



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. 06. 20

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ PE 扩张后遗症偶然也必然

无论是天津保税区提高门槛还是开发区暂停年检，不过是天津市整顿 PE 乃至全国严格监管 PE 政策取向下的一个现实投射。

■ 电信资费下降要让用户心服口服

持续降价但民众仍多抱怨，这让电信业很尴尬。国家统计局最新发布的统计数据显示，2012 年 5 月份，全国居民消费价格指数 (CPI) 同比上涨 3.0%。其中，5 月份全国通信服务价格同比下跌 0.2%。1-5 月平均，全国通信服务价格同比下降 0.2%，成为影响居民消费价格的八大行业中唯一降价的行业。通信工具价格则下降 12.8%。同期，我国车用燃料及零配件价格上涨 3.6%，车辆使用及维修价格上涨 3.5%，城市间交通费价格上涨 2.2%。

■ 国内智能手机普及加速 同等价位何以胜出

智能手机作为上网终端，产生了新的商业模式，也不断引领新的消费潮流。业内认为，智能手机大众化将推动互联网走入下一个黄金十年。工信部此前公布的数据则显示，目前我国智能手机普及率约为 35%，若能降低价格，将会有更多人放弃手中的功能机。这块大蛋糕香甜诱人，因此，一边是二线品牌处境岌岌可危，一边是国内互联网企业仍在飞蛾扑火般涌入。

■ 铁路信号控制软硬件拟实施认证

我国拟对铁路信号控制软硬件实行产品认证制度。国务院认证认可的监管部门和国务院铁路主管部门，负责制定产品目录。昨日，国务院法制办发布的《铁路安全条例(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)，透露了上述铁路安全监管思路。

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
PE 扩张后遗症偶然也必然	5
电信资费下降要让用户心服口服	6
国内智能手机普及加速 同等价位何以胜出	7
产业环境篇.....	10
【政策监管】	10
铁路信号控制软硬件拟实施认证	10
移动支付进入爆发增长年 国内标准即将落地	11
我国正制定 IPv6 过渡期防火墙设备规范行业标准	14
【国内行业环境】	14
物联网大会展示最智能交通	14
全球最大手机交易会将在广州开锣	16
首届西部(成都)物流信息化峰会举行	17
国内实力派终端厂商身处冰火两重天	18
国产手机借运营商包销拓市 捆绑或成双刃剑	20
浙江省网整合有望 6 月底完成 华数传媒重组读秒	23
国内 IPv6 进入商用元年 爆发增长需产业链齐步走	24
【国际行业环境】	26
英政府公开全面监视通信计划	26
英国电信称六成企业启用 IPv6	27
美国计划将下一代互联网提速 250 倍	27
墨西哥美洲电信收购奥地利电信 21%股份	28
美国 FCC 或修改手机辐射标准 安全风险受关注	28
运营竞争篇.....	30
【竞合场域】	30
广东移动 3G 用户破千万户	30
下一代互联网 IPv6 加速落地 运营商忙布局	30
运营商变革渠道版图：电子渠道走向战略渠道	32
运营商进军电商各有侧重 深挖行业应用价值成亮点	33
【中国移动】	35
中移动联合浦发发行共推手机支付及 NFC 手机	35
中移动规范 TD 手机招标：换配置将赔偿上千万	37

中移动称计件薪酬致营业厅和客服人员薪酬大涨	37
【中国电信】	38
中国电信挥别终端短板	38
中电信大力支持双模全球漫游机	39
中国电信将打造全球最大的手机交易会	41
中国电信推 19 元 3G 卡 话费七折送 1G 流量	42
中电信采购四千万手机幕后：3G 规模将超美国	43
王晓初：2012 年天翼终端需求量将超 8000 万部	44
中电信与华谊跨界合作革新“微电影”商业模式	45
中电信首提打造 CDMA 运营体系 将建促销员队伍	46
中电信 2014 年底将在欧洲五大市场提供移动服务	47
中国电信八大基地独立 部分基地将被关闭或合并	48
中电信 CDMA 产业链手机厂商超 200 家 终端 1300 款	49
【中国联通】	50
联通 72 小时限时装机今起推出	50
联通 6 月 19 日开放 20 元 3G 卡团购	50
联通拟定制 NFC 手机推动近场支付发展	51
制造跟踪篇	52
【中兴】	52
中兴：专利战争突围者	52
中兴发布高端智能机 N970	54
中兴手机开推高端品牌誓言提高利润率	54
【华为】	55
消息称华为 5 月在美国裁员约 50 人	55
华为宣布 Ascend C8812 在 50 天里零售破百万	55
华为终端中国区计划 2012 年出货 5 千万台 220 亿元	56
【诺基亚】	57
诺基亚成研发开支反面教材	57
诺基亚北京市场份额首度回升	58
诺西欲获巴西 4G 移动网络市场 1/3 份额	59
诺基亚收购瑞典手机成像技术公司 Scalado	60
诺基亚证实 PureView 技术将移植到 WP8 平台	60
诺基亚推蓝牙耳机：借助 NFC 技术自动接电话	61
诺基亚 2013 年底前裁员 1 万人 出售奢华手机业务	61
【其他制造商】	63

TP-LINK 进军智能手机	63
摩托罗拉系统 2 亿美元收购 Psion	63
Android 手机在欧洲五国销售比例达 60%	64
酷派升级“酷云”战略发布七款新型手机	64
夏普联手鸿海 2013 年进军中国智能手机市场	66
iPhone 热度下滑失去 Verizon 销量第一宝座	67
消息称高通为下一代 iPhone 提供 4G LTE 芯片	67
服务增值篇.....	68
【趋势观察】	68
2012 年中国将成全球最大智能手机市场	68
全球智能手机增势趋缓 操作系统之争或迎拐点	69
【移动增值服务】	71
广州行讯通手机软件昨上线 可查公交到站信息	71
【网络增值服务】	73
TD-LTE 杭州香港实现互通 首次实现国际漫游	73
中移动杭州 TD-LTE 向普通用户放号 可租 CPE 体验	74
技术情报篇.....	75
【视频通信】	75
华谊与电信合作打造微电影频道	75
百视通推高清机顶盒试水终端：或绕开运营商	75
【电信网络】	77
广州白云区全区部署 Wifi 接入点	77
中国 TD-LTE 试验网基站数 2012 年将超 2 万	77
TD 六期年底启动 基站建设规模为五期 2.4 倍	79
TD-LTE 将推动微站发展 主要用于补充室外盲点	80
IPv6 撬动物联网五千亿市场 商业模式瓶颈待突破	81
【终端】	83
中国移动在库 TD 机型近 400 款	83
【运营支撑】	84
百视通与印尼电信合作	84
宁夏年底将提前完成城市 20M 接入	84
爱立信布局 TD-LTE：多个率先引领试商用	85
市场跟踪篇.....	87

【数据参考】	87
2011 年中国智能手机市场销量增 129%	87
2015 年千元智能机或占据中国市场 40%份额	88
研究称 2017 年绿色手机出货量将达近 4 亿部	88
报告预测 2017 年 3G 网络将覆盖全球 85%人口	89
调查显示 2012 年全球移动用户有望突破 60 亿	90
前 5 月国企收入 161943 亿 邮电通讯等利润增幅大	90
【市场反馈】	91
中国新增移动用户全球第一	91
三星苹果拿下全球智能机九成利润	91
低价智能机搅动产业链 芯片商陷入价格厮杀	92
本土手机与洋品牌已分庭抗礼 量超难掩质弱	94

亚博聚焦

PE 扩张后遗症偶然也必然

无论是天津保税区提高门槛还是开发区暂停年检，不过是天津市整顿 PE 乃至全国严格监管 PE 政策取向下的一个现实投射。

不知何时起，PE 成为各地招商引资的“香馍馍”，各地争相出台名目繁多的地方性优惠政策成为 PE 野蛮生长的温床，也埋下了诸多隐患。

以天津为例，优惠政策包括税收优惠、一站式的注册便利等，注册门槛较低更直接吸引了大批 PE。2011 年天津股权投资基金协会的数字显示，天津市带有“股权投资”字样的企业和管理机构约有 2400 多家，占全国同类机构近一半。但如果细究，这些政策中也存在诸多不合规之处，门槛太低、监管过于宽松，给非法融资案件留下了隐患。过多地宣传优惠政策，却很少提示风险，也导致普通投资者缺少对非法 PE 的警惕。

活立木是天津首批打击的以 PE 之名非法集资企业之一(详见本报 2011 年 6 月 14 日《活立木抱团善后》)。这家企业向投资者宣传时侧重两点，一是 PE 行业在中国的发展状况和天津市先行先试的政策，二是政府颁发的工商执照。

活立木的工商注册执照上，注册资本为金 50 亿，但实际上实缴资本是零。

一名业内人士介绍，大量 PE 通过有限合伙制注册时，可以避免实缴资本的限制，公司制基金虚假和抽逃出资的情况很常见，而政府对此监管过于宽松。

从这点而言，非法集资频发，政府应该负有一定的责任。一些受害者寄望政府协助讨回被骗款。但记者 2012 年 6 月 13 日再次联系 2011 年 6 月曾经报道过

的活立木投资人，他们称至今未获得帮助。与之相对，2012年6月初，天津市政府在媒体上称天津不仅不会打压PE，反而会更加支持PE的发展，未来还将研究更细致、更有针对性的税收优惠政策。

当然，若仅将问题归咎于天津也有失公允。一直以来，天津的优惠策略被新疆、内蒙古、云南等多地效仿。尤其是那些经济不发达、难以吸引PE的省份，纷纷出台类似政策，效仿者对宽松政策可能引发的隐患考量有几分？不得而知。天津成为案件高发区，既是偶然也是必然。

为避免此类事情重演，2011年12月8日国家发改委发布了《关于促进股权投资企业规范发展的通知》，从登记、托管、备案、运作等多个环节对PE进行规范，以防范非法集资。

但依然有一些地区继续侧重于吸引PE落户，轻视对非法集资的防范。一些非法PE私下表示，“天津不能呆了，就去别的地方继续做呗。”

即使是防范非法集资，亦需要注意方式方法，以免矫枉过正。

熟悉天津PE现状的金诺律师事务所高级合伙人郭卫锋就说，同样为滨海新区，开发区注册了约700家PE，但基本没有涉及违规，中新生态城也是如此，而保税区、中心商务区(于家堡)比较多，“因为开发区有一个投促三局，专门负责基金的招商和设立，有了解PE的人士对其进行甄别。而保税区是全民招商，每个部门都有招商任务，没有专门的招商人员进行甄别。”

他的观点是，当前提高注册和投资门槛、要求注册地和经营地一致都和防范非法集资没有必然联系，“要加强投资者教育，比如政府是否可以大力查处几起非法集资案件，加强震慑力，并让更多投资者知晓陷阱所在。”

不过这些属于长期打算。当下的实际问题是，天津市为吸引PE出台的政策是否还奏效？如果重新制定新规，如何与过去规定衔接？曾经造成的恶劣后果谁来承担？

数百家PE在等待，数万名受骗投资者也在等待。一个创新的开始，一个苦涩的结果，天津PE迷局待解。来源：2012-6-19 21世纪经济报道

[返回目录](#)

电信资费下降要让用户心服口服

持续降价但民众仍多抱怨，这让电信业很尴尬。国家统计局最新发布的统计数据显示，2012年5月份，全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨3.0%。其中，5月份全国通信服务价格同比下跌0.2%。1-5月平均，全国通信服务价格同比下降0.2%，成为影响居民消费价格的八大行业中唯一降价的行业。通信工具价格

则下降 12.8%。同期，我国车用燃料及零配件价格上涨 3.6%，车辆使用及维修价格上涨 3.5%，城市间交通费价格上涨 2.2%。

其他行业物价都在飞涨，电信业资费不断下降却万绿丛中一点红，本应最得民心的好事却掀不起多少波澜，反倒触发更大力度降价的呼声，这不能不说是电信业多年发展存在缺乏公众认同的危机。工信部副部长尚冰日前强调，行业监管工作要积极推动解决影响群众利益、损害消费者合法权益的热点与难点问题。要进一步推动相关法律、法规的完善。加强行业监管，规范市场竞争行为，切实维护消费者的合法权益。说到底，电信业改革发展的成就光自己“王婆卖瓜”不行，要有公众的认同，要让公众都心服口服。

事实上，从行业监管部门到三大运营商，一直以来都有这样的困惑：明明做了很多对消费者有利的好事，为什么公众和媒体反倒不说好，甚至逆向发挥大骂电信业垄断。当前电信业的竞争不可谓不激烈，资费大战、终端大战、流量大战，市场竞争已经白热化，这首先自然为中国电信(微博)业发展注入一剂强心针，促进 3G 用户数量增长。但另一方面，在激烈的市场竞争和媒体普遍指责中国是全球高资费国家的双重刺激甚至误导下，全社会弥漫着对电信资费居高不下的认知期望中，降价成为电信业必须完成的任务，哪怕其他各行业的物价都在一片看涨中。

众所周知，电信业网络建设和维护的绝大部分成本出自网络运维本身，具体到每分钟通话、每字节流量，这需要运营商将网络运维成本分摊到具体的业务中，又要兼顾所有用户的公平。这本身就不是一件轻松的事，加上电信业市场引入激烈的竞争触发了运营商抢客的本能，资费下降成了运营商互相抢客的手段，而不是回馈公众的通信福利，引不起公众认同也是必然。然而这种发展模式能够延续多久，值得行业认真反思。

电信业已经迎来了宽带普及提速的大工程，行业迎来了投资超过 5000 亿的发展挑战，光靠在价格战中已经元气大伤的运营商自身投入显然无法实现，起码无法按国家战略规划的程度按期实现。但是用户的使用感受是非常主观的，许多用户抱怨宽带速度慢，事实上，“宽带不宽”这个问题是一个综合的、复杂的问题，和很多因素有关，比如上网的时间段、使用的业务类型等。为了优化用户的宽带使用体验，中国电信正在建设云数据中心，加快内容分发速度，合理布局 SP 之间的带宽，从而改善用户的使用感受，真正让宽带战略惠及用户。

电信业的改革发展最终衡量标准只能是用信息化提升国人福祉，并且得到公众的认同。否则，即便资费降到 0、带宽无限制，用户仍不叫好，那将是电信业发展的巨大悲哀，希望这场面不会成为现实。来源：2012-6-13 通信信息报

[返回目录](#)

国内智能手机普及加速 同等价位何以胜出

智能手机作为上网终端，产生了新的商业模式，也不断引领新的消费潮流。业内认为，智能手机大众化将推动互联网走入下一个黄金十年。工信部此前公布的数据则显示，目前我国智能手机普及率约为 35%，若能降低价格，将会有更多人放弃手中的功能机。这块大蛋糕香甜诱人，因此，一边是二线品牌处境岌岌可危，一边是国内互联网企业仍在飞蛾扑火般涌入。

实际上，智能手机用户并不局限于年轻时尚人群。站在企业的角度，手机卖场如何吸引消费者买智能手机呢？要回答这个问题，需要从两个方面来看，即卖什么(卖点)和怎么卖(如何吸引招徕用户)？

用户购买智能手机关注三大要素

从最近的市场调查数据分析，用户购买智能手机关注三大要素。

第一大要素是外观。关键词是薄、超薄。近一两年来，智能手机越来越呈现出千机一面的趋势，四四方方、黑色为主的智能手机一统江湖。初期的新鲜感过后，用户已经对此表现出一定程度的审美疲劳。因此，除了“薄”之外，越来越多的用户对于外观的“新颖别致”提出了要求，希望手机有多种颜色可选或者可变换外壳的颜色。

第二大要素是配置。关键词是大、快、色、效。“大”指大屏幕，4 寸大屏是标准配置；“快”是指速度快，包括上网速度要快、手机操作的反应速度要快；“色”指色彩，要求屏幕分辨率高，摄像头像素高；“效”指音效和视频效果。

从用户最为看重的手机配置来看，位列前十项的分别是：拍照/摄像头像素、WiFi 功能、处理器、上网速度、屏幕大小、内存卡、音乐播放、智能操作系统、屏幕分辨率、前后摄像头。这十项功能所折射的用户感性需求就是刚刚提到的大、快、色、效。它们之间的对应关系具体表现为：色——拍照/摄像头像素、屏幕分辨率、前后摄像头；快——上网速度快、处理器、内存卡；大——屏幕大小；效——音乐播放、屏幕大小。

第三大要素是配件与保修。关键词是送。配件是用户继外观和配置之外较为关心的问题，智能手机尤其是大屏幕的智能手机相对比较费电，所以对配件，用户最为关心的就是是否送原装电池或者移动电源；而(蓝牙/原装)耳机、SD 卡也是受用户欢迎的赠送配件。

商家推广宣传需强调卖点

以上用户关注的三大要素中，我们就外观与配置对当前市场上主流品牌的最新款手机做一个对比，看看这些品牌厂商在推广宣传方面是否契合了用户所关心

的要素。通过对比发现，几个主要的国际手机品牌在手机的设计上都不同程度地迎合了用户的这些需求。而在推广宣传方面，各有其所强调的卖点。

某一国外品牌的手机广告主打四个字：快、炫、薄、大。“快”主要强调 1.2GHz 的双核处理器；“炫”的卖点是指手机采用的是 SUPER AMOLED Plus 魔丽屏；“薄”强调其机身厚度只有 8.49mm；“大”就是前文讲的屏幕大，强调 4.3 寸的大显示屏配置。而且其广告画面从不同角度展示四个主打卖点，简洁且非常有视觉的冲击力。

另一国际品牌的某一系列则以外观、强大的音乐播放和拍照功能胜出。这一系列的手机在显示屏尺寸、处理器配置等方面并无出众之处，只是普通高端手机的必备配置而已。但在外观上非常符合相当一部分用户对于“新颖别致”的追求；同时，这一系列最新款的手机打出了某知名相机专用技术、音乐播放技术的独有专利技术王牌；而且其摄像头的配置高达 1230 万像素，且具有一些拍照爱好者会喜欢的一些拍照功能。

还有某国际品牌，新推出的两款手机同样主打拍照和音乐播放功能，除了大屏、双核处理器等高端手机基本配置，还强调其在高速和微光场景下的完美拍照体验，全场景音效技术，以及海量内存。

国产手机品牌有明确细分市场定位的则大部分主打音乐手机这一市场，如 OPPO 音乐手机、VIVO 步步高音乐手机等，与用户的全方面配置需求还有一定差距。

卖手机也要避免同质化

从上面的对比中可以看出，不同品牌的手机虽然在推广宣传上各有侧重，但仍然掩盖不住这样一个事实，那就是除了个别品牌的手机有自己独特的风格，大部分手机同质化严重，无论是外观还是操作系统，甚至是基本配置都是如此。

在这种情况下，在手机销售的主要渠道，尤其是一些连锁大卖场，不同品牌的手机及其销售人员如何吸引用户呢？通过现场的调研分析发现，各卖场品牌手机专卖店招徕用户有三大招数：大幅海报吸引用户留意和询问、现场真机演示与体验、现场优惠与配件赠送。

(一)大幅海报吸引用户留意和询问

仔细观察和对比各大手机品牌的专卖店布置就会发现它们有一个共同点，那就是：以市场热捧机型或者是新出机型为主要噱头来吸引用户体验和询问。这些手机的大幅图片要么以 X 展架的形式出现在专卖店门口，要么以大幅墙面海报或者是电子墙的形式出现在专卖店显著位置或主要墙面。这些海报从不同角度突出了主推手机的外观和配置优势，醒目且非常具有视觉效果，主要起吸引用户注意

力的作用。即便用户最终没有购买海报上的机型，也会为整个专柜的手机创造销售机会。

(二)现场真机演示与体验

在网络高度发达的今天，很多用户来卖场之前，会从网络等各种途径提前了解有关手机的配置与功能。因此，用户来卖场的主要目的就是感受真机。大幅海报把用户吸引到专柜，训练有素的销售人员则应根据用户的实际需求和喜好进行有选择地真机操作演示，以激发用户的购买意愿。

真机演示以能激发用户好感与兴趣的特色功能为主。如某品牌销售人员会向用户演示，在待机黑屏状态下，长按拍照按键即可实现拍照功能；另外一个品牌的销售人员会向用户演示其全景拍照功能；还有的销售人员会向用户演示其内置炫彩图片与视频播放效果等。

这实际是保健激励理论在销售实践中的有效应用。在手机外观和配置同质化严重的今天，屏幕大小、屏幕分辨率、拍照功能与摄像头像素、听音乐、上网、看视频等等已经成为用户购买手机时所考虑的基本配置。这些主流配置如果都具备，用户才可能将其纳入考虑范围；如果不具备的话，则易令用户产生不满情绪而不予考虑。

在主流配置都具备的情况下，同等价位的手机何以胜出？这就要讲到保健激励理论中的激励因素。通过现场观察分析后发现，在主流配置之上叠加特色功能，易激发用户好感。例如，拍照功能以及 800 万像素是主流基本配置，同时该手机又具备全景拍摄的特色功能，那就比其他仅仅是 800 万像素配置的手机胜出一筹。再加上现场销售人员的热情推荐与演示，就更易加强用户的好感与心理倾向。

(三)现场优惠与配件赠送

现场优惠与配件赠送是每个品牌手机都在做的事情，所不同的是优惠幅度不同、赠送的配件不同。通常在前两个招数奏效的情况下，这第三把斧无疑就是促使用户最终做出购买决定的最后一根稻草。来源：2012-6-14 通信信息报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

铁路信号控制软硬件拟实施认证

我国拟对铁路信号控制软硬件实行产品认证制度。国务院认证认可的监管部门和国务院铁路主管部门，负责制定产品目录。昨日，国务院法制办发布的《铁

路安全条例(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》), 透露了上述铁路安全监管思路。

认证产品目录两部门制定

据国务院去年 12 月底发布的“ 7·23” 动车事故调查结论, 该起事故发生的原因就与通信信号有关, 因设备存在严重设计缺陷和重大安全隐患。

《征求意见稿》写明: “ 国家对铁路信号控制软件及控制设备、铁路通信设备、铁路牵引供电设备等直接影响运输安全的铁路专用设备, 实行产品认证制度。实行认证的产品目录由国务院认证认可监督管理部门和国务院铁路主管部门制定。”

部分平交道口需改立交

《征求意见稿》还规定, “ 生产铁路信号控制软件及控制设备、铁路通信设备、铁路牵引供电设备的企业, 应当符合下列条件并经国务院铁路主管部门许可: 有按照国家规定标准检测、检验合格的专业生产、维修设备; 有相应的专业技术人员; 有完善的产品质量保证体系和安全管理制度; 法律、行政法规规定的其他条件”。

此外, 依据《征求意见稿》, 新建、改建道路, 如果与开行旅客列车的铁路相互交叉, 应当设置立体交叉; 而目前的一级公路、二级公路、城市道路, 与铁路交叉的平交道口, 也应逐步改造为立体交叉。

工程主体结构不得转包分包

又讯 据新华社电《征求意见稿》规定, 铁路建设工程施工单位对工程施工质量负责。工程施工实行总承包的, 总承包单位应当对全部建设工程质量负责。工程勘察、设计、施工及建设物资设备采购的一项或者多项实行总承包的, 总承包单位应当对其承包的建设工程或者采购的物资设备质量负责。

工程主体结构应当由施工总承包单位自行完成, 不得转包和分包。总承包单位依法将建设工程分包给其他单位的, 总承包单位与分包单位应当在签订建设工程项目承包合同时明确各自的责任。分包单位应当按照分包合同的约定, 对其分包工程的质量向总承包单位负责, 总承包单位与分包单位对分包工程的质量承担连带责任。来源: 2012-6-19 新京报微博

[返回目录](#)

移动支付进入爆发增长年 国内标准即将落地

全球移动支付产业发展非常迅速, 截至 2011 年年底, 全球移动支付交易规模达到 2410 亿美元。到 2015 年, 全球移动支付交易规模将达到 1 万亿美元。

2012 年是中国移动(微博)支付发展的关键一年。业内人士指出,在 3G 网络日益完善,移动终端日益平民化,电子支付日益常规化的环境下,2012 年移动支付必将迎来爆发性的增长。

中国的移动支付行业在经历了多年的沉淀和积累之后,2012 年在近场支付与远程支付方面都取得了突出的成绩。对于两大支付模式未来的走向,业内专家认为,2012 年是“远程为王,近场可待”。

移动支付蓬勃发展

过去几年,移动支付行业各方对于近场支付和远程支付的探索和争论从未停止。在近程支付方面,2011 年底 GSMA 曾宣布,嵌入近场通讯(NFC)功能的 SIM 卡已经得到 45 家全球主流电信运营商包括 at&t、Verizon、沃达丰、西班牙电信、中国移动和中国联通(微博)等支持。根据市场研究机构 Strategy Analytics 的预测,在 2010 年至 2016 年之间,基于 SIM 的手持设备销量可达到 15 亿台。

“针对 NFC 的促进和发展,全球各国运营商和银行都从过去单打独斗的方向渐渐转向合资公司或合作联盟形式。”金雅拓中国区通信解决方案部总经理陈君岳介绍,美国三大运营商组建了合资公司 ISIS,来负责可信管理服务,实现多方合作以促进整个产业的发展。在法国,运营商和银行之间也成立了 CITYZI 组织,各方在这个联盟的发展下共同推动 NFC 的产业市场化。同样,这样的组织还包括荷兰的 TRAVIK、德国的 Mpass、新加坡的 IDA、日本的 NFC 联盟等。

另一方面,全球移动支付中远程支付发展也非常迅速。工信部科技司副司长代晓慧举例表示,2011 年 11 月 11 日,中国用户通过手机淘宝支付的交易额突破了 1 亿元,到了 12 月 12 日突破了 2 亿元。另外,2011 年手机淘宝全年的交易额超过了 100 亿,2010 年才有 18 亿。

近场、近程支付仍存争议

联动优势市场与战略合作部总监凌翔介绍说,目前在国际范围内,近场支付与远程支付之争也尚无定论,各国根据国情的不同,倾向于选择不同的支付模式作为主导,从而导致了两种支付方式的不同步发展。例如,在金融发达地区(如欧美国家)的移动支付发展模式以远程支付为主,因为这些国家的信用卡业务较为成熟,基于信用卡的远程支付成为移动支付主流。尽管 2011 年 5 月 Google 钱包的推出让人看到了欧美国家在近场支付领域的新尝试,但截至目前 Google 钱包与远程支付新秀 SQUARE 的业绩数据还是证明了欧美市场远程支付地位的不可撼动。

与我国比邻的日韩两国选择了迥异于欧美市场的近场支付模式,以日本 NTT docomo 为例,其提供的手机支付从一项电子货币服务延伸到了信用卡、电子票据(登机或者进入影院的电影票)、合作商家的会员折扣卡及电子钥匙等功能。目

前，在韩国 moneta 和 k-merce 成为了韩国两大移动支付品牌，占据着韩国移动支付的半壁江山。

在中国，2012 年我国的移动支付在近场与远程两个方面都取得了相应的进展，中国电信(微博)的翼支付成为近场支付的典例，而支付宝、银联等推出的手机客户端成为了远程支付发展的代表。

“整个移动支付市场中基本三股力量并行的趋势。”易观国际高级分析师张萌表示，首先第三方支付厂商经过将近十年的发展，在互联网方面积累大量经验，从互联网向移动互联网转变过程中，尤其远程支付方面他们会拥有较多的优势；其次是电信运营商纷纷成立自己的支付公司，在各省推动自己的移动支付产品。由于运营商在通信技术、网络 and 用户方面有雄厚基础，其未来更多的优势将体现在近场服务方面；最后是银联，银联与一大批第三方支付厂商合作，结合双方的资源和优势不断地进行行业应用的探索。

国内支付标准即将落地

标准一直是移动支付产业最关注的问题。不同的标准背后，是不同的利益集团。移动支付跨通信行业和金融行业两个行业，关联着用户、电信运营商、金融服务商、第三方支付服务商、终端/卡、芯片制造商、平台运营商、系统集成商、商户等众多环节，标准情况复杂。业内分析人士举例表示，此前中国移动的移动支付频率标准以 2.4GHz 为主导，此种标准技术更为先进。中国银联则坚持以 13.56MHz 标准为主。去年，基于我国未来移动支付行业的整体发展，中国移动最终转向 13.56MHz。

中国银联执行副总裁柴洪峰表示，由工信部电子技术标准化研究所承担的移动支付国家标准的编制任务，目前已完成公开的征求意见，并形成标准送审稿，有望在年内发布。

根据介绍，国家标准主要规定了近场支付的相关内容，明确了近场通信频率采用 13.56MHz，智能卡产品形态将兼容多种方案，如 SIM 卡方案、SD 卡方案、全收集方案、双界面电信卡等。

另外，在金融行业标准方面，柴洪峰表示我国从去年三月份起正式启动了行业标准研究制定工作。目前，行标已完成远程支付部分，其他部分正在编制中。行标不仅覆盖了近场支付和远程支付的业务模式与技术看案，还对联网通用、可信服务管理、支付安全、检测认证等方面进行了规范化要求。

此前，由于移动支付标准的不确定性，产业链上的公司始终没有放开手脚。一旦标准确立，将快速促进行业市场空间的打开。来源：2012-6-18 通信世界杂志

[返回目录](#)

我国正制定 IPv6 过渡期防火墙设备规范行业标准

我国正在制定双栈防火墙设备技术要求的行业标准，该标准是我国首个对 IPv4 向 IPv6 过渡中的防火墙设备的技术规范标准。

IPv4 地址已经分配殆尽，IPv6 的发展已经被迫的提上了日程。但是，IPv6 网络的发展还缺少商业需求，所以，IPv4 和 IPv6 长期共存不可避免。那么发展 IPv4 向 IPv6 的过渡技术变得异常重要。目前来看，IPv4 向 IPv6 过渡技术主要有双协议栈(双栈)、隧道技术以及翻译技术。

对于双栈技术方案，攻击者可以利用双栈机制中两种协议间存在的安全漏洞或过渡协议的问题来逃避安全监测乃至实施攻击行为。网络安全受到了威胁，而作为安全产品就需要同时支持两种协议，联系起来分析，才能真正起到保障安全的作用。这就对网络安全提出了新的要求。

目前，我国对过渡时期防火墙设备的规范还处于起步阶段，双栈防火墙设备技术要求的国家标准和行业标准也尚未制定。

因此，中国移动(微博)牵头、华为(微博)参与，起草了《双栈防火墙设备技术要求》行业标准，成为我国首个对 IPv4 向 IPv6 过渡中的防火墙设备的技术规范标准。该标准还在制定过程中，预计 2013 年完成。

据悉，该标准主要定义了 IPv4/IPv6 双栈防火墙设备的技术规范。定义了防火墙具备 IPv4/IPv6 包处理的能力要求、防火墙安全策略、各种 IPv4/IPv6 共存场景中防火墙应支持的安全防护要求、IPv4 和 IPv6 节点间通信情况下防火墙应支持的安全防护要求。另外，还对网络的划分、网络间通信的基本策略、防火墙管理部分的实现、以及对用户的接口和对防火墙的性能指标予以了一定的说明。来源：2012-6-14 飞象网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

物联网大会展示最智能交通

为了 2010 年上海世博会的顺利运行，上海编织了一张世界最智能的交通系统，该系统通过手机红绿灯信号灯、地面感应线圈和手机信令，可以准确完成车流、人流的信息采集。上周，在 2012 中国国际物联网大会暨展览会新闻发布会上，商报记者了解到这套世界领先、国内规模最大、信息最全的上海市交通综合信息平台将首次向公众展示。

记者从昨日召开的展前新闻发布会获悉，对申城智能交通起到关键作用的上海市交通综合信息平台将首次公开亮相，通过该平台还可得出申城交通拥堵指数，这一指数有望向公众实时发布。

申城交通“秘密武器”

2012年的物联网大会暨展览会将于6月28日至29日举行，展会突出智能交通、物品溯源及防伪与智慧城市三大主题，大会将配套6000平方米的展览。在发布会上，参展方上海电科智能系统有限公司市场中心总经理陈静介绍说，该公司研发的上海市交通综合信息平台也将首次在展览会现场亮相，并通过大屏幕进行现场演示。该平台集合了车辆、轨道、公交等六大类二级信息平台，为交通管理部门和出行者提供精确便捷的交通信息，是申城交通智能化的“秘密武器”。

陈静表示，根据不同路段的交通拥堵情况，信息平台大屏幕上的路网会分别显示红、黄、绿三种不同颜色。该公司目前正研究通过平台信息得出申城交通的拥堵指数，这一指数将根据实时交通情况随时更新，正等待合适的时机由相关部门对外发布。

三张路网报告交通路况

在上海，平时在马路上开车的人可能并不知道，每行进三四百米就会触发一个感应线圈，正是这些铺设在城市道路暗处的小小线圈，向“交通综合信息系统”传回了道路拥挤情况的信息。

“根据平均车速在每小时20公里以下、20公里至40公里、40公里以上，在信息平台的大屏幕上会分别用红、黄、绿表示道路当前的状况是阻塞、拥堵，还是畅通。”相关人士告诉记者，该系统可以实时处理城市快速路网、外环内地面道路网、外环外高速公路国省干道的道路交通信息。

“该系统还能在高速公路网采用手机信号测速，就是我们会采集车上乘客使用手机与不同手机基站切换信号的速度，根据一个计算机算法，得出高速公路上车辆的即时速度。”陈静介绍说。

此前相关媒体的报道称，上海市已借助先进的信息化手段，在各交通要道布下“天罗地网”，通过视频信息和交通状态信息采集，动态掌握实时客流和全市交通情况。

智能交通网全国铺开

据了解，借助智能交通系统，上海世博会最终没有采取交通限行等措施，减少了对于公众日常生活的影响。世博会的成功让全国各省市政府闻声而来，据陈静介绍，不到一年时间，天津、沈阳等地纷纷要求引入该项目，目前该系统的合同业务额已经达到了5亿元。

除了上海市交通综合信息平台之外，2012 中国国际物联网大会暨展览会上展示的项目还有虹桥综合枢纽交通管理平台 and 公安交警集成指挥调度平台，让人一睹申城智能交通背后的秘密。来源：2012-6-13 上海商报微博

[返回目录](#)

全球最大手机交易会将在广州开锣

目前国内最大的 3G 产品交易会——“2012 年天翼 3G 手机交易会”将于本月 15 日至 17 日在广州举行。据悉，中国电信将在交易会上发布最新的天翼 3G 手机政策，推出高端智能机、5 英寸大屏机、双核双待机等一系列特色潮流手机。

同时，中国电信将联合诺基亚、摩托罗拉、HTC、华为(微博)、中兴、酷派、天语等一系列国内外著名手机厂商展示其手机，有望签署涉及千万部终端的订货协议。

终端采购规模上千万

自 2009 年中国电信开始大力发展千元 3G 智能手机、推动 3G 业务发展以来，其终端集采规模逐年扩大。数据显示，截止到去年底，中国电信终端产业链上游各类合作伙伴数量比 2010 年增加 140 余家，总数达到 410 余家；终端品牌达到 137 个，其中天翼 3G 手机在售机型超过 500 款，全年销量达 3400 万部。

“如果说 3 年前，终端还是我们最大的瓶颈的话，现在已经大为改观。”中国电信人士透露，在本次交易会上，电信将展示其对终端高、中、低端全产品线的覆盖。截至 2012 年 4 月底，中国电信 CDMA 在售终端已达 1200 多款。

中国电信将联合三星、苹果、三星、诺基亚、摩托罗拉、HTC 等国内外知名手机品牌展示其新款明星手机，包括三星 Galaxy SIII、高端双网双待 HTC One XC、诺基亚首款在华 WP 系统手机 900C 等均将亮相于展会。

交易会上，电信亦会联合中兴、华为、酷派和联想四家厂商，共同推出千元 4 寸大屏手机，价格更降至 899 元。

中国电信人士透露，本届交易会采购终端规模将达到上千万，这也将成为全球规模最大的手机交易会。“本次手机交易已经成为全球顶级、规模空前的 3G 手机交易盛会，汇集了全球 100 余家大牌手机厂商，500 多家移动互联网应用开发商，1000 多家手机芯片、设计、配件及制造商，10000 多家手机代理、经销及零售商。”

规模经营为重

“观察中国电信 C D M A 终端战略可以发现，其重点是用户体验的升级。比如更大的屏幕、更快的速度、更简单的操控、更清晰的拍照、更长的待机时间等，均体现了用户对于产品体验的不断主张，这些政策也驱动着终端厂商的进步。”华为终端人士说。

电信还希望用更多的互联网应用圈定消费群。交易会上将展示的广东特色应用——天翼院线通，用户量已过百万。在广州金逸维加斯电影院中，10 张票中就有至少一张来自天翼院线通。

爱音乐、爱游戏等天翼手机应用产品也在本次手机交易会的现场有专区展示。截至 2011 年底，中国电信“爱音乐”用户数已达 1.8 亿。同时，“爱音乐”已与 400 多家国内外唱片公司合作，曲库数量超过 100 万首，可让合作伙伴以最低门槛实现创新产品的开发和推广。

中国电信“爱游戏”则重点打造手机游戏产品线，同时积极拓展体感游戏、TV 游戏、云游戏以及多屏互动游戏等新兴游戏市场。其平台用户已达 5000 万，月活跃用户达 1000 万，运营各类精品游戏近 3000 款，平台月收入过 1000 万，累计游戏下载超 1.5 亿。

为了鼓励游戏开发者与中国电信合作，中国电信还在此次会上邀请了《愤怒小鸟》制作团队分享智能手机应用与体验。

百尺竿头，更进一步。在中兴通讯(微博)人士看来，规模经济效应主导了所有制式市场的发展，“虽然经过几年的快速发展，C D M A 整体市场规模已经过亿，但天翼 3G 智能手机相比其他制式的手机机型少，而且单款手机的规模还有很大提升空间，因此中国电信 2012 年终端运营规划的两大策略之一就是‘规模经营’。”来源：2012-6-13 南方都市报微博

[返回目录](#)

首届西部(成都)物流信息化峰会举行

14 日，首届西部(成都)物流信息化峰会在成都举行。来自百余家物流园区、国内外知名物流企业、电商企业、行业应用商等上下游产业链企业高管齐聚一堂，共同探讨成都作为大西南交通枢纽，如何利用信息化这一“利器”成就由传统物流向现代物流的华丽转变。

此次 2012 西部(成都)物流信息化峰会是四川省召开的首次专业物流信息研讨会，旨在搭建上下游产业链的交流平台，共同探讨成都建设西部物流中心进程中，信息化技术的发展方向与积极作用。

峰会上，新蛋成都相关负责人从电商角度分析了信息化技术对现代物流的卓越作用。西南地区唯一同时获得互联网支付和移动电话支付全国业务牌照的企业——摩宝公司则带来了第三方支付助推物流金融发展的要点所在。通过深化信息技术应用支撑业务服务模式创新，物流信息化的技术升级已成行业共识。

数据显示，物流软件市场已成为国内行业应用软件中增长速度最快的市场。2011年中国物流信息化市场整体规模将突破20亿元，预计2015年国内市场规模将超过50亿元。

凭借商贸、制造等产业优势，成都已经成为西部重要的物流聚散地。截至2011年，成都机场旅客吞吐量达到2907万人次，货邮吞吐量达到47.8万吨，居西部第一，是名符其实的航空第四城。而2011年成都铁路集装箱中心站的投入运行，预计带来2626万吨的远期枢纽总量，成都中心站将一跃提升为亚洲最大的铁路集装箱中心站。

据悉，到2012年，成都将基本建成四个物流园区和四个物流中心，形成辐射西部区域、连接国内经济发达区域，通达世界各地的物流快速通道，聚集一批现代物流企业，初步成为西部区域物流中心。

行业专家、西南交大章雪岩教授表示，目前物流产业正在发生重大变化，供应链一体化将成为趋势，从传统的关注物流操作转向全供应链的方案解决，信息化的管理整合将成为物流企业未来的发展关键。来源：2012-6-14 中国新闻网微博

[返回目录](#)

国内实力派终端厂商身处冰火两重天

赛诺于近期发布了2012年4月中国智能手机市场份额报告。报告显示，目前国内市场上销量前五强中除了三星以外，分别为中兴、华为、联想和酷派，这四家企业的市场份额总共达到了40%，国产品牌总市场份额也超过了50%。

但是，以上述四家厂商为代表的中国实力派终端厂商，目前正在面临苹果、三星等国际终端厂商在不同等级的终端市场的竞争压力，与此同时，也正遇到小米、360、盛大等互联网企业进入终端市场所带来的新的挑战。

此外，在国内市场上，目前国内实力派终端厂商存在利润与市场份额不成正比的隐忧。近日，一份华宝证券手机市场研究报告显示，三星和苹果战略了手机市场99%的利润，而国产品牌和其他国际品牌只能去争夺剩下的1%的利润。

环境日趋艰难

6月8日，中兴通讯发布了一款基于 Windows Phone 的 Tania，除此以外，其余国内实力派终端厂商基本上都采用的是 Android 的操作系统。

易观国际数据显示，2011年第四季度 Android 产品占中国整体智能手机销量的 68.4%。由于其开放性，Android 正成为主流智能手机的标配。但是，Android 所引发的终端产品同质化也饱受争议。

尽管目前国内掀起一股基于 Android 深度开发的风潮，但是一位业内人士表示，其实 MIUI 和点心 OS 等目前国内所谓的自主研发操作系统都是一样的，只不过是改动了 UI 设计而已。

对此，GfK(中国)研究经理任燕表示，“当软件的操作以及应用的体验相同的时候，终端厂商所能够比拼的就只有硬件”。从 2012 年 MWC 等展会上可以看到的是，中兴、华为等终端厂商相继推出高配的智能终端产品。最明显的则是，随着用户对智能终端体验要求的不断提升，在芯片厂商对技术的不断研发的基础上，手机厂商的“核战争”一触即发。

另一个影响实力派厂商生存的因素就是价格。在中国市场存在着两种截然不同的发展模式，即高端智能手机和千元智能机，后者是由国内厂商作主导。但是，随着互联网厂商不断地挤进终端市场，以及国际厂商的“放低身价”，这些实力派厂商已感受到了危机。

目前，1599 元就可以买到一部青春版小米手机，与此前小米手机 1999 元价位的产品相比，普通消费者其实根本分辨不出差别。而 6 月 6 日正式发布的盛大 Bambook 智能手机的价格更是降至 1299 元。

国际厂商方面则在 2012 年加强与运营商在千元机上的发展。4 月 11 日，中国联通(微博)和摩托罗拉发布了摩托罗拉的首款千元智能机 XT390。这标志着，低价不再是实力派厂商独有的法宝。

此外，在贝叶思咨询分析师杨昌龙眼中，对实力派厂商的未来仍存一丝忧虑。他表示，缺乏独立自主的手机操作系统将导致这些厂商的未来对于国际巨头的依赖。亦有受访者表示，自谷歌团队正式接管摩托罗拉高层以来，业内普遍担忧一旦谷歌关闭 Android，这将对目前 Android 系的手机厂商造成严重打击，尤其是绝大多数中国厂商。

如何生存？

要么与运营商合作，要么继续攻占低线市场，成为了目前实力派终端厂商的生存法则，然而这样做却是一把双刃剑。

以运营商捆绑主导的终端厂商，依靠运营商深度定制、包销扩大市场规模的商业模式已经成为普遍的发展趋势。因为运营商的渠道增长很快，国内厂商有更

灵活的方式与运营商合作，而且中兴、华为等厂商甚至通过借住运营商渠道创造出年销量超 6000 万部的佳绩。

这样的厂商在未来的发展机遇在于中高端市场，中兴、华为这类目前开展国际化较好的厂商，正力图把自己的产品线扩展到中端，甚至是高端领域。如果成功的话，将是其发展的一个很好的机遇。

不过，随着国际厂商对市场趋势的关注，最终也会加入到运营商渠道，与国内厂商形成竞争。尤其是中国联通、中国电信(微博)对 iPhone 的争夺，更是引发了对高端智能终端走运营商渠道的热潮。此前诺基亚发布 Lumia 800 时，就与中国电信共同推出了 Lumia 800C。

之所以这个现象在中国电信和中国联通的终端布局中更加明显，是因为与中国移动(微博)的 TD 相比，前两者的网络制式更加国际化，国际厂商的加入更加容易。任燕告诉记者，“最近还有很多国际厂商在拼命加入运营商市场。未来当有更多国际品牌加入、运营商有更多选择的时候，国内厂商可能在谈判等各方面会有更大的压力”。

另一类终端厂商则是以低端市场为主导。从市场层面来看，中国是一个分层化严重的市场，即使一线城市的人全部购买 iPhone，对于其他厂商而言，四、五线城市或者农村市场依然存在巨大的潜力。在这些底层市场，国内厂商往往投入大量的人力物力，从部署店内营销资源到对广告宣传的投入，都帮助其在这一市场有一批固定的消费群体。也正因为这个原因，在低线市场，国内厂商的份额已经远远超过了国际厂商。

然而，尽管在接下来的一段时间内，国内厂商仍旧可以在这一市场保持自身优势，但是国际厂商俨然也已发现了这一块巨大的商业“蛋糕”，这其中就有三星。不过，中国独特的市场渠道给了这些国内实力派厂商一个发展的时间差，因为国际厂商进驻这些市场需要花费大量的成本来拓展渠道。

也就是说，这类终端厂商所要面临的挑战就是，在消费者和渠道优势的基础上，如何能够尽快推出一系列市场反应良好的智能产品，从而支撑其新的渠道建设和营销策略。来源：2012-6-18 通信世界杂志

[返回目录](#)

国产手机借运营商包销拓市 捆绑或成双刃剑

华为(微博)公司通过中国联通(微博)包销华为“荣耀” Honor 的销售方式增加该机的销量，小米手机与中国电信(微博)和中国联通进行深度合作，中兴、华

为等厂商借助运营商集采与包销创造出了年销量 6000 万部的佳绩……国产手机依靠运营商深度定制、包销扩大市场规模的销售模式正日益普遍。

对于手机厂商来说，运营商包销模式是把双刃剑。它一方面可以提高国产手机销量，扩大市场份额，从而有利于整个国内手机市场的发展；但另一方面很可能减弱其竞争力。因此，国内手机厂商在依靠运营商渠道优势的同时，还应加紧自有渠道布局。

国产手机搭载运营商定制包销顺风车拓市

手机市场特别是智能手机领域商机无限，在产品的研发、制造和销售等各个产业链环节中，激烈的竞争无处不在。作为产品接轨消费者的渠道，手机的销售模式十分重要。而 3G 时代，运营商的地位越发重要，国内传统手机销售模式也发生了深刻变革——时下国内市场上，手机厂商依靠运营商集采和包销拓展市场的销售模式正日益普遍。

日前，华为公司为了进一步拓展华为荣耀 Honor 终端的销售渠道，联合中国联通正式引入该机，希望借助运营商的支持完善其产品的产业链。无独有偶，在国内做得风风火火的互联网手机“小米”在去年年底与中国联通签约推出合约机后，2012 年 2 月份更是联合中国电信继续扩大销售渠道，让用户在选择电商渠道之外有更多的购机选择。去年年底，百度曾与戴尔合作推出一款搭载百度·易平台的高端智能手机，但因售价过高等原因，市场反响平平。而 2012 年五月份，百度再次布局智能手机市场，与长虹推出低价智能机，并采取全产业链的合作模式，即由长虹贴牌、富士康代工生产，联通包销，百度植入云操作系统。此外，国内像中兴、华为等较为知名的厂商更是借助运营商集采与包销的“法宝”创造出了年销量 6000 万部的销售佳绩，以中国电信定制、中兴千元安卓手机 N600 为例，该机在推出时就实现了 50 天出货 25 万台的业绩。

众所周知，实行包销模式时，运营商需要买断商品，自负盈亏进行手机销售，从国外电信市场发展来看，运营商主导手机销售已经是非常成熟的商业模式了，特别是美国市场。而在日本，完全定制模式是其运营商手机销售模式的显著特点。从中国国内手机市场来看，对于一些深度定制的机型，运营商也会实行包销。

手机商和运营商借捆绑销售实现双赢

近年来，国产手机之所以能够迅速攻占市场，电信运营商的支持是一大关键因素。运营商定制包销手机的销售模式，对于手机商和运营商来说在一定程度上实现了双赢。

其一，手机厂商借由运营商的包销渠道优势可以保证产品销量。时下手机市场上，虽然国产品牌在不断崛起，但三星、苹果等国外厂商仍然占据了国内智能手机市场的很大一部分市场份额和利润，国产手机厂商通过运营商的包销，再加

上套餐补贴、送话费的支持方式，可以有效扩大市场份额。“运营商包销对提升国产手机销量的帮助很大。销量规模一上去，分摊成本就可降低”，业内人士称，如果不是运营商力推，国产手机厂商还真不敢独自发力在千元这个价位上推相应配置的智能机。

这一点从国产手机的销量不断上升可以看出，根据赛诺咨询近期的报告数据显示，2012年4月中国3G智能手机销量前五名中，国产品牌占有4席。其中，“中华酷联”这4家的市场份额合计超过40%，若加上其他国产品牌，整体份额将超过50%以上，与洋品牌平分秋色。正因为如此，甚至有业内人士称，与运营商的合作是国产低端手机的生存线。

其二，包销模式有助于手机商和运营商双方面的品牌推广。并且，运营商通过与手机厂商进行深度合作，还能加强自身的参与程度，使其在整个手机产业链上的功能大大延伸。

此外，对用户来说，运营商定制包销的手机在产品质量、售后服务等方面相对来说也较有保障。特别是在现今水货、山寨产品横行的市场上，可以避免消费者购买到以次充好的手机。

过度依赖定制包销对手机商具有双刃效应

但规模不断扩大的同时，过度依赖运营商定制包销也存在一些弊端，包销模式对手机厂商来说是把双刃剑。首先，国产手机商长期在运营商渠道优势的“羽翼”下成长，在一定程度上将会使其在与国际厂商的厮杀中竞争力有所减弱。其次，哪些种类、价格、特性的产品适合包销也是需要进行调查、考量的，否则，运营商和手机商都将面临用户不买账的风险。

而更重要的一点是，与运营商进行深度捆绑虽然能够不断扩大市场规模，但与此同时不得不考虑到手机厂商的盈利问题，否则将陷入“有市无利”的尴尬境地。飞象网总裁项立刚表示，“很多手机厂商看重市场规模，相信只要市场规模起来就具有了赢利能力。但仅仅有规模，而没有产品、技术、品牌的积累，能否把规模转化为赢利能力本身就是一个问题。即使赢利了，只要市场出现波动和转换，很快失去市场规模也是很正常的，这就是国产手机在市场上经常出现的大起大落的问题。”

因此，在当下国产手机品牌市场份额不断扩大的情况下，国产手机商在销售产品时，在合理利用运营商渠道优势的同时，还应加紧自有渠道布局，通过社会化和电子商务等多样化模式，在线上线下进行全面拓展。此外，在手机的研发、制作等环节也应苦练内功，打造品牌，唯有如此才能走得更远，国内手机市场方能言复苏。来源：2012-6-14 通信信息报

[返回目录](#)

浙江省网整合有望 6 月底完成 华数传媒重组读秒

“经过大半年努力，这次终于算是过会了，但在收到证监会相关核准文件前，还不能说这次重组已完全成功。”电话那头，华数传媒总裁励怡青告诉记者。

6月11日晚，A股停牌时间最久(6年多)的上市公司*ST嘉瑞(000156.SZ)发布公告称，公司重大资产出售及发行股份购买资产暨关联交易事项获有条件通过。

*ST嘉瑞已经历多次重组失败并濒临退市，杭州华数传媒则多次借壳失败，又必须在中国广播电视网络公司组建前完成上市。去年5月，湘晖资产经营股份有限公司开始成为双方此次重组的牵头人。

去年9月，*ST嘉瑞披露重组公告称，公司将卖壳于华数传媒，变身新媒体技术服务商。根据当时公告：首先，湖南湘晖资产经营股份有限公司的全资子公司千禧龙出资2.8亿元购买*ST嘉瑞资产并清偿上市公司债务，以将其清理为净壳；然后作为对价补偿，千禧龙通过增资和受让股权方式持有华数传媒股份，从而成为本次上市公司发行股份购买资产的发行对象之一；最后，*ST嘉瑞以2元/股的价格向千禧龙、华数集团等五家公司实施定向增发以购买华数传媒100%的股权，发行数量为9.78亿股。

然而，重组依然遇到不少麻烦。励怡青告诉记者，“问题不在我们方案上，而是中国证监会新出台的政策，使我们一直在提交各种补充材料，现在这一问题终获豁免权。”

据中国证监会2011年《关于修改上市公司重大资产重组与配套融资相关规定的决定》，“上市公司购买的资产对应的经营实体持续经营时间应当在3年以上”，而华数传媒实际成立于2009年12月，当时尚不满3年，尽管其子公司有3年以上经营历史，华数传媒也专门在重组方案中做了5年盈利承诺，但其持续盈利能力并不确定。

此后2012年4月12日，重组终获过会资格，并在6月8日正式过会。值得注意的是，重组后华数传媒在杭州市区和萧山、临安、富阳等7个县区的231万户有线电视和有线宽带用户，以及国内规模处于第二位的新媒体业务将正式上市。

广电行业专家、融合网主编吴纯勇表示，“这次华数注入的都是优质资产，将是国内第6家上市的有线电视运营商，以及除百视通外的第二家广电新媒体公司。”而上市只是华数传媒业务扩张的关键一步，“华数这次能够上市，将为其接下来完成对浙江省1300万有线用户的整合增加砝码。”吴纯勇说。

2011 年，中共浙江省委办公厅下发 100 号文件，要求加快全省广播电视有线网络“一省一网”整合发展工作。根据文件要求，到 2012 年 6 月底前完成县级广播电视有线网络加入浙江华数广电网络股份有限公司，实现全省广电有线网络资本联合，而华数传媒正在这次整合主体。

虽然之前浙江省网络整合在全国各省区处于落后状态，但在 100 号文出台以及华数即将登陆资本市场的情况下，进程明显加快。近日，温州市所属八县市与浙江华数广电网络股份有限公司在温州市政府签订了加入“一省一网”的合作框架协议。

在整合完温州 8 县市的资产后，浙江一省一网的进度已超过 90%，吴纯勇表示，仅在 5 月就完成 3 个地级市网络的挂牌和整合，6 月底完成整合可能性较大，全部整合后浙江省网整体上市将是必然选择。

不过，2012 年证监会实施一系列改革，包括主板企业退市新规也极有可能在下半年推出，杭州华数重组时间只剩下不到 7 个月。来源：2012-6-13 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

国内 IPv6 进入商用元年 爆发增长需产业链齐步走

全球 IPv4 已于 2011 年 2 月份分配完毕，这意味着全球互联网 IP 地址告罄。国际互联网协会 6 月 6 日举办了世界 IPv6 启动日活动，以鼓励 IPv4 向 IPv6 的转换和升级。同时，“下一代互联网发展建设峰会”也拉开帷幕，来自发改委、工信部等部委的相关人士均表态将继续支持基于 IPv6 的下一代互联网发展。业内人士纷纷预计，国内 IPv6 正式进入商用元年。

IPv6 商用获政策支持

1977 年，IPv4 创建者温顿·瑟夫认为，43 亿个网络地址足以满足一切需求了。然而，随着技术和互联网的发展，人们很快意识到，IPv4 地址使用殆尽。2011 年 2 月份，最后 5 组 IP 地址分配完毕；4 月，亚太互联网络信息中心宣告 IPv4 地址发罄，而作为全球互联网用户数量最多，联网区域最广的国家，IP 地址匮乏对中国互联网发展的制约可想而知。

近年来，3G、移动互联网、云计算、物联网发展迅猛，促使中国对 IP 地址的需求大大增加。据工信部的调研报告，未来 5 年，中国 IP 地址需求总量高达 345 亿。在 IPv4 地址告罄的背景下，作为 IPv4 的替代者，IPv6 商用的现实价值和战略意义更加凸显出来。实际上，已经发展了 14 年的 IPv6，由于种种因素的作用，其商用一直难以实现规模化。

针对国内互联网发展的现状，2012年3月，国家发展改革委、工业和信息化部、教育部、科学技术部、中国科学院、中国工程院、国家自然科学基金会印发的《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》指出，在2013年年底，将开展IPv6网络小规模商用试点，形成成熟的商业模式和技术演进路线，2014年至2015年，实现互联网普及率达到45%以上，推动实现三网融合，IPv6宽带接入用户数超过2500万，实现IPv4和IPv6主流业务互通。同时，国家发改委宣布拿出80亿元作为下一代互联网发展专项资金。

从《意见》的出台到80亿专项资金支持，再到IPv6正式启动，以及“下一代互联网发展建设峰会”上众多政府部门的支持，中国明确了IPv6的发展时间表和路线图，这也意味着IPv6在中国正式进入商用元年。

IPv6 商用需要发挥产业链合力

与IPv4相比较，IPv6大的技术优势在于其可以提供的地址资源近乎无限，对移动互联网、物联网、云计算而言，IPv6无疑能够提供更大的支持，从某种角度来说，IPv6为互联网带来的是一场影响深远的革命。中国工程院院士邬贺铨指出，互联网技术处在换代前夕，技术走向尚未定型，但以IPv6起步已成事实。

H3C副总裁兼首席技术官曹向英指出，IPv6的部署是一个系统工程，涉及到终端、网络、应用、管理和运维，每一个部分都有可能带动IPv6的爆炸性发展。因此，IPv6要实现大规模的商用需要发挥从政府部门到运营商、设备制造商等产业链各个环节的合力。

从政府层面来看，《意见》的出台和80亿资金支持已经充分表明了国家对IPv6的重视。在“下一代互联网发展建设峰会”上，工信部副部长杨学山、发改委副主任张晓强都从不同角度表达了政府部门对推动IPv6发展的支持。

在被认为是推动IPv6商用重要力量的运营商方面，三大运营商均已明确了各自IPv6的规划。中国电信(微博)2012年将在长沙、无锡等地试点的基础上，增加新的省市启动互联网基础设施改造，目标发展300万用户；中国联通(微博)计划投入8亿元资金推进下一代互联网产业；中国移动(微博)则计划5年内实现IPv6的全面应用。

在产业链其他环节上，许多公司已经建立起兼容IPv6的网站，Facebook等顶级互联网公司均陆续开放IPv6协议支持；国内主流厂商如中兴、华为等，其产品已经支持IPv6；此外，一些软件厂商和服务提供商也已做好了准备。

形成商业模式尚需多方探索

尽管IPv6对中国互联网发展的价值和意义已为各方充分认识，其商用步伐已正式启动，但从实际来看，尚有许多问题需要解决。

首先,尽管国家出台了相关政策支持 IPv6 发展,但 IPv6 毕竟涉及多个方面,从国家信息产业发展,到产业链的各个环节,因此,这需要政府部门围绕 IPv6 发展的现状、未来等方面,在体制、机制、环境等方面加强协调、管控,不断细化政策,为其营造更好的发展环境。

其次,虽然产业链各方围绕 IPv6 都已做好了相关准备,但从另一个角度来看,正因为其潜力巨大,所以各方都或多或少地提前布局,在无形中造成了标准不一、各自为战的局面,这在一定程度上影响了 IPv6 的规模推进。

第三,商业模式还在探索之中,这是影响 IPv6 最为关键的因素。IPv4 地址使用完毕是促使 IPv6 发展的最重要因素。但从目前来看,用户对 IPv4 与 IPv6 二者之间差别感知并不明显,且尚未出现必须采用 IPv6 的应用。同时,从运营商的角度来看,推动 IPv6 意味着网络升级改造,这需要花费大量成本,而在没有相关应用、内容推出的背景下,如何实现赢利也成为其面临的一道课题。因此,IPv6 能否快速实现规模商用,商业模式则成为关键。

可以说,IPv6 对涉及互联网产业所有环节的企业都是一个莫大机遇,而要把握这一机遇,尚需要各方共同探索。来源:2012-6-13 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

英政府公开全面监视通信计划

英国政府 14 日公开一个颇具野心的计划:全面扩大通信监视范围,使政府特定部门可以记录下英国境内每一封电子邮件、每一通电话、每一条手机短信。计划引发热议,尽管政府强调不会“偷看”通信内容。

内政大臣特雷莎·梅在一篇 14 日发表在《太阳报》的署名文章中讲述了这个计划。她强调,推动这一计划的目的,不是为了“监视内容”,而是让警方及其他部门在打击犯罪和恐怖主义时更易获得线索。相关部门不会在获得特别许可前调阅任何一封电子邮件或监听任何一通电话。

眼下这个计划已形成 118 页的议案,尚未正式递交议会审议,但政府极为罕见地将议案先交给议会两院及多个委员会讨论。

一旦法案获得通过,法律会强制所有通信服务商协助政府收集客户通信,包括电子邮件、微博客留言、网络电话通信、文件传输、传统电话通话、手机短信、实时聊天留言等。法案还要求记录计算机 IP 地址、客户终端硬件信息以及姓名、地址等注册信息。一些传统通信方式也将“留底”,例如进入邮政系统的信函封面地址会被复印。所有数据将“依法”保留一年甚至更长时间。

尽管特雷莎·梅强调“ 好人不必担心这一计划” ，但不少英国人认为，自己的隐私遭到侵犯。

事实是，这项计划在酝酿期间就引发诸多争议。只不过，政府 14 日第一次公开承认有意追踪一切形式的电子通信。

特雷莎·梅先前承认，“ 这些建议确实会引发一些有关个人隐私的问题” ，但“ 法律需要平衡” 。 来源：2012-6-16 京华时报

[返回目录](#)

英国电信称六成企业启用 IPv6

英国电信公司(BT)对全球企业进行的一项调查显示，IPv6 的使用量加速上升，全球约 57%的企业已经部署或是正在规划上马 IPv6。

2012 年英国电信调查收集了全球 IT 与运营专业人员的反馈，发现 13%的企业已经在他们的整个或部分网络中部署了 IPv6，较之 2011 年的 5%大幅增长。鉴于互联网不断扩展以及 IPv4 地址(较老的互联网寻址系统)迅速耗尽，另有 44%的调查对象打算在两年内部署 IPv6。

总体上，有 55%的调查对象赞同“ 我的整个网络中需要部署 IPv6” ，这表明大多数企业将不会满足于只在其部分网络中采用 IPv6，而是希望更广泛地采用它，以达到充分的效果。57%的调查对象已经部署或是正在规划上马 IPv6，但仍有 22%的调查对象认为需要创建更强大的业务案例来证明足够的投资回报。另一个障碍是一些企业认为 IPv6 所需基础架构复杂。

英国电信环球服务 BT Diamond IP 产品管理总监 Tim Rooney 指出：“ 过去 7 年来，我们一直在调查 IPv6 部署情况。2012 年的结果表明这个新标准的采用大幅增长，大多数跨国公司将其视为首选。转换到 IPv6 正蔚然成风，而英国电信将投资支持自己的转换。” 来源：2012-6-13 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

美国计划将下一代互联网提速 250 倍

美国 25 个城市的研发人员将通过一项最新计划建立一个超高速宽带沙盒，希望将下一代互联网提速 250 倍。

美国总统奥巴马将签署一项行政命令，将宽带网络建设费用下调 90%，例如，可以在高速公路建设期间铺设线路。而将云计算、虚拟化和对称网络等应用整合起来，则有望将下一代互联网的速度提升到目前的 250 倍。

与此同时，美国白宫 CTO 托德·帕克(Todde Park)也于周三宣布，美国国家科学基金会已经斥资 4000 万美元，为开发者打造了一个名为“全球网络创新环境”(GENI)的超高速宽带沙盒。美国国家科学基金会还将资助 US Ignite 项目与 Mozilla、Juniper、思科、Verizon 和康卡斯特等公司展开合作。

US Ignite 的目的是在全美 25 个城市开发至少 60 种新应用，从而充分利用超高速宽带沙盒，涉及的战略领域包括医疗、教育、清洁能源、制造、交通和安全。借助这种超高速宽带网络，便可传输无损视频图像，从而帮助医生远程诊断。
来源：2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

墨西哥美洲电信收购奥地利电信 21%股份

墨西哥美洲电信已同意收购奥地利电信投资者 Ronny Pecik 手中 21%的股份，一旦交易成立，美洲电信将持有 23%奥地利电信股份。

此次收购使美洲电信成为奥地利电信的长期合作伙伴。同时这也是美洲电信多地化战略的一部分，它增加了公司在中欧和东欧的吸引力。

目前双方并没有透露交易的价格。来源：2012-6-15 中国通信网

[返回目录](#)

美国 FCC 或修改手机辐射标准 安全风险受关注

美国联邦通信委员会(以下简称“FCC”)将对已执行 15 年的手机安全标准进行审阅，并确定是否需要这一标准进行修订，而手机辐射将是其中最重要的问题之一。

调查问卷

来自 FCC 内部的消息人士表示，FCC 主席朱利亚斯·格纳考斯基(Julius Genachowski)本周五发出了一份调查问卷，其中的问题包括当前标准是否需要更新，以及 FCC 的测试活动是否需要调整。FCC 还将研究，是否需要改进告知消费者安全信息的方式。

FCC 希望获得来自公众的意见，并且没有设定调查问卷的截止日期。FCC 也没有表示，是否会对当前的规则 and 标准进行更新。实际上，FCC 仍有可能保留当前的标准。FCC 一名代表表示，这一调查是对标准的惯例评估，与对手机安全问题的投诉或新发展无关。

FCC 发言人塔米·孙(Tammy Sun)表示：“我们有信心，在设定的标准中，手机的电磁辐射不会给消费者带来危险。美国有着全球最保守的辐射标准。我们今天的行动是对标准的惯例评估。我们希望，其他联邦部门和组织也能参与这一过程。”

当前标准

当前，FCC 判断手机是否安全的标准基于一种算法，测量手机用户对辐射的比吸收率(SAR)，即人体吸收射频电磁场能量的比率，单位为瓦每千克(W/kg)。为了确保安全，美国销售的每一款手机都必须符合 FCC 和美国食品药品监督管理局(以下简称“FDA”)设定的标准，即 SAR 应小于 1.6W/kg。

FCC 上一次更新辐射暴露标准是在 1996 年。一些专家表示，相关的评估早就应该进行。当前的标准基于 80 年代时对动物的行为研究。

华盛顿大学教授亨利·赖(Henry Lai)曾对手机辐射的生物效应进行研究。他去年表示，在过去 10 年中，有超过 60 项研究表明，在 FCC 和 FDA 设定的 SAR 标准范围内，细胞出现了变异。他表示：“SAR 本身没有任何意义。FDA 和 FCC 还没有修改可接受上限，这令我感到惊讶。他们需要重新审阅标准。”

FCC 已经承认，对 SAR 的限制只能确保手机不超过 FCC 允许的最大辐射标准。这一数据不应用于比较不同手机，同时也不能确保手机的整体安全性。

健康威胁

移动通信行业一直坚称，手机是安全的。但实际研究显示，手机有可能带来安全风险。根据近期的一些研究，手机可能会引发癌症。去年，世界卫生组织国际癌症研究协会评估了多项研究，将手机列为癌症诱因之一，与铅、汽车尾气和氯仿并列。

另一些研究则显示，手机与癌症、脑部机能和不孕不育之间没有关系。英国相关部门对数百项研究进行调查后认为，较小的射频辐射不会带来健康威胁。不过，对于手机是否会影响人体健康仍有很大的争议，许多专家认为还需要进行更多的研究和评估。

即使 FCC 不调整当前的手机安全标准，FCC 也已经向消费者提供更多信息，指导人们如何减小受到的手机辐射。例如，FCC 建议用户使用扬声器和耳机，这将增加人体与手机之间的距离，从而减小受到的辐射。

此前，FCC 没有发出更严厉的警告，也不认为这些做法是必要的。而对当前标准的评估有可能改变这一现状。不过，FCC 政策的任何调整都有可能对手机行业造成巨大影响。手机厂商不愿在销售时附加安全警告信息。美国无线通信和互联网协会(CTIA)此前曾就相关做法对旧金山政府提起诉讼。不过 CTIA 表示，将与 FCC 合作，并有信心当前规定将继续适用。来源：2012-6-16 新浪科技微博

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

广东移动 3G 用户破千万户

广东移动(微博)日前正式宣布,其 3G 用户数突破 1000 万户。按照这一数字,广东移动占中国移动(微博)3G 用户的近 1/6,在全国三大运营商的省级公司中,广东移动的 3G 用户数也是最多的。中国移动的 3G 制式为 TD-SCDMA,根据中国移动发布的运营数据,截至 2012 年 4 月止,中国移动累计 3G 用户达 6187 万户。据广东移动相关负责人介绍,目前省内 TD-SCDMA 网络已大幅改善。据介绍,目前 TD 网络已覆盖全省所有市区、县城以及热点乡镇,网络接通率等关键指标已经与 2G 基本相当。据广东移动透露,目前 TD-SCDMA 网络已覆盖全省所有市区、县城以及热点乡镇,网络覆盖率达到 99.9%。在通过三年半的发展后,广东移动 3G 用户就突破了 1000 万户。

此前,TD 版的手机终端都要比其他版本的手机延迟发布一段时间,但据中国移动终端公司广东分公司负责人表示,目前主流品牌手机,TD 终端基本实现了其他网络制式终端的“三同”,即同一时间发布、同样的质量水平、同样的价格水平。来源:2012-6-13 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

下一代互联网 IPv6 加速落地 运营商忙布局

国际互联网协会 6 月 6 日举办了世界 IPv6 启动日活动,以鼓励 IPv4 向 IPv6 的转换和升级。IPv6 带来的益处可谓巨大,有比喻说,IPv6 能给地球上每一粒沙子都分配一个 IP 地址。一旦 IPv6 全面商用,IP 地址枯竭的情况将得以彻底解决。

我国在大力推进 IPv6 的发展,政府部门频频出台推进政策,而运营商也已着手布局并确定了 IPv6 发展目标,“靴子”正在悄悄落地。

政府发布硬规定 资金补贴做后盾

2012 年初,国家发改委发布了组织实施 2012 年下一代互联网技术研发、产业化和规模商用的相关通知。根据规划,作为下一代互联网发展的主力军,三大电信运营商要统一组织,分别选择部分试点城市,改造公众城域网络,提供 IPv6

宽带接入服务，2012 年实现不少于 300 万 IPv6 宽带接入用户。发改委还特别强调，电信运营商新开展的业务要基本支持 IPv6，而新增上网固定终端和移动终端基本支持 IPv6。

“对于通信设备商甚至手机终端厂商而言，也要求其支持 IPv6。”北京邮电大学教授、CNISP 副理事长马严表示，“近年来，中国的 IPv6 发展一直在徘徊，运营商、手机商、互联网企业、软件商热情不高，因为从短期来看，建设 IPv6 投入很大，回报却比较少。而政府更具有前瞻性，相关政策和资金的补助，将是一帖很好的催化剂。”

为加速推进 IPv6 建设，发改委已宣布拿出 80 亿元作为下一代互联网发展专项资金。“对于处于利润下滑期的运营商来说，建设 IPv6 网络原本将使它们背负沉重的经济负担。而随着专项基金的拨放，会为它们减轻压力。”马严认为，熬过目前的难关，IPv6 在推广过程中渐渐容纳越来越多的用户后，运营商将迎来先苦后甜的那一时刻。

软硬件企业：有人欢喜有人愁

IPv6 的落地生根，产业链各方企业表现出不同的态度。

“对于通信设备厂商而言，由于网络需要过渡，运营商制定技术路线后需要购买交换机、路由器等设备，它们可能会迎来一些商业机会。”一名业内人士分析。相对而言，互联网运营商和软件运营商则没有这么幸运了。“IPv4 和 IPv6 对我们而言区别不大。”一位互联网内容服务商坦言，实现公司盈利是他们的首要目标。如果没有任何可以盈利的商业化应用，他们没有动力向 IPv6 迁移。

然而，马严认为，这不是想不想的问题。“就像电话号码 6 位升 8 位一样，这是发展趋势。与其到最后被市场逼得向 IPv6 迁移，不如先下手为强，未雨绸缪。”

据悉，政府已经开始推出一系列政策，明确指出，商业化网站应尽快升级支持 IPv4/IPv6 双协议，鼓励具有影响力的各商业网站自主开展支持 IPv6 的升级改造，将采取后补助方式，视其升级改造完成情况，从中优选 50 家予以支持；政府还将专项重点支持 CNGI(基于下一代互联网的科研信息基础设施建设和应用示范工作”项目)领导小组组成部门及直属事业单位网站、商用试点城市的政府网站、电子信息制造领域主营业务收入超百亿元的企业网站等升级改造。

庞大迁移过程充满挑战

虽然 IPv6 的发展已经具备需求支撑和政策支持，但是在下一代互联网的实际发展中，仍然具有许多挑战。

工信部电信研究院总工程师余晓晖说，从规模上看，中国已拥有全球最大的国内网络，我国的网站数量和网民数量也非常庞大，这么大规模的网络和网站向

IPv6 迁移，在国际上没有先例，这不仅意味着创新空间，更意味着困难和风险。“我国 IPv6 终端发展相对滞后，这不足以支持我国现有网络向 IPv6 的大规模迁移。产业界需要在终端、芯片、操作系统等领域实现突破和创新”。

余晓晖介绍说，在 IPv6 的标准上，我国目前虽然基本能与国际保持一致，满足我国 IPv6 发展的基本需要，但是在过渡类标准、应用类标准上，还需要进一步创新和完善，以支持未来 IPv6 的更大规模发展。“除了应对上述挑战，我国还需要在 IPv6 的演进中，加快面向新型互联网架构体系的创新环境的构建，以适应未来互联网发展的需要。”

正如广东省互联网协会会长李悌葛指出：“向 IPv6 过渡是一项复杂的系统工程，除了政府推动外，还要涵盖运营、设备、终端、内容、基础资源服务等多个环节，只有大家齐心协力，才能共同推动。”来源：2012-6-18 IT 时报微博

[返回目录](#)

运营商变革渠道版图：电子渠道走向战略渠道

随着联通“20 元 3G 卡”在网厅上被超乎寻常地热捧，“电子渠道”再次高调出现，引人关注。在移动互联网时代，通信行业渠道格局日新月异，特别是各类电子渠道的深度介入，给传统运营商固有的渠道版图带来很多新的变数。

由于具备实时、低成本、可互动的渠道特点以及提升品牌形象、增加客户黏性、改善客户体验等独特作用，现在已经不再讨论电子渠道是否可以成为一种战略渠道，所有的运营商都在考虑如何让其尽快成为一种战略渠道。中联通甚至雄心勃勃地将旗下的电子渠道部改组为“电子商务部”，公开表示要将电子渠道打造成业务发展的“主渠道”。在如此迫切的“做大做强”的渴望下，简单地将实体渠道部分产品和服务搬到互联网上就万事大吉了么？从海外德国电信的 T-Online 和法国电信的 Wanadoo 等成功典范来看，依托丰富的运营经验，历史悠久的品牌，优质丰富的网络资源，庞大的客户基础，电子渠道完全可能成为运营商手中的“战略渠道”。但要真正将“电子渠道”做成“战略渠道”，需要付出更多的努力。

首先在定位上，不要把自身仅仅定义为一个新的销售渠道，而是“电子商务”。这其中就应包含咨询、销售、服务、查询乃至行业解决方案的全部功能，特别是除了面向公众客户的移网业务，还应逐步完善面向家庭的固网宽带业务和面向中小企业的全业务的提供能力，从“单能”向“全能”转变。

第二，在组织形式和人员构成上，应赋予电子渠道更大的自主权，不拘泥于传统运营商的构架而更倾向于电商的构架，拥有自己的内容编辑、营销策划、美术设计、产品开发团队，以灵活反应市场需求。

第三，在渠道自身建设方面，可以借鉴德国电信的 T-Online 的方式，努力将电子渠道建设成“互联网入口”，突出实时和互动的特点，探索依靠“内容”吸引访客的做法。

第四，在服务过程中，突出互联网体验的改善，针对搜索引擎、访问终端等进行页面优化，简化操作步骤和认证过程，压缩办理业务的选择和等待时间，以“易用性”作为改善体验的重点。

第五，注意与实体渠道的区隔，避免发生直接的渠道冲突。需要在产品开发、经营优先权(某项业务在不同渠道经营的先后顺序)、宣传手段和途径等方面做到有所差异。

第六，针对电子渠道的目标客户，通过互联网的宣传推广手段，借助科学的手段和工具分析在线客户的消费特征，推出连续滚动式的优惠政策和措施，培养和巩固用户的电子渠道使用习惯。

最后，避免建设单一的“电子渠道”。运营商可以依托丰富的线下渠道资源和合作伙伴资源，通过建立联动模式来开展渠道营销，通过电子渠道与实体渠道之间联动，以及电子渠道之间的联动来进行渠道营销，以最大限度发挥电子渠道的作用。来源：2012-6-14 通信产业网

[返回目录](#)

运营商进军电商各有侧重 深挖行业应用价值成亮点

在快递企业雄赳赳气昂昂要进军电子商务领域之际，电信运营商已成电商中的一员。中国联通(微博)自5月17日始前后4轮通过网上营业厅销售20元3G卡让运营商电子渠道猛抬头，近日，又有业内人士透露，中国联通已下文组建电子商务部，到2014年电商销售将占联通营业收入的30%。

电子商务这一诱人盛宴，国内三大运营商怎会缺席？随着电子商务的发展，搭建电商平台已经成为运营商竞争发展的必由之路。通过电子商务，电信运营商能充分发挥自身的网络、用户优势，实现从网络基础运营商向综合信息服务提供商的转型。电子商务必将成未来运营商的主要新增点。

三大运营商发力电子商务

近年来，电子渠道一直被电信运营商当做实体渠道的补充，而这一现状在2012年有了巨大的改变。

打开中国联通网上营业厅页面你会发现，于近日完成改版的网上营业厅已然有了电商范。而 5 月 17 日至 6 月 7 日，中国联通掀起的四轮仅在网上营业厅上销售的 20 元 3G 卡，更是为运营商打开了电子渠道新干线。近日，中国联通内部人士透露，中国联通已下文组建电子商务部，其将在原有电子渠道中心基础上，自上而下组建电子商务运营队伍，在总部、省、地市各级公司均成立电子商务部，打造集流程、物流、服务等一体化电子商务运营体系。按计划，到 2014 年，电子商务平台销售在中国联通全公司的销售占比将达到 30%，查询及充值交费服务占全公司比重将达到 50%。电子商务平台将成为中国联通全部销售渠道中的主力渠道。

中国电信(微博)也一贯高度重视电子渠道的拓展和经营。近日，山东电信面向全省员工发出“英雄帖”，全面启动电子渠道认购承包工作，这是山东电信全力推进电子渠道市场化发展的重要战略布局。而在不久前，中国电信倾力打造的现场体验式网购百货商城——天翼英莱商城全新改版上线，消费者最快一小时就可去专卖店提货，并可享受专卖店的品牌售后保障。

中国移动(微博)总裁李跃在 2012 年的工作会议上称，将电子渠道的发展提到了前所未有的新高度。据了解，中国移动与京东商城近日达成战略合作协议，共建营业厅合作、定制机合作等八大创新运营平台。京东还提出了到 2012 年销售基于 TD-SCDMA 网络的 TD 终端 400 万台手机的发展目标。此次合作增强了电商渠道在中国移动手机销售中的重要地位。

运营商在电子渠道领域的经营其实已有时日，但今非昔比，虽然三大运营商在电子渠道的发力点各有特色，但共同点是，电子渠道越来越成为运营商发展的重点。

新行业应用带来新增点

消费者的网上消费习惯逐渐形成，电子商务正改变着传统的商业运作模式，其取代传统商务活动模式成大势所趋。正是认准了这一点，运营商努力地将经营渠道向网上拓展。

运营商大力发展电子商务，于消费者于电信运营商可实现双赢。未来，用户在办理绝大多数业务或购买产品时，不再需要去实体营业厅办理，在网上就可轻松处理。对于用户来说，免去了在营业厅长时间排队等待的时间，而运营商也可适当减少实体渠道的建设，减少人工和维护成本，利于提高利润率。

其实，运营商发展电子商务，与京东、淘宝等电商网站相比，在用户、资金、品牌等方面都有先发优势。数据显示，我国手机用户数已突破 10 亿，凭借庞大的用户数和日益高涨的网络人气，运营商的电子商务发展之路将会顺畅得多。

去年最后一天，三大运营商拿到了第三方支付牌照，拥有支付牌照，运营商就能更好地在电子商务领域大展拳脚。消费者可以通过运营商的电商平台购买、支付，这将增强用户的体验，提高用户黏性，并帮助运营商移动电子商务从传统的虚拟数字商品转向实体商品，使运营商成为电商的有力竞争者。

此外，运营商进军电商领域，还可致力于行业信息化，摆脱管道化，培育新增点。分析人士认为，通过搭建丰富的应用平台和运营商无线网络资源优势，为移动电子商务建立全网的移动支付平台，与产业链各环节与金融服务机构相协作，运营商可建设面向行业用户的移动电子商务信息化服务平台。

运营商电商发展中的阵痛

互联网的飞速发展，网民数量的快速增长，手机用户的日渐增多，消费者网上购物习惯的形成，无疑给运营商发展电子商务带来了极大机遇。但是，电子商务市场竞争激烈，再加上运营商是该领域的后来者，运营商发展电子商务也面临着诸多挑战。

首先，运营商亟需解决分省运营问题，统一数据库平台。有专家建议，运营商做电子商务的第一步是应将核心而简单的业务电子渠道化，进而辐射更多的增值服务。而对于中国移动和中国电信来说，统一数据库平台，解决分省运营的问题是更重要的任务。

其次，作为电子商务领域的后来者，面对涉及线上、线下更长的产业链条，电信运营商经验不足，在线上销售、在线支付、线下物流、人员配备等方面还面临着种种的困难。因此，拥有一个良好的电商运营队伍迫在眉睫。

另外，售后服务是一个非常重要的问题。就像淘宝、京东等大型电子商务网站一样，产品售出后不免会遇到产品质量、物流、退换货等问题，电信运营商建立良好的应对方案。有完善的服务体系，让消费者享受与实体营业厅同样的售后服务，免除消费者的后顾之忧，将是其能否在电子商务领域分一杯羹的关键。

来源：2012-6-13 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动联合浦发银行共推手机支付及 NFC 手机

中国移动(微博)今天下午与浦发银行签署合作协议，双方将联合推出手机支付系列产品，包括中国移动浦发银行联名卡及后期演进产品 NFC 手机、浦发银行代缴客户话费(代缴话费)、生活缴费及手机汇款等。

将联合推出 NFC 定制手机

中国移动拥有浦发发行 20% 的股份，同时对推出手机支付一直有强烈的需求，因此，双方合作是必然。

会上，中国移动董事长奚国华也表示，这是中国移动在手机支付业务领域取得的一个实质性突破。

据悉，手机近场支付方面，双方分阶段共同推出不同形态的产品。第一种是贴片卡形态的中国移动浦发银行联名卡。该产品现阶段以手机挂坠卡(贴片卡)为主，具备手机支付功能、信用卡及借记卡功能。客户申请无须更换原有手机，根据客户自身情况，在受理现场即可获得小额消费额度。随即可在具有银联“QuickPass 闪付”标示的 POS 设备上使用该产品。使用其消费时无需输密码和签名，即刷即付。

第二种是能够实现中国移动浦发银行联名卡所有功能的 NFC 定制手机。NFC 定制手机是利用无线通信技术，客户通过刷手机即可实现传统支付功能。双方在 2012 年 3 月已开展了相关产品测试工作，随着功能的日益完善，预计在不远的将来所有的移动金融应用都将迁移到 NFC 手机，用户只需持有一台 NFC 手机，即可进行刷机消费，实现真正意义上的手机即支付。

共同提供 9 大类缴费业务

另外，手机远程支付方面，双方结合各自领域的热点，推出浦发银行代缴客户话费，生活缴费以及手机汇款三款产品。

双方约定，浦发银行代缴客户话费(代缴话费)是双方总部系统一点对接，实现在浦发银行柜面、网银、电话银行、自助终端等渠道代收移动客户手机话费的功能。这一功能已打通手机号码的地域限制，实现跨区域便捷缴费。

而通过推出生活缴费业务，双方可实现 410 个生活缴费项目的接入，涵盖水、电、燃气、有线电视、通讯费、公交充值、医保、供暖、便民卡等 9 大类缴费业务，覆盖全国 95 个大中城市。双方用户通过手机支付就可办理其提供的各类生活缴费业务，可为超过 5 亿中国网民提供足不出户全天候的缴费服务。

双方还将共同推出手机汇款业务，即汇款人通过收汇网点或电子渠道，将现金、中国移动手机支付账户或银行卡账户中的金额汇至指定的中国移动手机用户，收款人可到任意的兑付网点或代理点进行现金兑付。按照中国移动披露的资料，中国移动农村渠道网点总数超过 50 万个。该业务的推广可为广大农民工等流动人员向家乡汇款提供更多便利。来源：2012-6-18 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动规范 TD 手机招标：换配置将赔偿上千万

针对日前完成的 TD 手机招标，知情人士透露，为防止因中标价格过低而可能引发的问题，中国移动(微博)在签约时规定，若中标手机厂商在供货时更换配置，将要赔偿上千万元。这一举措将保障供货的手机与厂商上报的方案一致。

此前，中国移动 2012 年 TD 手机招标中主要以价格取胜，所有中标手机中，最低的 TD 功能机售价也不超过 200 元，实际上厂商报价是 160 元；而普及型 TD 智能手机有一款报价也不到 500 元，比市面价格也低了许多。如此低的价格，很令人担心这些 TD 手机在供货时与厂商承诺的不一样。

据悉，厂商在招标时都需要提供样机，供货时需要按样机供货。目前，有厂商已经开始供货，此次招标的 TD 手机价格偏低，主要侧重于换机市场。

根据中国移动公布的数据，截止 2012 年 4 月，中国移动网内支持 TD-SCDMA 制式的手机已达 388 款，智能机为 122 款，TD 手机市场占有率 25%。来源：2012-6-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动称计件薪酬致营业厅和客服人员薪酬大涨

中国移动(微博)透露，自推行一线员工的薪酬系统改革以来，员工的自主服务积极性大大提高，薪酬也大涨，业内判断，试点推广有效后，由李跃主导的这种计件薪酬会在全中国全面推广。

此前的 2012 年 4 月，中移动总裁李跃表示，中移动将下决心推动薪酬体系改革，2-3 年内推动量化绩效薪酬 100%覆盖全集团各个单位包括各专业公司，100%覆盖到一线员工。

按照中国移动的说法，量化绩效薪酬又称“计件薪酬”，是指在营业服务一线建立与业务量、服务量挂钩的薪酬激励机制，构建“联产承包责任制”。目前“计件薪酬”已在全国范围内针对于一线营销人员、话务人员开始推行。

最早实施此项薪酬体系改革的安徽移动称效果良好，安徽移动核心业务稳步增长，以 2012 年 1-2 月份数据为例，安徽移动终端、宽带、增值业务、集团专线同比分别提升了 32.1%、133.1%、37.7%、215%；电子渠道同比增长 48.2%，营业厅整体服务质量满意度达 82.1%，较 2012 年初提升 2.7 个百分点；集团客户总体满意度由 88%提高到 93%。

四川移动的统计数据则显示，97.44%的员工人均月奖增幅明显。

曾有媒体报道称,陕西移动一位基层管理者透露,“我们计件薪筹的结构是,全省营业厅营业员 1-4 月份最高的拿到三万,前十五名最低拿到一万五。”不过,这一说法无法证实。

也有的偏远乡镇中国移动营业厅员工叫苦连天,因营业厅人气不旺而收入大减。来源:2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信挥别终端短板

终端短板已成过去时。6月17日,记者从中国电信(微博)广东公司获悉,在为期三天的“2012天翼3G手机交易会”上,5000多家经销商、零售商向上游供应商直接订货的手机签约量达1000万部,全部为智能手机。

这被视为是社会渠道下注CDMA市场的一大信号。2009年,中国电信接手CDMA网络时,由于用户量少,手机终端匮乏成为其发展3G业务的最大瓶颈,以致中国电信董事长王晓初在一次面对上百家厂商的CDMA产业链会议上质问:“我们甚至没办法组织一次有力的销售,在座各位是否汗颜?”

此后,中国电信通过成立终端运营公司、集中采购等方式,大力介入CDMA网络的手机终端环节。2010年初,其还发起成立“CDMA2000手机设计研发产业联盟”,将三星、HTC、中兴、华为(微博)等终端厂商,龙旗、希姆通等手机设计公司,高通、威盛等芯片供应商及渠道商、售后服务商等产业链环节组织在一起,推动研发合作和产品创新。

目前,中国电信3G阵营不断壮大,据中国电信披露,其移动业务用户数突破1.4亿户,天翼手机总款型数超过1300款,其中天翼3G手机超过700款,天翼3G智能手机近300款。在天翼手机总体月销量中,3G手机占比达76%,智能手机占比55%。

这很大程度上得益于中国电信近年来的大规模集中采购。比如2011年6月,中国电信就联合国代商、渠道商签署约4000万台CDMA终端采购协议,并以此推动当年国内CDMA销量超6000万部。同样在2012年交易会上,其联合中邮设备、普天太力等四家国代商及苏宁、国美等多家连锁卖场和终端厂商签署采购确认书,共涉及约4000万部天翼3G智能手机。

但随着集中采购大规模铺开,中国电信对手机终端补贴的投入也逐年增加。有投行预测,2011财年中国电信的终端补贴约为156亿元,而2012年由于引

进 iPhone4S、诺基亚 Lumia 手机等因素，预计补贴可能进一步增加，中国电信由此提出了“加大对零售环节的支持，促进销售社会化”的策略。

“去年，CDMA 手机运营商集采渠道和社会渠道的销售比例约为 9：1。”中兴通讯(微博)执行董事、执行副总裁何士友告诉记者，目前 CDMA 手机市场还是以运营商渠道为主导。去年中国电信渠道销售的 CDMA 手机中，中兴手机占比 21%。前不久，其还正式推出了高端智能手机产品线——Grand 智观系列。何士友说：“智观系列主要走公开渠道，而千元智能机主要还是围绕运营商的定制。除终端数量的增加，CDMA 产业链的成熟还表现在成本竞争力上。高通公司全球副总裁沈劲对记者表示，目前 CDMA 芯片和 WCDMA 芯片单价已经很接近。何士友也表示，同类配置的 CDMA 手机和 WCDMA 手机成本差距已不会太大”。

王晓初在此次大会表示，电信 3G 网络已覆盖至内地全部城市和县城及 3.3 万个乡镇和 45 万个行政村，在国家级景区、高铁、高速上也都有良好覆盖。而在广东，电信的天翼 3G 用户已经突破千万大关，天翼 3G 网络信号实现了广东全省近 2 万个行政村 100%全覆盖。来源：2012-6-19 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

中电信大力支持双模全球漫游机

在“天翼 3G 手机交易会”上，围绕 CDMA 终端市场规模发展目标，中国电信(微博)传递出强烈信息：2012 年中国电信将继续巩固千元机领先优势，全面提升中档智能机规模，同时打造系列明星手机及全球漫游手机，最终达到 CDMA 终端全面开花。

中国 3G 进入高速发展期 智能机替代功能机势不可挡

目前国内移动业务用户市场的 3G 渗透率已经突破 15%，按照国际主流运营商的发展经验，3G 渗透率一旦达到 15%就意味着即将进入加速增长阶段。规模庞大的 2G 用户群体将快速向 3G 升级，中国电信和整体 CDMA 终端产业链都迎来巨大的发展机遇。据中国电信董事长王晓初介绍，“中国的 3G 用户数发展已经超过 15%”，而“中国电信 3G 用户数每个月都比上个月呈增长态势，中国 3G 已进入高速发展期。”

据悉，自 2011 年中国电信 CDMA 产业链高峰论坛召开至今的一年里，中国电信移动业务运营继续快速发展，用户规模稳步提升，目前中国电信的移动业务用户数已经突破 1.4 亿户，持续保持全球最大的 CDMA 运营商地位。

在 3G 移动互联网时代这片“新蓝海”中，要正确的航行，离不开移动终端的发展。目前，天翼手机总款型数已经超过 1300 款，其中天翼 3G 手机超过 700

款，天翼 3G 智能手机近 300 款。而最新市场数据显示，天翼手机总体月销量中 3G 手机占比已达 76%，智能手机占比已达 55%，3G 智能手机已经成为绝对的主流，智能手机替代功能手机势不可挡。

与此同时，通过与苹果和诺基亚(微博)、微软等公司的合作，天翼 3G 智能终端更是率先实现了三个主流操作系统的全覆盖，智能终端产品布局进一步完善。通过广泛与互联网公司合作，中国电信先后推出了天翼 QQ 智能手机、电信版小米手机等产品，众多互联网主流应用在天翼 3G 智能手机中得到良好应用，产业链进一步繁荣壮大。一年来，中国电信终端运营成效显著，CDMA 终端全面开花，

在本次交易会上，王晓初再次提到“新三者”战略，表示中国电信将立足“智能管道的主导者、综合平台的提供者、内容和应用的参与者”的转型定位，在推进自身发展的同时，促进产业创新和服务创新，推动整个产业的繁荣壮大。

全力打造全球漫游手机 促进单双待机协调发展

在本次“天翼 3G 手机交易会”上，围绕 CDMA 终端市场 2012 年规模发展的目标，中国电信移动终端管理中心主任马道杰从互联网手机概念不断延伸、产业升级蕴藏崭新蓝海入手，重点阐述了打造优势智能机群、打造系列明星手机、提升中档智能手机、智能手机全面支持全球漫游、促进单双待手机协调发展等非常具体的终端发展策略。

他指出，2012 年中国电信将继续巩固千元智能手机先发优势，鼓励推出更高性价比的入门级 3G 智能终端。在高端市场也将继续发挥优势，打造在技术、功能、设计、体验等方面保持领先的全系列高端明星手机。

同时他着重指出，提升中档智能手机市场规模是下阶段的重点方向，中国电信将支持差异化创新，大力支持双模的全球漫游手机，兼顾单双待手机协调发展，“2012 年开始要求所有的智能手机都将支持中国电信的全球漫游，未来我们手机有两个最基本的形式，一个是单卡单待，这张卡一定要支持全球漫游；第二个是双卡双待，其中一个卡要支持全球漫游”，马道杰介绍说

本次交易会上，中国电信还首次提出“打造 CDMA 产业运营体系”，中国电信将联合产业合作伙伴建立一个包括产品、管理、营销、服务、IT 等方面的 CDMA 终端产业运营体系，以保障 CDMA 终端规模发展这一目标的实现。来源：2012-6-18 飞象网

[返回目录](#)

中国电信将打造全球最大的手机交易会

业内人士透露，中国电信(微博)将在 6 月举行 2012 年规模最大的一次 3G 手机交易会。中国电信将在会上发布最新的天翼 3G 手机政策、以及智能手机最新流行趋势，同时将积极推动终端厂商、国代商、以及各省经销商采购上千万部天翼 3G 手机，这对下半年的天翼 3G 手机供应将产生重要影响。

这是中国电信举行的第四次 3G 手机交易会。2009 年中国电信在南京举行了首届天翼手机交易会，其后连续两年，中国电信都是在广东举行了天翼 3G 手机交易会。

每届天翼手机交易会都是 CDMA 产业链的一次整体亮相。在 2010 年，CDMA 终端产业链厂商达到 200 多家，参加天翼手机交易会的有 7000 人，而在去年，CDMA 终端产业链合作厂商达到了 400 余家，参加去年天翼 3G 手机交易会的人数也达到上万人。

随着 iPhone4S、诺基亚(微博)800C 的上市，中国电信已推出一系列功能强大、有特点、有品位的 3G 智能手机。这也标志着全球著名手机厂商已经全部加盟，CDMA 终端产业链已高度繁荣。正因如此，2012 年的这届天翼手机交易会，已经吸引了产业链合作伙伴的广泛关注。

据了解，目前，有来自于终端厂商、应用开发商、设计公司、经销商等上千家合作伙伴，已经通过交易会官方网站报名参展。离展会还有一个月，报名还在持续中，主办方预计将有数万人参加此次交易会。

值得关注的是，此次手机交易会上，中国电信还将推动国代商、各省经销商，零售商直接与智能手机厂商签订订货协议，通过交易会这样一个平台和契机，积极推动产业链合作伙伴的共同发展。据了解，本届交易会采购终端规模将达到上千万，这也将成为全球规模最大的手机交易会。

同时，主办方将联合终端厂商、应用开发商等，共同发布 2012 年智能手机的最新流行趋势。届时，将有更多潮流手机亮相于手机交易会。

截至 2012 年 3 月底，中国电信 CDMA 用户总数接近 1.36 亿户，其中 3G 用户增至 4355 万户。中国电信预计，2012 年，天翼终端市场规模将超过 8000 万部，其中智能手机超过 4500 万部，庞大的市场将吸引更多的国际、国内品牌进入 CDMA 终端市场。来源：2012-6-15 太平洋电脑网

[返回目录](#)

中国电信推 19 元 3G 卡 话费七折送 1G 流量

针对日前传出的中国电信(微博)将向全国高考生每人赠送 1G 手机流量一事,中国电信宣布正式推出名为“19 元 3G 卡”的预付费产品包,内送 1G 流量、每个月返还上个月 30% 的话费,相当于话费七折,且只在网上营业厅销售。业内认为,这应该是中国电信正式回应中国联通(微博)20 元 3G 卡之举。

话费相当于七折

中国电信于 13 日下午召集了相关座谈会,宣布了上述消息。

中国电信市场部相关人士介绍说,此次推出的“19 元 3G 卡”归属天翼飞 Young 品牌,主打年轻时尚人群,包括学生,但并不仅限于学生购买。

该 3G 卡的最大特点是内含 1G 手机流量,按照中国电信的说法,1G 流量大概相当于下载 3500 个常用软件;下载 340 首歌曲;在线阅读 1700 部 3 万字以上的书籍;浏览 20 万帧 WAP 页面,3500 页 WEB 页面;下载 35,000 幅图片;下载 200 部左右的短片;可以连续看 3 小时欧洲杯或奥运会赛事直播。

另外,该 3G 卡赠送最高达 1000 元的话费,每个月向用户返还上月话费的 30%,相当于话费 70%。

完全对准联通 20 元 3G 卡

此前,中国联通曾推出每月最低消费仅 20 元的“20 元 3G 卡”,迄今销售一直火爆,引发业内高度关注,此次中国电信推出的“19 元 3G 卡”在有些方面与中国联通“20 元 3G 卡”,类似,比如产品包都是 50 元,都是预付费。

另外,中国电信介绍,其新推出的“19 元 3G 卡”也是只在网上营业厅销售,不在实体营业厅销售,这一点也与中国联通的“20 元 3G 卡”一样。

显然,中国电信的“19 元 3G 卡”完全是瞄准中国联通“20 元 3G 卡”而来,两者的优劣还需要后续仔细比较才能得出。

同步推学生礼包

另外,北京电信透露,中国电信将在暑期面向全国 900 万高考生推出“飞 Young 学子礼包”,资费结构与 19 元 3G 卡类同,里面除了天翼飞 Young 套餐内的资费外,包含 50 元话费、1G 手机流量以及一张全国通兑的“预存 200 元,送 1999 元话费”优惠券。

中国电信历来高度重视学生市场,并于 3 月 1 日推出了专门针对年轻用户群的“飞 Young”品牌。在具体的营销动作上也是积极部署,针对暑期学生用户的使用需求较早推出了专门针对学生用户的礼包。

北京电信介绍说,2012 年针对学生市场推出的“飞 Young 学子礼包”的资费结构是:礼包包含 50 元话费,激活后一次性到账,自由使用;其次,赠送 1G

手机流，。6月9日-8月31日期间，高校学生携准考证、身份证至中国电信各营业厅即可办理。1G流量限北京地区使用，有效期自激活之日起三个月内有效；另外，自2012年7月15日起，高校学生凭礼包内全国通兑的话费优惠券进行自备机入网，还可享受“预存200元，送1999元话费”的优惠。来源：2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

中电信采购四千万手机幕后：3G 规模将超美国

对于近日中国电信(微博)联合渠道商采购4000万部CDMA手机，业内预测，这主要是因为中国在2012年将超过美国成为全球最大的CDMA智能手机市场。同时，中国电信3G手机将以智能手机为主，功能手机比例将日益减小。

业内规模最大的3G手机采购

位于广州的琶州会展中心是全亚洲最大的一个展览中心，建筑总面积70万平方米，中国电信的天翼手机交易会上连续两年都选在这里，可能也正是希望自己的规模与之匹配。

6月16日，尽管交易会已进入第二天，但现场仍锣鼓掀天、热闹非凡，人流密度似乎比北京每年的国际通信展还要密些。不过，由于琶州会展中心面积过大，中国电信的天翼手机交易会还只能占据琶州会展中心的一部分，而附近的几家著名酒店则因为此次会议的召开而爆棚。

由于只有中国电信有这种手机交易会，因此称之为“业内规模最大的手机交易会”并不为过。据悉，与以往不一样的是，本次天翼3G手机交易会分两种采购。一种是，在本届交易会开幕式上，中国电信将联合国代商、连锁卖场与终端厂商就共同签订智能手机采购合同；另一种是来自全国各省、市、县的经销商、零售商共计5000多家，在交易会期间现场与终端手机厂商自由洽谈、自由交易及签订订货协议书。

而最终，中国电信联合中邮设备、普天太力、天音通信、酷人通讯等四家国代商、以及苏宁、国美、迪信通(微博)、中邮时代等多家连锁卖场和终端厂商共同签署了采购确认书，总共涉及约4000万部天翼3G智能手机。与去年天翼3G手机交易会采购规模相比，此次参与采购的经销商、以及智能手机的种类，均远高于去年。

200家手机厂商参与分羹

中国电信副总经理杨小伟在致辞中表示，截至 2012 年 4 月，CDMA 终端产业链上游各类合作伙伴总数超过 400 余家，其中手机厂商突破 200 家，终端款数已经接近 1300 款。

诸多手机厂商也对 2012 年 CDMA 手机的前景非常看好，华为(微博)终端公司中国区总裁王伟君表示，华为终端和中国电信的合作，在过去的三年里是以定制机的发展战略为主，而且，每一步都跟着很紧，这也给华为终端带来了巨大回报。会上，中兴通讯副总裁沈力透露，此次中国电信 3G 手机交易会上，中兴通讯一口气同时发布了八款 CDMA 手机，其中，中兴通讯开始推出高端智能手机产品线——Grand 智观系列，而首款产品 Grand N970 选择的就 CDMA 制式，由此可见其对中国电信市场的认可。

天语手机做手机已 12 年，2007 年的时候，曾经单月手机出货量达到 270 万台，而现在，天语已是 CDMA 手机重要厂商之一。天语副总裁倪刚透露：在今天的交易会上，天语有幸有一款阿里云 OS 操作系统的手机，首单签约了是 50 万台，预计这款手机能够最终销售两百万台。

“其实对于 CDMA，大家都可看到中国电信已成全球 CDMA 第一大网络，此次不但是高通总裁来到会场，全球的很多 CDMA 运营商来到这个会场，这已经变成一个全球性的峰会”，宇龙酷派常务副总裁李旺如此总结说。

高通预测中国 CDMA 智能手机市场将超过美国

高通公司 CEO 保罗·雅各布在致辞中也承认中国电信已超过美国运营商在 CDMA 用户规模上全球第一。他表示，中国电信现在已经成为全球电信运营商中营收前 20 名的企业，成长非常迅速。

保罗·雅各布同时预测，2012 年，北美的智能手机有望销售 1.37 亿部，西欧有望超过 1.15 亿部，而中国将有望达到 1.4 亿部，2012 年，中国将成为全球最大智能手机市场。他表示，高通会进一步的努力，把手机的价格降下来，中国对于高通的 CDMA 业务来说是最为重要的市场，在这样的市场中，高通和中国电信是最紧密的合作伙伴。来源：2012-6-17 新浪科技微博

[返回目录](#)

王晓初：2012 年天翼终端需求量将超 8000 万部

在今日召开的“第四届中国电信(微博)天翼 3G 手机交易会”上，中国电信宣布将联合中邮时代、普天太力、天音通信、酷人通讯、国美、苏宁、乐语通信、迪信通(微博)等渠道商，以及诺基亚、酷派、摩托罗拉、华为(微博)、中兴、长

虹等终端厂商采购 4000 万部 CDMA 智能手机,其中通过四大国代商采购的比例将达到 80%。

中档价位智能手机是 2012 年突破重点

根据统计,截至 2012 年 3 月底,中国电信 CDMA 用户总数接近 1.36 亿户,其中 3G 用户增至 4355 万户,此次采购的天翼 3G 手机是下半年中国电信的主力机型。到 2012 年 4 月,CDMA 终端产业链上游各类合作伙伴总数超过 450 家,其中手机厂商突破 200 家,终端已经超过 1300 款。天翼终端市场的规模化发展也有力促进了天翼终端社会化运营水平,总量超过 8 万个的社会渠道销售网点覆盖全国。

中国电信董事长王晓初此前表示,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。其中,700 元到 2000 元的中档价位智能手机将是中国电信在 2012 年突破的重点。中国电信希望推进智能终端创新,引导和促进消费者生活工作方式变革。

四年 CDMA 终端款型翻两番

自 2009 年中国电信在南京举办首届手机订货会以来,这已经是中国电信连续举办的第四届大型手机交易会。从这四年的历程来看,到 2012 年 4 月,CDMA 终端款型已经由原来的 400 多款发展到 1200 多款,3G 手机累计销量超过 6000 万部,3G 智能机手机的销量超过 3000 万部,终端款型得到了极大丰富,终端销量持续提升

目前,中国电信已建成全球最大、覆盖最广、质量最稳定 CDMA 3G 网络,覆盖国内全部城市和县城,以及 3.3 万个乡镇和 45 万个行政村,在国家级景区、高铁、高速上也进行了良好的 3G 网络覆盖。

截至 4 月底,中国电信的 WIFI AP 数量达到 69.6 万个,公共热点区域无线局域网覆盖进一步扩大。中国电信的固定宽带接入用户数达到 9065 万,FTTH 覆盖家庭数达到 4082 万,4M 以上宽带用户占有率达到 57.6%。截至 4 月底,中国电信天翼移动业务用户总数近 1.39 亿户,是 2008 年刚接手时的 4.9 倍,其中 3G 用户总数达 4556 万户,3G 用户占比 32.9%。来源:2012-6-15 飞象网

[返回目录](#)

中电信与华谊跨界合作革新“微电影”商业模式

6 月 18 日,华谊兄弟与中国电信(微博)旗下天翼视讯宣布将在“微电影”产业方面展开全面合作。据悉,双方将依托中国电信 1.2 亿天翼手机用户和 8000 万宽带用户的用户资源,致力于打造国内最大的付费“微电影微剧”发行平台,

天翼视讯此举被视为成功向娱乐产业链上游的延伸，借助其付费视频服务的强大优势，开始对“微电影”产业商业模式进行革新。

艾瑞咨询(微博)数据显示，2012年国内通过手机收看影音内容的用户已过亿，两年后可望翻一番。据预测，5年内，微电影将形成千亿元的产业规模，成为文化产业新的重要增长点。

华谊兄弟在公告中表示，与中国电信的此次合作，将通过手机、PC、PAD以及互联网电视等平台，为创作者提供一个全新的收益渠道。

天翼视讯总经理康剑昨日也表示，此次和华谊兄弟强强联手，是双方布局“微电影”产业的重要举措。

业内表示，商业微电影提供付费发行平台，可以解决微电影制片方的收益结构单一问题。

“目前广告植入是微电影暂时唯一的盈利来源”，康剑昨日表示，“天翼视讯华谊微电影平台上线之后，将对优质的微电影进行收费运营，改变现有的商业模式。”

康健称，合作项目还将考虑拿出一部分资金鼓励有艺术性观赏性的微电影创作，希望与华谊的共同努力，在国内形成一个微电影良性运营模式，将微电影平台建设成为中国最大的微电影发行渠道。

苏州世东影视文化发展有限公司董事长许小征认为，在微电影井喷式发展的背后，如何破除既有的商业定制模式，寻找新的盈利模式是微电影发展亟待解决的问题。来源：2012-6-19 每日经济新闻

[返回目录](#)

中电信首提打造 CDMA 运营体系 将建促销员队伍

业内人士透露，中国电信(微博)已提出打造 CDMA 产业运营体系，涉及要建立大量的一线终端管理队伍、促销员队伍等。同时，中国电信希望继续大力推进 CDMA 手机商与渠道商之间的“直供”模式，即渠道商直接采购手机的比例将越来越大，而中国电信采购手机的比例越来越小。

提出要打造 CDMA 产业运营体系

据悉，中国电信 CDMA 产业链运营体系包括产品、管理、营销、服务、IT 等几个方面，比如，中国电信将联合手机厂商共同建立四个一线支撑队伍，包括终端管理队伍、店面管理人员、促销员和 3G 辅导员队伍。由运营商来筹划组建手机促销员等队伍，这在运营商里是罕见的。

同时，中国电信酝酿打造 5 个方面的终端运营所需要的 IT 支撑体系，具体包括终端管理系统、社会化销售系统、直供平台、零售激励系统、天翼手机网等。

而在营销体系方面，中国电信拟建立面向整个产业链的终端直供体系、零售支撑体系、体验营销支撑体系。

对于上述改革，中国电信相关部门表示，核心都是为了 CDMA 手机厂商提升销量，防止风险。

希望做大社会渠道直供模式

同时，中国电信提出要继续鼓励国代商推进渠道扁平化，压缩渠道层级，在具备条件的地方积极推进“直供模式”——即由国代商直接向零售终端供货，调动产业链末端的销售积极性。

中国电信一直非常强调销售渠道的最后环节——零售店。中国电信近年来通过统一采购减少了 CDMA 终端在中国电信自有零售渠道的销售比例。近日在中国电信 3G 手机交易会上，来自全国各地的 5000 多家经销商、零售商向上游供应商进行了直接订货。据统计，这些经销商的签约量总计达 1000 万部，全部为智能手机；同时，中国电信已经组织渠道厂商与终端厂商共同签订了 4000 万部手机的采购意向。这正是中国电信所希望的，令中国电信欣喜不已。

据悉，中国电信对 CDMA 终端的社会化运营态度坚决，中国电信将会继续采用统一营销和联合营销的模式，鼓励直供等渠道模式，推广体验营销模式，并协助非集采产品落地促销。来源：2012-6-19 新浪科技微博

[返回目录](#)

中电信 2014 年底将在欧洲五大市场提供移动服务

继上月底在英国推出移动服务之后，中国电信(微博)现在正集中于应对维持成功的服务所带来的挑战，并展望下一阶段在欧洲大陆继续扩张。

谈及 5 月 22 日中国电信在英国推出的 CTEcelbiz MVNO 业务，中国电信欧洲公司总经理欧岩(Yan Ou)表示：“这是我们的第一步。”CTEcelbiz 在英国移动运营商 Everything Everywhere 网络上运营，目标针对英国当地的中国人口。

“我们正在考虑向法国、德国、意大利以及西班牙推出这样的服务。”欧岩本周二表示。“在 2013 年下半年，我们将在法国推出业务。”他表示，法国的中国人口约有 70 万，是欧洲地区最多的一个国家。到 2014 年底，中国电信的服务将覆盖欧洲其他市场。

欧洲的五大市场聚集了 200 万中国海外居民，其中有 60 万是在英国。中国电信计划向该市场发展并提供服务。“我们将从 2012 年第四季度开始，在英国引进越来越多的增值服务。”欧岩说。

他同样表示，关于在英国的服务，中国电信仍有一些问题需要解决。例如，用户们需要手动安装他们的终端才能使用数据服务。欧岩表示，该公司将与多方合作伙伴共同合作，来使用户们更方便地使用服务。

此外，中国电信意识到，它们所服务的用户是一个对价格高度敏感的群体。“这是英国竞争非常激烈的一个市场。”欧岩说。

同样，中国电信将致力于创造客户忠诚度。达成该目标的方式之一是提供正确的资费计划，例如，向中国用户提供具有价格竞争力的捆绑语音、信息机数据服务“来维持用户们的忠诚度”。

中国电信预计该公司的本土竞争对手将会紧跟其步伐，在欧洲推出服务，因此，用户忠诚度将成为中国电信非常宝贵的一笔资产。谈及其中中国竞争对手中国移动(微博)和中国联通(微博)，欧岩说：“他们也会来到这里。”

这三家中国移动运营商在中国 13 亿人口中，总计拥有 10 亿移动用户，因此，他们或将在海外寻求增长机会。

然而，欧岩暗示，中国电信将不会参与他们、以及其他任何在英国提供相似国际长途电话服务的公司的价格战。

“我们想要保持市场的健康。”他说。“我们不欢迎在这里进行恶性竞争。”
来源：2012-6-13 中国通信网

[返回目录](#)

中国电信八大基地独立 部分基地将被关闭或合并

众所周知，中国电信(微博)八大基地将陆续剥离出来，成立独立公司。公司是以盈利为目的的，从电信中独立出来，就意味着公司要自负盈亏。近期，有消息人士称中电信八大基地，部分基地面临着关闭或合并的可能。

“中国电信八大基地 2009 年开始成立，到年底已经三年了。三年见分晓，现在就是看各大基地运营结果了。”据知情人士透露，“中国电信八大基地成立之初，就已经做好规划，一开始由集团给予支持，运营之后再考察其盈利状况，决定其是继续运营、关闭、合并或者是出售。预计在未来 6 个月内，电信集团将会进行评估，部分基地或是关闭或是合并。”

为了打造自主经营的移动互联网核心产品，中国电信 2009 年陆续在各地成立了八大基地。他们分别是浙江的阅读基地和协同通信基地、江苏无锡的物联网

基地和爱游戏基地、广东的爱音乐基地、上海的视讯基地、四川成都的天翼空间基地、福建厦门的动漫基地。2011年3月份中国电信又成立了创新业务事业部，负责八大业务基地的整体运营。可见，中国电信在向移动互联网探索新业务中的努力与创新。

经过3年的运营，各大基地发展状况不一。国企固有体制弊端对新业务的成长有害而无一利，所以，2012年3月份相关媒体证实中国电信八大基地正在进行独立的公司化运作，最终目标是实现独立后的分批上市。

就目前来说，中国电信上海的视讯公司发展很好，已经独立，获得招商集团旗下天正投资增资1.02亿元。中国电信内部人士透露，电信八大基地需要等市场成熟的时候再独立成立公司，具体怎样才算成熟，需要基地的判断。

而其他基地发展不一。“有些基地业务进展很小，纯属烧钱，或被关闭或被合并。”消息人士表示。

近日，在中国电信CDMA产业链高峰论坛上，中国电信创新业务事业部总经理肖金学对八大基地业务进行了盘点。位于广东的音乐基地预计到2012年年底访问数据突破一亿人次，而天翼视讯的目标就是要做到中国最大的收费视听平台。位于浙江的天翼阅读基地自订购收入快速增长，预计全年信息费收入超过1.5亿元。天翼空间用户数也突破了10万。而位于福建的动漫基地，注册用户不到2千万，肖学金希望通过2012年一年的发展，会有更好的发展。

中国电信通过引入外资独立运作的方式，完全将基地交给市场，而优胜劣汰永远是市场的法则。因此，物竞天择、适者生存，而不适者就要遭到淘汰。来源：2012-6-19 飞象网

[返回目录](#)

中国电信 CDMA 产业链手机厂商超 200 家 终端 1300 款

在今天举行的“2012年天翼3G手机交易会”的开幕式上，中国电信(微博)副总经理杨小伟在致辞中表示，截至2012年4月，CDMA终端产业链上游各类合作伙伴总数超过400余家，其中手机厂商突破200家，终端款数已经接近1300款。

中国电信董事长王晓初出席了开幕式，中国电信副总经理杨小伟说，中国电信CDMA用户总数达1.4亿，是2008年刚接手时的4.9倍，3G用户总数达4556万。CDMA销量也取得了快速增长，CDMA终端产业链持续繁荣。

“中国电信已建成全球最大、覆盖最广、质量最稳定3G移动网络”，杨小伟如此介绍中国电信的3G网络，他说，截止2012年3月，中国电信3G室外

基站数量已经超过 20 万个，3G 网络已覆盖至全国所有县级以上城市及 90% 的乡镇，包括全国 324 个城市、2055 个县、2544 个乡镇、42.1 万个行政村。

他同时表示，2012 年中国电信的“天翼 3G 互联网手机交易会”展会面积达到 40000 平米，，全球最大的手机交易会，参会专业人士达 20000 人，预计前来参观的消费者将达 22 万人，交易会规模再创记录。来源：2012-6-15 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国联通】

联通 72 小时限时装机今起推出

上海市民家庭上网再提速，上海联通今天宣布，将推出 100M 极速光网宽带，据悉，目前联通宽带用户平均带宽已经达到 10M，预计至年底平均带宽将达到 30M。在宽带提速的同时，上海联通今天还宣布，推出 2012 版家庭宽带新资费，大幅降低家庭上网宽带资费。

目前上海联通光网覆盖用户数达 226 万，计划年底平均速率升至 30M，光纤接入绝大多数小区。联通“沃家庭”为响应上海建设智慧城市的号召，推出了 50M、100M 极速宽带。根据 2012 年版上海联通沃家庭新资费标准，20M 宽带年付 1080 元，较之去年降千元。两年付 1944 元，每月平均 81 元。在宣布宽带提速降资费的同时，上海联通还承诺 72 小时限时装机服务，部分区域承诺 24 小时装机，市民只需拨打电话就可预约装机。来源：2012-6-15 新民晚报

[返回目录](#)

联通 6 月 19 日开放 20 元 3G 卡团购

为庆祝沃 3G 预付费 20 元卡上市 1 个月，中国联通(微博)网上营业厅(www.10010.com)发布公告，6 月 19 日 10 点至 6 月 21 日 10 点，期间所有参加团购的用户都能以 50 元的团购价格购买到原价 68 元的 20 元 3G 卡产品套包，含 50 元通信费、免运费。

网上专售 20 元 3G 卡是中国联通在 2012 年“5.17 世界电信日”举办的“首届沃 3G 网购节”上推出的，该产品最吸引用户在于其资不设定套餐内业务量，不限制用来打电话还是用来发短信，或者是 3G 上网，本地拨打 0.10 元/分钟，国内上网流量 0.0002 元/KB，每月最低消费只需 20 元。

20 元 3G 卡一经面世便受到了广大用户的强烈追捧,中国联通网上营业厅先后 4 次开放购买,销量突破 40 万张,创造了电信业乃至电商奇迹,成为中国联通在发展电子商务道路上的重要里程碑,也是中国电信(微博)运营商向电子商务产业迈出的标志性的一步。

此次是中国联通举办的首次团购活动,中国联通将在随机发放 20 元 3G 卡的官方限量纪念版“沃与众不同之月满团”卡套 888 套,获得限量纪念版卡套的用户均可获得中国联通送出的神秘奖品。6 月 21 日 10 点以后,20 元 3G 卡产品包将恢复至 68 元。来源:2012-6-18 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通拟定制 NFC 手机推动近场支付发展

中国联通(微博)内部目前已经形成共识,将采取措施增加 NFC-SWP 手机的渗透率,打破阻碍手机近场支付发展的瓶颈。

手机支付是移动电子商务的核心能力之一,三大电信运营商在获得支付牌照后,各自成立了专门的支付公司进行推广。虽然几大运营商都陆续在一些城市进行了近场支付的试点,但因为模式的多样化,到目前为止,仍然没有形成有效的市场反响和规模。

“移动近场支付的终端,总得形成一种市场接受的主流,但目前并没有。”联通支付相关人士表示,“因此联通选择主推 NFC-SWP,希望逐步形成一个群体。该人士认为,目前高端机带 NFC 功能的比例越来越高,但中低端智能机的比例仍然不足。而交通、校企、电子现金是近场支付或近场通讯的主要规模性应用,需要大量的中低端 NFC 手机,这也是中国联通认为要去重点推动的市场。

据悉,为推动这一市场的发展,联通很有可能会从定制机入手。

除中国联通,中国移动(微博)在 NFC 领域布局也正在进行中。2012 年早些时候,中国移动研究院已完成 NFC 全终端方案下全套的技术方案的制定,并已组织移动终端、SE、安全、POS、TSM、应用厂商进行产品的开发。

据飞象网了解,中国移动研究院目前正在根据国际标准,进行 NFC-SWP 技术规范制订和终端产品研发,并计划于 2012 年年底推出相应产品。来源:2012-6-14 飞象网

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴：专利战争突围者

通信领域的专利之争，早已弥漫看不见的硝烟。中兴通讯(微博)能在以专利和技术“高度密集区”著称的欧美市场逆势而上，靠的是在专利领域的持续发力。

“国际专利申请量是衡量一个企业国际创新竞争力的权威指标，是中国高科技企业参与国际竞争、争取国际市场的重要工具。”中兴通讯执行副总裁谢大雄表示，中兴希望通过持续研发投入和自主创新，不断增强自身知识产权实力，并最终实现技术和市场双赶超。

10%销售收入做研发

作为全球知名的电信企业，中兴通讯深知知识产权将成为市场竞争的核心，并以令人侧目的速度发力专利研发。

2012年3月5日，世界知识产权组织(WIPO)公布了2011年全球专利申请情况，中国企业中兴通讯凭借2826件PCT国际专利一举超越日本松下(2463件)，跃居全球企业国际专利申请量第一。

WIPO总干事Francis Gurry表示：“尽管普遍的不确定性影响全球经济，但全球企业的发明创新活动并未中断。去年的专利申请数字显示，全球创新活动正从北美和欧洲向亚洲转移。来自亚洲的专利申请占全球专利申请总量的39%。”

上述报告显示，2011年中国通讯企业在PCT国际专利申请方面表现异常突出。除中兴通讯去年以超过50%的增幅一举超越松下外，另一家中国企业华为(微博)也位列第三(1831件)，老牌欧美通讯企业爱立信(微博)(1116件)、诺西(332件)、阿朗(287件)分别排名第10、40、50位。

产品市场早已短兵相接，专利已成为企业之间竞争的“第二战场”，专利研发投入战也只会愈演愈烈，在这方面，中兴已未雨绸缪。

中兴通讯知识产权总监王海波对记者表示，专利这样的资产是一个需要靠不停的大规模资金的投入来维持的，这个数字一定是一个持续扩大的过程，我们对这个也作了充分的准备，无论是心理上的、财务上的还有战略上的，都作了比较好的准备。

“我们每年坚持以销售收入的10%以上，投入到研发中去，这个比例不仅是全球范围内非常高的，在整个通讯产业中我们也位居前列，最难能可贵的是中兴通讯从成立之初到现在，就我所知道的，大概是十几年如一日，一直是坚持这样

超大比例的投入。”王海波表示，“我觉得创新本身是需要一些很好的战略视野，但是同时也需要雄厚的资金投入，更需要持之以恒的投入，包括资金投入，也包括人力投入，还包括企业的坚持。”

对于中兴通讯最近 5 年 PCT 专利的迅猛增长势头，业内人士表示，中兴、华为两家中国通讯企业陆续取代全球其他几家国外竞争对手的市场份额是不可阻挡的大趋势，预计中兴通讯在即将开启的全球 4G/LTE 时代实现份额替代，并将于未来三年跻身全球通信企业前三甲。

海外专利布局提速

专利的国际申请是一项耗资巨大的活动，部署海外专利布局，早已成为实力者的角逐。

以在美国提交专利为例，在美提交一项专利初步申请需要约几千美元，整个流程走下来大约要花费十几万元。据统计，中兴通讯全球提交的专利申请超过 4 万件，并且这个数字还在不断快速增长中，可想而知，这是一笔多大的投入。

王海波向记者介绍，“在 2007 年、2008 年的时候，我们专利的国际化布局就已经加速启动了，因为在那个时间点，我们公司已经确立了欧美的高端市场的战略，既然要进入高端市场，这些市场最关注的风险和法律问题都是我们要解决掉的，而知识产权恰恰是成熟市场中最核心的部分，所以我们比较早的时候就已经开始大规模地进行欧美专利的布局，而且增长速度也非常快。”

事实上，自中兴 2008 年启动国际专利布局战略以来，近几年的步伐越来越快。2009 年，在全球专利申请量 30 年来首次下降的情况下，中兴以超过 50% 的增幅，成为 2009 年全球专利增幅最大的企业之一。2010 年年初，中兴获得由中国国家知识产权局与 WIPO 联合颁发的 2 项“中国专利金奖”，成为 20 年来唯一同时获得两项金奖殊荣的企业。在 WIPO 的榜单上，中兴国际专利申请排名在 5 年内实现“5 级跳”，从 52 位跃居至 2010 年的全球第 2 位。

据统计，截至 2011 年底，在中国通信业 2 万多件国际专利 PCT 申请量中，中兴通讯以近万件国际专利申请量占到一半。在这些成就的背后，是中兴通讯全球 18 个研发中心、28000 多研发人员以及近三年研发投入 200 亿元这样一个强大的“支撑群”。

“作为一家企业来讲，专利的全球储备是自身内在市场拓展的一种需求，如果它没有这样的知识产权匹配度的话，它在全球市场的拓展一定会遭遇到很大的问题，比方说会因为大量的知识产权侵权而退出市场，或者因为知识产权存在很大的风险导致客户的信任度和采购意向大幅度降低等一系列的问题都会出现。”王海波表示。来源：2012-6-16 华夏时报微博

[返回目录](#)

中兴发布高端智能机 N970

昨日，中兴通讯(微博)推出其高端智能手机系列 Grand，首推产品为 N970。据介绍，此次发布的 Grand 系列品牌定位高端市场。该系列的首款产品中兴 N970 支持 CDMA、GSM 两种网络制式。搭载最新的 Android 4.0 系统，配备了双核 1.5GHz 处理器，屏幕尺寸为 4.3 英寸。来源：2012-6-15 新京报微博

[返回目录](#)

中兴手机开推高端品牌誓言提高利润率

在中国电信(微博)3G 手机交易会前夕，中兴通讯(微博)宣布正式推出高端智能手机产品线——Grand 智观系列，价格在 2000 元左右，中兴通讯执行副总裁何士友表示，希望推出高端品牌提高利润率。

布局高端手机

中兴通讯于 6 月 14 日举行了 Grand 智观品牌发布会时表示，该品牌以高端旗舰型智能终端产品为主，是该公司谋局高端市场的发力点。

中兴通讯的首款 Grand 智观品牌选择了 CDMA 制式，配备 1.5GHz 双核处理器、4.3 英寸高清触摸屏，采用 1G RAM+8G 内存、800 万+20 万双摄像头，支持 CDMA/GSM 双模，机身厚度为 9.9mm，配置在业内确实属于高端。

在智能手机领域，中兴通讯去年推出了千元机品牌 Blade、后来也推出了中端品牌 Skate、现在再推出高端旗舰 Grand，中兴通讯完成了智能手机布局。

中兴通讯表示，首款 Grand 手机 N970 在中国市场首发之后，将在欧美市场全面上市，以进一步拓展海外高端市场。从 2012 年下半年开始，中兴通讯还将陆续推出 Grand 系列的四核旗舰型智能手机。

价格高未必是高端

中兴通讯推出高端品牌也有其苦衷。根据中兴通讯去年财报，去年中兴通讯利润率很低，业内认为与中兴手机的利润率低有一定关系，因此，中兴通讯多次表示要提高中兴手机利润率。

对此，中兴通讯执行副总裁何士友表示，要想提升盈利，就要提升产品档位。中兴通讯 Grand 系列高端产品的毛利将高于千元智能手机；虽然中兴手机销售规模增长迅速，但国内手机厂商的利润率与国际一线品牌相比还有较大差距。何士友认为，推出高端系列产品将是解决这一问题的关键所在。

他透露，中兴通讯以 Grand N970 为代表的高端旗舰产品将主要通过开放渠道销售。

对于 Grand 系列中兴手机为何定价 2000 元，何士友表示，中兴通讯的终端定价原则取自于市场，最重要的是让消费者能够接受。价格最贵未必就是高端。
来源：2012-6-15 新浪科技微博

[返回目录](#)

【华为】

消息称华为 5 月在美国裁员约 50 人

华为(微博)已经在其德克萨斯州普莱诺(Plano)以及美国其他驻所裁员了一些员工。该公司并未给出具体的裁员数字，但是消息人士称，5 月份华为在美国裁员了约 50 人，其中大部分是市场营销部门的员工。

当媒体与华为公司取得联系时，该公司给出了以下声明：

最近我们巩固并改进了我们的组织结构，来支撑美国的基础设施业务可获盈利。新的组织结构将使华为能继续向美国运营商客户们提供最优秀的技术解决方案，同时维持我们的成本结构。华为进军美国基础设施市场以及为美国运营商客户提供服务的承诺从未改变。

外媒称，或许华为的承诺并未改变，但是一位消息人士指出，由于华为仍在接受美国白宫情报委员会的调查，该公司的运营商客户变动性非常大。一位情报委员会发言人上个月告诉媒体，没有新的关于调查的内容可以披露。

美国政府对华为的调查使该公司的处境非常艰难。消息人士说：“联邦机构已经非常明确地表示，他们将不会在任何采用华为设备的网络上运行流量。”来源：2012-6-18 中国通信网

[返回目录](#)

华为宣布 Ascend C8812 在 50 天里零售破百万

在今天举行的会上，华为(微博)宣布，其为中国电信(微博)打造的第三代千元智能机主力机型、华为 Ascend C8812 上市 50 天后累计零售量已超过 100 万部，延续并再度刷新了此前华为 C8500“百日销售破百万”、C8650“60 天零售破百万”的销售记录，成为中国智能手机行业的又一个全新里程碑。

“华为 Ascend C8812 是中国电信第三代千元智能机的主力机型”，中国电信终端管理中心主任马道杰先生在庆典中指出，“50 天销量破百万的骄人成绩，为市场树立了全新的标杆，将对智能手机行业的竞争格局产生深刻影响。这不仅

体现出中国电信第三代千元智能机的巨大市场魅力，同时也将极大地推动智能手机的普及，提升消费者的 3G 使用体验。”

华为高级副总裁、华为终端有限公司董事长余承东(微博)表示，“华为 Ascend C8812 的优秀表现，再度彰显中国电信在千元智能机战略的前瞻性布局，同时也体现了中国电信和华为终端亲密合作的巨大力量。”余承东指出，“从 C8500 百日破百万、C8650 60 天破百万，再到 C8812 50 天破百万，华为终端所创造的每一个行业里程碑的背后，其根本驱动因素在于用户体验。C8812 颠覆了人们以往对于千元智能机的认识，全面满足了消费者对于速度、屏幕、操控等综合体验的要求，相信会有越来越多的用户选择它。”

华为 Ascend C8812 是全球首款搭载安卓 4.0 系统的千元智能手机，该机配备了 1GHz CPU、4 英寸 1600 万色 IPS 高清大屏、4G 内存，支持 5 秒快速开机、人脸识别解锁以及 180 度全景照相、摄像瞬间抓拍等强悍功能。自 2012 年 5 月初上市以来，C8812 凭借媲美高端产品的超强配置和不足千元的超高性价比优势，迅速引爆了国内千元智能机市场，是当下智能手机市场人气最旺的超级明星机型。

多年来，华为终端在与中国电信以及产业链伙伴的合作中不断开创新里程、书写新辉煌。从 2010 年首款百万级千元智能机 C8500，到 2011 年“60 天破百万”、累计销量超过 600 万部的 C8650，以及今天再度打破记录的第三代大屏千元智能机 C8812，在中国电信天翼品牌的带动下，华为终端快速超越，不断突破，成长为中国智能手机的领军品牌之一。自 2011 年 3 月起，华为 EVDO 手机市场份额稳居第一，整体手机份额保持全国前三。

根据上一代千元智能机 C8650 所创造的 600 万部天量销量，业内预计，华为 Ascend C8812 更为出色的产品配置和用户口碑，将有望打破 C8650 所保持的销量神话，创造中国智能手机行业新的销量奇迹。来源：2012-6-16 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为终端中国区计划 2012 年出货 5 千万台 220 亿元

在出现中国电信(微博)3G 手机交易会时，华为(微博)终端公司中国区总裁王伟军透露，2012 年前五个月华为终端中国区销售额超过 109 亿，其中手机销售额 100 亿，同比增长 193%。他预计 2012 年华为终端中国区整体出货量 5000 万台，其中手机出货 3000 万部。

华为终端预计中国区出货 5000 万台

王伟军是 2012 年才就任华为终端公司中国区总裁的，对于 2012 年的目标，他表示，华为终端在中国 2012 年的总体目标是希望整体发货量可以达到 5000 万台，当然在手机领域希望在 2012 年能够实现 3000 万的量，其中智能手机出货 2000 万部。

这一目标在各个方面比去年有 20% 以上的提升。2011 年，华为终端中国区整体出货量 4000 万台，手机出货量 2000 万部，其中智能手机出货量 1200 万部。

在销售额方面，王伟军透露，华为终端中国区 2011 年为 140 亿，2012 年预计为 220 亿，增幅 57%。

而对于已经过去的 2012 年前 5 个月业绩，王伟军表示，截止到 5 月份，华为终端整体发货接近 2000 万部，手机出货量超过 1000 万部，其中 80% 为智能手机。

希望以旗舰机树品牌

近两三年，依靠千元机，华为终端在中国 3G 手机市场的份额大增，不过，自去年开始，华为连续推出 Ascend P1、华为 honor 荣耀等更高档次的手机。对此，王伟军表示，这是华为终端的一种策略，总结起来就是“以旗舰机树品牌，以中高端扩份额，以精品机支撑规模”。

他说，华为目前也是在试水高端产品，2012 年华为公司在明确了大屏幕、大内存的手机战略，在渠道上也对高端产品探索渠道多元化道路，比如 Ascend P1 的渠道是和国包商天音、爱施德达成全面合作，同步发展联通、移动合约计划，这样，就构建华为高端智能机的多元化渠道架构，打破以往主要靠运营商渠道的模式。

他也坦承，要在开放渠道上销售得好，还是要靠手机本身的吸引力和品牌号召力。

对于与中国电信的合作，王伟军表示，华为终端会在低端、中端、高端产品线上同时出击。除了目前比较成功的千元机外，还会和中国电信一起，向广大的农村用户提供性价比高、又实用的手机。来源：2012-6-18 新浪科技微博

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚成研发开支反面教材

导读：MarketWatch 专栏作家普莱蒂(Therese Poletti)指出，诺基亚近期的研发开支投入巨大，但是收效甚微，这已经成为原本处境不佳的公司身上一重新负担。

以下即普莱蒂的评论文章全文：

诺基亚(微博)曾经是移动电话领域的王者，但是近期却步履艰难，而且让人遗憾的是，他们现在似乎还成了反面教材，证明大规模的研究和开发支出未必一定能够带来创新。

周四，诺基亚宣布了裁员万人以上的新计划，令市场大感沮丧，他们还宣布了公司现金情况不尽人意，以及第二财季亏损可能超过预期的消息。

诺基亚在美国的股票周四一路走低，最终跌幅超过了 15%。当人们仔细研究该公司的声明，发现有件事情可说已经是非常清楚了，即公司庞大的研发机构这一次并没有能够为曾经伟大的企业提供多少帮助。事实上，即便他们最近的成功，也不能归功于公司自己的研发人员，而是应该归功于与微软(微博)的合作，Windows Phone(微博) 7 才是 Lumia 手机热销的关键所在。

诺基亚目前由一位前微软高管埃洛普(Stephen Elop)领导，该公司宣布，作为他们最新重组计划的一部分，公司计划削减“某些研发计划”，这将导致公司在德国乌尔姆和加拿大伯纳比的运营机构关闭。2011 年，诺基亚总计投入了 56 亿欧元——以当前汇率计算相当于大约 70 亿 5000 万美元——用于研发，而公司 2011 年的总营收也不过只有 386 亿欧元。相比之下，倒是苹果的表现显得更为明智，他们投入研发的资金相对于营收的比例要低得多。

截至 9 月 24 日的 2011 财年当中，苹果投入的研发开支为 24 亿美元，而他们的营收是 1082 亿美元。

或许诺基亚有太多的计划最终都变成了画饼充饥——这些外人就无法完全了解了。可是，有一点是份额出清楚的：大量投资研发并非总能够保证未来的成功——如果这些计划一开始就指向错误的方向。来源：2012-6-15 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚北京市场份额首度回升

迪信通(微博)日前公布的 5 月通讯市场销售数据显示，伴随诺基亚(微博)Lumia 系列手机登陆国内市场，诺基亚北京地区市场销售占比由 6%提升至 10%，实现近一年以来诺基亚手机市场销售占比的首次增长。

迪信通市场部相关负责人介绍，在国内，有一部分用户的换机周期可能长达 2 至 3 年，而现在恰是由非智能机时代向智能机时代过渡的换代期，那些老用户对诺基亚品牌认可度很强，选择诺基亚 Lumia 手机似乎顺理成章。而对于一些尚不能接受后起的智能系机的用户而言，购买诺基亚老款塞班机型成为首选，这些都是近期诺基亚销售市场占比提升的主要原因。

与此同时，诺基亚对于国内市场的营销策略也做出调整，此前诺基亚多以只发售裸机的形式开拓国内市场，而从近期新品和后续产品的营销策略来看，诺基亚也已明显重视与国内运营商的合作。据了解，即将登陆国内市场的 Lumia 900 将全部为运营商合约机型，诺基亚公司也希望借此提升其在国内市场的份额。

在诺基亚份额稳步提升的同时，微软(微博)Windows Phone 操作系统也重新回到国内用户的视野之中。据迪信通 5 月销售数据统计，北京地区 Windows Phone 智能手机系统销售占比提升至 5.2%，而在 2012 年第一季度这一数据还仍然逊色。信通高级副总裁齐峰表示，虽然近期诺基亚北京市场销售占比有所回升，但在短期内仍不能形成突围之势。诺基亚目前所推产品型号较少，与此前偏“学生机”的产品定位不符。国内 Android 系统机型众多，且用户口碑良好，目前搭载 WP 系统的手机产品尚不能对其构成威胁。诺基亚若能加速新品投放频率、拓展机型数量可有效提升其市场份额。

据悉，诺基亚将于本月在国内发布 Lumia 900，该款旗舰版 Windows Phone 手机将支持即将推出的 Windows Phone 8 平台更新。来源：2012-6-13 中国经济时报微博

[返回目录](#)

诺西欲获巴西 4G 移动网络市场 1/3 份额

诺基亚西门子通信(微博)公司(以下简称“诺西”)拉美业务主管埃鲁奇奥·拜罗(Aluizio Byrro)周三表示，诺西希望在巴西最新的 4G 移动网络建设中获得超过 1/3 的份额。

巴西电信业监管部门 Anatel 即将拍卖首个 4G 业务牌照。拜罗表示，诺西希望获得巴西这一新市场的一定份额，与 3G 市场 35% 的份额持平。他表示：“我们并不希望失去任何的市场份额。”诺西拉美业务对该公司的营收贡献超过 10%。

拜罗表示，诺西正在与巴西本地公司进行合作谈判，从 9 月开始在巴西生产 4G 移动通信设备，帮助巴西移动运营商于 2014 年世界杯之前在巴西主要城市建立 4G 网络覆盖。巴西监管部门已经提出，4G 网络设备应当在巴西国内制造，这将促使各大电信设备商在巴西本土进行生产。

拜罗表示：“我们已经研究了在巴西进行生产的可能性，近期相关条件已获得了一定改进。”不过，诺西已经推迟了在巴西建设工厂的决定。拜罗表示：“下一个重要挑战是使巴西生产的产品具有足够的出口竞争力。”

诺西过去 1 年中已在全球范围内宣布了一系列裁员，包括在拉美裁员 3500 人。来源：2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚收购瑞典手机成像技术公司 Scalado

诺基亚(微博)周四宣布，将收购瑞典手机成像技术公司 Scalado，以及相关的开发人员、技术和知识产权。

诺基亚智能设备业务执行副总裁乔·哈洛(Jo Harlow)表示：“诺基亚已经与 Scalado 合作超过 10 年，他们贡献了许多领先的图像应用。这笔交易将整合我们在拍照设备方面的领先地位，以及他们在成像技术领域的专业性，使人们不仅能拍照，还能捕捉各种瞬间和情感。”

诺基亚 Lund 研发中心将成为诺基亚开发智能手机图像软件的关键研发中心，诺基亚 Espoo 和 Tampere 研发中心也将参与相关的研发工作。

Scalado CEO 哈坎·佩尔森(Hakan Persson)表示：“对很多人来说，这是一个重要机会，以展示在成像领域的领先地位，并塑造成像技术的未来。作为诺基亚的一部分参与这项工作将加强 Scalado 开发的技术和能力。我们很高兴获得这一机会，这是我们与诺基亚长期合作关系发展中自然的下一步。”

这笔交易预计将于 2012 年第三季度完成，交易完成还需满足一定条件。交易条款没有公开。来源：2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚证实 PureView 技术将移植到 WP8 平台

已经在诺基亚塞班 808 上亮相的 PureView(纯景)技术将移植到 Lumia 的 Windows Phone(微博)上来。诺基亚暗示，公司的其他系统也将配这款 4100 万像素的震撼镜头，但高管 Chris Webber 表示，在其他系统上看到 PureView 还需要一段时间。

Webber 没有透露具体时间，但表示正在与微软(微博)合作，以保证系统能支持 PreView 的图像。谈到 WP 市场份额不高时，Webber 表示，对于 WP 来说，这样的开局已经很好。诺基亚和微软掌握 WP 的未来，而未来一定要有几款独家的应用才行。

6 月 20 日，微软将召开 Windows Phone 大会，Windows Phone 8 将亮相。坊间传闻称 WP 8 将用诺基亚地图取代必应地图，其他功能上也将有许多改善。来源：2012-6-13 TechWeb 微博

[返回目录](#)

诺基亚推蓝牙耳机：借助 NFC 技术自动接电话

诺基亚(微博)推出了一款名为 Nokia Reaction 的蓝牙耳机，可以通过 NFC(近场通讯)技术实现自动接听。

虽然诺基亚并未就该产品发布官方声明，但却已经通过一段视频演示了这款耳机的功能和用户体验。例如，借助内置的 NFC 芯片，当耳机贴近用户耳朵时，便可以自动接听电话。

该耳机还内置了 3 个麦克风，除了通话用的麦克风外，另外两个可以消除背景音和自动调节音量。

借助 AlwaysReady 技术，还可以自动从手机模式切换到耳机模式，因此只需将耳机塞入耳朵即可继续通话，从而为用户提供便利。

诺基亚 2012 年 4 月发布了首款兼容 NFC 技术的 Lumia 手机——Lumia 610 NFC，但 Nokia Reaction 耳机也可以支持内置蓝牙模块的常规手机。来源：2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚 2013 年底前裁员 1 万人 出售奢华手机业务

诺基亚(微博)今天宣布，将在 2013 年底最多全球裁员 1 万人，削减 16 亿欧元支出；并宣布调整管理层，领导团队洗牌。

诺基亚宣布，到 2013 年底前，将在全球范围内最多裁员 10000 人。诺基亚在一份声明中称：“公司将继续专注于其智能手机和功能手机提供的独特体验，其中包括重点发展地理位置服务。

诺基亚的计划是：重点投资能够使 Lumia 智能机更加出众、吸引更多用户的产品和服务；投资地理位置服务，使其成为诺基亚产品富有竞争力的特性之一，并向新领域拓展地理位置平台；提升功能手机业务的竞争力和盈利能力。”

诺基亚宣布，欧洲私募股权基金 EQT VI 将收购该公司旗下的奢侈手机品牌 Vertu。

诺基亚还宣布收购瑞典成像技术公司 Scalado，以“巩固公司的成像业务”。据称，Scalado 的技术被用于超过 10 亿台设备上。

此外，诺基亚将继续研发 S40 和 S30 设备，并继续投资 Nokia Browser 等功能手机核心技术，目标是提供全球最省流量的移动浏览器。

作为裁员计划的一部分，诺基亚计划关闭位于德国 Ulm 和加拿大 Burnaby 的设施；还将关闭位于芬兰 Salo 的生产设施，但该处的研发中心将保留。该公司计划在 2013 年底前节约 16 亿欧元的生产成本。

管理层变动

诺基亚还对管理层做出如下调整：

朱哈·普凯达(Juha Putkiranta)将担任执行副总裁，主管运营；

蒂莫·托卡宁(Timo Toikkanen)将担任执行副总裁，主管手机；

克里斯·韦伯(Chris Weber)将担任执行副总裁，主管销售和营销；

图拉·莱迪拉(Tuula Ryttilä)将担任高级副总裁兼首席营销官，主管营销；

苏珊·希恩(Susan Sheehan)将担任高级副总裁，主管公关。

普凯达、托卡宁和韦伯将加入诺基亚领导团队(Nokia Leadership Team)，7 月 1 日起生效。

诺基亚还宣布，以下高管将从公司离职，6 月 30 日起生效：原执行副总裁兼首席营销官杰里·德瓦尔德(Jerri DeVard)；原手机业务执行副总裁玛丽·麦克道威尔(Mary McDowell)；原市场业务执行副总裁尼可拉斯·萨瓦德(Niklas Savander)。

财务影响和设备与服务部门展望

考虑到改革计划，诺基亚的目标是：到 2013 年底，将设备与服务部门的年度运营费用削减到约 30 亿欧元。此前的目标是，在 2012 年 53.5 亿欧元年度运营费用的基础上，将 2013 年全年运营费用削减 10 亿欧元以上。这意味着，除了 2012 年第一季度已经实现的节约 7 亿欧元的目标，诺基亚还要在 2013 年底前再压缩约 16 亿欧元成本。

诺基亚预计，由于更新了设备与服务部门的运营费用目标，因此到 2013 年底，将进一步产生与该部门重组活动相关的 10 亿欧元费用。此前宣布的重组活动已经在 2012 年第一季度末产生了总额约 9 亿欧元的费用。到 2012 年第一季度末，诺基亚与重组相关的现金流出约为 4.5 亿欧元。从 2012 年第二季度开始，诺基亚预计 2012 年与重组相关的现金流出约为 6.5 亿欧元，2013 年约为 6 亿欧元。在与重组活动相关的 19 亿欧元费用总额中，诺基亚预计非现金支出约为 2 亿欧元。

成本压缩措施的目的是，尽快恢复诺基亚设备与服务业务的持续盈利能力。

2012 年第二季度，竞争环境对智能设备业务产生了负面影响，程度超出预期。另外，尽管前景仍不明朗，但诺基亚预计竞争环境将在 2012 年第三季度继续对设备与服务部门产生负面影响。诺基亚现在预计，不按国际财务报告准则

(non-IFRS)计算，设备与服务部门 2012 年第二季度的营业利润率将低于 2012 年第一季度-3.0%的水平。此前的预期是与第一季度相似，或低于第一季度。

“ 诺基亚将大幅增加设备与服务部门的成本压缩目标，以支持今天宣布的精简战略。” 诺基亚执行副总裁兼 CFO 蒂莫·伊哈莫蒂拉(Timo Ihamuotila)说，“ 借助这些计划，我们相信设备与服务业务将走上明确的盈利道路。诺基亚计划保持强有力的财务地位，同时积极为股东创造价值。”

诺基亚将于英国时间北京时间今天晚上 8 点)召开电话会议。该公司将于 2012 年 7 月 19 日发布第二季度业绩。来源：2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

【其他制造商】

TP-LINK 进军智能手机

昨天，生产网络路由器的 TP-LINK 发布了首款智能手机 T882，售价定为 1250 元。

据了解，此次 TP-LINK 推出的 T882 搭载最新的 Android4.0 系统、1.4Ghz 处理器，采用一块 4.0 英寸 WVGA 级别、支持 AFFS 全视角的多点触控屏，配备 800 万像素主摄像头。来源：2012-6-14 京华时报

[返回目录](#)

摩托罗拉系统 2 亿美元收购 Psion

摩托罗拉(微博)系统公司(Motorola Solutions)周五宣布，将以 2 亿美元现金收购英国移动计算公司 Psion，从而拓展公司的行业客户。

摩托罗拉系统公司称，将以每股 1.36 美元(约合每股 88 便士)的价格收购 Psion，与 Psion 本周四 60.5 便士的收盘价相比溢价 45%。

摩托罗拉系统公司预计，该交易预计将于 2012 年第四季度完成。来源：2012-6-15 新浪科技微博

[返回目录](#)

Android 手机在欧洲五国销售比例达 60%

Kantar Worldpanel ComTech 最新数据显示 ,Android 系统智能手机主宰了欧洲主要市场的销售 ,在英国、法国、意大利、西班牙籍德国等五大国家的整体市场占有率从去年 5 月的 38.8% 上升到 2012 年 5 月的 60%。

据了解 ,五大国当中以意大利的市场占有率最低 ,为 47.4%。最高的是西班牙 78.4%。Android 在英国市场领先的情况已经维持了三个月 ,达到 52.5% ,去年同期的数字则是 48.3% ,其中三星(微博)占 56% ,宏达电占 29%。

Kantar 全球消费者洞察总监 Dominic Sunnebo 表示 ,由于欧洲的经济问题 ,年初 Android 的市场占有率曾经停滞 ,而在过去几个月销售情况在西班牙和德国出有了显著的增长。

由于经济的不景气和运营商的补贴偏低 ,导致智能手机在欧洲主要经济体的渗透率偏低 ,因此像华为(微博)这样销售低价智能手机的厂商也开始进军欧洲市场 ,截至目前 ,2012 年华为在德的销售量大约 20 万部。

而其它智能型手机系统 ,iOS 排名第二 ,不过由于各国市场的差异使其市场占有率呈现出很大的差异。例如 ,在英国 iOS 的市场占有率是 21% ,而在西班牙则只有 3%。

而 Symbian 在西班牙则从 42%下跌到 6.2% ,RIM 也在持续下降 ,Windows Phone7 则大约是 3% ,其中又以德国和美国市场表现最佳。来源 :2012-6-15 飞象网

[返回目录](#)

酷派升级“酷云”战略发布七款新型手机

6 月 14 日 ,宇龙酷派在广州举行主题为“ 双待世家 大观视界”为主题的新品发布会 ,发布 7 款 CDMA 智能新机 ,涵盖大观、商务双待、千元智能三大系列 ,这预示着酷派在 CDMA 智能机的研发方面取得全球性的技术优势。同时 ,酷派加速对云计算平台“ 酷云”的战略升级 ,作为酷派发力移动互联网的重要举措。据悉 ,此次酷派发布的酷云 3.0 版本 ,比苹果 icloud 更具本土化特征。

酷云 3.0 比 2.0 同步速度提升 10 倍

云计算作为核心技术平台 ,目前只有少数国际和国内品牌应用于智能终端 ,智能手机的快速发展推动了云计算服务在手机上的应用。酷派酷云平台是基于酷派终端的无线数据一体化(终端和后台的一体化)的解决方案和应用平台服务 ,内容包括日历、通讯录、通话记录、短信、备忘录、照片、文件、浏览器书签等应

用的即时同步与分享，为用户提供提供随时随地无缝访问各种内容和应用程序，是酷派对无线数据一体化在云计算时代的最新理解，也是酷派无线数据一体化终端战略的成熟平台。

据透露，酷派此次发布的酷云 3.0 版本相比 2.0 功能提升幅度很大，酷云 3.0 比酷云 2.0 同步速度提升 10 倍，同步 1000 条联系人只要 1 分钟左右；酷云 3.0 的流量消耗为酷云 2.0 的 1/3，同时，酷云 3.0 版本采取多重加密：账户加密、数据传输过程加密、云端数据存储加密，更加安全。酷云 3.0 版本与苹果最新发布的 iCloud 云计算平台相比，酷云的本土化特色更加明显，酷派的短信、通话记录等都可以同步备份，而苹果的 iCloud 却不行。

酷派副总裁苏峰表示，2012 年酷派加速在智能终端市场的布局，将推出近 30 款不同定位的 Android 智能手机，智能机出货量高达千万级，同时，酷派的移动互联网战略酷云+聚云计划，打造酷派移动互联网的核心战略平台，形成酷派的核心竞争力。苏峰进一步透露，到目前为止，酷派酷云平台的注册用户已经达到 500 万，是目前中国手机厂家最大的云计算平台之一。

酷云平台负责人表示，酷派酷云 3.0 版本，此次升级最大的特色，就是基于远程的控制和管理功能的提升，酷派是当前唯一提供实时手机云服务的中国手机公司，登陆酷派酷云账号或手机账号，用户即使将手机遗忘在家里，也可以通过酷派酷云平台，看到自己的未接电话和短信，并可以实现呼叫转移；同时，通过酷云，云端销毁设备数据/锁定设备，还能通过发布短信指令，远程销毁数据信息。

酷派打造全球最长产品线 发布 7 款 CDMA 智能新机

市场调研机构赛诺提供的数据显示，作为 CDMA 产业的老牌强势品牌，酷派在 EVDO 市场份额稳居产业前三名。据中国电信(微博)统计最新的 5 月份数据显示，酷派已经超越三星(微博)，居于 CDMA 产业的第二名。

2012 年酷派秉承一贯的高端商务路线，继续推行“明星产品精品策略”，打造高端市场的明星产品，建立品牌势能。据悉，酷派此次推出大观、商务双待和千元智能三大产品系列，重点布局云计算、四核、超薄、超大屏等技术领域，打造极具市场竞争力的核心产品。

酷派此次在 EVDO 制式全面发力，第二季度同步推出 7 款 CDMA 智能手机，将会在业界再次掀起智能手机风暴。酷派在 EVDO 领域推出 7 款 Android 产品，其中以明星产品大观系列为代表，其中大观 S 这款产品是全球最薄的双待机，厚度大约 7mm，成为全球双待机的新标杆；同时发布的另一款大观 NOTE 产品，5.3 英寸屏幕，硬件配置和体验比三星 GALAXY NOTE 更加出众；商务双待系列



和千元智能机系列以 5880、5870、5860+等产品为代表，打造具备强大竞争力的产品线梯队。

对于酷派在 CDMA 领域的目标和策略，宇龙酷派副总裁苏峰表示，酷派要继续保持 EVDO 领域前二名的市场地位，抢占智能机市场份额第一，以精品化、差异化作为产品规划方向，发挥酷派双待机技术的优势，加上酷云战略的持续推进，酷派在移动互联网的战争中将赢得更大的市场。来源：2012-6-15 新浪科技微博

[返回目录](#)

夏普联手鸿海 2013 年进军中国智能手机市场

一个月前夏普借力鸿海、在中国手机市场卷土重来的传闻，如今变为现实。夏普近日发布 2012 年度经营战略提出，2013 年将与鸿海合作，进军中国的智能手机市场。

6 月 8 日，夏普在日本举行了 2012 年度经营战略发布会。《第一财经日报(微博)》昨天(12 日)获得的这次发布会的中文版资料显示，夏普想在数字产品领域重塑竞争力。

夏普表示，液晶电视和手机等大宗商品化数字产品领域，已演变成由生产规模的大小来决定输赢的“实力游戏”。要想在这一领域获得成功，必须具有压倒性的生产规模。现在的数字产品行业早已不是一个“只靠技术就能取胜”的领域了。

因此，夏普决定与具有强大生产能力和采购能力的鸿海公司结盟，建立合作，通过重新调整业务结构，强化企划和市场营销能力，降低生产风险，在数字产品领域实现业务的扩张。

手机业务是合作的第一步。2013 年，中国的手机市场将迅速增长至约 3 亿台，智能手机将占其中的一半以上。针对中国市场，夏普从 2013 年开始，将以共同的平台、共同的工厂为基础，充分灵活运用鸿海的采购能力，向多家运营商投入多个型号的有竞争力的机型。

一位通讯业分析师指出，夏普手机自 2008 年进入中国市场以来，表现每况愈下，甚至比一些国产品牌还弱，“进入智能手机时代，它落伍了”。从 2013 年开始，夏普计划在中国大陆重新发售夏普品牌手机，手机将委托鸿海代工生产。鸿海旗下的富士康是苹果手机的主要生产商，智能手机制造经验丰富。

除了手机，双方还在彩电领域合作。鸿海向夏普采购液晶面板，从 2012 年第四季度提前至第三季度。鸿海客户中强有力的电视机生产厂家，已经开始瞄准

圣诞节销售旺季着手准备,在第三季度的7月至9月将完成面板采购的最终磋商。据此,夏普的十代线在2012年第三季度之后,工厂的开工率可望达到90%。

2012年3月,夏普株式会社决定向鸿海四家关联公司定向增发约1.22亿股新股,占夏普总股份的9.9%,鸿海成为夏普的大股东。与此同时,鸿海入股夏普十代线,获得一半产能。来源:2012-6-13 第一财经日报微博

[返回目录](#)

iPhone 热度下滑失去 Verizon 销量第一宝座

美国投资研究公司 William Blair 分析师安尼尔·多拉德拉(Anil Doradla)在一份报告中表示,摩托罗拉(微博)Droid Razr Maxx 本季度成为 Verizon 销量最好的智能手机,超过 iPhone。

如果数据准确,那么这将是 iPhone 首次在北美主要运营商市场失去销量第一的地位。根据多拉德拉的报告,iPhone 本季度在 AT&T 和 Sprint 仍是销量第一的智能手机。不过他同时表示:“我们的调查显示,苹果的发展面临压力,尤其是在 Verizon。我们认为,Verizon 正积极推广具有竞争力的 4G 设备。”

Verizon 已开始大力推广 4G 手机。例如,当用户致电 Verizon 询问 iPhone 4S 的情况时,Verizon 销售人员迅速指出 iPhone 4S 不支持 4G LTE 网络,并向用户介绍 4G Razr 和 Galaxy Nexus 等支持 4G 网络的产品。

多拉德拉表示,目前消费者并未因等待下一代 iPhone 的发布而推迟购买 iPhone 4S,不过这一问题将会在未来几个月中逐渐显现。他同时表示,并不担心 iPhone 的未来,而 4G 版 iPhone 的推出将成为苹果的重要发展动力。

换句话说,多拉德拉认为,iPhone 失去 Verizon 销量第一的地位仅仅只是暂时的。此外根据多拉德拉的报告,Galaxy Nexus 目前是 Verizon 销量第 3 的智能手机,仅次于 Razr Maxx 和 iPhone。来源:2012-6-14 新浪科技微博

[返回目录](#)

消息称高通为下一代 iPhone 提供 4G LTE 芯片

业界消息称,高通(微博)等芯片厂商正在为生产新一代 iPhone 而做准备。

新一代 iPhone 预计于 2012 年下半年上市,而高通将为该款 iPhone 提供 4G LTE 芯片。该消息称,高通将使用台积电的 28 纳米生产线,需要约 1 万片 12 英寸晶圆,占台积电 28 纳米芯片生产能力的 1/3。

该消息称，除了高通，博通、意法半导体、NXP、德仪和 OmniVision 也是新一代 iPhone 的零部件供应商。其中博通也将利用台积电的 28 纳米制造工艺，为新一代 iPhone 提供 WiFi 模块。意法半导体将为 iPhone 提供 MEMS 设备，而 NXP 和德仪将提供模拟 IC。

除了上述公司，Nvidia、Altera 和赛灵思等也是台积电 28 纳米生产线的客户，因此台积电很难满足市场需求，直至 2012 年第四季度将生产能力提高到每月 5 万片晶圆。

2012 年 3 月有报道称，苹果正在对新一代 LTE 4G iPhone 零部件合作厂商进行评估。巴克莱分析师预计，新一代 iPhone 将采用高通的 MDM9615 LTE 芯片。巴克莱分析师 5 月底还曾表示，Skyworks，安华高科技(Avago Technologies) 和 TriQuint 等为新一代 iPhone 的无线芯片供应商。来源：2012-6-15 新浪科技微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

2012 年中国将成全球最大智能手机市场

“2012 年天翼 3G 手机交易会暨移动互联网论坛”于 6 月 15 日在广州盛大召开，中国电信(微博)董事长王晓初和高通公司董事长兼 CEO 保罗·雅各布共同参加了于当天下午举行的“2012 中国电信 CDMA 终端产业链高峰论坛”。

保罗·雅各布在发言时首先向中国电信表示祝贺。“去年的这个时候，还不清楚中国电信和 Verizonwireless 哪家运营商是全球最大的 CDMA2000 运营商，现在已经非常明确了，祝贺中国电信成为全球最大的 CDMA2000 运营商。”

截至 2012 年 4 月底，中国电信天翼移动业务用户总数近 1.39 亿户，是 2008 年刚接手时的 4.9 倍，其中 3G 用户总数达 4556 万户，3G 用户占比 32.9%。中国电信的 3G 网络已经覆盖国内全部城市和县城，以及 3.3 万个乡镇和 45 万个行政村，在国家级景区、高铁、高速上也进行了良好的 3G 网络覆盖。

“增长潜力巨大”，这是保罗·雅各布对中国市场的评价。目前，北美的手机渗透率为 105%，西欧为 131%，而中国的手机渗透率为 72%。北美的 3G/4G 份额已经达到了 88%，而中国只有 22%。这样的市场也给了包括高通公司在内的产业链各方更多的遐想。

中国市场也正在为发展 3G 用户进行更大的努力，中国电信、中国联通(微博)以及中国移动(微博)都将千元 3G 智能机作为重中之重，可以说，平价智能手机带动了中国智能手机市场的强劲发展。“2012 年，北美的智能手机有望销售 1.37 亿部，西欧有望超过 1.15 亿部，而中国将有望达到 1.4 亿部，2012 年，中国将成为全球最大智能手机市场。”

终端产业的发展离不开高通这家芯片公司的支持，尤其是骁龙处理器更加快了智能终端的推出，据保罗·雅各布介绍，截至到 2010 年第四季度，共有 55 款基于骁龙处理器产品推出，而截止到 2011 年第四季度，这个数字已经超过了 300。来源：2012-6-15 中国通信网

[返回目录](#)

全球智能手机增势趋缓 操作系统之争或迎拐点

在消费需求增长、运营商补贴、网络的普及和完善等因素的推动下，智能手机价格不断下降、市场门槛也在降低，迎来放量发展期。市场研究公司 IDC 日前发布报告称，2012 年智能手机的出货量将达到 6.86 亿部，比去年增长 38.8%。不过，与去年 63% 的年增长速度相比，智能手机的增势已经有所放缓。

与此同时，智能手机市场大战正在上演，除了各厂商之间的激烈角逐之外，各大操作系统之间的竞争也日渐趋于白热化。虽然目前的市场格局相对稳定——谷歌安卓和苹果 iOS 在整个市场上处于绝对垄断地位，但未来，随着微软发展重心基本转移到 Windows Phone 上来以及各大手机商场的 WP 智能手机相继上市，WP 的市场份额必将有所提升，甚至可能与安卓和苹果相抗衡，届时智能手机操作系统之争将迎来拐点。

出货量比增 38.8%，2012 年智能手机增势将放缓

作为终端市场的一大热点，手机市场向来不乏关注者和分析者，2012 年即将过半，欲透过前半年的发展情况预估全年趋势的报告和数据层出不穷。著名市场研究公司 IDC 日前就发布相关报告称，预计 2012 年全球手机厂商的手机出货总量将会达到近 18 亿部，相比 2011 年的 17 亿部，同比小幅增长了 4%，创下自 2009 年以来最低的市场年度增长速度。

关于整体手机市场增长速度放缓的原因，IDC 认为主要是功能手机 2012 年的出货量将会大幅下滑 10%。此外，全球经济状况不佳也是因素之一，这导致许多手机用户继续保持现有手机，减少更新换代。与功能手机相比，智能手机市场的增长则在很大程度上抵消了功能手机市场的下滑——在运营商的大力补贴、产

品平均售价不断降低、消费者需求的增长等因素的影响下，预计 2012 年智能手机的出货量将达到 6.86 亿部，比去年增长 38.8%。

虽然与去年相比同比增长了近四成，表面看来，智能手机市场依然保持着高速扩张的态势，但情况却似乎并非那样简单。再来看一组数据。同样是来自 IDC 此前公布的数据显示，2011 年全球手机的总出货量达到 16 亿部，其中智能手机占 4.8 亿部，同比增长 63%，而在 2010 年这一数据为 52%。从这三个数据的对比中，我们可以看出，尽管全球智能手机整体市场仍将继续扩张，但经过一段疯狂增长时期后，其开始放慢狂奔突击的步伐，逐渐进入冷静发展期。

两强相争：谷歌 Android 与苹果 iOS 处于垄断地位

目前，在全球范围内，手机市场正在完成从功能手机过渡到智能手机的进程。虽然目前来看，功能手机的总体市场份额仍然比智能手机多，但在移动互联网大发展的背景下，智能手机取代功能手机是大势所趋。

在成熟市场上智能手机出货量趋于平稳增长，而在类似中国、印度等新兴市场上，智能手机则正在迎来爆发式增长期，智能手机领域的一场场大战不断上演，厂商之间的角逐十分激烈。

苹果、三星(微博)风头正劲。一家以创新著称，一家以整合模式制胜，尽管苹果和三星的发展模式截然不同，却殊途同归，在时下智能手机领域表现得相当出色，共同占据了全球智能手机市场的过半的份额和九成多的利润，堪称智能手机浪潮中的两个“巨鳄”。

诺基亚、黑莓(微博)能否力挽颓势？尽管在功能手机时代凭借着过硬的产品质量和良好的品牌等优势取得了显赫战绩的诺基亚和黑莓如今颓势尽显，但俗话说“瘦死的骆驼比马大”，两者还是保持有不错的实力。而且，黑莓手中还握有 BB10 这一重磅筹码，而诺基亚要报的 Windows Phone 手机发展势头也不错，未来两者能否东山再起犹未可知。

中国国内厂商借势崛起。日前咨询机构赛诺发布的 2012 年 4 月中国智能手机市场份额报告称，中国国产品牌总市场份额过半，时隔八年后在中国市场上终于再次与洋品牌打成平手，国产手机正在走向复苏。在国内“中华酷联”表现颇佳的同时，包括小米、百度、奇虎 360、阿里巴巴(微博)等在内的国内众多互联网厂商也纷纷涉足智能手机市场，一时间，互联网手机在市场上掀起了千层浪。这场智能手机潮流中，中国“智”造的光芒开始闪耀全球。

厂商之间的市场争夺战看点十足，与此同时，操作系统市场的竞争也走向白热化。目前，谷歌 Android 与苹果 iOS 在整个市场上处于绝对垄断地位。相关数据显示，2012 年一季度，Android 和 iOS 设备的出货量分别达到了 8990 万部和

3510 万部，共计获得 82% 的市场份额。其中，安卓的市场份额为 59%、iOS 为 23%，两强争霸的格局相当明显。

三强争霸：智能手机操作系统市场或迎拐点

市场发展总是在不断变化着的，智能手机操作系统市场更是如此。当下的市场上，虽然苹果 iOS 凭借着一系列 iPhone 产品的热销居于智能手机操作系统市场的第二位，而 Android 则因其开放性和免费性获得了很多开发者的青睐，市场份额高居首位，但巅峰过后出现下滑也是这两大系统势必要面对的局面。IDC 预测，谷歌 Android 的市场份额在 2012 年将会迎来峰值，此后开始逐渐下降，而苹果 iOS 今后的增长也将比较有“节制”。

在 Android 份额减少、iOS 相对趋于稳定的状况中，目前市场上拥有足够的潜力可以从中获益的将是微软 Windows Phone 系统。目前虽然 Windows Phone 的市场份额还不足以与 Android 和 iOS 相抗衡，但考虑到微软前不久刚刚关闭了 WM 应用商店，发展重心基本转移到 WP 上来，而且诺基亚 Windows Phone 系列产品也相继上市，这些因素都意味着 WP 的市场份额将进一步扩大。IDC 甚至预测，2016 年，安卓份额将降至 52.9%，微软 WP/WM 则将升至 19.2%，苹果 iOS 将为 19.0%。也就是说，在 iOS 相对稳定的情况下，WP 将会不断蚕食安卓的份额随着各大操作系统份额的此消彼长，可以预见，智能手机操作系统市场将很快迎来发展拐点，三强争霸格局也将逐渐形成。来源：2012-6-14 通信信息报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

广州行讯通手机软件昨上线 可查公交到站信息

“行讯通”手机软件昨上线 市民凭手机可享 11 项智能交通服务

对于在中心城区开车的车主而言，堵车无疑是他们经常会遇到的最大烦心事之一；而对于公交出行一族来说，想要搭乘的公交车什么时候到站是他们最关心的问题。今后，智能手机用户只要上网下载“行讯通”，就可以免费获得实时路况及公交车到站信息，从而有效解决这两大交通出行难题。

据悉，智能手机用户使用该软件，总计可以获得包括停车泊位、地铁服务、实时飞机火车信息查询等共计 11 项智能交通信息服务。

昨天下午，广州市交委与广州联通公司联合召开发布会，宣布“行讯通”智能综合交通信息服务手机软件正式上线。这也成为广州走新型城市化道路、发展智能公共交通服务的一个新创举。广州市政协副主席、市交委主任冼伟雄出席了昨天的发布会。

冼伟雄表示，此次推出的“行讯通”交通信息服务软件是中国联通(微博)的订制版本。下一步他们将进一步扩大推广应用，陆续推动中国移动(微博)、中国电信(微博)等其他通讯运营商推出适用的订制版本。

帮开车一族避开堵车

绿色代表畅通，橙色代表缓慢，红色代表拥堵。

记者昨天在发布会现场电脑大屏幕上看到，“行讯通”智能交通信息服务软件共分路况信息、实时公交、停车服务、的士查询、出行规划、地铁信息、航空信息、铁路信息、客运信息、驾培信息、交通资讯等 11 个功能模块。

在其中的“路况信息”功能模块，记者点开以后，手机屏幕上很快显现出一张广州中心城区的路网交通地图。与常规的地图不同，在这张地图上，全市各主要交通主干道，乃至每条主干道的不同路段，都被标注了绿色、橙色、红色以及灰色等不同颜色的色块。

地图主页面上的注释信息还标明了绿色代表畅通，橙色代表缓慢，红色代表拥堵，而灰色的路段则暂无数据显示。对于自驾车一族的车主而言，在开车过程中有了这款“动态导航仪”，他就可以及时根据车行前方路段的色彩信息，判断哪条路比较堵车哪条路不堵车，从而提早绕行“绿道”，避开堵车路段。

“出行规划”教你抄近路

系统会给出选择：一条是里程最短的路，另一条则是时间最短的路。

记者了解到，记者在手机屏幕上看到的全市路况交通信息，都来自市交委交通指挥中心的实时信息，相关交通拥堵数据每 5 分钟即可更新一次。

该软件还设置了一个“出行规划”功能模块。使用者只要在方框内输入自己所在的位置，或者想要从哪里出发的起始地点，并在另外一个方框内输入自己的目的地，系统就会自动告诉他两条路可以走——一条是里程最短的路，另一条则是时间最短的路。

公交啥时到站先知先觉

手机可以显示线路在各站停靠的实时情况，并自动更新最新停站位置。

除了实时的交通路况信息外，“实时公交”和“停车服务”等 2 个功能模块也是记者昨天在现场尝鲜体验较多的内容。

记者在“实时公交”模块内的“线路查询”方框中输入“70 路”公交车编码，手机屏幕上很快显示出该线路在营车辆在全程各站停靠的实时情况，并能选择自动更新最新停站位置。

城区 1200 停车场找位

该系统所使用和提供的实时信息均来源于交通部门的权威实时数据。

当记者再使用“行讯通”的“停车服务”功能，在方框内输入“天河”字样后，手机屏幕上又显示出了与关键词“天河”相关的所有停车场空余车位数、停车场位置、到达目标停车场的路线规划等信息，从而可以帮助自驾车一族找到最近的停车场停车，避免了车主们因为找不着泊位停车而不得不在马路上兜兜转的尴尬。据悉，昨天启用的“行讯通”“停车服务”大约涵盖了全市中心城区 1200 家经营性停车场的动态车位信息。

有关负责人告诉记者，“行讯通”交通信息服务软件是在广州市交委指导下，由广州联通公司推出的一款智能手机软件系统。只要是联通智能手机用户，都可免费下载使用。它也因此成为全国首个提供城市综合交通信息服务的手机软件。除了上述几大功能模块外，“行讯通”的智能交通信息服务范围涵盖了的士查询、地铁信息、航空信息、铁路信息、客运(长途汽车)信息、驾培信息、交通资讯等诸多领域，共计 11 个模块。

该负责人表示，该系统所使用和提供的实时信息均来源于交通部门的权威实时数据，是广州市区内唯一一家实时智能交通信息服务系统。其路网覆盖率超过城区 90%，信息准确率在 90%以上，达到市场类似产品的最高水平。来源：

2012-6-14 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

TD-LTE 杭州香港实现互通 首次实现国际漫游

在由中国移动主办的 GTI 第四次研讨会上，中国移动宣布已成功实现香港 4G 标准 LTE FDD 和杭州 TD-LTE 网络之间的双向漫游，这也是 4G 网络在全球首次实现双向、双制式漫游。

会上，中国移动香港公司董事长林振辉(微博)与中国移动浙江公司总经理钟天华共同演示了香港 LTE FDD 和杭州 TD-LTE 网络的双模终端漫游。中国移动副总裁李正茂表示：“这是全球首次 LTE FDD 与 TD-LTE 的漫游互通，表明我们已经可以用一款终端在 LTE 网络上，无论是 TDD 还是 FDD，随时随地获取服务”据悉，这是 LTE 发展历程中迈出的重要一步，这项业务的实现将使未来 LTE FDD 与 TD-LTE 用户在漫游进入对方网络的情况下，无需重新更换 SIM 卡或终端，能够直接享受 LTE 网络带来的高速、稳定与便捷的服务。不但将为消费者带来极大的便利，也通过 TD-LTE 与 FDD 二者的融合发展，带来全球统一的规模市场效应，促成 LTE 整体产业的规模化发展。来源：2012-6-19 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国移动杭州 TD-LTE 向普通用户放号 可租 CPE 体验

知情人士透露，中国移动(微博)杭州公司于近日开始对 TD-LTE 体验用户实施放号，体验用户要租用一台 TD-LTE 高速无线网关(CPE)。而新浪科技派员赴杭州实际体验后发现，中国移动在杭州已开始率先做全城覆盖，完全不同于以往的试验网。

杭州开放体验用户租机

6月18日，杭州阴雨绵绵，当地天气预报说是已经进入梅雨季节，但在杭州移动元通营业厅起来咨询 TD-LTE 租机业务的人络绎不绝。

这里实际上是杭州移动 4 个可办理 TD-LTE 租机业务的营业厅之一。为了让更多用户对 TD-LTE 有深刻认识，杭州移动于近日已经开通了 TD-LTE 租机业务，用户办理相关业务，租用一台 4G 高速无线网关(CPE)，就可以成为中国移动 TD-LTE 网络的全国首批“全城体验”用户。

华为(微博)是杭州 TD-LTE 的主要承建商之一，而此次放号的终端 CPE 也是由华为提供。

“CPE 就是一种将高速 4G 信号转换成平板电脑、智能手机、笔记本等移动终端通用的 WiFi 信号的设备，可同时支持多部终端上网，大小相当于一本书，在有 4G 信号覆盖的地方，插上电源就能使用，不必拉网线，使用和携带都很方便。在已经开通 TD-LTE 商用的美国、日本等国家，运营商也都将 CPE 作为 4G 商用的主要设备，”华为相关人士如此说。

而此次放号可使用的地方已经很广，杭州主城区大部分均已覆盖信号。据悉，杭州的下沙、滨江、萧山、余杭也正在建设 TD-LTE 基站。

目前采用 CPE 和 TDFi 设备

此前，3月30日，杭州移动率先在 B1 快速公交线路上开放 4G 体验网络，这是 4G 网络在国内首次尝试向社会开放，当时引起很大轰动。

6月18日，新浪科技再次派员登上杭州乘坐 B1 快速公交车体验 TD-LTE。华为相关工程师介绍，B1 快速公交上放置了华为 TDFi，其原理是通过 TD-LTE 实现 WiFi 网络回传，因此，在车上，只要具备 WiFi 功能的终端均可接入网络，无论是哪个运营商的用户。

而具体来说，每辆公交车上安装了两台 TDFi 设备，将 TD-LTE 网络转换成公交车内的 WiFi 网络，在 TD-LTE 终端缺乏的时候帮助用户通过智能终端利用 WiFi 进行接入上网。

而这种 TD-LTE 设备的功率很大，每台 TDFi 的设备可支持 64 位用户同时上网，因此一台公交车上可以支持最多 128 位用户同时上网。

公交车上实际体验

据悉，在杭州 B1 公交车上，TD-LTE 网络实测速率曾最高可达 117Mbps，在行驶中可达 30Mbps 以上，一辆快速公交车上可支持 26 路高清视频同时下载。

新浪科技在车上看到的实际速率稳定在 40Mbps 至 65Mbps 之间，同时看 4 路高清视频非常流畅，也同时可进行视频对话。

不过，华为相关工程师告知，普通用户乘坐杭州 B1 公交车最高速率只能 10Mbps，这是因为之前发现一些用户来回坐几个小时不下车，在车上一直下载电影，因此，对单个用户最高限速 10Mbps。据悉，每天 B1 公交车接纳约一万名体验用户，在这种情况下限速也很正常，而如果想更深体验 TD-LTE 的，则可办理租机业务。来源：2012-6-19 新浪科技微博

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

华谊与电信合作打造微电影频道

华谊兄弟昨日宣布与中国电信(微博)旗下天翼视讯传媒公司达成合作协议，共同在天翼视讯手机平台及 PC 业务平台建设并运营“微电影微剧频道”。

这意味着 5800 万天翼用户将可以通过手机看到华谊兄弟制作和引进的微电影作品。来源：2012-6-19 新京报微博

[返回目录](#)

百视通推高清机顶盒试水终端：或绕开运营商

百视通的“百万高清”计划终于落地了。

百视通新媒体股份有限公司日前宣布，成功研发高清 3D 智能云互联网电视机顶盒，这是国内首款高清互联网电视机顶盒，被昵称为“小红”。根据去年底百视通公司 CEO 陶鸣成透露的信息，2012 年预计在上海推出 100 万台高清互联网机顶盒，3 年内，规模在全国将达到 1000 万。

“小红”7 月将正式上市

在视听内容上，背靠上海广播电视台和百视通超过 35 万小时的视频内容库，“小红”为用户定制了电影、电视剧、娱乐综艺、体育等超过 5 万小时的高清视频内容，以及每年不少于 1200 场的体育赛事、1500 小时高清纪录片和随时更新

的影视剧等内容。除此之外，该机顶盒还有应用商城、游戏中心、电视购物、电视支付等模块，其中内置的“百视商店”是首个为电视屏幕定制的应用商店，目前已内置上百款应用。

根据规划，该机顶盒预计将于 2012 年 7 月上市，将以国美门店、淘宝电商、运营商联合推广等多种方式销售，售价暂时还未透露。

或将绕开运营商

不出意外的话，这款机顶盒将通过社会渠道进行推广，就像 DVD 一样作为消费电子产品销售，对于百视通的新媒体蓝图，这是一颗举足轻重的棋子。目前百视通全国的 IPTV 用户已经超过 1000 万，但基本都采用与电信运营商合作的模式。这让百视通在广电内部的地位有点尴尬。尤其是在三网融合试点之外的城市，百视通的 IPTV 全国牌照，在没有得到当地广电的许可时，并不能直接与当地电信运营商合作落地。

“小红”或将解决这个尴尬，《IT 时报》记者看到，这款机顶盒中内置了三种不同码率，可以根据不同网速自动调整影片画面质量；同时提供了多种支付工具，无论是点播电影，还是在线购物，都可以直接通过遥控器支付。这意味着，消费者家里只要有宽带和“小红”，就可以完成支付，而不必像现在的模式一样，必须由运营商代为收费，也就是说，通过机顶盒，百视通可以绕开运营商，直接获得用户的账户信息。

市场前景尚不明朗

去年国家广电总局发布了“181 号文件”，宣布“互联网电视内容服务平台只能接入到总局批准设立的互联网电视集成平台”，中国互联网电视就此被正名，7 家持有互联网电视集成业务牌照的企业成为“香饽饽”。与 CNTV、浙江华数等相比，在 IPTV 上先行一步的百视通市场运营和产业链优势明显。

然而，对于媒体出身的百视通，能否在消费电子市场上成功，市场前景也并不全是乐观。随着 OTT(互联网电视)概念渐热，各个家电厂商都推出了智能电视，其中内置华数、CNTV、百视通等平台是不少电视的卖点，同时乐视(微博)、PPTV 等视频网站也先后与牌照方合作推出了互联网电视机顶盒。

“一个是强大的拇指，其他的是看似没握紧的拳头。”一位智能电视分析人士对 OTT 市场如是分析。他认为，百视通推出机顶盒的目的，是不甘于只赚终端厂商的集成授权费，但自己盒子中的内容与集成了百视通播控平台的其它品牌盒子会有什么区别？“难道还搞差别主义？”如果内容一致，那百视通在消费电子市场的竞争力不一定强过康佳这些浸淫多年的电视机厂商。来源：2012-6-18 IT 时报微博

[返回目录](#)

【电信网络】

广州白云区全区部署 Wifi 接入点

白云区目前正在开展面向社会公开征集 300 个无线上网接入点工作。据估算，这批无线上网点将覆盖全区所有街镇，覆盖面积超过 75 万平方米，能同时满足 3 万用户在线使用。开通后，将向市民免费提供 24 小时不间断、不限流量的无线宽带网络接入服务。用户可以通过笔记本电脑、带 WIFI 功能的手机等智能终端在 WIFI 信号覆盖区域内，以无线连接的方式接入互联网。

据了解，同德围地区已被列为本次无线城市建设的首选对象，目前已初步确定了包括同德街政务中心、同德街社区服务中心、西城鞋服基地、惠民商业广场等在内的 30 个无线接入点，预计全部接入点将在 9 月底前全部开通。记者还了解到，这 30 个接入点不影响其他接入点的征集，市民可以推荐同德围地区其他接入点位置。

本次征集活动是由白云区科技和信息化局具体负责组织的，征集时间是 6 月 10 日至 6 月 30 日。市民可以将推荐的无线上网接入点的名称、具体范围、推荐人姓名、联系方式等信息，通过传真、电子邮件或纸质材料等方式发送至白云区科技和信息化局。市民可以登录白云信息网(www.by.gov.cn)查看征集公告，也可以致电 020-36313623、36313586 了解相关情况。来源：2012-6-14 信息时报

[返回目录](#)

中国 TD-LTE 试验网基站数 2012 年将超 2 万

2011 年 5 月，中国移动(微博)即在全国 6+1 个城市开启了 TD-LTE 的一阶段测试，目前扩增至 9 个城市的 TD-LTE 二阶段测试正在进行当中，且深圳、杭州、广州等城市已经达到了商用水平，并进入客户体验阶段。中国移动总裁李跃表示，中国移动将在 2012 年全面扩大 TD-LTE 规模试验和部署，在 9 个试点城市建设超过 2 万个 TD-LTE 基站。而到 2013 年，中国移动将建成 20 万个 TD-LTE 基站，覆盖 2 亿用户。

系统化测试确保现网应用

通过去年 TD-LTE 6+1 城市的规模试验，TD-LTE 已经形成较为完备的国际化产业链，其单模芯片终端亦可长时间稳定工作，同时亦表明 TD-LTE 技术、产品、组网性能和产业链，均具备进一步扩大建设规模和商用的条件。

2012年2月,TD-LTE第二阶段测试开启,这一阶段主要针对基于3GPP R9标准的系统设备和包含TD-SCDMA在内的多模终端开展测试。之后,TD-LTE系统设备厂商在现网环境下进行了与现网TD-SCDMA互操作测试以及多模终端测试。目前已有厂商陆续完成了第二阶段的测试,各项性能基本得到验证。

TD-LTE第二阶段的测试亦接近尾声。

TD-LTE 普及仍需市场培育

虽然TD-LTE的各项测试仍然有序进行当中,然而工信部亦公开表示,短期内不会发放4G牌照。与此同时,相比LTE FDD而言,TD-LTE的产业链成熟度仍然有限,且终端芯片仍然不成熟。与此同时,TD-LTE的频谱资源稀缺,虽然目前中国移动在积极推进基于TD-SCDMA网络向TD-LTE的演进,然而在基站设备上,仍无法对TD-LTE网络有效支撑,而TD-LTE新建基站仍属少数,亦需要一段时间的网络建设期。

Link:

承建商:6大设备商

华为(微博)承建了深圳、杭州的TD-LTE试验网络,并在两地开展了TD-LTE二阶段测试,针对网络体验华为创新性推出了TDFi解决方案,利用TD-LTE无线回传替代有线回传,有效解决WLAN部署最后一公里问题,在提升TD-LTE网络资源利用率的同时,也加速了现有网络热点区域的数据分流。

广州TD-LTE试验网由中兴承建,该网络整体网络架构采用HetNet组网方案,即宏微结合以Small Cell为主的立体组网方案,采用Micro/Pico/Femto等微站型与宏覆盖设备形成立体网络架构,适度采用C-RAN方案,为未来引入实施CoMP+eICIC策略做好网络结构准备。

深圳的另一部分TD-LTE试验网由爱立信承建,目前其已顺利完成TD-LTE一阶段、二阶段测试。爱立信针对TD-LTE网络还推出了VGO机器人的创新应用,利用TD-LTE技术高带宽、低时延的特点,可对其进行远程操控并可进行视频通话,未来将用于远程监护、远程诊疗、远程教育等领域。

基于其lightRadio创新架构,上海贝尔(微博)承建了上海的TD-LTE试验网,针对二阶段试验中的R9测试,上海贝尔选取了浦东南路这一具有典型密集城区场景的地区进行测试。在复杂的无线环境下验证了TM8(双流波束赋型)这一结合了Beamforming(波束赋型)和MIMO(多入多出)技术。

大唐移动承建了南京TD-LTE试验网以及北京TD-LTE示范网,建设了惟一的高速公路(南京机场高速)覆盖网络,完成了高速公路场景的组网方案和相关测试验证,两网目前均已开展业务体验。

诺基亚西门子通信承建了 TD-LTE 杭州和厦门规模外场试验网，诺西在杭州设立了 TD-LTE 研发中心，模拟真实场景的 TD-LTE 体验中心能够展示基于 TD-LTE 技术的创新应用，包括在线高清视频、在线游戏、即拍即传等高速移动宽带业务，为人们描绘了 4G 技术在家庭娱乐、移动办公、行业监控等方面的应用前景。来源：2012-6-18 通信世界杂志

[返回目录](#)

TD 六期年底启动 基站建设规模为五期 2.4 倍

中国移动(微博)正在酝酿启动 TD-SCDMA 六期网络建设(简称“TD 六期”)，预计 2012 年第三季度完成规划，四季度启动招标，TD 六期基站建设规模将达到 12.7 万个，是 TD 五期的 2.4 倍。

随着移动互联网的快速发展，对移动网络质量的要求越来越高，中国移动在 TD-SCDMA 上的投入也在跟进。从 2009 年至今，中国移动对 TD-SCDMA 的总投资达到 1945 亿元。同时，中国移动自 2009 年初开始，连续每年在全国开展“TD-SCDMA 网络质量大会战”，以推进 TD-SCDMA 网络建设与优化工作，进一步提升 TD 网络业务服务质量。

从前期建设规模来看，截至 2011 年底，中国移动已基本实现 TD 网络对国内地级市、县级市和县城主城区的连续覆盖，城区面积覆盖率达到 80%。据最新统计，目前，全国 TD 覆盖区域内平均掉话率降低至 0.31%，无线接通率提升至 99.4%，切换成功率提升至 98.2%，各项核心指标已达到甚至超过 2G 和其他 3G 通信系统水平。

根据工业和信息化部对 TD 网络建设要求，TD 覆盖率要达到 60%。而要满足这一要求，基站规模至少达到 40 万个。而中国移动前五期 TD 网络建设，累计基站数达到 27.3 万个。而中国移动也推出到 2014 年 TD 基站达到 40 万个的目标据了解，TD 五期建设基站 5.3 万个，其中 4 万个室外宏基站和 1.3 万个室内分布系统。根据计划，中国移动将在三季度完成 TD 五期建设。上述消息人士透露，TD 五期有望提前到 2012 年 7 月完成。

中国移动高层近日透露，拟定在 TD 五期建设之后展开 TD 六期建设，TD 六期将主要完善室内覆盖，实现 TD-SCDMA 精品网络的目标。“如果在 2012 年下半年~2014 年建完 12.7 万个基站，仅 TD 基站的建设规模就是 2011 年~2012 年三季度 TD 五期的 2.4 倍。”银河证券表示，如果按这个进度，主设备商业绩 2012 年无法受益 TD 六期，但上游的射频器件厂商将提前受益。

在布局 TD-SCDMA 网络的同时，中国移动也开始大力推动 TD-LTE 网络的建设。据了解，中国移动 2012 年将进一步扩大试点规模，并计划 2013 年通过新建和升级两种模式，使 TD-LTE 基站规模超过 20 万个。香港地区商用服务将在年内推出。2012 年 5 月 17 日，中国移动已在广州、深圳、南京、北京、杭州面向大众开启 TD-LTE 高速体验。来源：2012-6-13 通信产业网

[返回目录](#)

TD-LTE 将推动微站发展 主要用于补充室外盲点

近日，在“2012 TD-LTE 组网技术研讨会”上，中国移动(微博)研究院无线通信技术研究总所刘光毅表示，TD-LTE 系统的控制和业务信道均已充分考虑了抗干扰设计，其目标是同频组网，并已在规模试验中得到验证。

刘光毅表示，多天线是 LTE 的核心技术，可大幅提升系统性能。多天线的选择需要综合考虑各方面因素，比如网络性能、后续发展潜力，主要涉及建网难易程度、成本、维护优化难度和已有天线的利旧因素。

FDD 由于无法获得信道互易性带来的增益，且主要采用 700MHz 组网，覆盖性能好，故主要选择 2 天线，而采用 8 天线的尺寸过大。考虑既有网络的实际情况，国外 FDD 运营商多采用与 WCDMA 共用 2 天线的方案。而 TDD 具有信道互易性的特点，8 天线可以充分发挥 TDD 的性能优势，提升组网的效率。在 TDD/FDD 混合组网时，运营商可采取由 FDD 提供覆盖，TDD 提供容量的方式进行组网。TD-LTE 主流工作频段为 2.3G 和 2.6G，1.9GHz 上的 PHS 运营商也正在积极寻求产业支持转向 TD-LTE。刘光毅指出，在引入 D 频段后，天面资源和 RRU 安装空间将更加紧张，可以利用有源一体化天线降低天面安装条件，简化天面环境。

TD-LTE 深度覆盖能力是影响 TD-LTE 网络性能的关键因素。TD-LTE 为了满足各种场景下的组网需要，需要使用灵活的站型。

目前，针对 TD-LTE 室内覆盖手段有多种方式，包括通过室外宏基站进行对室内的覆盖。室内用户与室外用户共享宏基站容量，目前，TD-LTE 分布式宏站已经成熟，这种方案部署迅速成本低。除此之外，室内覆盖采取室内分布系统，信源可包括分布式基站、Pico RRU，室内基站提供独立的容量，能够更好地发挥 MIMO 系统的优势。

刘光毅指出，针对深度覆盖的其他各种站型如微站和 Pico 基站的产品化需要加快开发，“下一步我们将推动微站的发展”。

据了解，TD-LTE 微站产品类型包括一体化微站和微 RRU+BBU 两种类型，应用场景主要是室外补盲/补热，或作为中小建筑物的信源。微站具有部署快速灵活、性价比高的综合优势，后续微站产品需考虑天线和结构一体化设计、支持无线回传及采用 SoC 方案等进一步提升微站产品的易用性和性价比。

而 TD-LTE Pico 基站主要应用于以咖啡厅、酒吧、办公室等室内公共场所为主，产品形态采取一体化结构(基带、主控、传输、射频一体)，与企业级 Femto 极为类似，但无需支持 CSG 相关功能及 GE 传输方案外的其他回传方案。

在 2012 年年初的 MWC 上，中兴通讯(微博)发布了其 TD-LTE 多模 Pico 基站，作为宏覆盖的补充，Pico 基站可提供网络的深度覆盖和容量卸载，和宏站、微站、Femto 等不同形态的基站共同配合，实现分层组网。

刘光毅称，Pico 基站具有低成本、易部署的综合优势，Pico 基站产品需考虑 SoC 设计、支持 WLAN AP 等进一步提升微站产品的性价比及应用范围。来源：2012-6-14 通信世界网微博

[返回目录](#)

IPv6 撬动物联网五千亿市场 商业模式瓶颈待突破

随着全球范围内的 IPv6 日前正式启动，下一代互联网向 IPv6 迁移已势在必行，以 IP 地址为基础的物联网产业有望率先驶上发展快车道。在我国，下一代互联网发展路线图已上升至国家层面，包括三大运营商、设备制造商、互联网公司以及行业应用商等在内的产业链各方均加速布局 IPv6。

“给地球上每一粒沙子都分配一个 IP 地址”，IPv6 带来的海量地址将真正把互联网从人人交互、人机交互，推向未来的物物交互阶段，这意味着困扰物联网行业规模发展的地址瓶颈逐渐突破。与此同时，据《上海证券报》报道，2012 年发改委物联网专项投资规模有望达到 6 亿元，重点投向核心技术产品研发、应用示范工程和公共服务平台的建设。网络基础瓶颈的突破以及政策持续利好给了物联网产业链巨大的刺激，未来几年产值数千亿元的蛋糕将真正落地。

IPv6 规模商用，利好物联网产业

经过多年的铺垫，IPv6 终于迎来商用的曙光。2011 年 12 月，国务院召开常务会议，研究部署加快下一代互联网产业发展。2012 年 3 月，国家发改委、工信部等七大部委联合制定了《关于下一代互联网“十二五”发展建设的意见》，明确提出了基于 IPv6 的下一代互联网发展路线图和时间表。5 月初，国务院常务会议再次研究加快部署下一代互联网，重点工作是研发下一代互联网关键芯片、设备、软件和系统，推动产业化。

近一年来，政策持续加码，强势激活了 IPv6 产业。作为下一代互联网发展的主力军，三大运营商均明确了各自的 IPv6 计划。IPv6 的规模商用为移动互联网、云计算等一大批新兴信息产业的发展扫除了障碍，其中，物联网产业率先受益。

除了人机互联外，物联网时代最大的特点就是能够实现机器与机器的互联，而互联网协议 IP 地址是网络设备连入网络的唯一标识。工信部电信研究院报告显示，未来 5 年我国将需要海量 IP 地址，其中物联网预计需求量为 100 亿。

与 IPv4 相比，IPv6 具有更大的地址空间，能够连接几乎无限数量的设备。IPv6 的大规模商用将首先破除地址匮乏这一困扰物联网规模化应用落地的最大瓶颈。届时，除了电脑外，家用电器、汽车、窗帘等都将成为网络世界的一部分。

同时，IPv6 的地址容量为 IP 和物联网终端实现一一对应提供了技术上的可能，提高了物联网的安全性、终端的多样性和移动性。

下一代互联网提速，撬动物联网 5000 亿市场

物联网产业是加快结构调整和转变发展方式的重要途径和举措，也是提升国家竞争力、抢占新一轮全球竞争制高点的战略选择。目前，我国物联网发展与全球同处于起步阶段，在安防、电力、交通、物流、医疗、环保等领域已经得到应用。据不完全统计，我国 2010 年物联网市场规模接近 2000 亿元。

IPv6 的商用是下一代互联网的起点。中国工程院院士邬贺铨指出，如今，互联网发展进入了以宽带化、移动化、泛在化为表征的下一代互联网时代。下一代互联网比现在的互联网快 1000 倍以上，使用更安全。IPv6 为物联网设备提供了门牌号，下一代互联网则是物联网发展的网络基础，物以网聚是形成开放产业生态体系的关键。在以 IPv6 为基础的下一代互联网支持下，物联网产业的发展速度将加倍。据工信部预测，2015 年我国物联网市场规模将逾 5000 亿元，2020 年将达到万亿元级，预计未来 5 年复合年均增长率超过 30%。

与此同时，产业利好政策密集发布，资金、税收等配套优惠政策接踵而至。日前，发改委发布《关于组织实施 2012 年物联网技术研发及产业化专项的通知》，拨款 6 亿元着力突破制约我国物联网发展的关键核心技术。去年由财政部、工信部联合启动的物联网发展专项“十二五”期间将累计发放 50 亿元。预计 2012 年资金支持规模将达到 10 亿，这意味着 2012 年涉及物联网的专项基金将达到 16 亿。

政策利好释放了产业的潜力，产业链各方已应势而动。其中，三大电信运营商均将物联网业务提升至战略层面，并为此制定了相关的战略规划。随着宽带中国战略的开展和 3G 市场的高速增长，物联网的规模化应用或破茧而出。

模式之困凸显产业链合作重要性

虽然物联网属于战略性新兴产业，各级政府支持力度空前，IPv6 等的逐步商用突破了其发展技术瓶颈，但物联网在投资市场却叫好不叫座。从物联网产业本身的发展看来，困扰产业发展的瓶颈不在技术层面，而在商业模式。物联网产业链建设纵向很长牵扯到上下游，横向很宽牵扯到各行各业，各环节找不到清晰的盈利模式减弱了推广的动力。标准不统一，行业壁垒的存在，使得产业链无法形成合力，限制了大规模商用进程。

当前物联网产业背靠政府支持，公共管理和行业示范性应用成为培育市场的重点，但市场碎片化严重。产业步入良性循环需以市场为导向，以应用为驱动，科研机构、芯片生产商、终端生产商、系统集成商以及电信运营商等产业链各方探索各司其职、各取所取、深度融合的共赢商业模式。

事实上，物联网应用商业模式的瓶颈也在一定程度上折射出了 IPv6 规模发展的难题。与物联网的长产业链相似，IPv6 的部署也是一个系统工程，涉及到终端、网络、应用、管理和运维。短期内 IPv6 缺乏内容支持和合理的商业模式，意味着运营商等前期的巨额投入将承担较大的盈利压力。中国电信(微博)广州研究院副总工徐建锋认为，“目前 IPv6 产业链停顿的原因，是缺乏用户规模，如果达到 300 万活跃用户时，产业就能进入良性循环的起点。”可以看到，三大运营商也将不低于 300 万用户规模作为近一阶段发展的基线。

对于任何一个新兴产业的发展而言，用户和应用都是急先锋，而这非产业链一方所能驱动。打破行业发展瓶颈需要产业链上下游之间展开紧密合作。来源：2012-6-13 通信信息报

[返回目录](#)

【终端】

中国移动在库 TD 机型近 400 款

为了抢滩智能机市场，中国移动(微博)持续提升 TD 网络覆盖水平，推动 TD 终端产业快速发展。据了解，截至 2012 年 5 月底，中国移动在库 TD 手机已近 400 款。2012 年新增入库 47 款手机，其中智能手机 32 款，占 68.1%。

TD 终端的快速增长和产业链的壮大密不可分。记者从中国移动了解到，目前，TD 终端产业链的厂商已经超过 250 家，除了中兴、宇龙等国内厂家外，三星(微博)等国际巨头也不断加大对 TD 终端的投入力度。日前中国移动携手三星电子率先在京共同发布三星 GALAXY S 系列第三代 TD 版旗舰——三星 GALAXY S III GT-I9308，标志着中国移动 TD 终端体系的日趋成熟与迅猛发展。



在不断加大与国际知名手机品牌的合作力度的促进下，TD 终端产品不仅在性能方面稳步提升，在外观、工艺、体验等方面也不断强化，实现与其他制式终端产品“同时、同质、同价”上市的目标。目前在库的近 400 款 TD 手机中，支持可视电话、视频会议、视频留言、号簿管家、流媒体等功能的机型均超过 200 款，价格也从几百元到几千元不等。来源：2012-6-18 新浪科技微博

[返回目录](#)

【运营支撑】

百视通与印尼电信合作

6 月 11 日，上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司(SMG)旗下百视通新媒体股份有限公司(百视通, 600637)与印度尼西亚最大的信息通信和网络服务提供商印尼电信(NYSE: TLK, LSE: TKID)在雅加达签署资本合作备忘录，并进行互联网电视机顶盒 Groo Blue 的联合推广，百视通将全方位介入印尼 IPTV、互联网电视、手机电视、直播卫星及有线网络等媒体业务的技术、内容和运营根据备忘录，百视通与印尼电信将以合资形式开展包括内容制作、整合分发、动画制作、多媒体管理系统、频道运营、数字影院系统、直播卫星(DTH)及有线电视运营、电子商务等媒体业务。未来 3 年有望为百视通带来数亿美元的收入。

对此，百视通新媒体股份有限公司总裁陶鸣成表示：“预计未来 5 年，海外业务收入将成为百视通收入主体之一。”百视通 2011 年年报显示，2012 年百视通将以东南亚、南亚等市场为突破口，向国际市场提供新媒体技术服务、内容运营解决方案及本地服务。

中信证券 TMT 分析师文浩认为，此项收入尚未纳入百视通的收入预估，海外市场 ARPU 值通常均高于国内市场，因此认为百视通未来营收具备大幅增长的可能。来源：2012-6-13 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

宁夏年底将提前完成城市 20M 接入

6 月 16 日，位于贺兰县境内的宁夏海吉星物流园又有 1000 多个用户具备了光纤到户的能力。就在自治区党代会提出推进“智慧宁夏”建设后，宁夏电信公司光纤入户工程再次提速，达到了每天 1000 户、每月 3 万户的建设速度。按此速度推进，预计到 2012 年年底，宁夏各城市区均可实现 20 兆光纤接入，比计划提前一年建成可高速接入互联网的“光跑道”。2013 年上半年宁夏农村也将

完成 8 兆光纤接入。这标志着到 2013 年上半年宁夏全区均进入具备高速接入互联网的“光网时代”。

2012 年以来，宁夏电信加快了天地一体化宽带网络建设速度。到 5 月底，全区光纤入户(FTTH)建设累计完成覆盖用户 5.86 万户，涉及 124 个小区。宁夏电信公司总经理邵新华表示，自治区第十一届党代会报告两处提到通信信息服务业在整个宁夏经济社会发展中的作用以及要求，宁夏电信在备受鼓舞的同时深感责任重大。因此宁夏电信将加快实施“智慧宁夏”工程的基础设施建设任务。

随着光纤接入速度的加快，宁夏电信实施的“智慧宁夏”工程也全面提速。“智慧宁夏”工程四大平台之一的阅海湾总部经济区、沿黄经济带、宁东煤化工基地等信息化基础设施平台已成为 2012 年宁夏电信的重点工程，农村信息化省域示范应用平台、云计算信息化外包服务平台、三网融合平台，以及现代综合信息服务基地、电子商务基地、云计算与物联网应用基地的建设也在全面建设之中。邵新华表示，到 2014 年，宁夏的通信信息基础设施和信息化应用水平将进入全国先进行列，初步实现“智慧宁夏”目标。来源：2012-6-19 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

爱立信布局 TD-LTE：多个率先引领试商用

2012 年 2 月推出由 GSM 向 TD-LTE 平滑演进的共站升级方案，3 月 2 日在中国成功完成了首例现网 GSM 升级支持 TD-LTE 的方案验证，4 月 28 日在深圳顺利完成由工信部和中国移动(微博)组织的 TD-LTE 规模试验第二阶段大规模外场实验的测试内容，作为全球领先的移动通信厂商，爱立信(微博)高度重视 TD-LTE 的发展，并以领跑者的姿态引领 TD-LTE 快速向前发展。

多个率先引领试商用步伐

2012 年 3 月 2 日，爱立信在中国成功完成了首例现网 GSM 升级支持 TD-LTE 的方案验证。该方案使用现网 RBS6000 基站，实现了同时支持 GSM 和 TD-LTE 多标准，并共用基础设施及天线，有效降低网络建设总成本。升级后，对 GSM 现网小区性能无任何影响，GSM 及 LTE 各项性能指标均表现优异。这是业界首例在商用网络中，通过升级现网 GSM 基站实现 GSM 和 TD-LTE 多标准同时支持的成功案例，开拓了一条崭新的 GSM 向 TD-LTE 平滑过渡的路径。

这个方案在深圳得到了很好的实践。爱立信在深圳建网过程中，在 GSM 的站址上做 TD-LTE 的升级，升级改造可在 3 小时内完成，从最终测试结果来看，对于 GSM 性能无影响，并且 TD-LTE 网络在极好点通过空中接口可获得接近

理论值的上下行峰值速率。这样的话，其实是为中国移动未来 TD-LTE 部署提供了一套新的可选方案，由于当前 GSM 的站址密度比 TD-SCDMA 要大很多，因此为 TD-LTE 的部署提供了更大的灵活性。

据爱立信初步统计，就一个机房的投资来讲，包括无线主设备、铁塔、供电、传输以及机房租金等，对于 TD-SCDMA 三期以前的设备，利旧率大约是 68%，与 GSM 升级方案的利旧率基本一致，对于 TD-SCDMA 四期之后的升级利旧率大约是 78%。

2012 年 4 月 28 日，爱立信在深圳顺利完成由工信部和中国移动组织的 TD-LTE 规模试验第二阶段大规模外场实验的测试内容。TD-LTE 规模试验第一阶段大规模外场测试自 2011 年 4 月启动以来，爱立信积极开展深圳 TD-LTE 规模试验网的部署，不但率先完成了 TD-LTE 数据呼叫，而且携手产业链上各合作伙伴，共同展示了基于 TD-LTE 试验网的多项创新技术应用，包括高清视频会议、视频点播和“即摄即传”等。此后，爱立信于 2011 年 12 月和 2012 年 1 月顺利完成了双流波束赋形技术(TM8)工信部实验室测试和北京顺义小规模外场测试，性能测试结果全部达到预期指标。工信部 TD 工作组在 2 月 17 日召开的第 15 次工作会议上确认了爱立信是首家完成此项测试的 TD-LTE 系统厂商，爱立信由此率先进入第二阶段规模测试。此外，爱立信还承担了异厂商互通互联的测试内容。这些测试的通过，充分证明了爱立信 TD-LTE 产品与系统的成熟度以及协同产业链中其他厂商配合组网的能力，亦为接下来 TD-LTE 的试商用打下了**优秀的基础奠定业界领先地位**

TD-LTE 的全球商用虽然仍处于起步阶段，但为数不多的商用合同和试验网项目，已经让爱立信的突出优势显露无遗。

作为 LTE 技术的提出者和标准的主导者，爱立信拥有约 25% 的 LTE 核心专利。全球第一个 LTE 商用网络就是由爱立信与北欧运营商 TeliaSonera 合作建成的，全球主流运营商的 LTE 商用合同中，爱立信占半数以上份额。目前，全球商用 LTE 网络已覆盖 3 亿人口，其中爱立信 LTE 网络覆盖人口达到 2.15 亿。针对中国市场，爱立信可以提供包括 D(2.6G)、E(2.3G)、F(1.9G)全频段的 TD-LTE 射频拉远单元产品，在国际上经过广泛商用验证的 EPC 核心网产品以及基于 GSM/TD-SCDMA 共站升级到 TD-LTE 的解决方案，并积极引进国际上的成功经验(包括终端、商业模式、4G 应用)。爱立信 RBS6000 平台的基站已在中国及全球的移动网络中大量商用，该方案通过多系统、共平台的 RBSG6000G SOB(SystemG onG Board)技术及丰富的 GSM 网络站点资源，实现由 GSM 网络简单、经济、快捷地升级到 TD-LTE。此外，这一共站升级方案也可根据容量和性能需求进行灵活的 TD-LTE 时隙配置，确保网络性能达到

最优。基于爱立信 GSM 市场份额全球第一的地位，可以为加快 TD-LTE 的商业化进程保驾护航。根据目前国外的部署和国内的规模试验网的结果可以看出，相对成熟的频段为 D 和 E 频段。选取产业链(芯片、终端和应用)成熟度高的频段迅速建网，将有助于尽快实现 TD-LTE 的商用化和全球化，打造优势精品网络。

来源：2012-6-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

2011 年中国智能手机市场销量增 129%

赛迪顾问最新发布的研究报告显示，2011 年，在智能手机应用环境趋好、用户规模化增长以及“千元智能机”热销的带动下，我国智能手机市场保持高速增长态势，全年销量达到 7344.4 万部，实现 129.4% 的增长。

对此，赛迪顾问移动终端高级分析师周宇岩向记者表示，从数字背后的数字看，中国智能手机市场高速增长的背后，是智能手机普及率的快速提升，赛迪顾问数据显示，截至 2011 年年底，智能手机已经占据了市场销量 29.4% 的份额。

智能手机市场销量的快速增长也深刻影响着市场的竞争格局，虽然诺基亚(微博)仍然占据着智能手机市场领先地位，但是市场份额较 2010 年出现了大幅滑落。而国产品牌华为(微博)和中兴已经步入了智能手机市场前五名，未来其在市场中的地位将会进一步巩固。

从数字背后的市场看，智能手机市场竞争将会进一步升级。巨大的市场增量意味着巨大的市场需求，未来需求增长的趋势将会进一步增强。对于手机厂商，智能手机市场的爆发式增长意味机遇和挑战，新一轮的市场洗牌已经开始。手机厂商纷纷通过硬件的“军备竞赛”、价格战以及多元化营销手段建立自身的竞争优势，强化自身品牌在用户端的认知；对于互联网厂商，智能手机市场的爆发式增长意味着不断增长的移动互联网用户群，因此互联网厂商开始纷纷涉足手机市场，通过把控终端来抢占用户接入通道。

赛迪顾问预测，未来 3 年智能手机市场依旧会保持快速增长的态势，这主要是因为整体手机市场的重心逐渐向智能手机迁移，价格不断降低，用户对于智能手机的购机需求将会规模增长，换机比例将会进一步扩大。来源：2012-6-18 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

2015 年千元智能机或占据中国市场 40%份额

美国市场研究公司 Canalsys 预计，到 2015 年，售价低于 200 美元(约合人民币 1270 元)的智能机将占据中国智能机市场 40%的份额。

目前，千元智能机占据中国智能机市场约 25%的份额。Canalsys 预计，百度和阿里巴巴(微博)等中国公司将继续推出价格低廉、广受欢迎的机型，提供给消费者更多选择。

中国约有 2.5 亿智能机用户，约占手机用户总数的 1/4。由于价格较高，运营商补贴不够广泛，消费者较难接受预付费模式等问题，许多人不愿选购中高端智能机。

Canalsys 分析师尼克·彭(Nicole Peng)认为，中国手机市场层次分明，这让全球手机厂商能够“看人下菜碟”，更加精准地面向目标客户群推广产品。

尼克·彭说：“三星(微博)、苹果和 HTC(微博)等厂商将继续统治 400 美元(约合人民币 2500 元)以上智能机市场。到 2016 年，这一高端市场仍将占据智能机销售额的三分之二。”

另一方面，功能机用户和对价格敏感的消费者将更青睐百度和阿里巴巴的产品，两家公司均已推出定制化、本地化的手机平台。此外，小米等公司也凭借以应用为核心的用户体验，在中低端市场颇受欢迎。来源：2012-6-19 新浪科技微博

[返回目录](#)

研究称 2017 年绿色手机出货量将达近 4 亿部

近日，市场研究机构 Juniper Research 发布题为《绿色手机和平板电脑》的报告，预测 2017 年绿色手机的出货量将达到 3.92 亿部，是 2012 年预计出货量 3100 万部的 10 倍多。Juniper Research 将绿色手机定义为含有 50%以上可回收材料且无危险化学品的手机，预计未来 5 年，全部绿色手机中智能手机的比例将超过 50%。

该报告预测，手机厂商将会仿效“三星(微博)Replenish”手机的思路。这款手机由美国运营商 Sprint 发布，是一款环保型的 Android 智能手机，其中 82%是由可回收材料制成的。报告认为，随着智能手机市场的不断成熟，环保认证将更加重要，对供应商来说，这将是一个使自身产品在拥挤的市场中脱颖而出的机会。

这份报告审视了手机和平板电脑整个生命周期对环境的影响，指出这些电子产品生命周期的不同阶段对环境的影响程度不一。作者丹尼尔·阿什当表示：“多数企业有环境策略，但是细节决定成败。研究显示，了解这些进程中有哪些对环境的影响最大是至关重要的。”

这份报告还认为，移动网络运营商因直接面对客户，可以作为绿色倡导者发挥重要的作用，包括回收利用倡议以及在销售网点提供生态评级。来源：

2012-6-15 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

报告预测 2017 年 3G 网络将覆盖全球 85%人口

爱立信(微博)昨日发布了第二份网络与市场数据报告——“网络社会的脉动”。该报告预测，到 2017 年，3G 网络将覆盖全球 85%的人口，手机用户将从 2011 年底的 60 亿增长至接近 90 亿。同时，移动宽带用户数将从 2011 年的 10 亿增长至 2017 年的 50 亿。

面对这样的数据，我们没有理由不高兴，也没有理由不去畅想。未来，我们可以随时随地在手机上购物，我们会用手机去遥控我们的家具，甚至可以用手机参加单位的视频会议……这是多么令人向往的生活呀！

但如同汽车今天的发展一样，我们以前在为其高速发展而欣喜的同时，是否对污染和堵车的问题真正考虑过，如今在马路上面对如蝗虫一样的汽车，你还有高兴的心情吗？

今天，3G 网络的发展一样让我们担忧，大量的个人数据泄露、日益堵塞的手机网络……这些问题都在考验我们的智慧。面对高速发展的“网络社会的脉动”，我们真的准备好了吗？

观点：

春天的步伐：从 2011 年到 2017 年，移动数据流量将会以 60%的复合年增长率增长，到 2017 年，移动数据流量将增长 15 倍。人们对随时随地联网以及视频共享的需求、云服务和互联网的应用，以及机对机的连接性共同驱动了“一切皆可移动”这一重要趋势。来源：2012-6-13 北京商报微博

[返回目录](#)

调查显示 2012 年全球移动用户有望突破 60 亿

市场调研机构 Infonetics 公司预测，2012 年，全球移动用户，包括全球移动通信系统、W-CDMA、LTE、TD-CDMA、cdmaOne 和 CDMA2000，有望突破 60 亿大关，并于 2016 年接近 70 亿。

他们还注意到，有些国家的移动用户数量已经超过了人口总量——比如在芬兰，许多人拥有个人电话和工作电话。

Infonetics Research 公司移动基础设施和运营商经济状况首席分析师斯特凡·泰拉尔(Stéphane Téral)指出：“2012 年，移动宽带用户总数同比增长近 50%，达 8.46 亿，我们预计这一数字将于 2016 年增至 260 亿，主要是受巴西、俄罗斯、印度、中国和其他发展中世界的驱动。我们预计亚太地区将占全球移动宽带用户的一半以上(2016 年)，而拉美将成为增长最快的地区。”

Infonetics 预计在未来 5 年内，传统语音接入线路将减少 2 亿以上，主要是受人们越来越多的采用无线影响。

Infonetics 还预计，LTE 用户总数将在 2016 年接近 4.5 亿。尽管部分用户转向 TD-LTE，但 WiMAX 用户预计仍将保持 35% 的复合年增长率，并于 2016 年年底达到 1.32 亿的峰值。

虽然面临来自有线、FTTH 和 LTE 的竞争，DSL 仍将继续保持增长势头——2011 年 DSL 用户占有全球有线宽带用户总量的三分之二强。来源：

2012-6-18 飞象网

[返回目录](#)

前 5 月国企收入 161943 亿 邮电通讯等利润增幅大

1-5 月，国有企业累计实现营业总收入 161943.2 亿元，同比增长 11.3%，5 月比 4 月环比增长 3.7%。15 日，财政部公布了“2012 年 1-5 月全国国有及国有控股企业经济运行情况”。

财政部透露，2012 年 1-5 月，纳入统计范围的国企营业总收入、应交税费增幅放缓，实现利润仍呈下降态势。1-5 月，国有企业累计实现利润总额 8301.3 亿元，同比下降 10.4%，5 月比 4 月环比下降 11.8%。

同期，国有企业已交税费 15554.8 亿元，同比增长 14.6%，5 月比 4 月环比下降 7%。

从主要行业盈利情况看，1-5月，实现利润同比增幅较大的行业为烟草行业、汽车行业、商贸行业、邮电通讯等；实现利润同比降幅较大的行业为有色行业、化工行业、建材行业、机械行业、石化行业等。来源：2012-6-16 京华时报

[返回目录](#)

【市场反馈】

中国新增移动用户全球第一

昨天，爱立信(微博)公司发布的流量与市场数据报告显示，2012年一季度我国移动终端用户新增了3900万，为全球第一，该报告还预计，到2017年，3G网络将覆盖全球85%的人口。

爱立信在报告中指出，截至2012年第一季度，全球移动终端的普及率已经达到了87%，用户总数达到62亿，而在排除拥有多个终端的用户后，实际数字约为42亿左右。在所有国家和地区中，2012年一季度新增移动用户数最多的是中国，达到了3900万，而排在第二的是印度2500万，仅这两个国家新增用户就占到了全球新增用户数的近40%。

报告还显示，从2011年一季度到2012年一季度，全球的数据流量翻了一番，而从2011年到2017年，移动数据流量预计将增长15倍。根据市场分析，到2017年，全球智能手机用户将达到30亿，而3G网络将覆盖全球85%的人口，4G网络将覆盖全球50%的人口。来源：2012-6-18 京华时报

[返回目录](#)

三星苹果拿下全球智能机九成利润

市场研究公司ABI Research发布报告称，第一季度，苹果和三星(微博)在全球智能手机销售市场上所占份额已经达到55%，拿下了整个行业90%利润。

报告还显示，这两家公司第一季度在全球智能手机行业总利润中所占比例已经超过90%。根据ABI Research的计算，第一季度中全球智能手机销售量增长41%，至1.446亿部。

需要指出的是，诺基亚第一季度出货量环比下滑40%，RIM则环比下滑20%。来源：2012-6-16 新浪科技微博

[返回目录](#)

低价智能机搅动产业链 芯片商陷入价格厮杀

由掌握着渠道绝对话语权的运营商主导的智能手机降价行动，正在搅动整个产业链，上游的芯片厂商陷入新一轮的压价竞赛。

“围绕着智能手机这个香饽饽，芯片厂商的大战还只是刚刚开始，随着 2012 年二季度展讯、MStar、意法爱立信等新势力的相继登场，智能机的入门价格下滑将会进一步加速，千元只不过是一个开始。”一手机厂商告诉《第一财经日报(微博)》。

2012 年年初，高通公司的高管带队前往中国手机生产商聚集地深圳，亲自与山寨厂商面对面对谈需求，2 月末，同为外资芯片厂商的博通针对搭载 Android 4.0 系统、价格在 299 美元以下的智能手机推出了一系列芯片和解决方案，并表示将会进入千元以下智能机市场。英特尔更是在六年后重返手机芯片领域，成立新的移动通信部门，推出联想 K800 手机。而在低端芯片市场上，与“山寨手机之父”联发科(微博)打得热火朝天的还有晨星(MStar)、展讯和锐迪科等厂商。

“山寨”市场重新洗牌

此前，低成本手机芯片(主要供应给山寨手机厂商)市场一直被台湾地区的联发科所主导。

但不到一年时间，展讯芯片的市场份额从不到 10% 升至 28%，营收一年增加 95%，晨星也靠着在手机芯片领域的“染指”、拓展，成功登陆台湾股票市场。

展讯 CEO 李力游认为，公司得以加速是因为抓住了 TD 手机爆发的机会。

“中国移动(微博)GSM 用户接近 6 亿，每年有 1/3 的用户需要更换手机。因此，TD 替换 GSM 的时代到来。”李力游表示，为了抢占市场，展讯推出的 TD 功能及芯片已经降到了 200 多元，而 TD 智能手机芯片已经做到了 40 纳米，价格却只有 iPhone 的 1/6。他希望 TD 成为深圳做水货的“水军司令”和“山寨主”们“未来的生存之道”。

在 2012 年 5 月，展讯前往深圳，向众多手机厂商展示了其 EDGE/WIFI 版的 1GHz 低成本智能手机芯片 SC6820——这原本是联发科的主战场。当时，只能容纳 400 人的大厅硬是站了 600 多人。

而同为台湾新竹科技园的芯片设计企业晨星，是全球最大的液晶平板和电视芯片(数字和模拟)供应商，队伍中不乏联发科的高级技术人员。业内人士透露，晨星触控控制的手机芯片，目前单月出货量已达 100 万套规模，合作的智能手机厂家已经超过十家。

iSuppli 高级分析师顾文军表示，联发科连续遭遇的这种尴尬局面并非因其技术落伍，“在单芯片集成技术上，联发科优势明显。然而，虽然手机芯片 10 倍于展讯的规模，但在越来越拼速度的芯片研发领域，联发科却没有跟上。”

高端芯片厂商搅局

低端芯片市场的威胁并不仅仅来自于熟悉的竞争对手，以往那些走高端路线、“看不上中国市场”的公司开始频频发力。

高通高级副总裁兼 QRD 项目负责人 Jeff Lorbeck 在 5 月底的一次会议上对记者表示，半年以来，加入高通 QRD 计划的 OEM 厂商已达 30 多家；已有 17 个 OEM 厂商发布了 28 款基于 QRD 平台的智能终端，另外还有 100 余款终端正在研发过程中。“QRD 上市终端数量目前正处于高速增长期，仅在 3 月和 4 月，就有 14 款手机发布，如夏普 SH300T，联想 A780，酷派 7260+、7019 等，多款手机进入联通和电信的集采。” Jeff Lorbeck 说。

据了解，高通 2012 财年第二财季营收为 49.4 亿美元，同比增长 28%。

一名从联发科转向高通芯片的手机方案商表示，高通 QRD 价格已低于联发科公板约 5%，同时高通在平台周边零组件、相关设计服务上也比过去有了很大的改善。他认为未来 3G 市场上，高通带来的机会能够更多。

与此同时，随着联想 K800 手机的推出，英特尔正式宣布进军手机芯片领域，这也是英特尔公司 6 年后重返这一领域，并强调其移动芯片产品在高性能计算及制程方面具有绝对优势。

2011 年 12 月 15 日，英特尔宣布组建一个新的移动通信部门。新部门由此前的上网本和平板电脑部门、超级移动部门、移动通信部门和移动无线部门合并而成。

“这是为了加快和改善产品的研发过程。”英特尔发言人罗伯特·曼尼塔表示，合并之前，移动无线部门主要负责包括 Wi-Fi 在内的短距离网络，而超级移动部门则负责开发智能手机芯片。

作为 PC 时代芯片的霸主，英特尔至今仍占据着全球 PC 市场约 80% 的份额。但在智能手机和平板电脑市场，ARM 架构芯片占据了 80% 的市场份额——从苹果、三星(Samsung)到宏达电(HTC)的智能手机，甚至联发科的山寨机，都要向 ARM 支付费用。

对于英特尔高调进入手机芯片市场，ARM 公司副总裁、处理器和知识产权部门总经理西蒙·希加斯认为短期内并不具备竞争优势，“无法撼动 ARM 在移动芯片领域的主导地位”。

不管怎样，面向低成本智能手机的芯片组市场竞争将会更加激烈，瑞士信贷台北分析师兰迪·艾布拉姆斯(Randy Abrams)称，由于入门级智能手机利润率微薄，芯片厂商将会通过销量来确保利润。来源：2012-6-14 第一财经日报微博

[返回目录](#)

本土手机与洋品牌已分庭抗礼 量超难掩质弱

今天国内手机厂商在 2012 年天翼 3G 手机交易会上纷纷表示，本土品牌与洋品牌分庭抗礼之时现在已经到来。

3G 时代，国产手机异军突起，他们凭借性价比优越的产品逐渐在国内、国际市场赢得一席之地。中兴通讯(微博)手机产品体系中国区市场总监周克足说，从自身能力来说，国产品牌已经具备了和外资品牌竞争的基础。

周克足：在 2G 时代，中国的民族通信产业也在发展中间，但是和国外老牌企业相比，国内的技术积累、内涵、内蕴和他们相比有很大劣势。但随着这十几年来民族通信企业不断增大研发力度，进入 3G 时代后，在研发的能力方面和国外相比已经没有任何差异，哪怕是在市场反应方面，我们也非常具有优势。

而更为重要的是，在 3G 时代尤其是 CDMA 时代，和 2G 时代不同，3G 手机产品是以运营商为主导，这对洋品牌来说，自然更加不利。

周克足：尤其在中国市场，像中兴这样的本土企业其实是能够更好的理解运营商及客户的需求，所以这也能帮助我们更适合市场的产品。

夏普商贸有限公司情报通信本部副总经理申小军直言，目前国内市场，本土品牌超越国际品牌已是事实，但遗憾的是其中更多是“量”的超越、而非“质”的提升。未来，要想长期保持领先性，国产品牌最大的问题恐怕在于缺乏产品的独特性和国际性。

申小军：因为事实上，中国的市场现状是大家还是更多是借鉴、学习其他品牌，在产品的独特性方面，坦白说，并没有很多厂商愿意为此付出太多成本。来源：2012-6-16 中国广播网微博

[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。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：(010) 65981925、65981897
北京公司：(010) 65981925、65981897
深圳公司：(0755) 82220605、25982115
上海公司：(021) 61532018、61532019
重庆公司：(023) 63003200、63003220
杭州公司：(0571) 89935943、88829061
广州公司：(020) 37249249、23375832

E-mail: apptdc@apptdc.com
E-mail: beijing@apptdc.com
E-mail: shenzhen@apptdc.com
E-mail: shanghai@apptdc.com
E-mail: chongqing@apptdc.com
E-mail: hangzhou@apptdc.com
E-mail: guangzhou@apptdc.com