到了移动互联网市场的巨大商机。

艾瑞咨询近日发布的数据显示，今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%。其中移动电子商务发展迅速，市场规模占比明显增大，达到 27.9%。

艾瑞咨询的分析师认为，今年第二季度移动电子商务市场规模迅猛扩张，同比增长 404.4%，主要有以下几方面的推动因素：第一，支付牌照的发放推动移动支付的发展，手机支付的技术和体验得以提升，用户手机购物支付门槛逐步降低；第二，与位置服务相结合的移动团购的推出，带动移动电子商务 O2O（线上到线下，即把线下商务的机会与互联网结合起来）发展；第三，随着智能手机终端和无线网络的发展，用户手机购物的习惯逐步形成；第四，传统电子商务企业快速拓展移动业务，移动支付落地并快速推进。艾瑞咨询的分析师认为，今年我国移动电子商务已显示出加速发展的趋势，未来移动电子商务所占比例还将继续提升。

事实上，经过近一年的发展，移动互联网的重心也从新闻、娱乐等浅层应用转移到电子商务，越来越多的传统电子商务企业也投身移动电子商务领域。

借 LBS 推送团购信息

巨大的市场正在开启，互联网企业已使出浑身解数，希望抢占移动电子商务高地。冲在最前列的是以淘宝、当当、京东、卓越、凡客诚品等客户数量和知名度较高的传统电子商务企业。

最近，基于移动定位服务（LBS）的功能被众多电子商务企业所看重，并纷纷结合自己的产品，推出新的应用。

据悉，拉手网在上线当日就开通了拉手网 Android 版团购客户端，此后，又开通了 iPhone 版团购客户端。今年 5 月，拉手网又推出了 iPad 版拉手团购客户端。为了进一步提升拉手团购体验，拉手网日前新添了“周边团购”功能，方便用户随时查询当前所在位置，且能显示用户身边 5 公里以内的团购信息。拉手网首席执行官吴波表示，团购网站结合 LBS，将能为用户带来更便捷的使用体验。

另一个看中 LBS 功能的是社交网站人人网。

据悉，人人网将在今年推行 SoLoMo 概念，该概念是 Social（社交）、Local（本地化）和 Mobile（移动）叠加在一起。以探索社交网络服务与 LBS 结合模式以及社交网站的新型盈利模式。据相关负责人介绍，人人网会将社交属性带到移动客户端上，并在此基础上加入 LBS 概念，从根本上改变用户的上网和沟通方式。

据了解，人人网 SoLoMo 提供的服务包括 Social + Local，即通过报到功能在位置一栏中，可以清楚地看到好友与用户之间的距离；以及 Local + 电子商务，在报到功能中加入旗下糯米网的团购信息，基于用户的地理位置推荐团购商品。

对于人人网的这种举措，易观国际分析师董旭认为，将 LBS、社交网站与团购进行结合，是基于本身内部资源的一种整合，也是未来社交网站的发展趋势。

“这种发展模式能否成功，一方面取决于社交网站端的用户流量，另一方面取决于电子商务端的商家资源，未来电子商务企业需要打造一个更开放的移动互联网平台吸纳更多商业资源。”

安全问题是前提

“移动电子商务在未来的快速发展中将至少带动三大产业发展，一是软件开

发行业，因为移动支付的发展，涉及很多的平台软件开发；二是信息服务业，移动电子商务领域支付是基础、商务是应用，这将必然带动电子商务信息服务业的发展；三是带动通信终端的发展，通信智能化的趋势将越来越明显。”中国电子商务研究中心分析师陈小芳在道出了移动电子商务的美好愿景的同时表示，电子商务虽然发展迅猛，但移动电子商务发展仍处于初级阶段，该领域的诚信建设还很薄弱，需要加强舆论环境、监督环境、法制环境等大环境的建设。“目前移动电子商务相关的法律法规存在很多空白，需要很多相关部门的通力合作来完善。”

业内专家表示，由于移动电子商务依赖于安全性较差的无线通信网络，因此安全性是移动电子商务中需要重点考虑的因素，他与用户、商家的利益直接相关，只有移动电子商务的安全性得到保障了，才可能进一步发展。

来源：《中国高新技术产业导报》2011年08月15日

[返回目录](#)

中国联通支付公司已提交支付业务许可证申请

8月16日消息，中国人民银行昨天发布公告称，中国联通子公司“联通沃易付网络技术有限公司（下称联通沃易付）”已向央行营业管理部提交《支付业务许可证》申请。

据了解，该公司拟申请货币汇兑、互联网支付、移动电话支付、固定电话支付、预付卡发行与受理、银行卡收单等业务，拟在全国范围内开展。

据悉，联通沃易付于2011年4月11日成立，注册资金为2.5亿元，由中国联通全资出资成立。中国联通此前开展的货币汇兑、互联网支付、移动电话支

付、固定电话支付、预付卡发行与受理、银行卡收单等业务将由联通沃易付承接，承接工作预计将在 2011 年 12 月底前完成。

此前不久，中国移动新成立的支付公司“中移电子商务有限公司”已于 8 月初向中国人民银行提交《支付业务许可证》申请。

目前，国内三家运营商均已成立了各自的支付公司，并在国内多个省市进行手机支付业务试点。不过，在央行此前公布的首批第三方支付牌照名单中，三家运营商未被列入其中。

来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

成也飞信，败也飞信细说神州泰岳三大硬伤

中国移动日前决定将飞信业务由卓望交给广东移动运营，飞信运营支撑方神州泰岳将与广东移动签署新合同，但是有媒体称，至今双方续约谈判都并未正式开始。

神州泰岳 2011 半年报显示，公司来自电信的收入占到 84%，飞信占营收比重为 55%。发展至今，飞信业务最多时占了公司技术服务收入的 88.24%。

就是对于神州泰岳如此重要的飞信是否续签及合同内容是否变化都还未定，这也让许多人都担心其这家公司的未来。

实际上，针对神州泰岳的质疑一早就有，也大多是围绕其与中国移动关系的话题。但除此之外，神州泰岳还有更多硬伤隐藏在背后。

硬伤一：成也飞信，败也飞信

成也飞信，败也飞信。神州泰岳一朝成名是因为飞信，没有飞信它不可能拥有现在的知名度和可观的收入。而如今，盈利能力被人否定、公司发展陷入争议之中，也都是因为飞信运营权还未有定论。

其实，这也是神州泰岳与飞信合作之初，就能预料到的一天。随着市场的发展和竞争力日益加强，中国移动对飞信的重视程度肯定会加深，并且势必加强对其的控制能力。

中国移动将飞信业务由卓望交给广东移动运营，业界有分析认为此举是中国移动开始动手集中管理之前过于粗放的数据业务。而此前，中国移动有多位高管因为腐败身陷囹圄，而这些高管事发前大多涉及到数据业务的管理。

飞信使得神州泰岳名利双收，但是当双方的合作关系取消或合作模式的改变，都将给神州泰岳的业绩带来巨大的影响。

傍大头没错，但错就错在只傍住一个大头。试想，神州泰岳在与飞信合作之后，能够再开拓自己的业务寻找更多的合作伙伴，而不是把生命线紧系在一个飞信身上，那么现在的神州泰岳，应该也不会如此焦灼和郁闷，也不会遭受到如此多的非议和争论。

其实，神州泰岳也早就意识到自己对飞信过于依赖，开始尝试多元化布局，例如农信通，再例如建立两个电子商务网站千腾网和翻东西。但飞信仍然占公司营收的绝大部分比重。

硬伤二：打情感牌并非长久之计

飞信最初是由北京移动与易通无线推出的。而在 2000 年，移动与腾讯合作推出移动 QQ。2006 年中国移动宣布将把 IM 做为其工作重点，并且与腾讯和易通无线都结束了合作关系。也就是 2006 年底，在北京移动飞信第二次招标中，

仅仅有 200 多名员工的神州泰岳在面对清华声讯、TOM(李嘉诚之子李泽楷控股)等知名公司的竞争中，拿下了飞信运维支撑外包业务这一单。

神州泰岳成为招标中的黑马，其副董事长黄松浪表示，之所以拿下这一单是因为神州泰岳比其他公司更加了解电信业务的需求，而且在十多年前便与北京移动有过合作。神州泰岳在电信行业拿下的第一单就是在 1998 年与当时北京移动的前身“北京无线通讯”签署的 20 万美元的软件合同。

黄松浪还表示，神州泰岳与中国移动合作的模式并没有太大风险，因为神州泰岳“有先发优势，目前中国移动飞信业务支撑系统全部是神州泰岳开发，就算技术壁垒不高，中国移动更换既有系统财务成本也很高”。

从黄松浪话语中便可得知，神州泰岳运营飞信并无技术上的绝对优势，并不是不可取代的。如果中国移动下定决心投入足够财力，也会有其他公司能够胜任。

来源：通信世界周刊 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【网络增值服务】

院士谈三网融合：三五年不行要做 10 年 20 年

被誉为“中国互联网之父”的中国工程院院士刘韵洁日前在广州为“三网融合”做出发展展望时指出：“三网融合”是一个长期努力的过程，要做 10 年、20 年。

刘韵洁曾任邮电部数据通信技术研究室所长、中国电信总局副局长兼邮电部数据通信局局长、中国联通公司总工程师、副总裁等职，现任中国联通科技委主任，被誉为“中国互联网之父”。

“现在的电信部门、广电部门，用的都是老百姓纳税的钱，如果广电再建一个电信网，还包括互联网、视频网、移动网，移动、联通也同样这么做，无疑会造成非常巨大的浪费。”刘韵洁指出，当下电信、互联网、有线电视各自拥有独立的网络系统，重复建设不说，维护费用也相当高昂。“三网融合”就是要建立一个统一的网络平台，把其他业务都作为不同介入提供服务，“当出现新服务的时候不需要再建新的，在统一平台上就可以完成互补。”

刘韵洁强调：“我们国家把‘三网融合’当成三五年的任务，但其实这个工程可能要做10年、20年。”事实上，“三网融合”包含两方面的内容，互相准入以及网络融合。他指出：“我们现在仅仅看到准入，并没有强调网络融合。”他解释道，网络融合是从分离的网，分离的业务演进到融合网络中提供服务。网络融合涉及的领域很广，包括接入网、业务控制、移动融合、终端融合等各个领域的融合，是一个大工程，需要业界长期的努力，并不是短期可以完成的。

来源：通信世界周刊 2011年8月16日*

[返回目录](#)

技术情报篇

【电信网络】

TD-LTE 组网需要顶层设计

TD-LTE 在上海、广州、南京、深圳、杭州、厦门等6城市的规模网络测试已经开始。与此同时，关于TD-LTE组网技术的讨论也越来越多。日前在“2011TD-LTE组网技术研讨会”上，来自工业和信息化部电信研究院、中国移

动、华为、中兴、大唐、上海贝尔等产业各方代表围绕 TD-LTE 的组网进行了探讨。

与 TD-SCDMA 规模测试时相比，似曾相识的问题再一次被提出，例如技术性问题：同频组网、天线技术、优化技术等；例如工程性问题：如何降低施工难度、如何扩大站址可选范围等；例如产业链的完备性问题：终端芯片的跟进、多模终端的推出、一致性测试等。

我们不禁要问，TD-LTE 组网会是 TD-SCDMA 在更高速率上的再一次轮回吗？显然不应该是。与 FDDLTE 同时推进的 TD-LTE 的组网应该站在更高的起点上，把握无线网络发展潮流，把握未来应用发展方向，以如何使 TD-LTE 取得商业应用的高度成功为出发点考虑组网问题。这不仅需要考虑组网的技术与工程问题，更要跳出 TD-LTE，站在行业发展的角度考虑 TD-LTE 的组网问题，因此有必要及早对 TD-LTE 组网进行顶层设计，以适应未来发展的需要。

要站在云计算的角度看待 TD-LTE 组网。随着智能手机、iPad、阅读器、信息机、家庭网关、机顶盒等智能终端的发展，传统电信网的网络构架正在发生变化，处于电信承载网上端的业务应用层(即“云”层)和处于电信承载网下端的各种终端(即“端”层)之间的耦合度越来越高。这一发展趋势为未来 TD-LTE 的业务应用奠定了很好的基础，因此 TD-LTE 组网应该向着适应或者满足云计算要求的方向发展。

要站在建设智能管道的角度看待 TD-LTE 组网。中国电信、中国移动和中国联通都提出要建设智能管道，既然是管道，就要对管理中流动的内容进行把控并分类计费，所以各个运营商都在 DPI(深度包检测)技术和 PCC(政策和计费控制)框架下做出了自己的安排以提高管道业绩。但除此之外，还有非常重要的一点是，

要想发展智能管道，必须给用户提供一个无缝的、宽带的、智能化的、全覆盖的网络。国外运营商在研究 WCDMA、HSPA+、LTE 发展的同时，还要加上对 Femtocel 和 WLAN 技术的研究，蜂窝网与 IP 网之间的无缝连接也是研发的热点之一。因此，建设智能管道，需要在 TD-LTE 组网中考虑如何与 GSM、TD-SCDMA、WLAN 实现无缝切换，以保障全覆盖、智能化、宽带化，带给用户平滑的应用体验。

要站在物联网、泛在网的角度看待 TD-LTE 组网。越来越多的智能设备具有上网功能，除了智能终端外，还有智能应用如智能电网需要有网络传递信息。这些“智能”需要物联网和泛在网的支撑。因此，TD-LTE 组网在考虑到带宽、移动性、融合性的同时，还要考虑智能化趋势，注重 IPv6、云计算、智能终端、智能管道的结合，增强网络对物联网和泛在网的适应性。

来源：《中国电子报》2011 年 08 月 09 日

[返回目录](#)

【终端】

下月再迎苹果热 3G 版 iPad2 上市？

近日，有消息称 3G 版 iPad2 将于下月登陆内地，以裸机方式推出行货版。虽然这一消息并未获得苹果公司确认，但近期苹果官方商店已加入 3G 版 iPad2 介绍。与此同时，即将于 9 月 7 日召开的苹果新品发布会，或许将令众粉丝看到传说中的 iPhone5。

3G 版 iPad2 贵千元？

16 日下午，苹果工作人员称目前尚无国行 3G 版 iPad2 的上市时间和销售价格。通过对比在售港货 WIFI 版和 3G 版价格，可以看出想要在 iPad2 上实现插卡上网，需多支付港币 1000 元。

虽然 3G 版 iPad2 插入 sim 卡可随时随地上网，但恐怕难以再现 iPad2 上市时的热销场面。本市艾迷数码销售商吴经理表示：“iPad2 发售时就同步推出了 3G 版本，只不过因入网许可等问题没有引入内地，有需求的客户早就选择了水货。”在市民李先生看来，自从 iPhone4 有了发射 WIFI 功能后，3G 版 iPad2 就颇有些鸡肋味道。“我只需要用手机发射一个 WIFI 信号，iPad 就能上网了。如果再插张 sim 卡，我还得办个套餐，手机里的流量如果用不完，多浪费啊！”

iPhone5 下月发布？

据日本媒体报道，苹果将在北京时间 9 月 7 日举行一年一度的新品发布会，届时将正式发布最终版本的 iCloud、iOS5，以及新一代 iPhone 和 iPod 音乐播放器。从以往经验来看，即便 9 月 7 日苹果真的发布 iPhone5，正式出货最快也要等到 10 月，进入内地至少要年底左右。

近日，知名科技网站 DigitalTrends 披露了一张 iPhone5 硬件配置表。不包括市场营销等费用，iPhone5 的零配件成本只有 270 美元，相当于人民币 1750 元，而其售价有望达到 620 美元（人民币 4018 元），毛利率超过 56%。

来源：城市快报 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

智能手机打起“社交战”

随着社交网络的普及，智能手机已成为推动社交网络普及的主要动力。据《卫报》近日报道，英国媒体监督机构 Ofcom 最新调查显示，Facebook 和 Twitter 加剧了人们对智能手机的需求和依赖。有 60% 年轻人和 37% 成年人形容自己对手机“高度上瘾”。而各大手机生产商也纷纷瞄上“社交网络”这一领域，各出奇招，想要在“社交战”中分一杯羹。

2011 年被称为移动互联网元年，智能手机开始正式成为手机市场的主力产品。后起之秀 Android 系统正逐渐代替 Symbian 成为手机市场里当仁不让的老大。苹果引以为傲的 IOS 系统不甘其下直追其后。而 Symbian 也在寻找新的出路。苹果与 Android 系统的专利大战硝烟刚起，雄心勃勃的手机厂商已心照不宣地瞄准了这场大战的下一个领地——社交手机。

社交手机以支持社交网络服务为主，如 Facebook、Skype 等，透过手机的一键式介面及综合电话簿功能，手机用户随时随地透过手机上传个人图片、个人近况、查询好友状态或发布回复留言。社交手机流行的主要原因还是因为其方便快捷。美国调研机构 EdisonResearch 最新发布的研究报告显示，64% 的社交用户习惯于通过智能手机社交网络服务，其中，超过三成的智能手机用户将其列为起床后的第一件事。

据互联网手机产品库的数据显示，2008 年全球上市的以社交为概念的手机仅有 1 款，2009 年则呈现爆发性增长，以社交为概念的手机数量增长到全年 20 款。而在 2010 的世界移动通信大会上，手机厂商们更是显示出了巨大的热情，纷纷在新推出的机型中集成了社交网络服务客户端，社交手机的势头可见一斑。借用索尼爱立信集团总裁暨首席执行官柏诺德的观点，手机有着与互联网及

社交网络天然的融合属性，在时间与地点这两个坐标上都能保持、提升、加强用户的分享与社交体验。所以社交化是手机发展的必然趋势。

来源：人民日报海外版 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【运营支撑】

运营级 WLAN 催生新技术

日前，中国联通进行 2011 年 WLAN 设备集采招标，再一次推高了 WLAN 在运营级无线宽带接入市场中的地位。随着移动互联网的发展，无线数据流量呈爆炸式增长，多种调查来源均显示，有 70%~80% 的移动数据业务发生在室内环境，用户通过笔记本电脑、上网本和智能终端设备上网。WLAN 技术恰恰是针对室内固定或低速移动场景而设计，具有非常高的数据吞吐量，可以很好地满足室内移动数据业务的需求。运营商已将 WLAN 视为 3G 的有效补充，大力发展“3G+WLAN”。

一样的策略不一样的困难

中国电信和中国联通可较快地部署 WLAN 热点。中国移动却无法借助原有的有线网络，有效实现 LAN 的承载。

对比成熟市场，我国已经开始进入数据爆发的拐点。华泰联合证券分析报告显示，中国移动无线网络利用率在 2010 年开始的半年内激增 15%，达到了危险的 78.3%，而 2010 年中国移动 31 个省市中有 27 个利用率超过了警戒线 70%。

应对网络过载问题，摆在运营商面前有两个选择，其一是将 3G 技术向 HSUPA、HSPA+ 升级和扩容，增加下行传输速率；其二，可以利用无线宽带接

入技术 WIFI 为 3G 分流。WIFI 在传输速率和成本方面有着绝对优势。例如，当前基于 IEEE802.11n 标准的 WLAN 的最高传输速率可达 600Mbps，大大高于 3G 技术。成本优势体现在 WIFI 速度要比 3G 快 10 倍，流量费却低了将近 70%。对于运营商而言，建设成本比 3G 升级低了 50%，主要是因为 2.4GHz 的公共频段成本基本为零，同时用于建设 WIFI 的设备成本也比 3G 低得多。据 In-Stat 统计，2010 年底三大运营商的 WLAN 热点数目达到 28.5 万个。

第一个提出互补策略的是中国电信，CDMA2000+WLAN 推动其加快移动固网融合；中国联通和中国移动此后也提出了相似策略。WLAN 作为固网宽带接入的一种无线补充技术，对有线网络有着比较强的依赖，所以中国移动 WLAN 的建设必将与其他两个运营商不同，今年 2 月份，中国移动董事长王建宙称，中国移动将再建设 100 万个热点。这些 WLAN 热点均兼容 WIFI 和 WAPI 两大标准。

如何建设这些热点，如何进入已经有其他运营商 WLAN 网络的办公区、咖啡店、酒店和机场等地区？“中国移动利用 2G/3G/WLAN/未来 LTE 的不同覆盖和承载能力，为无线城市提供完善的承载网络，并借助无线城市促进 WLAN 建设。”中国移动副总裁鲁向东说，“目前我们已经在 77 个城市启动了无线城市建设。”工业和信息化部电信研究院相关人士分析认为：虽然 100 万热点是个很大的数字，但是中国移动的 WLAN 部署还处在初级阶段，目前的主要功能仍然是缓解热点地区 3G 网络的压力。不过，目前在一些高档住宅区，中国移动的 WLAN 已经实现覆盖。不排除未来中国移动通过 WLAN 来抢占电信、联通宽带用户，弥补自身固网资源不足的可能。

WLAN 与 3G 的平滑切换是难题实现用户从 3G 到 WLAN 的平滑切换，WLAN 的数据分流任务才会顺畅完成。

“目前，国内 WLAN 最大的问题就是认证太繁琐，每次接入都要输入用户名和密码，很多用户因此放弃了 WLAN。” Gartner 研究总监沈哲怡说。

运营商已经注意到了这个问题。在此次中国联通 WLAN 招标中，进入第一阵营的华为公司提供了 2G/3G/WLAN 统一鉴权认证系统，使用 iPhone 等智能手机的用户感知无差异，无需输入用户名和密码便可以自动接入到中国联通的高速 WLAN 网络中。这不仅提高了用户使用 WLAN 的便利性，而且有效规避 WLAN 接入的安全性问题。中国联通也因此获得更多的用户资源和收益。

但解决 WLAN 的认证仅仅是 WLAN 与 3G 协同发展的第一步，要使 WLAN 能够在运营级网络中发挥作用，还需要在可管理可运营、业务的连续性、网络管理、终端和频谱资源等方面取得进展。在可运营可管理方面，存在统一鉴权、认证、计费、管理的问题；在业务的连续性方面，存在业务平滑切换、支持业务漫游的问题；在网络管理方面，存在网络资源的集中监控、远程配置和维护管理的问题；在终端方面，需要支持 3G/WLAN 双模式平滑切换；在频谱资源方面，需要依据业务发展合理分配频谱资源。

谈到业务的平滑切换，博通公司资深副总裁、无线局域网络事业部总经理 Michael Hurlston 表示，在蜂窝网和 IP 网之间切换是有很难度的，如果一个语音呼叫想在两网之间无缝切换，那么漫游交换设备必须得到发展。他表示，有几家公司正在研究这项技术，但是到目前为止，并没有相对成熟的方案。

WLAN 市场放大催生新技术 2011 年 WLAN 市场的规模将激增到 25 亿元，同比增长 152%。

华泰联合证券分析报告称，以 7~10 个 AP 组成一个热点来计算，2010 年我国 WLAN 设备市场规模为 9.9 亿元，而根据三大运营商 2011 年计划计算，预计到 2013 年 WLAN 市场规模将达到 76 亿元，未来三年复合增长率接近 100%。与此同时，WLAN 工程服务市场将同比增长，2010 年规模仅为 7.9 亿元，2011 年将达到 23.7 亿元，同比增长 200%。预计到 2013 年将达到 79.8 亿元，未来 3 年复合增长率为 115%。

“无线城市”采用了 802.11n 技术进行大面积的覆盖，运营商可以将数据流量从蜂窝网中分流到带宽明显更大的 IP 网上。Michael Hurlston 表示，随着下一代 WIFI 技术 802.11ac 的到来，无线城市的构想会更加现实。802.11ac 在覆盖范围、传输速率上进一步提升，可以用更少的热点实现城域级覆盖。

WLAN 电信级市场的增长也带来了相应的创新技术。“在运营商能够提供 WLAN 网络的地方，博通专有的漫游算法允许手机自动连接到热点。博通还有一个非常重要的解决方案可以让运营商产生更多的利润，这个方案的特点是手机成为一个热点，它通过蜂窝网连接到云上，而其他设备通过 WIFI 连接到这台手机上。这样，多种设备可以通过手机连接到网上。” Michael Hurlston 说。

来源：中国电子报（电子报）2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

酷派上半年销售额达 30.27 亿港元同比增长 44%

中新网 8 月 16 日电宇龙酷派今日公布 2011 年上半年业绩快报，上半年销售收入同比增长 44%，达到 30.27 亿港元；智能手机销售同比增长 130%达到 460 万台。财报称，受益于智能手机的快速增长，宇龙酷派抓住了产业变革的机会，上半年推出了 10 多款 android 智能手机，带动公司上半年业绩大幅增加。

财报显示，2011 年上半年的营业额攀升至 3,027,300,000 港元，较去年同期显着增加 44%。，酷派智能手机之销售量同比上升 130%至 460 部，3G 酷派智能手机收入已成为集团的主要收入来源，较 2010 年同期增加 64.6%至 2,962,400,000 港元，此分类之收入贡献由 2010 年上半年的 85.6%升至 97.9%。同时，宇龙酷派已经终止了研发 2G 智能手机新型号，并将所有研发资源转移到 3G 智能手机，2G 酷派智能手机之收入由 2010 年同期之 285,900,000 港元减至 52,500,000 港元，2G 酷派智能手机销售量由 2010 年上半年之 560,000 部减至 2011 年上半年之 163,000 部。

易观资讯分析师路礼彬表示，基于酷派下半年强大的产品力，特别是多款旗舰产品的上市，包括 5.0 英寸大观系列手机，将会成为酷派业绩新的增长动力，将会带动酷派销售和销量的增加。

财报称，宇龙酷派继续深化对 Android 平台的二次开发，推出属于酷派品牌的差异化产品，强化酷派的核心竞争力。同时，为加强酷派智能手机用户的完美体验，集团透过与 Android 平台的第三方独立软件开发商合作，不断增加专

属酷派客户的 coolmart 应用程序店的软件应用程序。据酷派透露，目前酷派程序商店应用程序已经超过 5 万个，下载量超过 1 亿次。

据财报透露，宇龙酷派将计划于今年推出超过 35 款涵盖三类手机网络的新型号，包括 20 款新型双模双待 CDMA1X(EVDO)/GSM 智能手机，10 款新型双模双待 TD-SCDMA/GSM 智能手机，以及 5 款新型双模双待 WCDMA/GSM 智能手机。同时，积极布局下一代网络支持(例如 TD-LTE 8 月 16 日消息，宇龙酷派公布 2011 年上半年业绩快报，上半年销售收入同比增长 44%，达到 30.27 亿港元；智能手机销售同比增长 130%达到 460 万台。财报称，受益于智能手机的快速增长，宇龙酷派抓住了产业变革的机会，上半年推出了 10 多款 android 智能手机，带动公司上半年业绩大幅增加。

易观资讯分析师路礼彬表示，基于酷派下半年强大的产品力，特别是多款旗舰产品的上市，包括 5.0 英寸大观系列手机，将会成为酷派业绩新的增长动力，将会带动酷派销售和销量的增加。

财报称，宇龙酷派继续深化对 Android 平台的二次开发，推出属于酷派品牌的差异化产品，强化酷派的核心竞争力。同时，为加强酷派智能手机用户的完美体验，集团透过与 Android 平台的第三方独立软件开发商合作，不断增加专属酷派客户的 coolmart 应用程序店的软件应用程序。据酷派透露，目前酷派程序商店应用程序已经超过 5 万个，下载量超过 1 亿次。

据财报透露，宇龙酷派将计划于今年推出超过 35 款涵盖三类手机网络的新型号，包括 20 款新型双模双待 CDMA1X(EVDO)/GSM 智能手机，10 款新型双模双待 TD-SCDMA/GSM 智能手机，以及 5 款新型双模双待 WCDMA/GSM 智能手机。同时，积极布局下一代网络支持(例如 TD-LTE 的 4G 技术)领域的研发

合作,预计将会尽快推出 4G 产品。另外,将首个手机云计算服务平台 Coolcloud 作为未来经营的策略重心,预计 9 月份将推出酷云 2.0 版本。

来源:中国新闻社 2011 年 8 月 16 日*

[返回目录](#)

【市场反馈】

功能手机应用程序市场广阔

根据 Ovum 的研究,尽管功能手机 (featurephone) 应用程序市场并未如同智能手机市场般一飞冲天,但它还是向前跨出了一大步。受到智能手机领域应用程序成功的刺激,2016 年时功能手机移动应用程序市场将会增长一倍,达十亿美元的规模。

报告中提到开发和发布功能手机应用程序的方式已经获得改善,变得更容易;市场规模更大和比较不激烈的竞争环境,意味着对于部分开发者来说可能是更有利可图的市场。

Ovum 首席分析师暨报告作者 NickDillon 表示:“尽管功能手机用户数量远远超过智能手机用户,但它的应用程序市场并没有跟着一起一飞冲天。很大的原因是它缺乏让人们广泛采用的销售渠道。”

然而,受到应用程序在智能手机市场大有斩获的鼓舞,此条件已经有了戏剧性的改进,现在有许多大型手机制造商、运营商和第三方为功能手机规划了提供改良的销售渠道。

虽然经营此市场并非跟经营智能手机市场一样简单，但是它对于某些开发者来说很可能更有利可图。更大的市场规模加上更高的进入门槛，意味着它的竞争比智能手机市场要弱。

根据 Ovum 的研究，2016 年全世界功能手机的数量将会达到 23 亿，它们会继续主宰市场，市场占有率将达 63%，相较之下智能手机只有 37%。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 10 日

[返回目录](#)

电信设备市场增长可持续至 2015 年

市场研究公司 InfoneticsResearch 最新发布的报告称，虽然经济复苏仍然非常缓慢且不平衡，但直到 2015 年，电信和数据通信设备销售额会继续保持增长，整体复合年均增长率为 5.5%。报告指出，服务提供商的移动及无线网络基础设施、企业以及数据中心网络是营收贡献最大的一块，到 2015 年，增长得益于各种产品细分市场，从通信到企业安全、IP 多媒体子系统、路由、交换再到以太网等。

2010 年，全球电信及数据通信设备、软件营收共达到 1601 亿美元，比 2009 年上涨了 6%。Infonetics 预计，到 2015 年，整个电信、数据通信设备及软件市场将增长到 2091 亿美元。2010 年的电信及数据通信设备支出可分为两部分，服务提供商支出的占 70%，企业设备和软件支出占 30%。到 2015 年，企业支出部分可增长到占总体支出的 34%，运营商支出占比下降到 66%。报告指出，到 2015 年，亚太地区仍然是最热门的资本支出地，中国主要受到 3G 网络升级

和 LTE 部署的促进，印度受到 3G 和 LTE 网络部署的促进，澳大利亚、日本和韩国主要受益于大规模的 LTE 部署。

来源：《人民邮电报》2011 年 08 月 11 日

[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、6598-1897E-mail：apptdc@apcsr.com
服务平台：（010）6598-1925-602E-mail：fuwu@apcsr.com
北京公司：（010）6598-1925、6598-1897E-mail：beijing@apcsr.com
深圳公司：（0755）8209-6199、8209-1095E-mail：shenzhen@apcsr.com
上海公司：（021）5032-6488、5032-6844E-mail：shanghai@apcsr.com
重庆公司：（023）6300-3200、6300-3220E-mail：chongqing@apcsr.com
杭州公司：（0571）8993-5943、8993-5942E-mail：hangzhou@apcsr.com

[返回目录](#)

广州公司：（020）8595-5398、3758-0475E-mail：guangzhou@apcsr.com