



# 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 ■

2012. 01. 11

## 本期要点

亚太博宇  
通信产业研究课题组  
[apptdc@apptdc.com](mailto:apptdc@apptdc.com)

### ■ 垃圾短信当问责

半年多来，笔者在固定时间，哪怕是在出差，都会收到固定内容的房地产推销短信。为此，我分别与三家短信发出单位联系，希望不要再收到此类信息，接待的人态度都很好，马上给予保证立即取消，并且表示“明天你将不会收到这些信息”。然而，6个月过去了，这些短信还是天天在我的手机上出现。问运营商和手机厂商，回答解决不了，或者建议更换手机。

### ■ 是什么在影响网速？

目前，中国的宽带用户主要通过三种方式接入宽带网络，分别是 ADSL(非对称数字用户环路)、LAN(局域网)和 FTTH(光纤入户)。其中 ADSL 接入方式占比 70%以上。ADSL 的接入速率与接入铜缆长度成反比，这就意味着铜缆越短，接入速率越高。对于铜缆长度小于 2000 米的用户，企业一般可以提供 4M 接入速率；对于铜缆长度小于 1000 米的，企业一般可以提供 12M 接入速率。在 ADSL 接入方式下，为保证接入速率的稳定性，电信运营企业在提供宽带业务时，要对接入带宽进行评估测试。

### ■ 百度易平台手机前景几何

第一款基于百度·易平台的智能手机戴尔(微博)Streak Pro D43 日前正式发布，这款配备 1.5GHz 双核 CPU 的联通定制机，将在确定网上销售新渠道后公布定价。此次合作戴尔不需向百度支付费用，还将分享易平台上产生的收入。百度·易平台将为这款游戏提供智能框搜索、百度宝箱、百度 Ting 等服务。

### ■ 重建数字信息亭别再成街头摆设

作为提供公共服务的数字化设施，“数字北京信息亭”不是不能重建，只是前提须是最大化突出服务功能，并确保不再沦为“卫生死角”。

## 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
垃圾短信当问责 .....	5
是什么在影响网速? .....	7
百度易平台手机前景几何 .....	7
重建数字信息亭别再成街头摆设 .....	8
<b>产业环境篇</b> .....	<b>10</b>
<b>【政策监管】</b> .....	<b>10</b>
海南无线电频率使用权未经批准不得转让 .....	10
工商总局将整治通信网购等行业霸王条款 .....	11
工信部将停止核准含 450—470MHZ 频段无线电设备 .....	12
工信部新发放 538 张电信设备进网许可证苹果在列 .....	12
<b>【国内行业环境】</b> .....	<b>13</b>
我国线缆产业深陷恶性竞争怪圈 .....	13
“十二五”加强宽带建设 提高网络容量 .....	17
物联网政策红利不断 应用驱动产业回归市场 .....	18
国家宽带战略呼之欲出 政策利好激活发展潜能 .....	20
移动应用广告收入剧增 国内大多团队无法盈利 .....	21
国务院研究部署加快发展我国下一代互联网产业 .....	23
<b>【国际行业环境】</b> .....	<b>25</b>
韩国电信将关闭 2G 网络 .....	25
瑞士电信移动网全面升级 .....	25
法国电信出售瑞士移动业务 .....	26
法国电信欲成法首家提供 4G 服务运营商 .....	26
韩国电信昨日商用 4G LTE 年底目标 400 万用户 .....	27
泰国运营商 TOT 接受企业和供应商 LTE 试验请求 .....	27
<b>运营竞争篇</b> .....	<b>28</b>
<b>【竞合场域】</b> .....	<b>28</b>
2012 年中国三大运营商全提供 iPhone .....	28
三网融合试点城市扩容受限 IPv6 商用 .....	29
电信运营商传统语音业务不断遭受冲击 .....	30
三大运营商获手机支付牌照后两种标准并行 .....	32
运营商融合创新避免管道化 流量经营需精细化 .....	34

<b>【中国移动】</b>	35
中国移动终端公司销量超千万	35
中移动节前提升高铁动车网络覆盖率	36
中移动 2012 三大策略应对 3G 时代竞争	37
中移动结束 10 年高速增长：驶入转型深水区	39
中移动称 2012 年要转为语音和流量经营并重	41
<b>【中国电信】</b>	42
中国电信 3G 用户渗透率达 27%	42
中国电信宽带用户一年增长超 20%	44
中国电信将在英国推出移动电话服务	46
中电信计划拓展法德市场 主攻华裔社区	47
电信版 iPhone 4S 即将通过工信部入网许可	47
中国电信的“2012”：骨干网、数据业务遇瓶颈	48
<b>【中国联通】</b>	51
中国联通电源集采结果出炉	51
联通调整双待机战略至中档用户	51
联通率先发布 2012 年终端全局战略	53
中国联通大幅增持其 A 股上市公司股份	55
中国联通承诺柜台业务办理不超过 10 分钟	55
<b>制造跟踪篇</b>	<b>56</b>
<b>【中兴】</b>	56
中兴通讯领跑 2011 年 TD 手机市场	56
中兴：全球电信设备商前五强地位不稳	56
<b>【华为】</b>	59
华为推出 Kik 类应用“天天聊”	59
华为发布民航地空无线宽带技术	60
华为：经济危机不会对公司产生太大阻碍	60
华为推全球最薄智能机 Ascend 售价约 400 美元	61
华为终端销售 2011 年收入 67 亿美元 同比增长五成	61
<b>【诺基亚】</b>	62
诺基亚开发出太阳能充电手机原型机	62
消息称诺基亚 900 将自主生产不再外包	63
传诺基亚将与微软商讨出售智能手机部门	63
诺基亚宣布将亚太总部从新加坡迁至北京	64
诺基亚收购移动操作系统厂商 Smarterphone	65

<b>【其他制造商】</b> .....	65
三星电子 2011 年四季度智能手机销量创纪录 .....	65
微软 2012 年将投 2 亿美元在美宣传 Windows Phone .....	67
<b>服务增值篇</b> .....	<b>67</b>
<b>【趋势观察】</b> .....	67
期待移动支付市场早日推进 .....	67
2012 年电信业八大发展趋势 .....	69
2012 年美国移动运营商 5 大事件预测 .....	72
2012 移动互联网或将呈现爆炸式增长 .....	75
<b>【移动增值服务】</b> .....	77
北京联通年初推多项优惠措施 .....	77
联通下调 3G 无线猫上网卡资费补贴数百元 .....	77
<b>【网络增值服务】</b> .....	78
BTV 网络春晚连播五天 .....	78
北京市民短信可查最近公厕 .....	79
联通 2012 年将全面普及 4M 以上宽带 .....	79
<b>技术情报篇</b> .....	<b>81</b>
<b>【视频通信】</b> .....	81
国内首个 3D 频道开播：内容生产带动产业升级 .....	81
<b>【电信网络】</b> .....	83
Viva 巴林率先商用 LTE .....	83
2016 年 3G 覆盖 80% 运营商需强化网络能力 .....	83
全球 285 家运营商投资 LTE 49 张网络已商用 .....	84
泰国将展开 1800MHz 和 2.6GHz 频段 LTE 试验 .....	85
<b>【终端】</b> .....	85
百视通、联想联手推首款互联网机顶盒 .....	85
<b>【运营支撑】</b> .....	86
TD-LTE 有望新增 4 个试验城市 .....	86
T-Mobile 奥地利与和黄 3 将共享 3G 网络 .....	87
俄罗斯部署全球首张 1.9GHz TD-LTE 商用网络 .....	88
卫士通推全新手机支付模式：通过声音完成支付 .....	88
2012 年 6 月底 Sprint 拟在 10 个城市推出 4G LTE 服务 .....	92
<b>市场跟踪篇</b> .....	<b>94</b>

【数据参考】 .....	94
美国 Leap 总用户数达 590 万 .....	94
国际电信联盟：全球手机用户已达 59 亿 .....	94
TD-LTE 基站总数预计 2016 年达到 50 万个 .....	95
瑞信预计 2012 年全球手机销量 18.5 亿部 .....	96
2017 年全球电信行业收入将达 2.7 万亿美元 .....	96
分析师预计 iPhone2012 年销量可达 1.16 亿部 .....	97
【市场反馈】 .....	97
宽带调查：国家战略惠及全民 .....	97
低端智能机即将普及 产业链变革在即 .....	100
短信风光不再：互联网信息服务挤压利润空间 .....	101
全球电信业转型提速 从规模扩张走向业务融合 .....	103
移动阅读难破盈利困局 近三成用户不愿意付费 .....	106
IPv6 撬动互联网千亿商机 迁移需要产业链齐步走 .....	108

## 亚博聚焦

### 垃圾短信当问责

半年多来，笔者在固定时间，哪怕是在出差，都会收到固定内容的房地产推销短信。为此，我分别与三家短信发出单位联系，希望不要再收到此类信息，接待的人态度都很好，马上给予保证立即取消，并且表示“明天你将不会收到这些信息”。然而，6个多月过去了，这些短信还是天天在我的手机上出现。问运营商和手机厂商，回答解决不了，或者建议更换手机。

对这种不经你本人同意，死缠烂打，删不掉的短信，社会上给予其“垃圾短信”的称呼。这些短信可分为几种类型：一是赌博方面的信息；二是以抽奖、中奖为诱饵的诈骗方面的信息；三是办假证，假公章，贩卖走私黑车、枪支等方面的信息；四是传播淫秽、色情等方面的信息；五是其他各类服务等方面的信息。传播者使用的号码大多是假身份证或不登记身份证的号码，也有以单位集体名义办理的，查找和查实的难度大，使用的号码也是漫游的，存在跨区域的问题。垃圾短信已成为社会公害是毋庸置疑的，它严重干扰和影响了人们的正常生活。

追究垃圾短信的责任，必须分析其成因。笔者认为，一是技术管理方面的因素，另一是商业利益的驱使。理清了垃圾短信的成因，就可以认定垃圾短信的责任。

其一，网络运营商监管不力。在技术和管理上，网络运营商是一个重要环节，其不仅掌握了短信业务的承载，还掌握了用户手机号码库，可通过技术措施，在手机的入网环节上加强审检，采用技术手段在流量中做好监测工作。而且运营商的短消息系统，本身具有鉴别限制的功能，可以通过监测、过滤、分析等加以完善，甚至建立一套监测系统。其二，网络公司见利忘义。网络公司在未征得用户同意的前提下，向用户连续或间断地发送垃圾短信，并通过运营商收取数额不等的费用，背弃了与用户所签的协议，损害了用户的基本权利，理应承担侵权的责任。其三，普通用户唯利是图。普通用户为推销商品或产品，不顾客户的意愿，将自己的信息强加于客户，并且一而再、再而三地发送，严重影响了客户的正常生活，一定程度上造成了客户的精神损害。

解决垃圾短信的问题，必须从两方面入手。一方面是借鉴国际成功经验，国际上的做法主要有以下几种，一是采用高科技设防，日本移动通信运营商用 270 亿日元购买新技术和设备，自动屏蔽了一天发送 200 次的短信；二是推行手机实名制，韩国采用一户一网、机号一体的手机号码入网登记制；三是提高短信的资费，在美国手机资费便宜，短信资费高，美国人一年发送短信总量还不到中国人一个星期的量；四是及时修补法律，英国 2003 年专门立法，将发布手机垃圾短信视为犯罪，罚款额度不封顶，甚至可能面临牢狱之灾，美国和日本还制定了《反垃圾信息法》。国外采取了这些措施后，许多国外回来的人反映，在国外垃圾短信少得多。

另一方面是加强立法和执法的力度。需要指出的是，目前我国缺乏关于处理垃圾短信的专门性、统一性的立法。政府主管部门对垃圾短信治理还是比较重视的，在法律规范、监管技术措施等方面开展了一系列工作，对一些极端的垃圾短信采取专项治理，下发文件，集中治理诈骗、骚扰和色情等违法短信，建立了举报、研判、查处和保障等机制。但是，社会上对于面广量大的非极端的垃圾短信还是较为宽松、温和的，一定程度上滋长了他们的有恃无恐。如果对垃圾短信采取处理极端垃圾短信的做法，这些垃圾短信一定是没有市场的。通过借鉴国外的一些做法，及时出台相关法规，采取手机实名制和限制广告的发送时段，并对滥发垃圾短信给予处罚等措施，可从根本上遏制垃圾短信源头。对运营商、网络公司、普通用户违反规定、滥发短信给予一定经济处罚，直到追究法律责任。短信市场亟待法律规范，通过法律规范还人们一个安宁的生活空间。

总之，治理垃圾短信必须综合治理，通过立法、执法、教育等根除垃圾短信。政府主管部门也要形成合力加强作为，为全社会营造良好的生活环境。来源：2012-1-5 新闻晚报

[返回目录](#)

## 是什么在影响网速？

目前，中国的宽带用户主要通过三种方式接入宽带网络，分别是 ADSL(非对称数字用户环路)、LAN(局域网)和 FTTH(光纤入户)。其中 ADSL 接入方式占比 70%以上。ADSL 的接入速率与接入铜缆长度成反比，这就意味着铜缆越短，接入速率越高。对于铜缆长度小于 2000 米的用户，企业一般可以提供 4M 接入速率；对于铜缆长度小于 1000 米的，企业一般可以提供 12M 接入速率。在 ADSL 接入方式下，为保证接入速率的稳定性，电信运营企业在提供宽带业务时，要对接入带宽进行评估测试。例如，当用户申请 4M 速率的 ADSL 宽带业务时，经测试后的网络带宽能力至少要达到 6M 以上，企业才能受理此申请，然后开通业务。对于 LAN 和 FTTH 接入方式，由于分别采用了五类线和光纤作为传输介质，所以线路能力不是瓶颈，企业可以提供 20M 以上乃至 100M 的接入速率。

宽带用户通过 ADSL、LAN 和 FTTH 方式接入后，需要经过宽带接入网、IP 城域网、ChinaNet 骨干网(以上构成电信运营企业的宽带网络)，访问位于 IDC 内的 CP/SP 网站服务器，获得互联网应用服务。宽带接入网由 DSLAM 设备、LAN 交换机、EPON MDU 设备、EPON/GPON OLT 设备以及用于上联 IP 城域网的汇聚交换机等组成，汇聚交换机级联数量一般为 1~2 级，对于用户接入数量多、业务流量大的 OLT 设备采取直接上联 IP 城域网 BRAS 设备的方式，以提高流量承载效率、保证业务带宽。根据网络规划原则，宽带网络容量有一定的冗余设计，以保证用户的访问质量。DSLAM、LAN 交换机、MDU、OLT、汇聚交换机承载的宽带业务日均峰值流量达到设备链路带宽的 50%~60%时即进行网络带宽扩容，IP 城域网也是在链路带宽日均峰值利用率达到 50%~60%时安排扩容，ChinaNet 骨干网链路带宽日均峰值利用率达到 70%~80%时安排扩容。目前，我国运营商的宽带接入网、IP 城域网和 ChinaNet 骨干网的平均峰值利用率基本都在 50%~60%以下。来源：2012-1-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

## 百度易平台手机前景几何

第一款基于百度·易平台的智能手机戴尔(微博)Streak Pro D43 日前正式发布，这款配备 1.5GHz 双核 CPU 的联通定制机，将在确定网上销售新渠道后公布定价。此次合作戴尔不需向百度支付费用，还将分享易平台上产生的收入。百度·易平台将为这款游戏提供智能框搜索、百度宝箱、百度 Ting 等服务。

随着 3G 网络的普及和智能终端价格的下降，使用移动互联网各种服务的人越来越多。移动互联网的产业链角色分配和 2G 时代明显不同，互联网服务商和智能终端制造商的融合和跨界合作日益增多。谷歌的安卓系统通过免费战略锁定了大量客户和手机制造商合作者，这也使得谷歌在移动智能终端有了坚实的切入点。而百度在修改安卓系统基础上设计的百度易平台，有可能乘移动互联网的东风顺势而上。2011 年，互联网公司进入智能手机领域成为明显的趋势，阿里云手机、小米手机(微博)，都通过软件+硬件的模式来进入智能手机市场。这是由于目前国内智能手机行业还缺乏能够有效整合移动互联网内容资源和精通消费者互联网体验心理的公司。不管是天宇朗通、酷派等手机厂商还是华为(微博)、中兴等依靠电信运营商渠道的智能手机制造商，都对互联网行业没有丰富的经验。这是一个巨大的市场机会，吸引了联想、百度等新来者。

百度和戴尔的结盟对于双方都有好处。一方面戴尔正苦于缺少合作伙伴进军中国智能手机市场，而百度是一个合适的合作伙伴。戴尔的传统电脑销售模式增长潜力不大，而智能手机行业的产业链目前已经比较成熟，戴尔完全可以复制电脑的制造经验。百度占据了桌面端的搜索流量的大部分份额，而移动搜索领域还是一片蓝海。基于智能手机端的搜索有着更强的私密性和便捷性，更能反映客户生活娱乐方面的实用需求。所以基于移动互联网的搜索能够更好收集用户信息和搜索需求，发展移动电子商务和开发移动搜索广告。对百度而言，通过智能手机硬件赚钱事小，但是可以通过百度平台树立百度品牌在移动终端的影响力，同时扩大百度应用的使用率，打造针对移动互联网用户的一站式生活平台。百度对中国用户比较熟悉，能够预先植入一些本地化的应用，这是洋品牌手机所不及的。

目前国内缺乏具有自主知识产权的手机系统，因此，如果百度能通过建立手机系统形成自身的智能手机生态系统，那么百度就能占据国内智能手机产业链的主导地位。同时，百度易平台的第一款智能手机和运营商展开了合作，积聚了产业链各方面强势的力量，未来前景应该是非常好的。来源：2012-1-5 通信信息报

[返回目录](#)

## 重建数字信息亭别再成街头摆设

作为提供公共服务的数字化设施，“数字北京信息亭”不是不能重建，只是前提须是最大化突出服务功能，并确保不再沦为“卫生死角”。



据报道，耗资 7000 万、设置近十年的“数字北京信息亭”要拆除重建了，并且将在原有 617 台的基础上，新增 383 台，凑成 1000 台整数亮相于北京街头。

提到“数字北京信息亭”，市民们都不陌生，近十年前，它作为新生事物出现时，曾被当成现代化都市的象征，但是很快，亭内设备遭到损坏，小广告缠身，尘土与尿迹并存，很多成了令人头疼的“卫生死角”。

正是基于这种不良印象，很多市民反对重建信息亭。2011 年 8 月某网站做的一项调查显示，有 91% 的网友认为“数字北京信息亭”应该淘汰。除了卫生问题影响形象外，网友们还普遍认为，现在手持上网设备众多，信息亭已不合时宜了。

不过，从建设数字城市的角度考虑，信息亭或也能为上网不便的市民、游客，提供一定范围内的服务。此外，在电子政务、社区信息化方面，信息亭为使用者提供更为直接的对话交流，也还有空间。

“数字北京信息亭”不是不能重建，但有个前提，就是要杜绝浪费，不能再度成为街头摆设。

首先，重建信息亭不能让广大市民不明不白，既然闲置了那么多年，总该有个说法。是当年的规划出了问题，还是后续管理没有跟上，谁该对此负责？

同时，对于即将上岗的信息亭，有哪些改进，如何放置，也不要忽略了市民的意见。毕竟，拆除、重建都需要动用国家的钱，而且最终也是为了方便市民、游客。

再者，要解决“管好”的问题，即要有专门的管理团队，负责信息亭的设备保养、卫生扫除，保证每个信息亭时时处在可供正常使用的状态，别再次沦为“临时厕所”。

最后，还要“用好”数字信息亭。这涉及的层面更多，如提高服务的及时性，不要存在网络连不上、内容常年不更新等问题；再如，更新硬件，提供市民和游客需要的专业信息，对使用者通过信息亭发出的需求，加快回复，增加吸引力。这方面，结合最新的科技如 WIFI 免费接入，加上一些商业元素，还是大有可为的。过去信息亭提供了一些生活实用信息，但太笼统，如果将来可以提供一些与周边餐饮、娱乐、住宿有关的个性查询服务，想必会大大提升使用率。

旧的数字信息亭确实需要拆除，新的未必一定要现在就建。有关方面先把过去的账算一算，把未来的计划和设备样品向社会公布，多听听市民的意见。这样才能避免重蹈覆辙。来源：2012-1-6 新京报微博

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 【政策监管】

#### 海南无线电频率使用权未经批准不得转让

《海南省无线电管理条例》已于 2012 年 1 月 1 日起施行。条例旨在维护无线电波秩序，保证各种无线电业务正常进行，服务经济社会发展。

无线电管理被誉为“天空卫士”，关系到人民群众生命财产安全、国家安全、社会稳定和国民经济发展。随着海南国际旅游岛建设的深入推进，各行业对频率资源的依赖程度不断加深，频率资源短缺问题日益突出。此外，电磁环境日益复杂，无线电干扰呈现多样化趋势，无线电频谱资源和无线电管理工作的重要性也日益凸显。

条例规定，取得无线电频率使用权的单位或者个人未经省无线电监督管理机构批准，不得将无线电频率使用权转让、出租、变相出租或者以入股的形式参与经营，不得扩大无线电频率使用范围或者改变使用用途。

对于无线电频率、无线电台(站)许可、建设的期限，条例规定，省无线电监督管理机构应当在受理后 20 日内作出准予批准(指配)或不予批准(指配)的决定。不予批准(指配)的，应当书面说明理由。无线电台执照使用期限届满需要延期的，应当在期限届满前 30 日内向省无线电监督管理机构提出申请。条例还明确了无线电台(站)建设的申请和建设期限，即单位或者个人需要设置、使用无线电台(站)的，应当在获得无线电频率使用权之日起 3 个月内，向省无线电监督管理机构提出申请；取得无线电台(站)设置许可的单位或者个人，应当自许可之日起 6 个月内，完成无线电台(站)建设。因特殊情况逾期未完成建设的，应当向省无线电监督管理机构提出延期申请。

在条例草案审议过程中，有些常委会组成人员和部门提出，国家在特殊时期可以征用无线电频率，以确保实施国防动员、发生重大应急救援、抢险救灾和重大自然灾害的需要。同时，也应当发挥业余无线电爱好者、志愿者或者组织在发生重大自然灾害等紧急救援时的作用。

为此，条例规定，因国家决定实施国防动员、发生重大应急救援、抢险救灾和重大自然灾害等，需要征用已指配的无线电频率的，由省人民政府依法征用。被征用的无线电频率使用完毕，应当及时返还。因征用造成直接损失的，依法给予补偿。

此外，条例从无线电频率管理、无线电台(站)管理到无线电发射设备管理、涉外无线电管理，从无线电监测到无线电安全，从无线电管理的监督检查到法律责任，都作了具体规定，为无线电行业和社会各界使用无线电、维护无线电使用者的合法权益提供了可靠的法制保障；同时，也为无线电管理机构的执法和监督提供了可行的执法依据。

条例还规定，工业、科学、医疗设备、电气化运输系统、高压电力线、信息技术设备、机动车(船)点火装置以及其他电器装置产生的无线电波辐射，应当符合国家强制性标准、行业标准和无线电管理有关规定，不得对无线电台(站)产生有害干扰；产生有害干扰的，设备所有者或者使用者应当采取措施予以消除。建设产生无线电波辐射的工程设施，可能对无线电台(站)造成有害干扰的，其选址定点应当由城乡规划部门、无线电监督管理机构和建设单位协商确定。因重大工程建设确需搬迁无线电台(站)的，建设单位应当承担搬迁费用，并对因此造成的损失予以赔偿。来源：2012-1-4 法制日报微博

[返回目录](#)

## 工商总局将整治通信网购等行业霸王条款

记者6日从国家工商行政管理总局了解到，为进一步遏制消费领域“霸王条款”现象，切实维护消费者合法权益，工商总局2012年将在全国组织开展“整治利用合同格式条款侵害消费者合法权益专项行动”。

这次专项行动主要针对供水、供电、供暖、供气、通讯服务、网络商品交易及服务、金融服务、中介服务、房地产交易、装饰装修、物业管理、汽车销售及维修、旅游、运输、餐饮、美容美发、健身以及大型商场和超市等消费者反映问题比较集中的行业中的合同格式条款，整治经营者利用合同格式条款免除自身责任、加重消费者的责任、排除消费者的权利三类违法行为。

近年来，合同格式条款在消费领域被普遍使用，起到了便利买卖双方、促进经济发展等积极作用。但也有一些合同格式条款提供者利用格式条款不与对方协商、重复使用等特点，将自己意思强加给作为弱势一方的消费者，损害了消费者合法权益。来源：2012-1-6 新华网

[返回目录](#)

## 工信部将停止核准含 450—470MHz 频段无线电设备

记者 6 日从工业和信息化部获悉，从 2012 年 4 月 1 日起，工信部将停止核准含 450 - 470MHz 频段无线电发射设备。

工信部表示，根据《关于加强 450 - 470MHz 频段管理的通知》和《关于进一步加强 450 - 470MHz 频段管理的通知》的要求，从 2012 年 4 月 1 日起，将停止对含有 450 - 470MHz 频段无线电发射设备的型号核准，不再办理已取得含有该频段无线电发射设备型号核准证书的延期手续。

据了解，450 - 470MHz 频段具有频段窄，传播特性良好等特点，适宜广覆盖、容量不大的应用层场景。但由于现有系统较多，情况较为复杂，此前已有不少业内专家建议对该频段逐步进行清频。

随着全球移动通信业务的迅速发展，用户数据流量的增加，频谱资源日趋紧张。业内专家纷纷呼吁合理规划频率资源，加大研究新技术、新应用的力度，不断提高网络的频率资源使用效率。来源：2012-1-6 新华网

[返回目录](#)

## 工信部新发放 538 张电信设备进网许可证苹果在列

今天工信部发放了 2011 年 12 月上半月电信设备进网许可证，共有 538 张电信设备获得进网许可证。

数据显示，2011 年 12 月上半月工信部共发放了 538 张电信设备获得进网许可证。从发放情况来看，12 月份上半月工信部发放的 3G 终端明显超过以往月份，3G 终端数量猛增。

其中，cdma2000 手机 43 张，包括 cdma2000/GSM 数字移动电话机 10 张。此外，工信部还发放了 TD-SCDMA/GSM 双模数字移动电话机 28 张。

备受关注的苹果 iPhone4S 也在入网行列。工信部 12 月份上半月发放 WCDMA 手机 48 张。苹果入网的设备型号为 A1431，发证日期为 2011 年 12 月 6 日到 2014 年 12 月 6 日。此外，魅族的 M9 以及 M030 也在入网行列。来源：2012-1-4 飞象网

[返回目录](#)

## 【国内行业环境】

### 我国线缆产业深陷恶性竞争怪圈

近日，面对即将启动的 2012 年运营商 FTTH 集采，多家光纤光缆厂商的惶恐情绪再次爆发。近一两年，在运营商“屋顶价”、反向竞拍、多样化催款成本、无偿备货及借料等一系列集采规则作用下，各类光纤光缆产品，尤其是光缆的集采价格已被逼至成本价以下，“并且 2012 年可能继续恶化”。

光纤光缆产品集采价格的持续触底，不仅使得国内光纤光缆厂商普遍陷入入不敷出的生存困境，也迫使各大厂商将产品质量降至标准下限，而其它小厂商则不得不采取“以次充好”、“偷工减料”等成本节省办法，以光缆为例，目前相关产品与 20 年前同类产品相比，不论是在直径等外观指标，还是在关键原材料质量等方面“都相差甚远”。

可以想象，如若上述趋势延续，运营商虽可在短期内获利，但长期其或将受累于由产品质量引发的维护及更换成本攀升，此外，基础宽带质量、用户满意度、国家宽带安全等重要环节也将问题频出。更重要的是，恶性价格战如第一块倒下的多米诺骨牌，随后将“推倒”无力于维持研发投入的光纤光缆厂商，使国内光纤光缆产业陷入恶性竞争怪圈，甚至进而牵连到光纤光缆的上游厂商，再次引发不利连锁反应。

然而反观 2012 年国内经济总形势，“下行放缓、追求质量”是核心主题，国内光纤光缆行业目前这种不顾产业结构与可持续性的状况亟待改变。此外，近期国资委副主任邵宁也强调了运营商对于社会与行业的公益责任，这意味着运营商在追求自身增长的同时，也需承担起改变光纤光缆行业不良发展方式、营造健康发展环境的重任。

#### 多重规则逼宫线缆厂商

谈及运营商光纤光缆集采的相关规则，有较多令供货商头痛之处，其中首先就是设定“屋顶价格”。“屋顶价格”也被厂商们称之为报价的买方垄断，即在光纤光缆集采中，运营商会硬性规定厂商在标书中的产品报价不能高于 2011 年平均采购价格，也不能高于为其它运营商供货的价格。“运营商规定报价不能高于 2011 年，否则标书自动作废，因此相关产品采购价格逐年降低，目前已跌破成本价。”国内某光纤光缆厂商高层告诉记者。

据了解，上述设定“屋顶价格”的做法不仅存在于光纤光缆集采，也在 FTTH 耗材及配套集采中屡屡出现。“某家运营商在 2011 年耗材集采中直接开出了各

类产品的采购价格，不允许厂商讨价还价，厂商若想入围必须按照运营商期望的价格及数量供货。”某耗材供货商受访销售人士表示。

除了设定上限，反向竞拍模式也成为光纤光缆厂商低价恶性竞争的主要推手。为了争得更多份额，在反向竞拍中，多家厂商往往轮番降价，最终形成报价远低于产品材料成本价的局面。例如，在 2011 年 8 月光缆反向竞拍中，由于报低价中标权重更大，各家厂商为了入围竞相降价，最终个别企业报价低于每公里 1200 元(人民币，下同)，报到 1300 元以下的企业达十多家，而这些价格都低于生产合格产品所需的材料成本价。

即使成功入围，运营商或会在回款环节再给厂商“添堵”。“运营商在采购时大多不付预付款，并且相对来说回款周期较长，一个招标项目半年回一次款已是理想情况，此外，如若厂商催款，某些运营商便会借机提出‘想加快回款流程必须再打个折扣’的要求，使得厂商在催款环节再次产生不菲的财务成本。”前述国内光纤光缆厂商高层表示。

同时，某些运营商地市公司向光纤光缆或耗材厂商提出的无偿备货或“借料”请求，也令处于乙方地位的厂商左右为难。“几家运营商为了方便光纤光缆维修，大多会向厂商提出免费备货的要求，经常要求我们在其仓库批量存放成品，但却用不了太多，有不少产品甚至会在库房存放一年以上的的时间，这无疑再次增加了厂商的财务成本。”国内某光纤光缆厂商高层表示。而“借料”则更令厂商无奈，在某些地市，运营商常会向耗材厂商提出“借料”请求，由于“借料”项目没有正式立项，因此也没有相关采购款项，厂商仅可得到运营商一个遥遥无期的还款承诺。“厂商为了后续商业合作往往会‘硬着头皮’借料给运营商，但由于没有走正规财务流程，如果甲方领导更换，或借料公司上级单位突然发文禁止，厂商应收账款可能从此人间蒸发。”前述耗材供货商销售人士向记者表示。

### **“偷工减料者不断增多”**

目前，光纤光缆及配套集采中，在运营商“多管齐下”之下，相关厂商已深陷生存困境。

“2011 年以来，光缆产品招标价格已下降 30%，目前均价已跌破每公里 1300 元，而据核算，完全按照运营商标书指标要求制造出的光缆产品仅材料成本就需 1400 元，还不算工人工资、营业费、设备折旧等其它花销，”国内某光纤光缆厂商高层表示，“光纤产品亦是如此，从 2011 年开始，每公里光纤价格已降至 70 元以下，但合格产品仅材料成本就需要 62 元左右，再除去人工成本等，厂商利润所剩无几。”

与系统设备厂商不同，线缆厂商无法通过后续升级等方式获得收益补偿，因此，如若采购价格持续下跌，线缆厂商或将长期深陷生存困境。“在劳动力、氦

气等资源性气体、原材料等成本普涨但卖价低于成本价的情况下，光纤光缆行业大部分厂商都陷入了入不敷出状况，这一趋势在 2012 年仍有扩大趋势。”国内某受访线缆厂商高层表示。

如若上述趋势持续，国内线缆厂商研发投入恐不断缩减。“目前，我国已成为世界光纤光缆制造与消费大国，据统计，2011 年我国消耗了全球 50%左右的线缆产品。但遗憾的是，我国只能称之为线缆大国而非线缆强国，因为预制棒等关键性技术还掌握在国外厂商手中。据了解，美国康宁公司每年都拿出销售收入的 10%用于研发投入，但在国内恶性竞争环境下，国内线缆厂商已无暇顾及研发，极为不利于国内线缆产业的长期竞争与发展。”国内某光纤光缆厂商高层表示。

据悉，目前国内线缆厂商中，少数上市公司可通过募投方式筹得研发资金，而某些有外方股东的合资公司由于现期业绩不佳，外方股东往往阻挠前者继续进行研发投入，此外大部分中小型线缆公司则仍在生存线上挣扎。

此外，在种种集采规则之下，产品质量也成为了牺牲品。北京邮电大学林中教授告诉记者，十年前的光缆直径约为 20 毫米，而今有不少光缆只剩下 8~9 毫米，此外，当前不少光纤光缆产品在使用寿命、阻水性、抗冻性等指标方面也在不断下滑。

“在恶性竞争环境下，为了生存，不少小厂商不得不偷工减料、以次充好，比如采用价钱便宜但是抗低温性能较差的纤膏以及阻水性能较差的缆膏，亦或是将较为昂贵的光缆用高分子合成油换成家庭矿物油，总之‘上有政策下有对策’，竭尽全力从产品质量方面抠出利润。”国内某光纤光缆厂商高层如是说。

上述光纤光缆厂商受访高层还告诉记者，令其担心的不是某些个别厂商在偷工减料，而是“在降价压力下，以次充好的厂商不断增多，国内线缆产业陷入了不良发展阶段”。

### **运营商难逃不利影响**

事实上，倡导良性有序的线缆集采环境，不仅有利于我国线缆行业长期发展，也有利于运营商自身发展。可以看到，短期内，虽然运营商可从线缆采购成本降低中获益，但也将引发无穷后患。

“运营商采取反向竞拍模式或与其 KPI 考核体系相关，一般而言运营商采购部门的 KPI 多为采购成本降低率，因此采购价格压得越低其绩效就越好，但采购产品的后期质量表现、维护检修成本等却未与采购部门绩效紧密挂钩，因此才出现了目前集采‘重价不重质’的情况。”林中表示。

虽然短期捡了低价的便宜，但采用劣质产品的运营商中长期内却不得不面对产品质量问题频出、使用寿命逐步缩短、维护更换成本激增以及线路故障频繁、用户满意度下降等服务问题。此外，劣质线缆也不利于国家网络质量与安全。

“据了解，目前某家运营商对线缆的运营维护成本已大大超过其购买成本，加之更换周期不断缩短，最后核算下来运营商或并未实现成本节省初衷。”林中表示。

“事实上，运营商如若继续以低价挤压国内线缆产业，对其自身的长期发展也非常不利，”国内某光纤光缆厂商受访高层表示，“线缆产业是其上游产业，如果批量垮掉势必缩小运营商的选择空间，届时运营商将陷入被动，不再具备强势的议价能力，此外，上游产业如若长期陷入恶性循环，根据供应链‘一荣俱荣、一损俱损’的原理，运营商也将陷入不利。”

更为严重的是，运营商集采模式的不良影响或将继续向产业链上游转移。

“除了偷工减料尽力收回成本外，线缆厂商或将成本压力向上传递，目前不少线缆厂商也对自己的供货商采取了反向竞拍模式，可以想象，如此以来，整个上游产业链都将陷入恶性竞争状态。”国内某光纤光缆厂商高层表示。

在采访中，国内线缆厂商高层纷纷表示，反向竞拍等现存运营商集采模式较为不利于扶持民族产业和推进自主知识产权创新，也不利于整个产业链持续有序发展，2012年亟待改变。

### 大势所趋的变革

事实上，2012年是“十二五”的第二年，中国经济迎来了以“高质量、平稳增长”为主要特征的关键一年。在刚刚过去的2011年末，国资委、央行等主管部门的领导以及多位学术专家指出，“增长的质量”将成为2012年中国经济发展的关键字与风向标。强调“增长的质量”意味着适当放慢增长速度，而为产业结构调整、可持续发展等腾出必要的空间。

上述宏观环境与政策导向同样适用于我国线缆行业，这就要求我国线缆企业在追求发展速度的同时，需着力解决目前在发展中遇到的结构不合理、模式不健康等问题，从而跟上全国产业转型步伐。

同时，国资委副主任邵宁也在“2011中国企业领袖年会”上提出了“公益型国企”概念，强调电信运营商等是具有公益性质的国有企业，其在改革路径方面，要兼顾企业为社会服务和企业持续发展的双重目标。这就意味着，运营商作为央企在追求发展速度的同时，也需勇于肩负起调整行业发展方式、营造良性行业发展环境的重任。

“运营商作为产业链主导方在享有甲方权力的同时更需履行监管行业、调整行业结构的重任，”国内某线缆厂商高层认为，“事实上，对于恶性价格战的危



害已有不少前车之鉴，我国家电行业就是如此，价格战直接导致国内家电行业利润微薄，无力投入研发，进而导致目前在多媒体电视、3D电视等高新领域仍无法与三星(微博)、索尼等国外厂商抗衡，仍处于被动与模仿阶段。”

### 应建立采购产品质量问责制

对于目前我国光纤光缆行业集采困境，受访厂商人士及专家也提出了相应的改进建议。

为保证集采产品具备基本的品质，以平均报价而不是最低价为标准进行考核成为受访业内人士的共识。“2011年在某运营商 ODN 集采中，就采取了平均价为最优报价，低于平均价扣分，高于平均价扣分更多的模式，我认为这种模式兼顾了价格与质量，较为合理。”某受访线缆厂商高层表示。对此，林中则呼吁“运营商应提高技术分比例，降低价格(商务)分比例”。

这方面或许国外运营商的相关做法值得学习，据了解，国外运营商在线缆招标时，更为强调厂商技术实力以及产品对于业务的影响力，其首先会选择技术能力强、可保障较长产品使用期限的厂商入围，而后才会考虑价格的适宜程度。

此外，业内人士也建议运营商不应仅看厂商报价，而应多到现场对供货商进行多方面的考察。“为保障产品质量，运营商不应仅听信供货商的承诺，而应亲自到现场对其硬件能力、软件能力、生存能力等进行全面的考察，以综合评估出其供货能力，”国内某受访线缆厂商高层表示，“同时，运营商也应在招标中建立相关的惩罚机制，对那些恶意低价中标但最终无力供货的厂商进行惩罚，以维护正常招标秩序。”

“事实上，对于关键线路，建议运营商召集成立第三方专家组对供货商及产品进行评审，以保障重要网络质量与安全；另外，为杜绝目前较为严重的质量问题，也建议运营商对采购部门领导实行问责制，在规定年限内如若相关采购产品质量出现重大问题，其必须承担相应的责任。”林中表示。

除运营商外，受访业内人士也强调了工信部等主管部门及行业协会的相关作用，“工信部等主管部门应出台相应的指导意见，而行业协会作为第三方中立机构，应负责完成产品质量检验、抽样调查等工作”。来源：2012-1-4 通信世界杂志

[返回目录](#)

## “十二五”加强宽带建设 提高网络容量

据 Cisco 估计，2015 年移动网络数据流量规模将为 2010 年的 26 倍，年均复合增长率达到 92%。智能手机等新型移动终端的逐渐普及和移动互联网业务

的兴起，成为移动网络数据流量激增的主要原因。而移动网络数据流量的爆发式增长，将为全球通信运营模式和投资带来深刻变革。终端用户消费偏好的变化，决定了运营商投资重点的转变。“十二五”期间，通信网络建设将以“提升网络能力”的宽带化建设为重点，加强宽带建设、提高网络容量是适应“十二五”信息化目标的必然选择。来源：2012-1-4 中国证券报-中证网微博

[返回目录](#)

## 物联网政策红利不断 应用驱动产业回归市场

新一代信息技术产业被列为战略性新兴产业，应用范围广阔的物联网在2011年率先突围。在经历了2010年的疯狂扩张和虚火旺盛后，2011年物联网行业更加务实，推动物联网逐渐由概念落实为丰富便捷的应用，由政策驱动转向以应用驱动，进一步贴近市场需求。

与此同时，相关部门开始为行业的长远发展“把脉开方”，引导物联网产业标准先行，突破核心技术，抢占制高点。近日，国家传感器网络标准组工作组正式发布了首批传感器网6项标准征求意见稿。作为中国物联网行业第一个应用标准，这在中国物联网发展上具有里程碑的意义。国家发改委高技术司副司长徐建平亦透露，发改委已启动了物联网标准体系建设，并将规范市场发展，加强顶层设计。在政策和相关产业链的合力推动下，我国物联网产业正由虚到实，逐渐趋向市场发展的核心层面。

### 政策利好物联网遍地开花

作为新兴产业，物联网发展伊始必然更多地依靠政策驱动。2011年，物联网相关政策不断出台，为产业营造了良好的发展环境。在资金方面，4月，工信部、财政部联合出台物联网专项基金相关管理办法，设立首个物联网专项基金，该基金“十二五”期间发放50亿元。中央财政资金的切实投入，使政府对物联网的支持真正由虚变实，有力地带动了各行业、各省市、各地方政府对物联网的资金支持。财政部企业司司长刘玉廷撰文提出，鼓励各类资本向物联网集聚。

除国家层面的支持外，各地政府成为物联网建设的主力军。据不完全统计，全国已有28个省市将物联网作为新兴产业发展重点，广东、江苏、浙江、福建、北京等省市出台了物联网发展规划，争先打造具有地方特色的物联网示范工程。

电信运营商在物联网领域的探索成为一道亮丽的风景，推动物联网应用崭露头角。2011年，三大运营商争相推出面向大众市场的手机支付、一卡通等，为自身的业务转型提供了范本，也培育了用户习惯，引导了消费需求。

尤其值得关注的是，2011年中国各地劲刮“智慧”风。在运营商与各地政府合作建设的智慧城市规划中，物联网成基础和重要环节。政务、校园、物流、市政、商业、企业等行业的诸多物联网应用解决方案，成为推动城市信息化的推手。

### 短板待解，信息安全凸显

《2010-2011年中国物联网发展年度报告》预计，2011年中国物联网产业市场规模将达到2300亿元，比上年增长24%。到2015年，中国物联网产业将实现5000亿元的规模。物联网市场前景广阔，但在现实中却遭遇“叫好不叫座”的尴尬，这与当前行业处于初始阶段，许多短板亟待破解密不可分。

第一，物联网概念炒作不断。一些地方存在借助物联网概念圈钱圈地、无序发展等现象。全国90%以上省份都把物联网作为自己的支柱产业，几乎所有的一二线城市都在建设或筹建物联网产业园。

第二，信息安全意识不足。物联网作为连接虚拟网络与现实世界的系统，其中数据感知等层面，都潜藏网络安全隐患。北京市政一卡通被指暴露用户位置信息，使得物联网的信息安全问题凸显。

第三，标准等规范还不健全，核心技术欠缺。标准不统一，行业壁垒的存在，使得产业链无法形成合力，限制了大规模商用进程。

第四，物联网“看起来很美”，却始终没有形成规模化发展，这与缺乏成熟的商业应用模式息息相关。目前一些物联网示范工程无法对接市场需求，无法将市场预期转化为市场规模，使得产业链自认无利可图，缺乏参与的积极性。

### 回归应用驱动的产业理性

对于产业而言，发展壮大最终要依靠市场驱动，形成有效的商业模式。2011年，中国物联网产业开始理性回归，以市场为导向，以应用为驱动的势头正在加强。尤其安防、交通、电力和医疗等几大领域，物联网应用层出不穷。未来，有望成为物联网产业市场容量大、增长最为显著的领域。

而在2011年年末，物联网领域再迎多重政策利好，产业发展路线图逐渐清晰。“十二五”规划纲要明确指出，要“推动物联网关键技术研发和在重点领域的应用示范”。在交通、电力、卫生、物流、食品安全等物联网重点应用领域，相关行业部门也相继出台了有关规划。工信部日前发布《物联网“十二五”发展规划》，提出要在智能工业、智能农业、智能物流、智能交通、智能电网、智能环保、智能安防、智能医疗、智能家居等10个重点领域完成一批应用示范工程，力争实现规模化应用。

物联网的本质就是应用的聚合。随着大规模应用的推广，企业和大众参与，标准的制定，将真正推动产业破冰。来源：2012-1-4 通信信息报

## 国家宽带战略呼之欲出 政策利好激活发展潜能

多年的翘首企盼终于觅得曙光。工信部部长苗圩日前透露，工信部将推动实施“宽带中国”战略，争取国家政策和资金支持，加快推进 3G 和光纤宽带网络发展，扩大覆盖范围；争取到 2015 年末，城市家庭带宽达到 20 兆以上，农村家庭达到 4 兆以上，东部发达地区的省会城市家庭达到 100 兆。

### 巨大的需求与尴尬的现状

据工信部最新统计显示，截至 2011 年 11 月，我国宽带用户净增 2880.2 万户，总数达到 1.55 亿户，增长率达到 22.8%；同时，我国网民规模逼近 5 亿大关，互联网普及率几近 40%。而据国际电联的数据显示，全球固网宽带用户早已超过 5 亿，但我国以超过 1.5 亿用户成为全球宽带用户数最多的国家。

一个国家要从工业社会向信息社会转型，在规律上一定要符合移动化，然后是宽带化、全 IP 化，最后是融合化的逻辑顺序，人均宽带和人均信息的占有量已经成为衡量国家经济实力的核心指标之一。基于此，无论大小国、无论经济发达程度，全球包括欧美发达国家、亚洲韩日新加坡及非洲部分国家等 100 个国家纷纷推行“国家宽带战略”或行动计划，但作为世界第二大经济体的中国却不在其中。

尽管，2011 年中国电信(微博)施行“宽带中国·光网城市”工程取得不错的成效，但中国幅员辽阔、城乡数字鸿沟巨大，宽带不能仅仅依靠电信运营商单方面苦苦支撑，实施“国家宽带战略”已然迫在眉睫。

### 国家宽带战略终于曙光初现

全社会民众多年的殷殷期盼终于觅得曙光。2011 年 12 月 12 日，工信部部长苗圩在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》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。事实上，早在 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”。

2011 年 12 月 26 日，苗圩在全国工业和信息化工作会议上表示，工信部将推动实施“宽带中国”战略，争取国家政策和资金支持，加快推进 3G 和光纤宽带网络发展，扩大覆盖范围；争取到 2015 年末，城市家庭带宽达到 20 兆以上，农村家庭达到 4 兆以上，东部发达地区的省会城市家庭达到 100 兆。

国际电信联盟在此前发布的《2011 年的世界》报告中呼吁：到 2015 年，所有国家均应制定国家宽带规划或战略，工信部表示 2012 年我国将以提速度、广普及、惠民生、降价格为目标，实施宽带上网提速工程；同时，深入实施通信村村通工程和信息下乡活动；以此加快推进通信业转型发展，适应信息通信技术加速向宽带化、移动化、融合化、智能化发展的趋势，并加强行业指导和市场监管，增强通信业服务经济社会发展的能力。

### 政策利好产业将迎来大繁荣

宽带发展具有“牵一发而动全身”的功效。据世界银行研究数据显示，宽带普及率每提升 10%可以直接拉动 GDP 增加 1.4%；布鲁斯学会研究数据显示，宽带普及率每增加 1%，就业率上升 0.2-0.3%；在宽带每投入 1 美元，能给全社会产生 10 倍的回报。

2011 年是十二五规划的开局之年，年初国家就已经明确了十二五期间针对电信业投资的 2 万亿，八成以上将投入到宽带产业升级中。此番工信部向国务院大力建议把“宽带中国”纳入国家战略，可以预想的是，2012 年——步入十二五规划的第二年，“宽带提速”必将成为电信业的重点关键词，受此政策利好中国通信业、新兴产业乃至整个国民经济都将迎来大繁荣机遇。

首先，我国通信产业将迎来大发展，东西部、城乡信息鸿沟将得以缩小，国家宽带“大而不强”的局面也将随之产生渐变效应；其次，下一代互联网、云计算、物联网等新兴产业将迎来大好机遇，以及电子信息产业、电子商务、电子支付、终端设备厂商、互联网公司等相关产业链同样大大受惠；再次，广大民众网友也将畅享信息时代新生活；最后，宽带发展之于国民经济的发展具有无法用数据体现的重要贡献，宽带速率每一次提升几乎都会无形渗透到国民经济每一条产业链中，以此拉动 GDP 增长。来源：2012-1-4 通信信息报

[返回目录](#)

## 移动应用广告收入剧增 国内大多团队无法盈利

数据显示，2010 年中国手机广告市场规模达 17.42 亿元，2011 年为 35.1 亿元，2012 年预计为 55.5 亿元。其中，2010 年中国的移动应用(APP)广告平台营收为 0.7 亿元，2011 年各平台营收规模将达 3.1 亿元，同比增长 342.9%。有机构预计，到 2013 年，中国无线广告总体规模将有 87.4 亿元，实现“井喷”。

《每日经济新闻》记者调查发现，国内应用开发者身陷冰火两重天，大多数创业团队无法盈利，而一些个人开发者却凭借着简单的“噱头”式营销迅速掘金。

### 多数应用叫好不叫座

“我们这批人，都是在互联网行业打磨了 7、8 年，现在想自己出来打造一片天地的。”珠海正点科技有限公司联合创始人董博英这样描述移动互联网的创业者们。

凭借一款名为“正点闹钟”的移动应用，正点科技迅速抢占了一块巨大的空白市场，并在不到一年的时间内，获得了 iOS、安卓、塞班三平台上近 1000 万的下载量。

“我们团队中的几个人，在创业之前已经有很多的开发经验。事实上，做一款手机应用很简单，研发只是其中的一个过程。”董博英说。

事实上，由于应用开发的技术门槛并不高，因此招人不是难题。“现在的问题是，由于移动互联网整个行业都很浮躁，小公司又多，因此人员流动很快，间接造成了成本较高。”董博英称。

他同时透露，由于众多公司都在争抢市场，因此移动互联网创业公司的研发人员等费用也被抬高了，一名普通研发人员的月工资约为 15000 元，部分大公司的相关职位薪金更是在一年内上涨了近 50%。

“创业公司还是靠产品，营销只是锦上添花。国内的软件市场还非常不成熟，创业团队多没有专利支撑，大多数消费者也没有付费的意愿和习惯，并且很多从业者抄袭无道德、无底线，这些都没有人来进行规范。”董博英说。

成都品果科技有限公司 CEO 徐灏向《每日经济新闻》记者表示，其技术团队开发出的手机移动影像产品 Camera360，已在全平台达成了 1400 万的总下载量。“近半年来，每个月的新增用户都达到了 150 万左右，但这一领域也面临着竞争者众多，以及商业模式不清晰的问题。”

徐灏同时指出，海外同类的影像应用多为通过用户付费下载，但这种收费模式在国内市场暂时无法实现，因此国内开发者面临着虽然产品受到热捧，但却无法盈利的窘况。

“我们的营销费用是 0，因为作为创业者，根本没有太多的钱去做推广，也不想在产品内强行植入广告，这样会大大降低产品的用户体验，我们一直在考虑未来的商业模式，但暂时还没有特别明朗。”徐灏说。

#### 移动互联网广告或出现爆发点

力美广告公司总经理舒义向《每日经济新闻》记者透露，尽管国内智能手机市场并未成熟，且移动应用使用者相对较少，但其在广告市场上已经开始显露出强劲的增长势头。

“我们跟国内 1000 多个应用开发商进行合作，通过在其产品中嵌入广告代码的方式，结合数据分析，为广告客户提供定点式的广告投放，通过这种方式，

2011年获得的广告已经超过1000万元，广告公司再与应用开发商以3:7的比例进行利润分成。”舒义说。

舒义同时表示，目前国内已有多家从事类似业务的广告公司，这些公司的媒介人员深入开发者论坛，与热门应用的开发者进行合作商谈。“根据应用内广告的点击量，用户每10000次的点击，开发者可获利约2000元钱。事实上，大多数开发者都难以获得这么高的广告点击量，我们与开发者合作的门槛是，每天的展示量至少要达到1000次，一个月要有几百个广告点击量，这样的话，开发者每月可以获利几十元钱。”

他坦言，在与其合作的1000多个应用开发者中，每月广告收入超过10000元的只有十几个，其他大多数开发者月收入都在几百至几千元之间。

对此，董博英表示，个人开发者的劣势在于人力有限、精力有限，大部分人都是从事兼职，这样开发出来的产品大多非常简单，难以做出高品质。

“以一款名为‘随口记’的应用为例，它是由一个个人开发者做出来的。这款产品刚推出时，市场反应非常好，连续4天在苹果中国区的下载排行榜上排名第一，但由于产品过于简单，后续发现了很多BUG，并且使用极不稳定，因此很快就从排行榜上消失了。”他说。

他透露，个人开发者真正赚到钱的，很多都是靠“噱头”，甚至是擦边球的内容。他指出，还有一些图片类应用，如美女图片等，虽然制作简单，但却给开发者带来了不少收入，“每个月收入2万、3万元，对小团队甚至个人来说，已经相当可观了。”

舒义指出，由于应用内置的广告转化率较低，一般只有1%，因此多数商家不愿意投此类广告，是目前市场上面临的主要问题。“即使这样，2011年我们还是实现了200%的增长。中国的广告市场有4000亿元，目前手机只有几亿，还有庞大的增长空间。从理论上说，开发者的收入未来可能会翻几十倍，甚至一年收入上百万元。我认为，移动互联网赚钱会越来越容易，2012年可能会出现一个不错的爆点。”来源：2012-1-4 每日经济新闻

[返回目录](#)

## 国务院研究部署加快发展我国下一代互联网产业

2011年12月23日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，研究部署加快发展我国下一代互联网产业。会议指出，要在现有互联网基础上进行创新，发展地址资源足够丰富、先进节能、安全可信，具有良好可扩展性和成熟商业模式

式的下一代互联网。未来，三网融合、物联网、云计算、移动互联网的发展将获得更多政策支持，而共建共享和网络安全也被提升到了新的高度。

### **明确 IPV6 国家战略**

此次会议明确了我国发展下一代互联网的路线图和主要目标。

即在 2013 年年底前，开展 IPV6 网络小规模商用试点，形成成熟的商业模式和技术演进路线；2014 年至 2015 年，开展大规模部署和商用，实现 IPV4 与 IPV6 主流业务互通。在此过程中，形成一批具有较强国际影响力的下一代互联网研究机构和骨干企业，全面增强互联网产业对消费、投资、出口和就业的拉动作用，增强对信息产业、高技术服务业、经济社会发展的辐射带动作用。

此次规划虽没有超出此前电信运营商 IPv6 部署时间表，但明确了发展 IPv6 的国家战略和政策支持。记者了解到，受这一利好消息刺激，近几日来，市场上 IPV6 概念股持续大涨。

据了解，目前，我国已在基于 IPV6 关键技术研发及设备产业化、技术试验、应用示范、安全保障、标准制定等方面，为后续规模化商用和发展打造了较好基础。

### **新兴产业扶持加码**

新兴产业也有望获得更多政策支持。此次会议，同时提出要建设基于 IPV6 的三网融合基础业务平台，加快发展融合类业务应用。支持物联网、云计算、移动互联网发展。建设宽带、融合、安全、泛在的下一代国家信息基础设施。三网融合、物联网、云计算等战略新兴产业有望获得更多政策扶持。

早在此前的 2011 年 4 月，工业和信息化部、财政部就联合出台物联网专项基金相关管理办法，设立了首个物联网专项基金，“十二五”期间将发放 50 亿元，支持技术研发、产业化、应用示范与推广和标准研制与公共服务四大类项目。

在云计算领域，2011 年 10 月发改委针对北京、上海、深圳、杭州、无锡五个云计算应用示范城市下拨了首批近 7 亿元扶持专项资金。百度、腾讯、阿里巴巴(微博)等企业均获得千万级资金支持。

而据记者了，“十二五”期间，我国还将加大对物联网和云计算发展的支持力度：在物联网领域将加大财税支持力度，增加物联网发展专项资金规模，加大产业化专项等对物联网的投入比重，形成较为完善的物联网产业链；在云计算领域，工业和信息化部也有计划重点支持公共云服务、电子政务服务和行业云服务等。

### **共建共享和网络安全再上议程**



在全面推进网络建设同时，加强资源共建共享，加强网络与信息安全保障，全面提升下一代互联网安全性和可信性，也成为未来的重点战略。网络安全和共建共享被提升到了国家战略层面。

北京邮电大学教授宋俊德对记者表示，加强网络信息安全的保障应该放在诸多工作的首位。他坦言，如何保障公众及企业用户的信息安全，是物联网和云计算发展最为关键的命题。

而共建共享也十分关键。目前，三大电信运营商都在推进无线城市和智慧城市建设，针对无线城市和智慧城市，国家并没有出台相关建设标准，这也导致三大电信运营商在很多地方铺设 WiFi 热点时，在同一热点地区攀比发射功率，且形成了互相干扰。“WiFi 共建共享非常紧迫。”业内专家建议。

此外，是信息资源的共建共享。有中国联通(微博)人士对记者表示，如某个运营商与一个医院合作开展信息化挂号服务，很有可能这家医院的这一便利服务只有这家运营商的用户享受得到。“这是非常不合理的，有关部门应协调社会资源，在运营商及其他企业提供信息化服务时实现资源的共享。”他说。来源：

2012-1-4 通信产业报微博

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### 韩国电信将关闭 2G 网络

韩国电信(KT)近日表示，将分阶段实施对 2G 网络的关闭计划，首都首尔将作为最早关闭 2G 网的地区在 2012 年 1 月 3 日启动。

韩国电信将在各地完成 2G 网络关闭后，立即使用腾退出的频谱提供 LTE 服务。韩国电信约有 10 万 2G 用户，他们曾设法拖延韩国电信关闭 2G 网络，但法庭最终认同韩国电信的说法。韩国电信认为，为这一小部分用户保留 20Mhz 频段的频谱将使其在与竞争对手的竞争中处于不利地位。来源：2012-1-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

### 瑞士电信移动网全面升级

瑞士电信公司 2011 年 12 月 21 日宣布，将在未来 5 年投资“数亿”瑞士法郎对移动网络进行全面升级。此举将增强瑞士电信公司在快速增长的移动数据业务市场的地位，帮助其弥补移动话音业务收入下滑造成的损失。

为了应对增长的需求，瑞士电信将对 6000 个移动基站进行升级。投资计划将从 2012 年 1 月开始实施，6000 座基站的升级将在 2014 年中期完成。

瑞士电信公司是瑞士的主导型运营商，占有瑞士移动市场 62% 的市场份额。2011 年，受下调网间结算费和漫游费等因素的影响，瑞士电信公司的收入下降了 4.9%。相比之下，随着越来越多的人使用智能手机，数据流量翻番，瑞士电信 2012 年的移动数据收入增长了 12.5%。

“数据变得越来越重要，” 苏黎世银行的分析师 Michael Inauen 说，“数据使用量增长的结果是某些地方网络速率非常慢。如果想要出售更多的数据业务(获利)就必须提供非常好的服务。”

投资计划还有助于瑞士电信拥有提高利润率及电视、固话、移动和宽带四合一打包业务的销售。

瑞士电信拒绝透露具体的投资数额，但表示这笔网络升级费用是其正常 20 亿瑞士法郎资本支出的一部分。来源：2012-1-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

## 法国电信出售瑞士移动业务

法国电信近日以 20 亿瑞士法郎(约合 21 亿美元)将瑞士移动业务出售给 Apax Partners。在决定将瑞士资产出售给 Apax 之前，法国电信曾在 2010 年尝试将瑞士业务同竞争对手 Sunrise 合并，但这一交易未能获得监管机构的批准。

由于无法撼动瑞士电信在瑞士市场的绝对主导地位，不能显著提升自身市场份额，法国电信在瑞士的运营已经不能形成有效竞争并增加利润。法国电信还计划向和记黄埔出售奥地利的资产并计划退出葡萄牙市场。这些资产清理举动将使法国电信减轻负债，专注于在快速增长的非洲和中东市场。目前，欧洲市场的情况是，很多电信运营商在争夺所剩无几的新用户资源。来源：2012-1-4 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

## 法国电信欲成法首家提供 4G 服务运营商

法国电信集团总裁斯特凡纳·里夏尔 2 日在《费加罗报》对其的专访中指出，法国电信集团打算成为第一家在法国提供 4G 服务的运营商。

里夏尔表示，2012年，法国电信集团将在数个地点进行实际的4G测试，其中一个试验点在巴黎地区。4G服务的商业化运营将在2013年开始。

法国电信集团是法国最大的电信运营商，在全球拥有2.17亿客户，法国电信为取得4G网络必要的频段已付出8.91亿欧元。

4G是第四代移动通信及其技术的简称，是目前传输速度最快的移动通信技术，比已投入商业运营的3G网络的传输速度快10倍。借助4G移动网络，用户可更顺畅地用手机上网，通过笔记本电脑完成一些需要更快传输速度和更高传输性能的任务，如网络电视播放、网络视频会议等。此前，美国、瑞典、挪威等少数国家已开通4G移动通信网络。来源：2012-1-4 第一财经日报

[返回目录](#)

### 韩国电信昨日商用 4G LTE 年底目标 400 万用户

韩国电信昨日终于商用推迟了一个月之久的4GLTE业务，并期望2012年底收获400万4G用户。

其竞争对手SK电讯在2011年的7月份推出了韩国首个LTE业务，尽管韩国电信迟到了半年，其总裁Lee Suk-chaе对未来的发展仍然非常乐观。至此，韩国电信、SK电讯和LGU+三大运营商都商用了4G。

韩国电信预计LTE服务将覆盖全国84个城市，与竞争对手SK电讯相当，网络采用云计算管理架构，可为用户提供更稳定更高速的移动宽带服务。韩国电信上周获法院批准关闭2G CDMA网络，将1.8GHz频段腾出用于4G业务。

韩国是全球市场对数据需求最大的国家，韩国电信并没有效仿3G商用初期推出不限流量的LTE业务套餐，目前有三种分级月资费套餐，最小的是月付3万4千韩元(约30美元)，可用的终端有三星(微博)Galaxy S II LTE和HD LTE。来源：2012-1-4 中国通信网

[返回目录](#)

### 泰国运营商 TOT 接受企业和供应商 LTE 试验请求

泰国国有固网和3G移动运营商TOT将接受来自企业和供应商希望进行4G LTE服务试验的请求。

根据媒体此前的报道，移动运营商AIS已经同意利用TOT的2.3GHz和1800MHz频谱进行LTE试验。

True Move 公司 CEO Supachai Chearavanont 最近表示，该公司也同样对进行 4G 服务测试感兴趣。

利用 TOT 频谱进行 LTE 测试的请求是泰国国家广播和通信委员会(National Broadcasting and Telecommunications Commission,NBTC)允许运营商进行为期 90 天 4G 服务测试的一部分，运营商还可选择延长额外的 90 天。

报道称，监管机构计划在 2013 年或 2014 年对 TOT 的 2.3GHz 频谱进行重新分配。来源：2012-1-4 中国通信网

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【竞合场域】

#### 2012 年中国三大运营商全提供 iPhone

导语：《福布斯》杂志网络版近日发表文章，对 2012 年的中国手机市场发展趋势进行了预测。文章指出，2012 年中国智能手机保有量将超过 1 亿部，中国的三大电信运营商 2012 年都将销售苹果 iPhone 手机。

以下为文章内容摘要：

#### 2012 年中国手机市场五大预测：

##### 1. 智能手机保有量将超 1 亿部

目前，中国拥有约 5000 万部 iOS、Android 和 Windows 智能手机。中国联通(微博)是 iPhone 在中国的官方供应商，但中国移动(微博)的网络上也运行着约 1000 万部 iPhone。当前中国仍以传统手机为主，主要是因为价格和预付手机因素所致。但运营商已经开始提供预付智能手机，由于推动力强劲，相信中国智能手机将继续增长。

##### 2. 三大运营商都将提供 iPhone

中国用户对非合约 iPhone 手机的需求巨大。2012 年，中国移动和中国电信(微博)也将加入到中国联通的行列，与苹果签署正式的 iPhone 销售合约，从而使 iPhone 更加普及。同时，这也将推动 iOS 应用在中国的销量。

##### 3. 手机游戏传播渠道将更加分散

与美国高度集中的苹果及 Android 应用商店不同，中国的应用商店市场十分分散。以游戏为例，运营商、设备本身和第三方渠道都可以提供。九城与 43 家渠道合作，而这种局面仅仅是个开始。

##### 4. Android 平台将成为首选

Gartner 数据显示，2011 年第三季度，Android 在全球智能手机市场的份额超过了 50%。尽管中国市场还没有确切的数字，但第三方 Android 应用商店正在崛起，厂商也将生产更具本地化的 Android 设备来满足中国用户需求。

### 5. 游戏内购买将成为手机游戏主要营收方式

在中国，95%的在线 PC 游戏已经涉及小额交易。随着智能手机在中国市场的普及，游戏内购买将延伸到手机游戏市场。对于应用开发人员而言，这无疑是个好消息。毫无疑问，中国将在 2012 年成为手机游戏的超级大国。来源：

2012-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

## 三网融合试点城市扩容受限 IPv6 商用

日前，国务院公布了第二批三网融合试点城市名单，包括天津、重庆、宁波、石家庄、太原、扬州、泰州、济南、郑州等在内的 42 个城市顺利入围，加上此前的 12 个试点城市，我国三网融合试点城市已经达到了 54 个。不过业内专家指出，三网融合不仅受制于广电系与电信系的博弈，还受限于 IPv6(国际互联网协议第 6 版网络)的商用进程。

近年来，国家对互联网产业的重视程度越来越高，国务院总理温家宝近日就主持召开国务院常务会议，专门研究部署加快发展我国基于 IPv6 的下一代互联网产业。中信证券分析认为，三屏融合以及物联网等各种端到端应用的兴起，带来了电脑、手机、电视、传感器、家电的各种终端对 IP 地址资源的需求。

数据显示，我国拥有全球 1/4 的互联网用户，但仅拥有 9.85%的 IPv4 地址，近年来，我国 IPv4 地址的年使用数量平均增速为 43.7%，远高于 19%的全球平均增速。截至 2011 年 6 月底，我国 IPv4 地址数量为 3.32 亿，我国网民总数则达到 4.85 亿。“目前，我国 IPv4 地址枯竭的趋势在加快，势必影响到三网融合产业的实质性进展。”一位专家对记者表示。

根据国务院的部署，2013 年年底前，我国将开展 IPv6 小规模商用试点，形成成熟的商业模式和技术演进路线，2014 年至 2015 年，开展大规模部署和商用，实现国际互联网协议第 4 版与第 6 版主流业务互通。上述专家表示，这意味着，2012 年三网融合产业不会迎来爆发，业内对下一代互联网的部署还没有做好充分的准备。

不过一位分析师表示，预计现有网络升级成纯 IPv6 网络，至少需要 10 年时间，但在 2015 年前后，IPv6 网络成熟度已能与 IPv4 相当，届时，基于下一代互联网技术的三网融合产业才可能真正迎来黄金发展期。

中信证券则认为，IPv6 启动是大势所趋，从目前来看，不管是电信运营商和设备提供商，还是广电有线运营商、互联网运营商都有望争取到国家政策的支持。来源：2012-1-4 证券时报网

[返回目录](#)

## 电信运营商传统语音业务不断遭受冲击

以电信运营商的实力，借助规模巨大的用户资源，发展出具有竞争力甚至杀手级的应用也并非没有可能。或者转型做平台提供商，通过为其他产业链主体提供后台支撑等服务获得收入也具有可行性。可是电信行业本身的垄断体制和以此相适应的官僚管理会直接对其业务的开展形成制约。

当前正值国家发改委调查中国电信(微博)和中国联通(微博)涉足宽带接入领域垄断问题的敏感时期，中国电信和中国联通虽然承诺降低资费标准，不过能否获得国家发改委的认可仍是未知之数。而近期 DCCI 互联网数据中心发布的《中国宽带用户调查》报告又爆出中国内地过半网民均在使用“假宽带”的问题，意指内地网民使用的实际宽带下载速率，低于运营商提供的名义宽带速率。这表明整个社会对电信运营商宽带业务的指责还在继续升级。

反垄断调查之后，几乎可以肯定的是，中国电信和中国联通宽带业务的利润会受到一定程度的影响。不过以此来判断电信行业走向末路显然还不足够。

根据三大电信运营商发布的财报，中国移动(微博)2010 年营收 4852 亿人民币，同比增长 7.3%；净利润 1196 亿元，同比增长 3.9%。平均日赚 3.28 亿人民币。中国电信 2010 年营收 2193.67 亿元，比上年增长 5.4%；净利润 152.62 亿人民币，比上年增长 15%。中国联通实现营业收入 1713 亿元人民币，同比增长 11.3%；净利润 38.5 亿元，同比下滑 59.7%。

虽然三大运营商增长情况不尽相同，但是增长势头仍然较为明显。电信运营商的“好日子”似乎远没有结束。

但是进入 2012 年，三大电信运营商并没有得到一个良好的“开头”，很可能在新年到来之际，中国电信和中国联通仍在惴惴地担心国家发改委的反垄断调查。2012 年对于电信运营商来说，并不是“吉兆”之年。

### 发展悖论

在 2G 时代，电信运营商通过提供基础的通信业务满足人们彼此沟通、获得信息的需要。但是现在人们之间沟通的方式日益多元化，QQ、SNS、微博等都是以社交为主打的应用，而且用户规模非常庞大。电信运营商传统的语音业务不断受到冲击。

有用户曾经做过这样的统计，假如使用手机 QQ 业务，手机上网 30M 流量的包月费用大约为 5 元(不同运营商和不同地区具体费用有所差别)，按照一个汉字 2 字节计算，30M 流量用于手机 QQ 聊天，可以发送超过 1500 万个汉字；如果按照中国移动每条短信 70 个字的上限计算，相当于 21 万多条短信。很显然，使用手机 QQ 更加划算。

短信这一曾经很受用户欢迎的沟通手段，在移动互联网的冲击下，迅速萎缩。

2010 年最火的移动互联网应用之一肯定包括微信，据腾讯最新公布的数字，目前其微信产品的用户规模已经达到 5000 万，其中活跃用户 2000 万。带有微信的手机就是一部“语音对讲机”，类似于手机 QQ 的文字沟通对短信的替代，语音沟通的微信也在相当程度上对电信运营商的语音业务形成替代。

面对互联网企业的疯狂抢食，电信运营商也通过发展类似的移动互联网应用来应对。对于微信，中国移动有飞聊，中国电信有翼聊，中国联通有沃友；对于手机 QQ，中国移动有飞信，中国电信有天翼 Live，中国联通也曾有“超信”。电信运营商看到传统业务的衰落趋势无法避免，意图通过开展数据业务争夺市场份额。

不过数据业务产品与短信、语音业务本来就有冲突，电信运营商发展数据业务，虽然会对互联网企业形成竞争，但是同时也不利于自身传统业务的发展。而最可悲的是，电信运营商无法改变这一趋势。

面对互联网企业的竞争，电信运营商表现并不出彩。在手机 IM、手机邮箱、手机视频、手机音乐等各个领域，电信运营商频繁出击，但是基本上没有一款应用，在用户规模上可以在同类应用中排名第一，多数都在二三流徘徊。

这种不温不火的局面让电信运营商倍感焦虑，但是却又无可奈何。

而且移动应用并不是一个盈利模式成熟的领域。在 PC 互联网上，网络广告、网络电子商务、网络游戏都是非常成熟的商业模式，只要把用户规模做出来，肯定会有收入。但是在移动互联网上远不是这样。

以网络广告为例。手机的屏幕小，网络广告在手机上的展示效果不佳。而且以富媒体形式展示出来的网络广告又颇耗流量，会直接挑战用户的忍耐度。现在大部分移动端的广告都是以文字和图片的形式展开，传播效果并不理想。

现在手机应用最流行的，还是一些占有内存小，运行简便的应用。例如愤怒的小鸟、水果忍者以及微信等。这些应用的盈利模式在国外比较成功的，是面向用户收费。但是在国内，让用户付费又非常不现实，所以移动互联网看似诱人，电信运营商却没有得到多少“油水”。

“革命”了，但是没有成功，电信运营商颇有“杀身成仁”的悲壮。

## 出路成疑

应用层面的失利让电信运营商重新考虑自己的传统优势——“管道”。目前三大电信运营商都转型做“智能管道”，意图通过对管道服务进行区分定价，一方面提高管道资源的利用效率，另一方面也提高管道服务的利润空间。

在移动网络的质量上，确实还有很大的提升空间。例如对于占用流量较高的视频类应用，智能管道可以有效识别此类应用，并相应分配足够的带宽，并通过各种技术手段使传输数据更加顺畅，保证视频本身的保真程度。这样的服务定价自然较高。而对于流量占用较少的应用，智能管道也能通过识别而提供相应的服务。

这是一个不错的设想，可以说也是电信运营商应对移动互联网挑战的最后堡垒。但是在用户本身就希望降低资费的情况下，通过智能管道，发展高端用户，并不容易。用户不一定买账。

而且现有的电信网络建设整体是基于规模化运营的，正如本刊记者采访工业和信息化部电信经济专家委员会秘书长陈金桥(微博)时，他所说的那样，电信运营商的优势在于规模化运营而非差异化运营。如今电信运营商希望通过改造现有的通信网络，实现智能化和个性化的服务，无疑是一项巨大的工程。

投入巨大而且前景不明，电信运营商在智能管道上也是“雷声大，雨点小”。

其实以电信运营商的实力，借助规模巨大的用户资源，发展出具有竞争力甚至杀手级的应用也并非没有可能。或者转型做平台提供商，通过为其他产业链主体提供后台支撑等服务获得收入也具有可行性。可是电信行业本身的垄断体制和以此相适应的官僚管理会直接对其业务的开展形成制约。

未来，如果国家进一步放开对民营资本进入电信行业的限制，电信运营商原有的政策性优势也会荡然无存。根据国际上的经验看，民营资本在电信业务的运作上往往效率更高，很多地区在民营资本进入电信领域之后，原有的国有电信企业会直接受到冲击，甚至倒毙。中国的电信运营商也可能会重蹈覆辙。

在电影中，2012 是灾难之年。电信运营商也许应该真正地思考如何改革，以避免未来的没落。来源：2012-1-10 互联网周刊

[返回目录](#)

### 三大运营商获手机支付牌照后两种标准并行

在 2011 年 12 月 31 日三大运营商获得中国人民银行颁发的手机支付牌照后，业内预计，中国移动(微博)主导的运行于 2.4GHz 上的 RF-SIM 标准并不会退出历史舞台，而是将与中国电信(微博)、联通支持的中国银联手机支付标准并



行，只不过，中国移动的 RF-SIM 标准主要用于手机上，不与银联的终端 POS 机相连。

### **两种标准将并行**

此前的 2011 年最后一天，中国人民银行发布了第三批共 61 张非金融支付业务许可证，其中，分属三大电信运营商的天翼电子商务、联通沃易付、中移电子商务同时获得牌照，

三大运营商一直在积极争取这种手机支付牌照，因为手机支付肯定是电信运营商未来的重要业务，为此，中国电信最早发力，于 2011 年 3 月成立了“天翼电子商务有限公司”；2011 年 4 月，联通成立“沃易付”网络技术有限公司，并于 2011 年 4 月 18 日领取了营业执照，注册资本 2.5 亿元。而中国移动也几乎同时成立了中移电子商务有限公司，由湖南移动出资，注册资本 5 亿元。

但是，5 月 26 日，中国人民银行正式公布了首批《支付业务许可证》，其中支付宝(微博)、快钱、银联商务、财付通等 27 家单位获得许可证。当时没有看到三大运营商的身影，

不过，业内预测，三大电信运营商终究会获发牌照，只是时间问题，果真，在央行已累计已发放的 101 张第三方支付牌照中，终于有了三大运营商的身影。

在标准方面，国内手机支付一直存在两种标准之争。一种是中国移动主导的运行于 2.4GHz 上的 RF-SIM 标准，另一种是银联支持的运行于 13.56MHz 上的标准。

由于中国银联有中国人民银行和金融企业的支持，其显然占据主导地位，中国联通(微博)和中国电信也为此投入银联阵营怀抱。但是，中国移动拥有 6 亿多手机用户，其开展手机支付业务早于银联数年，因此，让中国移动放弃其标准是不可能的。

### **银联标准的用户数实际落后于中国移动**

据悉，中国移动也是将两手抓，一方面，中国移动也在向银联的标准靠拢，推出采用银联标准的手机支付平台；但同时，其又继续使用其运行于 2.4GHz 上的 RF-SIM 标准，而且，其自有标准的用户数目前实际上远多于全中国采用银联标准的手机支付用户。

因此，很显然，我国手机支付标准将实行两种标准并行，之不过，中国移动运行于 2.4GHz 上的 RF-SIM 标准主要用于手机上，可以用手机直接支付购买电影票、超市小商品等，应用范围相对小些，其支付金额不大，其不能用于银联的 POS 机上。

而中国银联的手机支付标准可到与银联联网的 POS 机上使用，使用范围更广，支付金额也更大。而且，未来，采用银联标准的用户数会逐渐赶超中国移动的手机支付用户数。

从目前来看，中国银联的手机支付标准尽管支持者更多，但其推广手机支付的进程仍然较慢，其赢利模式、与电信运营商的结算模式都不清晰；而中国移动由于是商业化运作，且不牵涉到第三方，反而推广进程更快。来源：2012-1-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 运营商融合创新避免管道化 流量经营需精细化

中国电信(微博)近日表示，正在筹划建立创新孵化基地，培育创新应用，创新发展移动互联网业务。中国电信 2012 年度工作会议也强调，2013 年要围绕“以创新和服务双领先推动规模发展”，坚持规模经营和流量经营两大策略，提高创新、服务、集约、运营能力升。

### 运营商聚焦创新避免管道化

有媒体报道称，中国电信创新业务事业部总经理肖金学近日透露，中国电信正在筹划建立创新孵化基地，培育创新应用，创新发展移动互联网业务。

“创新”无疑成为了中国电信的 2012 年的一大关键词。

分析人士指出，运营商重视创新，主要是因为进入移动互联网时代，运营商的管道化趋势日益明显，而运营商想极力避免这种结局。前有苹果等厂商的争夺，后有自身利润丰厚的业务呈现颓势，运营商对创新的渴望显得更加迫切。

### 两种眼光透视创新孵化基地

一位曾经做过多年运营商移动互联网项目的管理咨询顾问向本报记者指出，运营商建设的基地鲜有非常成功的案例，因为 3G 和智能手机时代，已经不是运营商主导的市场了。

业内人士黄海指出，关于中国电信筹划创新孵化基地，需要积极看待这种现象。运营商的动机是想以积极的态度，通过集结创新人才纵观整个移动互联网的发展态势，通过多方面的市场调查研究未来的电信业务创新！如果运营商在设计业务之初就能从用户角度深入研究用户心理和真实需求，并且必须参考业内其他非定制的第三方软件发展趋势，这才是孵化基地需要最重视的关键点。运营商定制业务同时会带动整个产业健康发展。通常一个定制业务会由技术提供商、内容提供商、服务提供商等多个环节组成，由于运营商的带头作用，也会更好的利用

资源，带动移动互联网更好的管理资源利用资源，将移动互联网带入健康的产业环境发展。

再看业务接收和买单方。对于手机厂商而言，厂商愿意看到内置的运营业务受到用户的好评，也不枉厂商耗费大量人力物力来适配这些业务，同时也为机型的销售带来推动力！对用户而言，如果运营商定制业务够亲和力，并且在消费上合情合理，内容贴合其需求，用户没有理由不买单！

### 智能管道建设仍是首要任务

上述不愿具名的管理咨询顾问表示，对运营商来说，智能管道是第一，要做到流量控制和流量经营，从流量上获取更大的价值。如果可以做到，那不做什么移动互联网业务都可以了。

从端管云的角度来看，管是运营商最该做好的就是智能管道，要实现流量的分级、分层、分时、分业务管理和计费，把流量的价值最大化，而不是贱卖。

从端和云来看，运营商现在做的很多增值业务都是做端，实际上未来要逐步往云的方向引导。运营商把 IDC 和云计算的资源拿出来，让企业和个人客户都把东西放到你的云端，这样客户就跑不了。所有的流量都会在 IDC 汇聚，这样运营商做数据流量的流向经营也占据了制高点。

黄海表示，运营商管道化会给运营商带来危机感，从而激发其创新的动力。为了应对管道化的趋势，运营商工作重心应是管道的建设。面对未来的挑战，做好本职工作，优化网络环境是头等大事。

如何利用现有管道优势，推出基础业务之外的增值市场，这是运营商一直最想要做的领域，而且现在也正在做。但智能管道是否真的能智能的分配好各类业务的网络承载能力，是否针对用户的不同需求进行了智能分配？现在是一网接受所有业务的数据承载，这个网络配置是否合理，未来智能管道如何做到智能？这是 2012 年运营商需要深刻探讨的课题。来源：2012-1-4 通信信息报

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 中国移动终端公司销量超千万

2011 年国内 3G 终端市场竞争日益白热化，三大运营商都相继成立了自己的终端公司，专门负责终端运营和销售工作。记者获悉，成立仅半年多的中国移动(微博)终端公司的终端销量已超过 1000 万部。

据了解，中国移动终端公司集终端定制、测试、采购、销售和售后服务职能于一身，承担中国移动聚合 TD 终端产业链的使命。该公司通过规模化、专业化、

市场化的运营，实现了终端业务的低成本、高效率发展。有关专家认为，中国移动终端公司销售业绩快速增长，主要缘于其迅速搭建了营销体系，采用了分销、直销和零售等多种方式笼络资源，加大了销售激励力度，同时也在职能分工和管理上下了很大工夫，从而实现了专业化经营。

据悉，中国移动终端公司在互联网上的销售业绩也表现不俗，其在淘宝的官方旗舰店自 2011 年 6 月 11 日试运营以来，单日销量最高已突破 1900 部，累计销量超过 5 万部，在淘宝商城(微博)综合排名(交易额和销售量)排第六位。据中国移动内部人士透露，2012 年终端公司将加大资源投入，培养出一支高执行力、高战斗力、高凝聚力、高素质的专业销售团队，通过营销手段和渠道拓展创新，继续扩大市场份额，为 TD 客户和业务发展服务。来源：2012-1-5 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

## 中移动节前提升高铁动车网络覆盖率

春节临近，春运铁路沿线的话务高峰也将随之到来。为确保通话质量，保障通信畅通，中国移动(微博)通过创新使用“光纤专网”、制订细致的网络优化方案等方式，提升对已运行通车的高铁和动车的移动通信网络覆盖率。现在，在高速行驶的列车里，乘客依旧能够顺畅、稳定地打电话、上网，自由地享受中国移动提供的各种通信服务。

高速铁路移动通信覆盖是一个世界性难题。超高时速带来的无线多普勒频移效应、手机频繁切换服务小区、列车车厢信号屏蔽等问题，会造成手机通话难、语音质量差、上网难的一系列现象。加之我国高速铁路环境异常复杂，大量使用高架桥和隧道，给移动通信覆盖带来更多的困难。

为了打造高质量的高速铁路移动通信网络，中国移动持续加大对高速铁路移动通信覆盖的资金投入和技术研发，率先使用 3G 技术 2G 化的分布式基站新技术，并研发小区合并技术，实现了超远覆盖；将高铁专网频率与周边大网隔离，减少干扰，保证高铁信息覆盖质量。针对隧道信号覆盖难的问题，采用泄漏电缆技术对隧道进行全面覆盖，使这一难题得到有效解决。

此外，中国移动充分借鉴国外的高铁覆盖经验，研究提出“车载直放站”技术方案。该方案通过在每列车上安装小功率(毫瓦级)无线直放站和泄漏电缆，可消除车厢对无线信号的屏蔽作用，在车厢内提供相对稳定的信号覆盖。

据悉，为了打造高质量的高速铁路移动通信网络，中国移动将继续从频率规划、网络结构、参数调整、用户行为、质量控制等方面提升高速铁路的网络质量，

为广大乘客提供更加优质的移动通信网络。来源：2012-1-10 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

## 中移动 2012 三大策略应对 3G 时代竞争

2011 年，中国 3G 发展突飞猛进，用户已突破 1.2 亿。而 2G 时代当之无愧的老大中国移动(微博)，由于受到 3G 网络标准相对不够成熟的影响，更像是一个跛足的巨人艰难前行。刚刚过去的一年，中国移动 2G 用户增长逐渐放慢，而即便按照不同的 3G 用户标准，中国移动的新增 3G 用户也逐步被竞争对手赶超。2012 年，中国移动何去何从？

1 月 4 日，中国移动 2012 年工作会议在北京召开，中国移动领导班子、监事会、董事会、总部各部门、所属各单位负责人参加会议。会议重点部署了中国移动移动互联网时代的竞争之道：第一，加强 WLAN 建设和经营；第二，发力移动互联网，加强终端运作；第三，实现服务领先。

### 发力 WLAN 建设

用户的数据业务使用习惯已经形成，根据中国移动近期发布的第三季度财报，2012 年前三季其无线上网业务流量比 2011 年同期增长 143.1%。但由于 TD-SCDMA 网络覆盖及终端问题，2010 年以来，中国移动持续面临的一个问题，TD 网络利用率较低，但 GSM 利用率日增。中国移动也因此提出了百万热点建设计划。

中国移动总裁李跃在中国移动 2012 年工作会上表示，WLAN 是低成本高效率的流量承载解决方案。在数据流量迅猛增长，无线蜂窝网络压力加大的情况下，要特别重视 WLAN 建设和经营。2012 年，要将 WLAN 建设、维护、运营和业务发展纳入日常工作体系。

中国移动董事长奚国华则表示，下一步，要进一步提升 WLAN 建设效率与发展效益，通过全面分析 GSM/TD 网络数据流量分布、业务使用、终端类型、用户习惯，更好地把握市场需求，找准热点区域，更好地发挥 WLAN 对移动蜂窝网数据流量、特别是手机终端流量的分流作用。

此外，据中国移动董事长王建宙介绍，2012 年，还要大力推动 TD-SCDMA 规模发展，提高网络利用率，同时，积极推动 TD-LTE 扩大规模试验，促进产业化和商业化进程。

### 全面建立移动互联网主导地位

这是一个被苹果和谷歌改变的移动互联网时代，而中国移动是移动互联网意识最先觉醒的国内运营商。而面临移动互联网带来的管道化危机，据王建宙介绍，在推进移动互联网发展方面，2012年，中国移动总体策略是：构筑智能管道，搭建开放平台，打造特色业务，展现友好界面，建立移动互联网产业的主导地位。

据奚国华介绍，中国移动将围绕移动互联网产业链关键环节，通过平台集中部署，建设聚合的内容型平台或开放的能力平台，秉承开放思维，对外加强与互联网公司、第三方开发者的合作，实现产业链资源的聚合作用，吸引具有竞争力的各种应用落户公司的应用平台。而围绕移动互联网，此前，中国移动建设了三大门户、九大内容基地。

奚国华表示，3G时代用户的应用感知，特别是在智能终端界面上的体验尤为重要。良好的应用体验主要包括两个方面，一是客户端和网络端必须畅通，二是应用内容足够丰富。下一步要通过专业化运营，发挥产业协同效应，打造新一代客户广泛接受的优质终端，不断做大TD市场规模。此外，要高度重视客户体验与流量培育。

### **实现服务领先**

而面对其他运营商的竞争，中国移动希望继续强化自身在服务领域的优势。

在2011年的中国移动工作会上，中国移动提出了“客户为根、服务为本”的服务理念，并用了两个“千方百计”表达了对其6亿客户的重视：千方百计改善客户感知，千方百计提高客户满意度。

2011年10月第三方满意度调查显示，中国移动满意度得分78.8分，比上一年提升1.3个百分点，其中资费满意度创记录地提升7个百分点。在工信部公布的百万客户升级申诉率中，中国移动连续20个月保持行业最低水平。

2012年，李跃则提出，当客户利益与企业利益发生矛盾时，必须毫不犹豫地保护客户利益。李跃说，2012年，各级公司要深入理解并认真落实“客户为根，服务为本”，健全服务保障机制，提升服务支撑能力，优化服务质量管理体系，进一步强化服务领先优势。

此外，李跃还强调，创新是企业发展的动力源泉，要着眼于可持续发展，着力推进网络创新、业务创新、管理创新，实现企业发展由主要依靠资源投入向依靠创新推动转变。来源：2012-1-5 通信产业网

[返回目录](#)

## 中移动结束 10 年高速增长：驶入转型深水区

在清醒地看到来自外部和内部的巨大变化后，中国移动(微博)面向 2012 年提出，要实现企业发展由主要依靠资源投入向依靠创新推动转变。

在玛雅人的预言中，2012 是一个轮回的结束和新时代的开始，中移动在经历了 10 余年的高速增长轮回之后，将面临一个怎样的新纪元？

十年发展，积淀深厚。但新技术的快速发展、产业价值的逐渐转移、行业格局的重组裂变，给中移动带来更加严峻的挑战。

在执掌中移动一年半之后，中移动总裁李跃已经清醒地看到来自外部和内部的巨大变化：互联网产业不断越过通信的围墙，不仅威胁运营商的增值业务，还进一步蚕食话音短信等基础业务收入。从内部来看，新增用户增长放缓，存量用户市场受到竞争对手挑战等，已经是非常严峻的现实。在这种状况下，李跃希望通过转变增长方式，来保持中移动的持续增长，“由主要依靠资源投入向依靠创新推动转变。”

1 月 6 日，2012 年中移动工作会议上，在 2012 年的工作报告中，李跃提出，创新是企业发展的动力源泉，要着眼于可持续发展，着力推进网络创新、业务创新、管理创新，实现企业发展由主要依靠资源投入向依靠创新推动转变。中移动董事长王建宙将新发展模式简洁而准确地总结为：“构筑智能管道，搭建开放平台，打造特色业务，展现友好界面，建立移动互联网产业的主导地位。”

### 狠抓质量和服务

在多个不同的场合，李跃多次强调三种能力：网络能力、业务创新能力和客户服务能力。“衡量运营商的业务创新能力，要看是否能引领消费、引领需求、引领潮流，其根本在于对客户地了解”。

经过十多年的积淀，质量和服务已经成为中移动傲视竞争对手的强有力杀手锏。面向 2012 年，李跃仍然将质量和服务作为中移动的重中之重。在网络、业务及业务支撑质量方面，李跃强调要保持“全面领先”；而服务方面，则重点加强基础服务工作、电子渠道和统一门户建设、全网客户服务体系的建设。

在此之前的 2011 年度工作会上，李跃就曾用两个“千方百计”表达其对 6 亿客户的重视：千方百计改善客户感知，千方百计提高客户满意度。事实上，这也成为中移动在 2011 年重点锤炼的竞争力：在对手强烈的网络能力攻势下，中移动依然凭借良好的用户口碑和服务水准，保持了行业领先水平。目前，中移动总用户数达到 6.44 亿，3G 用户数为 4800 万户，占全国 3G 用户的 40%，仍处于领先地位。在客户服务方面，在工业和信息化部公布的百万客户升级申诉率中，中移动连续 20 个月保持行业最低水平。

## 提速四网协同战略

作为支撑中移动无线城市、物联网、移动互联网战略的网络基础，中移动的四网协同战略已经提出一段时间，在本次工作会上，四网协同战略再次被作为2012年战略重点之一。针对TD-SCDMA网络，中移动董事长王建宙明确提出，其主要任务是“提高网络利用率”。这一战略更多出于对现实网络承载的迫切需求。

根据中移动近期发布的第三季度财报，2012年前三季其无线上网业务流量比2011年同期增长143.1%。由于TD-SCDMA网络覆盖及终端问题，2010年以来，中移动持续面临的一个问题，TD网络利用率较低，但GSM利用率日增。不过TD-SCDMA的终端困窘局面已经有所缓解。据了解，已有90%TD-SCDMA终端实现与WCDMA共平台，射频和基带芯片也有了很大提高。中移动党组书记奚国华指出，下一步，要通过专业化运营，发挥产业协同效应，打造新一代客户广泛接受的优质终端，不断做大TD-SCDMA市场规模。

为了缓解网络压力，自2010年以来，中移动就开启“百万热点建设计划”，将WLAN作为网络建设的重中之重。按照中移动规划，2012年，WLAN建设、维护、运营和业务发展将被纳入日常工作体系。奚国华指出，要进一步提升WLAN建设效率与发展效益，通过全面分析GSM/TD网络数据流量分布、业务使用、终端类型、用户习惯，更好地把握市场需求，找准热点区域，更好地发挥WLAN对移动蜂窝网数据流量、特别是手机终端流量的分流作用。

除此之外，承载了中移动“最深层发展动力”的TD-LTE网络也将成为中移动2012年的最大亮点。2011年，中移动完成了TD-LTE在六大城市的规模组网试验，但有业内人士指出，TD-LTE进展缓慢，造成“墙里开花墙外香”的局面，让中移动在2011年处于相对被动局面，其在重要的3G领域的市场份额也因而流失至竞争对手。按照中移动的规划，2012年将继续扩大TD-LTE规模试验范围。

## 主导移动互联网产业

2012年，中移动的战略转型将驶入深水区，持续促进以语音经营为主向语音、流量经营并重转型，积极构建移动互联网主导地位。

不久前，中移动在全球开发者大会上为其移动互联网战略定下了“提供一个开放平台，做一个智能管道，推出移动互联网特色服务”基调。为此，2012年中移动将围绕移动互联网产业链关键环节，通过平台集中部署，建设聚合的内容型平台或开放能力平台，对外加强与互联网公司、第三方开发者合作，实现产业链资源的聚合作用，吸引具有竞争力的各种应用落户公司的应用平台。



通过这一战略基调，中移动此前建设的三大门户、九大内容基地资源将被盘活，实现集中管理和发展。

2012 年是中移动重要的一年。作为连接设备制造商、业务提供商、内容提供商和用户的桥梁和纽带，李跃深信，技术的发展可能使很多优秀的 IT 公司倒闭，但很难使优秀的电信运营商倒闭。究其原因，技术的领先不是永恒的，而竞争确是持续存在的。面对愈发汹涌的竞争，中移动以及其他电信运营商所要去思考的，更多是用什么样的成本、能力和强度去接受挑战。

[返回目录](#)

## 中移动称 2012 年要转为语音和流量经营并重

在近日举行的中国移动(微博)2012 年工作会议上，中国移动提出，2012 年要加快战略转型，促进从以语音经营为主向语音、流量经营并重。从中可看出，流量经营是中国移动的重中之重。

中国移动 2012 年工作会议是于 1 月 4 日在北京小汤山召开的，会上，中国移动高层反复提到“流量经营”这几个字。

中国移动董事长王建宙指出，“要保持规模优势。巩固传统市场优势，加快推动流量经营，努力拓展信息服务”。中国移动党组书记奚国华则表示，“要有效促进从以语音经营为主向语音、流量经营并重”。

根据之前中国移动披露的 2011 年中报，中国移动 2011 年上半年营业额为 2501 亿元，净利润为 613 亿元，其日均 3.34 亿元的净利水平再度证实了中国移动强大的盈利能力，其利润水平分别是电信、联通的 6 倍和 24 倍。

这其中，流量经营收入带来了巨大贡献，2011 年上半年，中国移动数据与信息业务同比收入增长达 18.5%，占总体收入比重达到 32.2%。

很显然，在资费水平不断下降的同时，靠传统的语音业务是不可能维系中国移动的收入和利润增长的。

因此，会上，中国移动总裁李跃提出，“着力培育新的竞争优势。要在改善服务、提高流量经营水平、巩固移动通信市场优势”，其明确指出，就是“加快基础设施布局，推进四网协同发展”。

所谓“四网协同发展”其实就是指 GSM、TD-SCDMA、WLAN 和 TD-LTE 这四张网，这被认为是中国移动将来赖以制胜的核心基础网络。来源：2012-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 中国电信 3G 用户渗透率达 27%

2011 年已然成为过去，回望中国电信(微博)走过的 2011 年，前 11 个月，累计新增 CDMA 用户 3287 万，总数达到 1.23 亿户；其中，3G 用户增长 2106 万户，占新增移动用户的 64%，总数达到 3335 万户，3G 渗透率达到 27%，居三大运营商之首。天翼 3G 的快速发展、移动用户数的稳步增长为中国电信规模化发展奠定了稳固的基础。

上个月刚刚结束的中国电信 2012 年度工作会提出了“以创新和服务双领先推动规模发展”的主线，“创新”和“服务”接替“转型”成为 2012 年工作主要的关键词。

#### 回望：2011 年天翼 3G 展翅腾飞

作为国内最大的综合信息服务提供商，2011 年中国电信主营业务得到快速发展，规模持续扩大；新兴业务层出不穷，新三者战略取得了实质性的进展。

中国电信天翼网络从无到有，由弱变强，而今在国内已经站在 3G 浪潮的巅峰。2011 年是中国 3G 发展的拐点之年，截至 2011 年 11 月底，中国电信 3G 用户总数达到 3335 万户，占国内 3G 用户总数的 28%，中国电信 3G 渗透率达到了 27%，相比之下，国内 3G 渗透率还不足 13%。

回望中国电信的 3G 之路，因为具备 CDMA2000 的网络先天优势，得益于终端策略的扭转以及中国电信八大应用基地的努力，中国电信征战 30 个月换来 1 亿多 C 网用户规模，原计划 3 年实现移动业务盈利，也在 2011 上半年提前实现目标。最新数据显示，截至 2011 年 11 月底，中国电信 C 网总用户 1.23 亿户，这一数字已经接近中国联通(微博)的 2G 用户数。

2011 年，中国正快速进入移动通信的全盛时代，中国电信运营着全球最大规模的 3G CDMA 移动网络，每月新增 3G 用户达 300 万左右。随着中国电信用户数量增加，3G CDMA 网络升级将有助于确保网络的质量、可靠性和效率，同时为满足未来更多用户对更高速网络接入服务的需求铺平了道路。

#### 当下：规模化发展面临新挑战

2011 年是中国 3G 发展拐点年，3G 进入了爆发增长前夜。得益于 3G 手机芯片降价所带来的千元 3G 智能手机的普及，3G 强劲增长。从 2G 过度到 3G 引发了市场格局的变动，中国电信借助天翼 3G 走出低谷，中国联通发力沃 3G 后来居上，中国移动(微博)独占天下的局面冰山初融。

在终端方面，中国电信从价值链上关键环节入手，多举措、系列化、立体化落实，持续提升和维持天翼 3G 智能手机吸引力和关注度。由中国电信与华为(微博)联合打造的华为 C8650 作为天翼大屏千元 3G 智能手机的重要机型，在短短 60 天里销量过百万，不仅创造了手机销售史上的“中国之最”，同时也为行业智能手机的发展竖起了新的标杆。

中国电信开始尝到千元 3G 智能手机带来规模化扩张的甜头，但是，面临的问题也逐渐凸显。从中国电信自身而言，3G 用户呈海量增大，但由于运营商之间竞争的加剧，标志运营商 3G 盈利能力的 ARPU 指标不断下降也给中国电信带来新的困惑。3G 发展靠什么盈利？如何摆脱用户、流量增量不增收的窘境？这些现实的问题成为中国电信规模化发展道路上的一个个拦路虎。

从外部环境看来，和中国电信一样处于弱势的中国联通 2011 年异军突起，收入增长猛增，有与中国电信收入规模缩小的趋势。在宽带市场，2011 年 11 月遭到宽带反垄断调查，而一波未平一波又起，接着 12 月，再次遭受“假宽带”的市场、政策、舆论压力。更大的挑战还不止于此，工信部“686 号文件”留给中国电信的时间已经不多，这意味着中国电信最大的优势——宽带市场即将开放，随之而来的三网融合，一旦广电入局，宽带市场就会重新洗牌。从电信行业看来，行业监管趋于加强。中国电信面临的形式不容乐观。

### **未来：以创新和服务拥抱移动互联网**

中国电信 2011 年 12 月份结束的 2012 年工作会议透露出未来的工作主线：“创新”和“服务”接替“转型”成为 2012 年工作主要的关键词。中国电信 2012 年的发展路径，提出要“坚持规模经营和流量经营两大策略”。

移动互联网的崛起对电信业造成冲击，而运营商的移动互联网创新力却显得力不从心；IPv6 即将启动带动新兴互联网产业，信息安全被提升到新的高度，运营企业成为敏感性企业，用户关注度提升，但现有的服务水平和用户需求还有很大的差距。

中国电信已意识到，未来的竞争更趋激烈，一方面业务结构的调整，对移动互联网的适应能力需要不断创新；另一方面，行业竞合、内斗不断升级，需要规范经营，提高服务，提升竞争焦点。而作为移动互联网时代的综合信息服务提供商，转型移动互联网是包括中国电信在内的所有电信运营商的不二之选。简单的说，移动互联网时代，运营商仍需要从 3G 用户身上挖掘更多的业务热点，以提升运营商的网络价值和运营收益。

2011 年，中国电信提出“新三者”战略定位：做智能管道的主导者、综合平台的提供者、内容和应用的参与者。对于“新三者”的定位，中国电信更多的

是致力于思维和理念，体制和机制的创新，通过市场化运作，培育未来收入的增长点。

十二五开局之年，中国电信取得了不俗的业绩。移动互联网时代，“新三者”角色定位的具体内容涉及网络、平台和终端 3 个层面。丰富的应用、极具竞争力的资费、稳定的网络能够影响到用户对于移动互联网业务的体验。因此，中国电信需要多管齐下，创新应用内容，降低资费，提升终端、网络等多方面的服务能力，才能更好的拥抱移动互联网。来源：2012-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

## 中国电信宽带用户一年增长超 20%

运营商是国内宽带建设的主力军，宽带服务的提升，价格的下降，数字鸿沟的填补都需要运营商去积极推动。在缺乏宽带国家级战略的背景下，我国宽带市场仍然取得突飞猛进的发展。

宽带用户活动是宽带产业整体状况的长期晴雨表。工信部的最新统计数据显示，2011 年 1-11 月，国内宽带用户净增 2880.2 万户，总数达到 1.55 亿户，增长率达到 22.8%；而同期，国内固话用户继续呈现负增长的趋势；移动电话用户增长了 1.16 亿户，总数达到 9.75 亿户，增长率为 13.5%，相比之下，国内宽带用户增长走在了前列，这也意味着，宽带对运营商的业务营收，业务结构调整等方面的影响越来越大。

### 宽带是信息化的支撑基础

宽带作为信息化的基础，高效、立体化的网络升级将成为推动两化深度融合，以及国家发展方式变革的加速器。宽带用户数得到长足的发展，对提升国内互联网普及率，提升整体信息化水平，促进两化融合，繁荣互联网经济都有重要的意义。同时，也将为运营商贡献更多业务收入。

从国家的层面来讲，宽带是实现信息化必不可少的基础设施，是信息化的物质基础。在国际上，人均宽带和人均信息的占有量已经成为衡量国家经济实力的核心指标之一。一个国家如果要从工业社会向信息社会转型，在规律上一定要符合移动化，然后是宽带化、全 IP 化，最后是融合化的逻辑顺序。

2011 年是十二五规划的开局之年，年初国家就已经明确了十二五期间针对电信业投资的 2 万亿，八成以上将投入到宽带产业升级中。十二五开局之年，宽带提速无疑已成为电信业的关键词。

在市场方面，当前，我国电信运营商均将宽带视为战略重点，纷纷加快宽带网络升级提速，以智慧城市为代表的信息化城市建设在全国掀起高潮。据不完全

统计，截至 2011 年上半年，我国已有近 50 个城市、城区或园区提出了具体的智慧城市建设目标和行动方案，其所涵盖的领域范围遍及城市生活管理的方方面面。

### “宽带中国”战略成效显著

运营商是宽带建设的主力军，宽带服务的提升，价格的下降，信息鸿沟的填补都需要运营商去积极推动。在缺乏宽带国家级战略的背景下，我国宽带市场仍然取得突飞猛进的发展。

首先，在宽带普及方面，2008 年-2010 年，国内基础电信企业的互联网宽带接入用户分别新增 1701 万户、2034.7 万户、2236 万户。宽带接入用户增长率保持两位数发展，分别达到 25.59%、24.38%和 21.66%。据工信部统计数据显示，截至 2011 年 11 月，我国基础电信企业互联网宽带接入用户数达到 1.55 亿，人均宽带普及率超过 11%，相比之下，印度人均宽带普及仅 1%。

宽带的普及推动了网民数量的增长。互联网普及率由 2006 年的 10.5%上升到 2010 年的 34.3%。截至 2011 年 6 月，中国网民规模达到 4.85 亿，互联网普及率攀升至 36.2%。

其次，从网速和资费看，自 2010 年开始，中国电信(微博)和中国联通(微博)在全国不少地方已启动免费宽带提速举措。2011 年以来，运营商的宽带提速计划加大。从 2011 年 11 月开始，北京、上海、南京、武汉等地的运营商先后宣布大幅度提升居民的固定宽带速度，提升速度从 8M 到 100M 不等。

此外，在光进铜退方面，2010 年 4 月，工信部联合国家多部委印发《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》和《关于推进光纤宽带网络建设的意见》，明确提出 3 年内光纤宽带网络建设投资超过 1500 亿元，新增宽带用户超过 5000 万。对此，中国电信提出将用三年时间实现所有城市光纤化。在光网城市计划推动下，FTTH 发展势头强劲。中国电信北京研究院副总工张成良指出，2011 年中国电信的 FTTH 网络已经覆盖 4000 万用户，实装用户近 500 万户。

中国电信“宽带中国·城市光网”战略的积极推进，成为了 2011 年带动国内宽带提速降价的火车头。在当前国内没有出台宽带国家战略的背景下，中国电信的“宽带中国”战略实际上还承担着相当于日韩、欧美等国国家宽带战略的任务。

### 宽带信息化重在务实建设

工信部部长苗圩近日透露，工信部将推动实施“宽带中国”战略，争取国家政策和资金支持，加快推进 3G 和光纤宽带网络发展，扩大覆盖范围。争取到 2015 年末，城市家庭带宽达到 20 兆以上，农村家庭达到 4 兆以上，东部发达地区的省会城市家庭达到 100 兆。可以预计，宽带国家战略将很快能够进入到国家政策层面。但即便有国家的统筹推进，运营商依然是宽带建设的主力。

互联网的高速发展对带宽提出更高的要求，高速、便捷、低价的网络服务是用户的最大诉求，如果对用户需求和宽带市场发展方向视而不见，中国的宽带运营商将难以获得市场认可。宽带发展一直为消费者所诟病，没有形成国家层面的宽带战略是造成这些问题的主要原因。当然，在国内，电信运营商是推动宽带发展的主体力量，宽带不够宽，服务不够好，他们理应承担相应责任。但是，在没有国家层面统筹规划背景下，中国的运营商为宽带发展所作出的努力是不容置疑的。

打破垄断，引入竞争，提升服务，降低价格，是业内人士对宽带市场发展形成的共识，但是中国的宽带市场，存在着复杂的竞争体系，同时缺乏有效的监管机制，宽带发展不好，把全部的责任都归咎于运营商是不公平的。毕竟国内的宽带市场运营机制不同于国外有国家层面的政策扶持，资金补贴。同时，国内的宽带发展也不同于石油、电力、铁路等行业有国家的各种补贴。据中科院教授吕本富介绍，目前很多国家已经把宽带像自来水一样，变成了公共服务，也就是国家提供基础服务的一部分，而中国是由运营商在经营。可以说，在国内，宽带还只是一种经营资源，是运营企业的生存之本，这和国内的石油、电力、铁路等国企有所差别。

其实说到底，不管是社会公众还是国家，都有责任为宽带发展营造良好的发展环境，社会公众的支持和体谅对运营商宽带的发展或许要比一味的抱怨、谩骂有效得多。来源：2012-1-5 东方网-文汇报

[返回目录](#)

## 中国电信将在英国推出移动电话服务

中国电信(微博)将与英国 Everything Everywhere 签订协议，在英国推出移动电话服务。

Everything Everywhere 是法国电信和德国电信在英国合资的移动运营商。按照协议，中国电信(欧洲)有限公司利用 Everything Everywhere 的网络，成为在中国境外推出的中国首家移动虚拟网络运营商(MVNO)。按照 MVNO 协议，移动通信运营商直接向用户提供服务，但并不拥有服务背后的网络及其它基础设施。

有关方面并未透露中国电信将向 Everything Everywhere 支付的网络使用费，通常而言，这比直接收购网络推出服务要便宜得多。Everything Everywhere 的移动虚拟网络集成商(MVNA) Transatel 将为中国电信管理服务，中国电信将使用自己的品牌面向英国境内用户开展营销。

有人士预计，中国电信将以英国的这项业务为平台，在欧洲其它国家(如法国和德国)推出类似服务。该公司还计划物色一家合作伙伴，以便向在美华人提供服务。来源：2012-1-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 中国电信计划拓展法德市场 主攻华裔社区

中国电信(微博)区域开发主管刘长海(Liu Changhai, 音译)表示，继在英国市场推出移动服务后，中国电信计划进军更多欧洲市场。

刘长海称，该公司的下一个目标可能是在德国和法国吸引当地的中国人。他表示，目前在西欧居住的中国人约有 200 万。

中国电信将在英国着力吸引居住在当地的 50 多万中国公民，以及即将参加伦敦奥运会的游客。在中国市场，激烈的竞争已经导致中国联通(微博)等运营商将国际漫游资费最高下调了 90%。

“我们的目标客户是华裔社区。”刘长海说，“与国内竞争对手相比，我们正在探索新的市场。”

中国电信在英国推出的移动服务将使用 Everything Everywhere 的网络，这是一家由法国电信和德意志电信合资成立的企业。该公司周三早些时候表示，这项服务将于本季度初正式推出。刘长海称，中国电信是首家向海外拓展移动虚拟网络服务的中国运营商。

市场研究公司 JI Asia Research 驻香港分析师尼尔·扎金斯(Neil Juggins)表示，建立移动虚拟网络将帮助中国电信与中国联通在国际漫游费率上展开竞争。

总部位于伦敦的中国电信欧洲分公司将租用 Everything Everywhere 的网络。知情人士 2011 年 9 月透露，该公司还与沃达丰集团就批发业务展开了谈判。

中国电信已于 2011 年 10 月与法国电信签署了战略合作协议，为彼此的商业用户提供服务。来源：2012-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

## 电信版 iPhone 4S 即将通过工信部入网许可

电信版 iPhone 4S 已经通过工信部无线电业务行政许可，根据联通版 iPhone 4S 获入网许可的经验推断，电信版 iPhone 4S 通过工信部入网许可指日可待。

从工信部无线电网站上可以查到的苹果公司最新申请的 iPhone 手机型号为 A1387，支持 GSM/WCDMA/cdma2000/WLAN(WAPI)，核准证号为 2011-7067，有效期为 5 年。据此信息可以推测为电信版的 iPhone 4S。

对比之前的入网许可，联通版 iPhone 4S 核准信息上显示支持 GSM/WCDMA/WLAN(WAPI)，去掉了 CDMA2000 模块，型号变为 A1431。而电信版的 iPhone 4S 将 WCDMA 模块予以保留，型号与苹果公司给 iPhone 4S 的编号一致。

根据联通版 iPhone 4S 获入网许可的经验推断，此次只是工信部无线电业务行政许可，具体的入网证号、发证日期及有效期限还需以工业和信息化部电信设备认证中心公布的信息为准，按照以往的惯例推断，还需要过几天才能公布。

本周五，即 1 月 13 日，联通版 iPhone 4S 将开售。上周，中国联通(微博)公布了 iPhone 4S 的合约价格，合约套餐 5880 元起，用户可选择三年期 286 元 16GB/32GB 零元购机，两年期 386 元 16GB 零元购机。来源：2012-1-8 新浪科技

[返回目录](#)

## 中国电信的“2012”：骨干网、数据业务遇瓶颈

未来，中国电信(微博)将面临发展中的又一次转折点。过得去，是美好的未来；过不去，则跌入谷底。中国电信的“2012”并不是遥不可及。

2008 年电信重组之后，中国电信获得梦寐以求的 3G 牌照，进入移动业务领域。面对陌生的市场，中国电信在 3G 上却率先发力，以天翼 3G 为主打品牌，展开了大规模的广告传播。同时结合线下推广，中国电信的 3G 用户节节攀升，一度领先中国移动(微博)和中国联通(微博)，让人对 2G 时代在中国联通手中没落的 CDMA 网络有了更多遐想。

但是现在，中国电信的 3G 业务发展并不尽如人意。截止到 2011 年 12 月 22 日，中国移动的 3G 用户数突破了 4800 万户，中国联通则突破 3600 万户，而中国电信垫底，不足 3400 万户。虽然占据了先发优势，中国电信的 3G 业务并没有“笑到最后”。

移动业务不如人意尚且有理由辩解，毕竟中国电信在移动业务上发展时间短，缺乏终端厂商、渠道商等支持。但是在其一贯的优势业务——有线宽带业务上，中国电信也遭遇到挑战。



国家发改委发起的对中国电信的反垄断调查。现下调查还没有最终结论，但是这场备受国人关注的调查给中国电信施加了巨大的压力，扣除罚款因素，2012年中国电信的宽带业务在价格上必然下调，由此将影响到其营收增长。

固话业务更不必提，在移动电话的冲击下，中国电信早已经调整战略，意图以宽带业务为突破口提高营收，固话成为鸡肋。

而在数据业务以及三网融合等新兴市场上，中国电信都没有明显优势。成为全业务运营商的中国电信，似乎遭遇了全面的危机。

### 骨干网优势不可持续

中国电信遭遇反垄断调查，说明其固有的通信骨干网运营还是得益于政策优势。中国电信是通信骨干网的主要承建者之一，政府允许中国电信自主运营骨干网，并且在网间结算等方面给予照顾。但是此次反垄断调查，已经让这种权利受到质疑。

包括北京邮电大学教授阚凯力在内的不少业内专家，建议增加国家互联网骨干运营商，倡导电信运营商之间实现充分的互联互通，并通过市场竞争来降低宽带批发价。

中国电信的骨干网运营的主导权不能一直持续，应当效仿国外，在政策层面强制中国电信将一部分骨干网资源以较低价格出租给其他运营商运营，以此增进宽带市场竞争，利好消费者。

电信行业的拆分和重组的目标存在矛盾，一方面要防止垄断，另一方面也要增强效率。改革的力度需要在这两者中间找到最佳的平衡点。拆分过细，可能无法发挥电信业的规模运营优势；没有拆分，竞争主体过少，则会导致垄断，同样也会损害消费者利益。而现在的情况，明显是竞争不足，而不是拆分过细。

中国电信当初被南北拆分，就是为了在骨干网运营中增加竞争。事实证明，中国电信和网通(现在属于中国联通)的竞争在一定程度上降低了宽带价格。未来的发展思路还是继续在宽带运营领域增加竞争，防止某两家企业独大。

目前骨干网运营的垄断弊端已经非常明显。例如在清理宽带流量上，中国电信负有不可推卸的责任。由于大部分的骨干网资源集中在中国电信手中，其他运营商必须向其购买。而中国电信不仅没有效仿国外，以较低价格租用骨干网资源，反而从打击竞争对手的角度出发，对铁通等宽带运营商收取很高的租借费用。而同时对另外那些不构成竞争的宽带运营商给予非常优惠的价格，从而造成价格上的“剪刀差”。以较低价格获得带宽资源的运营商则向铁通等电信运营商出售这部分资源，从中获利。这其中甚至有中国电信内部人员的影子，他们也希望通过内幕交易，获得灰色收入。

而中国电信清理穿透流量，自然是为了维持自身在骨干网运营上的绝对权威，但是却间接损害了网民的利益。交了钱还被断网，网民有冤何处伸？

这让人联想到市场经济改革之初的价格双轨制，以这套制度作为向市场经济的过渡未尝不可，但是长期维系这种制度，必然影响市场本身的公平性，损害市场运营的效率。因为在这套体制下，获益的总是少数人，而多数人遭殃。

此次发改委调查中国电信在宽带接入领域的垄断，实际上已经是一个信号：已经获得移动业务运营权的中国电信，不能长期维持在有线宽带领域的垄断性优势，骨干网的运营也同样需要加强竞争。

### 数据业务遭遇瓶颈

中国电信 2010 年财报中公布了其增值及系统集成服务的收入，实现营收 283.12 亿元，较 2009 年的 279.83 亿元增长 1.2%，几乎没有增长。而且在整体营收中的占比也不足 13%，中国电信的数据业务可以说“惨不忍睹”。

目前中国电信确实在移动互联网应用层面推出了众多的产品，包括爱音乐、天翼视讯和天翼空间等，覆盖了手机视频、手机音乐、手机阅读、手机邮箱等主流的移动应用领域。

而从营收看效果并不明显，这说明电信运营商在数据业务的发展策略上存在问题。首先在应用层面缺乏创新，无法在竞争力上超过提供相同业务的互联网企业，各种应用在同类应用中的排名落后，用户数量较小。

其次，在数据业务中的基础技术支撑平台和基础业务支撑平台上，电信运营商基本还处于缺位状况。在基础业务支撑平台层面，腾讯发行 Q 币，为用户进行游戏等支付结算提供支撑，促进了其用户的增长和营收的实现；在基础技术支撑平台，阿里巴巴(微博)通过提供电子商务的技术平台，可以跟第三方企业进行对接，从而催生了大量的网店，繁荣了网上交易。而电信运营商在此方面尚无明显成绩，可以说错失了大市场。

最后，移动互联网市场是一个多元化和开放的市场，不同于 2G 时代的手机应用，那个时候向手机用户提供应用的主导权完全控制在电信运营商手中，众多 SP 必须获得电信运营商的许可才能够接入用户。而现在随着 3G 时代的到来和智能手机的流行，包括终端厂商和互联网企业等在内的多个市场主体都能够参与到移动互联网应用的竞争之中，电信运营商不再是产业链的中心，而且日益被边缘化。

相比于中国移动，中国电信在数据业务上力度不足。中国移动早已意识到数据业务对其未来发展的重要性，并通过建设 MM 商城、推出 OPhone 操作系统、与其他提供第三方应用的平台厂商合作等形式积极争夺市场份额，虽然结果并不

出色，但是数据业务的整体营收在其营收中的比重已经占到 30%左右，有了明显的增长，而中国电信还远没有实现这个比例。

未来，中国电信将面临发展中的又一次转折点。过得去，是美好的未来；过不去，则跌入谷底。中国电信的“2012”并不是遥不可及。来源：2012-1-10 互联网周刊

[返回目录](#)

## 【中国联通】

### 中国联通电源集采结果出炉

中国联通(微博)全国通信电源集采项目日前顺利结束。凭借优异的产品性能，华为(微博)电源各项测试综合排名前三，成功晋升为中国联通电源一级供应商。

华为于 2010 年成立能源与基础设施产品线，秉承“奠定卓越网络的坚实基础”的理念，致力于将领先的电子信息控制技术应用于能源系统，实现能源的高效转换和利用，为业界提供工业级的能源与基础设施产品解决方案，包括通信电源、混合供电、室内站点改造、户外集成站点、集装箱式数据中心机房、模块化数据中心机房，以及相应的系统咨询设计、制冷节能、环境监控等。

据 C114 了解，华为全系列电源产品覆盖了从室内到室外、从接入网到核心机房的各个网络层，可以更好地帮助运营商解决在室内覆盖、WLAN 建设、室外拉远、站点收容和改造等各种场景的设备供电问题。

华为电源拥有诸如 96% 高效整流器模块、柔性混插、智能休眠、高低温仿真、带内监控等各种领先的关键技术，能有效帮忙运营商解决网络建设遇到的地址获取难、耗能高、监控传输资源紧张、维护成本高等问题。

截止 2011 年底，华为电源已成功进入沃达丰、西班牙电信、英国电信、T-Mobile、布伊格电信、Telenor、比利时电信、Zain、天地通亚通、日本 eAccess，以及中国移动(微博)、中国联通、中国电信(微博)等顶级运营商，全球部署超过 80 万套。来源：2012-1-9 中国通信网

[返回目录](#)

### 联通调整双待机战略至中档用户

在上月月底宣布升级新定义沃 3G 千元智能机的战略后，知情人士透露了中国联通(微博)的最新终端策略，即重新大推 WCDMA/GSM 制式的双卡双待 3G 手机，意欲依靠双待机争取占中国手机用户 20% 以上的中档用户。

## 联通开始出击中档手机

十余天前，中国联通刚刚宣布提升 3G 千元机战略，并于元旦前正式开售首批新型千元大屏智能手机，首批共 8 款，最先上市的有两款，分别为酷派 7260 和海信 HS-U8，目前，其中的酷派 7260 已全面上市。

此前，中国联通已表示，所有 8 款机型硬件配置均大力提升，采用 Android 2.3 操作系统、CPU 在 800MHz 以上，配备 4 英寸多点触控大屏幕。并发出号召：“我们要把 4.0 寸电容屏和更高主频处理能力的智能手机门槛降到 1500 元以下甚至更低”。

以酷派 7260 为代表的新一代联通千元智能机实际上就是中国联通中档手机的典型代表。对于这一部分市场，原中国联通销售部总经理于英涛(微博)曾表示，按照中国联通对国内智能手机市场的研究和分析，千元以下智能机占智能机市场总额的 63%，1000 元至 2000 元中档智能手机约占市场总量的 22%。联通 2012 年首先在智能手机领域占 63% 的千元市场中获得了突破，2013 年将希望在中档智能机市场获得突破。

### 希望以双卡双待吸引 2G 转网用户

在目前以 iPhone 为代表和高端手机和以千元以下智能手机为代表的普及型手机均已占较高市场比重的情况下，中档 3G 手机如何进入市场，这曾是联通苦苦思索的问题。不过眼下，答案显然已经出炉。

高硬件配置显然是联通中档手机的基本要素。以联通首款上市的 4 英寸大屏手机酷派 7260 为例，其 800MHz 的 CPU 和 4 英寸多点触控大屏幕比第一代联通千元 3G 智能机的硬件配置大有提升。不过，仅有大力提升的硬件配置也是不够的，仍以酷派 7260 为例，其与之前的千元智能机最重要的变化之一是支持 WCDMA+GSM 双卡双待，可让用户在使用联通 3G 网络的同时，在同一部手机上继续使用之前的号码。

从 2G 时代开始，中国联通就是双待机的熟练操盘者，当年的三星(微博)W579 等经典双待机曾创下单款手机销量突破百万台的纪录，至今无同档次手机能打破该记录。而在 3G 时代初期，中国联通鲜有推出双待机之举，但眼下，时代已完全不一样，中国联通调查发现，双待机对中档用户有很强的吸引力。

事实上，之前的双待机均面向高端用户，但实际上中档用户也有巨大需求，因为确实有部分中档用户短期内不愿放弃使用多年的手机号码，但他们同时又希望体验 3G 业务。

以酷派 7260 为代表的联通新一代超性价比的双待机显然迎合了这种 3G 转网过渡时期的需求，双卡双待这一功能对于那些想从 2G 过渡到 3G 的用户而言会非常实用，这是不言而喻的。而且，其改变了之前高端双待机普遍“高贵”的

特征，低于 1300 元的价格使其性价比凸显；同时，联通中档双待机机身非常轻盈，改变了以往双待机的厚大身沉的惯例，在硬件和价格上都使有双卡需求的消费者有了更多的选择。

### 与高端双待机形成价格区格

也正因为市场有巨大需求，业内厂商目前都涌向此次联通新一代大屏千元智能机开发大潮，而且大部分都带有双卡双待功能，海信、飞利浦等都是初次试水该市场，老牌双待机制造商宇龙酷派更是捷足先登，率先研发和推出产品上市。以往，酷派产品以高端双网双待机为主，但很长时间内，双待机都是高端手机的象征，酷派双待机需要与三星、iPhone 国际大牌手机同场竞争，但此款手机的售价避开了国际著名品牌手机的价格区间，具有超高性价比，显然对于酷派来说是个全新的领域和机会。

而事实也证明了联通的中端智能手机战略已取得了初步成功，自酷派 7260 开始销售以来，目前最大的问题就是缺货，负责该款手机分销的中国联通终端子公司联通华盛的微博中也称，“最头疼的就是各省不断的催促发货”。摆在联通面前的问题已不是市场需求问题，而是如何供货以满足市场需求。来源：

2012-1-9 新浪科技

[返回目录](#)

## 联通率先发布 2012 年终端全局战略

中国联通(微博)在迎来新上任的销售部总经理周友盟的同时，也向业界公布了酝酿已久的 2012 年终端全局战略。

在 2011 年 12 月 26 日举办的“新定义千元智能机 4.0 系列新品发布会暨合作伙伴答谢会”上，中国联通发布了第一批 4.0 英寸大屏、CPU 最高主频达到 1GHz 的新定义千元智能手机，由此拉开了 2012 年 3G 终端定制的序幕。

### 联通 3G 收入较 2011 年同期翻番

移动互联网普及的关键要素之一是智能终端。

自 2011 年 5 月 31 日首次定义千元智能手机以来，2011 年 11 月当月，中国联通 3G 收入较 2010 年同期翻番；零售商营业收入增长迅速，截至 2011 年 11 月底，来自联通产品的收入同比增长 95%；手机厂商市场份额增长加快，2011 年 5 月至 11 月，千元智能机合作厂商 WCDMA 市场份额快速增长，其中，中兴手机从 1.1% 增长至 6.2%，联想手机从 1.6% 增至 11.1%。

为此，联通在此次发布会上公布了 2012 年终端新战略，并宣布新定义千元智能机将主导未来终端市场。

周友盟表示，2012年中国联通将全面布局终端市场，她预计，2012年全国千元以下智能机市场销售规模预计达到9000万部，而与联通合作的手机品牌将包括中兴、联想、华为(微博)、酷派、夏新、飞利浦等；1000元至2000元智能手机销售规模预计6000万部，国际国内知名品牌均在联通合作范围之内；在2000元以上的高端智能机中，iPhone仍将是联通重要的明星战略产品，此外，联通还将加强对国际国内知名厂商全线产品的定制，按市场化方式运作高端智能机。

“继续加强Android系列智能手机定制，并推出全系列Windows Phone，强力推荐支持双卡双网双待双通的智能产品，也将是我们2012年的重要策略。”周友盟表示。

此前不久，中国联通原销售部总经理于英涛(微博)曾表示，“争取让定制版iPhone4S在2012年元旦前上市”，但近日联通内部人士对此解释到，由于苹果供货问题这一计划将拖延至2012年1月。

### 8款新定义千元智能机亮相

“新定义千元智能机4.0系列的发布，表明中国联通将不断完善3G智能终端产品体系。”中国联通总经理陆益民表示，“在新的一年里，中国联通将继续深化与终端厂商等产业链上下游的合作，不断推出种类更丰富、性能更优越、功能更强大、价格更实惠的智能终端，以满足广大客户的需求。”

在本次发布会上，中国联通携手宇龙、海信、中兴、华为、联想、夏新、TCL(微博)、桑菲等公司，共同推出第一批8款4.0英寸超大屏、1500元以下的千元智能手机。这8款终端的型号分别为酷派7260、海信HS-U8、中兴V889D、华为U8818、联想A750、TCL-W989、夏新N89和飞利浦W635。其中，在2011年12月底首批上市的手机有两款，分别为酷派7260和海信HS-U8。

据了解，酷派7260拥有WCDMA+GSM双卡双待、4.0英寸WVGA 1600万色高清纯平触摸大屏，并融入全新Android2.3系统以及酷派易用安全云服务。而海信HS-U8拥有WCDMA+GSM双卡双待模式，10.6mm纤薄机身以及500万像素AF摄像头+30万前置摄像头。对此，周友盟表示：“中国联通为这两款手机设计了合约计划。用户选择96元套餐，预存1599元即可0元购机。此外，用户还可以1299元购买手机，参加‘购机入网送话费’合约计划，最低选择46元套餐即可享受话费赠送。”

中国联通销售部人士表示，2012年，联通为新定义千元智能手机配备了优惠的销售政策、方便的购买渠道、量身定制的套餐以及丰富的3G应用，以进一步推动3G用户数增长。

### 90%用户手机价格低于2000元

就当前发展来看,联通 3G 网络已覆盖全国 341 个地市级以上城市以及 95% 以上县城,其中 56 个重点城市的 HSPA+ 下行速率峰值已达 21M。在渠道方面,联通已拥有近 2 万家自有营业厅销售 3G 业务,签约百家零售连锁渠道,覆盖近万个核心社会门店,并与国内主流电子商务渠道建立了紧密合作。“当前社会渠道对联通 3G 发展的贡献率占比超过 50%。” 联通内部人士透露。

随着 3G 业务的增长,2011 年 11 月,中国联通 3G 用户当月净增 338 万户,截至 11 月底,中国联通 3G 用户累计到达 3653 万户。与此同时,智能手机市场也得到了迅猛增长,2011 年第三季度,中国 3G 智能手机出货量已突破 2390 万,超过美国跃居全球首位,预计全球 2012 年 3G 智能终端出货量接近 5 亿台。

在周友盟看来,2012 年是 3G 爆发式增长的一年,也是智能手机快速普及的一年,中国联通 3G 业务将进入规模化发展的新阶段。“目前中国 9 亿手机用户中,90%使用的手机价格低于 2000 元,中低价位智能终端将进入高速发展期,成为 3G 普及的决定性因素,为产业链各方带来巨大发展机遇。” 周友盟说。来源:2012-1-4 通信世界杂志

[返回目录](#)

### 中国联通大幅增持其 A 股上市公司股份

1 月 10 日消息,中国联通(微博)A 股上市公司(600050)于 1 月 9 日晚间发布公告称,公司控股股东中国联合网络通信集团有限公司于 1 月 9 日增持公司 440.5 万股,占公司股份总额 0.02%,未来计划在 1 年内总共增持 2%的股份。

据悉,本次增持后,联通母公司持有公司的股份数量为 129.44 亿股,约占公司已发行总股份的 61.07%。

公告称,联通集团拟在未来 12 个月内(自 2012 年 1 月 9 日起)以自身名义或通过一致行动人继续增持公司股份,累计增持比例不超过公司已发行总股份的 2%(含本次已增持部分股份)。来源:2012-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

### 中国联通承诺柜台业务办理不超过 10 分钟

在刚刚召开的中国联通(微博)2012 工作会议上,中国联通负责人表示,2012 年城区普及 4M 以上宽带,在窗口服务方面,业务办理临柜时长不超过 10 分钟。

中国联通负责人在会上提出，业务发展方面，将规模发展 3G、宽带和融合业务，稳定发展 2G 业务。“在城市区域要全面普及 4M 及以上速率产品，并在有条件的区域推出 10M、20M 产品。”

在服务方面，中国联通表示，将全面落实“移动网络质量改善”承诺和宽带装移机“无条件受理”以及“限时装机、限时移机、限时修障”公共服务承诺。窗口服务方面，业务办理临柜时长不超过 10 分钟。

2011 年，中国联通良好发展态势得到了香港资本市场的高认可，联通红筹股在香港恒生指数全年下跌 20% 的情况下，涨幅 47%，在恒指成分股中居首位。  
来源：2012-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

### 【中兴】

#### 中兴通讯领跑 2011 年 TD 手机市场

据国内知名调研机构赛诺最新的 TD - SCDMA 市场销售统计数据显示，截止 11 月底，全国 TD 手机销量统计中，中兴通讯(微博)以约 22% 的市场占有率稳居厂商销量榜首，且近三个月市场占有率进一步上升，领先优势明显。

而在 TD 智能手机的销量中，中兴通讯占有率接近 22%，近 3 个月里仅中兴明星机型 Blade U880 就获得 TD 智能手机 30% 以上的销量占比，成为当之无愧的 TD 智能明星机型。来源：2012-1-6 北京晨报微博

[返回目录](#)

#### 中兴：全球电信设备商前五强地位不稳

没有利爪的猛兽，不论身躯多么庞大，总有一天会在自然界被淘汰。中兴也同样如是。

8 月 11 日，中兴通讯(微博)披露了 2011 年上半年的业绩快报，其中显示，中兴通讯上半年实现营业收入 373 亿元，比 2011 年同期 307 亿元增长 21%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.68 亿元，同比下降 12.4%。如此计算，上半年总体毛利率为 29.76%，较 2011 年同期的 33.45% 下降 3.69 个百分点。



而在更早前的 3 月 31 日，中兴召开第五届董事会成员第一次全体会议，会上执行副总裁史立荣当选总裁，原总裁殷一民卸任。有中兴内部人士透露，殷一民卸任的原因是“他没有完成任务”，也就是中兴的业绩不佳。

这些迹象都表明，尽管中兴通讯目前已经跻身为全球电信设备商的前五强，其地位并不牢固。很可能在未来由于外在形势的变化和中兴本身的战略失误而陷入泥潭。

### 形势不顺

中兴的发展受到的外在环境制约比较明显。例如 2009 年开始，中国移动(微博)、中国电信(微博)和中国联通(微博)纷纷展开 3G 网络建设，对网络设备出现井喷式的需求，包括中兴在内的国内电信设备商获得了大额订单，业绩增长非常明显。但是 3 年之后，3G 网络建设基本完成，来自国内电信运营商的需求就明显放缓，中兴的业绩受到波及。

目前国内市场对中兴的营收贡献在 40%左右，国内市场收入增长放缓，对中兴有直接的影响。

一直在电信设备领域领先于中兴的华为(微博)，已经转变业务结构，意图通过其他领域的收入来弥补电信运营商市场增长放缓的不足。而中兴也加大了对海外市场的拓展力度，希望通过扩大海外市场的营收弥补国内市场的不足。

但是中兴在海外市场的拓展仍面临重重困难。不像华为，中兴在主流的电信运营商和主流国家内的品牌知名度和认可度都没有华为那么高。虽然华为现在已经在转变战略，试图提高业务的利润水平，在产品价格上有所提升，但是这给中兴空出来的机会也非常有限。

相比于华为，中兴的价格优势不是那么明显。特别是在印度和非洲等海外市场，华为几乎不可能有太高的利润空间。双方注定会在价格上积极拼抢。

而海外市场相对于国内市场最大的不同，在于环境多变以及当地政府对电信采购政策也与国内不同。例如非洲的扎伊尔，本来在纷乱的非洲政治环境中算是相对稳定的一个国家，也成为中兴在海外市场扩展的目标之一。但是中兴在进入该市场之后的第二年，这个国家发生了政变，中兴的业务受到直接影响。同样的情况还发生在科特迪瓦。

有些国家在招标政策上也非常“有意思”。在南亚的印度市场，这个被世界电信设备商视为“黄金市场”的国家，其实在招标上非常“抠门”。印度政府将每一家电信设备商单独放在一个房间里进行报价，哪家设备商报价最低，就最有可能入选。结果在无法预知的报价环境下，电信设备商只能尽可能地压低报价，来争取获得订单。

所以，中兴这些年在海外市场的拓展，在规模上无疑是成功的，目前海外市场的营收比例已经占到其总营收的 60%左右。但是从海外市场得到的利润却非常有限。这样的局势在中兴确立了加大对主流电信运营商的攻坚力度时，表现的更为突出。

当前欧洲市场成为中兴的主要目标之一，在这个市场，中兴可谓机遇与挑战并存。爱立信(微博)、华为、诺基亚西门子等电信企业在欧洲市场非常强势，在综合实力上也明显强于中兴；不过欧洲遭遇欧债危机，主流电信运营商渴望得到更具性价比的服务，而中兴也正是以价格优势取胜。

但是欧债危机显然不可能一直持续下去，在主流电信运营商市场，中兴必须依靠提升产品的技术含量，依靠产品的性能优势获得认可。而这并不是短期可以实现的。

而且欧洲国家非常重视专利等知识产权概念，2011 年上半年，中兴在欧洲市场相继遭遇爱立信和华为的专利诉讼。在向主流国家扩张的过程中，专利是中兴绕不过的一道槛。

### 战略不佳

中兴本身也明白价格战的弊端。在业绩快报中，中兴如此解释业绩下滑的原因：首先，自 2010 年以来中兴深化了主要国家、主流运营商规模突破的战略；其次，智能终端关键市场进入重要切入阶段，公司采取了积极进取的营销策略，且毛利较低的手机在整体营收当中的占比提高；第三，2011 年中兴获得了 3.63 亿元软件产品增值税退税收入，而到目前为止国发[2011]4 号文配套财税政策发布时间尚未明确，也导致公司净利润同比下滑。

第三条原因明显不是主要的原因。前两条所阐释的原因才是主因，归根结底是四个字：“低价策略”。这种低价策略虽然很容易收到成效，但是对于中兴的可持续发展也会带来风险。正如中兴董事长侯为贵所说，在海外市场扩张，将极大地挑战中兴的成本控制能力。

目前中兴海外公司主要聘用当地人员，通过为当地创造更多的就业机会而赢得当地政府的认可。这个策略在南亚市场和非洲市场都有不错的反馈。但是在欧洲市场，这个策略也在接受挑战。当地的人力成本很高，而中兴要维持低价策略，就必须严格控制支出，这成为一对矛盾。

在金融危机之后，很多走低价出口策略的中国企业纷纷倒闭，为此中国政府也在积极倡导产业结构的优化升级，国内劳动力成本也在上升。此时的中兴却还在依靠丛林法则进行海外扩张，在“政治”上已经跟不上步伐了。

一旦中兴将来出现亏损，而主流电信设备商市场又长期无法突破，这将使中兴面临非常大的困境。目前中兴在海外市场的第一策略是保持规模，有些市场长

期没有太大的营收，但是中兴也一直在坚持。就像侯为贵所说：“我们把它当一盆花养着，总有一天会开花。”

所以，中兴过多地把赌注押在未来，却可能因为当前的挑战而功亏一篑。

为了支持中国 4G 标准走向世界，中兴也加大了对 TD-LTE 的研发力度，目前已经占到 TD-LTE 基本专利的 7%。但是 TD-LTE 未来前景还比较模糊，中国的 4G 网络尚未开建，更别说 TD-LTE 走向世界。中兴在 4G 上的赌注胜算也不高。

华为在 2G 时代就非常重视专利建设，目前不论是自主的专利还是通过交叉许可获得的专利数量都非常可观。而且经历过跟思科等大企业的专利战争，华为已经积累了丰富的经验。而中兴不论是在专利的积累还是交叉许可上都还很薄弱，这也是其锁定欧洲市场之后频繁遭遇专利诉讼的原因所在。

中兴认为采用低价策略获得市场规模，是为了赢得未来。不过单纯依靠低价显然无法实现这一目标。在专利等问题上，采取低价策略甚至会是一种阻碍。因为这会直接减少中兴在研发上的投入能力。中兴就像一个四处冲杀的猛兽，到了现场却发现没有利爪。

没有利爪的猛兽，不论身躯多么庞大，总有一天会在自然界被淘汰。中兴也同样是。来源：2012-1-10 互联网周刊

[返回目录](#)

## 【华为】

### 华为推出 Kik 类应用“天天聊”

目前，华为(微博)已经开始对外向 Android 用户提供了华为 Message+天天聊的试用版本，华为的相关负责人表示称该产品的设计想法比苹果的即时通讯应用 iMessage 还要早。

此前，Kik 类应用已经开始在国内市场普及，尽管国外的 Kik Messenger 在国内并未实现普及，但其国内开发者的跟进产品微信和米聊则获得了较大的用户群，而目前微信的占有率和普及效果尤为突出。而终端厂商方面目前只有苹果主动在其终端中内置了 iMessage 服务，这一功能仅限 iOS 用户间进行消息的发送。但其特点则在于其与手机的短信功能相统一，用户通过短信界面即可发送即时通讯的信息。而此前 Plam 的 webOS 系统也内置了类似的功能。

日前，华为的负责人也开始向 Android 用户推荐其推出的 Kik 类应用“天天聊”，经记者使用后发现，这一软件同样具备了与传统短信融合的功能，当用

户首次进入主界面后，便会提示安装离线消息推送程序 Push Service，该程序可以帮助用户节省流量和耗电量，并实现天天聊的离线消息推送功能。

记者发现该软件在主界面中便可看到机器本身的短信，而当用户进行天天聊的消息发送时，该应用将会以蓝色作为背景色，而普通短信的背景颜色为绿色，以此来方便用户进行区别。目前该手机应用支持视频、文本、表情、语音对讲、拍照/图片、地理位置、联系人名片等多种沟通方式。

华为的相关负责人对此表示称，华为 Message+天天聊试用版本可替代传统短信模块，而这个设计想法比苹果的 iMessage 等还早很多，只是因为一些原因被拖延了很晚。来源：2012-1-4 飞象网

[返回目录](#)

## 华为发布民航地空无线宽带技术

华为(微博)日前成功演示民航地空无线宽带通信技术，两百多名民航业内客户共同见证了这一历史性时刻。

当天第十二届民航信息化发展论坛在深圳市洲际酒店落下帷幕，上午9时许，中国民航飞行学院、为邦远航无线技术有限公司与华为联合发布了民航地空宽带通信技术。为邦和华为的技术人员在飞机上进行了包括访问互联网、使用搜索引擎、观看高清视频、在线观看有线电视新闻等业务演示，并进行了手机短信、微博、QQ、电话会议等的天地互动。

至此，民航中天全国机场无线项目进展顺利，地空通信的成功演示标志着民航进入空中互联网时代。来源：2012-1-4 科技日报

[返回目录](#)

## 华为：经济危机不会对公司产生太大阻碍

华为(微博)公司副董事长、执行副总裁郭平1月7日在“第十届中国企业发展高层论坛”上对《第一财经日报》记者表示，预计经济危机不会对华为公司的经营产生太大阻碍。

他指出，这是因为电信服务是必需品，欧美经济危机可能会对全球经济有一定的挑战，但是电信服务业整体发展基本不受经济波动影响。

目前华为公司80%的收入来自海外市场，其产品已应用于140多个国家，覆盖全球1/3的人口。郭平说，“全球局部地区发生的事件都会使我们无比紧张，因为都有可能跟我们的业务相关。”

华为公司是在 1998 年国内电信业重组的背景下选择“走出去”战略的。郭平表示，虽然进行国际化的兼并重组是公司做强的重要手段，但是华为如今还仅限于进行一些小范围的并购，还不到进行大规模并购的时候。

华为公司的主要业务是为电信运营商、企业和消费者等提供解决方案和服务。2010 年，华为的销售收入为 1852 亿元，同比增长 24.2%。来源：2012-1-9 第一财经网微博

[返回目录](#)

## 华为推全球最薄智能机 Ascend 售价约 400 美元

华为周一在国际消费电子展(CES)上发布了号称是全球最薄的新款智能机 Ascend 新浪科技讯 北京时间 1 月 10 日凌晨消息，华为(微博)周一在国际消费电子展(CES)上发布了号称是全球最薄的新款智能机 Ascend，厚度只有 6.68 毫米，华为希望借助该智能机提升在全球消费市场的份额。

Ascend 将是帮助华为打入从手机到平板电脑等个人设备的先锋，华为设备董事长余承东(微博)表示，Ascend 的价格大约在 400 美元，但最终的售价尚未确定。

余承东称，华为 2011 年的消费电子产品收入为 68 亿美元，比 2010 年的 48 亿美元高出逾 40%，符合华为高管 2011 年 11 月提出的 60 亿美元至 70 亿美元的目标上限。

Ascend 将提供黑、白、粉三种颜色，厚度为 6.68 毫米，4 月份将在北美、欧洲和亚洲上市。Ascend 触摸屏上方使用康宁的 Gorilla 玻璃，采用德州仪器(微博)的 1.5GHz 多核处理器。

华为 2004 年进军消费设备市场，并通过新智能机和平板电脑的发布力争在两年内成为顶级全球手机制造商。不过截至 2012 年三季度，华为在全球手机市场的份额只有 2.4%，排名第 9，落后于苹果和三星(微博)。来源：2012-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 华为终端销售 2011 年收入 67 亿美元 同比增长五成

记者昨日从华为(微博)终端公司了解到，截至 2011 年 12 月 31 日，华为终端全球销售收入突破 67 亿美元，发货量突破 1.5 亿台，均较上年大幅提高，其中智能手机同比实现快速增长，发货量超 2000 万台。

2011 年的数据显示，华为终端 2010 年发货量近 1.2 亿台，销售总收入超过 45 亿美元，其中 75% 均来自海外市场。照此计算，销售收入同比增长 50%，发货量同比增三成。

目前，智能手机已经成为华为终端全球发货量持续增长的主要元素。据了解，华为终端的智能手机产品线已在 2011 年实现高、中、低全系列覆盖，并已在运营商渠道的基础上拓展了社会渠道及电子渠道。

其中，国内市场贡献仍占较大比重。华为终端与运营商在 2011 年合作推出了多款旗舰型智能手机，其中包括百日销量超百万部的 C8500、60 天销量超百万部的 C8650、销量接近百万部的 T8300 和 Mobile Wifi。而新近推出的华为远见、荣耀和 MediaPad 等智能终端产品，也成为下一阶段的销售重点。来源：2012-1-5 深圳商报

[返回目录](#)

## 【诺基亚】

### 诺基亚开发出太阳能充电手机原型机

诺基亚(微博)周二公布的一项最新研究结果显示，通过安装于手机后盖的太阳能电池板给手机充电虽然存在可行性，但仍具有非常大的难度。

诺基亚表示，在找到一个可行的解决方案以前，还有很长的一段路要走。诺基亚当天在一篇博文中介绍说，只要摆放好，该公司专为这个研究项目开发的手机原型机便可以获得足够的电量以保持在待机状态，只不过通话时间非常有限。

诺基亚称，最大的挑战是手机后盖尺寸有限，这将限制太阳能电池板的大小，进而令电池所充电量受限。当用户携带这款手机的原型机在户外活动时，比如将手机挂在脖子上，太阳能电池板就可以获得相当多的电量。诺基亚也表示，这不是“最有风度或最便捷的充电方法，我们需要找到更好的解决方案。”但该公司并未对此详加说明。

诺基亚在瑞典南部、北极圈、波罗的海以及肯尼亚等地对这款手机的原型机进行了测试，结果显示在肯尼亚的测试效果是最好的。利用太阳能给手机充电并不是什么新鲜概念。例如，诺基亚早在 1997 年便推出了其所称的第一款太阳能充电手机。

后来，三星(微博)和 LG 等手机厂商也相继推出了后盖安装太阳能电池板的智能手机，如于 2009 年推出的三星 S7550 Blue Earth 和 LG GD510 Pop。市场研究机构 IDC 分析师弗朗西斯科·杰诺尼莫(Francisco Jeronimo)称，许多手机厂商认为可以利用公众对环保产品的兴趣来推广这种手机。

杰诺尼莫认为，消费者并不愿多花钱给手机安装太阳能电池板，同时这项技术目前还不成熟，无法成为主流产品。但他说，即便这项技术极不完善，不过在世界上一些资源匮乏的地区，使用太阳能给手机充电意义重大。

诺基亚介绍，美国发明家查尔斯·弗利特(Charles Fritt)被认为在 1883 年最先开发出太阳能电池板。诺基亚 2011 年在一篇博文中称，弗利特将薄薄一层黄金涂在半导体材料硒的表面，制作出了太阳能电池板，但太阳能转化效率仅为 1%。来源：2012-1-4 新浪科技

[返回目录](#)

### 消息称诺基亚 900 将自主生产不再外包

来自台湾供应链厂商的消息称，虽然诺基亚(微博)将基于 Mango 系统的诺基亚 800(Lumia 800)和诺基亚 710(Lumia 710)的制造工作外包给华宝通讯(Compal Communications)，但即将上市的高端智能手机诺基亚 900(Lumia 900)将由诺基亚自主生产。

该消息称，诺基亚将继续把低端智能手机制造工作外包给台湾 ODM(原始设计制造商)，但这种调整将导致手机代工厂的平均销售价格下滑。

受代工诺基亚 800 和诺基亚 710 的推动，华宝通讯 2011 年第四季度平均销售价格提高到 240 美元，环比几乎翻番。

该消息指出，诺基亚 2012 年第二季度将发布入门级 Tango(Windows Phone)智能手机，这将进一步促使台湾 ODM 平均销售价格下滑。

该消息还称，预计诺基亚将在下周的 CES 展会上展示诺基亚 900，其中可能包括由 AT&T 联合微软(微博)定制的 Lumia Ace 手机。来源：2012-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

### 传诺基亚将与微软商讨出售智能手机部门

移动市场观察人士埃尔达·莫塔金(Eldar Murtazin)今日在 Twitter 上称，微软(微博)和诺基亚高管很快将举行一次会议，商讨诺基亚将智能手机部门出售给微软的可能性。

莫塔金称，双方有望于 2012 年下半年达成最终的协议。除了诺基亚智能手机部门，双方的交易可能还将包括一座或两座制造工厂。

如果真的将智能手机业务出售给微软，那么诺基亚将只剩下传统手机、地图服务子公司 Navteq 和诺基亚西门子通信(微博)公司。

莫塔金还称，诺基亚 CEO 斯蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)2012 年将辞职(可能重返微软)，诺基亚的 Windows Phone 智能手机也将不再冠以“Nokia”品牌。

莫塔金还表示，收购诺基亚智能手机业务目前是微软的想法，微软尤其对诺基亚的移动专利感兴趣。

对此，科技博客 TechCrunch 作者罗宾·沃特斯(Robin Wauters)做出如下评论：

1. 早在 2011 年 5 月，即微软与诺基亚宣布 Windows Phone 合作协议后的几个月，市场上就已经有相关传闻。
2. 莫塔金的消息并不全部正确，但他此前有关诺基亚的预测十分准确，经常在官方宣布正式的消息前提前放出消息。
3. 放出相关消息的不止莫塔金一人，毕竟这样的合作合情合理。最近几年，诺基亚似乎并未沿着正确的方向前进。
4. 另外还有传闻称，微软和诺基亚可能联手竞购 RIM。
5. 如果微软收购诺基亚智能手机部门，该交易不禁让人们想到谷歌收购摩托罗拉(微博)移动交易。收购诺基亚智能手机业务，微软可以更好地与谷歌、苹果和其他 Android 手机厂商竞争。
6. 对于该传闻，我并不感到吃惊。来源：2012-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

## 诺基亚宣布将亚太总部从新加坡迁至北京

诺基亚(微博)发言人周三证实，诺基亚将把亚太总部从新加坡迁至北京，此举旨在提高业务效率，节省成本。

诺基亚发言人周三在一份电子邮件中称：“此举旨在让我们的运营适应于业务环境，从而提升我们的市场竞争力。这其中包括强化我们产品在亚洲的组装，接近于供应商。”

目前，诺基亚正在部署亚太总部搬迁事宜，该发言人并未透露将有多少名员工受到影响，哪些职位将被转移至北京，以及是否进行裁员等具体信息。

该发言人还称，亚太总部迁至北京后，新加坡办事处仍将继续运作。来源：2012-1-4 新浪科技

[返回目录](#)



## 诺基亚收购移动操作系统厂商 Smarterphone

诺基亚(微博)已经收购了挪威一家移动操作系统厂商 Smarterphone，该公司主要为功能型手机开发移动操作系统。

诺基亚早在 2011 年 11 月就完成了这笔收购，而近期投资公司 Ferd Capital 曝光了诺基亚的这笔收购。Ferd Capital 自 2007 年以来向 Smarterphone 投资了 650 万欧元(约合 826.8 万美元)。

通过 Smarterphone 提供的软件，功能型手机能够获得类似智能手机的界面和功能。目前尚不清楚诺基亚是否会在手机中使用 Smarterphone 的平台，诺基亚当前主要使用 S40 和 Windows Phone 系统。诺基亚这笔收购也有可能 是为了获得该公司的人才和经验。

相关各方没有披露这笔交易的财务条款。来源：2012-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

### 【其他制造商】

## 三星电子 2011 年四季度智能手机销量创纪录

得益于创纪录的智能手机销量，全球最大存储芯片和智能手机厂商三星(微博)电子将于周五公布强劲的第四季度业绩。

### 业绩向好

三星已于 2011 年第三季度超越苹果，成为全球第一大智能手机厂商。虽然 HTC(微博)、诺基亚(微博)和 RIM 的最新产品纷纷陷入困境，但三星却凭借优雅的设计和丰富的产品组合建立起市场主导地位。手机业务目前已经成为三星最大的利润来源，大幅提升了整体利润。

由于主要竞争对手越发依赖三星的零部件来生产平板电脑和智能手机，使得该公司拓展了移动处理器和高端 OLED 显示屏等全新收入来源，从而弥补了存储芯片的利润下滑。

“三星拥有优秀的业务组合，从零部件到各种消费电子产品，这也使之能够比竞争对手更好地适应科技行业的周期变化。” 所罗门证券投资公司(Solomon Investment & Securities)分析师 Lim Do-ri 说。

他补充道：“智能手机业务目前已经成为三星的主要增长动力，并且推动了该公司的零部件业务。但最大的问题在于三星能否抵御智能手机竞争对手的挑战。一旦手机业务出现倒退，就将伤及移动芯片和显示器业务。”

三星是亚洲市值最大的科技公司，市值约为 1500 亿美元。该公司将于本周五公布 2011 年第四季度的初步财报，并于本月末发布详细财报。

分析师平均预计，这家全球收入最高的科技公司第四季度有望实现营业利润 4.7 万亿韩元(约合 41 亿美元)，实现营业收入 46.2 万亿韩元。这将创下 2010 年第三季度以来的最高单季盈利记录，同比增长 57%，环比增长 11%。

分析师预计，三星 2012 的营业利润有望增长 28%，营业收入增长 12%。

### 潜在惊喜

三星第三季度的业绩超出预期，部分分析师预计，由于智能手机和电视销量好于预期，因此该公司的业绩有望再次给市场带来惊喜。对三星第四季度的营业利润预期最乐观的是高盛，预期为 5.5 万亿韩元，超出 2010 年第二季度的 5.0 万亿韩元。

分析师预计，三星第四季度智能手机出货量将达到创纪录的 3500 万部，环比增长 1/4。法国巴黎银行(BNP Paribas)和韩国证券投资公司(Korea Investment & Securities)预计，受益于高端 Galaxy 手机以及采用 Bada 系统的低端手机的推动，三星 2012 年的智能手机销量有望从 2011 年的 9500 万部增长到 1.7 亿部，这也是华尔街最乐观的预期。

三星最新推出的 Galaxy Note 4G 手机配备 5.3 英寸显示器和强大的双核处理器，成为了一款介于智能手机和平板电脑之间的产品。该产品已于圣诞购物期间在欧洲和亚洲部分市场成功发售，未来几个月还有望登陆美国市场。

分析师还预计，三星第四季度通过将硬盘业务出售给希捷以及降低授权费，获得了 5000 亿韩元的一次性收益。

受乐观预期推动，三星股价过去六个月的走势创下行业之最，区间涨幅达到 29%。苹果同期上涨 21%，索尼下跌 35%，诺基亚下跌 16%，HTC 下跌 50%。三星在电视市场与索尼 LG 电子竞争，在闪存芯片领域与东芝(微博)竞争，在平板显示器领域与 LG Display 竞争。

高盛分析师在最近的报告中说：“由于我们预计三星的基本面将保持稳定，竞争地位也将提升，我们认为该公司的季报仍将带来惊喜，新业务也将继续增长，从而推动股价上涨。”

三星 2012 年的主要障碍在于全球 PC 市场增速放缓，这将对其电脑存储芯片业务构成压力。电脑存储芯片的价格至少将在 2012 年上半年继续受压。仅 2011 年第四季度，DRAM 芯片的价格就下跌了 30%，接近成本价。

不过，三星通过投资新的生产工艺削减了成本，从而成为唯一一家仍然能够盈利的 DRAM 芯片厂商。

除此之外，该公司进军平板电脑市场的计划也受到了苹果专利大战的影响，后者希望在多个市场禁售三星平板电脑。三星 Galaxy Tab 已经成为苹果 iPad 的最大竞争对手，但在亚马逊(微博)发布超低价 Kindle Fire 后，这一地位有所动摇。来源：2012-1-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 微软 2012 年将投 2 亿美元在美宣传 Windows Phone

根据 Supersite for Windows 网站的消息称，微软(微博)及其合作伙伴在 2012 年内将斥资 2 亿美元用于 Windows 手机产品在美国的市场推广。

微软希望通过向手机零售商提供销售补贴刺激政策使得 Windows 手机在面对 iPhone 和 Android 手机时抢占到一定的市场份额，具体的做法是零售商每销售出一定数量指定型号的 Windows 手机便可获得微软公司每部手机 10 到 15 美元的补贴。

近日市场有传言称微软在即将于下周在拉斯维加斯举办的年度消费品电子展上将力推 Windows 手机，此外微软在此次展会上将会透露更多有关其手机操作系统的研发计划。

2011 年 12 月底，科技博客 WMPoweruser 公布了一份名为“Windows 手机发展路线图”的文件，该份文件内容显示微软公司将继续对 Mango 操作系统的研发和升级，未来 Mango 手机将主要针对终端机市场和商业级客户。

“路线图”还透露微软将在 2012 年第二季度中推出 Mango 的升级版，即 Tango，其最大的优势便是在于低廉的价格；而到了第四季度微软还会推出名为 Apollo 的类似产品。市场还有传言称，微软已经与诺基亚(微博)及其他合作伙伴签订协议要求后者尽快推出搭载上述系统的新款手机终端并加大市场推广力度。来源：2012-1-6 赛迪网

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### 【趋势观察】

#### 期待移动支付市场早日推进

2011 年的最后一天，中国人民银行公布了第三批获得第三方支付许可证的厂商名单，中国移动(微博)、中国电信(微博)、中国联通(微博)的相关公司赫然在

列，就连苹果 App Store 在中国的合作伙伴也成功领证。看到这一消息，笔者的 2012 年的新年希望中，移动支付的排名陡然上升。至于原因嘛？很简单，因为笔者等待手机钱包这个功能实在太久了，这倒不是因为笔者的钱包很鼓，而是从很久以前开始，笔者就想着要是手机也能刷卡，那该有多好。

其实手机钱包的功能运营商早已开始试水，在广州，电信就和羊城通进行了合作推出了专门的天翼羊城通，但是局限的确很多，手机不是用电信号码的不行，用电信号码的 USIM 卡不是专门的天翼羊城通卡的不行，换了天翼羊城通卡的手机后盖是金属的又不行... ..当然，最让人头痛的还是羊城通其实也不是在羊城哪里都通的，很多小额消费仍然需要我们这样、那样的其他卡甚至是现金买单——总之一句话，有关移动支付、手机钱包的新闻我们已经看到了很多很多，但是生活中它们的踪影却很难找到，更别说实用价值有多大了。

但如今情况似乎正在起变化，手机第三方支付的拍照运营商已经获得，相关的应用程序、商家发展、联盟组建都已经具备了可行性基础，虽然我们仍然要等待，但是这一次的等待终于有了盼头，应该不会再像等待戈多那样永无止境。至于手机支付能够解决什么问题？这方面的蓝图描绘其实已经很多很多，起码笔者上面提到的羊城通问题应该不再是太大的障碍，如果合作得当，三大运营商都有机会和羊城通公司展开合作。不仅如此，因为中国银联已经先期获得了移动支付牌照，要是三大运营商能够进一步和银联达成深度合作关系的话，那么围绕 NFC(近距离通信)技术展开的手机移动支付市场开拓将会全面掀开序幕。

和支付宝(微博)、财付通等基于互联网平台的远程第三方支付不同，手机运营商利用 NFC 技术将主攻近场支付市场，和互联网上付费需要记住繁复的用户名、密码信息不同，近场支付的最大特点就在于简单、方便，“滴”一声我们就能轻松买单，尤其是适合于超市购物、餐馆买单、便利店刷卡这种小额支付的场合，当然，也特别适合笔者这种没记性的“懒人”使用。所以，从个人的角度来看，在已经成功获得牌照的前提下，各大运营商最好开始加快搭建后台支付平台，当然，各大手机厂商也要加快相关的产品准备了，要知道 NFC 芯片虽然只是小小一个，但是要想整合到越来越轻薄的智能手机中也还是需要不少时间的，可是就是这么一个小小的芯片，却又能再一次引爆市场换机的高潮。目前中国手机用户总数已经突破了 9 亿，光是让这些现有用户全部换上内置 NFC 支付芯片功能的手机，就已经能够让各大手机厂商忙活上好几年了，这种商机，岂容错过？来源：2012-1-5 南方日报

[返回目录](#)

## 2012 年电信业八大发展趋势

2012 年初，国际上很多机构开始对 2012 年全球电信走势进行评述，综合各方观点，预测 2012 年电信业走向或有以下八大趋势，可归纳如下：

### 一、全球电信业务市场平稳增长，数据业务成运营商收入增长点

2011 年，全球电信业务市场增长达到了 7%，考虑到全球经济的波动性和不确定性，2012 年，估计全球电信服务市场的增长会比较平稳，平均增长率在 4% 的左右。业务收入可能会达到 17000 亿美元，占 GDP 的比重为 2.4%。

对于很多运营商来说，随着本地市场的饱和、传统业务收入的下降，2012 年，数据业务将被作为运营商收入增长的主要驱动力，主要是增值业务和内容，特别是在传统的电信收入来源出现问题时。电信运营商的重点是将这一业务扩展到新市场或区域性市场。

### 二、运营商面临全方位压力，增强自身实力至关重要

今天，运营商面临的压力是全方位的，主要包括外部和内部两种。外部压力方面，有调查显示，最大的压力主要来自非传统企业的竞争，比如：苹果、Google 和 OTT；用户需求；政府管制，比如：频率许可、竞争和政府举措(国家宽带网建设)；通货膨胀、汇率风险、利率、税收等导致的价格不确定性，使设备成本成为运营商的另一外部压力。

内部压力方面，成本成为运营商必须面对的最大压力。因此，2012 年，成本优化对运营商的重要性提升。过去，成本优化通常采用网络共享、非核心功能的外包的方式，但面对新的数据时代，运营商需考虑更积极的成本优化战略。

面对激烈的市场竞争，2012 年，大多数运营商将加大用户服务改善方面的投入，包括一周 7 天 24 小时的服务、周末的用户服务、错误修复、社交网问题的解决(Twitter 和 Facebook)。

网络数据管理重要性提升，2012 年，业务捆绑将加速，2012 年将会出现更多的捆绑战略，特别是第二层的运营商，因为许多原有运营商已提供了相关服务。在以移动经营为主的国家，NGA 网络正在部署，捆绑战略更易实施。

### 三、云计算从概念走向实施，实质性推进启动

2012 年，云计算将开始进入实际使用阶段。随着它的使用，将会降低企业进入的门槛，由于其内部的规模化特性，使投资相对低，推动企业化进程，比如：Amazon、Facebook 和 salesforce.com 生态系统已刺激了新一代的企业化。

2012 年，一些早期的采用者可能将发展的重点转到云方面，但云仍无法成为行业的主流和导向。不同的用户将采用不同的云计算，大企业会选择统一的租用或私用云，逐渐扩展到在额外容量、本地数据和其它需求中使用公共云。

云计算的实际应用重点在了解和开发其竞争力，包括 SaaS, IaaS 或 PaaS，数据要求、安全管制、不同弱点是需要考虑的，使使用中的负面影响降低到取小。

尽管云计算与传统计算比在很多方面更安全，但对于大、中型企业，安全问题仍需要强调，特别是隐私，对隐私的管制将是各国面临的新问题。

#### **四、运营商着力解决容量问题，移动互联网应用更加普及**

2012 年，运营商将采用多种方法解决容量爆炸问题，包括：部署频率更有效的技术、使用 increased data offload using Wi-Fi 和小蜂窝增加数据的卸载、改善网络流量管理、采用新的商业模式和资昆山计划。运营商希望通过这些方式可增加网络容量，降低每比特的传输成本。

2012 年，随着高速移动计算装置的发展和价格的下降，移动宽带将成为增长最快的领域，在新兴市场将进一步普及。随着新兴市场移动宽带的普及，这一领域运营商在全球的排位也会发生变化，发达国家运营商的主导地位会被动摇。2012 年，移动支付将成为移动最热的领域，驱动力来自智能手机使用和常规应用的普及、预交易成本的下降，越来越多的小企业使用这一业务。2012 年，移动即时信息将大幅增长，移动电子邮件用户将从 2009 年的 3.54 亿，增加到 2014 年的 7.13 亿，占全球移动用户的 10.6%。2012 年，大屏幕的终端将促进移动视频业务使用的增长，用户将把他们在互联网使用中的行为复制到手机的使用上。基于位置的业务、社交网、移动搜索和移动商务，也会逐渐在 2012 年热起来。

#### **五、推进绿色经营，积极应对气候变化**

ICT 行业碳排放占全球总排放的比例为 2%，为了减少排放，2012 年，ICT 行业会加大绿色 IT 的采用；普遍服务基金将促进农村太阳能、风力的使用，在发展通信的同时实现能源节约；政府为运营商提供直接补贴，将刺激运营商在经营中采用绿色方式。

2012 年，改善能源效率和采用新能源，将成为移动运营商减排的重点。有调查显示，移动运营商 86% 的能源消耗来自网络基础设施，具体做法是为没有电或电力供应不可靠的地区提供电力供应；降低运营成本；减少温室气体排入。

2012 年，运营商将继续部署多功能设备—分组光纤传输平台(Packet Optical Transport Platforms，简称 POTP)，将传统的网络元素集成到统一的装置中，以实现能源的最大节省。

#### **六、智能手机继续高歌猛进，智能装置市场主导格局明显**

2011 年，智能手机改变了移动行业的面貌，在手机销售中所占的比例已达到 20%。2012 年，智能手机在市场上的主导地位将继续巩固，市场占有率将继续扩大。但由于经济衰退，智能手机的销售将出现减缓趋势。在发达国家，智能

手机已很普及，其以用户友好和交互性受到欢迎。在新兴市场，中国将引领智能手机的发展。

根据调查，至少 70% 的商业用户希望完成从 PC 平台到智能平台的转变，2012 年将是这一转变的开始年，随着移动宽带网的发展、更多应用的企业化、云计算技术的发展，2012 年更多的企业将采用智能手机代替个人计算机。因此，有理由相信，2012 年将是商用领域大规模采用智能终端的一年。美国政府已同意在民用航空领域以 iPad 替代传统的打印机；美国的联合航空公司购买了 11,000 部 iPads，在飞机上试用。

2012 年，智能装置市场仍以 4 个平台主导，分别是 iOS, Android, Windows Phone 和 BlackBerry。用户关心的不再是硬件特性和价格，装置的垂直集成是成功的关键，同一平台集成应用、内容和在线服务。对于垂直集成手机制造商，要想提供一个完整的装置平台是困难的。

### **七、LTE 在全球商用范围扩大，各种技术共存**

2011 年底，全球 4G LTE 的用户将达到 1160 万户，领跑的运营商是美国 Verizon 无线和日本的 NTT DoCoMo。远高于 2010 年的 30 万户，商用的 LTE 部署超过 30 个，正在试验的 LTE 则更多。

2012 年，全球 LTE 用户将达到 6520 万，商用的 LTE 网络将翻倍，在 LTE 的早期部署方面，北美和亚洲将处于领先地位。2012-2015 年，LTE 用户年均增长将分别为 441%、215%、105% 和 84%。2012 年用户数将进一步增至 6280 万户，2015 年达到 7.442 亿户，占全球手机用户的比例为 10%。

2012 年，运营商将开始提供基于 LTE 的话音业务，但在 2013 年前不会广泛部署。

2011 年，全球 FDD-LTE 累计合同达到了 219 个，试验网 71 个，商用部署 57 个。全球 TDD-LTE 累计合同达到 26 个，试验网 26 个，商用部署 4 个。欧洲和北美在 LTE 部署商用方面处于领先地位。

2010 年，全球 LTE 手机销售量为 10 万，2011 年为 800 万部，2012 年，全球支持 4G LTE 的手机销量将骤增 4 倍，达到 3200 万部，2012-2016 年，年均增长率为 103.5%。

### **八、降低运营成本提升竞争力，运营商采取多种手段**

网络共享和外包是运营商成本节约的方法之一。有研究显示，通过网络共享，运营商的运营成本可节约 20% 左右。网络外包与网络共享相比，更容易和简单，但传统的网络外包模式正在改变，新的网络外包模式是将网络和 IT 系统都外包。新兴市场更多的采用网络共享和外包方式实现成本节约。2012 年，运营商将改变传统的共享模式，转而采用新的共享模式，比如：回传和积极的基础设施共享。

为了降低成本，运营商还将改变合作方式，主要有三种方式：一、深化与制造商的合作，将网络和 IT 外包；二、深化运营商间的合作，通过网络共享、协调深化合作；三、加强与装置制造商的合作，在发达市场，手机补贴正在驱动 3G 装置的迅速采用，在发展中市场，由于主要是预付费用户，鼓励 3G 装置的采用成为挑战。2012 年，这种合作将变得更普遍。来源：2012-1-4 通信信息报

[返回目录](#)

## 2012 年美国移动运营商 5 大事件预测

对移动运营商而言，2011 年就像过山车那样历经迂回曲折，2012 年将充满类似激动人心的事件。

2011 年，移动领域最大新闻当属 AT&T 斥资 390 亿美元收购 T-Mobile。2011 年 3 月份公布该交易时，AT&T 对交易前景充满信心，并同意向 T-Mobile 支付巨额分手费。但监管机构并不认可 AT&T 的收购计划，致使其计划流产。

AT&T 无法获得 T-Mobile 及其无线频谱，但这并不意味着收购交易会因此结束。AT&T 仍需要无线频谱，T-Mobile 也需要一个实力雄厚的母公司支撑其网络普及、竞争力提高。

随着运营商竞争更多有价值的无线频谱，预计 2012 年会有更多峰回路转。下面是 2012 年可能发生的 5 件大事预测：

### 1、AT&T 图谋 Dish Network

美国司法部(DOJ)和美国联邦通信委员会(FCC)极力反对 AT&T 收购 T-Mobile 交易。但 AT&T 仍需要频谱，因此，AT&T 有可能盯上 Dish Network。

全球金融服务公司 Guggenheim Partners 股票分析师保罗·加兰特(Paul Gallant)认为，AT&T 收购 Dish Network 是一件再合适不过的事情了。

根据他的一份最近研究报告，他认为监管机构会同意 AT&T 收购 Dish Network。尽管 AT&T 和 Dish Network 竞争电视客户，但双方在其业务重合市场上的地位分别位列第三和第四。毋庸置疑，AT&T 无线业务可利用 Dish 频谱。

Dish 也将从 AT&T 交易中受益。Dish 正试图获得 FCC 赋予新使命的新无线频谱。当然，这一过程会较漫长，FCC 会要求 Dish 遵守新频谱要求。尽管 AT&T 已经向 T-Mobile 支付 30 亿美元分手费，但该运营商仍拥有大量现金，能够尽快利用好新频谱。

目前尚不清楚 AT&T 收购 T-Mobile 刚失败后是否会迅速转向另一笔并购交易，但预计 AT&T 不会坐等时机。



## 2、Sprint 图谋 T-Mobile

在 AT&T 提议收购 T-Mobile 之前，Sprint 希望收购 T-Mobile 的传言已流传数年时间。现在，Sprint 收购 T-Mobile 的传言再次浮出水面。传统观点认为，既然 FCC 不愿意 AT&T 收购 T-Mobile，也不会同意 Sprint 收购 T-Mobile。但保罗·加兰特并不这样看待。

加兰特在最近发表的一份研究报告中说：“我们认为与单独的 Sprint 和 T-Mobile 相比，合并后的 Sprint/T-Mobile 更有能力同 AT&T 和 Verizon 抗衡。随着 AT&T 和 Verizon 继续壮大，我们认为监管机构的首要市场结构目标是防止市场上出现双头垄断，而不是保持四家国家级无线运营商。”

当然，这一交易肯定会遭到 AT&T 的强烈反对。Sprint 对此心知肚明，该公司是否有足够的勇气或现金进行收购尚不得而知。此外，Sprint 之前的收购道路并不平坦，准确地说，没有一笔收购交易完成得顺顺利利。该公司于 2005 年收购 Nextel，目前仍未取得圆满结果。Sprint 和 Nextel 采用完全不同的网络技术，而 T-Mobile 和 Sprint 也是采用完全不同的网络技术：T-Mobile 采用 GSM 网络，Sprint 采用 CDMA 网络。但 Sprint 承诺未来数年部署 4G LTE 网络，或为未来收购清除障碍。

即使 Sprint 不收购 T-Mobile，预计 2012 年也会有其它公司收购 T-Mobile。目前还没有迹象表明 T-Mobile 母公司德国电信计划再向 T-Mobile 继续投资。T-Mobile 从 AT&T 获得的 40 亿美元分手费不足以支撑该公司继续运转。因此，德国电信会继续为 T-Mobile 找婆家。但谁将接手 T-Mobile 仍是一个重大疑问。

## 3、频谱争夺达到高潮

AT&T 和 Verizon Wireless 的头等大事是获得无线频谱。预计 2012 年这些无线运营商巨鳄将施展浑身解数在频谱争夺战中大显身手。这些无线运营商及整个无线产业都表示需要更多频谱。

一年前，FCC 就针对频谱问题喋喋不休，曾游说国会通过授权 FCC 拍卖频谱的法律，同意 FCC 出售从电视广播公司获得的未使用无线频谱。但附加为新公众安全网络配 10MHz 频谱条款的授权拍卖努力却并未获得众议院和参议院支持。

最近，参议院领导在延长两个月的税收减免政策及价值 1 万亿美元综合性支出费用中并未包含频谱政策法规。众议院也没有任何进展。但这并不意味着就没有一点希望，AT&T 和 Verizon Wireless 迫切需要更多无线频谱，预计会加速谈判进程，促进频谱拍卖。

AT&T 因收购 T-Mobile 失败后无法获得该公司频谱，就更需要尽快获得频谱。Verizon 希望与部分大型有线竞争对手达成代理商协议，试图插手更多无线频谱。所有这些迹象再次表明运营商在不惜一切代价获得自己需要的资源。

因此，电视广播公司无法阻止电信公司对无线频谱的渴望。预计 2012 年授权拍卖法规将会出台。

#### 4、Light squared 出售频谱

对 Light squared 而言，2012 年形势乐观。该公司计划将原用于卫星的频谱用来创建一个国家级无线 4G LTE 网络。2011 年 1 月份，FCC 授权 Light squared 运营 L-band 网络，L-band 频率紧邻 GPS 频率。

这不仅提高了 Light Squared 56 MHz 无线电频谱的价值，还加大了同 AT&和 Verizon Wireless 等主流无线运营商的竞争赌注。

之后，GPS 产业和其它无线运营商开始了大规模的游说活动，阻止 Light Squared 创建网络。其中 GPS 主张 Light Squared 网络将干扰现有 GPS 接收器，尤其是高精密接收器如农业设备和航空设备使用的接收器。Light Squared 的信号传送器没有问题，但 GPS 接收器收到的频谱过宽而产生干扰现象。

最近福布斯上发表的一篇文章指出，Light Squared 网络不会因技术问题无法解决而流产，而是因为政策问题注定半途而废。Light Squared 主要投资方不会创建 Light Squared 网络，而是被迫出售其频谱。Light Squared 是否出售频谱将于 2012 年揭晓。

#### 5、Verizon 果断出击进入视频领域

本月初，Verizon Wireless 宣布将与美国部分大型有线运营商达成价值 36 亿美元的交易，获得有线公司财团于 2006 年竞购的约 20 MHz 未使用无线频谱。

作为该协议的一部分，Verizon 同意通过其零售店代理有线宽带和电视服务，并允许康卡斯特、时代华纳和 Cox Communications 等有线运营商销售 Verizon Wireless 服务。最重要的是，Verizon Wireless 终于允许这些有线运营商使用 Verizon 网络销售其自有品牌的无线服务。

另外，Verizon Wireless 母公司 Verizon Communications 在电视和宽带市场上仍同有线公司激烈竞争。但随着 Verizon 完成 Fios 光纤到家宽带和电视网络部署，该公司将在不同市场上加快竞争步伐。

Verizon 宣布同有线公司达成交易后，有媒体报道称 Verizon 考虑进军在线视频市场，同 Netflix 和 Hulu Plus 竞争。目前 Verizon 尚未公布任何声明，但其通过任意一家公司的宽带网络传输视频服务的计划确实是一个很明智的创意。

同 Hulu Plus 和 Netflix 服务极其类似，Verizon 视频服务或通过 Roku 机顶盒或微软(微博)Xbox 及索尼 PS3 视频游戏机提供，为 Fios TV 无法覆盖到的用户提供一条使用其服务的途径。

预计 2012 年 Verizon 将提供视频服务，年底将在少数市场上市。来源：  
2012-1-4 科技资讯网

[返回目录](#)

## 2012 移动互联网或将呈现爆炸式增长

“2012 年将是移动互联网真正的爆发点”。创新工场董事长兼首席执行官李开复(微博)说，目前中国的移动互联网仍然没有达到很大规模，国内深度移动互联网用户规模仅 5000 万。2012 年，随着 Android 智能手机价格下降、智能手机普及率提升，将有数亿新用户涌入。“今天我们看到 5000 万用户，但在一年以后我们能看到 1.2 亿，并会很快向 13 亿高速扩散。”

移动互联网、移动社交、移动电子商务... 放眼 2012 年互联网行业，移动无疑是主旋律。宽带、移动互联网普及率将再上新台阶，互联网技术创新、应用创新和商业模式创新将更加活跃，移动互联网将呈现爆炸式增长，跨平台跨终端应用势不可挡。

### 创新应用涌现

“2012 年将是微博商业化、体系化的一年。”赛迪智库预测，2012 年微博用户数将达到 4.5 亿。从用户增长规模数据看，微博的用户培养已进入成熟阶段。

各级政府将大量利用微博进行信息公开、公共服务和社会管理。2012 年年底，至少有 1500 个市县级政府开通微博，微博将成为政府与民众沟通的新平台。除了微博，微信、米聊、社交网站、基于位置的服务等新应用大量涌现，将给社会管理、公共服务、商务服务、生活娱乐等带来重大改变。

“如今遍地开花的政务微博开通，顺应信息传播手段的新变革，也显示出政府对公共信息传播更加重视。”复旦大学新闻学院传播学系主任廖圣清认为，2011 年是中国政务微博“元年”，也是中国政府信息公开的“里程碑”。但他同时指出，政务微博运作与网民的信息需求尚存差距。

“政务微博将不断升温，微博问政水平将不断提高。”上海交通大学公共关系研究中心、舆情研究实验室在 2011 年 12 月 20 日联合发布的《2011 中国微博年度报告》中，对 2012 年政务微博的发展趋势作出以上预测。

2011年电子商务零售市场交易规模达7303亿元,2012年有望达到10103亿元。2012年主流B2C电子商务平台企业将加快从专业购物平台向综合购物平台的转变。卓越亚马逊(微博)、红孩子、京东(微博)网等莫不如此。卓越亚马逊已提供超过150万种类商品;红孩子从原来的母婴用品销售商变身为包含化妆品、家居、健康用品的百货商城;京东商城则从3C数码产品涉足百货家居。2012年,将有大量品牌企业、代理商加入开放平台,无缝集成企业内部管理系统与电子商务平台,直接将网购订单转为生产计划。

团购市场在经过粗放式扩张后,将步入以精耕细作为主的理性发展期,市场规模仍将快速上涨。预计2012年中国团购用户数将达到1.9亿人,交易规模120亿元。2012年实物类团购规模将稳步提升,将与社交、评论、网站结合,逐渐演化成“社交+本地+移动”模式。

### **移动终端全面普及**

2012年移动网络新应用将大量涌现,基于传统网络的互联网应用将进一步嫁接到移动互联网上,将如雨后春笋般生长。据分析,2012年移动互联网用户有望突破4.8亿,3G用户数将突破2亿。

智能手机、平板电脑、电子书及各类新型移动互联网终端的销量快速增长,拥有量和普及率均大幅提高。市场调查公司iSuppli数据显示,2011年低端智能手机的销量将达到4.78亿部,预计2015年将以115.4%的年均复合增长率增长。易观数据显示,2011年第一季度国内智能手机销售总量近2000万部,市场占有率已接近30%。

我国移动支付市场规模2011年将增长78.8%,达到52.4亿元,移动支付用户数将达到2.2亿户。2012年有望超过120亿元。凡客、当当(微博)网、京东商城、卓越亚马逊等知名电子商务企业都在打造手机客户端和手机网站,移动电子商务用户及交易规模将持续提升。预计2012年我国移动电子商务用户将接近2亿,交易规模将达到40亿元。

此外,移动搜索领域将成为搜索引擎行业竞争的焦点,智能性、精准性和实时性将成为主流。在巩固社交网站、电子商务等的同时,搜索引擎业务将进一步向互联网其他应用领域延伸。中国移动(微博)与新华社联合推出的搜索引擎——盘古搜索,将互联网服务与移动终端深度融合,充分利用自身的技术优势,实现将桌面搜索结果直达手机的搜索服务新体验。随着移动定位技术、3G网络、地理信息系统的成熟,基于LBS(Location - Based Services)的广告、查询、调查等创新业务将大量增长。

### **三网融合有望突破**

2012年，三网融合试点城市将完成IPTV集成播控平台与中央平台的对接，并在实践中积极探索多样化的融合模式。

根据推进三网融合的阶段性目标，2012年试点城市将实现广播电视和电信业务的双向进入，三网融合迈出实质性步伐。随着试点方案的落实，电信运营商、有线电视网络运营商等进行的网络基础设施改造、内容集成播控平台建设、具体业务和模式等方面的工作均将完成，数字双向电视、IPTV互联网电视、CMMB手机电视等三网融合的重点业务将大规模开展起来。

随着各类智能终端的不断涌现和快速普及，互联网领域跨平台、跨终端、跨网络的跨界融合已成为不可逆转的大趋势。QQ、飞信、米聊、智能移动终端等应用的成功已经昭示，跨平台跨终端的应用模式将得到更多的商业机会。网络与内容在终端层面的融合势不可挡，三网融合将呈现新特点。来源：2012-1-4 中国经济时报微博

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 北京联通年初推多项优惠措施

昨天，记者从北京联通(微博)了解到，年初北京联通开展了系列促销活动。

北京联通表示，1月1日至3月31日之间，用户入网如意通、新势力校园套餐沃阅读版，只要上月话费大于10元，即可获赠10元话费。1月1日至1月31日期间，北京联通2G后付费客户可申请加入“国内漫游赠时长”活动。另外，至2月29日，北京联通移动用户加拨10193产生的香港、美国、加拿大长途通话将获赠相应通话时长。来源：2012-1-5 京华时报微博

[返回目录](#)

### 联通下调3G无线猫上网卡资费补贴数百元

在苹果宣布其平板电脑降价促销之后，中国联通(微博)相关部门也宣布了其专门为平板电脑等终端推出的3G无线猫上网卡资费，将3G无线猫上网卡产品包由标准资费1943元降至1500元，内含1200元预存款，联通为此补贴数百元。

#### 上网卡资费跟随平板电脑降价

根据中国联通相关部门的公告，此次对3G无线猫上网卡资费下调主要针对平板电脑的3G上网需求，产品包由1943元降至1500元。

这主要是因为近日平板电脑的降价潮凶猛。苹果中国将 1 月 6 日定为在线商店特别购物日，在该网站将不同版本的 iPad 2 优惠 250 元至 450 元不等；而之前，戴尔(微博)中国公司于上月底宣布其平板电脑 Streak 10 Pro 降价 700 元促销。更早前，联想、三星(微博)等已经大降平板电脑价格。

而同时，业内预计，2013 年全球平板电脑市场规模将达 9100 万台，在中国也将在 1000 万台以上，如此巨大的平板电脑保有量使得上网问题凸显，目前的平板电脑大多数是 WiFi 上网模式，没有内置 3G 模块，因此，3G 无线猫上网卡将 3G 信号转换成 WiFi 后正好可支撑平板电脑上网，且可同时支持家庭和办公室里多台平板电脑及其它 WiFi 上网。

中国联通相关部门解释说，为适应这种需求，因此推出新型 3G 无线猫上网卡降价举措。

### **联通补贴数百元**

此前已披露，中国联通已对新型 3G 无线猫上网卡进行了新一轮集采招标，中兴的一款型号为 MF30 的上网卡硬件中标，这种 3G 无线猫上网卡主要特点是可将 3G 网络转换成 WiFi，最多可支持 5 个用户同时在线。另外，还有一款已上市产品上海贝尔(微博)WR540 也具备同样的功能。

上月底，中国联通的这种新型 3G 无线猫上网卡套装实际已上市，该款无线猫上网卡硬件官方价格 743 元，再加上 1200 元预存款，整个套装总价 1943 元。

根据公告，这款新型 3G 无线猫上网卡套装降至 1500 元/套，同时赠送 2G TF 存储卡，以便增加上网卡的内存功能。也就是说，中国联通对该款套装补贴了数百元。

中国联通相关部门同时提醒，关于这款 3G 无线猫上网卡套装，凡是内含硬件不是中兴 MF30 或者预存款不是 1200 元的，都不是联通定制版，联通不提供任何服务保证。用户也可上联通相关网站

<http://www.vsens.com/zp/Default.aspx> 查询是否正品。来源：2012-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

## **【网络增值服务】**

### **BTV 网络春晚连播五天**

2012 年是 BTV 举办网络春晚的第三年，五台晚会五个主题，虽然定位有所不同，但“网络”和“草根”特色则是共有的。1 月 17 日至 21 日，观众可在北京卫视和文艺频道晚间黄金时间欣赏晚会。

据了解,2012BTV 网络春晚由“光影奇幻之旅”、“梦想放飞之旅”、“时尚潮流之旅”、“岁月流金之旅”和“幸福绽放之旅”五台晚会组成,最热的网络游戏、最红的草根达人、最牛的网络红人都将以劲歌热舞的形式亮相。

同时,影视珍贵片断、中外情歌金曲、校园记忆等体现时代潮流印记的节目会被主持人和演员反串表演。黄渤、牛奶&咖啡组合、果味 VC 乐队、黄雅莉、青鸟飞鱼等均将献艺网络春晚。来源:2012-1-8 北京晨报微博

[返回目录](#)

## 北京市民短信可查最近公厕

2012 年,本市将试点为部分目前尚未配备卫生纸的低等级公厕配备免费、自取卫生纸,并对实际支出情况进行核算。此外,北京目前正在开发公厕指引手机短信服务系统,今后,只要发个短信就能够知道离您最近的公厕在哪里。

记者从市市政市容委了解到,目前本市有公厕 12000 多座,其中 9000 多座达标及 3 类公厕目前尚没有配备卫生纸。本市将选择这 9000 多座公厕的一部分进行试点,在试点公厕中配备卫生纸、洗手液等。

根据公厕目前的使用情况,一座达标公厕一年卫生纸的支出费用预计在两万元左右,如果 9000 多座公厕全部配齐卫生纸,那么一年下来就要支出 1.8 亿元在卫生纸的配备上。来源:2012-1-7 北京晚报微博

[返回目录](#)

## 联通 2012 年将全面普及 4M 以上宽带

1 月 8 日,中国联通(微博)在京召开 2012 年工作会议,并明确提出其 2012 年发展总体策略,即规模发展 3G、宽带和融合业务,稳定发展 2G 业务。中国联通常小兵董事长做了题为《识大局 增信心 鼓干劲 快提升》的讲话,陆益民总经理做了题为《规模发展 创新变革 全力开创中国联通跨越式发展新局面》的工作报告。

### 加快 3G 网络深度覆盖 加强终端战略布局

2011 年,中国联通 3G 网络和终端的优势逐渐显现。自 2011 年 8 月份开始,中国联通 3G 新增用户就驶入了快车道。11 月,中国联通净增 3G 用户 338.4 万户,稳居行业第一,3G 用户总数则突破 3600 万户。而据中国联通研究院副院长黄文良在 2012 中国通信技术年会上介绍,截至 2011 年 10 月底,中国联

通 3G 基站达到 21.8 万个。但 3G 用户户均流量也迅速增长至 300Mbps，是 2011 年同期的 2 倍。

用户和流量的快速增长带动了中国联通网络建设的需求，工作会上，中国联通也提出，2012 年将加快 3G 网络深度和广度覆盖，继续推进 3G 精品网络建设。同时，大力实施产品和应用拉动，强力推动 3G 领先发展。

移动互联网和 3G 业务的发展呈现出明显的终端驱动。而 2011 年，中国联通的新定义千元智能机终端战略也颇见成效。截止 11 月份，联通全年“新千元大屏智能 3G 手机”出货量超过 800 万部。中国联通明确，2012 年，将以合约计划销售为导向，加强终端战略布局，并实施积极的终端策略。

### **城市全面普及 4M 以上宽带接入 满足三网融合需求**

在宽带业务方面，虽然没有发布明确的宽带提速战略，但中国联通的宽带提速工作一直在进行。其工作会提出，2012 年要在城市区域要全面普及 4M 及以上速率产品，并在有条件的区域推出 10M、20M 产品，满足三网融合及高速互联网业务发展需求。同时，将加快宽带提速的营销推广。

此外，中国联通工作会议还提出，实施宽带网络升级提速要充分发挥已集中系统作用，推动 IT 能力由功能提供向数据服务转移；借助云计算等新技术，构建以数据为中心的一体化 IT 架构，推动 IT 由简单支撑向深度服务转型。

### **将压缩管理层级 加大利润对人工成本倾斜**

中国联通 2012 年工作会还提出，2012 年，中国联通将压缩管理层级，减少资源的逐层损耗；采取事业部制管理模式，有效支撑资源合理配置到市场一线；同时，探索建立与移动互联网发展相适应的新产品管理体制和运行机制。

会议还确定将出台分配激励机制、加大利润对人工成本总额分配的影响权重等好政策。陆益民表示，2012 年，中国联通集团对薪酬政策作出重大调整，今后三年将薪酬作为刚性成本予以确保，让全体联通员工分享公司整体发展成果。

针对社会反映较为集中的服务问题，中国联通工作会也作了部署。2012 年，中国联通将提升窗口服务水平，使自有营业厅账期排队等候时长达到本地同行业先进水平，业务办理临柜时长不超过 10 分钟，推动服务取得实质性突破。来源：2012-1-10 通信产业网

[返回目录](#)



## 技术情报篇

### 【视频通信】

#### 国内首个 3D 频道开播：内容生产带动产业升级

2011 年 12 月 15 日，贺岁大片《龙门飞甲》的上映让观众见识到国内 3D 电影的制作水平。2012 年 1 月 1 日，国内首个 3D 电视频道——中国 3D 试验频道开始试播。这意味着普通观众坐在家里的沙发上，也能够欣赏到 3D 技术带来的炫目特效。

收看 3D 试验频道的硬性条件之一，首先便是拥有 3D 电视机。而通过 3D 节目内容带动 3D 产业的发展，包括 3D 电视机的升级换代，正是广电总局开播 3D 试验频道的用意之一。“这是一个先有蛋还是先有鸡的问题。”上海文广互动电视有限公司总经理史支焱在接受《第一财经日报》专访时如是说。作为 3D 试验频道的运营主体之一，文广互动负责牵头组织节目的制作事宜。“没有内容，卖不掉电视机。节目生产出来，电视机不普及也是问题。”暂且撇开这个问题，“不管是内容提供方还是电视机生产商，3D 市场的出路关键仍是 3D 技术的革新。”

#### 春晚试水 3D

据介绍，3D 试验频道由中央电视台、北京广播电视台、上海广播电视台、天津广播电视台、江苏广播电视总台、深圳电视台等六家单位联合开办，每天播出时间为 10:30~24:00，每晚首播 4.5 小时，每天重播两次，共播出 13.5 小时。内容包括动漫、体育、专题片、综艺等。据介绍，央视龙年春晚也将是 3D 节目录制的一次试水。

之所以六台联办，很大程度是为了解决片源不足的问题。“制作 3D 节目是一个耗时耗力的过程。”史支焱说，“人力、资金和设备的投入是制作 2D 节目的 2~4 倍。”首先，3D 摄影器材和特殊的后期制作系统都比较昂贵。从前期拍摄而言，因为需要立体成像，所以 3D 节目需要的摄像机位要比普通节目多，一般是 4 机位。影像切换较快的体育比赛更要求 6 个以上的机位；后期剪辑阶段，加工和组合中必须特别注意左右眼视差、垂直视差等。“不像一般的节目，打包传输、电脑剪辑，都非常容易。3D 节目做一个字幕，都要考虑立体感觉。”

很难论证，3D 电影的流行能否刺激 3D 电视的收视。相较而言，3D 电视的最大好处便是足不出户。只要符合四个条件：有线数字电视网络覆盖、安装数字高清机顶盒、拥有 3D 电视机以及 3D 眼镜，观众便能收看具有立体效果的电视

节目。“到 2011 年年底，上海东方有线数字高清机顶盒用户约为 30 万人。”史支焱说，“这都是我们的潜在用户。”当然，他们也是 3D 电视机的潜在消费者。

### 技术带动市场

通过 3D 节目内容带动 3D 产业发展，包括 3D 电视机的升级换代，这正是广电总局开播 3D 试验频道的用意之一。

借助《阿凡达》的一把火，2010 年 3 月，国内家电市场开始销售 3D 电视机。3D 电视机的消费前景，也反过来刺激 3D 内容的制作。世界上已有 25 家电视播出机构或运营商开播了 3D 频道。美国 CBS 体育台以及 ESPN 将以 3D 的形式转播 2012 年的美国网球公开赛。而央视也已经购买了 2012 伦敦奥运会的 3D 电视报道权，届时将提供包括开闭幕式、田径、游戏、体操赛事等 300 个小时的 3D 直播节目。广电总局计划到 2015 年底之前，具备制播 100 个高清频道和 10 个 3D 频道的能力。

但内容能够在多大程度上带动市场？大家心里都没有底。3D 频道之所以称之为“试验”，充其量只是问路之投石，传递的信号大于作用本身。“3D 电视的发展关键还是技术，是用户体验。”史支焱说。

“如果 3D 技术按照四档划分，国内的技术只能处在第二档阶段。”他解释，虽然都是立体，但立体的标准是有差别的。“我们的技术设备和国外比不相上下。但我们运用技术的能力还有待提高”，打磨更高水平的技术需要假以时日。

从国内现有的水平而言，技术上的不完善不仅限制了题材的制作——因为 3D 摄影机的机位相对固定，不能够摇臂式地推拉摇移，无法完成一些快速切换的镜头，也为 3D 电视剧的拍摄增加了难度。相应的，这当然也会带来一些不那么美好的用户体验。比如，收看时间长了会有些头晕；观众不能随意选择观看角度等。

文广互动 3D 项目技术负责人周威说，3D 电视观看的最佳距离，应该是电视机屏高的 3 倍左右，应比普通 2D 电视观看的距离近不少。因为在家庭收看 3D 节目，会受到光线、距离、观看角度等影响，观众应该根据情况调整到最佳观看状态。

“如果我们在技术上创新突破，能够达到第三档，甚或第四档，观众在家看 3D 电视，除了空间感带来的独特体验外，所有的不适感或可大大降低，甚至消失。”史支焱直言，只有技术的提高带来良好的用户体验，才能够真正带动 3D 电视和电视机市场的革新。

与 3D 电影一样，3D 电视作为一个新兴产物，也需要市场的培育，但是培育期有多长，运营商的容忍期又有多长，都很难规划具体的时间表。“制作 3D

电视的公司，短期很难找到合适的盈利模式。但作为产业推动的一方，不能因为不盈利，而不做探索，不做投入。也许需要 3 年，也许 5 年，这个市场才会趋向成熟。大家都在摸着石头过河。”来源：2012-1-4 第一财经日报

[返回目录](#)

## 【电信网络】

### Viva 巴林率先商用 LTE

Viva 巴林公司已于日前商用其 LTE 网络。

2012 年 1 月 1 日，Viva 在巴林市中心引入 LTE 技术，并计划以此为开端于第一季度在选定区域推出商用业务。

“为了实践给巴林王国带来创新和最佳服务的承诺，我们现已率先在巴林王国推出 LTE 4G 技术。” Viva 巴林首席执行官 Ulaiyan Al Wetaid 表示。

用户可以前往位于巴林市中心的 Viva LTE 覆盖区域获得第一手体验，并试用应用程序、在线游戏及互联网电视等。来源：2012-1-6 中国通信网

[返回目录](#)

### 2016 年 3G 覆盖 80% 运营商需强化网络能力

爱立信(微博)近日在发布 2012 年行业预测时表示，如果 LTE 快速部署的态势得以延续，预计到 2016 年，WCDMA/HSPA 网络能够覆盖超过全球 80% 的人口，而 LTE 网络也能够接近 40% 的人口覆盖率。

爱立信的研究数据显示，过去一年，全球移动宽带用户数达到 10 亿，相比 2010 年增长了 4 亿多。HSPA+ 21Mbps 已经成为全球主流的移动宽带网络，商用的 HSPA+ 42Mbps 网络也已经增长至 49 个。

#### 不过，LTE 的发展更快。

爱立信中国市场与战略部高级总监常刚拿了一组数字做对比。3G 时代，全球从首个试验网到第一个商用部署花了整整 3 年时间，HSPA 技术从试验网到商用网则用了 1 年时间，而 LTE 的这个过程只用了不到 9 个月。从生态系统的发展看，HSPA 的终端增长至 200 款用了大约 2 年时间，而 LTE 的终端增长至相同数量用了大约 20 个月的时间。

下一个五年，如果 LTE 快速部署的态势可以延续，LTE 用 7 年时间达到的覆盖面积和用户数将是 WCDMA/HSPA 花费了 10 年时间才能实现。基于这样的假

设，爱立信预计，到 2016 年，WCDMA/HSPA 网络能够覆盖超过全球 80% 的人口，在 2011 年覆盖率为 40%。LTE 网络也能够接近 40% 的人口覆盖率。

移动宽带发展方面，爱立信预计，2016 年将达到 80 多亿移动用户，移动宽带的用户数将接近 50 亿，其中超过 40 亿是手持设备，手持设备以智能手机为主，移动 PC 和平板电脑的用户数也将超过固定宽带的用户数。

爱立信预计，全球 2011 年智能手机的总流量相比上年增长约两倍。到 2016 年，移动数据流量将比 2010 年增长 10 倍，届时，来自智能手机等移动终端的数据流量将与来自 PC 和平台电脑的数据流量持平。常刚认为，在运营商力推网络升级的同时，也面临着应对短信移动信息业务下降，数据流量爆炸性增长等方面的挑战。

“网络本身就是运营商最主要最有竞争力的资产，首先考虑的就是强化网络本身的能力，增强型智能管道和异构网络(Hetnet)和将成为运营商的自然选择。”常刚说。来源：2012-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

## 全球 285 家运营商投资 LTE 49 张网络已商用

全球移动设备供应商协会(GSA, Global mobile Suppliers Association)日前更新了其《LTE 演进(Evolution to LTE)》报告，确认有 49 家运营商现已商用 LTE 网络。

该报告覆盖了 LTE FDD 和 LTE TDD 两种系统模式。

285 家运营商承诺商用 LTE 网络部署，或正在从事试点、技术测试、研究，较半年前增长 30%。

全球移动设备供应商协会确认有 226 张商用 LTE 网络正在 76 个国家和地区部署或规划中，较半年前增长 36%，其中有 49 张网络现已启动商用服务。另有 17 个国家和地区的 59 家运营商正在试用、测试 LTE，或进行研究。

目前已有 49 张 LTE 网络在 29 个国家和地区投入商业运营，约为半年前的两倍。分别位于亚美尼亚、澳大利亚、奥地利、巴林、白俄罗斯、巴西、加拿大、丹麦、爱沙尼亚、芬兰、德国、香港、匈牙利、日本、科威特、拉脱维亚、立陶宛、挪威、菲律宾、波兰、波多黎各、沙特阿拉伯、新加坡、韩国、瑞典、阿联酋、乌拉圭、美国和乌兹别克斯坦。

全球移动设备供应商协会总裁艾伦·海登(Alan Hadden)表示：“在 2011 年，全球成熟和新兴经济体的运营商加强了它们对 LTE 技术的承诺和投资。商用网络

数量超过新获得频谱的运营商数量一倍,许多运营商会为 LTE 重新划分现有频谱(尤其在 1800MHz 频段)。”

历年 LTE 商用网络开通数为:2009 年 2 张、2010 年 15 张、2011 年 29 张、2012 年(1 月 3 日)3 张。全球移动设备供应商协会预计到 2012 年底将有 50 多个国家和地区的 119 张 LTE 网络实现商用。来源:2012-1-6 中国通信网

[返回目录](#)

## 泰国将展开 1800MHz 和 2.6GHz 频段 LTE 试验

泰国国有电信公司 TOT 日前表示,将接受网络基础设施提供商进行 LTE 服务测试的要求。

TOT 公司的特许供应商 AIS 此前已经利用爱立信(微博)公司的设备开始了 LTE 试验。TOT 将在测试过程中使用其 64MHz 总频谱带宽中 20MHz。

TOT 公司总裁 Anont Tubtiang 在接受《国家报》的采访时表示:“测试将于下个月首先在曼谷开始,然后再扩大到其他主要省份。”

该监管机构授权在 1800MHz 和 2.6GHz 的频段进行测试(为期 90 天,可循环测试)。目前该国仍未进行正式的 LTE 服务频谱拍卖,预计拍卖最早将于 2013-14 年举行。来源:2012-1-4 飞象网

[返回目录](#)

## 【终端】

### 百视通、联想联手推首款互联网机顶盒

几天前刚刚完成上市的百视通很快作出了新动作。

昨天,百视通和联想在上海宣布推出一款互联网电视机顶盒产品。这并不是是一场简单的产品发布。2011 年 3 月,百视通、联想成立合资公司视云科技,这款机顶盒是它们合作的第一个产物。更重要的是,在互联网电视布局战中,百视通这次抢在了老对手杭州华数前面,率先推出了合规的机顶盒产品。

这对于百视通而言将是块新的大金矿。截至目前,百视通 IPTV 业务全国用户已超过 1000 万,对于互联网电视他们也有雄心勃勃的大计划。百视通人士说,他们预计 2012 年在上海将有 100 万台高清互联网机顶盒市场容量,三年后全国容量将增加到千万台,而整个互联网机顶盒市场长期容量将超过 2 亿台。

互联网电视最早本是彩电制造业为对抗外资品牌而推动的一场功能化创新。2010年初,广电总局出台相关规范,随后陆续下发7张互联网电视牌照,CBTV、百视通、杭州华数、南方传媒等广电系内容运营商得牌。

不过,早前的规范主要针对彩电整机设置,对于作为外置设备的机顶盒并未涉及。随后的一年多时间内,国内外的彩电整机厂商多数均与各大牌照方达成合作,但机顶盒领域却成为了一块灰色地带。

广电总局近期下发的《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》(广办发网字[2011]181号)文件(下称“181号文”)为机顶盒市场开了禁。不过,181号文强调,“互联网电视内容服务平台只能接入到总局批准设立的互联网电视集成平台上”,也就是说,机顶盒设备只能与7家牌照方合作。

这就成为了牌照方们的机会。2011年12月,百视通、杭州华数先后集结诸多机顶盒企业宣布发力这一产品形态的计划。

在互联网电视整机领域,2010年华数曾抢先与TCL(微博)、长虹、海信等结盟。如今,百视通、联想于2011年3月成立的合资公司发挥了先发优势。为昨天这款产品提供设计服务的上海旭上电子人士告诉本报,从2011年上半年这款产品就开始酝酿,产品大致定型后就一直在等待主管部门的政策放行。181号文出台,如今产品很快出炉发布。

一位广电业人士说,牌照方与播放设备制造方成立合资公司已成为业内合作形态的标配,而这一过程需向总局报批也已成不成文的监管规范。

百视通、联想将这款机顶盒描述为首个“标准化”机顶盒产品,以强调其合规性。来源:2012-1-6 第一财经日报

[返回目录](#)

## 【运营支撑】

### TD-LTE 有望新增 4 个试验城市

尽管 TD-LTE 第二阶段规模试验还没有最新的进展,但是,已有厂商跃跃欲试,宣称其已经满足第二阶段测试启动条件的所有要求,可以进入 TD-LTE 规模试验网第二阶段测试。而不愿具名的消息人士向 C114 透露了让业界更为振奋的消息,2012 年的 TD-LTE 规模试验有望新增 4 座城市。

据悉,这 4 座潜在新增的城市分别为北京、天津、青岛、武汉。早在 TD-LTE 第一阶段规模试验启动之前,青岛就成为热门城市,而北京在第一阶段只进行了演示网络的建设,武汉在争取 TD-LTE 规模试验方面表现得更为积极。

此前，有说法称，TD-LTE 第二阶段试验将基本维持“6+1”的试点范围，有可能在原有城市中选择几个城市扩大规模，但也不排除增加更多城市的可能性。在 2011 年底的 LTE TDD/FDD 国际峰会上，中国移动(微博)副总裁李正茂曾表示，TD-LTE 第一阶段规模试验建成基站超过 850 个，从现在的形势看，第二阶段的基站数量有望上升一个数量级。

回首 TD-LTE 规模试验启动之前，共有 11 家厂商参加了 2010 年底之前在北京顺义进行的研发技术试验。工业和信息化部于 2010 年 12 月批复同意 TD-LTE 规模试验总体方案，由中国移动承担“6+1”上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门六城市 TD-LTE 规模技术试验网和北京演示网建设。

在第一阶段的规模试验中，华为(微博)、中兴、大唐、诺基亚西门子、上海贝尔(微博)、摩托罗拉(微博)、爱立信(微博)、普天、烽火、新邮通等 11 家厂商悉数参加。从 2011 年年 3 月开始进行的 TD-LTE 第一阶段规模技术试验于当年 9 月底收官，总体看 TD-LTE 系统设备已经接近了 FDD 初期商用的能力。

工信部也高度重视 TD-LTE 第二阶段的规模试验工作，工信部尚冰副部长在出席中国移动 2012 年度工作会议时提出，中国移动要保质保量完成 TD-LTE 第二阶段试验，适时启动扩大规模试验，充分发挥中国移动的影响力，推进 TD-LTE 国际化进程。

有设备厂商在接受媒体采访时透露，TD-LTE 第二阶段规模试验的重点将围绕设备和网络优化、增强稳定性以及业务测试等方面展开；在终端方面，以双模终端为主。工信部科技司高技术处处长于生多在上月某测试会议上也表示，在 TD-LTE 第二阶段测试中，对于 R9 版本的测试功能要尽快实现。来源：2012-1-10 中国通信网

[返回目录](#)

### T-Mobile 奥地利与和黄 3 将共享 3G 网络

T-Mobile 奥地利和和记黄埔 3G 奥地利((H3G)宣布已经达成了一项网络共享协议，将从 2012 年 7 月开始共享其 UMTS 基础设施。

报道称，从 2012 年夏天开始，无法接收到 UMTS 信号的 T-Mobile 用户将会自动连接至 H3G 的网络，反之亦然。两家公司都希望减少所谓的“通信盲区”。

数据显示，截止 2011 年 9 月，奥地利无线市场的引领者 A1 电信占据了 41.5% 的市场份额，T-Mobile 以用户数计占据 31.3%。Orange 排名第三，市场份额 17.2%。H3G 则以 10.0% 的市场份额位居第四。来源：2012-1-4 中国通信网

[返回目录](#)

## 俄罗斯部署全球首张 1.9GHz TD-LTE 商用网络

俄罗斯新兴电信运营商 Antares 即将部署一张全国规模的 TD-LTE 商用网络。该网络计划利用 1.9GHz 频段，是全球首张部署在该频段上的 TD-LTE 商用网络。借由 TD-LTE 技术，Antares 将提升在移动宽带领域的竞争力，并为终端用户提供更高速率、更丰富的宽带数据业务。

Antares 的 TD-LTE 项目计划为期 3 年完成。2012 年，该网络将实现对莫斯科、彼得堡等核心区域的覆盖。Antares 的网络建设对于推动全球 TD-LTE 商用进程具有重要意义，尤其对 1.9GHz 频段上的 TD-LTE 大规模部署起到示范性作用。

作为 IMT-2000 的核心频段，1.9GHz 是 TD-LTE 发展的主流频段。不只俄罗斯，欧洲和亚洲部分国家的主流运营商均已计划部署 1.9GHz TD-LTE 商用网络。近期，日本小灵通运营商已经宣布逐步将小灵通业务退网，转向同在 1.9GHz 频段上的 TD-LTE 业务。

1.9GHz 频段相比 2.3GHz、2.6GHz 等其他 TD 频段，具有更佳网络覆盖优势，使用更少的站点即可实现全网的连续覆盖，节省运营商的站点投资成本。全球已建设的 LTE FDD 商用网络普遍以低频段进行连续覆盖，高频段用于城区热点覆盖，而 1.9GHz 是目前 TD-LTE 全球主流可用频段中最低的频段，在网络覆盖和投资成本方面具有明显的部署优势。

除了频段本身的优势，从产业链的发展而言，1.9GHz 频段的商用进程正在日益推进。目前，海思、创毅视讯、Altair 等厂家均已推出 1.9GHz TD-LTE 芯片和终端。这标志着该频段已经具备端到端商用的能力。

俄罗斯拉开了全球 1.9GHz 建网的序幕，在 1.9GHz TD-LTE 若能持续扩大全球市场规模，必将极大地推动 TD-LTE 产业链的商用进程，促进 TD-LTE 在整个移动通信领域的战略地位提升。来源：2012-1-4 中国通信网

[返回目录](#)

## 卫士通推全新手机支付模式：通过声音完成支付

在拿到第三方支付牌照 3 个月后，卫士通(002268，收盘价 15.15 元)对旗下手机支付业务的推广于近日正式启动。



《每日经济新闻》记者从卫士通方面获悉，公司在 2011 年 12 月 30 日就移动支付业务推出两项应用，打造属于自己的“支付宝(微博)”和“线下淘宝”，具体事宜则由控股子公司成都摩宝网络科技有限公司负责实施。其中最引人注目的是有别于现行主流支付方式的全新模式：通过声音来完成支付。

卫士通方面表示，这种支付方式最大的特色就是不需要用户更换手机、SD 卡或者 SIM 卡，解决了目前移动支付推广中最大的难题。公司对这种支付方式的推广很有信心，并表示首先会在成都本地试点，未来将视情况拓展外地市场。

### 首推“蝙蝠”超声波支付

上个月初，《每日经济新闻》记者从卫士通证券事务代表罗伟处证实，公司移动支付业务将在 2011 年年底启动。记者又从卫士通控股子公司成都摩宝网络科技有限公司(以下简称摩宝网络)了解到，按照计划，摩宝网络的手机支付解决方案“蝙蝠”在上个月 30 日正式上线。

这是完全不同于现行主流的手机支付方式。摩宝网络将这套解决方案命名为“蝙蝠”，事实上也确如其名，近场支付将通过超声波来完成。记者从摩宝网络获得的资料显示，这是公司基于自主知识产权研发、通过超声波无线通讯实现支付的技术；可应用于手机等具备音频播放功能的手持终端设备，用户只需要有一部能发出声音的手机，就可以使用“蝙蝠”完成支付。

在支付处理这个环节，安装在商家的支付终端类似于目前刷卡消费过程中的 POS 机。具体说来，下载相应应用程序并将其安装到手机上，遇到需要用手机进行近场支付，即通常所说的“刷手机”消费的场景，由商家输入支付信息，支付终端弹出“确认支付”界面，点击确认后将手机靠近支付终端上显示出的感应区域，手机发出细小的声音与支付终端之间进行信息传输；待支付完成的提示弹出后打印凭条，交易完成。

而现行近场支付方式主要有 NFC 和 RFID 两种，两种方式均涉及对用户端硬件设备的更换或者改造。“用户觉得换卡太麻烦，公司就考虑怎么来解决这个问题，所以就有了现在的‘蝙蝠’。”摩宝网络技术负责人介绍，现在用户不需要对手机进行任何硬件方面的更换或改造，只需要下载安装“蝙蝠”程序后就能刷手机实现支付；支付的安全性也不需担心，摩宝网络背后是以信息安全业务起家的大股东卫士通。另外，这种方式是以声音来完成，支付过程中是否会受到消费场所其他声音的干扰？

对于记者提出的这个问题，摩宝网络方面表示不用担心，“蝙蝠”系统采用的是高频段的超声波传输信息，频段与人耳能听到的声音频段完全不同。

### O2O 移动电商平台同步上线

合作银行方面，摩宝网络目前已就“蝙蝠”系统与建行签订了协议，与工行、农行、交行、招行等其他银行的合作也在积极推进中。

除了“蝙蝠”这个实现手机支付的方式外，摩宝网络也为用户使用“蝙蝠”进行手机支付搭建了应用环境。2011年12月30日，摩宝网络的名为“Mo立方”的O2O移动电子商务平台与“蝙蝠”同步上线。

“这个平台的模式是，用户在线上获得商家的活动、优惠、折扣等信息，凭借相应的消费券到商家用‘蝙蝠’完成支付，进行线下体验消费。”摩宝网络市场部负责人董天媛描述称，通俗点讲，“蝙蝠”系统就好比实现近场支付的支付宝，“Mo立方”的定位则类似于线下的淘宝，两者相辅相成。

《每日经济新闻》记者发现，目前摩宝网络上已开放了“Mo立方”手机客户端下载，率先放出的是苹果iOS和Andriod两个主流操作系统的版本。就记者的体验来看，在手机上点击进入客户端后，用户即可获得各项商家信息，包括各种优惠、折扣和促销等；界面UI设计简洁大方，并且集成了位置服务和社交功能，贴合时下年轻人的使用偏好。

董天媛介绍说，公司瞄准的用户群体为时尚、年轻的都市人群，因此首批入驻“Mo立方”的商户将是成都本地的餐饮、娱乐商户。记者从摩宝网络提供的合作商户名单中看到，成都本地保利万和、星美、万达、太平洋等几大电影院线均已进入签约或待签约商户行列，其他还包括KTV、火锅店、中西餐厅、溜冰场、汽车美容连锁、酒吧、化妆造型店、牙科医院等商家。截至2011年12月初，商户总数量已超过60家，门店数量则超过526家。

但是，“Mo立方”的服务对象并不是个人消费者，而是众多中小商户。摩宝网络计划通过“Mo立方”，为没有精力从事专门电子商务运营的中小商家打造线上推广平台。同时，公司希望通过向个人用户提供服务，促成他们与商户实现快捷的线上信息交互，随时随地获得消费优惠、折扣等来自商家的信息推送，最终转化为线下到商家实现消费。

### **2012年有望发展逾千家商户**

对证券市场而言，投资者更为关心的是新业务何时能从概念转向贡献业绩。对此，摩宝网络总经理谭兴烈表示，“Mo立方”刚刚推出，还处于先期投入阶段，公司考虑的是尽快将这项业务推广铺开，暂时还未考虑盈利的问题。

由于“Mo立方”的定位是为中小商户提供线上的电子商务平台，所以对于个人消费者完全免费，但通过为中小商户提供广告、促销、会员发展、支付结算等业务，从而促进用户到线下消费，实现流量转化为收入。

据悉，“Mo立方”上线时，首批入驻公司该电商平台的商户为200家，2012年签约商户数量会超过1000家。而记者从摩宝网络获得的相关资料则显示，第

一阶段公司计划完成 50 万用户和 2000 家线下实体门店市场的规模目标；先在成都本地进行试点，未来视试点效果情况再向外地拓展。应用方面，先期集中在餐饮、娱乐，后续会覆盖吃、住、行、游、购、娱以及其他更多的领域。

不过目前业内最感兴趣的还是公司的“蝙蝠”超声波移动支付解决方案。多位 TMT 行业研究员均认为，这种支付方式使用方便、快捷，将会大大提高现有模式用户的接受度；如果后续推进速度良好，卫士通将可能成为 A 股首家培育出成熟商用模式的移动支付公司。

而这种完全由自己掌控、独立运营的完整支付系统，是业内认为卫士通新业务的价值所在。目前 A 股市场上，相关公司均处于移动支付产业链上某个单一环节，例如国民技术(300077，收盘价 24.90 元)是支付芯片制造，恒宝股份(002104，收盘价 8.38 元)、天喻信息(300205，收盘价 20.28 元)、易联众(300096，收盘价 11.53 元)等是生产支付卡片，新国都(300130，收盘价 18.50 元)则居于 POS 机这环，旗下产品销售情况完全取决于运营商推广进展，或者下游商户的安装需求。因此，一旦这些第三方发生任何变动，上市公司就会面临很大的风险。

而关于初期的各项投入，摩宝网络表示主要是安装在商户实体门店上的支付终端。从摩宝网络提供的资料看，这个起到刷卡消费过程中 POS 机作用的设备，外形是一块类似于平板电脑、面向用户的触摸屏，用户以触屏方式确认支付信息，然后将手机靠近感应区域完成支付。该设备由摩宝网络提供给商户，收取少量保证金，大体与早年中国银联推广 POS 机的模式类似。

### 移动支付市场扩容提速

我国移动支付产业自 2009 年下半年起步，两年来虽未如预期中的迅速普及，不过目前也已形成一定规模。来自艾瑞咨询(微博)的统计数据显示，截至 2011 年年底，我国移动支付市场交易总规模将达到 484.4 亿元，同比增长 149.4%，用户数量将达 1.9 亿，整体已呈现出爆发式的增长态势。

而这块市场还远未饱和。艾瑞咨询分析师王维东指出，我国以移动电商为代表的移动互联网经济将高速增长，带动移动支付市场规模整体扩大；此外，3G、WIFI、NFC 及 RFID 等通信技术的逐渐成熟，以及智能手机为代表的移动终端迅速普及，将使得相关技术在移动支付领域的应用更加广泛，支付流程也得以更加顺畅和便捷；再加上用户对支付便捷化的需求迅速提升，我国移动支付还在维持爆发式增长态势。艾瑞咨询预计，2012 年、2013 年两年我国移动支付市场交易规模将分别达到 1209.6 亿元、2185.7 亿元，同比增速达 151.2%和 80.7%；用户规模则相应攀升至 3.1 亿和 4.8 亿；看好 O2O 模式在移动支付业务中得到良好应用。

产业链上的各公司也已各施所长，希望能在新市场里占据一席之地。中国银联已握有金融支付渠道，因此一直致力于发展用户；三大电信运营商不缺用户资源，各自建立了单独的支付公司开展相关业务；产业链中上游各硬件供应商也已相继供货，例如国民技术的支付芯片就应用到与中国移动(微博)联合推出的“深圳通”项目上，恒宝股份也在上个月拿到了中国电信(微博)1.06 亿元的手机支付卡订单。而作为行业准入证的第三方支付牌照，央行在 2011 年已发放了 101 张。

不过近期最令业界兴奋的消息还是来自于上月月底举行的行业论坛。在 11 月末由中国通信学会主办的 2011 年移动支付年会上，工信部科技司副巡视员代晓慧透露，工信部已与央行共同启动移动支付标准制定工作。

这意味着困扰行业一年多的标准之争有望划上句号。申银万国研究员万建军表示，综合电子技术标准化研究所等组织传递出的信息，预计我国移动支付标准有望在 2013 年上半年定稿，届时标准统一，厂商产能完全按照标准方案释放，全产业链加速发展是大概率事件。

而在市场整体启动前夕整装上阵的卫士通，目前对其新业务的发展前景相当乐观，特别是自主研发的“蝙蝠”系统。据摩宝网络市场部人士透露，目前已有很多企业来与公司接洽，有些希望能代理公司在他们当地的移动支付业务，有些希望公司能对他们开放“蝙蝠”系统，或者给予使用授权。“不过摩宝网络还是坚持先把成都本地市场做好，之后再向外拓展。”该人士表示。来源：2012-1-7 每日经济新闻

[返回目录](#)

## 2012 年 6 月底 Sprint 拟在 10 个城市推出 4G LTE 服务

Sprint CEO 丹·黑塞(Dan Hesse)周四表示，计划 2012 年上半年在达拉斯、圣安东尼奥、休斯敦和亚特兰大等 10 个城市推出 4G LTE 服务。

Sprint 之前曾表示在夏季中期推出该服务，希望在 4G LTE 领域赶上 Verizon Wireless 和 AT&T 这两大运营商。

但客户不会尽快享受到 4G LTE 服务，因为 Sprint 之前曾表示过在 2012 年下半年才发布 4G LTE 设备。

最近，AT&T 曾宣布其自有 LTE 网络将新增 11 个城市，其中包括洛杉矶、纽约和旧金山等大城市。Verizon Wireless 的 LTE 覆盖范围在美国仍处于领先地位。

除 4G LTE 外，Sprint 推崇的 Network Vision(网络愿景)计划采用的新技术允许该公司同时使用多种技术，这也将削减运营成本，提高信号强度，减少掉线次数。

黑塞表示，在 2014 年底之前，Sprint 自身拥有足够的频谱供使用。借助 Clearwire 的频谱，Sprint 在 2016 年前不用为频谱发愁，如果 Clearwire 获得新投资，扩大覆盖范围，频谱满足 Sprint 的时间会更长。

黑塞说：“我们希望与 Clearwire 密切合作，扩大覆盖范围。”但他强调这主要取决于资金。

在 Sprint 与 Clearwire 达成价值高达 16 亿美元的转售协议、帮助 Clearwire 摆脱困境后，两家公司的关系日益密切。该交易包括使用 Clearwire WiMax 网络的 unlimited 4G 数据预付费服务，对稳定 Sprint 价格起着关键作用。

Sprint 计划在 2013 年前完成其自有 4G LTE 网络建设。Sprint 还表示 2012 年将继续支持 WiMax 设备。Clearwire 也在向其自有版本的 LTE 技术转型。

黑塞表示，他希望 FCC 在 2014 年前批准该公司使用当前频谱创建 LTE 网络，在未来两年提高容量。

黑塞还对与 LightSquared 的合作关系发表评论。LightSquared 最近在使用自有频谱创建网络方面未能通过 FCC 批准。因为 FCC 担忧 LightSquared 网络会削弱 GPS 设备信号。黑塞指出，Sprint 已经与 LightSquared 结为合作关系，双方达成网络共享交易。根据交易条款，Sprint 将在其基础架构上托管 LightSquared 频谱，与 LightSquared 分享收入和频谱。

在放弃该交易之前，Sprint 最近为 LightSquared 获得 FCC 批准延长 30 天期限。

黑塞说：“我们希望 LightSquared 能够成功解决其干扰问题。”

黑塞警告称，受运营 iPhone、升级网络计划影响，预计该公司未来数年将面临巨大的利润压力。但他坚信运营 iPhone 和升级网络将提高客户忠诚度、促进用户增长并降低网络成本。

在谈到 AT&T 收购 T-Mobile USA 流产后，他丝毫不掩饰自己的兴奋。他说，尽管无线业界还可能有合并交易发生，但 AT&T 和 Verizon Wireless 很难达成收购交易，因为这两家运营商已过于强大。来源：2012-1-6 科技资讯网

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### 【数据参考】

#### 美国 Leap 总用户数达 590 万

美国 Leap Wireless 预估，于 2011 年第四季度新增约 17.5 万用户。该运营商估计季度净增约 20 万语音用户、其中约有 6.5 万来自其网络覆盖之外的区域。

Leap Wireless 预估其 2011 年全年共计净增 41.3 万用户，至年底用户总数达 590 万左右。

此外，该运营商预估其第四季度用户流失率约为 3.7%-3.9%。

“第四季度业务继续显示增长，我们的语音业务在智能手机应用、Muve Music 业务继续普及及全国零售分销渠道扩大的推动下势头惊人。” Leap 总裁兼首席执行官表示道格·哈奇森(Doug Hutcheson)表示，“我们智能手机和 Muve Music 业务收入在 12 月已占总收入的 60%，证明用户对我们高价值业务的兴趣。我们相信，语音业务的持续发展将进一步我们改善运营及财务表现，为进入新的一年起个好头。” 来源：2012-1-6 中国通信网

[返回目录](#)

#### 国际电信联盟：全球手机用户已达 59 亿

国际电信联盟(以下简称“ITU”)发布的 2011 年终报告显示，全球手机用户已经达到 59 亿，全球整体渗透率约为 87%，发展中国家的渗透率也达到 79%。

在所有智能手机用户中，移动宽带用户约为 12 亿，这类用户过去 4 年间每年都增长 45%，总量已经达到固定宽带的两倍。

为了推进移动宽带，全球有 159 个国家和地区推出了 3G 网络，覆盖率仍然仅为 2G 的一半。总体而言，发达国家的用户通常都会同时拥有移动和固定宽带，而欠发达经济体通常只能访问移动宽带服务。

全球 18 亿家庭中约有 1/3 能上网，远高于 5 年前的 1/5。在发展中国家，有 25%的家庭拥有 PC，20%能上网。

在所有的主要国家中，韩国宽带速度最快，整个国家的网速几乎都超过 10Mbps。美国的情况则差异较大，约有 1/3 的人口享受了超过 10Mbps 的网速，其他则分别在 2 至 10Mbps 和 256Kbps 至 2Mbps 之间。

总体而言，在全球 70 亿人口中，约有 1/3 使用互联网，其中 45% 不到 25 岁。互联网用户在发展中国家增长迅猛，2011 年在全球的占比达到 62%，而 2006 年仅为 44%。仅中国就占到全球网民总量的 25%。

但发展中国家仍有很长的路要走。在这些国家中，25 岁以下的人口有 30% 使用互联网，25 岁及以上人口有 23% 使用互联网。从绝对数来看，这 70% 不足 25 岁的未上网人群高达 19 亿，因此这些国家完全可以通过提升学校的上网覆盖率来扩大上网人群。来源：2012-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

## TD-LTE 基站总数预计 2016 年达到 50 万个

预计到 2016 年底，全球至少将安装或升级 50 万个 TD-LTE 基站。

移动网络业务主管阿迪亚·考尔(AdityaKaul)表示：“两年前，几乎所有的 WiMAX 运营商，包括未成对 TDD 频谱运营商在内，纷纷计划部署 WiMAX2。而仅仅两年后，几乎所有运营商都制定了 TD-LTE 计划并开始着手部署。”

TD-LTE 是第四代(4G)长期演进(LTE)无线标准时分双工(TDD)的变种。

今天的 WiMAX 运营商一般都提供基于 IEEE802.16 规范的固定 WiMAX 服务，或基于 IEEE802.16e 标准的移动 WiMAX 服务。IEEE802.16m 标准(又称 WiMAX 2)的开发是为了提供更高的数据速率并增加容量，WiMAX 论坛的成员承诺遵循 4G 的演进路径。

无线基础设施首席分析师吉姆·埃勒(JimEller)指出：“论坛上发生了一件有趣的事。尽管 TD-LTE 开始的时间比 WiMAX2 晚了两年，但 TD-LTE 却成为一种可行的替代方案。”中国移动(微博)是 TD-LTE 技术的早期推动者，作为其基于 TD-SCDMA 技术的 3G 网络的 4G 演进路径。不过，其他运营商则发现了与全球 LTE 标准保持一致所带来的好处。

巴西、日本、波兰、沙特阿拉伯等国家已经启动了 TD-LTE 商业服务。澳大利亚和斯堪的纳维亚半岛也开始部署 TD-LTE 网络，美国和印度也在计划部署大规模 TD-LTE 网络。

迄今为止最大的 TD-LTE 网络出现在中国。中国移动于 2011 年 12 月份开始启动其第二阶段的 TD-LTE 大规模试用倡议(LSTI)，活动将一直持续到 2012 年 6 月。杰克·桑德斯(JakeSaunders)认为：“中国移动上个月公布了计划，预计将在 2012 年安装 10000-20000 个 TD-LTE 基站，并有可能在 2013 年安装另外 60,000 个。”来源：2012-1-5 飞象网

[返回目录](#)

## 瑞信预计 2012 年全球手机销量 18.5 亿部

瑞士信贷周四表示,预计 2012 年全球手机出货量增长 2%,增速远低于 2011 年的 12%。

瑞信分析师预计 2012 年全球手机销量将达 18.5 亿部,较 2011 年预期中的 18.2 亿部增长 2%。

不过,瑞信仍然看好智能手机的销售前景,这也是疲软的科技市场中的唯一亮点。

该券商表示,到 2015 年,全球智能手机销量将达到每年 10 亿部以上,构成手机行业营收的近 80%。

瑞信将诺基亚(微博)的评级从“逊于大盘”上调至“跑赢大盘”,理由是从 2012 年下半年开始,该公司将从塞班(Symbian)系统向 Windows Phone 操作系统的转变中获得好处。

2011 年 10 月,诺基亚推出了两款使用微软(微博)Windows 系统的智能手机,这是其为反击苹果(AAPL)和谷歌(GOOL)而迈出的第一步。来源:2012-1-6 新浪科技

[返回目录](#)

## 2017 年全球电信行业收入将达 2.7 万亿美元

市场研究公司 Insight Research 公布的最新市场分析报告显示,随着消费者和企业无线服务方面的支出不断增加,全球电信业将继续其扩张势头扩大。该报告指出,全球电信服务收入将从 2012 年的 2.1 万亿美元增至 2017 年的 2.7 万亿美元,复合年均增长率为 5.3%。

该报告还指出,无线用户增长,特别是亚洲和其他新兴市场的用户增长,将促使无线业务收入在现有水平上提高 64%,而有线收入的增长则较为温和。预计这两个部门的所有增长几乎全部出现在宽带服务领域,其中无线 3G 和 4G 宽带服务在预测期内的复合增长率将高达 24%,而有线宽带服务同期的复合增长率将为 13%。

InsightResearch 公司研究部主管弗兰·考菲尔德(FranCaulfield)表示:“尽管全球经济存在不确定性,但电信业的收入显示出了强劲的增长势头,这主要受到消费者使用互联网及企业移动解决方案的推动。而这将促进新应用程序的开发。”



考菲尔德还指出：“即使经济前景不明朗，也难以掩盖电信部门是经济增长的一个关键因素这一事实。电信业促进了社会经济发展，是推动经济发展的关键因素，就像水和能源一样。”来源：2012-1-5 飞象网

[返回目录](#)

## 分析师预计 iPhone2012 年销量可达 1.16 亿部

加拿大投资银行 Canaccord Genuity 分析师迈克尔·沃克立(Michael Walkley)周五发布研究报告称，苹果 2012 年的 iPhone 和 iPad 销量将分别达到 1.164 亿部和 5460 万台。

沃克立认为，iOS 将占到全球移动操作系统市场 18%的份额，谷歌 Android 则会凭借 3.355 亿部的手机销量位居首位，份额为 51.9%。沃克立估计，2012 年的 iPhone 销量将较 2011 年高出近 2000 万部。

他还估计苹果 2011 年 12 月季度的 iPhone 销量约为 3050 万部。苹果将于 1 月 24 日公布最新 iPhone 销售数据。来源：2012-1-7 新浪科技

[返回目录](#)

## 【市场反馈】

### 宽带调查：国家战略惠及全民

岁末年初，在中国宽带建设和发展即将驶入快车道的时间点上，一份来自 DCCI 互联网数据中心的报告在网络上引起轩然大波。

一方面是电信运营商宽带提速、光进铜退工程在各地如火如荼的展开；另一方面是众多网民和用户对网络带宽和资费的质疑，以及电信业界人士的纷纷回应。“口水仗”愈演愈烈，那么真实的情况到底是怎样的呢？

其实，“真宽带”，或“假宽带”都不是问题的核心，问题的关键是用户希望享受到更好、更快、更便宜的宽带服务。国家相关部门以及电信运营商事实上已经开始行动，一个宏大的宽带提速计划已经展开并在各地迅速推进，一个泛在互联的时代即将到来：用户将享受到更好、更快、性价比更高的网络服务，国民经济也将受宽带提速影响得到提振。

#### 真假宽带之辩

2011 年 12 月底，DCCI 互联网数据中心发布了《中国宽带用户调查》。该报告的两项描述直指中国宽带发展水平。一是该报告称中国绝大部分互联网用户在使用“假宽带”，二是称中国网民宽带使用费相比很多海外国家和地区都较高。

其实，宽带的理想最大速度与实际速度之间是有差异的。

首先是“假宽带”的描述。根据该报告，超过半数用户上网平均速度达不到标定速度。数据显示：使用 4M 宽带的用户中，平均速度在 400KB/s 以下的占 91.2%；使用 2M 宽带平均速度在 200KB/s 以下的占 83.5%。

所谓的 4M、2M 带宽其实是“名义宽带”速率，按照计量转换，4M、2M 带宽的网速应分别为 512KB/S、256KB/S。

按照这一数值和报告描述来看，运营商的宽带服务确实没有达到理想状况。但多位接受《通信产业报》(网)记者采访的专家都表示，运营商提供的带宽业务速率，其实是指运营商容许的用户最高可以达到的速率，并不是指平均速率。

“此外，影响网络速率的因素有很多，例如屋内外物理线路、网络路由、电脑处理能力、下载网站处理能力，服务器(很多网站在国外)以及用户使用习惯(上网时间)等都会影响网络速率。”一位电信专家指出。

实际上，即使在宽带建设发达的美国和韩国，实际网速同样达不到标定速度，大致在理论速率的 70%-80%左右。《通信产业报》(网)记者联系了韩国的杨小姐，她购买的带宽是 100M，在一天的不同时间她用腾讯软件测试了实际网速，测速显示下载速度仅为 1.8M 左右，总带宽仅在 8M 左右，远低于理论 12.5M 的速度。

### 资费高低之辩

宽带资费的高低应放到更广阔的地理环境和社会环境中来看。所谓资费之辩，即该报告称：全国固网宽带用户上网 1M 带宽每月费用实际折合 13.1 美元，调查发现，中国大陆网民实际每月为 1Mbps 宽带的支出是越南的 3 倍，美国的 4 倍，韩国的 29 倍。

事实上，记者手中的另一份来自 ITU 的报告显示，亚洲部分国家和地区每月家庭宽带接入费，日本为 9.02 美元、中国为 9.87 美元、哈萨克斯坦为 13.13 美元、中国台湾省为 13.5 美元、约旦为 15.52 美元、泰国为 17.04 美元、印度为 18.78 美元。

如此看来，与其他国家相比，中国网民宽带上网费用绝对值算不上高。

且不论哪个报告更为权威，也不论这几年宽带资费在不断下行的现实，我国的宽带资费确实存在着：各地宽带资费不一，一线城市高，三四线城市低的特点，也存在着宽带资费将进一步大幅下降的大趋势，在此背景之后是运营商不为人知的增量不增收的尴尬。

不同地域的资费确实差别很大，例如，北京联通(微博)的 2M 宽带资费为 168 元/月，但在山西、江西等大量省份的二三线城市 2M 宽带费用已经降到了单月 60 元左右，青岛 4M 带宽甚至也降到了 60 元左右。

另一方面，宽带提速在不断刷低用户上网资费的相对价格，很多地方 2M 带宽直接升级到了 4M，也就是说资费相对下降了。正如，独立电信分析师付亮所言，目前上海、广东、江苏、重庆等多省市都开始了换光纤“提速不提价”的促销活动，在费用没有增加的情况，用户得到的带宽可从 2M 升级到 10M 或更多。

“如果 DCCI 的数据属实的话，是不是可以认为这部分用户的单位带宽价格将低于美国平均价格？”他说。

事实上，近几年来互联网数据业务的大发展，使得视频、P2P 等业务成为互联网用户最经常使用的应用，这些业务需要占用大量的互联网带宽，对网络压力非常大，一方面运营商为了保证用户体验在不断优化网络，大量投资，另一方面带宽资费在不断下降，也是事实。

### 泛在互联的国家战略

正如上文所述，用户对质量好、性价比高的宽带的不断追求是此轮网络“口水战”发生的根本原因，这也要求运营商在不断提升网络质量的同时，应大踏步的下降宽带资费。

其实，不论是政府层面，还是运营商层面，新一轮的网络提速已经开始，中国网民其实已经站在了泛在互联时代的入口。

早从 2011 年开始，中国电信(微博)就全面启动了“宽带中国光网城市”工程，而中国联通(微博)也大范围大力度的推进了“光进铜退”工程，中国宽带发展早就进入大跃进时代。

例如，在上海，2011 年上海电信对全市家庭光网客户进行了统一分批升速，家庭光网客户对应不同的路径，将分别免费升速至 10 兆，20 兆，30 兆。在北京，2012 年年底前，北京联通以光纤宽带为主的 20M 宽带将覆盖全市住宅楼宇，同时光纤也将覆盖全市办公楼。在天津，天津电信也宣布将投资 1.5 亿用于城市光纤网络改造，预计到 2012 年底，全市宽带普遍达到 20M 以上接入能力。

此外，宽带提速已经在国家层面得到了推动。据了解，“十二五”期间，我国将构建下一代信息基础设施，形成超高速、大容量、高智能的国家干线传输网络；全面提高宽带普及率和接入带宽，实现电信网、广电网、互联网三网融合。

同时，在我国战略性新兴产业规划中，已明确发展下一代信息网络、下一代互联网、新一代移动通信、数字电视网；要启动中国创新工程，实施下一代互联网商用推广，同时实施物联网和云计算创新发展过程。

工业和信息化部也于 2011 年年底宣布，将从 2012 年起推动实施“宽带中国”发展，目标是到 2015 年年末，城市家庭上网带宽达到 20M，农村家庭上网带宽达到 4M。来源：2012-1-9 通信产业报微博

[返回目录](#)

## 低端智能机即将普及 产业链变革在即

瑞银(UBS)最新发布的报告认为,由于手机芯片和关键零部件价格的迅速下降,预计2013年入门级智能手机的价格将跌至400-500元。预计2014年半数手机用户将使用智能手机,智能手机年度出货量将达2.5亿部,这一数字是2010年的5倍。

瑞银认为,从功能手机到智能手机的转变对整个产业链带来深远的影响,在一定程度上将改变3G时代的中国电信(微博)业竞争格局。3G时代,手机对于运营商的重要性大大强化,比如苹果iPhone和千元智能机;运营商和手机零售商展开广泛的渠道合作甚至融合;同时运营商定制手机在渠道中的比例不断上升,成为3G手机的主流。

报告提出,中国联通(微博)和中国电信将成为这些变化的主要受益者,但不利于中国移动(微博);有利于手机零售商但不利于手机批发商;有利于国产手机品牌但不利于国外品牌和白牌手机厂商。

就投资方面讲,瑞银认为中兴通讯(微博)是智能手机投资主题的首选股,中国联通也是主要受益者。智能手机将成为中兴的主要营收增长动力,预计其2012至2014年的营收年均复合增速将达到47%,智能手机营收占比将从2011年的15%增至2014年的24%。

### 低端智能手机为何在国内如此成功?

由于中国和发达国家在人均可支配收入方面的巨大差距,千元智能手机成为iPhone的替代品。例如,中兴Blade的硬件配置与iPhone 3GS几乎相同,但价格仅为iPhone 3GS的30%。中兴V880和U880都在三个月左右的时间内,实现100万部的销量,联想A60和酷派W706也在仅一个多月内实现50万部销量。与iPhone在中国每月出货40万-50万部相似,所有这些千元智能手机的销售都很火爆。

尽管低端智能手机的CPU处理速度、内存存储容量和触摸屏的敏感度远逊于iPhone等高端智能手机,但低端智能手机的性能已足以运行大多数流行的应用程序,这为中国普通手机用户提供了不同于功能手机的全新体验。

同时电信运营商提供高额补贴,千元左右的价格使得消费者较容易做出购买决定,互联网应用越来越受用户欢迎也是智能手机成功的因素之一。

瑞银认为,到2013年底,国内将有70%的用户负担得起智能手机,到2014年底,中国约有半数手机用户将使用智能手机,智能手机出货量将达到2.5亿部。

2013年开始,入门级智能手机的价格将迅速下跌。将由目前的千元水平跌至600-700元,2013年底将跌至400-500元。根据赛诺的统计数据,在中国

销售的手机仅 30% 价格低于 400 元。这意味着到 2013 年，70% 的中国手机用户将能够买得起智能手机。

2012 年后，塞班逐步退出历史舞台，Windows 平台将取代塞班那 20% 左右的市场份额，安卓成为主流操作系统。

届时，TD-SCDMA 的市场份额将逐渐扩大，到 2014 年提高至 30%，CDMA2000 仍为 15%，WCDMA 则小幅回落至 50%。

瑞银认为，2000 元将是国际品牌和本土自主品牌的价格分水岭，国际品牌凭借品牌优势，将继续主导高端智能手机市场。

预计国内手机厂商的市场份额将从 2010 年的 18% 提高至 2011 年的 22%，2012 年的 36% 和 2013 年的 42%。

同时，运营商定制手机在渠道中的比例不断上升，成为 3G 手机的主流。国内 3G 市场将进行结构性升级，和欧美市场趋同：运营商和手机零售商之间紧密合作，运营商通过捆绑套餐提供高额补贴，绝大部分用户实行后付费，锁定一家运营商的网络并很少改变服务提供商，直至无法抗拒一款新手机的吸引力而做出改变。来源：2012-1-5 中国通信网

[返回目录](#)

## 短信风光不再：互联网信息服务挤压利润空间

短信是 2G 时代的最流行手机应用，如今却已走向穷途末路导语：国外媒体今天撰文称，随着各种互联网信息服务的崛起，原本为运营商贡献大量利润的短信服务正在受到威胁，并有可能重蹈其他行业的覆辙，成为互联网发展的牺牲品。

**以下为文章全文：**

### 短信减少

短信长期以来一直都是美国移动运营商的重要利润来源，但随着用户逐渐开始使用廉价通讯渠道，这一利润将面临风险。

短信虽然已经风光不再，但依旧为美国运营商贡献了约 12% 的收入。如今，随着越来越多的用户开始使用 iMessenger、黑莓(微博)Messenger 和 Facebook 移动信息服务等廉价产品，Verizon 无线、AT&T 和 Sprint Nextel 等运营商面临着失去一个稳定收益来源的危险。

使用新型信息服务的用户仍然要向运营商支付移动互联网接入费，但每条信息的成本却远低于短信包月套餐和常规的单条短信资费，尤其是对于双向收费的美国运营商而言。

美国运营商的网络仍然承载了大量的短信，但目前已经看到了一些危险迹象。Verizon 电信 CEO 洛威尔·麦克亚当(Lowell McAdam)2011 年 12 月在分析师电话会议上说：“我的确预计短信将遭到冲击。”他指出，短信替代服务已经影响了部分欧洲运营商的业绩。

荷兰运营商 KPN 抱怨称，Facebook 和 Twitter 等社交网络提供的信息服务大幅压低了该公司 2011 年的短信收入。在韩国市场，一款名为 Kakaotalk 的短信替代服务每月处理的信息数量已经达到 300 亿条，蚕食了包括 SK 电讯在内的韩国三大移动运营商的传统短信流量。

“所有大型移动运营商发现，短信在一定程度上被其他服务替代了。”无线咨询公司 Mobile Ecosystem 分析师马克·洛文斯坦(Mark Lowenstein)说。

美国投资银行 Sanford Bernstein 分析师克雷格·莫菲特(Craig Moffett)表示，由于短信是最有利可图的业务，因此运营商完全有理由对此表示担忧。按照当前的资费计算，每 MB 流量可以为运营商带来 1000 美元的收入，而常规的移动互联网数据套餐仅为 0.02 至 0.13 美元。他指出，短信收入几乎是“100%的利润”。

AT&T 和 Verizon 无线已经着手应对廉价信息服务导致的短信收入下滑。AT&T2011 年 8 月取消了每月 10 美元包 1000 条短信的套餐，只提供 20 美元的 unlimited 套餐和每条 0.2 美元的逐条计费服务。

Verizon 无线也于 2011 年 11 月取消了每月 5 美元包 250 条短信的套餐，但仍然提供 10 美元包 1000 条以及 20 美元的 unlimited 套餐。

但由于用户已经习惯于用脚投票，因此这种推广高收费服务的策略最终可能引火烧身，并加快用户向其他服务的转移速度。例如，在用户的反对下，Verizon 无线上周取消了向在线支付和手机支付服务收取的 2 美元费用。

“强推高价 unlimited 套餐的行为可能会疏远部分用户。如果无法提供更优惠的选择，这种情况将尤为严重。”市场研究公司 Informa 分析师帕梅拉·克拉克-迪克森(Pamela Clark-Dickson)说。

### 互联互通

但对于运营商而言，短信替代服务的分化仍是他们的优势所在。例如，黑莓 Messenger 服务只能在黑莓用户间收发信息。

iMessenger 同样只适用于 iPhone，但与黑莓 Messenger 不同，该服务无需单独打开一个应用，而是可以与 iPhone 短信整合到一起。这样一来，当向非 iPhone 用户发送信息时，就可以自动通过传统短信渠道发送，而如果对方也是 iPhone 用户，就可以利用 iMessenger 绕过运营商的网络。

尽管 Facebook 和 Twitter 的服务都能够兼容所有智能手机，但在与使用不同手机或服务的好友联系时，很多用户仍会借助传统短信服务。

事实上，直到美国运营商的短信服务实现互连互通后，传统短信才在美国市场真正崛起。根据美国无线通讯和互联网协会(CTIA)的报告，美国 2002 年 6 月的短信发送量为 9.3 亿条，而在实现互联互通后，2003 年 6 月的发送量就达到了 15 亿条。

所以，除非苹果和 RIM 等企业也实现信息服务的兼容，否则运营商仍将继续通过传统短信创收。“在互联互通协议达成前，这不会成为太大的问题。”美国咨询公司 Altman Vilandrie 分析师锁门·甘谷力(Soumen Ganguly)说，他怀疑这些企业永远无法达成互联互通协议。

然而，即使无法互联互通，短信替代服务依旧在攻城拔寨。例如，黑莓 Messenger 已经在英国备受追捧，甚至在 2012 年 8 月的伦敦骚乱中成为不法分子的联络工具。因此英国警方当时甚至考虑暂停这项服务，以平息骚乱。

分析师表示，尽管市场存在分化，但很多用户仍在寻找一些方式彻底绕过短信。莫菲特说：“即使没有达到这一阶段，也非常接近了。很多用户已经开始采取这种措施。”

如果涨价无济于事，运营商应当如何是好？“或许没有太多办法，互联网已经颠覆了很多行业。”莫菲特说。来源：2012-1-5 新浪科技

[返回目录](#)

## 全球电信业转型提速 从规模扩张走向业务融合

2011 年是动荡的一年。日本大地震灾害、中东北非政治风波、欧洲主权债务危机，来自自然、社会和经济领域的冲击层层叠叠。欠佳的经济形势让电信业的革命显得异常艰难。移动互联网的兴起让电信业看到曙光，也造就了一批互联网明星企业。和他们比，电信运营商在移动互联网的大潮中的蜕变过程显得有些缓慢。“变革”成为 2011 年电信业的主旋律，电信业的发展正从规模扩张转向业务融合。

### 酝酿新气象的 2011

刚刚过去的 2011 年，电信业可谓“内忧外患”。外有移动互联网的挑战和全球经济形势的压迫，内有业务整合的压力，国内电信行业增长已经连续两年低于 GDP 增速。电信业在“求新求变”才能生存的形势下积极探索前进的道路。

3G 市场迅速壮大。据工业和信息化部数据，截至 2011 年 11 月，我国 3G 用户一年净增 7168 万户，总数达到 1.187 亿户，2012 年 3G 用户已增长 152.4%。

3G 用户数量的飞速发展预示着 3G 市场迅速壮大和 2G 市场的迅速萎缩。在欧美市场上，3G 上位、2G 退出的速度更高，对于市场的冲击也更明显。

“云”市场蒸蒸日上。2012 年 4 月初，苹果 iCloud 出世后，“云终端”就成为热门话题。在新的产业环境下，运营商将与 IT 企业正面交锋。IT 企业通过免费模式，搭建统一平台，在提供免费的基础服务的基础上，通过广告、增值服务等其他方式盈利对电信运营商形成巨大冲击。

全球都为“苹果”狂。2011 年，苹果是不可回避的话题。尽管 2012 年 10 月苹果“教父”史蒂夫·乔布斯因病去世，但苹果仍牢牢占领全球高端市场，一时无人能够匹敌。电信运营商们纷纷引进苹果终端作为开拓市场的利器，苹果和电信运营商之间的竞争和博弈引领着产业链的关系变革和参与者地位变更。

市场渐趋饱和，新技术、新市场竞争激烈，产业链地位受到的冲击，全球经济形势带来的巨大压力，让电信运营商们不得不求新求变。2011 年是电信业酝酿大变革的一年。

### 不平坦的转型之路

内忧外患下的 2011 年，电信业在奋力前行。一方面，通过经营策略调整和业务整合提升竞争力；另一方面，对于新兴业务积极探索，寻求开辟新的市场。

调整市场格局。欧洲等成熟电信市场增长乏力，亚洲、拉丁美洲和北美市场竞争激烈，电信业营收增长速度 10 倍于欧洲一些市场的非洲和中东等成长型市场正成为业界争夺的焦点。近日，法国电信同意以 16 亿欧元出售旗下的 Orange 瑞士移动业务，将战略重点转移到非洲和中东地区。出售非核心资产和新市场并购扩张成为运营商的重要工作。

整合核心资源。旧市场伴随着旧技术没落，新技术引领着新的增长点，核心资源正在悄然发生改变。运营商聚焦核心资源，新一轮整合加速。据国外媒体报道，美国电信运营商 AT&T 日前表示，斥资约 19.25 亿美元购买 700 MHz 频谱牌照，这些牌照可覆盖超过 3 亿人口。韩国电信公司日前表示，公司已获得关闭旗下原有 2G 网络的最终批准，尽管用户曾多次尝试以法律的形式阻挠该计划的实施。在每个地区的 2G 网络关闭后，韩国电信公司将尽快以相同频率提供 LTE 服务。

积极拓展新业务。业务升级、新业务建设是电信业 2011 年的重要内容。

语音 IM 热火朝天。目前各种网络沟通软件都带有语音、信息、数据传输功能，电信运营商当前主要业务话务收入受到严峻挑战。未来数据业务已经成为电信运营商未来业务增长的主要来源。在国内腾讯微信用户突破 5000 万，三大运营商也不甘落后，沃友、飞聊、翼聊各有千秋。从上半年情况看，数据业务已经占到运营商收入的 30%以上。



4G 大规模商用走向现实。目前，全球用户对数据业务的需求在 2011 显现无疑，全球的运营商都在积极升级网络，我国网络宽带化在 2011 年也取得积极进展，4G 大规模商用的日子并不遥远。截至 2011 年 12 月份，全球 LTE 的商用网络已经超过了 40 个，我国的 TD-LTE 技术已经有 5 个网络实现了商用；从业务发展来看，我国移动数据流量大幅提升，单月流量已超过 5000 万 G。

### 运营商的暖春并不远

目前，世界范围内电信行业面临新旧交替、遭遇发展瓶颈的形势下，电信供应商看似处在行业的寒冬之中。德勤数据专家析报告中指出，电信运营商面临着巨大的发展机遇，业务融合成为趋势。运营商应跳出旧思维，通过跨领域合作，创造新市场。变革中的运营商远不会走向穷途末路，新机遇比挑战来得更加猛烈，运营商的暖春并不远。

云技术服务。随着云存储服务整合到现有产品，电信企业将确立他们在内容服务领域的地位。电信供应商除了在网络营销和客户接触方面具有一定优势以外，在媒体内容传播方面也拥有丰富的经验。在 B2B 领域，电信企业可以借助其综合性服务，利用其网络和 IT 基础设施提供专业服务。

移动支付。借助智能手机和 NFC 技术实现的移动支付前景看好。专家预测，到 2015 年移动支付服务将会每年增长 50%。在这一领域，除了牵头的银行以外，电信运营商也发挥着重要作用。电信运营商可提供的服务，除了单纯的支付功能以外，还可以为顾客提供个性化的购买建议或者推出优惠券。

物联网平台和应用。智能电网、智能电表以及智能控制系统正成为发展趋势。在这一领域的投资需求旺盛，电信供应商潜力巨大。尤其是在网络监测控制、数据保护等方面，包括计量系统的市场营销，合作前途最为看好。

2011 年，是全球网络提速发展的一年，4G、LTE 的兴起，云计算、物联网、IPv6 的迁移给全球电信运营商更多的蜕变机遇。2011 年的电信业的竞争格局，我们已经很难再看到过去那种“你有你的战壕，我有我的阵地”，一板一眼的正规战，而更多的竞争则是各方在整个 ICT 产业内捆绑、联合、布局，全面开花的游击战，甚至是有更多产业外力量参与的“超限战”。这也预示着电信业在为糟糕的年景后的喷薄而出积蓄力量，2012 年运营商们或将迎来行业的暖春。来源：2012-1-4 通信信息报

[返回目录](#)

## 移动阅读难破盈利困局 近三成用户不愿意付费

移动阅读难破盈利困局随着智能手机的普及以及移动互联网时代的来临,移动阅读市场也进入了井喷期。但掘金移动阅读蓝海面临着一大难题,即如何吸引习惯免费阅读的消费者。最新调查数据显示,不愿意付费的用户比例接近三成,移动阅读市场仍遭遇消费者付费瓶颈。

### 移动阅读用户

#### 已超 2.69 亿

随着移动互联网应用的快速普及以及用户对手机阅读接受度的不断提升,移动阅读进入了快速发展阶段。数据表明,2011年二季度,中国手机阅读市场活跃用户数达 2.69 亿,同比 2010 年二季度,中国手机阅读的活跃用户同比增长幅度达 31.96%,手机阅读市场前景一片大好。

在地铁 10 号线上,白领张先生告诉记者,自己主要通过通过在手机上阅读小说来打发自己无聊的坐车时间。“它随时随地、图文并茂、有声有色的阅读方式的确很有吸引力。”

记者发现,越来越多的年轻人逐渐放弃传统图书,转而通过手机阅读。拿着手机或电子书阅读不仅代表着一种新时尚,更代表着人们利用“碎片化”时间读书看报的习惯已逐渐养成。在中关村大街的大中电器,一位卖电子书的销售经理告诉记者,目前是年底,电子书的销售十分火爆,每天都有 20 台以上的出货量。

目前,国内三大运营商悉数推出了自己的移动阅读平台。电信的“天翼阅读”、移动的“手机阅读”、联通的“沃阅读”均可通过网站和客户端两种方式轻松访问,下载电子书离线阅读。其中最为成功的中国移动(微博)手机阅读目前月访问用户已超过 6000 万,拥有超过 28 万册正版图书。手机阅读已基本成为国内正版数字阅读最大的门户,并已然成为数字出版新的风向标。

### 商业模式

#### 凸显多样化格局

随着手机阅读的繁荣,国内各大互联网企业也纷纷涉足手机阅读。在数字出版商业模式上,记者了解到,国外有 3 种经典成功模式,即谷歌的“数字图书馆”模式、亚马逊(微博)和苹果的“内容平台+终端设备”模式、爱思唯尔和斯普林格的“专业数据库”模式。

目前,中国数字出版正处在高速成长的初创期,具有自己独特的发展轨迹,盈利模式也不尽相同。百度文库采用的是“预读+付费+广告”模式,将正版电子读物引入文库平台,建立电子版权库,同时开辟付费阅读渠道,为合作方带来经济效益;当当(微博)网电子书频道则效仿亚马逊“阅读器+内容平台”模式,

与版权方按 4:6 分成, 当当网获得销售收入的 40%; 中文在线则采用“全媒体出版”模式, 借助其渠道和资源优势, 将图书内容通过互联网、手机、手持阅读终端、视听终端、数字图书馆等多种渠道发布, 并与出版社合作出版纸质书, 与影视公司、游戏公司合作, 将优秀原创作品改编为影视剧作品和游戏、动漫等, 实现“一种内容, 多种媒体, 同步出版”。

据中文在线董事长兼总裁童之磊透露, 中文在线是中国移动手机阅读基地的核心运营合作伙伴和最大的内容提供商之一。旗下拥有国内领先的在线阅读网站 17k 小说网, 并与新浪、腾讯、百度等多家网站合作, 向这些网站输送大量经典名家名著及网络原创文学作品。目前, 国内主流的手持阅读终端厂商 80% 都与中文在线有合作, 例如汉王、爱国者、联想、壹人壹本等。此外, 中文在线战略运营“搜音客”有声书城, 提供多达 5 万集(部)的有声读物。2011 年“搜音客”有声书应用在苹果商店中的下载总量达到 1000 万次。

分析人士认为, 纵观国际出版传媒业, 排名前十位的出版集团都隶属于大型媒体集团。这些大型媒体集团在数字化时代给我们的一个启示是, 伴随着产业融合的加深, “复合出版”势在必行, 即同一内容可以通过报纸、书籍、网络等多种载体发布, 最大限度地实现资源的充分利用, 减少重复投入, 降低出版成本。

### 手机付费阅读

#### 需跨多道槛

尽管移动阅读十分火爆, 但发展仍遭遇消费者不愿意买单的尴尬。易观国际(微博)日前发布的报告显示, 2012 年手机阅读市场不愿意付费用户比例为 27.8%, 略高于 2011 年。易观国际认为, 用户获取信息门槛逐渐降低和付费习惯尚未养成是造成这种情况的主要原因。

童之磊在接受记者采访时表示, 目前, 国内移动阅读正遭遇内容质量、盈利模式、版权问题、用户付费习惯培养等多种问题。我国手机应用门户网站提供的阅读内容不仅大部分还是传统图书或网络图书的手机版, 而且内容同质化严重, 无法满足用户想看新鲜、原创的需求。另外, 互联网上的电子书盗版问题严重, 数字资源正版化是确保手机阅读市场健康发展的关键。

对用户而言, 使用手机阅读业务, 不仅便捷而且便宜。中国移动 10086 的服务人员告诉记者, 目前每月花 3 元钱就可以阅读 1000 本书籍。记者调查发现, 目前, 通过手机终端阅读有两种形式, 一种是上一个门户网站就可以看书; 还有一个途径是登录类似 wap.17k.com 的网站, 编辑短信 8080 或手机阅读到 10086 即可。

手机阅读的竞争更加波澜壮阔。有关专家认为, 运营模式创新是赢得受众的关键。手机阅读将突破目前的图书、杂志、漫画、专业书籍, 逐渐向图片、听书、

行业应用延伸，同时，对图书产品进行更多的市场化细分。随着“全媒体出版”模式来临，手机付费阅读面临的诸多难题未来也将一一化解。

### 数字出版迎来爆发前夜

随着智能手机的广泛应用，以及电子书阅读器价格的逐步走低，当前中国数字出版产业正步入快速增长期。2011年，美国亚马逊公司 Kindle 电子书的销量已经超过了纸质书。同时，国内数字出版领域的领跑者如方正、中文在线等已经开始发力，而国内互联网巨头百度、新浪、腾讯等也纷纷涉足数字出版业务，老牌电子商务网站当当网、京东(微博)等也于近期推出了电子书分销平台。

在数字出版的大潮推动下，国内手机阅读市场也是一派繁荣，引得国内各大互联网企业纷纷抢滩，例如淘宝网(微博)推出了淘花、腾讯推出了手机 QQ 阅读、百度推出了手机版的文库等等。

手机阅读如今正在改变图书出版发行的模式，庞大的用户群极大地扩充了图书的销量，并使得一些经典好书的畅销成为可能。不过，国内手机阅读市场才刚刚启动，在巨大的需求导向下，市场前景可观，产业链上下游均存在巨大的机会。未来市场做大的关键，一是版权、二是内容、三是服务。

尽管国外成功的数字出版模式可以借鉴和部分复制到国内，但作为出版大国，国内数字出版企业应该在技术和商业模式上有所突破和创新。“全媒体出版模式”已探索出了一条可行之路。云计算时代数字版权保护问题更加复杂，传播渠道和内容需求更加多元化，解决好这些问题，数字出版才会有更大的发展。来源：2012-1-4 北京商报微博

[返回目录](#)

## IPv6 撬动互联网千亿商机 迁移需要产业链齐步走

近日，国务院召开常务会议，研究部署加快发展我国下一代互联网产业。会议决定，2013年年底以前，开展国际互联网协议第6版网络(即IPv6)小规模商用试点，形成成熟的商业模式和技术演进路线。2014年开始大规模部署和商用。

此次国务院会议明确提出 IPv6 未来几年的路线图，这将对我国集中资源向 IPv6 演进具有重要促进作用。有机构预计，IPv6 从试点商用到全面商用，改造和新建投资逾 1600 亿元，其中网络设备厂商和网络安全软件提供商将从中获益。

### 全球 IPv4 告罄，狼真的来了

随着互联网技术在全球范围内飞速发展，网民规模不断扩大，联网设备快速增加，对 IP 地址的需求变得极为迫切。2011年2月3日，ICANN 正式宣布全球所有 IPv4 的地址已经耗尽。

IPv4 地址即将耗尽的警笛在人们的耳边已吹了很多年，作为 IPv4 唯一的继任者，IPv6 早在 1995 年就经过 IETF 的批准成正式标准。IPv6 受到世界各国政府和产业界的高度关注，纷纷出台明确的过渡计划并大力推进。中国拥有世界上数量最多的互联网用户，据中央外宣办副主任、国家互联网信息办公室副主任钱小芊在 2011 年 11 月份披露的一组数据显示，我国网民人数已经超过了 5 亿。但我国 IPv4 地址仅占全球的不足 8%，中国的 IPv6 部署形势异常紧迫。

但仿佛是因为“狼来了”喊多了，产业界的一些企业形成了一种习以为常的等待与观望。IPv4 地址面临用尽的危机虽一直存在，但大多数企业只是在等待。IPv6 的到来是一场势不可挡的变革，从终端到网络，从设备再到应用系统，对 IPv6 的到来都已做好了准备。

### 运营商积极部署抢先机

IPv6 被定义为下一代互联网，如果不尽快过渡到 IPv4，无疑将在互联网时代被边缘化。业内专家预测，美国运营商和企业将在 2012 年开始大规模部署下一代互联网协议。

在 IPv4 的形成过程中，欧美主要发达国家占用非常丰富的地址资源，国外互联网的发展基础比中国雄厚得多。而进入 IPv6 时代，如果中国能够实现领跑，那么中国无疑也能够站在下一代互联网的前沿。当前我国决定大力推进 IPv6 商用化进程，正体现了政府站在国家战略的高度，在国际互联网版图上获取更多的可用资源的决心。

在国内，中国电信(微博)于 2010 年年初正式启动下一代互联网部署试点工作，在长沙等六城市开展 IPv6 试点。2011 年 5 月 31 日中国电信开通了纯 IPv6 网址的中国电信官网，并自主研发了面向 ICP 网站 IPv6 平滑迁移平台‘Smart6’，使现有 ICP 网站具备 IPv6 服务能力并为全球的 IPv6 用户提供服务。根据中国电信的布局，2009 年至 2010 年为 IPv6 的试商用阶段，2012 年至 2015 年规模商用 IPv6，2015 年以后将大规模使用 IPv6。

截至 2011 年 12 月，中国累计持有 IPv6 地址共 9399 块/32。总数量目前排在世界第五，仅次于巴西，美国，日本，德国之后。

### 向 IPv6 迁移需产业链齐步走

IPv6 不仅仅是一个技术问题，更是一个商业问题，而商业问题上的产业链协同发展往往更为困难，因此，IPv6 产业链仅仅依靠某一个方面推动是很难走向成熟的，这需要产业链各方协同创新与努力。

抢占 IPv6 的先机，不仅意味着抢占了一项技术、一个标准；更遥远的意义在于，在万物都在联网的将来，IPv6 将联通万物，各行各业都要牵涉其中，带来的商机是无限的。从基础网络到通信运营商再到互联网服务商乃至用户，IPv6

过渡是一项庞大的系统工程，涉及运营商、ICP、网络设备提供商、终端设备、软件、应用等多个环节，必须全体联动，才能顺利完成，任一环节存在短板，都可能使 IPv6 发展停滞不前。

虽然我国已经明确了从 IPv4 向 IPv6 迁移的路径以及策略，但是受制于目前国内互联网产业发展以及相关体制的不完善，IPv6 的推进进程还相对缓慢。这首先在于 IPv6 与现有 IPv4 不兼容，网络和网站运营商必须升级他们的网络设施和软件以支持 IPv6 信息，但升级转换牵涉方方面面，尤其是软件应用全面转换升级难度较大；其次，IPv4 向 IPv6 过渡、两者并存的方案并不够清晰；目前，在部署 IPv6 方面，运营商、互联网商、通信设备商仍然各自为战。此外，应用的匮乏是面临的重大难题之一。

虽然，对于终端用户来说，暂时还不会有太大的感受，毕竟用户处于整个产业链的最后环节。但是，电信运营商则没那么幸运，他们已经感受到了地址用尽所带来的切肤之痛。中国电信北京研究院副院长赵慧玲在参加 2011 全球 IPv6 峰会时曾指出：“终端网络内容和应用的协同推进，是我国国家下一代互联网顺利发展的决定因素。”产业链各方必须协同创新，才能加快 IPv6 商业化。

或许，只有像网站一样的内容及应用提供商先动起来，开始为用户提供 IPv6 服务，我们才能在实践中不断前进，发现并解决问题，否则我们在 IPv6 的部署上只能是互相等待，停滞不前。来源：2012-1-4 通信信息报

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：（010） 6598-1925、6598-1897

E-mail: [apptdc@apcsr.com](mailto:apptdc@apcsr.com)

服务平台：（010） 6598-1925-602

E-mail: [fuwu@apcsr.com](mailto:fuwu@apcsr.com)



---

北京公司：(010) 6598-1925、6598-1897	E-mail : <a href="mailto:beijing@apcsr.com">beijing@apcsr.com</a>
深圳公司：(0755) 8209-6199、8209-1095	E-mail : <a href="mailto:shenzhen@apcsr.com">shenzhen@apcsr.com</a>
上海公司：(021) 5032-6488、5032-6844	E-mail : <a href="mailto:shanghai@apcsr.com">shanghai@apcsr.com</a>
重庆公司：(023) 6300-3200、6300-3220	E-mail : <a href="mailto:chongqing@apcsr.com">chongqing@apcsr.com</a>
杭州公司：(0571) 8993-5943、8993-5942	E-mail : <a href="mailto:hangzhou@apcsr.com">hangzhou@apcsr.com</a>
广州公司：(020) 8595-5398、3758-0475	E-mail : <a href="mailto:guangzhou@apcsr.com">guangzhou@apcsr.com</a>