



# 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. 12. 05

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

## 本期要点

### ■ 光纤入户存四大缺陷

虽然宽带工程依旧如火如荼,但现实 FTTH 已经出现了许多的问题。还没有专门的光纤入户标准、没有完善的运维体系的时候, FTTH 时代“果断”的就来了,并且几乎一举取代了其他各种接入方式,一切太过“效率”,以至于业内似乎忽略了目前 FTTH 的四大缺陷:

### ■ 运营商的 WiFi 热点“中看不中用”

声势无比巨大的中国移动无线局域网络“WLAN”攻略,户外终端无线网络覆盖广告承诺远比做得到的要好。

### ■ 公共 WiFi “免费蛋糕”能长久吗?

在一些城市,公共 WiFi 信号不难找到,但是连得上却用不了或者网速太慢... ..本版 11 月 20 日推出报道《公共 WiFi,好看还要好用》,反映了人们经常遇到的这一尴尬。有专家在接受记者采访时指出,城市公共 WiFi 一旦收费,恐怕很难推广;而要使免费 WiFi 覆盖更广、信号更好、使用更流畅,关键要解决建设和维护成本“谁来埋单”的问题。

### ■ 电信运营商如何走出“微笑曲线”困局

“微笑曲线”是 1992 年宏碁董事长施振荣提出的一种产业经济理论,施氏微笑曲线的内涵是:利润主要集中在产业的上游和下游,即核心技术和品牌服务环节;产业链中间环节,即加工制造则位于价值链的底端。现阶段,在移动互联网领域也存在着一道微笑曲线:翘起的两端是应用服务和终端,而下垂的曲线则是电信运营服务。

## 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         |
| 光纤入户存四大缺陷 .....                | 4         |
| 运营商的 WiFi 热点“中看不中用” .....      | 5         |
| 公共 WiFi “免费蛋糕”能长久吗? .....      | 7         |
| TD-LTE 频谱确定, 4G 时代真来了? .....   | 10        |
| 电信运营商如何走出“微笑曲线”困局 .....        | 12        |
| <b>产业环境篇 .....</b>             | <b>14</b> |
| <b>【政策监管】</b> .....            | <b>14</b> |
| iPhone 5 获工信部入网许可证 .....       | 14        |
| 宽带接入与上网体验测速方法今日公布 .....        | 15        |
| 有线数字电视基本收视费成本规范将试行 .....       | 16        |
| 全国首个录音公证电话开通: 电话录音可做证据 .....   | 16        |
| <b>【国内行业环境】</b> .....          | <b>18</b> |
| 国产智能手机市场份额过半 .....             | 18        |
| 酷派中兴等国产品牌誓言抗衡洋品牌 .....         | 18        |
| 中国智能手机总量明年一季度将超美国 .....        | 19        |
| 国产手机缘何增量不增收: 过度依赖运营商 .....     | 20        |
| 中国广电挂牌时点临近: 互联网整合或成突破 .....    | 23        |
| <b>【国际行业环境】</b> .....          | <b>25</b> |
| 日本 LTE 发展迅速 固网宽带感受压力 .....     | 25        |
| 爱尔兰 4G 频谱拍卖完毕 运营商明年起网络升级 ..... | 27        |
| <b>运营竞争篇 .....</b>             | <b>28</b> |
| <b>【竞合场域】</b> .....            | <b>28</b> |
| 移动联通竞逐手机支付 .....               | 28        |
| 广电整合加速三网融合变局 .....             | 28        |
| 三网融合地方广电运营商等不起 .....           | 30        |
| 运营商否认 4G 牌照提前到明年 5 月发放 .....   | 31        |
| 运营商争夺手机支付: 远程支付需求更迫切 .....     | 32        |
| <b>【中国移动】</b> .....            | <b>34</b> |
| 中国移动 MM 百万青年创业计划 .....         | 34        |
| 移动支付国标即将发布 中国移动遭遇滑铁卢 .....     | 34        |
| 中国移动成立互联网公司呼声再起 挂牌时间未定 .....   | 35        |
| <b>【中国电信】</b> .....            | <b>35</b> |
| 中国电信新尝试: 单位出钱, 员工创业 .....      | 35        |

|   |           |
|---|-----------|
| 中国电信 12 月 2 日起正式接受 iPhone5 预订 .....     | 36        |
| 中电信回应 iPhone 5 获进网证：只差套餐制定 .....        | 37        |
| 电信版 iPhone 5 合约计划获批 将于 14 日首发 .....     | 38        |
| 【中国联通】 .....                            | 38        |
| 中国联通发布八大数字音乐产品 .....                    | 38        |
| 联通网厅 iPhone 5 首日预约超 10 万户 .....         | 39        |
| 联通宣布 iPhone 5 于 14 日发售 12 月 3 日预约 ..... | 40        |
| <b>制造跟踪篇 .....</b>                      | <b>41</b> |
| 【中兴】 .....                              | 41        |
| 中兴 nubia 性格特征：征服欲强 .....                | 41        |
| 中兴的努比亚计划：将销量转化为利润 .....                 | 41        |
| 中兴侯为贵：2012 年在美营收将达 10 亿美元 .....         | 44        |
| 【华为】 .....                              | 48        |
| “荣耀”华为 .....                            | 48        |
| 华为：用手机搭建沟通世界的桥梁 .....                   | 49        |
| 【诺基亚】 .....                             | 52        |
| 诺基亚发力企业级市场 .....                        | 52        |
| 分析师称诺基亚难以恢复稳定盈利能力 .....                 | 53        |
| 诺基亚西门子将关闭德国工厂 裁员 650 人 .....            | 54        |
| 诺西出售光纤网络业务 重点发展移动宽带 .....               | 55        |
| 诺基亚招聘 Linux 工程师 否认转投 Android .....      | 55        |
| 诺基亚或在欧洲翻身：iPhone 5 存在 4G 短板 .....       | 56        |
| 传诺西德国部丢失关键合同 或 2013 年年底关闭 .....         | 58        |
| 【其他制造商】 .....                           | 58        |
| 联想进军俄罗斯智能手机市场 .....                     | 58        |
| 夏普高通将合作研发智能手机节能面板 .....                 | 59        |
| LG 手机开始在华裁员面临补偿难题 数月未出新品 .....          | 59        |
| <b>服务增值篇 .....</b>                      | <b>61</b> |
| 【趋势观察】 .....                            | 61        |
| Gartner 预计 2014 年中国 3 手机商跻身全球前 5 .....  | 61        |
| 【移动增值服务】 .....                          | 62        |
| 浦东机场航班显示屏搬上 iPhone .....                | 62        |
| 【网络增值服务】 .....                          | 63        |
| 残疾人免费上网服务启动 .....                       | 63        |
| 上海 578 条公交线明年可 4G 上网 .....              | 63        |
| <b>技术情报篇 .....</b>                      | <b>64</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| 【视频通信】 .....                           | 64        |
| 手机动漫规模有望突破 30 亿规模 .....                | 64        |
| 【电信网络】 .....                           | 66        |
| 分析称 LTE 牌照不会太快发放 .....                 | 66        |
| 【终端】 .....                             | 67        |
| 联通向三星定制 3G 相机 .....                    | 67        |
| 电信联合三星发布 W2013 .....                   | 67        |
| 中国电信发布高端手机 W2013 .....                 | 68        |
| 广州即将推出儿童防丢失手机 .....                    | 68        |
| 摩托罗拉携中移动推出 i MT788 .....               | 69        |
| 无线信号屏蔽油漆让世界安静下来 .....                  | 69        |
| 苹果语音功能整合汽车模块：中国用户需等待 .....             | 70        |
| 【运营支撑】 .....                           | 71        |
| “中星十二号”通信卫星成功发射 .....                  | 71        |
| <b>市场跟踪篇 .....</b>                     | <b>71</b> |
| 【数据参考】 .....                           | 71        |
| 手机安全市场用户逼近 3 亿 .....                   | 71        |
| 超 1/3 美中学生用手机做作业 .....                 | 72        |
| 2014 年全球 LTE 网络用户或达 2.58 亿 .....       | 73        |
| 报告称 2017 年中东北非地区电信收入预计增 27% .....      | 73        |
| 【市场反馈】 .....                           | 74        |
| 美国青年每天发 109 条短信 .....                  | 74        |
| 苹果 iPhone 美国市场份额超 Android 手机 .....     | 75        |
| iPhone 和 Android 将在企业市场首超黑莓 .....      | 76        |
| 10 月固话用户减少 159 万 互联网用户移动化 .....        | 76        |
| 传统 SP 转行炮制恶意收费 APP：已形成灰色产业链 .....      | 77        |
| 全球 4G 用户达 3000 余万 北京初步具备 4G 应用条件 ..... | 79        |

## 亚博聚焦

### 光纤入户存四大缺陷

虽然宽带工程依旧如火如荼，但现实 FTTH 已经出现了许多的问题。还没有专门的光纤入户标准、没有完善的运维体系的时候，FTTH 时代“果断”的就来了，并且几乎一举取代了其他各种接入方式，一切太过于“效率”，以至于业内似乎忽略了目前 FTTH 的四大缺陷：

缺乏专业的 FTTH 施工队伍，已经让在国外顺风顺水的光纤冷熔接技术在中国搁浅了。换之是操作人员多，耗时长热熔接技术，但这只不过是隔靴搔痒，解决不了本质问题。人员专业与否并不是换个施工工艺就能解决。目前，我国大多数光纤入户施工队伍大多是过去电话局施工队的人员，缺乏光纤入户施工必要的施工培训。因为本身的物理特性，光纤需要精细化施工。同时在施工过程中要综合考虑家庭布局、装修、用户使用等诸多问题才能在不影响用户家庭环境的情况下将光纤铺设完成，还要满足光纤能够正常进行工作的条件。“大跃进”的 FTTH 已经在大部分省份频发后遗症：质量问题层出不穷。

缺乏议价能力的产业链，在面对运营商集采“白菜价”时，难免不会虚与委蛇、以次充好，敷衍了事的行为。微博、论坛等公众平台频繁曝光的光猫死机、断网等问题。但这不能简简单单的就说是产品的问题。这些问题的出现与用户的使用不当、施工问题也有着一定关系。

缺乏普通用户宣传，普通老百姓以为通了光纤网速就能够提升。事实却是，速度与传输的介质无关，而是开通网速的制约。同时，光纤在用户家庭中不是落地生根永远不挪动的，而又有多少用户知道光纤有曲率半径这回事，不能进行大角度弯折的操作。这些就为日后的维护工作埋下了隐患。

缺乏应用，让运营商和用户都很受伤。运营商投入巨额成本，网速上去了，但仍没有与之对应的大流量的应用来帮助运营商在宽带升级中获得期望中的利润。而普通百姓也没有与宽带升级相对应的应用去体验宽带升级带来的好处，只能从宽带数字的改变上感知到宽带升级。缺乏应用是目前高带宽体验的最大局限所在。

以“提宽带、惠民生”为主旨的宽带工程如何才能真正惠及民生？肯定不能这样无秩序的进行下去。运营商进行施工时既费力又费时，结果却是产业链没有得到利润，用户没有得到实实在在的好处，运营商也没有挣到钱。这种工作肯定没有人愿意去做，也做不长久。光纤入户确实能够解决很长一段时期内宽带速率升级的问题，免费的光纤入户也确实给老百姓带来了好处。但好事做好了才能成为好事，否则只能是费力不讨好。来源：2012-12-4 通信产业网

[返回目录](#)

## 运营商的WiFi热点“中看不中用”

声势无比巨大的中国移动无线局域网络“WLAN”攻略，户外终端无线网络覆盖广告承诺远比做得到的要好。

WIFI 是一种短程无线传输技术，能够在数百米范围内支持互联网接入的无线电信号。国内很多机场、酒店、餐厅都设置了热点，公众在这些区域可以通过登录运营商的方式免费“蹭网”。

有鉴于中国网民历来坚持发扬“免费共享主义”的优良特色，三大运营商均在大力推进城市 Wi-Fi 热点网络的普及。据 2011 年底全球 Wi-Fi 联盟的统计数据称，目前全球共有 150 万个 Wi-Fi 热点，估计中国市场 Wi-Fi 热点数量在 50 万—100 万之间。如今都 2012 年底了，怎么着，中国继续引领着 Wi-Fi 策略在全球的部署，都是必然也是必须的。

但是涉及到咱老百姓，能否顺畅地享受无线 Wi-Fi 服务(无论免费收费)，看起来形势一片大好。正如运营商们高调宣传的，无线城市无线网络触手可及，中国移动、中国电信和中国联通都推出了类似“进入 Wi-Fi 热点提醒”服务，一旦用户进入所使用运营商的 Wi-Fi 覆盖范围，运营商将给出使用方式提示。不约而同的，运营商几乎都打着免费的名义，鼓动普通 3G 用户在适当情况下使用其免费提供的 Wi-Fi 网络。

但是传说中的运营商免费 wife 真的好用么？其实未必。以广州为例，很多公共场合，如果不是有意寻找，用户很难知道是否有 Wi-Fi 覆盖。即使是有三大运营商提供的 Wi-Fi 信号，但你会发现 Wi-Fi 网络建设和用户服务上并不对等，至少运营商还有很大的改进空间。

声势无比巨大的中国移动无线局域网“WLAN”攻略，户外终端无线网络覆盖广告承诺远比做得到的要好。按照广东移动的介绍，移动用户每个月都可以免费享受 20 小时的 Wi-Fi 上网服务。通过发送短信代码 TYWLAN 到 10086 即可获得登录密码，使用手机号和密码登录即可。移动 WLAN 也为手机用户提供了专用的登录界面。但其实，公共场所的中国移动 Wi-Fi 热点一般都需要很复杂的登录方式，动不动地还会偷跑流量请你付费使用。就我的体验来说，很多时候很多地段信号时强时弱，连最常用最少耗流量的网络应用 QQ 都上不去。

在有 3G 网络覆盖的场所，联通的上网表现无可指摘。其 3G 用户发送短信代码 TYWLAN 到 10010 也可以开通免费 Wi-Fi 套餐，搜索并连接到 China Unicom 网络，输入任意网址即可进入到中国联通 Wi-Fi 网络的登录界面，输入手机号码和登录密码即可。但是说实在的，联通方面每天都会提示我 3G 套餐流量我还常常用不完，那未必靠谱的免费咱就不凑那热闹了。

据电信他们家的宣传口径，其在广东重点城市重点区域都有信号覆盖，其资费是前 5 小时免费使用，5 小时后按分钟收费。据说选择电信 3G 套餐的用户还可以获赠每月的免费 Wi-Fi 时长。但是作为中国电信客户，我是从来没有享受过

中国电信的免费 Wi-Fi 网络服务，也不知从何下手。有用过电信免费 Wi-Fi 的亲么？欢迎你来给我讲讲课。来源：2012-11-29 南方日报

[返回目录](#)

## 公共WiFi“免费蛋糕”能长久吗？

在一些城市，公共 WiFi 信号不难找到，但是连得上却用不了或者网速太慢……本版 11 月 20 日推出报道《公共 WiFi，好看还要好用》，反映了人们经常遇到的这一尴尬。有专家在接受记者采访时指出，城市公共 WiFi 一旦收费，恐怕很难推广；而要使免费 WiFi 覆盖更广、信号更好、使用更流畅，关键要解决建设和维护成本“谁来埋单”的问题。

公共 WiFi 如何运营？目前国内有怎样的探索？专家眼中的理想模式又是怎样？

“公共场所的免费 WiFi 信号差，说到底还是投入不够。”通信专家项立刚接受记者采访时说。

当前，国内许多城市都在加紧建设公共 WiFi，而用户更倾向于免费使用。在此情况下，考虑到投入的成本，我国多个城市都将目光放在了政府与运营商合作这一模式上。

记者了解到，运营商建设维护、政府向运营商购买服务，是国内一些城市公共 WiFi 建设的首选方向。而在用户使用方面，是全部免费还是有条件地免费，各地不尽相同。

### 每天累计免费 2 小时，i-Shanghai 兼顾公益与商业效益

“i-Shanghai 上网很方便，不过每天只有两小时的免费时长，得算着用。”在上海陆家嘴工作的王小玲告诉记者，她已经习惯了下班时用覆盖上海几乎所有商圈的无线网络 i-Shanghai 上网查询实时路况、车位等信息。

据了解，在上海，只要是在无线网络 i-Shanghai 覆盖的区域内，凭手机短信申请获取密码后，每个手机号码每天可累计免费上网 2 小时，视频、游戏等大流量应用和访问内容则会受到限制。

### 免费时间为何限定 2 小时？

“公共区域的免费无线网络，解决的是上网、收发邮件等基本需求。”上海市经信委副主任、i-Shanghai 无线网络方案的直接负责人刘健介绍，对大多数人来说，2 小时的免费时长足以完成这一切，“如果有更多的需求，两小时后可以选择付费网络”。

刘健说，运营商负责建设、运营和维护网络，政府以市场价格的 1/5 购买服务，为公众提供两小时免费时长。运营商建设完成网络后，交由政府验收，上网质量、服务质量都达到要求，政府才会购买，并统一对外发布，供公众使用。

他说，该免费的免费，该收费的收费，兼顾公益与商业效益，利于这一模式长期持续。

### 广州等地重点区域 24 小时全免费，凸显公共服务性

9 月 28 日，深圳市盐田区“无线城区 数字盐田”项目正式启动。中国移动广东公司深圳分公司预计将在两年内投入资金 5000 万元，2013 年底对盐田重要公共场所进行 WiFi 信号覆盖，提供 24 小时免费上网服务。盐田区政府按 230 万元/年支付接入费用，首次签约服务期为 3 年。

据了解，对于运营商来说，尽管前期投入比较大，但市场前景还是值得期待。

深圳市经济贸易和信息化委员会信息化处处长黄爱萍向记者介绍，深圳将以市场化运作作为无线城市的主体运营模式，鼓励运营商和信息服务提供商投资建设基础设施、网络支撑平台以及应用支撑平台，通过政府购买服务方式，向公众免费提供限制条件下的公共类无线应用服务。

为建设对市民有效、完全开放的免费无线网络，广州也采用了“政府推动、购买服务，企业投资、建设运营”的模式。目前，由广州移动建成的政府免费 WLAN 热点数已达 360 个，市民使用免费 WLAN 网络不限时不限流量。市民通过手机、手提电脑、iPad 等无线终端接入名为“Wireless\_GZ”的无线网络，用手机号（三大营运商的手机均可）获取固定密码后，即可实现快捷登录。

据统计，截至目前，已累计服务市民 146 万人次，流量超过 2224TB。而广州科信局、市交委等也从 2012 年 3 月开始与运营商联通合作试点公交车覆盖，已有数百辆公交车“尝鲜”。

### 现有模式效果有待观察，须寻求投入成本和用户体验的平衡

项立刚认为，目前我国城市采用最多的是政府与运营商合作模式：运营商承担大部分建设费用，政府按一定标准向运营商购买服务，用户免费使用。而这一模式要长远发展，政府以什么资费标准购买，企业通过什么盈利渠道收回投资成本，是比较关键的问题。

“现在电信资费每年都在下调，WiFi 还与传统流量业务存在冲突，运营商如果看不到盈利前景，积极性不会高。”北京邮电大学曾剑秋教授指出，如果政府出资难以补偿企业投资成本，免费公共 WiFi 就无法保障质量，也无法长期维持。

满足公众上网顺畅的需求，不仅需要建设更多的热点，后期还要不断进行网络优化，而这些都需要很大的投入。专家认为，如何找到用户需求与建设维护成本之间的平衡点，是一个模式持续下去应当思考的问题。

专家介绍，为了收回成本，运营商可以在免费上网吸引用户的基础上，开展各种增值应用类服务进行收费，或是靠广告等方式盈利。

曾剑秋介绍，免费无线网络服务在世界范围内大概有四种模式：政府与运营商共建模式、政府埋单模式、广告模式、开放共享模式。

美国旧金山市是典型的广告模式。2005年，该市宣布要提供完全免费的无线网络服务，并选定 EarthLink 与谷歌公司合作，两家公司承担建设费用，通过精准广告投放获取收益。但网络初步建成后，由于联机速率低、市民难以接受广告模式等原因，最终宣告失败。

澳大利亚的新南威尔士州采用的则是政府埋单模式。网络建成后，由于基础设施投入和维护费用远远高于预算，政府很快就不堪重负，宣布取消。

此外，开放共享模式意味着全民建网，被认为不易实现。

曾剑秋认为，目前免费无线网络服务在全世界范围内还没有一个成熟的运营模式，因此不同城市要结合各自的实际状况继续探索合适的运营模式。

**专家认为，无线城市不是指公共 WiFi 全覆盖，而是需要综合网络支撑**

“信息随手可得、服务随时获取”，有网友这样形容无线城市的前景。

“无线城市肯定是未来的发展趋势。”曾剑秋介绍，无线城市又称智慧城市，是指利用无线技术作为网络接入手段，实现城市无线宽带网络覆盖，并提供便捷的信息服务。目前，WiFi 技术和网络被视为无线城市的核心要件。

另一方面，项立刚指出：“将无线城市等同于免费 WiFi 全覆盖，实际上是个认识误区。无论从目前的技术方式还是运营模式上，都难以实现。”他告诉记者，无线城市应被理解为一个更加完善的综合网络体系，包括 WiFi、2G 和 3G 等多种网络。

曾剑秋也说，WiFi 只是一种无线网络的补充技术。如果将来 3G、4G、5G 甚至是 6G 发展足够快，完全可以取代 WiFi。

项立刚说，在真正的无线城市中，每个角落都应该有网络信号，可能是 WiFi，也可能是 3G。居民必需的公共服务都能有很好的网络支撑体系。比如，走在大街上，想要乘公交车，掏出手机一点，就能看到还有几分钟车会到站；下班了，出门要打车，一点手机，附近的车就会自动响应。

“如果无线城市能做到这些，即使某些服务收取一些合理的费用，相信大家也可以接受。”项立刚说。来源：2012-11-28 人民网-人民日报

[返回目录](#)

## TD-LTE频谱确定，4G时代真来了？

不久前在迪拜召开的 TD-LTE 技术与频谱研讨会上传来消息：中国 2.6GHz 频谱规划方案公布，2.6GHz 频段的 2500MHz~2690MHz 全部划归 TDD 频谱。

横亘在 TD-LTE (4G 移动通信技术与标准)商业化道路上的一块巨石终于搬开了。迟疑了好久的 4G 产业链，从服务商到系统商再到芯片商，都不约而同地兴奋起来了。

### 中国移动抢到先机

“TDD(即 TD-LTE)与 FDD，在技术上区别并不大，但从频谱划分看，全球范围内，TDD 的劣势比较大。目前布局是，欧盟、美国、日本都将绝大部分频谱资源分给了 FDD，TDD 获得资源较少，这严重打击了设备商和终端商对 TDD 投入研发的信心。此次频谱划分，无疑增加了整个 TDD 产业链的信心。”中国信息通信领域门户网站飞象网的 CEO 项立刚在接受《中国经济周刊》采访时分析。

最兴奋的是中国移动。据中国移动研究院一位不愿透露姓名的负责人介绍，按照工信部的计划，2012 年内将完成 D 频段 190MHz 的规划。另一方面，将国家无线电 D 频段 190MHz 频率全部划分为中国移动即将上马的 TDD 制式，一直在中国移动的日程表上。

“频谱资源是发展移动通信业务的基础，各国发放 3G 或 4G 牌照的手段，就是拍卖频谱资源。好的频谱资源，可以节省大量的建网成本。”德国电信咨询公司中国区高级顾问谭炎明告诉《中国经济周刊》，“正在建设的中国移动 TD-LTE 规模试验网一共有三个频段，分别属于 1900MHz、2300MHz 和 2600MHz，前两个做室外覆盖，后一个做室内覆盖。其中 F 频段(1880-1920MHz)频点较低，适合建网。但目前这个频段仍有大量小灵通用户，随着中国移动数据业务逐年增长，F 频段根本无法满足发展需要，扩展频段是当务之急，频谱资源相对丰富的 D 频段自然就成了中国移动的下一个目标。”

中国移动不隐瞒对 D 频段的渴望。2012 年 6 月在上海举行的 GSMA 大会上，中国移动董事长奚国华明确表示：“在 TD-LTE 频率问题上，2.6GHz 是国际电联确定的全球频率的主频率段，也是较为丰富的频段，在招标采购扩大规模的所有城市，中国移动均将以 2.6GHz 为主导频率开展部署。”

“如今 2.6GHz 频段的 2500MHz~2690MHz 全部划归 TDD，虽然这些频谱资源最终未必全部落入中移动囊中，但证明其原定的大方向是对的，对未来在 TD-LTE 领域的进一步布局，是极大的利好。”谭炎明告诉《中国经济周刊》。

### 终端商中兴借光

频谱确定的消息，也给产业链上犹豫不前的其他环节注入了活力，随着中国移动 TD-LTE 网络建设招标进程的不断推进，整个产业链正在逐渐形成一股合力，4G 时代呼之欲出。

10 月 15 日，刚刚公布亏损 17 亿元的中兴通讯收到了一个令人兴奋的通知：中国移动 TD-LTE 的项目招标中，中兴中标。这一大单中，中兴通讯获得的总载频数超过 13000。

“之前中兴通讯为中国移动独家承建了中移香港 4G 网络，加上这次中标，中兴通讯已成为中国移动第一大 TD-LTE 设备供应商。”中兴高级副总裁史立荣接受《中国经济周刊》记者采访时说。

无论 TD-LTE 的繁荣给中兴带来多大机遇，客观的行业低迷都是一个绕不过去的坎儿。中兴要做的事还很多。

但史立荣很有信心。他曾就此事向媒体表示：“从行业来看，整体通信市场依然充满机遇，数据业务的增加，带动带宽的爆发性增长需求，这种刚性需求决定了‘两个宽带’的基础设施建设需求在未来一段时间里长期存在。政企网市场规模更加广阔，过去两年中，中兴在政企网市场的销售复合增长率超过 100%，盈利也不错，证明这个方向是正确的。在市场的选择上，中兴通讯将审视客户及产品布局，把资源聚焦到核心产品和核心客户上，要对不产生效益、没有长期战略意义的地方坚决做减法，对于优势、战略地方坚决做加法。”

### 芯片巨头也很用心

TD-LTE 终端市场的繁荣，也将为芯片产业带来一片蓝海。

“对于即将到来的 4G 时代，我们早就做好了准备！”Marvell(美满电子科技)集团副总裁、大中华区业务总经理张晖告诉《中国经济周刊》，“目前在中国，Marvell 芯片的市场份额已经超过了 80%。从 2008 年决定投身 TD-SCDMA 那天起，我们的一心一意，成就了我们如今在中国 TD 领域独一无二的地位，从出货量看，Marvell 已经占据了半数以上的 TD 智能手机芯片市场，而随着中国移动的持续性投入和移动互联网的蓬勃发展，TD 和 Marvell 也将迎来更快的发展。”

Marvell 是全球排名前五的晶圆厂半导体巨头，2008 年，其在中国首个研发中心于上海成立，和中国移动首度合作的领域，就是 TD-SCDMA 产业链中最核心、最具难度的手机芯片研发。在 2008 年首批上市的 8 款 OPhone 中，不仅搭载了由 Marvell 合作开发的拥有自主知识产权的智能手机操作系统，8 款手机中的 7 款还搭载了 Marvell 的应用处理器芯片方案。

2009 年 9 月，Marvell 中国团队推出了业界的第一款 TD-SCDMA 单芯片解决方案 PXA920，单芯片的设计大大提高了集成度和性价比，越来越多全球一流的

OEM 厂商加入到了 Marvell 的阵营中，包括华为、中兴、摩托罗拉、三星等科技巨头。

在前不久刚刚结束的国际通讯展上，Marvell 展示了一款 4G 时代的通信处理器 PXA1802，同时支持 FDD-LTE、TDD-LTE、HSPA+、EDGE 和 WCDMA 等多种制式。Marvell 移动产品全球副总裁李春潮向《中国经济周刊》介绍：“2013 年，第二季度或第三季度，Marvell 将携手中国移动推出 LTE 手机。”

李春潮说，尽管 TD-LTE 在一些国家已经投入商用，但仍然有一些技术不成熟，出现了一些问题。“真正在中国成熟的商用，至少要 2015 年才能够实现。”

“TD-LTE 要大规模推广，终端的芯片支持很重要。针对 TD-LTE 的终端芯片未来的趋势很可能是多模。”李春潮告诉《中国经济周刊》，目前多模芯片、多模平台对于 4G 领域，始终是一个瓶颈。

“要做好多模芯片，既要考虑到商用问题，又要考虑到功效和价格，如果芯片公司在设计芯片的过程中简单地对功能模块(IP)进行堆砌，不仅会增加芯片的面积，也会提高芯片的功耗。在这个方面，Marvell 早在还没有进入 TD-SCDMA 市场之前，就有多年做 WCDMA 产品的经验。在 TD-LTE 领域，也始终处于多模技术的领先地位。”李春潮告诉记者，“PXA1802 是 Marvell 曾经发布的一款 TD-LTE 的 5 模芯片，在中国移动的测试中，指标完成得非常好。Marvell 从开始 LTE 研发那一天，就决定做一项完全符合商用标准的技术，而不是只用来做测试的产品。” 来源：2012-12-4 中国经济周刊

[返回目录](#)

## 电信运营商如何走出“微笑曲线”困局

“微笑曲线”是 1992 年宏碁董事长施振荣提出的一种产业经济理论，施氏微笑曲线的内涵是：利润主要集中在产业的上游和下游，即核心技术和品牌服务环节；产业链中间环节，即加工制造则位于价值链的底端。现阶段，在移动互联网领域也存在着一道微笑曲线：翘起的两端是应用服务和终端，而下垂的曲线则是电信运营服务。

2012 年上半年，凭借应用服务与终端完美融合而引领产业浪潮的苹果，营业收入和净利润均超越微软，成为 IT 界新一代霸主，并在 2012 年 8 月成为史上最有价值的公司。中国智能手机市场上半年销售收入 1105.8 亿元，比上年同期增加 93.7%，巨大的市场吸引了百度、盛大、360 等互联网企业参与其中。而三大电信运营商移动数据业务收入虽然比上年同期增长了 46.7%，但也仅有 192.7 亿元。考虑到 3G 及 WLAN 网络建设数以千亿的投资，让人不得不感慨，曾经风光

无限的运营商现今已经沦为“管道”。移动互联网彻底改变了传统产业格局，一些曾经的业界巨头或者倒下，或者风光不再，而顺应了这股产业浪潮的公司开启了属于他们的时代。

电信运营商转型早已不是新鲜话题，最初的主要压力来自于互联网企业，进入移动互联网时代之后，电信运营商面临转型的压力更大，更紧迫。但反观这几年运营商转型之路，虽然扩大了业务经营范围，加强了产业链的垂直整合，但整体效果并不明显。

以三大运营商应用商店的运营情况为例，截至 2012 年 6 月，移动 MM 全网注册用户数达 2 亿，企业开发商 7696 家，个人开发者 372 万，上架应用超过 12 万个。但是，在应用数量迅猛发展的同时，收入却并没有提升，据最新调查显示，移动 MM 开发者约七成处于亏损状态，其它两家运营商的相应开发平台运营状况也难言乐观。

和运营商境况不同，互联网厂商的开放平台的运营则一片红火，腾讯、百度、新浪等巨头纷纷建立了自己的开放平台。腾讯的开放平台截至 2012 年 5 月，已经积累了超过 40 万的开发者，应用超过 20 万款，腾讯给开发者的总分成超过 10 亿元，单款应用最高月分成收入超过 2000 万元。而百度依靠强大的流量入口也占据了一席之地，2011 年百度为开发者提供了过亿的分成收入，2012 年预计将至少增长 3 倍。

由此可见，运营商转型之路依然漫长，主要原因不外乎以下几个方面：

- 运营商的经营思路与移动互联网时代产业发展特点不相适应，缺乏像互联网企业那样的及时创新能力和对用户体验的深度研究。

- 在电信资费下降成为趋势、国内消费者对于应用服务付费消费习惯尚未形成的大形势下，缺乏对业务盈利模式的创新。

- 在业务为王的时代，运营商还未培育出自己真正的杀手铜业务，目前的业务设计更多的是被动应对互联网企业对于自身固有领地的侵袭。运营商的业务体系必须重构。

针对运营商所面对的“微笑曲线”困境，笔者认为，要彻底改变上述局面，需做好以下几个方面的工作：

- 明确自身定位，从顶层对现有业务体系进行梳理，明确转型方向，设计转型路径。运用技术、资本、市场等多种手段，以多元化的业务发展模式完善业务体系。

- 牢牢把握新一代信息技术对产业变革的趋势，在云、管、端全面发力，构筑智能通道，推动 IT 业务由简单支撑向深度服务转型。

·以“无线城市”、“宽带中国”等重大项目为抓手，拓展运营商业业务范围，完善业务体系，培育新的收入增长点。来源：2012-12-4 通信产业网

[返回目录](#)

## 产业环境篇

### 【政策监管】

#### iPhone 5 获工信部入网许可证

iPhone 5 内地上市又进一步。记者昨日从工信部电信设备认证中心网站获悉，中国联通和中国电信已于昨日拿到 iPhone 5 的入网许可证。

根据工信部电信设备认证中心网站显示的消息，苹果公司两个型号分别为 A1429 和 A1442 的产品已于昨日获得了入网许可证，有效期为五年。其中，型号 A1429 的产品对应的是中国联通的 WCDMA 网络制式，型号 A1442 对应的是中国电信的 CDMA2000 网络制式。据此推断，中国联通和中国电信版的 iPhone 5 已经拿到了工信部入网许可证。

此前，iPhone 5 已经获得了 3C 认证和无线电管理局的业务核准。工信部的入网许可证成为 iPhone 5 在内地上市的最后一道门槛。

至于 iPhone 5 何时在内地上市，此前有消息称两个版本的 iPhone 5 将于 12 月初同步上市。苹果 CEO 库克也曾表示 12 月在中国内地上市。

北京联通称，无论哪个版本的 iPhone 5 的上市时间均未最后确定，因为 iPhone 5 的上市时间不由内地运营商决定，而每次由苹果公司确定。北京联通已经完成对 iPhone 5 的产品测试、营销政策、补贴力度、渠道规划、物流配送及零售细节等方面的部署，联通版 iPhone 5 上市在即。中国电信终端管理中心总经理马道杰日前也表示，对 iPhone 5 的准备工作万事俱备，只欠东风。

目前，北京电信开始接受 iPhone 5 电话预订。北京联通也已恢复供应 iPhone 5 专用的 Nano-sim 卡。迪信通、国美和苏宁等卖场于 11 月初开始接受 iPhone 5 预约。来源：2012-11-30 新京报

[返回目录](#)

## 宽带接入与上网体验测速方法今日公布

由中国通信标准化协会主办的“宽带测速标准推广宣讲会”今日在京举行，会上正式公布了通信行业标准《宽带速率测试方法-固定宽带接入》和中国通信标准化协会标准《宽带速率测试方法-用户上网体验》。

这两项标准是工业和信息化部组织部电信研究院、三大电信运营商、互联网企业以及国内科研机构，依托中国通信标准化协会，经过半年的密集讨论起草、按照标准流程广泛征求意见，不断修改最终达成的共识。

在实施方面，三家基础电信运营商均按照《宽带速率测试方法 固定宽带接入》标准改造或正在改造测速系统，目前中国电信已完成全国 31 个省区市的宽带测速系统升级，中国移动和中国联通计划年底完成各省公司测速系统的建设与升级。

据工信部通信发展司副司长陈家春介绍，在宽带接入能力方面，截至 10 月底，2012 年我国新增光纤到户覆盖家庭超过 3900 万户，提前超额完成了全年 3500 万户的目标任务，全国光纤到户覆盖家庭累计已达 8400 万户；在宽带速率提升上，4 兆及以上带宽产品的用户比例达 61%，超过全年 50% 目标任务 11 个百分点，比 2011 年底提高了 21%；在宽带用户发展上，2012 年前 10 个月新增固定宽带接入互联网家庭超过 1800 万户，达到了全年 2000 万户目标任务的 90%，预计到年底可顺利完成预期目标。

陈家春指出，提高网速、改善用户上网体验是 2012 年宽带普及提速工程的重中之重，定标准、立规矩是保障工程中宽带提速目标实现的重要手段。两个标准的出台为规范网速的测试手段、实现行业的自律、他律奠定了统一、规范的基础。

针对下一步宽带测速的主要工作，陈家春认为主要有两个方面：一是抓紧研究建立统一的、覆盖全国的宽带网速测试与分析系统的可行方案，基于统一标准充分利用和整合企业、机构的既有测速资源，强化数据的综合分析、准确性验证以及统一发布环节，为用户提供测速工具，为部和各省通信管理局提供网速监测分析手段。二是积极探索建立宽带测速的长效管理机制，支持企业和机构建立宽带发展联盟，通过联盟凝聚各方力量，加强沟通交流、企业自律和科普宣传。来源：2012-11-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 有线数字电视基本收视费成本规范将试行

● 发改委和广电总局昨日下发《有线数字电视基本收视维护定价成本监审办法(试行)》，对有线数字电视基本收视费成本作出规范，《办法》从明年3月1日起执行。

● 宋河酒业股份有限公司昨日宣布，宋河酒业旗舰店正式上线，同时进驻天猫及中国最大的酒类电子商务公司酒仙网。来源：2012-11-28 新京报

[返回目录](#)

## 全国首个录音公证电话开通：电话录音可做证据

淘宝某保健品卖家孙亮前两天遭遇了一个“可疑”的客户，对方买了一罐100多元的新西兰蜂胶，两天后客户投诉，称快递包裹是空的。

交涉许久，客户说，我哪怕拿到了也说没有，你能怎么办？

孙亮是在昨天的一个新闻发布会上说起这段经历的，没有生气，反而有点小得意。因为他运用了一个新工具，轻松退“敌”。昨天，“95105856”首个录音公证全国电话正式开通上线。

这项新技术得到了浙江司法部门的认可。

### 电子证据的现实难题

现代人交流越来越多依赖于电话、QQ、短信等，但是电子证据的证明力一直存在现实瓶颈。

当人们遇到纠纷，希望把曾经的电话录音、聊天记录作为证据提交法庭时，法庭往往对证据是否被篡改有所质疑。

目前，法庭比较一致的采信方式是，经过公证的电话录音才具有法律效力。

而电话录音公证一般需要到公证处，当着公证人员的面，用公证处的电话拨打，才能出具公证。这显然不够方便。

“95105856”就是瞄准这个问题解决的。

### 电话录音用上了高科技

正是因为要解决电子证据的完整性，以及录音公证的便捷性，昨天宣布上线的新技术，不是一项简单的电话录音。

无论是手机用户(移动、联通、电信均可)还是固话用户，在通话前，往对方的电话号码前加拨95105856，接下来的通话将全部被储存在“阿里云”的云储存平台，而一旦进入云储存平台，所有人都无法进行篡改。

正是基于这样的技术保障，公证机构对由 95105856 录音通话所得、存储在云储存平台的所有通话记录都是依法认可的。

也就是说，这些录音记录，如果你需要将它递交法庭作为呈堂证供时，公证处随时会为你出具公证书。

这项技术是中国铁通杭州分公司联合杭州安存网络科技有限公司、杭州西湖公证处、阿里云计算有限公司共同推出的。

### 新技术试用阶段已经小试牛刀

其实，这项技术半年前在浙江地区小范围试用过，当时局限于浙江的电信用户开通试用。

这半年里，已经有了不少用户体验。比如法院传票送达，对方拒收，而之前法院明明已经电话通知过他。现在录了音，就不怕事后他说没接到电话，不晓得这回事。

有外贸公司老总说，很多熟客下单都是电话联系，哪怕有合同，很多细节也是电话约定，现在有录音，就不怕客户反悔。

淘宝卖家孙亮是前段时间开始试用，当时他就是把与客户的电话交涉录了音。之后他把那段“我哪怕拿到了也说没有，你能怎么办”的音频资料，通过邮件发给客户，没多久，客户删了差评，只字不提要求赔偿的事。

孙亮的得意在于终于摆脱了一个“差评师”，哪怕上庭打官司，他的证据也足够有力。

杭州市公安局网监分局副局长董晓军说，95105856 录音公证电话的亮点，就在于把无痕的东西变有痕，前置性地解决了证据的法律效力问题。

目前，正在进一步研发中的系列证据保全技术，还有网络版。比如网站的稿件或者图片未经许可被转载、盗用，一旦投诉，对方赶紧删除，就没了把柄。网络页面证据的即时保全技术目前已有雏形，已有知名新闻网站开始试用体验。

“95105856”目前针对所有用户赠送 10 分钟的免费体验，只需在电话里输入 95105856，按提示操作即可马上开通。10 分钟免费额度用完之后，录音按分钟计费，平均每分钟为 0.5 元。

登录官网 [www.95105856.com](http://www.95105856.com) 用自己的电话号码登录，即可查看收听所有通话记录。每段录音后只需点击“公证”键即可出具公证，只要到公证处去拿下公证书就可以了。公证费用另计。来源：2012-11-28 钱江晚报

[返回目录](#)

## 【国内行业环境】

### 国产智能手机市场份额过半

据机构统计，2012年第三季度中国市场智能手机出货量升至3850万部，其中中国品牌占据了50%以上的智能手机市场份额，而且这一比重还将继续上升。分析称目前市场主要为中低档手机需求所驱动，1500元以下的手机市场更大。  
来源：2012-11-30 北京晨报

[返回目录](#)

### 酷派中兴等国产品牌誓言抗衡洋品牌

根据多个市场研究公司的报告，国产品牌已占中国智能手机销量的60%以上，市场份额越来越高，目前已具备进入高端品牌的基础，而部分国产品牌也已喊出要在高端领域抗衡洋品牌的誓言。据悉，酷派在2012年下半年将重点打造数款高端产品来对抗苹果、三星，抢夺高端手机市场份额。目前酷派大观HD 9960产品已经上市，与iPhone 5、三星Galaxy note II等产品同台竞争。

Canalys 的报告显示，2012年第三季度，中国本土品牌市场份额优势明显，三星、联想、酷派前3名市场份额超过40%。从数据看，中国本土品牌整体份额超过60%，比2012年第一季度和第二季度增加不少。据悉，2012年第三季度，中国智能手机总出货量超过5000万部，而国产品牌份额超过60%以上，再次领先于洋品牌。

但是，国产品牌盈利能力仍有待提升，特别是在高端品牌上，目前仍是苹果、三星等洋品牌领衔主导。市场权威机构赛诺数据显示，2012年1-9月3000元以上智能机市场中，苹果和三星的市场份额超过90%，其余10%市场被HTC、摩托罗拉移动、酷派等几个品牌瓜分。

正因为此，目前国产四大品牌厂商“中华酷联”，酷派早已早高端市场祭出了“杀手铜”——每年都要联合运营商重点打造2-3款高端明星产品，投入数亿元进行产品研发和技术创新。除最早在高端市场尝到甜头的酷派，中兴和为都已喊出了进军高端品牌的口号。从全球手机的运作规律来看，全球著名品牌大多数是以中高端机型为主，如三星、苹果、MOTO、HTC等品牌，因此，要成为国际手机巨头，就需要占据中高端机型重要市场份额。

在这一点上，业内认为，华为、中兴、联想都先天不足，没有运作高端手机的经验，目前这几家也急切想往高端市场进军。国产品牌只有酷派每年联合运营

商推出过不少高端机型，酷派依托双网双待技术和高端产品的技术创新优势，赢得了中国众多商务精英人士的认可。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”，酷派成为中国少数有能力推出3000元以上产品的高端品牌之一。

目前在国内智能机市场上，除酷派等少数厂商已推出3000元~5000元价格区间的旗舰产品外，本土众多品牌的旗舰产品基本在2000元左右。

事实上，高端机型匮乏永远都是国产品牌心中的痛，国外媒体报道，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%。而本土品牌在高端市场缺乏影响力和话语权，很多品牌的产品是低利润赚吆喝。

不过，国产品牌已经纷纷下定决心，2012年纷纷借助四核向着中高端领域挺进。同时也都大力打造更加时尚化的理念，力争在年轻人心目中树立优质品牌形象。这包括中兴通讯“努比亚”品牌、华为D1、P1等，但3000元以上机型只有酷派的大观系列手机，包括最近推出的大观9960、8950等产品。宇龙酷派产品与市场体系副总裁苏峰表示，高端产品不等于高端配置，国产品牌要打造高端明星产品，必须具备三个条件：顶级配置、好的产品体验、高服务水准。

而宇龙酷派董事长郭德英也曾表示，“回顾过去的20多年，中国通讯行业迅猛发展，诞生了一批具有世界竞争力的中国通信领导企业。从世界通信行业格局来看，目前大的产业环境对中国企业非常有利，我们相信，在手机终端领域，同样孕育着具有世界竞争力的中国手机品牌。同时，智能手机的市场需求越来越旺盛，将迎来一个前所未有的发展机遇，酷派正在抓住这一历史机遇，成为新时代中国市场领导品牌”。来源：2012-12-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 中国智能手机总量明年一季度将超美国

移动行业研究公司Flurry周四发布报告，对全球智能手机生态系统的发展进行了分析。报告突出了中国智能手机市场的增长，

根据Flurry的调查，目前全球智能手机生态系统中包括7.5亿台iOS和Android设备，2012年将带来100亿美元营收。目前，美国和中国是iOS和Android设备装机量最大的国家，比前10名中的其他国家至少多5倍，分别为1.81亿和1.67亿台。英国排名第三，iOS和Android设备装机量为3500万台。排名随后的分别为日本、韩国、德国、法国、加拿大、巴西和西班牙。

中国市场的增长值得关注。自 2011 年 10 月以来,美国市场的 iOS 和 Android 设备净增长为 5500 万台,而中国市场达到 1.25 亿台,相当于当前英国、日本和韩国活跃 iOS 和 Android 设备数的总和。

Flurry 预计,到 2013 年第一季度末,中国市场的 iOS 和 Android 设备装机量将超过美国。美国智能手机市场正趋于饱和,而其他国家则呈现爆炸式增长。从去年 10 月至 2012 年 10 月,中国的 iOS 和 Android 设备装机量同比增长 293%,越南同比增长 269%,哥伦比亚同比增长 260%,智利同比增长 235%,乌克兰同比增长 209%,在 iOS 和 Android 设备装机量超过 50 万台的市场中排名前 5。排名 6 到 10 位的分别为委内瑞拉、土耳其、菲律宾、埃及和俄罗斯。

哥伦比亚、乌克兰、委内瑞拉和菲律宾首次进入这一名单。在 Flurry2012 年 8 月公布的报告中,排名前 10 的分别为中国、智利、巴西、阿根廷、伊朗、越南、墨西哥、俄罗斯、土耳其和印度。Flurry 营销副总裁皮特·法拉格(Peter Farago)表示,这样的转变表明了移动生态系统“全球村的萎缩”。

Flurry 的报告同时给出了 iOS 和 Android 应用会话在全球各国的分布。报告显示,2011 年 10 月,48%的应用会话来自美国。而到 2012 年 10 月,美国仅占 29%。前 10 名中其他国家所占比例从 27%上升至 39%。剩余国家的比例从 25%上升至 32%。目前,有 71%的应用会话来自美国以外国家。

Flurry 这一报告基于该公司追踪的 25 万个移动应用,全球有超过 7.5 亿台设备运行这些应用。来源:2012-11-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 国产手机缘何增量不增收：过度依赖运营商

联想集团近日发布的 2012 年第三季度财报数据显示,联想智能手机季度出货量达到 700 万部,国内市场份额也位居第二位,和排名第一的三星仅差一个百分点。但和其市场地位不相符的是,联想的手机业务却居然还是亏损的,虽然联想集团董事局主席兼首席执行官杨元庆称,联想手机已经进入扭亏为盈通道,未来两三个季度就将实现盈利,但这种倒挂局面仍然让人疑窦丛生,为什么这么高的销量却依然赚不到钱?国产手机究竟怎么了?

### 增量不增收成国产手机“通病”

增量不增收,正在成为高歌猛进中的国产手机厂商的最大烦恼,尤其是对于一贯依靠规模取胜的传统手机厂商,面对市场日益激增的智能手机需求,如何在规模上量的同时取得同步的利润增长,更是一道最新的难题。10 月中旬,中兴通讯发布了其 2012 年第三季度的财报。数据显示,中兴通讯前三季度净利润同

比下降 254.42%—263.78%，亏损为 16.5 亿元至 17.5 亿元。仅第三季度，中兴通讯利润亏损就达 19 亿元—20 亿元。

据财报数据显示，2012 年第三季度，中兴手机终端销售增长了 15.6%，不过从中兴季度财报整体巨额亏损的结果来看，增长迅猛的手机业务起码未能成为中兴利润增长的新支撑点。战国策首席分析师杨群如此分析。对此，一位中兴内部人士向记者表示了认同，他同时表示，由于过于依赖运营商定制模式，在开放市场缺乏完善的渠道和品牌溢价能力，中兴手机业务的利润率整体偏低。“毛利也就十来个点。”该人士称，这也是目前国产手机厂商在进军智能手机厂商时碰到了普遍问题，虽然规模能够快速上量，但是由于品牌不济，大部分国产手机厂商的盈利能力都不强。

另一家老牌国产手机厂商 TCL 的相关数据或许可以对这一观点加以佐证。去年底，TCL 通讯高调回归国内手机市场，并重新引入阿尔卡特品牌试图吸引高端客户群体，然而根据 TCL 通讯的财报数据显示，从 2012 年一季度开始，其净利润就因为不断下滑的市场平均价格和毛利率而不断走低。2012 年上半年，TCL 通讯的净利润仅 0.86 亿元，同比下降 73.79%。进入三季度，虽然 TCL 智能手机的销量成功突破 200 万部的大关，但是由于市场竞争加剧导致研发和销售成本大幅增加，TCL 通讯的净利润反而进一步下滑到了 1459 万元的水平，同比降幅更是达到了 97.10% 的新高点，离亏损也仅有一步之遥。

### 过度依赖运营商是盈利难主因

为什么国产手机赚钱这么难？根据赛诺的统计报告显示，2012 年上半年，国产手机的整体市场份额已经达到了 45%，就规模而言和当年波导、夏新、TCL 领头打造的半壁江山局面已经相距不远。另一家调研公司前瞻数据的统计报告则显示，2012 年三季度国内手机市场出货量的前五名中，除了三星之外，全部是国产手机厂商，“中华酷联”包揽了第二到第五名，合计的份额超过了 23%，已经可以和三星+苹果的市场份额总量媲美。但是在盈利能力上，这两大阵营却相去甚远。“苹果、三星基本上垄断了 90% 的市场利润。”华为终端董事长余承东直言，在品牌和盈利能力上，国产手机厂商和三星、苹果这样的强者相比还有很大的差距。

“这里面一个很重要的原因在于国产手机厂商在追求规模的过程中对于运营商定制渠道过于依赖。”出云咨询分析师刘正昊表示，在目前的“中华酷联”四大国产手机厂商代表中，中兴、华为对运营商定制渠道的依存度最高，因此毛利率迟迟难以提升。“因为运营商打造手机定制模式的根本目的是发展 3G 用户，而非打造手机品牌，因此低价往往是赢得运营商订单的关键，而为了获得运营商

的订单，在规模上快速上量，部分国产厂商愿意牺牲利润求规模，这自然制约其品牌形象的提升和盈利能力的增长。”刘正昊称。

不过这还只能算是国产手机目前盈利难的主要原因之一。联想手机虽然同样追求运营商定制，但是在开放渠道甚至新兴的电子商务渠道方面也同样有着不小的规模，为何联想手机业务仍然未能成功盈利呢？对此问题，杨元庆给出的解释是联想在产品研发和渠道拓展方面投入的成本过高，“我们还处于投入期，这是必须付出的代价。”据介绍，联想2010的智能手机只有一款产品，2012年却激增到40余款，为了提供全产品线的供应能力，联想招募了庞大的研发团队，在近期摩托罗拉南京研发中心裁员的事件中，联想就一口气“吞下”了40多名经验丰富的工程师，并在南京新建了一个大型的研发中心。据联想高级副总裁、移动互联网和数字家庭集团总裁刘军表示，在现阶段如果联想收缩在研发和渠道方面的投入的话，在财务数据上很容易实现手机业务的盈利，但这样做对联想手机品牌不利。

对此说法，金立集团董事长刘立荣表示了认同，和上述厂商不同，金立2012年上半年才从功能机产品线全面转向智能机，前期研发的巨大投入和销售渠道的重新梳理也让金立付出了数以亿元计的惨痛代价。但刘立荣认为这种阵痛是值得的，短期的盈利困难虽然难熬，但他始终认为坚持下去才有活下来的希望。

### 突围之路仍需规模化支持

无论是低价争抢运营商定制订单，还是不断升级的产品价格战，盲目追求规模，一直以来都被业界普遍认为是目前国产手机遭遇盈利难问题的关键因素之一。但是在杨元庆看来，这种通过规模化追求更好品牌效应，进而为联想手机带来更多溢价的做法仍然值得坚持。杨元庆表示，很少有哪个厂商的新业务一开始就能赚钱，缺少规模化的支撑，消费类产品赚钱都不容易，尤其是海外市场。通过规模化把品牌做起来，才能为企业产品带来更多的知名度和更好的溢价。

杨元庆特别强调，个别行业短期内出现的相对比较低的净利率，是联想在坚定的执行自己的既定战略，但随着联想规模化效应的显现，利润率的提成就会成为必然，而这种规模带动利润率的现象已经在联想的很多区域市场上被验证了。不过对于盲目追求规模化，无论是联想还是中兴、华为，都持否定态度，而加强品牌化运营，则正在成为这些厂商寻求利润增长点的新方向。

11月初，中兴通讯宣布推出全新品牌“Nubia”，虽然这个名字十分拗口并且众多网友吐槽，但却难掩中兴通讯通过重新打造品牌开辟新战场的决心。据Nubia品牌总经理倪飞介绍，该品牌未来将定位于高端手机市场，和中兴现有品牌并行运营，同时避开目前拖累中兴通讯盈利的运营商渠道，全力在开放的社会渠道进行开拓，希望能够和三星、HTC等市场中高端品牌展开较量。几乎与此同

时，中兴的老对手华为也加大了在开放渠道上的运营力度，不仅借助多款四核产品力推自由华为商城这一在线渠道，还和京东商城等主流的电商渠道展开合作，希望通过在线营销和网络销售等方式将产品利润率加以提升。

值得注意的是，即使是在品牌细分和渠道拓展方面做出了多种努力，上述国产手机厂商追求规模化的初衷仍然没有改变，在产品定价方面，也大多采用的是高性价比模式。对此做法，杨群表示，就目前国产手机在核心技术尚未取得突破情况下，坚持规模化发展不失为一种务实的做法。金立董事长刘立荣更是直言，只有先活下来，才有可能取得最后的胜利。来源：2012-11-29 南方日报

[返回目录](#)

## 中国广电挂牌时点临近：互联网整合或成突破

国家级有线电视网络公司挂牌的时间越来越近。自出生之日起，这家公司最大的挑战将是如何整合全国的广电网络资源。

按照国务院《关于印发推进三网融合总体方案的通知》，2012年底前需组建国家级有线电视网络公司。最新消息显示，国务院已经同意组建中国广播电视网络有限公司，注册资本45亿元。

根据规划，中国广电定位于大型文化企业，负责全国范围内有线电视网络有关业务，并开展三网融合业务。中国广电将对全国广电网络实施统一规划、统一建设、统一运营、统一管理。

### 收编地方势力方式成谜

据记者不完全统计，目前A股上市公司中主营业务为广电网络运营的至少有7家，另外拟上市或借壳上市的至少有3家。而据Wind数据统计，上述7家广电运营商的总市值约为523.7亿元。

多家上市公司的存在已经使得中国广电的整合之路充满变数，即便剔除上市公司，非上市省级广电运营商的资产规模也绝对不是个小数目。

据统计，截至2010年底，全国广电网络的资产评估值约为1500亿元、净资产700多亿元。单从资金能力层面来看，仅仅45亿元注册资本的中国广电，要收编地方势力，困难可想而知。

事实上，问题不仅仅源于资金。目前，不少整合完毕的省网负债率较高、出资结构复杂；各省之间甚至省内不同级别的广电物理网标准各异，也给中国广电整合各省网络制造了难题。再加上省网整合进度一再拖延，中国广电的整合之路注定不是坦途。

最终，中国广电将与省网形成怎样的业务、资产关系，目前也尚无定论。记者在与几家省网上市公司的交流中发现，目前省网层面对如何与中国广电进行整合都没有掌握太多信息。

电广传媒(000917)董秘廖朝晖说：“中国广电的出现对广电系运营商来说是个积极信号，它表明广电系运营商将走向联合，事实上，我们确实应该拧成一股绳。我们还不了解中国广电与省网的整合方式，但对这种整合我们持积极的态度。”

三网融合研究专家、融合网总编吴纯勇告诉记者：“中国广电与省网的整合是一个很庞大、很现实、很纠结的课题，不是一朝一夕就能解决的。”他认为，可行的方案包括：技术层面尽快统一执行标准；资本层面可通过上市的几大广电运营商把未上市的有线电视网络运营商进行整合，以期形成几大有线电视网络运营商巨头。

### 互联网业务整合或成突破口

虽然受制于种种因素，资本层面的整合困难重重，但中国广电作为“第四运营商”仍在业务整合上被寄予厚望。而在三网融合的条件下，最受市场关注的是广电系运营商互联网接入的瓶颈问题。

2010年，电信系运营商曾提高广电系运营商接入互联网的网间结算价格，以此抬高广电系竞争对手的带宽接入成本。目前，在广电运营商的宽带收入中，接近40%的收入要向电信系运营商交纳租用宽带出口的费用，这导致广电运营商在与电信系运营商的竞争中处于劣势。

同时，没有互联网接入牌照还导致广电系运营商不乐于投资 NGB(下一代广播电视网)，而投资的缺乏将影响广电系运营商未来的竞争力。

中国广电的成立，使广电系运营商看到了打破垄断的机会。

广发证券首席分析师惠毓伦表示，由于电信系运营商把持着骨干网和国际出口带宽，广电系运营商只能定位为驻地网运营商，并向电信系运营商缴纳不菲的网间结算费用。中国广电作为“第四大运营商”，有望获得国际出口带宽、骨干网牌照、ISP和IDC牌照，从而降低各项业务的建设成本，提高影响力。

吴纯勇也认为，“中国有线电视网络运营商应该从工信部争取到诸如互联网接入、网间结算等资质或者牌照。”一旦地方广电运营商能够通过中国广电获取新的互联网接入端口，则广电网络的服务、投资潜力都将获得进一步释放。

虽然充满希望，但现实仍然十分严峻。2011年，中国移动、中国电信和中国联通三大运营商营业收入总和约为9822亿元，而2011年全国广播电视行业总收入约为2895亿元。广电系统的总收入仅为三大电信运营商的近三成，已被赋予“第四运营商”定位的中国广电任重道远。来源：2012-11-29 证券时报

## 【国际行业环境】

### 日本LTE发展迅速 固网宽带感受压力

日本是亚太区商用 LTE 的领先国家之一，日本国内第一大移动运营商 NTT DoCoMo 在 2010 年就推出 LTE 商用服务，不过直到 2012 年，随着 Softbank (软银)、KDDI、eAccess 以及 IIJ 等运营商相继推出 LTE 商用服务，市场竞争愈发激烈起来。

日本运营商在 4G 套餐门槛与 3G 相比基本无变化，单价水平甚至略有下降。而且，日本运营商普遍实行的是包月不限流量的做法（不过超出一定限值后会限速），这吸引了越来越多的用户转向 LTE，已经让固网宽带运营商感受到了来自移动宽带的压力。

#### “4+1”竞争格局

日本是国际上最早进入 3G 时代的国家，而随着数据业务量的爆发增长，日本运营商也较早开始谋划向 4G 进军。

在日本的几家运营商中，NTT DoCoMo 在推进 LTE 商用上可谓是急先锋。早在 2006 年，NTT DoCoMo 就开始部署 LTE 系统，在之后的几年进行了室内试验和外场试验。在 2010 年底，NTT DoCoMo 率先在日本推出基于 FDD 制式的 LTE 服务，不过刚开始业务范围只限于东京、名古屋和大阪三城市，而且当时没有 LTE 手机，只提供数据卡上网业务。直到去年 11 月，随着三星 Galaxy S II 上市，使得日本消费者首度可以购买到支持 LTE 网络的智能手机。

其他几家运营商并未立即跟进推出 LTE 商用，到了 2012 年初迎来大爆发，开始全线跑步进入 LTE 时代。2 月份，日本第三大运营商软银正式推出了基于 TD-LTE MiFi 终端的商用服务，拉开了 TD-LTE 全球化商用的序幕。不过软银并没有放弃 FDD LTE，特别是考虑到 iPhone 5 只支持 LTE FDD，软银之后又推出了 FDD-LTE 商用服务。

在 2 月底，互联网服务提供商 IIJ 公司也推出了 LTE 服务，不过这是一家“虚拟运营商”，它租借了 NTT DoCoMo 公司 LTE 网络为用户提供名为 IIJmio 的高速数据服务。在 3 月份，eAccess 公司也开始在东京和大阪等主要城市逐步推出 WCDMA 和 LTE 混合模式的网络，也进入 LTE 市场。

日本第二大运营商 KDDI 则较晚推出 LTE 服务，趁着 2012 年 9 月 iPhone5 推出之际，KDDI 同步开通了 LTE 服务。

#### 不限流量 但超过限值会限速

“日本几家运营商在推广 LTE 服务上采取的做法几乎一致，那就是包月不限流量，但是超过 7G 后，上网速度会受限制，普遍会降到 128Kbps。”邓文娟告诉记者，她在东京工作，是国内一家留学机构在东京办事处的负责人。

在 LTE 业务推广之初，运营商没有采取这种限速的做法。NTT DoCoMo 的 LTE 业务品牌为 XI，在 2012 年 4 月之前的打折推广期内，每月仅需支付 4410 日元（约合人民币 334 元），而且流量没有限制。而从 2012 年 5 月开始，资费开始调整，记者从 NTT DoCoMo 网站上查询到，用户需每月支付 5985 日元（约合人民币 453 元），就可以不限量上网（可以是手机上网，也可以将手机当做热点让电脑上网），但是超过 7GB 的流量后，网速将会限制为 128Kbps。不过用户可以通过申请，超出 7G 的部分，按照每 2G 2625 日元的价格解除限速。

软银的 LTE 资费则分为两种，共享上网和非共享上网，共享上网就是可供电脑上网。共享上网套餐的月租为 5460 日元（约合人民币 413 元），但从第三年开始变为 5958 日元（约合人民币 450 元），“每月超出 7G 流量，以及每 3 天超出 1G 流量，都会有速度限制”，邓文娟介绍，如果是非共享上网套餐，每月固定 5460 日元，流量无限，而且没有每月限制通信速度的流量限额，“但同样有每 3 天超 1G 的速度受限的规定”。因为资费相对较便宜，尤其是语音通信费，国内大部分赴日留学生申请办理的都是软银运营商的服务。

第二大运营商 KDDI 的做法也是如此，每月固定 5985 日元（约合人民币 453 元），不限流量，但是超过 7G 流量后，速度会被限制为 128K。

### 固网运营商感受危机

3 月份，200 万 LTE 用户；6 月份，300 万用户；7 月份，400 万；8 月份，500 万；9 月份，620 万……这是 NTT DoCoMo 交出的成绩单，也是日本 LTE 发展的缩影。虽然目前 LTE 终端仍不够丰富，信号覆盖也未完全做到位，但是 LTE 发展势头已经是不可阻挡。

LTE 的快速发展让固网宽带运营商感到不安，事实也是如此，NTT East 和 NTT West 同为宽带运营商，和 NTT DoCoMo 同属 NTT 旗下，2012 年上半年，两家公司的新增宽带用户数合计为 120 万，同比下降了 30%。这些年，随着移动通信的普及，国内不少用户已经抛弃了家中的固定电话，而在日本，选择 LTE 抛弃固网宽带的苗头已经出现，许多年轻用户在已支付了智能手机 LTE 数据资费后，便不愿再为家庭 FTTH 宽带埋单。

“我用的是软银的 LTE，上网速度在市区内很好，但东京附近的偏僻地方只有 3G 信号，但我基本上是在市区”，在日本留学的沈阳男孩谭创告诉记者。因为手机上网不限流量，他现在居住的地方都没有申请宽带，“即使超过 7G 流量，网速只会降下来，并不会断网。即使网速降下来，浏览网页、发发微博、玩些小

游戏绝对是可以的。”谭创说，他周围的中国留学生还有认识的日本学生，基本上都用 4G，“和 3G 资费差不多，为何不选 4G”，而且因为 4G 不限流量，一些人就抛弃固定宽带了。

为了挽留住用户，固网宽带运营商采取了降价的措施。此前 NTT East 个人独享的 100M 光纤资费为每月 5460 日元(约合人民币 413 元)，NTT East 在 2012 年 2 月将资费下调至 4725 日元(约合人民币 357 元)，而现在 NTT East 已将资费降至 3600 日元(约合人民币 272 元)。来源：2012-12-3 IT 时报

[返回目录](#)

## 爱尔兰 4G 频谱拍卖完毕 运营商明年起网络升级

沃达丰爱尔兰公司 CEO Jeroen Hoencamp 表示，该公司计划在 2013 年夏天在爱尔兰推出 4G 移动服务。该运营商的 CTO Fergal Kelly 补充称，新网络将会使该国正承受有限 3G 连接速度的用户受益。

沃达丰在上个月通信监管委员会的拍卖中获得了 4G 移动频谱最大的分配额。据报道，监管部门从此次 4G 移动频谱拍卖中获得了 8.55 亿欧元(11 亿美元)。

目前爱尔兰国内的移动运营商包括：本土运营商 Meteor Mobile、和记黄埔 H3G 爱尔兰公司、西班牙电信(Telefonica)02 爱尔兰公司和沃达丰爱尔兰公司，每家公司都获得了 17 年的牌照权限，并同意提前支付总计 4.81 亿欧元。监管机构部长并未给出 4G 网络投入运营的最终期限，但告知运营商们及早快速部署服务来帮助“维持和提高国家的竞争力”。

报道称，02 爱尔兰公司竞价 1.25 亿欧元获得了 10 段频谱，并计划在未来三年进一步投资 2 亿欧元将其网络升级至 4G。3 爱尔兰公司则支付了 5110 万欧元获得了 8 段频谱，Meteor Mobile 以 1.45 亿欧元获得了 12 段频谱。沃达丰爱尔兰公司支付了 1.61 亿欧元获得了 12 段频谱。所有这四家运营商都已承诺将从明年开始进行 4G 升级。来源：2012-12-4 中国通信网

[返回目录](#)

## 运营竞争篇

### 【竞合场域】

#### 移动联通竞逐手机支付

国内运营商正越来越重视在移动支付领域的投入，昨天记者了解，中国移动和中国联通近日纷纷联合其他行业的龙头企业推出手机支付的新业务。

中国联通在手机支付领域选择的合作方为招商银行，双方刚刚对外发布了新的手机支付业务——手机钱包，联通用户可将招行信用卡账户内置在手机 USIM 卡中，在有银联闪付标志的 POS 机上刷手机消费。

中国移动刚刚在手机支付领域找到的帮手则是中国国际航空公司，双方宣布，国航国内网站将支持中国移动的手机支付业务，国航旅客可以通过手机号码便捷、安全地完成机票订购。来源：2012-12-1 京华时报

[返回目录](#)

#### 广电整合加速三网融合变局

国家级有线网络公司组建获批，这一消息成为近期媒体关注的焦点。有报道称，国务院已同意组建中国广播电视网络公司(下称“中国广电”)，按照组建方案，将由财政部出资，广电总局负责组建和代管，注册资本 45 亿元。中国广电在组建上，将采取“先挂牌后整合”的模式。尽管中国广电成立和挂牌的时间尚不确定，但是在三网融合试点的最后期限曝出国家级有线网络公司组建的最新进展，这意味着，作为广电系参与三网融合市场的主体，中国广电的组建进入实质性阶段，三网融合市场竞争面临变局。

##### 中国广电组建方案浮出水面

有消息称，国务院 10 月 25 日批准了广电总局上报的中国广电组建方案，45 亿元作为组建费主要用于总公司平台的先期搭建，待公司挂牌后运用资本运作，逐步对各地地方广电资产进行整合。从媒体披露的经营范围来看，中国广电主要负责全国范围内有线电视网络有关业务，并开展三网融合业务。该公司被认为是广电系进军国内电信市场的“第四大电信运营商”，与电信系的中国电信、中国移动和中国联通展开业务竞争。分析人士认为，这既体现了政策层面推进三网融合的决心，也将刺激广电加速内部整合的步伐。

中国广电的组建方案几经波折终于敲定。事实上，早在2010年8月，广电总局就成立国家级有线网络公司筹备组，开始制定中国广电的组建方案，先后经历多个版本，如今在三网融合试点进入最后倒计时阶段，对外释放出组建中国广电的信号，表明三网融合推进的紧迫性。然而，业界分析认为，由于人财物的配备还不到位，具体组建细节和领导班子仍未确定，45亿元的启动资金何时到位，这些都决定着中国广电挂牌的时间。

虽然推进广电和电信业务双向阶段性进入在2012年下半年明显加快，截至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，但是从国家级有线网络公司组建来看，整体进度和预期存在一定差距。根据国家推进三网融合的总体规划，2012年是三网融合试点阶段的最后一年，“加快电信网、广播电视网、互联网升级改造，加快培育市场主体，组建国家级有线电视网络公司，初步形成适度竞争的产业格局”是试点阶段工作内容之一。专家认为，利益博弈仍是影响三网融合推进的重要原因。

### 三网融合市场面临格局变化

中国广电组建已经拉开序幕，意味着广电朝着三网融合迈出关键一步。公开信息表明，广电对进入固网宽带市场期待已久，据悉，成立后的中国广电，除了能够运营传统的各类广播电视业务外，还将被允许运营互联网接入等电信固网业务，固网宽带市场一旦放开，广电的迅速进入有可能冲击现有宽带市场格局。另一方面，广电系拥有内容播控权，也就等于与电信系博弈的筹码，有利于加速抢占三网融合的主导权。

尽管中国广电挂牌的时间点越来越近，但未来仍存在诸多不确定因素。北京邮电大学教授阚凯力接受媒体采访时表示：“即使‘国网’2012年完成挂牌，能否正式成立和正常运作，还不能给出定论，未来仍充满变数。”广电还没有做好市场化准备。有专家表示，就“先挂牌后整合”的模式而言，先挂牌虽然解决了有与无的问题，但是由于内部体制不够成熟以及广电企业内部博弈问题，整合短期内依然困难重重。

在华创证券TMT首席分析师马军看来，广电内部整合还需要很长的一段时间，这主要是由广电系统的管理机制和归属问题决定的。据媒体报道，目前只有25个省完成或基本完成省网整合，其中只有15家比较彻底，而且，相对彻底也只有两三家，在这些完成整合的省份中，还存在很多问题，如很多地方整合完的资产负债率很高，有省市接近90%。同时，网台分离尚未彻底也是影响广电市场化改革进程。

广电内部整合被业界寄望推进三网融合双向进入破局的关键。短期来看，广电方面并不具备与电信企业相匹敌的实力。但是未来不排除中国广电凭借政策优

势及其他方面的优势在三网市场中占据一席之地。广电业界专家认为，中国广电离正式运营，以及提供全国性的业务运营，仍有很长一段路要走。这涉及相关业务牌照的申请和发放、网络的建设和整合等，仍需花费一定的时间。不仅如此，与电信企业相比，广电在市场化运作、全程全网运营以及资金实力上还有所欠缺。

### 电信业发展逻辑正深刻改变

广电整合除了自身在机制、业务等方面面临的挑战外，进入电信市场也将给整个行业带来新的思考。在业务竞争方面，目前电信市场竞争已经是胶着状态，广电业务如果缺乏创新，无论是在未来的宽带市场还是目前的 IPTV 市场，就无法获得明显的比较竞争优势。融合是三网融合时代的主旋律。有广电业内人士表示，广电运营商需转换思维，进行企业化运作，把自己当成企业。广电不应该害怕厂商做大、做强，有了强大的企业合作伙伴，才能更好地促进广电的发展。

无论是电信企业还是广电企业都需要应对来自互联网企业的挑战。工信部专家余晓辉表示，互联网尤其是移动互联网的高速发展已经根本改变电信业和电视业的发展逻辑。三网融合新业态发展基本上要依托互联网发展。德勤会计师事务所合伙人王欢认为，三网融合未来发展的核心就是传输渠道中性化、承载业务多元化。一个渠道可以提供多种服务，在一个可以共享的平台上提供多种业务。由此，广电系与电信系各自原有的产业链将出现重大变革，带来三网融合更加多元复杂的市场格局。来源：2012-12-3 通信信息报

[返回目录](#)

## 三网融合地方广电运营商等不起

历史的车轮滚滚向前，2013 年的脚步正悄悄走近。省级广电网的实质性整合困难重重、国家级广电网的建设更是遥遥无期，面对强大的电信系运营商，地方广电运营商想要生存下去，必须立刻行动。

在这个冬天，地方广电运营商们的心情是忐忑的。整合的缓慢和竞争的紧迫让渴望在三网融合条件下生存下来的地方广电运营商们颇感压力。

“与其等死，还不如在目前既有上亿用户又有政策支持背景下，背水一战，这样或许还会有条出路”、“我们也不知道 NGB(下一代广播电视网)该怎么搞，甚至都没有一个统一的标准，但也必须上马 NGB 项目，如果现在等待，未来就无法发展”……这些充满无奈和抗争意味的话语背后，是地方广电运营商所面临的严酷内外环境。

10 月份，国家广播电影电视总局已经正式发文批复，同意中国电信集团公司关于从事互联网视听节目服务、IPTV 传输服务和手机电视分发服务等三项业

务的申请。而随着 2013 年的到来，电信系运营商进入广电领域的节奏将大幅加快。

而在广电系运营商内部，各项技术标准不统一、行政条块分割严重、资产盈利能力差、没有建立品牌效应等问题也层出不穷。在此背景下，地方广电运营商应该做的是主动出击，而不是被动等待。

此前，浙江华数集团与云南广电网络集团、北京歌华有线与广东广电网络分别达成了战略合作协议，跨省共同应对三网融合的竞争与挑战。同时，还有一些省级广电运营平台公开提出，加快跨省整合，打造区域性广电运营商。

在没有技术标准、缺乏整体规划的情况下，主动出击将为这些地方广电运营商赢得一丝先机。他们的积极行动将影响未来的标准制定，行业发展也将在行业整合既成事实的基础上进行规划。

不仅如此，电信系的竞争对手们也在通过三网融合而步步紧逼。由于电信系运营商在资金、技术等方面的优势，对地方广电运营商而言，越等待，对手将越强大。

而等待的成本将是巨大的。根据目前全国范围内广电运营商的整合情况，预计要到 2015 年省级广电网络才能初步理顺，而完成全国有线电视网络统一规划、统一建设、统一运营、统一管理的目标可能还需要 10 年时间。到那时，停滞不前的地方广电运营商恐怕早已“有心杀敌，无力回天”。来源：2012-11-29 证券时报

[返回目录](#)

## 运营商否认 4G 牌照提前到明年 5 月发放

11 月 29 日，对于有传言称“4G 牌照可能会提前至明年 5 月发放”，经咨询，中国移动、中国联通相关人士均表示没有听说过此时间表，而以 TD-LTE 的终端技术进度来看，预计明年 5 月发牌照可能性不大。

传言称，4G 牌照将于 5 月 17 日后颁发，该传言导致中国联通香港上市公司 (00762.HK) 股价于 28 日跌 2.31%，因为市场分析认为，4G 牌照一旦颁发，联通现阶段 3G 领先优势或消失。

不过，一周多前，工信部部长苗圩还曾表示，4G 牌照在一年左右时间中就会下发。因此，4G 牌照应该是在明年下半年发放，不可能一周多内，4G 牌照时间就大大提前。

而且，目前 TD-LTE 终端连小型数据卡都还没有规模测试，手机更加没有成熟，因此，4G 牌照很大程度上取决于 TD-LTE，而 TD-LTE 牌照的发放还受制于终端的成熟度。来源：2012-11-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 运营商争夺手机支付：远程支付需求更迫切

随着移动支付国家标准即将推出，运营商在手机支付领域的争夺也日渐激烈。

近日，中国联通推出“联通招行手机钱包”，而中国移动下属负责手机支付业务的中移电子商务有限公司也宣布与国航展开手机支付合作。

不过分析人士指出，目前手机支付市场需求迫切的仍是通过网络实现的远程支付。远程支付实现缴话费、公共事业缴费、网站购物等功能，近场支付可以实现用手机刷公交卡、超市购物等。

“近场支付是对原有支付方式的替代，在合作客户和终端支持有限的情况下，面临着培育用户习惯的重重困难。”易观国际分析师张蕾对《投资者报》记者表示。

实际上，目前运营商在远程支付上的发展要快于近场支付。中国移动的移动支付仍以远程为主。而中国联通产品创新部总经理李红五也对《投资者报》记者表示，联通的移动支付将结合远程支付和移动支付。

### 争夺近场支付市场先机

与中国移动不同，联通一直就追随银联的 13.56MHz 标准，而中国移动则坚持自己的 2.4GHz 标准。据了解，中国金融移动支付标准将统一于 13.56MHz 标准。

艾瑞咨询分析师王维东此前在接受《投资者报》采访时就曾指出：“移动支付产业链漫长，牵涉到芯片设计、芯片模块封装、支付卡制造、读卡设备、应用开发、运营、银行、商家等多个环节，使用哪个标准，产业链的利益都要重新调整，对设备供应商的影响尤其大。”

但国标的发布，对于运营商的影响没有设备供应商大。“中国移动在 2010 年下半年开始，就暂停了 2.4GHz 标准的研发，开始尝试 13.56MHz 的标准，2012 年 8 月，也宣布跟银联合作，已经经历了两年多的准备期，影响不会太大。”张蕾称。

事实上，由于此前移动支付标准已经趋向统一于 13.56MHz 的标准，运营商已经开始积极开发近场支付产品，争抢市场先机。

在 11 月 27 日，中国联通和中国移动同时发布了自己近场支付产品。据中国联通产品创新部总经理李红五介绍，招行用户申请开通“联通招行手机钱包”业务，即可收到一条预约短信，前往联通指定营业厅办理将招商银行账户内置在手机 USIM 卡中，即可实现银行卡功能与手机功能合二为一，刷手机即可直接进行各种消费。

同一天，中国移动下属负责手机支付业务的中移电子商务有限公司宣布与国航展开手机支付合作启动仪式，国航的国内网站将支持中国移动手机支付业务，国航旅客可通过手机号码完成机票订购。这还只是双方在移动支付领域合作的第一步，后续双方还将联合发力近场 NFC 支付。

“由于国标确定，各家运营商的产品开发方向、市场开拓目标也会更为精准，发力更猛，众人拾材火焰高，这样市场崛起的速度也会更快。”第三方支付公司钱袋宝执行董事孙江涛对记者表示。

### 远程支付需求更为迫切

近场支付对于用户消费体验是否有实质性改善？一位消费者表示，如果自己在商场进行消费，更愿意将银行卡递给收银员刷卡，而不是自己的手机。“手机更贵重，怕摔。而且刷手机比刷银行卡更方便吗？”

“远程支付现在需求更迫切，电商也需要通过远程支付形成闭环，而近场支付，是对原有的支付方式的替代，需要提供更好的用户体验或者优惠，才能吸引用户，慢慢培育用户习惯。”张蕾表示。

近场支付的一大制约因素是其受到终端数量的制约。据了解，银联计划在 2012 年年内全国铺设约 150 万台具有中国银联闪付 quickpass 标志的非接金融 POS 终端，其中上海的非接金融 POS 终端有 16.2 万台，该 POS 机支持联通的手机支付。

此外，NFC 手机的普及对于近场支付也至关重要。据李红五介绍，目前在国际上支持 NFC 的手机终端超过 40 款，品牌涵盖三星、LG、HTC、索尼和 RIM 等，而此次联通招商银行钱包已完成的 NFC 终端有 7 款。

但手机咨询机构战国策首席分析师杨群对《投资者报》记者指出，这些手机目前在市场上占比还非常低。“运营商合作的主要是国产手机，如联想、中兴、华为等，主要销量在二三级城市，这些手机目前并无 NFC 功能，而二三线城市对于手机支付没有那么高的接受程度。”

孙江涛认为，近场支付的价值链链条比较长，短期之内真正普及、走进千家万户还比较遥远的。他认为，可预见的未来几年，中国的移动互联网将迎来迅猛的发展，包括运营商在内的整个行业都对提供手机远程支付服务产生迫切的需求。

“从用户体验层面来讲，人们也还不是很习惯使用手机来完成近场支付，培育这个习惯是一个长期而浩大的工程，绝非某个企业以一己之力就可以完成的‘壮举’，所以目前还是试水阶段。”上述业内人士表示。来源：2012-12-3 投资者报

[返回目录](#)

## 【中国移动】

### 中国移动MM百万青年创业计划

中国移动 MM “百万青年创业计划”在完成第三阶段全国优秀应用评审后又进行了三年综合评审，并对评选出的“创业计划十大风云开发者”和“2012 年度中国移动十大潜力开发者”各前五强进行巅峰对决，通过“梦想秀”专场各决出一名优胜者，最终来自新疆维吾尔族的吾提库尔·艾尔肯和上海渐华科技发展有限公司分别夺得头筹，他们将有幸在 12 月 5 日召开的中国移动全球开发者大会上接受中国移动集团公司副总经理沙跃家的亲自颁奖。

本次中国移动 MM “百万青年创业计划”三年综评大典，一改往日开发者在台上演示讲解，评委在台下打分模式，采用“梦想秀”竞技场形式，分为“梦想初印象”、“梦想竞技场”、“梦想答辩团”、“梦想巅峰战”和“梦想一对一”五个环节，由 18 位评委组成的评审团分为 6 个小组，对“创业计划十大风云开发者”和“2012 年度中国移动十大潜力开发者”各前五强进行综合考评，最终各评选出一名优胜者。来源：2012-11-29 北京晨报

[返回目录](#)

### 移动支付国标即将发布 中国移动遭遇滑铁卢

据悉中国金融移动支付标准将于近期发布。移动支付系列标准中的近场支付标准已确立为银联主导的相对比较成熟的 13.56MHz 技术标准，中国移动自主研发的 2.4GHz 技术标准已经被放弃。

中国移动的 2.4GHz 近场支付技术标准之所以被淘汰是因为中国移动在设计初期考虑不周全并脱离实际，如果推行中国移动的标准，需要大量地改造全国现有的 POS 机具设备。基础设施改造的庞大资金投入，且短期内还无法完成，现有设备无法顺利衔接，成为制约中国移动标准广泛推广的巨大瓶颈。央行下一步将积极推动非受理环境的改造，标准的应用试点示范以及基础设施的改善，为

移动支付技术创新营造更好环境。移动支付国家标准的公布将终结当前缺乏统一标准而群雄混战的市场状况，国内移动支付有望迎来爆发期。

2012年4月央行集合商业银行、银联、移动通信运营商等40多家产业相关方，成立了移动支付标准编写组。10月16日移动支付系列标准已通过全国金融标准化技术委员会审查。标准编制工作组已根据10月份金标委专家委员会的审定意见进一步对标准进行文本修改完善，还包括完善移动支付标准与金融IC卡PBOC3.0标准的关系。来源：2012-12-3 通信世界网

[返回目录](#)

## 中国移动成立互联网公司呼声再起 挂牌时间未定

知情人士透露，自2012年8月首次披露要成立互联网公司以来，中国移动在此事上还没有宣布最后结果，但普遍认为，中国移动成立互联网公司只是时间问题。

引发对这一事情的讨论是因为12月5日将召开中国移动开发者大会，而会议议程中有一项就是中国移动高层谈互联网公司的事情。

中国移动与互联网有关的是9个基地，包括设在四川的手机音乐基地、设在上海的手机视频基地、设在辽宁的位置服务基地、设在湖南的电子商务基地、设在广东的互联网基地、设在杭州的手机阅读基地、设在江苏的手机游戏及12580基地、设在福建的手机动漫基地、设在重庆的物联网基地等九大基地。

目前，中国电信已经率先改革，宣布要将全国的八大基地成立八个独立公司，包括天翼视讯基地、阅读基地、游戏基地等在内的几个基地已经挂牌。这使得中国移动的九大基地公司化改制似乎迫在眉睫。

据悉，中国移动的互联网基地可能会率先改制组成公司，然后再将剩余的八大基地从各个省公司中剥离并归入其中。来源：2012-12-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 【中国电信】

### 中国电信新尝试：单位出钱，员工创业

在中国电信董事长王晓初布局移动互联网的棋局中，基地业务公司化也只是其中一步而已。除了八大基地，2012年3月22日，中国电信在上海启动了创新孵化；5月23日，又成立了国内运营商的第一家风险投资公司——天翼科技创业投资有限公司。

“我们把自己定义为‘专业孵化+创业导师+天使投资’的模式。”天翼科技创业投资有限公司副总经理钮钢告诉《第一财经日报》，“电信做创投做孵化，渠道和资源是最大的优势。”

坐落于上海浦东新区康桥地区的中国电信信息园区内的天翼创投目前拥有1600平方米左右的一期孵化面积。对于创业者来说，入驻电信孵化基地的同时就意味着能够使用到千兆级出口带宽、数百台高端服务器的专业化实验室、移动互联网专业技术平台以及客户体验上线测试等一系列借助电信平台的资源和测试环境。

依托电信资源，又拥有央企背景，在钮钢看来，天翼创投就像是中国电信在创新发展方面的一块“特区”。“创新孵化基地是中国电信联产承包责任制的‘小岗村’，是改革开放的‘深圳特区’，是国有企业在新兴领域创新发展的‘第一次’。”

2012年年初，中国电信下发文件正式启动内部员工创业计划。每个创业团队3人起，创业期为2年，承诺保留原职原单位，计划初期投资额约2亿元。10月30日，首批14支创业团队全部完成了孵化初始阶段目标，通过专家评审委员会的考核顺利毕业，其中3个团队开始转型进入公司化运作阶段。

11月中旬，第二批创业团队终期评选结束。与首批项目全部面向中国电信内部员工不同的是，第二期总共征集项目330个，其中社会项目达到98个，最终选定进入终评的项目中，31个项目团队来自集团内部，11个项目来自社会自荐和推荐。社会项目的引入是中国电信创新孵化实践的一次“开放性”尝试，据钮钢介绍，未来可能会吸引更多的社会项目聚集到电信孵化基地，每年的评选次数也会逐步增加。

“力争用5-6年时间，培育出几个百亿级市值的、在行业内有重大影响的新公司。”对于天翼创投和孵化项目，王晓初表示。来源：2012-11-29 第一财经日报

[返回目录](#)

## 中国电信12月2日起正式接受iPhone5预订

中国电信宣布，将于12月2日上午9点起正式接受iPhone5预订。

此前，苹果公司已宣布，iPhone 5将于12月14日(周五)在中国上市。其中，iPhone 5 16GB售价5288元，32GB售价6088元，64GB售价6888元。

中国电信之前已宣布，电信版 iPhone 5 将在 12 月 14 日中国内地首发，电信版 iPhone 5 合约计划也已经获得内部批准，下发到各省分公司。来源：2012-12-1 新浪科技

[返回目录](#)

## 中电信回应 iPhone 5 获进网证：只差套餐制定

对于刚刚获得进网许可证的苹果 iPhone 5，中国电信内部人士向新浪科技表示，iPhone 5 的上市准备工作主要剩下合约计划的制定，电信版 iPhone 5 在 12 月份上市肯定没问题，但具体时间还要等苹果公司决定。业内则预计上市时间在 12 月中旬。

### 苹果公司在内地搞平衡

11 月 29 日，在电信设备进网管理网站上，两款 iPhone 5 均在列。其中设备型号为 A1429 为支持 WCDMA 制式版本，而 A1442 为支持 cdma2000 制式版本，两个型号分别对应中国联通以及中国电信两大运营商。其中电信版为“02-8573-126240”，联通版设备许可号分别为“02-8573-126245”，证书有效期为三年，截止至 2015 年 11 月 29 日。

有细心的网友发现，两个型号的 iPhone 5 序列号上有差异，电信版比联通版序列号早，这在过去是没有的事情。同时，据悉，电信版 iPhone 5 只剩下合约计划的制定工作。业内猜测，这可能是苹果公司搞平衡，此次故意扶持电信版，以往都是联通版的序列号在前面。

### 准备工作只剩下制定合约计划

11 月 30 日晚间，中国电信内部人士对新浪科技表示，iPhone 5 上市需要手机检测、Nano 卡备货、合约计划制定、铺货等环节，目前手机进网检测关已过，而 Nano 卡的备货早已完成。据悉，在拿到了工信部的入网许可证后，电信版 iPhone 5 只剩下合约计划制定。

此前，中国电信终端管理中心总经理马道杰已透露，中国电信引入 iPhone 5 已万事俱备，只欠东风。仅几天后，电信版 iPhone 5 就已拿到了工信部的入网许可证，表明中国电信希望以尽可能快的速度把 iPhone 5 推向中国的市场。关于后续准备工作，中国电信内部人士表示，iPhone 5 合约计划早已在制定中，电信版 iPhone 5 在 12 月份上市肯定没问题。

另外，据悉，目前，中国电信已在制定正规的预约单 iPhone 5 和营业厅、客服部署、渠道洽谈等。来源：2012-11-30 新浪科技

[返回目录](#)

## 电信版iPhone 5 合约计划获批 将于 14 日首发

拿到工信部的入网许可证后，电信版 iPhone 5 合约计划也已经获得内部批准，下发到各省分公司。

北京时间 11 月 30 日晚间，苹果公司宣布，WLAN 版 iPad mini 及第四代 iPad 将于 12 月 7 日（周五）在中国上市，iPhone 5 将于 12 月 14 日（周五）在中国上市。其中，iPhone 5 16GB 售价 5288 元，32GB 售价 6088 元，64GB 售价 6888 元。

据中国电信内部可靠人士透露，中国电信版 iPhone5 将在 12 月 14 日中国内地首发，各电信营业厅及卖场已经完成备货，将正式销售。

据悉，电信版 iPhone 5 用户在中国大陆地区能享受中国电信提供的优质、绿色的 3G 网络服务，同时支持多网络全球漫游，能在超过 250 个国家及地区自由享受中国电信全球合作伙伴提供的优质漫游服务。网络稳定、信号覆盖率广、上网速度快将是电信版 iPhone5 的优势。来源：2012-12-1 新浪科技

[返回目录](#)

### 【中国联通】

## 中国联通发布八大数字音乐产品

中国联通的 W0+移动互联网战略在音乐领域结出了第一季的果实，近日中国联通音乐运营中心联合音悦台、豆瓣网、虾米网等音乐网站推出 8 大音乐产品，并且在商业模式上有了突破。

一年前，中国联通推出了移动互联网的“W0+开放体系”战略，一大目标是联合各方打造创新的专属应用。据中国联通音乐运营中心总经理郭洪涛介绍，此次合作涵盖音乐视频、播放器、卡拉 OK、电台及铃音等类型，相关应用已陆续上线，有 iOS 和安卓版本。据了解，这些为联通用户定制的应用主要采取定向流量包的模式，视频类包月费在 10 元左右，音频类在五六元，不用再担心流量问题。2012 年该中心主要面向专业的音乐公司合作，下一年将向整个音乐行业开放，郭洪涛希望未来 3 年能创造 10 亿元的市场价值。来源：2012-12-3 北京晨报

[返回目录](#)

## 联通网厅iPhone 5 首日预约超 10 万户

中国联通 12 月 3 号开放 iPhone 5 预约后，有业内人士透露，中国联通已下发文件，确定 iPhone 5 采用 185 号段，也就是说，联通 iPhone 5 新用户将可使用属于联通的 185 号段，利用靓号来吸引 iPhone 5 用户，这将是联通重要的一个撒手铜。

### 网厅预约首日超过 10 万户

针对 iPhone 5，中国联通已做好充分准备，其中一个标志性的举措就是将为 iPhone 5 用户推出 185 号段。185 号段是中国联通拥有的子号段，将拥有大量的靓号和特殊号码可供用户选择，这可能是联通 iPhone 5 的重要利器。

而对于 12 月 3 日的 iPhone 5 预约首日，据悉，截止到 12 月 3 日下午 4 点，仅仅中国联通网上营业厅，预约用户就超过 10 万户。

### 一个身份证只能预约一次

而一些参与预约的用户也表示，实际预约过程非常简单，并且，联通已经承诺将可免费送货上门。

根据之前公布的消息，联通版 iPhone 5 型号为 1429，为 WCDMA 制式，型号为“02-8573-126245”。中国联通确定 12 月 14 日正式开售 iPhone 5，12 月 3 日开始真正的预约。

参与联通版 iPhone 5 预约的用户讲述了其预约流程和预约细则。据悉，用户可上任何联通营业厅、社会合作伙伴以及联通网上营业厅预约，预约成功的用户可在联通网上营业厅优先购买 iPhone 5 合约计划，用户后续可关注中国联通网上营业厅网站及官方微博，获取真正购买的相关信息，

同时，用户只需填写姓名、身份证号码、联系电话、选择容量和颜色等预约信息，作为优先购买 iPhone 5 合约计划的必要凭证，比如 iPhone 5 有 16GB、32GB、64GB 等多种型号，有白色和黑色不同颜色，对这些要素如果不能选择，用户真正购买时将仍然还要费力地办理手续，因此，可在预约时选好。不过，预约订单确认提交后不能更改。中国联通工作人员将通过联系电话与预约用户核实信息，并且中国联通承诺可免费送货上门。

另外，按照联通的规则，每个身份证号码只能预约一次，每次只能预约一个 iPhone 5 合约计划。来源：2012-12-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 联通宣布iPhone 5 于 14 日发售 12 月 3 日预约

在苹果宣布内地版 iPhone 5 上市时间和价格后，中国联通也发布消息，称将于 12 月 14 日起在中国市场全面推出 iPhone5 手机，并于 12 月 3 日开始预约。

### 联通版 12 月 14 日上市

苹果公司于北京时间 11 月 30 日晚间宣布，WLAN 版 iPad mini 及第四代 iPad 将于 12 月 7 日(周五)在中国上市，iPhone 5 将于 12 月 14 日(周五)在中国上市。iPhone 5 16GB 售价 5288 元，32GB 售价 6088 元，64GB 售价 6888 元。WLAN 版 iPad mini: 16GB 售价 2498 元，32GB 售价 3288 元，64GB 售价 4088 元。

而 12 月 1 日上午，中国联通的官方微博称，“将于 12 月 14 日起在中国市场全面推出 iPhone5 手机，广大 iPhone5 爱好者更可于 12 月 3 日起在中国联通营业厅、代理商授权网点及网上营业厅预约”。

### 12 月 3 日开始预约

之前，iPhone 5 于 11 月 29 日获工信部进网许可证后，中国联通已透露，正探讨预约模式，而新浪科技向联通内部人士求证时，广东联通一位重要人士也表示，中国联通将在 12 月 3 日在全国开始 iPhone 5 预约，广东联通也全面做好了准备。

中国联通内部人士透露，广东联通已定于 12 月 3 日率先开展 iPhone 5 预约。之前，中国联通遵守苹果公司 iPhone 运作要求，一直在预约问题上低调，但中国联通在其它方面已做全面准备，入网测试、合约计划制定、渠道策略、物流配送、电子商务等，此次预约只是上市的一个前奏，且绝不会仅仅是用户登记。

### Nano-SIM 卡重新生产

目前，两型号 iPhone 5 各有自己的优势，其中，联通版 iPhone 5 的优势在于网速和国际漫游。苹果用户一直对网速有了很高的需求，iPhone 5 对于网络制式的要求也变得越来越高，据悉，此次联通版 iPhone5 将采用联通 21M 网络，为目前国内运营商 3G 网速之最，另外，联通可覆盖全球国际漫游。

而对于预约需求，联通也充满信心。在 9 月份 iPhone5 正式上市之后，每月几十万台的 iPhone5 水货流入内地，这说明了市场需求，而联通 Nano-SIM 卡一度供不应求，甚至频频售罄。联通表示，日前已全面恢复供应 Nano-SIM 卡，将保证 iPhone5 用户的需求。来源：2012-12-1 新浪科技

[返回目录](#)

## 制造跟踪篇

【中兴】

### 中兴nubia性格特征：征服欲强

nubia 是刚刚问世的智能手机新品牌，被中兴定位为其旗下高端品牌。刚一“出生”就想向三星等老品牌挑战，征服欲可谓极强，但能否顺利抢滩，还要看市场认可度。

nubia 智能手机目前使用的是安卓系统。在拉丁和部分语系中，nubia 一词有云彩的含义，象征美好，源于古文明发源地之一。品牌 LOGO 由点+圆元素构成，寓意圆点延伸为圆，含义可浓缩为发现、创造和无限。

nubia(努比亚)的产品设计邀请了全球著名工业设计大师、建筑师斯蒂凡诺·乔凡诺尼(Stefano Giovannoni)倾力打造，产品本身的发展方向也非常明确：本地应用+社交网络+云服务，三合一的思路也是符合移动互联网发展趋势的。此外，该品牌手机拥有 5 英寸屏幕+四核 CPU+1300 万像素摄像头的配置。来源：2012-11-30 北京晨报

[返回目录](#)

### 中兴的努比亚计划：将销量转化为利润

美国研究机构的麦考勒姆·斯贝尔曼曾作过一个著名的调查：对 23 年间的 22000 个电视广告进行分析，发现在 10 大品类中，大约 6000 个广告是宣传新产品的。但是新品牌要想打响名号，是一件多么难的事情。研究者通过对新品牌和知名品牌的比较发现，在 10 个品类中，只有一个宠物产品的新品牌广告引起了大众的“新产品兴奋”，其余的都成为了过眼云烟。前麻省理工学院教授迈克尔·哈默则在《再造革命》一书中把人们拒绝改变的天性称为“重建中最复杂、最讨厌、最痛苦、最混乱的部分。”

没错，创建一个新的品牌是无比艰难的“爬坡”。但即便如此，全球第四大手机厂商——中兴通讯依然选择了这条荆棘之路。日前，中兴通讯发布了手机新品牌 Nubia(努比亚)，定位于个性人群中的中高端智能手机，这是中兴通讯成立 27 年来，首次在集团品牌之外发布新品牌。

中兴通讯发布新品牌基于这样的商业考虑：制造出真正的明星手机是 70 岁的中兴通讯董事长侯为贵一直的心结。他坦承，中兴目前处在“爬坡阶段”，在

一段时间内牺牲了利润。虽然苹果的 iPhone 技术上不是全能做到首创，但用户体验好，苹果公司的利润比银行利润还高。中兴通讯也需要明星产品，否则销售再多的手机，也比不上一款苹果产品创造的利润。

没错，中兴通讯需要制造明星来抢夺高端市场，因为那里才是收割利润的麦田。对于这个在 2012 年初所做的决策部署，中兴通讯其实有两种选择：一是将中兴手机进行品牌延伸，冲击高端；另一个选择则是再造一个新的品牌，但需要重新培育市场。“传统手机企业是重资产的公司，互联网企业做手机是轻资产的公司，这两种模式如何放到一起，我们也很困惑，但为什么不试一下呢？”努比亚总经理倪飞这样说。

据透露，新品牌主要定位国内市场，同时在理念、设计、价位、宣传和网络等五个方面形成与现有中兴品牌体系的区隔。与中兴手机 90% 的销售来自运营商市场不同，新品牌将采用社会化渠道，同时充分借助于电商渠道，即在线商店与实体体验店销售相结合的方式，通过扁平渠道，首先在全国一、二线城市布局，并逐步将版图拓展到全球市场。

### 将销量转化为利润

中兴通讯执行副总裁何士友曾打过一个形象的比喻，“新开张的餐厅，老板首要关心的是上座率还是来一桌客人能赚多少钱？答案当然是前者，即如何吸引更多的人来消费。”但如今，当规模效应已经达到之后，老板就要关心如何获取利润的问题了。

去年 5 月底，中国联通宣布采购包销 100 万台中兴通讯 BladeV880 手机，创造了“第一次单款智能手机订单超过 100 万”、“第一次由运营商买断包销除 iPhone 以外的单款手机”等一系列纪录，而仅仅 3 个月后，中国联通又宣布追加采购该机型 200 万部。中兴通讯总裁史立荣认为，中国联通这一举动的目的是为了推动智能机的普及以及移动互联时代的加速到来。

但即便如此，一个无法回避的关键问题在于，千元智能手机究竟能否给其带来真金白银？“很多人问我，千元智能手机是不是在赔本赚吆喝？”何士友说，“我的回答是它肯定赚钱，只是赚多赚少的问题。”据他透露，千元智能机单机利润虽然不高，但这是抢占市场的长远的投资。

显然，接下来，中兴通讯必须为利润苦战，尤其是在电信设备市场的利润率越来越低的情况下，终端业务开始在中兴的利润版图上扮演起更加艰苦的角色。在中兴总部勾画的蓝图中，到 2015 年，消费类设备终端业务占该公司收入比重要由目前的 40% 达到 50%。

数据调查公司 IDC 发布的报告显示，第三季度全球智能手机出货量方面，中兴通讯排在第四位，市场份额占比从上年同期的 3.3% 上升至 4.2%；排名前三的分别是三星、苹果和 RIM，市场份额占比分别为 31.3%、15% 和 4.3%。

但是摆在国产手机面前的普遍难题是如何提高利润率。“我们已经迎来了智能手机爆炸性增长的年代，只用了三年时间就实现了 10 亿部的销量，而下一个 10 亿部可能会更快，这将是巨大的机会；但三星和苹果攫取了整个行业 70% 的利润，而其他手机厂商，因为同质化恶性竞争，日子并不好过。”倪飞说。

何士友坦承，目前中兴手机中九成依赖运营商渠道，一成是社会销售渠道。这造成普通消费者对中兴的手机品牌并不熟悉，而且中兴也需要进一步学会消费者语言。事实上，这正是中兴手机在消费者市场面临的困境。经济学家郎咸平在《本质论 VS 蓝海战略》一书中描述的手机“势能拉高战术”或许能为中兴手机向高端转型做出解释。在郎咸平看来，“手机商要在高度饱和的市场竞争中脱颖而出，就必须拉高自身的品牌，和消费者建立更具个性化的情感体验，才能符合行业的本质——势能的储存。即手机商首先应该不断地往上爬，把品牌拉高，然后再以高姿态进入低端市场！品牌拉得越高，以后进入其他低端市场的成功机会就越大”。

## 020 销售模式

倪飞承认，实行双品牌战略是一个艰难的决定，公司经过了谨慎的考虑，在内部曾反复讨论，最终的决定是，“Nubia (努比亚)”由独立的运营团队运营，产品上走精品路线，首先会在国内市场试水，时机成熟后才会走向海外市场，这意味着一个全新的开始。

在他看来，在这个无比残酷的商业世界中，消费者会面对越来越多的选择。而在每次选择中，消费者更倾向于做简单而重复性的购买，在心理上拒绝陷入复杂而混乱的选择。而这正是实行多品牌战略的前提，即每个品牌都应具有某一细分市场的清晰定位。正如美国“定位之父”杰克·特劳特所说的那样，聪明的决策者正在通过产业链的不断延伸让那些经典品牌的“安全感”得以蔓延，但挑战是如何让这种“蔓延”不会演化成一种稀释品牌的力量，从而最终复制成功。显然，在硬币的另一面，丧失品牌焦点往往是品牌延伸造成的。因此，子品牌有着不同的内涵，这是由消费者心智及其内在需求所驱动的。

2012 年初，在中兴工作了 11 年的倪飞带领他的团队开始筹建努比亚。努比亚的营销总监高大鲲打趣道，这是我们用“5+2”和“白加黑”精神，历时一年“捣鼓”出来的。努比亚产品设计总监余航透露，在产品的设计期间，设计团队特别走访了许多欧洲国家以触发灵感，并邀请到意大利顶级设计师斯蒂凡诺·乔凡

诺尼主持设计。除了设计之外，倪飞将 SNS 社交服务以及“云”应用视为未来智能手机的杀手级应用。

除此之外，与目前国内主要手机厂商依赖运营商定制渠道相比，未来，努比亚的手机销售将会进行“互联网化”的渠道变革。倪飞认为，电商渠道成本相对较低，同时“营销式体验”正在受到消费者尤其是年轻人的热捧。因此，渠道布局要全面开花，线上营销与线下体验相互配合或将成为未来营销模式的发展趋势。

倪飞用“这是最好的时代，也是最坏的时代”来形容目前国产手机的困境。他指出，“很多国内手机厂商长时间处于一种超低空飞行的状态，挣扎在生存的边缘。这不是一种正常的状态。”的确，传统手机的营销渠道，是通过电视广告轰炸和地面营销渠道的层层加价，其营销成本已经让大家不堪重负。而如果利用社交化媒体则会节约庞大的广告和渠道成本，这种互联网公司的销售方式值得传统手机厂商学习。

倪飞认为，学习和开放化的心态是自己年轻的团队基因。“未来，我们将会迎来一场‘体验式营销’的变革，O2O 的销售模式(线上营销、线下体验相结合的方式)是主体。‘在线手机商店+实体体验店’的模式就像人的两条腿，二者结合能够将传统渠道推向高速发展的电子商务快车道。”同时，他也清楚地意识到，互联网销售手机轻资产的模式对服务有极高的要求，随着销量的扩大，售后一定要跟上，否则将会遇到很多麻烦。来源：2012-12-1 经济观察报

[返回目录](#)

## 中兴侯为贵：2012 年在美营收将达 10 亿美元

离美国国会发布报告称华为和中兴对美国国家安全构成威胁，禁止这两家中国公司收购美国企业、参与关键基础设施建设的消息过去了一月有余，中兴通讯董事长在接受《福布斯》亚洲版采访时，首次对此进行了回应，他在采访中还透露，当中兴通讯业务向好，运营步入正轨时，他将退休。

### 时间点

可以说近三十年来，侯为贵都能在正确的时间把准正确的位置。当中国最早开始改革开放时，他于 1985 年来到深圳创建了一家电信设备公司，成就了今天的中兴通讯。从最早为跨国公司制造组件，到打造中国品牌的电信网络设备，为新兴市场提供手机等终端，今天的中兴站在国际舞台上竞争合作。

2004 年，中兴在香港上市，也在今天赶上了智能手机的全球浪潮。

不过近期的美国安全调查事件，中兴在错误的时间站到了错误的位置上。因美国对中国网络攻击及间谍行为的恐惧，作为一家制造电信设备的中国公司，中兴被贴上了有安全风险的标签。

2012年10月份，在历经近一年的调查及听证会后，中兴和华为被美国国会认定有安全风险，不可信任。此举也使得部分中国官员指责美国贸易保护，有“冷战思维”。

对于侯为贵来说，这个时间点真是再糟糕不过了，中兴刚刚发布了上市以来首次季度亏损的财报，第三季度亏损约3.1亿美元，股票2012年累计下滑了55%。

美国此次安全调查结果发布，对中兴、华为来说，都是一次挫折，但相对规模较小的中兴，承受打击的程度更脆弱一些。华为作为私营企业，未对外部投资者公布受影响的结果。

市场研究公司Forrester Research分析师Bryan Wang说：“华为规模更大一些，而且是私营公司，在投资方面会更灵活一些。”Bryan Wang常驻北京，他说，这时候两家公司也没有其他选择，只能继续争取海外市场的增长。

### 挑战

4月份，侯为贵就已经71岁了，而且他拥有的中兴股票价值仅有100万美元，但对于他亲手打造的企业，在这个决定中兴成为真正全球玩家的关键时刻，他并不打算退休。而且，他看起来意志相当坚定地想要引导公司度过此次难关。

侯为贵相当稀有的同意在深圳总部接受采访，他谈到了公司如何着重于利润、如何降低海外运营成本、如何为本土市场的下一代移动网络升级做好准备，他说：“我们对很快扭转业绩充满信心。”

中国是全球最大的智能手机市场，本土运营商在下一代无线网络上的投资也相当大手笔。2012年10月，中国移动与中兴签署合作协议，中兴参与13座城市的4GLTE实验网建设，为未来的4G网络商用作好准备。

11月份，中兴出售子公司获得2.08亿美元的现金，这将提升全年的利润率，高盛投资公司预计，中兴2012年营收额会在150亿美元，利润额约1.22亿美元。

侯为贵在采访中透露，他预计公司2012年在美国的营收能达到10亿美元，大部分来自手机。

但最大的问题是，中兴的目标是在全球无线网络设备市场赚取550亿美元。

凭借着产品价格优势，中兴在欧洲、北美市场取得了一席之地，但这些市场的利润低于中国和非洲。侯为贵称，突破发达市场是一个长期策略，他说：“我们为大型跨国运营商提供了非常有利的商业条款，这也使得中兴遭受亏损。”

消费终端产品的利润率也相当薄，中兴已是全球第四大手机制造商，2012年第三季度的份额为3.9%。但在利润方面，中兴远远落后于苹果和三星，中兴

大部分在海外市场销售的手机，是与运营商套餐捆绑的低端机型，产品知名度也不高。

一般说来，一部中兴手机的售价在 125 美元，但中兴后续新推出的智能手机面向中高端市场，利润相对较高，侯为贵称：“我必须承认，我们与苹果、三星的差距很大，但我们正在努力缩小差距。”

### 初创

中兴面临的这些挑战，和 1985 年初创时遇到的几乎一样，当时发展落后的中国电信市场依靠进口设备。离邓小平指定将当时是一个小渔村的深圳建成经济特区的时间才过了六年，相邻的香港仍在英国政府统治下，其电信市场发展程度远远超过了大陆。很明显，外国厂商对中国电信市场追赶世界的作用是不可或缺的，本土公司只有一边等着的份。

出生于南京的侯为贵，做过老师，后来加入国有机构西安航天部，他在那里负责设计集成电路。再之后，侯为贵频繁地在深圳和香港间出差，终于 1985 年，他带领西安航天部的六名工程师创建了中兴半导体公司，这时仍算西安航天部的一个副产品，后来得到香港私人投资者的投资，公司得到重组，成就了中兴通讯的雏形，1997 年中兴在深圳上市。

起初，这些工程师们专注于设计电话交换机、电路，在中兴新建的 36 层的历史博物馆中，创业之初的交换机是是一个骄傲的展示，当然博物馆里还展示了年轻时候的侯为贵以及初创团队的照片，甚至中兴第一辆公司用车——深蓝色的奔驰 sedan。

到了 20 世纪 90 年代，中兴开始渴望进入当时被外国厂商主导的中国电信市场，1990-1995 年间，中国的电话用户数量从 700 万猛增到 4100 万，但几乎没有本土厂商参与市场竞争。自从运营商开始采购中兴和华为提供的价格较低的设备后，这一局面从此改变，中国电信市场打开了安装、运营本土品牌设备的大幕。

现在业界关于中国电信设备制造商的一个共同断言是，中国政府扶持了他们的成长。但一名常驻北京的行业顾问 David Wolf 认为，中兴和华为的成功是因为投资对了技术。David Wolf 将此称之为一个神话，他指出，其他行业的很多中国企业背后也有政府支持，但至今都跟不上行业的发展，很多企业甚至悄悄消失了，他说：“中国正在以他们自己的方式，打造全国冠军。”

### 实际控制者

那么问题就在于，谁实际拥有中国这些电信设备商，他们能够额外控制些什么，这是美国国会议员争论不休的一个话题。美国国会情报委员会认定华为中兴有安全威胁，就是因为他们与国有机构的关系。共和党人迈克·罗杰斯说：“我们非常担忧华为和中兴与中国政府的关系。”

那么，谁拥有中兴？中兴通讯的最大股东是中兴新，这是一家由西安微电子控股的企业，其他股东还有国有机构，以及侯为贵创建的投资公司，其余将近70%的股份是在上市公开交易的。侯为贵称中兴是一家向股东负责的私营公司，他说：“我个人认为，国有机构拥有多少中兴股票，与安全与否是不相关的，因为我们是公开上市的透明企业。”

在问及他对美国国会阻止中兴参与电信设施建设如何回应时，侯为贵谨慎选择措辞：“我们理解的美国是一个自由市场，依法而治，但我们无法理解这份报告。”

美国这份报告将中兴企业内部设立党委会，视为存在政府控制的标志。侯为贵称，在中国开展业务的所有私营企业都有党委会，但它不参与运营管理。他说，他本人不是党员，也不在公司党委会中任职，不过中兴首席执行官史立荣是党委会成员。在问及党委会都做些什么的时候，他双手一摊，一脸无可奈何：“我感觉美国国会议员，真的是夸大了党委会在企业业务中发挥的作用。”

#### 澄清

自从美国众议院宣称，报告还有未公布的机密部分，暗示还有更大的内幕。中兴和华为都愤愤不平地表达了不满，均称没有在设备中安装后门。调查报告也回避了另外的问题，即美国间谍机构有没有收集到任何海外电信网络被非法收集数据的案例，或者是否有美国制造商背后活动。

另外，大部分在美国出售的电信设备，其组件都来自中国，包括诺基亚西门子和阿尔卡特朗讯的路由器和交换机，阿朗甚至在上海和中国国有机构成立了合资公司。

侯为贵表示，中兴向全球超过100个国家的运营商出售设备，从没有因安全问题被阻止。他说：“这是一个纯粹的事实，我们的设备不构成任何威胁。”

对中兴来说，未来存在的风险就是，可能其他国家会效仿美国。印度曾在2010年因安全顾虑封锁中国电信设备，后来出台更加严格的安全审查解决了这个问题。不过印度政府近期又提出这个问题，建议禁止中兴和华为参与国家光纤网络建设。澳大利亚也采取了类似动作，禁止华为参与国家宽带网络项目。

中兴在伊朗问题上也遭遇了挫折，被指违反美国贸易制裁规定，向伊朗出售美国品牌的设备。中兴对此已经作过回应，称已经对出口伊朗的美国产品进行严格控制，愿意配合美国政府的调查。这次事件爆出后，思科近期结束了与中兴长达七年的合作关系。

这起事件也反映出美国与中国技术公司间的业务往来。侯为贵称，中兴2012年从美国采购的部件价值30亿美元，中兴美国公司有超过300名员工，大部分

都是美国公民。但这些仍不足以舒缓部分国会议员的敌意，因为安全部门将日益增多的恶意网络间谍行为视为由中国发起。

侯为贵说，中兴将继续在西方市场出售电信设备，也在尝试打造品牌。在接受《福布斯》亚洲采访前，他刚刚会见了一家西班牙宽带运营商，不过他拒绝透露是哪家运营商。他频繁地在全球出差，已经数不清去过多少国家了。

所有这些挫折，都没有使这位企业家认输，他说：“总有一天，每个人都会退休，当中兴业务向好，运营步入正轨时，我也就退休。” 来源：2012-12-3 中国通信网

[返回目录](#)

## 【华为】

### “荣耀”华为

用混战来形容目前的手机市场并不为过，抢占移动互联网的利润制高点成为互联网企业提升业绩的当务之急，而切入手机业务、抢占终端客户则成为最直接的方式。小米、百度、盛大、阿里巴巴、网易……这些已经着手、意图着手进军手机业务的互联网企业正不断壮大，作为传统制造企业，如何在品牌推广上抵挡这些“外来者”的入侵将时刻考验着华为的智慧。

事实上，华为的主营范围为交换、传输、无线和数据通信类电信产品，在电信领域为世界各地的客户提供网络设备、服务和解决方案的 B2B 业务，是全球最大的电信网络解决方案提供商，全球第二大电信基站设备供应商，属于幕后功臣而不被普通大众所熟知。

2011 年底，公布华为第三季度超过苹果，成为中国第三大智能手机商。2012 年 4 月 18 日，在北京 Ascend P1 的发布会上，华为终端公司董事长余成东公布 Honor 销售业绩，过 100 万台，国内同类产品第一。尽管华为手机在销售业绩上达到不菲的成绩，但华为手机在品牌建设方面要遭遇在中国消费者对国产品牌普遍信任度不高的特色国情影响，如何在多如牛毛的手机品牌中脱颖而出是摆在华为面前的一道难题。

对此，华为品牌及对 Honor 产品所具备的 6 大优势——高速开机、超长待机、系统 UI、高清拍摄、全球首款安卓 4.0 深度定制版智能手机（在当时）和华为 cloud+ 云服务的分析，际恒团队通过实地走访华为各大终端卖点二十余次进行观察和近十余次座谈访问的调研之后得出结论，华为的消费群体多为偏理性消费者，即消费者中最具有明确消费需求、最关注性价比，同时较为注重口碑影响力的人群。

基于对目标消费者的洞察，际恒团队和华为终端团队制订了以“打造在性价比基础之上的极致人性化体验”的核心策略，通过线上线下双线并用紧密捆绑式的传播手段，使得不仅迅速与其他品牌建立区隔，同时稳固强化自身竞争优势，从而迅猛切入中高端智能手机市场。

除了传统形式上的依靠大量 IT 专业媒体的互动及新闻传播外，在这个互联网更注重全民参与互动的时代，华为终端对强体验式传播、互动话题及事件、病毒营销的自媒体口碑传播更为侧重，而这恰恰是互联网企业的强项，如何向竞争对手学习成为营销传播的关键。

自 2011 年 9 月始至 2012 年 3 月止，共策划并执行了微博互动活动 5 起，病毒视频及四格漫画 4 例，体验活动 5 起。借此强化在购买决策点上的传播针对潜在购买者的实际购买关注点，进行传播点预埋，将华为 Honor 最强势卖点(超长待机、全球首款安卓 4.0 深度定制版智能手机)与用户需求紧密结合，达到将 Honor 的优势以偏理性的消费群为核心，向更广泛的庸众层面扩散。

华为 honor 在品牌推广做了大量新媒体营销的尝试，同时，在这些平台上聚合了真正技术发烧友。据互联网消费调研中心数据显示，在 2012 年 2 月中国国产手机市场产品关注排名中，Honor 紧随小米排名第三位。

在近四个月的超长延期上市且全程无大规模广告投入的情况下，通过专业媒体、自媒体互动与线下实体活动的整合执行传播，实现从偏理性消费者向庸众层面的传播及扩散。不仅保证了 Honor 较高的热度及关注度，更成为现今国内中高端智能手机市场的热门产品之一，获得消费者的认可，形成良好口碑，拓展普遍认知；稳步提升华为终端品牌高度，并为后续上市的华为高端智能手机做好推送铺垫的作用。

华为 honor 四核爱享手机便是合理利用强体验式传播、互动话题及事件、病毒营销的自媒体口碑传播，这款手机最早由在国庆期间，奥运冠军孙杨所发一条微博尾巴显示：来自“华为神秘手机”，接下来来自“华为神秘手机”的微博尾巴又出现在柳岩、叶诗文等诸多明星的微博上，这起到很好的传播效果。来源：2012-12-1 21 世纪经济报道

[返回目录](#)

## 华为：用手机搭建沟通世界的桥梁

近日，虽然美国国会为华为定下“莫须有”罪名，华为的美国之行略显受阻，但这并没有撼动华为在整个通信市场的地位，也没有影响华为手机终端在全球市场的火爆销售，更没有改变华为在中国人心中的分量。有数据显示，华为智能机

C8812 在中国销量已超过 600 万台，连续数月位居畅销机型榜首。华为击碎了国产智能手机没市场的论断，也让世界再一次将目光聚焦在其身上。

1987 年，军人出身的任正非在深圳成立了华为技术有限公司，至今已经成为全球第二电信设备供应商。在这个过程中，华为拓展了手机终端业务，并且在最短的时间内抢占了世界各地的市场，这让华为更加国际化。截至 2012 年 6 月 30 日，华为员工总数约 15 万人，研发员工占总员工数量的 46% (约 70000 人)，海外员工本地化比例为 73%。此外，华为还在全球设立了 14 个地区部、15 个研究所、25 个联合创新中心和 45 个培训中心，产品与解决方案已经服务全球 140 多个国家和地区。

### 记者手记

在贫困的非洲、在战乱的中东、在发达的美国、在大洋彼岸的巴西……“华为”两个字承载的不仅是一个企业的收益，更多的是一种沟通世界的责任。华为最初给人的感觉是任正非军人般的严肃，但随着触角的延伸，其温情的一面也让人动容，在采访中我了解到，华为的很多员工都坚守在建设和维护世界通信的第一线。战乱之后，他们更是积极为难民提供与家人联系的通信方式，而华为的手机终端也成为世界各地的人们与亲人沟通的重要工具。

华为之所以能够这样稳定地发展，除了这份责任外，还有其不断适应和进取的“个性”，如对待局势不稳定的中东地区，华为公司选择与当地电信建立合作关系，其产品质量也得到当地人的认可。此外，面对美国电信企业思科多年来的刁难，华为并没有退却，而是以最优质的产品品质和最高雅的企业内涵来应对。这些品质是值得其他企业和个人学习的。

### 在中东：本土化是成功之道

华为进入中东地区已经有十余年的时间，形成了稳固的市场占有率，电信服务覆盖巴林、卡塔尔、沙特阿拉伯等 10 个中东地区和国家。其中在中东员工总数已超过 3000 人，其中有超过 70% 的员工为本土雇佣，本土化也成了华为手机占领中东市场的重要战略。

据了解，华为和中东地区的主要电信运营商均建立了稳定的合作关系，如阿联酋电信、沙特电信、迪拜的 Du 和卡塔尔电信等等。2012 年 7 月，华为与沙特电信合作推出了华为 Ascend P1 智能手机，正式进军中东高端手机市场，在此之前，华为已经通过与供应商的合作推出了多款手机，并针对当地用户制定了多款合约机套餐，得到当地市场好评。

此外，记者了解到，为了更好地提升本地化的管理和服务水平，华为陆续在中东各国建立了 3 个资源中心、5 个培训中心以及多个本地实验室，并逐步成为中部非洲地区通讯领域中及教学、科研、培训的支柱性机构。

### 在巴西：创新深拓本地市场

与进入中东市场一样，华为进入巴西市场也有十余年历史。在这个大洋彼岸的国家，华为的产品已经成为必需品，争取市场的方式就是积极创新。华为将生产变为本土化，据了解，华为每年在巴西间接提供至少 12000 个工作机会。

2012 年上半年，华为在巴西推出了首款高端智能机“荣耀”，与巴西市场的同类机型相比，“荣耀”待机时间长、开机速度快、性价比更高，一经上市便广受好评。据华为公司南美地区部副总裁刘向东介绍，2012 年华为还将在巴西市场陆续推出两款高端智能机，预计销量比去年增加 100 万至 150 万部。

多年来，华为始终支持巴西的各项事业。2011 年，华为向巴西政府捐赠了两套云计算设备，用于西北部地区的远程教育、科学研究以及医学治疗。据透露，华为还计划未来几年内持续在巴西建设本地化的研发中心、拓展本地的培训中心及供应中心，并且在当地设立教育基金，预计投资总额将超 3.5 亿美元。

### 在非洲：消除数字鸿沟支持慈善

众所周知，非洲各国由于自然灾害和战乱造成的贫富差距大、信息不对称明显，电信企业要入驻非洲并占领市场是一件极其挑战的事情，而这块硬骨头则被华为啃了下来，不仅电信信号覆盖广，其手机终端也成为当地的热销品，而这样的信赖全来源于华为的优秀品质和道义表现。

2011 年 5 月，非政府组织、当地运营商同华为一起在肯尼亚开展了人道主义救援，在当地建立了应急网络，以帮助当地居民在无线网络覆盖地区能够尽快与亲属联络。

积极促进中非文化的交流也是华为多年来工作的重中之重，如在南非赞助“今日女孩，明日领袖”活动，为当地女孩普及更多的知识，并为培养本地良性认知做出贡献。自 2010 年以来，华为还携手尼日利亚著名社会公益组织 NUNGTSO 慈善机构在当地开展的“快乐儿童节”公益活动，两年间赞助了八个州百余名孤儿，改善了他们的生活条件和学习环境。

### 在挪威：手机之路不平凡

在华为进入挪威市场前，欧美多个大牌手机都已提前抢占了这个市场，这让华为手机的挪威之行略显困难。

2011 年，高品质的华为 U8800 深受消费者喜爱和信赖，年销量超 30000 台，这令华为品牌认知度快速提升。然而，好景不长，2011 年夏季推出的 U9000 却因定价和交付延迟等原因受到媒体差评，影响了最终市场销售。

在受到创伤后，华为总结了经验教训，制定了适应本土文化的市场策略、构建了新的渠道平台、重建与挪威消费者们的情感联系和品牌信任。2012 年，华为手机在挪威推出了新款智能机——荣耀。在渠道方面，华为聚焦于最大零售商

Elkjop 和最大网店 Komplett, 同时与渠道商 Brightpoint, 、挪威第二大运营商 Netcom 开展了战略合作, 荣耀成功发售, 这让华为再次获得合作伙伴的信任和用户的认可。现在, 华为又在挪威推出了多款手机, 其中 G300 上市两周就被一抢而空。

### 在美国：“莫须有”罪名阻挡不了华为手机

众所周知, 美国国会没有为扣在华为头上的罪名找到任何证据, 但作为世界 500 强的中国民营企业, 华为得到了中国政府和同胞的支持。日前, 在回答十八大记者提问时, 我国商务部部长陈德铭严厉批驳美国的做法“太过分”, 他表态中国政府支持中国企业, 并将做有效的回应措施。虽然美国的贸易保护主义严重, 但华为手机的高性价比仍然被美国民众所接受, 尤其在近日得到更多国内力量支持后, 华为手机在美销量并未下滑。

据调查, 华为手机进入美国市场之前, 韩国品牌基本占领了美国手机市场的大部分份额。作为挑战者, 华为全线突破了所有美国运营商。华为 M835 等单款销售均过百万部。美国运营商 Cricket 力推的主力机型中, 华为 M860 (Huawei Ascend) 是其主打产品, 占有 Cricket 智能机销售的 90% 份额。华为旗舰机型 M886 (即荣耀) 被美国权威杂志 PC Magazine 评为“年度最佳 prepaid 智能手机”, 单周销量过万。

国内一些手机厂商在走零件组装之路, 这也让不少人认为国产手机没有技术含量, 只是在搭积木, 但是作为以技术立业的华为, 其终端公司 CEO 万飏告诉记者, 华为始终坚持技术创新。“华为在手机领域有自己的核心技术, 如自研芯片、节电解决方案等。”面对当前的不菲业绩, 万飏仍有更高的要求, 他告诉记者, 虽然华为手机的全球战略正在实施, 但是他希望在 2015 年, 华为手机能成为全球领先的手机品牌, “我们在产品上会坚持精品路线, 并选择适合各地用户的操作系统, 做世界一流的产品”。来源: 2012-11-30 北京晨报

[返回目录](#)

## 【诺基亚】

### 诺基亚发力企业级市场

随着 Lumia920 在多地取得不俗市场表现, 诺基亚也着力发展企业级用户市场, 同时开始与全球各个国家和地区的多个运营商联手合作。这也意味着诺基亚正在转变策略, 深挖产品营销渠道。

近日, 诺基亚在京与多家企业签署了包括 Lumia920 在内的 Lumia 系列智能手机采购合作备忘录, 首批采购数量超过 1000 万部, 因 Lumia 系列手机平均售

价高出 2000 元，预计首批采购额将达几千万元。签约名单在列的企业包括中国航天北京航星机器制造有限公司、网秦、首都信息、时代凌宇和国信灵通等。

诺基亚表示，Lumia 系列手机可支持 Exchange Server、SharePoint、Office 365 等丰富办公应用。诺基亚还将协助各家企业开发基于 Windows Phone 的定制化移动终端服务，同时将对企业用户的个人信息隐私采取更严格的保密措施。不难看出，诺基亚在注重消费级用户的同时，也在深耕含金量较高的商务用户市场。

除了在企业级市场发力，诺基亚在营销渠道上也开始注重与全球各个国家的多个运营商合作。日前，Lumia920 在德国、澳大利亚等多个国家和地区出现售罄情况，其中一个重要推动因素在于诺基亚与运营商的深度合作。由运营商定制能够借助其庞大的渠道和宣传推广资源迅速铺货到市场，同时运营商对定制机给予价格补贴，也有助于吸引消费者购买。在这一点上，酷派、中兴通讯、华为、联想等本土厂商都尝到了甜头，尤其酷派 90% 以上的智能机都是采用与运营商定制模式。

作为对诺基亚举足轻重的中国市场，诺基亚首次联合国内最大的运营商中国移动，将于 12 月 5 日正式推出移动版的 Lumia 920。而今日，Lumia920 在香港正式开售，销售前景也被投资机构看好。

这对于诺基亚来说绝对是个好消息。2012 年三季度，该公司净亏损达 9.43 亿欧元，在中国市场的手机销量更是同比下降了 64%。在市场研究机构 Gartner 的全球智能手机出货量排名报告中，诺基亚跌至了第七位。但鉴于 Lumia920 的良好市场表现，Gartner 分析，Lumia 智能手机 2012 年四季度将遏制诺基亚市场份额下滑，而到明年将给诺基亚的市场地位带来明显提升。

业界专家指出，诺基亚作为老牌手机巨头，凭借多年积淀，拥有相当可观数量的专利技术，在移动互联网时代的转型进展虽缓慢，但一旦这个巨头转型成功其威力是不容小觑的。诺基亚要重振手机业务的复兴，未来在产品技术持续创新的同时，还需要拓展更广的产品渠道，全方位发力方能实现。来源：2012-11-28 北京商报

[返回目录](#)

## 分析师称诺基亚难以恢复稳定盈利能力

美国投资公司 Raymond James 分析师塔维斯·麦科特 (Tavis McCourt) 周二发布研究报告称，按照目前的复兴战略，诺基亚很难恢复稳定的盈利能力。

麦科特表示，对 AT&T 的调研显示，Lumia 920 手机需求强劲，但 Verizon 的 Lumia 822 需求略差。由于诺基亚对 Lumia 920 展开了更为激进的促销，因此

这一结果并不令人意外。“AT&T的代表对该产品的整体评价与2012年4月发布的Lumia 900类似，但却存在更多的供应问题。”不过，该产品的需求仍然远远落后于苹果iPhone 5和三星Galaxy S3。

他还指出，Lumia 920的整体销量仍然较低，未能跻身亚马逊的十大畅销榜，该榜单以往都能很好地反应智能手机的整体需求。“尽管媒体都在关注Lumia 920供不应求的状况，但HTC 8X和三星ATIV S也遭遇了供应问题。”麦科特说。

麦科特总结道，可持续性是关键问题：“当AT&T2012年4月开始销售Lumia 900时，曾经有两个月进入亚马逊十大畅销手机榜中，并得到了AT&T的大力宣传，但随着竞争加剧，需求很快降低。诺基亚肯定像Lumia 900一样为Lumia 920集中了很多资源，但与创造初期需求相比，在初期的广告和运营商宣传过后，持续维持增长势头却更加困难。HTC的Windows Phone手机8X和三星的ATIV S也将成为Windows Phone生态系统中的重要竞争对手，因为这两款产品也搭载Snapdragon S4处理器，但材料比Lumia 920更轻，厚度也更薄。”

考虑到以上种种原因，麦科特重申诺基亚“逊于大盘”的股票评级。来源：2012-11-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 诺基亚西门子将关闭德国工厂 裁员 650 人

诺基亚西门子周四表示，受关闭德国布鲁萨赫尔(Bruchsal)工厂的影响，公司将裁员 650 人。

诺基亚西门子是诺基亚和西门子各持 50% 股份的合资公司，该公司当前正在执行一项成本削减计划，包括裁员 1/4，并出售一部分产品线。调整后，诺基亚西门子将关注移动宽带业务。

诺基亚西门子表示，到明年年底，此次重组预计将公司带来 10 亿欧元(约合 13 亿美元)的成本节约。

诺基亚西门子发言人称，该裁员计划已经于本周二通知给布鲁萨赫尔工厂员工。根据与工会代表的谈判结果，被裁减的员工将在未来 3 个月至 6 个月内离开。来源：2012-11-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 诺西出售光纤网络业务 重点发展移动宽带

诺基亚西门子通信公司(Nokia Siemens Networks, 以下简称“诺西”)周一宣布, 将把光纤网络业务部门(Optical Networks)出售给美国投资公司 Marlin Equity Partners, 从而将业务重心集中在移动宽带方面。

诺西在一份声明中称, Marlin Equity Partners 将把该光纤网络业务部门组建为一家新公司, 并计划将其打造成全球光纤市场的领先供应商。新公司总部将设在德国慕尼黑, 将由诺西网络业务部门当前管理团队继续领导, 赫伯特·莫兹(Herbert Merz)将出任 CEO。

诺西表示, 出售该部门后, 公司可以集中精力发展移动宽带业务。该交易预计将于 2013 年第一季度完成。届时, 将有 1900 名员工将被转移到新公司, 这些员工主要位于德国、葡萄牙和中国。

当前, 诺西业务范围遍及全球 150 个国家。本月早些时候, 诺西曾宣布关闭一德国工厂, 并因此裁员 650 人。此次出售光纤网络业务部门是公司重组计划的最新举措, 诺西年初曾表示, 计划在全球范围内裁员 1/4。来源: 2012-12-3 新浪科技

[返回目录](#)

## 诺基亚招聘Linux工程师 否认转投Android

诺基亚的一则招聘启事显示, 该公司正在招募 Linux 工程师。由于 Android 采用 Linux 核心, 因此有人猜测诺基亚将开发 Android 手机。但该公司发言人随后予以否认。

这份发布在美国职业社交网站 LinkedIn 上的招聘启事希望招募“嵌入式 Linux 中间件首席软件工程师”, 负责“我们令人振奋的新品的嵌入式 Linux 设备软件和硬件驱动”。

由于诺基亚已经承诺开发 Windows Phone 8 平台, 而微软也已因此向其支付了每年 10 亿欧元的费用, 因此诺基亚此举颇受业内关注。

Lumia 920 虽然广受好评, 但似乎仍然不足以令微软和诺基亚翻身。微软 CEO 史蒂夫·鲍尔默(Steve Ballmer)曾经表示, Windows Phone 的销售速度已经达到去年同期的四倍, 但并未具体披露诺基亚的销量。

虽然 Windows Phone 平台销量提升, 但仍然不足以撼动 iPhone 和 Android 的地位。诺基亚第三季度出售 700 万部 Lumia 手机, 美国销量仅为 60 万部。虽然已经较第二季度实现了翻番, 但在整个智能手机市场中的占比依旧很低。

与此同时，由于微软已经推出了 Surface 平板电脑，该公司自主生产手机的可能性越来越大。倘若诺基亚的状况不尽快改善，其最大的合作伙伴微软反而有可能成为它最大的竞争对手。届时，Android 将成为诺基亚的唯一选择。

不过，诺基亚发言人道格·道森(Doug Dawson)随后表示，该公司之所以招募 Linux 工程师，是为了开发 Android 版 Here 地图应用。他在 Twitter 中发信息称：“我们最近发布的招聘启事与 Here 地图有关，为的是支持其他平台，包括 iOS 和 Android。除此之外，别无他意。” 来源：2012-12-3 新浪科技

[返回目录](#)

## 诺基亚或在欧洲翻身：iPhone 5 存在 4G 短板

导语：国外媒体今天撰文称，虽然苹果 iPhone 的用户体验非常优秀，但由于无法兼容欧洲的多数 LTE 4G 网络，导致该公司被很多潜在购买者排除在外。而诺基亚则有望借助对 4G 技术的全面支持，在欧洲市场实现复兴。

以下为文章全文：

### 网络优势

当汤米·约翰逊(Tommie Johansson)上月在瑞典斯德哥尔摩选购新智能手机时，他很快排除了 iPhone 5。原因是：速度太慢。

苹果的这款手机与多数欧洲运营商的 4G 网络都不兼容。这为诺基亚创造了难得机遇：通过全面发挥高速无线网络的的优势，重新夺回市场份额。

诺基亚不仅在与苹果和三星争夺欧洲消费者的假日购物预算，还在争抢 LTE 智能手机市场的前沿阵地。这类手机的速度通常更快，屏幕也更大。对于收入下滑和亏损加剧的诺基亚而言，赢得约翰逊这样的用户，可以帮助他们在苹果和谷歌主导的市场重回正轨。

“我必须使用高速上网服务，所以我知道我得用一款 4G 手机。”41 岁的软件开发人员约翰逊说，诺基亚 Lumia 920 “就是我要的”。

LTE 是“长期演进”的缩写，这种无线技术可以提供更快的网络浏览、歌曲下载和流媒体视频服务。虽然 iPhone 5 可以接入美国最大移动运营商的 LTE 网络，但由于欧洲运营商采用了不同的频率来提供 LTE 服务，因此无法在欧洲实现兼容。

### 4G 需求

高速 LTE 模块和 Windows Phone 8 系统是 Lumia 手机的两大卖点，诺基亚希望借此重新吸引转用其他平台的老用户。据市场研究公司 Strategy Analytics

测算，苹果和 Android 目前控制着欧洲智能手机市场近 90% 的份额。作为曾经的智能手机霸主，诺基亚只能与 RIM 等其他二流企业争夺“残羹剩饭”。

“Lumia 的 LTE 模块有望帮助诺基亚在购物季中脱颖而出。”诺基亚斯堪的纳维亚地区总经理乔安·艾德哈金 (Johan Edihagen) 说。

有报道称，Lumia 920 在德国上市后很快售罄，这也推动诺基亚股价在过去两周内上涨 21%。但与 iPhone 五年前发布之前相比，诺基亚股价仍然缩水了 90%。

“欧洲消费者对 4G 手机的需求显然很强。” Strategy Analytics 分析师尼尔·茅斯顿 (Neil Mawston) 说。他预计，诺基亚 2012 年第四季度将出售 500 万部 Lumia 手机，高于上一季度的 290 万部。

### 苹果短板

Strategy Analytics 称，诺基亚 Lumia 920 和 820 手机可以兼容西欧的 20 多个 LTE 移动网络。iPhone 只能兼容德意志电信和英国 EE 公司的 LTE 网络。

茅斯顿认为，苹果在设计手机时或许优先考虑了美国市场，因为该国的 LTE 网络覆盖范围比欧洲更广，潜在用户也更多。苹果尚未宣布是否会增加 iPhone 5 兼容的网络数量，高管也拒绝发表评论。

专注于美国市场意味着苹果正在欧洲市场失去一批早期的 LTE 用户。Strategy Analytics 的数据显示，西欧智能手机出货量上一季度达到 2810 万部，美国仅为 2670 万部。

“由于新手机不支持 LTE，有越来越多的人开始质疑苹果。”斯德哥尔摩一家手机店的销售员菲利普·卢博杰 (Filip Ljuboje) 说，“3G 网络因为用户过多而拥堵，所以使用 LTE 就成了首选。”

仅凭 LTE 这一项优势还不足以拯救诺基亚。该公司还需要与三星等竞争对手争夺用户，而后者并不存在 LTE 的瓶颈。

### 忠实用户

三星手机主要采用 Android 操作系统，目前已经成为全球第一大智能手机厂商。该公司也将 LTE 作为主要战略，而 Galaxy S III 和 Galaxy Note II 也都兼容欧洲的 LTE 网络。

“这肯定能够推动我们的业务。”三星北欧电信业务主管马汀·库伯格 (Martin Cullberg) 说，“目前的重点是向用户展示支持所有 LTE 频率的优势。”

德意志银行分析师凯·考舍尔特 (Kai Korschelt) 认为，三星的强劲发展势头以及苹果和 Android 所获得的用户满意度，是诺基亚智能手机复苏的关键障碍。他在上周的研究报告中建议“卖出”诺基亚股票。他认为，德国零售商的 Lumia 之所以很快售罄，或许是因为供货不足，而非需求过高。

“初期的关注和销量似乎主要源于诺基亚的忠实用户和消费电子发烧友。”考舍尔特说，“我们发现，在智能手机这个竞争激烈的双寡头垄断市场，诺基亚的 Windows Phone 8 设备对消费者的吸引力仍然有限。” 来源：2012-12-3 新浪科技

[返回目录](#)

## 传诺西德国部丢失关键合同 或 2013 年年底关闭

据国外媒体报道，德国报纸 Sueddeutsche Zeitung (以下简称 SK) 援引消息人士的话称，德国电信公司取消了同诺基亚西门子通信公司 (简称诺西) 德国部的合同。失去客户订单的诺西德国部难以维持下去，将于 2013 年年底关闭。

SK 报纸称，从公司内部多处获得的消息表明，订单丢失和公司关闭的消息将于周三召开的一个会议上宣布。届时，公司将不得不通知 1000 多名员工，同德国电信达成的合同将于本月底终结，促成新合同的努力相继失败，公司难以继续维持。

诺西公司是由诺基亚和西门子组建的合资公司，主营网络通信业务，近些年长期遭遇亏损。目前，该公司正在执行一项削减成本，达成重组的计划。该计划包括在 2013 年年底前全球裁员四分之一 (约 17000 人)，出售部分生产线。昨天，诺西宣布，公司准备将旗下光纤网络部门出售给 Marlin Equity Partners 公司。来源：2012-12-4 Techweb

[返回目录](#)

## 【其他制造商】

### 联想进军俄罗斯智能手机市场

联想已开始在俄罗斯销售智能手机，作为中国第二大智能手机厂商，该公司正寻求将其在全球 PC 市场的统治力延伸至手机和平板电脑领域。

联想发言人克里斯·米尔沃德 (Chris Millward) 今天在接受采访时表示，该公司已开始在俄罗斯销售 S880 和 P700i 两款智能手机，但他并未透露具体的销售目标。

联想在上个季度取代惠普成为全球第一大 PC 厂商，公司 CEO 杨元庆此前表示，他的目标是实现联想移动设备在全球范围内的销售增长。联想 2010 年在中国大陆市场推出了首款触控屏手机，过去 4 个月陆续进军了印度、印度尼西亚、越南和菲律宾等国家的手机市场。

新鸿基金融公司驻香港分析师史蒂芬·杨(Stephen Yang)表示：“联想拥有一系列性价比很高的产品，可以满足新兴市场消费者的需要。随着手机市场从功能型手机向智能手机的转变，联想的策略是开拓可以令其实现规模增长的大市场。联想认为，他们的智能手机销量未来几年内便可以在俄罗斯跻身前五。”

截至今天上午 11 点 53 分，联想股价下跌 0.7%，至 7.02 港元，该股 2012 年以来已累计上涨了 35%，而同期香港恒生指数的涨幅为 17%。

联想亚太及拉美地区总裁米尔科·范·杜伊吉(Milko Van Duijl)上个月在接受采访时表示，联想目前是中国第二大智能手机厂商，正计划从三星电子抢得市场霸主的宝座。米尔沃德称，联想本月早些时候开始在俄罗斯出售智能手机。

联想负责生产智能手机的移动互联网与数字家庭业务部门在 2012 年上半年的营收增长了一倍以上，达到 13.1 亿美元，而同期该公司总营收增长 11%，至 86.7 亿美元。来源：2012-11-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 夏普高通将合作研发智能手机节能面板

夏普和高通已达成一项合作协议，双方将利用夏普的显示技术，为智能手机开发节能型液晶面板。

夏普将提供铟镓锌氧化物技术，这一技术能明显降低面板的能耗。夏普和高通最早将于本周二公布合作细节。

另一方面，通过新股的定向发行，在 2012 年年底之前，夏普将获得高通的 50 亿日元(约合 6100 万美元)投资。如果合作取得实质性成果，那么夏普还将获得 50 亿日元额外投资。以夏普本周一的收盘价计算，100 亿日元投资将使高通获得夏普的约 5% 股份。

高通和夏普均未对这一消息置评。

由于市场份额的下降和巨额亏损，2012 年以来，夏普市值已经下跌了 3/4。来源：2012-12-4 新浪科技

[返回目录](#)

## LG手机开始在华裁员面临补偿难题 数月未出新品

知情人士透露，上周开始，LG 电子手机业务在全国的 26 个办事处已陆续有员工接到即将离职的通知，这意味着 LG 手机在中国终于开始要裁员，由于在 3G

时代智能机战略失误、产品研发落后于中国市场，LG 电子在中国的手机业务已终于快走到了山穷水尽的地步。

### 除库存旧机型外几乎无货可售

LG 电子手机业务要在中国实施裁员在 LG 内部传闻已久，早在 2012 年 10 月，LG 电子手机业务的一些员工已经被找去“谈话”，告知可能会实施裁员，但后来一段时间并未实施。

“每天都有新的消息，每天都可能会有进一步的不利信息”，一位 LG 电子手机中国业务的经销商人士如此透露。他表示，LG 电子内部甚至传言近期裁员会涉及分公司一线销售组织将近 1000 人，总部管理人员也将裁掉相当一部分；只留下月收入 10000 元以内的少量资历不高的员工留守。

新的危机来自于业绩的进一步下滑，知情人士透露，按照 LG 电子这样规模的厂商，一个月应该推一两款新机型，但目前 LG 手机在中国市场的的产品线近乎枯竭，新产品已经几个月没出来，目前各渠道都还是在卖老机型。尤其是国庆节后新机型迟迟不上，导致渠道内除了陈旧库存的旧机型外无货可售；而且，由于不能持续供货，导致渠道库存不能调整价格，下级经销商只好赔本甩卖或退货，LG 手机的国代商也承受了巨大损失，与 LG 合作一度面临取舍。

显然，导火线是 LG 手机无货可卖，无新品上市，导致 LG 手机销售组织成为多余，只能大规模裁员。

### 三大致命战略失误

此前，新浪科技的调查已发现，最主要的是 LG 电子误判中国 3G 智能手机大发展的时间点，在 2010 时误认为中国仍会以功能手机为主，结果错过了中国 3G 智能手机大发展的最重要时期。2010 年 11 月 LG 第一款智能手机才姗姗来迟，而众多竞争对手的智能机群已经轰轰烈烈推广了大半年；

知情人士进一步透露了 LG 手机近年来的具体情况。据悉，不仅是在智能机战略方面，LG 电子韩国总部对 3G 智能机市场预判失误，导致至今研发落后于市场。在运营商战略方面，受智能机战略研判失败影响，LG 电子为运营商开发的 3G 智能机产品同样落后，再加之 LG 近年对与运营商的合作一直积极性不够，销售组织一再萎缩导致各地运营商关系久疏，结果是 2011 年至 2012 年中国运营商 3G 业务大爆发时，LG 无法应对，全面溃败。

而在直供战略方面，2011 年 LG 电子看到竞争对手三星直供带来的丰硕成果后，全然不顾自身品牌弱势、产品线短缺、渠道不良等危机而急于跟进。直供是需要加强销售组织的战略，而 LG 手机在中国逆行采取逐步消减营销架构组织，最终从全国 40 家选择经销商开始直供，3 个月过后即告崩溃，最后只剩苏宁一

家 LG 依赖之前合作关系良好勉强维持。而到了 2012 年国庆节后，LG 电子再无新机型可供，这次渠道改革也无疾而终。

### 面临裁员补偿难题

“就这样，2012 年 10 月后，LG 手机业务在中国终于走到了几乎难以继续前行的地步，可以用大厦将倾来形容”，前述的熟悉 LG 手机中国业务的人士如此告知。

而 LG 手机业务酝酿退出中国的传闻已经四起，一种说法是，LG 计划经过全面裁员以后，终止中国的手机业务，期待 2 年后的 4G 手机商用后再做打算。毕竟 LG 手机在 4G 方面起步早，还不错。

另一种说法是，LG 中国手机业务的去留暂时不做决定，“带病前行”，坚持一段时间后等待新的 CEO 来处理，预计新的 CEO 的到来不需要太长时间。

但怎么解决都是艰难的决定，比如 2 年后即使能重新开始 4G 手机业务，这恐怕是 LG 的一厢情愿，推倒容易重来艰难，在一个国家手机事业的建立远不是那么简单的事情。

而把这个烫手山芋拖延到交接给新任 CEO，这也只是拖延战术而言，并不能解决 LG 手机中国业务的根本问题。

而且，无论怎么解决，LG 电子手机业务的中国员工都将面临裁员问题，据悉，如果算上促销队伍，LG 电子手机业务目前全国有近 1000 人，无论如何裁撤员工，都肯定需要与员工商量，补偿不可能太低，否则的话，摩托罗拉南京裁员的一幕就可能重演。来源：2012-12-4 新浪科技

[返回目录](#)

## 服务增值篇

### [[趋势观察]]

#### Gartner 预计 2014 年中国 3 手机商跻身全球前 5

市场研究公司 Gartner 预计，到 2014 年底，全球前 5 大手机厂商中，将有 3 家来自中国。目前，华为和中兴是中国排名领先的手机厂商，而联想在智能手机市场的份额也在不断提升。

Gartner 预计，诺基亚、黑莓、LG、索尼和 HTC 等公司在全球市场面临激烈的竞争。三星和苹果将是全球排名前两位的手机厂商，而智能手机在新兴市场的普及将改变市场竞争形势。

Android 系统的兴起给 OEM 厂商开辟了新市场，这些厂商此前可能缺乏软件方面的专业性和工程实力。围绕 Android 和 iOS，市场仍将继续整合，而其他操作系统则很难吸引足够关注。另一方面，随着越来越多厂商使用 Android 系统，产品的差异化也越来越难。

因此，传统手机厂商将受到挤压。在高端市场，它们无法与苹果和三星抗衡。而在中低端市场，它们需要应对市场新进入者，尤其是华为和中兴的挑战。中国厂商可以利用中国本土的入门级智能手机市场打下基础，随后开拓其他市场。来源：2012-12-1 新浪科技

[返回目录](#)

## 【移动增值服务】

### 浦东机场航班显示屏搬上 iPhone

浦东机场起降的当日或隔日航班动态；出发航班的值机、登机时间，值机柜台和登机口位置；数字地图提供在候机楼内行走的最快路线指引；到达航班行李提取转盘信息。

昨天，浦东机场官方 APP 客户端上线，直连机场数据中心。iPhone 和 iPad 用户可下载后查询浦东机场的航班动态、值机柜台等信息。

与第三方航空信息类 APP 相比，该 APP 直连浦东机场数据中心，提供的信息更全面、及时，查询范围包括：浦东机场起降的当日或隔日航班动态；出发航班的值机、登机时间，值机柜台和登机口位置；数字地图提供在候机楼内行走的最快路线指引；到达航班行李提取转盘信息。

据介绍，以往旅客只有到浦东机场看航班显示屏才能知道航班动态和办票柜台等信息，办出登机牌后才知道登机口信息。使用 APP 后，旅客到机场前就能预先知道值机柜台、登机口在哪个位置，等于将机场航班显示屏搬到了手机屏幕上。

该款 APP 还提供浦东机场地面交通、天气状况、机场服务项目、机场常见问题等信息。附带的平面数字地图标明了机场内商店、餐厅、邮局、自动取款机、失物招领等位置。

浦东机场承诺，APP 上线后将根据用户体验及时进行改进和升级。目前，苹果手机或 iPad 用户登录 APP Store 搜索“上海浦东机场”，即可免费下载。不久之后，安卓版浦东机场客户端也将推出。

#### “感知上海”登上 iPhone

继 11 月 20 日“感知上海”和“Touch Shanghai”中英文程序 iPad 版本在苹果软件商店 (APP Store) 推出后, 近日, 上海市人民政府新闻办公室又推出了该程序的 iPhone 版本, iPhone 用户可登录 APP Store 免费下载使用。

iPhone 版本在内容设置上与 iPad 版本基本一致, 包括“解读上海”、“回答上海”、“上海发布”、“玩转上海”、“图说上海”、“动感上海”和“媒介上海”等栏目, 全面介绍上海经济、社会、文化发展情况, 提供在沪居住、旅游、购物、娱乐等相关资讯。

据悉, 该程序 iPad 版本上线一周来, 下载量近万, 覆盖了中国大陆、香港、台湾, 以及美国、澳大利亚、英国、加拿大、日本等。来源: 2012-11-29 东方早报

[返回目录](#)

## 【网络增值服务】

### 残疾人免费上网服务启动

昨天是“国际残疾人日”, 首家残疾人免费上网社区落户建国门街道。社区内的 1400 余名残疾市民步行 5 分钟到 10 分钟, 即可到“温馨家园”免费上网。北京市残联启动“残疾人免费上网服务”工程, 2012 年年底, 400 个社区“温馨家园”将为全市残疾人提供免费上网服务。

普通市民家庭 8 成以上都拥有电脑, 但这一比例在残疾人家庭中不足 4 成。根据对全市残疾人居住地地理信息的比对, 北京市在 16 个区县选取 400 个残疾人居住相对集中的社区, 在社区温馨家园内开通免费上网服务。全市 42 万持证残疾人均可就近免费上网。家中有笔记本电脑的残疾人也拿着自己的笔记本, 到温馨家园免费接入网线。来源: 2012-12-4 北京晨报

[返回目录](#)

### 上海 578 条公交线明年可 4G 上网

昨日起, 市民乘坐 926 路、49 路公交车时, 能使用 WiFi 无线宽带刷微博、看新闻了。明年, 巴士公交 (集团) 有限公司旗下 578 条公交线上将实现 WiFi 无线宽带上网, 随着 4G 信号在市区的全面覆盖, 届时还将在公交车上享受网速更高的 4G “冲浪”。

记者昨日刚乘上一辆 49 路公交车, 手机便搜到一个名为“CMCC-BUS”的 WiFi 信号, 在浏览微博、新闻网页时, 网速一直稳定在 1 兆左右, 但使用视频下载后

速度明显减慢。上海移动集团客服部总经理韩毅介绍，明年巴士公交(集团)旗下所有公交线将实现 WiFi 无线宽带上网。接下来，还将争取让 WiFi 无线宽带信号覆盖到更多公交线路路上。

韩毅还表示，目前试点阶段在公交车上使用 WiFi 是免费的，运行成熟后会收取一定上网费。

目前，上海正大力推进 4G 信号覆盖，明年将覆盖上海市外环以内地区，网速将达到上行 50 兆/秒、下行 100 兆/秒的速度。来源：2012-11-28 新闻晨报

[返回目录](#)

## 技术情报篇

### 〔视频通信〕

#### 手机动漫规模有望突破 30 亿规模

移动互联网时代下，动漫产业的规模发展得到各界关注。日前，在国内动漫媒体高峰论坛暨爱动漫两周年庆典上，记者就此采访了中国美院传媒动画学院林超。他表示，我国动漫在移动互联网新媒体推动下，将迎来全新发展，但企业应尊重动漫本身规律进行创作，才能产生真正有影响力的作品。

#### 十八大强调新型文化，动漫行业机遇凸显

十八大报告强调“扎实推进社会主义文化强国建设。”其中，针对如何“增强文化整体实力和竞争力”的问题，报告中特别指出，要“促进文化和科技融合，发展新型文化业态，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。构建和发展现代传播体系，提高传播能力。扩大文化领域对外开放，积极吸收借鉴国外优秀文化成果。”

林超认为，政府在推动“文化强国”发展战略时，对于一些新兴文化产业如动漫产业等多有鼓励政策，近两年，此类新型文化业态也呈现出良好发展态势，为繁荣中国文化产业起到了积极的推动作用。此次，十八大报告再次强调“扩大文化领域对外开放，积极吸收借鉴国外优秀文化成果。”无疑为动漫等新兴产业未来发展指明了方向。

那么，对于动漫产业应该如何抓住这些机会？林超表示，动漫产业应契合时代背景，以真正提升文化整体实力与竞争力。“当前我国城镇化建设正在加快，文化作品若能满足城镇化发展需要将对推荐文化强国大有裨益。”林超认为，我国发展动漫具有悠久文化深渊、受众多，以及改革开放带来的各种新现象等优势，动漫企业应合理调配这些优势，推出有影响力作品。当前我国的绝大多数动漫作

品重复表现历史题材内容，现实选题少之又少。林超表示，所谓的动漫精品一定是表现当代人们的生活和人文精神。艺术来源于生活，比如在以前的农村判定一件事长者说了算，但现在城市的行政化已经替代了长者职权，这说明事物都在变化，脱离时代基础的作品很难引起的兴趣，更别说引起共鸣形成话题，“动漫作品应该提倡回归现实生活，在时代基础上提炼、发挥、升华。”林超说。

### 尊重产业规律，提升动漫影响力

近年来我国动漫产业在政策助推下飞速发展。最新的《中国动漫产业发展报告》显示，2011年动画片年产量突破26万分钟，远远超过日本和美国。数字繁荣的背后，却是一个我们必须面对的现实，除喜羊羊外，我们几乎拿不出有影响力的动漫形象和品牌。对此，林超表示，完善动漫产业扶持政策，动漫扶持资金要扶“质”不扶“量”。动漫产业的发展，不是只要有政府政策的扶持就可以水到渠成，更重要的是要在人才培养的同时，做好文化塑造的课程。好的文化如果没有专业系统的理解，最终也只是一张废纸，被这个社会所淘汰；同样的道理，中国五千年文化的深度汲取，对于动漫的创作而言更是如虎添翼。

林超认为，做动漫产业必须要将心“沉入”到这个产业中来，要多一分“板凳坐得十年冷”的耐心和定力，少一分“一夜暴富”、“快速领先”的头脑发热。而已经有一定基础的动漫企业则仍要专注于自身导演、策划、制作水平的提高等方面，只有这样，中国的动漫业才能在扎实的基础上一步步得到发展。

改变这一现状，重点在于必须改变人才培养方式，尤其应重视文化素质熏陶。动漫创作归根到底是一种艺术创作，只有有了较为深厚的文化底蕴作为其源源不断的创作源泉，才可能孕育出具有艺术感染力的作品。在学的理论知识的同时，需要多开一些文化选修课程，加强文化素质培养。

### 移动互联网锦上添花，爱动漫前景广阔

当前，移动互联网时代渐渐来临，意味着人们的阅读习惯在发生潜移默化的改变，而这必将进一步影响到各类传统文化产业的业态变化，以漫画为例，在传统的纸质图书阅读之外，各类看漫画客户端纷纷涌现，给了读者更多元化的阅读选择。

据了解，2011年，全球动漫产业的总产值高达9500亿美元，我国动漫爱好者约1.6亿，其中54.3%的人对手机动漫感兴趣。2012年到2014年是手机动漫市场从发展到成熟的时间，预计2014年中国动漫产业规模达到522亿元，手机动漫市场规模30亿。对此，林超表示，动漫作品不仅在内容上与时俱进，以动漫艺术形式表达了时代风貌，而且在技术上不断创新，使动画片既来源于生活，又领先于时代，构成了完整的金字塔结构。

如何将传统动漫的特点与手机、移动互联网的特点融合？林超表示，由于中国电信在互联网和 3G 手机发展上具有领先地位，在动漫新媒体产业链中将发挥独特的作用。他建议爱动漫利用移动互联网碎片化特征以及商业化特征做成全新商业模式，“动漫产业很庞大，有很多环节、体系支撑，但具体到移动互联网情境中，很多细小的变革其实都是在推动行业的小小进步，移动互联网上的动漫，如何让用户体会到短小精悍的乐趣，爱动漫可进一步探索。” 来源：2012-12-3 通信信息报

[返回目录](#)

## 【电信网络】

### 分析称LTE牌照不会太快发放

随着中国移动在国内高调开展 TD-LTE 的试验网建设，宣称在 2013 年投入 1800 亿人民币，在全国要建成 20 万个 TD-LTE 基站。更有各方利益团体的推波助澜，更加之最近 2.6G 频段上 TDD 频率的划分，一时间，仿佛 TD-LTE 发牌已经箭在弦上，TD-LTE 产业链也摩拳擦掌，纷纷预备投入到未来的市场蛋糕的争抢之中。

但是，TD-LTE 牌照马上就要发放了吗？个人认为：国内 LTE 牌照的发放，受政策因素，联通电信因素，技术因素，广电因素等诸多因素影响，上述因素交叉影响决策层的判断。

#### TD-LTE 牌照的发放政策因素取决于以下几个方面：

首先是电信市场竞争格局考虑。众所周知，中国移动 TD-SCDMA 包括设备和终端产业链的不完善，给中国移动发展 3G 业务带来了不少的麻烦，虽然这里面移动自身的问题也是很大的一个因素；但不可否认的是，决策层当初选定移动在发展 TD-SCDMA 时，除了有支持中国自有 3G 标准的考虑在内，更重要的一个考虑是：是利用 3 种 3G 产业链平衡三大运营商的竞争格局。

#### TD-LTE 牌照发放是否会打破目前逐渐均衡的电信竞争格局？

事实上，虽然 3G 缩小的三大运营商的差距，但电信、联通仍无法独力和中国移动匹敌；如果近期中国移动获得 TD-LTE 牌照，那么中国移动凭借其丰厚的现金储备，凭借 TD-LTE 实验部署的先发优势，将使得电信市场严重失衡，中国电信和中国联通将再次被甩在后面。这显然是决策层不愿意看到的。

此外，TD-LTE 必须成功的压力也是重要决定因素。虽然 TD-LTE 拥护者众多，但我们仍需看到，截至 2012 年底，全球将投入运营的 120 张 LTE 商用网络中，

TD-LTE 和混合 LTE 制式的网络占比不到 2%；TDD LTE 在芯片、终端和运营经验上，相比 FDD LTE 产业链的成熟度来说，存在不小的差距。

从决策风险上来说，近期内发放 TD-LTE 牌照，可能存在一定的风险，而决策层是无论如何无法承受 TD-LTE 运营失败的风险的，这不仅意味着网络建设资金上的损失，更会极大打击国家自主创新的积极性。

因此，从确保国家自主创新动力、国家荣誉的角度来考虑，决策层有可能会把 TD-LTE 的成功放在首要位置，而宁可等到 TD-LTE 完全成熟再全面上马；而非仅仅考虑中国移动意图以 TD-LTE 挽救其在 3G 时代的颓势。

TD-LTE 的牌照发放，在国家政策层面，存在着确保电信运营商竞争平衡，以及 TD-LTE 必须成功的考虑，其中的政策博弈非常复杂；绝非 TD-LTE 产业链一厢情愿。来源：2012-12-3 通信产业网

[返回目录](#)

## 【终端】

### 联通向三星定制 3G 相机

联通首次定制相机，这也是运营商第一次定制 3G 相机。昨天，中国联通向三星定制了这样一款特别的相机 GALAXY Camera。

这也是三星 GALAXY 系列的第一款相机，拥有 1630 万像素，4.8 寸屏幕，且基于安卓 4.1 操作系统。除了具有传统相机的拍照功能外，还可以触控，更引人关注的是它可使用 WIFI 和 3G 网络上网，除了不能打电话，简直就是相机模样的小平板。两家公司为它制定了促销政策，用户以 3999 元购买相机还可获得半年包的 3G 流量卡。另外，该相机还预置了联通“沃商店”等几款应用。来源：2012-11-28 北京晨报

[返回目录](#)

### 电信联合三星发布 W2013

日前，中国领先的综合信息服务提供商中国电信与全球移动终端市场领导厂商三星电子在北京举行联合发布会，隆重推出中国电信深度定制的年度贺岁手机——三星“心系天下”W2013。本次发布会上，中国电信和三星电子力邀国际巨星成龙出任形象代言人，两岸三地明星李宗盛、汪峰、容祖儿、萧亚轩、光良、李玟纷纷在演唱会上献唱，将大爱之声传遍天下。

“心系天下”是中国电信联合三星电子推出的深度定制高端旗舰手机品牌。历经时光砥砺，中国电信与三星电子联合出品的“心系天下”系列手机已经完成W699、W799、W899和W999的四代更迭，市场销量超过100万台，成为超高端手机领域举世瞩目的传奇。国际巨星成龙先生为三星“心系天下”W2013倾力代言，他毫不掩饰对这款超高端旗舰手机的欣赏和赞许。他表示，三星“心系天下”W2013的华贵之处让他非常震撼，内在实力强大，与他的个人风格十分匹配。

事实上，中国电信深度定制的每一代“心系天下”手机的上市也都是对扶危助困公益行动的践行：W799上市时曾援助“希望工程”；W899发布时为西部“母亲水窖”工程捐款；W999的推出则通过“爱之光”白内障患者康复行动将大爱带到神州各地。本次三星“心系天下”W2013的发布，则通过“重建家园”计划捐助云南昭通地震灾区。来源：2012-11-28 中华工商时报

[返回目录](#)

## 中国电信发布高端手机W2013

近日，中国电信与三星电子举行联合发布会，正式推出3G智能手机“心系天下”W2013，售价为17999元，主要面向高端商务市场。

据悉，“心系天下”系列是由中国电信深度定制的三星超高端智能手机，每年推出一款，W2013是继W699、W799、W899、W999后的第五代，“心系天下”系列手机售价均超过万元，中国电信为其提供一定额度的话费补贴。截至目前，“心系天下”系列手机市场销量已经超过100万部。

新一代W2013手机采用双3.7英寸Super AMOLED屏幕，运行1.4GHz的四核处理器，内置1GB的RAM系统内存和16GB机身存储空间，支持最高64GB的micro SD卡扩展存储，支持CDMA2000+GSM双网双待双通，配备800万像素主摄像头和190万像素前置摄像头。来源：2012-11-28 北京商报

[返回目录](#)

## 广州即将推出儿童防丢失手机

前日，在广州电大承办的“广州学习型城市建设”论坛上，一款新型儿童手机引起了与会者的关注。这款手机只能用来拨打固定的亲情号码，内装GPS系统，家长可以通过电脑确认孩子所在的位置，这款手机又俗称为“儿童防丢失手机”。

据有关负责人介绍，该款手机具有低辐射，待机时间长，功能单一集中的特点，只要家长的手机跟儿童手机相关联，就可随时掌握孩子所处的位置，甚至能

了解儿童走过的“轨迹”。“小孩上学、放学经过哪些地方，家长都可清楚知道。”该负责人表示，目前，该款手机正处于试用阶段，不久即可推出。来源：2012-12-3 南方都市报

[返回目录](#)

## 摩托罗拉携中移动推出i MT788

上周，摩托罗拉移动技术公司携手中国移动联合推出 Intel Inside Android 智能手机摩托罗拉新锋丽 i MT788。新锋丽 i MT788 采用极速英特尔凌动处理器，主频速度高达 2GHz、国内首款配备主频高达 2.0GHz 的 Intel inside 智能手机。

新锋丽 i MT788 采用英特尔最快的移动 CPU 芯片组以及 Android 4.0 (Ice Cream Sandwich) 智能操作系统，不论是应用程序、丰富内容还是网页浏览，都能一键直达；网页浏览、极速启动、瞬间加载以及互联冲浪一“触”而就。i MT788 配有即时启动的 800 万像素摄像头，可提供总共多达 12 种的拍摄模式，其中的“急速连拍”模式可在一秒内连拍 10 张照片；这种“数张连拍”模式则可通过按住快门连续拍摄最长达 30 张照片。

新锋丽 i MT788 的 4.3 英寸大屏幕由最新的 Corning Gorilla 耐刮玻璃保护，可承受日常使用中的各种意外碰撞和刮擦划痕。来源：2012-11-28 北京商报

[返回目录](#)

## 无线信号屏蔽油漆让世界安静下来

许多人或许已经厌倦了与手机、电脑、无线网络和卫星跟踪系统时刻保持连接的生活。如果你想暂时告别这种生活，不妨试一试德国制造的 YShield HSF54 防电磁油漆。

按照厂商的说法，YShield HSF54 屏蔽 WLAN、TV 天线、GSM、LTE、波段无线电和数字视频广播 (DVB) 的效率高达 99.995%。只要用它刷上两层，你便能坐享安静的生活。

YShield HSF54 油漆由碳元素提炼，不含有毒物质或溶剂，也不存在腐蚀的问题，但它必须用胶带包起来放在地上，避免直接接地，以确保全幅射屏蔽。

根据使用说明，YShield HSF54 每升可覆盖 7.5 立方米的区域，所以在购买时一定要考虑自家的实际情况。像学校、录音棚、安全设施等不希望电磁干扰的场所，只要用 YShield HSF54 在墙壁上刷上一刷，便能远离这种干扰。

当然，有如此神效的 YShield HSF54 油漆的价格也不菲，每升售价 50.34 欧元(约合 400 元人民币)，一次买 5 升的话优惠价 210 欧元。来源：2012-11-29 新浪科技

[返回目录](#)

## 苹果语音功能整合汽车模块：中国用户需等待

将手机的语音控制功能整合到汽车控制模块，实现苹果手机和车辆方向盘的功能对接，无论通用汽车还是苹果都希望在这场跨界合作中，开拓新市场。刚刚闭幕的洛杉矶车展上，通用汽车宣布，将在旗下的部分车型方向盘中添加激活 Siri 的按钮。目前，已雪佛兰 Sonic 和 Spark 系列新车明年上市。“中国的苹果用户在车上要使用该项功能可能还要等待。”昨天，上海通用回应。

### 设备很迷人，功能很强大

通用公司在声明中指出，若需要使用该功能，iPhone 必须已升至 iOS6 系统，之后通过蓝牙与手机配对。一旦配对成功，司机便可通过 Siri 完成诸如语音通话、播放音乐、收音机换台、发送信息、查看日程安排等操作。由于全程通过语音完成，所以司机不必担心要分心看手机的问题。

司机可以通过方向盘上的 siri 功能键，利用 EyesFree 功能来驱动系统——给联系人打电话、从 iTunes 播放音乐、对汽车的 AM/FM/XM 调频广播进行切换，发送短信，查看日历或者备忘预约等。此外，还可以进行简单的问答，例如游戏比赛结果或者国家法定节假日是有哪些天等等。但在这套系统上，回答非常复杂的问题、或者是展示某个网页这类极有可能会令司机分神的功能不能使用。“中国的苹果用户在车上要使用该项功能可能还要等待。”昨天，上海通用汽车说。目前雪佛兰的这两款车都没有引进和销售，国产雪佛兰能否搭载这一系统还要看该系统的市场前景，以及对中文的兼容性。

### 车商慎对 IT 企业创意

通用汽车、丰田汽车、克莱斯勒、本田汽车、梅赛德斯-奔驰、奥迪汽车、宝马汽车和捷豹路虎等 8 家车企同意整合苹果 Siri 语音控制功能。但除了通用汽车以外，大部分车商依然对于商用这套苹果系统采取谨慎积极的态度，并没有在新车型中植入。“siri 全面掌管车辆语音控制系统的愿望或许会与车商的整体战略冲突。”业内有关分析人士指出。

上周末，在通用汽车中国公司科技日的活动中，通用汽车宣布，其车载通讯和娱乐系统安吉星已在中国拥有数十万用户，该车载信息娱乐系统已经具备声控功能，并且规模还在不断扩大中。通用汽车正在凯迪拉克、别克等车型中全面植

入该系统，未来雪佛兰也将搭载这一系统。此外，丰田汽车也宣布，其将与微软合作开发智能车载系统，福特汽车的 Sync 智能娱乐系统已经采用了微软技术。

“从苹果发布的官方数据来看，iOS6 并不是为汽车厂和汽车量身定做的一套车载系统，而是简单地在现有苹果移动设备上加载，用户如果要使用这套系统必须要首先拥有苹果的移动设备，汽车本身也必须做兼容性设计开发，无论从技术还是商业的角度来看，市场普及难度都很大。”业内有关分析人士指出，或者苹果能够更强势地推出一款基于汽车的智能车载交互系统。来源：2012-12-4 新闻晨报

[返回目录](#)

## [[运营支撑]]

### “中星十二号”通信卫星成功发射

昨日 18 时 13 分，我国在西昌卫星发射中心用长征三号乙运载火箭，将法国泰雷兹阿莱尼亚宇航公司制造的“中星十二号”通信卫星发射升空并送入预定转移轨道。

火箭升空约 26 分钟后，西安卫星测控中心传来的数据表明，星箭分离正常，卫星准确进入近地点 207 公里、远地点 50539 公里、轨道倾角 26.8 度的地球同步转移轨道，发射任务获得圆满成功。“中星十二号”卫星由中国卫星通信集团有限公司负责管理控制，将为亚洲、非洲和欧洲国家提供 C 波段 24 路和 Ku 波段 23 路转发器商业通信服务。这是长征系列运载火箭的第 173 次发射。来源：2012-11-28 北京商报

[返回目录](#)

## 市场跟踪篇

### [[数据参考]]

### 手机安全市场用户逼近 3 亿

日前，易观智库发布数据显示，在 2012 年第三季度手机安全市场累计用户规模达到 2.98 亿，同比去年的 1.4 亿增幅超过 1 倍。目前手机安全累计用户在移动互联网用户中的渗透率已达 63.4%，随着安卓开放平台终端出货量的继续增长，预计这一数字在年底有望突破 70%。

不过手机安全规模的增速将不会继续此前的高速水平。易观智库研究认为，此前，由于智能手机出货量的猛增、第三方应用商店和论坛网站监管的缺失等诸多因素推动手机安全市场用户高速增长。随着各手机安全厂商加大研发投入，手机安全软件的功能日趋完善，垃圾短信拦截、防骚扰、流量监测等将成标配，未来用户对手机的安全需求将逐渐向个性化、细分化演进，例如对手机支付账户安全的保护、对智能手机中个人私密信息的保护等。来源：2012-11-28 北京晨报

[返回目录](#)

## 超 1/3 美中学生用手机做作业

当你的孩子告诉你他/她在用手机做作业时，不要以为孩子在说谎。美国一项针对初中年龄段学生的最新调查显示，如今超过三分之一学生用智能手机完成作业。

### 人数众

美国韦里孙基金会委托世界最大通信服务集团 WPP 旗下 TRU 公司，调查 10 多岁初中生使用电子产品的情况。调查人员于 2012 年 10 月在线调查 3 所学校 1000 名 6 年级至 8 年级学生。6 年级至 8 年级相当于中国的初中阶段。学生年龄介于 11 岁至 14 岁之间，其中至少 200 人来自年收入低于 2.5 万美元的家庭。

28 日发布的调查报告显示，39% 的学生承认自己在家用智能手机做作业；31% 说用电脑做作业，其中 65% 用笔记本电脑。

### 存差异

调查显示，智能手机使用程度随年龄增长呈上升趋势，6 年级生使用比例为 42%，8 年级生为 57%。美国并非所有学校都允许学生在校内使用移动电子设备。不过在允许使用的学校，超过四分之三的学生说学校提供笔记本电脑，55% 使用校方提供的平板电脑。而相比校外，电子设备的校内使用程度略低，31% 的学生说会在校内使用笔记本电脑，18% 使用平板电脑，6% 使用智能手机。

### 励学习

这是首次调查显示，学生们使用移动设备完成作业。先前调查中，学生们只是提到把移动设备用于娱乐和与其他人保持联络。尽管超过 66% 的学生不被允许在课堂上使用平板电脑，88% 不被允许使用智能手机，但调查显示，学生们乐于在学习中使用电子设备，尤其是对数学、科学、科技表现出更多兴趣。即便是低收入家庭的学生，使用智能手机做作业的比例也达到 29%。来源：2012-11-30 北京晨报

[返回目录](#)

## 2014 年全球LTE网络用户或达 2.58 亿

市场研究公司 Yankee Group 今天发布研究报告称，2013 年底的全球 LTE 4G 网络用户将达到 1.14 亿，2014 年底则会翻番至 2.58 亿。

据 Yankee group 测算，到 2012 年底，全球 65 个国家和地区的商用 LTE 网络将达到 152 个，2011 年仅为 47 个。

该公司预计，全球移动运营商的语音和短信收入将从 2011 年的 7690 亿美元萎缩至 2016 年的 6970 亿美元。因此，Yankee Group 认为，运营商将在 LTE 套餐中捆绑额外的内容应用和服务，同时增加云存储服务。

“随着消费者和企业对移动上网需求的增加，全球各地的运营商都将面临空前挑战。”Yankee Group 分析师德克兰·龙纳刚(Declan Lonergan)说，“他们不仅需要投资新的基础设施，并加速推出下一代 LTE 网络，还必须寻找新颖的创收方式，同时应对 OTT 厂商的竞争。” 来源：2012-11-30 新浪科技

[返回目录](#)

## 报告称 2017 年中东北非地区电信收入预计增 27%

全球著名咨询公司 Analysys Mason 在其周三公布的最新报告中预测，中东和北非地区电信部门的收入将在 2012 年至 2017 年间增长 27%。

这份题为《中东和北非地区电信市场：来源：2012-2017 年趋势预测》的报告指出，该地区的收入预计将从 2011 年的 703 亿美元增至 2017 年的 964 亿美元。

该报告称：“在预测期内，该地区增长速度最快的领域将是移动数据业务，其中手机数据业务收入将在来源：2012-2017 年间以 17.9% 的年均复合增长率增长。”

但该报告也表明，用户数量的增速将继续下降，而移动语音的收费也将逐步下滑。

该报告还指出：“在摩洛哥、沙特阿拉伯和阿联酋等地，活跃的 SIM 卡的普及率已经超过人口总数的 100%，而埃及和阿尔及利亚也将分别在 2011 年和 2012 年超过 100%。”

受 OTT 语音和短信服务的影响，该地区运营商降低其移动语音收费的压力将逐步增大。

Analysys Mason 公司首席分析师洛兹·罗斯博罗(RozRoseboro)解释说：“鉴于这些压力，运营商将通过鼓励旗下高价值客户群更多地使用移动数据的方式来提高每用户平均收入(ARPU)。由于用户数量的增速正在放缓，运营商还将把目光

放在留住已有客户群上，虽然这项任务非常艰巨——因为与已有的更高端用户相比，收入较低的新用户往往不那么忠实。”

该报告预测，2G移动通信网络用户总量将在2015年达到顶峰，之后3G和4G网络用户将开始后来居上。

“具体而言，3G将是占主导地位的网络技术，预计2017年用户将达1.92亿(占该地区的总量的43%)。即使4G连接用户将在来源：2012-2017年间以122%的年复合增长率快速增长，但4G用户将只占2017年用户总量的10%。目前，埃及和摩洛哥仍未启动4G网络，预计这两个国家推出4G服务需要等到2013年和2014年。” 来源：2012-12-3 飞象网

[返回目录](#)

## 【市场反馈】

### 美国青年每天发109条短信

随着手机的普及，它日益成为人们交流沟通的好帮手。但美国一项最新研究显示，一些年轻人使用手机成瘾，心理与瘾君子、购物狂心理类似，而这会损害人际关系。

#### 9成学生手机不离身

美国贝勒大学汉卡默商学院研究人员发放问卷调查美国两所大学的191名在校生，答题时间为15至20分钟。研究人员发现，约九成学生使用手机，而且不少人几乎手机不离身。绝大多数接受调查的学生说，手机丢失如同迎来“社交生活的末日”。

先前一项针对18岁至29岁青年人手机使用习惯的调查显示，他们每天平均发短信109.5条，接收短信113条，一天中平均查看手机60次，每天至少有7小时耗费在借助通信技术与人互动上。美国密歇根大学研究人员则发现，青年人中，使用手机具有“传染性”，看到周围有人掏出手机查看，自己也会忍不住拿出手机。

#### 手机成瘾好比购物狂

这项研究旨在了解青少年技术成瘾的驱动因素，是首个探究消费物质主义对手机成瘾所起作用的研究。研究人员依据答案给调查对象的消费物质主义程度打分。汉卡默商学院詹姆斯·罗伯茨博士等人认为，手机成瘾者的心理与购物狂的心理一样。对生活中离不开手机的人而言，手机除了是通信工具，还起到安抚冲动购物欲望的作用。罗伯茨说，手机和即时消息成瘾受人内心冲动和消费物质主义驱动，后二者与行为和物质成瘾存在关联。

## 致“粗鲁的人”增多

2008年英国研究人员给手机成瘾起名“无手机恐惧症”，以鉴定那些无法使用手机时会出现焦虑情绪的人。罗伯茨说，手机成瘾不仅损害人的心理健康，也侵蚀着人际关系。英国埃塞克斯大学心理学者设计两项实验，探查手机对人际交往的影响，结果发现，在面对面交谈中，手机会降低移情作用和人的理解能力。所谓“移情”，在心理学中指一种能深入他人主观世界、了解对方感受的能力。

研究带头人安德鲁·普日贝尔斯基说：“两项实验中，我们均找到手机对亲近度、沟通和交谈质量产生负面影响的证据。交谈中手机的出现会指引人想到当下社会环境以外的其他人或事。”

英国移动设备资讯网站 Recombu 委托第一市场调研公司于2012年2月份对2000名英国人展开调查，内容包括手机在日常生活中的重要性等问题。结果显示，随着智能手机普及率上升，“粗鲁的英国人”数量增多。来源：2012-12-4 北京晨报

[返回目录](#)

## 苹果iPhone美国市场份额超Android手机

美国市场研究公司 Kantar World panel Com Tech(以下简称“Kantar”)今天发布的报告显示，2012年8至10月，苹果iPhone在美国智能手机市场上所占份额为48.1%，高于Android手机的46.7%。

但报告同时显示，从全球其他市场来看，iPhone的人气显然不如Android手机。同一时间段内，Android在德国智能手机市场上占据了73.9%的份额，在西班牙占据81.7%的份额。这份调查共涵盖12个国家，分别是美国、英国、法国、意大利、德国、西班牙、中国、日本、澳大利亚、阿根廷、巴西和墨西哥。

Kantar指出，苹果在这3个月中所取得的成功与iPhone 5的发布有关。在苹果iOS与谷歌Android的“战争”中，iPhone 5已被证明是一种重要的因素。

Kantar称，从该公司的研究结果来看，iPhone上次在美国市场上超越Android是在iPhone 4S去年上架时。在Kantar的统计周期中，iPhone曾连续三次占据头名位置，但最后还是让位于Android。

iPhone 5在2012年9月底上市，也就是说这款最新的苹果智能手机仅对Kantar的调查报告产生了约一个月的影响。Kantar并未对苹果在这一阶段中售出了多少部iPhone 5的问题作出估测，但指出在美国市场上购买iPhone 5的62%用户此前都已拥有iPhone手机。报告还显示，有13%的Android机主已经转为使用iPhone，黑莓机主也有6%转向iPhone。

用户忠诚度已令苹果从中受益巨大。据 Kantar 发布的数据显示，92%的 iPhone 用户将在有可能时选择升级至新的苹果手机。

另一家市场研究公司 IDC 则在几个星期以前发布研究报告称，第三季度 Android 在全球智能手机市场上所占份额为 75%，iPhone 则仅为 14.9%。来源：2012-11-28 新浪科技

[返回目录](#)

## iPhone和Android将在企业市场首超黑莓

美国市场研究公司 IDC 发布报告称，苹果 iPhone 和搭载谷歌 Android 操作系统的智能手机，2012 年将首次在企业市场超越黑莓。

IDC 称，企业正在蜂拥购买 iPhone，而 Android 设备主要是员工带到工作场所的。该公司预计，2012 年由企业员工自行购买的工作用 Android 手机将达到 8770 万部，企业购买的 Android 手机为 1510 万部。相比而言，用于工作场所的 iPhone 出货量为 3710 万部，其中有 3110 万部为企业直接采购的。

上述两组数据都远超黑莓的企业市场销量预期。黑莓手机 2011 年凭借 2240 万部的出货量在企业市场位居首位。IDC 认为，虽然黑莓仍将是安全领域的黄金标准，但消费者和开发者的兴趣降低阻碍了该产品今后的生存能力。

RIM 近期已经采取一系列措施应对智能手机市场的变化。该公司的黑莓企业服务器将同时支持老款黑莓手机和即将发布的黑莓 10 平台。黑莓企业服务器 10 还将使用 RIM 的 Mobile Fusion 软件，方便企业在管理黑莓设备的同时，还可以支持苹果 iOS 和谷歌 Android 设备。

RIM 还希望借助明年初发布的黑莓 10 夺回市场份额。RIM 表示，全球目前有 50 多家运营商正在测试这一平台，该平台也已经获得了美国政府的安全认证。来源：2012-11-28 新浪科技

[返回目录](#)

## 10 月固话用户减少 159 万 互联网用户移动化

工信部网站今日公布 2012 年 10 月通信业运行状况。2012 年 1-10 月，全国电信业务总量累计完成 10760.4 亿元，比上年同期增长 11.6%；电信主营业务收入累计完成 8937.2 亿元，比上年同期增长 9.2%。

数据显示，10 月份全国电话用户净增 907.4 万户，总数达到 137575.6 万户。其中，固定电话用户减少 159.8 万户，移动电话用户净增 1067.2 万户。

2012年前10个月，全国固定电话用户减少475.8万户，达到28034万户。固定电话用户中，无线市话用户减少482.7万户，达到1302.5万户，在固定电话用户中所占的比重从上年的6.3%下降到4.6%。

同时，1-10月份，全国移动电话用户累计净增10916.3万户，达到109541.6万户。移动电话用户中，3G用户净增8399.1万户，达到21241.5万户，移动用户渗透率由上年末的13%提升至19%。

工信部发布的数据显示，基础电信企业的互联网用户趋向宽带化、移动化。1-10月份，互联网宽带接入用户净增2249.5万户，达到17249.6万户。移动互联网用户净增11632万户，达到75064.3万户。

2012年1-10月，移动通信收入累计完成6586.3亿元，比上年同期增长11.1%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的72.4%上升到73.7%；固定通信收入累计完成2350.9亿元，比上年同期增长4.3%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的27.6%下降到26.3%。

2012年1-10月，固定本地电话通话量比上年同期下降17.7%，而移动本地电话通话时长比上年同期增长9.6%。1-10月，固定长途电话通话时长比上年同期下降18.6%，而移动长途电话通话时长比上年同期增长26.9%。

此外，在各地发展方面，2012年前10个月，东、中、西部地区电信主营业务收入比上年同期分别增长8.3%、10.4%、13.4%。东、中、西部地区固定电话用户持续负增长，东、西部地区1-10月净减量同比分别减少182万户、34万户，中部地区净减量扩大了28万户。与上年同期相比，东部地区净增移动电话用户略有减少，中、西部地区净增移动电话用户进一步上升。来源：2012-11-29中国新闻网

[返回目录](#)

## 传统SP转行炮制恶意收费APP：已形成灰色产业链

SP，这个曾经辉煌一时的无线增值业务吸金者，随着短信订制服务的衰落江河日下。但SP们不甘坐等灭亡，很大一部分转战以安卓系统为主的应用平台，制作暗藏吸费陷阱、私自扣除用户话费的应用，正是其最常用手段，现在这已经形成灰色利益链条。

### 恶意扣费：制作简单 查杀不易

“太坑人了！在手机上装了款《植物大战僵尸》的游戏，玩的时候没注意，结果今天上网查话费才知道这几天被扣了180元的短信费。”一名名为“悠悠金

光”的用户抱怨，自从在手机上安装了这款游戏后，在毫无察觉的情况下便被屡次恶意扣费，经过查询才知道是手机订制了多条增值业务短信。

这名用户遭遇的正是“隐形吸费”，某些 SP 公司利用扣费代码在幕后作祟，而他们往往给知名游戏添加吸费插件后，将其包装成山寨版推向应用市场牟利。这背后的过程，却出乎意料的简单。

“你花 2.5 万从我这买个计费平台就可以了，我们会在服务端免费给你做一个扣费插件，你拿回去添加到游戏或者应用后，再把它放在第三方应用市场上去做推广，只要有用户下载使用，这个插件就会暗中扣费。”记者联系到北京某家 SP 运营公司的负责人王浩(化名)，他表示这个过程非常简单，没什么技术难度。

“SP 扣费服务代码和通道都已经在插件中留好了，开发者拿回去添加到 APP 里面就行了。维护成本也非常低，有一个兼职的 Java 和 Andriod 工程师就可以处理了。”

这些添加了吸费插件的 APP，很难被用户察觉。在王浩给出的一份资料中，记者看到，部分 SP 扣费渠道的 APP 下载量和扣费率非常之高。其中含有某项 SP 吸费通道的 APP 总下载量为 5769，而扣费成功为 5047，成功率高达 87%。

而且此类插件的查杀不易，使得内藏扣费插件的 APP 在安卓平台上肆意泛滥。“如果被杀毒软件查出来，给这个插件换个签名就能躲开。”据他介绍，添加了吸费插件的 APP 在后台运行，用户很难发现，而且很轻松就可以避开手机安全软件的查杀。

### 猫腻多多：钻政策空子 为所欲为

这些插件里添加的 SP 扣费代码，同样有着许多猫腻。“吸费插件里面不可能只有一个吸费代码和通道，因为这样单个吸费额比较高，很容易被用户发现。”王浩对记者表示，SP 运营公司自己有一个 SP 服务的代码池，在制作插件的时候会从代码池里拿出多个代码添加到其中。“比如要将吸费控制在 20 元左右/次，我们就会在里面添加 3 元、6 元、8 元这样的多个小额通道，这样单次吸费会比较低，不容易被用户发现和投诉，风险小了很多。”

虽然运营商针对投诉率过高的 SP 通道会采取封禁措施，但 SP 们却有办法应对。“运营商不是天天在严管，另外做这种暗扣的非正向推广，只要不是扣得很过分，一般控制在 10-12 元/月左右，是没多少用户来投诉的。即使因为投诉被封禁了，我们这边换个通道就可以。”王浩透露，除了添加多通道的技术手段外，他们还可以在运营商方面解决投诉率过高的问题，可以避免通道被封禁，但当记者问到具体细节时，他表示是内部关系不便透露。

而另一名负责 SP 运营的业内人士告诉《IT 时报》记者，他们甚至可以控制投诉率高低。“一般运营商对投诉率控制在万分之三到万分之五左右，但我可以给你弄到万分之三以下。”

### 利润重重：灰色产业链逐渐成形

用户从下载安装 APP 到被扣费，背后有着一从 SP 公司——开发者——第三方应用市场的极为庞大的利益链条。

据某家从事 CP 业务公司的负责人孙刚(化名)介绍，目前有很多安卓应用的开发者和 SP 公司，纷纷盯上了技术难度低、堪称暴利的暗扣费 APP。“有些 SP 公司会盗版和仿冒一些下载量比较高的游戏和应用，如将《捕鱼达人》等游戏中内置扣费插件二次打包后，在第三方市场推广。而圈子里也有些公司因为代码太多，做不过来，便会找一些 APP 开发商或者工作室，将代码提供给他们后从中赚取差价。”

“我们负责提供 SP 的扣费代码和渠道，开发者负责添加插件和推广。当用户通过 SP 渠道产生信息费后，添加插件的开发者便能拿到信息费的 20%。比如这次产生的信息费是 2 元，那开发者便能拿到 4 角，这是阅读和视频 SP 通道的分成，游戏的相对高一些，能到 28%左右。其实我们也就赚取中间差价，拿个信息费的 20%左右吧，真正利润的大头不在我们这。”王浩表示，他们会和一些 APP 的原创开发者合作，联手分成利润。不仅如此，他所在的 SP 业务公司自己也在做吸费 APP。“我们自己会选择一些下载量比较大的知名游戏，在其中添加吸费插件后以汉化版、破解版等名义推向第三方市场。而推广费用目前的行情是 1.5 元/次，像在教育市场中提交吸费 APP 后，每当用户下载一次，我们就要付给第三方市场 1.5 元。”此外，据王浩称，他所在的 SP 公司已经将应用市场、厂商等下游市场的渠道全部铺到。

据某位业内人士向记者介绍，传统的 SP 公司转行做暗扣 APP，已经是司空见惯的事情。“现在传统的 SP 行业确实不景气，圈子里有很多规模很大的 SP 公司转行在做吸费 APP，而且现在已经形成了一条完整的产业链条。”来源：

2012-12-3 IT 时报

[返回目录](#)

## 全球 4G 用户达 3000 余万 北京初步具备 4G 应用条件

飞象网自近日北京“4G 工程”应用服务创新计划启动大会上获悉，随着中国移动北京 4G 规模实验网一期建设和北京 TD-LTE 物联数据专网的完成，北京市初步具备了开展 4G 应用服务的基础条件。

11月30日，来自“4G工程——基于移动通信与互联网的应用服务创新和产业培育计划启动仪式”消息，作为新一代移动宽带技术的领军技术，4G通信已在全球快速发展商用。截至2012年7月全球用户已达到3002万。我国移动通信从1G和2G的跟随、3G时代的同步，实现了4G时代的赶超和领跑世界。

据北京市科委主任闫傲霜介绍，2009年至今，北京市科委共投入科技经费1.3亿元，在技术标准、芯片、系统设备、终端以及应用服务等4G产业链各环节开展技术攻关，并于去年11月6日正式启动北京市“4G工程”。截至目前已掌握了一批具有自主知识产权的核心技术，形成专利3200多项，研制出了一批具有自主知识产权的芯片、系统设备、终端等产品。

闫傲霜透露，随着中国移动北京4G规模实验网一期建设和北京TD-LTE物联数据专网的完成，本市初步具备了开展4G应用服务的基础条件。

据悉，目前北京4G网络已形成示范传输能力，其更大带宽、更强的数据传输能力，将满足政府、行业和公众对城市安全高效运行、防灾减灾、应急救援、移动政务、智能交通、远程医疗与教育、文化创意等多个领域的应用服务需求。

来源：2012-12-3 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> |