



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. 18

本期要点

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

■ 宽带普及提速正当时

2012年3月30日，“宽带普及提速工程”在全国启动。工业和信息化部部长苗圩指出：“要深刻认识实施宽带普及提速工程的重要意义，增强使命感、责任感和紧迫感。”副部长尚冰也表示，促进宽带发展有利于提升我国的综合竞争力，有利于加快经济方式的转变，有利于满足人民群众日益增长的信息和文化需求。要让社会各界像重视高速公路一样重视宽带网络建设。

■ CDMA 是下一个小灵通吗

小灵通与CDMA最大的相同之处，都是在市场的自然选择中淘汰，而最大的不同之处，在于前者是被更好的技术取代，而后者是被庸众的市场抛弃。

■ 运营商支付能力要不要开放

近日，包括网易、苏宁在内的95家第三方支付企业获得央行颁发的第三方支付“身份证”。至此，通过4次发放，全国共有196家第三方支付公司获得“通行证”。

■ 民间资本凭何进入电信领域

日前，工业和信息化部发布了《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八大重点领域。作为进入一方的民间资本将会如何看待和衡量自身进入电信领域可行性呢？

■ 如何破解校园电信市场竞争困局

近年来，校园电信市场竞争的乱象引起了社会各界的广泛关注，已成为电信市场监管的一个难题。最近，笔者就此问题专程赴江苏有关地市进行了调研，形成了一些思考，与监管同行及企业同仁交流商榷。

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
宽带普及提速正当时	5
CDMA 是下一个小灵通吗	8
运营商支付能力要不要开放	9
民间资本凭何进入电信领域	11
如何破解校园电信市场竞争困局	12
产业环境篇	15
【政策监管】	15
电子信息制造业企稳回升	15
商务部回应中兴遭美国调查：希望获妥善处理	17
工信部等联合开展短信群发设备专项整治行动	18
【国内行业环境】	19
中国成全球最大智能手机市场	19
上半年电信业收入继续稳定增长	19
国家电网入局宽带市场 竞争将更趋激烈	22
我国成智能手机最大消费国 硬件成本降至 400 元	23
【国际行业环境】	27
法国运营商裁员应对价格战	27
国际电联欲调停专利诉讼大战	27
新西兰电信月底关闭 CDMA 网络	28
芬兰禁止针对手机用户电话营销	29
国外电信运营商涨价应对流量冲击	29
5 月份日本手机市场本土品牌出货大降 29%	31
运营竞争篇	32
【竞合场域】	32
运营商物联网平台建设陷入僵局	32
运营商合约机占整体市场销量三成	35
电信业向民资开放倒逼运营商模式转型	35
云计算 2.0 时代：电信运营商角色之变	36
三大运营商加速推进 4G 备战“大数据”时代	41
【中国移动】	43
TD-LTE 终端标准制定工作启动	43

中移动 2013 年将建 20 万个 4G 基站	43
中移动动漫基地上半年营收 9000 万	44
北京全球通家庭计划可增加 6 个副卡	44
中移动香港招标上马：4G 牌照发放很可能提前	46
中移动杭州深圳 TD-LTE 详情：密集组网加紧测试	49
中移动 4G 信心大增：3G 升级到 TD-LTE 仅需 1 小时	50
中移动 2012 年 PTN 集采：20 万端设备金额超 50 亿	50
【中国电信】	52
中国电信天翼视讯以股权换资本	52
中国电信发布 2011 年社会责任报告	53
中国电信旗下中卫国脉完成重组 更名为号百控股	55
【中国联通】	55
中国联通打造顶级商务定制手机	55
北京联通加大投入推进网络建设	56
联通营业厅多举措应对客流高峰	57
联通建立沃支付商圈联盟抢跑远程支付	57
联通网上营业厅再推低价售 20 元 3G 卡	58
联通升级网络至 42M 瞄准 4G 牌照空窗期	59
中国联通完成发行 150 亿元一年期融资券	61
联通布局全网宽带战略“融解”地域弱势	61
联通勾画 3G 盈利路径：增加覆盖降低终端补助	64
制造跟踪篇	66
【中兴】	66
中兴通讯荣获两项 GTB 大奖	66
中兴通讯：快攻模式之后的虚脱	67
中兴通讯称已取消对伊禁运产品订单	71
中兴通讯 H 股跌近 5%：传遭欧盟调查	72
中兴通讯称未听说欧盟有反倾销进一步动作	72
中兴预告上半年盈利下降 受投资收益等拖累	73
中兴通讯 2011 年净利 20.60 亿分红 6.86 亿元	74
中兴谈利润下滑原因：运营商招标结果比预期晚	74
【华为】	76
华为：ICT 转型还有多远？	76
华为瞄准中东地区固网管理市场	77
分析显示华为挤进我国智能手机市场前三	78
华为收购华赛后首度亮相：整合为两个产品线	78

华为雇用前美国国防承包商官员作为首席安全官	79
华为称 02 故障源于旧网络 已做好准备随时援助	80
【诺基亚】	81
诺基亚股价跌破 2 美元	81
诺基亚旗舰机在美五折出售	81
诺基亚在华合并两个销售大区 确认将裁员	81
诺基亚孵化器项目曝光：帮助离职员工创业	82
【其他制造商】	83
LG 宣布其 LTE 智能手机销量突破 400 万	83
三星 Galaxy S III 第二季将售出 650 万部	83
服务增值篇	84
【趋势观察】	84
智能手机不断蚕食相机地盘	84
物联网发展需摆脱传统思维束缚	86
民资多元竞争有望促电信业资费下降	88
研究显示移动设备安全将是未来最大安全挑战	91
智能手机渠道大战渐升级 线上线下结合成趋势	92
【移动增值服务】	94
联通再推“随意玩”套餐	94
广东联通首个推 2G 随意玩套餐 晚上 10 元包 5G	94
【网络增值服务】	95
上海公交车拟试点 WiFi 上网	95
北京 IPTV 低调测试：已进入用户上线测试阶段	96
技术情报篇	97
【电信网络】	97
沃达丰 KPN 荷兰试点网络共享	97
Sprint 商用 LTE 网络 2013 年全国覆盖	97
【终端】	98
华为全新上网卡 Wi-Fi 猫面世	98
TechTiles：设置手机功能的 NFC 贴片	98
中国移动首款 TD-SCDMA NFC 手机研制成功	99
【运营支撑】	99
GSA 证实超 330 家运营商致力于部署 LTE 网络	99
中华电信 100M 光纤上网覆盖率 2012 年底将达 7 成	100

市场跟踪篇..... 101

【数据参考】	101
年底美国智能机用户将达 1.1 亿人	101
预计 2012 年 iPhone 美国销量将达 4000 万部	101
【市场反馈】	102
增量市场亮点多 监管面临新挑战	102
最新调查报告显示：上海网速全国第一	104
第二季度 Android 统治美国智能机市场	106
3G 手机新品上市数首超 2G 移动互联趋势加深	107
应用开发商：iPhone 应用更受欢迎 安卓受冷落	108

亚博聚焦

宽带普及提速正当时

2012 年 3 月 30 日，“宽带普及提速工程”在全国启动。工业和信息化部部长苗圩指出：“要深刻认识实施宽带普及提速工程的重大意义，增强使命感、责任感和紧迫感。”副部长尚冰也表示，促进宽带发展有利于提升我国的综合竞争力，有利于加快经济方式的转变，有利于满足人民群众日益增长的信息和文化需求。要让社会各界像重视高速公路一样重视宽带网络建设。

通信产业发展之必然

技术进步推动。改革开放以来，通信产业的发展与国民经济社会的发展相匹配，通信技术的发展打上了时代变迁的烙印，铸就了一座座新的丰碑：从人工到自动，从有线到无线，从模拟到数字，再到本世纪头一个十年迎来的互联网大发展时代，网络经济风起云涌，“宽带普及提速”即成为第二个十年通信发展的重头戏。

行业转型促动。从 2012 年第一季度全国通信业发展情况看：1. 2009 年以来同期业务收入达最高增速 10.2%；2. 我国成为全球第一个移动用户数超 10 亿的国家；3. 非话与语音收入平分秋色，语音价值逐步衰减；4. 3G 持续快速渗透，一季度 3G 增量占比 66.9%，存量占比 14.9%；5. 移动互联成为发展新动力，移动应用商店，手机视频、微信、手机阅读、手机支付等呈蓬勃发展态势，对移动通信和总收入的贡献率分别达到 14%和 10%，对收入增长的贡献率超过 40%。由此看出，宽带化、移动化是行业转型的立足点，宽带移动化、移动宽带化是行业转型的基本点。

市场需求拉动。从语音时代到互联网时代再到移动互联时代，通信将呈现出“社会化+本地化+移动化+云计算+全球化”的趋势。经日本软银研究，过去十年流量增长 1000 倍，未来十年流量仍将增长 1000 倍。“流量经济”将成为通信网络的核心价值。从一个区域来看，“十一五”末山西省出口带宽 450G，到目前猛增到 1400G，增长趋势惊人。因此，“宽带普及提速”势在必行。

产业链条助动。据有关机构研究表明：未来五年，每兆(M)流量成本降到目前的十分之一，未来十年降到目前的百分之一。目前光纤到户的每线价格和过去采取铜线入户价格基本相当，再加上网络交换能力，骨干网传输能力的大大提高，为宽带普及提速工程的实施提供了强大的助推力。

经济社会发展之必然

全球经济社会发展之所迫。宽带已经成为 21 世纪国际公认的关键战略性基础设施，宽带发展水平已成为衡量一个国家综合国力强弱的重要指标之一。据权威机构研究显示，宽带普及率每增长 10%，GDP 将增长 0.25%~1.38%。世界银行对 66 个高收入国家的一项研究也显示，1980 年~2002 年，宽带普及率增长 10%，GDP 增长 1.21%；而对 120 个中低收入国家的研究显示，10%的宽带普及率增长，带来了 1.38%的 GDP 增长。可见，提升宽带普及率的重要性不言而喻。

“两化”深度融合之所需。欧盟研究表明：宽带能够加速信息传递，提升劳动生产率，可以帮助制造业提高 5%，帮助传统服务业提高 10%，帮助金融、信息业提高 20%。世界银行研究显示：在制造业，使用宽带的企业在海外销售额方面超过其他企业的 6%；在服务业，使用宽带的企业比其他企业的销售额高出 7.5%~10%。由此可见，加快宽带网络建设可以为“两化”深度融合奠定坚实的信息化平台基础。

基础设施建设之所急。与全球发达国家相比，我国宽带速率相对偏低。据 2012 年 5 月 Speedtest 统计各国宽带网速结果显示，中国为 6.64M，排名第 62 位；世界经济论坛《全球竞争力报告》(2010~2011)中国经济发展力指数排名第 27 位，互联网用户普及率排名 77 位，宽带互联网用户普及排名第 57 位，人均互联网国际出口带宽排名第 80 位，加快宽带网络建设刻不容缓。

发展电子商务之所求。2011 年全国电子商务市场交易规模超过 6 万亿元，同比增长 33%；网购零售交易规模达到 8019 万亿元，同比增长 56%；网购用户规模达到 1.94 亿户，同比增长 20.8%，使用率提升 37.8%；支付业务规模达 2.2 万亿元，同比增长 118.1%；网络音乐用户规模达 3.86 亿户，同比增长 6.5%；网络游戏用户规模达 3.86 亿户，同比增长 6.6%；网络视频用户规模达 3.25 亿人，同比增长 14.6%。电子商务发展实现翻番增长。再加上云计算、物联网、移

动互联网、三网融合、智能终端的推进应用以及产业链积聚和丰富多彩的网络应用等，都需要宽带网络的强大支撑。

市场竞争发展之必然

无论从通信产业发展的视角来看，还是从经济社会发展的全局审视，宽带普及提速工程实施亦为发展之必然。但是在这一载入史册的宏伟工程实施之际，一些问题必须得到解决。

“宽带中国”战略呼之欲出。我国宽带发展水平落后的原因有四：一是全社会对宽带促进经济社会发展的战略性、先导性、基础性作用认识不足，缺乏国家战略或行动计划予以引导；二是宽带发展机制还不完善，有效的电信普遍服务补偿机制还未建立；三是低收入群体消费能力有限，宽带使用需求受到抑制；四是城乡规划、住宅建设、土地利用、水电配套、环保评测等领域还需进一步提供支持保障。我国如继续延续目前依靠市场机制的发展思路，则与发达国家之间的差距以及城乡数字鸿沟还将进一步拉大。因此，亟须制订“宽带中国”战略并出台一系列支持政策加以保障。

法制建设亟待加强。通信业的根本大法《电信法》由于种种原因仍难出台；《电信条例》是在当时“破除垄断、鼓励竞争”的背景条件下出台的，时过境迁，未能与时俱进，明显不适应新时代、新情况下的通信业发展需求。特别是有关通信基础设施建设方面，只在《电信条例》中框架描述，力度不大，手段不足，约束力不强。

市场秩序仍需规范。目前运营企业前端市场的恶性竞争直接影响到未来宽带普及提速工程的有效实施。诸如校园市场争夺、宽带与其他电信产品捆绑销售、传统宽带计费模式的采用、小区驻地网运营商排他性协议的签订、新建小区以大客户名义违规投资、电信资费过度个性化等，如不采取有效手段解决，宽带建设与发展无疑将事倍功半。

用户感知亟待提升。最近深入基层单位和住宅小区调研，感受最深的一点是，用户感知应成为宽带普及提速工程实施以及整个行业服务民生的重中之重。用户感知需要用户终端、接入网与城域网、骨干网、受访网站多节点配合。现场调研发现，有一部分是“两端”问题，但占有很大比例的是企业责任部分。宽带普及提速工程实施的意义重大，不能只停留在喊口号、扩影响，最终的落脚点和根本目的是惠民生、重应用。来源：2012-7-11 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

CDMA 是下一个小灵通吗

小灵通与 CDMA 最大的相同之处，都是在市场的自然选择中淘汰，而最大的不同之处，在于前者是被更好的技术取代，而后者是被庸众的市场抛弃。

除了中国电信(微博)网站上一则公告，大部分的中国电信用户，都是人在泰国、巴西、新西兰时，才发现要换上 GSM 手机，才能在当地漫游和上网。

这本不应让人感到意外。上述三国的 CDMA 运营商都是经过短则一年，长则 4 年的过渡期，才在 2012 年 7 月初关闭 CDMA 网络，转向 GSM 的。除此之外，包括日本、韩国、加拿大和美国的多家 CDMA 运营商，则早在几年前就已宣布，放弃从 CDMA 向 3G 或 4G 升级的路线。

这在很大程度上与 CDMA 技术的主要倡导者和持有者，高通(微博)公司有关。同许多耳熟能详的美国高科技公司一样，高通最初创立于实验室，创始人雅各布和维特比始终相信三点：一是手机终将成为人人不可或缺的工具；二是标准可以不止一个，由市场来选择；三是技术终将引领市场。

CDMA 正是这一思路的产物，它占用频段资源更少，但提供更好的体验，同时可以容纳更多的用户。正如盖茨“让人人拥有计算机”一样，上述信念让高通一直在研发上投入巨资，20 年后成为了移动霸主。

但高通并未成为微软。尽管公认技术领先，但 CDMA 的受益者们，移动领域强势的运营商和谨小慎微的制造商并不为此感到感激涕零。因为始终不肯在专利授权费用上让步，高通为自己在全球惹上了无数官司，并最终导致了 UMB 的众叛亲离。

UMB 是 CDMA 向 4G 升级的技术标准，同 GSM 升级 4G 的 LTE 标准“跳跃式”不同，这一标准可以让 CDMA 平滑向 4G 过渡。简单说，前者是升级一次就要换掉之前几乎所有耗费巨资的设备，而后者则可以在系统上修修补补而无需浪费或较少的浪费，正如我们在电脑上加一条内存，换一块主板或 CPU，就完成了“升级”一样。

这显然是一个不错的想法，在 3G 时代运营商动辄数十亿美元的巨赌下，显得格外有意义。但 CDMA 的运营商和制造商却不这么想。他们看到的是，CDMA 可选择的终端一直远少于 GSM，而 3G 和 4G 的升级竞赛你死我活，好酒也怕巷子深，在无人喝彩的“技术引领市场”和热火朝天的“产业链制胜”之间，他们宁愿选择后者。

这导致 UMB 试商用时，没有一个支持者，高通不得不放弃了 UMB 这个英文原意为“超宽带”的 4G 方案，宣布接受 LTE 这个英文原意为“长期演进”的 4G 方案，而这已经是 4 年前的事了。

这在通信业你死我活的竞争中司空见惯。你可以看到在“铱星”上折戟的摩托罗拉(微博)，也可以看到固步自封但仍然拥趸无数的苹果，这个奇特的行业中，产业链的重要性甚至超过技术本身先进与否。

这并不意味着中国电信等 CDMA 运营商的失败。当初放弃 UMB 时，高通全球市场营销与投资者关系高级副总裁比尔·戴维森就说过，并没有一条谁相对于谁能够更简单地升级的道路，WCDMA 运营商向上演进到 LTE，并不比 CDMA 运营商演进到 LTE 更省力、更简单。

这场战争看起来也没有输家。从 2010 年开始，美国 CDMA 运营商 Verizon 在放弃 UMB 后转向 LTE，一跃成为美国最大运营商，4G 网络覆盖全美的 2/3，新的 4G 手机甚至在销量上完胜 iPhone。而停止 UMB 研发对高通的业绩也几乎没有影响，因为此前在 GSM 技术上的积累，让高通仍可以在 LTE 时代继续引领市场。

唯一令人遗憾的是，CDMA 这项优秀的技术，将以融入 LTE 的方式，消失在通信业的历史舞台上。站在成王败寇的角度来看，说 CDMA 是又一个“小灵通”也并无不可。小灵通与 CDMA 最大的相同之处，都是在市场的自然选择中淘汰，但最大的不同之处，是前者被更好的技术取代，而后者是被庸众的市场抛弃。

但 4G 也许仍并不是其最后的落幕。市场也许会犯错，但它的迷人之处，在于可以自我纠错。记住 CDMA 之母，女科学家兼电影艳星海蒂·拉玛生前说过的这句话：电影往往限于某一地区和时代，而技术是永恒的。来源：2012-7-16 南都周刊微博

[返回目录](#)

运营商支付能力要不要开放

近日，包括网易、苏宁在内的 95 家第三方支付企业获得央行颁发的第三方支付“身份证”。至此，通过 4 次发放，全国共有 196 家第三方支付公司获得“通行证”。

目前，整个第三方支付市场正步入发展快车道。据统计，2008 年年初第三方支付交易市场规模为 454.7 亿元，目前已经超过了 5000 亿元，4 年间增幅超过 10 倍，用户数也从 2.54 亿增加到 11.42 亿，成为和普通民众生活息息相关的一部分。

作为第三方支付市场的后进入者，电信运营企业如何发挥自身优势获得一席之地？纵观整个互联网领域，很多实力雄厚的公司在市场竞争中意识到仅仅依靠

自己的力量已经不能保持高速增长，必须有效地借助外部力量。因此，纷纷推出能力开放平台，依托自身优势尽可能地聚拢行业资源获得新的发展动力。目前，很多第三方支付公司也在积极进行支付能力开放的研究并取得了不错的效果。第三方支付公司的支付能力开放对象主要包括面向商(用)户和开发者两个层面。相对于普通互联网企业来说，支付型企业天然具备可用于开放的资源和能力，外部商户对支付服务的可获得性相对较多。因此，如何进行商(用)户拓展是第三方支付企业能力开放的重中之重。

那么，对于已经进入支付市场的运营商而言，支付能力要不要像第三方支付公司一样开放运营呢？目前国内电信运营商也在积极布局第三方支付业务，推出了包括手机支付、手机钱包、通信账户支付等多款差异化的支付产品，其中手机支付是主要切入点。专家表示，刚刚进入支付市场的电信运营企业开放支付能力有助于其更有效地拓展支付市场。

与第三方支付公司相比，电信运营企业进行支付能力开放，劣势主要是进入行业晚、产品知名度低、运营经验欠缺，优势主要在于庞大的用户基础、对用户手机终端资源和移动通信网络的掌控力度有利于支付能力开放的推广。因此，运营商的支付能力开放应以建立网络化、规范化、流程化的移动互联网，以及互联网商户、应用支付受理、对接、调测流程和标准接口为目标，以提供话费代收、代扣代收、交易担保的平台服务能力及相关的服务接口为手段，实现支付能力的快速市场进入。笔者认为，电信运营企业可采取以下开放策略：立足于客户资源提供基于手机客户端和通信账户的支付能力，选择新兴垂直领域，如手机理财、电子票务、精品团购、优惠券等，优先考虑面向自有产品(服务)和非即时转化小额商品开放；立足于终端资源提供支付能力，开放基于自有账户、智能卡(SIM/UIM)空间合作与出租的支付能力；立足于行业运营优势，聚焦重点行业领域，并结合自有资源和合作资源实现支付能力集成提供。开放的能力种类应包括：手机客户端支付能力、Web 支付能力、WAP 支付能力、语音支付能力、话费代收支付能力、银行卡代扣支付能力等。

基于上述分析，运营商支付能力的开放技术架构应是多媒介支付能力的开放架构：发挥目前多媒介、多账户支付手段，向内与运营商统一能力开放平台对接，向外支持商户、应用平台规模化接入，同时支持应用开发者平台标准化接入。

因此，支付能力平台和最终使用需要通过一个能力开放管理平台来进行对接。一方面，该平台为运营级支付能力的需求方提供集约运营的管理能力，形成逻辑一体、物理分散的综合平台；另一方面，面向能力使用方提供体验一致、简洁方便的业务界面，一站式的在线合作服务门户和互联网业界通用的标准化 API 接口。能力使用方通过管理平台完成支付能力的申请、使用，能力提供平台通过

管理平台实现具体能力类型的上线、更新，同时按照管理平台的要求标准化能力接口，也可以通过管理平台实现对最终使用方的初步筛选和风险控制。

统一的支付能力开放接口包括两类：面向合作商户、应用平台、应用开发者平台的能力调用接口和面向能力开放管理平台的管理接口。其中管理接口主要负责能力平台的接入管理和能力使用方的接入管理，包括申请、审核等管理流程的实现。能力使用方在调用支付能力接口时需通过能力开放管理平台的重定向访问模式及代理访问模式等两种接口调用请求路由分发机制来实现。这两种接口均同时支持 HTTP 和 HTTPS 协议实现，以实现接口的标准化，降低支付能力使用方的进入门槛。来源：2012-7-11 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

民间资本凭何进入电信领域

日前，工业和信息化部发布了《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八大重点领域。作为进入一方的民间资本将会如何看待和衡量自身进入电信领域可行性呢？

俗话说，天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往。对于民资进入电信领域，除了政策等的支持外，能否让民资获得利益更为关键，这也是其进入电信业的根本动力。那么民资期望获得的利益有哪些呢？无非是利或者名，说得通俗点就是钱和某些控制权。

有统计数据显示，我国民间投资在传统垄断行业所占比重总体不足 20%，在铁路、石油等行政垄断行业尤其明显。虽然中国电信(微博)业这些年在推进开放方面做了许多努力，但自然垄断的属性即便是在目前政策允许和支持的情况下依然严重。

众所周知，中国基础电信运营企业中国电信、中国移动(微博)和中国联通(微博)均为中央企业，2011 年，中国电信业务收入 9880 亿元人民币，完成固定资产投资 3331 亿元。如此的规模，民资一旦想进入，投资门槛就是上百亿或者几十亿，这绝非一般的民资可以承受的。即便是有可以承受的民资进来，何时收回投资？相信进入的民资自己心里都会有一本帐。据称，目前现阶段民间投资者只能获得资本性投资收益而不能得到运营性收益，客观导致民间资本进入的最大利益被运营商占有，因此，尽管参与建设的门槛不高，但试图获利的门槛却仍较高。

此外，有业内称，民间资本可以以参股的方式进入电信领域，这样可以降低大规模投资的风险，但过往的事例证明，民间资本以这种方式可能参与资本的分

红，但却很难获得充分的股权，而没有充分的股权要想参与业务的运营和管理几乎不可能。

据笔者了解，之前确有一些民营企业在转型中尝试进入电信业。在经过几轮尝试后，它们普遍把进入电信业作为资本运作的一种手段，并非真正想从事电信服务。它们中的大多数联合港台资本，做概念、炒内容，进入的目的就是为了退出。究其原因，则是担心进入后没有话语权，这也从一个侧面证明了目前民间资本对以参股方式进入电信领域将落得徒有虚名结局的担忧。

最后，除了资金门槛高和参股带来的风险之外，由于多数的民间资本缺乏甚至没有电信业的背景，技术上也是一个较高的门槛。这也间接加大了民间资本的投资风险。来源：2012-7-12 通信世界网微博

[返回目录](#)

如何破解校园电信市场竞争困局

近年来，校园电信市场竞争的乱象引起了社会各界的广泛关注，已成为电信市场监管的一个难题。最近，笔者就此问题专程赴江苏有关地市进行了调研，形成了一些思考，与监管同行及企业同仁交流商榷。

校园恶性竞争屡禁不止

每年高校新生入学之际，三家基础电信公司都会进驻校园进行现场营销，既为在校学生提供便捷的电信服务，也为自身增加用户数量。然而，在高指标的层层重压下，企业的营销手段逐渐变形变味，不正当的竞争行为相继出现。比如与学校签订排他性协议或口头协议，与学校联手强制学生消费，营销现场发生肢体冲突甚至大打出手；少数学校还出现破坏通信线路和设施的严重问题，造成企业间纠纷和矛盾不断升级，严重影响校园的安全稳定，影响电信行业整体形象。

2010年，江苏省通管局联合省教育厅、省工商局下发《关于规范校园及周边电信业务营销行为的意见》，开始对校园电信营销行为提出具体的规范性意见。2011年，按照工信部《关于规范基础电信运营企业校园电信业务市场营销行为的意见》，江苏管局采取早部署、抓落实、发倡议、勤巡查、多指导等措施，绝大多数地市的校园电信市场竞争秩序有了明显好转。但还是出现了不和谐的声音，如苏州文正学院出现公司与公司之间、公司与学校之间的冲突，南京工业职业技术学院还发生电信光缆被人为剪断的事件。上述问题的发生源于两方面的因素，一是本地网协调机制未能发挥应有作用，相关企业领导间没能积极沟通协调，造成矛盾的升级；二是少数公司有借助媒体进行炒作的行为，加深了企业间的矛盾。说到底，还是相关企业认识不到位，缺乏起码的自律意识，重业绩轻德行。

归结起来，校园市场营销主要形成了摆摊营销、接待营销、拦截营销和捆绑营销四种模式，引发企业与企业，企业与学校，学生与企业、学校之间的三类矛盾。要治理校园市场的乱象就必须化解这三类主要矛盾，解决好3个主要问题，即解决学校排他性协议对企业不公的问题，化解企业与学校的矛盾；解决强制捆绑销售对学生不公的问题，化解学生与学校、企业的矛盾；解决现场冲突影响学校稳定的问题，化解企业与企业、企业与学校的矛盾。

注重治本之法 加快改革步伐

分析当前在校园电信营销中出现的各种乱象，恶性竞争源于各级运营企业一味追求市场份额和新增用户指标。以江苏为例，在目前全省电话用户高普及率、大众市场相对饱和的情况下，各级运营企业为化解指标考核压力，势必会通过各种方式和途径，包括诱导用户或挖对方存量市场等来抢夺用户。在此过程中，相关企业特别是基层分公司重指标、轻自律的风气占了上风，致使一些不规范甚至恶性竞争行为时有发生。与常州运营企业调研座谈中，几家运营企业的领导均坦言，迫于任务不得不去现场营销，基层员工苦不堪言，没有人愿意看到这样的结果。他们纷纷要求管局呼吁省公司、集团公司实事求是制定发展指标，以有效避免不计成本的恶性竞争。

从国际上来看，企业间出现利益冲突往往通过司法途径或企业间协商谈判来解决。但在我国，在一个“老板”（国资委）之下，竞争谈判机制还未普及，效果也不是很明显。而类似国外的独立电信监管机构在国内又没能建立，所以一旦出现企业间纠纷和矛盾，或有较大麻烦时，都扔给政府来解决。虽然政府监管的决心和力度很大，但是由于校园营销时间短、涉及面广，监管的事后处理还是显得力不从心，于是空子越钻越大，暗地里使的歪招更难以追究责任。事实上，现行体制下的政府监管部门既没有资源也没有精力去处理这样专业而复杂的问题。

因此，要扭转当前电信行业在校园市场上的不利局面，最重要也是最迫切的是从源头上解决恶性竞争问题。一方面，要改变或完善运营企业面临层层加码的KPI考核体系。工信部和各集团公司都应积极呼吁国资委增加市场监管在KPI考核体系中的话语权和考核比重，提出市场均衡发展的目标，以保证行业的和谐发展。具体来讲，改进集团公司省、市运营企业负责人考核计分办法，学习国家邮政局的做法，在百分制的考核计分办法中增加依法经营的比重，拿出15~25分交由工信部、省通管局负责考核。另一方面，在现有的条件下，管局必须强化市场监管，对校园营销行为明确监管要求，加大对违规行为的查处力度，并对相关责任人追究到底，改变违规成本太小的局面。

注重治标之方 抓住三个问题

在解决具体问题上，首先，进一步强化企业责任。校园市场可谓成也运营企业，败也运营企业。因此，运营企业的责任和自律是解决问题和矛盾的关键所在。其次，政府落实监管政策。明确规范校园营销行为的监管红线，对违规行为，有处罚依据的给予行政处罚，并追究责任人的责任。最后是省、市通信行协牵头行业自律。属于企业间协商解决的，由行业协会通过行业自律来约束。

1.排他性营销的问题。若问题反映方能够提供其他公司排他性证据或线索的，由省通管局核实后可根据《电信条例》第七十二条予以处罚并通报批评及抄送相关集团公司。若未能提供排他证据、但事实上只有一家公司在校园内开展现场营销而其他公司想进而不能进的，经当地通信行业协会核实后由省通管局市场处通知相关省公司经营部门要求进入校园营销的分公司当天必须撤出校园，否则由省公司进行处理和考核。同时，省通管局市场处将该学校列入违反规定的单位名单，来年将要求各公司均不得进入该校进行现场营销。

2.强制消费的问题。若有公司存在一卡通项目不同步提供普通白卡等其他选择的，或将办理电信业务或终端嵌入学校报到流程的，或将获取 SIM 卡密码与激活 SIM 卡作为报到前提的，或将移动业务与宽带业务等进行强制捆绑销售的，经其他运营企业提供有效证据或经当地通信行业协会核实后，省通管局将根据《电信条例》第七十五条予以处罚，并通报批评及抄送相关集团公司。

3.营销现场秩序的问题。由市通信行业协会牵头，一是签订行业自律公约，落实校园现场责任制，与校园现场责任人签订责任书，做到不搞人海营销，现场营销人员统一佩戴标志，及时协调解决可能发生的问题，切实维护好营销现场秩序；二是严禁利用媒体炒作扩大事态的行为，对校园现场营销期间发生的问题，公司要约束好自身员工，不得利用微博、短信等方式扩大事态，也不得组织或参与媒体炒作损害行业整体形象；三是对违反公司承诺、发生现场冲突、被媒体曝光的分公司，各省公司应给予教育和进行考核。

注重综合之策 形成三方合力

为破解校园市场出现的难题，切实维护校园稳定和师生使用电信业务的合法权益，通信监管部门、教育部门、运营企业、学校和通信行业协会各司其职，共同努力，从不同层面强化措施，推动建立校园电信服务的长效机制。

1.监管部门协调好。一是抓好省公司、市分公司、校园营销现场三级责任的落实，建立省市两级校园现场营销工作联系办公室和联络关系。省级办公室由省通管局市场处主管人员和省电信、省移动、省联通校园中心主任组成，及时通报并协调处理相关问题；各地市办公室由各市电信、移动、联通分公司校园中心主任组成，当地通信行协人员参与，及时发现问题并积极协调，力争使问题在本地网层面解决，重大问题报省办公室对口人员协调解决。二是对违规行为及时制

止，查实后给予行政处罚和通报批评，并追究相关企业和责任人的责任。三是组织省公司、行业协会，分组对校园营销现场进行巡查，总结好的做法，纠正出现的偏差。

2.运营企业紧配合。一是建立完善学校校区内营业点。调查表明，过度的服务并没有达到双赢的目的，而且现场营销极易酿成群体性事件。事实上，老校区在市区，周边电信营业网点较多，学生办理业务已很方便；郊区的大学城或新校区，这次调研的南京、镇江、盐城、南通等市也证明已有相当多的营业网点进驻学校。为此，笔者专门与省教育厅保卫和维稳处取得联系，他们也欢迎运营企业进驻大学城提供公平服务，并表示给予协调和提供帮助。因此，在行业协会的牵头下，市分企业间可以开展“四不”试点(不寄卡、不接站、不摆摊、不交入场费)。如苏州各分公司 2012 年经协商，将“四不”列入自律公约的重要内容。二是需要进入校区现场营销的，运营企业应承担 responsibility，必须依法经营，切实管好所属分公司的营销行为，强化对现场营销人员的管理和约束，共同维护好现场营销秩序，避免发生肢体冲突等恶性事件。三是各公司在推出新业务和新平台(包括信息化项目)前，应对项目进行安全评估和市场评估，凡是不符合国家网络信息安全规定和影响用户公平接入的项目一律不得投入运行。

3.教育部门和学校守规范。一是在校园信息化规划中建立开放的信息化项目平台，不能为眼前利益所惑，形成信息沟通的孤岛，更不能牺牲师生的利益，限制了公平的选择。二是主动化解学生与学校的矛盾，开放校园市场，担负起维护校园稳定的责任，不与运营企业签订排他性协议，不强制学生消费，更不得收取入场费。来源：2012-7-17 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

电子信息制造业企稳回升

工信部日前发布的数据显示，5 月我国电子信息制造业内销、出口交货值增速比 4 月分别提高 3 和 0.7 个百分点，电子信息制造业有望逐步企稳回升。另据 IDC 报告数据显示，中国制造业 IT 支出将从 111.7 亿美元增长到 2016 年的 167.6 亿美元，2012 到 2016 年的年复合增长率达 10.68%。中国 2013 年可望超越日本成为亚太区最大 IT 支出国。在国内制造业陷入危机，发达国家“再工业化”

的背景下，通过信息化、智能化手段提升生产效率，推动生产方式深刻变革，成为越来越多企业的选择，这也为电子信息产业带来机遇。

全球制造业回迁，中国制造面临釜底抽薪

欧债危机对世界经济的影响逐渐深入，全球制造业正集体遇冷。外需疲软、成本高涨、汇率上升……金融危机后，中国“世界工厂”地位面临多重压力。

首先，国际市场需求萎缩，出口遭遇困境。据国家统计局和中国物流与采购行业联合会发布的数据显示，6月我国制造业PMI为50.2，创7个月来低点，其中反映需求的新订单指数和新出口订单指数更双双表现不佳。

其次，欧美等发达国家重拾实体经济施压中国制造。一方面，制造业回迁成趋势。中广网报道，部分美国企业的回迁动作引起市场关注，如福特汽车公司，要把1.2万个工作岗位从墨西哥和中国迁回美国。高科技、汽车部件、家用电器等成美国首批回归的制造业主力。另一方面，以攻为守推进海外并购。清科研究中心数据显示，中国传统行业受外国公司青睐，机械制造一枝独秀，共完成8起并购交易，涉及金额10.31亿美元，占外资并购交易总额的61.6%。

此外，国内劳动力、原材料等成本上升，中国制造原有优势逐渐丧失，新兴经济体不断成长，成为欧美等国生产力承接转移的新力量，中国制造面临釜底抽薪之险。

第三次工业革命来袭，制造业升级关键在“智”造

危机孕育着变革。英国著名杂志《经济学家》日前提出，制造业数字化将引领第三次工业革命。在一个加速全球化的世界里，制造业走向数字化的趋势下，一些重大变化已经发生。智能软件、新材料、机器人、新的制造方法将形成合力，产生足以改变经济社会进程的巨大力量。

如今，以新能源、新材料、新通信、节能环保等为代表的新兴产业不仅成为引领全球经济的驱动力。其不仅催生新产业，还深刻变革制造业生产方式。

欧美等部分制造企业撤离中国，表明全球产业转移开始新一轮大洗牌。一方面，欧美的“再工业化”不是简单的工业化，而是抢占新一轮科技和产业变革的制高点，高端制造、新兴产业等必然成为角力焦点。另一方面，新兴国家凭借成本优势承接中低端制造业转移。高端与低端市场遭遇夹击的现状警示，中国制造靠低成本立足的老路已行不通，以技术创新引领产品创新，促进产业升级，提高生产力对于保持竞争力至关重要。信息化和智能化成为中国制造向中国智造转型的左膀右臂。如今，企业越发注重IT技术投入。报告显示，在中国制造业所有子行业里，预计2012年高科技制造的IT支出最高，占制造业总体IT支出的24%。

从宏观层面看，战略性新兴产业被视为中国经济转型升级的重要抓手。工信部部长苗圩近日表示，中国正培育发展的战略性新兴产业，并非是对传统产业的

简单替代，而是通过促进新兴技术的产业化和传统产业的高技术化来实现产业的升级换代。多数战略性新兴产业的发展不能凭空而为，须依赖于传统产业所形成的技术积累、制造能力、产业组织等基础支撑。

全球新一轮产业转移，电子信息产业顺势而为

工信部数据显示，2012年以来，复杂多变的国内外多重因素使我国经济下行风险加大，但在一系列稳增长政策及金融政策陆续出台作用下，我国电子信息制造业有望逐步企稳回升。

面临新技术革命变革，全球新一轮产业转移，以及国内经济结构调整和产业升级，电子信息产业将从中获得新的蜕变良机。

IDC表示，中国经济在“十二五”期间将面临四个大的转变，分别是结构转变、产业转变、环境转变和城乡转变。这些转变也给中国的IT市场带来巨大的商机。IDC将中国IT支出的大幅增长归功于下列两个关键领域：日益增长的消费性IT需求，以及十二五规划所带来的IT商机。

值得关注的是，在上一轮产业转移中，我国大量承接了低附加值、劳动密集型加工产业，如今，中国吸引着国际IT巨头争相涌入，西部地区异军突起。专家表示，受惠于低廉高效的劳动力、良好的基础设施、产业配套以及政策优惠，中国最终成为国际IT业制造业转移的承接地和聚集地，这一格局短期内不会发生改变。

中国制造日益融入全球价值链条，不过，电子信息制造业本身也需完成由“中国制造”向“中国智造”转型，把握科技发展重点方向，建立独立自主的产业链，抢占产业链高端环节。来源：2012-7-11 通信信息报

[返回目录](#)

商务部回应中兴遭美国调查：希望获妥善处理

今日上午，商务部举行例行新闻发布会，通报2012年1-6月我国商务运行情况。针对近期中兴通讯因被指出售美国禁运的计算机设备给伊朗遭美国FBI调查一事，商务部新闻发言人沈丹阳表示，中国政府一贯要求企业重信守诺，合法合规经营。中国同许多其他国家一样，同伊朗保持正常、公开、透明的经贸往来，我们认为这些往来不违反联合国安理会决议，不应该受到无理的指责。

以下为商务部新闻发言人沈丹阳回应实录：

媒体：最近美国联邦调查局开始了一项关于中国中兴通讯(微博)公司出售美国禁运的计算机设备给伊朗，FBI还指控说，中兴通讯公司想要掩盖这个事实，

并且想阻止相关调查，不知道商务部是否知晓这一调查？国内有没有对中兴公司进行类似的调查？谢谢。

沈丹阳:关于您提到的这个问题，我本人也只是从媒体上看到了报道，对相关的细节情况不太了解，需要做进一步了解。

中国政府一贯要求企业重信守诺，合法合规经营。这件事情，不论怎样，我们希望能得到美方客观、公正、妥善的处理。至于您提到伊朗，中国同许多其他国家一样，同伊朗保持正常、公开、透明的经贸往来，我们认为这些往来不违反联合国安理会决议，不应该受到无理的指责，谢谢。来源：2012-7-17 商务部网站

[返回目录](#)

工信部等联合开展短信群发设备专项整治行动

国家工商总局联合工信部、公安部、税务总局和质检总局印发《关于进一步联合开展短信群发设备专项整治行动的通知》，部署在全国联合开展为期3个月的短信群发设备专项整治行动。

通知指出，目前非法生产销售短信群发设备及相关软件的现象又有所抬头，为违法犯罪分子发布销售假发票等有害信息提供了平台，必须坚决予以整治。

通知要求工商部门要组织执法力量，对电子产品市场、通信产品市场、手机卡销售市场以及周边流动商贩等经营场所进行重点清查，查处无证经营、销售无产品质量检验合格证明商品，以及销售无中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址的短信群发设备行为。

对有关部门认定为非法生产、销售短信群发设备的企业和个人发布的违法广告，要依法查处；对非法制作、销售群发短信软件的违法行为，要依法一并查处。对查获的有关产品设备，要及时提请通信管理部门认定；对重要案件线索要追根溯源，对涉嫌犯罪的要及时移送公安机关查处。

通知要求，进一步加强宣传教育，充分利用电视、报纸、网络等媒体，广泛宣传开展短信群发设备专项整治工作的重要意义，及时对群众进行安全提示，引导群众增强防范意识，引导广大生产企业和经营业户守法经营。来源：2012-7-17 Techweb 微博

[返回目录](#)

【国内行业环境】

中国成全球最大智能手机市场

投资公司 Needham & Company 最新发布的智能手机行业季度报告显示，2012 年第二季度，中国智能手机的出货量同比增长了 164%，总数达 3310 万部，超越同期美国售出的 2500 万部，成为全球最大的智能手机市场。

报告认为，中国智能手机的销量之所以增长如此迅猛，部分原因是低价智能机的推出让功能机失去了竞争力，其中华为(微博)、中兴等二线本土品牌的智能手机作出了不小的贡献。

另据报告显示，iPhone 在中国智能手机市场的份额由 2011 年第二季度的 9.9% 增长到 2012 年第二季度的 17.3%，这主要归功于电信版 iPhone 手机的上市。虽然 iPhone 手机的市场份额增幅不小，但谷歌(微博)的 Android 还是以 69.5% 的市场份额傲视群雄。

评：智能手机对传统功能手机的替代是必然趋势，作为全球手机用户最多的国家，中国智能手机市场的容量不容小觑。尤其是伴随移动智能手机市场格局的变化，中国本土手机制造商正迎来新的历史机遇，如果成功抓住这一机遇，将能在全球智能手机市场占据更重要的地位。来源：2012-7-12 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

上半年电信业收入继续稳定增长

2012 年时间已过半，虽然上半年的统计数据还未发布，但从前五个月的发展情况可见端倪。

据工信部数据显示，2012 年 1-5 月，全国电信业务总量累计完成 5282.8 亿元，比上年同期增长 13.8%；电信主营业务收入累计完成 4280.7 亿元，比上年同期增长 9.7%；2012 年 5 月，全国电话用户净增 1047.0 万户，总数达到 132428.0 万户。2012 年 1-5 月，移动通信收入累计完成 3113.5 亿元，比上年同期增长 12.3%；固定通信收入累计完成 1167.3 亿元，比上年同期增长 3.3%。从以上数据预测，下半年我国电信业收入也将继续稳定增长。

宽带接入普及率或达 14%

2011 年，我国电信业收入 9880 亿，同比增长 10%，超过 GDP 增长。2012 年，前 5 月电信主营业务收入累计完成 4280.7 亿元，因此有理由估计随着下半

年收入的增长还将继续，全年电信业收入将超过万亿，达到 10525-10740 亿元，电信业收入增长预计达到 7% 左右，增长的主要驱动来自增值业务、数据及互联网业务。

2011 年，固定电话用户普及率下降为 21.5%。2012 年，固定电话用户将继续下降，用户总数或降至 28224 万。相比固定用户市场的低迷，固定宽带接入市场保持增长。2011 年，工信部大力引导推进宽带网络发展，加快城市地区光纤入户改造进程，推进宽带网络向农村地区延伸，这些举措使 2011 年我国宽带接入用户达到 15649 万，其中 XDSL 接入占 73.3%，占主导地位。光纤接入方面，FTTB 占 75%，FTTH 占 25%。固定宽带普及率 11.7%。

随着上半年工信部以提速度、广普及、惠民生、降价格为目标实施宽带普及提速工程，下半年必将积极推动实施宽带中国战略的实施，争取国家政策和资金支持。这些举措将助推运营商的宽带部署。因此，2012 年，我国宽带用户会呈现较快的增加，接入用户达到 18794 万，宽带接入普及率上升到 14%。此外，各地政府与运营商开展云计算基地、无线城市和智慧城市建设和发展。

为促进宽带均衡发展，国家在宽带发展上将采取“农村包围城市”战略；加大对农村、偏远地区的宽带普及，设立普遍服务基金，引导带动地方投资。2012 年，将成为运营商 xPON 大规模部署和 FTTH 规模应用的元年。2012 年依托于运营商基础网络的云计算、智慧城市、无线城市建设，将成为运营商和政府合作的重要平台。

3G 将引领移动市场快速增长。2011 年，我国移动用户普及率 73.6%，2012 年，全国移动用户将达到 109211 万，移动普及率将超过 80%。预计，3G 用户将出现强劲增长并不断拉动普及率提高。有研究估计，2012 年，3G 用户或达 1.8-2.48 亿，普及率为 20%。但由于运营商间竞争加剧，盈利能力有所下降，如何寻找新的收入增长点，增加收益、提升网络价值、优化网络，成为运营商发展的关键。此外，试验和引入 LTE 关键技术将成现阶段运营商必然选择。

互联网应用迎来发展黄金期

2011 年，中国网民规模突破 5 亿，达到 5.14 亿，互联网普及率达到 38.3%，增长速度有所回落。网站数在 2011 年下半年止跌，并快速回升。截至 2011 年底，中国网站规模达到 229.6 万，较 2010 年底增长 20%。2011 年，互联网服务业规模 1600 亿，2012 年为 3000 亿。2012 年互联网用户 6 亿，其中手机上网用户约 3.7 亿。

2011 年，我国团购用户数达到 6465 万，年增长高达 244.8%。团购用户热情不减，但团购网站数量却下滑 33%，流量虽大，人气虽足，但面临盈利难的尴

尬局面。预计团购网站将面临重新洗牌的局面，网站数量还会继续减少，在困难中行进可能会出现新的市场领军者。

2011 年，我国网络购物用户规模达到 1.94 亿人，使用率上升至 37.8%。网上支付、在线旅行预订等应用用户规模全面增长，使用网上支付和旅行预订的用户规模分别达到 1.67 亿和 4207 万人，使用率升至 32.5% 和 8.2%。预计，受扩大内需、刺激社会消费政策的影响，网络购物用户规模还会继续扩大，但物流、低价竞争、购物安全性可能会对网络购物产生负面的影响。

2011 年，我国社交网站用户数 2.44 亿，增长并不快，占网民比例为 47.6%，主流社交网站进行了长期性的战略拓展或调整，但转型并不理想，由于市场竞争主体多元化，发展空间很大。预计，社交网站如能结合中国网民的应用特点，进行交往方式的创新，可能会迎接一个发展的黄金时期。

移动互联网应用走向纵深发展

2012 年，移动互联网将走向纵深发展，从生根走向发芽期，移动电子商务将成为移动互联网市场规模增长的主要驱动因素。

2011 年，我国手机网民中男性仍占主导，使用网络的年龄呈现扩大趋势；收入与网络使用的正相关性增加；城乡使用差距加大。预计随 3G 以及智能手机的发展，这种局面会有所改善，特别是低收入人群的手机网民使用可能会增加，城乡间的差距有望缩小。

2011 年，手机即时通信使用率达 83.1%，是移动互联网应用中使用频率最高的服务，用户年增长达 44.2%。预计，随即时通信产品发展，即时通信使用率和用户数还会增长，占市场主导地位不会改变，但产品差异化、垂直市场开发影响该市场未来发展前景。

2011 年，手机微博使用率同比增加 23%，是增长幅度最大的手机应用，该应用已成为继即时通信后，又一吸引网民使用移动互联网的关键应用。2011 年，其他沟通类应用和信息获取类应用稳步发展，包括手机搜索、网络新闻、发帖回帖、社交网站和邮件等应用。预计，这些传统的移动互联网业务发展不会有太大变化。

2011 年，手机娱乐应用持续走低，商务类应用出现发展放缓趋势。预计，手机视频作为典型的娱乐类应用，使用率变化不大，但内容缺乏可能制约发展。
来源：2012-7-11 通信信息报

[返回目录](#)

国家电网入局宽带市场 竞争将更趋激烈

从国内现有的宽带市场格局来看，两家独大的格局势必会被打破，广电、中国移动(微博)以及国家电网的加入已成定局。然而从全局来看，能够对国内的宽带市场带来较大冲击力的却在于中国移动及国家电网两家，中国移动长期觊觎固网牌照，期盼能够早日实现全业务运营，以弥补其固网短板，日前亦有消息指出工信部已经默许中国移动开展固网宽带业务，一些地方移动公司亦开始布局。凭借中国移动强力的资金优势，构建全国性的有线宽带网络亦不在话下。

其中更值得一提的是，国家电网的宽带布局。相比中国移动，国家电网的加入更加引起了现有固网运营商的忧虑。中国电信(微博)科技委主任韦乐平 2012 年也多次表示，国家电网的加入将使整个宽带市场竞争更加激烈。

基于智能电网实施宽带渗透

目前国家电网已经在大力推动智能电网的建设，从智能抄表等一系列智能管控措施，到构建更加精细化的电力信息网络，进一步深入至电力光纤入户技术，并在全国进行了大规模试点。虽然目前电力宽带的声音并不多，然而凭借国家电网独有的电缆入户优势，引入光纤复合低压电缆(OPLC)将全面提升其光纤入户的实装率，而这正是电信运营商所欠缺的。

数据显示，国家电网公司“十二五”期间规划投资 1.5 万亿元(人民币，下同)，规划总量较“十一五”期间完成的 1.2 万亿元增长幅度为 25%，这直接拉动了电网下的信息化建设。如今各主流通信设备商纷纷加大了在电力行业市场的投入，一方面助力国家电网的信息化建设，另一方面也帮助电网公司提供了有效的技术支持，帮助其实现相关技术的标准化。

一位线缆厂商专家指出，自国家电网首次推出电力光纤入户技术以来，国内如中天、亨通等主流线缆企业纷纷参与到相关 OPLC 线缆的标准制定当中，同时亦加大了对 OPLC 线缆的研发力度，2010 年就实现了技术突破，随时可根据市场需求提升 OPLC 线缆的产能。他进一步透露，“相比国内的电信运营商，国家电网等电力公司在资金投入上手笔更大，而且一旦确定方向，即全面投入建设，随着智能电网的进一步推进，OPLC 线缆市场将进一步扩大，我们对该市场的未来前景仍抱有很大期望。”

对于电网系统而言，开展宽带业务，最需完善的系统在于接入网的建设。虽然目前电力线都已经实现了到户，然而接入网仍不完善，需要进一步提升传输效率。国家电网很早就在筹划构建基于电力网的 EPON 标准，包括中兴、瑞斯康达等通信设备商都参与了相关标准的制定工作，并最终明确电力 EPON 的相关标准，现已在各试点小区进行普及。

电力宽带用户感知良好

国家电网在电力宽带的相关试点应用在进一步扩大，目前在沈阳、北京、成都等地市都有相应的试点小区，据了解，目前国家电网在北京地区开启了两个试点小区，丰台区莲香园小区、海淀区阜成路 95 号。

莲香园试点主要基于光纤和电力线宽带通信技术构建，采用用户智能交互终端等技术，建立用户与电网之间实时连接、互动开放的宽带网络，满足电网双向互动营销的需求；阜成路试点则以光纤入户为主导特征，在智能电网用户服务智能交互平台的基础上，以交互机顶盒和电视机为展现手段，实现三表抄收和查询、视频点播、物业管理、商品配送、网络增值、医疗服务等一系列特色服务，体现出良好的交互性和智能化特色。

两个试点小区中都应用了 EPON、光纤入户以及电力线宽带通信等技术，在实现智能抄表等基础应用的同时，电力宽带业务也向小区用户提供。一位国家电网的推广人员指出：“我们对于宽带上网的宣传较少，但是却包含有这项业务，如果用户需要，可实现随时接入。”

2011 年已经陆续实现了试点小区的试商用，2012 年的宽带接入速率也已升级至 4Mbit/s，一位使用电力宽带业务的居民介绍，目前家中的电力宽带网络使用效果较佳，而且 2012 年已经升级至 4Mbit/s，当地电网公司为促进电力宽带的普及应用，推出试点小区免费接入的优惠政策，该居民指出，电力宽带的速率体验与其他小区的宽带体验没有区别，在速率相当的情况下，选择使用电力宽带网络，无疑让大家更容易接受。

整体来看，在北京地区，电力宽带业务仍局限于几个试点小区，国家电网旗下的中电飞华等电力宽带运营商所提供的宽带服务相比电信运营商仍有较大差距，竞争力依然有限。虽然目前电力宽带的相关技术难点都已突破，并在光纤入户中电力宽带也有较大优势，然而宽带网络要求达到电信级的可管可控，电力系统却缺乏专业的运维人员，这将是电力系统发展宽带业务的较大挑战。来源：

2012-7-11 通信世界周刊

[返回目录](#)

我国成智能手机最大消费国 硬件成本降至 400 元

在刚刚结束的 2012 年第二季度，中国已崛起为全球第一大智能手机市场。工信部电信研究院公布的 2012 年上半年全国手机行业运行状况则显示，上半年智能机总体出货量达 9485.5 万部，占同期手机市场出货量的 48.66%。国内智能机市场井喷背后，硬件成本的极速下降甚至超出了普通消费者的想象。特别是高

通与联发科“联手”搅局低端智能机市场以来，2012 年二季度大量手机品牌开始规模量产进入市场。近日，南都记者从广东本地一家大型手机连锁卖场了解到，市面上一些售价千元以下的小牌子智能机，纯硬件成本不到 400 元。昨日，国内最大电子元器件及方案提供商科通集团旗下的电子商务平台科通芯城执行副总裁朱继志向南都记者证实了这种说法。他表示即便不“以次充好”，低端智能手机硬成本控制在 60 美元以内(约合人民币 380 元)也已不是问题。

国内智能机份额超功能机

在 2012 年 6 月中国电信(微博)主办的“2012 年天翼 3G 手机交易会”上，“漫山遍野”的智能机成为一大看点。大到三星、HTC、中兴、华为、酷派，小到名不见经传的各类新进品牌，几乎清一色的智能机占据着各个展位。

这种智能机大潮不仅仅存在于中国电信主导的 CDMA 领域。纵观整个中国市场，无论哪种 3G 制式，智能机唱主角已成为“共识”。特别是在 2012 年上半年，一组数据更充分说明了这一点。

根据工信部电信研究院公布的 2012 年上半年全国手机行业运行状况，期内全国手机市场出货量 1.95 亿部，其中智能机为 822 款，占比为 39.16%，其中，智能机总体出货量达 9485.5 万部，占同期手机市场出货量的 48.66%。更值得注意的是，自第二季度开始，智能机出货量更是连续三个月超过功能机，市场占有率在 50%以上，刚刚结束的 6 月份市场份额更高达 56.9%。

从全球的角度看中国，智能机市场的高速发展更让人有“瞠目结舌”之感。美国投行 Needham & Company 周一发布的最新研究报告显示，中国第一季度智能手机出货量同比增长 164%，达到 3310 万部。即便这组数字看上去还不及工信部的统计数据，但已然超越了美国的 2500 万部。使得中国一跃成为全球智能机出货量最大的市场。

硬件成本高速下降

自 2011 年下半年中国联通(微博)掀起千元智能机规模化大潮后，三大运营商铆足了劲厮杀低端智能市场。在不少媒体的笔尖，能为手机提供话费补贴支持的运营商成为了国内智能市场的主推力量，加之 3G 时代运营商之间争夺用户日益白热化，运营商自身亦不遗余力大推智能机。

“经历了十几年的发展，过去从来没有一个时代的手机会像现在这样便宜。如果用户本来就准备拿出 1000 元购买手机，这时有 1000 元的智能机和 500 元的功能机备选，很多人都会选择前者。”按照出云咨询分析黄林的观点，愈发“亲民”的价格会让许多人在换机时优先考虑智能机，而运营商则通过话费补贴和其他促销手段，抓住时间节点，让换机浪潮提前来临。

然而，运营商助推还仅仅是国内智能机市场爆发的原因之一，另一大因素来自智能手机硬成本本身的高速下降。

同样是在“2012年天翼3G手机交易会”上，一位参展的HTC员工在场内踱步，不知不觉间来到了某展位前，上面赫然印着ThL三个字母，字体与HTC几乎完全一样。“这是什么品牌？”总部在台湾的HTC或许从未耳闻，然而仅仅在深圳手机集散地华强北一条街上，ThL这家深圳本土品牌的体验店便多达四家。其主力产品从千元之内到1500元左右，全是智能手机。

“他们(指ThL)在东莞的一家店就挨着我们的连锁店，每天门庭若市，出货量非常大。”一位广东大型手机连锁市场负责人告诉南都记者，类似这样的品牌2012年上半年冒出不少，做的全是千元智能机，特别是七八百元的产品，在三四线城市卖得特别好。

再低价也有钱挣

这种价格的智能机，到底是赔本赚吆喝只为出货量？还是实打实的每台机都能有钱挣？华为手机业务负责人余承东曾表示，一款华为手机要做到300万台以上才能赚钱。不过在上述连锁负责人看来，那只是千元智能机刚刚兴起时的行情。他向南都记者透露了其供货商之一语信手机的情况，“他们给我们的低端智能机供货价格不到500元，我们一般卖699或799元，零售端毛利就有200-300元，当然，把促销人员店面成本等算进去，远赚不到这个数。”至于厂商的硬件成本价格，他估计在300元以内。

关于手机硬件成本，近来因为小米科技董事长雷军(微博)和奇虎360董事长周鸿祎的口水仗，成为业内关注的焦点之一。

雷军接受南都记者采访时曾表示，一些厂商为了进一步降低成本，可能会把各种货源的元器件掺着卖。朱继志则告诉南都记者，即便不通过“以次充好”的方式，全部用正品元器件，以一款采用联发科MT6573(主频650MHz)方案的手机为例，现在成本也能控制在60美元以内。

类似的低价机还会采用高通的msm7225a芯片(主频800MHz)，最典型的例子是天语和阿里巴巴共同推出的阿里云操作系统机型“小黄蜂”，零售价仅600元左右。

“不过这并不意味着卖低端智能机的手机商能赚到很多钱，利润还是很薄。”朱继志称，尽管从方案商到设计公司，再到元器件、整机的采购结算，业内惯于将大部分工序放在香港完成。但只要在内地市场打上品牌，特别是正式上架销售的，都绕不开17%的增值税。所以厂商每台机能赚到的钱并不多。但可以肯定的是，卖得再便宜的智能机，也不是赔本赚吆喝。 采写：南都记者方南

链接

智能手机制造成本拆解

制造成本分硬件和软件两部分

操作系统

软件

根据工信部的统计数据,在上半年新上市的 822 款智能手机中,采用 Android 系统的达 801 款,占智能机新品总体的 97.44%。从智能手机制造商的角度,采用开源的 Android 省下了大笔的系统费用。过去,无论是采用诺基亚的 Symbian 还是微软的 Windows,都需要为每台机的使用授权买单。例如在没有 Android 之前,宇龙酷派智能手机的操作系统是基于微软 WinCE 开发的,HTC 则大量采用 Windows Mobile 操作系统,这些都需要向微软付费。而进入开源的 Android 年代,厂商不需要向谷歌支付系统费用,软件端只要在 Android 的基础上投入二次研发费用,再摊薄到售出的手机中即可。所以手机生产制造端的成本,实际上完全集中在了硬件环节。

硬件

在智能手机的硬件清单中,处理器(CPU)和屏幕是最大的两块成本,往往占总成本一半以上。排名第三的是闪存(ROM 和 RAM),这点在中高端机型中尤为重要。例如“小三大战”中,周鸿祎称小米的闪存采购价仅 10 美金,雷军则回应称自己用的闪存是三星 1G RAM 和 4G ROM 模组。更表示愿意以每套 20 美金的价格支付给周鸿祎代为购买,最后周没有接话。可见高端配置机型的闪存成本根本省不下来。

至于低端机型,往往采用 ROM 和 RAM 封装在一起的闪存,容量小,性能一般,价格也便宜,一般在 7 美元左右。但对于一套 60 美元的硬件来说,也是主要成本之一。至于其他硬件成本,还包括摄像头、手机开模、付给工厂的制造费用、付给高通的知识产权费用等。

规模决定议价能力

由于不同的厂商生产规模不一样,而规模直接决定了和上游元器件商的议价能力。所以即便是同一款零件,摊分到每一品牌每款手机上的成本都不一样。不过由于智能手机规格趋向统一,一些作为中间商的手机供应链公司诞生了。他们通过大量购入元器件获得返点获利,另一方面还可通过分销给下游规模较小的厂商获利。小厂商则乐观其成,因为这些分销价格的价格往往低于他们直接和元器件商沟通,还省去了无法估算的沟通成本。来源:2012-7-11 南方都市报微博

[返回目录](#)

【国际行业环境】

法国运营商裁员应对价格战

应对国内市场的价格战，法国布依格电信公司 7 月 3 日宣布计划裁员 556 人，对员工队伍进行重组，以削减成本。

布依格电信是法国第三大移动运营商，拥有员工 9800 人，此次裁员约占其员工总数的 5.7%。裁员是布依格电信自愿离职计划的一部分，该公司表示，希望在同工会谈判后于 2012 年年底执行这一裁员计划。

法国第二大移动运营商 SFR 也于同日通知工会，表示将最早于 2012 年 11 月开始执行自愿离职计划。该公司还表示，将在 2012 年~2013 年间削减 10 亿欧元成本，以重塑竞争力。

自 2012 年 1 月法国第四家移动运营商 Free Mobile 加入市场后，这家推行低价策略的新竞争者在法国移动市场掀起了激烈的价格战。2012 年 1 月，Free Mobile 推出了 19.99 欧元的包月套餐，这款套餐无需签约，包括 24 小时法国境内、欧洲、美国等地区电话无限畅打，短信和彩信无限量发送以及 3G 移动上网服务。

凭借价格优势，Free Mobile 在入市的头 3 个月里就吸引了 260 万用户，迫使 Orange、SFR 和布依格电信不得不下调服务价格，应对竞争。布依格电信 2012 年 3 月宣布计划大幅下调自己的服务价格，其不限流量数据套餐业务的价格下调了 40%。Orange 也于 4 月 6 日推出新的低价套餐 Origami Style，包费 21 欧元，含 1 小时的免费通话时长和不限量的短、彩信条数以及 500MB 的数据流量。

截至 3 月 1 日，布依格电信已经有 13.4 万用户流向 Free Mobile。而 SFR 自 Free Mobile 推出服务以来，也已流失了 20 万用户。Orange 则在其第一季度的财报中表示，由于 Free Mobile 的加入，该公司已在法国净损失了 61.5 万客户。来源：2012-7-11 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

国际电联欲调停专利诉讼大战

席卷全球的移动互联网终端专利大战“惊动”了联合国相关部门，国际电信联盟等机构日前表态，这些专利官司扼杀了创新，联合国将督促相关公司坐下来解决专利纠纷。

隶属于联合国的国际电信联盟近日表示，厂商“以扼杀创新的方式使用知识产权”，导致许多产品被禁售，各方应该通过谈判解决这一问题。国际电信联盟表示，如果专利持有人寻求不合理的经济补偿，这将会导致智能手机和平板电脑的价格大幅攀升。

根据国际电信联盟的想法，在所安排的这次行业会议上，厂商将被要求以公平和非歧视的方式向行业授权其和移动行业技术标准关联密切的专利。国际电信联盟秘书长 Hamadoun Torre 表示，在今天的市场，人们看到一种不受欢迎的趋势，即厂商利用和行业标准密切相关的专利去阻止竞争对手获得市场份额。他表示，技术专利制度是用来鼓励创新的，而不是扼杀创新的，目前应该紧急讨论专利诉讼大战的现状。来源：2012-7-11 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

新西兰电信月底关闭 CDMA 网络

新西兰电信(Telecom New Zealand)即将关闭其遗留的 CDMA 网络。新西兰电信 2011 年就已宣布，其 CDMA 网络将在 2012 年 7 月 31 日关闭。

新西兰电信代理 CEO Chris Quin 表示，该公司过去一年来一直通过多种渠道通知用户们 CDMA 网络即将关闭，新西兰电信同时还向用户提供转移至其 XT 品牌 WCDMA 网络的服务。据了解，CDMA 用户签约使用 XT 网络后，仍可以保留现有号码、资费套餐以及一切信用记录。

“2011 年以来，我们通过短信、直接邮件、出站呼叫、电子邮件、公告、在线信息和视频、电视、广播以及印刷广告等方式向用户进行沟通。我们自信已将消息通知给所有用户，而大家也都对 CDMA 网络即将关闭有了意识。”

“用户在使用其 CDMA 手机进行呼叫时，也可以听到我们一系列关于网络关闭的语音公告。”Quin 先生补充道。

Quin 先生表示，随着最终截止日期临近，新西兰电信的营业厅在过去几周接待了大量用户。一旦 CDMA 网络关闭，旧的语音邮件也将无法使用，但是该公司表示，如果用户有需要，将把重要的语音信息放入 CD。

据 C114 了解，新西兰电信原属 CDMA 阵营，后来新建 XT 网络，采用 WCDMA 及 HSDPA 技术。但 XT 网络推出后频繁出现断网，用户转网速度较慢。新西兰电信于 2009 年 8 月推出其 XT 移动网络后，就曾表示将在 2012 年年中会关闭 CDMA 网络。来源：2012-7-13 飞象网

[返回目录](#)

芬兰禁止针对手机用户电话营销

芬兰交通通讯部日前宣布，未来 3 年内禁止向手机用户进行电话营销，禁令只适用于针对新用户的电话营销，将不适用于针对运营商老用户或针对客户明确要求的市场营销。禁令自 2012 年 8 月 1 日起生效，有效期至 2015 年 7 月 1 日。

与该禁令相关的另一项新立法则要求，对手机发票中有关额外付费服务方面的明细做出改进。发票必须包括购买产品或服务所产生费用的要素、金额、时间以及收费方。这些信息必须免费提供给用户。这一改进措施使得手机账单更加清晰并促进手机支付的使用。这项改进将于 2013 年 6 月 1 日起生效。

6 月 14 日，芬兰政府提议议会批准通过《通信市场法》和《电子通信隐私保护法》。在处理两项法案的过程中，议会提出一项要求，到 2013 年年底，政府必须向交通通讯部提交一份报告，详细阐述手机用户市场营销禁令的影响。来源：2012-7-11 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

国外电信运营商涨价应对流量冲击

移动互联网水太深，电信运营商总踩不上点。“大数据时代”正向我们缓缓走来，互联网、移动互联网应用正在步步蚕食传统电信运营商的业务。为了应对移动互联网带来的冲击，电信运营商千方百计探寻转型出路。

韩国电信管制机构韩国通信委员会(KCC)近日决定允许移动运营商向使用互联网电话(VOIP)的用户额外收取费用，或对其使用进行限制。由于 VOIP 类移动应用程序广泛应用造成数据流量暴涨，而短信和语音通话业务利润下降，韩国主要移动运营商 SK 电讯、韩国电信和 LG U+决定上调数据业务价格。不单单是韩国的运营商，从 2010 年开始，全球主流运营商就已经通过智能运营、取消无限上网流量套餐、提价、限流等多种方式兑现流量价值。

运营商收紧流量应对冲击

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，在这份报告中，未能实现从时长到流量的业务模式转换成为了全球运营商当前经营面临的首要风险。移动互联网数据业务应用目前正在强势冲击着电信运营商传统的语音、短信业务，互联网基因的缺失使得运营商在面对这一挑战心有余而力不足。在整个 IT 舞台，电信运营商们的光环正日渐消退，而终端、移动互联网的光芒却越发耀眼。

尽管全球运营商都已经意识到数据业务才是移动互联网的主流，流量经营才是王道，但是要转变传统的电信思维并非一蹴而就。作为流量管道的掌控者，全球电信运营商对于移动互联网的冲击做出的最初反应趋于一致——收紧流量。

自 2010 年起，全球运营商开始有意识的收紧移动互联网流量。美国运营商 AT&T 在开放了 Tethering(以手机作为 Modem 供电脑上网)功能之后，便开始取消无限流量套餐；2010 年，国内 3G 商用仅仅一年多，运营商的“慷慨”在 3G 上网卡业务上便逐渐消失，无限流量上网套餐被悄然下架；几乎在同一时间，Verizon、NTTDoCoMo、KDDI 等国外运营商也采取多举措全面收紧流量资费。这样的策略一直延续至今，2012 年 2 月份，继数码通日前宣布终止无限上网计划后，香港 3 大运营商分别宣布修订现有上网计划，设定上限流量及超额减速等措施。

移动互联网带来的变革使得以语音为核心的传统电信业成长前景堪忧，作为既得利益者，在以满足用户需求为核心的创新竞赛中，传统电信产业已经在与通信模式创新上沦为互联网的跟随者，收紧流量只是权宜之策。

提升流量价值才是题中之义

美国电信运营商 Verizon 近日推出了“Share Everything Plan”计划，在这项计划中，流量是套餐的核心要素，这释放出一个信号，运营商开始有意识的思考将语音业务作为流量业务的附属存在。从用户的消费情况看来，目前在运营商提供的流量管道服务中，80%-85%属于互联网业务，然而运营商自有业务的流量贡献率极低，随之而来的是流量价值未能有效呈现出来，这直接导致了运营商网络资源效益未能最大化，同时还影响网络质量。

从国外运营商流量经营的策略看来，基本上是在服务、业务和终端带动的前提下：一是扩展流量规模，二是扩张网络承载能力，三是管控和提升流量价值。诚然，流量经营要求运营商想方设法扩大流量，但更重要的是提升流量价值，增流量是手段，增价值才是目的。开展流量经营，运营商需要形成高效利用网络，挖掘和流量相适应的收入增长的一整套机制。运营商互联网基因的培养成为了能否造就这一整套有效机制的关键。

目前运营商单纯的上网流量业务基于使用量的商业模式，正在向包月制迁移，单位流量价格快速下降，流量价值在不断被稀释。经营管道是运营商目前最简单也最粗放的流量经营模式，这一模式甚至不能称之为“流量经营”。国外运营商流量经营的目标已经超越了量的提升，一方面需要注重挖掘流量的个性内涵，另一方面需要运营商对流量进行细化分类管理。从这一点来说，运营商低价值的流量(经营哑管道)仅仅作为手段，高价值的流量(智能管道)是手段与目标的合一，能直接满足用户复杂的需求，从而让运营商重获用户界面，并能够支持可

拓展的盈利模式。应该说，这才是运营商能够真正承受得住移动互联网冲击的根本，也是运营商成功转型移动互联网后的理想业态。

价值提升需要构建移动互联网生态

目前整个电信业的生态正在面临着结构性变局。电信专家侯宏认为，在过去相当长的时间里，语音通信是满足用户沟通最主要、最有效的手段，而电信网是语音通信的唯一提供者。如今，语音通信仅仅是满足社交需求的诸多手段之一，而且并非只有电信网能提供。从业务形态上看，电信运营商应该深有体会。他们所提供的短信、彩信、语音服务受冷落，而 App store 模式备受推崇，在满足用户沟通交流需求这一方面来说，传统电信产业已经落后于互联网。

电信运营商面临着沦为哑管道的危险，管道化危机的根源在于运营商的能力无法跟上用户需求从同质化到个性化变迁的步伐。业内人士认为，App store 之所以受到运营商追捧在于其延续了前向收费模式，但创新之处在于将定价权嫁对接给了个性化需求的开发者。移动互联网时代免费是大势所趋，App store 模式对后向收费的支持必将有利于个性化流量价值的全面释放。

App store 成就了苹果的霸业，苹果拥有一整套完整的移动互联网生态链。电信运营商要超越苹果，首先要跟上步伐，运营商流量价值的提升需要在自身的平台上完成。电信专家侯宏认为，运营商需要建立前向用户、后向用户与合作伙伴共赢的健康商业系统，首先要明确平台式业务作为移动互联网战略中心的地位，整合现有互联网业务与内容型业务，提升平台对前后向用户的吸引力，生态系统发展导向。换言之，数据挖掘及用户服务，并非完全依赖运营商，运营商可以用更加开放的心态、创新的产品开发模式、营销推广模式及客户管理模式，与产业链之间密切合作，构建自己的移动互联网核心产品体系。来源：2012-7-11 通信信息报

[返回目录](#)

5 月份日本手机市场本土品牌出货大降 29%

日本电子情报技术产业协会(JEITA)昨日公布日本国内手机厂商的统计数据。数据显示，5 月份日本国内手机厂商出货量(不含 PHS)为 141.3 万台，与 2011 年同期相比大降 29.4%，是 6 个月来首度陷入衰退。其中智能手机出货量为 60.3 万台，相比上个月下降 14.6%，占手机出货量比重下降至 38.8%。

上述数据不包含苹果、三星(微博)等国外手机厂商，只包括索尼、夏普、NEC、卡西欧、松下、京瓷和富士通等日本厂商。

JETIA 从上个月起开始公布日本手机厂商的销售统计数据。4 月份日本国内手机出货量(不含 PHS)与 2011 年 4 月相比,同比增长 22.4%至 165.0 万台,连续第 5 个月呈现增长。其中智能手机出货量达 70.6 万台,同比增长 91.4%,远远超过整体增长率,智能手机占整体手机出货量比重为 40.6%, (不含 PHS)则达到 43%。

JEITA 称 5 月处于夏季手机销售热季前夕,消费者购买意愿下滑,导致日本手机厂商出货量下降。但这个说法不能解释为何相比 2011 年同期出现这么大的下滑,还有可能的原因是受到国外厂商的冲击,功能手机的下滑可能受到华为(微博)、中兴等手机厂商的蚕食。来源:2012-7-11 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

运营商物联网平台建设陷入僵局

在政府部门的推动下,我国物联网产业近年来呈现出了积极向上的整体态势。同时我们也看到,随着物联网的深入推进,在感知层、网络层和应用层,一些潜在的问题开始显现出来,能否很好地解决这些问题,则是物联网进一步发展的关键。

在物联网发展之初,运营商权衡自身的优势和特点,确立了在物联网产业中主要做平台提供者的角色定位,希望能够借此提升自身对于物联网产业链的掌控力度。由此,运营商开始了物联网平台的建设。

然而,事情并没有按照当初所设想的方向进行。近日,一位知情人士告诉记者,运营商物联网平台上运行的业务非常少,为数不多的业务也主要是为测试所用,此种局面下,部分平台甚至濒临被关闭的边缘。

一边是运营商寄予厚望,另一边是合作伙伴兴致缺缺,物联网平台发展陷入僵局,运营商一厢情愿颇为尴尬。

美好的初衷

物联网兴起之时,恰是移动互联网大发展、运营商传统业务受冲击之时。运营商发力物联网,希望能够带来新的机会,并在此行业拥有掌控力和话语权。

根据物联网的逻辑架构,运营商在物联网中可以做管道提供者、平台建设者和业务运营者。其中,单纯做管道价值较低,做应用则不是运营商的长项,各方权衡下来,最适合运营商的角色是平台提供者。在提供平台的过程中,运营商还

可以发挥网络和用户资源优势，通过整合产业各方，提升对整个产业链的掌控力度。

如果抛开掌控产业链的想法，单纯从物联网产业的发展来看，建设平台也有足够的合理性。专门为物联网分配号段，建设平台系统，有利于物联网运营商清楚地掌握业务运营情况，并提供更好的服务。基于平台中规范和开放的协议，运营商还可以将相关网络资源及信息面向应用企业开放，从而为业界更好地控制和管理终端提供参考。

在从多个角度证明了做平台提供者的正确性后，运营商就开始着手物联网平台的建设。例如，中国电信(微博)在江苏建成了 M2M 平台；中国移动(微博)在重庆也建设了 M2M 平台，并于 2011 年底将其拆分成管理平台和业务网关两部分。在平台中，运营商还制定了 WMMP 和 MDMP 等规范协议。

现实中遇挫

在实际运营中，一些当初没有考虑到的问题开始显现。“运营商希望通过 WMMP 和 MDMP 等规范来加强对终端的管理和控制，事与愿违的是，这样的标准协议在各行业中的影响力甚微，因为遵照协议就需要改造终端，增加成本，而由此获得的智能管道及应用价值并非是必需的，所以各行业企业几乎没有足够的理由来规模化使用上述协议。”中国移动研究院一位人士表示。

同时，物联网垂直化的特点明显，也决定了运营商平台化模式难以突破。“物联网应用大多是特定行业或企业的闭环应用，信息的管理和互联局限在较为有限的行业或企业内，不同地域间的互通也存在问题，没有形成真正的物物互联。这些闭环应用有着自己的协议、标准和平台，自成体系，很难兼容，存在较明显的行业壁垒。在电力、石油、汽车、金融等行业，由于其闭环产业链已经相当稳固成熟，甚至是排他的，电信运营商几乎被边缘化。”零点研究咨询集团上海分公司 IT/通信行业咨询总监曾韬表示。

即便在运营商内部，也因为利益分成问题而对该平台热情不高。“比如，移动的平台建在重庆，电信的平台建在江苏，重庆之外的移动公司以及江苏之外的电信公司都不愿意因为走这个平台而被‘雁过拔毛’，再加上他们用普通号段也可实现物联网应用，所以运营商内部也响应平淡。”曾韬告诉记者。

不过，尽管和者甚寡，运营商的领导层依旧在坚持平台模式。“他们认为，只有平台模式才能最大化自己的利益，其他的垂直化、烟囱式、各自独立的物联网应用无法规模化，无法发挥运营商的优势，无法帮助运营商掌控产业链。综合分析，平台模式仍是运营商发展物联网最光明的出路。”一位运营商物联网人士转述其公司高层领导的想法。

正因为如此，运营商仍在平台道路上继续前行。例如即便拥塞者甚少，2012年上半年中国移动仍扩大了平台建设力度，开始了物联网专网系统的构建。

面对物联网平台有可能“夭折”的遭遇，更多的运营商基层人士出现了悲观情绪。“虽然现在大吹大擂，但是这个模式基本没戏。”前述运营商物联网人士道出了自己的想法。

据悉，拥有这样想法的不在少数，由此出现了一种奇特现象：很多在开发的产品有两个版本，一个完全摒弃了物联网协议，另一个则融合了协议。“前者是想做好市场，后者为了应付检查。”该人士透露。

至此，平台模式陷入了僵局。

系统集成模式或可解燃眉之急

如果平台模式难以推动，那么退而求其次，反而可能改变僵局。

前述移动研究院人士认为，目前政府有很多物联网项目想找规模大、有影响力的运营方来做，如果运营商把自己定位成系统集成商，那么就会获得很多项目，从而依靠网络和品牌优势在物联网上获得突破。

当然，如果做系统集成商，运营商对产业链的掌控力度势必会削弱，利润也大不如以前，所以运营商对此模式不感兴趣。据悉，此前无锡政府曾经准备花费几千万元在鸿山遗址建设一个纯粹的物联网系统集成项目，在几次项目沟通会上，运营商人士都没有竞标意愿，相反学院派和传统的系统集成商在不遗余力地争取机会。此外，即使平时有人主动找上门来要运营商做系统集成项目，运营商也会拒绝。

其实，目前产业各方都在大干快上抢占物联网先机，运营商不妨暂时改变定位，谋求机会，以培养人才，积累经验，从而为将来更加激烈的竞争做准备。

此外，前述移动研究院人士认为，物联网产业作为新兴产业，涉及面广泛而复杂，颠覆传统产业思维和运营方式是发展的必然。完全不同于传统电信产业链中运营商能起到主导和整合作用，运营商对物联网产业的控制和影响力甚至不如所涉及到的各行业龙头企业，从这个角度来看运营商需要改变对产业链的控制和主导思维，以更加务实和切实可行的方案协同各方来推动产业发展。来源：

2012-7-16 通信世界周刊

[返回目录](#)

运营商合约机占整体市场销量三成

据迪信通(微博)日前公布的 2012 年半年报数据显示,运营商合约机份额已占全部手机销售的 15%左右,运营商合约机销量约占全部手机销量的三成。销售及合约办理量均增速迅猛,运营商产品市场份额持续提升。

目前,迪信通同时承担移动、联通与电信三大运营商的 3G 合约机及合约办理业务。在通讯连锁卖场,联通与电信运营商因合约更具价格优势,2012 年上半年增速更为明显。而迪信通等传统通讯连锁也成为移动、联通、电信三大运营商提升用户基数的主力渠道。

迪信通市场部相关负责人介绍,“存费送费”业务因不必购买新机,主要针对已有 3G 卡号的消费者,该业务在迪信通业务办理量最大。“存费送机”业务比较适合高端顾客,其限定机型数量较少,同时月套餐承诺额度较高。相比之下,“购机入网送话费”业务则以较低门槛成为消费者办理运营商业务的首选,其合约办理量也高于“存费送机”。来源:2012-7-11 北京商报微博

[返回目录](#)

电信业向民资开放倒逼运营商模式转型

6 月 27 日晚间,作为中国人民邮电大学教授以及工信部科技委委员和电信专家委员会委员的吕廷杰,在出差途中接到了若干咨询电话,话题只有一个,民营资本应该如何进入电信行业?

事情的源头是当天工信部公布的《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》(下称《实施意见》),《实施意见》指出,将引导民间资本通过多种方式进入电信业,这意味着多年以来封闭的电信行业终于逐步向民间资本打开了大门。

吕廷杰参与了《实施意见》的专家评审,“这是一个非常大的利好,是民营企业的重要机会。”他说。

“这次开放的力度还是挺大的,有多项业务都是首次开放。”参与政策制订的工信部研究院政策经济所主任李海英对记者表示。其中包括鼓励民间资本开展移动通信转售业务试点;鼓励民间资本开展接入网业务试点,促进宽带发展。

根据工信部 2003 年发布的《电信业务分类目录》,“移动通信业务”属于最基础的第一类基础电信业务,“接入网和用户驻地网业务”属于第二类基础电信业务。而基础电信业务一直被定义为关系国家安全和经济安全,因此一直被严格管控。

“移动通信转售业务可以说是‘虚拟运营’的一种。”李海英表示。所谓“虚拟运营”是指本身没有网络资源，通过租借基础运营商的电信服务(比如通话时长)，通过自己的品牌和渠道向外出售。目前，虚拟运营在国际上已经成为一种趋势，成功案例举不胜举，中国电信(微博)行业对此讨论多年，但政策层面从未松动过。

而接入网业务领域之前工信部从未下发过牌照；至于“用户驻地网业务”虽有多家民营企业介入其中，比如被鹏博士收购的长城宽带以及歌华有线等，但据记者了解，工信部下发的都是“试点牌照”。

据北京邮电大学教授曾剑秋介绍，据其了解，运营商确实对该政策的出台有一些“不同意见”，因为对基础业务的开放意味着将引入新的竞争。但他认为，随着网络和业务分离、网络和客户分离，这会倒逼运营商进行业务模式的改变，即不再通过网络收费，而是与其他企业进行应用等内容的分成。

“从这个角度来说，看似运营商的蛋糕被分走了一块，但实际上整个蛋糕做大了，运营商以往面临的发展瓶颈都有可能突破。”曾剑秋说。

不过，Frost & Sullivan 中国区总裁王煜全认为，工信部对电信行业更多是监管职能，而很多政策的推出，需要其他多个部门的合作才能完成，因此从《实施意见》到具体执行，还有一段距离，特别是对细则的进一步明确。

比如，《实施意见》第七条指出，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。但实际上，在民营资本之前，西班牙电信和沃达丰已经分别参股了中国联通(微博)和中国移动(微博)，沃达丰获得中国移动仅 3.2% 股权的成本就达到 32.5 亿美元。

“运营商的股权既然对外资开放，肯定也不会排斥民间资本，只是运营商的盘子太大，仅获得少量股权意义不大，即使只有少量股权，也是对民间资本的巨大考验。”王煜全说。来源：2012-7-13 第一财经日报微博

[返回目录](#)

云计算 2.0 时代：电信运营商角色之变

计算资源是类似于水电的基础资源，而在国家层面，对于基础资源的掌控一直坚持自主原则，相信在国家层面会为电信运营商发展云计算产业提供诸多助力。电信运营商在云计算领域机会巨大，只是不要守株待兔，坐失先机。

为提升计算能力，IT 厂商不断推出新品，同时 IT 设备采购商也不断投入资金进行 IT 设备的优化升级。然而购入计算能力更加强大的新产品是否是企业提

高计算能力的唯一途径？云计算的到来，让企业有了更好的选择：在不购入新品的情况下，通过虚拟化等技术可以提高自身 IT 资源的使用效率，以集约化的方式实现 IT 利用率的增长，从而降低 IT 投入成本，提高企业竞争力。

随着云计算的 IaaS、PaaS、SaaS 模式的逐渐形成，企业或个人消费者甚至可以采用租用等方式购买 IT 资源，更加划算。租用模式允许用户选择 IT 资源的类别、品级、使用年限等，完全围绕自身的需求，而不是被动接受 IT 厂商给出的解决方案。

显然，这是一场深刻的产业变革。作为 IT 基础资源的重要提供者之一，电信运营商在整个产业链之中具有基础性的地位。不过由于电信运营商在各种增值服务上的弱势，其正在逐渐沦为“哑管道”。各种 IT 资源借助电信运营商到达企业或个人用户，产业链的大部分价值被 IT 厂商占据，电信运营商则被边缘化了，其发展空间越来越有限。能否借助云计算进行转型，是关系到未来电信运营商发展的关键一步。

“搭便车”的心态

在云计算概念出现之前，还曾有网格计算、效用计算等概念，网格计算是将一群松散耦合的计算机组成的一个超级虚拟计算机，常用来执行一些大型任务；效用计算是指将 IT 资源进行打包销售并按量计费，像使用电力等公共设施一样。云计算可说是兼备了两者的优势，是 IT 行业未来的趋势。

相对于国外，国内的电信运营商起步相对较晚，而且重建设、轻应用。国外最早涉足云计算的电信运营商是美国的 AT&T，其早在 2006 年就开始了云计算领域的规划，后整合了美国、欧洲和亚洲的 5 个超级 IDC，建立了包含 38 个 IDC 的 AT&T 云服务网络，在此基础上于 2008 年 8 月推出了云计算产品 Synaptic，以现购现付的机制向用户提供虚拟服务器、IDC 代管架构、大规模运算及随选应用程序服务。

而国内的电信运营商之中，最早展开云计算规划的是中国移动(微博)，2007 年 7 月，中国移动利用闲置的 15 台计算机，基于开源软件搭建了海量数据处理实验平台，展开云计算方面的一系列实验。但是直到 2010 年 5 月，中国移动才对外发布了大云 1.0 版本。根据中国移动副总裁李正茂的说法，当前中国移动的“大云”已形成了完善的云计算产品体系，实现了云主机、云存储、云网络，海量数据存储和管理，大规模系统管理调度等核心模块。但是这些研发成果还没有实现大规模的商用，中国移动的云计算其实是“雷声大、雨点小”。

中国联通(微博)在云计算领域也是乏善可陈，2009 年制定了中长期的云计算发展战略，对外业务以 IaaS 和 PaaS 为主，在 2012 年 4 月 17 日举办的 2012 第四届 CCS 云计算峰会上，中国联通 IDC 运营中心云计算项目经理曹鲁介绍中

国联通的云计算实践时说，中国联通将马上推出云计算服务，不过会与其它电信运营商推出的产品类似，趋于同质化。

相对于中国移动，中国电信(微博)在云计算领域起步较晚，但是动作却更加迅速。2012年2月22日，在第十届中国国际软件合作洽谈会期间，中国电信四川公司推出了八大云计算产品和解决方案，即云主机、云电脑、云安全、云呼叫、云软件超市、翼盘、企业云存储和虚拟云数据中心，面向企业和个人用户提供云计算服务。有消息透露，在3月底，中国电信还注册成立了专门的云计算公司，并聘任具有20多年海外工作经历的专家谢朝阳出任电信云计算公司总经理。中国电信还制定了“三步走”的云计算发展策略：第一步，统一建设部署覆盖全国的云计算数据中心；第二步则是构建全网统一的云管理平台；第三步，依托覆盖全国的光网络，实现云数据中心的高速互联和用户高速接入，融合宽带与云计算。

可以看出，三家电信运营商在云计算方面的实践颇为不同，中国电信依托自身在IDC等领域的资源优势，率先推出了一系列云计算应用，将云计算逐步落地；中国联通则更加谨慎，对云计算业务缺乏信心，动作迟缓；而中国移动相对高调，最早展开云计算实践，不过缺乏具体的落地成果。

跟国外企业如谷歌、微软、亚马逊等相比，三家电信运营商则更加相形见绌。归根结底，三家电信运营商还存有“搭便车”的心态，看到云计算是产业发展的趋势所在，但是却不愿意在市场尚未充分显现的情况下进行大规模的研发投入和市场推广，更别说搭建起一套通用的云计算平台，将大量IT资源整合起来，引领整个云计算产业的发展。

机会与挑战

在云计算生态体系中，电信运营商的角色是不可或缺的。亚马逊可说是云计算商业模式的开创者之一。2006年，亚马逊推出了Amazon Web Services的服务，为独立开发人员以及开发商提供云计算服务平台，通过将数据储存和计算能力出租出去获得盈利。这种模式看来并不需要依赖电信运营商，不过作为依靠互联网来实现的一种商业模式，亚马逊的云计算业务同样需要掌握着互联网接入资源的电信运营商的支持。

云计算受制于网络带宽，由于网络带宽发展水平低，网络服务质量较差等因素的影响，中国云计算产业的发展成本是美国的四倍。这是电信运营商面临的问题，同样也是不可多得的机会。随着云计算产业的发展，对宽带水平和宽带服务的需求会大幅上升，包括中国电信在内的三大电信运营商投入巨资展开光纤宽带的建设，中国电信的“宽带中国·光网城市”计划在3年左右的时间内让用户的接入宽带升到10倍以上。宽带市场增长潜力巨大。

云计算中的“云”其实是大量计算资源的集合，而目前提供计算能力的资源除了“端”上的 PC、手机等 IT 设备外，大多集中在数据中心的服务器上。而电信运营商手中掌控了大部分的 IDC 资源，这是其发展云计算业务的一大优势。中国电信和中国联通选择将 IaaS 作为云计算业务切入点的重要原因即在于此。

电信运营商的 IDC 资源利用率并不高。除高峰时段之外，大量服务器资源闲置，导致了资源浪费。IDC 能耗过高也是一大弊病，有数据显示，IDC 能耗约占电信运营商能耗的四成左右。而且传统 IDC 应用部署时间较长，从新业务到上线运营需要较长的部署周期，响应业务变化的速度慢。在商业模式上，传统 IDC 服务缺乏弹性，用户花费较高，但是得到的 IT 资源相对有限。而云计算为电信运营商提供了解决问题的契机。

通过虚拟化技术，电信运营商可以将大量服务器整合成一台超级服务器，将大量 IT 资源集合起来形成“资源池”，然后以类似于提供水电等公共设施一样的方式提供计算能力，用户需要多少就使用多少，而且只有在运行云端程序的时候才会构成支出，运行结束之后计费停止。这样一方面减少了用户的支出，另一方面也将 IDC 中剩余的计算资源充分利用起来，减少了计算能力的浪费。

三大电信运营商规模巨大，日常运营需要大量的 IT 设备，利用云计算技术，电信运营商可在企业内部搭建私有云，按照云计算的架构搭建平台，面向企业内部需求提供云计算服务，这样可以提高资源的利用率，降低投资和运营的成本。

更重要的是，云计算有助于电信运营商实现由“哑管道”到综合信息服务提供商的转型。电信运营商可以通过云计算的模式，将自身的语音能力、计费能力等开放出来，建设云平台，从而聚集大量第三方开发者，产生大量优质应用，并依靠收入分成、广告等盈利模式实现业务的拓展和利润的上升。

不过电信运营商进军云计算同样面临诸多挑战。例如目前大多数 IDC 资源掌握在中国电信和中国联通手中，近乎垄断性的市场地位使这两家电信运营商安于现状，缺乏引进云计算技术改良数据中心运作并对外提供云计算业务的动力；由于云计算业务需要通过互联网来提供，而网络的稳定性和安全性尚不理想，例如亚马逊等云计算服务提供商就曾遭遇宕机的困境，电信运营商本身还需要进一步完善网络服务的质量，为云计算产业同时也为自身云计算业务的发展提供良好支撑。

云计算的标准问题一直悬而未决，导致云计算服务提供商各自为战，用户从一种云计算环境迁移到另一种环境成本巨大，而统一的云计算平台又远未建设起来。电信运营商本身有潜力成为云计算标准的制定者，但是目前在此方面尚无多少建树，反而阻碍了自己发展的脚步。

做“火车头”

电信运营商发展云计算业务，首先需要明确自身的定位。如果只是想着搭乘云计算的“东风”，待市场成熟之后才跟进，不仅会丧失市场机会，更可能使自身向综合信息服务提供商的转型中面临被动。电信运营商不能做云计算的“跟风者”，要做云计算的“火车头”。

依靠 IDC 等资源优势，电信运营商从 IaaS 切入云计算无可厚非，但是更重要的是，电信运营商能够提供一个平台，创造一套标准，真正将产业链资源整合起来。国内能够承担这一任务的，除了电信运营商之外，像中兴、联想这样的企业都不适合。

电信运营商的不足在于缺乏大量云计算应用，包括软件、内容等资源，而这些都是 IT 企业所擅长的。不过 IT 企业最大的劣势在于竞合关系太过复杂，各自为战，彼此利益难以协调。因此在云计算平台建设上，劣势明显。电信运营商恰好能填补这一空白。

IDC 中国计算机系统研究部高级分析师周震刚认为电信运营商做云计算具有诸多优势：“云计算是基于互联网基础而发展起来的模式，而目前在 IP 网络等关键资源上无疑是三家运营商掌握的优势最大。其本身 IT 技术架构已经非常先进成熟，同时其在软件和硬件方面的经验、甚至在同上下游供应链的关系方面比起其他行业竞争者都更有优势。一些别的公司可能在做云计算方面还需白手起家，而运营商已有着一定的资源可供享用。”

不过三大电信运营商一直崇尚“大而全”的模式，在通信网络以及 IDC 的建设上，重复建设、彼此掣肘的现象屡有发生。在移动互联网战略上，电信运营商也信奉“遍地开花”的模式，自身研发了不少移动互联网应用，但是事实证明，绝大多数应用都是失败的。在应用层面，电信运营商可以退一步，专注于平台建设，先做大整个市场，然后再寻找合适的盈利模式。

三家电信运营商之间也存在竞争关系，特别是在 IaaS 业务上，中国电信和中国联通都以 IaaS 作为切入点，必然导致业务上的重叠和同质化竞争。而中国移动由于缺乏 IDC 资源，又难以承担建设云计算平台的重任。这使得真正的云计算平台远未出现。

不论是中国电信还是中国联通，如果能够搭建起云计算的平台，并掌握大量的 IT 资源，那就意味着在云计算的战场获得了主动权。然后以平台为基础，推行一套成熟的云计算标准，将成为中国名符其实的云计算的“火车头”。谁能胜出，取决于哪一家更有战略眼光，更有前进的勇气。

在国外企业如 IBM、谷歌、亚马逊对中国云计算市场虎视眈眈的背景下，中国的云计算产业需要由中国企业来主导，计算资源是类似于水电的基础资源，而在国家层面，对于基础资源的掌控一直坚持自主原则，相信在国家层面会为电信

运营商发展云计算产业提供诸多助力。电信运营商在云计算领域机会巨大，只是不要守株待兔，坐失先机。来源：2012-7-12 《互联网周刊》微博

[返回目录](#)

三大运营商加速推进 4G 备战“大数据”时代

随着移动互联网的不断演进，网络日益成为运营商能否唱好流量经营这台大戏的关键，近期，三大运营商都不约而同地加速推进准 4G 建设，以更好地迎接“大数据”时代的到来。

运营商需要升级网络满足“大数据”时代用户需求

自 3G 在中国运营以来，在运营商的大力拓展下，3G 用户的数据业务需求正呈现日益增长的凶猛态势，海量数据业务给 3G 网络带来了巨大的压力，在此背景下，运营商纷纷投入重金加大 WiFi 建设力度。虽然市场对 WiFi 有着巨大的需求，但种种因素使然，运营商数据业务陷入了增量不增收的困境，而 WiFi 本身也面临着更新换代的威胁。

据爱立信发布的流量与市场数据报告显示，从 2011 年一季度到 2012 年一季度，全球的数据流量翻了一番，而从 2011 年到 2017 年，移动数据流量预计将增长 15 倍。中国电信(微博)董事长王晓初曾表示，目前，国内移动业务市场 3G 渗透率已突破 15%，意味着 3G 手机业务将进入爆发增长阶段。因此，如何进一步优化、升级网络，以应对“大数据”时代用户的流量需求，成为运营商面临的新挑战。

LTE 4G 具有高效利用频率、灵活调节流量、传送流量大、传输速率高等特点，在频率资源短缺、移动互联网流量逐年攀升的背景下，国际产业链普遍看好其发展前景，LTE 已经成为无可争议的下一代无线宽带标准。根据全球移动设备供应商协会 GSA2012 年年初发布的相关数据显示，全球已有 49 家运营商商用 LTE 网络，如美国、日本等国家较早启动了 LTE，285 家运营商承诺商用 LTE 网络部署，或正在从事试点、技术测试、研究。此外，GSA 预计，2012 年底将有 50 多个国家和地区的 119 张 LTE 网络实现商用，如法国、西班牙等国家的运营商已计划在 2012 年下半年商用 LTE。

国内运营商加速布局 LTE 建设

面对日益增大的 3G 网络压力，以及 LTE 的发展前景，国内运营商也正在积极加速布局 LTE 建设，为更好地开展流量经营而提前做好准备。中国移动(微博)是衔枚疾进，中国电信和中国联通(微博)枕戈待旦，伺机而动。

中国电信一直未曾对 4G 建设和布局有过明确表态，但在前不久举行的两化融合成果展览会上，中国电信也首次展示了其 4G-LTE 研发系列成果——“蓝极光”计划。据了解，该项目包括一系列创新技术的平台，同时率先在国际上提出了 4T8R 的解决方案，有效提高了手机功率的接收质量，大幅地增加了覆盖面积和提高手机信号的接收效率，并可以大幅节约在 4G-LTE 的初期投资数额。这充分显示了中国电信在 4G 方面的技术优势。

中国移动一直在不遗余力地推进 TD-LTE 的建设。早在 2010 年底，中国移动就开始在上海、杭州等六个城市进行 TD-LTE 规模技术试验，并在北京建设演示网。在 2012 年的工作会议上，中国移动就提出大力实施 GSM、TD-SCDMA、WLAN 和 TD-LTE 四网协同发展。中国移动董事长奚国华在 6 月底表示，中国移动 2012 年将建设 2 万个 TD-LTE 基站，2013 年将建成 20 万个，到 2014 年全球发展倡议运营商(GTI)建设 TD-LTE 基站 50 万个。

中国联通也不甘落后。除了在上海搭建 LTE 试验网之外，近期，颇受业界关注的是广东联通率先在广州、深圳两地开通 HSPA+64QAM 双载波，网速高达 42Mbps，成为当前国内最快速率的 3G 商用网络，而在珠三角核心区域的 3G 网速甚至将提升到 84Mbps，堪比 LTE。据了解，这是广东联通启动的 3G 和宽带网络大提速行动的一部分，2012 年内，联通在广东的 3G 网络速度将提升至 21Mbps。

应“大数据”时代需求关键在业务创新

移动互联网的到来，掀起了通信业新一轮的改革浪潮，运营商面临着全方位的挑战，这包括网络建设、业务经营、管理思维、商业模式等，简而言之，运营商需要加大创新力度。

当前，用户对数据流量的需求将会越来越大，根据相关机构的预测，2014 年预计将有 90% 的智能手机拥有 WiFi 技术，这也就意味着越来越多智能终端将具备无线上网的功能，在无形中进一步推动数据流量需求的放大。

WiFi 也好，LTE 也罢，对运营商而言，都是一种承载、传输移动网络数据、流量的无线网络，面对海量巨增的流量，如果运营商只是单纯的不断建设、优化网络，显然网络建设的速度无论如何也比不上用户需求增长的速度，因此，运营商关键在业务创新上下功夫。正如威普咨询在一份关于 LTE 的报告中指出，面临 LTE 这一重大技术变革，运营商需结合 3G 和 4G 业务特点进行全面考量，制定合理的市场进入策略，以期通过 LTE 部署实现收益的最大化。

从目前来看，虽然运营商已深刻认识到流量经营的重要性，但对流量经营的商业模式尚在探索，还处于简单的降价、赠送等初步阶段，这也是运营商身陷增量不增收窘境的一大重要原因。因此，运营商一方面需要加大业务创新力度，认

真研究用户需求，不断研发新的应用。另一方面，要加大开放合作力度，与产业链内外各个环节开展合作，加快对流量经营商业模式的探索。

3G 尚在飞速发展，但 4G 已悄然来临，显然，运营商要做的功课还有很多。来源：2012-7-11 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

TD-LTE 终端标准制定工作启动

TD-LTE 终端相关技术要求的标准制定工作已经启动，预计将在 2013 年完成。

据了解，此次标准制定由工信部电信研究院牵头，中国移动(微博)、国家无线电监测中心、华为、中兴、大唐、重邮信科、展讯、诺基亚、三星等产业链众多成员参与起草。

对于具体的起草内容，一位参与人士表示，主要包括 TD-LTE 终端设备技术要求和终端测试方法两大类。其中测试方法包括了基本功能、业务和可靠性测试，无线射频性能测试，协议一致性测试和网络兼容性测试等方面。

“这几项标准也是 2012 年通信行业标准项目的重点。”该人士称。

随着杭州、深圳、广州等地试商用的陆续启动，TD-LTE2012 年有了实质性突破。工信部副部长尚冰日前在杭州调研 TD-LTE 规模技术试验进展情况时，也对 TD-LTE 产业发展给予了充分肯定。他强调，下一步要重点解决制约 TD-LTE 产业发展的芯片和智能手机终端等关键技术问题，着力推动多模多频手机终端等产品加速成熟。

除此之外，LTE FDD 终端的相关标准制定工作也同期展开。中国电信(微博)和中国联通(微博)参与了该项标准的起草工作。来源：2012-7-12 飞象网

[返回目录](#)

中移动 2013 年将建 20 万个 4G 基站

中国移动(微博)对 TD-LTE(国产 4G)的建设越来越有信心。昨日，中国移动明确提出，2013 年将建设 20 万个 TD-LTE 基站。

这样的目标主要来自于目前中国移动在杭州的 TD-LTE 规模试验的测试结果，结果显示，TD-SCDMA(国产 3G)基站升级至 TD-LTE 基站，平均在一个小

时内便可完成升级任务。中国移动将此总结为“三个一”：更换一块基带板、做一次软件升级、增加一对光纤。

中国移动董事长奚国华表示，杭州 TD-LTE 试验网的成功不仅是运营商的成功，更是整个产业链的成功。但也认为 TD-LTE 的成功与否还要靠市场来检验。他建议国家统筹推进 TD-LTE 发展，重点扶植终端芯片等薄弱产业环节，尽快制定频率规划，协调优质频率资源支持 TD-LTE 发展。来源：2012-7-13 北京商报微博

[返回目录](#)

中移动动漫基地上半年营收 9000 万

近日，中国移动(微博)手机动漫基地副总经理曾达峰表示，中国移动手机动漫基地目前已云集 375 家合作企业，用户超过 650 万，上半年收入达 9000 万元。预计到 2012 年年底，基地将实现收入 3 亿元。

据他透露，中国移动暂无计划进入手机动漫的内容制造，主要做好平台运营，聚合动漫产业资源；在合作上将采取四六分成与内容商利益共享，60%收入归合作伙伴。

在内容合作伙伴方面，曾达峰指出，目前各种动漫作品数量已相当多，但整个产业链比较割裂，很多动漫企业把动漫做成艺术品而不是商品。现在动漫基地的主要作品还是由国内动漫合作伙伴提供，对于海外优秀作品的版权引进工作，还在不断接触当中。来源：2012-7-17 信息时报

[返回目录](#)

北京全球通家庭计划可增加 6 个副卡

北京移动表示，7 月 14 日起，全球通家庭计划可添加 6 位副卡成员

飞象网(微博)讯(赵宇新/文)7 月 13 日消息，近日，北京移动透露，从 2012 年 7 月 14 日起，北京全球通家庭计划可添加 6 位副卡成员。家庭成员之间(含主卡)在北京本地可以无限量通话。而此前家庭计划的成员(含主卡)最多 5 人。

北京移动表示，7 月 14 日起，北京全球通家庭计划可添加 6 位副卡成员，但超出 4 个副卡后，每增加 1 位副卡成员将收取 1 元。按原有资费 10 元/月，主卡添加副卡的数量为“6 个”时，每月向主卡收取 12 元月功能费。此前，全球通主卡客户开通家庭计划时的成员(含主卡)最多 5 人，且收费固定为 10 元/月。

对于全球通家庭计划的变化，业内人士表示，面对联通咄咄逼人的语音套餐资费方案(随意打)，移动也在通过不同的方式予以跟进，在原有套餐资费上的新变革成为最有效的方式之一。

“随意打”蔓延

6月中旬，随着广西电信推出“随意打”资费套餐，三大运营商“随意打”业务全部跟进。相对于移动与电信个别省份的“随意打”套餐，联通似乎更成体系。据统计，中国联通(微博)已在25个省全面或局部推出了类似“随意打”业务。

更为意外的是，近日，安徽联通又出奇招，在全省范围内推出“1元政务随意打”业务。虽然，各地通管局一直在叫停相关业务，但“随意打”蔓延之势已不可阻挡。

虽然，移动一直在强调自己不会推出“随意打”业务，但反击一直在悄然进行。5月中旬，浙江移动首先发难，推出的亲情网无限打活动，用户月费增加一元，即可实现亲情网内无限畅打，最多可加19个成员。

随后，新疆移动也推出“随意打”业务，月话费为12元，异网主叫0.2元/分钟，网内互打免费。

“随意打”是非口水战

对于用户来说，“随意打”的推出无疑是对用户“利益最大化”。名为“联通老柳”的网友表示，“联通如果全面推出2G随意打，以地市或以省为单位网内免费，将很快打破移动的垄断，为消费者带来福音。”

付亮却认为，“如果联通全面推‘随意打’，最终的结果很可能是联通2012年从盈转亏，负面投诉明显增加，除部分表面数字外，与两大对手的差距普遍加大。”

移动互联网产业联盟秘书长李易则表示，联通通过“随意打”一定程度上能增加用户黏度，或许能在价格战中占得先机，但从长远看对移动和电信的市场影响微乎其微。

“无论2G、3G还是宽带，运营成本都在下降，运营商为消费者提供质优价廉的服务是必然的。在市场充分竞争的情况下，只有质优价廉的产品服务，才能最终被消费者认可。”李易如是说。来源：2012-7-13 飞象网

[返回目录](#)

中国移动香港招标上马：4G 牌照发放很可能提前

中国移动(微博)准备多时，电信设备商整装待发的 TD-LTE(4G，由 TD-SCDMA 演进而来)，正在重现 3G 牌照发放之前的景象，市场急盼而政策难产。出于顾虑，监管部门对于何时发放 4G 牌照仍然犹豫不语。

然而 7 月 11 日，中国移动香港公司 TD-LTE 商用网络招标结果的出炉，释放出了积极的信号。有关 TD-LTE 的一系列消息正在表明，监管部门的 4G 牌照发放时间正在遭遇博弈，并很有可能提前。

首张商网

中国移动对香港 TD-LTE 网络招标进程十分低调。不愿署名的消息人士透露，有多家设备商参与了此次竞标，最终中兴通信和爱立信胜出，平分份额，其中中兴通讯负责港岛、九龙等商业区域，爱立信负责其余部分。

此次香港招标建设的 TD-LTE 网，虽然规模不大，但是意义非凡。它是目前为止，中国移动在中国地区第一张商用的 TD-LTE 网，计划在 2012 年下半年投入使用。即便对那些没有入围的电信设备商来说，这也是个令人兴奋的消息。近两年来，国际电信运营商由于缺少大规模网络更换所带来的市场机会，深感运营商业务遭遇天花板。

中国移动选择在市场充分竞争的香港率先上马 TD-LTE 商用网，既是将其作为探索 TD-LTE 运营的试验田，也是大规模上马 TD-LTE 的预告片。几乎同时，中国大陆也在释放 TD-LTE 建设提速的信号。

7 月 5 日，中国移动副总经理李正茂公开表示，中国移动即将启动 TD-LTE 扩大规模试验网建设，将通过新建和升级的方式，建设超过 2 万个 TD-LTE 基站。由于 TD-SCDMA(中国移动现有的 3G 网络)和 GSM(中国移动的 2G 网络)平滑的问题，中国移动在 3G 时代虽然用户规模仍居首位，但增速已被其他对手落下。再加上终端厂商生产 TD-SCDMA 的动力不足，中国移动缺少 3G 的明星机型，忧虑又添一重。这也是中国移动急于上马 TD-LTE 的动力和原因。

不过，监管部门对于 4G 牌照的发放则颇显犹豫，其原因之一在于 TD-SCDMA 投入太大。中国移动最早从 2007 年开始建设 TD 试验网，到 2009 年年底，TD 网络覆盖已从最初的 8 个城市扩大到 238 个城市。基站总数也从 2 万扩大到超过 10 万，TD 网络覆盖了全国 70% 以上的地级市，前三期网络建设投资合计超过 800 亿元。

然而，国际电信市场的发展并不会等待中国自主知识产权的 TD-SCDMA。电信界的一个共识是，TD-LTE 成为全球 4G 主流技术的时间窗口就在这一两年，如果等到 2014 年才开始商用，那个时候 WCDMA 和 CDMA2000 的 4G 版本

FDD 已经在全球 40 多个国家占据大部分份额，TD-LTE 就会陷入类似 TD-SCDMA 的境遇——刚一发展就已落后。而且大多数国家和地区的管制机构要求运营商获得频谱的两年之内必须商用。这意味着，未来两年将成为 TD-LTE 发展的黄金时期，如果错过这一窗口期，中国通信标准将很难再寻找到类似的机遇。

目前比较一致的观点认为，中国在 LTE 牌照发放上将不会采用 3G 阶段统一时间点发牌的方式，中国移动有望使 TD-LTE 在国内的商用时间提前于 FDD，中国联通(微博)和中国电信(微博)未来都会采用 FDD 这一技术。

然而，由于中国政府对 TD-LTE 的商用时间表、频率资源分配等关键问题一直不够明确，国际产业链疑虑重重。

时间博弈

按照中国移动向外公布的数据，2014 年才可能迎来 LTE 的大规模商用。时刻准备着的电信设备商则关心 4G 何时发牌，这一心情与 2009 年 3G 发牌之前十分类似。来自工信部、国家发改委以及中国移动关于 TD-LTE 的讨论，表示发牌时间正在遭遇博弈。

在上月 20 日的亚洲移动通信博览会上，国家发改委副主任张晓强强调中国已进入发展 TD-LTE 重要窗口期。

不仅如此，与会的通信设备商感到，中国移动把这次会议开成了 TD-LTE 的吹风会，整个会议厂商都在跟着中国移动的脚步在谈 LTE。李正茂甚至表示，中国移动将加紧上述大城市 TD-LTE 试商用进程，如果条件成熟，TD-LTE 平滑升级计划还有可能提前。

此时，工信部的姿态也给市场打了一针强心剂。7 月 5 日，工业和信息化部副部长尚冰赴杭州听取中国移动 TD-LTE 试验网建设和应用情况汇报。这次汇报会，主流 LTE 设备商，包括华为、中兴、大唐、上海贝尔、诺西、爱立信、高通、展讯、创毅视讯等企业代表都有参加。在设备商看来，这更像是一场成果汇报会。

从 7 月 6 日 TD-LTE 产业发展座谈会得出的消息是，TD-LTE 规模技术试验两个阶段任务已经圆满完成，中国移动下一步将申请在北京、上海等 10 个城市开展 TD-LTE 扩大规模试验，计划初期达到 2 万个基站的规模。力争在两三年内，通过新建和升级形成 30 万左右的基站规模，构建全球最大的 TD-LTE 精品网络。

尚冰表示，TD-LTE 规模技术试验已顺利结束并已实现了预期目标，系统设备已基本成熟，为下阶段工作的开展创造了有利条件。尚冰表示，在扩大规模试验达到预期目标的基础上，适时研究启动 LTE 牌照发放工作，并为今后的 TD-LTE 商用发展做好充分准备。

设备商之备

值得注意的是,中国移动香港公司于2012年4月25日启动FDD商用服务,加上此次在香港招标的TD-LTE,其已成为同时拥有两种模式的运营商,建设一张LTE双模融合网络就成为最自然的选择。

根据中国移动香港公司LTE网络建设计划,到2012年年底,实现4G LTE网络室外覆盖可达现有GSM网络的100%覆盖水平,室内覆盖可达80%水平。走过概念验证、关键技术测试、外场组网测试和小规模实验网等阶段之后,中国移动业对供应商提出了新的要求,其中着重强调了多网协同发展等。

虽然尚未获得中国移动给出TD-LTE的频谱资源和明确的时间表,但是电信设备商已整装待发,除了在大规模交付能力和复杂无线网络处理能力外,设备商不约而同地迎合了运营商双模融合网络的想法。

爱立信中国市场与战略部高级总监常刚透露,爱立信TD-LTE的设备与广泛部署并在商业网络中表现出众的FDD设备基于同样的平台,可以充分利用FDD领域积累的丰富经验。爱立信是FDD领域全球的领导者,是中国移动香港FDD网络的独家供应商。

中兴通讯内部人士称,之所以能在中移动第一张商用TD-LTE网络上中标,是因为TD-LTE和FDD采用共平台策略。中兴在TDD技术领域具有双模网络建设的成功经验。

上海贝尔则称,FDD和TDD共平台策略是上海贝尔LTE端到端解决方案的优势所在,确保TD-LTE产业链与FDD的同步发展。上海贝尔也正是FDD与TDD融合部署理念的提出者。

面对拥有用户数最多的大客户中国移动,与3G对中国自有知识产权的技术标准存有疑虑不同,面对4G,外资电信设备商甚至表现出了比本土厂商更大的诚意。

中国移动2009年获得3G牌照,而从2008年开始,诺基亚西门子在杭州研发中心就组建TD-LTE研发团队,开始进行TD-LTE技术产品的开发。巧合的是,诺西的工作重点也包括研究TDD与FDD的共存解决方案。来源:2012-7-14经济观察报微博

[返回目录](#)

中移动杭州深圳 TD-LTE 详情：密集组网加紧测试

知情人士透露了中国移动(微博)在杭州、深圳两地建设的 TD-LTE 网络详情，据悉，与其它城市只建设数百个基站，这两个城市均规划 2000 个以上基站，计划 2012 年 9 月以后完成，届时将使 TD-LTE 的测试更完整。

深圳杭州密集组网

知情人士透露，7 月 5 日至 6 日，工信部副部长尚冰等亲自赴杭州调研 TD-LTE 规模技术试验情况，可见中国移动希望 TD-LTE 尽快获得国家相关部委的支持。

此前，中国移动董事长奚国华表示，中国移动正在上海等 10 个城市启动 TD-LTE(4G)扩大规模试验网建设，其中，深圳、广州、杭州三个城市实现深度覆盖。

知情人士透露，深圳的中国移动 TD-LTE 网络定位于密集组网，即基站覆盖密，主要是因为对于 TD-LTE 来说，未来的网络不仅要广覆盖，而且还以深度覆盖，密集城区的组网要求将会是对运营商和设备商的重要考验。

据悉，目前 TD-LTE 密集组网中，在室外大概每五六百米半径要建基站一个，比 GSM 基站要密多了。

深圳的中国移动 TD-LTE 网络定位于 TDD 的应用，杭州当地市民可至移动营业厅借用客户端设备(CPE)体验。实际上，此次与之前的友好用户免费体验不同，中国移动采取了收费模式。

据悉，每月用户交 500 块钱押金之后，将领取一个华为(微博)CPE 终端，实际上就是一种 TDFI 路由器，型号为 B595。然后可选一档套餐，资费是 120 元 8G 和 200 元 15G，前 3 个月免费，之后开始收费；超过资费会被限速到 128k，限速状态下的一切流量免费。如果超出流量可以致电 10086 解除限速，解除限速后的资费是每兆 0.1 元，流量最高 30G 封顶，收费最高 1000 元封顶。用户的 TD-LTE 套餐绑定到自己的移动手机缴费。

各规划 2000 以上个基站

在网络方面，知情人士透露，中国移动在深圳规划了 2800 个站点，全部由华为承建，目前已完成 620 个站点并交付使用，而样板点的建设工作早在 2011 年就已具备接待能力，至今已经完成国内外政府、运营商的数十次参观接待任务。

在杭州，中国移动则规划了 2000 个站点，计划 9 月份完成，现已完成 720 个站点并已交付使用，5 月初完成样板点建设工作。来源：2012-7-11 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国移动 4G 信心大增：3G 升级到 TD-LTE 仅需 1 小时

在中国移动(微博)提出 2013 年建设 20 万个 TD-LTE 基站之后，中国移动对此越来越有信心，知情人士透露，根据目前多个城市的 TD-LTE 规模试验的测试显示，TD-SCDMA 站点升级至 TD-LTE，平均在一个小时内完成升级任务。

据悉，上周工信部一位副部长专门去杭州调研 TD-LTE，他在调研中强调，TD-LTE 要着力推动解决终端、芯片等技术难题，要与 TD-SCDMA 统筹协调发展、平滑过渡。

而华为等厂商在杭州的测试情况是，TD-SCDMA 站点升级至 TD-LTE，平均在一个小时内完成升级任务，中国移动对此总结为“三个一”，更换一块基带板、做一次软件升级、增加一对光纤。

在场的中国移动董事长奚国华则表示，杭州 TD-LTE 试验网的成功不仅是运营商的成功，更是整个产业链的成功，但 TD-LTE 的成功与否还要靠市场来检验。他建议国家统筹推进 TD-LTE 发展，重点扶植终端芯片等薄弱产业环节，尽快制定频率规划，协调优质频率资源支持 TD-LTE 发展，

目前，中国移动对 TD-LTE 技术越来越有信心，中国移动已对外表示，TD-LTE 产业链基本成熟，预计到 2012 年底，基站将超过 30000 个。到 2013 年，TD-LTE 扩大规模试验成功后，可以通过新建和 TD-SCDMA 平滑升级的方式，使基站规模超过 20 万个。

这已引发其它两家电信运营商的高度警觉，因为如果中国移动先过渡到 4G 时代，对中国联通(微博)和中国电信(微博)不利。来源：2012-7-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国移动 2012 年 PTN 集采：20 万端设备金额超 50 亿

据知情人士透露，备受业界关注的中国移动(微博)2012 年 PTN 设备集采工作已于日前正式启动，此次招标规模为 20 万端，预计总标的超过 50 亿元，这也刷新了国内承载网招标的最高纪录。此次招标的结果预计将会在 10 月份正式揭晓。

熟悉国内市场的人都知道，中国移动的承载网招标是大部分设备厂商的主要利润来源。在此之前，联通进行了 14 亿元的 IPRAN 集采，而中国电信(微博)2012 年在城域网上的投入也就在两亿元水平。如此巨大的标的也引发了厂商们的高度关注。中兴、华为、烽火和上贝四家主流厂商都已经摩拳擦掌。

标的

据该人士介绍,从 2009 年开启 PTN 第一轮集采以来,这已是中国移动连续四年来的第四次招标,从集采规模来看,又创历次集采新高,此次集采总量达 20 万端,相比 2011 年的 13 万端,又增加了 7 万端。“这只是目前预估的数量,实际上的规模应该比这还要大。”

针对此次集采,中国移动对于 PTN 设备性能提出了一些新的要求,主要包括以下三个方面:面向较大颗粒的 TDM 接口承载;对环网保护提出了新的要求;针对现网流量需求,提出了 40GE PTN 和大容量 PTN 要求。当然,这些新需求的背后,是快速增长的移动带宽和全业务承载需求。

特别如何应对即将到来 TD-LTE 网络。作为一种新的网络架构,LTE 单站网络流量对带宽开销很大,这就需要未来在核心汇聚层引入 40GE 这种更高速率的接口,在接入层引入低成本的 10GE 接口;同时,由于 LTE 取消了原来的 RNC 这一层,新增了 S1 和 X2 接口,这就要求开启 PTN 的三层功能;而作为 TDD 的网络系统,时间同步也是个需要解决的问题,比如 IEEE1588v2 技术的广泛应用。

按照中国移动的时间表,在 2012 年年底就需要开通不少于两万个的 TD-LTE 基站。而据接近中国移动最高决策层的消息人士透露,“中国移动决策层明确指出,传输网络要提前规划建设,超前满足数据业务的规模增长和 LTE 的带宽及传输成环要求。”

分歧

到底是用 IP-RAN 还是 PTN 来部署承载网,一直是困扰业界的难题。关于 PTN 技术的承载能力,不同的运营商对其认识有所区别,中国联通(微博)在大规模 IP-RAN 的同时部分引入了 PTN,电信则摇摆不定。

虽然 PTN 技术存在一定的不足之处,然而通过整个产业链的共同推进,其综合承载能力已经被国内外运营商所认可,并在现网中得到了较大规模的应用。从目前来看,除了中国移动的大力推动之外,日本的软银和 KDDI,西班牙电信拉美区域、沃达丰西班牙、新加坡的 MI 和 SingTel、以及法国电信和意大利电信的部分子网均已采用了 PTN 解决方案。其中沃达丰西班牙最早部署是在 2008 年。

然而,分歧不仅仅在于两大技术阵营之间,就在中国移动 PTN 如何组网方面,不同的厂商也在主推不同的方案。目前来看,主要的技术方案有两种,一是采用 PTN 全程组网,开启三层功能;二是采用 PTN+CE 的组网方式,通过叠加路由来规避 PTN 的一些技术弱点。

据接近中国移动研究院的相关人士透露，目前在集团层面，已经基本上考虑采用 PTN 全程组网开启三层功能的技术方案。但目前已有一部分省份开始尝试采用 PTN+CE 的模式来解决问题。来源：2012-7-17 中国通信网

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信天翼视讯以股权换资本

自 2011 年年底开始，中国电信(微博)就尝试对其八大基地进行独立公司化运作，近日，该进程又有实质性突破，上海基地的天翼视讯传媒有限公司率先完成了首轮增资私募工作。据悉，天翼视讯目前估值为 19 亿元人民币，此次出让 20%左右的股权，在市场共计融资 3.8 亿元人民币，投资方既有外资也有民资。

股权出让困难重重

由于三家电信运营商作为中央企业受到国资委的直接管理，长期以来，在资本运作方面都相当谨慎，以往不管是行业合作还是海外投资，即使涉及到与民资和外资的合作，也多是股权的买进，股权转让这个敏感地带一直被电信运营商有意无意地回避着。此次中国电信旗下的天翼视讯传媒有限公司出让 20%股权则是在三大电信运营商中率先打破了此壁垒。

据了解，国有股权转让流程非常复杂，除了要符合《中华人民共和国公司法》关于股权转让相关的规定外，还涉及到国有资产监管的一些特别规定，如《企业国有资产监督管理暂行条例》、《企业国有产权转让管理暂行办法》，此外，还必须符合相应产权交易机构的交易规则等许多实施细则。就股权转让方而言，需要经过初步审批、清产核资、审计评估、内部决策、申请挂牌、签订协议、审批备案、产权登记、变更手续九大流程。其中，审批过程必须申报国资委，而此期限不定、结果也不可控；另外，即使审批通过，在交易时也必须要在产权交易机构挂牌交易，在这个过程中，最终交易额和交易对象也有可能发生变更。

因此，此次天翼视讯通过股权转让的方式融资可以说是中国电信的一次探路，据中国电信内部人士透露，除了该基地外，其它基地也正在运作中。

以股权多元化推动决策科学化

在中国电信打造八大基地进军互联网行业时，业界诸多人士就曾表达过担忧，主要问题是互联网公司要求企业具备高度灵活性以及深度市场化，而传统电信运营企业的繁琐流程和市场应变速度恐成为其掣肘，若不能解决这一问题，八大基地很可能会夭折。

中国电信显然也考虑到了这一问题，因此才做出了八大基地独立公司化运作的决策。“虽然三大电信运营商资本实力雄厚‘不差钱’，但是在中国电信决定‘断奶’、放鹰搏击后，八大基地也面临着生存压力，资金压力就是其中之一。”有分析人士指出。

除此之外，更重要的是中国电信希望通过引入多元化股权来增强企业的抗风险能力并推动企业经营管理和决策的科学化。据了解，通过此次股权转让，外部投资方将派人加入视讯公司的董事会。这就打破了以往天翼视讯董事会上中国电信一家决策的模式，多元化的董事会架构将推动天翼视讯更快地摆脱传统国企决策模式，进行内部管理和商业模式创新，以适应互联网市场的竞争。

据天翼视讯内部人士透露，目前，天翼视讯正在逐步改变以往的组织架构、考核目标、风险承担模式等，不仅新进入的员工不再编入电信体系，原有中国电信的员工也脱离了原有电信编制，而这也造成了原有电信编制员工的失落感和部分离职现象。

响应政策主动引进民资

尽管前不久工信部出台了《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，但据证券分析师透露，目前该政策还未进入实质推动阶段，民资基本上还是观望态度，以往单纯的资本分红模式对民资的吸引力有限。因此，此次中国电信旗下的天翼视讯主动引进民资，无疑也是对该政策的一种积极探索。对此，业界人士普遍表示了支持和肯定。

不过，尽管在国外电信运营企业，多元化股权方式已是常态，但中国还没有前车之鉴，因此，对于此模式究竟将带来怎样的影响，作为首创的中国电信也处于观望探索状态。据相关人士透露，此模式目前还主要是在八大基地中逐步推广，未来是否扩大，还有待观察。来源：2012-7-16 通信世界周刊

[返回目录](#)

中国电信发布 2011 年社会责任报告

日前，中国电信(微博)集团公司发布了 2011 年社会责任报告，本次发布的报告是中国电信集团公司的第二份企业社会责任报告。

中国电信 2011 年报告以“转型尽责、和谐发展”为主题，通过详实的数据，全面披露当年履行本质责任、客户责任、员工责任、环境责任、公益责任的情况。

作为一家具有百年历史的国有特大型通信企业，中国电信在转型中前行，通过转型实现可持续发展。在 2005~2010 年从传统基础网络运营商向现代综合信息服务提供商转型取得成效的基础上，为了更好地适应客户需求、行业变革以及



"十二五"经济社会发展的要求，中国电信 2011 年作出深化转型的战略部署。未来五年中，中国电信将努力提升创新能力、服务能力、集约能力和运营能力，着力建设好"智能管道"和信息服务综合平台，积极做好信息内容和应用的参与者，携手更多的商业伙伴，为客户提供时尚、适用、丰富的信息内容和应用，不断提升服务水平，让客户尽情享受信息新生活，逐步向世界级综合信息服务提供商迈进。

中国电信在转型中贯彻落实国务院国有资产监督管理委员会关于《中央企业"十二五"和谐发展战略实施纲要》的要求，积极全面履行社会责任。

报告显示，在缩小数字鸿沟方面，2011 年中国电信完成 10560 个行政村通宽带的普遍服务任务；在业内率先启动实施"宽带中国·光网城市"工程，计划在三年内实现所有城市光纤化，在三至五年内将客户接入带宽提升 10 倍以上。截至 2011 年底，在中国电信固网主营的南方 21 省中，城市地区宽带线路 20M 接入能力的覆盖率已提升到 70%，行政村中通光缆的比例提升到 72%，已通宽带行政村中 4M 的覆盖率提升到 89%。

在保障通信方面，中国电信努力参与完成西藏亚东地震、云南盈江地震、秦皇岛森林火险等多起灾害的抢险救灾任务，出色完成西安世园会、深圳大运会、第九届少数民族运动会、第七届城运会等重大活动的通信保障任务。在服务客户方面，2011 年，中国电信深入开展"为民服务创先争优"活动，倾听客户及社会的意见，认真改进服务中存在的不足，客户申诉量、百万客户申诉率等指标明显好转。根据工业和信息化部统计，中国电信客户的月均申诉量从 2010 年的 1648 件下降到 2011 年的 1305 件，每百万用户申诉人次的月均值从 2010 年的 6.3 人次下降到 2011 年的 4.6 人次。

在关爱员工方面，中国电信继续落实关爱员工的措施，基层员工的工作生活条件得到逐步改善。中国电信加强对经营管理者队伍、专业队伍和基层员工队伍的培训，帮助员工在行业变革和企业转型中成长。

在支持社会公益方面，中国电信开展多种形式的公益活动，扶危助困，支持科教文卫等社会事业的发展。2011 年在落实年度扶贫援藏项目的同时，还组织开展了"中国电信员工'十二五'公益性扶贫援藏捐款"活动。中国电信员工以自愿捐款方式筹集资金 1250 万，"十二五"期间定点资助四川省盐源、木里县和西藏自治区边坝县的扶贫项目。

在节能减排方面，中国电信树立"低碳电信、绿色发展"理念，积极应对气候变化，从绿色采购、绿色运营、绿色产品、绿色公益活动等方面做绿色综合信息服务提供商。中国电信在自身践行节能减排的同时，还通过开发提供环保信息化产品与服务，提供低碳信息化应用，积极帮助客户和社会各行业节能减排、绿色

发展。2011 年深化绿色采购，规模部署节能技术和设备，企业的能耗增幅得到有效控制，单位信息流量能耗持续下降。

2012 年，中国电信将继续在转型中充分履行国有特大型企业的经济、社会与环境责任，坚持诚信经营，与各方共创美好生活，共促和谐发展，努力为客户及经济社会创造新的价值。来源：2012-7-11 中关村在线微博

[返回目录](#)

中国电信旗下中卫国脉完成重组 更名为号百控股

根据中国电信(微博)旗下上市公司中卫国脉的公告，其已获得工商部门核准，名称变更为号百控股，这意味着中国电信的号码百事通业务正式装入上市公司。

中卫国脉最早名为上海国脉通信股份有限公司，于 1992 年 11 月 24 日注册成立，最早由联通新国信控股，后转给中国卫通。中国卫通将基础电信业务并入中国电信集团公司后，该公司以国有资产划拨方式划入中国电信集团。

从 2009 年 11 月到 2010 年底，中国电信曾两次尝试重组中卫国脉，均以失败告终。2011 年，中国电信开始第三次重组方案，即以“商旅+酒店”业务，向中卫国脉注入号码百事通的资产，中卫国脉则出售的资产和业务为数字集群、综合电信销售、呼叫中心和增值业务、通信工程业务等。重组完成后，中卫国脉的主营业务变更为商旅预订和酒店运营，成为中国电信旗下运营号码百事通商旅业务的唯一平台。来源：2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通打造顶级商务定制手机

中国联通(微博)已确定，其所定制的顶级商务手机将选择三星(微博)作为其合作伙伴，一起打造这款高端双网双待商务手机。

经过仔细斟酌及多轮谈判，联通最终选择三星作为年度顶级商务手机的合作伙伴，主要基于以下原因：1、自 2012 年一季度起，三星手机的市场占有率超过诺基亚(微博)，已位居全球首位；2、2012 年前 5 个月，三星在中国 3G 智能手机市场的占有率也达 20%以上，同样高居首位。正因如此，对中国联通来说，一方面，与三星合作可以保证这款顶级商务手机强大的品牌效应；另一方面，三星与中国联通在高端手机领域合作多年，三星既熟知联通对高端用户的理解，也拥有丰富的高端手机操盘经验。

此前，中国联通在 2G 时代定制的第一款国外品牌高端双网双待手机——W579，就是三星负责研发制造的；2010 年，联通打造的其在 3G 时代第一款顶级商务手机“大器”，也是由三星制造。来源：2012-7-11 北京商报微博

[返回目录](#)

北京联通加大投入推进网络建设

“智慧北京”是首都信息化发展的新形态，是未来 10 年北京市信息化发展的主题。作为北京地区的主导通信运营企业，北京联通(微博)十分重视网络这一信息基础设施的建设。

从 2009 年开始，北京联通持续加大资源投入，全力以赴推进网络的建设升级，实现了 2M 宽带的全覆盖。2010 年，为进一步夯实网络基础，北京联通全面推进以 FTTH 为主、FTTB 为辅的光纤化提速改造，结合 IPTV 试点工作要求，大力提升 20M 宽带覆盖范围和接入能力，全年完成宽带提速改造覆盖 190 万户，累计光纤住户覆盖达到 200 万户。2011 年全年完成宽带提速改造覆盖 210 万户。

2009 年-2011 年，北京联通 3 年间累计投入近 300 亿元，完成了 3000 多个小区光纤覆盖，实现了所有行政村“村村通光缆”。截至 2011 年底，北京联通完成光纤覆盖住户 410 万户，截至 2012 年 6 月底，光纤覆盖已超过 510 万户。经过多年的光纤化改造，目前，北京联通国内长途光缆、本地中继光缆、接入光缆总计已超过 2.6 万公里，可绕六环路 140 圈。当前，北京联通正加大光纤入户改造，推出了免费提速的惠民活动。具备条件的家庭用户带宽最高可升至 20M。到 2012 年底，北京联通将使所服务的家庭用户都具备 20M 的宽带接入能力。

为了让广大用户随处可用宽带网络，近几年，北京联通大力建设 3G 网络，已建成拥有上万个 3G 宏基站的全球最大的 WCDMA 本地网络。3G 信号实现了北京市城区、郊区主要城镇以及主要交通干道、景区、校园、开发区、度假村等地区的连续覆盖。即使用户身在怀柔的石洞子村、门头沟森林公园，也可以无障碍地使用联通 3G 网络。

此外，北京联通积极响应政府建设无线城市的号召，大力推进 WLAN 网络建设。截至 2011 年底，WLAN 网络已建设热点数千个、部署 AP 设备万余台，其中 2011 年无线城市公益性应用试点项目建设热点 50 余个，部署 AP 设备百余台。在西单、王府井、奥运中心区、各大火车站、金融街、燕莎、中关村大街等繁华地区，公众都能使用手机、平板电脑、笔记本搜索并享受到 2M 以上的无线宽带。2012 年，北京联通还将新增更多的热点，进一步推动 WLAN 网络建设。来源：2012-7-11 北京商报微博

[返回目录](#)

联通营业厅多举措应对客流高峰

由于上周北京联通(微博)系统交割升级，业务暂停办理，因此本周前往联通营业厅办理业务的用户明显增多。昨天，记者在北京联通四区分公司的西坝河营业厅看到，为应对客流高峰，该营业厅实施了增加窗口、留单办理等多项便民服务措施。

营业厅工作人员告诉记者，在系统交割升级阶段，虽然当时不能办理业务，但营业厅工作人员会对有需求的用户实施业务留单处理，即用户先进行业务登记，一旦系统恢复即在后台帮用户完成业务办理，用户只需在方便时领取业务受理单即可。目前，不愿排队等待、时间比较紧的用户，仍可通过留单的方式办理业务。在每天下班之后，营业厅的工作人员都会加班处理白天的留单。

记者还注意到，营业厅内的原缴费窗口已经撤除，取而代之的是 5 台自助缴费机，每台缴费机旁都有一名工作人员协助用户缴费。由于目前自助缴费机不能够收取纸币，只能通过银行卡缴费，因此这些工作人员为了给未携带银行卡的用户提供方便，都是先用自己的银行卡缴费后再向用户收取实际应缴金额。同时，营业厅的业务办理窗口也从原来的 12 个增加到了 14 个。来源：2012-7-12 京华时报

[返回目录](#)

联通建立沃支付商圈联盟抢跑远程支付

任谁也抵挡不了移动支付这块巨大蛋糕。三大运营商也在不遗余力的积极推广移动支付业务。联通支付公司近日动作频频，成立了沃支付商圈联盟，以此拓展商户。

据飞象网了解，中国联通(微博)支付公司悄然成立了沃支付商圈联盟，吸引优质电子商务企业加入，从而快速扩展沃支付的使用范围。

中国联通通过分享联通用户资源，将庞大的沃支付用户群转化为联盟商户群。那就意味着加入沃支付商圈联盟的电子商务企业可以免费获得联通的推广资源和客户资源。

据悉，联通支付公司在沃支付商圈联盟中，推出了其具有差异化的微支付。在 2012 年(2012 年)4 月份，中国联通支付公司——联通支付有限公司挂牌成立时，联通支付公司总经理戴任飞就曾透露，联通支付公司的远程业务主要是发展



发展移动快捷支付和微支付业务，将在下半年推出微支付产品并升级移动快捷支付产品。

联通微支付主要是通过联通用户的自有通信账户资金或信用提供的一种资金服务。加入沃支付商圈联盟的电子商务公司可以通过绿色通道快速接入微支付，享受优惠费率。“我们将给予介入商户最低费率政策，扶植商户发展。”联通支付公司相关人员表示。

对此，易观国际(微博)高级分析师张萌表示，从联通沃支付的商圈计划，可以看出沃支付的支付业务已经开始进入大规模商户拓展阶段，并希望通过优惠、低价等方式作为吸引商户的手段，从优惠力度上看也表明了沃支付在支付领域拓展的决心。在支付业务拓展过程中，初期价格是最直接、最简单的市场切入手段，但要支付市场取得长足的发展，还需要有便捷、高效的产品、完善的运营管理、以及良好的客户服务水平等多方面能力相互配合。来源：2012-7-17 飞象网

[返回目录](#)

联通网上营业厅再推低价售 20 元 3G 卡

中国联通(微博)相关部门宣布，7月18至19日，联通网上营业厅再次推出为期两天的“3G一夏，优惠到家”夏日优惠专场，在此期间，所有用户均可以50元的优惠价格购买到原价68元的20元3G卡套包(含50元通信费、免运费)。

据联通相关人士表示，此次推出“3G一夏，优惠到家”夏日优惠专场，主要是为了在炎炎夏日为用户送去了贴心、清凉的服务体验。此外，所有购买20元3G卡套包的用户均可享受18元优惠，原价68元的20元3G卡套包只需50元，并且免费送货到家。每天每个省前20名在线支付成功购买该产品的用户还可获赠USB无叶风扇。

在当前电信产品激烈的竞争环境下，用户对联通20元3G卡的购买热情一直居高不下，创通信行业销量奇迹，已成为业内津津乐道的话题。20元3G卡是目前联通门槛最低的3G资费卡，每月最低消费只需20元，本地拨打0.1元/分钟，国内上网流量0.2元/MB。据相关人士分析，除资费门槛低以外，使用自由组合也是产品受欢迎的重要因素，既可以全部用于打电话，也可全部用于发短信，还可以全部用于3G上网，流量达到100MB后上网功能自动关闭，不用担心流量使用超标。来源：2012-7-16 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通升级网络至 42M 瞄准 4G 牌照空窗期

6 月底中国联通(微博)总经理陆益民公开表示,基于目前联通 3G 基站已经达到 30 万座、覆盖全国 200 个城市的基础,联通将投入 1000 亿元进行 3G 网络改造,并计划推出 700 元以内的智能手机。

就在此计划公布后不到十天,广东联通打响了地方区域 3G 升级及宽带提速的头炮,率先在广州、深圳两地市开通 64QAM 双载波 HSPA+网络,将 WCDMA 网速升级至 42Mbit/s,成为当前国内最快的 3G 商用网络。

42Mbit/s 速率“不是目标”

记者从联通内部得知,继 2011 年 5.17 联通正式开通了 56 个城市 21Mbit/s 速率 HSPA+网络后,网络升级工程已铺向全国,到 2012 年 5 月已经实现全国主要地市的 21Mbit/s 全覆盖,其中不少城市已经在户外广告上打出“21M”的宣传字样。而从手机营业厅等渠道得到的消息称,市面上支持 HSPA+的终端类型、用户对 21M 网络的了解和需求,依然不是太多。

但这并未阻碍联通将 HSPA+网速再次升级的决心和速度。据广东联通的人士称,2011 年 5 月份珠三角广州、深圳、东莞、佛山、中山、珠海六地市的核心区域升级到 21Mbit/s 速率的 HSPA+64QAM,开通站点创下当时全国各省之最,按照计划,全省 21 地市的 HSPA+升级将于 2012 年内全部完成。

在此大规模、大范围网络提速的基础上,2012 年 7 月,广东联通一举将广州和深圳的 3G 网络再一次升级到 42Mbit/s,并计划于 2013 年把全省核心城区网速提到 42Mbit/s,珠三角核心区域将升级到 84Mbit/s。从速率上看,这已经非常接近 4G 标准了。

据上述人士称,包括国际、国内品牌的支持 21Mbit/s 下行速率的数据卡、手机终端合计已超过 300 款,支持 42Mbit/s 以上的终端也超过 100 款。

在中国移动(微博)多个城市开通 TD-LTE 公众体验之时,联通此举被业内人士称为是对 TD-LTE 的“反击”,由于工信部未来两年内发放 4G 牌照可能性不大,如果联通能好好把握这段对手的技术空窗期,目前三家运营商在 3G 经营上三分天下的局面还有机会大变。

流量压力成驱动力之一

2 年前,产业链在 21Mbit/s HSPA+引入了下行 64QAM 高阶调制技术、在 28Mbit/s 阶段引入了 MIMO 技术后,爱立信、华为(微博)、中兴、诺西等占据 HSPA+市场主要份额的设备巨头就在 42Mbit/s 阶段引入了 DC(双载波)技术,实现了 84Mbit/s 至 112Mbit/s 的速率,并提升了 WCDMA 网络在体系吞吐量、单用户体验、频谱利用率等方面的性能。

其中，新加坡、葡萄牙、中国香港等地的运营商与华为的合作方式是通过在基站发射器和接收器上采用两个载波，部署 42Mbit/s 的双载波 HSPA+网络。香港运营商电讯盈科于 2010 年 8 月份发布了 42Mbit/s 商用业务，此举使其成为了亚洲首个全网成功商用双载波技术的移动运营商。

爱立信在 2010 年也与日本运营商 EMOBILE 合作建设了日本第一个 DC-HSPA 42Mbit/s 网络，从在东京、东海和大阪等城市向其他城市辐射。

随后，42Mbit/s 的双载波 HSPA+网络在全球的多个 WCDMA 运营商中普及开来，一些地区还采用了 HSPA+/LTE 双网并行发展的策略。

谈及中国联通的 HSPA+升级，联通网络部人士称，64QAM 双载波 HSPA+网络经过近几年国际运营商的商用，技术和终端已经趋于成熟，并且目前数据业务暴涨的需求也使得 42Mbit/s 网络的上马“不得不加快进行”。

广东联通人士给记者的一组数据显示，从 2009 年建网至今，广东联通在 3G 网络上的总投资已经超过 150 亿元，目前 WCDMA 室外基站达到 2.4 万个，室分覆盖系统达到 1.4 万套，在网 3G 用户和每月 50M 以上流量移动用户已达 1100 万户。

未来 2 年内，广东联通 WCDMA 室外基站计划建成 3.3 万个，室分覆盖系统达到 3.5 万套，支持 2000 万移动用户同时上网。

从各类业务的流量上看，这一地区的 WCDMA 用户流量使用已经提前迈入 G 时代。其中，广东联通的 2G、3G 全网用户平均每月上网流量已超过 200M，每月上网 3G 用户比例超过 92%，每月上网流量 100M 以上用户占比超过 40%，月均上网流量突破 1G 的用户比例超过 5%。

固网宽带提供“后盾”支持

除了借力高速无线网络更大力度发展数据业务，作为运营商宽带发展的风向标地区，广东地区的运营商在工信部 3 月宽带普及提速动员大会的号召下，也在大力推进 FTTH 的工程。

据悉，广东联通 2012 年宽带提速投资将超过 20 亿元，目标是：互联网出口带宽大幅提高，由 1980G 提高到 3560G；宽带专线用户、公众用户承载能力提升 40%；宽带端口扩容超 100 万，其中 80%采用光纤到户，用户端上网速度最高提至 100M；FTTH 覆盖家庭 132 万户，FTTO 覆盖企业 18 万户；累计投资宽带网络建设 50 亿元。

在中国移动联手各地政府大力推进无线城市的同时，联通和电信借助固移宽带资源，也在行业、政府、企业等客户群中发展信息化服务项目。

据悉广东联通目前的企业信息化系统客户已达 8000 多家，用户数超过 240 万。其中“智能电网”已经可以提供远程办公、电力巡检、3G 供电营业厅、电

力监控、电力抄表等服务，已有 10 万用户规模；“智能电梯”业务提供电梯远程监测、远程诊断，目前已有 3 千台电梯纳入智能监控范围。

而广东省现代产业 500 强项目“南方物联网示范工程”中，广东联通作为惟一通信行业合作伙伴，已推广应用企业近 200 家，涉及物联网用户近 40 万户。

来源：2012-7-16 通信世界周刊

[返回目录](#)

中国联通完成发行 150 亿元一年期融资券

中国联通(微博)今天公告，公司全资附属公司中国联通运营公司已于 7 月 12 日发行 2012 年度第一期短期融资券，金额 150 亿元，期限 365 天，年利率 3.45%，7 月 12 日起息。来源：2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通布局全网宽带战略“融解”地域弱势

2008 年的全国两会上，中国联通(微博)董事长常小兵首次提出了“宽带中国”的概念，并期待从国家层面加强顶层设计，来推动宽带战略的实施。

2012 年的春天，一份以“国家宽带战略”为主体的顶层设计方案开始酝酿，国家发改委等六部委成立“宽带中国战略”研究工作小组及专家组、工业和信息化部启动“宽带普及提速工程”，国务院常务会议明确提出实施“宽带中国”工程，并将其列入“通信业十二五规划”等等，多年的翘首企盼终于觅得曙光。

在这场宽带“国字号”运动中，中国联通将扮演重要角色。作为落实“三年规划”的起步之年，中国联通将宽带发展摆在了重要位置。联通提出，2012 年，中国联通将继续实施宽带网络升级提速，满足三网融合及高速互联网业务发展需求。“中国联通将更加突出网络能力的提升，扩大 3G 网络覆盖，超前建设光纤网络，实现网络能力的领先。”中国联通总经理陆益民表示。

全面布局宽带提速

作为“宽带中国”实施的主力军，近年来，中国联通一直积极推动宽带网络的建设步伐。在城市区域快速推进“光进铜退”改造，普及光纤宽带接入方式；在北方农村区域逐步实现光缆到村，宽带端口规模快速增长。截至 2011 年底，中国联通固网宽带接入端口总数达到 8592.3 万个，其中，FTTH/B 端口占比达到 45%，2Mbit/s 及以上速率用户占比超过 90%，4Mbit/s 以上占 41%。

2012年2月，中国联通在全国范围正式启动“光网世界·沃宽天下”宽带提速工程，提出“以光纤宽带为引领、极速3G广泛覆盖、WiFi热点无处不在”的全网宽带概念。联通计划在三年内，在城市区域逐步普及10Mbit/s-20Mbit/s，重点城市或部分区域和用户可达100Mbit/s。

面向2012年，中国联通董事长常小兵表示，中国联通将继续大力推进以FTTH/B为主的光纤接入网建设，2012年计划新增FTTH覆盖家庭超过1000万户，同时重点推广4Mbit/s以上宽带的普及，年内用户占比将超50%，力争达到60%。

巩固核心市场优势

随着三网融合与宽带中国战略的推进，宽带市场已然成为一块巨大的蛋糕。据了解，“十二五”期间，我国宽带网络基础设施累计投资将达到16000亿元。分食蛋糕将引发市场激烈的竞争环境，除了中国联通与中国电信(微博)以外，广电、中国移动(微博)以及国家电网也将加入进来。

如何保持领先优势已经成为传统固网运营商当前最重要的课题。为此，中国联通在逐步推进北方城市地区“光进铜退”改造的同时，也在加强农村地区宽带网络的建设与普及。预计到2012年底，中国联通在北方10省地区，行政村宽带通达率提升至93%，光纤通达率提升至72%。

据了解，目前，中国联通已在北京、天津等重点城市及区域率先开展免费宽带提速、“光纤入户”工作。以北京联通为例，从3月1日起，北京联通进行宽带免费提速，此次提速包括在网的所有ADSL和LAN网宽带用户，原512K用户升速为1Mbit/s，1Mbit/s用户升速为2Mbit/s，2Mbit/s用户升速为10Mbit/s，而光纤入户小区最高可提速至20Mbit/s。

中国联通研究院副总工唐雄燕表示，2012年，北京联通将确保所有的宽带用户都能够接入20Mbit/s的宽带。2015年以前，北京将实现FTTH的全面覆盖，并且为家庭用户提供最高100Mbit/s的宽带接入，对企业用户提供最高10Gbit/s的宽带接入速率。

“融合”缓解地域弱势

在巩固核心市场优势的同时，两大固网运营商也开始向弱势市场扩军，并期望借宽带中国战略发展之机遇，实现向对方市场的渗透。

据了解，中国联通已在上海和广东等地启动城市光纤小区改造和提速工作。2011年底，上海联通对100多万城市光网用户宽带提速，由原来2Mbit/s、4Mbit/s等，提升至10Mbit/s、20Mbit/s，甚至30Mbit/s。在广东，中国联通2012年计划新建宽带端口150万线，其中80%以上采用FTTH接入模式，20Mbit/s、端口

新增占比 85%以上,由 2Mbit/s、4Mbit/s、低速宽带向 6Mbit/s、10Mbit/s、100Mbit/s 光纤产品转型。

而中国电信方面,2012 年 2 月,北京电信完成了 512K 与 1Mbit/s、2Mbit/s 分别升至 1Mbit/s、4Mbit/s 的提速工作,针对 4Mbit/s 用户的第二批提速也正在计划和逐步实施当中。

对于两大固网运营商在对方市场的大力推进,多位专家表示,两者的布局是积极推进宽带中国战略实施的重要表示,但在固网宽带市场,南北分割的局面已形成多年,短时间内很难打破这一格局。

李耀华表示,中国电信在固网宽带市场拥有强大的品牌优势,进军北方市场,中国电信采用“固网+3G”的捆绑战略,以优质网络、低廉价格实现渗透,但由于资源有限,中国电信也仅在一些非密集区域提供服务。同样,中国联通在南方市场的布局亦是如此,但与中国电信相比,从效果来看,中国联通明显弱于中国电信。

李耀华指出,中国联通的固网宽带能力并不弱于中国电信,差距主要在品牌上,从全国范围来看,中国电信才是固网宽带市场的主导者。“中国联通的最大优势在 3G 移动宽带,在南方市场,“明星终端+3G”的捆绑战略,中国联通争取到了大量的高端用户,但 3G 市场的成功并不能等同宽带。不过,借助 3G 的优势,中国联通可以缓解在南方市场的不足。”

常小兵此前曾表示,2012 年,中国联通将进一步加强无线宽带建设,通过“固定宽带+WCDMA+WLAN”的固移网络融合,实现网络能力的持续、快速提升。

■ 延伸阅读

中国联通宽带五策略

1.立足长远,以 FTTx 为目标,以地市城区为重点,统一规划,分步实施,大力推进“光进铜退”。

2.城市新建楼宇优先直接采用 FTTH 方式,且原则上应由光接入网同时提供宽带和语音业务。

3.城市既有区域根据业务发展需求有计划有步骤地改造。根据楼内已有线缆情况灵活选择 PON+LAN 和 PON+DSL 方式。

4.停止铜缆建设和 DSLAM 设备扩容,严格控制铜缆投资。

5.充分利用基站、楼宇室内覆盖富余的光缆、传输、电源资源开展宽带接入建设。城市改造后富余的 DSLAM、MSAN 设备可移至农村使用。新建光缆应充分利用既有管道杆路资源。来源:2012-7-17 通信产业网

[返回目录](#)

联通勾画 3G 盈利路径：增加覆盖降低终端补助

经过三年的网络部署与市场培育，运营商 3G 发展开始向规模化运作，并期望在 2012 年开启 3G 的“利润”窗口。

然而，国内 3G 在经历了 2011 年的发酵之后，2012 年并没有出现业界此前预言的爆发式增长，相反，“低迷”成为了 2012 年前阶段 3G 发展的典型映像。工业和信息化部公布的数据显示，2012 年 1-5 月，我国 3G 用户净增 3825.1 万户。而这一数据与 2011 年后 5 月有着近 300 万的落差。

面对 3G 用户增速放缓，三大运营商开始重新评估资源分配，并在战略上作出调整。与中国移动(微博)重心向 4G 转移，中国电信(微博)的稳步推进相比，中国联通(微博)在 3G 策略上更显激进。3G 网络的精工细作、终端战略的持续布局以及渠道服务能力的提升，成为了中国联通 2012 年 3G 发展的三条主线。

对于中国联通而言，2012 年的目标非常明确。不仅要实现 3G 用户的规模增长，同时，提升 3G 业务的营收能力也同样重要。中国联通总经理陆益民曾多次表示，2012 年，中国联通 3G 业务收入要赶超 2G，并实现盈利。

3G 网络增“覆”补“盲”

在中国联通看来，3G 业务已经成为推动其发展的“第一驱动力”。得益于 WCDMA 制式在全球的成熟度，以及丰富的终端与应用，中国联通在 3G 发展上得心应手，并迅速跻身为全球网络规模与用户规模最大的 WCDMA 运营商。

截至目前，中国联通 3G 基站数量已超过 30 万个，网络基本覆盖全国县级以上城市和东、中部发达乡镇。同时，中国联通完成 56 个重点城市 3G 网络 HSPA+ 升级，WCDMA 网络系统接通率达到 98.6%。在用户规模方面，截至 2012 年 5 月底，中国联通 3G 用户累计 5450 万户。

尽管如此，由于起步较晚，中国联通的 3G 网络覆盖并未达到理想状态，在城市地区，依旧存在不少盲区。与此同时，3G 用户规模的快速成长与移动互联网的发展所产生的数据流量，也对中国联通 3G 网络提出了新的挑战。为此，加强 3G 网络深度与广度覆盖，推进 3G 精品网络建设也成为了中国联通 2012 年 3G 发展的核心战略之一。

2012 年 2 月，中国联通启动 WCDMA 网络扩容工程系统设备招标，规模为 10 万基站，预计采购金额在 60 亿-70 亿人民币，这是中国联通近三年来最大规模的无线网络设备招标。目前，招标工作已基本结束。中国联通设计院副总工程师马红兵表示，此次招标旨在进一步扩大中国联通 3G 网络覆盖范围，提升网络容量，加强用户感知。他透露，城市盲区与农村、乡镇是此次项目的重点。在城

市地区，中国联通还将对部分 HSPA+网络覆盖城市进行升级改造，扩大覆盖范围。

此次扩容是中国联通 2012 年 3G 网络发展的重要组成部分。根据中国联通 2012 年年初工作会制定的计划，中国联通 2012 年资本开支 1000 亿人民币，主要用于 3G 扩容与宽带网络建设，其中 WCDMA 资本开支 355 亿，比 2011 年提高了 66%。中国联通高层此前曾透露，公司 2012 年将提高 3G 信号的覆盖，将郊区和农村现有的 39%的覆盖率提升到 78%，到 2012 年底，将高速公路低于 80%的 3G 覆盖率提升到 90%。

终端降“补”引导产业良性发展

在国内，WCDMA 正在树立中国 3G 终端市场标杆。数据显示，截至 2012 年 4 月，中国联通 WCDMA 终端销量为 527 万台，在 3G 市场中的份额为 43%；在 WCDMA 终端中，智能机销量为 500.6 万台，渗透率较第一季度增长 1.4 个百分点，达到 95%。

尽管 WCDMA 终端发展迅猛，但在低端市场却有着明显的不足。中国联通市场营销部总经理周友盟介绍，在整个终端市场，WCDMA 在 599 元以下价格段的份额仅 1%，而在 600-799 元价格段也只有 6%，有着很大的增长空间。

在终端布局上，中国联通在 2011 年率先提出“千元智能机”概念，并获得千万部销售佳绩之后，2012 年，中国联通继续推进千元智能机的发展步伐。

2011 年 12 月，中国联通升级“千元智能机”标准，并推出八款新定义千元智能机 4.0 系列产品，屏幕由 3.5 英寸升级为 4.0 英寸，CPU 由 600MHz 提升至 800MHz 以上，零售价仍是千元左右。

与此同时，随着用户需求改变，低端智能机已难以满足需求。应对这一变化，中国联通提出了“部分掌控价格在 1300-2000 元的中端智能机”的战略。2012 年年初，中国联通发布中兴 Skate V960 和小米 MIONE，率先吹响中端市场抢夺战役的号角。目前除了中兴、华为、酷派等国内厂商以外，HTC、摩托罗拉、三星等国际知名厂商也加入这一阵容。

据周友盟透露，截止 2012 年 4 月，联通已推出 20 多款千元大屏 3G 智能机，发货量突破 1200 万部。

以合约计划销售为导向，加强终端战略布局的策略推动了联通 3G 业务的发展，但也成为其营收难的根源所在。2012 年第一季度，联通通信产品销售收入亏损 20.3 亿元，其中 3G 手机补贴成本为 19.8 亿元。南京邮电大学经济管理学院王凯老师表示，终端成本已成为中国联通盈利改善的主要因素。如果中国联通能在终端补贴率有所降低的情况下维持用户快速增长，盈利空间将被打开。

为此，中国联通计划调整千元智能机的补贴比例，从 50%调降到 20-30%。陆益民表示，随着千元智能手机在国内用户的迅速普及，产业链已经成熟，中国联通将逐步减少对单款千元智能机的补贴力度，引导产业链向良性健康发展。

转战电商 加速 3G 渗透

根据国际惯例，3G 渗透率过 25%或朝更高值挺进时，运营商 3G 业务将逐渐摆脱亏损格局转向盈利，3G 规模化应用将提速。在渗透率方面，智能终端已为运营商打开一条快速通道。而在此之外，电子商务平台也为运营商提供了新的选择。

与实体渠道相比，电子渠道具备实时、低成本、可互动的渠道特点以及提升品牌形象、增加客户黏性、改善客户体验等特性。2012 年，中国联通在年度工作规划中，首次提出“将电子渠道打造成销售服务的主渠道”的口号。并于 2012 年 6 月正式将电子渠道中心更名为电子商务部。目前，联通电子商务平台日营业额现已超过 1 亿元。

中国联通电子渠道总经理宗新华表示，中国联通电子渠道目前是实体渠道的补充，将来可能会具有大部分实体渠道功能，成为与实体渠道并列的联通重要销售渠道。

作为电子渠道 2012 年来的首次重大尝试，2012 年 5 月，中国联通举办“首届沃 3G 网购节”并推出网上专售的沃 3G 预付费 20 元卡。截至目前，累计销量已突破 50 万张。

当然，在渠道布局的同时，降低 3G 入网门槛的同步运作，对拉动 2G 用户转网，扩大低端 3G 用户群体也起到了积极的作用。但同时，这一举措似乎也存在着以低价撬动用户增长，引发市场恶性竞争的嫌疑。

对此，中投证券认为，联通低价 3G 卡的推出不能理解为价格战，而是为了探索 2G/3G 融合发展的有效措施。低价 3G 卡能够培养低端用户的 3G 业务消费习惯，对 ARPU 值的贡献或将远超预期。来源：2012-7-13 通信产业网

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯荣获两项 GTB 大奖

日前，在英国 GTB 举办的 2012 年电信行业创新奖颁奖典礼上，中兴通讯(微博)携手全球领先的跨国运营商和记黄埔瑞典子公司以及德国电信奥地利子公司

荣获“LTE 设备创新奖”和“骨干光网络创新奖”两项大奖。这是中兴通讯连续 4 年获得 GTB 奖项，证明了中兴通讯作为运营商的优质战略合作伙伴与全球客户一起在网络创新解决方案上所作出的持续努力和突出贡献。本次获奖的两个项目是为 Hi3G 承建的全球首个 TDD/FDD 双模商用网络以及为 T-Mobile Austria 部署的 WASON 国家干线商用网络。

近年来，中兴通讯在欧美等发达国家市场进展迅速，2011 年欧美地区总收入增幅达 38.7%，在全球比重最大。本次获奖的两个欧洲项目在无线和有线市场较具代表意义。

中兴通讯与 Hi3G 在瑞典合作部署的 LTE 网络，是欧洲第一个规模商用的 TD LTE 网络，也是全球第一个规模商用的 UMTS/FDD LTE/TD LTE 融合网络。中兴通讯领先的多模解决方案，有效帮忙瑞典 Hi3G 解决 3 种制式 5 个频段的网络整合问题，而且为客户大大降低 TCO。该网络已在 2011 年底正式投入商用。中兴通讯与 T-Mobile Austria 合作部署的 WASONOTN 网络，是欧洲首个 WASON 商用网络。该方案为网络业务提供了多次断纤保障能力，增强网络生存性，有效降低了网络运维成本。多维 RODAM 及光电混合交叉的应用提供了灵活的业务调度，充分利用光纤资源，最大程度保护用户的投资，助力 TMA 更好地适应未来网络的演进和发展。

GTB 创新大奖由英国主流电信行业媒体《全球通信商业》(GTB)杂志设立，旨在表彰过去一年里全球电信运营商和服务提供商与设备厂商和供应商承建的创新项目。来源：2012-7-16 中华工商时报

[返回目录](#)

中兴通讯：快攻模式之后的虚脱

“华中斗”让双方损失惨重。华为自 2012 年起不再推行“焦土政策”，开始更注重项目利润；而中兴通讯则已元气大伤，基本上无心恋战，海外业务拓展转而采取保守战略。

6 月 12 日，中兴通讯(微博)驻非洲员工马名涛(化名)办理了离职手续。他已找到另一家科技公司的岗位。对于多数员工正在期待的年终奖，他已没有耐心等待。

据中兴内部员工透露，自 2012 年春节以来，先后有三批中兴海外派驻员工被召回，有的是以参加培训为由、有的则是参加考试，或者项目安排等。让这些员工意外的是，一旦回国，员工需自己找部门，如果找不到，将成为闲置人员，直到主动提出离职或者被人力资源部门劝退。

“高层已有不成文的计划，2012 年要劝退约 12000 名员工，分期实施。其中海外员工为主要对象。”马名涛说，与其和公司搞得不愉快，还不如自己主动未雨绸缪，另谋出路。

对于上述计划，中兴通讯尚未对外进行公开确认。但纸包不住火，中兴通讯已无法阻挡众多员工的维权行为，上述隐性裁员的做法已在业内悄悄传开。

4 月下旬，一份有关海外市场本地化用人策略的邮件，发到了中兴通讯驻欧洲某办事处员工邓少峰(化名)的邮箱。

这份邮件中说，本地化对公司具有重要意义，各经营单位领导干部要有主观能动性与坚定的执行力。本地员工能够承担的工作，坚决不用中方员工；外派人员应该是到一线解决问题的专家。要真正让营销转变观念，即中方外派要慎之又慎，能力不够、业绩不行的员工，要及时回流；要真正有培养外籍骨干的决心，各一线领导干部要坚决执行，真正消灭吃补贴一族。

“这是一笔不菲的支出。”邓少峰说，自 2011 年起海外市场份额下滑后，中兴海外人力冗余资源增多，人力成本居高不下。据透露，中兴通讯海外的中方员工约 10000 人左右。

按照计划，6 月底之前，除运营托管职工外的其他中方外派职工全部撤离海外。9 月，2012 年上半年考核不达标的员工撤回国内。

两败俱伤“华中斗”

尽管中兴海外项目仍然在跑马圈般地扩张着，但与家门口的竞争对手华为(微博)多年来开展的低价竞争导致的低利润，已成为其不堪承受之重。

“近年来，华为与中兴在海外市场的竞争已红了眼。”邓少峰介绍，华为对中兴采取了一种特殊竞争战略，名叫“焦土”，即只要是中兴有利润的项目，或者是战略突破的项目，华为不惜一切代价都要低价拿下，否则华为在当地的国家代表直接撤职。这种例子在很多国家都上演过。

而中兴通讯自史立荣担任总裁后，其市场策略相对激进。从 2010 年开始，公司大规模进军欧洲高端市场，这里是爱立信、诺西、阿朗等通信制造商的“老巢”。中兴将自己的国际化战略称之为“弯道超越”，即当竞争对手出现重大决策失误或随市场进入衰退周期减速时进行超越，在这个时候攻击对手，往往事半功倍。

最要命的是，华为早在 2006 年就抢先打入欧洲市场，当初虽然也亏损严重，但是近两年开始有投资回报。华为在欧洲的“焦土政策”，对中兴的伤害同样惨重。

多了中兴、华为的争夺，电信制造商在全球的竞争已演变到闹剧式的疯狂。较典型的例子是 2008 年巴西市场的争夺战。

AM(美洲电信)有一个叫 CLAORO 的子公司，是当地的运营商地头蛇。最开始，爱立信中标其基站项目，结果 CLAORO 迟迟没有验收，而且让西门子(微博)去替换爱立信。在爱立信的项目还没有验收，还没有拿到钱的情况下，这家客户又让华为免费替换了爱立信的产品。最后，CLAORO 啥钱都没有花，将项目全部“搞定”。

这就是竞争中的不确定性，因为从进入一个国家，到设备扩容，通常需要一个周期，往往长达两年或以上。“也许等你刚好新建完了，忽然又有竞争对手跟客户说，我来免费替换他。那么你这两年白干了。”邓少峰说。

“看上去情况稍好的华为，实际上 2011 年通信系统设备在海外的销售，基本上没有增长。华为因为欧洲进去得早，而且市场份额大，更有议价权，这两年经营状况要好一些。”中兴通讯欧洲某办事处邓少峰透露，在海外市场，中兴大部分项目亏损，华为的少部分项目亏损，他们多数是靠国内赚钱的业务补贴的。

上述说法，记者采访中兴、华为相关人士，都未得到确认。

这些恶性竞争所导致的结果，已表现在中兴通讯的财报上。中兴通讯 2011 年公司每股收益与 2010 年相比下降 38%，虽然 2011 年公司的营业收入比 2010 年增加了 23%，但是扣除营业外收入，情况却并不乐观，这从其 2011 年营业利润比 2010 年下降 83% 可以反映出来。

中山大学岭南学院财税系主任林江分析称，在经营情况方面，中兴通讯 2011 年的利润总额跟 2010 年

相比有近 40% 的跌幅。反观 2011 年的营业外收入，却比 2010 年大增 40%，这并非一家主营业务发展情况良好的高科技公司所应出现的财务状况。

经过剧烈厮杀之后，“华中斗”让双方损失惨重。华为自 2012 年起不再推行“焦土政策”，开始更注重项目利润；而中兴通讯则已元气大伤，基本上无心恋战，海外业务拓展转而采取保守战略。

赛后虚脱症严重

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

危机首先表现在现金流上，由于海外项目合同周期长，公司应收款数额过大，自 2012 年起出现严重的现金流紧张。

“现在每个部门文员按人头两元算文具费用计划，比如部门只有 10 个人，一个月办公用品申请金额不能超过 20 元，能买什么？”中兴通讯南京分公司一位不愿意具名的在职员工告诉记者，除此以外，另一件比较有趣的节流措施是领导说要节约开流，让人把日光灯中间的灯管下了”。

现金流如此紧张，连海外补贴都受到了影响，一位派驻非洲的员工通过电子邮件告诉记者，公司以前都是 20 日左右发海外补贴，现在默认到月底了，甚至有可能拖到下个月，而且自 2011 年起，有好几次海外补贴都拖了很久，这是现金流不畅带来的后果。

由于在海外实行低价策略，中兴通讯在一些国家的项目属于亏损经营。

比如给跨国电信巨头 MTN 和法电做的项目，为了拿到刚果(金)的订单，就将斯维斯兰的项目以亏本价拿下，赠送上百座基站的设备，提供免费安装，以及两年的免费运营维护。当地项目处透露，该项目亏本过亿元。类似的亏本生意，在苏丹也可能出现过。

“刚果(金)的项目是赚钱的，但其利润是不是真的能完全弥补斯维斯兰的亏损，其实也很难讲。因为存在很多不确定性。”已回到深圳的驻非洲某代表处员工许诚表示。

许诚透露，另外一个导致现金流紧张的原因，是许多海外项目为了达到中标的目的，与客户签订的合同十分苛刻，导致回款期太长，应收账款过多。“有的项目从签单开始，3 年 4 年拿不到钱都可能。有的客户以工程项目做得不好为由，拖延验收日期。不验收，就无法回款。”

另一位在欧洲的员工透露，“我 2011 年 6 月份出差的报销单现在都没有批下来，就因为那个项目经理说现在他没有预算。”中兴通讯海外每个项目都有单独的预算，按月划拨。如果当月花完，就得下个月才能审批新的报销单据。

财税专家林江告诉记者，据中兴通讯的财报，从 2010 年经营现金流净额 9 亿元人民币变成 2011 年的负 18 亿元人民币，表明公司的流动资金非常紧张。结合投资活动产生的现金流也是负数，而且是负 34 亿元人民币，比 2010 年的负 31 亿元人民币还要多，可以看出，公司的投资并没有带来良好的现金流，反而大量占用了公司的现金流，甚至是经营活动的现金流，在应收账款不断增加的情况下，会使得现金流更加紧张。

第一季度，中兴通讯呈现的财报仍然未见有明显好转，资产缩水 1.78%，现金流仍然为负 62 亿元人民币余元，比 2011 年负增 15%。货币资金 14.7 亿元人民币，同比减少近 31%，而借款却增加了近 30%，为 146 亿元人民币。

为了解决资金问题，中兴通讯开始发行企业债，6 月 6 日，中兴通讯收到证监会文件核准，6 月 11 日，60 亿元人民币公司债(第一期)启动发行。

早在 2011 年上半年，欧债危机尚未浮出水面的时候，整个欧洲电信市场就开始出现下滑，中兴、华为以往的那种低价扩张策略，已走到强弩之末。中兴通讯的业绩下滑，亦自此开始。

中兴通讯 2011 年财报显示，2011 年公司的应收账款比 2010 年增加 36%。同时，公司 2011 年的流动负债比 2010 年增加了 32%，由于 2011 年的资产相应增加了，但是利润表现情况却不佳，导致公司资产回报率以及每股收益的下降。对于中兴通讯来说，已经到来的实业危机，将是一个难以度过的寒冬。

这样的恶劣行业生态下，中兴通讯开始试水一些新业务，比如全球无线网络扩容与升级、国家宽带战略、智能终端及 ICT 产业等。这也是中兴通讯 2012 年以来，在手机终端、企业网、云计算等方面投入较多、发力明显的原因。但国内市场能否拯救中兴通讯这头略显虚脱的“猛兽”，仍然是个未知数。来源：

2012-7-12 《商界评论》杂志

[返回目录](#)

中兴通讯称已取消对伊禁运产品订单

因怀疑中兴通讯(微博)(000063.SZ)向伊朗出售遭禁运的美国电脑设备，美国 FBI 正对此展开刑事调查，FBI 还怀疑中兴通讯事后试图掩盖，并妨碍美国商务部的调查。

今天上午，中兴通讯品牌部一位工作人员在接受记者电话采访时表示，2012 年 3 月 27 日之前，公司已取消与伊朗的涉及美国禁运产品的合约。

路透社 2012 年 3 月的报道显示，这单合约是指中兴通讯向伊朗最大的电信公司出售了一套功能强大的监视系统，该系统含有由微软、惠普(微博)、甲骨文(微博)、戴尔、思科等美国企业生产的软硬件产品，可以监控固定电话、移动电话和互联网通讯，价值 9860 万欧元(约合人民币 7.6 亿元)。由于美国正在对伊朗进行制裁，这些设备是被禁止向伊朗出售的。

2012 年 3 月 27 日，中兴通讯曾发表声明称，“自 2011 年开始，中兴通讯已着手限制在伊业务，具体举措包括停止拓展新的客户及缩小与现有客户合作的业务量。”上述工作人员表示，该声明出台之前，中兴通讯已意识到与伊朗的上述合约涉及美国禁运产品，并果断地取消了该项合约。

至于中兴美国在德克萨斯州子公司法律总顾问阿什利·雅隆博(Ashley Kyle Yablon)关于“中兴管理层正在商讨销毁文件、更改装箱清单，并否认其真实性，以阻挠美国商务部对其向伊朗出售美国设备的行为进行调查”的证词，上述工作人员表示，该证词来自美国媒体，没办法进行核实和确认，也未经美国政府部门确认，只能讲是他的一家之言，更多具体细节公司暂时无法向外透露。

中兴通讯总裁史立荣此前曾表示，2011 年公司收入增加但盈利下滑，将在 2012 年有所改善，“而公司在伊朗削减了若干业务，影响也不大。”上述工作

人员今日补充道，由于公司在伊朗的市场份额还不明朗，暂时无法判断在伊朗业务减少对公司的影响。

7月13日晚的上半年业绩预告显示，中兴通讯上半年实现归属于上市公司股东的净利润将在1.54亿元至3.08亿元之间，较2011年同期的7.69亿元，同比下降60%-80%。

受FBI调查和上半年利润预计下降影响，中兴通讯今日开盘报12.02元，之后一路下跌至11.72元，跌停封住，股价创下2009年3月以来的新低。来源：2012-7-16 《财经网》微博

[返回目录](#)

中兴通讯H股跌近5%：传遭欧盟调查

7月11日，昨日急跌近9%的中兴通讯(微博)(00763.HK)未能扭转颓势，盘中跌近5%。截至，该股报12.28港元，下跌4.81%。

消息面，据香港经济日报报道，受欧盟调查的不利消息影响，中兴通讯昨急跌近9%，见逾3年低位；但中兴表示，公司并无接受不法的国家补贴。

中兴及另一内地通讯设备商华为(微博)，日前传出或被欧盟调查，指其接受国家补贴，对当地厂商不公。《金融时报》昨报道，若中兴及华为被欧盟调查，中国亦会对欧洲农产品、汽车等产品的补贴进行调查。来源：2012-7-11 证券时报网

[返回目录](#)

中兴通讯称未听说欧盟有反倾销进一步动作

在接受新浪科技连线时，中兴通讯(微博)相关负责人表示，中国商务部已对欧洲对中兴华为(微博)的反倾销做了表态，目前还没有结果，也还没有看到欧盟有进一步的举动。

此前，有国外媒体报道称欧盟经过几个月来的调查取证，已掌握证据，证明来自于中国的华为和中兴通讯两家移动网络设备制造商获益于非法的政府补贴，并曾以低于成本的价格在欧盟境内销售产品。

但商务部新闻发言人沈丹阳在日前召开的新闻发布会上驳斥了该说法，称欧盟指责毫无根据；华为、中兴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的。

对此，中兴通讯相关负责人表示，迄今为止，也只听到英国《金融时报》一家媒体关于对中兴华为反倾销的报道，且国家商务部已做表态：“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。”

对于欧洲的业务前景，他表示，2012年新上来的很多欧洲政府希望以投资拉动经济，而不再是紧缩，中兴因此在欧洲市场有机会，同时，中兴手机业务上半年在欧洲提升很快。来源：2012-7-17 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴预告上半年盈利下降 受投资收益等拖累

中兴通讯(微博)今天发布了2012年上半年业绩预告，预计2012年上半年归属于上市公司股东的净利润同比下降60%-80%，盈利为1.54亿元至3.08亿元，基本每股收益约0.04-0.09元。上述数据未经注册会计师预审计。

中兴通讯表示，其上半年业绩与上年同期下降幅度较大的原因有：

一是投资收益下降。2011年同期公司通过出售持有的国民技术流通股确认投资收益，以及由于公司对国民技术的经营不再具有重大影响，对剩余尚未出售的国民技术股份从长期股权投资转入交易性金融资产核算，并按公允价值计量确认投资收益和公允价值变动收益共约人民币9亿元，2012年上半年投资收益较2011年同期大幅减少。

二是汇兑损失。2012年上半年由于受欧债危机影响，欧元以及很多新兴市场国家的币种大幅贬值，导致公司产生汇兑损失，而2011年同期为汇兑收益。

三是由于部分国内运营商网络合同因为运营商招标较公司预期晚，部分产品未能如期确认业绩，影响了公司上半年收入增长速度，同时，由于国内产品毛利较高，结转推迟，影响公司整体毛利率，使得公司整体毛利率较2011年同期有所下降。

中兴通讯同时表示，本报告期加强了现金流管理，销售收款较上年同期增长较快，公司经营活动产生的现金流量较上年同期有一定程度改善。来源：

2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴通讯 2011 年净利 20.60 亿分红 6.86 亿元

中兴通讯(微博)于 10 日晚间发布公告，公布 2011 年分红派息方案，根据公告，中兴通讯将向股东按 10 股派发现金红利 2 元(含税)，将共计分配股利 6.86 亿元。

公告称，截至 2011 年 12 月 31 日，中兴通讯总股本 3,440,078,020 股，减去 9,125,893 股股权激励限售股，计 3,430,952,127 股，以此为基数派息，扣税后实际每 10 股派 1.8 元人民币现金；但对于 QFII、RQFII 外的其他非居民企业的 A 股股东，中兴不代扣代缴所得税，由纳税人在所得发生地缴纳。

中兴通讯 2011 年净利润为 20.60 亿元，营收 862.54 亿元，基本每股收益为 0.61 元。此番派息 6.86 亿元，应该说派息金额较高，而大唐电信等一些业内企业连续多年均未派息过。来源：2012-7-11 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴谈利润下滑原因：运营商招标结果比预期晚

随着中兴通讯(微博)发布上半年赢利警告，这个炎热的夏季注定是中兴通讯难熬的日子，甚至可以说是中兴通讯多年来最糟糕的谷底。对此，在接受新浪科技连线时，中兴通讯回复说，“三个原因中，国内运营商的招标和结算比预期要晚出，这个影响比较大，中兴通讯的现金流预计将比 2011 年同期还好”。

股市异动

被作为通信设备业标杆之一的中兴通讯一直备受关注，但眼下受到的关注度之高达空前，围绕中兴通讯的空气显得紧张。

这主要是因为上周末中兴通讯的一则公告，7 月 13 日下午收盘后，中兴通讯发布的中期赢利预警称，中兴通讯预计上半年净利润为 1.54 至 3.08 亿元，同比下降 6 至 8 成。

消息一出，引起业内外震动。7 月 16 日股市一开盘，中兴通讯大幅下挫截止上午 11 时，中兴通讯 A 股报 11.60 元，比上周末收盘时跌 9.98%。

结算周期影响大

对上半年业绩下降的原因，中兴通讯的公告称，主要来自三方面的影响：一是投资收益下降，2011 年同期公司通过出售持有的国民技术股份，并对剩余股份按公允价值计量，确认收益共约 9 亿元，而 2012 年上半年投资收益较 2011 年同期大幅减少；其二是汇兑损失，上半年由于受欧债危机影响，欧元及很多新兴市场国家的币种大幅贬值，导致公司产生汇兑损失，而 2011 年同期汇兑收益

约 2.8 亿元；其三是由于部分国内运营商招标较公司预期晚，部分产品未能如期确认业绩影响了公司上半年收入增长速度。

这其中，从 2011 年 5 月下旬开始，在半年多的时间里，中兴通讯在国民技术公司中的持股比例已由最高的 20% 降至近 1%，所持 5440 万股国民技术已基本出清，已无法产生大的收益。而欧债危机是无法避免的事情。

对此，中兴通讯证券部人士表示，在公告中，中兴通讯对上半年赢利预警的原因已解释得很清楚，令中兴通讯业绩受到影响最大的是国内市场，“2012 年上半年国内运营商的招标普遍开始早，但结束晚，很多到现在都还未结束，原来在上半年结算的订单推迟到下半年。”

这个影响有多大呢？中兴通讯副总裁樊晓兵说，无论中国移动(微博)的 TD-SCDMA 六期招标还是中国联通(微博)的 WCDMA 扩容，还是中国移动的传输网等项目，规模都很大，但 TD-SCDMA 六期招标要到下半年才开始，中国联通的 WCDMA 扩容也没赶到上半年之前结束。

“中兴通讯的终端收入占比与 2011 年差不多，上半年受影响的主要是系统设备”，中兴通讯如此说。

与价格战无关

对于上半年赢利大幅下降，外界有猜测认为有中兴通讯打价格战的因素，对此，中兴通讯明确否认。

“中兴通讯收入占比较高的是无线产品，目前依靠规模，毛利率仍较高。外界认为中兴通讯会依靠价格血战来圈地，实际上，我们没有依靠价格去跑马圈地，也没有地可圈。当然，也有部分产品，像 2012 年中国移动 2012 年大规模购买的 WLA 设备毛利率很低”。

实际上，整个通信设备业，并非中兴通讯一家出现这种情况，2011 年 11 月，诺西即对外宣称，将在 2013 年年底裁员 17000 人，爱立信 2012 年公布的 2011 财年第四季度财报显示：爱立信当季净利润同比下降 66%。

目前，可能重要的是谁能撑得住，而中兴通讯似乎很有信心。“我们的现金流比 2011 年同期还好，”中兴通讯证券部相关人士如此说。来源：2012-7-17 新浪科技微博

[返回目录](#)

【华为】

华为：ICT 转型还有多远？

在向 ICT 转型的过程中，华为(微博)仍然面临很多挑战。其电信设备商的基因很难在短期之内改变，华为还需要去适应，去调整。

华为公司过去二十几年一直在电信领域耕耘。随着信息化的深入发展，业务从语音时代向数据时代转变，ICT 的融合在加深，因此华为公司整体的战略上也在做进一步调整，从单纯的 CT 产业向整个 ICT 产业扩展，简单概括为云计算、网络和终端，即聚焦 ICT 产业，提供“云管端”整体方案。

而作为全球领先的通信设备解决方案供应商，华为已经具备了联合合作伙伴一起提供端到端云计算解决方案的能力，能够满足 IT 领域和 CT 领域云计算的用户需求。

华为云计算战略包括三个方面：构建云计算平台，促进资源共享、效率提升和节能环保；推动业务与应用云化，促进各个行业应用向云计算迁移；开放合作，构筑共赢生态链。

具体的，华为云计算的产品和解决方案布局分成两大块：

第一，云数据中心解决方案：提供基础架构的平台解决方案，包括“计算、存储、网络、平台软件、工程设计以及基础设施”等，构建具备“分布式、网络化、智能管控、开放性”的云平台。云计算数据中心是华为“从电信扩展到 IT”和“从用 IT 到做 IT”的关键一步，是全新的市场，是进入 IT 的平台领域，是华为云计算战略的桥头堡。

第二，云应用解决方案：包括电信业务云化方案和行业应用云化方案，华为提供的电信业务云化方案独具特色，包括业务云(如短信、彩信、139 互联、Mobile Market、IPTV 等等)、支撑云(如网管系统、OSS 系统、BSS 系统)、IDC 云(如网络存储、Web Hosting、虚拟数据中心等)、桌面云(如虚拟办公桌面、虚拟呼叫中心桌面等)；而行业的业务系统的云化，则是华为联合其他企业共同提供的。

从业务发展趋势的角度看，云计算也是华为在 CT 之外要进入的一个全新的领域。随着电信业务的数据化和电信技术的 IT 化，IT 的重要性会增强，设备商需要适应这种趋势，IT 能力成为运营商关注的焦点，也是设备商必备的能力——从某种程度看，这正是目前华为的短板之处。

相比其他厂商，华为的云计算思路注重业务和应用的云化，强调为客户带来实际的价值，而“云管端”一体化战略能够实现充分的业务协同，维系了其极强的解决方案提供能力。不过太 CT 化而难以进入最终用户，同样是华为应注意的

问题。此外其提出的基于“云管端”的未来信息服务的新架构，不只是一种网络架构，而是新的信息服务平台架构，同时也是新的发展战略的体现。

点评：华为桌面云、云数据中心解决方案以及近期面向云计算的 CloudEngine 系列数据中心交换机暨 Cloud Fabric 方案，都具有一定独创性。事实上在 IT 领域，像华为这样业务遍及云端，网络“管道”和终端领域的企业凤毛麟角。

然而在向 ICT 转型的过程中，华为仍然面临很多挑战。其电信设备商的基因很难在短期之内改变，华为还需要去适应，去调整。来源：2012-7-12 《互联网周刊》微博

[返回目录](#)

华为瞄准中东地区固网管理市场

一位高管透露，中国电信(微博)设备制造商华为(微博)正与海湾地区的阿联酋电信(Etisalat)和沙特电信(Saudi Telecom)商讨管理其固网。

这位高管在一份邮件评论中表示，华为同时也在与其他中东运营商进行类似的谈判，但基于保密协议，他并未透露这些运营商的名字。

“华为与大多数地区运营商拥有密切的合作关系，并且不断地寻求机会继续进行扩张。”华为中东地区交付和服务副总裁 Xia Chaojie 表示。

“我们发现可以通过推进新技术以及提供固网管理服务来实现上述目标。我们的团队已经开始与中东地区的所有固网合作伙伴进行谈判，包括沙特电信和阿联酋电信。”

管理服务在中东地区已越来越常见，此举使运营商们能够更好地聚焦于市场营销以及消费者服务，从而将其区别于竞争对手。

Xia Chaojie 表示，网络维护外包同样可以为运营商减少 13%-20% 的营业成本。

他估算称，2011 年中东地区的管理服务领域价值 10 亿美元，而华为则占据了 55% 的市场份额。同时，他预测该领域的收入将在未来 2-3 年增长约 18%。

“在海湾地区，我们正在或者已经向几乎所有的主流运营商们提供了管理服务合作。”

这其中包括与阿曼 Nawras(卡塔尔电信的子公司)、沙特阿拉伯 Mobily 以及阿拉伯联合酋长国 du 等的长期合作协议。来源：2012-7-11 中国通信网

[返回目录](#)

分析显示华为挤进我国智能手机市场前三

据易观国际(微博)数据分析显示,2012年第一季度华为(微博)手机强势挤进我国智能手机市场前三。

据易观国际数据显示,三星(微博)以24.86%的市场份额占据了我国智能手机市场销量份额首位。曾经占据首位的诺基亚不敌三星、华为,以11.10%的市场份额屈居第三位。而且,诺基亚在我国手机市场销量TOP10中,市场份额下跌惨烈,从2011年的32.2%下跌到2012年的13.6%。

国产手机品牌“中华联酷”智能手机市场份额排在前十位。其中,华为在我国国产智能手机中,市场份额占据首位,市场份额达12.16%。此外,从2012年第一季度和2011年第一季度我国手机市场销量TOP10品牌对比来看,华为增速很快,由2011年Q1的5.5%增长到2012年Q1的8.3%。

中兴、联想移动以及酷派则分别以10.62%、7.96%、6.19%的市场份额占据第四、第五、第七位。值得一提的是,在2012年Q1我国手机市场销量TOP10品牌中,酷派从2011年Q1的零市场份额增长到了2012年Q1的4.8%市场份额,增速最快。

一直以来备受关注的苹果在2012年Q1我国智能手机市场份额中占据第六位,达6.51%。来源:2012-7-13 飞象网

[返回目录](#)

华为收购华赛后首度亮相:整合为两个产品线

以5.3亿美元收购赛门铁克持有的华赛49%的股权后,原华赛的人员和产品已以新的面目出现,据悉,华赛已成为华为(微博)企业业务群组的一部分,主要构成华为企业业务群组的两个产品线。

在7月10日的华为一个发布会上,华为宣布推出4款OceanStorT系列存储产品和4款Tecal服务器,而存储和服务器产品正是之前华赛的主要产品。

华赛是华为和赛门铁克于2008年在香港成立的一家合资公司,该合资公司向客户提供创新的安全、存储与系统管理解决方案。2011年11月,华为曾宣布,华为与赛门铁克已经达成协议,由华为收购赛门铁克在双方的合资公司——华赛中所持有的49%股权,价格约5.3亿美元(约合33.6亿元人民币)。2012年3月,国家发改委核准了该次收购。

据悉，华赛的存储产品部门已经与华为以前的服务器、云计算组成华为 IT 产品线；华赛的安全产品部门则组成华为安全产品线，这两个产品线都是华为企业业务群组的重要组成部分。

在人事上，原华为赛门铁克存储产品线总裁范瑞琦已担任华为存储产品线总裁；华为 IT 产品线总裁郑叶来曾是华为无线产品线副总裁。

在整合后，华为一口气推出 8 款存储及服务器产品，显示华赛在这方面的底蕴，加上华为原有产品线，华为已经完成了企业业务全部产品线布局，华为表示，其可提供存储、服务器、云计算以及数据中心系列产品和解决方案，形成以网络产品为基础、以计算和存储产品为核心、以安全产品为保障、以应用产品为导向的格局。来源：2012-7-11 新浪科技微博

[返回目录](#)

华为雇用前美国国防承包商官员作为首席安全官

华为(微博)已经雇用了一位前美国国防承包商官员(defense contractor official)作为其首席安全官(chief security officer)，这家中国科技公司正视图扭转人们对其代表中国情报部门向美国系统植入技术的认知观念。

唐纳德·安迪·波弟(Donald Andy Purdy)是位于 Falls Church 的通信系统中心(CSC)前任首席网络安全战略家，他已于本周二开始了新工作。此举紧随美国国会宣布对华为与中国政府之间的所谓关系进行调查之后。

Purdy 本周二拒绝对此置评。但是华为美国对外事务副总裁威廉·普拉默(William Plummer)则表示：“作为一家全球信息和通信技术公司，华为十分重视安全问题。我们希望 Andy 的加入，能对网络相关事件产生积极推动作用。”

近年来，华为一直致力于改善形象。这家公司雇用了游说者、咨询师以及一家在华盛顿的公关公司。

一名匿名的行业官员表示，最近几个月，华为一直在寻找一个与美国、英国以及全球其他国家有深刻政府关系的人，因为该公司担忧其销售额下降，这些国家的国家政策和法规或不利于其业务开展。

Purdy 投身华为引发了关于网络和国家安全的一些评论。

一位前国土安全部官员称，Purdy 肯定能够帮助华为来理解美国政府的立场。

华为的这一举动是非常精明的，一位战略和国际研究网络及中国专家 James A. Lewis 表示。“华为正试图展现它是一家值得被信任的伙伴，我们可以去相信他们。”他说。“Andy 对社会拥有广泛的了解并且有着丰富的经验。”

美国与中国在网络领域缺乏战略信任是值得注意的。2009 年，美国国家安全局警告 AT&T，反对其从华为那里采购设备，而这家电信运营商与美国政府之间有着业务合作。

“ 华为自己单方面并不会进行间谍工作，而可能是在帮助其政府实施。担忧并未被实际发现，但我们无法消除它们。鉴于中国政府的间谍活动记录，一个信誓旦旦的声明还不足够。” Lewis 表示。来源：2012-7-11 中国通信网

[返回目录](#)

华为称 O2 故障源于旧网络 已做好准备随时援助

中国电信(微博)设备制造商华为(微博)表示，已准备好帮助英国电信运营商 O2 应对其网络故障问题。

据悉，O2 的用户自本周三开始发现其电话、短信、数据等业务受到影响，无法正常使用，这些问题一直持续到今天早上。

2012 年早些时候，O2 曾与华为签署了一份管理服务合同，华为将为 O2 建设和管理其在英国传输、移动接入及网络。Computerworld UK 与华为取得了联系，问询该公司是否对 O2 出现的持续问题负有责任，华为公司表示，问题出现在了 O2 的旧网络上，而该网络并非其在管理，但是该公司将很乐于帮助 O2 解决目前的问题。

一位华为新闻发言人表示：“ 我们最近赢得的管理服务合同，是为 O2 未来的网络做设计和规划，且我们并没有在管理 O2 的现存网络。不过，如果 O2 提出要求，我们已经做好准备向其提供支持。”

根据来自 O2 的一份声明，问题出在其网络系统上，从而使移动号码很难在其网络上进行登记。然而，运行在 O2 网络的一家 MVNO(移动虚拟网络运营商)GiffGaff 表示，它已经确认全部的 3G 服务将在今天下午恢复。

Ovum 电信策略高级分析师 Steven Hartley 强调，网络问题引发了关于即将到来的伦敦奥运会的真正担忧。

“ 大量来伦敦观看奥运会的游客将会导致网络流量爆发，从而给英国的移动网络造成压力，而这些网络与西欧其他国家相比，原本声誉就不高。尽管英国移动运营商声称已经做好准备，但是却并未给出其计划的规模指示。” Hartley 说。

“ 关键传输和人口密集热点的移动网络容量升级毫无疑问将会在奥运会开始前执行。然而，如果出现了一个重大公共传输失误，那么在有高度网络流量需求的地点准备不周的情况下，则可能面临灾难。” 来源：2012-7-13 中国通信网

[返回目录](#)



【诺基亚】

诺基亚股价跌破 2 美元

诺基亚(微博)股价跌至 16 年来最低点。

诺基亚股价昨天下跌至 1.84 美元一股，为 16 年来最低点。公司市值现在为 68.9 亿美元。

诺基亚一度称霸手机市场，但随着安卓以及苹果手机的兴起，诺基亚江河日下。随着销售的节节走低，诺基亚被迫搜索业务战线并裁员。诺基亚现在将发展重点放在 Windows 手机上。尽管 CEO Stephen Elop 呼吁股东与公司携手共度难关，但股东们的实际做法却截然相反。

光是 2011 年，诺基亚股价就下降了 70%。过去 5 年，诺基亚的股票市值跌去 94%。来源：2012-7-11 科技资讯网

[返回目录](#)

诺基亚旗舰机在美五折出售

为了急于占领市场，昨天记者了解到，诺基亚(微博)宣布其最高端产品 Lumia900 在美价格下调一半，不过这款产品在中国市场的售价暂不会受到影响。

诺基亚公司表示，Lumia900 手机在美国与运营商 AT&T 合作的 2 年合约价格已从 99 美元下调至 49.99 美元。Lumia900 是目前诺基亚产品线中最为高端的产品，不过当微软(微博)宣布目前所有的 Windows Phone 手机都无法升级至 WindowsPhone8 系统后，这款手机一下子从旗舰机变成了“过时机”。

诺基亚中国公司表示，Lumia900 在美的降价暂时不会影响到该产品在国内的销售价格。来源：2012-7-17 京华时报

[返回目录](#)

诺基亚在华合并两个销售大区 确认将裁员

诺基亚(微博)中国公司今日确认，将把西区和大区两个大区的编制撤消，并入大南区和大北区，同时，将会有裁员。

目前诺基亚在中国的销售方面分为东西南北四大区，据悉，诺基亚位于成都的原西区成都被并入大南区，以广州为中心，原位于上海的东区则归入大北区。

这样，诺基亚中国公司的东西南北四大区的编制，将只剩下南北两大区，工作重点还是销售。

同时，在人事上，新的诺基亚大南区总经理是原西区负责人，新的大北区负责人的就是原北区负责人，其余两位原大区负责人各有任用。

在普通员工上，诺基亚中国公司的人员将会有变化，并有裁员。

此前的 6 月，诺基亚宣布将在 2013 年底前在全球裁员一万人，并计划关闭位于德国和加拿大的设施，以及关闭位于芬兰的生产设施。诺基亚希望借此来削减 16 亿欧元的支出。诺基亚中国区此次也将受波及。来源：2012-7-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

诺基亚孵化器项目曝光：帮助离职员工创业

尽管处境艰难，但诺基亚(微博)早在 2011 年即已启动了一项名为“Nokia Bridge”的孵化器计划，向创业者提供最多 15 万欧元(约合 18.5 万美元)的资金来帮助其开创新的创业公司。

这项计划是诺基亚在 2011 年 4 月启动的，但一直都在非常低调地进行。与其他公司在自身内部进行的孵化器计划有所不同的是，诺基亚此举旨在帮助离职员工开创自己的公司。

根据这项计划，每名诺基亚前员工都可获得 2.5 万欧元(约合 3.08 万美元)的资金支持，最多 4 名前员工可联手组建一个项目，也就是这些创业公司最多可以获得 10 万欧元(约合 12.3 万美元)的资金支持。此外，每家创业公司还都有资格进一步申请获得最多 5 万欧元(约合 6.1 万美元)的资金。

Nokia Bridge 英国发言人大卫·豪尔(David Hall)表示，诺基亚不会因投资于这些创业公司而获得后者的股权，也不会向这些公司转移任何知识产权。他还表示，诺基亚将在 2012 年底以前继续实施这项计划，此后也有可能继续进行。

到目前为止，参与 Nokia Bridge 计划的创业公司约已达到 100 家，其中在英国有数十家，但诺基亚尚未公布任何地区的参与者名单。已知的参与者包括 Jolla，这是由诺基亚前高管组建的一家公司，正试图让 MeeGo 手机重振雄风。诺基亚已在此前放弃 MeeGo，转而开始生产 Windows Phone(微博)手机。来源：2012-7-11 新浪科技微博

[返回目录](#)

【其他制造商】

LG 宣布其 LTE 智能手机销量突破 400 万

LG 电子今日宣布称 ,该公司 LTE 智能手机全球销量正式突破 400 万台大关 ,其中“ Optimus LTE ” 和“ Optimus LTE Tag ” 两款手机销量均突破 100 万台。

LG 表示 ,由于看好 LTE 智能手机市场将急剧扩大 ,该公司计划将海外销售的国家从现在的 10 个增加到 20 个。

韩国是全球 LTE 发展最快的市场之一。截止 2012 年 4 月份 ,韩国 LTE 手机用户数正式突破 400 万大关。

市场分析机构 Strategy Analytics 的研究报告预计称 ,2012 年全球 LTE 手机出货量将同比增长 10 倍 ,达 6700 万台。带动 LTE 市场迅猛增长的地区主要是美国、日本和韩国。来源 :2012-7-16 中国通信网

[返回目录](#)

三星 Galaxy S III 第二季将售出 650 万部

摩根大通周四发布研究报告称 ,三星(微博)Galaxy S III 智能手机 2012 年第二季度的销量将达到 650 万部。这使得 Galaxy S III 成为全球最热门的手机之一以及 iPhone 的有力挑战者。

摩根大通分析师还预计 , Galaxy S III2012 年第三季度的销量将达到 1500 万部 ,较第二季度翻番。三星第三季度将在欧洲、美国和中东以外的市场开售这款手机。

2012 年第一季度 , iPhone 销量为 3510 万部。尽管 Galaxy S III 的销量仍远低于 iPhone ,但仍将大幅提升三星智能手机的总销量。第一季度 ,三星共售出了 4100 万部智能手机。该公司估计 , 第二季度智能手机总销量将约为 5000 万部 ,高于 iPhone 的约 3000 万部。

2012 年 6 月 , 苹果曾试图阻止 Galaxy S III 在美国市场的销售 ,称这款手机也应当被考虑在一项正在进行的专利侵权诉讼中。不过 ,美国相关部门驳回了苹果的申请。而三星则表示 ,当前产能尚不足以满足市场对 Galaxy S III 的需求 ,这款手机 7 月份销量将达到 1000 万部。

Galaxy S III 于 5 月底在欧洲和中东的 28 个国家开售 ,并于 6 月在美国市场面市。来源 :2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

智能手机不断蚕食相机地盘

智能手机正在蚕食相机的地盘。据调查，目前仅有 8% 的用户使用传统胶片相机，40% 的用户使用数码相机，却有超过 45% 的用户将智能手机作为主要拍摄设备。由于智能手机可以更好地满足用户随时随地进行拍照并上传至网络与人分享，加之网络环境的不断完善，已经有越来越多人开始使用其代替传统相机进行拍照，市场上配备高像素摄像头的智能手机也层出不穷。

当然，智能手机目前还只能取代低端相机，很多超高像素手机摄像头也只是商家吸引用户的噱头，对于一些专业摄影师而言，专业单反等设备仍然必不可少。但不可否认的是，多功能终端将成为未来市场发展主流的趋势逐渐显现出来。

智能手机不断蚕食相机地盘

从胶片机到数码相机，从黑白到彩色，从纯光学、机械架构演变到光学、机械、电子三位一体，相机产业的持续发展背后蕴藏着消费者的巨大需求量。现如今，相机特别是数码相机早已不再是“发烧友”的专属，而成为了人们生活中随处可见的使用品。

然而，移动互联网时代，智能手机用户规模高速扩张，正在蚕食相机的地盘。据《北京日报》报道，研究公司 Mintel 调查发现，在 iPhone 智能手机上市后 5 年的今天，普通数码相机(卡片机)销量持续降低，出现了 29% 的跌幅。与之形成鲜明对比的是，目前将智能手机作为主要拍摄设备的用户比例高达 45% 以上。

随着智能手机摄像头分辨率的逐步提高，以及各种拍照类应用软件的大量出现，人们已经很难辨别出专业数码相机与智能手机所拍出来的照片有何不同了。互联网时代，用户比此前的任何时候都更注重分享，大多数用户使用智能手机拍照上传到网络上也是内在分享欲的一种外在表现，因此，即便是像素差一点的手机，也不妨碍用户的热情。

此外，时下终端市场上各大手机厂商之间角逐激烈，近期国内多家互联网厂商杀入智能手机领域更是加剧了市场混战，在众厂商寄希望于利用低价做大自身市场蛋糕的背景下，智能手机价格不断走低，加之运营商的终端补贴政策以及网络环境的优化，如今智能手机可谓人手一部。因此，与相机相比，利用随身携带的智能手机随时随地进行拍照无疑更加便捷，而这也恰恰是大多数用户选择智能手机进行拍照的原因。

相机植入网络功能反攻智能手机

随着智能手机发展进程的推进，其功能也日趋多样化，拍照功能更是已然成为标配，为了能够引起消费者的关注，厂商大比“硬件军备赛”，市场上搭载500万像素、800万像素摄像头的智能手机已是司空见惯。

早在年初，诺基亚(微博)4100万像素手机808 PureView就吸引了不少眼球，日前该摄像“神机”终于正式登陆香港。该手机最大的卖点自然是4100万像素摄像头和超大的1/1.2英寸COMS传感器，能够接受超过普通数码相机5.4倍的光线，这意味着，在使用相同感光度的情况下能够获得更高的快门速度。此外，诺基亚808还拥有独立影像处理器，配备512MB RAM和16GB机身内存，可扩展至最高48GB容量，可以方便用户快速地进行影像处理。

对于智能手机的不断攻城略地，相机领域自然也不肯善罢甘休，这不，已有不少厂商推出了带有WiFi无线功能的相机，试图通过完善相机的网络功能抵御来自智能手机的冲击。据《金陵晚报》报道，目前市场上不少卡片相机都带有WiFi无线功能，比如三星(微博)的WB150F、索尼的TX300、佳能(微博)240HS、510HS等，而日前三星NX系列微单相机新品NX1000在全国首销更是首次实现了微单相机上加WiFi模块的创举。据悉，很多WiFi卡片机只能和手机、平板电脑连接，连接方式有点像蓝牙传输，或者叫一对一的热点传输；而NX1000除了具备这个功能之外，还内置了微博、人人客户端，用户只需连接WiFi无线网络并输入微博名、密码，登录成功后就可以选择要上传、分享照片了。

多功能终端渐得用户心

当然，商家所标榜的超高像素手机也受到不少质疑，智能手机被认为只能取代低端相机，而对于一些专业的摄影师而言，专业单反相机等设备还是必不可少的。由于智能手机在摄影方面的数值大多是已设定好，用户不必在上面花费太多技巧和时间重新进行设置，省时省力，但这也使其很难满足专业摄影的要求。

不论是真材实料的高像素摄像头，抑或只是厂商用来吸引用户的噱头，不可否认的是，已经有越来越多人开始使用智能手机代替传统相机进行拍照了。

事实上，被智能手机蚕食的领域不单只有相机。智能手机之所以能够以如此快的速度占领市场，除了硬件配备外，应用软件也是决定用户买单的一个关键因素，这从苹果应用商店和安卓应用商店的火爆发展中可以窥见。智能手机在不断取代相机拍照功能的同时，各类音乐和游戏软件的涌现，也使得很多用户开始使用智能手机听歌、玩游戏。为了适应用户的新需求，索尼等厂商更是将细分化策略进行到底，针对细分市场推出了不少音乐手机、娱乐手机等。

由此可见，未来融合多种功能的移动智能终端将成为市场发展的主流，并逐渐赢得普通用户的心。来源：2012-7-12 通信信息报

物联网发展需摆脱传统思维束缚

国家物联网“十二五”发展目前进入了初始关键阶段，各地政府投资和专项引导项目纷纷涌入，积极推动产业发展。值得注意的是，物联网产业客观上存在着诸多问题，尤其是在自上而下模式的推动下，很多问题值得深思。

感知层：需要投入与引导

国内传感器、终端及芯片发展仍然处于起步阶段，受限于基础学科薄弱、技术及制造水平较低等，感知层产业是目前物联网最为薄弱的环节。但该环节也是物联网产业发展最为重要的部分，应用侧对终端的控制管理以及实现应用的业务逻辑基本都需要依靠感知层所采集的数据信息，而传感器所采集的数据信息的精度、准确度等对此有着显著影响。

目前国内的传感器厂商规模均较小，该产业的发展非一朝一夕之功，而是要给予更多的耐心和投入，需突破和掌握更多的核心技术，而这一点涉及国家科技发展体制及评价制度等，需要以更为革新的策略，去扶持孕育出更多的传感器研发制造的精英企业。

国内涉及物联网通信终端的企业有些规模较大，譬如华为(微博)、中兴等。不过笔者从最近两年参与的实际项目合作情况，深切地感受到这些企业已明显没有了2009年和2010年物联网产业大跃进阶段的雄心和热情，其关注和投资力度更凸显务实和谨慎。当然，由于这些企业掌握大量的通信核心技术，且具备产业协同配合优势，因此一旦有实际可规模化应用的实际需求，他们也可以快速响应和占领市场。可以说，对于通信终端而言，更需要的是实际的市场需求，政府引导的示范项目需求固然会带动该部分的发展，起到明显的作用，但是更重要的是示范应用的规模，以及由此是否真正会带来撬动实际市场需求的动力。

物联网的应用是由传感器、RFID及视频采集等技术产品应用延伸而来的，因此感知层面的研发及制造企业在物联网产业中具有天然的基础优势。由于传感器等技术的研发回报周期相对较长，投入又很大，因此目前不少传感器研发制造企业更多地开始依赖盈利更快的系统集成应用项目，其重心有所偏移，这会给产业发展带来不利，相关方面需要做好切实的引导工作。

网络层：运营商号召力下降

网络层主要涉及电信运营商、网络设备提供商，以及企业局域网设备和运营服务提供商。

电信运营商正在不断受到互联网企业以及创新商业模式的挑战，其盈利能力和空间受到极大的压制，需要不断寻求新的增长点。而物联网产业正为电信运营商提供了这样的契机，既可以帮助运营商充分利用其管道优势，又能帮助它们提供更多能提升其管道价值的智能业务，包括对物联网终端的可控可管可运营的业务。不过要最大化智能管道业务的价值，则需要终端、网络及业务均遵循统一的由运营商主导定义的产业标准协议。其中，中国移动(微博)推动制定的 WMMP 协议、中国电信(微博)制定的 MDMP 协议，均是基于这样的产业目标而制定的规范。

不可否认的是，从传统产业链到物联网产业链，电信运营商的地位和号召力正在下降。运营商在传统电信产业链中的核心地位和号召力，再也无法复制到新兴的物联网产业中。物联网产业渗透到各行各业的信息化过程中，产业链结构更为复杂，行业壁垒较深，运营商对行业信息化的渗透不得不依赖行业内具有影响力的企业来试图实现突破，甚至是完全基于运营商品牌影响力和对行业信息化产品服务质量的考量，目前在不少行业内运营商被委以项目牵头单位，被用以利用其产业整合优势能力为行业提供有保障有质量的物联网系统集成产品及应用服务。这或许可以被认为是目前运营商在物联网产业中最有实质性的作为之一了。

事实上，目前关键问题在于智能管道等的需求并未充分显现，当然可以寄希望于目前阶段是在培育市场，但这一发展方向未来依然很难突破，一个根本的问题在于智能管道的所谓“智能手段”本身是非常有限的，物联网终端愈加复杂的功能和应用，很难使得不同行业接受标准化和统一的协议，因为统一了各行业复杂特点的标准很难做到简单易用，事实上 WMMP 和 MDMP 也是如此。同时，各行业目前尚没有足够明显的需求来支撑起这样的智能管道应用，因此依靠这样的“智能手段”很难打破各行业已普遍接受的封闭体系。

应用层：中小企业呼唤更多空间

应用层涉及到的更多是软件服务及平台应用提供商。目前阶段，物联网产业的垂直化应用特点非常显著，涉猎的企业非常广泛，包括华为、中兴、联想、同方、IBM、HP 等，同时电信运营商也涉及该层面。

应用系统的研发商用相对来说起点较低，因此除了上述著名企业之外，还有很多中小企业均涉及该领域，为各行各业的企业提供定制或标准化的应用服务。由于应用系统直接面向最终用户，因此很多应用项目往往由应用层涉及的企业来牵头进行系统集成。

行业应用服务成功的关键不在于承接和实施企业的规模，而在于能否吃透和深刻理解行业应用特点及行业用户的实际需求，往往各个企业均有自己所擅长的物联网行业应用的积累，包括协调产业链资源配置的能力。目前来看，很多专注

于某些行业应用领域的中小企业由于没有品牌优势和影响力，往往不得不依附于其他大企业，分包其所专长的应用侧系统项目。

对于应用层来说，要以革新的思路和策略去创新物联网产业的发展，不束缚于传统价值思维，给更多的中小企业更多的发展机会和空间。

目前阶段，物联网产业规模化的业务鲜有实际应用，更多的是自上而下由政府推动的示范性或专项项目。在这种项目的实施过程中，品牌和影响力就显得尤为重要，而缺失这样优势虽有专长的中小企业则只能分得利益链中的最后一杯羹，大量的资源和利益反而被虽有品牌影响力但无行业专长优势和积累的大企业所获得，这一现象值得深思。来源：2012-7-16 通信世界周刊

[返回目录](#)

民资多元竞争有望促电信业资费下降

工业和信息化部日前发布《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》(以下简称《实施意见》)，为吸引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指明了方向。

民资入局对电信业来说是机遇也是挑战。民营企业参与电信领域，不仅能为电信项目建设提供资金来源，随着运营主体的多元化，还能刺激电信行业的活跃性，加强市场竞争。南京邮电大学经济管理学院王凯老师表示，从此次意见稿来看，民资进入的领域将从增值电信业务领域向部分基础电信业务领域拓展，目前民间资本有可能短期进入的领域集中在宽带、通信网络和基站建设等行业，这将对目前的电信业市场竞争产生一定影响。

政策放开民间资本入局，刺激现有运营模式转变

记者：市场开放是趋势，电信业向民资开放这是否会刺激现有运营模式转变？

王凯：为贯彻 2010 年 5 月国务院 13 号文要求，工信部发布《实施意见》，提出民间资本进入电信业的八大领域和五项措施。总得说来，此次意见稿突出以下几点特点：

第一，允许民间资本进入移动通信转售业务，标志着我国电信市场的实质性开放。这说明我国基础电信业务正式对民间资本开放，也意味着鼓励虚拟运营市场的进一步开放，将会给用户带来更多元化的服务和更低廉的电信资费。

第二，允许民间资本开展接入网业务试点和驻地网业务，一方面给民间资本带来开展增值服务的机会，使其找到落地点和盈利点，从而更好地解决宽带网络的“最后一公里”问题，以促进宽带业务发展；另一方面，迫使基础电信运营商

加大在接入网业务和驻地网业务等领域的投入以提高运营质量和运营效率，促进市场良好竞争。

第三，目前，电信业已进入运营主体多元、技术融合以及产业集中的竞争全球化阶段，融合业务、智能应用平台技术正大规模渗透我国电信应用与服务市场。我国电信运营市场亟需新业务形式和新运营模式，而创新业务形式和运营模式需尽快开放电信基础运营市场，这是我国电信市场发展的必然要求，也是建立公平竞争的电信市场环境和优化电信市场结构的必然要求，更是促进我国运营商积极参与国际合作与竞争的必然要求。

开放民资进入电信业必将刺激现有运营模式转变，对目前陷入零和博弈的市场环境有重大影响：首先，促进我国电信市场更加开放。我国电信运营领域根据运营内容可分为一级运营和二级运营。一级运营主要指基础电信运营，二级运营则主要指信息内容服务和信息技术服务。从二级运营领域看，民间资本早就存在且居主体地位。《实施意见》提供了更明确的信号，电信市场将更开放。

其次，促进我国电信资费不断降低。民资进入将逐步优化电信市场资源配置的公平性，增加电信基础设施建设透明度，减少电信运营成本，从而促进资费不断降低。

第三，促进我国电信业务的多样性。转售经营者既可从移动运营商那里批量购买“无线时间”直接转售给用户，或与其他业务打包后提供给用户，也可可为大型企业提供手机终端、用户登记管理、资费方案等服务，并针对各个企业的特点，帮助企业做全面的通信规划。

转售移动通信业务撕开基础电信业务向民资开放的口子

记者：“开放移动转售”这个词也留给业界不少想像空间，如何分析“移动转售”对电信业的影响？

王凯：移动通信转售业务，是指从基础电信运营企业购买移动通信服务或租用移动基础设施，重新包装成自有品牌的电信服务，再转售给用户使用，从中获取利润。

电信业务转售是电信市场打破垄断、促进竞争的手段之一。此次开放移动通信转售业务，一方面使移动通信转售经营者能够与基础电信运营商竞争，利用自己的专长提供更多样化的服务，提高移动通信服务质量和降低资费；另一方面，转售经营者在发展过程中，能开发市场潜力，扩大整体电信市场的规模，从而带动基础电信运营商电信业务增长。

对移动通信市场来说，由于频率资源的限制，传输通道的经营者数量是有限的，因此，开放移动通信业务转售具有更为重要的意义。互联网本质就是开放，而电信网的许多应用就是基于互联网的应用，其它国家的许多转售业务也是立足

移动通信方面，尤其随着移动互联网发展，这一作用更加明显。虽然运营多年的利益格局不易打破，但开放移动通信业务转售撕开了一个基础电信业务向民营开放的口子，这或是一个好的开始。

国企对资源高度控制，民营进入须有配套改革方案作保障

记者：民间资本将正式进入电信业，运营市场竞争主体将多元化，对此您如何看？

王凯：在我国市场环境下，相关政策措施要持续发力，还需调动全社会的资源和力量，发挥市场在资源配置中的基础性作用。允许民间资本进入电信领域，充分发挥民营经济的作用，能够使投资反映市场真实需求，资源得到有效配置，从而促进电信业持续健康发展。对运营商而言，民间资本进入电信业机遇与挑战并存。相较目前如火如荼的 3G 竞争和全业务运营，这将是更为严峻的课题。运营商如何应对将直接决定其未来的方向和命运。

目前，我国基础电信运营企业主要是中国电信(微博)、中国移动(微博)和中国联通(微博)，均为中央企业，且都在海外上市。在备受关注的基础电信运营领域，《实施意见》提出：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。这必将带来电信市场竞争主体的多元化。

民间资本这些年一直为基础电信运营企业做增值服务的相关业务，在内容和渠道上积累了相当丰富的经验。随着民间资本的不断壮大，增值业务内容的创新以及服务领域的拓展将得到加强，从而促进电信市场的可持续发展。

鼓励民间资本开展网络托管业务早已在电信市场悄然前行多年，但这次正式开放，将使互联网公司和电子通讯类公司等民间资本，通过网络托管直接开展区域性的物联网业务，降低运营成本，与电信运营商展开竞争，迫使电信运营商增加投入，提高效率，共同做大、做强我国电信市场。

目前，国有电信运营商在资本、市场和技术高度集中化的背景下仍有很大优势，民间资本参股基础电信业务仍有很长的路要走。国有电信运营企业多年的集中运营和对资源的高度控制，使民间资本进入基础电信业务必须有配套的改革方案作为基础保障，从目前看政策是打开了口子，但后续的改革还要继续，这才是民营能否实质进入的关键要素。一方面要加大基础电信运营体制改革力度，逐步开放电信基本服务网络，着实为民间资本进入电信市场创造条件；另一方面，需要完善市场监管和法规体系，创造民间资本与国有资本共同竞争的相对公平的环境。来源：2012-7-11 通信信息报

[返回目录](#)

研究显示移动设备安全将是未来最大安全挑战

据美国防毒和电脑安全公司 McAfee 日前公布的最新研究显示，约有三分之一的英国企业预测，保护工作场所的移动设备将是他们来年将要面对的最大安全问题。

McAfee 共对 100 位英国业内专家进行了调研，结果发现，当涉及企业安全问题时，各企业最关心的是移动设备在未来几个月内大批涌入工作场所。对这一问题的担忧排名甚至高于确保云(19%)服务中的 IT 与企业声誉(13%)。

随着员工希望在工作场合中使用个人设备的意愿不断增强，“自带设备”(BYOD)的工作方式已经为全球绝大部分企业所接受。当被问及员工是否认为某些设备的确优于其他设备时，89%的受访者表示，这是事实。

笔记本电脑被员工视为最有价值的设备(31%)，紧随其后的是个人平板电脑(24%)和手机(18%)。有趣的是，公司配备的个人电脑和平板电脑的排位都较低。员工对公司工作设备的重视不足可能会导致存储在这些设备中的数据的安全性堪忧——可能会丢失或被盗、密码保护不利或数据损坏等。

虽然员工都希望可以在工作场所获得与在私生活中相同的技术经历，但并非所有企业都赞成这种做法。35%的受访者表示，他们的公司目前不允许个人设备接入企业网络。另有 33%的受访者表示，只有特定、经批准的设备被允许接入公司的服务器。令人震惊的是，11%的受访者表示，公司欢迎员工携带各种设备进入工作场所，丝毫没有考虑设备保护问题。只有 19%的企业允许员工携带的所有设备访问公司数据，同时积极地对这些设备开展实时安全监控。

McAfee 公司欧洲、中东和非洲地区副总裁和首席技术官拉·吉萨马尼(Raj Samani)表示：“信息技术的消费化无疑已经改变了当今的工作方式的概念，而企业需要承认和满足员工在工作场所使用诸如智能手机和平板电脑在内的个人设备的意愿，否则，可能意味着企业数据已经在不知不觉中给人留下了可乘之机，而别有用心的人不会白白放过这种大好机会。”

“企业不应逆潮而上，而应顺流而下——允许员工使用这些设备，并与员工一道制定全面的 IT 政策和最佳实践准则，帮助并告知员工应如何使用他们的自有设备。对这些设备进行终端保护也至关重要，如果企业希望保护员工免受不断变化、日益复杂的威胁环境。”来源：2012-7-17 飞象网

[返回目录](#)

智能手机渠道大战渐升级 线上线下结合成趋势

电信运营商短时间内在电子商务领域取得的巨大成绩，让手机厂商也加快了销售渠道的多元化布局，线下与线上结合的方式将成未来的主流。不过，有专家指出，不论是电信运营商还是手机厂商，在打造新销售模式的同时仍将面临不可避免的挑战。

运营商开始发力

记者日前获悉，中国联通(微博)网上专售 20 元 3G 卡累计销量已突破 50 万张，不仅多次刷新 3G 卡销售纪录，也带动了中国联通网上营业厅其他产品业务的增长。截至目前，中国联通电子商务平台日营业额已超过 1 亿元。

目前，中国联通网上营业厅可以为用户提供选号入网、购买合约计划、查账单、交话费等各类服务，用户不用跑营业厅就能办理联通各种业务。2012 年初，中国联通首次提出“将电子渠道打造成销售服务的主渠道”的想法，快速实现电子渠道向电子商务跨越。5 月，中国联通举办“首届沃 3G 网购节”并推出网上专售的沃 3G 预付费 20 元卡，此后又陆续开展了 4 次大型促销活动。6 月，中国联通成立电子商务部，专注于电子化销售服务和电子商务平台运营。与此同时，中国联通天猫官方旗舰店也在 6 月正式开业服务，并将成为联通第二大网店。一系列的举措都证明了中国联通对电子商务的高度重视，接下来在电商领域将会有更大的发展。

有专家认为，除了中国联通，中国移动(微博)、中国电信(微博)也都在不同场合表达过要做大电商的意愿，但目前仍处于摸索阶段。中国联通也是想在对手尚未完全发力的电子渠道营销上寻找突破口。

艾瑞数据显示，2011 年国内移动互联网用户已达 3.38 亿，预计 2012 年底将达 4.11 亿。手机移动终端作为移动互联网最重要的接入设备，电信运营商也纷纷发力争抢客户。随着三大运营商对这一渠道的愈发重视，未来 3G 市场渠道的争夺也将实现线下与线上的结合。

手机厂商忙布局

运营商进入电子商务领域所取得的成绩，让手机厂商在渠道布局上变得更加急切。日前，中兴通讯执行副总裁何士友表示，目前，中兴九成的手机出货依赖运营商渠道，国内市场这个比例约为 65%，但 2012 年推出的高端智能手机 Grand 系列将率先在电商渠道上市。

与此同时，中兴通讯相关人士还向记者透露，公司将与苏宁电器展开合作。虽然合作细节还不得而知，但可以看出中兴通讯非常重视电子商务渠道在手机销

售中的作用，而未来智能手机销售也将是一种线上与线下、体验与消费相结合的方式。

无独有偶，华为前不久曾明确表示，华为终端 2012 年将加大电子渠道拓展，加大华为电子商城的投入。华为电子商城是华为电商渠道的主要载体，同时，华为也会和京东、当当等电商渠道加强合作。

此外，酷派首家网上商店已于日前入驻天猫商城并正式营业。种种迹象表明，传统厂商正在加紧渠道转型的步伐。

一直以来，手机厂商销售手机主要通过运营商渠道、社会渠道和电子商务渠道，而目前国内主要以运营商渠道为主。对手机厂商来说，利用运营商渠道销售产品，不但可以利用运营商完善的渠道网络优势，又可以借助运营商本身雄厚资金的补贴扩大手机销量，可谓是一举两得。

不过，业内人士指出，国内手机厂商以定制形式为运营商生产手机，出厂价被严重压低，利润亦较低。若长期依靠运营商，国内手机生产商在与国际品牌的对决中，竞争力势必会减弱。因此，国内手机厂商在不断拓宽自身渠道建设。

机遇与挑战并存

随着智能手机市场竞争的日趋白热化，不管是运营商还是手机厂商，渠道的多元化拓展已变得非常重要，而在摸索与实践的道路上也势必机遇与挑战并存。

中国联通董事长常小兵强调，推出 20 元 3G 卡不是为了打价格战，而是希望降低 3G 服务门槛。3G 门槛的进一步降低，将有助于中国联通在 2012 年实现 3G 收入超过 2G 的目标。但电子商务市场竞争激烈，再加上运营商是这一领域的后来者，运营商发展电子商务也面临着诸多挑战。

对手机厂商而言，电信专家项立刚称，传统手机厂商积极探索向电商转型非常必要。互联网做电商、运营商做电商，终端企业也将进军电商。这是互联网发展的必然趋势。网络渠道，低投入、高回报。

然而，手机厂商做电商也面临着很多的问题。线上电商平台与线下实体店所售手机产品的价格有时难以实现平衡。

对此，中兴通讯相关人士在接受记者采访时表示，若能有效地整合线上线上资源，拓宽终端产品的销售渠道，将有利于国内手机厂商提高市场占有率，获得进一步发展。凭借中兴在客户理解、规模供货、成本优化、质量保障等带来的优势，有助于其在渠道开放市场的稳健、聚焦和持续开拓。渠道的开拓更有助于中兴对最终用户需求的收集、分析、理解和把握，并逐步建立口碑。商报记者 吴辰光

相关链接

电信运营商主导手机销售渠道

目前，手机终端销售的主要模式为电信运营商捆绑定制模式、手机厂商直供模式和全国分销模式。未来，这 3 种模式相互渗透的趋势将越来越明显。

由于 3G 移动互联业务体系比较复杂，运营商开始整合产业链资源，将互联网业务引入到手机上，不断推出新业务，并且通过手机推广这些业务。因此，运营商在通信产业链中的主导地位将得到巩固。

移动互联时代，消费者更加注重移动互联网业务的用户体验，而手机终端是用户体验这些业务的载体。因此，运营商和各个分销商纷纷以合作建立营业厅、引商入柜、店中店等形式进入手机销售领域，开始尝试业务渗透和交叉经营。这是手机销售渠道行业特有的现象。

同时，移动运营商与分销商合作建立营业厅也将是未来手机终端销售渠道的主流模式。在这种模式下，运营商与分销商合作建立营业厅，实行产品服务一体化的经营模式，以手机终端的销售带动高利润的移动互联网服务业务的增长。

此外，手机厂商向零售商直接供货的模式，是手机销售渠道发展的另一个趋势，可以最大限度地降低手机销售渠道的成本，满足了零售商获取更多利润的需求和消费者对低价格手机的需求。来源：2012-7-11 北京商报微博

[返回目录](#)

【移动增值服务】

联通再推“随意玩”套餐

在推出“随意打”掀起国内 2G 市场乱战后，联通在 2G 业务市场再度出招。昨天，记者了解到，广东联通刚刚推出了异常低价的 GPRS“随意玩”套餐，每月 10 元可包 5G 流量，这也可能再次引发联通各分公司的竞相效仿。

据了解，广东联通此次推出的“随意玩”套餐针对的是 2G 网络用户，该套餐分为两档，分别是 5 元包 1G 流量和 10 元包 5G 流量，使用时间是每日的闲时段即 23：00 到次日 9：00。来源：2012-7-14 京华时报

[返回目录](#)

广东联通首个推 2G 随意玩套餐 晚上 10 元包 5G

2012 年以来中国联通(微博)各地掀起 2G 电话网内随意打热潮，而日前由传出“广东联通推 2G 数据随意玩”一事，对此，广东联通表示，准确来说，是两档 GPRS“随意玩”套餐，最高的一档为晚上 23 时后每月 10 元包 5G 流量，相

当于晚上 2G 用户可随意上网，这种晚上 2G 流量随意上网的套餐为业内首次出现。

两档 GPRS 随意玩套餐

GPRS 即目前的 2G 用户使用的网络。根据广东联通一则海报透露的消息，此次联通推出的 GPRS 套餐分为两档：分别为“随意玩 闲时优惠 5 元包套餐(包含 1G GPRS 流量)；以及“随意玩 闲时优惠 10 元包套餐(包含 5G GPRS 流量)。

广东联通证实，确实于近日推出了这种套餐，按照标准资费计算，手机上网 1G 流量的话需要花 1000 元，而按照广东联通该套餐资费只需 5 元钱。且上述套餐流量可以和原有 GPRS 套餐叠加使用，其为广东省内流量，不分 WAP、NET。广东联通用户可以发送 GPRSXS5、GPRSXS10 到 100010 进行相应套餐的订购，用户也可在可在营业前台、短信营业厅和增值业务推荐系统中订购。

根据第三方调研机构调查，手机用户群上网使用高峰期在当晚 23：00-次日 9：00 之间，特别是 23：00-2：00 这个时间段。而此次广东联通推出的 GPRS 优惠套餐正是为了迎合广大用户上网的时间段需求，用户开通上述相应的套餐后，即可在每日闲时时段每日 23：00 到次日 9：00 享受相应的流量优惠。

2G 手机用户晚上上网 10 月包 5G

根据易观智库日前发布的调研数据统计，2012 年第 1 季度，中国移动互联网市场规模已经达到了 306 亿元。业内预计，广东联通此举将加速手机上网的普及。

广东联通相关负责人表示，此次推出这种 GPRS 套餐主要为了给 2G 用户带来实际性的使用改变，合理运用闲时网络资源，这种“随意玩”闲时优惠 GPRS 流量套餐业务，将给用户带来优惠的上网资费。正常情况下，GPRS 用户一个月 5G 是无法用完的。

实际上，广东联通此次推出的流量“随意玩”套餐，开创了大流量 GPRS 上网套餐的历史先河。此次广东联通率先推出“随意玩”GPRS 优惠套餐业务，不仅大大满足了目前年轻一代移动终端用户的应用需求，预计也将拉开业内 2G 流量资费改革的序幕。来源：2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

上海公交车拟试点 WiFi 上网

或许在不远的将来，上海市民坐在公交车里就能通过 WiFi 用手机、iPad 等上网。上海电信已和巴士集团达成合作共识，计划让 WiFi 进入公交车，目前所

有技术和设备都已就绪。不过，在哪条公交线路率先试点、何时试点、是否免费等具体情况，目前还没确定。来源：2012-7-11 北京晨报

[返回目录](#)

北京 IPTV 低调测试：已进入用户上线测试阶段

昨天记者从广电总局官网了解到，中国网络电视台、北京电视台和北京联通(微博)公司三方合作的三网融合 IPTV 合作协议已经正式签约，北京地区的 IPTV 业务已进入用户上线测试阶段。

三网融合实质突破

根据协议，中国网络电视台和北京电视台主要负责 IPTV 业务中内容的集成和播控平台的建设，北京联通主要负责 IPTV 传输分发网络的建设。IPTV 集成播控总平台由中国网络电视台负责建设，北京 IPTV 集成播控分平台由中国网络电视台和北京电视台联合建设。

研究三网融合的专家、融合网总编吴纯勇告诉记者，上述协议的签署意味着 IPTV 业务已可以在北京合法推广，也表明北京三网融合获得了实质性突破，甚至对全国三网融合进程来说都是一个非常重要的标志，“虽然上海、广东等省市的 IPTV 业务走得更快，但作为首都，三网融合在北京获得突破的重要意义不言而喻。”

低调测试尚未推广

目前，无论是北京电视台还是北京联通，都没有对 IPTV 业务进行任何宣传推广。记者从北京联通了解到，目前 IPTV 业务仅针对少量友好用户进行内部测试，具体何时才会大规模推广尚不得而知。

有业内人士认为，由于北京地区的有线电视运营商歌华有线与北京电视台之间存在从属关系，一旦北京联通大面积推广 IPTV 业务，很可能会冲击歌华有线的业务，这或许是相关方面不愿积极推广 IPTV 的原因之一。

引入竞争用户得利

吴纯勇认为，如果能有更多运营商进入 IPTV 市场，会带来服务的升级和资费的下调，对用户来说无疑是件好事。不过目前来看，多家运营商进入 IPTV 领域尚待时日。标清 IPTV 业务需要 2M 以上带宽，而高清要求带宽达到 10M 左右，因此联通大面积推广 IPTV 业务还要待宽带光纤化改造的全面完成；歌华有线只有完成了由单向到双向的网络改造，才具备和联通平等竞争的實力；而电信和移动要想进入这一市场，尚需政策开绿灯。

>>名词解释·IPTV

IPTV 业务即交互式网络电视 ,通过 IPTV 机顶盒 ,用户可以同时实现看电视、上网的功能。来源：2012-7-12 京华时报

[返回目录](#)

技术情报篇

【电信网络】

沃达丰 KPN 荷兰试点网络共享

沃达丰荷兰子公司与当地运营商荷兰皇家电信(KPN)签署了一份网络共享协议。

但该协议仅为试点测试，将于 2012 年 9 月开始。据 C114 了解，目前全球有不少国家和地区的运营商采取了网络共享的运营模式。

2012 年年底，荷兰皇家电信与沃达丰将评估试点效果，并确定是否有继续合作的可能性。来源：2012-7-17 中国通信网

[返回目录](#)

Sprint 商用 LTE 网络 2013 年全国覆盖

Sprint 昨日正式商用 LTE，在亚特兰大、达拉斯、休斯敦、堪萨斯城和圣安东尼奥五大城市开通了服务。

Sprint 的 LTE FDD 业务采用的是 1900MHz PCS 频谱，5MHz 信道，平均速率下行为 10Mbps，上行为 2Mbps，速率远远快于现有的 WiMAX 和 CDMA EVDO 网络。Sprint 还与 Clearwire 签署了长期网络共享协议，共同完成 LTE 部署计划，共同选择 LTE 站址，热点要覆盖到 Sprint 的用户密集区域。Clearwire 计划于 2013 年 6 月份商用 TD-LTE，第一阶段计划完成 5000 个 TD-LTE 基站的部署。

Sprint 表示：“为了更好的满足用户对语音及数据业务的需求，我们提出网络愿景计划，正在打造一个全新的、遍布全国的 3G 和 4G LTE 网络。这将意味着 Sprint 手机用户在浏览网页或是分享图片时，可以享受速率更快的 4G LTE 服务。再加上我们的 LTE 资费套餐是全美国唯一一家提供不限流量的，这会成为用户最好的选择。”

Sprint 已经为其网络愿景计划采购过多频段、多技术的无线接入网络产品。根据网络愿景，现有 3G 网络的性能也会得到提升，如减少掉话率、提高速率、

扩大覆盖范围。除了五大城市的 LTE 商用外 ,Sprint 还将加快在其他城市的推出 ,计划到 2013 年 12 月底完成全国覆盖。

不过 ,竞争对手 Verizon 的 LTE 网络服务则已遍及全美 300 多个城市 ,AT&T 的 LTE 网络服务也涵盖美国 41 个城市。来源：2012-7-16 中国通信网

[返回目录](#)

【终端】

华为全新上网卡 Wi-Fi 猫面世

随着消费者使用多种数码设备协同接入 3G 网络的应用需求愈发强烈 ,数码设备 Wi-Fi 化已成大势所趋。近日 ,华为(微博)推出全新的上网卡品类 WiFi 猫 ,该产品的推出让传统上网卡仅能支持 PC 或笔记本电脑上网的限制被彻底终结。

与传统上网卡相比 ,华为 Wi-Fi 猫突破了前者“ 一对一” 的应用局限。该系列产品在传统上网卡的形态之上 ,融合了 3G 上网与 Wi-Fi 分享功能 ,可以实现“ 一拖五” 的工作模式 ,即同时支持 5 台 Wi-Fi 设备稳定地接入 3G 网络 ,不仅令 3G 环境下的 Teamwork 变得易如反掌 ,还让用户的移动互联网使用成本大幅降低 ,在多人需要同时联网时 ,用户不必再购买多部上网卡并办理多个套餐 ,一套资费即可多人共享。

同时 ,该产品还具有全面的局域网管理功能 ,消费者在其“ 管理配置” 界面中 ,可以轻松完成网络密码设置、防火墙配置、管理接入设备等操作 ,随心所欲地管理由 Wi-Fi 猫创建的小型局域网。来源：2012-7-11 北京商报微博

[返回目录](#)

TechTiles：设置手机功能的 NFC 贴片

现在已经有很多手机制造商推出了带有 NFC 功能的手机 ,但是真正将这项技术投入到实际应用中的案例还并不多见 ,三星(微博)推出了一款叫做 TechTiles 的 NFC 贴纸。其功能如下：首先 ,你可以把这个 TechTiles 贴纸放在任何角落 ,当你的手机在它的前面“ 扫” 过的时候 ,手机就会自动同步到贴片里面所存储的设置。比如说 ,你睡前把手机往床头上的贴片轻拍一下 ,你的手机就会自动设置好闹钟 ,并调整为夜间模式。其次 ,你还可以重设手机 ,当中包括开启蓝牙 ,连接 WiFi ,改变声音大小 ,调整亮度等等 ,最后 ,你还可以用它来交换名片 ,打开地图上的一个特定地址 ,打开网页 ,进入 Facebook 或者 Foursquare 主页 ,在 Facebook 上自动加入“ 喜欢” ,更新 Facebook 状态发送 Twitter 信息或者

转发别人的微博,与 LinkedIn 上的用户联系等等。如果你想使用更多的 TechTiles 功能的话,只需要从 Google Play 应用商店下载一个名叫 Samsung TecTiles 应用即可。来源:2012-7-12 《互联网周刊》微博

[返回目录](#)

中国移动首款 TD-SCDMA NFC 手机研制成功

来自中国移动(微博)的最新消息,首款具备 NFC(近距离非接触通信技术)支持的 TD-SCDMA 手机已研制成功,并在上月中国移动与浦发银行手机支付系列产品联合发布会中成功展示。该款 TD-SCDMA NFC 手机,支持 NFC 卡模拟、读写器及点对点三大功能,满足金融级安全要求,可在手机支付业务中使用。

据了解,NFC 是一种基于 13.56MHz 标准的近距离非接触通信技术,目前我们日常使用的公交卡、门禁卡、会员卡以及部分支持非接触功能的银行卡都采用了这个技术。中国移动研发的该款手机能够支持多应用开放平台的安全管理体系,可预置电子钱包客户端及应用,并在国内首次实现了通过多应用开放平台进行空中下载、安装、删除等业务。通过空中发卡,用户可方便地使用中国移动浦发联名卡等业务,大大降低了业务门槛。

专家介绍,将 NFC 技术集成到手机中以后,其加载的卡模拟功能能使手机摇身一变成公交卡、门禁卡、会员卡、银行卡,取代用户钱包中的传统卡片来乘坐公交、地铁、出租车;在商场、便利店购物时实现支付、打折、积分等功能。读写器功能则能使手机变身 POS 机,读取公交卡中的余额、对卡片进行充值、利用手机获取卡里的信息。此外,通过点对点模式手机之间可以利用 NFC 进行通信,两个手机之间只要简单碰一下就可以实现名片交换、WIFI 连接、蓝牙配对、共享图片、数据传输等实际的功能。来源:2012-7-11 新浪科技微博

[返回目录](#)

【运营支撑】

GSA 证实超 330 家运营商致力于部署 LTE 网络

全球移动供应商协会(GSA)在其更新版《LTE 演进》报告(Evolution to LTE)中证实,目前已有 101 个国家和地区的 338 家运营商致力于 LTE 商用网络部署,或正在从事相关实验、技术测试或研究。该报告涵盖了 LTE FDD 和 LTE TDD 两种技术模式。

其中 280 家运营商做出郑重承诺 ,将在 90 个国家和地区部署 LTE 商用网络。另有 11 个国家和地区的 58 家运营商正在考虑中 , 不过他们也在进行 LTE 技术试验、测试或研究。

目前已有 89 家运营商在 45 个国家和地区推出了 LTE 商业服务 , 其中包括 9 个商用 LTETDD 网络 , 分别位于澳大利亚、巴西、印度、日本、波兰、沙特阿拉伯、瑞典和英国。

另有 63 家运营商也在过去 12 个月内推出了商用 LTE 服务。

全球移动供应商协会预测 , 截止 2012 年年底 , 全球将有 150 个商用 LTE 网络投入运营 , 范围覆盖 64 个国家和地区。来源 : 2012-7-16 飞象网

[返回目录](#)

中华电信 100M 光纤上网覆盖率 2012 年底将达 7 成

为加速宽带网络建设 ,中华电信 100M 光纤上网覆盖率 2012 年底将达 7 成 , 将高速光纤上网服务推向更多家庭。

NCC 上周三通过中华电信新增光纤上网服务申请 , 包括 50M/20M、100M/40M 及受到外界注目的双向对称 100M/100M , 中华电信预计 7 月底以前将开放申请。

虽然 100M/20M 已在 2011 年推出 , 2012 年进一步推出上下行速度双向对称的 100M/100M 服务 , 但并非所有用户都可申请 100M 高速光纤上网服务 , 影响因素包括用户距离电信机房远近等等。

为配合政府提出“数字汇流发展方案”要在 2015 年 8 成家庭可接取 100M 光纤上网服务 , 中华电信计划以 10 年每年投入 200 亿(新台币)经费建设国内宽带网络 , 预计 100M 覆盖率将达 100%(不包含偏远地区)。目前中华电信 100M 覆盖率约达 30%以上用户家庭 , 2012 年底将目标达 70% , 2013 年继续扩大网络覆盖率 , 将覆盖 80%用户。

不过 , 中华电信所指的覆盖率是将光纤网络铺设到大楼外的交接箱 , 也就是交接箱光化后涵盖的范围 , 即使用户附近交接箱完成光化 , 只要大楼内电信线路没有光化 , 用户很难享受到 100M 高速上网的便利性。

为克服最后一公里难题 , 中华电信希望推动光纤建筑立法 , 从法规面要求新建物铺设光纤网络 , NCC 也计划与内政部合作 , 将光纤设备列为大楼电信室内的必要设备 , 让新建筑住户未来可接取高速光纤上网服务。

既有建物要完成光纤网络建设难度较高 , 根据中华电信的说明 , 建筑物内必需留有管道空间提供光纤布线 , 或是在光纤网络未到达的大楼或小区 , 由管委会



或全体住户同意，并且自备光纤网络提出申请由中华电信施工，两种方式都具有一定的难度。来源：2012-7-17 飞象网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

年底美国智能机用户将达 1.1 亿人

美国数字营销咨询公司 eMarketer 预计，截止到 2012 年年底，美国智能手机用户将接近 1.116 亿，笔记本用户将达约 5500 万人。

多数情况下，拥有智能手机和笔记本的用户，会把这些移动设备作为处理事务的首选方式，尤其是处理那些不那么紧急的任务，比如浏览网页和人际交流。

数据显示，拥有智能手机或者笔记本的女性用户更倾向于通过手机去进行社交联系和收发邮件，通过台式机 and 笔记本做其他事情。相反，男性更喜欢只在手机上使用即时通讯和网上银行服务。

此外，面对不同类型的广告，男人和女人都会给予同等关注，但女人可能会不太注意视频、醒目标题和弹出式广告。如果移动广告与他们正在查看的话题有很大的联系，那么他们就会特别注意这些广告(对于男性用户来说，整体的广告虽少，却会和内容有更大的关联性)。有接近三分之一的女性用户认为，如果广告很有趣的话，也同样会吸引她们的眼球。

eMarkter 预计，美国广告商在 2012 年将会花费 23 亿美元用于移动广告。
来源：2012-7-12 新浪科技微博

[返回目录](#)

预计 2012 年 iPhone 美国销量将达 4000 万部

美国投资银行 Raymond James 分析师塔维斯·麦科特(Tavis McCourt)周四发布研究报告称，2012 年苹果 iPhone 销售量将有所增长，美国市场销量将接近 4000 万部。

麦科特预计，苹果 iPhone 通过 Verizon 通信、AT&T 和 Sprint Nextel 这美国三大运营商巨头出售的 iPhone 数量均会增长。

麦科特将苹果的股票评级定为“强力买入”(Strong Buy)，并预计苹果在 2012 日历年通过美国三大运营商出售的 iPhone 数量很可能将会达到 3970 万部，在

美国智能手机市场上所占份额将从第一季度的 58% 上升至 60%。也就是说，虽然美国智能手机市场从整体上来说正在变得更加成熟，但苹果 iPhone 在三大运营商中的销售量还将增长。

麦科特指出：“在 2012 年第一季度中，通过运营商‘三巨头’销售的智能手机总数为 1560 万部，低于 2011 年同期的 1600 万部，第一次同比下滑，这是由于智能手机的成熟度正在增强，以及刺激用户升级换代的动量减弱。虽然整体趋势如此，但 2012 年第一季度‘三巨头’的 iPhone 销售量为 900 万部，高于 2011 年同期的 580 万部，而且通过每家运营商出售的 iPhone 数量均同比增长。”

麦科特预测，当 iPhone 5 发布时，这种智能手机在 Verizon 通信和 Sprint Nextel 中的人气度将会增强，从而提高通(微博)过这两家运营商的销售量，使其更加接近于 AT&T。目前而言，AT&T 出售的 iPhone 数量仍高于其他两家运营商中的任何一家。他还认为，iPhone 5 支持 LTE 将弄平 LTE 手机的“竞技场”，目前三星(微博)和 HTC 都已生产了支持 LTE 网络的 Android 手机。

麦科特称：“我们预计，AT&T 2012 年将会丧失一些市场份额，Verizon 通信在第四季度的表现尤为强劲，原因是其基于 LTE 的 Android 手机销售量已很大。我们认为，当基于 LTE 的 iPhone 面世时，将对市场需求造成重大的影响。”

Raymond James 另一名分析师弗兰克·劳赞(Frank Louthan)维持对 Sprint Nextel 股票的“跑赢大盘”(Outperform)评级，同时维持对 AT&T 和 Verizon 通信的“与大盘持平”(Market Perform)评级。他指出：“从整体上而言，我们仍旧认为 Verizon 通信正处于优越的位置，将可抵消 iPhone 补贴增加所带来的负面影响，原因是其利润率更高、用户流失率下降以及当前的 iPhone 用户人数减少。”

劳赞预计，2012 年 AT&T 每股收益为 2.30 美元，低于此前预期的 2.36 美元；Verizon 通信每股收益为 2.44 美元，低于此前预期的 2.45 美元。

当日，苹果股价在纳斯达克(微博)常规交易中下跌 5.53 美元，报收于 598.90 美元，跌幅为 0.91%。过去 52 周，苹果最高价为 644.00 美元，最低价为 353.02 美元。来源：2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

【市场反馈】

增量市场亮点多 监管面临新挑战

7 月 13 日，工信部电信经济专家委员会(ECTE)举办主题为“新产业环境与开放共赢”的夏季学术沙龙活动。来自工信部、发改委及地方通信管理局、部电

信研究院、三大基础电信运营商等近百余代表，围绕工信部近日颁布的《鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，深入探讨基础电信业务向民资开放的重大意义，分析新政策及形势变化对通信业营造的新环境与新机遇，研究促进电信市场开放共赢所需的政策环境。会上，专家一致认为，《实施意见》在许多方面取得了实质性的突破，是一次利好的政策文件，但如何让它落到实处，还要研究协调处理好多方面的问题。在新的产业环境下，不管是国有企业，还是民营企业，都应该拓宽业务渠道，在新的细分市场上找增长点。

开放中的“亮点”受关注

工信部通信发展司副司长陈家春在沙龙上表示，《实施意见》是国家有史以来在电信领域对民营资本开放力度最大的一次。在我国“宽带中国”和移动通信迅速发展的驱动下，移动转售业务、接入网与用户驻地网这两个基础电信业务首次向民间资本开放，是符合当前我国电信发展需要的。

试点移动转售业务，无疑成为本次沙龙中专家讨论最多的话题之一。广东省通信管理局局长古伟中强调，要把“转售业务”与“代理”区别开来，转售究竟包括哪些范围？内涵是什么？外延是什么？要研究转售业务目前的条件、情况和可能遇到的问题。他认为有几个问题须考虑清楚：目前东南沿海一些发达地区的电信市场竞争已经比较激烈，如传统移动业务已经趋于饱和，在这样的情况下，移动转售运营商究竟还有多少发展空间？基础电信企业对移动转售业务究竟持何种态度？如何确保移动转售业务顺利实施？是不是需要限制牌照数量？价格应该如何管制？

为确保移动转售业务能够良性发展，古伟中建议引入或者建立一些新的制度，如建立服务保证金制度，有保证金在，用户的权益就有保障。再比如引入专家鉴定制度，对试点业务，牌照许可发放和对已经发放牌照企业的退出均应该实行专家鉴定，根据专家组的鉴定确定牌照的派发和退出。海南省通信管理局局长薛良燕则建议，要求各基础电信运营商均从移动通信业务中划出一部分，专门供民间资本进行转售业务，划法由工信部统一规划。政府应该为民营企业和国有企业营造同等的政策环境。由于各地情况不一，实施细则应该有针对性。

监管面临新挑战

十年前，国家一度尝试开放过驻地网，但并没有达到预期，因为最后一公里容易形成垄断。此次向民资的开放领域中，政府不仅开始发放用户驻地网牌照，还允许搞接入网试点，实为一次大跨步，也必然会给监管带来新的课题。

研讨会上，来自广东、福建、重庆、海南的通信管理局局长纷纷表示，目前的监管队伍还是12年前管局成立之初的队伍，已经明显跟不上时代发展的需要。随着更多的竞争主体进入电信市场，加强监管队伍的建设时不我待。

广东省通管局局长古伟中指出，行业监管还应该掌握一些基本原则。一是适度的原则，管制既不能过严，也不能过松，过严就会抑制一些民间资本开发移动虚拟运营的热情，过松又会对市场造成不良的影响。二是保护用户合法权益的原则。

专家认为，面对民资进入基础电信业，许多原有的监管政策也不太能适应监管发展的需要了。对此，薛良燕建议，要赋予通信管理局更多的监管职能，要加强监管机构技术能力的建设。薛良燕强调，行政许可问题和互联互通问题，是政府在引入民间资本的过程当中要尽快研究制定的政策。

重庆市通信管理局局长邢海英则认为，要想提高监管能力，从而让民间资本更好地进入电信业，民营企业与国有企业形成合作共赢的局面，应尽快出台开放的细则和指导意见。

把政策落到实处是关键

“《实施意见》的出台实属不易，但我认为后面的工作将更难。”陈家春发出感慨，如何使文件有操作性，如何使之尽快落地，并取得良好的效果？是紧迫和艰巨的任务。研讨会上，专家们围绕有效政策的制定实施进行了深入讨论。

民营资本在电信市场中毕竟是弱势群体，如何保障他们进行有效、公平、充分的竞争，专家们发表了许多看法。福建省通信管理局局长杨锦炎认为，国家层面应该解决两个问题：一是电信的立法必须要保证；二是要尽快建立普遍服务基金。部里层面也要解决两个问题：一是综合信息服务的发展和信息化的推进；二是服务标准要跟上。

针对最受关注的用户驻地网放开的问题，陈家春说，网络的入户线应当是唯一的，楼宇落成时就已经建设好，与任何业务提供商都没有关系，这样，才能保障用户对网络运营商的选择权。

国家发改委体改所产业室主任史炜认为，当前讨论资本市场的开放，应该从传统电信业的层面上升到信息通信产业的高度，从产业链资源配置的角度，包括银行融资等环节，制定更细化的政策措施。下一步对民间资本的开放，要注重从政策法规，特别是法律体系层面去保障，要建立一个对等、公平的交易关系。来源：2012-7-17 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

最新调查报告显示：上海网速全国第一

我国网速最快的地方在哪里？自己所在的区域平均网速到底有多少？上网在居民日常生活中已成为不可分割的一部分，这些问题一直纠缠众多网民。

日前，在纳斯达克(微博)上市的国内最大的 CDN(网络加速)服务提供商蓝汛 ChinaCache 给出了这两个问题的答案，根据其公布的 2012 年上半年全国网速指数显示，上海地区平均网速最快，而全国网速最高点为上海电信，达到 5.74 Mb/s。

各省网速排名发布——上海最快

蓝汛公布的数据显示，2012 年上半年，全国平均网速值为 2.19Mb/s。上半年平均网速排名前五位的省市依次为：上海、北京、安徽、浙江和广东。而根据蓝汛之前公布的 2012 年 1 季度网速排名数据显示，上海依然排第一，其后为北京、江苏、浙江、安徽。

排名数据显示，上海是全国网速最快的地区，而且无论是上海电信，还是上海移动和上海联通，这三家地方运营商的网速在各自集团公司中均排名靠前。上海电信平均网速 5.47Mb/s，更是成为全国网速最高点，上海联通为 3.37Mb/s 排联通内部第一，上海移动 4.81Mb/s 则紧随排头兵浙江移动之后。

就在一年之前，当下网速最快的上海，却曾在 2011 年初国内某机构发布的互联网连接速度报告中，成为全国网速最慢的区域。不过，当时这家机构的测速方法饱受质疑。这家机构并没有亲自测试各地网速，而是委托第三方通过 IDC 方式模拟测试互联网连接速度。这种 IDC 机房测速方式受到众多因素的影响，因为机房的环境与终端用户的实际使用环境相差甚大。即使是这家机构自己，也对测试结果“信心不足”，表示仅通过 IDC 方式进行测试，有可能不能完全反映中国网民使用体验。

蓝汛则是结合遍布全国各级城市的服务节点、1.3 万台服务器以及众多网络客户实时收集宽带数据。“很多行业内领先的网站都是我们的客户，网民走我们的平台访问这些网站，会留下关于访问速度的痕迹，从而测算出网速”，蓝汛副总裁傅亮对《IT 时报》记者表示。

傅亮介绍，在 2010 年底的基础上，2011 年后期的数据分析算法更加科学，“因为数据的丰富，我们可以将不同的数据进行叠加运算，比如某一个网民现在正在下载某个软件补丁包的同时观看电影，反馈很卡，那么数据平台就能发现是网民的问题，而非运营商的过错。”

硬环境软服务提升后的“自然反应”

蓝汛公布的数据显示，2012 年 1 至 6 月，全国平均网速超过 2M 的省市达到 19 个。这意味着，自“宽带中国”项目实施以来，互联网基础设施建设开始逐步推进，全国网速水平也得到了进一步提升。而上海网速在全国范围内跑得最快，主要原因就是上海光纤宽带网络的建设走在前头。

“从 2011 年起，上海市尤其是上海电信进行了非常有针对性的光网城市建设，这也为整体表现的提升创造了坚实的基础。”傅亮说道。

早在 2009 年，上海电信提出“城市光网”行动计划，2010 年 4 月上海的“城市光网”正式商用。时至今日，目前上海电信已经实现 550 万光网覆盖，有 170 万申城市民光纤入户，上海已成为名副其实的“国内光网第一城”，到 2012 年年底上海光纤用户将突破 230 万。目前，上海电信的光网渗透率(光网用户和宽带用户之比)在 40%左右，逐步接近世界宽带最发达国家——日本 60%的光网渗透率。

随着光纤网络的扩大化覆盖，上海的网络硬件环境变得越来越优。同时，运营商继续扩大数据平台的投入，不断提升自身服务，使得越来越多的网络企业将服务器放置在上海，“这些服务器放在上海，那么上海的用户访问这些网站的速度自然较快。”傅亮表示。

上海电信信息网络部相关人士对记者介绍，视频类网站近几年引入上海 IDC 是比较多的，包括土豆、优酷、酷六、PPLive、迅雷(微博)等知名在线视频服务商，2012 年又引入奇艺、乐视(微博)网等。“一方面我们为这些网站提供量身定做的服务，另一方面，视频网站的运营成本主要取决于带宽成本，我们也提供相关优惠政策，吸引企业入驻”，这名电信人士说道。随着越来越多网站服务器的“落沪”，这也让上海市民的上网体验越来越快捷。来源：2012-7-16 IT 时报微博

[返回目录](#)

第二季度 Android 统治美国智能机市场

尼尔森今天发布 2012 年第二季度美国智能手机市场报告。报告显示，Android 手机已占据美国市场 51.8%的份额；在最近三个月内新购买智能机的消费者中，约 54.6%会选择 Android。

然而，Android 的增长却并没有造成 iPhone 销量的下降。34.3%的智能手机用户在使用 iPhone。尽管市场上大多数手机都是 Android 系统，苹果却有着更大的制造份额。

尼尔森指出，相比苹果 34%的市场份额，三星(微博)排在美国智能手机市场的第二名，份额为 17%。另一方面，8.1%的用户选择黑莓(微博)，而 Windows Phone(微博)仅占 4.3%。Android 和 iPhone 的份额都有一定增长，黑莓和 Windows 却在慢慢失去市场份额。

总体来看，美国智能手机市场本季度呈上升趋势，约 54.9% 手机用户选择智能手机。尼尔森认为，过去的三个月，在购买手机的群体中，有三分之二的人会选择智能手机而不是功能手机。因此，美国手机市场中智能机所占份额将很快突破 60%。来源：2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)

3G 手机新品上市数首超 2G 移动互联趋势加深

当移动互联网发展得越发成熟，其与百姓的生活越发密切，“指尖上的中国”完全呈现。

这反映在终端消费上，是 3G 手机新品首超 2G。工信部电信研究院最新公布的 6 月份手机行业运行状况显示，2012 年上半年全国手机市场出货量为 19491.3 万部，其中 3G 手机出货量达到 10687.4 万部；2012 年 6 月份，3G 手机新品上市 166 款，首次超过 2G 手机新品数量。

这体现在网民比例上，是移动终端网民数量或超越 PC。在日前召开的“2012 年增值电信业务合作发展大会暨移动互联网(北京)峰会”上，中国互联网络信息中心(CNNIC)互联网发展研究部副主任陈建功透露，使用手机上网的网民比例将首次超过台式电脑上网的网民比例。

这映照在消费模式上，是移动互联网应用从娱乐主导型向消费和电子商务型转变。从广州举办的“大转型时代企业移动电子商务策略分析会暨移联通址推介会”上获悉，2012 年一季度，国内移动电子商务市场规模达到 66.7 亿元，同比爆发式增长 530.1%，移动购物与移动应用服务占 65% 以上，首次超过移动增值业务。

诸个“首次”、“超越”的字眼出现的同时，消费者的主导性地位同时呈现；数据背后，移动互联网用户为王的时代印记越发明显，围绕用户需求谋发展、论成败成为行业趋势。

有如，在手机上网用户激增的背景下，让 3G 手机走近普通消费者成为电信运营商在 3G 推广中的共识，齐推千元智能终端就是明证。又如，移动互联网成为投资热词。究其原因，正如李开复(微博)所说：“首先是因为中国拥有巨大的市场、庞大的用户群体；其次，手机的价格快速下降，将变成普通消费品，智能手机将覆盖大部分人群；第三，移动互联网创业门槛达到历史新低，让多种商业模式百花齐放，开发者获利的模式非常健康。”在这之中，用户模式、用户效应是投资衡量的标准。

由此，“移动互联网已经不是某个小圈子之内的事，而是各个领域、各种技术协同叠加的体系”。当下，移动互联网的参与者只有在内容、应用、终端、网络、服务、生态体系等各方面迎合用户需求、整合布局，同时注意解决安全隐患，才能真正俘获用户的心。来源：2012-7-12 通信信息报

[返回目录](#)

应用开发商：iPhone 应用更受欢迎 安卓受冷落

美国应用设计研发公司 Fueled 总监瑞安·麦兹纳(Ryan Matzner)称，尽管市场份额已居于主导地位，但 Android 平台仍只是大公司开发应用时的第二选择。

麦兹纳表示，他在与客户沟通时几乎从未听谁说过想先开发 Android 应用。他说：“只有一次，有个客户说要先做 Android 再做 iOS，这几乎闻所未闻。”

Fueled 每月为数百家客户开发应用，其中包括 Conde Naste、Urban Daddy 及美国运通这样的大公司。尽管 Fueled 同时拥有 iOS 和 Android 研发团队，但客户通常只在他们成功开发出 iPhone 应用后，才开始考虑 Android 版；若需要同时开发两个版本的应用，iPhone 版的优先级也更高。而那些预算有限、只足以选择其一的厂商通常都会选 iPhone。

麦兹纳称，客户厂商和大部分应用开发商之所以总是优先在 iPhone 上推出应用，甚至根本不考虑 Android，原因有三个：

iPhone 用户愿意在应用上花更多的钱。他说：“iPhone 用户群的消费意愿更高。这与富裕程度相关，也离不开 iTunes 与信用卡消费的无缝结合。一步到位式购买很棒。”

iPhone 用户更倾向于尝鲜新应用。他说：“这个用户群体更有魅力，也更容易接受新鲜事物。你在选择平台时总会愿意选抢鲜一族聚集的那个。”

在 Android 上开发应用需要投入更多的时间和钱。他说：“我们在 Android 上开发应用所耗费的时间比在 iOS 上要多出 20%，因此成本也更高。”

麦兹纳说，相较于 iPhone 版本，厂商开发一款 Android 应用要花更多的钱，而用户接受度和付费意愿却更小，这并不是个制胜策略。来源：2012-7-13 新浪科技微博

[返回目录](#)



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

● 垂询及订阅请联系：

集团总机: (010) 65981925、65981897	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