



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. 27

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 黑莓手机要卖了？

曾与苹果并驾齐驱的黑莓(微博)，在经历裁员重组的波折后，最近又被分拆重组的传言击中。

来自英国媒体报道称，黑莓生产商 RIM 正在考虑将业务一分为二，其中手机制造业务或者被出售，或者独立上市。据猜测，亚马逊(微博)和 Facebook 都是潜在买家。RIM 中国区昨日对此未作置评。

■ 手机支付国标或将突破

随着两大阵营的握手，手机支付国家标准有望获得突破。昨天，中国移动(微博)与中国银联签署移动支付业务合作协议，双方将在产品研发、技术标准、市场推广等领域深度合作。

■ 让智能手机变身万能钥匙

许多人都有把钥匙落在家里，导致进不了家门的惨痛遭遇。美国一家名为 Unikey Technologies 的创业公司想出了一个好办法：让智能手机变身万能钥匙。

■ 国民技术谨慎应对 2.4G 边缘化挑战

这是中国移动(微博)董事长奚国华在与中国银联董事长苏宁正式签署移动支付业务合作协议上的表态，但双方合作喜悦的背后却有些无奈。

■ 移动支付壁垒打破板块狂飙：春天还是海市蜃楼

2012 年以来表现低迷的移动支付板块，近期成为 A 股中的明星。有消息称，6 月 21 日中移动拟与银联签约，将移动支付标准统一为银联主导的 13.56MHz，结束双方此前的标准之争。而 18 日，中国移动(微博)、浦发银行也联合发布了手机支付系列产品。

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
黑莓手机要卖了?	5
手机支付国标或将突破	6
让智能手机变身万能钥匙	6
国民技术谨慎应对 2.4G 边缘化挑战	7
移动支付壁垒打破板块狂飙：春天还是海市蜃楼	8
产业环境篇	10
【政策监管】	10
首个手机恶意广告标准出炉	10
工信部：将尽快扩大 TD-LTE 规模实验	11
发改委：中国将推进 TD-LTE 国际化发展	12
【国内行业环境】	13
4 英寸屏智能机跌破千元	13
国产手机将掀“出口转内销”热潮	14
国内首个手机恶意广告界定标准出炉	16
国家发改委称加快发展 TD-LTE 时间窗口已到	17
一季度全球宽带用户增 1600 万 中国市场增势最强	17
【国际行业环境】	18
美国推出刺激宽带新举措	18
英国维珍航空将允许部分航班上使用手机	18
印度新电信法聚焦资费平衡 或促行业回暖	19
高盛下调 2012 年全球手机销量预期至 18.4 亿部	21
Ovum 称 TD-LTE 获认可 2016 年市场份额将占 25%	22
运营竞争篇	23
【竞合场域】	23
移动支付步入关键年 运营商发力近场支付	23
2G 过渡 3G 进入关键期 运营商终端角力升级	24
运营商提速移动支付布局 标准破冰助推产业链融合	29
【中国移动】	31
中移动与银联合推移动支付	31
中国移动否认已获固网牌照	32
浦发行中移动合推手机近场支付	33

中国移动力争固网牌照意在宽带	34
中国移动电邮账单服务客户创新高	35
中移动将在 50 个城市部署移动支付业务	36
中国移动联合新浪发布定制移动互联网产品	36
中移动称 TD-LTE 智能手机 2013 年有望规模发展	37
中移动开放定制机预装渠道：避免“哑管道”化	38
中国移动 5 月新增 TD 用户 239 万 累计达 6426 万	40
【中国电信】	41
中国电信 3G 市场份额达 28%	41
电信为 iPhone 推 i 刷支付外壳	42
中国电信 5 月 3G 用户新增 260 万 累计达 4816 万	43
中电信 3G 手机采购详情：前 10 名中洋品牌三七开	43
【中国联通】	45
联通领跑 3G 用户增长	45
联通低门槛策略力冲用户数	45
联通首款双核双待机补贴政策出炉	47
中国联通 5 月新增 3G 用户 273 万 累计达 5450 万	47
制造跟踪篇	48
【中兴】	48
中兴通讯：投资价值明显	48
中兴：在美投资力度每年增 10%	48
中兴：将引入高通 28 纳米芯片做高端手机	48
中兴通讯史立荣：年内推 TD-LTE 智能手机	50
中兴预计未来三年在美采购金额累计达 90 亿美元	50
【华为】	51
华为将斥资 2 亿美元提升品牌知名度	51
华为 2012 年拟投 2 亿美元用于品牌宣传	51
华为助力中国移动实现 LTE TDD/FDD 漫游	52
华为将在印度投 20 亿美元建全球研发中心	52
【诺基亚】	53
诺基亚关闭欧洲最后一座大型工厂	53
诺基亚高管称不会削减在华研发投入	56
诺基亚大裁员涉及中国区：部分研发人员或离开	57
【其他制造商】	58
TCL 通讯组建 CDMA 手机运营团队	58

微软高管否认将生产自有品牌智能手机	59
台媒称摩托罗拉移动 2012 年底停产非智能机	60
三星预计 Galaxy S III 销量下月达 1000 万部	60
服务增值篇	62
【趋势观察】	62
移动支付市场呈现强劲增长	62
国内 CDMA 终端市场或迎洗牌	62
终端整合是移动互联网重要趋势	63
国产手机圈地商务市场 细分化趋势开始凸显	64
报告预测智能家居收入 2017 年接近 600 亿美元	65
GSM 预测至 2020 年中国互联设备总值超 7000 亿美元	66
【移动增值服务】	67
联通降低奥运漫游资费	67
北京电信推飞 Young 学子礼包	67
【网络增值服务】	68
中移动在 10 个城市启动 4G 网络覆盖	68
技术情报篇	70
【视频通信】	70
“视频会议”系统逐渐走入人们生活	70
中电信视频基地开始独立运作 打造付费视频平台	72
【电信网络】	73
爱立信发布人体通信技术：最高传输 10Mbps	73
大唐移动亮相 GSMA 展示 TD-LTE 双模演进技术	74
发改委推安全产品专项测试 IPv6 概念股添 8 新丁	76
【运营支撑】	77
AT&T 欲借 2.3GHz 频段推 4G 服务	77
东方通借中间件构筑物联网传输平台	78
市场跟踪篇	79
【数据参考】	79
1-5 月全国电信主营业务收入 4281 亿元	79
截至 5 月底全国 3G 用户 1.7 亿 渗透率达 16%	80
1-5 月全国发送短信 3755 亿条 同比增长 5.7%	80
中国电话用户达到 13.2 亿户 3G 用户达 1.67 亿户	80

【市场反馈】	81
地方割据抬高广电有线市场准入门槛	81
外媒称中国低端智能手机市场激战正酣	83
国产手机整体利润率仅 10%：难与洋品牌抗衡	84
“短信已死”危言耸听：91%智能机仍在使用的	87
移动支付国标工作近尾声 标准尽量统一但不唯一	87

亚博聚焦

黑莓手机要卖了？

曾与苹果并驾齐驱的黑莓(微博)，在经历裁员重组的波折后，最近又被分拆重组的传言击中。

来自英国媒体报道称，黑莓生产商 RIM 正在考虑将业务一分为二，其中手机制造业务或者被出售，或者独立上市。据猜测，亚马逊(微博)和 Facebook 都是潜在买家。RIM 中国区昨日对此未作置评。

就在上周，该公司宣布开始新一轮裁员，目标是在本财年底之前削减 10 亿美元开支，不过尚未公布裁员人数。

实际上，从去年开始该公司便展开自救行动。五年前，黑莓与苹果 iPhone 风靡北美，黑莓素以高端商务形象示人，就连美国总统奥巴马也是其拥趸。不过在苹果与安卓的进攻下，黑莓日渐势微，其引以为傲的邮件推送功能也被竞争对手们发扬光大。该公司上一财季亏损 1.25 亿美元，营收连续五个季度下降，股价也一直在谷底徘徊。

易观分析师王颖指出，黑莓正在失去政府和企业的青睐。除了在硬件设备上明显落后于竞争对手，RIM 自身战略上频现失误，比如过分强调操作系统，反而忽略应用软件。同时，黑莓的安全性与稳定性屡遭质疑和挑战。

当然，也有相关分析指出，黑莓平台仍是市场上最安全的移动平台，拥有坚定的粉丝。新一代的系统黑莓 10 即将发布，目前信息显示，首款黑莓 10 手机将采用全触屏。正如有评论所言，几乎没有公司像 RIM 一样急需一场革命。来源:2012-6-26 北京晨报

[返回目录](#)

手机支付国标或将突破

随着两大阵营的握手，手机支付国家标准有望获得突破。昨天，中国移动(微博)与中国银联签署移动支付业务合作协议，双方将在产品研发、技术标准、市场推广等领域深度合作。

根据协议，双方将通过手机 SIM 卡等载体，为用户提供信用卡还款、便民缴费、在线购物等远程支付服务，还可在商场、便利店、自动售货机等场所通过刷手机来付钱。双方计划在全国不少于 50 个城市的范围内建设移动支付业务示范商圈，推出基于 NFC 技术的移动支付产品。不久之后，移动手机用户便可在印有中国银联“闪付”标识“Quick Pass”或中国移动“手机钱包”标识的场所体验这项业务了。

业界更关注的是，双方握手背后，迟迟没有动静的手动支付国家标准或将达成一致。目前，中国移动正在加速对手动支付领域的布局，此前该公司与浦发银行推出了手机支付系列产品。来源:2012-6-22 北京晨报

[返回目录](#)

让智能手机变身万能钥匙

许多人都有把钥匙落在家里，导致进不了家门的惨痛遭遇。美国一家名为 Unikey Technologies 的创业公司想出了一个好办法：让智能手机变身万能钥匙。

该公司设计了一个“Unikey 门锁系统”，用户将一个接收器安装在门锁内后，只需将与之配对的智能手机靠近门锁即可开门。它主要通过蓝牙进行数据传输，用户无需安装任何应用程序，简化了开门的流程。

更神奇的时，如果有朋友到访，你却不能及时赶回家，便可以通过短信等方式向 Unikey 的服务器发送信息，暂时将开门权限授予其他手机。这样一来，朋友就不用在你的家门外干等了。你还可以设定授权次数和时限，以免被人恶意利用。

此外，你还可以利用手机远程关闭或打开家门。如果手机意外丢失，也不用担心，你只需立即重置门锁内的接收器，并使之与新的手机配对，即可确保安全。

Unikey Technologies 称，这套系统采用了独特的加密算法，几乎不可能被破解。小编猜测，它可能是将用户手机的某些硬件编号写入接收器，然后在用户开门时通过蓝牙传输、比对数据，决定是否开门。其实，这套装置的设计初衷只是为了拯救那些经常忘带钥匙的马大哈们，真的要防盗的话，它是无能为力的。

毕竟，坏人想要闯入你的房间，通常会采取撬门等暴力手法，绝不至于弄个手机慢慢破解。

Unikey 仍处于原型产品阶段，但已获得了 110 万美元的投资。它将支持 iPhone、Android 和黑莓(微博)手机，一套系统的售价预计低于 199 美元。来源:2012-6-23 新浪科技微博

[返回目录](#)

国民技术谨慎应对 2.4G 边缘化挑战

这是中国移动(微博)董事长奚国华在与中国银联董事长苏宁正式签署移动支付业务合作协议上的表态，但双方合作喜悦的背后却有些无奈。

“移动支付产业虽然是刚刚起步，但却显示出了强劲的发展势头。能够早日将移动支付落实到实处，将会成为中国移动在移动通信市场上竞争的有一个武器。”有业内人士指出，“在标准制定上，中国移动之前比较强势，但现在情况发生了变化，特别是在奚国华履新之后，中国移动变得更加务实和开放。”

两大巨头联手意味着移动支付标准率先从市场层面达到统一，这将使移动支付应用得到快速推广，进而带动整个移动支付产业链的发展。移动与银联的牵手，也被业内解读为中国移动正式放弃此前主推的移动支付 2.4G Hz 标准，转向 13.56MHz 标准，这是否意味着移动支付国标已有定论？对消费者和市场将产生什么影响？特别是 2.4G Hz 标准的主要鼓吹者，国民技术又有何应对之策呢？

联姻

要想化干戈为玉帛，并不是一件容易的事情。

“不越雷池一步”是中国移动董事长奚国华谈及移动支付时抛出的立场：中国移动需要和金融机构合作，但是合作的前提是“尊重双方各自的既得利益”，即移动不去进入金融机构地盘，金融机构也不要进入移动领域，双方可以共同开拓新的业务。

之前，不管是运营商还是银联，都互相在对方的“势力范围”上攻城略地，造成对方的不安。但事实上，谁都没有能力完全把整条产业链从上到下通吃。业内人士指出，NFC 支付是集移动、金融、零售、交通等各项技术于一体的复杂体系，NFC 服务必须部署一个完全集成的、完整的、安全的客户服务通道，建立这样一套体系需要相关行业的配合甚至需要政府的参与。

对于中国移动而言，放弃之前主推的 2.4GHz，既有难言之隐又有现实考虑。“中国移动现在面临着激烈的市场竞争，而移动支付可以极大提高用户的黏性，特别是一些高端用户。”例如，当手机中普及了 NFC 的功能，不仅仅可以用来

移动支付，还可以实现门禁通过、身份识别等多种功能，大大增强用户对手机的黏性。

在北京邮电大学教授曾剑秋看来，中国移动和银联的合作并不意味着不考虑自己国家提出的国标。“这需要长期的协商和研究中，综合考虑，既要考虑我们的国家标准，又要考虑和国际接轨。”他认为，长期以来通讯产业受“标准为王”的思维惯性影响很深，但如今“标准为王”的时代已成为过去。“标准并不一定代表竞争优势，而是要考虑这个市场如何才能更好地发展起来。”易观国际(微博)分析师张萌也持有类似的观点，“移动和银联的合作，将会使得移动支付有全新的发展，但说中国移动放弃 2.4G 我觉得还是有点早了，还是要进一步看看。”

落地

正如曾剑秋所说，标准只是一个方面，更重要的是如何平衡好产业链各环节的利益，以及如何更好的惠及民生。

从移动支付全球发展趋势来看，除了日本、韩国等少数地区大面积普及外，包括美国市场在内的绝大多数地区都是停滞不前。业内普遍认为，这不是技术和标准问题，本质上是 NFC 涉及的利益环节过多，各方利益冲突无法解决而导致 NFC 迟迟无法推进。

就是开始推广，也只是巨头们的游戏，第三方支付公司很难参与其中。“近场支付受支付和接收终端的硬件限制较大，未来几年第三方支付平台的参与机会十分有限。现在来看，一两年内，第三方支付不会更多地介入到近场支付的产品中来。”

但中国银联对此却是非常看好，移动支付标准的不确定性一直是产业链上各家企业大展身手的阻碍。一旦标准确立，将促进整个移动支付市场空间的快速打开。“行业跨度大、产业链长是移动支付的特点，推动移动支付前行必须开放合作、互惠互利、实现资源共享，降低产业发展成本才能使移动支付进入快速良性轨道。”

正如国家金卡协调领导小组办公室主任张琪所说，移动支付国家标准要尽量统一，但并不唯一。在一些特定的范围内，2.4G 标准仍将存在，但 13.56MHz 成为主流已无可争议。与之相对应的是国民技术的资本市场表现，也是出现下挫。
来源:2012-6-25 中国通信网

[返回目录](#)

移动支付壁垒打破板块狂飙：春天还是海市蜃楼

2012 年以来表现低迷的移动支付板块，近期成为 A 股中的明星。

有消息称，6月21日中国移动拟与银联签约，将移动支付标准统一为银联主导的13.56MHz，结束双方此前的标准之争。而18日，中国移动(微博)、浦发银行也联合发布了手机支付系列产品。

受一系列利好消息刺激，智能卡生产商天喻信息(300205.SZ)已接连两次涨停，而同行业的证通电子(002197.SZ)、卫士通(002268.SZ)20日也逆势上涨。此外，恒宝股份(002104.SZ)上涨3.26%，东信和平(002017.SZ)上涨0.73%。

“之前大家对移动支付希望过高，很多都无法兑现，现在标准统一扫清了障碍，从市场空间来看，移动支付还是非常大的。”有券商研究人士向记者表示。

股价系游资炒作

20日早盘，虽然大盘依然震荡整理，但是移动支付概念股却集体发力。卫士通开盘涨幅就达到了5.05%；半小时之内，天喻信息也牢牢封于涨停板；新都(300130.SZ)也在早盘达到了1.61%的涨幅。

值得注意的是，作为智能卡生产商的天喻信息已经连续三个交易日走高，从18日开盘价10.60元涨至20日收盘价13.32元。6月18日，该股涨幅为4.06%，此后两天连续涨停。

虽然有两只基金出现在其前十大流通股股东行列，但其近期上涨系由游资主导。

根据龙虎榜披露的信息，6月18-20日，天喻信息买入金额最大的前5名均为证券营业部，其中，国泰君安证券深圳益田路证券营业部位居首位，共计买入12107236.5元，卖出仅1210元；位列次席的国泰君安证券上海打浦路证券营业部共买入5132019.04元，且无卖出。

“毫无疑问，天喻信息已经被游资盯上了。”一位私募人士向记者表示道。

然而，即便中国移动与银联统一标准，其行业发展依然障碍未清。

“目前，移动支付的困难主要体现在移动支付的近场支付设备的布设和改造，以及远场支付项目的选择与推广上还有一定困难，特别是符合商业模式、具有一定经济效益、便民效益的项目。”银联电子支付总经理孙战平向记者表示，待标准统一之后，双方一定会发挥各自力量克服困难。

此外，支付平台和第三方应用现阶段仍未找到盈利模式。

广发证券在其报告中表示，目前移动支付用户量只是百万级别，难以产生规模效应和网络效应，整个下游行业的盈利模式不清晰。

他们预计，随着硬件瓶颈的解除，待用户数量达到一定水平、下游第三方应用逐步丰富后，产业各方面将形成良性共振迎来高速发展期。

行业或两年后爆发

6月18日，中国移动在新产品发布会上，明确提出 NFC 手机的推出进展，但并未提及其 2.4Ghz 相关产品。

对此，业内人士认为，“这预示着，中移动或将全面支持推进 13.56Mhz 标准。”

虽然，此前 13.56Mhz 和 2.4Ghz 标准方案各自均具备良好的发展前景，但中移动与银联之间标准的不统一一定程度上影响了移动支付产业的快速发展。

孙战平认为，未来的移动支付将大量替代现有的互联网支付和线下支付，在其发展过程中，移动设备提供商、移动运营商、支付服务提供商以及内容服务提供商均将得益。

东方证券在其报告中表示，移动产业链发展将会为以下公司带来收益：移动业务平台运营和支付应用类的中科金财(002657.SZ)、移动支付芯片设计类的大唐电信(600198.SH)、移动支付卡商类的东信和平、天喻信息、恒宝股份，以及移动支付读卡终端类的新国都。

“这块风险主要来自于移动支付标准统一进程较慢”，机构人士认为，对相关受益个股不宜过于乐观，移动支付产业还面临着进展低于预期，用户拓展不利，盈利模式不清晰，新支付技术替代风险。

对此，孙战平告诉记者，“行业大发展应该在两年左右爆发。”

广发证券在其报告中表示，从投资时钟看，最先受益的是芯片和制卡环节。国内移动支付产业链条中的 A 股上市公司，主要包括芯片方面的晶源电子(002049.SZ)，大唐电信；制卡方面的恒宝股份、东信和平。

6月20日，中科金财上涨 3.46%、大唐电信平盘收尾、新国都下跌 0.99%、晶源电子则因重大重组事项继续停牌。来源:2012-6-21 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

首个手机恶意广告标准出炉

面对日益猖獗的手机恶意广告产业链，国内首个手机恶意广告界定标准已经出炉。日前，由 360、应用汇发起，InMobi、多盟、万普世纪、酷果、安卓壁纸等移动互联网广告产业链各方共同参与，在京举行了“拒绝手机恶意广告，推进移动健康盈利”的行业沙龙，并确定了界定手机恶意广告的四大标准。

据了解，四大标准包括：匿名推送、强制下载、无法关闭以及恶意扣费。与会者同时发起了《拒绝手机恶意广告 推进移动健康赢利》的倡议书，号召全国移动互联网广告行业各方坚决抵制手机恶意广告行为。

据 360 公司副总裁李涛介绍，2012 年以来，360 安全中心接到大量安卓用户举报，称频繁遭受通知栏广告的骚扰。经 360 检测，捆绑通知栏广告插件的应用已超过了 5 万家，其中大部分都具有匿名推送广告、强制下载软件且无法关闭等流氓行为，且第三方广告公司与应用开发者分工明确，共同牟利。这表明，国内移动互联网正在形成一条以强制、匿名通知栏广告为核心的手机恶意广告产业链。

为什么会出现这一产业链？国内著名第三方移动广告平台商万普世纪 CEO 黄波分析说，安卓应用的用户量虽然一直保持快速增长，但大部分用户并未能给开发者带来实际收入。部分开发者为了快速提高收入，大量嵌入一些匿名的、强制推送的广告。对此，国内知名应用商店应用汇商务副总裁芦衍锴认为，“商业模式上的困境永远不能成为作恶的理由”。来源:2012-6-21 北京晨报

[返回目录](#)

工信部：将尽快扩大 TD-LTE 规模实验

在“2012 GTI 亚洲大会”上，工信部副部长刘利华表示，工信部将继续加大支持力度，尽快扩大 TD-LTE 规模实验。

刘利华指出，当前信息通信移动化、宽带化、融合化发展的趋势明显，新一代移动宽带技术被业界寄予厚望。TD-LTE 作为当前主流标准之一，已被国际电联作为下一代宽带无线通信技术标准之一，为产业后续发展以及全球推动奠定了基础。

TD-LTE 在频谱利用效率方面有明显优势，目前，全球已有多家运营商尝试商用或者试商用 TD-LTE 网络，国际主流设备制造企业、芯片制造企业也积极增加研发投入，TD-LTE 商用技术不断成熟完善，并展现出广阔的发展前景。

“作为行业主管部门，2010 年，工信部在 2.6G 频段划分 50M 作为 TD-LTE 工作频段，并允许利用上述频段在部分城市开展 TD-LTE 的规模实验。”刘利华称，目前，第一阶段和第二阶段测试工作已基本完成，测试结果良好。在规模实验的带动下，TD-LTE 逐步形成了完整的产业链，系统、芯片、终端、仪表企业支撑能力明显增强。

刘利华透露，“下一步，工信部将继续加大支持力度，尽快扩大 TD-LTE 规模实验。”他同时强调，TD-LTE 的进一步发展需要上下游企业的协同推进和国际化商业运营支撑。

对此，刘利华提出三点建议，第一，需要加强全球市场的推广，发挥相关企业和协会在业内影响力，广泛宣传 TDD 技术优势，鼓励更多的运营商采用 TD-LTE 技术；第二，需要加大研发投入，推动规模实验，带动产业链完善成熟，加快推出更加丰富、性能优异的终端商用产品，改善用户体验；第三，需要进一步完善已经投入商用或者试商用的网络，让更多用户体验高速率的网络性能，为技术发展积累经验。来源:2012-6-21 中国通信网

[返回目录](#)

发改委：中国将推进 TD-LTE 国际化发展

国家发改委副主任张晓强 20 日在亚洲移动通信博览会上表示，中国已进入发展 TD - LTE 重要窗口期，下一步中国将继续加强 TD - LTE 芯片、终端、测试仪表等薄弱环节的研发，统筹研究 TD - LTE 发展所需频率资源，扩大规模试验和商用进程，推进 TD - LTE 的国际化发展。

TD - LTE 是中国自主创新的 4G(第四代移动通信)技术，与欧洲主导的 FDD LTE 技术一起被国际电信联盟确立为两大国际 4G 标准。FDD LTE 由于商用较早，目前占据约五分之四的 LTE 国际市场。由于需求不断升级，全球运营商间无线带宽竞赛不断加速，移动宽带技术的全球市场格局将在未来一两年内确定，全球近 40 个国家和地区将完成新一轮移动宽带频谱发放，覆盖人口将占全球人口的 60%以上，而且大多数国家和地区的管制机构要求运营商获得频谱的两年之内必须商用。这意味着，未来 2 年将成为 TD - LTE 发展的黄金时期，如果错过这一窗口期，中国通信标准将很难再寻找到类似的历史机遇。

此前，由于中国对 TD - LTE 的商用时间表、频率资源分配等关键问题一直不够明确，令国际产业链疑虑重重。张晓强此番明确表态，无疑将给国际产业链带来巨大信心。

目前中国移动(微博)在北京、南京、杭州、深圳、广州开通了 TD - LTE 体验服务，并启动了香港 LTE 网络与内地 TD - LTE 网络的漫游测试。2012 年中国移动还将在 10 个城市建设超过 2 万个基站。全球范围内已有近十家运营商正式商用 TD - LTE。

中国移动董事长奚国华表示，中国移动将推进 GSM、TD - SCDMA、TD - LTE 和 WLAN 四网协同发展，并打造融合发展的 LTE 网络。同时，携手系统设

备、终端芯片、测试仪器仪表等国内外上下游产业，加快推出多模融合芯片、终端等更多成熟产品，并依托 GTI(TD - LTE 全球发展倡议)等国际平台，与全球运营商广泛合作，促进 TD - LTE 在全球市场的商用部署。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

【国内行业环境】

4 英寸屏智能机跌破千元

如今的智能手机功能不断升级，但身价不再“高不可攀”，反而分外“亲民”。记者日前采访东莞几大连锁零售和相关运营商获悉，2012 年上半年，智能手机已从几千元的“高价位”回落到千元左右的“亲民价”，而千元智能手机销售比重更达 3 至 6 成，已俨然成为手机消费市场的“香饽饽”。目前 4 英寸大屏智能机也相继失守千元大关，而业内预测随着“核”战升温，双核智能机的价格或将探底，并可能刺激双核智能机涌现消费大潮。

千元智能手机时代已到

记者从本土连锁中域电讯导出的数据显示，2010 年该连锁智能手机出货量仅为 90 万台，均价为 3200 元；2011 年出货量攀升至 210 万台左右，均价却降至 2200 元，短短一年时间，其价格直落近 1000 元。

同时，为抢夺 3G 用户，中国移动(微博)、中国电信(微博)和中国联通(微博)都先后启动了“千元智能机”计划，智能手机正从几千元的“神坛价”回落到千元左右的“亲民价”，这在 2012 年上半年表现得尤为明显。

东莞国美和时尚电器两大家电连锁均表示，自 2012 年以来，各大主流品牌都推出了千元智能机型，当中国产品牌的势头最为“生猛”。

东莞苏宁则认为，如今国产品牌继续崛起、剑指中高端，而国际品牌则向下走、争夺低端市场，预计 1500 元到 2000 元的智能机将是双方交锋主战场，竞争可能将“进一步加剧”。

千元智能手机身价一路走低，市场份额却顺势看涨。“千元智能机在整体市场 TOP30 中就有 10 款入围，最热销的主流价位在 800 到 1500 元之间，实际销售比重达到整个市场的 50%左右。”东莞苏宁市场策划部部长蔺璐在接受记者采访时表示。

东莞国美广宣部经理张彤亦称，千元智能机确是消费者的热选机型，主流消费价位在 1200 元至 1800 元左右，“销售比重占 60%以上”。

三大运营商掀降价潮

尽管智能手机持续热销，但大屏智能机的价格“底线”则相继“失守”。在2012年5月“电信日”期间，三大电信运营商竞相掀起了一波前所未有的降价狂潮，几乎将去年底大屏智能机的价格“腰斩”一半左右。

据悉，广东电信携手国内五家主流手机厂商，在全省各地陆续推出5款低于千元的4英寸屏智能手机，主要包括华为、中兴、酷派、联想以及海信几个国内品牌。

与此同时，中国联通则热办“沃3G网购节”，期间1万多部HTC新渴望V、天语小黄蜂、MOTO XT390，以及联想A65、海信U8等多款双卡双待智能手机5折起促销。

东莞移动则热推酷派8013、8150和摩托罗拉MT870等大屏智能手机，其中4英寸大屏酷派8150也仅1001元至1500元。

“核战”升温竞争加剧

引发此番智能手机普及狂潮的背后，上游芯片厂商联发科、高通等扮演了主要推手。毋庸置疑，智能手机正在掀起一场换机革命，而随着智能芯片“核战”的升级，智能双核或将助推这场革命来得更为猛烈。

实际上，芯片价格的下降意味着智能手机所依赖的核心技术开始走向平民化，这也促使智能手机从源头开始降低门槛。

在芯片厂商的火热竞争下，不仅是面对中低端市场的智能机价格将会快速下滑，就连去年还分属高端的双核1GHz智能手机也可能会遭遇“身价不保”。

有关业内人士预测，2012年下半年，采用联发科芯片的智能机将有可能跌破600元，而双核智能机年内调整到千元左右“可能性也很大”。中域电讯副总裁郭秀宏则表示：“千元智能机，只不过是一个开始，好戏在后头。”

来源:2012-6-21 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

国产手机将掀“出口转内销”热潮

“在国内售价是3000元人民币，在香港售价却是3000港元！”某品牌手机粉丝如此向记者解释去香港购买手机的原因。智能手机更新换代迅速，但国内各种税收和渠道费用却导致国产手机零售价太高。有业内专家表示，手机厂商通过香港开店转内销的方式或将大行其道。

水货冲击国产手机业

其实高税收已经成为制约国产手机发展的重要环节。“我们用的都是国际一流的零配件，光交税就要花上数百元。”在近日中国电信(微博)广州“2012年天

翼 3G 互联网手机交易会”上，小米手机董事长雷军(微博)告诉记者。这意味着如果可以降低进口零配件关税，小米手机实际可以进一步降低价格。

而华为(微博)手机终端公司总裁余承东就曾在微博上抱怨：“看到一些外国企业，尤其亚洲邻居，大量通过水货走私的方式在从香港、日本等地大量往中国大陆走私其手机尤其其中高端手机，以此逃减中国的增值税。”

除了对国内的手机生产商影响严重外，很多手机渠道商亦叫苦连天。比如一些知名国际品牌手机的国内渠道商就向记者坦然表示，由于价格原因，他们根本不可能跟水货竞争。“即使向厂商投诉也没有任何效果。”

魅族香港开店成功盈利

跟很多国内品牌不一样，国内手机生产商魅族自去年起就在香港设立了专卖店。在充斥着五光十色的香港运营商营业厅和众多品牌手机厂专营店的香港九龙旺角西洋菜街，魅族手机恐怕是唯一一间来自国内的品牌手机厂商。

记者日前走访了这家魅族专营店，看见该店的顾客不少，一台港版魅族 MX 售价为 2599 元，按照 100 人民币兑 81 港币折算，比国内同款手机 2399 的售价便宜了 293 元。因此，如果能将 2~3 台魅族手机顺利携带过关，不但可以将来回路费补回来，还能小赚数百元。这对于国内游客乃至众多的手机网店的店主都颇有吸引力。

“魅族在香港的专营店有两个目标，第一个是面向香港市场，我们的产品七成是卖给香港本地消费者；第二是利用香港这个国际化都市研究国际用户的使用习惯。”魅族公司相关负责人强调，魅族专卖店是针对香港市场的销售。

不过，该负责人也坦承，魅族专卖店的消费者中六成是国内游客。至于这些国内游客购买是为了自用还是返销给国内其他用户，则没有人知道。记者在淘宝等网店中输入“魅族”等关键词，很容易就可以找到以“魅族 MX，香港代购”等店铺出现，其中一家店铺的网页标明：“港版魅族 MX 在大陆保修只需机打发票即可保修。”

业界人士指出，在庞大的游客购买群体的支撑下，魅族香港专营店尽管“单店运营，成本巨大”，但却成功实现盈利，显然这在国际品牌林立的香港是罕有的。

业界观点

出口转内销应对高额增值税

其实早有大量国际手机厂商通过香港作为“中转站”向国内输出手机，包括三星、诺基亚、HTC 等厂商均通过香港向国内“出口”大量中国内地手机。根据记者随机调查国际品牌 HTC 的手机用户发现，超过一半用户是购买 HTC 的水货产品。业内观察人士李先生向记者表示，即使是如雷贯耳的苹果 iPhone，也

不排除在销售过程中采取了类似的方法。据李先生了解，在 iPhone 生产后会被直接“出口”到保税区，因此很可能也采取“出口转内销”的方式来合理避税。

一位业内人士向记者表示，这些最终由国内用户购买使用的手机全部都是国内手机厂商生产。手机厂商通过“出口”的方式既可以获得出口免税、退税等优惠，然后再通过水货大军运回国内，以网络商铺的方式“返销”回国内，这样就避免了关税和增值税。其中单纯增值税一项，就可以降低 17%。再加上汇率因素，国内流通环节层层抽取利润，导致一些大品牌手机水货和实体商店行货价格相差竟然达到一倍。

“其实在香港设立专营店有两个好处：第一是树立品牌；第二是避税。”手机咨询机构战国策咨询首席分析师杨群向记者表示，跟奶粉等食品不同，标准化的电子产品不论是国产还是进口、是否在香港购买，其品质都是一样的。

“只有 700 万人口的香港市场太小，又面临大量国际品牌的竞争，魅族专营店只是针对香港市场的说法很难让人信服，手机“返销”回国内，以避免关税和增值税应该是重要原因。可以预见，将来会有越来越多的国内手机厂商将采取上述方式进行运营。”杨群如是说。来源:2012-6-26 信息时报

[返回目录](#)

国内首个手机恶意广告界定标准出炉

为拒绝手机恶意广告，推进移动广告业健康盈利，各移动互联网广告产品链确定了国内首个手机恶意广告界定标准。

360 安全中心数据显示，2012 年大量安卓用户举报称频繁遭受通知栏广告的骚扰，目前捆绑通知栏广告插件的应用已超过了 5 万家。对此，360 副总裁李涛表示，“遏制手机恶意软件泛滥需要多方协调，全面考虑用户、开发者、广告商、应用商店等多方的体验及利益”。

据悉，由 360、应用汇发起，InMobi、万普、多盟、酷果等公司就如何界定通知栏广告，是否及如何拦截等议题展开了激烈讨论，并最终总体肯定了国内首个手机恶意广告界定标准。与此同时，360 向全行业发出了《拒绝手机恶意广告推进移动健康盈利》的倡议书。

究竟移动端恶意软件到底严重到了什么地步？据李涛介绍，2012 年 360 安全中心接到大量安卓用户举报，称频繁遭受通知栏广告的骚扰。经检测，捆绑通知栏广告插件的应用已超过 5 万家，大部分都具有匿名推送广告、强制下载软件且无法关闭等流氓行为，广告公司与应用开发者分工明确，共同牟利。

对此，各方均认同整治恶意广告的大方向，考虑到开发者、应用市场及广告平台的健康发展，希望手机恶意广告标准尽快出台并实施。为推进该计划，360和以上厂商联合发布了《拒绝手机恶意广告 推进移动健康盈利》的倡议书，以手机通知栏广告作为切入点，以促进移动互联网产业的健康发展。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

国家发改委称加快发展 TD-LTE 时间窗口已到

GSMA 亚洲移动通信博览会于 2012 年 6 月 20 日至 22 日在中国上海新国际博览中心举行，这也是该展会第一次从香港移师至上海。一直以来，GSMA 不断推进亚洲移动通信大会活动的成功演变和发展，以充分满足具有全球影响力的亚洲移动通信市场在迅速增长过程中的各种需求。

本届展会的开幕式于 6 月 20 日上午举行，国家发展和改革委员会副主任张晓强在致辞中指出，2012 年 5 月 30 日 国务院常务会议顺利通过十二五国家战略性新兴产业发展规划，明确 TD-LTE 研发及商用示范项目，这充分表明了中国政府积极支持 TD-LTE 发展的基本方针，加快发展 TD-LTE 窗口的时间已经到了。

随后，张晓强还对 TD-LTE 的发展提出了四个方面，第一，继续加强 TD-LTE 芯片、终端、测试仪表等薄弱环节的研发，解决多模技术发展；第二，统筹研究 TD-LTE 发展所需要的频率资源，积极推进扩大规模试验和商用进程；第三，继续坚持开放创新，积极推进 TD-LTE 的国际化发展；第四，统筹 TD-SCDMA 和 TD-LTD 的协调发展。

本届展会开幕式上的五个主题演讲将围绕“新移动时代的战略”展开。中国移动(微博)董事长奚国华、GSMA 会长暨董事会成员 Anne Bouverot、意大利电信董事长兼首席执行官 Franco Bernab、巴蒂电信印度及南亚区首席执行官 Sanjay Kapoor、中兴通讯(微博)总裁史立荣将先后进行演讲。来源:2012-6-20 中国通信网

[返回目录](#)

一季度全球宽带用户增 1600 万 中国市场增势最强

据行业分析机构 Point Topic 为宽带论坛发布的数据显示，2012 年第一季度，全球宽带用户数量增长 1610 万，总线路超过 6 亿。这一数字较上一季度

环比上升 2.7%，较去年同比增长 11.5%。这一统计数据表明用户增长速度在加快——在过去 18 个月中，新增用户总数超过 1 亿。

按地区划分，中国(4.4%)、俄罗斯(3.9%)和巴西(3.6%)一季度的增长最为强劲，其中中国仍然是世界上最大的宽带市场，宽带用户总数高达 1.379 亿。就宽带接入技术而言，光纤接入增长势头最猛，一季度上升 4.4%至 6640 万用户，其中 1330 万为光纤入户。

网络电视的用户增长也开始回升，一季度增幅为 3.8%，用户总量突破 6560 万。增长的最大贡献者是中国——中国一季度网络电视用户增量是其他国家/地区的三倍以上，法国和美国也保持了强劲增长。来源:2012-6-21 飞象网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

美国推出刺激宽带新举措

美国总统奥巴马 6 月 14 日签署了一份行政命令，允许企业在进行联邦道路和住宅建设期间铺设宽带线路，使宽带网络建设节省 90%的资金。这是白宫改善美国宽带的新举动之一。此外，美国政府还推出了“ US Ignite” (点燃美国)计划。“ US Ignite”计划的目的在于利用比当前网速快 100 倍的最先进宽带网络刺激“下一代应用和数字体验”的发展。

参与“ US Ignite”计划的有 100 多家新创公司、地方和州政府、联邦政府机构、大学以及思科和惠普(微博)等主要科技公司，旨在建设全国性的连接各社区和大学校园的千兆网络。“ US Ignite”计划的目标是，在美国 25 个城市的战略区域研发出至少 60 个新应用，充分利用这些网络超高速的特性，所涉及的领域包括医疗、教育、清洁能源制造、交通以及安全等。

白宫认为，这些新网络和应用将“改善服务水平并创造就业、促进创新并能为美国企业开拓新的市场”。美国国家科学基金会还拨出 2000 万美元资金，用于这些技术的原型产品开发和测试。来源:2012-6-20 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

英国维珍航空将允许部分航班上使用手机

英国第二大航空公司维珍航空(Virgin Atlantic)周一宣布，将允许乘坐其往返伦敦与纽约的空客 A300 航班的乘客在飞机上使用手机。

乘客可以在飞机上打电话、发送短信和接收电子邮件。

不过，这项服务的价格不菲，由于手机信号需要通过卫星传送，在飞机上打电话每分钟收费 1 英镑，短信每条收费 20 便士。此外，由于带宽限制，这项服务只允许 10 名乘客同时使用。

当然，为确保飞行安全，维珍也规定了一些限制措施，例如在飞机起降时关闭信号设备。与此同时，为避免影响其他乘客休息，该公司规定在特定时间内不允许使用手机通话，同时将为需要打电话的乘客安排特定的通话房间。来

源:2012-6-25 新浪财经微博

[返回目录](#)

印度新电信法聚焦资费平衡 或促行业回暖

在移动通信领域，印度无疑是继中国之后的又一匹“黑马”。

印度巴蒂电信印度及南亚首席执行官 Sanjay Kapoor 日前在 2012 年亚洲移动通信博览会主题演讲中透露，印度一季度用户总数达 9 亿户，成为仅次于中国的全球第二大电信用户大国。Sanjay Kapoor 甚至表示，鉴于印度强大的市场潜力，这一数字很快将突破 10 亿。

但人口红利带来的高速增长仅仅是印度电信市场的一个侧面。

印度电信市场还有另一个真实的面孔：多达 13 家的电信运营商、长期无序低价竞争、低得可怜的运营商利润及混乱的电信管制机制。为了遏制不断恶化的电信运营环境，2012 年 6 月，印度电信监管部门三改电信法，旨在“提供民众消费得起的高效率通信业务”。

聚焦电信资费平衡

5 月 31 日，印度内阁通过了新电信法，针对印度电信业未来 10 年发展制订了更为稳定的管制机制。印度电信管制机构因贪贿门声誉急降，新法旨在一改管制透明度，提供民众消费得起的通信业务，其要点包括实行全国单一牌照机制、携号转网，取消区际漫游费等。这是印度 1994 年以来第三次修订电信法，此前的两次分别是在 1994 年和 1999 年。

按照印度电信部长 Kapil Sibal 的预期，“新法希望为电信业未来 10 年的发展提供可知、稳定的机制。”他对外公开表示，新电信法的宗旨是“提供民众消费得起的高效率通信业务”。

由于竞争过于激烈，印度过去几年的手机资费大幅降低。平均每分钟的通话费仅为 0.7 美分，处于全球最低水平。这在一定程度上帮助印度实现了手机普及，并使得印度成为仅次于中国的全球第二大移动市场。但同时也严重伤害了印度电

信运营市场，以印度最大的移动运营商巴蒂电信为例，巴蒂电信 2012 年第一季度平均每用户每月收入为 4 美元，远低于 4 年前的 10 美元。其他运营商也遭遇了类似的窘境。目前，印度已经是全球电信话费最低的国家之一。

Kapil Sibal 希望能够通过新电信法的颁布来平衡电信运营商收入增长和用户对于低资费的需要：“当前的资费是不可持续的，但新政策也不能让资费水平超出印度穷人的承受范围。”

据了解，新电信法对电信业务牌照实行了重大修改。此前，印度将全国分为 22 个区，运营商在每个区都需要获得独立的运营牌照。新法规定，印度未来将发放可全国经营的牌照，按频段带宽颁发牌照。Sibal 称，此举可使得用户在不改变移动电话号码的情况下更换运营商，同时用户也不必支付此前的跨区漫游费，据称漫游费占印度运营商总收入的比例高达 10%。

解决人为频谱资源匮乏

作为新电信法的一项重要内容，新电信法建议开放频段用途，允许电信服务商在所拥有的频段上开展任何类别的业务。这被许多电信运营商和业内人士所看好。长期以来，由于官僚作风严重，加之政府提供频谱的意愿不足，导致印度运营商掌握的频谱资源远低于美国和欧洲同行。这一矛盾在 2008 年发生的印度前电信部长 2G 频谱发放丑闻发生时集中激化，使印度电信业蒙上阴影。

沃达丰非洲、中东和亚太 CEO Nick Reed 曾在公开场合批评：“印度存在着人为的频谱稀缺，这阻碍了印度发展世界级电信服务的步伐。”印度电信咨询公司 Analysys Mason 分析师估计，按照现有的频谱数量计算，印度运营商到 2015 年只能为 1.17 亿用户提供可靠的宽带资源，而其他 6500 万用户的需求将无法得到保障。由此产生的行业损失相当于该国 GDP 的 0.7%。

据了解，新规发布后，运营商不仅可以充分利用手中的频谱资源，还可以将其租赁给其他公司。这在美国等很多成熟市场都是非常普遍的做法，可以提升频谱效率。

在 Kapil Sibal 的领导下，印度电信法规正在走向更加有利于电信运营商、设备厂商的修改方向。以新修改的电信设备进口规范为例，新电信设备进口规范去掉部分严苛条款，不再强制国外电信设备厂商向第三方保管机构提交软件源代码。印度是我国电信设备商中兴、华为(微博)的重要市场，这一新规将有利于两大公司进一步开拓印度市场。

■ 延伸阅读

你所不知道的印度通信市场

·印度的固定宽带市场极其不发达，印度运营商到 2015 年只能为 1.17 亿用户提供可靠的宽带资源，而其他 6500 万用户的需求将无法得到保障。由此产生的行业损失相当于该国 GDP 的 0.7%。

·印度的智能手机渗透率还不到 3%，即使未来每年保持 100% 的增长，那么智能手机未来三年的渗透率也不到 10%。

·印度的手机用户已经超过 9 亿，很快会突破 10 亿。

·由于竞争过于激烈，印度过去几年的手机资费大幅降低。平均每分钟的通话费仅为 0.7 美分，处于全球最低水平。来源:2012-6-25 通信产业网

[返回目录](#)

高盛下调 2012 年全球手机销量预期至 18.4 亿部

高盛分析师西蒙娜·詹科夫斯基(Simona Jankowski)今天发表投资报告，将本年度全球手机销量预期从 19.5 亿部下调至 18.4 亿部，原因是需求放缓和库存减记。

她将本年度全球手机销量预期从 19.5 亿部下调至 18.4 亿部，降低 10%，比去年增长 4%。智能机销售量预期从 6.68 亿部下调至 6.49 亿部，比去年增长 38%。

詹科夫斯基在报告中下调了新兴市场的手机销量预期，以及成熟市场的智能机销量预期。她指出：“我们调低了中国、西欧、巴西和拉美其他国家的手机销量预期，以及北美和西欧的智能机销量预期。”

她特别提到：“除宏观经济面临挑战外，北美和西欧市场还面临运营商削减套餐补贴，以及升级费用较高，导致手机升级周期延长，智能机增长缓慢的问题。”

在谈到中国市场时，詹科夫斯基指出：“在中国，3G 智能机需求增长略微放缓，EDGE 网络的需求仍然旺盛。此外，低价‘白盒’(white box)市场需求强劲；分析师唐纳德·陆(Donald Lu)预计，联发科(微博)、展讯和晨星半导体的智能机芯片出货量将从 2011 年的 1000 万片，增至 2012 年的 1.1 亿片(尽管并非所有产品均流入中国市场)。”

詹科夫斯基提到，RIM、HTC 和诺基亚均发布了负面预期，华为(微博)和中兴出货目标疲软，三星(微博)本季度最多只能与预期持平。

她还预计，RIM 本季度将首次面临用户量下滑的窘境。她给予 RIM 股票“中性”评级和 13 美元的目标股价。来源:2012-6-26 新浪科技微博

[返回目录](#)

Ovum 称 TD-LTE 获认可 2016 年市场份额将占 25%

全球领先市场分析机构 Ovum 预测，LTE 时分双工(即 LTE TDD)已经获得业内领先基础设施和设备供应商的广泛认可和支持，到 2016 年，LTE TDD 连接将占 LTE 连接总量的 25%。

研究人员指出，LTE TDD 已经远远不只是一项中国专有技术的问题——该项技术已经被日本、中东和欧洲的移动运营商采用。

Ovum 公司网络基础设施部的首席分析师达里尔·斯古勒(Daryl Schoolar)表示：“LTE TDD 最大的市场机会将来源于支持移动宽带服务的部署。其他机会还包括将其用作固定无线宽带网络和小基站回程。”

移动运营商，如日本软银、澳大利亚奥都斯、瑞典和丹麦的 Hi3G，以及沙特的 STC 电信等，已经开始或正计划将多模 LTE FDD/TDD 作为其现有的 GSM 和 WCDMA/HSPA 网络的一部分。

斯古勒表示：“将诸如 GSM 和 WCDMA/HSPA 等多种标准与 LTE FDD 和/或 TDD 模式相结合能够增加整体网络容量，提高服务质量。这只是其中的一小部分，更大的机会在于运营商将在其上部署 4G 网络，包括印度的巴帝电信和沙特 Mobily。此外，LTE TDD 还可以让运营商获得非成对频谱价格成本收益，这部分成本可以转嫁给终端用户。”

Ovum 公司预计，LTE TDD 将获得基础设施、设备和芯片制造商的广泛支持，其产量和选择不断增加。华为(微博)和其他部分厂商支持多模、多频段的设备，这部分市场估计将投入 60 多种商用设备。

斯古勒指出：“随着移动运营商对 LTE TDD 模式的广泛认可，2G、3G 和 LTE FDD 供应商的成功变得与供应商早期的 LTE TDD 部署一样重要。受多标准基站影响，移动运营商将关注已经部署了 2G/3G 和 LTE FDD 网络的运营商，通过他们部署 LTE TDD 网络。”来源:2012-6-26 飞象网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

移动支付步入关键年 运营商发力近场支付

中国移动(微博)支付正在步入快速发展道，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。

移动支付被认为是移动电子商务时代的核心业务之一，有利于推动移动互联网的发展，并帮助运营商业模式创新。而作为移动支付市场的主力军，国内运营商正在积极布局。在获得支付牌照后，三大运营商相继成立支付公司，并将移动支付作为重点。

从目前来看，三大运营商均已将 2012 年作为业务推广的重要一年，其中，近场支付有望 2012 年实现全国性的规模化发展。

中国移动近场支付下半年扩至全国

在移动支付领域，中国移动选择与浦发银行战略合作。经过两年磨合，双方之间的联姻已有结晶。近日，中国移动与浦发银行推出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四款产品。中国移将此作为其在手机支付业务领域取得的一个实质性突破。

在四款产品中，中国移动浦发银行联名卡及后期演进产品 NFC 手机是中国移动 2012 年推动规模化发展的重要产品。NFC 定制手机集成中国移动浦发银行联名卡所有功能。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。

除了 NFC 定制手机以外，中国移动还透露了双方在联名卡上的最新进展。据中国移动透露，目前，中国移动浦发银行联名卡已经发卡达到 7 万张，随着使用场景日益丰富，2012 年下半年中国移动浦发银行联名卡的业务将逐步推广至在全国各大城市，在全国范围内引领移动支付的潮流。

联通下半年启动近场支付试点

2012 年 4 月，中国联通(微博)在北京举行“联通支付有限公司”挂牌仪式，并宣布，将在 2012 年下半年推出基于电子现金的近场支付产品并启动试点。

据了解，联通支付有限公司是中国联通从事支付业务的唯一的专业运营公司，全面统筹联通支付业务的发展，建立统一的支付网关和支付能力平台，通过整合各类金融支付工具与产品，为用户提供各类支付服务及解决方案。截至目前，联通支付公司已与二十多家银行及银联、万事达卡和多家第三方支付机构开展合作，并推出多款“沃支付”产品，包括网银网关支付、沃账户余额支付、手机公交卡、“快捷支付”等涵盖个人用户支付业务和行业应用解决方案。

中国联通支付公司总经理戴任飞表示，联通支付公司将积极布局移动近场支付，参与相关标准的制定，与近场支付产业链各方开放合作，推动在身份鉴权、手机公交卡、手机刷卡购物的发展。“下半年，联通支付公司将推出基于电子现金的近场支付产品并开展试点，并继续推进手机公交卡与校企一卡通的发展。”

据了解，目前，中国联通已经在江西、辽宁和福建三个省公司开展快捷支付和缴费的规模试点业务。

电信与第三方合作扩大手机支付业务

“移动支付”是中国电信(微博)基于天翼手机应用平台推出的一项新型电子支付产品，产品形态分为“翼支付合作类产品”与“翼支付自有账户产品”。

其中，“翼支付合作类产品”是指中国电信通过与各地市政相关机构、第三方行业卡公司、金融机构合作，将各地的市政卡(市民卡、公交卡、一卡通)、行业卡或银行卡功能集成到手机 UIM 卡中，使得刷天翼手机就可以乘公交、地铁、出租等交通工具，还可以进行公共事业缴费、超市购物、医疗卫生、社会综合保险等功能应用，或刷天翼手机直接用银行卡支付。“翼支付自有帐户产品”是指用户开通该业务后电信后台为用户开通一个翼支付帐户，用户为该帐户储值后，即可在中国电信联盟商家和合作商户使用该账户通过 WEB、短信、语音等方式进行远程支付，办理翼支付卡后还可通过刷 POS 方式进行现场支付。

目前，中国电信已在宁波、河北、东莞等地方与当地商业银行合作，推广移动支付业务，同时，中国电信与中国银联旗下的银联商务、银联电子商务、拉卡拉第三方支付公司建立合作联盟，为商户提供方便的支付。此外，中国电信还与航空公司、公交公司的行业用户合作，通过帐户的关联扩大手机支付业务。来源:2012-6-26 通信产业网

[返回目录](#)

2G 过渡 3G 进入关键期 运营商终端角力升级

国产大军紧盯百亿补贴，一款手机卖 300 万台才有钱赚？

“我们第一次组织的会议，在南京，当时参加的人只有 2000 多人，交易的手机总量只有 400 万部，到了今天我们参会者，也就是手机芯片、软件平台、手机制造、销售等互联网应用开发等有两万多人。”日前在广州举行的 2012 年天翼 3G 手机交易会上，中国电信(微博)董事长王晓初感慨万千。

3G 商用 3 年多来，庞大的 2G 用户群体正加速向 3G 升级。对于任何一家运营商或手机商来说，这都是巨大的机遇。就在一个星期前，中国移动(微博)广东公司宣布 3G 用户破 1000 万，并推出多款高端手机及千元智能机，终端策略与中国电信不谋而合。运营商发力给补贴，推动智能机市场，厂商不断推新品，产销两旺。然而，这便意味着谁都能在这波换代大潮中大赚特赚吗？未必。按照华为终端董事长余承东的说法，一款手机要做到 300 万台以上才可能盈利，这基本代表了国内 1000 元左右智能机的真实情况。亦正因为如此，不断扩大的运营商渠道及补贴变得日益重要。

三种制式终端势均力敌

2009 年，中国电信刚接手 CDMA 时，王晓初面对上百家 CDMA 手机厂商说，“中国电信年初采购了 100 万台 3G 终端，但到昨天为止，我们一共才拿到 27 万台，已经卖出了十多万台，目前在只剩十几万台存货的情况下，想组织一次有力的销售活动都不可能。想问在座各位是否汗颜？”

四年过去，CDMA 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。

2G 向 3G 的转换势不可挡，“中国整个 3G 用户渗透率已经超过 15%，而无论是西方发达国家还是亚洲发达地区，只要手机用户超过 15% 的用户是 3G，这些地方 3G 的发展就进入高速增长期”。王晓初强调，2012 年中国电信的首要目标就是做大规模。

本次天翼 3G 手机交易会的热闹开场或许可以让王晓初稍稍松一口气，交易会当天，签订量达到 7200 万部 CDMA 手机，其中智能手机占到 4000 万部。

爆炸性增长背后，中国电信的终端丰富，作用突出。从高端的 iPhone 4S、三星 GALAXY SIII、HTC ONE X，到浩如烟海的千元智能机，如今中国电信手里的“终端牌”丝毫不逊于中国联通(微博)的 WCDMA。即便是发展晚于国际水平的中国移动 TD-SCDMA 制式，除了 iPhone 4S 外，所有另外两家运营商有的机型，中国移动亦几乎全都有。终端竞争的天平更趋于平衡，再加上运营商求规模的目标，手机商们似乎遇到了从未有过的好光景。

智能机唱主角，运营商作用放大

和往年天翼 3G 手机交易会会有所不同的是，无论是厂商发布的新品还是展台上的主角——清一色的智能手机。“这是中国电信主推的趋势，也是市场趋势。”一位与会手机企业高管向南都记者表示。

“跟着运营商走”，这种想法根植于每一家与会品牌的发展战略中。按照联想副总裁冯幸的表述，去年三大运营商的补贴总额高达 600 亿，2012 年更是有增无减。如此一来，在智能手机拼硬件、拼价格的残酷环境中，如何满足运营商的需求，获得补贴，自然成为重中之重。

“随着 3G 的推动，运营商地位越来越高，在中国，不管是运营商渠道定制还是走社会渠道，在市场上双方并行会走得更好。”摩托罗拉移动产品市场部高级总监唐之杰亦充分肯定了运营商在手机渠道中的作用。

值得注意的是，在 2012 年展会上，摩托罗拉是少数在 CDMA 手机各价格段上均有产品布局的品牌，既有中高端商务机 XT889，也有一千多元的音乐手机 XT553。唐之杰称，摩托罗拉是最早一家支持中国电信高端机型的品牌，30 年的品牌沉淀亦使之更了解中国运营商的需求。

HTC 中国区总裁任伟光接受南都记者采访时也谈到了不同运营商的差异化需求，以及如何满足这些需求。冯幸则表示，联想是最早、与运营商紧密合作最成功的终端厂商。尤其是与中国电信的长期战略合作关系，为双方带来了创新、共赢的规模性发展。

紧贴运营商，国产品牌更需给力

如果说对于摩托罗拉、三星、HTC 等国际化品牌来说，尚有高端机型能支撑利润，那么国产手机商则不然，高端缺失的现实让他们不得不紧紧抱住运营商，追逐规模，获得利润。

“对于我们来说，一款手机要做到 300 万支以上才可能赢利。”余承东如是说。据了解，2012 年上半年华为联合中国电信推出的年度 CDMA 智能手机 Ascend C8812，上市 50 天的销售量已超过 100 万部，刷新了此前华为的记录。然而按照余承东的说法，“运营商要求低价，比如 899 元甚至更低，而华为采用的精品器件和部件及设计架构，再加上专利费，成本比国内同行高很多，别人盈利而我们亏损，纵然产品有竞争力，却痛苦不堪。”

有鉴于此，华为选择两条腿走路——用千元智能机以及中档机型的规模销售，提升华为终端的市场份额；而高端旗舰机型则可以带来品牌效应，并提高公司手机业务的利润率。

不过这未必会是一条一帆风顺的道路。再看与华为境况类似的老对手中兴，2012 年的天翼 3G 手机交易会上，中兴发布了 Blade 880 升级版 N880E、N788、N855D 等千元机型。另外还推出了全新的“旗舰”产品线 Grand 智观系列机型

N970。但这款重点机型的售价却仅与 HTC 的千元智能机相仿。品牌支撑力不足的情况下，高端不高的窘相可见一斑。

机型掠影

智能机两大主线确立

和终端最为丰富的中国联通一样，中国电信的智能机亦同走旗舰机型和千元智能机两条主线。从本次 2012 年天翼 3G 手机交易会上各大厂商展出的机型中，其背后的智能手机策略亦能窥得一二。

旗舰智能

iPhone 4S 电信版

苹果没有展台，iPhone 4S 电信版却仍占据了电信宣传海报上最靠前的位置。作为一款地位超然的机型，任何对 iPhone 4S 机型本身的描述都变得没什么意思。相反，中国电信董事长王晓初则表示，从引入到现在，电信版的 4S 销量一直在升高，且电信也做好了引入下一代 iPhone 的准备。对于其他品牌来说，苹果或 iPhone 4S，更多的是展示了作为终端的榜样力量。

三星 Galaxy SIII

三星是目前全球范围内唯一能正面与苹果“打擂台”的品牌。本次大会上，三星如期推出了最新旗舰产品 Galaxy SIII 的 CDMA 版本。这更大程度上显示了三星一贯的策略——三大运营商同时出击，谋求更大的市场。另外，三星的反应速度亦可见一斑。短短几个星期内，三款 Galaxy SIII 已轮番发布并正式在中国市场开售。

HTC ONE X C

按照 HTC 中国区总裁任伟光的说法，HTC 更注重不同运营商的差异化需求。和 Galaxy SIII 一样，HTC ONE X 也有面向三大运营商的三种版本，不过和 WCDMA 版或 TD-SCDMA 版不同的是，电信版的 ONE X C 并没有采用四核处理器，而是采用了双核，但增加了双卡双待功能，并保留了该系列先进的影像处理和 Beats 音效。任伟光称，ONE X C 这样的配置更贴近中国电信的需求。

千元智能

摩托罗拉 XT535

经验丰富的摩托罗拉在推出 XT535 这款千元智能机时并没有走传统路线，强调屏幕、处理器或其他配置。相反，该机主推的是和新浪共同开发的音乐社交功能。实在要说到硬件，唯一突出的只有 1735 毫安大容量电池，以突出实用性。这种做法和强调大屏幕或高速 CPU 的大多数国产品牌很不一样。

联想乐 Phone S850e、A710e、A700e

通过去年试水 WCDMA 千元智能机，联想手机的出货量暴增，在运营商渠道中的占比亦从 2% 攀升到了 13%。进入中国电信 CDMA 千元智能机市场，联想延续了这种“专一”的做法，没有什么花哨的包装，紧紧贴近中国电信求规模的目标。

中兴 Grand N970

由于定价在 2000 元以下，中兴这款旗舰机型实质上仍在与千元智能机，特别是 HTC、摩托罗拉等国际化品牌的千元智能机竞争。值得注意的是，在同价位内，中兴由于品牌上的相对弱势，需要付出比国际化品牌更多的成本以及更高的配置，可能会对盈利带来直接影响。但可喜的是，对于中兴这一手机品牌来说，试水接近 2000 元价位的智能手机，已然算是迈出了艰难的第一步。

相关报道

互联网企业乱军入阵洗牌还是共赢

“过去在没有智能手机前，中国电信主要运营商和终端打交道，就是与传统的手机公司打交道。今天情况改变了，由于智能手机的出现，要谈判合作的价值链上的朋友，变的更多了。”王晓初说，长虹代表的家电厂商、HTC 之类的 IT 企业，还有百度、腾讯等互联网企业，都成为中国电信的合作伙伴。

这也是 2012 年天翼 3G 手机交易会的一大“特色”——互联网背景的企业展台增多。从小米手机到 QQ 手机管家再到悟空智能手机多媒体应用，互联网企业从终端到手机软件全面“侵入”传统手机行业，也亮出了更多新“玩法”。

在本届手机交易会的宣传海报上，尺寸不大的地方挤满了各类机型，然而这还只是沧海一粟，更多的品牌和机型根本没有机会登上这张海报，然而品牌仅成立不到一年的小米手机却在其中。这点甚至让不少老牌手机商艳羡不已。

“小米所开创的互联网手机模式，现在跟风者众多，这说明小米所开创的互联网手机模式是未来的方向，民心所向大势所趋。”尽管小米董事长雷军接受南都记者采访时表现出极强的自信，但谈到运营商的作用时，他的姿态却放得很低。“运营商在中国依然是手机销售的主力军，小米的模式最近很热。我的观点是把这两个模式结合起来，首先面对终端市场，小米坚持只在网上零售，线下店面的销售只做运营商。”他认为，只有电信运营商才更了解用户的需求。

相比之下，同样前来参会的奇虎 360 董事长周鸿祎则放出豪言，“互联网已经干掉了许多的传统行业，互联网未来将要干掉的两个行业是电信运营商和传统手机业。”理由是传统手机商靠硬件赚钱，运营商如不及时转型互联网，会很危险。

不过更多的互联网企业则更相信与运营商的合作是“共赢”，而非“颠覆”。

例如深讯和科技展出的“悟空”系列智能手机移动互联网多媒体应用产品，可为安卓用户提供“手机系统个性化管理”、“手机系统资料备份”等独特的功能，希望能做到传统手机产业的有益补充。

腾讯则展示了“手机健康专家”服务，意在帮助用户抵御垃圾短信、吸费病毒、隐私窃取等问题。相关人士称，腾讯手机管家针对运营商关注的问题，进行扣费木马扫描、智能拦截诈骗短信和吸费电话。来源:2012-6-20 南方都市报微博

[返回目录](#)

运营商提速移动支付布局 标准破冰助推产业链融合

随着电子商务的发展，移动支付逐步成为民众消费的重要支付方式之一。电信运营商、银行机构和第三方支付互联网公司都在移动支付市场摩拳擦掌，电信运营商更是加快了近场支付的布局。6月18日，中国移动(微博)与浦发银行联合发布了包括中国移动浦发银行近场支付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四款产品。另据报道，中国联通内部也已形成共识，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。伴随着移动支付国标出台的渐行渐近，困扰行业发展的掣肘将突破，移动支付无疑会迎来跨越式发展，产业链之间的融合也将加强。

运营商加快布局近场支付

易观国际报告显示，2011年中国移动支付用户数达1.87亿，交易额达742亿元，同比增长67.8%。预计该市场在未来3年将保持快速发展，2014年交易规模将达3850亿元，用户规模达3.87亿。面对如此广阔的市场前景，运营商们早就看到了其中的市场机会。中移动在2001年就推出手机短信银行业务，2006年，中移动试水移动支付业务，推出电子钱包等，2009年还推出一卡通业务。中移动在NFC领域的布局也在进行中。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。

中国联通2007年开始与银联合作，在北京、上海、广州等城市进行移动支付实验并推出手机钱包业务。随后，联通和中国银行、中国平安、支付宝和上海交行合作，共同发展移动支付业务。4月26日，中国联通(微博)旗下全资子公司“联通支付有限公司”成立，并建立了统一的支付网关和支付能力平台，将重点发展移动远程支付和移动近场支付业务。

中国电信(微博)虽然起步较晚，但实力不可小视。2010年，中国电信联手中国银联推出“翼支付”，旗下多款手机支持各类的行业卡、公交卡、校政企内部卡账号、银行卡等支付方式。目前，翼支付已是国内近场支付的最好范例。在2012天翼3G手机交易会暨移动互联网论坛召开期间，中国电信天翼电子商务公司总经理高宏亮介绍，截至目前，中国电信翼支付的累计交易额达到169.6亿元，“超过了去年全年交易额，下半年要再做2.5个去年的交易额。”

运营商面临左右夹击

虽然运营商的近场支付发展得如火如荼，但移动支付领域早已是暗流涌动，运营商发力移动支付正面临银行机构和第三方支付互联网公司的双重夹击。目前，除了运营商外，众多第三方支付企业也在手机支付方面有积极动作，其中较为常见的则是“手机刷卡器”这个产品。目前，国内市场上第三方支付企业研发的刷卡器就有“刷宝”、“立方宝”、“乐刷”、“盒子支付”、“拉卡拉手机刷卡器”等约有十几种。越来越多的第三方支付企业绕开了运营商，另起炉灶。

电信运营商巨大的用户规模、新兴的终端载体、无处不在的网络、安全个性化的服务是发展移动支付的基础和优势。但在远程支付模式中，运营商只是一个通道，主导权掌握在银联这样的金融机构手中。中国银联作为国内唯一的全国性银行卡联合组织，对市场规则和发展趋势有着最为深刻的了解，并且手握国内最庞大的银行卡受理网络，占据得天独厚的优势。

银联手机支付业务已在全国30余个省市开展试点或推广应用。而且银联还没有停止扩张的步伐，除了和UC这样的手机浏览器厂商合作，银联日前还与京东商城、麦包包等电商企业展开手机客户端软件内置银联支付服务的合作，与手机终端厂商HTC合作。运营商、银联、第三方支付企业在移动支付上正上演三国演义。

移动支付产业链的融合和合作势在必行

长久以来，在近场支付领域存在基于银联主导的13.56MHz、中移动力推的2.4GHz等两大标准。显然谁都不想将主导权拱手相让。甚至在运营商内部也暗战不断，中移动主推行于2.4GHz上的RF-SIM标准，而中电信和中联通则支持银联推行的运行于13.56MHz上的标准。随着移动支付国标的落地，长期制约产业发展的标准缺位问题即将解决。据中国银联执行副总裁柴洪峰透露，移动支付标准有望年内出台。其中在近场支付领域，已经确定为银联主导的13.56MHz标准。“相关标准体系的建立和政策的许可，将为移动支付长远发展保驾护航”。

移动支付国标的破冰将暂时终结通信系与银行系的利益博弈。届时，支付环境有望完全开放，从前保持观望的各方将纷纷涌入，从而进入整个产业链协作竞争时代。实际上，移动支付产业要真正成熟必须走向融合。各利益相关方寻找成

成熟的商业模式，建立跨行业的产业链实现共赢，是移动支付产业发展的关键。这其中，美国运营商的做法提供了借鉴。2010年，Verizon、AT&T和T-Mobile联合成立ISIS移动支付公司，去年7月又与四大信用卡公司达成合作协议，促进了产业链的高效运转。国内企业开始走上产业链融合之路。拥有1亿手机用户的广东移动近日与第三方支付企业快付通达成合作，通过在手机SIM卡中内置U盾的方式，启动双方的移动支付合作。

不同的移动支付标准代表不同的利益集团，不同的技术又都有不同的优势和局限，只有采用合作的方式才能实现资源共享，优势互补。整个移动支付产业链涉及电信运营商、金融服务商、第三方支付服务商、终端厂商、芯片制造商、平台运营商、系统集成商等众多利益集团，正如国家信息化专家咨询委员会委员陈静所言，移动支付存在很多商机。但要实现整个行业的发展，需要产业链各方加强合作。不是谁领导谁，或者谁侵占了谁的利益，而是共同把蛋糕做大才行。

对于运营商而言，在远程支付上，其优势不明显。而在近场支付，运营商拥有数以亿计的手机用户规模，几乎是产业链上不可避免的一环。专家建议，鉴于远程支付较成熟，发展难度较小，而近场支付的硬、软件较欠缺，因此运营商需两方齐头并进方可制胜未来。

虽然运营商的NFC支付发展得如火如荼，但也面临产业链的左右夹击。随着移动支付国标的渐行渐近，各利益相关方寻找成熟的商业模式，实现共赢，是移动支付产业发展的关键。来源:2012-6-20 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动与银联合推移动支付

中国移动(微博)与中国银联昨日正式签署“关于移动支付业务合作框架协议”，拟在近场支付技术标准、NFC手机产品检测，以及受理环境建设、市场推广等方面展开全面合作。双方计划在全国50多个城市建设移动支付业务示范商圈，推出基于NFC技术的移动支付产品。中国移动董事长奚国华、中国银联董事长苏宁出席了昨日的签约仪式。

“出于市场和成本因素的考量，中国移动手机支付方案将向银联主导的13.56MHz标准靠拢。”移动人士向媒体透露。

据了解，目前以13.56MHz为基础的移动非接触支付国家标准已通过技术审查，正在走审批流程，有望年内出台。

根据移动、银联昨日签署的协议，两家行业龙头将依托各自在主营领域内的经验与资源，发挥各自行业优势，在移动支付领域展开深度业务合作。基于移动通信网络，双方将共同探索通过 SIM 卡等安全载体承载银行卡账户的移动支付产品；并在近场支付技术标准、NFC 手机产品检测、可信服务管理平台（TSM）互联互通等方面展开全面合作。

此外，双方计划在全国 50 多个城市建设移动支付业务示范商圈，推出基于 NFC 技术的移动支付产品，并配以受理环境的升级。不久之后，广大的移动手机用户便可在印有非接触受理标识“Quick Pass”的 POS 机上通过“刷手机”实现近场支付，也可以通过轻松点击手机屏幕完成信用卡还款、便民缴费、在线购物等远程支付操作。

目前，银联已有近 300 家境内外成员机构，中国移动拥有全球第一的网络和客户规模，双方计划依托自身网络及规模优势，推动移动支付业务的快速发展。双方还表示将在 POS 机布点等方面加速建设，进一步完善移动支付的受理环境。

国家物联网标准联合工作组秘书长王立建昨日在接受记者采访时指出，目前国内主流非接触式 IC 卡及设备都是基于 13.56MHz 标准，这方面基础设施建设相对成熟。随着移动和银联的合作推进，双方分别从基础设施提供商以及金融主管部门的角度来建设受理环境，铺设业务示范商圈；预计整个移动支付产业将在 2013 年迎来爆发性增长。来源:2012-6-22 上海证券报微博

[返回目录](#)

中国移动否认已获固网牌照

针对有传言称“中国移动(微博)已获固网牌照，只差宣布”，中国移动相关负责人表示，“迄今为止，中国移动肯定还没有获发固网及宽带经营牌照”。

按照国家规定，固网属于基础电信业务，中国移动在 2008 年运营商重组时没有获得固网业务经营权；后来工信部出台 686 号文件。其中规定：中国移动只能经营利用 TD-SCDMA 网络开展的无线宽带接入业务，有线宽带业务授权中国铁通集团有限公司运营。

中国移动一直在积极申请固网经营权，并于 2012 年加强对固定宽带的战略投资和资源储备。不过，目前还没有中国移动何时拿到固网牌照的时间说法。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

浦发行中移动合推手机近场支付

自 2010 年 11 月中移动与浦发银行签署战略合作协议后，双方合作终于在日前获得重大进展。

6 月 18 日，中移动和浦发行联合在上海发布四大战略产品，其中主打的中移动浦发联名卡及演进产品(NFC 技术手机)主推手机近场支付，通过该产品可在全国已有的 86 万余台具备银联“QuickPass 闪付”标识的 POS 机上直接进行小额支付，即刷即付，无需使用密码或签名。其中，广州地区包括星巴克、屈臣氏、华润万家、新一佳等。

手机汇款亦是浦发银行与中移动战略合作的亮点之一，目前此项业务已在广东、湖南试点成功，获批后将向全国推广。

86 万台 POS 机支持即刷即付

作为 4 大战略产品中的首款主打产品，“中移动浦发联名卡”早在去年 7 月便研发成功，并在国内 12 个省(市)的 18 家分行启动联名卡商用工作。除了一张标准的金融 IC 卡之外，用户还将同时附带一张手机挂坠卡或贴片卡，具备手机近场支付功能，在具有银联“QuickPass 闪付”标识的 POS 机上直接进行小额支付，即刷即付，无需使用密码或签名。其中，广州地区包括星巴克、屈臣氏、华润万家、新一佳等。

浦发银行总行移动金融部有关负责人介绍，客户仅需提供中移动手机号码，即可在中移动和浦发银行双方营业网点办理，并根据其话费、信用等信息即刻获得小额消费授信额度，目前电子现金账户的最高额度为 1000 元。上述负责人同时提醒，电子现金账户无法挂失，客户一旦丢失，由于其无需密码和签名的支付手段，造成的损失可能无法追回。

中移动集团数据部有关负责人介绍，NFC 手机目前还初于初级阶段，用户可以在目前市场上大部分手机产品的基础上通过一张手机挂坠卡或贴片卡，使目前绝大部分手机具备近场支付功能，未来中移动与浦发银行还将着力研发新一代 NFC 手机。

手机汇款费率或低于邮政汇款

手机汇款亦是中移动与浦发银行战略合作中的亮点之一。据介绍，该产品通过中移动手机号码实现收汇款功能，用户可以通过银行网点、手机银行、网上银行等渠道向中移动任意手机用户办理汇款业务，收款人可通过银行网点以及经许可的中移动代理点兑付。

据浦发银行总行移动金融部负责人介绍，手机汇款业务的主要目前客户群是金融网点稀少的广大农村地区群众，以及在经济较发达地区打工谋生的农民工群

体。据中移动数据部负责人的介绍，手机汇款业务去年春节期间已在用工大省广东和农民工输出大省湖南先行试点，其中广东作为汇出地，而湖南作为汇入地。“从试点的情况看比较顺利，试点期间，手机汇款累计金额 2000 万-3000 万元，平均每笔在 500-1000 元之间，使用者绝大多数是在广东打工的湖南籍农民工。”

上述浦发银行总行移动金融部有关负责人表示，目前该项业务的全面推广仍有待于监管部门的正式批准。“随着手机支付功能的推广和普及，未来通过手机汇回家乡的农民工工资还可以直接消费，用来购买种子、农药、农业机具等农资产品，而该项业务的手续费率也将严格按照有关监管要求执行，费率整体上持平或略低于邮政汇款。”

上述中移动数据部负责人也表示，只要获得监管的最终批准，此项业务可以很快在全国的中移动网点中铺开。“但并非所有的网点都可以承办此项业务，由于并非金融机构，中移动位于各地的营业网点若要开办此项业务，尚需得到当地人民银行派出机构的许可。”

链接

中移动的金融抱负：把网点变成小型储蓄所

中移动数据部负责人表示，“中移动在手机支付上的业务目前仍处于试验阶段，在与浦发的深度合作取得成功的基础上，我们也愿意与其他金融机构合作开发此项业务。未来中移动不仅要在国内普及手机支付功能，在获得监管批准的前提下，更是希望国内每一个中移动的网点都变成具备基本存取款功能的小型储蓄所。”来源:2012-6-20 南方都市报微博

[返回目录](#)

中国移动力争固网牌照意在宽带

随着“宽带中国”战略的出台和宽带普及提速工程的实施，一直徘徊在固定宽带业务之外的中国移动(微博)再次坐不住了。近日，据消息人士透露，中国移动已经明确向工信部提出了固定电话和宽带的运营牌照的相关申请，“考虑到现在联通和电信都已经实现了全业务运营，而且在 3G 业务上已经呈现出了移动分庭抗礼的势头，这次工信部松绑移动的可能性很大。”该人士称，如果一旦移动获得固网牌照，宽带市场将点燃新的烽烟。

686 号文是否解禁存争议

“去年底，686 号文的到期让移动看到了利好信号，现在正是提交固网牌照的申请更是情理之中的事情。”广州出云咨询分析师刘正昊表示，所谓 686 号文是工信部在 2009 年底颁布了一份指导性文件，该文件明确指出：中国移动只能

经营利用 TD-SCDMA 网络开展的无线宽带业务，有线宽带业务则授权旗下中国铁通运营。“这份文件出台主要是保护当时在移动业务市场弱势的电信和联通，但就现在 3G 的发展情况来看，联通、电信已经取得了和移动叫板的能力，在固网宽带市场更是合共占据了三分之二以上的份额，十分强势。”刘正昊称。

对于这种分析，电信方面则表示无法认同。广东电信内部人士告诉记者，686 号文只是一份说明性文件，并没有什么到不到期的说法，“2009 年 1 月份颁发中国移动基础电信业务经营许可证才是最重要的依据，许可证中规定了移动不能经营固网电话和宽带业务，许可证没变，怎么能够谈得上解禁呢？”该人士同时称，虽然移动在 3G 市场并不强势，但是 2G 市场的丰厚利润仍然让它保持了“巨无霸”地位，“移动一年的利润是联通和电信加起来的好多倍，如果再进入固定宽带市场，打起价格战来叫我们怎么活？”

移动若获牌消费者将得益

但从中国移动的立场上，进入宽带市场势在必行，在 3G 市场上 TD 制式的成熟让移动备受煎熬，因此通过的 2G/3G/WLAN/LTE 进行四网协同来保持竞争力已经成为其既定战略。但即使如此，固定宽带牌照的缺失仍然让其缚手缚脚。“最大的问题在融合性服务能力的提供和带宽能力的扩展上，没有牌照的移动实质上还是受制于人，所以移动申请固网牌照的最关键诉求还是宽带。”刘正昊称。

事实上从 2012 年初开始，中国移动已经在固网宽带市场就开始布局。在广东地区，2012 年春节后，广东移动(微博)联合广东铁通推出了消费者月消费 128 元手机费即可免费送 4M 铁通宽带的优惠，借道铁通加快对固网宽带市场渗透的意图十分明显。“从消费者的角度来看，移动的这种做法无疑是利好，而且移动如果获得固网牌照，在竞争需求下，还有可能进一步加大宽带服务的优惠力度，这对于众多对目前宽带资费过高现状不满意的用户将会是一个全新的选择。”刘正昊表示。来源:2012-6-21 南方日报

[返回目录](#)

中国移动电邮账单服务客户创新高

对于中国移动(微博)来说，节能、低碳、可持续……这些词句早已不是一句口号，已经转换成实实在在的行动。据悉，为推动节能减排，营造低碳生活，中国移动 139 邮箱自启动话费电子账单投递服务开始，截至 2012 年 5 月已累计服务客户逾 50 亿人次，月服务客户 1.6 亿。

据了解，根据统一规划，139 邮箱属于中国移动重要的功能型数据业务。自 2009 年起，139 邮箱与飞信、移动微博、无线音乐、手机阅读、手机游戏、手

机视频、手机动漫实现相互之间的单点认证登录等功能融合工作。2012年初，139邮箱向国内所有手机用户进行开放，支持电信、联通手机的用户注册和使用，同时，对139邮箱的付费用户进行服务升级。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

中移动将在 50 个城市部署移动支付业务

点击手机屏幕就能在线购物、信用卡还款，这种便利将不再是奢谈。记者昨日从中国移动(微博)集团获悉，中国移动与中国银联最新签署了移动支付业务合作框架协议，计划全国至少 50 个城市内部署移动支付业务。

据了解，此次，中移动计划联合中国银联，在全国不少于 50 个城市的范围内建设移动支付业务示范商圈，推出基于 NFC(近距离无线通讯技术)技术的移动支付产品，并配以受理环境的升级。双方将探索基于移动通信网络，通过 SIM 卡等安全载体承载银行卡账户的移动支付产品；并在近场支付技术标准、NFC 手机产品检测、可信服务管理平台(TSM)互联互通等方面展开全面合作。

不久之后，广大的移动手机用户便可在印有非接触受理标识“Quick Pass”的 POS 机上通过“刷手机”实现近场支付，也可以通过轻松点击手机屏幕完成信用卡还款、便民缴费、在线购物等远程支付操作。来源:2012-6-25 北京晚报

[返回目录](#)

中国移动联合新浪发布定制移动互联网产品

在上海举行的 2012 年 GSMA 移动通信亚洲大会期间，中国移动(微博)联合新浪等公司共同发布了全新的搜狗输入法飞信版、UC 浏览器冲浪版和新浪微博 G3 版三款具重量级移动互联网产品，引起了行业的广泛关注。

发布会上，中国移动数据部副总经理刘昕、新浪副总裁兼无线事业部总经理王高飞分别介绍了合作的背景、意义以及对客户的差异化价值，并共同启动了定制产品的友好测试活动。

据了解，中国移动从 2011 年加快面向移动互联网的战略转型，提出了“智能管道、开放平台、特色业务、友好界面”的 16 字方针，并启动和互联网产业最优秀合作伙伴的密切沟通。2011 年 12 月 14 日在广州举行的全球开发者大会上，中国移动和新浪公司宣布了战略合作意向。2012 年 3 月，中国移动公布了手机浏览器、微博业务的战略合作伙伴。在本次大会期间，新浪微博 G3 版以友好测试的方式对外发布，用户可通过移动应用商场官网(mm.10086.cn)或者新浪

微博的官方网站下载。今后，亿万用户使用搜狗输入法就可以和飞信好友在线聊天；使用 UC 浏览器就可以查询移动话费并办理各项业务；使用新浪微博就可以看小说、玩游戏、听音乐、发邮件、下订单。这些差异化的服务，既满足了广大用户的普遍需求，也是移动互联网未来发展的重要趋势，势必掀起新一轮的全民应用热潮！

参加发布会的中国移动、新浪公司以及众多终端厂商高层表示，此次定制产品友好测试发布，是电信运营商和互联网公司在移动互联网领域开放合作的标志性成果，必将为亿万用户提供更加方便、快速、优质的极致体验，也将促进移动定制终端的销售，为整个行业开辟更加广阔的合作空间。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动称 TD-LTE 智能手机 2013 年有望规模发展

在今天举行的 GTI 亚洲大会上，中国移动(微博)董事长奚国华透露，2012 年中国移动将在 10 个城市建设超过 2 万个的基站，并希望在 2013 年 TD-LTE 基站超过 20 万，并在 2012 年下半年或 2013 年上半年实现 TD-LTE 智能手机商用。

TD-LTE 数据卡已具备规模供能力

关于 TD-LTE 的建设情况，奚国华介绍说，2011 年，中国移动在国内七个城市开展了 1200 个基站的外场技术试验。作为全球规模最大的 TD-LTE 试验网，中国移动投入了超过 3000 人的测试队伍，完成了 10 家系统设备厂商和 9 家芯片厂商的测试，做了 2 万多个测试案例，全面验证了 TD-LTE 技术、产品、规模组网、网络运营等各方面能力，解决了众多商用问题，

在终端方面，奚国华表示，TD-LTE 数据类终端产品已经具备了多厂家规模供货的能力。目前，芯片、终端仍然是制约规模商用的关键因素。为此，中国移动积极采取措施推进 TD-LTE 终端芯片面向规模商用成熟。一方面，将启动 MiFi 等 TD-LTE 数据终端采购，满足试商用发展需求；另一方面，积极与产业合作，加快 TD-LTE 智能手机的发展。

“国际上 LTE 智能手机发展相当迅速，不到一年时间就已经有 64 款。我们相信，TD-LTE 智能手机也将在 2012 年下半年到 2013 年，逐步商用并规模发展”，奚国华如此说。

2013 年 TD 智能手机将规模发展

关于中国移动的整体网络发展，奚国华则介绍说，中国移动将积极推进 GSM、TD-SCDMA、TD-LTE 和 WLAN 四网协同发展。

具体来说，一是确保全球最大的 GSM 网络的质量最优。

二是积极发展 TD-SCDMA，从网络、终端、应用三方面共同努力，充分发挥承前启后的作用。

三是精确建设、有效发展 WLAN，有效实现对移动蜂窝网数据流量的分流作用。

四是打造融合发展的 LTE 网络。中国移动开展了 TD-LTE 的大规模技术试验，目前在北京、南京、杭州、深圳、广州开通了 TD-LTE 体验服务，在杭州每天都有超过 1 万市民使用 TD-LTE 服务。

他表示，中国移动将积极采取措施推进 TD-LTE 终端芯片面向规模商用成熟。一方面，将启动 MiFi 等 TD-LTE 数据终端采购，满足试商用发展需求；另一方面，积极与产业合作，加快 TD-LTE 智能手机的发展。

他说，“国际上 LTE 智能手机发展相当迅速，不到一年时间就已经有 64 款，我们相信，TD-LTE 智能手机也将在 2012 年下半年到 2013 年，逐步商用并规模发展”。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

中移动开放定制机预装渠道：避免“哑管道”化

以运营商为核心的价值链时代正一去不复返。在运营商、互联网服务商、终端厂商等多元化竞合下，已谁都离不开谁。

6 月 20 日，在上海举行的亚洲移动通信博览会(GSMA)上，中国移动宣布与 UC 优视、新浪微博和搜狗输入法达成战略合作，深度整合产业链上下游资源。

据了解，在中国移动集采的终端中，将捆绑“UC 浏览器冲浪版”、“新浪微博 G3 版”和“搜狗输入法飞信版”等专门为中国移动量身打造的定制产品。

据悉，这也是中国移动首次将其预装渠道开放给第三方。中国移动数据部副总经理刘昕表示，“本次深度定制产品的发布，是电信运营商和互联网公司在移动互联网领域开放合作的标志性成果。”

事实上，过去两年，中国运营商的生态环境正发生着深刻变化，中国移动需要“应需而变”。据中国移动董事长奚国华在本次 GSMA 会上披露的数据，“2011 年全球移动数据流量增长超过 70%。近几年，中国移动数据流量增长率超过 150%，预计未来几年还将保持这种速度。”

“流量增长虽然给运营商带来一定的收入，但更多的是网络投资压力。”奚国华说，“如何做好流量经营，在满足用户需求与控制网络建设运营成本之间保持良好的平衡，是全球运营商面临的普遍问题。”

跨界合作

这次深度合作中，中国移动与合作伙伴并不涉及直接的商业利益分成。

移动互联网时代，产业链各方都正在通过整合内容、网络、平台、终端等资源来巩固自身地位。

据 UC 优视董事长兼首席执行官俞永福(微博)介绍，本次合作启动后，量身定制的“UC 浏览器冲浪版”将会在中国移动的定制机上预装。这意味着，未来中国移动合约机用户在拿到手机后，无需下载即可使用 UC 浏览器上网。

同时，中国移动也会在包括移动 MM 在内的官方渠道，大力推广该产品。“新浪微博 G3 版”和“搜狐输入法飞信版”也深度捆绑了中国移动的定制机。

对上述三家公司而言，这无疑都是一个重要的双赢合作。因为在移动互联网时代，客户不再在乎产品或服务的技术背景，而更在乎能否满足需求。整合资源，争取成为用户的第一入口，是每家互联网公司都在努力的方向。

2012 年，中国移动集采的终端数量将在 3000 万左右。对于上述三家公司而言，则意味着轻而易举地获得运营商资源。而 UC 优视，则凭着产品特性，直接抢占了运营商的“入口”。

据了解，UC 浏览器的月活跃用户数在 2012 年已经突破 2 亿，与中国移动合作后，直接可再增加 3000 万的用户数。此外，由于公司保持了品牌独立性，通过与中国移动的合作，也深化了品牌知名度。

当然，进入运营商的定制应用名单并不容易。据俞永福介绍，“这三款应用，都是经过公开招标，并与其他竞争产品竞争激烈后才胜出的。”截至目前，中国移动只选取 UC 优视为唯一的浏览器提供商。

据 2012 年 3 月，国际知名的研究机构 Arbitron Mobile 发布的数据显示，在中国移动互联网用户人均月度有效使用时长上，UC 浏览器以 266 分居各类型应用之首，超过聊天应用手机 QQ 的 138 分钟。新浪微博移动客户端则以 89 分钟的时长亦位居前列。深度捆绑后，上述三家公司有望继续强化产品的优势地位。

据悉，这次深度合作中，中国移动与合作伙伴并不涉及直接商业利益分成。“如果通过产品捆绑，UC 浏览器提升用户数量，产生更大的广告价值，则归属于 UC 优视。”俞永福说道。

避免“哑管道”风险

对于运营商而言，这样的深度合作亦是大势所趋。

从全球范围来看，传统电信业务出现增长放缓趋势，层出不穷的互联网新技术、新应用正在加速替代包括传统语音、短信和彩信等通信业务。

奚国华在 GSMA 上表示，“在某些新兴领域，与互联网的盈利模式、运作机制相比，传统电信体制、商务模式已经成为一种束缚，必须通过改革创新适应新的发展需求。”

一位业界资深人士告诉记者，“这两年，运营商自身的角色定位正在不断发生变化。运营商意识到，它的最大竞争对手应该是运营商，而不是互联网企业。与互联网企业之间，应该更多的是合作、共赢。”

中国移动互联网业务呈现出的是“快周期、不完美”、“快速迭代、敏捷开发”等特点。“这些特点令互联网企业都应接不暇，对有体制束缚的运营商而言，更是难上加难。产品研发、决策基因和激励机制等因素都制约着其发展。”该人士说道。

“有所为有所不为”，在此背景下，中国运营商已经逐渐明晰自身的定位。“保持开放的态度，通过与产业链各方取长补短，共同做大做强整个行业。”奚国华说。

据悉，中国移动提出的总体应对战略是：“智能管道+开放平台+特色业务+友好界面。”其中，包括以管道为基础，大力开展流量经营，为客户提供更便捷、高效的上网体验，构筑好用、易用、智能的信息传送管道。

而过往的数据、经验也逐渐在印证这一思路的可行性。据悉，2010 年底，UC 优视开始与中国电信(微博)进行定制浏览器合作，发布了“天翼 UC”。此外，新浪、腾讯等多家领先的互联网公司也先后与中国电信展开合作。从 2011 年 1 月至 2011 年 7 月，中国电信的数据业务流量占比从 6% 快速上升到 12%。

“未来，移动互联网竞争肯定不是一两个企业之间的简单竞争，而是每个企业都在构建自己的生态链。”俞永福说道，“国外有谷歌、苹果和微软(微博)等公司，国内也亦将如此，包括中国运营商在内。”来源:2012-6-21 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

中国移动 5 月新增 TD 用户 239 万 累计达 6426 万

中国移动(微博)今天发布 5 月份运营数据，当月新增 TD 用户数 239 万，累计达 6426 万。

5月，中国移动新增用户 501.1 万户，低于 4 月份的 528.1 万户和 3 月份的 579.8 万户，2012 年前 5 个月，中国移动新增用户数 2791.9 万户，中国移动累计用户数达 6.77487 亿户。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信 3G 市场份额达 28%

6月15日下午，“中国电信(微博)CDMA 产业链高峰论坛”在广州琶洲香格里拉酒店召开。中国电信公众客户部总经理陈忠岳在发言中表示，经过近几年的实践，深刻体会到细分市场的重要性，把握住分层次的市场策略，可以有节奏地组织销售，获得理想效果。

3G 市场进入爆发期

自 2008 年中国电信获得 3G 业务牌照以来，移动业务运营实现快速发展，用户规模稳步提升，目前中国电信的移动业务用户数已突破 1.4 亿，成为全球最大的 CDMA 运营商，规模优势进一步显现。陈忠岳介绍，中国电信在 3G 用户和终端市场份额上，分别达到 28%和 29%，从目前两个月的需求看，这个比例在持续上升。

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，中国电信智能终端产品布局进一步完善，众多互联网主流应用在天翼 3G 智能手机中得到良好应用，CDMA 产业链优势显著。

陈忠岳说，按照国际运营商的发展经验表明，3G 市场将进入快速的规模爆发期，到 2012 年年底期望市场增长率是 21%，预期到 2013 年是 40%，这意味着中国整个 3G 市场中，从现在开始到 2013 年 6 月份，会是过去三年的市场总量。

争取 3G 市场的策略

随着 3G 和移动互联网的发展逐步走向深入，中国电信如何才能实现规模发展，如何在“改变版图的革命”中越战越勇，陈忠岳提出三方面策略：

第一，发展策略。陈忠岳首先分析了终端市场的演进趋势，他认为时下中电信应主打双卡/双模单卡终端，抢攻高端智能机市场。数据显示，2012 年以前，3 千元以上的机型大概有 88%的款型是双卡机。但这个局面在 2012 年发生了很大的变化，3 千元以上的手机现在有将近 50%已是双模单卡机。陈忠岳认为，通过升级营销将存量的 2G 用户升级成天翼高端 3G 用户，是下一步发展的主线。

第二，销售政策。终端销售如何跳出入围上柜、合约、通报、奖励这一连串传统的合作模式，兴许是 CDMA 产业链合作伙伴最为关心的问题。在一个传统的市场，很难保证很高的上柜率，柜就那么多，要争取让主流产品上柜。陈忠岳提出各省级公司包括地市公司，在操作这些工作的时候，必须做到透明、公平公正。

第三，渠道策略。资源开放，合作共赢。无论是电信自有营业厅卖场，还是社会渠道手机卖场，如何用好这些资源，是众多手机厂商非常重视的问题。陈忠岳认为，关键在于找到手机厂商和不同类型、不同制度的渠道之间合作的结合点。他表示，电信公司明确提出，要求自营渠道和社会渠道资源开放、透明，这为手机厂商销售工作开展创造了良好的环境。

细分市场清晰布局

天翼 3G 用户进入规模发展阶段，在这一大好时期，CDMA 产业链上各方如何把握市场脉象，陈忠岳勾勒出了清晰的版图。

精英市场脉动明显。很长一段时间，千元智能机是中电信实现 3G 用户数量激增规模发展的中坚力量，庞大的中低端市场需求是推动智能手机普及的巨大力量。但同时也应认识到，相对小众的精英市场才是刺激 3G 市场增长的新增长点。

校园市场潜力巨大。陈忠岳说，2008 年高校用户渗透率是 1.5%，2012 年高校用户渗透率预计 35%，这个比例数现在非常健康地增长。

家庭市场举足轻重。陈忠岳表示，中国电信最有优势的市场就是以家庭新融合为契机，拉动智能机规模发展。移动用户中属于融合套餐用户的已占据半壁江山。

农村市场激流涌动。以广东省为例，目前已实现 3G 网络 100%行政村覆盖，通过对县城以下所有用网的用户进行分析发现，有 45%是 3G 用户，这 45%的 3G 用户中有 50%是智能手机用户，陈忠岳表示，这是一个可喜的市场信号。陈忠岳鼓励 CDMA 产业链上的企业加入这个市场，为农村市场做更大贡献。来源:2012-6-25 通信信息报

[返回目录](#)

电信为 iPhone 推 i 刷支付外壳

中国电信(微博)的翼支付为 iPhone 用户推出了名为“i 刷”的手机支付套件，iPhone 手机使用该套件并安装相应应用后便可实现手机刷卡支付的功能。

目前，谷歌的 Android 及微软(微博)最新发布的 Windows Phone 中都开始通过 NFC 功能使手机可以获得相应的移动支付功能。而苹果方面尽管在 iOS6

中推出了 Passbook 功能，但仅主要采用了二维码技术，iPhone 手机目前还仍无法实现所谓的刷卡支付功能。

近日，记者发现，中国电信的翼支付已经推出了一款名为“i刷”的 iPhone 手机外壳，如果用户的 iPhone 使用此外壳并安装了相应的手机应用便可实现在加油站、超市、饭馆餐厅等商户进行刷手机支付的功能。据悉，目前配套的翼支付 iOS 版的手机应用也将于近期上线。

电信推出的这一“i刷”支付套件的外形与一些市面上的手机保护壳相似，但在厚度上稍有增加。其很可能需要用户 iPhone 手机的 Dock 接口与其相连，以此来实现相关数据的传输，其外壳有几种颜色可供用户进行选择。另根据目前其所配合的相关应用截图来看，用户在可以使用其进行刷手机购物的同时，还可实现银行卡转账、信用卡还款、交警罚没款、电信缴费、便民缴费等功能。

另外，这一整套的翼支付 i 刷产品的价格可能在 450 元左右。来源:2012-6-26 飞象网

[返回目录](#)

中国电信 5 月 3G 用户新增 260 万 累计达 4816 万

中国电信(微博)今天发布 5 月份运营数据，当月新增 3G 用户 260 万户，累计 3G 用户数 4816 万户。

5 月份中国电信新增 CDMA 用户 285 万户，累计用户总数 1.4136 亿户。

固网业务方面，中国电信当月新增宽带用户 103 万户，累计 8248 万户；本地电话用户流失 48 万，累计用户数 1.678 亿户。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

中电信 3G 手机采购详情：前 10 名中洋品牌三七开

知情人士透露了日前举行的中国电信(微博)3G 手机交易会上的订货详情，在 5000 家零售商的 1500 万部手机订单中，3G 手机订货量达到 1224 万部，按订货量来排名，前 10 名中有 7 家为国产品牌、3 家为国际品牌，前五名的厂商为华为(微博)、酷派、三星、中兴、HTC，涉及 404 款 3G 手机机型。

中洋品牌均获大量订单

此次交易会决定下半年各家 CDMA 手机厂商的日子是否好过。据透露，交易会上，一线零售商与手机厂商自由洽谈，订货量一开始估计为 1000 万部，最后超过 1500 万部。其中，采购量前 50 名的一线零售商的订货量都超过 45000

部；采购量在前 1000 名的一线零售商的订货量全部超过 2000 部，这样算下来，一线零售商对 CDMA 手机的总订货量超过 1500 万部，其中 3G 手机订货量达到 404 款机型、1224 万部。

中洋品牌厂商均是本次交易会的大赢家，按订单量来计算，本次交易会上获得零售商订单前十名的手机厂商中，既有国际品牌三星、摩托罗拉、HTC，也有国产品牌华为、中兴、酷派、海信(微博)、联想、天语等，近年来进军 CDMA 领域不久的诺基亚、金立、TCL 等厂商也都在列。订单量最大的厂商获得 200 多万部的订单。

除一线零售商之外，在交易会的开幕式上，中国电信还组织国代商、连锁卖场与手机厂商共同签订了 4000 万部手机的采购订单。

3G 终端市场份额接近三成

根据中国电信于 6 月 20 日下午公布的最新运营数据。截至 5 月 31 日，中国电信的移动用户数超过 1.41 亿，其中 3G 用户 4816 万；当月净增用户数 285 万，其中 3G 用户净增 260 万。

据悉，目前，在国内 3G 用户份额，中国电信达到 28%，在 3G 终端市场份额上，中国电信已占 29%，接近三成。

中国电信相关负责人介绍说，中国电信的终端发展策略是，继续巩固千元机领先优势，加速 3G 智能机的普及。同时，将继续加大中档手机细分市场的用户，针对青少年、老人、商务以及时尚女性的终端用户。中国电信将持续定制爱音乐、爱游戏等有中国电信特色以及合作伙伴特色的中档手机，并且在营销、采购方面给予中档手机大力支持。在高端手机上，中国电信将继续和苹果、三星、诺基亚等著名品牌，加大高端手机的合作，推进一系列符合中国市场的高端手机，同时鼓励更多的厂商进入中高端手机市场。

中国电信公众客户总经理陈忠岳表示，在中国，18 岁至 35 岁的年轻人群大概有 5.7 亿人的市场，千元智能机将是增长最快的机型，为此，2012 年以来，中国电信发布了针对年轻人的“飞 Young”品牌。他表示，2008 年中国电信在高校用户的渗透率是 1.5%，2012 年在高校的用户渗透率预计 35%。来

源:2012-6-21 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国联通】

联通领跑 3G 用户增长

昨天，国内三家运营商公布了 5 月份的运营数据，就增长数量来看，联通仍在三家运营商中处于领跑地位。

其中，中移动 3G 用户数净增 239.2 万，在三家中垫底；中国电信(微博)新增了 260 万，增速明显加快；中国联通(微博)新增 272.6 万，仍然牢牢占据了增量第一的位置。来源:2012-6-21 京华时报

[返回目录](#)

联通低门槛策略力冲用户数

186 号段一向是联通 WCDMA 的专用 3G 号段，随着联通推出 20 元预付费 3G 套餐，156 号段也成为联通 3G 用户可以选择的号码段。多一个选择的同时，消费者对于 156 和 186 号码在使用上是否存在差别待遇心存疑惑，就此问题也进行了多方了解，目前仍需等待联通技术部门的最终回应。

低门槛策略冲击 3G 用户数

700 亿收入有点悬

在沃 3G 预付费 20 元卡上市 1 个月之际，联通适时推出了“沃 3G 预付费 20 元卡之月满团”团购活动，20 元卡的出现本就创联通 3G 套餐资费新低，此次团购活动为 20 元卡的销售再添一把新火。

20 元 3G 卡只在网上专售，其最吸引用户的地方在于其不设固定套餐内业务量，不限制用来打电话还是用来发短信，或者是 3G 上网，每月最低消费只需 20 元。

联通的 3G 低门槛策略，在东方证券分析师周军看来，意在冲击全年用户数目标。周军指出，联通立下了全年新增 5000 万用户数的目标，但目前每月只有 300 万左右的新增用户数，若要再上台阶，需要找到新的增长点。3G 预付费 20 元卡若上量，将推动每月的净增用户数水平再上台阶。

根据联通公布的数据，上市一个月，3G 预付费 20 元卡销量已突破 40 万张。除了 5000 万 3G 新增用户数的目标之外，联通副总经理邵广禄还预计 2012 年 3G 业务收入将达到 700 亿元。

但 5000 万和 700 亿元这两个目标，在一位资深通信行业分析师看来，有点悬。该分析师认为，相对来说，比较有可能完成的是用户发展目标。因为即使如

果 2012 年的新增 3G 用户数能达到 5000 万，这其中，联通自身 2G 转 3G 的用户可能会比较多，这样，对联通收入的贡献就比较有限。

156 新晋 3G 号段

或受差别待遇？

记者注意到，联通这款 20 元卡的可选卡号均为 156 号段的号码。而自从 156 号段由普通号段升级为 3G 号段，有不少已经使用和正有意使用 156 号段的用户，对于 156 号段的号码是否与 186 在功能使用上享有同等待遇心存疑虑，不断有人询问，156 号段是否在网络速度等方面与 186 号段不完全一样？并且在同一网络覆盖区域用户增多、网络资源紧张的情况下，运营商会不会优先保障 186 客户的使用？

用户有此疑问，完全可以理解，因为毕竟联通最早的 3G 号段只有 186，156 是由普通号段新晋为 3G 号段。并且从资费水平来说，156 号段明显比 186 号段低。

就此疑问分别询问了联通新闻发言人和多位业内人士，联通发言人表示对此问题不了解，需要联通技术部门来回答，截至发稿，记者尚未收到正式答复。

而多位业内人士向记者表示，156 号段与 186 号段或多或少会存在差异。其中一位业内人士告诉记者，有可能存在优先保障 186 用户使用的情况。另一位业内人士则对记者表示，各个运营商不同号段的号码在使用电话、短信等功能时，原则上不会有什么区别，区别就在客服方面，比如移动 139 号段和 136 号段的区别就在于 139 客户的 ARPU 值(每用户平均收入)相对较高，客服方面可能会有优先保障，“说白了就是分级服务，像联通 156 的号码打客服电话有时候对方就不接电话”，他还表示，各个运营商都存在这种分级服务的问题。

虽说原则上不会有区别，但该业内人士对联通 156 号段的 3G 体验有一定担心，他表示，20 元卡推出后，用户增多，上网可能会有点堵塞。国金证券分析师陈运红也认为，进入 2012 年，随着联通低端智能机尤其是 799、599 元智能机的推出，用户的快速增长毋庸置疑，网络质量将受到考验。该业内人士也指出，联通 3G 网络也在同时扩容，他认为网络质量方面应该问题不大。

对于这一点，联通似乎也有所准备，联通强调，这款 20 元 3G 卡不用担心流量超标，100MB 后上网功能自动关闭，次月自动开通。也即，这款低价 3G 卡的流量是有限制的。

此外，该业内人士还告诉记者，虽然都是 3G 号码，但可能分别使用不同的频段，如果联通将 156 号段放到以语音通话为主的频段，那其 3G 上网体验可能会与以数据业务为主的频段上的号码不一样。

“频率不同，就是波长不一样，而不同的波长在不同的环境下是会产生一定的效果差异，比如有的频率在室外的效果更好，有的则在室内比较好”，该业内人士向记者如此解释。来源:2012-6-20 证券日报

[返回目录](#)

联通首款双核双待机补贴政策出炉

近日，中国联通(微博)与宇龙酷派联合发布的首款国产品牌双核双待机酷派卓尔 7728 正式发售，零售价格为 1699 元；同时，该手机的补贴政策也已基本确定。

酷派 7728 的裸机价 1699 元，中国联通同时对这款手机提供两种补贴政策。如果选择预存 2199 元话费，选择 156 元以上套餐，并承诺在网 2 年，就可实现 0 元购机；如买裸机也可选择入网送话费的形式。同时，用户有多种购买方式，既可选择京东商城(微博)或中国联通网上营业厅等电子渠道购买，也可选择中国联通 4000 多家核心营业厅或 1.7 万余家核心授权销售点等实体渠道。

目前终端市场上双核手机屡见不鲜，但在提升操作流畅性的同时，价位却偏高。部分国产品牌也推出了双核手机，价格也在 2000 元左右。而酷派 7728 仅 1699 元，远低于市面上其他品牌双核双待机。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

中国联通 5 月新增 3G 用户 273 万 累计达 5450 万

中国联通(微博)今天发布 5 月份运营数据，当月新增 3G 用户 273 万户，累计 3G 用户数 5450 万户。

2G 用户方面，中国联通本月新增 37 万户，累计达 1.61338 亿户。

固网业务方面，中国联通当月新增宽带用户 79.3 万户，累计 5966.6 万户；本地电话用户新增 16.6 万，累计用户数 9250.9 万户。来源:2012-6-19 新浪科技微博

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯：投资价值明显

公司 2012 年计划加强智能机手机销售(2012 年目标同比翻番)。凭借良好的研发水平、国内运营商合作关系以及具有较强影响力的品牌以及海外销售渠道等优势，公司 2012 年终端产品将有良好表现。预计公司全年净利润增长 62.56%，2012 年-2014 年公司每股收益分别为 0.97 元、1.22 元和 1.48 元，对应市盈率为 15.54 倍、12.35 倍和 10.18 倍。公司目前估值处于历史较低水平，投资价值明显，对其维持“增持”评级。来源:2012-6-26 今日早报

[返回目录](#)

中兴：在美投资力度每年增 10%

中兴美国 CEO 程立新在亚特兰大一次业界会议上表示，中兴计划增加在美国市场上的投资，预计每年增加 10%，旨在拓展智能手机业务。

程立新说：“中国企业在美国市场投资，对于中美两国的企业均有利。”程立新还透露，中兴与美国供应链合作伙伴的合作规模超过 137 亿美元，将来还会继续增长。

当前，美国政府出于所谓的国家安全考虑，对中兴和华为(微博)出口到美国的产品进行了一定程度上的控制。而程立新建议美国企业和政府要培育开放的沟通环境。

中兴目前是全球第四大手机销售商，在美国设有 10 个办事机构，中兴美国公司在北美拥有 400 多名员工。来源:2012-6-19 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴：将引入高通 28 纳米芯片做高端手机

为表明进军高端手机的决心，中兴通讯(微博)手机体系首席技术官阚玉伦(微博)透露，中兴通讯不仅将把千元智能机的配置再拔高一截，还将在业内首家引入高通(微博)28 纳米芯片做高端手机，同时已高薪招聘外国高端设计人员。

从千元机向高端手机进军

中兴通讯于 10 天前开始宣布正式进军高端手机，并推出首个高端手机品牌“智观”，售价在 2000 元以上。而在去年，中兴手机业务取得巨大增长，但利润率却大幅下滑，引来很大压力，由此，中兴通讯誓言要提高手机业务利润率。

出席亚洲移动通信展的中兴通讯手机体系首席技术官阚玉伦表示，去年开始的中兴通讯提升手机档次的行动取得一定效果，一季度中兴通讯全球中档手机 Blade 发货 1000 万部，这也是国内安卓手机第一款发货超过 1000 万部者，显示中兴通讯已不再是千元机和入门级手机。

他认为，进军高端手机关键是人才和技术方面要匹配。为此，中兴通讯招聘了高端设计人员，内部也加强了智能手机专利储备，同时，中兴通讯将引入高通 28 纳米的手机芯片。

28 纳米芯片是目前最高端的手机芯片，芯片主频已经超过了 3GHz，且尺寸更小，单位功耗更低，但该芯片供给吃紧，中兴通讯何时能出台 28 纳米芯片手机还不清楚。

智能手机出货量已占 30%

他又透露，去年中兴智能手机销售 1580 万部，只占终端销量的 20%，但 2012 年上半年已占 30%。

中兴通讯手机市场营销部部长吕钱浩则表示，2012 年上半年中兴通讯已经把千元智能机的配置拔高了一大截，从 3.5 寸屏升到 4 寸屏以上；800M 的内存都升级到 1G 以上，但价格不变。

对于国内有些互联网公司想做手机，阚玉伦表示，这是好事，互联网企业能否做好手机，关键要看它本身的互联网业务能否做好，光做硬件，他们拼不过传统手机厂商。

他又指出，现在手机业竞争本身很激烈，苹果公司的强项是它的操作系统很强，垂直整合能力也很强，这种企业太少，国内互联网企业也比较开放，属于整合型，找个手机企业来代工制造手机是最容易的，但关键要有核心竞争点。

TD-LTE 手机首款可能向软银出售

LTE 是中兴通讯的重大战略，阚玉伦称，全球 TD-LTE 虽然有 200 多个试验网在建设，但目前总量还比较小，商用合同有 30 个，这其中，中兴通讯获得 8 个 TD-LTE 商用网络合同，包括为日本软银、和黄瑞典、香港移动通讯等运营商网络。

中兴通讯副总裁王守臣则预计 2012 年公司 4G 业务在无线领域的收入贡献占比将提高至两位数，2013 年进一步成长至 20%至 30%，今明两年将是 LTE 网络建设的重要时期

而关于 TD-LTE 商用手机，王守臣透露，中兴正与日本软银洽谈销售首款 TD-LTE 手机。

他亦表示，TD-LTE 手机的难点在于要降低功耗，要不断提高手机速率，而且，它的技术更复杂，要多个制式集合在一起，做成多模手机，因此，推出时间要长些。来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴通讯史立荣：年内推 TD-LTE 智能手机

在出席“2012 年亚洲移动通信博览会”时，中兴通讯(微博)总裁史立荣表示，由于中国、日本、印度看好 TDD LTE，TDD LTE 将覆盖全球 46%的人口，同时，中兴通讯将在 2012 年年底之前推出 TDD LTE 制式的智能手机。

史立荣说，移动数据业务的需求非常大，因此需要相应的网络来支持，TDD LTE 是通向 4G 成本高效的方式，TD-LTE 的频谱成本相当于 FDD LTE 的 1/5；因此 TDD LTE 也有广泛前景，目前全球人口众多的中国、日本、印度都已开始 TDD LTE，因为频谱在人口众多的国家里非常重要。预计在近期 TDD LTE 将覆盖全球 46%的人口。

“在终端方面，我相信 TDD LTE 的智能手机 2012 年年底之前会推出，2013 年会大规模开始使用。另外，ZIFI 是一种比基站小、比手机大的终端，它能扩展 TDD LTE 的应用”，史立荣如此说。

目前，中国移动(微博)在广州的 TD-LTE 试验网由中兴通讯承建，史立荣透露，广州移动 TD-LTE 网络将有 3700 个基站，主要是从 TD-SCDMA 中升级，这样的话，中国移动能很快成为 TDD LTE 的运营商。在日本，软银也正成为世界上大型 TDD LTE 运营商。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴预计未来三年在美采购金额累计达 90 亿美元

中国第二大电信设备供应商中兴通讯(微博)称，在美国市场的采购金额每年将增长 10%，预计未来三年在美国的采购金额累计将达到 90 亿美元。

中兴通讯发言人戴澍表示：“我们和很多美国公司都有合作，基于我们目前的发展计划，我们初步预计，2012 年至 2014 年，我们在美国的采购金额将增至 90 亿美元。”他指出，上述金额包括 2012 年 2 月与美国高通(微博)和美国博通签署的未来 3 年至 4 年价值 50 亿美元的芯片采购协议。

本月初，有美国国会议员致信中兴通信和华为(微博)两家公司的 高层，要求提供大批公司资料，包括华为和中兴的股东结构、在美国的业务发展，以及从中国政府取得何种补贴等。来源:2012-6-20 新浪财经微博

[返回目录](#)

【华为】

华为将斥资 2 亿美元提升品牌知名度

华为(微博)高管今天表示，在选择用 Windows 8 操作系统开发手机后，该公司可能还会生产搭载 Windows 8 操作系统的平板电脑，同时 2012 年还将斥资 2 亿美元提升品牌知名度。

华为终端公司首席营销官邵阳表示，该公司希望通过出售自主品牌的手机提升市场份额，2012 年还将斥资 2 亿美元提升品牌知名度。

“我们要学习如何接近用户、理解用户，这是我们所欠缺的。”他说。

为了在竞争激烈的手机市场提升利润率，华为正在进军高端领域。邵阳表示，该公司 2012 年的手机平均售价较去年翻了一番，但他并未提供详细数据。

华为 2012 年计划实现 5000 万至 6000 万部智能手机出货量，2010 和 2011 年分别为 300 万和 2000 万。该公司去年的毛利率下滑了 6.5 个百分点，至 37.5%。

华为的核心业务是电信设备，但该公司已经凭借 Vision 智能手机和 MeidaPad 平板电脑向消费市场扩张，实现了多元化。华为消费设备去年实现销售额 446.2 亿元人民币(约合 70.2 亿美元)，同比增长 44.3%。来源:2012-6-21 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为 2012 年拟投 2 亿美元用于品牌宣传

华为(微博)公司高层近日表示，将投入逾 2 亿美元用于品牌宣传，并将从低端手机领域逐步转向高端手机领域。华为已聘请全球知名广告公司 BBH(Bartle Bogle Hegarty)和奥美为其品牌宣传服务，2012 年的预算将超过 2 亿美元。

邵阳表示，2012 年华为手机的平均销售价格(ASP)将较去年增加一倍多，一是因为 2012 年售价较高的智能手机占比提升，二是公司由低端向高端手机进军的努力。华为 2012 年计划销售 6000 万部智能手机，是去年的三倍。全年公司计划销售手机 1 亿部以上，较去年增长 82%。他还表示，华为终端部门多年来保持盈利，未来仍将保持盈利。

华为今天刚宣布要和微软(微博)合作开发搭载微软 Win8 操作系统的智能手机。邵洋透露 2012 年华为还计划推出搭载 Win8 的平板电脑，挑战苹果 iPad。
来源:2012-6-21 中国通信网

[返回目录](#)

华为助力中国移动实现 LTE TDD/FDD 漫游

全球领先的信息与通信解决方案供应商华为(微博)，今日宣布助力中国移动(微博)实现香港 LTE FDD 网络与杭州 LTE TDD 网络间的漫游。此次漫游的实现，对于中国 LTE TDD 的发展，具有里程碑意义。

漫游的开通将使香港、杭州两地用户往来时的通信更加便利，用户无需更换 SIM 卡或终端，即可享受高速、稳定的 LTE 移动通信业务。LTE TDD/FDD 网络的漫游实现，让 LTE TDD 与 FDD 站在同一起跑线上，增强了 LTE TDD 的国际竞争力和影响力，有助于中国乃至全球 LTE TDD 产业的持续发展和成熟。

在 6 月 18 日杭州举行的“杭州 TDD 之夜”活动上，华为和中国移动合作，采用了首款支持 LTE TDD/FDD 异频漫游的 Mobile WiFi，成功演示了香港、杭州的漫游业务。来自全球运营商、芯片终端厂家、行业咨询公司等近 200 名与会者，共同目睹了现场的漫游演示。来源:2012-6-20 中国通信网

[返回目录](#)

华为将在印度投 20 亿美元建全球研发中心

尽管电信市场仍存在诸多不确定因素，但华为(微博)还是计划未来四年内在印度投资 20 亿美元，推广消费者设备，并建立研发中心。

2011 财年，华为印度市场营收为 15 亿美元。其中 12 亿美元来自网络业务，另外 3 亿美元来自手机和机顶盒等产品业务。当前，华为对印度 4G LTE 服务跃跃欲试，希望能获得 50% 以上的合约份额。

华为印度分公司 CEO 蔡立群称：“华为 2011 年的表现不错，在印度的营收增加了约 20%。去年，我们开始在班加洛尔(Bangalore)建立新研发中心，该中心可容纳 5000 多名员工。从 2011 年开始，我们计划在 5 年内对印度投资 20 亿美元。”

据悉，班加洛尔研发中心的投资规模为 1.5 亿美元，预计于 2013 年 6 月投入运营。除了研发中心，华为在印度的投资还将被用于制造和营销等。

此外，华为在班加洛尔还设有一个全球服务资源中心(GSRC)，一个全球网络运营中心(GNOC)，后者是华为在中国以外建立的同类中心中规模最大的。

蔡立群还称：“我们还计划在 2012 年或 2013 年在班加洛尔建立一个全球技术中心(GTEC)，这将是我们在中国以外建立的第一个全球技术中心。该中心将主要为全球客户提供技术支持。”

蔡立群认为：“对于整个印度电信市场，2012 年将是艰苦的一年，因为印度的相关政策尚不明朗。运营商们正在等待牌照的发放，该期间内不会出现重大投资。但问题解决后，我们还是对印度市场充满信心。”来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚关闭欧洲最后一座大型工厂

在诺基亚公司最近开展的大规模重组中，欧洲的最后一座大型手机工厂也被迫关闭。早在 2012 年 2 月份，这家位于芬兰萨罗的工厂就曾传出裁员的消息。随后，诺基亚公司 CEO 史蒂芬·埃洛普前来视察之后，员工们以为自己的工作保住了。然而眼下，萨罗工厂的关闭将使 850 人失去工作，当地政府也将损失 90% 的税收。

一位曾经在萨罗工厂效力 15 年零 10 个月的人员表示，近两年来，诺基亚的员工对坏消息早已不再陌生，不过还没到习以为常的地步。一直有人说诺基亚会彻底抛弃芬兰，但等到事情真的发生了，还是让人有些意外。这位员工在 2012 年早些时候的裁员中，接受了买断工龄的条件。

虽然无奈，但是当地不少业内人士，对于诺基亚关闭工厂的决策并不认同。萨罗工厂的工会负责人安妮·马尔姆表示，这家工厂建成于上世纪 70 年代，经常被当做供诺基亚其他工厂学习的榜样。萨罗是诺基亚的起点，在其他工厂出问题时，萨罗曾经是他们的避风港。

萨罗市长安迪·兰塔克表示，政府承诺会动用各种可行的手段帮助大家。当地知名人士也表示，政府不应该让芬兰的标志性科技企业，做出如此激进的决策，并建议政府和工会应当采取行动，对诺基亚施压。

巅峰时期的诺基亚曾经为芬兰贡献了 4% 的 GDP，并在这个原本以林业和金属加工为支柱产业的国家，催生了一个供应商生态系统和大批科技创业公司。但业内分析师测算，如今的诺基亚仅占芬兰 GDP 的 1%。同时，诺基亚的困境还

波及到芬兰的其他电子公司。当诺基亚转通过通过廉价的亚洲供应商采购零部件时，当地一家电子公司的业绩大受影响，最终于去年 10 月申请破产。

据了解，萨罗的失业率已经超过了芬兰全国 8% 的平均水平，达到 11%。业内预计，在诺基亚的这一举动下，萨罗的失业率可能将达到 20% 左右。芬兰政府已经宣布加快推进相关的经济刺激计划，在 2015 年年底，为研发企业提供 3 亿欧元的资本开支和减税优惠。

不过，芬兰总理卡泰宁日前访问萨罗时，并没有给出太多承诺。他表示，自己完全理解大家的不满，但大家也不能忘记，诺基亚曾经给我们带来了巨大的财富。同时，他认为，尽管诺基亚的股票 2012 年以来已经累计下跌超过 50%，但政府不应该购买诺基亚的股票，因为这并不能增强企业的国际竞争力。

为了重振旗鼓，埃洛普放弃诺基亚自家的塞班系统，转而主攻还没有获得市场认可的微软 Windows Phone，但事实并不让埃洛普乐观。被诺基亚寄予厚望的新款 Lumia 系列手机，上市初期销量平平，出现缺陷，而且产品被指缺乏新意，一些欧洲移动运营商甚至不愿意主推这一系列的产品。

雪上加霜的是，微软日前发布的新一代 Windows Phone 8 操作系统无法在现有的 Lumia 手机上运行。同时，诺基亚的竞争对手在中国和印度等主力市场，推出了价格更低廉的触屏手机，诺基亚的低端手机也没能填补智能手机战略转型带来的成本。

眼下，诺基亚已经失去全球手机市场老大的位置。2012 年一季度，诺基亚手机的营收和出货量加速下滑。其中，净营收额同比减少近三成，全球业绩也出现了连续四个季度的亏损。倒闭、破产……诺基亚会走上百年巨头柯达(微博)的老路吗？在诺基亚 CEO 埃洛普看来，面对外界的变化和竞争，诺基亚正在努力寻求改变。

埃洛普说，公司和公司之间很难作比较，他认为总有一个模式，公司很大很成功，他的业务能力和惯性，往往使其进入一个惯常的发展方向，很难迅速转向或者发现某种当前的趋势。诺基亚之所以如此大胆、果断的做出一个转变，就是这个原因，公司必须克服以前做事情的惯性，因为周围的世界正在改变。

在进行万人裁员、出售旗下奢侈手机品牌 Vertu(威图)、管理团队大洗牌等一系列动作的同时，诺基亚宣布完成了对瑞士图像公司斯卡拉多的收购。诺基亚 CEO 埃洛普表示，接下来的诺基亚“必须重塑生产模式，创新结构，保持信心。在新的架构下，诺基亚将重心调整到三条主线上：以 Lumia 为核心的智能手机产品线、以地图为核心的地理位置服务平台和传统的低端功能手机业务。

对于目前市场上诺基亚“积重难返”、“前景黯淡”的悲观论调，诺基亚 CEO 埃洛普表示，度过眼下的困难时期就能够成功。

埃洛普说，诺基亚现在正处于转变阶段的最困难时期，但他很有信心。不仅可以说这是诺基亚的新战略，公司正在推出新的产品，消费者正在使用，并且效果很好。随着时间推移，这种成绩更能够证明我们战略的效果。

专家点评：诺基亚欧洲手机工厂关闭是必然

诺基亚芬兰的萨罗工厂关闭了，这家老店，既是诺基亚旗舰店，也是诞生之地。现在被关掉了的话，对于诺基亚来讲，确实是一个不同寻常的事件。

中国之声特约评论员张春蔚：外面的人都会觉得这个象征意义太强大了，但是仔细去看，这是诺基亚在欧洲目前还剩下最大的一家生产工厂了，既然是这么大一家的工厂，对于整个的营收对于整个报表来说，影响是很大的，如果他还能有更好的调整，那这种关店实际上是一个必然。诺基亚高管去视察这加工工厂的时候，当时的员工都想到的是如何更好的来使用这加工工厂，而忽略掉要关掉工厂的隐患。但另外一个方面诺基亚也是表示，亚太区是它的一个重点，它是绝对不会放弃中国市场。所以更多意义上我觉得这是一个壮士断腕，先活下去然后再说后面的一些调整，所以我觉得这样的调整实际上是一个必然的结果。

而且他关闭在欧洲的这家工厂，也并不意味着诺基亚会退出欧洲，他的销售渠道继续在铺开。只不过他觉得在欧洲开这样一个工厂是得不偿失的，因为人力各方面的成本实在是太高了。

诺基亚巅峰时期在芬兰贡献的 GDP 是 4%，而现在可能仅仅占到了 1%，它对芬兰的经济会不会产生什么样的影响？

张春蔚：举个例子，四川长虹(微博)的彩电业务在巅峰时期对于整个绵阳经济的影响其实是非常大的，甚至一定程度上对于整个四川省的经济都带着一些影响。它的风吹草动都会对当地的经济本省的经济带来很多的影响。但是随后我们会发现，当鸡蛋不再放在一个篮子的时候，地方经济其实是得到了一个更好的发展。现在再去绵阳，你会发现那还有其他的品牌，还有很多其他的企业。所以我觉得预期把鸡蛋放在一个篮子里，倒不如说诺基亚也罢芬兰也罢都需要共同来做一个更好的应对，不要想着如何捡到最后一块钱。

埃洛普每一次在接受各种各样的质疑的时候总是给大家一个充满信心的回答，光明就在前头，黑夜马上马上就要过去，但是至少这么长时间了，我们一直没有看到哪怕是有一丝喜人的消息。现在诺基亚和微软合作，好像是靠死了微软。

张春蔚：两个词：一个是进退两难，一个是前途叵测。我之所以用这个两词，确实确实你会发现他是一个比较危险的试探，这个试探是不得已而为之的。眼下苹果一枝独秀，再加上三星(微博)锐利的突击，都使得诺基亚曾经的荣光不易找回。同时在智能手机领域，诺基亚在新产品领域确实确实又没有拿出一个更让我们觉得信服的产品，所以他的这种自我救赎短期之内是看不到光明的。

其次，微软可能握有全世界最详实的用户数据，因为使用微软的人太多了。由于他拥有的信息太多，他不可能真正的去理解用户，他只能基于自己已有的东西进行分析，而不是在全新缔造一个新的市场。两个同样伟大的企业联合在一起不容易得到一个 1+1>2 的结果，眼下更应该想如何找到更新的产品，而不是说彼此联合起来。来源:2012-6-24 中国广播网微博

[返回目录](#)

诺基亚高管称不会削减在华研发投资

诺基亚(微博)高管周三表示，尽管该公司计划在全球“精兵简政”，但不会削减中国的新品开发投资。

“公司已经决定继续在亚洲大举投资产品开发，”诺基亚亚太总裁奥利维尔·皮埃奇(Olivier Puech)周三在亚洲移动通信博览会上说，“我们仍将着力发展中国市场。”

诺基亚上周刚刚宣布，营业亏损状况可能比之前的预期更加糟糕，年内将在手机部门裁员 1 万人。

作为曾经的手机行业霸主，诺基亚在智能手机市场的发展落后于苹果和三星(微博)等企业。随着中国智能手机市场的竞争加剧，该公司的手机业务也在中国市场面临新挑战。中国低价手机厂商的崛起推动了本土智能手机用户的增长，但也导致生存环境恶化。

皮埃奇表示，Windows Phone 和 Windows 8 生态系统将成为诺基亚成功的关键。他透露，搭载 Windows Phone 系统的诺基亚 Lumia 手机在中国市场反响不错，目前的销量基本符合公司预期。

美国市场研究公司 Gartner 分析师安舒尔·古普塔(Anshul Gupta)预计，诺基亚 Lumia 智能手机在西欧的销量未达预期，没能弥补塞班手机的销量下滑。

皮埃奇表示，手机厂商和应用开发商都在围绕 Windows 移动操作系统快速发展，本土开发商编写的中文 Windows Phone 应用数量也已大幅增长。

他认为，除了苹果 iOS 和谷歌 Android 外，仍有足够的市场空间供第三个生态系统发展。他还预计，微软(微博)周一发布的新款 Surface 平板电脑将进一步推动 Windows 移动生态系统的增长，从而提升诺基亚的 Windows 移动设备销量。来源:2012-6-21 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚大裁员涉及中国区：部分研发人员或离开

近日，饱受业绩不佳影响的诺基亚(微博)开始再一次裁员，希望能在 Windows Phone(下称 WP)开疆扩土的同时，通过节流来辅助自救。据悉，经 CEO 斯蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)确认将发起的新一轮裁员，到 2013 年计划裁员一万人。有消息称，此次裁员甚至涉及到诺基亚高层，有三位高管将离职。该消息导致诺基亚股价大跌 10%左右。另据南都记者了解，此次裁员同样将涉及诺基亚中国。恰逢诺基亚全新旗舰机型 Lumia 900 在国内上市，该机成功与否，与中国乃至全球，都将是背水一战。

新裁员计划涉及万人

埃洛普宣布，为了到 2013 年底之前节省 30 亿欧元开支，公司将会再裁掉 1 万名员工。此前，诺基亚已裁员 4000 人。据悉，此次裁员主要涉及的仍然是研发团队。在 Symbian 位于芬兰总部的研发人员所剩无几的情况下，诺基亚开始向 Qt 研发团队动刀。此前，在诺基亚向移动互联网转型中，Qt 开发平台由于其先进性和开放性，曾经被诺基亚寄予厚望。诺基亚方面亦曾公开表示，绝大多数应用开发将基于 Qt 平台进行。

不过随着诺基亚和微软(微博)WP 的紧密合作，Qt 平台就像过去索尼爱立信(微博)手中的 UIQ 平台一样，开始跟不上潮流的步伐了，裁员亦变成了情理中事。据了解，Qt 平台此前的工作大都是对 Meego 系统的支持，而诺基亚方面已确定，在 N 9 之后不会再推出该系统的产品。

除了裁员之外，诺基亚一直主打的高端奢侈手机品牌 Vertu 也被易主。诺基亚方面表示，已与欧洲私募股权基金 EQTVI 达成协议，出售 Vertu 奢华手机品牌，出价约为 2 亿欧元。预计整个交易在 2012 年下半年完成。

值得注意的是，一直以来诺基亚的裁员动作大都不涉及中国或对中国团队无太大影响。相反，诺基亚还有意识地将一些研发部分迁到成本更低的中国来，甚至招收更多的研发人员。然而南都记者从可靠渠道获悉，本次高达 5 位数的裁员也将波及中国，至少在中国的一些研发人员会因为系统研发端的再度调整而离开公司。

5 年内市值缩水超过 90%

有意思的是，据诺基亚总部所在地，芬兰赫尔辛基当地媒体报道，在宣布裁员消息后，埃洛普当天由两名安全警卫护送回家。报道更生动地配上了图片，以表达潜在的“危险”。

然而对于打救诺基亚于水火的职业经理人埃洛普来说，真正的危险还来自于投资者的反应。上周四，诺基亚更发出预警称，其手机业务下滑速度远远超出两

个月前做出的预期水平。这导致诺基亚在美国上市的股价当日大跌 16%至每股 2.35 美元，创造了自 1996 年以来的新低。随后受大盘股市整体上涨提振，诺基亚股价又在周五反弹至每股 2.48 美元。

不过股价下跌已然导致诺基亚的市值缩水至 93 亿美元，相比苹果发布第一代 iPhone 比该公司在苹果发布 iPhone 的 2007 年，诺基亚的市值蒸发超过了 90%。

与此同时，评级机构穆迪将诺基亚股票的信用评级降至“垃圾”级，原因是“不看好诺基亚持有的现金水平以及新 Windows 手机的销售状况”。另外两家评级机构标准普尔和惠誉则早在 2012 年 4 月份就对诺基亚股票给出了类似的评级。

产品仍是关键

不过面对大幅缩水的市值、糟糕的业绩和上万人的裁员计划，亦有机构表示支持，理由是“长痛不如短痛”。Oppenheimer 分析师认为，诺基亚将从低谷迈向良性循环，裁员后将为诺基亚带来一个缓冲期。花旗则将诺基亚的股票从“卖出”上调至了“持平”，认为诺基亚重组有必要经历“剧痛”。依靠一系列开源节流的手段，相信 2012 年三季度诺基亚能回到“保本”的水平线上。

至于中国部分，诺基亚向来为人诟病的手机上市速度问题得到了明显改善。6 月初，诺基亚宣布新旗舰机型 Lumia 900 接受预定，不到一周的时间内又宣布该产品于今日在中国大陆地区正式全面铺货上市。从全球发布到正式上市，整体速度明显快于此前的数款产品。

而全球范围内，“泥沼”中的诺基亚还把宝压在了微软下一代手机操作系统 Windows Phone 8 阿波罗上。毕竟节流只能解一时之困，更重要的还要靠产品“说话”。华尔街分析师甚至认为，Windows Phone 8 将会最终决定诺基亚是否能够生存下去。来源:2012-6-20 南方都市报微博

[返回目录](#)

【其他制造商】

TCL 通讯组建 CDMA 手机运营团队

业内人士透露，为大举进军国内 CDMA 手机市场，TCL(微博)通讯已在组织架构上做好了准备，在原来 CDMA 海外业务团队的基础上，组建了 CDMA 手机国内运营团队，针对国内市场引入一批精良的营销队伍和研发人员，实施垂直管理。

自去年底以来，TCL 通讯在中国市场的战略已做了大幅调整。去年 12 月 20 日，TCL 通讯召集来自全国各地的几百家经销商、代理商，高调发布了 12 款智能手机。TCL 通讯 CEO 郭爱平在公开讲话中多次强调，做 TCL 智能手机的经销商不会亏钱。这实际上意味着关注海外市场多年的 TCL 手机重回中国市场。据 TCL 通讯的最新公告，2012 年前 5 个月，TCL 手机及其他产品总销量累计达 1429 万台。其中，中国市场销量达 226 万台。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

微软高管否认将生产自有品牌智能手机

微软 Windows Phone 部门高级营销经理雷格·沙利文(Greg Sullivan)周一称，该公司不计划生产自有品牌的智能手机，否认此前的相关报道。上周，微软刚刚发布了自有品牌的平板电脑 Surface，随后市场开始猜测微软是否将开始生产自有品牌的智能手机。

在今天接受采访时，沙利文被问及微软是否计划也在智能手机市场上使用与平板电脑一样的战略，他对此作出了否定的回答。沙利文直截了当地否认微软计划生产自有品牌的智能手机之举值得注意，原因是微软官员在被问及行业传闻时几乎都会作出标准的“无可置评”的回答。

微软此前已经披露，HTC、诺基亚(微博)、三星(微博)和华为(微博)等公司正在生产 Windows Phone 8 设备。沙利文在上周五称：“我们拥有一个非常强大的合作伙伴生态系统，而我们对这个系统感到满意。”

微软初步计划生产两个版本的 Surface 平板电脑，其中一款将使用英特尔处理器，另一款则将使用 AMR 处理器。

野村证券科技行业分析师里克·谢兰德(Rick Sherlund)上周发布客户报告称，微软已经与外包厂商达成协议，将生产基于 Windows Phone 8 操作系统的智能手机。他在报告中指出：“目前还不清楚这种手机是将成为一个参考平台，还是可能成为走向市场的微软自有品牌手机。”他还指出：“如果微软决定在 2013 年面向市场推出自己的智能手机，那么我们不会感到惊讶，原因是微软已经决定将自己的 Windows 8 Surface 平板电脑和 PC 产品上市。”

虽然沙利文否认微软将推出自有品牌的智能手机，但如果微软最终会收购其关系密切的合作伙伴诺基亚，那么到最后终将涉足手机业务。一些分析师认为，鉴于移动市场的战略性重要地位，以及诺基亚当前股价仅略高于 2 美元的事实，现金充裕的微软有可能会对这家相对廉价的公司发起收购。微软已经在对诺基亚

进行投资，目的是帮助后者向 Windows Phone 手机进行转变。来源:2012-6-26 新浪科技微博

[返回目录](#)

台媒称摩托罗拉移动 2012 年底停产非智能机

各种消息显示摩托罗拉(微博)移动或将在年底停止功能手机产品线，是否继续冲刺中国低价智能手机市场也悬而未定。

智能手机销量高速增长并开始呈现往少数品牌集中的趋势，以往功能手机时代的手机巨头，都面临销售量锐减、亏损，即使曾经在智能手机发展初期独霸一方的 RIM，也开始考虑分拆或出售手机制造业务。

谷歌正式完成收购摩托罗拉后，对摩托罗拉的想法也有所转变，谷歌希望摩托罗拉能够更专注于开发有创新能力的产品，而不是以维系经济规模为主，因此 5 月底就有消息称，摩托罗拉有意逐步退出功能手机市场，甚至不排除在 2012 年底就全部结束功能手机业务。

除此之外，由摩托罗拉低价产品线团队所主导的中国千元智能机，由于创新有限、纯粹以低价，是否会延续下去还有待观察。

除了摩托罗拉之外，诺基亚(微博)也面临同样的问题，塞班手机销售下滑速度远超过微软(微博)Windows Phone 手机的增长速度，诺基亚的功能手机也已出现亏损，第 2 季度恐将连续出现第 5 个季度的亏损。

受摩托罗拉、诺基亚和 RIM 低迷的影响，中国台湾的多家手机代工企业和手机供应链企业，如为摩托罗拉代工功能手机与低价智能手机的华冠、为诺基亚代工微软智能手机的华宝、为诺基亚提供零组件的光宝旗下光宝移动与闳晖、RIM 的供应链企业毅嘉、闳晖等都将因此受到影响。来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

三星预计 Galaxy S III 销量下月达 1000 万部

三星(微博)电子电信业务主管申宗均周一表示，旗舰级 Galaxy S III 智能手机的累计销量将于 7 月份突破 1000 万部。

三星 5 月 29 日在欧洲发售 Galaxy S III。这款手机将成为苹果 iPhone 的主要竞争对手。

三星还预计，第二季度的手机业务利润将超过第一季度，这一观点与市场担忧相左。此前有投资者担心，新款 Galaxy 手机的供应紧张以及全球经济疲软，将对三星的利润构成压力。

由于担心芯片和电信业务疲软，有多位分析师下调了三星的季度利润预期，导致其股价周一下跌 4.2%，创 4 个半月新低。当天的韩国 KOSPI 指数仅下跌 1.2%。

申宗均说：“由于欧元区的问题和零部件供应紧张，整体市场环境存在挑战……但我们第二季度的业绩将好于第一季度。”

三星移动业务利润第一季度同比增长两倍，达到 36 亿美元，约占该公司营业利润的 73%。

“除了芯片业务当前的疲软，投资者似乎还担心全球宏观经济将压低下半年的手机销量。”证券公司 Korea Investment & Securities 分析师 Han Seung-hoon 说。

三星 5 月 29 日开始在全球销售 Galaxy S III 手机，但出货量已经受到部分零部件短缺的影响。这款手机上周四在美国上市，但由于供应短缺，包括 Sprint、T-Mobile 美国和 AT&T 在内的大型运营商，均无法销售 32GB 的 Galaxy S III 手机。

Sprint 在网站中称：“由于 Galaxy S III 全球需求巨大，三星通知我们，无法在 6 月 21 日开始销售 Galaxy S III 当天提供足够的库存。我们正在与三星就供货计划密切合作，希望为我们的发布计划提供支持。”

“Galaxy S III 在全球获得的评价比我们之前的设备都好……供应无法满足高企的需求。我们已经向几乎所有零部件供应商的高管和员工发去信息，确保供货平稳，并希望情况能在下周好转。”申宗均说。

三星两年前推出首款 Galaxy 手机，希望挑战苹果 iPhone。该公司当时的智能手机市场份额不足 10%，但目前已经超越苹果。该公司 4 月末表示，新款 Galaxy 智能手机将对第二季度业绩产生“实质性贡献”。

分析师最近几周纷纷下调了三星第二季度的智能手机出货量预期，认为新款 Galaxy 手机的上市将导致旧款手机的销量下滑速度超出预期。他们还认为，Galaxy S III 的供货紧张以及华为(微博)和中兴等低端厂商的竞争，同样会对三星的业绩产生冲击。例如，摩根大通将三星第二季度的智能手机出货量下调 10%，至 5000 万部。

申宗均透露，三星在低端智能手机市场表现同样不俗。

三星第一季度智能手机出货量为 4450 万部，相当于每小时卖出 2.1 万部，因此获得了 30.6% 的市场份额。苹果第一季度卖出 3510 万部 iPhone，市场份额为 24.1%。来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

移动支付市场呈现强劲增长

根据易观国际(微博)发布的《中国第三方支付市场趋势预测》报告，2011 年我国移动支付市场发展迅速，全年交易额规模达到 742 亿元，移动支付用户数达到 1.87 亿。该报告认为，未来 3 年移动支付市场将持续保持快速发展，预计到 2014 年移动支付市场交易规模将达 3850 亿元，用户规模也将达到 3.87 亿。

多方信息显示，我国智能终端和移动互联网的迅速发展为移动支付发展提供了稳固的终端和网络基础。业内预计，2012 年移动互联网的用户规模将超过互联网的用户规模，这将对移动支付规模的增长及应用环境更加丰富带来重大促进作用。来源:2012-6-22 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

国内 CDMA 终端市场或迎洗牌

据中国电信(微博)等多方消息证实，最新 5 月份 CDMA 终端统计数据已于近日正式出炉，并在网上曝光。数据显示，5 月份 CDMA 主要品牌手机销量接近 300 万台，国产品牌手机市场份额超过 7 成。其中，华为(微博)以 77.8 万台，排名第一；酷派以 63.8 万台，位居第二。前 5 名中，仅三星一家国外品牌，以 52.9 万台销量，跻身前三。

透过分析我们不难看到，上榜的两家国外企业三星和摩托罗拉，其 5 月份销量总和仅占到 15%，尚不敌排名第二的酷派一家。专家表示，“随着运营商主导地位越来越强，对产业发展的影响也越来越大。与运营商紧密合作的华为、中兴、酷派和联想四家厂商，或成为第一阶段的最大受益者。”

从目前情况来看，四家厂商的总体市场占有率，已接近国内智能手机市场的一半左右，而未来这一份额还会继续扩大。不过，利润问题仍然摆在各大国产手

机厂商的面前。有报道指出，由于缺少核心技术以及品牌溢价能力不足，“以量取胜”的做法将很难持续，当前看似火热的智能机市场同时暗含危机。

与此同时，联通方面也在前不久对媒体表示，“将在近期逐步降低千元智能机的话费补贴，从目前最高的 50%，调低至 20%-30%之间。”华为终端董事长余承东(微博)就坦言，即使像华为这样以销量高著称的厂商，在千元智能手机上也处于“失血”状态。显而易见，一味追求产品销量和市场排名，似乎不能解决这一难题。

然而，对于华为、酷派等厂商，在市场上不断推出新产品的做法，却令不少同行表示不解。在手机市场陷入一片红海的局面下，难道这些老牌厂商仅仅是寄希望于“薄利多销”嘛？事实并非如此。《互联网周刊》在其近日发表的一篇文章中，就曾暗示移动终端市场或正在上演一出“剩者为王”的大戏。

对此，酷派常务副总裁李旺在接受媒体专访时称，“现在成本优势在品牌手机手上，而不再山寨机手上，因为品牌手机采购量大，更具成本优势，相对而言中小企业生存空间会越来越来少。”据透露，为继续扩大市场占有率，酷派已推出了 500 元左右的智能手机。分析指出，如此残酷的竞争，将最终迫使不少厂商退出手机市场。来源:2012-6-20 通信产业网

[返回目录](#)

终端整合是移动互联网重要趋势

什么是成功的移动互联网业务？可以是《愤怒的小鸟(微博)》，也可以是 Android 操作系统 4.0.....而联想副总裁、MIDH(移动互联及数字家庭业务集团)中国开放市场总经理曾国章认为，对于联想的移动互联网业务而言，要做好端到端的全线布局和整合。

首款超大屏手机

“大，有意思”，选择在天津汉沽基辅号航母上发布首款 5.0 英寸超大屏智能手机——乐 Phone S880 的联想向外界传递的理念不仅如此。“这是联想 PC+ 时代’战略布局的又一次创新实践，也是联想智能手机细分市场策略的一次重要延展。”曾国章表示，乐 Phone S880 满足注重性价比和视听娱乐享受的大屏手机用户的需求，联想其他移动互联网产品也会采取不同策略满足不同用户需求。

曾国章以乐 Phone 为例进一步解释，乐 Phone 在 2010 年上市时只有一款，但目前已经涵盖“K”、“S”、“P”、“A”四大产品线 10 余款，从千元智能机到中高端手机有不同机型。而本次发布的 S880 就是 S 时尚系列的最新产品，其 500 万像素主摄像头和 30 万像素前置摄像头、双卡双待、前置双扬声器等配

置适合中国时尚用户喜好 ,Cortex A9 1GHz 处理器、512MB RAM 和 4GB ROM、Android 4.0 操作系统的硬件搭配也满足市场主流趋势。

全线产品布局

据悉，联想乐 PhoneK 系列注重硬件配置和性能，S 系列面对时尚消费群体，P 系列专为商务人士设计，A 系列则面向于更为细化的年轻消费群体。

曾国章认为，全线布局的概念不仅指产品型号，还应包括端到端的整合、产业链的协作等理念。他介绍，乐 Phone 的新品上市步骤匹配联想“PC+”战略布局的“四屏一云”计划。特别是“云”的部署是完成“四屏合一”的重要方式。

据悉，乐 Phone S880 内置百度小说、新浪微博等热门应用，而内容资源来自每天新上架 200 多款应用、包含超过 1.5 万款国内外流行应用程序的联想乐商店，乐商店就是横跨联想智能电视、平板电脑、智能手机的重要产品。

“联想智能手机策略，不完全只从手机考虑，我们有四屏运营的架构，四屏是终端设备，从手机到平板电脑，再到电视、电脑，我们将这些设备互联互通。乐商店的开发就不仅仅在手机开发，智能电视用户能感受到，平板电脑也能体验”，曾国章告诉记者，这些都基于从底层对操作系统的深度优化和内容研发。

产业链深度协作

而在产业链层面，据披露，联想集团是最早与中国移动(微博)展开合作的厂商，积极研发 TD-SCDMA 制式智能手机产品。随着 TD-LTE(4G 技术)必将成为趋势，联想目前从技术到产品均已在布局。

对于目前全球智能手机市场中的新生力量 Windows Phone 智能操作系统，曾国章坦言，联想集团已与微软保持密切沟通，预计将会在第一时间推出 Windows 8 系统的平板电脑，而未来 Windows Phone 系统智能手机产品则将主要定位于中高端市场。

在保证产品的情况下，联想对销售渠道并不担心。曾国章告诉记者，联想智能手机产品一直以全渠道模式进行销售，不但与京东商城、淘宝以及其他 B2C 网上商城有深度合作，湖南卫视(微博)等电视购物平台、传统卖场和手机连锁渠道也都是优势渠道资源。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

国产手机圈地商务市场 细分化趋势开始凸显

随着国内智能手机大战愈演愈烈，市场也开始出现细分化趋势。国产手机品牌开始在商务市场开辟第二战场。近日，凭借着在语音操控方面的传统优势，金立智能语音王正式亮相各大卖场。

“国产手机品牌更了解中国商务市场需求，在商务产品线上具有很强的传统优势，这其中最具代表性的便是金立语音王，其在商务手机产品市场的占有率相当高，是国产手机品牌精品系列之一。”一位资深业内人士说。

据了解，基于对中文发音的超强识别能力，金立智能语音王 GN777 将语音操作发挥到了极致，同时配备的智能语音输入与原笔手写等功能，更是满足了最实用的商务需求，打造出更富智慧、更简单、更便捷的商务智能手机，延续了其在商务系列产品中的优势地位。

据金立官方调查显示，语音王作为金立最为成熟的商务系列产品，产品覆盖全国各级城市。金立集团执行副总裁张高贤表示：“GN777 的上市是迎合了市场需求的，拥有很好的市场前景。同时，在商务产品领域中，金立也积极努力做好了全面准备。”这种准备包含品牌和产品策略两大层面，包括在 2011 年底，除语音王系列外，金立手机将商务产品独立划分为天鉴系列，配有专门的研发支持与市场推广支持。

除做好品牌与市场的铺垫外，GN777 在产品设计方面也显得颇有用心。在继续传承原有的语音优势，将此前的语音拨号、语音输入进行了跨越式提升，新一代语音软件通过云端服务器进行全程语音交互服务，可执行打开应用、搜索天气、机票、酒店等等，甚至于可以进行智能语音问答，成为真正意义上的人机交互式体验。

此外，GN777 同时还具备多项实用的商务功能，超长待机、透明翻盖式设计、原笔手写、图吧导航、安医生安全软件等，都受到了商务人士的诸多青睐。其中，原笔手写功能使得记录无需识别，记录内容还可以通过邮件、微博、彩信的方式分享。

业内人士分析，智能语音王的出现不但是金立在商务产品线上的优势延续，也是国产手机品牌将商务手机用户平稳过渡到智能时代的标志，保持优势、开拓更大市场，这无疑是国产手机迎接 2012 年“手机大战”的重要砝码，对国产手机产业发展也具有借鉴意义。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

报告预测智能家居收入 2017 年接近 600 亿美元

市场研究机构 Juniper Research 公司最新公布的一份报告预测，受“智能家居” (Smart Home) 互联娱乐 (Connected Entertainment) 部分强劲增长驱动，以及包括智能监测与控制及智能健康的推动，智能家居市场价值有望于 2017 年达到 600 亿美元，较 2012 年的 250 亿美元大幅上升。

新生空间成长为大众市场

这篇题为《智能家居生态：2012-2017年互联设备、服务模式与收入》的报告指出，智能家居的概念广泛，并随着时间的推移不断而演变，内容涉及互联生活的不同方面，包括娱乐、控制、安全和健康等。

随着宽带连接的发展逐步超出其传统的使用范畴，新的应用和增强服务也已经出现，其中包括互联网电视、家庭自动化系统和智能电表。这些全新和改进后的应用一般通过宽带(移动或固定)网络系统连接，从而增加这一领域的服务收入。

生态系统内部的资源争夺

Juniper 的报告指出，智能家居生态系统的利益相关者或单个成员无法独立存在，运营商、内容提供商和供应商需要相互合作，建立一种互惠互利的商业模式。

该报告的作者尼廷·巴斯(NitinBhas)指出，虽然这个领域内没有单一的领导者，但服务提供商们却纷纷挺身而出，发挥了积极的作用：“有线网络运营商和宽带服务提供商的作用重大，因为他们与消费者之间存在收费关系。相对于其他新进企业，将其他功能添加到现有的服务中能够让他们在金字塔结构中处于更有利的地位。”来源:2012-6-21 飞象网

[返回目录](#)

GSM 预测至 2020 年中国互联设备总值超 7000 亿美元

GSM 协会 21 日在上海举办的世界移动通信大会(Mobile World Congress)上发布预测报告称，中国互联设备增长所带来的商业价值将从 2012 年的 1160 亿美元，增长至 2020 年的 7070 亿美元，实现 5 倍的增长，这样的飞速增长将带领更多中国人走进“互联生活”。

GSM 协会在 220 个国家连接着近 800 家移动运营商，以及 200 多家企业，其中包括手机制造商、软件公司、设备供应商、互联网公司以及媒体和娱乐机构。

该报告说，从智能手机、平板电脑、消费类电子产品，到所谓的机器对机器(M2M)等，各种互联设备正在推动整个亚太地区核心行业的创新和进步。而由于有充满活力且不断发展的科技产业作为有力的后盾，中国经济正保持持续快速发展，而这也正是中国在互联设备领域的增长领先于全球的重要原因。

GSM 协会首席营销官米查·奥哈拉表示：“移动用户总数超过 10 亿的中国市场不仅是世界上最大的手机市场，而且中国正在利用自身优势创造新的应用、产品和服务，以此来改善人们的日常生活并推进经济的发展。”

他说，从蓬勃发展的汽车产业到新的‘智能’城市，中国始终坚持以移动技术为核心的科技发展，并且通过跨行业合作，提升效率并为消费者带来利益。

报告并预测，到 2020 年，日本将通过互联设备缔造出 3440 亿美元的商业价值，印度的互联设备市场则将创造出 1280 亿美元的商业价值。来源:2012-6-21 中国新闻网微博

[返回目录](#)

【移动增值服务】

联通降低奥运漫游资费

昨天，中国联通(微博)宣布，为方便奥运期间用户赴英国出访，将推出新的奥运促销流量月套餐等一系列优惠措施，赴英数据漫游资费最低可达每 MB1.75 元。

联通介绍，在 2012 年 7 月 1 日至 8 月 31 日期间，用户只需选择英国的 O2 通信网络，即可享受 350 元包 200MB 的奥运促销月流量套餐，该套餐月内有效，折合每 MB 仅 1.75 元，大大低于标准资费。

在 7、8 两个月，联通用户赴英语音漫游业务也有优惠。中国联通用户出访英国选择 O2 通信网络，也可享受到更加优惠的价格，接听或拨打当地电话均为每分钟 0.56 元，拨打国内电话每分钟 1.56 元；中国联通的预付费用户出访英国，语音漫游还将获得更大的资费优惠，接听或拨打当地电话每分钟仅 0.5 元，拨打国内电话每分钟 1 元。来源:2012-6-26 京华时报

[返回目录](#)

北京电信推飞 Young 学子礼包

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，中国电信北京公司进行了详细解释，这是指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”。

该礼包除了天翼飞 Young 套餐内的资费外，还包含 50 元话费，激活后一次性到账；1G 手机流量，限北京地区使用，有效期自激活之日起三个月内有效；以及一张全国通兑的“预存 200 元，送 1999 元话费”优惠券。

1 个 G 流量到底能做什么事？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 35000 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。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

中移动在 10 个城市启动 4G 网络覆盖

中国移动(微博)董事长奚国华昨日透露，中国移动正在上海等 10 个城市启动 TD-LTE(4G)扩大规模试验网建设，其中，深圳、广州、杭州三个城市已实现网络覆盖。而上海移动则透露说，上海计划在中心城区进行 4G 网络覆盖。

目前中国移动在南京、杭州、深圳、广州开通了 4G 体验服务，并启动了香港 LTE 网络与内地 4G 网络的漫游测试。2012 年中国移动还将在 10 个城市建设超过 2 万个基站。

不过，奚国华同时透露，4G 技术真正成熟还需要 2 年的时间。

杭州、南京已尝鲜

2010 年上海世博会，在位于世博园浦西片区的移动通信馆，理论传输速率峰值达到现行 3G 网络十几倍的 4G 演示网，提供的一系列高速上网和移动高清服务，给不少参观者留下了深刻的印象。

让人没有想到的是，世博会结束之后不到两年，杭州就率先过上了 4G 生活，“下载一首 4M 左右的歌曲不到 1 秒，一部 3G 的电影，最多 10 分钟就下完了，用宽带的话至少也要一个小时。”

2012 年 6 月，杭州率先启动 4G 网络全城体验，原本只覆盖两部 B1 公交车的 4G 网络体验点正式向公众开放，成为国内首个实现 4G 网络试商用的城市。

根据杭州的规定，手机用户只要通过在指定营业厅办理相关体验手续，便可获得相应的 4G 网关设备，体验高速上网。

另外，2012 年在“5·17 世界电信日”当天，中国移动在南京正式启动面向社会公众的 4G 网络体验，穿梭在机场高速公路上的机场大巴成为体验 4G 的地点，据悉这也是国内 TD-LTE 试点城市首次将 4G 体验放到了高速公路上。

据介绍，目前南京已完成了从禄口机场开始的机场高速 4G 网络覆盖，全长超过 30 公里。测试的网速最高可以达到 80M。

上海将以外环以内为重点

事实上，已尝鲜的杭州和南京是中国移动 4G 规模技术试验第一阶段 6 个城市中的两个。另外 4 个城市分别是上海、广州、深圳和厦门。

根据中国移动的说法，4G 规模技术试验第一阶段的 6 个城市，在去年 9 月 30 日已经顺利完成第一阶段的工作。而目前杭州已有 1800 个站点铺设了 4G 基站，武林商圈、黄龙商圈等已实现了网络覆盖。

而据杭州当地媒体报道，2012 年，浙江移动杭州分公司将在杭州所有区域实现 4G 的完全覆盖，包括主城区和萧山区、余杭区，无论商业街、公交车站还是地铁等，都将能收到 4G 信号。

在上海方面，上海移动介绍说，将继续扩大 4G 覆盖范围，以外环以内为重点，对中心城区及数据热点区域进行 4G 覆盖。同时还将继续深化 4G 规模试验，积极开展相应测试工作，推动 4G 产业链逐步成熟。

追问

4G 到底能带来什么好处

- 大幅增速：3G 是“高速公路”，4G 就是“磁浮”
- 距离商用还有不少距离，需要解决稳定性问题

无线传输堪比固网，视频通话就像聊天。4G 给我们带来的最大好处，当然是网速的大幅加快。

据介绍，利用 4G，下载一首 4M 大小的高品质歌曲用时不到 1 秒；下载一部 40G 容量的蓝光 3D 影片，也不到 2 小时，而如果用 4M 有线宽带，大概需要一天。

另外，哪怕是在移动的状态下，4G 网速至少也能达到 50M。要知道，3G 的理想极限状态下，网速也只能达到 20M 左右。

中国移动集团相关技术人员介绍说，目前宽带条件下的光纤网络提供的接入速度最高仅 10M 左右。

为了形象地说明 4G 网速究竟有多快，中国移动工作人员还做了一个形象的比喻：如果把 2G 比喻是公路的“辅路”，那么 3G 的网速是“高速公路”，4G 则将达到“磁浮”。

上述工作人员介绍说，接入 4G 网络后，用户可体验的最高网络速度可达 90M，可同时流畅播放多部高清视频，比最快的 3G 速度要快 10 倍。

此外，使用 4G 的用户在视频通话时瞬间即可，用户面时延只有 20 毫秒，而现在还需要上百毫秒。“手机通话不仅可以看到对方，还可以看到对方正在拍摄的画面。”

除了在网速方面将带来极大变化外，使用 4G 网络后，用户出国公务、旅行将不再需要换卡。

另外，中国移动专家还展示了丰富多彩的 4G 技术应用前景：可用于实时传送异地比赛进展。

虽然专家给我们描绘了 4G 的美妙场景，但 4G 商用离我们还有一段距离。

按照中国 3G 的发展历程，从标准提出到正式商用，大约过了 10 年时间；而目前“ TD-LTE-A”仍处于产业化阶段，尚未进入规模商用。

“ 4G 的稳定性等技术问题仍需进一步通过规模技术试验以及试商用等工作进行充分的验证。” 工信部电信研究院副总工程师陈山枝表示，“今后一段时间，将是 3G 与 4G 协同发展的时期。预计用 3 年左右时间，全球 4G 将实现规模商用。” 来源:2012-6-21 新闻晨报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

“视频会议”系统逐渐走入人们生活

Tim 前些天从广州去北京出差，却没想到晚上被北京的同事拉着在王府井某餐厅和远在上海分公司的同事们聚了个餐。晚上 7 点，两地的同事们同时在两地的餐厅里“碰头”，相隔一千多公里，共同举杯庆祝上半年的工作业绩。

他们之所以即便身处异地，也能共享美餐，并非拥有“穿越”的本领，而是一个特殊的“视频聚餐”包房成为“穿越”的现场。

在这里，视频会议系统通过图像和声音的共享，让异地就餐的朋友们获得仿如“一起就餐”的感觉。实际上，“视频会议”系统正在越来越多地走入我们的工作和生活，创造一种“天涯若比邻”的感受。文、图/记者 冯秋瑜

试用体验：

Ruru，女，32 岁，外企管理人员

视频会议对于我们来说并不陌生，然而类似视频会议一样的边吃边聊的确是个新鲜事物。边吃火锅边开南北公司沟通会议，感觉的确与众不同。“远程视频聚餐”服务的出现，让日常工作中的“视频会议”系统从专业领域渐渐走进我们的日常生活。

不过，目前“视频聚餐”的服务普及性还比较差，从地区来说，只有北京和上海两地，而且仅在个别餐厅出现，价格也比较贵，每小时 200 元左右，餐费另计。真正要普及到身处异地的家人和朋友之间，恐怕有待时日。

聚餐玩“穿越”

一起打边炉

走入北京王府井某餐厅的“视频聚餐”包房，Tim 的面前呈现出了一个巨大的白色半圆弧桌面，和同事们在各自的座位上坐定，桌子对面墙壁上挂着的三个硕大的平板显示器。通过这些显示器，Tim 看到上海的同事们也坐在一个与自己身处的“智真厅”类似的包房里，面前也有一个同样的白色弧形桌。

Tim 告诉记者，“两张弧形桌刚好合在一起，成为一个白色圆桌。如果不是留意到有大屏幕的存在，我几乎觉得那几位身在北京的同事就正坐在我们对面一起用餐。”

其实，支撑“穿越聚餐”的，有白色弧形餐桌前带有三个拾音麦克风的语音系统，正对餐桌的三个大屏幕，及三个向不同角度排列的摄像头。“这些组件捕捉我们彼此的声音与图像，并传输到对方的包房内。除了可以和在上海的同事对话外，我们可以清楚地看到听到他们与服务人员点菜单的细节，还能和他们一起讨论到底哪道菜好吃。显示的图像和声音几乎没有延迟，即使是我们一起玩一些对速度要求很高的餐桌游戏，也不会觉得有什么不便。”

开会面对面

画面全高清

记者采访了解到，Tim 他们在餐厅里用到的视频系统，是华为(微博)推出的“智真”解决方案。这套系统开发时是为了满足商务客户面对面沟通需求而开发的，通过强大的音视频压缩和传输能力，让远隔千里之外的人们能够像坐在同一个会议室里一样进行交谈。事实上，除了华为，目前国内做视频会议系统的公司很多，思科、索尼、腾博、宝利通、博世、迪思等都有各具所长的视频会议系统产品，可以分为“硬件”、“软件”和“网络”视频会议系统三类。

目前，视频会议系统推崇的是高清大屏幕，且技术已经较为成熟，能够将肢体的动作、精神的状态及眼神的沟通等全面捕捉和传达。视频会议传输的画面和语音可以达到 1080p 的视觉效果，而且延迟非常小，有空间感的音频效果更让相聚没有了距离感。会议即将开始时，参会人员集中到配有视频会议设备的会议室，然后就座于虚拟的半圆形会议桌旁。只需按一下按钮，会议就可以开始。屏幕上能够显示他们真人大小的逼真影像。参会人员既可能是在同一个城市里，也可能是在地球的另一端。

未来：面部追踪

屏幕“说话”

由于广阔的未来市场空间，视频会议正受到越来越多的关注。微软(微博)旗下的 Lync 视频会议软件是发展最快的产品之一，谷歌(微博)也将社交平台 Google+ 上的视频群聊服务 Hangouts 打造成为一款企业级产品。目前，用户已经可以通过 iPad、iPhone 手机、乐 phone 手机、3G 智能手机随时随地参与高

品质的网络会议。不过，在视频会议技术发展的过程中，如何在会议时明确说话的对象一直是个没有解决好的难题。

为了让视讯会议更好地支持对象身体语言，日本 NTT 旗下的实验室就开发出了一个名叫 MM-Space 的系统。这个系统由摄影机、放映机、扬声器、半透式屏幕以及驱动器组成。通过面部追踪，系统会将摄影机捕捉到的头部动作传送到驱动器之上，然后驱动器会驱动屏幕模拟出相应的点头、摇头、转向等动作。通过这一系统，会议参与者可以凭借屏幕的“动作”，更容易地确定说话对象。
来源:2012-6-20 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

中电信视频基地开始独立运作 打造付费视频平台

中国电信(微博)旗下天翼视讯与华谊兄弟共同宣布，双方将合作打造微电影频道平台，正式宣布在“微电影”产业方面展开全面合作。这意味着天翼视讯向娱乐产业链上游延伸，希望打造强大的付费视频平台，以促进手机和固网宽带视频业务的发展。

跨界整合打造视频产业新模式

中国电信上海公司总经理张维华、华谊兄弟传媒集团总裁王中磊出席发布会。华谊兄弟也已对外发布公告称，将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”。

天翼视讯作为中国电信旗下唯一的全国视讯业务运营平台，业务涵盖手机、PC、PAD 等跨屏终端。经过两年多的市场化运营，已同 70 余家视频运营商达成了广泛合作。截至目前，天翼视讯手机平台用户数已超过 5800 万，付费用户数近 1300 万，每月用户点击播放次数超过 4000 万次，天翼视讯已经成为中国最大的付费视频服务平台之一，成功实现了用户付费观看的商业模式。

华谊兄弟新媒体业务系统在全娱乐内容制作、内容整合、内容运营和营销推广等方面拥有非常丰富的经验。双方将依托中国电信 1.2 亿天翼手机用户和 8000 万宽带用户的庞大用户资源，以及为跨屏用户提供高品质“微电影微剧”视频服务，双方将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，并进一步向成为中国最大的付费视频平台这一目标迈进。

华谊兄弟与中国电信天翼视讯还公布了首部短片作品《伦敦魅影》，宣告华谊兄弟将电影产业延伸至短片领域。这也是国内影视巨头首次触电短片，开创行业先河。

据悉，天翼视讯和华谊兄弟将联合开展全球短片内容征集、打造校园巡回秀场、艺人选拔活动、培育签约导演艺人、设立微电影研创中心等五大动作。

天翼视讯传媒有限公司总经理康剑表示，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。双方将通过对付费用户的经营，拓展新媒体付费视频收入，构建健康、可持续的视频内容产业模式。长期来看，此合作对于华谊兄弟全娱乐运营战略及天翼视讯付费视频平台战略均具有重大意义。

天翼视讯试水引资

天翼视讯是中国电信八大产品基地之一，也是中国电信对产品基地改革的典型代表。

此前，招商中国基金在6月4日发布一则公告，其全资附属公司广东深圳市天正投资有限公司，于6月2日签署了关于天翼视讯传媒有限公司增资协议，天正同意向天翼视讯注入现金1.02亿元的资本，持有天翼视讯经扩大股本中约5.37%的股权。对于天翼视讯来说意味着将与电信“母体”相对独立。

据悉，专业公司的独立运作是大方向，中国电信会根据业务的不同种类和特点，采取不同的独立运作模式。从近来中国电信在专业公司运营上的举措来看，八大基地的独立运作已开始试点，一些基地的高管招聘正在进行。独立运营将使天翼视讯公司拥有独立的财务权、人事权，把管理团队划分出来，组成一个创业型的互联网公司，包括组织架构、考核目标、风险承担等都将发生实质性的变化。以前他们与集团之间有人才纽带、业务纽带、财务纽带、资源纽带，独立运营后将变成资本纽带。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

【电信网络】

爱立信发布人体通信技术：最高传输 10Mbps

来源:2012-6-25 中国通信网

C114 讯 6月25日上午消息(南山)据日本媒体报道，爱立信(微博)日本公司于2012年6月21日发布人体通信技术“Connected Me”，可将人体作为通信网络的一部分使用。这项技术可向体内输入微弱的电信号，从而实现6~10Mbps的通信。

日经 BP 报道称，爱立信人体通信设想的使用方法是，一只手拿着智能手机，另一只手放在其他终端上进行数据传输。据介绍，Connected Me 可以用于将智能手机上的音乐作为流媒体播放、传输照片、在设备之间进行配对以及发送密码以打开门禁等。由于采用人体这个实体传输通道，因此可轻松确保安全性。这项技术符合世界卫生组织标准，对人体没有危害。

据了解，关于人体通信很早就已经开始研究，人体通信研究重点在于不需要人体内置芯片，可以识别个人信息并解锁。目前人体通信有望在医疗领域获得应用，未来也有可能成为消费电子无线通信的手段。此外，人体通信也有望应用到电子卡片、数据测量和娱乐等领域。

[返回目录](#)

大唐移动亮相 GSMA 展示 TD-LTE 双模演进技术

6 月 20 日至 22 日，在上海举行的亚洲移动通信博览会(GSMA)大会上，大唐移动作为 TD 标准的发源地、TD-LTE 产业的重要推动者参加了此次盛会。一直以来，大唐移动以创新发展为动力，不断推动无线移动通信产业的演变和发展，凭借在 TDD 领域的持续技术创新实力，正成功走向多元化产品、集成化服务、规模化发展和国际化拓展的纵深发展之路。

作为 TDD 信息化服务专家，大唐移动在 TD-SCDMA 及 TD-LTE 标准研发方面始终居于领先地位，拥有核心知识产权并主导其技术和标准的发展。此次展会，大唐移动展示了一系列移动宽带解决方案，这些解决方案有利于帮助运营商战胜数字洪水，同时满足用户体验，提升盈利能力。

8 天线技术满足网络覆盖需求

作为 TDD 领域的领先者，大唐移动始终坚持以自主创新为根本，并在技术和标准、产品和市场方面保持领先地位，全力推进 TD-LTE 商用化进程。2012 年 1 月，LTE-Advanced 技术规范被国际电联列为 IMT-Advanced(4G)国际标准，作为 LTE-Advanced 的重要组成部分，我国主导制定的 TD-LTE-Advanced 同时成为 4G 国际标准。同年，大唐移动顺利通过 TD-LTE 南京规模试验第二阶段测试，并且，其与中国移动(微博)共同创新的 8 天线双流波束赋形技术在规模试验中被各厂商广泛使用。双流波束赋形技术是 TD-LTE 的多天线增强型技术，是 TD-LTE 建网的主流技术，也是中国通信产业技术能力的体现。该技术结合了智能天线波束赋形技术与 MIMO 空间复用技术，在 TD-LTE 系统中，利用 TDD 信道的对称性，同时传输两个赋形数据流来实现空间复用，并且能够保持传统单流

波束赋形技术广覆盖、提高小区容量和减少干扰的特性，既可以提高边缘用户的可靠性，同时可有效提升小区中心用户的吞吐量，更好的满足网络覆盖需求。

双模演进保护运营商网络投资

目前，如何更快更好地部署 TD-LTE 网络，如何在较为成熟的 TD-SCDMA 网络基础上平滑演进至 TD-LTE 技术是中国移动最为关注的问题。大唐移动通过在南京及北京的 TD-LTE 网络建设，对应用场景、用户感受、体验效果做了深入分析，归纳出有利于后续建网的测试结果和成熟解决方案，其中，共平台产品可以充分满足由 TD-SCDMA 向 TD-LTE 的平滑演进，在实现快速便捷网络升级的同时最大限度保护现有投资。而且，采用 F 频段进行 TD-LTE 组网，可有效解决中国移动天馈资源紧张的问题，节省了宝贵的站址空间和资源，为中国移动多网协调发展战略的开展提供了有力保障。同时，大唐移动在双模演进方面的投入还在加大，不仅积极配合中国移动，继续完成在现网双模能力验证的规模测试，在大容量基带板、Ic 接口压缩、Ic 接口双模标准化等组网关键技术方面也积极开展探索。大唐移动的综合网络服务能力、专业化的产品及解决方案，将为客户提供稳定、可靠、平滑演进的网络建设服务。

智能化业务提升网络体验

智能化是 TD-LTE 业务发展的潜在趋势特点，随着 TD-LTE 网络的商用部署，普通个人用户、企业用户都将体会到 TD-LTE 网络对生活的改变。同时，更加人性化、智能化的业务需求，也会随着 TD-LTE 业务的丰富慢慢体现。除解决方案外，在本次展会上，大唐移动还展示了“随享”、“飞享”及“视享”系统等多种业务。

“视享”系统是智能化的典型应用，采用计算机图像视觉分析技术，通过将场景中背景和目标分离进而分析并追踪在摄像机场景内出现的目标，对于高清画面的分析是业务应用的潜在需求。

“随享”系统使用基于 TD-LTE 编码通信设备取代传统的微波和卫星信道的采编播系统，使用灵活，携带方便，在提供高清晰度图像的同时，可以保证传输的实时性，使媒体能够从容应对各类突发事件。

“飞享”系统是大唐移动自行研发的、典型的 TD-LTE 无线接入多媒体视频应用业务，融合多点互动技术，彻底摆脱了“鼠标+键盘”的传统交互方式，将触摸屏与大屏幕登录同一对接软件中，支持多人同时操作；在触摸屏上的操作内容通过一个“甩”的动作，即可将其图片、视频、PPT 等文件移动在大屏幕上，实现资源共享和多屏联动的演示效果；通过甩屏这一新颖传切互动方式，实现单路或多路视频在两屏幕之间的切换，充分展现了移动业务的炫酷体验。

作为领先的移动通信设备和服务提供商,大唐移动高度重视 TD-LTE 的发展,不仅拥有成熟的技术解决方案,并开发了多种基于 TD-LTE 网络的行业应用,推动 TD-LTE 快速取得商业成功。大唐移动为 TD-LTE 网络商用已经做好充足的准备,助力运营商提供智能化的网络,为用户提供丰富多彩的网络体验,呈现方便、快捷的移动新生活。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

发改委推安全产品专项测试 IPv6 概念股添 8 新丁

20 日,卫士通(002268,收盘价 13.01 元)宣布,早前申报发改委专项产品的 VPN 设备产业化项目已进入发改委专项产品测试名单。《每日经济新闻》记者查询发改委网站后注意到,在这份下一代互联网信息安全专项产品测试名单中,还有另外 8 家 A 股公司。

业内人士指出,由于 IP 地址的爆炸式增长,IPv6 协议下对互联网信息安全的要求较现行 IPv4 协议更高。对相关上市公司来说,尽管通过本次测试仅代表着可获得发改委专项资金支持,但随着 IPv6 时代网络安全产品有望成为相关设备标配,因此提前储备这类产品的公司也将获得先发优势。

9 家 A 股公司进入专项测试

《每日经济新闻》记者在发改委网站上看到,除卫士通外,还有 8 家 A 股公司进入这份测试名单。发改委该专项共分作十类项目,其中星网锐捷(002396,收盘价 16.51 元)申报了下一代高性能防火墙产业化项目,东软集团(600718,收盘价 8.44 元)面向 IPv6 的高性能 UTM 产业化项目也进入测试,此外东软集团还和启明星辰(002439,收盘价 15.05 元)、浪潮信息(000977,收盘价 16.06 元)两家公司的子公司,都申报了 IPv6 高性能入侵防御系统产业化项目。

而与卫士通同样已储备高性能 VPN 产业化项目的,还有中国软件(600536,收盘价 15.69 元),后者申报的中软 SSLVPN 安全访问网关设备产业化项目也在本次专项测试名单之列。中创信测(600485,收盘价 9.19 元)、南天信息(000948,收盘价 8.46 元)和中兴通讯(微博)(000063,收盘价 15.07 元)南京子公司,则一同进入下一代互联网网络审计系统测试。

新增概念股资金关注度小

对 A 股投资者来说,发改委这份名单意味着 9 家公司 IPv6 概念股的身份明确。除星网锐捷之外,剩余 8 家公司尤其是卫士通、南天信息、中兴通讯,在此前市场数次对 IPv6 题材的炒作中,并未被资金过多关注。

而关于发改委此次信息安全专项对相关厂商的意义，20日国海证券研究员杨鑫林对《每日经济新闻》记者表示，直接结果就是企业可获一笔补贴资金。

“短期看对各公司业绩影响有限，但中长期看并非如此”，杨鑫林说，IPv6较现行IPv4的最大差别就是IP地址资源的极大丰富，按照发改委在下一代互联网“十二五”规划中的表述，IPv4条件下可用于标识全球网络设备和终端设备的网络地址数量大约为40亿个，目前已基本分配殆尽。而在IPv6协议下，地址空间却是现有互联网的1029倍。

“物”的大量接入互联网，意味着对网络安全要求会较当前IPv4协议下更高。以星网锐捷为例，近日赴公司调研过的杨鑫林就告诉记者，公司主导产品是企业级网络设备如路由器和交换机，但在IPv6时代企业网会提升对网络信息安全的要求，所以公司未来这类设备应该会加装相关模块，高性能防火墙今后可能会成为这类网络设备标配。

杨鑫林表示，就市场空间看，IPv4到IPv6的升级换代主要是进行路由器和交换机这类设备的替换和更新，以上产品按最终客户又分作电信运营商级和企业级两个市场。运营商级市场目前由美国思科和Juniper占主要份额，并且国内近年来新建网络均可兼容IPv4和IPv6，但企业级客户目前大多还是IPv4协议网络，增量空间较大。来源:2012-6-21 每日经济新闻

【运营支撑】

AT&T 欲借 2.3GHz 频段推 4G 服务

AT&T和Sirius XM这两个竞争对手已经向美国联邦通信委员会提交了一份联合申请，请求该主管机构批准他们将AT&T公司长期闲置的2.3GHz无线通信服务(WCS)用作LTE网络。如果他们的新提议能够得到监管部门的批准，那么曾经被移动通信行业视为已无价值的无线频段可能会获得新生，成为4G频谱。

许多运营商都已经尝试过在无线通信服务上部署一种服务。ExtremeTech对于将无线通信服务用于移动宽带的可行性问题进行了极好的描述：

无线通信服务的牌照于1997年被联邦通信委员会拍卖。该委员会希望，这部分无线频段能够很快得以应用，但无线通信服务对于持牌人的限制造成了意料之外的问题。而其中的电力和排放限制导致运营商根本不可能部署任何类型的地面网络技术。

另一个问题是，卫星无线电(正式名称为卫星数字音频广播服务)的频率包含在无线通信服务频幅内。这意味着地面网络技术会很容易地屏蔽掉卫星的无线电

信号。仅凭这一点就足以造成希望使用无线通信服务频率的努力无法取得实质性结果。

AT&T 与 BellSouth 公司(最终被 MaBell 公司收购)对该波段进行了多年的实验,并在几个市场退出了试验预标准 WiMAX 网络(奇怪的是,其中一个市场是内华达州的帕伦普——美国的妓院之都)。但这两家公司都没能进行实质性技术工作,并且需要面对来自 Sirius 和 XM(这两家公司于 2008 年合并)不断高涨的抗议。

但显然,这两个老对头已经达成了协议。他们在递交联邦通信委员会的申请中表示:

为了解决这些问题,AT&T 和 SiriusXM 举行了会议,探讨他们之间的分歧能否消除,并在双方均做出重大让步的情况下达成和解。如果双方能够全盘接受本次会议精神,那么将有助于采用符合双方利益的技术规则,并允许 2.3GHz 频段的拍照利用最有效的新型移动宽带标准,包括 LTE,同时将对卫星无线电接收的潜在干扰限制在很可观的水平。

就整个谈判而言,似乎 AT&T 做出的让步更大。该运营商已经同意在 Sirius 的卫星频谱两侧各划出一个 5MHz 的保护带,这实际上是创造了一个可让卫星信号传输畅通无阻的“无人区”。这称得上是一个大手笔:10MHz 完全可以支持一个 HSPA 网络,相当于 AT&T 已经在大多数市场部署的 LTE 容量的一半。

但 AT&T 表示,这总好过这部分频段完全不能使用或可能失去的局面。事实上,AT&T 公司一直在尝试卖掉这部分提议用作保护频段的无线通信服务频率。

如果联邦通讯委员会批准 AT&T 的请求,那么 AT&T 将剩下 10-20MHz 用于部署 LTE 网络。对于两家当事公司而言,这看似是个双赢的计划,但联邦通信委员会不会自动批准该申请。AT&T 是无线通信服务频谱的最大持有者,而其他牌照持有人可能会因此遭受负面影响。卫星宽带分析师蒂姆·法拉(Tim Farrar)在博客中指出,NextWave 拥有大量无线通信服务频谱,该公司持有的近半数的频谱与 AT&T 希望抛却的部分处于相同的块。来源:2012-6-21 飞象网

[返回目录](#)

东方通借中间件构筑物联网传输平台

中国联通(微博)中间件采购官方指定厂商北京东方通科技股份有限公司(以下简称“东方通”)最新推出的实时消息中间件日前一举斩获“2012 第十六届中国国际软件博览会参展产品创新奖”。

此次获奖的东方通实时消息中间件拥有先进的大并发数据处理功能,将为当前方兴未艾的物联网产业注入新的活力。

作为国产中间件行业的“擎旗手”，东方通一直以卓越的创新能力著称，先后开发出消息中间件 TongLINK/Q、应用服务器 TongWeb 等一系列中间件产品，据了解，实时消息中间件是东方通重磅推出的中间件新品，拥有大并发数据传输、实时数据传输、高效消息转发等功能，可同时支持的并发连接数量突破 2 万条，具有超强的网络吞吐能力。东方通实时消息中间件还可对大量网络连接进行集中管理，大幅降低网络资源占用率，是构建物联网、车联网等系统底层传输平台的理想选择。

近几年物联网产业的发展情况也表明，系统功能集成化、数据海量等将是未来物联网发展的主要方向。业内专家分析指出，物联网已经被列入国家战略性新兴产业，将会在未来有长足的发展空间。但是，物联网同时也是一项长期、复杂的系统工程，只有拥有核心技术与持续创新能力的企业，才能在物联网产业发展大潮中获得竞争优势。来源:2012-6-20 北京商报微博

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

1-5 月全国电信主营业务收入 4281 亿元

根据工信部最新发布数据，1-5 月份全国，全国电信业务总量累计完成 5282.8 亿元，比上年同期增长 13.8%；电信主营业务收入累计完成 4280.7 亿元，比上年同期增长 9.7%。

根据收入构成，1-5 月份移动通信收入累计完成 3113.5 亿元，比上年同期增长 12.3%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 71.04% 上升到 72.73%；

固定通信收入累计完成 1167.3 亿元，比上年同期增长 3.3%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 28.96% 下降到 27.27%。

按照地区分类，东部地区电信主营业务 2553 亿，同比增长 8.6%，中部地区收入 1033 亿，同比增长 11.1%，西部地区收入 981 亿，同比增长 13.2%。

电信主营业务收入排行前 10 的省份，依次为广东、江苏、浙江、山东、四川、河南、上海、北京、河北、福建，其中广东省为 602 亿元，远超随后的江苏、浙江，两者收入分别为 344 亿和 308 亿元。来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

截至 5 月底全国 3G 用户 1.7 亿 渗透率达 16%

根据工信部最新发布数据,截至 5 月底,全国移动电话用户合计 10.41 亿户,其中 3G 用户 1.6667 亿户,3G 用户渗透率达到 16%。

数据显示,1-5 月份,全国新增移动电话用户 5447 万户,其中 3G 用户为 3825 万户,占比超过 50%。

固定电话业务进一步萎缩,1-5 月份,全国固定电话用户减少 155.9 万户,达到 28355.6 万户。

固定电话用户中,小灵通用户减少 288.0 万户,达到 1499.1 万户,在固定电话用户中所占比重从上年的 6.3% 下降到 5.3%。

宽带接入用户累计增加 1153.1 万户,截至 5 月底,全国宽带用户 1.61 亿户,其中 xDSL 接入用户为 1.19 亿户。来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

1-5 月全国发送短信 3755 亿条 同比增长 5.7%

工信部今日发布 1-5 月份全国通信业运营情况,其中短信发送量 3755 亿条,同比增长 5.7%。

1-5 月份中,短信发送量最高为 1 月(春节期),发送 856 亿条,2 月为 710 亿条,3 月 744 亿条,4 月 708 亿条,5 月份 737 亿。来源:2012-6-25 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国电话用户达到 13.2 亿户 3G 用户达 1.67 亿户

据中国工业和信息化部网站消息,工信部 25 日发布通信业运行状况,5 月份全国电话用户净增 1047.0 万户,总数达到 132428.0 万户。其中,固定电话用户减少 20.1 万户,移动电话用户净增 1067.2 万户,3G 用户净增 3825.1 万户,达到 16667.5 万户。

数据显示,2012 年 1 月至 5 月,全国电信业务总量累计完成 5282.8 亿元,比上年同期增长 13.8%;电信主营业务收入累计完成 4280.7 亿元,比上年同期增长 9.7%。其中,移动通信收入累计完成 3113.5 亿元,比上年同期增长 12.3%,在电信主营业务收入中所占的比重从上年的 71.04% 上升到 72.73%。

1月至5月,全国移动电话用户累计净增5447.1万户,达到104072.4万户。其中,3G用户净增3825.1万户,达到16667.5万户。来源:2012-6-25 中国新闻网微博

[返回目录](#)

【市场反馈】

地方割据抬高广电有线市场准入门槛

随着三网融合的进一步实施,广电市场受到越来越多的关注,而且作为宽带中国战略的重要组成部分,有线网络亦将会有较长远的发展。结合国外一些有线运营商在网络升级的发展趋势来看,其资金投入并不亚于电信运营商,而且在100G等新技术的引入上更为果断,这一系列的因素无不让设备商对中国有线运营商的未来资金投入抱有较大期望。网络双向改造、各下属子公司的整合、国网公司的成立等已经让处于体制内的广电系逐步向市场化转变,虽然广电在实施三网融合过程中存在较多的体制障碍,然而来自于国家层面的多项政策支持,仍使其具备强劲的爆发力。

三网融合专家吴纯勇指出,在各地有线行业数字化整体转换时,国开行每年都会给有线行业上百亿的银行授信,以支撑其网络改造。虽然目前双向网改、有线整合仍然没有成规模的政策出台,然而仍有专家认为国家层面定将对广电提供一系列的扶持政策。

“潜规则”制约大厂商进入

自广电实施双向网改以来,国内主流的通信设备商都欲进入这一市场,产品覆盖PON、EoC等产品线,并广泛推广其综合解决方案的优势以及在电信市场的适用性,然而从一些地方广电的实际采购结果来看,多数中标厂商仍为广电系的传统厂商,且规模均为中小型企业,这令很多大型厂商较为苦恼。据了解,由于相关设备标准不统一,各地现网中的设备互通能力差,需要针对既有网络定向开发适用设备,这对于大型设备商而言,将进一步增加投入,且难以形成规模效应。由于各地方广电多为独立运营,在设备采购方面,广电总局并未出台相应的规范要求,多为自主选用,因此造成了当下的局面。

目前从各地方广电市场来看,很多地方广电都有EoC相关产品的采购,其中湖南、江苏、山东等地采购规模较大。一位业内人士透露,由于广电一直都处于地方割据的状况,关系户众多,小型公司占据主导地位。

一位EoC厂商专家告诉记者,单就双向网改方面,不仅大型设备商难以进入各地区的供应序列,即使能够与当地网络相兼容的外来供应商亦难以进驻,很

多地区的地方保护主义非常明显，诸如广州等。该厂商曾多次试图进入广州市场，然而均被阻挡于门外。

由于广电运营商没有集中采购的策略，多为地方自主采购，使得整个有线市场呈现出四分五裂的局面。吴纯勇透露，其实有线市场的这种格局，追根溯源，其根本问题在于 CA 卡市场的割据局面。由于 CA 智能卡已经被几大厂商所垄断，并各自划分了“领地”，而所有的网络设备必须与 CA 卡相适应，形成了设备供应商被 CA 卡厂商所“绑架”的局面。“让思科等大型设备商去适应国内各 CA 卡厂商的各项指标，这无疑是一件非常有难度的事情”。这也是有线市场长期以来难以取得较快发展的原因所在。

标准亟待统一

从 CA 卡市场来看，不同 CA 卡厂商之间的互通性存在较大的障碍，目前广电总局也在做技术层面的规范，然而仍未对当下的 CA 卡市场格局形成有效约束，该规范的实施亦存在较大难度。吴纯勇表示，“最大的问题在于如何打破 CA 卡厂商的利益格局。”

从相关 EoC 产品的系列标准来看，多样化的标准体系以及较低的进入门槛使得广电市场的供应商参差不齐，这对于正在实施双向改造的广电运营商而言非常不利，尤其是在省网整合的初期，这加大了各省网络互通的难度。为了改变这一现状，广电总局科技司已经将标准统一为三种，为后续的相关标准统一化开了一个好头。

对于很多想进入广电市场的大型厂商而言，广电市场的门槛看似很低，实则苛刻，尤其是在各种标准体系泛滥的情况下，让很多供应商望而却步。一位传统电信设备商专家坦言，广电市场的复杂的标准体系以及鱼龙混杂的供应商序列增加了我们的进入难度，相关市场的拓展方面亦存在非常大的挑战。上述业内人士进一步指出，虽然一些大型设备商已经陆续进入广电市场，然而仍处边缘，难以成为主力。

随着国家有线网络公司的成立，广电将有望形成以国家有线为主体的第四大运营实体，虽然网络整合难度较大，而这一趋势则不会改变，目前业界都在跟踪国家有线的实施进展。与此同时，大型的设备商亦在积极跟踪市场动向，虽然目前仍非市场主力，但一旦市场爆发，亦会迅速跟上。来源:2012-6-26 通信世界周刊

[返回目录](#)

外媒称中国低端智能手机市场激战正酣

导语：国外媒体今天撰文称，随着手机更新换代周期的来临，众多中国企业纷纷进军了低端智能手机市场，不仅包括中兴、华为等传统硬件企业，甚至吸引了百度、阿里巴巴等互联网公司。然而，由于利润过于微薄，很多实力较强的企业已经开始将目标转向高端市场。

以下为文章全文：

激战正酣

当苹果和三星(微博)电子在利润丰厚的高端智能手机市场激战正酣之际，另一场战争也在魅力稍逊的中国低价智能手机市场悄然打响。

中国现有 10 亿手机用户，随着越来越多的人对功能手机更新换代，售价在 1000 元人民币左右的智能手机市场正在呈现爆炸式增长。华为(微博)、中兴等本土企业在这一领域处于领导地位，三星、诺基亚等国外厂商也已加入混战。

然而，随着阿里巴巴(微博)和百度等互联网公司携手电子厂商推出低价智能手机，这一市场将更加拥挤。

“低端市场出现了太多的企业，竞争将越来越激烈。”法国里昂证券区域科技研究主管尼古拉斯·巴拉特(Nicolas Baratte)说。除此之外，利润率也将非常微薄，任何企业都很难从这一市场赚到钱。

上月，中国第一大搜索引擎公司百度联手电视机厂商长虹发布了一款售价不足千元的智能手机。与此同时，中国最大的电子商务公司阿里巴巴与家电巨头海尔也于本月宣布，将共同发布一款智能手机，售价同样不足千元。百度和阿里巴巴希望借助这些新产品为他们的互联网服务吸引更多用户，从而创造更大流量。

越来越多知名度较低的中国品牌也在纷纷销售智能手机，但售价仅为 iPhone 4S 四分之一，这也推动了中国智能手机市场的繁荣。中国已于去年末超越美国，成为全球第一大智能手机市场。

市场格局

位于上海闹市区的一家苏宁连锁店中，低价智能手机的繁荣景象得到了淋漓尽致体现。除了入口处的三星和 HTC 等知名品牌，里面还并排摆放了十余种本土品牌，包括酷派、酷比和格莱特。

苏宁销售员蒋新华(Jiang Xinhua，音译)称，在该店任职的两年间，他发现顾客越来越喜欢追逐低价。当智能手机还不那么普及时，人们都愿意花高价购买。“如今，他们只是想要一部能上网或是能玩游戏的智能手机。”他说。

苹果 iPhone 4S 和三星 Galaxy 系列在中国的售价约为 4000 元人民币，属于超高端产品。这个被苹果和三星主导的领域，仍在享受着强劲增长。

但在庞大的中国智能手机市场中，其余部分却在迎合低价趋势。根据易观国际的数据，定价在 700 元至 1500 元人民币的产品，2012 年第一季度约占中国智能手机市场的 64%，一年前的比例仅为 45%。1500 元至 2000 元的产品份额则从 22% 下滑至 14%。

易观国际的数据显示，得益于低端市场的蓬勃发展，华为截至 3 月的中国智能手机市场份额，已经从去年同期的 7.4% 增长到 12%，中兴也从 3.6% 增长到 11%。

瞄准高端

面对激烈的价格战，华为和中兴都在重新思考各自的战略，并希望增加高价手机的比例。华为终端首席营销官邵阳在接受媒体采访时说：“所有人都认为可以赢得低端市场，但很多都会亏钱。”华为 2012 年 4 月发布的 Ascend P1 售价约为 3000 元人民币。

中兴同样在部署类似的转型。该公司 2012 年 4 月发布了新款旗舰手机 U970，售价 2500 元人民币。中兴手机战略主管吕钱浩接受采访时称，价格超过 1400 元的智能手机可能会在未来两三年内占到中国智能手机市场的 20%，但目前仅为 5%。低于 900 元的低端型号目前份额过半，但有可能跌至 30%。

吕钱浩表示，尽管中兴对在低端市场保持盈利很有信心，但推出最廉价的智能手机并非该公司的目标。

随着华为和中兴将目标瞄准高端市场，他们也开始加强营销和品牌策略。2012 年早些时，华为聘请伦敦 BBH 为该公司的全球广告代理商。这家总部位于深圳的公司，已经在伦敦建立起新的营销中心，借此管理全球品牌战略。

中兴的吕钱浩表示，该公司 2012 年的营销和品牌预算将达到去年的 2.5 倍，今后还准备继续增加投入。来源:2012-6-23 新浪科技微博

[返回目录](#)

国产手机整体利润率仅 10%：难与洋品牌抗衡

“小米一部手机能赚 700 元，那雷军(微博)就真的是神了。”虽然小米手机以及手机行业资深人士均对本报表示这个利润是不可能的，但国产手机的利润已成为业界焦点。互联网企业纷纷进入国内千元手机市场，中国手机产业再次出现多年未见的火爆现象。有分析认为中国中低端智能手机市场竞争将变得越来越激烈，利润率也将变得非常微薄。有数据显示，国产手机销量八年来首次与洋品牌“打平”，但整体利润率却只有一成左右，完全无法与洋品牌抗衡。

回应：小米称每部手机利润没有 700 元

日前，业界传言小米科技已经获得第三轮融资，其市场估值已经达到40亿美元，为此有业内人士表示，按照目前小米的销量计算，小米手机的利润达到了每部七八百元。对此有消费者质疑，此前小米手机表示不在硬件上赚钱，现在这么高的利润，是“忽悠用户”。对此，小米手机市场部有关人士对本报记者表示，利润根本没有外界传的那么多。

有传统手机厂商负责人刘洋对本报记者表示，小米的销售模式是通过互联网从厂商直接到用户手中，省略了很多中间环节，因此利润比传统手机厂商高一点，但每部700元的利润是不太可能的，因为互联网推广也是需要成本的。刘洋告诉本报记者，根据他们的推算，小米每出售一部手机的推广成本大约要100多元。

而在小米之后，中国互联网手机的圈地运动骤然爆发，百度联手长虹发布了一款售价不足千元的智能手机，阿里巴巴则与海尔宣布，将共同发布一款千元左右智能手机，盛大本月宣布推出自有品牌手机，而360也宣布即将推出特供机。一时间，中国手机行业似乎出现了自2003年以来的另一个井喷期。而在众多互联网手机的冲击下，模仿苹果公司“饥饿营销”取得初效的小米公司全面开放购买，不仅购买“不限量”，并通过“回馈”、促销等各种活动吸引用户购买。

据了解，加入“造机”大战的众多互联网企业大多对外宣称推出的手机比小米手机性价比高，这对小米造成了很大的压力。不过，据媒体报道，小米手机联合创始人黎万强(微博)称，小米为全面开放购买早就做了准备，并非来自竞争对手的压力。业内资深人士杨群表示，如果再次出现当年众多国产手机的“血海战略”，大家不提高产品品质，光是打价格战，这对整个手机产业来说却并非好事。

分析：部分国产手机企业或是“只赚吆喝不赚钱”

数据调查机构赛诺数据显示，2012年4月份中国智能机格局发生重大变化，国产品牌的份额比3月份上升5%以上，智能机前五名中，国产品牌占有4席，国际品牌只有三星一家，酷派、华为(微博)、中兴和联想4家份额合计超过40%，而国产品牌整体份额将超过50%以上，这是国产智能手机8年以来首次与洋品牌“平分天下”。但在销量大增的同时，国产手机的利润则仍是一大难题。

据市场研究公司ABI Research统计，2012年第一季度，苹果和三星控制着55%的智能手机市场份额，它们的利润占到智能手机市场利润总和的90%以上。而赛诺数据显示，2012年4月份三星在中国智能手机市场份额为22.75%，而苹果的份额为8.52%。

业内人士杨群表示，洋品牌的平均售价是国产品牌的四倍，目前国产手机的利润还很难与洋品牌抗衡。本报记者获悉，目前国产手机品牌的利润率仅仅有10%左右，而互联网营销方式的利润会高一点，但不会高得离谱，因为包括芯片、

操作系统等核心的东西都控制在外国厂商手中，而对比之下，苹果公司的毛利率则是超 50%，其他国际知名厂商则多在 30%左右。

对此，业内人士分析称，目前国产手机仍然是以量取胜，互联网企业进入手机领域如何保证有利润仍是头等大事，部分企业最后或是只赚吆喝不赚钱。

洋品牌动向

苹果搅局“ 撂倒” 黑莓

传 RIM 拟剥离手机业务

苹果对手机产业的“ 搅局” ，让诺基亚和 RIM 两大手机巨头遭遇巨大压力。昨日，据媒体报道，RIM 正在考虑将手机制造业务从通信网络业务中剥离，并独立上市，甚至将其出售。而 RIM 的黑莓手机曾经是全球范围内最受欢迎的智能手机，包括美国总统奥巴马都是黑莓手机的用户。而在中国市场，曾经在水货市场上大行其道的黑莓手机正逐渐退出，运营商渠道的销售也不尽如人意。

据悉，亚马逊和 Facebook 是潜在买家之一。另外，RIM 的通信网络业务也可能被出售，买家可能是苹果或谷歌。而另一个备选方案是保持公司的完整性，但将部分股权售予一家更大的科技公司。

在苹果与谷歌阵营的“ 夹击” 下，RIM 业绩大幅下滑。IDC 的数据显示，黑莓第一季度全球智能手机出货量份额为 6.4%，低于去年同期的 13.6%，出货量同比下滑 29.7%。而 RIM 公司股价则持续下跌，2008 年股价曾达到 144.56 美元的高点，而截至昨日收盘，RIM 股价为 9.855 美元，市值仅 51.70 亿美元。

中国市场业绩不佳

业内人士李阳表示，在苹果以及安卓系统开始大肆扩张之后，RIM 公司仍不开放，导致了用户无法体验丰富的应用。

在中国市场，由于很多黑莓智能水货手机都是二手翻新机，导致了水货质量良莠不齐。而在行货市场，有消息透露，RIM 直到去年才完成了和中国三大运营商的全面合作，但由于其定价太高，目前销售情况很不理想。由于业绩不佳，前 RIM 中国区总裁谢国睿于去年年底正式卸任。而接任者龙安世在 2012 年上任仅 5 个月后被传提出辞职。李阳表示，与苹果和安卓阵营相比，黑莓手机几乎完败中国市场。

美法院驳回苹果诉摩托罗拉专利侵权案

苹果专利战再输一回

据媒体报道，美国联邦第七巡回上诉法院日前在芝加哥驳回了苹果针对谷歌旗下摩托罗拉移动的专利侵权起诉，法官最终裁定驳回了苹果公司对摩托罗拉移动设备的禁令请求，并禁止双方今后就此问题重新相互起诉。有分析认为，这一

裁决对苹果来说是一次重大打击，苹果本来期望借此裁决打压摩托罗拉移动设备，但苹果与谷歌安卓阵营在专利方面的诉讼仍将继续。

对于此次裁决，苹果公司和摩托罗拉移动均没有发表任何评论。本报记者致电摩托罗拉移动中国公司，相关人士表示，这是总部统一的行为，摩托罗拉移动中国这边没有更多的消息可以透露。

在中国内地市场，目前双方的诉讼并未影响到产品的市场销售。有渠道商表示，自己并不清楚公司之间的专利诉讼，而记者了解到，包括苹果手机以及安卓阵营的三星、摩托罗拉和 HTC 手机的销售并没有太大变化。来源:2012-6-26 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

“短信已死”危言耸听：91%智能机仍在使用的

尽管“短信已死”的说法甚嚣尘上，但美国市场研究公司 Acision 的报告显示，短信仍是最受美国智能手机用户欢迎的信息服务，比例达到 91%。

在美国智能手机用户中，有 91% 使用短信，而最受欢迎的互联网信息服务包括 Facebook(37%)、Skype(17%)、Twitter(17%)、苹果 iMessage(11%) 和 黑莓(微博) Messneger(10%)。Acision 认为，尽管互联网信息服务推动了流量增长，但却无法代替短信。

该研究还发现，65% 的美国智能手机用户自称需要短信，其中 45% 完全离不开短信。约有 62% 的智能手机用户使用了不限量短信套餐。超过半数(55%) 智能手机用户称，同时也在使用短信替代产品。智能手机用户选择互联网信息服务的三大主要原因分别是内容分享(28%)、速度快(27%) 和兼容不同设备(25%)。

有 52% 的智能手机用户表示，愿意使用运营商的互联网信息服务。18 至 34 岁用户兴趣最高，比例达到 60%。来源:2012-6-20 新浪科技微博

[返回目录](#)

移动支付国标工作近尾声 标准尽量统一但不唯一

在“2012 中国无线网络融合大会”上，移动支付国家标准工作参与者纷纷表示，移动支付国标工作已经接近尾声。国家金卡协调领导小组办公室主任张琪表示移动支付国家标准要尽量统一，但并不唯一。

张琪表示目前根据现有的 13.56MHz 的支付方案已经形成了征求意见稿。而针对 2.45GHz 的提案将会设立专门的标准起草小组。

2012年移动支付国标有了突破性进展。据了解，2012年1月已经将征求意见稿提交给信标委网站上公开征求意见，3月份，工作组召开了征求意见稿意见处理会，并形成了标准送审稿。2012年4月份，全国信息技术标准化技术委员会秘书处组织了标准的审定会，通过了审查。会后，编制组按照专家意见对送审稿进行了修改完善，形成了报批稿。

“下一步，移动支付国标工作将会在6月份整理、完善报批稿，7月将会提交全国信标委审批，8月份将会上报国标委审批。可以说移动支付国家标准的制定工作已经接近尾声。”中国电子技术标准化研究院高级工程师耿力透露。

对于移动支付国家标准的制定，张琪表示标准要尽量统一，但是并不唯一。但是目前来说，13.56MHz方案已经成为移动支付的主流方案。张琪主任之前就表示过标准的制定既要实事求是、因地制宜，重视用户与市场的选择，又要尽量统一。13.56MHz和2.45GHz各有优势，各有发展空间。无论是封闭环境，还是开放环境，在中国都有巨大的市场。来源:2012-6-21 飞象网

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：(010) 65981925、65981897	E-mail: apptdc@apptdc.com
北京公司：(010) 65981925、65981897	E-mail: beijing@apptdc.com
深圳公司：(0755) 82220605、25982115	E-mail: shenzhen@apptdc.com
上海公司：(021) 61532018、61532019	E-mail: shanghai@apptdc.com
重庆公司：(023) 63003200、63003220	E-mail: chongqing@apptdc.com
杭州公司：(0571) 89935943、88829061	E-mail: hangzhou@apptdc.com
广州公司：(020) 37249249、23375832	E-mail: guangzhou@apptdc.com