



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. 11. 09

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 别了，欧洲的手机？

2011 年真是手机业的“多事之秋”。

继摩托罗拉(微博)被谷歌收购之后，上周，索尼爱立信(微博)(下称“索爱”)也发生巨变：索尼以 10.7 亿欧元从爱立信手上收购了索爱 50% 的股份。索爱终于告别混血儿身份，变成一家纯粹的日企了。

■ 索尼收购索爱意欲何为

这是 2001 年索尼爱立信成立时两家公司联合设计的品牌标识。如今随着爱立信的彻底退出，索爱的标识也将面临更换的结局。近日，日本索尼公司宣布将收购爱立信持有的索尼爱立信移动通信公司 50% 的股份，结束双方长达十年的“婚姻”，由此，索尼将全资控股索尼爱立信。根据索尼(中国)有限公司确认的消息，作为该交易的一部分，爱立信将获得 10.5 亿欧元现金的“分手费”。

■ Android 用户为何被抛弃

自由、免费和开源的 Android 系统让众多老用户可望不可及。

最近一定有大批的 Nexus One 手机用户深感失落：就在最新 Android 4.0 版本 Ice Cream Sandwich(冰激凌三明治)发布之时，Google 却宣布 Nexus One 将升级不了 4.0。要知道 Nexus One 是 Google 自行推出的第一款手机，每次 Android 升级都可以紧跟潮流，如今却被 Google 抛弃了。

■ 物联网发展重在应用 标准先行

物联网标准化似乎是个老生常谈的话题。只要涉及到物联网的话题就不可避免的谈到标准化。虽然政策的驱动、技术的发展、产业链的健全加快了物联网的发展进程，使物联网成为信息技术创新最为活跃的领域之一。但是，标准的不统一仍然是物联网规模发展的绊脚石。国家物联网标准联合工作组组长、工信部电子科技委副主任张琪表示物联网发展重在应用、标准先行。

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
别了，欧洲的手机？	5
索尼收购索爱意欲何为	7
Android 用户为何被抛弃	8
物联网发展重在应用 标准先行	10
产业环境篇	12
【政策监管】	12
物联网“十二五”规划	12
工信部四方面推进加快网络空间信任体系建设	13
【国内行业环境】	14
物联网发展呈现“政策驱动”特征	14
我国 1-9 月共核发 337 张智能终端入网证	18
我国 RFID 产业规模全球第 3 2011 年或达 160 亿	18
我国电线电缆产能过剩 生产装备利用率不足 40%	19
洋品牌抢占六成 3G 市场 国内厂商多线拓市谋突破	20
我国通信设备出口现反弹 前 9 月销售超 8000 亿元	22
【国际行业环境】	23
印度欲提高宽带普及率	23
荷兰移动数据收入首超短信	24
韩国电信终止对固话业务投资	24
印度为农民提供实时手机分类广告	25
印度拟颁布电信新政放宽行业兼并限制	25
英国电信将提前 1 年完成宽带部署目标	26
韩国在 iPhone 4S 上市前解除 iOS 游戏禁令	27
运营竞争篇	28
【竞合场域】	28
手机支付持续混战 商业银行尴尬观望	28
三大运营商推补贴政策加大“抢客”力度	30
电信运营总利润连续三年下滑 或将持续 1-2 年	31
【中国移动】	33
中国移动加大 OTN 布局	33
TD 五期设备招标报价出炉 不少厂商意外涨价	35

中移动公共云看准行业市场 分层锁定目标客户	36
中移动调整终端战略 顺“市”补短瞄准 4G 竞争	37
中国移动 TD 产业链待完善 智能终端或成突破点	39
中移动物联网终端用户过千万 业务年增长超 80%	41
TD-LTE 产业暂落后于 LTE FDD 后来居上需看中国	42
中移动欲成立系统集成公司 提升行业市场掌控力	45
中国移动研发 WiMo 云终端产品 机顶盒 2012 年初上线	47
【中国电信】	49
中国电信翼聊百万招英才 进军移动互联网	49
中国电信预计用 5 年时间提升智能管道发展	50
【中国联通】	51
中国联通：WLAN 收费模式应形成差异化	51
中国联通今日公布 8G 版 iPhone 4 合约价	52
联通加紧引进 iPhone 4S 传 12 月行货国内上市	52
联通 2500 万线 PON 集采落幕 四厂商分 40 亿元大单	53
制造跟踪篇	54
【中兴】	54
中兴高端智能手机美国开售	54
中兴欲在巴西代工苹果产品 与富士康竞争	55
中兴通讯否认巴西建工厂为 iPad 和 iPhone 代工	56
中兴三季度业绩喜忧参半 手机业务强劲利好后市	56
【华为】	59
华为正式宣布成立 IT 产品线	59
华为：IPO 目前不在战略考虑范围内	59
万人备战云计算：华为“狼”式扩张	60
华为与微软展开 Android 专利授权谈判	62
华为欧洲和美国两地业务发展冰火两重天	63
华为将首次参加央视广告招标：推广云手机	64
华为向伊朗第二大移动运营商出售电信设备	66
【诺基亚】	66
诺西推出全新 Facebook 应用程序	66
诺基亚 CEO 称 2012 年将重返美国智能手机市场	66
诺基亚与意法爱立信达成合作 布局智能手机市场	67
【其他制造商】	68
HTC2012 年发力新兴市场 不放弃高端路线	68

摩托罗拉将其下手机产品打造配件生态链	69
Dragon Wave 收购诺基亚西门子微波传输业务	69
LG 宣布发行 9.45 亿美元新股振兴智能手机业务	70
服务增值篇	71
【趋势观察】	71
北京 4G 技术最快 3 年商用化	71
2020 年运营商 M2M 收入将达 1.2 万亿美元	72
爱立信预测 2016 年全球移动数据流量将增十倍	72
移动互联开启跨越式变革 2012 年将爆发式增长	73
2012 年网络威胁将持续增加：主要针对移动浏览器	74
【移动增值服务】	75
中移动推出国际漫游流量日套餐	75
北京移动推“手机对讲” 每月 30 元不限时长	75
联通推 26 元包月卡诱小灵通用户转网 网内免费	76
【网络增值服务】	76
中移动全力出击移动支付	76
成都第一座新式电话亭 可 WiFi 上网	78
北京市民结婚登记有望手机上网预约	80
北京市民可刷手机乘公交地铁 网上可进行充值	80
公租自行车用上物联网技术 月底实现公交卡租车	81
中移动 PTN 实现全国覆盖 350 地市部 33.8 万端设备	83
技术情报篇	86
【视频通信】	86
移动手机视频用户年增逾 150%	86
【电信网络】	86
北京将建 4G 试验网	86
US Cellular2012 年推 4G LTE 网络	87
澳大利亚 Optus 启动 700MHz 频段 LTE 测试	87
Manx 电信与阿朗将在英属马恩岛启动 LTE 测试	88
中移动拟引入 5GHz 新频率:WLAN 覆盖频段干扰严重	88
【终端】	90
TD-LTE 主流芯片商完成测试 多模两种方案并行	90
未来诺基亚 Windows 手机将采用 ST-Ericsson 芯片	91
【运营支撑】	92

全球 48 家制造商已推出 197 款 LTE 终端	92
安卓系统在美市场份额接近 45% 环比增长 1%	92
台湾计划 2013 年颁发 4G 牌照 较原计划提前两年	93
北斗二代导航产业链启动 交通运输业将率先收益	93
17 家芯片商投身 TD-LTE 产业合力推进多形态终端	94
市场跟踪篇	96
【数据参考】	96
全球手机出货量中兴 LG 并列第三	96
我国小灵通用户仅剩 2028.0 万户	96
第三季度美国智能手机用户 8740 万	97
三季度全球手机出货量同比增长 12.8%	98
调查称台湾拥有智能手机人口达 300 万	99
我国手机应用程序商店注册用户达 1.5 亿	99
联通预计 2012 年国内 WCDMA 用户数可达 6700 万	100
前三季我国手机出口 421 亿美元 同比增长 32.8%	100
三季度电信服务申诉 1.71 万人次 网络质量占 26%	101
前三季我国通信设备业投资 360 亿元 同比增 17.6%	102
【市场反馈】	102
我国电线电缆不合格率逾一成	102
报告显示近 90% 英国地区没有 3G 信号	103
调查显示苹果仍是美国最大智能手机厂商	104
三星超越苹果成为全球第一大智能手机商	104
IDC 报告称三季度中兴手机全球出货量超苹果	106
美智能机市场趋饱和：安卓与 iPhone 份额稳定	108
低价成各系统攻守之道 市场竞争加速智能机普及	108

亚博聚焦

别了，欧洲的手机？

2011 年真是手机业的“多事之秋”。

继摩托罗拉(微博)被谷歌收购之后，上周，索尼爱立信(微博)(下称“索爱”)也发生巨变：索尼以 10.7 亿欧元从爱立信手上收购了索爱 50% 的股份。索爱终于告别混血儿身份，变成一家纯粹的日企了。

这是一个意料之中又是意料之外的结局。说意料之中，是因为索爱长期以来的低迷和不景气，市场上早有股权变化的传言。

大家早就意识到，一个 50%：50%的合资结构，对于促进索爱的复苏，尤其加快其决策流程、产品上市速度并无明显优势。比如在中国市场，索爱在新品推出及响应运营商需求方面，实在不敢恭维。

意料之外是，每有类似传言出来，股东双方总要严肃澄清。直到去年 10 月，爱立信 CEO 卫翰斯还强调不会放弃索爱。据笔者了解，2011 年年初内部全球战略会议上，爱立信还再次明确对索爱的支持，强调了维持当时股权结构的意愿。

但不出几个月，风云突变。爱立信卖出索爱股份，不仅意味着，“从一开始就投身于手机业务”的爱立信彻底退出手机市场，更是欧洲企业在手机领域又一次撤退。

这是手机行业技术和市场变迁的结局。之前已经发生过一轮，不过当时遭受冲击的是日企。比如，从 2G 过渡到 3G 后的 2006 年前后，松下、东芝(微博)、三菱、NEC 等品牌相继退出中国市场。索尼只是借由牵手爱立信，保留了火种。

相比之下，此轮手机产业重心转移更具有指标意义。因为，西门子、诺基亚(微博)、爱立信、飞利浦等曾经叱咤风云的欧洲品牌，如今只有诺基亚还在苦苦挣扎。尽管诺基亚在上周发布了两款生死攸关的 Windows Phone 产品，但前途依然未卜。

掐指算起来，目前活跃在手机市场舞台的，只剩下两股主流势力：一是以苹果、黑莓、摩托罗拉为代表的美国公司。当然，其中最活跃的，毫无争议的是苹果，黑莓和摩托罗拉目前更像配角。

另一方则是亚洲手机企业群。它以三星(微博)、HTC 为代表，当然包括众多中国企业，比如华为(微博)、中兴等。这股势力正悄悄壮大，越战越勇，在国际舞台上熠熠生辉。

市场咨询公司 Canalys 近期报告显示，根据三季度智能手机出货量预测，HTC 已经成为美国第一大智能手机厂商，第二是三星，第三才是苹果，而就全球市场来说，三星表现强劲，已成全球第一大智能手机厂商。

一位长期跟踪手机行业的专业人士认为，这正体现出手机行业的重心从欧洲向亚洲的转移，而且体现了一个很有意思的规律：终端、消费电子领域，往往是欧美人发明发现，但越到后来，越成为亚洲人的天下，比如电视、电脑、游戏机都是这个趋势，现在是手机，下一个有可能是 Pad。

这也从一个层面反映出不同地区的不同产业优势。上述人士认为，欧美更具创新环境，其中包括创新精神、产权保护、人才集中，但制造能力有限，更适合

产品研发和生产前期 ;亚洲则是复制和制造能力强 ,适合应对大批量和微创新(比如外部设计、细分市场)等更为快速的市场。

当然 ,这并不意味着 ,掌控全球手机、PC、数码等消费性电子的亚洲 ,可以主导整个产业 ,因为 ,表面颓败的欧美巨头 ,正在逐步隐退幕后 ,朝着 IT、通讯业的基础设施领域转移。未来 ,它们与亚洲之间 ,有望形成一个互补的产业格局。来源 : 2011-11-3 第一财经日报微博

[返回目录](#)

索尼收购索爱意欲何为

这是 2001 年索尼爱立信成立时两家公司联合设计的品牌标识。如今随着爱立信的彻底退出 ,索爱的标识也将面临更换的结局。近日 ,日本索尼公司宣布将收购爱立信持有的索尼爱立信移动通信公司 50% 的股份 ,结束双方长达十年的“婚姻” ,由此 ,索尼将全资控股索尼爱立信。根据索尼(中国)有限公司确认的消息 ,作为该交易的一部分 ,爱立信将获得 10.5 亿欧元现金的“分手费”。

索尼爱立信公司成立于 2001 年 10 月 1 日 ,当时爱立信和索尼两家公司将各自尚未盈利、前途未卜的手机业务进行整合运营。上述两个系列的功能手机成为当时索爱立身正名的标志 ,通过整合索尼自身在唱片和电影公司的资源以及日企技术专利的积累 ,迅速打开了市场。在三年前 ,索爱一度在手机领域排名第四。然而天不遂人愿 ,智能手机的兴起“忽如一夜春风来” ,苹果、三星(微博)、HTC 等新兴企业迅速崛起 ,传统的功能手机巨头相继沦落。诺基亚(微博)失去霸主地位 ,摩托罗拉(微博)委身谷歌 ,索爱也逐渐边缘化。

2011 年二季度索爱财报显示 ,公司净亏损达 5000 万欧元(7060 万美元) ,索爱品牌手机出货 760 万部 ,相比上一季度的 810 万部减少了 6.2% ,相比去年同期的 1100 万部更是锐减了 30.9%。公布不久的三季度数据则刚刚止住亏损 ,净收入为零。据市场调查机构 Gartner 的数据显示 ,2011 年第二季度 ,索尼爱立信在全球智能手机市场份额仅为 3.6% ,名次滑至第十。相比之下 ,三星智能手机份额为 15.8% ,HTC 份额为 10.2%。

对于爱立信来说 ,索爱的连年亏损已成为其不堪重负的一个包袱 ,尽早卸掉这个包袱 ,更加专注于移动网络设备市场 ,继续巩固其在全球移动网络设备上的领导地位 ,同时获得一笔不菲的补偿金 ,也是一种解脱和安慰。虽然通过此次交易 ,索尼有机会将无线移动技术融入到索尼消费电子产品中 ,包括平板电脑、电视、智能手机等 ,但有业内人士认为 ,仍然很难看到索尼如何赢得智能手机市场。在过去的一年中 ,Android 平台发展迅猛 ,已成为全球最大的智能手机平台。索

尼爱立信并没有抓住这一机会，首款 Android 智能手机 Xperia X10 直到去年 3 月才上市。而在当时，HTC、三星和摩托罗拉已经将产品重心转向 Android 智能手机市场。

索尼爱立信也试图通过差异化的产品扭转不利局面，在成功将索尼影音和成像技术引入智能手机后，索尼爱立信推出 Xperia Play，该产品是一款经过索尼 PlayStation 认证的游戏手机，拥有类似索尼 PS 控制器，但因游戏资源匮乏，Xperia Play 市场表现并未达到预期。但索尼 CEO 霍华德·斯金格对此次收购充满信心地表示：“我们能够更快、更广泛地提供消费者智能手机、笔记本、平板电脑和电视，相互间都能够实现无缝连接，为在线娱乐打开一个新世界。”

索爱目前要追赶苹果、三星等手机巨头，最重要的是找准自己的市场地位，不能再像以前那样全面开花。作为追赶者更应该注重细分市场，例如偏娱乐类、面向年轻购买人群的市场。此外，苹果、三星、摩托罗拉、HTC 等领跑企业在苹果 iOS 系与安卓系两大阵营已打造出越来越完善和多元的生态系统，目前依赖安卓系的索爱，在软件和操作系统上的差距将越发拉大。索尼此番收购提出将借此完善“四屏融合”的战略，但此前也有众多企业，包括苹果、摩托罗拉、联想等都提出了类似的概念。苹果智能电视终端的研发正在加紧进行，有望很快推出成熟的产品。

索尼提出的“四屏战略”需要考虑的是如何更好地整合这些资源，但目前为止，索尼这些资源还相对独立，索尼所拥有的巨大视频、音乐和游戏内容也无法在设备间共享。分析师麦格理表示：“四个屏幕(手机，平板，电脑，电视)，跨设备和操作系统，要获得良好的用户体验，索尼必须建立统一的平台，并沿着一个共同的品牌进行整合。”此外，有业内专家认为，“四屏融合”不是单独一家企业就可以轻易做到的。企业更多能做到的是四屏在功能上的融合，而要真正推动“四屏融合”，则需要产业链上下游的协同支持。以索爱目前的手机产量很难指望上下游足够的厂商来进行合作。因此，索尼全资控股索爱之后，能否赢得其在智能手机市场的相应地位，尚有待观察。来源：2011-11-3 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

Android 用户为何被抛弃

自由、免费和开源的 Android 系统让众多老用户可望不可及。

最近一定有大批的 Nexus One 手机用户深感失落：就在最新 Android 4.0 版本 Ice Cream Sandwich(冰激凌三明治)发布之时，Google 却宣布 Nexus One 将

升级不了 4.0。要知道 Nexus One 是 Google 自行推出的第一款手机，每次 Android 升级都可以紧跟潮流，如今却被 Google 抛弃了。

不过 Nexus One 的用户其实应该偷笑才对，作为 Google 的直系，Nexus One 受到的待遇已经是最好的那一批了，而且此次无法升级 Android 4.0 最大的原因是 Nexus One 自身的硬件配置太低所致。最惨的是那些 Google 的表亲们——由手机厂商或者移动运营商推出的手机。

Understatement 网站上好事的 Micheal Degusta 对美国去年 7 月份以来出货的 18 部 Android 手机进行了统计，发现了一个绝对“杯具”的结果：有 7 部手机从未搭载过最新版操作系统；有 12 部手机的操作系统在发布后的数周内就会过时；有 10 部手机的操作系统至少落后两个重大版本；有 11 部上市不到一年后再也没得到过任何更新支持；有 13 部在还没有停产之前就已无法享受任何更新支持。相比较而言，几乎每一部 iPhone 手机都能很快更新到最新版本的操作系统。

是的，这就是 Android 用户面对的局面。问题是，自由、免费和开源的 Android 系统为什么会造成现在这样的窘境呢？

周期不匹配 绝大部分的 Android 手机发布都没有紧跟 Android 系统发布的周期。作为一个并不完善的操作系统，Google 通过频繁的更新来改进 Android 系统，曾经在 12 个月里发布了 5 次主要的升级(1.5、1.6、2.0、2.1 以及 2.2)。另外，硬件制造商实际上根本就没有精力和能力为所有的手机型号——去升级系统，要知道即使同一个手机品牌的不同型号的 Android 系统也是不能通用的，硬件制造商顶多只能为那些热门的机型进行升级。

商业模式不匹配 硬件商希望卖更多的机器，而安卓希望提升性能。目前所有 Android 系统手机厂商的商业模式都是频繁推出新的手机型号，以取代旧的手机型号，这一模式使得厂商很难投入太多精力升级旧款手机的系统，因为那样会对新款手机形成竞争。而苹果的新品推出则有比较长的时间间隔。

缺少主导者 如果比较一下 Google、微软(微博)和苹果，你会发现它们三个都是在营造一个生态系统或平台，但只有 Android 系统缺少主导者。在苹果的系统里，苹果同时推动开发者、操作系统、硬件三者，弱势的一方是开发者，它需要跟随苹果主控的节奏；而微软是操作系统强势，拉动软件开发者适应它的操作系统，而它与 Intel 联盟，推着硬件来更新换代，所以在这个系统里，最弱的是制造商。Android 相比是最不清晰的，它虽然有最大占有量，但是它却受控于最重要的竞争对手苹果的研发节奏，而它的系统虽然重要，但与制造者之间还没有建立微软那样的影响力。它的系统赖以生存的 App 市场，也分布在各个不同的主体手中，结果最后导致的是节奏混乱。

Google 试图通过内置在 Android 系统中的 Google 应用绑定用户，最终售卖广告获益，而制造商则因为 Android 的免费可以很快推出更低成本的智能手机，获取更多利润。但这对 Android 却是个问题，在市场占用率疯狂提升的同时，版本不齐也带来了坏的口碑。

目前看起来受益最大的是制造商，大部分升级都是靠买新机器来完成。而 Google 自身在 Android 系统上的商业前景则变得很模糊，尤其是 Google 在 Android 4.0 中开始允许用户禁用 Google 内置的服务。

这很酷，但无助于 Google 的商业模式与安卓之间建立有效的联系。微软能影响整个行业是它卖的东西就是软件。不管多出色的公司，不管多强大，一定得有一个清晰简洁有力的目标，否则 Android 最终会与 Linux、火狐之类更接近——口碑好，但市场不在自己手中。商业中最后比拼的是影响市场需求的能力，而不是仅仅酷或极客的需求。难道商业不是这样么？来源：2011-11-7 《第一财经周刊》微博

[返回目录](#)

物联网发展重在应用 标准先行

物联网标准化似乎是个老生常谈的话题。只要涉及到物联网的话题就不可避免的谈到标准化。虽然政策的驱动、技术的发展、产业链的健全加快了物联网的发展进程，使物联网成为信息技术创新最为活跃的领域之一。但是，标准的不统一仍然是物联网规模发展的绊脚石。国家物联网标准联合工作组组长、工信部电子科技委副主任张琪表示物联网发展重在应用、标准先行。

我国物联网还处于初级阶段

不仅仅是北京、上海、广州等一线城市，众多二线城市也在物联网产业展开了猛烈的投资。据悉，全国有 28 个省市将物联网作为了新兴产业发展的重点，不少城市还筹建了物联网产业园。而我国物联网的“十二五”规划也即将落地，政策的驱动无疑会加速物联网的“燎原之势”。据估算，物联网的投入是互联网的 10 倍，而产值可能比互联网大 30 倍，将会成为下一个万亿元级的市场。

2011 年我国出台了支持物联网发展的专项基金，重点支持技术研发类、产业化类、应用示范与推广类、标准研制与公共服务类四大项目。据了解，物联网专项基金总计 50 亿元，贯穿于“十二五”期间，预计 5 年内发放完毕。

虽然物联网发展如火如荼，但是相关专家还是理性提醒，我国物联网发展还处于初级阶段。“目前，物联网的应用还是非常窄，大部分应用在安防方面，而物流、医疗、手机支付等市场份额还不是很大。虽然说物联网可以做到万亿级规



模，但是无论怎么做都要到‘十三五’后期才会有所发展。”中国物联网研究中心叶甜春主任表示。叶甜春主任认为我国联网发展还处于概念性阶段。

标准不统一制约物联网规模发展

物联网发展可以说是被提升到了国家发展的战略高度，但是由于核心技术不成熟、标准不统一直接制约了我国物联网的规模发展。

中国通信标准协会副理事长兼秘书长周宝信认为：“标准是从应用中提炼出来的，但是推动大面积应用，形成规模化和产业化就必须依靠标准化，只有抓好标准化才能把最好的创新技术通过产业化，将成本降低，进而才会有更大范围的应用，这才是物联网走向良性循环的发展之路。”

对此，国家物联网标准联合工作组组长、工信部电子科技委副主任张琪也认为物联网发展应当重在应用、标准先行。

但在物联网发展初期，各行业、各企业都在各干各的，彼此不能通用，不能是实现互联网互通，标准不统一直接制约了产业的布局以及企业参与的积极性。周宝信举例道：“比如现在的智能交通 ETC 自动护卫应用，在很多省份之间不能实现通用，给用户带来了不便，也影响了其发展。”

作为产业链的重要环节，电信运营商也认为标准化是推进物联网发展的主要问题。中国移动(微博)江苏公司研发中心副主任童恩提到：“现有的 M2M 产品还处于起步阶段，多数业务系统分散、垂直交叉、规模化复用能力很弱。我们运营商各省市有各式各样的需求，但是这种需求又很难复制，每个需求都要做一个解决方案，这样做起来工作量非常大。”

标准化已有新进展

因此，物联网发展需要标准先行。据悉，目前中国标准化协会正在吸收大量各行各业的会员参与标准制定，从各类实际应用中提炼出最通用的部分形成标准，使标准真正促进产业发展中发挥重要作用。“中国通信标准化协会泛在网技术工作委员会已经完成了 M2M 技术业务的总技术要求，M2M 应用的通信协议的技术要求。这两项通信行业标准的报批稿已经形成。”周宝信表示。

运营商也在物联网标准化工作上迈出了重要一步。据了解，中国移动定制了一种集成 SIM 卡和 WMMP 协议的通信模组：物联通。终端设备装载该模块组以后即可接入中国移动物联网专用网络，享受一点接入，全网服务，同时可以实现终端设备远程管理等功能。“物联通标准化模块组内置了通信协议栈，专用号码，提供了二次开发接口，简单易用，从而降低了终端开发成本，享受了全网服务，具有很高的产品价值。”中国移动物联网基地副总经理谢志远表示。来源：

2011-11-8 飞象网

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

物联网“十二五”规划

昨日召开的“2011 中国无线世界暨物联网大会”传出消息，物联网“十二五”规划将明确物联网技术的十二大重点应用领域，包括智能电网、交通运输、物流产业、医疗健康等。

此外，包括住建部、卫生部、交通部、公安部在内的多个部委都在各自领域的规划中强调了物联网技术的应用。预计 2011 年 RFID(无线射频识别技术)产业规模有望实现 160 亿。

国家物联网标准联合工作组组长、工信部电子科技委副主任张琪昨日表示，我国物联网发展的重点和切入点是感知与应用，要全力支持并加快制定物联网各相关标准，重点放在核心技术产品的研发及产业化。

据透露，物联网“十二五”规划明确了物联网技术的十二大重点应用领域，包括智能电网、交通运输、物流产业、医疗健康、智能家居、环境与安全检测、精细农牧业、工业与自动控制、金融与服务业、公共安全、国防军事以及智慧城市。

张琪表示，目前，我国 RFID 应用已经为物联网技术发展打下了基础，主要应用在农业领域的生猪饲养及食品加工的实时动态、可追溯管理，物流领域的邮政包裹、民航行李、铁路货车调度监管、远洋运输集装箱、以及城市交通等多个方面。

目前我国 RFID 的产业规模也在逐年增加，最近三年的平均增速超过 40%，并在 2010 年首次突破百亿元，2011 年有望实现 160 亿。

张琪还透露，2011 年 12 月，国家金卡工程的物联网应用联盟也将成立，将有 23 个部门行业，400 多个城市参与其中。此外，物联网发展还需要标准先行，已经成立的国家物联网标准联合工作组横跨了 14 个部委的 24 个业务的国家级的标准工作组，就是为了整合资源，推进物联网标准的制定。

中国通信标准化协会理事会高级顾问、技术管理委员会主任委员周宝信也表示，物联网的发展目前正处于初级阶段，要以应用为龙头带动产业的发展，同时抓好标准化工作。

据周宝信介绍，中国通信标准化协会泛在网技术工作委员会已经完成了 M2M 技术业务的总技术要求和 M2M 应用的通信协议的技术要求，这两项通信行

业标准的报批稿已经形成；同时，通信技术支撑健康发展、社区安全与环境保护等方面的应用也已经发布了一批协会标准；下一步，协会将在智慧城市、智能交通、绿色社区、安全生产监控等领域继续制定支持物联网健康发展的标准。来源：2011-11-4 上海证券报微博

[返回目录](#)

工信部四方面推进加快网络空间信任体系建设

在今天召开的“RSA2011 信息安全国际论坛”上，工业和信息化部信息安全协调司司长赵泽良表示，当前信息化建设的深入给产业界提供了一个最重大的历史机遇，但同时也带来了很多可以预见和难以预见的风险和挑战。

“网络空间已经成为陆、海、空、天之外又一个空间，能否快速抓住机遇，把网络空间建设好、利用好、管理好，直接关系到我国经济的长期平稳较快发展，也直接关系到全面建设小康社会宏伟战略目标能否实现。”赵泽良说道。

如何把握好机遇，最大限度的减少信息技术带来的负面影响。赵泽良从四个方面给出了自己的建议。

首先是下大力气抓好全社会的信息安全教育，提高网民信息安全意识和信息安全防护技能。“信息安全管理一定要提高网民的意识和素质，让不会开车的人去开好车一定会出问题。现在的信息技术是先进的，但也需要应用技术的网民、用户有必要的素质和技能。提高网民的安全意识、辨别能力和防护技能，是信息安全工作重要的基础工作。”

其次是下大力气加快信息安全相关法规制度和技术标准的建设，要尽可能的完善、建立必要的规则，通过法律法规来明确各方面的义务、权益和责任。“我们的标准工作秉承公开、公正、透明的原则，欢迎产业界的广泛参与。只有通过大家的共同参与，才能建立具有中国特色的，充分吸收国际信息安全经验的标准体系。”

第三是加强工业控制系统安全工作。“工业控制系统安全工作已经到了非加强不可的时候，前不久工业和信息化部经国务院统一发布了关于加强工业控制系统信息安全管理的通知，为工业信息系统下一步安全管理工作做出了安排。”

第四是加快建设网络空间的信任体系。“现在在互联网上有海量的信息资源，如何让网民进行识别，哪些网站、信息是真实的、可信的。我们希望有这么一种手段和机制，以推动互联网网络空间更好的发展。”来源：2011-11-3 中国通信网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

物联网发展呈现“政策驱动”特征

经过 2009 年、2010 年的大热之后，2011 年以来，我国物联网发展进入了平静而又务实的阶段，人们关注的话题也从物联网的巨大前景转移至了如何切实解决物联网发展所遇到的各种问题。

第二届中国国际物联网博览会正是在这样的背景下召开的。与去年大会的过度喧嚣和热闹不同，2011 年大会上人们显得更加理性，正视产业发展现状、分析主要问题所在、探寻解决之道也成为了主要的谈论话题。

政府埋单成常态

经过几年的发展，我国物联网产业已经初具规模。根据新华社在大会上发布的《2010~2011 年中国物联网发展年度报告》，2011 年我国物联网产业规模将达到 2300 亿元，比上年增长 24%，一些城市的物联网发展步伐非常迅速，比如无锡已经落地了 21 个国家级重大物联网科技项目，开展了 76 个领域的应用示范工程项目，2011 年仅是该市的物联网产业规模总量就有望达到 600 亿元。

不过，这些光鲜的数字背后存在着不可忽视的问题。正如无锡市副市长谈学明所言，目前无锡的绝大多数物联网项目都由政府埋单，整个物联网产业离真正的商业化运营还有较大距离。而这并不是无锡一个地方的“特色”，就我国整体而言，政府投资成为了很多物联网项目的启动资金。根据 2010 年发改委和工信部出台的物联网发展的系列支持政策，到 2020 年之前中国已经规划了 3.86 万亿元人民币的资金用于支持物联网产业的发展。

除了不惜重金投向物联网外，政府还直接参与了物联网项目的推广，成为了物联网发展的重要推动力量。比如，中国已有 28 个省市将物联网作为新兴产业发展重点之一，不少一二线城市在建设或筹建物联网产业园。很多城市的政府都在推进“智慧城市”的建设，而“智慧城市”和物联网有着很大程度的重复度和相关性，对于物联网的发展意义重大。

对于这一现象，新华社在发布的报告中提到，多层面的政策投入成为了推动现阶段中国物联网产业发展的最强动力，如果说国外物联网产业发展属于“市场驱动型”，那么国内更贴近“政策驱动型”。

“政策驱动”不可持续

中国物联网研究发展中心主任叶甜春认为，物联网发展的“政策驱动”局面是由其当前的发展特征造成的。他认为，目前我国物联网发展仍处于概念、论证

和试验，以及攻克关键技术、制定标准规范和研发应用的初级阶段。在这样的阶段，物联网产业发展存在很多问题。

物联网应用领域十分广泛，很多行业应用具有很大的交叉性，但这些应用分属不同的部门，要发展物联网应用，在产业化过程中必须加强各个领域的互动。此时，如果有政府部门出面，那么很多沟通协调的难题就会迎刃而解，出于这个原因，很多企业选择了有政府参与的项目。

就盈利模式来看，物联网是个新出现的业务，没有现成的盈利模式可循。而物联网发展初期必然需要大量资金投入来培育市场，这对于很多中小型公司而言充满不确定性，注重短期盈利的风投更是对此避之不及。正因为如此，中小型企业都选择了政府出资的项目，一是资金上有保障，二是可减少业务发展的不确定性。

在上述种种因素的作用下，我们看到在物联网市场上，政府这只原本应该“看不见”的手不仅变得“看得见”，而且还成为了主要推手。

在叶甜春看来，战略性新兴产业发展初期靠“政策驱动”是可行的，但是这种模式不具备可持续发展的基础，物联网最终的持续发展还得依靠“市场驱动”。

一个好消息是，电信运营商目前也成为了投资物联网的重要力量。根据记者的了解，为了推动物联网发展，三大运营商对很多项目进行了大量补贴投资，比如农业大棚、电梯卫士等业务，用户在使用时本来需要支付一笔数量不小的“初装费”，近来运营商自掏腰包，对这些费用采取了减免的做法，大大降低了用户的进入门槛。

当然，仅有运营商的加入还远远不够，物联网的发展涉及复杂的产业链环节，只有各环节协同发展、共同投入，才能带动产业链健康成长。

传感器等短板亟需突破

物联网发展涉及到芯片、传感器、系统集成、软件、平台、内容、应用提供等环节。就目前的物联网产业链来看，全球性的传统信息化和 IT 领域企业成为了各个领域的重点，比如运营商主要集中在服务层面，且规模较大，系统集成商的规模也比较大，国际领先的平台和软件商重点关注全球市场。就中国来看，虽然物联网产业链上的从业企业众多，但是缺乏本土“旗舰型”企业。

一个更为突出的问题是，传感器环节是其中较为突出的薄弱环节。叶甜春介绍，国内传感器产业处于初级发展阶段，基础传感器芯片厂商研发力量薄弱，企业规模偏小，技术标准缺乏，应用领域不广，定位比较狭窄，层次偏低，盈利能力尚不稳定。他表示，国内目前 90% 的传感器芯片仍依赖进口。

物联网的发展呈现“两边高、中间低”的特点，终端、传感器网络和业务软件是最大的价值点，纯传输通道不到总体价值的 10%，如果失去传感器这个制高

点，那么我国物联网的发展将不具备有利形势，所以我国物联网发展亟待攻破传感器这个关键点。

要突破传感器这个关键环节，国内厂商需要做的有很多。传感器公司村田制作所(中国)执行副总裁孙泉介绍，传感器的种类非常繁多，例如气体传感器、红外传感器、超声波传感器、透明压电传感器、水分传感器等，不同种类的传感器对工艺和技术都有着不同的要求，此外，很多传感器放置在户外，很可能是在较为恶劣的环境中，而要研发出耐用又灵敏的传感器则需要一定的技术储备。

孙泉还认为，为了减少网络上传输的数据容量，未来的物联网需要将部分数据处理功能放置在末端，即传感器上，因此智能传感器就成为了发展方向。他介绍，国外一些厂商已经开始智能传感器的研发。毫无疑问，这对于我国的传感器厂商而言又是一项新的挑战。对此中国工程院院士刘韵洁认为，我们不仅要从产业的角度去考虑，更要注重通过原始创新去解决所面临的问题和挑战。

除了传感器环节外，在通信模块、云计算和中间件等物联网发展的很多方面都存在着问题，为此，叶甜春认为，我国物联网产业真正实现万亿元级规模的时间节点预计将在“十三五”的后期，物联网万亿级的市场潜力需要较长时间的培育。

共性平台+应用子集

与去年的物联网会议不同的是，此次无论是在研讨会还是展会上都多了一个新的词汇——物联网平台。无锡物联网产业研究院院长刘海涛认为，物联网发展应该走“共性平台+应用子集”的道路，而在展会上，三大运营商也展出了各自的物联网平台。

目前我国在大量推动物联网示范工程，刘海涛认为，物联网的示范固然重要，但不是物联网最关键的环节。他分析，物联网发展具有分散化和小众化的特征，比如不同行业、不同场景可能都需要不同的应用，而这些应用的要求是不一样的，因此物联网产品形态、系统的应用和感知的服务是多样化的。这就导致了一个问题，即物联网的市场空间非常大，但是被应用分成了众多的小块，如果不克服这个问题，物联网仅仅成为中小企业或者小企业集群做的事情，那么物联网的规模注定上不来。

刘海涛用微软(微博)的例子打了比方，他认为，微软没有做控制软件、管理软件，仅依靠操作系统占领了软件业的制高点，五花八门的应用软件中 Windows 操作系统是不变的。物联网也是如此，不管人们在哪里使用物联网，总有 60%~70%是一样的，把一样的东西凝练出来，称之为共性平台，然后把不一样的东西以及和用户直接相关的东西单独作为一块，称为应用子集，这样物联网就形成了“共性平台+应用子集”的架构。刘海涛认为，共性平台是关键，谁把共

性平台攻下来，谁就能占领物联网产业化的制高点。他介绍，目前无锡物联网产业研究院已经开始构建物联网共性平台，目前为止共性平台的主体部分已经完成，而且在局部区域已投入使用。

做平台也成为了运营商的共识，在展会上，中国电信(微博)推出了物联网综合平台、中国联通(微博)推出了物联网公共平台，中国移动(微博)研究院首席科学家许利群介绍，中国移动在医疗健康等领域也形成了提供平台的模式，可以说，提供平台已经成为了运营商的共同选择。除了带动产业发展外，平台模式对于运营商的提升也非常明显，许利群表示，通过提供医疗健康平台，中国移动实现了从“哑管道”向“智能管道”的转变，建立起了数据采集分发、处理和方案提供等三方面能力。

Link :

物联网新应用一瞥

本次物联网大会上，一些有趣的物联网应用进入人们视野，给观众带来了全新感受。

智能试衣镜

中国电信在本次展会上展出了智能试衣镜业务。智能试衣镜运用了 RFID 技术，顾客只要站在镜子前，通过手势操作屏幕，就可以体验穿上自己喜欢的衣服的效果。这样，服装店店主不用在店里展示很多衣服，只要有一面智能试衣镜就可以让顾客试穿成百上千套服装。

智能胶囊

智能胶囊具有拍照、传输、控制、能源管理等功能，可实现 5 毫米近距离成像。人们只需要像吃药那样将智能胶囊服入体内，胶囊就可对肠胃、小肠进行观测，所需的功耗非常小。相对于胃镜而言，智能胶囊使用起来非常简便，造成的不适大大降低，观测的精准度和范围则大大提高。

物联网冷藏车

近年来频发的疫苗事件让人们认识到了安全运输药品的重要性，本次展会上出现的物联网冷藏车就是针对这一问题推出的方案。冷藏车具有卫星导航、温度监控等功能，不仅能帮助医院清楚掌握疫苗的行踪和线路，而且能有效控制温度，防止疫苗变质的情况发生。来源：2011-11-7 通信世界杂志

[返回目录](#)

我国 1-9 月共核发 337 张智能终端入网证

据工业和信息化部电信管理局巡视员张新生透露，2011 年 1-9 月我国累计核发了 337 张智能终端入网许可证，7134 万个智能手机标签(一张许可证代表一款产品，一个标签代表一部产品)。同比分别增长 103%和 152%，增速惊人。

在今天举行的“2011 中国(张家港)移动互联产业精英峰会”上，张新生公布了这组数据。据透露，在同一时期我国共核发了 3821 张手机入网许可证，4.05 亿个手机标签。

“2011 年有大量终端制造企业进入移动平板电脑市场，推动了整个移动互联网终端的发展。”他还表示，我国智能终端市场潜力庞大，且企业具备一定能力，未来前景广阔。来源：2011-11-2 中国通信网

[返回目录](#)

我国 RFID 产业规模全球第 3 2011 年或达 160 亿

在今天上午举行的“中国无线世界暨物联网大会”上，工信部电子科技委副主任张琪表示，我国无线射频识别技术(RFID)产业规模于 2010 年首次突破 100 亿元，2011 年仍然保持高速增长，有望实现 160 亿。截至目前，我国 RFID 产业在全球排名第三，仅次于美国、英国。

无线射频识别技术(RFID)产业的发展，受益于金卡工程的推动。

据了解，国家金卡工程，作为我国信息化建设的四个起步工程之一，于 1993 年以电子货币银行卡应用启动实施。目前，已建立成熟的电子支付体系，累计发行银行卡 24 亿张，并在 108 个国家联网通用。同时，启动了智能 IC 卡应用，推动了电子政务、电子商务的发展，至今累计发行智能 IC 卡 80 亿张。

张琪介绍说，金卡工程启动 18 年以来，从磁条卡到智能卡到 RFID 应用，我国走出一条具有中国特色信息化发展之路。“随着金卡工程建设和 IC 卡应用的蓬勃发展，射频识别 RFID 技术已在我国第二代居民身份证、城市公共交通“一卡通”、电子证照与商品防伪、特种设备强检、安全管理、动植物电子标识、以及现代物流管理等领域启动了应用试点。”她说。

资料显示，自 2004 年国家金卡工程将物联网 RFID 应用试点列为重点工作以来，金卡工程每年都推出新的 RFID 应用试点工程。

张琪强调，就物联网的应用项目，物联网的 RFID 应用项目得到了国家发改委的资助。2011 年 4 月份，财政部与工信部已出台物联网专项措施，明确规定每年用 5 亿元专项资金来支持物联网建设。

最后，谈及物联网感知技术 RFID 产业，张琪表示，该产业市场规模在逐年增加，2009 年 85 亿，2010 年 120 亿，而 2011 年有望实现 160 亿。来源：2011-11-4 中国通信网

[返回目录](#)

我国电线电缆产能过剩 生产装备利用率不足 40%

近日，国家各部委联合发文，指出我国电线电缆产能过剩，生产装备利用率不足 40%，中低端产品同质化严重，因此要求相关部门加强电线电缆产品质量综合整治，提升电线电缆产品质量总体水平。

我国电线电缆在规模、产量以及增长速度上一直位列世界首位，而且我国电线电缆行业制造业产值规模占电工电器行业四分之一，是电工电器行业仅次于汽车整车制造业的第二大产业。

但是，我国我国电线电缆行业发展水平与电线电缆产业的重要地位相比还有较大差距。各部位指出我国电线电缆产品质量总体水平不高，偷工减料、制假售假等质量失信和违法现象比较突出，质量问题对安全、环保和健康带来较大隐患。

同时，我国电线电缆总体产能严重过剩，普通电线电缆生产装备利用率普遍不足 40%。而且，我国电线电缆产业集中度不高，中低端产品的同质化竞争严重。

因此，提升电线电缆质量成为工作重点。各部委提出 9 项治理政策：

首先是全面落实企业产品质量主体责任。在贯彻相关指导意见的同时，还要落实企业产品质量主体责任，鼓励企业实行产品质量自我承诺，接受监督。

其次，要强化产业政策约束和引导作用。完善产业政策制修订机制，通过工业产品生产许可和强制性产品认证严格贯彻落实产业政策，从生产源头控制新增产能，对不符合产业政策要求和不能满足生产许可和强制性产品认证要求的，坚决不予发证。

第三，加快推行电线电缆企业产品质量分类监管制度。在电线电缆生产企业推行工业企业产品质量分类监管制度，根据生产企业落实产品质量主体责任的主观愿望、保证能力和实现程度，将生产企业划分为不同等级类别，并分别实施信用监管、责任监管、常态监管、加严监管和特别监管等不同监管模式。

第四，加大电线电缆生产企业和产品质量的执法监督力度。第五，严格出口电线电缆产品检验监管。第六要完善重点领域和重点环节产品质量管控制度。此外，要建立质量信用信息共享共用机制；加大有利于质量提升的技术攻关力度；完善行业质量自律机制。来源：2011-11-4 飞象网

[返回目录](#)

洋品牌抢占六成 3G 市场 国内厂商多线拓市谋突破

近年来，随着整体经济环境向好以及移动互联网的普及，国内手机市场呈现井喷式发展，国内本土品牌也趁机强势崛起。尽管如此，国际知名品牌在国内终端市场上的关注度依旧居高不下。据《第一财经日报》报道，9月底，中国 3G 用户突破 1 亿户，但在这 1 亿用户所用的手机终端中，60%来自国际品牌，剩余 30%来自中兴、华为(微博)、联想和宇龙酷派四家大陆企业，其他 10%被小企业瓜分。

目前，在运营商的大力支持和推动下，千元 3G 智能手机是国内厂商的主攻点，而国内厂商在中高端市场上鲜有作为。因此，国内厂商要想夺取更大的份额，如何扩展中高端市场是其必须考虑的重要问题之一。而面对中国尚存巨大潜力的手机终端市场，国内厂商或许可以从应用以及操作系统等多方面拓市，以求能够发挥本土优势，力克“洋品牌”，赢得更好的发展机遇。

国际品牌关注度居高不下

综观目前的手机终端市场，可谓精彩纷呈。这边厢，在世界各地拥有众多“死忠果粉”的苹果公司十月初发布其最新一代智能手机 iPhone 4S，给业界带来了不小的震撼。那边厢，苹果新品余波未平之际，微软(微博)Windows Phone Mango 以及谷歌 Android 4.0 操作系统便紧锣密鼓地宣布推出，之后昔日霸主诺基亚(微博)在世界大会上新机齐发也成为各方关注焦点。群雄逐鹿之下，终端市场的竞争显得愈加激烈。

近年来，中国移动(微博)互联网迅速兴起并且不断得以普及。据媒体报道，根据互联网数据中心此前所发布的数字，中国手机网民数量已达到 3.26 亿，到 2013 年，中国手机网民将达 7.2 亿人次。在移动互联网业务的带动下，手机用户特别是智能手机终端用户的规模越来越大，中国市场无疑已经成为了各大终端厂商的必争之地。近两年来国际知名品牌厂商更是加快了抢占中国市场的步伐。

多方竞逐下，国内终端市场不断受到国际厂商的蚕食，品牌关注度居高不下，本土厂商正遭遇着所占国内市场份额为数不多的尴尬境地。据《第一财经日报》报道，9月底，中国 3G 用户突破 1 亿户，但在这 1 亿用户所用的手机终端中，60%来自国际品牌，剩余 30%来自中兴、华为、联想和宇龙酷派四家大陆企业，其他 10%被小企业瓜分。也就是说，在国内 3G 市场上，民族品牌仅占据了四成的市场份额，国际品牌依旧占据了半壁江山。

另外，根据互联网消费调研中心 ZDC 发布的《2011 年第三季度中国手机市场研究报告》数据显示，2011 年第三季度，中国手机市场上，诺基亚仍居用户关注度首位，但关注比例下滑明显；三星(微博)、HTC、摩托罗拉(微博)三大品

牌竞争激烈，关注比例呈三足鼎立之势，其中 HTC、三星 1 至 6 月关注比例上升明显，摩托罗拉则处于劣势；而国产几大品牌中，联想位居第 9 位，中兴、华为、酷派分居 11 至 13 位。

国内厂商在中高端市场鲜有作为

虽然目前厂商们在高端市场仍存在着提升空间，但随着传统开发国的高端智能机所占市场份额逐步饱和，在不久的将来，苹果、三星等终端“大佬”们便会感受到压力。而诸如中国、印度等非开发国自然而然成为其下一步欲重点开发的市场，众厂商已经纷纷开始布局，这从近来它们所发布新机型的定位以及定价中也可窥一二。

中国终端市场上，一方面是“洋品牌”的强势进攻，一方面是国内厂商的不断崛起。最近几年，在国内运营商的大力支持与推动下，国内厂商纷纷将 3G 千元智能手机作为攻占国内市场的主要方向。而事实也证明了，低端路线这一策略是可行的，国内品牌也因此开辟了新市场，获得了很大的发展。摩根大通分析师露西·刘日前表示，中国的千元智能机需求已经达到了临界点，廉价智能机供货量很有可能将在四季度提升。她认为，这归因于快速增长的移动内容开发、更多分销渠道和 3G 网络的增强。

然而，在运营商的积极补贴的背景下，国内厂商虽然在低端市场取得了不错的成绩，但在中高端市场上却鲜有作为。不得不说，相较于国际品牌，国产手机在中高端市场的“缺席”，的确令本土品牌在国内市场所占份额少了一大块。另外，安卓系统的开放性在给国内厂商带来难得的发展机遇的同时，同质化问题也日益凸显，成为未来发展的一大软肋。

重重关卡之下，即便是在中低端市场，国内厂商的低端“战役”打得也并不轻松。苹果、三星等国际大品牌近来也都把中国的低端市场作为一个重要阵地，纷纷面对中国市场推出多款低端手机。以苹果为例。据新浪科技报道，苹果在适当降低其智能机售价，并宣布，在绑定运营商套餐后，iPhone 3GS 将免费提供给用户，希望借助该机型吸引 Android 手机用户。不难看出，国内厂商想要扩大市场份额，除了继续发力千元智能手机，还应扩大其在中高端市场的影响力。

多线拓市谋求突破

对于中高端用户来说，如果忽略掉对品牌的选择，其对手机本身的要求，除了配备质量优良的硬件之外，应用内容以及服务也是考量的关键因素。从苹果手机的内置应用中可以发现，iPhone 之所以大受欢迎，与其拥有众多丰富的应用软件关系密切。因此，国内厂商想要在中高端市场上有所作为，应在产品品质以及应用服务等方面发力。

事实上，“云手机”已经搅热了国内智能手机市场。国内包括酷派、阿里、华为、小米等多家厂商已经迈进了“云手机”的大门，“云”概念无疑已然成为了手机行业发展的重要趋势，并且市场前仆后继者也很多。日前，TCL(微博)就联合网易正式发布其首款云手机——翔云 A919。据悉，这款手机引入了网易领先的“云服务”应用，内置了 7 款网易移动产品，实现了“云服务”与硬件终端的完美融合。

此外，操作系统也是国内厂商可以努力的方向。目前的操作系统市场上，苹果 iOS 和谷歌安卓占据了绝大部分份额，微软 WP 近来也是奋力追赶。中兴、华为等品牌的国产手机多数采用安卓系统，不可避免地面临同质化问题。有业内人士提出，国内企业可以合作开发自主操作系统。这无疑是解决同质化问题的途径之一。并且，若能在自主操作系统上有所作为，国产手机或将迎来又一个重大的发展机遇。来源：2011-11-3 通信信息报

[返回目录](#)

我国通信设备出口现反弹 前 9 月销售超 8000 亿元

前 9 个月我国电子信息产业经济运行数据已出，通信设备行业生产、出口成为反弹最快行业，实现销售产值 8022 亿元，生产手机 81035.9 万台。

2011 年前三季度，我国电子信息产品进出口发展态势良好。1-9 月，电子信息产品进出口总额达到 8280 亿美元，同比增长 13.7%。出口 4805 亿美元，占全国外贸出口的 34.5%；进口 3475 亿美元。与上半年相比，出口和进口增速分别回落 1.4 和 2.6 个百分点。

我国电子信息产品基础行业保持了平稳的增长。其中，通信设备行业生产出现了快速反弹，并且成为生产、出口反弹最快的行业。数据显示，9 月通信设备行业销售产值、出口交货值分别增长 39.1%和 18.5%，比 8 月分别提升 6.7 和 0.8 个百分点，对全行业增长的贡献率 26.3%。1-9 月，实现销售产值 8022 亿元，增长了 26.2%；出口交货值 3965 亿元，增长 15.9%。

其中，生产手机 81035.9 万台，增长 20.4%；移动通信基站 5262.6 万信道，增长 24.2%；程控交换机 2225.2 万线，增长 15.1%。来源：2011-11-3 飞象网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

印度欲提高宽带普及率

在完成全国电话业务普及后，印度政府希望在宽带普及方面也能有所作为。印度信息通信部长卡皮尔·西巴尔 10 月 10 日发布《国家电信政策(2011 年)》(NTP) 草案，设定在 2020 年实现高速互联网接入用户达到 6 亿这一目标。该草案认为，宽带接入目前已成为同医疗、教育等相同的公众基本需求，政府将争取为每一个公民实现“接入宽带的权利”。

对于该草案，德勤会计师事务所合伙人 Hemant Joshi 表示，“相关措施有利于用户本身及农村经济的发展，同样也有助于缩小城市与农村的差距，并对国内生产总值(GDP)的增长构成积极影响。目前，GDP 发展与宽带增长已形成正向关联。”截至 2011 年 6 月，印度农村宽带普及率仅为 1%，远远落后于电话增长速度(电话普及率约为 74%)。通信部长西巴尔表示，“《国家电信政策(2011 年)》实施的最主要目标就是通过提供资费合理、可靠且安全的电信和宽带服务，实现社会利益最大化。”

草案具体内容如下：

·到 2014 年，为所有农村村务委员会提供高速和高质量的光纤宽带接入服务，并逐渐将服务扩展至所有村庄和农村住宅。印度电信委员会已确定在未来三年内投资 2000 亿卢比(约 40.6 亿美元)，专门用于发展农村宽带服务。此外，也将重视通过整合光纤、无线接入等技术，为农村和偏远地区提供可靠且资费合理的宽带接入服务。西巴尔表示，“通过普遍服务基金(USOF)提供的资金支持，光纤网络最初将服务到村务委员会一级。”

·到 2015 年，发展并提供“宽带定制”服务，届时可为用户提供资费合理、覆盖全国的全天候的高速互联网接入服务。

·到 2017 年，印度宽带用户数有望达到 1.75 亿，并在 2020 年实现 6 亿这一宏大目标。

·相关措施旨在使目前宽带下载速率从 256kbps 提高到 512kbps，并在 2015 年达到 2Mbps，此后将达到至少 100Mbps 的接入速率。

·为更好地在全国扩大光纤宽带网络的铺设工作，计划建立适当的体制机构来协调不同部门之间的工作。

·计划对现有和未来的政府计划进行协调，如“电子政务计划”、“电子村务委员会计划”、《国家农村就业保障法》等。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

荷兰移动数据收入首超短信

荷兰电信管制机构 Opta 近日公布的数据显示，该国移动运营商 2011 年上半年的移动数据业务收入首次超过了短信业务收入。

荷兰移动运营商 2011 年上半年的移动数据业务收入为 4 亿欧元，而短信业务收入为 3.78 亿欧元。荷兰的短信发送量与去年下半年相比出现了 2.5% 的下滑。

在荷兰，42% 的智能手机都安装了在当地非常流行的即时通信软件 WhatsApp。越来越多的用户倾向于使用即时通信服务和互联网电话代替短信与电话，这使得该国的主导运营商 KPN 的收入陷入困境，第二季度，KPN 的移动业务收入同比下降了 8.7%，该公司发布利润预警，宣布从 2011 年 9 月 5 日开始上调移动互联网服务价格。

除了 KPN，荷兰的另外两家移动运营商沃达丰和德国电信旗下的 T-Mobile 也开始通过削减数据业务补贴的形式上调移动互联网业务价格。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

韩国电信终止对固话业务投资

韩国电信 10 月 28 日宣布，将停止对固定电话业务的投资，并将这部分投资转移至移动互联网领域。

韩国电信表示，固定电话业务没有未来。尽管在固网领域韩国电信是韩国最大的运营商，而在移动领域该公司只能屈居第二，但韩国电信还是决定将更多的资金投入到了移动业务领域。

在韩国，对移动宽带收入依赖日渐增强的电信运营商并不止韩国电信一家。韩国最大的移动运营商 SK 电讯也透露，在面临利润日渐萎缩及受管制要求不得不削减移动业务基础资费的困难的同时，要设法增加第三季度的总收入。

在截至 2011 年 9 月底结束的季度里，SK 电讯的净利润暴跌 18%，至 3839 亿韩元(约合 3.44 亿美元)。其中的大部分可归因于剥离平台业务 SK Planet 计划带来的运营支出的持续增加，以及一些重大的一次性支出。

得益于不断增长的移动互联网使用需求和智能手机的普及，SK 电讯综合收入增长了 1.9%，但其移动业务收入同比下降了 1.1%，其重要原因是迫于管制压

力 SK 电讯不得不从 2011 年 6 月开始将移动基础资费下调至 1000 韩元。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

印度为农民提供实时手机分类广告

印度的人口约为 12 亿，其中半数以上为农业人口。根据印度农业企业专业人员协会(ISAP)提供的数据，大多数的农业人口居住在市场信息严重匮乏的农村地区。为了支持农业并让技术惠及农业人口，“无线关爱”计划与 ISAP 及联合乡村网络共同开展了一个试点项目，为农村的农业创业者开发了 vBay 这一基于 BREW 的手机分类广告应用程序，并部署在奥里萨邦和拉贾斯坦邦的乡村。

vBay 是手机上一个集合市场、产品及服务信息的方便的在线中心，让农村地区的创业者能够在乡村网络内发布并浏览信息，除了发布招聘信息外，还提供最新的每日商品价格，从而提高了创业者的生产效率。这是印度第一个手机分类广告系统，旨在通过让创业者接触更广泛的市场信息并从中受益。为创业者提供培训也是该项目的内容之一，以便帮助他们在使用 vBay 系统的同时，顺利地发展自己的业务。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

印度拟颁布电信新政放宽行业兼并限制

印度政府计划在 2011 年 12 月颁布电信新政，希望从政策上放宽对移动运营商之间兼并和收购的限制。

印度电信部秘书长 R. Chandrashekhar 近日在新德里接受记者采访时表示，印度电信部拟推动内阁在 12 月 31 日以前批准新政策，同时希望这些新规定能给移动频谱资源设定价格规范。他说：“政府的当务之急是消除目前横梗在行业兼并面前的种种障碍。每个公司都可以制定长期的投资计划和业务战略，这将是我们的国家未来发展的方向。”

电信政策的变动可能会在印度市场引发兼并潮。在印度，包括 Bharti Airtel 等本土企业以及沃达丰、Telenor ASA 和 NTT DoCoMo 等外资企业在当地分公司在内的 15 家移动公司，目前正在争夺用户，努力使话费降至每分钟 1 美分。据市场研究机构 Gartner 预测，到 2015 年底，印度移动市场将拥有超过 8.72 亿的活跃用户，而截至 2011 年 8 月份这个数据是 6.09 亿。

资产管理公司 Birla Sun Life Asset Management 投资部门关注麦赫什·帕蒂尔(Mahesh Patil)说：“目前印度移动市场的参与者太多。对兼并和收购做法做出某种澄清，对全行业而言是双赢局面。现有参与者将可以进一步巩固他们的地位，而处境艰难的参与者则可以找到退出的选择。”

印度共有 22 个电信服务区，根据印度法律规定，每个服务区必须拥有至少四个非国有移动运营商，而一家运营商的市场份额不得超过 40%。另外，一家移动运营商不能持有同一服务区内另一家运营商 10% 以上的股份。

Chandrashekhar 指出，现行规定“导致市场碎片化，让企业和消费者都无法从更为高效的运营中获益。”

NTT DoCoMo 表示，如果印度电信政策改变以后，允许收购方持有被收购方的频谱资源，其在印度的合作伙伴 Tata Teleservices 可能会收购其他公司。NTT DoCoMo 负责海外战略的高级副总裁 Masatoshi Suzuki 在 10 月 26 日表示，根据印度现行政策规定，收购方必须将被收购方的频谱资源部分返还给政府，这会给“收购方造成很大损失”。

印度对一家运营商所能持有的最大频谱量进行了明确限定，有一些地区为 15 兆赫，也有一些地区为 12.4 兆赫。目前，印度政府正在对 2008 年二代无线频谱拍卖进行调查。据印度审计部门调查人员称，那次拍卖给印度造成了最高达 1.4 万亿卢比(约合 305 亿美元)的经济损失。来源：2011-11-6 新浪科技微博

[返回目录](#)

英国电信将提前 1 年完成宽带部署目标

英国电信 10 月 31 日宣布，将比预定计划提前一年，在 2014 年年底完成超高速光纤宽带网络对英国三分之二楼宇的覆盖。

英国电信表示，将从 25 亿英镑投资中拿出约 3 亿英镑用于加速超高速光纤宽带网络的建设进度，英国电信认为这将“有助于政府实现到 2015 年使英国拥有欧洲最好的超高速宽带网络的目标”。

英国电信的首席执行官 Ian Livingston 表示，“这是全球最快的网络之一，因此能够在已经很有挑战的时限之前完成才显得格外值得关注。”

英国电信表示，超高速宽带网络广泛的可用性有助于刺激英国经济、驱动地区增长并满足很多希望体验这一技术利好的社区的需求。目前英国已有 600 万楼宇接入到了英国电信的光纤宽带网络。2012 年这一数字将达到 1000 万，到 2014 年年底，英国三分之二的楼宇将被超高速宽带覆盖。届时，英国电信还将向所有的企业以批发的形式提供超高速网络。

英国文化、奥运、媒体和体育大臣 Jeremy Hunt 对此表示欢迎，“通过接入到超高速宽带网络，英国企业将拥有培育、开发新产品和服务所需的基础设施。这些投资意味着今天的新就业机会，但同时也使我们能够为将来新的就业建设所需的数字基础设施。”

英国电信还表示希望通过与公共领域的合作，进一步推广光纤宽带网。英国政府承诺在未来 4 年中投资 5.3 亿英镑帮助光纤宽带扩大覆盖，英国电信希望能够从中获得资金支持。

英国电信与政府和其他机构合作，在康沃尔郡和北爱尔兰将超快宽带延伸至边远和农村地区。英国电信参与一项价值 1.32 亿英镑的合作项目，到 2014 年，让康沃尔郡大约 90% 的家庭和企业用上超快宽带，以加速技术普及，并推动经济发展。该项目的参与方包括欧盟、康沃尔议会和地方企业，是迄今为止英国最大的农村超快宽带普及项目，英国电信认为这个项目的模式为未来的项目提供了指导蓝图。

2011 年 4 月，日本富士通公司表示将为英国农村地区的 500 万栋楼宇提供超高速光纤宽带接入，为用户提供除英国电信网络之外的选择。富士通公司计划在未来的 3~5 年内为此投资 15~20 亿英镑，其中有望从英国政府处获得约 5 亿英镑的资金支持。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

韩国在 iPhone 4S 上市前解除 iOS 游戏禁令

据美国科技博客网站 The Next Web 报道，苹果 iPhone 4S 将于 11 月 11 日在韩国发售，韩国周三解除了一项有关封锁应用商店中 iOS 游戏的禁令。

出于对游戏等级担忧，韩国此前封锁了 iOS 游戏。据悉韩国已经开始允许部分应用商店中加入 iOS 游戏，韩国游戏等级委员会已经封锁 iOS 游戏接近两年的时间，这导致用户被迫通过国际 iTunes 账户下载游戏。

韩国游戏开发人员抱怨称，该监管条例影响了韩国市场的游戏机遇。韩国一向对视频游戏监管严格。韩国应用商店目前提供的 iOS 游戏非常有限，但预计日后会迅速提升。

苹果周二宣布，iPhone 4S 将于 11 月 11 日在香港、韩国以及其他 13 个国家和地区开售。这些国家和地区的用户将可以从 11 月 4 日开始预订 iPhone 4S。韩国两大运营商 SK 电讯和 KT 已经表示他们将销售 iPhone 4S。

iPhone 4S 已经在全球 29 个国家销售，也是苹果向国际市场推出最快一款 iPhone 机型。iPhone 4S 上市三天销量就达到了 400 万台，苹果预计它将在四季度创下销量新纪录。

不过苹果 iPhone 4S 将在韩国市场面临三星(微博)的激烈竞争，特别是后者最新推出了旗舰机型 Galaxy Nexus。外国公司往往在韩国市场的竞争中处于下风，特别是在与本土公司三星、LG 抗衡时。不过苹果已经在韩国市场取得了成功，随着 iPhone 4S 下周上市，他们的份额预计还将上升。来源：2011-11-2 新浪科技微博

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

手机支付持续混战 商业银行尴尬观望

iPhone5 会不会带支持手机支付的近场通讯(NFC)功能？

这个消息不仅全球“果粉”关心，国内踌躇手机支付业务的商业银行近期也十分在意。

因为在这个“雷声大，雨点小”的领域，国内实质性开展手机支付业务的金融机构，只有建设银行和浦发银行等少数，更多银行处于观望状态。

“手机支付没有统一行业标准，运营商和银联仍在混战，多数银行还会疑虑投入产出的问题。或许只有普及 NFC 功能的手机，局面才会有转机，但这成本最高。”一大型银行移动支付相关负责人近日告诉记者。

中移动成发卡行？

有消息称，相关部门将在年底前推出手机支付国家标准，但时至今日，统一信号仍未出现。一个月时间里，银行联合运营商、银联推出的手机支付业务，仍然代表三种不同的支付解决模式，机构各自为战。

国庆前夕，银联和建行在北京宣布推出银联手机支付，用户在现有手机上加装银联 SD 卡，就能实现手机支付。这是迄今为止，银联标准手机支付业务与全国大型银行的首次合作，建行将在 11 个分行率先推广该业务。

10 月 19 日，浦发银行和中国移动(微博)在湖南推出三卡合一的“手机钱包联名卡”，用户将手机卡外挂或贴在手机上，就能在银联“quickpass”终端上实现手机支付。这意味着，中国移动入股浦发银行后，双方终于向市场推出了手机支付的有形产品。

10月23日，中国电信(微博)传出消息，将之前在北京部分网点实行的“银联翼宝”业务推向北京全部网点，用户只需免费更换一张UIM卡，就可实现手机支付，全国其他网点也将随后跟进。

在国内，手机近场支付所采用的射频技术一直存在中国移动的2.4G和银联13.56MHZ两种标准。经过几年博弈，由于银联标准与现有POS机兼容性较强，更新成本较低，去年下半年开始，中移动等运营商也慢慢向银联标准靠拢。

不过，银联标准仍有三种不同的解决模式：更换成NFC功能的手机；更换SIM卡；加装支持手机支付的SD卡。这其中，由于更换NFC手机的成本最高，无论银联还是运营商初期都把重心集中在后两种模式。比如此次建行和银联的合作就是SD卡模式，电信则采用更换SIM卡模式。

问题在于，浦发和中移动的合作却几乎开创了一种全新的模式，即新发行一张可以脱离手机使用的、支持手机支付功能的卡片。

“这可能面临一些政策障碍，因为移动是运营商，是不可以发行支付卡的，而中移动此次相当于发卡行。”银联一位内部人士质疑道。

尴尬期盼

不同模式背后，更为核心的问题是，银联、运营商、手机厂商该如何扮演各自角色。

银联SD模式完全由银行和银联主导，银行推广用户在手机中安装SD卡，无须变动SIM卡，而在刷卡消费的手续费分成中，发卡行只需与收单行、银联进行分成。这种模式跟运营商完全没有关系。而更换SIM卡模式，相当于运营商承担了发卡行角色，在手续费分成中承担主导。

“不同模式背后，其实是谁主导手续费分成的问题。”前述银联人士认为。

而且，“一般来说，谁主导谁就掌握技术上的根密钥，但目前并未对此有任何规范，这都会让后续跟进的银行产生疑虑。”该银行负责人认为。

更为棘手的是，虽银联标准暂时被采用，但却不断暴露出因为13.56mhz射频不足而无法实现支付的状况。

这让银行在投入上更为谨慎。上述负责人颇有顾虑：究竟中移动的2.4G会否成为标准？如果仍然是银联的13.56mhz标准，是否应该在NFC手机的普及上下功夫，才可以弥补上述SD和SIM卡标准在实际应用上的不足。

“这也是银行期待iPhone5NFC功能的原因，或许只有这样，银行才敢在手机支付上更大规模的投入。”该负责人认为。来源：2011-11-2 21世纪经济报道 微博

[返回目录](#)

三大运营商推补贴政策加大“抢客”力度

“中国移动(微博)零元购机，中国电信(微博)旧机换新机”，日前，国内三大运营商加大 3G 用户争夺力度，加快智能手机普及，其手段包括补贴话费、旧机换新机等。而在手机价格上，1500 元左右的千元智能手机成为运营商主推产品。

在电信运营商的各种补贴政策下，各大手机厂商纷纷推出众多普及型智能手机。根据工信部的最新数据显示，我国 3G 用户目前已突破 1 亿，未来手机网民将达到 7.2 亿，而智能手机的普及正是突破 3G 用户增长瓶颈的关键。

电信运营商加速“抢客”

日前，中国移动、中国电信和中国联通(微博)国内三大电信运营商纷纷宣布推出大量千元智能手机，并公布各种话费补贴政策。中国移动推出零元购机促销，而中国电信则宣布可以以旧机换新机等。

目前国内三大运营商在 3G 客户争夺上显得非常积极，为抢占市场。运营商们采用多种形式，包括大规模定制、送话费等，加大对生产商和用户的补贴。

中国军团发力智能机

在运营商的各种政策吸引下，国内各大手机厂商纷纷加大与运营商的定制联合，发力千元智能手机市场。联想集团(微博)日前推出乐 phone P70 等多款智能手机，酷派在三大运营商同时发力，华为(微博)、中兴则纷纷与中国电信、中国联通联合推出智能手机。而 TCL(微博)通讯前日发布的 2011 年第三季度数据显示，其智能手机占比有大幅增加，第一季度为 0.3%，第三季度提升至 4.4%。

据赛诺数据显示，从 2010 年 10 月到 2011 年 6 月，智能手机中 1000 元至 1499 元区间市占率达 27%。而低于千元的智能手机增长最快，占比 22%，而千元以上的下滑至 18%。联想集团移动互联和数字家庭业务集团(MIDH)有关负责人表示，2011 年下半年到 2012 年，千元智能手机有市场井喷需求。

智能机洋品牌优势不再

除了国内品牌之外，包括三星(微博)、摩托罗拉(微博)等洋品牌纷纷加强与国内三大运营商之间的定制机合作，国内品牌与洋品牌直面竞争。酷派市场部一位负责人表示，目前酷派已经停止生产 2G 手机，全部生产 3G 智能手机。

艾媒咨询发布最新的数据显示，2011 年中国 Android 智能手机用户中，洋品牌占比超过了 50%，而国产品牌中，以中兴、华为、联想和宇龙酷派四家品牌占据了超过 35% 的市场份额。艾媒咨询集团董事长兼 CEO 张毅表示，智能手机洋品牌一统天下局面已经不存在了。

“中国移动零元购机，中国电信旧机换新机”，日前，国内三大运营商加大 3G 用户争夺力度，加快智能手机普及，其手段包括补贴话费、旧机换新机。而在手机价格上，1500 元左右的千元智能手机成为运营商主推产品。

在电信运营商的各种补贴政策下，各大手机厂商纷纷推出众多普及型智能手机。根据工信部的最新数据显示，我国 3G 用户目前已突破 1 亿，未来手机网民将达到 7.2 亿，而智能手机的普及正是突破 3G 用户增长瓶颈的关键。来源：

2011-11-2 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

电信运营总利润连续三年下滑 或将持续 1-2 年

近日，国资委公布的《中央企业 2010 年度总体以及分行业运行情况》显示，2010 年三家电信运营商电话用户总量达到 11.6 亿户，比上年增长 8.5%；互联网用户数量达到 1.8 亿户，比上年增长 1.7%；实现营业总收入 9562.3 亿元，比上年增长 7.2%；但是实现净利润 1031.6 亿元，比上年下降 13.2%。这已经是自 2008 年以来，我国电信运营总利润连续第三年下滑了。

CAPEX 投资占收比近年激增

对于连续三年的利润下滑，业界专家普遍认为这是电信业务在 2G 转向 3G 经营初期的必然现象。

一方面，近三年来，随着三家运营商的 3G 商用，大规模的技术升级形成的 CAPEX(Capital Expenditure)规模激增及每年的固定资产摊销成本快速增加。从 2008 年到 2010 年，三家运营商的 CAPEX 投资规模都相比前几年有着显著的提升，特别是自 2009 年以来，随着三家运营商的 3G 商用，三家运营商都开始在全国范围内进行大规模的 3G 网络建设；此外，中国电信(微博)和中国联通(微博)同时还在加快 IP 核心网建设与改造和规模推进 FTTx。以目前暂时亏损的中国联通为例，2007 年中国联通的 CAPEX 投资占收比为 25.8%，而到 2008 年激增至 47.3%，到 2009 年更是达到破纪录的 73.1%，而中国移动(微博)和中国电信近三年的 CAPEX 占收比相比 2007 年也有显著的提升。按照国内运营商的固定资产折旧摊销规则，网络建设新增投资的同时，就已经逐步转为固定资产开始提取折旧进行摊销，这无疑带来了显著的成本增加。因此，“技术升级带来的大规模的网络投资所造成的固定资产摊销额猛增是利润下滑的主要原因”，爱立信(微博)商业咨询师黄正顺表示。

另一方面，随着通信产业的发展，人们在对于通信质量的要求越来越高的同时，对于通话资费的期望也是越来越低，同时由于竞争加剧，2011 年来国内电

信资费整体水平一直呈下降趋势。工业与信息化部统计数据显示，近几年在消费者物价指数(CPI)持续上涨的同时，电信综合价格水平却是连续下降：2009 年同比下降了 9.0%，2010 年更是同比下降了 11.7%。因此，电信资费的下降是造成通信行业利润下滑的另一个重要原因。

与此同时，在这 2G 转 3G 的过渡时期，电信运营商的收入结构也在发生重要转变。2G 时代，收入的重要组成部分——话音业务对收入的贡献率正在下降；而 3G 通信的重要组成部分——数据业务和互联网业务还处于“增量不增收”的状态。工业与信息化部统计数据表明，在这电信运营商总利润连续下滑的三年，其固话业务(固定本地电话通话、固定传统长途、IP 电话通话)一直呈大幅下滑趋势。

中国移动的财务状况是重要导向

尽管国资委发布的统计数据体现的是中国电信、中国联通、中国移动三家中央通信企业的总体经营情况，但就目前国内通信行业的三家央企发展现状来看，利润表现主要由中国移动的财务表现主导。以 2010 年三家电信运营商的财报数据为例，中国移动的净利润额高达 1196 亿，占三家净利润总量的 86%；而中国电信净利润为 157.59 亿元，中国联通净利润为 38.5 亿元，两家运营商的净利润总和尚不足中国移动净利润的两成。对此，有业界专家认为，“连续三年的利润率下滑，并非近几年通信行业央企这几年的财务表现不太好，而是前些年中国移动的利润表现太好”。

以 2008 年的全球 TOP20 电信运营商的财务绩效进行对比可以发现，绝大部分国际领先运营商的利润率都在 10%左右，部分甚至在 5%以下，这说明在全球来看，通信行业早已不再是暴利行业，反观国内，2008 年中国移动的利润率高达 27.4%，排名居全球领先运营商第一位，但就整个产业发展而言，国内通信市场一家运营商显著偏高的利润率状况并非竞争均衡态，也不利于促进整个通信市场的协调发展。

随着 3G 技术的升级和 FTTx 网络建设的发展，三家运营商的市场占有率、营业收入和利润比率也在发生着变化。2011 年年初，中国电信全面启动了“宽带中国·光网城市”工程，宽带用户增长率有了显著提高；8 月，中国联通的 3G 用户月新增量首次突破 200 万，三家运营商的竞争格局正在改变。

新的盈利模式是扭转关键

针对目前国内电信运营商这种利润率下滑趋势，德国电信咨询公司谭炎明表示，“这种趋势体现的是技术更新换代初期，投资规模迅速加大但业务收入增长效应滞后导致的必然结果，它并不是中国所独有的，而只是由于国内电信行业发展相对滞后而延迟了，近两年这种态势可能还会持续”。早在 2000 前后，以美

国运营商为代表的一批国际运营商借着由铜缆向光纤升级的时机开始大规模的光网络建设，但由于收入效应相对投资的滞后，使得以世通(WorldCom)为代表的一批运营商资金链断裂而破产，从而引发全球电信业泡沫破灭。2004年前后，欧洲运营商启动 2G 向 3G 的升级，在运营牌照拍卖和网络建设方面投入巨资，但 3G 网络的规模收入效应显现滞后，使得 2004-2006 这三年大部分欧洲运营商全面亏损。可见这种收入效应滞后所带来的利润下滑趋势是产业发展的必然。

但是，“在以后的发展进程中，是否能够有效抑制这种下滑趋势，还要看三家运营商的战略执行力，能否快速适应 3G 业务发展的特点，建立有效的业务盈利模式”，华信邮电咨询设计研究院沈璞表示，并预测“三年内这种利润下滑的势态应该会得到抑制”。

2011 年年初在中国电信工作会上，中国电信总经理王晓初针对中国电信未来发展定位，提出了“新三者”概念，即“成为智能管道的主导者、综合平台的提供者、内容和应用的参与者”。

中国移动董事长王建宙也在前不久表示：“管道肯定要做，而且做管道也可以赚钱，另外，我们的管道应该是开发者的管道，要让客户和开发者参与进来。”

中国联通董事长常小兵则在 2011 年的中国(深圳)IT 领袖峰会演讲中表示，“首先我们需要了解了这个市场起来后消费者需要什么？我们能不能提供消费者满意的服务？这是市场要求我们在服务上面发生创新和变化，要求我们在运营商的服务上有所创新”。

“未来几年，在 3G 向 LTE 规模升级部署之前，3G 和 FTTx 网络建设的摊销成本可能保持相对稳定，而由技术升级带来的收入效应逐步显现，3G 将进入规模发展期，承载 FTTx 之上的内容和应用价值也将显现，对于电信运营商来说，将可能迎来投资收获期。”黄正顺认为。因此，LTE 大规模升级部署的时间，将成为决定今后几年电信运营利润走势的重要因素。来源：2011-11-3 通信世界杂志

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动加大 OTN 布局

在三大运营商之中，中国移动(微博)对于 OTN 的部署热情居三家之首，自去年 4 月份率先在东北三省建设了第一条省际干线线后，其又建设了覆盖上海、南京、杭州的等地的 80×40G WDM 试商用系统，这是中国移动首条 40G 国干网络，同时也是国内首张 40G 国干网络。自去年年底开始，中国移动就加大了在

全国的 OTN 布局 ,从中国移动研究院到各地区设计院等都组建了专门的 OTN 项目团队 ,支撑全国的省干 OTN 建设及本地网 OTN 建设 ,中国移动相关专家表示 ,现在中国移动在所有省份都部署了 OTN 本地网。在 OTN 方面 ,中国电信(微博)2011 年刚开始进行初步部署 ,而联通也属于起步阶段 ,2011 年进行了多条省内干线的集采 ,包括 10G OTN 及 40G OTN。

对于 OTN 的部署 ,业内已形成较为明确的思路 ,包括城域层、省干及省际两种思路 ,而中国移动自身的网络特性更是加大了对 OTN 的部署力度。

助力全业务承载

中国移动目前大规模引入 PTN 用以承载移动回传 ,并逐步向全业务运营转变 ,业务承载压力较大 ,与此同时 TD-LTE 的逐步部署亦将加大城域网的负载 ,必须加强对不同业务的综合调度能力 ,而 OTN 技术通过与 PTN、MSTP、PON 技术的结合可有效应对承载压力。

一位地方移动专家指出 ,在城域层应用中 ,集成型的 OTN 设备将会较大部署。不仅可以部署于汇聚节点 ,承载 OLT 上联 GE 业务 ,而且在应对 LTE 300M~500M 的基带带宽要求时 ,也有较大的承载能力 ,并可有效缓解由 PTN 设备组件的 GE 环容量压力。

在各地的 PTN 网络部署中 ,OTN+PTN 的融合组网模式成为主流 ,OTN 的调度能力进一步加强了城域网对不同业务的综合承载能力。

大容量 OTN 仍需突破

从 OTN 技术本身来看 ,OTN 的相关标准已经稳定 ,国际标准、国内标准、企业标准均已推出 ,且具有较强的包容性 ,对于其目前所存在的不足 ,中国移动研究院李允博表示 ,仍需提高 OTN 的交叉容量 ,进一步完善同步传递功能。目前 OTN 已经逐步在省干网、省际网中进行了部署 ,如何扩大容量 ,实现无阻塞交叉是 OTN 技术发展的关键。 ,目前的 OTN 设备容量仍在不断更新当中。

如今对于中国移动而言 ,打造智能化管道也是未来的必由之路。中国移动引入 PTN、OTN 等技术目的也在于改变传统的刚性管道传输理念 ,推动分组化、业务等级划分、带宽高利用率等。李允博表示 ,随着新技术在 OTN 组网架构中不断引入 ,OTN 在传送网各个层面体现出智能化的趋势 ,在引入控制平面实现自动发现、保护恢复等智能功能之外 ,还在与数据设备联合组网方面实现传输管道智能化 ,识别业务 ,为不同的业务提供差异化服务。来源 :2011-11-3 通信世界杂志

[返回目录](#)

TD 五期设备招标报价出炉 不少厂商意外涨价

知情人士透露,备受关注的中国移动(微博)TD-SCDMA 五期建中的系统设备招标结果已出炉,报价最高者 1.5 万元/载扇,绝大多数都是 1 万元/载扇以上,出人意料的是,此次主要厂商的报价比 TD 四期招标降幅不明显,有些甚至比 TD 四期招标的报价还高得多,不仅没有打价格战,反而有集体涨价的感觉。

技术标评分各厂商差异不大

本次 TD 五期建设招标包括无线设备、核心网、工程建设等各方面,规模庞大,中国移动计划投资额为 190 多亿元。

对于最受外界关注的 TD 无线设备招标,据悉,中国移动计划新建设 TD 基站 5 万多个,合计 20 多万多载扇。这一规模比 TD 四期小,但也属于规模第二大的 TD 建网工程和设备招标。

此前的国庆节之前,中国移动发放了招标标书,10 月 13 日,各厂商开始回标,而目前中国移动已揭标,各厂商的报价已出炉。

本次招标的规则与以往大致相同,整个招标过程仍分为技术评标和商务评标部分,这其中,技术标评分占比 20%;商务标占 50%,以往工程评估、品牌、历史贡献等其它因素则不以招标形式进行,占比 30%。

本次招标与以往不同的一个地方是,大大加强了省公司的话语权,知情人士向新浪科技透露,以往招标,中国移动总部集采和省公司自行采购的比例分别为 70%:30%,而此次 TD 五期招,中国移动总部集采的比例降为 50%,剩下的为中国移动各省公司自行采购。

知情人士透露,技术标评分实际上也已出结果,各厂商之间彼此相差不大,普遍相差不会超过一两分。

各厂商报价不愿再“赔本赚吆喝”

由于商务标占 50%比重,而商务标其实就是报价,因此,各厂商的报价对最终的得分有很大关联度。

据悉,本次招标未再陷 TD 四期时的价格战。在 TD 四期时,有些厂商平均报价比 TD 三期低 70%,结果出现黑马。而此次 TD 五期招标中,有的厂商的报价却比 TD 四期高 30%多,最高的报价为 15000 多元/载扇,最低的报价为 11000 多元/载扇,也比 TD 四期时的 8800 元/载扇高。普遍都没有大降价,

这显示,各厂商对于 TD 招标更加冷静,希望保住一定的利润,而不是像前几期招标那样有时“赔本赚吆喝”,这也算一种正常的发展思路。来源:2011-11-4 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动公共云看准行业市场 分层锁定目标客户

与国外运营商推出的成熟的云服务相比，国内运营商尚属在云计算的初期阶段。2011年以来，国内运营商纷纷面向公共市场推出了一些云服务，其中，中国电信(微博)开展了四省份的云服务试点项目，以上海电信最为突出。而中国移动(微博)的各省公司则结合当地实际发展情况，推出了具有地方特性的共有云服务。

中国移动提供云服务的“第一例”则是贵州移动的“云平台”项目。贵州移动通过联合当地的医疗卫生部门，搭建了医疗云服务平台，为省内各地市县的农民提供了一个医疗信息的服务平台，彻底改变了原来“看病后报销，逐级报销难”问题。

贵州移动 IDC 总经理李文华告诉记者：“我们搭建的云平台服务不但是为当地农民解决了医疗报销难题，同时也为中国移动打开公共云服务大门找到了思路。”据悉，贵州移动 IDC 已经承载了政府、医疗、旅游等十多项民生服务项目。

“运营商拥有覆盖全国的网络资源和丰富的 IT 资源，通过网络服务和云计算服务有机结合，运营商将可以向企业客户提供具有电信级服务质量保证的云计算服务。”中国移动通信集团公司副总裁李正茂公开表示。

IDC 差异化的“杀手锏”

对于运营商而言，在云计算市场发展初期，清晰的战略定位比技术问题更重要。以中国移动为例，提供公共云服务将是中国移动打造 IDC 差异化的“杀手锏”。

在 IDC 市场中，中国移动算得上是个十足的“后来者”，无论是网络资源还是客户资源，都远不及其他两家运营商。对此，中国移动提出了五年赶超计划，并希望在最短时间内，实现与其他两家运营商互联网流量“三分天下”的市场局面。

“利用云计算的技术特点，运营商可以提供计算资源的按需租赁的服务方式，面向个人和互联网客户提供类似在线存储、内容租赁等新型的 IDC 云服务；对于企业客户，中国移动主营定制化的 IDC 云服务，不但提供 IT 基础框架，也将联合软件商推出整体化解决方案。”中国移动集团客户部人士这样表示，IDC 云服务的出现，将为中国移动引入互联网内容商和政企客户提供有效途径。

行业市场前景看好

不过，一些电信市场的分析人士也认为，电信云服务在个人客户市场并不占优势，诸如针对个人市场的在线存储等服务，市场早已屡见不鲜，包括 QQ 空间、网易网盘等服务已经抢占了大部分互联网用户的眼球，运营商此时推出类似业务，早已错失了市场先机。

“行业市场才是运营商值得挖掘的潜力市场，如针对政府、医疗、运输、零售等行业提供行业云服务，运营商一方面具有足够的行业影响力，能够整合产业链提供定制化的解决方案，另一方面结合自身的网络资源优势，可以提供给行业客户从核心后台到用户终端的完整方案。”该分析人士补充道。

商业模式“三层论”

如果按照云服务的不同层面来划分，中国移动从长远角度明确了其不同的目标客户——大型企业、互联网企业、第三方开发者、中小企业。

“公共云服务并不仅仅是 SaaS 服务，在云的不同层面，运营商都可以找到相应的商业模式。”前述移动集团客户部人士表示。

据介绍，在 IaaS 层面，中国移动通过搭建统一化的虚拟资源池，可以为大量的互联网客户，如游戏、视频类企业提供按需付费的 IT 交付方式，以满足这些互联网企业的 IT 资源弹性需求；在 PaaS 和 SaaS 层面，中国移动可以搭建开放平台，吸引大量的 MM 开发者，以及中小创新型企业，进行软件的开发和孵化，同时也可为一些大型企业提供私有云的一揽子服务，以开创运营商在信息化领域的新型商业模式。来源：2011-11-3 通信世界杂志

[返回目录](#)

中移动调整终端战略 顺“市”补短瞄准 4G 竞争

10 月 28 日，中国移动(微博)通信集团终端有限公司正式成立。据了解该终端公司成立后，将集终端采购、销售和售后职能于一身，承担中国移动整合 TD 终端产业链的使命，是中国移动在新竞争环境下布局终端领域的重大举措，开启了其终端专业化运营新时代的重要尝试，对未来整个企业的发展具有重大意义。

审时度势

中国移动终端公司的成立，是中国移动助力打造持续健康发展的 TD 产业链的重要举措。据了解，中国移动终端公司是由中国移动总裁李跃亲自决策设立的，其在 2011 年 8 月 18 号已正式获得营业执照，以中国移动鼎讯通讯股份有限公司为基础组建而成。

在竞争激烈的 3G 移动互联网时代，终端一直是制约中国移动 TD-SCDMA 技术普及的重要障碍。与中国电信(微博)和中国联通(微博)相比，TD 终端存在品种少、价格高、质量难让人放心等一系列问题。在抓紧网络建设和业务营销的同时，中国移动亟需加快推进 TD 终端及产业链发展的步伐，TD 终端的不断成熟与完善对 TD 产业的整体进步起重要的支撑作用。

对于终端公司将如何推进 TD 终端的发展，中国移动方面透露，成立后的终端公司将围绕终端厂家与渠道的功能定位，整合产业资源，发挥中国移动在客户、业务、渠道、资源等方面的规模优势，开展终端及配套产品的定制、测试、采购、销售、售后服务等工作。同时，通过规模集中采购、集中销售来提高终端的质量与性能，降低终端的制造和销售成本，促进终端产业的健康发展。

对于未来的目标，中国移动总裁李跃指出，希望 2012 年能实现终端销 6000 万台的目标，其中智能手机占比将超过 50%，进而帮助中国移动完成 TD 发展的历史任务。中国移动对未来 TD 终端的发展充满希望。

顺势而为

3G 牌照发放两年多以来，中国的 3G 发展取得了不错的成绩。回顾整个发展历程，3G 终端对行业发展的拉动作用尤其突出。移动互联网时代，终端是用户的第一接触点，是移动互联网的入口。基于优秀终端的 3G 创新业务、亮点业务，会为运营商带来巨大的品牌和市场效应，为运营商 3G 的发展打下坚实的基础。因此，为在 3G 市场上处于有利位置，运营商需要在终端上狠下功夫。

同时，随着 3G 业务的纵深发展、智能终端的日益普及，越来越多的商家逐渐介入到移动终端的研发、生产、销售等的体系中。而与手机厂商等商家相比，运营商能更好地洞察用户的需求和体验。另外，运营商有庞大的用户基础，有多年来积累下来的良好品牌口碑。这就为运营商主导终端市场打下了基础。运营商需要与终端产业链上的各企业共同努力，来推动终端市场的发展。

据了解，在 2008 年 4 月 TD 试商用时，中国移动只有 8 款 TD 终端，终端产业链整体信心不足。随后，中国移动以 6 亿元 TD 终端专项激励基金联合研发项目向 TD 终端研发伸出援手。经过几年的发展，截至目前，TD 终端厂商已达 120 多家，其中 TD 手机厂商已达 50 多家。TD 用户总数累计已达 4316 万，TD 终端累计入网数达 722 款，千元以下手机达到了 108 款。中国移动相关人士表示，根据工信部的数据，预计 2011 年中国移动 TD 终端销量就将达到 3500 万至 4000 万部。

终端公司的成立，是中国移动向垂直管理的专业化模式的转变。从整个 TD 产业链来看，中国移动作为 TD 唯一的运营商，终端公司的成立将带动 TD 产业链各环节的协作、促进 TD 终端规模化销售，同时也能拉动 TD 产业的持续发展。终端公司无疑会助 TD 发展一臂之力，为中国移动提高 3G 竞争力提供坚实的后盾。

终端公司是时代发展的产物，肩负着打造终端产业链的重任，正如中国移动公司总裁李跃所言：“中国移动终端公司要顺应移动互联网时代的新形势，努力将自身打造成为中国移动发展终端业务的特种部队。”

或为 4G 竞争做准备

中国移动表示，终端公司的成立，从战略角度来看，是公司布局终端领域的重大举措，终端业务以更加市场化的方式运作；从运营管理角度来看，是从以往按省运作的区域化模式，向垂直管理的专业化模式转变；从核心能力锻造方面，提升在终端方面的产品锻造和渠道销售能力，借助今天的优势打造明天的优势。

在 3G 发展方兴未艾之时，运营商已纷纷将触角伸向 4G。日前，通过在 6 个城市的规模试验网运营，TD - LTE 已经日渐成熟，进一步扩大规模试验网范围是发展趋势。中国移动正在不遗余力地推进 TD - SCDMA 的后续演进技术 TD - LTE 成为国际 4G 标准。通过中国移动终端公司凝聚起来的 TD 产业链，再经过 3G 时代的锤炼和锻造，将积累不少终端运营经验。因此，中国移动终端公司的成立，不仅立足于当下，更着眼于 4G 时代，为决胜 4G 时代奠定基础。

但是，相对国内其他两家运营商而言，中国移动终端公司成立的时间较晚。中国电信的天翼终端公司成立于 2008 年，中国联通的终端公司联通华盛成立于 2005 年，并于 2008 年拆分重组为联通华凯来承担中国联通未来终端发展的重任。中国电信和中国联通的终端公司已积累了丰富的运营经验，运营模式相对比较完善。中国电信和中国联通的终端公司早已在用户发展方面发挥了积极作用，而中国移动此时建立终端公司正是看到其重要性，这就难免会在技术上、产业链的合作上等方面还存在不足。并且，三大运营商都建立终端公司，难免会陷入同质化竞争。

现阶段，中国移动如何在中国电信和中国联通已拥有比较成熟的终端公司的情况下出奇制胜，是其在 3G 竞争中所必须面对的一大问题。“冰冻三尺非一日之寒”，中国移动要打造强势 TD 终端和完整的终端产业链，未来的路也许还很远。来源：2011-11-2 通信信息报

[返回目录](#)

中国移动 TD 产业链待完善 智能终端或成突破点

终端的发展在中国已屡见不鲜，无论从低端到高端还是从硬件到平台，中国已经开始手机“总动员”。在这片红火的发展背后总有人在失败之后反思未来的方向。

截止 9 月底，中国移动(微博)，中国联通(微博)，中国电信(微博)的 3G 用户数分别为 4316 万、3023 万、2843 万。从数字来看三大运营商 3G 用户之间的差距并不是很大，虽然中国移动 3G 用户数依然处于领先地位，但联通和电信的

赶超之势明显。这种情况下，中国移动开始反思产业发展的弊端，产业链整合呼之欲出。

众所周知，中国移动稳坐行业老大宝座多年，然而进入 3G 时代，其发展速度便如同净利的增长日趋缓慢。除了自主知识产权的技术，终端的不配套成为其 3G 发展的最大障碍。

“推动中国移动 TD-SCDMA 的发展，智能终端是一个突破口”江苏锐合技术有限公司董事长张策表示，虽然与中国最为相似的日本运营商在 3G 发展初期同样采用“终端补贴+合约”政策，但中国移动 TD-SCDMA 的特殊背景和发展轨迹，使得中国移动 TD-SCDMA 产业链陷入恶性循环。

据分析，在中国移动 TD-SCDMA 产业链中，从横向来看，中国移动采用“终端补贴+合约”的政策使得补贴支出增加，利润下降。而终端厂商由于参与集采，使得利润被限制。同样，渠道售出手机是以补贴的形势，利润微薄。而这种三方都“受伤”的模式已成为中国移动 TD-SCDMA 产业的“恶性循环”。

而从纵向来看，不管是 TD 基站的大规模建设还是移动应用商城的快速发展，最终贴近消费者的只有智能终端，智能终端的发展关系用户对运营商服务的评价。

“虽然，目前中国移动 TD 智能终端款式逐渐增加，但只限于移动定制的终端，TD-SCDMA 想要快速发展一定要有专属于 TD-SCDMA 市场的智能终端，但目前这块还是真空，而锐合现在就在做。”张策表示

他强调，锐合的目标是做具有良好用户体验的 TD-SCDMA 智能终端，而且只做智能终端，并且已经与中国移动达成了广泛共识。他表示，虽然中国移动投巨资做 TD-SCDMA 网络建设，但只有通过高品质的智能终端才能让用户真正了解 TD-SCDMA 网络的优势。

对于锐合的 TD-SCDMA 智能终端，张策满怀希望，他表示“通过锐合的智能终端，我们希望运营商、渠道和终端厂商能实现合作共赢，为中国移动开拓一条新道路，推动 TD-SCDMA 产业健康发展，打破原先的恶性循环。”

有知情人士透露，2011 年 3 月锐合首发的 TD-SCDMA 智能终端网络销售火爆，并在南方中小城市广受好评，2012 年锐合将会发布新一代 TD-SCDMA 智能终端，届时公司定位和发展方向将进一步明晰。来源：2011-11-4 飞象网

[返回目录](#)

中移动物联网终端用户过千万 业务年增长超 80%

物联网已被正式列为我国五大新兴战略产业之一。中国移动(微博)联合产业链上下游,启动了物联网业务的开发。据中国移动物联网基地副总经理谢志远透露,虽然物联网业务刚刚起步,但是发展迅速,中国移动物联网终端用户已经超过了 1000 万。

三方面同步推进

自从 2009 年温家宝总理提出“感知中国”,物联网被正式列为我国五大新兴战略产业之一以后,物联网受到了社会各界的极大关注。众所周知,基地模式一直是中国移动对战略创新业务核心产品的运作模式,由基地省公司负责运营工作,一点接入、支撑全网。基地统一协调外部资源、联合业务合作、统一业务部署等等。为了更好的发展物联网业务。2010 年中国移动将重庆作为大本营,建立了中国移动物联网基地。主要负责物联网全网标准产品的运营支撑、全网运营管理平台的建设和运营、数据支撑。通过与各行业的广泛合作,据中国移动物联网基地副总经理谢志远透露,截止到 2011 年 9 月,中国移动物联网终端用户已经超过了 1000 万。“业务发展虽然刚刚起步,但是得到了迅速发展,物联网业务年均增长超过了 80%。”谢志远表示。

中国移动发展物联网的总体目标就是要打造中国移动低成本、标准化、开放的移动物联网发展体系,切入物联网发展关键环节,促进移动信息服务的应用拓展,取得移动物联网市场的领先地位。谢志远表示:“中国移动主要从三个方面同步推进物联网业务发展:搭建运营体系、运营标准产品、拓展行业的应用。”

据悉,中国移动正在建设物联网专网、专号以提供可靠的网络和丰富的号码,来满足物联网应用的可靠性、安全性以及高服务质量的要求。中国移动已经率先申请了 1 亿物联网专用号码:10648 和 147。“10648 主要是语音业务,而 147 主要是数据业务的应用。”此外,中国移动还搭建了运营管理平台,提供终端管理、合作管理、统计分析、资源管理、物流管理、产品孵化等能力。

已推出四大标准产品

标准化总是阻碍大规模应用的绊脚石。为此,中国移动定制了一种集成 SIM 卡和 WMMP 协议的通信模组:物联通。终端设备装载该模块组以后即可接入中国移动物联网专用网络,享受一点接入,全网服务,同时可以实现终端设备远程管理等功能。“物联通标准化模块组内置了通信协议栈,专用号码,提供了二次开发接口,简单易用,从而降低了终端开发成本,享受了全网服务,具有很高的产品价值。”谢志远表示。

在智能家居方面，开发了宜居通产品，主要是通过 TD-SCDMA 无线通信技术和物联网急速带来的信息化新产品，在现有的 TD 无线座机基础上，利用物联网技术集成了智能安防、家电控制和物联网网关等功能。

在手机二维码方面的产品也是极大地方面安全促进了大众消费。手机二维码主要是以移动终端盒移动互联网作为二维码存储、解读、处理和传播渠道而产生的各种移动增值服务。“手机二维码服务对商户传统业务流程进行了有效的改善，降低了运营成本，提升了用户满意度。”谢志远说道。

此外，中国移动还推出了移动资产管理的产品。主要是基于移动网络，通过 GPS/LBS 定位、红外传感器等技术手段，实现远程物体报警、跟踪、管理的功能。

已建成 10 个行业 40 余应用模板

据谢志远透露，中国移动已经建立了系统化、标准化的移动物联网应用体系。“以应用模块形式提炼了各行业的物联网典型应用项目，形成了标准化的解决方案。目前，中国移动已经形成了交通、物流、金融、农业、家居等 10 个行业 40 余个应用模板，对各省物联网应用发展具有重要的借鉴意义。”来源：2011-11-4 飞象网

[返回目录](#)

TD-LTE 产业暂落后于 LTE FDD 后来居上需看中国

“一流企业定标准、二流企业做品牌、三流企业卖技术、四流企业做产品”这是经济发展的普遍规律。标准对一个企业，乃至一个国家的重要性已经深入人心，由我国主导的 TD-SCDMA 成为中国百年电信史上第一个国际标准，虽然其国际化推广并不顺利，但我国主导制定的下一代演进 TD-LTE 技术标准再次走向国际舞台，并赢得了国际产业界的广泛关注与支持，它为中国其他产业制定标准并向全球推广提供了参考和借鉴经验。

然而，这场角逐全球标准、把握市场份额的竞争对于中国这个后来者而言并不容易。

LTE TDD 网络部署落后于 FDD

根据 GSA 的最新报告，截至 2011 年 10 月，全球有 248 家运营商已经确定了部署 LTE 商用网络的计划，其中，35 张网络已正式商用，还有 150 家公司的 LTE 商用网络正在部署。已经商用的 35 张网络，其中 LTE FDD 网络 32 张，LTE TDD(即 TD-LTE)网络 3 张。

商用 LTE FDD 的运营商主要有瑞典运营商 TeliaSonera、Tele2、Telenor，美国运营商 AT&T、Verizon 和 MetroPCS、日本 NTT DoCoMo、阿联酋电信、沃达丰、韩国运营商 SK 电讯和 LG U+、西班牙电信、意大利电信、德国电信、法国电信等。

商用 TD-LTE 的三家运营商分别为：沙特电信运营商沙特电信和 Mobily、波兰运营商 Aero2。

目前来看，TD-LTE 网络部署规模落后于 LTE FDD 的发展。那么产业相对落后会产生哪些影响呢？瑞银证券副董事曹嘉骏表示，一般来说，某条产业链相对落后的话，可能造成相关设备制造、测试、支撑等企业投入积极性不高，无法达成规模效应，建网及终端成本较高，可选终端产品较少，用户对终端的体验较差等。

设备系统与终端势均力敌

虽然 TD-LTE 网络建设的进展暂为落后，但设备系统与终端方面的进展差距并不大。系统设备厂商包括华为(微博)、中兴通讯(微博)、大唐移动、诺基亚西门子(微博)通信、上海贝尔、爱立信(微博)、普天、新邮通、烽火通信、三星(微博)等 11 家早已推出 TD-LTE 商用端到端解决方案。

海思与创毅视讯两家芯片厂商完成了与 10 家 TD-LTE 设备商室内与室外 UuIOT 测试，而高通也完成了与六大设备商互操作测试。

目前已有超过 17 家芯片厂商投身 TD-LTE 产业，并承诺基于单芯片支持 LTE TDD/FDD，高通、海思、Altair 已经可以提供 LTE TDD/FDD 融合芯片产品，Sequans 推出三款新 LTE FDD/TDD 共平台芯。

终端方面，三星和 HTC 已经推出 LTE FDD 终端，中兴已推出首款 TD-LTE 多模双待智能手机，诺基亚即将推出 TD-LTE Windows Phone 手机。中国移动(微博)为 TD-LTE 技术规模试验采购了 2000 多部 TD-LTE 终端。GSA 的“LTE 生态系统状况”报告中指出，截至十月底，全球已有 48 家制造商宣布推出了 197 款 LTE 用户终端，报告并未指出这些终端是否同时支持 FDD 和 TDD。

主导运营商的共同推动

从以上进展可以看到中国移动在推动 TD-LTE 方面已经取得了很大的成绩。作为主导运营商，中国移动在 2011 年 2 月，联合印度巴帝电信、日本软银、欧洲沃达丰、美国 Clearwire 等 7 家运营商，发起“全球 TD-LTE 发展倡议(GTI)”组织，加速了 TD-LTE 全球商用步伐。中国移动研究院副院长黄宇红在 10 月底通报了 TD-LTE 的最新进展：TD-LTE 全球发展倡议组织已吸纳 32 家运营商加入，已有 33 张 TD-LTE 试验网，10 家运营商制定了 TD-LTE 的商用计划。

TD-LTE 商用的其他进展还包括 :和记黄埔旗下 Hi3G 在瑞典和丹麦建设 LTE FDD/TDD 双模商用网络 ;日本第二大移动运营商软银移动宣布将在 11 月份启动 TD-LTE 的商用 ;印度最大的移动运营商巴帝电信 10 月份部署的国内首张 TD-LTE 商用网络部署已经启动。中国移动完成六大城市的 TD-LTE 规模试验网建设。

技术标准推广的成功经验

在技术标准的成功推广方面，不得不提到几乎“一统天下”的第二代移动通信标准 GSM，GSM 的首要优势就是起步早，结盟成员多。上世纪 90 年代前，欧美主要发达国家采用了种类繁多技术，没有形成较为主流的标准体系，对互联互通造成很大的困难。此后，在欧盟的大力倡导下，集合了欧盟十几个国家的运营商和设备制造商的产业力量，并不断吸引更多成员的加入，使 GSM 标准在大范围内得以应用。

CDMA 体系起步较晚，相比 GSM 技术上尚不成熟，但它争取到了美国政府和韩国政府的支持，随后，多家运营商和芯片、终端、设备厂商加入到 CDMA 产业阵营。主要的推动者高通公司不断争取运营商的支持，并取得很多大规模网络测试订单，随着商用的推进，越来越多的厂商看到了切实的利益，开始主动地加入 CDMA 阵营。

另外，LTE 相较 WiMax 成功之处键在于背后有着强大的支持联盟，由于欧美主要运营商都选择 LTE 作为下一代移动通信技术的主流标准，为能得益于规模效应，WiMAX 阵容中曾经的忠实拥护者不得不逐一转向或者放弃，如俄罗斯 Yota 电信、美国 Clearwire、台湾六家 WiMAX 运营商。

在 LTE 的推广过程中，美国运营商 Verizon，MetroPCS 和 AT&T 公布商用时间表起到了关键的作用，北欧 TeliaSonera 虽然最早商用，但市场规模较小，有报告显示，LTE 发展至今，用户数最多的是 Verizon，MetroPCS 和 AT&T 三家，占据了 47% 的市场份额，Verizon 早在 2009 年就宣布将在 2011 年实现 FDD-LTE 商用，提前两年明确发出了商用信号时间表。这个举措让大家看到了一个清晰的市场前景，相关厂商必定会尽全力投入，从而共同推动了 FDD-LTE 市场的快速成熟和发展。

TD-LTE 后来居上需看中国

从以上标准成功推广的经验上不难看出，TD-LTE 相比 TD-SCDMA 有了更坚实的支持力量，尤其是以移动用户数位列全球最大移动运营商的中国移动，有着撬动“规模”的能力。中国移动确立 TD-LTE 为下一代技术演进是吸引全球 TDD 运营商倾向 TD-LTE 的最主要原因。不过中国移动目前尚未明确商用时间表，这使得产业链上的相关企业和运营商不免踌躇、担忧。

当然，国外运营商也毫不讳言这一点，很多全球 TD-LTE 发展倡议组织的成员认为，中国或印度这样的人口大国“先行一步”，依托市场迅速发展规模，才能尽快使商业化成本降低，量和成本是这些运营商考虑商用 TD-LTE 的重要因素。不过印度倒是不负期望，确实先行了一步，据海外消息透露，中兴通讯已经协助巴帝电信开通了印度第一个 TD-LTE 业务。

Clearwire 在 2011 年五月份召开的全球 TD-LTE 发展倡议研讨会上明确表示，技术、价格、生态环境，这些都要由中国来主导才能“成事”。Clearwire 认为，一旦中国的 TD-LTE 网络建成并商用，加上印度、日本、欧洲市场的启动商用，形成商用规模，全球运营商才会跟进，整个行业便会像雪球般越滚越大。来源：2011-11-4 中国通信网

[返回目录](#)

中移动欲成立系统集成公司 提升行业市场掌控力

随着个人用户市场增速的放缓以及行业用户需求的快速增长，行业用户已成为驱动运营商收入增长的重要渠道，行业市场也成为了运营商厮杀的主战场。

然而在中国电信(微博)和中国联通(微博)的凌厉攻势之下，行动略微迟缓的中国移动(微博)在行业市场上的表现相当平淡，丝毫没有了在个人客户市场上的强势和霸气。以中小企业网络接入为例，根据咨询公司的统计数据，中国电信、中国联通、中国移动的市场占有率分别为 77%、18%和 5%。

在行业市场战略地位日益提升的情况下，中国移动的落后有可能会影响其未来的整体市场表现，这令其深感不安，认识到问题严重性的中国移动已经开始奋起直追。

成立子公司推动“金牛”业务

与中国电信早在 2005 年就发布了面向行业用户的“商务领航”品牌相比，中国移动的步伐要慢很多——直到 2009 年，面向行业客户的“动力 100”才正式推出。而这只是竞争的一个方面，其它在组织架构、人员配备等方面，中国电信、中国联通对行业客户的重视程度都要高很多，相对来说，在很长一段时间内，中国移动的重点都放在了个人客户市场上。

随着全业务运营格局的形成以及移动市场增速的放缓，形势开始急剧变化，近几年来行业市场成为了中国移动拓展的重点。从 2008 年起，中国移动就开始研究应对全业务竞争挑战、使集团客户成为公司持续发展推动力的策略，进入 2011 年以来，中国移动更是高度重视行业客户的发展。

一位接近中国移动的人士透露，2011年6月底，中国移动专门召开了集团客户业务研讨会，中国移动李跃总裁亲自主持会议并做了讲话，他指出，集团客户是当前电信业务的“金牛”业务之一，只有做好集团客户业务才能真正解决好公司的可持续发展问题。

该会议确定了中国移动拓展行业市场的诸多策略。会议召开不久，就有消息称中国移动将把集团客户部升级为子公司，子公司成立后，整个移动公司的集团客户业务都由新的公司来统筹管理。消息称，集团客户子公司成立方案的确定及部署已经提上日程，近日，包括原来工作在中国移动研究院的一些人士已经调往集团客户部，开始着手新公司的筹备工作。据悉，新公司有望在2011年年底成立，届时人员总数将从原有的总部集团客户部40~50人的基础上，扩展至200人左右。

资源、人力、架构三追赶

6月份召开的会议确定了中国移动在行业市场上追赶竞争对手的主要策略，比如要提升接入能力、加强平台建设、开发企业解决方案，此外还要建设扁平高效的组织架构，并且提升信息化集成能力。简单梳理一下，这些主要体现在硬件、人力、组织等三个方面。

硬件资源的不足是中国移动在行业用户市场的主要短板之一，长期以来中国移动专注于移动个人市场，缺乏固网以及IT资源，这就限制了其行业用户的拓展。工信部电信研究院吕成华告诉记者，在IDC市场上，中国移动在三家运营商的总盘子中只占10%的比例，不足中国电信的1/6。强化硬件资源尤其是IT资源成为中国移动的当务之急。

在人员方面，中国移动现有的人员储备和组织架构不大适应行业市场的拓展。“中国移动现在的思维模式还停留在电信运营商阶段，既懂IT又会做市场的综合型人才较少。此外，中国移动强调执行力文化，员工擅长执行命令但是缺乏自主创新精神，不大适合个性化、多样化行业应用的开发。”广东移动陈亮认为。

在组织架构上，中国移动的行业应用主要归口到集团客户部，但是由于公司的规章制度及流程设计特别复杂，因此往往一个简单的项目都要经过多个环节审批，严重影响了执行进度和市场反应速度。而在产业链合作上，中国移动并不占据行业市场的主导权，系统集成商往往和客户直接沟通，中国移动只是作为配角被动参与，其分得的利润也较为有限。与中国移动不同的是，中国电信成立了自己的系统集成公司，在产业链上发挥了主导者的角色。据悉，近日广西移动等开始尝试成立系统集成公司，以提升自己在产业链中的地位，这种做法有可能在整个集团推广。

摆脱低层面的价格竞争

在陈亮看来，除了硬件、人力和组织架构外，中国移动要提高在行业市场的竞争力还需要解决一个关键问题——提升产品所关注的层面。

传统的通信服务和 ICT 服务在产品的内涵上存在着差别：传统的通信作为一种交流工具仅关注内容的传输，而 ICT 不仅涉及通信手段，还会涉及企业的末端支撑系统、营销和管理流程，进而有可能影响到企业的战略和愿景，这些自下而上形成了一个整体。

陈亮认为，在这个产品结构中，越是面向底层的部分替代性越强，价格战越激烈，而如果关注上层，那么产品的不可替代性会增强，其利润空间也会大大增加。

在这一点上，中国移动并不具有优势。陈亮表示，在过去中国移动切入行业用户市场的角度是通信手段，采用的竞争方法主要是降价；中国电信的产品则提升到了支撑系统和流程的层面，给客户带来了较多的附加价值，给自己带来了一定的利润空间，并且带动了底层通信业务的发展。比如，中国电信给安利推出的“商务随行系统”和销售流程结合在了一起，方便基层销售主管了解产品销售情况，制定管理策略，广东电信和广东地税推出的“天翼税通”服务于纳税用户，人们通过手机就可以查税和报税，这两项业务都切入了客户的管理流程，因为提升客户工作和管理效率而备受欢迎。

陈亮认为，中国移动现在需要做的就是提升产品所关注的层次，深入到客户的流程和战略，从而跳出价格竞争的怪圈，提高产品的层次和附加值。来源：2011-11-3 通信世界杂志

[返回目录](#)

中国移动研发 WiMo 云终端产品 机顶盒 2012 年初上线

目前，中国移动(微博)正在规划和研发基于 WiMo 技术的云终端产品，通过 WiMo 技术实现移动终端与云服务器的同屏应用，使普通的移动终端都可以享受由性能强大的云端服务器在线提供的丰富多彩的应用和服务。

在移动互联网快速发展的时代，多屏融合是当前终端重要的发展趋势之一，它可以在电视机、电脑、手机、平板电脑之间实现照片分享、视频分享、游戏分享、交互管控等丰富多彩的跨屏应用。多屏应用引发了终端的革命，对终端支持多屏融合技术提出要求，其中最典型的表现形式就是实现手机与电视机的屏幕的同步传输。当前以 iPhone、Android 等为代表的智能终端在处理能力上并不输于

电脑，通过多屏融合技术可实现智能手机与电视机的屏幕共享，将手机的资讯、音乐、视频、游戏分享到更大的电视屏幕上，为用户带来全新的业务体验。

WiMo 技术是由中国移动主导、联合合作伙伴共同推出的无线、实时、高清音视频传输协议，可实现手机与电视机之间的无线同屏，以无线方式取代传统手机采用的 TV-out 或者 HDMI 有线视频输出接口，可以更加灵活地为用户在电视屏幕上展现手机应用，很好提升了用户体验。

WiMo 技术通过 Wi-Fi 作为传输手段，具有低时延、低功耗、低成本、高清晰、高可靠性的特点。除了可应用于移动终端与电视机的同屏外，WiMo 还可以广泛用于移动终端与周边信息设备之间的同屏应用，如移动终端与其他移动终端同屏、移动终端与 PC 同屏等等。目前 WiMo 技术最高可支持 1080p 画质。

WiMo 技术的出现，可使由手机承载的应用和服务快速扩展至电视、PC 及其他家电和消费类电子产品，原有移动业务只需在内容层面进行简单适配，即可生成全新体验的“多屏融合”服务，不需要网络侧作重大改造和调整，因此基于 WiMo 技术的无线同屏应用在建设、部署、用户学习成本等方面都具备非常突出的竞争力。

为了推动 WiMo 技术广泛应用于手机、PC、电视机、消费电子等产品，构建设备、软件、服务相互依存、良性互动的生态环境，中国移动联合产业链各方，通过与芯片厂商、终端厂家、家电厂家等各个环节协同合作，共同倡议 WiMo 技术及产品的研发，致力于 WiMo 技术的可持续发展，加快 WiMo 技术和各种相关技术创新的结合，进一步提升用户体验，丰富应用场景。

为了更好地进行产业推广，2011 年中国移动积极推动 WiMo 与 WiFi 联盟、OMA 等国际化标准组织合作。目前 WiMo 的产品化取得了积极的进展。在 2011 年 7 月 ChinaJoy 大会上 WiMo 合作伙伴发布了全球首款支持 WiMo V2.0 的平板电脑和电视盒产品及芯片解决方案，在此次移动互联网大会另一家 WiMo 合作伙伴也演示了全球首个在智能手机上的 WiMo V1.0 软件方案，同时中国移动联合电视机厂商共同研发内置 WiMo V2.0 功能的液晶电视及智能伴侣机顶盒产品也将于 2012 年元旦上市。来源：2011-11-4 通信世界网微博

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信翼聊百万招英才 进军移动互联网

11月4日，中国电信(微博)“翼聊”官网和“翼聊”官方微博(微博)发布最新消息，中国电信协同通信产品基地为促进“翼聊”产品的快速发展，百万年薪招英才。

业内分析人士认为，10月18日，中国电信正式发布跨平台、跨终端、跨运营商的基于互联网、移动互联网的人际互联网社交沟通产品“翼聊”。在业内外获得了高度关注，正式拉开中国电信进军移动互联网融合通信领域的序幕。

10月18日中国电信“翼聊”产品刚刚上线公测，时隔半个月就大举引进人才，可以看出中国电信发展“翼聊”产品、进军移动IM市场的雄心，也让媒体的目光更多地聚焦到“翼聊”的运营单位——中国电信协同通信产品基地。

中国电信协同通信产品基地，坐落于浙江杭州，是中国电信八大移动互联网基地之一，是中国电信信息与通信能力的整合者，负责全国融合通信集中平台运营、研发、合作、支撑和服务等工作，开发运营了面向政企市场的“协同通信ECP产品”、面向公众市场的移动互联网社交沟通产品“翼聊”。

协同通信产品基地的目标是通过整合IT和CT的通信信息服务能力，打造基于真实通信录，集多媒体消息、语音、短信、视频、电话会议、微博分享、位置服务、社区等为一体，成为跨平台、跨终端、跨运营商的国际领先的真实社交沟通平台服务商。

协同通信产品基地拥有数十项国家专利，多次中标工信部、科技部国家级项目，荣获工信部“信息化应用、通信技术创新”金奖、中国电信科技进步一等奖、工信部中国通信业务创新二等奖。

从招聘范围上看，中国电信协同通信基地这次将目标锁定在高端互联网和云计算科技人才上，目的还是要在产品功能和应用体验方面下足功夫，给用户提供最优秀的产品才是市场推广的硬道理。

目前“翼聊”主要定位为向用户提供基于真实通信录，集多媒体消息、语音、短信、视频、电话会议、微博分享等为一体，跨平台、跨终端、跨运营商的真实社交沟通平台。“翼聊”不仅吸收了市场上同类产品的优点，而且凭借中国电信在通信、网络、云计算等领域的强大优势推出翼推送、电话会议、海量通讯录等差异化功能。

翼聊”的“最炫”特色表现为，除了提供消息、图片、对讲、涂鸦、手写、拼图等多媒体消息外，还推出了“翼推送”。“翼推送”不管用户是否在线，是否为好友关系，都可以快速分享多媒体消息，打造了移动互联网的“沟通矩阵”。

“翼聊”的“最真”则体现为，真实身份、真实好友、真实社交圈。翼聊的用户都是真实的手机号码，将互联网的虚拟世界跟真实世界贯通，真人、真音、真笔迹，凸显了“翼聊”在沟通中的真实效果。翼聊手机版即将推出的视频通信，将会给用户更多惊喜。

“翼聊”的“最快”表现为，普通手机可以点对点沟通，智能手机最多三方通话以及十五路群聊、三十路多方通话、三百路视频会议，全面提高了社交沟通的速度。“翼聊”成功将 IT(信息技术)和 CT(通信技术)完美融合，打破了“翼聊”用户和非“翼聊”用户的屏障(非“翼聊”用户也可以收到“翼聊”用户发送的各种多媒体消息)，打破传统 IM 在线接收、离线等待的局限，IT 与 CT 分离的限制，线上线下全能通，真正实现了沟通大提速。来源：2011-11-4 和讯网

[返回目录](#)

中国电信预计用 5 年时间提升智能管道发展

11 月 7 日消息，近日，中国电信(微博)集团北京研究院副院长赵慧玲表示，“中国电信将用 3-5 年时间分阶段、分重点提升管道智能化”。

不同于以往的管道，“智能管道”代表着精品化网络建设和经营的开端，是运营商在移动互联网时代必须完成的任务。

以云数据为中心的云计算

8 月底，中国电信正式对外发布天翼云计算战略、品牌及解决方案，成为国内首家正式推出此方案的电信运营商，并计划于 2012 年正式推出云主机、云存储等系列天翼云计算产品。从而明确了云数据中心的发展。

对于如此重视数据中心的发展，中国电信北京研究院云计算研发团队总监雷葆华解释“IDC 是互联网产业的基础战略资源，作为信息中枢，直接支撑整个互联网产业的发展”。

而赵慧玲认为“数据中心是云计算规模发展的一个核心，因为云数据中心才能提供云存等服务”。她表示“云数据中心是整个云计算发展关键的一步，我们会经常在全国设置多个大型的云数据中心，而且这个云数据中心一定会和我们网络的能力和 CDN 的网络结合”。

管道智能化将在 3-5 年实现

然而真正要搭建一个高速有效的云数据中心，还涉及到很多的关键技术，特别是云数据中心的管理平台建设以及解决跨运营商云的互联互通，解决云服务的迁移等问题。

“我们最需要深入研究的是智能化的运营管理，怎么具备灵活的资源调度和统一监控管理的能力”赵慧玲说，“我们认为实现网络的“智能管道”化，将是匹配云网络，实现云终端和云平台有效承载的主要手段”。

而在谈到中国电信“智能管道”未来的发展时，赵慧玲表示“以现网能力为基础，以用户体验为导向，中国电信将用 3-5 年时间分阶段、分重点提升管道智能化”。来源：2011-11-7 飞象网

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通：WLAN 收费模式应形成差异化

在今天举行的“2011 中国无线世界暨物联网大会”上，中国联通(微博)研究院无线研究负责人吕召彪表示，Wi-Fi 业务收费模式应该更丰富、差异化，但完全从个人市场盈利很艰难；此外，产业链各方需要共同努力来打造完善的电信运营级的 Wi-Fi 网络。

移动智能终端的发展点燃了用户对移动数据业务的需求，移动数据业务的发展又对无线宽带接入技术提出了需求，但是，运营商却面临着移动数据业务增量不增收的窘境。

对此，吕召彪表示，WLAN 作为一种无线宽带接入技术被引入到运营商系统中后，一方面可以在一定程度上解决移动数据业务对网络造成的压力，另一方面也是固网宽带市场新的驱动力。

与此同时，WLAN 在部署中也面临诸多问题。“包括 WLAN 在电信运营系统中的商业模式问题、WLAN 技术引入电信运营商网络而带来的技术挑战、MIMO 的室内分布问题、WLAN 网络与蜂窝网络的协作和融合问题等。”吕召彪说。

此外，WLAN 目前基本采用免费模式，运营商也面临一定成本压力。吕召彪认为，“Wi-Fi 业务收费模式应该更丰富、差异化，但完全从个人市场盈利很艰难，所以要形成差异化；此外，产业链各方需要共同努力来打造完善的电信运营级的 Wi-Fi 网络。”

据了解，中国联通的 WLAN 部署模式主要采用了 3G 广覆盖、WLAN 作为热点补充的模式，前期以 802.11bg 设备为主，2011 年引入了 802.11n 设备。目



前，中国联通已经先后多次进行了 WLAN 设备集中采购。来源：2011-11-4 中国通信网

[返回目录](#)

中国联通今日公布 8G 版 iPhone 4 合约价

中国联通(微博)销售部总经理于英涛昨日在微博上透露，今日中国联通将正式公布 8G 版 iPhone 4 的上市价格和合约价格。

苹果中国的官方网站已经公布了 8G 版 iPhone 4 的价格为 4088 元，有黑、白两色可选。与 16G 版 iPhone 外观一致，只是手机容量为 8G。11 月 5 日，于英涛在微博上表示，“今天看了苹果 iPhone4 专卖店公布了 8G 价格是 4088 元，联通版 8GB 过几天也上市了，正在研究上市价，童鞋们觉得多少钱上市合适呢？套餐价多少钱零元购机呢？我听大家的！”

而在昨日，于英涛表示，“有上千朋友发来建议，我们认真逐一进行了分析研究，广泛听取大家意见，当然也有基于我们的一些战略考虑。”

据于英涛透露，8G 版 iPhone 4 依然进行机卡比对。“机卡一但分离，卡号不再享受优惠，或预存话费被冻结。”8G 版 iPhone 4 具体的上市价格及合约价格，于英涛表示，将于今日公布。

目前由于 iPhone 4 16G 和 32G 版本已经停产，于英涛透露，目前渠道上货源紧张。他也透露，“我们正加紧新产品的引进，希望尽快上市。”有业内人士分析认为，他指的新产品是 iPhone 4S。

据悉，在引入 iPhone 4S 上，中国联通已经拿到 iPhone 4S 测试机，业务部门正在针对 iPhone 4S 进行网络及客户端的适配工作，并且已经向工信部提交了 iPhone 4S 的入网许可申请。中国联通并指示市场部、销售部以及终端公司联通华盛在 12 月底前做好套餐设计及物流等配套准备工作。来源：2011-11-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通加紧引进 iPhone 4S 传 12 月行货国内上市

飞象网获悉，在努力解决千元智能机供货不足的同时，中国联通(微博)也正在加紧引进苹果新品 iPhone4S。昨日晚间，有中国联通市场部人士透露称，“12 月中旬，行货 iPhone4S 将在中国上市。”

随着苹果公司发布新产品 iPhone4S ,并对 iPhone4、iPhone3GS 进行降价 ,中国联通也于 10 月 16 日对其销售的 iPhone4 裸机及合约价格进行降价调整。同时 ,部分中国联通 iPhone 老客户还可以获得差额补贴。这一举措使得 iPhone4 销量大为增加。

10 月 5 日 , 苹果创始人乔布斯去世 , 更是加剧了 iPhone4 销售火爆 , 甚至导致部分销售点无货可卖。当日 , 京东商城(微博)iPhone4 单日销量比平时增长了 600%。

据了解 , 目前苹果官网已经停止销售 iPhone4。鉴于此 , 作为国内首个引入苹果 iPhone 产品的运营商 , 中国联通市场部负责人日前称 , “ 由于(iPhone4)16G 和 32G 停产 , 使渠道上货源紧张 , 可能还要持续几天” 。

另据该负责人透露 , 中国联通正在加紧新产品(iPhone4S)的引进。昨日晚间 , 中国联通市场部相关人士称 , “ 行货 iPhone4S 将于 12 月中旬在中国上市” 。

其实 , 对于何时引入 iPhone4S , 中国联通早在 10 月份即对外表示 , “ 只待通过工信部入网许可 , 年底前便可正式引入。”

另外 , 11 月 1 日晚间苹果官方宣布 , iPhone4S 将于 11 月 11 日在香港、韩国 , 以及其他 13 个国家和地区开售 , 用户将可以从 11 月 4 日开始预订 iPhone4S。截至目前 , iPhone4S 已经在全球 29 个国家开售。来源 : 2011-11-2 飞象网

[返回目录](#)

联通 2500 万线 PON 集采落幕 四厂商分 40 亿元大单

11 月 1 日 , 备受瞩目的 2011 年中国联通(微博)2500 万线 PON 集采招标落幕。此次集采规模高达 40 亿元人民币 , 其中 GPON 达 1500 万线 , 占比超过 60% , 成为当前全球最大规模的 GPON 招标。

此次中国联通最终 PON 设备招标结果中 , 华为(微博)综合排名第一 , 取得近 40% 份额 ; 上海贝尔跃居第二 , 份额从去年的 8% 上升到 25% ; 中兴通讯(微博)、烽火通信份额接近 , 分列第三、第四 , 约 15%~17%。此次 PON 集采分成 GPON、EPON 两个独立的招标标段 , EPON 招标结果继续延续现网格局 , 华为、中兴、烽火通信分列前三。GPON 排名前三的设备供应商分别为上海贝尔、华为、烽火通信。由于此次 GPON 采购规模巨大 , 因此备受业界关注。根据联通公开的评标原则 , 前三名将获得 GPON 90% 的份额。阿尔卡特朗讯-上海贝尔在 GPON 投入多年 , 本次集采排名第一 , 份额大幅增加 ; 而作为联通 PON 传统强势厂家的华为继续保持其优势地位和份额 ; 烽火通信抓住联通向 GPON 技术转型的战略机会 , 加大了对 GPON 产业投入 , 本次集采实现重大突破 , 进入前三。

中国联通早在 2009 年即积极跟进 GPON 技术，经过各省的规模试点，逐步认可 GPON 大带宽、高分光比等优势。为了进一步降低 GPON 产业链成本，于 2010 年引入 GPON 并进行大规模集采。各省份经过一年的规模应用实践，实现了 EPON 向 GPON 的平滑过渡。随着中国联通 FTTH 建设占比的扩大，GPON 技术优势体现更加明显。来源：2011-11-3 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴高端智能手机美国开售

中兴通讯(微博)将在本月携手运营商 Sprint 旗下预付费品牌 Boost Mobile，在美国发布旗舰智能手机 ZTE Warp(即中兴 Skate 的美国版)。这是 2011 年初宣布智能终端转型以来，中兴通讯首次突破性地携手顶级运营商在美国开售高端智能手机。ZTE Warp(Skate)拥有 4.3 英寸超大显示屏，500 万像素自动对焦摄像头，采用安卓 2.3 姜饼(Gingerbread)操作系统，拥有 1GHz 处理器，512MB RAM 和 4GB 大容量内置 ROM，随机配送 2GB 迷你 SD 卡并最高可支持扩展至 32GB。ZTE Warp(Skate)还预搭载了“ Mobile ID”和“ Boost Zone”等 Boost Mobile 的特色增值业务。

思科

大力推广全新网真技术

思科日前宣布推出全新网真产品，包括价格经济的终端产品、高清视频软件客户端以及托管解决方案等，旨在让所有人在任意地方均能够享受到网真体验。思科强调了未来将向更多来自全世界的个人和企业交付以人为本的协作。此外，思科还进一步扩大了能够与同事、用户和供应商进行面对面交流的用户群，包括将网真解决方案扩展到各种规模的企业；将网真解决方案从董事会会议室推广到桌面以及更多环境；使网真技术的应用范围超越会议本身。

黑莓

与四川联通推出定制手机

四川联通日前与 RIM 宣布，正式在四川推出中国联通(微博)沃·黑莓业务及 BlackBerry 9800 Torch 和 BlackBerry 9300 Curve 两款 WCDMA 制式的黑莓智能手机，为四川地区的大中型企业和中小企业客户提供包括邮件推送、BBM、日程管理、社交网络以及多媒体等丰富的功能和应用。四川联通设计了黑莓专属合

约计划，采用“预存话费送手机”和“购手机送话费”双模式：用户可根据自身需要，选择话费套餐，预存一定的话费，即可以优惠的价格购得黑莓手机，最高可享受零元购机。

捷德

智能卡欧洲市场获认可

捷德日前获得了 Frost & Sullivan 2011 ICT 欧洲智能卡年度最佳服务公司大奖。此奖项是授予过去一年在智能卡硬件和软件发展领域表现卓越的欧洲公司。此项大奖由市场调研公司 Frost & Sullivan 和著名国际行业主管组成的独立评审团授予，旨在奖励捷德在 2010/2011 年度的模范表现和卓越战略。捷德表示，移动互联网和智能手机的飞速发展引发了智能卡行业深远的变革，例如简称为 NFC、LTE 和 M2M 的新技术。此次奖项是对捷德在世界范围内处理跨行业技术迁移能力的认可。

互动百科

提供专业品牌推广服务

特步中国大学生五人制足球联赛新闻发布会日前在京举行，与此同时，“公益足球传递计划”也随之推出。此次联赛独家推广方互动百科 CEO 潘海东表示，足球结合公益，这在中国大学生足球联赛史上尚属首创，后续联赛还将陆续开展“足球校花海选”等更多丰富多彩的外围活动，旨在全面激发高校学子乃至全社会对足球运动的激情与公益热情。互动百科将利用自身优势高校资源和领先维基技术，为本次赛事提供更加专业的品牌推广服务。来源：2011-11-2 北京商报微博

[返回目录](#)

中兴欲在巴西代工苹果产品 与富士康竞争

据悉，中兴通讯(微博)将在巴西的 Hortolandia 城市(富士康选定的苹果生产地)投资生产装配苹果的 iPhone 和 iPad，最早可能在圣诞节前。

据巴西行业网站 Teletime 了解，Hortolandia 市长 Angelo Perugini 和一位不具名的中兴通讯高管已分别证实该公司正在寻求苹果的代工外包交易。

目前，中兴已经在 Hortolandia 开始生产自己的产品。

中兴某高管谨慎坦言，第一批产品可能在 2012 年年初出货。来源：2011-11-2 中国通信网

[返回目录](#)

中兴通讯否认巴西建工厂为 iPad 和 iPhone 代工

针对昨天国外媒体报道称中兴通讯将在巴西代工苹果 iPhone 和 iPad 一事，中兴通讯(微博)今日发布声明予以否认，中兴通讯称 2012 年中兴通讯将在巴西主要致力于自有品牌生产，目前并无计划代理其他任何品牌。

以下为声明全文：

声明

近期有媒体报道中兴通讯将于圣诞前后在巴西 hortolandia 启动其他品牌代工生产。中兴通讯位于 hortolandia 的工业园目前是公司海外最大生产基地，主要满足公司在拉美高速增长的市场需求，目前中兴通讯在巴西业绩较去年同期增长 46%，终端市场份额居当地第四。2012 年中兴通讯将在巴西主要致力于自有品牌生产，目前并无计划代理其他任何品牌。

中兴通讯股份有限公司

2011-11-3

来源：2011-11-3 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴三季度业绩喜忧参半 手机业务强劲利好后市

近日，中国第二大电信设备制造商中兴通讯(微博)发布了 2011 年第三季度财报，期间，中兴实现总收入 209.48 亿人民币，同比增长 36.59%，净利润 2.99 亿元，同比下滑 38.16%。

同时，Strategy Analytics 发布报告称，中兴通讯 Q3 市场占有率 4.7%，高于去年同期的 4.1%。一直以来，中兴将竞争的焦点放在抢占市场方面，具有价格竞争力的低廉智能手机业务成为其增厚业绩的关键。

未来，在全球 LTE 市场升温的大背景下，各机构对包括中兴、华为(微博)在内等设备商的发展后市颇为乐观。

喜忧参半

上周，中兴通讯公布了截至 9 月 30 日的第三季度未经审计财报，从整体上看，第三季度该公司业绩可谓喜忧参半。

一方面，第三季度营收达 209.48 亿元，同比增长 36.59%；另一方面，实现净利润 2.99 亿元，较上年同期下降 38.16%。然而，路透对五位分析师的调查均值为 4.16 亿元。期内，该公司每股盈利为 0.09 元。

前不久，中兴通讯公布的上半年度经营业绩数据显示，2011年上半年，中兴通讯实现营业收入 373.37 亿元人民币，同比增长 21.52%；实现净利润 7.69 亿元人民币，同比下降 12.33%。

就前三季度而言，中兴营收 582.85 亿元人民币，同比增长 26.53%；实现归属于母公司股东的净利润为 10.69 亿元人民币，同比下降 21.51%；基本每股收益为 0.31 元人民币。中兴表示，前三季度运营商网络收入同比增长 14.98%，主要是由于有线产品、光通信系统、国内 GSM/UMTS 系统设备以及海外 CDMA 系统设备销售增长所致；终端产品收入同比增长 53.43%，主要是由于 3G、CDMA、GSM 手机及数据卡销售增长所致；电信软件系统、服务及其他类产品收入同比增长 27.95%，主要是由于服务及固定台销售增长所致。

终端业务增长强劲

目前，国内智能手机市场已经掀起了一股普及风潮，终端业务的快速、规模化发展，尤其是千元智能手机的加速普及，成为了中国手机厂商增厚业绩、提升市占率的关键所在。

一直以来，中兴通讯将竞争的焦点放在抢占市场方面，薄利多销的策略也换来了不错的收效，Q3 市场占有率 4.7%，高于去年同期的 4.1%，这主要得益于具有价格竞争力的低廉智能手机。

值得关注的是，低价策略促使中兴抢占了苹果、HTC、三星(微博)等较为薄弱的市场。ABI 研究公司最新的研究报告显示，2011 年第三季度全球智能手机的出货量较去年同期增长了 33%，已占据全部手机出货量的 28.8%。苹果、RIM 和诺基亚(微博)的智能手机出货量增长在第三季度出现停滞。而中兴第三季度的手机出货量则与 LG 出现碰撞，均占比 5.5%，并列第三。

在 2011 年北京国际通信展期间，中兴展示其新一代明星产品 Skate 960 手机。目前 Skate 已经在巴西、西班牙、香港、美国等地上市，国内预计将于 11 月正式上市，预计售价将在 1500 元-2000 元之间。除了大胆押宝谷歌 Android 操作系统的移动设备外，中兴亦有计划生产基于微软(微博)Windows 操作系统的手机。日前，中兴的首款 Windows Phone 7 手机 Tania 已在北京国际通信展期间进行了正式展示。据媒体报道，Tania 手机将于 2011 年第四季度在欧洲上市，预计最早 2012 年 1 月份就可在国内上市销售，售价将在 2000 元以下。

在年初宣布智能终端战略转型后，中兴通讯智能手机发展和市场营销正在全面加速。中兴通讯手机事业部副总裁王勇对有关媒体表示，2011 年中兴智能手机在产量上将取得大突破，预计全年出货量超过 1000 万部。但从整体上来看款式偏少，在 2011 年推出的 25 款在售终端中，智能手机只有五六款，占比 20% 左右；2012 年智能终端的比例会大幅上升，至少会占到 60% 以上。

不过，按照中兴的战略规划，未来 5 年要保持每年 35%、40% 的高速增长，要实现这一目标，单纯依靠智能手机显然不现实。从目前来看，避免同质化竞争，从硬件竞争转向应用、服务的竞争，更好地挖掘市场需求，打造新的业务增收点无疑是个不错的选择，比如云手机、云计算等。

LTE 市场升温，设备商将迎最佳发展契机

从国外市场来看，移动宽带建设、智能终端发展仍继续是市场的热点。与此同时，国外的 4G 网络建设也正逐渐被提上运营商议事日程。最新报告显示，2012 年至 2016 年美国的无线运营商将投资 250 亿至 530 亿美元建设 4G 网络。在数据流量快速增长和技术升级的背景下，4G 网络建设将驱动全球电信资本开支在未来 3 至 4 年持续扩张。

在国内，TD-LTE 作为新一代宽带移动通信技术，其发展受到了业界的高度关注。在政府的大力支持和推动下，我国 TD-LTE 产业发展迅猛，在逐步解决了技术方面的问题后，未来整个产业的生态链规模以及其商用化等问题值得关注。

目前，中兴通讯在 TD-LTE 方面积累了丰富的经验和技術。截至 2011 年中期，中兴通讯已经和全球 15 个国家、25 个全球领先运营商建设 TD-LTE 实验局和商用网络，遍布欧洲、印度、亚太、东南亚等区域，该公司不仅与其他厂商的终端进行测试，同时也是 LTE 多模终端领先提供商，满足不同制式网络运营商的需求，作为全球 LTE 产业商用化进程的积极推进者，公司目前已形成包括数据卡、模块、平板电脑、智能手机等完整的 LTE 终端产品队列。另外，中兴通讯拥有 235 件 LTE 标准基本专利，证明了其在 LTE 研发方面强大的实力。

截至 2010 年末，华为和中兴分别部署了 70 个和 65 个 LTE 商用或试验网络，占据 23% 和 21% 的份额，爱立信(微博)、诺西、阿朗分别占据 18%、18% 和 17% 的份额。

我国作为亚太最大的 LTE 市场，目前正处于大规模部署的前夜，是中兴、华为等国内设备厂商夯实本土市场的最佳机会。然而，随着 LTE 网络部署完成，设备商的服务也将面临拐点与考验。对此，国内设备商应抓住这个大好时机，一方面在国内巩固市场，扩大占有率；另一方面在海外开拓市场，打响知名度，争取花开两枝内外皆香。来源：2011-11-2 通信信息报

[返回目录](#)

【华为】

华为正式宣布成立 IT 产品线

全球领先的信息与通信解决方案供应商华为(微博)，日前在广东深圳隆重举行“2011 华为云计算大会暨合作伙伴大会”。来自全球一千多名华为云计算合作伙伴和客户相聚深圳，分享华为将云计算化云为雨的成功果实，共同展望云计算发展和建设的新趋势。

本次大会上，华为，吹起强势发力云计算的响亮号角。据了解，华为目前拥有实力雄厚的云计算研发团队，在云计算领域投入超过 6000 人，并将持续增加，预计在 2012 年超过 10000 人。其研发团队分布在美国、加拿大、深圳、北京、西安、杭州、上海等地。

自去年正式宣布进军云计算领域并推出“云帆计划 2011”以来，华为通过构建云计算平台，不断推动业务与应用云化，构筑共赢的产业生态链。华为追求开放与共赢，与 Intel、IBM、Accenture、Citrix、CA 等三百多家合作伙伴携手，打造共赢的产业链。本次大会上，华为正式发布了“云帆计划 2012”，共同促进行业发展。在本次会议上，华为云计算系列产品和解决方案进行了一次精彩亮相。作为云计算领域的领导厂商，华为针对各个行业的需求和应用，发布了绿色云数据中心、系列服务器、桌面云、云平台、云存储、媒体云等丰富的产品和解决方案。

华为 IT 产品线 CTO 李三琦表示，云计算是华为 ICT 战略的核心，经过一年的开拓，华为在云计算领域站得更高远，看得更前瞻。凭借开放的合作政策、优秀的产品和完善的解决方案，华为将在 IT 领域与合作伙伴共拓更辉煌的云计算之路。来源：2011-11-3 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

华为：IPO 目前不在战略考虑范围内

华为(微博)北美研发部门高级副总裁兼总经理 John Roese 昨日在深圳出席首届全球信息技术主管大会间隙接受证券时报记者采访时表示，IPO(首发上市)不在目前华为的战略考虑范围之内，华为目前还不需要进行上市融资。

在 2011 年全球经济剧烈波动的环境下，华为依然取得了不错的业绩。据 John Roese 透露，2011 年华为全球销售形势良好，特别是来自于中国、亚太、

中东等地区的销售收入增长强劲，上半年实现营收 154 亿美元，实现利润额达 19 亿美元。

John Roesse 还透露，华为一直关注北美、欧洲等地区的并购机会，对于那些优秀的技术平台资产，华为将会重点考虑。

此外，作为业务结构优化的重要战略，华为高调吹响了向企业通信服务市场进军的号角。

“华为作为领先的电信设备服务商，在这个市场每年能做到 300 亿美元的规模，这已经很好了；现在和未来需要重点发展的业务就是企业通信业务，我们去年在企业通信市场实现了 20 亿美元的销售收入，2011 年应该可以实现 40 亿美元，2012 年则希望完成 70 亿美元。” John Roesse 自信地表示，华为进入到企业通信市场，对于整个市场而言将是一种颠覆性的改变，未来几年内华为在这个市场上将做到全球第二。

在具体的市场进入策略上，John Roesse 表示，就全球市场的情况而言，中国的银行、交通以及政府部门较容易切入，而北美的教育行业市场则比较容易开发，欧洲市场的交通及政府部门也比较容易进入。

值得一提的是，华为目前投入重金的云计算平台可能会加快其在全球企业通信服务市场取得成功的步伐。据 John Roesse 透露，华为北美研发中心已经成功研发了“桌面云”平台。

John Roesse 表示，“桌面云”虽然只是云平台的一个部分，但对于信息技术虚拟化应用是一个很好的开始，未来可以应用到所有行业的客户；就全球市场而言，发展中国家最有可能率先大面积应用云计算，因为这些国家传统的信息技术产业投资规模较小，应用新技术的成本较低。比如新的业务通过云平台运用到 ERP(企业管理平台)系统将会更有效率，可能只需要几个小时就可以完成，但利用传统的技术则需要长达几个月。来源：2011-11-2 证券时报微博

[返回目录](#)

万人备战云计算：华为“狼”式扩张

围绕着运营商而生的电信设备业面临行业性的“见底”之际，华为(微博)正在寻找营收增长的新引擎。

10 月 31 日，华为在深圳举行“2011 华为云计算大会暨合作伙伴大会”。来自全球各地的 1500 多名客户中，与以往几乎清一色的运营商人士不同，2011 年还有不少企业网市场以及手机等终端市场客户。

此刻，华为正将云计算视为新型 IT 产业未来十年发展的发动机，以及自己从运营商市场延伸到企业网以及终端市场的主打。华为表示，目前其在云计算的投入超过 6000 人，并将持续增加，预计在 2012 年超过 10000 人。

“我们不缺产品、不缺技术、不缺解决方案，也不缺干活的人。但此前华为只是聚焦在运营商客户，对于企业网市场以及终端市场，渠道建设以及面向企业的品牌构建是我们最大的挑战。”当天上午，华为常务副总裁徐直军在接受本报记者专访时表示，云计算带来的是一种技术变革和商业模式变革，也让华为的运营商、企业网以及终端业务不再孤立。

华为云蛋糕

蛋糕虽大，但是华为能切到吗？可以切多少？

“通过云计算，华为的几块业务不再是孤立的，而是围绕整个公司云管端战略联系起来了。比如原来的终端就是一个孤立的业务。现在做智能手机后，可以跟华为的云计算产品和云服务结合起来。”徐直军表示，端可以促进云，云可以促进端。

但梦想和现实之间的差距有多长？

自创业以来的 20 多年里，华为始终保持“奔跑”姿势。除了一直无法进入美国运营商市场，华为目前已经成为全球第二的电信设备提供商，同时面临电信设备行业的增长天花板。

“运营商市场，做到 400 亿美金就已经基本到头。”华为 CMO 余承东此前对记者表示，传统设备市场仍然会有上升空间，但蛋糕空间已经比较有限。2011 年 4 月，余承东在上海面对来自全球的电信分析师说：“我们要拓展边界，从 CT(通讯技术)向 ICT(信息及通讯技术)转变”。

这个被华为大声向外界传达的多元化信号，为华为指出了两条新的道路：企业网市场，以及以手机为代表的数字终端市场。

无可否认，这是两条充满诱惑的道路。与传统电信设备一年全球 1200 亿美元的市场规模比起来，企业网以及终端市场年均万亿的想象令人难以抵抗。以企业网市场为例，仅存储市场、服务器市场一年分别新增约 600 亿美元和 400 亿美元的市场规模。而手机市场则更为诱人，保守估计年均规模达到 3000 亿美元，随着未来智能手机、平板电脑等各种智能终端市场的扩大，这个数字还将呈几何级增长。

蛋糕虽大，但是华为能切到吗？可以切多少？

架构之变

从运营商定制到面向大众市场拼品牌、渠道，华为行吗？

徐直军表示，基于云计算带来的技术变革和商业模式变革，华为自去年正式发布云战略一年多时间里，已逐渐厘清企业治理架构、组织结构以及业务战略。

10月31日，华为正式宣布成立IT产品线。据徐直军介绍，围绕云计算数据中心专门组建的IT产品线，包括服务器、存储、云安全、云操作系统以及数据中心的管理体系等的提供解决方案。

“我们还专门成立了互联网业务部。互联网业务部主要聚焦两个方向，一个就是自己建数据中心，为中小企业、互联网运营商提供计算与存储服务，2012年可能发布。第二个业务就是Cloud+，面向终端的，而且会随着Vision和Honor这两款手机慢慢浮出水面。”徐直军说。

2010年，华为终端的市场规模目前为40亿-45亿美元；而在终端领域，除了要面对诺基亚(微博)、苹果、三星(微博)等竞争外，更为重要的是，华为首先要面临的运营模式的转变，因为华为一直从事B2B的运营商业务。

从运营商定制到面向大众市场拼品牌、渠道，华为行吗？

“华为将为手机、平板电脑、电视、PC等终端建立一个云平台，就是Cloud+，现在还没有正式发布。把软件放到云平台上，以软件作为服务，采取SAAS的模式，这样终端就和云结合起来，把我们未来做的软件以云的方式提供给终端用户。”据徐直军描述，华为在上海的办公室已经看不到PC了，2012年底亦将在整个华为内部推广使用。

云计算崛起，被华为视为绝佳的增长契机，包括云计算及ICT整体解决方案在内的企业业务，去年销售额20亿美元，2011年倍增至40亿美元；2012年企业业务目标70亿美元，2015年则挑战150亿-200亿美元。

华为现在的关键是，义无反顾地实施“云”战略。

徐直军认为，从传统IT转到云计算，世界各大公司起点一致，“华为愿意花十来年时间，在云计算领域能占全球一席之地”。来源：2011-11-2 21世纪经济报道微博

[返回目录](#)

华为与微软展开 Android 专利授权谈判

华为(微博)已经证实，该公司正在与微软(微博)就Android操作系统的专利授权展开谈判。

微软称，谷歌Android操作系统侵犯其多项知识产权，并且已经说服三星(微博)、HTC和其他Android手机生产厂商向其支付专利费。

华为终端部门首席营销官徐昕泉表示，双方的谈判正在进展之中。他还披露，华为计划在伦敦建立新的设计中心。

华为计划将英国作为其向全球推广智能手机和平安电脑的跳板。该公司2012年还计划向美国、日本、印度等国进军，2013年再拓展更多市场。“我们计划今后三年跻身全球五大智能手机厂商之列，未来五年跻身前三。”徐昕泉说。

为了实现差异化，华为计划在海外开设三个设计中心，第一个位于伦敦，重点是欧洲智能手机市场。该中心的主管马克·米钦森(Mark Mitchinson)曾经在诺基亚(微博)、三星和英国手机零售商 Carphone Warehouse 任职多年。

华为进军移动设备行业的计划导致其与微软发生专利冲突。但徐昕泉表示，华为有能力保护自己。他说：“我们一直都尊重重要企业的知识产权。我们目前拥有6.5万项专利，并拥有足够的能力保护自己的利益。”

微软拒绝对此置评。来源：2011-11-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为欧洲和美国两地业务发展冰火两重天

尽管总部设在中国深圳的网络专家华为(微博)技术公司在英国取得了相当大的成功——是英国电信的主要供应商并承诺将使欧洲成为其“第二总部”。但该公司在美国的经营也面临重重阻碍——美国政府已经多次阻止该公司参与收购美国公司或利润丰厚的大型合同招标。

该公司云计算营销部总监罗恩·拉芬斯伯格(Ron Raffensperger)周三在欧洲存储网络世界大会(Storage Networking World Europe)对英国电脑网站 ZDNET 的记者表示：“美国电信业的有些部分我们仍将难以进入，但也有一部分情况要好些。”

华为在美国的企业业务部门

华为公司于10月5日在美国专门设立了一个企业业务部门。这一部分的目的是帮助华为公司向美国企业出售服务器、存储和其他云相关的工具包以及电信设备。

在谈到华为公司获得美国政府许可介入某些电信领域时，拉芬斯伯格称，他不认为公司将为此专门成立一个美国政府部门。“我看到华为不会这样做。”

10月份，美国商务部告知华为公司，处于安全考虑，已经将其排除在旨在帮助美国建立国家应急响应无线网络的招标之外。一年前，华为被迫退出帮助 Sprint 电信的网络现代化的招标，而原因同样是出于一些官员提出的有关安全方面的质疑。华为公司一直以来否认有关它与中国军方关系密切的指控。

拉芬斯珀格认为，华为突破美国电信核心业务防线“只是一个时间问题”，但他承认有些领域可能难以介入。他表示，这些领域是“大型电信运营商利益交换的核心所在。”

在移动方面获得成功

但华为公司也在一些取得了不俗的成绩。该公司已经开始在美国市场出售其移动设备——AT&T 公司已经开始出售其手机，同时该公司还与一些规模较小的电信公司进行了合作。

拉芬斯珀格表示：“第二层和第三层的运营商正在使用我们的无线电设备。我相信，我们可以在向一般性的美国私营企业销售我们的 IT 产品时取得成功。”

目前，华为共正在力图成为一家“解决方案”公司，而不只是以“3G 加密狗”著称于世。

与其他厂商一样，公司开始越来越多的出售集成的硬件包，同时开始为一些客户部署私人云端包——一套能够支持网络上存储和计算基础设施的软件和硬件。

拉芬斯珀格指出，华为公司已经能够设置了至少 12 个私人云端，绝大部分在中国。公司希望未来扩大这一领域，其中英国是一个主要部署地区。“到 2012 年年底，将由 65% 的云端设备移至中国境外。”来源：2011-11-7 飞象网

[返回目录](#)

华为将首次参加央视广告招标：推广云手机

又到 11 月，这往往是公司媒体购买部门最有钱的时候。随着越来越多的电视、户外、网络公司开始运行预售制，中国千亿广告资源近半都集中在这一个月被销售出去。各个公司也都按照 2012 年的战略、市场目标，各自忙着“抢占”有利营销地势。

素有“中国经济晴雨表”之称的中央电视台黄金资源的招标，就在 11 月 8 日开始，不过这一活动早在几个月之前就开始了。本报获悉，2011 年共有近千家企业参与央视预售环节。在宏观、微观的商业合力下，2011 年的央视招标又显现出诸多不同，一些新面孔走上台前，华为(微博)就是其中之一。

据央视方面透露，华为将首次参加招标，广告内容是推广其云手机。据华为年报显示，2010 年华为销售收入达 1852 亿人民币，同比增长 24.2%，但在电视媒体的直接投放花销几近为零。业内人士评价，华为称在云平台上要用不太长的时间赶超思科，在云业务上要追赶谷歌，对云手机的如此推动也是云整体战略布局的要求。

同样是移动终端，2011年在平板电脑市场颇有斩获的e人e本也将亮相央视招标。在iPad的强烈攻势下，这家公司2010年销量10万台，2011年的全年销量预期是20万台，销售额高达10亿元。

压力倍增的房地产公司也开始大成本投入。据央视方面透露，2012年招标有望出现全国性的大型地产企业。“之前房地产很少做电视广告，因为地产项目往往有区域限制。但2011年情况有些转变，房地产商开始进入品牌营销的阶段，竞争加大品牌就更显重要。”央视广告相关负责人如此评价。

一汽集团开始转变投放思路——整合旗下自主品牌、合资品牌一起进行投放，结束之前各自为营的局面。企业代表认为，整合投放有助于集中力量，合理分配资源，减少内部竞争损耗。汽车行业往往是电视广告投放的巨头，不过通常以品牌为单位进行投放，2011年一汽集团推出这项新举措，广告业内人士猜测，一汽很可能成为央视招标总量第一。有消息称，中粮集团也意欲将旗下不同业务板块多个品牌进行统一投放。

不过，2011年一些“不差钱”的行业反而受到限制，首当其冲的就是在消费市场、资本市场风生水起的白酒行业。央视方面称，在2012年广告招标中，黄金时间的酒类广告原则上不超过两条，全天酒类产品广告不超过12条。

之前，央视对酒类广告在频道投放上就已经有所限制。限令之下，酒类企业的广告投放受到诸多限制。之前，酒企已经成为央视广告招标中花钱最多的行业。“因为对酒广告的限制，2012年招标酒行业的招标额度应该不会超过去年。”央视广告经营管理中心副主任何海明表示。

“如此限令之下，招标现场白酒企业可能会激烈竞争。”一位酒企的广告代理商担心，“血搏”在所难免，因为白酒行业手上的广告预算都十分充裕。

这种在广告资源上的搏杀，将直接导致营销成本上涨。一位广告专家称，现在要想建设一个像洋河、郎酒一样的全国品牌，得花几倍的价钱。同时，已有品牌的巩固宣传也变得“昂贵”。

根据群邑中国的最新预测，2011年的中国广告花费将达到3474.7亿元人民币，较2010年增长15.2%。2012年中国广告花费将达到4062.9亿元人民币，较2011年增幅为16.9%。

来自央视广告经营管理中心预计是，2011年招标的总额将维持10%左右的增长。这一数字并不激进。手握重金的购买者也在做着最后决策。

投标大战在即，他们来自各行各业，他们心愿相同——拿到优质资源助力企业2012年的销售。只是，他们明白，这笔预算将越来越多。来源：2011-11-5 经济观察报微博

[返回目录](#)

华为向伊朗第二大移动运营商出售电信设备

华为(微博)今日在一份声明中证实，该公司向伊朗第二大移动运营商 MTN Irancell Telecommunications Services(以下简称“ MTN Irancell”)出售了电信设备和“ 移动新闻发布平台” ，但否认这些设备是用于新闻监控。

华为在声明中称，该公司不会向“ 世界上任何国家提供同监控有关的服务或过滤技术和设备。” 华为表示，之所以发表这份声明，是希望对有关该公司在伊朗“ 商业活动的不准确、误导性说法” 做出澄清，但声明未指明这些说法的来源。

华为在声明中称：“ 华为向 MTN Irancell 提供了移动新闻发布平台，但我们并不会透露有关这个平台的任何情况。最为重要的是，我们绝对没有可用于新闻监控的技术。”

华为发言人此前表示，该公司向客户提供的一切设备都严格用于商业目的。
来源：2011-11-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

【 诺基亚 】

诺西推出全新 Facebook 应用程序

诺基亚西门子(微博)通信近日宣布推出一款全新的 Facebook 应用程序，运营商可利用该程序支持用户自行管理其固定和移动电信服务。用户通过该程序可查询余额，浏览和购买特惠产品以及订购服务。此外，用户还可以通过社交网络分享其经历，并通过向朋友推荐服务获得奖励。

诺基亚西门子通信业务支持系统主管 Rick Centeno 表示：“ Facebook 应用程序的优点在于它能够利用人们青睐的社交网站提供服务。相比单个网站，人们花在社交网络上的时间更多。” 来源：2011-11-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

诺基亚 CEO 称 2012 年将重返美国智能手机市场

诺基亚(微博)CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)周二称，该公司将在 2012 年初重返美国智能手机市场，届时将推出基于微软(微博)Windows Phone 操作系统的智能手机，通过多家美国运营商发售。

埃洛普在今天接受采访时表示：“我们有意重返美国市场，并在这一市场上逐步取得重大的份额。”

诺基亚上周发布了第一批基于 Windows Phone 操作系统的智能手机，这家公司基于自身已有 10 年历史的软件开发的智能手机一直都面临着销售困境。自苹果 2007 年推出 iPhone 以来，诺基亚的市值已经蒸发了 600 亿欧元(约合 820 亿美元)以上。

在诺基亚上周发布的手机中，Lumia 800 售价为 420 欧元(约合 570 美元)，Lumia 710 售价为 270 欧元(约合 370 美元)。埃洛普称，诺基亚计划拓展自身的产品系列，既将推出价格较低的手机，同时也将推出价格较高的手机。他表示：“我们的计划是变得非常具有竞争力，以合适的价格点推出合适的手机。我们知道自己需要提高销售量，然后开发规模经济。再然后，当我们在产品多样化方面做的越来越多以后，就将开始提高毛利率。”

业界人士指出，对于诺基亚来说，Windows Phone 手机可能是其在迅猛增长的智能手机市场上从苹果和 Android 手机制造商手中夺回份额的最后一个机会。诺基亚 Symbian 系统已经过时，其用户界面难于使用；而与此同时，诺基亚迟迟未能推出速度更快的处理器、更大的设备内存以及敏感的触摸屏。

埃洛普表示，Windows Phone 手机系列将令用户获得更多的流行应用，这些应用无法在诺基亚陈旧的系统上使用。来源：2011-11-2 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚与意法爱立信达成合作 布局智能手机市场

爱立信(微博)和意法半导体的合资企业意法爱立信周三宣布，已经获得为诺基亚(微博)未来基于微软(微博)Windows 平台智能手机提供芯片组的合约，这标志着高通公司对微软移动平台芯片供应垄断的结束。

到目前为止，微软公司还仅仅将其操作系统平台限定在使用高通公司 Snapdragon 处理器的高端智能手机，这一做法也限制了其用户群体。而诺基亚公司一直试图尽快向市场供应更便宜的 Windows 智能手机。

意法爱立信在声明中指出，公司的技术将帮助全球最大的移动电话制造商诺基亚在更多地区提供成本更低的 Windows 平台手机。作为合作的重要部分，意法爱立信将要为诺基亚调整其 Nova Thor 平台，这个平台可以提供“高移动处理性能，强大的多媒体功能，移动宽带和接入的最优的效率”，而且，“支持下一代智能手机，平板电脑和其他智能设备。”

咨询企业 CCS 英赛特分析师约翰杰克逊(John Jackson)在报告中指出，“意法爱立信成为 Windows 智能手机授权生产商芯片主供应商的意图非常明显，今天的合约将是其能力的一个重要验证。”不过他对交易前景依然保持谨慎态度，“被确定为供应商并不是说能马上转换成产量提升的机会，Windows 7 手机市场也还处在其婴儿期。”

意法爱立信是一家全球领先的高端手持设备元器件供应制造商，2010 年的销售额达到 23 亿美元。公司称它们可以发布“最新的基于 ARM 的多核 CPU，以最低的功耗提供最高端的性能。业界领先，系统级的功耗而且支持 WLAN，蓝牙，GPS，HDMI，特别可以满足新兴智能手机市场的消费者。来源：2011-11-3 通信产业网

[返回目录](#)

【其他制造商】

HTC2012 年发力新兴市场 不放弃高端路线

HTC 周一表示，公司 2012 年在新兴市场的投资力度将与欧美等成熟市场的投资力度相当。此外，HTC2012 年还将推出新款平板电脑。

HTC CEO 周永明称，拓展新兴市场，HTC 不会通过推出廉价手机来放弃“高端品牌”的形象。周永明说：“消费者愿意花高价购买高端产品，这就是我们的业务 2011 年在内地市场增长四倍的原因，这表明消费者认同我们的高端理念。”

到目前为止，HTC 只在 2011 年 2 月推出一款平板电脑。但周永明表示，HTC 仍在关注该市场。他说：“平板电脑是我们愿意尝试和试验的一个市场，看看我们能否脱颖而出，推出一款与众不同的产品”

HTC 是谷歌 Android 操作系统的主要支持厂商之一，而谷歌董事长埃里克·施密特(Eric Schmidt)本周三将访问台湾，并会见当地合作伙伴。但周永明表示，届时他将在内地，因此不会与施密特会晤。

由于市场竞争激烈，消费者开支下滑，HTC 上周曾表示，第四季度营收可能低于第三季度营收，以及分析师的预期。分析师认为，HTC 主要输给了苹果和三星(微博)。

IDC 数据显示，按出货量计算，HTC 上一季度超越 RIM 成为全球第四大智能手机厂商。来源：2011-11-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

摩托罗拉将为其下手机产品打造配件生态链

昨日，摩托罗拉(微博)方面表示将为摩托罗拉手机产品打造丰富的配件生态链，该公司将为其下手机打造近十余种配件以满足用户的消费或办公需求。

据悉，摩托罗拉手机的配件生态链将分为商业型和消费型两大类，其中商业型将为用户提供可插入手机的不同屏幕尺寸的上网本、键盘、视频输出转接口等；消费类将包括汽车导航架、多媒体底座、蓝牙耳机、蓝牙遥控器等。

这两大类配件均被称作 Business Ready 和 Consumer Ready。摩托罗拉的沈斌对此解释称，这样的叫法的意义在于用户的手机一旦插入相关配件接口后即可运行。手机也将成为人们便携计算的核心，可以随身携带，适用于多种配件型终端。

上月，摩托罗拉发布的目前最薄的 Android 智能手机 RAZR 将完全支持上述的配件产品，该手机最薄处近 7.1mm。搭载 1.2GHz 双核处理器，1GB 的 RAM，配备 4.3 英寸 qHD 屏幕。同时机身还采用了杜邦凯芙拉材质，一次锻压成型制造，采用康宁的 Gorilla 玻璃，使屏幕更加耐刮。

摩托罗拉认为，未来的智能手机将成为用户随身携带的计算机，这也正是其所宣传的摩计算概念。与此同时，摩计算也自然需要更多的配件和软件来进行支持，这也正式其打造配件生态链的重要原因。来源：2011-11-4 飞象网

[返回目录](#)

Dragon Wave 收购诺基亚西门子微波传输业务

加拿大无线设备供应商 Dragon Wave 今天宣布，计划收购诺基亚西门子(微博)通信的微波传输业务，这其中包含相关运营支持系统和技术支持功能。

通过此项交易，Dragon Wave 将成为诺基亚西门子通信的分组微波及相关产品的战略供应商，双方将“共同协调技术开发活动”。

双方希望该合作将促使下一代回程(backhaul)产品的创新，支持面向移动运营商的世界级微波解决方案。

Dragon Wave 将为此项收购支付大约 1000 万欧元现金(约合 1378 万美元)和价值 500 万欧元的 Dragon Wave 普通股，不过盈利后支付将使该交易金额提高约 8000 万欧元。

作为交易的一部分，有大约 360 名诺基亚西门子通信员工将加盟 Dragon Wave，主要涉及意大利米兰和中国上海员工。



此项收购交易预计将在 2012 年一季度完成。来源：2011-11-4 新浪科技微博

[返回目录](#)

LG 宣布发行 9.45 亿美元新股振兴智能手机业务

LG 电子周四宣布，将发行价值 9.45 亿美元的新股，主要用于振兴智能手机业务。

由于发行新股将稀释股东价值，LG 股价应声下挫 14%，为三年以来的最大单日降幅。年初至今，LG 股价已经累计下挫 40%。

持有 LG 股票的资产管理公司 Daishin Asset Management 高级基金经理 Oh Dong-ge 称：“从 LG 的角度讲，发行新股可能是最佳选择，因为借债和发行债券的成本更高。”

或受投资者冷待

Oh Dong-ge 还称：“LG 此举有一定的风险，在运营环境并不有利的情况下发展其亏损的智能手机业务，很难想象谁会支持这些新股，我认为投资者不会太积极。”

在过去连续 6 个季度中，LG 手机(微博)业务亏损近 1 万亿韩元(约合 8.869 亿美元)，主要是未能推出有吸引力的产品与苹果和三星(微博)竞争。

在截至 9 月底的季度内，LG 手机业务亏损 1400 亿韩元(约合 1.242 亿美元)，为前一季度的两倍，主要是因为旗舰产品 Optimus 表现欠佳。

LG 在一份声明中称：“发行新股旨在获得足够的资源来提升核心业务的市场竞争力，我们将继续投资核心业务，包括智能手机业务，使公司重新振作。”

LG 是全球第二大电视机厂商，第三大手机厂商，公司表示将发行价值 1.06 万亿韩元(约合 9.45 亿美元)的新股，每股定价 55900 韩元。该价格与 LG 周四收盘价相比折价 9.3%。

信用评级降低

由于信用评级降低，业内此前已经猜测 LG 可能通过发行新股来支持亏损业务。

本周早些时候，评级机构惠誉(Fitch)也加入到穆迪(Moody)行列，下调了 LG 的信用评级，主要是因为 LG 的运营表现不佳。惠誉表示，LG 的运营竞争力在短期内无法明显恢复。

此外，标准普尔已经下调了 LG 的长期信用评级。在全球手机厂商中，LG 是表现最差的一只股票。



除了智能手机，LG 的家电和电视业务也开始下滑，主要是因为市场需求低迷和成本增加所致。来源：2011-11-3 新浪科技微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

北京 4G 技术最快 3 年商用化

2011 年，本市将建设 4G 规模试验网。昨天，“北京高端数控装备产业技术跨越发展工程(精机工程)”和“北京新一代移动通信技术及产品突破工程(4G 工程)”正式在京启动，市委常委赵凤桐、副市长苟仲文出席启动仪式。

当前，新一代移动宽带通信技术——4G 技术，正全面进入蓬勃发展时期。由我国主导研发的 TD-LTE 技术，是国际 3G 标准 TD-SCDMA 的后续演进技术，现已成为 4G 国际主流标准之一。它的最大下行速率超过 100Mbps，是目前 3G 网络的 20 倍。

当前，本市“4G 工程”已在创新应用开发、核心产品和关键设备研制、重大技术突破等三方面布局了 11 个项目，支持科技经费 4000 余万元。同时，TD-LTE 技术已在国内多个城市建立了规模试验网，且部分城市的规模试验网已完成第一阶段测试工作，2011 年还将在本市建设 TD-LTE 标准的 4G 规模试验网。现阶段，本市 4G 技术正处于核心技术及产品攻关的关键时期，在未来 3 至 5 年内有望进入商用阶段。

此外，在“精机工程”方面，市科委已面向航空航天、汽车等重点行业需求，布局了 9 个项目，支持科技经费 5000 余万元。

苟仲文在讲话中指出，这两个科技创新工程的实施，有利于提升高端数控装备和 4G 产业自主创新能力，推进科技成果转化和产业化进程，促进首都经济又好又快发展。同时，他对两个工程实施工作提出了“要着力科技创新、要坚持需求导向、要统筹协调整体推动”等三点指导意见，并希望参与工程建设的各方齐心协力，大胆创新，为建设“人文北京、科技北京、绿色北京”做出积极贡献。

来源：2011-11-7 北京日报

[返回目录](#)

2020 年运营商 M2M 收入将达 1.2 万亿美元

日前，GSM 协会表示，2020 年，移动运营商在机器对机器(M2M)市场的收入有望增至 1.2 万亿美元。GSM 协会有关负责人表示，我们正步入移动通信行业发展的下一阶段，我们将在此期间见证移动通信进入我们生活的方方面面。GSM 协会在报告中指出，到 2020 年，投入使用的通信设备将达 240 亿部，其中 120 亿将是移动通信设备，而目前这一数字为 60 亿。

市场研究机构 Machina Research 指出，增长的绝大部分来自于机器对机器技术。移动运营商、设备供应商、服务提供商和价值链中的其他企业对这一机遇的反应方式将对其未来的发展产生重要影响。GSM 协会及其各合作伙伴的预测显示，到 2020 年，消费电子行业、汽车行业、医疗保健以及公用事业部门将分别创造大约 4450 亿美元、2020 亿美元、690 亿美元和 360 亿美元的 M2M 收入。

点评：在产业政策和技术标准的支持下，随着移动终端信息采集能力、上传能力、信息展示能力的越来越强，物联网的蓬勃发展指日可待。这是移动运营商提升服务水平、拓展信息服务的“大蛋糕”。当然，移动运营商需要采购大量的存储和服务器，并把行业应用的信息、处理能力注入这些硬件设备中。来源：2011-11-3 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

爱立信预测 2016 年全球移动数据流量将增十倍

爱立信(微博)(为世界各地电信运营商提供技术和服务)公司预测，受视频使用的驱动，移动数据流量将在未来五年内增长十倍。

在其最新《流量和市场数据》报告中，爱立信公司预测，到 2016 年移动宽带用户有望突破 50 亿大关。该公司曾在早些时候预测，这一数字将在 2011 年将超过 10 亿，但最新预测显示，到 2011 年年底，移动宽带用户约为 9 亿。

该报道显示，移动数据流量将在 2011 年翻一番，这主要是受智能手机、平板电脑和其他移动设备销售大幅成长的促动。智能手机总流量预计在 2011 年同比增长 300%。该公司表示，到 2016 年，预计生活在地球陆地面积的不到 1% 的用户将产生约 60% 的移动数据流量。来源：2011-11-8 飞象网

[返回目录](#)

移动互联开启跨越式变革 2012 年将爆发式增长

随着智能手机、平板电脑快速成为主流，移动互联已成为大势所趋。无论从设备的数量、产业的规模、还是对社会生活的影响，将是一次跨越式变革。

移动时代还没普及？2012 年是真正的爆发年

2011 年 5 月，Android 设备日激活量超过 50 万部。2011 年 11 月，中国智能移动设备(IOS+Android)的用户总数将突破 5000 万，相当于 2002 年的互联网，约占中国人口的 3.6%。然而在此次会议上，创新工场董事长兼首席执行官李开复(微博)却表示，中国的移动互联网还未普及。

他认为，不应去看移动互联网有多大，而看他能改变多少移动产业链。在中国那五千万用户并不包含塞班，因为塞班上还未真正的运营移动互联网。现有的 5000 万核心高端用户也与 9.2 亿手机用户相距甚远。

不过他认为，未来 Android 将在智能手机市场占领主要份额，2012 年也会成为中国移动(微博)互联网真正的爆发年。2012 年约卖出 8500 万台 Android 设备。根据创新工场的数据显示，目前出去塞班之外的 5000 万移动互联网设备中，大约有 1700 万 iOS 设备以及 3000 万 Android 设备。随着 2012 年 Android 智能手机价格下降、智能手机普及率提升，将有数亿的新用户涌入，预计 2012 年达到 3500 万的 iOS 设备和 8500 万的 Android 设备。

李开复还表示，二三线城市的用户将成为下一波主力军，西藏、安徽、云南等 11 个省份季度增长率超过了 150%，将是未来智能终端的主力军。

产业剧变将蔓延所有行业

移动大浪潮已汹涌而来。CSDN 董事长蒋涛表示，移动设备重塑了音乐产业、软件产业。在未来的五年，电视、电影、出版媒体等所有内容产业，所有电子商务、企业服务、零售产业甚至旅游业和家电业等都将被重塑，所有人的生活也会因此而改变。

李开复指出，国外的移动互联网行业已改变了很多产业链，而且适合移动互联网不是很有关系的产业链。包括 Kindle 引爆的电子出版业以及 Angry Birds 创造娱乐业奇迹等等。

其实，移动互联网完全在走着互联网的步伐，走过三个时代，分别为工具和门户、游戏与社交以及视频和电子商务。但不同的是移动互联网用了一年的时间就走完了第一阶段。2011 年无论是二战风云、捕鱼达人还是愤怒的小鸟，让人们看到了娱乐爆发式的成长。中国移动互联网跨越式进化的第二阶段——从基础工具跨越至娱乐为王，是极为重要的一步。李开复还预测，2012 像优酷视频、手机购物等应用也将有飞跃式发展。

移动互联网大潮的开启要追溯到 2007 年推出了 iPhone ,它打乱了当时原有的产业格局。但 iPhone 只是界面革新,将触摸带入了人们的视野。此次会议上,微软全球资深副总裁张亚勤就向我们展示了移动时代丰富的应用,例如语音识别、增强现实、机器翻译技术及传感技术等。

张亚勤介绍到,手机有各种各样的传感器,可用这些传感器将物理世界和虚拟的网络世界结合。未来可将传感器技术发展得更人性化,可以更好地将位置信息、虚拟信息和真实的信息很好的融合在一块。他还透露,Windows Phone 的界面最关键就是“以人为本”,所有的信息都是关于你的朋友、你的音乐、你的视频、你买的东西,知道你的爱好,然后预测你的行为。另外,它实时的把各种信息告诉你,真正变成你的伙伴和助理。

给予开发者更多机遇 迎来创业“黄金时代”

移动大浪长趋势现已明朗化,蒋涛就预测未来五年会产生超过百亿的移动设备、数十亿的移动用户、数百万的移动应用,数十亿的移动用户在应用上消耗的时间将是无法估量的天文数字,也是移动应用开发者创造剧变的好时机。

他还表示,移动互联网和云计算一样发展迅速,且都与开发者密切相关。随着新旧平台的迁移,开发者已经成为市场的争夺点和竞争资源,“眼下已经成为创业者做好的时代”。

李开复则表示,在 PC 时代开发一款硬件或软件需要千万或者百万美金资本,这不是一般创业者能够做到的。但在移动互联网,100-200 万人民币组建 10 个人的团队就能成就一番大事业,甚至 10 万元 2-3 个人就能开发一款移动应用。同时,他告诫年青人,移动互联网创业不看点子看趋势。看准趋势,点子围绕正确的趋势就能成功。来源:2011-11-4 中国新闻网微博

[返回目录](#)

2012 年网络威胁将持续增加：主要针对移动浏览器

美国佐治亚理工学院信息安全中心和佐治亚理工学院研究院在近日举行的 2011 年佐治亚理工学院网络安全年会上发布报告预测,2012 年将出现更多、更复杂的网络威胁。

专家与研究人员认为,几种特定威胁将在 2012 年以更大规模传播。其中一个主要威胁是针对移动网页浏览器的攻击将增加,其他两个威胁是搜索中毒以及以营销为目的的网络数据窃取。

佐治亚理工学院信息安全中心主任 Mustaque Ahamad 称,一些下载到智能手机和其他移动浏览设备的应用程序可能造成严重的威胁。他表示,在下载应用

程序之前，用户应该具有风险意识。他说：“如果我们想阻止别有用心的对手攻击我们的系统、盗窃我们的数据、破坏我们的关键基础设施，包括学术机构、私营行业和政府在内的更广泛的安全研究团体必须合作，了解新出现的威胁，开发主动的安全解决方案，保护互联网以及它所依赖的物理基础设施。”

这份报告还称，预计攻击者将越来越多地利用技术手段，使网民在访问搜索引擎时更多地点击恶意链接。专家还相信，僵尸网络将从社交媒体平台捕获用户的隐私信息，然后将信息卖给企业。来源：2011-11-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中移动推出国际漫游流量日套餐

继 2011 年 8 月 1 日宣布大幅下调 38 个国家和地区的语音、短信、移动数据等国际漫游资费后，昨天，中国移动(微博)再次宣布，即日起开始推出国际/港澳台漫游数据流量日套餐。

中国移动介绍，本次推出的日套餐包括香港、澳门、台湾、新加坡、马来西亚、泰国、韩国共 7 个国家和地区，主要针对经常使用手机上网的国际及港澳台漫游客户。开通日套餐后，客户在上述 7 个国家和地区漫游时，每天只需支付固定费用，就可以在特定运营商网络上无限量使用漫游数据流量。

据了解，开通日套餐后漫游至香港地区的每日费用为 88 元人民币，漫游至澳门、台湾、新加坡、马来西亚、泰国、韩国的每日费用为 98 元人民币。如果客户一天内在多个国家或地区的特定运营商网络上产生了漫游数据流量，则分别按照这多个国家或地区费用收取。来源：2011-11-2 京华时报微博

[返回目录](#)

北京移动推“手机对讲” 每月 30 元不限时长

昨天，北京移动宣布推出“手机对讲”业务，该业务基于移动通信网络，在手机上可实现类似对讲机的功能。

据北京移动方面介绍，“手机对讲”使用的是 GPRS 网络，不同于普通对讲机的小范围覆盖，可实现全国范围内使用；“手机对讲”限于已办理该业务的用户之间通话，资费为每月 30 元，不限时长，此外不再收取通话费用和流量费



用，而且跨区使用也没有漫游费用，适合公安、安保、物业、交通、物流、城管等行业人员使用。

记者了解到，全球通、动感地带、神州行标准卡及畅听卡客户都可以使用该业务。在终端方面，用户既可使用普通终端下载客户端软件进行应用，也可以选择专用的手机对讲终端。不过，目前该业务仅面向集团用户开放，2012年年初有望将用户范围扩展至个人用户。来源：2011-11-7 京华时报微博

[返回目录](#)

联通推 26 元包月卡诱小灵通用户转网 网内免费

还有不到两个月的时间，小灵通即将迎来退网大限。昨天记者从北京联通(微博)了解到，为吸引剩余的小灵通用户在规定时间内实现转网，北京联通推出了一些非常有吸引力的转网优惠政策。

据北京联通方面介绍，联通本月专门针对小灵通用户推出了“26 元包月卡”，小灵通用户转网办理该业务后，拨打本市所有联通手机、固话都免费，拨打本地外网电话资费为 0.1 元/分钟，国内长途资费也只有 0.2 元/分钟；此外，针对小灵通转网用户还有一项“预存话费送手机”优惠，小灵通转网用户如果选取如意通 5 元卡，预存 200 元话费，可以获得价值 400 元的手机一部+200 元话费+每月赠送 300 分钟本地通话费和 50 条短信。来源：2011-11-7 京华时报微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

中移动全力出击移动支付

在移动互联网大潮的冲击下，移动通信产业发生了颠覆性变化，其基本的业务模式、商业模式受到巨大冲击。因此，电信业开始加速步入移动互联网时代，已从服务于单一应用的传统模式，进入到各种差异性应用共同发展的时代。

据艾瑞咨询(微博)蔡芳分析，移动互联网经历了最基础的通讯服务、信息内容服务，目前已进入为移动电子商务时代。“移动互联网下一步将进入一个高度个性化的时期，比较典型的应用是位置与安全、移动电子商务、移动支付服务。”她说。

据艾瑞资讯数据显示，从 2009 年到 2011 年，移动电子商务平均增长率高达 300%，2010 年网上支付规模更是突破万亿大关，网购用户增长率达到 48.6%。截止目前，移动电子商务的渗透率占到移动互联网的 35%，其发展势头十分迅猛。

在移动电子商务的推动下，移动支付业务也开始快速发展。目前，移动支付业务已经从远程到近场支付，渗透到生活的方方面面。余额查询、信用卡还款、手机固话充值、水电煤缴费、网上商城购物等支付都可以选择用手机远程操作，吸引电信运营商纷纷涉足移动支付领域。

面向生活服务领域

近期，据“移动支付的发展与未来”的论坛资料显示，2009年，中国移动(微博)与浦发银行合作通过手机号码绑定的方式，推出了基于WAP的手机银行；2010年3月，中国移动入主浦发银行，持有浦发银行20%的股份，成为浦发银行第二大股东，这不仅是电信与金融企业的“联姻”，更意味着中国的移动支付业务将加速推进；2010年11月，中国移动与浦发银行签署了战略合作协议，双方在手机支付领域开展一系列重要合作，并在战略合作协议签署之后的7个月时间，推出了手机支付的产品。

中国移动电子商务有限公司业务运营部经理游峰在当天论坛上表示，到目前为止，移动支付的业务主要分为两大类——第一个是远程支付业务，即手机支付；第二个是现场支付业务，即手机钱包。“手机支付主要面向生活服务领域，用于生活缴费，缴费渠道包括网上支付、短信等，还设置有账单提醒，最大限度为用户提供便利。”他说。

据游峰介绍，手机支付与互联网其他第三方支付平台相比，除具备网上支付功能外，还融入了运营商独有的移动特色，开户可通过短信、营业厅、STK菜单等渠道开户。目前，已开通网站、Wap客户端、短信等多种用户访问渠道。

资料显示，目前该服务已在全国50多个大中型城市推广，已覆盖水、电、煤气、公交、便民、燃气、医保等九大领域，缴费项目超过200个。

谈到移动支付的另一个业务，即手机钱包，游峰称，该业务具有随身性、通用性和应用性等特点，为手机用户和有移动支付需求的用户提供线下支付服务。“手机钱包的应用场景与传统的IC卡类似，遍及人们日常生活领域，包括餐饮、零售、超市、交通等。该应用也拥有移动特色，同样体现于用户开户渠道与使用方式。”他补充说。

此外，中国移动还联合多家互联网知名商户，推出互联网一站式购物优惠频道——“聚惠啦”，方便用户进行网上购物体验。

线上线下相结合

据游峰所述，中国移动自2001年开始做短信手机银行，到2011年正式成立中国移动电子商务有限公司，在移动支付领域已有近十年的探索。经过10年的发展，中国移动在移动支付领域的业务逐渐清晰。

游锋表示，目前移动支付产业正处于迅速发展的时期，其线上、线下两种发展模式开始逐渐融合。因此，中国移动将采取线上线下相结合的模式。

“传统的电商逐渐从线上向线下渗透，原来的实体渠道分销商也纷纷开设网店，逐渐从线下向线上发展。所以，我们很难去定义电子商务企业是线上商户还是线下商户。我想，很快这个界限会很模糊，双方都在相互渗透。”他说。

谈到未来的业务发展，游锋表示，中国移动进军移动支付或移动电子商务，蓝图和使命就是实践手机多用途化的战略。对此，中国移动提出两大发展战略：

一是用户体验业已成为电子商务的核心竞争力。从服务民生的角度，中国移动将继续践行移动改变生活，与产业链各方采取开放的合作，共同搭建商户、用户之间的桥梁，为用户提供更多、更丰富的体验与应用，包括线上线下的消费购物。

二是移动电子商务产业链复杂，是金融、软硬件、零售和服务等多个行业相结合的复合型服务业。作为用户与商户之间的桥梁，中国移动凭借无线领域的优势，将与金融机构、银联、各大商业银行、广大商户等产业链各方共享智能管道等资源，共同探索更丰富的应用产品体系，为用户提供更多的移动电子商务的应用。

据艾瑞咨询预计，2011年整个移动电子商务的实物交易将达到113亿，同时用户规模将达到1.4亿；2012年手机购买实物的规模更是将达到1000亿。来源：2011-11-8 中国通信网

[返回目录](#)

成都第一座新式电话亭 可WiFi上网

“可视电话、WiFi接入，洋气的外形，成都以后新风景！”昨日下午2点30分，网友“成都小胖eagle”发布微博，称在成都街头出现了一种新式电话亭。这个电话亭为红色外观，话筒旁并没有寻常的拨号键，而是一块液晶屏幕，甚是“洋气”。原来，这是成都“无线城市”工程建设的第一座新式电话亭，目前也是全城唯一一座。

WiFi

俗称无线宽带。是由一个名为“无线以太网相容联盟”(Wireless Ethernet Compatibility Alliance, WECA)的组织所发布的业界术语，中文译为“无线相容认证”。它是一种短程无线传输技术，能够在数百英尺范围内支持互联网接入的无线电信号。从应用层面来说，要使用WiFi，用户首先要有WiFi兼容的用户端装置。

感受“洋气”

电话亭看起“很科幻”

昨晚 8 时许，天府早报记者在武侯祠大街见到了这座新式电话亭，由于是新近修建，电话亭下地面的水泥还未完全凝固。

电话亭通身为大红色，在顶部标有电话、WiFi 和互联网等图案标志，并印有 China Telecom(注：中国电信(微博))字样；电话亭约 2 米高，可同时容纳两个中等体形的人并肩站立；内部则由一块约 17 寸的液晶显示屏和听筒构成；显示屏下方安有一块横置的透明板；显示屏右下角设有一个磁卡插槽，并未发现有硬币投入口。

电话亭地处武侯祠和锦里附近，不少游客经过电话亭都会投来好奇的目光。来自辽宁大连的游客姜先生仔细“检查”了一番后称，从没见过这种电话亭，“看起来挺科幻的”。

不少年轻人听说新型电话亭可以提供 WiFi 上网，纷纷拿出手机尝试，不过却未发现信号“热点”。“可能是刚安好，还没有开通吧！”23 岁的市民罗飞说，如果这种电话亭得以普及，对他这种“老网虫”来说是个大好消息。

聚焦

“WiFi”

图书馆等地或免费

如此“洋气”、“科幻”的电话亭究竟有何用途？将来又是否能得到普及呢？中国电信成都分公司相关负责人介绍，该电话亭属于成都市电话亭升级换代的“产品”，不仅可以打电话，还具备充值缴费、WiFi 上网等附属功能。“武侯祠大街这座话亭是第一座，也是目前唯一一座。”据了解，该电话亭投入试运行后，电信部门将视情况决定具体建设和运营方案。

这位负责人还介绍称，目前成都市中心城区有 2800 多座使用 IC 卡的公用电话亭，由于手机的普及，这些电话亭的使用率极低。因此，电信部门将根据全市人口密度和市民需求，逐步对主城区电话亭进行重新规划。不过，“如果某区域人口较少，电话亭仍将只保留基本通话功能。”

对于年轻市民普遍关注的 WiFi 上网接入功能，这位负责人介绍称，由于话亭可能会由不同的运营商管理，是否收费、收费模式可能会有所差别。“像图书馆、会议中心等公共服务区域，可能会提供免费服务。”来源：2011-11-8 天府早报微博

[返回目录](#)

北京市民结婚登记有望手机上网预约

2011 年内，市民将可通过手机上网的方式进行结婚登记预约。市民政局已联合市政府官方网站“首都之窗”，共同开发结婚登记在线预约系统移动终端客户端程序，探索用手机进行结婚登记网上预约。

记者获悉，各项功能调试已基本完成，近期将正式开通使用。但全市婚姻登记机关并不接受短信和电话预约。手机预约这一模式并不是通过手机短信完成预约，而是利用手机上网的功能，下载相应的客户端软件，登录“首都之窗”网站后进行预约。

通过手机上网预约可以预约全年的任何一个工作日，和前期实行的通过电脑网上预约相同。且预约不收取任何费用。来源：2011-11-7 北京晨报微博

[返回目录](#)

北京市民可刷手机乘公交地铁 网上可进行充值

记者昨天从北京市政交通一卡通有限公司获悉，今后，只需在手机上装上一个带有市政一卡通功能的手机存储卡，就能“刷手机”乘公交地铁，而且可以实现网上充值，免去窗口排队的麻烦。

目前，这项名为“e 乐手机一卡通”的业务已在本市多个营业网点正式销售，用户购买 e 乐通产品，插入与之适配的手机并安装手机客户端软件后，就可使用“e 乐手机一卡通”的所有功能，且该产品使用时无需更换手机号码。

市政一卡通用户使用这项业务后，不仅能够在全市所有的公交、地铁、出租车及布设了市政一卡通 POS 机的超市、便利店、影院、公园、蛋糕房等日常生活密切相关的场所刷卡使用，还可以通过市政交通一卡通网络服务平台(网址：www.hzt360.com)方便地进行充值、查询等操作，省去窗口充值的麻烦，更可以通过手机客户端软件提供的便民服务，进行话费充值、购买彩票等便捷操作。

据北京市政交通一卡通有限公司介绍，为回馈广大市政一卡通用户，该业务近期还开通了一项名为“e 乐园”的功能，每个注册用户在每个工作日内，可以通过“砸金蛋”的方式，有 50% 的机会获得 0.4 元一卡通充值额。另外，用户如果填写了“e 乐园”中的有偿问卷调查，将获得 1 元的一卡通充值额。来源：2011-11-4 京华时报微博

[返回目录](#)

公租自行车用上物联网技术 月底实现公交卡租车

听起来有些神秘的物联网即将在公共租赁自行车站点大显身手。6日，记者从京仪集团长城金点公司获悉，朝阳区公租自行车月底投放1000辆，2012年达到5000辆规模，安全管理与智能调度的要求会越来越高，物联网将充分发挥功效，平抑用车需求潮汐落差。

每辆车暗藏无线通信

控制平台掌握租还信息

昨天下午，朝阳门地铁站东北出口附近的公租自行车站点停放了12辆绿色车身的自行车，只有8个停车位空着。

2011年“十一”期间，朝阳区首批公租自行车站点试运行，朝阳门地铁东侧、蓝岛商厦西区和昆泰大厦南侧共设立了三个站点，各投放20辆自行车。公租自行车站点采用标准化的雨棚、锁车卡槽，自助充值机暂未投入使用，但已经显示IC卡读卡区域。轻巧的公租自行车每辆都配了两把锁，一把卡槽式电子锁，借车还车时刷卡就能使；一把配钥匙的橘黄色普通方便锁，在没有公租站点的地方临时锁车。

在朝阳门站点，“绿色出行骑车时尚”的大幅广告引得路人纷纷驻足，不时有人向管理员打听怎么办卡。一位急匆匆赶往蓝岛附近谈生意的男士，看见站内一溜儿自行车，恨不得立马办卡推辆车走，但被告知今天办卡明天才能启用，才暂时作罢。

“办卡租车还是上班族居多，周末用车量比较小。”现场工作人员说。

这个站点看起来与此前北京部分地区推行的自行车社会租赁点差别不大，但在停车柱读卡器旁和防雨棚顶难以察觉的地方，暗藏着微型无线通信站，站内每辆车的租还信息将实时发送到后方控制平台，实现对租车需求的精确预测和动态调控。

正好来还车的郭先生告诉记者，他10月3号办的租车卡，早上从芳草地骑到地铁站，晚上下班再从地铁站骑回家，“比坐公交车堵在路上快多了”。不过，如果大部分租自行车的人都像郭先生这样“潮汐”出行，租车站点的车辆将很难调控。

“早上七八点公租房都涌向地铁，这个站点很快就淤了，超过20辆没法停也没法刷卡还车；下午五六点，从地铁站出来想骑回家的人，往往会遇到站点空空荡荡无车可租的情况。”长城金点业务经理王昆表示，各个站点间车辆的平衡配置必须靠物联网的智能调度。

2012年启动“逆消费”

租自行车还能送充值

目前,公租自行车消费人群还不多,租车需求潮汐落差尚不明显,个别时段,工作人员步行到附近站点骑回两三辆车,就能维持三个试点站的车辆配置平衡。但这种人工调度方式太原始,站点多了根本无法应对,除非专门租辆货车在各站点间转圈拉走富余车辆补充到车少的站点。

如何让站点间的自行车能自动调配?金点公司正在研究“逆向付费”程序,预计2012年年初网点规模铺开时就可以实现。

逆向付费将根据各站点的车辆数量,随时发布鼓励消费者从车多站点取车到车少站点还车的信息,每次逆向消费租车卡中将得到0.5元的充值,当车辆配置平衡后,逆向付费则马上停止。这样的优惠可以吸引上班族之外的租车人群,他们正好可以在出行高峰时段将公租自行车逆向输送到用车需求大的站点。

基本上24小时无人值守的公租自行车站点,都安装了视频监控系统降低车辆被盗或人为破坏的风险。不过,醒目的公租房标识、内置芯片可通过手持读卡器追根溯源,加上低廉的租借成本,这些自行车被盗的风险比普通自行车低得多。

本月末租车点增至50个

公交IC卡实现通存通兑

记者昨日获悉,由于还处于推广阶段,办租车卡的只有38人。预计到本月底,朝阳区公租自行车站点将从朝外地区向外扩展,到月底增至50个,主要分布在东二环至东四环区域,覆盖主要地铁站和CBD、三里屯、工体等人流密集地区,缓解拥堵地区“最后一公里”出行难题。

目前,办理公租房卡的市民需要持本人身份证实名办理,卡内共需存入210元钱,其中200元为车辆押金,10元为预存费用,卡内不足200元时需要续费。公租自行车头一个小时免费使用,超过1小时每小时扣1元,24小时最高收费10元。这种低廉的收费模式,是为了鼓励更多人共享自行车。

据介绍,到本月底,市民持公交一卡通也能办理租借自行车业务,前提是持身份证到租车点实名登记,开通一卡通租车功能,只要卡内储值金额不低于200元,就能在朝阳区所有公租站点通存通取。

根据全市公租自行车的发展规划,到2015年将建成1000个租车站点,投放5万辆自行车。届时,自行车出行在城市交通中的比例从现在的18.1%提高到20%。

新闻现场

俩租车点隔路相望却不能通存通取

在政府主导的公共自行车租赁试点之前，北京已有不少地区提前尝试自行车出租，但主要是企业经营行为。不同的经营主体、不同的技术标准让自行车租赁无法通存通取。

昨天，记者在朝阳门地铁站发现，除了东北出口附近的公租自行车试点，西北出口也有自行车租赁业务，21 辆橘黄色的自行车整齐停放在锁车桩上。这是上海永久自行车厂家在北京投放的车辆，现场没有管理人员，仅在刷卡感应区下方留有服务热线的号码。

显然，这些车辆的租车卡、存车桩都与朝阳公租房试点是两套完全不同的体系，即便隔路相望也无法兼容。

“这边是朝阳区，那边归东城区，如果不按统一的技术标准来推行自行车租赁，隔条马路，就没法通存通取。”长城金点公司王昆表示，这是全市统一推行公租自行车的重要原因。

记者从东城区方面获悉，到年底东城区与永久自行车公司在东四、朝阳门一带推行的自行车租赁业务将到期，租车卡会作废，重新按全市统一的标准启动新的公租自行车业务。

业内人士透露，北京借鉴杭州模式大规模推行公租自行车，需要财政大力扶持。虽然一辆车购置成本只有两三百元，但配套设施、人员管理等综合成本测算下来，一辆车的综合投入在 2000 元以上，这也意味着全市 5 万辆的公租自行车运营，投资规模将上亿元。

能否以扶持补贴公交的力度持续支持公租自行车的绿色出行模式，车身、站点雨棚的广告收入能在多大程度上弥补运营成本，还需要经历一番考验。来源：2011-11-8 北京日报

[返回目录](#)

中移动 PTN 实现全国覆盖 350 地市部 33.8 万端设备

2008~2010 年，PTN 从实验室走向成熟并规模商用，同时 PTN 已经形成了从上游芯片供应到下游设备制造的成熟产业链；2011 年之后，PTN 将迎来飞速发展。

近日，中移动 PTN 三期集采终于揭开面纱：烽火通信综合排名第一，华为(微博)、中兴、上海贝尔、爱立信(微博)共同入围，新建 PTN 网络全部采用烽火的设备，扩容网络则由 5 家厂商共同承担。

据中移动研究院副主任研究员李晗博士介绍：“目前，中国移动(微博)已建设 3G 基站 21.4 万，并全部实现分组化。预计 2012 年将实现 30 万 3G 基站，今后 3~4 年之内，中移动将保持每年 13 万端左右的扩容需求。”

PTN 解决移动三大需求

在 2009 年以前，中移动城域传送网主要选用 SDH(同步数字体系)/MSTP(多业务传送平台)网络，提供强大的 OAM(操作、管理和维护)和保护。

伴随移动互联网、IMS、LTE 等业务的蓬勃发展，大量的视频和数据 IP 化业务的不断涌现，基于 SDH/MSTP 的城域传送网面临巨大挑战。首先，业务的多样化、IP 化和宽带化要求传送网提升传输效率。大量新 IP 业务的出现，使得城域传送网由承载 2ME1 接口和 155MSTM-1 接口的 TDM 业务逐渐向承载 10M/100M/1000MbFE/GE 接口的 IP 业务转型，以 TDM 电路交换为内核的传送技术需向以 IP 分组交换为内核的传送技术演进。

其次，TD-SCDMA/TD-LTE 基站间空口存在精确时钟和时间同步需求。中移动研究院王磊博士介绍：“目前 TD 系统通过 GPS 实现基站间时间同步的方式天馈施工难度大、成本高。此外还存在安全性低(GPS 是由美国军事部门部署和管控)问题，因此需考虑由城域传送网提供同步信号传送能力。”

第三，各类基站和各类客户对网络的电信级要求不同。SDH/MSTP 技术为所有业务都提供高 QoS，不能按照业务优先级区分 QoS 来满足各类业务的差异化要求，而烽火 PTN 设备已经可以做到 8 级 QoS 队列，完全能满足中移动 QoS 区分的要求。

2009 年，中移动首次集采 PTN，确定采用 PTN 建设城域分组传送网以满足网络 IP 化的需求。

等待更多认可

据统计，中移动已在全国近 350 个地市部署了 33.8 万端 PTN 设备，为各类基站(2G、TD-SCDMA 及未来 TD-LTE)提供回传(Backhaul)、为各类客户(主要是重要集团客户)提供语音、数据、视频等业务的综合承载、近期也可为 PON 等宽带接入网提供城域传送和汇聚。

不过，中移动目前尚未公布分配具体份额。据消息人士透露：中移动此次集采不会公布具体份额。据悉，早在 2010 年，中国移动已经基本完成覆盖全国的 PTN 网络建设，所以本次集采的主要目的是扩容，新建的省份则包括西部几个主要城市。

2009 年至今，中移动一手推动了 PTN 产业的发展。此外，中国联通(微博)也是 PTN 的积极推动者，并积极参与 PTN 的技术研究、标准制定等工作。目前，中国联通已经启动了两批商用试点，15 个重点一线城市，部署试商用 PTN 产品

1 万端。烽火通信光网络产品线技术总监张宾介绍：“中国联通已建成 WCDMA 基站 26.8 万个，其中 50% 以上分布在缺乏固网宽带资源的南方地区，这些地区需要建设 PTN 城域网。预计不久还将有更大规模的部署。”

目前，对于采用何种技术实现基站回传，业内仍然存在争论，除中移动外，中电信和中联通仍然没有公布最终的技术方案。但由于目前 CCSA(中国通信标准化协会)已经完善了 PTN 的标准，因此外界预计运营商的最终技术选择与 PTN 不会有太多区别。中电信科技委主任韦乐平也表示：“最简单、便宜、与维护体系兼容的方案是增强 3 层功能的 PTN。”

国际需求旺盛

伴随着国内的发展，PTN 也在国际多处开花。如沃达丰、Telefonica、Orange、DT、韩国 SKT、日本软银 SBB 等多家大 T 均部署了 PTN 商用或实验网络。华为、中兴、阿朗已累计出口 PTN 设备超过 13.76 万端。而且，目前尝试使用 PTN 的国际运营商越来越多。

然而有机遇的地方，从来都不缺少挑战。PTN 是由传输厂商提出的技术，主要应用于移动回传，实现基站分组化，在 2010 年就已经形成了从上游芯片供应到下游设备制造的成熟产业链。

不过移动回传这块蛋糕太大了，HeavyReading 近期做出统计：2011 年全球实现分组化的基站为 52 万，2013 年预计可达到 140 万。为了争夺这块市场，由数据通信厂商提出的路由器方案近年来也在加速完善。

2008 年，标准组织 IETF 从 ITU-T 的手中争取到了 PTN 的核心技术 MPLS-TP 标准的开发主导权，并在一定程度上造成了 Y.1731(PTN 中最关键的 OAM 标准)进度的拖延，同时加紧 G.8113.2 标准(BFD 扩展 OAM 标准，纯路由器方案的主要标准)的制定进程。目前两项标准的进程已经基本持平。

不过，目前来看，路由器方案要应用于移动回传还需 1~2 年的时间来简化设备架构。2011 年 12 月，两大势力将在 ITUSG16 会议中就标准问题进行最终商议。李晗表示：“我们希望，这两个标准都能通过，或者都不通过。不论结果如何，都不会影响 PTN 在国内的发展。”来源：2011-11-7 通信产业网

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

移动手机视频用户年增逾 150%

记者从日前召开的 2011 中国(上海)国际“三网融合”技术与应用展览会上了解到,近 5 年来,中国移动(微博)手机视频用户年增长率超过 150%,用户规模在国内运营商中稳居首位。中国移动通过与新华社、央视、上文广等国内知名媒体协力合作,用户可随时随地点播、下载精彩视频,或观看与电视同步的直播节目。

手机视频服务正逐渐成为移动增值业务的重要组成部分,被认为是 3G 时代的“杀手级”应用。据调查,目前世界上每 10 个人中就有 3 个通过电子媒体(如手机、PDA、电脑等)观看视频节目。中国移动手机视频已经实现热点内容全覆盖,拥有的直播频道超过 60 路,点播节目储备量达到 180 万条,1 个月的手机视频总收看时长达 3 亿分钟,每天点播节目更新量超过 2800 条。中国移动手机视频还将播报 2012 年伦敦奥运会。来源:2011-11-7 解放网-解放日报

[返回目录](#)

【电信网络】

北京将建 4G 试验网

今天上午,“北京高端数控装备产业技术跨越发展工程(即精机工程)”和“北京新一代移动通信技术及产品突破工程(即 4G 工程)”启动仪式举行。据介绍,高端数控装备制造业和 4G 产业作为北京发展战略性新兴产业的两个重要领域,已成为北京新的经济增长点。

据北京市科委负责人介绍,目前在 4G 领域,全球主要运营商均已开始或将要部署 4G 商用网络,预计到 2015 年,包括 4G 在内的全球通信产业规模将达到 15 万亿元。我国拥有世界人数最多的移动通信市场,是世界最大的通信和网络设备制造基地之一,中国主导的 TD-LTE 标准成为 4G 国际两大主流标准之一。2010 年底,工信部宣布正式开展 TD-LTE 试验网规模试验,将在上海、北京等 7 个城市建设 TD-LTE 规模试验网,作为我国通信产业重要的研发创新基地,北京拥有众多知名的高校和科研院所,“十一五”期间北京承担了国家众多通信方面的研发任务,在 4G 标准制定、核心技术研发等方面领先全国。同时北京拥有较

为完整的移动通信产业链条，聚集了产业链多个环节的核心企业及运营商，发展 4G 移动通信产业优势突出。

在今天的启动仪式，北京市科委联合北京经济技术开发区管委会为双方共建的移动硅谷“4G 工程智能终端产业创新基地”授牌，联合顺义区政府为双方共建的林河经济开发区“精机工程高端数控机床产业创新基地”授牌。北京市科委闫傲霜主任表示，两项工程的启动是北京建设科技创新工程和加快推进战略新兴产业的又一重要举措，将保持并强化本市在高端数控装备和 4G 领域的优势，扩大重大科技成果转化和产业化效果。来源：2011-11-6 北京晚报微博

[返回目录](#)

US Cellular2012 年推 4G LTE 网络

美国移动运营商 US Cellular 公司宣布已做好在 2012 年推出 4GLTE 网络的准备。该运营商表示，当 2012 年第一季度网络建设好时，将会在其首批 LTE 终端上进行持续测试，从而确保最佳的用户体验。

最初的 LTE 服务计划选择在爱荷华州、威斯康星州、缅因州、北卡罗来纳州、德克萨斯州和俄克拉荷马州推出。

2012 年，US Cellular 公司将与 King Street Wireless 公司一起合作，向更多用户们提供 4G LTE 服务。该运营商表示，关于其 4G LTE 的未来部署细节将会在稍后方案敲定时公布。

据 C114 了解，US Cellular 的部署计划较其在 2011 年 5 月宣布的 2011 年年底在 24 个城市部署 LTE 网络有所延迟。据报道，该运营商的 LTE 网络基站升级将由爱立信(微博)公司负责。来源：2011-11-7 中国通信网

[返回目录](#)

澳大利亚 Optus 启动 700MHz 频段 LTE 测试

澳大利亚移动运营商 Optus 宣布，它已于日前进行了首次 700MHz LTE 网络测试。

测试在本迪戈(Bendigo)进行，当地的模拟电视业务已关闭，测试设备由华为(微博)提供。

Optus Networks 总经理 Gunther Ottendorfer 表示，Optus 将测试市场上各种运行于 700MHz 频段的消费类电子终端，包括智能手机和 Wi-Fi 热点产品。

Optus 表示，它正利用测试来评估 700MHz LTE 技术与其他 LTE 技术相比在速率和覆盖方面表现如何。

测试的另一个关键组成部分将是在 LTE 环境下测试各种 Optus 业务和应用，包括智能手机应用、移动电视业务、IPTV、低延迟游戏和高清视频会议等。

按 Optus 4G/LTE 商用规划，该运营商自 2012 年 4 月起将首先在纽卡斯尔、史蒂芬港、猎人谷及麦格里湖地区提供 LTE 服务。主要城市的 LTE 业务将从 2012 年 5 月开始开通，第一阶段在悉尼、墨尔本和珀斯推出，第二阶段将延伸至其他主要城市和选定的地区中心。来源：2011-11-2 中国通信网

[返回目录](#)

Manx 电信与阿朗将在英属马恩岛启动 LTE 测试

Manx 电信宣布，计划与阿尔卡特朗讯(下称“阿朗”)一起在英属马恩岛进行 LTE 测试。Manx 电信在英国和爱尔兰之间的马恩岛上经营有业务。

按规划，到 11 月 11 日，该试验网将覆盖两个地区，一处位于首府道格拉斯中心，未来将沿海滨街(Manx 电信旗舰店即在此街上)及海滨大道延伸；一处位于马恩岛商业园，覆盖 Manx 电信总部。

阿朗和 Manx 电信工程师正使用 LTE 定制终端来创建 Wi-Fi 热点，从而使现有的终端可以用来演示业务。

Manx 电信首席执行官迈克·迪(Mike Dee)表示：“4G(LTE)有着极大潜力，我们期盼着就其性能进行一场实际演示。当然，要使用户用上 4G(LTE)将需要 Manx 电信作出巨大投资——有史以来最大投资之一，来升级我们全部的移动基础设施。”

马恩岛最初的 LTE 测试显示出高达 55Mbps 和 18Mbps 的上下行速率。随着更多用户进入这张网络，传输速率将减少，但仍然会明显超出用户目前享受到的速率。来源：2011-11-8 中国通信网

[返回目录](#)

中移动拟引入 5GHz 新频率:WLAN 覆盖频段干扰严重

目前，国内运营商正在进行大规模的 WLAN 网络建设，针对其建设过程中遇到的干扰、容量等一系列问题，中国移动(微博)方面透露拟引入 5GHz 新频率。

WLAN 热点覆盖数量超 10 万个

WLAN 网络作为中国移 2G/3G 数据业务分流,及无线城市建设的重要手段,截至 2011 年 7 月份,全网 WLAN 注册用户数近 2000 万户;在网络建设方面,全网 AP 数量逾百万;全网 AC 数量超千个;WLAN 热点覆盖数量超 10 万个。

据介绍,截至目前,中国移动 WLAN 网络实现了重点地区的覆盖,如高校,医疗机构、商务写字楼;类高校区域(产业园区、厂区集中宿舍、公共图书光);集团客户(包括连锁企业、中小企业);以及车站、地铁等交通枢纽的人流等待区和住宅区;广场、商业街区等室外场景中。

日前,据中国移动研究院无线技术研究所项目经理江天明介绍,从现有 WLAN 业务来看,中国移动 WLAN 用户主要还是用来访问互联网,如 QQ 聊天、谷歌、浏览网页等。“未来中国移动更多考虑将 WLAN 用户业务引入到公司自有业务中来,包括针对专有人群制定一些不同的策略,针对手机, pad 终端制定不同的业务访问策略,”他透露。

另据了解,目前中国移动 WLAN 用户中以高校用户为主。未来将通过与星巴克、连锁酒店等集团客户合作,扩展 WLAN 业务发展和覆盖。

WLAN 网络仍处在大规模建设期

中国移动研究院无线技术研究所项目经理江天明称,目前 WLAN 网络仍处在大规模建设期,网络可用性的提升将是运营商下阶段面临的主要问题。

据他介绍,WLAN 覆盖过程中出现的问题主要集中在网络质量与认证过程,呈现几种典型形式:看不到信号或信号弱;看到信号而无法连接网络;认证不成功;使用中用户速率慢易掉线等等。

“看不到信号和信号弱是源于终端问题,终端 OTA 性能低,终端接收灵敏度低,以及上下行覆盖不匹配”,江天明解释道,“而认证不成功却是机制问题,多用户竞争导致效率低,公共频段干扰严重,无线状态监控不完善。”

另外,“上网速度慢和易掉线,是由于设备、工程规划,和用户侧软件等问题造成。”江天明指出。他详细介绍说,“WLAN 本身网络是 IT 网络,不是运营商网络,存在共享网络、多个 WLAN,最终导致多用户接入效率非常低,包括一些公共频道干扰,不仅存在 WLAN 系统,还存在蓝牙,很难保障成为运营商要求的可靠的服务。”

关于 WLAN 在无线状态监控下的不完善,江天明称,一方面是基于 WLAN 本身的特点,同时,“WLAN 也是一个 IT 网络,不像运营商 2G/3G,对无线网络监控有非常完善的机制。我们对用户整个行为感受监控很难把握,网络侧很难统计、评估,包括设备,工程,用户侧软件问题也正在逐步解决;设备方面我们会考虑在采购中提取一些新的基于前期发现问题一些改良方法的要求,提高一些设备质量,包括覆盖方法及系统之间隔离度的要求,规避一些干扰。”

计划引入 5GHz 新频率

据了解，WLAN 机制存在多用户信道，带来过多的干扰的问题，“虽然有很多抗干扰技术，但由于 WLAN 这样一个技术的本质决定，所以不可能从根本上通过这些技术消除它的干扰，”江天明指出。

至于解决的办法，他给出答案称，“我们可以想到真正可以有效缓解的方法时，我们把这路修得更宽，充满更多资源池，通过更多频率选择”，因此，他也对外透露“目前中国移动正联合产业界积极推动 5GHz 频率开放。”来源：

2011-11-4 飞象网

[返回目录](#)

【终端】

TD-LTE 主流芯片商完成测试 多模两种方案并行

在今天举行的 2011 第五届移动互联网国际研讨会上，工信部电信研究院沈嘉博士介绍了目前我国 TD-LTE 试验进展与后续安排，在谈及终端芯片测试时，他表示，目前海思与创毅视讯两家芯片厂商完成了与 10 家 TD-LTE 设备商室内与室外 Uu/IOT 测试，而高通也完成了与六大设备商互操作测试。

TD-LTE 终端芯片“紧追不舍”

TD-LTE 作为 TD-SCDMA 后续标准从诞生之日起即受到业界广泛关注，工信部电信研究院从 2009 年起即开始做规模试验以及概念验证工作，其目的主要是验证 TD-LTE 基本原理和算法。然而任何一项通信标准从诞生到发展，网络设备势必先行，而终端一致性测试则是验证移动通信技术真正成熟的标志。

沈嘉介绍到，由于通信技术成熟之前，终端环节很难批量部署，不过 TD-LTE 从一开始就非常重视终端芯片环节开发，包括从标准化到测试代码开发以及仪表开发均有终端厂商参与，尽量拉近终端与系统侧的差距。

目前，TD-LTE 终端虽然与 FDD LTE 相比尚存在一定差距，但目前已有 TD-LTE 多模终端样机展示，在近日举行的 2011 年世界通信展，中国移动(微博)展示了全球首款 TD-LTE+TD-SCDMA/GSM 多模双待单卡智能手机，同时亮相了首款 TD-LTE 无线猫，标志着 TD-LTE 智能终端产业正迈向成熟。

两种 TD-LTE 多模方案并行

由于未来 TD-LTE 网络系统不可能孤立发展，而是和 2G/3G 联合发展，因此对于终端芯片而言，多模方案的发展是必然趋势。沈嘉表示，目前工信部要求 TD-LTE 多模终端必须支持 TD-LTE/TD-SCDMA/GSM 三模，同时鼓励支持 LTE FDD 制式，不过可以选择单芯片或双芯片模式，不过两种方案均有利弊。

由于终端需要多模制式，但多模单芯片相对比较复杂，因此目前大多终端厂商研发双芯片多模方案。沈嘉介绍称，双芯片多模方案是终端内采用一块 TD-LTE 芯片，同时有一块 TD-SCDMA/GSM 双模商用芯片组成双芯片多模终端，这种方式可较快进行研发，目前已有四家终端厂商计划在 2011 年四季度提供多模数据卡或双待手机。

不过沈嘉也指出，由于双芯片双待模式功耗要求很大，因此从多模终端发展来看，单芯片多模方案最终是演进方向。目前芯片工艺发展将采用 40nm，至少支持 TD-LTE/TD-S/GSM 三模，据了解，目前已有 7 家芯片长苏昂宣布将在 2012 年提供样片，计划在 2012 年底或 2013 年商用。沈嘉表示，工信部希望在 2011 年年底实现双芯片规模测试，到 2012 年进行单芯片测试。来源：2011-11-2 通信世界网微博

[返回目录](#)

未来诺基亚 Windows 手机将采用 ST-Ericsson 芯片

据国外媒体报道，手机制造商诺基亚(微博)日前与 ST-Ericsson 签署协议，此举意味着该芯片组制造商的 NovaThor 移动应用处理器平台将在未来用于诺基亚的 Windows 系手机设备中。

ST-爱立信(微博)表示，NovaThor 平台将帮助诺基亚的 Windows 系手机设备开拓市场，向新的价位和地区进军，尽管这一切可能要等到 2012 年中期才有可能实现。市场分析机构 Ovum 的分析师尼克·狄龙(Nick Dillon)指出，之所以要等到 2012 年中期是因为微软(微博)的 Windows 手机操作系统目前并不支持诸如 NovaThor 等双核芯片组。

狄龙表示：“这笔交易似乎有点冒进。目前尚未有任何来自微软消息，确认 Windows 手机将支持双核芯片，他们甚至还没有证实，其 Windows 手机将采用 ST-Ericsson 的芯片，因为微软对在其平台上使用的硬件控制得非常严格。”

“预计微软将在未来的某个时间支持双核芯片组，但是这看起来至少要等到 2012 年。希望到那个时候他们将会调整其手机硬件规格，例如当他们推出 Mango 时、他们向高通供应的一些稍微便宜点的芯片开放平台，主要是为了满足诺基亚希望降低其产品价位的需求。”来源：2011-11-3 飞象网

[返回目录](#)

【运营支撑】

全球 48 家制造商已推出 197 款 LTE 终端

全球移动设备供应商协会(GSA)最新发布的“LTE 生态系统状况”报告中指出，全球已有 48 家制造商宣布推出了 197 款 LTE 用户终端。

包括 LTE 智能手机、运营商和频谱转化在内的数量在过去三个月增长了三倍。其中，超过 118 款 LTE 终端同样支持 HSPA 技术。87 个国家的 248 家运营商目前在 LTE 技术上进行了投资。66 个国家的 185 家运营商已确认部署商用 LTE 网络，同时，还有 21 个国家的 63 张预部署 LTE 技术试验网络或是试验网络正进行评估。目前，已有 21 个国家的 35 家运营商推出了商用 LTE 网络。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

安卓系统在美市场份额接近 45% 环比增长 1%

据国外媒体报道，知名互联网统计公司 comScore 公布的数据显示，谷歌的安卓操作系统 2011 年 9 月份所占美国市场份额环比增长约 1%，而苹果公司的 iOS 操作系统在等待 iPhone4S 上市的同时市场份额基本未发生变化。

数据显示，9 月份安卓系统在美国市场上的占有率达到 44.8%，而该数字在 8 月时为 43.7%；与此同时，安卓系统手机已经成为美国智能手机市场上的领军角色之一。9 月份苹果公司的 iOS 系统的市场份额从 8 月份的 27.3% 升至 27.4%，不过有分析人士预计待到 iPhone4S 逐步开始在市场上获得畅销之后，iOS 系统的市场份额或将在 2011 年最后两月内出现显著的增幅。

数据称，同一个月内 RIM 在美国市场的占比从 8 月份的 19.7% 跌至 18.9%，由于 RIM 推出的新款黑莓(微博)手机并未获得消费者的青睐以及前段时间黑莓手机爆出诸多故障问题波及全球用户等因素，RIM 未来的市场占有率或将进一步下滑。

软件巨头微软(微博)推出的 WP7 系统当月的市场占比由此前的 5.8% 下降至 5.6%，但微软方面预计等微软“Mango”系统手机上市之后将会有效提升其在智能手机市场上的占有比例。

comScore 表示 2011 年 8 月间全美共有手机用户超过 2.34 亿户，其中使用三星(微博)手机的用户占到了 25.3%，LG 和摩托罗拉手机的用户占比分别为

20.6%和 13.8%，紧随其后的分别是苹果手机和 RIM 黑莓手机，市场占比分别达到 10.2%和 7.1%。

[返回目录](#)

台湾计划 2013 年颁发 4G 牌照 较原计划提前两年

台湾“政府”计划 2013 年颁发 4G 牌照，较原计划的 2015 年提前两年。

牌照将遵循技术中立原则，尽管当地运营商在经历了 WiMAX 上线的重重困难后预计会坚持部署 LTE。

台湾“政府”原先计划在收回 GSM 无线频谱(2015 年 6 月到期)后，于 2015 年 7 月颁发 4G 牌照。除了 GSM 频谱，当地“政府”还将提供 700MHz 或 2.6GHz 频段上的频谱。

700MHz 频谱当前由军队控制，2.6GHz 频谱则尚未被分配。然而可以预料，因为有利于以较低成本部署农村覆盖，运营商将偏爱那些较低频段的频谱。来源：2011-11-8 中国通信网

[返回目录](#)

北斗二代导航产业链启动 交通运输业将率先收益

日前，交通运输部和解放军总装备部在北京联合召开了中国第二代卫星导航重大专项应用示范工程启动会，这表明北斗二代导航产业链已进入启动阶段，2011 年年底将具备向我国大部分地区提供初始服务的条件。

我们认为，交通运输行业将首先成为我国北斗卫星导航系统的重要应用领域。目前道路运输行业的营运车辆数量超千万，我们假设未来有 500 万辆车安装北斗卫星导航系统，每辆车安装系统的价格为 1000 元，未来运输车辆北斗卫星导航系统的市场规模就将达到 50 亿元。

除了道路运输车辆，目前公务车上也开始使用北斗卫星导航系统。广州市政府为了更好地管理公务车，防止公车私用，在 2011 年 5 月宣布采购北斗卫星导航车辆终端，安装在现有的 1 万辆公务车上，1 年的租赁费用约为 1660 余万元，平均每辆车约为 1660 元。而此前广州市政府试点时采购的 GPS 车辆导航终端平均每辆车约为 3000 元，显示了北斗导航系统与 GPS 相比具有良好的竞争力。

同时，北斗卫星导航系统在营运车辆上的应用，有利于迅速实现规模效应，有效降低使用成本，为北斗导航系统应用推广奠定了良好的基础。

除应用于交通运输，北斗导航系统还可应用于国防军工、金融、电力、通信等战略安全领域，海洋渔业、气象监测、灾害救援等专业领域，以及大众消费领域等。根据专家预测，到 2020 年，我国北斗卫星导航应用产值将占国内市场份额的 20%，拥有 1000 亿元的市场规模。来源：2011-11-8 东方早报

[返回目录](#)

17 家芯片商投身 TD-LTE 产业合力推进多形态终端

在日前举行的“2011 移动互联网国际研讨会”上，中国移动(微博)通信研究院终端技术研究所王小旭表示，经过一年来产业链的各方努力，TD-LTE 芯片终端一直在快速稳定发展，获得了业界广泛支持，目前已推出多种不同形态的终端产品。

为国际市场树立信心

王小旭说，一直以来，中移动都在按照“融合、创新、国际化”的发展思路来推动 TD-LTE 产业。一方面，TDD\FDDLTE 要融合发展，即发挥运营商的作用，推动 TD-LTE 与 LTEFDD 在标准、产品、测试、认证和商用方面保持同步，让我国技术和产业抓住机遇在全球获得更大发展。另一方面，还要推进 TD-LTE 的国际化发展。

“一是立足国内打造国际化产业，为国际市场建立信心，赢得更广泛的支持，形成全球化市场；二是争取国际运营商，扩大产业规模；三是吸纳国际制造企业，提升产业水平。最后，采用国际化模式，如利用全球认证体系保障产品质量等，推动产业发展。”王小旭说。

在创新方面，TD-LTE 吸取了在 TD-SCDMA 发展时一些经验，特别注重无论是网络侧还是终端侧的创新应用。

单模芯片及终端基本成熟

为全面验证 TD-LTE 芯片及数据终端的成熟度，推动产业成长，2011 年 4 月我国正式启动了 TD-LTE 六城市规模技术试验工作。“TD-LTE 规模试验增加了大量真实终端的加载加扰，以及大规模密集城区等复杂环境的设计。”王小旭介绍，“一阶段每城市每厂商有 100 个以上的基站覆盖，涵盖宏站、室内分布等多种场景。”

目前，六城市已于 2011 年 9 月底完成了规模试验一阶段大部分测试工作。王小旭表示，测试结果表明 TD-LTE 单模终端在功能、性能、外形设计等方面有所改进，已经基本成熟。

“目前各参测芯片厂家产品已测性能指标较技术试验阶段进一步提升，测试结果达到预定目标，基本达到商用级产品要求。”王小旭说。

王小旭进一步解释，从峰值速率看，各厂商产品均接近理论值 61Mbps；从控制面、用户面时延看，基本达到理论值要求，其中控制面时延 100ms，用户面时延 30ms；而从终端稳定性看，参试产品也表现良好，可实现长时间(大于 60 分钟)的数据业务。

“两批参测终端主要来自华为(微博)、中兴、三星(微博)、Innofidei、Altair、SEQUANS 等厂商。”王小旭说。

合力推动多形态终端

随着 TD-LTE 芯片终端产业快速稳定发展、获得业界广泛支持，多形态的 TD-LTE 终端产品开始加速浮出水面。

“目前已有超过 17 家芯片厂商投身 TD-LTE 产业，并承诺基于单芯片支持 LTE TDD/FDD，高通、海思、Altair 已经可以提供 LTETDD/FDD 融合芯片产品。”王小旭说。他进一步解释，这些芯片厂商中，既有联芯科技、CYIT 等传统的 TD-SCDMA 芯片厂商，也有高通、三星等传统的 FDD 芯片厂商，还有 SEQUANS、Altair 等 Wimax 芯片厂商以及中兴等新兴的芯片厂商。

在芯片产业踊跃加入 TD-LTE 阵营的同时，众多终端厂商也纷纷跟进，推出了数据卡、CPE、移动热点设备、平板电脑和 TD-LTE+TD-SCDMA/GSM 双待单卡智能手机等多形态产品。

王小旭特别提出了 TD-LTE 多模双待单卡智能手机，该产品定位在为用户提供稳定、优质的话音和数据业务体验。“此类终端比单待机产品面世要早约一年，这有利于 TD-LTE 产业的全球化发展。”

目前，中国移动已经携手 MTK 推出了全球首款 TD-LTE+TD-SCDMA/GSM 多模双待单卡智能手机。“双待机已成为 Verizon、Clearwire、MeroPCS 等海外众多运营商部署 4G 技术的首选话音解决方案，中国移动也将继续携手产业链合作伙伴，推出多款 TD-LTE 双待单卡手机。”王小旭表示。

除了多模双待单卡智能手机之外，中移动还与合作伙伴联手大力推动 TD-LTE 移动热点终端的发展，引领各种 WiFi 终端迅速迈入 LTE 移动宽带体验的大门，让用户享受到 LTE 时代移动宽带业务带来的全新体验。“目前，中移动已联手德明通讯推出全球首款 TD-LTE 单模移动热点终端，另外还与广达共同推出了全球首款 TD-LTE/UMTS/GSM 多模移动热点终端。”王小旭说。

据记者了解，接下来中移动将针对 TD-LTE 多模芯片及终端开展下一阶段的规模技术试验。来源：2011-11-2 飞象网

[返回目录](#)



市场跟踪篇

【数据参考】

全球手机出货量中兴 LG 并列第三

根据 ABI 研究公司最新的研究报告显示，2011 年第三季度全球智能手机的出货量较去年同期增长了 33%，已占据全部手机出货量的 28.8%。苹果、RIM 和诺基亚(微博)的智能手机出货量增长在第三季度出现停滞。

本季度，诺基亚通过战略性的降价措施使其手机市场份额得到了明显的反弹，从 2011 年第二季度的 24.6% 重回至 28%。与此同时，索尼爱立信(微博)和 LG 则将其重心从功能机转移开。索爱已经发布了声明，计划在 2012 年停止生产功能机。而 LG 则计划在 LTE 智能手机市场大展拳脚。

摩托罗拉(微博)的手机和智能手机出货量在本季度同时出现增长，但其平板电脑则出现下滑。中兴第三季度的手机出货量与 LG 持平，均为 5.5%，并列第三。而苹果则以 4.5% 的份额排在第五名。三星(微博)与苹果的专利官司并未能阻止前者出货量的增长速度，该公司仍然以 20.8% 的市场份额稳居全球手机厂商第二位。来源：2011-11-2 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

我国小灵通用户仅剩 2028.0 万户

工信部发布的“2011 年 9 月通信业运行状况”数据显示，截至 2011 年 9 月底，我国无线市话(小灵通)用户减少 835.3 万户，达到 2028.0 万户。

据 C114 了解，2004 年 5 月底，我国小灵通用户总数突破 5000 万；2006 年 8 月，我国小灵通用户达到 9300 万的巅峰；到了 2009 年 11 月，我国小灵通用户首次降至 5000 万户以下，达到 4886.4 万户；2010 年 4 月底，“火”了多年的小灵通只剩下不到 4000 万用户；2010 年 12 月底，我国小灵通用户总数跌破 3000 万，仅剩下 2863 万户；而今天，这一数字已经降至 2028.0 万户，距离跌破 2000 万户越来越近。

数据显示，2011 年 1-9 月，全国电信业务总量累计完成 8709.5 亿元，比上年同期增长 15.9%；电信主营业务收入累计完成 7342.6 亿元，比上年同期增长 10.0%。

2011年9月,全国电话用户净增1185.6万户,总数达到12.41亿户。其中,固定电话用户减少36.3万户,移动电话用户净增1222.0万户,创造单月移动净增用户新纪录。

在固定电话用户方面,1-9月份,全国固定电话用户减少590.8万户,达到28843.3万户。在固定电话用户中,无线市话(小灵通)用户减少835.3万户,达到2028.0万户,在固定电话用户中所占的比重从上年底的9.7%下降到7.0%。

移动电话用户方面,1-9月份,全国移动电话用户累计净增9330.2万户,达到95230.5万户。移动电话用户中,3G用户净增5540.6万户,用户规模突破1亿户,达到1.02亿户。

在互联网用户方面,基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化。1-9月份,基础电信企业互联网宽带接入用户净增2364.1万户,达到14993.2万户,而互联网拨号用户减少了19.8万户,达到570.3万户。

数据同时显示,2011年1-9月,我国移动通信收入累计完成5296.5亿元,比上年同期增长13.9%,在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的69.61%上升到72.13%;固定通信收入累计完成2046.2亿元,比上年同期增长0.8%,在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的30.39%下降到27.87%。

此外,2011年1-9月,固定本地电话通话量比上年同期下降18.1%,而移动本地电话通话时长比上年同期增长14.3%。固定长途电话通话时长比上年同期下降20.7%,而移动长途电话通话时长比上年同期增长28.2%。来源:2011-11-7中国通信网

[返回目录](#)

第三季度美国智能手机用户 8740 万

comScore 于周五公布了截止到 2011 年 9 月第三季度中美国登记使用智能手机用户的相关数据三星位居手机生产商之首新浪科技讯 北京时间 11 月 5 日凌晨消息,市场研究公司 comScore 于周五公布了截止到 2011 年 9 月第三季度中美国登记使用智能手机用户的相关数据。根据该报告显示,截止到 9 月底,共有 8740 万美国居民使用了智能手机,该数值比截止到 6 月的第二季度上升了 12%。

谷歌 Android 操作系统目前占据了智能手机操作平台市场 44.8% 的份额,位居首位,较之前一个季度上升了 4.6%。而苹果的 iOS 继续保持第二的优势,市场占有率较前一个季度上升了 0.8%,共占据了 27.4% 的市场份额。而 RIM 则排位第三,市场占有率为 18.9%,较前一个季度下跌了 4.6%,而第四和第五名分别是微软(微博)(5.6%)以及塞班(1.8%)

在第三季度里，全美国 13 岁以上的居民当中，有 2.34 亿人拥有手机设备。三星(微博)位居手机生产商之首，覆盖了 25.3% 的美国手机用户市场(与第二季度基本持平)，排行第二的是 LG，占据了 20.6% 的市场份额，第三名是摩托罗拉(微博)，占据了 13.8% 的市场份额。苹果位居第四，占据了 10.2% 的市场份额(较前一个季度上升 1.3%)，而 RIM 则位居第五，占据了 7.1% 的市场份额。

comScore 还指出有超过 40% 的美国手机用户日常都会使用手机网络浏览器以及手机应用程序。其中使用手机网路浏览器的用户达到了 42.9%(较第二季度上涨了 2.8%)，同时下载安装应用程序的用户为 42.5%(较第二季度上涨了 3%)。

在第三季度期间，有 71.1% 的美国手机用户使用他们的手机发送短消息，较第二季度上升了 1.5%。同时通过手机登陆社交网络或者博客的用户比例上升了 2.4% 到 31.5%。而用手机玩游戏的用户比例上升了 1.9% 到 28.8%，此外还有 20.9% 的用户用自己的手机听音乐(较前一个季度上升了 1.9%)。

由于该报告仅仅截至到 2011 年 9 月，因此外界普遍关注随着 10 月 iPhone 4S 的推出以及美国无线通讯运营商 Sprint 开始发售 iPhone 系列产品以后，是否能够进一步推动美国手机以及智能手机的发展。来源：2011-11-5 新浪科技微博

[返回目录](#)

三季度全球手机出货量同比增长 12.8%

手机市场的第三季度报告近日出炉，根据市场调研机构 IDC 最新的统计数据显示，2011 年第三季度的手机全球出货量比去年同期增长了 12.8%。然而，手机市场的扩大速度则达到了两年来的第二大低谷，西欧和美国的手机出货量开始出现下滑。

这一季度中最大的赢家无疑是三星(微博)和中兴。三星的出货量比去年同期增长了 23 个百分点，排名上升到第二位，而中兴的出货量则增长了高达 57.9 个百分点，使其一跃上升至第四位。尽管苹果在这一季度也有 26.2 个百分点的上涨和市场份额的提升，但这并不能阻止其被中兴超越，跌至第五位。第三季度各手机供应商市场占有率前五名依次为：诺基亚(微博)27.3%、三星 22.6%、LG 5.4%、中兴 4.7%、苹果 4.1%。

点评：安卓阵营的逐渐壮大使得苹果傲人的优势越来越小，智能终端市场的竞争将更加激烈。智能终端打破了原有的竞争格局，给更多“新人”提供了进入市场、实现赶超的机会，中兴成为全球第四就是最好的证明。当然，从数量上的领先到质量上的领先还有很长的一段路要走。来源：2011-11-3 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

调查称台湾拥有智能手机人口达 300 万

据调查，在台湾拥有智能型手机的人口达 300 万之多。移动上网的方便性令民众难以抗拒，除了可以随身带着网络信息行走，手机应用程序小游戏更是让人一刻不得闲，等车、交通工具上，任何零碎的时间都不会让人感到无聊。

有幼儿的家庭更常常有“手机保姆”的现象出现，由于父母忙碌而无暇陪伴，将手机或平板计算机交给幼儿玩。另外，学龄儿童及青少年也容易沉迷于游戏之中，不管在家或是出门，双眼都紧盯着手机。

为了让孩子视力维持正常，可在假日多带孩子到户外活动，取代使用计算机电视等娱乐，家中则可以准备玩具，让孩子在父母忙碌时也可以自己游戏。来源：2011-11-5 北京晨报微博

[返回目录](#)

我国手机应用程序商店注册用户达 1.5 亿

工信部公布了 2011 年第三季度电信服务有关情况通告(下称“通告”)，数据显示，截至 2011 年 9 月底，我国手机应用程序商店注册用户较上季度增长近 50%，总数达到 1.5 亿户。

通告数据显示，截至 2011 年三季度末，全国电话用户总数达到 12.4 亿户，较上季度增长 2.5%；3G 网络覆盖全国所有县级以上城市，用户突破 1 亿户，其中 TD-SCDMA 用户超过 4000 万户；互联网宽带接入用户达到 1.5 亿户，较上季度增长 7.1%。全国电信网和互联网运行正常，网络接通率超过 97%。

值得一提的是，我国通信行业还及时投入秋汛、山洪、地震等抢险救灾行动，组织应急通信保障 80 次，累计出动抢修人员 5.7 万人次、抢修车辆近 1 万台次、动用汽(柴)油发电机 2.1 万台次，圆满完成各地抢险救灾应急通信保障任务。

另外，通信“村村通”工程有序推进，三季度，全国新增 5121 个自然村开通电话、7299 个行政村开通宽带，全国自然村通电话比例达到 94.4%，行政村通宽带比例达到 81.3%，移动网络已覆盖到我国南沙群岛和东端的黑瞎子岛。

与此同时，新业务快速发展，新应用加快普及。各基础电信企业加强了新业务基地建设，移动增值新业务保持快速发展态势，全国手机阅读用户较上季度增长 50%以上，总数超过 9000 万户，手机应用程序商店注册用户较上季度增长近 50%，总数达到 1.5 亿户。来源：2011-11-7 中国通信网

联通预计 2012 年国内 WCDMA 用户数可达 6700 万

昨日，联通华盛零售业务部总经理赵维峥表示，根据中国手机市场的相关预测显示，中国联通(微博)到 2012 的 WCDMA 用户数预计将达到 6700 万，可占 3G 市场份额的 48%。

根据一份 2007~2015 年中国手机市场规模与结构预测显示，到 2012 年，我国将有 58% 的用户成为 3G 及 LTE 用户，而其中联通的 WCDMA 用户数将可 6700 万，占国内 3G 市场份额的 48%。而其中联通定制机份额将预计占 WCDMA 制式终端的 20%-40%。

预计发展到 2013 年，国内 3G 用户占比将达 68%，2014 年上升至 73%，2015 年上升至 75%。而其中 WCDMA 的用户数都将占据近半的市场份额。

最新数据显示，联通 9 月份的净增 3G 用户达到 236.2 万，累计 WCDMA 用户数已达 3032 万户。2G 用户净增 57.2 万，累计达到 15880.4 万户。宽带用户净增 77.9 万，累计达到 5453.7 万户。固话用户减少 12.4.8 万，累计达到 9457.5 万户。

而截至 9 月，中国联通的 3G 基站也达到了 20.3 万个，WCDMA 网络覆盖全国 341 个城市，及 95% 的县城。完成 56 个重点城市 3G 网络升级，网络下行峰值速率提升至 21.6M。来源：2011-11-2 飞象网

[返回目录](#)

前三季我国手机出口 421 亿美元 同比增长 32.8%

工信部发布的“2011 年前三季度电子信息产品外贸情况”显示，2011 年 1-9 月，我国手机出口 421 亿美元，同比增长 32.8%。

2011 年前三季度，我国电子信息产品进出口发展态势良好，2011 年 1-9 月，电子信息产品进出口总额达到 8280 亿美元，同比增长 13.7%；其中，出口 4805 亿美元，同比增长 14.4%，占全国外贸出口的 34.5%；进口 3475 亿美元，同比增长 12.7%，占全国外贸进口的 27.0%。与上半年相比，出口和进口增速分别回落 1.4 和 2.6 个百分点。

基础行业出口增速逐步回落。1-9 月，电子元件、电子器件及电子材料等行业出口增长相对较快，出口额分别达到 645、568 和 51 亿美元，同比增长 14.9%、17.3% 和 22.2%，增速高于平均水平 0.5、2.9 和 7.8 个百分点；与上半年相比，增速分别回落 1.0、8.8 和 11.1 个百分点。

整机行业出口分化态势明显。1-9月，家电与计算机行业出口保持缓慢增长态势，出口额分别为692和1668亿美元，同比增长9.5%和7.5%，增速低于全行业平均水平4.9和6.9个百分点；通信设备行业出口保持较快增长，出口额910亿美元，同比增长31.1%，增速高于全行业平均水平16.7个百分点。与上半年相比，家电行业出口增速回落1.5个百分点，计算机行业提高2.3个百分点，通信设备行业回落4.5个百分点。

1-9月，笔记本电脑出口747亿元，同比增长12.9%；手机出口421亿美元，同比增长32.8%；集成电路和液晶显示板出口额分别为235、218亿美元，同比均增长9.3%。与上半年相比，笔记本电脑出口增速加快6.4个百分点；手机和集成电路出口增速分别下滑2.0和1.5个百分点；液晶显示板出口增速持平。来源：2011-11-7 中国通信网

[返回目录](#)

三季度电信服务申诉 1.71 万人次 网络质量占 26%

工信部公布了2011年第三季度电信服务有关情况通告(下称“通告”)，三季度，工信部及各省(自治区、直辖市)电信用户申诉受理机构通过申诉热线、政府网站等渠道，共受理有关电信服务的申诉1.71万人次，较上季度15025上升13.8%，季度百万用户申诉率为13.9人次，较上季度上升9.6%。

其中，用户服务方面的申诉占申诉总量的38.3%，较上季度下降3.4个百分点；收费争议方面的申诉占总量的35.6%，较上季度下降1.7个百分点；网络质量方面的申诉占申诉总量的26.1%，较上季度上升5.1个百分点，其中受强降雨等灾害因素影响，涉及固定宽带上网质量、无线网络覆盖和上网质量的申诉上升幅度较大。

同时，在各大中专院校秋季开学之际，工信部组织各省(自治区、直辖市)通信管理局，针对电信企业校园营销活动违反《电信服务规范》、不正当竞争、侵害电信用户合法权益等问题，进行整顿和规范，取得初步成效。

据了解，三季度，工信部共抽样拨测了3家基础电信企业和167家增值电信业务企业的360项业务，主要涉及短信息服务、手机内置增值业务、移动语音增值业务，以及3G网络接入时延等项目，结果显示多数企业提供的业务符合《电信服务规范》等文件要求，整体情况良好。但仍发现个别企业存在服务瑕疵，如收费帐单栏目与实际不符、移动语音业务不能迅速接通等。

此外，为引导用户及时了解自身消费状况，工信部要求，各电信企业要根据实际情况，通过短信、语音、页面窗口等方式，向用户提供通信消费状况提醒服



务，并提供一种以上便捷的自助查询方式，供用户查询自身通信消费信息。来源：2011-11-7 中国通信网

[返回目录](#)

前三季度我国通信设备业投资 360 亿元 同比增 17.6%

工信部公布的“2011 年 1-9 月电子信息产业固定资产投资情况”显示，2011 年前三季度，我国通信设备行业完成投资 360 亿元，同比增长 17.6%。

前三季度，我国电子信息产业 500 万元以上项目完成固定资产投资 6492 亿元，投资额超过去年全年水平近 500 亿元，同比增长 62.4%，增速高于工业投资 35.9 个百分点。其中 9 月份完成投资 889.6 亿元，同比增长 35.6%，增速比 8 月下降 35.2 个百分点，这是 2011 年以来第二个月月度投资增速低于 60%。

其中，电子元件、器件和信息机电行业分别完成投资 1133、1615 和 1495 亿元，同比增长 58.6%、48.1%和 120.2%，三个领域投资占全行业的 65%，比重比去年提高 3 个百分点，对全行业投资增长的贡献率分别达到 17%、21%和 33%。

2011 年前三季度，整机行业投资增长放缓，其中视听行业完成投资 89.5 亿元，同比下降 7.7%，比重(1.4%)下降 1 个百分点，通信设备行业完成投资 360 亿元，同比增长 17.6%，比重(5.5%)下降 2.1 个百分点；计算机行业在平板电脑等新产品带动下，在整机行业中增长相对较快，同比增长 44.3%，但仍低于全行业 18.1 个百分点，其中 9 月份投资下降 20.1%。

前三季度，电子信息产业新开工项目 5344 个，同比增长 46.9%。电子元件和信息机电行业新开工项目 3592 个，占全行业 67%，同比增长超过 50%，其中光电器件、新能源电池领域新开工项目增长超过 70%；通信、计算机和视听设备等整机行业新开工项目占比(10%)下降 10 个百分点，其中计算机行业新开工项目下降 59%。来源：2011-11-7 中国通信网

[返回目录](#)

【市场反馈】

我国电线电缆不合格率逾一成

电线电缆行业是电工电器行业中仅次于汽车整车制造业的第二大产业。国家质检总局日前发布全国电线电缆产品质量联动监督抽查数据。结果表明，使用量大面广的聚氯乙烯、交联聚乙烯和聚氯乙烯软电缆 3 种电线电缆产品的合格率只



有 88.4%，远低于其他重点工业产品的水平，不少省市的抽查合格率甚至低于 60%。

据了解，电线电缆行业年产值已突破 9000 亿元大关，产业总规模和增长速度已名列世界首位。但抽查数据表明，我国电线电缆合格率却不足九成。此外，国家质检总局相关负责人介绍，目前我国电缆行业 90% 以上的产能集中在低端产品上，平均投入研发经费不足销售额的 1%。

全国质检系统已对使用不合格原材料的 97 家企业、生产条件不符合要求的 324 家企业责令整改，对 79 家存在比较严重质量问题的企业依法停产整顿。共查处无证企业 43 家，暂停 3C 证书 1259 张，撤销 3C 证书 425 张，注销生产许可证证书 13 张。来源：2011-11-3 北京商报微博

[返回目录](#)

报告显示近 90% 英国地区没有 3G 信号

英国通信办公室针对该国通信基础设施情况的第一份调查报告显示，目前，英国只有 13% 的国土(陆地)面积为五家运营商的 3G 手机网络覆盖，而农村和边远地区仍然缺乏服务“点”，其中的主要原因在于运营商们将重点更多地放在城市基础设施的建造上。

这五个网络分别属于沃达丰、O2、Orange、T-Mobile 和 3 公司，尽管目前 73% 的建筑物能够收到所有这五家运营商的 3G 信号，但该国的绝大部分地区仍然为服务空白区。

数据显示，超过 97% 的建筑物能够接收到所有 4 家网络运营商(除上面五家中的 3 公司外)的 2G 信号，但是从地理覆盖范围上来看，只占国土面积的 66%。

此外，作为研究的一部分，通信办公室还制作了显示英国宽带、移动和数字广播覆盖面积的地图，并对标出的 200 个地区进行了技术有效性分级。

3G 移动覆盖仍然呈片状分布，其中农村地区是受不良覆盖率的影响最严重。苏格兰高地和威尔士中部地区的覆盖率最差。

通信办公室表示，该机构意识到在一些农村地区部署 3G 网络可能已经成为经济问题，但他们正在研究在解决 3G 移动信号覆盖率“差”这一问题的过程中，是否能够提供更多帮助。来源：2011-11-3 飞象网

[返回目录](#)

调查显示苹果仍是美国最大智能手机厂商

据国外媒体报道，据市场研究机构尼尔森(Nielsen)最新统计数据显示，iPhone 在美国智能手机市场的份额为 28%，苹果仍是美国最大的智能手机厂商。

虽然苹果仍是全美最大智能手机厂商，但谷歌的安卓系统却也仍然是美国最流行的智能手机操作系统。调查发现，谷歌安卓系统在美国智能手机市场上的份额为 43%。

上述调查结果与尼尔森 9 月份发布的报告相比没有发生变化，当时 iPhone 的市场份额也是 28%，安卓系统在美国智能手机市场的份额也是 43%。实际上，苹果在 6 月份的时候的市场份额也是 28%。

尼尔森最新调查显示，排在第三位的是 RIM 的黑莓平台，其市场份额为 18%。微软(微博)的 Windows Mobile 平台排在第四位，市场份额仅 7%。

总的来说，智能手机在美国活跃手机中的比例为 43%，也就是说还有 57% 的手机用户仍在使用功能手机。

尼尔森最新调查还发现，大多数年龄在 18 岁到 44 岁的成年人用户已经换用智能手机。年龄在 25 岁到 34 岁之间的成年人中，有 62% 的人已经拥有一款智能手机。年龄在 18 岁到 24 岁和 35 岁到 44 岁之间的成年人中，智能手机的渗透率为 54%。

但在上述年龄段之外，智能手机的渗透率并不高。年龄在 56 岁到 64 岁之间的成年人中，智能手机渗透率仅 30%，年龄在 12 岁到 17 岁之间的青少年用户中，只有 40% 的用户使用智能手机。来源：2011-11-4 赛迪网微博

[返回目录](#)

三星超越苹果成为全球第一大智能手机商

美国市场研究公司 IDC 周四发布报告称，三星(微博)第三季度智能手机出货量突破 2000 万大关，达到 2360 万部，同比增长 223.2%，市场份额为 20.0%，超越苹果的 14.5% 成为全球第一大智能手机厂商。

总体概况

IDC 在报告中称，尽管一些关键的成熟市场增速放缓，但 2011 年第三季度全球智能手机仍然实现了 1.181 亿部的出货量，较去年同期的 8280 万部增长 42.6%。

值得注意的是，42.6% 的增幅低于 IDC 此前 49.1% 的预期，也低于上一季度 66.7% 的增幅。由于苹果新 iPhone 的发布推迟导致第三季度智能手机出货量增

幅放缓。前几年的第三季度出货量都受益于新 iPhone 的推动作用。西欧和美国两大关键地区仍然实现了可观的同比增长，但增幅低于预期。不过，全球市场仍然实现了两位数的增长，这也凸显出智能手机市场的热度。

“得益于产品组合的广度和深度，三星已经占据市场领导地位。自从去年发布首款 Galaxy 设备以来，该公司已经积极拓展并更新了产品线，包含了最新的创新和最受欢迎的功能。与此同时，该公司的 Bada 品牌智能手机也已经在关键市场获得认可。” IDC 分析师雷蒙·拉马斯(Ramon Llamas)说。

他还补充道：“与此同时，三星今后要维持领导地位仍要面临挑战。苹果第四季度发布了 iPhone 4S，并下调了旧产品的价格，因此肯定能够推动销量。而诺基亚(微博)最近发布的 Windows Phone 智能手机也标志着该公司进入到一个新的时代。”

“由于市场仍将快速增长，为很多厂商提供了发展机会，因此领导厂商很难保持现有的优势。” IDC 分析师凯文·雷斯蒂沃(Kevin Restivo)说，“其他厂商将凭借 3D 显示屏、双核处理器以及优秀的音质等元素提升出货量，并有望超越竞争对手。”

五大厂商

三星已经成为全球智能手机市场的新王者，第三季度智能手机出货量首次突破 2000 万大关，达到 2360 万部，同比增长 223.2%，市场份额为 20.0%。与前几个季度相同，Android 手机是主要推动力，而 Bada 智能手机市场份额也在增加。该公司有望于 2011 年第四季度推出新款 Window Phone 智能手机。

苹果上一季度刚刚从诺基亚手中夺过全球第一大智能手机厂商的宝座，本季度却被三星超越。但尽管 iPhone 4 已经上市 5 个季度，iPhone 3GS 已经上市 9 个季度，iPhone 手机的需求依旧足以保持苹果实现两位数的同比增长。苹果目前已经推出了 iPhone 4S，并且下调了旧款 iPhone 的售价，因此有望在第四季度挑战三星的领导地位。苹果第三季度智能手机出货量为 1710 万部，同比增长 21.3%，市场份额为 14.5%。

凭借塞班手机的强势地位，诺基亚仍然保持市场第三的位置。该公司最畅销的智能手机还包括一些旧产品，例如 5230、C5 和 C7。除此之外，诺基亚还发布了 4 款采用塞班 Belle 系统的手机，分别是诺基亚 600、603、700、701，以及首款采用 MeeGo 系统的 N9 手机。尽管这些新型号使得诺基亚不断推陈出新，但 N9 可能受到限制，而诺基亚 600 也已经被取消。诺基亚第三季度智能手机出货量为 1680 万部，同比减少 36.6%，市场份额为 14.2%。

HTC 排名上升一位，并在第三季度继续保持增长势头。HTC 第三季度收购了多家企业以补充该公司的不足，包括云计算同步服务 Dashwire、儿童应用开

发商 Zoodles 以及音频公司 Beats。与此同时，HTC 还面向特定领域推出了多款设备，包括多媒体手机 Sensation、女性手机 Rhyme 以及入门级手机 Explorer。HTC 预计第四季度的出货量与第三季度相似。该公司第三季度智能手机出货量为 1270 万部，同比增长 115.3%，市场份额为 10.8%。

RIM 第三季度开始推出搭载新款黑莓 7 操作系统的智能手机，包括升级版黑莓 Bold、黑莓 Curve 和黑莓 Torch。但与此前几个季度相同，该公司的出货量主要源于旧款设备和廉价设备，导致其出货量第一次出现同比下滑，市场份额也降至第五位。但这足以保证 RIM 保住全球五大智能手机厂商的地位，以及可观的利润率。RIM 第三季度智能手机出货量为 1180 万部，同比减少 4.8%，市场份额为 10.0%。来源：2011-11-4 新浪科技微博

[返回目录](#)

IDC 报告称三季度中兴手机全球出货量超苹果

当全球手机行业正在经历大洗牌之际，中国厂商也悄然跻身全球主流行列。昨天，记者从市场调研机构 IDC 发布的最新手机全球市场排名表中发现，中兴通讯(微博)(ZTE)2011 年三季度的出货量达 1910 万台，已超越苹果稳居全球第四，市场占有率 4.9%，非常接近于第三大手机厂商 LG5.4%的市场份额。中兴方面表示，计划在未来 3-5 年手机出货量能迈进全球前三。

苹果出货量下降

2011 年二季度，IDC 发布统计数据，苹果的出货量 2030 万部，而三季度降至 1710 万部。对此，IDC 分析，被中兴挤下名次的苹果，主要可能跟 2011 年新 iPhone 较晚推出有关，进而影响实际出货数量，或许第四季将有所改变。而中兴的出货却比去年同期增加了 57.9%。此外，报告中显示，三季度诺基亚(微博)依然占据冠军宝座，但其市场占有率已下跌至 27.1%，比处于第二位的三星(微博)仅高出 4.8 个百分点。

记者从中兴公司了解到，随着中兴国际化战略的不断深化，2006 年，沃达丰与其签约定制 1000 万台手机开始，其手机业务开始在国际上站稳脚跟，2008 年出货量跻身全球第六位，而当时很多产品还是采用了 ODM 的方式，没有自己的品牌。近两年来，中兴开始打造自主品牌 ZTE。目前，中兴自主品牌 ZTE 的产品已经占到出货量的 60%。中兴方面透露，2011 年上半年，中兴的终端产品已销往全球 140 个国家和地区。其中手机销量 3500 万部，与去年同期相比增长约 30%，超过业界平均水平。

中兴优势在入门级产品

对于市场份额的显著提升，中兴公司内部人士认为，还是与其产品的市场定位密切相关。“中兴的优势还是入门级的智能机产品。当前全球运营商都在力拼发展用户，在通过 iPhone 垄断了高端客户后，他们希望以赠送低价手机的方式来发展新用户。而中兴的手机价格不高但性能不错，与诺基亚同价位的塞班平台智能机相比，中兴采用的安卓平台性能更好。”这位人士表示。

此外，该人士称，国外运营商一般销售一部 iPhone 的补贴大概在 450 美元左右，同样的钱可以用来补贴 3-4 部中兴手机用户。

业内人士表示，中兴出货量超过苹果并不值得惊讶，因为苹果走的是高端时尚路线，其利润率远超中兴，并且业界认为苹果在产品营销上经常采用“饥饿营销”手段，两家公司发展模式差别巨大。

与运营商合作的销售策略也是推进中兴高速发展的重要因素。目前，中兴国内外手机销售的占比为 4:6，国内有部分社会化销售渠道和部分运营商定制，而海外全部是以运营商定制为主。在 Blade、Light 等智能机型的持续热销后，中兴 2011 年上半年在欧洲市场，与超过 65 家运营商有智能手机的合作，包括沃达丰、T-Mobile、Orange 等顶级运营商。

随着 2011 年中兴通讯宣布智能终端战略转型，智能终端业务成为重点，上半年中兴智能终端销量达到 500 万部，实现与去年同期相比超过 400% 的增长。

■ 观点

中兴和苹果竞争力不同

业内专家项立刚(微博)对中兴第三季度出货量超过苹果一事感到吃惊，但他表示，其实中兴和苹果在出货量上没有可比性。中兴目前主打中低端手机，这种模式的特点是出货量必须大，一款产品如果出货量少于 150 万部，那么就没有什么利润可赚。另外中兴走运营商定制路线，运营商提需求，中兴推相关产品。目前国内运营商力推“千元智能机”，中兴在这方面有出货量优势。（赵谨）

■ 相关新闻

HTC 成美国智能手机出货量冠军

三季度出货量增 93%

市场调研公司 Canalys 昨天发布了 2011 年三季度全球智能手机出货量的预测报告，该报告显示 HTC 成为美国最大智能手机厂商。

第三季度，HTC 共出货 1320 万台智能手机，较 iPhone 的 1710 万台少了 390 万台。三星则出货 2730 万台。不过，在美国，HTC 则成为了第三季度智能手机的出货量冠军，超越了苹果和三星。HTC 的自有品牌在美国共出货 570 万台，另外还有约 7 万台是在 T-Mobile 品牌下出售的。而三星自有品牌的智能手机在美国出货 490 万台，而苹果的出货量则仅为 460 万台。

HTC 昨日发布三季报，报告显示，第三季度 HTC 出货 1320 万台智能手机，同比增长 93%。净利润达 186.8 亿新台币，同比增长 68%。

第三季度，HTC 共营收 1358.2 亿新台币，同比增长 79%，净利润达 186.8 亿新台币，同比增长 68%。对于第四季度，HTC 预计出货 1200 万至 1300 万部智能手机。

Canalys 报告显示，从整体来看，全球智能手机的销售量将持续成长，第三季度出货量同比增长了 49%，达到了 1.204 亿台。来源：2011-11-2 新京报微博

[返回目录](#)

美智能机市场趋饱和：安卓与 iPhone 份额稳定

美智能机市场趋饱和：安卓与 iPhone 份额稳定新浪科技讯 北京时间 11 月 3 日晚间消息，尼尔森今日发布报告称，2011 年第三季度 Android 和 iPhone 在美国的市场份额基本未变，表明市场趋于饱和。

报告显示，2011 年第三季度 43% 的美国人拥有智能手机，与 6 个月中前相比提升了 5 个百分点。其中，Android 市场份额为 43%，苹果 iPhone 占 28%，与三个月前基本一致。

而发生变化的是不同年龄段人群使用智能手机的比例，尼尔森数据显示：在 25 岁至 34 岁年龄段人群中，62% 的人至少拥有一部智能手机。在 18 岁至 24 岁和 35 岁至 44 岁两个年龄段人群中，智能手机用户的比例为 54%。在 12 岁至 17 岁年龄段人群中，40% 的人拥有一部智能手机。在 45 岁至 54 岁人群中，拥有智能手机的比例同样为 40%。

智能手机普及最快的是 55 岁至 64 岁年龄段人群，尽管他们只有 30% 的人使用智能手机，但环比增长了 5%。来源：2011-11-3 新浪科技微博

[返回目录](#)

低价成各系统攻守之道 市场竞争加速智能机普及

在科技行业，智能手机历来都是高端的代名词，如今随着智能手机渗透率的提高，曾经高高在上的智能手机已经走下神坛，飞入“寻常百姓家”。各大系统的智能机你方唱罢我登场，纷纷打出亲民价：苹果最近推出的新一代智能手机 iPhone 4S，两年合约价最低仅为 199 美元；微软(微博)日前表示可能将 Windows

Phone 7 智能手机的价格下调 50%；市场研究公司 In-Stat 预计，2015 年，售价低于 150 美元的 Android 智能机出货量将达到 3.39 亿台。

在全球各大知名厂商间的竞争已经趋于白热化的情况下，低价牌无疑会成为肉搏战中制敌的一把利器，而市场竞争也必将推动智能手机的深度普及。

各大系统智能机大打低价牌

低价策略已经如“瘟疫”般在各大操作系统之间蔓延。苹果素以走高端路线著称，如今在低价风的吹拂下，也未能免俗，悄然打起了低价牌战略。苹果推出的新一代 iPhone 4S 智能手机的规格达到了顶级水准，不过仅 199 美元起步的售价让人非常欣慰，这个价格比许多竞争对手的同类产品的售价都要低。有例为证，目前 Verizon 所推出的摩托罗拉(微博)Droid Bionic 的两年的合约价格为 300 美元，T-Mobile 提供的三星(微博)Galaxy S II 和 HTC Amaze 4G 两年合约价也分别达到 230 美元和 260 美元。

微软也不甘寂寞，开始了绝地反击。微软 Windows Phone 部门主管安迪·里斯(Andy Lees)在香港表示，微软及其合作伙伴可能将 Windows Phone 7 智能手机的价格下调 50%，以期扩大 Windows Phone 7 操作系统的市场份额。里斯表示，微软将减少手机部件的成本，力争降至 200 美元以下。价格下调 50% 的力度着实令人吃惊，难怪有网友打趣道：“你敢降，我就敢买。”

昔日王者诺基亚(微博)正在图谋东山再起。据台湾手机厂商透露，诺基亚一方面打算凭借芒果手机来对抗中高端智能手机市场的苹果 iPhone 和安卓智能手机，另一方面则在开发一款基于 Linux 系统的新操作系统，代替塞班系统去生产售价在 100 美元到 150 美元的入门级智能手机。

安卓为智能手机的普及立下汗马功劳，低价风的盛行怎能少了安卓的身影。安卓旗下云集众多高性价比的千元智能手机，市场研究公司 In-Stat 发布的最新报告显示，在世界很多地方，目前还有很多人在使用功能型手机，或者还没有手机，这部分人会更青睐低价 Android 手机。In-Stat 预计，2015 年，售价低于 150 美元的 Android 智能机出货量将达到 3.39 亿台。

低价策略推动智能手机的普及

据 iSuppli 统计，在智能手机中，2011 年低端机型的销量达到了 4.78 亿部，预计在 2015 年将达到 10.3 亿部，IHS iSuppli 预测低阶智能手机的出货量将从 2010 年度的 900 万部增加至 2015 年度的 4 亿 2200 万部，期间平均每年可望成长 115.4%；比较之下，整体智能手机市场在上述期间内平均每年的成长将只有 28.5%。

我国已经成为全球最大移动互联网用户市场，虽然目前高端智能手机仍占据中国智能手机市场主流，但分析预计中国低价智能机市场即将开始火爆。事实也

是如此，ZDC 统计数据显示，2011 年 7-9 月，中国智能手机市场上，用户关注主流的 1000-2000 元段产品明显上升。9 月，1000-2000 元中端机型关注度达到 41.1%，突破四成，较 7 月增长了 3 个百分点。

各大手机厂商都在精心布局意欲抢占更大的市场。媒体报道称，三星电子计划集中攻占售价 150 至 200 美元的智能机市场，以应对迅速增长的中国企业。华为(微博)和中兴已经推出几款价格在 1000 元(约合 157 美元)左右的智能机，并在中国获得部分智能机用户的青睐。中兴、华为等国内厂商力推平价智能机，除在市场上掀起一股智能机普及风暴之外，也为自己创下了辉煌业绩。Strategy Analytics 发布报告称，中兴通讯(微博)Q3 市场占有率 4.7%，高于去年同期的 4.1%，主要得益于具有价格竞争力的低廉智能机。低价策略促使该公司抢占了苹果、台湾宏达电(微博)、三星等较为薄弱的市场。

低价牌不能成为永远杀手锏

毫无疑问，低价策略是吸引消费者、开拓新兴市场的关键因素。但如果把低价策略当成屡试不爽的杀手锏，无疑也会让自己置于危机四伏的境地。曾几何时，诺基亚几乎就是手机的代名词。短短 5 年之后，昔日的芬兰巨人便失去了往日光彩。这与诺基亚沉迷于低端市场的辉煌，不思进取，在高端智能机市场上毫无建树不无关系。当诺基亚的高端用户市场被 iPhone 成功瓦解时，诺基亚王朝也随之轰然倒塌。因此如何平衡高端市场和低端市场是各大厂商需要考虑的问题。毕竟两条腿走路永远比单腿跛行来得稳当。

另外，低价和低端并不能完全划等号，各厂商一定不能忽视这点。“好货不便宜”是万古不变的真理，但“便宜没好货”却未必是金科玉律。智能机是否拥有较高的性价比，无疑是用户关注的重要方面。iPhone 之所以能鹤立鸡群，是因为它颠覆性的创新。三星电子如今能实现品牌价值与营业额的双重提升也有赖于永不停歇的创新力。厂商如果能不断创新，用技术力量来驱动产品质量，从而实现劳动生产率的提升，不断降低产品的价格，必将在激烈的竞争中赢得更多的市场份额。

提升用户体验各大巨头需要认真考虑的核心问题。无疑，各大巨头已经留意到“软硬件结合”这种模式的杀伤力，并且也渐渐形成了以 Android、“微软+诺基亚”和苹果为首的三大阵营三足鼎立之势。摩根大通分析师 LUCY LIU 在 10 月份的研究报告中称，由于手机内容的不断更新、中国千元智能机需求已经或即将出现转折点。未来，终端厂商只有将目光集中在如何将丰富的应用、内容与终端进行捆绑，以及如何在控制甚至降低成本的同时向用户提供更好的体验以提高用户黏性这些方面，才能够在越来越激烈的智能终端市场的竞争中脱颖而出。来源：2011-11-3 通信信息报

[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