



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. 09. 14

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 三网融合缘何僵局难破

自 2010 年三网融合开始试点以来，由于进展缓慢，一度被认为已经进入僵局或即将夭折。近期两起诉讼又让三网融合这个词在媒体上再度热起来。

■ 手机消费需兼顾时尚与安全

手机逐渐成为人们的生活密友，也以独特的方式悄然改变人们的生活，但手机质量最近又再敲响警钟。

■ 电信高校争夺战 我的地盘谁做主

“如果 G3 就是 3G，那么国美就是美国”、“新翼代，革命掉老地盘”、“亲！土啊！还用 2G 爬呢！”……随着新生陆续到校报到，国内三大电信运营商的校园争夺战也进入白热化。在校园内类似这样的“迎新”标语随处可见。

■ 手机实名制 “有名无实” 难在何处

转眼间，手机实名制执行已经有一年的时间。在该制度推出之前，舆论曾经沸沸扬扬，有人为实名制推出较好，认为会有效遏制垃圾短信和电话诈骗，但也有人认为实名制推出容易执行难，恐怕会是空欢喜一场。那么目前情况究竟如何呢？针对这一问题，记者近日进行了一番调查，结果发现手机实名制的确有些名不符实，不实名，卡号照样多处可买到，这到底是怎么回事儿呢？

■ IPTV 产业有望迎来爆发式增长

经过 5 年的探索和发展，国内 IPTV 产业已经积累了大量的运营经验，形成了较为清晰的商业模式，拥有了初具规模的忠实用户群。伴随产业环境的成熟和用户群的积累，IPTV 产业有望迎来一轮爆发式增长。

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
三网融合缘何僵局难破	5
手机消费需兼顾时尚与安全	7
电信高校争夺战 我的地盘谁做主	8
手机实名制 “有名无实” 难在何处	9
产业环境篇	11
【政策监管】	11
工信部整肃电信增值服务商 314 家年检不合格	11
工信部：十二五期间国内电话用户将突破 14 亿	12
十二五通信业节能减排：重点推进驻地网共建共享	14
通信标准化协会：正在开展 TD 家庭基站标准研究	14
通信标准化协会：开展七项研究推 Femtocell 发展	15
【国内行业环境】	16
我国仍处于低速宽带阶段	16
电信业发展受桎梏 恶性竞争扭曲整个市场	16
惩罚细则缺失致乱象百出 电信业呼唤监管机制	18
【国际行业环境】	21
印尼展开宽带国家行动	21
日韩巨头共享应用程序	21
法国电信全力进军非洲市场	22
英国为宽带及 M2M 开放白色空间	23
美国拨款 1.03 亿美元用于农村宽带	24
印度需扩建宽带网络市场 规模达数百亿美元	25
美国联邦通讯委员会争议性新规获得白宫批准	26
法国 4G 频谱竞拍存不公平性 法院要求修改规则	27
巴基斯坦通信卫星 1R 成功定点 各分系统工作正常	27
巴帝电信获卢旺达 2G/3G 牌照 未来 3 年投 1 亿美元	28
运营竞争篇	28
【竞合场域】	28
全球宽带鸿沟进一步扩大	28
恶斗凸显发展思维扭曲 运营商需开放竞争心态	29
三大运营商争抢电商渠道 价格促销手段暂无优势	31

【中国移动】	33
中移动建 TD 农村信息化示范基地	33
中国移动“物联网”门户网站上线	33
中国 TD 抢占标准高地：布局 3G 瞄准 4G	34
中国移动：用 5 年时间从 3G 转变为 TD-LTE	35
中移动数据业务遇瓶颈 亟需重构内容推广能力	36
【中国电信】	38
中国电信借云技术染指“飞信”	38
中电信多措施深化千元大屏战略	39
中国电信推校园套餐挑战联通：最低仅 19 元	41
传中国电信 10 月推出 iPhone 取名“龙计划”	42
中国电信天翼阅读一周年 用户数已突破 2000 万	42
中国电信 2011 年大储“弹药”明年是收购 C 网最佳时机	43
【中国联通】	46
中国联通融资余额大增	46
联通“沃”借力 iPhone 抢跑	46
联通将打造电子渠道新模式 网上招募代理店	48
联通集采招标告别超低价 PON 市场回归理性竞争	49
中国联通朱立军：建议通信业用电实行统一指导价	50
联通阅读运营中心启动技术类招聘 涉及三个岗位	51
上半年联通手机用户数达 1.8 亿 3G 用户 2394 万	51
联通秘密定制新型双待机 酝酿造双 WCDMA 卡手机	52
中国联通：Femtocell 技术面临挑战 定位尚不清晰	53
制造跟踪篇	55
【华为】	55
华为与德国电信签订战略合作备忘录	55
华为拟在巴西建厂 生产手机平板电脑	55
华为收购科威特 ITS 业务支撑系统部门	56
华为企业业务 2011 年预计销售 40 亿美元	57
华为借 100 美元智能手机拓展尼日利亚市场	58
华为与 ICTV 签署协议 将建菲律宾全国性网络	60
华为平板电脑进军教育市场 称要打造百万销量	61
华为年销售或达 40 亿美元 企业业务将成主力军	62
华为集合万人做企业业务 瞄准年销售 200 亿美元	63
【诺基亚】	64
诺基亚西欧智能手机排名跌至第四	64

诺西任命勒普兰斯为中东地区新主管	65
诺基亚称 WP 手机会吸取 webOS 失败教训	65
诺基亚举办经典铃声制作大赛 头奖 1 万美元	66
诺西第五个全球网络运营中心在俄罗斯投入运营	66
【其他制造商】	67
韩企 LG 在华手机部门裁员一半	67
三星 GALAXYS II 决胜中国智能手机市场	68
三星大力发展 Bada 系统 欲破除安卓依赖困境	70
WiFi 手机 2010 年销量近 2 亿部 11n 手机明年成主流	72
服务增值篇	73
【趋势观察】	73
IPTV 产业有望迎来爆发式增长	73
飞聊或于 9 月底现身 中移动强攻语聊市场	74
2015 年智能机和平板所用运动传感器市场将翻番	75
分析师称 2013 年苹果 iPhone 销量可达 1.43 亿部	77
【移动增值服务】	78
首都机场开卖 20 元 IC 卡	78
北京电信推四档校园 3G 套餐	78
联通推沃派 36 元套餐 500M 定向流量变本地流量	78
【网络增值服务】	79
司机短信可获交通违法信息	79
老人“尝鲜”物联网治慢病	80
无锡建成首个物联网智能图书馆	81
上海移动推出手机免费体验 WLAN	82
技术情报篇	83
【视频通信】	83
ITU 首推新型远程与会平台	83
沃达丰德国公司计划通过 LTE 网络提供电视服务	84
【电信网络】	84
上海计划 3 年内 WiFi 将覆盖八成公共场所	84
5GHz 解无线网络拥堵 Wi-Fi 跨步进入双频时代	85
研究称消除噪音技术将使无线数据传输能力翻番	87
【终端】	88
三星 I919 智能手机	88

首款 TD 版黑莓手机上市	88
新款备用电源可为智能手机充电 30 次	89
【运营支撑】	89
中移动加入 WiFi 联盟 共推无线产业发展	89
新版 WiFi 标准将推出 可缩短身份认证时间	90
西班牙电信与沃达丰将在西班牙推 LTE 服务	91
市场跟踪篇	91
【数据参考】	91
全球 WiFi 用户数已达 7 亿	91
全球 WiMAX 用户数破 2000 万	92
2011 年全球智能手机出货量将达 4.62 亿部	93
【市场反馈】	93
三成 2G 手机产品质量不合格	93
iPhone 4 仍为美国最畅销智能手机	94
西欧智能机季出货量首超越功能手机	94
2011 年 8 月全球手机相关专利诉讼达 294 起	95

亚博聚焦

三网融合缘何僵局难破

自 2010 年三网融合开始试点以来，由于进展缓慢，一度被认为已经进入僵局或即将夭折。近期两起诉讼又让三网融合这个词在媒体上再度热起来。

中国网络电视台状告江苏、广东两地电信 IPTV(网络电视)业务侵权，指其盗播中央电视台节目内容。8 月份以来，这一消息引起媒体广泛讨论。

乍一看，三网融合还没“融”，又打起来了。仔细一想，如果能通过法律做出恰当的判决，对推进三网融合未尝不是好事。这也说明，三网融合没有无解的题，矛盾总会寻找突破口。

三网融合并非是指电信网、广电网和互联网的三网合一，而是三大网络上业务应用的融合。显然，三网融合的起始点应该是开放边界，相互进入对方的业务形态，但实际上这第一步就没有深入下去。直到目前，所谓的“双向进入”仍处于申报和协调阶段。

其实，两起诉讼的种子早在 2010 年就已埋下。2010 年 7 月份，广电总局发出《广电总局关于三网融合试点地区 IPTV 集成播控制平台建设有关问题的通

知》(广局[2010]344号)。该文规定，IPTV播控平台采取两级架构，中央电视台设立“IPTV集成总播控平台”，中央电视台和地方电视台共同建立试点地区IPTV集成播控平台。

三网融合过程中，当前最受瞩目的是视频业务，而IPTV是开展产业化时间最长也是争夺最激烈的业务。因此，广电重视IPTV不难理解。

然而，通过行政通知把播控权集中到统一总播控平台上，仍然显出了广电的“部门本位”。在播控权的集中上，广电至少在两条战线同时开战。首先与电信在发展IPTV上的矛盾更加突出。目前绝大多数的IPTV用户都非此平台上的用户，而是各地电信运营商与上海百视通合作服务的。这也是中国网络电视台起诉江苏、广东电信的起因。其次，广电系统内部的矛盾将频频出现。地方广电与中央台的利益博弈，在初期可以通过广电总局的协调，以后如何推行？目前来看并没有成功的合作经验。

播控权之争和融合僵局的背后，显示出监管需求与利益博弈之间难以取得平衡。从业务属性上看，由于视频、IPTV业务天然具备广电业务属性，因此相关部门对其内容进行监管也是题中自有之意。然而，一旦广电总局“挟监管之名，行争夺利益之实”，冲突便会进一步升级。

那么，靠什么能打破三网融合的僵局？有两个关键词可以帮忙：监管和创新。

所谓监管，是指政策制定者们应着眼于长久，营造良好的产业发展环境。无论是广电还是工信来说，对自己的事业都要守土有责。但部门本位可以保证一定时期内的部门利益，长远来看则未必。三网融合要超越部门利益之争，必须靠顶层设计来打破。广电不放开播控权，电信认为无法进入广电业务。而一旦不再掌握播控权，广电无疑是在放任对方砸自己饭碗。因此广电选择严防死守，通过二级播控平台牢牢把住播控权。有业内人士呼吁，中国也需要一个FCC(美国联邦通信委员会，通过控制无线电广播、电视、电信、卫星和电缆来协调国内和国际的通信)。

所谓创新，是指相关厂商不能忽悠，而要做出扎实的创新产品和业务形态。比如，VOD视频点播业务经常被厂商拿来作为成果展示。事实上在免付费推广期用户还买账，一旦开始收费，一大半的用户就消失了。从互联网企业的创新上，一个“微信”就同时具备了短信、语音、视频等内容的融合。更有讽刺意味的是，三网融合的利益争夺激烈，本该是最终受益者的用户，却淹没在这场争夺战的硝烟里。来源：2011-9-10 经济观察报微博

[返回目录](#)

手机消费需兼顾时尚与安全

手机逐渐成为人们的生活密友，也以独特的方式悄然改变人们的生活，但手机质量最近又再敲响警钟。

表现一：国家质检总局日前公布了各种制式手机质量的抽查结果。其中，抽查不合格产品主要集中在小型企业，合格率不足七成，突出问题表现为手机的电磁兼容指标不达标。值得一提的是，在此次抽查中，共有 43 种产品传导连续骚扰不合格，这或对家庭其他设备的使用产生影响。究其原因，如今市场竞争激烈，相关企业急于抢占市场，对手机产品的质量把关不严。

表现二：随着智能手机渐成流行之势，其所带来的问题也日渐凸显，明星产品一样不让人省心。据《钱江晚报》报道，杭州的袁先生本是“苹果粉丝”，可 iPhone 现在却成了他的心头阴影。原因在于，他买了半年的 iPhone4 手机，在半个月前的一次十分钟通话后，后盖突然炸裂了。而据调查发现，国外已有 iPhone4 爆炸的先例，欧盟消费品安全委员会甚至成立专门小组进行调查，其中锂离子电池过热被认为是安全隐患之一。

表现三：手机终端本身问题不断，手机关联应用也暗藏陷阱。网秦最新信息显示，近期有不少用户反映在下载的手机电子书中暗含吸费陷阱，仅最近一个月就有包括熊猫看书、移动书城等 20 余款软件遭黑客利用传播手机病毒，甚至已在电子书软件总数中占有三成比例。

总体而言，消费者对手机质量是有苦难言。正如互联网消费调研中心 ZDC 的调查显示，九成以上手机用户表示自己曾经遭遇过手机质量问题，这其中超过 50% 的用户还表示不止有一部手机出现过质量问题。如此看来，山寨手机依旧充斥市场，品牌手机也非质量完美... .. 手机质量问题 “高烧难退”，移动互联网时代的到来也让消费者增添烦恼。

手机消费需兼顾时尚与安全。在即将迎来的双节消费期里，有关部门应加强监管，既然降低手机准入门槛，就应该提高对产品的监控力度，这样才能避免不合格产品流入市场。而消费者在享受手机带来的方便与潮流的同时，也应勇于保护自己的合法权益：在手机出现质量问题后，务必及时找商家协商或向有关部门投诉，熟悉掌握“三包”期限等常识。来源：2011-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

电信高校争夺战 我的地盘谁做主

“如果 G3 就是 3G，那么国美就是美国”、“新翼代，革命掉老地盘”、“亲！土啊！还用 2G 爬呢！”……随着新生陆续到校报到，国内三大电信运营商的校园争夺战也进入白热化。在校园内类似这样的“迎新”标语随处可见。

8 月 27 日，南京某学院的大批学生发现宿舍原有的固网宽带突然无法上网。此后校方作出回应解释称，光缆遭切断一事为学校安排实施的一次校园网正常割接。但据知情人士透露，断网的真实原因是学校更换了电信运营商。为了排挤竞争对手，才最终上演了这么一出自剪光缆的恶性事件。9 月 3 日，有网友在微博上爆料称，在贵州安顺，某电信运营商组织车辆接送新生入学。但当车辆抵达校园时，令人匪夷所思的一幕出现了，负责接送学生的运营商要求被接送的学生只有在同意办理其业务后才让下车。新近更有媒体爆出血色新闻：某地两家电信运营商为争夺校园业务大打出手，造成人员受伤。

校园市场一直是三大运营商的兵家必争之地。虽然校园业务并不是运营商利润最主要的来源，但随着 3G 时代的到来，在校学生开始成为使用 3G 业务活跃度最高的用户群体。即使校园营销挣不了多少钱，有时甚至是赔本赚吆喝，但运营商们心里明白，谁抓住了学生这只潜力股，谁就掌握了未来优质的客户资源。因此，每逢开学季，各家运营商都会各显神通，纷纷祭出杀手锏。2011 年，除了继续往年的充话费送终端、充话费送话费等一系列优惠活动外，3G 已成为运营商们力捧的“明星”。为了迎合“90 后”学生的消费特性，各大运营商更是不遗余力为这部分人量身打造了专属品牌。8 月，中国联通的“沃派”和中国电信的“天翼 i 特”都正式上线。它们的目标只有一个，就是与拥有极高用户数量级的中国移动“动感地带”一决高下。

运营商们为了争夺客户，除了正规手段之外，也各出奇招。在录取通知书内夹带电话卡，与学校签订排他性协议等不正当的竞争行为早已屡见不鲜。为了规范这一领域的竞争，2011 年 6 月工信部颁布了《关于规范基础电信运营企业校园电信业务市场经营行为的意见》，要求运营商开展校园营销时不得与学校签订排他性协议，不得诋毁竞争对手，开展与竞争对手的通信网络、电信终端设备进行对比的宣传或者任何影响竞争对手正常开展业务的宣传。

尽管上有工信部的“大棒”高悬，下有用户的利益诉求，但仍有地方运营商为了追求市场份额不惜“兵戎相见”，擦枪走火也属稀松平常。

众所周知，学生群体数量庞大但消费能力有限，不大可能承担过于昂贵的通信资费。运营商也明白这一点，因此在价格上大做文章。据了解，目前运营商在校园市场的竞争形式，大多还停留在低资费、赠送终端、赠送话费、现场路演、

现场抽奖等比较低的层次上。虽然深知价格的血拼容易导致整个行业陷入一个恶性循环,但运营商还是义无反顾地加入其中,谁也不甘心放弃校园这个“香饽饽”。

近年来,由于为争夺校园市场而引出的恶性竞争事件的数量呈逐年上升趋势。在行业竞争中,学生往往处在被营销的尴尬境地。在这个过程中,学生既是消费者也是弱者和受害者。运营商为了达到占领市场的目的,剥夺了学生自主选择的权利。有专家表示,校园市场恶性竞争的根源在于电信运营行业自律意识的淡薄以及相关法律法规的缺失和政府监管的缺位。如何培养起用户对品牌的认同感和忠诚度而不是仅仅凭借垄断优势和强制手段,这才是运营商所要思考的命题。

推荐理由:

9月初,一年一度的电信运营商校园争夺战如期上演。与以往贴贴广告、请请明星,一幅欢快的景象不同,2011年的战事尤为惨烈,剪光缆、强办业务、直至动手伤人。按照一般逻辑,竞争越是充分的行业就越是透明。商家的火并本该带来的是消费者真金白银的实惠。然而在这场明争暗斗中,消费者却屡屡被商家牵着鼻子走,本该令行禁止的相关规定在一些地方变成一纸空文。一个企业发展壮大离不开用户的满意度。正如运营商的宣传口号说的那样,真正让消费者做到“我的地盘,我做主”,用户自然不请自来。来源:2011-9-8 中国青年报微博

[返回目录](#)

手机实名制 “有名无实” 难在何处

转眼间,手机实名制执行已经有一年的时间。在该制度推出之前,舆论曾经沸沸扬扬,有人为实名制推出较好,认为会有效遏制垃圾短信和电话诈骗,但也有人认为实名制推出容易执行难,恐怕会是空欢喜一场。那么目前情况究竟如何呢?针对这一问题,记者近日进行了一番调查,结果发现手机实名制的确有些名不符实,不实名,卡号照样多处可买到,这到底是怎么回事儿呢?

在记者的调查过程中,先后尝试了多种不同的手机购卡渠道。其中移动、电信、联通官方营业厅的回答倒是颇为一致,无论是预付费卡还是后付费卡,都需要出示身份证进行实名登记。但即使是在正规营业厅,记者也意外的发现自动售卖卡号的机器上,只需要自行输入一些编造的信息,就可以轻松买到卡号,看来机器在执行“实名制”方面警惕性明显不够。

至于社会渠道,情况则大不相同。在海珠区沥滘村一些手机卡代售点,商家在记者表示要购买手机号码时只是一个劲推荐选“靓号”,根本没有提及要用身份证登记的问题。即使是记者主动询问是否要实名登记的情况下,店家仍然表示

可办可不办，看记者个人意愿而定。“我们的卡号拿回来的时候就已经登记了，用的身份证是其他人的，不过不要紧的，现在业务办理基本上用短信或者上网凭密码就可以了，不需要用到身份证的。”在记者表示日后用别人身份证登记的号码可能会遇到麻烦时，店家甚至这样说来安慰记者的心。

至于目前爆红的网上渠道，记者在淘宝网上随机用旺旺联系了几个售卖广州本地预付费卡的卖家，基本上得到的答复也是不用登记，选好号拍下付款马上就可以发货了。看来，不登记实名，买手机卡号并不是那么困难。

实名执行难在层层代理

对于社会渠道和网络渠道售卖手机卡号基本上仍然没有执行实名登记的现状，部分运营商人士在接受记者采访时表示“有心无力”。据运营商内部人士介绍，目前他们的卡号业务分为好几类，其中后付费业务基本都需要客户亲自前往营业厅办理，因此执行其实名制起来十分容易，“这是因为后付费业务是需要用户提供划账银行的相关账户信息，肯定要严格执行实名制。”该人士称，预付费卡号的业务则不同，代理商都是先行付款拿上一批卡号，然后在激活开通的时候才提供相关用户信息，而这些卡号留到代理商手中最后又经过了多少道转手到代售点，甚至连运营商也无法做到有效监控。“这样一来，就算代理商给每个卡号都提供了用户的身份证相关信息，我们也没办法确定这个信息是否是属于实际用户的。”

显然正是这种层层代理的机制给卡号代售点打开了方便之门。不过部分代售商家也向记者“喊冤”，称他们之所以会在登记用户实名信息方面偷工减料、弄虚作假也是为市场所迫。“有些买卡的用户就是不喜欢登记实名啊，我们要做生意自然要满足客户的需求，而且现在运营商竞争这么激烈，放号的利润也压得很重，只有多卖号才能有比较好的返点或者更低的进货价，我们肯定是怎么方便怎么做了。”一位兼营放号业务的手机连锁零售商的内部人士这样告诉记者。来源：2011-9-8 南方日报微博

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部整肃电信增值服务商 314 家年检不合格

工信部 9 月 7 日公告，按照《电信业务经营许可管理办法》规定，对持有基础电信业务经营许可证和跨地区电信业务经营许可证的企业进行了 2010 年度电信业务经营许可证年检，其中 314 家企业“年检不合格”。

工信部此次公布的“年检不合格”企业数量众多，占 2000 余家年检企业的 15% 左右。对此，有业内人士认为，这预示着工信部的整肃力度将加大；而随着部分企业被陆续清理，规模达 2000 亿元的电信增值业务市场，将逐渐结束“小、散、乱”的现有格局，市场有望重新划定。

工信部公布的年检不合格企业名单显示，上榜企业主要为从事 ISP(互联网接入服务)、SP(移动网信息服务)和 IDC(互联网数据中心)等各类电信增值业务的服务商，经营涉及互联网接入、在线游戏、在线阅读、音乐下载等领域。

工信部解释说，上述企业存在擅自变更股东、拖欠码号占用费、超范围经营、未落实信息安全管理和技术防范措施等违规问题。根据《电信业务经营许可管理办法》，年检不合格的企业将由电信主管部门和工商部门给予惩处，并责令整改，甚至被吊销或注销业务经营许可证，并不得从事相关业务的经营。根据工信部 8 月 29 日公告，已经注销国内 14 家企业的《跨地区电信增值业务经营许可》。

有业内人士向《经济参考报》记者介绍，2011 年早些时候，由于中国移动(微博)部分高管的腐败案件牵出众多电信增值业务服务商，业内风传工信部将再度整肃市场。从此次公布的名单看，“年检不合格”企业数量众多，或预示传言变成现实。

事实上，从 2009 年底全国范围内的“网络扫黄”行动开始，工信部就一直没有放松对电信增值业务市场的整肃力度。2010 年工信部多次全面清查手机、短信等增值业务服务商，并清退违法接入商和服务商 200 余家，暂停各类推广渠道超过 500 家；2011 年，又对 ISP、SP、IDC 等服务商进行全方位的检查和惩处；而从 2010 年开始，各地 ISP 和 IDC 等各类电信增值业务牌照也停止发放。

IT 业资深分析师王一江在接受《经济参考报》记者采访时介绍，目前电信增值业务市场除了“网络色情”、“手机吸费”等问题外，倒卖宽带资源、倒卖 ISP 牌照等问题也愈演愈烈。

记者在调查中发现，仅北京地区，倒卖宽带资源的现象就非常普遍。不少拥有资质的互联网接入商，将小区宽带接入服务转包给没有资质的公司，而这些公司则以低价吸引顾客。例如，在北京的某小区，多家宽带公司给出的 10M 宽带包月价只有每月 65 元左右，而中国电信(微博)的 2M 宽带包月价为每月 120 元。

记者调查发现，这些提供低价宽带接入的公司大多没有相应的业务许可证，其经营的业务都是从有资质的服务商手中通过转包获得的。记者查阅相关资料后发现，北京地区从事各种宽带接入服务的公司多达 30 余家，而据中国电信相关人士介绍，北京地区具有资质的公司在 10 家以内。对此，部分小区的住户还向记者介绍，这些低价宽带接入服务存在很大问题，除了宽带速度不稳定并时常掉线外，报修后还得不到及时维修。

工信部电信研究院数据显示，各类电信增值业务的市场规模将在 5 年内达到 2000 亿元，但目前却呈现“小、散、乱”的市场格局。上述业内人士介绍，相关部门正在酝酿电信行业各类业务牌照申请的新标准和规范，对经营范围和企业资质进行更为细致的划分，并可能提高申请企业的注册资本金以及机房规模等硬件条件的准入门槛。

对此，记者联系工信部进行求证，但并未得到明确答复。不过，2011 年 6 月中旬，工信部相关负责人向外界表示，工信部电管局开始对相关政策进行研究。

王一江认为，工信部对电信增值业务市场的管理将从紧，这意味着一大批违规企业将被逐步清理出市场，而一些规模小、经营能力差的企业也会逐步淘汰。随着互联网特别是移动互联网等新业务的发展，现有电信增值业务的业态正在发生改变。相应地，相关监管办法和牌照发放也可能重新调整，电信增值业务市场的格局将逐渐被重新划定。来源：2011-9-8 经济参考报微博

[返回目录](#)

工信部：十二五期间国内电话用户将突破 14 亿

在今天上午举行的“第二届通信行业节能减排大会”上，工信部通信发展司司长张峰表示，“十二五”期间我国电话用户将突破 14 亿户，电信基础设施数量将达 2 万亿。

张峰指出，当前世界各国对全球气候变化问题高度重视，发展绿色经济已成为世界各个国家经济和社会发展的一个基本共识。作为全球最大的发展中国家，我国把降低排放月份约束型指标纳入国民经济和社会发展的十二个五年规划纲要。在调整经济结构、转变发展方式和建设低碳社会过程中，通信业将承担着重要的责任，发展绿色通信势在必行。

据张峰透露：“‘十一五’期间国内通信行业单位平均能耗下降 24.6%，预计到‘十二五’末，单位能耗将在现有基础上下降 10%。同时，‘十二五’期间我国电话用户将突破 14 亿户，电信基础设施数量将达 2 万亿。”

对此张峰表示，十二五期间我国通信业还有较大幅度增长，通信业节能减排任务将更艰巨，全产业链要以构筑未来我国通信业全球领先优势为己任。

对于通信行业节能减排的发展，张峰还提出了五点建议：

一是要加大节能技术创新和应用，推广成熟和有效节能减排技术，积极将节能减排新技术、新工艺、新设备及新材料等广泛应用于环保、低能耗方面。大力推动主要设备单位能耗指标下降，提高新能源的占比，推进通信业清洁生产，全方位推进节能减排工作。

二是优化改进现有的网络结构，提升设备利用率，加快现网节能技术改造，推进老旧设备、高能耗设备改造退伍，加强设备全生命周期的能耗管理，重点加快移动基站、ICT、交换空房、空调等节能改造，进一步提升网络运行效果，降低能耗。

三是提升基础设施共建共享率，扩建共建共享的繁荣，推进电信基础设施共建共享向深度和广度扩展，开展与电路，铁路，交通市政等行业跨行业共建共享，重点推进驻地网共建共享，以及三网融合后的共建共享，放大共建共享带来的节能效益。

四是提升产业链节能水平，推进全行业节能减排。以基础电信运营企业为核心，联合设备制造，终端制造，工程设计，工程施工，网络运行维护等所有环节，从产品的设计，运输，使用维护回收出发，考虑低能耗，低排放，回收利用的要求，形成完善的电信行业节能减排产业链，营造健康的行业生态环境。

五是提升服务水平，全面提高信息通信技术与各行业的深度融合，通信业要发挥网络，技术，人才方面的优势，以信息化手段为全社会服务，积极为用户提供绿色环保，便捷的通信信息服务，为企业提供综合信息化解决方案，降低人员和货物流动产生的能耗和排放，通过信息服务减少各种能耗，为全社会绿色环保，低碳经济做出积极的贡献。来源：2011-9-8 中国通信网

[返回目录](#)

十二五通信业节能减排:重点推进驻地网共建共享

在“第二届通信行业节能减排大会”上，工信部通信发展司司长张峰表示，“十一五”期间，我国通信行业单位平均能耗下降 24.6%，预计到“十二五”末，单位能耗将在现有基础上下降 10%。

张峰指出，“十二五”期间我国电话用户将突破 14 亿户，电信基础设施数量将达 2 万亿。“十二五”期间我国通信业发展还有较大幅度增长，通信业节能减排任务将更艰巨。“需推进电信基础设施共建共享向深度和广度扩展，开展与电路，铁路，交通市政等跨行业共建共享，重点推进驻地网共建共享，以及三网融合的共建共享，放大共建共享带来的节能效益。”

对于通信行业节能减排的发展，张峰建议，优化改进现有的网络结构，提升设备利用率，加快现网节能技术改造，推进老旧设备、高能耗设备改造退伍，加强设备全生命周期的能耗管理，重点加快移动基站、ICT、空调等节能改造，进一步提升网络运行效果，降低能耗。

同时，加大节能技术创新和应用，推广成熟和有效节能减排技术，积极将节能减排新技术、新工艺、新设备及新材料等广泛应用于环保、低能耗方面。大力推动主要设备单位能耗指标下降，提高新能源的占比，推进通信业清洁生产，全方位推进节能减排工作。

对于通信基础设施的共建共享，“以基础电信运营企业为核心，联合设备制造，终端制造，工程设计，工程施工，网络运行维护等所有环节，从产品的设计，运输，使用维护回收出发，考虑低能耗，低排放，回收利用的要求，形成完善的电信行业节能减排产业链，营造健康的行业生态环境。”

张峰还指出，通信业要发挥网络、技术、人才等方面的优势，以信息化手段为全社会服务，积极为用户提供绿色环保，便捷的通信信息服务，为企业提供综合信息化解决方案，降低人员和货物流动产生的能耗和排放，通过信息服务减少各种能耗，为全社会绿色环保，低碳经济做出积极的贡献。来源：2011-9-8 通信世界网微博

[返回目录](#)

通信标准化协会：正在开展 TD 家庭基站标准研究

2011 中国 Femtocell 高峰会在亮马桥举办。中国标准化协会副秘书长潘峰在会议上表示通信标准化协会正在展开关于 TD 和 CDMA 技术标准的 7 项研究，满足家庭基站的需求。

目前我国手机用户超过 9.3 亿，保持了世界第一的规模。3G 用户超过 8000 多万，而信息通信发展，越来越趋向于宽带化、融合化、智能化，随着智能终端的普及和发展，尤其是微博和家庭网络的发展和普及，一个无处不在的能够高速宽带接入的网络成为必须。

“Femtocell 技术正是应了这种需要，用超小型基站解决了室内通信覆盖问题，具有成本低、建设快、应用多、工效低、覆盖好，因而成为企业和家庭应用重点，成为企业发展的重点。”潘峰表示。

为了让 Femtocell 技术健康发展，通信标准化协会经工信部已经发布了 2G、WCDMA 等相关 8 项标准。“主要是围绕家庭基站设备技术要求和测试方法，家庭基站管理设备测试方法，家庭基站管理之间接口之间测试方法方面。”潘峰提到，“目前，通信标准化协会正在开展关于 TD 和 CDMA 等 7 项技术的研究，满足家庭基站需求，使其健康发展。”来源：2011-9-7 飞象网

[返回目录](#)

通信标准化协会：开展七项研究推 Femtocell 发展

在今天上午举行的 2011 中国 Femtocell 高峰会议上，中国通信标准化协会副秘书长潘峰表示，中国通信标准化协会始终关注、支持并推动着 Femtocell 技术和标准在中国的发展和应用。据她透露，目前协会正在开展关于 TD 和 CDMA 等技术的七项研究，满足家庭基站需求，使其健康发展。

据潘峰介绍，中国通信标准化协会作为我国信息通信领域，有权威的标准化组织，始终关注、支持并推动着 Femtocell 技术和标准在中国发展和应用。目前协会共有会员 254 家，观察员 30 家。

潘峰表示：“协会自成立 8 年多以来，遵循政府为引导，企业为主体，科研为引领，产学研相结合的机制，承担了通信标准 2000 多项任务，经过国标委和工信部发布了 1500 多项标准，其中有 50 项标准含有 200 多项自主知识产权，并且向 ITU 等国际标准化组织提交 3 万多篇文稿，在 3G、LTE、网络管理和网络安全方面取得突破性进展。”

据她透露：“目前，协会中有 150 多人在国际标准化组织担任组长、报告人等职务。”

同时潘峰还表示，为了促进 Femtocell 技术的健康发展，通信标准化协会在广大会员的积极参与下，经工信部已经发布了 2G 赫兹 WCDMA 八项标准。“目前正在开展关于 TD 和 CDMA 等技术的七项研究，满足家庭基站需求，使其健康发展。”她说。来源：2011-9-7 中国通信网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

我国仍处于低速宽带阶段

在今天下午举行的“光的‘芯’动力 助力 FTTx 规模建设专场研讨会”上，中国联通宽带应用国家工程实验室副总工唐雄燕表示，虽然我国已成为宽带用户数最多的国家，但还处于低速宽带阶段。

数据显示，截至 2011 年 6 月，中国网民规模达到 4.85 亿，互联网普及率攀升至 36.2%；家庭电脑宽带上网网民规模达到 3.90 亿人，占家庭电脑上网网民的 98.8%。2011 年上半年，基础电信企业互联网宽带接入用户净增 1548.0 万户，累计达到 1.42 亿户。

从以上数据可以看出，中国宽带用户总数发展十分迅猛。而在唐雄燕看来，“虽然我国已成为宽带用户数最多的国家，但还处于低速宽带阶段，仍然以 2M-4M 接入为主，在接入速率上与日韩欧美等发达国家还有较大差距。”

据 C114 了解，2009 年中国联通启动宽带升级提速工程，当时提出了带宽发展目标：对大部分地区的要求是 2009 年达到 2M，2010 年达到 4M，2011 年达到 8M；而对农村新建区域的要求是 2009 年达到 2M，2011 年达到 4M。

唐雄燕透露，截至 2010 年底，中国联通 2M 以上用户占比已经达到 86.8%，4M 以上用户占比达 29.6%。来源：2011-9-7 中国通信网

[返回目录](#)

电信业发展受桎梏 恶性竞争扭曲整个市场

金秋开学季，运营商校园恶性营销战浓烟四起，呛得无辜学生抱怨连天，电信业的前途也因此变得黯淡无光。偷剪光缆、私寄电话卡、明砍员工、暗签排他协议... .. 运营商校园恶性竞争行为犹如“七伤拳”，“伤人一千自损八百”的做法令整个电信业遍体鳞伤。“本是同根生，相煎何太急”，业界专家频频呼吁，恶性无序的竞争最终将毁掉整个行业，中国电信(微博)业急需竞合相辅相成的良性发展环境。

电信业发展受桎梏

时代在发展，历经近些年的网络建设，三大运营商的网络覆盖工程几近完成，电信业来到转型十字路口，必须从过去粗放式的增量竞争转型为精耕细作的存量

竞争。运营商彼此间的差距在不断缩小，2G 时代的霸主移动正遭受电信与联通的 3G 夹击，从 2010 年开始，新增用户比例移动从此前的 80% 降到 50%。

在此背景下，作为电信业消费生力军的校园市场便成为运营商新增用户的主战场。不难理解，不断扩招后中国的在校大学生已经达到近 3000 万人，几乎相当于德国人口的 1/3、英国人口的 1/2，堪称兵家必争之地。遗憾的是，面对这么一块大市场，部分运营商不是本着做大做好这块市场和谐共处，没有把精力花在提升技术和服务上，反而费尽心思琢磨如何“走自己的路断他人的桥”。

电信业发展受桎梏，业界有声音指出，运营商之所以仍在“疯抢”用户，也从另一个侧面说明其转型的道路不畅，或者是转型发展在运营商的经营中并未占据主流地位，电信业依然沿袭圈住用户第一的旧套路来保证公司业绩的稳定和增长。

恶性竞争扭曲整个市场

在盲目圈逐新增用户的观念引导下，部分运营商竞争心态扭曲、剑走偏锋，从“雷人标语”到隔空对骂，从“割接电缆”到“刀砍员工”，从车站拉人到与学校签订排他性协议，各类非常手段无所不用其极。被剪断的电缆不会喊痛，可是学生们的权益遭受直接冲击，运营商员工身心俱疲，整个电信市场俨如东汉末年狼烟四起的“三国杀”，行业已然遍体鳞伤。

此起彼伏、浓烟呛鼻的校园恶性营销战，既是一组不计成本、伤人一千自损八百的“七伤拳”，又是一种自毁行业形象、自毁长城的野蛮举动。试想，在当下 CPI 不断上涨的时代，唯有通信资费在不断下降，电信业辛辛苦苦积攒的企业形象将会在这么一系列校园恶战后被彻底破坏。试问，当一个行业连赖以生存的用户形象都没了，当一个行业充斥着“窝里斗”剧本、被大众当笑料时，这个行业还有什么前途可言？

恶性竞争扭曲着电信市场，业界专家陈金桥(微博)博士指出，运营商校园恶性竞争严重破坏行业秩序和经济环境，并会给高校学生的价值观造成负面影响。北邮教授石文华(微博)更是直言，电信运营商“赔本赚吆喝”暗含耗尽竞争对手成本的目的，这会给整个行业带来更加恶劣的竞争环境。更是严重的是，那些剪断光缆、破坏通信设施的恶性行为，不仅影响了用户的正常通信，也超出了不正当竞争范畴，是违法犯法的行为。

呼吁竞合良性发展环境

校园市场恶性竞争到如此地步，电信业健康繁荣发展的土壤遭受严重破坏，如此竭泽而渔的做法只会做烂校园市场，为此业界专家频频呼吁，中国电信业需要竞争与合作相辅相成的良性发展环境。陈金桥博士描述了一个运营商竞争与合

作和谐发展的蓝图：“运营商共用校园通信基础设施，提供丰富的服务供学生用户自主选择。”

还有一些业内人士引用其他行业的例子，诸如银行、石油、保险、电力行业，为何是激烈的市场竞争环境和同质化的产品，为何它们能相安无事、和平共处。关键在于这些行业铭记竞合原则，因为企业与行业如同舟与水的关系，整个行业做大做强了，自然会收到水涨船高的多赢效果。

“本是同根生，相煎何太急”，当下电信运营商之间形同一盘散沙的关系引发业界的担忧。业内人士表示，电信运营商在校园市场竞争如此惨烈，势必伤及企业之间的信任，即便未来有共同联合的机会，彼此间的合作诚意必将大打折扣，大伙一起协同应对行业事件的可能性将大大减少。

业内专家也指出，运营商之间的竞合关系是我国电信业提升核心竞争力的关键，是实现科学发展的必然之举，更是维系社会和谐发展的重要组成部分。当然，这需要电信运营商的自律，也需要监管部门的协调监督，必要时采取多部门联合执法，以此形成一个竞合有度、健康和谐的行业环境。在此背景下，电信运营商方可把目光从用户市占率“红海市场”转向致力于个性化、差异化服务的“蓝海市场”。

如此，电信企业完全不必隔空对骂、拳脚相交，大可和和气气“站着把钱赚了”。来源：2011-9-13 通信信息报

[返回目录](#)

惩罚细则缺失致乱象百出 电信业呼唤监管机制

电信业经过多年改革，打破垄断引入竞争取得很大的成就，但恶性竞争一直没有得到遏制。究其原因，市场监管没有跟上改革的步伐。完善的法律法规和严密的市场竞争规则没有建立，有效竞争的环境还没有形成

本报记者 陈丽容

9月初，随着各大高校的开学，电信运营商在大学校园的竞争达到了高潮，运营商互相诋毁，甚至剪断对手光缆事件时有发生。不久前，工信部刚刚出台《关于规范基础电信运营企业校园电信业务市场经营行为的意见》，力图缓解校园市场剑拔弩张状况，防止出现签订排他性协议、诋毁竞争对手产品、夹寄手机卡等违规行为。但是此禁令已经成了一纸空文，运营商的竞争行为愈演愈烈，究竟是什么原因让电信行业目无法纪？整治校园营销乱象的根本是什么？就此，本报记者采访了著名电信专家邓中元。

惩罚细则缺失，电信业恶性竞争乱象百出

记者：每年高校开学几乎都会发生电信行业的恶性竞争事件，归根结底是哪些原因造成的？

邓中元：首先，随着电信市场竞争的日趋加剧，以及运营商经过多年运营经验的积累基础智商，所有的运营商都认识到学生市场，尤其是高校学生客户的重要价值。学生客户自身所具有的高支付能力、对增值业务的高认可度、对于创新业务的高接受度，以及在未来进入社会后的长期发展潜力，都是决定任何一家运营商都不会放松对这个市场的进入和控制。从长远来看，学生市场的竞争格局基本就可以体现未来市场的竞争格局变化趋势。

其次，运营商重组之后三家运营商在网络能力、服务能力、以及各方面配套能力方面的差距缩小，很难再看到一家运营商占据绝对领先优势的情况。而更加激烈和充分的竞争，也使得运营商在竞争中能够使用的合理推广手段越来越少，通过业务创新、营销创新、服务创新等纯粹商业竞争手段来争夺用户所能够达到的效果越来越差。实际上，从竞争管理的角度来讲，各家运营商的高层也不会乐见大家的竞争演化到这样的地步。但是，受到运营商多年以来的 KPI 管理模式限制，一些地方公司在工作中的目标基本都会错误地集中在如何达到 KPI 目标，不惜代价拿下校园市场成为必然。

最后，从国家法律、监管机构、监管政策等方面讲，并没有对于各种恶性竞争手段有一个明确的限定范围和惩罚规定，也使得有些擦边球形式的竞争手段，虽是恶性竞争，但在本质上却符合现有政策法律，这在很大程度上也是没有办法控制的。

记者：您认为，每年上演的校园恶性竞争主要带来哪些危害？

邓中元：校园恶性竞争会带来的危害有很多，主要包括：

首先，价格战类型的恶性竞争，最终只会得到双败的局面，即便争夺到用户的运营商在一段时间内也很难获得盈利，从而影响各家运营商正常盈利能力，如此恶性循环下去会很大的影响整体电信市场的稳定发展能力。

其次，其他非正常手段的恶性竞争，会或多或少的违反国家的相关规定或法律，而且较为严重的甚至有可能延伸出人身伤害之类情况，导致所有参与方都会面临非常惨痛的后果。

最后，学校是国家教学育人的地方，是国家的未来，如此恶性竞争的事情发生，就会对学生的思想意识产生一定的不利影响，对学生的精神文明建设非常不利。

推进运营商资源共享，奖惩分明是杜绝恶性竞争关键

记者：基于如此多危害，您认为，治理校园通信市场仅靠工信部和地方管理局来监管是否合理，是否应该请出教育部、公安部和工商局来共同治理？

邓中元：本质上说，校园通信市场的恶性竞争，并不是说要出动多少个部门来协同管理的就能够解决问题的。如前面我所提到的，目前国内校园通信市场的恶性竞争发生的一个关键因素就是缺乏对相关行为的明确规定和惩罚措施。因此，协同工信部、教育部、公安部、工商局等部门的需求是存在的，但是各家协同之后首先要做的是出台相关的管理细则，要对可能发生的恶性竞争手段进行明晰并确定严厉的处罚措施。且在长期来看，要设立联合的监管控制机构，针对可能出现的新的竞争手段适时的补充管理规则的内容，以保证管理规则能够始终跟上市场竞争的发展。

另一个层次上，则是要推进某些资源面向所有运营商的共享，比如对于某一家学校，规定网络资产所有权归属学校或者一个独立的第三方管理机构，该机构的责任是对网络的日常维护，且明确规定该网络资源对于三家运营商收取相同的固定费用，而在校园内部的业务推进和资费组合则没有限制。即基本规则是，某一个校园市场上，各家运营商都拥有平等的角色和资源，竞争的重点将会集中在业务、服务、资费等层面，从而减少各家之间恶性竞争手段的出现。当然，在目前的市场格局下，个人认为这样的策略还是很难推进的。

此外，可以借鉴欧洲如英国对于短信市场垄断网络资源的运营商的非对称管制政策，即用户网络资源的运营商必须无条件的有偿的向无网络资源但拥有运营权利的运营商出租网络，且要按照规定的价格出租网络，保证这些不拥有资源的运营商在市场中同样有与这些垄断运营商竞争的能力。有了这样的约束，或能缓解国内运营商针锋相对的局面。

在这里建议分两步走解决这个问题：

第一步，是先要针对恶性竞争有明确的管理规则和惩罚规则，逐步规范特定市场的竞争规则，从而保证市场的健康和稳定。若如此能够基本解决市场的恶性竞争问题，也就基本按照如此管理即可。

第二步，若是针对性的管理细则无法很好控制恶性竞争事件的发生，则再进一步独立资源或者采取非对称管制政策来实现市场的平衡，并将运营商之间的竞争焦点转移到运营的竞争之上。

以用户为中心，应是运营商一切营销重点

记者：从长期来看，除了监管规范外，运营商应该如何正确营销校园市场？

邓中元：电信市场的发展，或者说电信运营商的核心竞争力本身就是用户，这个是没法改变的。在校园市场的竞争中，尤其是新生入学时间点的竞争，必不

可少的要积极的争夺用户，也就是说校园市场竞争的第一步首先先是要争夺客户。而其他深层次的营销，是在获得了用户以后才能后继续推进的。

从 3G 时代的特点来看，在用户竞争的过程中，各家运营商可以改变目前主要依靠接入资源和资费竞争的单纯竞争策略，更多的凸显 3G 之下的数据服务应用、创新应用、移动或联网和创新终端应用等等组合的模式，更加注重用户体验和对用户的贴心服务，从而达到形成创新竞争力的目标。来源：2011-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

印尼展开宽带国家行动

印度尼西亚政府计划到 2014 年将宽带普及率提高至 30%。目前，在印度尼西亚互联网用户中仅 18%为宽带用户。

印度尼西亚一个由政府部门和私营 ICT 产业领导者组成的工作组已达成一致目标，在三年内将“有意义的”宽带接入普及率从目前的不到 3%提升到 30%。这份关于“有意义的”宽带文件称，如果政府启动相应的行动，到 2014 年将宽带服务的好处迅速扩展至 30%的人口是可以实现的。所谓“有意义”宽带是指负担得起、使用方便和使用权有保障。该文件称，目前，印度尼西亚是全球宽带普及率最低的国家之一，印度尼西亚需要通过全面的政策指导大力推进宽带服务部署。实现这一目标应是国家的重中之重。

这项耗资 92 亿美元的计划还涵盖了推动提升宽带普及率的行动。该计划包括价值 43 亿美元的公私合作资金，并结合印度尼西亚 PT 电信公司用光纤连接“最后一英里”的举措来为更多的偏僻农村地区提供宽带服务。前哈佛大学教授、目前担任消除数字鸿沟投资集团董事的克雷格·史密斯解释称，印度尼西亚政府设置了具体的目标来尽量缩小收入不平等方面的差距，并制定了其他目标来增加 GDP。2010 年，印度尼西亚互联网普及率为 12.3%，其中仅 18%为宽带用户，宽带用户仅占人口总数的 2.2%。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

日韩巨头共享应用程序

新闻回溯：

日本最大的移动运营商 NTT DoCoMo 同韩国第二大移动运营商韩国电信于 8 月 31 日达成合作协议，分享基于 Android2.1 及以上版本操作系统的应用程序。

从 8 月 31 日起，DoCoMo 开始在其软件应用商店“docomo market”中推出由韩国电信提供的应用程序。第一批推出的是 30 个在韩国非常流行的 Android 应用程序，包括游戏、动作游戏、拼图、翻译、旅游等应用。韩国电信也计划在 2011 年年底通过自己的应用商店“olleh market”推出 20 个由 DoCoMo 提供的应用程序。

DoCoMo、韩国电信和中国移动在 2011 年 1 月签署了三方战略合作框架协议。协议约定，未来三年，三方将基于各自的优势，共同开展如国际漫游服务、技术标准研发、移动应用、内容服务、智能手机和平台的研发，以及其他种类的业务开发活动。此次 DoCoMo 和韩国电信分享应用程序，目的就是为了共享高质量的应用程序，提升各自用户的移动体验。

《环球》点评：

这又是一个“苹果”事件。

智能手机到来后给电信业带来的改变显而易见。已经获得了智能手机海量流量的运营商显然并不满足，在“苹果”模式下，应用商店被紧紧掌握在别人手里，运营商们显然不情愿就这样被人扼住流量的喉咙。如今，越来越多的运营商开始培植自己的智能应用力量，很多运营商自己的应用商店虽然已经面市，但是发展却并不顺利。当然，要想与“苹果”平分秋色并不是一朝一夕就能实现的，但是这种跨国的联合作战模式无疑是个良好的开始。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

法国电信全力进军非洲市场

为减少对欧洲成熟市场的依赖，法国电信近来将扩展战略的重点坚定地放到了中东和非洲地区(MEA)。该公司首席执行官理查德重申了公司在 MEA 地区并购的策略和计划，表示将使法国电信成为在这一高成长地区最活跃的跨国公司，但这也会为法国电信带来当地新的、有实力的对手。

理查德表示，法国电信正在寻求通过合作或并购巩固其在 MEA 地区的地位，并且已经有了“几个目标”。2010 年，法国电信已经在伊拉克和摩洛哥进行了数起收购交易。该公司目前对局势不稳定但潜力巨大的刚果民主共和国市场产生兴趣，正在与该国的移动运营商进行排他性收购谈判。

法国电信的目标是在 MEA 地区的销售增长 10 倍于欧洲市场。2010 年，法国电信曾设定目标，将在 2015 年使其在新兴市场的收入在 2009 年 33 亿欧元的基础上翻番。

就在法国电信野心勃勃的同时，南非的 MTN、印度的巴帝电信等新兴市场运营商也在 MEA 地区进行扩张，并与法国电信形成了竞争。理查德表示，将有可能在大多数国家与这些运营商通过网络共享的模式结成合作伙伴，以减少支出并降低风险。这种模式已经在肯尼亚得以实现，沃达丰就是凭借与当地运营商 Safaricom 的合作成为肯尼亚最具实力的运营商。理查德表示：“非洲有数家大型移动运营商，我们可以与他们在很多感兴趣的问题上展开对话，并且寻求合作。”

法国电信还希望借助同德国电信之间日益密切的联盟关系提高效率。两家公司已经将在英国的业务组成合资公司 Everything Everywhere，在采购和跨国公司服务方面也有着广泛的合作。德国电信对 MEA 地区的兴趣并不如法国电信浓厚，但可能会对通过共享资源进入这一市场感兴趣。德国电信希望通过出售 T-Mobile USA 的方式退出美国市场，将精力集中于中东欧市场，但这些市场也已经趋于成熟。

同时法国电信还计划出售一部分成熟市场资产，特别是那些不具有控股权的资产。在并购 Sunrise 瑞士业务的计划受到监管机构的阻挠后，法国电信 7 月份宣布将出售其在瑞士的电话业务。此外，法国电信还计划尽快出售其在奥地利和葡萄牙运营商处的少数股权。据悉，法国电信目前拥有 35% Orange 奥地利公司的控股和 20% Sonaecom SGPS 公司的控股，后者是葡萄牙最小的移动电话公司。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

英国为宽带及 M2M 开放白色空间

英国电信监管机构 Ofcom 近日公布了“白色空间”的使用规则，允许宽带互联网、机到机通信(M2M)等通信服务利用“白色空间”频谱，并预计这一技术在 2013 年实现商业化应用。在 9 月 1 日发表的一份声明中，Ofcom 表示，广播电视信号预留的未使用频谱，与目前 3G 服务使用的频谱总量相当，因此这部分频谱具有分担目前容量吃紧的移动网络压力的潜力。

所谓“白色空间”，过去是为电视频道保留的缓冲频段，但由于电视已经在向数字化发展，所以这个保留的频段已经逐渐失去用途。这部分频谱有着更长的波长，比传统的 Wi-Fi 信号有更强的穿透能力。

Ofcom 首席执行官 Ed Richards 说：“我们希望能够向发展 Wi-Fi 那样开发白色空间... .. 而它在家庭和办公室能够提供比 Wi-Fi 多得多的网络容量，还能扩大农村地区的宽带覆盖。”

Ofcom 表示，这部分频谱将被用来建设网络，连接偏远地区和已经拥有完善宽带基础设施的地区。白色空间频段还将被用于增强 Wi-Fi 等现有的移动互联网技术。目前，英国的 Wi-Fi 网络利用的是 2.4GHz 频段，被用于建筑物内部和局部地区的移动宽带覆盖。Ofcom 表示，通过使用更低频率的白色空间频段，Wi-Fi 覆盖将能扩展到整个城镇，因为这部分频段的传输距离和对墙壁的穿透性都更好。

白色空间频谱对建筑物良好的穿透性，还显示了其在 M2M 领域应用的潜力。Ofcom 表示，这一特性对于远程抄表非常有用。

此外，Ofcom 表示将允许使用免许可的白色空间设备，这意味着，只要运营商保证这些设备的使用不会干扰现有频段的使用，就可以不用提前获得 Ofcom 的批准。为确保能够避免干扰问题，Ofcom 表示，将创建一个中央数据库，帮助这些设备寻找合适的使用频率。

在英国全国范围内应用白色空间技术已经引起了很多全球大企业的兴趣。微软公司已经联合数家企业在剑桥研究能否引领下一代移动宽带网络的发展。而英国电信也已经在比特岛开始对利用移动技术完成“最后一英里”连接的测试。

鉴于消费者对需要大量带宽支持的智能手机的需求日益增长，以及未来将出现基于“云”的业务，额外的频谱资源显得十分重要。Ofcom 预计，此举将带来 3.2 亿英镑的经济效益。目前，大约五分之一的英国家庭使用 Wi-Fi，多达四分之三的企业使用本地网络，这就是大多数休眠频谱的经济价值所在。此外，这部分频谱的使用，在工业、制造业、农业监测和自动化方面也具有优势。

Ofcom 表示，白色空间的设备不会成为宽带通信的替代品，而是负责提供额外的服务，例如，小范围的网络增强、农村宽带接入、医院等热点地区和城市的移动数据网络建设。

2010 年 9 月，美国联邦通信委员会(FCC)也曾规定，白色空间频谱应释放给免许可的移动服务。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

美国拨款 1.03 亿美元用于农村宽带

美国农业部 8 月底宣布，美国 16 个州的电信公司可以分享超过 1.03 亿美元的联邦资金，向没有宽带服务或服务不好的农村地区提供宽带互联网接入服

务。政策制定者、公共利益团体和电信公司正致力于通过向美国最偏远地区提供宽带互联网来弥合数字鸿沟，以改善那些地区的经济和教育机会。

美国农业部农村公用事业服务局负责人乔纳森·艾德斯滕说：“由于在农村地区很难开展商业活动，农村和城市之间依然存在巨大的差距。农村地区的未来将依靠宽带接入，我们需要立即行动。”受益于政府资金的州有阿拉巴马州、阿肯色州、加利福尼亚州、伊利诺伊州、肯塔基州、路易斯安那州、密苏里州、内布拉斯加州、内华达州、俄亥俄州、俄克拉荷马州、德克萨斯州、弗吉尼亚州、西弗吉尼亚州、威斯康星州和怀俄明州。根据美国商务部 2011 年早些时候发布的报告，十分之一的美国人获得的网速不够快，无法从事常见的网络活动，如观看视频或电话会议；三分之二的学校宽带网速过慢，无法满足需求。

艾德斯滕表示，由于偏远地区人员稀少、地形崎岖且电信公司提供服务成本过高，农村地区在宽带互联网接入方面落后于城市地区。在宣布的措施中，其中有一项是将为加州北部奥尔良山区的美洲土著部落的约 570 名居民提供互联网服务。该部落发言人克雷格·塔克说，“这里非常偏远，是美国本土 48 个州中最落后地区之一。”缺乏可靠的互联网服务制约着当地经济发展。他说：“这里的手机或互联网服务都很差。甚至电力也有问题，许多人完全用不上电。”另外一项措施将帮助 2011 年 4 月遭受龙卷风袭击的俄克拉荷马州 Tushka 小镇重建宽带基础设施。艾德斯滕表示，要消除美国农村与城市之间的差距仍然有很长的路要走。挑战之一就是，年轻人不愿意待在没有宽带互联网的社区。他说：“宽带互联网不仅是一种期望，更是一种需要。”

大部分资金以基础设施贷款的形式来自于 5 个宽带项目的总计约 9000 万美元。美国农业部 7 月下旬宣布，这些项目将与全国其他项目共享 1.92 亿美元的贷款。大约 1300 万的资金来自农业部的社区连接计划，该计划主要为农村、贫穷社区提供资金支持。这些资金将用于建设、购买或租用设施，为社区的学校、政府办公室、居民家庭、企业等提供宽带接入。据悉，美国农业部的资金只是联邦、州和地方政府努力扩大全国农村地区互联网接入的计划之一。来源：

2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

印度需扩建宽带网络市场 规模达数百亿美元

印度总理公共信息基础设施顾问山姆·皮托达(Sam Pitroda)估计，为了给公众提供更好的信息服务，印度需要花费数百亿美元扩张宽带网络。

他表示，印度下一阶段的电信行业增长主要来自覆盖政府部门、工厂和媒体的宽带网络。

巴蒂电信(Bharti Airtel)和高通等企业 2010 年花费 2570 亿卢比(约合 56 亿美元)购买了印度的无线宽带互联网服务牌照。日本公司也可以借此机会为印度提供设备和服务。

印度电信管理局 2011 年 4 月发布的报告显示，到 2015 年，印度的宽带连接数量有望增长 13 倍，达到 1.6 亿个，而电话连接数量有望达到 10 亿个。截至 2011 年 3 月底，印度全国拥有 8.46 亿电话用户和 1190 万宽带连接。

该机构预计，按照这一增长速度，到 2015 年需要对电信设备额外投资 190 亿美元，到 2020 年则要投资 340 亿美元。

该报告显示，印度本土生产的电信设备只能满足该国 12%至 13%的需求，使得资金雄厚的国外企业有望在未来 15 年内从该国获得巨大发展机遇。

皮托达表示，日本设备制造商现在将有机会为印度的宽带网络供应设备。该国计划在未来两年内投资 3000 亿卢比扩张宽带服务。他说：“印度面临的挑战在于规模和价格。我们需要新的商业伙伴、新的赚钱模式以及一些创新。”

在印度等发展中国家，互联网和科技领域都在经历高速增长，但由于基础设施较为缺乏，导致供需矛盾依旧明显。来源：2011-9-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

美国联邦通讯委员会争议性新规获得白宫批准

美国联邦通信委员会(FCC)2010 年制定的争议性互联网新规则不久就会正式颁布，该规则可能将激起司法挑战。

根据美国白宫管理与预算办公室(OMB)周五在其网站上发布的消息，该规则已得到 OMB 的签字同意，这就为 FCC 正式颁布新规则扫清了道路，新规则的颁布预计将花费 1-3 周的时间。

新规则要求互联网提供商管理好各自的网络，以公平对待竞争内容，在颁布 60 天内将正式生效。

在 FCC 通过该规则后，Verizon 电讯和 MetroPCS Communications 都控诉 FCC 越权制定规则。哥伦比亚特区联邦巡回上诉法院称，该规则尚不成熟。

反对互联网新规的一方认为，互联网的繁荣不应受到监管，而另一方受到高速互联网提供商压制的公司则认为，互联网需要监管。

不过 FCC 对于新规则的投票和正式颁布已经延期了很长时间，有业界消息称前监管人员指责 FCC 故意引起司法挑战。但是 FCC 解释称，延期是因为数据收集需要。来源：2011-9-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

法国 4G 频谱竞拍存不公平性 法院要求修改规则

法国内政部近日驳回了移动运营商 Iliad 公司提出的停止 4G 频谱竞拍的申请。

Iliad 公司强烈要求法院阻止政府于 9 月 15 号进行的 4G 频谱竞拍活动，并称此次频谱竞拍对所有小型移动运营商不公平。

该公司表示，不公平之处在于政府要求移动运营商在竞拍时支付全款，而这将使得某些特大型公司如法国电信在竞拍中占据有绝大优势，它们可凭借强大的金融实力获得更多的频谱资源。Iliad 希望能够采用分期付款的方式进行。

法院决定频谱竞拍将按照原计划进行，但是会对竞拍规则作出部分修改。

法国电信监管机构 ARCEP 此前透露，此次竞拍的频谱共 30MHz，每家运营商最多允许购买 15MHz 频谱。而即将出售的频谱属于稀缺的 800MHz 范围。

法国政府的目标是从竞拍中征收至少 25 亿欧元，这将在今后几年的欧洲电信市场构成三大电信运营商竞争的格局。来源：2011-9-9 通信产业网

[返回目录](#)

巴基斯坦通信卫星 1R 成功定点 各分系统工作正常

中国长城工业总公司 13 日消息，中国成功研制并发射的巴基斯坦通信卫星 1R(简称“巴星 1R”)两天前已按计划经过变轨、漂移和捕获，成功定点于东经 37.8 度在轨测试轨道位置。

目前，“巴星 1R”各分系统工作正常，近期将开始在轨测试，之后将漂移至东经 38 度的最终轨道位置并交付给巴方客户。

8 月 12 日，“巴星 1R”由“长征三号乙”运载火箭在西昌卫星发射中心成功发射，也是中国首次以“在轨交付”方式向亚洲用户出口卫星。来源：2011-9-13 中国新闻网微博

[返回目录](#)

巴帝电信获卢旺达 2G/3G 牌照 未来 3 年投 1 亿美元

巴帝电信(Bharti Airtel)日前获得了在卢旺达经营 2G/3G 业务的牌照,为此它计划在未来 3 年中在该国投资 1 亿美元。同时通过该牌照,卢旺达成为巴帝业务进入的第十七个非洲国家。

巴帝集团董事长兼总经理苏尼尔·巴帝·米塔尔(Sunil Mittal)表示,他们很高兴成为卢旺达政府优先发展电信产业的愿景的一部分。巴帝将与卢旺达政府合作,引入实惠而一流的移动服务来提高当地人的生活,并为弥合数字鸿沟作出贡献。

他还进一步表示,卢旺达是一个关键的电信市场,有着巨大的增长潜力,这将加强巴帝电信在东非的地位。

卢旺达是非洲电信市场中增长最快的市场之一。据卢旺达国家统计局统计,截至 2011 年 7 月该国移动普及率为 38.4%。

卢旺达总统办公室主管信息通信技术的官员表示欢迎巴帝电信进入卢旺达,对其在新兴市场上的经营经验将为卢旺达电信产业带来巨大价值充满信心。

他表示,卢旺达正在进入一个令人兴奋的时代,这需要有更具竞争力价格的先进宽带无线服务,让更多农村地区的卢旺达人能够获取移动技术。他补充称,这也标志着印度在卢旺达最大规模的投资,并将大大加强两国间经济合作。来源: 2011-9-13 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

全球宽带鸿沟进一步扩大

由于新兴市场仍有许多人无法获得宽带接入,全球的数字鸿沟正逐步扩大。尽管资费普遍呈下降趋势,但电信业咨询机构 Ovum 分析师的最新报告显示,新兴市场的用户使用宽带的费用大大高于发达国家的用户。

Ovum 对 19 个新兴市场的调查发现,虽然宽带越来越多地被认为是一项基本人权,但一些国家的宽带资费是发达国家的三倍多。分析师 Richard Hurst 表示,南非、尼日利亚和哥伦比亚等地区的宽带正遭受“天价”的困扰,这将严重威胁增长潜力。令人震惊的是,其中一些市场的宽带资费是发达市场的两倍甚至三倍。例如在南非,入门级宽带服务的资费达到了每年 1443 美元,高端服务资

费达到了 6000 美元。与此相比，英国电视和电话公司 Virgin Media 的最高资费也会相形见绌。再加上被调查的国家中有许多并不是特别富裕，新兴市场的宽带接入形势更显严峻。虽然那些上层人士能够承受这些高资费，但令人遗憾的是，这意味着一般人将无法获得宽带接入。尼日利亚在这方面尤为明显，作为 19 个被调查国家中人均 GDP 最低的国家之一，其宽带资费也许是最高不可攀的，入门级宽带服务的资费达到了每年 1211 美元。不过，仍然存在网络服务提供商为了吸引更多的用户在不久后降低资费的希望，从而带动资费进一步下降。

但对新兴市场来说，移动互联网仍然是获取网络的主要途径。研究发现，HSPA 资费最便宜，平均资费仅为每年 223 美元。Ovum 称，尽管 HSPA 是比 DSL 线路、LTE 或 WiMAX 更便宜的选择，但其缺点是数据额度(data allowance)非常低。而 DSL 尽管价格高昂，但从整体上来说性价比较高，因此是新兴市场上的唯一出路。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

恶斗凸显发展思维扭曲 运营商需开放竞争心态

自 8 月起，国内三大电信运营商便开始酝酿新一轮的校园“三国大战”。运营商校园市场的争夺战从网络打到终端，从品牌打到业务，从价格打到服务，校园市场可谓运营商“火药味”最浓的战场之一。虽校园市场意义非凡，但往往到运营商总结的时候，才发觉，肥了学校，绑架了学生，花费了成本，亏了自己，一线员工更是伤不起！

近日被炒得沸沸扬扬的南京高校“割接门”事件，再次将运营商恶性竞争推至风口浪尖。年复一年的校园市场争夺战愈演愈烈，甚至已经进入了恶性竞争的怪圈。恶性竞争在无视法律，践踏道德的同时，也将电信业市场空间透支殆尽。

竞争不能逾越法律底线

如果说前两年的“温州移动门”事件是由于保障电信业竞争机制形成的法律法规严重滞后、监管缺失而导致恶性竞争的话，那么 2011 年发生在南京高校的“割接门”事件，则是强势运营商赤裸裸的对法律法规、对监管部门的公开挑衅。

据多家媒体报道，南京高校“割接门”有了最新进展。知情人士透露，南京市公安局栖霞分局已经于 9 月 1 日就此事进行立案，并向中国电信南京分公司之前的报案发了《立案告知单》。

对于南京高校“割接门”事件，南京移动方面给出的答复是“正常割接”，手中还握有“中标合同”。南京移动正常割接，为何受损的却是南京电信的设备，这显然是不合逻辑的。因为，所有的运营商都只能割接自己的网络设备，没有权

利割接其它运营商的设备。电信设备属于国有资产，即便是握有中标合同，也没有割接其它运营商设备的权利。

此外，工信部于 2011 年 7 月份下发了《关于规范基础电信运营企业校园电信业务市场经营行为的意见》。意见明文规定禁止电信运营商在开展校园营销时与学校签订排他性协议。南京移动与学校签署的协议是不是违规还有待商榷。再者说，南京移动与学校签的协议是固网宽带接入，而中国移动方面只有中国铁通具备开展固网宽带的业务资质，签订业务协议时用中国移动显然不妥吧。说得严重些，这是无证经营。

竞争不能牺牲用户权益

“割接门”事件只是运营商校园市场争夺战的一个缩影，过去的几年中，“诋毁门”、“拆摊门”、“封校门”、“捆绑门”、“暴力门”……种种乱象令人目不暇接。我们痛心地看着，校园市场争夺战从价格战到不正当竞争，从违规行为到违法行为，这些年，校园市场战的规格在不断升级。

市场经济的本质就是竞争，但竞争是必须建立在遵守法律法规的基础之上的，电信企业有义务、有责任维护正常的市场秩序，保障所有用户的权益，这是运营商竞争最低的底线。

在“割接门”事件中，强势运营商割接竞争对手设备，导致对方用户权益受损，这显然是损人不利己的糊涂之举。业内人士认为，通信网络全程全网、互联互通是电信业赖以存在的基础，运营商不仅要确保自己网络内的用户通信畅通，更要确保与其他网络的互联互通。剪断光缆、为了竞争损害用户的通信畅通，这已经远远跨过了电信业市场竞争的底线。

经过这些年的血拼，校园市场已经从一片富有潜力的“蓝海”变成利润微薄的“红海”。电信运营商如此卖力地“赔本赚吆喝”，甚至大打出手，冠冕堂皇的理由竟然是看重大学生的成长性，其实却是以耗尽竞争对手成本为目的。

对三大运营商来说，在校园市场的争夺中，尚需多一些理性，少一些焦躁，多一些宽容，少一些睚眦必报。运营商需更多为用户利益着想，才能让电信业有长远发展。

规范的竞争需要更多理性

本是同根生，相煎何太急。三大运营商本就是血脉相连的，要杜绝恶性竞争事件的发生，需要运营商破除垄断的思维。

而今看来，运营商一贯的垄断思维经过了多次重组依然没能完全破除。运营商陷入垄断思维，市场从独大走向独占，竞争心态也随之畸形膨胀，最终演变到如今的“谁都不能碰我的奶酪”的思维。这种思维若不彻底摒弃，最终将是害人害己。

从大的方面来讲，运营商的恶斗，损失的不仅是企业和国有资产，频繁曝出的丑闻让电信运营商好不容易树立起来的企业形象遭到毁灭性破坏。在 CPI 不断创造神话的今天，电信资费是一降再降。然而运营商在校园市场大打出手，乱象丛生极大地破坏了电信业多年来的改革发展成就，造成了在社会公众心目中的减分效应。恶性竞争泛滥大大拉低了整个电信业的社会形象。

规范运营商竞争需要监管，更需要运营商的理性。理性的竞争是一种行为，更多的时候是一种心态。对于主导运营商来说，可以采取利用自己的竞争优势，采取措施引导和影响非主导运营商的非理性行为，使其成为一个“好对手”；而对于非主导运营商来说，避免过度积极措施刺激对手，并恪守做一个不损害长期行业利润的“好进入者”，才能在这种竞争中形成良性循环。来源：2011-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

三大运营商争抢电商渠道 价格促销手段暂无优势

自近日广东联通开设联通淘宝旗舰店后，三大运营商均在淘宝商城开设了官方旗舰店。截至 9 月 1 日，淘宝商城店铺排行榜显示，联通淘宝旗舰店的用户光顾率第一，中国电信一些省公司的淘宝店位居其后。

三大运营商都开始重视电子商务。记者了解到，目前已有包括广东联通、浙江电信等在内的 10 家省市级运营商在淘宝商城开设旗舰店，销售产品包括手机终端，充值包月套餐和合约机，淘宝方面透露，更多省市的运营商也将进驻淘宝商城。

“占领” 淘宝

中国电信最早开始尝试淘宝旗舰店的运营：北京电信 2009 年 6 月即已开设其官方旗舰店，随后内蒙电信、浙江电信、湖南电信等电信省公司纷纷试水。浙江电信淘宝官方店目前总浏览量(PV)位居前列。

2011 年，6 月 11 日，中国移动淘宝官方旗舰店上线，正式拉开三大运营商的电子商务布局；至近期中国联通以广东联通领衔开设淘宝店后，三大运营商均已由集团公司或省公司名义在淘宝开设旗舰店。

中国移动的网店 2011 年 6 月 11 日开始运营，授权中移鼎讯江苏分公司维护，网页上设置低价起拍、秒杀、买赠、特价和团购五大栏目，网络营销特征明显，三星、诺基亚、摩托罗拉等品牌手机均在销售行列。

据中国移动淘宝旗舰店公布的消息：其 6 月 11 日开店后截至 6 月 13 日上午，两天半时间里总浏览量(PV)116.9 万次，总访问数为 27.4 万人次。

中国联通淘宝官方旗舰店起步较晚但发展迅速。目前浙江、天津、广东等省联通公司开设了旗舰店，其中广东联通官方旗舰店 9 月 1 日正式上线，当天页面总浏览量突破 57 万次。

此外，广东联通和腾讯拍拍网联合运营的联通-拍拍商城也已上线，该商城产品主要包括联通 3G 号卡。

不过，运营商自建网上商城也面临考验。一位 IT 行业手机用户告诉南都记者，与京东、卓越等老牌电商相比，三家运营商在淘宝官方旗舰店上的产品相对少，价格相对较贵，促销手段老套。记者在广东联通淘宝旗舰店发现，诺基亚 5235S60 塞班手机最低售价 1419 元，而在京东商城，同款手机售价是 1249 元，比联通淘宝旗舰店便宜 170 元。

争抢电子渠道

截至目前，已有包括广东联通、浙江电信等在内的 10 家省市级运营商在淘宝商城开设了旗舰店，销售产品包括手机终端，充值包月套餐和合约机。

淘宝方面透露，更多省市的运营商，包括浙江移动、河南移动等均表示了进驻意向；上海联通、安徽电信等即将入驻 T M A L L 淘宝商城；湖北、黑龙江等地的运营商与淘宝商城也已开始洽谈。

三大运营商都开始重视电子商务。在 2011 年 6 月召开的中国电信 C D M A 产业链高峰论坛上，中国电信总经理王晓初强调，将根据消费者需求重组销售流程，力推电子商务。

中国联通董事长常小兵亦屡提电子渠道重要性。数据显示，中国联通电子渠道 2010 年一年营业额达到 124 亿元，2011 年电子渠道销售目标为突破 200 亿元。除在淘宝发展旗舰店外，联通 2011 年还将加强自有网上营业厅和联通商城、京东等 B 2 C 合作伙伴，以及拍拍旗舰店的重点运营。

电子商务成为运营商争取年轻用户的手段。易观商业解决方案的郭融认为，如今 3G 竞争激烈，为了挖掘潜在入网客户，营销必须贴近新兴用户。

记者发现，联通、电信电子销售产品以 3G 手机、3G 号卡为主，而中国移动淘宝旗舰店大多数是销售 2G 裸机。来源：2011-9-7 南方都市报微博

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动建 TD 农村信息化示范基地

近日，中国移动山东公司与中国农业大学合作开展“TD-SCDMA 农村信息化应用示范验证及系统测试”，根据 TD 网站建设情况在山东建立农村示范基地，利用中国移动 3G(TD-SCDMA)技术开展农村信息化应用建设。

据悉，双方将在山东寿光市建立示范基地，占地 10 万亩，其中大田作物 9 万亩、蔬菜大棚 1 万亩，通过建设基于 TD-SCDMA 技术和 Internet 公共基础网络平台，实现示范区内 TD 终端无线接入互联网，通过 TD 宏基站无线信号覆盖，将无线宽带应用于农业生产，实现生产数据快速采集和实时上传以及视频信息的可视化查询。通过示范和完善，将 TD-SCDMA 技术推广到全国，可实现全国范围内的灾害预警、多媒体类农业生产技能培训、农业生产问题远程交互式诊断以及农产品质量安全可视化溯源。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中国移动“物联网”门户网站上线

日前，由中国移动(微博)通信集团公司主办、中国移动重庆公司承办的中国移动物联网门户网站正式运营上线，网站访问域名为：iot.10086.cn。

中国移动物联网门户网站主要致力于聚焦物联网产业发展，充分宣传物联网基地及相关产品，进一步提高在行业内的影响，为广大用户提供开放的物联网信息交流平台。网站包括物联网基地、物联资讯、解决方案、知识园地四大栏目。其中物联网基地栏目包括物联网基地介绍、产品展示及相关文档下载，全面展示物联网基地职能及相关产品，面向各物联网终端和传感器厂家，介绍测试中心职责、工作流程等，也为厂家提供交流的平台；物联资讯栏目包括业界动态、热门技术、物联专题、专家论点等功能，聚焦国内外物联网行业最新资讯，报道行业重大事件，时刻更新业界动态和各方论点；解决方案栏目主要面向用户提供家居、物流、金融、交通、医疗、电力、工业、农业等八大行业的物联网解决方案；知识园地栏目主要针对传感器、RFID、云计算、二维码等物联网的专业技术知识进行普及，为用户了解物联网、学习物联网提供平台。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中国 TD 抢占标准高地：布局 3G 瞄准 4G

全国 3G 手机用户已达 8719.9 万户。新华社资料图片“身子还留在 2G，指尖触碰着 3G，眼睛盯住 4G。”这是我国主导的移动通信技术 TD 的现状。

工信部最新统计数据显示，截至 7 月底，全国移动电话用户超过 9.3 亿户，3G(第三代移动通信)用户为 8719.9 万户。也就是说，平均每百位手机用户中有 9.1 个是 3G 用户，而每 10 个 3G 用户中，有 4.3 个是 TD - SCDMA 用户。

从 2G “裸泳”到 4G “自由泳”

1956 年，爱立信(微博)建成了全球第一个自动移动电话系统，拉开了全球移动通信产业的序幕，至今已经有 54 年。

1987 年 11 月 18 日，我国第一个模拟蜂窝移动电话系统在广东开通，“大哥大”跃入国人视野。现在，中国不仅建成了各种国际主流的 2G、3G 网络，而且还拥有全世界最多的手机客户，成为名副其实的移动通信大国。

但大并不意味着强。“三流企业做产品、二流企业做品牌、一流企业做标准”，对于信息技术来说更是如此。2G 时代，由于 GSM、CDMA 两大 2G 技术都由外国公司把持，中国电信(微博)企业就只能在信息产业核心标准的海洋中“裸泳”，有偿使用外国标准。根据不完全统计，整个 2G 建设阶段，国内电信业缴纳的专利费用高达千亿元。

国务院发展研究中心原局长邓寿鹏说，正是看到中国在知识产权和专利技术上的短板，国务院很早就会同科技部门大力推进基于自主创新的标准战略，而作为 3G 国际标准之一的 TD - SCDMA 就是重要成果。

中国希望，TD - SCDMA 能够改变中国通信标准短缺的困局，能够使中国在 4G 标准的海洋里畅快“自由泳”。

是标准“孤岛”还是“高地”？

上世纪 80 年代，为了保护和发展本土产业，日本自主研发了 2G 技术 PDC，一度风光无限，然而在 3G 技术上，日本却转投更加成熟、被广泛应用的 WCDMA，事实上放弃了 PDC。随着全球 3G 向 4G 升级，不少人开始担心：“TD - SCDMA 会遭遇与 PDC 一样的结局吗？”

这个问题的答案，在于 TD - SCDMA 下一代演进技术 TD - LTE 的实力。不得不承认，TD - LTE 有独特的技术优势。据中国移动(微博)研究院院长黄晓庆(微博)介绍，传统移动通信需要两块对称的频率传送信息，TD - LTE 能够使用非对称频率，见缝插针地使用零散频率，极大提高了频率使用效率。同时，它还能对上下行传输通道进行灵活配比，符合移动互联网时代上下行流量不对称的特点。这一特点，在全球频率资源普遍短缺的今天，备受关注。

2010年10月，TD-LTE增强型被ITU确定为国际4G技术标准。在2011年2月中旬举行的2011世界移动通信大会期间，赵厚麟表示，目前ITU已经基本确定4G标准将从LTE和WiMax两大技术中产生，中国主导的TD-LTE将可能在新一代移动通信技术革命中占据先机，水落石出的时间也许就在2012年初。

同样是在这次世界移动通信大会上，中国移动董事长王建宙向各国“推销”TD-LTE，让更多企业参与到研发、建设和运营中来。目前，已有24家国际运营商加入TD-LTE全球发展倡议，世界范围内将建成32个TD-LTE试验网。5家运营商启动TD-LTE商用网建设，10家国际运营商明确发布TD-LTE商用计划，预计2011年将有超过10个国家和地区开始TD-LTE网络的商用部署。

2010年底，工信部批复同意开展TD-LTE规模技术试验，让TD国际产业链看到了信心。2011年1月初，工信部正式批复同意TD-LTE规模试验总体方案，确定在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门6个城市组织开展TD-LTE规模技术试验，在北京建设演示网。截至目前，6城市规模试验网已基本建成，拟建基站规模超过1000个，大部分基站设备已安装并开通，9月底有望完成针对单模终端的第一阶段试验目标。

相关新闻

我国升起首朵“位置云”

记者昨天从合众思壮获悉，其“中国位置”云平台正式上线，这朵“位置云”实现了我国第一、全球第三的探索，标志着位置云的“云+端”体系初步建成。

“中国位置”云平台基于合众思壮研发的位置云典型技术Minisun4.0，首次实现跨平台、跨网络、跨行业的导航“云”服务，在政府决策指挥、企业运营和日常生活等各方面应用前景广阔。

国家测绘地理信息局副局长闵宜仁表示，“中国位置”云平台适合国情，展现出我国导航定位综合服务、地理信息产业发展的巨大潜力。

[返回目录](#)

中国移动：用5年时间从3G转变为TD-LTE

知情人士透露，在内部会议上，中国移动(微博)已提出，要用5年时间将TD-SCDMA演变为TD-LTE，这样，中国移动将完全过渡到4G。

在9月6日出席与大唐电信集团的一个合作签约仪式上，王建宙对全球TD-LTE产业链的形势感到乐观，他表示，很多拿到非对称频段的运营商也几乎都把TD-LTE标准作为后续的方向，日本的软银已经在东京进行了TD-LTE商用

网络建设，美国的 WiMAX 运营商 Clearwire 新董事长曾提出，WiMAX 没有前景，今后会过渡到 TD-LTE。

他又表示，TD-LTE 产业推进取得实质进展，国内外主流设备厂商均已推出预商用产品，包括高通、Marvell 在内的 17 家国内外主要芯片厂商投入 TD-LTE 芯片研发，多模数据卡将在 2011 年底达到试商用水平，多模芯片及终端预计 2012 年下半年达到商用水平。

不过，最重要的是中国移动内部对 TD-LTE 的规划。中国移动一直提出，要尽快向 TD-LTE 过渡，但这个“尽管”到底是多快，迄今没人说得清，但知情人士表示，中国移动已提出，最后用 5 年时间将 TD-SCDMA 演变为 TD-LTE。

同时，中国移动也希望 TD-LTE 在终端方面 3 年左右有重大突破。

对于 TD-LTE，王建宙曾表示，“如果中国移动在 TD-LTE 上获得了足够大的规模，将极大地改善高 ARPU 值用户的市场份额”。但从实际来看，中国移动一两年内就在全国普及 TD-LTE 也不现实。来源：2011-9-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动数据业务遇瓶颈 亟需重构内容推广能力

当前，中国移动(微博)的总体数据业务收入已占到全部营业收入的 30%，面对互联网企业对电信业的渗透和竞争，运营商也提出了相应的转型目标。但是，相对于语音业务的成熟推广模式，运营商目前对数据业务和内容经营的转型仍处于探索阶段。

就中国移动而言，其数据业务可以分为传统短信、彩信、手机上网等传统产品，以及手机阅读、手机视频、MM 应用等互联网化产品。一方面，短信和手机上网业务当前占据了数据业务的大部分份额，内容型应用则市场份额小，且缺少用户忠诚度和品牌效应；另一方面，虽然数据业务发展迅速，但产品影响力不够、客户认可度不高等问题仍有待解决。

研发与市场相对脱节

互联网企业的核心资源是内容推广能力，谁拥有了内容推广能力谁就拥有了话语权，占据价值链的主导地位，而内容推广能力的核心则是用户资源。如今，一些虚拟互联网账号认证正在取代运营商的手机号码身份认证的作用。我们看到，腾讯 QQ 和新浪微博的内容推广速度已是电信运营商业务所不能比拟的。多年的推广经验，使互联网企业对用户圈子的推荐和人际推广形成了信用保证，而与之相比，中国移动经营多年的移动梦网的人际推广信用度和契合度却依然不高。

把握消费者需求对于中国移动发展数据业务至关重要再者，由于目前运营商仍遵循集团、地市分局的组织架构，所有的市场销售任务都要落到具体地市和具体经营单元，而增值业务研发机构则大多在集团、省公司这两级，这就造成了研发和市场的相对脱节。

事实上，手机阅读、MM 应用等互联网产品的特点是典型的“长尾产品”，其客户规模小、范围分散、变化迅速。因此，这些产品的设计、营销、服务应当是一体化、集中化的，运营商需要从规模庞大的客户中，找到那占比仅为百分之零点几的有效客户。而当前中国移动对这些产品的营销、服务环节仍然采用“集团公司 - 省公司 - 地市公司 - 营业部门”的架构。在这一构架之下，虽然表面上是集团公司、省公司在发挥管理职能，但真正对接市场、执行各项政策的却是地市公司，甚至区县营业部门。这样一来，产品所覆盖的客户规模小，且不易进行同类别产品的聚合，这对于擅长渠道营销的地市公司、营业部门人员来说，推动难度较大。

客户长期信任度有待提升

互联网市场是开放式的，竞争相对激烈。由于互联网行业边际成本低、推广成本低，企业可以面对大规模客户进行推广。目前，类似腾讯、盛大、百度这样的巨头在我国互联网市场云集，他们凭借平台效应迅速复制分众化的小众业务；同时还利用大量灵活的小型团队的创新优势对市场进行查漏补缺。相比之下，电信运营商想要进入这一市场无疑是不易的。例如，中国移动当前拥有的手机阅读、手机游戏、手机视频等多种业务在互联网上普遍存在，这使得中国移动无法在某一个领域形成突出的优势，而当庞大的推广成本分解到各个业务后其优势也大大削弱。

目前，中国移动对于数据业务的发展，多为集团公司下达任务，并策划一些统一营销活动，省公司进行细化后将活动安排到地市公司；而地市公司由于缺少相应的人才和数据挖掘能力，往往只是将数据业务进行捆绑销售或免费赠送。笔者认为，这种粗放式的经营方式虽然能够完成 KPI 考核指标，但缺乏对客户长期信任度的提升。

值得一提的是，基地模式当前虽然解决了集中运营的问题，但同时也使中国移动某些职能与省公司职能产生重合，需要在职责分配方面进行调整。也就是说，中国移动要形成更加灵活的经营模式，就必须要对基地进行放权，通过管理职能的下沉和物资激励等手段来促进基地的发展。

营销方案制定权下沉成关键

如今，随着移动互联网带来的流量收入增加，电信运营商逐渐意识到，大量基础设施投资换来的流量收入增长率却相对较低，这与内容制造商的利润率和投资回报率差别很大，给运营商未来移动互联网发展带来了困局。

显然，电信运营商想要通过发展智能管道，通过内容分级定价、与内容商进行分成谈判等方式来突破当前困境，在短期内是难以奏效的。笔者认为，一方面，运营商要发展自己的数据业务，增加与互联网服务提供商的谈判筹码，另一方面，要坚持结合自身资源优势做精品业务。

此外，由于当前中国移动的数据业务营销方案、产品方案的决策者对消费者心理的把握不够深入，这使其营销方案还不够贴近用户需求。要改变这个困境，中国移动相关业务人员要深入整合企业内部的数据业务人力资源和营销资源，做好精品业务。同时，做好对最新营销方案制定权的下沉和对产品设计流程的调整。

来源：2011-9-13 通信世界杂志

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信借云技术染指“飞信”

在网络客户端上可以给好友、非好友、陌生号码群发短信，不论信息接收方的号码是移动、联通还是电信。客户端不用安装，在“云端”自动生成，所有的号码也被储存在“云端”。这一“赛飞信”的技术如今已经成为了现实。

昨日，在“2011 畅捷通小企业云应用大会”上，由中国电信和最大的中小企业信息化软件服务商用友旗下畅捷通共同推出的“全讯通”产品，悄然透露了移动运营商们借云计算技术提升行业竞争力的决心。在此之前，中国移动推出的飞信业务占据了综合通信服务的半壁江山。

虽然畅捷通声称“全讯通”产品主要将应用于中小企业信息化领域，但是专业人士指出，这种技术完全可以在个人用户中广为推广。目前个人用户也被允许使用这一产品，不过要缴纳一定的费用，这笔费用高于飞信业务每月的套餐费。

除了“全讯通”之外，畅捷通还推出了单个“U盾”支持绑定10个银行卡，多账户管理的软件以及基于互联网或手机的发票真伪验证系统等4项新技术产品，这是“云计算”概念提出以来，云服务提供商首次大规模推出如此之多的云计算软件产品。由于用友是北京“祥云工程”的示范项目，因此，有专家预测，云商务时代正悄然拉开帷幕。来源：2011-9-9 北京日报

[返回目录](#)

中电信多措施深化千元大屏战略

CDMA 阵营正在完成从默默无闻到光彩照人的华丽转身，一年时间，天翼做到了。日前，中国电信移动终端管理中心主任马道杰表示，截至日前，取得工信部入网许可的天翼 3G 智能手机已经达到 160 款，是一年前的近四倍；天翼 3G 智能手机的月销量更是一年前的 10 倍以上。应该说，中国电信 3G 发展之所以占据鳌头，与终端策略密不可分，更与贴合消费者需求关系密切。

那么，消费者最关心的天翼终端后续的发展将如何呈现？优化用户体验，天翼终端将在价格、功能、特色业务和细分市场方面打造众多明星产品。其中，千元大屏战略是中电信终端市场战略的重要组成部分。最新消息还称，中国电信将于本月推出三款千元 3G 大屏智能手机，分别为中兴 N760、酷派 5820、联想 A68E。可以预见，一场千元智能 3G 手机的火热比拼将精彩演绎。

销量攀升：1 向 10 的跨越

一年的时间，4 倍的款式增长，10 倍的销量飙升，天翼 3G 智能手机成绩斐然。中国电信此前公布的半年业绩也显示，2011 年上半年，中国电信移动用户净增 1785 万户，用户总量达到 1.08 亿户，其中 3G 用户占比达到 19.9%；中国电信在售的 3G 智能手机超过 100 款，3G 千元智能手机销量处于行业领先，3G 智能终端性价比继续提升。

数据背后，无论从品种还是从销量上看，天翼 3G 智能手机的发展已与一年前不可同日而语，中国电信在价格、功能、特色业务和细分市场方面打造众多明星产品，并引领潮流消费趋势。

天翼终端将双网双待手机推向智能科技的新高峰。最新发布的三星 I919 由三星电子携手中国电信、普天太力共同推出，采用 1.4GHz 高速 CPU，搭载 Android2.3 智能操作系统，让快速开机、流畅网页浏览、快速高清视频载入、游戏畅玩等均先人一步，极速赢获 3G 智慧生活；4.52 英寸超大 Super AMOLED+ 屏幕带来开阔视野和鲜活生动视界，同时实现灵敏点触，让操控更随心。I919 凭借强大的硬件配置问鼎高端智器，为智能手机市场注入了一针强心剂。

天翼终端引领移动互联网融合潮流。中国电信和新浪新近发布了八款内置新浪微博的天翼手机，包括摩托 XT883、华为 C8650、中兴 N760、海信 E520、酷派 5820、天语 E800、联想 A68e 和 HTCS710d。其中，海信 E520 为 Brew 机型，其他手机均搭载 Android 操作系统，并统一内置新浪微博 Android 客户端。

事实证明，随着用户对移动信息需求的提升和手机在信息生活的应用更加广泛，更多的用户需要拥有一部多样化、个性化、功能多元化的 3G 智能手机。具有高性价比的天翼终端如雨后春笋般不断涌现，为智能手机市场的大花园增添不少芬芳。从 1 向 10 的跨越，只是一个开始！

战略深化：千元大屏酝酿新机

给用户好的体验配置和一个低的价格门槛，是 3G 市场上取胜的重磅砝码，性价比一直是大众市场对于千元机高接受度的重要原因之一。围绕业务和用户发展的需要，3G 旗舰手机、3G 特色手机、千元智能手机和入门 3G 手机是中国电信既定的四大工程。而千元大屏手机战略成为接下去中电信终端市场战略的重要组成部分。

产品方面，在校园市场上，作为首款搭载 Android 2.3 操作系统的大屏千元智能机，华为 C8650 光彩熠熠。其以年轻新锐的超薄设计风格，流畅的机身曲线配备高质感材质，同时在内核、多任务、网页浏览进行了充分优化，令这款手机备受年轻人青睐。即将上市的联想 A68e 是针对年轻人群和公司白领，其内置音乐播放，视频播放，斗地主游戏，电子书浏览，同花顺炒股等基本功能。更吸引眼球的莫过于中国电信定制，对软件的限制比较宽松，55EV 内置了丰富的流行应用，满足用户群的需求同时还预置了正版的流行游戏水果忍者中文版，是一款绝对值得期待的智能手机。

资费优惠方面，目前，以华为 C8650 为主的中国电信首批千元 3G 大屏智能手机，已开始在国内市场销售，市场零售价为 990 元，各地电信公司已针对这款手机推出了相应的补贴方案。以北京电信为例，到年底，网上商城新入网用户可获赠首月 200M 上网流量的免费赠送。

分析认为，年轻用户对手机上网、视频、微博、阅读等应用需求日益增加，因而大屏幕的智能手机将会带来更出色的操控体验。如今，除了追求处理能力和速度的不断提升、屏幕大小及触感的持续升级，及多媒体功能的优化强大外，千元大屏的战略不断深化，对运营商来说是酝酿抢占市场的新机，对消费者来说则是“时尚+实惠”的选择。

体验提升：3G 智能终端新棋局迎合消费者

眼下，三大运营商更是不约而同地将 3G 市场的重点转向了平民化智能终端的竞争。

资料显示，自中国电信提出“全系列 3G 智能手机”规划以来，定制的各价位段标杆手机都得到了良好的市场反馈。特别是其向华为、中兴定制的首批两款千元 3G 智能手机的销量已分别超过 200 万部、100 万部。而联通上半年 3G 业绩大胜预期，原因之一是中低端的智能手机大卖，除了有助于降低手机补贴开支，

亦可保持逾百元的 ARPU。其中一款千元以下的智能手机，更于 3 个月销售逾百万台。

无疑，千元智能机为运营商和厂商打开了 3G 市场的一条通路。千元智能机的普及对于运营商开拓移动互联网增值应用市场促进作用明显，最终受益的将是包括运营商、代理经销商、增值服务提供商、手机厂商、相关电子元器件在内的整条产业链。业内人士认为，“未来三到五年，运营商主导市场的格局必将形成”。而在整体市场走势趋稳、消费回归常态之时，智能终端引领市场发展成为行业关键词。

回到消费者，各大运营商多款千元智能手机的推出，有助于 3G 手机的普及，明星终端的意义更加凸显。在 3G 时代，最核心的是应用，用户体验最多的也是应用。只有在价格和性能上都给予消费者最优良的体验，才会获得眷顾。来源：2011-9-12 通信信息报

[返回目录](#)

中国电信推校园套餐挑战联通：最低仅 19 元

开学季节，联通(微博)和电信(微博)相继在校园市场发力。继本周联通推出“沃派”校园品牌后，昨天，电信也针对校园市场推出优惠套餐和终端补贴政策。其中，最低档套餐仅 19 元。在高校联盟校区内拨打市话和长话均仅为 0.1 元/分钟，在校区外拨打市话和长话均仅为 0.2 元/分钟。

北京电信介绍，校园套餐分为四档，最高 59 元，最低 19 元。每款套餐均提供两个亲友号码，在北京本地拨打免费，学生若在 8、9 月入网，还可获得 50 元话费赠送。此套餐同时面向 2G 和 3G 用户，价格不变。

此外，电信还准备了华为(微博)、中兴、酷派(微博)等各种品牌的十几款 3G 手机，均可参加预存话费零元购机活动，享受话费补贴。具体补贴力度尚未公布。

电信表示，上述所有套餐和补贴等优惠举措，覆盖北京地区绝大多数高校。北京电信自 2010 年开始已组建高校联盟，覆盖了北京地区包括职校在内的 200 多所高校。

本周，联通也宣布推出 3G 校园品牌沃派，并推出 15 款定制终端和 36 元套餐。套餐包含了 60 分钟长市合一语音拨打时长、3 个亲情号码和 300 分钟免费的国内主叫亲情电话时长，以及 100 条短信和 60MB 国内 3G 上网流量。套餐还赠送 500MB 国内定向流量。

过去，运营商的 3G 策略是以发展中高端用户为主。但随着 3G 市场逐渐快速发展，语音等传统业务市场日趋饱和，用户结构相对稳定，且中高端的商务用

户对于新业务应用的使用热情不高。而据 CNNIC 的调查报告显示，高校学生作为引导新一代消费前沿群体，是最活跃的 3G 用户群，也是运营商新业务推广的基础。

此外，学生用户群也是未来潜在的中高端用户。运营商在此时调转矛头指向学生市场，并且配合此前千元智能机的大力度推广。因此，联通 3G 用户的 ARPU 值也由 120 元以上，下降到 117.5 元，电信的 ARPU 值也由 90 多元下降到 80 元。但业界普遍预计，随着运营商向学生市场拓展，3G 净增用户数将继续攀升。联通和电信也在中期业绩发布会上均表示，2011 年的 3G 用户发展目标一定可以实现。来源：2011-9-7 新京报微博

[返回目录](#)

传中国电信 10 月推出 iPhone 取名“龙计划”

据知情人士对飞象网记者透露，中电信已经确定 10 月将推出 iPhone 手机，但具体是 iPhone 4 或 iPhone 5，记者还未最后得到确认。

与此前传闻只是 CDMA 版本不同的是，此次推出的 iPhone 机型将是双网单待手机。

知情人士表示，中国电信(微博)对 iPhone 手机的引进极其重视，将此次 iPhone 推广取名为“龙计划”，目前正在加紧制定套餐以及后台的计费系统。

据记者了解，部分地区中电信员工已经接到通知，要求大家做好 iPhone 销售任务的准备。

此前，业内传出，中国电信的 C 网 iPhone 4 套餐已经基本敲定，套餐分为两种，一种是带有一年免费保修服务的套餐，另一种是不带保修服务的套餐。来源：2011-9-8 飞象网

[返回目录](#)

中国电信天翼阅读一周年 用户数已突破 2000 万

2011 年 9 月 8 日，中国电信(微博)天翼阅读正式运营一周年。截至目前，天翼阅读用户数突破 2000 万，图书拥有量已超过 10 万册，天翼阅读产品也已涵盖 WEB 门户、WAP 门户、手机客户端、电子阅读器、iPhone/iPad 客户端、IPTV 客户端等多种终端形态。

用户数突破 2000 万

2010年9月8日，中国电信顺应数字阅读发展趋势，正式推出天翼阅读。作为中电信八大业务基地之一，天翼阅读用户数已经突破2000万，图书拥有量已超过10万册，并率先推出了有声阅读业务。

实际上，在2010年的9月8日刚上线时，天翼阅读还只有手机WAP门户、手机客户端和WEB门户三种产品形态。一年之后，天翼阅读不断创新，持续开发出多元化的终端形态。目前，天翼阅读产品已经涵盖WEB门户、WAP门户、手机客户端、电子阅读器、iPhone/iPad客户端、IPTV客户端等多种终端形态。

内容100%具有版权

内容方面，在业务上线之初，天翼阅读总经理肖伟即表示，“我们的内容100%具有版权，其中80%是传统出版物，可以保证优质的内容资源。”

据了解，在国内，天翼阅读首家与新闻出版总署签署战略合作协议。经过一年时间开拓，目前，天翼阅读已经与陕西出版集团、广东出版集团、吉林出版集团、安徽出版集团、中国美(微博)术出版社、中信出版社等近100家大型出版集团、出版社签订了内容合作协议。除此之外，人民网、新浪网、盛大文学、幻剑书盟等知名网络媒体也成为天翼阅读的重要内容来源。

目前，天翼阅读平台图书拥有量已超过10万册，具体内容上，包括吴晓波、郎咸平(微博)、韩寒、郭敬明等名家的作品，《建党伟业》、《金陵十三钗》、《风雨》等热点影视作品，《李可乐寻人记》、《潜伏在办公室》等社会热点作品，以及杂志、期刊、漫画等等。来源：2011-9-8 飞象网

[返回目录](#)

中国电信2011年大储“弹药”明年是收购C网最佳时机

中国电信(0728)上半年引入多款廉价智能手机，刺激3G用户较2010年底大增75.3%，增幅为三大通信运营商之冠。其移动电话业务提早半年录得盈利，加上数据业务增长理想，带动纯利按年增长8.1%，至98.1亿元，胜过市场预期。每股盈利0.12元，一如往年，不派中期息。中国电信董事长王晓初更暗示，为预留“弹药”于明年上半年收购资产值约千亿元的CDMA网络，全年派息率或无增长，但仍会继续派末期息。

明年拟斥千亿购母公司C网

2008年内地通信业重组，中国电信的母公司向中国联通(0762)的母公司购入CDMA网络资产，并收取上市公司每年移动收入的28%作租赁费，为减省租赁开支，中国电信2011年3月时披露，有意明年上半年向母公司收购CDMA网络资产，涉及产值达1000亿元。

王晓初表示，投资者都希望其尽快向母公司收购 CDMA 网络，他认为，明年上半年是最好时机，现在 CDMA 网络资产值约 1000 亿元，但最终作价，须由第三方作出评估，及作出部分拨备后方可落实。星展维高达证券估计，作价将达 1100 亿元，预料在将来有助提升盈利能力。

王晓初在业绩会上表示：“董事会在审议全年业绩时，将积极审视末期股息派发... ..”这个表态被业界揣测中国电信为收购 CDMA 网，2011 年未必派末期息。

“2011 年的情况最多不增派息率，并非不派息。”王晓初说，公司会根据收购计划的进展，决定末期息金额，但他强调，无论如何，都会维持最少 38% 的派息率，绝不会不派息。

移动电话业务提早半年赚钱

王晓初曾预期三年内，即 2011 年底移动电话业务能录得盈利。如今中国电信便提早报佳音，指出移动电话业务已于上半年实现盈利，即提早半年达标。

王晓初说，中国电信上半年在 3G 业务取得关键突破，期内发售逾百款 3G 智能手机，大部分售价在 1000 元水平，成功迎合市场需求，刺激 3G 用户净增 925 万户，至 6 月底达 2154 万户，每月每户平均收入(ARPU)逾 80 元。中国电信于 2010 年下半年才开展 3G 业务。

中国电信 2011 年上半年整体手机用户较 2010 年底增长 19.7%，至 1.08 亿户；ARPU 跌 4%，至 52.2 元。移动服务收入按年大增 36.8%，至 311 亿元。王晓初表示，中国电信 2008 年进军手机业务，原定目标是 2011 年底开始有利润，但 3G 业务表现好过预期，手机业务已提早于上半年赚钱。

引入 iPhone “水到渠成”

他透露，上半年手机补贴约 77 亿元，按年增 26%，下半年若无引入特别受欢迎的手机型号，补贴额会与上半年相若。对于引入 iPhone，王晓初称，仍与苹果谈判中。他表示，“如果没有调整，下半年 ARPU 会维持平稳”，但公司可能会为了增加客户基数，主动调整月费，令 ARPU 出现“人为下降”。

对于中国电信能否于下半年销售 iPhone，王晓初说，由于中国电信与苹果公司有保密协议，因此现阶段不能作出评论。在财报发布会上，被媒体记者问到与苹果洽谈多久时，王晓初回应说：“反正是水到渠成就是了。”有记者笑问：“水已经到渠口了吗？”王晓初只回应一句“借你吉言”。

王晓初坦言，若能销售 iPhone，预料手机补贴亦会有所增加，但相信这只是短时间的情况，长远会对收入及盈利带来贡献。

手机补贴开支增 26%

中国电信的财报显示，在移动电话业务收入劲增 37% 的带动下，收入按年升 11.7%，至 1201 亿元；固网业务虽继续萎缩，但只较 2010 年同期微跌 0.2%，已较 2010 年中期时大幅改善。若计及约 1 亿元的初装费，期内纯利应为 98.08 亿元。

根据中国电信最新运营数据，7 月份 3G 上客量显著上升，突破 200 万户，净增数达 202 万户，较 6 月份增加 15 万户，移动用户总数增至 1.109 亿户。

固网宽带用户亦保持逾百万户的增长势头，7 月份净增 132 万户，按月上升 9 万户或 7.3%，但增速放缓，总用户数达 7141 万户。本地电话用户单月流失 29 万户，总用户数降至 1.719 亿户。

面对竞争激烈，中国电信期内手机补贴开支增 26%，至 76.8 亿元，是 EBITDA 率下降 2.1 个百分点的其中一个原因。王晓初指出，下半年若有一些较受市场欢迎的手机如 iPhone 销售，下半年补贴开支才会增加。

他又称，第二季移动电话整体每客户月均消费较首季上升，上半年整体客户月均消费为 52 元，3G 为 85 元，但预期年底推出留客折扣优惠后，将令客户月均消费下降，但全年仍维持平稳。他又指出，移动通信数据及其他增值服务，均有助客户月均消费跌势放缓。

3G 用户上半年增 75%

中国电信现有移动电话用户 1.08 亿户，3G 用户达 2154 万，按年增 75%。王晓初预期，2011 年移动电话用户净增不少于 2010 年 3400 万户，新增 3G 用户料占不超过一半。全年资本开支维持在 500 亿元以内的水平。

至 7 月份底，中国电信的移动用户总数达 1.1 亿户，当中 3G 用户达 2356 万户，与中国联通相距不远。其中 7 月份 3G 用户净增 202 万户，较中国联通的 187.4 万户为快，可以说明中国电信于 3G 业务的竞争开始扭转弱势。公司即将引入 iPhone，有望拉近与中国联通的竞争优势，并稳固自己于 3G 市场上的地位。

对于“三网融合”的进展，王晓初表示，中国电信 2010 年已计划“宽带中国、光纤城市”策略，预期明年底基本完成 90% 的工程，以迎接可能加快推出的“三网融合”发展。他提到，正积极跟进 4G 业务发展，并设立研究院测试 4G 网络技术。

链接

内地移动通信用户逾 9 亿

综合内地三大移动运营商的数据显示，7 月份内地移动通信用户总数量升至 9.1653 亿户，较上月增长 1.08%。

中国移动称，截至 7 月份公司总用户数升至 6.2185 亿户，其中 3G 用户为 3760 万户。中国联通日前公布，移动通信总用户增至 1.8374 亿户，包括 2582 万 3G 用户。中国电信用户数量增至 1.1094 亿户，其中包括 2356 万 3G 用户。
来源：2011-9-9 赢周刊

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通融资余额大增

沪深交易所昨日盘后披露的延时统计数据显示，9 月 6 日，两市融资买入金额 8.9 亿元，连续第五个交易日未能突破 10 亿元。截至 9 月 6 日，两市融资余额达 342.6 亿元，较上一交易日增加 9465 万元。值得关注的是，6 日当天，仅中国联通(微博)一家的融资余额就猛增了 5423 万元，占比超过 50%。

统计数据显示，6 日当天两市融资偿还金额 8 亿元。90 只融资融券交易标的中，融资买入金额大于融资偿还金额的个股共有 53 只，与上一交易日的 51 只基本持平，表明市场多空力量基本保持平衡。

除中国联通之外，民生银行、格力电器、吉林敖东等大盘股的融资余额增幅也较大。从融资余额的增加幅度来看，中国联通无疑是 6 日最受资金关照的融资融券标的。目前，中国联通的融资余额已增至 9.83 亿元，仅次于中国平安、兴业银行、中信证券位居两市第四。

业内研究机构认为，中国联通的业绩增长较为确定且估值便宜，具有较高的安全边际，因此在弱市之中容易吸引资金流入。东方证券认为，截至 9 月初，中国联通 A 股相对于 H 股折价 1.95%，A 股股价低估明显，故维持公司“买入”投资评级，建议投资者积极布局。来源：2011-9-8 深圳商报

[返回目录](#)

联通“沃”借力 iPhone 抢跑

俗话说得好：品牌的力量是无穷的。因此在中国通信市场的 3G 角逐中，各大运营商也同样在品牌建设方面高度关注，围绕核心品牌打造一系列终端、资费和服务方案。针对 3G 业务，目前市场上已经出现了中国移动 G3、中国电信天翼、中国联通“沃”三大品牌正面交火的热战局面。那么对于大家来说，哪一个 3G 品牌才是最值得信赖的呢？

本周@南方日报 3C 周刊对此进行网络投票调查，调查结果有些出人意料。联通的 3G 品牌“沃”获得了 66% 的投票网友的支持，很多网友在评论中反映，速度快是他们选择联通 3G 的主要原因。而在网友的评论中，记者也发现不少网友对于三大运营商的不同 3G 网络的技术特点有着较多的了解，这或许和微博平台的网友大多热衷于 IT 行业，在技术方面有更多的知识积累有着一定的关系。

至于中国移动的 G3 品牌，则在网友投票中获得了 22% 的选票，虽然总量不多，但是在口碑方面，中国移动 2G 时代积累下的覆盖好、信号好、服务好仍然得到了不少网友的认同。不过也有网友指出，在 3G 终端方面的缺少以及 TD 网络基站切换时可能出现的手机信号不稳定的状况，让他们的应用体验大打折扣。让人跌破眼镜的则是中国电信的天翼 3G 品牌，在我们的投票结果中仅仅只是获得了 12% 的选票，这和目前天翼 3G 在市场中的表现存在一定的落差。

以广东地区为例，2011 年 5·17 世界电信日各大运营商公布的数据显示，三大运营商的 3G 用户数实际相差不远。而工信部 7 月份 3G 用户的统计数据也显示，虽然目前中国移动的 3G 用户数领先，但是电信和联通的 3G 用户数和移动相比差距远不如 2G 时代那么大。这种情况显然和我们的网络投票中联通“沃”品牌占据绝对领先优势的有着较大的不同。对此，记者认为很大程度上应该和各大运营商的品牌营销策略有着一定的关系，相比移动、电信而言，联通借助 iPhone 较高的影响力在推广“沃”品牌方面的确具备了一些独到的优势，尤其是在 IT 经营、商务白领等网络的核心构成人群中，拥有较强的知名度。这或许是造成其微博平台投票结果领先的重要原因。

但这也从另外一个侧面反映出电信和移动在 3G 业务品牌方面的推广的确还存在一定的缺陷，尤其是在终端定制带动的影响力扩张环节上，这两大运营商未来恐怕还需要多努力一把。

粉丝有话说

网友“kangdi789”：我认为联通“沃”比较好。它比较成熟。3G 技术很多都是从 CDMA 技术开始的，联通从开始搞 3G 网络就一直用 CDMA 技术（就是现在电信用的 CDMA2000）。虽然移动的 G3 也是 CDMA 技术，但它比联通起步晚几年，何况现在欧美大部分国家和地区都是在用 WCDMA 网络，和移动 G3 兼容的网络很少。

网友“Micro-Dean”：原来用的移动，现在转成了联通的 3G，网速快。

网友“创业路上的李文锋”：要说 3G 的话！个人还是比较喜欢联通的！虽然之前联通一直被我们这些移动用户排挤！但是 3G 时代来临后！联通确实做得比较让人满意！来源：2011-9-8 南方日报微博

[返回目录](#)

联通将打造电子渠道新模式 网上招募代理店

知情人士透露，在月收入达到 20 亿元之际，中国联通(微博)电子渠道将拓展一种新模式，将代理商模式引入到网上销售中，由联通省级公司招募网上销售代理商，类似于“网上的合作营业厅”，这将是联通销售渠道的一种新变革。

联通电子渠道目标 2011 年交易额 240 亿元

三大运营商中，中国联通一直是最重视电子渠道者，据中国联通电子渠道中心总经理宗新华之前的介绍，中国联通目前已经形成了互联网、手机、短信、自助终端等多种手段的网络营销形式，2010 年电子渠道的交易额完成 124 亿元，同比增长 218%，占通信服务总收入的 7.2%，比上年度提升 4.6 个百分点；电子渠道使用用户数达到 5700 万户，同比增长 150%，用户渗透率达到 18%，比上年度提升 11 个百分点；3G 发展用户数突破 174 万户，完成全年任务的 145%。

据悉，2011 年联通电子渠道的发展目标是：交易额达到 240 亿元，使用用户数突破 8000 万户，定制业务量达到 2500 万笔。截至 2011 年 6 月，联通企业门户使用用户数突破 7400 万户，日均 PV 访问量突破 1000 万次，月最高营业额突破 20 亿元，日最高营业额突破 9855 万。

截止 2011 年 8 月，中国联通网上营业厅单月营业额达到 20.9 亿元。

希望引入网上代理店

同时，目前联通正在研究继续改革电子渠道销售。

此前，作为中国联通电子渠道试验田的广东联通已经开通了联通首家淘宝网旗舰店(gd10010.tmall.com)，截止 9 月 8 日，该旗舰店总页面浏览量突破了 150 万，访客人数突破 43 万，同类店铺排行榜始终位居第一。

另外，在淘宝网上，“广东联通淘宝特约授权店”<http://unigd.taobao.com/>已上线，流量排名列同类店铺第七位。据悉，这应该就是联通电子渠道改革的一个样板，即联通在电子渠道中引入分销模式，招募 C2C 卖家一起来销售联通 3G 手机终端以及语音套餐。

目前，联通自有营业厅、合作营业厅有 2 万多个，但 3G 时代，在移动互联网高速发展的大产业背景下，联通认为，加大力度研究和加快构建互联网的销售服务一体化模式。

两种模式并存

据悉，联通内部会议中已提出未来电子渠道有两种模式，一种是自有电子商务的模式，主要是围绕中国联通 10010.com 官方商城为核心，并将触角延伸到淘宝商城(微博)和腾讯拍拍商城；

另一种则是网络联盟合作模式，网络联盟主要是联合大、中、小网站来共同推动联通 3G 的发展，目前加盟网络联盟体系的合作伙伴包括新浪商城、京东商城(微博)、UCWEB、IT 世界网、太平洋 IT 商城、IT168 等国内知名的电子商务企业及门户网站，以及 2000 多家中小网站和社会能人。

广东联通同时表示，其淘宝官方旗舰店还将有更多促销优惠措施推出：如选购广州 3G 号码，预存 200 最高赠 1000 元话费+600M 本地流量包；选购东莞 3G 号码，存 200 最高送 600 元话费+600M 本地流量包+50 元限量充值卡+4G U 盘；选购佛山 3G 本地极速上网卡套包(含上网费、uism 卡、7.2M 上网卡终端)，前 100 名最低 7 折优惠至 400 元包邮价，含 300 元上网费、7G 本地流量和 2G 全国漫游流量，如果额外再加 200 元，还送 300 上网费，本地及全国漫游流量再翻倍。来源：2011-9-9 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通集采招标告别超低价 PON 市场回归理性竞争

继 7 月份中国移动 PON 集采招标后，中国联通的 2500 万线 PON 集采招标报价也尘埃落定，此次集采没有重现 2010 年 1 元 PON 端口的“疯狂”报价，这标志着 PON 市场回归了理性，宽带接入市场告别了“面包比面粉更便宜”的非理性时代。业界专家称，这有利于恢复产业链信心，也有利于运营商建设高品质网络。

在 2010 年的中国联通 PON 招标中，有厂商报出每个 OLT PON 端口 1 元的价格，部分厂家报出的 GPON 价格甚至低于 EPON，这种报价给运营商的宽带网络建设带来“困惑”，或过度部署网络、或在 EPON 和 GPON 之间徘徊，这种“面包比面粉更便宜”的局面既影响了产业链信心，也影响了运营商网络建设。

与 2010 年完全不同的是，2011 年 8 月份中国联通 2500 万线规模 PON 集采出现新的气象，主流厂家没有了 1 元 PON 端口的“疯狂”报价，同时 EPON 平均价格比 GPON 低了近 10%，因此在 FTTH 场景下，EPON 相比 GPON 体现了价格优势，同时也凸显了产业链成熟和规模效应的优势。

有第三方专家指出，占据了国内 PON 市场 90%份额的华为和中兴的报价在此次集采中同时回归理性，这种现象标志着 PON 产业链再次回归健康发展的轨道。

由于 EPON 在中国联通此次 PON 集采中彰显了价格优势，有专家预测中国联通将延续 EPON 为主的建设思路，据了解，目前中国联通的现网中 EPON 占 70%的比例。

价格和价值经济杠杆同样适用于通信行业，中国联通此次的集采价格体现出来的 GPON 和 EPON 的差异，反映了产业链在规模化的市场需求面前价值的回归，超低价的超常规手段只会出现一次。产业链的健康发展，成本传导往往是不可改变的，EPON 积累多年的产业链成熟效应在联通 2500 万线集采中客观地体现出来。PON 市场回归理性，这对中国宽带网络发展来说无疑是一件幸事。

伴随着国内宽带提速建设步伐的加快，电信运营商对 FTTH 和更高带宽的下一代 PON 技术引入尤为关注。FTTH 时代，ONU 终端的成本对运营商的技术选择更为敏感。在 2011 年 6 月的中国 FTTH 论坛上，韦乐平提到：“在宽带提速建设中，10G EPON 在 FTTB 场景下已具有成本优势。”在中高端区域引入 FTTH，在改造区域和商业客户中引入 10G EPON 可能是未来几年的建设趋势。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中国联通朱立军：建议通信业用电实行统一指导价

今日，中国联通(微博)副总裁朱立军在“第二届通信行业节能减排大会”上表示，建议国家对通信行业用电给予统一指导价格。

朱立军表示，从中国联通各省分公司反馈的情况看，各地用电价格呈现区域不平衡性，对基站设备电费影响较大。

“建议国家有关部委针对通信行业属于基础设施服务的特点，能为通信行业用电制定较为优惠的统一指导价，激励通信运维企业更好为国民经济和社会信息化服务。”

朱立军还表示，目前，通信运营企业已在大量建设 IT 和数据服务中心，云计算基地以及海量的综合性设备服务设施，建议国家相关政策主管部门针对通信行业耗能的增长趋势，尽快研究制定支持通信运营企业能耗降低新技术，新产品的研发以及推广应用的政策。

“比如，对通信领域自主技术创新实现的网络升级，技术演进所增加的投资，可否列为国家节能减排投资，或给予税收减免，以及财政补贴等政策，引导通信企业加快技术演进，更好实现节能减排的成效。”来源：2011-9-8 通信世界网微博

[返回目录](#)

联通阅读运营中心启动技术类招聘 涉及三个岗位

中国联通阅读运营中心日前启动技术类人员招聘，涉及软件工程师、数据工程师及系统工程师三岗位。

之前一直备受业界关注的中国联通阅读运营中心，于 2010 年 12 月落地湖南，由中国联通湖南分公司运营。该运营中心采取由中国联通集团公司统一规划管理，以及中国联通湖南省分公司日常管理相结合的双重管理模式，在全国范围内为用户提供书籍、网络文学、杂志、漫画等业务内容，为各省联通分公司提供运营、营销、客服和技术支持。

近日，中国联通阅读运营中心启动技术类人员招聘，涉及软件工程师、数据工程师、系统工程师三岗位，每岗位招聘 3 人，共计 9 人。

2009 年 3 月，中国移动在浙江设立了阅读基地，目标是期望能够整合 400 个相关媒体及出版机构，进而使其运作的手机媒体平台成为无线出版的核心，之后宣布 5 年内投资 5 亿元推进手机阅读基地建设，定制 TD 阅读器，并在内容、终端和渠道上全面拓展。

2010 年 9 月，中国电信宣布千万级用户规模的天翼阅读基地在浙江建成。中国电信浙江公司总经理张新建表示，三年内直接投入 3 亿元以上用于基地建设及应用推广，预计带动消费 60 亿元。另外，三年内，计划与超过 500 家出版单位签约合作，推动上千款数字阅读终端。来源：2011-9-8 飞象网

[返回目录](#)

上半年联通手机用户数达 1.8 亿 3G 用户 2394 万

在今天上午举行的“第二届通信行业节能减排大会”上，中国联通副总裁朱立军表示，2011 年上半年中国联通完成主营业务收入 962.4 亿，增长 13.5%，移动电话用户 1.8 亿，其中 3G 用户达到 2394 万，宽带用户 4747 万。

“十二五”期间国家进一步推进信息化与工业化深度融合，信息通信技术将广泛应用到各行各业中，通信行业将逐步成为能源消耗的主要行业之一。对此朱立军表示，中国联通将继续加快建设和完善 3G 网络、2G 网络、宽带网络及业务运营和支撑平台。大量的基站和信息化机房还将应运而生，节能减排任重道远。

据他透露：“2011 年上半年中国联通完成主营业务收入 962.4 亿，增长 13.5%，移动电话用户 1.8 亿，其中 3G 用户达到 2394 万，固定电话用户达到 9663 万，宽带用户 4747 万。同时，公司移动基站总数量达到 55.1 万个，3G

网络覆盖到了全国县级以上城市和东部的发达乡镇。此外，GSM 网络基本覆盖了所有的乡镇，东中部地区的行政村覆盖率也达到 82%以上。”

朱立军指出，在公司业绩增长、业务量扩大的同时，节能减排工作也取得了一定成绩。“2011 年上半年中国联通能耗消耗总量为 86.5 万吨标准煤，同比下降 0.73%。其中电力消耗 55 亿度，占能源消耗总量的 70%，煤炭热力占能源消耗总量 21%，汽油、柴油、天然气占能源消耗总量的 9%。上半年公司万元营业收入综合耗能同比下降了 19%，节能减排工作初步取得了成效。”他说。

据朱立军介绍，中国联通促进节能减排主要采用两项措施，一方面加强对节能减排工作的组织领导，另一方面是有针对性的推广新应用、新技术，淘汰高能耗在网设备，提升基站节能性。

他还进一步表示：“公司新建项目始终把节能减排作为重要的指标，达不到要求绝不采购。”

另据 C114 了解，目前中国联通正在建立通信主设备与配套设备能效分级体系，加大对设备节能性能评估检测力度，实行节能产品采购清单的动态管理，积极推进合同能源管理项目。来源：2011-9-8 中国通信网

[返回目录](#)

联通秘密定制新型双待机 酝酿造双 WCDMA 卡手机

知情人士透露，中国联通(微博)正考虑向厂商引入一种新型高端商务手机，这款手机将与过去的双网双待机相同，专门定位于追求时尚的高端人士，但其技术制式却是两个 WCDMA 号卡，完全是 3G 双待机。

联通酝酿新型 3G 双待机

据悉，联通研发新型双待机主要受 2010 年的一款双待机三星(微博)大器的影响。

联通自 2004 年就开始做双待机，上马 3G 后，中国联通几乎放弃了双待机。但自 2010 年开始，中国联通又在思索双网双待机的未来，2010 年下半年，中国联通向三星定制了一款高端双网双待机“三星大器”，尽管这款手机价格高达 6000 多元，但销售颇佳，在高端手机中仅次于 iPhone 4，这让联通大受鼓舞，于是，中国联通自 2011 年年初开始定制新型的双网双待机。

据透露，此次联通新型双待机的合作厂商已不再是三星，而是国产手机老牌厂商酷派(微博)。酷派也一直是联通双待机的制造者之一。2004 年 7 月，联通发布第一款联通“世界风”双模手机，酷派即是这款双模手机的出品者。

可保持两个 WCDMA 卡同时在线

而且，2010年年底开始热销的“三星大器”是一种 WCDMA/GSM 制式的双网双待手机，而联通希望 2011 年定制的是两个 WCDMA 卡手机。

这主要是因为 WCDMA/GSM 制式的双网双待手机毕竟只能完全保证其中一个号卡是联通专属，另一个号卡可能是联通号也可能是其它运营商的号卡。2010 年联通 3G 还不算普及，而到了 2011 年，联通 3G 用户累计达 2581.9 万户，仅 2011 年 7 月就单月净增 187.4 万户，联通在中国实际使用 3G 网络的用户数中第一，这无疑增加了联通的底气，因此，联通希望推出双 WCDMA 3G 卡制式的双网双待手机，而无需用户再使用一个 2G 号卡。

从实际来看，目前不少高端用户已跳网转成 WCDMA 用户，但是，有部分用户仍希望同时拥有两个号码同时在线，因此，联通双 WCDMA 卡显然有其市场需求。

3G 时代高端用户的新需求

据悉，2011 年年初，中国联通已与酷派密谈，而双方讨论的结果是，顶级 3G 手机还是要与众不同，打造一款高端的 WCDMA/WCDMA 制式的双网双待手机将具有强大市场卖点，由此，联通与酷派的打造新型顶级 3G 双待机的项目出炉，并将会在未来推出系列明星产品。

显然，联通的双 WCDMA 卡双待机将可同时使用两个 WCDMA 制式 3G 号码，既能满足 3G 需求，又能延续高端用户使用两个号码的习惯，同时也凸显其追求时尚、引导商业潮流的品质。

参与该项目的一位人士表示，酷派已研发成功这种手机，虽然联通何时引入上市还不清楚。

中国的高端用户有多少无法统计，高端用户中有多少是 3G 用户，这一比例也无法说清，但从双待机以往拥有相当市场份额来看，几乎所有的中高端手机用户没有不知道双模手机的，这种保持两个 WCDMA 卡同时在线的新型 3G 手机应该也有其市场。来源：2011-9-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国联通：Femtocell 技术面临挑战 定位尚不清晰

室内容量的大量需求成为 Femtocell 迅速发展的主要驱动力。中国联通(微博)无线研究室主任吕召彪认为 Femtocell 虽然有需求但也存在着一些技术方面问题和挑战，因此，中国联通 Femtocell 策略定位还不是很清晰，仍在探索过程中。

随着 3G 网络的大规模建设，3G 数据业务的快速增长，Femtocell 进入了高速发展期。室内容量的需求成为运营商部署 Femtocell 的最主要的驱动力。

“解决室内大规模容量需求，我们有两个思路。一个是通过室外宏基站的部署，但是 WCDMA 网络部署在 2.1GHz 穿透损耗较大，难以满足室内覆盖需求；另外一个思路就是引入分布式天线，但是入场费用在增加，进场布线施工困难。因此，基于移动通信技术的低功率、超小型蜂窝基站接入节点 Femtocell 成为了我们增加室内容量覆盖的重要技术。”中国联通研究院网络技术研究中心无线研究室主任吕召彪表示。

“但是，Femtocell 部署在关键的几项技术方面遇到了一些挑战。”吕召彪直言不讳道。

首先在 Femtocell 自配置自优化方面。吕召彪认为自优化方面的标准化工作尚未完善，缺乏统一验证标准，不同厂家设备采用自制策略，缺乏互操作性。

“Femtocell 就像一个孤岛，如何加强它和宏网的信息交互，怎样在切换的时候可以提前获取 Femtocell 的信息，这是个需要探讨的解决渠道。”

互干扰问题一直是 Femtocell 要解决的重要问题。由于频率资源限制，Femtocell 与宏基站采用同频部署时，带来了严重的干扰问题。“因为在试验过程中发现技术方面还面临着一些挑战，所以中国联通对整个 Femtocell 策略定位还不是很清晰，还在积极探索过程中。”吕召彪表示。

此外，在接入控制、移动性管理、QoS 保障以及本地 IP 接入方面也存在一些问题。

“初期 Femtocell 将会作为室内补盲和高容量热点的解决方案，随着网络的发展我们希望能够进一步开拓新的业务出来，最后可以提供一些差异化的解决方案。”吕召彪提到。

据了解，中国联通 2009 年进行了 Femtocell 一些新业务的尝试：“3G 驿站”。同时，还开展了 Femtocell 技术试验，包括基本功能测试、性能测试、组网测试等。“我们跟踪并研究 Femtocell 商用过程中可能出现的问题，积极推动 Femtocell 网络的广泛应用，希望可以为未来 Femtocell 网络的部署运维奠定技术基础。”吕召彪希望。来源：2011-9-8 飞象网

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【华为】

华为与德国电信签订战略合作备忘录

德国电信与华为(微博)宣布昨日签订一份战略合作备忘录，两家公司将集中在云计算数据中心与网络，云计算解决方案，以及包括智能电网、远程医疗与车联网等智能城市相关领域进行战略合作。

双方表示，在这份框架协议下，德国电信将把华为的企业网络设备纳入其产品序列，从而使华为的企业产品有机会服务于德电的全球客户群体。另外，德国电信将利用其在包括云计算在内的 ICT 领域的专业技术，向华为提供相关服务。与此同时，华为和德国电信也将在中国联手，面向中国 150 强企业拓展信息通信技术和系统集成业务。

德国电信全球首席销售官 Dietmar Wendt 表示：“德国电信作为全球领先的端到端信息通信技术和方案供应商，面向国际市场，利用自身在咨询服务、应用服务和基础设施服务方面的核心竞争力，为全球能源、汽车和医疗等领域的企业客户提供最优解决方案。我们下一步的战略重点是提高我们在亚太地区的市场地位，而中国是重中之重。我们与华为的合作将不断深入，进一步帮助中国客户优化产业价值链，助力中国企业实现全球化。”

华为企业业务总裁徐文伟(微博)表示：“华为一直致力于提供以客户为中心、端到端全覆盖的综合性解决方案，努力满足每一位企业客户独特的需求。为了信守这一承诺，我们两家公司将融合彼此的优势，将德电广阔的市场网络和出色的交付能力与华为丰富的产品系列及雄厚的研发资源有机结合，为客户提供一站式的产品与服务。” 来源：2011-9-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为拟在巴西建厂 生产手机平板电脑

据国外媒体周一报道，华为正计划在巴西建造或收购制造手机和平板电脑的工厂。

华为热衷于使用第三方制造商代工，例如伟创力(Flextronics International)以及富士康(Foxconn International Holdings)一直以来都为华为生产其在欧洲和拉丁美洲销售的电子产品。

但鉴于在巴西运营的复杂性，尤其是税收政策，华为的一位主管在 2011 年巴西国际通信技术和设备展览会(Futurecom 2011)上对外界透露，华为计划在巴西拥有自己的制造工厂。不过，华为并没有排除收购当地制造商的可能。

据介绍，最近伟创力公司巴西分厂已经生产出华为面向巴西的第一部手机，而第一款平板电脑也将于明年上半年下线。

目前，华为的制造商伙伴已经生产出大部分华为准备销往巴西的电信基础性设备。电信基础性设备占华为在巴西销售额的 75%，预计 2011 年该业务总额将达到 18 亿美元。

虽然手机及其终端设备占华为在巴西销售额的 25%，但增速惊人，估计 2011 年能增长 80%。来源：2011-9-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为收购科威特 ITS 业务支撑系统部门

华为(微博)公司日前向科威特金融公司(Kuwait Finance House)收购了国际交钥匙系统公司(ITS)的业务支撑系统部门。

ITS 由科威特金融公司控股 95%，是一家综合信息技术和软件服务提供商，在中东北非地区拥有广泛业务。

“华为将继续投资以推动该地区业务发展、创造本地就业并为现有员工提供新机会。”华为 Steven Yi 表示，“华为承诺保留所有员工的职位及他们现有的福利。研发行动将继续在该地区进行、保持和扩大，本地业务将从华为业界领先的全球研发网络获得丰富资源、能力和经验。”

“对我们 900 名员工和我们忠实客户而言，这是一个最佳结果。”ITS 常务董事兼总经理 Khaled Al Saeid 表示，“但当我们思考扩大的能力时，有一点不会改变：以服务客户为中心。与华为的融合将使我们可以向客户提供更深刻的专业知识、更大的规模和价值。”

目前这笔交易仍有待监管部门的批准，预计将于 2011 年 10 月完成。来源：2011-9-7 中国通信网

[返回目录](#)

华为企业业务 2011 年预计销售 40 亿美元

尽管从 2010 年年底开始，华为(微博)才开始从公司架构中划分出运营商业、企业业务、终端业务等几个独立的业务集团，但新的业务部门已经开始显现出强劲的增长态势。

“华为企业业务 2011 年的销售额目标是 40 亿美元，上半年已经完成了 15 亿美元，目前来看，完成全年的销售目标没有问题。”昨天，华为企业业务营销总裁何达炳对《第一财经日报》表示。

为华为贡献 20%收入

过去几年中，虽然华为的主要“战场”在运营商市场，但企业业务也在一直涉猎，最初是专网市场部，后改为行业系统部，到现在成为企业业务集团。企业业务收入一直保持了 100%的增幅，从 2009 年的 10 亿美元，到 2010 年的 20 亿美元，再到 2011 年的 40 亿美元。

据记者了解，华为企业业务市场目前国内外市场收入相当，2011 年上半年国内市场已经实现收入 40 亿元，而 2010 年全年国内市场收入仅有 60 亿元。

真正大规模进入企业业务市场的标志正是华为企业业务集团的组建。“华为进入企业业务市场是 ICT(信息与通信技术)行业发展趋势的要求，原来运营商使用的技术，现在企业市场也在使用。”华为企业业务总裁徐文伟(微博)表示，“特别是云计算的兴起给华为提供了进入行业和企业市场的良好机会，华为以前是做运营商的‘管道’，现在相当于做企业和行业的‘管道’。”

不过，华为并不认为这是企业转型，在华为看来，这只是销售范围和客户群扩大了。“运营商市场仍在增长，预计 2011 年华为合同销售额超过 400 亿美元，但运营商领域的增长不会那么快，能保持 15%的增幅是比较正常的。”徐文伟说。

根据华为过去五年年报，公司销售收入年均复合增长为 29%，如果作为最主要业务构成的运营商业增长放缓，那华为将如何实现继续增长？“华为保持继续增长主要来自两部分，一个是华为终端业务；第二就是华为企业业务。”徐文伟表示。

根据华为企业业务最近制定的未来三到五年发展规划，企业业务到 2015 年，将实现全球销售额 150 亿美元，好的话，能达到 200 亿美元。这意味着在华为的未来远景中，企业业务至少将为华为贡献 20%的收入。

实际上，据记者了解，在华为发展的 22 年历史中，华为总裁任正非唯一参加的一次企业发布会就是 2010 年 11 月在北京举行的华为云计算战略发布会，从中可见任正非对企业业务的重视程度。

直面竞争对手

尽管华为在运营商市场已经成为仅次于爱立信的全球第二大设备商，但对于企业业务市场而言，华为还是个“新人”。当初取得运营商市场的成功，华为得益于“农村包围城市”的市场战略，如今，这个战术会再次复制吗？

“华为从进入企业业务市场的第一天就具备了正面竞争的實力，华为现在有能力打阵地战而不是游击战。”何达炳认为。

在企业市场，特别是全球市场，思科仍是绝对的领导者。因此对华为企业业务而言，思科、惠普(微博)已经成为华为最直接的竞争对手。因此，华为已经与竞争对手在很多市场展开了直接竞争。

可是华为胜算几何呢？“华为现在要跟竞争对手比长板而不是比短板。”何达炳说，华为的优势在于自己的执行力，所以华为应该发挥自己的长处，快速跟进业界趋势，“华为有强大的研发，所以华为必须专注于通用性和平台性产品，然后在所有市场快速复制。”

不过，进入企业业务对长期针对运营商市场的华为而言也是个挑战。目前，华为企业业务正在进行团队和渠道的建设。“最初的时候华为背景的人最多，现在有越来越多的具体行业背景和行业经验的人加入。”何达炳介绍说。

如果说针对运营商市场的华为更多是一种“单打独斗”，因为运营商是有限的，现在对于企业业务而言，合作伙伴多少和合作伙伴强弱更能决定其核心竞争力。

“企业业务希望成为华为未来持续增长的主要贡献者。”何达炳表示。来源：2011-9-9 第一财经日报微博

[返回目录](#)

华为借 100 美元智能手机拓展尼日利亚市场

导语：国外媒体周一发表分析文章称，尼日利亚手机市场潜力巨大，华为(微博)可凭借其廉价智能机在尼日利亚获得更多市场份额，但同样要面临不少挑战。

以下是文章全文：

洛奇·尤(Rocky You)是一名华为高级客户经理，2011年28岁，他志在让华为100美元智能机在尼日利亚流行起来，于是他每天都会到拉各斯(尼日利亚首都)的各大购物超市中的手机店和电子产品店直接向售货员推广华为手机。洛奇·尤称：“这里的人月收入不到2000美元，他们就是我们希望得到的客户。”

华为是全球最大的电信设备服务提供商之一，他们近期才开始销售智能机、平板电脑等消费电子产品，这使得华为在和大品牌对手的竞争中处于劣势，特别是在成熟市场。

市场潜力

但是尼日利亚却是一个充满希望的市场，受到中产阶级迅速崛起的推动，非洲的手机使用率迅速提升。非洲 10 亿人中有一半以上拥有手机，尼日利亚总统古德勒克·乔纳森(Goodluck Jonathan)在近期演讲中表示，尼日利亚超过 90% 的人拥有手机，10 年前这个数字还不到 100 万人。

于是尼日利亚就成为华为大型消费产品推进计划的试验地，华为计划将 2011 年的全球设备营收在 2010 年 45 亿美元基础上提高到 60 亿美元以上。手机制造商批发业务公司 Telecgsm 近期与华为达成了在尼日利亚销售手机的协议，Telecgsm CEO 托鲁·奥奇(Tolu Ojo)表示：“每个公司都希望来到尼日利亚，华为如果三年前就在尼日利亚开展业务效果会更好。”

华为的优势

华为手机可能很难吸引亚洲和欧洲市场的手机用户，但是华为赌的就是合适的价格。尼日利亚将有机会使用一款不知名的品牌手机，这种手机配备好的摄像头，可以接入互联网，运行应用。华为于 2011 年 5 月份在尼日利亚销售限量版 170 美元智能机，是目前市场上最“便宜”的智能机。

华为本月还将在尼日利亚推出 100 美元 Ideos 智能机，并同时推出 100 万美元的广告宣传计划。华为还让尼日利亚的手机服务提供商到华为在深圳的总部考察产品线和设备样品。华为计划到 2011 年年底时在非洲 6 个以上国家推出 Ideos 智能机。华为发言人表示：“对于华为和整个电信界来说，非洲市场蕴藏着巨大商机。”

对于华为有利的是，由于有线互联网基础设施只覆盖大型城市，非洲人现在已经将智能机作为上网工具。在大多数非洲国家，互联网渗透率仍不到 10%。

三星(微博)电子南非高管保罗·费雷拉(Paulo Ferreira)表示：“和相对成熟的市场相比，非洲人的首个互联网切入点是通过移动设备。”

手机广告调研公司 InMobi 的报告显示，非洲智能机使用量在 2-5 月期间增长了 38%。InMobi 非洲副总裁伊西斯·尼杨(Isis Nyong'O)表示：“非洲智能机市场的增长要比预期更早、更快。”

华为于 2010 年早些时候在非洲肯尼亚推出了首款 Ideos 智能机，华为称该智能机上半年在肯尼亚的销量达到 6 万台，几乎占据了肯尼亚智能机总销量的 50%。华为表示，他们近期还接到了来自阿联酋电信(Emirates

Telecommunications)尼日利亚分公司的 5 万台 Gaga 智能机订单。南非移动运营商 MTN Group 也与华为达成了类似 Ideos 订单协议。

面临挑战

不过华为也将面临不少挑战，比如质量不一的手机服务覆盖、官僚习气导致产品出货延期、在人口达 1500 万的大城市拉各斯的营销困境等。华为还将面临三星、诺基亚(微博)、苹果、RIM 等知名品牌的竞争，后者具备品牌优势。

在拉各斯的大型电子购物中心，活动策划者弗米拉耶·奥达穆斯(Fumilayo Odamusi)正在考虑购买一台手机，他表示：“我喜欢华为手机的价格，但我还不得不将它放在口袋中藏起来。”最终她选择了 RIM 的黑莓手机(微博)。

银行家德勒·阿皮其(Dele Apeji)最近购买了一部华为手机，他喜欢该手机圆润的外观和 Android 系统，但是他抱怨电池续航时间太短。华为表示，智能手机在长时间使用后电池续航时间一般就会迅速缩短，但他们正在努力提升电池容量。

就连华为的洛奇·尤都使用的是苹果 iPhone，他认为 iPhone 可以提供更多应用。洛奇·尤表示，很多经销商认为，中国公司的手机就意味着低价格、低质量，他还不得不迎合当地合作伙伴，学习一些约鲁巴语。

洛奇·尤表示：“尼日利亚是一个前景不错的市场，我可以把未来希望寄托在这里。”来源：2011-9-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为与 ICTV 签署协议 将建菲律宾全国性网络

华为(微博)公司日前与菲律宾风险投资公司信息资本技术投资公司(ICTV)签署了一份谅解备忘录(MoU)，为后者控股的下一代移动公司(Next Mobile)的全国性网络建设提供支持。

信息资本技术投资公司披露，与华为及华为菲律宾的这份协议在菲律宾-中国华东地区商务论坛(上海浦东香格里拉大酒店举行)上签署，是菲律宾总统阿基诺三世上周访华期间签署的数份协议之一。

信息资本技术投资公司表示，这份协议标志着下一代移动公司全国性网络建设计划的开始，华为将提供并交付计划所需的设备和技术服务。

“在与世界上最大信息技术公司华为的合作中，这一具有里程碑意义的协议将大大提高公司及下一代移动公司的信息能力。”信息资本技术投资公司在提交菲律宾证券交易所的上市公司报告中表示。

信息资本技术投资公司持有下一代移动公司的股份，前 Nextel 通信菲律宾公司的梅尔·维拉德(Mel Velarde)是两家公司的总裁。

没有提供财务、时间表等任何其他细节，但菲律宾投资者对这份协议表现出极大热情，使信息资本技术投资公司成为本周一交易所涨幅最大的个股之一，从上周的 44 分涨到 66 分。

据信息资本技术投资公司网站显示，该公司是菲律宾唯一一家上市的风险投资公司，主要从事电信、媒体和科技创业投资。来源：2011-9-7 中国通信网

[返回目录](#)

华为平板电脑进军教育市场 称要打造百万销量

进军平板电脑领域已有一段时间的华为(微博)终端公司开始另辟溪径，在成功取得第一个“信息化校园”终端订单后，华为满怀信心地透露，要打造单款机型百万级销量。

携手联通拿下教育市场第一单

华为是国内厂商进军平板电脑领域最早的厂商之一，在海外也已销售平板电脑几十万台。以华为的执着，一直认为其会在国内平板市场上分一杯羹。

果真，9月7日上午，江西城市职业学院内，该校董事长黄玉林宣布，2011年，2011级新生在完成报名注册后，均可以免费领取一台华为平板电脑。以高校学生规模计，总计5000部。

华为对此事非常重视，华为公司副董事长郭平亲自出席发布会，江西联通总经理王竑弢和副总经理孙兵也深度参与此事。这实际上是华为智能平板电脑继金融、政务之后的又一行行业性应用拓展，标志着华为平板电脑在教育行业应用上取得了突破性进展，填补了平板电脑在中国教育行业大规模商用的空白。

华为终端相关负责人也承认，这是华为在教育系统中第一次规模地商用平板电脑，而华为的合作伙伴是中国联通(微博)，华为平板电脑内置了联通的3G模块。联通给予了上网优惠套餐。在学校里几乎不花钱，用WIFI。这样的话，华为与联通联手，轻松拿下这一大单。

要打造百万级销量

华为是2010年3月宣布推出第一代平板电脑的，名为S7 Slim。而最近，华为发布了名为MediaPad的平板电脑；华为同时称计划在2011年发布10英寸平板电脑。

华为首席营销官徐昕泉(微博)表示, 华为的目标是在 3 年内跻身平板电脑与手机制造商排名前五位。目前该市场由诺基亚(微博)、三星(微博)与苹果公司主导。

而在平板电脑领域, 华为希望打造一款百万级的平板电脑产品。这一销量虽然与苹果公司相比不算什么, 但在苹果之外的平板电脑厂商中将是不错的成绩。

2011 年第二季度, 苹果售出的 iPad 数量为 925 万台, 是 2010 年同期的 142%。但苹果的 iPad 也有其缺陷, 其 3000 多元的价位还是给其它厂商以机会, 华为就曾宣称, 其第一代的 IDEOS S7 Slim 虽是平板电脑, 但也具备手机的语音通话和短信、彩信等功能, 是介于平板电脑和手机的产品, 而苹果的 iPad 是没有语音通话和短信功能的。

华为终端表示, 除了教育领域, 华为终端未来还将针对不同行业的专业人士以及各类不同用户的需求提供定制型平板电脑、定制型服务等。如针对证券行业的包括高效办公、专业演示、股市查询实时预约等定制化解决行业方案。来源: 2011-9-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为年销售或达 40 亿美元 企业业务将成主力军

华为 2011 年内的销售额目标是 40 亿美元 根据上半年已完成的 15 亿美元, 华为企业业务营销总裁何达炳认为完成全年目标没问题。

过去几年中, 华为企业业务收入一直保持了 100% 的增幅, 且国内外市场收入相当。“华为保持持续增长主要来自两部分, 一个是华为终端业务; 第二就是华为企业业务。” 华为企业业务总裁徐文伟表示。

根据华为企业业务最近制定的未来三到五年发展规划, 到 2015 年, 企业业务将实现全球销售额 150 亿美元, 也有可能达到 200 亿美元。这意味着在华为的未来远景中, 企业业务至少将为华为贡献 20% 的收入。

但对于企业业务市场而言, 华为还是个“新人”。在企业市场, 特别是全球市场, 思科始终是绝对的领导者。何达炳说, 华为的优势在于自己的执行力, 所以华为应该发挥自己的长处, 快速跟进业界趋势, “华为有强大的研发, 所以华为必须专注于通用性和平台性产品, 然后在所有市场快速复制。”

目前, 华为企业业务正在进行团队和渠道的建设。未来, 企业业务有望成为华为持续增长的主要贡献者。来源: 2011-9-9 《财经网》微博

[返回目录](#)

华为集合万人做企业业务 瞄准年销售 200 亿美元

2010 年才重新出击企业网业务的华为(微博)眼下已树立了庞大的目标，不仅将这块业务列入四大主营业务之一，而且计划 2011 年全球销售额达到 40 亿美元，2015 年全球达到 150 亿美元以上，力争 200 亿美元。预计，企业业务将与终端业务一起，成为华为今后重要的增长点。

企业业务部门及架构已组建

“全球企业业务的潜在市场价值万亿美元”，近日，首次在媒体面前露面的华为常务董事、企业业务总裁徐文伟(微博)如此憧憬华为企业业务的未来。

他的上任实际上正是华为的一次重要变革的体现。2011 年年初，华为进行了业务架构的调整，打破了过去按产品分类的方式，按照面向客户的类型将公司业务分为四大块——运营商业务、企业业务、消费者业务和其他。其中，企业业务是四大组成部分之一，由此可见，华为对企业市场的重视。

为此，华为在 2011 年已组建企业业务部门。到 4 月份，华为企业部门的人员、组织和能力建设到位了，无论研发、销售组织等都基本就绪。

“我们光整体的云计算研发有 6000 名员工的规模，到明年将达到 1 万人投入到云平台的开发。美国、西安、深圳都有研发机构”，华为企业业务营销总裁何达炳(微博)如此说。

2015 年目标销售额确定

相对于运营商而言，企业业务则目标用户比较散和广，包括各种对通信网络设备和服务有需求的企业。

“企业市场之所以有广阔市场前景，这是 ICT 融合趋势造成的，随着企业和政府将视听系统和电话以及电脑网络进行融合，以实现诸如视频会议等功能，现在是华为进入企业市场的最好时机”，华为常务董事、企业部门总裁徐文伟如此说。

实际上，早年华为曾经做过企业网业务，后来这块业务卖给了 3COM。再后来 3COM 由被惠普(微博)给收购了。

如今重新做企业网，华为的目标已经今非昔比。华为相关负责人表示，“我们初步计划，到 2015 年全球销售额 150 亿美元以上，做的好的话希望达到 200 亿美元。2011 年上半年已经实现 15 亿美元，全年目标 40 亿美元”。

从技术角度而言，在运营商使用的技术与在行业企业使用的技术是差不多的，包括云计算等，因此这对于华为来说不难，而且，华为还在增长，由于运营商领域不可能像以前那么快，华为预计在运营商市场每年增长 15% 比较正常，但要实现更快增长要靠其它两个业务：一个是终端，一个是企业业务。

与思科惠普交锋

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

“这个市场很大，华为要发挥自己的长处”，华为企业业务营销总裁何达炳如此说。他认为华为有运营商网络设备和终端等方面的强大技术实力，有 FAST(更快响应)的服务理念。

但他也坦承，每个客户群的特征是不同大，打法也是不同的，比如企业用户有直销和分销两种模式，很大一部分销售额要靠代理商来完成，运营商市场只有直销，直接与运营商洽谈即可。因此，华为非常重视渠道建设以及招募代理商，有专门的渠道部，负责与代理商的关系。

关于知识产权，华为则举了个例子，2010 年 11 月 29 日，华为总裁任正非出席了云计算发布会，可见其重视。专利超过 700 件，包括虚拟化技术、分布等多个领域。来源：2011-9-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚西欧智能手机排名跌至第四

IDC 数据显示，受苹果 iPhone 和 Android 手机的推动，2011 年第二季度西欧智能手机出货量同比增长 48%，而诺基亚(微博)的智能手机份额则持续下滑。

IDC 分析师弗朗西斯科·杰洛尼摩(Francisco Jeronimo)称：“智能手机目前主导着西欧市场，而拥有较强产品线的手机厂商继续巩固其市场地位。”

第二季度，诺基亚在西欧市场的智能手机份额环比下滑 50%至 11%，位居三星(微博)、RIM 和 HTC 之后。

杰洛尼摩称：“来自三星、HTC 和索尼爱立信(微博)等厂商的 Android 手机推动了市场增长，并从诺基亚手中赢得了失去的 Symbian 市场份额。”

在智能手机增长的同时，第二季度西欧市场的整体手机出货量同比却下滑 3%。来源：2011-9-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺西任命勒普兰斯为中东地区新主管

诺基亚西门子通信(下称“诺西”)日前宣布,任命伊戈尔·勒普兰斯(Igor Leprince)为中东地区业务主管。勒普兰斯将常驻迪拜,他目前为诺西全球服务业务维护服务主管。

诺西在中东地区的业务覆盖 19 个国家,雇有约 3200 名员工。

“我很高兴像伊戈尔这样有经验和业绩记录的人来领导我们在中东的业务。”诺西执行委员会成员兼东部客户运营负责人阿希什·乔德哈里(Ashish Chowdhary)表示,“伊戈尔带来了客户的深刻理解以及在全球经营复杂业务的经验。他是一名重要的、拥有谈判和管理方面专长的团队成员。”

自 2009 年 9 月以来,约尔格·埃勒梅伊尔(Jorg Erlemeier)负责着诺西中东地区业务——包括先前合并的中东和非洲地区。他将担任东部客户运营方面的新职务。来源:2011-9-13 中国通信网

[返回目录](#)

诺基亚称 WP 手机会吸取 webOS 失败教训

高管周三表示,诺基亚要避免惠普 webOS 失败的命运,通过吸取竞争对手的失败教训来指导其 Windows Phone(以下简称“WP”)手机计划的执行。

诺基亚负责新加坡、马来西亚和文莱地区的生态系统与开发者体验主管盖瑞·陈(Gary Chan)认为,惠普(微博)决定放弃 webOS 硬件业务证明了移动业界的迅速发展。他将移动领域的竞争形容为生态系统之战。

对于 webOS 失败的原因,盖瑞·陈称,该平台没有一个足够大的市场,开发者也不能从 webOS 产品中获得收益。

盖瑞·陈表示,诺基亚将努力吸取惠普 webOS 的失败教训,确保 WP 手机计划顺利执行。诺基亚和微软在 2011 年 2 月达成合作协议,诺基亚未来手机将把 WP 作为主要操作系统。

当被问及 webOS 的失败是否会让开发者和消费者更加积极的看待微软诺基亚之间的合作时,诺基亚负责新加坡、马来西亚和文莱地区的总经理维拉斯塔·博卡(Vlasta Berka)表示,问题的关键不是在于市场中存在 1 个,2 个或者 20 个平台。从消费者的角度讲,更多的生态系统就意味着更多选择,这总是一件好事情。

博卡对于他们与微软的合作感到满意,并指出他们的开发进度已经超前了计划。

不过博卡也承认，随着更多平台进入市场，开发者在选择专注的平台上面临更多挑战。平台的吸引力尤为关键，诺基亚目前拥有塞班、MeeGo 和 WP 平台。

和诺基亚立场保持一致的是，博卡也并没有对未来 MeeGo 产品做出承诺。他表示：“未来的产品等待日后再宣布，但是 N9 将是 2011 年诺基亚唯一一款 MeeGo 手机产品。”来源：2011-9-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚举办经典铃声制作大赛 头奖 1 万美元

为了配合新一代 Windows Phone 智能机的上市，诺基亚将举办“经典 Nokia Tune 铃声再制作”(Nokia Tune Remake)大赛。制作出诺基亚新标志性铃声的胜利者将获得 1 万美元奖金，其制作的铃声每天将被聆听十亿多次。

本次大赛从 9 月 5 开始，截止到 10 月 5 日。铃声制作者可以在这期间向 nokiatune.audiodraft.com 网站提交他们的作品，每个铃声长度不能超过 30 秒。

诺基亚将为参赛者提供 Nokia Tune 混合套件，这其中包含了过去多个经典版本的 Nokia Tune 铃声。诺基亚表示，这不是一次简单的经典铃声再制作大赛，参赛者需要制造出真正新颖、独特的版本铃声。

10 月 5 日，10 名参赛者将被选中进入到最后的决赛。其中 5 名是由公众投票选出，依据是公众最喜欢的 5 首铃声。另外 5 名则由诺基亚专业评审团和合作伙伴 AudioDraft 选出。大奖和 5 名二等奖将在 10 月 7 日决出。

本次比赛的大奖将获得 1 万美元的奖金，其制作的铃声将预装在超过 1 亿台诺基亚手机中，并可以从 Ovi Store 商店中免费下载。二等奖五名，奖金 1000 美元，他们制作的铃声也可以在 Ovi Store 商店中下载到。来源：2011-9-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺西第五个全球网络运营中心在俄罗斯投入运营

诺基亚西门子通信(微博)(下称“诺西”)宣布，其位于俄罗斯沃罗涅日的全球网络运营中心(GNOC)正式投入运营。俄罗斯主流运营商 MTS(Mobile Tele Systems OJSC)成为该中心的首家客户。

沃罗涅日州州长阿列克谢·戈尔杰耶夫(Alexey Gordeev)与诺西全球服务业务负责人阿曼多·阿尔梅达(Armando Almeida)、诺西俄罗斯业务负责人克里斯蒂娜·吉洪诺娃(Kristina Tikhonova)一起出席了揭牌仪式。

“世界各地的运营商都看到了将其网络业务外包的好处，这一趋势在这里蓄势待发。”阿尔梅达表示，“诺西俄罗斯全球网络运营中心是我们在全球的第五个，将有助于俄罗斯和独联体国家的运营商外包其日常网络运营和维护工作。”

诺西俄罗斯全球网络运营中心能够容纳 500 名技术人员，可以扩建至 3000 平米。该中心正在扩大至管理俄罗斯多达 10 万个网元。新中心的专长和资源也将发展至包括网络规划和优化服务。

诺西俄罗斯全球网络运营中心旨在运营多供应商网络。新中心加入到现有多技术、多供应商网络运营中心网络中——两个位于印度、一个位于葡萄牙、一个位于巴西。这些中心通过透明的服务水平协议和更高效的服务交付来确保高质量的网络和业务性能，同时降低风险。

诺西俄罗斯全球网络运营中心支持远程交付模式，适用于标准化和自动化的 IT 工具和流程。今天，诺西全球网络运营中心网络每月处理近 1.8 亿次告警、生成 18.5 万份网络性能报告。来源：2011-9-8 中国通信网

[返回目录](#)

【其他制造商】

韩企 LG 在华手机部门裁员一半

LG 公司在面板投资策略摇摆不定、几番推迟开工日期之后，手机业务也陷入一场裁员风波。

手机研发部门将被合并

在昨日回复本报记者的官方声明中，LG 证实了手机部门正在进行调整的说法。最近，公司希望把手机的生产和研发合并到一个组织里。这个方案一旦实施，目前的手机研发部门可能将合并到烟台工厂。”LG 公司表示。消息称 LG 手机研发中心的员工一半将被辞退，另一半会转岗到别的部门。

LG 相关负责人透露，研发中心的手机部门员工约 160 人。据记者了解，备受关注的 LG 液晶面板投资项目开工日期也是一推再推。本该 2011 年 3 月份就可动工的 LG 广州 8.5 代线项目推迟至 2011 年 8 月 30 日，但到了 8 月 29 日，LG 又临时通知取消动工仪式。

内外交困的不利因素

受苹果的强烈冲击，2011年7月，LG下调全年手机销售预期，其中智能手机销量调低至2400万部，低于预期的3000多万部。LG预计2011年手机的销量将调低至1.14亿部，低于预期的1.5亿部。

由于2011年LG没有推出全球热卖的手机产品来对抗苹果和三星，2011年4~6月份季报显示，LG手机部门连续第五个季度报亏。

液晶面板项目也因面板价格持续下跌影响了LG的投资决心。LG显示屏公司首席执行官(CEO)权暎寿解释称，全球市场不是很景气，电视显示屏销售跟公司之前的预测有些差距，因此取消了动土仪式。

不过，业界普遍认为，造成LG目前困境的原因不只是外围因素。有员工反映称，“照搬韩国模式，本土化程度不够”，LG在华的多数部门决策者都是韩国人。

相关报道

夏普智能手机

主打3D概念

昨日，夏普公司宣布与土豆网达成合作协议，双方将为夏普旗下全线3D智能手机产品搭载“土豆3D”视频分享平台，为夏普3D智能手机使用者提供更多内容选择。

此外，土豆的部分原创节目会直接使用夏普3D智能手机录制3D格式的特别版。来源：2011-9-8 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

三星 GALAXYS II 决胜中国智能手机市场

7月，三星电子旗下新一代智能旗舰手机 GALAXYS II I9100 首销会在北京、上海、广州、沈阳、成都等地举行，首销当天首批手机宣告售罄，火热程度可见一斑。

作为即将上市的 iPhone5 最有力的竞争者，GALAXYS II 的发布提前引发了三星和苹果之间的新一轮高端智能手机战，而三星 GALAXYS 系列手机和 iPhone 的双寡头竞争局面也在 GALAXYS II 发布之后进一步加剧。面对 iPhone5 的来势汹汹，三星 GALAXYS II 能否笑到最后？高端智能手机的竞争何去何从？

先发优势三星 GALAXYS II 施压 iPhone5

伴随着智能手机的快速普及，智能手机已经进入“快”时代，从研发到销售，以快制胜、因慢而败的案例都不鲜见。此前，苹果就是因为最早在手机市场引入大尺寸触摸屏操作的概念而一夜爆红。而此次，显然擅长速度战的三星更占便宜。

统计数据显示，先行上市的 GALAXYS II 上市仅 85 天便创下全球销售 500 万部的佳绩。这款搭载了 Android 2.3 系统，拥有 1.2GHz 双核处理器、1G 独立内存、800 万像素摄像模块和 4.3 英寸 Super AMOLED Plus 魔丽屏的高端智能手机，厚度仅 8.49mm，综合参数大幅超越了当前的主流高端智能手机。同等级配置的智能机，包括 iPhone 5 将至少要在第三、四季度才会批量上市，这将为三星 GALAXYS II 赢得至少半年的时间差。

作为智能手机竞争中另一个不可忽视的因素，软实力也在很大程度上左右着厂商的命运。iPhone 以 AppStore 打天下，但是中国用户并不能真正接受 AppStore 的收费模式。相比之下，GALAXYS II 则更以用户需求为中心。其内置了三星独有的“网圈”功能，深度整合了用户周围的内容资源。而搭载的 Android 2.3 系统和 TouchWiz 4.0 操作界面，更迎合了手机用户的个性化需求，操控体验相比 iPhone 4 有过之而无不及。

夯实基础三星 GALAXYS II 厚积而薄发

三星和苹果作为当前手机市场的最势均力敌的两股力量，三星能否把当前的 GALAXYS II 优势延续下去？这不妨从两家企业的宏观层面略作分析。

首先，就产品战略而言，苹果采用的精品战略，平均一年推一款产品，而三星采取的则是高中低端全面覆盖战术。精品战略能节约投资，但也往往会给企业带来巨大的风险。业界有个别领军品牌也经历过这样的衰败。

其次，就操作系统战略而言，苹果采用的是封闭的生态系统，而三星采用的是开放的模式。苹果的模式，从商业角度来说，往往更占优势，因为这种封闭足以为主导者赚取更多利益。相比之下，三星的开放模式则更利于消费者的体验和生态系统的构建。这种全操作系统战略看似容易，但执行和坚持却是非常不容易的。这也从另一面彰显了三星的资本和技术实力。

迎合市场 GALAXYS II 全面满足定制化需求

3G 时代以来，运营商定制市场已经逐步成为智能手机市场的晴雨表。深谙“得运营商者得天下”之道的三星显然更懂得当今市场的规律。

相比苹果依靠一款 iPhone 主打单一定制市场的模式，三星 GALAXYS 系列手机采取的是更灵活的定制化模式，这也是三星一贯以来坚持的核心策略之一——全面支持不同网络制式运营商的不同定制需求。三星 GALAXYS II 再次延续了全面支持中国三大运营商定制需求的策略。此次上市的 GALAXYS II 包括开放版、中国联通定制版和中国移动定制版三个版本。而 2011 年早些时候，中国电信深度定制的双网双待版 GALAXYS II 也将重磅上市。这不仅为三星赢得了更广阔的用户市场，也使得三星在更大程度上获得运营商的认可和支撑，为三星在智能手机市场的领先奠定了又一坚实基础。来源：2011-9-9 每日经济新闻微博

三星大力发展 Bada 系统 欲破除安卓依赖困境

自从 2010 年发布自主开发的 Bada 操作系统以来，三星已经推出了多款采用 Bada 系统的手机，比如 Bada 系统的开山之作三星 Wave 及其升级版 Wave 2。日前，三星宣布，将推出三款采用最新 Bada 2.0 系统的新机——三星 Wave 3、Wave M 和 Wave Y。

最新报道称，惠普将向三星出售 webOS 的使用权，授权后三星可使用 webOS 开发智能手机、平板电脑等产品。不过，三星 CEO 崔志成在近日接受采访时明确否认了这一消息。另外，关于三星示好微软发力芒果系统的消息也屡见报端。

三星近期的一系列动作以及相关传闻，透露出三星欲与安卓保持距离，转移过分依赖安卓所带来的风险。然而，这一战略转移并非易事，三星需要谨慎探索和一段较长的过渡期。

三星大力发展自主操作系统

受到谷歌收购摩托罗拉移动的影响，三星有意拓展除 Android 系统以外的产品线，例如其独家的 Bada 系统，这一系统包括 UI 元素、三维动画、多点触控、动作传感器和 SNS、GPS 等多种用户互动提供 API，保证应用程序能充分利用强大的硬件设备。

在其发布的三款采用其独家 Bada 2.0 系统的智能机 Wave 3、Wave M 和 Wave Y 三款手机中，Wave 3 机能最强。它搭载 4 英寸 WVGA Super AMOLED 屏幕，采用 1.4GHz 处理器，500 万像素自动对焦摄像头。其全金属外壳由阳极电镀铝制作而成，重 122 克。Wave M 和 Wave Y 为中低端机型，Wave M 采用 832MHz 处理器，搭载 3.65 英寸 320×480 分辨率屏幕，配备 500 万像素摄像头。Wave Y 采用与 Wave M 一样的处理器和屏幕，屏幕更小为 3.2 英寸，背置 200 万像素摄像头。

系统方面，这三款新机都采用三星独家 Bada 2.0 系统，内置三星最新发布的 ChatOn 移动即时通讯服务。此外，部分新机型还支持近场通讯(NFC)、语音识别和 Wi-Fi 等功能。

三星 CEO 崔志成近期公开表示，公司正在致力于提升自家平台 Bada 的软件功能，三星在这方面的投入远比外界猜想的要多。而近日韩国政府也声称，要举全国之力，集合全韩优秀的 IT 公司诸如三星、LG 来共同设计出一款优秀的手机操作系统。韩国商务部副部长明确表示，“长远来看，我们不能仅仅依赖谷歌。”

韩国政府考虑到了外来系统如 Android 及 iOS 系统对国家信息安全的风险。近来，三星不断发力 Bada 操作系统，估计也将韩国政府国家安全这一因素考虑在内。

三星欲化解安卓风险

近期，谷歌收购摩托罗拉移动、惠普放弃 PC 与 webOS，这两大事件冲击了整个 IT 业界，尤其谷歌对摩托罗拉移动的收购更是引起了多方注意。尽管谷歌 CEO 拉里·佩奇曾明确表示，收购的主要目的，是在专利上对抗微软和苹果公司，更好地保护 Android 系统。但谷歌从原来单纯的手机系统开发者变为制造者，这一变化本身让 Android 内部的竞争环境发生了异变。一旦谷歌开始向子公司摩托罗拉移动倾斜，甚至像苹果公司 OS 系统一样，将 Android 系统转变为封闭系统，单独经营。这对于其它 Android 阵营厂商来说，将是一场灾难。

飞象网总裁项立刚也表示，谷歌收购摩托罗拉移动对业内冲击非常大，而冲击最大的是三星和 HTC。因为其他企业规模比较小，能力比较弱，既然没有能力做操作系统就专心做 Android 设备生产商，但于实力很强的三星而言，滋味不是很好，虽然谷歌承诺会公平对待，但难免会将新东西优待摩托罗拉，所以三星需要谋求新的出路。

当然，对于安卓，三星暂时也难以割舍。大力发展 Bada 系统的同时，三星也没有放松在安卓市场上的攻势。近日，在柏林举行的国际消费电子展上，三星宣布推出 7.7 英寸 Galaxy Tab 平板计算机和 5.3 英寸 Galaxy Note 智能手机。

“喜新不厌旧”，三星采用的是多线作战的策略。

战略转移路途漫长

虽然担忧 Android 系统的不确定性，但目前 Android 占据全球智能手机市场超过 53% 的份额，对于三星来说，也许较难立即放弃 Android。于是，不放弃安卓，发力 Bada，示好微软，三星选择了一条多元发展之路。这一方面可以让三星的发展有了更多的可能性；另一方面，也让过分依赖安卓所带来的风险得以降低，避免将鸡蛋放在同一个篮子里。

尽管选择多多，但问题也同样存在。三星目前在智能手机市场所取得的最大成就还得归功于安卓，Bada 尚不成熟，Bada 系统目前主要被三星应用于一些低端机型，比如 Wave 系列手机。但在目前来看，三星的 Bada 产品在市场上的表现并未达到预期。更有分析认为，在三星手机主力产品均采用 Android 系统后，Bada 系统的境况似乎有些像鸡肋。至于微软 WP 等其他系统领域，目前都还在成长过程中，即便三星有意发展，也需要冒一定的风险，并经历一定的考验。

此外，因为三星的多操作系统平台势必会加大三星对研发和生产成本的投入，三星也需要考虑到这个问题，并在摸索的过程中不断作出调整和取舍。

总而言之，谷歌与摩托罗拉的联姻，让安卓阵营顿生变数。谷歌同时担当运动员与裁判员，难免会让人担心其对“近亲”摩托罗拉过分偏爱，如此情形下，其他安卓厂商另寻出路也在情理之中。但无论是三星“自产自销”的 Bada 系统，还是目前在市场上呼声甚高的微软 WP 系统，抑或是传闻不断的惠普 webOS 系统，目前都还难堪大任。因此，三星转移安卓风险的战略，也将是一个漫长的过程。至少在当下，三星仍需要依托安卓，逐渐发展其他操作系统，以便能够实现智能手机产品布局调整的平稳过渡。来源：2011-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

WiFi 手机 2010 年销量近 2 亿部 11n 手机明年成主流

在移动通信技术发展推动下，手机已成为时下用户通信、学习、上网以及娱乐等一体化工具。而在全球运营商大力推动无线城市发展与热点建设环境下，基于用户移动应用的需求，Wi-Fi 已被越来越多的手机采用，并成为智能手机标配。

“Wi-Fi 是现代手机‘必不可少’的技术。” Wi-Fi 联盟首席执行官 Edgar Figueroa 在接受记者采访时表示。

2014 年 90% 的智能手机搭载 Wi-Fi

目前，智能手机与消费电子产品已成为承载用户移动应用需求最主要的载体。

Edgar Figueroa 表示，2010 年出厂的 7.61 亿部 Wi-Fi 设备中，四分之一的设备为手机产品。预计到 2014 年，90% 的智能手机将搭载 Wi-Fi 技术。“今天，Wi-Fi 手机用户已经享受到了 Wi-Fi 为他们带来的出色信号范围与多媒体性能。”

来自市场研究机构 ABI 的数据显示，2010 年，全球共售出 5 亿多部 Wi-Fi 芯片组。同时，该机构还预测 2011 年全球将出售 3.45 亿部 Wi-Fi 消费电子产品，而在手机市场，明年 WiFi 手机的销量预计将达到 5 亿部。

802.11n 手机明年成主流

当然，随着用户移动应用需求的不断增长，对技术的要求也在发生变化。而 802.11n 高带宽，高吞吐量以及高速率的特性，能够满足用户在线游戏、视频通信等高带宽应用需求。而这种技术不仅在网络设备商适用，同时也适用于手机。

“截至目前，已有 160 多部 802.11n 手机上市销售，采用 802.11n 技术的手机将在 2011 年前成为市场主流。” Edgar Figueroa 说。

众所周知，802.11n 是 Wi-Fi 技术最重要的技术标准之一。与之前标准相比，802.11n 拥有高达 300M 的原始传输速率，甚至最高可以达到 600M。得益于

将 MIMO(多入多出)与 OFDM(正交频分复用)技术相结合而应用的 MIMO OFDM 技术, 802.11n 在传输质量上得到了极大的改善。

而对于 802.11n 在手机上应用所带来的好处, Edgar Figueroa 表示, 802.11n 将极大地提升现有 WiFi 信号范围、改进实时多媒体性能和网络容量, 从而使得更多的移动应用能够在手机上运行。来源: 2011-9-7 通信产业网

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

IPTV 产业有望迎来爆发式增长

经过 5 年的探索和发展, 国内 IPTV 产业已经积累了大量的运营经验, 形成了较为清晰的商业模式, 拥有了初具规模的忠实用户群。伴随产业环境的成熟和用户群的积累, IPTV 产业有望迎来一轮爆发式增长。

IPTV 是“三网融合”的典型业务, 整个产业链包括技术提供商、硬件供应商、电信运营商、内容提供商(广电企业)、增值服务提供商(SP)、IPTV 服务集成商。在国内, 百视通、杭州华数、河南威科姆是领先的 IPTV 服务集成商。

百视通首创了全国“广电电信分工合作”的 IPTV “上海模式”, 已经形成了成熟的盈利模式。百视通的 IPTV 业务支持点播、回看、时移等功能, 受到家庭用户的青睐。它还成功借鉴了国外流行的“按部收费(PPV)”的营销方式, 针对喜爱影视剧的用户推出“首映”(最新院线片)和“看大片”(热播影片)的组合包, 10 元包月, 而单点一部影片的收费是 3~8 元不等。目前百视通拥有国内最大的 IPTV 用户群。杭州华数的商业模式则不同于百视通, 它的特征是 IPTV 和数字电视并存发展。杭州华数既是广电运营商, 也是 IPTV 运营商。在杭州华数的用户家中, 数字电视机顶盒作为基本电视接入终端, IPTV 机顶盒更多的是连接第二台电视机。由于节目和功能的差异, 用户可通过数字电视观看本地电视节目、各省级卫视以及央视节目, 通过 IPTV 使用互动点播和时移功能, 二者相辅相成, 优势互补。

IPTV 业务从诞生那天开始, 就呈现出与传统电视业务别样的风情, 多样化的商业模式, 也使得它比传统的电视业务有了更多的价值开发空间。来自调研机构驰昂咨询的一份研究报告称, 上海、杭州、西安三城市的居民对 IPTV 的认同程度正在快速提升。报告认为, 用户认同率的快速提高主要有两方面的原因。一是 IPTV 业务快速趋于完善, 更好的功能、更丰富的内容以及更灵活的资费设计,

极大提升了业务吸引力；二是新一代城市居民青睐更大的消费自由度，而且他们比起老一辈来，更加认同按次付费收看电视节目的消费理念。

驰昂咨询的资深分析师张振超认为，现在 IPTV 业务已经形成了口碑相传的效应，这与很多新兴产业处在爆发临界点的情形非常相似。对电信运营商和 IPTV 设备商来说，IPTV 很可能于 2011 年~2012 年迎来他们期盼已久的井喷式发展。展望未来，IPTV 产业发展将受益于以下三个因素：三网融合正从试点推向正式实施，IPTV 业务由试点走向全国；现有业务快速完善，用户体验不断提高；资金和技术正在向 IPTV 产业聚集，推动产业超常规发展。驰昂咨询预测，到 2012 年底，国内 IPTV 用户数将超过 2200 万。来源：2011-9-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

飞聊或于 9 月底现身 中移动强攻语聊市场

面对米聊(微博)、微信掀起的语聊软件风潮，国内最大的运营商中移动已经开始坐不住了。

“原定在 9 月 8 日推出测试版，但现在已经取消了。”一位接近中移动的人士日前向《通信产业报》(网)记者透露，而他所说的推迟的产品则正是目前中移动数据部最重要的产品——飞聊。

顺延一个月

相比于已经归属于南方基地的飞信，飞聊在中移动内部的地位更加重要，其主导权不仅直属于中移动集团数据部，研发进程更是受到中移动高层亲自督促。正因为如此，相比于其他产品研发过程，飞聊进展迅速，8 月已经完成 Android、Symbian 版本的初步研发。

对于此次测试版推迟，其原因主要来源于两方面，首先在于原定 9 月 8 日放出的测试版与后续的正式版差距较大，难以代表飞聊的真正水平。其次则在于产品架构的配搭，由于中移动旗下的飞信早已成为国内第二大即时通讯软件，其活跃用户接近一亿。正因为如此，如何处理飞聊与手机飞信的关系将是中移动平衡产品架构的关键。

正因为如此，相关人士向记者透露，中移动集团数据部最终决定在九月底直接推出飞聊正式版，务求一炮打响。

不得不打

随着腾讯微信、米聊、talkbox 等一系列语聊软件的普及，这种点对点发送语音信息的方势，正在成为一种新的通信手段。短短几个月，腾讯微信的活跃用

户数量已超 100 万；小米科技(微博)联合创始人、副总裁洪锋向《通信产业报》(网)记者透露，旗下米聊注册用户已经达到 400 万。

在 3G 数据业务盛宴对于运营商仍是海市蜃楼时，更多的互联网厂商却已经开始将触角伸入运营商的传统势力范围，尽管对于它们而言，米聊或者微信仅仅是一款普通的业务，但对于运营商而言，语音聊天软件或许意味着釜底抽薪。中移动显然同样感受到压力，此前中移动给出的定制机内置软件系列中，语聊软件被明确为禁止内置名单。据《通信产业报》(网)记者了解，目前中移动内部对于发展何种数据业务已有定论，即首先在于是否具有平台级的聚合效应，是否具备时间窗口，而对于飞聊而言，其并不具备以上两点要素。首先其平台聚合效应显然无法比拟飞信，在时间窗口方面，由于米聊、微信已经开始发力，中移动难以获得先发优势，但在中移动高层看来，由于米聊、微信已经冲击到基础业务，飞聊上线已是不得不发。

平视互联网企业

一份运营商的内部数据显示，米聊、微信的部分高端用户已经有 90% 的短信被替代，按照这一趋势，扩展到语音与低端用户只是时间问题，毕竟高端用户对于米聊的需求仅仅在于娱乐，米聊们真正的资费优势并没有体现出来——仅仅相当于短信费用的 1/7000。在移动互联网即将进入爆发临界点的今天，互联网巨头们早已摆脱沦为通信产业“增值业务”配角的窘境，真正成为搅动市场格局的核心。而在另一面，运营商在未来产业链中却更有可能被边缘化，甚至最终沦为普通的管道提供者。

中移动副总裁沙跃家表示，简单的内置已经无法满足用户对业务体验的需求，而类似于苹果与 iMessenger 以及米聊与小米手机(微博)的无缝整合 IP 消息与短信的模式得到中移动的推崇。

中移动推出飞聊或许恰恰表明这样一种态度，抛开传统运营商的老大思想，真正在市场中与互联网企业一决雌雄，而这正是平视对手的表现。来源：

2011-9-13 通信产业网

[返回目录](#)

2015 年智能机和平板所用运动传感器市场将翻番

IHS iSuppli 日前发布的最新研究报告显示，受苹果公司在其 iPhone 和 iPad 中运用加速度计技术的推动，用于智能手机和平板电脑的运动传感器设备市场有望在未来五年增长近一倍。

预计智能手机和平板电脑中运动传感器技术的全球收入将于 2015 年增至 21 亿美元(2011 年这一数字仅为 11 亿美元)。运动传感器的产品种类众多,包括微机电系统(MEMS)加速度计、微机电系统陀螺仪、电子罗盘/3 轴磁强计和微机电系统压力传感器。

IHS 微机电系统及传感器主管兼首席分析师热雷米·布绍(Jérémie Bouchaud)表示:“从消费者第一次旋转他们手中的 iPhone 并对显示屏能够自动切换到垂直方向感到奇怪时开始,他们就已经迷上自己手中的这种移动电子产品的运动感应功能。正是因为这一功能和其他应用程序(如游戏和导航等)的普及,运动传感已经成为智能手机和平板电脑的标准功能,推动微机电系统传感器的热卖。”

运动传感器的应用

苹果在 2007 年推出配置了加速计的 iPhone,此举拉开了运动传感器用于智能手机的序幕。该公司于 2010 年进一步推动智能手机运动传感器市场的发展——在 iPhone4 系智能手机中又增添了一个指南针和一个 3 轴陀螺仪。同年,苹果推出 iPad,这一产品也采用了相同的运动传感器设备。

在苹果之后,其他公司也开始设立了自家智能手机和平板电脑的运动传感器标准功能。智能手机和平板电脑是当今市场上增长最快的两个大众电子产品市场。

预计全球智能手机的出货量将从 2010 年的 2.94 亿部暴增至 2015 年 10.3 亿部。与此同时,媒体平板产品的出货量也将从 2010 年的 1740 万台增至 2015 年的 2.753 亿台。

鉴于这种快速增长,预计 2015 年全球智能手机和媒体平板电脑的运动传感器的出货量将高达 40 亿,是 2010 年 8.64 亿的四倍多。

运动传感器越来越“聪明”

随着用于智能手机和平板电脑的传感器的种类越来越多,基于运动的应用程序也变得更为复杂,远远超出屏幕旋转或地图旋转等功能。

各种传感器信号互相融合使运动的描述更加顺畅、更快速和更精确。这种精度适合新的应用领域,其中包括增强现实、游戏和以运动为基础的网页浏览。

最终,来自运动传感器的信号将与来自智能手机和平板电脑的其他传感器(如光感应器、照相机、麦克风和全球定位系统)的数据融合。当与其他信息(如日历、天气预报和交通信息)结合在一起时,这种传感器的信息能够产生“上下文意识”,即能够让智能手机和平板电脑自动确定自己被使用的方式和地点。这种功能能够让电子设备“预测”用户的需求。

传感器无处不在

目前,几乎所有智能手机都配置了加速度计和指南针(2011年普及率分别为95%和96%)。这两种传感器在普通功能手机中的普及率也在不断增加。

IHS公司预测,2011年,29%的智能手机将配置陀螺仪,较之前的13%大幅增长。

压力传感器出现在2011年下半年,预计它在高端智能手机中的应用将从2013年开始增长(主要用于室内导航应用程序)。

在媒体平板产品领域,加速度计、陀螺仪和指南针的组合使用已经成为2011年的行业标准。压力传感器已经开始用于部分平板电脑,最著名的莫过于摩托罗拉的XOOM。来源:2011-9-9 飞象网

[返回目录](#)

分析师称 2013 年苹果 iPhone 销量可达 1.43 亿部

美国投行 Piper Jaffray 分析师基恩·蒙斯特(Gene Munster)发布研究报告称,2013年苹果可售出2.11亿部iOS设备,包括1.43亿部iPhone和6800万台iPad。

蒙斯特预计,2013年苹果营收将达1640亿美元,比2011年增长64%;每股收益可达40.50美元。他给予苹果607美元的目标股价。

上一财季,苹果售出2200万部iPhone和930万台iPad,均创下历史新高。过去一年间,苹果售出8800万部iPhone和3720万台iPad。按蒙斯特的预期计算,2013年iPhone销量将增长62.5%,而iPad销量将增长近1倍。

蒙斯特说:“我们认为,iPhone业务的增长率将保持在30%左右,平均售价将是智能手机平均售价的两倍以上。换句话说,苹果无需推出一款低端手机,即可保持较快的增长率。如果苹果推出一款裸机售价低于200美元的iPhone,那么我们的预计销量将过低,而预计平均售价将过高。”

蒙斯特预计,苹果2012年营收将增长19%,2013年将增长17%。到2013年,苹果每股现金含量将达到140美元;截至上一财季末,这一数字为81美元。到2013年,iPhone业务在苹果总营收中所占比例将从2012年的30%提升至49%。

整体而言,蒙斯特的预期有些过于乐观。然而,过去几个季度,苹果业绩甚至超过了他的预期。据报道,该公司将在未来几周内发布iPhone 5,2012年年初发布iPad 3。此外,苹果还有可能推出一款电视机。在众多利好预期的映衬下,607美元的目标股价并非遥不可及。来源:2011-9-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

【移动增值服务】

首都机场开卖 20 元 IC 卡

首都机场的 IC 卡售卖机上近期新推面值 20 元 IC 卡，而此前已有 50 元和 100 元两种面值供旅客选择。

目前，首都机场 3 号航站楼公共区域内现有的 13 台自助售卡机均已投放面额 20 元的 IC 卡，旅客购卡时只需点击售卡机屏幕上的 IC 卡选项，即有三种不同面额的 IC 卡可供选择，进钞口也重新更换了明显的提示小贴纸。预计 9 月中旬，T3 航站楼所有自助售卡机将实现小面值 IC 卡售卖功能。同时，在首都机场 1 号和 2 号航站楼人工售卡柜台也于近期增加了小面值 IC 卡销售功能。来源：2011-9-7 北京晨报微博

[返回目录](#)

北京电信推四档校园 3G 套餐

继联通推出校园新套餐之后，电信宣布在京针对不同的学生消费群体推出四档校园 3G 套餐，将校园 3G 套餐拉低至 19 元的价位。

据了解，这四档套餐分别为两种聊天版套餐、“音乐版”套餐和“天翼宽带版”套餐，最高的 59 元，最低则仅 19 元。每款套餐均提供两个亲友号码，在北京本地拨打完全免费。

同时，2011 年北京电信上述所有校园套餐均实行长话、市话一个价，在高校联盟校区内拨打市话和长话均仅为 0.1 元/分钟，在高校联盟校区外拨打市话和长话均为 0.2 元/分钟。若在 8、9 月入网，还可获得 50 元话费赠送。此外，北京电信还有针对性地准备了十几款 3G 手机，抢夺校园市场。来源：2011-9-9 北京晨报微博

[返回目录](#)

联通推沃派 36 元套餐 500M 定向流量变本地流量

记者从运营商的校园促销中了解到，原本在沃派套餐中设计使用于“沃友”这样应用的 500M 定向流量，在地方联通的校园促销中已变为本地流量，用户办理后可使用该流量随便在本地进行上网。

联通方面于上月初推出了“沃派”校园套餐，其每月资费为 36 元，包含 60 分钟语音时长，300 分钟国内亲情电话，语音通话全国接听免费且无漫游，100 条短信，60M 的 3G 上网流量，以及 500M 定向流量，但其中的定向流量只可用于阅读、音乐、微博、社交网络等 3G 应用。

联通的工作人员还表示，沃派将是九月份开学促销市场的主力军。

近日，记者获悉这一沃派 36 元套餐在天津联通的校园促销中，已将 500M 的定向流量变为了本地流量，仅限于天津本地使用，而原有的 60MB 依旧为国内任何地方都可使用的流量。该套餐中的语音通话时长、国内亲情电话、国内流量等资费均未改变。

另经记者了解，该 500M 本地流量确实可在当地随便上网使用，但仅限于当地的学生进行办理，办该沃派套餐时则需出示学生证。

目前，中国联通截至 7 月份，公司移动业务 3G 用户累计到达 2581.9 万户，7 月份净增 3G 用户 187.4 万户，其中 3G 无线上网卡用户净增 21.78 万，2G 用户累计到达 1.58 亿户。来源：2011-9-9 飞象网

[返回目录](#)

【网络增值服务】

司机短信可获交通违法信息

昨天，北京市交管局推出免费手机短信定制服务，车辆什么时候年检、驾驶证什么时间换领等信息，将提前通过手机短信提醒车主。市民即日起可登录交管局网站定制该服务。

提供 6 项信息发送

经过一个月的在线调试，市交管局免费手机短信定制服务昨天启动。据介绍，该服务可以通过短信通知车主 6 类车务信息，包括：“非现场”违法信息、车辆检验、机动车报废、驾驶证期满换证、驾驶员提交体检证明、驾驶证记满 12 分。

车主以真实身份和手机号码注册之后，就可以获得市交管局专属号码“12122”发送的免费信息。

其中，非现场交通违法、驾驶人记分达到 12 分，将于市交管局执法系统录入违法信息并生成数据的次日发送，也就是说最多只比违法记录上网晚一天。驾驶证期满前三个月发送提示信息；驾驶人逾期未提交身体条件证明，逾期一个月之后发送提示信息；车辆到期年检，有效期前一个月发送提示信息；车辆到期报废，报废期前三个月发送提示信息。

外地本少收 3 项短信

此次推出的手机定制服务，只针对北京牌照的车辆，其中三项涉及驾驶员信息的服务，只能向有北京驾照的车主发送。

在绑定手机时，网站要求车主输入机动车号牌及发动机号。交管局办公室副主任刘海啸介绍，这样的设置可以保护车主隐私。

家庭共用的车辆，都可以绑定在一个账户名下，接收相关短信提示，最多可绑定 5 辆车的服务信息。

持非北京的驾驶本，驾驶员档案信息等都不在北京的交管系统，所以暂时无法提供涉及驾驶员信息的三项服务，包括驾驶证期满换证、驾驶员提交体检证明、驾驶证记满 12 分。

单位车辆可绑定

定制服务系统还提供了“单位用户”入口，驻京机关、院校、企事业单位等社会单位，注册并登录系统，可以绑定单位所属的所有车辆，选择提示短信类型。

市交管局提示说，手机定制只是一项服务，不属于法定的违法告知，与违法信息的正式信件通知并不冲突。警方还会继续发送信件进行正式的交通违法告知。

链接

1.怎样成为系统用户？

登录市公安局公安交通管理局网站

(<http://www.bjjtgl.gov.cn/publish/portal0/>)，点击进入“定制服务”系统，选择“单位用户”、“个人用户”或“免驾照认证个人用户”，点击“新用户注册”，按照提示完成“填写用户资料”、“阅读使用协议”、“激活用户”三个步骤即可。

2.如何开通短信服务？

在“我的信息”栏中点选“车辆管理”，点击“车辆注册”，按照提示正确输入车牌号和发动机号并添加，点击提交。在“我的信息”栏中点选“手机绑定”，按照提示输入手机号码并获取验证码，填写相关信息，即可成功绑定。之后，在“我的信息”栏中点选“短信定制”。 来源：2011-9-8 新京报微博

[返回目录](#)

老人“尝鲜”物联网治慢病

在家用专门的仪器量好血压、血糖，几秒钟后即发到社区医院的家庭医生处，随即可收到指标是否正常、是否需要医生指导等信息——海淀区的部分老人用上

了时下“最时髦”的物联网技术治疗慢性病。截至 2010 年底，试点已收到 1600 余条血压记录。

八旬老太用上物联网

家住海淀区花园路街道的方雯琪老人 2011 年虚岁八十整，压根儿就不懂什么叫物联网，只知道用这个免费发下来的黑匣子“看病”。老人足不出户在家自己量血压，“黑匣子”上就显示出高压、低压和心率的数值，老人觉得这个数字显示得很大很清楚，就觉得挺好！

老人不知道，这些数值随即无线上传到了社区医院她的家庭医生处。经过检测，系统会自动反馈是否处于正常数值范围内，是否需要看医生，或者提示按时服药等信息。与此同时，老人的最新数值还会自动生成“血压趋势图”，帮助医生判断老人最近的身体状况。

高血压控制率明显提高

“只要有手机信号的地方，这个机器就能通过无线发送传输数据。很方便，独自一人就能操作。”海淀区花园路社区服务中心的负责人告诉记者，这个名为“We Health 无线健康检测慢病监护试点”是全国首个利用物联网技术对慢性病患者进行健康检测的项目。项目在中关村社区卫生服务中心、北邮社区卫生服务中心等 9 家单位进行试点已经一年有余，有望逐步推广至全区。

据介绍，其基本原理就是运用物联网技术，由患者用终端测试自己的基本生命体征，如血压、血糖、心电图等，数据会通过无线传输方式发送到互联网上，社区医院通过登录网页平台对获得的数据进行分析，即时向患者进行生活方式和就诊指导。

据统计，使用远程血压监护系统后，由于患者能够及时收到来自系统自动反馈的健康指导及来自医院的专家指导，使得高血压控制率提高到 28%，接近发达国家水平。来源：2011-9-11 北京晨报微博

[返回目录](#)

无锡建成首个物联网智能图书馆

无锡新区数字图书馆是首家引入物联网技术的以网络图书服务为主的开放型现代图书馆，依托互联网技术通过计算机、手机、电子书等终端，向读者提供服务。这家图书馆属于靠一种可智能识别身份、随处联网、自借自还的开放式数字图书馆。

随着物联网技术在新区的广泛运用，中国电信在无锡新区实现全面光纤智能化。无锡新区图书馆就开始试水物联网，在电信员工的支撑下，图书馆中有限的

区域内添置了不少智能元素：电子阅报器，市民只要触摸屏幕，一份份报纸就能满屏显示。架子固定着 IPAD，市民塞上耳机，自由地享受视听感觉。图书馆除图书外，还使拥有借书卡的市民将拥有一个数字图书馆的账号，无论何时何地都可登录阅览。除先进的“网上书屋”外，该图书馆内还设有视听、视障等 10 余种多功能阅读区，可满足任何读者的个性化需求。来源：2011-9-8 通信信息报

[返回目录](#)

上海移动推出手机免费体验 WLAN

中国移动上海公司(上海移动)昨日宣布，将在 2011 年 11 月 1 日至 12 月 31 日推出手机免费体验 WLAN 上网，同时，上海移动还将推出手机用户“无感知登陆”使用 WLAN，即用户可一键登录 WLAN，体验手机 WLAN 一键上网。届时，上海移动 1200 万手机上网用户将可用手机免费体验 WLAN。

所谓“无感知登陆”使用 WLAN，即用户可一键登录 WLAN。用户使用具备 WLAN 功能的手机，只要进入 CMCC 信号覆盖区域，打开手机的无线局域网模块，第一次输入用户名和密码登陆认证，即可通过 WLAN 高速无线网络接入互联网，后续使用无需再次输入用户名和密码。

目前上海移动 WLAN 用户数超过 150 万，手机上网用户超过 1200 万户。

上海移动昨日还宣布，即日起上海的移动数据套餐用户每月可额外获赠 5 小时 WLAN 无线上网时长，覆盖全国 CMCC 热点，PC 和手机均可使用；同时还推出校园 WLAN 免费体验与 WLAN 套餐半价优惠活动，在免费体验活动中，移动用户发送短信“W”到 10086，即可每天在校园热点免费体验 5 小时无线上网；校园 WLAN 套餐半价优惠活动期间，校园 WLAN 套餐享受月功能费减半优惠，从而方便用户能“用得起”无线上网服务。

上海移动介绍，在 WLAN 建设方面，到 2011 年年底，该公司 WLAN 热点将超过 6000 个，覆盖上海浦东国际机场、铁路上海站与上海南站等交通枢纽，南京路、田子坊等热点区域的写字楼、商场，复旦、交大等上海 100 多所高校，以及政府服务窗口、医院、图书馆等公共服务平台以及全市大部分星巴克门店等场所。

为打造上海老百姓“用得上”的移动信息化服务，上海移动计划以第四代移动通信标准 TD-LTE 为引领，打造 2G、3G、WLAN、4G“四网协同”的无线城市。

随着 TD-LTE 网络的规模试验即将完成、3G 网络的深度覆盖、2G 网络的精品化，中国移动上海公司正按“十二五”规划进度推进无线城市建设。

据悉,中国移动已于上月与上海市政府签署《共建智慧城市战略合作协议》,根据协议内容,将在三年内累积投入超过 130 亿元的资金,着力加码对上海信息通信产业的参与和支持力度,建设精品无线城市,支持上海加快推进智慧城市建设。中国移动在上海的 WLAN 接入点将在 2013 年底超过 9 万个,在重要交通站点、政府重要服务窗口、大学、医院、会展中心、购物中心、高档商务楼等主要公共场所覆盖率超过 80%。

在移动互联领域,上海移动用户发送“KTYX”到 10086 免费开通 139 邮箱业务,即可免费获赠 500M 网盘。据悉,139 邮箱除具备常规互联网基础邮箱功能外,还发挥手机的优势,用户可通过手机短信、彩信或者 WAP 上网等方式,收发和管理邮件,实现办公移动化。来源:2011-9-9 东方早报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

ITU 首推新型远程与会平台

国际电信联盟电信发展局(ITU-D)正在首推最新型远程与会平台,它将使 ITU-D 研究组成员以国际电联六种正式语种远程参会和开展合作,并获得全部语种的同传服务。

这一新的平台以 Adobe Connect 软件套装为基础,并配有 ZipDX 公司(多语文功能)和 Caption First 公司(字幕)提供的兼容箱式设备。这一平台在 9 月 5 日~16 日举行的 ITU-D 研究组会议中被首次使用。

参与负责环境建设、网络安全、ICT 应用和互联网相关问题的第 1 研究组,负责信息通信技术基础设施和技术发展、应急通信和适应气候变化的第 2 研究组的工作人员,只需利用标准网络浏览器登录,就能从任何配备了优质快速连接的地点参加会议。

登录该系统后,与会者将进入一个“虚拟会议厅”,在那里看到与会者名单,通过网上聊天和视频链接与他人互动并查阅 PowerPoint 介绍和其他会议文件。国际电联口译服务意味着可通过所有得到支持的语种进行口头发言。这将是首轮配备了中文、英文和法文支持系统的会议。

新的平台将大幅度提高 ITU-D 研究组会议的讨论质量,缩小往往有利于较富有国家与会者的“与会鸿沟”,并使更多来自不同国家和文化的人员参与讨论。

那些不一定是国家代表团正式成员的远端专家，也能够首次应要求就复杂议题发表意见。

这项创新，已成为国际电联走向碳中和并减少甚至消除代表因会议而奔波的重要里程碑。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

沃达丰德国公司计划通过 LTE 网络提供电视服务

沃达丰德国分公司正计划于本月在其所在地杜塞尔多夫启动 LTE 网络，作为该公司将 LTE 网络扩展至全德国的计划的一部分，其中包括提供电视服务。

沃达丰公司目前正在部署一种混合机顶盒，以便通过 DSL 提供互联网电视与互动服务，同时通过有线或卫星传送电视节目，从而充分利用用户能够接收信号的最佳方式。该公司表示，未来，用户也可以通过公司旗下的 LTE 网络收看电视，而公司也将进一步开发其机顶盒，赋予其 DLNA 功能，以便可以通过沃达丰公司的 Wi-Fi 路由器将信号发送至平板电脑和电视上。来源：2011-9-7 飞象网

[返回目录](#)

【电信网络】

上海计划 3 年内 WiFi 将覆盖八成公共场所

上海花 3 年时间建“智慧城市”，个人未来或可申请百兆带宽。上海市副市长艾宝俊近日在接受采访时，就上海市近日出台的《上海市推进智慧城市建设 2011-2013 年行动计划》做了介绍。据艾宝俊介绍，未来的具体带宽申请“完全是根据用户的需求，每个用户，每个光纤到户，最高的设置能力可达到 100 兆”。

上海市近日出台了《上海市推进智慧城市建设 2011-2013 年行动计划》，要用 3 年时间把上海建设成为一座智能化、现代化、数字化、网络化的“智慧城市”。

市民可申请百兆带宽

据艾宝俊介绍，有关于上海智慧城市 3 年行动计划就是能够建一个国际化的、具有国际水平的通讯基础设施；在此基础上，形成一些相关的产品来满足市民生活；借这个机会可推进新一代的通讯技术以及产业体系的发展，形成区域网络。

“实施‘光纤到户’工程是整个‘智慧城市’建设国际水平基础网络最重要的一部分内容。我们目前的互联网实际上是通过电话线，如果讲技术，那就是ADSL技术。”艾宝俊说，未来的光纤可能会达到10兆、20兆，甚至个人可直接申请百兆。

据艾宝俊介绍，将来有可能把多个运营商的信号全部接到小区，然后用户决定选哪个运营商的，就接入哪个运营商的网络信号。小区居民觉得不好，还可以换。

艾宝俊介绍，“无线城市”是“智慧城市”建设重要的一个基础设施，“无线城市就是我们说的WiFi热点，在主要的公共场所，医院、图书馆、公交、机场、车站等各个领域里，我们期望通过3年时间，从目前的近10000个提高到22000个WiFi热点。这样的话，使全市公共场所的80%可覆盖。”

基站密度远低于香港

基站少了，手机信号差，基站多了，老百姓又担心有辐射伤身。针对通信基站建设，艾宝俊介绍：整个城市在无线移动方面有完整的规划，基站的多少是根据区域的密度、用户的多少以及建筑物的结构来严格规划布置的。正常情况下，一般要考虑用户量、基站之间的密度和整体的比例。

艾宝俊承认，在个别区域，建设基站是有些困难，因此目前基站选择同样规划区域，尽量选择政府的办公楼，第二选择就是公共事业机构，第三选择是企业事业单位，最后，没办法的才选居民区。

艾宝俊解释，“本市在基站建设方面，在国家标准的情况下，要求得更严，而且，所有的基站建设产生的辐射都是严格监测的，完全在标准范围内。”

据艾宝俊介绍，上海的基站密度是每平方公里0.7座，国内较多的城市是每平方公里2.8座，香港2010年公布的2009年的数据是每平方公里12座基站。
来源：2011-9-11 东方早报

[返回目录](#)

5GHz 解无线网络拥堵 Wi-Fi 跨步进入双频时代

当我们满怀欣喜的期待运营商大力投入，能够有效提高WLAN网络质量，并期待越来越多新的产品运行在高质量的网络上时，我们却发现，频繁的掉线与视同龟速的连接仍在持续，且有越演越烈之势。

很显然，这种网络拥堵现象正在发生。“目前，绝大多数的无线上网设备均采用2.4GHz频段，这是造成网络拥堵的主要原因之一。”美国博通公司移动和

无线集团产品推广副总裁 Rahul Patel 在接受媒体采访时表示，“如果能够有效减少 2.4GHz 频段上的设备数量，网络拥堵必然会得到极大的改善。”

美国博通公司移动和无线集团产品推广副总裁 Rahul Patel 新技术标准缓解拥堵

实际上，Wi-Fi 联盟正在大力推进的新标准中，Wi-Fi Direct 与 5GHz 都能够有效缓解无线网络的拥堵。

Wi-Fi Direct 允许无线网络中的设备无需通过无线路由器即可相互连接。与蓝牙技术类似，Wi-Fi Direct 允许无线设备以点对点形式互连，不过在传输速度与传输距离方面则比蓝牙有大幅提升。同时，Wi-Fi Direct 可以支持一对一直连，也可以实现多台设备同时连接，并且 Wi-Fi Direct 标准将会支持所有的 Wi-Fi 设备，从 802.11a/b/g 至 802.11n，不同标准的 Wi-Fi 设备之间也可以直接互联。“正是这种终端与终端的直接沟通，避免通过路由进行连接，Wi-Fi Direct 能解决一部分网络拥堵。” Rahul Patel 说。

当然，网络拥堵并非一种方法，将设备引导至 5GHz 上也是比较有效的方式之一。实际上是 5GHz 是 Wi-Fi 联盟推出了一项技术标准 802.11ac。该技术的核心技术主要基于 802.11a，继续工作在 5GHz 频段上以保证向下兼容性，但数据传输通道会大大扩充，新标准的理论传输速度最高有望达到 1Gbps。

对于 5GHz 对缓解网络拥堵所起到的作用，Rahul Patel 表示，“5GHz 是一个非常干净的频段，到目前为止，运行在该频段上的设备非常少，有意识的引导部分设备在 5GHz 上运行，是一种解决网络拥堵非常有效地方法。”

2.4GHz 与 5GHz 双频互动

尽管 5GHz 拥有超高的传输速率，能够对高清视频实现无压缩传输。但其却无法像 2.4GHz 一样，构建一个单独的细分市场。

那么，是何原因限制了 5GHz 的独立发展呢？对此问题，Rahul Patel 表示，5GHz 的应用比较窄，主要是视频，相对整个 Wi-Fi 产业而言，这个市场非常小。另外，在同功率下，5GHz 的传输距离要低于 2.4GHz。

“我们更看好 2.4GHz 与 5GHz 的共存形态，实际上，双频已经成为一种趋势，尤其在零售与 SP 路由器市场将成主流。” Rahul Patel 说。

他接着补充道，当然，两者将有很明显的分工，5GHz 主要处理视频这种高带宽应用，而对语音与数据的传输主要集中在 2.4GHz 频段。

双频设备将规模上市

目前，双频设备已陆续在市场上出现，苹果、BELKIN、华硕、Netgear 等均推出了双频无线路由设备，未来，随着应用需求的增加以及 Wi-Fi 产业出于改善无线网络的决心，双频设备必将规模上市。

对此，Rahul Patel 表示，“消费者追求更大速率、通过 Wi-Fi 传输流畅的媒体视频流以及同时处理多个网络任务，这些都促进了中国市场对双波段路由器的旺盛需求。”

为了满足这一日益增长的需求，本月 5 日，博通宣布与腾达签署战略合作协议。作为协议的一部分，双方将共同开发双波段路由器，设计多重软件平台，并共同实施联合推广计划。

据腾达公司首席执行官全登平介绍，腾达与博通已经开始了双频路由设备的研发工作，预计 2011 年第四个季度，新产品将可实现规模上市。来源：2011-9-7 通信产业网

[返回目录](#)

研究称消除噪音技术将使无线数据传输能力翻番

莱斯大学的研究人员最近在网上发表了一片论文，宣布了一种消除噪音的技巧。他们认为通过使用单一频率允许全双工通信，这一技术可能会使无线通信系统信息处理能力增加一倍。

ElReg 的读者一定知道，无线系统均使用时域复用或频域复用(或两者的混合)来支持双向通信。发送和接收通道分别使用不同的频率，或在一个给定的时间段只进行一个方向的数据传送。

频率复用可以消除的想法对移动运营商来说极具吸引力，因为它们将有效地使其频谱能力增加一倍，而无需投入任何多余费用。

使用相同频率发送和接收数据的问题是，它很难将一个信号与另一个信号区分开。

莱斯大学的研究人员采用了一个很简单的窍门来解决这个问题：在一个发射器(称之为“A 端”)安装两个天线，它可以用来确定从 A 端发送了何种数据并将其从接收到的信号中去除；而剩下的就是来自另一个基站——B 端的信号。

虽然这项技术被誉为未来蜂窝移动通信标准的救世主，但应该指出的是，研究人员的实验是在室内颇为有利的条件下进行的。来源：2011-9-13 飞象网

[返回目录](#)

【终端】

三星 I919 智能手机

月圆之夜，事业有成的你可能还在异地拼搏；此时此刻，来自家人的一个电话或彩信对你可能是最好的慰藉。倾听着爱人温情的倾诉，望着大屏幕上那温馨的场景，手中的这部三星 I919 自然会带给你一个难忘的中秋。

I919 是三星 GALAXY Duos 系列中面向商务精英人士推出的高端定制产品，9.65mm 炫薄机身堪称“史上最薄的 Android 双网双待手机”，创新 HYPERSKIN 机身材质彻底杜绝指纹、刮痕和滑落的困扰。硬件方面，I919 也十分剽悍：1.4GHz 高速 CPU 搭载 Android2.3 智能操作系统，让快速开机、网页浏览、高清视频载入、游戏等均可极速实现；4.52 英寸超大 Super AMOLED+ 屏幕带来开阔视野和鲜活生动视界，点触也十分灵敏；一键切换双网络，实现工作、生活区分处理，并支持 3G 通讯、WIFI 等全网络无缝链接。I919 还内置了包罗万象的 Samsung Apps 应用商店，用户可随心下载涵盖游戏、新闻、体育、实用工具等众多类别、总计超过一万个热门的应用程序；更能轻松尽享三星专属打造的“悦读圈”、“社交圈”、“影视圈”、“音乐圈”四大网圈服务。同时，I919 还全面支持号码百事通、189 邮箱、爱音乐、天翼 Live、天翼空间、应用商城等中国电信专属业务。来源：2011-9-9 北京晨报微博

[返回目录](#)

首款 TD 版黑莓手机上市

9月6日，RIM 公司与中国移动合作推出的首款 TD-SCDMA 版黑莓手机正式上市。

早在 2009 年 RIM 与中国移动合作推出个人黑莓终端时，双方就曾宣布会推出 TD 版黑莓终端，但时隔近两年，这一目标才告实现。RIM 公司与中国移动推出了首款支持 TD-SCDMA 制式的黑莓手机 BlackBerry Bold 9788，该机沿用了黑莓经典的商务元素和全键盘设计。

中国移动还为购买此款黑莓手机的用户提供“话费换手机”和“购机返话费”两种入网方式。其中，“话费换手机”可分为 18 个月和 24 个月两种方案；在 18 个月合约方案中，用户选择 388 元以上套餐，即可享受“0 元购机”；而在 24 个月合约方案中，用户只需选择 288 元以上套餐，就可实现“0 元购机”。

另一种入网方式“购机返话费”活动共分为 8 档，用户以 3000 元价格购机后，入网最低需承诺每月最低消费 88 元、在网 12 个月，每月返还 45 元。

作为一款中国移动深度定制的智能手机，该机预装了一系列为中国移动用户量身定制的服务与应用，包括随 e 行宽带、号簿管家、手机证券、手机阅读、飞信等。目前，用户可通过北京移动网上商城及北京多家移动营业厅购买该机。来源：2011-9-9 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

新款备用电源可为智能手机充电 30 次

索尼公司日前表示，将推出一款供家用电器使用的大型备用电源产品。这款备用电源名为“家庭能源服务器”，高约 35 厘米，能够为一台 40 英寸液晶电视供电 2.5 小时，或为一部智能手机充电 30 次。这款产品将于下月在日本推出，随后还将在全球范围内销售。

这款备用电源自身的充电时间约为 6 小时，充满电之后可提供 0.3 千瓦时的电力。这款产品的前面板上有两个电源插座。索尼表示，这款备用电源的设计使其适用于灾害发生时。索尼在备用电源上直接印刷了使用指南，同时提升了该产品的便携性，重量约为 12 千克。

索尼表示，这款电源采用锂离子电池，如果每天使用可以持续超过 10 年。索尼此前曾推出过面向企业用户的、性能更强的备用电源产品，而这是索尼首次面向家庭用户推出此类产品。来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

【运营支撑】

中移动加入 WiFi 联盟 共推无线产业发展

在今天上午举行的 Wi-Fi 联盟中国媒体见面会上，联盟首席执行官 Edgar Figueroa 表示，全球最大的移动运营商中国移动也于近期加入了 Wi-Fi 联盟，共同推动 Wi-Fi 产业在全球的发展。

Edgar Figueroa 透露，截至目前，Wi-Fi 联盟成员已达到 450 家，其中赞助商成员 16 家，包括苹果公司、Atheros、博通公司、思科公司、康卡斯特公司(Comcast)、戴尔、英特尔、微软、摩托罗拉解决方案、诺基亚、索尼公司、T-Mobile、德州仪器、三星、LG，而 2011 年 5 月加入联盟的中国电信设备企业华为公司也是其中一员。

据了解，Wi-Fi 联盟成员分为普通会员与赞助商会员两大类，普通会员可参与联盟相关项目的技术研发，而如果要参与到联盟的战略制定，则需要得到更高的权限，即升级成为赞助商会员。后者可派代表参加联盟的董事会。

“从消费产品和网络设备制造商，到服务提供商和家电制造商，联盟成员来自各多种行业。新成员的加入将帮助我们紧跟行业发展趋势，继续确保 Wi-Fi 设备提供最佳用户体验。” Edgar Figueroa 表示，“我们也希望看到更多的运营商加入联盟，为 Wi-Fi 在运营商市场的发展提供更多的宝贵意见。同时，运营商也可以通过参与项目的开发从中受益。”

Wi-Fi Alliance 是一家全球行业组织，由服务提供商、设备制造商和软件公司组成，致力于推动 Wi-Fi 技术的普及。Wi-Fi Alliance 于 2000 年 3 月发布了 Wi-Fi CERTIFIED 产品标志并发起测试项目，提供得到广泛认可的可互操作与安全标志，帮助用户选择能够提供最佳使用体验的产品。到目前为止，Wi-Fi Alliance 已完成了一万多项产品认证。来源：2011-9-7 通信产业网

[返回目录](#)

新版 WiFi 标准将推出 可缩短身份认证时间

CSR 公司今天宣布，已经与日本的 Root 公司合作开发其新版 UniFi CSR6026 Wi-Fi 平台，以推动世界上第一个下一代 IEEE 802.11ai Wi-Fi 标准的公开演示。

CSR 是开发 IEEE802.11ai 快速初始链路设置(FILS)标准的 Task Group 小组的积极成员——CSR 公司的标准设计师汤姆·赛普(Tom Siep)是 Task Group 工作组的技术编辑。CSR 公司一直与 Root 公司密切合作(该公司是 Task Group 的领导人)，旨在开发标准和更新 CSR6026 Wi-Fi 固件和软件，以实现这一新协议的公开演示。

CSR 公司技术和开发部高级副总裁克劳斯·比林营(Klaus Buehring)表示：“完成后，IEEE802.11ai 标准将显著改变移动 Wi-Fi 的使用方式：减少关联到热点所使用时间——从几十秒缩短至不到一秒，降低能耗。这将延长电池的使用寿命，同时可以通过各种设备即时接入热点。”

目前 IEEE802.11ai 标准仍处于发展的初期阶段，它确定了一个 MAC 层协议，旨在显著加快移动设备与 Wi-Fi 接入点或热点的身份验证和关联速度。此外，这一标准还可以接入多个点，并在移动设备进入和离开 Wi-Fi 领域时，同时处理数百个这种链接。

IEEE802.11ai 是一个 MAC 层协议 ,它可以用于任何当前或未来的 PHYWi-Fi 标准 ,如现在的 IEEE802.11 b/g/n 和下一代 802.11ac 标准。来源 :2011-9-9 飞象网

[返回目录](#)

西班牙电信与沃达丰将在西班牙推 LTE 服务

西班牙电信(Telefonica)计划不久将在国内市场推出 LTE 服务 ,而沃达丰公司(Vodafone)将紧随其后。

西班牙官方周一宣布 ,预计将在未来几天内在西班牙的多个城市推出首个 “基于 LTE 网络的 4G 服务” 。

此前 , 西班牙电信首席执行官 Julio Linares 在桑坦德电信行业会议的一份意见声明中首次表现了推行 LTE 服务的意向。据 Linares 表示 , 公司的目标是截止到 2013 年 , 西班牙的宽带连接要覆盖到 100%的人口 , 而到 2020 年 , 宽带网络的速度要达到 30 Mbps , 无疑 , 要做到这些 , 移动技术的引进是非常至关重要的 , 尤其是先进的 LTE 技术 , 当然还有电缆及光纤网络技术。

同时 , 由于近期传 Telefonica 计划重组业务的重大消息 , 有关该公司的 LTE 网络推出消息并不广为人知 , 但它却并没有被其竞争对手沃达丰所忽略。据当地媒体报道 , 沃达丰也将在本月推出 LTE 服务 , 重点城市有西班牙的马德里 , 巴塞罗那和马拉加。

沃达丰首先针对的客户目标是 , 30 多家大型企业和公共机构 , 为其提供基于 LTE 的移动数据服务。但目前 , 该公司还不能提供基于 LTE 技术的移动服务。来源 : 2011-9-7 中国通信网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

全球 WiFi 用户数已达 7 亿

日前 , WiFi 联盟首席执行官 Edgar Figueroa 表示 , WiFi 技术发展至今 , 全球已共有约 7 亿 WiFi 用户 , 热点部署数量已超 75 万处 , 且有望在 2014 年前增至 150 余万处。目前 , WiFi 技术已经在全球得到了快速发展。WiFi 设备累计出货量超过 20 亿部 , 且年增长率将维持在两位数以上。据他透露 , 2010 年全

球已售出 WiFi 芯片 5 亿多组，2011 年计划出售 WiFi 消费电子产品 3.45 亿部，预计 2012 年将售出 WiFi 手机 5 亿部。其中，在 2010 年出厂的所有 WiFi 设备中，四分之一的设备为手机产品。“到 2014 年将有 90% 的智能电话拥有 WiFi 技术。”

据了解，WiFi 联盟自成立至今，在全球已经拥有 450 家成员企业，联盟的工作是通过测试、推广和监管项目来推动 WiFi 技术的普及。近日，中国移动(微博)也已成为联盟成员企业，联盟将针对运营商制定新的项目。来源：2011-9-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

全球 WiMAX 用户数破 2000 万

根据市场调研公司 Infonetics Research 的研究，到 2011 年第二季度底，WiMAX 技术的用户总数已突破 2000 万。

Infonetics Research 移动设备指导分析师理查德·韦伯称：“根据我们的研究，在 2011 年年中，全球 WiMAX 技术用户数已突破 2000 万，预测将在年底达到 2500 万。随着 WiMAX 运营商发展他们的客户群，所有地区的用户数都在增长，但是我们在美国、印度的次大陆和拉丁美洲追踪到了尤为强劲的增长。我们预测到 2015 年年底，WiMAX 用户数将超过 1 亿。”

在 2011 年上半年，日本 WiMAX 运营商 UQ 通信的用户数增长了一倍，在 6 月份突破了 100 万用户大关。在亚太地区，于 2010 年 11 月才启动 WiMAX 服务的马来西亚 WiMAX 运营商 YTL 在 2011 年 6 月已有用户 30 万。7 月份，UQ 通信宣布与 YTL 通信签署了协议备忘录，发展泛太平洋地区的 WiMAX。

随着用户在 2011 年持续增长，运营商继续投资于新网络和网络扩展。根据 Infonetics Research 的研究，2011 年第一季度，全球 WiMAX 设备总销售额达到了 5.021 亿美元，同比增长 49%。预计 2011 年，仅 WiMAX 设备产业的规模就有望达到 20 亿美元。对 WiMAX 技术的投资也在持续，2011 年上半年，全球启动或者拓展了超过 30 个不同的 WiMAX 网络。

WiMAX 论坛总裁兼主席 Ron Resnick 称：“在 2011 年第一季度，仅花费在 WiMAX 无线接入网(RAN)设备上的费用就达 5 亿美元。WiMAX 技术正持续吸引着想立刻将宽带互连网络推介到用户身边的那些运营商。”来源：2011-9-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

2011 年全球智能手机出货量将达 4.62 亿部

根据 Digitimes Research 的最新研究数据显示,2011 年全球智能手机出货量将达到 4.62 亿部,较 2010 年的 2.88 亿部增长 60%。

研究预计,苹果将会超过诺基亚(微博)占据智能手机出货量的首位,同时,华为(微博)公司将会出现出货量的强劲增长,从而使该公司缩小与索尼爱立信和摩托罗拉(微博)之间的差距。

苹果的智能机出货量预计在 2011 年将达到 8640 万部,较 2010 年的 4750 万部增长 82%。相反地,诺基亚的智能机出货量预计将从 2010 年的 1 亿部下降至 2011 年的 7440 万部。

2011 年,华为和中兴将成为全球智能手机市场的两个后起之秀。特别需要指出的是,预计华为 2011 年将会在智能手机出货量上增长 400%。

同时,在全球五大智能手机品牌中,排名第三的三星(微博)电子预计将在 2011 年表现出最高的出货量增长。预计三星 2011 年智能手机的出货量为 6700 万部,同比增长 44%。

2011 年前五大手机厂商的智能手机总出货量预计将会超过 3.33 亿部,该数据将占据全部智能手机出货量的 72%。这一数值 2010 年高达 85%,而 2010 年前五大厂商的智能手机总出货量为 2.44 亿部。来源:2011-9-7 中国通信网

[返回目录](#)

【市场反馈】

三成 2G 手机产品质量不合格

来自工信部和国家质检总局近日完成的监督抽查结果显示,目前国内包括 CDMA 和 GDM/GPRS 等品种在内的 2G 手机产品约有三成不合格。

在近日召开的手机产品国家监督抽查质量分析会上,工信部和国家质检总局相关负责人通报了 2011 年手机产品质量国家监督抽查结果。本次共抽查了 10 个省市的 138 家企业生产的 159 种产品,抽查企业数量约占获得强制性产品认证手机企业总数的 30%,共发现不合格产品 48 种,不合格率达 30.19%。其中,抽查 CDMA 移动电话产品 23 种,发现不合格产品 5 种,不合格率为 21.74%;抽查 GDM/GPRS 移动电话产品 136 种,发现不合格产品 43 种,不合格率达 31.62%。

工信部总经济师周子学表示,目前我国手机用户数超过 9 亿,手机质量好坏,不仅关系着消费者切身利益,也关系着中国制造的水平和声誉。来源:2011-9-7 中国证券报-中证网微博

[返回目录](#)

iPhone 4 仍为美国最畅销智能手机

加拿大投资银行日前发布报告称,在对美国各大运营商进行调查后发现,虽然 iPhone 4 已经推出一年多,且传言称苹果即将发布 iPhone 5,但前者的销售量仍旧高于其他竞争对手。报告指出,虽然消费者对苹果即将发布 iPhone 5 的预期日益增强,但 iPhone 4 的销售表现强劲,在通过 AT&T 和 Verizon 销售的智能手机中仍旧是销量最高的。

研究发现,8 月份 iPhone 4 是通过 AT&T 和 Verizon 销售的手机中最畅销的一种。此外,售价 50 美元的入门级 iPhone 3GS 通过 AT&T 的销售量位居次席,Verizon 不提供这款手机。在通过 AT&T 销售的智能手机中,售价 200 美元的三星 Infuse 4G 的销售量排名第三;通过 Verizon 销售的手机中,三星 Charge 4G 排名第二,HTC Thunderbolt 4G 排名第三。

分析师指出,虽然摩托罗拉移动和 RIM 在 2010 年中的零售趋势表现更加强劲,但通过对 2011 年上半年的研究则表明,零售趋势明显倾向于苹果、HTC 和三星。

点评:苹果产品给力,运营商借力又助力,因此苹果想不赢都很难。iPhone 5 让苹果的粉丝望眼欲穿,不出意外,又将掀起新一轮的高潮。不过,既然 iPhone 4 卖得这么火,如果苹果选择推迟 iPhone 5 的上市时间也不要感到意外。来源:2011-9-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

西欧智能机季出货量首超越功能手机

根据研究机构 IDC 最新发布的数据,2011 年第二季度西欧地区智能手机出货量年增 48%至 2180 万部,市场占有率达 52%。相比之下,功能手机(Feature phone)出货量则是年减 29%至 2040 万部,市场占有率降至 48%。

IDC 表示这是西欧市场智能机市场占有率首度超越功能手机。该机构指出,许多西欧地区电信公司已经停止提供补贴给功能手机购买者。第二季度西欧地区

智能机出货量市场占有率排行依次为三星(33%)、诺基亚(21%)、苹果(11%)、宏达电(7%)、RIM (7%)。

IDC 统计显示,2011 年第二季度西欧地区整体手机出货量年减 3%,为八个季度以来首度呈现年减。

联发科合作伙伴华为将首度以智能手机产品进军美国 AT&T 渠道,9 月 18 日开卖两年绑约价只要 29.99 美元的 Android 2.2 平台 Impulse 4G。

根据 Ipsos Mediact 委托 W/McCann、Grupo.Mobi 在 2011 年 2 月针对一千名年龄介于 14-59 岁手机用户所做的问卷调查,巴西 30.3%网民表示他们拥有智能手机,以此推算当地大约有 1900 万名智能机用户。调查显示,高达 52.5%的巴西智能机用户是属于中(33.5%)、低(19%)收入阶层。调查并且显示,44.4%的功能手机用户计划在未来 6 个月内更换手机。来源:2011-9-10 赛迪网微博

[返回目录](#)

2011 年 8 月全球手机相关专利诉讼达 294 起

最新研究数据显示,与手机有关的专利权诉讼正越来越多。2011 年 8 月,此类诉讼共达到 294 起。

很明显专利的成本正在上升。谷歌上月宣布,将以 125 亿美元收购摩托罗拉(微博)移动,以获取该公司的大量专利。2011 年 7 月,一个反谷歌联盟以 45 亿美元收购了北电网络的专利。Interdigital、柯达和其他一些公司则寻求出售所持专利。

Tech Crunch 近期曾刊文称,科技行业正面临“专利泡沫”。一家名为 Lex Machina 的创业企业致力于帮助其他公司了解专利诉讼中的数据和分析结果。该公司的在线专利诉讼数据库已经被硅谷许多科技公司所使用。

Lex Machina 正在进行一项有关手机行业专利诉讼的研究。根据该公司的数据,自 2006 年以来,与手机有关的诉讼每年增长约 25%。实际上,仅 2011 年 8 月,这一领域就出现了 294 起专利诉讼,占移动行业所有专利诉讼的 8%。其中,苹果被卷入到 97 起专利诉讼中,而与摩托罗拉移动有关的则有 38 起。

专利权诉讼正越来越多,这些诉讼往往导致企业损失上亿美元。谷歌董事长埃里克·施密特(Eric Schmidt)近期撰文指出,美国当前的专利系统存在明显的缺陷,他认为“众包”是未来专利改革的方向。不过在未进行改革之前,这一有缺陷的系统将一直存在。



Lex Machina 曾是斯坦福大学法学院和计算机系的一个项目,该公司最初的研究得到了 Kauffman Foundation, 以及苹果和 Genetech 等公司的资助。该公司随后从斯坦福大学分离, 并得到了斯坦福天使及企业家基金, 以及 Ulu Ventures 的资助。来源: 2011-9-11 新浪科技微博

[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