



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. 07. 04

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 国产手机为何抢着晒成本

周鸿祎(微博)、雷军(微博)这两湖北人有点“基情四射”。最近，由于在微博上晒“小米手机”的账本，周鸿祎被雷军斥为“小人”，从此，两人你一嘴我一句在微博上打起了口水仗。

■ 运营商降价抢客要有平衡智慧

自从2012年3月浙江联通率先推出“随意打”以来，这一业务已蔓延至广西、湖北、甘肃、北京、河南等地。联通以网内免费通话方式争夺用户，对其他两家运营商来说颇具攻击性。对于联通疯狂的市场占有率提升，部分省市的电信和移动也相继推出了随意打业务，此时，随意打已经引发了运营商之间价格战升级。尽管三大运营商高层都在不同场合反复强调不会展开价格战，但是降价抢客的竞争并没有就此终止，暗战汹涌着。

■ 频谱是无线运营商真正的流通货币

近日，美国科技行业知名分析师、评论员 Andrew M. Seybold 发表名为《频谱是无线运营商真正的流通货币》一文，就电信业越来越稀缺的频谱资源进行了分析评论。

■ 小灵通死而不僵 强制退市是否可行

工信部近日发布了2012年5月我国通信业运行状况。数据显示，2012年1-5月，我国固定电话用户中，无线市话用户减少288.0万户，至1499.1万户，在固定电话用户中所占的比重从上年的6.3%下降到5.3%。这意味着我国小灵通用户数已经跌破1500万。

■ 工信部政策约束智能手机应用预装

你是不是发觉自己新买的智能手机里有很多你并不认识的软件？你是不是发觉自己新买的手机没多长时间就变得越来越慢了？你是不是发觉自己的手机无缘无故被扣取费用了？如果是，那就说明你的智能手机里有些害人不浅的预装应用软件。

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
国产手机为何抢着晒成本	5
运营商降价抢客要有平衡智慧	7
频谱是无线运营商真正的流通货币	8
小灵通死而不僵 强制退市是否可行	10
产业环境篇	14
【政策监管】	14
工信部政策约束智能手机应用预装	14
工信部鼓励民间资本进入电信业八大重点领域	15
商务部：希望中欧通信企业双赢格局不受破坏	17
【国内行业环境】	17
移动支付标准困局即将破冰	17
消息称我国将为 TD-SCDMA 开放行业频点	20
移动支付标准之争破题 产业链合作渐成主流	20
【国际行业环境】	23
欧洲电信业迎来并购活跃期	23
欧盟拟要求 ISP 告知消费者实际网速	24
新加坡 2020 年前将停播模拟电视信号	25
日本 KDDI 等三家运营商获得 700MHz 频谱	26
印度计划投资 35 亿美元建立全国光纤网络	26
德国批准 1800MHz 频谱可用于部署 LTE 技术	26
新加坡建全国宽带网络 中企争食 10 亿新元蛋糕	27
运营竞争篇	28
【竞合场域】	28
电信运营商“流量变现”陷焦灼	28
三大电信运营商挺进数字出版业	30
电信运营商：互联网冲击才是致命竞争	30
运营商重新定位 WiFi：与移动数据网视为整体	33
【中国移动】	35
中国移动发布定制移动互联网产品	35
中国移动亮相 2012 移动通信亚洲大会	36
中移动进军手机支付：终端推广成最大挑战	37

价格战拖累中移动 2G 增长 投行审慎看待 4G 进展	39
中移动开始摸底 TD 六期建设区域 短期内不会启动	41
【中国电信】	42
飞信向联通电信仅为有限通畅	42
中国电信正式发布“天翼领航”品牌	42
中国电信：中国与国际间综合信息枢纽	44
消息称中国电信 2013 年将进军法国市场	45
低端不低质 电信不足千元智能机引领双赢	45
中国移动将推彩云客户端 可实现文件秒传	46
中电信旗下天翼视讯完成首轮私募 3.8 亿元	48
【中国联通】	49
联通将在广东率先升级 3G 网至 42Mbps	49
联通西北基地开建：10 年投资 123 亿元	49
联通与亚太 11 家运营商共建直达海底光缆	50
中国联通低利润下派息：净利 42 亿元分红 1/6	50
联通秘密定制顶级商务手机 引发多个厂商争夺	51
联通与版署合推“沃阅读”：合作伙伴超 200 家	52
制造跟踪篇	53
【中兴】	53
中兴手机体验店只玩不卖	53
中兴 HTC 等再遭美“337 调查”	53
中兴通讯计划年底推 TD-LTE 手机	54
中兴发力 应用软件商店持续火热	55
中兴通讯获印度 BSNL 网络扩容合同	56
中兴通讯获得中国电信宽带扩建合同	56
中兴通讯将旗下酒店资产从上市公司剥离	57
中兴计划 2012 年销售 3500 万部智能手机	57
中兴抢跑 TD-LTE 商用 收入贡献将达 20%-30%	58
【华为】	60
华为推出自家 Emotion 手机 UI 系统	60
华为投身互联网：“小学生”的方法论	61
华为称中东地区合同额已超 30 亿美元	65
【诺基亚】	65
诺基亚出售印度移动银行业务	65
诺基亚选择 Android 四大理由：杀手级硬件团队	66

【其他制造商】	68
三星发布国内首款 WP 手机	68
索尼机海战术布局中国市场	68
联想 2012 年推 40 款乐 Phone	71
三星 Galaxy Nexus 在美遭遇禁售	71
iPhone 5 增加特殊应用迎合中国用户	71
服务增值篇	74
【趋势观察】	74
5 年后 4G 覆盖全球 50%人口	74
下一代 iPhone 或主攻移动支付	75
电子渠道将成为电信运营商核心渠道	75
【移动增值服务】	76
手机有望查药品服用禁忌	76
“智慧旅游”开启智能时代	77
中移动奥运漫游至英国通话降至 0.99 元/分钟	79
【网络增值服务】	79
杭州投放 200 辆免费移动 Wi-Fi 出租车	79
“iShanghai”将建成 每天免费上网两小时	80
我国三大电信运营商均在西沙提供通信服务	80
技术情报篇	81
【视频通信】	81
深圳电信 IP 电视直播服务昨开播	81
【电信网络】	81
4G 示范网向专业用户放号	81
SK 电讯 LTE 创新获国际认可	82
Orange 计划于年内在瑞士进行 LTE 试验	82
诺西 TD-LTE 网速达 1.3Gbps:近硬盘写速极值	83
【终端】	84
阿尔卡特朗讯推出互联网核心路由器	84
【运营支撑】	84
Sprint 下月中旬推出 LTE 服务	84
报告称美韩下半年商用 LTE 语音服务	85
沃达丰宣布 2013 年推出 LTE 4G 服务	86

市场跟踪篇.....87

【数据参考】	87
广电总局：全国数字电视用户首次破亿	87
17%美国成年手机用户主要通过手机上网	87
第二季度全球智能机出货量或同比增长 38%	88
全球宽带用户突破 6 亿 中国 1.64 亿户位居第一	88
【市场反馈】	89
全球运营商移动内容收入缩水	89
报告称内地智能机市场苹果三星占四成份额	90
全球最受尊敬企业排行：电信业遭遇滑铁卢	91
智能手机使用调查：通话仅列常用功能第五位	92
全球智能机市场发展减缓：多数厂商为生存而战	93

亚博聚焦

国产手机为何抢着晒成本

周鸿祎(微博)、雷军(微博)这两湖北人有点“基情四射”。最近，由于在微博上晒“小米手机”的账本，周鸿祎被雷军斥为“小人”，从此，两人你一嘴我一句在微博上打起了口水仗。掐架之余两人都没有闲着，一个悄无声息地融到了 2.16 亿美元的巨款并将公司的估值拱到了 40 亿美元，一个趁热打铁推出一款霸气十足、名为“AK47”的 360 特供手机，价格低至 1699 元，比 1999 元一台的小米手机足足低了 300 元。这使得持续多天的口水仗更像是一场联手推广的把戏——他们同样瞄准的是低端智能手机，同样需要低成本宣传和推广，而微博恰恰给了他们表现的舞台。没想到的是，在“周鸿祎扒小米裤衩”之时，尼彩手机将“所有人的裤衩全扒了”。这个由煤老板投资的智能手机品牌以 799 元的超低价向所有高价智能机挑战，宣称每部手机只赚 10 块钱，并承诺“同款机型购买后一个月内如出现降价或有更便宜机型，尼彩将双倍退赔”。这些手机后起之秀到底想整哪样？

其实，“晒成本、扒裤衩”并不是小米首创。早在 2005 年，奥克斯就借用空调行业的那套玩法发布了《手机成本白皮书》，并高调宣称“将手机当白菜卖”，1480 元一台的手机只赚 50 元。奥克斯希望用这一颇具噱头的炒作手段吸引更多的低端消费群，结果事与愿违，这种“杀敌一千、自损八百”的做法不仅没有让奥克斯成为低端手机的领导者，反而因此迎来了大面积的亏损，陷入困境

之中。是次晒成本的炒作行为不仅让奥克斯成为了行业公敌，而且为其日后推出高端产品设置了障碍，更要命的是，“奥克斯=低端产品”的印象已深深占据消费者心中。无论奥克斯多么想摆脱这一形象，都显得那么苍白与无力。如今，奥克斯无论怎么改变，都无法改变人们，而造成这一恶果皆因晒成本所致。(来源：南方都市报 南都网)

但凡以低价作为竞争优势的企业，都会被低价所拖累。那些曾经低价造机的家电大佬们都曾在手机市场上叱咤一时，但无一例外死在了产业升级的大浪潮中，无论是奥克斯、TCL、夏新、康佳还是创维(微博)，莫不如此。从营销心理学角度看，物美价廉其实是一个悖论。低价会在消费者心目中造成“品质差”的印象，一旦行业出现大的技术革新，首先被消费者列入淘汰名单的将会是低端产品，诺基亚的没落就是例证。在摩尔定律渐显的手机行业，超前和技术与完美的用户体验是获得长期发展的关键。如果一家手机企业的低价策略是以减少技术研发费用为代价的话，那么这个企业离死亡也就只有一步之遥了。

虽然小米、360和尼彩手机拿的都是“低价牌”，但出牌者的视野与格局直接决定了它到底能走多远。这三家企业中，小米无疑是能走到最后的那一个。只赚10块钱的尼彩虽然以3000多家店的强大网络卖出了数百万台低端智能手机，但如果手机行业一旦发生新的技术革命，仅凭10块钱的毛利，尼彩压根适应不了这场大变革，它的命运最终将会和曾经的低价手机之王波导一样，变成一缕飘过的浮云。从周鸿祎的性格和当年他卖3721的行为来看，360与阿尔卡特合作推出的“A K 47”特供机，更像是为了扫扫小米的锐气，而不像是为了占领、坚守一块高地，它更像是一个玩票、搅局的坏孩子。(来源：南方都市报 南都网)

最靠谱的是小米。虽然小米采取的也是低价策略，但由于是以电子商务为销售渠道、以微博为营销平台，营销成本大大缩减，即便是1999元一台的低价，亦有着一定的合理利润，而一旦突破销量的瓶颈，边际效益显现之后，其利润将会更高。据业内人士测算，每台小米手机的税后净利600元，2012年小米手机的总利润将超过20亿元，如果加上融资来的2亿美金，小米用在手机研发上的费用已是绰绰有余。国产手机的最大短板就在于缺乏新技术、新产品开发能力，如果小米拒绝市场噪音，坚持产品创新和技术创新，保持名副其实的国产手机霸主地位并不困难。来源：2012-6-28 南方都市报微博

[返回目录](#)

运营商降价抢客要有平衡智慧

自从 2012 年 3 月浙江联通率先推出“随意打”以来，这一业务已蔓延至广西、湖北、甘肃、北京、河南等地。联通以网内免费通话方式争夺用户，对其他两家运营商来说颇具攻击性。对于联通疯狂的市场占有率提升，部分省市的电信和移动也相继推出了随意打业务，此时，随意打已经引发了运营商之间价格战升级。尽管三大运营商高层都在不同场合反复强调不会展开价格战，但是降价抢客的竞争并没有就此终止，暗战汹涌着。

三大运营商公布的 5 月运营数据显示，中国移动(微博)和中国电信(微博)5 月份分别净增 3G 用户 239.2 万户和 260 万户，两家新增用户数均环比上升，中国电信增幅达到 29.4%，相比之下，中国联通(微博)尽管绝对值第一，但领先优势比上月缩小，净增 272.6 万户，环比下降 6.6%。不过，中联通因上月推出了 20 元的 3G 预付费套餐，由于签约不足一月未计入当月净增，随着差异化的 3G 资费套餐以及千元智能终端的不断推出，其 6 月 3G 用户增长会有大幅提升。另外，从 3G 用户率来看，移动、联通和电信 5 月份新增 3G 用户分别占当月新增移动用户的 47.7%、88%和 91%。数据可见，当前中国 3G 产业发展的气势，加上 2G 用户转网 3G 的需求愈加迫切，3G 的加速扩张势头猛增，也必然引发激烈市场竞争。

在国内竞争相对充分的市场环境下，也只有质优价廉的产品服务，才能最终被消费者认可。所以降价抢客顺应市场规律，让消费者有了更多更广资费选择空间，更是运营商拉拢用户稳定扩张的基础。

不仅语音资费的大幅下降成为运营商吸引用户重要筹码，3G 终端产业的快速繁荣也加速了 3G 产业的崛起。根据中国电信北京公司的一则公告，6 月正值京东商城与北京电信的双店庆，京东商城日前联手北京电信开展双店庆双回馈大促销活动，将多款千元智能机的合约价格降至 799 元，这是运营商主力千元智能机首次大规模降至 800 元以下。3G 用户规模在加速扩张，盈利的压力也在加大。

中国联通总经理陆益民近日透露将在 2012 年内实现 3G 业务盈利。此前，中国联通希望其 3G 业务于 2011 年第四季度实现赢利，但由于千元智能机补贴较高，导致成本大幅提升而未能实现。为此，中国联通已经降低了千元智能机单个用户的补贴，从此前最高的 50%话费补贴额度降低至 20-30%，并大力拓展电子渠道建设以降低营销和渠道成本。

不过，一季度三大运营商的财报显示，其利润大都不尽如人意。中国电信一季度净利润同比下降 6.5%。中国移动一季度的股东应占利润同比增幅为 3.5%，但还是低于 2011 年全年的利润增幅。另外，当季中国移动的用户 ARPU 下降至

65 元，与 2011 年第四季度时的 74 元相比下滑明显，下滑幅度高达 12.2%。由于 2011 年一季度基数较低，中国联通的利润实现了同比增长，但 2G 收入却下滑了 5%。电信运营商主营的 2G 语音、3G 流量和宽带，这三大业务的资费都在持续降低，而投入成本却在不断增加，这种增量不增收的发展态势当然会使整个行业的利润不断摊薄。

低价是理性竞争必须的手段，但是实现国家、产业、用户三方利益的平衡是行业发展的根本。来源：2012-6-27 通信信息报

[返回目录](#)

频谱是无线运营商真正的流通货币

近日，美国科技行业知名分析师、评论员 Andrew M. Seybold 发表名为《频谱是无线运营商真正的流通货币》一文，就电信业越来越稀缺的频谱资源进行了分析评论。以下为全文内容：

对商用网络运营商而言，频谱是具有真正价值的流通货币。对宽带服务的需求在持续激增，与此同时，所有网络运营商们都声称他们需要更多的频谱。已经失败的 AT&T/T-Mobile 并购案便是关于频谱和蜂窝基站的，LightSquared 由于与 GPS 频段太过接近所以没能建成一张全国宽带网络，此事则与宽带服务需求有关，此外，Verizon 与有线电视公司之间尚有争议的交易也是关于频谱问题。

在 2010 年国会宽带报告中，FCC 承诺将“找到”500 MHz 额外的频谱，其中 300 MHz 将在 5 年之内找到。国会已经授权更多的频谱可以被拍卖，包括在激烈的电视拍卖后进行的 AWS-2 和 AWS-3 频段的拍卖。但是将这些频谱转变为有用的宽带频谱，将需要几年时间来完成。这些频谱首先需要被拍卖，然后清除，接着与这一频谱及现存频谱匹配的新系统和终端再被建设和制造出来。

AT&T 正在瞄准 2.3-GHz 频带作为额外的 LTE 频谱，但是该公司已经承认，这需要 4-6 年的时间进程。同时，Verizon 和 AT&T 正在考虑清除其 2G 系统，从而进行升级并将频谱用于发展 LTE。然而，这也将需要耗费数年才能完成。

包括 FCC 在内的联邦政府部门对频谱问题一直犹豫不定。一方面，它意识到网络运营商需要增加频谱资源，但另一方面，它担心在允许进行合并和收购后，将会使竞争者的数量减少，从而使消费者的支出增加。之所以用户支出会增加，是由于随着网络运营商数量的减少，竞争也会减缓，而剩余的运营商们也将没有动因去降低价格。

现实的情况是，美国以及全球各地的无线服务价格都一直在下降。是的，过去大多数运营商都提供不限流量宽带计划，但这是因为用户对宽带服务有着如此

高的需求，网络运营商必须找到能够管理其频谱的方法。尽管如此，宽带价格正逐年下降。

我发现很有趣的是，中国政府在 5-6 年前意识到该国有 6 家运营商，网络扩张很慢且服务价格一直居高不下。随后，中国将这六家网络运营商合并成三家，现在该国的网络扩张已经提速，价格也出现下降，同时这三家保留下来的公司都在赚钱。所以我并不赞同“我们需要更多的网络运营商来促使价格下降”这样的观点。

竞争首先需要在一种地方(区)层面进行考虑。全部无线用户中的 85% 不会漫游到其主要区域之外，因此评估运营商拥有多少全国范围内的网络存在逻辑错误。评估应该是看用户们在当地可以有多少种选择，同时该问题的答案是每个区域 4-6 个。

频谱是一种有限资源。一些人在谈论频谱共享，还有一些则谈论智能和有认知的无线频谱，并用更好的方法来管理频谱。这些都是很好的想法，其中一些或将在未来帮助我们，但是未来我们将会需要更多的频谱，更高的频谱效率，以及其他管理宽带使用的方法。这个问题并不是在很远的将来，而是近在眼前。那么我们现在该怎么做呢？

增加一张无线网络的容量目前仅有很少的一些方法。第一种，我们可以通过替换 2G 和 3G 网络所用的频谱用于更有效率的 4G 网络。不过这些解决方案仍需数年才能落实实施。

第二种，我们可以密集建设更多蜂窝基站，并使用家庭基站(femtocell)和 Wi-Fi 接入点来卸载网络流量。但是密集建设更多蜂窝基站耗资巨大且非常耗时。或许在俄亥俄州的代顿，一个新的基站能够在 6-9 个月内选址完毕并进行建设，但是在加利福尼亚和东海岸，则将耗时接近 1-3 年。

每次我去参加一个计划委员会，总会听到关于新基站同样的事情。居民不想附近有基站建设，但他们却总是抱怨网络覆盖率低以及数据连接不畅。使用 femtocell 和 Wi-Fi 接入点的分流系统正在越来越多。T-Mobile 在通过 Wi-Fi 接入点分流其数据流量上是一个领先者，该运营商已经实施此举很多年。现在其他网络运营商也正在快速转向这一方向发展。

久而久之，所有这些方法将帮助运营商们管理容量问题。这同样将给联邦政府时间来改变其面对竞争、以及需要多少家网络运营商才能确保消费者能得到最佳价格的态度。

要是我说了算，那我会允许 AT&T 和 T-Mobile 合并，然后我会期望 Verizon 和 Sprint 进行合并。这将使我们国家存在两家超级运营商，同时，我们在每个地区仍将有四家甚至更多网络运营商。我认为竞争将会更加激烈，而不会是减缓。

一件似乎被政府部门忽略掉的事情是，AT&T 和 Verizon 是通过合并或者收购其他网络运营商来建设其全国网络的。AT&T 兼并了 Cingular(一家由 BellSouth 和 Southern Bell 组成的公司)，而 Verizon 则是 Bell Atlantic、GTE 和其他公司的合体。用什么来阻止 Leap、MetroPCS 或是其他公司来合并资源、从而变成一家全国性的网络运营商呢？

我们应该让自由市场来决定它能够支持多少个何种级别的网络运营商。强迫市场出现更多的竞争并没有意义，但是允许公司能够发展、并收购那些拥有频谱和基站的其他公司，则将能够帮助他们更好地为消费者服务。我们不愿意通过调整运营商数量以及限制那些为了满足短期需求的频谱交易来解决频谱问题。如果我们继续坚持这样的发展路径，用户们将会遭受痛苦——他们将会发现网络越来越拥挤。难道联邦政府试图保护的不正是这些消费者们吗？来源：2012-7-2 中国通信网

[返回目录](#)

小灵通死而不僵 强制退市是否可行

工信部近日发布了 2012 年 5 月我国通信业运行状况。数据显示，2012 年 1-5 月，我国固定电话用户中，无线市话用户减少 288.0 万户，至 1499.1 万户，在固定电话用户中所占的比重从上年的 6.3% 下降到 5.3%。这意味着我国小灵通用户数已经跌破 1500 万。

然而事实上，按工信部此前文件要求，2011 年 12 月 31 日即是小灵通清网退市的最后期限。这不到 1500 万的用户数字则说明，尽管已超过最后期限了近半年时间，但目前我国并未实现小灵通退市这一目标。他山之石，可以攻玉。我们不妨来看一下强行关闭 2G 网络从而腾出频谱资源发展 LTE 技术的韩国电信，是如何解决频谱资源问题的。

现状：不强迫但部分地区已停止

2012 年 1 月 10 日，经工信部等相关部门批准，原巢湖小灵通网络不再调整，正式退出服务，小灵通业务同时终止。原小灵通用户可以迁转为 C 网手机或者固定电话。

3 月 31 日，石家庄地区小灵通也宣布停用。运营商发布公告称，办理了携号转网业务的用户可继续使用转网手机号码，资费按办理携号转网业务时约定的资费标准走，小灵通停用后号码取消，小灵通资费同时终止。

除了这两地已确定正式停用小灵通服务外，2011 年 11 月，不少重庆市民反映，当地的小灵通经常没有信号，后发现是运营商正在拆除小灵通的信号基站。

此外，由于小灵通基站维护成本较高，所以一些偏僻地区有故障的基站就停止了使用，这样也迫使一些小灵通用户放弃使用。

了解发现，由于小灵通信号越来越不好，运营商不时还会遭遇用户状告。甚至有用户表示，如果运营商停止小灵通服务，且不提供让人满意的补偿方案，他们将发起集体诉讼。

最新的变化是，很多地方虽然没有宣布停用小灵通，但采取劝说转网、甚至拒绝用户缴费的方式让用户不再使用小灵通，而拒绝用户缴费实际上完全相当于停用小灵通。

但事实上，截至目前为止，仍未有任何新的关于小灵通退网的文件下发，所以运营商们按照此前的政策要求，已不发展新小灵通用户，但仍为在网用户继续提供服务，没有退网时间表。

监管：频谱资源再分配已下文件

一直以来，关于小灵通何时完全退市，都是个没有结论的话题。尽管我国电信监管部门就其所使用的频谱资源分配早已经下发了相关文件，但就眼下来看，何时能完成小灵通的正式退市清频工作，并按照工信部的规划将其频率资源重新分配利用，仍是个未知数。

根据工信部于 2009 年 1 月下发的通知，为配合国家对第三代移动通信的整体推进部署，支持具有中国知识产权的移动 3G 网络技术的发展和应用，2011 年底前要完成 1900MHz-1920MHz 频段(即小灵通频段)的清频工作。

2012 年 3 月的消息则称，工信部正式发文，要求小灵通使用的 1.9GHzF 频段以后用于 TD-LTE 的 TDD 模式的移动通信系统。与 TD-LTE 目前试验中使用的 2.6GHz 频段相比，1.9GHzF 频段在无线传播特性方面具有一定的优势。

长期以来，小灵通一直在使用工信部所划分的 1900-1920MHz 这 20MHz 频段。分析称，从资源自身讲，该频段优于中国电信(微博)和中国联通(微博)所拥有的 3G 频谱资源。

中国移动(微博)先期被批复可使用 1880-1900MHz 这一频段，显而易见，该频段和小灵通频段过于接近，会产生相应的信号噪声干扰，造成用户不便。中国移动 TD-LTE 第二阶段试验将于 2012 年展开，广州、深圳主城区将达到试商用水平。其中，广州地区的小灵通占用的便是国家分配给中移动 TD 网络的频段。有运营商内部人士指出，如果中国移动在小灵通没有完全退网的情况下启用那段重叠的频率，就会出现小灵通与 TD 频率重叠的情况，信号会互相干扰。

舆论：垄断还是市场要求

北京邮电大学阚凯力教授曾表示，小灵通仍有一定的市场，“一个遍布全国的电信网，绝对不是一两块钱的事，国有资产都已经投放进去了，为什么又要把它报废呢？这既造成了国有资产的损失，也损害了消费者的利益。”

小灵通创始者徐福新则认为，小灵通的退市应该由市场决定。3G时代对小灵通来说不是终止，而是一种解放。国内小灵通技术并不落后，成本还可再降，话费也可再便宜，不一定要淘汰。徐福新表示，CDMA投入比小灵通高几倍，市场效果却不如它，时间和消费者会证明，小灵通到底该不该退市。

另一位小灵通创始者吴鹰表示，小灵通的历史使命已经完成，被淘汰是必然的，应该让运营商决定何时退。

还有观点认为，如果小灵通没有用户，也会被自然淘汰，强制要求小灵通退市属于行政干预企业实施垄断经营行为。

“小灵通应该属于增值电信业务，此前会有相应的合同约定，主要的3G技术运营商有必要为小灵通用户提供相应的补偿。”北京邮电大学网络法律研究中心主任刘德良向媒体表示，工信部的规定必然是为了电信事业的健康发展，因此在规定上可能会与用户、运营商的利益略有偏差。

用户：坚持不退的理由是什么

据中国通信网了解，现存小灵通用户坚持不退网的基本分为以下几类：

第一种是低消费群体。他们不愿意转到资费较小灵通贵的2G/3G网络。以郑州市王先生使用的10元小灵通套餐为例，该套餐包含全省漫游、单向收费、赠送40条短信，但转成2G网的话，就没有这么便宜的套餐了。王先生说，他不寻求补偿，只是希望能够享受到和以前一样的套餐。很多小灵通用户都是低消费群体，他们希望转网后的套餐能参照小灵通套餐。

第二种是吉祥号群体。当年很多用户花大价钱购买了3连、4连甚至更好的小灵通吉祥号码，有的用户还将小灵通号码打广告、作为商业电话使用。正是因为这一点，很多用户想保留这样的吉祥号，但是想将其转成手机号是不可能的。要求电信运营商给予这些用户同样的“吉祥号码”很难实现。一位运营商人士表示：“好的号码都是对应一定的最低消费的，如果不办理相应的套餐，我们是不可能给小灵通转网用户这样优惠条件的。”

第三种是企业用户。有的公司当年批量采购小灵通是为了给员工福利，且内部通讯录中都是小灵通短号，换号可能会增加成本。这些人往往也都有手机在用，但小灵通作为补充沟通工具，无论是对内还是对外，成本都更低，仍有一定使用价值和吸引力。

第四种是“求补偿”用户。现存小灵通中用户中不少人寸有期待“丰厚赔偿”的心理，“就像当年寻呼业务停止后得到赔偿一样。”运营商人士表示。一位联

通人士认为，随着移动电话资费的不断下降和小灵通网络质量恶化，该转网的小灵通用户早已转网，现有用户中持有“赔偿”期待的比例占相当大的部分。某地市移动工作人员也表示，他们出了针对当地小灵通用户的优惠政策，但发现效果不理想，其中很重要的原因就是小灵通用户在观望等待拿到赔偿。

运营商：有策略但无法强制退网

据调查，造成小灵通转网进度慢主要有三方面的原因。一是用户对现有转网政策不满，要求继续使用与现行小灵通一样的低资费业务；二是部分用户期望在最后时刻转网能得到运营商更多的补偿；三是运营商前期对转网宣传不到位，很多用户根本不知道有转网一事。

目前，各地运营商均提出了补偿方案。例如，2012年5月1日，北京联通自推出如意通“16元包月卡”，该业务只针对北京市郊区小灵通转网用户，其他普通用户不能办理。

据北京联通客服人员介绍，在2011年11月，北京联通就曾针对小灵通转网用户推出如意通“26元包月卡”，办理该业务的用户只要在北京市本地，即城郊区县都可以随意打，不限时、不限量；用户拨打北京市内联通网外用户的资费为每分钟0.1元，拨打国内长途每分钟0.2元，短信费用每条0.1元。

尽管如此，剩余这些小灵通用户转网的速度还是呈递减速度。“目前来看，无论是电信还是联通都很难完全满足这些用户的转网要求，只能暂时保持僵持的局面。”有运营商内部人士这样说。他还表示，一旦以强制退网的方式来解决这一问题，很可能会引发用户的不满情绪。

经验：直接关网究竟可行吗

无需过多强调，我们也都深知频谱资源如今对于运营商的重要性。因此，能够尽快将小灵通所占的频谱资源清出来让路给新技术，应该是三家运营商都比较关心的实际所在。

关于处理频谱资源的问题上，我们不妨来看一下强行关闭2G网络从而腾出频谱资源发展LTE技术的韩国电信，来借鉴一下海外运营商在遇到类似问题时是如何解决的。

2011年11月，韩国电信监管部门KCC同意韩国电信(KT)从12月8日起，关闭2G网络，终止提供2G服务。该决定使KT可以腾出2G服务所用的1.8GHz频谱用于推出LTE服务。事实上，KT当时在LTE部署上已落后于其竞争对手SK电讯和LG Uplus，这两家公司已于2011年7月同时商用4G LTE服务。因此，KT当时非常着急上马LTE。

尽管KCC批准了KT关闭2G网络，但这一举动随后便遭遇了集体诉讼。2011年12月，约1000名KT 2G用户对KCC提起了集体诉讼，抗议关于关闭2G网

络的决定。诉讼的争议点在于，KT 应该在正式终止 2G 服务日期的 60 天前向用户们发出通知，而这家公司并未做到如此。这一集体诉讼受到了地方法庭的支持。

时间来到 2011 年 12 月 26 日，首尔高级法庭在当天推翻了地方法庭的判决，准许 KT 在 2012 年 1 月 3 日停止 2G 移动业务，同时启动 LTE 的商用。首尔高级法庭认为，KT 停止 2G 服务的流程没有问题，也考虑到了大多数用户的利益。法庭称：“我们需要考虑这些频谱得到多大程度的利用，韩国电信的 20MHz 频谱服务 10 万用户，LG Uplus 却服务 900 万用户。”

据中国通信网了解，事实上，KT 为发展 4G 曾不止一次申请关闭 2G 网络。2011 年 4 月，KCC 拒绝了 KT 关于终止 2G 服务的申请。7 月，KCC 表示，KT 仍有许多 2G 用户。2011 年 3 月时，KT 还有 110 万 2G 移动用户，到了 8 月，该数字已下降至 34 万。截止 2011 年 11 月，则仅剩 16 万。

工信部披露的数据显示，在退市政策发布后的第一年，小灵通每月用户数平均减少 182 万左右；而到了 2011 年，该数字已下滑至 100 万以下，明显减慢。在 2012 年前 5 个月，每月则仅减少 57 万用户。

眼下虽不知我国剩余的不到 1500 万小灵通用户还能持续到何时，但毫无疑问，小灵通的完全退市已经真的进入了倒计时……来源：2012-6-28 中国通信网

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

工信部政策约束智能手机应用预装

你是不是发觉自己新买的智能手机里有很多你并不认识的软件？你是不是发觉自己新买的手机没多长时间就变得越来越慢了？你是不是发觉自己的手机无缘无故被扣取费用了？如果是，那就说明你的智能手机里有些害人不浅的预装应用软件。

工信部近日正式下发的《关于加强移动智能终端进网管理的通知》(征求意见稿)明确，移动通信终端生产企业在申请入网许可时，要对预装应用软件及提供者进行说明，生产企业不得在移动终端中预置含有恶意代码和未经用户同意擅自收集和修改用户个人信息的软件，也不得预置未经用户同意擅自调动终端通信功能、造成流量耗费、费用损失和信息泄露的软件。目前，智能手机里的一些预装软件已经成为坑害广大手机用户的一个新问题，工信部这一通知将对国内鱼龙混杂的智能手机生产产生一定约束力。

继小米手机(微博)大获成功之后，原先看上去并不起眼也没有多大利润的手机制造一下子成了阿里巴巴(微博)、百度(微博)、盛大、奇虎 360 等互联网大佬暗战的新战场，之所以要进入手机制造这种微利行业，很大程度上是因为他们希望预装应用软件，使自己开发的软件得到更广泛使用，从而提高点击、访问量或者实现其他增值服务。此外，一些山寨智能手机，更是通过预装“盗号”、“吸费”等非法软件，来谋求手机制造以外的增值利润。如让用户在使用预装在手机上的聊天工具之后，手机会自动以 QQ 或者电话号码等方式搜索出联系人，那么当事人的这些个人信息自然就被泄露出去了。

专家还提醒说，用户在新买智能手机以后，为了避免陷入预装软件的陷阱，不妨把各个预装软件的功能用途搞清楚。来源：2012-6-29 解放日报

[返回目录](#)

工信部鼓励民间资本进入电信业八大重点领域

工业和信息化部 27 日发布《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，提出将引导民间资本通过多种方式进入电信业，积极拓宽民间资本的投资渠道和参与范围，并明确了八大重点领域。探寻多年的民间资本进入电信业之路亮起了“绿灯”。

电信业八大重点领域鼓励民间资本进入

早在 2010 年，《国务院关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》就提出，“鼓励民间资本参与电信建设。鼓励民间资本以参股方式进入基础电信运营市场。支持民间资本开展增值电信业务。加强对电信领域垄断和不正当竞争行为的监管，促进公平竞争，推动资源共享。”

工信部有关负责人表示，此次发布的《实施意见》，是对国务院上述文件精神的具体落实。“鼓励电信业进一步向民间资本开放，将促进电信业持续健康发展。”

根据《实施意见》，鼓励和引导民间资本进入的电信业重点领域有：一是鼓励民间资本开展移动通信转售业务试点，通过竞争促进服务提升和资费水平下降，为用户提供更便捷、优惠和多样化的移动通信服务。

二是鼓励民间资本开展接入网业务试点和用户驻地网业务，促进宽带发展。完善相关监管制度和手段，保障企业实现平等接入，用户实现自由选择，推动提高宽带接入性价比。

三是鼓励民间资本开展网络托管业务。将引导电信企业将自有或租用的国内的网络、网络元素或设备，委托民营企业第三方进行管理和维护服务，促进专业化分工，提升服务水平。

四是鼓励民间资本开展增值电信业务，支持民间资本在互联网领域投资，进一步明确对民间资本开放因特网数据中心(IDC)和因特网接入服务(ISP)业务的相关政策，引导民间资本参与 IDC 和 ISP 业务的经营活动。

五是鼓励符合条件的民营企业申请通信工程设计、施工、监理、信息网络系统集成、用户管线建设以及通信建设项目招标代理机构等企业资质。

六是鼓励民间资本参与基站机房、通信塔等基础设施的投资、建设和运营维护。引导基础电信企业积极顺应专业化分工经营的趋势，将基站机房、通信塔等基础设施外包给第三方民营企业，加强基础设施的共建共享。

七是鼓励民间资本以参股方式进入基础电信运营市场。鼓励基础电信企业在境内上市，通过降低上市公司的国有股权比例或增资扩股的方式引入民间资本。支持基础电信企业引入民间战略投资者。

八是鼓励民营电信企业“走出去”，积极参与国际竞争。支持民营电信企业开展国际化经营，开拓国际市场。

五项措施保障民间资本进入电信业

“要使民间资本参与电信业竞争有一个良好的发展环境，必须加快推进电信法制建设，坚持依法行政。”工信部负责人说。

《实施意见》为此提出五项保障措施。一是推动电信法制建设，完善维护国家安全、用户信息保护、网络与信息安全和规范市场竞争秩序等相关立法。“我国将加快出台试点办法和规章制度，抓紧研究出台鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的具体事项和试点办法，以及电信业务的申请条件、期限和程序等配套政策和规定，通过多种形式和渠道及时发布，不断提高政策透明度。”这位负责人说。

二是加强对电信业的监管制度和能力建设，保护企业和用户的合法权益，培育和维持公平竞争的市场环境。“重中之重是加强对电信领域垄断和不正当竞争行为的监管，促进公平竞争，推动资源共享。”这位负责人表示，主管部门将加强对增值电信业务的应用示范和引导，鼓励中小电信企业创新。

三是完善对民间资本投资电信业的服务。“工信部将积极履行行业管理服务职责，加强政策宣传，搭建与民间投资主体交流沟通的平台。同时，进一步发挥行业协会等组织的作用，为民间资本提供政策咨询和服务，推动民间资本在电信领域健康发展。”

四是加强对民营电信企业“走出去”的支持和服务。通过多种渠道和形式，为民营电信企业“走出去”争取公平的投资、贸易和优惠政策，积极为企业解决实际困难和问题。

五是加强指导和监督。“主管部门将督促电信企业遵守电信业相关法律法规，指导民营电信企业完善内部规章制度建设，提高自身素质和能力，依法经营，诚实守信，积极履行企业社会责任。”这位负责人说。来源：2012-6-27 新华网

[返回目录](#)

商务部：希望中欧通信企业双赢格局不受破坏

针对欧盟近期指责华为(微博)、中兴等无线通信设备制造企业接受中国政府大量补贴的行为，商务部新闻发言人沈丹阳今天就此表示，这种指责没有根据，也毫无道理。华为、中兴等企业完全是在自由竞争的市场环境下运作，通过积极研发升级、提高产品国际竞争力来发展经营。跟华为、中兴一样，欧洲也有通信企业在中国开展业务多年，双方互有巨大的商业利益，这是双赢的格局。中方不希望这样一个双赢格局受到削弱或者破坏。

沈丹阳说，我们认为面对当前严峻的世界经济形势，中欧双方应该加强政策协调，营造良好的经贸环境，妥善处理经贸合作中的矛盾和摩擦，克制使用贸易保护措施，共同维护双边经贸合作的大局，为双边及世界经济发展注入活力。

另据媒体报道，近期有个别欧洲太阳能电池企业积极推动对中国光伏产品提起贸易救济调查申请。沈丹阳就此表示，中方对这一动向表示严重关切。欧盟如果对中国的光伏产品设限，我们认为将不利于欧盟光伏产业上下游总体发展，不利于欧盟低碳战略的推进，也不利于双方太阳能电池企业的合作，弄不好会“搬起石头砸自己的脚”，希望欧盟方面慎重。来源：2012-6-27 人民网-人民日报

[返回目录](#)

【国内行业环境】

移动支付标准困局即将破冰

近日，中国移动(微博)与浦发银行联合发布了中国移动浦发银行近场支付联名卡等4款产品。中国联通(微博)内部也已形成共识，将采取措施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，困扰行业发展的标准掣肘也有望破冰。

三大运营商

圈地近场支付

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实质性进展。

据了解，中国移动和浦发银行联合发布的四大战略产品，其中主打的中国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“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。

手机汇款亦是此次战略合作的亮点之一。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国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。

易观国际高级分析师张萌对记者表示，目前整个移动支付市场中基本是三大阵营逐鹿，分别为电信运营商、中国银联及第三方支付厂商。与第三方支付和银联相比，运营商在远程支付上优势并不明显，但在近场支付上却具有特定优势。为了抢占主导权，运营商积极布局近场支付。

目前，中国联通和中国电信(微博)也在移动支付上悄然布局。4 月 26 日，联通旗下全资子公司“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。中国电信联手中国银联推出“翼支付”。目前，“翼支付”已是国内近场支付的最好范例。

移动支付

已向生活领域渗透

据了解，目前第三方支付已开始从缴费、买电影票向教育、理财等生活各个领域全方面渗透。

记者专程前往中关村的金逸国际影城体验了手机支付购买电影票的便捷。记者走进电影院，拿出智能手机首先登录财付通手机客户端，然后点击进入 QQ 电影票，选定北京金逸国际影城，在这里只需 38 元即可买到原价 80 元的电影票，而且整个支付过程不足一分钟。

支付后不久，记者的手机上就接收到了支付确认短信。然后记者拿着身份证以及确认后的短信即可在窗口兑换电影票。记者在购票时发现，通过财付通手机客户端可预订全国 80 多个城市的 200 多家电影院的电子票，而且票价一般在 4 折左右。

目前，第三方支付公司获得了证监会颁发的基金第三方支付牌照，而基金理财金融领域也被誉为支付行业下一片“蓝海”。2012 年 4 月，银华基金开通了易宝易购通基金网上支付平台。个人投资者通过易购通购买基金，只需在网上签

约开户，即可进行基金的认/申购、赎回、转换、撤单、智能申购、智能赎回、智能转换等业务。除了可获得 4 折的费率优惠外，基民还可以选择任意一家银行的银行卡购买各基金公司的基金产品。基民无需到银行柜台排队购买，只需坐在家中即可网淘各类基金。这给基民选购基金提供了很大便利。

易宝支付基金行业负责人白川告诉记者：“作为易宝支付创新研发专用于基金销售结算支付的资金账户平台系统，易购通依托四大国有银行之一的工商银行作为资金托管机构，并与 40 多家基金公司和第三方基金销售机构签署了合作协议。”

共赢将成

未来市场主旋律

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。而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。”

有关专家表示，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，此前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。

移动支付市场目前竞争日趋激烈，运营商如何制定差异化的发展策略就成为关键所在。

由于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，共同把蛋糕做大才行。

相关链接

全球移动支付用户数量将破两亿

艾瑞咨询整理 Gartner 最新调查数据显示，2012 年全球移动支付交易规模预计将达到 1715 亿美元，较 2011 年的 1059 亿美元增长 61.9%。同时，2012 年全球移动支付用户数量将达到 2.1 亿，同比增长 31.3%。

艾瑞咨询分析师夏璐璐表示，由发卡机构、移动支付应用服务商、移动支付平台运营商、收单机构等多个环节组成的移动支付产业链的进一步分工和完善，

实现了移动支付市场相关资源从上游到下游的不断转移，有利于 NFC 等近端支付交易的渗透。这也促成了全球移动支付市场的快速扩张。

而易观智库发布的《中国第三方支付市场趋势预测(2011-2014)》报告中也提到，2011年，中国移动支付市场发展迅速，全年交易额规模达到742亿元，同比增长67.8%。2011年移动支付用户数达到1.87亿，与2010年相比增长26.4%。易观智库预计，到2014年，中国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。来源：2012-6-27 北京商报微博

[返回目录](#)

消息称我国将为 TD-SCDMA 开放行业频点

据知情人士透露，为了进一步促进 TD-SCDMA 产业在国内的发展，发改委、工信部、安监总局等相关部门，正在讨论给予 TD-SCDMA 开放单独的行业频点，加快 TDD 技术在行业应用中落地。

“国家对于 TD-SCDMA 的扶持力度很大。只不过，公众通信网是个完全开放的市场，TD-SCDMA 起步较晚，现在可能还存在一些劣势；但在行业应用和专网中，TD-SCDMA 却有着明显的优势，它采用了 TDD 技术对于各种业务的承载能力更强，终端普遍也是定制，不存在公网中的劣势。”该人士说。

目前，包括华为(微博)、中兴、大唐、鼎桥等在内的几大设备厂商都已经将基于 TD-SCDMA 技术的专网行业应用作为发力的重点。“这个市场虽然有些碎片化的趋势，但整体容量还是非常大的，结合目前火热的‘物联网’概念，这将会是一个新蓝海。对于厂商而言，底层的硬件平台是相同的，只不过需要在应用和终端方面做些改动，开发成本可控。”

与公网运营一样，对于专网和行业应用来讲，频谱同样是最宝贵的资源。“在模拟网和 2G 时代，专网普遍都是以语音、数据和调度业务为主，但现在业务形态越来越多，对带宽需求量也越来越大，频谱资源将越来越宝贵。”来源：

2012-6-29 中国通信网

[返回目录](#)

移动支付标准之争破题 产业链合作渐成主流

困扰移动支付产业发展的坚冰渐融。近日，运营商巨头中国移动(微博)与银行卡巨头中国银联签署移动支付业务合作协议，业界普遍认为，这意味着银联主推的 13.56M Hz 移动支付标准将成市场主流。随着阻碍行业起步的标准问题迎

刃而解，移动支付运营服务平台一方逐渐破题，产业链上持观望态度的诸多设备制造商、终端制造商等正蓄势待发。不过，移动支付产业回归市场发展本质，安全问题和商业模式将成为行业发展亟需突破的瓶颈。

标准之争妥协中破题，产业链合作渐成主流

2012年将成为真正成为移动支付的起步年。移动互联网发展一日千里，3G网络的完善，促使智能终端日益大众化，移动应用日益多样化，移动支付产业发展环境日趋成熟。而移动电商、O2O等电商新兴业态爆发式增长是移动支付的直接推动力。此外，政策持续加码物联网行业，作为其核心应用的移动支付最先受益。

总体而言，移动支付市场吸引了三方势力角逐，且形成差异化发展方向。第三方支付公司凭借原有用户优势和支付体系，线上线下全面发展。例如，盒子支付、拉卡拉等线下支付公司推出手机刷卡器，支付宝、财付通等互联网支付企业也不断拓展支付类别；运营商是移动支付的主力军。在获得支付牌照后，三大运营商相继成立支付公司，并将近场支付作为近期重点。例如，中国联通下半年将启动近场支付试点。而中电信的翼支付已初具规模，近场支付用户近千万，交易额达170亿；中国银联一直力图主导移动支付产业发展，通过开放平台，广泛与UC、京东商城(微博)等各方合作。

事实上，此前金融机构与运营商冰火不相容的局面早已松动。中移动和浦发银行日前发布四大产品共推近场支付。此次中移动与银联握手言和，标志着困扰行业发展的标准之争取得阶段性进展，银联主导的13.56MHz成为主流。但说中移动放弃2.4GHz标准或为时尚早。国家金卡协调领导小组办公室主任张琪近日表示，移动支付国家标准要尽量统一，但并不唯一。13.56MHz和2.4GHz各有优势，各有发展空间。中移动董事长奚国华也表示，中移动和金融机构要“尊重双方各自的既得利益”，来洽谈手机支付领域的合作。

利好电子信息产业，农村市场成蓝海

随着移动和银联的强强联合，移动支付迈向爆发拐点。华泰证券指出，标准之争尘埃落定为移动支付大规模应用破除障碍，相关市场的快速增长将带动专用智能卡、POS机等产业发展。我国移动支付产业正处于发展前期，随着市场发展和用户需求变化，移动支付进入快速发展阶段，电信运营商和设备制造商将受益。

首先，作为一种支付渠道，移动支付的发展将进一步推动移动电子商务的发展。工信部数据显示，截至5月，我国移动用户总数达到10.41亿。无线淘宝公布的数据表明，在我国智能手机网民中，过半数用户已习惯于手机购物。移动支付的起步无疑将为移动电商的发展再添一把火。

其次，无论是 13.56 MHz 还是 2.4G Hz 成为行业标准，产业链上游的基础设备制造商和支付平台方案提供商都将受益。例如智能卡、POS 接收机、移动终端、SIM 卡、RFID 芯片等制造商以及系统服务提供商。广发证券预计，未来移动支付芯片的市场容量约为 50 亿，卡的市场容量约为 142 亿，支持移动支付的金融 IC 卡将主要采用国内芯片。在终端市场，NFC 手机已成热点，据报道，下一代 iPhone 或将内置 NFC 芯片。

此外，作为一种新型消费模式和金融产品，移动支付推动着社会管理信息化。例如移动支付应用可加载医疗、公积金等政府服务项目，交通公用事业，以及单位内部管理等不同行业的应用。这也反过来促进运营商移动互联网应用的发展，增加其用户黏性。随着农村手机终端的普及以及农民手机上网习惯的逐渐养成，移动支付在农村具有广阔的蓝海。现代信息技术与金融服务高度融合，将带来经济和社会双重效益。

产业回归市场本质，安全与商业模式瓶颈凸显

据艾瑞数据，2012 年一季度，国内移动电子商务市场规模达 66.7 亿元，同比增长 530.1%，占移动互联网比重达 42%，首次超过移动增值业务。预计 2012 年我国移动电子商务用户将接近 2.5 亿，手机支付交易规模将有望超过 1000 亿元。不过，尽管移动支付迈过了标准这一行业发展的首道坎儿，但前路也并非一马平川。

首先，安全是阻碍移动支付的一大问题。调查机构 Compete 的研究发现，在未选择移动支付的美国居民中，有 64% 的受访者认为移动支付不安全，这成为美国居民选择移动支付的障碍。艾瑞咨询(微博)分析认为，移动支付在得到广泛应用的同时，减少移动支付的安全性隐患仍是产业链上各企业亟待解决的重要问题。

此外，商业模式是关键。广发证券指出，目前移动支付难以产生规模效应和网络效应，下游行业盈利模式不清晰。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。

言而总之，作为跨度大、产业链长的行业，推动移动支付前行须各方开放合作，资源共享，以达到互惠互利，良性发展。来源：2012-6-27 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

欧洲电信业迎来并购活跃期

近年来，电信行业的并购传闻虽然不绝于耳，但实际发生的大型并购并不多见，不过欧洲的金融和贸易压力促使并购活动在这一市场活跃起来。

外因：

大财团兴趣浓厚

一家由私募股权公司 KKR 和 Apax 支持的财团日前计划斥资收购英国最大的移动运营商 Everything Everywhere。而这仅仅是欧洲电信领域本月内传出的并购传闻之一。本月 18 日，沃达丰以 10.4 亿英镑(约合 16 亿美元)收购英国固网运营商大东环球(Cable & Wireless Worldwide Plc)的要约已获得所必需最低数量股东的支持。

墨西哥电信巨子 Carlos Slim 也开始了向欧洲电信业进军的步伐，其旗下的美洲电信(América Móvil)曾提出，以 8 欧元每股的价格购买荷兰电信运营商 KPN 的股份，将其持有的 KPN 股份数从 4.8% 增加到 28%。尽管交易最终被 KPN 拒绝，但美洲电信的欧洲之行并非没有收获。6 月 15 日，美洲电信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% 的奥地利电信股份。

美洲电信首席执行官 Carlos García Moreno 说：“最近，欧洲市场的估值对我们有很大意义。”他指出，欧洲电信行业的收入下滑和相互竞争，以及欧洲的经济危机使估值更低。“在危机时期，人们更倾向于着眼于短期，(而我们)则放眼长远。”

一个私募股本电信投资者认为 2013 年将是一个并购的大热年。“一边是来自私募股权的资金，一边是机遇……2011 年一些大型电信企业的运营现金流下降了一半。”

内因：

成本压力催生整合

这些实力雄厚的大财团的出现给欧洲电信行业造成削减成本、提升收益率的压力。为了实现这一目标，欧洲电信企业内部的整合动作也开始显露端倪，其中最引人关注的是传言荷兰 KPN 与西班牙电信考虑合并彼此的德国业务分支的交易。而一旦合并，新公司将成为德国最大的移动运营商。西班牙电信此前曾考虑出售德国业务分支 O2，以减轻负债。KPN 较早时披露，研究旗下手机业务分支 E-Plus 的未来发展。数据显示，若 E-Plus 与 O2 合并，用户人数将达 4170

万，超越沃达丰的 3650 万户及德国电信的 3510 万户。此外，KPN 还在考虑以 180 亿欧元出售旗下比利时移动公司 BASE。BASE 是比利时第三大移动运营商，在当地市场占据 26% 的市场份额。

然而，并购咨询师警告称，整合的障碍依然存在，尤其是资本市场在支撑大型交易方面的困难。

几乎没有能够保持利润增长的电信运营商愿意出售资产。Everything Everywhere 是法国电信和德国电信在英国的合资公司，两家公司都表示对出售在英业务不感兴趣。不过，两家公司也表示愿意了解合适的出价，但这反映的是欧洲电信行业在增加资金和分担费用方面的需求。

在过去的几年里，当欧洲电信运营商面临投资光纤网络和下一代移动网络的需求时，却大都陷入了收入下滑的困境。管理顾问公司 Arthur D Little 和法国巴黎银行旗下证券部门 Exane 预测，到 2015 年欧洲电信行业的收入将下降 190 亿欧元，至 2080 亿欧元。

近几个月来，由于减少债务的要求，一些公司开始削减股息。过去 10 年中，欧洲电信企业的并购使得很多公司债台高筑。

据德意志银行估计，欧洲电信行业负债总额达到 2720 亿欧元。伯恩斯坦估计，自 2000 年以来，欧洲电信行业并购额减记 1340 亿欧元。管制机构要求以低价位保持竞争的要求是阻止整合的主要障碍，而欧洲电信运营商认为这种做法在短期内维护了消费者的利益，但从长远看是以损害网络投资为代价的。

不过，面对管制机构对合并的阻碍，欧洲的电信运营商找到了分担成本的其他方式。沃达丰和 O2 近日签订的英国网络合并协议就是例子。据伯恩斯坦估计，这项协议将分别为两家公司节约 12 亿欧元和 15 亿欧元的成本。来源：2012-6-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

欧盟拟要求 ISP 告知消费者实际网速

欧盟委员会副主席内莉·克勒斯计划倡议把网络中立的决定权交给消费者，并计划对网络服务提供商(ISP)强制执行严厉的条例。

欧洲电子通信监管机构(BEREC)近日发布有关网络中立的研究报告之后，克勒斯准备提出相关建议。该建议勾勒出针对 ISP 的三大主题：一是要求 ISP 向消费者清楚告知实际的宽带速率而不是高峰时段的网速；二是强制要求 ISP 制定清晰、量化的数据上限而不是模糊的“公平使用”原则；三是要求 ISP 对所提供互

联网服务的类型制定清晰的营销条款。克勒斯表示，消费者有权利弄清楚 ISP 为他们提供何种服务，监管机构应该对 ISP 如何开展营销有所监管。

之前，欧洲议会一份决议要求欧盟委员会为欧洲各国提供协调一致的电信指南。克勒斯的建议将与 BEREC 上述报告中的数据相一致。报告发现，20%的 ISP 在高峰时段限制网络电话(VoIP)以及点对点文件共享等服务，而 ISP 设置诸如包检查等流量管理措施可能导致隐私担忧。2011 年年底，欧洲数据保护监督委员会委员彼得·哈斯廷克斯就敦促欧盟委员会关注关于消费者隐私保护的网中立方面的讨论。来源：2012-6-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

新加坡 2020 年前将停播模拟电视信号

从 2013 年年底开始，新加坡所有免费电视节目将逐步通过数字电视信号，与现有模拟方式同步播出。新加坡将在 2020 年年底前终止所有通过现有模拟传送方式的电视播出，只让电视节目通过数字方式传送。

届时，仍没有订购付费电视服务的用户只有购买数字电视信号接收器，才能继续收看免费电视节目。接收器价格介于 60 新元至 100 新元。已经是付费电视订户的公众，由于所有电视节目已通过数字传送，因此无须做任何调整。新加坡媒体发展管理局的数据显示，目前有六成家庭(约 60 万户)是星和或新加坡电信的付费电视订户。

媒体发展管理局估计，目前有超过 40 万户家庭通过天线收看电视节目。商家将从 2013 年 4 月开始，出售符合全国数字电视标准的接收器或电视机。

新闻、通信及艺术部部长雅国博士在资讯通信及媒体商务交流大会(简称 imbX)开幕仪式上说：“全球各国都逐渐从模拟电视广播转向数字广播，因为数字电视图像和音响更佳，也能更有效地使用通信频谱。”

通过数字电视，观众将能收看到更清晰的画面，或听到环绕声的音响，将来也可能出现移动电视、3D 电视或其他互动电子服务。

此外，数字电视标准性能更好，用有限的频谱承载更多的信息。这样一来，多出来的频谱可以用来设置更多电视频道，或重新分作其他通信用途，如手机 4G 网络或无线宽带等，缓解数据拥堵的情况。来源：2012-6-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

日本 KDDI 等三家运营商获得 700MHz 频谱

日本通信日前宣布，将 700MHz 频段的无线电频谱块分配给 NTT DoCoMo、KDDI 和 eAccess，用于移动宽带服务。

这三家网络运营商计划用这部分频谱(当地业内人士称之为“铂金频段”)提供 LTE 服务。软银移动已于 2012 年早些时候获得了 900MHz 频谱中的一块。

eAccess 在一份声明中指出，与公司目前使用的 1.7GHz 频段相比，新分配的频谱能够更有效地进行区域扩张。该公司网络目前覆盖全国 95%的人口??，获得新频谱后，这一数字有望提高至 99%，而市区的容量也相应增加。

为了有效利用 700MHz 频段，这三家运营商计划与目前正在使用 700MHz 频段的组织探讨合理的迁移方案。来源：2012-6-29 飞象网

[返回目录](#)

印度计划投资 35 亿美元建立全国光纤网络

本周二，印度政府发布一份声明宣布，该国决定耗资 2000 亿印度卢比(35 亿美元)建立一张全国光纤网络，从而在农村地区提供高速宽带连接服务。

声明称，这张网络将由一个特殊目的公司推出，该公司是由联邦政府与普遍服务义务(Universal Service Obligation,USO)基金组织合资拥有的巴拉特宽带网络有限公司(Bharat Broadband Network Ltd)。

USO 基金组织由联邦通信政府部门创立，旨在向农村地区 and 电信网络未能商用覆盖到的地区提供补助。

巴拉特宽带公司将铺设约 50 万公里的光纤，这将使政府部门能够在全国范围内推出在线服务以及应用，但声明中并未给出任何时间表。

这张网络的创建以及与其他电信运营商的共享将使连接成本降低。声明称，这张全国性的光纤网络将帮助政府实现其宽带渗透率目标。来源：2012-6-27 中国通信网

[返回目录](#)

德国批准 1800MHz 频谱可用于部署 LTE 技术

近日，德国电信监管机构联邦网络管理局(Federal Network Agency,FNA)批准了来自移动网络运营商 E-Plus 使用其 1800MHz 频谱提供 LTE 等移动宽带服务的申请。在此之前，这一频段仅被允许用于提供 GSM 服务。

根据此前的报道显示，2011年5月，E-Plus 对使用其 900MHz 频谱在农村地区提供移动宽带服务进行了申请，监管机构则在 2011 年 12 月予以了批准。

据了解，E-Plus 是荷兰皇家电信(KPN)的德国子公司，该公司是德国第三大移动运营商。来源：2012-7-2 中国通信网

[返回目录](#)

新加坡建全国宽带网络 中企争食 10 亿新元蛋糕

新加坡“智慧国 2015”规划以及国家宽带网络，这块大的市场蛋糕吸引越来越多企业的争食。

近日，在新加坡举行的 2012 资讯通信及媒体商务交流大会(下称“imbX”)上，来自全球 51 个国家和地区的 1300 多家国际参展商，以各自独特的高科技产品展现了“未来世界”的炫目图景。

新加坡资讯通信发展管理局(IDA)中国区司长李斯勤介绍，新加坡的“智慧国 2015”规划，其中就包括新加坡正在部署的新一代全国宽带网络(Next Gen NBN)，为此，新加坡政府拨款总额达到 10 亿新加坡元(下称“新元”)，以进一步确立新加坡作为资讯通信枢纽的地位。而新加坡相关的企业将从政府的产业大宏图中受益。

未来全球 ICT 产业的投入将不断增强，美国著名的咨询公司高德纳公司(Gartner)还将其对 2012 年全球 IT 支出增长的预测数字由 4.6%调整为 5.2%。同样，2012 年新加坡的 IT 支出预计将相较 2011 年同期增长 5.5%。

IDA 公开的数据显示，2011 年，新加坡资讯通信产业的产值达 830 亿新元，同比增长 18%，其中产业出口额的占比由 66%提升至 71%。

新加坡资讯通信发展管理局局长戴荣利表示，将提供有利条件对中国企业开放市场。记者看到，在这次展会上，华为(微博)、中兴、长虹(微博)等中国企业悉数亮相。

而总部位于上海的斐讯数据通信技术有限公司(下称“斐讯 PHICOMM”)更是将东南亚市场的基地设在了新加坡，与新加坡 UbiqPay 公司合作组建了合资企业 UbiqCom Asia Pacific 私人有限公司。斐讯 PHICOMM 总裁顾国平对记者表示，公司致力于为国防部等政府部门提供智能终端，例如具保密性的军方手机等通讯工具，与中兴、华为展开错位竞争。

“2011 年我们营收达到 12 亿元，2012 年前 5 个月的营收已达 9 亿元，同时计划在 2014 年 3 月份在 A 股上市。”顾国平说。

新加坡的投资环境也获得业内的一致好评。新设立一家企业，办理政府各种手续的时间不超过 15 分钟。“比如你开一家餐馆，在消防、卫生部门等各种批准在 15 分钟内可以办结，并有实时的答复告知办理状态。” IDA 国际有限公司东亚区助理总监陈颖达表示。来源：2012-6-29 第一财经日报微博

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

电信运营商“流量变现”陷焦灼

以谷歌、苹果、微软等为代表的破坏性市场新进入者，正在将电信运营商的客户数据用于开发新业务，这给电信运营商带来极大压力。

“对于电信运营商而言，行业价值正在从‘时长’转变为‘流量’，运营商在确定业务模式时必须重视这一变化。”日前，会计事务所安永日前发布了 2012 全球电信业十大经营风险报告。安永全球电信行业主管合伙人 Jonathan Dharmapalan 表示，在 2012 年发布的十大风险中，有很多项都是直接或间接由上述“变化”引起的。

Jonathan Dharmapalan 认为，在全球经济持续的不确定性和不稳定性的大前提下，电信运营商只有充分了解目前电信运营风险，才能更有效地管理风险、优化业绩、提升运营效率，并更好地适应正在发生深刻变化的生态系统。

流量价值正被稀释

在这份报告中，未能实现从时长到流量的业务模式转换、与不断变化的客户思维脱节、对投资回报缺乏信心，及缺乏足够的信息来将需求转化为价值等十大经营风险被按照重要性依次排列。其中，“未能实现从时长到流量的业务模式转换”成为首要风险，并成为深刻影响其他风险的重要因素所在。

安永中国合伙人张伟雄认为，全球电信运营商正在普遍面临流量变现的难题。在全球移动数据业务量快速增长的同时，移动数据业务收入的增长并不乐观，“运营商需要做的，是有效平衡客户挽留和流量价值稀释之间的矛盾，并需找新的业务领域，开发更多政企用户及批发业务等。”

以平衡客户挽留和流量价值稀释之间的矛盾为例，张伟雄表示，目前，全球电信运营商普遍存在一个误区：为了提高用户忠诚度，采用固网宽带免费升级、统一打包移动数据业务资费及以低折扣价格提供多网合一套餐服务等。他认为，

这一方面可以起到一定的挽留客户的作用，但在同时也极大稀释了流量价值，增加运营商流量增收压力。

而在事实上，即便流量收入乏力，包括全球最领先的电信运营商，都在纷纷尝试通过降低单位流量价格来拉动流量业务量提升。如近期，沃达丰、西班牙电信、新加坡新电信、香港 CSL 等运营商，纷纷推出大容量数据分享套餐，即多部移动设备可以分享同一个账户下的数据流量。

四川通信设计院副总工程师程德杰指出，从市场角度看，这一举措短期内有可能起到提升用户规模，拉动数据业务应用规模的效果。但这一做法对运营商的利润贡献有多大目前来看仍然是一个未知数。

亟待建立新业务衡量准则

对于运营商的流量价值增长困境，安永亚太区电信中心主管合伙人大卫·麦格雷戈给出建议，运营商不仅应尝试新的定价方式，还需要建立强大的行业生态系统、新的业务指标。

“与不断变化的客户思维脱节”是 2012 年的第二大风险，反映出运营商与不断变化的用户期望保持同步的重要性。据统计，目前全球排名前四位的品牌全部是高科技品牌，分别是谷歌、苹果、微软和 IBM(微博)，排名最靠前的电信运营品牌沃达丰仅列第六位。这从一定程度上说明，电信运营商在用户体验和品牌黏性方面，做得并不如正在不断壮大的 IT、互联网竞争对手。“行业竞争者要想在快速发展的市场中增加价值，就必须了解客户不断变化的思维，这一点比以往任何时候都重要。不过，运营商在这方面还是具有独特优势的。”大卫·麦格雷戈补充道。

另一方面，安永认为，以谷歌、苹果、微软等为代表的破坏性市场新进入者，正在将电信运营商的客户数据用于开发新业务，这给电信运营商带来极大压力。电信运营商需要及时、准确、全面的业务智能与客户分析，以及恰当的运营支撑和计费系统。不仅如此，组织架构的转变也十分重要。安永报告指出，虽然运营商的组织架构在外力的作用下已经发生了巨大的变化，例如向数据业务转变、合作伙伴的关系的增长以及快速投入市场的要求等，但这“远远不够”。

安永认为，这对中国电信(微博)运营商尤其具有警示意义。以中国移动(微博)飞信为例，电信运营商在移动即使通讯市场具有天然优势，但中国移动的飞信业务并未充分利用这一优势，在业务研发、市场推广效率方面均滞后于腾讯，在市场占有率方面陷入尴尬境地，因此，张伟雄认为，为了支持更多能带来业务收入增长的数据业务的开发，电信运营商还需要在上述诸多方面进一步提升、转变。

据了解，这一报告是基于全球运营市场现状提出的，而具体到中国电信运营市场，张伟雄也给出五大药方：首先，中国运营商需要有效控制数据流量，以适

应快速发展的数据时代；其次，中国电信运营商尤其需要改善客户体验，以提高数据生成的收入；此外，应维护高端市场，以维持稳定、高水平的 ARPU；另外，应持续投资有吸引力的新兴数据业务，以补偿传统业务的衰退；最后是服务创新，将“移动网替代固网”产生的蚕食副作用最小化。来源：2012-7-3 通信产业网

[返回目录](#)

三大电信运营商挺进数字出版业

以手机为载体的数字出版形态将是数字出版未来的发展方向，拥有巨大的发展潜力，各大电信运营商都在“摩拳擦掌”，积极挺进该领域。7月2日，新闻出版总署与中国联通(微博)在京签署了《推进数字出版产业发展战略合作备忘录》，新闻出版总署支持新闻出版企业与中国联通建立战略合作关系，支持中国联通沃阅读运营中心开展数字阅读平台的建设和运营。

根据双方协议，新闻出版总署将支持中国联通为国内新闻出版企业提供网络技术和数字产品运营服务，参与数字出版业务相关经营活动，并依法取得开展数字出版物网络传播业务的资质。

据了解，2011年中国联通沃阅读用户年访问量近40亿次，目前已与国内200多家出版集团和内容合作商签署了合作协议，引入图书资源15万余册。

除中国联通外，中国移动(微博)已于2011年7月同新闻出版总署签署了《推进数字出版产业发展战略合作备忘录》，并启动“新青年掌上读书计划”。中国电信(微博)也早在2010年7月与新闻出版总署签订了战略合作备忘录，新闻出版总署支持中国电信“天翼数字阅读平台”建设。自此，三大电信运营商均已布局移动数字出版领域。

近年来，随着移动互联网的快速发展，手机阅读逐渐成为大众新的阅读方式。业内人士表示，电信运营商与新闻出版主管部门合作，将极大推动内容出版和数字终端的融合，促进我国数字出版产业的发展。来源：2012-7-3 中国证券报-中证网微博

[返回目录](#)

电信运营商：互联网冲击才是致命竞争

运营市场正陷入价格混战局面。各地此起彼伏的低价竞争让运营商们将竞争的重点放在了运营市场，殊不知，互联网业的进攻号角已经打响。奇虎360董事长周鸿祎认为，“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

个行业是传统手机产业和电信运营商。”互联网企业对运营业公然叫板引起业界关注。

现阶段运营商主要在运营市场竞争上做文章，似乎显得有点落伍。毕竟，运营商的竞争对手已不仅只是运营商之间，随着移动互联网时代的到来，行业之间的围墙正逐渐被打破，行业之间的界限已越来越模糊，面对互联网企业的冲击，深陷价格泥潭的运营商们是否应该及时转变经营模式？

“你方唱罢他登场”，价格战制造运营商内斗

随着联通随意打的升温，联通的市场发展获得一定收效。据瑞银的报告，联通推出随意打以后，其 2G 网络变得活跃，不仅网内流量回升，而且网间流量也有所增长。据机构分析，中国联通(微博)2G 资源利用率不高，“随意打”业务实质上用资源换取市场占有率。据了解，“随意打”用户 ARPU 值比原先略高 2-3 元，未来 2G 业务收入有望保持平稳。正是看到这一利好，中电信、中移动也纷纷加入战局。

低价降门槛背后是各种是是非非的口水战，联通和移动方面，围绕“随意打”业务，展开激烈的突破与封堵。尽管“随意打”推出数月，也顶着争议蔓延至数省，但作为通信主管部门的工信部，却一直未有非常明确表态。相反，运营商们却急着站出来表明立场。

中国联通总经理陆益民表示，“联通各省公司都会根据当地市场情况制定自身的竞争策略，总体来说，集团公司会尊重各省公司依照实际情况指定的市场战略。”中移动方面，尽管部分地方公司面临联通“随意打”竞争，但高层还是表示会理性克制。中移动有能力打赢这种价格战，但没有这么去做，因为“恶性竞争，最后就是彻底把这个行业打垮了”。相对低调的中国电信(微博)则表示，不希望打价格战，但中国电信并无跟进，因为“价格是考虑因素，但并非全部。”

暂且不论，高层们基于何种背景对低价竞争局面进行表态，但短期来看，低价竞争依然将“高烧难退”，运营商借低价降低门槛抢用户的举措将持续一段时间。

来自互联网的冲击才是“现实致命竞争”

正在运营商们如火如荼地展开价格竞争的当口，互联网企业们的进攻正不断加速。对此，奚国华坦陈，中国移动(微博)目前正在面临传统运营商与互联网企业的激烈竞争。对于传统运营商竞争，奚国华将其形象的描述为“三只羊打架”，彼此都不会伤筋动骨。而对于来自互联网行业竞争，奚国华认为这是一种“现实地致命竞争”。

互联网企业对运营业的威胁已不仅只是口头上说说，近期互联网企业扎堆智能手机市场就是一个有力的证明。互联网企业不只是看中了智能终端的利润。由

于平台化战略已经成为互联网的发展趋势，腾讯、百度、360 都将互联网平台化战略引申到企业战略布局中并从中受益良多，因此掌握智能手机的入口对互联网企业来说就是掌握了移动互联网的竞争入口，因此互联网企业们分别通过 IM 软件、搜索服务、安全服务等获得了对互联网用户流量的入口，并以此逐渐实现平台化服务，欲借手机终端打开移动互联网入口实现平台化的意图十分明显，因此互联网企业欲复制各自核心业务到移动互联网端。

“随意打”等一系列低价策略或许能有效增强运营商自身产品的客户粘性，但价格上做文章早就不是什么新鲜事，运营商们将大多数精力放在低价格竞争上，是否为互联网企业的进攻打开了一个缺口，尤其是随着终端定制的升级，平台化战略的不断完善，预计互联网企业对运营商的冲击将前所未有。

在危机中寻找突破口，运营商亟需加速经营模式转型

单纯价格比拼带来的市场效应只是短期的，运营商们在铆足劲推低价策略的同时，更要意识到互联网企业悄然发起的挑战。毕竟，用户对价格的敏感度也是建立在业务应用的平台之上的，随着这种价格敏感度不断下降，对运营商来说，还是苦练内功、瞄准更大的通信增值服务市场显得更具深远意义。

“当前移动互联网讲开放，讲合作，但应该注意一点，就是不能把旧的围墙拆掉了，然后建立新的围墙，这是违背互联网精神的。大的互联网公司在开放的过程中要做盟主，不要做地主。”中国信息经济学会理事长杨培芳表示，从以上观点可以清晰地看到，互联网企业已开始全面布局加快打破行业樊篱步伐。

传统运营商如不及时转型互联网，则将面临管道化的风险，仅靠提供包月流量套餐，将不可避免地面临 ARPU 值降低的经营难题。互联网企业正在不断搅局运营市场，或许这将倒逼运营商加强对流量经营、智能管道建设步伐这一进程的部署。互联网化是大趋势，传统运营商迫切面临转型，价格战只会让业务利润越来越薄，找到自己的核心价值是现阶段发展的重要考量。

随着通信业和互联网的融合，产业价值链正发生转移，核心环节已被苹果、谷歌等 IT 企业抢占，运营商面临巨大威胁。在此过程中，通信运营商们所面临的现实情况，既是前所未有的机遇，也有可能是一场难以预料的危机，将运营业的竞争从价格比拼转向互联网创新或是重要环节。

低价比拼消耗了运营商们持续发展的能力，互联网企业的公然叫板，或许能给处于价格战中火拼的运营商们提个醒。来源：2012-6-27 通信信息报

[返回目录](#)

运营商重新定位 WiFi：与移动数据网视为整体

随着当今移动互联网如火如荼的发展，电信运营商感受到前所未有的网络流量的压力。WiFi 有效地缓减了 3G 网络的移动数据流量压力。一时间，WiFi 成为电信运营商的新宠，WiFi 建设风起云涌，WiFi 的部署从以万计迅速上升到以百万计。

WiFi 还应该坚守“移动通信网络的补充”这个原始定位么？答案是否定的，电信运营商们要重新定位 WiFi 了。WiFi 实际上已经成为电信运营商移动通信网络的一部分，运营商应把移动数据网和 WiFi 视为一个网络整体对待。

移动数据流量激增

随着智能手机、平板电脑等各种移动终端的日渐普及，全球范围的移动互联网流量呈现指数式增长。2011 年，全球通用移动通信系统(UMTS)论坛预测，移动网络中的语音和数据流量将在今后的十年中增长 30 倍以上。

有机构预测认为 2016 年全球移动互联网通讯的数据流量将扩大至目前的 18 倍，达到平均每月 10.8E 字节。到 2016 年，将有 60% 的移动用户(30 亿人)每月平均产生 1G 字节以上的移动数据流量，而 2011 年这一比例仅为 0.5%。

进入移动互联网时代之后，数据流量激增，我国已经进入数据爆发的拐点，三大运营商 2010 年数据流量增速超过 150%，其无线网络利用率在 2010 年中达到了危险的 78.32%(警戒线为 70%)。如此巨大的移动数据流量压力将是 3G 网络难以承载的。如今，只有 WiFi 能担当起来承载巨大移动数据流量的重任。

WiFi 正在成为智能终端设备的标准配置。各类电子设备中，WiFi 内置比例正迅速上升，渗透率从 2009 年的 12%，有望快速升至 2011 年的 19.5%。目前，WiFi 在笔记本、上网本和平板电脑中的渗透率已接近 100%；在手机中的渗透率接近 20%。

iSuppli 预计，到 2015 年，WiFi 全球设备渗透率将达到 28%。2009—2015 年，WiFi 行业年复合增长率达 24.4%。据 WiFi 联盟首席执行官 Edgar Figueroa 预测，2012 年将售出 WiFi 手机 5 亿部，到 2014 年将有 90% 的智能手机拥有 WiFi 技术。2011 年 6 月，云计算网络提供商 Meraki 最新公布的一份报告显示，移动设备使用 WiFi 网络占 58%，数量超 PC，移动设备已经超过传统个人电脑。

如火如荼的电信运营商 WiFi 市场

由于市场对 WiFi 接入的需求空前高涨，运营商也重金投入建设 WiFi 网络。根据美国运营商 AT&T 的经验，在 3G 网络难以满足用户需求的地区，WLAN 将成为数据业务网络的主要部分之一，在热点地区，WLAN 甚至发挥比 3G 还重要的作用。

2011年11月，无线宽带联盟(The Wireless Broadband Alliance)委托市场研究公司 Informa 进行的一项研究显示，得益于消费者对于智能手机和平板电脑上网需求的增加，2015年的全球公共 WiFi 热点数量将较目前增长4倍多，达到580万个。无线宽带联盟主席克里斯·布鲁斯(Chris Bruce)在声明中说：“这一发现表明我们正在进入一个全球 WiFi 热点的黄金时期，热点数量将会飙升。”布鲁斯还说：“固网运营商正在将宽带服务拓展到家庭和办公室之外，而 WiFi 则会支持繁忙的移动宽带网络。”

英国电信董事主席 Michael Rake 认为：光纤、WiFi 和移动网络是未来三大技术。英国电信干脆抛开 3G，通过在全国铺设大量 WiFi 的方式来发展数据业务。截止 2011年5月，英国电信拥有 WiFi 280万个热点实现无线覆盖。英国电信董事会主席 Michael Rake 认为，现在随着业务和应用越来越丰富，数据下载是如此的庞大，只有依靠宽带和光纤才能满足视频等业务的需求，仅靠 3G 网络是没办法做到的。

目前，英国很多用户已经把 WiFi 作为主要接入方式，3G 网络只作为备份、补充的方式存在。英国电信董事主席说：“很显然 WiFi 是一个杀手级的技术。”此外，英国电信主导了全球最大的 WiFi 社区 BT-FON 的建设。采用用户共建共享的模式，宽带用户只需分享自己的 WiFi 网络，便可以在其他地区享受由 BT-FON 用户提供的热点。

运营商 WiFi 建设步伐明显提速

2009年以来，中国运营商开始加速 WLAN 热点建设。根据数据显示，截至 2010年底，中国移动(微博)在全国范围内的 WiFi 热点达 12万个，中国电信也在 10万个以上；中国联通(微博)起步相对慢，数量在 3万-5万个。如今，中移动和中电信的 WiFi 目标更是达百万级。

中国移动总裁李跃曾表示，“中国移动用 2年时间已经建设了 160万个 AP，未来将建设超过 600万个 AP。”李跃表示：“WiFi 不是一个过渡产品，而是一个面向未来的长久之计。”因此，中移动将 WiFi 放在非常高的地位。2012年，要将 WLAN 建设、维护、运营和业务发展纳入日常工作体系。2011年前3个季度，中移动无线上网业务流量达到 2173亿 MB，其中移动数据流量 1123亿 MB，WLAN 数据流量 1050亿 MB，占据了将近一半的比重。中国移动 WiFi 分流数据流量的功效显著。2012年一季度中国移动无线上网业务流量 1484亿 MB，其中移动数据流量 573亿 MB，WiFi 流量 911亿 MB，比重一下子超过了 50%。

2011年5月中国电信启动“宽带中国翼起来”的活动，启动了“无线中国”战略，计划让 WiFi 覆盖人们工作生活的每个角落。2010年，中国电信 WiFi 热点覆盖已达到 30万个。中国电信在 2011年底 WiFi 热点覆盖达到 70万个，2012

年 WiFi 热点将达到 100 万个。天翼 WiFi 热点主要覆盖科技园区、商务楼宇、机场、车站、酒店、商业区、便利店和咖啡厅等生活空间。中国电信技术部副主任竇笠在“2011 年中国无线技术与应用大会”上介绍，中国电信“CDMA+WiFi 协同”策略主要表现在以下几个方面：第一，在数据业务量大的繁忙区域，充分利用 WLAN 网络分流 CDMA2000 网络流量。EVDO 优先为手机上网客户使用，使其成为移动手机的广域流量提供者。WLAN 主要分流 CDMA 上网卡的流量，有的放矢地部署 WLAN 网络，使其成为 EVDO 卡基于 PC 的大流量承载者。第二，结合典型的移动数据业务应用场景，如校园、公共热点、商务楼宇的用户分布和行为特点，提供 EVDO 运营数据，合理制定 WLAN 分流方案，促进 C+W 协同发展。

中国联通在 WLAN 部署方面远落后于中国电信与中国移动，而随着移动互联网的快速发展，高速激增的数据流量，中国联通已经越来越感觉到了 WLAN 的重要性，规模部署的步伐势加快。中国联通的 WLAN 部署模式主要采用了 3G 广覆盖、WLAN 作为热点补充的模式。2011 年底前实现覆盖 40000 栋独立建筑物。

移动互联网时代的来临，让 WiFi 今非昔比。WiFi 成为了重要的移动互联网接入业务，WiFi 已经不再是移动通信网小小的补充，而是日益构成移动互联网的重要组成部分。

实际上，在中国的移动数据网络上，WiFi 已经具备了和 3G 移动网络同等的重要地位，重新定位正当其时。来源：2012-6-27 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动发布定制移动互联网产品

在日前举行的 2012 年 GSMA 移动通信亚洲大会上，中国移动(微博)联合搜狐、UC、新浪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 版三款移动互联网产品。

这三款产品的发布意味着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。这些差异化的服务将是移动互联网未来发展的重要趋势。

这三款产品用户可通过移动应用商场官网(mm.10086.cn)或者搜狗输入法、UC 浏览器、新浪微博的官方网站下载。

中国移动从 2011 年开始加快面向移动互联网的战略转型，启动和互联网产业最优秀合作伙伴的密切沟通。2011 年年底，中国移动和搜狐、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。来源：2012-6-27 北京商报微博

[返回目录](#)

中国移动亮相 2012 移动通信亚洲大会

6 月 20 日，2012GSMA 移动通信亚洲大会在上海隆重召开。这是该会议第一次移师中国内地城市举办，集中展示当前最新移动通信技术的发展成果以及亚洲移动通信业特有的创新性、独创性和智能性，预计将吸引来自中国、亚洲和全世界的 20000 名参与者，涵盖移动通信行业及消费电子、汽车、医疗卫生和公用事业等各个行业。

据了解，作为世界上最大的移动运营商，中国移动(微博)此次将以“随心所欲、畅享未来”主题参加大会的展示环节及会议研讨，全面演绎包括“TD-LTE”、智能化“无线城市”和移动应用商城“Mobile Market”在内的，最具趋势且关乎民生的内容主题。

在上午进行的大会开幕式上，中国移动董事长奚国华向与会来宾做了题为《携手共赢，迎接 ICT 变革》的主题演讲，他表示：ICT 产业正在发生一场颠覆性革命，以智能终端和云计算为代表的新技术加速推动 IT 与 CT 融合，整个产业呈现出需求驱动、技术融合、产业重构三个明显特征。对运营商来说，这场 ICT 的变革既是挑战更是机遇。中国移动将顺应变革的规律和方向，积极转型，创新发展，进一步构筑智能管道、搭建开放平台、打造特色业务、展现友好界面，为客户提供更好的服务。

他还表示，为满足战略转型对基础网络的能力需求，中国移动将积极推进 GSM、TD-SCDMA、TD-LTE 和 WLAN 四网协同发展，并打造融合发展的 LTE 网络，实现 TDD 技术为全球市场服务。为此，中国移动一方面将携手系统设备、终端芯片、测试仪器仪表等上下游产业，更快地推出多模融合芯片、终端等更多成熟的产品。另一方面将依托 GTI 等国际合作平台，与全球运营商广泛合作，促进 TD-LTE 在全球市场的商用部署。目前全球范围内已有近十家运营商正式商用 TD-LTE。

目前，中国移动已开展了 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。2012 年中国移动还将在 10 个城市建设超过 2 万个基站。

奚国华表示，中国移动将使 LTE 网络发展与移动宽带业务创新结合起来，大力开展应用创新，让老百姓能够真正体验到新一代移动通信技术革新带来的利益，为用户创造价值，让生活更加美好。中国移动愿充分利用移动通信亚洲大会这个平台，与全球产业界相关人士增进相互了解，紧密合作，携手共赢，迎接 ICT 的新时代。来源：2012-6-27 每日经济新闻

[返回目录](#)

中移动进军手机支付：终端推广成最大挑战

中国移动与银联正式“联姻”进军手机支付。

6月21日，中国移动与银联达成合作框架协议，双方将在近场支付、NFC 手机支付等方面合作，在全国 50 个城市建设移动支付示范商圈。

业内普遍认为，这一合作将有望统一手机支付的标准，而移动支付也将因此迎来新的发展机遇。

此前，移动支付标准的制定工作已经持续了三年多，主要是银联和中国移动两大阵营在比赛。支付标准不统一给相关的推广工作造成了很多困惑。

但支付标准统一之外，推广手机支付的障碍仍然存在。艾瑞咨询(微博)分析师王维东在接受《投资者报》采访时指出：“推广手机支付需要改造用户的终端设备，中国消费者的付费意愿不强，改造成本如果由用户来承担，会对市场推广造成很大障碍，如果由支付企业承担，则需要很大的资金投入。”

标准和推广难题

中国移动互联网产业联盟秘书长李易曾表示，移动支付发展的瓶颈一直在于标准不统一，这导致很多应用都无法兑现，产业链上的公司也没敢放开手脚去做。

据了解，此前移动支付存在两种技术标准，分别是中国移动主导的 2.4GHZ 与银联主导的 13.56MHZ。因双方此前对于自身技术标准的坚持，移动支付国家标准的制定历时 3 年悬而未决。

“移动支付产业链漫长，牵涉到芯片设计、芯片模块封装、支付卡制造、读卡设备、应用开发、运营、银行、商家等多个环节，使用哪个标准，产业链的利益都要重新调整，对设备供应商的影响尤其大。”王维东对本报记者表示。

据悉，与银联达成合作后，中国移动未来有望统一移动支付方案至银联主导的 13.56MHz 标准，并推出 SIM 卡内置、贴片及挂件 3 套解决方案。而据媒体报道，中国银联执行副总裁柴洪峰此前也曾透露，以 13.56MHz 为基础的移动支付国家标准正在审批中，有望年内出台。

券商报告指出，13.56MHz 将成主流技术，移动支付即将进入快速普及阶段。上周，受此消息影响，移动支付板块迎来大涨。广发证券预计，未来移动支付芯片的市场容量约为 50 亿元，卡的市场容量约为 142 亿元，同时支持移动支付的金融 IC 卡将主要采用国内芯片。

但目前，该行业尚处于发展的初期。“技术水平已经走向成熟，但是用户的使用习惯和支付终端的普及，还刚开始，交易规模并不是那么大，处在用户培养和市场推广期。”上述分析人士表示。

数据显示，截至 2011 年底，中国移动支付用户数为 1.45 亿户，全年发生业务 2.47 亿笔，人均 1 年交易次数不到 2 次。尽管交易金额接近一万亿元，但平均每笔交易也就 3000 多元，分摊到漫长的产业链上，其行业利润率仍处在较低水准。

此外，根据协议，中国移动和银联双方计划在多个城市启动业务试点，并逐步建成 100 个近场支付服务商圈。此外，双方将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)互联互通等方面开展合作。

中国移动董事长奚国华表示，“对我们来说，下一步要尽快把 NFC 的功能内置到手机中，对金融开放 SIM 卡空间，把手机的一些空间拿出来，给支付领域使用”。

但这一计划，或将受限于终端改造。据了解，用户需要用手机实现中国移动的支付功能，需要使用 NFC 手机，或者改造 SIM 卡，或者链接外界设备。

“体验最好的，是干脆换机子。但不论哪种改造，都存在改造成本。而中国消费者的付费意愿不强，这会对移动支付的推广造成障碍。如果希望用户来承担这个成本，市场拓展的阻碍会比较大，如果自己承担这个成本，需要很大的资金投入。”王维东指出。

竞争趋热

据了解，移动支付主要包括移动互联网的线上支付，外界刷卡器如 POS 的支付以及终端通讯技术支付，中移动涉足的近场交易主要针对的是线下产品的交易行为。

“互联网线上支付已经具有较为庞大的体量，近场支付则仍处于起步阶段，但长远来看，线下比线上的支付市场更为庞大。”王维东认为。

易观国际预计，中国移动支付市场在未来 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。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。

基于庞大的市场前景，移动运营商、银行机构及第三方支付公司纷纷加入该领域。中国联通(微博)早在 2007 年便开始与银联合作，推出手机钱包业务，4

月成立全资子公司“联通支付有限公司”；2010年，中国电信(微博)联手中国银联推出“翼支付”；支付宝于2012年3月开启物流POS战略。

移动支付市场虽然不是完全开放的市场，但竞争也较为激烈。目前获得支付牌照的企业已经有100多家，而且还会有新的企业进入。

王维东认为，支付市场的产品大同小异，竞争将主要围绕用户需求，而非手段的新颖。“安全是最基本的需求，此外吸引用户的还有支付的便捷性、支付形式的丰富性。中国移动的优势会大一些，因为其用户群较为庞大。”

王维东也指出：“第三方支付等市场化公司在创新、对接用户需求方面会更快速，根据运营商以往的表现，在这些方面反应往往较慢。”来源：2012-7-2 投资者报

[返回目录](#)

价格战拖累中移动 2G 增长 投行审慎看待 4G 进展

导读：2G 遭遇挑战；3G 面对对手持续降门槛抢用户，无还击能力；被视为未来的 TD-LTE 产业链，走向成熟至少还有两年时间。如何缩短这一时间窗口期，对于中移动来说显得非常急迫。

价格竞争令中移动的 TD 用户发展加速，也使其 2G 用户增速回落。中移动近日公布 5 月份运营业绩：净增客户 501.1 万户至 6.77 亿户，按月跌 5.1%，连续 3 个月下跌。期内 3G 客户净增 239.2 万户至 6426.2 万户，升幅较 4 月份加快。截至 5 月底，集团总客户数户增至 6.77 亿户。

“语音”恶战

中移动 3G 用户增长加速，而总用户数增幅却不增反减，究其原因，主要是 2G 市场竞争愈演愈烈，尤其在语音业务市场更是硝烟弥漫，致使中移动 2G 发展动力放缓。比如，联通在全国多地推行的“随意打”业务就让中国移动(微博)颇为头痛，以广西为例，联通推出的“包打王”套餐，3 元/月的资费套餐便可在指定区域拨打全广西境内联通手机用户，5 元/月的资费套餐可以在同一区号范围内拨打全广西境内联通手机用户，10 元/月的资费套餐则可以在广西境内拨打和接听全广西境内联通手机用户，免费拨打时长限 3000 分钟以内。

“随意打”业务的杀伤力甚至引起了中移动高层的高度关注。中国移动董事长奚国华在接受媒体采访时称，中国移动完全有能力打赢此类价格战。工信部出台关于禁止“网内网外差别定价”的规定是在 2004 年，当时中国移动利用规模与利润优势意图通过“价格战”一举把联通“扼杀在摇篮中”，当时的监管部门

从加强市场竞争、防止恶性竞争的角度出台了相关政策，没想到时隔 8 年中国联通(微博)反过来推出“随意打”，实施了“网内网外差别定价”竞争。

中国移动市场部总经理高念书认为，中国移动将采取“充分了解客户需求、不全面跟进、有差异化竞争”策略应对联通“随意打”。中国移动认为用户不光需要便宜资费，还需要良好的网络覆盖与体验。中国移动 2G 语音用户规模庞大，集团不主张全面跟进，但在联通竞争比较激烈的区域可以出台相关措施。事实上，中国移动也在浙江温州和河南新乡等地开通了“随意打”套餐。

“数据”决胜

如今，中国电信(微博)运营商携着亿万用户走进了移动互联网时代，爆炸式增长的互联网数据业务成为最显著的时代特征，也是运营商竞争的制高点。显然，中移动对此了然于胸，并做出了一系列战略选择。

第一，开放预装渠道，谋求数据业务产业链合作。近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、新浪微博和搜狐输入法达成战略合作，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。产业链深度合作对数据业务的意义已有先例证明，早在 2010 年底，UC 优视就与中国电信进行定制浏览器合作，发布了“天翼 UC”。此后，新浪、腾讯等多家领先的互联网公司也相继与中国电信展开合作。数据表明，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%。

第二，考核新规剑指产业链合作可能引发的用户投诉。据报道，中移动即将对产品基地实施新的考核方案，从考核收入改为考核用户投诉率，将每月每一万用户投诉率的百分比作为各基地的 KPI 指标。对一个看重市场回报的市场化企业而言，如此改动看似难以理解，实则是对数据业务市场环境的一种预判和防范。互联网数据业务市场的重要特点是涉及多家合作主体，很可能存在乱收费或者错计费现象。这方面，移动梦网就是前车之鉴。因此，控制用户投诉率是数据业务运营的重中之重。

第三，四网协同共促流量经营。流量经营是移动互联网经营的核心，而畅通无阻的网络是流量经营的先决条件。因此，中国移动提出了 2G/3G/4G/WLAN 四网协同的概念，并对 TD-LTE 寄予厚望。

4G 窗口

相对于中国电信和联通的 3G 制式，中国移动的 TD 似乎显得“不够争气”。摩根大通的一份分析报告将中国移动视为电信市场价格战的最大受害者，其依据之一，即中国移动不太可能牺牲利润跟进降价举措，同时其 3G 亦没有相应的还击能力。的确，受制于技术制式及产业链，中移动在 3G 发展势头上逊于中国电

信和联通，尤其是明星终端的缺失，使得越来越多的高端用户投向竞争对手的怀抱。瑞银发布的调查数据显示，当前已经有 5%-10% 的中国移动全球通用户签约联通 3G 服务。

TD-LTE 寄托了中移动太多的希望和梦想。奚国华日前透露，中移动计划在 2012 年下半年到 2013 年促使 TD-LTE 智能手机逐步商用并规模发展。按照计划，中国移动 2012 年将在上海、南京等 10 个城市建设超过 2 万个 TD-LTE 基站，到 2013 年使 TD-LTE 基站规模超过 20 万个，到 2014 年联合 GTI 运营商推动全球 TD-LTE 基站超过 50 万个。

然而，奚国华也承认，TD-LTE 离真正成熟可能还得两年时间，“在这两年中，中国移动用什么武器去打市场？毫无疑问，数据业务目前在爆炸式地增长，中国移动的 2G 网不是干数据的，是干语音的。你让 2G 网络去干数据业务的事，是勉为其难。”

显然，如何缩短这一时间窗口期，对于中国移动显得尤为急迫。目前中国移动已计划对 TD-LTE 芯片投入专项资金以破解瓶颈，但摩根大通认为，中国移动将要为 4G 支付庞大的全国性资本开支，而随着未来竞争对手陆续加入 4G 市场，预计将进一步摊薄该业务的回报率。据此，该投行对中国移动 4G 的中长期回报仍持审慎看法。来源：2012-6-27 通信信息报

[返回目录](#)

中国移动开始摸底 TD 六期建设区域 短期内不会启动

对于中国移动(微博)何时启动 TD-SCDMA 六期工程，知情人士透露，由于 TD 五期工程还未结束，TC 六期工程短期内不会启动招标，预计要至少到三季度招标，2012 年年底或 2013 年年初才会开始启动建设。

之前，中国移动董事长奚国华表示，真正 TD-LTE 的成熟，可能还要两年左右的时间。在这两年中，中国移动还需要用 TD-SCDMA 去打市场。

据悉，中国移动的目标是到 2012 年年底为止，在重点地区打造一个完善的 TD-SCDMA 网络，这其中所谓重点地区就是有需求、竞争比较激烈的地区。

根据中国移动发布的 2011 年可持续发展报告披露，2011 年，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%，目前建设有 28 万个基站。

据悉，中国移动已要求各省公司规划 TD 六期建设需求，预计 TD 六期的建设规模将远大于 TD 五期，但具体建设还未时尚早。来源：2012-7-3 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国电信】

飞信向联通电信仅为有限通畅

“使用飞信不再受限，联通、电信手机号可以注册飞信了。”对于最新版本的飞信，中国移动(微博)如是宣传。不过，记者体验发现，飞信对于网内网外的用户依然“内外有别”。

目前，联通、电信用户使用飞信每月只能免费向移动好友发送 50 条短信，移动用户用飞信给联通和电信用户发短信则按标准收费，非移动用户之间不能用飞信发送短信。而记者以一个移动手机号登录飞信，准备给一个联通好友发送短信时，对话框提醒：发送短信收费，每条同本地短信资费。

依靠中移动庞大的用户群，飞信推出仅一年时间，用户数就超越 MSN，成为仅次于腾讯 QQ 的第二大即时通讯工具。目前，国内移动互联网快速发展，微信、米聊等新型即时通讯工具增势迅猛。业内专家指出，此次飞信的开放注册可以算是传统电信运营商对这些新型即时通讯工具的一次反击，但飞信毕竟是由中国移动开发的，“内外有别”也可以理解。来源：2012-7-2 北京日报

[返回目录](#)

中国电信正式发布“天翼领航”品牌

2012 年 6 月 28 日，中国电信(微博)在义乌发布“天翼领航”品牌。“天翼领航”以满足中小企业多样化信息需求为宗旨，在义乌这片中小商贸企业云集的热土上，正式发布！工业和信息化部副巡视员谢渡婴、浙江省中小企业局副局长高建明、浙江省通信管理局副局长徐建华、浙江省经信委副巡视员林华、金华市副市长兼义乌市市长何美华、中国电信集团公司政企客户部总经理韩臻聪等领导以及义乌当地中小企业客户代表参加了发布会。

中国电信正式发布“天翼领航”品牌

“天翼领航”品牌是中国电信“商务领航”品牌的延续和提升，是中国电信在商业主品牌“天翼”引领下，面向企业客户推出的客户品牌，也是中国电信继面向年轻个人用户推出“天翼飞 Young”、面向家庭用户推出“天翼 e 家”后，第三次推出客户品牌。

中国电信正式发布“天翼领航”品牌

秉承“天翼”分享无限的品牌理念，“天翼领航”以“分享无限价值”为品牌核心内涵。天翼领航不仅涵盖手机、宽带、固定电话这样的基础通信产品，还包括旺铺助手、外勤助手、网络发票、翼机通、翼校通、全球眼、天翼对讲、协同通信、综合办公、总机服务等丰富的信息化产品。这些产品，将在统一的套餐框架下，组合形成针对性的套餐，满足不同类型企业的信息化需求。

除了核心的产品和套餐外，终端的发展和服务的完善，也是“天翼领航”品牌的魅力所在。在终端上，中国电信与各大实力品牌终端厂商强强合作，推出既具备品牌内涵又能支撑各项应用业务的上百款靓机，既有 iPhone、诺基亚、三星(微博)、摩托罗拉的高端机型，又有 HTC、小米这样的中端潮流机型，同时也不乏华为(微博)、联想等国产品牌，可以充分满足不同层次企业用户的多种需求。在服务支撑上，随着电子服务渠道的不断完善，“天翼领航”将推出以客服热线 10000-9、网上营业厅、在线客服为主的电子服务模式，提升服务效率。在传统营业厅，则以业务体验的形式，增进客户对产品的了解。值得关注的是，位于义乌国际商贸城的全国首家天翼领航体验厅也于发布会当天开张。

在我国，中小企业占全国企业总数的 99% 以上，提供了全国近 80% 的城镇就业岗位，中小企业在我国经济社会发展中发挥着重要作用。义乌作为目前全球最大的小商品集散中心。改革开放以来，义乌坚持和深化“兴商建市”的发展战略，以培育、发展、提升市场为核心，大力推进工业化、国际化和城乡一体化，走出了一条富有自身特色的区域发展之路，成为我国中小企业最发达的地区之一。信息化是中小企业增强竞争力、实现进一步发展的重要途径，中小企业信息化建设及其应用水平的提升已经成为关系我国“调结构、转方式”战略的重大课题。而对于企业来说，在激烈的商业竞争和快速成长的经济环境中，也希望通过更具创新性，更便捷的技术化手段增强企业竞争力，实现市场蓝海的不断拓展和企业自身的快速发展。与此同时，中小企业又具有行业分布广、IT 需求多样、决策周期短等特点，面对市场上众多的软件和应用解决方案，企业没有精力和能力去逐一挑选，在信息化商品面前无所适从。

中国电信作为我国特大型国有通信企业，最大的基础网络运营商。“十二五”期间，中国电信提出了向“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”转型的战略。同时，抓住国家实施“十二五”规划和中小企业信息化由“外力牵引”向“内需驱动”转变的契机，针对中小企业信息化的需求，中国电信依托品牌、服务、网络、渠道和客户资源优势，有效整合行业应用合作伙伴资源，完善了针对中小企业的一揽子信息化应用解决方案。

通过产品、套餐、终端和服务四位一体的，“天翼领航”为中小企业提供了一整套专业性、针对性、灵活性兼具的行业信息化解决方案，极大地降低中小企业使用信息化产品的消费门槛，而且能够为中小企业消除技术壁垒和投资风险。

可以说，凭借中国电信天地一体化的优质网络、丰富的 3G 终端、卓越的系统集成能力、信息化解决方案、便全方位便捷的服务，天翼领航将有效解决企业在生产、销售、服务、管理等各个层面的信息化问题，全面支持企业客户提升信息化水平、降低成本、提高效率、增加商业机会、创新产品、改善客户服务、防范经营风险、促进业务增长，与企业共享蓝海价值。来源：2012-6-28 中关村在线微博

[返回目录](#)

中国电信：中国与国际间综合信息枢纽

香港回归祖国十五周年的大喜日子即将来临，普天同庆，中国电信国际有限公司在落实“一国两制”、“港人治港”以及继续保持香港繁荣稳定作了不懈的努力，成绩斐然，深受全港市民和各界的赞许。中国电信国际有限公司是中国电信海外运营中心，是亚太地区、美洲地区、欧洲地区等和中国内地之间的综合信息枢纽。中国电信国际有限公司依托中国电信全球的网络资源及服务平台，为走向海外的中国企业以及全球跨境中国的企业提供连接中国的一站式解决方案，并提供定制化的产品与服务。 ■ 香港文汇报记者

中国电信的陆地光缆系统达 20 个，拥有容量的国际海缆多达 40 多条，与全球 24 个国家和地区的 42 个运营商开展了资源合作，组网延伸至全球，满足客户组网需求，提供包括 IPLC、IEPL、MPLS、VPN 及相应的增值业务，根据客户全球业务发展需要，为客户提供相应的网络应用。

与全球 110 家运营商建立合作管道

中国电信的 Chinanet 拥有全球最大的中文因特网资源，为客户提供专业的信息、通信服务；拥有中国一号通、跨境视讯、会议通等通信信息产品，帮助客户便捷实现跨境通信；拥有全球的网络，全球的 IDC 能够为客户的数据存储、后台运行、前端服务支持以及 IT 系统集成提供全方位的服务，并能够帮助客户实现最新技术的应用。

中国电信在世界部分地区设立了分支机构，并且与全球 110 家主要运营商都建立了良好的合作管道，同亚太区、美洲区、欧洲区等主要一类运营商均建立了良好的合作关系，是中资企业走出去的重要保障，海外企业进入中国的桥梁。

逆流而上 开拓创新

中国电信在香港设立公司以后，跟香港同胞一同经历过全球经济低迷影响，面对国际电信市场的竞争日趋激烈，价格持续走低，业务发展压力较大，但在香港同胞的支持下，海外战线全体员工的共同努力下，海外业务仍继续保持了较快增长，海外公司业务收入增长接近 30%。其中，在海外市场传统核心业务如国际数据业务等继续快速增长的同时，以 ICT 和 IDC 等新业务为主的海外综合信息服务应用业务增长迅猛，增长率达 90%，市场前景广阔。

与此同时，中国电信积极支持中资企业“走出去”战略，开拓跨国企业客户市场，重点发展因特网转接与频宽型业务，积极培育增值类业务，保持海外业务收入高速增长的同时服务水平不断提高。通过绿色通道支撑重大全球组网项目，服务中石油、中石化、新华社、央视、华为(微博)、工行等“走出去”的重要客户效果显著。

在回归后的近几年来，地处香港的中国电信(香港)国际有限公司也延续“走出去”的拓展战略，以其地理优势，联系国内各大中资企业，互相扶持，开拓业务，不但走向香港，也向亚太以及国际等地“走出去”。

2011 年 2 月 16 日，中国电信(香港)国际有限公司召开 2011 年运营商年会，亚太范围内众多运营商合作伙伴、130 多位业界朋友前来参加。来源：2012-7-1 东方网-文汇报

[返回目录](#)

消息称中国电信 2013 年将进军法国市场

中国电信(微博)在成功进入英国市场后，将于 2013 年进军法国移动通讯市场，并将在 2014 年继续进军德国、意大利和西班牙市场。

2012 年 1 月份，中国电信与英国运营商 Everything Everywhere 签署合作协议，在英国推出移动虚拟网络运营服务(MVNO)。目标客户包括在英国居住、留学、旅游或经商的华人，其服务内容包括日常通信、信息查询、娱乐休闲等，以满足华人在中英两地沟通的需求。来源：2012-6-29 新浪科技微博

[返回目录](#)

低端不低质 电信不足千元智能机引领双赢

5.17 世界电信日照例又是运营商大展拳脚宣传自己的时候，在资费价格战已经趋于平缓相差不大的情况下，2012 年的竞争方向主要表现在终端市场。

纵观移动通信运营商前期推出的低价手机，基本为国内二三线厂商生产的非智能机型，在应用方面有很大局限性。而 3G 移动网络业务如今已经成为运营商主要的业务增长点，在网络应用方面智能手机更具优势，所以竞争主要还是在智能机型上。

中国电信(微博)自 3 月初引入 iPhone 之后，又陆续与小米科技(微博)推出电信版小米手机，与诺基亚联手推出 Lumia800C WP7 手机，在中高端智能机市场站稳了脚跟。据最新财报数据显示，2011 年中国电信的营收达到 679.29 亿元，比上年同期分别增长 15.7%，高速增长的利润，也为合约机的贴补提供了坚实基础。

不过根据有关数据分析，市场受众对智能手机价格接受程度依然是在千元左右，尤其二三线城市，对低价智能机的需求更为迫切，所以“千元智能机”被各运营商热炒也在情理之中。而中国电信在 5.17 电信日前推出的 990 元智能机显然更具竞争力，在力推的包括联想 A790e、华为(微博)C8812、酷派 5860+在内的 5 款机型中，全部为 1G 主频 4 寸大屏配置，可以流畅运行基于 Android 的程序，为用户带来更好的操控和视觉体验。

电信“990 元智能机”的推出，对于用户来说有了更多和更好的选择，对于市场来说大屏幕高主频的低价机型，在引领市场主流转变的同时，也是一种助推剂，将刺激市场并催生出更好的换代产品。而最后的结果必然是双赢的局面，用户可以用同样的价格购买配置更高的手机，而电信则可以赢得更多用户和营业额的大幅增长，这应该也是中国电信布局“990 元智能机”的初衷和目标吧。

而中国电信低端不低质的方针，更易于在市场中立足并扩大应用人群，高配置低价手机配合高速的 3G 网络支持，和对“飞 Young”品牌的强力推行，在移动互联网当道的今天，势必会有所作为。来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国移动将推彩云客户端 可实现文件秒传

据知情人士透露，中国移动将于下月面向个人用户推出“彩云”客户端，预计将在第三季度内实现文件的秒传功能。

目前，客户端手机侧上，中国移动已经完成了 Android、iPhone 等版本基本功能的开发工作。在 PC 客户端上，已实现内容的上传、下载、浏览等基本功能。

据了解，飞信、139 邮箱、移动微博、i 联系、商务助手、139Pushmail、飞聊正在接入彩云平台，其中，飞信的聊天记录和 139 邮箱的邮件附件数据已经存

储到彩云平台。上述人士表示，“彩云 2012 年将完成与互联网基地相关业务的融合。”

目前，中国移动正在展开彩云客户端的内测工作。

此前，在 2011 年中国移动全球开发者大会上，中国移动相关人士表示，彩云承载着中国移动以设备为中心提供通信服务向以用户为中心，提供信息服务转变的重要使命，彩云可以为用户提供终端、平台、业务限制的公共云服务。

据悉，彩云是飞信+的一部分，飞信+作为中国移动互联网开放战略的重要组成部分，包括飞聊、社区、彩云、飞信开放平台四个部分。其中，彩云是安全、便捷、高效的个人云端生活数字中心，帮助用户存储个人信息资产，通过云端进行手机、PC 等多终端内容的同步和管理，并在此基础上提供丰富的云端应用，具备了智慧、通信、安全和开放四大特点。

中国移动相关人士认为，“彩云”+“智能管道”等于无限通信，“未来通信服务必将围绕用户，而不是某一个设备来开展。以前，用户困扰于账号分割，缺乏全量的信息资产，彩云的出現将使终端和业务的差异不再成为信息分享的障碍”。另一方面，运营商有着强大智能管道的能力，可以提供差异化的接入和应用，包括手机远程管理、手机找回、虚拟手机、云端通讯录等特色服务，“即使手机不在旁边也可以找到身边的朋友，一样可以打电话、发短信，对自己的手机进行远程的管理和操作。”

用户使用云服务最大的顾虑就是对信息安全的担忧，而中国移动一直以来把保护用户的信息和隐私安全放在了战略高度，彩云通过六大措施保护用户个人信息安全，消除使用云服务的顾虑。“我们可以通过运营商登陆短信提醒服务，也可以让用户对自己的关键信息进行二次加密，同时在平台层面设置了电信级的安全解决方案，彩云已经支持完全的异地容灾备份的能力，我们希望为客户提供的是一朵放心的云。”

在 2012 年亚洲移动通信博览会上，通信世界网获悉，中国移动推出了彩云通讯录 V0.6 版，实现了联系人管理功能，具备了手机客户端、WEB 端、WAP 端的联系人数据的备份管理服务。值得注意的是，彩云通讯录除了提供备份恢复通讯录等常规功能之外，还实现了智能联系人搜索、合并重复联系人，支持全字段联系人数据同步等功能。来源：2012-7-3 通信世界网微博

[返回目录](#)

中国电信旗下天翼视讯完成首轮私募 3.8 亿元

中国电信(微博)旗下的天翼视讯传媒有限公司(以下简称视讯公司)在 6 月份完成首轮增资私募工作。此次私募,视讯公司估值达 19 亿元,出让比例为 20%,融资总额为 3.8 亿,投资方一共有 4 家,除已经披露的招商中国基金,另外 3 家既有外资,也有民营背景。

据知情人士表示,除视讯公司之外,位于江苏的中国电信游戏基地估计也将成为视讯公司之后,中国电信八大基地中第二家引入外部投资方,八大基地或将陆续独立运营。

视讯公司总经理康剑表示,外部投资方将派人加入视讯公司的董事会。同时在董事会的领导下,视讯公司将在首轮私募的基础上,继续进行加快市场化运作,在商业模式和运营管理等方面进行创新。

分析人士表示,视讯公司引入外部投资之后,意味着将与电信“母体”相对独立,视讯公司已经拥有独立的财务权、人事权。组织架构、考核目标、风险承担等都将发生实质性的变化。而据记者了解,目前视讯公司 300 多名员工无论原来是电信编制,还是外部招聘,目前全部与视讯公司签约,人事关系与电信脱钩。

据悉,2012 年,视讯公司的业务收入将超过 4 亿。康剑讲:与传统的互联网视频企业的用户免费收看,靠广告盈利的模式不同,视讯公司 2009 年 11 月成立时就明确要采用点播收费的运营模式。

业内人士认为,传统的互联网视频企业的“免费内容+广告”的模式,内容提供方只能被动卖出内容,无法参与到经营过程中,并不利于产业链整体的健康发展。而视讯公司点播收费的运营模式,是与内容合作伙伴进行分成,更有利于形成合作共赢的关系。

目前视讯公司的用户总数达 5800 万,付费用户超过 1 千万,日均流量已经超 5T。康剑认为已经形成了一个良好的循环,“上游合作伙伴肯定了视讯公司的发展,就愿意把更多好的内容提供给他们,用户体验自然也就越好。”

目前,视讯公司能提供的内容涵盖新闻、电影、电视剧、综艺、娱乐、纪实、游戏、原创等热门领域,还聚集了近百家卫视直播频道和数家国内知名网络视频合作方内容,覆盖了国内近 80% 的视频内容。

据记者了解,视讯公司将在现有与中国电信收费协同的基础上,引入银联、支付宝(微博)等第三方支付,让用户有更多的支付方式选择。同时还将进一步探索独特的商业模式,与合作伙伴共同将视频产业做得更大,更加健康和有序。来源:2012-7-2 IT 时报微博

[返回目录](#)

【中国联通】

联通将在广东率先升级 3G 网至 42Mbps

知情人士透露，广东联通将于 7 月在部分城市升级其 3G 网络至 42Mbps，将比现有普遍使用的 7.2Mbps 网络快近 6 倍，也将是当前国内最快速率的 3G 商用网络。

据悉，广东联通计划在广州、深圳两地市开通 HSPA+64QAM 双载波，峰值网速高达 42Mbps，本次提速后，广州和深圳将成为国内首批商用的 42Mbps 网络。

此前，广东联通已于 2011 年 5 月 17 日在珠三角广州、深圳、东莞、佛山、中山、珠海六地市的核心区域升级到 HSPA+64QAM，网速可达 21Mbps，开通站点数全国最多，这也使得广东联通 3G 用户数发展迅猛。据透露，正式商用短短 2 年半时间，广东联通在网 3G 用户和 50M 以上流量移动用户，已经达到了 1100 万，且这些用户均为 3G 上网用户，而不仅仅是使用 3G 终端的用户。

从 2009 年至今，广东联通 3G 投资累计超过 150 亿元，建成全国最大的 WCDMA 省级网络，建设 WCDMA 基站数达到 38000 个，能满足 1100 万 3G 用户同时上网。

42Mbps 是什么概念？据悉，下载一个 1G 的大文件仅用了不到 5 分钟；用观看蓝光版电影《春娇与志明》一点即播，还可随意拖动，完全不需要缓冲；和 QQ 好友视频聊天清晰、流畅。2013 年速度提升到 84Mbps 之后，下载 2GB 高清电影将只需 3 分钟。来源：2012-6-29 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通西北基地开建：10 年投资 123 亿元

中国联通(微博)于 7 月 1 日举行了其西北基地的开工仪式，该基地将用 10 年左右时间，投资约 123 亿元人民币(不含主设备投资)来建设，联通预计该基地完成后将极大地推动中国联通的云计算产业发展。

该基地位于内蒙呼和浩特市新城区鸿盛工业园区，是集云计算中心、IDC 数据中心、EDC 数据中心、客服呼叫中心和通信枢纽为一体的超大型项目。

据悉，联通西北基地总建筑规模约 59.8 万平方米，其中地上 57.4 万平方米，地下 2.4 万平方米。园区采取统一规划、分区分期的建设方式。中国联通将用 10 年左右时间，投资约 123 亿(不含主设备投资)元人民币完成该项目的建设。

目前，三大运营商都扎堆内蒙呼和浩特市建设云基地。2012年5月，中国电信(微博)也启动了其云计算内蒙古信息园区建设项目，分近期(2012年~2013年)和远期(2014年~2016年)两个阶段实施。即将开工的1.1期项目投资25.5亿元。中国移动(微博)也在内蒙建设了呼和浩特数据中心。来源：2012-7-2 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通与亚太 11 家运营商共建直达海底光缆

中国联通(微博)将联合亚太地区 11 家电信运营商，共同建设一条亚太直达海底光缆，全长约 10369 公里，投资 5.6 亿美元，6 月 30 日开工建设。

此次亚太直达海底光缆(Asia Pacific Gateway，简称 APG)项目包含了中国内地、中国香港、中国台湾、韩国、日本、越南、新加坡、马来西亚和美国的运营商共计 11 家，由中国联通承担项目组主席，总承包商为日本 NEC，总投资约 5.6 亿美元，预期 2014 年第二季度建成投产。

海缆系统全长约 10369 公里，设计容量超过 30Tbit/s。连接中国内地、中国台湾、中国香港，以及韩国、日本、越南、马来西亚和新加坡等国家和地区；

值得注意的是，海缆路由避开了台湾海底地震带的影响，将为中国联通现有的多条海缆系统提供保护备份，提高国际网络安全。来源：2012-6-29 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国联通低利润下派息：净利 42 亿元分红 1/6

根据中国联通(微博)A 股上市公司的公告，其 2011 年度利润分配方案为：每 10 股派 0.335 元含税，共计派息 7.1 亿元，比 2010 年派息 5.51 亿元多 20% 以上。

联通 2011 年净利润 42.3 亿元，相较 2010 年的 37 亿元增长了 14%。根据公告，按联通 2011 年 12 月 31 日总股本 211.97 亿股计，每 10 股派发现金股息 0.335 元(含税)，共计 7.1 亿元。

更早一年的 2010 年联通派息情况是，每 10 股派发现金股息 0.26 元(含税)，共计 5.51 亿元，该年净利润为 38 亿多元。

通信行业上市公司派息分红情况不一。展讯通信下月进行季度现金派息 总额 460 万美元。烽火通信则是每 10 股派发现金红利 2.2 元(含税)，共派发现金 9731 万元。

不过，大唐电信则是另一方面的典型。大唐电信经常提出股市融资方案，但查阅大唐电信的历史分红扩股的相关资料，该公司至 2012 年连续 10 年以上未向股东分红转股了。来源：2012-7-2 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通秘密定制顶级商务手机 引发多个厂商争夺

知情人士透露，在 iPhone 4S 逐渐普及之际，为满足更高端用户的需求，中国联通(微博)已秘密制定计划，将于下半年打造一款顶级商务手机，将比 iPhone 4S 档次还高得多，由于该款商务手机的定制计划将给手机厂商带来品牌和利润方面的获益，目前已引发多个著名品牌手机厂商争夺定制权。

联通秘密定制纯高端商务手机

自进入 3G 时代以来，中国联通对高端用户一直非常重视，并且依靠 iPhone 4S 吸引了大批中高端用户，目前联通 WCDMA 制式高端手机较多，售价在 2500 元至 5000 元之间的手机比比皆是。然而，中国联通此次计划定制的高端手机显然远远高于以上档次。

知情人士透露，根据中国联通向厂商提出的定制机会，中国联通针对这款手机将采用不同寻常的操盘手法，希望其在外观和价格上都将与现有的高端手机明显拉开差距，力求为高端商务人士打造一款体现拥有者专属、尊贵身份的 3G 高端智能手机。

据悉，联通制定这一计划主要是因为：国内手机市场拥有一定数量的高端用户群，而在这类人群当中，有部分用户不仅是高收入人群，也同时是有品位的政商人士，iPhone 4S 普及后已难满足这部分高端人群的个性化需求，而奢侈手机品牌 Vertu 太抢眼，并不适合中国市场。因此，中国联通相信，专门为纯高端用户打造外观尊贵、性能优良的 3G 手机，既可满足高端人群的实际需求，也能在一定程度上提升中国联通品牌效应，便于其吸引高端用户。

多个著名手机厂商争夺定制权

据悉，中国联通已与多家手机制造厂商接洽，除苹果从不单独为一家运营商定制手机外，几家全球著名品牌手机厂商均有兴趣。

知情人士透露了中国联通的具体定制要求，具体为：“首先在产品性能上，联通要求使用顶级材质，外观要彰显拥有者的尊贵身份；在操作系统方面，要求

使用最主流的版本；内置应用程序要匹配高端用户使用习惯；更重要的是在品牌上，联通希望合作伙伴具有相应的号召力，即顶级手机的制造商的品牌知名度要高，产品要具备收藏价值”。

然而，尽管联通的定制要求近乎苛刻，但国内外许多手机厂商都非常希望夺得这一项目，拥有这一顶级手机的定制权就意味着可获得很高的品牌效益，另外，预计这款手机售价不菲，也能给手机厂商带来很大的经济效益，比目前多数厂商在千元机上苦苦挣扎要好太多了。来源：2012-7-2 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通与版署合推“沃阅读”：合作伙伴超 200 家

中国联通(微博)与新闻出版总署今日签定协议，双方将联手推进中国联通沃阅读运营中心的发展，新闻出版企业将在内容上支持联通沃阅读平台，同时，联通透露，2011 年中国联通沃阅读用户年访问量近 40 亿次。

新闻出版总署署长柳斌杰、中国联通集团公司董事长常小兵代表双方单位在京签署了《推进数字出版产业发展战略合作备忘录》。

根据双方签署的协议，新闻出版总署将支持中国联通为国内新闻出版企业提供网络技术和数字产品运营服务，参与数字出版业务相关经营活动，并依法取得开展数字出版物网络传播业务的资质。同时，新闻出版总署支持新闻出版企业与中国联通建立战略合作关系，支持中国联通沃阅读运营中心开展数字阅读平台的建设和运营，倡导新闻出版企业成为中国联通沃阅读运营中心的全面合作伙伴，支持作品在中国联通沃阅读平台的首发。

中国联通集团公司总经理陆益民在致辞中透露，2011 年中国联通沃阅读用户年访问量近 40 亿次，用户量保持快速增长，合作伙伴不断增加，目前已与国内 200 多家出版集团和内容合作商签署了合作协议，引入了图书资源 15 万余册。来源：2012-7-2 新浪科技微博

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴手机体验店只玩不卖

中兴通讯(微博)在渠道上也开始新探索。该公司手机产品体系副总经理阚玉伦(微博)表示,中兴将尝试施行“实体渠道体验+网络渠道销售”模式。该公司将搭建用户体验中心,计划在2012年底到2013年投入使用。体验中心与苹果店的模式不同,是一个玩手机的地方,不承担销售功能,用户不仅可以试玩最新的机型,甚至还可以参与手机的设计与创新。据了解,中兴第一款4G(TD-LTE)商用智能机有望在2012年年底推向市场。来源:2012-6-27 北京晨报

[返回目录](#)

中兴 HTC 等再遭美“337 调查”

继对全球45家公司发起“337调查”后,昨日,美国国际贸易委员会又对中国内地及台湾多家企业生产的电子成像设备发起“337调查”,以确定是否存在专利侵权行为。

此次调查主要针对的产品是具有成像功能的手机和平板电脑等设备,共涉及中兴通讯(微博)、宏达电等8家企业。该调查源于美国闪点技术公司于2012年5月向美国国际贸易委员会提出申诉,指控美国进口及在美国市场销售的上述涉案产品侵犯了该公司专利,要求启动“337调查”,并发布排除令和禁止进口令。

根据有关程序,美国国际贸易委员会在启动“337调查”后,该机构必须在45日内确定终裁的目标时间,并尽快完成调查,通常案件需要在一年内做出裁决。如果涉案企业被裁定违反了第337条款,美国国际贸易委员会将发布相关产品的排除令和禁止进口令,这意味着涉案产品将彻底丧失进入美国市场的资格。

多年来,“337条款”被美国公司作为一种武器,来应对其知识产权遭侵犯或者外国竞争者以其他形式的不公平竞争行为。不过,这遭到诸多国家的指责,认为“337条款”违反关贸总协定和世界贸易组织的国民待遇原则,是一种不合理的知识产权保护法案,其实质是一种具有单边制裁性质的贸易保护主义行为。

随着近年来中国产品竞争力在世界上的提高,美国企业频频利用知识产权壁垒对中国产品设障,针对中国企业多次发起“双反”调查和“337调查”。

对于此次调查，通信世界网总编辑刘启诚认为，这是美国为了保护其本土企业的市场份额不流失于外来企业的做法。在通讯设备领域，中兴、华为(微博)近年来在美国以及其他海外市场份额迅速扩大，中兴更是唯一一家跻身全球五大手机厂商行列的中国厂商，对美国厂商造成了巨大的压迫感，因此采用了这种具有单边制裁性质的行为。来源：2012-6-27 北京商报微博

[返回目录](#)

中兴通讯计划年底推 TD-LTE 手机

在上周举行的 2012 亚洲移动通信博览会上，中兴通讯(微博)手机产品体系副总经理兼首席技术官阚玉伦(微博)以及手机市场营销部总经理吕钱浩接受中国通信网等媒体采访，分享了中兴手机业务截至 2012 年一季度取得的一系列成绩，以及下半年即将推出的新产品和新计划。

成绩单：低中高全面布局

中兴此前发布的智能终端转型战略，以用户体验为中心，分精品、明星和服务三大战略。其中包括精品手机在同样价位段属于第一阵营，明星产品出货量要超过五百万部，售前、售中及售后服务组成整体的服务战略。

截至 2012 年第一季度，中兴通讯千元智能机型 Blade 全球出货量突破一千万部，吕钱浩称，这是中国大陆首家智能机出货量超千万的，也是全球千元智能手机第一款出货量超千万的，同时 Blade 也跻身全球客户最受欢迎的智能手机前五名。

中兴中端机型 Skate 全球出货量超过五百万部。在千元智能机、中端智能手机取得良好成绩的同时，中兴也吹响了向高端智能机进军的号角，其高端旗舰产品 Grand“智观”系列手机中的 Grand U970 已于 5 月在国内率先上市销售，吕钱浩透露，中兴手机部门近期刚刚与欧美的几位顶级设计师签署了合约，他们将参与中兴高端产品的设计。

至此，中兴针对千元、中端和高端智能手机的“三步走”布局全面形成。据吕钱浩介绍，2011 年中兴智能手机出货量为 1580 万部，在其终端收入中占比不到 20%；而 2012 年第一季度，中兴智能手机销售收入占整体营收的比例提高至 30%以上，智能手机已经成为中兴的战略产品。

新产品：全系列产品覆盖

据阚玉伦介绍，中兴首款 Windows Phone 8 智能手机发布时间和微软(微博)的平台发布时间点有关，预计将于 2013 年第二季度上市。

LTE 终端方面，中兴计划 2012 年发布十多款 LTE 终端，截至目前，中兴 LTE 产品覆盖上网卡、CPE、MiFi、ZiFi、平板、手机全系列，由于全球 LTE 用户量最大、增长最快的是美国，因此中兴的 LTE 产品首先上市的也是北美市场。

在 TD-LTE 终端方面，阚玉伦称，中兴 TD-LTE 智能手机计划于 2012 年年底推出，将采用 4.5 英寸屏幕，多核处理器，安卓 4.0 版本，分辨率为 1080P，支持 LTE FDD、TD-LTE、TD-SCDMA、GSM、WCDMA 六种模式。

吕钱浩还透露，中兴开发了一种可以把手机互碰交换数据的技术“一触即发”，举个例子，把支持 NFC 或 WiFi 的两部智能手机轻轻一碰，就可以把双方的电子名片交换过去了，目前中兴正在就此技术申请专利。

新计划：用户体验与创新中心

据吕钱浩介绍，中兴的在渠道方面实行“海陆空”三大策略：海指的是通过运营商渠道保证总体销量，实现对成本的控制和优化，同时满足运营商的需求；陆指的是通过授权的实体销售店，保障用户的售前体验、售中购买和售后服务；空指的是网上电子渠道的建设，即中兴的电商合作伙伴，推进用户对中兴产品的认知。

为了加强用户对中兴产品的使用体验，中兴计划 2012 年底到 2013 年的第三季度，建设用户体验与创新中心，首先选择在中国大陆、北美、欧洲等主要市场部署，目前中兴正在与合作伙伴洽谈店址选择和配合等一系列细节问题。

中兴的用户体验与创新中心主要满足用户的体验需求，培养潜在用户，不接受购买下单业务，鼓励用户提出自己的设计建议，甚至参与一部分设计一切，数量达到要求可以提供定制服务。来源：2012-6-27 中国通信网

[返回目录](#)

中兴发力 应用软件商店持续火热

目前在安卓平台的手机上，由于系统的开放性和语言问题，在国内用户普遍使用的是第三方应用商店。但随着越来越多手机厂商在应用软件商店上的发力，其拥有得天独厚的优势，势必会异军突起，第三方应用商店日子会越来越难过。

诸如中兴这类国内领先的手机厂商，其品牌具有巨大的认知度和信任度，其所提供的应用软件商店用户使用起来更放心。相比之下，安卓第三方应用商店起步较早，但由于技术、资金、人力等方面的限制，对所有的 app 没有办法进行严格测试，以至于不少恶性吸费、暗扣、低俗等内容登上这些第三方应用商店，造成用户的利益受损。这样的事情屡有发生，第三方应用商店日后的路子就越来越

窄。包括“中兴汇天地”在内的手机品牌官方应用软件商店，基于用户的利益出发，对所有的 app 会组织软件专家和真机测试，保证用户安全放心的使用。

过去一些手机厂商也推出了应用软件商店，但并没有太大作为。如今，中兴手机推出其官方应用软件商店“中兴汇天地”并且发力，完全是有条件和实力很快就能在国内安卓手机应用软件商店市场占绝重要地位的。只要中兴能够真正地投入精力与财力，以用户体验为中心，其“中兴汇天地”必然会成长为国内领先的应用软件商店，成为其手机产业链中的重要一环。来源：2012-6-29 北京晨报

[返回目录](#)

中兴通讯获印度 BSNL 网络扩容合同

印度国有电信运营商 BSNL 正式宣布，已选择中国电信(微博)设备制造商中兴通讯(微博)为其 1015 万线 GSM 网络扩容的供应商。

中兴将参与 GSM 网络扩容的规划、融资、工程、支持、安装、测试、试运行和年度维护。这些线的采购将用于扩张 2G 和 3G 服务，将覆盖 BSNL 在北部和南部的所有电信区域。

“我们很高兴能与 BSNL 达成合作伙伴，从而助其在印度北部和南部实现增长计划的抱负。我们很有信心这样的合作将会帮助 BSNL 提供富有竞争力的、既能满足当下又能满足将来通信需求的移动通信水平，同时这也将帮助中兴提升在印度的业务市场份额。”中兴印度公司 CEO Cui Liangjun 说。

网络扩张对 BSNL 而言非常重要，该公司目前正在印度激烈竞争的电信市场努力增加用户。来源：2012-7-3 中国通信网

[返回目录](#)

中兴通讯获得中国电信宽带扩建合同

中兴通讯(微博)周三表示，已经获得中国电信(微博)光纤宽带扩建项目合同，该项目 40%的设备将由中兴通讯提供。

整个项目投资为 40 亿元，中兴通讯将是最大的供应商，不过该公司拒绝透露合同金额。来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴通讯将旗下酒店资产从上市公司剥离

中兴通讯发布公告称，将把旗下深圳市中兴和泰酒店投资管理有限公司的股权转让给几家关联公司，这意味着中兴通讯将旗下深圳一家全资酒店剥离出上市公司，同时，中兴通讯投资的几家酒店情况也由此披露。

公告称，截止 2012 年 4 月 30 日，中兴深圳和泰酒店净资产为 3,069.76 万元，作价为人民币 3,070 万元，在此基础上，中兴通讯将中兴和泰 82% 的股权转让给中兴发展有限公司，价格为人民币 2517.4 万元。

查阅相关资料，深圳中兴和泰酒店主要面向来中兴通讯办事的外来人员，以及内部员工差旅，总占地面积达 5 万平方米，建筑面积 2 万 7 千平方米。

其实，中兴通讯还在西安、南京、上海等多个地方都建有酒店，都叫中兴和泰酒店，比如西安中兴和泰酒店是中兴通讯在陕西省新建的首家四星级商务学习型酒店，建筑面积为 41000 平方米，酒店总共 333 间客房。

这些酒店其实主要是中兴通讯为内部员工差旅使用，与所谓进军酒店业没有任何关联。

运营商、大型设备商的员工出差较多，目前，华为似乎未像中兴通讯那样建设员工用酒店，而三大运营商原本有些酒店，但也一直在整合中，中国电信(微博)的酒店都归到中通服旗下管理，中国联通(微博)的酒店很多都已出售，中国移动(微博)历史上就没建过酒店。来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴计划 2012 年销售 3500 万部智能手机

中兴移动战略主管吕钱浩表示，该公司 2012 年计划销售 3500 万部智能手机，并希望到 2015 年成为全球第三大智能手机和手机厂商。

该公司 2011 年智能手机出货量为 1500 万部，主要来自亚洲。要实现 3500 万部的出货量，中兴不仅要走出中国，还要在美国市场推出更高端的产品。即将发布的 Grand 系列手机有望实现这一点，尽管最近推出的 Grand X LTE 手机仅在欧洲和亚太市场发布。

市场研究公司 IDC 的数据显示，中兴是全球第四大手机厂商，2012 年第一季度凭借 1980 万部的手机出货量，拿下 4.8% 的份额。

可资比较的是，苹果在 2011 年 9 月 25 日至 12 月 1 日间卖出 1770 万部 iPhone，三星(微博)预计 Galaxy S III 下月销量突破 1000 万部。显然，全球第

一和第二大智能手机厂商在美国的竞争非常激烈，所以中兴还有很长的路要走。
来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴抢跑 TD-LTE 商用 收入贡献将达 20%-30%

TD-LTE(分时长期演进)商用技术正不断成熟完善，并展现出广阔的发展前景。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，在迎来黄金机遇的同时，中兴在 TD-LTE 领域也正酝酿着新的争夺战。

6月20日，在2012年亚洲移动通信博览会暨亚洲移动通信大会(下称“亚洲移博会”)上，中兴通讯总裁史立荣表示，2012年年底推出 TD-LTE 终端，2013年规模化。目前中兴通讯是拥有全球已建成 TD-LTE 商用网络最多的厂家。然而，不可否认的是，尽管 TD-LTE 的国际商用已经取得突破，国内 TD-LTE 的具体政策仍处于迷雾之中。

2013 年贡献增至 20%-30%

作为我国主导的新一代移动通信技术，TD-LTE 网络已在 32 个国家正式投入商用，根据知名咨询公司机构 OVUM 预测，至 2015 年全球预计将有 8900 万 TD-LTE 用户，占有 LTE 用户数的 25%。

实际上，早在 2011 年 12 月，中兴通讯已率先进入工信部的相关试验测试。据了解，当时一共有 11 家系统厂家、13 家芯片厂家参与了工信部测试及第一、第二阶段的规模技术试验测试。

截止到 2012 年 4 月底，其中有 5 家系统厂商和 2 家芯片厂商通过了第一、第二阶段的测试并达标，而中兴通讯是唯一一家于系统、终端、芯片三个领域全部达标的企业，展现了中兴通讯在 TD-LTE 领域领先的整体技术实力。

正如中兴侯为贵董事长所说：“创新是企业赢得挑战的根本。”作为全球通讯行业的龙头企业，中兴通讯每年坚持将全部收入的 10%投入研发。而在 TD-LTE 领域，中兴倾注大量研发力量。据了解，截至 2012 年 1 月 31 日中兴已向 ETSI 声明拥有 381 件 LTE 标准必须使用的基本专利(Essential Patent，简称 EP)，约占 LTE 已声明标准基本专利总数 7%，此“EP 占比”表明中兴已迈入 4G 标准 EP 实力“第一阵营”，在未来全球 4G 时代的布局中具备了话语权。

近年，随着 TDD 产业联盟的不断扩大，越来越多的跨国运营商开始选择 TD-LTE 作为下一代网络的发展方向。

继软银于 2012 年 2 月宣布 TDD 网络商用后，印度最大的跨国移动运营商 Bharti 亦于 4 月携手中兴通讯在加尔各答宣布其 TD-LTE 网络商用，而瑞典的 Hi3G 早在 2011 年就与中兴宣布全球第一个 TD-LTE/LTE-FDD 双模网络商用。随着 TD-LTE 在日本、印度、瑞典落地生根，中兴通讯也成为 TD-LTE 国际市场的最大赢家。

在亚洲移博会上，史立荣表示，目前中兴与中移动在 TD-LTE 基站上正进行大规模测试和升级。在广州有 3700 个 TD-LTE 基站由中兴负责建设。

中兴通讯副总裁王守臣预计，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%。他指出，今明两年将是 LTE 网络建设的重要时期，随着用户数据量快速增长，LTE 网络运营商需要投入更多资金增加带宽。

行业应用新蓝海

在技术上不断创新为中兴通讯的全球发展提供了原动力，而在通往 TD-LTE 巨大市场的道路上，中兴正大踏步地前进。

据悉，中兴年底将推出首款基于中国 4G 标准 TD-LTE 技术的商用手机。6 月 20 日，王守臣在上海指出，中兴正与日本软银洽谈销售这款即将推出的 TD-LTE 手机。

实际上，早在 2011 年深圳大运会期间，中兴通讯已推出全球首款 TD-LTE 多模手机的测试样机，可支持 TD-LTE/TD-SCDMA/GSM 三种网络环境。

2011 年，中兴通讯宣布将在北京建设全球第一个基于 TD-LTE 技术的政务网。该政务网是北京市信息化基础设施提升计划的重点项目之一，从 2011 年底进入试验阶段，通过中兴通讯与首信公司三个多月的不懈努力，现已完成了网络性能和业务测试。预计在 2012 年年内，该专网覆盖范围将扩至四环以内。目前，北京 TD-LTE 政务物联数据专网也是中国第一张 TD-LTE 商用网络。

2012 年 6 月，中兴通讯又宣布和南方电网旗下遵义电力合作打造电力无线宽带专网，为智能电网的建设探索一条新途径。而打动遵义电力采用 TD-LTE 的主要原因，除 TD-LTE 是中国主导的新一代移动通信技术之外，能够通过灵活的时隙配比，TD-LTE 是唯一能够做到上行比下行速率高的主流移动宽带技术，更能满足专网数据业务流量的特点。

中兴通讯股份有限公司副总裁、政企网营销中心总经理弓月中曾表示：“TD-LTE 技术被全球运营商广泛采用，它可以提供高达百兆的无线数据速率，比现有 3G 速率提升数十倍，既能让大众享受高速下载、在线游戏、网页浏览等流畅的数据业务应用，更被创新地运用在企业网、政务网等专网方面，提供多方

会议电话、联席办公、远程实时监控、城市巴士移动覆盖等服务，开创了通信高科技改善民生的新纪元。”

呼吁政策尽快明朗

目前，全球已有 8 家运营商开通了 9 个 TD-LTE 商用网络，十多家运营商明确 TD-LTE 商用计划，已建设 37 个试验网。

6 月 20 日，国家发展和改革委员会副主任张晓强表示，2012 年 5 月 30 日，国务院常务会议顺利通过“十二五”国家战略新兴产业发展规划，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。

而在亚洲移博会上，工信部副部长刘利华也表示，工信部将继续加大支持力度，尽快扩大 TD-LTE 规模试验。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。

尽管如此，国内 TD-LTE 商用时间表和频率问题仍然没有确定。在很多国际运营商眼里，只有中国率先开启 TD-LTE 商用“大门”，并形成一定的规模，其他运营商才会迅速跟进，产业才会实现高速发展。

王守臣在接受记者采访时表示，监管机构应当尽快明确 TD-LTE 的具体政策及频段，明确 TD-LTE 产品的研发方向和商用时间表。

“中国 TD-LTE 市场空间非常大，若政策放开，中国的 LTE 市场规模将可能高于全球 LTE 市场的规模总量。”王守臣直言，如果监管机构能够尽快明确 TD-LTE 的具体政策及商用时间表，将给产业界巨大的信心。来源：2012-6-30 华夏时报微博

[返回目录](#)

【华为】

华为推出自家 Emotion 手机 UI 系统

2011 年开始，华为(微博)一改过去低调作风，开始塑造“华为”高端手机品牌，先后推出世界上最薄手机 P1，发布世界上首款四核手机 D1，再到各大媒体上的广告亮相，华为手机在不断发力。根据易观智库的最新数据显示，2012 年第一季度，华为手机市场的份额首次超过诺基亚(微博)，在中国排名第二，仅次于三星(微博)。

市场化的运作路线让华为尝到了甜头。但是现在看来，华为的目标并不仅仅在硬件市场上称雄：6 月 28 日，华为 Emotion UI 官方网站上线，据悉在这之前官方微博已经开始运作，但并没有公布 Emotion UI 的一些详细信息，仅仅是与

网友进行互动。把触角延伸到手机软件领域，软硬兼施的华为似乎想成为第二个苹果。

从官网上的信息了解，Emotion UI 主打“简单易用、功能强大、情感喜爱”，把自己称为最具情感的系统。该系统对用户体验有自己独到的理解，独创合一桌面 Me Widget，适合用户不同状况的多种情景模式及贴身打造的个性化主题。还整合了包括天天聊，天天电话等自己产品，志在构造出一个属于自己的完整生态系统。

虽然之前华为也推出过一些互联网应用，但这类应用在相应领域并不算是主流，仍然处于跟随状态。回看 Emotion UI，它在华为软件中的战略中处于重要地位，通过打造自己的生态圈，为自己的产品营造一个良好的成长环境，形成有效的竞争壁垒。但是如果说在硬件上，华为还有运营商渠道优势和采购成本优势的话，在软件领域华为的长处就少很多。如何让 Emotion UI 这颗树干茁壮成长并繁衍出更多的绿叶，也是华为急需解决的问题，我们拭目以待。来源：2012-7-2 中国通信网

[返回目录](#)

华为投身互联网：“小学生”的方法论

导读：核心提示：手机之战正酣，华为又吹响了另一场角斗的冲锋号。2012 年上半年，原隶属于华为软件公司的互联网业务部，升级成为大华为的二级部门。

两年前，当华为(微博)以全球第二大电信设备商的身份，跳进手机的舞池，与苹果、三星(微博)、HTC 等手机厂商较量身段时，外界不乏疑虑。

如今，手机之战正酣，华为又吹响了另一场角斗的冲锋号。2012 年上半年，原隶属于华为软件公司的互联网业务部，升级成为大华为的二级部门，与终端公司、海思消费者芯片等一起整合成华为三大业务集团之一的消费者 BG。

近日，华为消费者业务集团 CEO 余承东(微博)通过微博透露，从 2012 年 7 月开始，华为的天天聊、天天浏览器、天天电话、天天秀等天天系列互联网产品，将随华为手机新系统界面 Emotion UI 一起陆续呈现给消费者。这将是华为互联网产品的首次集体亮相。

“华为在互联网领域还是小学生。”对于华为的互联网业务，余承东在一次移动互联网论坛中如此自谦地表示。此前在微博上，余承东对华为的手机业务从来都是当仁不让。

外界关心“小学生”能否长大成才，也担忧其 B2B 思维会否对华为更加跨界的互联网业务形成掣肘？

而让华为互联网业务问号挥之不去的是华为互联网业务总裁朱波的离职。2012年5月，一手组建起华为互联网团队的朱波，结束了4年华为职业生涯，投身风投行业，刚刚在广州创办了创业孵化机构——创新谷。

“这是外界的误读，华为的互联网方向不受影响。”华为互联网业务骨干之一、天天聊产品总监尹欣如此回应本报记者，“对于华为人来说，吹了冲锋号，就要往前冲。”

终端云布局

对于朱波的离职，一位华为内部人士用“感恩和遗憾”来形容：遗憾在于，华为互联网少了一份力量；感恩在于，朱波在华为的四年，为其互联网业务带来了“一道亮丽的风景”。

其实，华为很早就开始了对互联网的研究，但很长的一段时间内是为运营商提供服务和咨询，就像华为的智能手机业务也是始于为运营商定制。

2008年，有多次通信和移动互联网创业经历的朱波加盟华为，开始逐步规划开发面向个人消费者的互联网产品。在此过程中，华为成立了互联网业务部，归属华为软件公司，但一直保持很大的独立性运作。2012年上半年，华为互联网业务部并入新成立的消费者BG，并改名为终端云业务部。

按照华为内部的规划，终端云业务部的功能主要有两个：一是增强华为手机终端产品的市场竞争能力；二是延长华为终端在用户手中的使用周期。

截至目前，这个部门的员工数已经超过1000人，尽管这在总员工超过14万人的华为内部，并不算多，但已相当于一个中等互联网企业的规模。朱波离职后，华为终端云业务部负责人由原华为软件副总裁黄冀接任。

从业务布局来看，华为终端云业务部主要分成两大块：一是精品应用；二是云平台。

精品应用涵括了主要移动互联网应用，包括华为网盘(云存储)、天天浏览器、天天聊(类似于苹果iMessage)、天天电话(类似于苹果Facetime)、天天记事(类似于Evernote)、天天秀等。这部分的人员规模在200-300人，比如天天聊目前的团队就在60人左右。

用人更多的则是云平台，人员规模在800人左右，包括智汇云开放平台(类似于苹果App Store)，以及与之相关的广告、支付、Push、华为ID等公共服务平台。华为希望借助这个平台与产业链进行广泛的合作。

“目前，华为在互联网上还处于摸索阶段，投入方向比较多，由于是战略性业务，在资源上会比较有保障。”一位华为内部人士说。

避开企鹅

华为在系统设备业务上经过了十多年的摸爬滚打，才有了今天全球前二的地位。至于互联网业务，用华为天天聊产品总监尹欣的话来说，“至少目前还是处于跟随的状态”。

以天天聊为例，其原型就是国外的 Kik 类应用。2010 年 11 月，一款名为 Kik Messenger”的即时通讯软件在苹果 App Store 和 Android Market 上线，尽管不能发送照片或附件，却在上线 15 日内获得了超过 100 万用户，迅速在欧美市场蹿红。

尹欣向记者透露，华为在那时候就开始考虑如何跟进的问题，“尽管是跟随，也不能没有自己的想法”。

他认为，与互联网企业通行的试错模式相比，华为长期服务电信运营商带来的基因就是，“规划好，再实施”。

摆在华为面前的样本有两个：米聊和微信。“当时我们的判断是，米聊很难成功。”尹欣说，这两者都是在移动互联网上对社交关系的重构，但从零开始的米聊没办法与拥有数以 QQ 用户规模的腾讯竞争，“QQ 好友很容易导过来”。

这种情况下，米聊成功的可能性就只能取决于体量庞大的企鹅帝国的反应速度。但结果是，腾讯反应迅速，而且比业界预期的还要快。2012 年 4 月，腾讯微信的用户数已经突破了一个亿。

“要避免与腾讯竞争。”尹欣对记者表示，出于差异化和自身资源的考虑，华为天天聊采取的是与传统手机短信相融合的模式，“借助手机通讯录联系人，只要有对方的手机号，就可以给其发即时消息，形式包括文字、语音、图片以及视频等”。

与微信、米聊等只能通过 IP 形式发送网络消息不同，天天聊在此基础上叠加了短信功能，如果对方不是天天聊用户或者不能手机上网，消息将会通过普通短信的方式发出。当然，作为一款社交工具，天天聊还设计了圈子功能。

目前，天天聊的用户过百万。尹欣透露，其短期目标是，到 2012 年年底实现用户超千万。除了安智市场、应用汇等公开 Android 应用商店推广外，华为自身智能手机的内置也是一个重要的渠道。根据华为财报，2011 年，其智能手机销量约 2000 万部。

在面向海外市场的一些华为智能手机中，天天聊会取代其中的短信模块，也不排除会与运营商套餐捆绑的形式进行收费。

“短信在一些海外市场并没有中国这么普及性的应用，ARPU(Average Revenue Per User，每用户平均收入)值并不高，也不是主营业务。”用天天聊来替代短信模块，有助于提高运营商的 ARPU 值。

同时，在运营商日益担心管道化的当下，这样的合作也有助于其抵御来自 Kik 类应用的蚕食，延长短信这一应用的生命周期。

尹欣坦承，天天聊在中国市场超越微信的难度相当大，但从全球市场来看，由于华为智能手机的全球性运营，拥有微信难以企及的渠道优势。

互联网基因追问

“所谓的互联网基因不是一成不变的，也不是不可逾越的障碍。”对于外界关于华为能不能做好互联网的疑问，尹欣如此回应。

有华为内部人士对记者表示，互联网企业有很多优势，比如与消费者用户的联系更加紧密，有股票、期权等一系列激励机制。与之相比，华为长期从事系统设备业务，可能离消费者用户远一些，激励机制也还限于华为母体的范围之内。

但尹欣强调，这些都是可以学习的，“只要决策层下决心，学起来只不过是时间问题”。而在这个前提之下，就是人和钱的问题。他认为，这些对华为都不是问题。

一位华为人士反问道：“你看腾讯，有多少人是华为去的，包括中高层？”一个可资参考的事实是，在 2012 年 5 月腾讯组织架构调整后建立的六大事业群中，出任腾讯集团首席运营官并兼任互动娱乐事业群总裁的任宇昕，其在加盟腾讯前就在华为任职。出任腾讯移动互联网事业群总裁及集团高级执行副总裁的刘成敏，也在加入腾讯之前任职于华为国内营销部。“华为人的素质摆在那里，关键是倒空杯的心态。”该人士说。

据尹欣介绍，华为终端云业务部的员工来源比较多元化，有老华为人，有从其他互联网公司加盟的，也会着力补充“一张白纸，有着原始感觉”的应届毕业生。

“华为不会烧钱，但会不吝投入。”尹欣说，对于重点战略性业务，华为一贯是坚持长期持续投入，“比如过去在 WCDMA 领域，也是坚持了八九年，才开始有规模效益”。

对于当前移动互联网盈利模式受限的问题，尹欣认为，这主要还是规模不足，包括移动互联网的用户量还不成规模，电信运营商的带宽成本和资费限制，以及适合移动互联网的大屏、高性能智能手机还在普及之中，而“未来这些问题解决之后，盈利模式会水到渠成”。来源：2012-6-30 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

华为称中东地区合同额已超 30 亿美元

华为(微博)中东地区总裁 Yi Xiang 表示,该公司在中东地区签订的合同额已达 32.2 亿美元,较 2010 年增长了 20%,华为计划到 2015 年占据中东 ICT 市场的主要份额。

为了获取阿曼 ICT 市场这块不小的蛋糕,华为正计划提高其品牌认知度。

Yi Xiang 表示,华为注重在包括中东在内所有其业务覆盖地区的培训工作,从而使该公司能够成为当地发展的合作伙伴。他表示,“公司所有分支机构近 60%的员工都是当地国民。我们已将我们的地区团队扩大了 15%。”

他说,华为已经获得了显著的市场份额,同时将在 2012 年第二季度进一步扩张。华为预计其 2012 年的营收发展将与 2011 年的增长 20%持平。

“我们认为通过进一步提高服务质量以及在 ICT 领域的创新,中东地区今天面临的挑战将成为建立一个更好业务环境的机会。”

通过向阿曼政府和石油部门的电子政务 IP 组网解决方案部署一个传输系统,华为提供了一系列产品和解决方案,能够交付高速带宽和快速连接,从而使用户和企业能够享受到更好的网络体验。来源:2012-6-27 中国通信网

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚出售印度移动银行业务

诺基亚(微博)已经将其在印度的移动银行业务出售给了当地一家名为 Financial Inclusion Network & Operations (Fino)的公司。具体交易金额并未公开。

Fino 公司首席执行官 Manish Khera 表示,公司一直着眼于移动银行业务,而此次收购是公司扩张这项服务的一部分,这有助于他们更快的得到必要的设施和客户群。

据了解,诺基亚在 2010 年与合作伙伴 YES 银行推出移动支付,随后与 Union Bank 签署了协议,提供账单支付和汇款服务。目前诺基亚在印度大约有 120 万移动支付用户。来源:2012-7-2 中国通信网

[返回目录](#)

诺基亚选择 Android 四大理由：杀手级硬件团队

导语：美国科技博客网站 BusinessInsider 今日发表署名托德·哈斯尔顿 (Todd Haselton) 的分析文章指出，如果诺基亚真的制定了应对 Windows Phone 失败的后备计划，那么 Android 平台无疑是最佳选择，原因是后者的生态系统更优，令诺基亚新品更具吸引力。

以下为文章全文：

尽管诺基亚(微博)放弃了自家塞班操作系统，将微软(微博)Windows Phone 作为其最新智能手机的操作平台，但诺基亚董事长里斯托·斯拉斯玛(Risto Siilasmaa)最近表示，该公司已经制定了一个后备计划，以防 Windows Phone 的表现不尽如人意。

这是一个什么样的后备计划呢？《福布斯》杂志认为，诺基亚虽有可能会将自家操作系统作为 Windows Phone 的替代品，但诺基亚的备选方案仍可能与 Android 平台有关，我们同样持这种观点。

以下即为 Android 是诺基亚后备计划最佳选择的原因：

诺基亚拥有杀手级硬件团队

诺基亚目前正在使劲浑身解数，维持其在全球智能手机厂商第一阵容的地位。谷歌或许可以帮助诺基亚实现这一目标，而诺基亚还拥有打造一款有能力对抗 Galaxy S III 和 HTC One X 的技术实力。

由于诺基亚与微软达成的合作协议，Windows Phone 让诺基亚难以在智能手机领域大展拳脚。近场通讯(NFC)、高清显示器、HDMI-out、用户定制界面、四核处理器——这些功能均已存在于 Android 平台。诺基亚为何还要坐等 Windows Phone 8 上市以后来实现这些功能呢？

诺基亚拥有一个杀手级硬件团队。Lumia 系列手机就是展现诺基亚工业设计团队卓越的技术水平的绝佳例子。我认为，N9 或诺基亚在过去几年推出的其他旗舰智能手机同样是这方面的例证。这些机型只要拥有稍加改动的 Android 版本，或许就能轻松对三星(微博)与 HTC 的旗舰机型构成威胁。

软件恰恰是诺基亚的问题所在。塞班系统或许在新兴市场仍然颇具号召力，肯定拥有忠实的用户群，但 Android 和 iOS 这两大平台几乎在各个方面都胜出一筹，特别是在吸引欧美用户上。这也是诺基亚押注 Windows Phone 的同时仍然保留多款设备的原因，如搭载 Belle 系统的 808 PureView。

Windows Phone 比塞班平台功能更强大，Windows Phone 8 虽然会进一步改善塞班系统的功能性，但远远无法保证诺基亚在智能手机市场上取得胜利。如果诺基亚真的相信 Windows Phone 能助其实现这一目标，那么斯拉斯玛就不会

公开透露公司还有后备计划。尽管如此，为何诺基亚的后备计划与 Android 平台有关呢？

发展势头迅猛

Android 设备目前的激活速度超过以往任何时候。也许是因为 Android 设备厂商众多，令其激活速度远远快于 Windows Phone 设备。据谷歌介绍，Android 设备日激活量超过 100 万台，也就是说，每秒有 12 台 Android 设备被激活。迄今为止，已有 4 亿台 Android 设备在全球售出。

这是相当出色的数据。诺基亚可以拥抱 Android 平台，让其手机产品更快地与全球消费者建立联系，无论是在新兴市场，还是在发达市场。但首先诺基亚必须要与谷歌建立合作关系。我们想象一下诺基亚制造的 Nexus 品牌 Android 手机，那将是怎样的一番情景？然而，微软有可能会成为诺基亚实现这个梦想的障碍。

为了实现与诺基亚的合作，微软已经投入了 10 亿美元巨资。我认为微软不会让诺基亚倒向 Android 阵营。这也是诺基亚可能正在秘密改善其自家 Harmattan 和 Meltemi 服务的原因。有报道称，在诺基亚内部，这些服务都居于次要位置。

但这些平台的问题在于，诺基亚将要进入一个本已拥挤的市。iOS 和 Android 目前在智能手机市场占据了大部分的份额，但市场研究机构 IDC 称，Windows Phone 有望在 2016 年超过 iOS 平台。诺基亚或许希望和祈祷这种预测能够实现，从而更加坚定其倒向 Android 平台的决心。

生态系统更好应用更多

Windows Phone 目前的应用数超过 10 万款，但 Android 的应用数是前者的 6 倍。虽然微软的 Windows Phone Marketplace 商店的应用数量正在激增，但目前仍缺乏像《Draw Something》或《Words with Friends》这样的热门应用——虽然这两款应用将很快登陆 Windows Phone 平台。

微软 Zune 服务可以让用户访问音乐和视频内容，但谷歌向用户提供更多的内容选择，还提供电视剧、图书和杂志等。消费者或许因为用户界面而喜欢上 Windows Phone，但 Android 平台可以向他们提供更具吸引人的消费内容。我认为 Windows Phone 在短时间内无法在这方面赶上 Android 平台。

加快诺基亚产品上市发布

此外，我们还要考虑诺基亚与谷歌合作的时机。如果与谷歌合作，诺基亚推出新产品的速度或许能加快。诺基亚在短短几个与内已经推出了 Lumia 610、710、800 和 900 等多款 Windows Phone 手机，但自 Lumia 900 上市后我们很少听到诺基亚推新产品的消息了。它难道是在等待 Windows Phone 8 的上市？

难道诺基亚会一直等到圣诞假期？有可能，但对于一家迫切需要扩大市场份额的公司来说，这显然不是一个上佳选择。我们认为诺基亚的新款 Windows Phone 8 旗舰机型会选择与 Verizon、AT&T，甚至是 T-Mobile 合作。这三家运营商已明确表示将支持 Windows Phone 8 平台。但问题是，届时搭载 Android 4.1 “果冻豆”系统的新款手机将纷纷上市，而不出意料的话，苹果也将推出 iPhone 5。

如果担心质量问题，那么注重速度就不一定是件好事，但它或许可以帮助诺基亚更快在美国市场抢占份额，尤其是在诺基亚面向美国所有重要运营商发布 6 款手机的大背景下。三星和 HTC 在美国市场推出了各种价位的手机。

我认为，无论是入门级还是高端产品，搭载 Android 系统的诺基亚智能手机或许都有利于该公司实现其目标，特别是它要和三星与 HTC 展开竞争。美国许多年轻消费者都是伴随着诺基亚产品成长起来的，因此诺基亚品牌在美国市场仍有一定的号召力。

结论

也许，我对斯拉斯玛的评论想得太多了，但对于诺基亚而言，Android 的确是替代 Windows Phone 的最佳选择。除了苹果，智能手机市场上的所有主流厂商都选择了 Android 平台，所以说，诺基亚为何不试一试呢？

[返回目录](#)

【其他制造商】

三星发布国内首款 WP 手机

上周五，三星(微博)在京发布 OMNIA M S7530 智能手机。这是其在中国市场发布的首款 WP 手机。

据了解，三星 OMNIA M S7530 搭配 Windows Phone 7.5 系统，4.0 英寸 Super AMOLED 炫丽屏，机身厚度 10.5mm，支持 500 万像素数码相机和 30 万像素前置摄像头。此前已有诺基亚(微博)、HTC、中兴通讯(微博)等手机厂商在中国市场推出 WP 手机。来源：2012-7-2 新京报微博

[返回目录](#)

索尼机海战术布局中国市场

索尼机海战术再次来袭。在新一代 Xperia 智能手机发布会上，索尼正式推出 3 款手机。其中，Xperia LT28h 为索尼旗下首款 4.6 英寸大屏双核智能旗舰级

产品，而另外两款分别为具有三防功能的 Xperia LT26w 和 Xperia ST27i。此外，在上周的亚洲通信展上，索尼更是携带 Xperia 系 6 款新机齐聚展会。

时下中国智能手机市场发展迅速，是厂商必争之地，而一直以来都宣称仍将专注于智能手机市场的索尼移动自然也不肯错过。开拓亚太市场，除了自身的品牌优势外，安卓也是索尼主打的一张牌。但同时，索尼要在中国手机市场上“圈钱”，还需要重视和了解本土文化以及用户使用习惯，使自身产品适合用户的独特需求。

索尼机海战术再次来袭

在全资控股索尼爱立信(微博)、将其更名为索尼移动后，索尼新品发布频繁，俨然要将机海战术进行到底，在中国市场更是如此。近期索尼也是动作频频，除了携带 Xperia 系 6 款新机齐聚亚洲通信展外，日前还在上海举行了新一代索尼 Xperia 智能手机发布会，连续推出三款新机。

在这些推出的行货新机中，最值得关注的无疑是索尼 Xperia AcroS 的行货版本 LT26W。这款手机的最大特色是具备防水、防尘性能，并且还提供了足够强悍的功能配置。此外，该机还装载有 4.3 英寸 720p 高清触控屏，并且还在触控屏表面覆盖有一层防刮矿物玻璃，借助 wetfingertracking 功能，即使屏幕上有水珠也不会影响触控操作。

至于一起同步登场的索尼 Xperia GoST27i 则已经拿到了上市所需的入网许可证。其特色是采用 IP67 防水防尘技术，配备了 3.5 英寸 HVGA 分辨率的矿物防刮触控屏，并且还针对户外需求增强触控屏幕的灵敏度，即使屏幕上有水滴或是手指上有汗水的未干状态，都可以提供更准确的触控操作。为了获得更流畅的操控速度，该机还配备了 1GHz 主频的 ST-EricssonU8500 双核处理器，拥有 512MBRAM 与 8GBROM，同样也提供了存储卡扩展功能。

另外，备受期待的索尼 Xperiaion LT28i 行货版本也终于亮相。该机采用金属材质背盖，并配备了 4.6 英寸 720P 高清触控屏，搭载了 Android 2.3.7 系统并配备 1.5GHz 双核高通(微博)Snapdragon 处理器，拥有 1GB 的 RAM 容量，内置有 1200 万像素摄像头，支持自动聚焦及 1080p 全高清视频录制等功能。

可见，索尼移动试图通过机海战术进一步开拓中国智能手机市场的意图明显。

借品牌优势和“安卓牌”开拓中国市场

时下亚太地区尤其是中国市场的智能手机销量保持着强劲的增长势头，有调查报告指出，截至 2011 年年底全球手机用户数年增约 15%至约 60 亿人；预估 2017 年用户数将增至 82 亿人，其中亚太地区的手机用户数占全球比重将达

51.6%。商机巨大，但竞争也是异常激烈。而与其他厂商相比，索尼移动主要有两大优势——索尼的品牌优势和主打“安卓牌”。

在英国营销杂志《Campaign》2011年发布的亚太最有价值品牌1000强中，索尼牢牢位居首位。而在消费电子领域，索尼在全球、在中国都是一个备受尊重的品牌。

除了自身品牌优势外，安卓也是其主打的一张牌。据数据研究机构艾媒咨询发布的数据显示，2012年Q1中国智能手机操作系统市场中，安卓占比保持上升趋势，达55.4%。安卓操作系统凭借其开源、开放的特性，以及安卓阵营各品牌厂商的发力，已经在中国智能手机操作系统中取得了领先地位。而在重返中国手机市场时，索尼爱立信大中华区总裁奎迈格就曾表示索尼移动立志成为Android的领导品牌，这一点从索尼此次发布的新品都搭载安卓系统也再次得到了认证。借着安卓的东风，索尼或能在中国市场上持续开疆辟土。

掘金中国市场还需落实本土化策略

对于希望在亚太地区特别是中国市场上发挥重要影响的手机厂商来说，移动设备的本土化至关重要。索尼要想在中国市场上“圈钱”，还需加强重视和了解本土文化以及用户的使用习惯，使自己的产品适合用户的独特需求。

硬件方面是手机厂商能够实现本土差异化的第一个领域。比如在亚太地区，手机大屏幕就是一个非常重要的特色。除此之外，用户在设备功能设定上的差异也需要关注。例如在中国很少人使用语音邮件，大部分使用的是短信功能。而中国用户的独特需求也要考虑在内，如双SIM卡技术，就是因较强的政府主导和运营商支持的通信发展方向所产生的不同技术标准而诞生的。

除了硬件，内容也是手机厂商可以大显身手的另一个领域。在这一点上，索尼移动整合了中国本地化娱乐内容，包括优酷高清视频服务、百度(微博)音乐、微博平台和QQ社交网络等。在中国智能手机市场上，上述这些领域还需要符合两个截然不同的移动细分市场：高端智能手机市场受年轻人、专业人士和城市白领阶层推动，低端功能手机市场以打工者、老人和农村人口为主。

现如今，中国作为拥有全球最大用户量的市场，重要性不言而喻，它也将是索尼实现规模增长的关键。虽然索尼一再强调要重视产品的本土化特色，但这一策略只有真正落地，才能成就索尼在亚太特别是中国市场的发展。来源：

2012-6-28 通信信息报

[返回目录](#)

联想 2012 年推 40 款乐 Phone

昨日，联想乐 Phone 智能手机夏季新品在京亮相，联想 S、P、A 三大产品线均推出新机。据介绍，2012 年联想乐 Phone 将共有 40 余款新机型面世。

在移动互联市场上，联想乐 Phone 一直采取细分市场策略。此次亮相的四款新机分别是针对商务人士推出的“新一代智能双模待机王”乐 Phone P700，为社交娱乐达人打造的“超大屏智能娱乐旗舰”乐 Phone S880 和“新一代社交娱乐旗舰”乐 Phone S680，以及专为潮流达人准备的“星座智能手机”乐 Phone A360。来源：2012-6-28 新京报微博

[返回目录](#)

三星 Galaxy Nexus 在美遭遇禁售

韩国三星(微博)公司 6 月 30 日说，将采取“所有可能举措”，包括法律诉讼，回应美国法院针对一款三星手机的禁售令。

美国地区法院法官露西·高 29 日支持美国苹果公司一项主张，禁止在美国市场销售三星 Galaxy Nexus 智能手机。

这款手机是三星和美国谷歌(微博)公司合作的产物，是苹果 iPhone 手机的竞争对手。三星和谷歌正合作应对法院裁决。Galaxy Nexus 2012 年 4 月开始在美国上市。苹果需要向法院交纳 9560 万美元保证金，禁售令才会生效。

6 月 26 日，法官露西·高裁决，禁止在美国市场销售三星 Galaxy Tab 10.1 平板电脑。来源：2012-7-1 新民晚报

[返回目录](#)

iPhone 5 增加特殊应用迎合中国用户

仍难支持中移动

分析人士认为，iPhone 5 应该会在 9 月底或 10 月份面世，9 月底可能性最大，但其销量可能会达不到预期。

近日，市场传言 iPhone 5 将提前至 8 月下旬面世，引得 A 股市场上苹果概念股闻风起舞，德赛电池、歌尔声学、安洁科技等苹果产业链上的供应商昨日 A 股涨幅均在 5% 左右，长信科技、莱宝高科等触摸屏概念更是达到了 6% 以上的涨幅。

每逢苹果新品即将问世，市场传言往往不胜繁多，然而这些传言的真实性和可信度却往往经不起推敲。

就近日有关 iPhone 5 的消息向业内人士进行了问询，发现传言多有出入。

iPhone 5 瓶颈在日本

提前面市可能性不大

昨日有消息称，苹果 iPhone 5 手机可能提前至 8 月下旬问世，全力抢攻美国返校商机。苹果 7 月起向零组件业者正崴、欣兴、华通、大立光、玉晶光等拉货，鸿海为独家代工厂。

并称，iPhone 5 供应链 7 月就动起来，8 月出货进一步放大，从催货现象看来，交货情况比先前紧张，为苹果概念股第 3 季业绩注入成长动能。

可以看出，传出此消息的零组件业者都是台湾厂商，而据华创证券 TMT 高级分析师李怒放告诉《证券日报》记者，iPhone 5 的瓶颈在日本而不在台湾。屏幕和摄像头是 iPhone 5 的瓶颈，主要由日本厂商供应，此次 iPhone 5 的摄像头要减薄 1 毫米，而屏幕将用 in-cell 的屏，将触控与屏幕融合，以求更薄的屏幕，但这样屏幕的良率就会比较低，这些都不是那么容易的。

他认为，从供货周期来说，这次肯定要短很多，但从目前的情况看，iPhone 5 的面世不至于提前到 8 月份，从备货到组装各个方面来不及。iPhone 5 应该在 9 月底或 10 月份面世，9 月底可能性最大。

iPhone 5 仍难支持中移动

芯片技术是关键

还有消息称，iPhone 5 将支持中国移动(微博)的 TD-SCDMA 3G 网络，消息来源是美国投资公司 SterneAgee 的一份分析师报告。

但就在前几日，中移动董事长奚国华才刚刚对媒体表示，中国移动已经与苹果进行了多轮会谈，双方都有合作意愿，但最大的制约因素不是商务的问题，而是与 TD-LTE、TD-SCDMA 的芯片技术有关。苹果比较追求一流，非高通(微博)的芯片不用。这样一来，中国移动推 iPhone 的时间表不是问中国移动和苹果，而是要问高通了。

iPhone 4S 采用了高通芯片，其中兼容 GSM、WCDMA、CDMA、CDMA2000，但高通还没做过 TD-SCDMA 芯片，缺乏技术基础，要融合 TD-SCDMA 制式，难度不小。早在 2011 年时，高通就有意涉足 TD-SCDMA 芯片，但迄今高通还没有推出任何 TD-SCDMA 芯片。

高通公司于 2012 年 6 月中旬发布了一款新型 LTE 芯片，支持 TD-LTE，但还不支持 TD-SCDMA。所以中移动如果期望利用 iPhone 扩大高端 3G 用户，目前还不现实。

李怒放也表示，iPhone 5 很难支持中移动 TD-SCDMA。他认为，iPhone 5 肯定会支持 LTE，但若支持 TD-SCDMA，高通还要单做一个版本的芯片，出于成本等方面的考虑，恐怕高通很难有动力去做这件事情。

另有分析人士对记者指出，如果即将面世的 iPhone 5 支持中移动 TD-SCDMA，那么现在中移动现在应该是在大谈与苹果的合作和即将引进苹果的好消息，而不是“要问高通”的无奈。

增加特殊应用迎合中国用户

iPhone 5 销量或不达预期

所有传言中，最为可信的是，新一代苹果手机将通过 iOS 操作系统和语音控制功能 Siri，以及更大程度地整合中国的社交网站等，给予中国客户更大的支持。

在李怒放看来，为中国市场加一些特殊的应用这个动向很明显，这实际上已经在苹果 iOS6 系统中有所体现。

而苹果公司对中国用户的迎合无疑源自中国的广大市场和消费者的消费热情。东方证券电子行业分析师周军指出，在市场占有率方面，目前 iPhone 市场占有率最高的是在加拿大，2011 年达到了 23%，美国则为 17%，而中国连 3% 都不到。他认为如果类比诺基亚高峰时 40% 的手机占有率，iPhone 仍拥有巨大的市场潜力。未来两年，iPhone 在中国增长最为迅速。预计将从 2011 年的 770 万台上升到 2013 年的 4000 万台以上。

虽然 iPhone 手机仍有不小的市场潜力，但李怒放认为，未来增长空间主要还在于中低端市场，苹果也有意推出廉价版本。因为 iPhone 手机在高端市场的渗透率已经比较高了，并且在三星(微博)等竞争对手实力产品的竞争下，苹果只有打开中低端市场。

李怒放还担心，iPhone 5 虽然是下一个时期的重点，但其销售可能会不达预期。一个因素是，三星产品在屏幕超薄方面针对对手苹果手机确实做出了自己的特色，消费者在苹果手机以外有可选项；另外一个因素是，新上市的 iPhone 5 肯定价格不菲，而 iPhone 手机在高端市场的渗透率已经比较高了，“即使这些人全部换成 iPhone 5，新增量又有多少呢”？来源：2012-6-28 证券日报

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

5年后 4G 覆盖全球 50%人口

近日，爱立信(微博)发布了第二份流量与市场数据报告《网络社会的脉动》，这是一份瞄准未来5年发展趋势的报告。爱立信预计，到2017年，3G网络将覆盖全球85%人口，4G覆盖全球50%人口，全球数据流量将增长15倍。“人类正处于网络社会的边缘，将进入到万物互联的时代”，爱立信中国及东北亚区执行副总裁冯映夺表示。

现在，全球移动网络的用户数是62亿，其中10亿是移动宽带用户。爱立信(中国)市场与战略规划高级总监常刚表示，到2017年，全球的移动用户数会从62亿增长到90亿的水平，增长接近于1.5倍的水平，而移动宽带用户数则会有5倍的增长，达到50亿。“到2017年，使用移动宽带的电脑，或者平板电脑的数量，就会跟固定宽带的用户数基本相当，都是6.5亿左右的水平。”常刚说到。

爱立信报告中还预测，到2017年，LTE用户会发展到接近于10亿左右，LTE会覆盖全球50%人口。“目前LTE的用户数现在是2000万左右的水平，还是相当少。”常刚说道。

“到2017年，覆盖85%人口的HSPA的网络，加上覆盖50%人口的LTE的网络，这两个网络互相配合，可以为整个网络社会打造非常坚实的ICT的基础设施。”

网络环境的改善、用户习惯的渐成，会使移动网络的数据流量持续增长，平均每年会维持60%的增速。到2017年，移动宽带网络数据流量会增长15倍。在整个移动网络流量里面，智能手机所带来的流量占了其中的一多半，智能手机的增长率会达到20倍流量的增长。“到2017年，单一用户的流量大概会增长4倍多，到1.1G左右的水平。”常刚表示。

在流量的分布上，到2017年，仅占全球地域1%、占网络覆盖人口30%的城区产生了60%的网络流量。来源：2012-7-2 IT时报微博

[返回目录](#)

下一代 iPhone 或主攻移动支付

)随着发布时间的日益临近,苹果下一代 iPhone 的相关信息也相继浮出水面。据海外科技博客透露,部分开发人员通过解读内部文件获得了下一代 iPhone 的屏幕参数信息。消息显示,下一代 iPhone 将采用 1136×640 分辨率的视网膜技术液晶屏,屏幕尺寸“肯定会大于 3.5 英寸”,但具体是 3.95 英寸还是 4.1 英寸目前还无法确定。

市场调研公司 Rational AB 的分析师张昊引述消息称,下一代的 iPhone 将会配备一个与电源管理组件直接相连的 NFC 芯片,通过该芯片和将于 2012 年发布的苹果 iOS 6 内置的 PassBook 应用整合,“苹果将会很容易打开信用卡和移动支付市场。”张昊表示。据了解,目前苹果的 iTunes 商店已经捆绑了全球超过 4 亿个信用卡账户。来源:2012-6-28 南方日报

[返回目录](#)

电子渠道将成为电信运营商核心渠道

在面向新媒体平台的战略转型过程中,电子渠道事实上扮演了三种角色,包括实现信息发布与传播的媒介载体、衔接海量客户与价值链资源的适配门户、承载客户交互行为的社区空间,也就是三种新媒体平台模式,即新媒体传播平台模式、新媒体交易平台模式、新媒体人际交互平台模式。在这样广义的电子渠道视野下,电子渠道不仅将作为电信运营商渠道中的一个组成部分不断创新成长,而且还将通过新媒体平台作用的持续发挥,成为运营商的转型战略的核心载体与 3G 时代的核心渠道。在这个过程中,电子渠道的演进将呈现出以下趋势:

第一,越来越多的媒体型业务,如即时通信、综合生活信息门户、手机客户端、电子邮箱、移动社区、富媒体资讯杂志等,也将逐步成为运营商的电子渠道,与原有短信、彩信、WAP、USSD、互联网等组合成为更加完整的全业务运营电子渠道体系。在这个过程中,电子渠道的创新商业模式设计愈发重要,它将超越狭义的业务发展或渠道建设思考,成为电子渠道发展战略规划的前提。

第二,各类电子渠道在传播特征方面呈现出明显差异化,由此形成了电信运营商类型丰富的新媒体平台模式组合。例如呈现出典型信息发布传播载体特征的短信、彩信、电子邮件、RSS 渠道等,呈现出典型承载客户交互行为特征的社区、博客、微博客、播客(视频分享)、WIKI、即时通信渠道等,呈现出典型衔接海量客户与价值链资源适配特征的综合信息或分类信息门户渠道等。这些差异化

的传播特征不仅造就差异化新媒体平台，同时也需要差异化的内部运营模式有效驾驭。

第三，在面向新媒体平台的电子渠道转型中，传统的电信支撑系统信息视图将不再完全适用于新媒体时代。包括客户基本属性、消费行为、业务偏好、关联特征(如会员卡号、读者 ID、IM 号码)等更广泛的客户识别信息；包括传统客户价值、人气价值、社会价值(包括关系链度、关系强度，是否影响人、是否传播人等)等更完整的客户价值信息；包括客户对于被访问许可程度、范围与相应设置的标签、关键字等更富有交互性的客户许可信息，都将在新媒体发展驱动下，成为新一代支撑系统的高价值数据基础。

第四，在面向新媒体平台的电子渠道运用中，在客户端需要支持在统一的客户识别基础上的多屏终端适配，在服务器端需要支持跨内容与资源数据库的渠道体验适配，以保证用户单点登陆与一致体验。要在新媒体平台竞争中取得领先，运营商首先要破除数据孤岛方面取得率先突破。

第五，基于新媒体平台模式的多种电子渠道各具特色，将在服务营销中形成丰富的应用组合。例如，在支持客户完成完整的消费体验的过程中，各种电子渠道需要在客户知晓、搜索、咨询、购买、使用等各个环节中进行密切的协同配合；在支持客户完成完整的服务体验过程中，往往需要以某类电子渠道为主，其它电子渠道为主渠道提供配套提效式的协同配合……多样的电子渠道应用组合模式，将极大丰富运营商的服务营销手段。

总而言之，电子渠道终将成为 3G 与全业务时代电信运营商的核心渠道。电子渠道的创新发展，将极大地影响到电信运营商对客户行为的深度支持，从而影响到电信运营商的转型战略。以新媒体平台为导向，深度推进电子渠道的建设与创新，将成为电信运营商的战略重点之一。来源：2012-6-27 通信信息报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

手机有望查药品服用禁忌

想查询药品的剂量、服用禁忌，今后通过电脑或者手机上网，输入药品的电子监管码，所有信息一应俱全。市药监局局长丛骆骆昨天介绍说，本市将进一步拓展药品电子监管码的公众服务功能。2012 年将有 30 家药品生产企业按照新版药品生产质量管理规范进行认证，达不到标准的将被淘汰。

近几年，本市从基本药物入手实施了电子监管码监管，已在全国率先完成了特殊管理药品、生物制品、中药注射剂等高风险品种以及基本药物的电子码监管，

并已拓展至其他 60 多个品种药品的电子码监管。按照进程，2015 年以前，所有进入北京市场的药品都必须附有电子监管码符码，达不到标准的不得进入北京市场。

丛骆骆表示，实行药品电子监管码监管不是形式，而是手段。监管部门可通过监管码对药品实行实时监控，一旦出现异常信号立即进行有针对性的查控；企业可以根据实时监控信息，调整产业结构。

而对于消费者来说，电子监管码的最大作用则是其服务性。丛骆骆介绍，今后消费者有望通过电子监管码方便地用手机或者电脑查询到药品的具体信息，比如是否为国家批准的药品、是否由合法企业生产、生产日期，甚至用药指导，服用剂量、何时服用、服用禁忌等。

此外，本市将不断提升药品企业的准入标准，对药品生产企业进行整合，使低、小、散企业淘汰出市场，让更优质的企业在良好的环境中发展。

针对网上冒充北京著名医院、专家、研究机构等销售假药的行为，丛骆骆介绍，市药监局已与工商、公安、卫生、城管、网络监管等部门建立委办局联席会议制度，与京、津、冀、东北等省市建立联防区域制度，建立信息共享、案件互相联动的机制，力争早日从根源上铲除造假行为。来源：2012-7-3 北京晨报

[返回目录](#)

“智慧旅游”开启智能时代

作为一个“新生”词汇，“智慧旅游”这个名词越来越受到业内关注，并且已经逐渐步入游客的旅途中，实实在在地发挥起了作用。随着科技的进步，旅游正在步入一个智能化的时代。当你举起手机，拿起平板电脑，挥动手指间，你会发现，自己正在成为“智慧旅游”的受益者。

智慧旅游 智能系统产品五花八门

社科院旅游研究中心副主任刘德谦告诉记者，谈到“智慧旅游”，人们常提到“导航”、“导游”、“导览”、“导购”，其实，这四个“导”所指的是在智慧旅游系统的支持下，游客利用手中“智能手机”实现定位、导游、讲解员、网上购物的功能。如果没有这种智能手机，也可以使用台式电脑和便携电脑来完成，同时在一些场所还设有具有相同相似功能的公共触摸屏。

作为国家智慧旅游试点城市之一的北京，它的前进步伐在全国是十分突出的。北京市旅游委紧紧结合北京市公共服务体系的建设，编制了《北京智慧旅游行动计划纲要(2012-2015年)》和“智慧景区”、“智慧饭店”、“智慧旅行社”、“智慧旅游乡村”四个业态建设的试行规范等，并正在积极地将其付诸实施。

记者在刚刚结束的 2012 北京旅博会上看到，关于“智慧旅游”就设置了一个醒目的展台，里面展示的是已经投放运营和正在试运行的“智慧旅游”项目五花八门。例如，一种在酒店内使用的智能信息系统，就是由酒店在客房内提供平板电脑，打开平板电脑，进入系统的客房服务，动动手指，就可以实现关灯、开关电视、请勿打扰、订制洗衣、订餐送餐等功能，用自己的平板电脑下载客户端也可以实现。一台外形为机车的“实景三维智慧旅游”系统也吸引了众多游客体验，通过操作“机车”方向盘和眼前的大屏幕，你就好像在城市中真实地开车游览一样。据工作人员介绍，将来游客可以在网上体验这个系统，实践三维实景游览。

数字东城 城市信息自助系统上线

北京是首批国家“智慧旅游”试点城市之一，而东城区在发展“智慧旅游”方面则首当其冲。经过一年多的调研和开发，东城区旅委上线运行了“城市旅游信息自助公共服务系统”项目。当你来到王府井商业街、前门大街或南锣鼓巷，拥有苹果手机的用户，登录 APP store 下载“东城旅游”客户端，即可下载丰富的旅游资讯。蓝牙手机用户只需打开蓝牙功能，进入热点覆盖范围，就会接收到系统自动发送的旅游资讯。

“数字东城、智能东城和智慧东城”是东城区发展“智慧旅游”的三个阶段目标，对于东城区对于“智慧旅游”的开发，东城区旅游发展委员会副主任宋叙更为审慎，她说，目前，东城旅游还只是达成了“数字东城”目标，下个阶段的目标就是实现“智能东城”。对于“智慧旅游”，她也给出了自己的理解：“把信息化手段运用到旅游当中，伴随游客的整个行程。”

深度开发 自助系统未来更加智能

对于“智慧旅游”的未来，宋叙的心中有一幅预想的蓝图：“当你站在一条街上，利用智能化终端设备，你可以找到一幅立体地图，你可以知道眼前的大楼是多少层，超市在哪一层。当你去买苹果，你知道超市里有多少种苹果，每个苹果都来自于哪个产地。不然，就不算‘智能’，也不够‘智慧’。”

目前，利用“城市旅游信息自助公共服务系统”，游客可以体验多媒体旅游资讯、查看景区景点信息、了解历史文化背景、查看交通信息、查看景区相册、查看景区视频，据宋叙介绍，下一步通过目前已经预置好的端口，游客利用这个系统还可以进行订票等，并且将推出安卓系统的客户端，推出多语种版本，满足国际游客的需求。此外，还将把五道营、南新仓增加到热点覆盖地区里来。

对于这个系统更长远的未来，宋叙也给出了构想，未来，利用手机定位系统定位游客的位置，这样当你走进景区的某个景点时，系统就会自动将景点的故事、背景等信息推送到游客的手机上，也就是说，游客的手机将会变身为一个智能化的“移动导游”。来源：2012-6-27 北京晨报

[返回目录](#)

中移动奥运漫游至英国通话降至 0.99 元/分钟

中国移动(微博)宣布，奥运会期间到英国漫游的用户资费大幅下降，无论接听还是拨打电话，均降至 0.99 元/分钟，发回中国大陆短信每条减至 0.15 元/条。

本次优惠针对 2012 年 7 月 1 日至 2012 年 8 月 31 日期间在英国使用 Vodafone 网络的中国移动客户。

据悉，在此段时间内，不管是拨打电话(包括拨打当地电话、拨回国内、拨打其他国家或地区)还是接听电话均是每分钟 0.99 元，最常用的拨回中国大陆的电话资费降幅高达 50.3%。针对“拇指一族”，移动推出短信漫游优惠资费，发中国大陆短信只需 0.15 元/条，资费降幅高达 62%，接收短信则免费，漫游至英国上网资费降至 0.001 元/KB，降幅高达 90%。

据中国移动相关负责人介绍，到英国漫游无须更换手机，需开通国际长途、国际漫游功能。但中国移动客户到英国后需手动将使用网络设定在 Vodafone 网络上。来源：2012-6-29 新浪科技微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

杭州投放 200 辆免费移动 Wi-Fi 出租车

继杭州快速公交开通 4G 网络，乘客在公交车可免费体验 Wi-Fi 之后，近日杭城街头又出现首个免费 Wi-Fi 车队，约 200 辆出租车。跟平常的出租车相比，Wi-Fi 车里多了一个小型无线路由器，乘客可在车里免费上网。

记者在一辆出租车内看到，在乘客位置上贴着一行字“本车覆盖移动 Wi-Fi，随时畅享高速上网”。记者坐在静止的车里试了试：下载一个 9.5MB 的软件，用时大概 25 秒。车子开动之后，网速有点不稳定，看视频有点卡，不过在线听歌、刷微博完全没问题。

大众出租车公司的党委书记金凯说，Wi-Fi 出租车队是 2012 年 5 月份上路的，乘客反馈很好。现在这个 Wi-Fi 出租车在全公司里推广，大家自愿参加。据了解，到了 10 月份，地铁开通之前，将会有 500 来辆 Wi-Fi 出租车出现在杭州街头。

据中国移动浙江公司市场经营部葛长伟介绍，这是杭州移动和大众出租车公司的一项合作，采用移动上网伴侣，即 TD 版的 MIFI 设备，该设备很小，能将

TD 信号转化成 WIFI，速度最高能达到 180kb/s 左右，约 1.5Mbps。来源：
2012-6-27 飞象网

[返回目录](#)

“iShanghai” 将建成 每天免费上网两小时

作为上海智慧城市建设中的关键一环，越来越多的免费 WiFi 网络即将与市民见面。记者昨天在上海通信发展年会上获悉，目前中移动正配合市政府建设一个名为“iS - hanghai”的大型 WLAN 网络，届时覆盖范围内的市民每天可获得至少两小时的免费上网时间。

该免费网络将包含近 1 万个热点，覆盖医院、交通枢纽、文化场所、政府服务窗口等重要公共区域，预计 2013 年底前建成。市民届时通过手机等移动终端搜索名为“iShang - hai”的网络，便可获得至少 2 小时的免费上网时长。

此外，呼声已久的 TD-LTE 4G 网络目前已完成内环线以内的覆盖，最快在 2013 年上半年进行试商用。

中移动董事长奚国华此前在亚洲移博会上表示，目前中移动在北京、南京、杭州、深圳、广州已开通 TD-LTE 体验服务，杭州每天已有逾 1 万市民享受 TD-LTE 的超快网速。来源：2012-6-29 新闻晚报

[返回目录](#)

我国三大电信运营商均在西沙提供通信服务

我国三大电信运营商目前都已在西沙群岛开展了通信服务，先进的信息通信技术缩短了海岛与大陆的距离，为当地居民提供了便利。

中国联通(微博)在西沙永兴岛、珊瑚岛和琛航岛建设了 3 个移动基站，实现了西沙群岛及周边 40 公里海域的信号覆盖，为部队和居民提供了重要的通信保障。中国移动(微博)也在西沙群岛提供了 3G 服务，在西沙永兴岛、珊瑚岛、琛航岛、中建岛、金银岛和东岛六个岛屿开通移动基站，实现 3G 网络覆盖。

中国电信(微博)早在 2007 年就在西沙群岛建成了我国最南端的互联网中心，为驻岛官兵和民众解决了上网难题。来源：2012-6-28 深圳特区报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

深圳电信 IP 电视直播服务昨开播

作为三网融合的一项主要业务，IPTV 的进展一直备受关注。昨日，“宽带互联网视听(深圳版) - IP 电视上市启动仪式”在深圳举行，记者在仪式现场了解到，由于 IP 电视在互动性上更为灵活，比如时移的功能可以达到 32 倍速，一个时长 30 分钟的节目可以在 1 分钟以内重新倒回观看。

记者在现场看到，深圳 IP 电视的直播服务目前提供 73 路直播频道，其中有 9 路高清频道和 64 路标清频道，涵盖了央视与深视的全频道。未来还将引进更多数字频道、卫星频道等高收视高品质的特色频道。

目前，深圳电信已向深圳市民开放 IP 电视业务。

何谓 IPTV？

IPTV 即交互式网络电视，是一种利用宽带有线电视网集互联网、多媒体、通讯等于一体，向家庭用户提供包括数字电视在内的多种交互式服务的崭新技术。来源：2012-6-27 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

【电信网络】

4G 示范网向专业用户放号

作为商用前的练兵，中国移动(微博)在北京搭建的 4G(TD-LTE)示范网已完成初步建设，并向专业用户放号，展开小范围的预商用测试。4G 网络到底有多快？信号稳定吗？昨日，北京晨报记者在北京邮电大学现场率先体验了一把高速 4G 网络的魅力。

TD-LTE 是我国主导的 4G 标准，从 2012 年年初开始，中国移动选定十个城市进行扩大规模网络实验，北京是其中之一。承担北京 TD-LTE 示范网建设的是大唐移动。该公司昨日透露，目前示范网已基本完成建设及优化，正陆续展开针对专业用户的多项体验活动。

据了解，北京 TD-LTE 示范网主要覆盖“一线四区”：“一线”指长安街沿线(西起万寿路，东至东单)，同时在北邮、北师大、工信部电信研究院和大唐电信集团等几大区域实现覆盖，目前搭建了 80 多个基站。大唐移动移动通信事业

部测试总监陈博介绍说，该网从 2012 年 1 月份开始搭建，到 5 月中旬基本完成建设。最近启动的预商用测试主要面向工信部、中国移动等内部专业人士。

不过，现在支持 TD-LTE 的终端还较单调。陈博介绍说，多模数据卡已具备预商用的水准，用户参与测试的终端主要是数据卡。后续智能手机等终端将陆续投放使用。不过，这张网何时向公众开放还是未知数。中国移动计划 2012 年小范围试商用 TD-LTE，准备 2013 年大举建网。此前，杭州等城市已率先向公众用户开放 4G 体验。来源：2012-6-29 北京晨报

[返回目录](#)

SK 电讯 LTE 创新获国际认可

SK 集团旗下的 SK 电讯日前表示，SK 电讯开发的世界首个混合网络技术于近期荣获英国全球电信业务(以下简称 GTB)所颁发的“全球电信业务创新大奖”。这也是 SK 电讯继获得亚洲电信大奖颁发的“最优秀移动通讯企业奖”之后再一次取得荣誉。

SK 电讯网络技术院院长姜宗列表示，此次荣获 GTB 移动网络创新大奖是国际社会对 SK 电讯一直以来为提高用户体验而在 LTE 相关技术的开发与引进方面所做努力的肯定。今后 SK 电讯会继续开发更加新颖，更具创新性的网络技术。2009 年 SK 电讯曾在客户服务领域荣获 GTB 创新大奖，此次则是在移动网络创新领域获奖。根据 GTB 的说明，此次授予 SK 电讯奖项是为了表彰 SK 电讯开发出了世界首个可以同时使用无线网络(WiFi)和移动网络(LTE 或者 3G)的混合网络技术，在 LTE 网络技术创新上有所突破。SK 电讯 2012 年的业务目标是在年内实现混合网络技术的普遍应用。混合网络技术不仅可以提供世界上最高水平的数据通讯速度，同时还可确保无线网络与移动网络相互切换时不再发生数据传输的中断，从而更加方便用户使用。SK 是韩国三大集团之一，主要业务领域包括能源化工、信息通讯、物流流通。目前，SK 及其附属机构在全球 40 多个国家和地区拥有 250 多个办事处和子公司。来源：2012-7-2 中华工商时报

[返回目录](#)

Orange 计划于年内瑞士进行 LTE 试验

Orange 瑞士分公司已经证实，将于 2012 年年底开始在十座城市进行 LTE 试验。试验完成后，公司将在 2013 年春季进行试运行，并于年内在六座城市部署 4G 网络。

该公司还证实，将不会(像其他网络那样)对监管机构的频谱分配进行上述。

Orange 瑞士首席执行官(TomSieber)汤姆·西伯表示：“Orange 能够在手机频率拍卖中竞得有助于公司迅速扩大其移动宽带网络的最好的频谱。然而，向联邦行政法院提出上诉可能会推迟我公司进行重要创新的步骤。因此，我们决定放弃这次为广大客户争取利益的机会，转而集中精力扩大我们的移动网络。”

Orange 瑞士分公司投资超过 7 亿瑞士法郎(约合 7.4 亿美元)进行网络现代化建设，同时利用包括 LTE 在内的新技术进一步扩大其移动网络。来源：2012-7-2 飞象网

[返回目录](#)

诺西 TD-LTE 网速达 1.3Gbps:近硬盘写速极值

信息化与工业化融合成果展览会今日开幕。从诺基亚西门子通信(微博)(以下简称“诺西”)展台获悉，基于商用 Flexi 基站平台的 TD-LTE 数据传输速率已经达到了 1.3 Gbps，这比之前的 1Gbps 速度更快。诺西的一位工程师介绍说，这个速度已经接近硬盘写入速度的极限。

据了解，之所以 TD-LTE A 的数据传输速率可以达到 1.3 Gbps，诺西工程师将现网测试的射频设备和基带单元进行升级，升级之后的用户接入速率从之前的 100Mbps 提高 10 倍，直接达到 1Gbps。从现场的体验来看，一部高清电影 10 秒钟可以下载完成，在线观看电影可以做到零时延。诺西的一位工程师介绍说，这个速度已经接近硬盘写入速度的极限。

对于 TD-LTE 试验网的建设进展，诺基亚西门子通信大中国区总裁马博策表示，诺西配合中国移动(微博)已经完成了 TD-LTE 大规模测试第一、第二阶段的测试，在所有关键测试项目上表现优秀。诺西的产品可以做到

而对于 TD-LTE 的商用化进程，马博策表示，这取决于运营商的部署，诺西从网络到终端的产品已经准备就绪。诺西的产品可以做到基于现有网络 TD-SCDMA 或 GSM 网络的升级。从下半年开始，诺西会和运营商一道做 TD-LTE 试验网的进一步部署。

从全球 TD-LTE 网络的商用来看，诺西在海外 7 个商用合同中，巴西和沙特等地的运营商已经有 3 个网络投入商用。

此次展览会上，诺西基于 TD-LTE 进行无线遥控的智能机器人成为展会一大亮点。据了解，该机器人通过 TD-LTE 进行大量的交互数据无线传输，机器人可精确模仿人的随意动作。

“机器人的动作是通过下达各种指令实现的。在 3G 网络上，这种大数据的密集传输是很难实现的，因为时延会在几百毫秒，而目前的 TD-LTE 网络的试验可以在 10-20 毫秒，如此机器人的动作模仿可以是连续的，基本上与人的动作保持同步。”

此前，诺西和中国移动在杭州等地建设 TD-LTE 试验网，杭州的 TD-LTE 网络在 2.6GHz 频率上建设。除了 2.6GHz 频段，诺西也在 1.9GHz 频段的 TD-LTE 解决方案。诺西 Flexi Multiradio 基站现在可支持 1.9GHz 频段的 TD-LTE 服务。杭州诺西开放实验室将对此 TD-LTE 产品进行 1.9GHz 频段互联互通试验，该产品有望在 2012 年内商用。

截止到 2012 年 4 月，诺西在全球有 53 个 LTE 商用合同，6 个 TD-LTE 商用合同。在 TD-LTE 领域，诺西承担了 50% 以上的测试任务。在核心网领域，诺西的份额占到 60% 以上。来源：2012-6-28 新浪科技微博

[返回目录](#)

【终端】

阿尔卡特朗讯推出互联网核心路由器

日前，阿尔卡特朗讯宣布推出全新互联网核心路由器 7950 XRS 产品系列，以应对目前全球网络转型带来的挑战。

作为下一代 IP 核心路由器平台的代表，7950 XRS 系列路由器平台体积小、效率高，其端口密度是当前普通核心路由器的 5 倍，而且将能耗降低超过 66%。使用 7950 XRS 将 100G 甚至 400G、1000G 等高速链路引入到 IP 传输网络中，将大大推动和简化核心网络演进，从而帮助运营商轻松地应对日益增长的客户需求。来源：2012-7-2 人民网-人民日报

[返回目录](#)

【运营支撑】

Sprint 下月中旬推出 LTE 服务

美国第三大运营商 Sprint 公司宣布，将于 7 月 15 日在亚特兰大，达拉斯，休斯顿，堪萨斯城和圣安东尼奥等 5 个城市推出其 LTE 服务。

目前，Sprint 正在建造一个全新的 3G 和 LTE 网络，新的网络能有效的增强他们的 3G 服务，为用户提供更好的信号、更流畅的通话、更快的数据传输速度，以及更好的整体性能。

这是 Sprint 首次在 5 个主要城区为上百万用户提供 LTE 服务。Sprint 预计将在 2013 年年底完成大部分的 LTE 网络建设和 3G 网络加强工作，届时将覆盖全国 2.5 亿用户。来源：2012-6-28 中国通信网

[返回目录](#)

报告称美韩下半年商用 LTE 语音服务

市场研究公司 Infonetics Research 的最新研究报告称，随着语音越来越多地成为一种数据应用，美国和韩国正在引领全球推动 VoLTE(Voice over LTE)的发展。

当然这并不令人惊奇，美国和韩国在 LTE 技术部署上是全球领先的两个国家。这份报告强调的是 VoLTE 发展势头正猛，可作为 CSFB 语音的一种替代方式，不过，目前美国市场尚没有 VoLTE 的商用部署。根据这份报告，全球首个 VoLTE 部署将会在 2012 年下半年出现，Infonetics 预计，全球 VoLTE 用户数将在 2012 年年底达到 30 万。

Verizon 无线的 LTE 网络目前已覆盖 2/3 的美国人口，该公司并不急于部署 VoLTE 解决方案，但会在 2012 年晚些时候将这一功能添加到其网络上，Verizon 通信 CTO Tony Melone 表示。

他在 5 月底的一次投资者大会上表示：“我们非常乐观并且看好 VoLTE 的前景，但并不急于推出。我们将在 2012 年使这种技术可行。我的观点是，眼下没有理由迫使用户们转向 VoLTE。”他表示，在某一时间段，Verizon 将会允许用户们通过富通信套件(RCS)使用 VoLTE 以及传统的 CDMA 语音服务，使他们能够习惯将语音作为一种应用的概念。

Melone 表示，到 2013 年晚些时候或是 2014 年，Verizon 或将开始提供 VoLTE 服务，并将其作为该运营商唯一提供的语音服务。

美国移动运营商 MetroPCS 的高管曾表示，该公司将在 2012 年下半年推出三款支持 VoLTE 的智能手机。MetroPCS 希望将语音服务转移至 VoLTE，因而它便能重整其用于 CDMA 服务的频谱。AT&T 移动计划到 2013 年适时推出 VoLTE，并且 Clearwire 已经表示，将在 2013 年年中推出 TD-LTE 网络时，同时提供 VoLTE 服务。

“美国和亚洲(尤其是韩国)正在引领 VoLTE 的发展，Verizon 无线、MetroPCS、SK 电讯和 LG U+都计划在 2012 年推出 VoLTE 服务。” Infonetics Research 移动基础设施和运营商经济部门首席分析师 Stephane Teral 表示。她指出韩国在 VoLTE 方面的发展势头非常迅猛。

“这对 VoLTE 而言都是好消息。当然，我们需要理性而正确地看待它。尽管 VoLTE 市场正在快速升温，但是直到 2016 年，VoLTE 也仅将占全球移动 VoIP 收入 14%的比重，而截至目前，OTT(over-the-top)移动 VoIP 继续占据最大份额。”

根据来自市场研究公司 ARCchart 的另一份研究报告显示，全球 VoLTE 服务收入到 2016 年将达到 20 亿美元。来源：2012-6-29 中国通信网

[返回目录](#)

沃达丰宣布 2013 年推出 LTE 4G 服务

沃达丰开展的为期 18 个月的移动基站检修工程正渐进尾声。本次检修工作包括将原有的 2G 和 3G 设备更换华为(微博)公司生产的单一网络(SingleRAN)装置，为该公司提供 2G、3G 和 4G 服务做准备。在沃达丰全部 8000 个基站中，5500 个已经完成升级，只有澳大利亚东部各州的基站尚未完工。虽然这些升级能够让沃达丰提供 4G 服务，但到目前为止，该公司是澳大利亚唯一一家已经推出 4G 服务的移动运营商。

不过，沃达丰公司首席执行官比尔·莫罗(BillMorrow)今天承诺，公司将于 2013 年年初推出 4G 服务——在公司开始于 2012 年 9 月份将其双通道 HSPA+3G 服务(使用 850MHz 频段)切换后。沃达丰将这类服务称为“3G+”。

莫罗在声明中表示：“我们清楚地认识到用户对数据需求不断增加的消费趋势，现在我们准备引进先进技术(如沃达丰 3G+和 4G LTE)。3G+服务会在 2012 年 9 月开始，而 4G 服务也将于 2013 年推出。这些服务将使我们的客户受益于沃达丰网络更为快速的数据传输速度。”

莫罗指出，在沃达丰公布确切的时间之前，首先需要参与 4G 牌照招标并中标。来源：2012-6-27 飞象网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

广电总局：全国数字电视用户首次破亿

广电总局发展研究中心编纂的《中国广播电影电视发展报告(2012)》显示，2011年全国有线广播电视入户率达49.43%，用户首次突破2亿户，其中数字电视用户首次突破1亿户，达11489万户。

广电总局发展研究中心主任、广电蓝皮书主编庞井君28日在京说，2011年全国广播影视总收入(含财政补助收入)达2894.79亿元，同比增长17.72%，由广告、有线网络、电影票房三驾马车强力拉动，广告收入实现19%以上大幅增长，达1122.90亿元。有线网络产业收入保持平稳增长，增长率为16%，收入达563.78亿元。

报告说，至2011年底，手机网民规模达3.56亿，手机网络音乐和视频的使用率分别达45.7%和22.5%。

报告说，至2011年底，已有26个省(区、市)完成或基本完成一省一网整合，有线网络“一省一网”基本实现，“三网融合”首批试点稳步发展，第二批试点名单已于2011年年底公布，试点城市增至54个。

庞井君说，2012年，广播电视与新兴媒体的融合加快，扩大宣传覆盖面，增强影响力，网络等新兴媒体的优势将充分发挥。来源：2012-6-28 新华网

[返回目录](#)

17%美国成年手机用户主要通过手机上网

美国互联网调查机构“皮尤网络与美国生活项目”今天公布报告称，17%的美国成年手机用户主要通过手机而非台式机、笔记本或平板电脑上网。这一数据包含所有美国成年手机用户。

报告显示，到2012年4月为止，美国有88%的成年人拥有手机，其中有55%的用户称其曾使用手机上网；而在这一部分移动互联网用户中，有31%称其主要使用手机上网。

这种趋势在年轻人中表现的更加明显。皮尤报告显示，在18岁到29岁的成年人中，有45%使用手机上网的用户主要在手机上进行网络浏览活动。

此外，从人种来看也存在较大差异，非洲裔和拉丁裔美国用户使用手机上网的比例最高，分别为 55%和 52%，远高于白种人的 24%。收入和教育背景也起到了一定作用，家庭年收入不足 5 万美元以及没有大学学历的用户更有可能把手机作为上网的唯一方式。

在被问及为何更喜欢用手机而非笔记本和台式机上网时，64%的用户称其原因在于手机更容易获得，18%称其更加符合自己的使用习惯，仅有 7%称其足以进行基本的在线活动。

对一些用户来说，用手机上网还只是由于更加便于使用。但与此同时，有 10%的用户表示，使用手机上网的原因仅在于他们没有其他方式能够登入互联网。其中，6%称其没有电脑，4%称手机上网是其唯一接入互联网的方式。来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

第二季度全球智能机出货量或同比增长 38%

美国市场研究公司 Strategy Analytics 预计，2012 年第二季度全球智能手机出货量将同比增长 38%。

但该公司也警告称，考虑到欧洲、北美和亚洲的经济环境，未来几个月的增长可能停滞。不过，Strategy Analytics 预计，等到苹果 2012 年晚些时候发布新一代 iPhone，以及更多用户升级为 4G LTE 设备时，智能手机出货量有望反弹。

Strategy Analytics 还将 LTE 称作是“最重要的行业领域”，并表示，2012 年的 4G LTE 智能手机出货量有望增长 10 倍。来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

全球宽带用户突破 6 亿 中国 1.64 亿户位居第一

国际组织宽带论坛(Broadband Forum)近日发布数据称，全球宽带用户数已经突破 6 亿户。

宽带论坛的数据显示，2012 年第一季度全球新增 1600 万宽带用户，使得宽带用户数突破了 6 亿户大关。亚洲依然是全球宽带用户最多的地区，用户数达到 2.62 亿户，2012 年第一季度新增宽带用户 860 万，增长率为 3.4%。其中，中国以 1.64 亿的庞大宽带用户基数位居全球第一，2012 年第一季度用户增幅为

4.4%。美国为全球第二大宽带市场，用户为 9300 万，第一季度用户增幅为 1.8%。日本、德国、法国、俄罗斯、英国、韩国、巴西和意大利分列其后。

在前 20 个国家中，5 个亚洲国家的宽带总用户为 2.39 亿，超过全球宽带总用户的三分之一。数据显示，中国、印度和巴西的宽带用户年增幅均达到了两位数。

宽带论坛 CEO Robin Mersh 称，距离全球宽带用户突破 5 亿仅仅过去了 18 个月，这意味着宽带的发展速度正进一步加快。

宽带论坛另外发布数据称，全球 IPTV 用户也已经达到了 6600 万。2012 年第一季度，全球新增 IPTV 用户 380 万，亚洲超过欧洲成为全球 IPTV 用户数最多的地区。中国在用户数和用户增幅方面均居全球首位。

目前看来，DSL 依然是全球最主要的宽带接入技术。Point Topic 首席执行官 Oliver Johnson 称：“DSL 依然是全球最流行的接入技术，虽然其市场份额第一季度下降了 0.5%，但其主流地位还将持续很长时间。在光纤方面，从运营商的角度来看，光纤相比 DSL 的成本效益愈加明显，因此，光纤的市场份额也逐步增加。”来源：2012-6-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

【市场反馈】

全球运营商移动内容收入缩水

全球电信与媒体市场调研公司 Informa Telecoms & Media 的最新预测表明，全球运营商移动内容和商务收入份额大幅下降——2011 年为 44%，2016 年为 31%。在未来五年，运营商的市场份额有望减少的领域包括手机音乐、手机游戏、移动电视/视频、手机短信、定位服务和聊天/社交网络，原因在于这类服务越来越多地转向“OTT”。如果运营商不能在移动应用程序支付中发挥越来越大的作用，那么市场份额的降幅将会更大。

应用程序商店将运营商从以前的移动内容空间领导位置上拉下来，但运营商计费——纳入手机话费的应用程序下载和程序内支付——可以让运营商在未来增加其收入份额。虽然网络运营商坚决抵制苹果首创的移动应用环境，但其他相关企业却竞相搭上移动应用程序这趟时尚快车，其中包括谷歌、微软、诺基亚、RIM 和三星(微博)，为从其应用程序商店中下载程序买单。从中受益的只有苹果，苹果通过 iTunes 与数以百万计的数字媒体用户建立了直接的结算关系。

Informa Telecoms & Media 公司资深分析师吉列尔莫·埃斯科菲特 (Guillermo Escofet) 指出：“当网络运营商可能会错失设备运营商提供的计费机

会——如果没能为应用程序商店所有人和开发商提供方便实惠的计费方式，未能引进更高效和更灵活的系统(与笨重而不可靠的 PSMS 相比)。更具吸引力的替代品已经出现，比如在俄罗斯等国家/地区的店面的即时支付终端允许用户将现金转换为电子货币，用于购买数字产品。”

流入网络运营商腰包的应用程序收入增幅将从 2011 年的 10% 升至 2016 年的 17%。埃斯科菲特表示：“这不仅是因为运营商将越来越多地充当直接的应用程序零售渠道，还得益于他们将越来越多地充当第三方商店付费应用程序下载的推动者。”

随着应用程序商店进一步向新兴市场扩张(新兴市场的银行账户和信用卡比较少见，而付费短信是大部分新兴市场用户以手机进行数字商品支付的唯一手段)，运营商计费的需求变得更加迫切。

新兴市场占全球移动用户份额的绝大部分，而这一比例仍在不断增长。已经接受运营商计费的应用程序商店与新兴市场的关系最为密切，如诺基亚专卖店、谷歌 Play(其前身为 Android Market)和黑莓(微博)的 App World。

Informa 预计，移动内容收入(数据总收入减去上网和 P2P 短信)将从 2011 年的 407 亿美元增至 2016 年 1310 亿美元。Informa 的预测只考虑了直接终端用户的，即用户购买内容和服务的支出，而不包括间接收入来源(如广告等)。来源：2012-6-28 飞象网

[返回目录](#)

报告称内地智能机市场苹果三星占四成份额

2012 年内地智能手机出货将增至至 1.4 亿台，三星(微博)苹果独占四成份额，华为(微博)、中兴、联想和酷派四家本土厂商再瓜分四成份额，导致其他品牌市场空间有限。

根据 DIGITIMES Research 报告，华为与中兴为保毛利而扩大产品线价格区间，向中高端智能手机拓展，将面临其它品牌在低端市场猛烈冲击，虽然出货量会继续增加，但市场份额会有所下跌；其中华为 2012 年份额将从 2011 年的 16% 降至 12%，中兴则由 11% 降至 9%。

相比之下，联想和酷派出出货量 2012 年有望突破千万；联想与联发科(微博)合作关系密切，享有优先出货优势，有利其主攻低价市场；酷派向智能手机转型快速，2012 年其智能手机出货占比将超过 70%；DIGITIMES Research 预期两家手机品牌 2012 年智能手机出货将分别达 1200 万部与 1110 万部。

而对于整个内地市场，智能手机 2012 年出货将达到 1.4 亿部规模，三星苹果将拿下四成份额，华为、中兴、联想和酷派将再瓜分四成份额，导致其他品牌的市场空间有限。来源：2012-6-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

全球最受尊敬企业排行：电信业遭遇滑铁卢

近日，《巴伦周刊》与著名研究机构 Beta Research，根据道琼斯指数所确定的各公司市值的排名选出了前 100 家公司，并对美国 116 名投资人进行调查后，公布了全球最受尊敬的公司排行榜，苹果公司蝉联第一、IBM(微博)与麦当劳(微博)紧随其后。全球电信行业共有 7 家公司上榜，分别是 Verizon、沃达丰、AT&T、美洲电信、NTT DoCoMo、西班牙电信、中国移动(微博)。其中，中国移动在中国的 4 家上榜企业中排名最靠前，为第 88 名。

在上榜的 7 家电信企业中 Verizon 以总排名 57 位的成绩，名列电信企业第一。尽管是行业第一的成绩，但相比 2011 年总排名第 45 名的排位，Verizon 仍是退步不小，而这也代表了电信行业的整体境遇。2012 年上榜的 7 家电信企业的排名同 2011 年相比无一例外出现了下滑，其中沃达丰从 2011 年的 36 名下滑至 65 名，AT&T 从 2011 年的第 71 名下滑至 72 名，美洲电信从 2011 年的 58 名下滑至 81 名，NTT DoCoMo 从 2011 年的 75 名下滑至 82 名，西班牙电信从 2011 年的 63 名下滑至 84 名，中国移动从 2011 年的 85 名下滑至 88 名。

在过去几年，受访者认为强有力的管理和良好的商业战略是一家受尊敬公司所展现出来的最重要的品质，排在其后的优秀品质包括符合商业伦理的做法、产品创新能力以及收入增长和股价表现等与时间有关的指标。从投资者看重的这些品质来看，2012 年电信业的整体排名下滑同产品的创新能力不足和收入增长迟缓甚至下滑不无关系。

2012 年，苹果再一次蝉联《巴伦周刊》评选的全世界最受尊敬公司排行榜冠军，并且在排行榜上遥遥领先。苹果公司的市场主导地位不仅未遭到厌恶，反而让人敬畏。苹果公司是全球市值最大的公司，也是数码行业的领军者。苹果的数码设备往往在推出后仅几年时间就相当普及。

无论是面对庞大的销售基数上迅速成长的挑战，还是多家全球竞争者对其平板电脑和智能手机业务领先地位发起的攻击，都没能让苹果放慢业务发展的脚步，也没能减损它的声誉。凭借最新推出的 iPhone 和 iPad，再加上人们对苹果 Mac 电脑的需求，预计在 9 月结束的本财年，苹果的营收和利润将增长 50%。

《巴伦周刊》每年都对理财专家展开调查，了解他们对世界最大 100 家公司的看法。2012 年，这 100 家公司的选定，依据的是道琼斯各项指数确定的各公司截至 4 月 13 日的总市值。这次最新的调查在纽约州塞奥西特研究公司 Beta Research 的帮助下进行，得到了全美 116 名投资家的回复，其中既有小型咨询公司的老板，也有掌管数十亿美元资金的基金巨头投资负责人。

调查要求受调查者选择 4 个表述中的一个，来反映他们对每一家公司的看法。这 4 个表述分别是高度尊敬、尊敬、比较尊敬和不尊敬。每一种回答都带有一个分值，高度尊敬分值最高，并计算出每家公司获得的平均分。如果评分相同，那么“高度尊敬”得票最高的公司就排在前面。调查还要求这些理财专家列出他们认为公司获得尊敬最重要的因素，同时邀请他们对单个公司撰写评论。来源：2012-6-27 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

智能手机使用调查：通话仅列常用功能第五位

手机最初作为移动通话设备而诞生，随着智能手机日益普及，手机已经不仅是电话，更是上网设备、游戏机和音乐播放器。英国一项调查结果显示，人们一天用手机上网、玩游戏、听音乐等大约两小时，接打电话仅 12 分钟左右。

上网最多

英国移动企业 O2 公司调查 2000 名智能手机用户的手机使用情况。结果显示，手机功能使用最多的是浏览网页，调查对象平均一天用手机上网 24.49 分钟；其次为登录“脸谱”、“推特”等社交网站，平均一天用时 17.29 分；游戏列常用功能第三位，一天用时 14.26 分钟；列第四位的是听音乐，一天 15.38 分钟。

通话列手机常用功能第五位，一天用时 12.08 分钟；第六是收发电子邮件，11.06 分钟。短信息一度是人们对手机上瘾的原因，不少人成为“拇指族”，如今这一功能使用频率名列第七，调查对象收发短信时间平均一天 10.12 分钟。之后分别是观看影视 9.23 分钟，看书 9.18 分钟，照相 3.25 分钟。

“瑞士军刀”

研究人员还发现，对诸多调查对象而言，需要设置闹钟、查看时间、照相、记事时，首先想到的是手机，而非闹钟、手表、照相机、日记本，即便是上网冲浪或看电视，也有不少人更多地使用手机，而非笔记本电脑和电视机。调查对象中，超过半数，即 54% 不用闹钟而用手机设置闹铃；46% 不戴手表，想知道时间时看手机；39% 用手机而非相机拍照；超过四分之一用手机取代笔记本电脑。一

成调查对象用手机取代游戏机，6%把手机当作电视机，另有6%不再阅读纸质书刊，转而用手机看电子书。

O2 公司设备总监戴维·约翰逊告诉英国《每日邮报》记者，智能手机功能越来越多，堪称数字“瑞士军刀”，在生活中发挥着手表、相机、书籍甚至笔记本电脑的作用。“我们看到，手机用户接打电话的数量或者用手机通话的时长没有减少，”约翰逊说，“这显示手机在人们生活的各个方面发挥的作用越来越大。”

不宜沉迷

约翰逊说，智能技术发展迅速，手机照相、备忘录、电子邮件、社交媒体等程序软件丰富多样，使用便捷，“难怪消费者沉迷于这些功能”。英国特许理疗协会6月公布一项在线调查结果，不少上班族在工作时间以外使用智能手机等设备两个多小时，这正是“短信脖”、“短信拇指病”等病例近年来不断增加的原因。

不仅成年人着迷于智能手机，另一项调查结果显示，英国儿童课外也喜欢摆弄智能手机。教育专家担心，长时间使用智能手机等设备可能有损儿童阅读和交际能力。

瑞典一项研究则显示，沉溺于智能手机和网络会引发睡眠紊乱，进而让人出现抑郁症状。来源：2012-7-2 北京晨报 [返回目录](#)

全球智能机市场发展减缓:多数厂商为生存而战

Jefferies Co 公司分析师 Peter Misek 发表研究报告指出，全球智能手机销量意外下滑。他表示，基于 Jefferies Co 对亚洲手机供应链的调查，他们相信全球手机巨头都在缩减手机零组件订单。目前，智能手机市场面临瓶颈期，市场空间有限，技术出现“高原效应”，众多终端厂商及互联网企业入局使得厂商生存压力十分巨大。在粗放式发展之后，智能手机厂商正面临着转型压力。对于终端厂商而言，如何解决好同质化问题，摸准市场脉搏，借力求发展，是脱困必须解决的重大课题。

Jefferies Co 公司分析师表示，他们相信全球手机巨头都在缩减手机零组件订单，其中三星电子、华为(微博)、中兴通讯(微博)已经下调5%~10%，HTC 下调10%~15%，而 RIM 黑莓(微博)和诺基亚甚至下调了15%~20%。他认为，订单下调对产业的冲击将会在第三季度出现。

与此呼应的是，Android 设备用户数量在美国出现下滑趋势。本月早些时候，美国数据调查机构 Asymco 通过数据进行分析后发现，Android 智能手机用户增长数量连续4个月出现下降，而此前 Android 从未出现连续两个月用户增长数量

下降的情况。市场上拥泵最多的安卓用户的下降，是智能手机市场疲态渐显的另一个表现。

此外，在智能手机出货量方面，2012年第一季度除苹果和三星外，不少手机厂商出货量出现下降。诺基亚一季度的出货量同比下降了40%，而RIM则下降了20%。

市场研究公司ABI Research近日发布的新调查数据显示，2012年第一季度智能手机出货量总体增长了41%，达到了1.446亿万台。其中，苹果和三星在占据了全球智能手机出货量的55%。两家独大的局面并不能掩盖智能手机市场发展速度减缓的现实。

智能手机已经成为移动互联网最重要的载体，智能手机市场近年来一直保持着高速增长的速度。2012年一季度全球市场仍然保持着41%的高速度，但这一增长率是新兴市场高速发展带来的结果。而在较为成熟的美国市场，Android设备用户增长速度却开始下滑。与此同时，以往由单一运营商独家销售的苹果在2012年也开始增加运营商合作伙伴数，以期能够扩大市场，提高出货量。

厂商的不断加入，产品的不断推陈出新，价格的日趋平民化，使得智能手机市场获得了长足的发展，但是随之而来的问题也逐渐显现。

产品同质化问题是终端厂商永远无法回避的问题。苹果依靠高技术含量和独树一帜的终端大获成功，然而对大多数厂商而言，由于操作系统研发经费及实力问题，往往选择套用Android这样的开放式系统。技术和成本问题在智能手机市场高速发展的时代成为了厂商实力的分水岭，但大量厂商盲目追求高速发展也带来了产品同质化的问题。而今智能手机市场正在进入技术发展的“高原效应”，技术很难有实质性的提高，同质化问题将越来越严重。

与同质化问题一样严重的，还有智能手机市场的利润分配问题。市场研究机构Asymco月初公布的一则数据，描绘出了全球手机市场的残酷现实。仅苹果和三星两家手机厂商，就掌握了2012年一季度全球手机市场利润的90%以上，只留下个位数的利润额让其他公司瓜分。研究机构Arete Research高管理查德-克莱默表示，只有苹果和三星几个公司赚钱。“2012年这一问题将变得更加糟糕。”HTC、RIM、诺基亚、华为、中兴等手机厂商只能在中低端智能手机市场“为生存而战”。“价格战”成为竞争的主要手段，一再压缩成本使得多数厂商获利甚微。

微利化的现实使得厂商们更加疯狂的扩张中低端市场，以争取自身发展所需的成本。这造成手机市场空间被瓜分殆尽，多数厂商将精力又投向新兴市场。新兴市场的繁荣尽管使得智能手机市场获得了辉煌的数据，却没有给多数厂商带来

多少利润。可以说，手机市场的诸多隐忧被表面的繁荣所掩盖，而经营好暗流涌动的智能手机市场对厂商而言正越来越困难。

度过了最初的粗放式发展期后，智能手机市场的发展正进入一个重新洗牌的瓶颈阶段。粗放式发展带来的问题已经影响了市场的健康发展。厂商正面临全面转型的市场压力。

细分市场是被普遍采用的做法，虽然这带来了市场的扩大，却也造成了“机海战术”的局面，对于厂商而言利弊共存。在细分市场的同时，厂商需要的是对产品的精耕细作，打造差异化产品，寻求突破瓶颈。

而在低端市场方面，价格战一方面为厂商争取了市场份额，另一方面也对市场造成了很大伤害，厂商的市场空间，利润空间都受到挤压，生存压力巨大。多数厂商目前面临的局面是，降价是死，不降死得更快的尴尬局面，如何脱困已经成为业界的共同课题。以中兴为代表的国内厂商目前在扩张市场之后已经开始寻求转型，进军高端，推出特色产品等多种套路齐出，效果如何尚需市场检验。转型是势在必行之举，不转型基本无望从价格战泥潭中走出来。

加强与运营商之间的合作是手机厂商必行之路。一方面通过运营商的特色业务加强手机“内涵”，另一方面通过运营商补贴缓解成本压力，厂商和运营商在竞争压力面前选择联手是明智之举。苹果 2012 年以来也开始增加运营商合作者的数量，一方面出于竞争压力使然，另一方面也是因为各大运营商与厂商之间互相需求越来越强的结果。

目前终端厂商们正面临着一场“大考”，只有在市场迎来瓶颈期时及时转型，摸准市场脉搏，才能在这场大考中获得一个好成绩。来源：2012-6-28 通信报

[返回目录](#)

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



● 垂询及订阅请联系：

集团总机：(010) 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