



# 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. 11. 14

亚太博宇  
通信产业研究课题组  
[apptdc@apptdc.com](mailto:apptdc@apptdc.com)

## 本期要点

### ■ 手机厂商如何破解盈利难题

随着三季度全球智能手机出货量数据的出炉，厂商的排名也有了新的变化。然而，除了前两名的三星和苹果外，其他厂商均陷入了有出货量没有利润的怪圈。业内人士指出，手机厂商若想达到出货量和利润的双丰收，未来还需在产品技术和渠道上下一番功夫。

### ■ 为何只有三星手机卖得过 iPhone

美国科技博客 GigaOM 今天发表署名凯文·托菲尔 (Kevin Tofel) 的文章称，三星 Galaxy S III 成为近年来首款销量超越 iPhone 的智能手机。三星虽然是通过“师夷长技以制夷”的做法超越苹果的，然而，在当今智能手机市场，三星的这种模仿能力本身也是独一无二的。

### ■ 奥巴马再来四年对美国电信业有何影响

急于达成并购交易的电信业计划未来四年谨慎行事。但这并不意味着这一行业会放弃一些交易。

### ■ iPhone 5 2012 年底入国内 联通电信版价格曝光

不必再羡慕北京、上海玩家可以就近到苹果零售店购物，也不必再辛苦过关香港购买苹果产品，珠三角“果粉”只需要抽空到深圳即可与苹果零距离接触。11月3日上午9时，苹果公司在中国内地的第7家、华南首家零售店在深圳益田假日广场开业。

## 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 .....	4
手机厂商如何破解盈利难题 .....	4
为何只有三星手机卖得过 iPhone .....	6
奥巴马再来四年对美国电信业有何影响 .....	8
<b>产业环境篇 .....</b>	<b>8</b>
<b>【政策监管】 .....</b>	<b>8</b>
工信部发布《业余无线电台管理办法》 .....	8
2012 年物联网发展专项资金项目完成审核 .....	9
<b>【国内行业环境】 .....</b>	<b>10</b>
网络平台回收废旧手机 .....	10
各地掀起免费 WiFi 热 智慧城市建设全面提速 .....	10
中国成全球最大智能手机市场三星苹果占半壁 .....	13
国内地铁信号多使用公用频段被指缺乏前瞻性 .....	14
国内手机厂商突围薄利困局: 纷向高端市场进军 .....	17
<b>【国际行业环境】 .....</b>	<b>20</b>
法称不会对华为中兴设限 .....	20
欧盟 2014 年将开放 LTE 新频段 .....	20
北美用户过去一年固网数据用量增长 120% .....	21
加拿大将建手机黑名单: 遗失手机将无法使用 .....	22
美国市场 iPhone 5 发货周期缩短 供需渐趋平衡 .....	22
印度 2G 频谱重拍仅 5 家运营商参与 预计当天结束 .....	23
<b>运营竞争篇 .....</b>	<b>24</b>
<b>【竞合场域】 .....</b>	<b>24</b>
三大运营商均将启用一个新 3G 子号段 .....	24
运营商 3G 终端销量比较: 联通 WCDMA 份额近半 .....	24
三大运营商逐鹿 4G 市场 苗圩解析国内 4G 前景 .....	25
电信业三足鼎立之势渐成 开放融合辟转型新空间 .....	26
<b>【中国移动】 .....</b>	<b>28</b>
传中国移动新获批 184 号段 .....	28
中国移动 NFC 商用提速: 2013 年将落地十二省 .....	29
中移动多地启动光纤宽带业务 市场格局或大调整 .....	31
中移动或 2013 年初开售 iPhone: 将助苹果股价上涨 .....	33
<b>【中国电信】 .....</b>	<b>34</b>
中国电信版 iPhone 5 或下月初引入 .....	34

电信版 iPhone 5 实现顺畅国际漫游 .....	34
天翼阅读改制启动 本月正式揭牌宣布成立公司 .....	35
中电信成功打造心系天下手机：成高端用户象征 .....	36
中电信前三季利润下滑 陷入高增长与高投入之困 .....	37
CDMA 智能手机迎爆发式增长 上海电信布局中高端 .....	39
<b>【中国联通】</b> .....	41
中国联通与网易签署战略合作协议 .....	41
中国联通将于年内开始销售 iPhone 5 .....	42
<b>制造跟踪篇</b> .....	<b>43</b>
<b>【中兴】</b> .....	43
北斗手机网联手中兴推四核手机 .....	43
中兴推出手机新品牌开拓高端市场 .....	43
<b>【华为】</b> .....	44
华为印度公司消费产品部门 2012 年收入欲增 20% .....	44
<b>【诺基亚】</b> .....	45
诺基亚乃微软最佳收购目标 .....	45
<b>【其他制造商】</b> .....	46
爱立信宣布在瑞典裁员 1550 人 .....	46
联想智能手机第三季销量同比增 18 倍 .....	47
摩托罗拉系统第三季度销售额 22 亿美元 .....	47
消息称苹果 2013 年推 iPhone 5S 和 iTV .....	49
三星采取十种不同方式向苹果施加市场压力 .....	50
爱立信预计服务业务增速放缓 设备业务趋稳 .....	52
酷派数亿元打造高端手机 称要抵御洋品牌蚕食 .....	52
iPhone 5 2012 年底入国内 联通电信版价格曝光 .....	54
<b>服务增值篇</b> .....	<b>56</b>
<b>【趋势观察】</b> .....	56
民资进入电信业试点方案成型 免费打手机或实现 .....	56
智能手机市场贫富分化加剧 转型后率先蝶变者活 .....	58
<b>【移动增值服务】</b> .....	59
北京联通试点电话亭变“手机” .....	59
<b>【网络增值服务】</b> .....	60
北京移动推出 WiFi 客户端软件 .....	60
手机查询到站信息浦东公交年底试点 .....	60
<b>技术情报篇</b> .....	<b>61</b>
<b>【视频通信】</b> .....	61

文广百视通获国内首张 OTT 牌照 .....	61
移动视频流量占比近六成 开拓新蓝海需过三道坎 .....	62
【电信网络】 .....	64
AT&T 拟建 4 万多个 LTE 基站覆盖 3 亿用户 .....	64
美国将铺设全球最快网络：带宽达 800Gbps .....	65
【终端】 .....	65
PON 设备支持 IPv6 将被规范化 .....	65
4.0 以上安卓占比上升 碎片危机缓解助应用整合 .....	67
【运营支撑】 .....	69
微软新版 WP 应用商店加入个性化推荐 .....	69
4G 牌照扑朔迷离：中国电信广州测试 FDD LTE .....	69
51 个移动网络推高清语音服务 LTE 驱动固网升级 .....	70
<b>市场跟踪篇 .....</b>	<b>72</b>
【数据参考】 .....	72
研究称年底全球宽带用户数将达 6.2 亿 .....	72
第三季度 Android 手机中国出货量份额达 88% .....	73
【市场反馈】 .....	74
智能手机千元价位激烈交锋 .....	74
报告称运营商手机导航用户付费意愿极低 .....	75
报告称 Galaxy S3 超 iPhone 4S 成最畅销智能机 .....	76
无线宽带联盟：智能机 WiFi 热点连接总量首超 PC .....	76

## 亚博聚焦

### 手机厂商如何破解盈利难题

随着三季度全球智能手机出货量数据的出炉，厂商的排名也有了新的变化。然而，除了前两名的三星和苹果外，其他厂商均陷入了有出货量没有利润的怪圈。业内人士指出，手机厂商若想达到出货量和利润的双丰收，未来还需在产品技术和渠道上下一番功夫。

#### 盈利仍是最大问题

据 IDC 日前发布的研究报告显示，2012 年三季度，在全球智能手机市场出货量排名中，排在前五的分别为三星、苹果、RIM、中兴和 HTC。有意思的是，除了三星和苹果外，其他品牌销量上来了，利润却不理想。

RIM 近来的状态并不好，虽然仍然占据出货量第三的位置，但也同比跌了三成。此前，RIM 就预计了第三财季公司将蒙受运营亏损。对于原因，RIM 则认为竞争环境日趋激烈、手机销售量下降，以及黑莓 10 平台发布有关的运营支出增加等。

2012 年刚刚接过 RIM 帅印的海因斯上任以来对公司进行了两次全球性大规模裁员，最近的一次裁员数至少 2000 人，涉及多个部门，包括法务、人力资源、财务和销售营销部门的高级职位。

而中兴通讯虽然智能手机销售同比增长 82.9%，却刚刚交出了一份巨亏 17 亿元人民币的三季度财报，这更是中兴 15 年来首度亏损。中兴通讯相关人士向记者透露，业绩下滑的原因在于中兴通讯的终端设备主要采用由运营商集采模式，而国内外运营商招标的滞后造成中兴通讯产品的市场表现不佳，一些重要的国际工程项目延期，在很大程度上影响了中兴通讯的营收。

排在中兴通讯之后的 HTC、诺基亚、摩托罗拉、LG 等均出现亏损或利润下滑的局面。这些手机厂商似乎进入了只销售不赚钱的怪圈。

### 发力高端改变局面

此前，中兴通讯相关人士在接受记者采访时表示，中兴通讯管理层在业绩下滑后决定集体降薪，降薪一直持续到公司实现扭亏为盈。虽然何时能够实现利润正增长现在还不能预测，但中兴通讯显然已有准备。

近日，中兴通讯在京召开新品牌发布会，宣布旗下手机新品牌 Nubia 正式发布，中文名称为努比亚的产品主要定位于社会渠道的高端市场。同时，中兴通讯建立独立团队独立运营，以形成对现有手机产品体系的补充和延伸。

记者在现场了解到，Nubia 是中兴通讯首次在集团品牌之外发布全新品牌。首款 Nubia 智能手机将采用 5 英寸触摸屏幕、四核 CPU，计划 12 月底上市销售。该品牌主要面向公开市场，采用在线商城与实体体验店销售相结合的方式，该公司将在全国一二线城市布局一定数量的实体体验店。

中兴通讯执行董事、执行副总裁何士友在接受采访时强调，此次新品牌发布，旨在借助集团在研发及产品方面的优势，把 Nubia 打造成一支全新的品牌力量。新品牌发布不会影响现有中兴品牌产品的运作和经营，是公司年初既定的战略部署。

有专家指出，在中低端智能手机市场竞争白热化的阶段，发力高端市场不失为寻求新利润增长点的一种手段。

此前，摩托罗拉全面调整市场战略，改走“精品路线”。该公司表示，将业务重心从功能手机逐步转向更具创新性和盈利性的终端产品，而且高端机型利润率高，对塑造品牌形象也大有裨益。如果能把高端机市场做好，将会事半功倍。

### 双管齐下或成趋势

目前，全球手机市场正处于新旧格局交替的关键时刻，传统手机霸主诺基亚等快速衰退；谷歌、微软等互联网巨头正在重兵杀入；国内各大互联网巨头也在对手机市场虎视眈眈。

尽管格局交替剧烈激荡，但专家指出，手机厂商要想在激烈的竞争中脱颖而出，必须具备在全球手机市场拥有强大的技术和渠道两大核心优势。

对此，何士友表示，目前中兴通讯同时使用 WP 和 Android 两种操作系统，而 2012 年四季度，中兴通讯还将推出 Web OS 操作系统和基于自主开发和自主知识产权的手机操作系统。不单手机操作系统，中兴手机要对底层的手机芯片都要研发。

在渠道上，中兴手机此前 90% 以上销售都在运营商市场，Nubia 新品牌发布后，将重点发力公开市场，采用在线商城与实体体验店销售相结合的方式，除大力发展电商渠道外，未来将在全国一二线城市布局一定数量实体体验店。Nubia 品牌在中国区域推广使用后，将逐步拓展到全球市场。

据悉，目前中兴通讯国内外手机专利申请量已达 1 万余件，其中，手机国内专利申请量 7100 余件；手机 PCT 国际申请量 3000 余件，涉及 3G 等手机类重要专利占七成以上，尤其在一些关键细分领域的专利非常密集。2012-11-7 北京商报

[返回目录](#)

## 为何只有三星手机卖得过 iPhone

导语：美国科技博客 GigaOM 今天发表署名凯文·托菲尔 (Kevin Tofel) 的文章称，三星 Galaxy S III 成为近年来首款销量超越 iPhone 的智能手机。三星虽然是通过“师夷长技以制夷”的做法超越苹果的，然而，在当今智能手机市场，三星的这种模仿能力本身也是独一无二的。

以下为文章全文：

这么多年来，第一次有一款手机的销量超过 iPhone。市场研究公司 Strategy Analytics 的数据显示，三星 Galaxy S III 第三季度的销量超过苹果 iPhone 4S，二者分别为 1800 万部和 1620 万部。值得注意的是，三星的数字只是出货量，而

非真正的销量，但更值得注意的是：三星是目前唯一一家可以与苹果抗衡的智能手机厂商。

在解释原因之前，先来仔细研究一下数据。苹果的数据是真正的销量，而三星则反映了 Galaxy S III 向运营商的出货量。这意味着有很多 Galaxy S III 手机还在运营商的货架上没有卖出，但仍被计入到这一数据。因此，三星的实际销量低于出货量。而且，根据 Strategy Analytics 的数据，iPhone 5 的出货量达到 600 万部，如果计入这一数字，苹果仍将以 2220 万部的总出货量超过三星的 1800 万部。但从宏观来看，这却无关紧要。

我 2010 年就曾指出，三星正在采取与苹果类似的智能手机战略。彼时，三星推出了首款搭载谷歌 Android 系统和自家 TouchWiz 用户界面的 Galaxy S 手机。三星并未推出多个型号，只将一款设备作为自家的旗舰手机。而摩托罗拉和 HTC 等公司却都推出了一系列产品，每款都很相似，但又略有不同。与苹果一样，三星也专注于单一型号，并由此获得了规模化生产、通用的零部件和相似的用户体验等优势。

一年后，当三星即将超越诺基亚，成为全球第一大智能手机厂商之际，我再次提及这一问题。我解释了三星何以成为新的智能手机王者，指出了其迅猛发展的更多原因。三星随后推出了第二代旗舰手机 Galaxy S III，销量再创纪录：上市 70 天就突破 100 万部。

Galaxy S、Galaxy S II 以及 Galaxy S III 中有很多零部件都是三星自己生产的，包括处理器、AMOLED 显示屏、闪存等。

苹果同样控制着 iPhone 硬件，只是没有三星那么直接：该公司为 iOS 设备设计了芯片，但却要委托其他厂商生产；不过，苹果通常会向零部件生产工厂投资数十亿美元，以换取合适的价格和大量产能。除了三星和苹果，还有哪家企业对供应链拥有如此好的掌控力？诺基亚不行，摩托罗拉不行、HTC 和 LG 也不行。事实上，其他智能手机厂商都不行。

苹果正在借助这种生产优势为每一款 iPhone 带来更多产量。这很重要，因为苹果可以在新品发布后尽快将其推向更多国家和更多运营商。不到两周后，美国五大运营商都推出了这款手机——而在 Galaxy S II 发布时，美国运营商直到 6 个月后才见到这款手机。

每一代 Galaxy 智能手机，三星都在持续效仿苹果的模式，尽可能地控制自己的命运。其他竞争对手都不具备这种条件。因此，尽管苹果设计好了智能手机的成功模式，但三星却是唯一一家真正能够效仿这种模式的企业。事实上，如果你关注过三星与苹果的专利诉讼，对此绝不会感到意外：法院已经认定三星模仿了苹果智能手机的部分设计、特征和功能。

当然，我们仍然可以在销量和出货量的定义上纠缠，但除非你想要宣告今天的真正“优胜者”，否则这一差别无关紧要。对我而言，更重要的在于，苹果终于遭遇了真正的挑战，尽管这些挑战只来自一个对手。2012-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 奥巴马再来四年对美国电信业有何影响

急于达成并购交易的电信业计划未来四年谨慎行事。但这并不意味着这一行业会放弃一些交易。

能充分说明这种情况的一个案例是：Sprint Nextel Corp。既然已经从日本的软银公司(Softbank Corp。)获得了资金，预计它会继续评估与软银间的并购事宜。

Sprint 的首席执行长赫西 (Dan Hesse) 近日在接受采访时表示，他预计无线通讯行业的并购活动将会持续，他认为美国只需要三家无线通讯运营商就够了，这样运营商既承担得起网络维持成本，同时依然有动力尝试新的服务。但他说，如果换成共和党执政，美国在电信业合并方面的监管环境很有可能比目前更友好。

这一行业一些大的投资项目已经纷纷浮出水面。周四，美国电话电报公司(AT&T Inc。)表明它不会吝于增加支出，该公司公布了一项斥资 140 亿美元对其有线和无线通讯网络进行升级和扩建的计划。

但 AT&T 的首席执行长斯蒂芬森 (Randall Stephenson) 称，“财政悬崖”问题必须得到解决。他谈到美国政府可能实施的减支增税措施时表示，对美国的经济增长而言，财政悬崖目前确实就像是一个节流阀。2012-11-8 赛迪网

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 〔政策监管〕

## 工信部发布《业余无线电台管理办法》

《业余无线电台管理办法》已经 2012 年 10 月 17 日中华人民共和国工业和信息化部第 26 次部务会议审议通过，将从 2013 年 1 月 1 日起施行。

公告称，使用业余无线电台，应当熟悉无线电管理规定同时具备国家无线电管理机构规定的操作技术能力，并取得相应的操作技术能力证明。业余无线电台所用频率应符合《中华人民共和国无线电频率划分规定》。

业余无线电台设置人应当对无线电发射设备进行有效监控，确保正常工作，保证能够及时停止其造成的有害干扰。未经所在地地方无线电管理机构批准，业余无线电台不得以任何方式进行广播或者发射通播性质的信号。

使用业余无线电台禁止发布、传播违反法律或者公共道德的信息；禁止从事商业或者其他与营利有关的活动；禁止阻碍其他无线电台通信以及禁止法律、行政法规禁止的其他活动。此外，业余无线电台的通信时间、通信频率、通信模式和通信对象等内容应当记入电台日志。电台日志应当保留两年，供无线电管理机构检查。

一旦发现涂改、仿制、伪造业余无线电台执照，或者倒卖、出租、出借及其他形式非法转让业余无线电台执照的；盗用、出租、出借、转让、私自编制或者违法使用业余无线电台呼号的；违法使用业余无线电台造成严重后果的；以不正当手段取得业余无线电台执照的；不再具备设置或者使用业余无线电台条件而继续使用业余无线电台的；向负责监督检查的无线电管理机构隐瞒有关情况、提供虚假材料或者拒绝提供反映其活动情况的真实材料的；超出核定范围使用频率或者有其他违反频率管理有关规定的行为的，无线电管理机构将根据职权责令限期整改，并处警告或三万元以下的罚款。2012-11-8 中国新闻网

[返回目录](#)

## 2012 年物联网发展专项资金项目完成审核

记者昨日从工业和信息化部获悉，2012 年物联网发展专项资金项目已经完成审核，多家上市公司入围。

为促进我国物联网发展，工信部、财政部组织专家对申报的 2012 年物联网发展专项资金项目进行了审核，并将拟支持项目有关事项进行公示。2012 年度物联网发展专项资金拟支持项目共计 149 项，拟按有关规定给予资金支持。聚光科技、宝信软件、长安汽车、海康威视、远望谷、佳讯飞鸿、国民技术、航天科技、万达信息等上市公司有关项目入围。

根据《物联网发展专项资金管理暂行办法》，专项资金的支持采用无偿资助或贷款贴息方式，申请专项资金的项目原则上只采用一种支持方式。原则上，技术研发、标准研究与制订、公共服务平台类项目，以无偿资助方式为主；产业化、应用示范与推广类项目以贷款贴息方式为主。

《暂行办法》规定，财政部将根据年度项目支持意见，确定项目资金及支持方式，下达专项资金预算指标，并根据规定及时拨付资金。

2012 年是国家开展物联网发展专项资金项目申报工作的第二年。从 2011 年的资金拨付情况来看，入选企业在 2011 年底之前都得到拨付资金。这意味着 2012 年入选企业也将及时得到拨付，并有望在 2012 年的年报中得到体现。2012-11-7 上海证券报

[返回目录](#)

## 【国内行业环境】

### 网络平台回收废旧手机

2012 年年初流行的手机可能到年底就过时了。广东省每年要产生近十万部废弃手机，尤其是时刻要走在尖端的深圳人，不少商业人士都拥有两部以上的手机，更换起来更是浪费。

本周起，除了华强北低价回收旧手机，还有一个方式可以在网上处理你的旧手机。全国新能源节能减排公共服务平台主办的废旧手机回收利用平台已启动，此次线上废旧手机回收将会在深圳、东莞、珠海三个城市试点实行，简称为“中国绿箱子行动-e 环 365”。市民可以通过拨打服务热线 400-9909-365 或登录网站 [www.5rbox.com](http://www.5rbox.com) 在线评估手机价格，然后快递给回收商，换取现金或绿 E 币补贴，绿 E 币可用于购买各种日用品。不用出门，不用去华强北人山人海里挤破头，也可以实现回收旧手机，既环保又实惠。2012-11-13 南方都市报

[返回目录](#)

### 各地掀起免费WiFi热 智慧城市建设全面提速

随着移动互联网在国内快速发展，使用手机等移动终端上网越来越普及，免费 WiFi 成为了人们生活中的一部分，各地也开始大规模、日常化地普及并提供免费 WiFi 上网服务。杭州市政府日前决定免费向市民开放室外 WiFi 网络，免费 WiFi 覆盖杭州主城区 220 平方公里的面积，共 2000 个站点。广州最大的出租车公司——白云集团出租车公司近日也对外宣布，即日起在旗下 97 辆“优质服务示范车”上推出无密码免费 WiFi 服务全覆盖 ... ..

免费 WiFi 上网的推出提升了政府的公共服务水平，便利了人们的日常生活。可以说，免费 WiFi 是一种趋势，也代表着一种消费潮流，未来提供免费上网服务的城市将越来越多，但人们在畅游移动互联网的同时，还需提防“钓鱼 WiFi”，防止个人信息被盗。

### 免费 WiFi 建设全国铺开

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布的报告显示，2012 年手机网民数量大幅上升，达到 3.88 亿，手机首次超越台式电脑成为第一大上网终端。使用手机上网的用户越来越多，催生了免费无线网络热点的普及。各地的免费 WiFi 建设正在如火如荼地展开。

杭州成为全国首个免费开放 WiFi 的城市。杭州市政府日前决定从 10 月 30 日起免费向市民开放室外 WiFi 网络，开放城市道路、街区、景区、广场、公交站台以及行政服务、交通枢纽等区域 2000 个站点，覆盖 220 平方公里。用户连接“i-hangzhou”就可以免费使用 WiFi 上网。预计 2013 年底信号站点将达 3000 个以上，实现市区免费 WiFi 无死角。

除了杭州外，在广州，白云集团出租车公司日前对外宣布，在旗下 97 辆“优质服务示范车”上，率先推出无密码免费 WiFi 服务全覆盖。白云集团负责人表示，推广免费 WiFi 出租车可以提升出租车的信息化水平和软件档次，为乘客提供更多元的服务。在深圳，当地的园博园、莲花山公园、南山公园等 13 个公园已经可以向市民提供无线网络服务。市民搜索热点连接后，即可使用。此前上海已经宣布，上海火车站、外滩、滨江大道、陆家嘴、新天地等近 30 处已经成为第一批试开通免费上网服务的公共场所。今后，凡是在公共场所看到

“i-Shanghai”（“爱上海”）的标志，就表示每天可以免费使用 2 小时无线网络服务。

许多商业网点也为人们提供免费上网服务。麦当劳、肯德基、星巴克等外国连锁的餐饮店很早就向顾客免费提供无线上网服务。2011 年底，上海电信与星巴克联手，正式启动星巴克江浙沪地区的 WiFi 建设工程，为江浙沪 200 家门店提供免费 WiFi 服务。日前，星巴克加入无线充电联盟，让客人在享用咖啡和 WiFi 网络的同时，只需将支持无线充电的手机放到桌子上，就能为自己的手机补充电量。相信这种服务不久也会在国内推出。

### 免费 WiFi 实惠方便同时体验性需加强

艾瑞专家麦浩超表示，运营商 WLAN 网络覆盖 2012 年快速增强，与带 WiFi 功能的安卓手机、iPad 等平板电脑开始普及关系密切。市场研究咨询机构 IDC 日前发布的《世界手机市场跟踪调查季度报告》显示，2012 年第三季度全球 Android 智能手机总出货量达到 1.36 亿部，占同时期全球智能手机总出货量

(1.81 亿部)的 75%，而 Android 智能手机 91.5%的年增长率几乎两倍于智能手机市场总体年增长率(46.4%)。另外，根据统计数据显示，截至 2012 年 8 月份，全球智能手机的出货量达到 6 亿部以上，而中国市场占据了四分之一。

智能手机的普及和 WiFi 网络在公共区域的免费开放，不仅使城市快速进入信息化时代，还会让公众享受到更丰富的公共服务、更丰盛的信息大餐，畅通信息交流，便捷联络方式，方便群众生活，对于拉动地方经济发展、刺激内需、服务民生，促进信息服务业发展和传统产业的改造升级，培育新的经济增长点，也具有十分重要的意义。

但目前来看，免费 WiFi 在上网速度、开放范围、开放时段、隐私安全保护等方面还不尽如人意，用户体验有待加强。据《北京晚报》报道，2012 年 8 月，记者多路走访北京 WiFi 热点地区，却发现此类热点地区“凉”了大半。亦庄、奥林匹克公园广场等地区的公益无线上网信号已经消失，即使是在金融街、CBD 这样的高端金融商务区，公益无线上网信号也是时好时坏。因此，持之以恒地跟进服务，建立健全相关的制度措施，跟进免费 WiFi 后续使用工作，十分必要。

#### 智慧城市建设仍需用谨慎筑起防护网

虽然免费 WiFi 仍有许多不够完善的地方，但不可否认，其正在一个正确的轨道上大踏步前进。建设布局合理、覆盖完善的无线网络，是打造“无线城市”的先决条件，WiFi 作为“智慧城市”建设的重要组成部分且逐步大规模地覆盖到公共场所和热点区域，表明了“智慧城市”建设全面提速，这不仅将深刻改变人们的工作与生活方式，有效推动城市运营管理、各行各业发展和家庭个人生活普及高效、智能的信息化应用，反过来说，WiFi 的全面覆盖也将为“智慧城市”建设奠定坚实的基础。

免费 WiFi 让公众从传统生活跃升至“智慧生活”，但人们在使用仍需增强防范意识，防止掉入“钓鱼 WiFi”的陷阱。因为用户连上的免费热点，有可能就是黑客为“钓鱼”而专门架设的，一旦有手机或是电脑接入，所有的上网记录、账号甚至网银账号、密码等，可在极短时间内被窃走。据《长沙晚报》报道，2012 年初，有黑客在天涯网等处发帖称，在星巴克、麦当劳等通常有 WiFi 的公共场所，只要一台 Windows 7 系统电脑、一套无线网络及一个网络包分析软件，设置一个无线热点 AP，就能轻松搭建出一个 WiFi，不设密码。用户很难察觉黑客伪造 WiFi 的真假，一旦连接，黑客 15 分钟内就可以窃取上网用户的个人信息和密码，包括网银密码、炒股账号密码等。因此，对那些不需要任何验证就能轻松登录的免费 WiFi，人们使用前务必考虑清楚。2012-11-7 通信信息报

[返回目录](#)

## 中国成全球最大智能手机市场三星苹果占半壁

“全球智能手机第一、二名的位置并不确定，包括 HTC 在内的厂商还有很多机会。”台湾宏达电子 (HTC) 董事长王雪红在“2012 浦江创新论坛”会议间隙向记者表示。

目前，中国已超越美国成为全球最大的智能手机市场，然而不容忽视的是，三星、苹果两家公司的市场份额达到 46.1%，同时赚取了绝大部分利润。在这种形势下，本土智能手机如何自处？

### 智能手机市场高度集中

市场研究机构 IDC 近日公布的报告显示，2012 年第三季度全球智能手机出货量为 1.797 亿部。其中，三星出货量为 5630 万部，市场份额为 31.3%，位居市场首位；苹果排名第二，出货量为 3690 万部，市场份额为 15%。

除了市场占有率高，苹果、三星两家企业的获利能力更是让其他厂商羡慕不已。市场调查机构 Canaccord 日前发布报告指出，2012 年第三季度，苹果获取了全球智能手机产业 59% 的利润。而在此同时，诺基亚、摩托罗拉等厂商都出现营业亏损。

在业内人士看来，虽然全球智能手机市场群雄并起，但苹果、三星之所以能惬意“鲸吞”绝大部分利润，是因为其拥有独特的成功之道。苹果 iPhone 的成功在于对产业链的整合以及应用商店等商业模式的创新。三星的崛起，则因为其拥有完全独立的垂直整合王国，覆盖从液晶面板到 CPU 流片，再到存储芯片的关键零部件，规模效应突出。

### 本土厂商中低端求生存

2012 年中国的智能手机出货量预计突破 2 亿部，超越美国成为全球最大的智能手机市场，但本土手机厂商的生存状况并不乐观。

近期，一些本土手机厂商发布的第三季度财报表现低迷。如中兴通讯亏损近 20 亿元，TCL 通讯净亏损 8709 万元。

专家认为，许多本土智能手机厂商在核心技术和创新上存在明显短板，习惯于“山寨”和低价仿造，没有足够技术实力往利润丰厚的高端市场拓展，只能在中低端市场打价格战，由此造成部分厂商“卖得越多、亏得越多”的怪状。

手机中国联盟秘书长王艳辉向记者表示，目前本土手机每月出货量大概 2000 万部，超过 50% 停留在中低端市场。以“四核 + 高清”的高配为例，海外品牌售价至少 3000 元，本土厂商的产品却只能卖到 2000 元。中兴通讯第三季度智能手机出货量在全球排名第四，但大部分都是千元左右的低端手机。联想每个月 300 万部的出货量中，超过 200 万部都是低端手机。

## 更要“全方位创新”

创新对于智能手机的重要性，在苹果的成功中体现得淋漓尽致。2012年上半年，苹果的市值一度突破6000亿美元，是10年前的60倍，而曾经的手机霸主诺基亚近5年却狂跌90%至100亿美元以下。

国内手机厂商也意识到了创新的巨大威力。但迄今为止，这些厂商的大多数创新还只是“微创新”。中国移动互联网产业联盟常务副理事长李易表示，我国在电脑、手机和移动互联网产业中的发展路线大都是“拷贝”，很多系统通过“拿来主义”汉化后，转变为适应本土的消费形式。这种“微创新”能取得一定成功，但不可能改写一个产业的发展轨迹。

王雪红认为，智能手机产业需要无限量的创新，并且这种创新是全方位的创新，包括硬件、软件和营销方式。比如智能手机的核心技术如芯片设计和操作系统，基本被西方国家所掌握。“谷歌的安卓系统如有新代码，三星等一线厂商通常会优先获得，华为、中兴至少晚3个月，第三梯队厂商则更晚。”王艳辉说。

虽然暂时处于不利地位，但中国智能手机厂商并没有失去信心。王雪红表示：“移动终端领域的竞争才刚刚开始，市场非常大，变化非常快，我们还有机会。”  
2012-11-7 中华工商时报

[返回目录](#)

## 国内地铁信号多使用公用频段被指缺乏前瞻性

深圳地铁信号系统使用公用频段，被市民的便携式WiFi逼停。而目前，国内的多条地铁线路的信号系统，亦使用公用频段。这被网友指，地铁建设者缺乏前瞻性。城市免费覆盖WiFi已成发展趋势。如何破解这一矛盾，深圳地铁方面称，希望国家层面引起重视，规划地铁专用频段。

深圳市轨道交通建设办公室处长陈强昨日对南都记者表示，数月以来，地铁集团曾数次向他们反映，列车在运行过程中受到信号干扰。陈强说：“地铁给我们的报告和南都报道的内容基本相同，不排除其他干扰因素，但是主要怀疑对象是便携式WiFi路由器发出的信号干扰。”

对于事故解决的进展状况，陈强答道：“最近的地铁蛇口线和环中线故障，地铁技术部门也在做测试，查找原因并整改。现在的进展状况为蛇口线故障已经基本排除，正在调试环中线。”

陈强还表示，“政府目前很关注这件事，但是并没有组成调查小组。地铁集团已经自己成立了专家研究小组，对这一系列事故进行调查。我们会督促他们尽早对公众有一个答复。”

深圳地铁方面认为，WiFi之所以逼停深圳地铁，与深圳地铁建设走在全国前列也有一定的关系。据地铁这位工程师介绍，通信运营商在深圳地铁的站台建设了基站，地铁隧道内已经覆盖3G信号。广州地铁至今没有覆盖3G网，对于已经开通的自建WiFi网，也较为谨慎，反复测试。在他看来，正是因为覆盖了3G网络，乘客可以方便地通过便携式WiFi将3G信号转化为WiFi信号，从而对地铁本身的信号通信产生影响。“如果没有覆盖3G网也不存在这样的问题。”他认为。深圳地铁方面一名知情人士则认为，长远来看，希望国家能批准地铁专用频段。

### 疑问 1

#### 地铁为省钱，使用公用频段？

“被我们嘲笑穷抠的法国使用的都是付费专用频段，深圳地铁在涉及到重大公众安全的工程上节省了这俩钱，令人无话可说。”知名的科学松鼠会会员、通信专业教师@奥卡姆剃刀表示，深圳地铁蛇口线等三条线使用的是不用审批和付费的2.4GHz公用频段，未考虑外部干扰，只有龙华线使用的是付费的5.8GHz频段。

列车上除了信号系统外，还会涉及到乘客资讯系统，即列车上电视等。龙华线在乘客资讯系统方面使用的就是5.8Gzh频段。这是一个收费频段。因为使用者不多，这一频段相对稳定，受干扰的可能性要小。

龙华线由港铁公司运营。深圳地铁方面也告诉南都记者，龙华线当时之所以选择5.8GHz，也是考虑到了干扰的问题。由于龙华线有大量地段是在路面上，受到的电磁干扰相比地下隧道要更多，他们担心2.4GHz会不稳定。

#### 深圳地铁：选择公用频段与招标有关

针对网友质疑的省钱说，深圳地铁方面一名人士表示，实际上申请付费的5.8GHz并不需要多少钱。深圳无线电管理局方面也证实说，频段是一种国家资源，地铁方面如果使用付费频段，每年的费用都不过万元。深圳地铁方面这名人士表示，深圳地铁这几条线为何选择2.4GHz通信方式，其实与招标时就有关。由于2.4GHz是一贯使用的频段，信号承包商此前做过类似工程，因此顺理成章将这一通信方式也引入到了深圳地铁。

实际上深圳无线电办公室业务处副处长杨春在接受南都记者采访时，也表示，曾建议深圳地铁不使用公用频段，因为存在干扰的风险。为何在此情况下，深圳地铁方面仍然不顾警告，坚持要使用这一设备？

深圳市轨道办有关负责人陈强则强调说，“一些大城市比如说北京、上海、广州等，只要使用的是CBTC系统，信号传输的频道都是在2.4GHz。”不过，网

友@奥卡姆剃刀就认为地铁信号系统设计使用了公开频段是个缺乏前瞻性的错误。

深圳地铁方面一名知情人士则认为，主要是技术发展太快，即便是 5.8Ghz 频段，也很有可能很快发展为公共频段。长远来看，希望国家能批准地铁专用频段。

## 疑问 2

### 自建 WiFi 也能逼停地铁？

据深圳地铁方面的一名工程师介绍，实际上，WiFi 干扰地铁信号系统，此前在上海也发生过，只是因为处于测试阶段，相关问题没有见诸媒体。

据上海东方早报报道，上海地铁的 6 号线到 11 号线均采用了 CBTC 信号系统。深圳地铁遭遇 WiFi 逼停事件后，上海地铁方面在接受《东方早报》采访时称，“从运营以来，上海地铁还从未发生过此类事件。”但是据深圳地铁的这名工程师透露，他们在与其他公司交流时了解到，上海地铁虽然没有被便携式 WiFi 逼停，但也曾被自己安装的 WiFi 干扰。据他介绍，上海地铁曾经想在地铁内覆盖免费 WiFi 网络，但是经过前后 6 次测试，发现都会对地铁本身信号系统有影响，所以至今上海地铁并未开通免费 WiFi。

目前上海的无线城市方案也正在推进中，公交车上已覆盖 WiFi 网络。但是面对此种情况，2012 年 7 月，上海地铁方面对公众表示，暂时不考虑覆盖 WiFi。知情人表示，不覆盖 WiFi 正是因为上述原因。南都记者昨日致电上海地铁运营公司，一名负责人表示，他只是负责运营，对信号的事不清楚，并表示只有信号公司清楚情况。

### 深圳地铁：如何安全覆盖无线网络尚待研究

深圳市轨道交通建设办公室处长陈强昨日告诉南都记者：“目前在深圳地铁内无法完全推广自建的 WiFi，因为在引进过程中就发现 WiFi 信号会干扰到地铁信号系统。如何能够安全地覆盖无线网络也是我们正在研究的课题。”

## 疑问 3

### 卡斯柯信号系统有缺陷？

目前深圳运营的三条线路，蛇口线、环中线和龙岗线均使用 CBTC 系统，但是信号系统的承包商不一致。蛇口线与环中线是卡斯柯。龙岗线此前由独立公司运营，目前并入深圳地铁集团，使用的信号系统承包商是庞巴迪。实际上龙岗线大部分路段都处于地面上，从理论上来说，受到的干扰更多，但该线前日经过测试，发现并未受到便携式 WiFi 影响。

这也让不少市民将矛头对准信号承包商，是否信号系统本身也有一定的缺陷？龙岗线有关负责人在接受采访时告诉南都记者，使用 2.4Ghz 频段通信时，

是要使用到频点。如果乘客的便携式 WiFi 与地铁的信号系统的频点相同时，彼此可能有干扰。因此庞巴迪公司采用了扩频技术，将常规的频点进行了改造。而乘客便携式 WiFi 的频点都是常规的，因此一般不会与地铁信号系统的频点吻合产生影响。这名负责人还强调，庞巴迪信号系统的信号较强。

### 深圳地铁：可能存在信号强度不够

深圳地铁方面一名工程师介绍说，蛇口线与环中线使用的卡斯柯信号系统确实没有使用扩频技术，也可能存在信号强度不够的问题。不过目前经过改造，蛇口线的抗干扰能力已明显提升，效果不错。环中线也将立即开始做相关改进。

2012-11-9 南方都市报

[返回目录](#)

## 国内手机厂商突围薄利困局：纷向高端市场进军

要么是苹果，要么是三星。进入智能手机时代以来，市场从未如此两极分化。数据显示，在 2012 年第三季度，苹果和三星瓜分了智能手机市场 106% 的利润，超过 100% 的原因在于诺基亚、摩托罗拉等竞争对手出现了亏损。

中兴、华为在智能手机市场上的异军突起，在这一数据面前失色。

面对市场这狭窄的利润空间，国产手机厂商会如何突围？

### “挣的都是辛苦钱”

国内厂商进入到手机产业以来，一直依靠劳动力的廉价优势竞争。在某种程度上，这就是加工贸易，挣的都是辛苦钱。

你相信苹果和三星拿走了智能机市场 99% 的利润吗？调研公司 Asymco 发布的数据显示，2012 年第一季度，苹果和三星占据了全球手机行业 99% 的利润，其中苹果占去了 73% 的利润。

发布类似数据的不只是 Asymco。市场研究公司 Canaccord Genuity 的报告显示，2012 年第一季度苹果和三星包揽了 99% 的利润，第二季度两家利润占比达到了 108%，第三季度则达到了 106%。利润如此高的原因是诺基亚和摩托罗拉等竞争对手出现了亏损。

这些“触目惊心”数字在刺激着国内手机厂商的神经。

“我相信 99% 这个数字。”在中兴通讯工作的张全说，“国内手机厂商挣的都是辛苦钱，类似于中关村卖电脑的，每台机子赚两三百块钱的搬运费。国产手机还是赚钱的，只是赚多赚少的问题。”

“可能没 99% 那么夸张。但苹果和三星占据了绝大部分利润是不争的事实。”艾瑞分析师王影表示。

资料显示，苹果的毛利率一直维持在 40% 以上。在 2010 年 4 月至 2012 年 3 月底，苹果在美国销售的 iPhone 毛利率为 49% 至 58%。

据了解，国内手机厂商的毛利率在 15% 左右。

为何利润都被苹果和三星拿走了，而销量不低的国内厂商没有拿到那么多利润呢？

“这是我们在产业链中的位置所决定的。”陈念表示，“从国内厂商进入到手机产业以来，一直是依靠劳动力的廉价优势在竞争，一直没有自己的核心技术。一部手机里，仅各种专利授权相关费用就占去一大块。在某种程度上，这就是加工贸易。”

陈念曾在国内某手机连锁卖场任副总经理，他现在从事的工作与手机制造业供应链有关。他告诉记者，为了能在低端市场上提升销量和扩大市场占有率，国内厂商普遍的竞争策略是价格战。“销量上去了，每部手机分摊的成本就降低了，就有了降价的空间。”陈先生认为，由于自身条件所限，国内厂商大多采用这种竞争策略，而这种竞争策略本身就压缩了厂商的利润空间。“价格战打太凶，品牌也上不去了。”

### 渠道和定位受限

运营商集采占据了中兴、华为、酷派所有渠道销售的 90% 以上，但运营商不断压低价格也使得厂商在产品定价方面受限。

一直以来，国内手机厂商都走着低价竞争道路。

受制于渠道、品牌等各方面因素，国内厂商所谓的高端机在配置上赶上了潮流，但在价格上并未与国际“接轨”。

例如华为此前推出的一款四核大屏机，售价很“亲民”，只有 1888 元。中兴也一样，10 月 29 日发布的一款四核大屏机只有 999 元。

目前，国内手机厂商按照渠道可以分为三部分，一部分是依靠运营商渠道，例如中兴、华为、酷派等；一部分是依靠自己的渠道，例如联想、金立、OPPO，还有一部分是以小米为代表的线上销售厂商。

运营商渠道的集采占据了中兴、华为、酷派所有渠道销售的 90% 以上。“一方面运营商渠道能保证一个很大的量，另一方面这个渠道成本很节省。免去了很多环节。”艾瑞分析师王影称。

不过，运营商不断压低价格也使得中兴、华为、酷派等在产品定价方面受限。张全称，对于运营商来说，苹果和三星的产品是属于高价位的，然后是 HTC、摩托罗拉和诺基亚，再然后是中兴、华为等。“如果国产手机产品价格高就无法在运营商集采中中标，手机就白研发了。”

目前，中兴、华为都在开拓运营商之外的渠道，除了加大和卖场连锁、电子渠道商的合作，华为还建立了自己的商城，以此来增加定价的话语权。

对于联想、金立、OPPO 这样的厂商来说，他们更多地依赖自己的渠道，将产品交给经销商，由经销商去往下铺货。“这样存在物流风险。厂商需要自己去垫钱将产品交给经销商，经销商卖不好就会将产品返给厂家。运营商则不一样，集采后产品就入库了。”张全称。

王影则认为，品牌影响力也决定了国内手机厂商难走高价竞争策略。“中兴、华为这两个厂商之前一直都很低调，不直接面向消费者。所以品牌影响力弱一些。而用户购买产品不仅仅考虑硬件配置这些，也会看品牌影响力。”

张全曾做过一个调查。调查显示，国产手机主要的消费群体是月入 3000-5000 的人群，尤其是在二、三线城市，国产手机卖得非常好。而 iPhone 面对的主要是一线城市的有钱人或者年轻时尚人群。

### 向高端市场进军

在扩规模、降成本、降价格的模式下，国内厂商拥有的利润空间较为狭窄，因此国内厂商纷纷开始向高端手机市场“运动”。

凭借着亲民的价格，国内手机厂商在规模上已经有所斩获。

以中兴和华为为代表。IDC 报告显示，中兴已经是全球第四大手机厂商和全球第四大智能机厂商。华为也在前十之列。

“国产手机厂商追求规模是有原因的。由于无法走高价竞争策略，只能靠规模来降低成本。当手机销售规模上去后，成本就被摊开。产品价格就能够降下来。”张全称。

他举了一个例子。小米 1 代售价起初为 1999 元，外界猜测其成本为 1800 到 1900，除去成本，一台手机只挣几十块钱。但是当手机销量上去后，每部手机的成本就迅速下跌。假如为一个手机开模需要 500 万元，如果销售 500 万台，则分摊到每个手机上的开模成本只有 1 块钱。类似的，屏幕、内存、CPU、按键等都是采购规模越大越便宜。

“小米 2 代发布后，小米 1 代就迅速降价。因为规模已经上去了，分摊到每个手机的成本降低了，就有降价的空间。苹果、三星的产品全球销量很大，却很少降价，可见最后的利润有多高。”张全称。

事实上，国产智能手机降价速度之快也是功能机时代所没有的。在京东上，随便一搜都能找到很多 500 元以下的智能机，而这些智能机很多都是 2011 年才推出来的。以中兴 2011 年六月在国内推出的联通版 v880 为例，这款千元智能机，单日销量曾超过 1 万台，创下销量神话。现在，在京东商城上，它的售价仅有 299 元。

这种模式下，利润空间较为狭窄，因此国内厂商并不满足于靠规模降成本进而求利润的模式。

此前，中兴、华为、联想等都已推出了自己的高端智能机，希望能在高端市场上分一杯羹，中兴甚至为此成立了新的品牌 nubia 来运营高端机。

“苹果和三星两家公司占据了高端市场的利润，这不合理。” nubia 产品经理倪飞表示，“我们和三星处在同一个水平线上的不同阶段，三星份额有 30%，抢到 10% 不难。”

倪飞称，nubia 的首款产品将不会再打价格战。

此前，联想集团、运营商业务总经理冯幸也表示，联想将重返中高端手机市场，推出系列中高端产品，争取更高的产品利润率。2012-11-8 新京报

[返回目录](#)

## 【国际行业环境】

### 法称不会对华为中兴设限

在美国以“安全”为由对华为、中兴展开调查的同时，法国则对中国的电信设备商表示了欢迎的态度。

昨天记者了解到，由法国北加莱大区副省长皮埃尔·德·圣提侬和“北部政府投资促进局”主席吕克·杜伯雷等组成的“里尔大区”代表团在深圳举行的“法国里尔大区投资推介会”上表示，对中国的通信等企业，法国不会有任何阻挠。法国会公平地对待所有进入欧洲的中国企业。

该代表团还表示，涉及到核电、防御类工业等，相关经济决策要符合欧盟的经济政策。

事实上，除了法国外，英国首相府日前也表态支持华为在英国开展业务。而华为公司内部人士则表示，虽然美国屡屡对华为设卡刁难，但其国外的合作伙伴多数表示将继续支持华为。2012-11-7 京华时报

[返回目录](#)

### 欧盟 2014 年将开放 LTE 新频段

欧盟委员会希望成员国于 2014 年 6 月 30 日前开放新的无线频谱，为 LTE 技术增加 120MHz 的频段，为移动运营商和互联网公司推出新服务提供更大的空间。

无线设备须使用无线频谱来收发信息，随着无线应用的增加，无线频谱变得越来越拥挤。业内人士预计，到 2015 年，全球移动数据流量将增加 26%。网络公司思科预计，未来 5 年，欧盟境内的移动数据流量年增长率将超过 90%。

欧盟确定开放的频段位于 1920MHz~1980MHz/2110MHz~2170MHz，目前这些频段正用于 3G UMTS 服务。欧盟希望通过强制实行市场自由化来释放这些频段，使高速无线宽带频段的数量达到美国的两倍。

此外，欧盟还将考虑 1900MHz~1920MHz/2010MHz~2025MHz 频段的未来可用性，这些频段虽然是为 UMTS 服务留出的，但是在全欧洲并未使用。

上世纪 90 年代购买了这些频谱资源的公司将其视为公司最宝贵的资产，许多公司不愿意分享。但随着现有资源的耗尽，欧盟 9 月份说服了这些公司。

欧盟数字议程专员 Neelie Kroes 说：“开放新的无线频谱意味着我们可以更好地满足宽带产业变化和增长的需求。”欧盟希望成员国积极响应，改变现有牌照管理方式，推动无线服务更快速发展，造福经济、社会和环保事业，从而实现欧洲的共赢。2012-11-7 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

## 北美用户过去一年固网数据用量增长 120%

根据美国宽带解决方案提供商 Sandvine 的数据，北美市场过去一年的固定网络数据使用量增长了 120%，平均每户家庭每月使用 52GB 流量，高于此前一年的 23GB。

每户每月的所有数据流量中包括 81 小时的流媒体视频播放。Netflix 在所有下行流量中占 33%，而 YouTube 和常规的网页浏览带来的下行流量排名 2、3 位。

报告指出，实时娱乐仍然是“我们关注的每一个网络中最大的流量来源，在可以预计的未来我们认为这一趋势将继续”。Netflix 在这一领域保持领先，但亚马逊和 Hulu 也出现了明显的增长势头。

上行流量的主要来源仍然是 BT 下载。报告指出，过去几个月中，BT 下载在下行和上行流量中所占份额出现了小幅下降。Sandvine 的数据显示，苹果的照片流服务已快速跻身上行流量的前 10。苹果这一照片云存储服务目前是上行流量的第 9 大来源。

根据 Sandvine 的数据，前 1% 的用户对上行流量的占用达到 36.6%，而排名后 50% 的用户对流量的占用仅为 5.2%。这或许将成为运营商按流量收费的依据。

Sandvine CEO 戴夫·卡普托(Dave Caputo)表示, 按流量收费或许将很快成为普遍做法。他表示: “由于数据使用量出现 120%的同比增长率, 因此毫无疑问, 许多通信服务提供商将推出按使用量收费的模式, 以确保高需求应用的稳定质量。”

在移动数据使用量方面, Sandvine 认为改变不大。用户的每月移动数据使用量仅仅从 312.8MB 上升至 317.2MB。以 YouTube 为代表的实时娱乐仍是最大的流量来源, 随后是网页浏览和社交网络。2012-11-8 新浪科技

[返回目录](#)

## 加拿大将建手机黑名单: 遗失手机将无法使用

加拿大移动通信行业组织加拿大无线电信协会 8 日宣布, 为打击偷盗手机行为, 加拿大无线运营商将建立一个数据库, 录入失窃和遗失手机的国际移动设备识别码 (IMEI), 防止其被重新开通服务。

据这一耗资 2000 万加元 (约合 1.25 亿元人民币) 的计划, 从 2013 年 9 月开始, 一部手机要使用加拿大任何移动通信网络的服务, 运营商必先核查其 IMEI, 若确认在黑名单上, 将拒绝开通服务。

加拿大无线电信协会说, 消费者发现手机失窃或遗失, 应立即向运营商报告并要求停机, 后者将把手机 IMEI 列入数据库。

加拿大此数据库信息还将提供给全球移动通信系统协会的 IMEI 数据库。另外, 美国无线运营商也将在 2013 年 11 月之前完成类似的数据库建设。2012-11-9 新华网

[返回目录](#)

## 美国市场 iPhone 5 发货周期缩短 供需渐趋平衡

市场研究公司 BTIG 表示, 美国用户等待 iPhone 5 发货的时间开始缩短, 这表明 iPhone 5 的生产已逐渐能够满足美国市场的需求。

BTIG 分析师沃尔特·皮塞克(Walter Piecyk)表示, 目前通过移动运营商, iPhone 5 从预订到发货的周期约为 1 周, 而苹果在线商店仍然显示为 3 至 4 周。皮塞克表示, 这可能是苹果的一种战略, 吸引更多消费者前往苹果的实体店。

他表示, 通过苹果零售店购买 iPhone 5 的预约等待时间较短。通过这样的方式, 苹果可能希望吸引消费者前往零售店, 推动其他商品的销售。苹果目前针

对 iPad mini 也采用同样的预约政策，不过许多苹果零售店的 iPad mini 库存量都在增长。

皮塞克表示，目前尚不能肯定，这一等待时间的缩短是由于消费者对 iPhone 5 的兴趣下降，还是由于苹果的产量上升。2012-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 印度 2G 频谱重拍仅 5 家运营商参与 预计当天结束

印度电信部称，计划于 11 月 12 日举行的 GSM1800 MHz 频谱重新拍卖活动，有巴帝电信、Idea、沃达丰、Videocon 电信以及北欧 Telenor 的印度新公司 Telewings 五家运营商参与竞拍。

这些重新拍卖的频谱是印度高级法庭 2012 年 2 月份取消 122 张电信运营牌照后留出的。印度政府希望从这起拍卖获得 4000 亿卢比(约 74 亿美元)，5MHz GSM 频谱带宽的竞拍起价为 1400 亿印度卢比(25.1 亿美元)，覆盖全部 22 个电信服务区，这个价格相当于 2008 年拍卖时的七倍，CDMA 频谱价格为 GSM 的 1.3 倍——1820 亿卢比。然而仅五家运营商参与，很可能让电信部的期望泡汤。

对电信部来说，另外一则坏消息是塔塔电信及 Videocon 都不打算参加 800 MHz 频段的 CDMA 频谱拍卖。

根据印度高级法庭的要求，拍卖会定于 11 月 12 日开始，1 月 11 日结束。

巴帝电信董事局主席苏尼尔·巴蒂·米塔尔(Sunil BHarti Mittal)认为，1400 亿卢比的起拍价格太高，拍卖会可能第一天就会结束。

米塔尔在世界经济论坛印度分论坛上称：“最低价格太高了，我们一直在说，第一天拍卖就会结束。”

这次拍卖和 2010 年的 3G、BWA 激烈竞争完全不同，信实工业及俄罗斯 Sistema 很令人意外地没有参加，而且参与竞拍的运营商中，也没有人申请泛印度运营牌照，巴帝电信和沃达丰仅递交了竞拍少数几个服务区频谱的申请，Videocon 电信、Telenor 和 Idea 申请了几个新服务区的频谱。2012-11-7 中国通信网

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【竞合场域】

#### 三大运营商均将启用一个新 3G 子号段

中国移动已于近日获得 184 打头的手机新号段，这样的话，三大运营商均将启用一个新 3G 子号段。

之前，中国电信已经启用新获批的 181 号段，在低端 3G 产品包“天翼云卡”上可看到该号段；而中国联通将启用 185 号段作为 iPhone5 的专属号段，目前还没推出。中国移动的 184 号段何时推出尚不清楚。

18 打头的手机号段是 3G 专属号段。在之前的分配中，180、189 号段被分配给中国电信；187、188 归中国移动使用；而 185 和 186 号段则归联通所有。

2012-11-7 新浪科技

[返回目录](#)

#### 运营商 3G 终端销量比较：联通 WCDMA 份额近半

综合三家运营商各自的预估，三种 3G 制式 2012 年终端的销量大致如下：联通支持的 WCDMA 制式 1 亿部、中国电信支持的 CDMA 终端需求量为 8000 万部，其中 3G 制式为 4500 万部，中国移动支持的 TD-SCDMA 终端 6000 万部。

##### 三家运营商预估的 2012 年终端销量

在十八大央企代表团媒体开放日上，中国联通董事长常小兵董事长透露，随着智能手机销售速度越来越快，预计 2012 年中国 WCDMA 智能终端销售将过亿，并且，目前中国 3G 用户渗透率只有 20%，相比发达国家，中国市场还有很大成长空间。

而关于其它 3G 制式终端的预测，在 2012 年年初的“2012 中国电信 CDMA 终端产业链年会”上，中国电信董事长王晓初表示，2012 年 CDMA 终端需求量将超过 8000 万部，其中 3G 智能手机 4500 万部。

在 2012 年 9 月举行的“中国移动终端产业链大会”上，中国移动总裁李跃表示，2012 年 1-8 月 TD 终端销量已达 3160 万部，全年预计销量将近 6000 万部。

这样算下来，联通 WCDMA 制式终端占比约为 48.7%，中国电信和中国移动支持的 3G 制式终端加起来份额占一半以上。

##### 单月销量实际比较

各市场研究公司的数据虽然不完全一致，但大体支持这种估算比例。

市场研究机构赛诺公布报告显示，2012年8月，WCDMA制式手机8月销量环比增长11.1%，占比约48.4%，销量超过900万台；CDMA 2000手机占3G市场的26.3%，销量为488.2万台；TD-SCDMA销量环比增长18.6%，增速最快，占3G市场的25.3%，销量约为471万台。

而工信部电信研究院的统计数据显示，2012年8月份WCDMA手机出货量为1161.4万部，比上年同期增长113.2%，占同期3G手机市场出货量53.6%。CDMA 2000手机出货量为474.6万部，比上年同期增长30.1%，占同期3G手机市场销售量22%。TD-SCDMA手机出货量为528.5万部，比上年同期增长40.9%，占同期3G手机市场销量24.4%。

不过，购买哪个运营商支持的3G制式终端，不意味着该手机的买主就会成为该运营商的用户，而且，在3G渗透率及3G用户占比上，中国电信最高，其次是中国联通。2012-11-12 新浪科技

[返回目录](#)

### 三大运营商逐鹿 4G市场 苗圩解析国内 4G前景

3G，对于用惯了智能手机的消费者来说已经并不陌生。但是就在消费者刚刚觉得自己弄清了3G的时候，却发现4G的时代已经来临。

的确，中国3G热潮刚刚方兴未艾，本土4G通信标准便迎来了新的角逐，各大电信企业又重新开始新一轮竞争。对于即将到来的4G浪潮，国家工业和信息化部部长苗圩表示，竞争充分的市场，最终受益的是消费者。

2009年到2011年，三年时间，我国3G用户突破了1亿大关，而据工信部最新数据显示，截止2012年9月底，不到一年时间，3G用户数又增长了1008万户，突破2亿户。工信部部长苗圩在接受中国之声独家专访时称，下一个1亿户在未来不到一年时间内也将实现，事实上，走过“以打电话、发短信为主”的2G时代，中国移动、中国电信和中国联通各自领了一张不同的网络开始了“以网络等数据流量”为主的3G旅程，遗憾的是，虽然都叫3G，但质量却大不相同。

苗圩：联通一直采用了一个标准，这个标准从2G、3G、4G，它的演变是比较平滑的，所以用户的感知就比较好。

中国联通手中的WCDMA网络是在2001年时由日本开始使用的网络，发展到今天，它是最成熟、也是世界上使用最广泛的3G网络；中国电信的CDMA2000技术是2004年时由美国发起的技术，但中国移动就没那么好运，手中的这一张我

国自主研发技术的 TD-SCDMA 网络不管是用户体验、还是国际认可度，都不那么给力。

苗圩：从技术上来说，中国移动虽然拿的是 3G 的终端，但是维持它运营的实际上是靠 2G 的网络，所以 3G 的优势没有被发挥出来，更不要谈 4G 了。

但是现在，4G 的脚步越来越近，苗圩表示，4G 牌照在一年左右时间中就会下发。

苗圩：结合 4G 的发展现在国际上主流的标准就两个了，一个是 TDD，一个是 FDD，中国移动这个技术从现在来看，跟另外一个标准的技术来说各有优劣，它在无线电频率的占用方面比另外一种 FDD 还有一定的优势。

中国移动的几百个基站现在已经建成、蓄势待发，而相比之下，联通和电信似乎一直在享受手中那张优质 3G 网带来的快乐，4G 建设一直鲜有动静。对此，中国电信董事长王晓初在接受中国之声记者采访时则反驳，他们也在参与监管部门 4G 发牌时间和监管制式的讨论，自己 4G 网络建设的时间不会比中国移动晚。

王晓初：4G 的基站我们在一部分城市也在进行实验，像上海、南京、广东这些在做一些试验。

中国联通董事长常小兵对 4G 的回答，更像是一种开战的宣言。

常小兵：这个我想可能不同的运营商根据自己的战略，根据自己的演进方向做出自己的安排，我相信没什么大惊小怪，而且也没有必要要求所有的运营商都是一个模式，因为大家的发展情况不一样，做出自己适合自己企业情况的选择，我完全可以理解。

作为行业主管部门掌门人的苗圩，面对此情此景，似乎并不担心，在他看来，这或许意味着市场竞争更加充分，同时这其中，将促进更好的实现互联互通，最终获利的应该是消费者。

苗圩：到了 4G 时代，可能更强调的是兼容、互联互通，你拿着联通的手机去打移动的客户，用户感觉不到有什么不同，实际上后台它们是要互联互通，要相互结算，有一整套的管理体系和运行机制做保证的。2012-11-11 中国广播网

[返回目录](#)

## 电信业三足鼎立之势渐成 开放融合辟转型新空间

自第三次重组后，我国电信业步入发展快车道。在全球电信业波澜壮阔的发展中，中国电信业经过十年嬗变从一个国家垄断产业发展成为世界最大、最具影响力的手机和互联网通信市场，三足鼎立的竞争格局逐渐形成。工信部数据显示，前三季度我国基础电信业实现业务总量 9661 亿元，同比增长 11.9%，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。另据三大运营商公布的前三季度财报，电信、移动、联通 3G 用户数分别达到 5972 万户、7560 万户和 6686.3 万户，呈现并驾齐驱之势。移动互联网时代为电信业的发展带来新的挑战，未来多网并存的格局中，运营商的深化转型融合也必将催生新机遇，带来新一轮的跨越式发展。

### 重组成效初显，电信业从失衡垄断走向均衡竞争

三大运营商 2012 年前三季度财报日前相继出炉，虽然中移动在营收上超过电信联通之和，933 亿元的利润优势依然无法撼动，但遭遇多重烦恼的中移动增速明显放缓，而联通和电信却依托全业务运营和移动宽带优势，不断缩小与中移动的差距。三大运营商的强弱能量逐渐均化，运营市场逐渐从过去的一家独大向三足鼎立之势演变。3G 更是给了后进者赶超的机会。

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，呈均衡竞争态势。中联通在前三季度增长势头迅猛，净利润增幅近 30%。3G 业务已成第一驱动力，新增 3G 用户 2684.4 万为三家最高，其新增用户的 ARPU 值也是最高的。中电信移动业务起步较晚，3G 用户规模相对偏少，但其用户增速仍不输移动与联通，相信 iPhone5 的发布将给电信带来新一轮用户规模增长高潮。而中移动 TD-SCDMA 因技术劣势，3G 发展一直不温不火，三大运营商存在的鸿沟正在被弥补。

随着国内电信市场趋向饱和，三大运营商海外拓市步伐加快。以中电信为例，自 2002 年成立美国公司以来，经过十年积累，中国电信海外分支机构已覆盖全球 26 个国家和地区。2008 年至今，中电信海外业务保持近 30% 的增长率。2012 年 5 月，中电信在英国正式推出 CTEExcelbiz 移动业务，成为国内首个在海外提供移动通信服务的运营商。

整体来看，国内电信业的飞速发展对经济结构调整、扩大消费、助力 GDP 等方面发挥的作用进一步凸显。

### 技术变革催生新市场空间

移动互联网飞速发展，对传统通信业产生巨大冲击，一方面，随着手机普及，语音业务总量趋于饱和，通过新增用户的方式维持营收增长对于运营商来说，越发难以为继。另一方面，微信、米聊、微博等众多互联网产品蚕食了运营商的短/彩信甚至话音业务，外部竞争逐渐加剧，电信业转型迫在眉睫。

为此，电信运营商从终端、网络、应用到渠道，运营策略都做了调整，云计算、物联网、流量经营等方面的创新应用纷纷开花结果。例如，中电信在研究创造新业务，向信息综合运营商转型。中国电信计划在未来发展中，着眼于移动互联网、云计算、电子商务以及海外拓展。目前，中电信的八大业务基地正陆续进

行公司化运营。同时，中电信还成立了云计算公司、孵化基地、创业投资公司等，希望借此推动在移动互联网领域的流量经营。中国电信日前已发布天翼云计算战略、品牌及解决方案，电信云主机和云存储服务已试商用，将于2013年正式运营。按照十二五规划，到2015年，中电信将达到100万虚拟机的计算能力。中国联通目前也推出了“悦云”业务，“悦云”业务实现了用户信息在多个设备上的“云同步”、安全保管的“云备份”以及信息和文件上传下载的“云分享”。

此外，三大电信运营在包括娱乐、阅读、音乐、动漫等各类生活和生产应用也全面开花，累计用户数已经数以亿计。

### 开放融合迎来新跨越

随着4G启动，国内多网并存局面形成，未来加之三网融合、“宽带中国”战略、民资入局等诸多政策因素，国内通信业面临更多变局，但同时运营商也面临着巨大的发展机遇，特别是“宽带中国”战略出台，不仅将助推运营商全业务发展，也将成为推动两化深度融合，以及国家发展方式变革的加速器。

信息服务业务融合成为趋势。积极发展互联网业务，涉足互联网服务运营，实现吸引用户、增强用户黏性、并在互联网业务中实现赢利是运营商转型重点。如今，运营商正不断适应市场变化，跳出旧思维，通过跨领域合作，创造新市场。

自2011年底到2012年初，三大运营商开放平台陆续发布，分别为中国移动MM和飞信+为核心的开放平台、中国联通W0+开放体系和中国电信天翼开放平台。缺少互联网基因运营商，纷纷开放能力给开发者，构建新的商业模式吸引产业链上的合作伙伴。对此，中国电信创新业务事业部总经理肖金学认为，运营商有必要向互联网企业学习，进行“去电信化”改造，以互联网人的身份寻求更多合作。中国联通宽带在线有限公司总经理何华杰则提出，运营商在一定要结合自身优势、转变角色。“运营商要把自身的优势资源与互联网公司的创新能力结合起来，共同做大市场。”

“十二五”期间，随着宽带中国战略的推进，通信业和信息服务业的发展空间十分广阔。随着转型融合的加快和商业模式创新能力不断增强，电信业必将迎来新一轮的辉煌。2012-11-8 通信信息报

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 传中国移动新获批 184 号段

据相关人士透露，中国移动新获批 184 号段，共一亿号。

18 号段属于专属的 3G 号段，中国联通为 186、185 号段。186 号段在 2009 年已开始对外放号；而近日也有媒体称中国联通将专门为 iPhone5 推出 185 号段，中国联通希望通过 185 靓号来吸引 iPhone5 用户。

而中国电信拥有 189 以及 180 两个 3G 专属号段。2008 年中国电信“天翼”品牌亮相，同时 189 号段全国中国正式开放，189 不仅是手机号而且还是上网账号，邮箱账号。2011 年中国电信在北京推出第二个 3G 专属号段 180 号段。

另外，中国移动两个 3G 专属号段为：187 和 188。188 号段被称为史上“吉号之最”，2009 年开始放号。

近日，有消息称中国移动新获 184 号段，共一亿号。184 属于 3G 服务的手机号段。

根据三大运营商公布的最新数据显示，截止到 9 月份中国移动移动用户累计达 6.985 亿户，3G 用户数达到 7559.5 万户；中国联通 3G 用户累计达 6686.3 万户；中国电信 5972 万户。2012-11-7 飞象网

[返回目录](#)

## 中国移动NFC商用提速：2013年将落地十二省

随着中国移动与中国银联就支付标准达成协议，确定采用 13.56MHz 方案后，近日，中国移动发布了其 2013 年的 NFC 部署计划，与中国银联合作计划于 2013 年 2 月在 12 个省份推出 NFC 移动支付服务，随后全面启动 NFC 移动支付商用服务。

### NFC 终端方案打败 SIM 卡和贴片模式

众所周知，在各种 NFC 移动支付方案中，比较常见的有 NFC 芯片贴片、NFC 内置 SIM 卡和 NFC 内置终端等模式。此次中国移动 NFC 商用主推的是 NFC 内置终端模式，中国移动电子商务部副总经理熊辉公布了可提供 NFC 手机的厂商，包括三星、HTC、华为、中兴通讯、联想、酷派等，涵盖了高中低端全线终端产品，中国移动对此模式的雄心可见一斑。

其实，无论是从技术成熟度，还是商用模式来看，NFC 芯片贴片、NFC 内置 SIM 卡和 NFC 内置终端这三种模式都相差无几，中国移动这三种模式也均有尝试，为什么最终选择了以 NFC 终端为主体的模式？

一位中国移动人士对记者表示，放弃 NFC 芯片贴片的原因是因为这种模式对行业的把控力太弱，谁都可以做，门槛太低；而 NFC 内置 SIM 卡的方式虽对运营商的行业把控力而言是最强的，但是这种 NFC-SIM 卡的成本太高，生产一张这样

的卡片要增加 100 元左右的成本费，因此，综合考虑下，中国移动选择了 NFC 内置终端模式。

另外，据了解，中国移动计划 2013 年销售 1000 万部支持 NFC 功能的 TD-SCDMA 手机，那么选择 NFC 内置终端模式，也可以从一定程度上增强其 TD-SCDMA 手机的竞争优势，给 TD-SCDMA 终端产业链以助力。

不过，据中国移动内部人士透露，中国移动不会对这些 NFC 功能的 TD-SCDMA 手机给予特别的终端补贴，但可以在销售渠道增强其促销力度。

对此模式，中国 RFID 产业联盟秘书长欧阳宇表示：“NFC 终端方案对运营商而言是降低成本了，但对用户而言则是增加成本，将给其市场发展形成一定的阻碍。”

### 移动、银联分工明确

据悉，中国移动已同中国银联结成 NFC 服务合作伙伴，采用后者的非接触技术，双方计划在 50 个城市建立 100 个示范点。

据中国移动内部人士透露，在此次合作中，中国移动与中国银联分工明确，中国移动主要负责用户发展，中国银联则主要负责商户拓展，包括 POS 终端的推广，至于具体的利益分成则还不便透露。

不过，据 ABI Research 的最新预测，全球 NFC 移动支付市场规模有望从 2012 年的 40 亿美元上涨到 2017 年的 1910 亿美元，并有望在 2016 年突破 1000 亿美元的大关。这块大市场已经吸引了全球包括运营商在内诸多企业来跑马圈地。

中国的移动支付市场也不例外，易观国际数据显示，2011 年中国移动支付用户数达 1.87 亿，交易额达 742 亿元人民币，同比增长 67.8%，预计该市场在未来 3 年将保持快速发展，2014 年交易规模将达 3850 亿元人民币，用户规模达 3.87 亿。

因此，目前来说，不管中国移动与中国银联具体利益如何划分，首要的是要将中国 NFC 移动支付市场这块“蛋糕”先做出来。

### 需主导企业长期坚持

虽然对中国移动支付产业来说，13.56MHz 与 2.4GHz 标准之争的结束，可以说是解开了产业发展的禁锢，让其可以自由发力，但是随之而来就要面临一个大难题，就是市场培育。

NFC 能够将人们的手机变成一个钱包，能够更便捷地进行各种支付活动，能够改变人们的支付习惯和生活方式，这听起来很美好。但是，NFC 的普及需以大量的用户、商户和相应的硬件设备为前提，这就有点类似“鸡生蛋、蛋生鸡”的问题了。

这个问题对中国移动这种 NFC 内置终端模式而言更为严重，用户要使用 NFC 服务就必须先换成支持 NFC 的手机，但若没有足够多的商铺及其商业环境，用户主动更换手机的欲望就很低。同时，对商铺而言，目前银联 POS 机虽说是免终端费收手续费的形式，但实际上商户要安装 POS 机都需要先交纳一定的安装费，费用根据 POS 机类型为 1500~2000 元不等，因此，若没有足够规模的用户，商户更换或安装支持 NFC 的 POS 终端的驱动力显然不足。

并且，“这种以小额支付为主的 NFC 移动支付，其市场之广阔远不是现有的银联 POS 机终端所能覆盖的，报刊亭、杂货铺、快餐店等都是小额支付的市场，但对这些小本经营的商家而言，若是靠商户自己承担这部分 POS 机安装费用还要付手续费，其驱动力就更低了。”欧阳宇表示。

对此，中国移动和中国银联作为行业的主导者，采取何种方式打破市场最初的冰冻期，将对下一步 NFC 移动支付市场的发展极为关键。

并且，不同于运营商以往见效快的项目，移动支付这个产业链越广阔、对人们的影响越大，就越需要包括运营商在内的主导企业长期的坚持和投入。正如 M-Pesa 先驱、沃达丰移动货币事业部董事总经理 Michael Joseph 所说：“由于运营商未能向移动支付项目投入必要的资源和时间，移动支付服务至今没有取得应有的进展。如果打算在六个月内就赚钱，那肯定会失败，因为这是一个长远项目，要至少需要 2~3 年后才能获得回报。如果想在移动支付项目上取得成功，运营商就需要认真投资、保持热情并坚持到底。” 2012-11-13 通信世界杂志

[返回目录](#)

## 中移动多地启动光纤宽带业务 市场格局或大调整

尽管尚未获得工信部颁发的固网业务运营牌照，但这丝毫没有阻碍中国移动加速推进自己的固网业务。《经济参考报》记者日前获悉，中国移动 10 月下旬开始，在北京、江苏、四川等地，推出“中国移动铁通宽带”光纤接入服务，接入速度最高为 20M。和中国移动旗下的中国铁通运营的“铁通宽带”不同，此次中国移动旗帜鲜明地打出“中国移动”的旗号，而记者在采访中也了解到，实施接入和运营的也非中国铁通，而是中国移动各地的分公司。

对此，多数业内人士认为，中国移动此举是在积极布局固网业务，为赢得固网业务运营牌照做准备。一旦获得牌照，中国移动可以在最短的时间内，全面铺开业务。届时，国内固网业务市场格局有可能出现重大调整，中国电信和中国联通在固网业务的主导地位将受到冲击，甚至终结。

2012年早些时候，中国移动和中国铁通曾在广东、福建等地联手推出宽带接入加移动入网的捆绑式服务，而中国铁通也长时间独立运营宽带接入服务。但与上述服务不同，此次中国移动推出的光纤宽带接入服务，为全完自主业务，由中国移动各地分公司运营，并使用中国移动自建的光纤宽带网络。

对此，有业内人士向记者介绍，中国移动之所以要使用“中国移动铁通宽带”，是因为2009年颁布的《工业和信息化部关于进一步落实和规范电信市场秩序有关文件精神的通知》（即“686号文”）中规定，中国移动只能经营利用TD-SCDMA网络开展的无线宽带接入业务，这一规定限制了中国移动直接运营固网业务。但2008年电信重组后，拥有固网运营资格的中国铁通并入中国移动，成为其全资子公司，为中国移动运营固网业务留下“出口”。686号文已于2011年年底到期，在工信部尚未向中国移动发放固网牌照之际，中国移动借助中国铁通的资质，悄然布局固网业务。

事实上，中国移动将进军固网业务的消息从2012年年初开始不断传出。2012年5月，中国移动董事长奚国华在中国移动股东大会上首次公开表示，希望监管部门取消不对称管制，使中国移动早日获得全业务运营牌照。记者还从工信部电信专家委员会相关专家处了解到，工信部已经开始对中国移动运营固网业务展开了研究，但目前尚未决定是否向中国移动颁发固网运营牌照。据介绍，中国移动运营固网业务，涉及到中国电信和中国联通的利益，可能会对国内电信市场格局造成影响。因此，工信部对于“中国移动运营固网业务”十分谨慎。

尽管尚未获得固网运营资质，但中国移动却已加快了备战固网业务的步伐。《经济参考报》记者获悉，中移动已经制定了“十百千”宽带发展战略目标，即提供接入带宽能力分别达到个人客户10M、家庭客户100M、集团客户1000M。中国移动还透露，2012年2月已完成100G光宽带网络测试工作，并于6月成功开通国内电信运营商的第一个干线100G光宽带网络。此次北京等地中国移动分公司提供的光纤宽带接入服务，就是“十百千”宽带战略的一部分，使用的正是中国移动自建的光纤宽带网络。

记者了解到，自2009年以来，中移动已经连续四年大规模进行固网宽带设备招标，特别是2012年，光纤光缆设备的采购额大幅增加。另外，中国移动2011年财报还显示，2012年中国移动在宽带传输网络建设方面的资本支出将高达1319亿元。

对于中国移动染指固网业务的意图，其竞争对手并不欢迎。中国电信董事长王晓初早前已明确表示，不看好中移动获得固网牌照。王晓初认为，目前固网利润比较低，新进入者未必有机会，“维持现状是最好的”。不过，业内普遍认为，

尽管会遇到一定的阻力，但从国内电信业开放竞争的大趋势来看，中国移动取得固网业务牌照只是时间问题。

IT 业资深分析师王一江向记者表示，一旦中移动获得固网业务运营资质，将可能动摇中国电信和中国联通在固网业务的主导地位。而工信部电信专家委员会专家认为，虽然在固网业务上，落后于中国电信和中国联通，但在三大运营商中，中移动实力最强，现金储备也最为充裕，加上目前中国移动的积极布局，在固网业务方面很有可能后来居上。

《经济参考报》记者从中国电信和中国联通了解到，两家公司目前已经在全国范围内开展宽带升级改造，并开始在部分城市推进光纤入户，将显著提升用户的上网速度和稳定性。不过有业内人士指出，和中国移动的直接光纤入户相比，中国电信和中国联通的宽带升级改造较为复杂，可能不能及时带给用户更好的使用体验。因此，一旦中国移动获得固网业务牌照，有可能凭借较好的网络质量赢得大量用户，将对中国电信和中国联通的固网业务造成巨大冲击。2012-11-7 经济参考报

[返回目录](#)

## 中移动或 2013 年初开售 iPhone：将助苹果股价上涨

中国联通和中国电信周五称，可能会提前在内地市场上出售 iPhone 5。此外，分析师预计，苹果和中移动将于 2013 年农历新年以前最终达成 iPhone 销售协议，这或将令苹果年度每股收益增加 3 美元，股价提高 45 美元。

中国电信董事长王晓初表示，该公司应该会于 12 月初在内地开始出售 iPhone 5，有可能更早。中国联通董事长常小兵则更慎重一些，称仍有一道监管障碍需要克服，他表示：“我们希望能于 2012 年提供这种手机。”

在苹果 10 月份召开的财报电话会议上，该公司 CEO 蒂姆·库克 (Tim Cook) 向分析师表示，他希望于年底以前在中国市场上提供 iPhone 5。如果 iPhone 5 能在 11 月底或 12 月初登陆中国内地市场，那么可能会对苹果 2013 财年第一季度盈利造成重大影响。

与此同时，加拿大皇家银行资本市场分析师艾米特·达亚纳尼 (Amit Daryanani) 也发布报告，阐述了如果苹果最终与中国移动达成交易，则将对前者造成何种影响。中国移动的用户人数高达 6.99 亿人，是全球最大的移动运营商。他预计，苹果和中国移动将于 2013 年最终达成协议，很可能在中国农历新年以前。

达亚纳尼指出：“假设 iPhone 在 3G 用户中的渗透率为 13%，那么我们预计与中国移动达成协议将令苹果年度每股收益增加 3 美元，股价提高 45 美元。”  
2012-11-10 新浪科技

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 中国电信版 iPhone 5 或下月初引入

中国电信很有可能在 12 月初引入 iPhone 5，但具体时间将由苹果公司决定及公布。

中国电信方面也有迹象显示，中国电信与苹果的谈判早已结束，将引入 iPhone 5 手机。中国电信此前宣布自上月 19 日起全国统一下调 iPhone 4S 价格，最大降幅超过 2000 元。其中 16GB 的 iPhone 4S 零售价调整为 4488 元，存费送机合约价为 4880 元。业界人士指出，这是中国电信要引入 iPhone 5 的先兆。按照惯例，新版 iPhone 上市时，老版 iPhone 会降价。而此前，苹果 CEO 库克在第四财季财报电话会议中确认 iPhone 5 将于 12 月在中国内地上市。

iPhone 5 在国内有 CDMA 和 WCDMA 两种制式，中国电信版 CDMA 3G 制式的 iPhone 5 支持 GSM/WCDMA/CDMA2000 全球漫游，iPhone 5 用户搭配天翼国际卡，在世界各地都能实现通话。中国电信 CDMA 3G 信号覆盖广泛，同时较低的信号辐射为业界所称道，这些都成为电信版 iPhone 5 的优势。中国电信上周发布前三季度财报显示，因引入 iPhone 使营销成本增加，使短期内的净利润出现下滑。  
2012-11-7 北京商报

[返回目录](#)

### 电信版 iPhone 5 实现顺畅国际漫游

对于有传言称中国电信将引进的 iPhone 5 将无法在国外漫游使用，有通信业人士澄清称，这是一种误解。

事实上，电信版 iPhone 5 在国际肯定实现轻松漫游，在国内不能使用 GSM/WCDMA 功能只是为了防止串货而引发争议，但中国电信在国内良好的 3G 信号将使电信版 iPhone 5 能更好地在国内漫游。

从字面上去推测电信版 iPhone 5 是否具有国际漫游功能，这没有科学依据，也不符合事实，iPhone 5 主要是中高端用户购买使用，而中高端用户有大量出国需求，中国电信不会引进一款中高端用户在国外不能使用的 iPhone 手机。

iPhone 5 在芯片上集成了 GSM/CDMA/WCDMA/CDMA/LTE 等多种网络，在中国则分为 WCDMA 和 CDMA 两个版本，这主要是防止两个运营商之间串货而引发巨大争议。

据悉，无论联通版 iPhone 5 和电信版 iPhone 5，在国内只是在软件上屏蔽了对方的 2G 和 3G 制式，但 iPhone 5 手机里的芯片本身支持各种制式，支持全球漫游，手机芯片的部分制式可以被屏蔽，但无法被阉割。

事实上，苹果公司在设计 iPhone 5 时已考虑全球漫游问题。以电信版 iPhone 5 为例，其在国内只能使用 CDMA 网络，但在国外将同时支持 WCDMA 网络和 CDMA 2000 制式，因此可轻松实现国际漫游，这与电信版 iPhone 4S 一致。

2012 年，中国电信又启动了大规模 3G 网络扩容，天翼 3G 信号也将有更大提升。

据悉，中国电信 2012 年室外 3G 基站将达到 20 多万个，90% 多的 2G 基站同时也是 3G 基站，这意味绝大多数地方，只要有中国电信的信号，就有天翼 3G 信号，中国电信的 iPhone 5 就能使用。

以北京电信为例子，截至 8 月中旬，北京电信 2G 网络信号已覆盖目前运营的 11 条地铁线路的站台和隧道，3G 信号也已覆盖 10 条地铁线，这并非每个运营商能做到的。

目前，离电信版 iPhone 5 上市的时间不远了，是否能实现国际国内漫游顺畅，届时将可获得实际检验。2012-11-7 新京报

[返回目录](#)

## 天翼阅读改制启动 本月正式揭牌宣布成立公司

天翼阅读将于 11 月 22 日正式举行公司化的揭牌仪式，在三大电信运营商当中，成为首个进行公司化改制的数字阅读平台，这也代表中国电信的移动互联网战略，向智慧管道的策略走出实质性的一步。

从 2011 年开始，中国电信就着手把旗下的业务基地进行公司化的改制，目前中国电信的视频基地天翼视讯、游戏基地爱游戏已先期进行，天翼阅读是第三个启动的业务基地。据悉，中国电信把业务基地进行公司化改制，除了进一步简化公司管理，提高效率的目的以外，还希望随着这些业务基地的独立化能够更快地引入投资，甚至在未来实现上市的目标。

数据显示，2011 年中国手机阅读用户已经达 3.09 亿户，手机阅读市场达 70 亿，并以年均 30% 以上的高速在增长，前景可观。因此在近几年，三大通信运营商纷纷打造各自的数字阅读平台，谋求该市场的主导权。目前，中国电信在杭州

建立了天翼阅读，中国移动也在杭州建立了手机阅读，而中国联通则在长沙建立了沃阅读，三强竞雄。此次天翼阅读在三大通信运营商的数字阅读平台中第一家启动公司化改制，虽然从此减少了母公司的扶持，但是今后有了各大的主权。

据天翼阅读总经理助理华凯介绍，天翼阅读用户数从2010年年底的250万户，到现在突破8000万，用户规模扩大31倍，增长迅速。天翼阅读借助中国电信的全业务融合优势，实现多屏互动，无缝覆盖电脑、手机、平板电脑、电子阅读器、IPTV、电话等多屏数字阅读，超越竞争对手。此外，2010年天翼阅读率先与新闻出版总署签订了战略合作伙伴关系，倡导品质阅读，汇聚精品内容。除了自身的优势外，天翼阅读给与合作伙伴的分成为收益的45%，而其它运营商均为40%。

天翼阅读在三大通信运营商的数字阅读平台当中首先进行公司化改制，这意味着天翼阅读将成为一家彻底的互联网企业，拥有更大自主权，充分呼应互联网市场竞争的核心理念“快”。据悉，目前天翼阅读正处于投入阶段，进行产品的深化运营，2013年起将积极引入外部资本，希望2014年实现盈利。2012-11-13  
飞象网

[返回目录](#)

## 中电信成功打造心系天下手机：成高端用户象征

在打造高端手机品牌“心系天下”后，市场显示，中国电信的这一系列顶级商务手机已成为部分高端用户的象征，成为纯高端人士持有手机的首选。

在整个手机市场，高端政商精英长久以来都成为了各大品牌希望笼络的目标人群，但能够让高端人士更好的彰显身份与品位，并且集合易用性，却不是件易事。

曾经有一段时间，镶钻石、镶珠宝在手机业流行，钻石手机和宝石手机成了当时高端人群的一个时髦标志。不过，这一趋势并未流行多长时间，因为对超高端的用户来讲，他们更需要的则是产品的延伸价值、出众的品质和人性化的体验服务，而不是表面的镶金镶钻。

“高端手机就是使得已拥有者保持‘少数者拥有’的感觉，使得拥有者能够拥有这种‘价值象征’，”中国电信一位人士如此解释天翼高端手机的豪气。

用“旗舰手机”来形容“心系天下”手机，可见中国电信的期望值；而对于这一系列顶级手机的定制，中国电信天翼公司也可谓煞费苦心。例如从外观来看，无论2010年“心系天下”旗舰手机W799、2011年“心系天下”旗舰手机W899这两款“心系天下”手机均为金色。事实上，金色似乎已成为目前高端手机的一

种流行色，不过，业内人士对此却另有看法：“金色之间也是有区别的，心系天下手机更多的是玫瑰金，这应该是经过仔细调研的结果，玫瑰金是西方古代贵族对爱用的金色，采用玫瑰金就是为了突出档次”。

更重要的是，中国电信打造“心系天下”系列手机时传递的是一种成功人士自信典雅，乐善好施的理念，体现时代精英的风格和力量。

报告显示，2012年第二季度，中国智能手机的出货量同比增长了164%，总数达3310万台，超越同期美国售出的2500万台，成为全球最大的智能手机市场。另一个数据显示，2011年，我国城镇居民家庭平均每百户家庭所拥有的移动电话达到205.3部，比2002年的62.9部增加226%。如今，平均每家都有两部手机。并且，高端产品的智能手机销量继续上涨，上半年销量同比增长29%，

与此同时，在5000元以上的超高端手机中，中国电信制式的此类手机增长迅速，6月份的市场份额高达60.8%，而5月份时一度达到81.5%。这显示中国电信在超高端手机的推广中获得成功。

另外，从2010年“心系天下”旗舰手机W799、2011年“心系天下”旗舰手机W899，再到2012年“心系天下”旗舰手机W999，每一款中国电信“心系天下”手机自推出后均价格坚挺，价格保持稳定，这反映了市场接受程度：“心系天下”已逐渐成为吸引高端用户的著名品牌。2012-11-8 新浪科技

[返回目录](#)

## 中电信前三季利润下滑 陷入高增长与高投入之困

中国电信近日公布的2012年前三季度财报显示，中国电信前三季度经营收入为2099.83亿元(人民币，下同)，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%。

### 终端大卖补贴是成本大户

从收入来看，前三季度中国电信的移动业务继续保持快速发展，移动业务对整体收入的贡献增加。中国电信移动终端销售收入比2011年同期大涨82.5%，表明中国电信终端销售和社会渠道拓展取得了明显效果。

令业内担心的是，中国电信移动业务高速增长对于业绩的负面影响表现为同期中国电信的净利润同比下降8%，是三家运营商中惟一利润下滑的企业。对此中国电信方面表示：“由于加大了移动终端销售(收入184.11亿元，比2011年同期增长82.5%)，随之移动终端销售成本相应大幅增加，促使其他经营费用比2011年同期大幅上升近10亿元。报告期内公司利用引入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规模发展，对公司短期利润带来压力。”

为此，华信邮电咨询设计研究院有限公司咨询院总咨询师沈璞告诉记者：

“终端补贴，尤其是像苹果 iPhone 这样的高端终端的补贴对于运营商是双刃剑。即虽然 iPhone 补贴在一定程度上影响了中国电信的业绩，但手机补贴的大幅增长也在一定程度上刺激了该公司 2012 年前三季度移动业务的增长。”

不过，也有业内人士称：“由于之前的 iPhone 补贴力度持续拖累中国电信业绩，中国电信将有可能调整即将上市的 iPhone5 的补贴水平，毕竟终端补贴已经成为中国电信的成本大户，占到其总收入的 23%~24%。”

对于终端的补贴，中国电信相关人士表示：“预计下半年手机补贴金额与上半年相近。而中国电信手机补贴的政策主要按占收入比例制订，若收入能持续增加，补贴亦会同步上升，中国电信不会刻意提高或降低手机的补贴额度。”

“由此可见，尽管终端补贴是双刃剑，但中国电信还是希望借此拉动营收的增长，虽对短期利润带来压力，但仍期望借此给中国电信带来长期持续增长和价值。毕竟 iPhone、诺基亚 Lumia 系列中高端品牌智能手机的引入对用户质量的提升效果还未显现。”沈璞告诉记者。

#### 移动用户和业务增长网络租赁成本高企

由于中国电信的移动业务起步较晚，因此无论在整体用户规模还是 3G 用户规模方面，都比另两家运营商偏少，但其新增用户步伐却不输移动与联通。前三季财报显示，中国电信净增移动用户 2615 万户，总数达到 1.53 亿户，其中 3G 用户数达到 5972 万户，特别是 2012 年 9 月份，中国电信 3G 用户增速首超 300 万户，达 328 万户，显示出了强劲的增长势头。同时，前三季度，中国电信平均每月每户移动服务收入 (ARPU) 约为 52.7 元，与 2011 年全年相比基本保持稳定。

与移动终端销售和营收增长类似，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。对此，中国电信的解释是，财报期内，CDMA 网络容量租赁费用大幅提升，导致在营业额按年增长 15.1% 的情况下，EBITDA 按年微升 0.9%，至 731.26 亿元，EBITDA 率按年降 3.8 个百分点，至 38.2%。

有券商分析认为：“仅在 2012 年上半年，中国电信 CDMA 网络租赁成本就上升了 31.8%，而随着更多的用户使用 CDMA 网络，成本仍会继续攀升，进而影响到利润。”

面对中国电信网络租赁成本随着其用户数及应用增长的上升，中国电信为了降低成本，此前宣布购买其所持位于中国除西藏自治区外 30 个省、市及自治区的 CDMA 网络资产及相关负债，预期收购交割日为 2012 年 12 月 31 日。

对于中国电信此举，有业内人士分析：“完成向母公司收购 CDMA 网络资产后，中国电信将节省快速增长的租赁费，直接控制未来 CDMA 网络的投资决策。同时，将有利于提高移动业务整体经营效率，提升未来盈利能力。”

### 固话业务收缩 固网业务基本面平稳

众所周知，固网业务一直是中国电信的强项。前三季度财报显示，受互联网新技术和移动替代加剧等影响，中国电信固网本地电话用户数减少了 363 万户。相比之下，互联网及数据业务继续显示出良好的增长势头，有效抵销了固网语音业务流失的影响。固网宽带用户数净增 1015 万户，达到 8696 万户。

另据中国电信上半年财报，传统固网语音业务在中国电信总收入的占比降至 16.1%，而增长型业务包括移动语音、移动数据和固网宽带等占比达 83.9%。

由此可见，中国电信整体固网业务基本面继续保持平稳，而 3G 用户已经成为新增移动用户的主流，移动业务为中国电信总体增长的贡献越来越大。对此，业内专家指出，中国电信的增长已转向内涵式增长，传统的话务量经营向信息流量经营的转变提升了其发展质量。

尽管如此，中国电信的固网仍有被联通赶超之势。特别是近两年宽带市场竞争相当激烈，尤其是价格战的影响，用户规模虽有增长，但利润空间已严重被挤压。

总体而言，中国电信 2012 年前三季度陷入了高增长与高投入的困境，不过，就像华信邮电咨询设计研究院有限公司咨询院总咨询师沈璞所言：“中国电信这两年必须不惜成本，赶在中国移动启动 4G 网络之前，尽可能多地挖掘高端客户，为自身未来的增长奠定基础。” 2012-11-13 通信世界杂志

[返回目录](#)

## CDMA 智能手机迎爆发式增长 上海电信布局中高端

3G、智能手机风靡全球，在国内市场占有率也不断攀升。截至到 2012 年第三季度，全球智能手机用户总数已经突破了 10 亿大关。而在 2011 年第三季度时，这个数字还只有 7 亿。

工信部公布最新数据则显示，上半年智能机总体出货量达 9485.5 万部，占同期手机市场出货量的 48.66%。但是，终端款式少、价格贵是制约 CDMA 移动网络发展的一大瓶颈。这一情形如今发生了巨大的转变。近日，中国电信在“智能手机节发布会”上宣布，2012 年上半年中国电信推出的 5 款 4 英寸千元大屏机上市三个月，销量即超过 500 万部。

### 千元智能机爆发式增长

2012年5月17日世界电信日期间，上海电信曾推出了一份千元大屏智能手机“大餐”，有华为 C8812、中兴 N880E、联想 A790e、酷派 5860+、海信 E920 等。这些智能手机品牌多、外形选择多、特性各异，但有一个共同点，就是价格只有 990 元。

“这 5 款中国电信精心打造的 4 英寸千元大屏机上市三个月即创造了销量超过 500 万的奇迹。”中国电信透露。更值得期待的是，在售价不变的基础上，这批热销一时的手机目前有了升级版本。

“华为 C8812E、中兴 N881E 和酷派 5860S 都将出现在中国电信最近举办的智能手机节活动中。”上海电信相关人士介绍，第三代大屏幕智能机将陆续登场。和此前的手机相比，新款手机大部分采用了双模技术，用户可以在 GSM 和 CDMA 网络之间自由切换。

以酷派手机为例，第一代酷派 5860 2011 年 12 月刚刚上市，到 2012 年 4 月已经升级到了 5860+，如今又升级到了 5860S。“这三款产品的操作系统有了很大的改变，从安卓 2.3 版本升级到了 4.0 版本，使用速度流畅了许多，安全性也有了显著的提高。”

专家指出，中国电信智能手机销量的突飞猛进很大程度上得益于其在千元智能机上的布局。随着中国 3G 市场的发展，移动互联网进入快速增长阶段，消费者对 3G 智能手机产生了强烈需求，但在价格上，市场受众对智能手机价格接受程度在千元左右。为此，中国电信顺势而为，于 2010 年 6 月率先推出了首批天翼千元 3G 智能手机，这是国内市场第一次真正把 3G 智能手机的零售价格降到了千元左右，大大降低了消费门槛，促成了 3G 大屏智能机开始普及。

为了满足消费者对千元智能手机硬件配置的要求，2011 年 5 月，中国电信推出了第二代千元 3G 智能机。2012 年 5 月，中国电信又开始推出第三代千元智能机，在硬件上再次大幅提升。不仅在屏幕上以 4 寸及以上大屏为主，在处理速度上也普遍配置了 1G 的 CPU。

### 中高端手机布局完整

近期手机市场上最受瞩目的消息是 iPhone5 的上市，和此前延缓销售 iPhone4S 的市场策略不同，中国电信明确表示将在国内首批引入 iPhone5。全集团将统一部署和安排 iPhone5 的相关工作。

上海电信相关人士表示，公司已经为此做好了充分的准备。苹果公司发布的 iPhone5 首次使用了 12mm×9mm 的 NanoSIM 卡。NanoSIM 卡是一种手机微型 SIM 卡，比 MicroSIM 卡更小，只有第一代 SIM 卡 60% 的面积，厚度也减少了 15%，这就意味着想要使用 iPhone5 的用户首先要更换 nanoSIM 卡，这对于希望第一时间

品尝到 iPhone5 的中国“果粉”来说是个头疼的难题。为此，上海电信已经完成了 NanoSIM 卡的采购。

从 2012 年 10 月 1 日起至 2012 年年底，客户可至全市范围内的 32 家电信主要营业网点（详询 10000 号或网厅）进行 NanoSIM 卡的免费更换。客户只要持 iPhone5 手机到店后出示本人身份证即可办理，十分便捷。

9 月 26 日上海电信刚刚召开了第三季度移动终端代理商大会，暨天翼手机节终端订货会。此次会议上厂商订货踊跃，出货量达到了 10 万多台，比 5 月份第二季度的会议翻了两番。定价 2379 元的三星 i779，在此次订货会上价格猛降了 380 元，单一家代理商就订货 1 万台。三星 i669 也受到了追捧，订货量同样达到了 1 万台以上。

中国电信制定了打造满足不同用户需求的全系列 3G 智能机的终端策略，实现天翼 3G 手机的全方位覆盖。

不仅在平民化的千元智能机上中国电信推陈出新，在高端智能机市场上更是屡创佳绩。

在 2012 年 6 月举行的“2012 年天翼 3G 互联网手机交易会”前一天，中兴通讯携手中国电信发布 Grand 智观系列双核产品 GrandN970，完成了从千元 Blade、到中端 Skate、再到高端旗舰 Grand 智观的智能手机布局。其他高端手机产品如三星 W 系列、iPhone4S 和诺基亚 Lumia 系列也是用户喜爱的产品。

业内认为，中国电信在智能终端领域已经在中端和高端产品上有了完整的覆盖，将能吸引更多不同层次的用户。2012-11-7 每日经济新闻

[返回目录](#)

## 【中国联通】

### 中国联通与网易签署战略合作协议

近日，中国联通与网易公司在北京签署了战略合作协议，正式宣布双方在基础通信服务领域、互联网及基于 WCDMA 制式的 3G 无线互联网增值业务领域全面开展深度合作。

业界指出，随着 3G 网络的跨越式发展，网络化、宽带化、随身化将成为移动互联网发展的大趋势。中国联通总经理陆益民表示，此次与网易建立全面战略合作关系，合作的重点在于基础通信、移动互联网信息化、云计算、移动终端等领域，进一步提升互联网信息化服务。

网易公司 CEO 丁磊则表示，双方将依托网易拥有的资讯、教育、效率、娱乐类移动产品和应用服务，整合中国联通的移动终端渠道和用户平台，共同构建多维度的创新产品。2012-11-7 北京商报

[返回目录](#)

## 中国联通将于年内开始销售 iPhone 5

中国联通有望在年底前开始销售苹果 iPhone 5。该公司还预计 2012 年 WCDMA 手机销量将增加到 1 亿部，并通过吸引高端用户来提升利润。

中国联通董事长常小兵在新闻发布会上说：“iPhone 5 目前正在接受政府检测，一旦获得入网许可，我们就将开始销售。”

中国联通于 2009 年率先在中国大陆销售 iPhone，但由于中国电信 2012 年也与苹果签署了类似的协议，导致其独家运营商地位丧失。

得益于 iPhone 的热销，中国联通的 3G 用户稳步增长，第三季度末达到 6690 万人，约占该公司用户总量的 30%。

中国联通 2012 年已经销售了 3300 万部智能手机。常小兵表示，该公司预计 2012 年 WCDMA 手机销量将增加到 1 亿部，较 2011 年数据大幅提升。

中国三大移动运营商都在升级移动网络，以便满足中国消费者日渐增长的数据需求。

中国移动的 3G 技术落后于另外两大竞争对手，但该公司一直在开发 4G 网络，并且已经展开试点。行业观察人士预计，中国要到 2013 年末和 2014 年才能开始发放 4G 牌照。

“中国将逐渐建设 4G 移动网络，唯一的问题是何时建设。无论是早是晚，我相信这都是一个正确的决策。”常小兵说。

中国联通股价今天在香港联交所下跌 1.3%，走势弱于中国移动、中国电信和恒生指数。2012-11-9 新浪科技

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

【中兴】

### 北斗手机网联手中兴推四核手机

上周，北斗星手机网与国内著名手机品牌中兴通讯联手推出了四核手机 U950。这款四核智能手机的四核处理器有 1.3GHz，市场售价只有 999 元。

这款名为“北斗小旋风”的触屏手机采用了最流行的 Android 4.0 系统，搭载英伟达的 Tegra 3 四核处理器，主频为 1.3GHz，内存组合为 1GB RAM+4GB ROM，运行速度相当流畅。手机机身超薄，只有 9 毫米，屏幕 4.3 英寸，分辨率为主流的 480×800 像素，电池 2000mAh，待机时间可达 300 小时。同时“北斗小旋风”还配有 500 万 BSI 背照式摄像头，支持自动连续对焦+触摸对焦两种对焦模式，以及 1080p 高清视频录播和杜比环绕立体音效。

中兴 U950 的销售模式分为预约、预售、发货三个步骤，用户在预约成功后，才会有首轮预售的抢购资格。目前 U950 手机的预订量已经突破 10 万部。北斗手机网 CEO 谭文胜在谈到这款手机的未来期望时表示，“北斗小旋风”中兴 U950 手机的目标销量在 100 万部以上。2012-11-7 北京商报

[返回目录](#)

### 中兴推出手机新品牌开拓高端市场

日前，国内通讯巨头中兴通讯宣布，正式推出全新品牌 nubia，中文名称努比亚。这是中兴通讯首次在集团品牌之外发布新品牌，主要定位于社会渠道的高端智能手机，并建立独立团队独立运营，以形成对现有中兴手机产品品牌体系的补充和延伸。中兴通讯执行董事、执行副总裁何士友强调，此次新品牌发布，旨在借助集团在研发及产品方面优势，把 nubia 打造成一支全新品牌力量。新品牌发布不影响现有中兴品牌产品的运作和经营，是公司年初既定的战略部署。新品牌 nubia 将首先立足国内市场，放眼全球，旨在给消费者提供更多品牌选择。

据悉，倪飞将出任 nubia 品牌总经理。他表示，nubia 品牌酝酿和推出历时近一年，未来 nubia 品牌手机定位于高端手机市场。首款 nubia 品牌智能手机将采用 5 英寸高清大屏并搭载最新四核 CPU。新机预计于 12 月底公开发售。并透露，nubia 品牌下首款智能手机及后续产品，将由意大利顶级设计师斯蒂凡诺·乔

凡诺尼 (Stefano Giovannoni) 倾力打造，以实现将全新工艺设计和消费电子产品的完美结合。2012-11-7 中华工商时报

[返回目录](#)

## 【 华为 】

### 华为印度公司消费产品部门 2012 年收入欲增 20%

中国电信设备制造商华为公司消费产品部门的目标是 2012 年在印度的收入增加 20%，达到 3.5 亿美元。

华为印度销售总监 P Sanjeev 告诉记者，这将涉及到总计 1000 万的出货量，且主要组成部分将来自于用于直接到户电视的机顶盒。他补充说，在这 1000 万的出货量中，30% 将来自于移动宽带类，40% 来自于机顶盒，其余的则为手机。

Sanjeev 表示，最近电视数字化的趋势对华为这样的公司而言是一个“巨大的机会”，因为它要求第一阶段的 800 万家庭和第二阶段的 3500 万家庭配备机顶盒，并表示该公司目前占据 70% 的市场份额。

他说，华为公司的目标是将智能手机总量从 2011 年的 50 万部提升至 80 万部。

当问及许多发达国家拒绝采购华为电信产品这样负面看法对公司所造成的影响时，华为终端印度公司总裁 Victor Shanxin 表示该公司正在进行必要的投资。

华为已经在印度设立了 350 个专门的售后服务网点。目前，华为在该国多品牌零售商处已有 40 个店中店 (Shop-in-shop) 品牌销售点，并计划到 2013 年 3 月将一数字增至 1000 个，市场营销总监 Anand Narang 表示。

“根本并没有负面看法。事实上，我们研究发现，许多人表示他们根本不知道这一品牌。”他补充说。

同时，该公司推出了一款新的 10 英寸平板电脑，它配备了一个键盘附件，将与超级本进行竞争。华为表示圣诞节前期 Mediapad 10 FHD 产品将在全球进行销售，但却拒绝给出关于该产品的价格或是配件的细节。2012-11-8 中国通信网

[返回目录](#)

## [[ 诺基亚 ]]

## 诺基亚乃微软最佳收购目标

导读：Marketwatch 专栏作家德沃拉克 (John C. Dvorak) 认为，微软为贯彻其零售店战略，创造品牌产品，迟早会考虑收购手机和电脑厂商，而诺基亚首当其冲。

以下即德沃拉克的评论文章全文：

如果投资者相信，微软确实应该向零售端，向自己的店面投入越来越大的精力，那么他们当然也会认同，微软将会愈来愈多地销售真正属于自己的品牌硬件产品。

不必说，这就意味着手机——就像苹果的模式那样。

众所周知，微软的既定战略就是大力在市场上推广 Windows Phone 8 操作系统。他们的这一愿望是如此强烈，如此极致，以至于该公司实际上是让自己的所有操作系统都向 Phone 操作系统看齐了。

甚至可以说，使用 Windows Phone 8 操作系统的手机和使用 Windows 8 操作系统的台式机，唯一的差别就是后者不能拿起来打电话，仅此而已。

微软对苹果的模仿可以说已经是登峰造极了。所有苹果店面的特色，微软是能够照搬的全部都照搬了，那么，苹果销售自己品牌硬件的策略，他们为什么不效仿呢？

在苹果的店面里，什么才是万众瞩目的焦点？当然是 iPhone。

微软迟早是要推出一款属于自己的手机的，而这就意味着他们要么会收购一家手机公司，要么会在中国或者韩国寻找代工者。

说起来，如此巨大的潜在产量，能够承担的原始设备制造商屈指可数，应该只有三星、宏达电和富士康寥寥几家。富士康和三星现在都已经忙得不可开交，剩下的只有宏达电。

可是，既然微软只要花个 100 亿到 200 亿美元，就可以吞掉合作伙伴诺基亚，他们又何必去把事情弄得那么麻烦呢？

诺基亚的市值目前不足 100 亿美元，而企业价值大约 45 亿美元，账面价值大致与股价相当。

微软先是安排一位自己的高管去诺基亚担任首席执行官，继而又强迫诺基亚艰难地吞下 Windows Phone 7 操作系统，几乎毁掉这家公司，现在要收购，他们当然得出点高价，不然的话，愤怒的股东甚至可能把他们的办公室点着的。

这就是说，他们每股可能会多花 4 美元甚至更多。我们不妨做个非常大胆的假设，假设微软将出资 200 亿美元。现在，微软在银行里有 660 亿美元的现金，为诺基亚股东奉上一份理想交易是游刃有余的，而且他们还可以继续出手，用 250 亿美元买下戴尔，就这样，他们的资金还有剩余。

有了戴尔和诺基亚，微软也就有了自己的品牌手机、品牌台式机、品牌笔记本，而且还将参与服务器游戏。或者，他们也可以只收购戴尔的个人电脑部门，这部门现在几乎已经成为了戴尔的亏损之源——惠普的情况也大致类似，该公司现在正在努力转型，对服务业务的重视远超过硬件。

众多的可能性都是存在的，而且我们现在看不到微软有任何改变既定零售战略的迹象。微软为了贯彻自己的零售战略，贯彻销售品牌产品的理念进行各种收购的机会随时可能出现，投资者没有理由不予以密切关注。

在我的观察名单上，诺基亚当然是名列前茅，不过，如果微软选择了其他公司来收购，我也丝毫不会吃惊。2012-11-13 新浪科技

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 爱立信宣布在瑞典裁员 1550 人

爱立信今天宣布，为削减成本，将在瑞典裁员 1550 人。

由于全球经济低迷，电信运营商纷纷压缩开支，再加上激烈的市场竞争，电信设备的价格也每况愈下。

第三财季，爱立信核心利润下滑了 42%，主要是因为订单数量减少，以及合约利润下滑所致。为此，爱立信决定压缩成本。

爱立信人力资源主管托马斯·奎斯特(Tomas Qvist)称：“我们必须确保能够继续执行我们的战略，从而维持市场领先地位，在研发领域投资，并满足客户需求。为实现这些目标，我们需要降低成本，提供运营效率。”

爱立信发言人表示，将维持此前预期，即 2012 年的重组成本约为 40 亿克朗（约合 5.97 亿美元）。

除了爱立信，阿尔卡特朗讯和诺基亚西门子也同样遭到了市场低迷的打击。阿朗本月初曾表示，将出售部分资产，而诺西在 2013 年底也将裁员近 1/4。  
2012-11-7 新浪科技

[返回目录](#)

## 联想智能手机第三季度销量同比增 18 倍

联想集团董事长兼 CEO 杨元庆今天透露，过去一个季度联想智能手机出货量达到 700 万部，同比增长 18 倍；以 14% 的市场份额排名中国第二，仅次于三星 15% 的份额。杨元庆预计，该业务将在两个季度内实现盈利。

联想集团发布的最新财报显示，截至 9 月 30 日的三个月内，联想成立的 MIDH (移动互联和数字家庭) 集团营收占总营收的 8%，达到 7 亿美元，其中智能手机出货同比增长 18 倍。

除了手机外，联想平板电脑销售同比上升 166%，在中国市场排名第二。MIDH 部门上半财年销售额同比上升 163%。

在智能手机方面，联想集团开始进行海外拓展，目前已经开始在印尼、菲律宾、越南等市场销售。

联想集团 CFO 黄伟明表示，MIDH 部门的盈利能力开始改善，该业务将在未来给公司更多的业绩支持。

在上个季度的财报会议中，联想集团手机出货量已经超过了联想中国 PC 的出货量。联想集团表示，2012 年将完成 2000 万部手机出货量的目标。2012-11-8  
新浪科技

[返回目录](#)

## 摩托罗拉系统第三季度销售额 22 亿美元

摩托罗拉系统公司今日公布了 2012 年第三季度财报。财报显示，该公司第三季度销售额达 22 亿美元，比 2011 年同期增长了 3%，这得益于政府市场业务的全球强劲需求。这个结果包括由于货币汇率变动带来的 4200 万美元不利影响，或约 2% 的影响幅度。

摩托罗拉系统董事会主席兼首席执行官格雷格·布朗表示：“我们获得了丰厚的收入和强劲的利润增长，包括在政府市场所取得的创纪录业绩。在这一季度里，我们提高了运营利润，有效地管理成本，通过出色的运营表现获得了每股 27% 的收益增长，持续为股东们带来满意的资本回报。”

财报显示，摩托罗拉系统 2012 年第三季度的 GAAP 运营收益为 3.24 亿美元，占销售额的 15%，2011 年同期为 2.54 亿美元，占销售额的 12.2%。持续经营业务的 GAAP 每股收益 (EPS) 为 0.72 美元，2011 年同期为 0.45 美元。

2012 年第三季度非 GAAP 运营收益为 3.87 亿美元，占销售额的 18%，2011 年同期为 3.59 亿美元，占销售额的 17.2%。持续经营业务的非 GAAP 每股收益为

0.84 美元,2011 年同期为 0.66 美元。非 GAAP 财务数据不包括每股摊薄约为 0.12 美元的税后收益,该收益涉及股票形式的薪酬费用、无形资产摊销费用和与突出显示的项目相关的费用。

2012 年第三季度,摩托罗拉系统通过持续经营业务产生的经营现金流为 1.82 亿美元,其中包括了因之前支付 7200 万美元养老金导致的影响。此外,本季度,公司回购了 3.08 亿美元股票,支付股息 6300 万美元。截止季末共有现金 35 亿美元。

政府业务销售额为 15 亿美元,比 2011 年同期增长 12%,该增长来自于北美市场的两位数增长,以及在欧洲、中东、非洲和拉丁美洲的稳定表现。GAAP 运营收益为 2.73 亿美元,占销售额的 17.9%,2011 年同期为 1.86 亿美元,占销售额的 13.7%。非 GAAP 运营收益为 3.1 亿美元,占销售额的 20.4%,2011 年同期为 2.24 亿美元,占销售额的 16.5%。

#### 政府业务概要:

与美国阿拉斯加州、俄亥俄州、夏威夷毛伊县、马里兰州乔治王子县、南卡罗来纳州约克县、菲尼克斯市、加利福尼亚州格兰岱尔市、印第安纳州韦恩堡市、德国莱茵铁路公共运输公司、中国无锡地铁和智利国家铜业公司签订了数百万美元的合作。

进一步扩展了 APX?系列 Project 25 (P25) 对讲机,包括在 Motorola Tactical Incident Command 解决方案基础上开发的一种全新的解决方案,帮助现场指挥员准确快速地跟踪事件发展; APX 4500 手持对讲机为所有一线人员提供 P25 互操作性的通讯设备; 以及 APX 3000, 允许特殊任务人员使用高性能的隐蔽式便携对讲机。

在 APCO(美国公共安全通信协会)国际会议上,摩托罗拉系统展示了公司的技术和专业经验,如何通过全面的产品组合/解决方案为通联人员、通联巡逻车和通联消防员提供更好的服务和保护,从而提升城市的通信能力和安全性。全部集成解决方案使我们的公共安全客户能够保持互联互通,并充分将高科技应用在他们极富挑战的工作。

企业业务销售额为 6.32 亿美元,比 2011 年同期下降 13%,包括 iDEN 销售额的预期下滑。GAAP 运营收益为 0.51 亿美元,占销售额的 8.1%,2011 年同期为 0.68 亿美元,占销售额的 9.4%。非 GAAP 运营收益为 0.77 亿美元,占销售额的 12.2%,2011 年同期为 1.35 亿美元,占销售额的 18.6%。

#### 企业业务概要:

与美国百思买、Pharmedium 和 Flowers Bakery 公司，以及中国上海的普翔电子贸易邮箱公司 (Aeon Technology) 以及委内瑞拉的 Grupo Polar 公司签订了合同。

推出 MC67 移动数据终端，这是一种提供 HSPA+ WAN 的超级坚固的设备，针对多种工种的一线工人应用设计，例如包裹收集和交付扫描、库存管理、销售订单录入、直接配送 (DSD) 和路由记账等。

推出 ET1 企业级平板电脑的广域网 (WAN) 版本，将消费者级产品“随时随地”的用户体验和工作中所需要的熟知性和普遍性特点融入一台真正的企业级设备，提供增强的耐用性、可选的模块化条码扫描仪和磁条阅读器、热交换电池组和安全系统软件。

#### 第四季度和全年预期

与 2011 年同期相比，公司预计第四季销售额将增长约 6%-7%，持续经营业务的每股收益从 0.98 美元增加到 1.03 美元。公司还将 2012 全年销售额预期上调至 6%到 6.5%之间，这是由于 2012 年 10 月 1 日对 Psion 公司完成收购后的收入增长调整。公司的每股收益运营收益预期不包括股票形式的薪酬费用、无形资产摊销费用以及与公司季度收益报表中突出显示的项目相关的费用。2012-11-8 赛迪网

[返回目录](#)

## 消息称苹果 2013 年推 iPhone 5S 和 iTV

美国科技博客 Business Insider 周一援引台湾地区的消息称，苹果 2013 年上半年将推出 iPhone 5S 和传闻已久的苹果电视机 iTV。

来自台湾地区的消息称，为迎战三星，苹果 2012 年 12 月将试产 iPhone 5S，首批预计试产 5 万部至 10 万部，2013 年第一季度将大举出货。此外，该消息还称，苹果 2013 年上半年还将推出 iTV 电视机。

对此，Business Insider 认为，该消息的真实性并不是很高。因为自 2007 年推出一代 iPhone 以来，苹果从未在推出新产品后不到一年的时间内再推新产品，尽管 iPad 除外。

至于 iTV，该预期与美国投资银行派杰 (Piper Jaffray) 分析师吉恩·蒙斯特 (Gene Munster) 的预期一致。蒙斯特认为，苹果将于 2013 年上半年推出苹果电视机。2012-11-12 新浪科技

[返回目录](#)

## 三星采取十种不同方式向苹果施加市场压力

苹果很长时间以来一直被人们看作是个人技术领域最有创造力和创新的公司。从 iPhone、iPad 到 Mac 机，苹果已经使自己成为别人羡慕的领先者。甚至微软都没有达到苹果拥有的这种成功的和粉丝崇拜的水平。这一直是值得一看的风景。

但是，潜伏在这个影子之下的另一家公司悄悄地找到一个战胜苹果的方法。拥有强大的产品和有趣的营销策略，三星电子不仅使自己成为苹果在法庭上的主要对手，而且成为苹果主要的销售竞争对手。多年以来，没有一家公司在每一个方面都能赶上苹果。但是，三星做到了。事实上，在移动市场，三星在某些方面已经超过了苹果。

三星是如何做到的呢？也许更重要的是，苹果为什么没有找到一种方法扭转三星竞争性的前进脚步。下面是三星成功地打击苹果的 10 种方式。

### 1. 产品设计至关重要

人们通常把苹果看作是全球设计的领先者。但是，三星电子也不错。三星的产品设计很漂亮，在某些方面甚至胜过苹果。设计在目前的电子行业至关重要。三星已经表明它在产品设计和技术创新方面不会落在后面。

### 2. 产品特点

三星的产品是成功的，因为三星的产品比苹果的产品更加货真价实。例如，与苹果 iPhone 5 竞争的三星 Galaxy S III 智能手机配置了更好的处理器、更大尺寸的显示屏和 NFC(近距离通讯)等更多的功能。如果你认为这些对于消费者并不重要，那你是与自己开玩笑。

### 3. 苹果的法律诉讼适得其反

虽然苹果努力表白其针对三星的法律诉讼是为了保护自己的知识产权，但是，这些法律诉讼实际上在伤害苹果自己。这些法律诉讼使苹果看起来像是欺凌弱小者，把重点过多地放在利用专利诉讼保护自己的市场方面，而不是通过优越的产品设计进行技术创新。三星也是如此。三星目前由于某些原因也对苹果提出了自己的法律诉讼。苹果看起来仍然是一个坏人。那将损害苹果。

### 4. 三星知道什么能够使 Android 有吸引力

如果三星仅提供典型的 Android 设备设计，三星就不会在移动市场取得现在的成功。通过自己对 Android 的修改，三星找到一个吸引消费者的方法。消费者不仅被谷歌平台所吸引，而且还需要更好的设计和新鲜的东西。这是三星采取的一个聪明的举措。

### 5. 三星的营销发挥了作用

三星非常善于营销自己的产品。在某些情况下，三星尝试一种极好的方法，强调其产品更好的特色。在其它方面，三星直接与苹果及其粉丝竞争。在任何一种情况下，这些努力都发挥了作用。三星的销售因此而增长。

#### 6. 消费者信赖三星

消费者开始信赖三星。多年来，三星一直提供消费者喜欢的高质量的产品。苹果也是如此。但是，三星的市场形象开始达到苹果的水平。同时，没有其它任何一家设备厂商曾建立这种信任。这打击了其它公司，并且帮助了三星。

#### 7. 不要忘记家用设备

三星吸引广泛的各个行业的消费者的能力还有许多可以说的。三星通常以在移动或者电视机方面的成功而引人瞩目。但是，三星的家用设备确实把三星的品牌带到了西方。现在，三星的品牌使它在电子行业获得了成功，因为消费者认为如果一家公司能够提供强大的家用设备，它为什么不能提供强大的移动设备或者电视机呢？这是一个关于连锁反应的极好的案例研究。一个似乎不相干的产品能够对一个经营多种产品的公司的其它产品产生影响。

#### 8. 三星具有国际吸引力

有关三星的重要事情是要记住三星是一家真正的国际品牌。从韩国到美国，三星对许多行业有广泛的吸引力。在过去的几年里，三星能够以不同口味的产品说服全球各个国家的消费者。这听起来很像苹果，不是吗？

#### 9. 苹果重点描绘了三星产品

苹果通过把自己的许多产品与三星的产品进行对比错误地验证了三星产品。在每一次发布新的移动产品的时候，苹果都利用一些时间把自己的产品与三星的产品进行一下比较。通过这样做，苹果向媒体提供一个比较。在这个过程中，这种做法使三星产品在消费者的头脑中成为一种可行的替代苹果的产品。这种做法不是一个好主意。

#### 10. 责任归咎于运营商

运营商在三星成为苹果真正的竞争对手和威胁方面发挥了积极作用。由于担心苹果的统治地位和控制，运营商已经加大了促销 Android 产品的力度。这些 Android 设备主要来自于三星。这种做法只会帮助三星的销售，促使三星成为与苹果势均力敌的竞争对手，而不是扮演追赶角色的二流的竞争对手。2012-11-7 赛迪网

[返回目录](#)

## 爱立信预计服务业务增速放缓 设备业务趋稳

爱立信周二表示，2012年其盈利能力较强的服务业务增长速度将放缓，而核心的移动设备市场增长率将与此前几年持平。

过去几年中，电信设备行业的竞争，以及产品价格走低给爱立信带来了越来越大的价格压力，而欧洲债务危机和全球经济增长放缓则导致局面更加困难。在这样的情况下，爱立信盈利能力较强的网络设备销售出现滑坡，但随着运营商越来越多地外包网络管理工作，爱立信的网管管理服务营收出现了增长。

爱立信 CEO 卫翰思 (Hans Vestberg) 在一份声明中称：“这样的形势意味着，爱立信未来将获得更多的软件和服务营收。然而，硬件永远都将是产品线的一部分，也是爱立信的关键差异元素。”

爱立信预计，从2012年至2015年，电信设备市场的年复合增长率为3%至5%，与2010年至2013年处于同一水平。这一市场中最关键领域的年增长率将为4%至6%，但服务业务的增长率将会放缓。

近年来，爱立信的服务业务快速发展，第三季度对总营收的贡献达到45%。第三季度，由于订单的下降，以及盈利能力较差的合同增多，爱立信的核心利润同比下降42%。爱立信重申，这样的情况将持续3到4个季度。

爱立信的竞争对手同样处境不利。阿尔卡特朗讯表示，该公司有可能出售资产以加强资产负债表。该公司此前公布了连续第2次季度亏损。2012-11-7 新浪科技

[返回目录](#)

## 酷派数亿元打造高端手机 称要抵御洋品牌蚕食

国产手机大户宇龙酷派于6日携手中国电信共同宣布推出一款高端四核大屏手机，预计售价在5000元以上，在高端手机市场快被洋品牌全部占领的时候，宇龙酷派此举显示其是国内罕见敢推3000元以上手机的厂商。该公司同时也表示，不会拱手相让高端市场，任由洋品牌蚕食。

### 推出年度高端旗舰手机

该次发布会上，中国电信集团公司总经理杨杰亲自出席、可见中国电信对其的重视程度。据悉，此次发布的酷派大观 HD 9960 手机正是中国电信深度定制的第四代 3G 互联网四通道手机，由 800 人的研发团队历时近 1 年打造而成。

宇龙酷派董事长郭德英表示，在历时近一年的定制研发过程中，双方共同对产品功能、应用、使用体验等方面进行了大量的完善优化，共同打造出了这款 3G 智能手机。

该手机是一款 4.7 英寸的超大屏双网双待双通手机，2011 年酷派曾在上半年在行业中第一批推出 5 英寸大屏手机，而现在则改为 4.7 英寸。宇龙酷派相关负责人解释称，这是市场调研的结果，很多高端用户还没适应 5 英寸屏幕，另外，这也可以与其它手机厂商形成差异化。

### 不希望洋品牌占据全部高端手机市场

在 2G 时代，宇龙酷派曾主推高端手机，其手机基本都在四五千元，进入 3G 时代后，宇龙酷派大做千元机，改为以千元机为主，出货量越来越大，但手机价格越来越低。

实际上，这几年宇龙酷派每年也继续推高端机型，2012 年则力度更大。宇龙酷派董事长郭德英透露，宇龙酷派 2012 年高端机产品研发投入相比 2011 年提升 20% 以上，2012 年投入了数亿元加大对高端产品的研发力度，组成一个 800 人的研发团队专门开发、规划高端产品。

目前，国产品牌手机在高端手机领域情况糟糕。根据分析，全球手机产业链 99% 的利润被苹果、三星所“瓜分”，其中高端手机市场三星和苹果的市场份额超过 90%。日根据赛诺市场调查数据显示，1-9 月份中国市场推出的 3000 元以上产品，除苹果和三星外，其余被酷派、MOTO、HTC、索尼等品牌“蚕食”，酷派是中国少数推出 3000 元以上产品的国产品牌之一。

对于为何要推出高端手机，宇龙酷派副总裁苏峰表示，宇龙酷派当年是最早推出双网双待手机的厂商，后来 2G 时代做一直做高端智能手机，取得了巨大的市场成功，有相当的历史基础，也有相当的用户积累，因此，进军高端手机领域也不是盲目的。

“酷派与其它国产手机厂商区别的地方，一是酷派只做智能手机，二是酷派当年是从高端手机做起，然后走进千元手机的”，苏峰如此说。

### 获得中国电信的支持

而对于如何做高端手机，宇龙酷派常务副总裁李旺透露，宇龙酷派在高端市场的策略之一，过去就是依靠与运营商进行深度定制和合作，紧跟运营商发展需求，宇龙酷派才在国内高端手机领域成为仅次于三星的厂商。

眼下，宇龙酷派在高端领域将面临苹果和三星的激烈挑战，在高端手机的市场环境远比 2G 时代差，不过，宇龙酷派副总裁苏峰认为，国产手机主要是要在本土化和用户体验上体现优势，比如说，酷派听取了很多的老用户的意见，在新

推出的大观三代手机中，已经把微博与通讯录打通，找到通讯录中的某人就找到该人的微博地址，这样更人性化。

他认为，高端手机不仅是高配置，高配置只是基础，还要有以人为本的高端体验，应该要满足几个条件：一是顶级硬件配置；二是提供给用户的服务有尊贵感；三是用户对产品使用价值的认可。2012-11-7 新浪科技

[返回目录](#)

## iPhone 5 2012 年底入国内 联通电信版价格曝光

不必再羡慕北京、上海玩家可以就近到苹果零售店购物，也不必再辛苦过关香港购买苹果产品，珠三角“果粉”只需要抽空到深圳即可与苹果零距离接触。11月3日上午9时，苹果公司在中国内地的第7家、华南首家零售店在深圳益田假日广场开业。

此前两天探营发现，该零售店不仅销售 iPhone、iPad、Touch、MacBook 等产品及配件，还首次推出定制音箱、单肩包等产品。遗憾的是，iPhone 5、iPad Mini 等苹果最新产品尚未销售。而与“果粉”过关香港购买花费相比，深圳零售店依旧拥有优势。

### 苹果广州零售店在计划中

“这是苹果在中国扩大销售的重要措施。”与 E 天下记者交流时，苹果中国公司相关负责人称，中国市场对苹果至关重要，虽然没有披露苹果广州开店信息，但预计广州零售店正在计划中。此前有消息称，深圳店之后，苹果还将在广州和成都开设零售店。

记者看到，虽然没有旋转楼梯，面积也仅不到一千平方米，但苹果深圳零售店却以服务取胜。360 度全开放的天才吧（亚洲第二家有此设计的苹果店）、儿童区、录音区、配件墙等一应俱全。而且，“果粉”购买产品后，还可以第一时间免费获得个性化设置服务。

苹果零售店大中华区总监 Denny Tuza 介绍，选择在生活社区周边设立苹果零售店，是想要顾客感受更贴近生活的购物体验。

### 目前，北京和上海各有 3 家零售店。

### 玩家各取所需

苹果零售店开在深圳有多大作用？“果粉”过关就到香港，可以第一时间买到价格更低的新品，比如 iPhone 5、iPad Mini 等。深港紧邻，华南首家零售店理应开在广州。不过，Denny Tuza 表示，苹果有很多产品都是在深圳组装，在深圳开店具有资源便利。

对于珠三角市场上许多苹果“水货”用户，产品维修可以在深圳进行而不用再跑去香港，或者京沪两地。“在苹果官网购买的产品，也不用再跑到香港、北京、上海去拿货。”广州市民张先生如是说。

更多的消费者则会节省时间和费用。以 16GB WIFI 版 iPad 2 为例，苹果零售店价格为 2988 元，香港的零售店对这款产品的售价则为 3088 港币（折合人民币 2487 元），比内地售价便宜约 500 元。但考虑到广州用户往返香港的直通车费用（单程 155 元），以及打车等费用，实际便宜约 200 元（广州到深圳和谐号动车单程 80 元）。另外，如果再算上过关的时间等成本，到香港购买苹果产品并不比深圳划算多少。

当然，如果是 iPhone 5、iPad Mini 等暂时未在内地市场销售的产品，玩家若是需要只能购买水货或者到香港零售店购买。出云咨询分析师黄林认为，由于具备在深圳零售店保修的便利，水货市场反而受益。

### 联通电信版合约价曝光

在下月，iPhone 5 就将在深圳零售店和苹果官网上销售。日前，E 天下记者从广东电信了解到，电信版 iPhone 5 行货登陆内地市场的时间料在 12 月初，具体发布日期需与苹果沟通后公布。

广东电信人士透露，中国电信与苹果的谈判早已结束，引入 iPhone 5 成定局，“电信、联通两家一起做的入网测试，估计将同时开售。”据了解，已有部分电信营业厅宣称可向用户预约 iPhone 5，广东电信主要营业网点也在进行 iPhone 5 专用 Nano-SIM 卡的免费更换。此前，广东联通人士告诉记者，按照联通集团口径，iPhone 5 将于年底前上市。同样，亦有联通营业厅开始向用户预约 iPhone 5，而免费更换 Nano-SIM 卡也十分方便。

11 月 4 日，据知情人士爆料，11 月 20 日，联通版 iPhone 5 正式接受预订，而联通电信合约 iPhone 5 价格与 4S 标准基本相同。16GB 联通版 iPhone 5 合约价为 5880 元，办理三年期 286 套餐可得免费赠机。同时，iPhone 4S 合约价会随之下调 1000 元以上。16GB 电信版 iPhone 5 合约价则稍低为 5780 元，办理三年期 289 套餐可得免费赠机，同时 iPhone 4S 合约价会随之下调 1000 元以上。

至于 iPhone 5 裸机价格，苹果是不是仍然从最低 4988 元起，目前不得而知。  
2012-11-7 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### 【趋势观察】

#### 民营进入电信业试点方案成型 免费打手机或实现

工信部等相关部委正在加速推进民营进入电信业的试点方案出台。目前，已基本完成了包括整体方案框架和具体实施细则在内的一整套方案；随后，将提交相关部委、专家和利益方征求意见，对方案进行进一步修改、完善后，将择机推出。

2012年7月，工信部通信发展司司长张峰在国新办新闻发布会上曾公开表示，工信部正在制定民营进入电信业的试点方案，并有望在近期出台。发改委经济体制与管理研究所产业室主任史炜介绍说，此前工信部电信专家委员会举办的季度峰会上，相关专家和业内人士已经就民营进入电信业具体的开放方式、路径、资本市场配套和监管等一系列问题进行了研讨。他指出，民营进入增值电信服务等领域，将是大势所趋。

工信部在2012年6月份出台《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》(以下简称《意见》)，鼓励民间资本进一步进入电信业的八个领域，其中包括鼓励民间资本开展移动通信转售业务的试点；鼓励民间资本开展接入网业务的试点和用户驻地网业务；鼓励民间资本开展网络托管业务；鼓励民间资本开展增值电信业务等。

上述专家介绍，将出台的试点方案会进一步细化民营进入电信业的方式和路径，除此之外，还将逐步试点允许民营进入具体电信业务，以及规定民营的相应资质。据悉，接入网、移动通讯转售业务，以及增值电信业务中的部分业务将首先向民营放开。

据业内人士介绍，接入网、移动通信转售业务和电信增值服务均是通过租用运营商网络或设备，向用户提供各类电信服务。例如，像目前国外电信行业较为流行的各类视频点播、低价或免费拨打国际长途等业务就属于这一范畴。目前，上述三项业务在国内均在一定程度上允许民营经营，但多数需要通过和运营商合作的方式。而试点方案则会对民营进一步放开，允许民营在支付一定网络和设备租用费用后，独立运营上述业务。

曾在英国02等电信公司担任客户经理多年的伦敦政治经济学院国际商业管理专业博士邓宣告诉《经济参考报》记者，根据欧美等国电信业发展的经营，一旦接入网、移动通信转售业务和电信增值服务向民营开放，电信市场上将出现种

类丰富的各种新服务，例如在欧美各国非常流行的低价甚至免费拨打电话的服务等，这将促进电信业竞争，拓展出全新的市场，并使得消费者从中受益。邓宣认为，根据欧美经验，如果民资能够获得独立运营上述业务的资质，市场上将迅速出现低价通话业务服务，像欧美地区流行的“1分钱打国际长途”“非高峰期通话免费”等业务将会在国内市场出现。

邓宣举例说，在英国一家民营公司推出名为“Savers Card”的电话卡，面值10英镑可以拨打国际长途1000分钟，平均1分钟1便士（100便士等于1英镑），而面值20英镑的电话卡，则可以拨打国际长途2500分钟，平均1分钟0.8便士；除此之外，还有很多电信服务商，推出在非高峰时间或者周末免费拨打电话或手机的服务，以及“Stop the clock”的服务，即用户拨打电话或手机，如果通话时间超过3分钟，不管多长时间，都只收3分钟的通话费用。

有业内人士表示，“1分钟打长途”“免费打手机”等电信服务并非梦想。IT业资深分析师王一江告诉《经济参考报》记者，如果允许民资运营这些业务，其成本为租用电信运营商网络和设备费用，属于固定成本，只要能收回成本，提供相应服务的厂商，可以以远低于目前运营商的资费标准，向用户提供服务，根据国外经验，即便是1分钱1分钟的通话资费，只要有一定的用户，厂商仍能盈利。

中兴通讯研究部研究员邱昊在接受《经济参考报》记者采访时也表示，如果上述领域向民资开放，将催生出更为多样和灵活的电信服务，新的市场也将不断扩大。届时，不但电信业将呈现出更为健康的竞争格局，产业链也将更为丰富和完善，众多电信设备制造商，也将因此受益。

不过，记者在采访中发现，对于民资进入上述领域，业界仍存在比较大的争议。中国联通一位增值业务部门负责人告诉《经济参考报》记者，目前民资运营电信增值业务均是和运营商合作，一旦可以自由运营，将产生难以想象的监管难题“如果有人从运营商这里租用设备和服务器，再多次转租给他人，就有可能给电信诈骗，以及色情网站等非法活动提供可乘之机。”在采访中，中国移动和中国电信的相关人士也表达了同样的担忧。

对于这些担忧，外界普遍认为，运营商之所以持反对态度，是因为一旦有关业务向民资开放，将使民资在部分电信业务上获得一定的定价权，并引发新一轮电信资费下调，这将对目前运营商的收入和垄断地位造成冲击“尽管运营商的担忧有一定的道理，但这些问题可以通过加强监管、立法等手段解决。”王一江说。对此，史炜也表示，应该加快民资进入基础电信业的法律法规制定，没有法律的保障，开放就没有足够的稳定性和持续性。2012-11-13 经济参考报

[返回目录](#)

## 智能手机市场贫富分化加剧 转型后率先蝶变者活

市场研究公司 Canaccord Genuity 发布的最新报告称，三季度，苹果和三星的智能手机利润合占行业整体利润的 106%，其他厂商几乎无利润可言；另据 IDC 最新数据显示，第三季度三星以 31.3% 的份额排名第一位，苹果紧随其后，占比 15%。可见，智能手机市场贫富分化在不断加剧。但从长远来看，在其他厂商经历转型阵痛后或实现蝶变，以及库克时代的苹果创新乏力、三星缺乏自有品牌特色等因素的交错影响下，未来智能手机市场走向仍然充满悬念。

### 三星苹果风光无限

在三季度的智能手机市场上，三星和苹果继续横扫千军。

利润方面，三星和苹果独占鳌头，几乎占据了整个智能手机行业所有的营业利润。市场研究公司 Canaccord Genuity 发布最新报告显示，苹果和三星的智能手机业务利润在整个行业中所占比例已超过 100%，达到 106%，其中苹果为 59%，三星为 47%。这已经是三星和苹果连续第二个季度在行业中的利润占比超过 100%。

出货量上，两大巨头也是遥遥领先，合占行业的半壁江山。IDC 最新数据显示，三星三季度在全球智能手机市场排名第一位，智能手机出货量为 5630 万部，份额为 31.3%；苹果排名第二，智能手机出货量为 3690 万部，市场份额为 15.0%。也就是说，两家出货量合计接近市场出货总量的 50%。并且，三星和苹果出货量还在持续增长迅猛中，增长率分别达到了 100.4% 和 57.3%。

### 智能手机市场现“二八格局”

三星和苹果的智能手机业务利润在整个行业中所占比例达到 106%，造成这种局面的主要原因是 RIM、诺基亚和摩托罗拉移动等主要智能手机厂商在第三季度中均遭受了业务亏损。

这正是全球智能手机市场呈现“二八格局”的现实反映：除了苹果和三星，处于产业链低端的其他厂商难有盈利可言，大部分都处于亏损状态或利润大幅下滑。以全球五大智能手机厂商为例：2012 年三季度财报显示，中兴巨亏 17 亿元人民币，遭受 15 年来首度亏损；RIM 则连续几个季度出现亏损；HTC 虽然盈利，但三季度的净利润却同比下滑严重。

对其他智能手机厂商来说，它们面临的不仅仅是亏损或利润下滑的尴尬，市场占有率低也是一大挑战。最新数据显示，2012 年三季度智能手机出货量排名第三的 RIM 市场占有率仅 4.3%，排名第四和第五的中兴通讯和 HTC 的市场占有率则分别为 4.2% 和 4.0%。RIM、中兴通以及 HTC 虽然进入全球五强，但与排名第一和第三的三星和苹果相比，差距可谓巨大。

### 其他厂商还有翻身机会

贫富分化现象日益加剧，使得其他手机厂商面临严峻挑战。但是，局面或并没有那么糟糕。从长远来看，其他智能手机厂商还有翻身的机会，鹿死谁手或未知。

一方面，处在智能手机食物链顶端的苹果和三星问题逐渐显现出来。库克时代的苹果逐步商业化，创新能力越来越受到市场质疑，用户忠诚度也有所下降。美国市场分析公司 Strategy Analytics 发布调查数据显示，自 2007 年上市以来，苹果 iPhone 在西欧和美国市场的用户忠诚度首次出现了下降。另外，近期苹果高层大幅调整也让其在资本市场受创，股价一度创下新低。而三星虽然智能手机产品遍布低中高端，但一直以来没有明显的品牌特色，再加之软实力存在短板，难保能够长盛不衰。

另一方面，身处险境的诺基亚、RIM、HTC “穷则思变”，积极调整发展部署。摩托罗拉收缩战线和联手谷歌并举——2012 年 8 月，摩托罗拉在全球范围内裁员 4000 人，关掉三分之一左右的办公室；与此同时，谷歌还为摩托罗拉成立了先进技术项目中心，让其专注新技术的研发。诺基亚则于 2011 年开始和微软联盟，全面转战 Windows Phone 平台；在手机设计上，诺基亚避开苹果的锋芒，采用一种完全不同的设计语言。

摩托罗拉、诺基亚等厂商都已经在产品和渠道等战略上做了相应的调整，未来谁能率先完成调整转型，谁就能拥有较大的优势脱颖而出。2012-11-8 通信信息报

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 北京联通试点电话亭变“手机”

传统公用电话亭的再利用一直为公众所关注。记者从北京联通获悉，该公司正在试点一项新业务，在联通的公用电话亭可以用联通手机号码作为电话卡账户来打电话。该业务将在条件成熟时向全市推广。

据了解，用户可以在公用电话亭拨打 1608888，然后输入自己的联通手机号码及服务密码后便可进行拨打电话。目前，该服务每月会赠送给联通用户 30 分钟的应急时长，套餐外每分钟收费 0.1 元，费用会在用户的手机或固话账户中收取。而被拨打的手机中，显示的是用户的手机号码。

北京联通相关负责人表示，该业务目前正在试点，有些电话亭已具备这一功能，该业务将会在条件成熟时正式推出。此前有消息称，北京联通计划将现有的

重点地区电话亭全部覆盖 WiFi 热点，方便用户免费上网，进行查询、交费等新功能。2012-11-8 北京晨报

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### 北京移动推出WiFi客户端软件

北京移动针对 WLAN 网络推出了手机客户端拨号软件——北京移动 WiFi 客户端。用户只要发送短信 XZWLAN 到 10086 下载安装北京移动 WiFi 客户端，便可以实现一键登录。

截至目前，北京移动 WiFi 客户端能够支持 Android/Ophone、iPhone、Symbian 和 Windows Mobile 多个平台。除发送短信下载之外，用户还可以上网登录北京移动门户网站下载，iPhone 用户也可以通过同步助手或在 App Store 上搜索“北京移动 WiFi”应用进行下载安装。

此外，北京移动还推出了“WLAN 体验套餐”。用户需要在 12 月底前发送短信 TYWLAN 到 10086 开通 WLAN，便可享受每月 20 小时免费 WLAN 使用时长，超出部分按 0.05 元/分钟计费。全球通、动感地感指定套餐客户，以及指定 GPRS 套餐内，每月均含不同时长的免费 CMCC WLAN 时长赠送。2012-11-7 北京商报

[返回目录](#)

### 手机查询到站信息浦东公交年底试点

浦东公交近期在 798 路、961 路两条公交线路近 60 个站点上试点应用太阳能电子站牌，乘客在站点上便能及时了解公交车辆行驶到哪里，但是也有不少市民担心，站牌所预告的车辆到站信息是否正确？

浦东公交公司对此介绍说，在太阳能电子站牌的后台，有一个基于云计算服务的较强功能的智能集群调度平台，通过集群调度平台上数据的支撑，就能够为太阳能电子站牌提供实时的、准确的信息。

2012 年年底前浦东公交公司将力争再试点若干条线路，同时，还将充分利用智能集群调度系统的实时数据功能，实现公交信息的多维发布，适时在部分线路上推出手机信息发布系统，届时，乘客可通过智能手机实时查询公交车辆到站信息。

据了解，近年来，浦东公交加快了对智能集群调度系统研发与应用的步伐。在原 GPS 定位技术上，结合了北斗定位、短距离无线传输、车联网、云计算等二

十多项关键技术，并从2012年初开始，逐步应用于浦东公交的营运线路上。智能集群调度的开发与应用，让调度员轻点鼠标，便可以同时调度、监控多条线路，并能大幅度提升城市公交运营效率，提高车辆行驶准点率，实现车辆车速监控、科学调度、合理排班等功能。

目前，浦东公交已经完成了96条线路800余辆公交车常态化集群调度管理，并对手机查询系统进行相关的测试。乘客可以用智能手机方便地查询到它们的行车轨迹，出行将更为便捷。2012-11-12 东方早报

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### [[视频通信]]

#### 文广百视通获国内首张OTT牌照

日前，广电总局向上海广播电视台增加发放335万个互联网电视机客户端编号，同时批准百视通200万个互联网电视机顶盒(国际上称“OTT”)客户端编号。南都记者获悉，这是国内第一个宣布已获得百万级OTT客户端牌照的广电播出机构与新媒体运营商，标志着我国互联网电视产业全面步入了产业化大发展的新阶段。

百视通公司总裁陶鸣成告诉南都记者，“OTT”是国际互联网运营商对互联网电视机顶盒业务的“昵称”，其本质是“利用统一的内容管理与分发平台，通过开放的互联网，向智能机顶盒提供高清的视频、游戏和应用，这就是全球性的‘云电视’技术系统架构”。OTT作为智能电视产业领域目前最先进、最容易普及的模式，在全球已经成为互联网领域的大热点，苹果的AppleTV、GoogleTV，均是OTT的技术与产品体系。只要家里拥有电视机，开通互联网，均可享受OTT电视服务。在中国已经拥有超过6亿台电视机终端，互联网用户超过3.5亿，这是OTT业务潜在用户群。

光大证券分析师张良为称，我国OTT业务的合法化打开了智能电视新业务发展空间，释放了业务发展的活力，未来基于视频模式的业务发展将更加多元化，百视通的OTT业务将对IPTV业务形成有益的补充。2012-11-7 南方都市报

[返回目录](#)

## 移动视频流量占比近六成 开拓新蓝海需过三道坎

在过去的两年里，移动视频用户增长了 77%，同时移动视频在在线视频中的总体份额 3 个月翻了一番，从第一季度的 4.1% 增长到第二季度的 8.2%。并且，目前移动视频已经成为移动互联网的主力应用之一，占据了所有移动数据流量的 59%，成为了移动流量增长的驱动力。

移动视频前景良好，但厂商要想进一步开拓新蓝海，还面临不少问题。虽然视频网站对移动互联网青睐有加，但业务的转移还需理性对待，不能操之过急、盲目发展。

### 视频在移动数据流量中占比达 59%

随着智能终端的大普及，移动互联网的网民规模在不断扩大。中国互联网信息中心 (CNNIC) 在 2012 年 7 月份发布的《第 30 次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，在 2012 年上半年，通过智能手机、平板电脑等移动终端接入互联网的网民数量达到 3.88 亿，相比 PC 端的 3.80 亿，移动终端已经取代传统 PC 成为了中国网民的第一大上网终端。

移动终端网民数量的增加，让互联网应用在移动互联网上得到了新一轮发展机遇。其中，作为互联网的主要应用，视频网站正逐步成为移动互联网下一个利润增长点。视频应用占据所有移动数据流量的 59%，这表明移动视频已成为移动流量增长的主要驱动力之一，并且成为了移动互联网的主力应用之一。

移动视频之所以受到热捧，首先是近年来智能终端日益普及，移动互联网高速发展，这是视频应用能够在移动终端普及的前提。毋庸置疑，智能手机和平板电脑等移动设备的高速增长，带来了移动数据流量的激增，也带动了移动视频应用的高速拓展。其次，移动互联网突破了时间、地点的束缚，有效地将散碎的空闲时间利用起来，相比于 PC 端，移动互联网的优势更为明显，它使得视频具有随时随地都可以记录生活片段的优势和便利性，为消费者提供了方便携带、可以随时观看等良好体验。

### 多方征战移动视频领域

移动视频的风潮来势汹汹，国内各大视频网站也趁机纷纷加入移动市场的战局。第三方互联网资料监测公司艾瑞日前发布的移动终端监测资料显示，7 月视频移动应用日均覆盖人数排名前五的应用分别为：PPS 影音、PPTV 网络电视、优酷、爱奇艺、dopool 手机电视。

据了解，优酷、爱奇艺等在内的多家视频网站都已完成了针对 iOS、Android 系统的手机客户端的布局，而搜狐视频、土豆网、PPTV 也携手运营商共同为手机用户提供包月观看视频的全新服务。随着各种移动终端的快速发展，多屏合一

的时代令视频应用无处不在，视频已经成为最适合在移动终端上使用的娱乐、信息应用，该市场也成为各企业的必争之地。

PPS 在移动端领域表现就颇为突出。据了解，该公司已把移动终端的建设作为 2012 年的重大项目之一，正在逐步实现移动客户端与 PC 端的内容同步，在操作体验上也还原了 PC 端的操作习惯。这些使得 PPS 成功超过在传统 PC 端拥有巨大优势的优酷网，占据市场的三成份额，并且在覆盖人数、使用次数和使用时长这三个关键指标都遥遥领先其它竞争对手。

作为国内网络视频巨头之一，优酷网一直都很重视在移动终端和移动互联网领域的布局，更是国内最早一批在各类移动系统上推出客户端的视频企业。优酷在传统 PC 端网络视频方面的用户基础和内容积累，以及对 3G 无线战略的重视，也为目前迅速发展中的无线视频提供了良好的推广和支持。

### 视频网站布局移动市场不能操之过急

随着移动终端用户的迅速增长和 PC 的日渐式微，未来移动智能终端取代 PC 大势所趋。因此，基于智能终端的移动视频发展前景十分良好，这也是各大厂商争相布局该市场的重要原因。然而，目前来看，移动视频行业的发展还面临不少问题。

其一，使用移动端设备观看视频才刚刚兴起，其发展速度与移动端设备的技术研发进程有很大联系，对移动端设备的分辨率和运行速度有较高的要求，而在移动终端上观看甚至拍摄、上传视频对设备的分辨率和运行速度与 PC 还有一定差距。

其二，目前国内无线网络的覆盖面有限，移动端上网费用高，观看视频使用流量大，消费者普遍难以接受。诚然，资费问题是影响移动视频的最大障碍，这并非指移动宽带价格过高，用户理解的资费问题更多指的是目前移动宽带套餐多为限流量或限时长，用户在使用过程中觉得被约束。

其三，视频移动端的盈利模式有广告和向用户收费，而广告现今无法真正实现大规模售卖，使得成本剧增，视频网站的整体盈利出现问题。

总之，视频网站从 PC 端到移动终端的业务转移不能操之过急、盲目发展。对此，相关人士建议，目前视频网站争相在移动互联网布局，高速发展过程中需注意避免节目同质化、移动端和 PC 端的相互结合。另外，加快获取移动端用户的同时还要注意保持 PC 端用户的忠诚度，通过与多种分享平台结合可以很好地解决这一问题。2012-11-8 通信信息报

[返回目录](#)

## 【电信网络】

## AT&amp;T拟建 4 万多个LTE基站覆盖 3 亿用户

AT&T 移动日前公布了一项耗资数十亿美元的项目，这一名为“项目速率 IP (Project Velocity IP 或 VIP)”的项目表明，该公司将于 2014 年底将其 LTE 网络覆盖人口扩大至 3 亿，并在其网络上部署 1 万多个新的宏蜂窝、4 万个小型蜂窝和 1000 个分布式天线系统 (DAS)。

这一计划 (其中还包括几个有线项目) 还需要 AT&T 用上此前通过 40 个交易 (许多发生在二级频谱市场) 收购的频谱，外加公司原有的 30MHz WCS 频谱。

AT&T 在今天上午的投资者会议上披露了 VIP 项目的详细内容。AT&T 公司技术和网络运营部高级执行副总裁约翰·多诺万 (John Donovan) 对公司现有的无线网络大加赞赏，并表示，该公司将其 LTE 网络覆盖人口扩大至 3 亿的计划将包括一个“致密化”的网络，这意味着 AT&T 将通过新的宏蜂窝、小型蜂窝和分布式天线系统提高频谱效率、建设更具成本效益的无线接入网络并改善室内覆盖情况。他补充说，这种致密化也将适用于 LTE 语音传输。

多诺万表示：“我们的小型蜂窝策略非常积极。我们不止部署 LTE 小型蜂窝，而且采用其他技术，如 UMTS 和 HSPA+。”多诺万指出，小型蜂窝的部署工作将于本季度开始 (首先是现场应用)，而更广泛的部署将于 2013 年第一季度进行。他还表示，LTE 和 Wi-Fi 小型蜂窝的部署计划在 2014 年开始。

AT&T 还谈到了公司扩大其移动业务的相关计划。AT&T 移动首席执行官拉尔夫·德拉维加 (Ralph dela Vega) 表示，该公司认为它能够使无线平台的作用 (收入增加) 最大化，并专注于四种关键产品和服务，其中一种产品是 AT&T 的“数字生活” (Digital Life) 家庭安全和自动化服务——AT&T 计划在 2013 年初推出。德拉维加指出，家庭安全和自动化业务是一项价值达 180 亿美元的产业，他认为这项业务的利润率在 35%-40% 之间。

第二个增长领域是室内移动解决方案——AT&T 目前提供使用无线网络而不是陆上线路进行通话的家庭电话服务。德拉维加表示，未来这一产品的升级可以让消通过与家人通话的计划分享无线时长。AT&T 公司最近将该服务扩大至全国，并计划将数据和语音同时纳入服务范围。

第三个增长领域是移动支付。德拉维加高度赞扬了该公司在 Isis (与 T-Mobile 美国和 Verizon Wireless 共同组建的移动支付企业) 中的作用。他指出，该合资企业为 2 亿多无线用户提供接入服务，并已经开始在犹他州的盐湖城和德克萨斯州的奥斯汀市 进行市场试运行。

第四个增长领域是联网汽车。德拉维加表示，到2016年，预计将有53%的新车入网。他暗示，AT&T已经签署了几项与此有关的重要协议，但拒绝透露更多细节。2012-11-9 飞象网

[返回目录](#)

## 美国将铺设全球最快网络：带宽达800Gbps

由美国IEEE计算机协会主办的SC2012超级计算大会本周将在犹他州盐湖城开幕。与会技术专家将搭建超高速网络，提供近800Gbps的带宽。这将是全球速度最快的网络。

需要注意的是，所谓“800Gbps带宽”指的是主干网络，这与普通家庭用户使用的2Mbps、4Mbps、12Mbps宽带的概念完全不同，不能单从数字上简单类比。但这并不妨碍该网络成为全球第一：目前，国家与国家之间的光纤网络带宽约为10Gbps，而我国城市主干网络带宽通常为1Gbps。

与会者来自美国顶尖大学、政府实验室和科技公司。通过多条10Gbps和100Gbps的链路，组织方将把会议中心与全球多个高性能网络连接在一起，包括美国能源部ESnet、Internet2和National LambdaRail等。

为了建设这一超级网络，大会组织方与犹他州教育网络和犹他大学合作，以获得盐湖城市区多条光缆的使用权。根据大会公报，部分带宽将被预留给SCinet Research Sandbox项目，“这将给研究人员提供独一无二的机会，通过新兴技术，例如100Gbps链路和OpenFlow技术，展示突破性的网络技术研究”。

在为期一周的会议中，组织方预计将提供近800Gbps的总带宽，并将在大会结束后把带宽还给最初的提供者。2012-11-12 新浪科技

[返回目录](#)

【终端】

## PON设备支持IPv6 将被规范化

我国在IPv6领域的推进又有了新进展。飞象网从行业标准制定相关人士处获悉，“接入网技术要求PON系统支持IPv6”报批稿公示已于昨日结束，主管部门将根据公示情况进行修改和完善，离正式发布为期不远。

该人士透露，“接入网技术要求PON系统支持IPv6”依据运营商实际部署需求及多次多厂家PON设备评测结果，对PON设备支持IPv6的协议要求和功能

要求进行了规范，这一标准的制定发布将促进和规范 PON 设备在支持 IPv6 功能方面的研发，对我国 IPv6 网络部署发展有积极的作用。

2012 年年初，国家发改委发布了组织实施 2012 年下一代互联网技术研发、产业化和规模商用的相关通知，对 2012 年我国下一代互联网发展制定了明确目标。

根据发改委规划，2012 年制定出大规模公众网络由 IPv4 向 IPv6 平滑演进过渡方案，实现 IPv4 和 IPv6 网页浏览业务互通；在网络建设与用户规模上，骨干网和约 10%城域网要支持 IPv6；IPv6 宽带接入用户数超过 800 万。

作为下一代互联网发展的主力军，三大电信运营商被发改委明确要求进行 IPv6 升级改造及规模商用。

“三大电信运营商统一组织，分别选择部分试点城市，改造公众城域网络，提供 IPv6 宽带接入服务，2012 年要实现不少于 300 万 IPv6 宽带接入用户。”发改委方面表示，并特别强调，电信运营商新开展的业务要基本支持 IPv6，新增上网固定终端和移动终端基本支持 IPv6。

作为目前接入网的主流技术标准，现有 PON 系统对 IPv6 的支持与否，对于我国下一代互联网规划能否顺利完成至关重要。

针对这一规划，三大运营商也纷纷公布了其 IPv6 发展时间表。

中国移动表示，其 IPv6 总体发展将分为三步，2012~2013 年是规模试验阶段，2014~2015 年属于全网升级阶段，到 2016 年实现 IPv6 的全面应用。

作为在下一代互联网领域起步较早的运营商，中国电信自 2001 年起就围绕下一代互联网的网络、业务和终端，在演进策略、技术研发、设备测试、现网试验等方面做了大量探索和积累。目前，以双栈技术为基础，结合 DS-Lite、LAFT4over6 等 IPv6 接入过渡技术，中国电信实现用户向 IPv6 的平滑升级。

为加速 IPv6 发展，中国联通成立了由技术部、网络建设部、运维部、信息化部、市场部和产品创新部支持的“中国联通下一代互联网专项领导小组”，从组织架构上对 IPv6 的发展进行保证。据悉，中国联通将投入 8 亿元资金，在终端、接入网、城域网、核心网、业务平台和行业应用等多个层面，进行下一代互联网产业的全面推进，在 2013 年底实现不少于 300 万 IPv6 宽带接入用户。

2012-11-8 飞象网

[返回目录](#)

## 4.0 以上安卓占比上升 碎片危机缓解助应用整合

谷歌官方日前更新了 Android 版本数据。从最新数据来看,虽然目前 Android 2.3 Gingerbread 系统仍然占比 50%以上,但 4.0 以上版本已经占到了所有系统份额的 25%以上。可见,困扰安卓多时的版本碎片化趋势开始减缓,这无疑有助于促进各种谷歌应用的整合和统一,也有助于开发者集中精力开发出更优质的应用。不过,虽然安卓系统碎片化状况有所改善,但这一问题还远未得到圆满解决,新版本高频率发布和用户更新速度过慢这对矛盾的解决仍是谷歌未来需要研究的重要课题。

### Android 4.0 以上版本占比达 25.5%

市场分析公司 IDC 日前发布的一份报告指出,2012 年第三季度,谷歌 Android 设备出货量已占到全部智能手机总量的四分之三。其中,Android 智能手机三季度在全球范围内的出货量为 1.36 亿部,创下了单季最高纪录,同比增长 91.5%。

然而,安卓高速发展的同时,系统版本碎片化问题却也如影随形,困扰谷歌多时。如今,这一现象有所改善。

具体来看一下谷歌此次更新的数据:Android 4.0 Ice Cream Sandwich 版本系统占据安卓系统整体份额的 23.7%,排名第二;而 4.1 JellyBean 系统则占比 1.8%,二者加起来(即 4.0 及其以上版本)约为 25.5%。关于其他较早的版本,数据显示,目前 2.3 系统占到 55.8%,占比最大;排名第三的是 2.2 系统,占 12.9%,其次是 2.1、3.0 以及 4.1。此外,从自 2012 年 4 月 1 日到 10 月 1 日安卓系统份额变化图中可以看出,Android 4.0.3 在所有版本中的份额上升最快。

单根据上述数据分析,安卓版本分化还很严重,但如果与之前的数据进行对比,就能看出个中变化了。谷歌 5 月份公布的安卓各个版本的市场占有率数据显示,当时还是最新版本的 Android 4.0 系统份额虽然有所上升,市场占有率达 4.9%,但仍仅为个位数;而 Android 2.3 系统则高达 64.4%,占据市场的绝对主流地位;剩下的市场份额被 2.2 系统、3.0 系统等一大批系统版本瓜分,甚至古老的 Android 1.5 也仍有 0.3%的市场占有率——足以看出当时安卓系统的碎片化问题有多严重。

### 版本过多致使应用开发难

版本碎片化一直以来都被业界视为安卓系统的致命弱点,旧版本系统所占比例过高,不仅不利于谷歌推广新版本,也为安卓阵营各大手机厂商和软件开发商带来了不少困扰。

从开发者的角度来说，过多的版本让他们颇为头疼——每开发一款应用就需要测试上百款终端，否则就会出现无法兼容的情况。这一方面增加了开发成本，另一方面也制约了应用的质量和速度。

对于各大安卓系手机厂商来说，如果系统无法兼容某款用户想要安装的应用程序，用户不会去研究这个问题背后的深层次原因，而只会质疑该款手机或这个应用的质量，这无疑将影响手机和软件品牌的口碑。

此外，面对令人眼花缭乱、质量参差不齐的安卓产品与应用，用户也莫衷一是，体验大大受到影响。事实上，对于普通用户而言，他们最关心的并不是产业链上游的是是非非，而是对系统的使用体验。或者更进一步来说，他们对系统最为直观的感受是，使用搭载最新版本安卓系统的机型或者进行升级后的设备，与原先的旧版本相比，是否在某些方面进行了提升。如果使用体验更佳，用户便会乐于选择新系统产品或进行系统升级；如果体验不好，则会让新版本系统的推广难上加难。

如今，高级版本大幅上升，这对于安卓的发展来说无疑是件好事情。碎片化程度得以缓解，无疑有助于开发者集中精力开发出更优质的应用，并且也可以促进各种安卓应用趋向整合和统一，从而提高用户体验。

#### 问题仍未得到圆满解决

虽然较新的 4.0 及其以上版本在安卓系统中的占比得到了大幅度提升，但对于安卓来说，问题还未得到完全解决，形势依旧严峻。

受到飓风影响，原定于 30 日召开的安卓发布会取消，谷歌改为在其官方博客上发布 Android 4.2 系统，该系统沿用 4.1 的“Jelly Bean”这一名称。从业界的普遍评价来看，最新系统与 Android 4.1 的相似性很高，只是在诸如全景拍照、键盘手势输入、无线显示共享等细节上做了些改进与升级。

抛开新版本的风评并不是很好这一点不说，谷歌迫不及待地升级版本的做法让人不得不质疑，这是否会让安卓版本的碎片问题更得不到控制。从谷歌发布的官方数据中我们可以看出，目前装机量最高的仍是 Android 2.3 系统 (55.8%)，而上一个版本 Android 4.1 的占有量才 1.8%，两相对比之下，悬殊立见。在上一个版本尚未得到进一步普及之际，就马不停蹄地发布新版本，这无疑将让用户的更新速度更跟不上。即便厂商开始就最新版本系统推出相应的产品，新版本能否得到市场认可还犹未可知，毕竟，人们对于新出现的事物都需要一段较长的观察期。

总之，如何平衡增加新版本和推广旧版本的比例，仍是谷歌必须持续面对和解决的问题。而要想提升安卓高级版本的市场占有率，还需从用户诉求出发，让

系统本身的适配应用和服务内容等软实力跟上，为用户创造良好的使用体验，从而树立新版本的口碑，增强用户粘性。2012-11-8 通信信息报

[返回目录](#)

## [[运营支撑]]

### 微软新版WP应用商店加入个性化推荐

微软在 Windows Phone 应用商店中引入了全新的应用发现机制，针对不同用户提供个性化的应用推荐。

Windows Phone 8 支持多核处理器和近场通信 (NFC) 功能，而应用商店的设计也得到改进。目前，Windows Phone 平台的应用约为 12 万款，远远少于 iOS 和 Android 平台。不过，从这些应用中发现需要的应用仍不是一件容易的事。

作为全新 Windows Phone 应用商店设计的一部分，微软将围绕不同主题对应用进行分组。此外，微软还将定期更换重点展示的应用，并根据用户所在位置来推荐内容。

新版 Windows Phone 应用商店将尝试利用必应搜索引擎来向用户推荐个性化应用，这一功能名为“个性之选 (Personal Picks)”。该功能将跟踪用户此前下载的应用、Facebook 好友的活动，以及用户所在位置的流行趋势来做出推荐。这一功能在实际操作中可能会非常有用。2012-11-9 新浪科技

[返回目录](#)

### 4G牌照扑朔迷离：中国电信广州测试FDD LTE

就在业界猜测中国电信有可能被逼在 4G 时代上 TD-LTE 制式后，知情人士透露，中国电信近期在广州却在建一个 FDD LTE 的试验网，这表明三大运营商的 4G 标准之争并未有定论。

据悉，多个主要设备厂商在三个月前就已齐聚广州，参与中国电信 FDD LTE 试验网的搭建，但这个试验网非常小。知情人士表示，好几个设备商都参与了，但都是免费提供基站设备，测试效果还算理想。

此前，业内传出的消息是，中国移动希望中国电信也与其一起上 TD-LTE，中国移动一位高层曾提出“五个不希望”和“五个希望”，其中最重要的就是不希望 TD-LTE 只由个别运营商运营，而希望和 FDD LTE 一样成为全球多数运营商的选择。

但是，这一一直未得到中国电信的响应，中国电信一直回避 4G 牌照问题。之前 3 月份时，王晓初已表达其意，当时他说，他已留意到竞争对手中国移动已开始发展 4G，中国电信在发展 3G 的同时会积极跟踪 4G 的技术变化及成熟度。后来在出席半年财报发布会时，王晓初又表示，目前暂时没有 4G 牌照的消息，中国电信会按照监管部门的政策进行计划，但中国电信仍未就 4G 建设作出任何讨论。

而随后，根据工信部相关负责人透露的 TD-LTE 频谱规划，其中规划的 TD-LTE 频谱多达 190 MHz，业内又猜测 TD-LTE 频谱不可能是只分给一家运营商使用，很可能中国电信也使用。

但从种种迹象来看，中国电信上马 TD-LTE 的积极性不大，此事并未有定论。  
2012-11-9 新浪科技

[返回目录](#)

## 51 个移动网络推高清语音服务 LTE驱动固网升级

全球移动供应商协会 (GSA) 近日在其最新发布的报告中称，目前已有 38 个国家的 51 个移动网络推出了高清语音服务，为用户提供高清语音服务的移动网络较 2011 年同期增加 60%。智能终端的迅速普及，LTE 的快速发展以及 VoLTE 技术的逐渐成熟，释放出一个明显的信号——在移动通信领域中推出全高清语音通话时机已来到。电信运营商对此应有足够的重视。

### 高清语音服务全球范围内发展迅速

根据全球移动供应商协会的报告，已经正式在移动网络上推出高清语音服务的市场包括澳大利亚、加拿大、法国、德国、中国香港、印度、俄罗斯、韩国、英国等国家。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制定的标准)，使得所在的移动网络能够获得高品质的语音通话和更好的用户体验。该技术显著提高了支持该种功能的移动电话用户间的语音通话质量，目前已广泛用于全球移动通信系统 (GSM)、宽带码分多址移动通信系统 (WCDMA)、通用移动通信系统 (UMTS) 和长期演进 (LTE) 网络。

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。

全球移动供应商协会主席艾伦·哈登(AlanHadden)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。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。

### 各方发力高清语音业务

高清语音服务全球发展迅速,与之相对应的是高清语音产业链上的各个环节都在发力。

从技术环节看,世界知名音频和多媒体技术研究机构Fraunhofer集成电路研究所(IIS)日前在中国国际通信展上展示了在安卓手机上实现全高清语音通话的技术,它能使手机通话清晰得就像对同一个房间里的另一个人说话一样。该技术的核心,全高清语音音频编解码器AAC-ELD可帮助实现全音频频谱。

技术上的进步使得越来越多智能手机考虑开始支持高清语音。索尼近日在其官方产品博客证实了日前发布的一款旗舰机型Xperia T将支持高清语音标准。苹果全球营销高级副总裁Phil Schiller也曾表示,iPhone 5支持宽频语音(高清晰语音通话),但该功能需要运营商的支持才可以启用,并表示iPhone 5在发布时会有20多个运营商提供对高清语音通话的支持。

手机终端的诉求与运营商的发展是紧密相连的,甚至可以互为因果、相互促进。日前,韩国移动运营商SK电讯、LG Uplus宣布开始推出VoLTE(Voice-over-LTE,基于LTE网络的语音呼叫)服务。SK电讯称其VoLTE服务是高质量语音(HD Voice),采用高分辨率编解码技术,效果相当于两人坐在对面讲话。同日,美国第五大移动运营商MetroPCS也宣布推出商用VoLTE服务。自此,这三家运营商成为全球首批提供VoLTE服务的运营商。此外,早在2012年年初,北欧地区领先通讯运营商TeliaSonera就表示将在2013年实现VoLTE商用服务,美国Verizon无线公司CTO Tony Melone2012年5月也称,该运营商并不急于部署VoLTE解决方案,但将会在2012年早些时候在其网络中支持这一功能。

VoLTE通过LTE——IP分组数据网络进行语音呼叫,将语音转换成数据进行传输,能提供更好的语音质量,且有望降低呼叫连接时间至0.25秒-2.5秒,而3G语音的平均连接时间在5秒。透过该技术,运营商可以通过使用效率更高的LTE,并最终再利用3G频谱来更好地使用其无线频谱。随着LTE网络建设的不断推进和商用,智能终端的普及以及VoLTE技术的逐渐成熟,在移动通信领域中应用全高清语音通话也许到了最合适的时机。

### 运营商需提升语音服务

众所周知,运营商主要有三大服务,即语音、短信、数据业务。目前来看,全球电信运营商都将发展的重点放在了数据业务上面,实际上,传统的语音业务

永远都不可忽视。虽然 Twitter、Facebook 等社交网站和短信光环耀眼，但这并不能够改变一个事实：人们的多数交流仍然要依赖于语音。目前，全球相当大部分移动收入仍来自于语音呼叫。

同时，语音业务的竞争也日趋激烈。在过去，传统运营商的语音业务能凭借质量优势而保持一定的份额，但现在这最后的优势正在消失，越来越多的 VoIP 厂商支持高清语音技术。Skype 公司开发了 SILK 编解码技术，该技术能大大改善音频质量。谷歌收购了一家语音传输技术公司 GIPS，该公司专注于 VoIP 和视频处理平台技术，以实现高清版的谷歌语音通信。此外，还有更多的 VoIP 厂商在支持高清语音技术，这其中包括 Avaya、宝利通等。

语音业务的重要性不言而喻，但移动电话通话音质在过去百余年中并未有提高。高清语音技术的优势可以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，能向用户提供卓越的通话体验，从而帮助运营商在市场上脱颖而出。

面对高清语音这种发展方向，运营商并非没有意识到它的重要性，但仍有许多运营商在顾虑重重，如担心络改造带来的庞大投资，担心最初的市场拓展难度等问题。实际上，在目前通信市场格局瞬息万变的情况下，运营商的小半步落后甚至犹豫不前都可能会带来更大的差距。

从全球目前发展态势来看，高清语音服务的普及将是大势所趋，因此，拥抱高清语音或是传统运营商的不二选择。2012-11-8 通信信息报

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### [[数据参考]]

#### 研究称年底全球宽带用户数将达 6.2 亿

市场调研公司 ABI Research 的研究结果显示，预计到 2012 年年底，全球将有近 6.20 亿有线电视和电信用户使用互联网宽带服务，较 2011 年同比增长 7.3%。这一数字超过全球家庭总数的三分之一。

不过，就在电缆和光纤服务提供商都经历了大幅增长后，DSL 可能会出现下滑，主要是因为客户不断升级至更快的方式。ABI 表示，2012 年底，DSL 的全球市场份额可能较 2011 年的 64% 下降一个百分点。而主要由电信运营商提供的光纤服务则将获得那部分份额。

就地区来看，北美地区的固定宽带普及率最高，家庭用户比例高达 72.4%。现有用户群极为庞大意味着这一地区的宽带服务提供商的增长将逐步放缓。2012 年第二季度，北美地区的大部分运营商的用户总量较上一季度环比增长约 0.8%，而其中唯一的例外是考克斯通信公司 (CoxCommunications)，该公司的增幅约为 3%。

研究人员估计，整个北美地区 2012 年的光纤增长可能为 6.4%，远远超过了电缆的 2.2%。但电缆的统治地位依然稳固：预计截止到 2012 年年底，北美地区的宽带用户总量达 5520 万，而光纤提供商的旗下用户只有 810 万。2012-11-13 气象网

[返回目录](#)

### 第三季度Android手机中国出货量份额达 88%

美国市场研究公司 Strategy Analytics 公布的最新数据显示，第三季度，Android 手机在中国市场智能手机出货总量中占 87.7%，远高于美国市场的 60.5%。

Gartner 分析师卡罗丽娜·米兰内西 (Carolina Milanesi) 表示，Android 手机在新兴市场更加流行。在这些国家，由于信用卡还不是非常普及，因此在用户购买数字内容时，运营商代收费是一种更可行的模式。

谷歌的数据显示，如果提供运营商代收费的支付选项，那么谷歌 Play 应用商店中有 3/4 的应用购买都会通过这种方式来支付。米兰内西也表示，操作系统厂商需要帮助用户更方便地购买内容。

2012 年 3 月，谷歌对应用商店进行了改版，将其命名为谷歌 Play，同时重新设计了界面，并提供了音乐、电影、游戏和应用等多种数字内容。目前，谷歌 Play 商店中拥有 70 万款应用，与苹果 App Store 应用商店相当。

谷歌正在越来越多的国家帮助开发者销售 Android 应用，并提供了按月或按年的应用订购服务。此外，谷歌还与 Verizon 无线和日本 NTT DoCoMo 等运营商合作，提供运营商代收费的支付选项。2012-11-13 新浪科技

[返回目录](#)

## 【市场反馈】

## 智能手机千元价位激烈交锋

接近年底，消费电子市场的行情看涨，智能手机的价格战也有愈演愈烈的趋势。本周一，新晋国产手机厂商推出了首款“大可乐”品牌的智能手机，将5英寸大屏幕双核配置的Android智能机的价格一举推到了999元这个跌破千元的关口。几乎与此同时，小米、华为、中兴等多个品牌的四核Android智能机也联手跌破2000元，市场价格“血拼”的激烈程度可见一斑。

## 千元价位交锋最为激烈

其实在2012年上半年，双核Android智能机的价格就已经呈现出了快速下滑的势头。但是谁也没有想到的是，进入下半年，这场降价比赛变得更加疯狂，“没有最低、只有更低”成为了现实。尤其是随着联发科、高通相继推出入门级的双核处理器方案之后，市场上定位在千元左右的双核智能机也开始快速增多了起来。据记者统计发现，目前国产厂商的一线品牌中兴、华为、酷派、联想等都已经推出千元价位的双核智能机，天语、海信等也快速跟进，此外还有更多新兴品牌杀入，本周一发布的大可乐手机就是其中之一。

不过为了避免产品过于同质化，上述厂商也纷纷采用了功能、设计等细节部分差异化的做法。据云辰科技CEO丁秀洪介绍，虽然定位千元价位，但是大可乐手机却率先采用了5英寸的大屏幕设计，同时加入1GB大内存和WCDMA+GSM双模双待等功能。另外在产品定位方面，大可乐手机也提出了极致互联网体验的新概念，除了通过苏宁易购、自有网络商城销售之外，还内置了乐视TV免费视频内容，支持百度、乐蛙等多个不同的定制ROM可自主选择的设计。“将更多的自由选择权交还给消费者，做到真开放这是我们打造这款产品的初衷。”丁秀洪称。

面对新兴品牌的挑战，中兴、华为、联想等“老牌”国产智能手机厂商则借助规模优势应对。据记者了解，继9月份率先推出千元价位的双核智能机之后，近来“中华酷联”等开始进一步推低双核智能机的入门价位，部分产品已经先后跌破900元、800元大关。“估计到年底，中低端入门智能机市场就会彻底完成从单核到双核的过渡。”战国策首席分析师杨群表示。

## 价格战后品牌战是看点

发力互联网平台，借助网络渠道进行直销以减少渠道成本是目前国产手机得以大打价格战的重要手段。在小米之后，中兴、华为、联想等国产品牌都已经不同程度地介入网购平台，一向依托传统社会渠道的金立、天语等品牌也开始发力互联网渠道，甚至为互联网渠道定制产品，这使得价格战的范围也开始从入门级

产品向中高端产品转移。据记者统计，目前中兴、华为、联想等都已经密集推出价位在 2000 元左右的四核手机，正在和刚刚开卖的小米 2 代一道形成新的低价攻势。

其实不只是国内厂商急于降价冲销量，为了对抗苹果，谷歌自行推出的 Nexus 系列手机也大打低价牌，其刚刚发布的 Nexus 4 8GB 版定价仅为 299 美元，折合人民币同样不超过 2000 元，但却是用四核配置，这无疑为 Android 智能手机阵营划下了新的性价比标杆。“不过光是依靠价格优势来赢取市场份额并非好事，尤其是在对企业最重要的后续发展问题上没有足够的盈利保障更是一种短视的行为。”杨群表示，谷歌的主营业务和利润来源是互联网广告，因此手机卖低价并不伤及根本，但国产手机厂商跟风则有些不太理智。根据国内市场研究机构赛诺的最新统计数据显示，目前国内 3000 元以上智能手机市场 90% 的份额为苹果、三星所占据，剩下 10% 则有诺基亚、HTC 等国际品牌所持有，涉足这一价位市场的国产手机近乎为零。

“这种局面下国产手机厂商其实并不能对国际品牌形成真正的威胁，他们的对手都是自家人，所以价格战很难持久，要想活下去品牌力提升才是关键。”杨群表示，受到这种因素的影响，2013 年上半年国产手机很有可能掀起新一轮的大洗牌，现在出现的品牌能活下来的可能一半都不到。2012-11-8 南方日报

[返回目录](#)

## 报告称运营商手机导航用户付费意愿极低

根据易观智库最近发布的《2012 年第 3 季度中国运营商位置服务市场季度监测报告》数据显示：第 3 季度，中国电信天翼导航(协进版)、中国移动手机导航(泰为版)、中国移动手机导航(高德版)及中国移动手机导航(冠图版)分别以 34.9%、32.8%、28.7% 和 3.6% 的比例分享中国运营商手机导航付费账户市场份额，前三位的份额相当，三足鼎立局面持续。

截至 9 月底，中国移动手机导航(泰为版)、中国电信天翼导航(协进版)、中国移动手机导航(高德版)及中国移动手机导航(冠图版)分别以 48.3%、31.1%、18.3% 和 2.3% 的比例分享中国运营商手机导航累计账户市场份额(包括付费账户和免费体验账户)。

Enfodesk 易观智库研究发现，2012 上半年中国电信移动用户数已达 1.44 亿户，天翼导航应用的渗透率为 4.2%，但付费用户渗透率仅为 0.76%；中国移动用户总数达 6.83 亿户，手机导航应用的渗透率为 2.0%，付费用户渗透率为 0.32%，

虽然中国移动用户基数大，但中国移动手机导航的用户渗透率还是略低于中国电信天翼导航。

报告称，天翼导航虽然发展迅猛，但未进入中国电信的基地业务群，其战略地位仍有待提高。目前，其产品除基础的导航等相关功能外，正在加速整合生活服务信息，提供预订等服务，积极拓展新的商业模式。中国移动则明确将位置服务列为集团核心基地业务，几个版本全面发力，整体用户规模上仍旧有压倒性优势。当然，基于目前极低的用户付费意愿，未来市场格局变数较大，两家运营商首先要做的还是先提升产品的渗透率，以在竞争中夺取先机。2012-11-12 飞象网

[返回目录](#)

## 报告称Galaxy S3 超iPhone 4S成最畅销智能机

调研公司 Strategy Analytics 最新报告显示,2012 年第三季度,三星 Galaxy S III 智能手机超越苹果 iPhone 4S,成为全球最畅销智能手机。

Strategy Analytics 数据显示,第三季度 Galaxy S III 全球出货量为 1800 万部,而 iPhone 4S 为 1620 万部。Galaxy S III 在全球智能手机市场的份额为 10.7%,而 iPhone 4S 为 9.7%。

Strategy Analytics 指出, Galaxy S III 第三季度销量受到了 iPhone 5 上市的影响。第三季度, iPhone 5 销量为 600 万部,市场份额为 3.6%。

Galaxy S III 要想长期维持领先地位几乎是不可能的,因为 iPhone 5 第三季度末才上市,初期供货量有限。Strategy Analytics 董事总经理尼尔·马斯顿(Neil Mawston)称:“我们预计, iPhone 5 第四季度即可超越 Galaxy S III,成为全球最畅销智能手机。”

尽管如此, Galaxy S III 的表现还是可圈可点的。据三星公布的数据,在过去的两个月中, Galaxy S III 销量达到了 1000 万部,2012 年至今总计销量超过 3000 万部。2012-11-8 新浪科技

[返回目录](#)

## 无线宽带联盟：智能机WiFi热点连接总量首超PC

无线宽带联盟(WBA)日前公布了一份由全球市场研究公司 Informa Telecoms & Media 出具的 Wi-Fi 热点市场报告。报告指出,基于智能手机的热点连接总量目前已经超过笔记本电脑的连接总量,这在历史上尚属首次。

随着电信行业开始大规模部署下一代热点 (NGH)，这一趋势将加速发展，主要是因为下一代热点采用开放的行业标准，进而促使越来越多的智能手机用户使用该技术。

调查发现，现在通过智能手机进行的热点连接占总量的 40%，笔记本电脑 (39%) 紧随其后，其次是自不久前问世以来便快速增长的平板电脑 (17%)。本次调查还强调了下一代热点的快速部署 (采用经 Passpoint 认证的设备)——共有 19% 的受访运营商计划于 2013 年年底开始部署工作。下一代热点通过允许安全连接而无需用户名和密码极大地简化了公共 Wi-Fi 接入，尤其智能手机用户，并被视为卸载繁忙的移动宽带网络的一个重要工具。

电信行业对于公共 Wi-Fi 的态度越来越积极——约有 43% 的受访者表示，他们在过去的一年“更看好”未来对这一技术领域的投资。本次调查还突出了 Wi-Fi 漫游的巨大潜力——75% 的受访运营商 75% 回答说，在他们的用户中，只有不到 10% 的用户在旅游时会接入热点。下一代热点是一种提高热点跨国使用 (允许用户自动连接至其运营商签署漫游协议的地区的热点) 的重要手段。

本次调查还发现，未来的公共 Wi-Fi 热点增长将集中在四类地区：大面积的室外热区 (例如公园)、交通枢纽 (如机场) 和社交场所 (如酒吧和咖啡馆)，而当地室外热区 (如著名的旅游景点) 的流量也有望大增。下一代热点的部署将与 4G LTE 部署同时进行——超过 70% 的受访运营商计划继续向这两种技术投资。

该报告也重点介绍了妨碍公共 Wi-Fi 热点普及和使用的几大因素，其中包括网络认证、通用漫游标准的制定及 3G/Wi-Fi 互通。然而，这些问题都会通过部署下一代热点消除：下一代热点的进程目前正处于一项国际试验项目的第二阶段，参与该项目的主要电信运营商超过 50 家，其中包括 AT&T、Boingo、英国天空广播公司、英国电信、中国移动、思科、爱立信、韩国电信、日本 NTTDOCOMO、Orange 和时代华纳有线电视公司。

无线宽带联盟主席 JRWilson 指出：“这些发现表明，公共 Wi-Fi 现在已经成为用户移动体验的重要组成部分，并有望随着即将进行的下一代热点部署迅猛发展。大型运营商旗下用户使用 Wi-Fi 的数量已经显著增加。举例来说，中国移动 2012 年上半年的 Wi-Fi 流量较 2011 年同期同比增长 102.5%，而日本的 NTTDoCoMo 公司也计划在 2012 年年底将其现有的热点数量 (14,200 个) 提高 50%。为了保持这一势头，运营商必须继续携手合作，采用开放标准，从而建立一个真正意义上的全球 Wi-Fi 网络。这是无线宽带联盟的一个主要目，同时也是将在未来 12 个月内、随着先进的下一代热点试验和部署展开而取得重要进展的目标。” 2012-11-7 飞象网

[返回目录](#)



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

**垂询及订阅请联系：**

客户服务Tel： (010) 65981925	E-mail: <a href="mailto:beijingkf@apcsr.cn">beijingkf@apcsr.cn</a>
北京公司: (010) 65981925、65981897	E-mail: <a href="mailto:beijing@apcsr.cn">beijing@apcsr.cn</a>
深圳公司: (0755) 82220605、25982115	E-mail: <a href="mailto:shenzhen@apcsr.cn">shenzhen@apcsr.cn</a>
上海公司: (021) 61532018、61532019	E-mail: <a href="mailto:shanghai@apcsr.cn">shanghai@apcsr.cn</a>
重庆公司: (023) 63003200、63003220	E-mail: <a href="mailto:chongqing@apcsr.cn">chongqing@apcsr.cn</a>
杭州公司: (0571) 89935943、88829061	E-mail: <a href="mailto:hangzhou@apcsr.cn">hangzhou@apcsr.cn</a>
广州公司: (020) 37249249、23375832	E-mail: <a href="mailto:guangzhou@apcsr.cn">guangzhou@apcsr.cn</a>