



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. 21

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 谁在帮手机视频创富？

中国移动正在手机视频品牌 G 客 G 拍的快速成长中培育起自己庞大的内容生态。日前，中国移动视频基地公布数据显示，8 个月内中移动手机院线的票房成绩就突破了 5000 万元。中国移动通信集团上海有限公司副总经理聂晶说，G 客 G 拍是为小制作电影提供了创富平台。

■ 百兆宽带离我们有多远

近日，武汉、上海、广东、江苏等地宽带纷纷提速，不少家庭开始体验高速上网。其中，江苏万余个有光纤接入的住宅小区内家庭用户，将有可能使用最高 100M 的宽带，这是国内宽带目前可接入的最高速率之一。

■ 内忧外患下 HTC 如何力挽狂澜

继第三季度销量不佳之后，HTC 11 月销售额环比下降 30%，其股价也因此暴跌，同时还陷入了专利战的漩涡。内忧外患之下，除了尽快解决专利战带来的困扰外，HTC 更应集中力量打造精品。

■ CMMB “手持电视”让您边走边看

北京中广传播 CMMB “手持电视”业务的品牌为“睛彩”，它利用广电系统 CMMB 技术，通过广播网接收视音频及数据信号，与传统流媒体电视有本质的不同，不会产生任何流量费。它是移动便携条件下广播电视的新型服务形态，填补了我国广播电视移动接收的空白。

目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
谁在帮手机视频创富?	5
百兆宽带离我们有多远	6
内忧外患下 HTC 如何力挽狂澜	9
产业环境篇	11
【政策监管】	11
工信部将推动实施“宽带中国”战略	11
工信部向国务院建议将宽带中国作为国家战略	13
国资委：1 到 11 月央企实现营业收入 18.4 万亿	14
国资委明确国企改革方向 强势行业监管呼之欲出	14
移动互联网恶意程序监测与处置机制 2012 年起执行	17
【国内行业环境】	18
国产智能手机正在崛起	18
上海 RFID 产业规模国内居首	19
我国电信设备出口额居世界前列	19
中国 DTMB 标准成为数字电视国际标准	20
小灵通退市大限将至或将推迟至 2012 年初	21
中国助推苹果市场份额或迎来 iPhone 降价	21
我国成功研发卫星通信新品牌 Anovo 系统产品	22
【国际行业环境】	23
意法半导体成立公司创投基金	23
非洲移动用户达 6.2 亿仅次于亚太	24
美国拟立法禁止驾车时打电话发短信	27
澳大利亚电信获得新加坡及日本经营牌照	29
Verizon 称其 LTE 网络已覆盖美国 2 亿人口	30
欧盟若否决谷歌收购摩托罗拉 将致双方损失惨重	30
运营竞争篇	33
【竞合场域】	33
高通推 QRD 平台狙击联发科	33
三大运营商集体进驻北京苏宁	36
运营商与终端商加快强强联手	37
三运营商共建共享“春茧”节约 200 万元	37

【中国移动】	38
中移动发力高端手机市场	38
中移动全面开放移动互联网	39
中移动 50 亿打造福建数据中心	41
中移动品牌最牛值 536.07 亿美元	42
中国移动 11 月 3G 用户新增 268 万	42
中国移动打造视频内容聚合分发平台	43
中移动: Mobile Market 将全球开放	45
中国移动携 14 家伙伴启动开放合作新模式	45
中国移动强势推出手机杀毒软件“杀毒先锋”	46
中移动收回 12580 运营权 数据业务变革加速	47
中移动开放 WLAN 接入能力 未来三年建 600 万个 AP	48
【中国电信】	48
中电信“云 IT”谨慎启用 x86	48
中电信首推线上零元购机 突破单一渠道	51
中国电信网上营业厅将改域名为 189.cn	53
中国电信 2011 年 CDMA 终端销量将超 6000 万部	54
【中国联通】	54
联通上月新增 3G 用户 338 万	54
联通 2012 年重点补贴中端智能机	55
中国联通 10 省换帅广东系成倚重力量	55
联通 2012 主攻 1000-2000 元 3G 智能机	58
中国联通今日下午发布定制版小米手机	58
联通 11 月份宽带用户新增数创年内新低	59
联通公开亮相 W0+ 四大开放平台出击移动互联网	59
中联通将试行网上分销 运营商电子渠道走向主流	60
制造跟踪篇	63
【中兴】	63
中兴通讯参股聚飞光电获批	63
中兴借联通版 Skate 手机抢市	63
中兴通讯参股公司聚飞光电 IPO 过会	64
【华为】	65
华为终端借电商渠道扩张	65
华为预计 2015 年企业合同销售额达 150 亿美元	67
华为控股总部选址深圳坂田岗头 投资 200 亿元	67

【诺基亚】	67
诺西在苏州成立全球物流中心	67
诺基亚扩大印度移动支付服务	68
诺基亚生活通服务用户突破 1400 万	68
诺西承受制裁重压 计划削减伊朗业务规模	69
诺基亚重返美国 联手微软主攻低端智能机市场	70
诺基亚拟携 710 重返美智能机市场：2012 年 1 月开售	71
【其他制造商】	72
摩托罗拉移动 2012 年将外包中低端智能机业务	72
服务增值篇	72
【趋势观察】	72
手机动漫迎来发展最好时机	72
芯片厂商多元化布局 加速向大众市场迁移	75
运营商角逐手机市场 智能终端深度定制成趋势	77
携号转网试点困难重重 3G 时代“双机”渐成潮流	79
【移动增值服务】	81
中华电信下调 ADSL 宽带费率	81
蓝汛通信宣布与中国电信建立合作	81
北京移动推“1111”服务便捷业务办理	82
91 无线与中移动无线音乐基地签署合作	82
【网络增值服务】	83
北京六繁华地区开通免费无线网络	83
国产大飞机支持机上打电话发短信上网	87
电信“全球眼”业务便利照看老人和小孩	88
联通与前海共同研发电子口岸和智能交通	89
技术情报篇	90
【视频通信】	90
3D 节目推广前期暂不收费	90
CMMB“手持电视”让您边走边看	90
付费电视软件服务商 NDS 申请 IPO	91
【电信网络】	91
国内 3G 有望同步向 LTE 推进	91
巴西最大有线运营商启用 TD-LTE 网络	94
【终端】	94

国内首款支持安卓 4.0 手机将上市	94
Windows Phone 概念手机随天气变化	94
【运营支撑】	95
Clearwire 筹资 7.155 亿美元发展 LTE	95
市场跟踪篇	95
【数据参考】	95
Android 程序下载量破 100 亿	95
75%中小企业仍使用 2M 以下宽带	98
我国试点地区 IPTV 用户达 350 万户	98
第三季美国青少年人均收发短信 3417 条	99
全球移动基础设施市场三季度同比增长 15%	100
2011 年 Android 占据美国智能机市场 53% 份额	101
【市场反馈】	101
中国宽带发展需要重视顶层设计	101
报告称 LTE 宽带价格 5 年内将大幅下降	103
全球智能手机普及率近 10% 新加坡已过半	104
调查显示欧洲用户对诺基亚首款 WP 手机没兴趣	104
iPhone 4S 官方宣传视频成 2011 年最佳病毒式广告	105

亚博聚焦

谁在帮手机视频创富？

中国移动正在手机视频品牌 G 客 G 拍的快速成长中培育起自己庞大的内容生态。日前，中国移动视频基地公布数据显示，8 个月内中移动手机院线的票房成绩就突破了 5000 万元。中国移动通信集团上海有限公司副总经理聂晶说，G 客 G 拍是为小制作电影提供了创富平台。

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。如作品《大无畏》2011 年票房收入 95.1 万，获得票房分成 19 万元。

聂晶表示，目前市场缺少良好的商业模式，开创 G 客这样的平台，一方面可以帮助创作者弥补创作成本，二来能激发他们的创作热情以酝酿出更好的作品，同时通过带动足够的人气，形成良性循环。

而另一方面，大公司也可通过 G 客 G 拍来挖掘潜在的人才。“眼下已有成功签约的案例，而挖掘潜力的标准完全是交由市场来筛选，经得起市场的考验。”聂晶说。

这样的平台正在迅速成长。聂晶说，G 客 G 拍 2010 年参与者上传了 1 万部作品，2011 年则提升到了 6 万部，创作者和活跃用户的数量都已显著提升。他还提及，未来新的应用趋势甚至可能会是从互联网上看原创电影的片花，再通过手机视频观看 G 客拍摄的全篇。

在 G 客 G 拍背后，中移动也梳理了其作为内容渠道、运营平台商的角色。据介绍，未来移动不会自主制作内容，内容完全交给观众、交给市场，将符合市场需求的片源输送到平台上。

这一过程中，G 客 G 拍平台还解决了片源的版权问题。聂晶说，目前的片源均为正版内容，质量可控。同时，在中移动庞大用户资源和市场能力的支撑下，他们采取的模式是正向收费，资费门槛也够低廉，每月包月套餐 15 元，希望达到薄利多销的目的。

值得注意的是，中国移动也正在推动横跨不同内容运营领域的运营方式。聂晶告诉记者，视频领域的产品、经验肯定会与其他领域结合，在 MM 平台上提供、销售 G 客的视频。来源：2011-12-16 第一财经日报微博

[返回目录](#)

百兆宽带离我们有多远

近日，武汉、上海、广东、江苏等地宽带纷纷提速，不少家庭开始体验高速上网。其中，江苏万余个有光纤接入的住宅小区内家庭用户，将有可能使用最高 100M 的宽带，这是国内宽带目前可接入的最高速率之一。

据中国互联网络信息中心发布的统计报告，截至 2011 年 6 月底，我国网民已达到 4.85 亿。宽带提速对广大网民来说意味着什么？将对其生活带来什么影响？

光纤替代铜缆

下载一部高清电影，几分钟就可完成

据江苏电信相关人士介绍，宽带提速源于 2010 年开始实施的“城市光网”工程。目前光纤直接铺放至全省近万栋商务楼宇和 10179 个住宅小区。在光纤接入的小区，宽带最高速率可达 100M；在光纤接入的政府和企业办公楼，宽带速率可达 1000M。到 2013 年，光网接入能力将达 1500 万户，将有更多住宅小区的宽带升级。

中国电信(微博)广东公司(以下简称广东电信)针对个人宽带用户进行了免费提速,即 1M 升 2M,2M 升 4M,2012 年,广东将推出基于光纤的宽带。据广东电信表示,原本只是基于铜线的宽带 ADSL,最多只能提供 12M 的速率。未来三年,ADSL 将在广东逐步退市,宽带上网将全面光纤化。基于此,上网速率至少能达到 20M、50M、100M,政企客户甚至能达到 100M、500M、1000M。

上海电信相关人士介绍,2011 年 10 月 1 日—12 月 31 日期间,针对城市光网未覆盖的全市铜缆家庭客户,只要承诺在城市光网覆盖后,愿意迁移至光网,在线路条件可达情况下,将分批实施免费提速体验活动。不愿迁网的客户,体验 2 个月后结束。对已经是城市光网的家庭用户,上海电信则提供免费提速——在现有速率的基础上,统一提速至 10M—30M。

宽带提速可以给用户带来哪些生活体验?

江苏电信相关人士介绍,下载一部高清电影,如果使用 4M 宽带,需要 2 个多小时;使用 100M 宽带大概只需几分钟就可完成。此外,100M 宽带可同时满足三部以上电脑在线看高清视频,再加三台电视机同时看高清宽带互动电视(高清 iTV)。如果对大型网络游戏、视频通话、家庭视频监控、远程控制等有更多需求,就需要使用更高等级的宽带。

新业务叫好不叫座

用户认为光提速不降价,还是缺乏吸引力

12 月 4 日,记者来到南京仙林大学城附近的文范路营业厅。居民张先生告诉记者:“提速 100M 宽带的新闻我也留意到了,但一是我们小区还没有 100M 业务,二是感觉一般家里上上网,10M 就足够用了,自己并不太需要 100M 宽带。”

如果开通 100M 宽带,每月资费多少?

文范路营业厅的工作人员出示的业务介绍单上显示,目前推出的套餐均为天翼手机、宽带以及固话的“三合一”模式,其中,8M 套餐费用为每月 159 元,20M 套餐的费用为每月 239 元,100M 套餐的费用为每月 569 元。如果单独开通 100M 宽带,费用是 1590 元每个月。工作人员介绍,“带宽越高平均资费越便宜,如果承若两年在网,这类套餐比较划算。”

在南京各大论坛上,记者发现,江苏电信开通 100M 宽带的消息宣布后,网友大多认为宽带提速是一件“好事情”。但从留言中看,目前,网民中持观望态度的较多。“假如光提速不降价,对很多老百姓还是缺乏吸引力。”南京网友“会飞的鱼”说:“平民化宽带资费才是重要的。”

记者向无锡、南京、盐城、苏州等地的电信公司咨询，客服人员均表示，一般家庭用户选择开通 10M 左右的宽带比较常见，由于是新业务，目前几乎没有接触到办理 100M 的家庭客户。

广东电信有关负责人介绍，针对部分老宽带用户，广东电信已经推出了免费提速体验计划，可以免费体验 1—3 个月。至于新装用户，则推出了融合型套餐服务。以 20M 宽带套餐为例，其中 189 元的天翼 3G 套餐可供两个 3G 号码共享，还包括零月租的固话服务，实际上 20M 宽带的直接成本只有 50 元/月。

家住广州天河区骏景花园小区的小王认为，虽然表面上看套餐费用不高，但由于必须捆绑才能享受，一旦某项业务停用，很多优惠就无法享受了。而且，入网容易退网难，打个报装电话很快就能入网，但办理退网手续繁琐，“那天我在营业厅办理退网，从上午等到晚上才退网成功。”

发展更高速宽带乃大势所趋

专家建议运营商开设更多实惠的套餐，满足用户需求

对于通信运营商而言，“百兆光网”工程操之过急了吗？对于一些家庭用户来说，宽带提速为何叫好不叫座？

小王解释说，资费高是一个原因。过去他用 ADSL，2M 流量每月 168 元，现在使用的是小公司运营的社区宽带。“1800 元两年，加送 4 个月，算下来每个月不到 65 元。”据他透露，经营这个社区宽带的公司声称，其宽带服务也是从大的电信运营商包来的，然后由这家公司负责分销、维护、售后运营，速度达到了 2M，也不算慢。“但是价格反而比去大公司办要便宜得多，说明大公司运营成本还有降价空间。”

北京邮电大学经济管理学院教授曾剑秋认为，“从国际范围来看，宽带的发展是大势所趋。目前欧美国家已经在研究千兆比特的带宽，因此国内的百兆光网计划并不能说是操之过急，而且将来还需要大力推进。”

曾剑秋介绍，未来的交流将越来越多地使用到视频通讯、可视电话等，百兆宽带将极大地改变人们的生活和工作方式，对国家、企业和用户来说都是有益的。“企业需要具有前瞻性，就好比先要修宽马路，车子才会跑得起来；只有先提供了技术支持，业务才会跟进。”

中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平认为，老百姓之所以感觉 100M 宽带没什么必要，是因为过去宽带不宽，很多基于大流量的应用被制约了，抑制了需求。

“宽带提速是一件好事，但我们与国外的差距，不仅在速度，更在性价比。这要求我国进一步推进电信改革，引入更多竞争，为消费者提供高质量的宽带服务。”姜奇平说。

“目前各地资费不统一，一线城市仍有一定的价格下调空间，企业可以开设更多针对中低收入者的相对实惠的套餐。”曾剑秋说。来源：2011-12-16 人民日报

[返回目录](#)

内忧外患下 HTC 如何力挽狂澜

继第三季度销量不佳之后，HTC 11 月销售额环比下降 30%，其股价也因此暴跌，同时还陷入了专利战的漩涡。内忧外患之下，除了尽快解决专利战带来的困扰外，HTC 更应集中力量打造精品。

手机市场瞬息万变，不久前还处于一片赞誉声中的 HTC(微博)，如今发展形势却急转直下。据 HTC 近日公布的数据显示，继第三季度销量不佳之后，该公司 11 月份的销售额环比下降了 30%。这一数据的公布也使 HTC 的股价出现暴跌。然而，HTC 目前面临的困境似乎还不止于此，官司缠身、产品被指缺乏特色、运营商支持减弱等一系列棘手问题尚待处理，发展疲态尽显。

内忧外患的形势下，对于 HTC 来说，除了尽快解决专利战带来的困扰以减少资源消耗外，最为关键的仍在于产品本身的打造。尽管新品不断，但 HTC 却鲜见像苹果 iPhone 以及三星(微博)Galaxy 系列的明星产品。因此，未来 HTC 或许需要集中精力打造出一款或一系列明星产品，来重新赢得市场聚焦，重塑品牌。

HTC 发展形势急转直下

移动互联网时代，智能手机强势崛起，各大厂商竞相登场上演一场混战，手机领域的发展可谓风云变幻。这不，不久前还备受业界盛赞的 HTC 如今的发展局势却急转直下，市场上的唱衰之声更是不绝于耳。

销售额骤降，股价下跌。根据 HTC 上周公布的数据显示，该公司 2011 年 11 月份的销售额为 309.4 亿新台币，相较于 10 月份的 441.1 亿新台币环比下降了 30%，相较于 2010 年同期的 384.8 亿新台币也有所下降。尽管早在上月下旬 HTC 就已经发表过声明称，2011 年四季度公司业绩预期与 2010 年同期相当，也就是“零增长”，但销售额骤降 30%这一消息一出来，仍然使得资本层面对 HTC 产生了悲观情绪，该公司股价暴跌。

官司缠身。尽管一再强调被德国 IPCom 状告侵权对公司不会有任何影响，但如今看来 HTC 却如坐针毡，因为 IPCom 已经获得了执行权，要禁止 HTC 对其专利权的侵犯。与此同时，HTC 在美国与苹果的专利纠纷也正在进入决定生死的最后关头，近日，美国国际贸易委员会(ITC)将对苹果起诉 HTC 专利侵权一

案作出最终判决，如果苹果胜诉，HTC 最坏或将面临在美全面禁售的悲惨命运。瑞银台湾证券电子硬件首席分析师谢宗文指出，诉讼失败虽然不会立即影响到获利，但却大幅增加日后的不确定性，加上谷歌到 2012 年之前不会释出摩托罗拉(微博)的专利做为 Android 平台的保护，这让力挺 Android 平台的 HTC 将面临苹果更猛烈的攻击。

毫无疑问，HTC 在竞争趋于白热化的手机市场上正处于内忧外患中，危机重重。

HTC 面临生存困局

HTC 曾在打造品牌上取得过骄人成绩，HTC Sense 用户界面风靡一时，它还利用 Android 系统的崛起巩固了自身在智能手机市场的地位。如今，眼看着苹果继续凭借 iPhone 驰骋全球智能手机市场以及三星近年来异军突起，HTC 却被市场认为已到达巅峰，或将开始走下坡路。

固守高端市场。在凭借 Android 实现华丽转身后，HTC 仍然选择固守高端市场。但是当安卓产业链中的各大厂商纷纷以千元智能手机切入，迅速引爆低端市场后，宏达电的高端策略显然受到了极大的挑战。特别是在中国、印度等新兴市场成为手机厂商的下一个重点开发领域，宏达电的高端智能机的潜在用户无疑是小众的。

运营商支持减弱。手机厂商向来都十分重视运营商渠道，运营商深度定制机型也颇受市场欢迎。出云管理咨询分析师刘正昊表示，“对于运营商来说，卖手机从来都不是根本目的，发展 3G 用户数才是关键，这种需求下终端厂商提供的定制产品越有价格竞争力、越能降低用户换机门槛，自然越受运营商的欢迎。”但显然，相对于其它一些厂商来说，HTC 未能把握好这一点，在运营商的定制手机中极少有 HTC 的热销产品。

前有苹果后有三星的围追堵截。作为全球手机市场的两大领头企业，苹果和三星都有各自擅长的制胜门道。苹果采用了封闭的操作系统，一直致力于打造质量过硬的产品和多样化的特色应用，并借助与众不同的营销手段，坐享高利润。业内人士指出，宏达电 11 月份销量额下降的主要原因之一是苹果推出的 iPhone 4S 侵蚀了 HTC 在美国市场的销售，而目前美国市场约占 HTC 总销量的 40-50%。三星则是一家充分纵向一体化的企业，面对从软件到硬件都有完整布局的苹果生态链，意图在双核、巨屏、屏幕材质等方面跑在市场前端。因此，在苹果和三星的双重夹击下，HTC 或许还将经历一段低迷期。

内忧外患下 HTC 如何力挽狂澜？

面对外敌的竞争压力以及内部自身存在着的诸多问题，HTC 如何才能力挽狂澜呢？

专利诉讼让 HTC 浪费了大量资源。因此，外在官司问题要尽快解决，否则将造成极大的损耗，错失市场发展良机。另外，还可加深与国内外各大运营商的合作，拓宽销售渠道。除此之外，最关键的还在于自身产品的打造。

虽然 HTC 在市场上推出过大量终端产品，属于多产型厂商，但却鲜有一款独立的产品能够在消费者脑海中留下深刻印象，也即其产品缺乏特色，鲜见像苹果 iPhone 以及三星 Galaxy 系列的明星产品，发展后劲不足。业内认为，这主要是因为宏达电将营销预算投在打造品牌上，而不是特定产品的营销上。因此，未来 HTC 或许需要集中精力打造出一款或一系列的明星产品，重新赢得市场的聚焦，重塑品牌。

另外，其产品是继续在高端市场持续创新，还是大规模介入低端市场？如果选择在创新中持续领先，那么在智能手机更新换代如此迅速的时代，如何能够高人一筹？如果介入低端市场，又将怎样解决规模与利润率之间的矛盾？这些都是 HTC 在未来发展中需要深度思考并寻求答案的问题。来源：2011-12-15 通信信息报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部将推动实施“宽带中国”战略

12月14日下午，工业和信息化部在京召开贯彻中央经济工作会议精神干部大会，部党组书记、部长苗圩同志传达中央经济工作会议精神并代表部党组提出五点贯彻意见，部党组成员、副部长苏波、刘利华，部党组成员、驻部纪检组组长郭炎炎，部党组成员、总工程师朱宏任，部总经济师周子学，全国政协经济委员会副主任、原工业和信息化部部长李毅中，中国工程院院士、原邮电部副部长朱高峰，北京航空航天大学党委书记胡凌云、校长怀进鹏，北京理工大学党委书记郭大成，以及部机关司局级干部、部属高校和在京直属单位领导、离退休干部代表参加会议。

苗圩同志主持会议，并从2011年经济工作、2012年国际国内经济形势、2012年经济工作总体要求和必须把握的重大问题、2012年经济工作的主要任务、加强和改进党的领导等方面，传达了胡锦涛总书记、温家宝总理在中央经济工作会议上的重要讲话精神。

苗圩同志代表部党组提出了五点贯彻意见：

一是抓紧做好部署安排，扎实抓好中央经济工作会议精神的学习领会和贯彻落实。按照传达要求，协调组织机关各司局、各通信管理局、部属事业单位和部属高校认真学习中央经济工作会议精神，紧密结合实际，开展学习讨论，掌握精神实质，把思想和行动统一到中央对2012年经济工作的总体要求与决策部署上，增强责任感、紧迫感，努力做好2012年各项工作。

二是把防止工业下滑摆到2012年工作首要位置，全力以赴保持工业经济平稳较快增长。认真贯彻落实中央扩大内需特别是消费需求的各项政策措施，改善供给结构，优化工业投资结构，引导和规范企业投资，协调推动外需市场稳定。加强工业通信业运行监测分析，加强生产要素保障协调和电力需求侧管理，确保工业通信业平稳较快发展，防止出现大的起落。

三是抓住技术改造和兼并重组两个重要环节，扎实推动工业转型升级。大力推进技术改造、技术创新和质量品牌建设，扎实推进节能减排、淘汰落后，进一步优化中小企业发展环境，加快企业兼并重组、产业转移和集聚发展。加强核心关键技术攻关，加快重大科技成果转化，推进重大产业创新发展和应用示范工程，推动战略性新兴产业快速健康发展。

四是扎实推进通信业转型，推动两化深度融合取得新的进展。把握好发展、监管和安全的关系，推动实施“宽带中国”战略，大力推进三网融合，加强电信市场监管和互联网行业管理。推进信息技术在工业领域的推广应用，支持社会领域信息化建设。提高信息产业保障能力，推进云计算发展和物联网产业化进程。健全网络与信息安全保障体系，维护社会稳定。

五是加快转变职能、创新管理、转变作风，保障重点任务完成。转变政府职能，充分发挥市场机制基础性作用，逐步实现从产业发展主导者向方向引导者、环境创造者和服务提供者转变。创新管理思路和方式，加强试点示范、行业自律、信息引导和公共服务平台建设。引导广大干部牢固树立立党为公、执政为民理念，深入开展党风廉政建设和反腐败斗争，着力解决群众反映强烈的突出问题。进一步加强与各方面的沟通协作，形成工作合力，推动工业和信息化改革发展取得新成绩，迎接党的十八大胜利召开。来源：2011-12-15 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

工信部向国务院建议将宽带中国作为国家战略

工业和信息化部部长苗圩日前在会见云南省委书记秦光荣时表示，工信部已经向国务院建议将“宽带中国”作为国家战略，要像重视高速公路、高速铁路一样重视宽带网络建设。

苗圩是在 12 月 12 日工业和信息化部与云南省人民政府签署《加快建设我国面向西南开放重要桥头堡战略合作协议》期间，与秦光荣会谈时提出此观点的。在谈及支持云南打造国际信息枢纽时，苗圩提出，建议云南抓好信息化基础设施建设，特别是宽带网络建设。

他指出，我国目前的宽带发展水平与发达国家相比还有很大差距，这种状况存在的原因在于对宽带发展缺乏国家层面的战略或行动计划指引，因此，我国必须大幅提升信息基础设施能力和水平，从国家战略层面加快宽带网络建设势在必行。

国际电联的数据显示，截至 2010 年年底，全球有 5.27 亿固网宽带用户。我国宽带用户目前已近 1.5 亿户，成为全球宽带用户数最多的国家。迄今，全球已有近 100 多个国家推出了国家宽带战略或行动计划，但我国尚未出台国家级的宽带战略。

此前，苗圩在接受媒体专访时就已经透露，工信部正在研究实施“宽带中国”战略，全面构建宽带、泛在、融合、安全的国家下一代信息基础设施。据了解，2010 年 4 月，工信部在《关于推进光纤宽带网络建设的意见》中就已经提出，“要充分认识到光纤宽带网络建设的重要性，加快网络建设”。

《意见》明确，到 2011 年光纤宽带端口超过 8000 万，城市用户接入能力平均达到 8 兆比特每秒以上，农村用户接入能力平均达到 2 兆比特每秒以上，商业楼宇用户基本实现 100 兆比特每秒以上的接入能力。3 年内光纤宽带网络建设投资将超过 1500 亿元，新增宽带用户将超过 5000 万。

对于宽带网络建设，苗圩指出，宽带网络建设主要还是要依靠三大基础电信运营企业，而不可能完全由中央和地方政府出资，但地方政府应给予更多的政策支持，创造宽带发展环境，协调解决基站选址、管道等配套资源建设、光纤光缆进楼入户等涉及城乡建设规划的问题。

据记者了解，我国电信运营商早已展开了宽带提速的实际行动。以中国电信(微博)为例，按照其“宽带中国·光网城市”计划，宽带用户的接入带宽将在 3~5 年内跃升 10 倍以上。对于普遍服务这一国际性宽带拓展难题，尽管目前尚没有明确的政府强制要求，但国内电信运营商也一直在自主推进。在我国地理条件最差的几个西部省份，运营商每年在光纤业务方面的投入占比多数已达到 40%。

正是在运营企业的不断自主努力下，我国中西部宽带发展近年来取得了令人瞩目的成绩。来源：2011-12-16 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

国资委：1到11月央企实现营业收入18.4万亿

19日，国务院国资委在北京召开中央企业负责人会议。国务院国资委主任王勇介绍说，2011年中央企业生产经营总体上保持平稳较快增长，主要经济指标创历史新高。1-11月，中央企业累计实现营业收入18.4万亿元，同比增长22.6%；累计实现净利润8317.9亿元，同比增长3.6%；上交税金1.52万亿元，同比增长24.8%。截至11月底，中央企业资产总额达到27.8万亿元，同比增长16.5%；净资产10.5万亿元，同比增长12.8%。

王勇指出，要全面深刻认识2012年以及未来相当长一段时期经济形势的复杂性严峻性，分析国内外形势变化对中央企业改革发展带来的各种影响，做好应对更大困难和挑战的准备。

王勇希望中央企业，要深刻认识全球经济增速减缓给企业带来的影响，认识全球竞争格局变化给企业带来的影响，认识国际政治形势复杂给企业带来的影响，认识要素成本价格上涨给企业带来的影响。中央企业应坚持突出主业、改革创新、从严治企、文化引领。

王勇表示，中央企业2012年要着力抓好应对复杂经济形势的各项措施，保持生产经营平稳较快增长；着力抓好“十二五”规划的落实，全面推进做强做优；着力抓好改革调整，提升企业发展质量和效益；着力抓好科技创新工作，增强企业自主创新能力；着力抓好管控机制建设，促进管理提升。

中央和国家机关有关部门有关负责人、国有重点大型企业监事会主席、中央企业负责人300余人出席了会议。来源：2011-12-19 中国新闻网微博

[返回目录](#)

国资委明确国企改革方向 强势行业监管呼之欲出

国资委副主任邵宁在“2011中国企业领袖年会”上首度提出“具有公益性质的国有企业”概念，被划进这一类别的包括石油石化电网通信类央企，国资委还明确提出这类国企的垄断因素与公益性质不冲突，认可了垄断和寡头垄断在这些行业存在的必然性。这被业界解读为明确了具有天然垄断特征的行政垄断行业国企的改革方向，对电信业继续深化改革的指导作用尤其明显。种种迹象显示，

电信业继续深化改革的重点已经不再是简单的拆分重组，而是建立严格强势的行业监管机制和机构。

具有公益性质的国企，客观上需要垄断或寡头垄断

国资委副主任邵宁指出，近几年来，随着改革的不断深化，国有经济布局结构调整的路径日渐清晰，国有企业在向两个方向集中，并逐渐形成了两种类型不同的国有企业，分别是“具有公益性质的国有企业”和“竞争性领域的国有企业”。具有公益性质的国企具备的共同特征包括：其产品或服务关系国民经济发展和人民生活的保障条件；在经营中存在不同程度的垄断因素，有些是寡头竞争、有些是独家经营；产品或服务价格由政府控制，企业无定价权。

对照电信业三大运营商，包括宽带、移动通信、固定通信在内的整个电信业都符合上述特征。所不同的是，电信业面向市场化的改革最早最为彻底，中国电信(微博)业在从十年前世界“准一流”水平提升到“一流”水平。面对这三大运营商，国外任何一家电信巨头想涉足中国电信业都得三思而行。

我国三大运营商的市场架构实现了国家的战略安排，也在事实上形成了三家寡头垄断电信业、同时内部展开适度有效竞争的市场架构。中国电信业在近十年的发展中，直接拉动并辐射带动了整个国民经济的增长，也直接促进国内主流制造商中兴华为(微博)等在全球的迅速崛起。

数据显示，2011年上半年，全国电信业务总量累计完成5681.1亿元，比上年同期增长15.7%，远高于同期GDP增速。截至2011年9月底，中国拥有固定电话用户数2.8亿，移动电话用户数9.5亿，所有的行政村通电话，所有的乡镇能够上网。中国电信业网络规模、用户规模成为世界第一。

这样令世界瞩目的发展成就的前提条件，其实就是我国政府充分尊重了电信业的行业规律，从政策上确定了国家战略规划、电信国企全力拓展的发展模式。从国家对电信业已经实施的四次拆分重组改革来看，也是经历了从集中到拆分再到集中的改革思路。承认电信业寡头垄断下的适度竞争是理性决策电信业继续深化改革的基础条件。

电信业强化行业监管趋迫切

国资委副主任邵宁在界定有公益性质国企和竞争性领域国企时还指出，这两种类型的国有企业在今后的改革方面也会具有不同的特点。其中，具有公益性质的国有企业改革涉及四个方面，包括建立有别于竞争性企业的、有针对性的出资人管理制度；实施有效的行业监管，包括价格、服务标准、成本控制、收入分配、资源配置和行业限制；提高透明度，防止企业利用垄断地位损害社会和公众利益；形成规范合理的与政府间的政策安排，以兼顾企业为社会服务和企业持续发展的双重目标等。

电信业作为规模经济特征显著的寡头垄断行业，其发展过程中不可避免地会出现企业市场支配能力过大的结果，运营商在部分领域拥有强势话语权和成本空间也会滋生恶性市场。这些问题的解决不是单纯靠反垄断、引入新竞争主体甚至直接以第三方替代现有运营商等手段就能有效解决的，这需要绝对有效而且严厉的行业监管加以引导和调控。

我国在总结加入 WTO 十年来的发展成就时，突出称赞了电信业的改革成果和发展成就。但不能否认，电信业仍然存在很多亟待解决的问题，尤其在缺乏严格监管环境下，行业发展出现无序竞争、资费下降和服务提升与公众预期不一致等情况。以宽带发展为例，目前所面临的发展困境，其根本原因并不在于行业寡头垄断，而是缺乏投入所造成的超前发展无法实现。事实上，电信业的发展不能说不快，但是其行业国民经济先导性的特点决定了电信业必须始终保持超前发展，要大大领先于国家和用户预期的发展目标，而这离不开持续不断的高投入。这都需要行业监管加强引导，引导电信业优质资源向发展的重点领域集中，避免不必要的资源消耗。

电信业深化改革，需要国家级战略设计

虽然电信业经过了多次重组，但有效竞争的问题仍没有解决，这实际上也昭示着，在现有体制下，仅仅通过对存量进行重组的方式来促进竞争，其有效性已经非常有限。实现电信业的持续高速增长，需要国家级战略统筹安排。事实上，由于电信业的敏感性，各国均会设置一些保护措施，或者以贸易、国家安全等名义对国内电信市场和电信企业进行一定的保护。而在入世谈判中，我国也成功借鉴了国外经验，通过合理政策手段，对国内电信市场进行最大限度保护。

现在的中国电信业已经可以与国外巨头分庭抗争，但要在保持高速发展的同时实现适度有效竞争，仍然面临很多难题。专家指出，解决有效竞争的根本出路，还在于进一步放开市场准入，让新竞争者参与竞争。当然，在很短的时间内，并在不大可能让民营资本进来的前提下，培育一个能有效参与竞争的新竞争对手并不现实。在这种情况下，需要重新架构电信市场结构，在三网融合的背景下，通过电信和广电相互融合来引入新竞争者，不但可以解决竞争体制问题，也是三网融合破冰的关键。

与发达国家的成熟网络和市场不同，中国电信业仍处在大发展大投入阶段，这一国情决定国家级战略设计的必要，且首先必须承认电信业自然垄断的行业特点，这就必须以强势行业监管确保寡头垄断企业滥用市场支配地位。来源：
2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

移动互联网恶意程序监测与处置机制 2012 年起执行

移动互联网恶意程序窃听用户电话、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... 它们不仅扰乱正常生活秩序,泄露隐私破坏和谐,还让百姓“被流量”浪费生活支出,多达数百元、数千元;一旦入侵支付和网上账户等系统,更会带来高达数百万元的经济损失。工信部近日发布了国内首个《移动互联网恶意程序监测与处置机制》,该文件将于 2012 年 1 月 1 日起执行。

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商业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。

在《移动互联网恶意程序监测与处置机制》中,工信部将移动互联网恶意程序事件分为特别重大、重大、较大、一般共四级。特别重大事件:单个移动互联网恶意程序造成用户通信费用损失累计超过 1000 万元人民币,或 24 小时内受感染用户规模超过 10 万个手机号码。重大事件:单个移动互联网恶意程序造成用户通信费用损失累计超过 500 万元人民币,或 24 小时内受感染用户规模超过 5 万个手机号码。较大事件:单个移动互联网恶意程序造成用户通信费用损失累计超过 100 万元人民币,或 24 小时内受感染用户规模超过 1 万个手机号码。一般事件:发生移动互联网恶意程序事件,对社会造成一定影响,但未造成上述后果。根据《移动互联网恶意程序监测与处置机制》规定,移动通信运营企业应通过自有的移动互联网恶意程序监测处置平台采取处置措施。对于特别重大、重大和较大事件,须向本单位所服务的用户提供信息提示和查杀技术咨询。来源:2011-12-14 解放网-解放日报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

国产智能手机正在崛起

3G 网络建设逐渐完善和移动互联网的兴起，为用户使用智能手机享受移动业务，创造了良好的应用体验环境。近些年来，智能手机价格的快速降低和用户对于智能手机认知度的提升，促进了智能手机的广泛普及，为智能手机时代的到来打下了坚实的基础。

早在功能手机兴盛的时期，大部分国产品牌手机都面临一个尴尬的处境，前有国外的手机巨头在中国市场中攻城略地，后有山寨手机的快速兴起，凭借较低的价格打乱了中国手机市场的秩序，并不断侵蚀低端手机市场份额。而现阶段，智能手机市场的较高门槛将山寨手机挡在了门外，虽然国产手机厂商仍需面对国外厂商所形成强有力的市场压力，但是智能手机市场的巨大发展空间将促进国产手机厂商走上崛起之路。

其中，三大核心策略将助推国产手机厂商早日实现崛起：

与国内电信运营商广泛和深入合作，提供深度定制的智能机。从国产手机厂商角度来看，电信运营商是产业链的核心环节，掌握了用户资源。国产手机厂商可以通过和电信运营商的深入合作，一方面凭借运营商的规模化采购降低自身的运营成本，另一方面可以迅速的切入市场，形成较强的品牌效应。从电信运营商的角度来看，随着 3G 时代的到来，传统语音服务业务在逐渐饱和，而数据应用业务将成为未来电信运营商的主要赢利点。因此，寻求和智能手机厂商的深入合作，提升智能手机的普及也已经成为电信运营商现阶段的根本诉求，这也为国产手机厂商寻求合作奠定了良好的基础。目前，宇龙酷派、中兴和华为(微博)等国产品牌手机厂商，都已经和三大运营商建立了深度合作，运营商渠道成为这些国产品牌厂商在智能手机市场拓展的重要组成部分。

从中低端市场切入，为智能手机市场扩容。国外手机巨头凭借多年来的积累，不论是在研发和创新能力，还是在品牌上都占有绝对的优势，尤其是在高端智能手机市场对国产手机厂商形成了绝对的压力。但智能手机市场本身就具有着向中低端扩容的需求，并且随着智能手机的广泛普及，中低端用户群体将成为智能手机消费的主要群体，国产手机厂商可以将中低端市场作为发力点，不但避免了和国外手机巨头的正面交锋，还可以产生一定用户黏性，有利于日后向高端市场拓展。其中，中兴通讯(微博)推出了 880 作为 3G 智能手机的代表机型就是从中低端市场切入，不但在市场中获得了用户的认可，还推动了“千元 3G 智能手机时代”的到来。

提升用户体验是关键。智能手机市场的成功关键就是用户体验。因此，国产手机厂商更应该在用户体验上下足功夫。现阶段，大多数的国产手机厂商在智能手机方面将关注的重点落在了提升智能手机的性能方面，如缩短智能手机的开机时间、提升智能手机续航时间、更好的 UI 设计以及功能完善上。但在产业链各方逐渐融合趋势下，终端厂商不但应该注重自身硬件，还应该关注软件层面，注重软硬件融合的综合体验感受。苹果手机成功的关键就是以“用户体验”为基础的，在产品的外观设计、用户触控以及内置应用商店的模式创新都为用户带来了良好的应用体验。因此，国产手机厂商可以充分借鉴苹果的成功经验，以用户的综合应用体验为根本出发点，在技术上长期积累、在产品上的不断创新，只有这样才能提升自身品牌手机的应用体验。

虽然现阶段国产手机厂商在智能手机领域面对苹果、三星(微博)、诺基亚(微博)等手机巨头相对弱势，但是一批优秀手机厂商如 HTC(微博)、中兴、华为、联想等已经在智能手机领域崭露头角，尤其是中兴和华为与运营商深度定制的策略促成了这两家厂商在国际智能手机市场中地位的快速提升，其市场份额也在不断地增长。因此未来，随着国产手机厂商的各方面的能力增强，不但会在国内智能手机市场中快速崛起，还将会在国际智能手机市场中扮演越来越重要的地位。
来源：2011-12-19 通信产业报微博

[返回目录](#)

上海 RFID 产业规模国内居首

第六届中国无线射频识别(RFID)技术发展国际研讨会日前在张江举行。会上透露，上海 RFID 产业规模已位居国内第一，2011 年 RFID 业务销售规模达到 52.4 亿元，占全国总体规模的 1/3，预计到 2015 年销售规模将突破 258 亿元。

RFID 作为物联网概念在现实生活中应用最广的技术，目前已广泛应用于各个领域，在危险物品管理、应急物流等方面起到了监控、检测和跟踪物体的作用。
来源：2011-12-14 东方网-文汇报

[返回目录](#)

我国电信设备出口额居世界前列

日前，中国出口信用保险公司(以下简称“中国信保”)发布数据称，截至 2011 年 11 月，中长期出口信用保险累计承保金额 406.6 亿美元，年均增长 36%(2002

年至 2010 年)。其中，对电信、电力等行业的承保比重分别达到 15.6%、45.6% 等。

中国信保相关负责人表示，在中国信保支持下，我国电信设备制造商已打入欧美主流运营商市场，年合同出口额位居世界前列。

2010 年 8 月，中国信保分别与中兴通讯(微博)和华为(微博)签署战略合作协议，将向两家企业提供短期出口信用保险、中长期出口信用保险、海外投资保险和其他保险产品。

相关负责人指出，中国信保将进一步发挥短期出口信用保险的政策性作用，支持新一代信息技术等七大战略性新兴产业发展，促进我国外贸发展方式转变。

中国信保正式成立于 2001 年 12 月 18 日，是我国惟一承办政策性出口信用保险业务的金融机构。来源：2011-12-19 通信产业报微博

[返回目录](#)

中国 DTMB 标准成为数字电视国际标准

据工信部科技司今日(12 月 14 日)上午发布消息，国际电信联盟无线通信局已将中国的数字电视地面多媒体广播系统 DTMB 标准纳入国际标准。继美、欧、日之后，中国 DTMB 标准正式成为第四个数字电视国际标准。

在 12 月 6 日于日内瓦召开的会议上，国际电信联盟无线通信局第六研究组正式通过对《地面数字电视广播的纠错、数据成帧、调制和发射方法》和《甚高频/超高频(VHF/UHF)频段内地面数字电视业务的规划准则》两项国际标准的修订，将中国 DTMB 标准纳入其中。

实际上，此前的 2009 年，国际电联已将中国 DTMB 标准列入《地面数字电视应用手册》。2010 年，中国成立数字电视国际标准推进工作专家组，向国际电联提交了 DTMB 标准报告，至此终获成功。

目前，全球还有 100 多个国家未确定地面数字电视传输标准。工信部表示，“DTMB 标准成为国际标准对我国数字电视产业发展和国际化推进具有重大而深远的意义。”

按照广电总局计划，2012 年，全国 360 个地级市和 2077 个县将完成 DTMB 信号覆盖，同时全国公交车移动电视都将转为 DTMB 系统。来源：2011-12-14 财新网

[返回目录](#)

小灵通退市大限将至或将推迟至 2012 年初

按工信部要求，2011 年 12 月末将是小灵通清网退市的最后期限。但从其退网速度来看，这项工作几乎成了不可能完成的任务。

记者通过致电北京联通(微博)客服热线了解到，年底期限一到，小灵通就会清频。“我们会一一通知小灵通在网用户。”客服人员向记者说道。而对于不愿退网者，该人员称，此前早已通知小灵通用户转网事宜，并在官网和营业厅提示和推出了转网补贴政策，期限一到应该就不能再进行服务。

据相关人士透露，目前还有不少用户至今仍未接到相关通知。小灵通的退市时间很可能将延迟至 2012 年初。对此，北京联通客服人员表示，虽然他们接到的通知是 2011 年底退市，但具体时间还需用户继续关注。在记者采访的十几名小灵通用户中，只有 3 人表示知道小灵通要退市，但对具体时间并不清楚。至于具体退市时间，他们都未接到过任何通知。

据工信部统计数据显示，2011 年前 10 个月，我国小灵通用户累积只减少了 912.3 万户，而剩余用户仍有 1950.9 万户。以此计算，小灵通的退网任务实际只完成了 31.8%。按照这个速度，年底完成所有小灵通用户退网基本没有可能。

此前，为了鼓励小灵通用户转网，各地运营商均推出优惠政策。如小灵通用户可免费领取 2G 或 3G 手机一部，无需预存话费，无需换号直接转网。在资费方面，还可以享受等同小灵通资费的优惠。另外，运营商还提供在价格上有竞争力的一些机型可供转网用户选择。

一位长期关注通讯领域的人士对记者表示，造成小灵通转网进度慢主要有三方面的原因。一是用户对现有转网政策不满，要求继续使用与现行小灵通一样的低资费业务；同时，部分用户期望在最后时刻转网能得到运营商更多的补偿；此外，运营商前期对转网宣传不到位，很多用户根本不知道有转网一事。来源：2011-12-14 北京商报微博

[返回目录](#)

中国助推苹果市场份额或迎来 iPhone 降价

导语：美国金融咨询公司 Trefis 周五撰文称，随着苹果逐步扩大对中国市场的投入力度，其市场份额也将得以提升，并有望对 iPhone 降价。

以下为文章全文：

据媒体报道，苹果将在中国大陆出售备受期待的 iPhone 4S。中国工业和信息化部已经向中国联通(微博)发布了网络许可，允许该公司从本月起销售这款手机，表明 iPhone 4S 有望在圣诞节上市。

自从 10 月发布以来，iPhone 4S 已经连续两个月在美国三大移动运营商的手机销量中占据领导地位，包括 Verizon 无线、AT&T 和 Sprint Nextel。

我们给予苹果 502 美元的目标价，较市价高出 25%。

美国市场研究公司 Strategy Analytics 发布的最新数据显示，中国 2011 年第三季度的智能手机销量已经超过美国，位居世界第一。这主要得益于中国庞大的人口。

中国 2010 年的智能手机渗透率仅为 15%。然而，随着中国经济的增长以及人均购买力的提升，智能手机的需求将大幅增长。就连苹果 CEO 蒂姆·库克(Tim Cook)也承认，中国是苹果目前增速最快的地区，该公司将不遗余力地在中国推广自己的品牌。通过该国的第二大运营商进入这个全球第一人口大国，显然将对苹果的市场份额起到很大帮助。

iPhone 2009 年通过与中国联通的合作进军中国市场。中国电信(微博)也有望于 2012 年初推出 CDMA 版 iPhone 4S。中国移动(微博)也在就引入 iPhone 展开谈判。如果这些消息属实，苹果 2012 年的市场份额就将大幅增加。

然而美国仍是收入最高的智能手机市场，这意味着美国的智能手机平均售价高于中国。考虑到中国仍是发展中经济体，普通中国人的智能手机购买力不及美国消费者也在情理之中。

苹果 iPhone 在中国的售价目前高于美国市场。iPhone 4 在美国的裸机起价为 599 美元，而中国市场的起价为 3998 元人民币，相当于 626 美元。

这是因为苹果刚刚开始渗透中国市场，因此 iPhone 仅在部分富裕和文化较高的科技爱好者中得以普及。随着中国用户群的扩大和市场的成熟，苹果将会下调 iPhone 售价。

然而，由于运营商会通过补贴来吸引用户购买数据套餐，因此可能不会给苹果的利润率带来太大冲击。来源：2011-12-17 新浪科技

[返回目录](#)

我国成功研发卫星通信新品牌 Anovo 系统产品

我国自主创新研发的第一代卫星通信终端产品——Anovo 系统通信产品今天在京发布，标志着我国多行业长期依靠进口甚小口径卫星通信终端设备(VSAT)进行卫星通信系统组网的局面即将终结，填补了国内空白。

目前，我国卫星通信产业发展快速，VSAT 卫星通信系统已广泛应用于广播电视、通信、交通、能源、金融、环境等领域。但多年来，我国诸多行业基本依靠进口 VSAT 设备来实现卫星通信系统的组网建设，不仅成本高，而且卫星通信的安全可靠性也缺乏有效保障，VSAT 卫星通信系统的国产化问题亟待解决。

经过 5 年的技术攻关，中国空间技术研究院航天恒星科技有限公司成功研发了具有完全自主知识产权的 Anovo 系统产品。该系统采用通信加密与甚小口径卫星通讯终端设备系统一体化设计技术，支持大规模组网，保障了我国卫星通讯系统的安全可靠性。此外，系统采用模块设计的标准化协议接口，可根据业务需求进行灵活配置，以满足不同用户的通信速度、网络规模等多种应用需求。同时，分层、模块化设计的网管系统架构，还具有支持配置、故障、性能、拓扑、系统、用户管理等功能，能将网络资源和小站带宽占用进行图形化直观显示。

作为国家重点立项和扶持项目，Anovo 系统产品已申报 21 项专利，多项已获得授权，并于 2011 年 9 月通过了国防科技成果鉴定，达到国际先进水平。

经过气象与减灾部门一年多的试应用证明，该系统安全可靠，卫星转化容量大，适用于现在使用的各种通信卫星，价格远低于进口产品，通信费用与地面上网费用相同，实现了国家高科技产品化和发展战略性新兴产业方针指引下的技术突破和跨越，创立了民族卫星通信的新品牌。将为我国卫星通信产品打破国外技术垄断，全面实现国产化打下坚实基础。来源：2011-12-16 科技日报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

意法半导体成立公司创投基金

全球半导体供应商意法半导体宣布成立“意法半导体新创投”基金，目前正在筹备过程中。

意法半导体表示，由于半导体产品技术普及速度加快，意法半导体决定成立创投基金，主要投资技术、产品以及服务型新创企业，尤其是成立初期的企业，从而更早地了解以半导体为主的新兴市场，其中，医疗保健、清洁技术(新能源)以及智能基础设施等是其主要目标领域。

除金融投资外，意法半导体新创投还为这些企业提供全面的半导体行业知识，从技术、产品、制造到全球市场，以及如何通过半导体实现新应用的研发经验。此项基金将与金融和公司创投投资者合作，目前已完成设计规划。意法半导体新创投将作为意法半导体的全资子公司，总部位于瑞士日内瓦。来源：

2011-12-19 中国通信网

非洲移动用户达 6.2 亿仅次于亚太

2010 年，非洲的移动用户达到 5.53 亿，第一次超过西欧和东欧。2011 年 9 月，非洲的移动用户达到了 6.2 亿，超过拉美成为全球仅次于亚太的第二大移动市场。2007-2010 年，非洲的移动用户翻了一倍。在过去的 10 年中，非洲移动用户数平均每年的增长达到了 30%。移动用户最多的 5 个国家分别是尼日利亚、埃及、南非、阿尔及利亚和摩洛哥，用户数分别达到了 8900 万、8100 万、5900 万、3700 万和 3700 万。

有估计显示，到 2012-2015 年，非洲移动用户数将分别达到 7.38 亿、8.07 亿、8.64 亿和 9.10 亿。市场占有率从 11% 增加到 12%。尤其值得注意的是，非洲移动业务在各社会重要领域的应用，促进了移动和社会的共同发展，很多经验值得其它国家，特别是发展中国家借鉴。

五大因素驱动，非洲移动用户年增长 22%

从用户市场占有率角度分析，列前 3 位的分别是尼日利亚、埃及和南非，市场占有率分别达到 14%，13% 和 10%。其后是阿尔及利亚和摩纳哥，市场占有率为 6%；接下来是肯尼亚、苏丹、坦桑尼亚，占有率为 4%；然后是加纳和科特迪瓦，市场占有率为 3%；乌干达、刚果共和国、突尼斯、埃塞俄比亚、比利亚、安哥拉、摩纳哥、马里、塞内加尔，市场占有率均相同，为 2%。津巴布韦、贝宁、莫桑比克、布及纳法索、赞比亚和马达加斯加等国市场占有率为 1%。

从用户增长率角度分析，2007-2011 年，非洲的移动用户平均增长率为 22%，高于其它各大洲。2011-2015 年，估计非洲的移动用户平均增长率会下降到 10%，但与其它各大洲相比，仍处于高位。

从移动普及率角度分析，2000 年，非洲的移动普及率仅为 2%，到 2010 年却已达到 57%，第一次超过了 50%。2011-2015 年，移动普及率将继续增长，分别达到 63%，73%，78%，82% 和 85%。未来几年，普及率的增长主要来自不发达的国家，比如：津巴布韦、卢旺达等。

综观非洲移动通信的发展，主要驱动力来自以下几方面：市场开放导致全球化和国外的直接投资；引入了低成本的手机、移动使用价格下降，驱动移动经营者的成本下降；区域经济的可持续增长，使民众对电信业务的可负担性增强；推出成本有效的预付费业务，并占绝对比例，使用户能控制支出、实现灵活的接入、享受到低成本的话音和 SMS 业务；尽管固定设施和业务缺乏，但运营商的移动网基础设施建设扩展，使移动网覆盖到越来越多的区域和人口。

移动通信在经济和社会中发挥着越来越重要的作用

非洲移动行业对区域经济的贡献达到 560 亿美元，占 GDP 的比重为 3.5%；创造了 500 万个就业机会。但目前仍有 36% 的非洲人未接入移动通信。

移动通信业是经济发展的助推器，移动运营商不断推出创新的移动业务。在非洲，移动增值业务对农业、银行业、教育业、医疗保健业和性别公平提供了帮助和支持。移动转账和银行业务的推出，使非洲参与到全球移动转账业务中。此外，移动业务还对农村电力分配、低碳排入做出了贡献，推动了非政府组织工作的开展。

有研究显示，到 2015 年，非洲泛撒哈拉地区接入移动网的人数将多于接入电力的人数。随着移动行业的发展，移动对社会的影响力也大幅增加，包括对农业、银行业、教育业、医疗保健业和妇女权力。

M-农业

根据国际食品研究机构的估计，泛撒哈拉非洲地区 65% 的人口依靠农业生存。粮食生产直接关系到农民及其家庭的生存。对于贫穷的农民来说，最大的一个问题是不能接入重要的农业信息、接受培训和咨询，例如：畜牧、疾病、天气、肥料等。移动连接为缩小信息接入差距提供了机会，通过连接，农民能获得最新的农村知识。

在肯尼亚，农业就业人口为 70%，GSMA 开发基金建立了 M-Kilimo(意为 M-农业)项目，为小的农户提供信息和咨询。为此提供帮助热线的专家主要提供四方面的咨询：农业收割和提高耕作效率、植物和动物疾病和治疗问题、农业特殊的天气预报、市场价格信息。

农民和帮助热线专家的对话是实时的，多数问题可通过通话解决，复杂的问题可能需要更多时间解决。M-Kilimo 项目主要帮助在 24 小时内解决这些复杂的问题。

M-银行

移动银行业务对于低收入群体是一种革命性的金融接入方式。2007 年，肯尼亚电信运营商 Safaricom 首次推出了移动转账业务，在其后的 30 个月中，850 万肯尼亚人使用了这一业务，业务量达到 37 亿美元。用户使用这一业务可存钱、转账、取现；完成与家庭成员间的转账、为商品和服务支付，这种业务比现金更安全。在肯尼亚之后，非洲其它国家的许多运营商也推出了这一业务，包括加纳、坦桑尼亚、乌干达、尼日利亚和南非。

今天，非洲民众除可享受到移动转账业务外，也可使用移动银行接入存钱账户、农业保险、养老金、医疗保险、小型金融贷款、产品周期保险。例如：Safaricom 与 Equity 银行合作，为用户提供 M-KESHO 账户，用户可通过手机存、买和安

排微型贷款。加纳运营商 Tigo 推出了“生命关爱”业务，为用户提供每月最低 0.8 美元的生命保险。

除为低收入群体提供服务外，移动银行还充当着接入正规银行的桥梁作用。有研究显示，肯尼亚推出 M-Pesa 业务后，在银行有账户的人数增加了 58%。因此，移动银行不仅为穷人提供了及时的服务，而且在经济的发展中起到了催化剂的作用。

M-学习

从长远看，教育被认为是改善穷人生活水平最好的工具。在非洲，M-学习举措推动了多数边远地区教育的发展和 Learning。对于实体学校少的地区和接受教育有限的地区，E-学习是一种很好的补充。

对于低收入群体，接受教育受到许多因素的制约，主要包括：教育的成本、低年龄的就业、语言和社会障碍，而 M-学习为解决这些问题提供了一种解决方案。这种方式包容性强、无歧视，用户可在希望学习的任何地方接入 E-学习，而且学习是有针对性的，可按个人需要进行。在许多发展中国家，M-学习有助于克服性别不公平问题。因为女性无需离开家或社区，就可享受到安全的学习环境。

M-学习还可以提供面向工作的、有价值的专业培训。联合国的千年村社区医疗工作者计划在乌干达、卢旺达和肯尼亚推出，用户可通过手机接入 E-学习。用户要通过手机下载相关的医疗信息，信息来自中央数据库，移动网提供隐私保护、服务质量和学习所需的交互。项目意在通过社区医疗工作者的服务改善社区的医疗水平。

M-医疗

与世界其它地区相比，泛撒哈拉地区的人均寿命是最低的，比如：莱索托，人均寿命只有 46 岁。因此，对于非洲人民来说，接入适当的、一定质量的医疗体系是非洲面临的主要挑战。移动技术成为一种改善非洲医疗服务的重要工具，现在已在一些领域使用：对疾病监控数据的获取和分析、通过电子医疗提供远程诊断、支持社区医疗工作者收集和管理医疗信息、通过医疗热线改善医疗教育、信息和资源的接入；对药物和医疗提供的分配进行协调。

在卢旺达，MTN, Voxiva 和 GSMA 开发基金共同建立了一个系统，医疗工作者可使用手机收集突发传染病的信息、病人的数量、药物的库存情况等。与传统的纸制系统相比，移动系统实时性更强，效率更高、时延更短、误差更小。

在加纳和尼日利亚也部署了类似的系统，对药物真伪进行鉴别，这是非洲面临的重大问题。西非健康组织正敦促一些医药公司签订协议，用户只需将药盒上的编码通过 SMS 发送给相关机构，就可接受回复认证药物的真伪，如果药品是

假的，会给用户发出一个警告，并提供可咨询的热线号码。医药公司 GlaxoSmithKline 已推出了这一服务。

M-妇女

GSMA 发展基金在对中低收入国家调查后发现，在移动电话的拥有方面存在性别差异，于是推出了 M-妇女项目。在非洲，女性拥有手机的数量比男性平均少 23%，这导致女性失去了因移动连接带来的许多社会和经济利益。

在中低收入国家，93%女性移动用户认为，手机让他们感到更安全，与家人和朋友的连接更紧密；85%的人感到使用手机让他们变得更独立；41%认为手机让她们的收入增加或职场机会更多(职业女性这个数据更是高达 55%)。

在利比里亚，MTN 认识到了女性在移动市场上所处的弱势地位——她们的生活圈只有家庭和朋友，为此，专门开发了面向女性的新资费计划——“她与家庭”，在每天一定的时间范围内提供通话折扣，使女性在与朋友和家人通话时，可享受到优惠的价格。这一业务满足了女性的需求，并鼓励她们更多地使用移动业务。

许多非洲政府将 ICT 政策纳入优先考虑之列，成为发展的主要驱动力。非洲政府正在制定更透明的 ICT 管制，但有限的频率可能会成为移动可持续发展的障碍。未来，移动业仍将是经济发展的催化剂，提供移动宽带业务需要足够的频率。在频率分配方面，非洲国家与欧洲、美洲和亚洲国家相比，为移动业务分配的频率很少。频率的数字红利分配，将促进非洲农村信息和通信的连接。来源：

2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

美国拟立法禁止驾车时打电话发短信

美国国家运输安全委员会(以下简称“NTSB”)周二呼吁通过一项全国性禁令，禁止司机在开车时发短信和打电话，这一禁令的范围还将涵盖某些免提技术。

NTSB 的建议虽只涉及便携式设备，但覆盖范围仍然超出了美国监管部门和州当局此前提出或实施的措施，这些措施主要是禁止用户在开车时发短信。NTSB 主席黛博拉·赫斯曼(Deborah Hersman)说：“在有关电子设备的使用问题上，人们似乎感觉只是花几分钟甚至几秒钟接个电话或发个短信，但事故就是发生在转瞬之间。应该禁止开车时发邮件、发短信、打电话，因为这种行为让人付出生命的代价。”

美国交通运输部的统计数据显示，2010 年全美有超过 3000 人在驾驶分心导致的车祸中丧生。在美国交通运输部上周公布的一项调查中，大多数接受调查

的车主都承认，他们驾车时不使用手机或发短信的时候极少，这些人支持当局采取措施遏制这种做法。

NTSB 一个五人委员会建议美国各州采取措施禁止车主在驾车过程中使用便携式设备，当然，在紧急情况下除外。这种建议源于密苏里州一起汽车连环相撞事故的调查结果，这起事故发生在 2010 年，导致两人死亡，一名正在发短信的司机被认为是罪魁祸首。

虽然此前曾有机构对过去十年与驾车分心的交通事故进行过调查，但 NTSB 在提出全美交通安全优先政策方面向来是个权威的声音，其主张对立法机关或监管机构的决策过程影响非常大。

美国国会对禁止司机在驾驶过程中使用手机并不感兴趣。迄今，美国共有 35 个州和哥伦比亚特区禁止人们开车时发短信，但大概只有十个州禁止开车时使用手机。根据部长雷·拉胡德(Ray LaHood)的指示，美国交通运输部针对这个问题发动了大规模公开宣传活动，其中就包括在实施有限禁令问题上征求民众意见。

拉胡德对驾驶分心和汽车制造商广泛采用免提技术的做法提出了担忧，但他并没有敦促联邦当局采取相关措施，或要求汽车行业停止给新车型安装免提技术。专家表示，手机和通信技术如今无处不在，大规模推行像 NTSB 提出的那种禁令，被认为执行难度非常大。

这也是美国联邦当局和州当局迄今主要禁止车主发短信以及将治理重点放在卡车司机和联邦政府雇员等个别群体的原因。美国汽车行业投入巨资开发像蓝牙这样的免提通信技术。蓝牙技术目前作为标准设备或可选设备，普遍应用于美国销售的大部分 2012 年款车型当中。

美国汽车消费网站 TrueCar.com 副总裁杰西·托普拉克(Jesse Toprak)说：“对于部分消费者来说，他们的确需要在这个问题上很大的决心。”他指出，尤其是福特汽车公司，为了吸引年轻用户，在新车型中广泛采用免提通信技术。

总部设在华盛顿的汽车行业组织美国汽车制造商联盟(以下简称“AAM”)表示，该机构正在评估 NTSB 的建议：“我们的确很清楚，数字技术在美国创造了一种‘连接文化’，它彻底地改变了我们的社会：消费者总是期待着可以使用某项技术，所以，妥善管理技术才是解决之道。”

AAM 还表示：“整合到车辆中的功能是由汽车制造商设计的，技术人员开发它们的本意是用于驾驶环境。也就是说，根据设计，这些技术可以帮助车主实现安全驾驶。”这个代表无线产品运营商、供应商和生产商的行业组织表示，开车时发短信“不利于安全驾驶”。美国无线通讯与互联网协会表示，该协会一直在鼓励全行业开发有助于安全驾驶的工具。来源：2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

澳大利亚电信获得新加坡及日本经营牌照

澳大利亚电信(Telstra)今天宣布，成功在新加坡及日本取得新经营牌照，可在两地拥有电信基础设施，直接向当地客户提供服务。澳大利亚电信早前亦在印度取得三项经营牌照，能够在印度为客户提供国际长途电信及 ISP 服务。

澳大利亚电信在新加坡获得由新加坡信息通讯发展局(Infocomm Development Authority of Singapore)颁发的设施营办商(Facilities Based Operator)牌照，可在当地拥有及营运电信基础设施，例如话音与数据网络、系统及设施等。根据该项牌照，澳大利亚电信亦可在新加坡建设骨干网络，以支持其当地拓展海底电缆容量的业务计划。

澳大利亚电信在日本以“Telstra Japan K.K.”的名义获得日本总务省(Ministry of International Affairs and Communications)颁发的注册类别(Registration Type)牌照，可在日本多个县市拥有及营运大规模电信电路及设施，以及经由这些设施及网络提供产品与服务。

此外，澳大利亚电信最近还在印度取得经营牌照。未来六个月内，澳大利亚电信可在当地班加罗尔、加尔各答、钦奈、德里、海得拉巴、孟买及浦那七个城市提供网络服务。有关服务可根据客户业务的特定需要而灵活制定服务，极具成本效益。孟买及钦奈将是澳大利亚电信位于印度的枢纽，紧密连结至澳大利亚电信的世界级国际骨干网络，向客户提供直接与欧、亚两洲网络连接的路径。

澳大利亚电信国际集团董事总经理 Tarek Robbiati 指出，上述各项牌照有助澳大利亚电信国际进一步发挥协同效益，并充分利用 Reach 重组后所得资产，使在亚洲多国经营业务的国际客户更加受惠。

Tarek Robbiati 表示：“对于为国际客户所提供的服务，澳大利亚电信现在能够有更多的掌握及控制。具体来说，客户将可获享更加全面的连结与管理式服务、更佳网络表现、全方位监察功能、本地账单处理，以及境内服务中心的支持。与此同时，澳大利亚电信亦将对网络架构的设计拥有更大的自由度，比从前更能提升网络表现，以及优化网络的抗逆性、备援能力及可靠性等。”

澳大利亚电信国际经营亚太区内规模最大及最多元化网络之一。此次成功在印度、新加坡及日本等地取得经营牌照具有里程碑意义，将进一步推动澳大利亚电信实现在亚洲为用户提供世界领先服务的业务目标。来源：2011-12-15 赛迪网微博

[返回目录](#)

Verizon 称其 LTE 网络已覆盖美国 2 亿人口

美国电信运营商 Verizon Wireless 日前表示，在该公司今天将其 LTE 网络的覆盖范围扩大至另外 11 个新市场(总数已经升至 190 个)后，该网络已经覆盖全国 2 亿人口。

Verizon Wireless 公司首席技术官大卫·斯莫尔(David Small)表示：“4G LTE 网络的推出是我公司所有下一代网络部署中的速度最快的。我们在一年零 10 天的时间内，将 2 亿人口纳入 4G LTE 网络的覆盖范围。这一速度是推出 3G 网络的两倍多。”

在满负荷运行的真实网络环境中，LTE 用户将享受平均 5-12Mbps 的下行数据传输速率和 2-5Mbps 的上行传输速率。

当用户行至 LTE 覆盖区域之外时，设备将自动连接至 Verizon Wireless 公司的 3G 网络。来源：2011-12-16 飞象网

[返回目录](#)

欧盟若否决谷歌收购摩托罗拉 将致双方损失惨重

导语：美国知名财经网站 TheStreet.com 今日发表文章称，欧盟委员会已暂停对谷歌收购摩托罗拉(微博)移动交易的审查，等待谷歌提供进一步更详细的资料。如果这笔交易最终被否决，那么摩托罗拉移动股东的利益将缩水 50%。同时，谷歌通过收购摩托罗拉移动来保护 Android 免遭苹果和微软(微博)诉讼的希望也将破灭。

以下为文章内容摘要：

谷歌 2011 年 8 月宣布，将以每股 40 美元、总价约 125 亿美元的现金收购摩托罗拉移动。此举将谷歌在硅谷发动的“专利冷战”推向高潮，同时刺激摩托罗拉移动股价飙升至近 40 美元。

但对于受益匪浅的摩托罗拉移动股东而言，应该警惕来自监管机构和谷歌客户的一些不利迹象，这可能导致股东利益缩水 50%。此外，对于谷歌而言，收购摩托罗拉移动究竟是机会还是伤财目前尚不明朗。

投资机构 Morgan Keegan 分析师塔维斯·麦考特(Tavis McCourt)称：“如果这笔交易被监管部门封杀，那么摩托罗拉移动股价将再次跌回交易之前的 20 美元左右。”

对于摩托罗拉移动投资者而言，如果谷歌交易失败，那么公司股价必然大跌，因为不可能再吸引谷歌以外的其他公司的收购兴趣。谷歌当初在宣布交易时已经

表示，收购摩托罗拉移动重点不再其手机业务，而是其专利。获得摩托罗拉移动专利后，有助于避免 Android 生态系统遭到微软、苹果和甲骨文(微博)等竞争对手的诉讼。

谷歌 CEO 拉里·佩奇(Larry Page)当时称：“摩托罗拉移动还拥有大量专利，将帮助我们保护 Android 免遭微软、苹果和其他公司的威胁。”

如果公平竞争问题迫使谷歌放弃该交易，那么其他公司也不可能收购摩托罗拉移动。投资公司 Sanford C. Bernstein 分析师皮埃尔·法拉古(Pierre Ferragu)称：“如果该交易不被批准，我相信不会再出现其他买家。”

如果交易失败，摩托罗拉移动大股东卡尔·伊肯(Carl Icahn)和 Farallon Capital Management 资产管理公司等将遭受重创。

这笔交易的潜在威胁是间接的。谷歌 Android 智能手机操作系统已经取得了巨大成功，尽管免费提供，但谷歌仍可从中获得营收。谷歌向三星(微博)、LG、HTC(微博)和摩托罗拉移动免费提供 Android 来推动其普及，而谷歌则可以通过搜索业务获得营收。

IDC 数据显示，截至 2011 年第三季度末，Android 美国市场份额已达到 57%。而自 2010 年来，苹果 iOS 的市场份额却开始下滑。

一个关键的问题是：收购摩托罗拉移动是否将 Android 置于危险之地。而谷歌当初在宣布交易时明确表示：“我们将 Android 作为一个开放平台，将来也是如此。”谷歌还强调，将来不会偏袒摩托罗拉移动。

在谷歌免费提供 Android 的同时，苹果和微软等竞争对手不是封闭自己的系统，就是向手机厂商授权。谷歌在发展 Android 业务的同时，又没有偏离自己的搜索业务。谷歌对 Android 的开源政策似乎是“不作恶”的产物，在维护了用户忠诚度，避开了监管部门调查的同时，谷歌已经成为了互联网的主导力量。

当大量使用 Android 的智能手机访问互联网时，使用的正是谷歌的搜索引擎，因此谷歌在免费提供 Android 的同时却通过搜索业务获得不菲营收。谷歌曾透露，2011 年第三季度来自 Android 移动搜索的营收为 25 亿美元。高盛预计，未来几年移动搜索将翻番。

谷歌保护 Android 此举十分明智。2010 年和 2011 年，Android 阵营遭到了苹果和微软的诉讼。如果诉讼问题加剧，必然导致用户最终放弃 Android。高盛分析师 2011 年 9 月曾表示：“这种情况可能导致手机厂商不再继续使用 Android，而是转向微软的 Windows Phone。”

这也正是谷歌强调一视同仁，不会偏袒摩托罗拉移动的原因。不管怎样，欧盟委员会周一表示，将暂停对谷歌收购摩托罗拉移动交易的审查，等待谷歌提供进一步更详细的资料。

美国司法部 2011 年 9 月曾表示，将对这笔交易展开调查。而谷歌当时在博客中称：“这意味着这笔交易不会很快完成，但我们相信，司法部最终将得出结论，移动生态系统将继续保持积极、公平的竞争趋势。”

而一些法律专家、分析师和投资者也这样认为，斯坦福法学院教授罗杰·诺尔(Roger Noll)称：“我看不到这笔交易存在反垄断的理由。”

如果谷歌成功收购摩托罗拉移动，那么继续将 Android 作为开放平台是否就是正确的选择呢？目前还无法判断。苹果的确是遭到了 Android 的竞争，但将 iOS 作为独家移动平台的苹果的市值却超越了埃克森美孚。

当前 iPhone 是苹果的最大营收源，2011 财年为苹果创造了 470 亿美元的营收。相比之下，谷歌来自 Android 的营收则显得微不足道。

但同时，种种迹象表明 Android 有能力与 iOS 并驾齐驱。在市场份额方面，Android 已经领先于 iOS。此外，HTC 和三星的 Android 产品也已经对 iPhone 构成了威胁。

苹果评级机构 MKM Partners 分析师迈克尔·吉诺维斯(Michael Genovese)称：“在高端智能手机市场，关键在于操作系统，而不是硬件。没有 Android，HTC 和三星在智能手机市场不可能取得今天这样的成功。”

事实也证明，Android 竞争力确实很强。2011 年诺基亚(微博)失去了最大智能手机的头衔，使用 Android 系统的三星、摩托罗拉和 HTC 均呈上升趋势，而苹果则不然。

苹果拥有 35706 项专利，微软拥有 78555 项，相比之下谷歌仅拥有 1613 项。高盛预计，收购摩托罗拉移动后，谷歌将拥有 22113 项专利。

近期的一起诉讼表明了谷歌收购摩托罗拉移动交易的益处，此前一直处于防守状态的 HTC 2011 年 9 月反诉苹果，使用的专利正是谷歌收购摩托罗拉移动所得。这样的专利诉讼表明，谷歌避免 Android 遭遇诉讼的战略是正确的，尽管此举将导致谷歌向苹果开火。

当前，谷歌在专利方面向苹果开炮，而不是智能手机营收方面。谷歌是否将获胜，目前仍是未知数。业界普遍的担心是，反垄断机构混淆谷歌的搜索业务和 Android 业务。

斯坦福大学法学院教授马克·莱姆利(Mark Lemley)称：“如果说存在危险，希望欧盟委员会能够理解搜索引擎和智能手机操作系统的不同。”

对于这笔交易，如果反垄断机构最终拿谷歌搜索业务说事，那么可能意味着摩托罗拉移动股东的所有期望将付之东流，而手机厂商也将纷纷转投微软等其他平台提供商。来源：2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

高通推 QRD 平台狙击联发科

近日，高通面向产业链上下游软、硬件合作伙伴，应用开发商，ODM/OEM 厂商等，正式推出了面向智能手机的第三代高通 QRD(Qualcomm Reference Design)生态系统的计划。QRD 平台的推出无疑宣告高通开始正面狙击联发科(微博)技术在 3G 领域的增长势头。

12 月，高通中国合作伙伴峰会 UplinqChina2011 在深圳举行。高通发布了面向智能手机的交钥匙方案 QRD 平台，凭此高通为其合作伙伴提供了更多的增值服务，也开创了自己新的商业模式。当然其更大的意义在于，在 3G 和智能手机领域，高通展开了对联发科技等其他芯片厂商的阻击。在 3G 进入普及时代的今天，3G 芯片市场拉开“血战”序幕。

首推交钥匙方案

此次峰会，高通面向产业链上下游软、硬件合作伙伴，应用开发商，ODM/OEM 厂商等，正式推出了其面向智能手机的第三代高通 QRD(Qualcomm Reference Design)生态系统的计划。这个相当于联发科技公板概念的开发平台，被高通称作为“参考设计生态系统的计划”。

高通 CDMA 技术集团手机产品部高级副总裁克里斯蒂安诺·阿蒙在接受《通信产业报》(网)记者采访时坦言，“QRD 是一个完整的交钥匙解决方案。”

此前，高通的主要竞争对手之一：联发科技，在 2G 时代首创了交钥匙的商业模式，并取得了巨大成功。那么，在 3G 时代，高通将如何复制这一模式呢？高通官方表示，希望通过 QRD 平台，加速 OEM 产品推向市场的步伐。高通宣称，依靠 QRD 平台，OEM 厂商推出产品的时间将由此前的半年左右最短缩减至 30-60 天内。由此，克里斯蒂安诺·阿蒙表示，QRD 将加速终端制造商从 2G 网络向 3G 网络的过度。

他指出，QRD 平台几乎涵盖了智能手机设计、生产，所涉及到的第三方硬件和软件生态系统的所有内容：包括内存、传感器、触摸屏、摄像头、显示屏、射频等硬件和软件元器件，以及浏览器、地图/导航、邮件、音乐、即时消息等移动互联网应用。厂商可以在 QRD 平台提供多样化选择中，定制其差异化的产品，

据记者了解，于 2010 年 2 月在上海成立的高通第二个中国研发中心负责 QRD 平台的有关工作。

目前，高通为 QRD 平台招纳了大量硬、软件及应用供应商。同时，高通自有的技术，如移动网页浏览优化技术 WebTech、点对点 AllJoyn 技术、扩增实境等也将在 QRD 平台上进行优化。“QRD 将帮助终端厂商集中工程资源开发增值功能。” 克里斯蒂安诺·阿蒙说。

记者获悉，目前有超过 30 家中国厂商正基于高通 QRD 平台设计开发 Android 终端，数量超过了 30 款，基于高通 MSM7x27A 和 MSM7x25A 芯片组的参考设计开发平台已经上市，此系列芯片组的一些芯片解决方案，正逐步被中档以下的智能手机采用。此前，高通 MSM7225 和 MSM7227 芯片组出货超过了 1 亿片。

回防 MTK

事实上，QRD 平台的推出，已被业界看作是高通在 3G 智能机领域对联发科技的阻击。一直以来，销售芯片产品及芯片基础技术，是芯片巨鳄高通的主要商业模式。而提供整体解决方案，则是联发科技的主要模式。联发科技模式的杀伤力在 2G 时代获得了证明，现在联发科技将之迁移到了 3G 领域，并取得了初步成功。

2011 年下半年，联发科技推出了 650MHz 的智能手机平台 MT6573。采用这一方案，并由中国联通(微博)集采的千元智能机联想 A60 的销量，在短期内迅速突破百万。从 10 月开始，MT6573 频频接获大单，芯片制造供不应求。

与此同时，联发科技 1GHz 低价智能手机平台 MT6575 也将在 2012 年第一季度量产，目标市场仍旧是千元智能机，届时 MT6573 将进一步下调价格。这意味着，联发科技在 3G 领域高调开打价格战。

此前，联发科技与高通签署了相关协议，采用联发科技 WCDMA 芯片的终端企业需要直接向高通缴纳授权费。“高通授权费并不影响联发科技，因为这对所有芯片商都是一样的，大家在同一起跑线上。” 联发科技吕向正之前接受记者采访时表示，与高通签署的上述 3G 专利协议，并不会影响联发科技在 3G 领域的布局 and 战略。

其实，在 2011 年，高通已经频频降价应战；而 QRD 平台的推出，无疑将为合作伙伴提供更多增值服务，也被看作是高通“以彼之道还施彼身”的举措。虽然不愿多言联发科技，但高通一位高管仍旧表示，“QRD 平台的竞争对手”产品相当单一。

克里斯蒂安诺·阿蒙向记者不断强调 QRD 平台及高通芯片的全面性。他表示，高通芯片支持的智能手机涵盖了从入门级到高端的所有手机种类、平板电脑，以

及未来计算平台；他同时表示，高通单一芯片具有支持各种网络制式连接方式的解决方案；以及支持各种操作系统。

克里斯蒂安诺·阿蒙高调向上下游企业发出邀请，希望他们成为高通 QRD 平台的硬件、软件或应用供应商。他说，“一旦加入了高通的认证，加入供应商的名单以后，他们面临的是广泛的商业机会，不仅面对中国的市场，还有海外的市场。”

QRD 平台的推出无疑宣告高通开始正面阻击联发科技在 3G 领域的增长势头，有分析人士表示。在此背后是蓬勃发展、前景看好的 3G 智能手机市场。据 Strategy Analytics 的预测数据显示，从 2011 年到 2015 年，全球智能手机累计销量将达到 40 亿部左右。

山寨有未来吗？

记者此前采访的一些业内人士就曾表示，成熟的 WCDMA 网络本应是山寨厂商的沃土，但深圳大量的山寨机厂商之所以没有进入 3G 领域，一个重要原因是高通的门槛相对要高一些。而 QRD 平台其实也不会对这些厂商开放，那个高门槛依旧存在。高通所做的是，一方面吸引那些相对有竞争力的合作伙伴，另一方面维系其已有的客户。

据高通 CDMA 技术集团产品管理高级副总裁 Jeff Lorbeck 表述，QRD 将仅面向现有的高通客户开放。

“芯片业务部门 QCT 有自己的合作模式，对于 QRD 平台来讲，与 QRD 合作的客户需要在原有协议的基础上签一个补充协议 QMSS(Qualcomm Mobile Subscriber System)。”他说，这并不是完全新的合作模式。

“他们首先是高通的芯片和技术许可厂商，即已经建立了合作关系的合作群体，然后才能在签署补充协议之后成为 QRD 的合作伙伴。” Jeff Lorbeck 表示。目前，这个补充协议具体的细节和是否也要缴纳授权费还不得而知。

如此看来，一方面，高通“墙外”的厂商们无法进入 QRD 序列；另一方面，联发科技等芯片厂商的合作伙伴其实面临着与高通墙外那些合作伙伴相同的门槛。

在 WCDMA 领域，3G 山寨智能机的未来，并不会因为 QRD 的推出有真正实质性的改变。除非芯片厂商们能够进一步降低成本，降低价格——尽管联发科技已经开始行动。

无论如何，3G 正在进入普及时代。高通公司在 2011 财年实现了创纪录的增长，MSM 芯片出货量达到了创记录的 4.83 亿片。目前，高通在中国的合作伙伴已达 80 余家，2011 财年新增合作伙伴超过 20 家。来源：2011-12-19 通信产业报微博

[返回目录](#)

三大运营商集体进驻北京苏宁

昨天，苏宁电器(微博)在北京召开了全国总店庆回馈盛典暨元旦攻略媒体通报会，北京苏宁总经理侯恩龙公布了三大攻略：冲刺收官连开 6 店的连锁攻略、三大运营商齐聚苏宁的经营攻略、全品让利的促销攻略。据其介绍，12 月 26 日是苏宁电器创立 21 周年的庆典日，大手笔感恩回馈活动早已酝酿成熟。

年底连开 6 店大幅让利促销

就在 11 月中旬北京苏宁实现百家门店的连锁布局后，苏宁昨天宣布将以连开 6 店的速度实现年度收官。侯恩龙介绍，北京苏宁截至目前已签约储备店面 11 家，其中处于规划筹建阶段的门店共 5 家，预计在元旦前开业，分别为马家堡东路店、昌平七北路店、顺义宏城店、三河大厂店、张家口新东亚店，同时鲁谷店也将于本月 24 日迎来升级重装开业。

此外，北京苏宁称将在 2011 年年底加大促销让利的幅度，力度会超过 2011 年国庆黄金周。侯恩龙表示，包括彩电、空调、冰洗在内的传统家电，在国家以旧换新补贴、京版节能补贴、保障房助购补贴及岁末打折的基础上，苏宁整体让利幅度高达 40%。

在促销活动方面，围绕节庆热点，北京苏宁将从本月 22-26 日分别推出名品折扣夜、员工回馈夜、内购平安夜、圣诞狂欢夜、店庆特卖夜五大主题性活动，并结合以旧换新惠民补贴，京版节能补贴，保障房助购补贴，抽伦敦游、丽江游、东京游、年夜饭等举措。同时，苏宁还将从本月 29 日起联合各大品牌连续三天推出夜市内购会专场。

消费者可同时体验三大运营商

另外，随着北京苏宁与中国联通(微博)、中国电信(微博)、中国移动(微博)三大运营商合作协议的签订落地，北京苏宁将成为首家三大运营商同时进驻的家电卖场，这也意味着京城消费者可在任何一家苏宁门店进行移动的 G3 手机、联通的 iPhone、乐 Phone 和电信的天翼手机体验，还可同时享受三家运营商提供的特色各异的服务。

据了解，在三大运营商的协助下，苏宁目前已经实现了在京近 60 家门店 Wi-Fi 网络的无缝覆盖，消费者至苏宁相关门店可畅快享受便携式电脑和手机上网冲浪体验。同时，苏宁表示，苏宁将加速推进与运营商的合作进程，以实现苏宁所有门店无线网络宽带网络信号的覆盖。来源：2011-12-20 京华时报微博

[返回目录](#)

运营商与终端商加快强强联手

日前,云南电信宣布与知名彩电企业 TCL(微博)合作,召开了“云南电信&TCL 集团全产业链合作暨智慧 iTV 高清互动电视全球首发仪式”,发布一款智慧 iTV 高清互动电视作为二者合作的首批成果。

中国电信(微博)2011 年的“智慧城市”建设战略与 TCL 目前的全球云生活战略极其一致,就是缔造以高速宽带为核心支持的智能服务生活新模式——智慧云生活。据悉,智慧云生活带给消费者最直接的四大改变是“便捷、高效、智能、绿色”,将为城市建设和日常生活带来全面的智能服务。有关专家指出,电信与 TCL 合作发展智慧云生活,运营商与终端商强强联合,获得高速宽带管道和领先智能终端设备的双重保障,是三网融合的一次重大突破。来源:2011-12-14 北京商报微博

[返回目录](#)

三运营商共建共享“春茧”节约 200 万元

记者昨天从本地运营商深圳移动获悉,该公司积极开展与中国电信(微博)、中国联通(微博)的共建共享合作,三方仅在深圳湾体育中心“春茧”的室内网络覆盖工程中就节省投资 200 万元。

大运会开幕式举办地“春茧”的室内覆盖网络工程 2010 年启动,三家运营商采用三方共建线槽、共用弱电间等多种共建共享方式,成功实现 2G、3G 和 WLAN 等网络完善覆盖,节省投资约 200 万元,也显著加快了建设速度。两年来,本地三家运营商在大运会各大场馆网络覆盖全面实现共建共享。值得重视的是,共建共享在同等网络覆盖下,所需通信基站数量更少、占地空间更小、节电减排效果更突出,对于深圳建设低碳环保的绿色城市具有示范助推作用。

据统计,深圳手机用户与人口比例位居全国首位,手机上网普及率超过七成。电信基础设施共建共享意味着更少投入和更快的建设速度。

工信部日前透露,共建共享政策出台两年间,全国预计节约投资将超过 200 亿元,节约土地超过 4200 亩,节约钢材超过 78 万吨。来源:2011-12-20 深圳特区报微博

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动发力高端手机市场

继中国电信(微博)和中国联通(微博)大张旗鼓全面布局智能手机市场后，在高端市场还处于空白期的中国移动(微博)也开始发力。近日，中国移动携手摩托罗拉(微博)推出 TD 旗舰产品 MT917。这一产品的推出也将使国内智能手机的竞争更加激烈。

MT917 继承了摩托罗拉经典机型 RAZR V3 时期的工艺和材料，仅有 8.5 毫米厚的机身上配备了 1280×720 分辨率的高清屏幕，以及迄今最高级别的 1300 万像素摄像头。同时，该手机正面的玻璃屏幕依旧采用的是康宁 Gorilla 玻璃，防刮耐磨。机身背部首次采用防弹纤维材质凯夫拉尔，厚度虽然薄，但是防刮和散热效果非常好。此外，在性能方面，2×1.2GHz 双核处理器、1GB RAM、16GB 机身内存均是顶级的硬件配置。这些无疑让这款手机在激烈的市场竞争中有了足够的底气。

近年来，随着 3G 的快速发展，运营商逐渐加大与手机厂商的合作力度。数据显示，摩托罗拉是外资企业在 TD 领域推出终端产品最多的厂商。早在 2008 年 7 月，摩托罗拉就与中国移动拉开了合作的序幕，共同推出了首款 TD-SCDMA 手机 L800t。截至目前，摩托罗拉已在 TD 领域推出包括 MT710、MT720、MT810、MT716 和 MT620 在内的多款终端机型，而 5 个月前摩托罗拉携手中国移动推出的首款双核 TD Android 手机 MT870，更是得到了市场的广泛认可。

据易观国际(微博)最新发布的报告显示，2011 年国内智能手机销量的月均增速在 11.5%，其中搭载 Android 的智能手机终端销量月均增速也保持在 25.8%。本季度终端市场 Android 系手机销量占智能机市场销量的 58%。

另一方面，伴随智能终端的飞速发展，数据应用的需求也随之迅速攀升。中国移动 MM 应用商店作为全球范围内首家由运营商发起建设的应用商店，到目前为止已经拥有 5000 多家合作伙伴以及超过 200 万的开发者。而摩托罗拉为了更好地服务用户，在中国推出了其自有的应用程序商店摩托罗拉智件园，用户可以在选定的摩托罗拉 Android 设备上搜索、下载和使用各种应用程序。

2011 年 6 月，中国移动和摩托罗拉共同发布了联合标识移动应用商店“MM-智件园”，在传统硬件领域外将两家应用商店在应用资源、功能及服务方面进行优势整合，将摩托罗拉与中国移动的合作推向了新的高度。

此次发布的 MT917 不仅内置“MM-智件园”的功能，并且具备“摩计算”和“私有云”应用。通过预装的 MotoCast 摩传输智能“私有云”应用，用户可

以将手机与电脑实现轻松连接,通过手机就可以播放或下载电脑上的音乐和图片等。摩托罗拉移动技术公司资深副总裁兼大中华区总裁孟樸表示,手机与移动应用融合已成为未来的发展趋势,该手机的推出也是整个摩托罗拉公司向移动智能终端方向转型的标志。未来摩托罗拉将着重发展“摩计算”、高性能的智能终端以及时尚数码生活三大类产品。来源:2011-12-14 北京商报微博

[返回目录](#)

中移动全面开放移动互联网

中国移动(微博)首次集中所有力量,秉承开放合作精神,为开发者提供五大能力,推出 MM 云服务计划,帮助开发者度过盈利之前的“寒冬”。

在数字高达 100 万的中国手机业务开发者中,只有 13.7%的开发者跨过了盈利门槛。在这个紧迫的大背景下,12 月,中国移动在广州召开了首届全球开发者大会,并首次面向开发者发布了五大开放能力,携手 14 家产业链合作伙伴代表正式启动“开放合作新模式”。

正如中国移动总裁李跃在发言中所言,在移动互联网快速发展的时代里,开放合作已经成为一种必然的发展趋势,没有一家公司能够把产业链的所有事情从头做到尾,需要专业分工,需要发挥特长去创造更大的价值。也正是基于此,中国移动首次集中所有力量,思考如何帮助开发者缩短开发周期、降低成本、推广产品,“以度过‘冬天’。”

发布五大能力

在本次大会上,中国移动首次面向开发者集中发布了包括“MM 云”、物联网、电子商务、位置、“飞信+”等五大开放能力。

据介绍,“MM 云”将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、开发者就业等六方面一体化的支撑扶持举措;通过物联网能力开放为开发者提供手机二维码相关的制码、发码和验码的三大基础能力应用;通过电子商务能力开放为开发者提供用户手机支付结算(批量付款、直接支付、分账结算)、营销工具能力(手机支付电子券、虚拟商品资源)等服务;通过位置能力开放为开发者提供地图展现、POI 搜索、路径规划、地址匹配、位置描述等资源内容;通过“飞信+”向开发者发布彩云和飞信开放平台的飞信登陆、动态内容分享和基础 IM 三种接入能力。

特别值得一提的是,基于移动应用商城的“MM 云服务”计划包含一体化的支撑扶持举措,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举措。这五大能力开放平台的重要意义在于，可以为缩短开发者开发周期，降低成本，创造一个更好的开发平台环境。

“十年前中国移动开放了计费平台，使互联网公司度过了寒冷的冬天。十年后，开放开发平台，将帮助开发者度过 2011 年这个冬天。”中国移动集团数据部总经理高念书对五大能力开发平台定位为“开往春天的列车”。他表示，中国移动将通过把标准的接口开放给开发者之后，带给开发者更多方便。

事实上，中国移动在这个以 MM 应用商城为核心的开放能力产业链上投入诸多重大战略。目前，中国移动正全力在 MobileMarket 打造三大池：一是能力池，展现如中国移动的通道能力、管道能力、业务能力等等，有了这个能力池就能将各种业务承载到移动已有的各方面业务上。

二是操作系统池。在应用商店尽可能把多的操作系统仿真到系统之上，开发者可以在家里使用和模拟各类仿真操作系统。

三是终端池。把几百种终端模拟仿真在上面，客户开发的应用软件，可以通过这个系统应用，避免客户要一个一个终端的开发，这些服务平台为客户的应用开发，业务测试，产品发布，交易托管提供了非常好的支撑和服务。

九大基地支撑

为了承载中移动的开发者合作战略，九大业务基地的资源 and 力量被全面动员。

在本次大会上，中国移动无线音乐基地、手机视频基地、位置服务基地、电子商务基地、互联网基地、手机阅读基地、游戏及 12580 基地、手机动漫基地和物联网基地九大业务基地的相关负责人首次齐亮相。事实上，九大基地一直是中国移动移动互联网开放合作战略的承载平台，只有通过这些平台，中国移动的优势资源和能力对外开放才能够充分发挥。

以中国移动物联网基地为例，在大会上，中国移动物联网基地副总经理谢志远发布了物联网两大能力：物联网专网能力和二维码能力。其中，物联网主要包括基础通信、终端管理、运营管理三个方面；二维码具有制码、发码、解码三个能力。

据谢志远介绍，物联网专网能力也叫智能通道能力，应用有别于传统的通信，对网络的可靠性，稳定性要求比较高，同时还存在跨省、跨国、跨区的服务需求。

“物联网专网能力对开发者来说要求高效率，对于业务管理需要精细化，下一步物联网基地将制定更多措施来保证这一点。”此外，物联网基地还对开发者开放了包括终端管理功能、流量监控功能等，并提供二维码的制码、发码、解码能力，“我们希望通过这一系列‘保姆式’服务，激发开发者无限创意和激情。”

据记者了解，下一步，九大业务基地将为应用开发者、内容提供商、终端厂商、软件集成厂商、移动互联网公司、风险投资方制定针对性的合作政策，打造产业联盟。

面向全球开放

除了扶持中小及个人开发者，中国移动也把 MM 应用商城开放的橄榄枝伸向全球合作伙伴，并强调“为开发者提供‘走出去’机会。”

李跃表示，将为开发者提供“走出去”的机会。此外，中国移动还将和国际运营商联手面向全球开放。李跃介绍，目前，MM 商城已经在韩国 KT 的商店中开设店中店，也会在 DoCoMo 开放，将联合日韩一起打造移动互联网。

鉴于中国强大的移动互联网应用市场，及中国移动庞大的用户基数，不少国际企业对此十分“感冒”，在全球开发者大会的现场，活跃着诸多国际企业，如远传电信、韩国 KT、日本 NTTDoCoMo、诺基亚(微博)、摩托罗拉(微博)、三星(微博)、迪士尼等国际企业及其应用产品。

一边是亟待更多扶持政策的开发者，一边是不断加大服务力度的中国移动，在当今全球的开放平台大战中，中国移动已经起步。来源：2011-12-19 通信产业网

[返回目录](#)

中移动 50 亿打造福建数据中心

近日，中国移动(微博)福建公司与福州高新技术产业开发区管理委员会在北京人民大会堂签署了福建数据(云计算)中心项目合作协议，中国移动董事长王建宙、副总裁赵吉斌应邀出席了签字仪式，中国移动福建公司黄立伟总经理作为特邀签约代表签约。国务院国资委主任王勇，福建省委书记孙春兰、省长苏树林也出席了签字仪式。根据协议，中国移动福建公司计划投入 50 亿元，逐步把中国移动福建数据中心打造成云计算行业的聚集中心。

在“十二五”开局之年，福建全面启动了云计算工程，提升信息化水平，促进信息技术产业转型升级和云计算产业健康发展。为推动高新产业的集聚形成和规模发展，福州市政府特别规划建设了海西高新技术产业开发区。中国移动福建公司积极响应，计划投入 50 亿元，在福州海西高新产业园建成福建数据(云计算)中心，培育和发展“云计算”等新一代信息技术，助力福建打造信息化强省和产业升级转型。

该中心将建设以数据中心为主，涵盖生产运营中心、研发中心、信息交流展示等及其相应的配套设施。中心建成后，将立足福建、服务全国，成为中国移动

的云计算技术业务研发中心和中国移动福建公司重要的研发基地,并提供高标准的研发平台,助力企业开发能力、效率的提升。来源:2011-12-15 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中移动品牌最牛值 536.07 亿美元

昨天,国际传播巨头 WPP 集团旗下的中外合资市场研究机构华通明略公司在京推出了 2011 年度 BrandZ 最具价值中国品牌 50 强榜单。

此次是华通明略公司连续第二年发布 BrandZ 最具价值中国品牌 50 强榜单。中国移动(微博)以 536.07 亿美元的品牌价值再度位居榜首。

根据华通明略公司的数据,尽管 2011 年世界经济大环境不佳,但上榜的中国品牌 50 强总价值增长 16%,达到 3250 亿美元。

>>分析

中国企业国外认知度低

华通明略公司客户总监王幸称,中外品牌的差距正在缩小,这对外国品牌如何保持竞争力形成了挑战。

华通明略公司研发总监谭北平认为,从目前经济的大环境来看,品牌对消费者从来没有像现在这样重要。

不过,全球知名的品牌分析与资产数据库 BrandZ 全球项目负责人彼得·沃尔什指出,中国企业在品牌建设方面还需要做大量的工作,要大力提高中国品牌在国外消费者中的认知度。华通明略公司在昨天同时发布的有关中国企业“走出去”的调查数据显示,多达 83%的国外被调查者并不知道中国品牌。来源:2011-12-14 京华时报微博

[返回目录](#)

中国移动 11 月 3G 用户新增 268 万

中国移动(微博)公布了 11 月的运营数据,数据显示,11 月,中国移动新增 3G 用户 268 万,3G 用户达到 4800.7 万。

3G 用户方面,与 10 月新增 217 万相比,11 月有大幅增长,到 11 月底,3G 用户达 4800.7 万。

中国移动 11 月份新增用户 543 万,10 月份新增 537 万,截至 11 月底,中国移动用户总数 6.44 亿。来源:2011-12-20 新浪科技

中国移动打造视频内容聚合分发平台

历时八个月、覆盖全国近百座城市、由中国移动(微博)联合中国网络电视台、土豆网(微博)、优酷等互联网视频企业共同主办的 2011 年中国移动 G 客 G 拍原创视频评选活动 12 月 9 日在上海颁奖。

手机移动院线踏上高速增长期

“G 客 G 拍自启动以来,越来越受到原创视频作者的关注,特别是怀揣梦想的草根群体,对他们而言 G 客 G 拍是一个没有门槛、没有天花板的实现梦想、创造财富的舞台,G 客 G 拍帮助他们用小手机玩转大屏幕。” 中国移动手机视频基地负责人介绍。

G 客 G 拍作为中国移动为网络原创视频爱好者量身定做的持续性活动和品牌,为草根原创视频提供了“分享、分成”的大平台。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。作品《大无畏》2011 年票房收入 95.1 万,获得票房分成 19 万元。

据中国移动手机院线票房统计,2010 年首推“G 客 G 拍”,在一个月之内就创造了 200 万票房,100 万影迷的纪录,而 2011 年中国移动 G 客 G 拍在 8 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。

在 2010 年取得成功的基础上,2011 年中国移动继续举办“G 客 G 拍原创视频大赛”,创造超过 5000 万票房总收入,目前已吸引 6 万多名原创视频爱好者及 1200 多万名观众热情参与。本次 G 客盛典活动,共有 40 多部 G 客 G 拍作品入围,现场颁发了最佳剧本、最佳摄影、最佳创意、最佳纪录片、最佳动画片、最佳音乐录影带、最佳女演员、最佳男演员共 8 个专业奖项与第一季无线票房奖、第二季无线票房奖和年度无线票房奖共三个票房大奖。

“G 客们”通过将原创视频作品上传经手机视频“G 客 G 拍”栏目供用户点播观看,中国移动则通过“原创分享、收入分成”的方式促使越来越多的优秀原创作者创作出更多优质的、富有创意的视频作品,以鼓励和推动草根原创视频力量为目标的“G 客 G 拍”(即刻即拍)品牌在业界已具有较大影响力。目前,中国移动手机视频业务免收数据流量费,手机视频用户规模达 5000 万,在国内运营商中稳居首位,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。

可以预见，随着带宽、设备、资费等因素的调整，在今后 3—5 年里，手机移动院线将踏上高速增长期，并带动周边多个行业的发展繁荣，中国移动手机院线将在未来异业联合发展的模式中将扮演极其重要的角色。

以先进技术传播先进文化

经过数年的发展，中国移动手机视频基地已成为推动上海乃至全国文化大发展大繁荣发展的典型范例。作为移动互联网时代的新型媒介，中国移动致力于成为国内领先的视频内容发布者和视频技术创新者，以先进技术传播先进文化。

据了解，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，持续与高端媒体深度合作，先后引入了上海文广新闻传媒集团、中央电视台、国际广播电台、中央人民广播电台、国务院互联网新闻中心、人民日报社、新华社、团中央、乐视(微博)网、湖南电视台以及中国日报社等媒体，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呈现国内外正版影视剧、综艺娱乐节目以及外语类视频，每天点播节目更新超过 3000 条。

中国移动手机视频除第一时间报道“天宫一号”发射、世博开闭幕式、国庆 60 周年阅兵、北京 2008 年奥运会等重大新闻事件和社会热点事件外，还通过打造“G 客 G 拍”品牌等活动深耕文化产业，通过创新打造手机电影节等手段开拓新的文化业态。

2011 年 6 月，中国移动与上海国际电影节共同打造的首个“手机电影节”则创造性地改变了电影短片的盈利模式。手机电影节吸引了来自 27 个国家和地区的上万部作品参赛，短短 4 个月间手机电影节的无线平台取得 500 多万元票房，使移动互联网时代的新媒体优势与传统影视的产业优势紧密结合，让电影短片的盈利渠道从实体院线扩张到整个无线视频平台，从用户的点击中得到分成，为传统影视制作与发行人打开了全新的、市场化的手机新媒体发行渠道之门。

在中国移动手机视频基地，记者还提前体验到了“三屏互动”的人性化便捷。中国移动三屏互动整合了用户的多终端，通过内容融合、网络融合和终端融合，将使得“任何人”在“任何地点”和“任何时候”获取“任何想要的东西”成为可能。随着技术进步和三网融合的发展，在不久的将来，当用户使用手机、PC、TV 任何一款终端观看某视频内容时，可以暂停或退出此视频内容，若选择继续观看此内容，系统将自动从断点处开始播放。来源：2011-12-14 科技日报

[返回目录](#)

中移动：Mobile Market 将全球开放

在今天的“2011 中国移动(微博)全球开发者大会”上，中国移动总裁李跃表示，中国移动将和国际运营商联手，为开发者提供“走出去”的机会，目前，MM 商城已经在韩国 KT 的商店中开设店中店，也会在 DoCoMo 开放，将联合日韩一起打造移动互联网。

今天的会场上，能看到不少洋面孔，不少国际企业携其应用产品来参会，希望开拓中国市场；同时，中国的开发商肯定也希望其商品能够在海外销售。

对此，李跃说，上周到日韩去访问，向日韩的很多电信运营商学习了他们在业务发展和创新方面很好的经验，不同的运营商有不同的定位，现在还很难说哪种定位就一定是成功的，哪一种定位一定是失败的，我们需要一个更长的探索期。

但他表示，移动互联网时代肯定是以互联网为基础的，互联网的企业几乎没有一个企业是在一个国家内做互联网，是关上门来做互联网的，因此，移动互联网时代，中国移动的 Mobile Market 的开放一定是全球化的，期待着移动应用商场能够成为全球运营商共同推动的应用商场。

他向在座的开发者强调，在互联网平台业务层面，肯定是立足中国，服务全球；中国移动是希望打造全球开发者的合作创新大会，并且有能力打造成全球开发者的平台，同时向全球的运营商，向全球的产业界开放。

他透露，中国移动 2010 年已建立了中国移动国际公司，设在香港，将把香港打造成为一个汇集世界网络，汇集世界资源和信息的平台，支撑中国移动的开发商品走向全球。来源：2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

中国移动携 14 家伙伴启动开放合作新模式

昨日，2011 中国移动(微博)首届全球开发者大会在广州召开，大会以“开放、合作、汇聚创新的力量”为主题，汇聚了超过 2000 位开发者和移动互联网产业链企业代表。中国移动在大会上首次面向开发者发布了五大开放能力，携手 14 家产业链合作伙伴正式启动“开放合作新模式”。来源：2011-12-15 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

中国移动强势推出手机杀毒软件“杀毒先锋”

近年来，手机病毒、恶意软件等手机安全事件频繁发生，对用户、运营商造成的危害越来越严重。为保障用户权益，减少由于手机病毒发作对网络的影响及引发用户对运营商的资费投诉，中国移动(微博)广东公司(以下简称“广东移动”)在2010年开始组织技术力量对手机病毒防治技术进行研究，并先后研发了网络侧的手机病毒侦测系统和终端侧的手机杀毒产品。最近，该公司研发的手机杀毒产品“杀毒先锋”正式开展公测。

新一代云查杀模式

据了解，“杀毒先锋”采用全球首创的手机恶意软件行为多维度分析算法及双引擎侦测技术(恶意软件行为分析引擎+病毒体扫描引擎)，在网络侧实现对病毒的侦测，并在手机侧实现对病毒的精准查杀，开创了以运营商为主导的“网络查毒、手机杀毒”的新一代“云查杀”模式。

据悉，“杀毒先锋”除了提供病毒查杀和实时防护功能外，还提供热点病毒查询功能，使用户能及时了解近期传播量比较大的手机病毒的情况及危害。该产品有以下显著特点：

查毒范围广：在网络侧不仅能发现正在传播的病毒，而且能发现正在发作的有通信行为的病毒。

查毒能力强：不仅能发现病毒库中已有的病毒，而且能发现病毒库中没有的疑似新病毒。

杀毒速度快：“云查杀”时从“云端”获取手机中毒信息，在手机侧对病毒进行精准查杀，速度快。

杀毒能力有明显优势

“杀毒先锋”已于2011年年中顺利通过国家计算机病毒防治产品检验中心的检测并取得检验合格证，并获得了公安部授予的“计算机信息系统安全专用产品销售许可证”。

由于运营商可利用其网络优势，及时、全面掌握手机病毒的最新动态，因此其杀毒产品对手机病毒的查杀能力有明显的优势。据了解，近1年来，该公司共发现流行的手机恶意软件600多种，其中先于业界发现的占61%。

近期该公司组织对“杀毒先锋”与业界其它杀毒产品的对比测试，对在移动互联网内传播量较大的100个手机病毒进行查杀，测试结果见下表：

公测“小试牛刀”，效果显著

“杀毒先锋”在11月中开展公测，短短一个多月，注册用户已近5万，累计帮助近7000用户查杀病毒1.3万个。据抽查，这些中毒用户中，超过一半原

来手机中已安装了其他知名杀毒软件，但这些病毒没被发现，直到安装了“杀毒先锋”后才被发现并清除。

小消息

“杀毒先锋”产品目前还在公测中，用户可以通过中国移动 MM 应用商城下载体验(全国用户都可使用，在移动 MM 搜索“杀毒先锋”，下载后更新病毒库后即可使用)，对于广东用户，也可以发送短信 sdxk 到 10086 获取“杀毒先锋”下载网址，“杀毒先锋”免收功能费，下载和使用过程中可能会产生少量数据流量费用(若使用 CMWAP APN 上网或免费)。来源：2011-12-20 信息时报微博

[返回目录](#)

中移动收回 12580 运营权 数据业务变革加速

中国移动(微博)人士在 13 日晚间举行的“2011 中国移动全球开发者大会”上透露，从 2011 年 11 月开始，12580 已由原无限讯奇转交由中国移动手机游戏基地负责运营。

据中国移动数据部人士透露，目前双方正在交接谈判中，同时，原手机游戏基地也将更名为“游戏及 12580 基地”。

12580 所提供的服务包括语音搜索、手机交通违章查询、手机天气预报查询等。无限讯奇成立于 2006 年，作为中国移动 12580 业务的运营公司，负责开发和建设 12580 业务核心系统、内容采编与发布、广告销售、用户拓展与服务等运营工作。用户为这些服务支付的费用，中移动与无限讯奇按 50：50 分成。

工商年检数据显示，无限讯奇 2010 年收入为 4.47 亿元，净利 7010 万元。除与中移动的分成外，其中还包括来自商家的广告费用。

据新世纪周刊报道，目前 12580 只在北京、上海、广州、江苏、浙江、四川等六大省市提供服务，推送用户数达数千万。倚靠中移动的“免费资源”或“廉价资源”，12580 能最大程度上开发和享用客户资源价值，最终的受益人是 12580 的股东。但 2011 年以来，无限讯奇部分高管被传卷入中国移动的腐败案，被带走协助调查。此后，先是 CEO 李一男(微博)离职，随后董事长田涛、副总裁张翊钦也先后离开。

有分析称，12580 运营权的回归与中国移动改变移动数据业务合作模式有关。自 2010 年中国移动调整移动广告和数据业务合作模式以来，核心外延数据业务陆续收归移动集团，合作模式由“分成”变为“固定承包”付费。来源：2011-12-14 通信产业网

[返回目录](#)

中国移动开放 WLAN 接入能力 未来三年建 600 万个 AP

“能力开放”是 2011 年中国移动(微博)全球开发者大会的关键词，中国移动九大业务基地分别介绍了其能力开放的情况，不仅如此，中国移动也在 WLAN 接入上进行了能力开放。

中国移动总裁李跃在发展中表示，中国移动在不到两年的时间内在全国范围内建设了 160 万个 AP，未来的三年要建设 600 万个 AP。李跃称 WLAN 是面向未来的长久之计。

为了能使用户更为广泛地使用好 WLAN，中国移动就需要向用户提供无论在哪里，只要有中国移动 WLAN 网络的地方，只需输入同一套用户名和密码，就可以实现 WLAN 的服务。

中国移动研究院终端所副主任研究员彭青立在进行中国移动 WLAN 接入能力开放时表示，WLAN 能力开放将使用户告别繁琐的认证操作，无需手动打开浏览器，应用自身将带有认证接入 WLAN 的能力。

不再怕忘记密码，用户无需每次输入用户名和密码，应用将带有出色的账户管理功能；不再直接面对复杂的网络；不必担心应用联网冲突，无需考虑多应用同时接入 WLAN 等复杂情况，接入能力全部帮用户搞定。“WLAN 接入开放能力将于 2012 年 2 月正式实现。”彭青立说。来源：2011-12-15 中国通信网

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信“云 IT”谨慎启用 x86

在中国电信(微博)云计算战略布局中，企业内部业务支撑系统、业务平台和桌面的云化是三大方向，其中服务器的云化是关键，小型机迁移则是服务器云化的第一步。

越来越大的成本及运维压力，逼迫运营商不得不改变 IT 基础架构，拥抱低成本云时代。

日前，广州电信研究院 BOSS 评测中心主任李先绪透露，中国电信已完成 Unix 小型机迁移测试与关键技术研究，并在某试点省份成功将计费系统从小型机迁移至 x86 架构服务器。下一步，中国电信将总结试点经验，制定技术指导白皮书，并逐步推广至全集团。

在中国电信云计算战略布局中，企业内部业务支撑系统、业务平台和桌面的云化是三大方向，其中服务器的云化是关键，小型机迁移则是服务器云化的第一步。

动力何来？

中国电信为何要把小型机迁移至 x86 架构服务器？李先绪认为直接驱动力有二：一是降低 IT 总体拥有成本，二是施行有效运营管理。

成本，对财大气粗的电信运营商本不是问题。但眼下，竞争白热化，行业利润日趋摊薄，迫使运营商必须勒紧裤腰带过活。

众所周知，小型机价格远远高于 x86 架构服务器。由于历史原因，小型机使用的 CPU 基本上是厂商自主研发，比如 IBM 的 POWER 系列，SUN 的 SPARC；操作系统也基本上是厂商自行开发的改版 Unix，比如 SUN 的 Solaris，HP 的 HP-UX。小型机厂商通过封闭的硬件与架构垄断自己的市场，导致运营商硬件采购和后期运维成本居高不下。

“小型机的高可靠性、高可用性、高服务性(下称“三高”)是电信运营商最为看重的。”江苏电信相关人士告诉记者，“在行业上升期，没人关心成本，小型机市场基本被 IBM、SUN、HP 三家垄断。”

不过，随着 x86 处理器性能的突进，很多原本小型机拥有的技术已经越来越多地出现在 x86 处理器上，比如 64 位、虚拟化、多核心技术甚至“三高”特性等。

最为关键的，x86 处理器同时保持了低价格的传统优势。

在成本压力之外，全业务运营对快速应用开发能力也发出挑战。“小型机相对封闭和缺乏弹性的系统，延长了开发周期。”英特尔(微博)关键业务计算部总监 PatrickBuddenbaum 表示。而 x86 的开放架构，则支持 Linux、Windows、Solaris 等多种操作系统，软件厂商众多，可以灵活地响应外界需求。

这两点，让运营商找到了系统迁移的充分理由。

先试点，再推广

理论上 x86 服务器似乎已可取代小型机，但李先绪告诉记者，中国电信仍在谨慎试点当中。

据悉，广州电信研究院先期完成了测试与关键技术研究。李先绪介绍，在一项 CRM 系统数据库迁移测试中，业务高峰期 500 条详单查询时间从原来的 1 分多种缩短到 5-10 秒。

目前，试点省份的系统迁移正在进行。第一阶段已将其系统应用和中间件部分从小型机迁移到基于英特尔处理器的四路服务器上，“这是业界首次针对电信计费系统的迁移尝试，性能提升明显。”李先绪表示。

亚信联创公司副总裁余志刚透露，迁移后系统性能提升约 2.6 倍，该试点省公司每年可节约硬件投资和运营维护成本超过 1200 万元。

第二阶段，针对数据库和查询数据库的迁移及测试也正在推进。试点结束之后，中国电信将会制定 Unix 小型机迁移技术指导白皮书，逐步推广至全集团。

据记者了解，其他两家运营商目前无此规划，中国电信此举堪称首吃螃蟹。

在李先绪看来，试点工作相当重要，如何攻克迁移中的技术难点尚需积累经验。比如软件系统跨平台迁移，涉及到集成商、数据库厂商、Linux 厂商，产业链支持力度至为关键；此外数据的迁移方案需要顶层设计以保障一致性、完整性和实时性，不能影响实际生产。

李先绪也一直强调，电信运营商不同于谷歌这样的互联网公司，“CRM、计费系统等规则复杂，对实时性等要求很高。x86 能否适用需要进一步验证。”他表示，小型机还是 x86 是技术选择问题，在很长一段时间内，两者将并存。

而来自小型机阵营的声音也提醒业界，所谓 x86 服务器的成本优势，这笔账怎么算还要仔细考量。IBM 就宣称其 Power 服务器比 x86 服务器的性能高很多，因此在完成相同任务量的情况下，x86 系统使用的 CPU 数量要比 Unix 多很多。所以如果按照同一个性能指标衡量，用户可以用一台小型机来做两到三台 x86 服务器才能完成的工作。

并且，如果服务器增加的话，其他方面的成本，如电费、空间以及管理等费用也会大幅增加。这些综合成本累加起来，有可能和只用一台 Unix 服务器的成本相同。

布局“云 IT”

争议仍在继续，只是中国电信已经行动。记者从一些省公司了解到，诸如 IBMPOWER550 小型机不再列入集采名单，x86 服务器提供商则不断入围。余志刚评价中国电信此举“为将来向云计算架构迁移奠定基础。”

着眼云计算，是中国电信更长远的战略选择。记者从一份《中国电信云计算技术白皮书》中看到，中国电信发展云计算遵循“业务驱动，内外并举”的原则——对外推出云计算产品，对内建设云计算平台整合优化现有系统能力。

对外，2011 年 8 月 31 日，中国电信正式发布天翼云计算战略、品牌及解决方案，计划于 2012 年正式推出云主机、云存储等产品。

对内，IT 系统的“云化”则从小型机迁移起步。广州电信研究院相关人士表示，通过整合现有的 IT 资源，构建统一的基于云计算的业务与支撑系统基础架构，能够有效提升 IT 支撑系统的响应能力，降低企业 IT 投入成本，同时还能加快新业务创新、孵化和部署的速度，降低新业务的投入和运维成本。

“将传统运行于小型机集群的大型系统如计费、网管等采用云计算分布式技术改造并部署到低成本的 PC 服务器集群，是 IT 系统‘云化’的手段之一，也是基础。”上述人士告诉记者，从世界潮流看，利用分布式技术，将大量廉价物理服务器整合成具有超大规模计算能力和海量数据存储能力的超级计算机，解决原来靠单台物理计算机无法完成的大型计算任务，如数据挖掘分析、信息处理服务等，已从互联网漫延到电信业。

但正如李先绪所言，电信运营商的企业特点和运营特点，决定了内部 IT 架构的演变只能“小步徐行”。来源：2011-12-19 通信产业报微博

[返回目录](#)

中电信首推线上零元购机 突破单一渠道

中国电信(微博)天翼手机网近日在北京地区用户中掀起了一场“0元购机”的线上促销活动，该网站更是打出了“全场天翼智能手机，买手机送最高5000元话费、靓号、精美礼品”的醒目标语，史无前例的震撼低价与足不出户的网上购机形式，迅速席卷了众多在智能手机高价位面前望而却步的消费者。

这是电信运营商利用网上渠道打响旺季线上促销的第一个成功案例。在电子销售越来越火热的大背景下，电子销售取代实体销售成为未来销售主要方式的趋势已越来越明显。如何借助线上平台发挥优势、开拓市场已越来越受电信运营商关注。

电信“0元购机”掀狂潮

从2011年11月1日起，截至12月31日，中国电信用户登录天翼手机网就可参加“0元购机”的线上促销活动。据了解，这是有史以来中国电信推出的优惠力度最大的线上促销购机活动，用户可0元购买最高价值近5000元的手机。以“0元购机”中的“三星(微博)GALAXY i909大礼包”为例，用户只要支付4280元就可获得包含4560元天翼智能机一台、50元乐享3G卡一张、200元充值卡和5000元话费。

“0元购机”极大的优惠力度一时间掀起了一股购机狂潮，中国电信凭借“天翼手机网”这一电商平台推出的便捷购机服务，更是首次突破了行业内实体店促销的时空禁锢，成为了第一个“吃螃蟹”的人。而对于消费者来说，足不出户就能货比三家，找到最心仪最实惠的手机，只需动动手指就能在网上完成从选号到定套餐的全部过程，何乐而不为呢。另外，“天翼手机网”的在线客服还能点对点的回答消费者的疑惑，在服务上也是更加的及时和到位。

几乎是同一时段，北京电信携手国内知名电商平台“一点达信用卡商城”(www.yidianda.com)共同推出“激情 3G 翼起来，存话费送手机”活动。联合推广期间，所有登陆一点达信用卡商城的注册用户，只要承诺月最低话费，即可在线申请北京电信天翼 3G “预存话费 0 元购机”，除了可以享受优惠的购机政策外，用户还可使用信用卡分期支付所需预存的话费，将一次性付款压力分解。这是中国电信在国内三大运营商中率先推出的“预存话费分期支付”活动，一改以往“0 元购机”需一次性预存全年话费、付款压力大的推广模式，一经推出就备受用户关注。

线上渠道成拓市神兵利器

为什么一时间中国电信如此注重业务在线上平台的推广？是什么触动了以往一向注重实体销售的电信运营商的神经？那下面这组数据或许能给我们一些提示。

根据最新统计数据，在 11 月 11 日光棍节那天，淘宝商城(微博)创下日销售额 33.6 亿元的惊人记录，将“光棍节”变成了一年一度的“购物风暴”，而支付宝(微博)在当天也创下日支付成功 3369 万笔的世界记录。腾讯虽并未加入“双十一”的促销大军，但其提前在 10 月底举办的促销活动也创造了 5 天 7.18 亿的销售记录。拍拍网在 12 月 6 日推出的“拍拍疯抢节 II”全站大促销的活动当天，成交额突破了 1.5 亿元大关，在非销售旺季掀起了一股销售小高潮。

这些数据足以说明线上销售势不可挡，它甚至将超越实体销售成为以后产品推广销售的主要渠道。而这一趋势的形成与线上销售的诸多优点是分不开的。

就电信运营商而言，其传统的销售渠道一般分为实体渠道、直销渠道、代销渠道、合作渠道。这传统的销售渠道中，运营商都要直接或者间接的支付租金、水电、人力等成本，而这些成本的不断上升，给这些渠道的经营销售带来了巨大压力。另外，多年来三大运营商在这些传统销售渠道的激烈竞争，导致渠道销售大局已定，某家运营商想在这些渠道上有所突破有所发展，需要付出的代价将远超过其所获得的利润。

而近些年来才开始受到重视的电子渠道，帮助运营商在新的市场竞争中获得优势，顺利地将产品销售到广大客户手中去，让运营商惊喜连连。全国性的线上平台不仅提高宣传效率、降低广告成本，全天候多方位的宣传特点，能满足高渗透性的用户需求，还能辅助线下渠道，帮助运营商树立品牌。可以说线上渠道在新业务的宣传、体验和销售方面，有着不可比拟的优势。

决战 3G 需要发挥电子渠道优势

目前国内 3G 竞争已经进入相持阶段，运营商营销工作的难度加大是显而易见的，困难主要来自于需要寻找合适的客户，需要寻找合适的沟通时机。单一的

线上渠道，无法给用户直观的帮助用户，但它却具有及时高效的沟通特点，在解决普遍的指导性问题上有着极大的优势，能大范围的进行宣传，吸引更多非网内用户成为自己的用户；而选择进入实体营业厅的用户，一般都是网内用户，在解决具体问题上，实体营业厅有着不可替代的作用，但对用户群的扩大并无明显的作用。

从以上情况来看，单一的渠道营销获得成功的概率较小，风险性较大。而且在 3G 时代，全业务运营要求运营商的渠道职能由服务和销售向服务、销售、体验、宣传一体化方向转型。在这样的形势下，构建以移动电子商务为中心的全方位服务营销体系，通过互联网、短信和 WAP 支撑平台和精确营销、体验营销的平台已是大势所趋。

另外一方面，每天数以万计的客户透过电子渠道主动接触运营商，只要稍加利用，这些接触机会完全可变成营销的机会，这是运营商把握 3G 用户拓展的关键渠道。因此运营商可以通过建立联动模式来开展渠道营销，通过电子渠道与实体渠道之间联动，电子渠道之间的联动来进行渠道营销。

从运营商角度来看，通过掌上营业厅更多的把控住顾客，提供更多种的快捷便利的营销服务，扩大受众；通过店面营业提供“人性化”服务和高端客户的差异化服务等，让渠道营销更加顺畅。掌上营业厅和店面营业厅进行互动的营销方面是运营商目前的最好选择。随着电子商务的进一步发展，后续电子渠道的联动将更加的频繁，各种业务的整合推广也会成为主流。来源：2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

中国电信网上营业厅将改域名为 189.cn

上海电信营业厅目前正在进行的域名改革显示，中国电信(微博)将把网上营业厅的域名为 189.cn，预计中国电信的一些相关业务网站也将据此改域名。

如果从网上搜索“上海电信网上营业厅”可发现，显示结果为 sh.ct10000.com，但点开后就变为了 sh.189.cn，据悉，这是整个中国电信将变更域名的前奏，之后，各省公司网站域名都将变更为**.189.cn。

此前，中国移动(微博)将网站域名转向 10086.cn 之后，显得域名更为清晰简短，用户更容易找到和记住。

中国电信改变域名的做法实际上与中国移动一样，只不过，中国移动的统一域名是采用其客服热线 10086 的数字，而中国电信的客服号码是 10000，此次

中国电信改域名没有采用客服号码的数字，而是采用其 189 手机邮箱的数字。
来源：2011-12-19 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信 2011 年 CDMA 终端销量将超 6000 万部

来自中国电信(微博)的消息称，2011 年第四季度 CDMA 终端月均销量将突破 550 万台，2011 年全年累计销量预计达到 6000 万部。

此前，有数据统计，2011 年 1 月到 10 月，中国电信 CDMA 终端累计销量超过 4800 万部，月均销量超过 480 万部。在第四季度，这一数字有望突破 550 万。

据了解，与此同时，中国电信也在打造特色终端“3G 业务特色手机”，比如天翼爱音乐手机中兴 X500、海信 E860、天翼爱阅读手机摩托 XT681、天翼爱游戏手机京瓷双屏手机 KSP8000，这四款终端将于 12 月中旬正式上市。

截止 2011 年 7 月，中国电信爱音乐用户达 1.7 亿户，音乐下载注册用户数达 2700 多万；天翼空间注册用户数达 3000 万，每月活跃人数超过 600 万，每月应用下载量达 2000 万次；天翼视讯独立用户数达 2469 万，月内容点击量超过 3300 万条，日节目更新达 2500 条，直播频道达 74 个；协同通信有效用户数达到 250 万；天翼阅读用户数逾 1300 万，收录图书超过 7 万册；爱游戏用户达 1500 万户，引入产品累计数量超过 2040 款，拥有国内外 203 家合作伙伴；爱动漫注册用户数达 578 万。来源：2011-12-16 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

联通上月新增 3G 用户 338 万

昨天，联通公布了 11 月份的用户数据，截至 11 月底，联通 3G 用户累计为 3653 万户。其中 3G 用户净增数为 338 万户，单月新增 3G 用户首次突破 300 万。全年新增用户指标实现在望。

据悉，联通 2011 年 1 月-10 月用户净增数达到了 1909 万户，只要 11 月和 12 月分别完成约 300 万户的净增数，即可完成全年 2500 万用户数的目标。前七个月中，联通 3G 用户增速疲软，月均增长 168 万，其中有四个月新增用户在 180 万以上。但是，用户数的增长未能带来净利润的同步提升，“增量不增

收”的尴尬致使联通本月初进行了多个省份一把手调整，这是新联通成立后，继2010年4月的第二次大范围人事调整。来源：2011-12-20 新京报微博

[返回目录](#)

联通 2012 年重点补贴中端智能机

从3G发展之初的高端明星机到2011年的千元智能机，联通也在调整着终端补贴的方向。昨天，记者从中国联通(微博)了解到，中端智能手机将成为联通2012年的补贴重点。

据中国联通销售部总经理于英涛介绍，2012年在继续发展千元智能机的同时，联通将重点补贴1000元至2000元价格的中端智能手机，这一类的手机拥有4.0以上主流屏幕尺寸，搭载1GHz左右、单核或双核处理器，支持3D加速功能。

中国联通目前发布了这一系列的首款定制机型中兴SkateV960，并为之提供了相当优厚的补贴方案。

另外，据了解，华为(微博)、HTC(微博)、摩托罗拉(微博)、三星(微博)等知名手机厂商也将陆续加入中国联通中端智能机的定制阵营，而另一款话题产品小米手机(微博)也将是这一阵营中的一员。来源：2011-12-14 京华时报微博

[返回目录](#)

中国联通 10 省换帅广东系成倚重力量

尽管人事调整的文件迟迟没有下发，但中国联通(微博)内部正上演一场号称重组以来最大规模的“人事大挪移”，涉及1/3省公司一把手的人事调整。

昨日(12月13日)有消息称，中国联通北京、浙江、天津、河北、吉林、黑龙江等多省市公司一把手将调整，目前还没下发文件。中国联通新闻处相关负责人昨日对《每日经济新闻》记者表示，目前关于此事没有进一步信息发布，不过，记者从联通内部证实了上述消息。

人事调整或许联通发展尴尬的直接反映。在未来的一年里，联通要解决的依然是“增量不增收”的尴尬现状。

联通重组后最大一次人事调整

据了解，此次人事变动涉及到北京、浙江、天津、河北、吉林、黑龙江等多省市公司联通一把手。

北京联通(微博)总经理将由湖南联通总经理汪世昌接任，现任总经理刘守江将改任党委书记；中国联通销售部总经理于英涛将到浙江联通任总经理，广东联通副总经理周友盟将接替于英涛任集团销售部总经理，广东联通副总韦秀长任河北公司总经理；黑龙江联通副总经理杨鹏升任总经理，天津联通副总经理巩颖将升任总经理；山西太原联通总经理温宁瑞将接任吉林联通总经理。

据上述知情人士透露，目前联通还有湖南等省公司的一把手人选未定，需要再敲定一些省公司的主要负责人，预计将达到 10 个省左右，这意味着联通省公司有 1/3 左右的主要负责人将发生变动，是运营商重组以来联通最大的人事变动。

《每日经济新闻》记者注意到，此次人事调整中，广东联通副总经理周友盟和山西太原联通总经理温宁瑞均为提升。2010 年 4 月，中国联通进行了一次大规模中高层领导调整，包括部分总部部门及一些省公司总经理被调整，涉及人数约 17 人，其中包括 4 名通过公开竞聘产生的省公司总经理，而当时周友盟、温宁瑞通过了公开招聘，但是一直没有任命。

而广东联通副总韦秀长、黑龙江联通副总经理杨鹏、天津联通副总经理巩颖则是通过 2011 年 10 月份，中联通启动的新一轮的部分省公司负责人公开竞聘工作，成功竞聘省公司总经理和副总经理职位的。

即将就任浙江联通总经理的于英涛和将就任北京联通总经理的汪世昌则属于平调，《每日经济新闻》从知情人士处获悉，此前按照联通内部的调整计划，是让于英涛直接到广东上任总经理，但是广东联通总经理乔建葆还没有到退居二线的年龄，因此派其到了浙江。

于英涛此前是联通终端最关键的操盘手，从创建联通华盛，到运作 iPhone，于英涛针对中国运营商定制和销售终端的一整套模式，其精华至今仍被中移动和中电信借鉴。据知情人士透露，于英涛本月底将正式到浙江联通报到，正式履新浙江联通总经理。

而此次周友盟接任于英涛的位置也备受外界关注。通信专家项立刚(微博)对《每日经济新闻》记者表示，运营商内部人事调整向来是用“业绩说话”：广东联通业务发展一向迅猛，其主要的原因在于中国移动最强的分公司也在广东，正所谓“遇强则强”。

《每日经济新闻》注意到，早在 2011 年 3 月份，“广东系”多位高层搭上升迁快车，其中，广东联通副总经理买彦州升任福建联通总经理；深圳联通总经理舒兆平、广州联通何飏升任广东联通副总经理；东莞联通总经理袁健则升任浙江联通副总经理。

而此次周友盟担任集团销售部总经理也意味着，未来一年，联通的主要策略依然是希望借助“广东系”的套路在终端上突围，此前曾传出联通要将销售部独立为公司，接管全国渠道及终端管理的计划，周友盟上任之后是否会继续推行此计划也值得期待。

“增量不增收”的尴尬

人事调整或许是联通发展尴尬的直接反映。在未来的一年里，联通要解决的是“增量不增收”的尴尬现状。此次中高层人事变动之后，联通能否扭转局势，有待进一步观察。

“增量不增收”主要体现在用户数的增长未能带来净利润的同步提升。此前东方证券发布的报告称，联通1月~10月用户净增数达到了1909万户，只要11月和12月分别完成约300万户的净增数，即可完成全年2500万用户数的目标。

然而，中国联通2010年业绩数据显示，联通3G终端销售亏损(3G手机补贴成本)31.7亿元。而据了解，3G终端亏损几乎都来自于对iPhone的补贴。

在中国移动互联网产业联盟常务副理事长兼秘书长李易看来，联通的终端策略将iPhone作为唯一的“救命稻草”，过多的运营成本和终端补贴费用也让中国联通业绩受到了拖累。中国联通业绩报告显示，2010年度，中国联通净利润下降59.7%，仅为38.5亿元，当年联通的净利润增幅也是三大运营商中最低的。

据知情人士透露，联通在引进iPhone问题上付出的可能远比外界想象中大，此前业界普遍流传中移动董事长王建宙曾因为苹果要求合作之前先支付4亿美元而退出了与苹果的谈判，此外，苹果在同运营商的合作中曾提出要求话费分成。

据了解，中国联通2012年计划将终端运营资源向1000~2000元的3G智能手机倾斜。也就是说，2000元以内的3G智能手机将成为中国联通2012年终端运营的重中之重。

除了终端补贴对业绩带来的重大影响，联通的一手3G好牌也没有发挥应有的作用。3G牌照发放时，联通获得了发展最为成熟WCDMA牌照，这被认为是对联通的重大利好。然而数据显示，联通2011年3G份额徘徊在30%左右，中国电信(微博)的市场份额则由年初的24%升至28%。来源：2011-12-14 每日经济新闻

[返回目录](#)

联通 2012 主攻 1000-2000 元 3G 智能机

中国联通(微博)销售部总经理于英涛日前向南都透露，2012 年中国联通终端销售策略将重点补贴并推广 1000-2000 元价位段的 3G 智能手机，2011 年年底计划再推出至少两款两千元以内的 3G 智能手机，除中兴、华为(微博)外，HTC(微博)、摩托罗拉(微博)、三星(微博)等厂商亦将加入这一价位的智能机定制行列。

于英涛表示，“希望在中档智能机市场上和竞争对手打差异化竞争”。千元智能手机主要由国内厂商组成，国际厂商则主要在 3000 元以上的高端市场，在千元智能机市场鲜有涉足。联通希望借助国际厂商所拥有的品牌优势，在价位为 1000 元至 2000 元的中档智能手机市场取得突破，从而获取更多的中档智能手机用户。

本周，中国联通联合中兴通讯(微博)推出的 SkateV 960，成为该价位段的重头产品。联通方面称，该产品将成为联通 2012 年重点推广的 Android 智能机。中国联通销售部副总经理宋丽梅表示，联通已为 SkateV 960 定制了合约计划。来源：2011-12-15 南方都市报微博

[返回目录](#)

中国联通今日下午发布定制版小米手机

今日下午，中国联通(微博)和小米科技(微博)将联合发布定制版小米手机(微博)，此前已有消息称合约价格为 2699 元，具体信息将于下午公布。新浪科技将做视频直播。

关于小米手机联通定制版的消息此前已传闻很久，近期爆出联通定制版小米手机合约价格为 2699 元，用户可选择最低消费 126 元/月的三年合约或 186 元/月的两年合约。

有消息称，中国联通此次采购小米手机为 300 万台。不过小米手机的供货能力一直饱受业内质疑。自然，小米手机联通定制版的销量如何，还有待时间检验。来源：2011-12-20 新浪科技

[返回目录](#)

联通 11 月份宽带用户新增数创年内新低

就在联通和中国电信(微博)遭到发改委调查公司宽带业务之际，根据中国联通(微博)的公告，11 月份，联通宽带用户净增数为 48.4 万户，月净增数已连续三个月走低，并创下年内新低，形势不容乐观。

2011 年以来，中国联通宽带发展比前两年有所下滑，2 月份时宽带新增用户 65.9 万户，3 月份时新增 94.6 万户，达到 2011 年增长颠峰，随后就一直不稳定地徘徊于新增 60 万至 85 万之间，包括 4 月份新增 62.8 万户，5 月份增长 83.4 万户，7 月份新增 66.9 万户，8 月份新增 76.7 万户。

而 11 月份，联通宽带用户净增数为 48.4 万户，为 2011 年以来增长用户数最低。

1 个多月前，业内曝出发改委正在调查公司宽带业务一事。12 月 3 日，联通公告称，通过全面自查，已就上述问题向发改委提交了整改方案和中止调查申请，并表示将大幅提升光纤接入普及率和宽带接入速率，同时，将进一步下调公众用户上网单位带宽资费水平，并尽快组织实施。从目前情况来看，联通的宽带增长并非想象的那样迅猛。

业内认为，这一方面是由于市场上实际存在多种宽带运营商的竞争，另一方面也与 WLAN、3G 等的发展有关，例如联通目前还未开始全面光纤到户，导致 3G 无线上网卡和固网宽带网速相差不是很大，3G 无线上网卡对固网宽带有替代作用。预计联通 2012 年开始实现光纤到户后，其宽带用户将迎来新一轮大增长。

来源：2011-12-20 新浪科技

[返回目录](#)

联通公开亮相 WO+四大开放平台出击移动互联网

继一周多前中国联通(微博)在北京发布其移动互联网新战略之后，中国联通又将由旗下广东联通于 20 日对“WO+开放体系”战略进行全面阐释，据悉，联通将首次亮相其移动互联网的四大平台，意在打造全新的移动互联网模式。

联通四大开放平台将首次公开亮相

此前，12 月 8 日中国联通 2011 移动互联应用产业峰会，据悉，广东联通将于 12 月 20 日在广州举办“珠江论道?2011 年移动互联网领袖峰会”，主要是向移动互联网产业链详细介绍日前提出的全新的移动互联网模式。

这个全新的移动互联网模式实际上就是联通日前发布的“WO+开放体系”战略。当时，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。

据悉，广东联通举办的此次峰会上，“Wo+开放体系”四大平台将首次真正集体亮相，包括社交生活开放平台、全媒体开放平台、分享传播开放平台、智能通信开放平台。

招募合作伙伴打造新平台

对于 3G 时代移动互联网的变革，运营商均提出了自己的看法，上周，中国移动(微博)在广州召开了移动互联网大会，刚刚宣布了要为产业链打造 MM 云服务能力等五大能力。

而联通则表示，要全新构建能力开放平台，以全新的视角和开放共赢的理念布局移动互联网，通过扩展提供产品调用，产品聚合，渠道能力，服务能力，智能管道，用户资源等多项开放，为企业带来巨大利益，通过第三方资源挖掘刺激潜在消费需求，提升相关业务营销能力，推动移动互联网发展。

据悉，中国联通尤其重视 3G 时代移动互联网的一些变化趋势，比如 3G 时代语音话务占比更小，用户对于手机上网、下载应用的需求更大，这将要求运营商具有对用户业务及流量分层管理和控制能力，为此，联通在 2G 时代将积极实现用户可识别、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。

另外，联通也正在积极搭建 WO+开放平台，正在积极招募合作伙伴，并已经初具规模。广东联通透露，自平台上线现在，已经聚集了近百家合作伙伴，其中不乏新浪、腾讯、360、南方广播影视传媒集团、羊城晚报、南方网、通信世界网、羊城电台、清华管理评论等知名企业、媒体、网站与优秀开发者。来源：2011-12-19 新浪科技

[返回目录](#)

中国联通将试行网上分销 运营商电子渠道走向主流

在运营商内部一直流传着这样的话：“得渠道者得天下”，渠道的重要性可见一斑。在近日举行的“中国联通(微博)2011 年移动互联应用产业峰会”上，中国联通表示，将以广东联通为代表，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。

中国联通此举无论对电商网站还是联通来说都将是全新的业务模式和机会。随着 3G 的快速发展，目前运营商传统的线下营销方式已经无法满足需求，电子

渠道营销正在发挥越来越大的作用。运营商结合电子商务的切实需求，创新电子渠道的发展，带动后续电子渠道联动已经成为一种重要趋势。

运营商电子渠道向电商演进

其实不单单是中国联通，对于电子渠道的拓展，三大运营商一直都在积极探索。目前看来，国内运营商都已经将电子渠道作为 3G 时代的核心渠道提高到战略高度。

继在淘宝和拍拍商城开设淘宝旗舰店后，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”。此前，中国联通首个淘宝商城(微博)旗舰店和 QQ 商城旗舰店亦是由广东联通承建。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。据悉，中国联通 2010 年电子渠道一年营业额达到 124 亿元，而 2011 年销售目标为突破 200 亿元。

运营商从最初的开设网上营业厅到在电子商务平台开设网店。电子渠道的拓展也呈现新的趋势，那就是与电子商务的结合。就运营商淘宝商城开店而言，三大运营商目前开店的数量，中国移动(微博)有河南、宁波、惠州等四家店，中国电信(微博)有湖南、浙江、山东、安徽四家旗舰店，中国联通最多，共有广东、江苏、上海、山东、浙江、延边六家旗舰店。业务种类包括包括终端、3G 号卡、上网卡以及业务套餐。

从整个电子商务的市场环境看来，随着电子商务发展迅猛，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。这也表明了和电子商务企业合作拓展电子渠道已经成为运营商竞争发展必由之路。然而电子商务的核心是销售，从运营商自身来讲，首先需要转变观念，从电子渠道的服务功能向销售平台转变，并以承接销售为主，为用户提供针对性销售和个性化服务。

电子渠道颠覆运营商传统渠道

运营渠道格局近年来风生水起，尤其是电子渠道的深度介入，给市场环境日趋复杂的渠道带来很多新的变数。

运营商的电子渠道是为了满足客户实时服务的需求，降低营业前台服务压力和服务成本，而迅速发展起来的自助式新型营销服务渠道。随着电子商务的迅速发展，而今，电子渠道已然成为运营商的咽喉之地，电子渠道某种程度对于传统

电信渠道是一种颠覆。电子渠道以客户为导向，客户可以根据自己的个性特点和需求选取商品，并且不受时间和地域的限制。

在 2G 时代，运营商的销售渠道主要是自有营业厅、自建渠道、传统代理与分销商、家电连锁卖场等模式，由于受空间和时间成本限制，用户大都就近选择服务。这就使得营业厅网点的多少和社会渠道拓展能力成为发展与提升服务的重要影响因素。进入 3G 时代，移动互联网的快速发展已经电子商务的繁荣，渠道分布不足而引发的营销困难有望得到缓解。电子商务渠道的拓展能够有效地提高弱势运营商的营销和服务能力，最大程度上改善渠道不足的问题。

从另一方面来讲，拓展电子渠道对于运营商的意义甚至已经超出了渠道效应本身。可以说，电子渠道的发展和渠道功能的联动，渠道平台拓展将成为运营商提升核心竞争力的重要战略之一。首先，电子渠道能够有效的分流运营商营业厅的压力；其次，通过互联网营销降低营销成本实现效益最大化；再者，能够提升客户有效体验与忠诚度；最后，有助于塑造良好的品牌形象。

鉴于电子渠道的优越性，可以预见，实体营业厅的主要发展趋势将不会再是简单的业务办理，更多的将会是运营商的产品展示，体验厅作为现今社会的少数将会成为以后营业厅发展不可避免的趋势，而网络的运作将会是未来的必然选择。

电子渠道的重要性毋庸置疑，但是运营商要进一步提升电子渠道效能，必须重新审视运营思路，只有更好地提升客户体验，提升客户在使用电子渠道时的整体价值，才能进一步释放用户的需求。

电子渠道理念的规划创新是关键

电子商务的兴起为电信运营商拓展了新的营销渠道。随着 3G 用户数的快速增长，业务种类和处理复杂性的大幅增加，运营商的客户服务与营销能力面临更大的考验。业内人士认为，电子渠道已经不仅仅只是运营商渠道的一部分，电子渠道通过新媒体平台作用的持续发挥，还承载着运营商战略转型的平台以及 3G 时代的核心渠道，电子渠道的创新发展，将极大地影响到电信运营商对客户行为的深度支持，从而影响到电信运营商的转型战略。

对电子渠道管理理念与渠道规划的创新，已经成为运营商竞争制胜的关键。传统的电信渠道模式将在 3G 全业务竞争时代面临严峻压力。满足用户个性化需求是电信行业未来发展的趋势。在移动互联网时代，运营商需要结合电子商务的具体需求实现电子渠道的创新，区别不同的销售对象采取不同的销售策略和电子营销手段等。

对运营商而言，不论何种渠道，最终都是为了更好地服务客户，同时减少成本增加收入。运营商需要围绕以客户体验为核心来打造电子渠道体系，引导客户

消费行为，提升客户的感知度和忠诚度。对电子渠道的创新，运营商需要转变的是思维，提供互联网服务。而要把控电子渠道，运营商需要创建新型的电子营销模式下，根据当前形势选择营销策略，打造运营模式等。显然，要走的路还很长。

3G 时代催生新的营销方式，其中电子渠道的作用任重道远。可以预见，电信运营的渠道时代已经到来。可以说，国内三大运营商正在尝试从一辆放缓的列车跳上另一辆疾驰的列车上。来源：2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯参股聚飞光电获批

中兴通讯(微博)昨天晚间发布公告称，间接参股聚飞光电已经获批。

中兴通讯间接参股的深圳市聚飞光电股份有限公司首发申请已于 2011 年 12 月 13 日获中国证券监督管理委员会创业板发行审核委员会 2011 年第 78 次工作会议审核通过。其中公司出资 1530 万元，持有深圳市长飞投资有限公司(以下简称“长飞投资”)51%股份，是长飞投资的控股股东。长飞投资持有聚飞光电 1287 万股，占聚飞光电发行前总股本的 21.62%。

根据中国证监会 12 月 13 日晚间公告，经创业板发审委审核，深圳市聚飞光电股份有限公司、宁波慈星股份有限公司、广东宜通世纪科技股份有限公司三家公司首发申请均获通过。来源：2011-12-15 京华时报微博

[返回目录](#)

中兴借联通版 Skate 手机抢市

中兴通讯(微博)日前推出由中国联通(微博)定制的旗舰型智能手机 Skate V960。这是继 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。

Skate V960 是一款定义于中高端市场的机型，采用 Android2.3 操作系统，4.3 英寸多点触控电容屏，分辨率达到 480×800 的 WVGA 级别，配备 500 万像素自动对焦摄像头和 LED 闪光灯，配合双 512MB 内存(512MB RAM+512MB ROM)，支持 3D 加速及重力感应。

此外，该手机支持联通 3G 网络以及 WiFi 无线网络协议，用户可将这款手机当成移动路由器，成为一个 3G 热点，不用安装任何软件就可支持多台 WiFi 终端同时上网，在没有局域网的情况下提供互联网接入服务。

中国联通销售部副总经理宋丽梅介绍，中国联通为 Skate V960 制定了“预存话费送手机”和“购机入网送话费”两类合约计划。若用户选择 126 元套餐并预存 2199 元话费，即可零元购机；若用户以 1499 元购买手机，选择 66 元及以上套餐，即可获赠套餐月费 50% 的话费。来源：2011-12-14 北京商报微博

[返回目录](#)

中兴通讯参股公司聚飞光电 IPO 过会

中兴通讯(微博)(000063.SZ)今日发布公告，其间接参股的深圳市聚飞光电股份有限公司(简称“聚飞光电”)首发申请已于 2011 年 12 月 13 日获证监会创业板发审委审核通过。2011 年 7 月 7 日，因“尚有相关事项需要进一步落实”，聚飞光电曾被创业板发审委取消申报审核，由此引发市场人士对中兴通讯与聚飞光电密集交叉持股等弊端的诟病。

与中兴通讯密集交叉持股

聚飞光电招股说明书(申报稿)显示，公司前 4 大股东分别是邢其彬、王桂山、深圳市长飞投资有限公司(简称“长飞投资”)和王建国。其中，邢其彬是公司控股股东及实际控制人，直接持有 2,030.60 万股股份，又通过持有中兴维先通 1.5% 的股权间接持有 1.48 万股，合计持有聚飞光电发行前股份总数的 34.13%，现为公司董事长、总经理；王桂山持有公司 1,430 万股，占发行前股份总数的 24.02%，现任公司监事会主席。

之所以被称为“密集交叉持股”，比较直接的是，中兴通讯出资 1530 万元人民币，持有长飞投资 51% 股份，是长飞投资的控股股东；而长飞投资持有聚飞光电 1,287.00 万股，占其发行前总股本的 21.62%。比较隐蔽的是，聚飞光电董事长、总经理邢其彬，董事、副总经理侯利以及董事诸为民都在深圳市中兴维先通讯设备有限公司(简称“中兴维先通”)持有股份，而中兴通讯的第一大股东为中兴新通讯，其 49% 股权的持有者正是中兴维先通。

根据公告，聚飞光电不仅与中兴通讯存在千丝万缕的交叉持股关系，公司历史上还存在员工委托持股问题和原股东聚贤投资通过工会代持股份问题。

2007 年 4 月 25 日，聚飞有限股东会通过决议，注册资本由 1,500 万元增至 1,800 万元，其中员工认缴注册资本 150 万元，实缴出资 180 万元，

出资比例为 8.33%。此次员工增资系由 31 名员工集体出资，统一由公司办公室主任刘燕玲代为持有。另一方面，聚贤投资曾是聚飞光电的第一大股东，2005 年 7 月 25 日，白绮、陈燕、崔毅、黄力青、李溯、卢科学、王洪海、邢其彬、赵云、张麟等 10 名股东将其所持聚贤投资的部分出资转让给聚贤工会，到 2010 年 5 月，聚贤工会又把代持的股份原样返还给了上述股东。

直到 IPO 前两年，才刚刚理顺杂乱的内部股权关系，差一点就不能满足创业板 IPO 标准。《首次公开发行股票在创业板上市管理办法》第十三条规定，发行人最近两年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大变化，实际控制人没有发生变更。

是否会重蹈国民技术覆辙？

如果聚飞光电顺利登陆创业板，则将成为 2011 年上市的第 5 家 LED 生产企业。此前，雷曼光电、鸿利光电、洲明科技、瑞丰光电等 LED 企业已先后 IPO 成功。

中兴通讯的一个控股子公司国民技术(300077.SZ)于 2010 年 4 月 30 日登陆创业板，在其股份陆续解禁之后，中兴通讯大肆套现，尤其是 11 月以后，减持间隔时间越来越短，

2011 年 5 月，中兴通讯所持国民技术 2176 万股股份解禁。5 月 17 日国民技术实施 10 送 5 转 10 派 5 的方案，中兴通讯持股量猛增至 5440 万股，但经过几轮大刀阔斧的减持之后，目前中兴通讯的持股量已经锐减到 870.99 万股。以国民技术近日的股价估算，中兴通讯的这一项投资收益将超过 7 亿元。聚飞光电是否会重复国民技术的今天，本报将继续关注。来源：2011-12-15 证券日报

[返回目录](#)

【华为】

华为终端借电商渠道扩张

近来，华为终端在渠道上动作频频，先以体育营销高调开局，现在又积极拓展电商渠道。日前，华为更推出了一场声势巨大的促销活动，其顶级旗舰产品 7 英寸顶配 MediaPad(3G 版)以将近 8 折在京东(微博)销售，而且以巨奖的形式吸引用户分享评价，短短几天时间内，该产品成为瞩目的焦点。究竟，华为终端为何极少染指传统渠道，而选择电商渠道作为其主战场？频频出招的背后，隐藏着华为终端什么野心？

与其他厂家浅尝辄止、举棋不定的态度相比，在平板电脑方面，华为终端显得十分活跃。早前推出了手机与平板结合的 S 7Slim 后，立刻在玩家心中成为终

极性价比的代言词。虽然在 Android2.2/3.0 时代,华为 MediaPad 产品问世后,市场关注度不高,但是在平板电脑拼配置的时代,其后续产品,顶配 MediaPad 却再次吸引了业界的焦点。

据了解,这款问世不久的顶配 MediaPad 搭载了 Android3.2 蜂巢操作系统,拥有高通 1.2GHz 双核处理器,并在平板电脑中,首次采用了 IPS 材质、分辨率高达 1280X800 的屏幕,细腻度远高于同价位的苹果 iPad2。

同时,华为还为这款产品搭配了一次华丽的营销。先是将 3688 元的定价,降至 2999 元,与 iPad2 保持一定的距离,同时还送包括皮套、耳机和贴膜等附件,一次性满足消费者的众多需求。而且还通过京东“晒单”赢“去米兰看德比,意大利五地七日风情游”促销活动,让顶配 MediaPad 在短短几天内,成为该电商最热门的产品之一。

不过,向来低调的华为,通过这一系列的高调动作,让业界看到其的渠道建设渐露端倪。艾媒咨询首席分析师张毅认为,“近期,华为终端与电商合作越来越紧密,其模式完全不同于过去手机厂家的传统渠道建设。”

据了解,过去手机厂家要推广一款产品,必须经过代理商、经销商、零售商等多级渠道,而华为终端一开始则借助其基础通信设备供应商的角色,通过运营商的网络在终端市场长驱直进。不过,张毅认为,按照现阶段华为终端的扩张速度,运营商渠道已经远不能满足其增量需求,因此开发新渠道势在必行,“与传统渠道相比,电商渠道总体开发成本更低,而且更加高效。而且传统渠道早已是三星(微博)、诺基亚(微博)的天下,直接介入对华为不一定有利。”

2010 年,华为智能手机出货量为 330 万部,该公司曾在 4 月宣布,2011 年计划出货量要达 1200 万至 1500 万台,不到 3 个月,它又将这个数字提高到 2000 万台,与 2010 年相比,增长幅度超过 6 倍。值得注意的是,智能手机只是冰山一角,在华为的销售计划中,包括上网卡、平板电脑、非智能与智能手机在内的消费电子产品销量将达 1.7 亿至 2 亿件。

如此庞大的销售目标,加紧渠道建设无疑是华为终端的当务之急。而高效的电商自然是华为终端的最佳选择。有业内人士认为,考虑到华为终端的目标用户群,电商渠道也有天然优势,“华为的产品目标群体主要集中在年轻时尚且要求性价比高的用户上,这群用户熟悉互联网,热衷于网购。电商渠道更能满足用户的需求。”来源:2011-12-15 南方都市报微博

[返回目录](#)

华为预计 2015 年企业合同销售额达 150 亿美元

华为(微博)企业业务营销部门总裁何达炳表示，预计到 2015 年，华为企业业务合同销售额将达到 150 亿美元，远远高于 2011 年的 40 亿美元。

华为在 2011 年成立了企业业务部门，向企业提供技术解决方案，与思科等公司抗衡。华为企业业务部门将提供云计算和视频会议等服务。

此外，华为还销售网络设备以及手机和平板电脑等其他设备。来源：
2011-12-16 新浪科技

[返回目录](#)

华为控股总部选址深圳坂田岗头 投资 200 亿元

昨日，市委常委、龙岗区委书记蒋尊玉在龙岗区第五次党代会上透露，华为(微博)控股全球总部项目已确定选址坂田岗头，拟投资 200 多亿元，现已完成项目土地整备实施方案。

蒋尊玉强调，龙岗区须于 2011 年年底完成一期 120 多万平方米征转地工作，把打造华为科技城、做好土地整备工作作为产业转型升级的根本工作来抓，全力做好服务华为的配套工作。

另据记者从龙岗区第五次党代会上了解，龙岗区将加快华为国际会展中心和华为控股全球总部的土地整备工作，将华为两个重大项目落地作为重中之重，全力推进项目的拆迁和土地整备工作。

华为国际会展中心项目总用地面积 3.6 万平方米，涉及拆迁面积近 10 万平方米，目前已完成 50%面积的拆赔协议。蒋尊玉强调，要加快拆迁工作步伐，于 2012 年 6 月 30 日前将剩余土地整备好并移交华为，巩固龙岗坂田作为华为全球总部基地的地位。来源：2011-12-19 深圳特区报微博

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺西在苏州成立全球物流中心

诺基亚西门子(微博)通信(以下简称诺西)近日宣布成立全球物流中心——诺基亚西门子通信(苏州)工业服务有限公司。

据介绍，诺西在苏州成立的全球物流中心，旨在以加强供应链管理并提高供应链的整体效率。该物流中心作为紧邻供应商的原材料收购及配送中心，能够帮助供应商了解全球需求并简化采购流程。

诺西大中国区总裁张志强表示，作为全球物流中心，诺基亚西门子通信(苏州)工业服务有限公司的成立能够提升行业生产效率和管理水平、推动创新型产业建设，带动相关产业链发展，具有重大意义。

另据了解，诺西苏州工厂的第 200 万个 Flexi 基站收发信机(Flexi BTS TRX)于近日下线，诺西大中国区总裁张志强称其为“在中国成长发展的又一里程碑”。据悉，诺西苏州工厂成立于 1998 年，是诺西全球最大的无线网络产品量产制造基地之一，产品服务全球客户。来源：2011-12-14 通信产业网

[返回目录](#)

诺基亚扩大印度移动支付服务

诺基亚(微博)日前扩大了在印度现有的移动支付服务。在印度诺基亚零售店数量远远超过银行数量，使它们也成为诺基亚支付代理商，能够为该项服务充值，将意味着有更多印度民众可以获得以往无法获得的金融服务。

印度消费者所需做的只是去那些可以为其手机配置该服务的诺基亚授权零售店，向代理商支付现金将之存入手机中。随后他们的手机就可以用来支付水电费、为手机充值、缴纳保险费及其它款项。

“印度对备用的金融支付工具有着需求，手机提供了最完美质量的平台来满足这一需求。通过代理银行交易成本几乎便宜了十倍，而使用手机来进行金钱交易成本更低。”诺基亚移动支付服务总经理加里·辛格(Gary Singh)表示。

这项新的诺基亚移动支付服务独立于任何特定的移动网络之外，因此可供许多以往“从未使用过银行服务”的消费者使用。

刚开始使用“Nokia Money”的消费者也可以进行升级，来实现人与人之间的汇款和现金提款、金融服务，当然这较“Nokia Money”所提供的移动支付也有着更严格的规定。来源：2011-12-15 中国通信网

[返回目录](#)

诺基亚生活通服务用户突破 1400 万

诺基亚(微博)日前宣布，生活通在过去半年内用户数量增长近 4 倍，在中国累计用户已突破 1400 万。同时，诺基亚生活通还宣布推出基于 GPRS 网络的客

户端，并将支持服务的终端数量扩展至 30 款，通过更加丰富的服务内容推动更多的人与信息、与互联网相连。

作为一项为中低收入消费者设计打造的服务，诺基亚生活通将最实用的生活信息与以低成本、低门槛的“端到端”移动服务相整合，为中低收入用户打造独具价值、便捷实用的信息平台，信息涵盖健康、教育、农业与娱乐四大类别。最新推出的基于 GPRS 网络的生活通客户端则将互联网服务体验带到了用户手中，除了为用户提供丰富的服务内容外，还能直接通过网络社区获取更多交流信息。
来源：2011-12-14 北京商报微博

[返回目录](#)

诺西承受制裁重压 计划削减伊朗业务规模

受到国际制裁压力增大的影响，全球第二大电信设备制造商诺基亚西门子(微博) (以下简称“诺西”)将逐步缩小在伊朗的业务规模。

诺西与爱立信(微博)和华为(微博)同为伊朗重要的电信设备供应商，该公司在发给驻伊朗员工的信中表示，已经决定停止在该国寻找新业务，并逐步削减现有业务规模。

由于在伊朗的业务规模较大，诺西一直面临国际社会的激烈批评。该公司 2010 年决定只会继续与现有用户开展业务。但现在却表示，由于难以获得出口许可而且无法从伊朗汇出资金，因此这一承诺“几乎不可能”继续履行。

“所有国际银行和其他金融机构的制裁表明，在大约一年的时间内，诺西一直都难以从伊朗汇出资金。”该公司在上述邮件中说，“有更多欧洲国家最近已经迫使他们的银行停止与伊朗银行之间的任何贸易往来。”

西方国家指控伊朗正在开发核武器，而伊朗对此予以否认，这也导致双方关系紧张。

在国际社会加大对伊朗的经济制裁后，激进的伊朗年轻人于 11 月 29 日冲击了英国驻德黑兰大使馆，导致英国政府召回了所有员工，并关闭了大使馆。

诺西表示，只要符合现行的限制措施和法律规定，该公司将继续支持现有客户和合同。来源：2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚重返美国 联手微软主攻低端智能机市场

导读：美国著名科技博客网站 TechCrunch 编辑约翰·比格斯(John Biggs) 周三撰文称，微软和诺基亚联手打造的诺基亚 710 Windows Phone 手机将会冲击低端智能手机市场，对 Android 造成威胁。

以下是文章内容概要：

我为 Android 祈祷。诺基亚(微博)最新的 710 Windows Phone 手机售价仅为 49 美元，其目标是与功能手机竞争，这种手机将会改变运营商的销售方式。

从本质上来说，微软(微博)和诺基亚正试图吸引缅怀 20 世纪的美国数百万用户购买新的手机，而它们所采取的方式是只有对普通大众来说最出色的两家科技企业才能做到的。

从表面上看来，诺基亚 710 手机会令人想起廉价商品柜台。用业内人士的话说，它就像是一款“糖果手机”。

如果你认为我暗示诺基亚 710 手机不好或过于“主流”，那么就再想想吧。在过去，诺基亚和微软曾面临岌岌可危的处境，就算时至今日也在某种程度上是这样。它们在太长的时间里深信诺基亚 N 系列手机仍高高矗立在奥林匹斯山上，但实际上这一系列的手机已成为二流货色。是诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)及其向微软“售罄”——微软出资来帮助补贴这款手机——的战略重塑了这个品牌。

710 是诺基亚做的最好的一款手机：机体结实、硬件规格合人心意、价格上接近于免费。我会把这种手机与早已成为过去的 Wing 和 Shadow 手机相比较，这是微软试图吸引 iPhone 和诺基亚 5310 用户的两款所谓“功能性智能手机”，它们都是以低端市场为目标的手机，但推出的时机却是低端市场正在“仰望”的时刻。

过去几年时间里，我们对手机的看法已经发生了改变。虽然有一些 Android 和 iOS 手机的售价也低于 100 美元，但诺基亚的真实目标是那些可能为孩子购买新手机的父母，以及那些想要拥有智能手机体验、但却没有多少钱的失业者。而这正是微软和诺基亚所擅长的。

我不会预计这款手机的销售量能达到很高的水平，但如果未来几年时间里缓慢而稳定地浮现出象诺基亚 710 这样的手机，那么我不会感到惊讶。如果说微软知道些什么，那就是这种低端手机恰好能彰显其软件的优势；如果说诺基亚知道些什么，那就是这种低端手机是构建一项业务的良好基础。诺基亚不是因为销售 N810 而拥有了庞大的规模，而是由于销售 7110 才发家的。

也就是说，我认为这对 Android 来说是一种真实而可信的威胁。象微软这样的操作系统提供商能升级从低端到高端的各种手机，与谷歌这样的新来者相比，其可信赖度正日益增强。来源：2011-12-15 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚拟携 710 重返美智能机市场：2012 年 1 月开售

诺基亚(微博)正试图重返美国智能手机市场，计划推出入门级的 Windows Phone 手机，由 T-Mobile 负责经销。

诺基亚将从 2012 年 1 月 11 日开始在美国市场上出售诺基亚 Lumia 710 手机，这是该公司已在欧洲市场上推出的两款智能手机之一。诺基亚 710 在美国市场上的折扣后签约售价将为 50 美元。

业界人士指出，选择在美国市场上推出诺基亚 710 手机而非高端的 800 手机意味着，诺基亚旨在吸引更加具有成本意识的消费者。但此举同时还意味着，美国消费者最先接触到的诺基亚新款智能手机并非其旗舰产品。

诺基亚美国总裁克里斯·韦伯(Chris Weber)称：“美国市场是发布我们首款 Windows Phone 手机的合适地点，这一市场对我们而言是个未开发的区域。”韦伯还对为何诺基亚不在美国假期季节中发布 Windows Phone 手机作出了很好的解释，他表示：“我认为，我们能利用不在这个嘈杂的阶段发布手机这一事实”来证明其竞争力，并指出诺基亚将为这款产品推出大量的广告，还将采取措施来全面培训 T-Mobile 的销售团队，为这款手机及 Windows Phone 的好处做宣传。

诺基亚 710 手机有黑白两种颜色，配备 1.4GHz 高通单核处理器、500 万像素摄像头和 3.7 英寸显示屏。这款手机使用代号为“芒果”的最新版 Windows Phone 7.5 操作系统，配备具有内置路线规划功能的导航服务，此外还拥有一个 ESPN 应用，这个应用是诺基亚 Windows Phone 手机所独有的。

与 AT&T 相比，T-Mobile 在 Windows Phone 手机方面不那么积极，但这种情况可能会有所改变。诺基亚 710 将是 T-Mobile 经销的第二种使用 Windows Phone 7.5 系统的智能手机，此前该公司已在经销售价 99 美元的 HTC(微博) Radar 手机。来源：2011-12-15 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

摩托罗拉移动 2012 年将外包中低端智能机业务

摩托罗拉(微博)移动 2012 年将把价格在 300 美元至 350 美元以下的所有入门级、中端智能机订单外包手机 ODM(原始设计制造商)厂商。富士康和华冠通讯将因此受益。

在摩托罗拉移动 2012 年发布的新智能机机型中,富士康预计将抢得 70%至 80%的订单,而华冠通讯仍将接到 5 款机型订单。

摩托罗拉移动昨天在台湾市场发售了价格在新台币 10000 元(约合 330 美元)以下的 XT532 和双核 ME865 Android 智能机。摩托罗拉移动此前已经将 XT532 手机生产外包富士康国际控股。来源:2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

手机动漫迎来发展最好时机

随着智能手机的全面普及,我国的手机动漫得到了长足的发展。手机动漫结合了动漫的娱乐性与手机的便捷性,表现形式丰富,其多媒体和娱乐性对读图时代的现代人尤其是年轻人具有很强的吸引力,但手机动漫缺少创意精品内容的状况也亟需改变。

近年来,我国原创动漫文化快速崛起,随着中国智能手机的全面普及,动漫产业正逐渐向数字动漫、手机动漫的趋势发展。业内人士估计,未来三年的手机动漫总收入规模将达到 23.1 亿元。据了解,由文化部牵头制定的“手机动漫标准体系”初稿日前已经完成,将进入专家评审阶段,预计 2012 年初发布。标准的统一将有利于动漫作品生产及渠道传播成本的降低,进一步打开基于移动互联网的动漫市场。但是,当前我国手机动漫产业的发展中,内容匮乏已成为制约产业发展的瓶颈,手机动漫欲“展翅高飞”,当突破内容瓶颈。

手机动漫市场发展前景良好

艾瑞咨询(微博)的调研数据显示,全国动漫爱好人群约 1.6 亿,其中 54.3%的人对手机动漫感兴趣,有 58%的用户愿意每月支付超过 5 元的使用费。预计

手机动漫用户规模将超过 3600 万户，如果按照手机动漫功能费 5 元/月计算，未来三年的手机动漫总收入规模约为 23.1 亿元。

据相关权威人士透露，目前，由文化部牵头制定的“手机动漫标准体系”初稿已经完成，将进入专家评审阶段，预计 2012 年初发布。据悉，该标准在手机动漫服务内容、服务渠道、用户权益保护三个方面制定了详细的规范，适用于手机动漫产品经营者为用户提供手机动漫产品服务的全过程。

此外，在第七届中国国际动漫游戏博览会期间，由文化部、科研机构、三大运营商、动漫企业共同参与的手机动漫标准课题研究组也已经成立，并展开调研。按照既定的工作进度，预计 2012 年初，文化部文化产业司将主导筹备并组建“手机动漫标准”推广应用联盟；2012 年 3 月 31 日前，完成“手机动漫标准”的试用以及推广评估；2012 年 4 月，“手机动漫标准”将正式发布。

对此，业内人士认为，行业标准的统一将进一步打开基于移动互联网的动漫市场。

手机动漫迎来发展的最好时机

近年来，中国手机用户剧增，据相关统计，2011 年前十月手机用户净增超一亿，总量达到约 9.64 亿户。现在的手机已不仅仅是被人们当作通讯工具，更多的是满足人们随时随地产生的娱乐和信息需求。手机动漫结合了动漫的娱乐性与手机的便捷性，不仅为动漫产业提供一个新型的发行渠道，同时还把动漫融入以手机为载体的增值业务中，由此将形成全新的手机动漫产业价值链，必将为动漫产业带来巨大商机。

业内分析人士也普遍认为现在是动漫产业发展的最好时机，一方面传统的以图书音像为代表的动漫产业遇到了瓶颈，印刷出版和电视台渠道都存在供过于求的问题。而大量盗版动漫则利用互联网技术冲击传统产业。移动互联网技术的发展正好开辟了手机动漫这一全新的渠道。

而且，手机动漫具有信息容量大、表现形式丰富、网络负载低、用户针对性强等特点，其多媒体和娱乐性对读图时代的现代人尤其是年轻人具有很强的吸引力。目前手机动漫业务的目标用户年龄在 18 至 35 岁之间的成人用户群，占手机动漫注册用户数的 95%。随着今后 3G 的发展和手机的进一步普及，35 岁以上的用户群体也是手机动漫的潜在客户。

由此可以看出，手机动漫市场的前景广阔，为此，各方积极发力分食手机动漫这一大蛋糕。

运营商方面，中国电信(微博)顺应手机动漫时代的发展，于 2010 年 11 月 17 日成立动漫运营中心，推出中国电信爱动漫官方网站，致力为国内动漫爱好者提供新鲜原创的动漫大餐。中国移动(微博)手机动漫基地也于 12 月在全国大

力宣传推动手机动漫商业应用，其手机动漫基地素材加工能力、信息交互能力、版权服务能力等三大能力平台已正式开放，将主推原创动漫，打通动漫原创到发行的上下游环节。

此外，炫动传播、奥飞动漫等多家公司开始频频跨界经营，通过整合动漫内容、渠道，以及传统行业资源，加速企业发展。炫动传播董事总经理杨文艳表示，动漫产业的特点决定了这个行业中的企业需要具备一种跨界经营的能力，将创意转化为产品，再将不同的产品围绕着同一个形象吸引不同的消费群。

手机动漫市场发展需突破内容瓶颈

虽然手机动漫市场发展潜力巨大，但是目前手机动漫内容匮乏，尤其是缺少富有创意的精品内容的状况被业内所公认。手机动漫产业被“内容”拖住了前进的步伐。

因此，要发展手机动漫产业，就必须将内容产品的开发放在产业链的第一位，从内容环节切入来撬动和激活整个手机动漫产业的发展。

首先，政府需大力扶植，推动手机动漫内容的发展。政府应制定相应的政策引导手机动漫发展，提供一系列措施为运营商、设备商提供良好的发展环境。虽然，我国政府在鼓励手机动漫内容原创方面做出了自己的努力，如文化部最近几年每年通过专项资金来扶持优秀国产原创手机动漫作品和作者。但是，推动力度仍不够，对手机动漫的扶植力度仍有待加强。

其次，加强对手机动漫特性的研究，推动动漫内容的创新。目前，由于手机动漫还处于市场发展初期，无论是业界还是学界对手机动漫这一艺术形式都还缺少认真的研究。并且，在内容研发上的针对性还不强，许多手机动漫内容是从传统动漫中选择出来的，这无疑限制了手机动漫特性的发挥，阻碍了手机动漫的独立发展。

最后，细分受众市场，开发丰富多样的动漫内容。在内容开发上，要开发针对不同受众的丰富多样的动漫内容，从而挖掘受众需求，培养其消费习惯。在用户的细分领域，要仔细研究每个年龄段的用户特点后相应地建立品牌化服务，提供适合顾客个人生活方式的动漫产品和服务，从而巩固并扩大用户规模。来源：2011-12-15 通信信息报

[返回目录](#)

芯片厂商多元化布局 加速向大众市场迁移

日前, 在高通中国合作伙伴峰会上, 高通正式发布了面向大众智能手机市场的 QRD 生态系统计划, 并展示了基于 QRD 开发平台进行优化的创新应用, 这也意味着面向中低端手机芯片市场的竞争进一步加剧。

当苹果与安卓系、微软(微博)系的手机厂商将动辄数千元的智能手机塞进无数中国人的口袋时, 另一波声势浩荡的千元智能手机浪潮也在消费群中迅速蔓延开来。有市场人士分析, 2011 年下半年到 2012 年上半年, 智能手机芯片平台将迎来中低端手机的价格战, 其中主要的芯片提供厂商高通、联发科(微博)技、展讯等企业将面临价格血拼。

智能手机热销, 芯片市场增势明显

在中国, 2011 年第三季度大陆地区智能手机出货量环比增长 58%, 达 2400 万台, 中国已成为全球第一大智能手机市场。Strategy Analytics 的预测数据显示, 从 2011 年到 2015 年, 全球智能手机累计销量将达到 40 亿部左右。

上述数据还显示, 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, 成为不容忽视的高增长市场。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。博通能挤入前五名, 主要是因为积极布局 Android 手机战线, 受益于 Android 高销量影响。

据悉, 高通第三季营收约占市场的 50%, 不仅产品线多元, 也与手机大厂有紧密的合作关系。在不少当红的智能手机中都能看到高通 Snapdragon 的踪迹。日前, 高通在中国合作伙伴峰会上正式发布了面向大众智能手机市场的 QRD 生态系统计划, 并通过新浪、腾讯、百度、阿里云、小米等 18 家合作伙伴产品展示基于 QRD 开发平台进行优化的创新应用。这也意味着面向中低端手机芯片市场的竞争进一步加剧。

芯片商抢大众市场, 智能机奔千元

另据 Gartner 数据显示, 从 2009 年到 2014 年, 中档及入门级智能手机的出货量将增加 9 倍之多。伴随着 Android 智能手机的出货量及市场份额的大幅提升, 2011 年第三季度 Android 手机在智能手机中占比为 52.5%, 较 2010 年增加一倍, Android 的领先优势在入门级市场也愈加凸显。

对于 2012 年智能终端芯片领域的技术发展趋势, 高通侯纪磊表示, 智能终端一方面对芯片的性能、多媒体功能和功耗提出更高要求, 另一方面也在芯片成本方面力求覆盖大众市场。

在芯片功能方面，更多、更丰富的移动应用，特别是视频等对处理性能和图形性能要求更高的应用，都使智能终端希望获得更强大的处理性能和多媒体功能；与此同时，这些应用的出现也对终端功耗提出新的挑战，用户希望智能终端的功耗可以进一步减小。

而在成本方面，随着 3G 的普及，千元智能手机等大众市场智能终端正越来越多地得到消费者的热捧，也成为 OEM 厂商和运营商的关注热点，这就要求芯片的成本可以进一步下探。

手机中国联盟秘书长王艳辉表示，千元机这块，目前价格战还未到高潮，估计 2012 年会更为激烈。最多一两年后运营商这方面补贴就将终止，到时候，开放市场竞争会带来真正意义上的 3G 手机芯片乃至智能手机整体的价格和品牌大战，而且芯片价格还会继续走低。

智能手机芯片江湖或将重新布局

一个不容忽视的趋势是，智能手机正向入门级大众市场快速迁移，越来越多的厂商也加大了对这一市场的投入。

据悉，目前国内千元智能手机芯片及解决方案提供方的领跑者主要是高通及后来者联发科技、展讯等公司，其中高通的市场优势仍十分明显。

高通的芯片在智能手机操作系统领域一直保持着领先地位。目前，高通正全力打造覆盖各层次智能手机终端的芯片体系，其中，面向大众市场的入门级的智能手机，即千元智能机得到特别关注。2011 年以来，高通已不止一次公开表示，2012 年起将推终端零售价 100 美元左右的 Android 智能机方案。

不过自 2011 年 10 月开始，联发科成为低端智能机市场“明星”，主频 650Mhz 智能机方案 MT6573 产销两旺。日前，又有媒体爆出联发科技拟进一步下调主力智能手机平台 MT6573 售价，以与高通争夺低价智能手机市场。不难看出，高通与联发科技在低价智能手机上的价格战一触即发。

业内分析人士认为，此次高通发布 QRD 生态系统计划，其主要目的无非就是为了巩固其在智能手机芯片市场的地位，拉拢中低端智能手机制造商以应对联发科在中低端智能手机领域对其主导地位的挑战。

可以预见，手机芯片市场的竞争将日趋激烈。高通、三星、德州仪器等仍是主流厂商。而奉行低价战略的联发科持续发力智能手机市场，虽然在较短时间内无法撼动大佬地位，但长期来看，随着低端智能手机的普及，智能手机芯片江湖或将改变。来源：2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

运营商角逐手机市场 智能终端深度定制成趋势

智能手机市场上，运营商们酣战正欢，近期更是齐齐发力定制终端。日前，中国电信(微博)便联合宇龙酷派、摩托罗拉(微博)、三星(微博)等手机厂商发布了多款高端定制机型；另有消息透露，中国移动(微博)将在年底推出一批 TD - LTE 多模数据卡或双待手机，而中国联通(微博)目前也公开表示将通过 WCDMA 终端定制，促进 WCDMA 终端产业链发展。

移动互联网时代，智能终端已成为运营商战略布局中的重要砝码。目前，在国内手机市场上，运营商逐渐占据手机产业链的主导地位。随着智能手机的飞速发展、用户群体的不断扩大以及用户需求的多样化，手机深度定制将成为主流。然而，定制终端如何进一步发展与创新，是运营商定制终端获得长远发展所必须思考的。

运营商角逐定制终端

作为手机产业链上的重要一环，国内三大运营商早已纷纷深入智能手机市场。千元 3G 智能手机的高潮还未褪去，又一波定制机型浪潮滚滚而来。

日前，中国电信动作频频，联合宇龙酷派、摩托罗拉、三星等手机厂商发布了多款高端定制机型：首款第三代 3G 互联网四通道手机酷派大观 9900、专为社会精英定制的贺岁手机三星“臻观”W999、抢攻高端市场的四通道机皇 MOTO XT928... 据悉，近期还有其他定制高端机型及相关购机政策推出。

中国移动方面也是不甘示弱。日前，中国移动就携手摩托罗拉发布高端智能手机 MOTO MT917。此外，中国移动在新兴的 TD - LTE 终端上抓紧部署。据透露，中国移动将在年底推一批 TD - LTE 多模数据卡或双待手机。

中国联通方面，不仅从战略层面指出，2012 年将通过 WCDMA 终端定制来促进 WCDMA 终端产业链发展。同时，与厂商合作的步伐也未放松。中国联通近日就联手中兴通讯(微博)推出了定制的旗舰型智能手机 Skate V960。这是继 Blade V880 之后，中国联通与中兴通讯又一次深度合作的机型。

不难看出，在国内的手机定制的队伍中，三大运营商是大力发展定制手机的排头兵。实际上，目前我国智能终端定制趋势十分明显。据工信部电信管理局副局长张新生日前透露，2011 年前 11 个月，工信部核发的定制手机进网许可证 329 张，核发定制手机进网许可标志 1.22 亿枚，同比增长 23.9%。

众所周知，智能手机是抢占移动互联网的重要入口。当前，智能手机正迎来飞速发展阶段，智能手机飞速发展也可以为运营商们带来业务的拓展以及流量的经营。因此，终端定制是移动互联网时代运营商的必然选择。

运营商终端定制趋势日显

据手机行业资深人士透露，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。终端产品的枝繁叶茂也令运营商定制手机市场的竞争呈现胶着态势。在日趋激烈的竞争下，运营商们使用定制手机捆绑服务套餐的营销策略，通过集中采购、捆绑销售、话费补贴等手段，全面介入移动终端设计、开发和验收过程，与手机厂商、第三方服务厂商争食。

首先，在定制终端战略上，三大运营商都给予足够的重视。移动互联网时代，终端作用凸显。终端是吸引 3G 用户的有力武器，中国电信和中国联通借助终端确实争夺了大量的 3G 用户数。终端还是使用移动互联网业务的工具，运营商要大力发展业务、增加收入就必须加强对终端的掌控力度。而使终端更好地服务于业务的方法就是走运营商定制手机的道路。各自制定定制手机标准、各自成立独立的终端公司……三大运营商在定制终端策略上不断发力，令定制手机市场呈现三足鼎立态势。

其次，在定制终端销售上，三大运营商通过集中采购、销售、话费补贴等手段，更深入地介入终端的设计、开发和验收过程。使用定制产品捆绑服务套餐，成为运营商普遍采取的营销策略。以中国电信为例，其在北京等地推出的新款定制 3G 智能手机三星 i919 就是配合终端补贴进行销售。实际上，当前运营商 3G 手机补贴战也是愈演愈烈。赛诺咨询相关数据显示，2011 年前 9 个月，三家运营商补贴规模达到 440 亿，全年预计不少于 600 亿。赛诺更预计，2012 年，三家运营商对 3G 终端的补贴规模将达到 800 亿，并且在普及型智能产品上的竞争将日趋白热化。

业内人士指出，手机未来销售方向是运营商定制手机。如今，很多终端厂商都不约而同地选择了终端定制作为重要销售渠道，可以预见，在竞争的驱动下，定制终端市场将向更深处发展。

定制终端策略需持续推进

毋庸置疑，博弈移动互联网，运营商的终端策略至关重要。随着智能终端不断走向深度定制，运营商能够借助终端更好地开发和管理用户资源，更有针对性地推广业务，推动 3G 深入发展。

在国内手机市场上，运营商的主导趋势正日趋加强。定制手机让国产手机品牌的销售渠道得以拓展，提升产业集中度，拉动了手机厂商的销售额。定制终端实际上已成为推动产业链有效互动，促进运营商、手机厂商双赢，并使消费者最终获益的重要砝码。

然而，运营商在借助定制终端广泛布局移动互联网业务时，一些问题逐渐显现。一是，定制机内置增值应用过多而遭致用户诟病。这些应用占据了用户大量

的存储空间，同时还被指普遍缺乏创新，同质化竞争十分严重。二是，一些定制手机本身也存在着待机时间短、功耗大等硬伤。三是，通信数据量正在实现爆发式增长，然而其获利手段却并未同时增强，这是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。

因此，运营商在持续推进定制终端策略时，仍需考虑定制手机如何进一步发展与创新，如何从应用海洋中为客户遴选出精品服务，如何为用户提供更好的使用体验，如何创造新的盈利点等问题。移动互联网时代，运营商终端策略不断走向深度定制已是大势所趋。但同时不可否认的是，智能终端迈向深度定制还有一段长路要走。来源：2011-12-15 通信信息报

[返回目录](#)

携号转网试点困难重重 3G 时代“双机”渐成潮流

一年前的 11 月底，工信部在天津、海南两地开展手机携号转网试点。一年来，由于阻碍重重，天津成功转网的用户仅 5 万余人，不到当地移动用户总数的 1%。据了解，携号转网的初衷是营造更为平衡的运营商市场结构，但试点城市出现了地方运营商竞争“白热化”的局面，导致试点成效不彰。作为 2G 时代老大的中国移动(微博)，目前在 3G 市场份额占比下滑至 40%，如果试点范围扩大，其将面临更大的压力。在转网困难重重的现实面前，不少消费者选择手持两部、甚至三部手机。

成功转网者不多

2010 年 11 月 22 日，携号转网正式在天津、海南两地试点展开。天津实行“双向转网”，即中国电信(微博)和中国联通(微博)的 2G、3G 用户，中国移动除 TD 专用号段 157、188 外的其他用户，三者之间可实现相互携号转网。

海南则实行“单向转网”，即电信和联通 2G、3G 用户、移动 2G 用户可携号转移到中国移动 TD-SCDMA 网；移动 2G 用户可以携号转网到电信、联通；电信和联通之间暂不相互携号转网。

根据工信部原本的计划，携号转网的试验期为 6 个月，但截至 2011 年 5 月底，总共约 5 万用户成功办理了该业务，其中天津 43959 人，海南 4368 人。

整整一年过去了，携号转网的试验结果仍然没有公布，下一步是否按照原计划“三步走”最后推广至全国仍未明确。

天津当地一位运营商人士介绍，目前虽然携号转网试点在延续，但是成功申请的人数大为减少，从最初开始试点的每月几万户下降至目前的每月几千户，而实际能够满足条件并成功携号转网的用户数量就更少。

据悉，截至 11 月份，天津办理成功携号转网的总共只有 5 万余名用户。也就是说，自 5 月至 11 月的半年时间里，只有数千名用户实现了携号转网。

个中原因，主要是两地运营商为了阻止用户的转出，都使出了浑身解数，如以套餐捆绑、业务捆绑以及各种理由来限制用户转出。

天津通信管理局相关人士表示，选择天津作为携号转网试点，是因为天津移动电话普及率超过 80%，属于成熟市场，比较有代表性，但是试点中运营商恶性竞争的问题也随之出现，这也是让各方始料不及的。

是否扩大暂无定论

按照此前的计划，携号转网将“三年三步走”，第一年非对称转网，2G 只允许移动转至联通和电信，3G 只允许联通和电信转至移动；第二年对称 2G 转网，三大运营商 2G 用户均可互转；第三年 3G 互转，但是中国移动的 TD 号段只转进，不转出。

面对当前试点情况，各家运营商出言谨慎。中国移动内部人士透露，目前运营商只能等待上级主管部门的进一步通知，以便决定携号转网的走向。

第一创业证券研究员任文杰认为，2G 时代，中国移动凭借其明显的先发优势和规模优势，在移动市场的市场份额超过 90%，造成了中国移动通信市场的严重不均衡。出台携号转网政策的一个初衷，就是要构建更为均衡和有竞争力的通信市场。但是从目前 3G 市场来看，中国移动的市场份额已经下滑至 40% 左右，而且中国移动承担着自主技术 TD 产业化的重任，因此，是否应扩大携号转网试点范围，仍然值得商榷。

工信部数据显示，截至 2011 年 10 月底，三大运营商 3G 用户总数达到 1.09 亿户，中国移动、中国联通、中国电信三家公司的累计 3G 用户数分别为 4533 万、3315 万和 3119 万，中国移动在 3G 市场的份额下滑至 41%。

而在 3G 新增用户市场，中国移动更是遭到另外两家对手的强烈竞争。11 月份，国内新增 3G 用户 785 万户，中国移动、中国联通、中国电信三家公司新增 3G 用户分别为 217 万、292 万、276 万，中国移动当月的新增用户市场份额仅为 27%。中国联通当月新增用户达到 292 万，首次在月新增用户数上排名第一。

面临携号转网难以扩大的现实，不少用户开始同时使用两家运营商的手机号，一人两部、甚至三部手机的情形逐步增多，3G 时代逐渐演变成“双机时代”。
来源：2011-12-16 中国证券报-中证网微博

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中华电信下调 ADSL 宽带费率

中华电信昨日宣布将调整现有固网、移动服务的收费标准。ADSL 宽带上网费率预计平均降幅达 20%，而移动上网服务则提供用户每月 60 小时 WiFi 上网及学生优惠方案。

据了解，中华电信此次资费调整计划已向 NCC 提交申请，调整的服务内容与费率包括固网 ADSL 与移动通讯用户服务，其中 ADSL 宽带上网计划全面降价，平均达 20%，预估 200 万 ADSL 用户因此受惠。

中华电信营销处长吴明融表示，此次费率的调整，包括 Hinet 与非 Hinet 的 ADSL 用户都会受惠，若审核通过，预计年底将会开始实施。

目前，由于 NCC 尚未通过该方案，详细 ADSL 费率调整信息还不得而知，至于光纤上网服务因为先前已有一次调整，加上光纤用户数占比已超过一半，成为主流宽带上网技术，不在这次固网服务调整范围内。来源：2011-12-15 飞象网

[返回目录](#)

蓝汛通信宣布与中国电信建立合作

中国领先的互联网内容及应用传输服务提供商蓝汛通信(Nasdaq:CCIH)今日宣布，该公司已与中国电信(微博)股份有限公司上海分公司(以下简称“上海电信”)达成了一项合作协议，将向后者提供提升数据下载速度的服务。

根据这项合作协议，蓝汛通信将支持上海电信部署和使用提升数据下载速度的服务器，以尽最大程度改善终端用户体验，确保上海电信的数据下载速度位居中国前列。

蓝汛通信创始人、董事会主席兼 CEO 王松表示：“这种战略合作表明我们的解决方案对电信运营商的重要性。这种合作会带来最佳的终端用户体验，为我们双方创造一种双赢局面。作为中国领先的内容传输服务提供商，我们将致力于加强同中国电信运营商的合作，凭借我们的下一代内容感知网络服务提升中国互联网的性能。”来源：2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

北京移动推“1111”服务便捷业务办理

在当下这个时代，基本上人人有手机，人人离不开手机。人们已经不仅仅满足于手机作为通信工具所提供的语音、短信等基本功能，而是逐步开始将目光聚焦到一些实用的增值服务上，于是手机越来越多地成了一个移动智能终端。

那么，当你面对诸多的服务功能，发现自己突然陷入选择性障碍；或是当你精挑细选后选择到适合自己的服务，却发现不知如何订购时，你该怎么办？

近期，中国移动(微博)北京公司推出了“1111”便捷订购服务，这是一项方便客户查询和订购各类增值业务的服务举措，能有效帮你摆脱上述困境。

首先，编辑短信“1111”发送到 10086，就能收到回复短信，列出近期最受客户欢迎的增值业务供你选择，例如，笔者是全球通用户，系统为其推荐的是 WLAN 无线上网套餐(30 元)、GPRS5 元套餐、手机报-生活与健康、号簿管家、手机导航、手机阅读 3 元优惠包、违章及时通包月、移动服务、短信连连发等。随后参照短信内容中各业务序号回复短信后，即可方便自由地了解 and 订购了多项增值业务。

发个短信，就能让手机进一步拓展更多用途，看书、查违章、上网等等功能轻松搞定，随着各种实用服务功能的开发利用以及便捷提供，手机将会越来越深地融入到人们日常生活的各个方面。来源：2011-12-14 法制晚报微博

[返回目录](#)

91 无线与中移动无线音乐基地签署合作

91 无线平台今日与中国移动(微博)无线音乐基地 12530 签署了合作协议，共同做无线音乐的试听和下载。

据了解，此次合作包括 150 万首音乐作品，91 无线娱乐门户资源下载频道和 WAP 站点开设“咪咕音乐”专区，在 91 手机助手“铃声”频道嵌套 12530 内容专区，用户可以进行彩铃、铃声、整曲的下载。此外，91 熊猫桌面也增加音乐随身听播放器插件，方便用户试听。

据有关机构统计，2010 年，手机音乐播放的下载率为 47.4%，2010 年，中国无线音乐市场的整体营收规模接近 300 亿，预计到 2013 年有望突破 400 亿元。

91 无线平台目前在 iPhone 和 Android 手机客户端的市场占有率分别超过 80%和 50%。用户覆盖范围超过 3000 万。中国移动无线音乐基地正式创建于 2006 年，目前，音乐基地已与超过 400 家音乐内容合作伙伴建立合作关系，累

计引入正版版权歌曲 150 多万首,新歌覆盖率超过 98%。来源:2011-12-16 新浪科技

[返回目录](#)

【网络增值服务】

北京六繁华地区开通免费无线网络

傍晚时分,白领周薇站在王府井百货商店门口等朋友,她拿出手机,准备与朋友微信对话。突然,她发现了一个未上锁的网络名称“My Beijing”,信号满格。根据索引,她试着选中并登录,上网畅通无阻,不用花一分钱。

周薇的体验并非一时侥幸。昨日,北京市经济和信息化委员会正式对外公布了已经开通的免费无线上网区域“四至”图。未来三年,在北京的六个区域里,免费高速无线上网的服务将惠及每一个前来此处的市民和游客。

即将覆盖三大火车站

据市经信委介绍,西单、王府井、奥林匹克公园、燕莎(包括三里屯和朝阳公园区域)、中关村、金融街等六个地区已经全面开通。在上述区域内,运营商将提供 2Mbps 的公共带宽。而市经信委目前正在与北京铁路局协调,北京站、北京西站、北京南站这三大火车站有望尽快实现免费无线网络信号覆盖。

在已经开通的六个地区内,本市市民,外省游客,国际游客凡身处“四至”图中公布的信号覆盖区域时,选择“My Beijing”无线网,点击进入,在“用户登录”区输入手机号码,然后点击“短信获取密码”按钮。不一会儿,登录密码就会通过短信发送到用户手机上。

按要求登录操作,无论是哪个运营商的用户都可以顺利接入网络,实现免费无线上网。

市经信委相关负责人介绍称,本次建设的无线网络信号覆盖区域均为“公共区域”,即公众可随意到达的区域,并没有明确规定室内室外的信号覆盖区域比例。区域的选择主要考虑两点,一是人流密集,二是有可能停留上网。不刻意偏重于商户、景点等。其中部分区域中涉及到某些饭店、商场,主要原因是无线局域网的基站建在这些位置。

政府买单公益无线服务

以上七个免费无线网络信号覆盖试点区域,分别由移动、联通、电信三大运营商负责规划、建设、运营、服务,其中北京移动负责建设西单、王府井、奥林匹克公园地区,北京电信负责建设三大火车站和金融街商务区,北京联通(微博)负责建设燕莎区域(包括三里屯和朝阳公园区域)和中关村大街区域。

市经信委负责确定公益性无线接入服务的统一 SSID 号，统一的 LOGO，确定接入方式、服务时长。据介绍，北京无线城市的建设是政府引导，市场化运作。即三个电信运营商负责建设、运营和服务，并以商业运作为主。市政府在政策、统一宣传口径等方面予以支持，并帮助电信运营商解决建设中存在的困难。在操作过程中，对运营商采取“先建设、后补贴”的方案。

11 月底，西单、王府井、奥林匹克公园、金融街、燕莎(包括三里屯和朝阳公园)、中关村大街等区域已经实现信号覆盖并进入测试阶段。在 12 月 1 日举行的“2011 智慧城市高层论坛”上，市经信委对三大运营商给予了一定的资金支持 and 补贴。

据了解，三大运营商在建设过程中主要困难是基站选址，需要运营商与该区域的产权单位或管理部门进行协调。在此期间，市经信委曾向市区两级政府部门协调，支持运营商在相关区域内建设无线局域网。

2012 年增加覆盖区域

据了解，西单、王府井等六个已经开通免费无线网络的区域，和即将开通的三大火车站区域都属于《北京市“十二五”时期城市信息化及重大信息基础设施建设规划》(以下简称《规划》)2011 年的主要建设任务，即“支持电信运营商选择部分人流密集的公共区域开展试点，为公众提供公益性无线宽带接入。试点期限为 3 年。2012 年会适当增加试点区域如交通枢纽、旅游景点等，3 年之后是否继续，需视情况而定。”

《规划》提出，“十二五”期间，全市将累计建设无线接入点(AP)超过 20 万个，实现本市机场、火车站、高端商务区、星级宾馆、学校、交通枢纽等公共区域及地铁、公交车等公共交通工具上的无线局域网(WLAN)全覆盖；实现无线局域网(WLAN)的统一认证和便捷接入；人流密集的公共区域由政府购买基本服务，为公众提供公益性的无线宽带接入。

关于“视情况而定”，市经信委有关负责人表示，网络接入技术发展迅猛，三年之后可能有更新更快捷的网络接入方式出现。

市经信委提供的数据显示，本市 2011 年计划新建 3G 基站 4350 个，新建 WLAN 无线访问接入点 9 万个，初步实现机场、星级酒店、高档写字楼、校园、交通枢纽等热点和重点地区的 WLAN 全覆盖；开展公交车辆和地铁内 WLAN 覆盖试点。截至 2011 年 11 月底，本市已累计建设 3G 基站约 2 万个；累计建设 WLAN 接入点约 10.45 万个，已覆盖机场、重点商务区、写字楼、奥运中心区、部分高校等区域。

马上就访

强信号集中在户外——

“站在室外上网好冷”

“四至”图中显示的信号覆盖区域多为室外广场区域。

笔者来到王府井实地测试，用支持无线上网功能的手机对各个接入点统一进行测试，在王府井步行街南口，“My Beijing”的信号随即出现在手机上，信号为满格(三格)。向北走10米，走到东方新天地门口，“My Beijing”的信号依然存在，但降低至一格，在手机的无线局域网设置中勾选“My Beijing”，却显示无法接入。走进东方新天地的门，越往里走，信号越弱，直至消失。在弱信号的时候，百度、新浪微博、微信等常用网页和软件均无法打开。

按图索骥，整条王府井步行街上，凡注明信号覆盖的区域，信号强度均为满格，打开百度地图、新浪首页、大众点评等网页均不超过5秒钟，而越接近大型购物中心和餐饮店的地方信号越弱，全聚德、新东安广场、王府井百货商店室内均无信号。

已经尝试过使用“My Beijing”无线上网的卢昕发现，在步行街上，信号覆盖的区域并不连贯，即站在某个固定区域内信号很稳定，不过一旦走动，可能就会遇上信号弱或者无法接入网络的情形。

“好冷啊！站在室外上网。”卢昕摘了手套在手机上指划着，手背被冻得通红。

在她看来，公共区域上网，比较适合手机和平板电脑用户，对于要插电的笔记本电脑来说，就太费劲了。

在其他的几个区域中，笔者进行了体验，除了中关村图书城，三里屯部分酒吧，西单部分停车场、商务酒店有信号覆盖之外，大部分的强信号区域都集中在室外。

覆盖区域缺乏提示——

“要有提示短信就好了”

“这里有免费的无线信号吗？”在中关村海淀图书城籍海楼，服务人员面对这样的提问，称自己“不太清楚、好像可以。”笔者走遍了中关村海淀图书城籍海楼一层至五层的无线信号覆盖区域，这里的信号强度很好，但掏出手机上网的人寥寥无几。随机问了20位书商和购书顾客，几乎没有人知道这里能够收到免费的无线网络信号。

“还可以无线上网？太好了，无线网名是哪个？”当得知可以无线上网后，大学生小张指着手机上出现的十多个网络名称，兴奋地向笔者询问。不过，她表示，如果没人告知，这么多的网络名称，还真不知道哪个可以免费连接。有的网络名不上锁，但通常也需要连接密码，即使连入了也不知道会不会产生额外收费。

笔者在西单商业街、奥林匹克公园、金融街、蓝色港湾等多个区域体验后发现，用户置身公益无线宽带信号的覆盖区域时，并不会收到提示短信或其他方式的提示信息，如用户不主动搜索信号并登录网页，就不会发现关于公益无线宽带的介绍和登录方式。

“坐火车到某个城市都能发一条欢迎短信，要是这个无线信号也有提示短信就好了，最好也有些简短的介绍，让我们知道 My Beijing 是什么，怎么用。不然这么好的无线网络，没人知道，就浪费了。”小张说。

采访中，一位市民建议，在一些高端的商业区域，可以设立相应的公告牌，提示“此处为免费无线网络接入区域”，即可以起到告知作用，又可以提升这一区域的商业品位。

免费无线网能否进商场——

“商业配套应由商家主导”

龙欣苑小区位于林萃路和科荟路交叉路口，林小姐就住在这个小区靠科荟路的外侧，“我用手机搜到过 My Beijing 这个信号，但是必须打开窗户才能有微弱的信号，上网并不太稳定。”林小姐说。

打开窗户就能收到信号的林小姐只是个幸运儿，笔者在位于太平桥大街、麦子店街、新东路附近的多个小区走访时发现，在小区的室外公共区域，没有“My Beijing”的信号显示，向运营商的客服人员咨询时，得到的回应是，居民区应该不算是公共区域。

在三里屯开奶茶店的香港人陈小姐则对“My Beijing”非常满意，她介绍说，在国外和港澳地区，在公共区域无线上网是很多人的习惯，在路边一边喝咖啡、吃热狗，一边上网看新闻、聊天已经是一种时尚。现在北京很多商区可以免费无线上网了，人气肯定越来越旺，能增加人流。对于临街的商铺来说，绝对是好事。

在东方新天地随机采访时，前来购物的尹小姐表示，希望信号能覆盖这样的大型购物中心，毕竟相对于室外而言，在这里上网，购物体验更好。

不少商业专家则表示，对于商业环境而言，免费无线网络属于配套设施。像星巴克、麦当劳(微博)这样的商家设置免费无线网络并非纯粹吸引人来上网，而是通过丰富服务体验，吸引人来消费。因此，吸引人气是他们最为主要的目标。在大型购物中心内建设免费无线网络，算不上是完全的公益性行为，因此由商家自身主导更为合适，因为他们会在配套投入和吸引人气方面找到一个平衡点。来源：2011-12-14 北京日报

[返回目录](#)

国产大飞机支持机上打电话发短信上网

日前，国产 C919 大型客机初步设计通过工信部组织的专家评审，进入详细设计阶段。以追求安全、舒适、经济和环保为目标的 C919，实现了既定减重、减阻、减排的目标，舒适性和经济性优于同类机型。

通过工信部专家评审

“让中国的大飞机翱翔蓝天”是 C919 大型客机所承担着的使命。初步设计通过工信部组织的专家评审，意味着飞机总体技术方案在技术上是可行的。

C919 基本型全经济布局为 168 座，航程达到 4075 公里，在昆明起飞可以到达国内任何地方，甚至可飞东南亚国际航班。

上海飞机设计研究院总体气动设计研究部部长黄炜介绍说，C919 以追求安全、舒适、经济和环保为目标。

黄炜表示，为了实现这四个目标，我们制定了三减的技术目标，减阻 5%，减排 50%，减重 2%。采用新的技术，比如说发动机驱动力方面的优势，比现在正在运营的同等座级的机型，降低燃油消耗 12-15%。

实现打电话发短信上网

上海飞机设计研究院总体气动设计研究部气动布局室副主任党亚斌介绍说，C919 在客舱的舒适性方面做了更多文章：窗户更大，下拉式的行李箱增加了头部空间，为满足中间乘客的舒适性中间位置的座椅更大，应用情景照明模式增加乘客的舒适性，运用振动减缓技术降低振动，空气循环更多还能除尘改善座舱空气，机载娱乐系统更加满足乘客的需求。

党亚斌说，飞机娱乐系统，就是飞机椅背有娱乐系统；另外，还可以给每个乘客提供电源。

党亚斌称，还有一个很重要的创新点，可以在飞机上实现打电话、发短信，包括上网这个功能。这也是我们舒适性的一个体现。

商飞形成辐射全国民机

与有 100 多年历史的波音和 50 多年历史的空客相比，中国大飞机从无到有还要实现超越，谈何容易！同时，作为后来者，C919 必须通过要求更高的新适航标准。而在摸索的过程中，只能主要依靠自己的力量。

围绕减阻目标，C919 设计团队对气动外形进行了大量优化工作。前后总共设计了约 600 副机翼，150 副小翼及 400 多副带吊挂/发动机短舱的一体化机翼，通过大量的设计实践，最终明确了设计理念。

在这艰难的研发过程中，C919 大型客机带动了中国航空工业的发展。中国商飞公司总经理金壮龙介绍说，中国商飞扮演着大飞机研发制造中的系统集成商

的角色，不断探索“主制造商——供应商”的模式，构建民机产业的体系，带动我国民机产业的发展；已经形成一个辐射全国，面向全球的民机产业链。

2012 年完成详细设计工作

当前，为了达到 2014 年试飞，2016 年交付使用，设计团队要在 2012 年完成大飞机的详细设计工作。上飞院副院长韩克岑说，这比国外的同类设计时间要少半年，目前是工程最要紧的阶段。

韩克岑表示，把初步设计形成的方案，通过详细设计全部固定下来，从工程师的脑子里面(的想法)发展成为可检查、可量化的、可以给工程、制造人员把它造出来的软件。就说把想法变成数据集，别人按照你的想法可以造出来合格的产品。

可喜的是，12 月 8 日随着中国飞机租赁有限公司与中国商飞签署 20 架启动订单协议，C919 大型客机的启动订单达到了 215 架，中国商飞公司总经理金龙说这表明了市场和客户对 C919 客机的信心。来源：2011-12-19 四川新闻网-成都日报

[返回目录](#)

电信“全球眼”业务便利照看老人和小孩

惦记孩子、牵挂父母，是人之常情，也是人间至真的情感。如今，运用电信的“全球眼”业务，可以做到让亲情无处不在。

“全球眼”：保护宝宝的“第三只眼”

2011 年 4 月，杭州上城区的苏女士喜得爱子，爱人王先生从老家请了一位保姆。8 月，苏女士去上班了，只有 3 个多月大的宝宝和保姆在家。虽有保姆照顾，苏女士仍放心不下。于是，王先生在家里安装了中国电信(微博)的“全球眼”监控。“工作太忙，有时一周只有晚上才能见到孩子，心里总是挂念。家里虽有丈夫和保姆照看，总有所担心。装了‘全球眼’后，我的担忧少了大半。每天午休，通过电脑就能清楚地看到宝宝在家中活动的画面……”苏女士不再忧虑了。

据了解，“全球眼”系统通过在家或学校安装监控镜头，让孩子日常的活动，事无巨细都能被家长及时掌握。

“全球眼”：尽孝工作两不误

“421”模式下的中国家庭，独居老人、“空巢老人”的养老监护，是子女的心病，更是全社会必须面对的问题。而电信“全球眼”监控平台里的电话“一键应急报警系统”、e 监控、天翼小卫士等产品，为“空巢老人”构建起了一张让人安心的监护网络。

邱先生是台州的公务员，父母在乡下老家，他常心挂两头。后来，他在老家安装了天翼小卫士。他说：“这样就可随时通过手机或上网看父母在老家的视频信息。同时，天翼小卫士还能防盗报警，一旦出现小偷入室盗窃等异常情况，立即触发声光报警，系统还会第一时间发送短信和图片给我，我可以及时报警。”

刘先生常年在温州做生意，平时在外奔波，最担心的是独居老母的安全。“家里装了电信‘全球眼’e 监控，我像吃了定心丸。”刘先生说：“这个监控不一般，图像会直接传到派出所，家里出现异常情况，派出所第一时间就能知道情况并立即出警！”

“全球眼”：护航社区养老

杭州拱墅区是全国最早推出电信“全球眼”看护社区“空巢老人”服务的。目前，湖墅街道、米市巷街道、大唐巷社区这项工作做得都很好。湖墅街道宋主任说：“‘全球眼’监控平台安装后，我们对‘空巢老人’的监护更到位了，处理突发事件更及时，填补了人工监护中存在的空白点。”

浙江电信工作人员介绍，电信“全球眼”是一种远程视频监控业务，可为不同用户提供远程监控、管理和信息传递等多种服务。“全球眼”能与 3G 手机连接，3G 用户办理了“全球眼”以后，可与远程视频监控地点的摄像头相连，再将摄像头的资料传到手机。这一新技术可运用于警务、银行、仓库、厂房、商铺、学校、家庭、装修工地等各个方面。来源：2011-12-14 浙江在线-钱江晚报微博

[返回目录](#)

联通与前海共同研发电子口岸和智能交通

15 日，中国联通(微博)与前海管理局在深签署战略合作协议，正式建立全面战略合作伙伴关系。根据协议，联通将为前海信息化建设提供优质网络保障，初步以“电子口岸”和“智能交通”二大项目为主要课题，逐步推进双方信息化服务合作领域。

记者从发布上获悉，联通将为前海在信息体系完善、信息产业创新建设等方面提供政策、制度和业务创新咨询，为前海信息化建设提供优质网络保障，包括 WIFI 无缝覆盖、光纤到户等。初步将以“电子口岸”和“智能交通”二大项目的共同研发为主要课题，逐步推进双方信息化服务合作领域。此外，联通还将对入驻前海机构提供一对一信息化解决方案设计、实施、服务等全方位的信息服务。

面对前海开发建设的良好机遇，中国联通年初专门成立了前海信息化建设专项领导小组，先后筹备成立了前海区分公司和前海信息化技术专家小组，从组织

和技术上提供保障，为前海合作区进行专业对口的服务。据了解，中国联通深圳分公司有望成为首批入驻前海的大型国有企业之一。

截至本月，与深圳市前海管理局签署合作意向、协议的国内外重要机构和知名企业已达 48 家。来源：2011-12-19 深圳商报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

3D 节目推广前期暂不收费

2012 年 1 月 1 日“3D 电视频道”即将开播，消费者家中的 3D 电视有了用武之地，家电商推出 3D 产品的积极性也被重新点燃。

在中国电子商会近日主办的“中国平板电视市场发展高层论坛”上，央视技术管理办公室副主任梅剑平透露，国家广电总局要求央视牵头，联合北京电视台、上海电视台、天津电视台、深圳电视台、江苏电视台等共 6 家单位做 3D 频道。我国首个 3D 频道将于 2012 年 1 月 1 日正式上线试运行，2012 年春节正式开播。3D 信号将采用卫星覆盖、有线接收的形式，由于信号统一，无论是“快门式”还是“偏光式”3D 电视，都可以通过高清机顶盒收看 3D 节目，前期推广试运行期间暂不收费。

中国电子商会消费电子产品调查办公室近日发布报告称，3D 电视价格总体下降，已经接近或达到普通消费者能够接受的范围，但由于受内容资源、信号等限制，3D 电视在 2011 年并未实现突破增长，3D 电视频道的开播，将提速 3D 电视的普及推广。来源：2011-12-20 北京晨报微博

[返回目录](#)

CMMB “手持电视”让您边走边看

北京中广传播 CMMB “手持电视”业务的品牌为“睛彩”，它利用广电系统 CMMB 技术，通过广播网接收视音频及数据信号，与传统流媒体电视有本质的不同，不会产生任何流量费。它是移动便携条件下广播电视的新型服务形态，填补了我国广播电视移动接收的空白。

CMMB “手持电视”终端类型包括导航仪、MP4、MP5 及可连接电脑、笔记本的电视棒。随着 CMMB “手持电视”在北京市场的迅速发展，纽曼、爱华、

CEC、畅 e 行、海信、酷派、爱国者、新科、飞利浦、尼欧、三星(微博)、铂酷、百魅、万利达等多家品牌公司纷纷为其终端增加了 CMMB “手持电视” 功能，并免收三年的收视费。目前，CMMB “手持电视” 可收看 CCTV-1、CCTV-5、CCTV-新闻、睛彩电影、睛彩天下、BTV 卫视、睛彩北京 7 套直播电视节目。

CMMB “手持电视” 的便携性、贴近性、针对性、时效性，不仅适合现代人的生活节奏，而且大大满足了移动人群接收广播电视节目的需求，让用户在北京地区 CMMB 信号覆盖区域内获得随时随地看电视、听广播、翻阅报纸、杂志、甚至接收政府紧急广播的视听新体验。来源：2011-12-16 北京晨报微博

[返回目录](#)

付费电视软件服务商 NDS 申请 IPO

付费电视软件服务商 NDS Group 周一向美国证券交易委员会(以下简称“SEC”)提交了 IPO(首次公开招股)申请文件，计划在纽约证券交易所(微博)上市，拟融资至多 1 亿美元。

NDS Group 在文件中表示，摩根士丹利、高盛和摩根大通将是此次 IPO 交易的承销商。NDS Group 成立于 1988 年，总部设在英国，新闻集团曾是其最大股东。NDS Group 在文件中并未公布 IPO 发行价和发行股份数量。

NDS Group 在 2011 年第三季度营收为 2.139 亿美元，该公司计划在纽约证券交易所上市，股票代码为“NDSG”。来源：2011-12-20 新浪科技

[返回目录](#)

【电信网络】

国内 3G 有望同步向 LTE 推进

工信部部长苗圩近日表示，我国将全面构建宽带、泛在、融合、安全的国家下一代信息基础设施。研究实施“宽带中国”战略，加快 3G(第三代移动通信)和 TD 发展，统筹推进 3G 网络向 LTE 演进。国内 3G 刚刚呈现规模发展的态势，LTE 部署已经开始摆上台面。在国内存在三大 3G 制式的背景下，如何统筹发展成为业界关注的焦点。

LTE 是大势所趋

通信行业的技术变革总是呈现一日千里飞速发展的态势。LTE 作为准 4G 的标准已经在全球掀起了新一轮的建设热潮。根据 GSA(全球移动供应商协会)日前发布的官方最新报告，全球 81 个国家的 218 个运营商正在投资建设 LTE 网络(含

FDD 和 TDD)，较 2010 年的 98 家呈现大幅增长趋势。截至 2011 年底，预计 91 个 LTE 网络将投入商用。LTE 终端也相应快速增长，从 2009 年底的仅 1 款增加到 2011 年 7 月的 161 款。

其中，LTE 的 TD-LTE 肩负着推动 TDD 技术真正走向国际舞台的历史重任。如今，TD-LTE 已形成与 LTE FDD 相当的系统设备、终端基带和射频芯片、终端产品和关键测试仪表的比较完整的产业链体系。随着产业链的逐渐成熟，业界普遍看好 TD-LTE 的后发优势。截至 2011 年 11 月底，全球已签署 14 个 TD-LTE 商用合同(其中日本软银和沙特 Mobily 已发布商用)。

国内 LTE 发展目前主要是由中移动主导的 TD-LTE。截至 2011 年 9 月份，上海、南京、杭州、广州、深圳、厦门六大城市完成了 TD-LTE 的百站城市第一阶段试验。据报道，目前，TD-LTE 规模试验第二阶段测试的时间表已经基本明确，“2011 年年底前，将实现 2×2+2 启动第二阶段测试，其它系统和芯片满足同样要求陆续进入二阶段测试。”在第二阶段的测试中，将重点对多模终端进行测试实验。

除了中移动，中电信、中国联通也在暗暗发力。事实上，TD-LTE 技术试验的测试人员包括了电信研究院、中国移动(微博)、中国电信(微博)和中国联通(微博)。不过，从国际主流 CDMA2000 运营商的演进趋势看，均将向 FDD LTE 方向靠拢。据报道，中国电信正对 LTE 业务进行深入研究，LTE 终端的开发也列入了 2011 年的工作计划，中国电信 LTE 可能会在 2013 年试商用。此外，中国联通的 3G 演进试验也已经低调进行。

LTE 是未来 3G 演进的必然方向，从国家层面进行统筹推进是很有必要的。LTE 规模网的建设、终端标准的规范统一、应用的开发以及相关产业链的整合不是运营商单方面所能完成的，这些都需要统一的规划部署。

避免重现 TD 尴尬是关键

目前从国内市场看来，3G 发展已基本呈三足鼎立的格局，其中，中国电信、中国联通 3G 发展渐入佳境。据三大运营商公布的 2011 年 10 月份运营数据，三大运营商该月 3G 新增用户数的增长态势发生变化，联通和电信的 3G 用户单月增长数已首次超越中移动，依次为 292 万、276 万和 216.7 万。

而中移动受制于模式和产业链制约，从 3G 牌照下发开始就略显浮躁，一直寄望于 TD-LTE 迅速过渡。中移动在 TD-SCDMA 上不温不火，却将 TD-LTE 作为抢占下一阶段“高地”的关键，呈现超前发展的状态。目前，已有联芯科技、高通、三星(微博)、SEQUANS 等超过 17 家国内外芯片厂商投身 TD-LTE 产业，并承诺基于单芯片支持 LTE TDD/FDD。芯片厂商的规模效应将带动一批国际主

流终端厂商。有消息称，中国移动将在年底推一批 TD-LTE 多模数据卡或双待手机。

对于中移动的急迫心情，知名 TD 专家李进良表示，TD-LTE 从系统理论可行到商用可行，从终端芯片成熟到智能手机商用，仍需至少三年左右的时间才有望大规模商用。“4G 什么时候到来？这取决于整个产业链是否成熟得足以支撑其发展。违背科技规律的做法只会带来拔苗助长的严重后果”。

事实上，尽管 TD-LTE 被宣传为 TD 的长期演进，但两者间有着重大区别。业内人士表示，TD-SCDMA 是 CDMA 技术，TD-LTE 是 OFDM 技术，无法对接。加之，在国内存在三大 3G 标准，因此，统筹推进三个标准向 LTE 推进，面临很大的挑战。未来是集体向 TD-LTE 演进，还是三者都采取国际主流标准，亦或是中电信和中联通采用国际标准，移动主导 TD-LTE，成为摆在各方面前亟须抉择的问题。其中，关键的是如何在未来的 LTE 时代避免重蹈今天 3G 格局出现的 TD 尴尬局面。

运营商后 3G 时代殊途同归

3G 向 LTE 演进是大势所趋，其中不仅是运营商的奔走疾呼，也需要整个产业链的过渡。

首先，如何顺利实现过渡，如何统筹发展成为摆在运营商面前的难题。例如，韩国电信等韩国运营商将关闭 2G 网络提上日程，而在世界范围内，芬兰、日本等运营商均明确提出了关闭 2G 网络的日程表。不过，尽管韩国电信监管机构 KCC 批准了韩国电信 KT 的申请，但因用户起诉，最终韩国电信被命令维持其 2G 网络业务，直至对集体诉讼作出最终裁定。

其次，事实上，LTE 的商用涉及产业链的协作，非运营商一己之力可以推动。在 4G 发展之初，运营商和终端商都需要面临市场的抉择。近日，美国第六大电信运营商 Cellula 就因 iPhone4S 的不支持 4G LTE 制式，不符合公司的发展战略，所以拒绝了引入 iPhone4S 的销售谈判。Verizon 高层近日表示，如果 Windows Phone 不尽快加入 LTE 4G 网络的支持，未来将不会定制该系统产品。

目前看来，通信技术的更新换代不是单纯替代，当下的 3G 乃至未来的 4G 时代，2G、3G、LTE 都会互为补充，共存一段时间。对于运营商而言，需要做的就是多方并重。对于国内运营商而言，眼下 3G 发展如火如荼，运营商所要考虑的最重要的是应该是如何推动 3G 的规模化发展，实现 2G 用户向 3G 在网络、应用、业务、消费等方面的转变。来源：2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

巴西最大有线运营商启用 TD-LTE 网络

巴西最大有线电视及卫星电视运营商 SKY 日前启用 TD-LTE 网络,该网络现覆盖巴西首都巴西利亚,由诺基亚西门子(微博)通信(下称“诺西”)承建并提供支持。

SKY 计划未来在其它巴西城市乃至拉美其它国家面向新用户推出 LTE 服务。

基于一份三年期合同,诺西提供了其基于 Flexi 多模基站的 TD-LTE 无线接入网解决方案,并提供了其 Flexi Packet 微波传输平台及分组演进核心。此外,诺西还提供了其 CPEi-lte 7212 无线路由器,该款路由器主要面向室内应用,可通过 Wi-Fi 或以太网连接 TD-LTE 服务。

诺西还提供了其 NetAct 网络管理系统,以提供统一的配置、监控及网络优化。来源:2011-12-15 中国通信网

[返回目录](#)

【终端】

国内首款支持安卓 4.0 手机将上市

国内用户也可以体验到谷歌最新的安卓(android)4.0 系统了。昨天,记者从华为(微博)终端了解到,可以支持升级到 android4.0 系统的华为荣耀 Honor 手机本周开始在国内上市,这也是全球第二款可搭载 android4.0 的手机。

华为终端公司表示,本周华为荣耀 Honor 将在京东(微博)商城、淘宝旗舰店等电子渠道率先销售,北京、上海、广州等地的中国联通(微博)自有营业厅及国美(微博)、苏宁等卖场将于本周末陆续到货。首批上市的荣耀 Honor 官方指导零售价为 2499 元。来源:2011-12-17 京华时报微博

[返回目录](#)

Windows Phone 概念手机随天气变化

人的心情常常会受到天气的影响,手机的“心情”是否也会受到天气的影响?

或许你不相信,有一部名为“Windows Phone”的手机就会随天气的变化而变化。在设计师 Seunghan Song 设计的 Windows Phone 概念手机上,你能够直观地看到天气的变化。这并不是一条短信或者一张图片,而是当你看手机屏幕的时候,就好像是从房间的窗户望向屋外。在晴天,手机的屏幕会显得非常干净而清新,而在下雨天就会变得潮湿而模糊,甚至能看到大滴大滴的雨滴。

如果你想要屏幕变得清亮透明，那就轻轻地对着这个“窗户”吹上一口气，手机就会自动进入正常模式，启动触摸功能。这是不是非常新奇而有趣呢？

[返回目录](#)

【运营支撑】

Clearwire 筹资 7.155 亿美元发展 LTE

本周二，美国移动运营商 Clear wire 宣布，该公司已经通过进行公开招股，以及与其主要持股者 Sprint Nextel 的私下交易募集到了 7.155 亿美元，用于在其 WiMax 网络上覆盖建设一张全国范围内的 LTE 网络。

其中，Clear wire 招股筹资为 3.841 亿美元。与 Sprint 的交易筹资为 3.314 亿美元。

“这次筹资对 Clear wire 达到在全美范围内建成首个 TDD-LTE 4G 网络的目标而言，是关键性的一步。” Clear wire 总裁兼 CEO Erik Prusch 在一份声明中说道。

“此次增加的财力将使我们可以继续发展 4G 移动宽带，从而满足行业快速增长的需求。未来我们将继续完美而独特地向用户们提供批发和零售两种业务并存的模式。” 来源：2011-12-15 中国通信网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

Android 程序下载量破 100 亿

谷歌安卓程序下载量已达 100 亿次，迎来“生意兴隆”的大好前景。不过从用户角度来说，在选择海量应用软件时，除了新颖、适合自身使用等标准外，也不要忽视安全问题。

安卓应用商店佳音频传。最新统计数据显示，谷歌安卓系统再度跨越一个新的里程碑。自 Android Market 开设至今，程序下载量已经达 100 亿次。来自易观国际(微博)方面的数据则显示了其在中国市场的发展势头：Android Market 中国地区的应用数量增长了 9%，达到了 25 万。安卓应用数量不断攀升的同时，价格却在不断走低。据报道，Google Android Market 多款应用突然

集体降价至 10 美分，而英国商店中相应的标价并未按汇率转换为 6 便士，而是统一标为 10 便士。

应用数量不断增长，价格逐渐下降，安卓应用商店没有理由不迎来“生意兴隆”的大好前景。不过，“一半海水，一半火焰”，表面繁荣的背后，安卓应用市场也面临着诸如软件多而不精、安全漏洞频出等问题。因此，面对海量的应用软件，用户在作出选择的时候，除了新颖、适合自身使用等标准外，也不要忽视安全问题。

安卓应用商店喜忧并存

安卓应用市场发展势头突飞猛进。据报道，网站搜索引擎龙头 Google 的在线应用程序商店 Android Market 总下载量突破 100 亿，数量直逼劲敌苹果的 iTunes 商店。Google 表示，Android Market 的下载量正在加速当中，当初花了 22 个月才达成 10 亿下载量，但从 90 亿到 100 亿仅花了 1 个月。来自中国市场的数字也证实了安卓应用市场的繁荣状况。易观国际数据显示，中国手机应用商店应用数量持续增长，达到了 25 万。尽管总数依然不及苹果，但其增长势头不容小觑。

规模扩大的同时，安卓应用程序的价格也在不断调整中。最新消息称，Google Android Market 多款应用突然集体降至 10 美分，而英国商店中相应的标价并未按汇率转换为 6 便士，而是统一标为 10 便士。分析认为，这或预示 Google Android Market 将有大动作。

应用程序增多，为用户提供了更多的选择；价格不断下降，让用户可享受更加优惠的服务。无论从哪个角度来讲，安卓应用商店的发展对用户而言都是利好的。但安卓应用软件的质量却良莠不齐，普通用户也没有足够的知识来分辨，这难免会影响安卓在用户心目中的形象。事实上，有调查发现，由于谷歌 Android Market 的不稳定性，国内 95% 的用户都会选择从国内的第三方应用市场下载 APP 程序。但在一些业内人士眼中，当下国内的第三方应用市场已经变成了流氓、病毒软件的丛生之地。

应用收费与免费的抉择

应用软件免费还是收费，这也是长久以来困扰各方的一个问题。作为移动互联网领域发展势头最好的操作系统之一，安卓自然也要面对同样的问题。

有业内人士称，即便在支付渠道比较完善的 Android Market 中，也有 70% 的应用是不收费的，这一比例在中国的应用商店中可能更高。据悉，在中国的应用软件商店里，大约 90% 的应用软件是免费的，在其他国家也一样，这些应用软件的广告也并未带来太多营收。分析认为，这与中国网民的消费习惯不无关系。中国用户向来没有为软件付费的习惯，这导致几乎所有的 Android 应用商店采

用这一模式：开发者免费上传应用，用户免费下载应用，只有少数游戏采用了道具收费、应用后端收费等模式。

但问题在于，即便免费的大旗迎风飘扬，也不能剥夺用户对应用程序评价的权利。例如，有用户的亲身经历来说明事实：想在 Android 平台上寻找帮助小朋友学拼音的软件，结果却发现相当困难；即便想花钱购买，但家长愿意付费购买的幼教类优秀软件，都没有针对 Android 的收费版本。这是个例，却具有典型性。

另外，安卓的开源性也为其应用商店带来不少问题。市场上令人眼花缭乱的安卓手机与平板电脑，在屏幕尺寸、分辨率以及系统版本之间各不相同，这让表面看起来似乎海量的安卓应用具体落实到某一款终端上却显得格格不入。

这么看来，问题的关键在于应用本身的质量是否优良，谷歌官方的监督把关工作做得是否到位。但不可否认的一点是，收费本身就是提升质量的一种驱动力，在免费与收费之间选择一个适当的平衡点相当重要。否则，盲目的免费也会让庞大的安卓应用市场在某种程度上陷入无序发展的状态。

应用消费求新更求安全

如今，市场上各种安卓软件正如雨后春笋般不断涌现。那么，处在产业链最后一环的消费者，又该如何从这滚滚的应用浪潮中撷取一朵朵适合自己的浪花？这显然也是个需要慎重考虑的问题。

求新？移动互联网市场瞬息万变，各种不断推陈出新的软件应用在不同方面迎合了用户的不同需求。因此，不少用户热衷于选择市场上比较新、比较热门的应用程序。需要说明的是，求新本身并无可厚非，但首先要明白自身的需求，方可有的放矢，而不是盲目地随波逐流。

下载渠道？如今，除了谷歌官方的下载网站外，各种第三方应用商店同样层出不穷，其中不乏优秀的软件商店，但鱼目混珠者也并不鲜见。因此，用户在选择下载渠道时，一定要慎重权衡，以免不小心掉入安全陷阱。

安全问题。有分析称，Android 在安全方面有缺陷，如开发人员缺乏高阶的相关安全 API、应用程序在不够安全的 Java 虚拟机中运作，以及缺乏验证的数字签署。目前关于软件问题而致使手机以及平板电脑中毒的报道屡见不鲜。因此，除了为自己的智能终端安装适用的安全管理软件外，用户在下载应用程序的过程中也应保持警惕。来源：2011-12-15 通信信息报

[返回目录](#)

75%中小企业仍使用 2M 以下宽带

在昨天举行的“2011 通信业推进我国中小企业信息化调研报告会”上，工信部中小企业司调研员刘怡表示，互联网接入在中小企业已基本普及，但 75% 以上企业仍使用 2M 以下宽带，带宽普遍较低。

“中小企业受接入带宽限制，难以承载视频业务和基于云的信息化应用；尽管中小企业上网数量较多，但由于多数带宽不高，将制约着未来的信息化发展和更多地享受信息化服务。”她说。

同时，运营商在中小企业信息化增值服务方面，目前仍处于起步阶段。

据刘怡介绍，电话、传真、企业彩铃等基本通信业务使用比例和覆盖率较高，但其他增值服务的通信产品使用比例较低。

此外，运营商在中小企业数据业务推广方面，大多还局限于宽带接入等基本通信业务。

“短信和无线上网有一定普及率，主机托管、网络电子商务等支撑企业业务发展的信息化服务等，总体仍处于起步阶段。”刘怡补充道。

因此，在刘怡看来，通信业的信息化产品和增值服务具有较大的发展空间。

来源：2011-12-14 中国通信网

[返回目录](#)

我国试点地区 IPTV 用户达 350 万户

据国家广播电影电视总局网络视听节目管理司司长罗建辉 15 日介绍，网络视听产业发展迅速，网络视频用户已经超过 3 个亿，我国三网融合试点地区，IPTV 用户已经达到 350 万户。移动多媒体广播电视网络(CMMB)覆盖全国 335 个城市，双向终端用户 1200 万，单向终端用户 600 万。

罗建辉表示，目前 IPTV 业务稳步推进，手机电视用户快速增长，已经成为 3G 发展的亮点。另外互联网电视业务也开始启动，智能终端崭露头角，带给我们越来越敏捷的接受信息的方式以及越来越亲和力的用户体验，网络视听新媒体有着巨大的市场，需要我们抓紧开发，有着庞大的产业链，需要我们抓紧健全，并快速发展。

下一步，广电总局将从以下方面进一步推动网络视听新媒体建设发展：

第一、按照六中全会《决定》关于实施网络内容建设工程的要求，将大力实施网络内容新媒体建设的工程。通过三到五年的努力，培育一批网络视听新媒体

内容创作生产的骨干企业。不断推动体现一流水准、代表中国形象的网络视听产品，努力打造国内外知名的视听新媒体内容品牌。

第二、利用三网融合的有利机遇，促进网络视听产业的繁荣发展。三网融合是现代信息技术融合发展的必然趋势。目前广电总局和工信部已经启动第一批 12 个试点地区的许可和审批，正在加快双向进入许可的办理工作。按照党中央、国务院的决策部署和三网融合工作的进程，广电总局和工信部一道正在做好进一步扩大试点范围，开展第二阶段试点工作的准备。在继续 IPTV、手机电视发展的同时，我们鼓励企业探索多种形式的融合模式，鼓励企业进行技术、业务、产业、形态方面的创新，培育新的增长点。鼓励和支持关键技术、产品研发和推广应用，打造完善的三网融合产业链。

第三、按照科学利用、依法管理、确保安全方针，努力建立健全符合我国国情的视听新媒体体系。在实践中我们强调了两个方面的工作。一方面，积极鼓励支持电台、电视台等主流媒体开展网络广播电视服务，希望通过一个时期的努力，希望广播、电视成为视听服务的主力军。另外一方面鼓励各个视听机构依法开展业务，目前总局共批准视听节目服务的单位有 618 家，已经批准的网络广播电视台有 15 家，还有参与城市联合网络电视台、地方电视台 53 家，还批准了 7 家互联网电视集成运营机构，以及 2 家互联网内容服务机构，批准了 6 家手机电视集成的运营机构，和 15 家手机电视内容服务机构。

下一步广电总局将继续认真落实互联网视听节目落实管理规定，充分把握视听媒体的发展思路，建立健全新媒体全国的协调机制，加强对视听网络的指导规律，不断提高内容监管的科学化、规范化水平。同时我们将充分发挥网络视听协会的作用，加强行业自律，加强行业监管、行业自律、社会监管、规范有序的网络视听传播秩序，切实维护国家信息安全，促进行业可持续发展。来源：2011-12-16 通信产业网

[返回目录](#)

第三季美国青少年人均收发短信 3417 条

美国市场调查公司尼尔森周四发布报告，对美国智能手机、应用和移动互联网领域的数据进行了统计，发现全美青少年第三季度人均收发短信 3417 条。

以下为主要数据：

- 25 至 34 岁和 18 至 24 岁年龄组多数都拥有智能手机，比例分别达到 64% 和 53%；

- 多数智能手机用户(62%)曾经下载过应用。游戏则是过去 30 天内使用量最多的应用种类；
 - 自 2010 年以来，使用移动互联网的智能手机用户已经增长了 45%；
 - 过去 30 天下载过应用的智能手机用户中，有 87%使用过 Groupon 或 LivingSocial 等团购网站。
- 年轻群体的短信发送量最大。2011 年第三季度，13 至 17 岁的青少年短信收发量位居首位，人均均为 3417 条。来源：2011-12-16 新浪科技

[返回目录](#)

全球移动基础设施市场三季度同比增长 15%

根据国外分析机构 Dell'Oro 发布的报告显示，2011 年三季度，全球移动基础设施市场的增长中，有 44%来自于 4G LTE 网络基础设施开支。

整个移动市场 2011 年三季度同比增长率达 15% ,这是连续第四个季度增长，包括了移动广播接入网(Mobile Radio Access Network (RAN)) ,无线分组核心(Wireless Packet Core) ,无线语音核心(Wireless Voice Core)和微波传输(Microwave Transmission) 。

Dell'Oro 分析师斯蒂芬·庞格拉茨(Stefan Pongratz)说：“三季度，将近一半的移动基础设施营收增长来自于 LTE 开支，主要是运营商预期 2012 年 LTE 手机会大量涌入。” 分析师德普(Chris DePuy)说：“无线产业对用户行为进行响应，用户对 EPC、VoLTE(LTE 语音)和 LTE 广播设备数据的需求增加。”

同期，LTE 市场增长尤其抢眼。4G RAN 环比增长 68%，增长最快。VoLTE 营收首次开始变得明显起来。在 WPC 营收中，分组核心演进(Evolved Packet Core)占比接近 5%。微波传输营收创新高，增长率达两位数。边缘路由器和交换机回程容量(backhaul capacity)升级销售同比增长达 40%。

根据报道，爱立信(微博)在移动 RAN、WPC、无线语音核心网、微波通信市场上，营收的份额比上年同期增加 4 个百分点，这是连续第四个季度份额出现增长。诺基亚西门子(微博)和华为(微博)并列第二位，各占 18%的市场。来源：2011-12-20 比特网

[返回目录](#)

2011 年 Android 占据美国智能机市场 53% 份额

美国市场研究公司 NPD 周二发布报告称，谷歌 Android 操作系统 2011 年在美国智能手机市场占据主导地位，份额约为 53%。

Android 和苹果 iPhone 都在持续抢夺昔日市场领导者 RIM 的份额。苹果 2011 年的份额也达到 29%，RIM 则下滑到 11%。

“苹果和谷歌已经重塑了智能手机行业的竞争格局，这也迫使所有大型手机厂商经历了重要转型。” NPD 分析师罗斯·鲁宾(Ross Rubin)说，“对很多手机厂商而言，2012 年将是检验他们的反应能起到多大效果的关键一年。”

NPD 称，RIM 曾在 2006 年第二季度占据美国智能手机市场约半数份额，但 2011 年第三季度已经下滑到 8%。该公司准备采用下一代平台推出新手机，2011 年也已经对系统进行了一些改进，并且推出了黑莓(微博)7 系统。RIM 目前是美国第五大智能手机 OEM 厂商，落后于苹果、HTC(微博)、三星(微博)和摩托罗拉(微博)。

受益于 Android 系统的普及，摩托罗拉移动的美国智能手机份额 2010 年第四季度达到 16%，但 2011 年第三季度又回落至 12%。

谷歌已经宣布将斥资 125 亿美元收购摩托罗拉移动，但尚未最终完成。鲁宾认为，该公司有望利用摩托罗拉移动的专利组合保护 Android 系统。来源：2011-12-14 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

中国宽带发展需要重视顶层设计

近一段时间，宽带无疑已成为曝光率最高的热词。

反垄断调查虽以两大运营商的声明暂时告一段落，但后续效应继续发酵，宽带依然处于舆论的风口浪尖，业界专家对宽带发展的讨论也进入一个热潮，其结果也许令人难以预料，但此次事件发展至今已折射出许多令人思考的问题，尤其是加强顶层设计走出行业监管缺位越位怪圈的呼声高涨。或许从这个角度来看，反垄断调查在全民围观的年代，正极大引发全社会对宽带、对电信业发展关注升级。

在中国社会转型的关键阶段，胡锦涛总书记反复强调改革的顶层设计，其中的重要意蕴就是强调改革要有价值高度，要形成明确的战略目标和根本的动力机制。此次反垄断调查事件就有力地证明了，基础电信业具有自然垄断特征，宽带

网络的天然垄断性不是罪名，但回归理性，相应加强对相关行业的监管却是理顺市场竞争机制不可回避的重要环节。

目前，电信等行业饱受社会争议。业内专家就表示，电信业虽然在不断降价但却是被诟病最多的行业，问题根源是管制缺位和越位同时并存，企业无所适从，重建并加强顶层设计已迫在眉睫，这或是现阶段理顺市场竞争机制的核心。

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)两大传统固网运营商外，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。此外，还涉及到物业进场方面的角力，可以说竞争者不少，但服务质量良莠不齐、价格战层出不穷，或许市场的真实写照也有力地折射出宽带市场竞争实情——监管缺位，让行业乱象不断。

业内专家张昕竹明确指出，监管改革这些年来的经验，似乎在验证一个无奈的事实，那就是国企无监管。对于此次电信业的反垄断调查，可以肯定的是，如果不是在现有的国有产权背景下，本案所涉及的很多问题根本就不会存在，或者即使存在，监管难度也会小很多。

宽带发展未提升到国家战略层面，是业界一致认为宽带发展相对落后于发达国家的关键，缺少顶层设计让宽带发展总会因为这样那样的因素处在各种争论之中。当然，不仅宽带，整个电信业都因为顶层设计不到位而受到影响，如果不解决关键的顶层设计问题，都无法从根本上得到解决。有专家一针见血地指出监管滞后，“目前，我们缺乏强有力的管制机构，价格上限有的 10 年不变，有的 5 年不变。”

据《京华时报》报道，《通信业“十二五”发展规划征求意见稿》第一次对“宽带中国”战略给出了一个内涵的解释，并将“宽带中国”列入新一代信息技术产业“十二五”发展战略，今后 5 年将加大宽带基础设施投资力度。无疑，国家对宽带产业的重视对引导产业理性发展绝对是一大利好。毕竟，单靠运营商来发展宽带明显后劲不足，同时，相应的顶层设计也亟须提速，这是行业良性发展的重要保障。

对此，业内专家杨培芳呼吁道：“由于目前电信在 GDP 的比例占比较少，国家政府机关正在淡化对电信的管制。但是我们的信息化落后 6-7 年，更需要顶层设计。”当然这种变革，需要高度的政治智慧，以及冲破改革阻力的勇气。来源：2011-12-14 通信信息报

[返回目录](#)

报告称 LTE 宽带价格 5 年内将大幅下降

英国调研公司 Tariff Consultancy Ltd. (TCL(微博))最新发表一份报告显示, LTE 移动宽带的价格将在未来五年内(截止 2016 年底)大幅下降。

该报告认为, LTE 目前在市场中的定位是优质移动宽带产品, 其基础是(理论上)较高的下载接入速度。所有 LTE 提供商的平均理论下载接入速度超过 80Mbps, 其中最常见的是 100Mbps。但沙特阿拉伯提供商 Zain 声称, 其下载速度高达 150Mbps。高下载接入速度是 LTE 与其他类型的移动宽带服务最主要的区别。

目前用户平均每月的 LTE 移动宽带服务数据额度为 22GB, 与北美地区 LTE 运营商提供的每月高达 80GB 的额度相比, 相对较低。

在 TCL 进行的研究中, 有六家 LTE 提供商每月为用户提供单独的“无限”数据额度——通常取决于一家运营商制定的公平使用政策(FUP)。这一举措表明, LTE 移动宽带服务目前的市场定位是一种优质产品, 而且目前也没有受到 3G 移动宽带产品所面临的同样的使用限制, 至少在短期不会。

TCL 的研究发现, 全球 LTE 移动宽带服务顶层的平均价格为 50 欧元/月支, 合同期限通常为 24 个月(后付费)。

TCL 的研究表明, LTE 移动宽带服务的价格(数据移动用户额度, 平均每 GB)从 0.5 欧元到 9.9 欧元不等。当用户每月的数据额度用完后, 大多数 LTE 运营商会降低服务接入速度(速度降至 64Kbps), 欧洲地区降速的做法尤为普遍。

但已经有争取表明, 有些 LTE 移动宽带服务提供商的价格已经开始松动。澳大利亚的 Telstra 公司目前提供的 BigPond4G 移动宽带产品——每月用户数据额度为 8GB, 收费相当于每月 30 欧元。而同一时间推出的 4GB 每月用户数据额度则为 38 欧元。在新加坡, M1 公司为旗下现有用户提供的下一代移动网络等效 LTE 服务也较每月标价下降 40%。

TCL 公司预计, 随着世界上越来越多的运营商采用 LTE 技术, LTE 移动宽带服务的价格将下降。截至 2011 年底, 欧洲的商用 LTE 服务约占全球总量的 60% 左右。2012 年, 预计将有更多 LTE 网络在其他地区部署, 包括亚太和南美洲地区。而随着 LTE 逐渐成为一种大众市场服务并进入其他消费者市场(利用其下载接入速度作为一个关键区别), LTE 的价格也将变得更有竞争力。来源:

2011-12-16 飞象网

[返回目录](#)

全球智能手机普及率近 10% 新加坡已过半

根据 TomiAhonen 咨询公司最新公布的研究数据，全球智能手机普及率已接近 10%。

这次研究的数据来源于 Netsize Guide、Informa、Google 以及 Ipsos，范围涉及 42 个国家，覆盖了全球手机用户的 72%。

研究报告称，新加坡智能手机普及率最高，其智能手机占全部手机的比例为 54%，排名第二的是加拿大(39%)，随后的是香港(35%)，瑞典(35%)，西班牙(35%) 和美国(35%)，而我国智能手机普及率排名倒数第三。

研究还发现，在手机品牌占有率方面，诺基亚(微博)拥有全球 26% 的市场份额，苹果占 17%，RIM14%，三星(微博)12%，HTC(微博) 10%。

研究发现，新加坡智能手机普及率最高，其智能手机占全部手机的比例为 54%。来源：2011-12-14 驱动之家

[返回目录](#)

调查显示欧洲用户对诺基亚首款 WP 手机没兴趣

法国巴黎银行旗下证券部门 Exane BNP Paribas 周五公布的一项调查结果显示，欧洲消费者对诺基亚(微博)的首款 Windows Phone 智能手机并不感兴趣。

诺基亚 800 是诺基亚首款基于微软(微博)Windows Phone 系统的智能手机，本月初在欧洲五国上市。Exane BNP Paribas 对这五个国家的 1300 名消费者进行了调查。

Exane BNP Paribas 分析师亚历山大·皮特克(Alexander Peterc)在报告中称：“只有 2.2% 的受访者明确表示有意购买诺基亚 800，该比例远低于苹果 iPhone 4S 和三星(微博)Galaxy S II。”

为此，Exane BNP Paribas 将诺基亚 800 本季度销量预期由最初的 200 万部下调至 80 万部。相比之下，诺基亚上一款旗舰手机 N8 上市后第一季度销量约为 350 万至 400 万部。

Exane BNP Paribas 还将诺基亚的目标股价从 3.70 欧元下调至 3.30 欧元，继续维持“弱于大盘”(underperform)的股票评级。来源：2011-12-16 新浪科技

[返回目录](#)

iPhone 4S 官方宣传视频成 2011 年最佳病毒式广告

美国在线视频分析公司 Visible Measures 公布了 2011 年点击量最高的“病毒式科技广告”榜单，苹果官方发布的 iPhone 4S 宣传视频以 2800 万的点击量位居榜首。

排名第二的广告是谷歌 Google Chrome 的“The Web is What You Make of It”，这则广告由美国流行歌坛当红女星 Lady Gaga 出演，点击量为 2200 万次。位列第三和第四的分别是 YouTube 的《Spacelab》广告和索尼 PS3 广告，点击量分别达到 1700 万次和 1580 万次。YouTube 广告《Gamer Commute》以 1150 万次的点击量排名第五。

值得注意的是，Visible Measures 在此次排名中采用的评估方法有点奇怪。例如，榜单中仅包括视频游戏平台的广告，并不包括视频游戏本身。这种做法也具有一定的合理性，因为视频游戏的点击量过高，而其中绝大部分点击量来自于玩家自己上传的“游戏玩法”视频。来源：2011-12-15 新浪科技

[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