



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. 02. 15

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 运营商频频断网为哪般

断网！断网！断网！一向以提供电信级服务为荣的运营商巨头在进入了移动互联网时代之后似乎是中了魔，频频陷入“断网”的梦魇——

■ 3D 频道“满月”试出啥？

中国首个 3D 频道元旦开始试播，这个由中央电视台、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的 3D 电视试验频道，每天播出 4.5 个小时的新节目，两次重播，总共播出 13.5 小时的节目。从元旦到现在，该频道已经开播 1 个多月了，而观众对节目的感受如何呢？就此记者在北京地区做了一次小范围调查采访。

■ 悲情诺基亚：沦落皆因自负

当移动互联网新浪潮来袭，曾经的手机巨人诺基亚(微博)、摩托罗拉(微博)、黑莓(微博)、索爱等受尽煎熬，走向末路。有着 147 年历史的诺基亚，2011 年被迫投入微软(微博)的怀抱；商用手机发明者摩托罗拉已被谷歌(微博)收购；音乐及拍照手机潮流引领者索爱近几年业绩低迷；凭借邮件推送技术独步江湖的黑莓，现在已是墙倒众人推。虽然这些过去的手机大佬们还在奋力自救，但都因缺乏颠覆性的创新，至今还身陷黑暗的市场通道中。在快鱼吃慢鱼的今天，分析他们的成败得失，或许可给那些行业后来者以警示。

■ 电信垄断不除 谁都维护不了消费权益

最近，哈尔滨工商局启动“叫停电信收费不合法规则”行动，高调叫板电信行业的计费方式。面对挑战，电信行业也针锋相对，《人民邮电报》撰文称赞赏工商局为消费者维权的勇气，但指其越权执法，文章表示按电信条例规定，电信业由通信管理局监督，按现行法律和管理体系，工商局无权“叫停”电信收费。

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 |
| 运营商频频断网为哪般 | 5 |
| 3D 频道“满月”试出啥? | 6 |
| 悲情诺基亚：沦落皆因自负 | 8 |
| 电信垄断不除 谁都维护不了消费权益 | 11 |
| 中移动为何无缘 iPhone：谁都不愿低头 | 12 |
| 产业环境篇 | 16 |
| 【政策监管】 | 16 |
| 工信部：宽带提速为 2012 年重点 | 16 |
| 工商部严厉打击手机等商品假冒伪劣行为 | 18 |
| 国务院新闻发布会透露电信业主营收入增 10% | 18 |
| 工信部：2015 年初步完成物联网产业体系构建 | 19 |
| 【国内行业环境】 | 19 |
| 电信业资费连续 7 年下调 | 19 |
| 携号转网尚无全国推广时间表 | 20 |
| 我国手机市场渠道开始转型期 | 20 |
| 中国进入平价智能机时代 运营商策略亟须转变 | 21 |
| 国产手机份额升至 37.5% 全面崛起尚需品牌之炼 | 23 |
| 国内手机支付或将迎来井喷：运营商赶搭末班车 | 25 |
| 国产类 Siri 应用层出不穷 语音识别开智控新时代 | 29 |
| 【国际行业环境】 | 31 |
| 印度取消 122 张电信牌照 | 31 |
| 巴基斯坦将首次拍卖 3G 牌照 | 33 |
| ISOC 宣布 IPv6 服务 6 月 6 日商用 | 34 |
| 泰国或颁共享基站 3G 牌照 鼓励市场新进入者竞标 | 34 |
| 韩国三大移动运营商 2011 年投资 68.6 亿美元增 20% | 35 |
| 运营竞争篇 | 35 |
| 【竞合场域】 | 35 |
| 运营商管道优势利好移动支付 品牌辨识度是关键 | 35 |
| 【中国移动】 | 38 |
| 中移动称 SIM 卡无法远程复制 | 38 |
| 中国移动无线城市用户超 2400 万 | 38 |

| | |
|--|-----------|
| 中移动分公司竞标巴基斯坦 3G 牌照 | 39 |
| 【中国电信】 | 39 |
| 中国电信完成新一轮六省市 IPTV 平台招标 | 39 |
| 中国电信携手摩托罗拉推出首款爱阅读手机 | 40 |
| 中国电信将发债券 80 亿元用于补充营运资金 | 41 |
| 中电信云计算公司 4 月挂牌：多项标准制定中 | 42 |
| 【中国联通】 | 44 |
| 联通数字阅读业务 2011 年收入 3.8 亿 | 44 |
| 联通营销部门酝酿改革：改区电信局为营销中心 | 45 |
| 联通用户 2012 难增 200% 手机存量用户之争恐升级 | 46 |
| 制造跟踪篇 | 49 |
| 【中兴】 | 49 |
| 中兴携手 Sprint 在美发布高性价比平板电脑 | 49 |
| 【华为】 | 49 |
| 华为不差 CEO 公布“轮职 CEO”机制 | 49 |
| 华为与印尼公司签署战略合作协议开拓市场 | 51 |
| 华为欲成消费电子新巨头：品牌难题成拦路虎 | 52 |
| 华为通过欧洲网络测试中心 IPv6 DS-Lite 测试 | 54 |
| 华为 2011 年智能手机出货 2000 万部 同比增 5 倍 | 55 |
| 【诺基亚】 | 55 |
| 诺基亚推 NFC 沟通平台 | 55 |
| 诺基亚将在 MWC 推出至少 1 款高端手机 | 56 |
| 诺基亚计划年底前停止在欧洲市场组装手机 | 56 |
| 诺基亚计划三家工厂裁员 4000 人 不涉及中国 | 58 |
| 诺西定调 2012 战略：“逐本舍末”专注移动宽带 | 58 |
| 【其他制造商】 | 59 |
| 苹果跻身全球手机厂商三强 | 59 |
| 摩托罗拉移动要求苹果支付专利许可费 | 60 |
| 京瓷拟重返中国市场：联手中国电信推定制机 | 60 |
| 服务增值篇 | 61 |
| 【趋势观察】 | 61 |
| 手机广告植入时代将近 | 61 |
| 手机平板跨界产品抢眼 智能终端融合成新趋势 | 62 |
| iSuppli 预测 2015 年 WP 将超越 iOS 成行业第二 | 65 |

| | |
|------------------------------------|-----------|
| 分析称移动应用收入 2016 年有望突破 500 亿美元 | 66 |
| 未来五年智能机市场出现转变 低端设备将成主导 | 66 |
| 【移动增值服务】 | 67 |
| 中国移动全力打击手机病毒 | 67 |
| 【网络增值服务】 | 68 |
| 英国电信光纤宽带速率再升级 | 68 |
| 联通版 iPhone 4S 网速达 14.4Mbps | 69 |
| 北京联通宽带本月免费提速 1 倍：电信仍在研究 | 69 |
| 技术情报篇 | 71 |
| 【视频通信】 | 71 |
| CMMB 手机、手持电视已开通 7 个频道 | 71 |
| 百视通合作央视实现多赢 两部门或迎整合潮 | 71 |
| 【电信网络】 | 74 |
| 中移动竞得香港 TDD 频段 | 74 |
| 下一代 WiFi 技术传输速度将达 1Gbps | 75 |
| 伦敦地铁年底通 Wifi 运输网络为管理重点 | 78 |
| 香港和记电话计划部署 LTE FDD/TDD 双模网络 | 79 |
| TD-LTE 全球建 33 个试验网 终端下半年试商用 | 79 |
| 【终端】 | 80 |
| 华为全球唯一覆盖 9 频段网络手机亮相 | 80 |
| 手机给你当医生：体液滴在触摸屏上检验健康 | 80 |
| 我国开发出可替代雷达的空管导航监视新装备 | 81 |
| 【运营支撑】 | 82 |
| 爱立信与瑞士电信合作 共同开拓 M2M 市场 | 82 |
| 中国电信 100G 测试进程过半 厂商各有偏重 | 83 |
| 市场跟踪篇 | 85 |
| 【数据参考】 | 85 |
| 2015 年导航产值 2250 亿 | 85 |
| 2011 年中国手机出口 627.6 亿美元 | 86 |
| 2013 年 650 万户家庭带宽可达 100M | 86 |
| 2011 年我国通信设备出口 1300 亿美元 | 87 |
| 上季度苹果占据全球移动设备产业 80% 利润 | 87 |
| 【市场反馈】 | 88 |
| 2011 年智能手机出货量超越 PC | 88 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 全球移动宽带连接速度中印最慢 | 88 |
| 25 个省市 207 条公共服务热线两成拨不通 | 89 |
| 欺诈类垃圾短信占比超四成 顽疾治理需用重典 | 90 |
| 千元智能手机迎来井喷期：占市场六成以上份额 | 92 |

亚博聚焦

运营商频频断网为哪般

断网！断网！断网！一向以提供电信级服务为荣的运营商巨头在进入了移动互联网时代之后似乎是中了魔，频频陷入“断网”的梦魇——

2011 年 12 月，就在美国用户兴高采烈喜迎圣诞节时，Verizon 的 LTE 业务连续 3 次断网，品牌信誉急转直下。而此前，2011 年 4 月 28 日，Verizon 的 LTE 无线网络连续 24 小时大面积中断。颇有讽刺意味的是，就在一年前，美国百年电信品牌 AT&T 因为 3G 网络数次瘫痪被用户评为“最差运营商”。于是，Verizon 趁机大打网络可靠牌。然而，2011 年的 4 次网络故障频次与规模尤甚于 AT&T，由此导致 Verizon 辛苦建立起来的品牌形象轰然坍塌。

2012 年 1 月 25 日，日本最大的移动运营商 NTT DoCoMo 出现了长达 5 小时的服务中断。2011 年以来，DoCoMo 公司已出现 5 次通信故障。

就在记者写稿时，2012 年 2 月 6 日下午，中国澳门电讯有限公司 3G 服务及互联网出现严重故障，大批用户无法进行通信联络。

此前，AT&T、新西兰电信等多家世界著名运营商也是在步入移动互联网时代之后，频频陷入“断网”梦魇。

神经系统不抗压是根本原因

网络是运营商的生命。断网的严重后果任何一个运营商用脚趾也能想得到。但是断网事故还是频频发生，这到底是什么原因？

在移动互联网时代，由于运营商面临着对移动数据近乎疯狂的需求，因此，至少有 4 个不同的领域可能会出现数据拥堵问题，它们是：无线接入网、网络信令与控制部分、分组核心网络和回传网络。每种瓶颈都是对运营商提出的特殊挑战。其中，最容易被运营商忽视的，就是网络信令与控制部分。

信令系统犹如电信网的神经系统，其性能优劣和电信网的质量密切关联。信令网里传送的是控制信号(七号信令也可以作承载业务，比如短信的实现)。多年来运营商一直采用七号信令系统作为国际化、标准化的协议，进行运营商网络内部和网络之间的全球通信。信令可以控制终端行为、交换机，反过来，用户操

作业务的行为也会通过信令网反馈到交换机，如一个用户发起呼叫、结束呼叫都会在信令通道给交换机一个指令。这一切在话音时代都显得那么和谐，然而到了移动互联网时代，情况发生了翻天覆地的变化。

在移动互联网时代，一个手机潮人可能在手机上同时开启多个应用，这些应用的每次开启及关闭等都会在信令网络上作一个反馈，还有类似 QQ 等 IM 应用，即使不使用也会定时发出一些“心跳”信号以提醒服务器应用在线，加上智能手机固有的一些特征，所有这些都给网络的信令系统造成了前所未有的压力。日本《读卖新闻》就报道称，一些智能手机应用即便没有处于使用状态，也会每过三五分钟就发送一下控制信号，其频率是传统手机的 10 倍，给运营商的网络造成了额外的压力。这些压力都是传递给信令系统的。而 LTE 和 IMS 网络中，信令系统恰恰具有不抗压力的先天不足。信令系统提供商泰科来公司的专家李琪在接受记者采访时表示，在 LTE 和 IMS 网络中，Diameter 代替七号信令实现当前网络的许多功能。但 Diameter 中没有七号信令中的 SNM(信令网管理)功能，Diameter 协议没有很好的规范拥塞管理机制。LTE 核心网中的如移动性管理实体(MME)和归属签约用户服务器(HSS)本身没有 Diameter 信令的拥塞流控机制。以 HSS 为例，当 HSS 有很多个前端设备时，缺少足够的拥塞管理机制将会增加 HSS 失败的风险。这就相当于一个人在面临一定压力时神经系统时常堵塞，就直接导致这个人的行为失常。

优化信令系统配置是解决途径

怎么办？信令系统导致的问题还需要优化信令系统配置来解决。要解决移动互联网时代运营商面临的断网问题，根本途径在于通过对业务信令的分析，找出导致业务流程异常的网络原因和设备原因，并通过网络和设备调整使业务流程恢复正常，从而提高业务质量。李琪表示，新一代的 Diameter 信令路由服务器(DSR)创建了一个集中管理的核心网络层，从而解决了 LTE、IMS 和 3G 网络中 Diameter 终端网元的路由、流量管理和负荷分担的问题，并提供一个单一的端点互联到其他网络。为了增加 DSR 的拥塞管理功能，DSR 提供了本地流控和远端流控两种功能来增加 Diameter 信令的效率和 LTE 核心网的坚固性。通过使用一个或多个 DSR 设备来集中做 Diameter 信令路由和连接管理，简化终端节点不同网元之间的互联互通性，增强了网络的可扩展性，大大降低了核心网络的成本和复杂性，使核心网络可以快速增长来满足增加业务和信令负荷的需求。来源：2012-2-9 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

3D 频道“满月”试出啥？

中国首个 3D 频道元旦开始试播，这个由中央电视台、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的 3D 电视试验频道，每天播出 4.5 个小时的新节目，两次重播，总共播出 13.5 小时的节目。从元旦到现在，该频道已经开播 1 个多月了，而观众对节目的感受如何呢？就此记者在北京地区做了一次小范围调查采访。

第一次收视 多半无意识

目前，3D 频道每天从至的 4 个半小时为首播节目，从至为前一天的重播节目。内容主要包括动漫、体育、专题片、影视剧、综艺等类型的 3D 电视节目，以及重大活动现场转播的 3D 信号播出。例如，2012 年的网络春晚录制时，3D 频道也曾拍摄了 3D 版的节目，并且播出。而央视计划，2012 年伦敦奥运会时，将进行部分赛事的 3D 播出。

1 月 1 日 3D 试验频道到记者 2 月 5 日采访调查时长共 1 个月，在记者调查的 40 个家庭样本中，大概 50% 的观众已经了解到 3D 试验频道的开播，这其中有 37.5% 的观众对此并不是特别留意。而调查中切身收看过该频道的占样本的 12.5%。

记者也顺便采访了这几位看过 3D 频道的观众对该频道的体验感受，他们基本都反映 3D 频道效果呈现还是不错的，而首次尝试的时间在 5 分钟左右。但這些观众基本都是简单的一次尝试收看，并没有多次观看该频道。

观众为 3D 四成肯掏钱

普通家庭收看 3D 试播频道，体验到立体效果需要两个硬件条件：有线数字高清机顶盒和 3D 电视机。据有关数据统计，全国电视数字机顶盒 80% 以上是标清，也就是说，仅有 20% 的家庭可以接收到 3D 试验频道信号。而在记者的调查中，目前同时具备两项条件的家庭仅有 15%。

虽然从数据上来看，对 3D 频道特别热衷和条件允许收看的观众并不多，但是在记者调查的数据中发现，愿意为收看 3D 频道而更换家中设备的观众接近 40%，而将来愿意接受付费收看 3D 频道的观众则达到了 42.5%，当然并不排除北京地区家庭收入以及观众知识层次在全国中处于较高水平，再加上采集的数据量也相对较小，只能反映北京地区部分观众的状况。

看节目时间 最多两小时

在目前体验过 3D 效果影片的观众都普遍表示，虽然影像立体、逼真，但是观看不久就会有明显的头晕、恶心的感觉出现，并且目前大多数 3D 播放设备都需要观众佩戴 3D 眼镜才能呈现立体效果，这对于已经佩戴近视镜的观众来说还

是挺麻烦的。而介于 3D 技术目前存在的问题，观众对于 3D 节目的需求又有多大呢？

在记者的调查中发现，目前在一个月以上才会观看一次 3D 影像片的观众占到 75%左右，而一个月至少收看一次 3D 影片的观众在 22%左右。而如果家庭允许收看 3D 试验频道(排除节目内容优劣)，95%的观众希望每天收看 3D 频道的时间在 2 个小时以内，其中 47%的观众希望时间控制在 1 个小时以内。更多的观众反映，不愿意长时间观看 3D 影像，是因为其对眼睛伤害比较大，看时间长会视觉疲劳。池小姐家里并没有收看 3D 频道的条件，但是她有在电影院观看 3D 电影的体验，她说，“前一阵去看了一部 3D 电影，片子开始半个小时以后的内容，都是断断续续地看，看一会儿就要闭一会儿眼睛，都快吐了。我估计在家看效果会差一点，那也不能超过一般电影长度，2 个小时以内。”来源：2012-2-10 北京晨报微博

[返回目录](#)

悲情诺基亚：沦落皆因自负

当移动互联网新浪潮来袭，曾经的手机巨人诺基亚(微博)、摩托罗拉(微博)、黑莓(微博)、索爱等受尽煎熬，走向末路。有着 147 年历史的诺基亚，2011 年被迫投入微软(微博)的怀抱；商用手机发明者摩托罗拉已被谷歌(微博)收购；音乐及拍照手机潮流引领者索爱近几年业绩低迷；凭借邮件推送技术独步江湖的黑莓，现在已是墙倒众人推。虽然这些过去的手机大佬们还在奋力自救，但都因缺乏颠覆性的创新，至今还身陷黑暗的市场通道中。在快鱼吃慢鱼的今天，分析他们的成败得失，或许可给那些行业后来者以警示。

日前，手机巨头诺基亚宣布在全球三个工厂裁员 4000 人，大约占员工总数的 8%，主要涉及智能手机部门。据悉，这是诺基亚迄今最大规模的一次裁员。

从诺基亚近年财报和市场份额来看：2010 年第四季度诺基亚净利润仅为 7.45 亿欧元，同比下滑 21.6%。从 2011 年第二季度开始，诺基亚连续亏损，到 2011 年第四季度，净亏损 10.7 亿欧元(约合 14 亿美元)。研究机构 Gartner 的报告显示，2009 年诺基亚的市场份额为 36.4%，2010 年市场份额已成 28.9%，而最新数据显示，诺基亚 2011 年在智能手机市场的份额已经降至 14%，远低于苹果和三星(微博)。

连续亏损、裁员、市场份额下滑以及在法兰克福的退市等消息，让业内难以对其重提信心。如今在消费者的心目中，诺基亚早已走下王者宝座，只能用悲情二字来形容诺基亚目前尴尬又艰难的处境。

退市阴云

对于诺基亚来说，2012年3月16日，不管天气如何，萦绕在心头的恐怕都不会是一片晴天。根据2011年11月底的计划，诺基亚将在这天从法兰克福证券交易所退市。

这不是诺基亚的首次退市。在此之前，诺基亚早已经历过数次包括伦敦、巴黎和斯德哥尔摩等证券交易所的摘牌退市。但因此时正处于非常时期，诺基亚的退市消息遭到业内多数人的集体看衰，认为诺基亚大势已去。

对于此次的退市原因，诺基亚对媒体称，退市是公司主动申请，是一次正常的资本运作，并不能代表公司发展的快慢。诺基亚也曾在高速发展时期在一些股票市场摘牌退市。在退出法兰克福股票交易市场后，诺基亚可以将精力集中于赫尔辛基和纽约股票交易市场，战略性地覆盖欧美资本市场。

而业内人士徐上峰则对《经济参考报》记者表示，此次诺基亚的退市，很明显表现出资本市场对诺基亚失望，在法兰克福股票交易市场表现低迷。出于战略考虑，诺基亚才把精力专注于芬兰、美国资本市场。

其实，最终的原因还在于近年来诺基亚在市场的惨淡经营。

诺基亚曾是一个王者：从20世纪90年代开始，诺基亚成为手机行业的领军者，在1999年成为全欧洲市值最高的公司，2007年以净利润72亿欧元的成绩称霸整个手机市场。但从2007年苹果iPhone发布之后，这位芬兰王者就开始走下坡路。先是错过了触屏手机的机会，其力推的塞班系统手机也是弊病不断，在与苹果的竞争中败下阵来。与英特尔(微博)合作的MeeGo平台进程缓慢，又被谷歌安卓平台的系列智能机打得节节败退。

在徐上峰看来，诺基亚沦落到如今的地步，主要原因还在于其自身的自负。

“诺基亚在芬兰几乎是一个国家的象征，这让它一直无视外界的看法。在业界都在指出它的缺点时，诺基亚充耳不闻。”徐上峰说：“塞班系统老旧，使得诺基亚的智能手机竞争力不足，再加上谷歌安卓凭借着开放性，也抢了诺基亚不少份额。”

“诺基亚太自负了，整个手机行业的玩法变了，他还没主动适应变化，这是咎由自取。”Frost & Sullivan中国区总裁王煜全(微博)很不客气地评价说。

与此同时，诺基亚的满意度也在急速下降。2011年，美国一家权威市场调查机构的传统手机满意度调查中，诺基亚的客户满意度最低。

寻求突围

诺基亚CEO史蒂芬·埃洛普承认诺基亚的不利形势，并称诺基亚已经身处“燃烧的平台”，在丧失市场份额的同时，还流失了品牌形象和时间，已经落后好几年了。为改变颓势，诺基亚开始寻求突围。

2011年2月份，诺基亚宣布与微软达成战略合作伙伴关系，微软推出的Windows Phone7系统成为诺基亚的主要手机操作系统。与此同时，诺基亚的管理团队和运营架构也发生了变化。

不少业内人士比较看好双方的结盟。易观国际(微博)分析师黄萌对《经济参考报》记者表示，诺基亚与微软有很好的合作空间，双方分别在操作系统和移动终端方面拥有很多优势，如果能够在投入力度上不遗余力，尽快推出优秀的产品线，双方在未来有成功的希望。

业内知名博客陈志刚分析认为，微软在企业市场、云计算还有Windows方面有巨大的品牌基础，只是缺少终端经验，而诺基亚则有很强的终端优势，与产业链上的关系、开发手机的经验和对用户的理解等实力仍然不容小觑。双方都压抑了很久，积蓄了很多力量，因此，如果微软只要能把WP平台做好，诺基亚三分天下问题不大。

如今的手机市场也希望三分天下的格局能够出来，业内资深人士李易也表示，不管是完全封闭的iOS，还是完全开放的安卓平台，都存在或多或少的缺陷，如今整个产业也需要一种位于中间状态的生态链出来，希望有一定的可控性，而WP平台足以担当大任。

重生存疑

机会固然存在，但能否把握住仍是未知。对于诺基亚是否能够获得新生，业界声音不一。

早在诺基亚和微软结盟之初，就遭到了调侃：“两只火鸡变不成一只雄鹰。”到目前为止，仍有很多人不好看好诺基亚的未来。

Frost& Sullivan中国区总裁王煜全对《经济参考报》记者坦言：“诺基亚这次死定了。”他认为，思想和观念是第一位的，免费和开放的平台是未来潮流所在，自负的诺基亚当时没有选择投向开放的安卓平台，属于“自作孽”，再想获得重生已不可能。

科技博客网站GigaOM的主编奥姆·马利克(OmMalik)日前发表文章称，诺基亚恐怕会重蹈柯达(微博)没落乃至破产的覆辙，而其目前智能手机转型策略为时已晚。此外，不久前有国外媒体还列举了十大理由，称诺基亚的WP战略必将失败。

徐上峰对《经济参考报》记者称，这种观点有些过于悲观。诺基亚毕竟在低端市场还有很大的份额，一时间不可能死。现在它正处于大病之后的康复期，这是一个阵痛期，这个康复期会很漫长，至少持续到2013年，其关键取决于WP平台能否获得成功。“如果持续没有惊艳的拯救性产品，诺基亚将失去东山再起的机会。”

易观分析师黄萌则认为，诺基亚将复兴的希望完全寄托于微软的 WP 平台，风险过大。作为全球性巨头，微软有很多业务部门，在某些前提下说不定会做一些机构的调整，例如砍掉智能操作系统。如果微软真有这样的举动，无疑会对诺基亚造成毁灭性的打击。

另外诺基亚还面对资本市场的压力。黄萌认为，在经过几个市场摘牌退市之后，如果诺基亚的业绩持续得不到股东认可，将会把自己推向非常危险的境地。

除此之外，诺基亚在美国和中国市场的前景也不太被看好。据悉，如今美国市场格局稳定，苹果、三星、LG、摩托罗拉、黑莓、HTC(微博)几乎瓜分了美国手机市场 90%以上的市场份额，诺基亚的机会很小。而在之前它所熟悉的中国市场，诺基亚也面临来自本地企业的挑战。

在黄萌看来，2012 年将成为诺基亚能否东山再起的关键性一年。因为 2012 年将会成为热炒智能手机概念的最后一年，如果诺基亚能够抓住机会在智能手机上做出一些成绩，就能够有机会迎头赶上。如果仍然不能确定市场位置，今后都不再有大的机会。来源：2012-2-14 经济参考报微博

[返回目录](#)

电信垄断不除 谁都维护不了消费权益

最近，哈尔滨工商局启动“叫停电信收费不合法规则”行动，高调叫板电信行业的计费方式。面对挑战，电信行业也针锋相对，《人民邮电报》撰文称赞赏工商局为消费者维权的勇气，但指其越权执法，文章表示按电信条例规定，电信业由通信管理局监督，按现行法律和管理体系，工商局无权“叫停”电信收费。

一个是行政部门对垄断行为提出质疑，一个是垄断部门针锋相对的反驳，这不是“神仙打架”，而是事关消费者切身权益的博弈——叫停电信收费不合法规则。出乎意料，以行政执法部门为“急先锋”的消费者维权行动，这次不仅不再像以往那样，在行政执法领域长袖善舞，反而遭遇了电信行业的强大舆论狙击。通信行业报纸《人民邮电报》就专门撰文称哈尔滨工商此举越权，并从国际通行电信收费法则等多角度，对电信行业的垄断行为进行辩护。

电信行业的收费及收费法则是否合理合法，其提供的服务能否与高收费相匹配，消费者是否对电信服务与收费表示满意，工商部门是否有权为消费者维权，“叫停”电信不合理收费... 这样的维权质疑，在各地消协投诉统计的强大数据下，在《消费者权益保护法》的法律层级高于《电信条例》的法治准则中，相信已无需论证。

电信行业媒体之所以敢理直气壮地站出来，为一个众所周知的事实进行辩护，一方面自然是因为专业信息不对等，似乎只要抛出一大堆专业分析、国际通行准则，就能提高收费的正当性，捂住公众质疑的嘴；另一方面其实也是垄断话语的惯性使然。

这当然不是公众故意绕开技术问题，为难电信行业。而是垄断行业在质疑面前，动辄采用技术合理、国际准则来搪塞，这几乎成为垄断辩护的惯用路径。比如，2011年媒体曾曝出内地上网速度排全球第90名、收费比很多国家和地区高的消息，就引发了公众对垄断低效的强烈诟病。国家发改委也于2011年底针对电信巨头展开反垄断调查，也遭到了《人民邮电报》针锋相对的回击。在没有就是否存在滥用市场支配地位实施垄断行为向公众说明情况的情境下，垄断舆论却一味指责行政部门没有正式结论就公之于众。而这类表态，只是垄断话语的冰山一角。

再往其他垄断领域追溯，近日提到的银行乱收费，行政难遏制乱象，也几乎都是在垄断技术分析遭到民众驳斥后，依然能够抛开公众“合理涨价”的结果。这种坚固的垄断利益格局，甚至连行政法规都不能轻易打破，这才是就垄断行业不合理行为维权时，最让公众无力之处。

以市场支配地位垄断资源、价格，缺乏透明高效的竞争，势必导致垄断低效高价的结果。这不仅让没有更多选择的消费者，无法使用用脚投票的基本权利，丧失与垄断行业博弈的能力，也会让行政执法、法律法规陷入法治无力的尴尬中。若垄断症结不除，则任何维权，都只能陷入垄断行业单方面制定的游戏。来源：2012-2-14 每日经济新闻

[返回目录](#)

中移动为何无缘 iPhone：谁都不愿低头

中国移动与苹果为引进 iPhone 进行了四年马拉松式的谈判，然而即便在联通、电信相继谈判成功之后，这场漫长的谈判还在持续。而 iPhone 的热销，带走了全球通用户，也壮大了对手在 3G 时代的竞争力，中国移动现在不得不将扭转战局的希望寄托在 4G。

近日，中国电信(微博)正紧锣密鼓部署 iPhone 发售事宜，如无意外，消费者最快将在 2 月 15 日左右买到电信版合约机。

联通有了，电信有了，最早与苹果谈判欲引进 iPhone 的中国移动(微博)仍两手空空。从 2007 年开始，中国移动和苹果公司就引入 iPhone 手机展开了长达 4 年多时间的谈判，至今没有实质性结果。

作为全球最大电信运营商的中国移动为何始终拿不到苹果手机的销售权？

谁都不愿低头

其实中国移动很早就看上了 iPhone。2007 年 6 月底，iPhone 在美国上市，风靡一时。11 月，中国移动数据部部长高念书等人就来到苹果总部，洽谈将 iPhone 引入中国事宜。

但到了 11 月 13 日，中移动董事长王建宙在参加 GSMA 移动通信亚洲大会期间透露，两家公司在一些具体条款如收入分配上存在分歧，没有达成任何协议。按照苹果公司和其他电信运营商合作的先例，苹果要求从中移动获得 20%-30% 的流量费分成，遭到拒绝。

2008 年 1 月，中移动表示，已暂停与苹果的谈判。但五个月后，在苹果全球开发者大会上，苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯称，3G 版 iPhone 有望在年内进入中国内地，但还需要等待监管部门的批准。

没过几天，中移动董事长王建宙公开表示，同苹果合作的障碍已解决，中国移动始终保持着跟苹果的密切联系，剩下的只是工作层面的问题。

据知情人士透露，此次谈判的转机在于，苹果公司让步，不再坚持收入分成模式。双方重启谈判，苹果要求中国移动一次性支付每部 iPhone 手机 600 美元，且还要给客户补贴。此外，苹果于 2008 年 7 月 10 日发布了在线商店 App Store，用户直接从那里购买应用，无须绕道运营商。

这些都与中国移动的过往经验大相径庭。反差最大的是，在中国移动平台上，SP、CP 们都唯中国移动马首是瞻，用户订购的所有服务和内容，都是中国移动从话费中收取费用，然后与之分成。

于是，苹果开出的条件再次遭到拒绝。2008 年 10 月，王建宙表示，“作为时尚产品，iPhone 不是中国移动的唯一选择”。

的确，中国移动的选择还有谷歌(微博)。2007 年末，中国移动就加入了 Android 联盟，谷歌手机 T-Mobile G1 在 2008 年 9 月上市，当时被市场寄望为一款可以与 iPhone 对抗的产品。

但此后让中国移动陷入被动境地的，是中国 3G 牌照的发放。

解不开 TD-SCDMA 的结

2009 年 1 月 7 日，中国工信部正式向国内三家电信运营商发放 3G 牌照，中国联通(微博)获得 WCDMA，中国电信获得 CDMA2000，中国移动则是中国自主研发的 TD-SCDMA。前两者在全球各有多家运营商，技术相对成熟，覆盖面广；后者仅有中国移动一家运营商。

而苹果推出的新产品 3G 版 iPhone，恰恰支持 WCDMA 制式，但不支持 TD-SCDMA。

2009年3月初，中国联通董事长常小兵带领中国联通谈判小组赴美与苹果谈判。同年8月28日，双方宣布达成为期3年的合约在中国大陆销售两款3G iPhone手机，并签订了独家经销协议，中国联通成为苹果在大陆的唯一授权销售的电信运营商，期限为两年。

中国移动不甘示弱。三天后，中国移动发布了基于TD制式的智能手机OPhone平台，采用基于Android的开放操作系统OMS，联合联想移动、多普达、海信、LG等厂商共推OPhone手机，发展TD终端。

此外，中国移动也开始借鉴苹果App Store的做法，2009年8月17日，正式推出了应用商店Mobile Market(MM)。

但中国移动也并未真正放弃苹果。2010年3月，王建宙在2009年中国移动业绩发布会上谈到，中国移动仍在和苹果就引进iPhone进行谈判，难点在于国内自主研发的TD-SCDMA如何植入iPhone。

同样至今没有获得iPhone销售权的还有美国第四大运营商T-Mobile，该运营商虽然采用的是CDMA制式，但iPhone无法支持它所特有的AWS频段。

支持AWS频段，并非增加一个模块那么简单，还可能影响iPhone整体设计。要知道，iPhone4发布之初，机身四周不锈钢边框作为外置天线的一个设计缺陷，影响手机信号接收，曾给苹果公司带来一场信誉危机。

毕竟，中国移动不等于T-Mobile，作为拥有全球最多用户的运营商，其权重不足以让苹果为之出一款产品吗？但苹果可能担心的是，TD网络问题是否会带来糟糕的iPhone用户体验。

2011年1月，王建宙在达沃斯论坛的一次采访中表示，中国移动希望苹果在新一代iPhone的开发中能够支持TD-SCDMA，但是苹果有难处，他们要开发的项目太多，安排开发TD制式还要一个过程。两家公司为此一直在谈判，苹果已明确表示会全力支持TD-LTE(4G)。

iPhone的杀伤力有多大

iPhone手机对运营商的拉动作用究竟有多大？

在美国，尽管T-Mobile也力推三星(微博)等安卓系统手机，并对iPhone用户采取了专卡、套餐等服务，吸引了100万左右的iPhone用户宁愿舍弃3G上网功能，也要留在T-Mobile，但是在2011年第三季度财报大会上，作为唯一一家没有获得iPhone运营权的公司，他们不得不面对用户增速减缓，甚至因为iPhone4S而转向其他运营商的事实。

自引入iPhone后，中国联通在利润指标上表现不佳。2010年中国联通业绩报告显示，其2010年营收1713亿元，同比增长11.3%，但净利润只有38.5

亿元，同比下降了 59.7%，破历史最低纪录。这被很多人指责为对 iPhone 的补贴太多。

2011 年前三季度，中国联通销售费用为 206.34 亿元，比上年同期增加 35.24 亿元，增长 20.6%，3G 手机补贴成本为 41.56 亿元，同比增加 28.9 亿元。

一位中国电信内部人士对南方周末记者称，中国联通补贴 iPhone 表面上看虽然亏了，但是却树立了联通在 3G 领域的口碑，并拉动了 1000-1500 元级别智能手机的销售。

2012 年初在深圳华强北电子市场走了一圈之后，他发现这个原本最大的手机零部件集散地，60% 的广告和零部件都和 iPhone 有关。

更重要的是，中国联通借助 iPhone 开发了苏宁、国美等社会渠道发售手机，2011 年上半年，中国联通的社会渠道销售占比达到 51%。iPhone 也帮助中国联通挖走了很多中国移动全球通用户，从 2010 年开始，中国移动搞得最多的促销活动是充值送话费，目的是能绑住用户一年算一年。

按照这个势头发展下去，等智能手机热起来，中国移动还能保持第一大运营商地位吗？

2012 年 2 月 7 日，中国工信部总工程师朱宏任透露，截至 2011 年底，全国电话用户达到 12.7 亿户，3G 电话用户达到 1.28 亿户，当年净增 8137 万户。截至 2011 年底，中国联通公布其 3G 用户数为 4000 万，中国移动则称 3G 终端的 G3 客户数为 5121 万户。这两个数字里不仅包括 3G 手机，还包括 3G 数据卡，但他们都没有公布其比例。

寄望 TD-LTE

苹果公司和中国联通从未透露其掌握的 iPhone 用户数量。但从 2011 年 5 月起，中国移动却高调公布其 iPhone 用户量。

2011 年 10 月 25 日，中国移动董事长王建宙参加日内瓦 ITU 世界电信大会时透露，中国移动网络 iPhone 用户已达 1000 万。他将此归功于苹果在国内开设的专卖店。

其实中国移动各地子公司也功不可没。2011 年 11 月，在北京地铁广告牌上，中国移动打出全球通智能手机套餐的广告，首选机型 iPhone4，最高可享受 2800 元返还。当然，中国移动自有渠道并不发售 iPhone，消费者需要从别处购买。除了 iPhone 套餐和剪卡，中国移动各地子公司也通过各自渠道暗线推广 iPhone。一位中国移动内部人士告诉南方周末记者，具体操作办法是：在当地找一两家有实力的第三方代理商组织货源(只要确保正品，有些是行货，有些甚至直接来自联通)，绑定与中国联通类似的套餐，中国移动补差额。

中国移动这 1000 万 iPhone 用户，虽然持有高端设备，但只能用上 2G 网络通话或者短信，上网主要依靠 WLAN 或者 Wifi，毕竟不如直接 3G 上网来得便利。如何稳住这些用户也是一个问题。

2011 年整整一年里，中国移动一直强调与苹果公司的谈判在继续。这一年里，“中国移动即将销售 iPhone”的传言和澄清相继上演。

当年 6 月 22 日，时任苹果 COO 的蒂姆·库克造访中国移动和中国联通总部，中国移动将在 9 月开卖 iPhone 手机的消息随即传开。

两个月后，在中国移动中期业绩发布会上，中国移动董事长王建宙表示，希望尽快与苹果就 iPhone 合作达成协议，但目前没有时间表。

但到了 11 月，彭博社报道称，苹果和中国移动之间有关在 TD-SCDMA 领域进行合作的谈判破裂了，苹果将不会发布支持 TD-SCDMA 的 iPhone。中移动很快否认了该报道，称谈判还在进行中。

尽管有苹果承诺将支持 TD-LTE，但无人知晓 4G 何时到来。中国的 4G 频段规划尚未出台，在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门六个城市试点的 TD-LTE 第一阶段规模试验后，目前刚刚进入第二阶段规模试验，预计要到 2012 年 6 月才能完成。

对中国移动来说，4G 也不全然是好事，“4G 来得越快，运营商死得越快。”一位中国移动的内部人士对南方周末记者说，网络越快，互联网公司提供的基于网络的通信产品会加快其传统高利润业务如语音、短信等的衰退，加速其沦为管道的命运。

尽管中国移动正在极力推动其平台能力建设，但 OPhone 和 MM 都没有达到预期的效果，其九大移动互联网基地也刚开始起步。

前述中国移动内部人士透露，最近他们接到通知，正在解决部分 iPhone 手机 iOS5.0.1 与移动 Sim 卡不兼容的问题。来源：2012-2-10 南方周末微博

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部：宽带提速为 2012 年重点

对于国内用户普遍关注的“宽带不宽”和上网慢的问题，工信部通信发展司副司长陈家春昨日在 2011 年全国工业通信业发展情况新闻发布会上称，2012

年将重点实施宽带上网提速工程，提高居民使用宽带的性价比。目前，工信部正在制定相关工程实施方案，研究确定阶段性的量化目标。

提高使用宽带的性价比

2011年11月，国家发改委对中国电信(微博)和中国联通(微博)启动反垄断调查，称两公司在互联网接入市场上涉嫌垄断。陷入风波的中国电信表示，5年内将用户上网单位带宽价格下降35%左右。中国联通也称，将立即着手实施下调公众用户上网单位带宽资费水平。

2011年年底，DCCI互联网数据中心发布《中国宽带用户调查》报告称，目前中国绝大部分互联网用户在使用“假宽带”。在宽带费用方面，中国内地网民实际每月为1Mbps宽带的支出远高于国外绝大部分国家和地区。

昨日，工信部通信发展司副司长陈家春表示，2012年将以建光网、提速度、广普及、促应用、降资费、惠民生为目标，重点实施宽带上网提速工程，并以此落实推动中国宽带基础水平和应用水平的提升，提高居民使用宽带的性价比。

2011年12月，工信部部长苗圩在全国工业和信息化工作会议等多个场合表示，该部已向国务院建议将“宽带中国”作为国家战略，争取国家政策和资金支持，“要像重视高速公路、高速铁路一样重视宽带网络建设”。

电信行业人士、飞象网(微博)总编项立刚(微博)昨日表示，工信部和几大运营商在2011年年底以来频繁提出宽带降价提速，与此前的“假宽带风波”和“反垄断调查案”有关。

开展城市光纤到楼入户

据了解，我国电信运营商已展开了宽带提速的行动。自2010年4月工信部等七部委出台《关于推进光纤宽带网络建设的意见》以来，中国电信推出了“光网城市”工程，中国联通全国宽带提速计划，两家公司2011年的宽带投入资金分别约为350亿元和187.5亿元。

项立刚表示，我国宽带要实现提速降价是个大难题，“美日韩这些国家都实现了光纤入户，如果我国要想实现这样的速度和价格就必须实现光纤到户”。目前，国内所用的宽带基本上都是ADSL或拨号的宽带。

光纤到户面临诸多难点。首先，光纤入户成本较高，比如入户需要光端机，也就是“光猫”，一个“光猫”要2000多元，现在一个普通的“猫”(调制解调器)才100多元，价格相差20倍，对此消费者和运营商都不愿意出钱。其次，运营商在光纤入网进小区时，往往需要花费大量沟通的时间成本和额外的入场费。另外，还存在着部分住户比如不上网的老年人对光纤入网“不买单”等问题。

陈家春昨日表示，工信部拟通过进一步创造更好的政策环境，促进政策协同和产业链合作，组织开展“城市光纤到楼入户、农村宽带入乡进村、宽带应用创新示范、公益机构接入普及、宽带使用感知提升”等计划。

[返回目录](#)

工商部严厉打击手机等商品假冒伪劣行为

记者从日前召开的全国工商系统消费者权益保护工作会议上获悉：2012年工商部门将对汽车配件、手机、家用电器、珠宝玉石、装饰装修材料、服装、儿童用品等涉及消费者健康安全的重点商品和集贸市场、商场、超市等重点经营场所，集中执法力量，深入开展专项执法检查，严厉打击销售假冒伪劣和不合格商品等违法行为。

据悉，2011年全国工商系统共查处销售假冒伪劣商品案件10.23万件，案值12.76亿元。

国家工商总局副局长王东峰指出，要严厉打击销售假冒伪劣商品违法行为，建立健全重大案件信息库。针对销售假冒伪劣商品、消费欺诈等严重侵害消费者合法权益的行为，研究制定切实有效的行动方案，进一步提高依法行政水平。要加强大要案件督查协办和区域执法协作机制建设，对重大、典型案件，要跟踪挂牌督办、落实责任、限时办结。来源：2012-2-11 人民网-人民日报

[返回目录](#)

国务院新闻发布会透露电信业主营收入增10%

2011年全国电信业主营业务收入9880亿元，同比增长10%，电信业务综合资费同比下降4.8%。截至12月底，全国电话用户达到12.7亿户。其中，移动电话用户达到9.86亿户，当年净增1.27亿户；3G电话用户达到1.28亿户，当年净增8137万户。我国网民数量达到5.13亿人，其中手机网民的规模达到3.6亿人，互联网普及率达到了38.3%。这是今天国务院新闻办举行的新闻发布会透露的。

据工信部通信发展司副司长陈家春介绍，为了切实改善宽带不宽和上网慢的问题，工信部2012年将以建光网、提速度、广普及、促应用、降资费、惠民生为目标，重点实施宽带上网提速工程。拟通过进一步加强组织领导和创造更好的政策环境，促进政策协同和产业链合作，推动中国宽带基础水平和应用水平的提升，提高居民使用宽带的性价比。来源：2012-2-8 人民网-人民日报

[返回目录](#)

工信部：2015 年初步完成物联网产业体系构建

工信部日前发布《物联网“十二五”发展规划》，目标到 2015 年，我国要在核心技术研发与产业化、关键标准研究与制定、产业链条建立与完善、重大应用示范与推广等方面取得显著成效，初步形成创新驱动、应用牵引、协同发展、安全可控的物联网发展格局。初步完成物联网产业体系构建。

技术创新能力显著增强。攻克一批物联网核心关键技术，在感知、传输、处理、应用等技术领域取得 500 项以上重要研究成果；研究制定 200 项以上国家和行业标准；推动建设一批示范企业、重点实验室、工程中心等创新载体，为形成持续创新能力奠定基础。

初步完成产业体系构建。形成较为完善的物联网产业链，培育和发展 10 个产业聚集区，100 家以上骨干企业，一批“专、精、特、新”的中小企业，建设一批覆盖面广、支撑力强的公共服务平台，初步形成门类齐全、布局合理、结构优化的物联网产业体系。

应用规模与水平显著提升。在经济和社会发展领域广泛应用，在重点行业 and 重点领域应用水平明显提高，形成较为成熟的、可持续发展的运营模式，在 9 个重点领域完成一批应用示范工程，力争实现规模化应用。来源：2012-2-14 中国新闻网微博

[返回目录](#)

【国内行业环境】

电信业资费连续 7 年下调

工信部在昨日召开的记者会透露，2011 年电信业务综合资费同比下降 4.8%，这也是自 2005 年以来连续 7 年实现了电信业的资费下调。

资料显示，“十一五”期间，中国电信(微博)综合资费水平下降约 42%，其中，2005 年同比下降 11.47%，2006 年下降 13.6%，2007 年下降 13.6%，2008 年下降 11.8%，2009 年下降 9.2%，2010 年下降 11.7%。

据工信部此前测算，电信资费每年拉低 CPI 指数 0.13 至 0.45 个百分点。近年来物价高涨，电信资费起到了价格指数“稳定剂”的作用。工信部总工程师朱宏任表示，2011 年中国电信业主营业务收入 9880 亿元，比上年增长 10%，而电信业务是近年来为数不多的价格下降的产品(服务)。

虽然电信业资费连续 7 年下降,但社会对电信资费价格水平的降低仍然有着很高的期望值。此前,北京消费者协会做过一次电信行业资费民意调查,调查显示九成以上消费者对现行电信资费表示不满。

对此,有关专家指出,当前电信用户对资费的意见,越来越多的是对企业收费侵权行为的不满。“SP 陷阱”、“天价微博”、“套餐套人”、“巨额上网费”等,其核心都是收费不透明、资费推广和宣传不规范所引起的,与资费标准的高低没有实质的关系。

此外,当前的电信资费市场竞争行为不规范,企业间过度竞争或恶性竞争不断,比资费、拼价格、高赠送,无形中让用户认为电信资费降价空间仍然巨大。

来源:2012-2-8 北京商报微博

[返回目录](#)

携号转网尚无全国推广时间表

工信部通信发展司副司长陈家春昨日透露,自天津、海南开展携号转网工作至今,累计有 158631 位用户提出了携号转网申请,其中 58260 位用户实现携号转网,但目前尚无在全国推广的时间表。

2010 年 11 月 22 日零时,海南、天津两地启动手机用户携号转网试验。在天津,中国电信(微博)和中国联通(微博)的 2G、3G 用户,中国移动(微博)2G 用户,三者之间可相互携号转网;在海南,中国电信和中国联通的 2G 和 3G 用户、中国移动 2G 用户可携号转移到中国移动 TD-SCDMA 网,中国移动 2G 用户可以携号转网到中国电信、中国联通,中国电信和中国联通之间暂不相互携号转网。

来源:2012-2-9 都市快报

[返回目录](#)

我国手机市场渠道开始转型期

据易观智库分析我国手机市场渠道开始进入转型期,渠道的扁平化趋势进一步加剧。

根据易观智库分析,目前我国手机市场渠道开始进入转型期。首先一个比较明显的变化是手机厂商直供模式的加强,渠道的扁平化趋势进一步加剧。比较明显的一个例子是三星(微博)手机的渠道改革,从 2010 年 12 月起,三星手机全面推行了直供模式,经过一年多的发展,三星对手机渠道的把控能力不断得到了提升。

另外，运营商加强了对终端市场的管控。易观智库分析师王颖认为 2011 年三大运营商终端公司调整动作频繁，且对终端产品的补贴力度也在不断的提升。高端明星定制机型数量的不断提升，让消费者对于定制机以及合约花费套餐有了明确的认知。本年度，运营商捆绑渠道的市场份额为 18%，预计到 2014 年市场份额可提升至 25%。

电子商务渠道方兴未艾。近两年，电子商务凭借物流和低价优势，手机产品的出货量在不断提升，使得传统的分销渠道受到大的影响。而对于传统的零售分销商的销售策略也开始从“卖产品”到“卖服务”转型。来源：2012-2-14 飞象网

[返回目录](#)

中国进入平价智能机时代 运营商策略亟须转变

随着各家调研分析机构相继发布 2011 年手机市场报告及新年度预测，智能手机一飞冲天的势头一览无余。

智能手机带来的全新商业模式、定价体系以及庞大的市场前景正在推动一场新的产业生态环境变革，新的游戏规则也在酝酿之中。就国内而言，未来数年手机市场走向将很大程度上取决于平价智能机品牌、机型的繁荣度。

手机产业结构性转变提速

经过数年铺垫，2011 年成为功能手机向智能手机结构性转变的重要时间节点。

据 Strategy Analytics 估计，2011 年全球手机出货量同比增长 14%，而智能手机出货量则同比激增 54%，尤其第四季度出货量更是创纪录地高达 1.55 亿部。据中国台湾资策会产业情报研究所(MIC)估计，2011 年全球智能手机出货量约为 4.52 亿部，2012 年有望增至 6.14 亿部；目前全球智能手机普及率已达 14%，迎来新一轮井喷拐点，预计到 2016 年将突破 40% 大关。

谷歌(微博)Android 操作系统凭借开放的产业链、庞大的联盟阵营、高中低端市场的全面覆盖后来居上，在这场结构性转变中占据了主导地位。

2010 年第四季度，Android 操作系统市场占有率首次超越诺基亚(微博)Symbian 系统，成为全球最大的智能手机平台，一举结束了 Symbian 保持十余年的统治地位。在 2011 年 Android 平台更是占到全球智能手机出货量的 46%；亦有第三方报告指出份额为 48%。

在厂商层面，三星(微博)凭借 Android 平台机与苹果交替坐上智能手机销量头把交椅。据 Juniper Research 最新报告显示，三星 2011 年第四季度在智能

手机市场上的份额已大幅增长至 21.7%，同时三星还在 LTE 市场大举布局，相继推出多款 4G 产品。值得关注的是，2011 年三星与威睿电通(VIA Telecom)合作，在美国市场推出多款 LTE 及 3G 产品，包括手机和平板电脑产品。其中，明星产品 Droid Charge 是三星采用威睿电通 CBP7.1 基带芯片的 LTE+EVDO 双模手机产品。这款非高通方案的 LTE+EVDO 产品一度在美国 4G 市场上独领风骚，市场占比最高达 90%；后续推出的同样采用了 CBP7.1 的 Galaxy Nexus 是其首款搭载 Android 4.0 的 LTE+EVDO 双模手机。据了解，2011 年曾成为业界焦点的苹果状告三星案的主角 Galaxy Tab 10.1，也是采用了威睿电通的 EVDO 芯片。

中国步入平价智能机时代

如果将 2010 年视为中国智能手机元年，那么千元智能机畅销标志着 2011 年中国步入了平价智能机时代。

过去一年，中国电信(微博)、中国联通(微博)几度联合厂商大推千元智能机，创出了中兴 V880 手机销量 600 万部、华为(微博)C8500 手机销量 300 万部的惊人数字；联想 A60 和酷派 W706 也都实现了在单月突破 50 万部的销量，促成了国内智能机销量的大幅攀升。

据运营商内部统计数字显示，2011 年国内智能手机销量累计达 7358 万部，较上年同期增加 4579 万部，同比激增 165%；占整体手机市场的 29%，较 2010 年提高 15%。而第三方调研结果表明中国手机用户的消费习惯也在发生改变，超过八成受访者希望购入智能手机。

瑞银证券电信行业分析师曹嘉骏分析称：“千元智能手机在中国畅销的原因是中国老百姓喜欢智能手机，考虑到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 足够好的替代品。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%。”

除运营商高额补贴外，智能手机成本的降低也受益于芯片厂商整体解决方案(即 Turn Key 模式)的兴起。如 2011 年威睿电通 3G EVDO 智能终端解决方案陆续出货，迅速将 CDMA 智能手机的价格降至 800 元，酷派、金立、海尔、海信等国内一线品牌即采用了威睿的 3G 手机方案，开始布局 3G 手机市场。

游戏规则改变

在功能手机向智能手机结构性加速转变大趋势下，国内手机市场的游戏规则也在改变。

智能手机对于运营商的重要性在 3G 时代大大强化，运营商定制模式在渠道中的比例不断上升渐成主流；与此同时，手机制造商角色越来越模糊，电信、互联网、消费电子乃至家电等多领域产业链纷纷加入其中。

然而，运营商重点扶持少量智能手机机型实质上形成了市场准入门槛，长此以往，得不到补贴的厂商将难以为继、消费者选择范围将减小，尽管造就了几款明星机型，却不利于整个市场的持续发展。

为提升平价智能机品牌、机型的繁荣度，运营商亟须对终端策略作出转变，引入不同厂商的不同机型、鼓励竞争。中国电信通过与威睿电通的合作盘活 CDMA 终端产业链，即为一个成功案例。

根据运营商数据，2010 年 EVDO 手机在国内 CDMA 手机整体市场占比为 23.5%，自 2011 年开始逐步提升，到年底高达 72.1%。全年 EVDO 手机销量累计达 3291 万部，占 3G 手机整体市场销量的 30%，较 2010 年增长 6.3%；WCDMA 销量达 4750 万部，占比为 43.3%，同比下降 3.7%；TD-SCDMA 手机销量为 2929 万部，占比为 26.7%，同比下降 2.5%。从某种意义上说，中国电信是保持 3G 手机增长最快的运营商，需求量也是最大的。

与此同时，2011 年整体智能手机市场中档机份额占比达 69%，GSM 和 EVDO 的这一占比均高于整体市场水平，其中 EVDO 智能手机市场的中档机份额达 82.2%，远高于 WCDMA 和 TD-SCDMA。

预计在新的游戏规则下，芯片厂商整体解决方案的地位也将进一步提升。据了解，中国电信 2012 年 3G 智能手机需求量为 4500 万部，并将智能手机明确划分为 400 元、600 元、800 元的档次，高性价比的解决方案将有助于运营商引入有效竞争机制。从整个产业链来控制终端成本，亦可满足各领域制造商迅速进入市场、提升自己产品竞争力的迫切需求。来源：2012-2-9 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

国产手机份额升至 37.5% 全面崛起尚需品牌之炼

智能手机时代，国产品牌借势崛起。数据显示，截至 2011 年底，国产品牌整体市场份额为 37.5%，联想、华为(微博)、中兴、酷派等国产品牌都有不错的市场表现。与此同时，以诺基亚(微博)为代表的国外手机品牌在中国市场的份额则从 2011 年年初近六成下降到了 41.5%。

国产品牌与洋品牌之间距离拉近，显示出国产手机正在移动互联网浪潮中站稳脚跟。这主要得益于国内 3G 网络覆盖率不断提高、安卓系统盛行及运营商的大力支持。但从长远来看，国产手机还需要从多方面改善用户体验，不断提高自身的品牌影响力。

国产手机份额直追洋品牌

曾几何时，国内手机市场几乎是洋品牌的天下，国产手机在人们心中，几乎等同于山寨的代名词。然而，移动互联网时代，智能手机市场的风生水起，为国产手机带来了全新的发展机遇。联想、中兴、华为、酷派等国内手机厂商踩准了移动互联网市场发展的节点，在竞争激烈的手机市场上站稳了脚跟。

刚刚过去的 2011 年，是国产手机大发展的一年。来自市场调研机构易观国际(微博)的数据显示，截至 2011 年底，国产品牌整体市场份额为 37.5%，而诺基亚、三星(微博)、LG 和摩托罗拉(微博)四大国际品牌占比为 41.5%。国产品牌正在逐步赶超国际品牌市场份额。从销量方面也可窥见国产手机的迅猛发展势头。2011 年全年中国手机市场销量前十名品牌中，国产品牌占六席，包括联想、华为、中兴、金立、酷派、OPPO。IHS iSuppli 公司中国研究专题报告同样显示出类似趋势。相关数据显示，中国手机厂商的 2012 年智能手机出货量将增长近一倍，超过 1 亿部。2012 年中国手机供应商的智能手机出货量预计将达到 1.014 亿部，比 2011 年的 5200 万部劲增 94%，几乎是 2009 年 1020 万部的 10 倍。国产手机节节攀升的市场份额相对应的是，以诺基亚为代表的国外手机品牌的市场份额和关注度在中国市场上开始走低。37.5% VS 41.5%，从这一数据对比不难看出，国产品牌与洋品牌之间的差距正在缩小，预计不久的将来，国产手机将可扬眉吐气，实现“赶英超美”的目标。

同时，在手机的关注度方面也有所变化。国内相关研究机构的数据显示，2011 年中国智能手机市场中诺基亚仍为用户关注冠军，但关注比例仅为 29.5%，较 2010 年下降了 20.8% 之多。国产品牌中，联想、魅族、华为、中兴等品牌则有惊艳表现。

多因素促使国产手机崛起

细数国产手机崛起的原因，除了智能手机自身性能优于传统功能手机外，还有以下几个方面：

首先，国内 3G 与无线网络的不断完善为智能手机的发展搭建了平台。国内市场上，中国电信(微博)、中国移动(微博)、中国联通(微博)三大运营商竞相布局，3G 网络的覆盖率得以不断提高，网速也不断提升。相应地，国内 3G 用户也迅速增加。数据表明，运营商新增 3G 用户整体占比达 80%。同时，WiFi 也成为三大运营商竞逐的焦点。这一切都在无形中为国内智能手机的发展提供了良好的支撑条件。

其次，得益于安卓系统的盛行。如今，在智能手机江湖中，安卓是当之无愧的老大。市场机构的研究数据显示，2011 年 Android 的市场占有率相当惊人：52.5%——超过一半的市场。而 2010 年它的市场占有率只有 25.3%，增速超过 100%，着实令人惊叹。目前国产手机中大部分产品都搭载原生或改良的安卓系

统，借安卓之力，国产手机既节约了研发自主操作系统的时间，也因安卓的巨大人气而获益良多。

第三，运营商的大力支持。智能手机的发展离不开三大运营商的补贴与服务。在上文提到的六大国产品牌中，除 OPPO 外均与运营商建立了深度合作关系。运营商的定制与优惠套餐，降低了智能手机的市场门槛，吸引大量用户加入到智能手机的队伍中来。而三大运营商千元智能手机策略的实施，更是引发了一波又一波的智能机热潮。“关于 2012 年全年三大运营商的补贴总额，有一个范围是可以确定的，大约 570 亿-到 600 亿元，而且明年还将继续增加。”有业内人士如是称。

提升品牌影响力方可长远

近年来国产手机厂商以多样性的产品线、抢食中低端市场的策略赢得了不少用户。然而，缺乏品牌影响力、产品创造性不足却也是不争的事实。

飞象网(微博)CEO 项立刚(微博)表示，国产智能手机太缺乏品牌影响力，产品同质化、“山寨”成风依旧是国产手机的短板。虽然对于 Android 平台的过分依赖拉低了产品的平均价格，但单纯的价格竞争也使利润迅速下降。

确实，目前国产手机主要定位于中低端市场，恰恰是这部分市场用户的巨大需求推动国产手机在激烈的竞争中迅速上位。但长远来看，要想在用户心中形成良好的品牌效应，绝不能只依靠低价策略，明星产品的打造必不可少。同时，在市场卡位的过程中，国内厂商还应增强自主创新意识，多线发展，避免过分依赖安卓系统，丧失产业链主导权。况且，眼下安卓产品已经陷入了软硬件同质化的漩涡，改革和创新已经势在必行。这同样也是国内手机厂商必须面对的问题。

综上，未来国产品牌的发展，必须从产品设计制造能力、品牌形象的提升以及用户的产品、应用、服务等多方面下功夫，方能不断提升用户体验，准确把握市场脉搏，从而在移动互联网的浪潮中站得更高，走得更远。来源：2012-2-9 通信信息报

[返回目录](#)

国内手机支付或将迎来井喷：运营商赶搭末班车

“移动支付”风潮从国外刮来，国内的用户早已翘首以待。用手机绑定银行卡，轻轻一刷就能完成所有交易，用户脑海中版图早已定型。然而，一切都没有那么简单。尽管各大运营商已马不停蹄地追赶海外的成熟市场，但必须得承认，国内的手机支付行业仍有很大的一段距离要走。

2011 年的最后一天，手机支付行业发生了一件大事：央行公布获第三方支付牌照名单，中国移动(微博)、中国电信(微博)、中国联通(微博)三大运营商同时上榜。这一趟“末班车”来得很是时候。

在此之前，三大运营商虽有动作，却迟迟没有进展。2011 年 3 月，中国电信成立“天翼电子商务公司”；4 月，中国联通“沃易付”完成注册；7 月，“中移电子商务公司”正式获得营业执照。牌照的申请过程，比他们想象中要艰难得多。

牌照获批之后，有专家预言，2012 手机支付行业或迎来“井喷”。

两个月过去，三大运营商虽然没有懈怠，但用户需求的奔跑速度实在过快。用户可能早已设想了这样一幅画面：手机与银行卡绑定之后，集支付、转账、还款等功能于一身，在 POS 机上轻轻一刷，就能完成所有交易。

然而现实的情况是，大多数的手机支付只具备远程支付功能。在运营商跑马圈地的背后，亟待完善的支付体系和用户的“高要求”一时间还难以匹配。

“小问题”制约大发展

之前，有国内运营商曾推出过一款类似于“手机钱袋”的业务，基本与用户的设想比较贴近：具备 POS 机支付功能、且不要输密码、便捷又实用。而且手续也相对简单。“办完手机支付业务后，可以得到一张卡，卡的后台有账户，通过账户可以把钱转到‘钱包’里，然后去 POS 机上刷。”一位不愿透露姓名的业内人士为笔者介绍说。但它有一个限制。“钱包不会超过 500 元，超过 500 元就得用账户里的钱。”而“钱包”作为一种小额支付，这个限制暂时无法放开。

对于“手机钱袋”，行业专家钱小磊很有发言权，与此同时，他本人就是一位曾经参与测试的用户。国内运营商的通常做法是在信用卡上贴一块膜，“但很快就坏了”。坏了之后，用户必须自己掏钱买。因为用的是摩托罗拉(微博)大屏手机，他自己的卡就被后盖弄坏了。钱小磊表示，在手机上也有很多限制，“后盖不能是金属，电池必须大于多少厘米”。

此外，国内手机支付业务也不太稳定。钱小磊介绍说，有一次在办理支付业务时，工作人员苦口婆心地跟他讲：“办了该卡之后，味多美可以用、物美可以用、公交可以用……”办理之后，钱小磊才发现这仅仅是宣传的噱头，因为上述的大部分功能，在实际操作时都无法使用。等到他想到联系客服时，已经到了“无力回天”的地步，“那边告诉我，这些业务已经停止推广了，建议我赶紧把卡退掉，等到钱退还之后，卡却不能换了。”

“高标准”拖累运营商

尽管如此，手机支付业务一直深受用户的关注。该业内人士表示，虽然运营商自有的支付体制还不够完善，但用户的增长速度很快，“增长速度一个月约为

20%，全国范围内都差不多”，交易额也一直在上升。这其中有两个原因，一是用户的基数较少；二是对手机支付感兴趣的用户的的确挺多。然而，用户的“高标准”却让运营商屡次受挫。由于国内的终端、应用尚不是一个成熟的市场，所以手机支付的整体氛围还没形成。

目前，用户反映最多的问题就是终端失配，如果终端跟卡不配套，就会影响刷卡效果，用户在使用时刷卡成功率就会很低。“用户还在乎手机支付的场合不多，功能多不多。”该业内人士表示，结合国内的具体情况，这些暂时还不用考虑。除了公交功能比较成熟外，手机支付在主流的购物功能上，尚处于摸索阶段。

安全与便捷存在冲突

为了早日实现手机支付，用户早已把“安全问题”放到了其次。钱小磊表示：“用户最大的问题是麻烦，而不是安全。”他曾用过手机支付进行话费充值，先要填许多东西，然后再是验证短信，确认……“我完全可以去报刊亭买张充值卡，用手机支付用户还得去营业厅办一张卡。”这种说法是有依据的，因为国内的手机支付安全隐患确实很小。“由于是小额支付，大多数是500元以下，超过这个数后就透支不了。”钱小磊认为，国内的手机支付“基本不存在安全隐患”，因为额度小，使用范围也窄。

对于手机支付来说，安全与便捷是一对矛盾体。国内的运营商为了减少安全隐患，在消费时增设了许多环节，但钱小磊表示：“手续实在太过复杂了”。然而，支付安全依旧存在漏洞。比如说“手机钱袋”，如果用户不小心遗失，那就几乎没有挽救余地。“丢了就必须补卡，但捡到手机的人也可以刷里面的钱”。对此，钱小磊也是深有体会，他认为在这点上，“手机钱袋”就有点像公交卡，丢了就回不来了。

市场等待核心“霸主”

国内手机支付之所以遭遇如此大的阻力，是因为行业内的标准太多。纵观所有的商家，几乎是一个商家一个标准。“有人在信用卡上做文章，有人自己做终端，还有人在SD卡上下工夫”，令人担忧的是，在这个偌大的市场里，缺乏一个核心的霸主，大多数都在“摆地摊”。对此，钱小磊表示：“没有一个商家能说这个标准是我的，大家跟着我做东西就行了。”于是，用户也开始摇摆不定。各式的产品通过不同的渠道被用户看见后，他们也开始“犯糊涂”，不知道如何选择。

消费主流无法形成，近程支付标准不统一，上游厂商也就无法进行芯片和机具生产。目前主流的技术标准有13.56Mhz和2.4G，前者的应用者有中国联通、

中国电信、银联，而中国移动则选择了后者。在解决方案上也是纷繁复杂，包括 SIM 卡、全终端、SD 卡、贴膜等。

“突围队伍”并不孤独

商家的唯一动力就是：前途很美好。据钱小磊介绍：“在美国，有用户在支付时，直接掏出一个安卓手机。操作过程也很简单，拿上信用卡，手机上签名，交易就可以完成。”“如果朋友以后吃饭想 AA，只要每个人拿出一个手机刷一下就行了。”他表示，这可能是未来手机支付的发展方向。在国外，这种手机刷卡模式已经很成熟。

运营商要想加快脚步，首先得明确自身的商业模式。钱小磊表示，两年来一些运营商对自己的业务都分不清楚，比如说手机支付与“钱包”；在运营策略上也犹豫不决，比如是推还是不推？或者该怎么推？也有业内人士指出，手机支付业务的商业模式、产业链不成熟是一个大环境，要想在短时间内突围很难。

但突围的队伍并不孤独，这并不是三大运营商个人的战争。钱小磊表示，目前致力于攻坚支付业务的还有乐刷、拉卡拉。乐刷采用的模式是银行卡+刷卡器+一部乐刷 App 手机的模式；而拉卡拉则能把大商场存在的 POS 机普及到连锁店，甚至家庭，尽管目前与手机支付的距离比较远，然而未来的方向，谁也说不准。移动支付已成为全球内的热点话题，而国内的行业状态才刚刚起步，用户与商家的脚步目前存在“脱节”。“手机业务刚出的时候很多人办，慢慢地办理的用户就少了”，钱小磊表示，这说明手机支付行业很有前景，“开花结果”的时间应该不会太长。

国内三大运营商移动支付业务现状

中国移动

从 2008 年开始，中国移动便开始关注第三方支付，并尝试建立第三方支付平台，遂于 2011 年 6 月份正式成立了中移电子商务有限公司。目前，中国移动的手机支付业务分为两大类：第一类为手机支付，可以实现手机上的远程支付；第二类是手机钱包。

中国移动的手机支付业务主要是通过由中移电子商务有限公司推出的专业客户端软件来实现的。用户可通过该支付客户端在手机上使用中国移动提供的综合性移动支付服务，如缴话费、收付款、生活缴费、订单支付等，在带给用户随时随地随身的移动支付体验的同时，还可确保用户交易的安全性和便捷性。

据相关人士透露，中国移动推出手机支付钱包以后，推出了很多应用。2011 年，该业务已经覆盖了 40 多个城市，上半年交易额接近了 1 亿元，月交易额达到了 4000 万元以上，用户规模也已达到了 4000 万。

中国电信

成立于 2011 年 3 月的天翼电子商务有限公司是中国电信投资组建的全资子公司，业务涵盖移动支付、固网支付及积分支付等领域。天翼电子商务有限公司的产品主要依托于自有账户和第三方关联账户(包括银行账户及公交卡等准金融账户)，为用户提供基于互联网、手机、固定电话、IVR 自助语音、IPTV、公话信息亭、自助终端服务机等各类渠道的近程和远程方式的支付服务。

“翼支付”是目前中国电信主推的手机支付业务，它利用 RFID 近场射频通信技术，实现了手机刷卡、手机乘车等支付功能。从 2011 年 5 月开始，京城百姓即可通过一张特殊的射频手机 UIM 卡，将中国电信的 3G 移动通信功能和市政交通一卡通刷卡功能有机融合在这张手机卡上，只需携带手机就可以轻松实现刷卡乘坐公交、地铁；商家刷卡消费、网点电子钱包充值、手机空中电子钱包充值等服务。

中国联通

早在 2010 年底，中国联通手机支付业务便已在北京、上海、广州、重庆四个城市正式商用，并逐步在全国其他省市推广。2011 年 4 月，中国联通支付公司(联通沃易付网络技术有限公司)获得营业执照，2011 年 12 月，该公司获得了国内第三方支付牌照。作为中国联通的全资子公司，联通沃易付公司注册资本 2.5 亿，业务涵盖互联网支付、移动支付和银行卡收单等支付业务。

中国联通手机支付业务采用的是握奇公司提供的 SIMpass 移动支付技术。该技术解决方案主要有两种形式，一种是“SIM+天线”的“辫子卡”，用户不需要更换手机，但需要在营业厅更换一张 SIM 卡；另一种是定制手机方案，即天线集成在手机中而不需要外置天线，用户需更换手机。据了解，手机支付账户与通信账户相互独立。也就是说，用户办理手机支付业务之后，将有两个账户，其中手机支付账户中的充值上限为 1000 元。来源：2012-2-10 北京晨报微博

[返回目录](#)

国产类 Siri 应用层出不穷 语音识别开智控新时代

随着 3G 时代的到来，随着科技快速发展，智能化、人性化已成为发展趋势。苹果 Siri 的推出引发国内市场的热潮，带火了消费端产品语音控制的概念，在成功地吸引了高关注度的同时，也带来了智能语音市场新一轮的效仿与竞争。近日，贵州大学的 9 名法学生研发的一款号称“中文版的 Siri”的国产语音助手 Airi 就在网络上红火了一把。Airi 不仅能听、会说，可以幽默对话，而且 Airi 支持中文。智能手机“又能听又会说”功能，彻底改变了人与手机之间的交互方式，使人与手机之间的“沟通”变得更加自然方便，这将为手机行业带来巨大变化。

Siri 让语音控制手机成为现实

苹果 Siri 的流行带火了消费端产品语音控制的概念，更是革新了语音识别的定义。苹果 Siri 之所以让大众喜爱，并不是它仅仅使用语音功能，而是将语音与手机的各种应用完美结合。

2011 年 10 月，苹果发布了 Siri，它通过语音大大简化了手机操作，使 iPhone 4S 变身为一台智能机器人助手。基于 Siri 的语音系统成了 iPhone4S 创新性的突破，Siri 功能可以让手机用户通过语音来对手机进行操控，发送短信、拨打电话等功能都可以通过语音指令实现。

Siri 这种超越语音输入法意义之上的语义识别工具，其准确度和服务质量取决于和使用者的磨合程度——使用的时间越长，Siri 后台捕捉到的用户个性化偏好就越多，也就意味着 Siri “私人助理”的价值是和使用时间成正比。

不过语音识别并不是什么革命性技术，早在多年前，IBM 的语音识别软件在 PC 上就有不错的识别率。近年来，Google、微软(微博)包括国内的一些公司也投入了大量研发，形成了一些相当成熟产品。

在最近的 CES 展会上，各个地方都可以看到语音指令和语音听写的早期领先者 Nuance 的身影。Nuance 是支持 Dragon 语音识别软件产品线的公司，苹果的 Siri 软件也使用该公司的听写技术。英特尔(微博)也在近期宣布与 Nuance 合作，将把语音指令技术应用到笔记本电脑。

Siri 引发国内语音产品开发热潮

早在 2000 年，比尔·盖茨就曾提出“未来 10 年是语音的时代”。苹果 Siri 的推出引发了国内市场的热潮，带来极大的关注度，也带来智能手机市场上，新一轮的战争。

尽管国内目前的语音应用制作尚未成熟，不过从各大终端厂商争推智能语音服务的动作来看，中文语音市场却已开始暗流汹涌。2011 年 12 月 26 日，UC 浏览器语音公测版发布，使 UC 浏览器成为全球首个使用语音智能控制的手机浏览器。同样是 2011 年 12 月份，腾讯推出了支持语音搜索功能的 S60V5 手机 QQ 浏览器 2.7 版，这次无疑是又一力作。

国内知名的浏览器厂商 UC 优视，当时推出了其最新的 UC 浏览器 8.2 Android 版，并且率先在手机浏览器中加入了语音助理功能，实现了语音控制与语音搜索。日前发布的全面智能语音控制手机浏览器可以通过语音进行多项智能操控，使用普通话就可以直接打开各大网站，获取搜索结果，并且还支持通过语音调出“书签”、“历史”、“添加书签”、“设置”、“退出”等一系列手机浏览器的常用操作。据腾讯手机 QQ 浏览器相关负责人介绍，除了手机浏览器，腾讯自主研发的“智能语音识别技术”还被用于手机 SOSO 地图、手机 SOSO

客户端等多个产品中。此外 Airi、Ciriis 等国产中文语音应用目前也已悄然抢滩中国市场。

艾媒咨询分析师表示，随着消费者对语音技术认识的加深，这个行业正在迎来蓬勃发展的时间窗口。

语音操控应用全面普及尚需时日

苹果 Siri 的流行带火了消费端产品语音控制的概念。在美国拉斯维加斯举行的国际消费电子产品展会上，从汽车到电视，几乎各类产品都整合了语音控制功能。随着设备具有语音和手势功能，汽车将成为这种设备。在 CES 展会上，奥迪展示了为其汽车提供的新的手势驱动的界面。奔驰介绍了一直名为 DICE(动态和直观控制体验)的新的集成的冲击系统。未来语音控制功能还会应用到从电视到安防等几乎各类产品。

消费者在体验手机的同时，在手机中加入语音控制系统，满足了消费者使用上新鲜感，但也存在一些问题。首先，语音服务功能本身仍存在着技术改进。虽然语音控制技术多年前就已现身，但语音识别的精确度仍有待提高，就如苹果 Siri 在语音识别上也尚待完善。从语音识别到执行声控命令，这是一个极其复杂的过程，出错率较高。

其次，通过声音来控制电子设备，似乎面对强大的阻力，很难成为主流。由于人们在不同的场所使用操作电子设备，因此声音的公开性，天然限制了语音识别应用的场景和环境，给语言识别带来了一定的限制。

因此，随着消费者对语音技术认识的加深，相信在未来发展过程中，厂商仍应加强语音操控功能的技术完善。另外，厂商还应提升用户的综合体验，给用户带来新鲜浏览体验的产品，以便满足多样化的用户需求，赢得更多消费者，从而或巩固、或进攻市场。

智能语音应用真正意义上拉近了终端与消费者的距离，实现终端智能化的历史性的跨越。未来必将开辟智能控制新时代。来源：2012-2-9 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

印度取消 122 张电信牌照

日前，在全球第二大电信市场印度，最高法庭要求政府取消多家电信公司合计 122 张运营牌照。这些牌照均涉入 2008 年的一次不合法 2G 频谱拍卖案件。

由于多家电信公司采用中兴等企业的设备来部署自己的移动网络,有业内人士第一时间向《每日经济新闻》记者表示,此事或将影响中兴在印度出售电信设备的回款问题。

中兴通讯(微博)公关部门相关负责人向记者表示,该公司印度分公司仍在权衡这次判决对其业务的影响程度,目前暂时不予评论。

昨日(2月7日),A股市场上中兴通讯(000063,SZ)结束了此前涨势,开盘一路下跌。尽管当日公司公布了一则利好消息,称其通过了高新技术企业复审,但二级市场仍不为所动。

影响 11 家公司 中兴恐受累

印度最高法院近日裁决,受此前的 2G 频谱丑闻影响,前印度电信部长拉贾(ARaja)2008 年 1 月发放的涉及 22 个区域市场的 122 张移动运营许可无效。

所谓 2G 频谱丑闻,是拉贾在职期间的 2008 年,其以 2001 年的价格分配牌照,致使政府损失高达 380 亿美元。印度媒体指出,一些获得手机服务运营许可证的公司以“不可思议的低价”获得了大量频谱资源,此后不久,这些频谱资源又被以很高的溢价卖给了外国公司。该起丑闻被认为是印度建国以来最大的腐败丑闻之一,拉贾因此下台,并面临滥用职权的指控。

如今,上述撤销判决共影响 11 家公司,包括 Unitech Wireless 和 Swan Telecom 等。

拥有 3630 万用户的 Uninor 和拥有 1500 万用户的 MTS 是受到影响最大的两家运营商,印度高法已经责成印度电信监管当局在 120 天内对这些空出来的频谱进行重新招标。

印度媒体报道指出,受此事件影响的多家公司采用中兴的设备来部署自己的移动网络,累计涉及网络设备金额达数亿美元。

报道援引知情人士言论称,“至今还没有部署网络、现在又被取消移动牌照的企业,可能会面临无法付清欠款的问题,因为银行不可能再给予何支持,在这种情况下,他们很可能会选择退出电信市场。”

不过,另有知情人士表示,暂未看到中兴的合作伙伴 Uninor 和 SSTL 有退出市场的迹象。

前述业内人士指出,在印度高等法院判决下发后,具体执行仍有长达 4 个月的缓冲期,“现在来看,印度政府的目的是再拍卖一轮,多赚点钱,这一举措有可能会吓走一些中小运营商,但一些大的运营商如 Telenor 已经明确宣称不会退出。”

中兴：相关影响在权衡中

印度目前是全球第二大电信设备市场，仅次于中国。过去 3 年，中兴成功完成了在印度市场的深度扩张。2011 年，印度市场为中兴的年营收贡献了近 10 亿美元的收入。

中兴通讯公关部门相关负责人向《每日经济新闻》记者表示，该公司印度分公司仍在权衡这次判决对其业务的影响程度，目前暂时不予评论。数据显示，中兴在印度已出售超过 5 亿美元的 2G 设备。

“这个事对中兴确实是有影响的，尤其是回款问题。事实上，中国公司也是 2008 年那轮牌照发放的大赢家，现在这些中国公司只能静观其变，由于印度的政策变化很大，因此未来走向暂时不好预估。”前述业内人士称。

另一方面，他还补充说，目前印度市场共有 10 多家运营商，其中包括巴帝电信(Bharti Airtel)以及沃达丰集团、Telenor 公司和 NTTDoCoMo 公司的本地子公司，激烈的市场竞争促使通话费降至每分钟不足一分钱，导致通信公司的盈利能力大幅下降。

“印度电信市场一直竞争过度，大多数运营商都不赚钱，过去两年，运营商在 2G 和 3G 上投入重金购买频谱和设备，目前仍收不回投资，在这种态势下，一些中小运营商的承受能力非常脆弱。”他称。

电信分析师安基塔·萨马尼(Ankita Somani)也说，上述判决可能会使一些规模较小、经营不佳的运营商倒闭。印度目前拥有近 9 亿个手机账号，此事将引发行业洗牌和价格上涨。来源：2012-2-8 每日经济新闻

[返回目录](#)

巴基斯坦将首次拍卖 3G 牌照

巴基斯坦日前决定，将于 3 月 29 日进行首次 3G 牌照的拍卖，起拍总金额为 2.1 亿美元。此外，每位投标者须缴纳 3150 万美元作为保证金。

据巴基斯坦电信管理局(PTA)主席穆罕默德·亚辛透露，届时将有 10~15 个投标者参与拍卖。外界推测 PTA 将在此次拍卖中分配 3 个 10MHz 的 3G 频谱。

据预测，所有现存和潜在的巴基斯坦电信运营商都将参与此次拍卖。但由于新的电信业务运营法令，一些新加入的运营商必须等到 2013 年 3 月才可提供 3G 服务。相比之下，巴基斯坦 5 个现存的移动运营商则可以立即开展 3G 业务，对那些渴望涉足巴基斯坦 3G 市场的国际运营商来说，这无疑降低了吸引力。(注：2006 年巴基斯坦政府将国有运营商巴基斯坦电信 26% 的股份出售给阿联酋电信时曾签署协议，2013 年前不提供任何额外的频谱。)

巴基斯坦 IT 部门曾在 2011 年 12 月要求 PTA 在 3 个月内举行 3G 牌照拍卖。此外，约两个月前，巴基斯坦总理吉拉尼原则上同意了 PTA 制定的拍卖条款，这为外资参与此次拍卖铺平了道路。来源：2012-2-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

ISOC 宣布 IPv6 服务 6 月 6 日商用

日前，ISOC(Internet Society)组织宣布将在 2012 年 6 月 6 日，招集全球 ISP、信息提供商共同宣布 IPv6 的服务商转。ISOC 组织表示：“IPv6 服务不再只是实验性产品，2012 年将确实成为商业服务”。

ISOC 此举等同为全球 IPv6 的推广补了一剂强心针。而其中已宣布参与的提供商包含 ISP 提供商 AT&T、Comcast、Free Telecom、Internode、KDDI 等；网通提供商 Cisco、D-Link；网络提供商 Facebook、Google、Microsoft Bing、Yahoo 等都表示会在 6 月 6 日当天启动 IPv6 服务。

台湾 TWNIC 网址组组长朱志明表示，多家提供商启动 IPv6 服务后，对网络用户的影响不大，用户使用习惯、传输速度等也不会有明显改变，由于全球提供商目前多采双协议(Dual Stack)转换技术，用户即使持续使用 IPv4 地址，服务仍可通用。

但朱志明也建议，如用户欲测试 IPv6 服务地址，目前也有多种方法，例如用户可先自行安装客户端转换软件，在台湾的用户可开通中华电信光世代 IPv6 服务，网络即可相通。但用户或企业如有使用 AP 等路由设备，设备需要更新，IPv6 地址才能连通。

对于台湾业内相关提供商 2012 年是否会同步在 6 月 6 日开通 IPv6 服务，朱志明表示，TWNIC 目前仍未确定相关细节，还有待与各家商讨。来源：2012-2-8 飞象网

[返回目录](#)

泰国或颁共享基站 3G 牌照 鼓励市场新进入者竞标

泰国电信监管部门正在考虑在即将到来的 2.1GHz 3G 牌照拍卖中向运营商颁发联合基站牌照，以鼓励新“玩家”参与。

据《曼谷邮报》报道，泰国国家广播和通信委员会(NBTC)会在拍卖期间颁发特殊的“基站双重位置牌照”。

据《国家报》报道,该委员会部分成员认为,如果现有私营运营商 AIS、DTAC 和 True 公司是拍卖仅有的参与者,竞标者将过少。

基于正在制定的拍卖条款,现有运营商可能被要求与市场新进入者分享他们的基站。其目标是通过避免从头开始部署 3G 网络降低门槛,减少新进入者的进入成本。

泰国国家广播和通信委员会现有 45MHz 2.1GHz 频谱,据推测将分成三组 15MHz 的牌照拍出。

然而该监管机构尚未决定是否拍出所有 45MHz 频谱,还是保留一部分用于公共服务。

频谱拍卖的低价将为 218 亿泰铢(C114 注:约合 4.15 亿美元)。来源:
2012-2-9 中国通信网

[返回目录](#)

韩国三大移动运营商 2011 年投资 68.6 亿美元增 20%

韩国先驱报(Korea Herald)援引韩国通讯委员会(KCC)提供的数据报道称,韩国三大移动运营商 2011 年的投资较之 2010 年增长了 20%。

截止 2011 年 12 月末,SK 电讯、韩国电信(KT)和 LGU+(LG Uplus)在过去一年总计投资 7.67 万亿韩元(68.6 亿美元),用于改善其各自的基础设施。KCC 称,三大移动运营商增长的投资主要用于确保其能够应对不断增长的无线服务需求,同时,也是为了能够引入 LTE 服务及推广做准备。

KCC 还表示,2011 年运营商营销成本出现下滑,广告支出较上一年同期下降了超 8.1%。同时该监管部门还补充道,营销成本与收入之前的比率仍高于咨询水平的 20%。来源:2012-2-10 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

运营商管道优势利好移动支付 品牌辨识度是关键

经过 2011 年多地试点之后,中国电信(微博)确定将在 2012 年大力推广“银联翼宝”业务。中国电信北京公司近日宣布,该公司将在北京全市营业厅为用户免费更换“银联翼宝”卡,以使用户升级 UIM 卡并使用手机支付业务。此前,

中国电信北京公司仅在部分地区，提供有限的升级为“银联翼宝”卡的名额。与此相伴的是，业内对运营商在移动支付市场的角色产生分歧，甚至有分析认为运营商有沦为管道的危险。对此，本报记者连线电信专家程京生、知名互联网分析师连钧权就此进行分析解读。

加强推广力度谋市场

中国电信布局移动支付市场再落一子。来自媒体的最新消息称，中国电信北京公司近日宣布，该公司将在北京全市营业厅为用户免费更换“银联翼宝”卡，以使用户升级 UIM 卡并使用手机支付业务。在这过程中，用户已有的电信业务并不受影响。

据介绍，银联翼宝具有安全、快捷、通用、方便等四大优势。用户办理“银联翼宝”卡之后，可以在卡内保存 10 张个人银行卡信息，以实现移动支付。另外，用户还可以通过手机享受充值缴费、转账、信用卡还款、购买彩票、点卡充值等服务。

其实，对于银联翼宝的推广工作可追溯至 2011 年。2011 年 11 月，银联翼宝就已在北京、江西、辽宁等三地中国电信分公司展开业务试点营运。根据业务推广的时间来看，中国电信江西公司无疑走在前列。2011 年 5 月底，中国电信江西公司即携手中国银联江西分公司共同推出国内第一张银联手机卡——银联翼宝。

谈及银联翼宝业务，国内三大运营商介入移动支付领域的努力不能不提。2011 年 12 月 31 日，央行发布第三批第三方支付牌照，前两次落榜的运营商终于悉数入围。其中，中国电信旗下的天翼电子商务有限公司榜上有名。这也意味运营商从此可以高歌进入移动支付市场，有分析人士对此指出，由于运营商具备部分先天优势，可能在移动支付领域形成竞争优势。但目前国内移动支付普及率不高，标准问题仍旧困扰产业链各方，诸多问题的悬而未决给运营商移动支付市场平添许多变数。

打造品牌辨识度是关键

针对银联翼宝的逐步推广，知名互联网分析师连钧权表示，这主要源自于运营商看好移动支付市场。来自艾瑞咨询(微博)的数据显示，2010 年中国手机支付用户规模首次突破 1 亿，达到 12380 万户，同比增长 77.4%。2013 年将超过 4 亿，2011 年用户规模增长是最快的，增长率为 80.6%。2010 年中国手机支付市场规模突破百亿元，同比增长率为 312.0%，2013 年市场规模将达到 2396 亿元，是 2010 年的 23 倍。

除了银联翼宝之外，中国电信已经通过多种方式带给用户新的移动支付体验。比如，广东电信 2011 年年初推出“天翼羊城通”，该卡集成了电信天翼手

机 UIM 卡的通信功能及羊城通电子支付功能，可在通信、公交、购物等消费领域使用。与之类似的有厦门一卡通和榕城一卡通。另外，中国电信与银联也积极开展合作。2010 年四季度，中国银联与中国银行、中国电信于宁波推出集手机 SIM 卡与芯片银行卡于一体的手机银行卡——“天翼长城卡”，持有该卡用户可以在电信合作商户消费，也可以在众多公交车上享受刷卡服务。

对此，电信专家程京生表示，中国电信进入移动支付领域较早，目前发布了多种各具特色的支付卡，不同的卡有不同的使用范围，如交通一卡通就局限于一个城市。一方面，这与运营商自身基础业务和当地市占率密切相关，在条件更为成熟的地区进行试点，有利于积累移动支付经验以及后续推广，更有助于推动产业链走向繁荣。另一方面，翼支付是电信主打手机支付品牌，应处理好与银联翼宝等细分品牌的关系。品牌建设是 3G 时代运营商取胜的一大法宝，中国电信应该根据特定客户群进行分类，增强品牌的辨识度。

发挥管道优势是突破口

据了解，运营商在银联翼宝中只收取基本通信流量费用，业内对运营商可能沦为管道的争论升温。

对此，知名互联网分析师连钧权表示，运营商最大的优势即管道，而且运营商完全可以充分发挥管道的优势分得一杯羹。况且目前支付领域较为成熟的商业模式只是收取佣金，至于其他增加营收的办法需要进一步摸索。在这种情况下，运营商须尽快聚拢用户，增加 POS 点和合作商户，以及研究如何让用户增加银联翼宝卡使用频次。

连钧权还表示，对于用户来说，方便、快捷是选择移动支付的一个因素。另一个重要因素则是手机支付安全，没有安全，移动支付的未来只能是镜花水月。来自赛诺的报告显示，93.5%的受访者表示经常或偶尔受到移动安全威胁，在用户遭遇的移动安全问题中，“骚扰、垃圾短信”，“骚扰电话，响一声电话”和因感染手机病毒导致的频繁死机、恶意扣费等成为用户面临的主要安全问题。

另有分析指出，单纯从支付账户数的角度去理解管道化，并不可靠，移动支付的最有潜力可挖的地方可能是其依附的应用而非支付本身。连钧权认为，其实中国银联也有陷入所谓“管道化”的危险，而第三方支付公司、互联网公司或是最大受益者。但一旦用户形成移动支付习惯，运营商与银联之间可以创新合作模式，共享利益，而这需要双方继续探索。来源：2012-2-8 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动称 SIM 卡无法远程复制

昨天，针对频发的号称能复制他人手机 SIM 卡的短信诈骗，中国移动(微博)表示，这种做法从技术上不可能实现，纯属诈骗行为。

中国移动信息安全管理部表示，SIM 卡是客户的识别模块，上面存储了手机客户信息，在卡片里存有一组 128 位长度的密钥以保障安全性，同时移动通信网络是独立在因特网之外的网络，先天上杜绝了来自因特网黑客的攻击，因此从技术上讲，SIM 卡远程复制不可能办到。来源：2012-2-11 京华时报微博

[返回目录](#)

中国移动无线城市用户超 2400 万

中国移动(微博)日前对各省区市无线城市达标情况进行了评估，结果显示，全国共 140 个城市达标，发展用户超过 2400 万户，超额完成年度目标。

中国移动 2011 年制定了无线城市“十百千”的总体发展目标，即发展 10 大类应用，达到 100 个以上的达标城市，发展 1000 万以上的有效用户。截至 2011 年 12 月底，中国移动已累计上线 14204 个具体业务应用。2011 年，各省级公司结合本地特点开发各类应用，部分应用 PV 量初具规模，如广东商家联盟 2346 万、我的大学 190 万，福建公交查询 1745 万，湖北商家优惠 334 万、城市热点信息 150 万，江西社保医保账单 115 万，四川电影购票 98 万，等等。

2011 年 12 月，中国移动无线城市访问用户数达 1121 万，环比增长 352 万，增长率达 45.8%。2011 年，全网累计独立用户数超过 2400 万，其中，广东、江苏、福建等 8 省用户数超过 100 万。2011 年，年度累计访问 PV 量达到 4 亿，其中 5 个省份 PV 量超过千万，占全网总量的 80%，分别是广东、湖北、福建、浙江、河南。2011 年 12 月，全网新增 AP 26.7 万个，达到 218.6 万个；新增热点覆盖 3.8 万个，达到 26.8 万个。

截至 2011 年 12 月底，中国移动已与 31 个省区市 217 个城市完成战略合作协议签订。其中，由省级政府与集团公司签署《无线城市战略合作协议》的有 18 个，省公司与省内地市政府签署《无线城市战略合作协议》的省份有 13 个。来源：2012-2-10 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

中移动分公司竞标巴基斯坦 3G 牌照

巴国内外至少 9 家公司准备参加即将启动的 3G/4G/LTE 电信牌照竞拍，其中既包括现有电信运营商，也包括计划进军巴电信市场的国外知名运营商。

报道称，英国沃达丰公司、日本 DoCoMo 公司、卡塔尔电信公司(QTel)、阿富汗 Roshan 电信公司等之前未在巴提供移动通信服务的海外公司均有意参加 3G/4G/LTE 牌照竞拍，借此进入发展迅速的巴移动通信市场。

已在巴运营的 Ufone、Mobilink、ZONG(中移动巴基斯坦分公司 CMPak 自有品牌)等也将积极参与牌照竞拍，从而继续保持竞争优势。

此外，巴 Warid 移动通信公司准备与马来西亚一家公司共同参与竞拍。之前在巴提供无线和互联网服务的 Qbee 公司也准备与孟加拉国一家公司共同参与竞拍。来源：2012-2-13 中国通信网

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信完成新一轮六省市 IPTV 平台招标

知情人士透露，中国电信(微博)已于日前完成在浙江、上海等六省市的 IPTV 系统平台扩容工程招标，将增加数百万用户容量。不过，整个中国电信的 IPTV 仍呈现不紧不慢的发展状况。

六省 IPTV 平台扩容

据悉，在三网融合大背景下，中国电信仍在对 IPTV 摸索前进，2011 年上半年，中国电信对 IPTV 终端进行了集采，2011 年 11 月又对 IPTV 系统平台进行了集采。

此次涉及的中国电信 IPTV 扩容省份包括福建、上海、浙江、海南、湖南和重庆等。之前的 2011 年 9 月，中国电信上海研究院对 IPTV 系统平台进行选型技术测试工，主要测试各厂家系统平台对中国电信明年将全面推行的 IPTV 3.0 技术规范的满足程度，此后确定了入围厂商，拟于明年大规模部署 IPTV 3.0 标准下的 IPTV 系统平台。

本次招标采用综合评估法，其中技术占 45%，价格占 35%，商务占 10%，服务占 10%。综合排名第一投标人份额最大。

参与投标的企业为 UT 斯达康、华为(微博)、中兴、思科和青牛，目前，招标已全部结束。

IPTV 发展缓慢

不过，与庞大的固网用户数相比，中国的 IPTV 像是一个并不太重要的业务。

据悉，2011 年，中国 IPTV 用户规模突破 1300 万，其中中国电信接近 1200 万，而截止到 2011 年底，中国电信宽带用户达 7681 万，中国联通(微博)为 5565 万，两者加起来宽带用户数总共有 1.3 亿，由此计算，中国 IPTV 用户数仅为宽带用户的 1/10。

目前，中国电信 IPTV 用户最多的是江苏电信，总计已投入 40 多亿元。截至 2011 年底，江苏电信的 IPTV 用户超过 280 万户，规模居全国第一。此次扩容后，中国电信所涉及的上述省公司的 IPTV 用户容量将大为增加。

电信运营商缺乏积极性

这可能与 IPTV 的管理体制有关。2012 年 2 月 1 日，中国网络电视台(CNTV)与上海文广集团签署 IPTV 集成播控平台合并协议。根据协议，双方将以中央电视台开办、中国网络电视台建设和运营的 IPTV 集成播控总平台为基础，建设和完善为全国唯一的 IPTV 中央集成播控总平台。上海文广集团现有的 IPTV 集成播控平台及各地分平台将整体并入中央电视台 IPTV 集成播控总平台及各地分平台，作为备份平台。全国 IPTV 用户将由 IPTV 中央集成播控总平台统一管理。双方将把各自拥有的频道和节目资源投入到总平台，并成立合资公司，负责总平台的可经营性业务。

之前全国的电信运营商开展 IPTV 时多数与上海文广集团旗下的百视通合作，但上海文广集团集成播控平台的上述变化令电信运营商更摸不准政策的走向，开展 IPTV 业务也就缺乏积极性。来源：2012-2-13 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信携手摩托罗拉推出首款爱阅读手机

在确定 2012 年推推 3G 应用后，中国电信(微博)于近日与摩托罗拉(微博)联合推出首款专门为天翼阅读而打造的手机摩托 XT681，这也是中国电信首款专门定值制的“爱阅读”手机。

首款“爱阅读”手机

此前的春节前，在 2012 年中国电信终端产业链会议上，中国电信相关负责人介绍说，中国电信预计 2012 年天翼终端需求量将超过 8000 万部，其中 3G 智能手机 4500 万部，同时将 2012 年确定为“天翼 3G 互联网手机应用年”，意思是在 2012 年将大量推广 3G 应用，首款“爱音乐手机”摩托 XT681 也正是在这种情况下推出的。

此前，2011年12月中旬，中国电信透露将针对应用层面推出了一批“3G业务特色手机”，包括天翼爱音乐手机 X500、海信 E860、天翼爱阅读手机摩托 XT681、天翼爱游戏手机京瓷双屏手机 KSP8000。其中，摩托 XT681 正是这种特色手机之一。

天翼爱阅读是中国电信整合各类阅读内容，满足手机用户阅读需求的一项业务，可为用户提供书籍、连载、杂志、漫画等各类电子书的订购、下载、服务，具备了投票、评论、推荐等互动功能。摩托 XT681 内置了天翼爱阅读的功能，在屏幕、内存等各方面都方便用户阅读。

这款特色手机作为中国电信 3G 业务的示范型终端，具备较好的业务承载能力和客户感知，符合中国电信 3G 业务终端用户体验的发展方向。其支持 Android 2.3 智能操作系统、3.5 寸电容触摸屏，并搭载了 500 万像素摄像头。

天翼阅读用户已经超过 3000 万

近年来，中国电信在全国设立八大产品基地，分别是：天翼阅读基地、协同通信基地、物联网基地、爱音乐基地、天翼视讯基地、天翼空间基地、爱动漫基地、爱游戏基地。主要打造中国电信自主经营的移动互联网核心产品，同时开放平台，聚合更多开发者，丰富内容应用产品。

实际上，天翼爱阅读也只是中国电信诸多业务中的一种，即便是摩托罗拉 XT681 也加入了大量的电信服务，其中包括了天翼阅读、天翼空间、互联星空、天翼视讯、爱音乐、爱游戏等大家比价熟悉的应用，通过电信与 MSN 合作推出的天翼 live 也内置其中，可以随时随地登陆 MSN 进行聊天。

截至 2011 年 12 月，中国电信天翼阅读用户总数已经超过 3000 万。3G 业务特色终端的推出也将大力推动中国电信移动互联网业务的发展。推出良好的阅读终端对于该项业务的发展至关重要，也有强大的市场需求。来源：2012-2-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国电信将发债券 80 亿元用于补充营运资金

中国电信(微博)集团 7 日公告，将于 14 日发行两期 356 天短融券，规模合计 80 亿元，将全部用于补充公司的营运资金。

公告显示，这是中国电信发行的 2012 年第一期和第二期短期融资券，发行规模各为 40 亿元，期限均为 365 天。两期债券发行日期为 2 月 14 日，缴款日和起息日为 2 月 15 日，上市流通日期为 2 月 16 日。

两期短融券募集资金将全部用于补充公司的营运资金，重点满足品牌运营和 IT 服务及应用、移动网络运维及宣传、号码百事通、互联网应用等业务运营的资金需求。

中国电信和中国联通(微博)、铁通均爱发行债券，因为用债券融资的成本低，并不代表着就是缺钱。中国联通也将于近日发行 50 亿元人民币超短期融资券 (SCP)，期限 180 天。来源：2012-2-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国电信云计算公司 4 月挂牌：多项标准制定中

中国电信(微博)对云计算的热情之高，超出所有人的想象。继 2011 年 8 月 31 日在三大运营商中首次发布完整云计算战略后，《通信产业报》(网)记者日前获悉，中国电信将成立专业云计算公司，统辖管理全国各省的云计算业务。预计 4 月份云计算公司挂牌。

接近中国电信的知情人士透露，早在 2011 年发布云计算战略时，云计算公司筹备组同时成立。筹备组组长由副总经理孙康敏担任，筹备组成员都是从集团技术部、政企客户部、网维部、研究院等部门抽调的精干力量。

另据记者了解，除酝酿成立云计算公司外，中国电信在云桌面、云服务质量的标准制定方面亦有大量前瞻性研究。

业内专家表示，中国电信在云计算领域的战略部署远超竞争对手，“对运营商如何做云服务有相当深刻的认识。”

争议公司定位

中国电信在业界率先成立专业云计算公司之举堪称首吃螃蟹，围绕该公司的种种猜测一度甚嚣尘上。

此前有媒体报道，“云计算公司总经理一职将由某位千人计划引进的高级人才担任”，“副总经理一职则会由一位即将退休的总部二级部门女总经理担任”。

外界猜测，总经理人选可能为现任中国电信北京研究院总工程师毕奇，副总经理则是政企客户事业部总经理梁志平。不过，此说法遭到中国电信内部人士否认。该人士表示“一切都未最后确定，但肯定不是目前流传的版本”。

据记者了解，目前中国电信内部关于云计算公司的各项议题多数未形成共识，尤其是公司如何定位、如何运作、与其他部门的关系等关键问题仍处于探讨阶段。

“云计算公司的成立，是对内部资源的重新整合。”上述人士分析指出，所以原先分散在各个部门的资源首先要剥离，但剥离多少、保留多少又牵涉到新公司的定位。

以政企客户部为例，该事业部主要负责将云计算产品销售给政企客户。按照原先的做法，客户需求对接、打包产品技术方案、报价以及内部部门协调等均由客户经理完成。那么在云计算公司成立后，政企客户部的销售职能是否保留则牵一发而动全身。

云管理平台 5 月上线

目前可以确定的是，新成立的云计算公司将统辖管理中国电信各省云计算业务，为用户提供按需的 IaaS 服务。早在 2011 年 8 月 31 日发布云计算战略之际，中国电信就表示 2012 年推出云主机、云存储等系列天翼云计算产品，并为此制定了“三步走”策略：第一步统一建设部署覆盖全国的云计算数据中心；第二步则是构建全网统一的云管理平台；第三步，依托覆盖全国的光网络，实现云数据中心的高速互联和用户高速接入，让融合宽带与云计算。

记者获悉，第一步服务器和存储等硬件设备已经安装完毕，而云数据中心管理平台的建设也步入冲刺阶段。

云数据中心管理平台由中国电信北京研究院云计算研究中心自主建设。负责项目统筹的中国电信北京研究院副院长赵慧玲向记者表示，云数据中心管理平台不可或缺，用来统筹管理和调配虚拟机资源。由于运营商各省集采设备来自不同的厂家，各厂商的管理软件只能适配对应的硬件产品，因此中国电信选择了自主研发云数据中心管理平台。

据介绍，云数据中心管理平台分两级架构，由云主机管理平台、云存储接入平台和主机适配平台三部分组成。第一批将部署在上海、广州、成都、香港和西安五大 IDC 节点。目前，中国电信北京研究院正在对管理平台进行紧锣密鼓地测试。

按照计划，3 月份管理平台将从实验室测试阶段转至现网五大节点进行测试，预计测试时间持续 2 个月。一旦测试通过，云管理平台将于 5 月正式上线，届时将对外提供全网云服务。

此外据赵慧玲介绍，云计算研究中心还对云计算做了大量系统性和前瞻性研究，其中包括标准制定。

标准向来是兵家必争之地。目前，国际知名 IT 巨头和电信运营商都在积极抢夺云计算标准话语权。中国电信则从企业标准制定开始一步步推进至行业标准乃至国际标准。

据悉,国际电信联盟(ITU)下属国际电信联盟远程通信标准化组织于 2010 年成立 ITU-T 云计算焦点组。该小组主要聚焦电信行业网络、安全、服务需求等问题,力图使云计算服务和应用能为电信网络提供支持。该小组重点成员有思科、微软(微博)、法国电信等。

赵慧玲表示,中国电信联合法国电信,在云桌面、云服务质量等领域参与国际标准化协作,希望结合自身优势主导云计算标准,扩大国际影响力。

对手难望其项背

从研发引领到标准先行,从专业运营到规模商用,中国电信层层加码云计算,不但令观者直呼“太给力”,更一步步甩开竞争对手。

2007 年,中国移动(微博)启动了“大云”研发项目,2008 年年底在实验室建成了一个 256 节点云计算集群。此后,中国移动又把实验室系统扩容到 1024 个节点。2010 年 5 月,中国移动正式发布了“大云” 1.0。目前,中国移动的主要工作集中于攻克数据挖掘、计算资源池实时交易类应用的关键技术。

而中国联通(微博)迄今为止未见明确的云计算方案,只是推出了一个名为 DIOS 分布式智能开放系统,其主要是为电信运营商商业模式转型而提出的系统架构。

名声在外的“大云”项目始终未能走出实验室,中国联通更无暇顾及显得“云里雾里”,业内人士笑言跟中国电信相比,其他两家运营商的云计算“太小儿科”、“没有运营商范儿”。

显然,与亚马逊(微博)、IBM、VMware 这些 IT 巨头相比,电信运营商提供云服务的优势在基础设施。在赵慧玲看来,电信基础设施与 IT 基础设施的融合是云计算的基础,由此衍生出网络、数据中心、平台、应用的层叠架构。

“无论云计算公司如何定位如何运营,资源的灵活买卖是核心,也是商业兑现的核心,就像到超市买东西一样。”中国电信政企客户部相关人士表示。

站的高度决定做的深度。从运营商的视角做云计算将是中国电信始终遵循的法则。来源:2012-2-13 通信产业网

[返回目录](#)

【中国联通】

联通数字阅读业务 2011 年收入 3.8 亿

近日,据中国联通(微博)数字阅读基地介绍,目前,中国联通数字阅读发展起步良好,用户已超过 3400 万户,日均访问量超过 1000 万次,2011 年实现信息收入 3.8 亿元。

据湖南联通总经理刘桂清介绍，目前中国联通阅读中心正式上线的书籍已达到 10 多万册，年访问量近 40 亿次，日均收入超过 100 万元。

2010 年底，中国联通数字阅读基地正式落户湖南，2011 年 4 月，中国联通沃阅读业务正式商用。目前，该阅读基地已引进长江出版传媒集团、广东出版集团、新华出版社等知名出版社在内的 180 余家内容合作伙伴。

按照中国联通与湖南省政府的战略合作协议，未来 5 年，中国联通将投入 150 亿元助力“数字湖南”建设。其中数字阅读基地项目总投资将达 15 亿元。目前，数字阅读平台建设项目已投入 5000 万元，数字阅读基地基础建设项目一期工程投资 5 亿元项目正在实施阶段。

近日，湖南省委书记、省人大常委会主任周强到中国联通阅读中心进行了视察。视察期间，周强书记对中国联通阅读业务的发展提出了三点要求：

一是要加快内容建设。周强书记指出，数字阅读的内容要具备“时代”、“时尚”、“实用”的特点，要把动漫类、教育类、英文版的书籍补充和完善到书库当中，同时要抓好读者市场的细分，开发一些如婴幼儿教育市场、老年人保健市场的阅读产品。

二是要加快软件建设。周强书记要求，要让中国联通阅读中心的软件和平台更加便捷、更加富有吸引力，要不断创新，不断拓展业务范围，不断新增合作伙伴，要树立阅读业务在行业内的领先地位，做最有影响力的数字阅读基地。

三是要加快基地建设。周强书记强调，中国联通数字阅读业务是推进全民阅读的重要载体，湖南省委和省政府将把阅读中心的工作纳入湖南文化强省的重点工作，长沙市政府也会对中国联通阅读基地的建设予以全力支持，希望湖南联通积极争取总部资源，加快阅读基地的建设进度，为湖南省的文化发展和信息产业做出新的更大的贡献。来源：2012-2-14 通信产业网

[返回目录](#)

联通营销部门酝酿改革：改区电信局为营销中心

知情人士透露，中国联通(微博)近日在北京召开了“2012 年市场营销工作会议”，据悉，中国联通将改革市场营销体系，其中包括在体制上，将取消北方十省人们熟悉的“电信局”，改为区域营销中心；在市场营销体系中设立六个中心。

改区电信局为区域营销中心

据悉，中国联通的“2012 年市场营销工作会议”是于 2 月 8 日至 10 日在北京一家宾馆召开的，全国各省分公司都派出一名副总经理，率领市场部、销售

部、产品创新部、电子渠道中心、客服部等五个部门的负责人参加。可见，这是中国联通新年来最重要的一次前端营销部门的会议。

中国联通三位高层出席会议，包括总经理陆益民、副总经理李刚和邵广禄。

据透露，中国联通已下发一个重要文件，提出对市场营销部门的一些改革思路。此前1月8日召开的“联通2012年工作会议”上曾提出，“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”。

而此次会上，中国联通也提出了，在城区范围内逐步取消区局设置，实施人员向区域营销中心迁移，探索建立“市公司—区域营销中心—网格”的末梢市场营销组织体系。

这对中国联通南方省分公司没有影响，对北方十省分公司有影响，因为根据历史沿革，无论中国电信(微博)在南方还是中国联通在北方，其区县分支机构多数叫“电信局”，“电信局”这一名称虽然听起来气派，但似乎不符合市场潮流，因为像行政机关；而且区县“电信局”里各种行政后勤人员较多，易形成冗员。因此，此次改革实际上就是减少行政后勤人员，将人员充实于营销一线。

地市分公司市场营销组织体系改革

另外，中国联通提出对地市分公司市场营销组织体系改革。现有的架构是2010年1月建立的，当时，联通地市级分公司将市场部和个人客户部合并，统一成立市场销售部。

根据联通新的想法，地市分公司的市场销售部将设6个营销管理中心：1、全业务融合营销中心；2、3G/2G业务营销中心；3、终端与渠道服务中心；4、增值业务营销中心；5、县乡市场经营中心；6、存量客户经营中心。

显然，联通地市分公司的市场销售部的业务范围将很大，对市场、销售、终端、增值业务均要负责。来源：2012-2-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通用户 2012 难增 200% 手机存量用户之争恐升级

联通近期各种消息不断也对其市场发展前景增添不少想象空间：业界传闻联通酝酿机构改革，部分省以下垂直管理；有消息人士透露，中国联通(微博)拟於本周发行50亿元人民币超短期融资券，期限180天；而中国联通方面上周突然宣布，将在联通营业厅以及网上商城以原价出售裸机版iPhone 4S，迅速引起了众多“果粉”关注。

目前有机构大胆预测，中国联通 2012 年的 3G 用户发展增速将达到 200%，高歌猛进的中国联通能否延续迅猛的发展态势？工信部电信研究院研究员丁道勤对这个预测持保留意见，并向记者表示国内几大电信运营商对 iPhone 的激烈争夺，放大了 iPhone 对国内电信市场竞争格局的冲击作用，具体效果还有待观察；而中国电信(微博)集团广州研究院研究员韩海潮也向记者表示，2012 年联通要同比增长 200% 难度巨大，对这一预测数据表示质疑，同时表示电信版 iPhone 4S 上市或对联通的市场影响不小。

iPhone “搅局” 影响不小

《上海证券报》指出，引发各界热议的电信版 iPhone 4S，一度对联通版 iPhone 4S 形成了强大的冲击。不过，春节长假过后，这种冲击似乎正在减小。业内机构认为，电信版 iPhone 4S 推出，对联通影响较有限，但也有媒体表示随着 iPhone 搅局将对联通产生影响。

目前，中国联通是中国第三大运营商，拥有约 1500 万高端客户，中国电信是第二大运营商，高端用户基本与之接近。因此，凭 iPhone 对高端用户的强大吸引力，两大运营商的直接对垒将不可避免。

对于这一问题，韩海潮表示，预计电信会在 2012 年 2-3 月左右推 iPhone 4S，有调研数据显示，如果电信和联通一起推的 iPhone 4S 话，38% 的用户愿意买电信的，17% 愿意买联通。目前，中国联通的 3G 用户在其移动用户中的渗透率为 20%，而中电信则占到 30%。可见，3G 用户渗透率方面中电信明显占优，因此 iPhone 对 3G 用户的影响力或将发挥更大作用，且中电信 iPhone 4S 推出的契机恰好是联通很多原 iPhone 用户套餐到期的时候，可见影响将不小。之前有预测过如果单联通推的话，能拉动异网用户约是 350 万左右，如果电信和联通推的话，能拉动异网用户机会约是 1000 万左右，但具体的发展还有待观察。

至于有媒体拿出摩根士丹利报告称，“iPhone5 预计将于 2012 年第三季度推出，iPhone5 使用高通推出的 TDD-LTE 和 FDD—LTE 双模芯片”，并由此推断“中国移动(微博)赶在龙年加入 iPhone5 大战并非不可能”。对于这一消息，韩海潮持异议，一方面考虑技术的成熟到商用的时间窗口问题；另一方面，强强谈判的妥协问题，因此，预计中移动 2012 年不太可能加入这一战局，移动接二连三的出这方面合作消息可以联想成稳定客户，尽量争取主动的市场行为。

“同比增长 200% 预测” 不靠谱

自 2009 年 1 月国内发放 3G 牌照以来，前两年时间共发展 3G 用户 4700 万户左右，而 2011 年全年就新增 8046 万户，当年增速超过 200%。其中以中国联通 2011 年的 3G 发展成绩最为喜人。

东方证券发布的研究报告认为，在联通千元智能手机的带动下，预计联通 2012 年新增 3G 用户数有望达到 5000 万，同比增速接近 200%。长城证券研究所报告指出，中国联通处于高投入和 3G 品牌确立的中后期，3G 用户的规模增长将带来业绩增长的高弹性。2011 年净增的 2500 万用户带来增量业务收入为 230 亿元，预计 2012 年净增 3G 用户将达到 4000 万—4500 万户，带来增量收入 350 亿元—400 亿元，完全能消化折旧和费用的增长实现业绩反转。

对于资本市场对联通发展后市的一致叫好声，韩海潮指出，相关机构预测数据偏高，虽然中联通必然还将继续保持 2011 年的发展增速，但对“同比增速接近 200%”的这一预估表示还有待观察，因为也有券商预计，2012 年意图 3G 用户规模领先的中电信 2012 年新增 3G 用户数将在 3000 万户左右，比 2011 年的 2400 万增加 25%。相对比两家的数据来看，中电信的这一预测相对比较靠谱，由于各地两家运营商的发展各有优劣势大体形势差别不是太明显，因此个人并不看好中联通 2012 年能实现同比增速接近 200%这一预测。

丁道勤也同样对机构看好中联通比增 200%的预测持保留意见，他认为 2012 年联通发展是必然，但要实现同比增长 200%太难，虽然中联通“起了个大早”，在高端终端市场抢了先机优势突出，但随着中电信杀入 iPhone 4S 市场，综合网络、终端、资费的优势将会对中联通产生一定的冲击。由于有些证券机构的分析尚有待与行业发展实践进一步紧密结合，因此对这类预测应理性看待。

市场竞争转向保存量

近期，联通动作频频：预计在 2012 年 3 月底前完成对于信息化部分的调整；而对于省级以下网络公司的调整则将于 2012 年 4 月底前结束；整合宽带应用中心、产品创新支撑中心等所有涉及产品的单位，合并成立产品支撑中心，强化一体化产品支撑，推进 IT 支撑由功能提供为主转向数据服务为主。

可见，运营商的发展策略正在进行调整，除了调整业务结构外，还加大对部门结构的调整。对于 2012 年的发展形势，韩海潮指出，联通资费套餐门槛 2011 年降幅较大，预估 2012 年降幅空间有限，主要依靠补贴降价；移动 2012 年提高补贴额，且调整补贴结构，提高中低端机补贴力度；相对移动，联通不仅考虑加大用户补贴，还会考虑渠道侧补贴力度。从岁末年初的系列举措看，联通已经开始缩短与渠道商的结算周期，提高了结算比例。总得来看，2012 年 3G 市场，抢夺用户规模是不变的基调，终端和渠道仍旧是最重要的发力手段，包括 iPhone 的竞争、新型电子渠道的推进等。除此之外，利用行业客户拉动 3G 发展也再次被推向非常重要的视角，利用 3G 产品发展行业客户，高质量的行业客户提升用户质量，相辅相成。

数据显示，国内 3G 用户总数已达 1.28 亿户，3G 渗透率已超 13%，在 3G 市场份额分布中，中国移动占 4 成，中国联通和中国电信各占约 3 成，呈现三足鼎立之势。在这一大背景下，中联通要突围难度不小，发展后市尚难盲目乐观。

对此，韩海潮补充道：“2012 年 3G 市场大家的目标都是：抢用户规模，且稳定用户规模；在这种背景下，终端、渠道依然是最重要的发力手段。从目前三家的战略目标看，终端方面，iPhone 无疑是 2012 年的关键影响因素；渠道方面，2012 年大家都想发力电子渠道，尤其是新型电子渠道。大的抢用户策略下，大家也更加注重保存量和用户质量，移动就不用说了，最大的存量用户流失市场，联通 2012 年也专门成立的客户维系部门或者是团队。”来源：2012-2-8 通信信息报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴携手 Sprint 在美发布高性价比平板电脑

中兴近日携手美国运营商 Sprint 发布其北美首款平板电脑 ZTE OptikTM，该款机型拥有 7 英寸 WXGA 触摸屏，分辨率高达 1280x800，Andriod 3.2 Honeycomb 操作系统及双摄像头。

集强劲的电子阅读、媒体播放及便携式商务功能于一体，低于 100 美元的合约价格，2 月 5 日起，美国消费者可以通过 Sprint 的网络渠道购买到。来源：2012-2-10 北京晨报微博

[返回目录](#)

【华为】

华为不差 CEO 公布“轮职 CEO”机制

2011 年岁末，随着全球杰出企业家乔布斯的离世，名企接班人问题又一次成为媒体关注的焦点。年近九十的巴菲特首先表态，希望大儿子今后能进董事会；柳传志以让杨元庆自掏腰包购买联想股票成为最大自然人股东以及联想董事长的方式，完成交班。

巴菲特、柳传志都只有一位接班人，但任正非搞了一堆接班人——轮职 CEO。2011 年 12 月，华为(微博)默许天涯转载的《一江春水向东流》(天涯似乎已成

为华为的非官方发言媒体)，以任正非内部发言的非官方披露方式宣布了“轮职 CEO”这一创举。

对不起，华为让大家失望了！任正非没有像很多企业像“世袭”皇权一样传位给某位接班人，而是公布了“轮职 CEO”机制——华为董事会成员、EMT(执行管理团队)成员都可以成为轮值 CEO。这令很多话题人士觉得，华为的接班人事宜还没有真正解决。其实，任正非的潜台词是“华为是一家培养人才的黄埔学校，可以做 CEO 的人大有人在”，“轮岗制”这种能上能下的机制才是长道。

任正非曾说过“人人可当华为的 CEO”。这是大实话！华为不差 CEO，因为华为拥有的中高层人才足以让所有企业家羡慕：几十位从基层做起曾领导过上百亿产品线的总监级干部，几百位管理过上千名员工的部门级领导，还拥有像北电副总裁这样的外籍空降。

更重要的是，华为拥有的人才培养机制、全员持股机制还在源源不断地为华为培养成千上万的人才。2011 年初，华为高管团队重新调整，EMT 成员大换血，一些按进公司时间有几千名开外的产品线负责人成为 EMT 成员。如果论资排辈，他们很难进入核心管理层。华为的领导班子更新换代，比美国总统领导班子的更换频率还要快。创立 23 年的华为，高层经营领导班子 70 后已是主力，中层领导中 75 后是普遍现象，80 后的经理在华为也不是新鲜事。

任正非不是乔布斯，任正非对华为的产品创造贡献为“0”，任正非本人不拥有一项专利发明，但任正非一直致力于人才培养机制、管理机制的建设，而人才和机制是华为能发展到今天的基础。

华为董事长孙亚芳的一篇心得披露了任正非《一江春水向东流》的出炉过程：先是经过华为董事会几次讨论，又在一级管理团队征求意见，继而是二级管理团队、三级管理团队分别征集修改反馈，历时几个月，数千人反复酝酿，终于集体定稿。还有哪家老板的讲话文章是这样出炉的？这个事实给喜欢搞英雄崇拜的人们一个打击，但这是个事实——华为一直是一家注重管理体系建设、依靠管理团队和管理机制发展的企业。

华为通过这些年致力于引进和消化全世界最优秀的管理体系，已经将国际所有领先的流程和机制融入日常经营和管理工作中，谁当 CEO 都不会影响这家公司按照优良管理体系而继续前进。

令人遗憾的是，我们看到很多企业老板天天处于怀疑所有的人状态：这个世界没有值得他信任的人，所有的人不是“图他的财”就是“谋他的权”。这样的企业不可避免地，每年都有人事动荡，时时都是危机四伏。这样的老板迟早会被所有人才放弃！为什么这些企业老板不反向思考一下：企业是否应该致力于给人

才分权分财的机会？为什么不让高管在企业合理的分配机制下得到权力和利益的保障？而只有合理的体系才能让高管安心工作，放心工作，做好工作！

华为没有杨元庆这样重量级到非他继任柳传志的人物不可，除目前可以作为轮职 CEO 的董事会成员、EMT 成员外，还有上千位可以替代他们的人才们正静静地守候在一旁。

如果说任正非在玩什么轮职 CEO 的“把戏”，那么全世界的老板们都会羡慕他：华为内部拥有上万名身经百战又刻苦好学的硕士、博士，都可以候选华为 CEO 轮职制度。

任何进入过华为管理层的人都会觉得压力很大，这种压力最大的根源是他随时可以被替代！

反观很多企业，在各种如同争夺皇权一样惨烈政治斗争下，大量中高层员工最后离职，企业被一位功臣绑架，这种现象在华为是不可能存在了。

任正非不断在给人才创造机会，理论上你也可能成为华为的轮岗 CEO，华为给所有的人以机会。

年龄大了，就会血压高，除非极少数天天按苦行僧标准生活和锻炼的人；企业大了，就会骄傲和膨胀。不是诺基亚(微博)不懂创新，不是索尼不再追求领军。而能够像华为任正非这样，每天用一双苛刻的鹰眼审视华为，让员工，无论是谁，在多大的业绩面前，都要夹着尾巴做人做事、削足适履地去穿优秀管理小鞋的苦行僧企业管理者太少了。

格力只培养了一位从普通员工到 CEO 的董明珠，而未来华为可能会涌现出十位甚至几十位从普通员工成长到 CEO 的企业家。我们应该给任正非这种大胆、给所有人机会的 CEO 选拔和轮岗机制喝采。来源：2012-2-9 IT 经理世界

[返回目录](#)

华为与印尼公司签署战略合作协议开拓市场

中国华为(微博)印尼公司 8 日与印尼的 Synnex Metrodata 公司签署战略合作协议，由后者代为经销华为企业商务产品，拓展印尼市场。

华为公司南太平洋地区销售主管黄忠杰表示，印尼人口众多，市场潜力巨大，而且正在建设六大经济走廊，是该地区通信和互联网增长最快的市场。未来几年，华为将继续扩大在印尼的投资规模，壮大人员队伍，借助 Synnex Metrodata 完善的分销网络和零售策略，更好地使华为产品进入印尼市场。

Synnex Metrodata 公司销售总监李恒说，印尼国土广阔，岛屿之间发展有线宽带成本高，无线网络更具性价比优势，公司正在开拓移动设备的市场营销。

印尼目前拥有 4500 万网络用户，其中一半以上通过智能手机上网，印尼政府表示，希望 2012 年在全国范围内实现网络连通。来源：2012-2-8 新华网 [返回目录](#)

华为欲成消费电子新巨头：品牌难题成拦路虎

2004 年到 2010 年，除了联想手机与脱胎于山寨体系的产品外，你几乎很难看到真正属于本土的品牌。你几乎每天都能看到苹果、三星、诺基亚等巨头的影子。不过，2011 年以来，传统手机圈之外，本土市场忽然冒出一股新的手机品牌力量，它们或是身穿移动互联网外衣，或是原本藏身许久的巨头。

华为(微博)的新面孔：消费电子新巨头？

不要以为华为高管们多神秘、低调，假如你关注一下华为终端董事长余承东(微博)的微博，你可能觉得这人怎么像个“话痨”。微博上，他常常刷屏发帖，卖力地向 11 万多粉丝推销华为手机的种种信息。

华为之前对高管言论有严格要求，因为大多数时候一个藏身运营商背后的设备商，用不着对普通大众多说话。大概你能从中看到华为的某种变化，余承东的身份透露着信息。事实上，从 2011 年开始，华为便开始以前所未有的力度向普通消费者推广消费电子品牌。

让我们看看华为的一张新面孔。

华为新面孔

事实上，华为进入手机市场已多年，但早期只为运营商代工，类似于网络设备的副产品，手机上基本不见华为的信息。

但从两三年前开始，情况变化了。华为终端一位高层解释说，未来，整个 ICT 产业甚至社会发展核心控制点都将是“用户体验”，而终端则是体验的载体，在华为对应的“云管端战略”里面，终端是入口，也是控制点。

于是，华为终端开始由 B2B 向 B2C 转型。如今已不可小觑。华为终端发布的数据显示，2011 年，华为终端销售额达 67 亿美元，手机出货量近 6000 万部，其中智能机约占 1/3。IDC 统计数据显示，中兴手机 2011 年以 6610 万部的出货量列第五，智能机出货不及华为。

不过，横在路上的第一个拦路虎是品牌难题。

2010 年，华为发布了第一款采用自有品牌的系列手机“IDEOS”，开始了华为品牌的转型之路。正如余承东在微博上感慨的那样，把硬件规格、性能与质量做到优秀，做成世界第一，这对华为来说并不难，难的是在用户体验上让消费者喜爱，并获得良好口碑。

其实，这其中的差异就在于品牌。除了面向运营商定制的几款机型之外，华为试图通过打造精品手机的方式来提升和强化品牌，Vision 和 Honor 成为华为试水的两款重点产品。

“过去华为手机走中低端运营商定制路线，高端产品上基本是空白。现在走精品路线，高中低三档都要做成同档中的行业精品，注重质量、体验与产品性能的综合领先优势。”余承东表示。

于是不少球迷们在 2012 年的意大利超级杯北京赛事上惊讶地发现了一个陌生的中国品牌“华为”。这是华为斥资几千万的大手笔之作。华为最后的统计显示，华为终端品牌知名度迅速提升了 6%，华为终端在百度指数中的用户关注度上升至 55%，媒体关注度上升至 166%。

尽管知道华为手机的人在变得越来越多，但相对于其他主要的竞争对手，华为仍然只是“无名小辈”。

这也就难怪余承东非常郁闷，本届 CES 消费电子展上，华为发布了全球最薄的旗舰级产品 Ascend P1，这在余承东看来足以“震惊世界”，但最终外界的反应还是与他的预期有较大落差。

从华为终端目前的品牌规划来看，还完全无规则可言，从 IDEOS 到 Vision 到 Honor 再到 Ascend，让消费者摸不着头脑，不过，余承东表示，未来将会统一到 Ascend 系列。

渠道难题

摆在华为终端面前的品牌难题只是余承东的烦恼之一，更让他尴尬的是，他每条微博的评论中，有相当多数都是询问某款手机什么时候才能上市。也有人直接抱怨余承东是在吹牛：“你总是把华为手机说得那么好，市面上根本买不到！”

由于华为长期以来捆绑运营商的策略，手机销售也完全依赖运营商渠道，造成了华为自有渠道以及社会渠道的覆盖严重不足。

在华为 2011 年的手机销量中，依旧有 65% 是依托运营商渠道销售进行定制或者捆绑，通过零售渠道完成分销的，只有 35%。

一个不得不直面的尴尬局面是，华为在 2011 年 8 月份巨资赞助了意大利超级杯，还举行了盛大的云手机发布活动，按照一般的市场规律，手机高调发布之后的两个月是手机销售的高峰时期，而现实情况是，手机真正出现在市场上，已经是两个多月之后，黄金销售期已被错过。

类似的“悲剧”在 Honor 身上再次上演。Honor 的正式发布是 2011 年 9 月，可是上市时间已经推到了 11 月，等到市面上能看到产品已经是 12 月，联通合约版发布则已经到了 2012 年 2 月。

时至今日，仍不断有用户向余承东抱怨，无论是营业厅还是零售渠道，根本买不到 Honor。据记者了解，即使华为内部员工想购买一部 Honor 也并非易事，反倒不如从淘宝上购买水货版更方便。

不少用户怀疑是不是华为的产能出现了问题，随后余承东澄清说，产能根本不是问题，有问题的是渠道。看起来，社会渠道的复杂性，实在让华为终端“措手不及”。

对于如何平衡运营商渠道和社会渠道的关系，也是华为内部争论的焦点之一。不少员工提出希望能以相对优惠的价格内部购机，此外，在小米手机(微博)热销案例的感染之下，充分利用网络渠道也是华为考虑的方式之一。

不过这个想法遭到了终端中国区的强烈反对，理由是，这样做会暴露华为终端的价格底线，在与运营商进行价格谈判时，华为终端会丧失谈判底牌和砝码，最终因小失大。这个争论直接暴露出的，是华为在运营商渠道和社会渠道中出现的左右互搏。

市场留给华为终端的时间并不多，所以余承东“急于成功”的心态表露无遗。“未来能存活下来的第一集团不会超过 5 家，如果没有规模，没有规模的利润，未来就无法生存壮大。”上述华为终端人士认为。

尽管 2011 年华为智能手机 2000 万的销量已经比 2010 年增长了 5 倍，但按照华为终端的计划，2012 年智能手机出货量将达到 6000 万~8000 万部，再增长 3~4 倍。“消费电子市场变化太快，虽然智能手机是个难得的机遇，但弯道超车的时间窗口在逐渐缩小。”上述人士感慨道。来源：2012-2-9 第一财经日报微博

[返回目录](#)

华为通过欧洲网络测试中心 IPv6 DS-Lite 测试

华为(微博)宣布，其 IPv6 解决方案成功通过国际权威测试机构欧洲高级网络测试中心(以下简称“EANTC”)测试，标志着华为在 IPv6-领域走在业界前列。

华为 SingleMetro 系列两款重量级产品 NE40E/ME60 参与了此次测试，成功通过了包括 Dual Stack(双栈)、DS-Lite(轻型双栈)在内的 IPv6 迁移测试项目。作为唯一通过 IPv6 DS-Lite 迁移方案测试的宽带网络业务网关(BNG,Broadband Network Gateway)设备，独家展示了领先的 PCP(Port Control Protocol)技术，华为 IPv6 解决方案的领先性和成熟性得到 EANTC 的高度认可。IPv6 产品与解决方案已成功服务于上海世博会、东盟博览会、深圳大运会等国际顶级展会，在全球最大的 IPv6 网络 CNGI 稳定运行 6 年。截至目前，

华为是唯一一家全面通过 World IPv6 Day 测试的中国信息与通信解决方案供应商。

“此次测试很好地证明了华为 IP 产品和解决方案在 IPv6 领域的领先性和开放性”，华为运营商 IP 产品线总裁盖刚表示，“华为持续投入 IP 领域前沿技术的研究，关注运营商面向未来的可持续发展需求，充分适应网络融合发展趋势，帮助运营商成功跨越裂谷。”

截至目前，华为运营商 IP 产品和解决方案已经服务英国电信、法国电信、沃达丰集团、意大利电信、瑞士电信、西班牙电信、新加坡电信和国内三大运营商等全球领先运营商，引领全球 IP 技术发展。来源：2012-2-9 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为 2011 年智能手机出货 2000 万部 同比增 5 倍

华为(微博)周五表示，公司 2011 年全球智能手机出货量达到了 2000 万部，较 2010 年出货量增长 5 倍。

IDC 数据显示，华为目前是全球第 6 大手机厂商。包括手机和平板电脑等产品在内的华为消费产品部门 2011 年的营收创下了 68 亿美元的最高纪录，与 2010 年的 48 亿美元相比增长了 40%多。

在相继推出 IDEOS、Vision 和 Honor 智能手机后，华为近期又发布了 Ascend 智能手机，被誉为当前市场上最薄智能手机。来源：2012-2-10 新浪科技微博

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚推 NFC 沟通平台

诺基亚(微博)目前正在开展新款沟通应用 Nokia Hello 的研究。据悉，此项应用主要为语言交流不便的人设计。两部手机只要短暂接触，就可实现信息的发送与接受。它也能实现语言的翻译和朗读。此应用将免费提供给用户。来源：2012-2-9 新京报微博

[返回目录](#)

诺基亚将在 MWC 推出至少 1 款高端手机

据行业内知情人士透露，诺基亚(微博)将在 2 月 27 日到 3 月 1 日于巴塞罗那举行的世界移动通信大会(MWC)上，推出至少一款类似 Lumia 900 一样的高端手机。

据悉诺基亚将会通过在 MWC 上发布这款产品，来展示诺基亚在 2012 年的设备战略。诺基亚在发布新款 Windows Phone 智能手机方面一直非常谨慎。自从诺基亚宣布在未来智能手机上使用微软(微博)的手机操作系统后，在过去的 1 年里该公司只推出了 3 款 Windows Phone 手机。

其中的 2 款产品——Lumia 710 和 Lumia 800 都已经上市，而与 AT&T 捆绑销售的 Lumia 900 则将要等到 3 月中旬才会上市。

与其竞争对手一样，诺基亚对于在展会上的发布情况也是闭口不谈。不过该公司的一家合作伙伴向媒体透露了诺基亚的计划，但是该消息并没有说明该设备是不是 Windows Phone 智能手机，只是指出该产品能够运行一款独特的软件，一般只适用于高端智能手机。

此前曾经有传言称这款产品应该是 Lumia 910，即 Lumia 900 的欧洲升级版，应该包括 1200 万像素的摄像头以及其他升级功能。但是诺基亚已经辟谣称并不存在所谓 Lumia 910。但是诺基亚已经预定于 2 月 27 日早晨在世界移动通信大会上举行新闻发布会。而一般情况下，只有公司准备发布重要设备或者服务时，才会做出这样的安排。

诺基亚将该新闻发布会命名为“巴塞罗那的冒险之旅”(Adventure in Barcelona)，但是除此之外再也没有透露更多的细节。此外还有传言称诺基亚或会推出一款 Windows 8 平板电脑，或者运行塞班系统的新款智能手机。来源：2012-2-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚计划年底前停止在欧洲市场组装手机

诺基亚(微博)周三称，该公司计划在年底以前停止在欧洲市场上组装手机，原因是其将把手机生产转向亚洲地区，并将进一步裁减 4000 名员工，此举旨在抵御该公司在智能手机行业中所面临的激烈竞争。

诺基亚表示，该公司将于 2012 年在芬兰、墨西哥和匈牙利的三家工厂中进行新的裁员活动，目的是重组全球制造业务以更好地与苹果 iPhone 和 Android

手机展开竞争。2011 年诺基亚曾宣布将裁减 1 万名员工，目前该公司员工总数为 13 万人，低于 2011 年同期的 13.2 万多人。

市场研究公司 Strategy Analytics 分析师尼尔·莫斯顿(Neil Mawston)称，诺基亚此举“很有意义”，与三星(微博)、摩托罗拉(微博)和索尼等其他手机厂商在过去几年时间里采取的措施相符合，这些公司都曾在欧洲市场上拥有大型的组装厂。他指出：“这确实是一种无可阻挡的趋势。从根本上来说，亚洲地区的劳动力成本、土地成本及其他相关成本都要(比欧洲)低得多。此外，亚洲市场已非常接近于拥有最大的用户人群，因此从供需角度来说也比欧洲更具吸引力。”

诺基亚也指出，将生产转向亚洲市场将使其有能力更加迅速地面向市场推出创新产品，从而“最终变得更具竞争力”。

诺基亚曾是全球手机行业的领头羊，但该公司已经丧失了全球市场主导地位，原因是 Android 手机和 iPhone 在日益增长智能手机领域中超越了诺基亚。自 1998 年以来，诺基亚一直都是领先的手机厂商，但在 2008 年全球市场份额触及 40% 的目标以后，该公司的整体市场份额就一直在逐步下滑，2011 年降至 30% 以下。

为了扭转这种滑坡趋势，诺基亚 2011 年 10 月宣布推出新型 Windows Phone 7 手机，也就是在诺基亚 CEO 斯蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)宣布与微软(微博)达成合作的 8 个月以后，这意味着一种重大的战略性转变，原因是诺基亚在新型手机中采取了 Windows 操作系统。但分析师指出，可能需要几个季度时间才能对诺基亚 Windows Phone 7 手机是否取得成功作出衡量。

2011 年 9 月，诺基亚曾表示要调整在欧洲的制造规模，而把产品制造转向亚洲，以此减少成本提升竞争力。2011 年年底，诺基亚已经关闭了在罗马尼亚北部城市克鲁日的工厂。

同样因为策略的调整，诺基亚在 2011 年还将亚太总部从新加坡搬到北京，以更贴合消费者。诺基亚负责市场销售的执行副总裁尼克拉斯·萨万德尔(Niklas Savander)说：“将设备组装活动转向亚洲，旨在加快产品的上市步伐。通过与供应商加强合作，我们相信我们可以更快地将创新产品推向市场，最终更具竞争力。我们知道这种调整对我们的雇员来说很难，所以，我们会在此次重组期间努力向员工提供各种帮助。”

诺基亚上个月发布财报称，2011 年第四季度该公司全球智能手机销售量同比大幅下滑 23%，净营收同比下滑 20%，至 100 亿欧元(约合 131.1 亿美元)。

来源：2012-2-9 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚计划三家工厂裁员 4000 人 不涉及中国

诺基亚(微博)计划在匈牙利、墨西哥和芬兰三家工厂裁员 4000 人。诺基亚目前仍在继续适应其市场战略，削减与生产有关的成本。

诺基亚在一份声明中称，这三家公司分别位于匈牙利的科马隆(Komarom)、墨西哥的雷诺萨(Reynosa)以及芬兰的萨洛(Salo)，同时还将对“智能手机生产业务进行评估，旨在加强公司在这个全球移动设备市场的竞争力。”诺基亚表示，这次裁员将波及 4000 人，也是迄今该公司最大规模的裁员行动之一。

诺基亚负责市场销售的执行副总裁尼克拉斯·萨万德尔(Niklas Savander)说：“根据计划，我们在科马隆、雷诺萨和萨洛的工厂将继续在服务于我们智能手机客户方面发挥重要作用。我们将因此在提供定制智能手机的同时，还能对客户需要做出更快响应。”

此次裁员主要涉及智能手机部门，以调整市场策略和削减成本。据悉，这三家工厂主要面向欧洲和北美市场的客户做智能手机的定制。诺基亚表示，“此次裁员计划分阶段进行，最终在 2012 年底完成”，公司将向被裁员工提供“各种形式的帮助，如经济上的支持，以及帮他们尽快在当地重新就业。”

2011 年 9 月，诺基亚曾表示要调整在欧洲的制造规模，而把产品制造转向亚洲，以此减少成本提升竞争力。2011 年年底，诺基亚已经关闭了在罗马尼亚北部城市克鲁日的工厂。

同样因为策略的调整，诺基亚在 2011 年还将亚太总部从新加坡搬到北京，以更贴合消费者。萨万德尔补充说：“将设备组装活动转向亚洲，旨在加快产品的上市步伐。通过与供应商加强合作，我们相信我们可以更快地将创新产品推向市场，最终更具竞争力。我们知道这种调整对我们的雇员来说很难，所以，我们会在此次重组期间努力向员工提供各种帮助。来源：2012-2-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺西定调 2012 战略：“逐本舍末” 专注移动宽带

诺基亚西门子通信(微博)(以下简称“诺西”)大中华区总裁张志强表示，诺西将专注自己的优势业务移动宽带和服务，同时进行内部的职能大调整重组，以期实现持续增长。

谈及诺西在 2011 年的业绩，张志强说，2011 年，诺西全年的销售额为 140 亿欧元，比 2010 年增长 14%，不按国际财务报告准则(non-IFRS)运营利润为 2.25 亿欧元，比 2010 年增加一倍。

具体到诺西大中华区，2011 年全年销售额为 15 亿，占诺西全球销售额的 11%。张志强说，大中华区的业绩保持在诺西全球前三名。

从财报数据上来看，诺西在 2011 年的业绩好于往年。不过，2011 年 11 月，诺西公布了一项大手笔的裁员计划，计划在 2013 年年底前裁员 17000 人，并在全球范围内实施大规模重组。

如此大规模的裁员，不仅在诺西，在其他厂商也很少见。

张志强坦言，诺西自 2007 年成立，几年下来，发现战线拉的太长，很多业务投入和产出不成正比，导致经营支出每年亏损 7-8 亿左右。

什么是诺西具有竞争力的业务？

张志强给了一组对比数据：从全部电信企业所占的市场份额来看，爱立信(微博)占 18%，为第一名。华为(微博)占到 12%，为第二名。诺西占到 11%，为第三名。而具体到移动基础设施和服务市场上，爱立信占到 29%，依然为第一。诺西占到 17%，上升到第二名。

张志强认为，如果诺西专注与移动宽带和服务市场，诺西的竞争力也自然会增强。

对于裁员和重组，张志强说，可能很多人关心裁员 17000 人这个数字，不过从诺西内部而言，不仅仅是简单的裁员，而是全方位的职能整合。

“比如，我们将取消现有的矩阵管理结构，管理更加垂直化，以提高响应速度。比如进行全球站点整合，实现全球交付。职能部门整合，减少运营成本，以及处理好摩托罗拉(微博)的收购协同效应等问题，这样算下来，到 2013 年底，年度营业支出和生产支出减少 10 亿欧元。”张志强说。

不过对于裁员的具体情况，张志强表示，裁员是一步一步来的，大中华区也会裁员，但现在无法确定具体的数字。

“2011 年一年，诺西获得了 50 个 LTE 的合同，这在所有设备商中是第一名的。诺西已经确定了 Focus(专注)、Innovation(创新) 和 Quality(质量)的策略，以期专注移动宽带和服务，并以创新和过硬的质量取胜。”张志强说。来源：2012-2-10 新浪科技微博

[返回目录](#)

【其他制造商】

苹果跻身全球手机厂商三强

国际数据公司(IDC)6 日表示，购买 iPhone 的热潮已使苹果公司成为全球第三大手机制造商。

IDC 表示，2011 年第四季度，iPhone 的强劲销量使苹果公司成功超越 LG 电子和中兴通讯(微博)，成为全球第三大手机制造商。据 IDC 的统计数据，2011 年第四季度，诺基亚(微博)稳坐全球手机第一宝座，出货量达 1.135 亿部，市场份额为 27%；三星(微博)仍是全球第二大手机制造商，出货量达 9760 万部，市场份额为 22.8%；而苹果一跃成为第三大手机制造商，出货量达 3704 万部，夺得 8.7% 的市场份额。

此外，2011 年第四季度，全球手机出货总量为 4.274 亿部，同比增长 6.1%。但相比 2011 年第三季度的业绩，2011 年第四季度手机市场的表现还是逊色很多。2011 年第三季度，全球手机出货量同比增长 9.3%。

IDC 高级研究员凯文·雷斯蒂沃表示，受全球宏观经济环境不景气的影响，2011 年第四季度手机市场表现不佳。但苹果公司推出 iPhone 4S 有力推动了 2011 年第四季度手机市场的发展。来源：2012-2-8 深圳特区报微博

[返回目录](#)

摩托罗拉移动要求苹果支付专利许可费

摩托罗拉(微博)移动公司已经正式要求苹果公司为其 2011 年售出的 iPhone 和 iPad 向其支付占售价 2.25% 的专利许可费。

据了解，摩托罗拉移动向美国一家法院提交文件。如果这一要求获得法院支持，那么苹果公司仅 2011 年售出的产品就需要向摩托罗拉移动支付超过 10 亿美元的专利许可费。但其究竟就哪些专利向苹果提出专利许可费的要求尚不为外界所知。目前，苹果公司尚未作出正面回应。来源：2012-2-8 京华时报微博

[返回目录](#)

京瓷拟重返中国市场：联手中国电信推定制机

知情人士透露，日本京瓷手机将与中国电信(微博)在 2 月 16 日召开发布会，联合推出定制手机，拟重返中国市场。

京瓷和贵州振华通信合资成立京瓷振华主营 CDMA 手机。2008 年初，京瓷宣布和在华的合资方贵州振华通信解除合资协议，退出中国市场。

京瓷此次重返中国市场，拟发布一款 CDMA 手机 KSP8000，该款手机使用 Android 2.3 操作系统，采用高通 Snapdragon 处理器。此款手机的最大卖点是，屏幕采用两个 3.5 英寸 WVGA 触屏，通过合金枢轴连接，两个显示屏展开组成一个 4.7 英寸大屏幕。

据悉，该款手机由国代商中邮器材公司负责包销，中国电信也将给予话费补贴，在各渠道进行销售。

此前，当京瓷退出中国市场时，业界人士将其归结于日系手机“水土不服”，而再次回归中国市场，京瓷的人士表示，此次推出手机只为探路，若条件许可，将进一步制定策略拓展中国市场。来源：2012-2-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

手机广告植入时代将近

随着移动互联网的高速发展，2012年的无线广告有望突破百亿。在此背景下，也引发了厂商的跨界合作。记者近日获悉，国内知名移动互联网企业网秦正与电影《毒战》进行接洽，拟在该影片中进行植入合作。有关专家表示，双方的合作预示了未来行业的发展趋势，而手机广告植入时代即将来临。

广告植入

如何打动消费者

广电总局下发的“限广令”从2012年1月1日正式实施后，业内人士预计，此项禁令将导致各地电视台损失不少于200亿元。虽然“限广令”不涉及电影，但由于电视广告的硬性传播空间将被挤压，巨额的广告资金必然涌向“植入广告”，而电影市场则提供了巨大“吸金”空间。

作为“植入广告”，如何让观众买单是一个棘手的问题，植入稍显生硬，就会破坏电影作品的整体感观效果。有关营销专家表示，产品和剧情的相关性和高匹配度将成为深度植入和“软植入”的一个基础，有利于观众接受网秦的产品理念。可以说如何能合作，网秦公司需极具战略眼光。

据悉，《毒战》讲述的是警匪之间的深度心理较量，手机信息安全将在其中发挥重要作用，网秦产品将成为剧中重要线索。而作为国内知名移动互联网企业，网秦IPO之后如何布局市场营销曾引发许多猜测，此次曝出网秦与《毒战》接洽，虽在意料之外，实在情理之中。

无线广告

前景更为广阔

据相关数据显示，2011年单季度移动互联网广告市场规模已超过10亿元，2012年市场规模突破百亿已经指日可待。尤其是基于手机应用的植入类广告和

位置服务的应用营销形式等多种新型无线营销增长迅速。而面对快速发展的移动互联网,新生势力正快速成长,互联网巨头也纷纷进入,开始争夺新的发展机遇。

网秦公司相关负责人对记者表示:“与桌面互联网相比,移动互联网没有强势的媒体聚集流量,呈中心化趋势。所以其营销更要讲究策划性和精确性。因此无论是在电影中植入广告和在无线网络中植入广告,都要很好地结合自身的产品特点进行相关的匹配,做到有的放矢。”

记者也在采访中发现,目前品牌广告主对无线互联网广告的投放尚处于尝试阶段,运营商和广告代理商对市场宣传教育力度的加大是刺激广告主投放的主要驱动力。未来,无线互联网广告形式的多元化以及用户对无线互联网广告认知度的提升将促使众多活跃于互联网广告中的中小广告主逐渐向无线互联网领域转移。

精确营销

将成推广主流

据记者了解,网秦在《毒战》警匪之间的深度较量中的植入若能成型,很多情节都将来自于生活的原形。

据厦门公交派出所在微博透露,日前公交派出所接到报警,称某白领在乘坐公交车时手机被偷,该白领透露了一个有价值的线索,原来她的手机上装有网秦防盗功能,手机一通话将自动报警。警方循线追踪,很快就抓获了这位还不知情的扒手,该白领的手机也失而复得。

“网秦防盗功能”是网秦安全产品的功能之一,“手机防盗”即用户通过将自己的手机号码绑定在另一部手机上,当手机发生遗失时,可以通过被绑定的手机收到的短信,得知丢失手机正在被什么人什么号码使用,并通过这个途径联系找回。

网秦公司相关负责人表示,其实网秦在手机的信息安全和便利性上做了大量的工作,但这些信息如何让消费者得知就需要营销推广的技巧。像《毒战》这样的热门影片播出后,很多人就会通过电影的情节才知道原来自己的手机上还有这么多保护和方便自己的措施。这也正是网秦与《毒战》进行接洽目的。

[返回目录](#)

手机平板跨界产品抢眼 智能终端融合成新趋势

跨界组合产品近来十分抢眼。作为一款“手机+平板”的一体化产品,华硕 Padfone 在 2011 年台北 Computex 国际电脑展上就已亮相。日前来自华硕的最新消息称,这款产品将于 2 月 27 日在西班牙 Mobile World Congress 移动

世界大会上正式对外发布。无独有偶，日本厂商富士通近日也展示了一款概念终端，其最大的特点就是将手机、平板电脑、数码相机以及笔记本四者融为一体。

近年来，随着移动互联网的兴起，手机、平板、笔记本“满手在握”已经OUT，融合智能手机与平板电脑等之长的终端新品类时代已悄然而至。不过在这种智能终端融合成新趋势的形势下，厂商要制胜于市场并非易事，相适配的应用与服务也需及时跟进。

手机平板合体产品夺眼球

伴随着智能终端市场的大热，各类产品层出不穷。日前，融合热门终端的设备成为厂商们新宠儿。

最新消息称，华硕“手机+平板”的一体化产品 Padfone 将在本月底正式发布。据介绍，华硕 Padfone 最大的亮点在于全新的设计理念，即将智能手机与平板电脑合二为一，成为一款真正的跨界产品。其中，手机自身搭载 Android 操作系统，可以单独作为智能手机使用；平板电脑则拥有一块 10.1 英寸的屏幕以及电池，打开后盖拓展槽，可以将智能手机通过 HDMI 接口和 USB 接口连接平板，成为平板电脑的主机。

同时，中国电信(微博)与三星(微博)电子携手推出了中国电信深度定制的 5.3 寸大屏跨界智能终端——三星 GALAXY Note I889。据介绍，该款跨界终端将智能手机的便携性、平板电脑的宽广视界和多种核心功能集于一身，同时开创性地引入 SPen 手写笔功能，成功实现 1 台 I889 可以替代 1 部手机加多个智能终端的“1>1+N”目标，可以为用户带来前所未有的 3G 写“翼”体验。

此外，日本厂商富士通也于近日展示了一款概念终端，其最大特点是将手机、平板电脑、数码相机以及笔记本四者融为一体。这款概念终端名为 Lifebook 2013，而它并不是简单地将手机、平板、相机、笔记本融为一体。据介绍，当手机插入 Lifebook 2013 之后，手机变身成为 3G / 4G 网卡；平板的触摸屏可以用来当键盘打字，同时，平板所搭载的处理器也能做为 Lifebook 2013 额外的处理器来使用。

实际上，此前市场上早已陆陆续续出现过这类组合型的终端。例如，海尔电脑 2011 年推出的智能手机平板电脑 HaiPad，三星 P1000 等等。

智能终端融合或引领潮流

放眼当今终端市场，智能手机、平板电脑、笔记本、智能电视百花齐放。然而，产品同质化现象十分普遍，且备受诟病。以现今的平板电脑市场为例，受苹果 iPad 的影响，目前整个平板电脑市场仍然还在 iPad 模式的主导之下，无论是产品外形还是功能，以及整个产品的定位，都存在明显的 iPad 痕迹。

因此，智能终端融合应该说是一个新颖的概念，可以作为产品差异化竞争的有力手段。未来，终端产品在外观、功能上的融合或将是终端厂商们竞逐的方向。

首先是外观上的融合，一种是外形的相近。比如说，随着平板电脑的热销，众多极具“Pad相”的手机产品也应运而生，超大屏智能手机就是典型。2011年三星就发力 5.3 寸产品，酷派、联想也紧随其后推出了 5 寸全能产品... .. 3.5 寸、4.0 寸、4.3 寸，越来越大的尺寸几乎已经模糊了手机与平板电脑的界限。

另一种就是配置上的融合。比如前面提到的华硕 Padfone。有报道称，华硕 Padfone 正式发布时的机身会比之前展示时更加纤细；同时将采用最新的 Android 4.0 系统，配备高通新款 Snapdragon S4 处理器。

其次是功能上融合。几类产品在某些功能上进行着互补，最典型的莫过于智能电视的“三屏互动”。在 2011 年的中国国际消费电子博览会上，各大厂家对于电视、手机、电脑间的“三屏互动”已经开始大施拳脚。海尔在会上就亮相了被命名为“云 Pad”的智能电视。这款电视采用 Windows 7 操作系统，同时支持 Flash、微博、QQ、天气、游戏等上万种应用软件，功能十分强大。

最后是操作系统上的兼容。比如，近年来悄然风行的双系统终端。智能手机方面，小米手机(微博)兼容的 MIUI 和原生 Android 系统极具代表性；平板电脑方面，联想乐 Pad 则采用了 Android 和 Windows 双系统操作。智能电视领域也不例外，海信推出的 XT68 / 69 系列产品就是采用海信自主研发的 Hitv - OS 和 Android 双操作系统。可以说，双操作系统的推出不仅可以融合不同用户的需求，还能让终端厂商提高市场竞争力。

应用服务需紧跟全新终端

目前，智能手机已经成为移动终端市场上最大的卖点，各大手机厂商为此烽火鏖战。在 Android 兴起的这两年，智能手机的发展越来越趋于多样化，跨界手机便孕育而生且正演变成一种潮流。

在 2012 年年初，苹果 iPhone 4S 已在内地全面上市，而索尼、诺基亚(微博)、摩托罗拉(微博)等厂商也纷纷推出自己的新品。可以说，智能手机市场竞争已经进入白热化境地。因此，厂商们要想在智能终端新品的市场中取胜，终端、操作系统以及应用服务的优化与升级均缺一不可。

一来，操作系统的选择也至关重要。业内人士认为，对终端厂商而言，未来如何选择操作系统必定成为其产品发展的关键。

二来，在全新终端亮相的同时也需有相配适的应用来加持。市场竞争业已白热化，各大厂商以及运营商之间的比拼已经不能只局限于硬件领域的赤膊打拼，在具体应用与服务方面的软较量也进行得如火如荼。在硬件相差无几的前提下，

提供独具特色而且兼具实用兼的应用与服务,无疑可以在争宠用户的过程中起到很大作用。来源:2012-2-9 通信信息报

[返回目录](#)

iSuppli 预测 2015 年 WP 将超越 iOS 成行业第二

市场调研机构 IHS iSuppli 预测到 2015 年微软(微博)Windows Phone 智能手机操作系统的市场份额,将有望超过苹果的 iOS。该机构认为,微软和诺基亚(微博)的合作伙伴关系,将大幅推动 Windows Phone 的市场份额的提升,使得该操作系统能够在接下来的几年里从 2011 年 1.9%的市场份额一跃成为仅次于谷歌(微博)Android 的全球智能手机市场第二大系统。

IHS iSuppli 的分析师韦恩·拉姆(Wayne Lam)曾经在本周发布的 1 月调查报告中指出:“随着备受好评的 Lumia 900 的发布,诺基亚已经夺回丢失的智能手机市场份额,并为帮助微软 Windows Phone 确立领先地位做好了准备”。拉姆预测,

Android 将继续在智能手机操作系统市场上保持领先,其市场份额将从 2011 年的 47.4%增长到 2015 年的 58.1%。而 Windows Phone 的市场份额在 2012 年则可达 9.0%,而到 2013 年则可以达到 15.3%,到 2014 年升至 16.1%,到 2015 年跃升至 16.7%。到 2015 年,微软理论上可超越苹果。

在 2011 年期间,苹果的智能手机操作系统 iOS 占据了市场份额为 18%。IHS iSuppli 预测,苹果 iOS 将在 2012 年继续维持现有的市场份额和地位,但在 2013 年其市场份额就会下滑至 17.3%,到 2014 年为 16.8%,并最终在 2015 年下降到 16.6%,落后于 Windows Phone。

同时诺基亚将“能够在智能手机市场份额的大幅下挫之后奋起反击”,最近几个季度已从苹果和三星(微博)手中夺回了部分市场份额。拉姆指出:“在 CES 消费电子展上,最热门的新产品之一就是 Lumia 900”。

拉姆补充指出:“这款备受关注的产品正是诺基亚为夺回市场份额而迈出的第一步。在诺基亚的协助之下,包括 Lumia 900 以及后续产品,也将能够帮助微软在 2015 年夺回智能手机操作系统市场第二位置”。来源:2012-2-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

分析称移动应用收入 2016 年有望突破 500 亿美元

市场研究机构 Juniper Research 公布的最新报告显示，消费者移动应用年度收入有望于 2016 年接近 520 亿美元，主要受益于消费者智能手机采用与大众平板电脑市场同步加速。

该报告指出，运营商跨主要店面(如 Android Market 和 OviStore 等)计费的引进促使收入大幅增加。同样，程序内计费选择的大规模部署意味着许多店面的下载后收入已经超越了付费下载程序(PPD)。

虽然智能手机在预测期内将继续占据应用程序收入的巨大部分，但该报告指出，目前只占全球应用收入 7%的平板电脑产品将于 2016 年升至 25%。

HTML5 凸显出版商的 D2C 机会

该报告指出，长期来看，应用程序商店模式的卓越表现面临威胁，这是因为 HTML5(一种降低终端用户对插件应用技术依赖的标记语言)便于过渡成一个基于浏览器的环境。此外，基于网络的应用程序和手机之间更密切地结合表明本地应用程序的优势正在减少。

这反过来又为内容出版商提供了巨大的机会——提供实地内容，而不是依赖于店面分布。尽管如此，该报告的作者温莎·霍顿博士(Windsor Holden)指出：“虽然我们可能会看到一些大型媒体出版商(特别是那些依赖于订阅收入的)将转向直接对消费者模式(D2C)，毫无疑问，绝大多数公司将采取这一措施。对于大部分不具备采用直接对消费者模式的流量规模的公司，店面将继续是其最佳模式和分配机制。” 来源：2012-2-8 飞象网

[返回目录](#)

未来五年智能机市场出现转变 低端设备将成主导

市场研究公司 Informa Telecoms & Media 在其最新公布的研究报告中指出，智能手机市场在今后五年将出现巨大转变——从主要针对高级用户的高价设备转向更为便宜的、适合大众市场的设备。报告指出，在 2011 年出货的所有智能手机，81%的批发价在 300 美元以上；然而，这一比例有望于 2016 年降至 50%。Informa Telecoms & Media 公司首席分析师马利克·萨迪(Malik Saadi)认为：“随着经济规模的逐步确立，智能手机将越来越便宜。对于运营商而言，定价在 200~300 美元之间的设备具有特别的吸引力，主要是这类产品能够使移动互联网民主化，同时很容易进行补贴。这一细分市场将成为未来五年内增长最快的智能手机市场。”

这些设备的销售将从 2010 年的 4100 万部猛增至 2016 年的 2.06 亿部以上。到目前为止，这一细分市场的操作平台主要由安卓、塞班和黑莓(微博)瓜分，其市场份额分别为 48.5%、38%和 13.5%。2011 年，在所销售的塞班系产品中，约有三分之二属于这一价格范围。

智能手机市场已经进入了发展的第二个阶段：运营商高度重视价值/大众市场型产品。与 300 美元以上的高端装置不同，运营商拥有了影响消费者体验的机会——通过结合供应商与运营商的优势界定用户的体验。在这方面，业内普遍认为安卓为运营界定用户体验提供了最佳机会，虽然将会遇到只有为数不多的设备附带数据使用计划出售的问题。

为了吸引新兴市场的大批消费者，智能手机的价格肯定将跌至 200 美元一下。这类设备的市场份额有望从 2012 年 5%(预测)大增至 2016 年的 24%。中国将成为这一价格区间的智能手机的最大市场，预计其 2016 年的潜在市场份额将占全球总量的 20%，而印度将成为这类手机的第二大单一市场，其份额约为 14%。这类设备在西欧和北美的销量将非常小，这两个地区的市场份额预计只有 4%和 3%。

Informa 认为超低成本智能手机——那些定价低于 100 美元的产品——在 2013 年以前不会进入市场。萨迪解释说：“这些设备的销售将面临更为优化、智能的功能手机的挑战，后者将越来越多地以低价位提供不错的互联网体验。许多设备供应商和芯片组制造商现在正忙于将重要应用程序等融入其硬件，其中特殊的移动浏览器和网络搜索引擎、视频、Facebook 及愤怒的小鸟等。”

“他们的目的是将重要的互联网应用程序引入价格在 100 美元以下的手机市场。开放的操作系统涉及更多通用过程，需要更先进的硬件，这导致使用同价位的智能手机所提供的类似体验的支出更高。预计在 2014 年前，超低成本智能手机市场无法形成气候，预计在 2016 年前，这类设备每年的销量不会超过 6000 万部，”萨迪总结说。来源：2012-2-9 飞象网

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中国移动全力打击手机病毒

在智能手机大行其道的同时，移动互联网恶意程序(俗称“手机病毒”)引起了部分消费者的不安。近日，记者从中国移动(微博)获悉，从保护消费者利益的角度出发，该公司反对利用移动互联网恶意程序谋取不法利益的行为，并积极配合政府主管部门的打击和治理工作。

中国移动 2010 年初在部分省开展治理试点，初步建立了监测、预警和应急响应工作体系。2010 年 12 月，部署了移动互联网恶意程序治理专项工作。

2010 年 4 月，中国移动在江苏建立了移动互联网恶意程序监测系统；5 月，在广东建立了移动互联网恶意程序多维度侦测系统。截至 2011 年 11 月，江苏和广东监测系统共监测到移动互联网恶意程序 700 多种。

中国移动制定了移动互联网恶意程序预警和应急响应流程，建立了覆盖集团和省公司两级、跨部门的日常预警和应急响应工作机制。截至 2011 年 11 月，共封堵有关恶意软件控制端近 150 个。来源：2012-2-8 北京商报微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

英国电信光纤宽带速率再升级

英国电信本月 3 日宣布，将在未来几个月内把光纤到路边(FTTC)服务的下载速率增加一倍，并用一年的时间通过提供“按需光纤到驻地(FTTP)”服务提升接入到用户所住楼宇的宽带速率。

BT Openreach 的首席执行官 Olivia Garfield 表示，2012 年春天将把标准光纤宽带速率提高一倍，使互联网服务提供商(ISP)有机会提供下行速率为 80 Mbps 的服务。

此外，英国电信表示，已经开始在圣阿格尼丝、康沃尔展开“按需光纤到驻地”测试。这将使英国电信的光纤网络从路边延续到家庭或企业，为用户提供更高速的宽带服务。

“按需光纤到驻地”服务将提供速率达 300 Mbps 的宽带服务。英国电信的发言人称，这项服务将被定位成为中小型企业特别设计的业务。

“按需”是指光纤将仅在用户需要时接入到楼宇。在英国电信有光纤网络覆盖的地区，只要用户有需求，就可获得高速的“光纤到驻地”服务。

英国电信表示将在 2012 年夏天对“按需光纤到驻地”服务进行进一步的测试，以保证能够在 2013 年春季正式商用。来源：2012-2-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

联通版 iPhone 4S 网速达 14.4Mbps

针对有关中国电信(微博)和中国移动(微博)也将在内地开售 iPhone 4S 的消息传出,记者日前获悉,联通版 iPhone 4S 网速理论峰值 14.4Mbps,居三大运营商之首。

联通版 iPhone 4S 语音和数据业务可以同时并行,用户在打电话时也可以进行刷微博等数据业务操作,这将甩开与其他运营商 3G 服务的差距。

此外,不少用户称春节期间在一些地方购买 iPhone 4S 时遇到加价销售问题,少则六七百元,多则上千元。对此,记者了解到,中国联通(微博)的相关渠道是不会加价出售的,目前,用户可以到中国联通的营业厅去购买裸机,且裸机价格与苹果店的相同,裸机与合约机的区别仅在于,用户若购买合约机可享受联通的高额话费补贴,而裸机没有补贴。

截至目前,中国联通已开通了 246 个国家和地区,共 548 个运营商的国际漫游服务;其中与 112 个国家和地区的 287 个运营商开通了 3G 国际数据漫游服务。国际漫游通达范围广泛,对使用 iPhone 4S 的用户无疑具有诱惑力。来源:2012-2-8 北京商报微博

[返回目录](#)

北京联通宽带本月免费提速 1 倍: 电信仍在研究

有些细心的市民可能已经发现,家里的宽带居然“插上了翅膀”。是的,北京地区的宽带提速正在大规模铺开。

北京晨报记者昨日从北京联通(微博)获悉,该公司已正式启动宽带免费大提速计划,其中原先的 512K 将免费提速至 1M,1M 免费提速至 2M,2M 免费提速至 10M,而光纤入户小区最高可提速至 20M。预计本月底,这场席卷全市的宽带提速计划将全面完成。

北京联通相关负责人介绍说,将分三批对全市所有小区的宽带家庭用户实施免费提速,行动已经从上周末展开,目前正在逐步推进实施。还没有享受到提速的市民不必着急,这位负责人指出,为保证北京通信网络的整体安全,提速是分区域、分批次逐步实施的。该公司将适时向外界公布提速的进程。据了解,此次大规模的宽带提速不仅包括城区,北京的郊区县也在覆盖范围内。目前北京联通还没有公布具体的提速区域安排。

市民对于这场盛宴已经盼了很久，这也是北京联通首次对外公布提速的整体安排。北京联通是北京市场最大的宽带运营商。早在一个月前，该公司就在酝酿宽带免费大提速计划，并率先在回龙观、展览路、大有庄 3 个区域进行试点。

而记者注意到，实际上，该公司的提速体验早已经全面展开。还没有提速的用户也可以在联通官方网站下载“沃宽”客户端，每月享受 72 小时的双倍带宽体验。

与此同时，北京另外一家宽带运营商——北京电信也将展开免费宽带大提速。此前该公司宣称，将于春节后启动宽带免费提速，所有北京电信宽带用户都将获得免费升速一倍，其中，光宽带用户最高可至 20M 的接入速率。不过，昨天该公司并没有动静，只表示提速计划仍在研究中。

■ 新闻链接

工信部设

提速量化目标

晨报讯 (记者 焦立坤) 工信部通信发展司副司长陈家春昨日表示，工信部目前正在制定宽带提速工程实施方案及其阶段性量化目标。

据介绍，工信部将组织开展“城市光纤到楼入户、农村宽带入乡进村、宽带使用感知提升”等计划，并以此落实推动中国宽带基础水平和应用水平的提升，提高居民使用宽带的性价比。此前，中国电信(微博)、中国联通(微博)都明确表示将提升网速、降低宽带资费。

■ 新闻纵深

“光进铜退”遇两大瓶颈

物业索要入场费 居民抵触入户改造

北京宽带免费提速的消息迅速引发网络热议，不少外地网友表达了羡慕之情。不过，值得一提的是，虽然此次宽带提速最低也是双倍速率，但是感受最明显的是光纤用户。

相关负责人介绍说，从 512K 升速到 1M、1M 升速到 2M，用户的感受可能不会太明显，这部分主要是 ADSL 用户。而 2M 的光纤用户此次一跃升速到 10M，4M、8M 的光纤用户则升速到 20M，却会有上网冲浪的全新速率体验。

据了解，目前北京宽带用户分为三种：LAN 网用户、ADSL 用户和光纤用户，其中 ADSL 用户数量最多。而 LAN 网用户此次不在升速之列。据介绍，由于铜缆在传输速率和信号衰减上的限制，ADSL 难以实现 10M、20M 的带宽接入，必须用光纤替代，即实施“光进铜退”。

按照北京的信息化基础设施提升计划，到 2012 年底，北京的互联网家庭入户带宽要超过 20M。目前北京联通正在全市范围内进行“光进铜退”的改造工

作，但是在“最后一公里”遭遇两大瓶颈。据了解，在光纤改造施工中，运营商遇到的第一个难题就是小区准入门槛，物业公司索要入场费，而花钱开道已成为进入小区施工的必要手段。同时，虽然光纤改造施工免费提供，但一些居民有抵触情绪。来源：2012-2-8 北京晨报微博

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

CMMB 手机、手持电视已开通 7 个频道

北京中广传播有限公司运营的 CMMB 手机、手持电视已开通 7 个频道：CCTV-1、CCTV-5、CCTV-新闻、北京卫视、睛彩天下、睛彩电影和睛彩北京。

CMMB “睛彩电影”频道以精选影片为主，汇集优秀国产新片、经典佳作、CCTV 电影频道中心制作的高清晰数字电影及国内金牌电影资讯栏目和海量制作精良的微电影。CMMB “睛彩北京”频道突出“我随身的城事”核心理念，打造家喻户晓的城市信息传播品牌，做好政府管理的助手和百姓生活的帮手，使其成为首都地区重要的新媒体平台。此外，频道还将运用专门制作的页面及时发送政府的应急信息，发挥政府应急广播的强大功能。CMMB “睛彩天下”频道是以轻松、明快、实用为宗旨，先后推出了《天下综艺》、《天下娱乐》、《天下财经》、《天下音乐》、《天下笑话》、《天下剧场》、《纪录天下》、《畅游天下》等栏目，并已完成广州亚运会、英格兰超级联赛等精彩赛事直播。来源：2012-2-10 北京晨报微博

[返回目录](#)

百视通合作央视实现多赢 两部门或迎整合潮

百视通与央视合作的传闻终于落实。该公司近日公告，公司 2 月 1 日收到实际控制人上海广播电视台、控股股东上海东方传媒集团有限公司(SMG)的《告知函》，根据国家三网融合总体方针，根据广电总局相关要求，上海广播电视台、SMG 与中国网络电视台(CNTV)签署 IPTV(交互式网络电视)播控平台合作协议，落实上海广播电视台与中央电视台原建设的 IPTV 集成播控平台合并为中国唯一的中央集成播控总平台。

根据 CNTV 的报道，双方合作后，双方将把各自拥有的频道和节目资源投入到总平台。对此，南京邮电大学经济管理学院王凯老师指出，双方合作将有效整合双方资源优势，百视通解决了发展用户的合法性问题，有利于迅速扩大用户规模；而 CNTV 则借助于百视通运营能力解决自己的业务开展问题，有利于促双方形成多赢局面，对三网融合的代表性业务 IPTV 更是一大利好。

双方合作形成多赢局面

记者：结合之前第二批 42 个试点城市公布，三网融合进入全面推进阶段这一大背景，您怎么分析此次两大部门的破冰合作事件？

王凯：2010 年 7 月 1 日第一批 12 个试点地区启动，标志着三网融合试点工作正式开始；2011 年 12 月 30 日，第二批 42 个试点地区名单则表明三网融合试点已基本涵盖全国范围。

根据 2010 年 7 月国务院三网融合工作协调小组办公室发布的通知，广播电视播出机构负责制定 IPTV、手机电视集成播控平台的建设方案。并且，电信运营商推出的 IPTV 内容播控平台的建设权也归属了广电，而广电总局则将内容播控总平台和各地分平台的建设权交给了中国网络电视台 CNTV。但广电总局考虑上海东方传媒集团有限公司(SMG)旗下的百视通从 2005 年开始就对 IPTV 业务有着持续的投入，从而保留了百视通的 IPTV 牌照，但规定百视通只能在上海等四个城市保有自己的 IPTV 播控平台。虽然百视通并没有停止发展的脚步，在非试点地区不断地和电信运营商合作开发市场，但百视通在全国范围的业务扩张却受到了限制。基于此，全国范围内的 IPTV 播控平台的协作关系一直没有理顺，并且 CNTV 虽作为全国播控总平台的运营方，囿于运营经验不足，其一直受到播控平台的业务开展、分发技术及收入分成等问题的困扰，而百视通因合法性问题限制了其发展用户的能力。在第二批试点城市公布之前，全国 IPTV 市场基本上形成了 CNTV、百视通双雄并立的局面。

此次，根据国家三网融合总体方针，根据广电总局相关要求，百视通与 CNTV 携手合作成立合资公司，共建全国唯一的 IPTV 中央集成播控总平台。双方合作将带来以下四方面益处：一是整合双方资源优势，百视通解决了发展用户的合法性问题，有利于迅速扩大用户规模；而 CNTV 借助于百视通的运营能力解决自己的业务开展问题。二是使存量 IPTV 用户完成平稳过渡；三是可以在第二批 42 个试点城市大张旗鼓地开拓增量市场。四是弥补由于地域限制所造成的损失。可以说双方形成了多赢的局面。

透露出 IPTV 发展积极信号

记者：从合作内容来看，此次合作透露出哪些积极信号？IPTV 成为合作的切入点，您判断广电与电信运营商能否迎来一个整合高峰期？

王凯：2011年12月30日，国务院公布了第二批三网融合试点城市名单，第二批试点城市多达42个，包括了每个省会城市，江苏省和湖北省的大部分地级市都名列其中。2012年2月2日，SMG与CNTV签署IPTV播控平台合作协议，共同打造我国唯一的IPTV中央集成播控总平台。同时SMG控股的百视通将与CNTV设立合资公司共同负责IPTV中央集成播控总平台的可经营性业务。尽管具体的分成模式等合作细节尚未公布，但双方加强合作则透露出IPTV发展的积极信号，表现在以下几个方面：

首先，有利于理顺IPTV播控平台的协作关系。根据三网融合工作的总体要求，试点地区的IPTV内容播控采取两级平台的管理架构，由CNTV建设中央级播控平台，同时与各地电视播出机构合作建设二级播控平台。但百视通可在上海、厦门、哈尔滨和大连四地建设IPTV播控平台。

但在实施过程中，一方面因为百视通自2005年就开始与电信企业合作推广IPTV。试点地区的许多地方电视台与百视通在用户端、计费、版权等内容播控平台方面的合作都已很成熟了。另一方面则是地方电视台源于对各自利益的考虑同样对IPTV播控平台的建设很感兴趣。这就使得CNTV在接管地方IPTV播控平台的时候遇到了很多问题。所以，理顺IPTV播控平台的协作关系，设定全国业务开展范式成为我国IPTV业务发展亟待解决的问题。而此次CNTV和百视通的合作，不仅可以通过分成方式满足地方台的利益诉求，而且也能够在促进双方将各自拥有的频道和节目资源投入到总平台，丰富IPTV平台内容，促使地方集成播控分平台有动力向上对接中央集成播控总平台。从而有利于理顺IPTV播控平台的协作关系。

其次，有利于促进电信运营商与广电之间的合作。自2005年以来，电信运营商一直联手百视通开展IPTV业务。并且，由于各种原因电信运营商一直没有接入CNTV和地方广电的二级播控平台。但在国务院办公厅公布了第二批的42个三网融合试点地区名单以及CNTV和百视通合作共建播控平台的背景下，电信运营商为了以后能在50多个三网融合试点城市开展IPTV业务，选择与广电的IPTV播控平台合作也许是最佳选择。基于这样的考虑，电信运营商与广电整合高峰期还会远吗？

三网融合呈三大特点

记者：据您了解，目前第二批试点城市进展如何？存在哪些推进难点？

王凯：目前，共有54个城市进行三网融合试点，涵盖了我国大部分经济发达的城市。这标志着三网融合进入规模试点阶段，并转向全面覆盖，也有力地表明了我国政府推进三网融合的坚定决心。

从第二批试点城市推进三网融合的情况看，有以下几个方面的特点：

第一、电视、宽带与互联网融合的业务受到热捧。从目前一些试点城市推进的情况看，融合业务是发力点。在天津，天津广播电视网络有限公司已经推出了电视杂志、音乐欣赏、便民服务等新的业务和服务，正在开发政务信息、电视银行、电视商城、电视彩票、电视挂号等新业务。在重庆，重庆有线则在示范小区内依托“电视+宽带”的多网融合技术优势，将物业服务、小区信息化服务、小区安防集成平台级产品，为业主提供便捷的信息应用。

第二、IPTV 业务快速增长。三网融合第二批试点城市共是 42 个，电信运营商可以和百视通的 IPTV 平台对接，也可以和 CNTV 的 IPTV 平台对接。总之，IPTV 发展道路上的障碍基本扫清。在天津，凡是光纤网络覆盖的小区都推行了天津联通与天津广电合作推出的 IPTV 业务。在石家庄，全市 70% 以上家庭已同步实现了数字化收视，享受到双向、互动、点播等众多 IPTV 增值服务功能。

第三、宽带接入提速。三网融合业务要发展，快速的基础网络是必不可少的。电信运营商和广电运营商都看到了这一点。他们都在利用自己手中的资源抢占制高点。在宁波，宁波数字电视公司与宁波移动分公司合作，达成了宽带接入合作项目。在天津，天津广播电视网络有限公司加快广播电视网络双向化升级改造，基本实现本市城区光纤覆盖。

但我们也应看到，在三网融合推进的过程中，囿于地方利益的纷争以及体制上的天然障碍，离三网融合的“春天”仍有不少距离。但路漫漫其修远兮，我们仍旧翘首期待。来源：2012-2-8 通信信息报

[返回目录](#)

【电信网络】

中移动竞得香港 TDD 频段

中国移动(微博)近日在香港通过拍卖成功获得 30MHz 的 TDD 频段，将用于在香港建设 4G(TD-LTE)网络。

此前的 2009 年 2 月，中国移动香港公司竞得 FDD-LTE 频段，目前 LTE 网络建设顺利，预计 2012 年 3 月即可在香港投入商用。而此次在香港成功竞拍 TDD 频段，将推进建设 TDD 和 FDD 相融合的 LTE 网络，从而为我国主导的 4G 技术 TD-LTE 的全球化提供样板。来源：2012-2-8 北京晨报微博

[返回目录](#)

下一代 WiFi 技术传输速度将达 1Gbps

基于第五代无线局域网通信标准的 Wi-Fi 芯片,让我们离无缝 Wi-Fi 漫游的城市更进一步。

第五代 Wi-Fi 就要来了,它可不仅仅是帮你把无线设备连接起来那么简单。

在谈这个问题以前,我们忍不住要数一数 Wi-Fi 现在的“罪状”:热点太少、网络拥堵、经常掉线、信号太弱。在候机大厅、繁华的商业中心等这些人流密集的公共场所, Wi-Fi 简直就是形同虚设,能否连上甚至都成了检验人品的标准。

大城市的交通变得日益糟糕,作为无线互联网世界的公路,全球 Wi-Fi 网络也面临着时时发生塞车的窘境。这里“奔跑”的是手机、平板、笔记本电脑、掌上游戏机,还有各种各样的移动设备。Wi-Fi 联盟在 2011 年 9 月做出统计,联盟成员企业目前已经达到了 450 家, Wi-Fi 全球用户超过 10 亿,具有 Wi-Fi 认证的产品发货总量已超 20 亿件,平均每年开发 200 万件产品。与此同时,上网需求也在发生变化,收发邮件、浏览网站只是最基本的,人们还希望可以看电影、玩游戏、听音乐,以及处理各种数据。

但目前全球最快的 Wi-Fi 传输速度仅为 300Mbps(少数可以达到 600Mbps),相当于每秒只能传输约 36MB 的内容。在人们只利用它来看网站、处理邮件的年代,这没什么问题。但到了今天,面对越来越复杂的使用需求,旧的技术标准变得捉襟见肘。因为这原本只是一条预计通行小轿车的公路,却忽然涌进了客车和大型货车,并且数量越来越多。

5G Wi-Fi—第五代 Wi-Fi 解决的就是这样的问题。它将传输速度提升到了 1Gbps,每秒可以传输约 125MB 的内容。以对传输带宽要求最高的内容高清电影为例的话,一部高清电影每秒的数据流通常在 30-45MB 之间,甚至更高。5G Wi-Fi 不仅满足了传输条件,多部高清电影的传输也不是问题,同时也就意味着它可以容纳更多的用户,不至于因数量过多而产生拥堵。

生产这一产品的是美国博通公司,一家有线和无线通信半导体解决方案提供商,也是全球最大的 WLAN 无线互联芯片的提供商。这家公司预计,最迟在 2012 年底,安装了 5G Wi-Fi 芯片的数码电子设备就会出现在市场上。

这是一个好消息,5G Wi-Fi 第一次出现在了民用产品上,它由行业最具代表性的公司生产,理应会越来越流行。之所以被称为第五代标准,是因为它是在美国 IEEE 无线互联局域网标准 802.11 中第五个推出的,被命名为 802.11ac。

我们可以通过回顾一下历史,看看这个有些难记的名词是怎么一回事。在全球民用无线网络中,常用发射和接受信号的频段是 2.4GHz,其次是 5GHz。信号频段越高, Wi-Fi 芯片的工作频段也就越高,制造工艺也就越复杂。1997 年,

当第一代 Wi-Fi 标准出现的时候，受到工艺和成本的限制，芯片的工作频率只能固定在 2.4GHz，最高传输速率只有 2Mbps，相当于每秒只能传输约 0.016MB 的内容——在最开始的时候，Wi-Fi 也还只是一条羊肠小道。

但它很快开始变成了公路，随后出现的 802.11a、802.11b、802.11g、802.11n 等版本的标准，速度越来越快。比如 2004 年推出的 802.11n 比之前的 802.11g 快了 10 倍，比更早的 802.11b 快 50 倍，覆盖的范围也更广。只是尽管 Wi-Fi 芯片的传输速度像坐着直升机一路向上增长，但还是无法赶上人们的需求。新的 5G Wi-Fi，也就是 802.11ac，采用了工作频率 5GHz 的芯片，能同时覆盖 5GHz 和 2.4GHz 两大频段。除了更快，它还能改善无线信号覆盖范围小的问题，虽然 5GHz 比 2.4GHz 更难直接绕过障碍物，但由于覆盖范围更大，考虑到信号会产生折射，新标准反而会更容易使各个角落都能收到信号；新标准的另一大优点是节能，电力使用效率是前一代的 6 倍。由于同一时间传送的内容多了，设备也能更快地进入低功率的省电模式。

更快速的通过能力、更全面的覆盖范围，让 5G Wi-Fi 成为了名副其实的信息高速公路。在移动互联网终端大行其道的今天，这意味着这张网络在未来还有着更多可能。

有两大组织在其间发挥了关键作用，那就是 IEEE 和 Wi-Fi 联盟。

IEEE 是美国电气电子工程师协会的简称，它是目前世界上最大的专业技术组织，成员来自 175 个国家的研究机构和高校，拥有名目众多的研究小组，为众多技术制定行业通用的标准，IEEE 802.11 就是其中之一，针对的是无线局域网的通用。之所以要制定这个通用标准，是为了让无线网络产品能够跟其他相关产业的产品兼容。

同时在无线网络领域，不同生产商的产品也需要能够相互兼容，因此在 1999 年，业界一些主要的无线设备生产商成立了联盟，2000 年时这个联盟正式更名为 Wi-Fi 联盟。“Wi-Fi”原本只是该联盟持有的认证商标，打上这一商标的无线设备之间可以相互兼容。到今天，Wi-Fi 最终突破了它诞生时的狭隘含义，几乎成为无线宽带接入技术的代名词——尽管它并不是无限局域网的唯一一项技术，Wi-Fi 联盟的大力推广在其中功不可没。

早在 2006 年，时任 Wi-Fi 联盟主席的 Andrew Myle 就设想了一个万物皆有 Wi-Fi 的智能世界：在你回家之前，你的 Wi-Fi 空调已经把室内温度调到你喜欢的 20 摄氏度、Wi-Fi 电饭煲里香软的米饭随时可以出锅；在厨房忙碌的间歇，你可以用 Wi-Fi 微波炉听会儿电台、与家人通电话；能让你省心的还有 Wi-Fi 电表，它会监控用电量，在剩余电量为零之前提醒你充值... ..

现在已经没有人认为这些只是科幻电影当中的场景了。可以调节用电量的智能 Wi-Fi 电表，在美国已经开始普及，而能够从网上下载最新菜谱的微波炉，或者让家庭主妇在厨房中与家人通话的视频冰箱，也在一些人的家里成为现实。在刚刚结束不久的 2012 年 CES 大展上，三星(微博)、LG、海尔等公司，都推出了带有 Wi-Fi 连接功能的冰箱、洗衣机、烘干机等白色家电产品。正是 Wi-Fi 让这些传统家电再次时髦起来，与数码移动产品站到了同一个舞台上。

在中国，越来越多的公司也开始加入 Wi-Fi 联盟，华为(微博)公司成了 Wi-Fi 联盟的董事会成员和赞助商成员，新近加入联盟的中国成员企业还包括了中国移动(微博)。而这个地方，众所周知，已经成了全球最大的手机市场。

注意到 Wi-Fi 潜力的还包括那些著名的汽车公司。在它们所制定的“未来汽车”计划中，Wi-Fi 将是实现人、车及外部环境之间信息交换的重要技术。福特公司就在设想，将数据从你的车发送至 Google 数据中心，以便预测每次引擎点火所要去的地方，如果是油电混合车用户，那么他们就可以在驾驶中决定何时切换至电池供电，并选择一条山路最少、没有雨、车流量最小的更省油的行车路线。从经济角度考虑，这些都可以利用那些遍布全城的 Wi-Fi 热点来完成。

规模日益庞大的 Wi-Fi 用户大军，意味着更宽更快的传输带宽的需求，5G Wi-Fi 应运而生。而运营商将是决定这一标准能否获得顺利推广的重要角色。

在大多数国家，通信运营商都是 Wi-Fi 热点建设的主要力量，它们对 Wi-Fi 的重视也有目共睹。如美国最大的电信公司 AT&T 在 2011 年第三季 Wi-Fi 网络的用户达到了 2011 年同期的三倍，共有 3.019 亿用户通过 AT&T 的 Wi-Fi 上网。中国电信(微博)和中国移动则都有计划在未来 1 到 3 年内，把各自在全国范围内铺设的 Wi-Fi 热点数量增加至 100 万个。

运营商往往将 Wi-Fi 的使用条件，与数据流量套餐搭配起来“打包”向用户出售。这样既可以满足用户的需求，又可以弥补移动网络数据带宽的不足，有效促进数据套餐的销售，摆脱对话费业务的依赖。现在，你应该可以理解那些随处可见的运营商数据套餐搭配“免费”Wi-Fi 上网时间的广告了。

Wi-Fi 联盟当然乐于见到热点数量的不断增长。实际上，他们还有一个更大胆的计划：利用日益增加的带宽、速度、热点数量这些成熟条件，逐步推进 Wi-Fi 国际漫游服务。

这个计划将分为两步实施：推进 5G Wi-Fi、保证带宽的同时，推出名为“Wi-Fi CERTIFIED”的新技术，它让手机等移动设备自动在用户所在国的 Wi-Fi 网络中接收通话、下载数据，无须事先申请和设置；第二步则更长远一些，通过规划中的 60GHz Wi-Fi 技术—允许 Wi-Fi 网络每秒传输数 G 的内容，进一步实现 Wi-Fi 产品之间无缝的全球漫游。

这样的计划如果推进下去，当然会触动到通信运营商们本就敏感的神经。不过事情或许也没有那么复杂，现在的 3G 网络国际漫游本就是一个两边不讨好的业务：对于运营商而言，由于各地区部署条件和水平不一，3G 漫游技术难度大、结算成本高；对于用户而言，它也过于昂贵了。与之相比，Wi-Fi 热点则有着越来越广泛的部署范围和越来越快的传输速度，可以为用户提供更为经济的国际漫游服务。当然，市场机会只属于那些勇于变革、率先探索新的商业模式的运营商。

苹果公司创始人乔布斯早在 2005 年就曾设想，利用无处不在的 Wi-Fi 热点，使苹果成为一家独立于现有移动通信运营商之外的“Wi-Fi 通信运营商”。从后来的 iMessage 和 Facetime 等产品的身上，我们仍能看到这一设想的影子。现在他的计划还没有成为现实，但技术的大潮谁也无法阻挡。

Wi-Fi 联盟将它们的愿景称为“无缝连接”，指 Wi-Fi 网络会与移动通信网络一样方便。如同我们打开手机，手机就会自动接入通信网络一样，未来任何一个地区的 Wi-Fi 网络都可以自动接入，信号更稳定、速度更迅捷，不仅可以打电话，还可以上网看高清视频、处理那些复杂的数据。随着 5G Wi-Fi 的推出，这样的设想离我们更近了一步。来源：2012-2-13 《第一财经周刊》微博

[返回目录](#)

伦敦地铁年底通 Wifi 运输网络为管理重点

2012 年早些时候在伦敦地铁站提供无线网络将有助于改善伦敦交通员工的交流，同时也有利于上下乘客。

伦敦交通 CIO 史蒂夫·汤森 (Steve Townsend)对 Computing 网站记者说，使交通局的工作人员更好地管理运输网络一直是项目的驱动因素之一。“我们需要员工们得到更多的流动信息。交通控制从来不是站到控制台就能搞定的。”他补充说，工作人员可以用自己的移动设备获取移动信，而公司也会据此采取相应政策。

“人们带着移动设备上班是因为他们需要，我们不想限制了他们的需要。”不过，汤森也确保这些信息将会妥善管理，遵循安全最佳实践，而不仅仅是完全自由状态。“我们为伦敦提供至关重要的安全服务。我们接纳任何自由设备，只要是符合标准，且由网络监察部门监制的设备。”

届时，伦敦的乘客和奥运会的游客也都都可以使用 Wi-Fi 技术，乘客也能得到移动实时信息。

目前，交通局在与几个提供地上及地下站台 Wi-Fi 网络服务的提供商进行商业谈判。来源：2012-2-8 赛迪网

[返回目录](#)

香港和记电话计划部署 LTE FDD/TDD 双模网络

管理局近日通过竞标的方式发放了三张 TDD 运营牌照，获得牌照的三家企业分别是中国移动(微博)、和记电话有限公司和世纪互联公司。

中国移动于 2 月 6 日晚间表示，在香港通过拍卖成功获得 30MHz 的 TDD 频段，频段为 2330MHz-2360MHz。此频段将用于在香港建设 TD-LTE 网络。

C114 获悉，和记电话也成功获得 30MHz 的 2.3 GHz 的 TDD 频段，计划利用原有的 FDD 频谱以及刚刚获得的 TDD 频段，部署 FDD/TDD 双模网络，以满足用户日益增长的数据业务需求。

香港的这张 LTE FDD/TDD 双模网络建成后，将成为和记的第二张 LTE FDD/TDD 双模网络。2011 年 12 月份，和记旗下 Hi3G 瑞典在三大城市斯德哥尔摩、哥德堡和马尔默商用 4GLTE 服务，这是全球首个大规模商用的 LTE FDD/TD-LTE 双模网络，由中兴通讯(微博)承建。

香港目前仅有一家运营商商用 LTE，香港第一大移动运营商 CSL 于 2010 年 9 月商用了 LTE/DC-HSPA+ 网络，同样由中兴承建。香港的五家电信运营商都已公开表示，4G 网络选择 LTE 技术。来源：2012-2-8 中国通信网

[返回目录](#)

TD-LTE 全球建 33 个试验网 终端下半年试商用

据了解，由我国主导的 TD-LTE 标准 E 在全球已建设 33 个试验网，2012 年下半年基于该制式的终端有望在国内试商用。在上月，TD-LTE 刚被国际电信联盟确定成为第四代移动通信(下称“4G”)国际标准，正式成为两大 4G 国际标准之一。

TD-LTE-A 是由我国政府主导、大唐电信集团拥有核心基础专利的第四代移动通信技术，是我国拥有自主知识产权的 TD-SCDMA 3G 国际标准的后续演进。TD-LTE-A 相比于 3G，其技术优势体现在速率、时延和频谱利用率等多个领域，得到了国内外移动通信企业的青睐。

目前 TD-LTE 产业链已深受包括日本软银、沃达丰、德国电信、法国电信、SK 电讯、印度 Yota、美国 Clearwire 等一批国内外主流运营商以及拥有 TDD 频段的新兴运营商的认可和接纳，在全球已建设 33 个试验网，预计 2012 年将

有超过 10 个国家和地区开始 TD-LTE 网络商用部署，多家运营商已经启动预商用网络部署。

与 3G 网络相比，4G 能为用户提供更高速率、更高质量和更加丰富的信息服务，进一步提升通信资源利用率，降低能耗水平。4G 手机在高速移动状态下可达 100Mbps 的速度，整体上可以比 3G 快 50 倍。因此，未来 4G 的商业应用，会有越来越多且功能愈发强大的移动软件和移动应用问世。

近日，工信部已经批准 TD-LTE 规模试验进入第二阶段。据相关人士介绍，之前在南京、杭州、北京等地进行的 TD-LTE 的规模技术试验第一阶段测试结果全面验证了 TD-LTE 的技术可行性，系统设备已达到 FDD 商用初期的水平，TD-LTE 单模终端具备试商用能力，2012 年将推出更多的多模终端，TD-LTE 的产业将具有端到端试商用能力。来源：2012-2-13 赛迪网

[返回目录](#)

【终端】

华为全球唯一覆盖 9 频段网络手机亮相

在日前举行的 2012 CES 美国国际消费电子展上，华为(微博)全球最薄智能手机 Ascend P1 S 亮相，并被《PC world》评选为 2012 CES 最受瞩目智能手机之首。华为 Ascend P1S 凭借 6.68mm 超薄厚度创造了业界新纪录，而内置的顶级 1.5GHz 双核移动处理器也使其成为当下运行最快的手机。同时，华为 P1 S 在移动网络支持方面也有其独特之处，它支持全球最全的 UMTS/GSM 9 频段网络。一款手机出入多个国家，就会存在漫游信号支持的问题，华为 P1 S Ascend 作为全球首款支持 9 频段网络智能手机，从拉斯维加斯走到西雅图，再走到北京，Ascend 都能够正常使用。华为相关人士表示，这对于经常需要在全中国范围内出差的高端商务人士非常适用。来源：2012-2-8 北京商报微博

[返回目录](#)

手机给你当医生：体液滴在触摸屏上检验健康

为了等一张医院的检验报告，少则花费数小时多则花费十天半个月，这样的经历相信许多人都有过。除了浪费时间，更折磨人的还有心理上的恐惧。如果现在告诉你，你的手机其实就可以帮你省去这个繁琐的过程，你相信吗？

近日，韩国科学家基于手机触屏的基本工作原理，开发出了一种革命性的技术——只要将唾液或者血液等体液滴在手机触摸屏上，就可以检验人的身体健康状况，甚至诊断癌症，准确率可以和传统医学仪器媲美。

负责此项研究的团队来自韩国高等科学技术研究院(KAIST)，他们表示，这是世界上首次发现手机触屏可以检验生物大分子，如果技术成熟，人们可以轻松在家中通过手机对自己进行常规的体检，省去了去医院体检的时间和成本。

“最初的灵感来自于触摸屏的工作原理。”参与该项目的朴玄圭教授解释说，“触摸屏是通过感知手指触摸时候释放的电荷工作的，大分子蛋白质和 DNA 同样也会携带特定的电荷，因此也可以通过这个原理进行识别。”

目前，通过实验，该团队已经证实，触摸屏可以检验样本中的 DNA 分子是否存在，以及它们的浓度。“DNA 实验的结果和传统化学检验仪器的结果完全吻合，准确率几乎可以达到百分之百。相信不久，蛋白质也可以通过同样的方式进行检验。”朴玄圭说，“此外，肝癌的初期诊断一直是医学界公认的难题，但是我们发现肝癌患者身上会携带一种特殊的蛋白质，如果这项技术发展成熟，触摸屏也将用于癌症的诊断上。”

然而，现阶段触摸屏技术还无法识别生物大分子的种属。朴玄圭透露，他们现在还在研究另外一种携带有反应物质的缩微胶片，这种胶片可以用来识别特定的生物化学物质，希望这项研究将来可以用来辅助“手机医生”进行“诊断”。

“此外，我们还在研究一种检验条，用于采集检验的体液样本，这个检验条将来可能会以扩展配件的形式装在电子设备上，因为毕竟没几个人愿意将血液或者尿液滴在触屏上。”朴玄圭补充道，“虽然，触屏可以识别生物大分子物质，这仅仅是这项研究的第一步，但是，我们有理由相信，这项技术终将代替繁琐的化验过程。”

遗憾的是，关于这项研究的具体进度以及何时正式问世等细节，目前还是未知数，但可以肯定的是，人类已经无法阻止智能手机了！来源：2012-2-14 中国经济周刊微博

[返回目录](#)

我国开发出可替代雷达的空管导航监视新装备

中国民航局 8 日在此间举行了“民用航空空中交通通信导航监视设备使用许可颁证仪式”，中国民航局空管办主任苏兰根表示，这标志着其可在我国民航空管中投入大规模应用，既填补了国内空白，又打破了国外垄断，是我国民航在重大装备领域自主创新和国产化应用方面取得的重大突破。

据开发出这套设备的民航空管技术装备发展有限公司总经理陈兵介绍，广播式自动相关监视系统是支撑新一代民航空管运行模式的核心装备，此前只有西方强国拥有。我国利用引进设备建设了中国民航第一条广播式自动相关监视航路成都至拉萨航路，飞机起飞间隔时间从原来的 10 分钟缩短到 7 分钟，提升了航路容量和运行效率。历经 20 多位科研人员 3 年集中攻关，装备公司终于开发出此套国产化的装备，同雷达管制相比，这一设备如同一部电脑大小，不仅占地少，而且价格不到建雷达站的十分之一。

苏兰根说，中国民航局已将广播式自动相关监视系统列入民航“十二五”重点建设内容。民航局规定，进入我国民航领域使用的此类设备，应按照国际民航组织以及中国民航的技术标准规范，获得民航局审定的设备使用许可证。该制度是一项设备准入制度，未获得设备使用许可的厂家，不得在中国境内销售。他说，通过设备使用许可准入制度，提高了进入民航空管领域设备的性能和质量，使民航空管的设备故障率较之从前大幅降低。

中国民航局空管局局长王利亚在此间表示，空管局将平稳建设这一新系统，满足未来流量增长对空管的需求。具体目标是：西部地区逐步实现自动广播监视下的类雷达管制；东部地区实现航路覆盖及 5 海里管制间隔；东部繁忙机场达到对机场场面航空器及车辆的监控、路径规划和引导。

民航空管技术装备发展有限公司承担着中国民航空管设备最高级别三级维修任务，范围涉及到通信、导航、雷达等空管设备。来源：2012-2-8 新华网

[返回目录](#)

【运营支撑】

爱立信与瑞士电信合作 共同开拓 M2M 市场

日前，瑞士最大的运营商瑞士电信宣布与爱立信(微博)结成合作伙伴，共同拓展 M2M 市场。瑞士电信将为瑞士本土和海外的不同行业的企业用户提供服务，从而帮助他们提升从产品到分销的产业链的客户价值。瑞士电信的 M2M 服务基于爱立信的市场验证的设备链接平台，这一平台可以有效地管理大量的终端及设备连接。这项服务将于 2012 年 2 月试商用，并于 2012 年夏天正式商用。

瑞士电信预计 M2M 的需求就已经达到 100 万连接，能源、公共事业、政府、运输和医疗保健行业等都是从 M2M 通信中受益，而且这一行业的潜力还远远不止如此。

瑞士电信企业业务部门负责人 Urs Schaeppi 表示，我们双方的合作中，爱立信将不仅为我们提供 M2M 连接平台，还将配合我们拓展全球 M2M 市场，我

们的目标是为企业客户提供规模化、易操作易维护、电信级的解决方案，以发挥他们 M2M 方面的潜力，并获取竞争优势。

爱立信欧洲中西部地区负责人 Anders Runevad 表示，我们已经确立了在 M2M 解决方案市场的地位，这一次我们又与瑞士电信合作，在世界最大的 M2M 的市场推出我们的产品。我们通过网络已经连接了数以亿计的用户，我们的目标是到 2020 年实现以各行业 M2M 连接为主的 50 亿连接网络社会。来源：

2012-2-8 赛迪网

[返回目录](#)

中国电信 100G 测试进程过半 厂商各有偏重

2011 年 12 月，中国电信(微博)率先开启 100G 系统测试项目，组织烽火、华为、中兴和上海贝尔(微博)4 家供应商参加 100G 相关测试。近期 100G 测试已经进行过半，测试进展顺利，据记者了解，中国电信对四家厂商，按照先后顺序，陆续进行设备测试，2011 年 12 月，烽火通信率先完成全部测试，而后 2012 年 1 月份，华为亦测试完毕，随后的 2、3 月份，中国电信将依次对中兴、上海贝尔两家的 100G 设备进行系统测试，测试结束后中国电信将会根据测试结果部署下一步的引入计划。

此前，中国电信早在 2010 年也曾组织华为、康宁进行了一次 100G 的超长距 WDM 实验室测试，成功完成 3000km 无电中继传输。而此次测试相比之前有所不同，中国电信北京研究院全业务承载网研究室李俊杰告诉记者，此次测试中，各厂商都提供了单载波、100G 相干系统，而且此次测试的重点放在了设备评估层面。

中国与国际保持同步

李俊杰表示，在 100G 技术方面，中国与国际运营商保持在同一水平线上，虽然此前已传出多个国外运营商建设 100G 实验网的消息，然而规模较小，大都处于实验网与现网应用之间的阶段，并无大规模应用案例。对此，烽火通信副总裁何建明更指出，中国电信此次 100G 测试之前，国内外一些厂商曾参加过国外运营商 100G 测试，但其技术方案或采用双载波传输，或采用非相干接收，或沿用 40G 系统的硬判决 FEC，其传输性能较采用基于软判决纠错编码和数字相干接收的 PM-QPSK 技术方案存在较大差距，预计与中国通信标准化协会《N×100Gbps DWDM 系统技术要求》也有出入。

中国电信对于 100G 技术的研究较早，之前已经进行了大量的技术评估，引入 100G 系统，技术上已无太大问题，所以此次测试，则将重心放在了设备评估，

李俊杰如是说。对于 100G 的相关标准也在正常进行当中，国际层面，三大标准组织 IEEE、ITU-T 和 OIF 仍在共同完善 100G 的相关标准，各标准组织制定的标准各有侧重，仍在磨合；国内在标准制定方面比较完善，而且从一开始就致力于制定 100G 的系统标准，李俊杰预计在年内有望完成 100G 的标准制定工作。

对于海外 100G 测试与中国电信此次 100G 测试的不同，华为专家透露，华为此次在中国电信测试和 2011 年做的 50 多个海外运营商测试采用的是同一套设备，技术方面没有任何区别，相比而言，海外运营商测试更加关注设备的稳定性、易维护性和快速部署能力，且大部分都是在现网直接测试；中国电信测试更关注 100G 端到端的整体情况，虽然是实验室测试，但配置波道较多，是对设备商 100G 供应能力、系统可靠性、传送规格性能指标的又一次全方位的验证。

厂商设备性能各有偏重

中国电信此次测试的重点涉及多个方面，何建明表示，此次测试为中国电信集团针对 100G WDM 设备及系统的一次技术验证性测试。本次测试针对 G.655 光纤和 G.652 光纤分别在有无 DCM 补偿的情况下测试了极限跨段和可靠运行跨段等多套系统。主要测试项目包括：主光通道测试、光波长转换器测试、FEC 性能测试、动态功率控制和增益均衡测试、OADM/RODM 级联代价测试、传输功能和性能测试、网管系统功能验证等内容。

对于已经完成测试的两家设备商，在设备性能方面也体现出了各自的优势。

烽火通信也凭借技术优势率先完成并通过全部测试项目，主要亮点包括：采用 SD-LDPC 前向纠错编码算法，以较小的实现复杂度和处理时延获得约 11.5dB 的编码增益，逼近 Shannon 极限；100G 无中继光传输距离超过 1500 公里；凭借优异的电域补偿算法消除了 100G 信号在线路光传输过程中的 CD、PMD 限制；保护倒换时间满足标准要求，具有很强的 ROADM 级联穿透能力。

华为专家表示，此次测试主要在系统性能、传输能力、系统稳定性方面，华为是能够同时提供软判决 FEC 和硬判决 FEC 的相干单载波 100G 解决方案的设备供应商，可以满足不同传输距离的应用需求。完成 G652/G655 各种光纤类型、以及与 40G 混传等多种场景下超长距离传输；100G 设备稳定可靠，长期误码性能、保护倒换等均满足电信级要求。同时，华为 100G 供应已经成熟，此次测试中提供了 20 块以上的 100G 单板。

100G 竞争白热化

从 100G 市场来看，海外运营商动作较多，如华为，阿尔卡特朗讯、Ciena 等厂商在海外运营商布局较早，在市场占有率方面也体现出了前期优势。然而随着业内对 100G 市场的普遍看好，主流的设备厂商在 2011 年陆续突破 100G 核心技术，均可提供 100G 的成熟商用设备。Light Reading 等咨询机构也预测，

2012 年将是运营商现网部署 100G 的拐点，新一轮竞争中，鹿死谁手，犹未可知。

在最近几个月内，阿尔卡特朗讯已经宣布为多家运营商提供 100G 的系统设备，始终保持着在 100G 市场中的先发优势；华为，继 2011 年 6 月实现了首个相干 100G 在荷兰皇家电信 KPN 泛欧干线的商用之后，相继突破众多全球顶级运营商如 TDC, SFR, Rostelecom, Mobily, Oi 等，迄今为止，已经获得超过 15 个 100G 商用项目，据不完全统计，约占全球 100G 市场三分之一的份额。华为专家表示，“100G 并不仅仅是传送技术，也涉及业务调度，智能控制以及易维易用等方面，华为不仅能提供超强传送能力的 100G，同时在业务灵活调度、系统智能控制和设备简单运维上也有着独特的优势”。

面对一些海外设备商的早期优势，何建明认为，一些海外设备制造商较早推出了商用 100G 系统，但这并不表示他们比国内厂商具有更强的技术优势和竞争优势。在 100G 的研发方面，烽火通信与国外厂商实现了同步甚至更快，在需求定位上、技术起点上更高，一步到位地推出了基于采用 127Gb/s 相干检测偏振复用正交相位调制(Coherent PM-QPSK)作为线路传输码型的 100G 设备，不但支持传输 WDM 的应用方式，而且支持基于 100G 的电交叉技术和支线路分离的 OTN 应用方式，在技术上相比国外厂商更具优势。来源：2012-2-13 通信世界周刊 [返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

2015 年导航产值 2250 亿

近日，国家测绘地理信息局测绘发展研究中心和社会科学文献出版社发布《中国地理信息产业发展报告(2011)》蓝皮书称，我国卫星导航产业进入高速发展时期，预计 2015 年产值将超过 2250 亿元，卫星导航终端社会持有量有望达到 3.4 亿台左右。我国涉足卫星导航应用与服务产业的厂商与机构当前已超过 5000 家，2010 年产值超过 500 亿元。我国北斗一号终端持有量已达 8 万余套，活动用户数 3 万余个。来源：2012-2-9 新京报

[返回目录](#)

2011 年中国手机出口 627.6 亿美元

工信部昨日公布的最新统计显示，2011 年全年中国手机出口额 627.6 亿美元，增长 34.3%。

另据 IHSiSuppli 公司的中国研究专题报告显示，中国手机厂商在 2012 年的智能手机出货量将增长近一倍，超过 1 亿台。刺激该市场增长的因素包括消费者对智能手机的兴趣增强、电信基础设施改善和价格更加容易承受。

预计 2012 年中国手机供应商的智能手机出货量将达到 1.014 亿台，相比 2011 年的 5200 万台增长 94%，几乎是 2009 年 1020 万台的 10 倍。虽然从明年开始增长速度将会放缓，但两位数的增长率将至少保持到 2015 年，届时出货量将达到 1.884 亿台。来源：2012-2-8 北京商报微博

[返回目录](#)

2013 年 650 万户家庭带宽可达 100M

随着智能手机、平板电脑等电子产品的普及，无线上网已成为越来越多市民关注的热点话题。昨天举行的 2012 年上海商务情况通报会上透露，截至 2011 年年底，本市已基本建成第三代移动通信(3G)网络，网络覆盖中心城区、郊区新城镇和全市交通干线，WLAN(Wireless Local Area Networks 无线局域网)热点累计已超过 11830 个。

据了解，目前上海的城市信息化水平在全国继续保持领先水平，并已超过发达国家的平均水平，部分指标达到国际先进水平。截至 2011 年年底，全市光纤到楼和到户覆盖用户超过了 400 万户。

市经信委副总工程师林晶在会上表示，未来三年本市信息化建设的主要目标是基本建成宽带城市和无线城市，使信息感知和智能应用效能初步显现，信息安全总体实现可信、可靠、可控。未来三年，上海将围绕构建四大体系，重点推进云计算、物联网、TD-LTE、下一代网络(NGN)、车联网、三网融合、智能交通、电子政务、无线城市、宽带城市等 24 个专项和一大批具体项目，到 2013 年实现宽带光纤到户、无线宽带覆盖城镇化地区，实现百兆接入能力全覆盖，家庭平均接入带宽达到 20Mbps，互联网国际和国内出口带宽分别达到 1Tbps 和 5Tbps。市经信委透露，到 2013 年上海城镇地区将有 650 万户以上家庭的宽带接入能力可达到 100Mbps，到 2015 年达到 100Mbps 接入能力的上海家庭覆盖率则将超过 90%。来源：2012-2-9 东方早报

[返回目录](#)

2011 年我国通信设备出口 1300 亿美元

据工信部运行监测协调局日前公布的数据显示，2011 年我国电子信息产品进出口保持增长态势，进出口总额达 11292.3 亿美元，同比增长 11.5%，占全国外贸总额的 31.0%，比上年下降 3.1 个百分点。其中，出口 6612.0 亿美元，同比增长 11.9%，占全国外贸出口额的 34.8%，对全国外贸出口增长贡献率达 21.9%。2011 年电子元件、电子器件行业出口增长相对平稳，出口额分别达到 881.4 亿和 757.0 亿美元，同比增长 15.3%和 11.0%，增速均在 10%以上。在整机行业中，家电与计算机行业出口增长缓慢，出口额分别为 946.2 亿和 2293.9 亿美元，同比增长 7.9%和 5.6%，增速低于全行业平均水平 4.0 和 6.3 个百分点；通信设备行业保持较快增长，出口额为 1300.2 亿美元，同比增长 26.6%，增速高于全行业平均水平 14.7 个百分点。出口额前三名产品为：笔记本电脑 1058.8 亿美元，增长 11.1%；手机 627.6 亿美元，增长 34.3%；集成电路 325.7 亿美元，增长 11.4%。来源：2012-2-8 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

上季度苹果占据全球移动设备产业 80%利润

美国券商 Morgan Keegan 分析师塔维斯·麦考特(Tavis McCourt)周二发布报告称，苹果 2011 年第四季度主导全球移动设备的市场，占据整个产业营收的近 50%，并囊括了利润的 80%。

麦考特进一步指出，如果将苹果的数据包括进去，全球移动设备的营收的增长就达到了 34%，但是如果将苹果的数据剔除，那么该增长就只剩下 0.4%

他指出，苹果从零起步，在 5 年内一举夺取了移动设备业务营收的半壁江山。而其他一些设备生产商则可能没法继续运营下去，因为它们的利润实在太差，2012 年可能会有一些企业退出。麦考特将 2012 年称为移动设备行业“不成功便成仁”的一年。

他认为，整个移动设备产业都将进入衰退期，整体手机出货量已经降至 2009 年以来的新低。在 2012 年第 1 季度，出货量可能出现同比下降。从历史角度来看，这种现象只会出现在重大全球衰退时期。他表示除了三星(微博)，他很难理解其它手机竞争者都将研发资金投向了何处，来保证获得长期竞争力，因为他们的利润正在日趋减小，而答案或许是微软(微博)和谷歌(微博)。

HTC(微博)第四财季财报显示，该公司业绩遭遇较大滑坡，股价下跌 7%，报收于 513 新台币(约合 17.35 美元)。

麦考特继续维持对苹果股票跑赢大盘的评级，将摩托罗拉(微博)移动股票评级为与大盘持平，将诺基亚(微博)股票评级为与大盘持平，将高通股票评级为跑赢大盘，将 RIM 股票评级为与大盘持平。来源：2012-2-8 新浪科技微博

[返回目录](#)

【市场反馈】

2011 年智能手机出货量超越 PC

近日，美国市场研究公司 Canalsys 发布报告显示，2011 年全球智能手机出货量达到了 4.87 亿部，首次超过了全球市场 PC 的出货量，而在所有售出的智能手机中，Android 手机占了近半数。该报告数据显示，2011 年全年智能手机发货量为 4.87 亿部，比 2010 年增长约 63%。而私人电脑发货量约为 4.14 亿部，仅增长不到 15%。数据还显示，2011 年全年 Android 手机总出货量约为 2.38 亿部，在全球市场中所占份额达到了 48.8%，增长率高达 244%，其中第四季度的市场份额超过 52%；苹果 iOS 系统 2011 年所占份额为 19.1%，iPhone 出货量为 9310 万部，比 2010 年增长了 96%；而诺基亚(微博)的塞班系统手机 2011 年的总销量为 8010 万部，相比 2010 年下滑了 29.1%。来源：2012-2-9 南方日报

[返回目录](#)

全球移动宽带连接速度中印最慢

由于 LTE 的部署及 3G 网络升级至 HSPA/HSPA+ 技术，广告宣传中的全球移动宽带最大下载速度的平均值在过去三个月里发生显著提高。

Strategy Analytics 的分析师表示，目前广告宣传中的移动宽带最大下载速度的平均值已经超过 14Mbps，较之前一个季度提高了 9%。

迅速的增长速度是由于许多国家最近已开始推广 4G 技术，包括奥地利、澳大利亚、丹麦、爱沙尼亚、芬兰、德国、匈牙利、日本、挪威、波兰、瑞典、土耳其和美国。

广告宣传片中，移动宽带最大下载速度超过 21Mbps 的数据套餐计划已超过总数中的 20%。

根据对过去两年间移动宽带资费改变步伐的追踪观察，Strategy Analytics 预计，到 2012 年年中，全球移动宽带的最大下载速度将超过 15Mbps，到 2012 年底，这一数字将达到 20Mbps。数据限额平均值将缓慢上升，达到至少 8GB 的标准。

根据 GSMA 的报告显示，移动宽带连接速度最慢的国家是在印度和中国，相反地、韩国、澳大利亚、新西兰、其余亚太地区和西方国家较快。

印度和中国平均连接速度分别仅为 19Kbps 和 50Kbps，落后于其他国家。这样的速度预计将在两个国家都增长近 100%，并在 2015 年超过 1,000Kbps。

目前，日本和韩国的移动宽带平均连接速度已经是全球最快的，2010 年其平均速度已达 1,400Kbps，几乎已经是西方国家平均值的三倍还多。

到 2015 年，印度运营商的移动宽带平均速度将达到 1,037Kbps，中国将达到 1,384Kbps，其余亚太地区国家 1,860Kbps，韩国 4,984Kbps，澳大利亚和新西兰 5,194Kbps，以及西方国家将达到 5,509Kbps。来源：2012-2-9 中国通信网

[返回目录](#)

25 个省市 207 条公共服务热线两成拨不通

近年来，许多地方在原有的 110、120、119 和市长热线的基础上，相继开通了工商、环保、税务公共服务热线，一些大中城市还开通了城管、市政、卫生、民政、规划等服务热线。零点测评显示，拨打成功的热线为 79%，拨打失败的热线为 21%。

最近，零点呼叫中心对北京、上海、广东等 25 个省市的 207 条公共服务热线进行了测评。本次测评的公共服务热线包括政府综合热线(12345 等热线)、职能部门热线(社保、城建、交通服务、税务等热线)、公用事业服务热线(水电燃气等热线)、第三方服务热线(农信通、心理危机干预等热线)。

接通情况

两成公共服务热线无法打通

在 207 条热线中，拨打成功的热线为 79%，拨打失败的热线为 21%。其中，拨打成功率最高的是公用事业服务热线，为 86.4%；达标率最高的是第三方服务热线，为 60.0%；职能部门热线的拨打成功率和达标率均为最低，分别为 71.8% 和 17.9%。

接通情况方面，仅 66.7% 的热线能够实现一次性拨通。

总体来看，各地区公共服务热线拨打成功率均在 70% 以上，西南地区最高，为 85.7%；但是，各地区公共服务热线的达标率均在 50% 以下，中部地区最低，仅为 9.1%。

接线员

主动称呼来电者是最大短板

接待礼仪方面，70.5%的热线可以做到“礼貌清晰报读开头语”，但能做到“适时礼貌报读结束语”的热线仅为61.0%，且有44.8%的热线工作人员比来电对象先挂电话。

在接待礼仪中，最大的问题是“主动礼貌地称呼来电者”，仅有24.8%的热线能做到这一点。来源：2012-2-9 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

欺诈类垃圾短信占比超四成 顽疾治理需用重典

春节期间短信拜年成了众多用户的习惯，但同时垃圾短信也漫天飞。据《光明日报》报道，春节期间360手机卫士拦截了超过1.4亿条的垃圾短信，在所有类别的垃圾短信中，欺诈类短信占比最高，超过了40%。

垃圾短信扰乱了人们的工作和生活，特别是利用短信进行诈骗呈愈演愈烈之势，亟待解决。这需要立法和监管部门、手机厂商、信息运营商及用户个人多方合力。

垃圾短信漫天飞舞

随着通信产业的迅猛发展、手机的普及，利用手机短信进行非法活动的现象严重。据360安全中心发布的数据，春节期间共为7000万用户拦截的垃圾短信超过了1.4亿条，其中北京、上海、广州三地是垃圾短信的重灾区。在所有类别的垃圾短信中，欺诈类短信占比最高，超过40%。另据《南京日报》报道，日前一条“我要上春晚”诈骗短信让来南京市一位打工的沈某被骗了8000元。

不仅是中奖短信，垃圾短信的内容包罗万象，打折促销、发票假证、地产中介、移民留学、炒股理财等一应俱全。一项调查显示，仅2011年上半年，手机用户平均每周收到垃圾短信息就有13条，平均每天近2条，垃圾短信占全部收到信息的27.3%。春节期间，骗子的诈骗短信竟然也打着拜年的旗号夹杂在铺天盖地的拜年短信息中。有市民曾收到这样一条短信：您的朋友某某通过语音短信给您拜年了，请拨打*****听取的短信息。乍一看以为是拜年，实则一旦按照提示拨打，就会被扣去高额话费。

垃圾短信日益暴涨严重影响了用户的正常生活，有些欺诈型的短信还使不少用户蒙受巨大经济损失。

垃圾短信背后存巨大利益黑洞

既然垃圾短信让人深恶痛绝，那么铺天盖地的垃圾短信究竟是如何产生的？

首先，其背后存在着巨大利益黑洞。在利益驱动下，垃圾短信诈骗已形成了一个精准的营销产业链。目前已经有专门的公司做全套的“短信精准营销”，它

们手里握有海量的用户资料。只要客户提供产品相关信息，公司就能在系统上通过年龄、收入水平、消费历史等关键信息筛选出特定人群。此产业链在利益分配上呈现“三方获利，一方受损”的格局，即短信群发业务经营者、短信内容提供者及电信运营商三方获利，而广大手机用户利益受损。

其次，犯罪工具获取门槛低。据安全专家石晓虹(微博)介绍，进入垃圾短信这个产业链的门槛几乎为零，一个软件、一台连接互联网的电脑、一台短信群发器就能组成一个制造垃圾短信的工厂。此类犯罪多采用短信群发器作为犯罪工具，犯罪分子将短信卡插入短信群发器端口后即可向指定或随机的手机号码发送短信。此类工具技术成分较低，且从各通讯器材市场、购物网站等途径均可轻易购得。

再次，立法及监管缺位。目前针对日趋严重的垃圾短信扰民问题，由于概念不明、没有专项立法等原因而导致监管难。江西省通信管理局的有关负责人表示，目前国家法律还没有一个明确的定义，关键词也不好设置。人们往往习惯把这种不请自来、不是本人想要的短信称为“垃圾短信”，这就为监管带来了困难。

治理垃圾短信需出重拳

垃圾短信的泛滥不仅侵犯了用户权益，也给社会治安带来隐患，治理这一顽疾需要相关部门重拳出击。

立法和监管部门要加强立法完善和执法力度。目前我国缺乏关于处理垃圾短信的专门性、统一性立法，在法律层面，除了有《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法》等行政法规外，与之相关的信息法、安全法都没有，应尽快出台相关法律让治理扰民短信有法可依。同时，加大行业监管力度，整顿短信群发工具的生产和销售环节。具体来说，对短信群发器的生产、销售，购买、使用实施备案登记；采取手机实名制和限制广告的发送时段，要从源头上采取技术手段遏制垃圾短信的泛滥；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。

手机制造商、信息运营商也应增强社会责任意识。电信运营商应加强对短信群发业务的审核，对群发短信内容、群发短信主体进行必要和合理的审查，电信运营商应增加垃圾短信监控和拦截模块，以便对垃圾短信进行有效监控和拦截。

对于公民个人而言，要提高防范意识。专家提醒，对于打着各种名义的中奖短信要保持高度警惕，不要轻易点击存疑短信中包含的不明网站链接；不拨打短信中不明来源的电话，接到询问个人隐私信息等电话时，应迅速挂掉电话；广大手机用户需要安装相关安全软件拦截垃圾短信。

只要政府严加管理，手机运营商加强自律，有关部门加强处罚，手机技术进一步提高，例如增设垃圾短信息号码屏蔽、拒收功能等，手机垃圾短信一定能够得到有效治理，直至彻底清除。来源：2012-2-9 通信信息报

[返回目录](#)

千元智能手机迎来井喷期：占市场六成以上份额

尽管苹果 iPhone 销售喜人，但日前国内外调研公司发布的报告却指出，千元左右的 3G 智能手机在 2012 年将迎来井喷期，市场占比将超六成以上。

在低端智能手机的推动下，移动社交、手机视频等移动应用也将提前入春，其盈利模式也开始浮处水面。

据国内市场调研公司赛诺的数据显示，2011 年中国手机市场规模达 2.54 亿台，其中 3G 手机 1.1 亿台。其中，WCDMA 占 43.3%，不到 27% 是 T-SCDMA 手机另外，包括 iPhone 和其他高端手机在内，2011 年，3000 元以上的手机销量为 1316 万台，占有中国手机销量的 11.86%。报告还显示，2012 年中国手机市场容量预计将达到 3.1 亿台，但多数还是中低端用户，性价比高的千元智能机更适合他们。

由于 2000 元以下的 3G 智能手机在中国将受到更广泛的欢迎。因此运营商也加快了在此方面的布局。2011 年底，中国联通(微博)透露了 2012 年在终端方面的举措：即市场化运作高端智能手机；部分掌控中档智能机；全面掌控新定义千元智能机；积极打造入门级智能机，这实际上也是瞄准千元智能机市场的巨大需求。

从上可看出，联通对中档智能机和新定义千元智能机是部分掌控和全面掌控，而这是市场上销量最大的两类 3G 机型。据悉，中国联通将把多种档次的 3G 手机同时并举，在 2012 年，iPhone 仍将是中国联通重要的明星战略产品；同时，中国联通将按市场化方式运作与其他厂商合作的高端智能机；并且，联通会继续加强新定义千元智能机的定制，因为赛诺的报告也指出，根据国内手机市场状况，700-2000 元 3G 手机仍是大规模销售的主力。

而在移动应用上，各个厂家也开始加快布局。职业社交网站天际网 CEO 林廷翰(微博)日前对记者透露，天际网将在 3 月底推出一个比较有创意的手机版本。据悉，国内是一块适合职业社交网站发展的领土，因为中国市场保有 5000 多万中小企业主，他们非常热衷于做生意，他们的商务社交需求极强。天际网针对个人品牌独家搭建三维坐标经历、关系与技能，为用户提供最精准的服务。

在手机视频年的推动下，在线视频自制栏目的商业价值也正逐渐被广告主所认可。近日，搜狐视频宣布与伊利、拉芳两大知名品牌达成深度合作。有关专家表示，一旦智能手机带动下新一代网民的参与和互动，将更加赢得对品牌诉求要求精准的广告主的青睐。来源：2012-2-8 北京商报微博

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告

- 垂询及反馈请联系论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点
集团总机：(010) 6598-1925、6598-1897 E-mail: apptdc@apcsr.com
服务平台：(010) 6598-1925-602 E-mail: fuwu@apcsr.com
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
北京公司：(010) 6598-1925、6598-1897 E-mail: beijing@apcsr.com
深圳公司：(0755) 8209-6199、8209-1095 E-mail: shenzhen@apcsr.com
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
上海公司：(021) 5032-6488、5032-6844 E-mail: shanghai@apcsr.com
重庆公司：(023) 6300-3200、6300-3220 E-mail: chongqing@apcsr.com
咨询服务。
杭州公司：(0571) 8993-5943、8993-5942 E-mail: hangzhou@apcsr.com
广州公司：(020) 8595-5398、3758-0475 E-mail: guangzhou@apcsr.com