



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. 12. 14

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ “宽带不宽”引发第5次重组猜想

有关电信业深化改革的话题在近期再度引起热议，如何能够让电信业加快发展的步伐，在三网融合、宽带提速、物联网等新兴信息化发展方向上取得更多的突破，更是受到了社会各界广泛关注。

■ 安卓专卖店不适合中国

近日，全球首个安卓专卖店现身澳洲，澳大利亚电信运营商澳洲电讯(Telstra)与谷歌公司以及 HTC(微博)、三星(微博)、索尼爱立信、摩托罗拉(微博)、LG 等安卓手机制造商合作，建成了一座名为“Android land”的门店。所谓众人拾柴火焰高，这种专卖店开在中国如何？

■ 诺基亚放弃高端手机市场？

在业绩下滑、裁员风波、破产谣言等阴影的笼罩下，诺基亚(微博)又被传出了将出售旗下奢侈手机品牌 Vertu 的消息。尽管诺基亚方面表示对传言不做任何回应，但业内普遍认为，正遭遇多方夹击并进行业务重组的诺基亚，选择卖掉 Vertu 的可能性很大。

■ “公益型国企”非要垄断吗？

关于国企改革的方向争论了很多年，似乎现在才思路清晰起来，即最终形成公益型国企和竞争型国企——公益型国企主要追求社会效益，竞争性国企主要追逐经济效益。据笔者观察，目前国企大致分为三类，一类是公益型国企，如享受财政补贴的公交公司；一类是竞争型国企，如房企、汽车企业；还有一类国企分不清类型，如电网、石油、通信等国企。

■ 宽带为何选择提速而不是降价

近来，上海有线网络运营商——东方有线网络有限公司不停向居民的邮箱发小广告，“数字电视用户可以免费申领一台高清机顶盒看高清节目，另只需交 100 元的材料费还可以申领一个上网锚，既可以免费看高清电视节目，还可以体验三个月 NGB 的 2M 网

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	6
安卓专卖店不适合中国	6
诺基亚放弃高端手机市场?	7
“公益型国企”非要垄断吗?	8
宽带为何选择提速而不是降价	10
产业环境篇	11
【政策监管】	11
国资委表态：通信企业属公益型国企	11
工信部：我国 3G 用户渗透率达 11.3%	13
工信部：正制定移动智能终端管理办法	14
工信部称运营商消费提醒服务整改后有提升	14
工信部新发 297 张进网许可证 TD 手机 32 款	15
工信部：视频监控向纵深扩展 销售向服务转移	16
工信部：依法处罚移动互联网恶意程序制作传播者	17
工信部严管移动互联网恶意程序 将进行跨网监测	18
工信部：TD-LTE 二阶段测试要尽快满足 R9 版本需求	19
【国内行业环境】	20
中国移动无线城市发展提速	20
我国电信行业入世十年发展轨迹	21
国家有线网再推迟至 2012 年底挂牌	26
我国手机网民近 5 亿仅两成开发者盈利	28
2012 年国内运营商合约终端销量将过亿	28
宽带国家战略纳入“十二五”规划正当时	29
通信行业驾驭低价浪潮 国内厂商掘金增量市场	30
国产手机争相拥抱 WP 系统 欲构多元生态链防风险	32
【国际行业环境】	35
埃及公布国家宽带计划	35
泰国着手准备宽带总体规划	35
英国打造“超级接入”城市	36
南美各国欲实施光网连接计划	36
印度国家光网工程两年内完工	37
泰国拟 2012 年举行 3G 牌照拍卖	37
韩将扩大通信市场竞争评估范围	38

巴西 2012 年四月份拍卖 LTE 频谱	39
美国为农村宽带增 4.1 亿美元贷款	39
德国移动通信产业三季度创收 50.3 亿欧元	40
韩国电信被令维持 2G 业务 将影响 LTE 商用	40
荷兰运营商上调移动数据资费受反垄断调查	41
西班牙电信否认向中国投资者出售捷克业务	43
运营竞争篇	43
【竞合场域】	43
运营商定制手机热衷捆绑应用争夺用户	43
三大运营商转型推网络运维差异化解决策略	46
iPhone 4S 获工信部入网许可 支持 WAPI 功能	48
【中国移动】	48
中移动将推出“飞信+”	48
MM 云服务支撑移动互联网创新	49
中移动加速应用开发全球化布局	50
中移动手机视频用户规模突破 5000 万	51
中移动预计 TD 终端累计销量 4000 万部	52
中国移动将对 SIM 卡进行节能减排改造	53
中国移动 306 亿加大河北无线城市群建设	54
中国移动：TD-LTE 终端测试体系已基本成熟	55
中国移动落地智能管道 部分地市公司推流量消费	55
中移动应用商场下载量超 6 亿次 注册用户达 1.5 亿	57
【中国电信】	58
中国电信暗改声明 欲引入行业监管	58
中电信 FTTH 实装用户年底有望达 500 万	59
中电信结盟 AT&T 提供 WiFi 服务加快国际化步伐	61
中电信推新概念千元机 中低端市场迎新一轮交锋	63
中国电信：2011 年 CDMA 终端销量将达 6000 万部	66
【中国联通】	67
联通营销变革渐入深水区	67
联通高层：iPhone 4S 春节前上市	68
联通调整新定义千元智能机合约计划	69
联通因销量问题不再引入 3G 版 iPad 2	69
中国联通发布移动互联网新战略 Wo+ 开放体系	70
联通将联合百家电商渠道试行网上分销代理制	70
中联通调整终端政策 3G 用户拓展战略呈新动向	72

联通称 2012 年将大做 1000 至 2000 元中档手机	74
中国联通提差异化营销战略：建设智能营销体系	75
制造跟踪篇	76
【中兴】	76
中兴整组印度高管团队以缓解信任危机	76
中兴通讯 2012 年拟在美国推高端智能手机	76
中兴通讯何士友：2011 年销售智能机 1200 万部	77
【华为】	78
华为集成竞争力让美国畏惧	78
华为手机或将采用联发科芯片	79
华为征召上千代理商出击商业网络设备市场	80
华为预计 2015 年获印度企业业务市场 10% 份额	81
【诺基亚】	82
诺基亚法兰克福退市惹误解	82
诺西出售固定线路宽带接入业务	84
诺基亚下周发布新机 欲在美国市场挑战 RIM	84
诺基亚称一切进入正轨：借微软进入 B2B 市场	86
诺基亚西门子同意与沃达丰和黄澳洲庭外和解	86
【其他制造商】	87
联想加码移动互联业务	87
TCL 通讯进军第六代移动通信	88
索尼 2012 年可能放弃索爱品牌	88
三星宣布 2011 年手机销量超 3 亿	89
松下 2012 年 3 月在欧洲推出智能机 重返国际市场	89
服务增值篇	89
【趋势观察】	89
智能手机人才需求旺盛	89
2012 电信业 12 大预测：印度将成全球最大移动市场	90
【移动增值服务】	91
中国移动推出手机“杀毒先锋”软件	91
联通本月再降国际资费 每日 86 元漫游亚洲	92
【网络增值服务】	94
宝马携联通进军车联网	94
西安联通宽带可免费提速至 10M	94

智慧交通：今后手机上网就可叫车	95
“天翼院线通”启动 5 成 3G 用户初尝手机购票	96
中国民航地空宽带通信系统发布 实现地空通话上网	97
技术情报篇	98
【视频通信】	98
6 电视台联办 3D 频道元旦试播	98
我国首个智能电视支付系统平台发布	99
美国第二大卫星电视运营商或与 T-Mobile 合作	100
【电信网络】	101
1800MHz 对 LTE 服务至关重要	101
俄罗斯电信拟近期推出 4G 服务	102
美 Sprint2012 年下半年推首款 LTE 终端	102
【终端】	103
触觉鞋与智能手机给盲人引路	103
传下一代 iPhone 将采用 4 英寸屏幕	103
【运营支撑】	104
AT&T 年底 LTE 覆盖超 7000 万人	104
美运营商 Sprint 部署首个多模基站	104
T-Mobile 升级捷克网络至 HSPA+并测试 LTE 服务	105
市场跟踪篇	106
【数据参考】	106
移动应用程序总量将破 100 万	106
第四季度微软 WP 手机西欧销量为 50 万部	106
调研称 2013 年全球 HTML5 手机将超 10 亿部	107
苹果 iPhone 第四季度出货量或达 3050 万部	108
2011 年第三季度全球智能手机芯片收入大增 59%	109
【市场反馈】	110
调查显示手机银行成新宠	110
智能手机开打个性化营销	110
非洲移动市场增速全球最快	112
移动支付推广亟须突破标准瓶颈	112
苹果 iPhone 4S 成全美最畅销智能手机	114
市消委会：2011 年通信服务类投诉居首	115
移动支付行业标准呼之欲出 两大方案或共存	116

亚博聚焦

安卓专卖店不适合中国

近日,全球首个安卓专卖店现身澳洲,澳大利亚电信运营商澳洲电讯(Telstra)与谷歌公司以及 HTC(微博)、三星(微博)、索尼爱立信、摩托罗拉(微博)、LG 等安卓手机制造商合作,建成了一座名为“Android land”的门店。所谓众人拾柴火焰高,这种专卖店开在中国如何?

专卖店模式在国内其实早已出现,但曾经的流行已经渐渐没落,无论是诺基亚(微博)还是摩托罗拉都已成昨日黄花,如今只有苹果还保持着不小的人气,但其实更多的用户不过是去看看一种时尚,下载一些应用,包括收费的免费来体验,但专卖店的成本高,需要一定的销量才能维持,如果产品不能得到市场追捧,销量自然无从谈起。

苹果在全球成功的零售店模式以及产品体验式营销方式,正在成为智能手机行业争相模仿的对象。品牌形象自然是旗舰店很重要的功能,品牌形象店的建立与开拓,搭建了体验平台,提供销售网络支持,也是市场营销策略的重要组成部分。在苹果的零售店体系中,一直是直属于苹果总部的官方旗舰店。但目前在中国内地,也只有北京、上海拥有五家自营旗舰店,而市面上的苹果体验店基本都是代理商在获得苹果授权之后开辟的,和直营店有差距,不仅仅是服务,也包括产品性能的掌控上,难以给用户更多的建设性意见,更多还是停留在营销产品方面。

对于安卓来说,其品牌和产品太庞杂了,难以统一,自身都在打架,如何能够形成合力?除非仅仅是推出一个应用服务,或者单纯地体验馆形式的店面。当各个合作伙伴都是构筑在安卓系统下的时候,用户的选择会变得盲从,进而不知所措。这样还容易使这些合作伙伴自身出现竞争的纠结。

另外,不同厂商在安卓的专卖店中又能投入多少呢?抑或各自为政的一种店中店形式出行,让专卖店本身又成为一个小型的卖场。当然如果厂商的产品不彼此,估计厂商的热情也会大大削弱。

除非是谷歌和运营商合作,进行安卓系统应用和终端的打包,在这种条件下,兼顾终端商的利益。或许可以获得一定的支持。但是在中国市场,安卓的终端商太多了。难道谷歌仅仅局限于几个大佬?本土厂商是不是要涵盖进来?此外,专卖店的主旨是什么?应该是体验吧?开源的安卓有大量的应用可以随意下载,这

和苹果封闭的 iOS 是不同的。很多人根本不知道如何去下载苹果的应用，但是安卓就相对简单了。

众所周知，由于安卓平台的开放性，安卓产品的阵营虽然一直强大，但是在实体販售上缺少一个专门的安卓品牌转售渠道，安卓专卖店模式就是想进行一种尝试，但是效果如何还需要观察，而笔者观察，中国市场并不是 Android 专卖店模式最好的土壤。来源：2011-12-12 通信产业报微博

[返回目录](#)

诺基亚放弃高端手机市场？

在业绩下滑、裁员风波、破产谣言等阴影的笼罩下，诺基亚(微博)又被传出了将出售旗下奢侈手机品牌 Vertu 的消息。尽管诺基亚方面表示对传言不做任何回应，但业内普遍认为，正遭遇多方夹击并进行业务重组的诺基亚，选择卖掉 Vertu 的可能性很大。

出售计划仍处于早期阶段

消息称，诺基亚已委托高盛负责出售 Vertu，但目前该出售计划正处于早期阶段，还没有实质进展。记者就这一消息向诺基亚北亚区互联网服务事业部副总裁康鹏飞求证时，其表示“我们不会对传言做任何回应。”

但是，此前诺基亚关闭 Vertu 在日本全部门店的动作，以及 Vertu 创意概念与设计总监 Hutch Hutchison 在接受本报记者采访时做出“随着手机市场格局的转变，Vertu 未来不排除寻找更大靠山的可能性”的表态，都为上述出售消息的可靠性增加了砝码。

资料显示，Vertu 是诺基亚所成立的全球首家奢侈手机公司，平均每款售价高达十几万元人民币。有公开数据显示，过去 10 年该品牌手机的销量已超过 30 万部，自 2010 年年初以来更是保持了两位数以上的销量增幅。但该数据相对诺基亚 2.5 亿用户来讲还是小巫见大巫。根据外界的统计，Vertu 手机的每年营业额在 2 亿-3 亿欧元之间，而诺基亚 2010 年的全球销售额达到 424 亿欧元。

诺基亚已开始全面收缩战线

对于诺基亚出售 Vertu 品牌的原因，业内网站科技讯相关负责人李忠存认为，由于智能手机的崛起，诺基亚和 Vertu 的市场战略都在进行重新的调整，这也就为这次出售提供了可能。

目前，诺基亚正在重组智能手机业务，在苹果和谷歌系的巨大冲击下，巩固自己中低端手机的优势正成为其最务实的战略，抛弃高端市场已成为必然。另外，诺基亚在手机智能化浪潮中已是疲态尽显。不断的裁员、关闭罗马尼亚工厂、向

德国法兰克福证券交易所提出退市申请... ..这一连串的行为都显现出诺基亚正在全面收缩战线。“诺基亚目前在市场战略上、资金上都不能给 Vertu 提供更多的支持。因此出售 Vertu 有利于减少诺基亚的压力和成本开支，对其未来发展也是有利的。”李忠存说。

上个月，Vertu 刚刚在中国发布了全球首款触摸屏手机。Hutch Hutchison 表示，未来 Vertu 的定位不再是“钻石型”的收藏性产品，而是“高端汽车型”的消费类电子产品。这也意味着，Vertu 将调整策略和定位，亦亟须大量资金的支持。

未来收购方不限于 IT 厂商

据悉，Vertu 品牌已经引起一些投资公司的关注，其顶级奢华手机的定位也引起一些奢侈品牌的关注。由于 Vertu 最大的消费地正是中国，其全球 80 多家专卖店中就有 38 家在中国，这为一些国际品牌进入国内市场提供了机遇。

通信世界网总编辑刘启诚则表示，购买 Vertu 的厂商不仅要有与之高端形象相匹配的品牌，还要有充足的现金。有预测认为，目前从品牌、资金、市场等综合因素考虑，苹果无疑是 Vertu 最合适的买家。而当记者追问 Hutch Hutchison “是否苹果、谷歌有可能是其寻找的新靠山时”，他表示一切皆有可能。来源：2011-12-9 北京商报微博

[返回目录](#)

“公益型国企”非要垄断吗？

关于国企改革的方向争论了很多年，似乎现在才思路清晰起来，即最终形成公益型国企和竞争型国企——公益型国企主要追求社会效益，竞争性国企主要追逐经济效益。据笔者观察，目前国企大致分为三类，一类是公益型国企，如享受财政补贴的公交公司；一类是竞争型国企，如房企、汽车企业；还有一类国企分不清类型，如电网、石油、通信等国企。

国资委负责人把石油石化、电网、通信服务等企业归类为公益型国企，笔者实在不能苟同。不可否认，这类国企主营业务是公共产品，价格多由政府来定，承担了部分公益职能，但我们必须看到，这类企业与真正的公益型国企相比还有很大的差距。比如，公益型国企以追求社会效益为主，但真实情况是，石化等国企却获得了巨大的经济效益，经济效益远远大于社会效益。

以石油石化国企为例，出现部分业务亏损就伸手要补贴，而自己日进数亿之后上交的红利却偏少。尤其，让人不能容忍的是，这类国企丑闻频发，比如，“豪华车队”、“天价酒”、“自肥式车改”、“团购住房”、“天价名片”等。也

就是说，这类国企获得巨大经济效益之后，不仅承担的社会责任不多，自肥式的丑闻却不少。

中国社科院撰写的 2011 年《中国企业社会责任报告》结果显示，无论是国企、民营企业还是外资企业，社会责任得分都少得“可怜”，平均得分仅为 19.7 分，满分为 100 分。其中，近半数国企处于旁观。显然，国企的表现让人失望。因为国企经过多年培养，代表着中国企业的形象，理应成为榜样，结果却是国企社会责任得分不多。这个报告的结果与公众的感受基本吻合。

石油石化、电网、通信服务等国企的公益性之所以得不到公众普遍认可，根源就在于垄断。因为垄断，公众承受了不合理的价格和服务，这类国企却获得了高额利润；因为获得高额利润，才出现各种浪费现象和高工资、高福利。例如，北京师范大学日前发布的一份“中国上市公司高管薪酬指数报告(2011)”称，鉴于公司的实际业绩，中石油高管薪酬存在严重的激励过度。也因为垄断才多次出现“油荒”、“电荒”。有石油系统内部人士就向笔者透露过两条消息：一是“油荒”就是油企不愿炼油“逼宫”涨价；二是中石油和中石化地方分公司向油贩子倒卖成品油来牟利很常见。

显然，未来国企改革的方向是打破垄断，让市场来合理配置资源，让政府扮演裁判员，通过公平竞争让公共品价格更合理。然而，国资委负责人却把垄断国企归纳为公益型国企，指出公益型国企的特征之一是“在经营中存在着不同程度的垄断或寡头竞争”。无疑，这样的国企改革是让石油石化、电网、通信等垄断国企继续垄断下去，让公众去承受垄断的不良后果。

如果不打破国企垄断，国资委所说的“要防止企业利用垄断地位损害公众利益”，只能沦为空话、笑话。在笔者看来，不管国企是公益型还是竞争型，都不应该垄断，非垄断的国企照样可以创造社会效益。而垄断只会滋生畸形的价格和服务甚至腐败，损害公众利益是必然的。要想让石油石化、电网、通信服务这类垄断企业变成真正的公益型国企，首先是打破垄断。

从某种意义而言，如果不打破国企垄断，“公益型国企”很可能会变成某些国企继续垄断的借口。今后，垄断国企就有了一个“马甲”或正式称号，叫做“公益型国企”，结果就会变成打着公益的旗号干着损公肥私的事。值得注意的是，在发改委调查电信企业垄断的节骨眼上，国资委的说法耐人寻味——是否反对调查？来源：2011-12-13 每日经济新闻

[返回目录](#)

宽带为何选择提速而不是降价

近来，上海有线网络运营商——东方有线网络有限公司不停向居民的邮箱发小广告，“数字电视用户可以免费申领一台高清机顶盒看高清节目，另只需交100元的材料费还可以申领一个上网锚，既可以免费看高清电视节目，还可以体验三个月 NGB 的 2M 网络。”

据称，目前 NGB(Next Generation Broadcasting Network，即下一代广播电视网)的用户已达 100 万，其被视作上海电信未来不可小觑的竞争对手。

在上海，虹口、杨浦、闸北、徐汇、浦东五个区的市民只要到附近的移动营业厅去看看，就会看到东方有线与上海移动合作推出 6M 的宽带“e 家通”套餐。按照东方有线的宽带套餐，可以享受包年 1580 元的套餐费，并赠送 500 元的手机话费，以及 200 元购物卡。

这只是广电系网络运营商挑战电信的一个缩影。近来持续发酵的对中国电信(微博)、中国联通(微博)的“反垄断案”中，亦不乏广电系活跃的身影。

12 月 2 日，中国电信、中国联通在官网同时发出声明称，已向国家发改委提交中止反垄断调查的申请。各方势力围绕这一事件的角逐基本告一段落，动两家运营商难度太大，借助国家发改委来实施对两家强势运营商的大手术，乃至固网牌照的再分配已经不太可能。广电系只能等待新的时机。不过宽带运营商对中国电信和中国联通的网间接入费用下调应该可以期待。

中国电信 12 月 2 日承认，在向互联网服务提供商提供专线接入业务方面，价格管理不到位，价格差异较大，并承诺进行整改，尽快与中国联通、中国铁通等骨干网运营商进行充分的互联互通，“降低与中国铁通的直联价格... 适当降低资费标准。”中国联通也做了类似表述。(编注：两家运营商均未正面承认垄断。)

接下来，国家发改委、工信部应该会针对运营商网间结算价格出台新的细则。对中小宽带运营商而言，价格高争取不到客户，价格低则是亏本买卖。他们期待发改委的反垄断举措能带来电信、联通两家强势运营商的宽带接入资费下调。

但期望值不能太高。一位业内人士昨天说，针对第三方的互联网接入资费下调应该是肯定的，但是下调的幅度多少不好说，有总比没有好。

“电信和联通压力也很大，让它们大规模调低价格难度很大，国资委对企业每年都有考核，谁愿意调低价格导致收入降低？”上述人士说。

早报记者曾接触过一位上海电信的大客户经理，他的客户是一些视频网站公司。有一家视频网站公司受到浙江嘉兴电信的低价诱惑，想把服务站搬到嘉兴，上海电信知道后承诺价格不变，给这家视频公司带宽更宽。“你让我降价我压力

很大，我每年的任务都是规定好的，宽带多给一点没关系，但是要单独降低价格，那难度太大。”

2012年，上海宽带接入市场的竞争将更为激烈。上海电信、东方有线、上海联通、上海铁通、长城宽带等运营商将展开新一轮客户竞争。11月末，鹏博士电信传媒集团股份有限公司(600804.SH)发布公告称，将竞购长城宽带50%的股权。被收购后，长城宽带在上海市场估计也会有大动作。上海铁通和上海移动的捆绑营销还在继续，之前有充话费送宽带费，现在的政策是装宽带返还话费。

这次两家运营商认错后，电信承诺未来五年公共用户的“单位宽带资费”要下降35%，联通则无明确的说法。但公众对此并不买账，认为即便如此，公众用户的资费仍然很高。

事实是，此次反垄断调查曝光之后，中国电信在上海、浙江、江苏、广东等地启动宽带免费提速计划，提速后基本上都在一年内实现了超过35%的单位资费下降，因此中国电信总部这次承诺并没有多大吸引力。

必须指出的一点是，此番大提速的依据，是2010年工信部等部委推进宽带升级的发文。据统计，北京、上海、天津、山东、广东等多地电信部门近期纷纷回应该要求，推出了宽带免费提速计划：广州提出网速翻番目标；北京联通(微博)提出2M用户直接升至8M、甚至10M；上海百万家庭宽带网速免费提升数倍，部分居民一夜醒来发现宽带免费升级……

简而言之，作为上市公司，有经营压力以及国资委考核的压力，让电信、联通大幅降低公众用户的资费不太可能实现，运营商的策略还是提速不提价，实现单位资费的下降。

等宽带提速到你家吧，别无他法。来源：2011-12-9 东方早报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

国资委表态：通信企业属公益型国企

国企改革未来之路在何方？国务院国有资产委员会副主任邵宁于上周六在“2011中国企业领袖年会”上透露，国有经济结构调整将使国企向两个方向集中，未来会逐渐形成两种不同类型国企：公益型国企和竞争型国企。他表示，一方面，要防止企业利用垄断地位损害公共利益，另一方面，国企将承担破产退出的风险。

公益型国企：社会效益高于经济效益

邵宁表示，未来的调整会将国企业划分为两大类：公益型国企和竞争型国企。谈及公益型国企，邵宁指出，此类国企具备四个特征，首先，其产品关系到国民经济发展基本条件；第二，在经营中存在着不同程度的垄断或寡头竞争；第三，定价机制由政府控制，该类企业自身没有定价权；第四，企业社会效益高于经济效益，应经常承受政策性的亏损。“在中央层面包括如石油石化、电网、通信服务等领域的企业，而在地方包括供水、供气、公共交通等方面的企业”，他解释。

邵宁指出，由于该类国企在经营上普遍处于垄断地位，因此未来改革的重点在于提高透明度，建立包括价格、服务标准、成本控制、收入分配、资源配置等机制，以防止企业利用垄断地位损害公众的利益。

有观点认为，从事公共服务行业的国企，应将服务公众作为最高的目标。但有专家并不赞同这一看法。经济学家华生(微博)称：“现在再来讨论国企到底要不要完全做公益，完全不挣钱，那是不是又回到了改革最初的路，这么多年的改革都白做了？”

竞争型国企：将承担破产退出风险

邵宁指出另一类国企的改革路径：竞争型国企。他介绍称，此类国企政企分开更为彻底，政府既不应该干预企业的决策和内部事务，对此类企业也并无扶持帮助的义务，如宝钢、中粮、一汽、中国建材等企业。

“竞争型国企在机制上更加市场化，要独立承担经济法律责任，面对市场竞争优胜劣汰，乃至破产退出的风险，”邵宁说。

邵宁表示，竞争型国企的改革方式是依托资本市场进行公众公司改革。国资委近年一直在推动国企整体上市工作，竞争型国有大企业最终的体制模式很可能就是一个规范的公众公司，完全按照资本市场的要求和规则运作。

■ 延展

国资委表态时机敏感

邵宁此次指出要加强监管，防止国企垄断地位侵害公众利益正值发改委对中国电信、中移动展开反垄断调查之际。

昨日，记者联系采访国资委，至截稿时未得到回应。

《反垄断法》起草专家王晓晔对记者表示，从目前发改委披露情况来看，依据《反垄断法》，企业违法事实已经非常明确。本报记者钟晶晶

■ 声音

“中国企业缺创造力”

“中国企业的影響力不大，是因為核心創造力不夠。”中糧集團董事長寧高寧在“2011 中國企業領袖年會”上表示，“談論中國企業創造力，10 年前說是要求過高，10 年後的今天再不说就要求過低了！”

對此，TCL 董事長李東生(微博)認為，原因是中國企業對技術的崇拜遠遠敵不過對金錢的崇拜。

寧高寧認為，目前中國企業將企業家責任與生產者責任混淆。來源：
2011-12-12 新京報微博

[返回目錄](#)

工信部：我國 3G 用戶滲透率達 11.3%

在今天上午舉行的“2011 中國手機產業發展大會”上，工信部電信管理局副局長張新生表示，截至 2011 年 10 月底，我國 3G 用戶總數已達 1.1 億戶，比 2010 年同期增長 7136 萬戶，3G 用戶滲透率達 11.3%。

數據顯示，截至 2011 年 10 月，我國移動電話用戶達 9.64 億戶，已連續三年年增用戶超 1 億戶。“3G 用戶達 1.1 億戶，比 2010 年同期增長 7136 萬戶，3G 用戶滲透率達 11.3%。2011 年 10 月，新增 3G 用戶在新增移動用戶中占比 65%。”張新生說。

三大運營商 10 月份主要運營數據顯示，截至 2011 年 10 月底，中國移動(微博)在網 3G(TD)用戶總數達到 4532.8 萬戶；中國聯通(微博)3G 用戶總數達到 3315 萬戶；中國電信(微博)3G 用戶總數增至 3119 萬戶。

隨著 3G 的迅猛發展，我國移動互聯網時代已經來臨。張新生介紹說，截至 2011 年 6 月，中國網民規模達到 4.85 億，手機網民規模為 3.18 億，手機網民在總體網民中的比例達 65.5%，成為中國網民的重要組成部分。

“移動音樂、手機遊戲、視頻應用、手機支付、位置服務等豐富多彩的移動互聯網應用迅猛發展，移動互聯網正逐漸滲透到人們生活、工作的各個領域。”張新生指出，應抓住 3G 與互聯網緊密結合的契機，推動移動互聯網快速發展。而智能終端是移動互聯網的入口，也是移動互聯網發展的核心動力，智能終端已經成為各企業爭奪的制高點，我國智能終端產業正迎來歷史性發展機遇。來源：
2011-12-8 中國通信網

[返回目錄](#)

工信部：正制定移动智能终端管理办法

在今天上午举行的“2011 中国手机产业发展大会”上，工信部电信管理局副局长张新生表示，工信部正在研究制定有关移动智能终端的相应管理办法，目前不是为了限制，而是更好地推动我国智能终端产业发展。

近几年，陆续出现的信息安全问题引起从民众到政府的高度关注，并可能成为制约信息产业发展的因素之一。

伴随智能手机产业的迅速发展，手机恶意软件和病毒软件中的问题不断出现。据国家互联网应急中心统计，2010 年我国新截获手机恶意软件 1600 多个，累计感染移动智能终端 800 万部以上。

对于智能手机所面临的安全隐患，张新生指出，“当前，智能手机用户隐私泄露问题显现，部分企业出于自身利益，擅自收集用户隐私和信息，例如用户的通话记录、位置信息等都成为搜集的对象，这些都对用户隐私安全造成巨大威胁。”

为切实保障智能终端和移动互联网的信息安全，促进智能终端产业长期稳定发展，张新生表示，“工信部正在研究制定有关移动智能终端的相应管理办法，目前不是为了限制，而是更好地推动我国智能终端产业发展。”

最后，张新生强调，安全问题应该引起所有智能终端企业高度关注，特别是做终端安全软件的企业也应该抓住这次机遇，开发出更多有利于移动终端安全发展的软件。来源：2011-12-8 中国通信网

[返回目录](#)

工信部称运营商消费提醒服务整改后有提升

根据工信部网站刊登的一则消息，工信部部长苗圩接受媒体专访时表示，经抽查发现，能感受到运营商服务态度的改进，工作质量的提高。不过，业内认为，由于流量经营成为运营商未来收入重要目标，因此，流量使用提醒将成为下一阶段用户关心热点，对于运营商服务来说至关重要。

工信部日前在工业和信息化系统“为民服务 创先争优”活动中确定了通信行业、消费品行业、无线电行业为重点领域，将履行服务协议、遵守收费标准以及消费提醒等问题作为重点，采取多种手段，对三大运营商和 500 余家增值电信业务企业的近千项业务进行了抽查，对违规严重的 18 家电信企业进行公开曝光，对存在的问题及时问责督办整改。

此前的 2010 年，中国联通(微博)曾发生“天价微博”事宜，而中国移动(微博)也被曝光“天价 QQ”，引发用户对消费提醒的高度关注。

在整改中，中国电信(微博)推出了“五个一”服务承诺，将服务举措细化并纳入服务协议，实现 33 项用户消费提醒；中国移动进一步优化资费服务，力求资费设计清晰易懂，客户入网量身推荐，流量套餐实时提醒，推出“增值业务 0000 统一查询和退订”、“业务扣费主动提醒”两项消费透明服务措施；中国联通建设统一的国际数据漫游业务高额流量实时提醒平台，实现全网用户在国际漫游时能实时了解国际漫游数据流量，以及按天了解每日国际漫游流量和费用情况，提升用户感知。

不过，对于运营商而言，流量提醒是一个需要长期注意的问题，因为三大电信运营商日益重视流量经营，从联通而言，其旗下广东联通的 3G 流量经营收入已超过短信，中国移动最近则推出了数据流量充值卡，而中国电信也早已推出 WIFI 计时上网套餐，都是针对流量经营，因此，未来不仅是国际数据漫游流量的提醒，国内数据流量的提醒更加重要，因为大多数人是在国内使用数据流量。

在这方面，手机企业及 SP 也应负起一定责任，经常有用户奇怪：“谁偷走了我的手机流量”，而最后发现，一些手机的后台自动更新软件系统让用户在完全不知情的情况下就让流量溜走了，运营商也觉得冤枉。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

工信部新发 297 张进网许可证 TD 手机 32 款

工信部 11 月上半月核发进网许可证 297 张，TD 手机 32 款。

数据显示，工信部 11 月上半月核发电信设备进网许可证 297 张，3G 手机终端 59 款，其中 TD 手机占比较大 32 款。

11 月上半月工信部发放 cdma2000 手机 13 款，其中 cdma2000/GSM 手机 4 款，cdma2000 手机 9 款。cdma2000 无线数据终端 2 款。

TD 手机 11 月上半月手机数量相对较多，共 32 款，TD-SCDMA/GSM 双模无线数据终端 2 款。

此外，还有 14 款 WCDMA 手机，无线数据终端 2 款。来源：2011-12-8 飞象网

[返回目录](#)

工信部：视频监控向纵深扩展 销售向服务转移

在日前召开的“2011 视频监控技术及创新应用论坛”上，工信部电信研究院副院长杨昆表示，视频监控向纵深扩展，市场也在从产品向服务转移。

杨昆指出，目前整个视频监控市场还处于飞速发展阶段，未来前景也会非常好。从整个视频监控市场来看呈现两个新趋势：一个是用户需求多样化，分化，一个是整个市场销售在从产品向服务转移。

杨昆认为，视频监控的市场正向纵深扩展。“由于越来越多的用户意识到视频监控的重要性，市场的广度正在从平安城市、银行扩展到智能交通、物联网行业信息化等。此外，视频需求也已经开始分化，随着视频部署的行业越来越多，我们会发现这种差异性会越来越多，多到我们要有非常多的案例才能应付过来。”
来源：2011-12-9 通信世界网微博

[返回目录](#)

工信部部长苗圩：对违规严重电信企业公开曝光

工信部部长苗圩近日接受媒体专访时表示，将对电信企业的近千项业务进行抽查，对违规严重的 18 家电信企业进行公开曝光。

在谈到电信行业存在的主要问题与解决举措时，苗圩表示，工信部将履行服务协议、遵守收费标准以及消费提醒等问题作为重点，采取多种手段，对中国移动(微博)、中国电信(微博)、中国联通(微博)三家基础企业和 500 余家增值电信业务企业的近千项业务进行抽查，对违规严重的 18 家电信企业进行公开曝光，对存在的问题及时问责督办整改。

苗圩同时称，中国电信推出了“五个一”服务承诺，将服务举措细化并纳入服务协议，实现 33 项用户消费提醒；中国移动进一步优化资费服务，力求资费设计清晰易懂，客户入网量身推荐，流量套餐实时提醒，推出“增值业务 0000 统一查询和退订”、“业务扣费主动提醒”两项消费透明服务措施；中国联通建设统一的国际数据漫游业务高额流量实时提醒平台，实现全网用户在国际漫游时能实时了解国际漫游数据流量，以及按天了解每日国际漫游流量和费用情况，提升用户感知。

上周五，中国电信、中国联通同时在其官方网站发表声明，承诺将对互联互通及价格上存在不合理行为进行整改，并承诺提速降费。两家公司还向国家发展改革委提交了整改方案和中止调查的申请。来源：2011-12-7 中国新闻网微博

[返回目录](#)

工信部智能手机进网许可证数量同比增长 114.4%

据工信部相关负责人表示，2011 年我国终端的入网许可证申请大大超过往年，核发的智能手机进网许可证在前 11 个月较 2010 年同比增长 114.4%，智能手机的市场份额已达 24.1%。

截止 2011 年的前 11 个月，工信部核发智能手机进网许可证 416 张，核发智能手机进网许可证标志 9703 万枚，同比分别增长 114.4%和 166.7%，智能手机市场份额达到 24.1%。

某咨询公司也发布报告称，2011 年第三季度中国智能手机销量为 2390 万部，略高于美国市场的 2330 万部，成为全球最大智能手机市场。截止 2011 年 10 月，我国移动电话用户达 9.64 亿户，已连续三年年增用户超 1 亿户。

到 2011 年 6 月，中国网民规模达到 4.85 亿，手机网民规模为 3.18 亿，手机网民在总体网民中的比例达到 65.5%，成为中国网民的重要组成部分。

而我国的 3G 用户也达到了 1.1 亿户，比 2010 年同期增长 7136 万户，3G 用户渗透率达 11.3%。2011 年 10 月，新增 3G 用户在新增移动用户中占比 65%。工信部的专家认为，一旦产业中的用户占比达到 10%-15%时，就意味着产业拐点的出现，而这也意味着国内 3G 产业将迎来快速发展。来源：2011-12-8 飞象网

[返回目录](#)

工信部:依法处罚移动互联网恶意程序制作传播者

近日，工业和信息化部印发了《移动互联网恶意程序监测与处置机制》(以下简称《机制》)。《机制》规定恶意程序一经认定，须切断恶意程序服务器对用户手机的远程控制。当发生较大及以上等级的恶意程序事件时，要求移动通信运营企业向本单位服务的手机用户进行信息提示和查杀技术咨询。并对制作、传播恶意程序或利用恶意程序牟利的移动互联网服务供应商和其他合作伙伴依法进行处罚。

《机制》规定，在 CNCERT(国家计算机网络应急技术处理协调中心)认定恶意程序后，各单位根据认定结果各自开展监测，并对发现的恶意程序控制服务器进行处理，切断其对用户手机的远程控制，使用户免受更大侵害。若根据监测结果，发生较大及以上等级的恶意程序事件时，要求移动通信运营企业向本单位服务的手机用户进行信息提示和查杀技术咨询。此外，对于涉嫌制作、传播恶意程序或利用恶意程序牟利的移动互联网服务供应商和其他合作伙伴，要求移动通信

运营企业根据协议，对其进行处理，并报政府管理机构依法处罚，以打击不法行为。

为配合《机制》，工信部还制定了《移动互联网恶意程序描述格式》。这对于开展移动互联网程序检测处置工作，判断哪些是恶意程序有了判断依据。而根据《移动互联网恶意程序描述格式》统一命名标准，有利于各网络安全专业机构和企业共享信息，避免重复工作，减少技术资源浪费。

工信部下一步将通过加强技术手段建设、完善配套标准、加强用户网络安全教育等工作配合《机制》的出台。来源：2011-12-9 中国新闻网微博

[返回目录](#)

工信部严管移动互联网恶意程序 将进行跨网监测

近日，工业和信息化部印发了《移动互联网恶意程序监测与处置机制》，据悉，这是工业和信息化部首次出台移动互联网网络安全管理方面的规范性文件，引起了业界的广泛关注。

据了解，移动互联网恶意程序是指运行在包括智能手机在内的具有移动通信功能的移动终端上，存在窃听用户电话、窃取用户信息、破坏用户数据、擅自使用付费业务、发送垃圾信息、推送广告或欺诈信息、影响移动终端运行、危害互联网网络安全等恶意行为的计算机程序。

移动互联网恶意程序的内涵比手机病毒广的多，如手机吸费软件不属于手机病毒，但属于移动互联网恶意程序。

近年来，移动互联网快速发展，它方便用户时时处处在线，极大地丰富了用户的业务体验，促进了产业发展转型，但也带来日益突出的网络安全问题。

一方面，互联网上原有的恶意程序传播、远程控制、网络攻击等传统网络安全威胁向移动互联网快速蔓延。据中国反网络病毒联盟(ANVA)统计，截至2011年10月，国内累计发现移动互联网恶意程序4500余种，并呈加速增长趋势。2011年5月初，大量被“毒媒”恶意软件控制的移动终端向江苏某运营业务网站发起拒绝服务攻击，造成该网站一度瘫痪。

另一方面，移动互联网终端和业务与用户个人利益的关联度更高，恶意吸费、用户信息窃取、诱骗欺诈等恶意行为的影响和危害十分突出。据国家计算机网络应急技术处理协调中心(CNCERT)抽样监测显示，感染“手机骷髅”恶意程序的手机被控制大量发送彩信，诱骗其他手机用户下载，造成被感染手机产生大量通信费用。用户手机一旦被植入“X卧底”恶意软件，手机通话内容、短信、联系人等信息都会被窃取。

工业和信息化部作为互联网行业主管部门，肩负维护公共互联网安全、保护用户利益的职责。为履行职责，遏制移动互联网恶意程序泛滥的趋势，指导移动通信运营企业、安全企业、域名服务机构、科研机构等相关方合力净化网络环境，出台了《移动互联网恶意程序监测与处置机制》。

据工信部网站显示，该《机制》适用于移动互联网恶意程序及其控制服务器、传播服务器的监测和处置。

《机制》规定，依据《移动互联网恶意程序描述格式》行业标准开展移动互联网恶意程序的认定和命名工作，由各单位对恶意程序样本进行初步分析，并将信息汇总到 CNCERT，由 CNCERT 统一认定和命名。

同时，移动通信运营企业负责本企业网内恶意程序的样本捕获、监测处置和事件通报，CNCERT 负责恶意程序跨网监测、汇总通报和验证企业处置结果。

此外，《机制》还规定将根据移动互联网恶意程序造成的用户通信费用损失和每日受感染手机号码数量划分事件等级，并要求 CNCERT 具备跨不同公司网络的监测能力，移动通信运营企业应具备覆盖本企业网内的监测处置能力。来源：2011-12-9 中国新闻网微博

[返回目录](#)

工信部:TD-LTE 二阶段测试要尽快满足 R9 版本需求

在今天上午举行的“2011 TD-LTE 测试技术研讨会”上，工信部科技司高技术处处长于生多表示，在 TD-LTE 第二阶段测试中，对于 R9 版本的测试功能要尽快的实现，满足更新版本 R9 的性能验证测试。

2011 年 4 月，我国正式启动了 TD-LTE 六城市规模技术试验工作，据于生多介绍，前不久六个城市的 TD-LTE 规模技术试验第一阶段已经完成，目前正在紧锣密鼓地做总结，同时也在紧张地准备第二阶段的测试工作。

“测试一定需要仪器仪表，如果没有仪器仪表，TD-LTE 测试就很难开展下去，也很难拿出准确数据向世人展示 TD-LTE 研究的成果。”于生多表示，目前在 TD-LTE 方面的测试仪器仪表确实取得了很大的进步，但随着网络越来越复杂，测试仪器也需要进一步加强。

在于生多看来，无论是正在研究开发的测试仪器仪表，还是生产线上的测试仪器仪表，都需要不断的成熟和完善，来满足 TD-LTE 产业规模化生产的需求。

据悉，TD-LTE 规模试验第二阶段即将于年底开始，对此，于生多表示，在 TD-LTE 第二阶段测试中，对于 R9 版本的测试功能要尽快的实现，满足更新版本 R9 的功能性能验证测试。

谈及未来的产业发展政策，于生多表示，目前，我们的方针是大力发展 TD-SCDMA，因此做 TD-SCDMA 的厂家不用担心，大家依然是有市场的；同时要加快促进 TD-LTE 产业化，两者是相互关联的，这两者都要兼顾。来源：2011-12-7 中国通信网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

中国移动无线城市发展提速

从 11 月底开始，北京的用户将可使用手机、平板电脑、笔记本电脑等终端，在西单、王府井、奥运中心区、三大火车站、金融街、燕莎、中关村大街七个地区实现免费无线上网。而在珠海，用户可以通过商场、超市的客户终端机直接打印团购、优惠券等。

随着移动通信和互联网技术的快速发展，无线城市已经越来越贴近人们的生活。只要有一部手机，便可以实时查询交通路况、景点拥挤程度、及时掌握公交车的到站情况、刷手机卡坐公交车、去超市买东西、交纳生活中的各种费用... ..

事实上，无线城市自诞生之日起，就因被视作继水、电、气、交通之外的城市第五项公共基础设施而备受关注。包括美国、加拿大、英国、法国、德国、新西兰、韩国、日本等经济发达地区，都有多个城市启动了无线城市的计划，马其顿、新加坡甚至在建无线国家。毫无疑问，无线城市被认为是一种更为高效、便利、舒适的智能生活的完美体现，其重要性也可见一斑。

在我国，随着 3G 牌照的发放，无线城市计划更是先后提上各地区中心城市的日程，在香港为无线城市建设做出表率之后，成都、厦门、北京、上海、广州等城市相继确立了无线城市计划并已付诸实施，中国移动(微博)承建的全国无线城市群也正逐步形成。

中国移动总裁李跃在近日举办的 2011GSM 亚洲通信大会上也指出，截至 2011 年 10 月底，中国移动已与 26 个省(市、区)、160 多个城市签署了无线城市建设的合作协议。其中，全国 22 个省(市、区)的无线城市门户已上线，全网应用数量近 1 万个，累计使用用户近 600 万人。据悉，目前中国移动已经推出了“政务、公共事业、交通、医疗、教育、就业、金融、旅游、生活服务、消费购物”十大门类、50 个重点应用。

据了解，仅 2011 年 4 月份以来，中国移动便先后与江西、贵州、四川签订协议，在“十二五”期间将加大“无线城市群”的建设力度，电子政务、智慧教育、智慧医疗、移动电子商务等丰富的应用正悄然走进千万市民的生活。

以北京为例，在 11 月底用户可终端免费上网之前，北京政府与中国移动北京公司便联合推出了作为北京无线城市建设的重点和重大应用之一的“市民主页”，市民只需要通过登录 wap.mybj.gov.cn，便可以随时随地随需地获取与政务公开、公共事业服务、个人生活等相关的各种城市服务信息。用户可以通过“我的提醒”“我的服务”和“我的声音”等栏目实时了解对譬如交通违章提醒、热点新闻、多项公共服务等与日常生活息息相关的信息。目前，北京市无线城市“市民主页”也已完成二期规划，以便利化、易用性为目标，打造移动互联网特色与移动新特色相结合的聚合门户。

此外，在环渤海经济圈、长三角、珠三角等地区，还有众多城市有类似建设无线城市的计划。在厦门，中国移动厦门公司推出的“掌上公交”业务，就颇受广大市民的青睐，市民通过手机，可以查询出行线路并确定所要乘坐的公交车，并获知所要乘坐公交车的实时位置，同时还可根据自己的需要定制公交车到站的预约提醒，为市民节省了 60% 以上的等车时间。仅在厦门一地，“掌上公交”月访问量已超过 160 万人次，成为市民低碳出行的首选信息工具。在四川，3G 网络已基本覆盖到县及部分重点乡镇，用户通过移动终端，在上线的“无线城市群”门户平台上购买电影票甚至敲定看电影的座位、随时随地查询、缴纳水电气费、发放薪水后实时查询社保缴纳信息。

中国移动相关负责人表示，无线城市在中国已经成为城市信息化的一个重要发展潮流，推动无线城市发展的关键除了云计算、移动互联网、物联网外，让客户拥有一个良好的应用体验也是无线城市发展的关键因素。来源：2011-12-7 科技日报

[返回目录](#)

我国电信行业入世十年发展轨迹

2011 年 12 月 11 日，是我国正式成为世界贸易组织(WTO)成员的十周年纪念日。十年弹指一挥间，我国电信业沧桑巨变。当年业内担心的“与狼共舞”发生了吗？机遇抓住了吗？挑战承受了吗？承诺兑现了吗？今日，本版推出“入世十年”专题，回顾我国电信业十年来取得的成就，总结经验，并探讨对现存问题的解决办法。

行业收入规模持续扩大

2001 年~2010 年，电信业总体上仍处于规模扩张阶段，随着固定和移动电话、互联网用户的迅速拓展，资费的迅速下降以及新业务的不断推出，行业收入规模持续扩张。到 2010 年，电信业务收入达到 8988.3 亿元，是 2000 年收入

规模的 3 倍，年复合增长率达到 11.5%。互联网及增值服务市场保持高速增长态势，业务收入年均增长超过 20%，到 2010 年，收入规模已超过 1000 亿元。

网络基础设施建设取得显著进展

十年间，我国电信业网络基础设施建设迈上新台阶。截至 2010 年年底，光缆线路长度达到 995.1 万公里，是 2000 年年末的 8.2 倍；固定电话网络局用交换机容量达到 4.66 亿门，是 2000 年年末的 2.6 倍；移动电话交换机容量提高到 15.05 亿户，是 2000 年年末的 10.8 倍，年均增长 26.8%。基础电信企业互联网宽带接入端口达到 1.88 亿个，国际业务出口总带宽达到 1.6Tbps，拥有 7 条登陆海缆、20 条陆缆。与“入世”之初相比，各类主要网络资源都有显著增长，并且已建成了包括光纤、数字微波、卫星、程控交换、移动通信、数据通信等各种先进手段，覆盖全国的固定电话网、移动通信网、数据通信网和连通全球的互联网。

技术业务创新能力显著增强

“入世”以来，我国电信业积极跟进世界信息网络技术发展趋势，坚持走引进、吸收相结合的发展道路，为电信业持续较快发展提供了有力支撑。

网络和通信技术研发及应用水平跨入世界先进行列 移动通信步入 3G 时代，累计建成 3G 基站 66 万个，基本覆盖全国县以上城市；形成了 TD-LTE 的国际演进标准，创造了我国信息通信技术领域自主创新的成功典型。网络 IP 化演进成效显著，建成全球最大 IP 软交换商用网络，网络能力和智能化水平进一步提高；下一代互联网研究部署稳步推进，建成了全球最大 IPv6 示范网络，建立了较完善的 IPv6 研发及产业化体系。基础传输网向超高速、超宽带、智能化方向发展，国产 80×10G 的超大容量光传输系统已在骨干网上初步应用，智能光网络(ASON)进入规模部署阶段，提高了网络智能调度管理和生存能力。

业务创新取得积极成效：各种新型业务、新的应用平台、新的服务模式层出不穷，特别是各类互联网应用迅速扩展。微博、团购等互联网新应用初具规模，截至 2010 年年底，其用户规模分别达到 6311 万户和 1875 万户。移动互联网快速发展，手机网民达到 3.03 亿户。

电信服务普及水平持续攀升

十年间，随着电信业务向各领域迅速拓展，普及程度快速提高，我国电话用户数跃居全球首位。截至 2010 年年末，电话用户总数达到 11.53 亿，比 2000 年增加 9.24 亿户。其中，固定电话用户达到 2.94 亿户，移动电话用户为 8.59 亿户，分别比 2000 年增加 1.5 亿和 7.7 亿户，分别占全球的 27%和 16%左右。从普及水平看，固定和移动电话用户普及水平分别提高至 22.1 部/百人和 64.4 部/百人，与“入世”之初相比，普及水平分别提高 9.7 和 57.7 个百分点。另外，

互联网也获得迅猛发展，网民普及率上升至 34.3%。宽带用户从 2002 年起步以来，用户数已突破 1 个亿，到 2010 年达到 1.26 亿。

全业务竞争的市场格局初步形成

十年间，电信业实施了一系列重大改革举措，不断推动电信市场竞争。在基础电信领域，目前初步形成了 3 家基础电信企业全业务运营竞争的格局。同时，在增值电信领域，已有两万多家企业充分竞争，其中 90% 以上为民营企业或包含民营经济成分。此外，竞争方式从单业务竞争转向融合竞争，同质化竞争向差异化竞争演进；竞争绩效明显提升，3G 业务、固定移动融合业务竞相推出，使消费者有了更多、更好的业务选择。

行业国际影响力显著提升

“入世”十年，我国电信业的规模增长速度突出、技术水平提高显著，在全球电信业中的地位明显上升。经过十年的跨越式发展，我国已建成世界第一大网，发展了世界最多的用户，成为名副其实的电信大国。截至 2010 年年底，我国固定电话和互联网普及率超过了全球平均水平，移动电话普及率与全球发达国家的差距日趋缩小。

我国电信业国际地位的提升也促进了国际影响力的提高。特别是我国加入 WTO 以来，电信业坚持“引进来”和“走出去”相结合，加强国际交流与合作，加快“走出去”步伐，取得了一定成效。

国际交流与合作深入开展：中美、中俄、中日韩、中欧、中国与东盟各国通信领域合作不断加强，我国与各国的电信合作向深层次、宽领域推进。大湄公河次区域信息高速公路建设、2006 年中国香港世界电信展、成功推选国际电联副秘书长等一系列成果，体现了我国电信业参与国际事务的程度不断加深。

在国际标准制定中发挥了重要作用：我国在第三代移动通信、光通信、NGN、IPTV、网络管理等关键技术领域获得了更多话语权；向国际标准组织提交的文稿数量逐年增多，技术的深度和广度逐步提高，采纳率也稳步提升。

我国电信企业的国际影响力不断提升：中国电信(微博)、中国移动(微博)、中国联通(微博)三家基础运营企业均进入全球 500 强行列；互联网及增值企业快速崛起，形成了一批有国际影响力的骨干互联网企业，腾讯、百度、阿里巴巴(微博)等公司市值进入全球互联网企业前列。

对经济社会发展的贡献日益突显

持续促进经济增长：电信基础设施建设持续保持规模投入，十年间，基础电信企业累计投资近 2.6 万亿元，有力地促进了设备制造业和服务业的发展。同时，电信基础设施的快速发展创造了大量就业机会。通信业的直接就业人员超过 200

万人，而且为上下游产业带来了大量新的就业机会，带动了中小企业电子商务、物流配送等一大批人员就业。

全面服务民生和社会发展：加入世贸组织以来，电信资费综合价格水平逐年下调，业务种类日益丰富，用户权益保护日趋完善，服务满意度稳中有升。

“村通工程”取得明显成效：截至 2010 年年底，我国已实现 100% 的行政村通电话，100% 的乡镇通互联网，99% 的乡镇通宽带，80% 的行政村具备互联网接入能力，94% 的 20 户以上自然村通电话。信息基础设施不断普及延伸，有力地推动了文化、教育、医疗卫生等社会事业和电子政务、电子商务的发展以及社会主义新农村建设。

全力支撑突发事件和重大事件：借助现代化通信手段和优质、可靠、高效的服务，为抢险救灾、公共突发事件和重大活动等提供了卓越的通信保障服务，在抗击南方雨雪冰冻灾害、“5·12”汶川特大地震等自然灾害中确保了重要通信的畅通，为北京奥运会、国庆 60 周年和上海世博会等重大活动提供了安全可靠的网络与信息保障。

问 题

——行业增长模式亟须转型

目前我国电信业仍处于以规模驱动为主的发展阶段，随着投资回报约束的增强以及用户市场日趋饱和，这种主要依靠规模扩张的粗放型发展模式难以持续。此外，对传统业务的过于依赖，使行业难以实现快速增长。目前，行业总收入中仍有一半以上的收入来自话音业务，但目前话音业务的普及程度已相对较高。同时，新兴业务仍处于市场培育期，发展势头良好的互联网和增值服务市场总体规模较小，导致电信业总体收入增长困难。因此，行业亟须加快转型步伐，使技术和业务创新成为行业发展的主要驱动力。

——区域和城乡间新兴通信服务发展差距有扩大趋势

在通信业的区域和城乡发展差距总体缩小的大趋势下，以宽带互联网和移动 3G 为代表的新兴应用正在区域和城乡间形成新的数字鸿沟。一方面是接入水平，中、西部与东部宽带接入人口普及率以及城乡互联网普及率差距有逐步扩大趋势；另一方面，在应用服务领域，互联网新兴服务和增值服务产业的企业主要分布在东部地区。这种新兴业务领域中区域和城乡间发展差距逐步扩大的趋势，使行业多年来形成的区域和城乡趋向协调发展的态势受到影响，更带来与经济社会发展相协调的新问题。

——对国际市场和全球资源的利用程度亟待提升

我国电信业对国际市场和全球资源的利用程度相对较低。行业的海外拓展还处在初级阶段，海外网络建设、用户发展等情况相对滞后，投资回报率处于较低

水平。同时，虽然近年来外商投资电信企业申请数量逐年增加，且对我国社会、经济等多方面起到正效应，在技术上对国内企业的示范作用比较明显，但目前我国电信行业对外资的利用率仍不高。

经验

——遵守 WTO 规则，稳步推进体制改革和市场开放

十年来，我国严格履行“入世”承诺，不仅向外资开放了部分增值业务，还通过修订《外商投资电信企业管理规定》，将经营全国、跨省或省内的基础电信业务的外商投资电信企业注册资本最低限额下调 50%；在 21 个城市或地区开展离岸呼叫中心业务试点，取消外资股比限制，简化试点审批程序。

“入世”进一步推动了电信业的改革开放。经验表明，引进多种资本和主体，促进市场有效竞争，是实现发展的重要途径。目前，我国已有两万多家增值电信业务企业，其中 90% 以上为民营企业或包含民营经济成分，还包括 25 家合资企业。互联网在十年内取得的飞速发展，是民间资本、社会力量和外资共同推动的结果。

——积极适应技术和产业发展趋势，实现科学发展

加入世贸组织的十年，也是通信技术快速发展变革的十年。依托全球化的市场和开放的竞争环境，全行业紧紧抓住技术变革创造的历史机遇，利用国际国内两个市场、两种资源，探索了一条全球化环境下的发展之路。以移动通信的发展为例，在全球 3G 步入发展快车道以及我国 3G 发展条件日益成熟的情况下，果断引入 3G，使我国电信业技术水平和电信服务方式实现飞跃，为实现由电信大国向电信强国的转变奠定了基础。依托全球化扩展和国际国内市场，华为(微博)、中兴等中国通信设备代表性企业已成长为国际通信设备业中举足轻重的跨国企业，华为已进入全球 500 强行列；腾讯、百度等互联网企业进入全球互联网企业市值前十位。

——积极实施有效监管，有力保障行业发展

十年来，我国逐步建立健全电信监管体系，应对“入世”带来的行业发展内外部环境的变化。监管部门加快转变政府职能，全面推进依法行政，重点加强法制建设，加大互联互通等的监管力度，稳步推进电信资费管理方式改革。同时，认真解决群众反映强烈的服务热点问题，强化通信建设市场管理，规范了市场秩序，为行业发展营造了良好的市场竞争环境。在市场经济条件下，有效的政府监管对于推动市场竞争秩序的建立、保持行业整体健康发展、切实维护消费者的合法权益发挥着至关重要的作用。

建议

——坚持科技进步和创新，加快融合创新步伐

着力突破新一代移动通信、下一代互联网、物联网、云计算等关键技术，加强成果转化和应用推广；加快应用模式、服务模式和商业模式创新，发展融合业务，开拓新兴服务消费领域；加速产业链垂直整合和行业资源重组，促进产业间融合发展和互动发展新格局的形成。

——完善市场监管体系和普遍服务机制

建立电信市场发展及预警报告机制，强化市场竞争行为监管。继续推进电信基础设施共建共享，创新共建共享模式。规范电信企业价格行为，提高电信资费透明度。加强对增值电信业务的监管，优化增值电信业务结构。综合利用财政资金等多种资金来源，拓展普遍服务政策的实施范围和服务内容。

——利用 WTO 规则加强国际合作

积极遵守和利用 WTO 规则，深化电信体制改革，完善市场开放机制，统筹对内开放与对外开放。加强国际交流，建立适应全球化信息通信发展要求的国际对话与合作机制。拓宽信息基础设施合作渠道，探索共同发展和协调推进机制。积极参加国际及双边、区域、多边活动。充分利用双边和多边合作机制，鼓励通信制造、运营、建设、咨询服务等企业“走出去”，开展互惠互利合作。来源：2011-12-9 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

国家有线网再推迟至 2012 年底挂牌

发改委主导的电信、联通涉嫌宽带垄断的调查依然在继续，急于获得基础网络运营商和国际互联网出口的广电有望成为受益者，但广电自身的市场竞争主体——国家级广播电视网络公司的组建却在这关键时刻再度推迟了。

12月6日，本报记者获悉，广电总局局长蔡赴朝近日在内部会议上介绍2012年工作重点时提出，要加快推进有线电视网络整合，到2012年底实现一省一网，同时组建国家级广播电视网络公司。

记者了解到，广电总局最初确定的国家级网络公司挂牌时间是2010年底，后来由于省网整合进展不顺利推迟到2011年底，如今又再次推迟到2012年底。

“2011年4月上任的新任局长蔡赴朝在8个月的各地实地调研后发现，目前国家网络公司组建的条件依然不成熟。”广电总局有关人士透露。

记者了解到，尽管到2011年11月底已经有25个省市的有线电视网络完成了省网公司的挂牌或整合，但很多省市级网络的资产评估和整合都没有完成，县乡网络的整合则需要更长的时间。

广电行业专家、视讯中国副总经理包冉告诉记者，2010年底有21个省市的省级网络公司完成了挂牌，当时主要是因为广电总局设立的最后期限是2010年底。但挂牌之后，在整合方面，很多公司选择了观望，而浙江、福建等几个省至今没有完成省网的挂牌。

格兰研究提供的最新数据显示，目前完成挂牌的省网有25个，其中基本完成整合只有15个左右，其余10个省的整合依然在推进中，全国2.1亿有线用户目前在整合范围内的只有9000万户。

此外，广电总局向国务院三网融合工作小组上报的几个组建方案也多次被驳回，这也导致国家网络公司成立的资金依然没有到位。

消息人士告诉记者，未来的国家级有线网络公司将是大型文化国企，财政部将可能注资，但是具体的注资金额可能远没有广电希望的几百亿元那么多，而注资后这家公司将归国资委还是宣传部门的国资办管理，依然是双方关注的焦点，这也是国家级网络公司不能按期挂牌的原因之一。

据悉，北京市人大近日提出了组建文化资产管理委员会(简称文资委)的议案来管理文化国资的资产，未来国务院是否成立类似的机构还不清楚，这也给筹备中国国家级网络公司未来的管理归属提供了新的可能。

记者了解到，12月初广电总局和工信部分别向国务院三网融合工作小组提交了各自的第二批试点的城市名单，2012年年初第二批试点城市名单出炉，三网融合试点扩大已经成为必然。

其实地方广电运营商也等待国家级网络公司组建后启动NGB网络全面建设，并依靠获得的基础网络运营商、国际互联网出口和IDC资格来全面发展有线宽带业务，如今国家级网络公司再度推迟让这些地方广电运营商感到失望。

广电行业专家、融合网主编吴纯勇认为，其实对于广电总局来说，哪怕省网整合进度还没有达到预期，应该先组建一个新的市场主体来争取基础网络运营商的资质，即便最初的公司是个没有多少资产的空壳，因为这样对于三网融合2015年全面开展后广电占据主动也是有利的。

但广电总局科技司一位人士认为：“随着三网融合的扩大，地方广电运营商遇到的竞争压力会更大，这样原本对网络整合有看法的地方广电运营商可能会加快整合，更愿意加入国家级网络公司。”来源：2011-12-8 21世纪经济报道微博

[返回目录](#)

我国手机网民近 5 亿仅两成开发者盈利

近日，赛迪智库统计发布的《2012 年我国互联网发展形势前瞻》研究报告显示，自 2010 年以来，我国移动互联网用户，也就是手机上网人数呈爆炸式增长。2010 年底为 3.03 亿人，2011 年 6 月底达到 3.18 亿，预计 2012 年突破 4.8 亿，发展速度远远超过传统互联网。亦因为如此，“移动互联网”成为近年来炙手可热的产业。加上李开复(微博)“创新工场”、雷军(微博)“小米科技(微博)”等围绕移动互联网产生的创业孵化器、创业型公司大量涌现。让人们觉得“移动互联网”和“创业”便是“最佳拍档”，数以亿计的用户市场放在面前，此时不创业，更待何时。然而，现实情况真的如此吗？DCCI(互联网数据中心)发布统计数据称，中国的移动开发者中，盈利的仅占两成，且收入水平偏低。来源：2011-12-8 北京晨报微博

[返回目录](#)

2012 年国内运营商合约终端销量将过亿

在近日举行的“2011 中国手机产业发展大会”上，赛诺高级分析师李睿表示，2012 年运营商合约终端销量将过亿；未来一年，国际厂商仍难撼动国内厂商在 1500 元以内安卓市场的优势。

李睿指出，中国市场在售机型数量已经超过 6000 款，成为全球机型数量最多的国家。他预计，2012 年运营商合约终端销量将过亿；未来一年，国际厂商仍难撼动国内厂商在 1500 元以内安卓市场的优势。

谈及未来手机产品的发展趋势，李睿认为，巨屏、超薄、多核、多卡将成为趋势。“大屏将会取代操作系统成为智能手机的第一显性特征；同时多卡手机将成为用户的一种偏好，目前有近 35% 的中国手机用户接受同时使用两张 SIM 卡；此外，多模手机将成为运营商拓展目标用户群和社会销售渠道的一种重要方式。”

此外，李睿还用“4 个过半”和“4 个过亿”来预测中国手机市场的格局：“4 个过半是指 2011 年智能手机销售额份额过半、2012 年智能终端销量将过半、WCDMA 智能手机在 3G 市场份额过半以及国内厂商在安卓手机市场份额过半；4 个过亿是指 2011 年 3G 终端市场和用户规模过亿、2012 年运营商合约终端销量将过亿、2012 年低价位智能终端销量将过亿、2012 年仍然会有超过一亿的 2G 市场。”来源：2011-12-12 中国通信网

[返回目录](#)

宽带国家战略纳入“十二五”规划正当时

《通信业“十二五”发展规划(征求意见稿)》(以下简称《规划》)已完成最终修改并上报工业和信息化部审批,预计年内出台。据权威人士介绍,和之前的若干稿草案相比,《规划》最终稿对“十二五”期间通信产业发展目标做出修改:到2015年,各类业务收入超过1.5万亿元;累计投资规模超过2万亿元,将带动信息服务业和通信设备制造业发展壮大,并实现智能终端产业的全面升级。

《规划》最终稿中指出,要全面深化信息服务应用,培育壮大云计算在内的新兴服务业态,通过推动传统产业升级、发展民生信息服务和促进公共管理智能化三大手段,来逐步带动和发展信息服务产业。

《规划》最终稿的一个亮点就是第一次对“宽带中国”战略给出了一个内涵的解释。此前对“宽带中国”战略更多理解为基础设施,此次《规划》把“应用”也涵盖了进去。信息基础设施建设包括四个方面。一是加速网络宽带化进程,提升光通信设备产业化能力,第二是推动新一代通信业务发展,第三是推进互联网演进布局,第四是考虑全面推进三网融合。而信息服务业的主要内容就是云计算和物联网的发展。

我国宽带发展一直没有一个明确的宽带国家战略,对于发展宽带战略的资金支持也是捉襟见肘。这与我国国民经济的快速发展严重不协调。

众所周知,日新月异的信息技术发展是当今世界各国广受重视的新经济领域,已经成为全球经济保持稳步增长的加速器。目前美国、澳大利亚、韩国、日本等国家都制订了国家级的宽带发展计划,放到了国家和民族头等重要的位置在发展,国家资源在大量投入,甚至是不惜成本,但在我国的国家规划中有关于宽带发展基本没有,而现实中的宽带建设也仅仅是运营商在做,未见任何国家资源介入,这与广电的村村通户户通根本不能相提并论。

另一方面,中国的国土面积很大,区域发展不均衡,运营商一方面要承担普遍服务的义务,另一方面还要自负盈亏考虑成本收益,还必须在三网融合中承受不可预见的政策风险,这样的发展使老百姓的宽带福利得不到保障,这也是宽带费用不能稳步降低的原因。

在国家宽带战略缺失的同时,国内主要运营商对宽带的全力投资成为支撑宽带基本与全球主流发展同步的基础。中国电信(微博)最早开启了“光网城市”工程,计划大力发展FTTH。针对中国电信“宽带中国·光网城市”具体计划,电信专家从用户侧、网络侧、应用侧做了介绍。用户侧目标是实现智能化的感知和体验,实现百兆接入、千兆进楼、T级出口,实现多种接入手段无缝融合,为客户提供自助式的服务和差异化业务和应用感知,优质优价优配置;网络侧则是实现

一定客观可控能力，让业务开通灵活，努力做到用户可识别、业务可区分、流量可控制、网络可管理的目标；应用侧就是从“比特”传送管道向应用管道延伸。

说到底，中国宽带建设仍然处在大发展、大投入拉动的关键时期，要实现与全球接轨，需要国家和电信业做出更具效率的发展规划，国家宽带战略则是基础的基础。来源：2011-12-7 通信信息报

[返回目录](#)

通信行业驾驭低价浪潮 国内厂商掘金增量市场

低端智能手机的普及浪潮将推进中国 3G 渗透率在突破 10%之后加速上升。

当前全球无线通信投资的增量主要来自于 LTE 建设，而在美国主导了 2011 年的 LTE 投资之后，2012 年的 LTE 建网需求将主要来自于美、日、韩。大富科技等射频器件厂商将通过爱立信(微博)等客户间接受益。

有线通信设备增量来自移动、联通的新需求。中移动在无线业务发展受限的情况下，正积极努力进入有限宽带业务。11 年采购已由各自自主招标变为集团统一招标，12、13 年将带动接入网需求增长。中国联通(微博)在 12 年 3G 用户即将突破 5000 万的时候，网络将出现承载压力，11 年已经开始 PTN 网络实验，很可能于 12 年开始 PTN 传输网建设。

3G 渗透率达 10%

中国品牌崛起

从全球 3G 业务开展情况来看，2001 年日本开启 3G 服务，5 年之后，渗透率达到 50%，美国 2003 年开始服务，7 年之后渗透率达到 50%，而台湾 2005 年开始 3G 服务，只用了 3 年渗透率就超过 50%。

综合来看，3G 发展：(1)亚洲领先于欧美，亚洲国家 3G 渗透率上升速度超过欧美；(2)后来者居上，较晚开展 3G 业务的台湾、新加坡发展速度明显超越较早开启 3G 服务的日、韩。(3)渗透率 10%之后加速上升，3G 渗透率超过 10%之后，各国均出现了加速上升的趋势，11 年 9 月，中国在开启 3G 服务 2 年之后，渗透率已经达到 10%的临界点，或迎来加速上升趋势。

2009、2010 年，全球手机出货量增长主要由高端智能机和低端功能机带动。而 2011 年开始，低端智能机将接替高端智能机、低端功能机，成为拉动全球手机出货的新动力。

在中国，国内三大运营商 11 年均积极引入高品质低端智能手机，出现了 V880、A60、C8650、U880 等明星机型。预计中国 75-300 美元手机出货量占比将逐年上升，并成为国内 3G 渗透率加速上升的重要推手。

中国智能手机出货量从 2010 年 2 季度开始快速爬坡。到 2011 年 2 季度，在低端智能机普及浪潮推动下，中国智能手机出货量同比暴增 210%。同时，中国品牌(包括：中兴、华为(微博)、天语、酷派)占有率从 2.9% 跳升至 19%。双重因素叠加之后，一年之间中国品牌智能手机出货量增长超 15 倍。

通讯设备市场

国内外各有侧重

全球 LTE 建设浪潮已经开始，60 个国家有 154 个 LTE 网络准备建设计划。目前已有 20 个 LTE 商用网络，54 个 LTE 测试网络，预计在 2012 年底之前，至少将有 81 个网络商用。

全球 LTE 设备需求将从 11 年的约 20 亿美元，迅速增长到 2015 年的 130 亿美元，并且成为未来无线通信设备需求的主要增量。2010、11 年，Verizon 为代表的北美运营商贡献了主要的 LTE 建网需求；2012 年之后，随着日本、韩国、印度以及中国的 LTE 建设，LTE 需求中的亚太比例将明显提升。

美、日、韩短期内仍是 LTE 需求最大的地区，而在上述区域当中，爱立信、诺西、阿朗等海外厂商份额较高。此外，中兴通讯(微博)虽无法完全享受美、日、韩地区的 LTE 建设，但由于 11 年已基本完成了除北美和 Vodafone 部分产品线的客户突破，预计市场份额持续提升将保证公司成长。

中国手机渗透率已经接近 70%，手机用户的增速已经趋缓，而新增用户又主要集中在 3G 用户，严重依赖手机业务的中国移动(微博)，自身 3G 制式又存在明显缺陷，预计中移动在未来国内新增手机用户中的占比将越来越小。

所以，对于中移动而言，宽带业务是其垂涎已久的新业务，随着禁止中移动经营宽带业务的 686 号文，即工信部《关于进一步落实规范电信市场秩序有关文件精神的通知》在 2012 年到期，我们预计中移动很可能取得独立的宽带经营牌照。

而中移动已经开始采取动作，11 年中移动已将各省各自为政的宽带建设方式变为集团统一规划，制定了 2013 年底之前增加 3000 万用户的目标。11 年 PON 设备招标 1000 万线，12 年至少 2500 万线，3 年复合增速 60%，正式加入光纤宽带建设浪潮。

中移动将贡献 11-13 年中国光纤宽带市场的主要增量，关注受益标的：中兴通讯、烽火通信、日海通讯。

激烈的价格竞争有所缓和

经过多年竞争激烈的集采招标，中国运营商已经开始意识到，一味的寻求低价，结果只能是搬起石头砸了自己的脚。因为低价中标的设备商必然在一定程度上牺牲了产品质量。

比较典型的事件就是中国电信(微博)在 11 年彻底改变了 ODN 产品的价格招标规则，ODN 产品从 08 年第一次集采以来，每年价格下降 20%，巨大的压力之下，产品质量难免缩水。

中电信总工程师韦乐平说：“ODN 是百年工程”，所以中电信不断降低 ODN 产品招标中价格因素占比之外，还在 11 年将的以往最低价得分最高分的评分方式，变为了 20% 低位价格得最高分，高价、低价都扣分。”

中移动也有类似动作，11 年开展“工兵行动”，主要目的在于发现和更换低质量天线。同时也在检讨连年的价格压力对产品质量的影响。并且，中移动从 11 年开始，将天线价格竞标方式由连续竞价改为了单次竞价。促进运营商 3G 用户数的快速增长，并降低补贴水平。

无线通信增量市场来自美、日、韩的 LTE 建设；有线通信增量来自中移动和中国联通的需求。推荐组合：中国联通、中兴通讯、大富科技；建议积极关注：烽火通信、光迅科技、日海通讯。来源：2011-12-9 通信信息报

[返回目录](#)

国产手机争相拥抱 WP 系统 欲构多元生态链防风险

联想、中兴、宏碁近日纷纷投入 WP 门下，表示将推出搭载 Windows Phone 7.5 “芒果”的新款手机。从现状来看，拥抱 WP 有利于国产手机构建多元化的市场生态系统，防范市场风险。

安卓系统目前已经超越塞班成为第一大智能手机操作系统，占有率超过 50%，而微软(微博)WP 只有 1.5% 的占有率。然而，近日，联想、中兴、宏碁(微博)等国产手机厂商却纷纷投入 WP 门下，表示将推出搭载 Windows Phone 7.5 “芒果”的新款手机，着实惹人深思。

国产手机可算“成于安卓”，其对于安卓的依赖显而易见。但安卓系的壮一方面让产品陷入“千机一面”的同质化困境，另一方面也增加了依赖终端商的市场风险。WP 作为一款颇受好评的操作系统，其吸引力得到国内厂商的认可，其 PC 系统培养的用户操作习惯将对 WP 十分重要。拥抱 WP 无疑有利于国产手机构建多元化的市场生态系统，防范风险。但“多”有“多”的烦恼，国内厂商在操作系统领域的现状及其带来的问题没有改变。因此，在构建这一生态系统的

过程中，如何权衡各大系统的比重，如何在同类机型中突出自身特色，是终端商需要解决的难题。

国产手机争相投入 WP 门下

据权威数据研究咨询公司 Gartner 发布的最新报告显示，安卓系统已经超越塞班成为第一大智能手机操作系统，占有率超过 50%，而微软 WP 只有 1.5% 的占有率。但在 Android 手机在市场中唱主流的时代，很多厂商也会寻找一个个性的突破口，近日国内众多实力派厂商就齐齐投入 WP 旗下。

日前，中兴发布消息称，其第一款运行微软 Windows Phone 7.5 Mango 系统的手机，代号为 ZTE Tania，即将在本月于法国率先上市发售。

联想方面人员也在近日向国外媒体表示，其准备于 2012 年下半年推出搭载 Windows Phone 操作系统的联想 lePhone 手机。有消息称，联想方面已经开始进行将 Windows Phone 系统安装于 lePhone 手机中的相关测试工作。

宏碁也没闲着。芒果入门级手机 Acer Allegro 新鲜出炉，以不到 1.2 万新台币的价位，希望能吸引初次使用 Windows 手机的用户，提供 Windows Phone 7.5 的基本使用体验。

为何国产手机终端商看好 WP 系统？一来微软占据着桌面系统霸主地位，Office、Outlook、MSN 等软件渗透率非常高，培育了大量用户。更为关键的是，大部分用户已经无法脱离微软的系统。除此之外，运营商对于微软 WP 的选择还有更多细致的思量。

多元系统防范产业链风险

操作系统一直是国产手机制造商的一块心病，也是国产手机发展的一大掣肘。过去国外终端商未开放操作系统源代码，使得国产手机举步维艰；安卓开放源代码促成了中国手机的迅猛发展，走向世界。然而一片大好的形势背后，中国手机制造商的心病始终未能得到化解。

在不具备自主发展强大操作系统能力的情况下，“安卓系”为主的国产手机对于“安卓”的依赖可谓是“荣辱与共，一损俱损”。同时国产手机深明不能“一棵树上吊死”的道理。使用单一操作系统不仅仅会带来产品同质和审美疲劳，更增加了在复杂多变的市场环境下应变风险的危险性。

操作系统的更新换代速度快得惊人，这让国产终端商不得不“用发展的眼光看问题”。我们来看一组数据：谷歌日前发布的最新统计报告显示，仅仅用了半年左右时间，全世界范围内已经有 50.6% 的安卓手机搭载了“姜饼”，正在使用 Android 2.3 以上的版本，而这其中有 50.1% 的安卓手机在使用 Android 2.3.3 - 2.3.7 的操作系统。这个数据是惊人的，这种奇迹只能发生在智能手机领域，对比国内的电脑操作系统来说，XP 推出 10 年依然占据 70% 以上的系统，

Windows7 奋斗了 3 年在中国才 13% 的份额。此外，谷歌为了更好的对抗苹果，正在加紧部署 Android 4.0，也许再过半年，现在笑傲江湖占据半边江山的就是 Android 4.0 了。

WP 具备相当强的市场竞争力。在 Android 系统与苹果 iOS 系统竞争水深火热之时，微软重磅推出 Windows Phone 7 操作系统，以“黑马”的姿态杀入手机市场。不同于上述两种系统，WP7 在 UI 设计方面完全颠覆了传统界面，使人眼前一亮。在大家对苹果和安卓稍感审美疲劳的时候，WP7 的出现对于终端商和用户都具有极强的吸引力。

对于新兴市场的野心让终端商希望产品多元化。美国金融咨询公司 Trefis 日前发布投资者报告称，如果能与新兴市场的运营商展开合作，苹果 iPhone 手机的销量将迎来另一个高峰。苹果全面“入侵”亚太市场的浪潮可能很快来到。面对苹果可能即将到来的全面“入侵”，国内终端商在操作系统选择上“三心二意”几乎是必然选择。

“多”有“多”的闹心事

多元化的终端生态系统更具安全性和抗压力，但引入更多操作系统并不能解决国内终端商“抱大腿”的位置，其目前具有的弱点也无法改变。

产品同质化。安卓系是成功的，其在全球范围内拥有的厂商为数众多。随之而来的问题便是“千机一面”的同质化困境。相同的操作系统，近似的尺寸、外观、操作体验等等，让不同终端商的产品除了 logo 之外都像孪生兄弟。产品同质化是市场的毒药。“同样的系统、同样的硬件、相近的外观，这就使消费者在购买手机上的选择空间越来越少。这无疑对智能手机市场的发展是破坏性的。”同质化的后果便是价格战，这是所有终端商都不愿看到的。

市场格局更加复杂，低端市场混战依旧。WP 系统的加入可能改变苹果、安卓双雄对峙的局面。而在低端市场方面，各家的 WP 系列手机很快将加入战团。低端手机既可以成为 WP 系统通过的重要渠道，也是厂商们抢占先机的必争之地。新一轮的混战在所难免。

单一厂商如何权衡各大系统比重。对于安卓系统占主导的国内厂商而言，WP 系统很诱人，但芒果并不那么容易吃。最大的问题就是 WP 系统不具备安卓那令人无法企及的海量应用。这造成目前国内厂商对于 WP 系统的态度比较暧昧，试水为主，推出一两款产品试探市场反应，同时观望 WP 系统的发展情况。这将让不少国内终端商分散精力，甚至感到迷茫，进而拖慢前进的步伐。

国内智能手机市场目前欣欣向荣，但潜伏的危机不少。如何做出产品的特色，如何提升自身实力去争取站到产业链的更高层级，将成为未来国内终端商面临的艰巨课题。来源：2011-12-9 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

埃及公布国家宽带计划

埃及国家电信管理局(NTRA)11月21日宣布启动一项新的国家宽带计划。这项国家宽带计划被命名为“eMisr”，目标是到2015年使2Mbps以上速率的固定宽带覆盖75%的人口，3G网络覆盖90%的人口；到2021年，25Mbps以上速率的宽带覆盖90%的人口，LTE网络覆盖90%的人口。在普及率方面，目标是到2015年，使家庭宽带普及率达到22%，移动宽带普及率达到10%；到2021年，使家庭宽带普及率达到40%，移动宽带普及率达到14%。

根据这一计划，到2021年，埃及政府和公共服务机构的最低网速将达到25Mbps，所有第三级地方政府机构必须拥有一个公共互联网接入点。NTRA预计，第一阶段(2015年前)至少需要24亿美元的公共和私营投资。NTRA目前正与国内利益相关者和国际顾问共同讨论以制定一项战略实施计划。NTRA希望国家宽带计划能在2012年第二季度开始实施。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

泰国着手准备宽带总体规划

泰国相关媒体近日报道称，泰国国家广播和通信委员会(NBTC)已完成普遍服务义务(USO)总体规划草案，旨在五年内使宽带网络覆盖90%的人口。

消息称，USO是指以适当的价格向全国或整个地区民众提供基本通用电话或其他电信业务的责任，旨在促进民众公平地享受电信服务。草案将其覆盖面分为主要服务区和非商务区，主要宽带网络将集中于医院、学校和街道等地。

作为规划实施的负责人，NBTC执行长Khamasundara表示，他将尽快提交草案给NBTC理事会审议。如果获得批准，预计将在2012年1月下旬举行该草案的公开听证会，以此来确定持有牌照的经营者每年向普遍服务基金捐款的数额，以及是否所有牌照持有者都要捐款。在现已解散的泰国国家电信委员会管理时期，普遍服务基金条款只要求部分牌照持有者在偏远地区开拓电信服务，或者通过上缴年度收入的4%作为替代。而NBTC的普遍服务基金总体规划草案则要求所有牌照持有者每年缴费。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

英国打造“超级接入”城市

英国政府近日宣布计划拨款 1 亿英镑用于将 10 座城市的网络接入速率提升至 80Mbps~100Mbps，通过接入到高速移动和固定宽带网络，使这些城市成为“超级接入”区域。

这项名为“城市宽带基金”的拨款是英国“全国基础设施计划”(NIP)资金的一部分。该计划建议在伦敦、爱丁堡、加的夫和贝尔法斯特等城市，部署接入速率达到 80Mbps~100Mbps 的固定宽带网络和覆盖全市范围的移动宽带网络，并通过全国范围的竞争再决定其他 6 座城市名单。

计划“将重点关注中小型企业 and 有战略意义的就业区域以支持经济增长”。

这笔 1 亿英镑的款项是英国政府继 5.3 亿英镑“宽带传播英国”(BDUK)专项基金之后的又一笔用于宽带建设的拨款。“宽带传播英国”专项基金主要被用于扩大宽带网络在农村和偏远地区的覆盖。

“就宽带普及率和 3G 数据传输服务可用性而言，英国已经走在了世界的前列。”英国财政部表示：“政府希望能有一个架构确保这一领域的更多成就并促进宽带领域的良性竞争和健康增长，同时通过多样化的电信市场保障用户利益。”

英国政府还希望能够借助欧盟的欧洲地区发展基金(ERDF)部署高速宽带网络。

同时，“全国基础设施计划”还计划消除一些移动覆盖盲点。政府将通过更好地协调铁路部门和移动运营商之间的关系，研究在交通走廊提高移动覆盖的可能。

2011 年 10 月，英国政府曾宣布增加 1.5 亿英镑投资，使移动网络覆盖至英国 99% 的人口。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

南美各国欲实施光网连接计划

巴西交通部长 Paulo Bernardo 在南美洲交通部门会议中提出，巴西、哥伦比亚、阿根廷、智利等南美国家计划在各自网络之间打造光纤连接，以节省成本、节约时间。

这些国家都拥有自己的光纤网络，在此基础上仅需建设 2000 公里的新网络即可实现各国光纤网络的相互连接。

以上国家将投资约 1 亿美元，用 2 年时间打造光纤连接。目前，南美地区各国间的网络连接多数需要经过美国，增加了语音通话、数据传输的成本和时间。

泛美开发银行近日公布的一份报告显示，南美 85% 的互联网流量都需要经过美国迈阿密。

Bernardo 说：“南美洲网络用户大约付出 35% 至 40% 的费用在结算上，而网络提供商所付出的成本多出美国近 3 倍。这样的情况亟须改善。”

Bernardo 表示，巴西还希望增加两条新的海底光缆，一条至美国，一条至欧洲。其中连接美国的海底光缆的建设费用约为 2.8 亿~3 亿美元，能够提供足够的传输能力供巴西及南美地区的其他国家使用。

至欧洲的海底光缆可以直接连接巴西和欧洲，或经由佛得角连接非洲西海岸的安哥拉至欧洲。第二种选择能够使非洲国家网络和美国的网络建立更直接的联系。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

印度国家光网工程两年内完工

印度媒体日前报道称，印度国家光纤网络工程(OFN)有望于 2013 年 10 月建成，目前这项工程还在施工中。印度内阁已经批准拨款 2000 亿卢比(约合 249 亿元人民币)用于该工程。

印度通信与信息技术部秘书兼电信委员会主席 R Chandrashekar 表示，该工程正在按计划进行，乐观估计，到 2013 年 10 月将实现农村地区通过光纤上网的目标。不过，政府希望将光纤网络出售给私营运营商并连接所有村务委员会。他说：“宽带增长将最终转换成信息通信技术的进步。具备电信基础设施，国家才能发展。”

Chandrashekar 还表示，内阁最近已经批准拨款 2000 亿卢比用于农村地区的光纤网络建设。他同时也对印度宽带低普及率表达了不满。他说：“政府已经启动了很多计划，试图保证公民的教育权、信息权和食品安全权，但有讽刺意味的是，我们只有 1200 万宽带用户。”印度 OFN 正由 BSNL 和 RailTel 等国有运营商具体实施。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

泰国拟 2012 年举行 3G 牌照拍卖

泰国电信监管机构，国家广播和通信委员会(NBTC)计划于 2012 年举行拖延已久的 3G 牌照拍卖。

泰国 3G 牌照颁发几经波折，最近一次尝试是在 2010 年 9 月，当时的监管机构国家电信委员会 (NTC) 甚至以法律的形式确定了拍卖规则，但最终受阻于行政法庭命令。

国家广播和通信委员会一直在进行频谱管理的总体规划，预计将于 2012 年公布，这将最终导致 3G 牌照拍卖的举行。

一些泰国运营商已经开始提供 3G 业务，但只是通过重整其现有的 2G 频谱资源。

当地媒体《国家报》引述一名国家广播和通信委员会成员的话称，委员会也将研究电信特许权接近结束时的可能影响，在特许经营协议下，泰国私营运营商受到国有运营商的支配。

目前，True Move 和 Digital Phone 的协议将于 2013 年到期，AIS 和 DTAC 的也将分别于 2015 年和 2018 年到期。来源：2011-12-9 中国通信网

[返回目录](#)

韩将扩大通信市场竞争评估范围

广播通信委员会近日表示，将把过去适用于 KT、SK 电讯等移动运营商的“通信市场竞争情况评估”制度扩大引入到包括门户网站在内的其他通信运营商。

韩国广播通信委员会通信政策局代理局长李尚鹤(音译)表示，手机市场可以用话费政策进行规范，但门户网站不收取费用，所以没有什么有效的约束手段。现在正在研究与目前适用于移动电话和固定电话市场的规制所不同的应对方案，将于 2012 年上半年推出并付诸实践。

韩国政府此举可以防止在门户网站市场具有垄断地位的运营商侵害用户利益和在网络广告市场行使垄断权。扩大通信市场竞争评估制度适用范围将使韩国最大门户网站 Naver 指定为具有市场垄断地位的企业。Naver 今后向用户提供的服务和条款变更等将受到管制，并接受政府审批。目前，Naver 在韩国门户网站市场搜索占有率达 72.6%，页面浏览量也以 45% 的份额位居首位。如果被指定为具有市场垄断地位的运营商，Naver 在和其他网络企业进行竞争和签约时，不能利用垄断地位做出不公正行为。

韩国其他网络企业指责拥有绝对影响力的 Naver “严重威胁网络生态链”。这些企业主张，只要其他企业开辟房地产、价格对比、汽车等新领域获利，Naver 就开通相同的服务，并迅速占领市场。

韩国广告商协会也表示，虚假网络新闻在依托 Naver 的影响力发挥极其恶劣的作用，并于 2011 年 5 月将 5 家媒体选定为“广告商评选的不良媒体”。

广告商协会认为，这些媒体主要在网上活动，其惯用手法是，先写一篇关于企业的恶意报道，然后恐吓企业说“看到门户网站上的新闻了吗”，并以此勒索广告费或各种赞助。网上敏感的新闻越多，点击量就越大，Naver 这种具有垄断地位的网站客观上助长了这种行为。来源：2011-12-8 科技日报

[返回目录](#)

巴西 2012 年四月份拍卖 LTE 频谱

巴西电信管制机构 Anatel 宣布，计划于 2012 年 4 月份，拍卖 2.5GHz 和 400MHz 频段的频谱，为部署下一代移动通信网络铺好道路。

Anatel 总裁 Joao Batista de Rezende 表示，巴西市场会确保投资回报率。

Rezende 称，电信运营商不会错过巴西的 4G 市场，他确信拍卖会得到踊跃参与。

Anatel 同时计划 2012 年下半年拍卖 3.5GHz 频段，另外，目前政府已经准备在 2012 年下半年重新讨论 700MHz 的用途，目前这个频段用于巴西的广播电视业，预计 2016 年巴西的广播电视业全面完成数字转换，可以将这个频段让出。

不过目前政府还没决定是否将 700MHz 用于电信业。Rezende 称，对政府来说，首要考虑的是广播电视而不是电信业。

拍卖下一代频谱将有助于巴西的移动通信业继续保持较快增长。

Anatel 2011 年 9 月份曾预计，未来 10 年，巴西的移动用户将增长四倍，2020 年达到 10 亿。来源：2011-12-12 中国通信网

[返回目录](#)

美国为农村宽带增 4.1 亿美元贷款

最近，美国农业部农村公用事业局(RUS)与商务部加强了对宽带扶持资金的监管，取消了路易斯安那州 8000 万美元的扶持资金并对南佛罗里达州开展调查。与此同时，RUS 准备提供 4.107 亿美元贷款用于扩大农村宽带项目建设。RUS 表示，这些贷款将拨给 15 个州用于一些宽带基础设施升级项目。

美国农业部长维尔萨克在声明中表示，“这些资金将为那些生活在农村社区的居民提供高速互联网服务，改善农村的医疗保健和教育机会并使之融入全球市场。除为农村企业和居民提供急需的服务外，这些投资还将为农村地区提供更多长期的就业机会。”首批提名的 22 个资助项目中，堪萨斯州的 S&T 电话合作协

会将实施光纤到户计划，提供 10Mbps~20Mbps 的高速宽带并最终实现 IPTV 服务；明尼苏达州的保罗·班扬农村电话合作社将使用 1970 万美元的贷款拓展现有的光纤到户网络，为明尼苏达州中北部地区的农村社区提供服务。

虽然贷款能够帮助农村地区实现宽带覆盖，但是由于 Open Range 通信公司破产，佛罗里达和路易斯安那州出现了一些问题，新资助工程将面临众议院能源和商务委员会更严格的审查，该委员会此前启动了对农村公用事业局宽带刺激资金监管的调查。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

德国移动通信产业三季度创收 50.3 亿欧元

2011 年第三季度，德国移动通信产业共创造了 50.3 亿欧元的营收，较 2010 年同季度下跌了 0.9%，较 2011 年第二季度增加了 3.8%。

移动数据和信息传送方面的营收增长，没有抵消语音营收的逐年减少。语音服务的营收下降，主要是由于德国监管机构 BNA 在 2010 年 12 月做出了减少 50% 的移动终端费率的决定。

在移动服务营收方面，德国电信(Telekom Deutschland)占据了最大的市场份额，约占 35%。紧随其后的是沃达丰德国(Vodafone Germany)。E-Plus 排在第三的位置，其市场份额为 18%。O2 德国则仅排在第四。

移动用户数较 2011 年第二季度增长了 2%，净增长用户数为 220 万。截止 2011 年 9 月份，德国的移动用户数为 1.1203 亿。其中，预付费用户份额增长至 55.9%。

沃达丰德国公司在德国所有移动运营商中占据用户数第一名，该公司约占 33% 的份额。紧随其后的是德国电信，其用户数份额为 31%。E-Plus 占 20%，O2 德国则占 16%。

媒体预计全年时间内，德国移动通信产业服务的营收将会增长 0.5-0.7%，至 198 亿欧元。移动连接数预计将在 2011 年 12 月末达到约 1.135 亿，较 2010 年增长 4.3%。来源：2011-12-7 中国通信网

[返回目录](#)

韩国电信被令维持 2G 业务 将影响 LTE 商用

经法院判决，韩国电信(KT)已被命令维持其 2G 网络业务，直至对集体诉讼作出最终裁定——预计需要 6 至 10 个月。

韩国电信监管部门韩国通信委员会(KCC)上个月批准了韩国电信的申请，允许该运营商从 12 月 8 日起停止提供 2G 业务。然而此举遭致韩国电信近千名 2G 用户的集体诉讼，法院支持了用户的立场，认为关闭网络将“不可逆转”地伤害到他们。

目前韩国电信约有 12.5 万名 2G 用户，自 2011 年年中起该运营商就一直试图停运 2G 业务，将剩余的 2G 用户迁移到 3G 网络，从而将腾出 1800MHz 频段频谱用于 LTE 网络。

延期关闭 2G 网络将不可避免地导致韩国电信 LTE 商用进程放慢。

韩国电信及韩国通信委员会正就该项判决提出上诉。来源：2011-12-9 中国通信网

[返回目录](#)

荷兰运营商上调移动数据资费受反垄断调查

荷兰三大电信运营商 KPN、沃达丰和 T-Mobile 确认，三家企业都受到了国内反垄断机构的调查，三运营商可能在移动业务定价方面存在卡特尔行为。

同时受反垄断调查

昨日，荷兰竞争管理局在收到一封告发信后，将三家电信运营商的高管请到荷兰竞争管理局。

KPN 的新闻发言人称，荷兰竞争管理局已经专门就独立的销售渠道分工，以及国内消费者市场是否存在移动服务费用商定行为进行过调查。KPN 称，公司有五名员工已经接受过调查问讯。

沃达丰和 T-Mobile 也发布了简短的声明，称正在配合竞争管理局的调查。T-Mobile 新闻发言人称，公司对调查取得积极结果很有信心。

竞争管理局目前没有对这则消息发表任何评论。

三家电信运营商曾在 2001 年受到过卡特尔行为的指控，后被判决在零售手机补贴方面交换信息。当时 KPN 作为领先的运营商被罚 790 万欧元，T-Mobile 被罚 460 万欧元，沃达丰被罚 370 万欧元。

最新的举报来源至今仍是谜，有荷兰媒体称神秘举报者包括运营商的一名前任高管，以及一名董事会成员。

消息称，调查看起来主要关注预付费用户的移动互联网套餐资费。

先后上调移动互联网资费

2011 年，荷兰电信市场的移动数据业务定价问题成为很受关注的问题。2011 年 8 月份，三家运营商都提高了移动互联网资费。

由于近年来荷兰用户越来越多地青睐互联网通话软件，如 Skype、WhatsApp 等，大大影响了运营商传统的电话和短消息服务。

T-mobile 荷兰第一季度销售额下降了 5%，KPN2011 年第二季度的移动业务营收下降了 8.7%，KPN 将原因归结于日益盛行的互联网通信应用。

KPN 在上调移动互联网资费前曾提议向使用 Skype 或 WhatsApp 的消费者收费，但荷兰议会在六月份通过了“网络中立”法案，因此否决了 KPN 和其他运营商的这项提议。

所谓“网络中立”，指的是电信运营商对所有网络应用的通信均提供公平的服务，不得针对一些威胁自身电信业务的互联网数据传输设置障碍或是实施封杀。荷兰是欧洲第一个将“网络中立”立法的国家，法律禁止电信运营商对基于互联网的电信服务收取附加费用，同时也禁止运营商封杀相关的网络通信。

谋求向互联网公司额外收费

在智能手机和平板电脑等设备的带动下，移动网络流量激增，然而却没有给电信运营商带来形成正比的营收。荷兰电信运营商以提高移动数据业务资费的方式来应对并非特例。

2011 年上半年，欧洲主要的电信运营商，德国电信、法国电信、意大利电信、西班牙电信和沃达丰都在致力于修改互联网数据传输协议，希望对谷歌等内容提供商收取大笔费用。

根据欧盟现有的对等体系(peering system)，运营商一般依据他们网络的容量来支撑数据流量。在 2008 年之前，这种对等体系一直运行良好，因为各大运营商承担的流量几乎相当，因此他们并未向对方收费或者只收取少量费用。但随着视频服务的普及，这种平衡被打破。

运营商们认为，这些提供商向运营商网络上释放了极耗流量的视频服务，这些流量几乎导致电信运营商现有的基础架构崩溃。

不过运营商的新提议遭到了网络中立支持者们的反对，他们认为，所有的互联网内容都应当受到平等对等，向内容服务商收费将导致“两极互联网”的出现，违背了互联网公平、自由、开放的原则，将严重危害互联网行业的创新与活力。

以互联网公司、消费者团体为代表的网络中立支持派，与以运营商、设备提供商为代表的反对派之间的利益斗争仍在继续，而移动数据流量正日益增长，电信运营商必须找到新的增收点，才能维持庞大网络建设与维护成本。来源：

2011-12-8 中国通信网

[返回目录](#)

西班牙电信否认向中国投资者出售捷克业务

日前有捷克媒体报道称西班牙电信(Telefonica)正考虑将捷克子公司出售给中国投资者，随即该运营商对此予以驳斥。

西班牙电信表示，与传闻相反，它每年向捷克子公司投资数十亿捷克克朗。投资计划如价值数百万捷克克朗位于中央波希米亚的新数据中心、或新业务的孵化中心。

该运营商还表示，计划参加即将到来的捷克 LTE 拍卖投标。

在声明中，西班牙电信指出，其首席财务官安吉尔·维拉(Angel Vila)在 11 月初巴塞罗那一次会议上也确认了将保留捷克业务。他还杜绝了出售德国、墨西哥和捷克子公司，以及中国联通(微博)少数股份的可能性。来源：2011-12-7 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

运营商定制手机热衷捆绑应用争夺用户

一款运营商定制手机，在用户首次开机时竟已预装了 20 多款“定制”应用。

2011 年以来，定制手机出厂即安装大量应用，呈现愈演愈烈的态势，《每日经济新闻》随机调查了深圳市场的部分运营商定制手机，每款手机的预装软件数量高达一二十款。定制机应用泛滥的背后是运营商与第三方应用平台之间争夺用户的激烈竞争。

伴随捆绑式应用大行其道，以安卓为代表的智能手机各平台开发者抱怨不断，用户对“垃圾软件”“垃圾应用”则烦恼不已。在日趋激烈的竞争下，运营商使用定制手机捆绑服务套餐，通过集中采购、销售、话费补贴等手段，全面介入移动终端设计、开发和验收过程，并广泛布局移动互联网业务，是运营商面对苹果 AppStore 为代表的第三方平台的无奈策略。

运营商虎视手机终端

捷孚凯(Gfk 中国)数据显示，2011 年前三季度我国运营商市场手机零售量达 6109 万台，同比增幅 34%，运营商捆绑销售占比从 2010 年第一季度的 30% 增长到 2011 年第三季度的 38%，强力拉动了市场的整体增长。

其中，移动 TD 捆绑品牌主要由国产品牌中兴、华为(微博)、酷派、联想主导；电信 CDMA 和 EVDO 捆绑品牌虽然都以三星(微博)为首，但中兴和华为也占据重要地位；而联通由于 iPhone 的明星机型作用，以国际品牌为主导。

手机行业资深人士古勇向《每日经济新闻》记者表示，目前由三大运营商定制生产的手机每年约有几百款，年出货量超过 1 亿台，在国内手机市场中，运营商的主导趋势正在逐步加强。

古勇表示，手机厂商在产品之初，通常会首先考虑这款产品是否将向运营商提供定制服务，以符合相关的技术标准，并能通过硬件测试。

“国内三大运营商都推出了定制手机的相关规范手册，手机厂商与运营商明确合作意向后，将会签署协议，明确在限定时间内定量生产产品。测试样机生产出来以后，手机厂商与运营商多部门展开合作，在产品外观、操作系统、应用安装以及基本定价等方面，都不断进行商谈。”古勇说。

他同时指出，在定制产品正式发售之前，还需经过多个测试环节，确认产品不存在质量问题后，厂家通过一系列宣传活动将产品推向市场，并经由运营商渠道、苏宁国美(微博)等连锁卖场，以及一些区域性分销商渠道进行销售。

据了解，中国联通(微博)和中国电信(微博)分别在 2005 年和 2008 年成立了独立的终端公司：联通华盛和天翼终端公司，从事终端产品的定制、采购和销售。中国移动(微博)终端公司也于 2011 年正式挂牌成立，从 2012 年起，中移动终端部将会撤销，移动的终端业务将完全实现公司化运营。

有业内人士分析，成立独立的终端公司，意味着三大运营商正在加大对终端市场的重视，其运营管理模式，将从以往的“按省运作的区域化模式”向“垂直管理的专业化模式”转变。

争夺第三方服务市场

如今，“预装应用”已成为运营商定制手机的一块重要内容。

随着移动互联网的迅速发展，耗费巨资建立并维护数据通信网络的运营商正面临前所未有的尴尬局面：通信数据量正在实现爆发式增长，运营商的数据传送开销也越来越大，然而其获利手段却并未同时增强。

移动通信服务提供商 MavenirSystems 采集了来自 31 家运营商的数据，其中有 1/3 的运营商表示，第三方信息服务的出现直接导致了通话和短信业务营收的下降，保守估计，在未来 5~10 年，经由运营商发布的短信、语音、视频通话等业务量或将下降约 10%~20%。

为与第三方服务提供商进行竞争，国内三大运营商均通过硬件内置或与入网用户号码绑定的方式，在定制手机中预装多种增值应用，这些应用占据了用户大量的存储空间，并且许多应用难以删除。

记者调查发现,尽管运营商通过绑定推出的方式,将增值业务大量推向市场,但这些应用分别独立运营,具有严重的排他性,因此用户选择的余地和主动性并不大。同时,这些还普遍缺乏创新,同质化竞争十分严重。

中国移动重点捆绑的应用为:无线音乐、12580、手机视频、手机电视、手机支付、手机报、手机阅读、号簿管家、手机动漫、手机证券、飞信、139 邮箱、手机游戏、MobileMarket 等。

中国电信的预装软件则包括:互联星空、手机支付、天翼税通、天翼空间、天翼视讯、天翼阅读、翼聊、号簿助手、UIM 卡应用,以及爱音乐、爱游戏、爱动漫、189 邮箱等。

中国联通的定制手机,则集成了手机电视、手机音乐、沃商店、沃阅读、手机报、掌上证券、以及手机资讯等多项增值业务。

《每日经济新闻》记者了解到,目前由运营商定制推出的手机,平均每台要“捆绑”一二十个运营商定制应用,新手机一到用户手里,往往先要进行界面清理。

此外,一款手机也可能存在多个定制版本的怪象。以三星 i9000 手机为例,这款手机与移动、联通、电信三家运营商均有定制关系,尽管开发者开发的是一款基于 Android 通用平台的手机游戏,但普通 i9000 手机用户可用的应用,运营商定制机型却不一定能够使用,开发者往往不得不针对定制机型进行单独开发。

埋头赚钱还是合作开发?

“目前国内 3G 网络用户约为 1 亿,但其中应用服务的忠实用户数量并不太多,目前这一市场对于大家来说还都存在机会。”电信分析师付亮向《每日经济新闻》记者表示。

根据三大运营商最新公布的用户数据,截至 2011 年 10 月底,我国 3G 用户规模接近 1.1 亿户。中国移动、中国电信与中国联通三家用户数据分别为 4532.8 万、3119 万与 3315 万,呈现三分天下格局。

付亮指出,运营商要进入移动互联网,急需解决两大问题:首先要“有所为有所不为”,这就需要搞清楚哪些领域不适合自己的做,将互联网结合紧密的领域交给第三方;其次是学习互联网企业开放共赢的发展思路,将合作门槛降低,摆脱等别人来“求合作”的思路,积极为产业链搭建平台。他同时指出,目前三大运营商在移动互联网领域的转变速度仍然较慢,从业务的审批、服务热点的发现以及推广方面,均落后于小、快、灵的互联网企业。转变的关键,就在于运营商需改变传统的通讯网思维,广泛吸纳互联网精英,并不断优化产品的用户体验。

来源:2011-12-7 每日经济新闻

三大运营商转型推网络运维差异化解决策略

随着新一代移动通信、宽带网、下一代互联网、云计算、物联网等新技术兴起,以及三网融合推进,通信行业加快转型,网络建设正在朝着能提供优质服务,能增值的智能管道发展。与之相适应,网络规模不断扩大,不同网络管理复杂,通信运维服务产业包括网络优化、代维服务需要拓宽服务范围,深化服务领域。

11月24日~25日,由中国通信企业协会主办的“第七届中国通信网络运维年会”在北京召开。来自全国各地的行内业企业齐聚一堂,就运营商转型期间通信网络运维管理的最佳实践进行热烈讨论,三大运营商代表都分享了各自面临的运维挑战以及维护管理经验。

中国电信(微博)谌刚: 网络运维面临转型压力

“电信行业面临前所未有的转型压力,一是技术发展,二是业务发展,三是网络结构变化。这些压力使得运营商在经营、维护各方面都面临很大挑战。”中国电信集团公司网络运行维护事业部副总经理谌刚表示,网络运维工作是运营商经营发展的基础,所以,在企业转型的时候,如果运维转型有问题,将影响整个企业经营和发展。

谌刚进一步表示,运维体系必须进行优化,主要动因为企业战略调整、经营模式变化、网络技术演进、维护手段改进、网络规模发展以及人员结构变化这六个方面。

据悉,中国电信从2005年企业转型开始,就对运维体系转型、实现集中管理进行探讨和研究。谌刚介绍,中国电信从2004年一直到现在2011年,每一年都有一个按照集团转型任务相匹配的运维转型工作规划。比如2004~2005年中国电信把县的维护力量集中地市,2006~2007年就按照省来集中管理;2007~2009年,主要是针对自身移动业务开展以及一些传统的业务进行网络集中运维;而2009~2010年把移动网络维护,特别是分组网络、3G网络进行了集中管理。“到了2010~2011年,我们推进了境外中国电信全球网络集中维护。而2011~2012年,我们计划把北方十省监控维护进行规范化。”

中国电信通过推进这一系列工作,建立了NOC体系,即网管中心的集团、省、本地网三级维护体系。

当然,中国电信进行的运维工作也花费了很大代价,仍面临较多挑战。面对未来工作,谌刚表示问题还很多,一方面中国电信的网络规模非常大,涉及用户很多,传统网络还需要继续维护维持,比如原来陈旧交换机依然支撑着上亿的用

户。另一方面，云计算等新技术引入，让运营商面临新的网络运维挑战：如何确保旧网络的安全可靠，同时又建设运维好新的网络，以支撑市场经营。

中国移动(微博)张生： 创新技术优化无线网络

近几年，无线通信得到快速发展，无线网络面临多个挑战。在中国移动设计院高级咨询设计师张生看来，这些挑战一是资源限制，资源包括一些站址资源、频谱资源；二是资费调整，话务和数据业务快速增长；三是大批骨干优化人员向3G和管理岗分流，人才非常紧缺；四是用户是逐步增多，网络优化变化需慎重。

“在网络容量逐渐变大、用户规模庞大、网络负载程度增高情况下，运营商网络优化工作必须有所创新。”张生表示，中国移动设计院从三个方向提出了创新的思路：一是提升网络质量，以用户感知为方向；二是提高工作效率，现有网络规模增加，而维护人员并没增太多，每人维护基站数量增加，所以人员工作效率成为维护中急需解决的问题；三是解决主要疑难优化问题。

“从网络结构、网络基础出发，对网络开展创新优化工作，建立一个网络新结构评估体系是运营商网络优化工作目前的关键。”张生强调。

中国联通(微博)吴洪伟：以用户体验为网络优化基准

“网络 KPI 评估体系是面对系统和设备，通常网络 KPI 指标很好，但是用户体验很差，而且经常很多用户会抱怨运营商质量。”中国联通广东省分公司网络优化中心工程师吴洪伟表示，目前网络优化要求变高了，同时网络变化更加频繁，这就要求网络优化服务需面向用户体验，需要更加精准。

吴洪伟介绍，广东联通结合网络优化工作情况，为充分发挥网络优化人员能力，在新的优化方法里面做了深入探索。

首先，广东联通面向用户提供端到端高质量服务支撑。3G 用户迅速发展，3G 数据业务优化成为目前优化的焦点，数据优化的问题可能发生在从用户终端到 SP 这个环节，“我们更需要去关注单个用户的使用感知和全用户的一些使用要求”。

其次，广东联通面向市场提供网格化支撑服务。在吴洪伟看来，随着网络复杂化、业务应用多样化、终端个性化，常规优化手段越来越难以满足优化工作开展和精细化管理要求，广东联通通过网络分片，道路分段，把网络划分多个网络，任务层层分解，由点到面来开展网络优化。

“通过开展网格化优化，有效提升了网络覆盖和质量，用户的投诉大幅下降，用户使用感知明显提升。”吴洪伟最后表示。来源：2011-12-8 通信世界杂志

[返回目录](#)

iPhone 4S 获工信部入网许可 支持 WAPI 功能

iPhone 4S 已经获得了工信部入网许可证，时间是 12 月 6 日，型号为 A1431。

据工信部电信设备认证中心网站资料显示，这款手机的许可证号为 02-8573-116856，申请单位为苹果电脑贸易(上海)有限公司，设备型号为 A1431，发证日期是 12 月 6 日，有效期 2014 年 12 月 6 日。

据了解，该款手机为 R6 版本，支持 HSDPA 和 HSUPA，具有 WAPI 安全方式的无线局域网功能。依据中华人民共和国自动进口许可证进口。外协工厂为“富泰华工业(深圳)有限公司”。

不过，此前联通发表声明称目前尚未得到 iPhone 4S 或许入网许可证的消息，iPhone 4S 的入网编号为 A1387，而非 A1431。

不过，有业内人士称，此前的 iPhone 3GS 和 iPhone 4 与国外的型号均一致，而这次加入了 WAPI 功能，型号发生了变化。来源：2011-12-9 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动将推出“飞信+”

近日，据中国移动(微博)内部人士透露，中国移动将在数天后的“开发者大会”上发布融合通信平台“飞信+”，这是一种整合了飞信开放平台、飞聊、SNS 社区、个人 IDC 四大应用的全新平台，将可以发送和接收语音短信，并且将推出个人 IDC(个人云服务)。中国移动称之为新的移动互联战略级产品，将全新兼容飞聊。飞聊是面向年轻群体的新一代手机客户端沟通工具，成为拥有 5 亿多注册用户的飞信的强力助手，二者在一定程度上兼容，飞聊可以自动绑定飞信好友关系而不需要重复加为好友，最大限度地方使用户。来源：2011-12-7 深圳特区报微博

[返回目录](#)

MM 云服务支撑移动互联网创新

中国的移动互联网市场成为全球增长最快的市场，但是对于广大开发者而言，由于缺乏必要的资源支持和清晰的盈利模式，他们仍处于价值链的低端或下游，开发难、测试难、营销难是他们面临的主要问题。

中国移动(微博)将针对全球开发者在 12 月 14 日召开的“2011 年中国移动全球开发者大会”上强力推出“MM 云服务”计划，为开发者提供包括远程培训、技术支撑、测试服务、数据分析、资金引入、开发者就业在内的六大服务。

中国移动方面表示，推出“MM 云服务”计划，就是聚集开发者面临的实际困难，聚集操作系统厂商、终端厂商、互联网服务企业、风险投资以及中国移动的自有资源，进一步加强对开发者的扶持力度，与全球开发者一起共享用户资源、运营资源、技术资源，吸引更多的全球开发者落户移动应用商场。

据悉，“MM 云服务”计划包含一体化的支撑扶持举措。针对开发难问题，中国移动将提供包括跨平台组件、开发服务工具和培训在内的多项服务。目前，移动应用商场已经可以全面支持 java 开发，并适配了 Andriod、Symbian、kjava 等多个手机操作平台，并将为开发者提供在线学习和线下培训的环境。截至目前，已开展各类培训活动 700 余场，服务开发者超过 10 万人次。

开发出来的应用必须要经过规模测试才能推向市场，但是开发者受条件限制，往往缺乏真实的测试环境。对此，“MM 云服务”计划将为开发者全面提供真实的真机测试环境，以终端扩展测试为例，目前移动应用商场可以日均处理 1.3 万次测试，累计已完成 172 万条适配关系的测试。数据显示，中国移动已为 4 万多名开发者提供了约 60 万分钟的终端测试服务。

在一项针对开发者的调查中发现，90%的开发者对产品的销售渠道最为关注，如何破解营销难，让开发者快速形成收益是“MM 云服务”计划的重点内容。为此，中国移动采取话费支付方式，将为开发者提供更多的计费策略，包括按使用次数计费、按使用时间计费等等，适用各种应用产品和场景。与此同时，中国移动方面透露，将为开发者提供更为及时的次月结算模式，并逐步提供实时结算，全力保障开发者利益。

业内人士指出，中国移动通过“MM 云服务”计划，将全力倡导共建“开放、合作、共赢”三位一体的移动互联网产业生态圈，降低开发者开发的技术难度、真实环境测试和营销推广的门槛，为全球开发者“掘金”移动互联网打开更为宽广的通道，将在全球范围内掀起移动互联网创新创业的新一轮热潮。来源：

2011-12-7 科技日报

[返回目录](#)

中移动加速应用开发全球化布局

2011年亚太地区最具规模和影响力的移动互联网盛会——“2011中国移动(微博)全球开发者大会”将于12月14日在广州召开。令人关注的是,来自沃达丰、Allied Technology、NTT DoCoMo、KT、远传电信、摩托罗拉(微博)、诺基亚(微博)、三星(微博)等国际知名移动互联网企业将在本次大会聚首亮相。

有业界分析人士认为,中国移动聚集了如此众多的国际知名运营商、平台厂商、终端厂商和优秀开发团队及个人,并打出“开放、合作、汇聚创新的力量”主题,显示其进军全球移动互联网市场的战略决心,并将通过日益增强的移动应用商场的产业聚集能力,加速全球化布局,抢占“智造高地”。

作为中国移动全球化布局的重要棋子,移动应用商场经过两年多的“苦练内功”,已经步入规模增长期。据中国移动内部人士透露,截止2011年11月底,移动应用商场汇集企业开发商已近5000家、个人开发者超过295万,上架应用超过10万件,注册客户达1.5亿,累计应用下载量超过6亿次。这些数据表明,移动应用商场已经初步达成全球规模最大中文应用商店的战略目标。

2011年以来,中国移动明显加快了其全球化进程。一方面,联手国际大牌厂商和手机应用内容提供商,高调入驻移动应用商场,先后与Motorola、Nokia、日本KDDI、韩国SKT、法国电信、台湾远传电信、凤凰网、EA、GLU、索乐、Gameloft、VIVA、腾讯、金山、盛大、滚石等国内外知名企业建立了战略合作关系,并携手摩托罗拉启动了首个基于Android平台的联合应用商店“MM-智件园”,在移动应用商场开设韩国KT Olleh Market手机应用品牌店。

另一方面,立足精品路线,加快对全球知名游戏以及应用的引入。截至目前,中国移动先后引进了包括《愤怒的小鸟》、《植物大战僵尸》、《水果忍者》在内的超过60款全球游戏顶尖精品,并联合了全球TOP10手机游戏开发商、国内领先手机游戏开发商、以及国内领先资讯内容提供商,形成“国际精品首发”机制。目前移动应用商场与国际知名应用商店的榜单重叠度从年初的10%提升到53%。

除了大量引入国际战略合作伙伴与精品应用,中国移动还逐步开放平台,积极实施“走出去”战略。据中国移动方面透露,2012年,移动应用商场将推出英文版,面向全球用户与开发者开放,以期加快国内与国际移动互联网应用市场的对接。

业内人士指出,移动应用商场通过积极实施“引进来”和“走出去”战略,其视角也从大陆到亚太地区再向全球市场不断延伸,此次借全球开发者大会的影响力,移动应用商场的产业聚集效应将得到进一步发挥,移动应用商场也将快速

覆盖到全球广大应用开发者，为中国移动的全球化布局夯实重要基础。来源：
2011-12-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动手机视频用户规模突破 5000 万

在“2011年中国移动(微博)G客G拍原创视频颁奖典礼”上，中国移动透露，目前中国移动手机视频用户规模达5000万，已储备视频超过210万部，视频适配终端近1000款。

5年来发展用户 5000 万

手机视频是中国移动非常重视的无线互联网业务，其视频基地落户于浦东金桥，是中国移动通信集团公司在上海公司设立的为全集团用户提供手机视频相关产品服务的机构，拥有5层楼1.2万平方米场地，总投资5亿元，专注于移动视频产品的开发建设和运营支撑。

中国移动手机视频相关负责人介绍，手机视频业务近5年来发展迅猛，用户年增长率超过150%。截至2011年8月，中国移动手机视频适配终端近1000款，覆盖所有主流手机。

目前，中国移动正积极把手机视频打造成业界最大的视频内容聚合分发平台，已与不少高端媒体深入合作，打造优质视频内容库。目前手机视频已储备视频超过210万部，通过12个垂直栏目、16个合作品牌、60路直播或滚播节目，向用户播放国内外正版影视剧、综艺娱乐节目以及外语类视频，目前用户每天点播节目更新超过3000条。

与原创作者按比例分成

12月9日晚间，中国移动还在上海举行了“2011年中国移动G客G拍原创视频颁奖典礼”。

“G客G拍”也就是即刻即拍，这是中国移动鼓励和推动草根原创视频的一种品牌和业务模式。中国移动主要是通过“原创分享、收入分成”的方式鼓励创作优质视频，打造以中国移动为核心的原创视频产业链。

根据其模式，草根视频作者可将自己创作的视频上传至中国移动手机视频平台，通过手机无线发行获得20%的手机票房分成，从而实现“草根”作者到“G客”的转变。

此前的2010年，中国移动曾举办过一次“G客G拍原创视频大赛”，2011年继续举办“G客G拍原创视频大赛”，据中国移动手机院线票房统计，2010年首推“G客G拍”，在一个月内就创造了200万票房，100万影迷的奇迹，

而 2011 年中国移动 G 客 G 拍在八个月的时间里创造超过 5000 万元的票房总收入，影迷数量也达到了 1200 多万人。有一个视频《大无畏》2011 年票房收入 95.1 万，作者获得票房分成 19 万元。

免流量费的经营模式

中国移动手机视频相关负责人表示，中国移动视频基地未来将发展成为全国最大的无线视频产品和内容运营中心。

此前的 2008 年 4 月份，中国移动取消了上海用户收看手机视频的流量费用，中移动就免除了手机视频业务的数据流量费，手机视频节目有免费、按次、包月等多种计费策略，用户观看手机视频业务，仅需支付相应按次费用或包月信息费用即可。

这种模式实际上就是直接按内容收费。比如收看一条视频 2 元钱，用户只需为内容定价付出 2 元，而无须为产生的流量付费。这一模式为推动手机视频的发展起了重要作用。来源：2011-12-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动预计 TD 终端累计销量 4000 万部

中国移动(微博)透露，截至 2011 年 10 月，中国移动 TD-SCDMA 用户总数累计已达 4316 万，预计到 2011 年底，TD-SCDMA 终端销量或将达到 4000 万部。与此同时，TD-SCDMA 终端累计入网数已达 722 款，TD-SCDMA 手机厂商超过 50 家。

中移动还表示，将在广州举办的“2011 中国移动全球开发者大会”宣布新的终端策略。据悉，中国移动将从过往对厂商实施补贴、扶持，采取包揽采购的方式转变为借助种类丰富、功能多样的手机应用来激发用户对 3G 网络及智能终端的需求。

据统计，截至 2011 年 10 月，中国移动 TD-SCDMA 用户总数累计已达 4316 万，预计到 2011 年底，TD-SCDMA 终端销量或将达到 4000 万部。与此同时，TD-SCDMA 终端累计入网数已达 722 款，TD-SCDMA 手机厂商超过 50 家，覆盖了众多国内外知名终端厂商，而在 2008 年 4 月 TD-SCDMA 试商用时，当时市场推出的终端只有 8 款，终端厂商也只有寥寥数家，国际大牌厂商更是集体缺席。

据中国移动方面预测，2012 年 TD-SCDMA 制式手机有望超过 150 款，多款中高端明星机型将先后连发，而普及型智能终端数量也将大幅提升。

而在手机应用方面，中国移动应用商场自 2009 年 8 月上线至今，已经聚集了企业开发商近 5000 家、个人开发者超过 295 万、上架应用达 10 万个，拥有近 1.5 亿的注册用户和超过 6 亿次的下载量，兼容覆盖 839 款智能机型。按照现有月均 40 款，年均 500 款的速度，2011 年底可覆盖 1000 款机型，平均每款终端适用 1223 款应用。

数据显示，2011 年全球智能手机终端出货量预计将达 4.7 亿部，将首次超越传统终端，到 2015 年这一数字将会上升到 9.8 亿部，其中智能手机终端占比将超过 50%。据悉，中国移动通过“TD 网络+智能终端+精品应用”三轮驱动战略，借助丰富的 3G 互联网应用来推动 TD 发展。中国移动认为，丰富的手机应用可有效刺激用户对于高速稳定的 3G 网络及高性能终端的强烈需求。来源：2011-12-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国移动将对 SIM 卡进行节能减排改造

中国移动(微博)将从 2012 年初开始实施推广小卡化 SIM 卡新包装方案，同时逐步引入 6 管脚封装方案 SIM 卡。

全球环保组织发布的《可持续发展报告指南》强调，所谓“绿色产品”，不仅仅关注该产品的使用环节，必须是在原材料投入、生产、使用、废弃等各个环节均能够达到一定的环保要求。以此标准，在 SIM 卡产业链里，不但要从减少废弃物排放的直观角度出发，推广小卡化，普及可降解卡体，减少废弃物对环境的污染，还要关注 SIM 卡的生产包装环节，确保达到低污染、低排放的要求。

中国移动从 2008 年开始就推行了小卡化解决方案，从 2008 年 1 月到 2011 年 5 月，共发行小卡 9.93 亿张，占同时期发卡总量的 50%以上，小卡在生产环节产生的节能减排效应得到了广泛的认可。但小卡使用的包装材质的环保指标却一直未能得到彻底的解决，经过中国移动的潜心研究设计，目前，SIM 卡小卡化包装的方案出炉，使用低价环保纸品做包装材质，节能减排效果十分显著。同时，新的小卡化包装方案更加方便客户了解移动业务相关信息，也有利于销售人员清点和管理工作，提高了营业人员的劳动效率。

除了改进小卡的包装外，中国移动还计划同步采用 6 管脚 SIM 卡，将 SIM 卡从宽版变为窄版，以减少 SIM 生产中的物理消耗。

在传统 SIM 卡的设计中，共有 8 个管脚，其中两个管脚为预留管脚，这两个预留管脚一直没有有效的应用。去除这两个管脚，缩小 SIM 卡模块的尺寸，成为窄条带模块，对 SIM 卡完成现有业务功能没有任何影响。

从环保角度来看，采用窄条带模块，可节约 SIM 卡金属贴片材料 20%，节省铜、镍等金属的使用；可节约模块底部的胶水 40%以上，节省环氧树脂材料的使用；可节省条带衬体使用量的 20%，其化学材料同样是环氧树脂。此外，因为制造模块条带的传统工艺是化学腐蚀，所以减少材料用量的同时，可以减少化学试剂的用量(浓硫酸，硝酸，氢氟酸... ..)，有效减少了废弃物对环境的损害。

SIM 卡是移动客户实现网络身份鉴权的基本工具，目前中国移动每年向市场投放数亿张 SIM 卡，满足新增客户市场发展和原有客户补换卡需要。由于数量巨大，小小 SIM 卡所带来的节能减排的效果不容小视。中国移动作为一个一般性的节能减排企业，却在 SIM 卡这方小小的空间上，做出了不一般的业绩。来源：2011-12-7 科技日报

[返回目录](#)

中国移动 306 亿加大河北无线城市群建设

河北省人民政府与中国移动(微博)通信集团公司签订了共建“无线城市群”战略合作协议。

根据协议，“十二五”期间，中国移动将投入 306 亿元加大对河北“无线城市群”基础网络建设、应用开发推广等领域的建设力度，着力打造政府可管理、产业可增值、群众可感知的“智慧河北”，进一步提高河北信息化建设和应用水平，提升河北省城市综合竞争力。

在加快“无线城市”信息基础设施建设方面，中国移动将全面建设并持续优化 TD+WLAN 无线网络，同时在河北地区建设大型 IDC 中心及产品基地，打造特色行业产品，创建新型商业合作模式，更好地满足河北经济社会发展的信息化需求。

在共建“无线城市群综合门户平台”方面，中国移动和河北省政府共同建设河北省无线城市门户，为全省提供方便快捷的无线电子政务、无线民生服务、物联网应用等综合信息化服务。

在积极推进“无线电子政务”方面，以公共数据平台为基础，逐步建立完善的、跨部门的基础信息资源和各类业务协同应用系统，为政府提供安全、高效、便捷的电子政务服务。同时基于云计算和物联网技术的服务平台、无线有线立体化的政务专属基础网络，建设政府移动办公、应急指挥、城市环保监测等多种信息化系统。

在大力推广“无线城市”物联网应用方面，重点推动数字城管、智能交通、智慧旅游、数字社区、智能医疗、安防监控等信息化工程，树立示范工程标杆，

并在此基础上推动其他领域的物联网重大应用，全面提升城市管理效率。来源：2011-12-7 科技日报

[返回目录](#)

中国移动：TD-LTE 终端测试体系已基本成熟

在今天上午举行的“2011 中国手机产业发展大会”上，中国移动(微博)通信集团终端部吕志虎表示，目前，TD-LTE 终端测试体系已经成熟。

据吕志虎介绍，截至 2011 年 10 月底，已经有超百家 TD 终端企业参与 TD 终端研发生产，TD 终端款式累计已达 600 余款。

“TD 终端质量与其他制式相比，在基础通信能力、本地功能、业务功能等方面已与 WCDMA 相当或接近。”吕志虎说。

与此同时，TD-LTE 测试体系已经构建完成，包括无线协议、软件可靠性、硬件可靠性、外场、用户体验。此外，据吕志虎介绍，“目前 TD-LTE 终端测试体系也已基本成熟，包括标准、仪表、测试案例、测试环境建设已经完成，其中包括协议、射频、RRM、卡接口、仪表 IOT、外场及硬件环境等。”

吕志虎进一步指出，首先，政府支持和产业链积极参与，是 TD-SCDMA、TD-LTE 终端创新、发展的最大保障；其次，芯片是终端质量的核心，完善的测试体系是保障终端质量的关键；第三，终端厂商建设完善质量管控体系，保障终端质量奠定坚实的基础；第四，终端质量是获得用户信赖、保证用户利益的基础，需要运营商与厂商的共同、持续投入。来源：2011-12-8 中国通信网

[返回目录](#)

中国移动落地智能管道 部分地市公司推流量消费

三大运营商 2011 年以来不约而同地开始关注智能管道的话题，由于各家运营商具体情况不一样，因此它们的战略各不相同，而即使在同一家运营商，各省市公司也会根据具体的市场状况对智能管道进行不同的解读。

近日，一位接近北京移动的人士告诉记者，面对数据业务市场竞争激烈的状况，北京移动、天津移动和上海移动计划推出流量消费的概念和相关策略。

重在刺激流量提升

在 2011 年年初的一次内部论坛上，中国移动(微博)董事长王建宙提出了流量经营的概念。中国移动内部人士告诉记者，经过多半年的讨论，中国移动对智能管道以及流量经营达成了共识，虽然目前没有下发官方的指导性文件，但是集

团层面已经着手建设智能管道所涉及的基础设施,比如加快布局 Wi-Fi 热点以均衡无线网络负载等。此外,一些地方公司也在从技术角度实践智能管道,比如一些省公司推出了 PCC(策略控制与计费)功能,以实现对业务、用户的识别。

那么,北京、天津、上海等地的移动公司推出流量消费的概念和流量经营有什么不同呢?

中国移动研究院陈志刚分析,流量经营更多体现了运营商对流量运营的思考,流量消费注重的是客户体验和感知,比如从用户的角度出发描述产品,从而让用户更容易理解数据业务和收费标准,以增加消费的透明度,刺激用户扩大消费。“总之,两者的出发点不同,流量经营是从运营商角度提出的概念,侧重于运营商的经营策略;流量消费更多考虑的是客户感知,偏重于市场层面的措施。”陈志刚认为。

事实上,中国移动最近推出的数据流量充值卡就是流量消费的一种体现。该流量充值卡的全称为 GPRS 手机上网预付费卡,资费为 10 元 70MB 流量,用户充值成功后其中的流量即刻生效。与过去的话音和数据业务资费捆绑在一起不同,这种流量充值卡将流量和话费相互分开,做到了“专款专用”,其作用是让用户明白消费,在此基础上扩大使用量。

从上述案例可以看出,流量消费的重点是刺激用户数据流量消费总数的增长,这也是智能管道的首要内容。

有助强化竞争力

对于中国移动来说,部分地方公司提出流量消费有其现实的背景意义。工信部电信研究院吕成华告诉记者,过去几年,中国移动的数据流量每年增长 200%~300%,原有的移动网络不堪重负。2011 年以来,数据流量的增长速度有所放缓,部分省公司降到了 30%~50%的水平。同时,中国移动大规模建设 WLAN 网络,一定程度上分担了原来由移动网络承担的流量。在这样的形势下,促进流量增长、提升总体网络利用率仍然是首要任务。

从另外一个角度看,随着智能手机的普及,用户对于数据业务的消费量迅速增长,而新增用户在选择运营商的过程中,看重的更多是其 3G 网络和 3G 业务提供能力,而非传统的话音业务能力,事实上,3G 用户已经成为了新增用户的主流,2011 年 1~9 月份,我国新增移动用户中接近 60%为 3G 用户。

在 3G 用户的争夺中,在网络及终端上占有优势的中国电信(微博)和中国联通(微博)追赶上来,与中国移动的差距逐渐缩小,数据显示,1~9 月份中国移动、中国电信和中国联通在 3G 用户市场的份额分别为 42.39%、27.92%和 29.69%,在北京、上海等大城市,市场竞争更为激烈。

要维持并提升现在的市场地位,发展基于 3G 的数据业务就成为了关键所在,而开展流量消费就是现实可行的措施。中国移动可提高数据业务的透明度,让用户做到明明白白消费,从而降低用户因不了解而产生的抵触心理,此外还可开发具有吸引力的业务和套餐,例如将流量和业务进行捆绑,以提升 3G 业务吸引力,从而提升市场竞争力。

协同是关键

如果说流量消费、提升规模是流量经营的第一步,那么提高效益则是流量经营的第二步。

目前中国移动建设了 2G、3G、WLAN 等网络,并且在测试 TD-LTE 网络。然而这几个网络的流量负载非常不均衡,数字显示,中国移动的 2G 网络承载了大量的数据业务,网络饱和度达到了 70%以上,而 3G 和 WLAN 的饱和度相对较低,例如 3G 网络的饱和度仅为 10%左右。

对数据业务承载性能较好的 3G 和 WLAN 利用率严重不足,而速率较低的 2G 网络却负载过重。就其他两家运营商来看,数据业务流量则主要由 3G 网络承担。因此,中国移动必须协同发展不同的网络,实现网络负载的均衡。最近,中国移动提出了四网协同的概念,其核心内容就在于让 3G 和 WLAN 网络承载更多的数据业务,以减轻 2G 网络的压力。

协同的另一个方面则是不同部门之间的统筹规划及协调配合。吕成华认为,智能管道是一个整体概念,需要从集团层面统一协调推广,其中,地方运营商更加倾向于业务层面,集团则从支撑、系统、建设等平台化层面给予支持,而中国移动的不同部门之间也需要分工协调。然而,中国移动内部人士透露,由于目前还没有正式发文,因此不同部门、不同地方在实践智能管道的时候处于各自为战的状态,比如,数据业务套餐由市场部来设计,WLAN 热点建设由数据部负责,而 TD 上网卡的营销策略则由集客部门制订,总之各个部门都会涉及到智能管道,而它们之间缺乏统一协调。

与网络协同相比,机制上的协调更为关键,而只有做好两方面的协调中国移动的流量消费才能顺利地开展下去。来源:2011-12-7 通信世界杂志

[返回目录](#)

中国移动应用商场下载量超 6 亿次 注册用户达 1.5 亿

据中国移动(微博)内部人士透露,截止 2011 年 11 月底,移动应用商场汇集企业开发商已近 5000 家、个人开发者超过 295 万,上架应用超过 10 万件,注册客户达 1.5 亿,累计应用下载量超过 6 亿次。

2011 年以来，中国移动明显加快了其全球化进程。一方面，联手国际大牌厂商和手机应用内容提供商，高调入驻移动应用商场，先后与 Motorola、Nokia、日本 KDDI、韩国 SKT、法国电信、台湾远传电信、凤凰网、EA、GLU、索乐、Gameloft、VIVA、腾讯、金山、盛大、滚石等国内外知名企业建立了战略合作关系，并携手摩托罗拉(微博)启动了首个基于 Android 平台的联合应用商店“MM-智件园”，在移动应用商场开设韩国 KTOLlehMarket 手机应用品牌店。

另一方面，立足精品路线，加快对全球知名游戏以及应用的引入。截至目前，中国移动先后引进了包括《愤怒的小鸟》、《植物大战僵尸》、《水果忍者》在内的超过 60 款全球游戏顶尖精品，并联合了全球 TOP10 手机游戏开发商、国内领先手机游戏开发商、以及国内领先资讯内容提供商，形成“国际精品首发”机制。目前移动应用商场与国际知名应用商店的榜单重叠度从年初的 10%提升到 53%。

除了大量引入国际战略合作伙伴与精品应用，中国移动还逐步开放平台，积极实施“走出去”战略。据中国移动方面透露，2012 年，移动应用商场将推出英文版，面向全球用户与开发者开放，以期加快国内与国际移动互联网应用市场的对接。来源：2011-12-7 飞象网

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信暗改声明 欲引入行业监管

电信声明中还把此前对于互联网服务接入商提供专线接入业务方面，“价格管理不到位，价格差异较大”改为“由于竞争和管理原因导致价格差异较大。”

中国电信(微博)悄然改动承诺整改声明，引入行业监管条例。

中国电信悄然改动此前发布承诺整改的声明，在其官网上发布的《中国电信集团公司声明》依然注明是 12 月 2 日发布的，但其内容已与 12 月 2 日当日首次刊发的原文有所不同。在新的声明稿中，中国电信表示“认真学习了《中华人民共和国反垄断法》、《中华人民共和国电信条例》等相关法律法规”，但在原文中，《电信条例》并未出现。此外，电信声明中还把此前对于互联网服务接入商提供专线接入业务方面，“价格管理不到位，价格差异较大”改为“由于竞争和管理原因导致价格差异较大。”

报道还称，国家发改委反垄断局有关人士表示，已经注意到了电信声明中的这个改变。但对于修改声明一事，截至该报发稿时，电信方面未给予回复。

新京报引述国务院反垄断委员会专家咨询组成员、《反垄断法》起草组主要成员，反垄断法专家王晓晔的话表示，企业在声明中特意强调增加了对《电信条例》的学习，很显然是想把整个案件引入到行业监管条例上来，希望行业主管部门也可以参与进来，“但毫无疑问，发改委在反垄断这个事情上是有绝对的管辖权的，这是无可争辩的。”

不过，记者发稿前再次登录中国电信官网，并未找到新修改的《中国电信集团公司声明》，其首页已经更改回原来的公告。来源：2011-12-9 财新网

[返回目录](#)

中国电信 FTTH 实装用户年底有望达 500 万

更宽、更宽、更宽——这是 2011 年最热的宽带接入市场最现实的写照。为了在互联网、移动网络、广电网络的围攻下保住难得的竞争优势，甚至实现突围，2011 年，中国的固网运营商开始了一场宽带提速的“人民运动”。

几乎一夜之间，上海市民发现自家的宽带网速已由原来的 2M、4M，一下子跃升到 10M、20M，甚至 30M。即上海之后，北京联通(微博)也在年底前对现有 ADSL 老用户进行免费大幅升级，从以前的 256K 跳变到 2M，甚至是 8M、10M，而资费却基本保持不变。与此同时，广东、江苏、浙江等地，类似的宽带升级活动也已经全面铺开，国内的网民赶上了好日子。

全面竞争下的宽带突围

应该说，宽带接入市场是国内电信市场中竞争最为激烈的领域。在这一市场，除了中国电信(微博)、中国联通(微博)两大固网运营商外，还有来自铁通、广电、电力这样的二级运营商，以及长城宽带、鹏博士等驻地网运营商。服务质量层次不齐、价格战层出不穷是以往这个市场的真实写照。

2011 年 12 月，限制中国移动(微博)直营固网宽带业务的《工业和信息化部发布关于进一步落实规范电信市场秩序有关文件精神的通知》(工信部第 686 号)将要到期，外界预计届时中国移动将得到梦寐以求的宽带运营牌照。与此同时，三网融合进入实质阶段，各地的广电运营商也在加紧驻地网建设，抢占宽带接入市场。

在这样的背景下，两大电信运营商倍感压力。在互联网市场中被边缘化的运营商必须重新找到适当的市场位置，发挥自身的管道优势，依托丰富网络资源搞差异化服务成为运营商能看到的最光明的方向。而宽带接入网作为用户接入的入口，其重要性不言而喻。

2011年2月16日，中国电信正式启动“宽带中国·光网城市”工程，目标在年内实现全国300万FTTH实装用户。此时，电信运营商显示出了极高的执行力，北京电信研究院副总工程师张成良预计：“2011年底，FTTH实装用户数很有可能达到500万户。”

GPON 渐成主流

大力度的宽带提速让PON设备市场火爆异常。作为目前最为主要的两种光纤接入技术，EPON和GPON的争夺从2010年就已经开始加剧。在2011年上半年，由于GPON FTTH单用户终端价格全面高于EPON FTTH报价，GPON上行家庭网关也普遍高于EPON的，因此中国电信主要采用了以EPON为主的FTTB建设模式，并在各省进行有限的GPON试点。这期间，中国电信完成了第一次PON集采，规模达1900万线，有力的支撑了“宽带中国·光网城市”工程。

而到了2011年下半年，事情却发生了变化，10月结束的中国联通第二次PON集采成为转变的关键节点。此次集采总计2500万线，投资资金40亿元人民币，GPON1500万线、EPON1000万线。从集采数量上看，GPON正在以后来居上的态势占领市场。随着GPON的成熟、成本降低，中电信也开始向GPON倾斜。中电信集团科技委主任韦乐平曾表示：“在FTTB模式下，仍然采用EPON；但在FTTH中，GPON两倍的带宽优势很明显，将优先选用GPON。”

据Ovum统计，目前全球GPON年复合增长率为68%，远超EPON。而在产业链上，GPON的优势则更加明显：首先，GPON的芯片提供商有7家，EPON只有3家，更多的厂商参与意味着更激烈的竞争，这也是GPON的SoC芯片要比EPON便宜的原因；其次，GPON光模块可以提供更高的带宽、更大分光比、更远的传输距离，虽然平均比EPON的光模块贵5美金，但大多运营商都愿意为更高的性能买单；最重要的是，支持GPON的运营商要远远超过了EPON的支持者，全球Top10固网运营商中，有9家支持GPON，3家支持EPON。

保量也要保质

但是在快速的宽带扩张过程中，由于缺乏商用经验，运营商在实际操作过程中也遇到了一些问题。首当其冲的就是ODN质量问题。

ODN是基于PON设备的FTTH光缆网络。其作用是为OLT和ONU之间提供光传输通道。从理论上讲，ODN网络全程无源，不具备电气特性，避免了外部设备的电磁干扰，对于雷击、潮湿空气等环境的容忍限度也要远高于铜缆宽带，网络寿命、稳定性也要高于铜缆。所以，FTTH的故障率也应远低于DSL。

但是在实际的光纤接入工程中，以次充好的问题非常严重，规定 1.3mm 厚度的 ODF 配线架，实际只有 0.8mm 左右；规定材质为芳纶的跳线，实际全部是涤纶跳线；接头盒采用再生塑料、劣质密封圈现象也十分普遍。

迅速扩张的市场吸引了众多的参与者，而参与者的准入机制却没有建立起来。据统计，目前我国 ODN 厂商达到数百家，而其中真正有实力的厂商也就十余家。中国电信北京研究院副总工程师张成良就曾指出：国内 ODN 市场出现这些乱象的主要原因是我国 ODN 产业链不成熟、还处于混沌期，估计再经历两年时间，市场秩序将会彻底改观。

目前，运营商和标准组织已经开始整顿产业链。CCSA(中国标准化协会)将开启修订 ODN 标准，意在适当改进 2009 年制定的部分标准；运营商(以上海电信为例)也进行了多次整顿，截至 2011 年 8 月，上海电信 FTTH 宽带的故障率已经低于 DSL。韦乐平强调：“作为百年大计的基础设施，要确保长期可靠性，尤其是分路器、冷接子和入户光纤的可靠性等；要加强部件标准化和严格检测把关。”来源：2011-12-12 通信产业报微博

[返回目录](#)

中电信结盟 AT&T 提供 WiFi 服务加快国际化步伐

中国电信(微博)近日与美国运营商 AT&T 签署战略合作框架协议。两家公司在中美两地的网络基础设施将实现互联，使双方能够为客户提供无线宽带漫游服务，从而为中美跨国公司提供更多的服务。

随着全球经济一体化的发展，中国电信市场也逐步开放，国内运营商正积极地实施“走出去”战略。新协议让中国电信能够首次使用 AT&T 在美国的电讯网络，中国电信的国际化步伐正在加快。

中电信结盟 AT&T 延伸业务

中国电信与 AT&T 公司近日在北京签署了战略合作框架协议，根据协议，将连接中国电信与 AT&T 公司在美国的数据网络，为中国企业客户“走出去”提供一流的全球一体化信息服务；AT&T 公司将通过与中国电信的战略合作在网络延伸、技术选择、服务水平及成本控制等方面为客户提供更好的服务；双方在全球的其他区域共同拓展、相互支撑；为双方的客户提供更好的 WiFi 漫游能力……

事实上，中国电信与 AT&T 公司并不是第一次合作。早在 2000 年 12 月，中国电信上海公司、美国 AT&T 公司及上海信息投资股份有限公司就已共同投资组建了中国第一家中外合资的电信运营公司上海信天通信有限公司。另外，AT&T 已在中国提供服务，如虚拟私有网络，中国电信在国内有光纤和交换机组成的本

地网络基础设施，二者合作在不同地区提供安全连接。此次中国电信与 AT&T 的合作，合作得到了进一步的加深，向前迈出了更远的一步。

据悉，AT&T 商业解决方案部门营销和全球战略高级副总裁罗曼·佩斯维茨则表示：“我们会对中国电信开放我们在美国的网络。”中国电信海外拓展事业部总监寇凤达说：“通过与 AT&T 的合作，中国电信将通过 AT&T 网络提升在美洲的端到端服务，从而更好地服务中资企业以及亚太区用户在美洲的落地需求。”

目前，中国电信是全球最大的 CDMA 网运营商，而 AT&T 是美国最大的本地和长途电话公司。强强联合，对于中国电信来说，其走向国际化的步伐将进一步加快。

国内电信企业的国际化尝试

目前，世界的任何地方你几乎都可以看到中国的制造企业。中国的华为(微博)、中兴，其在全球的成长有目共睹。但是，和电信设备制造商相比，虽然我国电信运营商走出去的步伐并不大，但也作出了国际化的尝试。

据了解，2007 年 2 月，中国移动(微博)以 4.6 亿美元收购了巴基斯坦运营商 Paktel，拥有 100% 的股份，迈出了国际化进程的实质性一步，并于 2008 年初推出业务品牌“ZONG”。另外，中国移动还收购了香港万众。中国联通(微博)也走出了国门，不过其国际化只是与西班牙电信的相互持股。中国电信方面，日前中国电信美洲分公司总裁唐纳德·谭表示，中国电信计划 2012 年初利用自有品牌向美国消费者出售无线服务，目标用户包括美国华人、留学生及往返两国的游客。他还表示，公司已选定了几家可能的合作伙伴，并将选择其中一家为公司提供服务网络。并且，如果这项业务广受欢迎，未来，中电信还可能考虑在美国建设自己的无线网络。

可见，中国的运营商在国际化方面正在不懈地努力着。中国电信运营商期望通过在全球实施业务网络延伸以满足客户的全球拓展，获取新用户和新市场空间，同时也通过利润潜力更高的国际市场来提高整个企业效益，从而获取世界先进的管理和技术经验。

中电信“走出去”期待实质性突破

“走出去”是国内运营商发展的必经之路。通过积极拓展海外市场，可以寻求到新的收入增长点，有利于整合企业的全球架构优势，可以实现全球协同、实现成本最低化，从而增强企业对外竞争的适应能力并提升企业的核心竞争能力，以谋求更大的发展。

但是，电信运营业的“国际化”并不仅指对外直接投资，包括电信业务、网络建设、对外合作、资本运作等方面在内的与拓展海外电信市场相关的经营活动

都属于国际化范畴。中国电信运营商与全球领先的电信运营商相比，其“走出去”的步伐还落下很远，中国运营商的国际化之路仍然漫长。

本次中国电信与 AT&T 公司的合作，将探讨开发行业应用、服务集成、高清视频会议、统一通信、云计算、运营外包等方面的创新业务，更好地服务双方的跨国企业客户。中国电信的这次合作向前迈出了实质性的一步。

作为全球最大的 C 网运营商，中国电信的国际化之路渐入佳境。据了解，截至目前，中国电信已在海外设立了 30 多个分公司和分支机构，中国电信的营销管道和服务网点遍布全球，为海外客户提供了全球一站式服务。截至 2011 年 7 月，中国电信有 30 多条国际光缆资源，累计国际传输出口总带宽 1170G，可直达全球 71 个国家和地区。移动漫游方面，覆盖近 260 个国家和地区... 中国电信海外收入以每年 70% - 80% 的速度增长，占公司经营收入比重不断上升。

强大的网络能力为中国电信“走出去”提供了重要保障，其推出的产品和服务也得到了诸跨国企业的认可。随着中国电信不断积极完善国际化布局，其“走出去”将实现实质性突破，在未来的世界通信领域，必有中国电信的一席之地。

来源：2011-12-7 通信信息报

[返回目录](#)

中电信推新概念千元机 中低端市场迎新一轮交锋

在中国 3G 规模化应用的市场转折点上，实现 2G 用户向 3G 的转变，已成为运营商的重要突破点。中国电信新定义的千元 3G 智能手机将极大加速中国 3G 市场的演化过程。

中国电信(微博)日前宣布，由中国电信定制的首款 4 英寸千元智能机酷派 5860 将于 12 月初上市，裸机售价 1290 元。这标志着中国电信重新定义的千元智能机正式敲开市场大门。

截至 10 月底，国内 3G 用户数突破了 1.1 亿，而 3G 渗透率在 9 月份就已经突破了 10%，3G 的快速普及，应该说，运营商主推的千元 3G 智能手机功不可没。千元 3G 智能手机实惠的价格加上较高的配置，更符合大众的消费习惯，同时也降低了用户接触 3G、使用 3G 的门槛。

千元智能机进入 4 英寸时代

2011 年无疑是 3G 发展的拐点年，在 3G 终端市场上，除了 iPhone 等明星终端外，由运营商和终端厂商联合定制的千元 3G 智能手机也成为了一道靓丽的风景线。目前，千元智能机(尤其是大屏千元智能机)已成为国内智能手机市场销量最大的手机类别，而这类机型也为运营商带来了 3G 用户的快速增长。其中，

中国电信、中国联通(微博)已分别连续四个月和连续三个月实现 3G 用户单月增长超过 200 万。

回望千元 3G 智能手机的发展历程，中国电信天翼终端在大屏千元 3G 智能终端上率先发力，联合终端厂商建立起了 CDMA2000 终端产业链，同时也在行业内第一个定义了千元 3G 智能手机概念：拥有 3.5 英寸及以上大屏、安卓 2.3 及以上操作系统、千元左右的价位。这一概念的推出以及一系列符合该标准的终端上市，树立了天翼在大屏千元 3G 智能终端市场领跑者的形象。

高性价比成为了用户的主要诉求，千元智能手机的概念、定义也随之发生变化。一大批被“重新定义”的智能手机以良好的用户体验和极高的性价比受到消费者的追捧，此前中国电信定制的华为(微博)C8650 仅用 60 天的时间，创造了百万销量的辉煌纪录。类似华为 C8650 这样性能强大的精品机型，其良好的用户体验，将吸引更多用户投身 3G 阵营。

从终端的层面来讲，伴随着 3G 进一步发展，用户体验需求不断提升，运营商重新定义千元智能机，赋予其更高的硬件配置。2.9 英寸、3.2 英寸、3.5 英寸、3.7 英寸、4.0 英寸... ..千元智能机不断刷新着屏幕尺寸纪录。2011 年 6 月份，中国电信对 3G 智能手机提出新的定制要求，希望手机厂商“持续提升千元智能手机性价比，集中打造 4.0 寸屏幕、处理速度快、客户感知优良、零售价在 2000 元以内的中档 3G 智能手机”。

中国电信此次联合酷派推出的酷派 5860，可以说开启了千元 3G 智能机的 4 英寸时代。在中国 3G 规模化应用的市场转折点上，这类标杆型产品的出现，也将极大加速中国 3G 市场的演化过程。

千元智能机迎新一轮交锋

目前国内三大运营商在 3G 用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。此次中国电信推出的酷派 5860 不仅在硬件上得到了很大的提升，中国电信在终端补贴方面也启用了新的策略，补贴力度进一步加大。应该说，这仅仅只是一个开始，千元智能手机将由此进入一个市场拐点。

临近年底，运营商利用千元智能机拓展 3G 市场，策略重心开始从终端本身拓展到结合终端补贴进行统筹考虑。为进一步掀起年底的销售热潮，中国电信北京公司近日向市场推出更多的千元大屏手机，且均有零元购机优惠，提供比普通 3G 手机高出 25%的终端补贴。对于新推出的酷派 5860，中国电信方面表示，该款手机在上市之后中国电信将对其提供相应额度的话费补贴，其中包括“0”元购机政策。

在这一市场，中国联通近日也下调了千元智能机零元购机门槛，中国联通销售部总经理于英涛表示，到 2011 年年底，中国联通的千元 3G 智能手机销售数量超过 1000 万，年底会推出新定义千元智能机的升级产品，到 2012 年将重点推出 1500-2000 元区间的中端精品智能机。显然，从 2011 年年底开始，在被重新定义的千元智能手机市场上，中国电信和中国联通无论是在终端本身还是终端的补贴力度上都将有一场激烈的遭遇战。

在强烈的市场需求下以及激烈的竞争背景下，运营商如何打造更高性价比的 3G 智能手机显得至关重要。除了提升硬件配置、终端补贴的力度外，终端的应用、服务、用户体验等方面同样需要不断改进。硬件同质化已无可避免，只有形成差异化才能在变局中把握市场主导权。中电信规模化推出大屏千元智能手机，需要以差异化的业务应用为用户提供优质体验。

运营商借终端高速冲刺 3G

千元智能机是 3G 普及化阶段的一支强心剂毋庸置疑。得益于 3G 智能终端的快速普及，国内 3G 得到长足的发展。在 3G 发展的网络、终端、应用三大要素中，网络在短期内不容易提升，而终端的效果最为明显，因此三大运营商都提高了千元 3G 智能终端的配置和补贴力度，显然，如何抢占中低端市场将会是 2012 年运营商在 3G 业务领域竞争的重点。

然而，不管是谁，都不会把所有的鸡蛋放在一个篮子里。在运营商的终端策略中，千元智能手机只是其中的一部分。中低端和高端两条腿并行才能走得更稳更远。对于运营商而言，在中低端市场，伴随着迅猛增长的智能手机市场，其中容量最大的千元智能机市场成为兵家必争之地。而中国电信推出的 4.0 寸大屏千元智能手机的系列产品，必将带动千元智能手机品质的快速升级，推动中国智能手机市场的规模化发展。

在高端市场，苹果新发布的 iPhone4s 有望成为引爆 2011 年年底终端市场的一颗重磅炸弹。对于 iPhone4s，中国联通方面表示已经做好了销售准备，只等工信部的审核牌照。对于中国电信而言，引入 iPhone4s 只是时间问题，一旦拿到 iPhone4s 则标志着与中联通在 3G 上的贴身肉搏正式开打；而中国移动(微博)方面，引入 iPhone4s 希望渺茫。

不管怎么说，运营商的终端大战牵涉到的不仅仅是运营商本身，而是整个终端产业链。运营商需要在应用与终端的捆绑服务上不断加强，同时不断发展创新业务，才能成为 3G 时代通信生态链的主导者，掌握市场话语权。

目前国内 3G 进程正不断被深化，用户对智能终端体验的需求也水涨船高，普及型 3G 智能手机日益被运营商所重视，整个手机产业链更是将目光集中在了千元级智能手机上。因此，如何进一步优化用户的终端体验，实现 2G 用户向 3G

的转变，成为国内运营商面临的首要任务。同时，这也是运营商不遗余力的打造终端产业链，拉开架势展开终端大战的原因所在。来源：2011-12-7 通信信息报

[返回目录](#)

中国电信：2011 年 CDMA 终端销量将达 6000 万部

在今天举行的“2011 中国手机产业发展大会”上，中国电信(微博)相关人士表示，2011 年全年，CDMA 终端累计销量预计将达到 6000 万部；此外，到 2014 年，中国电信天翼用户规模将超过 2 亿户，未来三年新增市场 3G 用户超过 70%。

数据显示，截至 2011 年 10 月底，中国电信移动用户规模已超过 1.2 亿，其中 3G 用户 3119 万，中国电信 3G 用户渗透率达到 26%，优质客户明显高于整体市场平均水平。

与此同时，中国电信 CDMA 终端规模实现了跨越式增长。据该人士透露，“2011 年 1-10 月，CDMA 终端累计销量规模超过 4800 万部，月均销量超过 480 万部，预计 2011 年 4 季度月均销量将突破 550 万台，2011 年全年累计销量预计达到 6000 万部。”

此外，该人士表示，2011 年 1-10 月，中国电信 3G 手机累计销量占整体 3G 市场比重从 2010 年的 23.7% 上升到 29.8%，当前在售 EVDO 手机 440 款，在 3G 市场终端丰富度上位居领先地位。

“而在智能终端新品方面，截至 2011 年 10 月底，中国电信累计入网 132 款智能新品。”该人士预计，2011 年预计全年由社会渠道运作的新品数量将超过 350 款，社采销售量预计将达 5000 万部。

谈及未来中国电信用户发展目标和终端策略时，该人士透露，“2014 年，中国电信天翼用户规模将超过 2 亿户，未来三年新增市场 3G 用户超过 70%。中国电信将抓住 3G 加速普及、智能终端爆发增长的关键机遇期，采取差异化创新与服务措施，持续繁荣 CDMA 产业链，促进 CDMA 终端规模与市场份额再上新台阶。”来源：2011-12-8 中国通信网

[返回目录](#)

【中国联通】

联通营销变革渐入深水区

日前有消息称，中国联通(微博)计划将联通华盛公司并入即将成立的销售公司，并将联通现有主要营业厅并入华盛，华盛将由目前的终端分销角色向零售转型。

对此，中国联通和华盛方面并未给出公开回复。不过中国联通相关高层坦言，华盛公司向零售转型的方向是正确的，转型的最终目标是打造出一个专业化、连锁化的零售企业。

3G 的体验式营销需求

回顾 2011 年中国联通的战略举措，除了重新定义智能手机配置以及发力千元智能机之外，营销方式的变革也是关键词之一。

渠道合作上，联通已与苏宁、国美(微博)、乐语等近 100 家连锁零售企业达成了战略合作。针对自有营业厅，则发布了 SI(店面形象)规范，3500 个自有营业厅向体验式营销转型。

对于体验厅营销方式改变产生的效果，联通华盛蚌埠分公司总经理汪晓佳在微博上给出了一个数据对比：杭州联通华盛体验厅改造前，全月单厅月销量为 200 台，改造后单厅月销量为 1200 台，其中裸机仅占 100 台左右，其余全为合约计划。

“数据与实际情况说明一切，这就是体验式营销的价值所在。一方面自身要转变固有的陈旧观念，二是稳扎稳打做好每个细节。市场竞争是公平的，不转变，那么下一个淘汰的就是你。”汪晓佳的这一想法也成为越来越多联通人的共识。

营销变革渐入深水区

在营业厅营销风格转变之上，联通对于华盛的改革探索，标志着其整个营销变革战略已经进入更深的层次。

据悉，联通华盛此前已在少数地区进行零售的试点，部分联通华盛分公司目前已启动零售业务营业厅经理及营业员的招聘工作。

对此，有分析人士认为，华盛进行的 3G 零售运营模式探索，除了是自身的一种突破外，也有望给联通渠道合作伙伴提供一个学习的样板。

近几年，运营商虽然都在大力拓展与渠道商的合作，但合作门店无论是在用户的体验营销还是 3G 业务运营能力上尚有不足，而渠道商又没有足够的财力和人才弥补这一短板。

“渠道商的合作店挂着运营商的招牌，消费者会认为进去的是运营商的店，所以运营商必须带着渠道商一起做零售模式升级，并提供资金、资源的支持，更重要的是智力支持。”上述人士表示。来源：2011-12-8 飞象网

[返回目录](#)

联通高层：iPhone 4S 春节前上市

苹果传奇 CEO 乔布斯时代的最后一代 iPhone 产品 iPhone4S 登陆我国内地市场已为时不远。

iPhone4S 自 10 月 14 日开始第一批上市以来，在多地引发购买热潮，首发 3 天内销量便超过 400 万部。对于国内三家运营商中谁能第一时间引进，一直传言众多。

昨日(12 月 12 日)，中国联通(微博)销售部总经理于英涛向《每日经济新闻》记者透露称，目前联通对于引进 iPhone4S 已经做好了各方面的准备，市场流传的“iPhone4S 通过工信部入网许可”的消息也确有此事。“能否在 2012 年元旦前正式推出目前还不方便透露，但在 2011 年春节之前，中国内地的消费者就可以购买到联通版的 iPhone4S。”于说。

几天前，有业内人士在有关网站上查询发现，一款为 WCDMA 制式苹果最新手机 iPhone4S 已通过工信部电信设备认证中心入网检测，设备型号为 A1431。其他两家运营商方面，电信在 iPhone4S 引入方面一直也不遗余力。电信方面曾表示称，电信肯定会引入 iPhone4S，只是引入时间尚未确定。有说法称，电信将于 2012 年 2 月推出电信制式的 iPhone4S 手机。另据此前媒体的报道称，电信为引入 iPhone4S 已经特意专设了 15 亿元的营销补贴。不过联通在 2011 年一季度已在苹果手机销售方面投入超过 13 亿元的补贴。

中国移动(微博)方面，消息称移动多番游说苹果支持其 TD-SCDMA 标准制式或面临再次失败的危险。但这一消息未经移动方面证实。上述业内人士向《每日经济新闻》记者表示：“如果在 iPhone4S 的引入大战中移动真的再次失利，很可能会对其销售和市场声誉造成一定影响，背后的深层诱因也值得移动这家运营商大佬思考。”来源：2011-12-13 每日经济新闻

[返回目录](#)

联通调整新定义千元智能机合约计划

为更好地惠及用户,中国联通(微博)于12月1日起调整新定义千元智能机0元购机政策,将0元购机套餐档从96元下调至66元,即:用户预存1399元,选择66元套餐,承诺在网24个月即可享受0元购机。机型包括:中兴V880、联想A60、华为(微博)Sonic、酷派W706、夏新N79、酷派W708。

自2011年6月1日,中国联通率先推出以中兴V880为代表的沃3G新定义千元智能手机以来,又陆续推出多款同类型终端联想A60、华为Sonic、酷派W706、夏新N79。沃3G新定义千元智能手机具有“3.5英寸以上电容屏,CPU处理能力在600MHz以上,价格在千元以下”的共同特性。此类终端综合考虑了价格、性能、用户体验等方面的因素,旨在给用户带来更好的3G移动互联网体验,性价比高,一经推出就受到了广大用户的普遍欢迎,预计年底前总销量将突破1000万部。来源:2011-12-7 科技日报

[返回目录](#)

联通因销量问题不再引入3G版iPad 2

中国联通(微博)已经决定不再引入3G版iPad 2,主要因3G版iPad 2销量不佳。

自3G版iPad 2发布以来,2011年7月,中国联通曾表示,将派人赴美与苹果公司就引入3G版iPad2进行谈判,并称要等3G版iPad 2的入网许可,而在9月初,苹果3G版iPad2获得了入网许可证。

直到9月21日,苹果中国宣布3G版iPad2上市,16GB版本4688元,32GB版本为5488元,64GB版本为6288元。与WiFi版iPad 2相比,3G版iPad 2每种版本的售价对应高出1000元。

不过,随后至今,中国联通一直没有3G版iPad2的合约套餐。中国联通销售部的一位负责人曾透露称,之所以迟迟没有引入3G版iPad 2,主要是因为3G版iPad 2价格比WiFi版iPad 2高,性能上比WiFi版没有太大的优势,消费者并不“感冒”。

事实上,3G版iPad 2在9月下旬在中国内地发售以来,并没有受到消费者的热捧。多位消费者表示,WiFi版iPad 2已经满足了自己的需求。来源:2011-12-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国联通发布移动互联网新战略 Wo+开放体系

在今天上午举行的中国联通(微博)2011 移动互联应用产业峰会上，中国联通发布了“Wo+开放体系”战略。

据中国联通副总经理邵广禄介绍，“Wo+开放体系”由产品聚合能力、能力共享、渠道能力、智能管道四部分组成。

其中，产品聚合能力是指中国联通为产业合作所打造的“平台的平台”。合作伙伴依托中国联通的业务平台，将互联网优质的应用服务资源展现给用户，无缝对接应用资源，供用户搜索、并且一键下载。

能力共享是指提供联通的短、彩信，语音通话，IVR，统一帐号以及云通讯录等通讯能力调用，同时汇聚互联网各类资源，有效整合，输出给应用提供商、行业应用开发商以及个人开发者。

渠道能力是指根据用户需求一方面在营业厅及卖场等线下场所为用户提供业务体验、订购，并协助用户下载、安装、使用等服务。另一方面，在 APP 插件中植入各种应用，实现 APP 聚合、转发分享、社区交流和通讯录整合等功能，从而形成由互联网的新型传播渠道。

智能管道是指智能地对网络资源实现差异的调度和动态精确配置，具有对用户业务及流量分层管理和控制能力，实现用户可识别、业务可区分、流量可优化、网络可管理、计费可灵活等差异化的服务功能。

中国联通董事长常小兵表示，在移动互联网业务方面，中国联通采取开放合作的政策，将与互联网企业和合作伙伴共同成立产业联盟，为用户提供个性移动互联网服务。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通将联合百家电商渠道试行网上分销代理制

“中国联通(微博)2011 年移动互联应用产业峰会”将于今日召开，知情人士透露，中国联通也将同时探讨其电子商务的未来发展方向，据悉，以广东联通为试点，联通将在其电子渠道发展方面引入代理分销制，吸引各种电子商务渠道加盟成为其分销商，这无论对联通还是对电商网站来说都将是全新的业务模式和机会。

联通电子渠道销售 2011 年飙升

电子渠道是中国联通非常重要的一个销售渠道。三大运营商中，中国联通对电子商务尤其重视，销售规模迄今也最大，但实际上所定的发展目标最高，压力也最大，

根据中国联通董事长常小兵之前透露的信息，中国联通电子渠道 2010 年一年营业额达到 124 亿元，预计 2011 年将会顺利突破 200 亿元。

之前，广东联通承建了联通首个淘宝商城(微博)旗舰店和 QQ 商城旗舰店，并于 9 月 1 日正式开店，获得巨大反响，获得集团公司相关部门认可，这刺激了联通加快新型网店的步伐。

与近百家网站洽谈引入分销模式

根据广东联通某官方网站一个公告透露的信息 (<http://www.gd10010.cn/um/>)，在“2011 年联通移动互联应用产业峰会”结束后，联通就将在广州召开一个“互联网联盟合作大会”，国内主要的 30 多家电商企业，如京东(微博)商城、淘宝商城、腾讯拍拍网、太平洋 IT 商城、当当(微博)网、国美(微博)网上商城等，以及新浪网、天涯在线、UCWEB、IT168、威锋网、3G 门户(微博)、泡泡网、91 手机网、搜房网等数十家门户网站均已获邀参加。

知情人士透露，实际上联通希望探讨与这些主流互联网渠道的联盟合作模式，联通希望引入电商企业和门户网站，借此扩大自己的分销阵营，以便做大电子渠道。

2011 年以来，国内电子商务发展迅猛，对扩大所售商品种类有巨大需求，运营商的 3G 手机、号卡、套餐等产品均为标准化，非常适合电商渠道销售，因此，联通内部认为，与电商渠道的结合已是必然。国内几大电商网站，如新浪商城、淘宝商城、京东商城等已在高调开卖联通 3G 产品。

首个省公司沃商城分销平台已建立

对于联通来说，其 3G 制式虽然是最好的武器，但紧随的业务创新也是必须的，大力发展电子渠道只有好处，几乎没有坏处，网店的好处主要是可节约运营成本，这样可让利于消费者，为用户提供更优惠的 3G 语音套餐。而国内的电子商务渠道和各种电商网站也注意到了这一点。

此前的 9 月份，联通一些省公司开始在淘宝开设淘宝旗舰店，其后，作为中国联通各种新业务试验田，广东联通已领衔开始筹建联通首个省公司互联网联盟合作分销平台“沃商城”，网址为 <http://www.gd10010.cn/>。

据悉，广东联通在发给一些电商渠道的邮件中，也显示其诚恳性，号称“要将该平台作为优惠的行货 WCDMA 手机集散地，通过分发、代销等模式，与众

多互网站合作，为用户提供‘最贴心的 3G 服务、最优惠的行货手机、最实惠的 3G 套餐’，来建立电商渠道合作的标杆和典范”。

据广东联通内部人士透露，目前该商城还在试运营阶段，另外，广东联通将在 2012 年投入 5 千万营销费用，用于回馈网上办理 3G 业务的用户，以及支持互联网加盟商共同将分销渠道做大做强，同时在会上探讨以优惠价格向其组建的网店联盟中的各电商渠道提供货品，让各互联网合作伙伴有利可图。

业内认为，无论如何，运营商与电商渠道的结合实际上已成为趋势，运营商再单靠实体营业厅是不能适应移动互联网发展潮流的，而这也加大电商渠道的话语权。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

中联通调整终端政策 3G 用户拓展战略呈新动向

在 3G 竞争从进攻进入相持阶段后，已有的终端政策已不再适合市场大环境，终端政策调整势在必行。中联通“松绑”之举有助于盘活地方资源，将 3G 竞争的重点从大城市向中小城市延伸，拓展三四级城市的 3G 用户群。

从中国联通(微博)某地方分公司和多家国产手机厂家了解到，从 6 月开始，中国联通优化了 3G 补贴政策和渠道政策，而中国联通地方分公司各自推出了终端补贴政策，引入多种品牌、有特色的 WCDMA 手机终端，而不再局限于中国联通华盛公司从中兴通讯(微博)、华为(微博)和酷派等少数几家手机厂家规模集采的 WCDMA 手机终端。

另有消息称，中国联通部分地方营业厅已经开始预售联通版 iPhone4S，中国联通销售部总经理于英涛称：“我们已经做好了一切准备，只等工信部的一张许可证。”中联通多举措优化终端政策，一切都是为了能继续保持 3G 用户增速，并在年底将优势真正转发成竞争力。

终端政策：走向开放

虽然，现阶段允许地方分公司各自推出了终端补贴政策，这类开放式补贴方针必然导致中联通盈利能力短期下降，但却是中联通坚定的拓展用户良方，也预示着年底的 3G 之争将进一步升级。业内专家分析，中国联通终端补贴政策，是其 3G 用户快速增长的根本原因。

业界专家马继华指出，终端呈现百花齐放，中联通的苹果魅力不如以前，而中移动的终端短板在日渐弥补，不管是有苹果的还是无苹果的都已经不再慌乱，大家都习惯了目前的方式。可见，现阶段的终端之争，中联通的苹果优势已不再明显，迫切需要转变终端竞争思路。例如，在沃 3G 发展最具代表性的广东，其

销售的 iPhone 手机 40 万台，而其他品牌智能手机销量则达 82 万台，可见苹果的明星效应正在减弱，而千元智能机正成为拓市利器。

据联通某地方分公司一位中层透露，非集团定制的 WCDMA 手机，各个地方公司的补贴力度都不一样，但集团公司对地方分公司这种做法，基本上是默许的。这正是看中了国产手机厂家和经销商的积极性，其根本原因在于丰厚的利润。据介绍，以 TCL(微博)A919 为例计算，联通和手机零售终端以 950 元就可以获得手机和联通套餐，加上 18% 的一年话费提成，每发展一个联通 3G 用户就可以获得超过 500 元的利润。在各取所需的背景下，联通借助地方经销商发展用户，而地方经销商也可从中获利。

竞争趋势：转向三四级城市

据悉，12 月 1 日起，中国联通调整千元智能机 0 元购机政策，将 0 元购机套餐档从 96 元下调至 66 元，在调整消费门槛的同时也丰富了相应的机型，主要包括中兴 V880、联想 A60、华为 Sonic、酷派 W706、夏新 N79、酷派 W708 等热门机型。这有助于降低消费门槛，吸引更多消费者进入 3G 行列。

随着 10 月运营数据的公布，3G 竞争已经进入到相持阶段。在我国 3G 用户破亿的大背景下，三大运营商也都做足终端功课下足力气，中联通默许地方公司开放终端补贴政策大有将 3G 竞争的重点从大城市向中小城市延伸的战略考虑。

在 3G 竞争从进攻进入相持阶段后，已有的终端政策已不再适合市场大环境，终端政策调整势在必行。广东联通近日宣布沃 3G 用户数突破 500 万户，最大的因素在引进 iPhone 系列手机后，于 2010 年重新定义沃 3G 千元智能机，进一步普及了智能手机，有效带动了 3G 用户快速增长。但随着苹果吸引力下降，下半年联通已从以往的苹果独占到如今的利益均沾，全线布局高中低端并放开地方分公司自主出台补贴政策，联通“松绑”之举有助于盘活地方资源，将 3G 竞争的重点从大城市向中小城市延伸，拓展三四级城市的 3G 用户群。

另有北京联通(微博)渠道商人士向《通信产业报》透露，中国联通在北京地区的 3G 市场拓展策略，已由过去的大步快走转向小步前行。中国联通已停止向北京地区投放新的 3G 码号，市场在销号码多为此前库存码号，大多带 4 或带 7。3G 运营快三年了，目前国内 3G 用户已突破 1 亿户，主要集中在一二线城市，2012 年中国 3G 用户爆发性增长区域应该在二三四级市场。中联通的调整从一个方面也看出，其对大城市的拓展更注重维护而将更多力气转向中小城市。

加大年底营销：旨在拉动利润增长

Q4 是各运营商全力冲刺全年目标的关键窗口期，3G 发展将处于爆发增长拐点，运营商在此阶段必然使尽浑身解数，而终端领域更会成为营销关键，尤其是千元级的智能手机。

运营商作为企业,其所使出的各种措施与招数最终目标都是拉动业务收入增长。有业内人士分析认为,三大运营商现阶段主要通过销售定制终端扩大 3G 用户数,提升数据流量。圈地阶段以拓展用户为目标,但随着用户破亿,渗透率破 10%后,3G 竞争从攻城掠地抢用户,正逐步转向相持阶段以培育利润增长点为重任。

在 10 月的 3G 运营中,中国联通首次拔得头筹,以新增 3G 用户 292 万户首夺月度第一。国金证券表示,10 月份联通单月新增用户已经达到 292 万,后续两个月只需每月达到 295.5 万便可完成全年 2500 万目标,此次资费调整、终端调整将进一步刺激用户的快速发展,预计全年目标将超预期完成。

中联通正在逐步向用户目标冲刺,但在用户增长的同时如何实现利润的同步成长,也成为摆在中国联通面前的一件大事,否则长期的终端补贴政策只能带来增量不增收的尴尬。据第三季度财报显示,中国联通收入 1606.1 亿元,实现净利润 41.62 亿元,净利率仅为 2.59%,而 2010 年同期净利率为 3.19%。同时,中国联通净利率水平不仅远低于中国移动(微博)的 23.96%,而且也略低于中国电信(微博)的 7.6%,在利润增长榜上垫底。

此外,正式上线一年的沃商店,已有注册用户三百万,应用购买量累计六千万次,注册开发者六千多家,在线应用一万六千多款,支持的手机终端超过千种。但受制于终端补贴的重压,利润并未随用户增长而增长。可见,在终端政策方面,要针对用户定位进行相应的补贴、定制等,还是要以理顺终端与用户的关系为主,做好终端的定位,使用户与利润两者形成良性互动,实现效益最大化。来源: 2011-12-7 通信信息报

[返回目录](#)

联通称 2012 年将大做 1000 至 2000 元中档手机

在出席与中兴通讯(微博)的一款重要机型的发布会上,中国联通(微博)销售部总经理于英涛表示,2012 年将提升智能手机的档次,大做 1000 至 2000 元的中档手机,并且见大力吸引国际品牌厂商参与,但仍然会高度重视千元以下智能手机。

2011 年,中国联通在千元智能手机的发力大获成功,目前占其 3G 手机销量大半市场。不过,于英涛透露,2012 年,联通将在 1000—2000 元价位之间手机市场发力,因为这个市场份额占中国手机市场会有 20%的份额,就是 5000 万手机。

他表示，1000—2000 元价位之间的手机将与千元智能手机有差异化，比方说它的 CPU 处理速度更快，又比方说在屏幕的分辨率方面更高，在应用方面有 3D 等等。

在中档手机和千元智能手机两者之间，于英涛表示将同样重视，他说，“从规模来说，一千元以下的占中国手机市场份额的 63%，一千到两千的中档手机只有 20%，这跟中国人消费能力有关系，但是从重视程度上来说是一样的”。

来源：2011-12-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国联通提差异化营销战略：建设智能营销体系

在今天上午举行的中国联通(微博)2011 移动互联应用产业峰会上，中国联通提出建设智能营销体系这一战略。中国联通希望借助智能营销体系的建设，向所有用户提供更具差异化的服务。

据了解，中国联通智能营销体系主要分为渠道能力和能力开放两大部分。渠道能力分为线下、线上两种。线下渠道以营业厅、卖场等实体店面为主，主要为客户提供业务推荐、体验与订购等服务，并协助客户下载、安装、使用各类 2G 和 3G 应用。依靠实体渠道建立互联网应用助销支撑系统，以推动互联网应用营销有形化，提高其新业务的辅助式营销能力。

线上渠道则通过互联网渠道对用户进行业务营销。其推荐手段分为两类：一是通过在页面中插入悬浮框的方式对有价值的页面进行信息植入与推荐，使客户可以很方便的将网站内容转发至微博、SNS 社区，形成由中国联通主导的互联网传播渠道；二是通过 APP 插件传播，也就是在 APP 中植入用户分享评论插件，实现 APP 聚合、转发分享、社区交流和通讯录整合，进而推动应用排名提升。

能力开放主要是吸引各类应用开发者进驻，开发出长尾应用，把联通业务嵌入到成熟的第三方应用中，以促进网络能力的推广。能力开放能够吸引新用户，增强用户粘性，产生用户叠加效应，通过业务植入和功能不断完善，使用户体验变得更好，以业务拉动用户增长。此外，能力开放还可以培育更多的盈利点和可持续的盈利模式。通过能力开放的平台打造移动互联网生态环境，通过其开放性吸引各方合作者，满足灵活商业模式，为行业客户提供一站式 ICT 服务，满足客户的融合业务需求，进而打造以中国联通为核心的移动互联网生态体系。

业内人士表示，智能营销体系的建设对中国联通的进一步发展至关重要。通过智能营销体系，不但可以促进产业链资源整合，促进网络能力推广，提升中国

联通在产业链中的地位，还可以细分客户需求，为客户提供定制服务，增强用户粘性，稳定现有客户并拉动新用户增长。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴整组印度高管团队以缓解信任危机

中兴通讯(微博)正在重组其在印度的高级管理团队，据了解，公司将任命印度人来担任主要领导职务以缓解其在印度的信任危机问题，和印度对来自中国企业的安全威胁。

中兴在过去的两个季度中在印度设立了销售主管和首席信息安全官的职位，并任用了印度当地人员。

几个月前从诺基亚西门子(微博)通信公司转职而来的首席技术和营销官 Kapil Ahuja 称：“任用印度当地人员将使我们更加贴近客户，并帮助我们更好地了解印度市场。” Ahuja 是新管理团队的成员之一，将负责确定公司总体战略目标，寻求新的市场机会和建立新的战略合作伙伴关系。

目前，中兴在印度拥有 3500 多名员工，约 90% 是印度人。而在不久的将来，中兴还将为企业和手机部门聘请约 100 个印度当地人。

据悉，Videocon 电信的 Pradeep Yadav 将被聘请为中兴通讯印度公司的首席信息安全官，他将重点实施和部署跨运营商的信息技术框架。该职位的设立是在印度电信部门要求首席安全官为印度人之后。来源：2011-12-7 中国通信网

[返回目录](#)

中兴通讯 2012 年拟在美国推高端智能手机

中兴通讯(微博)北美区总裁程立新周三表示，该公司计划于 2012 年中旬在美国市场推出高端智能手机。这标志着中兴通讯主打低端手机市场的战略开始转变，将与苹果、HTC(微博)、三星(微博)电子和诺基亚(微博)等公司在竞争激烈的高端手机市场同台竞技。

程立新表示，预计到 2015 年美国将成为中兴通讯最大的手机市场。

中兴通讯一直都以代工手机和电信设备而闻名，眼下该公司正在将重心转向打造自主品牌移动设备，并在不断争取市场份额。据市场研究机构 Strategy Analytics 的数据显示，第三季度中兴通讯在全球手机市场的占有率为 5%，发货量超越苹果位居全球第四。

程立新表示，2012 年中兴通讯将在美国市场推出 LTE 高端手机，目前公司正在与美国四大运营商就相关事宜进行洽谈，该手机可能搭载谷歌 Android 操作系统或者是微软(微博)Windows 7 操作平台。

程立新称，即将推出的高端智能手机具备与苹果 iPhone 类似的功能，售价比 iPhone 要低。但他拒绝透露具体售价。

程立新表示，尽管美国经济滑坡和欧洲债务危机给消费者需求带来负面影响，但公司仍对北美市场的增长前景持乐观态度。他表示，第三季度美国市场移动设备发货量较上年同期增长了 157%。

程立新说，中兴通讯还考虑在美国开设一家移动设备生产厂，目前公司在美国设有 10 个办公室和 3 个研发部门。中兴通讯在北美共有 400 名员工。

程立新称，中兴通讯已大幅增加员工规模，而且一直在本地研发等领域新增员工。2010 年至 2011 年期间，中兴通讯在美国的员工数量增加了约 30%。

他说，中兴通讯认为美国移动设备市场的机遇要比电信设备市场更大，而且短期内基础设施业务预计不会出现重大机会。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴通讯何士友：2011 年销售智能机 1200 万部

在出席中国联通(微博)与中兴通讯(微博)又一款战略合作手机的发布会上，中兴通讯执行副总裁何士友表示，千元智能手机改变了中国手机产业链，国产手机由此在中国市场占据了重要地位，并且，千元智能手机的实际销量比预期目标还有很大幅度增长。

2011 年销售智能手机 1200 万部

何士友是在与中国联通发布中档手机 Skate V960 时做上述表示的。

之前，中国联通销售部总经理于英涛曾透露，将继续关注新定义千元智能机及其升级产品，且超过 1/2 为双卡双待产品，誓把智能机带入寻常百姓家。”据于英涛透露，非智能机已经不再是中国联通主推产品，未来中国联通将会推出一系列 1500-2000 元的中端精品智能机。

Skate V960 是继 Blade V880 之后，中兴通讯与中国联通深度合作的又一款代表性机型，但它并不是一款千元智能手机，而是中档 3G 智能手机。

与联通合作的巨大带动作用

回顾千元智能手机，让何士友兴奋不已，以为联通首款新定义千元智能手机正是由联通提供。

他说，当时，中兴通讯答应给联通这款手机 1000 元以内的价格，1000 元钱是消费市场非常敏感的价位，这个价位证实了抉择是对的，使得千元智能手机成为消费者大规模使用、并且非常感兴趣的产品。

据悉，中兴通讯 Blade V880 这一款机型在联通渠道中就卖了 300 万部，再加上这款手机有其它两个 3G 制式，中国电信(微博)和中国移动(微博)也在卖，Blade V880 预计将达到国产手机 2011 年单款最大销量机型之一。

希望 2012 年智能手机销量翻番

对于 2012 年的发展，何士友表示，中兴通讯希望能够提升在智能时代的定位，往中高端方向发展。

他又表示，“每一个厂家在每个领域里都有自己的特点，我认为最重要的就是每个厂商要推出适合于自己差异化的特色业务，现在的消费者关注的将是应用，应用才能够粘住用户，中兴手机也将打造自己的特色”。

他预计，中兴手机 2012 年能够在 2011 年的基础上，能够进一步快速地增长，全球智能手机进入到一个高速增长的时期，我想在 2011 年的基础上，2012 年中兴智能手机销量要至少翻一番以上。来源：2011-12-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

【华为】

华为集成竞争力让美国畏惧

不久前，美国宣布要对华为(微博)、中兴等中国电信(微博)设备制造企业展开调查，以评估美国电信系统采用中国设备所带来的国家安全风险问题。从目前美国的反应来看，其实际做法已经远远超出了紧张和担心的范畴。

事实上，稍加留意我们就不难看到“国家安全”背后的贸易保护实质。贸易保护一般会披着专利战和商业秘密战的外衣，“专利屠杀”一词就是指发达国家的企业利用技术优势，通过专利竞争挤压新兴国家企业的发展空间，进而达到保护本国企业利益的目的。但“不幸”的是，华为在与摩托罗拉(微博)和诺西的诉讼案中赢了，并且华为现在的专利数量已经近 18000 项。从专利诉讼、到商业间谍案、再到最近以国家安全的名义进行调查，美国政府和美国企业在设置障碍方面的一系列默契配合确实给华为的全球化发展蒙上了一层阴影。

从更深层次来看，美国对华为的防范与西方世界对中国崛起的防范所折射出的动机是一致的，即恐惧与焦虑。这种恐惧的程度显然已经远远超过了对中国政府通过华为来窃取美国重要情报的担心，美国政府惧怕的是华为的强大，更确切说，惧怕的是中国会出现类似于苹果和谷歌这样的有巨大影响力的跨国公司。自2000年以来，在美国的实际GDP增长中，有近3/4与生产率的提高有关，特别是进入到信息社会以后，美国可以通过苹果、谷歌、微软(微博)等IT巨头的硬件或软件服务，使其情报收集的触角延伸到世界的每一个角落。

以华为为代表的中国企业的崛起将直接对美国的这一格局形成巨大威胁。华为在2010年已经跻身于世界第二大通信设备制造商，年销售额280亿美元，从收入上来看，华为与行业老大爱立信(微博)的300亿美元的销售收入只有一步之遥。尽管爱立信在技术上仍具有一定的优势，但是如果在开放、公平的市场环境下，华为成为通信制造业的老大仅仅是时间问题。

应该看到，中国企业与西方企业的竞争，已经远远超出了商业竞争的范畴，企业国际竞争力的强与弱，也已经超出了企业能力的范畴。在全球化的背景下，企业竞争力还应该加入母国在政治、经济、外交和军事等方面的各种影响力，是一种超越了企业能力、汇聚各种国家影响力于一体的集成竞争力，美国的专利战、商业秘密战和“国家安全”正是这种集成竞争力的最直接的体现。华为的目标是要成为下一个IT巨人，这意味着，在未来某一天，华为将与思科、IBM、谷歌、微软比肩而立，成为IT行业中一家有着重要影响力的受人尊敬的跨国企业，但是这条路还很漫长，不仅需要华为自己的努力，更需要我国政府的密切支持和多方面的积极配合。供应商融资和对外援助的结合是我国政府与华为公司开展的很好的探索和尝试，为政府政策制定和企业策略找到了一个最佳的结合点，从而推动了华为公司海外业务的迅速扩张。希望未来可以出现更多的类似的制度安排，使中国企业在国际化发展的道路上更快的成长，为中国国家竞争力的打造构建更好的基础。来源：2011-12-12 通信信息报

[返回目录](#)

华为手机或将采用联发科芯片

华为高管近日接受采访时表示，正在评估联发科(微博)通讯芯片组在华为手机上使用的可能性。市场预计联发科最有机会打入华为供应链的芯片将是2012年第一季将正式上市的MT6575。

华为为台湾厂商重要的客户之一，2010 年对台采购金额为 995 亿台币，2011 年增长到 1100 亿台币。在手机部分，目前华为的 3G 手机芯片主要使用高通的产品，2G 功能手机则以德仪为主，联发科暂未打入其供应链。

据媒体报导指出，华为无线终端产品部副总陈祥霖接受采访时表示，为提升华为产品质量，还是会持续采购台湾与日本零组件厂的产品，并已研究联发科通讯芯片组，评估其产品能否使用在华为的手机上，增加 3G 芯片组的供货商。

由于联发科本季度已对外发布主频达到 1GHz 的最新智能型手机系统单芯片 MT6575，预定 2012 年第一季正式量产，产品规格紧追高通 2011 年第四季推出的 MSM7227A 或 MSM7225A，市场预期，最有机会让联发科打入华为供应链的芯片，就是 MT6575。

联发科 2011 年推出第一颗智能型手机芯片 MT6573，并获得联想、中兴、酷派、Oppo 等客户采用，第四季度的月出货量已开始超过百万颗，2012 年加入 MT6575 后，因为产品单价较高，将有助于手机芯片的营收稳定。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为征召上千代理商出击商业网络设备市场

在日前的一个巡展上，华为相关部门负责人透露，华为对目前被思科等一些全球巨头占据的企业级商业网络设备市场极其有兴趣，已发展了上千家的渠道合作伙伴，希望在这个领域做到年销售 500 亿元的规模。

华为企业业务架构明确

华为是在日前的企业级商业网络解决方案巡展上透露这个消息的。企业级网络设备是华为 2011 年大力发展的企业业务的重要组成部分。

2011 年年初，华为进行了业务架构调整，打破了过去按产品分类的方式，按照面向客户的类型将公司业务分为四大块——运营商业务、企业业务、消费者业务和其他。

这其中的企业业务群组是华为新组建的，2011 年上半年，华为企业业务已实现 15 亿美元合同销售额，预计 2011 年将达 40 亿美元。同时，华为对企业业务员部门的人员进行大扩张，预计到 2011 年年底将拥有大约 1 万名员工。

据透露，华为的企业业务群组又分为五大平台，包括华为的企业业务形成了企业数通产品线、UC&C 产品线、IT 产品线和垂直行业解决方案及技术服务部等五个业务单元。其中的企业数通产品线主要包括架构和集成、路由器、交换机、

传输、接入、安全、OSS 和服务。显然，这些产品过去是思科、IBM 等跨国巨头的天下。

全面覆盖高中低端市场

虽然企业业务产品是华为的新目标市场，其重要性与当年华为进军 3G 等无线网络设备市场一样，但华为似乎显现出一种稳扎稳打的架势，首先是建立其渠道。

日前，华为数通产品的渠道已全面亮相。华为的数通产品在中国设立了四大总代理商——神州数码(微博)、中建创业、联强国际以及安富利，其下是上千家的渠道合作伙伴，遍布各地。

而华为同时透露，在海外的渠道建设也已全面启动，截止目前，在全球，华为的产品及服务已遍布 140 多个国家和地区。

在产品上，华为的产品线似乎非常全，包括路由器、交换机、无线 WLAN 以及网管设备，其同时发布了面向连锁酒店、中小企业、中小医院、职教、网吧等 10 余个细分子行业的系列商业解决方案。另外，华为的目标客户也似乎全面覆盖高中低端，既有 AR200 系列路由器和 S1700 系列 SMB 交换机等经济型新品，同时针对高端用户的 S57HI/37HI 产品也重磅亮相。

透露几大核心竞争力

对于企业业务，华为一直寄予厚望，希望其成为华为新的增长引擎。华为高层曾预计，到 2015 年，华为企业业务所带来的收入规模将达到 150 亿美元。其中，在政企业务设备市场，华为希望 3~5 年内达到 150 亿美金的收入规模。

不过，这也意味着华为与美国科技公司思科系统、惠普(微博)和 Avaya 等展开正面竞争。华为数通产品线负责人表示，华为的优势首先在于产品，有标准上的核心竞争力，有自己研发的芯片，有统一的 V 平台；其次在于能非常灵活地为行业和客户群定制，而跨国巨头是不会为客户群专门定制产品的。

关于渠道，华为相关负责人表示，企业产品的代理商渠道数量重要，现在华为已经有几百家核心渠道，但质量更重要。来源：2011-12-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为预计 2015 年获印度企业业务市场 10%份额

华为(微博)周四表示公司正计划扩大其在印度的企业业务，并就这一点正在与古吉拉特邦(Gujarat)和西孟加拉邦(West Bengal)政府谈判。

据华为企业业务总裁 Eric Yu 称，印度的企业业务市场规模在 100 亿美元左右，主要有十大企业参与竞争包括 IBM 和惠普(微博)。

Eric Yu 表示：“公司预计到 2015 年将拥有至少 10% 的市场份额，相当于 10 亿美元的收入。公司还计划在未来 5 年间，将原有的 200 名员工增加至 1000 多人。”

Eric Yu 还称，华为的企业业务从九月份开始运作，预计在 6 个月内将冲破 1 亿美元的大关，而在一年内将达到 2 亿美元的大关。

据了解，目前印度的企业业务市场空白主要由大企业，中小型企业 and 政府三股力量同时拉动增长。

而华为在印度市场的优势在于只有华为公司有能力整合硬件和软件的服务，这将有助于减少客户的成本。

Eric Yu 非常有信心的称，“其他公司都需要与他人合作，而华为却能够提供整合硬件和软件的综合服务，这是最具成本效益的，我们的服务是市场上最实惠的。”

据了解，华为公司的目标是电子教育和电子学习的市场空缺，公司会借由提供一个统一的平台访问包括移动终端，平板电脑，电视和 DVD 来实现。

Orange 印度区董事长 Bala Mahadevan 曾经说过，“如果印度的经济在增长，那么毫无疑问一定是银行业和通信业。因为这是由政府支出数十亿美元推动的，而其消费群体也良好。”来源：2011-12-9 中国通信网

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚法兰克福退市惹误解

诺基亚(微博)中国公司表示对这种不求真相的报道表示愤怒，现正与微软(微博)进行深度合作

前日，一条关于诺基亚退市的“新闻”到处传播，并引起轩然大波。其后诺基亚中国公司迅速作出澄清。据记者了解，目前诺基亚手上拥有高达 300 亿人民币以上的现金流，而且还正与微软进行深度合作，因此破产之说无从说起。

诺基亚法兰克福退市惹误解

数周以来，关于诺基亚退市的谣言在网上不断传播，近日，相关谣言达到了高峰。周一，一条诺基亚已经破产并且已经在上周从美国和芬兰的股市退市的谣言在网上大规模传播。据记者在微博上看见的谣言称：经多方证实，一代手机巨人终于轰然倒下！NOKIA 于芬兰时间星期五宣布由于不堪长期以来的亏损，导致无法偿还积压的债务而申请破产保护。同一时间，也在多个国家宣布退市，NOKIA 将关闭芬兰的手机工厂，并且逐步退出手机市场。

由于相关传闻登上了多个财经网站甚至专业通信新闻网站，因此瞬间引起轩然大波。其后晚间诺基亚中国公司发布澄清表示相关传闻仅为无稽之谈。

对此，诺基亚公关部门向记者表示，转载的网站从来没有向他们求证，他们对于这种只求抢眼球不求真相的报道表示愤怒。

疑竞争对手造谣

据记者了解，诺基亚破产的传闻最初源于诺基亚因缺乏交易量从法兰克福退市的新闻，而其后不断升级则很可能源于竞争对手造谣。其后有财经网站缺乏经验的采编人员错误将谣言当新闻，将相关新闻上线。最后一家知名的通信类网站将相关新闻转载，随即引发谣言升级。

据记者了解，尽管由于苹果、三星(微博)等竞争对手不断冲击下诺基亚市场份额相对萎缩，但诺基亚不论在全球还是国内依然拥有庞大的用户群。根据 2011 年第二季度诺基亚财报显示，诺基亚手头上拥有多达 39 亿欧元(超过 300 亿元人民币)的现金流。而 2011 年诺基亚还启动与微软巨头微软的合作发展 Windows Phone 手机，有分析师戏称“就算诺基亚想自杀，微软都不会让他死”。

有分析师表示由于近来诺基亚推出了 N9 等颇具竞争力的新品，因此不排除竞争对手故意造谣。据了解，类似网络造谣生意不少公关公司都会做，而且价格并不昂贵。

不少网友信以为真

诺基亚退市的谣言升级，不少市民都信以为真。有网民称，“我从小就使用诺基亚，诺基亚的铃声都已经成为我们家的集体回忆。”在网上和微博上，不少市民都表示，如果诺基亚退市，对于他们是一件非常伤感的事情，因为很多人用的第一台手机就是诺基亚，诺基亚品牌陪伴他们走过了年轻的岁月。

链接

索爱品牌要消失？

爱立信已转型，不再关注手机终端生产

诺基亚退市破产是谣传，但索尼爱立信(微博)品牌却真有可能消失。昨日一位索尼高管透露，索尼将在 2012 年中期放弃索尼爱立信(以下简称“索爱”)品牌，该公司会继续生产智能手机，但会以索尼品牌销售。

2011 年 10 月，索尼宣布以 10.5 亿欧元收购爱立信在双方合资公司索爱所持的 50% 股权，令其成为索尼的全资子公司。索爱负责全球销售和营销事务的执行副总裁克里斯蒂安·蒂尔(Kristian Tear)在接受一家媒体采访时说，随着索尼寻求成为一家“完全以智能手机为主的公司”，他们将会以索尼品牌销售新款智能手机，而索爱品牌将会被逐步淘汰。不过据索爱中国区一位负责人表示，目前

他们尚未收到相关信息，内部也没有听说类似消息，因此索爱品牌何时消失仍然是未知之数。不过爱立信对手机产业不感冒似乎已经是确定的事情。

另据爱立信中国区公关向记者透露，爱立信目前已经转型，不再关注手机终端生产，因此爱立信全面退出与索尼的合资品牌索爱应是迟早的事情。来源：2011-12-7 信息时报微博

[返回目录](#)

诺西出售固定线路宽带接入业务

诺基亚西门子(微博)通信公司(以下简称“诺西”)今天同意将旗下固定线路宽带接入业务出售给美国光传输设备公司 Adtran。该交易属于诺西业务重组计划的一部分。

此次出售固定线路宽带接入业务是诺西宣布裁员计划后的首个资产剥离措施。诺西此前宣布在 2013 年前全球裁员 1.7 万人，裁员人数接近员工总数的四分之一。

根据双方达成的协议，诺西还将涉及该交易的所有相关服务、网络管理解决方案、技术、知识产权和现有用户群出售给 Adtran。但收购金额尚未披露。

诺西和 Adtran 在共同声明中称，该交易预计将到 2012 年 4 月底完成，400 名员工将转入 Adtran 公司，这其中包括工程、研发和销售人員。

Adtran 表示，在交易完成并增值后，所收购业务对其交易后的首个年度每股摊薄收益的影响为中性。

诺西由诺基亚和西门子在 2007 年建立，但此后一直难以盈利。诺西目前正面临竞争对手的激进价格竞争，全球经济衰退也逼迫电信公司削减开支。来源：2011-12-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚下周发布新机 欲在美国市场挑战 RIM

知情人士透露，诺基亚(微博)将于下周与 T-Mobile 美国共同在纽约举行发布会，面向美国市场推出首款采用微软(微博)Windows Phone 的智能手机，希望借此打开利润丰厚的美国市场。

T-Mobile 美国发言人尚未发表评论。

诺基亚 710 手机在欧洲的售价为 270 欧元(约合 362 美元)，该产品已于 2011 年 11 月在部分国家上市。诺基亚尚未披露该产品在美国的售价以及合作运营商。

很少有业内人士认为，诺基亚能在短期内很快威胁到 RIM 的地位。后者目前在美国智能手机市场的份额位居第三，落后于谷歌和苹果 iPhone。美国市场研究公司 Gartner 分析师修格斯·德拉维恩(Hugues de la Verne)表示，RIM 拥有庞大的黑莓(微博)用户群，使得该公司在与诺基亚和微软竞争的过程中拥有优势。但该公司 2011 年的表现不佳，手机出货量和市值都出现了下滑。

这便为诺基亚提供了一个机会。尽管诺基亚仍是全球第一大手机厂商，但在美国市场的份额仅为 1%，而且正在疲于应对不断降低的销量。

诺基亚 2010 年解雇了前 CEO，并于 2011 年 2 月与微软建立了合作关系，共同开发新一代智能手机。

诺基亚美国主管克里斯·韦伯(Chris Weber)表示，该公司 2012 年将投入更多资金推广新手机。他并未透露营销计划和合作运营商。AT&T 曾经表示，该公司正在与诺基亚就 2012 年引入 Windows Phone 智能手机展开谈判。但 AT&T 发言人拒绝发表评论。

韦伯称，诺基亚将瞄准首次使用智能手机的用户。但诺基亚高管表示，他们也将努力吸引企业用户，与黑莓竞争。诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)曾在接受媒体采访时说：“这些产品有很大的商业机会，微软和诺基亚将共同发展这一市场。”

埃洛普表示，这几款新手机还可具备搜索和广告功能，而且可以提供游戏、音乐和地理定位服务，从而与 Android 和 iPhone 竞争。“在我们自己与微软之间，我们将推出第三个生态系统。”他说。

RIM 拒绝对诺基亚的威胁发表评论。

RIM 也承诺将推出自己的新一代智能手机，并将采用全新操作系统。RIM 尚未披露正式发布日期。分析师原本预计将于 2012 年初发布，但现在普遍预测将在 2012 年下半年。

由于 RIM 市场份额快速下滑，加之新款黑莓智能手机发布时间未定，应用开发者和美国移动运营商都认为需要另外一家手机厂商与谷歌和苹果抗衡。德拉维恩说：“美国运营商不想把未来完全寄托在苹果和谷歌身上。”

几周前，诺基亚和 RIM 之间的竞争还不算明显。Gartner 的数据显示，采用自家塞班系统的诺基亚手机第三季度在美国的市场份额仅为 1%，谷歌 Android 为 65%，iPhone 为 21%。排名第三的 RIM 略高于 10%。

英国咨询公司 Strategy Analytics 分析师尼尔·茅斯顿(Neil Mawston)说：“诺基亚瞄准 RIM 很有道理。考虑到微软在企业市场的优势，这几乎是必然选择。”来源：2011-12-9 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚称一切进入正轨：借微软进入 B2B 市场

诺基亚(微博)决定与合作伙伴微软(微博)在新兴市场扩展 Windows 智能手机的合作。诺基亚首席执行官史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)在旧金山的一次投资会上告诉分析师，10 月份在欧洲发布的首款 Windows 手机得到消费者热烈回应，业务进展鼓舞人心。埃洛普称，诺基亚还将借助微软的帮忙进入 B2B 市场。

埃洛普称，微软新一代云计算办公软件 Office 365，使智能手机和桌面电脑之间的文件传输更加方便，扩大了移动设备的实用性。他说，诺基亚手机将搭载 Office 365，通过这一渠道进入小企业市场。

诺基亚希望自己的智能手机业务很快追上谷歌、苹果，10 月份，诺基亚发布了首批 Windows Phone 手机——Lumia 800 和 Lumia 710。Lumia 800 售价 420 欧元(560 美元)，已在法国、德国、意大利、英国和西班牙上市，本周还有五个国家迎来这款手机，2012 年初在美国，2012 年上半年在中国上市。

诺基亚与微软的合作被很多行业观察家认为是挑战苹果 iPhone 和 Android 手机厂商最好的希望，埃洛普称努力已经有了效果。

埃洛普称，全球的电信运营商都希望有第三个生态系统与 iPhone 和 Android 手机竞争，诺基亚 Windows Phone 产品已经引起关注，销售额在上涨，但他没有透露具体的增长数据。

除了与微软的合作，诺基亚还与 31 家运营商，以及其他市场零售渠道一起推广。

埃洛普称，诺基亚工程师正在研发更多新款 Windows Phone 手机，后续不断涌出的新品会使价格下调，这些进展都非常积极。

为了加快创新的步伐，埃洛普称正在致力于减少公司内部官僚作风，加快运转速度。的确，诺基亚 2011 年二月份宣布与微软合作时称下半年发布 Windows 手机，而它的确做到了，诺基亚的创新步伐正在加速。来源：2011-12-9 中国通信网

[返回目录](#)

诺基亚西门子同意与沃达丰和黄澳洲庭外和解

由于上月，沃达丰和黄澳大利亚公司(Vodafone Hutchison Australia，以下简称 VHA)没收了诺基亚西门子(微博)提供的确保双方合作质量的价值 800 万美元的履约保函，后者将 VHA 告上法庭，称其违反了澳大利亚消费者保护法。

今天，诺基亚西门子和 VHA 同意谈判，取消了原定于今天早上举行的联邦法庭聆讯。

2010 年 4 月底，诺基亚西门子开始负责 VHA 的核心网运营管理，双方的合作金额为数百万美元。由于 VHA 用户带来的流量激增，使网络经常处于中断等各种状态，这也使 VHA 与诺西的合作陷入不确定之中。

2011 年 2 月份，VHA 宣布用华为(微博)设备全面替换现有网络中爱立信(微博)与诺基亚西门子的设备，新网络预计在 18 个月内更新完成，替换成本超过 10 亿美元。

VHA 后来没收了诺基亚西门子提供的 800 万美元履约保证金，诺西因此将 VHA 告上法庭，声称此举违反了澳大利亚消费者保护法。

诺基亚西门子寻求法庭支持，称 VHA 所谓的履约保函是具有欺骗性和误导性的，要求 VHA 退回 800 万美元的履约保函。

这起案子原本定于今天在悉尼的联邦法庭，由法官艾伦·罗伯森进行指示聆讯，聆讯最终在最后一分钟取消，原因在于两公司同意继续以谈判方式解决这一纠纷。

因网络频繁出现问题，VHA 流失了不少用户，后来通过突击广告以及降价促销等方式又赢回了部分用户。VHA 还出具了网络质量保证书，如果用户入网后，在 30 天内不满意 VHA 服务质量，可以取消合同。来源：2011-12-7 中国通信网

[返回目录](#)

【其他制造商】

联想加码移动互联业务

上周末，在由《中国企业家》杂志主办的“2011 中国企业领袖年会”上，联想集团(微博)董事长兼 CEO 杨元庆表示，个人电脑行业正面临重新洗牌，未来 18 个月内，联想将推出一系列无线互联创新产品。

杨元庆指出，苹果的成功、技术发展的趋势都在证明，现在正是个人电脑新一轮革新和拓展的时机，个人电脑正在从个人计算转向个人互联，用途也正在从个人办公扩展到个人信息获取、娱乐、社交和电子商务等。个人电脑行业正在面临重新洗牌，中国的 PC 厂商应该从打造适合中国消费者需要的关键应用、开发基于这样关键应用的终端产品出发，迅速占领市场，抢占规模。杨元庆透露，联想已制定了相应战略，在未来 18 个月里，将分几批推出不同类型的产品，其中不乏在个人互联终端领域的革新性终端产品。来源：2011-12-12 京华时报微博

[返回目录](#)

TCL 通讯进军第六代移动通信

两年一度的深圳先进科学与技术国际会议第三届会议日前召开，主题是太赫兹科学与技术。TCL(微博)通讯、中国移动(微博)等作为会议协办单位参会。此举标志着我国通讯业正式进入太赫兹(第六代移动通信)应用研究领域及市场开拓阶段。

TCL 通讯 CEO 郭爱平在本次大会上表示，目前工业界已全面进入太赫兹开发及应用领域，太赫兹已在通讯领域崭露头角，TCL 通讯期待与各位专家学者一起开发、研究太赫兹科学技术，带动通讯产业的技术发展。TCL 通讯已在 10 月推出翔云 A919 云智能手机，率先进军太赫兹领域。

太赫兹波是指频率在 0.1-10THz 之间的电磁波，在电磁波谱上位于微波和红外线之间。在上世纪 80 年代中期以前，由于缺乏有效的产生方法和检测手段，科学家对该波段电磁辐射性质的了解非常有限，是电磁波谱中惟一没有获得较全面研究并很好地加以利用的最后一个波谱区间。来源：2011-12-7 北京商报微博

[返回目录](#)

索尼 2012 年可能放弃索爱品牌

索尼一位高管透露，将于 2012 年年中放弃索爱这一品牌。公司生产的智能手机将全部使用索尼品牌。

索尼爱立信这一品牌是由索尼和爱立信双方各自持股 50%于 2001 年成立的。2011 年 10 月末，索尼宣布出资 14.7 亿美元从爱立信手中收购其所持有的索爱 50%的股份。自此，索爱成为索尼独资公司。不过，据索尼爱立信高级副总裁克里斯蒂安·蒂尔透露，为提升索尼智能手机销量，目前公司正在品牌更替上做努力，将逐步淘汰索爱这一品牌。但由于索尼收购爱立信持有的索爱股份仍然需要等待监管部门批准，预计索爱这一品牌将于 2012 年年中消失。来源：2011-12-7 新京报微博

[返回目录](#)

三星宣布 2011 年手机销量超 3 亿

三星(微博)宣布其 2011 年手机销量将首次超过 3 亿。

本周日，三星在一份声明中称，截止上月末，手机销量创造公司历史纪录，达到 3 亿部，而 2010 年全年销量为 2.8 亿。

三星移动业务部主管 JK Shin 表示：“我们希望在 2012 年继续保持这种发展势头。”

三星称旗舰产品 Galaxy S 系列智能手机——Galaxy S 和 Galaxy S II，在销量方面贡献巨大。

GALAXY S II 在 2011 年 4 月发布，其销量打破三星销售记录，达 1000 万部。来源：2011-12-11 新浪科技微博

[返回目录](#)

松下 2012 年 3 月在欧洲推出智能机 重返国际市场

松下今天宣布，将于 2012 年 3 月在欧洲推出一款智能手机，为在 2016 年 3 月结束的财年内实现 1500 万部手机销量迈出了第一步。该公司预计，届时将有 900 万部手机销量来自海外市场。

由于竞争激烈，松下 5 年前退出了国际手机市场。该公司曾于 2003 年实现了 890 万部的历史最高销量。

松下已经发布一款专为海外市场研发的 Android 手机。该手机配备 4.3 英寸 OLED 屏幕，将由该公司位于马来西亚的工厂生产。来源：2011-12-9 新浪科技微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

智能手机人才需求旺盛

前程无忧最新发布的统计显示，10 月份，移动互联网、智能手机人才势头强劲，职位数量以及薪水方面都表现出了旺盛的需求。

通过前程无忧职位搜索器搜索显示，近一周内，和“智能手机”、“硬件开发”相关的职位有近 400 个，其中民企发布的职位数占 45%，外企占 19%；在薪酬方面，除去“面议”外，月薪 1 万-14999 元的职位数最多。

前程无忧职场专家王剑介绍，一般来说，智能手机硬件开发相关人员除了需要熟悉移动通信的基本原理和相关知识外，还要掌握各种数字电路和模拟电路知识，具有较强的嵌入式系统开发技能和实践经验，熟悉硬件架构及相关智能机设计平台等。而丰富的项目经验和良好的英语阅读能力则是拉大薪酬差距的关键。

王剑提醒，由于现在正是智能手机发展的井喷阶段，有些手机企业缺乏真正的技术和专利，对于期望自己有一个良好职业规划和发展的职场新人来说，在选择企业时要擦亮眼睛。

另外，近一周内和“移动互联网”相关的职位有近 3000 个，工作地点大多集中在北上广深四大一线城市。业内人士分析，目前移动互联网应用开发的大部分人才是由 web 人才转型过来的，而正常学习一个手机开发平台最少需要 6 个月时间，移动应用开发人才稀缺已经成为移动互联网发展的最大制约因素。来源：2011-12-12 新京报微博

[返回目录](#)

2012 电信业 12 大预测:印度将成全球最大移动市场

根据 Pyramid Research 公司发布的报告，(2012 年)手机和 PC 行业将刷新多项记录。

对于快速发展的电信市场，我们能预期 2012 年实现什么样的发展？根据 Pyramid Research 公司发布的报告，手机和 PC 行业将刷新多项记录——印度超过中国的领先地位、WiMax(全球互通微波存取，一项高速无线数据网络标准，主要用在城域网)开始倒数其最后的日子、M2M 等比较不为人知的领域将获得更多关注。

Pyramid Research 是 UBM TechWeb 旗下 Light Reading Communications Network 公司的电信研究部门，在该部门最近发布的这份报告中，对全球电信行业提出了 12 项详细的预测。以下是 Pyramid Research 公司列表的主要内容：

- 全球电信服务市场将在 2012 年以 4% 的速度增长，低于 2011 年的 7%。增速下滑是因为全球经济的波动性和不确定性提高。

- 全球电信服务市场的总服务营收将达到 1.7 万亿美元，约占 2012 年全球 GDP 的 2.4%。

·墨西哥美洲电信公司(América Móvil)、Airtel 和 MTN 等新兴市场企业在全 球电信企业中的排名将上升,而德意志电信和沃达丰等发达市场企业将面临竞 争失利的情况。墨西哥美洲电信公司、Airtel 和 MTN 占主导地位的地区——分 别对应为拉丁美洲、印度和非洲显然都是电信行业高速增长的市场。

·全球移动用户数量将在 2 月超过 60 亿大关,仅亚太地区就将在 1 月超过 30 亿大关。

·按用户数量计算,印度将超越中国成为全球最大的移动市场。

·4G 技术 WiMax(Sprint 曾试图在美国推广)将在亚洲目睹其终结的开始。正 如其他地区的运营商一样,亚洲的运营商将选用 4G 技术的竞争对手 LTE。

·全球宽带渗透率将超过 10%。

·运营商将更加关注 M2M(即机器对机器连接)的商业机遇。M2M(如智能能 源计量表和物流业的车队追踪仪)的投资和创新将接踵而至。

·运营商的增长将更加依赖本身的云计算策略,这是一种进入高增长 IT 服务 市场的途径,同时也是对企业市场的明确价值主张。

·IP 电视(即互联网协议电视,如威瑞森的 FiOS 或 美国电话电报公司的 U-verse)的全球渗透率将超过 1%。

·全球范围内活跃(已安装)个人电脑数量将超过 20 亿。

·移动手持设备市场价值将突破 2,000 亿美元大关。来源:2011-12-8 福布 斯中文版

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中国移动推出手机“杀毒先锋”软件

自 2010 年起,中国移动(微博)在国内率先开展了手机恶意软件监测及防治 的研究和试点工作。2011 年 10 月,中国移动又推出了手机安全软件“杀毒先 锋”,建立了网络侧和终端侧相结合的立体防治体系。据悉,“杀毒先锋”可通 过与云端服务结合,在移动互联网上进行分析并主动发现手机中毒情况,并在终 端侧对病毒进行精准查杀,开创了以移动运营商为主导“网络查毒、手机杀毒” 的新一代“云查杀”模式。据记者了解的最新数据,截至 2011 年 10 月,中国 移动已累计监测发现和处置手机恶意软件近 600 种。

为有效防范手机恶意软件,中国移动相关专业人士提示广大客户,不要轻易 将手机借人,收到来路不明的信息和链接不要随意打开或转发,应及时删除以免 遭受恶意软件侵害;如需下载手机应用软件,应选择相关软件的官方网站;如不

慎中毒，应向手机厂商售后服务部门寻求帮助进行恶意软件清除。来源：
2011-12-7 科技日报

[返回目录](#)

联通本月再降国际资费 每日 86 元漫游亚洲

12 月起，中国联通(微博)再次推出多重措施，进一步降低国际通讯资费，亚洲地区适用“86 元国际数据漫游日套餐”，而从本月开始，如果用户在美国、加拿大、德国、法国、英国、丹麦等 21 个欧美地区热点出行国家，就可以申请中国联通针对欧美地区推出的 70 元包 20MB 流量的“欧美行”国际上网日套餐。

亚洲地区适用“86 元国际数据漫游日套餐”

针对日本、韩国、新加坡、泰国、澳大利亚、越南、印度尼西亚、台湾、香港、澳门共 10 个国家和地区，中国联通在此前推出的“150 元数据漫游封顶套餐”基础上对资费和流量计费方式进行了调整。目前，用户在这些地区即可享受 86 元国际数据漫游日套餐。

需要注意的是，“86 元国际数据漫游日套餐”生效的前提是用户必须使用漫游国际和地区指定的当地运营商网络，即办理该套餐的用户在上述 10 个国家和地区使用数据漫游业务时，一日内在上述多个运营商网络产生流量，则按多个套餐收取费用；一旦漫游至套餐非指定网络，则按其他套餐或标准资费收费。

根据中国联通方面的公告，“86 元国际数据漫游日套餐”的有效期限为 2011 年 12 月 1 日至 2012 年 12 月 31 日。用户在此期间于境内外用手机发送短信“KTGJM Y 05”至 10010 即可申请开通。

此前，中国移动(微博)也对国际及港澳台漫游数据流量日套餐做出了调整，其中用户开通套餐后漫游至香港地区的每日费用为 88 元，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。

欧美地区“欧美行”70 元包 20MB 流量

本月开始，如果用户在美国、加拿大、德国、法国、英国、丹麦、意大利、西班牙、希腊、荷兰、捷克、瑞典、波兰、比利时、奥地利、芬兰、罗马尼亚、克罗地亚、梵蒂冈、卢森堡、马耳他共 21 个欧美地区热点出行国家，那么就可以申请中国联通针对欧美地区推出的 70 元包 20MB 流量的“欧美行”国际上网日套餐。

需要注意的是，与主要针对亚洲地区的“86 元国际数据漫游日套餐”不同，使用“欧美行”国际漫游套餐的用户将被按照日期计费，即一旦用户单日内穿梭

多个欧洲国家，也仅仅按照 1 个套餐 70 元收费，而不像“86 元国际数据漫游日套餐”那样根据地区收费。

“欧美行”日流量套餐的有效期限仅仅延续到 2012 年 2 月 29 日期间。在此期限内，用户在境内外可用手机发送短信“KTGJMY06”至 10010 即可开通该套餐。

延伸

国际长途有特选叠加包

对于处在国内的 3G 用户，中国联通也在本月推出了国际及台港澳长途通话特选叠加包，拨打国际长途最便宜为 0.15 元/分钟。

据记者了解，新推出的“3G 特选叠加包”主要分为三大类：一是 3G 套餐国际及台港澳长途电话定向优惠资费叠加包；二是固话、移动电话国际及台港澳长途直拨电话定向叠加包；三是加拨优惠号码 10193。

其中，3G 套餐国际及台港澳长途电话定向优惠资费叠加包，套餐月费为 30 元，套餐内包含了 150 分钟通话分钟数，套餐内平均 0.20 元/分钟，超出后每分钟按 0.15 元计费。该套餐目前开通国家包括美国(不包括夏威夷、波多黎各、维京群岛、关岛、萨摩亚群岛、塞班岛等)、加拿大、香港、新加坡共四个国家和地区。

而固话、移动电话国际及台港澳长途直拨电话定向叠加包，则会针对不同优惠国家和地区分为 A、B、C、D 四档，月套餐费均为 30 元。需要注意的是，用户可以选择办理四档套餐里的任意几档套餐进行叠加。其中，A 档套餐适用于香港、美国、加拿大、新加坡四个国家和地区，包含 100 分钟通话分钟数，超出套餐部分资费为 0.36 元/分钟；B 档套餐适用于澳门、韩国、马来西亚、印度、泰国(不包括 A C E S 卫星移动电话)五个国家和地区，包含 60 分钟通话分钟数，超出套餐部分为 0.66 元/分钟；C 档套餐适用于台湾、越南、哥伦比亚、文莱四个国家和地区，包含 40 分钟通话分钟数，超出套餐部分为 0.96 元/分钟；D 档套餐适用于日本、澳大利亚、法国等 14 个国家和地区，包含 20 分钟通话分钟数，超出套餐部分为 1.96 元/分钟。

此外，联通还针对固网和移动用户，推出“加拨优惠号码 10193”业务。该业务覆盖范围包括 174 个国家和地区，对不同国家和地区，制定不同的优惠资费。

链接

沃商店开辟积分兑换专区

南都讯日前，中国联通手机应用商店沃商店正式开辟积分兑换专区，联通用户可在此专区使用自己的联通积分兑换多款收费手机应用。

兑换的形式非常简单，用户使用通过手机话费产生的积分，来兑换专区中的游戏、工具等的手机应用。

目前，用户进入专区后选择想兑换的软件并填写手机类型，就可通过短信链接将软件直接下载到手机上，或直接通过网络下载应用后再传输到手机。目前，积分专区共提供有 51 款软件，需使用 99-1500 不等的积分进行兑换。来源：2011-12-7 南方都市报微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

宝马携联通进军车联网

华晨宝马汽车有限公司和宝马(中国)汽车贸易有限公司与中国联合网络通信有限公司昨日在沪宣布，将在中国合作推广 BMW 互联驾驶业务。

根据协议，联通将为 BMW 互联驾驶业务提供基于 WCDMA 3G 网络的移动通信服务和呼叫中心服务、系统集成服务以及内容整合服务。

BMW 互联驾驶源于 20 世纪 70 年代为赛车运动设计的实时车辆状态监控、通信系统。

联通相关负责人透露表示，为了拓展车联网业务，公司制定了特殊资费优惠政策，包括终端补贴等。据介绍，搭载 BMW 互联驾驶业务的宝马新车将于 2012 年推出，将具有导航、娱乐、安全辅助等功能。来源：2011-12-8 东方早报

[返回目录](#)

西安联通宽带可免费提速至 10M

日前，记者从陕西联通西安分公司了解到，西安联通宽带将实现大提速。在资费不变的情况下，让用户的接入带宽实现数倍提升，根据目前网络改造情况，估计全网用户将从目前的 1M、2M、4M 提速到 6M~10M。此外，还将对大客户推出 20M、50M、100M 等高速宽带供用户选择。

此次西安联通宽带提速惠及用户范围广，将惠及 100% 的在网用户，光纤用户、铜缆用户(ADSL 用户)均在提速范围之内。预计未来一个月内，西安联通将对占全网用户 90% 以上的光纤用户率先免费提速。3 至 4 个月内，将对占全网用户 10% 以内的铜缆用户免费提速。提速不加价，相当于宽带大幅降价。同时，全网宽带老用户若选择更高带宽，西安联通将根据在网年限给予大幅度的宽带时长赠送，在网时间越长，优惠幅度越大。

西安联通相关负责人表示，预计到 2011 年年底，有 100 万家庭将实现“光纤入户”。而在“十二五”期间，西安联通还将计划实现 100% 的光纤到户，为家庭用户提供 100M 带宽接入能力，为企业用户提供 10G 带宽接入能力。来源：2011-12-13 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

智慧交通：今后手机上网就可叫车

都说如今城市“路堵”的一大典型就是，高峰时间出租车难打。不过，2011 年十一月，在无锡举行的亚洲邮展期间，省内外集邮爱好者就通过无锡出租车智能调度平台，便捷搭载了出租车。这一平台的“智慧”和调度能力得到广泛好评。

免费叫车，智能调度后 5 分钟内坐上出租

2011 年 8 月，中国移动(微博)江苏公司与无锡市政府签署共建无锡市无线城市战略合作协议，江苏移动无锡分公司开发的出租车智能调度平台就是无线城市建设过程中的一项重要应用。该平台通过无线网络进行车辆定位、智能调度，实现出租车高效管理，为乘客智能“寻车”：一个叫车电话打过去，会以叫车乘客为中心，依次检索半径 500 米、1000 米、1500 米范围内的空载出租车，发出征车指令，接到指令的司机通过安装在出租车上的车载定位终端抢标按钮抢标，谁按最快，就中标了。调度中心再把叫车乘客的姓氏、手机号码发送给中标车辆，便于司机迅速联系并接到乘客。

无锡现有 4040 辆出租车，无锡乘客告诉记者，以往上下班高峰时，要 20-30 分钟才能打到一辆出租车。而记者近日在无锡五河路亲身体会了一下出租车智能调度平台，叫车后不到 5 分钟就能坐上车了。对于乘客和司机来说，叫车服务均是全免费的，不仅乘客方便，司机也增加了收入。

今后手机上网就可登陆叫车平台

智能叫车服务开通以来，每月叫车业务量已达 18 余万。“6 月开始，我们对乘客手机终端短信回复叫车结果，解决了以前乘客手机通话中语音回复打不通，或记错车号上错车等问题”，无锡出租车调度中心主任蒋跃东介绍，最近手机自助上网叫车功能也已完成研发，在测试中，即将上线。以后，市民、游客手机上网登录叫车平台，点击一下就可叫车，并通过手机地图查看当前所在位置。

智能调度平台通过全球定位，在平台中心的电子地图上，就可以获得车辆载客状态、司机信息，属于哪家公司、车辆历史运行信息。如一位乘客要寻找在出租车上的失物，只要在平台中启动查找功能——设定上下车的时间范围和地点范

围，看哪辆车的轨迹最符合，就容易找到了。据介绍，曾有一位无锡乘客带的价值 300 万的一大包金币掉在出租车内，后来就是通过这个系统找到了。通过车辆的运行轨迹、信息，也便于智能了解路况，预计不久后，无锡移动将面向市民推出拨打 12580 即时查询路况业务。

自驾族“动动口”，就有全能行车秘书

在江苏扬州，如果你嫌 GPS 导航有点复杂，或担心路况信息滞后，可用上由扬州移动分公司推出的“移动智驾”综合信息服务平台。记者在已启用这一服务的张先生车里看到，后视镜里大有“玄机”——使用高分辨率半透半反射的可触摸电容屏，能实现后视镜、倒车影像等基础功能，还内置了一张 SIM 卡，作为平台的终端设备，实现车载电话、短信、一键导航、追踪定位、道路救援等功能，可根据车主需要显示各项触摸键或呈半屏状态。你想知道路况，可以通过内置的地图，或一键呼叫客服中心后，就有服务顾问帮你全程实时语音导航，要到哪里去，车主“动动口”就行；一键呼叫 12580，获得酒店、餐饮等商旅服务，定制自驾对讲、手机电视、路况查询、天气情况；车辆一旦启动、GPS 便自动开启，不光防盗，即便你在大型停车场里忘记停车地点，也能顺利找到车了。手机也能登陆这一系统。

将传感技术、网络技术、计算技术、控制技术、智能技术一网打尽的“移动智驾”综合信息服务平台，让车主称赞不已：“好像有了一个小秘书了”。据介绍，目前已经有 100 多位车主启用该系统。来源：2011-12-9 扬子晚报

[返回目录](#)

“天翼院线通”启动 5 成 3G 用户初尝手机购票

日前，记者从广东电信获悉，天翼院线通已向其天翼 3G 用户全面开放，加上中国移动(微博)、中国联通(微博)开发了类似手机购票业务，广州地区选择手机购买电影票的 3G 用户已占据五成。其中，使用“天翼院线通”渠道查询影讯、排期或购票的手机用户达到 100 万，出票量突破 1 万张，合作电影院超过 100 家。广东电信方面表示，天翼院线通仅作为电信产品差异化的 3G 应用，并未考虑盈利模式。

据悉，天翼院线通目前支持网银支付、话费代扣、电信充值付费卡 3 种扣费方式。由于话费代扣的限额为每月 130 元，存在购票金额限制；网银支付则受到软件种类的限制，广东电信建议用户购买中国电信(微博)充值付费卡。充值后用付费易业务购买电影票，余额充足的情况下，可以无限量购买电影票。

中国电信方面同时透露,2011年年末,广东电信天翼用户累计达到600万,在广州全市,天翼用户占至50%的3G市场份额。

Belkin 贝尔金在穗办事处开张

南都讯实习生肖细玲日前,全球知名IT配件厂商贝尔金宣布,其在中国的第三个分支机构广州办事处正式开张。贝尔金亚太区副总裁Alan Sparks、中国区总经理宋洁出席广州办事处启动仪式。

“此次广州办事处开张,意味着贝尔金在中国三大区域的基本架构建设与全国市场开发建设已经完成,将进入全新增长阶段。”贝尔金中国区总经理宋洁称。据悉,贝尔金产品组合包括网络解决方案、移动设备配件以及安全连接产品,业务已从2010年的北、上、广、深4个城市30家代理商,发展至目前24个城市175家经销商,产品进入上千家零售终端。随着全球智能手机销量大幅增长,贝尔金在手机配件市场与苹果、三星(微博)和HTC先后战略合作。

据美国CNN“Business UsualReport”称,全美国60%以上的电脑用户至少拥有一件贝尔金产品。作为美国IT配件销量第一的贝尔金公司,于1983年成立于美国加州,主要为计算机和电子消费产品用户提供在家中、车中和移动中的无缝连接集成。来源:2011-12-13 南方都市报微博

[返回目录](#)

中国民航地空宽带通信系统发布 实现地空通话上网

中国第十二届民航信息化发展论坛7日在深圳举行,期间发布由中国民航飞行学院、为邦远航无线技术有限公司和华为(微博)技术有限公司联合研制的“中国民航地空宽带通信系统”,标志着中国民航进入空中互联网时代,也是中国民用航空电子设备领域历史性的突破。

中国民航地空宽带通信系统采用宏蜂窝网络结构,沿飞行航路或特定空域架设地面基站,向在不同高度层中飞行的飞机,提供30-60Mbps以上的宽带无线数据传输通道,是目前世界上最先进的民航地空宽带通信系统。据悉,目前多家航空公司的客机已着手改装,预计2012年第2季度陆续启用这一功能。

会议现场,中国民航局副局长夏兴华与远在千里之外正在四川上空飞行的喷气式教练机上工作人员进行了视频通话,图像流畅,语音清晰。

现场还演示了飞机上各种通信功能,包括:在飞机上访问互联网,使用搜索引擎,观看高清晰度视频,同步观看电视新闻,手机短信天地互动,QQ天地互动,新浪微博天地互动,手机天地互动,电话会议天地互动等。

夏兴华表示，中国民航地空宽带通信系统的研制成功，每年可以为 3 亿人次以上的旅客提供个性化的通信服务和个性化的航空旅行增值服务，坐飞机的旅客不用再关闭手机，可像在平日一样，与地面通话、收发短信，还可自由上网、看电视，飞机将不再成为信息孤岛，变漫长枯燥的飞行旅程为愉悦的生活经历。来源：2011-12-7 中国新闻网微博

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

6 电视台联办 3D 频道元旦试播

“在 3D 技术和商业模式都还不成熟的情况下，国内的 3D 频道开播只能说是个技术试验。”广电行业专家、视讯中国副总经理包冉告诉本报记者。

12 月 6 日，记者从广电总局科技司获悉，由广电总局科技司、传媒司牵头，央视、北京电视台、上海广播电视台、天津广播电视台、江苏广播电视总台和深圳广播电视集团等 6 家电视播出机构联合投资开办的国内首个 3D 电视试验频道将于 2012 年元旦正式试开播，春节期间则正式开播。

据了解，在 3D 电视终端产品于 2010 年开始上市后，国内的电视播出机构就开始试验 3D 节目制作和播出，包括上海世博会期间上海电视台制作的很多 3D 节目，以及广州亚运会期间广东电视台拍摄的一些 3D 体育赛事节目。而天津电视台、北京电视台也引进索尼的 3D 拍摄设备进行 3D 频道开播的前期准备。

然而，这是一个艰难的过程。上海电视台编辑中心有关人士表示，“由于 3D 节目从摄影棚到摄影器材到发射设备都需要全新的大规模投入，全球范围内也没有成熟的 3D 电视频道，依靠单一的国内电视台来开播难度很大，最终广电总局选择了多家电视台联合开播的方式。”

2011 年 10 月，广电总局科技司和传媒司联合召开 3D 电视试验频道筹备工作座谈会，当时有央视、湖南广播电视台、南方电视台、重庆广播电视台、广州广播电视台等十多家电视播出机构参与，最终，6 家前期在技术、设备和节目资源上储备较好的电视机构被广电总局选中成为首家 3D 频道的投资开办方。

具体来说，即将开始试验播出的 3D 电视频道将由央视牵头，其提供一个完整的高清节目频段和大量的 3D 影视和体育节目储备，而其他 5 个地方电视台也将在节目、设备采购等方面共同出资，而 3D 电视频道将与其他十几个已经开播的高清频道一样通过高清机顶盒的方式落地。

据悉，6家电视台都成立了3D频道工作组，未来是否成立合资公司来运营3D频道还要看试验播出的效果和收视情况而定，3D频道未来是否收费也尚未确定。包冉表示，“目前来看，这次3D频道开播主要是培养我国3D电视节目制作队伍、积累一批3D电视节目精品、建立我国自主知识产权的3D电视制播技术体系，而商业运营不是重点。”

广电总局副局长张海涛则在3D频道开播会议上强调，由6家电视台联合开办3D电视试验频道是一项机制创新，要确保2012年元旦试验开播。

值得注意的是，之前广电总局在推广高清电视方面并不成功。最初是收费高清频道模式在2007年后遭遇失败，而2009年开播的十几套高清开路频道也因为高清机顶盒高昂的价格难以落地。目前，国内高清节目用户只有不到500万户，而很多电视台甚至高清频道播出的依然是标清的电视节目。

而广电总局为了与电信运营商推出的高清IPTV竞争，其2012年的重点依然是加速更多高清频道的推出，并利用现有的覆盖6000万用户的双向互动网络来加快高清用户群体的开拓。而3D高清频道仅仅是个前瞻性的试验频道，其2012年依然处于起步阶段。

虽然很多3D电视厂商希望2012年3D电视渗透率超过30%甚至达到50%，但3D电视节目依然是其最大瓶颈。包冉表示，“3D电视频道要想成熟，首先裸眼3D技术的成熟和商业化是非常关键的，现在显然还没做到。”来源：2011-12-7 21世纪经济报道微博

[返回目录](#)

我国首个智能电视支付系统平台发布

依托高新科技，老百姓从“看电视”到“用电视”梦想正一步步化为现实。11月22日，我国首个智能电视支付系统平台在上海发布。今后，按动电视遥控器，人们足不出户就能完成水电燃气费缴付、电视购物、手机充值等。

中国银联、康佳集团、东方传媒集团(SMG)当天在上海联合发布基于智能电视终端的在线支付系统和应用服务，将老百姓熟悉的电视机“变身”为一个便捷的居家支付平台。

根据现场演示，按动遥控器进入相关界面，视频付费点播、手机充值、水电燃气费缴付、电视商场、信用卡还款、余额查询等功能一目了然，与系统配套的还有专用的加密机制。

中国银联总裁许罗德表示，这种与银联挂钩的智能电视支付系统，是顺应科技创新潮流、面向家庭用户推出的新一代服务平台，也为推进金融服务和文化产业的融合发展探索了有效途径。

业内人士分析，智能电视支付系统将激发消费者使用电视增值服务的热情。未来，电视支付还可与手机支付、互联网支付等多种支付模式相融合，产业规模有望达数百亿元人民币。

点评：

从互联网支付到手机支付，再到电视机支付，科技的创新融合发展不仅使老百姓的生活更为方便，而且带动了相关产业的规模化发展。但始终需要强调两点：一是如何让人们熟悉操作流程，从而接受这些新的支付方式；二是保障消费者个人信息的安全，不要被不法分子钻空子。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

美国第二大卫星电视运营商或与 T-Mobile 合作

美国第二大卫星电视运营商 Dish Networks CEO 约瑟夫·克莱顿(Joseph Clayton)表示，如果 AT&T 收购 T-Mobile 美国的交易失败，那么 Dish 有可能与 T-Mobile 美国合作。

在 2011 年早些时候 DBSD North America 和 Terrestar Networks 的破产案中，Dish 获得了一些无线频谱。克莱顿表示，Dish 有可能将这些无线频谱资产与 T-Mobile 美国或其他移动运营商整合，从而建立对 AT&T 和 Verizon 无线来说更强大的竞争对手。T-Mobile 美国目前需要更多的频谱，为智能手机用户提供高速移动数据服务。

克莱顿表示，Dish 目前考虑的一种方案是，Dish 和 T-Mobile 美国等合作伙伴将无线资产合并到一家新公司中。Dish 也有可能与 Sprint Nextel 或 Clearwire 合作。不过，此类交易均需要美国联邦通信委员会(以下简称“FCC”)的批准。

克莱顿表示：“我们对于出售频谱赚钱不感兴趣。我们希望利用这些频谱建设全国性的网络，提供视频、语音和数据服务。我们在卫星电视领域具有专业性，并将开展卫星宽带业务。在语音服务方面，我们需要一定的帮助。”

如果 AT&T 收购 T-Mobile 美国成功，并应监管部门的要求分拆部分资产，那么 Dish 有可能从 AT&T 收购这些资产。Dish 此前一直反对 AT&T 收购 T-Mobile 美国的交易，称这一收购不利于市场竞争。

克莱顿表示：“我们认为，如果 AT&T 收购 T-Mobile 美国的交易成功，那么我们将胜利。而如果交易不成功，我们也将获得胜利。”

Dish 目前仍在等待 FCC 的批准，以确定该公司是否能够使用 2011 年早些时候收购的频谱。克莱顿表示，在此之前，Dish 不能做出最终的计划。他表示：“我们手上的牌很好，我们只是不知道桌上所有牌的情况。在 FCC 向我们提供牌照，并就 AT&T 收购 T-Mobile 美国的交易做出决定之前，仍存在一定的不确定性。”

美国司法部 2011 年 8 月对 AT&T 提起诉讼，希望阻止 AT&T 对 T-Mobile 美国的收购。美国司法部和 AT&T 已同意暂停这一诉讼，而 AT&T 将考虑“是否以及如何修改当前的交易条款，以满足获得监管部门批准的必要条件。”

AT&T 发言人拒绝就克莱顿的言论置评。而 T-Mobile 美国母公司德国电信发言人安德列斯·弗赫斯(Andreas Fuchs)则表示，该公司没有考虑与 Dish 进行交易。他表示：“德国电信正寻求与 AT&T 达成交易，我们没有 B 计划。”来源：2011-12-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

【电信网络】

1800MHz 对 LTE 服务至关重要

全球移动供应商协会(GSA)发布最新报告指出，在全球所有区域，1800MHz 都将会成为部署 LTE 网络技术最为重要的一段频谱，也将有利于实现国际漫游。

报告称，除北美之外，所有地区的运营商都在部署或测试 1800MHz 频谱上的 LTE 技术，欧洲、中东和亚太地区的运营商已经推出这段频谱上的 LTE 商用业务。

该报告还指出，利用 1800MHz 频段 LTE 技术覆盖某一地区，与更高频段相比，成本将节省 60%；在 1800MHz 频段部署 LTE 技术可以加速该技术的市场化；如果已在其他频段部署 LTE 技术，在 1800MHz 频段额外部署可以以较低成本改善地域和室内覆盖；1800MHz 频段也有利于国际漫游的实现；为了实现在 LTE 1800MHz 上的多种优点，监管部门需要加快 1800MHz 波段频谱重新划分的进度，并努力减少实施中的阻碍。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

俄罗斯电信拟近期推出 4G 服务

截止 2011 年 9 月 30 日，俄罗斯国有电信巨头俄罗斯电信(Rostelecom)第三季度的合并营收为 738.6 亿卢布(23.5 亿美元)，较 2010 年同期增长了 8%。

俄罗斯电信第三季度的净收入增长了 1%，达到 103 亿卢布，折旧和摊销前营业收益(OIBDA)增长了 9%，至 295 亿卢布。资本支出达到 154 亿卢布，占该公司 2011 年第三季度营收的 21%。

所有对比数据包含了 2011 年 4 月 1 日被归入其集中管理的 7 家大型地方电信运营商的收入。这 7 家电信运营商为：西北电信(North-West)、中央电信(Center Telecom)、南方通讯(Southern Telecommunications)、Volga Telecom、Uralsvyazinform、Sibirtelecom 和远东电信(Far East Telecom)。此前，这些公司都在国有电信控股公司 Svyazinvest 旗下掌管运营。

俄罗斯电信的宽带用户数较 2010 年同期增长了 27%，达到 790 万，其宽带营收增长了 21%，至 347 亿卢布。同时，其固网电话用户数较 2010 年同期减少了 3%，下滑至 2880 万。付费电视用户数则在 9 月底达到 580 万。此外，俄罗斯电信的移动用户数较 2010 年同期增长了 8%，达到 1270 万。

俄罗斯电信公司总裁兼 CEO Alexander Provotorov 表示，该公司最近与 Yota 签署了一份合作协议，双方将联合发展和使用 4G 无线网络。俄罗斯电信预计将在近期作为一个移动虚拟网络运营商(MVNO)推出 4G 服务。来源：

2011-12-12 中国通信网

[返回目录](#)

美 Sprint2012 年下半年推首款 LTE 终端

美国移动运营商 Sprint 将于 2012 年下半年推出第一款 4G/LTE 终端，其首席财务官约瑟夫·尤腾努尔(Joseph Euteneuer)表示。2011 年 10 月初，Sprint 曾表示将在 2012 年年中前推出 4G/LTE 服务。

该运营商预计将在 2012 年全年推出约 15 款终端，包括手机、平板电脑和数据卡。

尤腾努尔在接受媒体采访时还表示，以网速计，Sprint 的 LTE 网络将是“市场上非常有竞争力的”。

Sprint 将采用 1900MHz 频段频谱启动一场迅速的全国范围 LTE 部署。该运营商计划在 2013 年年底前完成网络建设，预计届时其 4G 信号将覆盖超过 2.5 亿人。来源：2011-12-7 中国通信网

【终端】

触觉鞋与智能手机给盲人引路

盲人只能靠触觉或在其他工具的协助下行动，例如导盲犬、导盲手杖等。目前有设计师利用 GPS 技术开发出一款具有触觉震动的运动鞋，专门供盲人使用。盲人穿上这种触觉震动鞋之后，会通过步行过程中鞋底触碰地形的变化、GPS 对路径的规划、震动器产生的震动得知路况。

盲人触觉鞋的使用情景是当盲人穿着触觉鞋的时候，通过手机内的 GPS 模块连接 Google map，并自动感测目前地理位置，将地理信息传输到触觉鞋内的嵌入式模块，这个嵌入式模块会与手机内的 Google map 模块同步信息，如同触觉鞋内也安装了一套卫星导航。由于鞋子内部安装了四个震动器(分别位于触觉鞋的前方鞋尖、后方鞋跟、鞋子中间的左右方向)，当手机与触觉鞋内的嵌入式模块连接时，同时也与震动器连接，并根据 GPS 的导航，提供震动信息给盲人，以指导他们行进的方向。例如，如需前进，鞋尖的震动器便会产生震动；若是 GPS 显示需要左转，左边的震动器便会震动，提醒盲人向左转。鞋子内的嵌入式系统可以感应盲人前后约 3 米的距离，3 米内的地理位置都能通过手机 GPS 模块提早通知触觉鞋内的震动器，确保盲人在行走的过程中远离危险。

目前盲人触觉鞋仍未商用。以技术能力而言，盲人使用的触觉鞋有量产的可行性。长期以来，盲人通常借助导盲手杖以及导盲犬获得帮助，若能让盲人习惯并使用科技新品将能使盲人的生活更便利。且通过手机 GPS 装置连接触觉鞋，除了能帮助盲人行动之外，还能让亲人掌握盲人的行动，达到随时获悉其是否安全的目的。来源：2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

传下一代 iPhone 将采用 4 英寸屏幕

近期，业内出现了许多有关下一代 iPhone 和 iPad 的猜测。例如有消息人士称，下一代 iPhone 将采用 4 英寸屏幕，大于当前 iPhone 的 3.5 英寸。

日本博客 Macotakara 报道称，日立显示和索尼移动显示公司已经开始为“新的 iOS 设备”提供显示屏。有消息称，这两家公司将为 iPad 3 提供显示屏。

另有一些报道称，下一代 iPhone 有可能采用全新的泪滴型外观，也有可能只是 iPhone 4S 的增大版。根据 Digitimes 的报道，一些传闻称下一代 iPhone 将比当前 iPhone 长 8 毫米，并采用铝金属外壳。

多家科技博客报道称，下一代 iPhone 将于 2012 年 3 月推出，而苹果届时也有可能推出 iPad 3。来源：2011-12-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

【运营支撑】

AT&T 年底 LTE 覆盖超 7000 万人

美国第二大移动运营商 AT&T 2011 年第四季度将打破智能手机销量单季纪录，其高级执行副总裁兼首席财务官约翰·史蒂芬斯(John Stephens)宣布。

在纽约举行的一次瑞银会议上，史蒂芬斯表示 AT&T 在第四季度前两个月中共计售出了 600 万部智能手机。鉴于 12 月是传统上最强的销售月份，AT&T 如今预期打破以往单季售出 610 万部智能手机的纪录。

AT&T 强劲的智能机销量一定程度上归因于苹果新版 iPhone 的推出，那些等待 iPhone 4S 的消费者升级了他们的手机。该运营商最近宣称 iPhone 4S 开售五天，其网络上即有超过 100 万部被激活。据称如今销售情况仍保持强劲。

史蒂芬斯还表示，AT&T 本月中将进一步扩大 LTE 覆盖，计划中亦包括纽约市，预计到 2011 年年底将覆盖超过 7000 万人，与其先前宣布的计划一致。来源：2011-12-9 中国通信网

[返回目录](#)

美运营商 Sprint 部署首个多模基站

美国移动运营商 Sprint Nextel 宣布，作为其庞大网络升级计划中的一环，日前它已部署了首个多模基站。

新基站可以在单一基站的物理架构下同时支持多个频段，提供 CDMA1x 和 EV-DO 业务。

新基站与现有网络完全融合，初步测试结果显示带来的性能改进与预期相符。

Sprint 曾于 2010 年 12 月宣布其网络愿景(Network Vision)，该蓝图是将多种网络技术整合为一张无缝网络。通过与网络愿景相关的频谱举措，Sprint 打算将一些 800MHz 频谱再利用于 3G 业务，从而强化覆盖，尤其是提升用户

的室内体验。藉此，该运营商预计其全美 CDMA 网络覆盖密度将有所提高。来源：
2011-12-7 中国通信网

[返回目录](#)

T-Mobile 升级捷克网络至 HSPA+并测试 LTE 服务

T-Mobile 捷克分公司日前宣布，将从 2012 年开始升级其 3G 网络，以支持高达 42 Mbps 的理论峰值下载速度。

对 HSPA+42 新技术的测试已于近期在首都布拉格的 Roztyly 区展开。测试完成后，这项新技术有望于 2012 年第二季度部署在第一批选定的地点。此外，LTE 网络的试运行目前正在 T-Mobile 公司位于布拉格的总部进行。

T-Mobile 公司的技术总监弗兰克·梅沃克(Frank Meywerk)表示：“我们的目标是成为捷克共和国电信业的技术领袖，我们对此非常重视，这就是我们希望为用户提供速度高达 42Mbps 的 3G 网络的原因。到目前为止，我们在 3G 网络上的投资已经超过 40 亿克朗。在推出 LTE 网络的条件完全明确之前，公司将完全专注于为我们的客户打造质量最好的 3G 网络。”

2012 年，该公司将逐步在客户对移动网络浏览兴趣最高的地区推出这一新技术。新技术的推出将需要大笔投资，用于扩大传输能力。弗兰克·梅沃克解释说：“在过去的一年中，通过 3G 网络的数据量增加了四倍。因此扩大传输能力势在必行，以便让客户可以不受任何限制地使用互联网。”

目前，针对 LTE 技术的试运行也正在 T-Mobile 总部进行。接受测试的 LTE 网络使用的是数字红利频率。

然而，LTE 技术的商业化运行目前受限于现行的《电子通信法》修正案和捷克电信局公布的无线电频谱拍卖计划。而拍卖的条件、拍卖的结果(即 T-Mobile 赢得哪些频谱)和财务要求均将成为推出该公司第四代网络的决定性因素。来源：
2011-12-8 飞象网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

移动应用程序总量将破 100 万

Mobilewalla 发布的即时追踪数据显示，移动应用程序总数将在下周突破 100 万大关，这将是一个新的里程碑。

目前，苹果、Android、黑莓(微博)和微软(微博)四大平台的应用程序总数已升至 98.78 万个，并且保持平均每天新增 2000 个应用程序的速度。过去 12 个月，苹果应用程序从 33.8 万个增至 58.91 万个。同样，Android 应用程序从 11.5 万个增至 31.97 万个。

据统计，在所有平台上，受欢迎的应用种类依次是：娱乐，占比 16.68%；游戏，占比 13.36%；图书，占比 10.21%；生活方式，占比 8.02%；实用工具，占比 7.13%；教育，占比 7.08%；旅游，占比 4.84%；商务，占比 3.76%；音乐，占比 3.32%；健康和健身，占比 3.28%；社交网络，占比 2.71%。

Mobilewalla 创始人兼执行主席 Anindya Datta 表示：“这确实是一个惊人的成就。应用程序是商业历史上增长最快的消费市场。应用程序竞赛始于 2008 年 7 月，当时苹果公司推出了 iTunes App 应用程序商店。谷歌在 2008 年 10 月推出 Android 操作系统。黑莓 RIM 和微软 Windows Phone 平台随后也有了自己的应用程序商店。”

点评：当苹果首个推出 App Store 模式时，很多人都想不到今天的移动应用程序市场会发展到如此规模。而随着移动互联网和智能终端的继续发展，移动应用程序的总量必将持续上升，形成一个无法估量的庞大市场，这不仅将创造更多的利润和就业岗位，也将给人们的生活带来更多的便利和惊喜。来源：

2011-12-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

第四季度微软 WP 手机西欧销量为 50 万部

IDC 预计，2011 年第四季度微软(微博)Windows Phone 手机在西欧的销量将达到 50 万部，其中大部分为诺基亚(微博)Lumia 智能手机。

IDC 分析师弗朗西斯科·杰洛尼摩(Francisco Jeronimo)在接受电话采访时称：“运营商对 Windows Phone 手机销量感到满意，诺基亚也在积极行动，争取不出现产品积压，并希望 2012 年有个好的开始。”

杰洛尼摩称，在诺基亚 Lumia，以及 HTC(微博)和三星(微博)新手机上市前，Windows Phone 手机 2011 年第三季度在西欧的销量达到了 13.8 万部。

杰洛尼摩预计，第四季度，Windows Phone 在英国的销量将达到 21 万部，法国将达到 8.4 万部，德国将达到 8 万部。在整个西欧市场，诺基亚 Lumia 销量将达到 38 万部。

杰洛尼摩称：“这是一款新系统，诺基亚和微软投入了巨资在伦敦大街小巷进行宣传。他们希望通过传达准确的信息来吸引消费者购买，当前这要比实际的销量更重要。”

诺基亚 800 于 11 月 14 日在欧洲开售，售价为 450 欧元(约合 602 美元)，得到了欧洲 6 个国家的 31 家运营商和零售商率先支持，包括沃达丰、法国电信旗下 Orange 和德国电信等。

诺基亚 710 已经率先在俄罗斯和亚洲推出，售价为 270 欧元(约合 361 美元)。诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)已经表示，计划于 2012 年初在中国和美国推出 Windows Phone 手机。来源：2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

调研称 2013 年全球 HTML5 手机将超 10 亿部

市场调研机构 Strategy Analytics 于周三发布了最新的一项研究表示，到 2013 年，全球市场将拥有超过 10 亿部支持 HTML5 技术的手机。而这一数字在 2011 年仅为 3.36 亿部。该机构的预测显示，其中大部分的增长将主要来自北美、欧洲以及亚洲市场。同时，HTML5 技术的普及还将获得包括苹果、Adobe、谷歌以及微软(微博)等开发商的大力支持。

为了避免混淆，Strategy 特别强调指出所谓“HTML5 手机”是指那些手机浏览器能够完美支持全部 HTML5 功能的手机，例如 iPhone 4S 等。

Strategy 的执行董事尼尔·莫斯顿(Neil Mawston)表示，HTML5 原生的跨平台功能将使得所有手机行业的利益相关者都无法将其忽略。HTML5 能够支持在多个平台上运行，其中包括智能手机、功能手机、平板电脑、笔记本电脑、PC、电视，甚至汽车等。Strategy 的分析师托马斯·康(Thomas Kang)在补充指出，与目前在 Android 或 iOS 上看到的本地应用程序相比，HTML5 的技术暂时还不算成熟，其提供的 API 接口以及功能设定还十分有限。

Strategy 并不是唯一一家对 HTML5 移动设备即将出现爆发式增长作出预测的机构。在 2011 年夏季的早些时候，另一家市场调研机构 ABI Research 也曾表示，预计到 2016 年，全球将拥有支持 HTML5 技术的移动设备至少高达 21 亿部。而在 2010 年时，支持 HTML5 的移动设备仅为 1.09 亿部。

尽管万维网联盟(W3C)表示，是否将 HTML5 定为官方标准要到 2014 年才有定论，但是根据 ABI Research 的预计，其中有大约 25 个正在开发并包含在 HTML5 技术的功能即将在接下来的几年内获得广泛的支持与应用。而这些功能所涉及的领域涵盖了图形处理、数据储存、多媒体播放以及用户交互等多个领域。

HTML5 中用于播放视频的功能如今已在移动领域内获得了广泛支持。这也成为了导致 Adobe 于上个月最终宣布将停止开发和支持移动版本 Flash 的主要原因。由于 Flash 在移动平台上的普及率十分低下，使得 Adobe 最终不得不转而支持 HTML5 技术的相关开发。

无论是预测到 2013 年全球将拥有超 10 亿部 HTML5 手机，还是到 2016 年全球将拥有数十亿部 HTML5 手机，种种迹象都表明在当今的互联网世界中，HTML5 的普及才只是刚刚开始。而如今的互联网对大多数人而言，已进入到了移动平台互联网的阶段，而这一切的改变主要还是归功于智能手机得以在北美及欧洲市场上实现了大规模普及。但是 HTML5 技术还需要进一步推广到非智能手机上，才能保证全球大多数的移动用户不会被科技新潮流所遗忘。来源：

2011-12-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

苹果 iPhone 第四季度出货量或达 3050 万部

市场研究公司 Canaccord Genuity 分析师迈克尔·沃克利(Michael Walkley)周二发布报告称，iPhone 2011 年第四季度在全球智能手机市场的份额将达到 20.3%，高于第三季度的 14.3%。

沃克利同时预计，亚马逊(微博)Kindle Fire 将在平板电脑市场挑战 iPad 的领先地位。iPad 第四季度在全球平板电脑市场的份额将为 53.2%，低于第三季度的 74%。不过苹果高管上周表示，以 199 美元的售价来看，Kindle Fire 将给亚马逊带来亏损，而 iPad 的利润率很高。

沃克利认为，第四季度，iPhone 在全球智能手机市场的表现将好于 Android 手机。他目前预计，苹果第四季度将售出 3050 万部 iPhone，高于此前预计的 2900 万部。而苹果第三季度仅售出了 1710 万部 iPhone。

根据沃克利的预计，HTC(微博)、诺基亚(微博)和索尼爱立信第四季度在智能手机市场的份额将分别环比下降 4.3%、2.4%和 0.6%。而三星(微博)电子的智能手机出货量将为 3450 万部，市场份额下降 0.3%。来源：2011-12-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

2011 年第三季度全球智能手机芯片收入大增 59%

市场分析机构 Strategy Analytics 公司公布的最新数据显示，2011 年第三季度，全球智能手机应用处理器市场较上一年度大幅增长 59%，总金额达 22.4 亿美元。

其中，高通公司在单位出货量和收入两方面居智能手机应用处理器市场首位。从售出的单位数量来看，三星(微博)、德州仪器(微博)、迈威尔科技和博通公司等五家厂商分列二至五位。而英伟达则被博通挤出前五名。

该报告指出，单机应用处理器的总量已经超过了基带集成应用处理器，占 2011 年第三季度智能手机应用处理器总出货量的 41%，较 2010 年同期增长 31%。单机应用处理器数量的大幅增加主要归功于市场对双核处理器的需求强劲，以及 LTE 智能手机出货量的增加。身为基带集成处理器大力倡导者的高通公司现在也加入了单机应用处理器市场，其主打产品为 Snapdragon 处理器 (APQ8xxx 系列)。

Strategy Analytics 高级分析师 Sravan Kundojjala 指出：“2011 年第三季度，高通公司凭借其多层次产品组合优势和在所有主要移动软件生态系统的大力参与获得了 49% 的收入份额，继续稳居智能手机应用处理器市场主导地位。高通公司已经成为手机芯片市场的领头羊，遥遥领先于其他竞争对手。”

Strategy Analytics 公司手机元器件技术服务总监斯图尔特·罗宾逊(Stuart Robinson)表示：“2011 年第三季度，博通终于跻身智能手机应用处理器前五大供应商名单，这主要归功于该公司安卓业务量的增加。”

他补充道：“Strategy Analytics 认为，从长期来看，有鉴于博通公司的整合能力、蜂窝 IP 实力和高度重视无线市场，该公司有能力成为高通公司一个强有力的竞争对手。” 来源：2011-12-8 飞象网

[返回目录](#)

【市场反馈】

调查显示手机银行成新宠

在上周末举办的“2011 中国电子银行年会”上，《2011 中国电子银行调查报告》出炉。

报告称，2011 年，中国电子银行业务实现了持续增长，个人和企业网银用户在 2010 年的基础上均有所增加，企业网银柜台业务替代率超过 60%，新兴的手机银行业务也展现出巨大潜力。相比 2010 年，手机银行网上缴费功能使用比例与个人网银使用比例的差距由 18.5%降低为 5%；虽然手机银行投资理财比例低，但手机银行投资理财用户对投资理财很多业务的偏好性日益增长，如买卖黄金、国债和保险等，说明手机银行的潜在客户巨大。来源：2011-12-12 京华时报微博

[返回目录](#)

智能手机开打个性化营销

随着国内智能手机同质化现象的日趋严重，手机销售商开始寻求差异化营销。近日，国内最大通讯连锁迪信通(微博)宣布，“轻薄智能”已成为手机销售市场的主流，而机型个性化也将成为未来突破的关键。

迪信通将同期首销五款智能手机，包括诺基亚(微博) N9、摩托罗拉(微博)XT910、索爱 LT18i、HTC(微博) X515M 以及三星(微博)GALAXY NOTE，在北京迪信通的 140 余家门店同期销售，消费者可在迪信通任意门店购买这五款产品。

迪信通高级副总裁齐峰表示，伴随智能手机产品技术日趋成熟、消费者个性化需求提升，轻薄智能手机已成为目前手机销售市场主流产品。

迪信通历来关注消费者对手机产品的选择意向，此次特选择诺基亚 N9、摩托罗拉 XT910 等热门机型集结首销，从而满足消费者对智能手机个性化、处理能力、操作体验等多方面的需求。

迪信通市场部相关负责人表示，目前在迪信通同期首销的五款手机销售火爆。以诺基亚 N9 为例，在开售当周，诺基亚产品销售占比便快速提升 120%。而此次首销的五款智能新品中，轻薄成为其共同特征。“五款智能新品机型厚度皆小于 12mm，重量都在 180g 以内，其中摩托罗拉 XT910 更以 7.1mm 的厚

度进入最薄智能手机之列，同时，索爱 LT18i 仅以 117g 的重量全面领先其他机型。”该人士说道。

记者了解到，这些销售的手机主要采用 MeeGo 和 Android 操作系统，消费者在迪信通购买这些手机时，会得到迪信通服务人员的指导，如基本操作、下载更新游戏、软件等应用。

“智能手机市场潜力巨大，主攻‘轻薄智能’的智能手机将于年底成为手机销售市场明星产品。伴随诺基亚 N9、摩托罗拉 XT910、索爱 LT18i 等‘轻薄’产品进入手机销售市场，将开启新一轮智能手机消费热潮，机型日趋个性化也将成为今后主要发展趋势。”齐峰说道。

相关新闻

摩托罗拉第三代 3G 互联网四通道手机抢市

为在手机个性化上大做文章，手机厂商也是动作频频。近日，摩托罗拉移动携手中国电信(微博)推出全新第三代互联网四通道手机 MOTO XT928。该手机的推出不仅意味着摩托罗拉完成与国内三大运营商的全网模式合作，同时也将智能手机市场的竞争推向新的制高点。

中国电信移动终端管理中心主任马道杰表示：“中国电信一直重视为高端专业用户打造丰富的智能终端产品。MOTO XT928 与中国电信高速天翼 3G 网络相结合，必将成为市场的一大杀手锏。”

“国内的很多高端用户一直追求着手机性能与移动能力的融合，摩托罗拉推出的双核双网双待产品刚好满足这类用户的需求。”摩托罗拉移动技术公司副总裁兼大中华区总裁孟樸表示。

MOTO XT928 是中国电信第三代 3G 互联网四通道手机的旗舰产品，支持天翼 3G 和 WIFI/WAPI 高速网络以及 C+G 双网双待，它的 1.2GHz x2 双核处理器让用户可以轻松畅游互联网，快速打开内容丰富的网页，在线观看视频或收听音乐。此外，用户还可以通过摩托罗拉专为中国用户打造的应用程序商店

“MOTO 智件园”或中国电信天翼空间，获取数以千计的应用程序。

业内人士指出，在苹果 iPhone 4S 对于进入中国市场还没有明确的时间表的时候，正是其他手机厂商发力的大好时机，尤其是年底的销售旺季。在被谷歌以 125 亿美元收购后，只专注于 Android 系统领域的摩托罗拉也开始将产品逐渐向中高端转移。目前，摩托罗拉已与三家运营商合作推出了多款定制版的智能终端。来源：2011-12-7 北京商报微博

[返回目录](#)

非洲移动市场增速全球最快

全球移动通信系统协会(GSMA)发布报告称,非洲是全球增长最快的移动电话市场,很快将会有 7.35 亿非洲人能够利用手机从事银行转账以及开展动物跟踪等野生动物研究活动。

GSMA 报告称,目前非洲地区的移动用户数仅次于亚洲。报告显示,在过去 5 年里,非洲手机用户的年增长率达到近 20%,预计到 2012 年年底,移动用户总数将达到 7.35 亿。在南非,手机用户能随时接收到有关其账户或信用卡的短信。用户还能把手机当做收音机、图书馆、迷你照相机、即时通信工具和银行通知工具来使用。非洲很多地区,特别是在农村地区,通常缺少银行分支机构。2011 年早些时候,全球信用卡巨头 Visa 向一家南非公司 Fundamo 支付了 1.1 亿美元,后者协助移动公司和银行允许其用户在手机之间转账。

GSMA 政策专家彼得·里昂认为,非洲将会出现越来越多通晓移动知识的公民,他们将要求更好的覆盖和便宜的服务。他估计,至少有 550 万非洲人正直接或间接地受雇于移动行业。GSMA 呼吁各国政府分配更多的移动频谱,并对运营商减税以进一步刺激其发展。来源:2011-12-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

移动支付推广亟须突破标准瓶颈

持续已久的移动支付行业标准之争,或将以银联主导的方案和中国移动(微博)主导的方案共存而告终。今后用户不论是在餐厅、酒店,还是在电影院、超市等,只要拿出手机轻轻一刷,就能轻松结账。

但是,这样的场景离我们的生活真的不远了吗?业内人士指出,受限于应用范围,移动支付仍需寻找新的突破口。

两种标准或将共存

在日前举行的 2011 中国移动支付产业年会上,工信部科技司副司长代晓慧称,工信部已与央行共同启动移动支付标准制定工作,由银联主导的 13.56MHz 国际通行方案和中国移动主导的 2.45GHz 国内自主知识产权方案各有优势和不足,都将纳入行业标准。

同时,中国电子技术标准化研究所信息中心主任王立建则透露,移动支付行业标准征求意见稿已于 2011 年 10 月草拟完毕,目前正在修订阶段,最终版本预计将在 2012 年上半年完成,而正式出台时间则要视行政审批进度而定。

在此之前，13.56MHz 方案和 2.45GHz 方案谁将成为行业标准，业界一直争论不断。由于各方都想借此获得移动支付产业链的主导权，两种方案谁将胜出，迟迟未有定论。

尽管标准还在讨论中，但企业却已开始未雨绸缪。目前，一些第三方支付公司也在与银联加强合作。记者获悉，依托手机腾讯网、移动 QQ 的宽广平台，手机财付通的流量获得大幅提升。财付通已成功将 PC 端经验平移到手机上来，目前已开通购买 QQ 服务、充手机话费、买电影票、订购机票、水电煤缴费、彩票购买、游戏点卡充值、提现等多项手机服务。用户只需一部手机就能随时随地支付。

小额支付

能否成为突破口

对于移动支付的实际应用问题，记者也在采访中进行了了解。在美惠大厦的中国移动北京公司营业厅，那里的工作人员告诉记者：“目前手机支付有两种形式，一种是开通类似财付通的移动账户；一种则是手机钱包。用户开通手机支付业务，系统将为用户开设一个手机支付账户，用户可通过该账户进行远程购物。如互联网购物、缴话费、水费、电费、燃气费及有线电视费等。”

“如果要开通手机钱包业务，首先需要在中国移动营业厅更换一张支持 RFID 功能的专用 SIM 卡或购买一张贴片卡，然后就可以使用手机或贴片卡在布放有中国移动专用 POS 机的商家(便利店、商场、超市、电影院)现场刷卡消费。”该工作人员对记者说：“换一张卡需要 150 元的费用，不过目前还不能用于 iPhone 手机。RFID 卡目前还不能提供剪卡服务。”

财付通相关负责人在接受记者采访时则表示，将持续开放平台增加联盟商户，加快手机领域与电商之间的合作。目前已签约联通、南航、乐淘菠菜娃娃彩票、网龙等国内知名电商平台。用户通过手机登录电商网站进行在线购物可直接使用财付通完成支付。

标准瓶颈制约推广

“多种标准并存给移动支付大规模应用带来了障碍。”工信部通信发展司政策标准处处长谢雨琦表示。

据悉，银联主导的 13.56MHz 使用非接触技术的 NFC、SIM-pass 终端技术方案，而中国移动主导的 2.4GHz 使用 RFID-SIM 卡方案。基于 13.56MHz 的 NFC 技术规范是国际移动支付标准，它的优势是适用于大部分现有的 POS 终端机，SIM-pass 由国内研发，它可以与目前的 NFC 设备兼容。

有专家指出，使用这种标准对消费者来说，换手机的成本较大，而且 13.56MHz 信号也不是很好，消费者在刷手机购物时会出现反应延迟的情况。目

前，公交一卡通和银联是这种标准的主要支持者。而对于 2.4GHz 标准，用户只需要付一张 SIM 卡的成本就可以实现手机支付。

而在用户的使用上，对于这两种标准而言，市场上目前存在 3 种终端方案：更换 NFC(近距离无线通讯技术)手机、更换 SIM 卡、加装支持移动支付功能的 SD 卡。代晓慧透露，经过和业内专家、设备厂商的反复研究后，前两种方案已被写入行业标准初稿，而 SD 卡方案由于大量手机没有 SD 卡插槽，推广难度较大，因此暂时未被采纳。

一位银联内部人士表示，未来几年内，手机加装 SD 卡插槽将是大势所趋，并且 SD 卡方案还具备远程支付功能，其推广前景不应被低估。与之相比，更换 NFC 手机费用较高，反而更难推广。

记者手记

移动支付看起来很美

“饭桌上看看好友的飞机能否准点到达，开会时悄无声息地订一个房间，路上找找周边的特色小吃，晚上翻翻有意思的旅游路线... .. 无论是吃饭、聚会还是上班、开会抑或在家里，无论是在公交车上、地铁中还是散步时，所有的时间和地点碎片都可拿来安排你的旅行。”这就是移动支付带来的便利。

不过从目前来看，移动支付还处在“只打雷不下雨”的阶段。作为用户而言，从实际应用出发才是最为切实的。如今能执行移动支付的地方还是太少，目前用户只能在一些指定的网店、超市、影院中使用。虽然这些领域看上去很广，但指定的地点实在少得可怜。

来自艾瑞咨询(微博)的数据显示，2011 年三季度，中国移动互联网市场规模达到 108.3 亿元，同比增长 154.6%，环比增长 38.9%。移动互联网时代，等人、乘公交都可以是黄金时间，如果解决了支付难题，移动支付不会再仅是“看起来很美”。 来源：2011-12-7 北京商报微博

[返回目录](#)

苹果 iPhone 4S 成全美最畅销智能手机

Canaccord Genuity 的调查显示，苹果 iPhone 4S 成为 Verizon、Sprint 和 AT&T 11 月份最畅销的智能手机产品。

在美国三大运营商的 iPhone 系列手机销售排行榜中，iPhone 4S 名列榜首。而三星(微博)Galaxy S2 则在 T-Mobile 的智能手机销售榜上排名第一，在 Sprint 和 AT&T 的销售榜上，Galaxy S2 列第二，而 iPhone 4 名列第三。在 Verizon

的智能手机销量排行中，摩托罗拉(微博)Droid Razr 和 HTC(微博) Rezound 分列第二和第三位。

自 2011 年以来，苹果的 iPhone 手机每个月都是 AT&T 和 Verizon 最畅销的智能手机产品。随后，当 Sprint 10 月份开始销售 iPhone 4S 后，这款产品也一直是 Sprint 最畅销的智能手机。

2011 年早些时候，AT&T 销售的三星智能手机 Infuse 4G 和 Verizon 销售的三星 Charge 4G 在每个月都对苹果构成威胁，销售排行仅次于 iPhone 产品。现在，Galaxy S2 在 Sprint 和 AT&T 的销售中表现强劲，延续了这种挑战 iPhone 产品的势头。

实际上，三星在智能手机销量上已经超过苹果，成为全球最大的智能手机生产商。但是，三星高端产品的销售还无法压制 iPhone 势头。苹果 10 月推出了 iPhone 4S，这款产品的热销对 Galaxy S2 销售构成了冲击。

尽管苹果智能手机在销售数据上表现强劲，但三星大有超越苹果之势。预计三星采用谷歌最新 Android 版本的 Galaxy Nexus 手机本月晚些时候将在 Verizon 销售，这可能成为 iPhone 4S 最大的竞争对手。来源：2011-12-7 新浪科技微博

[返回目录](#)

市消委会：2011 年通信服务类投诉居首

家用机械类、服务类、家用电子电器类等五大类投诉均呈增长趋势，服务类投诉增势最明显、增幅最大，通信服务类投诉已超过互联网跃居首位。市消委会昨天下午发布 2011 年度消费者投诉情况分析报告，2010 年 12 月到 2011 年 11 月，市消委会系统共受理消费者投诉 16160 宗，同比增长 31.78%，为消费者挽回经济损失超过 1368 万元。

统计显示，通信服务类投诉共 2622 宗，同比增长 37.51%，占投诉总量的 16.23%，超过互联网投诉跃居首位。消费者反映的问题主要集中在服务质量、营销合同、价格等项目，其中收费不合理、擅自开通业务、未及时变更套餐、优惠规则不明晰等与收费有关的问题较为突出。

网购投诉同比增长 107.8%

互联网投诉 2576 宗，同比增长 42.95%，占投诉总量的 15.94%。其中网游投诉 1533 宗，占比 59.51%，同比增长 26.7%，反映的问题主要是网络游戏封号争议、经营者处理问题不及时和态度强硬，以及经营者系统资料流失导致消费者虚拟财产被盗或丢失等等。网购投诉 266 宗，同比增长 107.8%，主要反映网

购商品存在质量问题、实物与宣传不符等等；日益兴起的团购是出现此类问题的重点。此外，网络接入等方面的投诉共 756 宗，同比增长 62.93%，主要表现在宽带运行不畅，如频繁断线、网速慢无法正常使用等。

手机质量问题仍是消费投诉焦点，2010 年度共受理 1971 宗，单项投诉中位居第三。

旅游投诉共 509 宗，同比增长 109.47%。其中境外旅游投诉 253 宗，占比 49.71%，成为旅游投诉中数量最多的一类。消费者投诉的问题主要涉及旅游合同、服务质量安全等方面。

金融消费投诉量虽然仅有 41 宗，但同比增长 105%，增幅明显。消费者投诉的问题主要集中在服务质量方面：一是存在霸王条款，强制办理业务；二是服务态度差，不及时跟进处理消费者的投诉和建议；三是语音电话服务繁琐，需要经过较长时间才能转到消费者需要的服务，人工电话则难以拨通；四是服务条款晦涩难懂，工作人员未尽告知和提醒义务；五是违反约定，不兑现承诺。此外，服务收费尤其是信用卡收费不合理是金融消费的另一个投诉热点。

信用卡收费不合理成投诉热点

另据统计，汽车消费、邮政快递、教育培训服务消费投诉量同比增长超过 50%，投诉问题也主要集中在商品和服务的质量及营销合同方面。在教育培训服务类投诉中，驾驶培训投诉共 150 宗，占教育培训服务类投诉总量的 39.16%，同比增长 70.45%。来源：2011-12-8 深圳商报

[返回目录](#)

移动支付行业标准呼之欲出 两大方案或共存

持续已久的移动支付行业标准之争，或将以 13.56MHz 方案和 2.45GHz 方案二者共存而告终。

11 月 29 日，工业和信息化部科技司副司长代晓慧在 2011 中国移动(微博)支付产业年会上称，工业和信息化部已与央行共同启动移动支付标准制定工作，国际通行的 13.56MHz 方案和国内拥有自主知识产权的 2.45GHz 方案各有优势和不足，都将纳入行业标准。

中国电子技术标准化研究所信息中心主任王立建则透露，移动支付行业标准征求意见稿已于 2011 年 10 月草拟完毕，目前正在修订阶段，最终版本预计将在 2012 年上半年完成，而正式出台时间则要视行政审批进度而定。

在此之前，银联主导的 13.56MHz 方案和中国移动主导的 2.45GHz 方案谁将成为行业标准，业界一直争论不断。由于各方都想借此获得移动支付产业链的主导权，两种方案谁将胜出，迟迟未有定论。

某商业银行移动支付项目经理曾表示，移动支付潜在用户数量十分庞大，行业标准的出台涉及到两个产业的利益博弈，这加大了行业标准出台的難度。

由于缺乏统一行业标准，多数开展移动支付业务的金融机构仍然持观望态度，行业呈现出“雷声大、雨点小”的状态。“从 2005 年各家运营商开始了移动支付的研究和实验，但是应用范围还是很有限的。”代晓慧称。

中国人民银行参事、国家信息化咨询专家委员会委员陈静透露，根据央行统计数据，2010 年手机支付客户数量为 9028 万户，这与 9.5 亿户的手机用户规模相比，仍有巨大的提升空间。

此前曾有媒体报道称，2.45GHz 方案的主要研发者国民技术已将技术标准材料上报至工业和信息化部，工业和信息化部倾向于将其升级为国家标准。王立建对此予以否认：“国家标准由国家标准化委员会下达制定标准，政府立项、政府批准发布，不存在企业提交行业标准方案的情况。”

而代晓慧表示，13.56MHz 方案相对而言在技术上更为成熟，但 2.45GHz 方案作为我国自主研发的技术标准，也具有一些独到的优势，“两种技术可以独立发展，互不影响。”

对于这两种标准而言，市场上目前存在三种终端方案：更换 NFC(近距离无线通信技术)手机，更换 SIM 卡，加装支持移动支付功能的 SD 卡。代晓慧透露，经过和业内专家、设备厂商的反复研究后，前两种方案已被写入行业标准初稿，而 SD 卡方案由于大量手机没有 SD 卡插槽，推广难度较大，因此暂时未被采纳。

值得注意的是，9 月底，中国银联和建设银行高调宣布推出银联手机支付，所采取的正是 SD 卡方案，用户在现有手机上加装银联 SD 卡，就能实现手机支付。这是银联与大型商业银行在移动支付领域的首次合作，建设银行将在 11 个分行率先推广此项业务。

一位银联内部人士表示，未来几年内，手机加装 SD 卡插槽将是大势所趋，并且 SD 卡方案还具备远程支付功能，其推广前景不应被低估。与之相比，更换 NFC 手机费用较高，反而更难推广。该人士表示，银联将按照原计划继续推广 SD 卡方案，在国家标准正式出台之前，SD 卡方案是否会被纳入标准，目前仍然存在变数。

王立建透露，行业标准讨论意见稿目前正处于内部修订阶段，12 月下旬，央行和工信部将召集通信运营商、银联、商业银行、第三方支付企业对其进行共同讨论。他表示，在正式方案出台之前，行业标准仍然存在较大的改进空间。“如

果厂商有好的专利技术，我们非常愿意将其纳入国家标准。”来源：2011-12-12
中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

电信研究院称联通 3G 数据流量每半年增一倍

据电信研究院信息网络部的人员透露称，目前中国联通(微博)3G 的数据流量每 6 个月就增长一倍，其发展速度远超每 18 个月增长一倍的摩尔定律。

2011 年 8 月底时，联通方面曾对外表示，2011 年上半年中国联通 3G 用户月均数据流量达 265.6MB，同比增长 86%。而截止 2011 年 6 月时，联通 3G 用户 ARPU 值为 117.5 元。联通认为这与公司重点聚焦音乐、视频、阅读、应用商店等产品，广聚合作伙伴，丰富内容资源，完善产品体验，不断培育用户数据业务消费习惯不无关系。

而在 10 月份的 3G 新增用户统计中，联通也以新增 292 万户的成绩超过移动和电信，3G 用户总数已达 3315 万户，移动用户总数达 1.9238 亿户。

今日，电信研究院信息网络部的人员对外透露称，目前联通的 3G 数据流量每 6 个月就将增长一倍。

另据记者了解，中国移动(微博)方面此前也表示称，其数据流量连续几年间的环比增长也超过了 150%。来源：2011-12-9 飞象网

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：



集团总机：(010) 6598-1925、6598-1897	E-mail: apptdc@apcsr.com
服务平台：(010) 6598-1925-602	E-mail: fuwu@apcsr.com
北京公司：(010) 6598-1925、6598-1897	E-mail: beijing@apcsr.com
深圳公司：(0755) 8209-6199、8209-1095	E-mail: shenzhen@apcsr.com
上海公司：(021) 5032-6488、5032-6844	E-mail: shanghai@apcsr.com
重庆公司：(023) 6300-3200、6300-3220	E-mail: chongqing@apcsr.com
杭州公司：(0571) 8993-5943、8993-5942	E-mail: hangzhou@apcsr.com
广州公司：(020) 8595-5398、3758-0475	E-mail: guangzhou@apcsr.com