



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. 10. 31

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 通信业寒冬提前到来

电影《2012》早就被人们谈论多时，2012 年会不会有世界末日且放到一边，不过，2012 年通信业的寒冬却提前到来。

■ 中国手机业要治治“近视眼”

中国是全球最大的手机消费市场，也是最大的手机制造基地，在这样一个巨大的市场中，中国本土手机品牌至少有 2000 家，但遗憾的是，中国本土手机品牌中至今没有一家是世界级的，更谈不上像 iphone 以及盖世系列等明星产品。

■ 手机成通信设备出口增长引擎

按照过去十多年手机出口的月度比重规律，2012 年我国手机出口量将达到 10 亿部，增幅接近 15%。手机出口的高增长成为带动整个通信设备行业出口增长的主力。但值得关注的是近来，在全球市场萎缩、经济放缓的局势下，一些国家纷纷提高准入标准限制国产手机品牌在外拓展。国产手机品牌想要加速国际市场的抢占步伐，就更应提升产品的核心竞争力抓紧内修。

■ 百视通：新媒体如何驶向远方

在数字化、全球化的今天，新媒体技术和实践运用已得到了高度的普及和认同。从过去观众被动接受电视讯息到现在受众群体可以主动选择，且随时随地地收看节目，短短几年间，新媒体产业通过这种创新颠覆了传统媒体，也将人们带进了“新媒体时代”。

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
通信业寒冬提前到来	5
中国手机业要治治“近视眼”	6
手机成通信设备出口增长引擎	6
百视通：新媒体如何驶向远方	9
产业环境篇	10
【政策监管】	10
网络测速标准即将出台	10
工信部将清理整顿“假宽带”	11
标准欲出 移动支付战火点燃	12
电信石油石化行业将放宽市场准入	14
工信部：TD-LTE 频率规划体现技术中立原则	16
《M2M 通信系统增强安全要求》行业标准进入公示	17
工信部 10 月新发放进网许可证 95 张 3G 终端仅 35 款	17
【国内行业环境】	18
中国手机每年出口 10 亿部换不来 1%利润	18
国内 FDD LTE 频谱敲定 联通试验网低调布局	19
工信部谈假宽带现象：制定方案整顿违法企业	21
专家称中国物联网在标准领域领先 产业化提速	22
国内手机业混乱现状：产业一窝蜂 企业捞快钱	23
国内三季网速报告：上海电信最快西藏移动垫底	25
【国际行业环境】	26
美国商务部称调查中兴不牵涉 IBM	26
日本运营商反“管道化”：强大的营业厅	27
日本 NTT DoCoMo 第二财季净利润同比下降 13%	31
美国国会审查华为中兴：寻求开放与安全新平衡	31
美有线电视运营商 Comcast 三季净利同比增 132%	34
美运营商 Clearwire 将使用华为设备升级 LTE 网络	34
运营竞争篇	35
【竞合场域】	35
三大运营商前三季数据对比：强弱能量逐渐均化	35
运营商纷陷裁员重组漩涡 急需提升流量经营能力	37
三大运营商前三季合计净赚 1113 亿：平均每天 4 亿	39
【中国移动】	40

中移动前 9 月净利润仅微增 1.4%	40
中国移动位置服务用户超过 2000 万户	40
中移动持有 3300 亿现金 被评为财务风险极低	41
中移动西部开始布局 TD-LTE 成都建首个 4G 基站	41
中移动财报引券商分歧 增长放缓成多网协同软肋	42
神州泰岳与中移动飞信续约待定 爆发式增长终结	44
【中国电信】	46
中国电信前三季度净利下降 8%	46
消息人士透露中国电信 12 月初引入 iPhone 5	46
中国电信前三季净利润 125 亿元 同比下降 8%	47
中国电信基地改制结果：手机视频业务率先赢利	48
中电信 9 月新增 3G 用户数破 300 万 累计达 5972 万户	50
【中国联通】	51
联通更换思科设备：中国运营商开始重视安全	51
中国联通前三季净利润 54.5 亿元 同比增长 30%	53
联通称运营商从物联网获益太少：2016 年将爆发	54
联通将推移动互联新平台 广东试点用户已 500 万	56
中联通新流量包主打融合牌 刺激 2G 用户向 3G 迁移	56
联通新增 3G 用户创单月新高 挖掘 ARPU 成盈利关键	59
9 月份联通 3G 新增用户数蹊跷垫底 或缘于校园营销	61
制造跟踪篇	63
【中兴】	63
中兴通讯公布前三季度业绩	63
中兴通讯首现财报危机 欲借手机子品牌翻身	63
【华为】	64
华为推平价四核手机剑指小米	64
华为提议在澳大利亚建立网络安全评估中心	65
华为 N8300 助力英国 Datastore 365 云备份运营平台	65
【诺基亚】	66
诺基亚完成 9.8 亿美元可转换债券发行	66
诺基亚出售 Salo 手机制造工厂部分物业	67
诺基亚推 199 美元 Lumia 手机：瞄准新兴市场	67
【其他制造商】	68
联想手机打造双赢战略	68
爱立信全球服务中心在中国新设西安分部	69
摩托罗拉系统第三财季净利润 2.06 亿美元	69
LG 电子第三季度扭亏为盈 受益手机业务增长	70

苹果宣布 iPhone 5 2012 年 12 月中国内地开售	70
联想进军海外智能手机市场：抢滩登陆东南亚	71
爱立信第三财季净利润 3.25 亿美元 同比降 43%	72
服务增值篇	73
【趋势观察】	73
未来五年 3G 引领 个人智能终端市场	73
2016 年 Android 设备数量超 Windows	74
WIFI 过时了？电灯泡将变成无线路由器	74
【移动增值服务】	76
民生银行推出手机排号功能	76
北京移动发 G3 预付费年包卡	76
北京交通委开“96123”热线	77
中国联通推出全新 3G 流量套餐	77
北京社保开通“12333”短信通知	78
【网络增值服务】	78
南京机场年底提供免费无线网络	78
中国联通 3G 信号覆盖北京地铁一、二号线	80
技术情报篇	80
【视频通信】	80
百视通全国首发新媒体指数 建立收视评估体系	80
【电信网络】	82
成都率中西部地区迈入 4G 时代	82
思科调研预测 2016 年云流量将增至目前六倍	83
【终端】	83
全球首款 5 模 11 频移动终端亮相	83
【运营支撑】	84
广东联通 2012 年增 2128 个 WiFi 热点	84
第 16 颗北斗卫星升空将实现亚太组网覆盖	85
报告显示全球 51 个移动网络推出高清语音服务	86
报告称 RFID 是物联网最热技术 年规模 200 亿美元	87
市场跟踪篇	88
【数据参考】	88
我国三季度平均网速 2.31M	88
全球移动联网终端总数将达 68 亿	88
前三季度电信业务收入同比增 9% 超 GDP	89
中国前三季度电信业务收入 8010 亿 同比增 9%	91

第三季全球智能机出货量增 45% 诺基亚跌出前五	92
【市场反馈】	94
物联网迎来第二波创业潮	94
昔日“一哥”诺基亚跌出前五	95
国产手机走出国门需摆脱三低老路	96
报告称 iOS 为最赚钱的移动广告平台	97
传统终端商季度财报纷纷报亏恐难翻身	98
运营商套餐繁乱如麻 消费者吐槽一头雾水	100
“3G 替代 2G”渐入高潮 运营商告别高增长时代	103

亚博聚焦

通信业寒冬提前到来

电影《2012》早就被人们谈论多时，2012 年会不会有世界末日且放到一边，不过，2012 年通信业的寒冬却提前到来。

最近一周，对于通信业甚至整个 IT 业来说都是“寒冷”的一周。诺基亚、摩托罗拉移动、谷歌、微软等，不是利润大幅下滑，就是亏损，2012 年的冬天提前到来。

造就多家厂商的窘困，与大环境不无相关。如果整个经济大环境不好，这些公司的业绩也不会太好。另一方面，这些公司都受到了互联网特别是移动互联网的冲击，比如以前电信行业的投资重点，前几年是系统设备，但是现在转向了终端和服务，移动互联网的很大变化带来了智能终端的需求。

不过，大环境是一方面，有专家认为，随着技术的革新和市场的变化，一些厂商都面临库存积压与投入研发的矛盾，这期间如果犯错，也许就是致命的。比如，诺基亚和微软的合作就让很多人不看好。

随着平板电脑、智能手机以及智能电视等消费电子产品席卷全球市场，传统的软硬件厂商的生存空间被严重挤压，如果没有破釜沉舟的决心，通信业在 2012 的冬天真的不好过。

观点：

改装无止境：IDC 的数据显示，平板电脑市场已被苹果和谷歌垄断。业内人士分析，原来抱着个人电脑盈利的日子已经过去了。这些巨头如果想翻身，必须得有壮士断腕的勇气。来源：2012-10-24 北京商报微博

[返回目录](#)

中国手机业要治“近视眼”

中国是全球最大的手机消费市场，也是最大的手机制造基地，在这样一个巨大的市场中，中国本土手机品牌至少有 2000 家，但遗憾的是，中国本土手机品牌中至今没有一家是世界级的，更谈不上像 iPhone 以及盖世系列等明星产品。

从每台利润上千元到每台利润只有 2.5 元人民币，每月都有几家手机厂商倒闭或“跑路”，同时又有很多人带着“滚烫”的钱进来。就是这样一个残酷的市场，每天都在上演“奇迹”，最近更有传言，有杂志准备做手机了。

本报记者对国内手机产业采访中强烈感受到，国内做手机的可谓“八仙过海，各显神通”，有的靠“炒货”赚钱，有的靠“跑路”赚钱，就是实实在在做品牌的，做得要“吐血”，在一片“红海”中，赚快钱成了大家的共识。

“一窝蜂”是国内手机行业的最大特征，从最开始做三码五码手机，到各种品牌的模仿山寨机，再到现在自创品牌的智能手机，而看到某家手机公司做网络营销成功，其他公司立即推出网络模式，中国手机企业的“转型”之快，让诺基亚等全球知名手机企业“情何以堪”啊。

而另外一个特征就是“拿来主义”。什么都是别人的，就是那个的所谓“品牌”和 LOGO 是自己想出来的，把所有的配件买来，然后自己组装一下，这与当年的中国 PC 产业有得一拼，被称为“打包装公司”，而有的手机公司更绝，甚至直接把别人的手机拿来，打上自己的品牌和包装就行了。

所有这些表现背后的原因就是“短视”，在国内手机行业，很少有企业愿意拿出更多的资金去做研发，很少有厂商愿意花费几年时间打造类似于 iPhone 这样的划时代产品，导致包括芯片、系统等核心技术全掌握在别人手里。大家都想“捞”一把，只要有钱赚，捞完就撤。而纵观科技发展历史，伟大的产品一定是时间的“沉淀”，伟大的品牌也一定需要时间打磨，所谓“慢工出细活”正是此理。中国手机产业要想打造出世界知名品牌，一定要好好治理一下“近视眼”，把眼光放远点，把品牌做好点，把产品做细点。来源：2012-10-24 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

手机成通信设备出口增长引擎

按照过去十多年手机出口的月度比重规律，2012 年我国手机出口量将达到 10 亿部，增幅接近 15%。手机出口的高增长成为带动整个通信设备行业出口增长的主力。但值得关注的是近来，在全球市场萎缩、经济放缓的局势下，一些国家

纷纷提高准入标准限制国产手机品牌在外拓展。国产手机品牌想要加速国际市场的抢占步伐，就更应提升产品的核心竞争力抓紧内修。

我国手机出口迅猛增长

根据中国海关统计，2012年1-8月份，我国手机出口6.18亿部，同比增长15.5%，出口金额467亿美元，同比增长27.7%，继续保持了快速稳定的增长势头，增幅水平明显高于机电产品和总体商贸出口增幅水平。据介绍，上半年通信设备出口936.5亿美元，同比增长11.2%，不过扣除手机产品，通信设备出口增幅为零，手机的出口增长也成为继续拉动通信设备乃至电子信息产品出口的主要动力。

行业出口增长严重依赖于手机产品的拉动作用，这在一定程度上反映了目前全球通信设备市场的现状，即经济增长不明朗环境下通信市场需求前景的不确定性，将给通信设备制造企业的发展带来压力。

另据统计，中国的手机出口依然集中中兴、华为等品牌。国际市场研究公司Gartner的报告，2012年第二季度全球手机销量前十名中，来自中国的品牌占据了其中的三席，分别是中兴通讯、华为和TCL，而这三个国产品牌的排名都比2011年同期有所提升，其中中兴从第五位提升到第四位、华为从第九位升至第六位，而TCL则从第十位升至第七位。

机电商会公布的市场研究公司数据显示，2012年前两季度全球手机出货量销售量均保持了稳定的增长势头，尤其智能手机出货量更是保持了40%以上的增幅。作为占全球产量接近八成的中国，手机产品出口将受益于全球市场繁荣，未来也将更多伴随全球市场兴衰而波动。

贸易壁垒成出口最大阻碍

在国产手机出口连续几年在国际市场上占据较大份额的同时，针对中国手机品牌的反倾销、反补贴调查也在连年增长。

2010年欧盟委员会对中国产无线数据卡发起反倾销、反补贴和保障措施调查，2012年年初传出巴西拟对中国手机发起反倾销调查，8月华为、中兴在美国遭遇“337调查”，10月8日，美国国会发表调查报告称，华为和中兴对美国国家安全构成威胁，建议阻止这两家企业在美开展投资贸易活动。10月15日，美国众议会情报委员会意犹未尽，以华为和中兴拥有更多可疑的设备为借口，启动对华为、中兴两家公司的第二轮调查，中国通信设备出口企业面临着越来越频繁的贸易保护主义影响。

据中科院院士倪光南分析，美国将不同的中国企业进行区分对待，对无品牌的富士康等企业，美国予以支持，像联想有品牌但缺少核心技术的企业，美国会

稍加阻挠，但对于华为中兴这样拥有核心技术的企业，美国市场的门槛就会非常高。

美国政府对华为中兴的这些动作，给我国的高新技术企业的启示——技术是根本，品牌是其次，制造是再次。走高技术含量，创新发展的道路没有错。另外，我们也可以感受到，信息安全涉及到国家的战略，也是企业的竞争策略。

换个角度看，华为、中兴两个公司在美国的遭遇也有其正面的意义。首先，说明这两个公司已经相当强大，受到了美国人的重视。其次，利用这一事件对自身进行反省，该透明的一定透明，该规范的要规范，该剔除出去要毫不犹豫，这样不断苦练内功，才能强身健体同时赢得他人的尊重。

打造核心竞争力减少国内消费力流失

国产手机进军海外市场一半是海水，一半是火焰。在我国手机出口连续十年稳定高速增长的同时，我们也应该看到在高端手机市场，我们仍然缺乏竞争力。

经过多年发展，中国的电信设备制造企业在技术、人才培养、海外市场开拓等方面有了深厚的积累，但在核心技术、品牌认知等方面与国际领军企业仍有差距。

据统计，在全球手机市场上，高端产品市场份额依然由苹果、三星等公司主导，目前手机市场 95% 的利润由这两家公司赚取，中国企业在量上取得地位的同时依然没有取得较高利润并形成核心竞争力。

除此之外，人民币汇率可能的变动也将是摆在这些中国企业面前的一个潜在威胁。目前有部分经济学家认为，人民币可能会在不久的将来升值约 25%。若这一旦成为现实，将进一步削弱这些中国企业在劳动力成本方面的优势。

国内手机厂商要抢占国内国外市场份额，如何提升产品的核心竞争力，尤其是如何在国际市场占据位置，依然是中国手机产业需要重点关注的问题。

为占据行业发展先机，企业需继续加强技术、管理、营销、法律等多方面的人才储备，加强研发尤其基础技术层面和未来战略技术层面的研发投入，提升企业和产品的核心竞争力。在产业拓展方面，加强上下游合作，行业间有序竞争。建议制定具体的鼓励政策，对于企业的专利申请，根据专利数量和质量提高资助力度，提升国家政策对于专利和技术的战略支持地位。

业内分析人士认为，4G 时代，中外手机业可是站在同一个起跑线上的。国产手机品牌若能加强合作、加大技术研发力度，或许能营造出具有竞争力的自主操作系统，这样 4G 也将成为国内手机厂商追赶国际巨头的好机会。来源：

2012-10-29 通信信息报

[返回目录](#)

百视通：新媒体如何驶向远方

在数字化、全球化的今天，新媒体技术和实践运用已得到了高度的普及和认同。从过去观众被动接受电视讯息到现在受众群体可以主动选择，且随时随地地收看节目，短短几年间，新媒体产业通过这种创新颠覆了传统媒体，也将人们带进了“新媒体时代”。

作为新媒体产业的领头羊——百视通新媒体，历经 7 年坚实发展，目前已成为全球最大的 IPTV 服务商之一，面对传统媒体与新媒体市场之间的鏖战，百视通有着一套自成体系的突围之道。

锻造：“技术+内容”打造电视新看法

所谓“不破不立”，在网络对传统媒体观众逐渐分流的趋势下，同时又趁着新媒体初现端倪的时候，百视通以其行业敏感性，顺势而动，敢为人先，根据用户需要，创造渠道变单向为互动，让电视并不仅仅是纯粹的输送节目的屏幕，用创新颠覆了传统媒体，打响了新媒体创新发展的头一枪。

百视通在成立之初对其 IPTV 定位，提出的口号就叫“电视新看法”，随着百视通高清 3D 智能云互联网电视机顶盒“小红”的发布，让用户进一步实现从“看电视”到“用电视”的转变。作为 Internet 和 TV 联姻的“混血儿”，发展至今，IPTV 不仅成功实现了直播、点播、回看等功能，也改变了原有单项、单屏、单一化的传播方式。

百视通通过互动的电视新看法吸引观众回到了电视，甚至用庞大的版权内容库留住了观众。据统计，百视通拥有累计长达 35 万小时的正版内容库，内容覆盖了影视、体育、财经、纪实、少儿、音乐等各大领域。真正地做到了资讯、视听、娱乐、教育相结合。用广阔的覆盖面满足各种用户层的个性化需要，极大地提升了用户体验和用户黏性。

盈利：付费用户收益与广告收益相叠加

如果说，百视通通过内容和技术的创新开拓了“新媒体时代”，那么，百视通的商业模式创新则是其挖掘新媒体产业市场亮点的强劲动力。

在摸索中前进，在前进中摸索。百视通不断地挖掘出市场盈利标准，最基础的就是用付费电视获取收益，比如通过打造集教育与益智等于一身的节目来发展注册用户，发展潜在收益；或者及时更新最新电影，方便用户在第一时间付费点播等等。

由于百视通吸引了电视观众的回归，同时其收视受众的层次也偏高、支撑力度强，这就使得广告商愿意投入。百视通有数据显示，广告商从 2011 年的 10 万增长到了 100 万，2012 年却在整个平台投了一千万。目前，百视通还在这种新

的商业模式中探索，想以此作为支撑，希望能将付费用户受益与广告模式受益相叠加，获得新媒体受益健康商业模式。

曙光：用荣耀照耀未来

近几年，百视通加速驶入了“三网融合”快车道。在 2011 年底带着 1000 多万用户成功借壳上市，2012 年更是获得了运营硕果。对此，百视通新媒体总裁陶鸣成表示：“上市为公司的下一步发展打开了很大的一扇窗，我们要将运营商、媒体、技术这三个角色有效地结合起来，继往开来，借助上市平台把产业做大做强。”

百视通积极布局“一云多屏”战略，不仅获得风行在线及风行网络各 35% 的股权，成为其第一大股东，还成功开拓东南亚市场。在未来，百视通仍将以不同媒介承载固有资源这种方式，将电视端延伸到手机屏、电脑屏以及网络视屏终端，发挥内容资源优势的放大效应。

“一云多屏”的实现是百视通不断加强自身技术“软”实力的结果；百视通先后获 2012 年国家“核高基”项目立项和“上海软件 20 强”等殊荣，这是业界对其在技术研发和应用软件领域的肯定。同时，成立百视通新媒体研究院，成立百视通大学，与上海交通大学启动联合办学等，标志着百视通进入了“产、学、研”相结合发展的新阶段。在未来的发展中，技术始终是被百视通视为关键的环节。对此，百视通将继续吸引更多高端的人，凝聚好的技术团队，更要为整个百视通技术保持稳健性来下功夫，让技术沉淀下来，走向国际化。来源：2012-10-24 第一财经日报微博

[返回目录](#)

产业环境篇

〔政策监管〕

网络测速标准即将出台

针对近日媒体曝光部分运营商提供宽带与承诺严重不符的“假宽带”现象，在工信部昨日召开的新闻发布会上，工信部通信司司长张峰首次回应称，工信部将制定法案对超售宽带的违法、不合资质企业进行清理整顿。同时，政府牵头的网络测速标准已制定完毕，并将于近日公布。

张峰透露，此次制定完成的是测速标准中的第一阶段，主要用于指导测试用户端到接入端的网速。该部分已由工信部、研究院所及企业共同研究编制完成，

已在全国进行了 4 个月的大规模基础测验并将于近日发布。而对于第二阶段用户“端到端”的网络测速标准仍在制定中。

运营商的接入速率与实际下载速率不一致，不止发生在中国。根据英国电信监管机构 OFCOM 的报告，该国接入速率从 2009 年 4 月到 2010 年 5 月增加了 50%，但是用户感受速率仅仅提高了 27%。多位互联网业内人士表示，影响用户实际下载速率的因素是多方面的，一是和接入方式有关，二是和所访问网站的带宽有关，三是和路由器、服务器的带宽有关。

相关新闻

低价恶性竞争被禁

记者昨日获悉，近日修订完成的《通信建设项目招标投标管理办法》（以下简称《办法》），将对低价恶性竞争这一通信行业的顽疾进行整治。

《办法》规定，招标项目设有标底的，招标人应当在开标时公布。标底只能作为评标的参考，不得以投标报价是否接近标底作为中标条件，也不得以投标报价超过标底上下浮动范围作为否决投标的条件。而当投标人报价明显低于其他投标报价，可能低于其成本时，投标人需要作出书面说明并提供相关证明材料，否则将被视为低于成本的恶性竞标。

据业内人士透露，在我国电信行业的多次招标中，并没有标底存在，向来是“没有最低只有更低”，而企业间的激烈竞争往往导致了低价的恶性竞标增多，损害了国内通信业的发展。“这是产业自身进行自我矫正的好现象，新管理办法的出台，恶性竞标问题有望得到缓解。”一位通信界人士称。来源：2012-10-26 北京日报

[返回目录](#)

工信部将清理整顿“假宽带”

在今天工业和信息化部召开的“前三季度工业和通信业发展情况”新闻发布会上，针对近日媒体报道的“假宽带”问题，工信部新闻发言人通信发展司司长张峰对此披露到，工信部已对此问题进行了调查，发现确有个别没有资质的非法企业，用超售接入带宽的方式低价吸引用户这一现象。针对不守法经营的企业，工信部要进行清理整顿。

针对媒体报道的“通过一些服务商的测试发现，国内超半数的用户实际下载速率要低于运营商公布的速率”现象，张峰承认，由于用户上网的实际速率涉及到宽带接入的技术方式、用户购买的接入带宽、网站性能、用户终端性能及用户

上网习惯等多种因素，有一些宽带服务商利用消费者不了解专业知识，故意模糊有关概念、隐瞒宽带产品的实际情况，进行夸大和虚假宣传。

对于宽带的测速问题，张峰坦言，这是一个世界性的难题，任何一个国家都没有统一的测速标准。为让广大消费者能够明明白白消费，工信部组织国内科研机构、行业协会、企业等产业界各方力量，抓紧研究制定了宽带接入速率、用户体验速率等宽带测速系列技术标准。分为两个阶段，第一段从用户端到接入端，这一段的测速标准我部已研究制定，近期将向社会公布。同时，工信部还正在研究用户端到端的真正体验速率，这个速率的测试涉及方方面面，包括企业的接入、用户的终端、网站等等一系列问题。开展这些工作，主要是为宽带网络的测量提供科学、统一的规范。来源：2012-10-26 法制日报微博

[返回目录](#)

标准欲出 移动支付战火点燃

“移动金融的时代已经来临。”招行行长马蔚华近日表示，未来，在以“80后”、“90后”为主体的年轻一代消费方式的变革下，移动支付产业正在迎来一个爆炸式增长。

2012年，被视为“移动支付”元年。一方面，央行牵头起草的“中国移动支付标准”出台在即，相关政策将进一步明确和完善；另一方面，银行、银联、运营商、第三方支付等企业逐渐加大投入力度，全面挺进移动支付市场。

跨过“标准”坎儿

日前，中国人民银行支付结算司副司长樊爽文表示，移动支付标准认同中国银联主推的13.56MHz标准。这将意味着，中国银联与中国移动历时3年的标准之争落下帷幕。据了解，移动支付标准还需要几大部门会签，预计将于2012年年底正式发布。

“13.56MHz标准的确立，对整个移动支付市场的发展都将带来巨大的推动作用。”易观国际分析师张萌对本报记者表示，若有两个标准，就会存在不同标准的适配问题，对于运营商来说会导致支付终端的重复配置，造成浪费。对于消费者来说，不同标准也会带来使用不便。

据Gartner最新数据显示，截至2012年底，全球移动支付用户数将达到2.12亿，全球移动支付交易金额将达到1715.20亿美元。而预计到2015年，这两项数据将分别增至3.84亿人和4728.05亿美元。

不少业内人士表示，标准确立之后，手机厂商可以放心生产 13.56MHz 标准的近场支付手机，第三方支付企业也可以进行产品开发。产业环节的潜在能力将得以全面释放，移动支付逐渐进入发展的快车道。

新的烦恼

标准确立后，安全和监管问题也将日益凸现。对此，张萌表示，移动支付涉及通信和支付两个行业，中国人民银行与工业和信息化部都有监管职责，两者应该由谁占主导地位？双方在监管时出现问题应该怎样协调？“相信双方都会本着推动移动支付行业发展的初衷来解决这些问题。”

中央财经大学银行业研究中心主任郭田勇(微博)表示，监管问题因涉及移动支付用户，需要在中国人民银行监管的前提下与移动运营商进行多方面沟通。

也有专业人士提出，“现在银行为了吸引客户，手机银行业务免收手续费。但这不可能常态化，未来肯定要收取一定费用，而如何收费目前还没有具体的规范和方法。”

对于安全问题，张萌认为，移动支付厂商和监管方都会对移动支付产品进行检测，以从源头上保证安全。“当然在运营过程中，移动支付安全是动态的，随着技术的进步，对于安全的保障也会不断发展。”

联手出击

在移动支付的战场上，以银联、银行为代表的金融机构拥有完善而成熟的资金清算系统，而运营商及第三方支付机构则占据着庞大的客户资源和销售渠道。

所以，商业银行都选择与各自的战略伙伴“联手出击”。如，建行和银联推出银联手机支付，农行与银联、中国电信合作“掌尚钱包”，招行与 HTC 联合推出搭载招行“手机钱包”的 NFC 手机。

其中，记者发现，招行已开始将手机支付的重点从手机卡转向手机本身。据招行人士介绍，产品的重点在于双方联合开发的嵌入手机内部的支付芯片——客户只要用了有支付功能的手机，不管用什么电话卡都可以实现快捷支付。

此前，招行副行长丁伟也曾表示，与 HTC 合作只是招行迈入移动支付市场的第一步。随后会有更多搭载招行“手机钱包”应用的手机品牌及型号推出，而招行与三大运营商的合作也在洽谈中。

运营商的路

传统支付公司和银行纷纷跟进移动支付客户端，是因为其产品和技术门槛低，可自然延续互联网时代的品牌和用户群，并发挥其运营能力。

而运营商支付公司的重点，则是整个移动互联网世界的基础支付能力。

张萌表示，目前移动支付主要盈利模式有三种，即前向用户服务费、结算手续费和后向商户服务费。移动支付目前处于发展初期，以投入为主，首先受益的是终端厂商，而对于运营商来说，最主要的盈利方式还是手续费。

中国电信支付公司产品总监陈建伟认为，运营商支付公司应结合手机 POS 创新出独特的业务模式。传统的行业应用专注于为企业客户解决信息流问题，通过手机 POS 叠加支付能力后，更好地服务客户、增加收益。商业模式上，获得稳定可靠的套餐分成，将支付手续费成本让渡给众多可选的银行通道方，将使运营商支付公司站高一层，无需卷入混乱的支付价格竞争。此外，向硬件供应商和客户端运营方开放运营商的用户，为手机用户提供手机 POS 支付客户端。来源：

2012-10-24 中国经济时报

[返回目录](#)

电信石油石化行业将放宽市场准入

受国务院委托，昨日下午，国务院国资委主任王勇向全国人大常委会作《国务院关于国有企业改革与发展工作情况的报告》时说，将继续完善电力、电信、石油石化等特殊行业的改革措施，根据产业发展实际进一步放宽市场准入，同时加强行业监管。

54 家国企入世界 500 强

王勇介绍，截至 2011 年底，全国国有企业资产总额 85.37 万亿元，所有者权益 29.17 万亿元，分别是 2003 年的 4.3 倍和 3.5 倍。截至 2011 年底，全国国有企业划归社保基金国有股权 2119 亿元，占全部社保基金财政性收入的 43.1%。

王勇罗列了 2003-2011 年的国企改革数据：8 年间，全国国有企业实现营业收入，从 10.73 万亿元增长到 39.25 万亿元，年均增长 17.6%；实现净利润从 3202.3 亿元，增长到 1.94 万亿元，年均增长 25.2%；上缴税金从 8361.6 亿元，增长到 3.45 万亿元，年均增长 19.4%；上榜《财富》世界 500 强的企业，从 6 家增至 54 家。

将从七方面推进改革

但他同时强调，国企改革仍处于过程之中，需要进一步解决的体制问题、机制问题、结构问题、历史问题仍然很多。

他表示，当前将从七个方面重点推进国企改革，其中包括坚持市场化改革方向、继续完善国资监管体制机制、推进国有经济布局优化、加快推进国有经济转型升级、推进国有企业更好履行社会责任等。

当务之急是打破垄断

昨日，经济学家、国务院特邀监察员梁小民接受本报采访时表示，国企改革30多年，目前最迫切的问题就是政企分离，必须建立现代企业管理制度，组建真正有决策权的董事会，总经理必须由董事会任命。

他认为，国企之所以创新意识不强，一些关键技术受制于人，关键症结就在于其垄断地位，因此，打破垄断也是国企改革的当务之急。

■ 难点

企业制度 经营者行政化色彩依然存在

据国资委统计，目前全国90%以上的国企完成了公司制股份制改革，央企的公司制股份制改制面由2003年的30.4%，提高到2011年的72%。在部分地方国企和50家央企建立了规范董事会的试点。

王勇指出，国企改革距离建立现代企业制度的要求，还有相当差距：治理结构还不完善，大型企业母公司层面的公司制股份制改革步伐相对较慢，规范董事会建设还处于探索完善中；经营者行政化管理色彩依然存在，尤其缺乏市场化退出通道，一些企业市场化选人用人机制还没有真正形成；一些国企重发展轻改革、重速度轻效益，重点领域改革进展相对迟缓。

布局结构 国企大多仍分布在传统产业

推动国有资本逐步从一般生产加工行业退出，这是国企改革的思路之一。据国资委统计，在39个工业行业中，18个行业国企总产值占比低于10%。

王勇强调，目前，国企发展方式比较粗放，布局结构还需进一步调整。比如，国有企业大多仍分布在传统产业，战略性新兴产业比重比较低。一些企业发展还主要依靠扩大规模、增加投入；一些行业产业集中度较低，资源配置效率不高，重复建设、恶性竞争、资源浪费、环境污染等问题还没有很好解决。

而且，与国际先进企业相比，国企技术创新能力较弱，缺少具有自主知识产权的关键技术和知名品牌，不少核心关键技术仍受制于人；跨国经营指数远低于国际水平，一些企业对国际化经营，缺乏总体战略和发展规划，境外重大经营风险和资产损失时有发生。

针对上述问题，王勇说，将采用多种方式剥离重组非主业资产；利用资本市场和产权市场，吸收民间资本参与国企改制改组；继续完善电力、电信、石油石化等特殊行业的改革措施，进一步放宽市场准入。

管理体制 政企不分政资不分仍然存在

王勇说，“政企不分、政资不分问题仍然存在。应由企业自主决策的一些重大事项，仍由政府负责审批，一些地方政府对企业日常经营活动的干预有增加的趋势，各类型的重复检查日益增多”。

他说，经营性国有资产尚没有集中统一监管，仍有大量国有资产分散在多个政府部门管理，导致政出多门，监管规则不一致，资源配置分散，经营效率低下。

“国资监管的及时性、有效性、针对性还不够强，国有企业收入分配管理、资本经营预算、境外资产监管等方面的制度体系需要进一步完善”。

王勇强调，目前，出资人职责和政府公共管理职能的分离，还不到位，存在较大交叉重叠。“由于体制摇摆，有些已经交由特设机构履行出资人职责的国有资产，复归政府部门，实施行政化管理。”

社会负担 央企年补 8000 机构数百亿

王勇说，目前国企各种社会负担还比较沉重。例如企办社会职能，还没有完全分离；离退休人员管理和困难群体帮扶，也需大量资金。截至 2011 年底，中央企业还有医院、学校和管理社区等办社会职能机构 8000 多个，对这些机构的费用补贴每年多达几百亿元。中央企业现有离退休人员 523.6 万人，还有困难职工等 100 多万人，企业为此需要承担大量管理和其他负担。

此外，厂办大集体改革也是难点之一，解决国有企业厂办大集体问题需要付出很大改革成本。

针对上述问题，王勇说，将研究制订有关政策措施，加大国有资本经营预算用于解决国有企业历史遗留问题。来源：2012-10-25 新京报微博

[返回目录](#)

工信部：TD-LTE频率规划体现技术中立原则

今日，工信部通信发展司司长张峰在国新办的新闻发布会上针对近期公布的 TD-LTE 频率规划进行了说明。他表示，将整个 2500-2690MHz 的 190M 频段用于 TD-LTE 是考虑到今后的演进技术都包含在其中。同时，此次规划兼顾了 TDD、FDD 系统的用频需求，体现了在频率规划中的技术中立原则。

张峰对 TD-LTE 频率的规划做出解读，他说，“这一次我们新增的是 140MHz 频率。2010 年开展 TD-LTE 实验时，已先期规划了 50M 频率用于 TD-LTE。现在我们整个 2500-2690MHz 的 190M 频段均确定用于 TD-LTE。确定这个的目的是什么呢？主要是考虑到 TD-LTE，包括今后的演进技术都在这里面。”

关于 FDD 频率，工信部通信发展司司长张峰表示，“我们调整了现已规划的 2G 及 3G 频率用于 IMT 系统。现在根据国际电联的规定 2G、3G 和 4G 以及今后新的移动通信技术，我们统称为 IMT(国际移动通信系统)。”

张峰还表示，通过调整已规划的 2G 和 3G 频率，明确了在 1800MHz 和 2100MHz 频段中未分配的两个 60MHz，也就是 $2 \times 60\text{MHz}$ ，共 120MHz 用于 FDD 频率。同时

它也可以用于 LTE-FDD 以及其演进技术。此规划兼顾了 TDD、FDD 系统的用频需求，体现了在频率规划中的技术中立原则。来源：2012-10-25 中国新闻网微博

[返回目录](#)

《M2M通信系统增强安全要求》行业标准进入公示

10月29日消息，日前《M2M通信系统增强安全要求》等10项通信行业标准进入公示。据悉，此次发布的10项通信行业标准全部由中国通信标准化协会提出并归口，其中《M2M通信系统增强安全要求》行业标准由中兴通讯股份有限公司和华为技术有限公司主要起草。

M2M业务是一种以机器终端设备智能交互为核心的、网络化的应用与服务，让不同类型的通信技术有机地结合在一起，提供了设备、后台信息系统以及操作人员之间的信息共享。但当前M2M市场面临着技术标准规范不统一、产业集中度低、终端形态多样、产业链中各环节缺乏协同等问题。

此前，工信部发布的《物联网“十二五”规划》中，将标准化推进工程列为“十二五”时期物联网领域五项重点工程之一。并发布了《M2M业务总体技术要求》和《M2M应用通信协议技术要求》两项M2M标准。

其中，《M2M业务总体技术要求》规定了在提供M2M业务时，对通信网的业务功能要求、系统功能架构、系统逻辑功能模块、计费要求、接口要求、业务安全等技术要求。

《M2M应用通信协议技术要求》规定了M2M业务系统中的端到端通信协议，适用于M2M业务系统。同时针对网络带宽较低、终端处理能力较低的情形，以资料性内容的形式提供了一种具体协议的示例性说明。

来自BeechamResearch的预测研究显示，M2M通信在亚太区的增长将于未来5年内超越北美，复合年增长率有望高达26%。来源：2012-10-29 飞象网

[返回目录](#)

工信部10月新发放进网许可证95张 3G终端仅35款

工信部公布了2012年10月上半月核发的进网许可证。数据显示，工信部发放了95张进网许可证，其中3G终端仅35款。

具体来说，工信部发放的电信设备进网许可证中CDMA2000/GSM手机6款；CDMA2000/WCDMA手机1款；CDMA2000手机1款。在TD终端方面，工信部发放了

TD-SCDMA 双模数字移动电话机 7 款。此外，WCDMA 手机发放了 20 款。来源：
2012-10-30 飞象网

[返回目录](#)

〔国内行业环境〕

中国手机每年出口 10 亿部换不来 1%利润

“每 100 个来自非洲的朋友中，至少有 2 个拥有一部中兴通讯的终端产品。”中兴通讯股份有限公司(000063)终端高级工程师王雅康说，2011 年中兴通讯手机与数据类产品终端发货量达 1500 万支。

中兴通讯的经历，是中国手机出口现状的一个缩影。工信部统计数据显示，2001 年，中国手机产量仅为 8031 万部。到 2011 年，中国手机产量就已达到 11.3 亿部；当年出口总量达到 8.8 亿部，占全球出口量的近八成。

即便全球深陷金融危机，中国外贸出口增幅下降，手机出口依然一枝独秀。出席广交会的中国机电产品进出口商会秘书长刘春说，按照预测，2012 年中国手机出口总量将达到 10 亿部。

然而，看似风光的数据背后，却是中国众多手机制造企业的“不能承受之重”。刘春说，目前全球手机市场 99% 的利润都被苹果、三星两家公司赚去。

出口低价手机

“纯利润率低至 1%”

广交会上，原本密集的手机厂商展位现已变得寥寥无几。一家小型手机厂商负责人介绍，现在出口非洲一部售价 300 到 400 元人民币的手机，获取的纯利润大约在 2 至 3 元，“低得惊人，就是图个量，看不到什么好前景。”

究竟是什么原因造成了中国手机出口量占全球市场近八成，却换不来 1% 的利润？

海关部门数据显示，2012 年 1-8 月份，以加工贸易方式出口的通信设备总额达到 684 亿美元，占出口总额的 73%。中国出口手机赚取的仍然只是极其微薄的组装费用。

就连这点“辛苦钱”，也都不全部归中国大陆本土企业所有。

中国机电产品进出口商会数据显示，2012 年上半年，手机出口额前十名企业主要为富士康、诺基亚等在华的独资企业，这 10 家企业分别占同期出口总量和出口额的 49.4% 和 74.6%。

与之形成对比的是，上半年中国大陆出口手机产品的本土企业从不到 480 家增加到 560 多家，低技术水平的“山头”还在不断增多。（编注：研究公司 NPS

DisplaySearch 最新发布的研究报告称，2010-2016 年间，单部成本低于 150 美元的智能手机发货量每年将增加一倍。其中约 60% 的需求来自于亚太地区，这一地区也是大多数零部件供应商和制造工厂所在地。该公司预计，2016 年廉价 Android 智能手机在整个智能手机市场的份额将增加至 29%，而 2012 年这一比例仅为 2%。）

“前 8 月中国一般贸易出口手机平均价格仅为 33.3 美元，国产品牌手机主要还都是集中在低端领域。”刘春说。

“社会负效益”

“依靠开创自己的‘封闭循环生态圈’，苹果手机一枝独秀。三星后来居上，成为和苹果平起平坐的手机巨头。但在这一过程中，大部分中国手机企业还处于拼装、贴牌和修改 UI (用户界面) 的层次。”长期跟踪全球手机市场走势的日本早稻田大学情报通信系教授吴剑明说。

在南开大学信息技术学院副教授史广利看来，现在中国手机行业的状态和多年前电脑行业有着惊人的类似，“上游研发都被微软和英特尔把持，生产得越多，交的专利费就越多，就是在替别人辛苦。”

由于缺乏议价能力，庞大的手机产能甚至形成了“社会负效益”。在苹果公司成为全球最赚钱企业的同时，其代工企业的工厂却不断曝出一些用工丑闻。北京大学中国社会工作研究中心副主任潘毅说，这暴露了代工企业无法向下游争取利润空间、继续依赖劳动力成本优势扩张的不良态势。

事实上，不仅是中国手机企业。此前诺基亚、LG、摩托罗拉、索尼爱立信(微博)、黑莓等纷纷陷入亏损漩涡，“增产不增收”已成为传统手机厂商的宿命。

另据机电商会信息产品分会介绍，近年来中国手机连续受到巴西、欧盟、美国等反倾销调查，为中国通信设备厂商设置了准入条件，中国企业因此导致的市场损失数以百亿美元计。来源：2012-10-24 东方早报

[返回目录](#)

国内FDD LTE频谱敲定 联通试验网低调布局

在 10 月 25 日的“前三季度工业通信业运行情况新闻发布会”上，工信部通信发展司司长张峰表示，工信部已将 1800MHz 和 2100MHz 频段中未分配的两个 60MHz，也就是 $2 \times 60\text{MHz}$ 共 120MHz 用于 FDD-LTE 频率。此消息一出，近几日业界猜测的“中国联通可能获发的 4G 牌照和频谱资源”被正式明确。就在该消息出炉的前几日，新浪微博上已传出“联通 LTE 实验网已经确定采用 1800MHz 的

FDD LTE 频段(1755MHz~1785MHz, 1850MHz~1880MHz), 规划中的几大城市的 LTE 试验网将在 11 月底建成”的内容。

对于新明确的频段规划, 工信部强调是“兼顾了 TDD、FDD 系统的用频需求, 体现了在频率规划中的技术中立原则”。但同时也有观点认为, 如果国家无委明确 1800MHz 可用 FDD LTE, 意味着会有更低频段同时明确规划给 TD LTE, 用于扶持 TD-LTE 产业链。

LTE 试验城市待明确

近日, TD 产业联盟秘书长杨骅在接受本刊采访时称, 尽管 TD-LTE 试验网规模迅速增大, 但 TD-LTE 智能手机成熟商用还需两年时间, 从目前的终端成熟度上看, 2012 年底扩大规模网络试验, 到明年上半年, TD-LTE 终端仍然以数据卡为主, 明年下半年智能手机有望陆续进入扩大规模试验当中, 真正能具备大规模商用能力则要到 2014 年以后。

相比之下, 作为国际主流频段, 1800MHz 的 FDD LTE 已经获得从系统到终端的 LTE 产业链的广泛支持, 包括苹果 iPhone5、三星 Galaxy S3 LTE 等终端也已支持该频段。除了 1.8GHz, 中国联通迎来 2.1GHz 频段, 共 $2 \times 60\text{MHz}$ 用于发展 FDD LTE, 加上国家可能允许该频段既用于 3G 又用于 4G 的可能性, 联通 FDD LTE “乘风起航”似乎已不是问题。

与中国移动在 TD-LTE 上的浩大声势相反, 联通对 FDD LTE 试验进展和未来 LTE 布局三缄其口, 厂商和承担联通网络建设设计任务的中讯邮电设计院也对媒体的问询一再回避。据悉, 除了 2012 年 4 月上海联通总经理明确上海已成为联通 LTE 试验网城市、厂商透露西安已有 LTE 试验网之外, 深圳、湖南长沙也极有可能列入布网名单。

西安: 联通 LTE 试验两年前启动

记者通过业内人士得知, 联通在西安从 2010 年开始搭建 LTE 试验网进行 FDD LTE 设备和网络性能测试, 2011 年建设了几十个基站, 在西安城区选取了一些对现网影响不大的热点进行网络部署, 试验频段是基于 2.6GHz, 主要采用的国内厂商的 LTE 设备。

除了对网络性能进行验证, 该试验网还对设备商提供的终端(目前主要以车载笔记本终端、数据卡终端为主)进行测试。据称, 暂时还没有扩大试验网规模的计划。

从广东联通得知, 目前联通也有意将 LTE 试验网放在深圳, 但集团还没最终确定。据广东联通工程师称, 目前广东联通主要建设的是 42M HSPA+网络, 在广州、深圳之外将 42M 覆盖至全省, 而 84M “在技术上已经成熟, 主要是市场需求还没跟上”。

HSPA+ “仍是主要任务”

据厂商人士称，在部分移动宽带发达地区，一些国际主流运营商甚至采取了双向同时演进的思路，即在对 WCDMA 网络进行升级的同时，大规模新建 LTE 网络，尽最大可能提升网络容量和传输速率，来满足日益增长的用户需求。

尽管中国联通还没明确 LTE 部署计划，但厂商人士预计其大规模建设 HSPA+ 的战略目前不会变。

在日前某公开场合，中国联通技术部总经理张忠平就已表示：国际上 FDD 网络集中部署在 1.8GHz 和 2.6GHz 频段下；包括日本、韩国已经开始在 2G 频谱上部署 LTE。总体来看，既有在新频段上进行部署 FDD LTE，也有将一些低频谱效率系统进行清频转作 LTE。

“传统的纯蜂窝布局肯定不能满足移动互联网的需求，未来部署来满足不同场景的需求。压力不在于设备本身，但基站回传未来会是 LTE 的瓶颈。为了应对这方面的挑战，中国联通在 2012 年也进行了 14 亿元的 IPRAN/PTN 集采。”

广东联通网络建设部总经理卢小炆不久前与本刊记者沟通时也提到了联通 LTE 建设问题，称 WCDMA 网络 3GPP R9 版本所提供的下行峰值速率确实已逼近 4G 标准，除了峰值速率的差异，LTE 较 3G 技术在小区容量、系统延迟、为高速移动用户提供更高速率接入服务、更为灵活的带宽配置等等方面仍有进一步的提升。“但要实现 4G 网络的性能仍将依托 LTE 技术，我们将沿着 WCDMA、HSPA、HSPA+、LTE 的路径持续演进。”来源：2012-10-30 通信世界杂志

[返回目录](#)

工信部谈假宽带现象：制定方案整顿违法企业

今日，国务院新闻办新闻发布厅举行新闻发布会介绍 2012 年前三季度工业通信业发展情况。针对近期央视报道中反应的“假宽带”问题，工业和信息化部新闻发言人通信发展司司长张峰表示，针对不守法经营的企业，进行清理整顿。

针对近期央视报道中反应的“假宽带”问题，工业和信息化部新闻发言人通信发展司司长张峰表示，工信部对这个问题进行了调查，发现有个别没有资质的非法企业用超售接入带宽的方式低价吸引用户这一现象。同时由于用户上网的实际速率涉及到宽带接入的技术方式、用户购买的接入带宽、网站性能、用户终端性能及用户上网习惯等多种因素，有一些宽带服务商利用消费者不了解专业知识，故意模糊有关概念、隐瞒宽带产品的实际情况，进行夸大和虚假宣传。

对此，张峰强调，工业和信息化部在继续督促企业做好网络和网站升级改造之外，还不断要求相关企业提升网络和服务能力和服务水平。针对不守法

经营的企业，进行清理整顿。刚才讲有的是违法的，有的是不守法的，对于违法的，要制定方案进行清理整顿；对不守法的将给出处理意见。来源：2012-10-25 中国新闻网微博

[返回目录](#)

专家称中国物联网在标准领域领先 产业化提速

“近两年，国内物联网产业以超乎想象的速度膨胀同时，已在国际标准领域占据了主导性话语权”，国家 973 物联网首席科学家刘海涛 25 日在此间召开的中国国际物联网博览会期间表示，中国有望凭借国际标准化制高点，率先于全球开启大规模产业化及应用，领航新一轮“万亿级”产业。

自 2009 年国务院总理温家宝提出在无锡建立“感知中国”中心开始，近三年来，中国物联网产业从无到有，各大城市纷纷以物联网产业为战略核心，制定发展规划。截至目前，已形成环渤海、长三角、珠三角及中西部地区四大物联网集聚区，其中以无锡领衔的长三角区域发展最为迅猛。

全球物联网尚处于起步阶段之时，中国已初步具备了一定产业化规模基础。刘海涛认为，尤其在物联网市场应用技术瓶颈上，其团队担任国际物联网标准工作组期间，所提出的标准体系、系统架构等 67 项核心提案被国际标准组织采纳，数量居全球首位，也因此为中国物联网产业在国际标准上赢得了垄断性话语权。

物联网应用领域很广，但具体应用的行业所涉及的终端、系统均千差万别，难以大规模市场化，而标准即是解决这一难题的核心。刘海涛介绍，1999 年，其团队创立“共性平台+应用子集”的物联网技术与产业化架构，提出从各种物联网系统中凝练共性，再“依葫芦画瓢”运用到具体实例，由此形成的物联网感知社会论成为国际上首个攻克物联网产业化瓶颈的理论基石。

据介绍，在初步攻克物联网规模产业化难题后，以刘海涛为首的科学家团队近两年实现了华丽转身，成功打造了拥有数十种自主知识产权的产品、方案，涵盖交通、安防等十多个行业，产品远销欧美发达国家。

得益于理论创新、标准引领、产业化推进，中国已初步奠定了在全球物联网领域的影响力。刘海涛表示，目前在中国创建的“感知中国”物联网联盟已拥有国内外业界相关企业成员 3000 余家，世界物联网开始汇聚中国。来源：2012-10-25 中国新闻网微博

[返回目录](#)

国内手机业混乱现状：产业一窝蜂 企业捞快钱

目前国内手机行业仍是“红海”格局，多数企业并不了解手机产业规律，看到有钱赚就“一窝蜂”上项目。

产业“一窝蜂”企业捞“快钱”

揭秘系列

国内手机产业混乱现状三大反思

本报连续报道国内手机行业利润低、竞争残酷之后，引起业内极大关注。对于当前国内手机行业的现状，本报记者采访的多位业内人士表示，目前国内手机行业仍是“红海”格局，多数企业并不了解手机产业规律，看到有钱赚就“一窝蜂”上项目。有行业人士认为，要走出目前行业的现状，企业需要潜下心进行研究，抛弃“拿来主义”，打造过硬的产品和品牌。

惊人的数据

2001年，我国手机产量8031万部。

2011年，我国手机产量11.3亿部，当年出口总量为8.8亿部，占全球出口量近八成，但巨额利润都归属国外巨头，众多中国企业只赚不到1%的利润。

2012年，我国出口手机预计将突破10亿部。

2012年1月~8月，以加工贸易方式出口的通信设备总额达到684亿美元，占出口总额的73%。

企业篇

现象：只搞渠道不搞生产

目前市场上出售的多款手机，如果不仔细看手机上面的LOGO，根本分不清是哪个企业制造的。本报记者了解到，从国内几年前非常风行的山寨机到现在的多品牌智能手机，众多厂商都是采取“拿来主义”，即从供应商处采购好各种零配件，然后找工厂组装一下，打上自己的品牌LOGO，每台手机出厂价只赚几十元就行。

有的企业做法更绝，直接从一些白板手机制造厂拿来样板机，召集众多渠道商开招商大会，如果有渠道商订货，就直接向工厂下订单，连生产环节都省了。

业内：变“跟”着市场做

为“带”着市场跑

业内资深人士战国策首席分析师杨群表示，目前很多国内手机厂商都是想赚快钱，根本就没有精力和资金去投入进行研发，产品品质无法保证。

国内智能手机厂商酷派公司公关宣传部经理李旭青表示，在目前竞争残酷的中国手机市场，对于这些中小手机企业来说生存是“硬道理”，这直接决定了他

们都选择做“看得见”的市场，“跟”着市场做。而只有“带着”市场做，才能充分把握产业未来的趋势，从而分享到产业发展的巨大成果，赚钱才能长久。

唐繁则认为，目前国内手机行业赚“快钱”的根本原因就是投资人不相信职业经理人，很多时候都是自己直接来操盘，结果是“外行领导内行”，失误连连。

产业篇

现象：小品牌至少 2000 个 每月都有厂商倒闭

据工信部统计数据显示，2012 年我国出口手机预计将突破 10 亿部。虽然中国出口手机赚取的只是极其微薄的组装费用，但仍有不少热钱从四面八方汇集到手机行业来“淘金”。数据显示，上半年我国出口手机产品的本土企业从不到 480 家增加到 560 多家，低技术水平的“山头”还在不断增多，大部分中国手机企业还处于拼装、贴牌的阶段。

本记者在采访中发现，国内手机行业“鱼龙混杂”，除了一直做手机的企业，原本做 PC、做家电、做音响，甚至做煤矿的企业都纷纷投资进入。原来做金属生意的吴全告诉本记者，两年前他从其父亲那借了 300 万元到深圳做手机生意，原本是想做一个品牌，但折腾两年后由于连连遭遇手机质量问题，最后只好亏本退出。

据了解，目前国内手机行业除了几个大品牌，小的品牌数量最少有 2000 个，而几乎每月都有手机厂商倒闭的消息，同时，又不断有投资人带着热钱进入手机产业。

业内：

产业值得投资但不可投机

作为业内资深人士，欧新手机整合营销传播中心 (IMC) 总监唐繁对本记者表示，从资本的角度看，目前国内值得投资的渠道比较有限，而手机产业在过去十年曾经创造过财富神话，从而吸引很多资本进入这个领域。这与多年前众多企业进入 VCD、DVD 产业以及近年的 MP3、MP4 产业一样，资本大量涌入，但最后纷纷铩羽而归、亏本退出。

唐繁认为，现在的手机产业与十年前已经完全不一样。十年前，手机行业是从无到有；而当前，手机产业的成熟度越来越高，竞争模式与十年前完全不同，不是光有钱、有技术就一定能成功，而是要有高度敏锐的产业发展洞察力和迅速的执行力，要依靠管理，依靠精耕细作才有希望成功。因此，虽然目前手机产业仍是有钱可赚、值得投资的产业，但万万不是一个投机的产业。

市场篇

现象：低价恶性竞争造旺销假象

而为了赢得市场份额，众多手机厂商采取的唯一手段还是“价格战”。

本报曾经报道，同样配置的智能手机，有的国产品牌是 699 元人民币的出厂价，有的国产品牌就打出 689 元的出厂价，有的则直接成本价卖出，而一台功能机的利润甚至已经低到 2.5 元人民币，而智能手机的利润也有厂商做到了只要每台 10 元了。甚至有的不良手机厂商为了“套取”上下游的资金，每台亏本 60 元甩卖，以造成手机热销的假象。

据数据显示，虽然我国出口手机占全球市场的比重接近八成，但巨额利润都归属国外巨头，众多中国企业只赚不到 1% 的利润。而苹果、三星两家公司就占据了全球手机利润的 99%。

业内：

转“生意观”为“经营观”

李旭青表示，低价是目前国内手机品牌快速获得市场份额的最直接、最有效的办法，但这种低价虽然能打击竞争对手，但低价带来自身利润的微薄，可能导致利润无法支撑企业的可持续发展，最后结果或是“杀敌一千，伤己八百”。由于众多企业都是想赚“快钱”，因此产品的市场议价能力差，无差异性优势。

唐繁认为，国内手机产业这种低价的“红海”战略反映的是国内手机企业只有“生意观”，而没有国际知名企业的那种“经营观”。由于是做生意，当然就是低价进、高价出，赚取差价，“价格”是唯一的市场工具，而有“经营观”的企业则会设定一个投入期，可以允许在这个期间里战略性亏损，从而实现核心技术、渠道等各方面的储备，并逐步实现品牌、团队等价值的升值。来源：2012-10-25 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

国内三季度网速报告：上海电信最快西藏移动垫底

继发布上半年全国宽带网速数据后，在纳斯达克上市的国内最大的 CDN (网络加速) 服务提供商蓝汛公司日前公布了 2012 年第三季度全国网速数据。这份数据显示，7 月到 9 月全国平均网速约为 2.31Mb/s，与上半年 2.19Mb/s 相比有明显进步，上海地区的平均网速最快，达到 3.44Mb/s，网速最慢的是新疆，为 1.65Mb/s。全国网速的最高点为上海电信，达到 3.59Mb/s。

竞争激烈 上海网速仍最快

宽带排名并不是一成不变，而是竞争相当激烈。在 7 月份蓝汛公布的上半年数据中，平均网速最快的前五位地区依次为，上海、北京、江苏、浙江和安徽。而在第三季度的数据中，平均网速排名靠前的前五位地区中，除了上海，其他地区都已是“物是人非”。在第三季度，上海 (3.44Mb/s) 位居第一，其后为山东

(2.83Mb/s)、福建(2.78Mb/s)、黑龙江(2.66Mb/s)、江西(2.63Mb/s)。尤其是，上半年排名第二的北京，在第三季度，其排名大幅下滑至第12位，仅为2.39Mb/s。

在第三季度，全国网速最高点为上海电信，达到3.59 Mb/s，垫底的则是西藏移动，网速为0.65Mb/s。尽管平均网速和最高点都在上海，但是对于上海而言也不全是好消息。

在上海地区的三家运营商中，除了上海电信的网速在电信集团内排名第一，上海联通和上海移动在各自集团公司内的网速排名都出现了下滑。在上半年的网速数据中，上海联通为3.37Mb/s排联通内部第一，上海移动以4.81Mb/s则紧随排头兵浙江移动之后。但在第三季度，上海联通的网速为2.72Mb/s，在联通内部排名下滑至第五，上海移动的网速为1.75Mb/s，下滑至第五。

运营商南北网速差异明显

在2012年上半年，平均网速超过2M的省市达到19个，而在第三季度，平均网速超过2M的省市则达到25个。这表明，自“宽带中国”项目实施以来，国内互联网基础设施建设进一步推进，全国网速水平也得到了进一步提升。

同时，宽带数据并没有因地域及经济水平发展的差异而显示出巨大的不同，各省份的宽带数据并非因地域和当地的经济发展程度而呈现出规律变化的趋势。在中国移动的网络中，排名前四位的分别为：宁夏(2.90Mb/s)、甘肃(2.36Mb/s)、内蒙古(2.30Mb/s)和贵州(2.11Mb/s)，皆为西部省份。在联通的网络中，西藏联通的网速(3.47Mb/s)高居榜首。

虽然全国的平均网速没有显著的地域差异，但是电信、联通两家运营商的网速中依然存在着较为显著的南北差异。电信网系统中，排名前十的北方省份仅有北京、河北和陕西。联通网系统中排名前十的南方省份中仅有上海和福建。来源：2012-10-29 IT时报微博

[返回目录](#)

【国际行业环境】

美国商务部称调查中兴不牵涉IBM

IBM昨天向美国证券交易委员会(SEC)提交的文件显示，该公司已收到美国商务部关于调查中兴的情况沟通。

IBM称，商务部告知IBM不会成为调查对象。来源：2012-10-26 新浪科技

[返回目录](#)

日本运营商反“管道化”：强大的营业厅

当你买的运营商定制手机出现问题，你的第一反应是奔向运营商的营业厅，还是去手机品牌公司的售后服务网点？

这本来是个你推我我推你的“踢皮球”游戏，但却也意味着巨大的商机。在中国，运营商们一度很倾向于将这些手机用户推到手机厂商那里去维修，虽然运营商的麻烦减少了，却他们和用户的接触越来越少。

而日本的运营商却从另外一个角度来思考这一“烦恼”，当用户来营业厅解决手机问题的时候，也是一个千载难逢的向他们销售新业务的好时机，那些新潮的手机动漫、手机钱包、手机视频业务，则可能通过这种面对面的交流很好地销售出去——只要他们来到营业厅，他们就可能增加消费。

在智能手机时代到来之后，全球的运营商一夜之间都面临着被“管道化”的窘境，运营商在价格战中经营业绩不断下滑。

走在日本的大街上，NTT docomo、KDDI 和软银三大运营商的营业厅几乎和罗森、7-11 等便利店一样常见，在运营商抵抗管道化的过程中，这种面对面的强大地面推广体系，起到了关键作用。

绞尽脑汁提高服务

10月17日的大阪 BRAVA 剧场显得寂静无声，台下坐满了日本最大运营商 NTT docomo 的营业厅员工，他们屏住呼吸，在等待一场“厮杀”开始。

主席台被布置成了 docomo 的营业厅的样子——那里摆满手机，还有各种印刷精良的宣传资料。

不久之后，那些装扮成顾客模样的苛刻的评审人员走进“营业厅”，他们故意用各种手段“刁难”营业员：手机充不满电、手机老是死机……营业员需要小心翼翼地接待他们，他们的每一个细节都被看在眼里，他们需要小心翼翼地询问顾客空调温度是不是太冷等问题，当然，最重要的是，他们还需要向这些苛刻的“顾客”推销新款的智能手机和运营商的各种增值服务。

场边的摄像机把这一切都记录下来，不久后，这些优秀营业员的表演会被制作成视频，通过 DVD 和网络视频供全日本的 docomo 营业厅学习。

在七年前，docomo 的关西支社想到了这种营业厅模拟服务大赛的方式，来自日本西部各地 docomo 营业厅的 5000 多名员工参与这一竞赛，最后只有一位员工能够胜出，他（她）会被视为优质服务的典范。

这种竞赛对改善运营商的服务品质效果出奇的好，这种比赛只是这套精细的营业厅员工培训体系的一小部分，员工通过这种资格制度赛被评定为各种等级，每提升一个等级，员工的收入就会更高，并获得旅游等相应奖励。

NTT docomo 关西支社代理店营业部企划部门担当部长大久保告诉记者，现在 docomo 的考核将用户满意度放在首位，这是因为 docomo 中长期目标是将自己定位为一家综合服务企业，而不是一家单纯的运营商，它们不得不绞尽脑汁来提升服务质量，因此这种服务大赛应用而生。

在市场早已饱和的日本电信市场，对每一个用户的竞争，都是非常残酷而激烈的。2006 年以来，日本实行了携号转网制度，一夜之间，运营商之间的竞争被空前放大。曾经一家独大的日本最大运营商 NTT docomo 感受到了来自 KDDI 和软银巨大的竞争压力，目前 docomo 的营业厅最不仅要发展多少新客户，还要时刻防止现有用户解约。

随着智能手机兴起后运营商被管道化的风险加剧，日本运营商开始日益重视手机钱包、手机健康、手机语音服务等新业务，而这些新业务的推出，非常依赖一套强大的地面推广体系，运营商必须和用户面对面交流，现场向他们演示这些业务的强大功能。

例如 docomo 新推出的手机语音翻译服务，用户只需要对着手机讲日语，就能够自动在电话中把它翻译成英文、中文等多种语音，这些很实用的服务只有当手机用户亲身走进营业厅，才能体会到它的强大。docomo 会向用户强调，这些服务只有 docomo 能够提供，从而降低用户的离网率。

无微不至的精细化运营

那么，如何把用户吸引到营业厅来呢？

“在几年前，国内运营商的营业厅布置通常都很陈旧，显得很灰暗，光线都不足。营业厅有大量的玻璃柜台，手机就放在柜台里，用户并不能直接接触手机，这是 2G 的典型风格，营业员站在柜台后面，顾客购买时把手机拿出来，和顾客的对接做得很不好。”曾经在 2 年前前往日本学习营业厅经验的上海联通西区分公司总经理沈可向记者回忆。

相比之下，日本的运营商营业厅更加灵活，日本运营商的营业厅被布置成了开放式的矮柜模式，营业厅内摆放有大量手机真机让顾客自行试用，其间只要用户表露出询问的意愿，讲解员会立刻到用户身旁进行讲解并直到用户学会使用为止。

为把用户“请”到营业厅里面，日本的运营商营业厅提供了舒适的等候环境，提供包括漫画、免费糖果饮料、毛毯、影视节目、杂志以及婴儿活动区等，日本的手机用户很愿意没事就到营业厅逛逛。除此之外，日本的营业厅还提供种类繁多的小纪念品，并开展类似手机照片比赛、手机试用体验反馈等个性化互动活动。

日本人会把运营商的营业厅当作自己的邻居，在 2011 年日本西部地区发生暴雨和洪水之后，许多瞬间无家可归的人们纷纷涌进附近的运营商营业厅，那里为他们提供免费的手机充电和各种服务，让他们能够及时联系上自己的家人。

当日本用户购买的夏普、索尼、NEC 等品牌手机出现问题，通常会拿到它所在运营商的网点来要求维修，而不是去找手机厂商。

“当用户的手机出现问题，我们的营业厅必须要尽一切努力去解答用户的各种问题，直到他们满意地回家。” NTT docomo 关西支社服务运营部担当部长山内指出。如果用户的手机现场没有修好，运营商会提供备用手机给用户直到手机修好。

相比之下，国内的运营商当中曾经有一段时间把售后维修的责任完全推向市场，哪个牌子的手机出了问题就找哪个牌子的手机售后网点去维修，这种倾向进一步减少了用户和运营商接触的节点，导致用户流失率较高。

在智能手机开始普及后，日本运营商营业厅面临的服务压力曾空前提升。

用户手机的小毛病越来越多，许多时候，并不是手机出了质量问题，而是用户使用智能手机时有各种困惑。例如，有的用户会抱怨为什么手机总是无法充满电，而这可能只是因为他没有关闭手机的 APP 推送功能，导致手机一直耗电而已。用户会一股脑地涌到运营商的营业厅，这些问题让运营商哭笑不得。

在智能手机时代到来之后，运营商的代理商店员工常常要忍受加班的痛苦，晚上 12 点才回到家是家常便饭，而维持营业厅员工士气的方式是良好的薪酬待遇，日本代理商营业厅的员工通常每月能拿到 20 到 30 万日元(约合人民币 1.6 到 2.4)，和初级白领的收入相差无几。此外，这种销售大赛也是提升士气的重要手段。

“要在营业厅做体验式营销，在国内运营商当中已经形成共识。”野村综研电信行业主任研究员陶旭骏指出，移动、电信、联通都开始在上海等发达城市建设体验式营业厅，让用户进店对其业务进行体验，国内运营商的营业厅在一些发达地区已经有了很大改观。

强大的推广渠道

作为日本最大的运营商，Docomo 在全日本维持着 2500 家营业厅。需要指出的是，维持 2500 家营业厅的成本非常高昂。在日本，几乎所有市中心繁华地带都能看到 docomo、KDDI、软银三大运营商的营业厅，大的店面有 40、50 名员工，小的店面也有 7、8 名员工，仅店面租金、人员工资就是一笔很大的开销。

不过，这些营业厅所产生的效益同样让人惊叹，docomo 旗下基本上所有营业厅都能做到自负盈亏，而提升收入的重要方式就是推广手机音乐、手机动漫等

增值服务。日本的营业厅人员推广增值业务时可以从服务提供商 (SP) 那边获得提成，所以积极性很高。

当用户因为各种原因来到营业厅，他们通常会顺带问一句“最近有什么好玩的应用？”因此这些营业厅在推广增值业务的过程中起到决定性作用。

Docomo 的营业厅里面很早就开始引入二维码销售。营业厅里有大量空间用来介绍增值业务，例如手机音乐、手机动漫、手机新闻等，旁边配上二维码，由营业厅的工作人员向客户介绍，用户用手机对准二维码扫描后下载或订阅服务。

“当时智能手机刚刚开始发展。上层的客户要求要积极推广增值业务。店面比较忙，没有时间一个一个去推广。”当时在日本率先将二维码销售引进营业厅的日本最大运营商代理商天阁雅上海公司总经理米泽勉告诉记者。

此后，日本的运营商引进二维码带来了一个没有想到的事情，因为那些想要到营业厅现场想要寻求帮助的人，往往是比较懒的人，他们不愿意去上网下载。都是由店员去帮他们下载，这些人成为销售手机应用的理想人群。

最终，运营商营业厅成为增值业务销售的最主要渠道，各种服务提供商 (SP) 争相想通过这个渠道推广自己。

米泽勉举例谈到，在 docomo 刚刚开始推广手机支付业务的时候，其推广一度非常吃力，运营商为了推广这项业务，提升了营业厅人员的佣金提成，营业厅的销售人员为了获取佣金会很积极地去推销手机钱包业务。

“特别是碰到老爷爷老奶奶，营业员会想法设法去和他们说手机钱包的好处，比如不用再担心钱丢掉了，也不需要担心钱很脏了。”日本运营商营业厅这种强大的地推体系对于增值服务的推广立下了汗马功劳。

进入到智能手机时代，这种情况并没有发生太大变化，许多用户的智能手机中常用的软件，并不超过 10 个，因此营业厅的工作人员的店面推广依旧在很大程度上决定着用户手机中到底会用什么服务。

近年来，电子商务的崛起对实体渠道的冲击非常大。对此陶旭骏指出。在 3G 时代实体店面永远不能被取代，因为有大量需要用户亲身体验的服务应用需要在这些渠道演示。运营商应该研究如何以营业厅作为接触点形成一个有效的推广机制。

沈可表示，相比之下，国内的运营商主要靠卖手机和资费盈利，而长期忽视对应用的推广。“3G 时代是应用为王。”沈可表示，国内的运营商应该加强对营业厅推广应用的重视程度。

沈可告诉记者，日本运营商之间竞争更重视拼服务而不是拼价格，这保证了运营商在智能手机时代依旧能够保持不错的利润，这是国内的运营商需要学习的。来源：2012-10-27 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

日本NTT DoCoMo第二财季净利润同比下降 13%

上周五，日本最大移动运营商 NTT DoCoMo 公司发布 2012-13 财年第二季度财报。该公司表示，由于营业开支的增加超过了销售和智能手机使用所得收入的增加，因此 NTT DoCoMo 在第二财季的净利润较 2011 年同期下降了 13%。

2012 年 7 月-9 月，NTT DoCoMo 的利润为 1215.9 亿日元，2011 年同期则为 1402.7 亿日元。本季度该公司的收入为 1.135 万亿日元，同比增长 6.5%；营业利润下降 13%，至 2084.8 亿日元。

DoCoMo 修改了对截止明年 3 月完整财年的业绩预期。目前，该公司预期集团全年净利润为 5070 亿日元，较此前 5570 亿净利润的预期有所下降。同时，DoCoMo 提高了收入预期，从此前预期的 4.45 万亿日元增至 4.52 万亿日元。

DoCoMo 是日本最大的移动运营商，截止 9 月底，该公司拥有 6079 万用户。但其竞争对手 KDDI 集团和软银公司都在日本销售 iPhone5 手机，并持续从这位市场领先者手中赢得市场份额。

截止 9 月底，KDDI 表示拥有 3611 万用户，而软银则表示拥有 3046 万用户。

NTT DoCoMo 公司的财报基于美国会计准则。来源：2012-10-29 中国通信网

[返回目录](#)

美国国会审查华为中兴：寻求开放与安全新平衡

美国众议院情报委员会针对华为、中兴的报告，在国内仍然在引发热议，有些人士认为中国应和美国一样举起保护主义旗帜，约束美资企业如思科等在中国投资。我们则认为，改革开放是中国经济近 30 年取得成功的钥匙，中国要做的不是关上开放的大门，与此同时，应该继续坚持开放精神，但向美国学习，把握经济开放与信息安全的新平衡。

美国开始走向反面

“美国的国家事业就是企业。”这是上世纪 20 年代的美国第 30 任总统卡尔文·柯立芝 (Calvin Coolidge) 的名言，深邃地指出了企业与国家兴衰的相关性。纵观美国崛起的两百年历史，正是依赖一大批高成长的企业，无论是实体经济层面的通用、福特、IBM、微软、思科、苹果等等，还是金融层面的高盛、花旗等等，从而奠定了美国的超级大国地位。企业是创造财富的发动机，是积蓄财富、容纳就业的蓄水池。

柯立芝是在一战之后任美国总统(1923年~1929年)，缔造了“柯立芝繁荣”。到1929年美国在资本主义世界工业生产的比重已经达到48.5%，他执政时期奉行的是“小政府主义”，执行减税、减少政府干预、开放竞争、自由贸易等政策。

美国当时开始构建全球自由贸易体制，和大英帝国歧视性的“帝国特惠制”进行了长期、艰苦的斗争，一直到二战之后。

可以说，是法制、公平、开放、竞争，实现了美国企业的崛起和美国的崛起，这种崛起不是靠保护主义来实现的，甚至是靠与保护主义的斗争而实现的。这种开放和竞争精神，即是人们所理解的传统的美国精神。

但本世纪以来，美国开始走向反面，违背开放精神，打着各种旗号和幌子的保护主义迭起。最近几年对中国企业中海油、华为、中兴、三一重工等的各种投资约束即是代表。

过去20年美国的经济本身发生了“质”的变化。金融资本的过度与畸形发展，将美国从一个工业资本主义国家，改变为一个金融资本主义国家。随着金融资本主义的扩张，美国实体经济竞争力普遍减弱。这既是美国主动向金融资本主义方向调整的结果，也是美国各种要素高成本被动导致的空心化调整。

在这种背景下，众多美国企业要么自身也金融化，要么就是实体经济层面的竞争力普遍减弱，比如思科公司。

从2003年到现在，思科十年时间销售额仅仅提高1倍多，资本市场市值更是降得厉害，高成本压力之下思科几乎没有推出什么新的产品。思科与美国少数政客将此归因于来自新兴竞争对手比如华为、中兴的挑战显然是荒谬的。可以说主导思科发展的封闭思维起了很大作用，而坚持开放战略、全球配置产业链的苹果公司则取得了商业成功。

中国不能“因噎废食”

与美国形成鲜明对照的，是中国最近30年来的体制改革和对外开放。30年前一个封闭的中国，已经变得越来越自信，越来越成为经济全球化的核心组成部分。中国改革开放的潮流已经不可阻挡，在接纳全球投资、开放全球贸易方面，中国开放的程度与广度都走在了世界前列。

比如在电子信息产业，过去10多年，微软、惠普、苹果、思科等公司都在中国取得了大发展，都在中国拥有广大的市场存量和增量。他们在推进中国的经济发展和社会繁荣方面起到了不可估量的积极作用，同时也充分成为中国对外开放的利益分享者。作为世界领先的科技企业，他们在中国似乎并未遭受贸易歧视、投资歧视待遇，类似中国企业华为、中兴当前在美国所遭受到的。

展望未来，中国未竟的改革开放事业在许多层面，仍然要向世界先进国家包括美国学习借鉴，向对手、竞争者学习。

虽然美国在经济贸易政策方面有封闭和贸易保护主义的倾向，而且愈演愈烈，中国政府对此要有足够的警惕，但是我们也不能由此得出相反的结论，“以牙还牙”，“以保护主义对付保护主义”。

中国显然不能“因噎废食”，关上对外开放的大门。这会阻碍我国改革开放的进程和经济建设的步伐。中国不能因为思科等少数美国企业打着各种幌子所挑起的贸易纠纷、对我国企业进入美国市场的一系列禁止行动，反过来改变中国自身的开放战略，导致中国自身开放精神的衰落。

向美国学习新平衡

但在继续坚持开放战略的同时，同样重要的是，中国还需要向美国学习，在贸易投资、对外开放与新形势下的国家安全战略之间形成均衡。

尽管《华盛顿邮报》等媒体大量证据证明，此次美国国会对华为、中兴的审查是美国思科公司推动的，但不可否认的是，美国决策和立法部门对自身国家安全的高度重视。在信息安全领域，美国是全球唯一一个将进攻与防御并重的国家，居然将信息安全提到了这么高的高度，形成了立法部门、政府部门、企业部门等密集互动的一体网络。

在新世纪的 2001 年，美国开列的美国国家安全面临的主要威胁清单，恐怖主义之后，排第二位的威胁就是信息战，大规模杀伤性武器及运送大规模杀伤性武器手段的扩散则排列在信息战之后位居第三位。

“9·11”事件之后通过的《爱国者(微博)法案》将美国关键性基础设施定义为：“对国家而言具有重要性的物理和虚拟系统及手段的总和，一旦它们发生故障或被摧毁，有可能在国防、经济、卫生及国家安全领域产生毁灭性后果”。

可以说，在全球化、信息化大背景下，美国对信息安全战略的高度重视，深具危机感并深具远见，这是美国定义的“新平衡战略”。

在信息安全领域，作为补救，中国应对思科等已经进入我国核心网络的设备存量进行系统的软件、硬件的技术安全普查，并要求思科公开其源代码。在这个领域，中国要向开放的英国学习，英国对华为、中兴以及任何的电信供应商都是如此要求的。

这应该成为中国信息安全管理领域的一项长期政策。在此前提下，中国应欢迎思科以及美欧日等各国投资者进入中国市场自由竞争。

在新的全球化时代，中国要警惕美国走向其传统竞争、开放的国家价值观的反面，作为全球首屈一指的大国，这种扭曲将给世界经济体系带来灾难。但在对外开放和国家安全战略的平衡上，美国则走在了世界的前面，中国未来要在坚持开放精神的同时，寻求这种平衡。来源：2012-10-24 第一财经日报微博

[返回目录](#)

美有线电视运营商Comcast三季度净利同比增 132%

美国最大有线电视运营商 Comcast Corp (CMCSA, CMCSK) 周五发布财报称, 第三季净盈利从上年同期的 9.08 亿美元, 合每股 33 美分, 增至 21.1 亿美元, 合每股 78 美分。

财报显示, 该公司第三季度营收同比增长 15.4% 至 165 亿美元, 净利润则为 21.1 亿美元, 同比增长 132.4%。

不包括一次性项目在内, 该公司当季调整后每股盈利 46 美分, 与接受 FactSet 调查的分析师平均预期的一致。

营收增长 15%, 至 165.4 亿美元, 高于分析师平均预期的 160.7 亿美元。

该公司旗下 NBC 环球 (NBC Universal) 营收增长 31.2%, 至 68 亿美元, 主要得益于 2012 伦敦奥运会带来的 12 亿美元收入。来源: 2012-10-27 新浪科技

[返回目录](#)

美运营商Clearwire将使用华为设备升级LTE网络

美国移动运营商 Clearwire 周五表示, 将在 2013 年的高速移动通信网络升级中使用华为的设备。

Clearwire 表示, 已经与多家联邦政府机构的技术部门合作评估了计划, 并且将尊重美国政府及其在监控美国全国基础设施方面扮演的角色。美国国会本月早些时候报告称, 由于潜在的安全威胁, 美国企业不应当使用华为的网络设备。

Clearwire 最大的股东和客户是 Sprint Nextel。软银本月宣布将收购 Sprint 的控股股份, 而 Sprint 则计划利用 Clearwire 的高速网络来加强自己的服务。

Clearwire 当前的服务已经使用华为的设备。该公司首席技术官约翰·索尔 (John Saw) 在一份声明中表示, 在已使用华为设备的市场, 该公司计划利用华为的技术来升级。

不过他也表示, 在 Clearwire 的 LTE 升级预算中, 华为设备仅占不到 5%, 而 Clearwire 将在 LTE 网络中“大幅减少华为的存在”。Clearwire 表示, 将要求所有厂商的设备和软件接受第三方公司的测试。这样的第三方公司得到美国政府的批准, 将评估美国关键基础设施系统存在的安全漏洞, 以及可能受到的威胁。

Clearwire 周四宣布, 计划于 2013 年 6 月底之前完成网络升级。在此次升级中, Clearwire 还将使用三星、思科和 Ciena 等厂商的设备。而爱立信将帮助 Clearwire 维护网络。来源: 2012-10-27 新浪科技

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

三大运营商前三季度数据对比：强弱能量逐渐均化

目前，三大运营商 2012 年前三季度运营数据已相继出炉，虽然中国移动在营收上超过了电信联通之和，利润更是超过两者之和的五倍。但遭遇多重烦恼的中国移动在增长速度方面已经明显放缓，而联通和电信却依托于全业务运营和移动宽带优势，不断缩小与中移动的差距。

对于中国移动而言，多网并举的局面下，大有分身乏力之势，增速放缓也在情理之中，处理好多网的平衡与协同恐是其发展过程中不可忽视的重点，这是利润增长的关键，也是后市发展的关键。对于中国联通而言，虽然摆脱一贯低迷的态势，进入了快速增长的通道中，但仍需要仔细考量如何在 LTE 窗口尚未到来之际，充分挖掘 WCDMA 产业链优势，平衡好投入产出比。对于中国电信而言，虽然根基稳固，在全业务捆绑运营方面可圈可点，其面临着与联通相同的难题，那就是如何有效延长 3G 时间窗口。

中国移动增长放缓 面对多网协同软肋

综合对比移动以往数据来看，其营利增幅呈逐期放缓之势。2011 年财报显示，中国移动营收上涨 8.8%，净利增长 5.2%。至 2012 年，其前三季度营利增幅已下滑至 6.4%，净利增幅仅为 1.4%，创历史新低。

据中移动方面表示，由于前三季度面临宏观经济增速下滑，移动普及率不断上升和市场竞争愈发激烈等多方面的挑战，市场利润空间急剧收窄。前三季度，中国移动 ARPU 值为 67 元，与 2011 年的 70 元基本持平。无线上网业务的发展对其稳定 ARPU 值起到了积极作用，期内其无线上网流量同比增长 188.1%，手机邮箱、手机阅读、手机视频规模保持快速增长。

与 2G 时代实力悬殊不同的是，3G 时代三大运营商的用户规模基本持平，呈现三足鼎立的态势。移动凭借 WLAN 的大面积覆盖，相对弥补了 TD-SCDMA 的不足体验。在 2012 年前三季度的无线上网流量贡献中，WLAN 占去 68% 的比重。

3G 时代，在 2G 时代占优势的中国移动发展遭遇不少困难：一方面是 2G 用户的发展面临天花板，另一方面是受制于 TD-SCDMA 技术劣势，3G 发展不温不火。因此，中移动对 4G 制式 TD-LTE 寄予厚望。为保持发展势头，中国移动更是将重点转向 4G 建设——TD-LTE 已是其战略核心。

中国正大踏步迈向 TD-LTE 建设之路，巨额投资也将增加中国移动的盈利压力。中国移动要想像以前一样快跑，直接跳入 4G 恐难成长久之计，还需跨过多道槛：网络建设、发牌时间、终端定制等，无一不是摆在桌面上的现实问题，不仅需要大笔资金投入建设，而且这将面临诸多的不确定性因素的困扰。

中国联通进入快速增长通道

虽然中国联通在营利方面为三家中最低，但其增长势头相对迅猛，净利润增幅近 30%，远远超出移动与电信。联通正在逐渐摆脱一贯的低迷状态，爆发出长足的增长动力。

与收入和利润快速增长同步上，联通受网络资产规模扩大、业务发展加快、通胀压力增大等因素影响，该公司成本继续面临上涨压力，资本支出同比增长 18.3%，如何有效的进行成本控制将成为重点。

从联通发布的财报来看，来自 3G 服务的收入占比已经成为第一驱动力，联通新增 3G 用户为三家中最高，其新增用户的 ARPU 值也是最高的。但需要指出的是，中国联通在 GSM 上却是乏善可陈，并率先跨过了业务拐点，也就是说其 GSM 业务在持续下滑，这与中国移动还是依赖于 GSM 形成了极大反差。

虽然联通已经开始缩减对 GSM 网络的后续投入，但如何充分利用 GSM 既有投资也将成为重点。比如之前部分省分推出的“随意打”业务，但并没有取得理想中的成效。

当然，联通在盈利能力上的快速增长，还与大幅度削减终端补贴有关。中国联通所运营的 WCDMA 制式拥有最完善的终端链条，其大力推动的千元智能机对于 3G 普及和缩小补贴方面，可谓是一箭双雕。但在第四季度，由于中国联通引入了 Iphone5，可能意味着其可会加大补贴力度。

中国电信稳中有降 后劲十足

电信的固网优势仍然明显，固话用户规模与宽带用户规模仍领先，但似有被联通赶超之趋势。近两年宽带市场竞争相当激烈，各种促销几近白菜价，用户规模虽有增长，但利润空间已严重被挤压。

电信的移动步伐起步较晚，因此无论在整体用户规模还是 3G 用户规模方面，都比另两家要偏少，但其新增用户步伐仍不输移动与联通，随着其 3G 口碑的不断深入人心，后续增长将水到渠成。

营收方面，中国电信虽增幅明显，但其净利却下降了 8%。据中国电信表示，经历下滑原因有三：移动终端销售成本大幅增加，致使其他经营费用比 2011 年同期大幅上升；移动服务收入的快速增长，使得 CDMA 网络容量租赁费用大幅提升，导致网络运营及支撑成本增幅高于收入增幅；伴随着 iPhone 4S 的引入，营销投入相对较高，短期内影响净利润。

但长远来看，其投资回报现象将逐渐明朗，传年内 iPhone 5 的发布将给中国电信带来有一轮用户规模增长高潮，多数分析师看好电信的稳步发力。来源：2012-10-30 中国通信网

[返回目录](#)

运营商纷陷裁员重组漩涡 急需提升流量经营能力

电信行业 2012 年正在经历一场又一场的洗礼。受经济不景气、运营商竞争加剧、数据流量变现难等的影响，近日，全球范围内多家电信运营商如法国电信、瑞典的 TeliaSonera AB 等纷纷公布裁员计划。运营商成本增长速度超过营收、增长不足已经成为困扰整个行业发展的难题。如何提升盈利能力扭转颓态是摆在整个行业面前的现实课题。

运营商迫于资金压力裁员

2012 年，整个 IT 行业似乎都进入了寒冬。终端厂商、电信设备商等不时传出的业绩亏损的消息，在业界早已不是新鲜事。电信运营商也不能独善其身，裁员重组的消息正不断传来。

近日，法国电信表示，从 2013 年到 2015 年，公司预计新聘员工的数量将大幅减少至 4000 人。在 2010 年到 2012 年 3 年间，公司新聘了 1 万人。而低迷的宏观经济和日趋激烈的竞争是公司作出该决定的主要因素。法国电信正通过各种措施“减少人力成本，渡过经济难关”。法国的其他电信运营商也都在裁员。据悉，布依格电信 7 月表示要裁减 9800 名员工中的 550 人，维旺达公司之前也表示要在秋天公布一项涉及裁员的重组计划。

北欧电信巨头 TeliaSonera AB 随后也宣布，作为未来两年内削减 20 亿瑞典克朗（约合 3 亿美元）成本计划的一部分，公司将在未来两年内裁员 2000 人，相当于其员工总数的 7%。TeliaSonera 总裁兼首席执行官 Lars Nyberg 表示，“我们面临的核心问题是增长不足。”正在削减支出的还有 TeliaSonera AB 在北欧市场的竞争对手 Telenor，该公司近期也宣布，将在近两年削减 50 亿克朗（约 8.81 亿美元）的运营开支。

事实上，不只是这几家电信运营商，在全球范围内，2012 年以来各国不断传出运营商裁员重组的消息。2012 年 2 月，美国电信运营商 LightSquared 表示要裁员 45%，这是“谨慎和必要的成本节约措施”；4 月份，西班牙最大的电信运营商 Telefonica 宣布，由于宏观经济低迷和竞争压力，将在三年内在本土市场裁员 20%；澳大利亚第二大电信运营商 Optus 5 月初宣布，公司将通过裁员来削减支出，裁员大约 750 名，占公司员工总数的 8%；在 3 月裁掉了 300 名员工

后，2012年6月，因面临缩减成本的压力，加拿大第一大无线运营商 Rogers 通信宣布裁员 375 人，三月内竟发出了两次裁员公告。

显然，增长不足已经成为困扰整个电信行业的重要问题，面对成本上涨和营收下滑的现状，运营商只得裁员应对。

多方压力致运营商面临资金危机

综观各电信运营商裁员的理由，宏观经济低迷、运营商竞争加剧、语音业务营收下滑、数据流量变现难等，是导致运营商面临资金压力的重要原因。

受欧债危机和全球经济复苏的不确定性影响，全球电信设备市场增速在持续下滑。目前来看，国际金融危机的影响远未消退，全球宏观经济环境仍然严峻，欧元区主权债务危机、美国经济复苏进程表现疲弱以及中国经济增长速度放缓等仍在持续。在这种情况下，运营商的营收增长陷入了停滞状态，为削减成本，不得不裁员减支。

其次，日益激烈的市场竞争，将不可避免地加剧行业的整合。由于移动通信市场竞争的激烈，一轮又一轮的价格战不断兴起，电信运营商因此蒙受损失，利润下降。意大利电信集团董事长兼首席执行官弗朗哥·贝纳博 (Franco Bernabe) 曾表示，“竞争并不是仅意味着更低的价格、更高的服务质量，还意味着运营商面临更多的成本压力。”法国布依格集团 8 月底宣布，2012 年上半年集团利润下降 29%，主要原因是旗下的电信公司在竞争对手发起的价格战中流失大量用户，利润大幅下降。运营商寄望通过调整业务结构来维系长远的发展。在澳大利亚，电信运营商 Optus 日前表示，由于市场竞争激烈，公司将通过重组重点关注客户服务业务，通过裁员来削减支出。“市场环境迫使 Optus 拥有一个可以负担得起的成本结构，来维持市场竞争力。”

另外，语音业务营收下滑和数据流量变现难成为困扰整个电信行业的重要问题。一方面是 2G 时代的主要业务语音和短信的营收快速下滑，另一方面是迅猛增长的数据业务却无清晰的盈利途径。在 Ovum 最新发布的报告《运营商如何应对来自 OTT 玩家的社交信息威胁》中显示，Ovum 预测，由于智能手机社交信息服务的日益普及，至 2016 年，运营商的短信收入将会减少 540 亿美元，这个数据比之前他们预计的到 2012 年年底将损失 230 亿美元的两倍还要多。成本增长速度超过了营收，资金压力逼迫运营商以裁员缩减开支。

提升数据流量经营能力成当务之急

处于冬天的电信业，裁员能让行业迎来春天？运营商的不断裁员，实则折射出了电信运营市场遭遇到的成长烦恼。如何转型求发展，如何提升盈利能力减轻资金压力，成为摆在全球电信运营商面前最迫切的课题。

如今已进入移动互联网时代,智能手机、平板电脑等各种移动终端日渐普及。市场调研公司 Strategy Analytics 近日发布报告称,2012 年第三季度,全球智能手机用户总数已突破 10 亿大关,达到 10.38 亿。并且,在未来的 3 年时间里,智能手机用户还将增长 10 亿人。智能终端的普及使全球范围的移动互联网流量也呈现指数式增长。有机构预测认为,2016 年全球移动互联网通讯的数据流量将扩大至目前的 18 倍。

但是,一边是语音业务营收的下降和新业务如 LTE 网络建设所增加的成本支出,另一边却是运营商仍无法将智能手机上高速增长的视频流量和社交网络流量转化为盈利的增长。在多方的夹击下,运营商面对成本增长速度超过了营收的现实。正如运营商 TeliaSonera AB 所表示,在找到来自高速增长智能手机和平板电脑数据流量的盈利途径之前,整个电信行业将陷入停滞状态。

因此,如何使这些爆炸性增长的数据流量实现变现,成为全球运营商的当务之急,也是今后努力的方向。改变重金投资却换来流量价值不断被稀释的现状,提升盈利能力,考验着全球电信运营商,也是其走出行业寒冬的重要步骤之一。
来源:2012-10-29 通信信息报

[返回目录](#)

三大运营商前三季合计净赚 1113 亿: 平均每天 4 亿

随着昨日中国电信发布三季报,三大运营商的答卷全部亮相,合计净赚 1113 亿元,算下来平均每天赚约 4 亿元。

前三季度,三大运营商中只有中国电信净利出现下滑,净利润为 125.64 亿元,同比下降 8%。中国电信称,公司利用引入 iPhone 机会扩大高端用户市场,适当加大营销投入,以促进移动业务有效益规模发展,对短期利润带来压力,但预计对公司的长期持续增长和价值创造将发挥重要的促进作用。

相比之下,中国联通的净利润增幅最大,前 9 个月实现净利润超过 54.53 亿元,同比增长 29.9%。当然,虽然步子慢下来,但“老大哥”中国移动依然赚得最多:净利润 933 亿元,同比微增 1.4%。就净利而言,中国电信和中国联通两家合起来也只是中国移动的五分之一。

从另外一个重要的衡量指标 ARPU 值(每用户平均收入)来看,前三季度中国移动 ARPU 值为 67 元,电信约为 52.7 元,联通为 48.3 元。目前三大运营商都在加大对于终端的投入力度,尤其在引入 iPhone 5 上展开了竞赛。苹果首席执行官库克上周表示,iPhone 5 将会在 12 月登陆中国市场。而最新的消息显示,中

国电信将会在 12 月初引入这款明星机，中国联通此前曾表示将在 2012 年年底引进 iPhone 5。来源：2012-10-30 北京晨报

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动前 9 月净利润仅微增 1.4%

中国移动昨日发布了其 2012 年前三季度业绩报告。报告显示，2012 年前 9 个月，中国移动实现净利润 933 亿元，同比微增 1.4%，创下自成立以来增幅新低。

2012 年前三季度，中国移动实现营业收入达到人民币 4086 亿元，比上年同期增长 6.4%；股东应占利润为人民币 933 亿元，比上年同期增长 1.4%。

一直以来，中国移动与中国石油交替成为“最赚钱央企”，但此次中国移动业绩受到了 3G 的拖累。不过，业界并没有因此将其看衰，毕竟其 TD-LTE 标准已成为国际 4G 标准，中国移动显然没有把心思放在 3G 上。

此前，中国移动决定提升 2012 财年利润目标，计划新增 100 亿元，从而达到 1358.70 亿元以上，这表明中国移动或许并不是很在意此次较为难看的财报。来源：2012-10-24 北京商报微博

[返回目录](#)

中国移动位置服务用户超过 2000 万户

中国移动透露，其九大 SP 业务之一的位置服务用户已超过 2300 万户，在全国布有 800 余万兴趣点。

中国移动有九大业务基地，其中，中国移动位置服务基地 2006 年在辽宁设立，主要从事位置服务专项产品和位置基础能力支撑、研发、推广等相关工作。用通俗的话，就是 GPS 导航及服务，不过，未来也可能不用 GPS 导航，而部分改用北斗导航系统。

据悉，GPS 导航已经衍生出很多应用，涵盖电子地图、定位、导航、交通、位置游戏、位置社区等多种应用，涉及互联网、物联网等多个领域。

目前中国移动位置基地已覆盖全国 337 个地级市、拥有 800 余万兴趣点及 200 余万公里导航道路的电子地图业务应用能力，覆盖 25 个城市的实时交通能力。同时，建设了位置专业语音呼叫中心，具备年呼叫量 1000 万次的服务能力。来源：2012-10-29 新浪科技

[返回目录](#)

中移动持有 3300 亿现金 被评为财务风险极低

根据著名国际评级机构标准普尔在京发布的《中国 100 大企业》信用观察报告专辑，中国移动与中国石油集团双双被认定为财务风险“极低”。

该报告选取了 107 家中国大型企业，涉及了 15 个行业共 107 家企业，其中国有企业占总数的 80% 左右。其中中国国航、中国远洋、河北钢铁、首钢集团、天津泰达投资控股和中华人民共和国铁道部等 17 家企事业单位被评定为财务风险“极大”；另有中国铝业、中国中铁、中粮集团、大唐集团、山东钢铁等 33 家企业被评定为财务风险“很大”。

中国移动和中国石油集团近几年来交替成为“最赚钱央企”，此次也同时被标准普尔被认定为财务风险“极低”。业内分析，这既有赢利能力有关，也因为截至 2011 年底，中国移动净现金及存款还仅为 3027.99 亿元，但同比增加 17.2%；而到了 2012 年上半年，中国移动持有 3300 亿元现金及存款，且现金及存款增长强劲。

根据最新公布的业绩报告，2012 年前 9 个月，中国移动净利润为人民币 933 亿元，虽然增速较慢，但这一利润规模也四其它企业无法比的。来源：2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

中移动西部开始布局TD-LTE 成都建首个 4G基站

知情人士透露，继在东部 10 个城市建设 TD-LTE 试验网后，中国移动已在近日在成都开始建设 TD-LTE 试验网，这是中国移动在西部地区部署 4G 网络的重要举措。

此前，中国移动进行了北京、上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门、青岛、天津、沈阳、宁波、成都、福州等 13 个城市的 TD-LTE 无线网络设备的招标结果，涉及基站 2 万个（约 5.6 万个载扇），其中成都、宁波、福州都是 2012 年 8 月之后新添的为第二批 TD-LTE 试点城市，是以“海峡两岸无线合作城市”的名义建设的。

在上述 13 个城市中，成都是中西部地区唯一的城市。按照规划，明年 3 月底前将建成 1000 个 4G 基站，重点完成对机场高速、南延线、一环路以及地铁 1、2 号线等重要区域的 TD-LTE 网络覆盖。

据悉，中国移动已经在成都开始动工建设 TD-LTE 网络。10 月 23 日凌晨，成都移动在东区音乐公园开通第一个 TD-LTE 基站。

知情人士透露，测试数据显示，经过优化后现场下行平均速率达到 40Mbps，上行平均速率达到 18Mbps，数据测试良好，基站运行稳定。

据透露，在完成首个东区音乐公园基站的开通调测后，在 12 月之前，成都移动还将在东区音乐公园陆续开通数个基站，建成 4G 网络体验区，供客户体验和感受 4G。 ，

目前，最早建设的几个城市 TD-LTE 的网络规模都已可观。例如杭州的 4G 网络建设十分迅速，全城开通 4G 基站近 600 个，完成了杭州主城区以及下沙、滨江、萧山、余杭中心区域的 TD-LTE 覆盖，覆盖面积达 191 平方公里。来源：2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

中移动财报引券商分歧 增长放缓成多网协同软肋

中国移动 2012 年前三季度财报近日终于出炉。数据显示，中国移动 9 月份新增 3G 用户 345.5 万户，比 8 月净增 316 万户有较大幅度提高，并超过了中国联通 9 月新增的 317.7 万户。同时，中国移动实现前三季度利润 933 亿元，同比增长仅 1.4%，创下自成立以来增幅最低的成绩。在 2G 仍挥之不去、3G 发展正当时、准 4G 大战已打响之际，作为全球第一大电信运营商，中国移动也遭遇了成长过程中的烦恼。

此份财报一发引发券商不同看法，有券商认为，中移动 EBITDA 利润率于期内按年下跌 2 个百分点至 45.2%，应该是趋于稳定，反映公司有效的成本控制；但持不同看法的券商则估计，EBITDA 利润率改善仅是一次性事件，料未来仍面临压力，毕竟中移动在 4G 上的大规模投资建设期将开启。

业绩超预期

中国移动前三季度业绩报告显示，前三季度营业收入 4086 亿元，同比增长 6.4%；股东应占利润为 933 亿元，同比增长 1.4%；EBITDA 为 1873 亿元，与上年同期基本持平。其中第三季度纯利为 311 亿元，较之前市场预期的 305 亿元高，同比微增 1.38%。

用户数方面，截至 9 月 30 日，中国移动用户总数达 6.9851 亿户，2012 年前三季净增 4894 万户，月平均净增用户数为 543.78 万户；其中，3G 用户数达 7560 万户，前三季净增 2438 万户；9 月份新增 3G 用户数 345.5 万户，比 8 月净

增 316 万户有较大幅度提高。有分析认为，中国移动 9 月 3G 用户大增或得益于校园营销。

财报还显示，前三季度中国移动 ARPU 值为 67 元，与 2011 年同期持平；无线上网业务总流量为 6260 亿 MB，其中移动数据流量为 2001 亿 MB，WLAN 业务流量为 4259 亿 MB，在数据业务方面呈良好增长态势。中移动的数据业务特别是无线上网业务发展良好，2012 年前三季度，无线上网业务流量按年增长 1.9 倍。中国移动方面表示，数据流量的增长主要来自于用户下载视频和电子书，以及使用电子邮件等操作。中移动董事长奚国华称：“数据业务的显著增长势头，尤其是无线数据流量的增长，有效地稳定了公司平均每月每户收入 (ARPU)。”

总体来看，虽然 2012 年来也面对着激烈的市场竞争和多重挑战，中国移动的前三季度业绩仍出现了一些亮点。

增幅明显放缓

利润同比增长仅 1.4%，创下自成立以来增幅最低的成绩，但中国移动的这份成绩单超过了之前机构与分析师的预期，股价也应声上涨。在 22 日的香港股市常规交易中，中移动股价上涨 1.1%。2012 年以来，其股价已涨 13%。

虽然处于利润增长的尴尬局面，但其庞大规模依然不容小觑，达 6.8308 亿的用户总量短期内难被超越。从最近几年中国移动发布的财报看，中国移动的利润增长率不容乐观。数据显示，2009 年，中国移动净利润为 1151.66 亿元，2010 年为 1196.40 亿，2011 年为 1258.70 亿，比 2010 年增长 6.3%。进入 2012 年，2012 年一季度，中国移动净利润同比增幅为 3.5%；2012 年上半年，净利润 622.02 亿，比 2011 年上半年增长 1.5%；2012 年前 9 个月，中移动净利润为 933 亿元，同比仅增长 1.4%，其利润增幅逐渐变小。

与中国电信和中国联通相比，中国移动的利润增速更是落后于平均水平。三大运营商发布的上半年财报显示，中国移动 2012 上半年净利润 622.02 亿，相比 2011 年上半年只有 1.5% 的增幅。而中国联通实现营收同比增长 20%，净利润同比增长 31.9%，中国电信上半年营收也同比增长 14.8%。中国联通和中国电信都比中国移动增长快。

有消息称，中国移动集团内部近日突然召集紧急会议，宣布 2012 财年利润目标新增 100 亿。中国移动 2011 年全年净利润是 1258.70 亿元，那么，新调整的年度净利润目标将为 1358.70 亿元以上。但根据中移动新发布的前三季度财报，截至 9 月底利润为 933 亿元，要在剩下的一个季度完成 400 多亿的利润？对于中移动最终能否能达到新的年度增长目标，业界普遍认为，难度相当大。

多网共存，如何平衡？

在国内市场，尽管中国移动与中国电信和中国联通相比仍有不少优势，但 3G 时代的中国移动这头“大象”已有慢下来的迹象，此前中国移动一家独大的局面也已发生变化。中国移动前三季度利润同比增长仅 1.4%，创自成立以来增幅新低。另外，三大运营商的 3G 用户差距已不大，三足鼎立之势日趋明显，中国移动在 3G 市场难以继续 2G 时代的独占局面。

中国移动拥有将近 7 亿用户，年净盈利一千多亿，是中国最赚钱的企业之一，作为全球第一大电信运营商，中国移动可谓无可匹敌。2012 年年初，中国移动总裁李跃表示，中国移动希望 2012 年 3G 用户净增长 3000 万户至占市场份额三分之一。而 2012 年前三季度，中国移动 3G 用户已净增 2438 万户，完成全年的 3G 用户增长目标已不是难题。但作为 2G 时代霸主却不得不面对 2G 转 3G 进程不顺的问题，庞大的 2G 用户面临被竞争对手转网的风险，而在网的 2G 用户却因为数据业务软肋影响业务收入的增长。

3G 时代，在 2G 时代占优势的中国移动发展遭遇不少困难：一方面是 2G 用户的发展面临天花板，另一方面是受制于 TD-SCDMA 技术劣势，3G 发展不温不火。因此，中移动对 4G 制式 TD-LTE 寄予厚望。为保持发展势头，在 3G 市场竞争难以占到绝对优势的情况下，中国移动更是将重点转向 4G 建设——TD-LTE 已是其战略核心。据了解，中国移动对北京、上海等 13 个城市的 TD-LTE 无线网络设备的招标结果近日已经揭晓。中国正大踏步迈向 TD-LTE 建设之路，巨额投资也将增加中国移动的盈利压力。中国移动要想像以前一样快跑，直接跳入 4G 恐难成长久之计，还需跨过多道槛：网络建设、发牌时间、终端定制等，无一不是摆在桌面上的现实问题，不仅需要大笔资金投入建设，而且这将面临诸多的不确定性因素的困扰。

目前，我国 3G 渗透率约 20%，4G 网络的建设也已拉开大幕，同时国内市场上在未来很长一段时间内 2G 用户不会消失。在这种情况下，作为 2G 存量用户最大的运营商，如何做好多网协同，中国移动遭遇“成长烦恼”。

多网并举的局面下，中移动大有分身乏力之势，因此增速放缓也在情理之中，处理好多网的平衡与协同恐是其发展过程中不可忽视的重点，这是利润增长的关键，也是后市发展的关键。来源：2012-10-29 通信信息报

[返回目录](#)

神州泰岳与中移动飞信续约待定 爆发式增长终结

自 2011 年 11 月与中移动签约风波以来，神州泰岳“傍大款”蕴含的风险就逐渐显露。

神州泰岳近日公布的三季报显示，公司前三季度营业总收入 9.83 亿元，较 2011 年同期增长 27.03%；实现归属于上市公司股东的净利润为 2.97 亿元，较 2011 年同期增长 15.47%。值得注意的是，尽管一直有意降低飞信业务在公司收入中的占比，但该业务三季度营收比重仍占公司总收入的 45%以上。

公告称，公司已经开始与中国移动广东公司就后续的飞信业务开发及支撑服务工作的内容、商务条款等进行磋商。“由于飞信业务软件工程的复杂性，所涉及技术、服务庞杂且工作量大，谈判环节众多且周期较长。”

飞信业务一直是神州泰岳业务收入的大头，最高时候占比逾总营收的 3/4，而中移动在飞信业务上的年度合同将于本月 31 日到期，有业内人士担心，随着移动互联网的冲击，飞信的竞争对手越来越多，此次能否续约以及续约涉及的内容对于公司走向至关重要。

中国移动内部人士告诉《第一财经日报》记者，原来的“核武器”没了，就要靠市场手段去竞争。“以前都认为神州泰岳是帮中移动打工，其实一直都是中移动在帮神州泰岳打工，如今业务模式一旦调整，飞信的收入上自然会有一定影响。”

北京神州泰岳软件股份有限公司成立于 2001 年，从 2007 年起后者就外包了飞信的研发和运维工作。2009 年度、2010 年度公司飞信业务收入分别为 4.41 亿元、4.91 亿元，分别占其年度总营收 61%与 58.31%。

但从 2011 年 11 月开始，中移动和神州泰岳的签约就改成了一年一签，“中移动南方基地也在向互联网公司做转型，产品线上进行了反复的调整，从业务和管理上都在调整，这里面会有一些空间，给了神州泰岳及其他公司一定的机会。”

2011 年是神州泰岳与广东移动(微博)基地合作的第一年，此前飞信业务的运营管理由中移动子公司卓望控股负责。

对于和中国移动的合作，神州泰岳战略投资与证券管理事业部总经理张黔山在此前接受媒体采访时称，飞信业务本身涉及众多技术细节，而中国移动对飞信业务较重视，合同谈判涉及决策环节比较多，走内控流程也需要更多时间。

“2011 年 7 月，飞信业务运营支撑工作从卓望信息移交给互联网基地，该互联网基地对飞信业务和神州泰岳团队都有磨合期，上述因素综合导致此前谈判长达半年。但经过一年多时间的磨合，团队的融洽度跟以前不一样了，现在已经开始启动相关的谈判，续签工作应该比 2011 年更顺利一些。”张黔山称，飞信作为公司稳定业务收入来源之一，确立合同对公司经营有好处，但公司也正逐渐布局其他业务，飞信业务占公司总体利润的比重已经逐年下降。

谈及微信时，张黔山称飞信与微信不同，不会直面去竞争。他认为，飞信定位是以为移动用户提供相应增值服务为出发点，微信完全是一个基于 IM 的独立平台。

业内人士对此分析称，短信和语音服务的层出不穷，在移动互联网时代是飞信最大的竞争对手，此外，三大运营商都有基于移动通信的产品，中国电信的翼聊和中国联通的沃友。虽然前不久飞信开通了针对非中移动用户的通道，但多方限制仍无法完全全平台互通，平台的单一化制约着飞信用户的增长。

“不过中移动网内六七亿用户，基数很大，神州泰岳在与中国移动的合作中还是积累了很大的资源，续约应该不成问题，但对于智能手机、平板电脑等移动终端及其带动的移动互联网发展，飞信还是要在竞争中找到其他的盈利模式。”上述中国移动内部人士说。来源：2012-10-24 第一财经日报微博

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信前三季度净利下降 8%

昨日，中国电信公布的前三季度业绩财报显示，其前三季度经营收入为 2099.83 亿元，同比增长 15.1%。扣除移动终端销售后经营收入为 1915.72 亿元，同比增长 11.1%；净利润为 125.64 亿元，同比下降 8%。

对于净利润的同比下滑，中国电信认为是受到移动终端销售成本相应大幅增加，促使其他经营费用比 2011 年同期大幅上升的影响。同时，移动服务收入的快速增长使 CDMA 网络容量租赁费大幅提升，导致网络运营及支撑成本的增幅高于收入增幅。

虽然净利润小幅下滑，但中国电信用高投入换来了用户数的增长。前三季度，中国电信移动用户净增 2615 万户，这使得移动用户总数达 1.53 亿户。其中，3G 移动用户数达 5972 万户，平均每月每户移动服务收入（ARPU）约为 52.7 元。来源：2012-10-30 北京商报微博

[返回目录](#)

消息人士透露中国电信 12 月初引入 iPhone 5

尽管中国电信何时引入 iPhone 5 上市的官方消息一直未公布，但知情人士透露，电信版 iPhone 5 行货内地上市的时间是 12 月初，而不会在更靠近年底的

12月中下旬，据悉，中国电信正按此时间点在做上市准备。而中国联通引入 iPhone 5 的上市时间还不详。

12月初电信版 iPhone 5 上市

中国联通引进 iPhone 5 历来没有太多悬念，而关于中国电信引入 iPhone 5 的消息甚少。之前曾有传言猜测中国电信上市 iPhone 5 会在 10 月底。

而实际上，眼下已接近 10 月底，iPhone 5 内地本月上市已不可能。在苹果公司举行的 2012 年第三季度财报会议上，苹果公司首席执行官库克则首次透露 iPhone 5 将会于 12 月在中国内地上市。

不过，到底是 12 月初还是 12 月末上市呢？知情人士透露，最起码中国电信是在 12 月初上市，但具体哪天需要由苹果公司决定及公布。

据悉，iPhone 5 在国内分为两个版本，一个联通 WCDMA 版本，另一个是电信版，使用中国电信的 CDMA 3G 制式，支持 GSM/WCDMA/CDMA2000 全球漫游的手机，用户在出国时换卡为中国电信“天翼国际卡”，可在国外支持 CDMA2000、WCDMA 和 GSM 三种制式的网络，在全球漫游。

引入谈判早已结束

至少两个迹象显示中国电信与苹果的谈判早已结束，将引入 iPhone 5 手机。一个是之前中国电信宣布，从 9 月 19 日零时起，全国统一大幅下调 iPhone 4S 价格，最大降幅超过 2000 元。这实际上就是中国电信要引进 iPhone 5 的先兆，按照惯例，新版 iPhone 上市时，老版 iPhone 会降价。

另一个是一些地方的中国电信营业厅宣称可向用户预约 iPhone 5。上海电信也曾宣布，从 2012 年 10 月 1 日起至 2012 年年底，上海电信用户可至全市范围内的 32 家电信主要营业网点进行 iPhone 5 专用 Nano-SIM 卡的免费更换。无论提供预约还是提供 Nano-SIM 卡，都表明中国电信要拉拢 iPhone 5 用户。

中国电信的 3G 信号一直较好，这可能是电信版 iPhone 5 此次上市竞争的利器。来源：2012-10-29 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信前三季净利润 125 亿元 同比下降 8%

中国电信今日公布前三季度业绩。财报显示，中国电信前三季度经营收入为 2099.83 亿元，同比增长 15.1%，扣除移动终端销售后经营收入为 1915.72 亿元，同比增长 11.1%；净利润为 125.64 亿元，同比下降 8%；EBITDA(扣除 CDMA 网络容量租赁费前)为 731.26 亿元，同比增长 0.9%。

前三季度，中国电信经营收入为 2099.83 亿元，比 2011 年同期增长 15.1%。其中移动终端销售收入为人民币 184.11 亿元，比 2011 年同期增长 82.5%。扣除移动终端销售的经营收入为 1915.72 亿元，比 2011 年同期增长 11.1%。股东应占利润为 125.64 亿元，比 2011 年同期下降 8.0%，EBITDA (扣除 CDMA 网络容量租赁费前) 为 731.26 亿元，比 2011 年同期上升 0.9%。EBITDA 率 (EBITDA 除以不含移动终端销售的经营收入) 为 38.2%，比 2011 年同期下降 3.8%。

中国电信表示，利润下降主要受到以下因素影响：1) 移动终端销售成本相应大幅增加，促使其他经营费用比 2011 年同期大幅上升；2) 移动服务收入的快速增长使 CDMA 网络容量租赁费大幅提升，导致网络运营及支撑成本的增幅高于收入增幅；3) iPhone 营销投入较高。但中国电信预计在 iPhone 上的投入将对公司的长期持续增长和价值创造将发挥重要的促进作用。

用户数方面，前三季度，中国电信移动用户数达 1.53 亿户，其中 3G 移动用户数达 5972 万户。前三季度移动用户净增 2615 万户，平均每月每户移动服务收入 (ARPU) 约为 52.7 元。

前三季度，中国电信固网本地电话用户数减少 363 万户。固网宽带用户数达 8696 万户，净增 1015 万户。来源：2012-10-29 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信基地改制结果：手机视频业务率先赢利

自 2012 年年初开始八大产品基地的改制以来，中国电信这一号称“互联网化”的改革备受关注，而最新的信息显示，通过两年多时间的运营，八大基地之一的天翼视讯公司用户已达到 7000 万，率先实现盈利，完成首轮私募后，公司估值 19 亿元人民币。

八大产品基地前所未有的改制

10 月 29 日下午，位于上海金桥的中国电信旗下天翼视讯传媒公司的办公楼外飘起来了小雨，屋内到处悬挂的电视屏幕及播出的节目却显得工作气氛浓烈。一年多前，这里并不叫公司，而是叫中国电信视讯运营中心，“天翼视讯”是这个基地的产品平台名称，而眼下成了这个公司的名字。

“这就是改制的结果”，天翼视讯传媒公司总经理康剑介绍说，他原本是中国电信上海公司的中层干部，最初带了 20 名下属来创办这个基地，这些原本都是上海电信正式编制的员工如今与康剑一起，直接与天翼视讯传媒公司签署工作合同，相当于脱离中国电信的体制。

这是因为 2011 年 3 月，天翼视讯运营中心已由上海电信管理变成吸收了外来资本的天翼视讯传媒有限公司。

这可能不是简单的变革。股权上，天翼视讯传媒有限公司已完成首轮私募，公司估值 19 亿，出让 20% 股权，融资总额达 3.8 亿。

而体制上，天翼视讯公司员工无论原来是电信编制，还是外部招聘，目前全部与天翼视讯公司签约，人事关系与上海电信脱钩，完全实行了市场化和社会化运营。

而管理机制上，之前包括天翼视讯运营中心在内的八个基地都向中国电信集团创新部和各省公司双重汇报工作，而中国电信创新部和各省公司每年会对八个基地进行不同数额的运营经费拨款，并要求每个基地不定期汇报费用申请和用途，这不仅加大了中国电信的成本支出，同时层层审批的企业机制，也在很大程度上耽误了产品推进和营销的最佳时机。

用户增至 7000 万

“现在公司已经有 400 名员工了，我们的办公楼有 7000 平米，但人员增长太快，这里都快坐不下了”，康剑的话显示了天翼视讯运营中心的增长速度。

天翼视讯作为中国电信旗下唯一的全国视讯业务运营平台，业务涵盖手机、PC、PAD 等跨屏终端。这实际上就是移动互联网领域，与中国电信原有业务没有太大关系。

在过去的 2011 年中，中国在线视频市场规模达到 62.7 亿，年同比增长 99.9%。而实际上，在这个光鲜的数字背后，视频行业竞争变得前所未有的激烈。从各个视频网站企业的“抱团取暖”，到土豆退市、优酷收购，互联网视频行业梯队正在逐步形成，行业内部的竞争正在变得越来越残酷。

不过，现在，天翼视讯用户数从最初 10 万一跃发展至 7000 余万，1 至 9 月累计拉动流量超 1100T，已经成为中国最大的付费视频服务平台之一。

天翼视讯副总经理蔡利民说，“天翼视讯平台具备两个优势。第一是内容聚合，因为合作分成的商业模式吸引了很多伙伴合作，如优酷、乐视、奇艺等，这就决定了平台在内容数量上、质量上已远远超过传统视频网站。其次，在收费便利上，中国电信自有的平台结算由于第三方的支付。所以，以上两个优势是平台能够生存且快速发展的重要因素。”

培养用户付费观看视频的商业模式

“我们基本都是收费模式”，天翼视讯传媒公司总经理康剑如此透露。他认为，这也是天翼视讯的成功原因之一。

要做出这个创举不容易。在商业模式上，绝大多数国内视频网站都是免费看视频模式，即便上千万买来的电视剧也由用户免费下载观看。

但康剑认为，这不足取，因为居高不下的运营成本使大多视频网站无力无法承受市场化经营的竞争态势，“免费+广告”的商业模式必被彻底打破。因此，中国电信的视频业务基本都是收费的，只是有些电视剧或节目最低只要1元，有些甚至包月，价格并不贵。

“价格可以不贵，但必须收费”，康剑认为借助运营商的通道，应该走“正版+收费”的媒体经营模式，使视频业务走出依赖单一的广告收入，实现了用户付费观看的商业模式。这种运营模式主要是采用点播收费，然后与内容合作伙伴进行收入分成。

而2012年天翼视讯的收入可能将增到10亿元，这显示经过近三年发展，已经逐步培养起用户付费观看的习惯，并证明了用户是愿意为其所喜欢的内容付费的。

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

打造互联网基因

对于改革的变化，天翼视讯副总经理蔡利民认为，整个公司已经像一个互联网公司，“天翼视讯主要是依托中国电信领先的智能化网络，努力打造网络视频综合服务平台，成为互联网视讯内容应用的重要参与者”。

不仅是人事、业务，在融资方面天翼视讯也已走出关键一步。2012年6月，天翼视讯完成首轮私募，公司估值19亿，此次出让20%股权，融资总额达3.8亿。多元化股权的引入打破了中国电信100%控股的格局。

康剑认为，这一方面增强了企业的抗风险能力，另一方面有效提升企业经营管理决策的科学化水平。通过私募，天翼视讯市场化运作步伐进一步加快，以便迎接互联网市场的激烈竞争。

“天翼视讯已经成为中国最大的付费视频服务平台之一，移动视频业务也已经率先实现盈利”，康剑认为在天翼视讯自身的血液中已成功植入了互联网基因。
来源：2012-10-30 新浪科技

[返回目录](#)

中国电信9月新增3G用户数破300万 累计达5972万户

中国电信今天发布9月份运营数据，当月新增3G用户首超300万，达328万户，累计3G用户数5972万户。

9 月份中国电信新增 CDMA 用户 320 万户，累计用户总数 1.5262 亿户，本月中国电信原有 2G 用户继续向 3G 用户转移。

固网业务方面，中国电信当月新增宽带用户 120 万户，累计 8696 万户；本地电话用户流失 51 万，累计用户数 1.6596 亿户。来源：2012-10-29 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

联通更换思科设备：中国运营商开始重视安全

继美国因“安全质疑”封杀华为、中兴后，国内通讯运营商也开始加强保护网络安全。

昨日（10 月 25 日），《每日经济新闻》记者获悉，中国联通近日已经完成对“China169”骨干网江苏无锡节点的核心集群路由器的搬迁工程，而此次被搬迁的正是思科路由器 CRS。

对此，有业内人士指出，思科的产品漏洞及后门问题，正是引发运营商担忧甚至更换其设备的主要原因。

思科存安全隐患

据了解，中国电信 163 和中国联通 169 是中国最重要的两个骨干网络，两者承担着中国互联网 80% 以上的流量。

资料显示，思科目前在中国骨干网拥有超高的市场份额，其占据着中国电信 163 骨干网 70% 以上的份额，同时还把持着其所有的超级节点和绝大部分的普通核心节点；思科占据中国联通 169 骨干网的份额更是达到了 80% 以上，把持着所有的超级核心节点、国际交换节点、国际汇聚节点和互联互通节点。

近日，中国联通完成了“China169”骨干网江苏无锡节点的核心集群路由器的搬迁工程，这也是通信业界首个思科 CRS 集群路由器的搬迁工程。

事实上，随着互联网技术的不断发展，网络安全已经日益成为运营商关注的焦点。此前，思科爆出的安全漏洞曾引发运营商的普遍忧虑。

据外媒报道，一位名叫迈克尔－莱恩 (MichaelLynn) 的 ISS 公司分析师公布思科路由器存在安全漏洞。

莱恩公布了思科路由器互联网网络操作系统 (IOS) 中的一处漏洞，并详细描述了通过该漏洞控制路由器的步骤。他指出，思科的 IOS 和微软的 WindowsXP 一样，都存在着各种各样的漏洞。莱恩发现了一种关闭思科路由器的方法，可以使路由器无法重新启动。“因为只要有人攻击了路由器，他就可以控制整个网络。”他说。

此前，思科还发生过 IOS 源码失窃事件，外界怀疑黑客们会制造出一些破坏力极强的蠕虫，从而导致路由器不能正常工作。

本月 19 日，在一起影响百万用户的网络故障发生后，英国第二大电信运营商 02 决定换掉部分关键网络设备。这已经是过去几个月中，02 经历的第二次网络故障。02 首席运营官 McManus 表示：“我们会投资 1000 万英镑解决这一问题，计划未来每天都会投入 150 万英镑来建设、完善我们的网络。”

对于思科设备的安全问题，网络安全专家方滨兴表示，连在网络上的设备，如果留有“后门”就会有风险，因为“后门”可以自动获取网络设备中的信息，并发送给后台，微软操作系统的“自动更新”功能就是通过“后门”程序来实现的。

专家呼吁应对安全问题

2011 年，思科全球总收入 400 亿美元，其中 16 亿美元来自中国。虽然思科在中国的收入仅有其总收入的 4% 左右，但中国市场却向思科贡献了其整体利润的 30%，紧追美国本土市场。

据了解，目前思科的网络设备广泛用于我国电信运营商的骨干网、金融、政府、铁路、民航、医疗、军警等要害部门。

“思科是目前全球网络设备主要厂商之一，掌握着核心技术。中国的骨干网的接入设备大部分采用的是思科的设备，一旦发生安全问题，中国的信息网络会全面瘫痪，后果不可小视。”信息安全专家潘柱廷表示。

对此，博客中国创始人方兴东向《每日经济新闻》记者表示：“我国现网中有很多国外的设备，比如中国联通、中国电信大部分都是思科的设备。出现这种情况是有历史原因的，由于早期我国通信技术相对落后，很难支撑当时的大型网络运维，所以只能采用国外设备。”

“未来的战争很大程度取决于网络通信的安全性，因此我国现网中存在的国外产品带来的潜在安全威胁，是政府相关部门和运营商应亟需考虑的问题。政府及企业应当考虑：为网络安全立法、更替现有网络设备及对现有网络进行安全审查等，这些都是可行的方法。这次联通对思科设备的搬迁，说明国内运营商正在加强对安全问题的重视，虽然只是一个节点，但也是一个开始。”他说。

他同时指出，目前我国通信技术水平已经达到了世界水准，有些技术甚至实现了领先，本土企业已经有能力承载网络的全面运维。来源：2012-10-26 每日经济新闻

[返回目录](#)

中国联通前三季度净利润 54.5 亿元 同比增长 30%

中国联通今日公布前三季度业绩。报告显示，中国联通前三季度营收 1851.9 亿元，同比增长 18.8%；净利润 54.5 亿元，同比增长 29.9%。

收入

数据显示，2012 年前三季度，中国联通营业收入 1851.9 亿元，同比增长 18.8%，其中服务收入为 1561.9 亿元，同比增长 13.3%。

前三季度，中国联通移动营业收入 1220.7 亿元，其中服务收入为 931.1 亿元，比上年同期增长 22.7%。移动增值服务收入为 380.9 亿元，所占移动服务收入比重由上年同期的 36.0% 上升至 40.9%。移动用户累计净增 2982.7 万户，达到 22948.7 万户。移动业务平均每用户每月收入 (ARPU) 为 48.3 元。

3G 业务收入 427.2 亿元，所占移动服务收入的比重由上年同期的 29.2% 上升至 45.9%，累计净增用户 2684.4 万户，达到 6686.3 万户，ARPU 为 89.1 元，3G 手机用户平均每用户每月数据流量为 143.4MB。

GSM 业务收入 503.9 亿元，比上年同期下降 6.2%，累计净增用户 298.3 万户，达到 1.62624 亿户，ARPU 为 34.8 元。

固网营业收入 624.8 亿元，其中固网服务收入为 624.3 亿元，比上年同期增长 1.9%，固网非语音业务收入为 433.5 亿元，所占固网服务收入比重由上年同期的 63.0% 上升至 69.4%。

宽带服务收入为 293.9 亿元，比上年同期增长 12.6%，所占固网服务收入比重由上年同期的 42.6% 上升至 47.1%，累计净增用户 700.0 万户，达到 6265.1 万户，ARPU 为 55.1 元。

本地电话服务收入为 223.8 亿元，比上年同期下降 14.3%，本地电话用户累计流失 23.0 万户，达到 9262.1 万户，ARPU 为 23.0 元。

成本费用

2012 年前三季度，中国联通共发生成本费用 1779.3 亿元，比上年同期增长 18.3%。其中网络资产折旧及摊销为 455.0 亿元，比上年同期增加 24.7 亿元，增长 5.7%。网络、营运及支撑成本为 240.7 亿元，比上年同期增加 25.5 亿元，增长 11.8%。

销售费用为 253.8 亿元，比上年同期增加 47.4 亿元，增长 23.0%。

销售通信产品成本为 337.8 亿元，比上年同期增长 48.4%，同期销售通信产品收入为 290.0 亿元，同比增长 60.0%，销售亏损为 47.8 亿元，其中 3G 手机补贴成本为 46.4 亿元。

网间结算成本为 139.5 亿元，比上年同期增加 19.8 亿元，增长 16.5%。

财务费用(抵减利息收入)为 28.1 亿元,比上年同期增加 19.8 亿元,增长 240.2%。

员工薪酬及福利开支为 210.6 亿元,比上年同期增加 16.3 亿元,增长 8.4%。

盈利情况

2012 年前三季度,中国联通实现税前利润 72.6 亿元,净利润人民币 54.5 亿元,比上年同期增长 29.9%,每股基本盈利为 0.231 元。EBITDA 为 547.8 亿元,比上年同期增长 12.7%,EBITDA 占服务收入的百分比为 35.1%。来源:2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

联通称运营商从物联网获益太少:2016 年将爆发

出席第三届中国国际物联网大会时,中国联通物联网办公室主任马彦感叹,尽管物联网终端出货量每年有 30%复合增长率,但物联网产业规模大部分是 IT 制造业,电信运营商只有 3%-5%左右的份额,他认为,未来 M2M 才是运营商在物联网领域的大增长点,目前联通在做 M2M 标准规范,预计中国物联网大发展在 2016 年左右。

运营商在物联网产业的实际份额

自 3 年前我国提出发展物联网产业以来,一直受到业界高度关注,其热度一度与 3G 并列。

根据工信部的一个材料中称,据不完全统计,我国 2010 年物联网市场规模就已接近 2000 亿元。其中,产业发展初具基础。无线射频识别(RFID)产业市场规模超过 100 亿元,相对成熟。另外,全国有 1600 多家企事业单位从事传感器的研制、生产和应用,年产量达 24 亿只,市场规模超过 900 亿元,其中,微机电系统(MEMS)传感器市场规模超过 150 亿元。

这个被誉为“下一个信息产业金矿”的领域给人们以无限遐想,以至于中科院、三大运营商等都齐聚我国物联网产业最大基地无锡,建立了物联网研究院。不过,知情人士透露,虽然物联网产业听起来大得吓人,但实际上三大运营商在无锡设立的物联网研究院每家也只有几十人,虽然名为“研究院”,却与一个研究所的规模差不多,还没有三大运营商在一些省的设计院或规划院的规模大。

对此,中国联通物联网办公室主任马彦也坦承,目前物联网这个产业规模大部分属于 IT 制造业,对于电信运营企业来讲,只占了 3%-5%左右的份额。

物联网大爆发预计在 2016 年

不过，马彦也认为，目前在中国物联网市场上虽然电信运营商的收入只占一个非常小的比例，但仍然在高速的增长。

“就中国物联网市场规模而言，我们预测到 2020 年，中国物联网终端市场规模可超过 35-40 亿。根据目前的发展形势看，我们认为物联网有一个大的跳跃性发展，尤其是在 2016 年左右，这种形势的到来更为可能”，马彦如此说。

他认为，这主要是由于国内扶持物联网发展的政策环境逐步细化丰富。经过几年的战略部署与规划，我国已初步完成物联网产业技术研究基地建设，同时也逐步实现物联网区域规划发展蓝图构想。

对于物联网应用在哪些领域，马彦说，“从国外来看，以及国内使用上来看，仍然是集中在交通、物流、智能家居和智能医疗上。这四大领域，应该说占到了整个市场份额 80%以上的比例”。

中国科学院微电子研究所所长、中国物联网研究发展中心主任叶甜春则表示：全球物联网都还是处于初级阶段，物联网尽管在智能家居、智能交通等领域都有了一定突破，但还没有大规模进入消费领域，百姓日常生活中的真正物联网特征还没有显示出来。

叶甜春预计：2010 年之前是概念阶段；2010 年到 2015 年是物联网的初始阶段；2015 年到 2020 年进半智能化传感网阶段，举个例子，智能医疗网络将会越来越综合，从一个医院到一个地区，再到一个省甚至到全国，整个智能医疗系统会建立起来，从而大大方便人们生活；第四阶段是 2020 年后，产业整合进入新阶段，物联网实现和生活的充分融合。

转型发展 M2M 至关重要

在整个产业链中，运营商如何发展物联网，业界一直争论不休。中国联通物联网办公室主任马彦提出了一个全新的看法，他认为，“在 2012 年以前，绝大多数的物联网都是以 IT 为核心的，即传统信息化形式的物联网。而联通下一步要重点关注的就是以 M2M 为核心的物联网”。

M2M 技术就是机器设备之间的连网和通信能力。之前，人与人之间的沟通很多也是通过机器实现的，例如通过手机、电话、电脑、传真机等机器设备。而 M2M 则是专为机器和机器之间建立通信而设计的。

为何物联网技术要如此转变呢？马彦指出，传统信息化形式的物联网比较大的特征就是运营商只是提供一个管道，加上集成服务。很多工作都是在独立的垂直系统内完成的，这样就带来了定制的个性化服务，很难去复制，也很难规模化，带来的问题就是未来的售后服务也非常高。而以 M2M 为核心的物联网是以 CT 为核心，可进行智能管理，这样更容易发挥效益。

M2M 是刚刚兴起的物联网产业，中国运营商和产业界需要提升和改变观念，目前国外 BeechamResearch 的统计数据显示，2009 年全球 M2M 终端规模为 9926 万个，年增长率近 70%。着眼于 M2M 的巨大市场潜力，全球运营商都已开始积极推动 M2M 业务的发展。据统计，2009 年全球 M2M 运营商业收入约为 15 亿美元。

马彦还透露，联通正在做 M2M 的物联网标准规范，将向制造业推广，让他们做设备

如果率先研发转型的话，那中国联通在物联网的后续发展中将占据先机，因为看看国际市场上 M2M 的市场预测就知道这一前景。据经合组织 (OECD) 此前公布的数据称，全球独立运营的 M2M 通信设备预计到 2020 年将达到目前的 10 倍。来源：2012-10-29 新浪科技

[返回目录](#)

联通将推移动互联新平台 广东试点用户已 500 万

在移动互联网领域，中国联通将通过广东联通发布一项新战略——W0+分享聚合分发平台，该平台可对 3G 用户的喜好习惯精准分析，对 3G 流量经营有重要帮助。

据了解，2011 年 12 月 8 日，中国联通面向业界和全社会发布了“W0+开放体系”，宣布从产品聚合能力、能力共享、渠道能力、智能管道等四大方面开放能力投入移动互联网产业合作。12 月 15 日，广东联通宣布推出四大开放平台，打造移动互联网产业链，并正式推出 W0+分享聚合分发平台。该平台在 2011 年 6 月就已试水运营，至今使用用户已突破 500 万，月活跃用户超百万。

广东联通负责人介绍，本次广东联通 W0+分享聚合分发平台是一种模式的创新，是运营商进军移动互联网进行产业变革的探索。不是简单的产品能力的开发，而是将运营和渠道相结合的深度开放，可以通过对用户的行为轨迹和喜好、内容运营标签进行精准分析，实现用户与内容的匹配，促进 3G 流量的增长。据悉，这种 W0+分享聚合分发平台将为产业的开发者和 CP 提供更加完善的服务、支撑和运营能力。来源：2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

中联通新流量包主打融合牌 刺激 2G 用户向 3G 迁移

近日，中国联通同时面向 2G 和 3G 用户推出 3G 流量包。在 2G 用户向 3G 加速迁移的背景下，运营商开始围绕 2G\3G 融合发展做文章。尽管 2G 资费价格战

仍是厮杀的主战场，但运营商醉翁之意不在酒，借助 2G\3G 各自优势，为 3G 蓄势和培养用户习惯成为其冲刺用户规模的手段。

专家指出，苹果、安卓等智能手机的发展激发了消费者更广阔的上网需求，运营商通过调整资费套餐，以便满足消费者需求，进而赢取市场份额。资费套餐变革反映了运营商满足消费者对定价简单、上网流量大套餐需求的战略调整。不过归根到底，运营商探路流量经营须尽快告别流量的粗放经营阶段，通过流量精细化经营，迅速进入流量促收入、收入促流量的正向反馈阶段。

联通新流量包主打 2G\3G 融合牌

随着智能手机的发展，用户对流量的需求激增。中国工程院院士邬贺铨近日表示，我国过去 18 个月移动互联网流量增加了 10 倍，占全球互联网流量的 10%；预计 2016 年智能手机平均每月产生 2.6GB 流量。

在此背景下，为吸引用户转网，加快自身业务结构调整，自 2012 年上半年以来，运营商围绕语音、流量资费展开一系列厮杀。4 月份，中国联通部分省市公司推出的语音“随意打”套餐，开启运营商资费价格战。此后运营商将战火延伸到数据流量，针对闲时资源，广东联通推出 2G 流量闲时特惠包“随意玩”，浙江移动随后跟进，其优惠包覆盖范围包含 2G 和 3G 用户；中国电信则针对校园用户推出 19 元 3G 卡，并赠送 1G 流量和千元话费；中国移动则升级全球通统一套餐，增加了最高 3000M 流量的多个上网套餐，套外流量资费下调 50%。在套餐设计上，运营商过去以“通话时长+短信为主”的套餐逐渐演变为现在的“流量+通话时长+少量短/彩信”为主的套餐。

事实上，价格战也确实拉动了用户数增长。数据显示，凭着超便宜月费和千元智能机，联通成为价格战的赢家，带动其中期纯利大增逾三成。

与以往分别主打低价 2G 或 3G 资费不同，中国联通此次推出的 3G 流量包同时面向 2G 用户和 3G 用户，使 2G 和 3G 业务相叠加。据了解，新的“3G 流量包”产品针对 2G 用户推出了“3G 省内流量包”，而针对在网六个月以上的 3G 老用户则推出了“3G 国内流量包”。其中，“3G 省内流量包”设置了三档套餐，分别是 10 元包 100MB 流量；20 元包 300MB 流量和 30 元包 500MB 流量。超出套餐流量部分的资费将以 1 元/MB 进行计费。2G 用户只需按照自身情况定制相应的流量包就可自动开通沃 3G 网络服务。

刺激 2G 用户向 3G 迁移，冲刺用户规模

年关将近，运营商开始冲刺用户规模。中国联通推出的新流量包意味着其将从 2G、3G 各自发展，过渡到 2G 与 3G 融合发展阶段，进而推动用户和收入双增长。

一方面，中联通可借此增强 3G 用户粘性，提升收入。对于 3G 用户而言，选择适合自己的流量包，即可实现不更换套餐就增加上网流量，大大节省了费用。对于联通而言，也增加了与其他运营商流量套餐的价格比较优势。有机构预计，该业务的潜在用户数在 5000 万左右，假设流量包业务提升 10 元 ARPU 值，按在网 12 个月计算，根据用户数的不同，3G 流量包有望给公司 3G 业务增收 12 亿-60 亿元。

另一方面，刺激 2G 向 3G 规模迁徙。随着智能手机的普及和移动应用的丰富，流量资费优惠成为吸引用户的杀手锏。截至 8 月，我国 2G 用户仍有 8.8 亿户，而流量资费仍是阻碍 2G 用户向 3G 迁移的重要因素。艾媒咨询董事长张毅表示，众多的流量优惠资费政策都是在为引导流量市场的全面激活做准备，运营商的单位流量资费的下滑将会成为趋势，这对消费者来说无疑是一种利好。而联通流量包使 2G 用户不需要换号就能享受到 3G 高速数据服务，大大便利了用户转网。

此外，有分析认为，2G\3G 融合定价的模式也提供了未来不定向 3G 流量的基本定价，有利于推出定向应用的流量包。

如何平衡成本与规模成运营商两难

中金公司分析认为，中国电信 9 月推出预付话费的 3G 套餐卡，以及中国联通此番推出新 3G 流量叠加包，表明运营商已针对大众市场开战。不过，价格战带来的成本，以及国内运营市场不断酝酿的变局都对中联通造成压力。

以价格战为手段拼用户首先带来的是成本的激增。业内人士分析，由于 2G 用户向 3G 迁移仍需一段时间，而中国联通 3G 业务网络建设成本、销售支出以及折旧，尤其是 3G 终端补贴费用增长较快，盈利存在一定风险，资金缺口较大，这使中国联通不得不向资本市场寻求支持。

近期，联通不断通过发行短期融资券缓解资金压力。2011 年，中国联通共发行了七期融资券，共募集资金 620 亿元。近日，中国联合网络通信(香港)股份有限公司发布公告，旗下全资附属公司中国联合网络通信有限公司将发行 230 亿元短期融资券，以偿还银行贷款及弥补运营资金。公告称，中国联通将于 10 月 23 日发行第二期 150 亿元短期融资券，同时将于 10 月 24 日发行第三期 80 亿元短期融资券。中国联通在说明书中表示，为扩大网络覆盖范围，提高网络运行质量，未来将持续在移动网络、宽带及数据网络、传送网等项目上加大投入，这将使公司在未来一段时间面临一定的资本支出压力。

另一方面，中移动 4G 攻势对刚刚尝到 3G 甜头的联通无疑是致命威胁。尽管 4G 产业链尚处于起步阶段，但在中移动不断扩大的网络覆盖和不断强化的宣传攻势下，其描画的 4G 蓝图无疑对于稳固中移动庞大的 2G 用户阵营，减少对手挖角的可能性大有裨益。

为稳固用户，联通近日曝光了 4G 频谱规划，意图稳定用户群体。据报道，中国联通将获得的 4G 牌照为 FDD-LTE，而使用的 4G 频率将可与 3G 共用，这样将有利于联通 3G 向 4G 平滑过渡。

如何在用户规模和成本之间寻求平衡考验着运营商智慧。归根到底，网络质量是用户体验的保障，更是运营商流量经营的基石，而丰富的应用、针对性的服务，以及更加多样化的套餐设计是提升用户黏性的重要砝码。运营商须尽快告别流量的粗放经营阶段，通过流量精细化经营，迅速进入流量促收入、收入促流量的正向反馈阶段。来源：2012-10-29 通信信息报

[返回目录](#)

联通新增 3G 用户创单月新高 挖掘 ARPU 成盈利关键

中国联通近日发布的 9 月份运营数据引发关注。数据显示，在保持了 6 月份以来用户猛增的势头下，联通 9 月份新增 3G 上客量 317.7 万户，累计用户数达到了 6686.3 万户，逐步收窄其与中移动的 3G 用户数差距，或利好联通后市发展。

当下随着政府已经决定将 2.6GHz 频段的 190MHz 频率资源全部规划为的 TDD 频谱消息传开，中国运营业已开始 3G 向 4G 迁徙的脚步，在此过程中，运营商之间的竞争无疑会迎来新的高潮。但是，中国联通在 3G 前期的巨大投资尚未收回，在运营 2G/3G/4G 多网共存的格局中，想要维持 3G 高增长，使之步入良性发展轨道，还需要稳扎稳打，在提升企业盈利能力上下功夫。

创新高：用户增长企稳

近日，中国联通公布了其 9 月份运营成绩，数据显示，9 月份中国联通 3G 用户增长 317.7 万户，总量达 6686.3 万户。值得关注的是，3G 新增 317.7 万户创下中国联通 2012 年以来单月的最高增幅。中国联通 3G 规模效应正逐渐展现出来。

自六月份中国联通 3G 单月重回 300 万的高位达到 302.6 万户之后；7 月份 3G 新增用户数发展得到巩固并进一步突破，达 308.7 万；8 月份虽稍有回落，但依旧保持在 300 万户以上，达到 306.9 万；而此次公布的 9 月份数据一举打破 310 万的关卡，实现新增 317.7 万户的新高。可以说，从近几个月的表现来看，中国联通整体展现出平稳波动，稳中有升的上行发展态势。在当下运营业发展的大环境下，中国联通 3G 用户高位增长企稳，这对于市场竞争是个利好消息。

但尽管联通 9 月份的数据漂亮，可与全年的发展目标相比却依旧稍显不足。早在 2012 年 5 月 10 日，中国联通副总经理邵广禄在出席 2012 年全球移动互联网大会时就透露，中国联通计划 2012 年新增 5000 万 3G 用户，预计到年底其 3G

用户总数将超过 9000 万户。如果按现在的发展速度来看而言，到年底中国联通 3G 总用户数想要达到 8000 万都稍显吃力，若要达到预计的 9000 万目标更是难度很大，因此联通在接下来所剩的 3 个月要如何冲刺全年达到 9000 万的目标值得期待。

挖掘潜力：打出组合拳

在中国移动急于通过 4G 摆脱 3G 发展尴尬的大背景下，中国联通所拥有的 3G 技术优势无疑得到了最大发挥。联通目前的 3G 用户占比 2G 用户仅约为 39%，巨大的提升空间加上 3G 牌照优势是其他运营商所无法比拟的。而联通也逐渐把握住这种优势，在整个 3G 用户市场中，采取各种方式扩大 3G 用户数量递增的趋势。

首先，在刺激 2G 转 3G 的进程中联通推出了不同的营销举措，最近推出的 3G 数据套餐计划中，每月 100MB 价格为 10 元人民币、300MB 价格为 20 元人民币、500MB 价格为 30 元人民币，通过数据套餐吸引眼球，对刺激 2G 转 3G 无疑具有了重要意义；其次，就新增 3G 用户本身的角度上出发，联通不仅仅降低了 3G 用户的入网门槛，而且从 10 月 18 日开始，中国联通在全国范围内开展以“全民 3G，尽享高速网络”为主题的 3G 普及风暴，推出全新的“3G 流量包”，提高和扩大了用户上网体验，借助 3G 网络服务的全民普及化来直接吸引 3G 用户；再次，盘活 iPhone 在联通的营销战略体系中的拉动作用，该明星终端策略无疑对刺激用户增长具有重要作用。市场预期联通版 iPhone5 有望于第 4 季推出，借明星终端效应或能拉动用户在网，自 9 月底起，首批联通 iPhone4 合约机陆续到期，有消息称用户通过“续约原套餐”、“更换 iPhone 新合约套餐”以及“选择 3G 基本套餐 A/B/C 计划”，不需重新入网，仍然使用原号码，或平稳度过 iPhone5 国内上市“空窗期”。

业内人士预计，随着联通终端、套餐等一系列举措的组合拳，或可进一步刺激其下一阶段的上客量，并逐步收窄其与中移动的 3G 用户数差距。

盈利软肋：提升用户价值

但与中移动和中电信相比而言，中联通在运营盈利能力以及运营所需的现金流方面一直都处于相对的弱势，预计 2012 年的资本开支或高达 1000 亿元。中国联通重金打造的 3G 网络中，基建设施计划支出更是超过了 35%，达到 355 亿元。然而，运营业突出的特点之一就是建设周期长，资金占用量大，而对企业来说更严峻的是资金的回收期更长，业内专家估计中国联通要到 2012 年底才能实现盈利。

据了解，上半年联通净利润 11.55 亿，同比上升 32%，但这对于巨额的基础建造费而言只是杯水车薪。因此中国联通近日发布公告，宣布将于 10 月 23 日发

行 2012 年度第二期短期融资券，融资 150 亿元人民币，紧接着在 10 月 24 日发行 2012 年度第三期短期融资券，融资 80 亿元人民币。而在此前联通就曾于 7 月 11 日发行了 150 亿元人民币的 365 天期短期融资券。经过三期短期融资中国联通一共能够从资本市场募集资金 380 亿元。这有助于提升企业的现金流，但如果不能及时破解盈利软肋，长期可持续发展或成一道难题。

通过资本市场募集资金解决企业资金不足对于企业发展而言并不是长久之计，中国联通想要从根本上改变盈利软肋还需要不断挖掘中低端用户价值，提升用户 ARPU 值是其实实现增量增收的关键。因此，在大方向上，中联通要大力拓展 3G 业务规模，使 3G 用户发展的边际成本不断减小，利用已逐步显现出的 3G 规模效应，加快 2G 和 3G 的融合发展，扩大 HSPA+ 覆盖范围。在渠道方面，要更为积极寻找突破，和各个渠道商建立起战略合作关系；而在针对用户方面，制定对于不同人群有不同吸引力的 3G 方案，吸引用户更好的使用业务，培养用户数据业务消费习惯进而提升用户 ARPU。通过种种措施来破解盈利困局。

在中移动不断压缩 4G 进程时间窗的压力之下，中国联通更需要切实可行、适合各类消费群体的 3G 经营策略，敏锐地把握市场脉搏，从各个环节提升服务质量与用户价值，实现增量与增收齐头并进。来源：2012-10-29 通信信息报

[返回目录](#)

9 月份联通 3G 新增用户数蹊跷垫底 或缘于校园营销

在中国电信公布相关数据后，三大运营商 9 月份 3G 新增用户数全面曝光，令人大跌眼镜的是，原本在单月 3G 新增用户数上一直领先的中国联通突然在三大运营商中垫底，被中国移动和中国电信赶超，业内人士分析认为，这仍然缘于校园营销。

移动通信单月 3G 用户数超过联通

根据三大运营商公布的数据，9 月份中国电信新增 CDMA 用户 328 万户，中国移动在该月新增 345.5 万 3G 用户，联通 9 月份新增 3G 用户 317.7 万户。这样的话，9 月份联通 3G 用户数最少，中国移动最多，中国电信第二。

这是一个令人困惑的结果。之前的 2012 年前 8 个月，全部是联通每月 3G 用户数最多。比如 6 月份中国联通新增 3G 用户 302 万；中国移动该月新增 3G 用户 281.7 万户，中国电信该月 3G 用户新增 280 万。

又比如 7 月份中国联通新增 3G 用户 308.7 万，中国移动 3G 用户新增仅 190 万，与中国联通相差甚远，中国电信该月 3G 用户新增 285 万。

但9月份，中国移动和中国电信在3G新增用户上一举翻身，超过中国联通，这无疑让人吃惊。

9月份数据变化大

客观来说，中国联通9月份在新增3G用户上并不差。该月新增3G用户317.7万户，已经创下中国联通2012年以来单月的最高增幅。

中国联通自6月份3G新增用户达到302.6万户后，7月份3G新增用户数发展继续增至308.7万；8月份虽稍有回落，但依旧保持在300万户以上，达到306.9万；而9月份实现新增317.7万户的新高。可以说，中国联通的3G新增用户数整体平稳波动，稳中有升。

而中国移动则上下翻飞，2012年7月之前，中国移动3G用户数增长一直处于低谷，7月份时，中国移动3G用户新增仅190万。而更早的5月份，中国移动新增3G用户239万，自8月份开始似乎有了很大转变，中国移动该月新增3G用户316万，新增3G用户数自2011年11月之后再次突破300万。而9月份中国移动公布的新增3G用户数据则更高，远远超过上半年的数据。

中国电信之前也是平稳增长，只是到了9月份，其新增3G用户328万户才吓人一跳。

主要缘于校园营销

业内人士认为，无论是中国移动还是中国电信，都可能是受益于校园营销，大量的高校学生使用了这两家运营商的3G号。

校园营销历来是中国移动的强项，据悉，2012年高校开学后，中国移动在不少地方都向高校学生推荐3G手机及资费，这样的话，应该有不少学生用户成为中国移动3G用户。

同时，2012年中国电信也加强了校园营销，并且，与中国移动不同，中国电信在发展用户上几乎全部发展3G用户，因此，中国电信的3G用户在该月增长较快。

因此，9月份三大运营商的新增用户数据反映了中国联通在校园营销方面是弱项。来源：2012-10-30 新浪科技

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯公布前三季度业绩

中兴通讯今日宣布截至 2012 年 9 月 30 日止之三季度业绩。报告显示，中兴通讯前三季度营业收入为 607 亿元，同比增长 5%；净亏损 17 亿元，同比下降 259%。

产品方面，运营商网络收入同比下降 5.21%，主要是由于有线交换及接入产品、CDMA 系统设备销售下降所致；终端产品收入同比增长 15%，主要是由于 3G 手机销售增长及 GSM 手机、数据卡销售下降综合影响所致；电信软件系统、服务及其他类产品收入同比增长 23%，主要是由于视讯及网络终端产品销售增长所致。

来源：2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

中兴通讯首现财报危机 欲借手机子品牌翻身

中兴通讯第三季度财报的消息日前一经爆出，就引起了媒体以及证券分析师的关注。作为获得诸多机构的重仓配置——A 股科技板块的领头羊，中兴通讯这份上市 15 年来的首份亏损财报，似乎来得毫无征兆。

随着各大通讯板块上市公司 Q3 季报陆续发布，诺基亚 Q3 净亏损达 9.69 亿欧元(约合 79.18 亿人民币)；摩托罗拉移动 Q3 运营亏损 5.27 亿美元(约合 32.94 亿人民币)，通讯行业整体面临挑战，其影响波及相关产业链，甚至互联网行业，或亏损，或裁员，或盈利大幅下降，哀鸿遍野。

业内人士认为，系统设备的巨额亏损是致使中兴通讯巨亏的重要原因之一。这也符合中兴通讯内部人士的分析：“Q3 预亏受国际项目工程进度延迟以及国内运营商设备集采模式对公司收入确认的综合影响”。运营商设备产品受产业发展、运营商运营策略影响极大，且项目周期长，受汇兑、经济形势变化的影响极大。在设备产品毛利率方面，国内和非洲地区产品毛利率显著高于欧美地区，但是 2012 年以来国内运营商资本支出的压缩，尤其是设备投资不足的情况之下，严重影响到了中兴通讯前三季运营商设备的利润贡献度。

从投资机会上来说，中兴通讯终端业务仍然值得期待，尽管 Q3 季报巨亏，但是终端业务的账面利润缺非常喜人。移动终端产品属于快速电子消费品，对于中兴通讯的营收和全程利润管理更可控，构成更稳定。中兴通讯 2011 年的手机

出货量已经突破 8000 万部，据信 2012 年中兴智能手机出货量有望同比翻番。这说明终端产品的毛利率将继续是中兴通讯关注的方面。众所周知，终端产品毛利率的提升取决于成本的控制以及销售价格的提升。如果中兴通讯的手机出货量能够继续保持快速增长，应该能为中兴通讯在采购上加大谈判砝码，规模效应应该会在成本控制方面得以显现。但在销售价格上，中兴通讯以运营商渠道为主的渠道构成使得议价能力一直偏弱。提升品牌形象，并拓展新渠道是中兴通讯终端产品提升毛利的突破口。

据业内人士透露，中兴通讯旗下独立的手机子品牌已经开始浮出水面。危机之后，中兴手机子品牌能否完成逆袭？能否在更加个性化，更需要贴近消费者，更需要互联网思维，手机营销方式的 B2C 市场占得一席之地？据信，其子品牌已经筹划长达一年有余，而旗下的一款全新智能手机产品也已经启动半年之久。如果能够利用中兴通讯产业链控制能力和研发能力的优势；同时提升品牌运作能力，并重视、关注消费者需求，中兴手机子品牌值得期待。

总体来说，中兴通讯运营商设备收入增长主要来自国内运营商对 3G 设备扩容升级，以及光纤传输网络建设投资增速的上升。随着国内运营商设备投资的提升，产品营收和毛利率均有望提升。在终端业务方面，如果加大对手机 B2C 品牌的投入，长期应该有助于阻止智能手机毛利率的下降，甚至有助于毛利率的提升，对中兴通讯终端品牌形象、渠道调整、产品策略调整均有助益，值得期待。来源：2012-10-26 中华工商时报

[返回目录](#)

【 华为 】

华为推平价四核手机剑指小米

四核手机的价格越来越“亲民”了。昨天，华为公司发布“荣耀四核爱享版”智能机，将四核手机的价格降至 1888 元，矛头直指四核的小米 2，比后者要便宜 111 元。

作为华为终端 2012 年第四季度力推的重点产品，该公司此前吊足了“花粉”的胃口。据了解，该款手机 4.5 寸屏，搭载的是华为自家的海思四核 CPU。华为将从 11 月 1 日起启动网络预售，11 月 4 日起开始出货。而 10 月 30 日，同样四核的小米 2 将开始发售。另外对于众所关注的 WP8 版手机，华为终端董事长余承东(微博)表示，将于年内推出。来源：2012-10-30 北京晨报

[返回目录](#)

华为提议在澳大利亚建立网络安全评估中心

华为周三提出将在澳大利亚建立一个网络安全评估中心，以对重要基础设施项目所用的设备进行评估。

华为澳大利亚子公司董事长 John Lord 在堪培拉的全国新闻俱乐部 (National Press Club) 发表讲话时称，拟建的网络安全评估中心将有助于防止澳大利亚基建项目遭受网络攻击。

Lord 称，华为愿意提供了解整个软件源代码和设备的途径，不设置任何限制；在当前这种环境中，而且出于国家安全利益角度考虑，华为认为所有其他供应商都应遵守同样高的透明度标准。来源：2012-10-24 赛迪网

[返回目录](#)

华为N8300 助力英国Datastore 365 云备份运营平台

Datastore365 是英国的一家云备份服务供应商，其客户覆盖可口可乐，保时捷，惠普等业界顶尖企业客户，提供关键业务 7×24 小时的在线备份。

Datastore365 保存其客户大量的价值数据，如生产报表、保险记录、邮件等数据，需保证安全性和可靠存放。随着业务规模的不断扩大，Datastore365 现有存储系统在性能及容量上已无法满足需求，需要采购一套高性能存储设备，替换旧的存储系统。

Datastore365 使用 Asigra 云备份软件为其客户提供备份业务，其旧存储系统是将磁盘柜直接提供给云备份服务器使用。由于业务的快速增长，Datastore365 经常扩展其存储系统，而分布在两个数据中心的存储硬件设备来自不同的供应商，维护人员需要同时监控操作多个管理系统，管理难度高，维护成本居高不下。由于采用 DAS 方式进行存储扩展，造成了系统资源的浪费，性能也难以随业务扩展而线性扩展。主要需求如下：

- 云备份的业务特点为海量小文件读写，系统性能要求高
- 原有离散 DAS 方案管理成本及维护成本高，业务需要整合
- 云备份业务需 7X24 小时运行，业务中断会导致实时备份数据丢失
- 存储系统需有完备的容灾方案，防止备份数据丢失

同时，Datastore 365 的 IT 团队评估了多个供应商，试图找到一个符合自己的要求的存储产品，该产品不但需要有安全可靠、弹性扩容、高性能、易维护等特点，还需提供满足运营需求的可控成本，并能够按需购买。该存储设备上线后，将完全接管 Datastore365 现有的客户数据及业务，预计通过 3 个月的时间

完成数据从旧设备迁移到新系统，系统一上线即将面临数亿小文件的存取需求，未来也将随着业务的增长进行容量和性能的平滑扩容。

Datastore 365 对存储系统的基本要求是稳定可靠、性能良好、扩容方便、维护简易，华为公司为 Datastore 365 配置了两套 N8300 集群 NAS 存储系统，共计容量 144TB，所有用户的云备份数据通过前端云备份服务器集中存储到本地 N8300 上，同时配置远程复制功能，将本地 N8000 的数据定期复制到远端 N8300 上，实现数据的冗余保护。随着客户的业务量增加，对系统的扩展性提出很高的要求，而 N8000 可实现横向和纵向的在线扩展，满足客户业务的增长需求。

通过 N8300 的部署，可帮助客户实现了：

满足云备份业务性能需求

- N8000 卓越的小文件读写能力，性能达到原系统 3 倍
- 满足未来 2-3 年内的备份性能需求

数据集中存储，降低管理及维护成本

- 集中建设的存储系统平台，管理及维护成本显著降低

保证业务 7 × 24 小时连续运行

- 集群结构无单点故障，保证业务连续性
- 满足客户作为云备份提供商的业务连续性要求

特有容灾技术的低带宽需求，节约客户投资及保障数据安全

- 基于增量的远程复制技术，显著降低复制带宽，节约客户建设成本来源：

2012-10-26 通信世界网微博

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚完成 9.8 亿美元可转换债券发行

诺基亚今日宣布，已于本周二完成了 7.5 亿欧元(约合 9.8 亿美元)的高级无担保可转换债券的发行。

这些债券将于 2017 年到期，可转换成诺基亚普通股。诺基亚在一份声明中称：“将利用这笔收益有效地管理公司资本结构，解决即将到期的债务问题，同时保留当前的流动资产。此外，还将被用于企业的一般性开支。”

诺基亚 CFO 蒂姆·伊哈莫蒂拉(Timo Ihamuotila)称：“这是一次成功的发行，强化了公司的流动资产状况。”

业内分析师认为，发行可转换债券是一个明智之举。芬兰埃夫利银行 (Evli Bank) 分析师米科·埃尔瓦斯蒂 (Mikko Ervasti) 称：“这是诺基亚获得额外资助的低成本途径。”

美银美林、巴克莱、花旗和德银是此次债券发行的承销商，美银美林同时还是结算代理。来源：2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚出售Salo手机制造工厂部分物业

诺基亚计划将芬兰西南部 Salo 地区一间手机制造工厂的部分物业出售给制药公司 Orion。

诺基亚周四表示，这部分出售的资产包括生产厂房和仓库。诺基亚 6 月份曾表示，将不再在 Salo 地区的工厂生产产品，同时裁员 850 名。

为了抢回被苹果和三星夺走的市场份额，诺基亚在推出智能手机的同时，也在不断地增加现金储备。

诺基亚 Salo 手机工厂上世纪 90 年代曾是铸造诺基亚辉煌的中心，现在它也是诺基亚在西欧地区最后一家大型手机制造工厂。

Orion 计划明年在 Salo 新开设一家包装和物流中心，招聘约 100 名员工。来源：2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚推 199 美元Lumia手机：瞄准新兴市场

诺基亚周二推出了售价仅为 199 美元的 Lumia 510 手机，希望着眼新兴市场。

这款采用 Windows Phone 7.5 操作系统的手机搭载 4 英寸屏幕，有红、黄、蓝绿、白和黑多色可选。该产品将于下月开始在亚太和南美地区销售，首先进军印度和中国市场。与之形成鲜明对比的是，Lumia 920 的售价高达 599 欧元（约合 782 美元）。

诺基亚 10 月 18 日发布的财报显示，该公司已经连续第 6 个季度亏损，因此必须尽快从苹果 iPhone 和谷歌 Android 手中夺回失地，阻止市场份额的下滑。在北美和欧洲以外的新兴市场说服用户采用 Windows Phone 系统，将帮助诺基亚保持竞争力，并加大这些用户今后升级高价 Lumia 手机的概率。

“Lumia 510 的推出表明我们仍在履行自己的承诺：推出更新、更便宜的 Windows Phone 手机。”诺基亚智能手机业务主管乔·哈罗 (Jo Harlow) 说。

在 iPhone 和 Android 面市前，诺基亚控制着全球过半的智能手机销量。但该公司 2011 年却放弃了自主开发的塞班系统，转投 Windows Phone 阵营。搭载塞班系统的智能手机未能威胁苹果和谷歌的领导地位。而根据市场研究公司 Gartner 的数据，塞班 2012 年第二季度的全球智能手机市场份额为 2.7%，iPhone 和 Android 合并份额则高达 83%。

尽管诺基亚上季度仅卖出 290 万部 Lumia 手机和 7660 万部功能手机，环比增长 4.2%，但主要来自欧洲和北美以外的市场。亚太是诺基亚的最大市场，第三季度为诺基亚贡献了 31% 的收入，拉美和中国合并占比为 22%。

诺基亚曾经是全球第一大手机厂商，但现在已经被三星超越。来源：
2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

联想手机打造双赢战略

继在 PC 市场超过惠普首次摘得全球第一称号后，联想又着手于智能手机领域的战略布局。近日，联想表示，其手机业务很好地复制了联想 PC 的流程与模式，并希望通过销量与利润的“双丰收”，来实现对竞争对手的快速超越。

事实上，联想手机信心十足的表现不仅仅在 PC 模式的成功。数据显示，2012 年上半年以来，联想已连续多月雄踞国内手机品牌第二。同时，在运营商定制手机方面，2012 年 8 月，联想手机市场份额刷新历史纪录，以 14.7% 的占有率取得国内市场第一的宝座，并持续领跑国内移动互联市场。随着与三大运营商之间合作的不断深入，还将推动联想手机整体业务的良性发展。

对此，联想集团副总裁、运营业务总经理冯幸表示，在移动互联市场，销量就是硬道理，产品只有受到市场认可，才能在纷繁的市场竞争中立于不败之地。

在此前的“2012 中国国际信息通信展”上，联想携旗下多款定制智能终端亮相，并得到了业界的一致好评。国庆节后，联想又携手中国联通强势推出乐 Phone A800，这一产品也被联想视为下半年攻城拔寨的一大利器。

“乐 Phone A800 将音乐手机与智能手机的功能相融合，并以此为契机将联想定制智能手机引入特色化发展的新阶段。”冯幸说道。

记者了解到，该手机不仅具有 4.5 英寸 IPS 高清绚丽大屏，还符合大师级人体工程学的外观设计，再配上象牙白与深邃黑两种色彩方案。不难看出，联想在外观设计上颇费工夫。而在性能方面，1.2GHz 高速双核处理器不仅使联想乐

Phone A800 成为目前联想千元定制机中主频最高的一款机型，而且也是目前市场上同价位产品中鲜见的高配置机型。

值得注意的是，乐 Phone A800 采用了联想自主研发的“Smart Music”技术。其中的高科技纳米音控，具备超强吸声能力。同时，“Smart Sound”技术所带来的有效降低通话噪音功能，则让用户之间的沟通更加贴心。

据悉，2012 年下半年，联想还将陆续推出多款高智能双核手机，以此来巩固其在国内智能手机市场上的地位，并进一步扩大利润空间。冯幸表示，联想产品的不断升级无外乎来源于两方面原因，一方面是联想不断加深产品研发力度的结果，另一方面是联想持续专注特色化系统升级的成果。

此外，联想通过加深与国内三大运营商的合作，提供满足运营商市场需求的终端产品，利用运营商的扶持政策和联想的品牌效应积极开拓市场，最终实现在市场份额与利润空间上的“双丰收”。来源：2012-10-24 北京商报微博

[返回目录](#)

爱立信全球服务中心在中国新设西安分部

昨日，爱立信公司全球服务中心在中国西安设立分部，该分部包括爱立信在东亚首次建立的全球网络运营中心和全球标准化服务中心。

爱立信方面介绍，自此，爱立信位于中国、印度、墨西哥和罗马尼亚的全球服务中心 (GSC) 都已附设全球网络运营中心 (GNOC)。

目前，爱立信通过四大全球服务中心 (GSC) 为运营商客户提供服务；其中，中国的全球服务中心在北京、武汉、广州和大连设有分部。

爱立信东北亚区总裁马志鸿 (Mats H Olsson) 表示：“全球集中式的服务将为我们提升效率与质量。此次爱立信全球服务中心在中国新设西安分部不仅将为我们拓展在本地区的网络运营能力，还将进一步提升我们的全球标准化服务实力。”来源：2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

摩托罗拉系统第三财季净利润 2.06 亿美元

摩托罗拉系统公司 (Motorola Solutions) 今日发布了 2012 财年第三季度财报，受政府开支推动，第三财季业绩超出了预期。

第三财季，摩托罗拉系统公司营收为 22 亿美元，同比增长 3%。来自政府业务的营收同比增长 12%。净利润为 2.06 亿美元，每股摊薄收益 72 美分。而上年同期净利润为 1.28 亿美元，每股摊薄收益 38 美分。

排除特定开支，摩托罗拉系统公司每股摊薄收益 84 美分。相比之下，汤森路透所调查分析师预计，营收为 21.5 亿美元，每股摊薄收益 73 美分。

摩托罗拉系统预计，第四财季营收将增长 6%至 7%，每股摊薄收益将达到 98 美分至 1.03 美元。而汤森路透所调查分析师预计，每股摊薄收益将达到 1.02 美元。

对于整个 2012 财年，摩托罗拉系统预计营收将增长 6%至 6.5%，高于此前预期的 5%至 6%，这在一定程度上得益于对 Psion 的并购。

摩托罗拉系统 2012 年 6 月曾宣布，将以 2 亿美元现金收购英国移动计算公司 Psion，从而拓展公司的行业客户。业内分析师认为，此举将推动摩托罗拉系统欧洲业务增长。来源：2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

LG电子第三季度扭亏为盈 受益手机业务增长

韩国 LG 电子今日发布第三季度财务报告，财报显示，由于手机业务意外转为盈利，LG 电子第三季度扭亏为盈在第三季扭亏为盈，营业利润为 2210 亿韩元（约合 2 亿美元），上年同期为亏损 320 亿韩元。

路透走访的 13 位分析师原预期为盈利 1720 亿韩元。该季度营业利润低于上一季度的 3490 亿韩元。

LG 第三季手机业务实现盈利 205 亿韩元，上一季为亏损 589 亿韩元。第三季较上年同期的亏损 1400 亿韩元大有改善，当时手机业务亏损盖过了电视、家电与空调业务的盈利，并迫使公司发售新股来筹集资金。

LG 电子电视部门的盈利持稳在 886 亿韩元，2012 年上半年该部门实现了超过一倍的增长。来源：2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

苹果宣布iPhone 52012 年 12 月中国内地开售

苹果 CEO 蒂姆·库克 (Tim Cook) 周四在第四财季财报电话会议上称，上一财季苹果在大中华区市场上的表现“极好”，营收达 57 亿美元，同比增长 26%，

与第三财季相比基本持平。他同时表示，苹果将于 12 月在中国内地发售 iPhone 5。

库克称，苹果大中华区 iPad 销量同比增长 45%，iPhone 销量同比增长 38%；整个 2012 财年，苹果大中华区营收为 238 亿美元，这是“非凡的”成就。整体而言，苹果有 15% 营收来自于大中华区。

库克表示，苹果正利用自身在中国强大的零售地位，推进在这一市场上的发展。“我们正继续对自己的零售店进行投资，并继续拓宽渠道合作关系。这是一个令人感到非常激动的市场，有越来越多的用户想要苹果的产品。”

苹果 CFO 皮特·奥本海默 (Peter Oppenheimer) 在电话会议中表示，该公司第四财季在香港新开的第二家零售店是其在 2012 财年中所开设的最大一家零售店。

苹果第四财季亚太营收为 75.37 亿美元，比 2011 年同期增长 15%，但比上一财季下滑 15%。按营收计算，亚太地区仍是苹果第三大市场；如果加上日本市场的 23.67 亿美元营收，则整个亚洲市场在这一财季中为苹果贡献约为 100 亿美元，是苹果第二大市场，仅次于美国本土的 138 亿美元。

苹果称，第四财季亚太地区 Mac 销量为 87.7 万台，比 2011 年同期增长 20%，比上一季度增长 40%。

在苹果的国际营收中，中国市场长期以来都是主要增长推动力之一。苹果第三财季来自于中国市场的营收为 57 亿美元，同比增长 48%；第二财季为 79 亿美元，同比增长三倍；2011 年为 133 亿美元。

但与此同时，中国也是某些苹果负面消息的最大来源，尤其是围绕着产品生产的负面消息。库克今天指出，苹果目前在中国市场上的 iPhone 生产有着“大量的积压订单”尚未完成。

虽然 iPhone 在中国市场上表现强劲，但上一季度苹果在中国智能手机市场上所占份额则已下降一半，原因是消费者正在等待最新款 iPhone 上市。此外，中国市场上存在大量价格低廉的 Android 手机，这对 iPhone 来说也是个不利因素。来源：2012-10-26 新浪科技

[返回目录](#)

联想进军海外智能手机市场：抢滩登陆东南亚

联想计划进军海外智能手机市场，在新兴市场同三星电子和苹果等老牌智能手机生产商展开竞争。

联想亚太和拉美地区总裁杜伊吉 (Milko van Duijl) 透露，将从 11 月初开始在印度市场销售智能手机，目前联想在当地的 PC 市场已经占据了领先地位。

上周，联想开始在印度尼西亚销售手机。最近，它还先后进入了菲律宾和越南的智能手机市场，这些市场将成为该公司整体战略的一部分。

不过分析师们并不乐观。他们表示，在联想的主战场——中国，在经过多年的开拓经营之后，其市场份额有所提升，但手机业务仍未实现盈利，现在向海外市场进军挑战不小。第二季度，联想在国内智能手机市场的占有率为 11%，低于三星的 19%，但高于苹果和中兴的 10%。不过联想没有分业务披露盈利状况。

杜伊吉说，目前智能手机业务仍处在上升和投资阶段，利润率很可观，但实现盈利仍需要时间。

他还表示，联想将提供不同定位的产品，不光有高端和低端智能手机，还会有介于两者之间中等价位的手机。

杜伊吉表示，联想计划首先在印度市场上市 5 至 8 款价格在 199 美元到 349 美元之间的机型。所有手机均搭载 Android 操作系统，支持本地语言和应用。

上周，联想在印尼与当地最大的手机零售商和经销商 Trikomse1 合作推出了 5 款新智能手机，其中包括高端机 Ideaphone K860，配备 800 万像素摄像头和高性能四核处理器，以及 3.5 英寸的 Ideaphone A60+ 手机，运行 Android 4.0 系统。

但杜伊吉表示联想并不急于进入成熟市场。他表示，未来公司将考虑欧美等成熟市场，但目前仍没有相关的计划，打入这样的市场需要更多的时间准备。

分析师称，在新兴市场联想将遭遇诺基亚和三星电子的激烈竞争，目前这两家公司已经在新兴市场拥有了相当的市场份额和影响力。来源：2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

爱立信第三财季净利润 3.25 亿美元 同比降 43%

爱立信今天发布公告称，由于众多市场的电信运营商紧缩开支，导致其第三财季收入受到冲击。而关键合约的利润率下滑，也压低了该公司的利润。

爱立信过去一年半经历了一系列严峻的季度，第三财季毛利率仅为 30.4%，远低于 2011 年同期的 35%。在 2011 年之前，爱立信的毛利率一直高于 35%，2010 年末约为 39%。分析师此前平均预计，爱立信第三财季毛利率为 32%。

爱立信的利润率下滑主要源于该公司 2010 年中的一项决策：通过在欧洲签订大量利润率较低的网络升级合同来提升市场份额。该战略的确起到了作用，但却带来了很多价值不高的业务。

爱立信第三财季实现净利润 21.8 亿瑞典克朗(约合 3.25 亿美元)，较 2011 年同期的 38.2 亿瑞典克朗下滑 43%。该公司重申，欧洲的网络现代化项目所产生的负面影响年底将逐渐减弱。

爱立信第三财季实现营业收入 545.5 亿瑞典克朗，较 2011 年同期的 555.2 亿瑞典克朗下滑 2%，也未达到 551.1 亿瑞典克朗的预期。该公司的网络部门收入则下滑 17%。

爱立信 CEO 卫翰思(Hans Vestberg)表示，网络行业的长期基本面仍然稳固，因为消费者仍在继续购买数据消耗量大的智能手机。但他也表示，整体经济的疲软表现的确对其构成了压力。

爱立信在欧洲部分地区、中国、韩国、俄罗斯的收入都出现下滑。而由于中国竞争对手难以涉足，使得北美市场成为爱立信的一大亮点。该公司在北美地区的收入增长 16%，而在西欧和中欧却下滑 21%。来源：2012-10-26 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

《趋势观察》

未来五年 3G 引领 个人智能终端市场

“3G 将引领未来 5 年个人 IT 智能终端市场，2012 年至 2013 年，中国个人 IT 智能终端接入方式中，3G 将有大幅度提升。”在昨日下午举行的以“智能终端和移动营销”为主题平行分论坛上，IDC 中国计算机系统研究部副研究总监王吉平预测，互联网进入终端市场将是一个新的起点。

王吉平分析过去几年的手机终端市场称，2009 年-2011 年可分别称为技术年、体验年和低端年，伴随着诺基亚、苹果、三星等品牌的起落，华为、中兴的产品在 2011 年大量上市，2011 年的手机终端市场呈现主体低端格局，2012 年-2014 年将再次轮回技术年、体验年和低端年。

王吉平说，中国消费类个人智能终端保有量中，手机占据将近一半比重，平板电脑占比非常少，即使预测 2015 年，平板市场在中国也不突出，手机依然占据个人智能终端的大头。他预测，“3G 将引领未来 5 年个人 IT 智能终端市场，

2012 年至 2013 年，中国个人 IT 智能终端接入方式中，3G 将有大幅度提升。”同时，互联网进入终端市场将是一个新的起点。

论坛还吸引了力美广告传媒、勒卡斯、Gameloft、优亿市场、海信、盛大文学、InMobi、网秦等知名企业的负责人前来，就各自领域与智能终端、移动营销相关的话题进行探讨。力美广告传媒 CEO 舒义表示，新媒体逐渐代替传统媒体，成为广告投放最多的地方，互联网广告投放量已达传统媒体的 3 倍。手机作为智能终端越来越成为广告投放的载体，他认为，手机能传达更多用互联网无法传达的东西，网络广告现已逐步向手机广告转移。来源：2012-10-27 深圳商报

[返回目录](#)

2016 年Android设备数量超Windows

Gartner 周三发布报告称，在未来四年内，基于谷歌 Android 操作系统的计算设备数量将超过 Windows 设备。

Gartner 预计，到 2016 年底，将有 23 亿部计算机、平板电脑和智能手机使用 Android，而 Windows 设备数量为 22.8 亿部。相比之下，到 2012 年年底，Windows 设备数量将达到 15 亿部，而 Android 设备数量为 6.08 亿部。

Android 操作系统 2008 年才上市，随后迅速成为主导性的智能手机平台，市场份额达到了 2/3。与此同时，在快速发展的平板电脑市场，Android 份额也位居第二。虽然 Android 是一款免费软件，但它却推动了谷歌核心的搜索业务增长。

由于越来越多的用户转向平板电脑和智能手机，2012 年第三季度全球 PC 出货量同比下滑 8%，为 2001 年来的最大降幅。虽然微软 Windows 长期统治 PC 市场，但在智能手机市场，微软的份额仅约为 3%。来源：2012-10-24 新浪科技

[返回目录](#)

WIFI过时了？电灯泡将变成无线路由器

你还在抱怨 WIFI 热点太少、信号不稳定吗？未来，有电灯泡你就有无线网络信号，而且传输速度可高达 1Gbps 远高于 WIFI。该技术由英国大学科技人员 Herald Haas 和他的团队发明——利用一束光来传输数据，这类技术常被称作可见光通信 (VLC)。不过，要实现该技术并不是没有障碍。首先，可见光无法穿透物体，因此信号会被切断。另外，手机如何接收光通信信息，也是个难题。

LED 灯泡加装微芯片传递数据

据国外媒体报道，Haas 表示，他最大的梦想是将电灯泡变为宽带通信设备。这样电灯泡不仅能提供照明，也将成为一款必要的工具。Haas 认为，通过给普通的 LED 灯泡加装微芯片，使灯泡以极快的速度闪烁，就可以利用灯泡发送数据。

灯泡的闪烁频率达到数百万次每秒，对人的裸眼来说，这样的闪烁不可见，只有光敏接收器才能探测到。通过这种方式，LED 灯泡可以快速传输二进制编码。

这一技术的好处显而易见：只要你身边有电灯泡，就可以获得无线互联网连接。据估计，目前全世界的电灯泡数量约有 140 亿盏。

传输速度可高达 1Gbps

这一可见光通信技术被简称为“LIFI”，其优点并不仅仅是可以让世界上任何路灯都成为互联网接入点，还可以节约日渐稀缺的射频频谱资源。目前，作为无线数据传输的最主要技术，WIFI 利用了射频信号。然而，无线电波在整个电磁频谱中仅占很小的一部分。但随着用户对无线互联网需求的增长，可用的射频频谱正越来越少。

这就是为什么当你周围上网的人越来越多，你的网速会变得越来越慢。3G 无线网络如此，WIFI 网络同样如此。按照 Facebook 创始人、CEO 马克·扎克伯格 (Mark Zuckerberg) 的预计，未来 10 年人们分享的信息量将相当于目前的 1000 倍。

Haas 表示，他的技术将是解决问题的重要部分，“可见光频谱的宽度达到射频频谱的 1 万倍。”这意味着可见光通信能带来更高的带宽。Haas 表示，“LIFI”技术能带来高达 1Gbps 的数据传输速度，远高于 4G 网络。另外，该技术几乎不需要再新建基础设施。

实现该技术需跨三大障碍

手机很快就能使用 LIFI 了吗？未必！尽管该技术有着无可比拟的优点，但其缺陷也同样明显。技术人士称，可见光无法穿透物体，因此如果接收器被阻挡，那么信号将被切断。同时，手机、平板电脑等设备如何接受可见光通信信号、稳定性如何，也尚无定论。另外，140 亿盏灯，貌似是 140 亿个热点，无论室内室外皆有，但安全性却堪忧。

Haas 认为，可见光通信并不是 WIFI 的竞争对手，而是一种相互补充的技术。如果光信号被阻挡，而用户需要使用设备发送信息，就可以无缝地切换至射频信号。

他表示，用户仍然需要 WIFI 射频通信系统。在短期内，可见光通信也许可以小范围实现一些应用——在水下、石油钻井下，或者在飞机舱内。来源：

2012-10-24 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

〔移动增值服务〕

民生银行推出手机排号功能

还在为每次去银行办业务要排长长的队伍而发愁吗？那你就 OUT 了。民生银行创新推出手机银行网点排号功能。无论你是否为民生银行手机银行客户，只要下载民生银行手机银行客户端即可使用。

民生银行手机银行网点排号通过手机定位功能，可帮助客户查询所在位置附近或指定区域的民生银行网点，并以地图方式直观形象地显示出来。

针对每一家银行网点，民生银行手机银行还提供联系电话、详细地址、乘车路线等信息，客户可以据此选择。之后，客户即可通过手机在线申请排号，只需点击“我要排号”按键就可完成申请。民生银行手机银行还可实时显示银行排队情况，客户通过手机申请排号后，可随时获知银行排队人数，避免太早到达在银行等待或太晚到达出现过号的情况。

民生银行手机银行网点排号功能是电子渠道与网点渠道创新结合的产物，是民生银行便民惠民的再一创新举措，有效解决了客户排队时间长的难题，客户服务质量大幅提升。来源：2012-10-24 新京报微博

[返回目录](#)

北京移动发G3 预付费年包卡

近日，北京移动推出“办 G3 预付费年包卡赠 G3-MIFI 无线路由器系列产品”活动，用户一次性缴纳 600 元，就可以获得总价值超过 1000 元的 G3-MIFI 无线路由器一个、G3 预付费品牌 SIM 卡一张和 10 元充值卡一张。

G3 年包卡套餐中包含 60G 本地流量和 60G 闲时(每日 23 时至次日 7 时)本地流量。赠送的无线路由器包含调制解调器、路由器和接入点等功能，能够将中国移动 TD-SCDMA 信号转化为 WiFi 信号，形成“个人 WiFi 热点”，可以支持 Pad、智能手机等多达 5 个终端同时无线上网，而且它只有一张信用卡大小，因此方便用户随身携带。用户在北京移动城郊区营业厅或登录网上营业厅均可参与此次活动。

此外，为方便用户及时获取话费明细信息，北京移动面向全品牌用户开通 1008611 自助话费信息查询专线。用户在北京地区内拨通 1008611 后挂机，就会收到 10086 自动发送的包括话费余额、话费套餐和数据套餐的使用情况和剩余情况等信息的短信。来源：2012-10-24 北京商报微博

[返回目录](#)

北京交通委开“96123”热线

昨天，记者从市交通委获悉，自本周日零时起，本市试启用“96123”交通运输行业违法非法行为投诉处理热线。市民在搭乘出租、公交车、地铁，或者发现非法经营的车辆时，均可拨打该电话投诉。

此前，交通行业的服务热线相对较多，包括便民服务电话 68351150、68351570，路政服务热线 63176255，还有交通执法队投诉电话 68351150。电话号码难记，而且市民在打电话时难以区分各职能部门的职责。

“96123”是交通运输行业违法行为投诉处理热线，市民发现路面塌陷、非法运营车辆或者乘坐出租车、公交车等交通工具时出现纠纷，均可打电话投诉反映。试运行时间至明年 6 月底，其间，北京市交通委便民服务电话 68351150、68351570 与“96123”并用。试运行期满后，68351150、68351570 两个号码将关闭，市交通委便民服务电话的职能由“96123”承担。来源：2012-10-25 京华时报

[返回目录](#)

中国联通推出全新 3G 流量套餐

从即日起，中国联通将在全国范围内推出全新的“3G 流量包”产品，且面向 2G 用户和 3G 用户推出了不同类型的 3G 流量包。其中，针对 2G 用户推出了“3G 省内流量包”，而针对在网六个月以上的 3G 老用户则推出了“3G 国内流量包”。

目前，“3G 省内流量包”共设有三档资费套餐，分别是 10 元包 100MB 流量；20 元包 300MB 流量和 30 元包 500MB 流量。超出套餐流量部分的资费将以 1 元/MB 进行计费。2G 用户只需按照自身情况定制相应的流量包便自动开通沃 3G 网络服务，将 2G 和 3G 业务相叠加，既可使用原有的 2G 语音套餐，又能享受到 3G 网络的畅快服务。

此外，由于部分 3G 老用户已经不满足原有的套餐设置。因此，中国联通此次推出的“3G 国内流量包”便针对这一问题给出了解决方案。3G 老用户选择适合自己的流量包，即可实现不更换套餐就增加上网流量。这不仅为老用户节省了上网费用，而且也提升了用户体验。来源：2012-10-24 北京商报微博

[返回目录](#)

北京社保开通“12333”短信通知

哪天该续社保了，2012年自己交了多少社保费……这些信息都将通过短信发送到参保人员的手机上，让大家一目了然，心中有数。近日，市人力社保局开通了“12333”社会保险应用服务短信平台，为本市参保单位和参保人员提供养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等各项社会保险业务事项的通知通告，以及友情提示等短信服务。

目前恰逢2013年度本市城镇居民医疗保险参保缴费期，北京市社保中心日前已通过该平台，向70余万北京移动的手机用户发送了首条参保提示短信。

据介绍，下一步市社保中心将进一步扩大发送人群范围，并将社保缴费工资申报、社保对账单以及各项保险参保缴费等内容以短信形式通知到参保单位和参保人员。

市社保中心提示广大参保人员，收到短信时请仔细核对发送号码，市人力社保局发送的号码仅为12333。同时，参保群众如更换手机号码，请及时到社保机构变更相关信息。

由于目前12333短信平台处于建设初期，仅有北京移动提供了专用短信服务通道，所以，目前该平台仅能为北京移动的用户提供相关短信服务。今后，市社保中心将努力拓展业务功能，为更多的人群提供方便服务。来源：2012-10-28 北京晚报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

南京机场年底提供免费无线网络

“航班延误怎么赔偿？”“机场餐饮怎么那么贵？”昨天，继铁路南京站等行业之后，禄口国际机场“向人民汇报”政风行风评议大会举行，这也是禄口机场首次参加南京市政风行风评议。针对“航班延误、餐饮贵”等市民关注的焦点问题，禄口机场的领导作了耐心的分析和解释，最终得分82.6分。

热点一：航班延误怎么赔偿？

这方面民航局有补偿建议

航班延误众多机场都会碰到，有评议代表提出，年初时乘坐南京到重庆的航班，航班延误，他们每一个乘客得到航空公司一定金额的赔偿，后来一个朋友跟他的情况类似，但得到赔付金额比他要少，评议代表对航班延误赔付标准产生质

疑。还有代表提出，乘客买了机票就与航空公司之间有合同关系，航班延误走不了了就是违约，违约就得赔偿。

禄口国际机场副总经理张有富表示，就航班延误民航局有补偿建议，但建议里没有标准，各个航空公司实施的时候就产生了偏差，旅客目前的感受是斗争越激烈得到补偿越多，现在这种现象在机场经常发生。

至于违约，不管你是什么样的理由，都可以向航空公司申诉，提出赔偿，从目前情况和现有法律框架来看，不是航空公司的原因，旅客可能打不赢官司。

热点二：天价餐饮等怎么解决？

抓紧时间改

一包普通香烟售价比超市高二三十元，土特产比超市贵 2 倍，这是机场行风监督小组在机场暗访得到的结果，还有评议代表称在机场吃了 58 元一碗的雪菜肉丝面，比国内其他机场贵不少。昨天不少代表围绕这方面提出问题。

“机场物价高是共性问题，我们很重视，机场现在烟草专卖对现场供应每个月都是有量的，香烟的量不够，可能有些价格相应就会高一些！”禄口国际机场的领导称。

总经理助理孙杰表示，食品这一块确实有些贵了，那是因为机场地理环境特殊，离市区比较远，各方面成本比较高，包括采购，包括人员成本高一些，代表们提得很好，他们会抓紧时间改。

热点三：内外商业广告太多怎么办？

去除不必要的广告

网络视频上的市民发问，禄口机场里外商业广告太多，过度开发，已严重影响窗口形象，网友还发了几张照片做证据。

禄口国际机场总经理钱凯法坦言，由于设施原因，加上前几年经营的压力，确实存在广告太多的问题，给广大市民造成视觉上的不快，在这里表示道歉。下一步他们会把南京机场的广告资源按照省里的部署进行整治，2012 年内部也做了一些调整，去除一些不必要广告。

热点四：免费无线网络何时会有？

免费网络已列入 2012 年计划 官博尽快开通

现如今北京等地的机场早就可享受免费无线网络，许多机场还开设了官方微博，听取旅客的意见和建议。现场有评议代表指出，禄口国际机场这方面做得还很不到位。

禄口国际机场的领导表示，关于覆盖免费无线网络的问题，机场已列入 2012 年的计划，最快年底前就能实现。至于官方微博，他们回答：结合二期工程，尽快开通，加强和旅客朋友之间的沟通。来源：2012-10-24 南京晨报

[返回目录](#)

中国联通 3G信号覆盖北京地铁一、二号线

据多位新浪微博网友反映，北京地铁一、二号线已经全程覆盖联通 3G 信号，可以流畅的刷微博和浏览网页。新浪科技经向中国联通客服核实，确认 3G 信号已经覆盖一、二号线全程，目前仅有个别站点信号强度不够稳定。

此前，中国联通在北京地铁线路上遭受颇多抱怨，除了地铁四号线已经覆盖联通 3G 信号外，地铁一号线、二号线、十号线、五号线等众多线路连基本通话都无法保证，更不用说 3G 信号覆盖。

经多位新浪微博网友反映，从 10 月 20 日左右起，联通在北京地铁一、二号线部分站点开始 3G 信号覆盖，可以流畅的刷微博和浏览网页，只是在个别站点或者站与站之间切换时信号不够稳定，但基本保障全程覆盖。

新浪科技经向北京联通(微博)客服核实，该客服称虽未接到总部关于一、二号线覆盖 3G 信号的通知，但实测后两地铁线路的确已覆盖了联通 3G 信号，只是在个别站点之间切换时存在信号较差现象。

此前，北京电信于 8 月份曾宣布 3G 信号已覆盖 10 条地铁线(1、2、5、8、9、10、13、15、大兴、亦庄线)，且将尽快实现所有已开通线路的 3G 覆盖。来源：2012-10-30 新浪科技

[返回目录](#)

技术情报篇

[[视频通信]]

百视通全国首发新媒体指数 建立收视评估体系

对于新媒体平台的收视效果，新的行业标准已经诞生。日前，百视通新媒体研究院公布了国内电视新媒体行业第一个收视评估体系——“百视通新媒体内容指数”。这个体系涵盖了 IP T V、智能电视、移动互联网等多个终端，是针对新媒体“多屏”领域的专业收视与应用评估体系。

百视通新媒体总裁陶鸣成表示，新的指数系统将便于广告主和电视从业人员、制作人员能够在这个全新的市场中及时地了解到用户的收视行为和习惯，也使 IP T V 播控平台运营系统的节目编排和推送上，更迎合用户细分的需求。

四大指数组成“评估体系”

此次发布的百视通内容指数由用户使用指数、点播指数、回看指数、直播指数四大部分组成，其主要构成来自全国数千万用户所采集的海量交互数据，通过对这些用户开机频率、收看时长、收看节目数量、收费贡献度等数据的分析和精准计算形成了一套科学、严谨的评估体系，业内认为这将打破电视新媒体领域长期沿用传播媒体评估标准的局限，建立真正符合新媒体产业特点和发展规律的指数体系。

据了解，2012年5月百视通创立了新媒体行业首家研究机构——百视通新媒体研究院，致力于战略研究、知识产权管理、业务分析、新媒体实验室、外联合作等业务模块，研究领域涉及新媒体产业政策环境、专利与标准、国家重点项目、院校与企业联合实验室、数据分析与业务项目咨询等，缩短“研究”到“应用”之间的转化时间与路径。此次发布的新媒体指数是研究院在数据研究领域的一项重要研究成果。

百视通新媒体副总裁、百视通新媒体研究院院长黄思钧博士向南都记者表示，“百视通新媒体指数体系是基于数千万电视用户收视与应用数据的采集、分析、计算，并通过统计数学模型而形成的，其具备全数据、多业务形态以及精准、客观的特性。百视通新媒体指数的发布，将带动整个电视新媒体行业的精细化浪潮，为整个电视行业注入新的价值体系，并逐步形成跨屏、高度细分的一整套电视用户研究新标准。”

创立新媒体转型依据

有新媒体行业的分析人士认为，百视通新媒体指数的发布为国内尚处于转型发展阶段的新媒体行业提供了切实的参考依据，其不仅提供了一套完整的收视与应用评估体系，也通过修正越来越多被互联网改变的收视习惯，以新模型、新参数的方式，树立一个更为精准、及时，更具参考价值的指标体系，以便于广告主和电视专业制作人在这个更新的领域中，及时洞察用户的行为习惯，收视偏好，发掘潜力巨大的新市场。

借助新媒体指数的运用，百视通正在对现有的节目结构进行优化调整，完成一系列产业运作，对影视、财经、体育、教育、音乐等节目内容大区升级扩容，力图避开版权节目竞争造成的资源浪费。

此外，百视通还成功进军产业链上下游相关领域，在保证节目制作质量的同时参与节目的后期分销使自身运营和渠道方面的优势得到了最大限度的发挥，实现了全产业链的无缝对接。来源：2012-10-26 南方都市报

[返回目录](#)

【电信网络】

成都率中西部地区迈入 4G 时代

据相关消息人士透露，23 日凌晨，随着成都移动在东区音乐公园成功开通第一个 TD-LTE 基站，备受关注的中国移动 4G 网络终于在成都落地开花，成都也由此成为中西部地区率先迈入 4G 时代的城市。

年底建成首个体验区，明年三月前建站 1000 个

测试数据显示，经过优化后现场下行平均速率达到 40Mbps，上行平均速率达到 18Mbps，数据测试良好，基站运行稳定。据透露，在完成首个东区音乐公园基站的开通调测后，2012 年 12 月之前，成都移动还将在东区音乐公园陆续开通数个基站，建成 4G 网络体验区，供客户体验和感受 4G 网络的畅快。2012 年 8 月，成都被确定为第二批国家 4G 试点城市，也是中西部地区唯一的城市。按照规划，明年 3 月底前将建成 1000 个 4G 基站，重点完成对机场高速、南延线、一环路以及地铁 1、2 号线等重要区域的 TD-LTE 网络覆盖。届时，成都市民便可感受到 4G 网络带来的畅快体验。据了解，此前，中国移动启动了上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门六城市 TD-LTE 规模技术试验网建设，2012 年又新增北京、天津、青岛、沈阳、宁波、福州和成都七个试验城市。预计到 2012 年底，中国移动将建设超过 2 万个 TD-LTE 基站，覆盖 1 亿用户，并计划在深圳、杭州、广州等城市启动 TD-LTE 试商用。随着成都地区 TD-LTE 基站建设的不断深入和发展，通信传播速度将大幅提高，在为百姓生活提供便利的同时，必将提升成都基础设施水平，进一步改善成都的投资软环境，加快西部经济核心增长极的建设步伐。

网速为 3G 的几十倍，下载 700M 影片仅需 2 分钟

据了解，由中国主导开发并拥有核心基础专利的第四代移动通信技术 TD-LTE，是被国际承认的 4G 两大标准之一。4G，即第四代移动通信及其技术的简称，4G 网络能以 100Mbps 的速度下载，这一下载速率是目前大家所熟悉的 3G 网络的几十倍，上传的速度能达 20Mbps，几乎满足几乎所有用户对于无线服务的要求。因此，业内专家这样描述 4G 时代：“TD-LTE 环境下，下载一部 40G 容量的蓝光 3D 影片不到 2 小时，现有的 4M 有线宽带大概需要一天；下载一部 2.8G 的大英百科全书仅需 8 分钟，一部 700M 的片子仅需 2 分钟，一首 7M 的高品质歌曲不到 1 秒！”

对于广大市民来说，TD-LTE 的到来，不仅带来更快速的网络，更增添了丰富的应用。采用 TD-LTE 技术，通信时延大为降低，使得提供实时交互型业务成为可能；TD-LTE 更高的带宽使得提供移动宽带类业务、物联网业务成为可能；

TD-LTE 可以使用户永远在线，使得实现 Push 业务成为可能，打破了传统通信网络带来的性能和业务开通瓶颈。人们的生活水平和生活方式将会产生很大的变化。未来的 4G 通信将使我们不仅可以随时随地通信，更可以双向下载传递资料、图画、影像，当然更可以和从未谋面的陌生人网上连线对打游戏。来源：

2012-10-24 天府早报微博

[返回目录](#)

思科调研预测 2016 年云流量将增至目前六倍

思科最新发布了新一轮的云计算产业调研结果(2011-2016 年)，思科预测到 2016 年全球数据中心流量将会增长四倍，每年达到 6.6 ZB。同时全球云流量作为数据中心流量中增速最快的部分，将以 44%的年复合增长率，从 2011 年的 683 EB 增长到 2016 年的 4.3 ZB，达到六倍于 2011 年流量的规模。

报告显示，绝大部分数据中心流量并非由最终用户生成，而是由数据中心和云计算工作负载产生。个人用户通常不会察觉到使用这些工作负载的活动。从 2011 年到 2016 年间，思科预测约有 76%的数据中心流量将位于数据中心内，并主要由存储、生产和开发数据产生。另有 7%的数据中心流量将在数据中心之间产生，主要由数据复制和软件/系统更新等活动生成。剩余 17%的数据中心流量将由最终用户在访问云来浏览网页、收发电子邮件和观看视频流的过程中产生。

从地区的角度来看，中东和非洲地区的云流量增速最高，而亚太地区将处理最多的云工作负载，北美地区则紧随其后。来源：2012-10-25 新浪科技

[返回目录](#)

【终端】

全球首款 5 模 11 频移动终端亮相

近日，TD-LTE 全球发展倡议(GTI)第五次工作会在迪拜举办，全球首款 5 模 11 频 TD-LTE 多模多频段移动热点终端在会上展示。

广达和正文公司研发了全球首批支持 5 模 11 频同时具备全球漫游能力的多模多频段移动热点终端，后续 GTI 将对这两款产品进行测试，促使其近期具备商用能力。GTI 于 2012 年年初提出研发支持全球漫游的高集成多模多频段融合终端产品的目标，目前，成立了由中国移动、软银等核心运营商组成的攻关团队，推动芯片厂商以及射频前端器件厂商加速高集成多模多频段终端产品的研发。

此次高集成多模多频段国际漫游型数据终端产品的推出将为 TD-LTE 的全球部署和应用以及全球漫游的实现奠定基础。来源：2012-10-24 北京商报微博

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

广东联通 2012 年增 2128 个WiFi热点

“联通 2012 年底推出 iPhone5，大家可以到全省的联通营业厅免费更换小卡。”昨日，中国联通广东省分公司副总经理傅强带队作客广东《民声热线》节目时回应了“果粉”们的关注。据了解，广东联通 2012 年计划新增 2128 个 WiFi 热点。此外，根据国家有关规定，广东联通已经取消了话费充值卡的有效期，也就是说，话费卡充值将永不过期。

本报讯(记者汤南 通讯员陈燕舒) iPhone5 什么时候能在中国内地上市，一直是“果粉”们关注的焦点。昨日，作客广东《民声热线》节目的广东联通市场部副总经理郑海燕表示，联通和苹果公司率先达成了 iPhone5 的引入协议，在通过工信部入网许可以及无线电管理局入网审批之后，年底前联通版 iPhone5 就会上市。“广东联通已经给 iPhone5 用户准备好了 185 号段，大家可到网上营业厅进行预约登记，届时还可以到联通全省的营业厅里更换小卡。”

针对用户提出的希望联通套餐中增加流量的需求，傅强表示，广东联通已推出“流量包”优惠产品，2G 用户无需更换号码就能够享受 3G 的高速数据服务，凡是在网 6 个月以上的联通 3G 用户，可实现不更换套餐就能增加上网流量，而且可以全国漫游。

5 月 1 日起取消话费有效期

手机话费充值卡为何要有有效期，话费为何用不完就没了？郑海燕解释道，有一些用户剩了一些话费，但是却放弃使用了这个号码，号码的释放会有一个期限，考虑到资源的充分利用，运营商先会多次短信提醒用户，可将剩余话费转存到需要的号码上。如果用户不予回应，就视同他自动放弃号码使用权，公司会将号码回收。

郑海燕表示：按照国家的规定，从 2012 年 5 月 1 号起广东联通已经取消了充值卡的有效期。也就是说，现在用充值卡充的话费，将永不过期。

70%新 WiFi 热点已部署

目前，广州市 200 多辆公交车上已有 WiFi 信号，网友们却觉得使用起来不够顺畅。傅强解释说：“WiFi 最适合在静止下使用，它的移动性较差，信号减

弱速度变慢，没有切换。开车中使用会掉线；此外，周围环境如果有大量的 WiFi 信号，一般来说都不会好用。”

据介绍，广东联通目前已建成 3G 基站 3.8 万个，建成 WLAN 热点 5205 个，3 万多个 WiFi 发射点，用户可以在 3G 网络和 WLAN 网络之间自由选择。2012 年广东联通计划新增 WiFi 热点 2128 个，主要集中在交通枢纽、宾馆酒店、餐饮娱乐、政府机关、医院、高校等，目前已完成 70% 部署。在全省机场、高铁车站、繁华商业区如北京路、广州天河城等热点地区推出无线宽带免费体验，用户可使用各类终端设备搜索名为“Chinaunicom”的 WiFi 信号，按照提示即可免费上网冲浪。

对于坊间流传的“某个运营商有个‘红名单’，名单里的这一批人永远收不到垃圾短信”的说法，傅强明确表示，联通没有类似的红名单。来源：2012-10-24 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

第 16 颗北斗卫星升空将实现亚太组网覆盖

10 月 25 日 23 时 33 分，我国在西昌卫星发射中心用长征三号丙运载火箭，成功将一颗北斗导航卫星发射升空并送入预定转移轨道。

这是一颗地球静止轨道卫星，将与先期发射的 15 颗北斗导航卫星组网运行，形成区域服务能力。根据计划，北斗卫星导航系统将于明年初向亚太大部分地区提供正式服务。

北斗卫星导航系统是我国独立发展、自主运行，并与世界其他卫星导航系统兼容互用的全球卫星导航系统，是我国国家安全、经济和社会发展不可或缺的重大空间信息基础设施。（来源：南方都市报 南都网）

目前，我国按照“三步走”的总体规划，正分步实施北斗卫星导航系统发展计划，形成了突出区域、面向世界、富有特色的北斗卫星导航系统发展道路。第一步，2000 年建成了北斗卫星导航试验系统，使中国成为世界上第三个拥有自主卫星导航系统的国家。第二步，建设北斗卫星导航系统，2012 年底左右形成覆盖亚太大部分地区的服务能力。第三步，2020 年左右，北斗卫星导航系统形成全球覆盖能力。

[返回目录](#)

报告显示全球 51 个移动网络推出高清语音服务

全球移动供应商协会 (GSA) 今天在其最新发布的报告中证实, 目前已有 38 个国家的 51 个移动网络推出了高清语音服务。目前为用户提供高清语音服务的移动网络较 2011 年同期增加 60%。

移动高清语音采用自适应多速率宽带技术 (W-AMR, 由第三代移动通信合作计划标准化), 能够支持移动网络的高品质语音通话。

已经正式在移动网络上推出高清语音服务的市场包括: 亚美尼亚、澳大利亚、奥地利、比利时、保加利亚、加拿大、克罗地亚、捷克共和国、丹麦、多米尼加共和国、埃及、法国、德国、中国香港、印度、爱尔兰、意大利、肯尼亚、卢森堡、马来西亚、毛里求斯、摩尔多瓦、荷兰、菲律宾、波兰、葡萄牙、法属留尼汪岛、罗马尼亚、俄罗斯、塞尔维亚、斯洛文尼亚、韩国、西班牙、瑞士、土耳其、阿联酋、乌干达和英国。

提供高清语音服务的移动运营商主要分布在 11 个市场, 分别是奥地利、加拿大、克罗地亚、法国、波兰、俄罗斯、斯洛文尼亚、韩国、瑞士、土耳其和英国。

移动网络首次开通国际高清语音通话服务。从本月开始, 罗马尼亚和摩尔多瓦共和国的 Orange 客户可以在两国间进行跨国高清通话。

全球移动供应商协会还公布了已经问世的支持高清语音模式的电话数量。新报告显示, 目前共有 14 个制造商生产的 127 款手机支持高清语音 (W-AMR) 模式, 其中不乏最流行的品牌及产品。这一数字较一年前公布的 52 款高清语音电话大幅增加。这类设备大多在 3G/HSPA 网络上运行, 部分使用 GSM 网络和 LTE 网络 (VoLTE 的)。

全球移动供应商协会主席艾伦·哈登 (Alan Hadden) 表示: “目前已经公布的支持高清语音模式的电话数量是 2011 年的一倍多, 超过 50 个网络已经推出了高清语音服务。这一市场如需继续发展, 那么所有智能手机都需要在出货时安装默认由 W-AMR 激活的程序。”

移动高清语音是一个巨大商业课题。客户在使用高清语音服务时的通话时间更长、频率更多, 对这一服务更为看重。高清语音能够帮助运营商明确区分他们的产品, 并为语音相关业务 (如呼叫中心服务、信息服务、应急服务等) 提供优质服务。高清语音也是电话会议的理想选择, 并有助于减少商务旅行、提高生产效率, 同时降低对环境的影响。能够更清晰地听到和理解的通话有助于减轻长时间电话会议所产生的疲劳感。

使用通过具有高清功能的移动网络所提供的高清语音服务的最大益处在于双方均使用支持高清模式的电话通话时得以实现。此外，还可以改善通话质量，即使是在与使用非高清语音电话的一方通话时，这主要归功于绝大部分高清语音手机的声学性能改进和先进的降噪功能。来源：2012-10-30 飞象网

[返回目录](#)

报告称RFID是物联网最热技术 年规模 200 亿美元

在第三届中国国际物联网(传感网)博览会上发布的一份报告认为，目前，射频识别技术成为物联网最受关注的技术之一，近两年呈现持续上升趋势，预计2012年全球射频识别技术市场规模将达200多亿美元。

这个报告的全称名为《2011-2012年中国物联网发展年度报告》(以下简称《报告》)。《报告》认为，当前全球物联网相关技术、标准、应用、服务还处于起步阶段，物联网核心技术持续发展，标准体系加快构建，产业体系处于建立和完善过程中。未来十年物联网将实现大规模应用，预计到2015年全球物联网整体市场规模将接近3500亿美元，年增长率达25%。

《报告》指出，当前我国物联网发展总体与世界同步，2011年以来，我国物联网产业发展呈现四大集聚区成型、热点区域和“智慧城市”不断涌现，重点应用主导物联网技术和产业发展等特点。当前我国环渤海、长三角、珠三角以及中西部地区四大物联网产业集聚区基本成型，西部的贵州、甘肃、四川、重庆等省市积极布局物联网产业。

关于RFID，另有一家市场咨询公司IDTechEx则认为，2012年整个RFID市场规模将达到76.7亿美元，比2011年增长17%。主要包括RFID卡、标签、读写器以及软件和相关服务，分为有源以及无源RFID等。

IDTechEx认为，在许多应用领域，RFID订单上升了10%，在某些领域甚至更多。在零售方面，RFID在服装标签方面呈现了迅速增长，2012年这一领域需要10亿个RFID标签，并且预计2013年将需要13.5亿个标签。2012年还需要5亿个用于公共交通票证的RFID标签。对比2011年的29.3亿张标签，2012年将销售掉39.8亿张标签。其中的大部分增长都来自无源超高频RFID标签。

据悉，累计到2012年年初，统计过去65年的RFID标签销售总量为151亿，其中的20%是在2011年销售掉的。

医疗行业也是RFID的重要市场，据悉，在医疗行业中，2012年全球射频识别(RFID)市场产值将达11.60亿美元。来源：2012-10-26 新浪科技

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

我国三季度平均网速 2.31M

昨天，互联网内容及应用传输服务提供商蓝汛国际控股公司公布了 2012 年第三季度全国网速指数，其中全国三季度平均网速为 2.31Mb/s，上海以接近 3.44Mb/s 的平均网速蝉联榜首，也是唯一平均网速超过 3Mb/s 的地区。

蓝汛数据显示，2012 年 7 月到 9 月全国平均网速约为 2.31Mb/s，与上半年 2.19Mb/s 相比有明显进步，而第三季度我国平均网速超过 2Mb/s 的省市增至 26 个。从全国来看，我国东部和西部省市存在差距，网速排名后十位中，西部省份占据六成，广西、青海和新疆以 1.90Mb/s、1.67Mb/s、1.65Mb/s 的网速均值排名后三位。

另外，对比三大运营商网速，移动的平均网速最低，仅为 1.52Mb/s，远低于联通的 2.06Mb/s 和电信的 2.34Mb/s。同时，三大运营商的网速排名仍存在显著的南北差异，移动和电信网系统呈现“南高北低”的特征，而联通系统则相反，呈现出“南低北高”的特征。来源：2012-10-26 京华时报

[返回目录](#)

全球移动联网终端总数将达 68 亿

GSM 协会 (GSMA) 近日公布了一项历时多年的全球性研究报告的结果。调研工作主要由 GSM 协会的“无线智能”团队开展，历时 3 年多，对 39 个发达和发展中市场进行了调查。

结果显示：预计包括机器对机器 (M2M) 通信在内的移动联网终端的总数到 2012 年第四季度将达到 68 亿，若不计机器对机器和不活跃的 SIM 卡，终端则将达到 59 亿。平均每个用户使用 1.85 张 SIM 卡，由此可推断全球移动用户总数到 2012 年第四季度将达到 32 亿，未来 5 年内将增至 40 亿。

GSM 协会会长安妮·鲍沃特表示：“发展中国家的移动行业具有极大的发展潜力。”研究报告发现，受发展中国家特别是那些农村 (估计未来 5 年人口将达到 18 亿) 当前“未联网”人群需求的推动，未来移动用户将持续增加。发达国家用户渗透率到 2017 年预计将超过 80%，增长速度预计将会放缓。而发展中国家

的用户渗透率预计将由 2012 年的 39% 增至 2017 年的 47%，成为推动未来 5 年全球移动行业发展的最大动力。来源：2012-10-30 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

前三季度电信业务收入同比增 9% 超 GDP

据 10 月 25 日举行的前三季度工业通信业发展情况新闻发布会介绍，前三季度我国基础电信业实现电信业务总量 9661 亿元，同比增长 11.9%，实现电信业务收入 8010 亿元，同比增长 9.2%，高于同期 GDP 增速 1.5 个百分点。

这是自 2011 年上半年通信业收入增幅，四年来首超 GDP 后持续保持良性发展态势。工业和信息化部党组成员、总工程师朱宏任在新闻发布会上表示，前三季度信息化建设步伐加快，信息化和工业化融合积极推进；三网融合取得重大进展。工业和信息化部通信发展司司长张峰对前三季度发展情况总结表示，网络演进、3G、宽带中国等六大推动力是令当前通信业平稳快速发展的主要原因。

前三季度表现亮眼

朱宏任表示，前三季度，电子商务整体市场规模达到 5 万亿元，同比增长 13.7%，其中网络零售市场交易规模达到 7609 亿元，增幅达 34.5%。全国完成电信业务总量同比增长 11.9%，新增 3G 电话用户 7422 万户。

张峰总结前三季度通信业发展状况十分良好。前三季度，基础电信业实现电信业务总量 9661 亿元，同比增长 11.9%，实现电信业务收入 8010 亿元，同比增长 9.2%，高于同期 GDP 增速 1.5 个百分点。其中三季度的收入增幅为 9.2%，比 2011 年同期下降了 0.6 个百分点。截至 9 月底，电话用户总数达到 13.7 亿户，普及率已经超过了 100%。互联网网民规模达到 5.5 亿人，普及率达到 41.1%。

在新业务领域，前三季度，数据及互联网业务同比增长 29.1%，其中移动数据及互联网业务同比增长 56.6%；同时三网融合得到了快速推进，到 9 月底，12 个试点城市的广电企业获得了业务许可。截至 8 月底，IPTV 用户超过 1900 万户，手机视频用户接近 5000 万户。

此前根据 8 月公布的运营数据，我国 3G 用户继续保持增长，截止 2012 年 8 月渗透率提升至 18%。8 月我国新增 3G 用户 885.9 万户，达到 19226.6 万户，3G 用户占比提高至 80.27%。

六大推动力

在回答记者提问时，张峰司长认为，行业保持平稳较快发展态势，主要得益于以下几个方面：一是推进网络演进升级是促进行业发展的重要基础。前三季度，基础电信业完成固定资产投资 2253 亿元，同比增长 8.6%，预计全年完成投资 3700

亿元，同比增长 11%；宽带普及提速工程各项目标均超过预期，使用 4M 及以上宽带产品的用户比例已达到 59%。

二是推动用户规模增长是促进行业发展的重要支撑。前三季度，全行业新增电话用户 9533.1 万户，新增 3G 电话用户 7421.5 万户，新增互联网宽带接入用户 2056.6 万户。

三是加大 3G 发展力度是促进行业发展的重要力量。前三季度，基础电信业完成 3G 网络建设投资 595 亿元。在整个行业的 2253 亿元投资中，595 亿是用于 3G 的投资，同比增长 1.9%，累计建设 3G 基站达到 96.5 万个。

四是培育新兴信息消费是促进行业发展的重要源泉。目前新业务增长点主要是在数据业务，数据业务中的移动互联网业务是今后发展的一个非常好的方向，也是发展非常快的业务。

五是壮大互联网产业是促进行业发展的重要动力。互联网业务发展非常迅速，根据 CNNIC 统计，到 9 月底电子商务整体市场规模超过了 5 万亿元，2011 年全年大概是 6 万亿元-6.6 万亿元，2012 年前 9 个月已经突破了 5 万亿元，同比增长 13.7%。浏览视频网站的人数已经增至 3.63 亿人，微信注册用户突破 2 亿户，微博实际用户规模已达到 2.8 亿人。

还有更重要的一点，就是关于宽带中国战略的推进，已经显现出效果，尤其是对整个通信业的支撑。

张峰司长认为，随着新技术、新业务的发展，以及 3G 演进技术即 4G 业务正在大规模试点，今后通信业和信息服务业的发展空间是非常巨大的。

大力推动 LTE 及宽带

以宽带为基础的互联网业务以及 4G 业务已成为通信业发展方向，在发布会上，张峰也重点回答了有关问题。

在 4G 频率规划问题上，张峰表示，工业和信息化部在前一段时间已经发布了关于 TD-LTE 频率的规划。该规划主要内容包括在 2500MHz-2690MHz 的 190MHz 的频率用于 TD-LTE 或后续演进技术。确定这个的目的主要是考虑到 TD-LTE，包括今后的演进技术的发展。

在 LTE-FDD 频率规划上，张峰表示，已调整了现已规划的 2G 及 3G 频率用于 IMT 系统，IMT(国际移动通信系统)是指现在根据国际电联的规定 2G、3G 和 4G 以及今后新的移动通信技术，明确了在 1800MHz 和 2100MHz 频段中未分配的两个 60MHz，也就是 $2 \times 60\text{MHz}$ ，共 120MHz 用于 FDD 频率。同时它也可以用于 LTE-FDD 以及其演进技术。此规划兼顾了 TDD、FDD 系统的用频需求，体现了在频率规划中的技术中立原则。

针对此前有媒体报道的“假宽带”问题，张峰表示，发现有个别没有资质的非法企业用超售接入带宽的方式低价吸引用户。为让广大消费者能够明明白白消费，工业和信息化部组织国内科研机构、行业协会、企业等产业界各方力量，抓紧研究制定了宽带接入速率、用户体验速率等宽带测速系列技术标准。同时，还正在研究用户端到端的真正体验速率，这个速率的测试涉及方方面面，包括企业的接入、用户的终端、网站等等一系列问题。开展这些工作，主要是为宽带网络的测量提供科学、统一的规范。“关于宽带的测速问题，我本人也有感受。这是一个世界性的难题，任何一个国家都没有统一的测速标准。”张峰说。

张峰还表示，同时也在积极争取各地和有关部门支持，从城市规划到小区物业管理等方面力争形成合力，加快推进光纤到户，通过技术上的跃升，提升用户使用宽带的体验。来源：2012-10-29 通信产业网

[返回目录](#)

中国前三季度电信业务收入 8010 亿 同比增 9%

工信部通信发展司司长张峰在今日国新办举行的发布会上表示，前三季度通信业的发展情况良好，实现电信业务收入 8010 亿元，同比增长 9.2%。

张峰表示，前三季度基础电信业实现电信业务总量 9661 亿元，同比增长 11.9%，实现电信业务收入 8010 亿元，同比增长 9.2%，高于同期 GDP 增速 1.5 个百分点。其中三季度的收入增幅为 9.2%，比 2011 年同期下降了 0.6 个百分点。

截至 9 月底，电话用户总数达到 13.7 亿户，普及率已经超过了 100%。互联网网民规模达到 5.5 亿人，普及率达到 41.1%。

张峰还对行业保持平稳较快发展态势的原因进行了剖析，他认为，推进网络演进升级是促进行业发展的重要基础。前三季度，基础电信业完成固定资产投资 2253 亿元，同比增长 8.6%，预计全年完成投资 3700 亿元，同比增长 11%；宽带普及提速工程各项目标均超过预期，使用 4M 及以上宽带产品的用户比例已达到 59%。

同时，推动用户规模增长是促进行业发展的重要支撑。前三季度，全行业新增电话用户 9533.1 万户，新增 3G 电话用户 7421.5 万户，新增互联网宽带接入用户 2056.6 万户。加大 3G 发展力度也是促进行业发展的重要力量。前三季度，基础电信业完成 3G 网络建设投资 595 亿元。刚才我讲的投资是 2253 亿元是整个行业的投资，595 亿是用于 3G 的投资，同比增长 1.9%，累计建设 3G 基站达到 96.5 万个。

另外，张峰还表示，语音业务现在基本上得到了巨大的释放，新业务增长点主要是在数据业务，数据业务中的移动互联网业务是今后发展的一个非常好的方向，也是发展非常快的业务。前三季度，数据及互联网业务同比增长 29.1%，其中移动数据及互联网业务同比增长 56.6%；同时三网融合得到了快速推进，到 9 月底，工信部已经向 12 个试点城市的广电企业发放了业务许可。截至 8 月底，IPTV 用户超过 1900 万户，手机视频用户接近 5000 万户。

张峰称，壮大互联网产业是促进行业发展的重要动力。互联网业务发展非常迅速，根据 CNNIC 统计，到 9 月底电子商务整体市场规模超过了 5 万亿元，2011 年全年大概是 6 万亿元-6.6 万亿元，2012 年前 9 个月已经突破了 5 万亿元，同比增长 13.7%。浏览视频网站的人数已经增至 3.63 亿人，微信注册用户突破 2 亿户，微博实际用户规模已达到 2.8 亿人。

张峰还强调，宽带中国战略的推进也是重要的一点。年初宽带普及提速工程，虽说存在不少问题，但是已经显现出效果，尤其是对整个通信业的支撑。随着新技术、新业务的发展，以及 3G 演进技术即 4G 业务正在大规模试点，今后通信业和信息服务业的发展空间是非常巨大的。来源：2012-10-25 中国新闻网微博

[返回目录](#)

第三季全球智能机出货量增 45% 诺基亚跌出前五

美国市场研究公司 IDC 今天发布研究报告称，2012 年第三季度全球手机出货量达到 4.445 亿部，较 2011 年同期的 4.341 亿部增长 2.4%。

具体到智能手机出货量，第三季度达到 1.797 亿部，较 2011 年第三季度的 1.237 亿部增长 45.3%，略高于 IDC 预计的 45.2%。

值得关注的是，诺基亚被挤出全球五大智能手机厂商之列，这也是 IDC 2004 年开始统计这一数据以来，诺基亚首次未能跻身前五。与此同时，三星、苹果却在全球市场迅速崛起，而在诺基亚长期占据优势的中国市场，华为等厂商也实现了快速增长。

“诺基亚的份额下滑意味着竞争对手的增长。” IDC 高级分析师凯文·莱斯蒂沃 (Kevin Restivo) 说，“该公司放弃塞班，转投 Windows Phone 阵营的做法，使得竞争对手在过去 18 个月获得了巨大的份额增长机遇。然而，智能手机市场仍然相对年轻，各大厂商和操作系统仍有机会，包括诺基亚。”

“诺基亚不是唯一一家转型中的智能手机厂商。” IDC 研究经理拉蒙·拉马斯 (Ramon Llamas) 说，“RIM 虽然仍是市场领导者，但也计划于 2013 年推出首批黑莓 10 设备。摩托罗拉曾经是全球第三大智能手机厂商，但在母公司谷歌的

指挥下，也在调整方向。其他企业也都面临三星和苹果的竞争压力，但都在努力通过差异化来应对压力。”

但 IDC 预计，随着手机在人们生活中扮演的角色越来越重要，手机和智能手机的长期需求仍将增长。“手机的核心是通讯。”拉马斯说，“手机和智能手机在人们相互联系的过程中扮演了关键角色。另外，它们的用途还不只限于通讯，还包括办公、娱乐和多媒体，这都在不断增加这类产品的价值。”

以下为五大智能手机厂商详情：

三星仍然保持领导地位，第三季度出货量创下该公司自身的记录，也刷新行业记录。其出货量两倍于排名第二的苹果。这是自 2009 年第四季度以来，首次有一家公司能够在一个季度内独自拿下 31% 的全球智能手机市场份额。三星的增长很大程度上得益于广泛、深入和新颖的 Android 产品组合，其旗舰手机 Galaxy S III 整个第三季度一直都销售火爆。除此之外，该公司还发布了多款中低端型号，包括新款 Windows Phone 手机 ATIV S。三星第三季度智能手机出货量为 5630 万部，同比增长 100.4%，市场份额从 2011 年同期的 22.7% 增长到 31.3%。

苹果 iPhone 第三季度的出货量几乎环比持平。尽管 iPhone 5 第三季度仅上市一周，但首个周末的销量就达到 500 万部，帮助苹果提升了出货量。iPhone 销量并未受到地图服务表现不佳的影响。相反，iPhone 的大屏幕和 4G 模块反而吸引了用户的关注。目前最受瞩目的是苹果将在购物季有何表现，届时，iPhone 5 将登陆更多国家。苹果第三季度智能手机出货量为 2690 万部，同比增长 57.3%，市场份额从 2011 年同期的 13.8% 增长到 15%。

RIM 的出货量在前五大厂商中的同比降幅位居第二。RIM 主要依赖旧型号来保持五大智能手机厂商的地位。该公司第三季度的活跃用户突破 8000 万，进一步凸显出其在全球的广泛触角。不过，由于无法在圣诞购物季推出新品，而黑莓 10 手机也要等到 2013 年第一季度才能发布，RIM 作为全球五大智能手机厂商的地位将面临巨大压力。RIM 第三季度智能手机出货量为 770 万部，同比减少 34.7%，市场份额从 2011 年同期的 9.6% 下滑到 4.3%。

中兴凭借持续不断的国际化扩张跻身全球五大智能手机厂商之列。该公司近期的增长主要得益于在很多新兴市场推出的低价手机。该公司以往一直依赖中国本土市场，但上一季度在北美取得了令人瞩目的进展。中兴第三季度智能手机出货量为 750 万部，同比增长 82.9%，市场份额从 2011 年同期的 3.3% 增长到 4.2%。

HTC 凭借 HTC One X 和 Evo 4G 等产品保住了第五大智能手机厂商的宝座。亚太地区的持续同比增长帮助该公司抵消了美国等重要成熟市场的份额下滑。该公司希望第四季度借助 8X 和 8S 等产品抢占更多国际市场份额。这两款产品均采用 Windows Phone 8 操作系统。然而，该公司必须向消费者证明这些产品的优势，

以吸引他们放弃 Android 手机和 iPhone。HTC 第三季度智能手机出货量为 730 万部，同比减少 42.5%，市场份额从 2011 年同期的 10.3% 减少到 4%。

如果从整体手机出货量来看，全球排名前五的厂商分别是三星 (23.7%)、诺基亚 (18.7%)、苹果 (6.1%)、LG (3.1%) 和中兴 (3.1%)。来源：2012-10-26 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

物联网迎来第二波创业潮

距“感知中国”的提出已经三年。在这三年里，我国物联网产业经过了概念提出、应用普及到示范工程落地的“三步走”。

10 月 25 日，由工业和信息化部、国家发改委、科技部、中科院、新华社、江苏省人民政府联合主办的中国国际物联网大会在无锡开幕。工业和信息化部副部长杨学山等领导为大会致辞。本届大会的主题为“应用带来商机，示范创造市场”。开幕式上“江苏无锡两岸物联网产业创新示范中心”与“感知中国物联网商会(联盟)”相继揭牌成立。物联网产业化、公共服务平台建设和示范应用等 15 个项目在本次大会上签约，投资总额近 10 亿元。

无锡规模超千亿

当前，全球物联网仍处于初级阶段，但已具备良好基础。中国物联网研究发展中心主任叶甜春介绍说，2011 年全球物联网市场规模为 1271 亿美元，预计 2012 年全球市场规模约为 1580 亿美元。2012 年至 2016 年间，年均增长率将接近 28%，未来几年物联网将实现大规模普及。

在我国物联网被列为国家“十二五”期间重点发展的战略性新兴产业。《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》明确提出“推动物联网关键技术研发和在重点领域的应用示范”是未来五年物联网发展的主要任务。

2012 年年初工业和信息化部发布的《物联网“十二五”规划》贯彻落实国家战略部署，针对“十二五”时期我国物联网所处的发展阶段，提出了目标和主要任务。

黄莉新表示，目前无锡市集聚物联网知名研发机构 32 家，重要服务平台 38 个，应用示范项目 125 个，物联网从业人员已经突破 10 万人，已实现产业化的企业达 608 家，年内产值将达千亿规模。形成了配套完备的产业集群和多元的发展空间格局，将对我国物联网发展起到示范带动作用。

全国市场蓄势待发

根据《中国物联网产业发展蓝皮书》数据，预计 2012 年中国物联网产业市场规模约 3650 亿元，至 2016 年，中国物联网整体市场规模将达 10550 亿元，年复合增长率超 30%。

在我国物联网主要行业应用领域中，安防、电力、交通三大行业位居前列。重要的应用行业还包括物流、医疗、金融、手机支付等，并正在逐渐渗透到其他各行业和经济领域。

在细分领域及其他各行业也都有优秀的行业应用的体现。安徽朗坤物联网有限公司董事长徐珍玉表示，朗坤可以说是一家纯粹的农业物联网公司，专注于农业板块，解决生产力和生产关系的问题，提供安全可靠高效绿色的农产品。农业物联网要给农村、农业带来更大的变革，在这个过程中信息化就提上了很核心的日程。

此外，我国物联网发展呈现出不同的群体特征。除了由国家推动外，RFID 产业、电信运营商正在成为新的推动力量。

中国联通物联网办公室主任马彦在演讲中表示，M2M 是电信运营商新的增长点。在物联网网络架构上中国联通将打造一套物联网专用的管控平台及支撑运营服务系统，与即将建设的物联网专属网络网元进行结合。

黎明前的隐忧

中国物联网产业走到了市场化规模商用的前夕，曾经模糊的商业模式已经愈发明朗，技术也已经隐身背后，积极开展的海量示范正在走向市场。从三年前产业界的狂热，到后来的各方逐步归于理智，在经历了产业链的喧嚣和阵痛之后，还有一些隐忧。

新华通讯社姚光副秘书长指出，虽然我国物联网产业发展基本与世界先进水平保持同步，但我们要清醒的看到物联网发展仍面临许多深层次的矛盾和问题。标准体系缺失导致资源整合难度加大，核心技术缺位影响物联网国际话语权，阻碍物联网规模化的推广，信息安全隐患限制了物联网全方位应用。

无锡物联网研究院院长刘海涛用“让人人感知世界，让世界感知文明”结束了自己的演讲。他也表示，这是他在经过三年多的工作积累，对物联网建设工作的进一步认识。来源：2012-10-29 通信产业网

[返回目录](#)

昔日“一哥”诺基亚跌出前五

手机产业昔日“老大”诺基亚继续在衰落，除了业绩继续亏损之外，在日前公布的 2012 年第三季度全球手机市场排名中，诺基亚虽然仍是全球手机出货总

量第二的厂商，但市场份额已降到 18.7%。而在全球智能手机同比增长了 45.3% 的情况下，诺基亚首次被挤出全球智能手机前五的位置。

诺基亚首次跌出前五

美国市场研究公司 IDC 发布研究报告称，2012 年第三季全球手机出货量达到 4.445 亿部，较 2011 年同期的 4.341 亿部增长 2.4%。而智能手机出货量达到 1.797 亿部，较 2011 年第三季度的 1.237 亿部增长 45.3%，略高于 IDC 预计的 45.2%。但曾经连续 14 年蝉联全球手机销售榜首的诺基亚却跌出了智能手机前五的位置，这也是 IDC 2004 年开始统计这一数据以来，诺基亚首次未能跻身前五。

与微软合作没带来起色

从微软来到诺基亚之后，现任诺基亚 CEO 埃洛普的表现一直遭到股东以及业内质疑。有分析人士表示，埃洛普就任诺基亚 CEO 已 2 年，但诺基亚的业绩却出现连续亏损，市场表现也毫无起色。埃洛普上任不久就宣布诺基亚与老东家微软进行战略合作，以 windows phone 作为诺基亚未来主要的发展方向，但从目前的市场表现看，wp 并没有给诺基亚带来好运。来源：2012-10-30 大洋网-广州日报微博

[返回目录](#)

国产手机走出国门需摆脱三低老路

全球移动互联网大会硅谷站 (GMIC-SV) 日前在美国圣何塞召开。会上，小米 CEO 雷军 (微博) 表示，2012 年年底，小米可能会在中国周边国家和地区建立试点，迈出走向世界的第一步。实际上，2012 年 6 月雷军就曾公开对外表示，小米手机将于年底试点国际化。他认为，手机产品无国界，知名的手机公司都是全球化公司，小米需要时间一步步走到世界。

但有专家对比表示，包括小米在内的国产手机商的国际化之路面临不少问题，比如，手机的运营模式是否适合国际市场？习惯了“低价格、低技术、低质量”三低老路的国产手机如何做出创新性改变去争取国际市场？

国产手机受关注，国际化进程或加速

2012 年 5 月以来，国内手机厂商持续发力智能终端市场，先后推出了多款配置、性价比出色的智能手机，在国内市场取得了不错的销量。作为全球最先进的新闻组织，CNN 对国产厂商的报道，意味着国产智能机已开始受到国际市场的重视，国产手机的国际化道路向前更进了一步。

回顾 2011 年，国产手机凭借“智能”兴起取得了市场的主动。易观国际数据显示，2011 年手机市场销量前十的品牌中国产占据六席，分别为联想、酷派、

华为、中兴、金立和 OPPO。而国产并非只是在国内市场有收获，在国际市场同样出色，其中中兴在 2011 年的手机出货量便超过了 LG，成为全球第四，让人刮目相看。

对此，业内专家表示，国产品牌之所以能百花齐放，主要由于当前智能手机市场处于培育初期，在市场尚未稳定的情况下，国产手机能够凭借自身的发力打下市场。此外，安卓功不可没。安卓给国内移动互联网市场带来了翻天覆地的变化，大大提高了人们换机的频率。毫不夸张地说，安卓给国产手机带来了希望。

摆脱“三低”立足创新是关键

然而，就目前来看，国产手机大部分盘踞在中低端市场，尤其是千元智能手机。特别是在运营商的推动下，国产品牌利用“地利”优势，推出了许多性价比超高的定制机型，出货量都在百万级别。可以说，是中低端机的巨大出货量推动了国产手机的繁荣。

但低端意味着低利润，国产手机仍局限于“来料加工，仿制生产”的流水线生产经营理念，没有摆脱在产业链末端短暂赚取低价市场红利的模式。同时，在产品创新方面缺乏核心竞争力。目前大多数国产手机只在机身、外观上不断“翻新”，在细分市场上吸引部分消费者的眼球，而并不研究用户的使用需求和习惯。但没有实质的功能和核心创新，很难获得强大的品牌影响力，最终还是只能游走于中低端市场上。

总之，在国产手机繁华之时，我们更应看到其背后存在的危机。数据显示，2012 年 1-8 月我国手机行业生产手机约 7.14 亿部，同比仅增长 1.4%。即便是在经济危机爆发的 2008-2009 年，我国手机生产增长幅度亦远大于此。如果还是走“低价格、低技术、低质量”的三低老路，而不进行技术创新，在硬件成本过于透明的市场环境下，国产手机的国际化之路恐怕只能用“艰难”二字来形容。来源：2012-10-29 通信信息报

[返回目录](#)

报告称iOS为最赚钱的移动广告平台

Opera 今日发布报告称，尽管谷歌 Android 平台发展迅速，但苹果 iOS 仍是最赚钱的移动广告平台。

报告显示，iOS 的 eCPM(千次展示收入，即每一千次展示可以获得的广告收入)最高。其中，iPhone 的 eCPM 为 1.48 美元，而 iPad 则高达 4.42 美元。

此外，iPhone 的广告流量占全部流量的 30%，营收占 34%。而 iPad 广告流量份额仅为 5%，营收占 18%。

相比之下,Android 设备的 eCPM 仅为 0.88 美元。尽管如此,iOS 设备的 eCPM 处于下滑趋势。第三季度,iOS 设备的 eCPM 平均为 1.64 美元,低于第二季度时的 2.49 美元。

另外,Opera 还指出,尽管业内在努力开发移动 Web 网站,但近 73% 的移动广告营收来自移动应用。来源:2012-10-26 新浪科技

[返回目录](#)

传统终端商季度财报纷纷报亏恐难翻身

诺基亚、摩托罗拉和黑莓的日子有多难过,这从三家厂商近期发布的财报中可见一斑。

虽然这三家终端厂商的最新财报并非在同一天发布,但是他们的财报都“不约而同”地大幅度下行。通过最新财报信息显示,2012 年第二季度,黑莓净亏 2.35 亿美元,第三季度,诺基亚亏损了 12.7 亿美元,摩托罗拉亏损 5.27 亿美元。

除了自己亏损,数据显示与上述企业产生关系的友商,也在不经意间承受着利润下滑的压力。诺基亚的智能手机搭在了微软的操作系统,微软主打 Windows Phone 的 Entertainment and Devices Division 部门收入和运营利润同比分别下滑 7.85% 和 94%。2011 年 8 月,摩托罗拉被谷歌收购,受其拖累,谷歌的净利润同比也下降了 20%。

冰冷的数据,给出一个冰冷的答案:移动终端市场洗牌仍在继续,且整体市场仍处于下行通道。

难熬的寒冬

三家厂商的境遇集中证明,当前的生存环境对终端厂商提出了很多挑战。

诺基亚财报显示,2012 年第三季度,其营收约为 94.5 亿美元,同比下滑 19%,自 2011 年以来连续六季度亏损。至 9 月 30 日的三个月内,诺基亚营收下降至 72 亿欧元,较 2011 年同期下滑 19%。

摩托罗拉的日子同样不好过,这从谷歌公司发布的财报中可以看出。据了解,公司第三季度与收购摩托罗拉移动有关的重组和相关支出总额为 3.49 亿美元,摩托罗拉移动第三季度运营亏损为 5.27 亿美元。

黑莓发布最新财报的时间略早于前者,仍然难逃厄运。据公司二财季的内容显示,公司共实现营收 29 亿美元,同比大降 31%,该季净亏 2.35 亿美元。

同为亏损,不过三者亏损的具体原因不尽相同。零点研究咨询集团上海分公司 IT/通信行业咨询总监曾韬表示,诺基亚与黑莓一直保持着传统终端厂商的发

展方式，推出新产品和服务的节奏也非常类似。从实际结果来看，传统型终端厂商的发展方式已经很难迎合当前主流市场的需求，因此这两家公司的亏损是“合情合理”的，也是“按部就班”的。

“目前，终端厂商成败的分水岭是操作系统。苹果自有操作系统不开放，终端厂商不能用；安卓系统开放，终端厂商广泛采用。从结果来看，苹果和三星正代表着上述两大操作系统阵营的现状。诺基亚与黑莓从反面证明，如果系统平台选错，失败将是很难扭转的。”赛迪顾问通信产业研究中心高级分析师周宇岩说。

对于摩托罗拉而言，构成当前现状的原因更多来自谷歌。“谷歌看重的是摩托罗拉的专利，为安卓平台扫清障碍。从现状来看，谷歌已实现这一目的。至于摩托罗拉移动未来将会发展到怎样的规模，推出多少款新品，这恐怕已经不是谷歌最为关心的问题。”曾韬说。

正向过渡

虽然上述三家厂商的发展遇到了一定问题，不过这三家厂商已经找到了各自的对策。

根据诺基亚公布的数据，虽然 Lumia 系列智能机产品的销量从上一季度的 400 万，降到现在的 290 万，但是 7700 万功能机的销量，还是在一定程度上让诺基亚有了缓解的空间。“按照 non-IFRS 准则计算，诺基亚第三季度已经开始扭亏为盈，这是一个很好的信号。”诺基亚总裁兼首席执行官埃洛普表示。

除低端产品，诺基亚还将于 2012 年第四季度陆续上市发售旗下 Lumia 920 和 820 两款基于 Windows Phone 8 平台的旗舰智能手机。“功能机是诺基亚的王牌，诺基亚不应该，也不能放弃；在此基础上，慢慢争取到更多智能手机的市场份额，正是诺基亚的当务之急。”曾韬说。

另一方面，摩托罗拉选择了一条相对低调的发展路线。在被谷歌收购之后，摩托罗拉鲜有动作，对此，摩托罗拉移动新任 CEO 丹尼斯·伍德赛德表示，摩托罗拉将采用更为“内敛”、“务实”的态度，精简产品线，降低研发成本，集中资源推出更多以用户为导向的精品。

不久前即有传言表示，摩托罗拉将推无边框设计新品，该产品也被视为公司重新起步的标志。对此，Frost&Sullivan 首席顾问王煜全表示：“摩托罗拉在调整中主要削减研发部门而非销售部门，为的是更好地做精品手机的研发。”

在黑莓方面，公司正在酝酿于 2013 年推出 BlackBerry 10 产品，寻找改变颓势的方法。相应利好的信号，也让黑莓盘后股价上涨近 19%。

争取“模式胜利”的时代

移动终端厂商盈利的并不多，不过从这些盈利的小众群体中不难看出，厂商盈利模式的特点不容忽视。

盈利模式的特点,从苹果、三星和小米三家企业的身上已初见端倪。据 Asymco 发布的市场调查显示,智能终端领域,苹果公司获取了行业 73% 的利润,三星公司获取了 26% 的市场空间。这说明,苹果和三星“不差钱”。

相比上述两家企业的规模,小米相形见绌,不过最近小米公司的数据让业界颇感意外。根据该公司发布的统计数据显示,10 月 23 日中午 12 点开始,小米手机 1S 启动了第五轮开放购买。本次开放的购买产品包括 30 万台小米手机 1S 青春版,5 万台 1S 标准版与电信版。这 35 万台产品,在开放购买后 4 分 15 秒内销售一空。这说明,小米状况也很好。

同样是盈利,在曾韬看来原因不尽相同。苹果拥有品牌议价的资本,不愁没有利润空间;三星拥有全产业链优势,不愁没有产品支撑市场需求。反观小米,技术、规模、市场等各方面能力均有限,可是在渠道方面,小米只通过网络安排销售。即使面对售后和服务方面的众多诟病,小米依然没有改变既定安排。用于市场营销的费用,小米更是将每一分钱用在刀刃上。“省去中间环节,让企业的立身利益最大化,这是小米盈利的根本原因。”曾韬说。

与小米形成鲜明对比的,正是苹果与三星两家大公司。据苹果公司 CEO 蒂姆·库克表示,目前,iPhone 5 的销量已经达到了 500 万部;三星移动业务主管申宗均预计,三星公司发布的 Galaxy Note 2 将在上市后三个月内,销量达到一代产品的三倍。

当前,终端产品的零配件只有在成规模采购的时候,才能尽可能降低相应的成本价格。而在如此庞大的销售量基础之上,苹果和三星从硬件上获取利润空间的可能性已微乎其微。

在曾韬看来,正是因为诺基亚、摩托罗拉、黑莓这样的企业机构过于庞大,尾大不掉,才让它们在发展中遇到了当前的的问题。“当前,让市场营销的投入伴随产品销量巨幅增长的时代是有限的,不断缩减成本,减少内耗才是无限的。”曾韬说。来源:2012-10-29 通信产业网

[返回目录](#)

运营商套餐繁乱如麻 消费者吐槽一头雾水

3G 时代的到来,为了用户随时随地接入互联网带来了不少便利,但因为运营商服务从语音向数据全面扩张,不少用户面对“千树万树梨花开”一般众多的运营商资费套餐,则开始感受到了“晕菜”的烦恼。2012 年刚从大学毕业到广东工作的吴园嘉就正为这件事发愁,为了节省话费,他已经确定将原来广西的号

码换成本地的，但三大运营商所能提供的资费套餐实在太多，而且不同套餐的附加条款、注意事项更是让他眼花缭乱，“难道就不能简单一点吗？”虽然在记者的帮助下，他最后找到了合适的选择，但仍然忍不住对这种“乱象”吐槽。

套餐多并不代表选择多

“别看现在运营商的套餐数量很多，但其实套餐限制也很多，要想找到划算的真不是件容易的事情。”对于刚刚经历的“苦难”历程，吴园嘉的感受居然是这样的。

按理说，运营商的资费套餐越来越多应该是为了满足用户细分化的需求，但从消费者的实际感受而言，却完全不是那么回事。“就拿联通的 3G 套餐来说吧，按语音和数据应用为主分为 AB 两大类还不够，还针对本地通话需求较多的用户分出了个 C 类套餐，这种初衷可能是好的，但是现在都是移动互联网时代了，用户的需求哪里会分得这么清楚，所以别看运营商提供的选择多，但这没几个可选的。”吴园嘉吐槽道。

对于他的说法，记者进行了一番了解。目前三大运营商中国联通 3G 套餐分为三大类合计超过 20 款，此外还有 3G 沃派套餐，2G 的新势力、世界风、如意通等大量旧有的资费套餐；而中国移动方面仅全球通套餐就细分了 18 款，动感地带加神州行的基础资费套餐也有十多款；即使是套餐设计相对简单的中国电信在移动业务方面也有乐享 3G 上网版、聊天版、易通卡、天翼云卡、天翼飞 Young 等众多不同品牌，下属细分套餐合计也有数十款之多。

但除此之外，运营商还提供了大量增值服务套餐如流量包套餐、短信套餐或者上网卡套餐之类，如果将这些一一统计起来，目前市场上运营商所提供的套餐将多达数百款，非专业的消费者的确很难搞得清楚。

套餐设计仍不够人性化

最让用户头痛的是，这些套餐的设计似乎都不太人性化。以中国移动针对上网用户推出全球通上网套餐为例，58 元套餐的资费门槛是较低的，但超出套餐语音呼叫费用却要比 88 元以上套餐贵出不少。“我当时就曾经选这个套餐，因为一个月 200MB 的流量基本能够满足我的需要，但是看到电话费要比其他的都贵就不想选了，当时就奇怪，为什么运营商就不能在套餐细节上一视同仁，对低月租用户总要搞点歧视呢？”吴园嘉表示这种“歧视”现象不止在移动的资费套餐中存在，他在对比各大运营商的基础套餐中都发现了此类问题，即低月租的上网套餐的套餐外语音通话费标准都要高过此类套餐的普遍标准。

对此现象，一位运营商内部人士告诉记者主要是为了平衡收支的考量。“如果资费套餐的每个细节标准都一样，那么用户很可能都去选择最低月租的套餐，这对运营商提升 ARPU(每月每用户收入)不利，所以设计上还是要加以引导的。”

该人士如是说，可见运营商并非没有能力实现套餐的均等化，但出于商业利益的驱使，其套餐设计中人为地设置了一定的门槛。

“这其实从商业决策的角度不难理解，因为企业并非慈善家，但从用户感知的角度来说却并非好事，因为大大增加了用户选择的难度。”对于运营商的这种做法，Reational 分析师张星认为有些舍本逐末，“运营商行业是规模制胜的服务型行业，网络体验、服务质量是吸引用户的关键，在资费套餐的细分方面如果不是真正的根据用户需求而制定而是根据企业盈利目标而制定，从长远来看会出现因小失大的问题。不过这个问题归根到底还是因为国内运营商的数量少，用户又不能携号转网，市场竞争不充分所致。”

工信部或出招加强管理

对于目前运营商市场资费套餐众多，消费者难以选择甚至没有太多合适选择的现状，相关管理部门已经三番五次地表明了态度要加强管理。2008年2月14日，原信产部就曾经下发《关于规范电信资费方案管理的指导意见》，要求电信企业应适当控制资费方案的种类，鼓励电信企业简化资费结构并采用单一费率方式收费。2010年12月25日，工信部下发《关于进一步落实规范电信市场秩序有关文件精神的通知》，要求各电信企业按照《关于规范电信资费方案管理的指导意见》规定，进一步规范电信资费方案管理。该通知明确指出，电信企业制定的资费方案应简单清晰、通俗易懂，电信企业将继续控制资费方案的数量。

然而正所谓上有政策、下有对策，虽然工信部多次要求运营商简化资费方案，但是各大运营商也想出了多品牌化的“解决之道”，即通过增加业务品牌的方法来分散单一品牌资费套餐数量过多的问题。然而过多的业务品牌本身对消费者来说也是一种消费困扰。例如目前三大运营商都对针对学生市场推出了专属业务品牌，但记者亲身体验在实际销售过程中运营商的营业网点或者合作渠道并没有严格执行此类品牌只针对校园市场销售的有关规定，甚至主动向非学生用户推广此类品牌业务，实际上起到的是助推市场资费套餐“乱象”的副作用。

对此，工信部在2012年4月再次明确表态，将加强“治理电信领域侵犯消费者权益”的现象，严格规范电信资费的行为，按照更低的价格、更多的选择公开透明这一要求，督促电信企业清理资费套餐，简化资费结构，提高资费的透明度。据记者了解，目前工信部已经组织了一支专门的力量，并完善消费者投诉处理机制，在年内将会通过社会监督展开专项整治行动。工信部通信发展司司长张峰表示，将坚决惩治一批严重侵害消费者合法权益的电信企业，对恶意违规、屡纠屡犯的企业将责令停业整顿，并通过新闻媒体进行曝光。来源：2012-10-25 南方日报

[返回目录](#)

“3G 替代 2G” 渐入高潮 运营商告别高增长时代

中国电信股份有限公司 (00728.HK) 昨日披露公司三季报, 该公司 1-9 月份实现净利润 125.6 亿元, 较上年同期下降 8%。

至此, 国内三大电信运营商均已发布了前三季度业绩。中国电信成为唯一一家净利润下降的运营商, 该公司将之归咎于手机销售成本及网络容量租赁费的上升。这对正在拼命招揽 3G 用户的中国电信而言, 可能是甜蜜的苦恼。

3G 用户和移动互联网是目前三家运营商为数不多的业务亮点。第三方电信分析师付亮昨日接受早报记者采访时强调, 中国目前已经进入了 3G 替代 2G 用户时代, 运营商理应抓住这一机会, 发展 3G 用户。“估计 2012 年底月增 3G 用户就会突破 1000 万, 这需要运营商做一系列调整。”

9 月份, 三家运营商 3G 用户新增数量分别为: 中国电信 328 万、中移动 345.5 万户, 中国联通 317.7 万。至 9 月末, 中国移动以 7560 万的 3G 用户数量继续领跑, 中国联通达到 6686 万, 中国电信为 5972 万。9 月新增的近千万 3G 用户中, 除少量直接加入的 3G 用户外, 更多的是 2G 用户被不断替代。

付亮认为, 3G 用户会带来更多的移动互联网流量, 不仅运营商内部要把 2G 用户升级成为 3G 用户, 而且也在跨运营商争抢 2G 用户升级成 3G 用户。“目前手机用户增长红利已经没有了, 很多新增用户都是 2G 转换成 3G 用户, 目前处于过渡期, 老号码和新号码并用, 但是过渡完成后就会把老号码废弃, 发展一个新客户并不容易。”

三家运营商为争夺手机用户所打出的手段均是资费补贴, 用户购买合约套餐可以享受一定额度的补贴。目前, 中国联通的手机补贴力度最大, 中国移动虽补贴总额较多但平均下来每个用户补贴并不多, 中国电信的补贴则较少。

付亮说, 联通已经在作出调整, 发动更多社会渠道销售手机终端, 这得益于联通 WCDMA 手机款式多的优势。

中国联通前三季销售通信产品成本为 337.8 亿元, 同比增 48.4%; 收入为 290.0 亿元, 同比增 60.0%; 其中 3G 手机补贴 46.4 亿元, 逐季降低——第一季度为 19.8 亿元, 第二季度为 15.4 亿元, 第三季度为 11.3 亿元。

换言之, 在短期赢利能力提高和长期用户增长之间如何取得平衡, 不仅是业绩下降的中国电信需要思考的问题, 中国联通同样在权衡。

中国联通和中国电信早前都表态要引入苹果 iPhone 5, 但目前还没有明确的时间表。付亮认为, iPhone 5 的引入, 对第四季度的两家运营商业绩影响不会很大。



运营商们当下需要直面的是，在移动互联网时代，如何化解“被管道化”这一困局。尽管三家运营商围绕移动互联网的数据流量和收入都在增长，但三家公司还没有找到自己的杀手级应用。

同时，第三方的移动互联网应用则不断蚕食电信运营商业务。比如微信对短信替代明显，很多年轻人更愿意选择微信来发送信息。来源：2012-10-30 东方早报

[返回目录](#)

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

● 垂询及订阅请联系：

客户服务Tel: (010) 65981925	E-mail: beijingkf@apcsr.cn
北京公司: (010) 65981925、65981897	E-mail: beijing@apcsr.cn
深圳公司: (0755) 82220605、25982115	E-mail: shenzhen@apcsr.cn
上海公司: (021) 61532018、61532019	E-mail: shanghai@apcsr.cn
重庆公司: (023) 63003200、63003220	E-mail: chongqing@apcsr.cn
杭州公司: (0571) 89935943、88829061	E-mail: hangzhou@apcsr.cn
广州公司: (020) 37249249、23375832	E-mail: guangzhou@apcsr.cn