



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. 08. 29

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 电信业不宜滥用破坏式创新

“破坏式创新”，这个词最早源于美国哈佛大学商学院创新理论大师克莱顿·克里斯滕森教授在 1997 年所著的《创新者的两难》，书中提出“破坏式创新” (Disruptive Innovation) 理论。

■ 互联网手机短期可行长期未必

智能手机竞争，或许销售额才最具说服力。联想集团副总裁、MIDH(移动互联和数字家庭业务集团)开放市场业务部总经理曾国章近日披露，联想手机整体市场份额和智能手机市场份额双双跃居国内第二。而在未来竞争中，互联网公司做手机短期有机会，长期不看好。

■ 谷歌化的摩托罗拉该何去何从

弄得满城风波的摩托罗拉裁员事件宣告终止，昨日，记者获悉，所有被裁员工基本都签署了离职协议，未来摩托罗拉移动也将执行自己的转型计划。然而，有专家指出，谷歌化的摩托罗拉，战略重心已变得模糊不清。

■ 摩托罗拉裁员都是“苹果”惹的祸

一年前，谷歌重金收购摩托罗拉移动引发了 IT 界的大地震。一年后，谷歌对摩托罗拉动的“第一刀”更是引来了大风暴：全球裁员 4000 人，关闭三分之一的机构。谷歌享有“工程师天堂”的美誉，它从来没进行过这么大规模的裁员。在本应重兵布阵的中国，裁员规模预计超过千人。这恐怕也是近年来跨国 IT 巨头在华最大规模的裁员了。

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
电信业不宜滥用破坏式创新	5
互联网手机短期可行长期未必	6
谷歌化的摩托罗拉该何去何从	7
摩托罗拉裁员都是“苹果”惹的祸	9
苹果下次剿杀的可能就是你的手机	12
产业环境篇	13
【政策监管】	13
北京禁止物业房管机构为光纤到户设障	13
工信部：运营商定制手机内置应用应考虑用户需求	14
【国内行业环境】	15
首个国家级物联网规划发布	15
我国光传输基础研究获重大突破	17
7月国内 3G 手机出货量同比翻番	18
高层关注加速三网融合 IPTV 业务进程	20
IPv6 走向标准化 IP 地址匮乏现象将终结	23
工信部广电总局联手促 AVS 产业规模应用	23
国内上半年移动智能终端出货量达 1 亿 增速近 200%	25
【国际行业环境】	26
英国首次为商家运营 4G 网络放行	26
新加坡电信云计算客户突破 20 万	26
美国对华为中兴等厂商发起专利调查	27
美重新评估乘飞机使用电子设备安全性	28
西班牙电信或投资 15 亿欧元竞拍英国 4G 频谱	28
巴西计划于明年进行 700MHz 数字红利频谱拍卖	29
美电信运营商 T-Mobile 重启无限 HSPA+数据计划	29
运营竞争篇	30
【竞合场域】	30
三大电信运营商中报悉数出炉	30
宽带速率成关注焦点 运营商陆续部署测速平台	31
运营商纷纷宣布关闭 2G 网络 释放频谱升级网络	33
【中国移动】	35

中国移动试点彩云业务	35
中移动年底正式涉足云服务	36
中移动呼吁释放优质频率用于 4G	36
中国移动入股中广传播已板上钉钉	38
无线上网成增长主力 中国移动迫切转型	38
中移动 ARPU 值下降盈利趋缓转型信息运营	40
中国移动路由器交换机集采: H3C 成主流供应商	42
中移动启动大规模配线集采 警告有价无货供应商	43
中移动 13.6 亿元入股科大讯飞 发展智能语音门户	44
中国移动称 2012 年上半年 TD 终端销量超 2500 万部	45
【中国电信】	45
中电信数字阅读基地成功转型谋独立	45
中国电信宣布收购母公司 CDMA 网络资产	47
中国电信在港成立国际公司拓展海外市场	48
中电信上半年净利润 88.14 亿元 同比降 8%	48
电信运营商校园开商战 明争暗斗抢夺新用户	48
电信运营商“较量”转战互联网: 面临共同阻力	50
中国联通 27 日将发行 150 亿元 60 天超短期融资券	52
中电信 IPTV 终端发展方向: 向应用化和智能化演进	53
中国电信 7 月 3G 用户新增 285 万 累计达 5381 万户	53
【中国联通】	54
联通苹果合约机到期可机卡分离	54
联想一季度手机销量同比增 44 倍	55
联通预测 3G 收入年底超过 2G 实现赢利	55
联通备战校园市场 细分套餐推低端用户转网	56
联通随意打未达预期: 用户增长慢 ARPU 下滑	58
中国联通上半年净利润 34.3 亿元 同比增 32%	59
制造跟踪篇	61
【中兴】	61
中兴通讯申请银行 479 亿元授信额度	61
中兴周三公布第二财季业绩 净利或大降 90%	62
中兴通讯中报藏隐忧: 营业外收入“撑场面”	63
中兴通讯上半年净利润 2.45 亿元 同比下降 68%	64
中兴通讯将固定资产变投资性房产 被疑调节财报	65
【华为】	67
华为终端与迪信通展开全面战略合作	67

消息称华为考虑扩大公司外籍员工持股比例	67
华为起诉印度 Videocon 追讨 1.55 亿美元逾期欠款	68
【诺基亚】	69
诺基亚与合作伙伴共筑 WP 生态系统	69
7 月诺基亚占 WP 全球市场份额占 60%	69
诺基亚智能机依然疲软 功能机成复苏关键	70
【其他制造商】	72
联想发力千元双核手机市场	72
服务增值篇	73
【趋势观察】	73
山寨机回归市场 智能时代品牌化才有未来	73
社交化阅读成用户新宠 移动端平台打造下一热点	75
2014 年全美 LTE 用户数将超亚洲和欧洲用户总和	77
【移动增值服务】	78
北京市民手机可查实时路况	78
上海两大机场无线上网须实名认证	78
北京移动推“提醒”服务客户消费“双保险”	79
上海联通推手机视频流量包月 10 元 不限白天晚上	79
【网络增值服务】	80
北京联通让医疗服务人性温馨	80
北京电信 3G 信号覆盖 10 条地铁线	81
北京移动用户可参与 WLAN 每月 20 小时免费体验	81
技术情报篇	82
【视频通信】	82
北京中广 CMMB 亮相 2012BIRTV	82
上海联通牵手土豆搜狐 PPTV 探索全新商业模式	82
我国 CMMB 用户已达 4500 万 付费用户占近半份额	84
【电信网络】	85
海峡两岸首条直通光缆建成 提升通信能力百倍	85
TD 五期预计 11 月完成建设 总基站数将达 27 万个	86
【终端】	86
中国电信推出新一代社交手机	86
苹果 iPhone 5 九月来袭 将兼容 4G 网络	87
LG Display 开始量产新一代 iPhone 显示面板	88

【运营支撑】	88
“北斗”卫星民用在即 与 GPS 仍有差距	88
TDD 频谱全球规模发放 大运营商争相参与竞拍	90
市场跟踪篇	90
【数据参考】	90
印度手机用户数达 9.34 亿	90
三大运营商上半年日赚近 4 亿	91
网民平均上网带宽已达 3.2Mbps	92
1-7 月全国电信主营业务收入同比增长 9.2%	93
我国移动电话用户累计达 10.62 亿 3G 用户 1.83 亿	93
广电网络上半年净利 7800 万元 双向改造达 70 万户	93
【市场反馈】	94
第二季度中国智能机市场苹果份额减半	94
手机成第一上网方式标志信息经济大变阵	95
新兴移动支付联盟崛起仍绕不开终端和安全槛	96
我国三网融合试点区域达 54 个 覆盖人口超 3 亿	97
二季度 RIM 手机销量下滑最快 3 家国产机进前十	98
研究称 Android 和 iOS 流行度超越 PC 和社交网络	99

亚博聚焦

电信业不宜滥用破坏式创新

“破坏式创新”，这个词最早源于美国哈佛大学商学院创新理论大师克莱顿·克里斯滕森教授在 1997 年所著的《创新者的两难》，书中提出“破坏式创新”(Disruptive Innovation)理论。

根据其理论，所谓的创新并不是生产更好的产品给既有顾客，而是破坏既有市场，推出更简单、更便利、更便宜的产品，提供给要求不高的新顾客。一旦破坏式产品在新市场或低端市场立足后，就会逐渐进入产品改良阶段，破坏者就有可能成为市场的引领者。

近来，“破坏式创新”这个词，在互联网领域的使用非常频繁，不少互联网创业成功人士，被冠以互联网“破坏式创新”大师头衔；而他们所创造的新的商业模式，则被成为“破坏式创新”模式。

其实，在传统的电信领域(我之所以将电信业归为传统行业，是因为电信业和互联网业相比，确实算得上传统)，也不乏这种破坏式创新的例子。

例如，在某种新技术转化为产品上市后，即快速降价，以提高后来者进入的门槛(因为后来者按照新的市场价格，研发和销售这种产品，可能无利可图)；电信运营商对电信设备实行总部集中采购，充分利用采购规模优势，使用反向价格竞标，榨干设备制造商的利润；而设备制造商则在首期建设竞标中，采取搬迁竞争对手设备、低价、廉价甚至亏本赠送的方式，以图尽可能扩大在运营商处的设备供货率和份额，将盈利的期望寄托在运营商二期或三期的扩容上。

诸如此类，不一而足。在此，我无意评述上述商业手段或者说商业模式的优劣(如果说可以上升为商业模式的话)，我在这里只是想表达一个想法：目前电信行业、特别是电信设施制造商，目前所面临的窘境，除了有全球经济不景气的因素外，很重要的原因在于其自身，在某种程度上“滥用”了“破坏式创新”手段。

“破坏式创新”的滥用，虽然在短期内帮助其获得市场上的成功，但却破坏了久已形成的行业生态；而在“生态”重新寻找到一个稳定点的过程中，全行业不可避免的，要忍受行业生态重建过程的阵痛；在这个过程中，会有竞争者倒下，有的竞争者会坚持到最后。但对于那些能够坚持到最后的竞争者而言，新建立起的行业生态也许会更加残酷。

个人并不反对在市场竞争中“守正出奇”，但行业领导地位的获得，需要必要的时间积累和企业技术文化方面的底蕴。企业竞争最终比拼的是实力，企业得以生存和发展的财务基础是利润和现金流，而非简单的市场规模和占有率。而这一点，恰恰是某些通信设备制造商所缺乏的。来源：2012-8-23 通信产业网

[返回目录](#)

互联网手机短期可行长期未必

智能手机竞争，或许销售额才最具说服力。联想集团副总裁、MIDH(移动互联和数字家庭业务集团)开放市场业务部总经理曾国章近日披露，联想手机整体市场份额和智能手机市场份额双双跃居国内第二。而在未来竞争中，互联网公司做手机短期有机会，长期不看好。

赛诺最新发布的2012年6月国内整体手机市场占有率数据报告显示，联想整体手机市场份额占比11%，超越诺基亚，同比提升6.3个百分点；智能手机市场份额占比13.1%，超越华为(微博)、酷派等厂商。

而根据来自联想的更细化数据显示，联想手机高中低端产品集体发力，多款明星产品销量喜人。预计2012年全年销量有望突破2000万部。其中联想乐

Phone A520 创下单日销量破万部的纪录，乐 Phone P700、乐 Phone S880 等不同定位产品也受到消费者好评。

与三大运营商的紧密合作关系是曾国章口中联想手机重要的渠道优势。他介绍，6月，联想手机在中国移动(微博)的市场份额达到了22.8%，是其最大供应商；联想手机在中国联通(微博)的市场份额也达到25.1%，占据联通渠道份额第一的宝座。

曾国章介绍，联想智能手机是联想PC+战略的重要组成部分，而联想PC业务在国内的优势地位和渠道也将帮助联想手机进一步覆盖进1-5线城市市场和更广阔的农村市场。

针对互联网手机概念和这些厂商热衷的价格战，曾国章认为，价格战不是互联网企业进入之后开始的，从运营商成为手机渠道开始就已经有了价格战。

他认为，手机厂商要建立多方面的竞争优势，“为用户提供最佳购买价值，如何让用户在很好的价格下买好的产品，获得非常好的用户体验是关键”。曾国章进一步举例说，五年前当红的山寨机对中国手机市场冲击非常大，拼的就是价格。但现在来看，山寨机的产品质量不过关、服务不到位，价格优势就不足以来竞争。

曾国章还认为，智能手机规模做不起来，长期来讲，价格就不会有优势，这跟过去PC竞争的道理相仿——少数的品牌会形成规模优势，一旦形成规模优势，在价格竞争方面将有更多话语权。“定制同样的产品，联想的成本是有优势的。也许我们不是最低的价位，但一定是最佳购买价值。”来源：2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

谷歌化的摩托罗拉该何去何从

弄得满城风波的摩托罗拉裁员事件宣告终止，昨日，记者获悉，所有被裁员工基本都签署了离职协议，未来摩托罗拉移动也将执行自己的转型计划。然而，有专家指出，谷歌化的摩托罗拉，战略重心已变得模糊不清。

被裁员工基本签署离职协议

昨日，摩托罗拉移动已通过邮件与中国区员工沟通了新的补偿标准，且所有协议离职员工将享受相同赔偿待遇，北京地区被裁员工也在昨日中午前签署协商解除劳动关系的协议。

摩托罗拉移动中国区相关人士表示，对于补充住房公积金将一次性发放，而针对员工未休完的法定年假，将按照300%的标准支付补偿。此外，公司年度业

绩如全部达标，被裁员工仍将享受相关业绩奖金，而公司在中国区各地的离职补偿金政策都是一致的。

上周末，因不满摩托罗拉单方面的强硬裁员态度，一大批被裁员工在该公司门口拉起条幅进行抗议，希望就裁员问题能与公司平等对话。此后，摩托罗拉也做出了一些妥协。截至记者发稿时，只有 1 人尚未签署协议。

本月 13 日，摩托罗拉移动进行全球大裁员，计划裁员 4000 人，数量占到摩托罗拉移动总员工数的 20% 左右，并关闭全球 1/3 的分支部门。据业内人士估算，此次摩托罗拉移动中国区裁员约在 1000 人左右，显然成了“重灾区”。

意在为转型做准备

自 2012 年 5 月被谷歌收购后，仅 3 个月的时间就进行了如此大规模的裁员，业界普遍认为谷歌收购摩托罗拉时意在专利，而不是希望把摩托罗拉手机业务做大做强。此次裁员也被认为是谷歌对摩托罗拉的首次调整。

不过，摩托罗拉相关人士表示，此次裁员是摩托罗拉单方面的行为，与谷歌无关。而对于未来的战略，该人士透露，将改变以往“机海”战略，向精品战略转型，而这也是效仿苹果 iPhone 模式。据悉，摩托罗拉打算 2012 年下半年及明年上半年都不推新品，到明年下半年才推新品。

电信分析师付亮认为，随着智能时代的到来，传统通讯设备制造商的好日子都让苹果公司给搅乱了。以 iPhone 为代表的智能手机的快速发展，逼迫传统厂商转型。此前，诺基亚(微博)和 HTC 已相继宣布向精品战略转型。

谷歌葫芦里卖什么药

尽管摩托罗拉方面一再坚称要将业务重心转移，但在有关专家看来，谷歌化的摩托罗拉反而并没有一个清晰的战略。

据悉，在硬件比拼上，摩托罗拉并不比同行差。但是在软件上则欠缺很多，这是摩托罗拉乃至谷歌需要花大力气改造的地方。然而，谷歌的 Android 系统将不会因为摩托罗拉移动而改变与其他厂商的合作，它仍将继续保持开源性。此外，谷歌 Android 4.0、Android 4.1 操作系统的开发伙伴均将摩托罗拉甩为旁观者，尤其是谷歌新近宣布其新品 Nexus 7 平板电脑更是选择与华硕合作，将摩托罗拉彻底“雪藏”。

付亮指出，谷歌貌似还没想好怎么处理摩托罗拉，而在被并购之前，摩托罗拉手机的目标其实很清晰，对于谷歌而言，如何平衡与其他手机商之间的关系，仍是一个难题。

目前，智能手机领域 90% 的利润归属苹果和三星(微博)两家，对于其他手机厂商来说难度可想而知。此前，微软与诺基亚进行软硬“联姻”，然而，三星、

华为(微博)等几家劲敌加入 Windows Phone 8 智能手机的开发 ,让诺基亚一度可能的独家合作优势化为乌有。

有了前车之鉴 ,业界也开始质疑谷歌与摩托罗拉的软硬结合 ,未来的摩托罗拉该何去何从 ,至少从目前来看并不清晰。来源 : 2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

摩托罗拉裁员都是“苹果”惹的祸

一年前 ,谷歌重金收购摩托罗拉移动引发了 IT 界的大地震。一年后 ,谷歌对摩托罗拉动的“第一刀”更是引来了大风暴 : 全球裁员 4000 人 , 关闭三分之一的机构。谷歌享有“工程师天堂”的美誉 , 它从来没进行过这么大规模的裁员。在本应重兵布阵的中国 , 裁员规模预计超过千人。这恐怕也是近年来跨国 IT 巨头在华最大规模的裁员了。

早在一年前谷歌宣布 125 亿美元收购摩托罗拉移动时 , 业内就预计 , 将不可避免地带来一系列业务重组、机构调整以及人员削减。更不乏一些悲观的论调 , 比如谷歌看中的只是摩托罗拉手机的专利 , 榨干后很可能被甩掉。但张冰们没想到 , 风暴如此猛烈而残酷。

有评论指出 , 裁员风波表明谷歌这家只有 13 年历史的新兴互联网公司在企业文化上的缺失 , 完全没有考虑被裁员工的感受 , 也缺乏与员工平等协商的耐心和诚意。这势必影响它“不作恶”的工程师天堂的形象。

《连线》杂志撰稿人马库斯·沃尔森指出 , 这次裁员让人感觉不像是谷歌的风格 , 因为它从来没有进行过这么大规模的裁员。即便在 2009 年 , 谷歌也不过裁掉了 200 个职位 , 在当时全球经济不景气的情况下 , 那根本不算什么。

实际上 , 谷歌一直以来都以“最佳雇主”的形象出现。舒适的办公空间、美味丰富的食堂、慷慨的育儿假期……最近它刚宣布的一项新福利更是让外界感叹它神奇的福利清单 : 若员工去世 , 其配偶还能在未来 10 年享受到去世员工的半数薪酬 ; 未成年子女每月可领 1000 美元直至 19 岁。

起初 , 张冰他们也曾有过幻想 , 说不定以后有机会享用大名鼎鼎的谷歌食堂。但在一些业内人士看来 , 谷歌压根儿没把摩托罗拉移动当作“自己人” , 所以差别对待并不奇怪。中国移动互联网产业联盟秘书长李易指出 , 两者是“T 恤拖鞋”与“西装革履”的文化差别 , 很难走到一块。在他看来 , 谷歌最新派驻摩托罗拉移动的新 CEO 丹尼斯·伍德赛德 , 本身就是一个“杀手级”人物 , 其任务就是给摩托罗拉移动“做手术”。

摩托还有被卖掉的可能 ?

谷歌系摩托前景模糊，消化过程困难重重

涅重生还是惨遭抛弃？关于谷歌系摩托罗拉的未来，成为业内热衷的谈资。摩托罗拉移动新掌门丹尼斯公开表示，除了裁员，该公司计划撤出无法盈利的市场，停止生产低端设备，抛弃长期以来的机海战术，只做几款手机。同时，谷歌还重组了摩托罗拉移动的管理层，撤掉了 40% 的副总裁，并聘请了新的高管。未来，摩托罗拉将压缩亚洲和印度业务，将研发集中于芝加哥、桑尼韦尔和北京。

易观国际分析师王颖指出，从目前改造涉及的具体业务部门以及谷歌自己想做手机的发展目标来看，未来的摩托罗拉应该不会承担太多的销售任务，有可能成为谷歌产品对外展示的窗口。而李易认为，谷歌看重的依然是摩托罗拉 1.7 万多项专利，希望借此帮助 Android 抵御各种挑战，尤其是来自苹果的专利战。当然，也不排除谷歌很有可能学苹果，将大量资源倾注到摩托罗拉手机上，成为谷歌移动互联网战略新的突破口。最近甚至有说法称，谷歌有可能为摩托罗拉开发独立的操作系统。最近丹尼斯显得干劲十足，他希望让摩托罗拉手机恢复炫酷的形象，比如在手机中增加一系列传感器，能闻声识人。

但在独立电信分析人士付亮看来，谷歌还是没有想好如何安排摩托罗拉。毕竟目前谷歌安卓系统占有绝对市场份额靠的是开放，靠的是手机商的集体支持。一旦依仗单个厂家，平衡打破后，可能会给竞争对手制造机会，微软的 WP8 即将开闸。而李易认为，摩托罗拉移动依然有被卖掉的可能性，毕竟对谷歌而言，消化过程困难重重。

都是苹果惹的祸？

手机贵族集体没落其实与经济衰退无关

当然，眼下全球整个通讯行业在经历一波低谷。IDC 预计，受功能手机市场销量急剧下降和全球经济不景气等因素的影响，预计 2012 年全球手机市场将创下 2009 年以来的最低年度增幅。

艰难转型的不只是摩托罗拉。老大哥诺基亚两个月前“断臂求生”，计划到 2013 年年底裁员一万人，同时高层大洗牌，并卖掉奢侈品子公司 Vertu。

诺基亚完全押注于微软 WP 系统，但 2012 年丧失了全球第一大手机厂商的宝座，据说诺基亚的芬兰投资者正想办法赶走现任 CEO 艾洛普。黑莓(微博)的境况更差，甚至有传言说有可能被卖掉。

而另一家新贵 HTC 不断被财报利空、营运衰退、利润下滑的负面消息缠身，该公司正在抛弃机海战术。另外，中兴通讯(微博)也面临着增量不增收。

冰火两重天的是，苹果和三星(微博)依然在吃香的喝辣的。上周，苹果市值创新高，创下美国上市公司市值最高纪录。在李易看来，智能手机市场依然蓬勃，

只是竞争太激烈。智能手机领域九成的利润被苹果和三星拿走，其他人只能抢剩下的 10%，日子自然不好过。

这是一场淘汰赛。有业内人士感叹，从苹果 iPhone 出现，一切都变了。知名电信专家项立刚指出，摩托罗拉做过老大，诺基亚也做过老大，但苹果没有简单地重复，而是超越了他们，从而引领了全新智能手机时代。

2007 年，苹果试水第一代 iPhone，不乏嘲笑者。只不过那些大牌很快为自己的轻视付出了代价，他们正为适应新的游戏规则而艰难转型。iPhone 在手机发展史上必须浓抹重彩，它改变了手机的 DNA，改变了游戏规则，改变了人们的口味。不少公司踩准了点，获得上位机会。比如三星、中兴。

2012 年一季度，三星手机的整体出货量首次超过诺基亚，晋级全球手机第一宝座。在智能手机市场，研究机构最新报告称，2012 年第二季度，三星和苹果在全球智能手机出货量中占到 49.5%，诺基亚、HTC、中兴和黑莓四家共占到 17.5%，而摩托罗拉则和众多品牌一起争夺剩下的份额。在这样一个需要持续创新的市场，面对越来越挑剔的消费者，上演“王者归来”并非易事。

新闻链接

中国摩托的沉沦史

中国人认识摩托罗拉是从大哥大开始的，“HELLO, MOTO”曾是一个时代的音符，它的桂冠数不胜数，甚至被称为手机业的“黄埔军校”。一直以来，摩托罗拉的工程师在中国手机圈很抢手。而微软中国前任 CEO 梁念坚、HTC 中国区总经理任伟光等一批行业高管都曾供职摩托罗拉。

但巨人在过去的六七年里一路踉跄。从 2006 年起，摩托罗拉手机业务开始走下坡路，经典的刀锋 V3 之后缺乏建树，直到押宝安卓起死回生。2010 年第一季度，摩托罗拉手机恢复盈利，但好景不长，分拆之后 8 个月，摩托罗拉移动被卖给了谷歌，上演一场“鲸吞象”的游戏，昔日的王者成为年轻的互联网公司硬件策略的一角，甚至也许是专利布局的一枚棋子。

摩托罗拉移动技术公司大中华区总裁孟说，过去 16 个季度经营中，该公司亏损 14 个季度。2012 年第二季度亏了 2.33 亿美元。但即便如此，很多老员工仍然坚信摩托罗拉会东山再起。

关于摩托罗拉的沉沦原因有很多分析，比如缺乏危机意识，忽视对手；决策缓慢，产品跟不上市场需求；产品线设计不足，缺乏创新。一位北京的手机经销商告诉记者，近一年来摩托罗拉对渠道懒于梳理，很多渠道负责人纷纷跳槽到友商，在北京地区的销量只是巅峰期的一个零头。易观国际监测数据显示，目前摩托罗拉在中国的市场份额只有 2.3%。来源：2012-8-27 北京晨报

[返回目录](#)

苹果下次剿杀的可能就是你的手机

经过 3 天的讨论，美国加州圣何塞联邦地方法院陪审团 24 日裁定，韩国三星(微博)侵犯美国苹果 6 项专利，要求三星向苹果支付超过 10 亿美元赔款。陪审团同时认定，苹果不存在对三星专利的侵权行为。三星随后宣布将上诉。

苹果与三星之间的“专利大战”，因其复杂性和专业性而引人瞩目。虽然美国地方法院的裁决开出巨额罚单，但只是“世纪审判”的第一步，理论上而言，三星仍有依靠上诉翻盘的机会。表面上看跟我们没啥关系，不过，在隔岸观火之际，也需关注“专利大战”所带来的蝴蝶效应。

手机行业的发展一日千里，苹果推出的 iPhone 系列产品，更是以追求极致的精神，艺术品的设计理念，受到广大消费者的青睐，促进智能手机市场大幅增长，但同时也遭到诸多厂商的模仿。而目前，在全球智能手机市场份额中，三星的销售量已超越苹果，成为行业老大。

手机行业的领头者位置轮换极快，摩托罗拉(微博)、诺基亚(微博)、苹果、三星此起彼伏，各领风骚三五年罢了。苹果由 IT 领域成功跨到手机行业，皆因智能手机的巨大发展，并由此带动股票扶摇直上，成为全球最大市值公司。如此，即可理解，为何苹果三星要在各国提起专利诉讼，无它，利益而已。所谓的“专利大战”，其实就是一场利益攻防战，苹果目的是依靠专利来巩固地盘，遏制对手维持高利润，三星则试图突破专利防线，继续扩大战果。

苹果三星在其它各国的官司各有胜负，可谓平分秋色，但美国地方法院的这次裁决，却极其具有象征性意义。表面看是三星落败，需要为侵权行为支付天价赔偿，但实际上是 IOS 系统对安卓系统阵营发出的“恐吓令”，毕竟“双击屏幕放大、旋扭缩放、屏幕边缘回弹”等侵权专利均属于安卓系统的问题，意味着所有使用安卓系统的智能手机和平板电脑，都将涉嫌侵权。如果下一步禁售三星侵权产品的裁决落定，那么不仅是三星产品遭到清算，所有安卓阵营的产品都会受到严厉打击，而苹果将进一步巩固垄断地位。

此次“专利大战”再次提醒，要想在全球化的市场竞争中立足，必须要有自己的核心专利技术，依靠抄袭模仿或能带来短暂成绩，但终将自食其果。当然，要想突破苹果的专利防线，除了采取旷日持久的诉讼，以拖延时间争取利益最大化外，最有效的是专注技术和设计的创新，用更新的专利应用赢得市场和客户，从而打破苹果的垄断地位，这也是手机、IT 行业屡屡成功的做法。

而我国手机行业恰恰缺乏核心专利技术、创新机制和精神，难以在全球市场中与行业巨头形成竞争之势。目前，我国手机企业所推出的智能手机和平板电脑，绝大部分都是采用安卓系统，这意味着“专利大战”的战火一旦扩大，国内手机

企业都将面临苹果的剿杀，巨额赔偿之下焉有完卵。因此，国内手机企业需要警醒，“专利大战”离我们并不遥远，必须将创新能力列为头等大事，打造出自己的专利防线。来源：2012-8-27 新闻晚报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

北京禁止物业房管机构为光纤到户设障

近日，北京市通信管理局与市经信委、市住建委联合发出通知，要求各物业服务企业、房屋管理单位和相关部门进一步协助推进光纤宽带普及提速工程。

按照计划，北京市 2012 年年底要在全市范围内实现 20M 全覆盖，新增光纤到户覆盖家庭超过 100 万户，新增光纤宽带接入互联网家庭 80 万户，使用 10M 及以上速率宽带接入产品的用户占固定宽带家庭用户的比例超过 25%。为实现这一目标，将分批选择部分住宅、办公及商用建筑开展光纤到户和光纤宽带接入互联网试点示范。为此，通知要求各物业服务企业和房屋管理单位高度重视、积极配合做好光纤宽带普及提速工程的宣传工作，为相关单位在试点示范的住宅、办公及商用建筑内的宣传活动提供场地和服务保障，向居民及业主做好相关解释工作；可主动申报参加光纤到户和光纤宽带接入互联网的试点示范，使居民和业主享受更高的带宽和更好的宽带体验；积极协调居民和业主配合光纤到户改造工作，主动协助电信运营商尽快完成光纤到户。已实现光纤到户的住宅、办公及商用建筑，应通过资源共享实现各电信运营商的平等接入。

通知还强调，本次光纤到户改造为国家重点惠民工程，不对用户收费。各物业服务企业、房屋管理单位不得人为设置障碍，不得收取费用，不得就接入和使用建筑红线内的通信管线等信息化基础设施与企业签订垄断性协议，不得以任何方式限制电信运营商的接入和使用，不得限制用户自由选择电信业务的权力。各区县房屋行政主管部门要加大协调力度，加强对物业服务企业、机构的管理，对阻挠正常的光纤到户工程行为予以纠正，确保光纤宽带普及提速工程顺利推进。来源：2012-8-22 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

工信部:运营商定制手机内置应用应考虑用户需求

在今天上午举行的“2012 首届运营商终端与应用创新合作大会”上,工信部电信管理局副局长李学林表示,运营商终端和应用的创新必须充分考虑用户的需求、用户的体验以及用户的利益。运营商在定制手机中如果内置太多的应用软件,而用户不喜欢却不能卸载时,就会让用户茫然,一个好的应用应该是用户喜欢使用,而不是被动的接受。

李学林指出,我国智能手机发展近年来突飞猛进地发展,并已成为市场的主流。我国智能手机的出货量达到 1.46 亿部,占手机出货量的 51.9%,已经超过了功能机。而在 2011 年,国内市场智能手机出货量仅仅占 26%。

移动互联网的发展,促进了产业之间的融合。李学林称,传统上相对独立的手机制造、软件开发、互联网服务等产业之间界限逐渐模糊,不同产业之间、不同行业之间,在相互渗透,联系越来越紧密。移动互联网的产业生态圈在不断扩大,市场的竞争已经不再是单兵较量,而是联合作战、群体突围。

李学林认为,移动互联网的发展,对运营商来说既是挑战也是机遇。关于如何面对机遇和挑战,李学林提出了以下四点建议:

第一,要巩固网络基础,推进业务创新。运营商在通信网络 and 用户资源方面有着天然的优势,应当在巩固和发挥原有优势基础上,加快技术和业务创新,推进向综合信息服务商的转型,加强宽带和移动通信网络的建设,提高网络资源利用率,不断提升网络质量和服务质量,这是运营商赖以生存和发展的根本,也是移动互联网发展的重要基石。

第二,要坚持开放合作,实现互利共赢。没有改革开放,就不会有电信业发展的今天,没有开放创新,也不可能有互联网今天的繁荣。传统运营商的思维,应当适用互联网的发展,在移动互联网产业链上,每个企业都有自己的定位和使命,任何一家企业都不可能主导整个产业发展,只能在某个领域作为引领者或推动者。运营商应当以开放的思维,要推进运营商之间的网络和业务互联互通,同时加强对产业链上下游之间的合作,整合产业链资源,通过需求对接、优势互补、合作共赢,共同推动产业发展。

第三,要立足长远发展,勇于突破自我。创新需要冒险的精神和敢于突破自我的勇气,运营商固然具有传统的优势,但如果不顺应发展的潮流、急功近利,担心创新影响自身的业务,则自身的优势将成为创新的包袱。移动互联网的发展,对传统电信业务势必带来影响,这是技术进步和市场规律使然,运营商只有顺应潮流、勇于改变,辩证的看待舍和得的关系,才能持久发展。

第四，要坚持以用户为本，一切为用户着想。用户是企业的上帝，终端和应用的创新必须充分考虑用户的需求、用户的体验和用户的利益。运营商在定制手机中如果内置太多的应用软件，而用户不喜欢却不能卸载时，就会让用户茫然，一个好的应用应该是用户喜欢使用，而不是被动的接受。此外，移动智能终端发展带来的巨大问题就是信息安全的问题，产业链各方应当从维护用户利益的角度考虑，应用商店经营者应该建立健全应用软件的安全机制，确保产业的进抗发展。

来源：2012-8-27 中国通信网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

首个国家级物联网规划发布

近日，物联网再次引发业界关注。国务院日前正式批复《无锡国家传感网创新示范区发展规划纲要(2012-2020年)》(以下简称《纲要》)。工信部也于20日正式发布该《纲要》，提出我国将加大对示范区内物联网产业的财政支持力度，加强税收政策扶持；推进物联网企业通过资本市场直接融资。随国内首个国家级物联网规划纲要的发布，物联网21日再次成为股市热点，引发相关概念股全线爆发。

物联网成经济增长动力

近期，我国经济承受着巨大的压力，亟需寻找新的经济增长点。分析认为，诸如人口结构变化、城市化因素、制度红利，技术升级，加快经济增长方式转变、消费升级等因素，都可能出现新的经济增长动力。作为战略性新兴产业，物联网产业发展对经济的拉动作用明显。专家表示，物联网一方面可以提高经济效益，大大节约成本；另一方面可以为全球经济的复苏提供技术动力。此外，物联网是新一代信息技术的高度集成和综合运用，将推进现代装备制造业、现代服务业、消费电子产业发展及传统产业升级，促进两化深度融合。

作为国家传感网创新示范区，近年来无锡物联网产业发展步入快车道。据统计，2010年，无锡示范区列入产业统计的年销售规模100万元以上的物联网核心企业有259家，到2012年已经增至608家，从业人员突破10万人。根据国务院批复要求，无锡要打造具有全球影响力的传感网创新示范区。工信部2012年将拨付5亿物联网专项基金，集中支持无锡物联网发展，目前相关操作细则正在制定之中。

《纲要》明确未来的发展目标：到2015年，无锡示范区拥有一批具有自主知识产权的物联网核心技术，形成具有国际竞争力的产业集群。培育多家年销售

额超过 10 亿元的物联网企业。在感知技术、传输技术、处理技术和共性技术方面取得突破和创新。

《纲要》还在融资、税收等方面明确诸多优惠政策，如在融资方面，提出推进物联网企业利用资本市场开展直接融资；支持示范区内符合条件企业通过发行债券融资。在税收方面，提出要落实国家支持高新技术产业和战略性新兴产业发展的税收优惠政策等。

产业“应用为王”特征渐明显

物联网作为新兴产业，吸引着众多地方政府和投资者的目光，但在产业起步阶段的一哄而上必然产生诸多问题，如同质化、重复建设、市场碎片化严重等。随着相关产业规划的发布和市场趋于理性，物联网产业正逐渐从概念走向应用，从政府引导走向市场主导。

如今，各种物联网规模应用遍地开花。日前举行的 2012 第四届中国(深圳)国际物联网技术与应用博览会，吸引超过 300 家企业参展，展出产品多达万余件。此次《纲要》也提出，要加大物联网产业的应用力度，将在示范区内实施八大重点应用示范工程：智能制造应用示范工程、智能电力应用示范工程、智能物流应用示范工程、智能交通应用示范工程、智能安防应用示范工程、智能环保应用示范工程、智能医疗应用示范工程和智能家居应用示范工程。

在近日举行的以“智慧应用惠及民生”为主题的 2012 中国物联网创新应用论坛上，业内专家也表示，物联网“应用为王”时代已经到来，技术转化为应用，才能真正有助于改善民生。当前形势下，智能医疗、智能交通、智能电网等多个领域均已出台多项具体落地应用，只有将这些应用落地推广，真正带到民众身边，才能从根本上做到全员感受科技，应用改善民生。

车联网孕育千亿规模，成运营商智能管道突破口

电信运营商是物联网产业链的重要一环，为此，三大运营商均将物联网业务提升至战略层面，并制定了相关的战略规划。随着宽带中国战略的开展和 3G 市场的高速增长，越来越多的物联网规模化应用正破茧而出。在全国各地劲推的智慧城市建设中，移动支付、车联网等物联网应用给人民的生活带来诸多便利，为运营商自身开辟了新的营收方向。

尤其是车联网行业，正在运营商及产业链的合力推动下蓬勃发展。据了解，车联网已被国家列入重大专项，成为“十二五”期间的重点项目，将获百亿元支持。目前，我国已成为全球最大的汽车市场。根据当前汽车产业发展速度，预计 2020 年汽车保有量将超过 2 亿辆。庞大的汽车市场为中国的车联网服务的增长提供了强有力的基础。相关部门预计，未来 5 年车联网产业的产值有望超过 1000 亿元。

目前，中国联通(微博)已同东风、一汽、宝马、上汽等多家公司开展合作，推广类似的智能车联网系统，并计划用 5-8 年的时间，将这种智能平台覆盖 3000 万辆汽车用户。4 月，中电信与上汽集团旗下的上海汽车商用车有限公司达成合作，全球首发“InteCare 行翼通”解决方案，向车联网市场进军。6 月，中国移动(微博)与吉利控股集团签约。根据协议，前期双方将在吉利帝豪等在售车型上打造合作开发的车联网服务系统。

不过，在整个产业链中，电信运营商需深思自身定位。对此，中移动首席科学家杨景教授认为，运营商应该做好转型，摆脱管道的命运。他认为，运营如果想在车联网产业链中作为主导者，就不应当仅仅提供高速、可靠的通信链路，还需要提供对交通信息分析、存储、聚合的管理平台。来源：2012-8-22 通信信息报

[返回目录](#)

我国光传输基础研究获重大突破

日前，我国“973”项目“超高速超大容量超长距离光传输基础研究”项目取得重大突破：由武汉邮科院牵头，光纤通信和网络国家重点实验室和烽火通信联合复旦(微博)大学、华中科技大学、北京邮电大学、西安电子科技大学共同完成 168×103Gb/s 2240 公里光纤传输实验，传输总容量为 17.32Tb/s(相当于 2.2 亿对人在一根光纤上同时通话)。专家组一致认为，该突破是我国在 160×100G 密集波分复用系统研究领域的重大进展，其“容量-距离积”达到当前世界先进水平。

据悉，这是继 2011 年武汉邮科院在全球率先实现 30.7T CO-OFDM 单模光纤传输 80 公里实验之后取得的又一突破，其关键意义在于兼顾大传输容量的同时，实现了传输距离大幅提升。该实验的成功不仅有效解决了“高谱效率实现，非线性效应抑制”等超高速高谱效率超长距离传输系统的关键技术问题，也为超高速超密集波分复用超长距离传输的实用化奠定了技术基础，将为国家宽带战略的实施提供有力支撑。来源：2012-8-28 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

7月国内3G手机出货量同比翻番

中国手机市场气象万千。工信部最新发布的数据显示，2012年7月，全国手机市场出货量为3875万部，3G手机出货量达到2069.4万部，比上年同期增长112.2%。整个国内手机市场上，国产手机贡献了82.1%的份额。

从上述数据我们不难看出，中国手机市场正在经历着深刻的变化：从2G逐渐过渡到3G，从功能机为主流转变为智能机成主导，从洋品牌割据到本土厂商主导。然而，我们在为国产手机崛起而欢呼的同时，也难免为其高市场份额下隐藏的问题而担忧：平台依赖、低价依赖、渠道依赖以及由此导致的利润与同质困境，都使其前行的道路上暗布荆棘。

国内手机市场格局生变，3G智能机加速抢班夺权

2012年已经过去一大半，全球各大手机市场的比拼也进行得如火如荼，其中，中国市场的表现尤为抢眼。

全球智能手机市场发展速度放缓。美国市场研究公司Gartner日前发布报告称，2012年第二季度全球手机终端用户销量达到4.19亿部，较2011年第二季度减少2.3%。智能手机销量同比增长42.7%，在全部手机销量中占36.7%，环比下滑2.3%。来自Strategy Analytics的报告略有出入，其数据显示，全球手机市场二季度销量为3.62亿部，仅同比增长1%。第二季度，全球智能手机出货总量为1.461亿部，同比增长32%，创下3年来增幅新低。去年同期这一增长率达到77%。从这两大市场研究机构的数据可以看出：受到全球经济大环境以及消费者持币等待新品的心态的影响，全球手机市场，包括一向发展势头甚猛的智能手机市场都开始放慢了前进的步伐。

在整个手机产业低迷的大环境下，中国市场风景独好。市场研究机构Canalys公布的数据显示，2012年第二季度，中国市场的手机出货量超过4200万部。其中，智能手机市场的表现尤为出色。数据显示，2012年第二季度，中国市场的智能手机出货量同比增长199%、环比增长32%。在全球智能手机增幅普遍下跌的背景下，中国智能手机市场却实现逆势增长，而且涨幅之高，令人惊叹，成为全球移动互联网市场的一大亮点，这也使得中国作为全球智能手机最大国的地位愈发稳固。

在刚刚过去的7月，3G智能机的表现尤为引人注目。工信部发布的数据显示，2012年7月，全国手机市场出货量为3875万部，比上年同期增长28.6%。其中2G手机出货量达到1805.6万部，比上年同期下降11.4%；3G手机出货量达到2069.4万部，比上年同期增长112.2%。智能机出货方面，7月共出货智能机2101万部，比上年同期增长222.4%，市场占有率达到54.2%。从数据我们

可以看出，2G 份额不断下跌，3G 份额强势增长，智能手机比例过半，中国手机市场正在经历一场改朝换代的革命，3G 智能机正在加快抢班夺权的步伐。

国产智能手机占比八成，接过市场领军大旗

过去，中国手机市场一直是诺基亚(微博)、摩托罗拉等洋品牌为大，虽然是在自家门前，但国内厂商一直都扮演着不起眼的角色，无论是在质量还是品牌美誉度方面都与洋巨头存在不小的差距，甚至被称作是山寨的代名词。然而，进入移动互联网时代，智能手机汹涌的浪潮为国产手机提供了全新的发展机会。于是，它们开始借势崛起，并逐渐开始让全球业界见识到了中国“智”造的光芒，同时也开始一点点在国内市场上占据主导地位。

从绝对数量来看，7 月份，我国国产手机出货量达到了 3182.6 万部，成绩相当不错；从相对数量来看，国产手机的出货量占国内手机总出货量的 82.1%。3G 手机我国国产手机出货量份额分别为：TD-SCDMA 手机 76.8%、WCDMA 手机 66.5%、CDMA 2000 手机 88.7%。八成以上的市场份额向市场宣布，国产手机已经成为国内市场上当之无愧的领军阵营，以绝对的优势将自己阵营的大旗插在了中国手机市场的制高点。

从具体制式来看，TD-SCDMA、WCDMA 以及 CDMA2000 三大制式中，国产手机的比例都在六成以上，分布相对比较均衡。其中，CDMA 2000 制式中国国产手机的份额高达近九成，尤为引人注目，这说明中电信主导的 C 网已经成为国内手机厂商崛起的重磅武器。当然，这也与中电信多年来对 C 网的苦心经营、对终端市场的全面布局以及与各大厂商之间的密切合作不无关系。

实际上，国产手机这两年在市场上所取得的业绩是有目共睹的。以中华酷联为代表的传统硬件厂商在智能手机时代不断深耕细作，将自身固有的优势不断扩大；以小米科技(微博)、盛大为代表的互联网企业则试图将自身的互联网经验与移动互联网实现嫁接，打造出独有的特色；另外，市场上还有诸如魅族这样独树一帜的手机厂商，以过硬的产品笼络了不少用户的心，逐渐在市场上树立起自己的品牌大旗……阵营林立，新品迭出，国内智能手机市场可谓一片繁荣。

国产手机全面崛起尚需解除三大困境

搭乘移动互联网的东风，国产手机确实在市场上取得了不小的成绩，但在其乘风破浪的旅程中同样暗礁密布，风险重重。

平台依赖。如今智能手机市场上共有 Android、iOS、WP、Blackberry、Bada、Symbian、WM、MeeGo 等数十家操作系统，其中，Android 与 iOS 两家占据了八成以上的市场份额和利润，其他厂商则在剩余的逼仄空间里苦苦挣扎。鉴于 Android 的开放性与主导性优势，国内厂商 90% 以上都采用安卓系统，这种借鸡生蛋的做法，确实为国内手机厂商节省了不少时间和精力。然而，隐忧也如影随

形，过度依赖 Android，除了带来产品的同质化问题外，也使得国内手机厂商在发展过程中容易受制于人。尽管国内厂商也在安卓基础上针对本土用户进行了二次开发，但本质仍然是“换汤不换药”，近期天语大黄蜂 II 放弃阿里云系统转投安卓原生系统的事件也从侧面折射出国产手机在自主操作系统方面所存在的隐忧。

渠道依赖。专家称，3G 手机中，TD 制式手机几乎都是定制机，WCDMA 制式智能手机中，定制机和非定制机基本各半，中国电信(微博)CDMA2000 制式手机，定制机也超过一半。而大部分国产手机都是搭载这三种制式，换句话说，国产手机的销售在很大程度上要依赖运营商的力量。这确实帮助国产手机夺回了一定的市场份额，但也让其陷入因过于依赖运营商渠道，因而很容易导致品牌发展后续乏力。

价格困境。国产手机之所以可以在市场上迅速上位，与其产品的高配低价不无关系。国内厂商在千元智能机领域优势明显，但在中高端市场却鲜见亮眼的产品，由此带来的负面影响主要集中在两个方面：一是给消费者留下低端的印象，不利于品牌的树立；二是过多的价格战往往使厂商陷入增量不增收的困境。因此，未来如何撕开中高端市场的口子，将成为横亘在国产手机前进道路上的一块大石。

一句话，国产手机要想成为市场领头者，任重而道远。来源：2012-8-23 通信信息报

[返回目录](#)

高层关注加速三网融合 IPTV 业务进程

工信部副部长尚冰近日调研指出，IPTV 业务是一项前景非常好的产品，要加大力度快速推广。政策大力支持三网融合，加上电信运营商与广电正不断磨合，各方利益开始得到确认，IPTV 产业有望迎来新一波发展高峰。对此，本报记者连线三网融合研究专家、融合网总编吴纯勇进行分析解读。吴纯勇认为，电信运营商、广电机构、中国网络电视台等各方合作增多，促进播控平台政策落地，利益相关方的磨合日渐协调。另外，未来 IPTV 在发展用户数量的同时，应该注重满足用户细分需求，提升 IPTV 产业价值。

政策利好 IPTV 产业发展

历经多年的坎坷，三网融合进程正驶入发展的快车道。近日，河北联通、河北广电、中国网络电视台在石家庄举行 IPTV 业务签约仪式，根据协议，三方将在 IPTV(交互式网络电视)业务领域开展深度合作，2012 年底前，河北省 IPTV

业务正式商用。在此之前，6月26日，深圳电信、深圳广电、中国网络电视台共同推出的深圳 IPTV 启动商用。

从政策层面来看，三网融合无疑也是利好频传，释放出更多积极的信号。工信部副部长尚冰近日先后赴“中国云谷”和基层电信企业，调研哈尔滨国际数据城市建设以及黑龙江省三网融合工作推进情况。尚冰指出，IPTV 业务是一项前景非常好的产品，要加大力度快速推广。而在 2012 年 5 月份，国务院总理温家宝明确指出，加快推进电信网、广电网、互联网三网融合，培育壮大相关产业和市场。

吴纯勇认为，高层坚决推动 IPTV 产业发展，同时诸多有利现象接连涌现，三网融合迎来更加良好的发展环境，有助于打开新的局面。广电一改过去简单粗暴的围追堵截的做法，转而开始与电信运营商合作，首先这与三网融合的总体规划相一致。根据高层路线图，2010 年至 2012 年重点开展广电和电信业务双向进入试点，探索形成保障三网融合规范有序开展的政策体系和体制机制。

其次，多方参与 IPTV 产业，促进播控平台政策落地。2012 年 6 月底，广电发布 43 号文规范 IPTV 播控平台，重申 IPTV 集成播控总平台牌照由中央电视台持有，IPTV 集成播控分平台牌照由省级电视台申请。总分平台的内容、服务运营工作，以及分平台与分平台之间的关系由此得到梳理，电信运营商主要负责 IPTV 传输网络建设。最后，IPTV 业务走过长期的崎岖道路，契合市场中存在的广大需求，逐渐呈现四面开花的发展态势。各级广电机构也开始认可 IPTV 业务的发展，顺势而为成为各方最佳的选择。

标配与业务尝试双管齐下

中国电信(微博)近日公布了 2012 年 IPTV 终端设备集采招标公告，招标工作近日正式开始。根据公告显示，具体招标数为标清机顶盒 354 万，高清 IPTV 机顶盒 125 万，智能 IPTV 机顶盒 7.4 万。这是中国电信第四次开展 IPTV 终端设备集采，前三次集采工作分别在 2008 年、2009 年和 2011 年。

无论从终端集采数量，还是从终端厂商上看，IPTV 终端支持力度明显日渐增强，为 IPTV 业务发展奠定下坚实基础。2008 年，中国电信首次启动 IPTV 终端集采，规模高达 60 万。2009 年 8 月，16 家通过测试的厂商应标，最终排名前 5 的中标厂家分享不低于总采购量 80% 的市场份额，该次集采的终端数量为 92 万，主要针对的是 IPTV 标清机顶盒。2011 年中国电信再次开展 IPTV 终端设备大规模集采，其中 IPTV 标清设备采购为 283 万台，高清设备采购数量为 88 万台。

吴纯勇指出，相比以往招标，2012 年 IPTV 终端集采首次开启了智能 IPTV 机顶盒的招标，这属于中国电信的战略性的业务尝试。近年 IPTV 终端集采价格

渐成趋势，不断挤压厂商利润空间，智能机顶盒成为新的一条可选择的道路，有助于激发产业的积极性。另外，用户的需求逐渐分化，而智能机顶盒功能更为强大，有利于开发增值业务，无疑能够迎合技术进步和产业发展的方向。

不过，虽然显现出 IPTV 向“智能化终端+OTT”演进的趋势，智能 IPTV 机顶盒的集采数量毕竟占据较小的份额，暂时不足以促使整个市场发生根本性改变。而标清设备、高清设备的份额十分可观，尤其是高清设备采购数量接近 2009 年的招标数量，一旦大规模投入市场，地方数字电视所面临的竞争压力料将增大。最后，吴纯勇指出，高清设备采购数量增加，与全国上下的宽带提速热潮有着相互印证的关系。工信部 2012 年 3 月确定宽带提速目标，在 2012 年，全国 4M 及以上宽带接入产品超过 50%，新增 FTTH 覆盖家庭超过 3500 万户。

沉淀高价值用户以提升 IPTV 价值

最新数据显示，截至 2012 年 6 月底，中国电信 IPTV 用户达到 1700 万，其中江苏以近 350 万保持第一，浙江、广东、上海、福建、安徽、陕西用户数均超过 100 万，依次排列。相对于超过十亿的电信用户来说，这样的数字显得微不足道。但是认清近年的三网融合之路，IPTV 业务能够在夹缝中壮大，进而给予各个利益相关方分享蛋糕的机会，一路走来实属难得。

吴纯勇指出，对于电信运营商来说，下一阶段仍然应该以发展 IPTV 用户数量为主，同时研究各种措施，考虑如何提升 IPTV 产业的价值。国家广电总局发展研究中心 6 月份发布报告显示，2011 年全国有线广播电视入户率达 49.43%，用户首次突破 2 亿户，其中数字电视用户首次突破 1 亿户，达 11489 万户。吴纯勇认为，广电用户基本盘如此庞大，覆盖老中青幼等各个年龄层次，目前 IPTV 的影响力、覆盖力难与其相媲美，增加 IPTV 用户数仍是重点。

但是，作为三网融合试点中较为明晰的业务种类，电信运营商通过 IPTV 向电视业务渗透，发展势头十分喜人。截至 2012 年 6 月，全球 IPTV 的总用户数为 6560 万，中国 IPTV 用户数量取代法国，成为全球 IPTV 用户数量最多的国家。分析人士指出，伴随 CCTV 加入 IPTV 产业，各级广电机构利益得到确认，宽带提速热潮汹涌激荡，预计 IPTV 会迎来发展高峰期。

当然，IPTV 用户数量增长仅仅是一个方面，如何提升 IPTV 产业的内在价值也应该提上议事日程。在目前阶段，电信运营商普遍采取 IPTV 捆绑优势业务的措施，利用全业务经营的优势推广 IPTV，IPTV 成为宽带、手机的附属品，并未真正沉淀出高 ARPU 值的 IPTV 用户。未来电信运营商可以根据用户的细分需求，探索各种网络融合的机会，通过差异化营销推动 IPTV 产业迈上新的台阶。来源：2012-8-27 通信信息报

[返回目录](#)

IPv6 走向标准化 IP 地址匮乏现象将终结

近日，工业和信息化部电信研究院院长曹淑敏透露，在 IPv6 标准化方面，中国紧跟世界步伐，目前中国通信标准化协会(CCSA)已有超过 70 项 IPv6 标准的研究，其中 49 项已经发布。通过对 IPv6 标准的确立，我国将结束 IP 地址匮乏的现状，从 IPv4 时代向 IPv6 时代过渡。

据了解，相比 IPv4，IPv6 的地址容量巨大，其庞大的地址资源能给任何一个物体都赋予一个 IP 地址，让其成为互联网的终端，最大限度地推动物联网、泛在网络的发展，从目前的人人交互、人机交互，发展到未来的物物交互。

按照计划，我国 IPv6 推进将分三步走。其中 2011-2013 年为试商用阶段，启动网络 and 平台支持 IPv6 的改造，确定网络及业务过渡方案、现网商业化试点，基本具备引入 IPv6 业务的网络条件；2014-2015 年为规模商用阶段，IPv4/IPv6 网络和业务共存，网络 and 平台规模改造，业务逐步迁移，新型应用和用户规模持续扩大；2016-2020 年为全面商用阶段，新型应用占据主导，IPv4 网络和业务平台逐步退出。

在标准化方面，中国紧跟世界步伐。据曹淑敏透露，目前 CCSA 已致力于超过 70 项标准的研究，其中 49 项已经发布，17 项正在研究，6 项待发布，涉及安全、网络、资源、应用、传输等方面的标准，“尤其是在传输和安全方面有较大创新，但在传输和应用方面的研究还有待更进一步的突破”。

此前的 5 月 24 日，工业和信息化部批准了 5 项通信行业标准，并于 2012 年 6 月 1 日起开始实施。其中《基于 IPv6 的下一代互联网体系架构》以互联网工程任务组(IETF)及国内 IPv6 相关标准为基础，结合我国运营商网络的具体情况制定，规定了基于 IPv6 的下一代互联网组网架构及总体技术要求，包括下一代互联网应具备的服务质量保障、网络可靠性、移动性、安全管理等能力要求。从此，我国将结束 IP 地址匮乏的现状，从 IPv4 时代向 IPv6 时代过渡。来源：2012-8-27 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

工信部广电总局联手促 AVS 产业规模应用

目前，对于音视频产业可以选择的信源编码标准主要有 MPEG-4、AVS 和 AVC 这三大标准，然而 MPEG-4 率先应用到产业化领域已然抢占了市场先机，对于国标的 AVS 未来如何发展一直是业界最为关注的话题。

在近日举行的“《广播电视先进音视频编解码 第1部分：视频》(AVS+)标准发布暨宣贯会”上，国家广播电影电视总局科技司和工业和信息化部电子信息系统表示将共同推进 AVS 在广播电视领域的应用和产业化，同时产业链各方也表示将开展 AVS+ 的应用及产品推广活动。

三大标准角力

AVS 是我国具备自主知识产权的第二代信源编码标准，包括系统、视频、音频、数字版权管理等四个主要技术标准和符合性测试等支撑标准。相较于 MPEG-4 和 AVC，AVS 或许可称为第二代信源标准的上选。

MPEG-4 出台的新专利许可政策被认为过于苛刻，导致众多运营商对其围攻，陷入无法继续推广产业化的泥沼而无力自拔、前途未卜。

而与 AVC 相比，AVS 编码效率与 AVC 相当，而且技术方案更简洁，芯片实现复杂度低，达到了第二代标准的最高水平；而且，AVS 通过简洁的一站式许可政策，解决了 AVC 专利许可问题死结，是开放式制订的国家、国际标准，易于推广；此外，AVC 仅是一个视频编码标准，而 AVS 是一套包含系统、视频、音频、媒体版权管理在内的完整标准体系，为数字音视频产业提供更全面的解决方案。

虽然 AVS 具有众多竞争优势，然而其产业化标准制定和应用推广一直是牵绊其发展的最大障碍。

广电标准已成

对于应用方来说，广电行业企业显然面临来自 MPEG-4 的苛刻专利收费要求以及潜在的巨大知识产权问题，而我国拥有自主知识产权的音视频编解码标准 AVS 可有效解决这一潜藏风险。

为此，2009 年 7 月，AVS 与 H.264、VC1 一起被 ITU 并列为 IPTV 三大视频标准；2011 年 6 月，AVS 成为我国数字电视接收机唯一必须支持的视频标准；2012 年 7 月 10 日，国家广播电影电视总局正式颁布了广播电影电视行业标准 GY/T 257.1-2012《广播电视先进音视频编解码 第1部分：视频》行业标准，简称 AVS+，同时于颁布之日开始实施。

据国家广播电影电视总局广播科学研究院博士郭晓强介绍，AVS+ 广播类增加了 4 项增强技术，分别是高级熵编码、图像级自适应加权量化、同级性场跳过模式编码、增强场编码技术，这提高了编码效率，更适合广播电视应用。

规模应用将举

为推进 AVS 在广播电视领域的应用和产业化，产业链各方可谓不遗余力。

国家广播电影电视总局科技司副司长孙苏川表示：“对于新推出的业务，如直播卫星高清电视业务等，将从一开始就采用 AVS+；对于已大量布署的业务，

如有线电视高清业务等，将考虑先从要求相关终端具有 AVS+ 能力开始，逐步过渡；对于刚开始布署但还没有普及的业务，如地面数字电视业务等，除已大量部署 AVS 的五个试点城市外，将考虑要求新上业务使用 AVS+标准。此外，也会将制定相关 AVS+设备的入网认定的技术要求，促进 AVS+的产业化。”

工业和信息化部电子信息司司长丁文武指出：“加快推进 AVS+的产业化和规模应用，是接下来一个时期的工作重点。将通过电子信息产业化发展基金、集成电路研发专项等项目支持相关产品的研发和产业化，完善 AVS 产业链；进一步落实相关产业政策，与相关部门一起，引导和扶持建立 AVS 应用示范工程，推动 AVS 在数字电视、数字家庭等领域的应用；指导工作组尽快将 AVS+申报国家标准。”

据悉，中央电视台已率先推出了 AVS+的应用计划。中央电视台总工丁文华介绍：“2012 年第四季度会对 AVS+产品进行系统级部署和测试。2013 年将开始 AVS+标准在高清帧兼容 3D 电视业务中的开路试验。”另外，广州柯维新数码科技有限公司、杭州国芯科技股份有限公司、海信(微博)集团已各自研发了 AVS+编码器、AVS+芯片及 AVS+终端产品。来源：2012-8-27 中国通信网

[返回目录](#)

国内上半年移动智能终端出货量达 1 亿 增速近 200%

据工信部电信研究院规划所信息网络部主任许志远透露，2012 年上半年，国内移动智能终端的出货量达到 1 亿部，接近 2011 年全年的智能终端出货量，增速达 197%。

许志远表示，“目前，中国智能手机这处在加速前行的阶段，智能化比例过半。2012 年上半年 1 亿部，增速达 197%，智能机在增量市场占有率已经超过 48%。内需市场已经全启动。”

据悉，2011 年全年，国内移动智能终端出货量才达 1.1 亿部，而 2012 年上半年的移动智能终端出货量就已经与去年全年持平，不难看出移动智能终端的增速迅猛。

在品牌发展方面，国内外移动智能终端的发展并不平衡，许志远表示，在国外，苹果和三星(微博)两家的利润占全球终端产业 90%以上，老牌手机厂商诺基亚、摩托罗拉、索尼等利润率逐年下降。而在国内，手机厂商的份额占比则比较均衡，2009-2010 年诺基亚占中国智能手机 70%的市场，从 2011 年起，三星、苹果、华为(微博)、宇龙、中兴、联想全年起步，规模接近。

而在产业格局方面，则形成了 Android 占据主导的局面。数据显示，2010 年和 2011 年全球智能化增长率超过 60%。而在新增的终端中，智能手机占比从 27% 增加至 36%。而 Android 则占据移动智能操作系统的主导。

在国内，2012 年上半年，Android 占据了近 80% 的市场份额，中国的手机 OS 格局已经从 Symbian 一家独大转变为 Android 占据主导地位。来源：

2012-8-22 飞象网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

英国首次为商家运营 4G 网络放行

英国电信局 21 日宣布，允许英国最大的移动通信服务提供商 EE 公司从 2012 年 9 月 11 日开始使用 LTE 和 WiMAX 技术。这意味着英国官方首次为本国商家运营 4G 通信网络放行。

英国电信局在公告中说，允许运营商 EE 公司改变其拥有的 1800 兆赫兹频段的用途，从 9 月 11 日开始使用 LTE(长期演进)和 WiMAX(全球微波互联接入)技术。

4G(第四代移动通信技术)比目前普遍使用的 3G 技术更快。LTE 和 WiMAX 是国际电信联盟确立的三大国际 4G 技术标准中的两个。

EE 公司当天发布公告说，英国电信局的上述决定是个好消息，消费者将从更快的移动网络服务中获益，该公司也会努力使 4G 网络在 2012 年晚些时候投入使用。

但英国的另外几家移动通信服务商对英国电信局的这一决定表示失望，他们认为这会造成不公平竞争。英国电信局在公告中提到了这方面的考虑，认为更重要的是让消费者尽早用上 4G 网络，其他一些服务商也可能会很快获得 4G 网络运营许可。

除英国以外，美国和加拿大的一些通信服务商已开始运营 4G 通信网络。来源：2012-8-22 新华网

[返回目录](#)

新加坡电信云计算客户突破 20 万

截至第二季度末，新加坡电信云计算服务的客户数量已从一季度的 18 万增长至 20 万。

近日，新加坡电信披露了 2012 年第二季度盈利状况。与一季度相比，其二季度净利润上涨了 3%，达到 7.59 亿美元(9.45 亿新元)。其利润增长主要来自于区域内移动通信服务收入上扬以及从一项非战略性投资上获得的额外收入。

同时，新加坡电信的集团 ICT 业务与新的管理服务客户对象建立了业务联系，其中包括与新加坡政府签订了一份五年的 G-云服务合同。

数据显示，新加坡电信在本地市场的收入上涨了 8%，达到 16.7 亿新元，其全国通信系统 NCS 在业绩拉动方面的表现极为抢眼。这一由新加坡教育部和其他客户推动建设的项目二季度收入增长了 20%，达到 3.33 亿新元。来源：

2012-8-27 通信世界杂志

[返回目录](#)

美国对华为中兴等厂商发起专利调查

美国国际贸易委员会 21 日宣布对来自中国等多个国家和地区的企业生产的无线电子设备发起大规模的“337 调查”，以确定这些企业是否侵犯美国企业的专利，其中来自中国大陆的华为(微博)、中兴以及台湾的宏达、宏碁(微博)等知名企业均为被调查对象。

美国国际贸易委员会在当天发布的公告中表示，这次被调查的产品是某些具有无线功能的消费电子设备及组件，如平板电脑、智能手机、电子阅读器、移动热点、无线宽带调节解调器和掌上游戏机等。

此次调查共涉及 24 家企业(含母公司及其美国分公司)，其中除中国大陆的华为、中兴以及台湾的宏达、宏碁之外，还涉及日本的京瓷、任天堂，韩国的三星(微博)、LG，加拿大的塞拉、瑞士的佳明以及美国本土的亚马逊、巴恩斯 - 诺布尔(巴诺)等公司。

美国国际贸易委员会称，这次调查是基于 2012 年 7 月 24 日美国加州的三家公司的申诉，它们指控美国进口的上述企业生产的某些无线消费电子设备及其部件违反了美国《1930 年关税法》第 337 条款，并声称这些产品侵犯了它们的专利权，要求该委员会发布排除令和禁止进口令。

美国国际贸易委员会表示，将尽快完成调查并作出最终的裁决。按照程序，在上述“337 调查”立案后的 45 日之内，该委员会将确定结束调查的目标日期：一般为 12 个月，较为复杂的案件可以延期 6 个月，即 18 个月结束。

“337 调查”的后果比反倾销更具杀伤力，有业内专家形容：“如果说反倾销是打压中国出口产品的常规武器，那么‘337 调查’就是大规模杀伤性武器’。”

涉案企业若不积极应诉，或者最终被美方认定违反“337”条款，则其产品将被禁止出口到美国，并彻底丧失在美国市场销售的资格。

所谓“337调查”是指根据美国《1930年关税法》第337条款(该条款曾经多次修订)，美国国际贸易委员会有权对与进口相关的某些投诉进行调查，并作出裁决，这些投诉大都针对知识产权问题。一旦涉案企业被裁定违反了该条款，该委员会将发布相关产品的排除令和禁止进口令。来源：2012-8-22 中国新闻网 微博

[返回目录](#)

美重新评估乘飞机使用电子设备安全性

美国联邦航空管理局(以下简称“FAA”)周一宣布，该机构将展开一项研究，希望对旅客乘坐飞机时可以使用的电子设备进行监管，以便帮助航空公司对相关事件做出判断。

FAA表示，2012年秋天将派遣一个研究小组展开测试，帮助航空公司确定旅客可以安全使用哪些电子设备，何时可以使用，以及其他相关问题。

航空公司通常告知旅客不能在飞机起飞和降落时使用 iPod、笔记本等电子设备。按照现行规定，航空公司必须确定个人电子设备不会产生危险的无线电频率干扰，才能批准旅客在飞行过程中使用。

FAA称，这个研究小组不会考虑在飞行过程中使用手机。“我们希望获得更多信息，帮助航空公司确定他们能否在现有的飞机中允许更大范围地使用电子设备，”FAA代理局长迈克尔·维尔特(Michael Huerta)说，“我们还希望获得可信的安全数据，以确保未来的飞机设计能够防止干扰。”

该研究小组将展开6个月的研究，成员包括来自移动技术、航空制造、航空公司、旅客协会等组织的代表。最终报告将提交给FAA。来源：2012-8-28 新浪科技微博

[返回目录](#)

西班牙电信或投资 15 亿欧元竞拍英国 4G 频谱

西班牙电信(Telefonica)或将投资约 15 亿欧元(18.6 亿美元)，用于定在 2012 年底举行的英国移动频谱拍卖。

英国的移动运营商们预计将使用竞拍所得的频谱，在 2013 年中期开始推出 4G 网络，并在明年早些时候开始提供 4G 服务。来源：2012-8-24 中国通信网

[返回目录](#)

巴西计划于明年进行 700MHz 数字红利频谱拍卖

巴西的电信监管机构国家电信监管局(Anatel)正在考虑于明年年底前进行无线电信频谱拍卖的计划，所涉及的频谱目前已由电视公司空置出来。

预计 700MHz 数字红利频谱将逐步分配，直至 2016 年 6 月，但有消息称监管机构正在考虑进行抢先拍卖。

巴西国家电信监管局目前正对无线电频率使用的界定进行审查，预计该审查将于 2012 年年底结束。这将促使频谱拍卖提前至明年进行。

2012 年早些时候，巴西拍卖了 2.5GHz 频段的频谱块，政府从中获利 14 亿美元。来源：2012-8-27 飞象网

[返回目录](#)

美电信运营商 T-Mobile 重启无限 HSPA+数据计划

在一项反对少数美国运营商引入分层或共享数据计划的行动中，T-Mobile 美国公司宣布，为旗下用户重启无限 HSPA+数据计划。该公司曾在大约 12 个月前终止了一项类似服务。

该运营商表示，新的无限数据计划的目的是满足数据消耗量巨大以及不愿意时时追踪自己数据使用情况的用户的需求。需要特别注意的是，绑定或用作热点的设备不能使用该计划。

无限 HSPA+计划的收费情况包括两种：如果与增值语音和文字计划共同使用，则每月需支付 20 美元；如果与经典语音和文本计划一起使用，则每月需支付 30 美元。

2012 年 7 月，T-Mobile 的主要竞争对手 AT&T 和 Verizon 开始采取措施，逐步抛却无限数据定价模式——主要是担心这种商业模式的利润率过低或招致亏损。这两大巨头转而选择了共享数据的定价模式——允许家庭成员通过单月数分配借用其他成员个人设备的数据。

然而，T-Mobile 公司在 7 月 19 日的一份声明中表示，共享数据计划太过复杂——因为个人用户并不知道他们能够使用的数据共享的分配量，而这难以让用户的数据使用量保持在限定额度内。

T-Mobile 美国公司产品营销总监哈里·托马斯(HarryThomas)表示：“与他们的看法相反，在 T-Mobile，我们认为，用户支付的越多，得到的也应该更多。”他还补充说，数据不应该成为心理负担，也无需对数据上限或巨额账单表示震惊——数据使用本就应该是灵活、量力而行的行为。

他指出：“T-Mobile 的用户无需考虑家庭共享数据计划中的每个设备的数据使用问题，他们可以利用自己现有的数据计划支持多台设备，同时每年还可以节省数百美元的开支。”

Sprint 公司是美国当前唯一提供无限数据计划的运营商，该公司所使用的是 WiMAX 技术。目前，Sprint 的网络用户高达 1.30 亿用户，而 T-Mobile 的 HSPA+ 网络覆盖人口也达 2.20 亿。两家公司目前都致力于部署 LTE 网络。来源：2012-8-23 飞象网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

三大电信运营商中报悉数出炉

导读：中国联通(微博)相关负责人表示，联通正通过积极联手第三方支付机构，打造全面开放的电子商务平台，力争在三年内将电子渠道打造成为销售服务的主渠道。

8月24日，中国联通发布了2012年半年报，至此，三大运营商半年报悉数出炉。数据显示，三大运营商3G用户上半年总数超过1.75亿，数量分布呈均势状态，分别为38.2%(中国移动(微博))、29%(中国电信(微博))、32.8%(中国联通)。中国联通3G用户ARPU达91.8元，位居首位。

中国移动营收领先依然明显，超过另两家收入总和，但增速明显放缓。其中，中国移动上半年营收2665亿元，同比增长6.6%；中国电信营收1380.21亿元，同比增长14.8%；中国联通上半年营收1216.9亿元，同比增长20%，增速最高。利润方面则呈现“一降两升”态势：中国电信净利88.14亿元，同比下降8.3%；中国移动净利622亿元，同比增长1.5%；中国联通净利34.3亿元，同比增长31.9%。

线上渠道比重快速增加

随着通信行业竞争加剧，行业竞争形态也发生了巨大的变化——从以产品、价格为主的竞争转向以服务为主的竞争，服务成为主导竞争格局的重要因素。渠

道作为企业完成客户沟通、产品、服务交换过程以及实现价值、产生效益的重要载体，已经成为各大运营商争夺的主要阵地。

艾瑞数据显示，2012年第二季度我国电子商务市场整体交易规模为1.88万亿元，同比增长25.0%，环比增长7.3%。其中，电信行业也不甘落后，三大运营商纷纷涉足电子商务，加速电子渠道建设。

分析人士指出，与传统的营业厅、代理商、直销等渠道相比，线上渠道7×24小时提供话费账单查询、通话详单查询、缴费、充值、业务受理等多项服务，不受地域、时间限制，还能分流运营商的压力，降低运营成本，因此得到运营商的大力推崇。另外，电子渠道更容易介入到新业务的营销过程。因此，功能强大、使用方便、快捷高效的电子渠道系统，已经成为未来电信运营商的核心渠道。

中国联通联手第三方支付

基于电子渠道的强大功能以及行业发展大趋势，早在2008年重组之初，中国联通即组建了电子渠道中心，并开始与国内领先的独立第三方支付机构——易宝支付进行合作，实现网络支付功能。目前，联通电子渠道包括网上营业厅、手机营业厅、短信营业厅、自助服务终端以及mini营业厅等五大电子渠道，通过这些渠道，用户不仅可以实现网上交费、办理宽带和固定电话业务等近百余种联通业务。

作为电子渠道中非常重要的一个环节——支付也是联通开拓电子渠道以来非常重视，并努力建设和完善的业务领域。据易宝支付相关负责人透露，“目前易宝支付为联通提供的支付服务主要有网上营业厅、掌上营业厅、迷你终端机、自助终端机和快捷支付等。另外，还利用自身的互联网资源、银行资源等行业优势为联通提供相关的营销推广服务，推动交叉营销，从而实现为联通‘创造交易’。”

联通相关负责人表示，现阶段，联通正通过积极联手第三方支付机构，打造全面开放的电子商务平台，力争在三年内将电子渠道打造成为销售服务的主渠道。

业内专家指出，运营商要强化IT支撑系统以及物流配送环节的建设，逐步将电子渠道从“服务型”向“全功能”价值型的渠道转变，才能快速健全电子渠道，不断满足用户的服务需求，提高使用体验。来源：2012-8-27 证券日报

[返回目录](#)

宽带速率成关注焦点 运营商陆续部署测速平台

随着宽带用户规模的不断增长，宽带速率成为关注焦点。虽然各国都对本国的宽带速率及达标情况进行了测试，但由于测试方法的不同，导致宽带接入速率

并不等于“实际速率”，因此需要通过相关评测标准进行规范。目前，运营商根据相关标准开始陆续部署宽带测速平台，已解决速率争议。

各国纷纷出台国家宽带战略

目前，全球已有超过 110 个国家发布了国家宽带战略，对宽带网络基础设施的建设提出了超常的发展目标。

如美国，根据其国家战略，到 2020 年，至少有 1 亿美国家庭实现下行大于 100M、上行大于 50M 宽带接入。2015 年的目标是下行大于 50M、上行大于 20M；澳大利亚：2017 年，90% 的家庭、学校和商户实现 100M 接入速率；德国：2010 年家庭宽带覆盖率达 100%，2014 年 50M 接入速率覆盖 75%，2020 年 50% 的家庭至少有 100M 宽带接入；欧盟：2020 年，所有互联网接入速率 30M 以上，最少一半的家庭宽带速率超过 100Mbps。

宽带国家战略的提出，以及宽带用户规模的不断增长，使宽带速率成为关注焦点。一些国家的电信监管机构，也对本国的宽带速率高度重视，并进行测试。但由于测试方法不尽相同，各国的实测速率与广告速率普遍存在差异。

宽带接入速率不等于“实际速率”

根据 Akamai 报告显示，到 2012 年第一季度，全球平均互联网连接速率为 2.6Mbps，比上一年同期提高了 25%；全球各宽带发展较好的国家，在过去一年里的速率提升都超过 30%；中国平均速率为 1.5Mbps，全球排名 93 位。

而根据全球认可度较高的测速网站——Speedtest 测试显示，全球平均速率为 11.24Mbps，我国为 7.55Mbps，排在第 62 位。

另外，据工信部电信研究院通信标准研究所副所长敖立介绍，各国也对宽带达标情况进行了测试。如美国 FCC 对各运营商的宽带达标情况进行的测试显示：各运营商所提供的宽带接入速率普遍在 80% 以上，上网高峰时期会略有下降。“从技术上看，Cable 接入和光纤接入都能够达到甚至超过广告速率，DSL 技术的实际测试速率与广告速率之比约为 84%”，敖立表示。

而在英国，接入速率是否达标与技术有很大相关性。“由于在很多地区英国居民居住较为分散，导致用户到运营商局端的距离较长，因此采用 DSL 技术的速率与标称速率有较大差距，而 Cable 接入和光纤接入则基本能符合标称速率”。

此外，澳大利亚、新西兰等国家也委托 esprit 公司进行速率测试工作。测试结果来看，“各国的测试结果与广告速率之间都存在一定的差异，DSL 接入的速率符合率最低。”

运营商部署测速平台解决争议

据敖立介绍，用户普遍关注的上网慢的问题，不仅涉及网络中的各个部分，同时与互联网服务提供商的服务器性能和部署方式、用户上网习惯等各种因素都有关系。

“除了关注用户最终业务体验如何，还有必要弄清楚影响用户体验的各环节的通信质量，以便有针对性的进行改进，因此需要通过一系列标准来对网络中各个部分的质量评测方法进行规范。”

据了解，2012年4月份工信部公示了《固定宽带接入速率测试方法》行业标准报批稿。标准界定了“固定宽带接入速率”这一概念，对测试设备提出了要求，并规定了基准测试方法、替代测试方法及测试数据的处理方法。

另据透露，除了对固定固定宽带接入速率测试方法制定标准外，国内相关标准研究机构正在研究其他相关速率测试方法，包括宽带用户体验速率测试方法，互联网网间业务质量监测系统测试方法，互联网业务服务质量测试方法，固定宽带接入速率测试平台检验方法，移动宽带接入服务质量测试方法等一系列宽带网络服务质量评测方法。

据悉，中国电信(微博)已经统一部署了宽带测速平台，目前已按照标准基本改造完毕，个别省份还在改造中，并且已为大量用户提供宽带测速服务；中国联通(微博)约15个省部署了测速平台，其中部分对用户开放，部分为内部测试使用；中国移动(微博)则只有个别地方建设了测速平台，普遍需要新建，按标准新建工作也在推进之中。来源：2012-8-23 飞象网

[返回目录](#)

运营商纷纷宣布关闭 2G 网络 释放频谱升级网络

如今 3G 发展如火如荼，4G 日渐兴起，唯独 2G 显得日益落寞。近日，美国电信运营商 AT&T 宣布将于 2017 年以前关闭其 2G 无线网络，以重新划分频谱推出更多先进服务。

事实上，除了美国的 AT&T，芬兰、日本、新西兰、韩国等国的电信运营商都有了关闭 2G 网络的时间表。当前，电信运营商面临着 4G 网络频谱短缺的困境，关闭旧的 2G 网络，释放出更多的频谱资源供下一代网络使用，将有助于运营商加快网络升级的步伐。

运营商纷纷公布关闭 2G 网络时间表

智能手机的日益普及，推动 2G 用户向 3G 用户大规模迁移；而随着全球商用及准备商用的 LTE 网络规模正在迅速扩大，3G 网络也正在向 4G 平滑演进。当前，在我国 3G 发展如火如荼之时，欧美、日本等地的主流运营商已开始步入

4G 时代，在这种情况下，2G 显得日益没落，慢慢退出历史舞台，已是 2G 必然的命运。

据媒体报道，AT&T 近日在提交美国证券交易委员会的文件中称，该公司将在 2017 年以前关闭其 2G 无线网络。

数据显示，截至 2012 年 6 月份，AT&T 大约有 12% 的用户(约为 840 万人)仍在使用 2G 手机。可以预见，未来几年 2G 用户将会进一步消失。目前在 AT&T 的用户中，大多数都在使用 3G 网络，同时其也在积极在全美部署 4G 网络。

据了解，AT&T 最初在 1990 年代初期推出 2G 网络，最新一代的 4G LTE 网络已于去年 9 月开始推出。AT&T 发言人称，公司将不再向合约用户及预付费用户出售 2G 手机。除手机外，AT&T 还有其它一些连接至 2G 网络的设备，但它希望这些设备能在未来几年内过渡到更加先进的技术。

实际上，除了美国的 AT&T 宣布了 2G 网络关闭时间表，目前在全球范围内，已有不少运营商都有了关闭 2G 网络的计划。比如，芬兰于 1999 年 3 月在全球率先发放 3G 许可证，2010 年关闭 2G 网络；日本于 2000 年 12 月在亚洲率先发放 3G 许可证，其三大移动运营商计划最晚于 2012 年 7 月底关闭 2G 网络；新西兰电信(Telecom)将于 2012 年 7 月 31 日关闭其 CDMA 版的 2G 网络；美国 SprintNextel 公司将于 2013 年年中关闭其 2G iDEN 网络；韩国电信(KT)2012 年初也已实施了关闭 2G 网络的计划.....

全球 2G 网络时代终结的日子不远了。

3G、4G 代替 2G 是趋势

3G 发展形势一片大好，4G 网络正在积极部署，时代发展的潮流已经将 2G 远远撇下，3G、4G 代替 2G 是必然的趋势。

根据全球移动供应商协会(GSA)日前发布的《LTE 演进》报告显示，截至 2012 年 7 月，全球 101 个国家的 338 家运营商正在投资 LTE。其中 90 个国家的 280 家运营商已明确作出 LTE 投资承诺，另外 11 个国家的 58 家运营商正在进行 LTE 网络试验。截至 2012 年 6 月底，全球已有 89 张商用 LTE 网络，分布在 45 个国家和地区，加上 7 月份商用的 LTE 网络，到目前为止，全球已商用的 LTE 网络将近百张。

在全球运营商大力建设 LTE 的同时，LTE 用户数也在快速增加。数据显示，2010 年全球 LTE 用户只有 14.4 万，到 2011 年猛增到 1512.1 万。2012 年，估计用户将达到 5015 万，年增长率 231.66%。2013-2015 年，用户数将分别达到 1.18 亿、2.48 亿和 4.58 亿。

虽然建设 4G LTE 势头正劲，事实上，当前各大电信运营商都面临着 4G 网络频谱短缺的困境。业内人士指出，网络每次升级以后，移动技术在传输数据时

的效率都会提升一个档次。随着运营商的网络需要处理的数据越来越多，频谱资源短缺的问题日益暴露。而关闭旧的 2G 网络以便释放出更多的频谱资源用于 3G 和 4G 网络，不失为运营商应对这一挑战的好办法。

关闭 2G 网络，AT&T 可以借用其频谱用于 4G LTE 服务，以满足自己需要更加广阔的网络空间来传输数据的需求。AT&T 近期斥资 6 亿美元收购无线宽频解决方案商 NextWave Wireless 公司，将获得 NextWave 的一无线通讯服务 (WCS) 频段的频谱许可证。由此电信运营商挖掘数量有限的频谱资源的需求可见一斑。

关闭 2G 网络将影响 M2M 用户选择

从一些方面来看，放弃 2G 网络已成必需。除顺应 4G 发展趋势需要释放频谱解决频谱资源短缺的困难，4G 网络比 2G 网络经营成本低并且能为运营商带来更高的利润。未来数据业务全面取代语音业务已是不争的事实，运营商可从数据业务中赚取更多的利润，而 2G 网络不适合数据业务。

但目前问题是，运营商关闭 2G 网络将对 2G M2M 用户产生重大影响，从而也可能进一步影响 M2M 用户的战略调整。当前相关人士就针对 AT&T 关闭 2G 网络后其 2G M2M 用户的命运提出了质疑。

据悉，目前至少有几百万的 M2M 用户在使用 AT&T 的 2G 网络。因为 M2M 用户的数据需求少，2G 网络价格比 3G 网络便宜，他们更倾向于使用 2G 网络。此外，许多传统的 M2M 设备只需很低的数据传输速度和少量带宽，2G 网络更符合这类用户的需求。

一旦 AT&T 的 2G 网络关闭了，AT&T 的 M2M 用户或者要停止使用该公司提供的网络，或者升级他们的 2G 网络至 3G 网络。值得一提的是，美国 T-Mobile 公司正在重新划分其 2G 频谱，但将为一些零散的用户和现存的 M2M 用户保留一部分的 2G GSM 网络。那么，AT&T 公司的 M2M 用户难保不会转移使用竞争对手 T-Mobile 的 2G 网络，这对 AT&T 来说，将会面临一定的损失。

因此，对于要关闭 2G 网络的电信运营商来说，全面考虑到各种用户的需求，慎重掂量得与失，都是非常重要的。来源：2012-8-22 通信信息报

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动试点彩云业务

在昨日召开的 2012(第六届)移动互联网国际研讨会上获悉，中国移动(微博)的彩云业务已在本月开始向用户试点推广，并计划在年底前全面商用。中国移动

推出彩云产品，目标是打造一个安全、便捷、高效的个人云端数字生活中心。据介绍，彩云支持苹果、安卓、微软 WP 等主流操作系统平台，可提供虚拟手机、远程管理、云端通讯录等功能，并且不只是面向中国移动的手机用户，而是向所有移动互联网用户开放。此前中国联通(微博)和中国电信(微博)也推出各自的云服务产品。来源：2012-8-22 北京晨报

[返回目录](#)

中移动年底正式涉足云服务

记者在近日召开的 2012(第六届)移动互联网国际研讨会上获悉，中国移动(微博)的彩云业务已于本月初开始向用户试点推广，并计划在年底前全面商用。到时，用户不管是使用电脑、手机还是 iPad，不管终端操作系统是安卓，还是 ios，都可以实现信息汇聚和分享。

“有了它，即使手机丢了，也不会对生活和工作造成灾难性影响。即使手机不在身边，用户也可以通过云端通讯录查找他希望找到的联系人或是自助下载应用和删除信息。”中国移动数据部副总经理沈红群说。据介绍，彩云支持苹果、安卓、微软(微博)WP 等主流操作系统平台，可提供虚拟手机、远程管理、云端通讯录等功能，并且不只是面向中国移动的手机用户，而是向所有移动互联网用户开放。

除了移动互联网用户，中小开发者也将有望通过这个平台获益。“‘彩云’将通过平台资源和合理的收入模式，为开发者尤其是中小开发者提供合作机会。”

云产品并非中国移动的首创，此前苹果推出的云产品 iCloud 已经成为业界的典范，而中国移动在很大程度上也被定义为“跟随者”，对此，中国移动研究院院长黄晓庆在接受采访时表示：“中国移动的彩云和苹果的产品相比，都是支持多平台的。但创新是阶梯式、波浪形的，创新者不一定是领导者，跟随者也不一定不是创新者。”来源：2012-8-23 北京日报

[返回目录](#)

中移动呼吁释放优质频率用于 4G

近日，中国移动(微博)研究院院长黄晓庆表示，随着移动互联网的迅猛发展，业界预测未来 5~10 年流量将会增加 1000 倍，当前，制约移动互联网发展最主要的瓶颈是移动通信网络新接入技术的建设和使用，因此需要马上进入 4G 商用阶段。

黄晓庆呼吁将更多的无线电频率,特别是 700-900 兆之间的优质频率尽快发放给移动通讯使用,“这是很重要的趋势,过去这些频率没有用于移动通信领域,但随着全球移动互联网的发展,很多国家把这些频率重新发放给移动通讯使用。同时,还提供更多的频率给 WiFi 使用”,“使用感知无线电等新型技术,可以实现频率的共享,极大提高了无线宽带的接入资源。”

当前阻碍移动互联网发展的还有智能终端成本、功耗、半导体集成度等问题。此外,在应用方面,传统的应用主要基于 Windows 环境开发的,特别是在行业的应用里,需要把大量的应用逐渐转换成使用移动终端,包括平板电脑,适用于无线接入的环境,“实际上教育领域有很大的潜力来实现电子化。”

黄晓庆表示,我们整个社会正在利用无线带宽实现信息化,移动互联网不仅仅只包含娱乐的价值,实际上还有很多重要的生产价值,这是中国移动非常重要的基础工作。

目前,中国汽车占有量已经超过 1 亿,“过去的网络带宽不够,过去的网络延时太长,如果用车联网防止汽车碰撞,需要在 100 毫秒之内能够把信息传递成功,200 毫秒信息完成运转,现在网络光传信息可能在 150 毫秒以上,可能就有很大问题”,“LTE 的网络可以为车联网提供非常好的接入环境。”

中国移动研究院首席科学家许利群表示,现在中国工业化,人口的老龄化,以及城市化的步伐非常快,普通老百姓在医疗健康以及生活方面的要求很多新的现象出现了,尤其是慢性疾病,老龄化很严重。

“从慢性疾病的角度来说,半数以上的老年人可能会染上心脏病、高血压和糖尿病等 3 大慢性疾病”,假如一个终端设备可以在我们发病之前能够预警,它一定具有很巨大的市场价值和保障人生安全的价值,黄晓庆指出。

在移动互联网研讨会上,中组部“千人计划”引进的中国移动五位首席科学家首次集体亮相,全面阐释中移动技术创新战略。从 2008 年至今,中国移动陆续引进了黄晓庆、许利群、杨景、易芝玲、陈维等五位技术领军人才,分别担任研究院院长和首席科学家职务,组建了自己的研发团队,并迅速展开移动互联网、移动健康、车联网、绿色节能无线通信、物联网等领域的技术创新,致力于打造中国的“贝尔实验室”。

黄晓庆指出,“汽车和健康,它们是未来移动通信必然的发展领域。在这两个领域之内,我们可能预见的市场相等于现在的用户市场。”来源:2012-8-27 通信世界网微博

[返回目录](#)

中国移动入股中广传播已板上钉钉

传闻已久的中国移动(微博)入股中广传播一事并没有因中国移动领导换届而搁浅，正在悄然进行。

昨日，中广传播相关人士证实，中国移动入股中广传播已是板上钉钉，不可能因领导换届而改变。只是中国移动入股，需要中广传播拟定商业策划书。“中广传播正在提交商业策划书，已经易稿 10 版。”上述人士说。

据悉，中广传播需要将企业在行业中的定位、市场品牌、具体产品、运营模式、盈利情况等做好整理报告给中国移动。中广传播可能在定位上略做调整，除了推出广告业务外，还会增加动漫和音乐两个频道，同时，中广传播的带宽也将加深。

业内人士指出，自与中国移动结束了为期 3 年的排他性协议后，中广传播推行的 CMMB 电视手机逐渐淡出了人们的视野，而中国移动的入股可以在资金和渠道上很好地解决 CMMB 电视手机的推广难题。

不过，CMMB 电视手机仍然面临不小的挑战。目前国内 WiFi 网点覆盖范围越来越广，3G 价格越来越便宜，各种新闻、视频客户端也越来越多。而 CMMB 电视手机功能简单、内容单一，互动少，显然对高端客户缺乏吸引力。如果 CMMB 电视手机不能开放更多的免费频道，提升内容质量，也将面临被边缘化的危险。

来源：2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

无线上网成增长主力 中国移动迫切转型

从依靠短信到依靠无线上网，移动互联网的压力正倒逼中国移动(微博)转型。

“必须看到全球运营商都面临着数据流量爆炸式增长巨大压力，互联网业务加剧了传统运营模式转型的压力。”在昨天举行的 2012 第六届移动互联网国际研讨会上，中国移动(00941.HK)董事长奚国华表示。

根据中国移动上周公布的半年业绩，各项数据增长均创历史新低，当天，中国移动股价大跌 5%。其中，收入同比增长 6.58%，净利润增 1.5%。息税折旧摊销前利润率从上年同期的 49.6% 降至 46.2%，3.4 个百分点的跌幅前所未有，息税折旧摊销前利润同比下降 0.9%，营业利润降 3.6%。特别是传统电信业务的天花板现象已经非常明显。语音业务仅同比增长 2%，短消息营收同比下滑 3%，数据业务营收同比增长 17%。

现在，电信运营商竞争已经不再是中国电信(微博)、中国移动和中国联通(微博)的小三角竞争，而是电信运营商、新兴互联网运营商和走向服务的 IT 设备商构成的“大三角博弈”，这样的产业背景，被中国电子学会名誉理事长、前信息产业部部长吴基传称为“后互联网时代”。更重要的是，运营商在其中并不占优势。

“如何做好数据流量经营，如何应对互联网业务的替代，如何维护通信行业的价值，是全球运营商面临的共性问题。”奚国华表示。

中国移动已经切实感受到了移动互联网的威力。据中国移动数据部副总经理沈红群介绍，从 2009 年到现在，中国移动的无线上网流量基本都是翻番速度增长。

2009 年，中国移动的数据业务还是以语音以及文本增值业务为主，这两项收入综合占比超过 50%，到 2012 年上半年，无线上网数据业务收入跃居数据业务收入首位，达到 38%。而曾经作为数据业务最大收入的短信业务，已经退到第三位。

“可以很乐观地预计，未来无线上网业务收入和应用及信息服务收入，将成为数据业务收入最重要的组成部分。”沈红群表示。由于移动互联网带给中国移动的，除了网络压力还有业务模式的压力，因此中国移动在此次大会上提出了新的移动互联网战略：智能管道、开放平台、特色业务、友好界面。

具体来说，就是以 MM、飞信、无线城市作为三大业务龙头和入口，提供音乐、视频、游戏、阅读等一系列数字内容下载服务以及位置、支付等功能性的业务。

由于智能终端为数据流量拉动起到非常重要的作用，加大对智能终端的投入也成为中国移动的发力点。据介绍，以中国移动某一个省份为例，平均用户 ARPU(每月每用户收入)仅为 63.81 元，而智能终端的用户 ARPU 达到 101.6 元。

中国移动终端公司总经理助理唐剑峰介绍说，目前 3G 手机销量已经达到总销量的 70%，2G 销量大幅度下滑，上半年 TD 合作伙伴超过 300 家，1~7 月份送工信部入网测试的手机达到 202 款。但随着竞争加剧和价格下跌，2012 年手机市场增长放缓也给各方带来了压力。

据了解，2012 上半年，中国移动的手机补贴成本上涨 42%，中移动计划将 2012 财年手机补贴预算上调 30%。来源：2012-8-22 第一财经日报微博

[返回目录](#)

中移动 ARPU 值下降盈利趋缓转型信息运营

中国移动自 2009 年结束高速增长时代，正持续面临收入增速放缓、盈利能力下降等挑战。据中国移动近日公布的财报显示，2012 年上半年，中国移动营收达 2665 亿元，同比增长 6.6%；净利润 622 亿元，同比增长 1.5%；净利润率为 23.3%，同比降低 1.2 个百分点。尽管依靠用户规模效应的发挥，中国移动的业绩持续增长，且在业内依然占据领先优势，但面对移动互联网的兴起，以及日益加剧的市场竞争，加快战略转型已成为中国移动必然的选择。

中国移动面临三大挑战

移动电话普及率不断提高，用户增量市场空间日益缩小。据工信部统计，截至 2012 年 6 月底，我国移动电话用户超过 10.5 亿户，普及率达 78.3 部/百人。可见，移动电话用户的增长进一步逼近极限，中国移动等运营商获取新用户的潜力不断减弱。同时，电信市场竞争进入白热化阶段，中国电信(微博)、中国联通(微博)在 3G 市场上持续发力，一定程度上分流了中国移动年轻用户、中高端用户。数据显示，2012 年二季度，中国移动新增用户 1587.8 万户，环比下跌 10%。

传统语音业务仍是中国移动收入的主要来源。2012 年上半年财报显示，中国移动语音业务继续增长，用户总通话分钟数达到 2.06 万亿分钟，同比增长 9.2%，语音业务收入达 1771.28 亿元，同比增长 2.2%。从业务收入结构来看，语音业务收入占总收入的比重为 66.5%。尽管如此，传统语音业务日趋饱和且更趋低值化，就中国移动而言，2012 年上半年平均每分钟语音业务收入由去年底的 0.094 元跌至 0.086 元，通过新增用户的方式维持营收增长愈发难以为继，此外微博、语音聊天工具的影响和替代效应日益显现，加大了中国移动现有业务结构的风险。

目前语音业务消费量虽仍在增长，但消费收入和边际效益却在下降。最新数据显示，2012 年上半年中国移动 ARPU 由 2011 年年底的 71 元降至 67 元。这主要是因为：其一，平均每月每户通话分钟(MOU)由去年底的 525 分钟降至 518 分钟；其二，新增用户主要为低使用量用户，导致 ARPU 被摊薄；其三，虽然数据业务有所增长，但是在总收入中占比偏低，影响有限。中国移动管理层预计下半年 ARPU 下降趋势将延续。

可见，传统的语音和短信业务已无法支撑高盈利。值得注意的是，短信及彩信业务不再是中国移动第一大增值收入。财报显示，2012 年上半年中国移动短信及彩信业务收入 222.06 亿元，同比下降 2.62%。而且，中国移动面临较大的盈利压力。在中国移动上半年 1.5% 的净利润增长中，最主要来自浦发银行。据

介绍，期内中国移动自浦发银行的盈利贡献为 28.67 亿元，而去年上半年则为 20.16 亿元。

当前移动互联网的迅猛发展，苹果、谷歌(微博)等互联网巨头的崛起，改变了传统电信业的创新模式和市场格局，加剧了电信运营商哑管道化的风险。业内分析人士认为，ICT 产业融合带来业务替代和价值转移，新技术新业务对传统电信业务的替代效应凸显，行业价值链核心逐步由运营商转向运营商、终端商、互联网企业等多元化竞合。面对电信业的变革趋势，如果中国移动还固守超过 6 亿的国内用户，那么等待中国移动的将是倒退。

发展重心转向数据业务

移动互联网和物联网成为中国移动新阶段的收入重点。因资费不断降低，ARPU 值持续下滑，中国移动提出，大力发展数据业务包括移动数据和互联网，这是提高 ARPU 值的唯一捷径，也是在语音收入增长乏力情况下中国移动新的增长点。目前我国移动数据业务还处于发展初期，发展潜力远未释放。为此，中国移动将致力于移动数据及互联网的基础建设。

从财报来看，中国移动数据业务快速发展，上半年收入达到 760 亿元，同比增长 17.3%，占运营收入比重上升至 28.5%。其中，无线上网业务增长迅猛，收入达到 292 亿元，同比增长 51.6%，占运营收入比重达到 11%，成为收入增长的重要来源。在无线上网业务收入中，移动数据流量收入达 284.81 亿元，较上年同期的 189.72 亿元增长 50.1%，WLAN 业务收入达 7.37 亿元，同比增长 139.3%。

中国移动上半年继续深化 2G/3G/WLAN/TD-LTE 四网协同发展。数据显示，中国移动上半年无线上网业务流量达 3892 亿 MB，同比增长 184%。3G 网络承载的话务量同比增长 1.9 倍，承载的手机数据流量同比增长近 2.4 倍，网络利用率有所提高。同时，WLAN 无线接入点达到 283 万个，成为承载数据流量的重要手段。

此外，在移动互联网业务发展方面，2012 年上半年中国移动重点业务规模持续扩大，移动应用商场累计注册用户超过 2 亿户，累计应用下载量超过 8 亿次；飞信活跃用户超过 9000 万户；在移动支付领域分别与中国银联、浦发银行展开深度合作；全国 321 个城市的门户上线推广，用户初具规模；物联网应用规模持续扩大，M2M 终端数较上年底大幅提高。

然而，数据业务的发展机遇与挑战并存。首先，网络扩容压力。手机上网用户的增长使移动网络带宽面临考验，移动互联网应用大量消耗网络资源。其次，运营商在移动互联网时代还面临更加激烈的竞争，虽然能从数据业务发展中获

益,但也存在网络投资回报率降低的风险。运营商如果应对不当,数据流量的“美酒”就很可能变成“苦果”。

转型信息运营势在必行

中国移动主导了 2G 时代,在 3G 时代正经历着阵痛。中国电信成功再塑 EVDO 产业链,而中国联通借助优越的 3G 技术获得极大好处,使存量市场的争夺日趋激烈。从 2G“随意打”、2G 流量“随意玩”到 3G 低门槛套餐,从语音到流量,中国移动面对中国电信和中国联通田忌赛马式的差异化进攻策略,感受到竞争的压力。同时,移动互联网新技术新业务新模式的影响与日俱增,主动或被迫从语音运营向语音、流量和应用综合运营转型成为现实发展的需要。

种种迹象显示,面对移动互联网的趋势,中国移动正在寻求改变。有媒体报道称,在 2012 年半年工作会议上,奚国华拿出了成立“中国移动互联网公司”的草案,这是对面向语音业务经营、增量客户拓展的工作体系的调整,表明中国移动从单纯的关注用户市场到转向业务结构的创新转型,在 3G 向 4G 过渡时期打造自身的竞争优势。在中国移动看来,其优势是有近 7 亿的用户群,只要能和业务有机结合,就能形成巨大的市场影响力。

董事长奚国华为中国移动制定的移动互联网战略是:智能管道、开放平台、特色业务与友好界面。近期中国移动显然加快了移动互联网布局,除酝酿成立互联网公司,展开系列内部改革外,还计划采取对外投资的方式,强化自身的互联网基因。据悉,中国移动将以入股的方式成为科大讯飞的战略投资者。通过资本运作的方式增强内容竞争力,是中国移动惯常的手段,毕竟手中握有大量的现金流,而加强应用也是中国移动拓展移动互联网市场的重要内容。来源:2012-8-22 通信信息报

[返回目录](#)

中国移动路由器交换机集采:H3C 成主流供应商

日前,中国移动(微博)公布了 2012 年路由器和交换机集中采购招标初步结果,在此次中国移动推出 20 个标包中,H3C 全线入围高、低端路由器设备、数据中心交换机设备等多个标包,继中国电信(微博)集采之后,再次在运营商市场取得巨大突破。

H3C 全线入围:成为移动主流供应商

据了解,此次中国移动共推出 20 个标包,包括互联网骨干网六期扩容工程 8 个标包,IP 专用承载骨干网七期扩容工程 5 个标包,2012 年高端路由器设备、

BRAS 设备、低端路由器设备、三层高端交换机设备、数据中心交换机设备、三层低端交换机设备、二层交换机设备集中采购各 1 个标包。

H3C 此次中标项目涉及高端路由器设备、低端路由器设备、数据中心交换机设备、三层低端交换机设备、二层交换机设备等多个标包，在路由器、交换机高低端设备上全线入围。尤其在倍受关注的数据中心交换机设备采购、高端路由器设备采购中，H3C 的产品设备获得招标方广泛好评。

DCSW 首次单独进入集采：H3C 独占鳌头

之前数据中心交换机都是放在城域网交换机集采包下面，本次中国移动集采特别增加了数据中心交换机场景。据悉，在运营商快速建设数据中心的发展期，早期采用的传统城域网或园区交换机已经无法胜任当前的需求。因此，运营商开始尝试采用数据中心交换机来解决问题，而数据中心专用交换机必须具备 CLOS 架构、大缓存、高密万兆、多框虚拟化、大二层扩展等能力。这些新的技术需求，将很多传统的电信设备厂商挡在了门外。

H3C 凭借在数据中心交换机领域多年的耕耘与创新，在不久前结束的中国电信数据中心交换机集采中，H3C 取得了 23 套设备中的 19 套，成为最大的赢家。在本次移动集采中 H3C 延续优势，在数据中心交换领域传统三强中占据领先地位，成为运营商数据中心交换机集采的主要赢家。

运营商高端市场 H3C 再获突破

此次中国移动交换机路由器集采，H3C 在高端路由器设备集采包的六档中，夺得了其中四档，在运营商高端路由器市场上，再次取得里程碑式突破，从而成为中国移动高端设备采购的主流供应商。

随着运营商继续加大部署云计算，云计算从小到大的规模演进，运营商在网络建设中需考虑到未来三到五年后的规模增长需求，而只有具备良好创新能力和丰富实践经验的公司才能为其提供支撑，以应对因业务量爆炸对网络形成的巨大挑战。未来，H3C 将在运营商云计算战略实施过程中，为其提供更好的网络服务和技术支持。来源：2012-8-22 中国通信网

[返回目录](#)

中移动启动大规模配线集采 警告有价无货供应商

为了配合即将启动的大规模网络建设，中国移动(微博)已于日前启动了 2012 年配线类产品的集中采购工作。此次集采不但在规模上超过往年，而且也是固定移动网络同步发力。

从集采的具体产品形态上来看，包括数字配线架、光纤分配架、基站用综合机柜、软跳纤、铠装跳纤、光缆交接箱和网络综合机柜。

从具体规模上来看，数字配线架额度为 0.4 万架，光纤分配架为 5.8 万架，基站用综合机柜为 11.3 万架，软跳纤 1233.1 万条，铠装跳纤 229 万条，光缆交接箱和网络综合机柜 1.6 万架。

业内人士指出，中国移动此次大规模集采显然是在为即将到来的 TD 六期和 TD-LTE 扩大规模实验进行基础设施准备。其实，从中国移动最近几年的投资重点来看，基础设施和传输网络已经超越无线网成为重点。

但需要指出的是，中国移动明确表态，供货厂商如果在 2010 年配线类产品集采中，因延迟供货或不供货等问题对中国移动网络建设造成重大影响的，将无缘此次招标。在之前的招标过程中，由于采用响应竞标的方式，导致很多厂商无利可图，中标不发货或者延迟供货时常出现。来源：2012-8-28 中国通信网

[返回目录](#)

中国移动 13.6 亿元入股科大讯飞 发展智能语音门户

中国移动(微博)23 日晚间宣布，以 13.63 亿人民币的价格认购安徽科大讯飞 15% 股份，双方将共同发展智能语音技术和产品。这项交易尚待监管部门批准。

根据认购协议，中国移动上市公司中国移动有限公司下属全资子公司中国移动通信有限公司参与该交易，认购科大讯飞非公开发行的股份 7027 万股，交易价格为 19.40 元/股。交易完成后，中国移动将持有科大讯飞经扩大股本的 15% 权益。

科大讯飞是一家专业从事智能语音及语音技术研究、软件及芯片产品开发、语音信息服务的国家级骨干软件企业，并在中文智能语音技术方面占据龙头地位。

数据显示，科大讯飞的“文本—语言”语音合成技术的市场占有率高达 70%，最近刚刚发布的小米二代手机中的语音技术采用的便是科大讯飞，除此之外，华为(微博)、金立等手机也在使用其语音产品。

中国移动和科大讯飞今后将在智能语音门户、智能语音云服务、智能语音技术和创新产品、客户服务应用和基础电信业务及行业信息化等领域展开深入和紧密的合作。

目前，许多公司都在研究智能语音控制系统，例如苹果公司为 iPhone 4S 配置的 Siri，安卓系统的 Voice Actions 等。有观点认为，基于智能语音技术的语音云门户将成为移动互联网的主要门户入口之一，智能语音技术将广泛应用到各

移动通信业务及服务中，成为一项标配的、最方便的人机交互方式。来源：
2012-8-24 中国新闻网微博

[返回目录](#)

中国移动称 2012 年上半年 TD 终端销量超 2500 万部

在今天上午举行的“2012 运营商终端与应用创新合作大会”上，中国移动通信集团终端有限公司副总经理袁利华表示，随着 TD 终端市场规模的逐渐加大，中国移动 TD 终端上半年销量超过 2500 万，全年会超过 6000 万 TD 终端使用用户。销量过百万的 TD 终端产品也将不断涌现。

据袁利华介绍，截至 2012 年 6 月，中国移动 TD 合作伙伴达 300 家，金立、OPPO、朵唯、步步高等主要公开市场品牌厂商加入 TD 产业。另外，TD 终端产品款型也在不断丰富，1-7 月 TD 终端入网送测数达 202 款，通过数 189 款。

同时，TD 芯片技术和产业也愈发成熟，袁利华表示：“以 Marvell、展讯、联芯、MTK 为代表的可商用的 TD 芯片供应商共有 8 家，而高通(微博)等知名国际厂商也即将加入 TD 阵营。TD 芯片在制程、架构、芯片尺寸、功耗与竞争制式保持同步水平。另外，2013 年至少有 10 款以上中低端 TD 智能芯片上市，全部为双核与四核单芯片平台架构，多核发展趋势明显。同时，3G 多模融合趋势显现，高通、MTK、展讯、联芯、Marvell 等厂商都参与其中，并将推出多款 T+W 双模芯片投入市场。”

袁利华表示，中国移动将积极推动终端市场发展，目前已经实现产品“三同”，即同款产品“同时、同质、同价”推出；同款产品“同设计、同配置、同型号”；未来推动产业链从“三同”向“三优”转变。”来源：2012-8-27 中国通信网

[返回目录](#)

【中国电信】

中电信数字阅读基地成功转型谋独立

近日，继天翼视讯、爱游戏两大基地先后宣布独立运作之后，中国电信(微博)旗下的天翼阅读基地亦对外公布了公司化运营的消息。消息称，中国电信天翼阅读基地已于 8 月 7 日注册天翼阅读文化传播有限公司，9 月正式步入公司化运作。本次中国电信旗下的天翼视讯、爱游戏、天翼阅读三大基地先后独立，这一系列大动作其实早在 2012 年 3 月初就有先行消息陆续传出，而此前外界也在不断猜测运营商这般大规模的“独立运动”有何用意。

据知情人士透露，天翼阅读文化传播有限公司成立后，将进一步引入外部资本，自负盈亏，并最终实现上市目标。也就是说，此后天翼阅读或将进一步厘清业务运作基地与传统运营商的双重关系。这意味着在风投创新模式的互联网企业环境之下，天翼阅读无论在经营模式、平台运行机制以及管理模式、人才制度等各方面都要以全新的面貌示人。

当然，对于像中国电信这样的以“政企”脱胎而来的企业有如此的举动，继而引起各界的猜疑与讨论，这并不让人感到意外。而这些引发讨论的观点基本趋于两种论调：运营商转型与公司化机遇。

一、运营商转型必然经历产前阵痛

众所周知，在当前互联网产业模式下，往往是中小企业间更容易出现革命性的创新型产品和技术，这种“创新”则是深度挖掘数据与研究用户行为习惯的结果，而这种模式实际上与运营商模式相悖，传统的运营商更大程度上一直处在提供服务的主体角色当中。此前中国电信因为市场竞争压力的关系而成立的八大业务基地已经昭示着其有意顺应市场化趋势，但效果并非立竿见影。一方面在业务基地与省公司之间的协作，传统企业流程机制等这些方面流于弊端，另一方面在其沉重的“身份”躯壳之下的创新理论也难以发挥。公司化运作这一举措无疑表明了中国电信的决心：要在当下竞争激烈的互联网领域中分得一杯羹。然而运营商的转型之路必然要经历产前阵痛，在其步入独立轨迹之前，依然要面对重重难题：诸如经营模式的转变、互联网管理模式以及人才的引进等问题，都是之后天翼阅读文化所要面对的。

二、公司化运营带来新气象

尽管要面对的挑战不小，但公司化所带来的机遇才是业内外更为聚焦的话题。据了解，天翼阅读基地自2010年9月8日开始正式投入运营至今短短的时间以来，其用户数已近7000万，有声阅读用户达突破1000万，平台数据统计PV突破10亿，月UV近2500万。天翼阅读基地以手机、专用阅读终端、互联网、平板PC等为主要载体，为用户提供书籍、连载、杂志、漫画等各类电子书阅读的一站式服务。而在独立运作之后的天翼阅读文化传播有限公司则依然将以数字出版、手机阅读等为业务方向，并且将在原有基础上，更高层次的进行数字阅读业务的投资、收购、产品研发和市场营销。可以看到，凭借原有的用户资源、渠道优势这些天然实力进入市场化竞争中，天翼阅读所需要的，更多是一种全新的思维模式，来将这些优势资源转化为持续创收的原动力。而对于多数的中小型企业来说，则需要的是平台能力开放所带来的新型合作模式。这样的“独立”，从产业链式发展的角度来看，或将带来业内各界所期盼的“春天的气象”。

三、是挑战，更是机遇，天翼阅读直面未来

虽然业界人士普遍认为，像中国电信这样的运营商转型之路必然步履维艰。然而，对于天翼阅读来说，进入独立运作已经不仅只是市场化的内在需求，更是天翼阅读文化传播有限公司渴望在未来突破自身限制的实际要求，在数字出版业的大环境下，可以说，天翼阅读基地的公司化必然也应该来到。独立运作既是挑战，更是机遇。在未来，依托内容与技术这两方面，天翼阅读平台将以更为适应用户与更加多元化的形象出现在大众面前。而在合作模式方面，也将出现更为开放与灵活多变的形式；在产品研发与市场营销方面则将更多地体现市场变化与需求。当然，还有更为重要的一点是，天翼阅读自身品牌在筹谋更长远与重大发展的同时，也必然会影响到整个数字出版产业机制，届时数字阅读将打开良性竞争、开放共赢的局面。

这是运营商第一次在数字出版行业发力改革，电信率先实现该领域的独立，进行公司化运营。中国电信布局的这场“独立运动”的蓝图正在缓缓浮现，而天翼阅读作为第一批先行者，他的未来，拭目以待。来源：2012-8-23 人民微博

[返回目录](#)

中国电信宣布收购母公司 CDMA 网络资产

中国电信股份有限公司今日发布公告，称与就收购母公司 CDMA 网络资产与中国电信集团达成协议，初步价格为 845.9541 亿元，预期收购交割日期为 2012 年 12 月 31 日。

根据收购协议，中国电信股份有限公司将购买中国电信集团除西藏自治区之外 30 个省、市及自治区的若干 CDMA 网络资产及相关负债。

收购的初步对价为 845.9541 亿元，最终对价会根据收购协议所述机制进行调整，调整区间不超过 30 亿元。

公告显示，截至 2012 年 3 月 31 日，该笔资产账面价值为 1112.06 亿元，相关负债账面价值为 300.32 亿元。

中国电信将于交割日起五个工作日内支付 255 亿元现金给中国电信集团，最终对价的其余部分将于交割日之后五周内支付。来源：2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国电信在港成立国际公司拓展海外市场

中国电信国际有限公司(以下简称“中电信国际”)昨日在香港挂牌成立。该公司是中国电信股份有限公司在整合原海外事业拓展部、香港公司、欧洲公司、美洲公司的基础上组建的全资子公司，总部设于香港。

中国电信表示，组建中电信国际是中国电信为加快海外拓展步伐，全面提升全球范围内业务接应和服务提供能力所做出的一项重要战略决策。

资料显示，自2000年成立美洲代表处以来，中国电信先后设立香港公司、美洲公司、欧洲公司共同负责全球业务，业已拓展26个国家和地区，建设海外POP点32个，国际传输出口带宽达到1900G，参与了10余条海缆建设并与11个接壤国家有陆缆直连。

据介绍，目前中国电信已经建成穿欧亚大陆方向、中亚区域方向、湄公河区域方向的陆缆以及独有的海陆缆互补，大规模投入建设的海外IDC等通信基础设施等。

中国电信表示，中电信国际将依托中国内陆资源，主要服务于跨国企业客户，尤其是走向世界的中资企业客户以及进入中国市场的外资企业客户。来源：

2012-8-24 新浪科技微博

[返回目录](#)

中电信上半年净利润 88.14 亿元 同比降 8%

中国电信(微博)刚刚发布2012上半年财报。报告显示，上半年中国电信营收1380.21亿元，同比增长14.8%；股东应占利润为88.14亿元，同比下降8.3%。来源：2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

电信运营商校园开商战 明争暗斗抢夺新用户

浙江大学开学第一天，各大通信运营商就在校园安营扎寨，打响了商战。不少刚刚远离家门、步入高校的新生一入学就被上了一堂商战课。

新生第一课：用户争夺战

8月20日是浙江大学2012级新生报到的第一天。校园里沿路插满了中国电信(微博)和中国移动(微博)的彩旗，蜿蜒足有一两公里——“沿着彩旗就能找到报到点”，一名负责指挥秩序的老师说。

上午 10 点，报到点人头攒动。紫荆港校区电子大屏幕显示已有 3700 余名新生报到，在大屏幕下方的广场上，最为醒目的是中国电信和中国移动搭起的“临时营业厅”。

中国电信杭州分公司的宣传语是“校园网激活跟我走”，广播里反复播出：“不能上网的同学，赶紧办理校园网，不要等选不了课后悔。”

一名生物系新生向记者出示了他收到的“中国电信告浙江大学 2012 级新生通信白皮书”和上网公告：“浙大的校园宽带由中国电信独家提供，而上网要通过动态密码认证，目前只有中国电信智能手机能接收动态密码。”

中国移动杭州分公司的电子大屏幕针锋相对打出了“真正校园网，手机不捆绑”的标语，10 多名统一着“动感地带”文化衫的学生每人举着一个字，连起来一念是“办宽带不着急，问问学长再决定”的标语。

除了新生报到点的明争，还有宿舍楼里的暗斗。“刚到宿舍，行李还没放下，学长就递上了一张手机卡，建议我选择这家运营商。”一名新生说。

而大学新生左手收到录取通知书，右手就收到了电信运营商寄到家里的宣传册、手机卡和发到手机上的广告短信。“运营商是怎么知道我们的地址和电话的？”一些学生家长十分纳闷。

校园一再上演“三国杀”

浙江大学有 44000 多名学生，每年新生近 6000 名，学生的通信和上网服务是一个稳定的优质市场。作为电信运营商，看重和竞争这个市场无可厚非。但无序的过度竞争，也把宁静的校园变成了喧嚣的商战战场。

面对运营商越来越浓的火药味和来自学生家长、公众的质疑，浙大校方反复强调，新生的录取通知书和官方网站都清楚写明，学生可自由选择电信运营商，学校从来没有任何限制。

但是记者注意到，在浙大报到点没有联通的临时营业点，校园里也没有联通的彩旗。记者询问怎么办联通手机卡后，找到了远离新生报到点、设立于宿舍区的联通营业厅，营业厅边上搭了几个小棚。

中国联通(微博)内部一位知情人士告诉记者：“因为联通一直没有出钱。”“有的运营商给学校捐了钱，学校就把手机卡夹在通知书里，单独寄给学生，或者给一些其他的差异化待遇。”这位人士说。

据了解，浙江大学去年 7 月与中国电信浙江公司签署战略合作协议，具体合作内容包括合作共建浙江大学“智慧校园”、教职工与学生通信服务、浙江大学学生创业助学平台计划等。同时，浙江电信向浙大捐赠了 1000 万元。在接下来的浙江大学网络建设招投标中，浙江电信以“零元”建设费的标的中标。中国电

信浙江分公司相关负责人表示，浙大不出一分钱，电信将完成浙大五个校区的网络改造，成本在 1000 万元以上。

据了解，学生访问内网免费，访问外网每人月费 10 元到 50 元不等。

对此，中国电信浙江分公司相关负责人说：“电信向浙大捐赠是一码事，商业合作是另一码事，两者没有关系。”但对于当前过度竞争局面，这位负责人也表示担忧。

中国移动浙江分公司相关负责人同样表示：“现在这种竞争局面不能再继续下去，运营商应该把重点放在加强产品优化和服务升级上来，应推动校园市场向公平、有序的方向发展。”

大学，能不能离商业利益远一点

一位运营商高管私下说：“哪家运营商出的价高，学校就会有意无意给这家开方便之门。总之，学校这个市场的利益，校方要分走一块。”

校园变成商场，不仅浙江大学，杭州下沙大学城的多所高校每年都会上演这样一幕，有的比浙大更为激烈。在南京、武汉等地，运营商对学生资源的争夺也到了白热化境地。

21 世纪教育研究院副院长熊丙奇认为，运营商是企业，利益驱动本来无可厚非，但是校园作为公共资源，应该是公平公开地允许各家运营商免费进入提供服务，学生自由选择。如果只允许一个或其中几个公司进入，或明着谁都可以进入，实际上暗中在利益上达成其他默契，就会引发不正当竞争甚至是恶性竞争。

熊丙奇说，浙大当前的处境，其实是高校普遍面临的一个问题。“高校吸引社会化资金办学是大势所趋，但这个过程需要更加公开、透明、民主、规范的机制保障，比如事先征求师生意见，公开捐赠金额和用途等，总之应保证捐赠有利于师生，有利于学校声誉，避免出现猜测和杂音，也避免其中可能发生的权钱交易或变相交易，这才真正有利于吸引更多社会资金用于办教育。”来源：2012-8-24 经济参考报微博

[返回目录](#)

电信运营商“较量”转战互联网：面临共同阻力

正当中国电信(微博)通过独立化运作八大基地公司，试图为自己加入互联网基因时，又一个通信运营商巨头开始了走互联网道路的尝试：近日有消息称，中国移动(微博)正准备将 9 大业务基地合并成立第五个专业子公司——“互联网公司”。继移动、固网领域之后，两大运营商很可能在互联网领域再次正面相遇，这一次，谁会走得更快一点呢？

中移动学会花钱了

8月17日，中移动公布了2012年上半年度财报，报告显示，上半年中国移动营收达2665亿元，同比增长6.6%；净利润622亿元，同比增长1.5%。与这份并不十分令人满意的报告同时披露的，是中移动将与科大讯飞信息科技股份有限公司就认购新股和战略合作展开初步协商，加上此前媒体报道的“互联网公司”，以及正在研究统一标识的增值业务，可以看出，中移动最近的互联网战略动作频频。

“中移动正慢慢学会如何花它手中持有的巨额现金。”资深电信行业分析师付亮认为。随着中国移动通信市场的爆发，中国移动在短短几年内积累了巨额现金，尽管此前也曾投资凤凰卫视、浦发银行，对中广传播的投资也将于近日敲定，但付亮认为，这些投入更多是出于资本和政策的考虑，对于移动自身业务的支撑却有限。可以佐证的是，前几次投资后，曾被业内普遍看好的中移动支付、视频等业务，却并没有与投资对象有太多的直接关联，而推出CMMB业务的中广传播，近两年业绩也并不好看。

但科大讯飞不同，这个有着中国Siri之称的互联网公司，不仅业务产品成熟，而且与移动业务有着天然的契合，“中移动对它的注资，将对已有业务形成支撑。”付亮认为，这说明移动正试图增加自己在互联网领域的份量，“成立互联网公司的意义也是如此。”

两大运营商面临共同阻力

然而，与中国电信尝试注入互联网基因一样，中国移动的转型遭遇了同样的质疑：传统运营商的思维能否改变，互联网公司与各省公司的关系如何协调，新公司是否可以不拘一格引入人才……在成立独立分公司的道路上，中国电信走得略微早一些，它所面临的问题和阻力，具有相当的代表性。

2012年3月底，中国电信成立了云计算公司，其定位是独立运作整个电信集团的IDC、云计算、CDN等业务，负责这些业务的规划、技术研发、运维等工作。如今低调运转近5个月的云计算公司，在与各省公司的职责划分上仍然没有理清。

“还没有完全独立，因为很多问题都没有最后明确。”一位接近电信云计算公司的人士告诉《IT时报》记者，原本云计算公司计划6月份推出云主机、云存储等产品，但如今时间节点都往后移了，“产品推出后，和省公司的关系如何处理？如何结算？各省公司的IDC是不是都要划分到云公司？各种方案的推行都有不小的阻力。”这位人士透露，尤其是IDC业务，如今已经成为各省公司一个重要的营收来源，如果全部划分到云计算公司，以前省公司的投资成本怎么计算？“现在各省公司指标压力都很大，不太可能轻易放手。”

除了利益之外，业务审批的流程也在拉长。电信某省公司人士告诉记者，以往 IDC 资源建设，只要省公司内部审批通过即可，现在集团要求必须上报，并由云计算公司一起审核项目，“2012 年到现在，一个项目也没批下来，而以前最多三个月就能完成。”

“电信遇到的问题不会是孤例。”付亮认为，同样的阻力将摆在中移动面前，尤其是 2012 年中移动经历了换帅，奚国华时代的中移动，已经展现出与前任不太一样的风格，而这种变化必然会使移动对中高层管理者任命更加稳健，“一定程度上可能会束缚互联网公司的手脚。”

电信将走得更快

当然，尽管存在各种阻力，但成立专业子公司、专注发展互联网业务、摆脱成为纯粹管道的思路，已经成为运营商的共识。从目前模式来看，中电信、中移动走得并不一样。电信更偏向单一路径发展，一个业务成立一个独立公司，移动则侧重整合，九大业务基地将并入同一个公司，谁会走得更快呢？

“电信的步子将更快。”付亮分析道，此前中电信剥离中通服、号百公司，已经在成立独立分公司的模式上有了成功经验，而且单个业务成立公司，会对主要业务方向集中支撑，“集中火力跑得更快。”而中移动互联网公司与几大基地之间的管理模式将很可能制约其前期发展，“如果总公司与基地之间是松散管理，那么合并的意义并不大，如果是紧密管理，资源可以共享固然好，但由于不同业务方向对资源需求有差异，如何合理分配是个问题。”来源：2012-8-27 IT 时报微博

[返回目录](#)

中国联通 27 日将发行 150 亿元 60 天超短期融资券

中国联通(微博)今日发布公告称，将于 8 月 27 日(下周一)发行人民币 150 亿元 60 天期无担保超短期融资券。

工商银行、农业银行将担任此次发行的联席主承销商。

经中诚信国际信用评级有限责任公司综合评定，该发行人长期主体信用级别为。

中国联通称募集资金中的 75 亿元将用于补充营运资金，另外 75 亿元将用于偿还银行贷款。来源：2012-8-24 新浪科技微博

[返回目录](#)

中国电信 IPTV 终端发展方向:向应用化和智能化演进

在第四届三网融合中国峰会上，上海电信研究院副总工程师蒋力女士透露，中国电信(微博)IPTV 终端下一步将向智能化方向演进，即 IPTV 的应用化和机顶盒的智能化。

在智能化产业风起云涌的形势下，中国电信的 IPTV 是一大看点。谈及中国电信在做什么，蒋力表示，“中国电信在三网融合的业务领域，最主要的是和牌照方合作推 IPTV，我们也有推移动天翼视讯的业务，包括我们在互联网上也有 189 的 TV 的应用。针对 TV，可能我们主要是和牌照方做 IPTV 的这样一个业务。”

据蒋力介绍，IPTV 有两类盒子，传统的标清机顶盒和高清机顶盒。目前，1700 多万用户中 90% 都是标清机顶盒，高清机顶盒还在起步阶段。随着“光网城市”的发展，各地光纤介入和宽带提速的跟进，2012 年开始，高清业务在各省都在做大力发展。

“IPTV 的现状和互联网上牌照方推出的新的盒子相比，相差很大。所以下一步 IPTV 终端也要进行向智能化方向的演进。”蒋力说。“我们 IPTV 终端演进概括了两句话，一个是 IPTV 的应用化，一个是机顶盒的智能化。我们原来传统的盒子可能和软硬件捆绑比较紧密，通过这样一个智能开放操作系统之后，我们的软硬件分离以后，IPTV 现在走以软件的方式提供 IPTV 的应用，我们也非常开放的合作的心态，包括和我们的电视机的合作伙伴，跟我们的牌照方、社会的盒子，只要你们需要，我们都可以把 IPTV 作为你们应用商城或者是你们电视机盒子中的一款应用，提供给用户去使用。”

据了解，中国电信近日公布了 2012 年 IPTV 终端设备集采招标公告，招标工作近日正式开始。根据公告显示，具体招标数为标清机顶盒 354 万，高清 IPTV 机顶盒 125 万，智能 IPTV 机顶盒 7.4 万。这是中国电信第四次开展 IPTV 终端设备集采，前三次集采工作分别在 2008 年、2009 年和 2011 年。来源：2012-8-24 飞象网

[返回目录](#)

中国电信 7 月 3G 用户新增 285 万 累计达 5381 万户

中国电信(微博)今天发布 7 月份运营数据，当月新增 3G 用户 285 万户，累计 3G 用户数 5381 万户，3G 用户占总移动用户比例为 36.63%。

7月份中国电信新增CDMA用户273万户，累计用户总数1.4691亿户。值得注意的是，中国电信本月新增3G用户数超新增移动用户总数，其中超过10万的新增3G用户来自原有2G用户转网。

固网业务方面，中国电信当月新增宽带用户116万户，累计8486万户；本地电话用户流失47万，累计用户数1.6702亿户。来源：2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

【中国联通】

联通苹果合约机到期可机卡分离

8月底，中国联通首批iPhone 4用户合约即将到期。记者从北京联通(微博)获悉，这些用户可更换成iPhone 4S合约计划，或更换成其他手机套餐，也可以销号。转换套餐须在本月底前办理，否则将继续按原合约收取套餐费；如果想办理销号，可以先办理停机保号再申请销号。

中国联通于2010年9月开始引进iPhone 4，并有零元购机合约计划，首批联通iPhone合约机月底即将到期。北京联通介绍，用户两年的合约期满后，可以更换成iPhone 4S合约手机，包括其中的386元两年零元购机合约计划，也可选择更换成其他手机的合约计划，包括三星(微博)、HTC、摩托罗拉等。

有网友发微博说：“合约到期前一个月一定更换下月套餐，否则合约到期后仍然收取你每月高额的套餐费。”北京联通客服人员举例，如果合约在8月31日到期，客户想转成价格更低的套餐，必须在8月底前办理，新套餐将于9月开始生效。

北京联通工作人员介绍，已经提前3个月通过短信提醒即将到期的客户。为鼓励合约老用户续约，将开展定向维系活动，向续办存费送机、购机送费、存费送费合约计划的老用户赠送物美电子购物券。电子券的面额根据所选套餐档位不同而有所区分，例如96(含)元档套餐以上赠送100元电子券，96元档以下赠送50元电子券。

此外，由于传iPhone 5将于9月上市，预计不少合约到期用户可能会选择等待新一代的iPhone 5。

财经提醒

合约到期如何办理销号？

本报讯(记者 关庆丰)北京联通介绍，iPhone 4用户合约到期后，“机卡合一”制度也不再执行。由于销号必须在合约到期后方可办理，如果用户想销号，

具体操作方法如下：以 8 月 31 日到期的 iPhone 4 合约机为例，8 月 31 日前先办理停机保号，9 月初再办理销号业务。需要注意的是，如果不提前办理停机保号，就得再多交一个月的套餐费。来源：2012-8-27 北京青年报

[返回目录](#)

联想一季度手机销量同比增 44 倍

联想集团(微博)日前公布的第一季度业绩显示，2012 年一季度销售额达 80 亿美元，比去年同期上升 35%。第一季度纯利同比上升 30%，达 1.41 亿美元。

作为全球第二大个人电脑厂商，联想季度市场份额再创新高达 15%。期内，尽管全球整个行业的个人电脑销量年比年下降接近 2%，联想的全球个人电脑销量录得年比年上升 24.4%，连续 13 个季度超越整体行业增长，更是连续 11 个季度成为全球前四大电脑厂商中增长最快的厂商。

“在中国以外的新兴市场、全球消费业务和移动互联领域的迅速拓展，为公司业绩带来均衡的多点支撑。”联想集团董事长兼首席执行官杨元庆表示。

第一季度联想中国区的综合销售额为 35 亿美元，年比年增长 24%，占集团全球总销售额 44%。季内，联想在中国的市场份额提升 3.9 个百分点至 35%，再创历史新高。

联想的笔记本电脑继续成为集团主要的收入来源，占集团总销售额 54%。季内，联想的全球台式电脑销量年比年上升 21%，同期行业整体下降 4%。

另外，联想在中国市场的智能手机销量同比增长 44 倍，使联想智能手机的市场份额首次录得双位数字，达 11.2%。来源：2012-8-23 深圳商报

[返回目录](#)

联通预测 3G 收入年底超过 2G 实现赢利

在日前出席各自的业绩发布会上，中国联通(微博)和中国电信(微博)都提出了各自的 3G 目标，中国联通希望到年底 3G 收入超过 2G，而中国电信则希望 3G 用户数尽早超过 2G 用户数。

追求规模还是利润

这反映了目前阶段这两家运营商发展 3G 的差异性，中国联通希望 3G 能带来收入和利润，而中国电信则希望 3G 首先要达到一定用户规模。

中国联通董事长常小兵在近日出席业绩发布会时坦言，以目前情况看，3G 收入与预期出现差距，但有信心到年底实现 3G 收入占比超过 50%，他又指出，

上半年联通 3G 收入同比增加了一倍，达到 269 亿元人民币，且联通净利增长 31.9%，主要来自 3G 贡献，常小兵甚至一直否认联通有 2012 年新增 5000 万 3G 用户的目标，这表明，他并非将联通 3G 用户数排在第一位。

中国电信则在 2012 年年初就设定 3G 目标是。让 3G 用户在年底占到中国电信 CDMA 用户总数一半以上，即 3G 用户数超过 2G 用户数。

目前，中国电信 3G 用户占 CDMA 用户总数比例为 35%，这个占比在三大运营商中是最高的，但与其它两家运营商相比，中国电信 3G 用户还是最低的，因此，中国电信对 3G 用户数非常看重，希望尽快在 3G 市场上“圈更多的地”。

向低端用户拓展

2012 年上半年，联通 3G 用户的 ARPU 值由去年同期 117.5 元人民币下跌至 91.8 元，中国联通董事长常小兵称主因是低端用户拉动，而整体 ARPU 只下跌也是因千元手机销售规模加大，但他认为，这对拉动 3G 整体发展有帮助，对利润也有明显贡献。

中国电信上半年 3G ARPU 值下跌 1 元至 74 元，对此，中国电信董事长王晓初表示，主要由于上半年 3G 净增客户数量大幅提升。

由此看来，中国联通和中国电信都积极向低端用户拓展 3G，而重要利器就是千元智能机以及低价 3G 卡等。来源：2012-8-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

联通备战校园市场 细分套餐推低端用户转网

中国联通(微博)日前发布的 7 月份运营数据显示，当月联通新增 3G 用户 308.7 万，环比增 2%，远超中移动的 190.1 万，3G 用户累计达 6061.7 万户。有分析指出，6、7 月中联通净增 3G 新增用户均超 300 万户，与此前通过低资费吸纳低端客户有一定关系。中国联通一季度推出“随意打”、“随意玩”业务。这一业务不仅大赚业界眼球，更在移动市场大获用户青睐。根据中国联通相关省公司的公布数据，“随意玩”业务日增用户过万。

在临近 9 月份各大高校开学之际，中国联通又相继推出了“沃 3G 预付费 20 元卡”和“沃派 36 元套餐”，鏖战低端用户市场，同时为开学之后的校园市场竞争战做准备。“随意打”、“随意玩”大获成功，那么“预付费 20 元卡”和“36 元套餐”是否也能带来同样的市场效果呢？从套餐月费和套餐的设计来看，这两款套餐所面向的用户群都是学生用户，或者说是低端用户。且让我们先分析这两款套餐所面向的目标用户群特征。

低端用户更容易频繁转网

按照市场营销的“消费心理细分”模型，可以把用户分为五类，分别是：Passive 用户——忠诚于某个品牌，认为品牌选择不太重要；Single-minded 用户——忠诚于某个品牌，认为品牌选择是重要的；Shared 用户——喜欢多个品牌，认为品牌选择是重要的；Uninvolved 用户——不忠诚于任何品牌，认为品牌选择不重要；Seekers 用户——对目前使用的品牌不满，认为品牌选择是重要的。

根据一些咨询机构的研究成果，这五类用户分别所占比例的世界平均水平是：Single-minded 用户约占 42%，Shared 用户约占 27%。而 2012 年底的调查数据发现，中国手机用户中，Single-minded 用户约占 30%，比世界平均水平低 10 个百分点；而 Shared 用户约占 54%，是世界平均水平的两倍。这说明，与世界平均水平相比，中国手机用户的品牌忠诚度较低。

而更为重要的是，在所有手机用户中，月手机消费在 50 元以下的低端用户的忠诚度更低，更容易频繁转网。最近一次的调查数据显示，月手机消费在 50 元以下的低端用户在入网三个月内就考虑转网的比例是月消费 50 元以上的中、高端手机用户的两到五倍。

另外，低端用户入网时首先考虑的是价格。低端用户中入网时首先考虑套餐、资费、价格的用户比例高达 87%，明显高于中、高端用户的比例；同时，首先考虑运营商的用户比例仅 13%，明显低于中、高端用户的比例。这说明，低端用户对价格更为敏感，对运营商的忠诚度相对较低，所以才会频繁转网。也就是说，只要有比目前所在的运营商有更低的资费选择，就可能是促成低端用户转网的诱因。

低端用户更为看重月费和上网流量

一般来说，一款套餐包含四个要素：月租/月费、通话分钟数、上网流量、短信数量。不同的通信需求，会导致用户表现出对这四个要素的不同偏好。

月手机消费 50 元以下的低端用户相对于中、高端用户，表现出对月租/月费的显著偏好。60% 的低端套餐用户在入网时最看重套餐的月租/月费，他们对于每月的固定通信费用非常敏感，经常会有意识地将通信费用控制在一定的额度之内。同时低端用户中，主要用手机来上网的用户则表现出对上网流量的强烈偏好。这主要是因为，低端用户中，有 79% 的用户有不止一个手机卡；其中，超过一半的人有一张手机卡是专门用来上网的。同样地，这部分用户也会有意识地控制每月的固定上网费用或者将上网流量控制在套餐额度之内。

从低端用户的上网应用来看，跟其他人群相比，其最显著的特征是挂 Q，比例高达 74%；其次是微博和浏览网页。这也就解释了低端用户中目前还有 21% 的用户用 2G 网络来上网的原因，其最主要的需求挂 Q 既不需要太高的网速，也不会消耗过多的流量。

两款低档套餐均将为联通带来可观新用户

“随意打”、“随意玩”在一个省可以为联通带来每日过万的新增用户，可见其对于新用户入网的强劲拉动作用。而近期的调查数据显示，“沃 3G 预付费 20 元卡”和“沃派 36 元套餐”对于新用户入网的拉动作用并不比“随意打”、“随意玩”逊色多少。

调查中，63%的用户表示对“沃派 36 元套餐”产品感兴趣，更有 45%的用户表示会因为这个套餐而入网中国联通。用户除了偏好“月送 500MB 定向流量再送 3000 分钟本地通话”的短期促销优惠利益，还喜欢“每月最多消费 36 元，话费容易控制”。

“沃 3G 预付费 20 元卡”的效果稍差一些，但对于新推出市场的套餐来说，表现也相当不错。55%的用户对这个产品感兴趣，37.4%的用户表示会因为这个产品而入网中国联通。用户喜欢这个业务的原因主要有以下几点：本地通话仅需 0.1 元/分钟；超低门槛，每月最低消费 20 元；自由组合，不固定各类业务的使用量，可以全部用来打电话，也可以全部用来上网；不用担心流量超标，100MB 后上网功能自动关闭，次月自动开通。

用户对于这两款套餐的高接受度，以及用户喜欢该套餐的原因都与我们之前的分析一致，即：低端用户非常看重每月的固定通信消费以及上网流量。而中国联通的这两款套餐恰恰抓住了低端用户的最关键需求。

中国联通在低端用户市场的频频试水对其他两家运营商来说，非常有启示意义。虽然说 3G 生活已然悄悄走进我们的生活，但由于教育程度、人生阶段、工作性质、经济状况等各方面的差异，导致用户在使用通信服务或者是 3G 服务的时候需求点也存在显著的差异。

运营商推出新的套餐之前，需要考虑清楚该套餐面对的目标客户群是谁；他们的关键需求是什么，是上网，还是话音，还是都需要？他们看重的是每月的固定费用、资费，还是上网速度，或者是通话质量？中国联通几款低端套餐的成功表明，只有从目标用户关键需求为出发点而设计的套餐或业务才能为用户所接受。在低端市场和校园市场，联通已经先走一步，中国移动(微博)和中国电信将如何接招，且让我们拭目以待。来源：2012-8-22 通信信息报

[返回目录](#)

联通随意打未达预期：用户增长慢 ARPU 下滑

在 2012 年上半年，闹得沸沸扬扬的莫过于中国联通(微博)部分省分出台的“随意打”资费套餐。

中国联通的初衷,希望能够通过低廉的话音资费和虚拟网绑定,来提升 GSM 网络的使用效率,在充分利旧的基础之上,提高营业收入。甚至在部分省分,中国联通还将 2G 网络收入与利用率纳入到 KPI 考核中。

在随意打刚推出之时,情形的确是异常火爆,中国联通 GSM 上客率得到了大幅提升,这也引发一大堆的口水官司。先是浙江联通总经理于英涛(微博)在微博上吐槽,再者就是中国联通总经理陆益民的模糊表态,到后来工信部通信管理局对此予以叫停,但联通还是采用了拖字诀。直到中国移动(微博)董事长奚国华在 GSMA 上明确了移动的策略,不跟进的同时用更加智慧的方法去竞争。

从浙江开始,随意打迅速蔓延全国,中国联通多个省分相继跟进,但整体效果到底如何,一直是业界的谜团。但是从中国联通相继发布的第一季度和半年报中,我们就可以推算出这个数字。

在第一季度 GSM 业务完成服务收入人民币 172.0 亿元,比上年同期下降 5.1%,累计净增用户 98.6 万户,达到 16062.7 万户,ARPU 为人民币 34.9 元。在随后发布的半年报中,中国联通对于 GSM 网络的运营数字则是没有具体阐述。经过我们的测算,中国联通截止 6 月底 2G 用户为 16171.9 万户,新增为 109.2 万户,比第一季度环比出现小幅增加。但从收入来看,ARPU 则继续下滑到 31.5 元。整体来看,随意打业务虽然在一定程度上增加了上客量,但却损害了 ARPU 值,到底应该如何应对 2G 市场竞争,看来随意打并不是唯一选择。来源:

2012-8-28 中国通信网

[返回目录](#)

中国联通上半年净利润 34.3 亿元 同比增 32%

中国联通(微博)今日公布了 2012 年上半年的业绩,财报显示,中国联通上半年营收 1216.9 亿元,同比增长 20%,净利润为 34.3 亿元,同比增长 31.9%。EBITDA 为 360.4 亿元,同比增长 12.5%。

财务表现

上半年,中国联通实现营业收入 1216.9 亿元,同比增长 20.0%(剔除去年同期固话初装费递延收入影响)。其中服务收入 1023.9 亿元,同比增长 13.3%。EBITDA 达到 360.4 亿元,同比增长 12.5%;净利润 34.3 亿元,同比增长 31.9%;每股基本盈利 0.146 元;经营现金流 355.4 亿元,同比增长 3.3%;资本性支出 389.4 亿元。

其中，移动营业收入完成 797.5 亿元，其中服务收入为 604.8 亿元，比上年同期增长 23.4%。移动增值服务收入为 242.6 亿元，所占移动服务收入比重由上年同期的 35.3% 上升至 40.1%。

GSM 服务收入为 335.8 亿元，比上年同期下降 6.3%。下降主要源于包括语音、短信等在内的传统 GSM 业务的下降。GSM 手机上网、信息导航等业务收入同比快速增长，其中手机上网业务收入同比增长 16.2%。

3G 服务收入为 269.0 亿元，所占移动服务收入的比重由上年同期的 26.9% 上升至 44.5%。

上半年固网营业收入完成 415.3 亿元，其中固网服务收入为 415 亿元，比上年同期增长 1.5%，固网非语音业务收入完成 86.4 亿元，所占固网服务收入比重由上年同期的 62.5% 上升至 69%，其中宽带服务收入为 194 亿元，比上年同期增长 13%，所占固网服务收入比重由上年同期的 42% 上升至 46.7%，本地电话服务收入为 150.7 亿元，比上年同期下降 14.7%。

截至 2012 年 6 月 30 日，中国联通净债务资本比为 29.6%。

成本费用

上半年，中国联通共发生成本费用 1171.2 亿元，比上年同期增长 19.6%。其中，折旧及摊销 301.7 亿元，比上年同期增加 17.5 亿元，增长 6.2%，随着网络覆盖扩大、资产规模增加以及能源、物业价格上涨，网络、营运及支撑成本发生 156.4 亿元，比上年同期增加 16.1 亿元，增长 11.5%。

上半年销售费用发生 163.8 亿元，比上年同期增加 27.8 亿元，增长 20.4%。

上半年销售通信产品成本发生 229.6 亿元，比上年同期增长 60.6%，同期销售通信产品收入为 193 亿元，同比增长 74.9%，销售亏损为 36.6 亿元，其中 3G 手机补贴成本为 35.2 亿元。

随着用户规模扩大，网间去话量同步增长，上半年网间结算成本为 91.5 亿元，比上年同期增加 13.9 亿元，增长 17.9%。

上半年，雇员薪酬及福利开支为 137.4 亿元，比上年同期增加 12.2 亿元，增长 9.7%。

经营现金流及资本开支

上半年，中国联通经营活动现金流量净额为 355.4 亿元，比上年同期增长 3.3%，资本开支为 389.4 亿元，自由现金流(即经营活动现金流量净额减资本开支)为 -34.0 亿元。

业务表现

报告显示，中国联通上半年服务收入同比增幅超出行业平均增幅 4.1 个百分点；移动业务对服务收入的贡献达到 59.1%，非语音业务收入对服务收入的贡献达到 52.3%。

移动服务

上半年，中国联通移动用户同比增长 20.7%，达到 2.19249 亿户；移动用户 ARPU 同比提高 2.8% 达 48.1 元；移动服务收入中，非语音业务收入贡献达到 40.6%，3G 收入贡献达到 44.5%。

上半年，中国联通累计净增 3G 用户 1751.1 万户，3G 用户总数达到 5753 万户；用户 ARPU 和手机用户月户均数据流量分别为 91.8 元和 138.3MB；3G 服务收入达 269 亿元。

在合约用户发展方面，截至 2012 年 6 月 30 日，3G 用户中合约用户占比达 47.7%，较去年底提升 12.3 个百分点。

渠道发展

上半年，3G 业务社会渠道销售贡献达 60%，营业厅单厅销量同比提高 37%。网上营业厅上半年营业额突破 150 亿元。

固网宽带业务

上半年固网宽带用户累计净增 487.6 万户，达到 6052.7 万户；固网宽带服务收入同比增长 13%，达到 194 亿元，占固网服务收入的比例达到 46.7%，固网宽带业务已成为固网业务的第一大收入支柱。本地电话业务继续下滑，上半年实现服务收入 150.7 亿元，同比下降 14.7%。

集团客户业务

上半年，中国联通重点行业应用用户突破 1600 万户。

网络建设

上半年，中国联通新增 3G 基站 4.3 万个，HSPA+ 覆盖城市扩大至 77 个；上半年固网宽带接入端口同比增长 29.3%，20M 以上接入速率端口占比 44%。

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯申请银行 479 亿元授信额度

中兴通讯(微博)发布公告称，将向包括工行、建行、招行等在内的多家银行申请总共高达 479 亿元多的授信额度。

授信额度并非意味着实际贷款额，只是表明可在这个范围内申请贷款。根据公告，2012 下半年中兴拟向中国工商银行、中国建设银行、中国进出口银行、招商银行、深圳发展银行、光大银行、华润银行申请 451 亿元人民币授信；同时向渣打银行、花旗银行、德意志银行、西班牙桑坦德银行、三井住友银行、三菱东京日联银行申请 3.6 亿美元授信(折合 22.87 亿元人民币)。

中兴通讯以往经常申请大额银行授信。2009 年时，中兴通讯获得中国进出口银行百亿美元授信；2010 年中兴通讯向中国银行申请 249 亿元授信额度；2011 年，中兴通讯也曾从西班牙最大商业银行桑坦德银行申请了 5 亿美元授信。

这些原本是商业行为，不过，欧盟拟对华为(微博)和中兴通讯实施反倾销时，却认为中兴通讯获得商业银行授信是从大规模政府授信额度中获益。来源：
2012-8-23 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴周三公布第二财季业绩 净利或大降 90%

中兴通讯将于周三公布第二季度财报，由于通信设备销量不佳以及手机市场的竞争激烈，中兴该季度利润有可能同比下降近 90%。

美国联邦调查局(FBI)仍在就中兴涉嫌向伊朗销售美国计算机产品一案进行调查。美国国会议员还呼吁，财政部长蒂莫西·盖特纳(Timothy Geithner)对中兴进行调查。这将导致对中兴的罚款，并使中兴在美国的发展受到限制。此外，欧盟也在就中兴是否不公平地获得中国政府补贴进行调查。

2012 年以来，中兴在香港股市的股价已下跌超过一半。该公司将于周三晚些时候公布上半年财报。

光大证券驻香港分析师迈克尔·李(Michael Li)表示：“中兴 2012 年全年业绩相对去年将有所改进。相对于全球其他市场，中国电信(微博)运营商的支出将是亮点，尤其是在明年。最大的风险在于美国政府对中兴的调查。”

根据路透社统计的分析师平均预期，中兴 2012 年 1 月至 6 月的净利润预计将为 2.236 亿元人民币(约合 3500 万美元)，较去年的 7.69 亿元人民币同比下降 71%。根据路透社的计算，这意味着中兴第二季度净利润仅为 7270 万元人民币，同比下降 88.7%。

这将是自 2004 年中兴在香港上市以来，最严重的利润滑坡。除 2012 年第一季度以外，自去年第二季度以来，中兴每个季度均出现了净利润的滑坡。

中兴上月发布了利润预警，预计上半年利润将同比下降 60%至 80%。这主要是由于毛利率的下降、欧洲债务危机引发的外汇损失，以及中国移动(微博)推迟了网络设备集采。

爱立信、华为(微博)和阿尔卡特朗讯等电信设备商此前均报告了令人失望的季度业绩。由于不利的宏观经济环境，电信运营商下调了支出。不过分析师预计，2012 年早些时候，中国运营商将增加支出，这将有利于中兴的下半年业绩。

BOCI Research 在一份报告中表示：“我们的渠道调查显示，中国电信运营商上半年仅动用了全年 CAPEX(资本费用)的 30%，而它们仍将继续执行全年计划。”

根据汤森路透 StarMine 的数据，中兴的毛利率已下降至不到 30%，低于阿尔卡特朗讯的约 40%和爱立信的 38%。来源：2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴通讯中报藏隐忧：营业外收入“撑场面”

当中兴通讯(微博) (000063, 收盘价 11.20 元)于上个月透露上半年净利润下滑 60%~80%的消息时，立刻引发了市场的恐慌和股价的大跌，其后以董事长为首的公司高管集体增持之举，暂时稳住了市场信心。然而，今日曝光的中报却显示，中兴通讯上半年的经营状况其实比当初的预测更为严峻。在剔除非经常性损益后，公司净利润实际为-5938.3 万元。

营业外收入至关重要

或许在绝大多数投资者的眼中，中兴通讯今日披露的半年报似乎并不值得太多关注，因为公司早在 7 月 14 日就已经预测，由于投资收益下降，汇兑损失以及收入增长未达预期目标等原因，上半年盈利 1.54 亿元~3.08 亿元，比上年同期下降 60%~80%。实际上，这一份中报却透露出一些不容忽视的信息。

从财务报表来看，中兴通讯上半年 426.42 亿元的营业收入，同比增幅为 15.21%；实现归属于上市公司股东的净利润约为 2.45 亿元，同比下滑了 68.17%；每股收益为 0.07 元。中兴通讯表示，2012 年上半年全球电信行业竞争趋于理性，集团通过产品技术完善等措施，实现了整体收入实现较快增长，其中终端收入依旧处于快速增长通道，电信软件系统、服务及其他产品收入亦保持增速。但是受投资收益下降、汇兑损失、部分国内运营商网络合同招标推迟及毛利率下降的影响，净利润较上年同期有所下降。

表面上来看，中兴通讯上半年的业绩符合当初的预期，业绩下滑幅度远未达到当初预披露的 80% 上限。然而《每日经济新闻》记者注意到，营业外收入在上半年的净利润构成中扮演了至关重要的角色。

在财务报表非经常性损益项目一栏中，中兴通讯上半年营业外收入达到了 3.2 亿元，如果剔除非经常性损益的影响，中兴通讯上半年利润额实际为 -5938.3 万元。换句话说，如果没有营业外收入的支撑，中兴通讯上半年就会出现亏损。中报显示，上半年营业外收入主要为软件产品增值税退税，政府补贴、合同罚款收益等各类收益。

市场信心再受考验

从当初一致看好的白马股，到因业绩下滑而被市场资金遗弃，中兴通讯的表现令人颇为心酸。特别是在 2012 年一季度净利润同比增长 18.52% 的情况下，公司 7 月 14 日突然曝出上半年业绩大幅下滑的消息，立刻引发了各方的担忧，并且在经过一个周末的发酵之后，导致中兴通讯股价在周一（7 月 16 日）跌停。

值得一提的是，在紧接着的 7 月 21 日，中兴通讯宣布董事长、监事长、总裁、董事等 7 位高管，于 7 月 18 日至 19 日，从二级市场累计购入自家公司 44.28 万股。当时这一举措被外界视为中兴通讯稳定市场信心之举，而从实际情况来看，高管自掏腰包增持也确实起到了一定效果。

正是在这样的背景之下，中兴通讯今日披露的中报却显示出，即使在已经大幅下滑的业绩中，营业外收入还扮演了极为重要的角色。而在当初的业绩预测中，这一颇为重要的信息却没有被提及。今日中报的面世，或许会加重市场各方对于中兴通讯前景的担忧。来源：2012-8-23 每日经济新闻

[返回目录](#)

中兴通讯上半年净利润 2.45 亿元 同比下降 68%

中兴通讯(微博)今日公布 2012 年上半年业绩。报告显示，2012 年上半年，中兴通讯实现营业收入 426.42 亿元，同比增长 15.21%；净利润 2.45 亿元，同比下降 68.17%；基本每股收益为 0.07 元。

经营业绩

按市场划分，国内市场实现营业收入 208.85 亿元，占集团整体营业收入的 48.98%，同比增长 26.37%；国际市场实现营业收入 217.57 亿元，占集团整体营业收入的 51.02%，同比增长 6.20%。

按产品划分，运营商网络产品实现营业收入 212.8 亿元，同比增长 3.89%；终端产品实现营业收入 142.48 亿元，同比增长 27.05%；电信软件系统、服务及其他产品实现营业收入 71.14 亿元，同比增长 33.82%。

上半年，销售成本为 321.407 亿元，较去年同期上升 19.5%。上半年整体毛利率为 24.6%，较去年同期下降 2.7 个百分点。

其中，运营商网络产品的销售成本为 150.208 亿元，较去年同期上升 5%，运营商网络产品毛利率为 29.4%，去年同期则为 30.1%。

终端产品的销售成本为 118.838 亿元，较去年同期增长 32.2%，终端产品的毛利率为 16.6%，去年同期则为 19.8%。

电信软件系统、服务及其他产品的销售成本为 52.361 亿元，较去年同期上升 45.3%，电信软件系统、服务及其他产品的毛利率为 26.4%，去年同期则为 32.2%。

研发成本

上半年，中兴通讯研发成本为 40.254 亿元，较 2011 年上半年的 36.645 亿元上升了 9.8%。研发成本占营业收入的比例为 9.4%，比 2011 年上半年的 9.9% 下降 0.5 个百分点。

销售及分销成本

上半年，销售及分销成本为 54.023 亿元，较 2011 年上半年的 49.836 亿元上升 8.4%。销售及分销成本占营业收入的比例为 12.7%，比 2011 年上半年的 13.5% 下降了 0.8 个百分点。

管理费用

上半年，管理费用为 11.533 亿元，较 2011 年上半年的 12.604 亿元下降了 8.5%，占营业收入的比例为 2.7%，比 2011 年上半年的 3.4% 下降了 0.7 个百分点。

运营盈利

上半年，运营盈利同比下降 30.9%，由 2011 年上半年的 17.73 亿元下降至 2012 年上半年的 12.251 亿元，运营盈利率为 2.9%，比去年同期下降了 1.9 个百分点。来源：2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

中兴通讯将固定资产变投资性房产 被疑调节财报

财经网专稿记者 张剑锋 “中兴通讯(微博)(000063.SZ)将固定资产变成投资性房地产，按公允计量便不需要折旧。可以做大净资产，降低负债率，” 8 月

24日，一位资深审计师告诉本刊记者，每年公允价变动要做处理，可影响当期利润。

中兴通讯日前发布2012年半年报显示，2012年上半年公司投资性房地产从期初的0元增加到期末近15.96亿元。公司解释称，集团本期以经营租赁的形式将相关建筑物出租给关联方中兴发展有限公司，这些建筑物由自用房产转为投资性房地产，转换日账面价值为人民币约6.6亿元，经评估后的转换日公允价值为人民币约15.95亿元，评估增值人民币9.32亿元计入资本公积。

半年报中，中兴通讯将投资性房地产定义为：为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。公司称，将采用公允价值模式对投资性房地产进行计量和列示，不对其计提折旧或进行摊销，以期末投资性房地产的公允价值为基础调整其账面价值，公允价值与原账面价值之间的差额计入当期损益。

公司半年报数据显示，2012年上半年，公司自用房地产转入投资性房地产的6.63亿元主要来自三个方面：固定资产、在建工程以及无形资产。数据显示，2012年1-6月，由固定资产转入投资性房地产的账面价值约2.7亿元；同期，由在建工程和无形资产转入投资性房地产的账面价值分别约3.56亿元和0.37亿元。在建工程中主要是西安科技园A10地块项目转入投资性房地产约1.92亿元，科技园C3研发中心工程转入投资性房地产约1.64亿元，合计约3.56亿元。

值得一提的是，2012年上半年，公司房屋及建筑物期末余额为约47.72亿元，半年增加了近7.6亿元。另外，无形资产中土地使用权期末余额约9.87亿元。根据公司公告，公司将还有近14.29亿元的自有房地产转为投资性房地产。

如果按照这次评估价，增长1.5倍，两项合计，估计能增加净资产30亿元。大量资产转为按照公允价值计算的房地产，虽然不会改变房地产的现金流入，但投资性房地产不用折旧，可以调节利润1亿元。

而公司半年报显示，2012年上半年，归属于上市公司股东的净利润约2.45亿元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润约-5938万元。上半年，公司固定资产折旧约4.99亿元，无形资产及开发支出摊销约为2.22亿元。截至2012年6月30日，共7家主力机构(保险3家、基金3家、信托1家)持有中兴通讯，持仓量总计约2.87亿股，占流通A股10.26%。

本刊记者就上述问题于8月23日致电中兴通讯，截至8月24日下午发稿，记者未能收到公司方面给予的回复。来源：2012-8-24 《财经网》微博

[返回目录](#)

【华为】

华为终端与迪信通展开全面战略合作

2012年8月22日，华为(微博)终端与迪信通(微博)通信公司在北京共同签署了战略合作协议。至此，华为终端将与迪信通结成战略核心零售合作伙伴、战略核心供应商合作伙伴关系，双方将展开全面战略合作，共同领跑中国智能手机市场。华为终端中国区副总裁徐军、迪信通公司常务副总裁金鑫共同出席活动并签署合作协议。标志着华为终端在渠道多元化战略上又迈出了关键的一步！

根据华为终端与迪信通的战略合作协议，迪信通将把华为终端列为国产智能手机重要战略合作品牌。来源：2012-8-24 北京晨报

[返回目录](#)

消息称华为考虑扩大公司外籍员工持股比例

随着公司继续向海外扩张的步伐加快，中国电信(微博)设备制造商华为(微博)技术公司正在考虑扩大其外籍员工的持股计划。

目前，华为并未在股票市场上市，也不属于私营企业，而是一家由旗下中国员工共同所有的公司。然而，在其14万多名员工中，只有6.5万在中国总部工作，剩余的一多半并未持有该公司任何权益。

华为媒体企业事务部副总裁斯科特·赛克斯(Scott Sykes)在一次会议上向印度记者透露：“华为既不是国有企业，也不是上市公司，而是由员工共同拥有。公司目前正在考虑向其非中国籍员工开放所有权。”

赛克斯补充说，在该公司运营的第一个十年中，公司员工中的绝大部分是中国人，但现在人口结构发生了巨大变化。

但是，如果海外员工也像其中国同事一样获得同等所有权，那么该公司就变成一家外资企业(外籍员工占多数)——毫无疑问，这种情况不可能获得中国金融监管机构的批准。

斯科特·赛克斯并没有详细说明目前的股权结构将在何时或如何扩展至海外员工。来源：2012-8-22 飞象网

[返回目录](#)

华为起诉印度 Videocon 追讨 1.55 亿美元逾期欠款

在印度本土消费电子巨头 Videocon 集团拒绝回应华为(微博)发出的追讨 86 亿卢比(约 1.55 亿美元)应付合同款项的法律通知后,华为向孟买高等法院提起了诉讼。

上个月,为了追讨 86 亿卢比未付合同款项,华为向 Videocon 发出了追讨欠款的法律通知,通知称华为将遵照国际和印度国内的法律,追回逾期欠款。

这些应付款项是 Videocon 旗下电信公司 Videocon 电信与华为的 2G 网络设备采购,双方于 2009 年 7 月份签署合同,随后项目交付。Videocon 电信和华为签署的合同中,有 79 亿卢比(约 1.44 亿美元)是提供网络设备,7.1 亿卢比(约 1300 万美元)为电信管理服务。

华为新闻发言人称,合同款支付的最后期限是 2012 年的 2 月 2 日,当时恰逢印度高级法庭取消 122 张运营牌照,原因在于这些牌照均涉入 2008 年的一次不合法 2G 频谱拍卖案件,这起频谱丑闻被认为是印度建国以来最大的腐败丑闻之一。而 Videocon 集团旗下 Videocon 电信的泛印度运营牌照也在取消的行列之内。

华为印度发言人确认了诉诸法律一事,称公司将全力配合孟买高等法院,争取问题早日解决。

发言人称:“华为已经向孟买高等法院提起诉讼,希望寻求此事的解决方案。在判决结果发布前不便发表评论。”

不过,Videocon 集团董事长 Venugopal Dhoot 极力否认华为已经就欠款一事诉诸法律,他说:“据我所知,孟买高等法院还没有接受华为起诉 Videocon 的诉讼申请,我们没有收到来自法院或华为的通知。”

他还补充说,公司已经准备就华为出售有缺损的设备、很差的网络服务交付而起诉对方。

Dhoot 称,这是 Videocon 首次被 2 亿美元的法律通知“打了一巴掌”,华为提供的设备有缺损,交付服务也很糟糕,反而给 Videocon 发出法律通知。

不过华为直接了当地回应了 Dhoot 的辩解,在回应《经济时报》的电子邮件询问时,华为称对方的声明是虚假、恶意的陈述。

华为在采取法律行动前,为了向 Videocon 施压,暂停了 Videocon 电信的孟买、古吉拉特邦、中央邦、旁遮普邦和哈里亚纳邦的设备安装及相关服务。这些服务包括年度维护、管理服务交付、备件供应等。

据估计,华为出售了价值接近 10 亿美元的设备给那些运营许可被取消的电信运营商。来源:2012-8-28 中国通信网

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚与合作伙伴共筑 WP 生态系统

诺基亚在迅速推出 Windows Phone(微博)手机产品之外，更通过为 Lumia 用户带来一系列定制独享的应用、游戏、音乐和地图服务，不断提升着 Windows Phone 生态的应用体验。同时依靠在开发者社区的成熟经验，诺基亚向开发者提供了一整套开发文献资料，为 Windows Phone 生态应用数量和质量提供了双重保障。

截至目前，诺基亚 Lumia 系列 Windows Phone 手机已经在全球 54 个国家或地区公开发售，合作运营商超过 130 家，而在中国市场的 Lumia 系列手机包含 Lumia 610/610C、710、800/800C、900 共 6 款。在诺基亚推出 Windows Phone 手机后，Windows Phone 应用数量呈现高速增长趋势，目前应用市场已有超过 10 万款应用，其中中国应用市场的应用数量超过 4 万款，而包括“诺基亚驾车”、“诺基亚地图”、“乐随享”等诺基亚用户专属应用也多达数十款。来源：

2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

7 月诺基亚占 WP 全球市场份额占 60%

一项新的研究表明，Windows Phone 正在不断发展，并且诺基亚(微博)的 Windows Phone 的市场份额正在增加。

市场出现了这两种发展趋势，有人或许会认为，目前对于微软(微博)和诺基亚来说，形势一片大好。然而，事情未必就是这样。问题是，尽管 Windows Phone 的市场份额在不断增加，但是其增长速度并不快，特别是对于诺基亚来说，情况更是如此，其将公司的赌注下在微软的智能机操作系统的成功上。

这项研究是由 Localytics 进行的。研究表明自一月份开始，Windows Phone 智能机数量在世界范围内增长了 312%，在美国市场增长了 273%。而与此同时，诺基亚 Windows Phone 在全球范围内的市场份额从 22% 增长至接近 60%(而其在美国市场上的市场份额从 0 增长至 32%)。

微软及诺基亚 Windows Phone 的发展都依赖于微软下一代的软件更新——Windows 8。只有这样，才能够使诺基亚在竞争中得手。新软件的亮点是，它增加了内置钱包，一个更加定制化的主页，同时它也是建立在同样被台式机软件所

使用的 Windows NT 基础上。不好的地方是，这一软件将不会运行于任何现有的智能机上，包括现有的诺基亚、HTC 及三星(微博)生产的设备。来源：2012-8-22 赛迪网

[返回目录](#)

诺基亚智能机依然疲软 功能机成复苏关键

导语：国外媒体今天撰文称，尽管诺基亚的智能手机业务复苏乏力，但功能手机却凭借一系列新颖的功能和大胆的设计获得了消费者的认同，尤其是在新兴市场。这甚至有可能成为诺基亚复苏的关键。

以下为文章全文：

份额增长

正在烧钱复兴智能手机业务的诺基亚(微博)，刚刚推出了一款 39 美元的廉价手机，这不仅可以帮助其吸引更多用户，还能为复兴战略赢得时间。

借助快速上网和网络游戏等新功能，诺基亚 Asha 手机在印度和中国等增速迅猛的经济体广受欢迎。受此推动，诺基亚上季度的全球功能手机市场份额达到 35%，创两年新高。与智能手机不同，诺基亚的功能手机业务仍在盈利，销量也在增长。

诺基亚的收入正在不断下滑，而且出现 5 个季度的亏损。如何扭转这一局势令该公司 CEO 史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)倍感压力。不过，每季度 7000 多万部的功能手机销量还是让他颇感宽慰。功能手机业务还在努力吸引第一次购买手机的用户，希望等到他们今后升级高价手机时，仍能继续使用诺基亚的产品。

芬兰资产管理公司 Alfred Berg 投资经理蒂姆·派瑞雷(Teemu Peraelae)说：“诺基亚 Asha 销量很好，这对该公司是件好事，因为可以为智能手机业务赢得一些时间。”

上季度，诺基亚的功能手机销量达到智能手机的 7 倍，收入为 22.9 亿欧元(约合 28.6 亿美元)，约占该公司总收入的 49%。

北欧联合银行分析师萨米·萨卡米斯(Sami Sarkamies)认为，如果诺基亚的智能手机战略失败，功能手机或许会成为最吸引潜在收购方的部门，因为该业务仍在盈利，而且在很多新兴市场仍然占据主导。他表示，诺基亚与新兴经济体运营商的关系可以给收购方带来利益。

市场需求

美国市场研究公司 Gartner 分析师安舒尔·古普塔(Anshul Gupta)表示，由于功能与智能手机相仿，但价格却低得多，使得诺基亚的 Asha 手机在新兴市场广

受欢迎。部分 Asha 手机拥有与诺基亚高端手机和苹果 iPhone 相仿的大屏幕，而且支持全屏触摸。但由于底层操作系统较为简单，降低了成本。

“这些产品几乎拥有智能手机的所有功能，例如应用下载、触控界面、社交网络等，所以这些设备简直就像是智能手机。”他说。

诺基亚 2012 年 6 月新增了带触摸屏的 Asha 手机，以满足用户对智能手机功能的需求。Asha 305 零售价仅为 65 欧元，是诺基亚最便宜的全屏触摸手机。Asha 311 则搭载速度更快的触摸屏和 1GHz 处理器，售价约为 95 欧元。

该公司的功能手机平均售价仅为 31 欧元，而智能手机的平均售价则高达 151 欧元。

印度热销

萨斯什·巴布(Sathish Babu)是手机零售商 Univercell 的老板，在印度南部拥有 500 家店面。他表示，Asha 305 和 311 在该国广受欢迎。

“新款诺基亚手机的表现很好，进多少就能卖多少，甚至开始蚕食其他品牌的销量。整合触摸屏后，天平开始向诺基亚倾斜。”巴布说。他还补充道，如今的年轻消费者都想要颜色艳丽、外形纤薄的全屏触摸手机。

诺基亚 CEO 埃洛普通过电子邮件表示，该公司的销量增长源于“大胆的设计”和新颖的色彩。据市场研究公司 Strategy Analytics 测算，尽管第二季度全球功能手机销量同比下滑 15%，仅为 2.11 亿部，但诺基亚当季功能手机销量却同比增长 2%，达到 7350 万部。

自从 7 月 19 日发布第二季度业绩后，诺基亚股价已经上涨 66%。但自苹果 2007 年推出 iPhone 并导致诺基亚智能手机业务衰落以来，该股已经累计下跌 90%。

目光短浅

诺基亚第二季度的功能手机市场份额也从一年前的 29% 增长到 35%。在增速最快、最有价值的智能手机市场，诺基亚也曾经独领风骚，但如今的份额已经降至 10% 以下。

“人们忽略了一点：我们每天仍能卖出 100 万部手机。”诺基亚手机设计主管彼得·斯基尔曼(Peter Skillman)说，“如果只关注智能手机，未免目光短浅了些。”

斯基尔曼表示，诺基亚的功能手机销量增长得益于部分新颖的功能，包括浏览器数据压缩技术，该技术可以降低网络浏览成本。新兴市场对双卡手机的需求同样提升了诺基亚手机的销量。诺基亚本月表示，Asha 用户将免费获得 Zynga 的《你画我猜》(Draw Something)和《Zynga Poker》游戏。

这些功能对诺基亚至关重要，因为中国和印度已经成为该公司最大的两个市场，去年在其收入中的占比分别达到 16%和 7.6%。

挑战犹存

但由于中兴、华为(微博)等企业都在借助谷歌 Android 操作系统进军廉价市场，因此诺基亚的功能手机未必能成功。

已经取代诺基亚成为全球最大手机制造商的三星(微博)，也在以 Star 和 Champ 品牌推广触摸屏功能手机。

激烈的竞争导致诺基亚上一季度的功能手机平均售价降低了 14%，因此尽管销量增长，其收入还是受到拖累。诺基亚低价手机的利润率同样受到挤压。

“诺基亚功能手机已经遭遇了灾难性的下滑，但与智能手机不同，该业务第二季度的销量有所改善。”投资公司 Liberum Capital 分析师贾纳丹·门诺(Janardan Menon)说，“借助低价智能手机展开更有效的竞争，将成为复苏的关键。”来源：2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

【其他制造商】

联想发力千元双核手机市场

随着智能手机硬件的进化，双核手机已进入“全民时代”。近日，联想携手中国联通(微博)推出千元双核智能手机乐 Phone A789，这也是联想首款联通定制的千元 1GHz 双核智能机。

该手机采用了最新的 MT6577 Cortex-A9 双核处理器，拥有 1GHz 的高速主频，A9 处理器为这款机型带来了性能上的明显提升。事实上，单核与双核在诸如打电话、发信息等基础功能应用上，并不会显示出特别大的差别。但在运行大型游戏与观看高清视频时，该手机在性能上的优势就得以显现。

自联想在运营商市场发力以来，通过与中国联通的深度合作，已经推出了包括联想乐 Phone A60 在内的多款备受市场关注与消费者认可的智能手机。这也为联想手机跃升为国内市场第二大手机品牌立下了汗马功劳。

联想集团(微博)副总裁、运营业务总经理冯幸表示，终端厂商的成绩来源于市场，在得到市场与消费者认可的同时，并不表示联想可以放慢脚步。尽管乐 Phone A789 足以推动千元智能机在硬件上的进化、性能上的提升，但这对于“全民双核”的全面推行还只是个开始。来源：2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

山寨机回归市场 智能时代品牌化才有未来

市场调研机构 StrategyAnalytics 最新数据显示，联发科(微博)在 2012 年第一季度成功挤掉 Marvell，跻身智能手机芯片前五。联发科的强势回归并非偶然，作为曾经的“山寨之王”，联发科在低端智能手机芯片市场的主导地位也从侧面展现了当前低端智能手机市场火爆的景象。山寨厂商涌入智能机市场大潮不可避免。但在智能机普及率剧升的背景下，山寨智能机的价格优势不再，市场发展前景也不甚明朗，厂商亟待寻求创新模式，品牌转型或能实现华丽转身。

联发科再打响山寨机逆袭战

进入下半年，联发科开始频繁发力，在国内手机市场上引起了不小的震荡。有消息称，联发科完成合并晨星半导体的公开收购已经于近日尘埃落定，这一合并让联发科拥有了叫板高通(微博)的实力。

据 Strategy Analytics 最新市场研究数据显示，联发科已经成功挤掉 Marvell，跻身全球智能手机芯片供应商的前五，而昔日的芯片厂商霸主高通正在面临着多方对手蚕食市场面包的尴尬局面，一季度高通的市场份额也从 51% 下滑至 44%。专家预估，联发科明年可取代高通成为智能手机芯片龙头供应商。

智能手机在快速发展，特别是低端智能手机的市场需求正与日剧增，而主打低端智能机战略的联发科无疑是其中最大的利益受惠者。据调查数据显示，2012 年第一季度低价智能机销售量占整体销售比重的 70%，而去年这个数据仅有 50%—55%。

实际上，虽然联发科在智能手机市场的起步较晚，但是凭借着 MT6573、MT6575 成功回归国产手机领域。联发科在 6 月份又重磅出击，宣布发布双核平台 MT6577，主攻国产双核智能手机，博得了不少手机厂商的眼球。

“山寨之王”当道，联发科的触角伸向了智能机市场。在联发科的带领下，智能手机市场是否可能掀起一股“山寨”之风，成为了业界普遍的疑虑。事实上，不少厂商也已经将山寨机作为未来的发展方向。近日深圳大米公司就公然打出“大米手机”的旗帜，让网友不禁感叹这是“山寨手机中的战斗机”。无独有偶，上半年的“尼采”手机也红极一时，而如卓普、THL 等一些未曾耳闻的品牌也纷纷走进公众的视线。不可否认的是，越来越多的“山寨作品”搅局智能机市场，或将带来一场新的山寨风潮。

智能时代，山寨机面临颇多挑战

当前手机几乎成了人们生活的必需品，而智能手机在 2011 年前后更是成为了主流。据统计，2012 年上半年中国智能手机出货量已达 9485.5 万部，占同期手机市场出货量的 48.66%，呈现出高增长态势。步入智能化时代，智能手机消费变得不可或缺。数据显示，2012 年 2 月份中国手机用户突破了 10 亿大关，其中智能手机有 2.3 亿左右。以此来看，智能手机的未来潜在用户在国内至少将超过 7.7 亿，这无疑会推动并加剧智能手机厂商的市场争夺。

山寨产品涌入智能手机大军的行列已是不争的事实。尽管现有市场空间还可以容纳山寨智能机的存在，但和功能机时代山寨手机发展得顺风顺水的境遇相比，如今山寨厂商在市场生存中面临的挑战更多。

首先，山寨机利润率降低。从智能机市场利润份额来看，手机行业的 90% 以上的利润正在被苹果和三星(微博)瓜分，国内智能手机厂商如中兴、酷派等的利润率每年尚且在不断降低，留给山寨机厂商的利润空间更是微乎其微。

其次，价格优势不再。大量的厂商涌入市场参与争夺，带来的信号是加剧价格竞争。智能机厂商逐步增多，以百度、腾讯等为代表的互联网企业也加入欲分一杯羹，激烈的竞争让普通智能机呈现出手机行业的“白菜价”，中小厂商以往的高性价比优势逐步变得荡然无存。

再者，品牌空白之殇。在价格普遍不高的情况下，品牌智能机显然更具有竞争力。山寨机在功能配置、质量和售后服务方面不如品牌机，同时山寨机的社会公信力方面更是远远不及有品牌标识的“正规军”。

更为重要的是，越来越多的品牌厂商将打造智能机的软实力作为了未来竞争的重要驱动力，如酷派开始研究双通技术、酷云、Coolmart 以及 UI 等各种应用，将重心放在产品体验和服务上；小米则是以关注用户体验为战略方向。相较而言，一味依靠硬件模仿为主的山寨机在软实力上无法望其项背，山寨智能机带来的购机潮也难言乐观。

品牌转型可助厂商实现良性发展

山寨智能手机秉承了山寨机一贯的特点，即产品质量没保证、核心技术不具备、一味模仿热销机型、售后服务无法保障等。但在智能手机的浪潮中，山寨手机需要完成自我救赎才有可能继续生存。而寻找自我创新，谋求品牌转型成为了山寨智能机厂商最重要、最根本的突破途径。

事实上，以大多数手机厂商实现转型的案例来看，主要可依靠打造品牌、新型营销和开店。天宇朗通提供了品牌转型很好的范本。从山寨厂商成功蜕变成为品牌商，与天宇对自身产品创新研发的重视密不可分。据悉，天宇集中了近七成人力用于 CDMA 手机研制和销售。与此同时，天宇的创新思维也给企业带来了

华丽转型。与最优秀的公司合作，成为天宇洞察到手机销售必然从开放市场向运营商定制的转变的前瞻性应对举措，这显然站在了“山寨”同行的思维前沿。

准确的营销变革有助于打造品牌，以小米为代表的智能手机厂商最先采用微博营销的方式，事实证明这带来了小米的成功转型，随后也有了家喻户晓的小米品牌。网络营销的力量不容忽视，未来山寨手机厂商必须进行准确的营销变革，通过网络营销建立自己的品牌。

众所周知，山寨厂商在渠道方面具备一定的优势，利用渠道优势的最直接方式是门店销售，门店手机销量卖座高也让运营商愿意和这些手机厂商合作，从而利用厂商的渠道进行其他业务销售。厂商拉近与运营商的距离，既可以逐步提升自己的品牌，同时，也多了一块盈利空间，从而为转型提供更多资金保证。来源：2012-8-23 通信信息报

[返回目录](#)

社交化阅读成用户新宠 移动端平台打造下一热点

新兴数字阅读方式——社交化阅读受捧。国外社交阅读网站 Goodreads 日前宣布，其用户数突破 1000 万。国内市场上，厂商对社交阅读领域的摸索也在不断进行。不久前，新浪微博的阅读聚合平台微刊正式上线；2012 年 5 月份，国内首家通过关注、分享、传播等机制结交志趣相投好友的新型社交型阅读社区大佳网上线……

与传统数字阅读方式相比，社交化阅读平台可以让用户与社交好友分享所阅读的书籍以及评论等，增加阅读乐趣。并且，基于移动终端的社交阅读平台还可以让用户在用阅读打发碎片化时间的同时，与好友进行互动，未来势必将成为厂商的新掘金点。

社交化阅读受热捧

近年来，阅读领域正酝酿着翻天覆地的革命，传统阅读向数字阅读的转型也加快了步伐，数字化正以更快更便捷的阅读体验给生活节奏加速前进的读者们奉上一道道的文化“快餐”。而新兴的数字阅读方式——社交化阅读也日渐火了起来。其中，不得不提到的是被《时代周刊》评为 2010 年 50 大发明的 Flipboard，它的获奖理由是引发了一场社交革命。社交阅读的出现，使得阅读不再局限于书与人之间的交流，更重要的是搭建了人与人的沟通桥梁。

有需求就有市场。据了解，美国的 Goodreads 已掌握 3.6 亿的庞大的图书资源，月增量为 2200 万册；过亿的月页面浏览量及千万级的月独立用户访问量吸引了一大批的广告主。Goodreads 日前宣布，其用户数已达 1000 万。从当初

的 500 万用户到如今的千万用户，只用了短短的 15 个月，短期内的翻番业绩让人们意识到了社交化阅读将会是阅读市场的一个趋势。与大型社交网站 Facebook 的合作让 Goodreads 尝到了甜头，其 CEO Chandler 表示未来将希望与 Facebook 联手打造图书俱乐部。同时还表示，将会通过增加新功能，进一步细化服务，未来用户将可以针对书籍的其中一部分乃至一段发表评注与讨论。

在我国，数字出版正呈现出生机勃勃的发展状况，还处在萌芽阶段的社交阅读也吸引着一批又一批的“敢于吃螃蟹的人”前来掘金。近日，新浪微博正式上线微刊。截止 2012 年 2 月，新浪微博已坐拥 3 亿注册用户，凭借海量信息资源作为支撑，微刊将打造一个内容阅读和分享的平台。其负责人表示，微刊是一个全网内容的聚合 + 阅读平台，将通过两种方式进行切入：一是结合微博、再现微博，微刊用户将不仅是信息内容的“消费者”，更是“制造者”；另一个是电子杂志，其将通过与内容发布商的合作展开推广微刊平台的整合内容。

此外，2012 年 5 月，国内首家社交型阅读社区——大佳网“书客”上线，其宗旨是“一本书，一个社交网络”。它通过阅读、分享、交友三大模块，建立了书与书、读者与书、读者与读者间的交互式网络模式，大大增强了阅读的互动性。

众厂商争相布局为哪般？

在出版行业，传统出版向数字出版进行了多次转型，但单纯把内容电子化的方式已越来越满足不了人们的需求。特别是随着互联网行业的发展，日常的生产 and 生活方式发生了深刻改变，人们的阅读习惯就是其中的改变之一——阅读方式正逐步由传统纸质向数字化转变。

数字阅读正强势崛起。据第九次全国人民阅读调查，2011 年我国 18 周岁至 70 周岁公民人均阅读图书、报纸和期刊分别为 4.35 本、100.70 期(份)、6.67 期(份)，而在 2010 年，人均阅读图书量为 4.25 本。相较于纸质阅读的缓慢增长，数字阅读却迎来了发展的春天，其上升势头不容小觑。据统计，2010 年我国 18 周岁至 70 周岁公民人均阅读电子书为 0.73 本，但 2011 年人均阅读电子书为 1.42 本。

同时，社交网络也像雨后春笋一样蓬勃发展。根据 2011 年第一季度财报数据显示，国内最大的社交网站人人网(微博)有 1.22 亿激活用户，月度独立登陆用户为 3300 万。智能手机的普及加速了社交网络的成长，特别是手机微博的爆炸式增长。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 28 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，2011 年上半年，我国微博用户从 6331 万增至 1.95 亿，增长约 2 倍。

数字阅读需求的日趋旺盛，社交网络的快速增长，使集两者于一身的社交化阅读成为新的“宠儿”，在一片利好的市场前景下，许多企业纷纷涉足这一尚待开垦的肥沃之地，微刊、“书客”正是社交化阅读“钱景”无限的有益尝试。

移动端社交阅读平台打造或掀新热潮

相较于传统的数字阅读方式，社交阅读给用户的阅读体验带来了很大的改变。以新闻杂志 APP 为例，其只能提供单一的新闻来源；而社交新闻阅读 APP 却能包括内容网站、博客及社交、微网志等一系列的新闻来源，满足用户多元化的需求；且通过了解用户的喜好，还可以为其提供个性化、优质化的服务。

更重要的是，社交化阅读平台可以让用户知道好友们在读哪些书并相互推荐；阅读过程中用户有哪些体会与感悟，也可以与其社交好友一起分享。这样在阅读的同时，也可以与好友进行沟通交流，增强用户之间的互动，增添阅读乐趣，一举多得，这也正是社交化阅读平台受到用户热捧的原因。

未来，移动端社交阅读平台或将成为厂商布局的重点。新媒体的出现使得人们更加钟情于碎片化阅读，手机微博正是这样一种阅读方式。在微博时代，手机微博阅读市场备受关注。2012 全球移动互联网大会上，十分科技 CEO 李鹏表示，手机阅读从近三年的规模来看，第一年只有几千万，到第二年则达到 10 亿级的规模，而 2012 年预计将达到 20 亿的规模。

手机微博实现了手机与互联网的无缝连接，让阅读变得更加有意思。社交化阅读零距离的互动与阅读心得的分享摆脱了传统阅读的封闭式的枯燥无味，把阅读变成一件充满趣味的事情。来源：2012-8-23 通信信息报

[返回目录](#)

2014 年全美 LTE 用户数将超亚洲和欧洲用户总和

在昨日举办的《2012(第六届)移动互联网国际研讨会》上，中国移动(微博)研究院专家透露，截止到 2012 年 8 月，全球共有 88 个移动运营商正式上线 LTE 网络，而北美由于是全球 LTE 商用最早的市场之一，目前已有 5 家运营商上线 LTE 网络，预计到 2014 年，全美 LTE 用户数将超过亚洲和欧洲 LTE 用户数总和。

据了解，北美是全球 LTE 商用最早的市场之一，目前，已有 5 家运营商上线 LTE 网络，包括 VZW、AT&T、Sprint、USCellular 和 Metropcs。

VZW 是第一个在北美启动 LTE 商用服务的运营商，2012 年 12 月 VZW 率先在 38 个城市启动 LTE 商用服务，2011 年底提前完成第二阶段 15K 基站建设

计划，计划到 2013 年中部署 40K 基站完成全覆盖。上述专家透露，截止到 8 月 16 日 VZW 的 LTE 服务已经覆盖全美 371 个城市，覆盖 75% 美国人口。

AT&T 于 2011 年底完成 15 个城市的覆盖，并在 2012 年 7 月扩展到 47 个城市。

Sprint 目前在全美 15 个城市上线 LTE 服务，9 个月前增加到 19 个。

USCellular 目前 30% 的基站提供 LTE 服务，预计到年底扩展到 58% 的基站。

MetrPCS 则是于 8 月 7 日宣布成为全球第一家提供 VoLTE 服务的运营商，计划 9 月底全网 95% 的基站审计到提供 LTE 服务。

In-statResearch 预计，美国运营商在 LTE 上的 CAPEX 投入领先于亚洲和欧洲市场，从 2009 年-2014 年间，全球 1/4 的 LTE CAPEX 将产生在美国市场，而到 2014 年，全美 LTE 用户数将超过亚洲和欧洲 LTE 用户数总和。来源：

2012-8-23 飞象网

[返回目录](#)

【移动增值服务】

北京市民手机可查实时路况

市交通委门户网站日前升级改造，推出网站便民服务。升级后市民可在网站上获得公交地铁换乘、驾车路线规划、汽车维修企业查询、手机路况查询等服务。

市交通委信息中心经过测试，先后完成公交地铁换乘、驾车路线规划、汽车维修企业查询、手机路况查询四项基于电子地图的服务，并于近日在市交通委门户网站全面上线运行。公众可免费下载手机软件，通过手机实时查看城市道路路况。安卓和 iPhone 手机用户可免费下载一款名为“北京路况交通眼”的手机软件，通过地图浏览模式查看全市道路实时路况，红、黄、绿色分别代表道路的拥堵、缓行、畅通。地图已覆盖全市主要道路与重点地区，实时天气预报与路况紧密结合。用户还可以将路况、行驶状况分享至微博。来源：2012-8-24 京华时报

[返回目录](#)

上海两大机场无线上网须实名认证

上海机场集团昨天宣布，根据公安部门相关规定，浦东、虹桥机场无线网实名认证系统正式上线。旅客及工作人员使用机场无线网，必须经过实名认证。

目前，浦东、虹桥两场无线上网覆盖 T1、T2 航站楼过安检后的候机区域，用户可以通过手机免费短信或是证件扫描取号机两种方式获取上网密码，登录机

场无线网。浦东机场网络名称：SPIA-guest(Airport Free Wifi)，虹桥机场网络名称：SHA-Airport-FreeWifi。来源：2012-8-22 新民晚报

[返回目录](#)

北京移动推“提醒”服务客户消费“双保险”

对于不定期需要出差的某公司大客户部业务员小赵来说，最困扰的是快谈成的客户因为自己的手机欠费而被别人挖走。所以，他会三五不时地查下自己的手机余额。而北京移动推出的“欠费停机、预先提醒”的服务帮小赵解决了这个问题。

对于全球通客户来说，当月单向停机和双向停机前都会收到北京移动的提醒短信，提醒客户及时交费；动感地带、神州行客户也会在其低余额时收到及时充值的提醒短信，保证手机号码的正常使用。

除了主动提醒之外，当客户遇到特殊情况无法及时充值，北京移动还推出了“信用开机”服务，在网1年以上的全球通客户，单向停机后，如遇紧急情况确实无法进行缴费，可以暂不结清话费，通过网站或拨打10086申请信用开机服务，恢复号码主叫通话服务，之后只需在手机号码双向停机前交纳话费即可。对于动感地带、神州行客户来说，在网1年以上且账户余额小于等于30元时，可以根据入网年限申请不同信用值，保证正常使用。来源：2012-8-24 北京晨报

[返回目录](#)

上海联通推手机视频流量包月10元 不限白天晚上

在广东联通出现“2G随意玩”套餐之后，上海联通也于近日推出一个手机视频包月套餐，3G用户选择土豆、PPTV等三家视频网站中的任意一家观看视频，每月包月费用仅10元，不限流量，且不限晚上或白天使用，这无疑创造了3G视频流量资费的新低。

手机视频流量包月10元

上海联通是于22日与土豆、PPTV等联合宣布该举措的，据悉，此举主要是为了打破用户对使用3G观看视频引发的流量巨增的担心，

此前2012年7月7日，中国联通(微博)于对25个省份56个城市开通HSPA+网络，免费为所有3G用户升级至21.6M高速上网，这使得手机视频业务前景广阔、潜力巨大，联通的3G网络为手机视频业务提供了网络基础，颠覆了用户在传统2G时代的生活习惯。

不过，很多用户也担心手机视频带来的流量费过高，会超出 3G 套餐中所包含的流量，此次上海联通试点推出手机视频流量包正是为了打破这种担心。

据悉，上海联通 3G 用户可选择土豆、搜狐视频、PPTV 这三家视频网站的任意一家观看视频，可选一个套餐，套餐为每月包月费用 10 元，不限流量，也不限晚上或白天使用。用户也可选择其中两家或三家网站观看手机视频，每选择一家合作的视频网站需要订购各家的流量包月套餐，价格均为每月包月费用 10 元。

不限白天或晚上使用

这无疑是在迄今联通 3G 视频流量资费中最便宜者。在 3G 手机视频业务普及方面，中国联通在一些地方终于走出了重要一步。

此前，广东联通针对 2G 用户推出了随意玩套餐，让用户可在晚上使用巨量流量套餐，包括 5 元使用 1G、10 元使用 5G。此次上海联通则主要针对 3G 用户，且不限白天或晚上使用。

土豆、PPTV 等均是国内知名的手机视频网站，拥有大量的新闻视频节目、娱乐视(微博)频节目、纪实视频节目、自制肥皂剧，上海联通表示，这种流量包月套餐用户每月不限用手机看视频的数量，也不限制是否观看连续电视剧，既可用联通 3G 手机看，也可用联通 3G 制式的平板电脑看。

此次上海联通与土豆、PPTV、搜狐视频的合作具有重要的试点意义，将开创 3G 运营商与移动互联网视频企业合作新模式。并且用户免登录、免注册。来源：2012-8-23 新浪科技微博

[返回目录](#)

【网络增值服务】

北京联通让医疗服务人性温馨

“看病难 就医难”一直是大城市面临的一大难题，一直以来，北京联通(微博)大力推动医疗领域的信息化建设，让医疗服务更人性、更温馨。

北京市预约挂号统一平台是北京联通在卫生医疗信息化领域的有益探索，统一预约服务平台利用先进的信息化技术和手段，整合资源，统筹管理，提高了患者预约效率，改善患者就医体验，缓解患者门诊就医的困难，从而进一步提高了社会的整体运行效率，是一项多方共赢的便民、利民、惠民的宏伟工程。

114 预约挂号平台在 2011 年 7 月启用，首批纳入统一预约挂号平台的有 30 家三级大医院。统一平台直接或间接服务于电话预约的坐席数达到 1600 个，话务人员总数达 1800 人；为配合 114 预约挂号项目的实施，北京联通还将为此项

目提供全新的呼叫中心场地,坐席职场面积达 1.6 万平方米,坐席容量可达 4000 席以上。预约挂号网站能够支持 12.5 万人同时在线,5000 次并发访问,150 万人次/天的访问量。可以满足目前电话和网络预约挂号的瞬间海量服务需求。群众可拨打统一预约电话号码 114(非北京用户拨打 010-114)或登录统一预约挂号网站预约上线医院的普通号、专科号和专家号号源。预约挂号统一平台坚持公益服务,预约服务零收费,除个别医院、个别专业外,预约周期为 3 个月。

经过近一年的努力,目前北京联通已经签约的医院累计达到 68 家。下一步,北京联通准备在预约挂号基础上提供挂号通知、诊后服务等增值服务。

随着北京市民的健康意识不断提高,“防病于未然”成为广大群众的共识。目前,北京联通正在计划进行健康云平台建设,为市民提供有效的健康管理手段,通过对个人健康数值的持续监测,提供改进建议,帮助普通百姓改善生活方式,降低患病概率,提高市民的整体健康水平。通过健康服务云平台,北京联通所提供的服务将从预约挂号拓展到老百姓的日常生活中,成为老百姓的随身健康管家。来源:2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

北京电信 3G 信号覆盖 10 条地铁线

针对北京地铁通信信号不佳的问题,中国电信(微博)北京公司(以下简称“北京电信”)宣布,截至 8 月中旬,北京电信 2G 网络信号已覆盖目前运营的 11 条地铁线路的站台和隧道,3G 信号也已覆盖 10 条地铁线,并会尽快实现所有已开通线路的 3G 覆盖。

北京部分地铁没有 3G 信号或信号不好的问题一直为市民所诟病。早在 2010 年 3G 商用时,北京市相关部门就提出北京所有地铁都将实现 3G 信号覆盖,但由于地铁移动通信技术比较复杂等原因,迄今 3G 信号并未完全覆盖所有地铁线路。

目前,北京电信地铁多条线路近百个地下站相继竣工,隧道和站台的 2G、3G 系统全线开通投入试运行。来源:2012-8-22 北京商报微博

[返回目录](#)

北京移动用户可参与 WLAN 每月 20 小时免费体验

从即日起至 2012 年 9 月 30 日,北京移动用户发送 TYWLAN 至 100860140853,即可参与 WLAN 每月 20 小时免费体验(仅限在北京地区

“CMCC”标识下的北京移动 WLAN 网络下使用), 轻松畅享移动新生活! 详情请
咨询 10086。来源: 2012-8-24 北京晨报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

北京中广 CMMB 亮相 2012BIRTV

8月22日—25日第二十一届《北京国际广播电影电视设备展览会》(BIRTV)在位于北三环的中国国际展览中心举行,北京中广传播有限公司将重点展示CMMB直播电视和电子报纸、电子杂志、政府公共信息服务、百姓生活服务、政府应急广播等数据业务以及音乐互动广播、CMMB云存储等2012新业务,并携各类CMMB终端产品进行参展。向外界展示CMMB为人们所带来的视听新体验。

本届展会中,北京中广传播有限公司将以“用户视听新体验”为主旋律,为大家展示CMMB直播技术的巨大优势。将展出支持收看CMMB手机电视、CMMB手持电视的国内外知名品牌的终端产品,如三星(微博)、CEC、爱华等。

在7号馆北京中广传播有限公司展台前,您除了能够了解“睛彩北京”频道、北京地区CMMB网络覆盖等各方面信息外,还能体验各类CMMB终端产品,现场感受CMMB这种新媒体平台带给您的无限视听新感觉。CMMB改变了过去用户单纯看电视、读报纸的传统方式,现已发展为集视频、文字、图片等各种服务于一体的新媒体,不但满足了人们随时随地获取新闻资讯的需求,更丰富了人们的生活和视野。快来体验吧!

北京移动用户可编辑短信DGSJDS01发送到10086,6元/月,开通前请确认您的手机是否具备CMMB手机电视功能。来源:2012-8-24 北京晨报

[返回目录](#)

上海联通牵手土豆搜狐 PPTV 探索全新商业模式

互联网行业的开放大潮正在蔓延至通信运营商。

昨天,中国联通(微博)上海市分公司与视频企业土豆网(微博)、PPTV、搜狐视频共同联手,将为联通用户提供包月观看视频的全新服务。

此番合作，被业界看作是运营商与移动互联网视频企业合作新模式，同时也是运营商进行后向广告营销的一次新的探索。

打造视频聚合平台

毋庸置疑，移动互联网已是当前互联网发展的必然趋势，而视频也正在向移动端迁移，越来越多的用户使用平板电脑和手机观看视频。

公开数据显示，与整体网络视频用户规模的稳步增长相比，手机端视频用户的增长更为强劲，使用手机收看视频的用户已经超过 1 亿人，在手机用户中的占比由 2011 年年底的 22.5% 提升至 27.7%。在视频网站、运营商等多方积极推动下，用户使用手机终端在线看视频的习惯正在逐步养成。

根据调查，用户越来越钟情移动端的主要原因是没有广告。如今，视频网站在 PC 端的广告越来越长，页面、片前、片后广告无处不在，导致用户体验非常不好。

而在移动端，由于各种因素，目前为止并没有出现大量广告，视频网站赖以生存的广告在移动端无法施展，导致视频网站在移动互联网领域并没有找到有效的盈利模式。

此次联通与土豆网、PPTV、搜狐视频企业进行了大胆探索，联合客户端和基于 HTML5 网页版视频产品，用户只需 10 元包月即可观看这三家企业提供的视频内容。

这一合作突破了流媒体传统的封闭体系架构，将流媒体能力作为基础通信能力开放至互联网公司，引入互联网公司的优质版权内容资源。同时，结合联通自身内容计费优势以及 NET 码号开放能力提升客户体验，形成产品聚合。

探索合作新模式

据悉，中国联通上海市分公司从 2009 年拿到 3G 牌照之后不断加强网络覆盖，提升网络质量。目前中国联通上海市分公司的网络实际上已经不是 3G，而是 3.5G 下行速度率 14.4Mbps，上行速率 5.76Mbps。

目前，中国联通与上海市政府已签署战略合作协议，未来两年内会建设 7000 个 WiFi 热点。

截至 2012 年 5 月，中国联通上海公司 3G 用户共计 118 万户、手机上网用户均流量已经达到每月 207MB，其中 iPhone 用户占比为 34.1%，户均流量已经突破每月 500MB。

上海联通副总经理季绪浩向笔者解释，3G 网络看视频的效果很好，但用户看得很少。据不完全统计，97% 的移动终端视频来自于 WiFi 网络，用户不敢用 3G 看视频，怕耗费流量。这种状况一方面影响了用户体验，另一方面也限制了互联网视频产业的发展。

他透露，凭借 WCDMA 网络优势和自身资源、积极的战略，联通正努力打造一个强大的移动互联网生态圈。

目前上海联通用户中使用最多的移动互联网应用主要为即时通信(手机 QQ、微信)、社交(QQ 空间、新浪微博)、工具(Ucweb、谷歌(微博)地图)、娱乐类(优酷、PPTV)等四大类。

如何摆脱管道化的困境，融合到行业发展大潮中正是上海联通思考的问题。

在移动互联网领域，中国联通的战略就是 WO+开放体系，即打造一个聚合用户、聚合应用、聚合渠道及核心地位的聚合平台，包括能力共享、智能营销、产品聚合和智能管道四项核心内容。

PPTV 副总裁单晓雷透露，PPTV 客户端每月给中国联通带来的数据流量能达到 45 万 GB，如果按照 0.03 元/KB 的上网价格来算，一共能产生 1.35 亿元的收入。

他说：“与联通合作后不仅能为 PPTV 带来一定的收入，同时，也能大大的增加用户使用粘度。”

季绪浩表示，希望通过与各家视频企业共同携手，打造一个视频业务的聚合平台，为合作伙伴和联通创造新的商业模式，为双方带来了更多的新增用户与活跃用户，同时，也为用户提供精彩纷呈的视频内容。

此外，中国联通已于 2012 年 7 月 7 日，对 25 个省份 56 个城市开通 HSPA+ 网络，免费为所有 3G 用户升级至 21M 高速上网，高品质的视频与 WCDMA3G 无线网络的完美结合，将完全颠覆用户在传统 2G 时代的生活习惯。

业内人士分析，此次运营商流媒体能力的开放是上海联通与优质视频公司在合作模式上的新探索，让运营商的视频产品更趋于移动互联网构架和模式。同时，3G 时代的互联网视频业务如果想要获得更好的发展，盈利模式和观看速度都是不可或缺的。因此，运营商与互联网的合作将会成为一种行业融合的趋势。来源：2012-8-23 每日经济新闻

[返回目录](#)

我国 CMMB 用户已达 4500 万 付费用户占近半份额

据中广传播技术产品总监王乐天透露截止到 2012 年 6 月份 CMMB 用户累计达到 4500 万户，付费用户占据近半份额。

“我们可以骄傲的说中广传播已经成为世界上最大的移动多媒体网络服务商。”王乐天表示，“在 2012 年(2012 年)中广传播已经累积建成了单频网站点

2200 多个 ,中小功率站点超过 5000 个 ,成为全球最大的移动多媒体的广播网络。信号覆盖超过 337 个城市和 855 个县级市 ,覆盖人口超过 5 亿。”

而在用户发展方面 ,截止 2012 年 6 月份 CMMB 用户累计达到 4500 万户 ,付费用户超过 2100 万。

另外 ,据王乐天透露 ,自 2009 年 CMMB 正式启动商用到 2012 年 6 月份 ,中广传播集团在全国发展了 31 个控股子公司以及 85 个地级市公司 ,建立了完善的三级的管理运营体系。

据了解 ,中广传播在北京设立了一个集团公司 ,31 个省设立省公司。而这 31 个省中有 29 个省份集团公司控股 60% ,2 个省份(广西和西藏)实现 100%控股。市公司为省公司的分公司。具体来说 ,省级子公司由总公司和地方广电机构按照 6:4 股权比例组建 ,独立经营 ,独立核算 ,负责本省的网络建设、业务管理、品牌建设、运营体系的建设管理等。省级子公司则在与地市级广电机构充分协商、体现双方利益基础上 ,建立省内各地市分公司。来源 :2012-8-27 飞象网

[返回目录](#)

【电信网络】

海峡两岸首条直通光缆建成 提升通信能力百倍

中国电信(微博)于 8 月 21 日举行“ 海峡两岸第一条直通光缆建成庆典” 仪式。此条光缆由中国电信主导 ,联合两岸电信运营商共同建设 ,共由二条 24 芯海底光缆构成 ,分别从厦门观音山至金门慈湖、厦门大嶝岛至金门古宁头 ,进而连通至台湾本岛 ,系统设计容量是目前两岸通信能力的 100 倍。

大陆与台湾之间曾于 1887 年由台湾巡抚刘铭传主持修建了福州川石岛至台湾淡水县的海底电缆 ,此后再未修建直达电路。1993 年大陆邮电部门与台湾电信运营商开通的两岸业务电路 ,是承载在通达多个国际和地区 ,由多家运营商参与建设的海缆上。1995 年 ,中国电信就向台湾电信运营商提出建设厦金直达光缆的建议。

去年以来 ,两岸运营商开始修建厦金直达光缆 ,经两岸电信企业的共同努力 ,厦金海缆于 2012 年 6 月 20 日顺利完工。该海缆修建后 ,使两岸信息通过“ 高速通道” 连通成为现实 ,结束了海峡两岸通信业务必须承载在多个国家和地区联合建设光缆上的历史。来源 :2012-8-22 新浪科技微博

[返回目录](#)

TD 五期预计 11 月完成建设 总基站数将达 27 万个

在 2012(第六届)移动互联网研讨会上,据知情人士透露,TD 五期预计 11 月建成,总基站数预计将达到 27 万个左右。目前,中国移动(微博)TD 用户数达 6800 万用户。

业内人士指出,TD-SCDMA 网络总体质量在不断完善,但网络深度覆盖、连续覆盖仍需提升。TD 双模终端渗透率,吸引手机数据业务流量比例偏低。

据了解,中国移动 2G 基站已达到 80 万个,拥有 850 万载频,主要承载语音通信及低速数据业务为主,而 TD 网络主要承载手机数据业务,在 G 网资源紧张区域进行分流和补盲,同时也是未来向 TD-LTE 演进的基础。

中国移动高层昨日表示,中国移动正在大力推进 GSM、TD-SCDMA、WLAN、TD-LTE 四网协同发展,为移动互联网用户提供更方便、更高效、更低成本的网络体验。主要措施包括从网络、终端、应用三个方面积极加快 TD-SCDMA 发展,精确建设有效发展 WLAN,积极开展 TD-LTE 扩大规模实验。

目前,TD 终端基本实现与 WCDMA,CDMA2000 产品三同,即同质量、同价格、同时推出。来源:2012-8-22 通信世界网微博

[返回目录](#)

【终端】

中国电信推出新一代社交手机

在经过一年的精心准备后,中国电信(微博)即将于近日开始推出新一代天翼 QQ 智能手机,这些集合了丰富的天翼 3G 应用及 QQ 服务的大屏智能手机将完全瞄准年轻时尚用户,且机型数量庞大。

天翼 QQ 智能手机是中国电信与腾讯公司联合终端厂商定制的大屏智能手机,手机里融合了电信和 QQ 元素,预装了大量天翼和 QQ 业务,为年轻用户提供了非常方便的服务。中国电信内部人士透露,新一代天翼 QQ 智能手机,应该会在 8 月中下旬陆续上市,这些手机以 QQ 社交应用为重要特征,专门为年轻用户打造。

在去年,中国电信就曾推出第一代天翼 QQ 智能手机,当时是 6 个厂商参与推出了 6 款,迄今销量已达到 200 多万部,获得了初步的成功,正因为此,2012 年中国电信定制了第二批天翼 QQ 智能手机。

此次，中国电信总共集合了 9 家终端厂商，包括华为(微博)、中兴、海信(微博)、海尔、金立、易丰展业、蓝天、和信、广信，总共推出 10 款新一代大屏天翼 QQ 智能终端。

这些天翼 QQ 智能终端全部为时髦的大屏智能手机，覆盖了从 3.5 寸到 5 寸屏；既有单模手机，也有双网双待智能手机，非常方便用户上网。

同时，强大而又完善的社交功能是这些手机吸引用户购买的主要因素之一。这些天翼 QQ 智能终端采用天翼 QQ 云桌面，集成了天翼和腾讯业务，预装了 13 项天翼自有业务和 5 项 QQ 业务，方便用户使用，包括天翼飞 Young、中国电信掌上营业厅、天翼空间、爱音乐、爱游戏、天翼视讯、天翼阅读、爱动漫、翼聊、189 邮箱、号码百事通、翼支付和天翼手机网等，为方便用户使用，中国电信还推出了非常简单的融合号码服务，手机号就是 QQ 号，用户可用天翼手机号注册 QQ 账号。

这几款能够直接发微博、聊 QQ、玩 SNS 游戏的智能手机无疑是当今最潮的“社交手机”，而同时中国电信也于 2012 年发布了针对年轻人的飞 Young 品牌，这样的话，新一代大屏天翼 QQ 智能手机恰好拓展了中国电信飞 Young 品牌的理念，满足了不同年轻用户的个性化需求。

据悉，这 10 款终端中的海信 EG906、海尔 E617、易丰 A6、蓝天 S980D、广信 EF930、和信 N819 和华为 Media Pad 等 7 款终端都已完成开发、测试和上市准备工作，中兴 N790 和金立 C700 计划于近期供应市场。来源：2012-8-27 新浪科技微博

[返回目录](#)

苹果 iPhone 5 九月来袭 将兼容 4G 网络

苹果即将发布的 iPhone 5 将与英国的 4G 网络相兼容。据 PocketLint 称，iPhone 5 将包括 4G 移动宽带能力，并可与英国即将发展的 4G 网络相兼容。Orange 及 T-Mobile 业主已经被承诺将提供 4G 服务，最早可从 9 月 11 号开始。这一天正好是传说中 iPhone 5 及 iPad mini 发布的前一天。

根据美国所使用网络类型的不同，苹果生产不同类型的 iPhone，但不是按照全世界范围内的规模来制造的。最近的一个例子是，可以使用 4G 网络的新 iPad 与澳大利亚的 4G 网络就不兼容，这给苹果制造了一些麻烦。

然而，Ofcom(英国通信管理局)作出决定，允许 EE(Everything Everywhere 任何事物，任何地点)使用其现有用于 4G 网络的 1800MHz 频谱，这意味着它将

使用与澳大利亚及许多欧洲国家一样的带宽。因此，这给予了苹果 4G 版本 iPhone 更大的销售市场，并能在多个地方使用。

如果事情真是如此的话，那么 EE 在提供 4G 移动带宽能力方面而言，将给 iPhone 5 一个独家优惠，因为英国通信管理局将不会进行竞拍，并允许使用用于 4G 的 800MHz 及 2.6GHz 频谱直到明年。

据了解，苹果对此传言或推测并未进行任何相关评论，因此我们仍需等待苹果对此事的细节进行宣布。来源：2012-8-23 赛迪网

[返回目录](#)

LG Display 开始量产新一代 iPhone 显示面板

LG Display CEO 韩相范(Han Sang-beom)周三表示，该公司已开始量产新的、更薄的显示面板，而这种显示面板被广泛认为将用在苹果下一代 iPhone 上面。

韩相范说：“我们刚刚开始量产，预计供应不会出现中断。”苹果计划在 9 月 12 日举行大型产品发布会，外界普遍认为苹果届时将发布新一代 iPhone。在三星(微博)推出了配置 4.8 英寸触控屏的最新一代 Galaxy 智能手机后，苹果也将给下一代 iPhone 配备更大尺寸的屏幕。

知情人士透露，新一代 iPhone 显示面板的尺寸为 4 英寸(对角线长度)，比当前一代 iPhone 显示面板大 30%。由于采用了所谓的内嵌式面板(In-Cell Panel)技术，新一代 iPhone 的屏幕比前一个版本更薄。这种新技术将触控传感器直接嵌入到液晶显示器中，没有了当前版本 iPhone 的触控屏层。

夏普本月早些时候宣布，将在 8 月开始出货用于新一代 iPhone 的屏幕。来源：2012-8-23 新浪科技微博

[返回目录](#)

【运营支撑】

“北斗”卫星民用在即 与 GPS 仍有差距

[未来几年，上海市民将可以借助智能手机的出租车呼叫系统，搜索并对接附近的出租车。此外，公交电子站牌，特殊人群健康预警等项目也在研制中]

出租车智能呼叫、城市动态智能交通导航、心脏病健康预警……随着我国自主研发的全球卫星定位系统北斗卫星导航系统于 2012 年覆盖亚太地区，这一系列关系到百姓生活的卫星民生应用即将面世。

昨日，北斗星导航位置服务技术创新西虹桥基地发展规划评审会在京举行。《第一财经日报(微博)》记者了解到，2012年3月11日，上海卫星导航定位产业技术创新战略联盟、上海位置服务产业技术创新战略联盟和上海西虹桥商务开发有限公司正式签约，北斗导航位置服务技术创新基地已正式落户上海青浦区西虹桥商务区。

继美国 GPS、俄罗斯 GLONASS 之后，北斗卫星导航系统是全球第三个成熟的卫星导航系统。“北斗”在年底前完成亚太地区的覆盖后，将在该地区开展完全功能服务。

在未来三年内，西虹桥基地将着力攻克关键技术，结合“北斗”系统建设，实现区域性卫星导航与位置服务产业能级突破，形成一批具有国际影响力的知识产权、技术专利和国际标准，并扶持 3~5 个具国际重大影响力的北斗导航与位置服务龙头企业。

在日常民用方面，以导航定位基础服务为核心的创新服务产业将融入百姓生活。未来几年，上海市民将可以借助智能手机的出租车呼叫系统，搜索并对接附近的出租车。此外，公交电子站牌、特殊人群健康预警等项目也在研制中。

此前，上海政府部门曾推动企业、高校、科研院所组建了“上海卫星导航定位产业技术创新战略联盟”，发挥协同创新优势，将在未来三年内把一批北斗导航应用投入市场。

昨日与会专家介绍，随着“北斗”覆盖网络的不断完善，我国卫星系统已能开展完全功能服务，但这并不意味着我国卫星民用事业能与目前普遍采用的 GPS 抗衡，芯片及接收终端价格、耗能、体积等方面的差距仍制约其发展。“北斗”西虹桥基地的建设正是着力解决这一系列难题。

早在汶川、舟曲的救灾过程中，北斗卫星系统就已显示出其优势。当时通信设施已经完全破坏，唯有北斗系统特有的短报文通信功能及时把位置报给救灾指挥部，对救灾产生了巨大作用。

在昨日的评审会上，评定专家指出定位导航系统的研究不应仅局限在日常民用，更要加强行业运用的研究。例如铁路、公路系统，使用 GPS 系统具有极不安全和不稳定的隐患，应尽快开发我国独立的系统。来源：2012-8-23 第一财经日报微博

[返回目录](#)

TDD 频谱全球规模发放 大运营商争相参与竞拍

据业内人士透露，随着 FDD 频谱的基本分发完毕，TDD 频谱则成为运营商新的战略制高点，全球大运营商都在积极进行竞拍。据了解，截止到目前，全球 TDD 牌照已发放超过 600 张，其中 57% 已经建网。

数据显示，2012 年欧洲多国已发放了 TDD 频谱，包括：英国(50M)、法国(50M)、瑞士(80M)葡萄牙(50M)、西班牙 VDF(20M)、Orang(10M)、意大利 H3G(30M)。与此同时，加拿大、印尼、澳大利亚等国也正在收回已发放的 2.6GTDD 频谱并重新拍卖。另外更多的 TDD 频谱也在清理和计划发放中，比如 3400M-3800M,700M 频谱 TDD 部分，400M-700M，以及 3.8G 以上。

亚太方面，日本电信运营商软银拟部署全球最大的 TD-LTE 网络，希望用 TD-LTE 分流 FDD 流量。软银已初步在东京、大阪、名古屋取得良好地演示效果。据统计到 2012 年 7 月，软银 TD-LTE 用户已达到 190800 个。印度 Reliance 也出台了网络部署方案，计划第一阶段覆盖孟买、德里两个城市，第二阶段扩展至最发达的 10 个城市，第三个阶段达到全国覆盖。

欧洲方面，英国电信运营商 UKB 在伦敦部署全国首个 TD-LTE 网络，该网络也是全球首个 3.5GHzTD-LTE 商用网络。据了解，该网络部署在 3.5GHz 和 3.6GHz 之间的 124MHz 频段上，网络可以最多支持 6x20MHz 的带宽，使单站吞吐量可以达到 1G 以上。

业内人士表示，目前，全球移动大运营商正在全力建设 TD-LTE,FDD/TDD 融合进一步加强，TD-LTE 进入黄金发展期。据相关数据显示，截止到 2012 年 5 月底，全球 LTETDD 商用合同数累计达到 26 个。来源：2012-8-28 飞象网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

印度手机用户数达 9.34 亿

印度电信监管机构 TRAI 日前发布的数据显示，印度电话用户数从 2012 年 5 月底的 9.609 亿增长到 6 月底的 9.6552 亿，增长率达 0.48%。印度总体电信密度(指每百名居民拥有的通信线路数)从 2012 年 5 月底的 79.28 增长到 6 月底的 79.58；而在此期间，印度城市总体电信密度从 169.17 下降到 169.03，农村地区电信密度则从 40.21 增长到 40.66。

印度移动用户总数从 2012 年 5 月底的 9.2937 亿增长到 6 月底的 9.3409 亿，增长率达 0.51%。印度私营运营商的市场份额为 88.88%，而两大国有运营商 BSNL 和 MTNL 的市场份额仅为 11.12%。同期，印度固话用户数从 2012 年 5 月底的 3153 万下降到 6 月底的 3143 万。BSNL 和 MTNL 占有 80.07% 的固话市场份额。

到 2012 年 6 月底，印度宽带用户总数增长至 1450 万，月增长率达 1.36%。印度宽带市场份额排名前五位(基于用户数)的 ISP 分别为 BSNL(924 万)、Bharti Airtel(137 万)、MTNL(106 万)、You Broadband(63 万)和 Hathway(36 万)。来源：2012-8-22 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

三大运营商上半年日赚近 4 亿

中国联通(微博)(600050)今日发布 2012 年半年度报告，至此三大运营商上半年业绩报告全部亮相。三家公司合计实现营业收入 5298 亿元，合计实现净利润 722 亿元，上半年平均每日合计实现净利润近 4 亿元。三大运营商披露的数据显示，上半年国内 3G 用户达到 1.75 亿户。

中国联通中报显示，2012 年上半年，中国联通实现营业收入 1252.9 亿元，同比增长 19.9%，实现净利 11.55 亿元，同比增长 32%，每股收益 0.0545 元。中国联通表示，面对复杂的宏观经济形势和日益激烈的市场竞争环境，2012 年上半年公司继续紧抓产业发展的良好机遇，收入持续快速增长，服务收入同比增幅超出行业平均增幅 4.1 个百分点；收入市场份额持续提升；收入结构持续优化，移动业务对服务收入的贡献达到 59.0%，非语音业务收入对服务收入的贡献达到 52.4%。

中报数据显示，三大运营商中，盈利能力最强的依然是中国移动(微博)(00941.HK)。中国移动上半年实现净利润 622 亿元，远超中国联通的 11.55 亿元和中国电信(微博)(00728.HK)的 88.14 亿元。上半年中国移动营业收入达到 2665 亿元，同比增长 6.6%，净利润 622 亿元，同比增长 1.5%，流量经营正在成为中国移动全新的增长点。

中国电信上半年营业收入达到 1380.21 亿元，比去年同期增长 14.8%，实现净利润 88.14 亿元，同比下跌 8.3%。中国电信还公布，将以 845.9541 亿元的价格收购中国电信集团公司除西藏自治区之外的 30 个省、市自治区的若干 CDMA 网络资产及相关负债。

三大运营商上半年 3G 用户也都获得了较快增长。截至 2012 年上半年，中国联通的移动用户规模达到 2.19 亿户，累计净增 3G 用户 1751.1 万户，3G 用户总数达到 5753 万户；3G 服务收入同比实现翻番，达到 277.5 亿元，规模效应逐步显现。

中国移动发布的数据显示，上半年净增客户 3351 万户，客户规模达到 6.83 亿户，其中 3G 用户达到 6700 万户，新增 1587 万户，保持了较快的增长。中国电信则披露，上半年移动用户达到 1.44 亿户，比去年净增 1771 万户，增长 14%。其中 3G 用户达到 5096 万户，比去年净增 1467 万户，增长 40.4%。

三大运营商中期数据表

证券代码	证券简称	营业收入	营收同比	净利润	净利同比	移动用户总规模	3G 用户总规模
------	------	------	------	-----	------	---------	----------

00941.HK	中国移动	2665 亿	增长 6.6%	622 亿	增长 1.5%	6.83 亿户	6700 万户
----------	------	--------	---------	-------	---------	---------	---------

00728.HK	中国电信	1380.21 亿	增长 14.8%	88.14 亿	下降 8.3%	1.44 亿户	5096 万户
----------	------	-----------	----------	---------	---------	---------	---------

600050	中国联通	1252.9 亿	增长 19.9%	11.55 亿	增长 32%	2.19 亿户	5753 万户
--------	------	----------	----------	---------	--------	---------	---------

来源：2012-8-24 证券时报

[返回目录](#)

网民平均上网带宽已达 3.2Mbps

360 公司昨天发布的《中国互联网上网测速报告》显示，中国网民的平均上网带宽达到 3.2Mbps(兆位/秒)，远超国外机构宣称的 1.4Mbps，上海地区以 6.1Mbps 的带宽排名全国最快网速，广西则以 2.3Mbps 的带宽排名垫底。

据悉，全国网速最快前五名分别为上海、新疆、海南、北京和天津，广西则以 2.3Mbps 的带宽排名最后。

在各大运营商的数据排名中，中国移动(微博)用户平均上网带宽达 4.5Mbps，排在所有运营商首位。不过根据《网速报告》统计，中国移动的带宽起伏较大，且其分享网速的用户基数不足电信或联通的十分之一，中国联通(微博)和中国电信(微博)仍然占据市场主导地位。来源：2012-8-28 深圳特区报微博

[返回目录](#)

1-7 月全国电信主营业务收入同比增长 9.2%

2012 年 1-7 月，全国电信业务总量累计完成 7458.6 亿元，比上年同期增长 12.3%。电信主营业务收入累计完成 6106.7 亿元，比上年同期增长 9.2%。来源：2012-8-28 新闻晨报

[返回目录](#)

我国移动电话用户累计达 10.62 亿 3G 用户 1.83 亿

工信部公布了 2012 年 7 月通信业运行状况。1-7 月，我国移动电话用户累计达 106202.8 万户，3G 用户 18376.1 万户。

3G 用户累计超过 1.83 亿

数据显示，2012 年 1-7 月，我国移动电话用户累计净增 7577.5 万户，达到 106202.8 万户。其中，3G 用户净增 5533.8 万户，达到 18376.1 万户。而固定电话用户则减少了 191.4 万户。

基础电信企业的互联网用户进一步趋向宽带化。1-7 月份，基础电信企业互联网宽带接入用户净增 1643.0 万户，达到 16643.1 万户。

移动通信收入累计 4460.3 亿元

在电信业务总量和业务收入方面，2012 年 1-7 月，我国电信业务总量累计完成 7458.6 亿元，比上年同期增长 12.3%；电信主营业务收入累计完成 6106.7 亿元，比上年同期增长 9.2%。

其中，移动通信收入累计完成 4460.3 亿元，比上年同期增长 11.3%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 71.64% 上升到 73.04%；固定通信收入累计完成 1646.5 亿元，比上年同期增长 3.8%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 28.36% 下降到 26.96%。来源：2012-8-27 飞象网

[返回目录](#)

广电网络上半年净利 7800 万元 双向改造达 70 万户

广电网络发布 2012 年上半年业绩，业绩显示，上半年，广电网络实现营业收入 8.55 亿元，同比增长 23.05%。实现净利润 0.78 亿元，同比增长 11.89%。广电网络表示，营业收入和净利润的增长主要得益于用户规模的增长、数字电视的转换、付费节目营销及数据业务的突破，以及新业务的推广。

在用户发展方面，广电网络上半年新发展有线电视用户 24.68 万户，截止 2012 年 6 月 30 日，累计在网用户达到 555 万户(包括数字电视用户)。整转数字电视用户 34.22 万户，在网数字电视主终端达到 380 万户。发展数字电视副终端 6.69 万户，在网数字电视副终端用户达到 47.8 万户。发展高清互动电视用户 5.86 万户，高清电视用户达到 7.59 万户(其中直播用户 3.33 万户，互动用户 4.26 万户)。新增付费节目用户 30 万户，付费节目终端达到 128.72 万户。净增个人宽带用户 2 万户，在线个人宽带用户达到 16.19 万户。

在新应用新业务方面，广电网络表示，根据后整转时代有线电视网络的功能拓展方向，公司对视频业务、数据业务以及增值业务进行有机整合，全面推广“e+TV”业务品牌，积极实践有线电视网络的全业务运营模式，带动了高清互动业务的快速发展。2012 年上半年，公司完成了高清互动电视界面改版和割接上线工作，提升了平台系统功能，增加了本地点播节目，增强了吸引力与观赏性，使在线产品展示更加灵活、更加丰富。

7 月 18 日，公司 3D 电视正式商用，除落地传输中国 3D 电视试验频道外，还推出了《3D 视界》高清 3D 视频点播栏目，标志着陕西有线电视进入高清、3D、互动应用新时代。8 月 3 日，公司高清用户突破 10 万户，高清互动业务进入规模化发展阶段，有望成为公司新的增长点。

同时，公司双向网改快速推进，采取全年任务按月分解落实、逐月考核通报、加大网改激励等措施，半年完成双向化改造 70 万户，为互动业务发展奠定了网络基础。在西安、榆林 OTN 项目开通的基础上，各地市 OTN 项目全面启动，将为双向网和数据业务发展提供可靠的技术支撑。互动平台扩容和单向机顶盒升级顺利进行，为新业务推广提供支持。农网延伸超过预期，用户规模得到提升，成为新的用户增长空间。网上营业厅基本建设完成，成为新的创收服务渠道和手段。OA 系统正式上线，办公效率明显提高。

[返回目录](#)

【市场反馈】

第二季度中国智能机市场苹果份额减半

市场研究机构 IDC 今天公布的最新数据显示，2012 年第二季度苹果在中国智能手机市场的份额降至 10%，几乎减少了一半，原因是消费者都在等待新一代 iPhone 的上市，或是购买了其他品牌的智能手机。

IDC 数据显示，2012 年第二季度，中国市场智能手机出货量首次超过功能型手机出货量，而联想的智能手机市场份额超过苹果坐上了老二的位置。IDC 称，

2012年第二季度中国手机总出货量为8700万台，其中智能手机出货量为4400万台，占比51%。

IDC分析师TZ Wong认为，苹果在中国智能手机市场排名和市场份额双双下滑，主要有两个原因：“一个是季节性原因，消费者都知道苹果即将发布新一代iPhone；另一个原因是竞争对手的产品比一年前更具吸引力，而iPhone则几乎是原地踏步。”

IDC数据显示，作为全球第二大的PC厂商，联想的智能手机乐Phone第二季度在中国的市场份额达到11%，而第一季度的市场份额还不到10%，当时排名第七。三星电子依然保持在中国智能手机市场的领头羊地位，市场份额为19%，但相比第一季度的21%略有下滑。苹果排名第四，位居中兴通讯(微博)之后，华为(微博)则排名第五。

来自Gartner的数据也显示，第二季度，苹果在中国智能手机市场的份额下降至12%，低于前一个季度的17%。

高通正面向中国手机厂商提供芯片组和解决方案，挑战市场领先的联发科(微博)和展讯。近期，华为G330D和小米MI2手机都采用了高通Snapdragon处理器。高通业务发展副总裁詹姆斯·沈(James Shen)表示：“这是一个重要的市场，出货量和增长率都很高，因此对芯片厂商具有吸引力。我们已看见了激烈的竞争。”

IDC的数据显示，包括智能手机和功能型手机在内，第二季度中国手机市场排名前三甲的分别为三星、诺基亚和中兴。

三星电子和诺基亚等跨国手机厂商一直在争夺中国的市场份额。中国手机用户目前已超过10亿，而且2012年有望取代美国成为全球最大的智能手机市场。由于中国三大移动运营商均提供高额补贴，加之科技产品的品牌影响力越来越大，而智能手机又越来越便宜、功能越来越多，所以智能手机在中国日益受欢迎。来源：2012-8-24 新浪科技微博

[返回目录](#)

手机成第一上网方式标志信息经济大变阵

移动互联网巨大的发展前景每天都在被强调，但是掘金时机到底是什么时候一直众说纷纭。日前，工信部的官员高调指出，我国移动互联网市场成熟，规模增长，消费者通过移动智能终端上网习惯形成。手机超过其他终端成为第一大上网方式，这也许就是中国移动互联网全面变革时代真正爆发的起点。

截至7月底，中移动和中联通3G用户总数分别达到6898万和6061万，尽管中电信7月份运营数据未发布，但中电信3G用户数6月底已达到5096万

户，中电信和中联通 3G 增长从 6 月份开始重回高位。3G 爆发增长已经成为中国通信业的发展主流。

工信部副部长尚冰日前也表示，宽带网络、移动互联网、新一代移动通信、云计算、物联网等新业态的发展正在推动我们信息通信业在加快地转型，行业纵向整合，横向渗透的态势进一步加快。大发展、大变革、大融合正在成为行业发展的主旋律。同时，信息通信技术的创新与扩散，特别是与传统产业在生产组织和制造流程方面的深度集成，正在推动以数字化、网络化、智能化、服务化为核心的新的产业变革，促进实体经济迈向新的发展阶段。

与此同时，中国通信业开始变阵。21 世纪第二个十年将进入后互联网时代，我国通信业已不再是原有的中国电信(微博)、中国移动、中国联通(微博)三家电信运营商所构成的小三角的竞争，而是面对着由电信运营商、新兴互联网运营商、和走向服务的 IT 设备商所构成的大三角综合服务中的博弈。在大三角这样更加激烈的竞争环境下，电信运营商的网络优势、运营经验优势、用户规模优势等都将受到新的挤压。而在创新能力、技术研发、开发平台、新兴的商业运营模式以及在体制、机制和应对市场变化灵活性方面，电信运营商还落后于蓬勃兴起的互联网运营商、IT、软件和设备厂商。这已经引起三大运营商的警惕，并开始了紧锣密鼓的排兵布阵，应对迎面袭来的全新挑战和冲击。

当前，移动互联网业务已经成为拉动运营商增长的重要力量，为运营商带来发展机遇，但同时全球运营商面临着数据流量爆炸式增长巨大压力，互联网业务加剧了传统运营模式转型的压力。

更为重要的是，中国正处在全面建设小康社会的关键时期和加快转变经济发展方式的攻坚时期，新形势要求信息通信业加快融合创新的步伐，增强全面服务经济社会发展的能力，中国政府一直高度重视信息通信业的发展，目前，中国已建成全球最大的信息通信网络，电话用户总数已经达到 13.35 亿户，信息经济对整个国民经济的辐射拉动作用一直突出，是拉动 GDP 增长的重要力量。

因此，我国一直积极推进宽带中国战略和信息通信技术升级换代，加快建设宽带、融合、安全、泛在的下一代信息通信基础设施，缩小数字鸿沟，支撑经济社会信息化发展。来源：2012-8-22 通信信息报

[返回目录](#)

新兴移动支付联盟崛起仍绕不开终端和安全槛

移动互联网大潮中，不只有智能手机和平板电脑掀起的点点波澜，更有朵朵移动应用浪花引发的阵阵涛声。近来，移动支付领域动态频频，为移动互联网的发展注入更多活力。

日前有媒体报道，十多家大商户计划共同开发一种移动支付网络，与谷歌(微博)钱包和其他公司类似服务竞争。而这十多家推动开发移动支付网络的商户，被称为商家客户交流联盟(MCX)。据了解，MCX成员包括零售巨头沃尔玛、零售商 Target、美国连锁七十一便利店和石油公司 Sunoco 等，他们都希望进入移动支付市场，并将智能手机变成付款的设备。

无独有偶，移动支付创业公司 Square 与全球最大的咖啡连锁公司星巴克也结成了合作伙伴关系，Square 的支付技术很快将被应用到星巴克在美国开设的 7000 家咖啡店中。还有消息称，麦当劳(微博)目前正在法国测试 PayPal 移动支付渠道，未来用户有望通过 PayPal 在麦当劳实现线支付。

实际上，国内市场也正进行着一场移动支付革命。如今，银行的移动终端、第三方支付平台的移动客户端(如拉卡拉等)、运营商打造的移动支付平台(如翼支付)已经屡见不鲜。中国银联移动支付部总经理单长胜表示，全球移动支付的规模数据是两千多亿，国内是 700 多亿的交易规模，通过移动端完成交易的用户数据超过一亿。

从国外的波涛汹涌到国内的遍地开花，从企业之间的独立合作到移动支付联盟的筹备，从零售巨头、咖啡公司的涉足到快餐巨头的加入，我们不难看出，移动支付正以不可阻挡的势头，渗透各个市场以及人们生活的方方面面。

移动支付之所以大行其道，本质上在于其实现了将支付扩展到移动终端设备上，使得支付可以无处不在，消费可以无时不有。不过，从目前来看，无论是国内还是国外，移动支付的发展都还不够成熟和规范。终端的兼容性、标准的不一以及安全问题都让不少消费者对之持怀疑态度。根据一家国际市场战略咨询公司在美国密歇根州的调查显示，在 2000 名消费者中，约有 60% 的受访者担心移动支付会危及其财务或人身安全。看来，长路漫漫，移动支付还得踏着荆棘前行。
来源：2012-8-23 通信信息报

[返回目录](#)

我国三网融合试点区域达 54 个 覆盖人口超 3 亿

在“第四届三网融合中国峰会”上，中国广播电视协会会长李丹表示，全国已经有 54 个地区成为三网融合的试点区域，覆盖人口已经达到 3 亿人以上，三网融合已经进入了一个新的发展阶段。

李丹指出，2012 年对于“三网融合”而言是十分重要的一年。首先，从宏观层面而言，党的十七届六中全会提出要深化文化体制改革，将文化产业建设成为国家支柱型产业，而“宽带中国战略”的实施将加快我国信息社会建设的步伐。

由云计算、物联网等新技术的应用带来机会，并且带动广电 NGB 双向化改造与业务的部署，数字家庭、智能终端、多屏互动应用场景的普及将进一步地促进广电、电信、互联网业务交叉与融合，为三网融合业务创新带来大量的机遇。

“其次，从中观层面来看，2012 年是国务院常务会议决定推进三网融合的第三个年头，也是第一阶段试点的总结之年。”李丹表示，随着 2011 年底三网融合第二批试点名单的确定，加上第一批的 12 个试点城市，全国已经有 54 个地区成为三网融合的试点区域，覆盖人口已经达到 3 亿人以上，三网融合已经进入了一个新的发展阶段。

再次，从微观层面来看，三网融合一直在有序地推进。据李丹介绍，2010 年 1 月 13 日，国务院常务会议决定加快推进三网融合；2010 年 7 月 1 日，三网融合第一批 12 个试点城市正式公布；2010 年 5 月份，国家互联网信息办公室正式成立，互联网信息和服务的管理得以进一步地规范；2011 年 8 月 19 日，中国网络视听节目协会正式成立；2011 年 12 月底，确定了三网融合第一批 42 个试点；2012 年 7 月，广电总局发布了“加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的政策”。

李丹进一步介绍称，目前，经广电总局批准的网络视听节目服务持证机构已经达到的 617 家，网络广播电视台有 17 家，20 家单位开展了移动通信网、手机电视业务，7 家单位开展互联网电视业务。IPTV 方面，CNTV 与百视通成立了合资公司，2012 年 5 月份发布了“关于 IPTV 集成播控平台建设有关问题的通知”，这个规定省级电视台可以申请 IPTV 分平台播控权，明确了“1+1+1”的模式。
来源：2012-8-23 中国通信网

[返回目录](#)

二季度 RIM 手机销量下滑最快 3 家国产机进前十

根据国际市场研究公司 Gartner 的一份报告，2012 年第二季度全球手机厂商按销量来计算，依旧是三星和诺基亚分列前两名，苹果公司为第三，相比 2012 年第一季度，前十大厂商不少都出现销量下滑，例如 RIM 销量环比下降最大，降幅达 19.6%，而中国厂商有三家进入前十名，中兴排名第四，华为(微博)第六，TCL(微博)通讯第七。

全球各厂商销量变化

而国际市场研究公司 Gartner 的报告称，2012 年第二季度全球手机出货量比 2012 年第一季度减少 0.7%，从 4.21 亿部降到 4.19 亿部，比去年同期也减少 2.3%。

另外，第二季度中，销量前六名的厂商都与第一季度相同，诺基亚、三星、苹果依然居前三。中兴通讯(微博)、LG、华为则列第四、第五和第六。其中，LG 去年同期还列全球手机销量第三，第七名为 TCL 通讯，TCL 通讯曾跌出前十名，如今重新跻身全球销量第七名，该季度 TCL 通讯手机及配件实现销量 935.5 万台。

而 2011 年全球销量排名第四的索尼爱立信已跌出前 10 名，RIM 也由第五名跌至第十，摩托罗拉则由销量排行榜第八位跌至第九名。HTC 也由 2011 年的第七名跌至第八名。苹果虽然仍然排名第三，但销量跌幅非常大。

中国智能手机市场增长最快

另据工信部电信研究院的报告显示，我国 2012 年 7 月份国产手机表现抢眼，占据了八成市场份额。

报告称，2012 年 7 月份我国手机市场出货总量达到了 3875 万部，比上年同期增长了 28.6%。我国国产手机出货量就达到了 3182.6 万部，占手机总出货量的 82.1%。3G 手机我国国产手机出货量份额分别为：TD-SCDMA 手机 76.8%、WCDMA 手机 66.5%、cdma2000 手机 88.7%。

3G 智能手机终端中，7 月份 WCDMA 手机市场出货量最多，达 1019.2 万部，比上年同期增长 171.8%，占同期手机市场出货量的 26.3%。TD-SCDMA 手机出货量为 515.5 万部，比上年同期增长 88.5%，占同期手机市场出货量的 13.3%。cdma2000 手机出货量为 534.8 万部，占同期手机市场出货量的 13.8%。

不少国际品牌厂商在中国智能手机销量增长快，国内品牌华为、中兴、联想、酷派等也增长迅猛，以销量增幅最大的 TCL 为例，根据 TCL 通讯最近公布的上半年财报，其在中国市场的手机及其它产品销售达 280 万台，同比增加 67%。显然，3G 智能手机市场的快速成长，给国产手机带来了新的机会。

另外，Android 操作系统仍然占据主流智能手机市场，2012 年 7 月份我国智能手机出货量为 2101.0 万部，比上年同期增长 222.4%，其中，Android 操作系统在我国智能手机市场占有率高达 91.8%。来源：2012-8-23 新浪科技微博

[返回目录](#)

研究称 Android 和 iOS 流行度超越 PC 和社交网络

市场研究公司 Flurry Analytic 周一发布研究报告称，Android 和 iOS 操作系统的流程度可能超出人们预期。

报告指出，与 20 世纪 80 年代 PC 技术迅速增长时期中的 PC 采用率相比，iOS 和 Android 的采用率要高出十倍。报告还称，与 20 世纪 90 年代网络技术迅

速发展的阶段相比，这两个移动平台累积用户的速度要比当时的网络快一倍；与最近兴起的社交网络相比，Android 和 iOS 的采用率则要高出一倍。Flurry Analytic 基于所有这些技术在被广泛采用的头五年时间里的数据作出了对比。

据 Flurry Analytic 发布的数据显示，上个月基于 iOS 或 Android 平台的全球设备总数为 6.4 亿部。其中，1.65 亿部是在美国运行的，1.28 亿部在中国运行；英国排名第三，为 3100 万部；排名其后的是韩国和日本，分别为 2800 万部和 2200 万部。

报告指出：“按同比计算，Flurry Analytic 统计得出美国市场上的净活跃设备数量增加了约 3000 万部，中国增加 1 亿多部。按此速率计算，中国的活跃设备数量最早可能在 2012 年的假期购物季节超越美国。”

Flurry Analytic 数据显示，过去一年时间里中国市场上的 iOS 和 Android 设备数量已经增加了 401%；智利和巴西的采用率增幅则分别列在第二和第三位，各自为 279% 和 220%。Android 和 iOS 的流行度如此之高并不令人吃惊，上个月 IDC 发布的报告也表示，这两个操作系统在全球智能手机市场上所占份额之和为 85%，其中 Android 所占份额为 68.1%。

Flurry Analytic 在报告中并未单列出 Android 的流行度数据，但提供了其他一些有趣的数据，如新加坡的 Android 和 iOS 渗透率为 92%，居于全球各国之首；中国香港和瑞典排名第二和第三，分别为 87% 和 86%；美国排名第五，为 78%。来源：2012-8-28 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