



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 ■

2013.01.16

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ WiFi 航班只是看上去很美

坐飞机的时候上网这档子事，吵吵嚷嚷了这么多年，终于要见真章了。日前海航宣布，该公司完成了有空中 WiFi 航班的首飞及旅客体验测试，成为继国航后我国第二家可提供机舱 WiFi 服务的航空公司。有专业人士表示，这在一定程度上预示着，航空公司提供机上 WiFi 服务开始成为一种潮流。

■ “智慧城市”如何建得智慧

智慧城市的概念在国内已提出多年，随着中央新型城市化建设的提出，相关行业将迎来巨大的市场机遇。但对企业来说，由于市场不清晰，落实仍需要过程。

■ 民资入场电信业：“合作”或将大于“进入”

一直以来，民间资本进入电信业就好像是通信行业中的一个传说，运营商睁开眼，这个传说就好像一个龇着獠牙的狼，正虎视眈眈的看着自己眼前的食物，运营商闭上眼，这个传说就好像天边的彩虹，连一丝风都感觉不到。

■ 假如诺基亚转投 Android 阵营，会发生什么？

昨日，一则诺基亚 CEO 接受西班牙《国家报》(El Pais) 采访暗示将推出 Android 手机新闻引发关注，虽然诺基亚随后声明称西班牙媒体存在理解错误，但对于将来是否会推出 Android 手机并未直接否认。不妨我们来大胆设想一下，假如诺基亚转投 Android 阵营，会发生什么？

目录

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
WiFi 航班只是看上去很美	5
“智慧城市”如何建得智慧	6
民资入场电信业: “合作” 或将大于 “进入”	7
假如诺基亚转投 Android 阵营, 会发生什么?	8
产业环境篇	11
【政策监管】	11
工信部拟放开移动通信转售业务	11
工信部鼓励已建数据中心改造升级	12
交通部要求 9 省市车辆安装北斗导航	13
工信部加强电信市场监管释放产业改革提速信号	14
工信部副部长尚冰: TD-LTE 是中移动最重要事情	16
全球商用 LTE 网络已达 145 张 2013 年底增至 234 张	17
【国内行业环境】	17
国产智能手机集体发力	17
民企有望 “入网” 移动业务	18
国产手机产线品上行 战高端破利润困局	20
民资介入基础电信业试点将启 虚拟运营商或现	22
携号转网试点扩围引关注 或促成运营市场变局	23
我国近 88% 行政村通宽带 固移融合制胜农村市场	25
中国手机地图用户破三亿 深度整合显智能化趋势	27
国内手机用户破 11 亿 前景广阔高端市场布局提速	29
【国际行业环境】	31
欧盟批准各国政府资助宽带建设	31
韩国约束运营商手机补贴过多行为	32
荷兰加入抵制联合国新电信条约行列	33
欧洲电信巨头密会欲整合泛欧洲网络	33
韩国通信委员会拟取消移动业务入网费	34
印度拟立法限制通信电子设备进口比例	34
印度拟征收 44 亿美元超额频谱资产费用	34
惠誉称欧洲电信业继续面临重压 明年将重拾增势	35
运营竞争篇	36
【竞合场域】	36
网间结算调整或加剧市场竞争	36

虚拟运营商或可经营自有品牌手机卡	38
运营商短信遇冲击陷滞涨 OTT 业务驱动转型	39
运营商终端布局侧重中低端 深挖 2G 转 3G 市场	42
运营商 2013 年发力 4G 谋突围：传统业务遭外来冲击	44
【中国移动】	46
北京移动创新电子渠道服务模式	46
中移动董事长与苹果 CEO 商谈合作问题	47
中移动董事长奚国华：互联网领域不能简单跟随	47
中移动试点直供模式对接电商平台欲破渠道困局	48
【中国电信】	51
中国电信 3G 用户 2013 年计划过亿	51
中国电信 2013 年重点攻克国际漫游短板	51
中电信天翼开放平台 2012 年 API 调用量破亿	52
中电信预计 2013 年终端销量将 8 千万 手机支付用 NFC	53
【中国联通】	53
中国联通大股东共增持 1.18%	53
制造跟踪篇	54
【中兴】	54
中兴被传恢复印度高管降薪计划	54
中兴 nubia Z5 进军高端智能机市场	55
中兴推互联网营销 挖掘高校年轻用户	56
中兴通讯改组管理层 谢大雄卸任执行副总裁	56
中兴借势中高端手机海外赚钱欲摆脱利润桎梏	56
中兴通讯印度公司高层重组 现 CEO 或回深圳总部	57
中兴计划 2015 年以前在美争夺 10% 手机市场份额	58
中兴通讯连卖三家子公司 被指只想扭亏不想发展	60
中兴 2013 年将推出火狐手机：减轻对 Android 依赖	61
【华为】	62
华为终端产品惊艳 CES 展会	62
华为推出全球最大屏幕手机	64
华为发布“镇山之宝”意欲分羹三星、苹果	64
华为终端总部再投 1.8 亿买地 总面积达 1000 亩	66
华为手机或在美实现突破：与运营商结盟成难题	67
华为高管集体宣誓自律反腐 称最大风险来自内部	69
【诺基亚】	69
诺西上季度运营利润率将超 13%	69
诺基亚第四季度售出 440 万 Lumia 手机超预期	70

诺基亚四季度业绩高于预期：节省开支措施奏效	71
诺基亚控制 Lumia 920 产量导致缺货 短期不降价	72
【其他制造商】	72
报告称 2013 年 NFC 市场不会有重大突破	72
传苹果开发低价大屏 iPhone：2013 年下半年亮相	74
服务增值篇	74
【趋势观察】	74
3D 移动互联网引领热点应用	74
移动宽带成全球运营商新增点	77
智能手机将成中国下一经济风向标	79
下一代智能机需要物联网的 5 大原因	81
2013 年智能终端“跨界互联”成趋势	82
2013 年光网络发展趋势：100G 技术将被倾力推广	83
【移动增值服务】	86
中电信将试点手机钱包	86
北京移动推“双用”SIM 卡	86
【网络增值服务】	87
国内小区用户可自选宽带商	87
北斗导航系统未来精度达亚米级	87
首个社区拥堵智能系统年内启动	90
全国地铁有望使用专用频道防止 WiFi 干扰	90
技术情报篇	92
【视频通信】	92
首家“电视银行”亮相京城	92
【电信网络】	93
国产 4G2013 年有望进入商用元年	93
【终端】	93
八核手机处理器亮相 CES	93
三星展示柔性屏幕 Windows Phone 原型手机	94
高通称正与夏普合作新显示技术：色彩更明亮	94
【运营支撑】	95
4G 产业规模或破万亿大关	95
中国 4G 网络来袭：走近大融合时代	96
北斗导航产业规模可达 5000 亿：商用尚待拓展	99
市场跟踪篇	103
【数据参考】	103

美国固定电话持续萎缩	103
2012 年第三季亚太区基站开支同比增长 50%	104
2013 年 LTE 手机全球出货量或将突破 2.75 亿部	104
2012 年前 11 月我国通信设备业产值达 12100 亿元	105
【市场反馈】	105
国内智能机评奖三星成最大赢家	105
智能机成年会必需品 三星 GALAXYNote II 走俏	106
全国无线网络质量调查：联通临近弱覆盖边缘	108
中低端手机市场规模接近 6 亿部：苹果或入局	110
移动联通降国际漫游流量费 指定运营商惹质疑	111
民资进入电信业开始倒计时：6 家民企可望入围	112
移动转售方案征求意见利好民企：仍待细节出台	113

亚博聚焦

WiFi 航班只是看上去很美

坐飞机的时候上网这档子事，吵吵嚷嚷了这么多年，终于要见真章了。日前海航宣布，该公司完成了有空中 WiFi 航班的首飞及旅客体验测试，成为继国航后我国第二家可提供机舱 WiFi 服务的航空公司。有专业人士表示，这在一定程度上预示着，航空公司提供机上 WiFi 服务开始成为一种潮流。

不用再无聊地盯着机舱天花板，或难受地蜷缩在座椅里打盹，有了机舱 WiFi，乘客似乎能拥有全新的航程体验。上个网，收发邮件，聊个天，刷一下微博，甚至在线看个视频，在高空可以享受到和陆地一样的互联网体验。听起来很不错，但这样一个服务好不好用，还要回答下面几个问题。

局域还是互联？根据海航发布的新闻，旅客在飞行途中，可以使用笔记本电脑或平板电脑等设备，通过舱内 WiFi 信号登录机上服务器的娱乐平台，在聊天室和飞机上的旅客群聊、私聊，给航空公司留言，或者查看商品信息等。由此可见，海航提供的 WiFi 是仅限于机舱的局域互联网，不与地面互联网连接。实际上，拥有地空通信功能的 WiFi，国外航空公司早已经开始提供，用户最常进行的操作是收发邮件，更新社交网络和追踪自己的飞行航程。在飞机上提供互联网接入，从技术层面来说不存在任何问题。但是成本高、用户少一直是航空公司的担忧。

贵不贵？好消息是，目前国内航空公司提供的局域 WiFi 都是免费的；坏消息是，从国际情况来看，接入互联网的机上 WiFi 价格不低，例如德国汉莎航空

收费是每小时 14.5 美元。价格高的原因主要是成本。最早的机上 WiFi 是波音公司研发的 Connexion 系统，在一架飞机上配备 Connexion 系统仅技术花费就超过一百万美元。还有很多的机上 WiFi 设备提供商通过卫星系统来提供服务，花费更加昂贵。

好用么？再贵的东西也有人消费，好不好用才是关键。机上 WiFi 网络服务商 Gogo 在美国的市场份额达到了 90%。该公司采用蜂窝式通信，由地面天线基站向安装在飞机上的天线发送网络信号，目前能提供的最高速度为 3.1Mbps。但 Gogo 的服务只限于美国大陆。另有一些网络服务商通过卫星来提供给全球性的 WiFi 服务，带宽限制少，跨海飞行时也能传送数据。

别看提供机上 WiFi 投入不少，但对航空公司来说，这未尝不是一条新财路。一些互联网应用要想进入机舱互联平台，很可能要向航空公司支付一定的费用；航空公司也可以借助这一平台，吸引一些广告的投放。总之，这 3 万英尺高的机舱，可不是随随便便能进去的。来源：2013-1-14 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

“智慧城市”如何建得智慧

智慧城市的概念在国内已提出多年，随着中央新型城市化建设的提出，相关行业将迎来巨大的市场机遇。但对企业来说，由于市场不清晰，落实仍需要过程。

“平安城市推广了很多年，它的主要瓶颈在于我们过多地强调了城市的偏建设，而没有强调后期设备的运营、管理和服务。”在近日举行的“2012 中国(上海)智慧城市高峰论坛上”，智慧中国(控股)有限公司首席战略官曹国辉如是说。

鹰图(中国)有限公司副总经理李斌也对《第一财经日报》记者说，未来智慧城市建设，应该“软硬”兼具。

建设智慧城市将撬动一整条产业链的发展。这条产业链包含了提供运营服务的运营商，进行工程项目建设、技术集成的建设商，提供系统所需各种产品的产品商，以及规划设计整个城市蓝图的设计商等。

过去，国内企业的产品基本上是给国外做代理，后来开始做产品，目前产品这一阶段已经发展得很好，利润也很足了，竞争开始激烈，利润开始变小，行业开始透明；目前大部分热点集中在集成、建设和施工。“现在的亮点项目就是城市建设，包括土地建设以及地面交通等各种子系统的建设。”曹国辉告诉记者。

在他看来，目前城市的整体规划设计领域还比较薄弱。现在主要集中在某一行业的设计，比如说整个城市的智慧交通等。产业链下游，也就是涉及项目集成、管理和服务等的运营商将是下一阶段市场发展的热点。

“网络要覆盖畅通，设备才能运行，信息才能进行交互，形成物联网、典型的智慧城市的基础平台。”李斌对记者说。

资金也成为企业面临的重大问题。

本报记者了解到，目前国内很多项目都是由供应商垫资，由地方政府主导，但是很多地方政府没钱支付，增加了企业的负担。

李斌对记者说，目前国内做智慧城市顶层设计的，主要是几家大公司。政府并没有这方面预算，只有当项目建成之后，政府通过收取费用，分期还给企业。“如果钱收不上来，政府还不上，企业压力也很大。”李斌说。

这样一来，只有大的企业才有钱垫付，企业小，没有钱，就做不起来。

尽管目前也有一些银行等金融机构参与进来，提供资金，但是在没有国家担保的情况下，地方负债很重。特别是经济危机之后，一些地方政府融资平台也撤了，支持力度越来越弱。

“有些地方，领导人换了，说这不是我的事，企业也没有办法，债款一拖就是好几年。”一位提供软件系统解决方案的企业负责人对记者说，对企业来说，这些都需要国家层面的战略性政策。“否则，即使做了，也会拖垮。”

但也有企业认为，国家可以出于战略需求和顶层设计的需求，对一些行业定向扶持和投资，但归根结底，真正承担起产业发展的重任需要社会资本进入。来源：2013-1-11 第一财经日报

[返回目录](#)

民资入场电信业：“合作”或将大于“进入”

一直以来，民间资本进入电信业就好像是通信行业中的一个传说，运营商睁开眼，这个传说就好像一个龇着獠牙的狼，正虎视眈眈的看着自己眼前的食物，运营商闭上眼，这个传说就好像天边的彩虹，连一丝风都感觉不到。

直到2013年1月8日，工信部起草了《移动通信转售业务试点方案》(征求意见稿)，方案一出，不得不说，该来的终究要来。

国家鼓励 工信部支持

早在2010年10月，国务院下发的《国务院关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》中就明确指出：应鼓励民间资本参与电信建设。

2012年6月27日，工信部发布了《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，该意见就明确指出鼓励民间资本以参股方式进入基础电信运营市场；支持民间资本开展增值电信业务。

“试点方案的出台，意味着虚拟运营商时代的到来，虚拟运营商会是中小资本切入电信业的机会。”飞象网 CEO 项立刚表示。

另有专家认为：民间资本进入电信业对整个产业来说是好事，能够进一步激活产业的竞争效率，降低重复过度的竞争程度，从长远来看，可能会引到产业走向良性竞争。

但对于运营商来说，情况却并不是那么乐观。移动互联网的兴起，导致通信业务中的彩信、短信业务量明显下滑，甚至语音业务量也遭受重创，深感危机的运营商都在另辟蹊径，希望在 3G、4G 上寻找新的突破口。此时国家却一再颁布政策鼓励民企进入通信业，对运营商来说挑战不言而喻。

“合作”多于“进入”

对于民企进入上述领域，业界仍存在比较大的争议，另有业界人士认为：目前民企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，例如有人从运营商租用设备和服务器，再多次转租给他人，过程中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。

为了打破运营商的垄断局面，曾有不少民企企业进入电信业，但与其说是民企的“进入”，不如说是与运营商的“合作”，由于电信业属于高新技术、资金密集型行业，进入难度较大，虽然众多专家一直在为民企企业出谋划策，但终究是纸上谈兵，民企企业只能依附运营商成长，一直游走在行业的边缘。

目前来看，草案的出台为民企进入电信业提供了切实可行的方案，但民营企业仍是弱势竞争者，无论资金规模、技术积累均与运营商不可同日而语，并且每开展一处业务均要向运营商购买宽带出口，同时民营企业还需要面对电信、联通、广电、铁通多方面的压力，这对于民营企业来说，也是一个不小的挑战。

“若政府真想支持民企进入电信业，就必须营造公平透明的竞争环境，让民企与国有资本享受国民待遇，而不是厚此薄彼。唯此，民企才对电信市场信得过。”工信部电信研究院资深专家周光斌表示。来源：2013-1-10 飞象网

[返回目录](#)

假如诺基亚转投 Android 阵营，会发生什么？

昨日，一则诺基亚 CEO 接受西班牙《国家报》(El Pais)采访暗示将推出 Android 手机新闻引发关注，虽然诺基亚随后声明称西班牙媒体存在理解错误，但对于将来是否会否推出 Android 手机并未直接否认。不妨我们来大胆设想一下，假如诺基亚转投 Android 阵营，会发生什么？

1. 利润率大降，陷入激烈价格战，诺基亚或被拖垮。

诺基亚公司的收入主要来自三大块，手机、地图服务、诺基亚西门子(电信设备，简称“诺西”)。2012年第三季度，手机和诺西收入平分秋色，大约35亿欧元左右。地图服务只有2.65亿欧元，很小，几乎可以忽略不计。

诺西自从2006年成立以来，几乎一直处于亏损状态，直到2012年第三季度才有了1.82亿欧元的营业利润，首次实现盈利。在全球电信设备商集体入冬进入微利时代的大背景下，诺西自然不能指望能有什么优异表现。手机业务就成为诺基亚唯一的指望。

事实上，智能手机的收入只能占诺基亚手机业务整体收入的27%，大部分收入是依靠廉价的功能手机，而这一部分市场份额正在快速被智能手机侵蚀。

一旦诺基亚转投Android阵营，那么自然需要高额的研发投入，加之Android阵营竞争激烈，利润率很低。诺基亚做为后来者，只有靠大打价格战才能有一席之地。诺基亚却是一家身形庞大、尾大不掉的公司，如果没有高利润率的支撑很快将被拖垮。

三星可以靠手机上下游产业链的共同支撑，华为中兴可以靠母公司的强力支持，小米可以烧投资人的钱，诺基亚能靠什么？

2. 小米魅族们遇强敌。

不过，从另一个角度看，最应该担忧的就应该是小米和魅族们。一旦转投Android，诺基亚的最佳策略就是用Windows Phone赌未来，用Android保证营收，拿下功能手机逐渐减少所退下来的份额。

做为后来者，诺基亚撼动不了三星、HTC在高端市场的地位。但是凭借过硬的质量和多年积累的品牌，还是能在中低端市场开疆拓土的，看看满大街的5230和E71就知道诺基亚在中国仍然有深厚的土壤。

这两年，国际手机大厂看不上利润微薄的中低端手机市场，导致大量国产厂商在1000-2000这个价格区间开疆拓土，甚至有一股人人做手机的势头，国产新品牌如雨后春笋般冒出来，连搞英语培训的罗永浩都号称要做手机。

如果诺基亚进入，必然将会加速国内中低端手机市场洗牌时刻的到来，小米魅族们将遇到前所未有的强敌。买诺基亚刷MIUI也许将成为那一部分用户的新标配。

3. 埃洛普的诺基亚之旅结束。

当时在埃洛普的领导下，诺基亚曾经评估了三个方案：一是采用自己的MeeGo和塞班系统，但在埃洛普看来，如果没有类似于微软的合作伙伴的帮助，建立生态系统的成本会非常高。

第二个是谷歌 Android, 但是埃洛普认为, 虽然 Android 市场份额不断提高, 但风险也很高, 因为 Android 完全处于谷歌的控制之下, 谷歌获得了最大利润, 诺基亚只能沦为一家制造公司。

第三个就是微软 Windows Phone。与微软结盟, 能够共同创造一个全球手机生态系统。微软将带来下一代手机平台, 诺基亚则将提供应用商店和硬件设备。

最终, 诺基亚选择了 WP, 但是埃洛普“把鸡蛋放到一个篮子”, 只选择了微软一家, 没有给诺基亚留下任何退路。

如果诺基亚转投 Android 阵营, 那么就等于诺基亚承认当初只结盟微软是个错误决定, 埃洛普必须为此负责, 这位前微软高管的诺基亚之旅将就此结束。不过, 如果他最终回到微软肩负起微软自主品牌重任, 对他个人来说也是个不错的选择:)。

4. Windows Phone 的最大挫败, 逐渐退出历史舞台, 微软急推自主品牌手机。

目前投入较大力度开发 Windows Phone 手机的只有四家厂商: 诺基亚、华为、三星、HTC。

先说华为, 虽然要开发 Windows Phone 已经喊了一年多, 但是直到昨日的 CES 华为首款 WP 手机 Ascend W1 才低调亮相。作为一家依靠运营商渠道为主的国产品牌, 中低端 Android 智能机才是华为的重点, 对于中国用户接受度不高的 WP 手机, 试水的意味大于实际意义。

三星依靠 Android 坐稳了全球智能手机市场头把交椅, 市场份额近 31.3%, 对 WP 手机的支持也只能说是意思意思。三星开发的唯一一款 WP8 手机 Ativ S 虽然发布的较早, 但是出货却连续跳票数月, 预计只能等到 2013 年 Galaxy S IV 发布后才能出货。

HTC, 除诺基亚之外的微软唯一密友, 据说在微软的手机广告中, 70% 显示的是 HTC 8X。不过, 由于技术方面的原因, 这两家公司开始产生裂隙。

HTC 是 1080P 高分辨率手机的倡导者, 上月 HTC 发布了全球首款 1080p 高清屏幕手机 Butterfly, 分辨率达到 1920*1080, 而 WP8 所支持的最大屏幕分辨率仅为 1280*720, 而且微软还对处理器有限制。

这些问题, 让两家公司逐渐产生裂隙, 甚至有消息称 HTC 可能将放弃开发 WP8 大屏手机。微软剩下的唯一手段只有迅速推出自主品牌手机挽救 WP。

现在看, 微软推自主品牌手机的趋势已经越来越清晰, 上个月甚至有一家科技博客放出来微软手机的图片, 并称微软已经将它命名为 Surface Phone。

百年诺基亚, 他曾经造过纸、办过橡胶加工场、出过电缆、办公电话公司, 辉煌过、也落寞过, Android 手机将是他的终结者还是拯救者? 来源: 2013-1-9 创事记微博

产业环境篇

〔政策监管〕

工信部拟放开移动通信转售业务

为鼓励和引导民间资本进一步进入电信业，工信部拟推出移动通信转售业务试点方案，并于1月8日公布了征求意见稿，试点期为2年。若方案实施，意味着合乎条件的中资民营企业可以租赁中国移动、中国联通、中国电信三家运营商的移动通信网络，发行自己品牌的手机通话卡。

移动通信转售业务是指从拥有移动网络的基础电信业务经营者购买移动通信服务，重新包装成自有品牌并销售给最终用户的移动通信服务。移动通信转售企业不用自建无线网、核心网、传输网等移动通信网络基础设施，但必须建立客服系统，并可依需建立业务管理平台及计费、营账等业务支撑系统。

方案指出，申请企业技术负责人应当有8年以上信息通信行业工作经验，并具有信息通信及相关专业高级技术职称或同等专业水平；企业管理人员中至少有5人应具有5年以上信息通信行业的工作经验；同时还需有符合资质规定的员工。

为保障试点实施，方案还要求，拥有移动网络的基础电信运营商在试点期间至少应与2家以上转售企业签署合作协议，提供的业务接入质量不得低于自营业务的接入质量，批发价格水平应低于其当地公众市场上同类业务的最优惠零售价格水平。

方案同时要求，基础电信业务经营者不得与转售企业签订含有排他性条款的协议。转售企业在出具长期服务保障措施证明的前提下，可采用预付费方式开展业务，最多只能向用户预收1年的服务费用。转售企业如提前终止试点经营的，其发展的用户原则上由为其提供基础网络的基础电信业务经营者承接。

受该消息刺激，通信板块8日表现良好，多只个股涨幅居前。分析人士指出，朗玛信息、北纬通信、恒信移动等移动通信概念股值得关注。来源：2013-1-9 中国证券报-中证网

工信部鼓励已建数据中心改造升级

为促进我国数据中心，特别是大型数据中心的合理布局和健康发展，日前工信部联合发改委等五大政府部门共同发布数据中心建设布局指导意见。根据意见，我国将加强数据中心标准化工作，针对已建数据中心，鼓励企业利用云计算、绿色节能等先进技术进行整合、改造和升级。

鼓励改造升级已建数据中心

据悉，为落实《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》，满足社会信息化水平不断提高的要求，促进我国数据中心，特别是大型数据中心的合理布局和健康发展，工信部于1月11日发布了《关于数据中心建设布局的指导意见》（以下简称《指导意见》）。

《指导意见》提出了数据中心建设和布局的基本原则，即市场需求导向原则，资源环境优先原则，区域统筹协调原则，合理规划建设数据中心。意见指出，将充分考虑资源环境条件，引导大型数据中心优先在能源相对富集、气候条件良好、自然灾害较少的地区建设，推进“绿色数据中心”建设；同时要求数据中心选址要避开地质灾害多发地区，在同一城市不宜集中建设过多的超大型数据中心。

对于新建超大型数据中心，意见要求重点考虑气候环境、能源供给等要素。鼓励超大型数据中心，特别是以灾备等实时性要求不高的应用为主的超大型数据中心，优先在气候寒冷、能源充足的一类地区建设，也可在气候适宜、能源充足的二类地区建设。

新建大型数据中心，重点考虑气候环境、能源供给等要素。鼓励大型数据中心，特别是以灾备等实时性要求不高的应用为主的大型数据中心，优先在一类和二类地区建设，也可在气候适宜、靠近能源富集地区的三类地区建设。

新建中小型数据中心，重点考虑市场需求、能源供给等要素。鼓励中小型数据中心，特别是面向当地、以实时应用为主的中小型数据中心，在靠近用户所在地、能源获取便利的地区，依市场需求灵活部署。

针对已建数据中心，鼓励企业利用云计算、绿色节能等先进技术进行整合、改造和升级。

减少政府自建数据中心数量

另据了解，为保障数据中心合理建设和布局，相关部门还将强化建设的政策引导。在保障安全的前提下，鼓励行政机关带头使用专业机构提供的云服务，逐步减少政府自建数据中心的数量。并引导企事业单位逐步将相关应用向专业机构提供的云服务上迁移。

同时，结合“宽带中国”战略，加快推动宽带网络建设，进一步优化互联网架构，提升互联网骨干网间互联互通水平，重点加强一类和二类地区的高速骨干网络建设和扩容力度，全面提升基础网络的能力和服务质量，满足各类数据中心建设和发展的需要。

另外，还将加快数据中心安全技术研发，加强数据中心网络与信息安全管理。要求数据中心的设计、建设和运营按照行业主管部门的政策标准，在网络安全、应用系统安全、业务安全、管理安全等方面落实安全措施和要求，制定和完善应急预案，健全运行安全保障机制，提高突发事件应急处置能力。来源：2013-1-14 飞象网

[返回目录](#)

交通部要求 9 省市车辆安装北斗导航

交通运输部 14 日要求 9 个示范省市的大客车、旅游包车和危险品运输车辆，2013 年 3 月底前 80% 以上安装上北斗车载终端。6 月 1 日后，凡未按规定安装北斗导航的车辆，不予核发或审验道路运输证。

交通运输部副部长冯正霖 14 日在此间举行的电视电话会议上表示，这是北斗卫星导航系统专项启动的第一个北斗系统民用示范工程，由交通运输部与总装备部联合组织实施，计划用 2 年时间，在江苏、安徽、河北、陕西、山东、湖南、宁夏、贵州、天津共 9 个示范省市建设 7 个应用系统和一套支撑平台，安装 8 万台北斗终端。近期，交通运输部将结合春运检查工作对各地的落实情况进行督查。

冯正霖介绍，交通运输行业具有点多、线长、面广、移动的特点，目前 90% 的卫星导航民用用户集中在交通运输系统。

冯正霖说，2012 年 12 月 31 日，交通运输部发出《通知》，明确规定：从 2013 年 1 月 1 日起，各示范省份在用的旅游包车、大客车、危险品运输车辆需要更新车载终端的，应安装北斗兼容车载终端；所有新进入运输市场的重型载货汽车和半挂牵引车应加装北斗兼容车载终端，并接入道路货运车辆公共监管与服务平台；鼓励农村客运车辆安装北斗兼容车载终端；自 2013 年 6 月 1 日起，所有新进入示范省份运输市场的以上三类车辆及重型载货汽车和半挂牵引车，在车辆出厂前应安装北斗兼容车载终端。凡未按规定安装或加装北斗兼容车载终端的车辆，不予核发或审验道路运输证。

冯正霖要求将示范工程实施工作作为当前一项重大的政治任务，尽快实现在全行业普及使用北斗卫星导航系统终端。来源：2013-1-14 新华社

[返回目录](#)

工信部加强电信市场监管释放产业改革提速信号

近日，光纤到户国标正式颁布，监管层祭出重拳规范多年来困扰产业发展的“最后一公里”难题，一时间成为业界热点。此外，工信部部长苗圩在年度工作会议上表示，2013年工作中，将加强和改进电信市场监管，推动出台新版电信业务分类目录，建立健全新业务管理制度，适时扩大移动电话用户号码携带试验范围，启动三网融合第二阶段试点工作，特别强调将尽快发布实施“宽带中国”战略，着力改善用户体验，并推动电信资费改革……释放出政府加强市场监管的积极信号。

随着电信业改革进入深水区，三网融合、携号转网、宽带中国战略、民资入局等问题相继浮出水面，各方都呼吁相关监管机构与政策能与时俱进，为产业良性发展保驾护航。

产业发展，监管不能缺位

党的十八大明确将“信息化水平大幅提升”纳入全面建成小康社会的目标，加快转变经济发展方式要求“四化”同步发展，通信业亟需把握战略机遇、抓住崭新的发展空间，从而推进产业自身转型与创新，才能在发展质量、效益中力求突破。

在政策扶持、经济发展、产业转型等多重利好因素刺激下，电信业发展取得可喜成绩。目前，我国已建成全球最大的信息通信网络，农村地区实现村村通电话、乡乡能上网，全国电话用户总数达到13.35亿户，其中移动用户达到10.52亿户，固定宽带接入用户达到1.64亿户，互联网网民达到5.38亿人；电信业务结构进一步优化，互联网应用迅猛发展，市场格局持续改善，企业竞争力明显增强；2008—2011年电信服务综合资费水平累计下降30%左右，让更多民众享受电信改革实惠。

虽然改革重组、3G发牌后，在一定程度上缓解了市场失衡的竞争格局，但以下问题却成为行业发展绕不开的坎：恶性价战此起彼伏、垃圾短信“春风吹又生”、民资入局难破题面临“弹簧门”与“玻璃门”、宽带普及提速工程受制“最后一公里”、三网融合部门博弈难平息、携号转网进展缓慢……正是存在这些不和谐的因素，电信业的发展难以走出“大而不强”的怪圈。

电信业改革发展不能一蹴而就，以上问题的存在也是“冰冻三尺非一日之寒”，此次工信部明确提出加强与改进电信业监管的发展思路，正是行业加强顶层设计、行业监管与时俱进的一大体现。

产业融合，监管环境更复杂

光通信、无线通信推动信息网络基础设施日益泛在化、宽带化；移动互联网、物联网、云计算等新兴产业不断繁荣，这都深刻地改变着产业生态市场结构。在移动互联网塑造的新型“云管端”生态环境中，运营商的重点产品形态正在从标准化的语音业务转向个性化的数据业务，参与业务提供的主体包括设备商、信息服务商、内容供应商等众从企业。

正在兴起的产业跨界融合潮，使市场竞争呈现新格局、新特点。电信业正在打破“带围墙的花园”，开启以开放和创新为特征的第二次转型，让市场驱动运营模式变革，通过体制机制和管理体系创新，逐步布局“去电信化”后的产业发展路径。

转基因式的变革不仅为产业发展带来全新的视野，而且也对行业监管提出新的考验。不同产业之间的合作与融合成发展主线，跨界潮的冲击将令产业间的界限越来越模糊，监管面临更加复杂的全新环境。在移动互联网爆发式增长的近年里，互联网公司的各类应用、终端厂商们的操作系统都在严重冲击着传统电信运营商的语音、短信及彩信业务，产业的发展环境已发生了巨大变化，“无规矩不成方圆”，监管政策的创新备受关注。

随着 IT、通信、互联网产业的融合，各政府主管部门的职能交叉范围日渐加深。随着越来越多跨界融合产物出现，亟需跨部门跨行业的融合性监管机构统筹全局，站在更高层面上对整个行业进行有力监管。例如，三网融合只是跨界融合的一个缩影，之所以发展进程缓慢，在很大程度上就是受制于跨行业监管难落地。

加强顶层设计，改革或提速

“没有竞争就没有进步，没有变革就没有发展”。民资入局、三网融合、宽带中国战略等一系统问题都亟需解决，否则一旦错过发展时机，将给产业发展造成难以估量的损失。因此，在产业转型升级的十字路口，监管层的改革决心与力度显得尤为重要。

工信部近期不断释放出加强市场监管的信号，国内电信业的改革或提速。例如，在“鼓励民间资本进入电信行业”的文件下发半年之后，近日有消息称，有关虚拟网络运营商的准入问题被提上议事日程。尽管国家相关部门尚未明确关于“虚拟网络运营商牌照发放”的具体时间表，但新的市场竞争格局出现只是时间问题。

此外，2010年国务院发布推进三网融合的总体规划，按照方案规划，2012年将是三网融合试点阶段最后一年。但由于监管缺失、主体缺失、权力与利益不明，没有绝对的主导方，部门利益纠结下试点尚未形成有效的模式。甚至业内人士预测，如不在监管上创新，2013年三网融合要想进入全面推广阶段，似乎并

不现实，要保障三网融合顺利推进，融合性监管甚至是组建“国家综合信息通信委员会”等涉及体制机制的深层次改革就显得极为迫切。

2012年是我国宽带发展最具历史意义的一年：宽带首次纳入到国家发展战略大局中，国务院明确提出实施“宽带中国”工程，工信部实施了“宽带普及提速工程”，11个部委联合启动“宽带中国战略”的制订，2012年上半年，我国固定宽带普及率提高1个百分点，移动宽带(3G)普及率则提高了3.5个百分点……虽然我国宽带发展与发达国家差距正不断缩小，但仍然面临一系列深层次问题亟须突破，网络基础建设模式、商业运营模式、普遍服务资金等都亟待政策引导，因此出台宽带国家战略迫在眉睫。

此外，携号转网、资费改革、网络信息保护、垃圾短信等问题也需要监管层加大改革力度。由此可见，加强顶层设计、推进产业深层次改革或成2013年通信业发展的关键词。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

工信部副部长尚冰：TD-LTE 是中移动最重要事情

知情人士透露，在出席中国移动2013年工作会议时，工信部副部长尚冰在讲话中表示，2013年将是TD-LTE这个产业发展的难得机遇，几大部委正在研究进一步加大支持TD-LTE力度的相关政策，业内预计，无论中国联通和中国电信是否在4G上准备好，2013年发放TD-LTE牌照将成定局。

“推动TD-LTE产业发展，是2013年中国移动最重要的一件事情。”尚冰在会上如此说。这一点与中国移动的认识相吻合。一直以来，中国移动苦于其3G制式竞争力弱，会上，中国移动董事长奚国华也表示，TD-LTE产业化、商用化、国际化步伐加快，将给中国移动带来了广阔发展机遇。

不过，尚冰同时指出，中国移动要统筹协调好TD-LTE与TD-SCDMA的发展。他又透露，工信部、发改委、财政部、科技部正在研究进一步加大支持力度的相关政策。

之前，在全国工业和信息化工作会议上，工信部部长苗圩表示，2013年我国还将加强3G网络建设和业务应用，同时认真做好LTE频率分配和牌照发放准备工作。

上述种种迹象表明，国家支持TD-LTE的态度坚定，4G发展会适当照顾TD-LTE。按照规划，2013年，中国移动通过新建和TD-SCDMA平滑升级的方式，使TD-LTE基站规模超过20万个，但一旦获得牌照，预计中国移动建设TD-LTE

的速度会大大加快,预计实际上到 2013 年年底 TD-LTE 基站应该会超过 TD-SCDMA 基站数,即达到 30 万个以上。来源: 2013-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

全球商用 LTE 网络已达 145 张 2013 年底增至 234 张

全球移动供应商协会(GSA)表示,截至目前,全球已有 66 个国家的 145 家运营商推出了商用 LTE 服务。据 GSA 更进一步的报告显示,2012 年新增了 104 家运营商承诺投资 LTE 网络部署,使承诺部署的运营商总数增至 104 个国家的 330 家。

报告称,1800 MHz 是 LTE 部署的主流频段,并且预计这一趋势将会持续。在全球 39 个国家商用 LTE 网络的运营商中,有 40%使用 1800 MHz 作为单一的频段系统,或者作为其多频段网络部署中的一部分。其次最常用的 LTE 网络部署频段为 2.6 GHz (band 7)。

相比 12 个月前,在 2012 年,有 97 张网络在超过 37 个国家推出。截止 2011 年底,全球共有 47 张商用 LTE 网络。

GSA 预计,到 2013 年年底,将有 234 张商用 LTE 网络在 83 个国家推出。来源: 2013-1-15 中国通信网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

国产智能手机集体发力

2012 年国产手机的亢奋状态 2013 年仍在延续。2013 年伊始,中国本土厂商集体在智能手机市场发力。虽然与苹果、三星等巨头的差距依然很大,但国产智能手机正在寻找具有本土特色的追赶路径。

从 2012 年年末至今,国产智能手机新军小米公司开始高密度的销售活动。2012 年 12 月 28 日,小米公司当年最后一次开放购买举行,25 万台手机一天内售罄。一周后的 2013 年 1 月 5 日,小米公司再次对外发售包括 15 万台小米 2 和 10 万台小米 1S。这家成立不到三年的公司 2012 年含税营业额已经超过 120 亿元。“2013 年销售收入有望翻番。”小米公司董事长兼 CEO 雷军说。

新年伊始,传统手机巨头也在发力。在美国时间 1 月 8 日在拉斯维加斯举行的美国消费电子展上,多款国产智能手机新品亮相。备受关注的 W1——华为终端首款 Windows Phone8 智能手机在会上发布。中兴通讯则发布了号称“最薄的

四核智能手机” Grand S。联想携四十余款新品参展，其高端旗舰智能手机 K900 是主打产品之一。

虽然“规模杀死利润”的问题依然困扰国内很多厂商，但这种情况正在改观。“前期在广告宣传和渠道建设上的投资比较大，所以净利润不是很好。但是我们预计在未来的一两个季度内，联想在国内智能手机市场能够获得盈利。”联想集团董事长兼 CEO 杨元庆说。尽管没有透露具体数字，但雷军也坦言目前小米手机的盈利情况“还不错”。

除庞大的国内市场需求外，对符合本土特点产业模式的驾轻就熟也是国产智能手机集体勃兴的重要原因。经过几年的摸索，一些本土企业已经找到符合自身特点的发展路径。

中国使用手机的人数数以亿计，哪怕百分之一的需求都是百万数量级的大需求。因此，注重细节上创新，满足个性化需求的创新也能产生大效益。“为了满足个性化需求，小米走的是跟 iPhone 完全相反的路。iPhone 极简，小米走集大成路线，力求支持各种功能。”小米公司联合创始人兼总裁林斌说。

和小米类似，很多互联网企业也基于自己的服务特色推出了多款手机。阿里巴巴、百度、360 等多家互联网公司纷纷试水智能手机。互联网企业做手机的一大特点是有别于传统渠道的互联网销售模式。来源：2013-1-12 新闻晨报

[返回目录](#)

民企有望“入网”移动业务

这是国家鼓励、支持和引导民间资本进一步进入电信业的首个举措。

试点方案对转售企业资质明确规定：转售企业必须为中资民营企业；必须配备专门的客服系统；建立网络与信息安全应急处置机制；能提供市场退出善后处理方案。

本报讯 昨天，工业和信息化部网站上挂出了《移动通信转售业务试点方案》，并向社会公开征求意见，明确将开展移动通信转售业务试点工作。业内专家表示，这是国家鼓励、支持和引导民间资本进一步进入电信业的首个举措。

移动通信转售业务是指从拥有移动网络的基础电信业务经营者处购买移动通信服务，重新包装成自有品牌并销售给最终用户的移动通信服务。一般业内习惯将从事移动通信转售业务的企业称为虚拟运营商。

在该征求意见稿中，要求拥有移动网络的基础电信业务经营者应保障在试点期间至少与 2 家以上转售企业签署合作协议，并开展合作。基础运营商应按照转售企业需求为其分配连续号码资源或整个号段，且提供的业务接入质量不得低于

自营业务的接入质量，批发价格则应低于自身同类业务的最优惠零售价格。今后，申请经营移动转售业务的虚拟运营商可向三大基础运营商——中国移动、中国联通、中国电信租赁移动通信网络，发行自己品牌的手机通话卡。

在此次征求意见稿中，规定申请经营移动通信转售业务的企业必须是依法设立的中资民营公司。试点时间初定 2 年，自试点启动的 1 年内，拟开展移动通信转售业务的中资民营企业可向电信管理机构提出参与试点业务申请。

为了保障试点顺利展开，征求意见稿规定，基础电信业务经营者向转售企业提供的业务接入质量不得低于自营业务的接入质量。

电信专家付亮表示，试点工作的展开标志着我国电信业向民营资本开放的一大进步。

在征求意见稿中，对试点过程中基础电信业务经营者、转售企业做了详细的工作要求。工业和信息化部将根据试点开展情况和结果再行研究移动通信转售业务的正式商用事宜。电信业的大门正在逐渐敞开。

新闻追踪

虚拟运营商能否大幅降低资费

目前，在欧美、日本、韩国、中国香港及台湾等地，虚拟运营商被视为增加竞争、为用户提供更好服务的电信市场模式，运作已较为成熟，譬如香港即有 6 家虚拟运营商参与电信基础业务运营。根据试点方案，基础电信业务经营者给予转售企业的批发价格水平应低于其当地公众市场上同类业务的最优惠零售价格水平。此外，转售企业在出具长期服务保障措施证明的前提下，可采用预付费方式开展业务，最多只能向用户预收 1 年的服务费用。不过，分析人士认为，在中国当前的电信市场环境下，即便该业务正式商用，虚拟运营商也不可能即刻覆盖全国网络，而是从区域性市场切入，开发自己的用户，“国内现在的移动通信业务仍在增长，虚拟运营商与基础运营商可以一道将这块蛋糕做大，共同分享移动通信业务增长带来的收益”。但是，短期内，不会对移动话费整体水平产生太大的影响。

谁将成为首家虚拟运营商

付亮表示，申请转售业务的企业应该考虑自身现有的业务与移动通信转售业务的契合度，仅依靠单纯的移动通信转售业务很难生存。拥有位置服务、移动游戏、企业信息化等业务的互联网企业、电商企业、传统的 ICT 企业以及手机终端厂商均可能申请成为试点企业，市场需求潜力相当大。

此前分析认为，包括电子商务公司在内的互联网公司，国美、苏宁等家电连锁企业，迪信通、天鹰等终端销售连锁企业，是比较有可能申请虚拟运营牌照的企业。这几类企业的共同点是：用户规模较大；处于通信产业链之中，自身业务

容易与移动通信业务整合；有的还拥有自己的计费支付体系或分布广泛的营业网点。拥有 7 亿多 QQ 活跃用户和 3 亿多微信用户的腾讯被认为最具备条件，淘宝等电商也具有申请虚拟运营的动力。来源：2013-1-9 北青网

[返回目录](#)

国产手机产线品上行 战高端破利润困局

中兴通讯近期在北京正式首发了 nubia 品牌首款旗舰机 nubia Z5，并于 1 月 8 日开放预约登记。面对激烈的市场竞争，中兴等民族品牌手机将通过产品高端化，对苹果、三星等传统高端国际品牌发起挑战。

中兴发布新品牌剑指高端市场

1 月 7 日，nubia 智能手机新浪官方微博表示 1 月 8 日上午 10 点 nubia Z5 在 nubia 官方网站上将开放预约登记。

2012 年 10 月，中兴通讯在北京召开新品牌发布会，正式发布旗下手机新品牌 Nubia，中文名称为努比亚。这是中兴通讯成立 27 年来，首次在集团品牌之外发布全新品牌。

2012 年 12 月，中兴通讯在北京正式首发 nubia 品牌首款旗舰机 nubia Z5。nubia 品牌定位于高端市场，面向追求个性、渴望身份识别的消费人群。作为中兴通讯之外全新的高端独立品牌，nubia Z5 采用了全新的营销策略和产品设计理念，拥有当前智能手机顶级的配置，剑指被苹果、三星等国际巨头垄断的高端智能机市场。

负责分管中兴通讯手机业务的何士友表示，“这个子品牌走的是精品路线，我们并不追求子品牌有多大的规模，因为我们是把它定位在一个未来如何能缩小与三星差距的产品，而它的价格则会与 HTC 手机可以相匹配”。

中兴发布新高端品牌，是为了避开门槛和利润较低、竞争激烈的低端市场，在手机中高端市场占有一席之地，意图打破民族品牌智能手机“赔本赚吆喝”的局面。

Nubia Z5 配置顶级大打差异化牌

同质化已成为当下智能手机广受诟病的地方，由意大利顶级设计师斯蒂凡诺·乔凡诺尼（Stefano Giovannoni）倾力打造的 nubia Z5 一经发布就打出差异化牌。

据 nubia 总经理倪飞介绍，nubia Z5 配有 PPI 达到 443 的 5 英寸 1080p 夏普定制屏幕；高达 1300 万像素的 F2.2 光圈主摄像头、主频达到 1.5G 的高通骁龙

龙 snapdragon APQ8064 四核处理器、拥有 2.67mm 全球最窄边框和采用铝合金一体化框架结构等，打造出全球顶级硬件配置的高端手机。

除了在硬件配置规格顶级外，在品牌定位、设计理念、科技性能、交互体验、创新服务等方面全面领先当前主流智能手机品牌，并通过大量创新技术实现了 nubia 定位高端的品牌区隔，告别国内智能手机追求硬件堆砌和价格比拼的现状，更多满足人们对高端智能手机的情感和个性化需求。

在产品设计上，nubia 体现了“有情感和个性的设计”，并采用了前所未有的工艺结构。“我觉得现在科技越来越发达，产品的设计和性能逐渐回归自然，这是我的一些设计理念。”斯蒂凡诺·乔凡诺尼介绍说。

记者现场切身感受这款采用了高强度铝合金一体成型结构，实现整机超薄、超窄和整机高强度标准的 nubia Z5 手机，在单手握持体验上表现优秀。

同时在拍摄和视音体验上，nubia Z5 也具给人带来耳目一新感受。1300 万像素柯尼卡-美能达专业镜头的主摄像头，带来了专业级拍摄体验。记者也体验了这款同配备了 YAMAHA 音乐芯片，采用杜比 (Dolby) 5.1 解码及环绕立体声音效技术的手机，视听与音效都较优秀，并可以通过手势完成绝大部分的音乐操作。

为体现其品牌的高端性，nubia Z5 将提供上门售后服务，可免费提供代用机等个性化客户服务，这在全国尚属首创。

民族品牌自主创新发力高端

当前，全球智能手机市场竞争异常激烈。昔日手机巨头诺基亚、摩托罗拉等快速衰退；谷歌、微软等互联网巨头正在重兵杀入；即便如日中天的高端智能手机霸主苹果也处在创新乏力的困局之中。

在运营商和手机厂商的推动下，千元智能机“肆虐”般扩张，成为手机品牌夺取市场份额的利器。据资料显示，目前民族品牌手机的利润率仅仅有 10% 左右。民族品牌虽然占据了国内 50% 的智能机市场份额，但均集中在低端智能机市场。三星和苹果占据了手机市场 99% 的利润，民族品牌和其他国际品牌只能去争夺剩下的 1% 的利润。民族品牌智能手机陷入低利润甚至亏损的困境。

由于目前国内手机制造进入门槛低、产品无差异化特征，国内手机厂商只能在拼价格、网络炒作等方式上引人注目，造成行业竞争过于激烈，部分品牌在竞争中消亡，这加剧了中国手机市场洗牌。因此，过去一年高喊“牺牲利润换取规模”的国内手机厂商正在逐渐转变经营观念，通过自主创新等手段提高产品竞争力，努力摆脱利润低的困境。

近期，国手手机厂商已经不断在高端市场上探路。2012 年 11 月发布的酷派大观 HD9960、12 月 27 日魅族发布的 MX2、12 月 26 日发布的 nubia Z5 和即将发

布的中兴 Grand S、华为 Ascend D2 等案例都是民族品牌通过打造高端手机希望实现企业转型，摆脱低端手机形象，打破只有规模没有盈利的局面。2013 年，国内高端手机市场将成为民族品牌竞争的主战场，并将再次带来行业洗牌。来源：2013-1-14 通信信息报

[返回目录](#)

民资介入基础电信业试点将启 虚拟运营商或现

民资进入基础电信业务的试点列车即将启动。工信部昨日公布的《移动通信转售业务试点方案》(征求意见稿)显示，封闭多年的移动通信转售业务即将启动，试点期初定 2 年。这意味着，我国电信业一次重大的变革即将拉开帷幕，虚拟运营商将应运而生。未来除了现有的三大手机运营商外，将会出现新的面孔。

昨日，工信部将该方案向社会公开征求意见。该意见稿中要求拥有移动网络的电信运营商在试点期间至少与 2 家以上转售企业签署合作协议，并开展合作。这也是国家鼓励、支持和引导民间资本进一步进入电信业的首个举措。2012 年夏天，工信部出台《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，电信业八大领域向民间资本递出橄榄枝。此后工信部一直在研究制定相关的试点方案。

该征求意见稿对于申请经营移动通信转售业务的企业资质设定了门槛，要求必须是依法设立的中资民营公司，设有专门的客服部门和客服人员，建立服务质量管理体系等等。同时，要求三大运营商不得与转售企业签订含有排他性条款的协议。

移动通信转售业务向民资开放后，将给我们的通信生活带来怎样的变化？相关电信专家指出，目前我国是三足鼎立的电信运营格局，而未来将会出现新的虚拟运营商，只不过它们不搭建网络，而是通过租用等方式对电信服务进行深加工，提供一项或者几项基础电信服务，使用自有品牌。北京邮电大学教授曾剑秋指出，随着虚拟运营商的参战，以及向民资开放的范围加大，电信业竞争将会更加激烈，提供的服务也必将多样化，这也意味着普通消费者将可以享受更好的服务与更有吸引力的资费。

而相关专家指出，转售业务将是我国虚拟运营商的“敲门砖”。多年前相关监管部门曾考虑过开放虚拟运营商，后来不了了之。虚拟运营商几年前出现在欧洲，英国的维京公司是世界上最早开拓虚拟网络运营的企业。而据推测，腾讯、阿里巴巴以及几大连锁企业也许会吃上“头啖汤”。

■ 名词解释

移动通信转售业务

工信部给出的“移动通信转售业务”定义是：指从拥有移动网络的基础电信业务经营者购买移动通信服务，重新包装成自有品牌，并销售给最终用户的移动通信服务。移动通信转售业务不包括卫星移动通信业务的转售。它属于第二类基础电信业务。来源：2013-1-9 北京晨报

[返回目录](#)

携号转网试点扩围引关注 或促成运营市场变局

久被业界遗忘的携号转网政策近日突现一线曙光。工信部部长苗圩日前表示，2013年将适时扩大移动电话用户号码携带试验范围。经过两年的试点，携号转网也到了阶段性总结的时刻，但申请转网成功率不足四成的成绩单着实不佳。携号转网的尴尬，一方面显示在当前竞争环境下，运营商之间的用户争夺战日趋激烈，另一方面折射了监管部门的矛盾心理，既寄望通过政策打破电信行业的不均衡局面，又不希望过多地冲击市场，运营商与监管的博弈贯穿其中，成效不佳在所难免。随着2013年电信业市场实质性开放步入新阶段，携号转网的扩围或将进一步激发市场竞争格局演变，如何总结经验，强化对携号转网的监管，运营商如何将其转化为对自身业务的正向激励，值得各方思考。

携号转网试点两年成效不佳

近日，苗圩在全国工业和信息化工作会议上透露，明年将适时扩大移动电话用户号码携带试验范围。

为保障消费者权益、促进号码资源充分利用和促进电信业公平竞争，工信部从2010年11月开始在天津、海南两地进行了手机携号转网试点。不过试点实施效果却不甚理想。数据显示，两年来仅有约7万用户成功办理，在两地超过1800万手机用户中，提出转网申请的用户不到1%，申请后携转成功率仅为36.7%。

究其原因，有业界人士指出，业务办理门槛高、流程复杂、增值业务无法自动携转、转换成本高等因素严重压制了用户的热情。同时，监管部门左右摇摆也使试点政策从一开始就满是纠结，缺乏相应的匹配政策和严格监管。例如，携号转网在天津实施双向转网，三大运营商的用户相互转网，在海南则实施单向转网，只允许除TD专用号段157、188用户外的其他移动用户转往电信、联通，而电信、联通的用户不能转向移动。监管部门既想在一定程度上遏制中移动的一家独大的局面，又避免对中移动自主创新的TD-SCDMA产生太大的冲击。

携号转网扩围引争论，最佳节点已过？

如今，这项沉寂已久、几近被遗忘的政策突然峰回路转，引发各界讨论。通信行业专家付亮表示，现在早已错过携号转网最佳期，用户需求不强烈，相关增值业务不配合，移动互联网来临，对号码携带需求明显降低，已成鸡肋。

对于消费者而言，携号转网降低转网成本。但随着移动互联网的发展，各种数据应用层出不穷，消费者对数据流量和高速网络的需求日益迫切，信息消费内容更加多样化。层出不穷的智能终端，如双模手机，让消费者可根据各运营商的业务自由分配支出，用户对号码依赖明显减弱，多机多号现象明显增加。运营商3G业务同质化现象存在，使得携号转网的吸引力逐渐降低。

对于运营商而言，携号转网大量的成本投入可能并不能换来相应的用户迁移，或许还将增加保有用户的成本，因此运营商对待携号转网都比较消极。如今3G步入存量市场竞争阶段，携号转网一方面或使本已激烈的用户争夺战更加白热化，另一方面也将减少运营商自身的号码资源。第一创业证券研究员任文杰认为，携号转网政策出台的初衷之一是构建均衡和有竞争力的通信市场。但中移动的市场份额已从超过90%下滑到约40%，且承担着TD产业化任务，因此是否应扩大携号转网试点范围，仍值得商榷。

不过，投行中金的报告认为，携号转网从商业角度而言是合理的。实施携号转网被认为是能使消费者、国家和电信行业三方都受益的举措。号码可携带既有利于消费者，也有利于优化市场结构，通过市场的管制措施，实现有效竞争，提高消费者福利。

保障用户“用脚投票”权利，进一步激发市场变局？

2013年，在三网融合、民资进入电信业、宽带中国战略等诸多政策的推动下，我国电信业有望迎来新的变革年。携号转网有望成为激发运营市场竞争的又一个催化剂。一是由于作为3G牌照发放的配套措施，携号转网曾被寄望保障用户的自主选择权，从而推动3G普及，打破运营市场不均衡局面。如今，随着4G渐行渐近，携号转网的扩围也被业界视为政策层面为4G牌照的发放铺路。二是目前三家电信运营商在3G新增用户上日渐旗鼓相当，随着移动用户市场增长几近触及天花板，存量市场竞争愈演愈烈，携号转网的扩围将进一步促进用户“用脚投票”，使本已激烈的用户争夺战更加白热化。

如今的通信市场，既有三大运营商的激战，也将面临虚拟运营商、OTT服务提供商等新势力的挑战，保持用户粘性的成本越来越高，无论从自身业务结构转型还是应对外部竞争看，服务都将提升至重要地位，这要求运营商需不断提升网络质量，增加服务种类。携号转网的扩围将推动运营商全方位提升网络、资费、服务等综合竞争力。从这个角度看，携号转网对优化通信市场格局的意义仍在。

但归根到底，携号转网若想取得预期效果，需要监管部门的强力作为，细化规则、明确权责、强化监管都是必不可少的方面。此前，工信部通信发展司副司长陈家春表示，下一步将重点解决携号转网试验中遇到的问题和情况，加快完善试验方案，建立相关的机制，加强对试验的管理，为科学制定下一步号码携带的政策做好准备。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

我国近 88%行政村通宽带 固移融合制胜农村市场

2012年，我国通信行业深入实施通信村村通工程，全行业累计投资101亿元，全面超额完成年度目标任务，其中，截至2012年12月20日，全年新增1.93万个行政村通宽带，行政村通宽带比例从年初的84%提高到了87.9%。

农村宽带快速发展只是我国宽带建设发展中的一个缩影。在宽带中国战略出台的呼声居高不下的背景下，我国的宽带建设进入了快速发展的轨道。而随着移动互联网的发展，未来“有线+无线”的固移宽带融合发展才能真正为用户提供高速、立体、全方位的优质服务。

我国宽带建设大踏步前进

为加快信息网络宽带化升级，推进城镇光纤到户，实现行政村宽带普及服务，在2011年全国工业和信息化工作会议上，工信部部长苗圩提出了“宽带中国战略”。虽然经过两年来的酝酿，宽带中国战略至今仍未出台，但在刚过去的2012年，我国宽带发展又向前迈出了一大步。

在农村信息化建设方面，据了解，截至2012年12月20日，全年新增1.93万个行政村通宽带，行政村通宽带比例从年初的84%提高到87.9%；新增1万余个自然村通电话，20户以上自然村通电话比例从年初的94.7%提高到95.2%；为农村地区新建乡信息服务站2000多个、村信息服务点2.9万余个、乡级网上信息库9900多个、村级网上信息栏目6.7万个。2012年，我国通信行业在农村信息通信基础设施建设和农村信息化进程成效显著。

值得一提的是，中国电信近日与教育部在北京签署战略合作框架协议，共同加快推进教育信息化。中国电信将重点支持中西部10万~15万所中小学校的宽带网络接入和已实现宽带接入的8万~10万所中小学校园无线网络建设。

在宽带市场上，多年来，“宽带不宽、网速不快、费用昂贵”等问题备受消费者诟病，为解决这些问题，2012年3月，工信部正式启动了“宽带普及提速工程”。而从2012年5月起，国内三大电信运营商也相继提出了2012年的宽带建设目标并积极推进。根据2012年11月工信部发布的数据，截至当时，我国固

定宽带用户数量已达 1.66 亿户，2M、4M 以上用户比重分别达 92.6%、54%，比 2011 年底提升 14%；新增光纤到户覆盖家庭数量超过 2300 万，占全年 3500 万目标的 65%；FTTH 用户数已突破 1000 万，全国平均单位带宽价格比 2011 年底下降了 18.7%。

固移融合共促国家宽带发展

宽带是国家经济社会发展的重要基础，是工业化与信息化融合的重要纽带，是衡量一个国家竞争力的重要标准之一。随着信息社会的发展，电子商务、物联网、移动互联网等依托宽带的网络经济发展也对宽带建设提出了新的要求，建设成高速、便捷、低价、立体的网络服务，是我国宽带建设者当前的重要任务。

网络服务水平的提高在城市已有成效，而广大的农村地区宽带建设仍在“慢步”前进，城乡发展不平衡是我国宽带建设中面临的最现实的问题。在一些经济发达的城市，宽带光网建设被搞得轰轰烈烈、WiFi 热点覆盖范围广泛、LTE 实验步伐加快，这些在广阔的农村却悄无声息。在农村尤其是一些地势复杂的偏远地区，宽带建设投资成本高、需求小、效益低、实施难、维护难……这一世界难题造就了我国大部分农村的宽带网络覆盖率还比较低。互联网是改变城乡二元结构、缩小城乡差距的重要手段之一，但日益拉大的数字鸿沟，无疑将更大地拉开乡村与城市之间的距离。

固移一体的融合宽带网络是发展方向。固定宽带网络建设是无线宽带网络的基础，而无线宽带网络又是固定宽带网络的重要补充。未来，家庭、办公场所、公共服务场所都需要“有线+无线”的固移一体的宽带网络，这有这样才能真正实现信息共享、信息高速传递。

这一趋势在农村也适合。在农村多年处于不通电话、信息闭塞的状态下，通过将有线宽带和无线宽带、固定电话与移动电话等的融合，运营商可以为用户提供无缝的、立体的、全方位的服务。而也只有这样，才能真正促进我国的宽带发展。

差异化竞争增加制胜市场筹码

电信运营随着政策的不断改变，越来越多的竞争者将进入这一领域，竞争日益多元化。日前有消息称，工信部或将于 2013 年 6 月份发放虚拟运营牌照，互联网巨头腾讯有望获得牌。民资、互联网、广电等新势力的发展，将对运营商构成极大的威胁。即使在三大运营商内部，竞争也是日益白热化。面对内忧外患，运营商需根据自己的特点在新形势下制定出新的发展战略。

在全球范围内，2013 年至 2016 年间，移动宽带将以每年 19.2% 的速度增长，累计创造 1229 亿美元的收入。可见，移动宽带成为电信运营商收入增长的新动力。在固网宽带建设处于显著地位的同时，移动宽带也是我国宽带战略的重要组

成部分，如何更好地实现固定网络与移动网络的协同发展，对运营商的发展非常关键。

作为宽带建设的主力军和全业务运营商，中国电信根据自己的行业地位和运营特点，探索出了具有自己特色的宽带发展道路。继 2011 年 2 月“宽带中国·光网城市”工程启动之后，中国电信又于当年 5 月启动了“宽带中国翼起来”活动，开始全力打造“无线中国”。中国电信无处不在的 WiFi 覆盖、高速顺畅的天翼 3G 网络与固定网络相得益彰，为用户提供了更优质、立体化的网络。

在宽带中国战略的大背景下，中国移动在 2012 年也着手全面贯彻宽带普及提速工程。中国移动加大了“四网协同”的战略部署力度，扩大了 TD-LTE 试验范围，加大了无线热点的覆盖规模，同时也在着力提升整个城域网的承载能力。中国移动不但不断强化其 LTE 网络的领先优势，同时也谋取在固网领域取得实质性的突破。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

中国手机地图用户破三亿 深度整合显智能化趋势

近年来，随着 LBS、社交网站等基于位置的数据服务的兴起，手机地图产业发展迅猛。易观智库发布的最新数据显示，截至 2012 年第三季度，中国手机地图客户端市场累计账户数已达 3.07 亿户，在移动互联网用户中的渗透率达 50% 左右。手机地图市场进入跑马圈地的高速发展期，而本地化的生活服务信息整合将更好地提升手机地图用户的活跃度。

终端普及促手机地图市场蓬勃发展

手机地图应用随着移动终端智能化、大屏化的发展和无线 3G 网络的应用，逐渐普及到寻常百姓家。这个几年前还只能依赖于 GPS 导航仪才能实现的高科技产品，现在只需将其下载到我们的终端产品上，就能在生活中随地使用。加上移动终端方便携带的特性，让它很容易就占领了终端市场。

现在使用手机地图的用户数已越来越多。据统计，2011 年第一季度到 2012 年第三季度，手机地图导航注册用户的规模数进入了高速增长期。2011 年中国手机地图累计账户数为 1.35 亿；2012 年第三季度中国手机地图注册用户规模达到 3.07 亿，在移动互联网用户中的渗透率达 50% 左右。至 2015 年年底，国内手机地图累计账户规模更是有望超过 6 亿，渗透率将达 64.6%。手机地图导航近两年用户规模增长迅速，手机地图导航市场一片繁荣场面。

毫无疑问，手机地图市场规模能够获得如此高速的增长，主要应归功于移动终端和移动互联网的大发展。IDC 最新公布的报告显示，2012 年第三季度，中国

市场智能手机出货量突破 6000 万台，预计 2013 年我国整体手机市场出货量将达 3.8 亿部，同比增长 5%；其中智能手机出货量将达到 3 亿部，同比增长 44%。而随着智能手机终端的不断成熟和发展，其应用领域也在不断扩张。从最初的车载导航产品到如今的生活服务综合查询平台，用户对定位系统越来越熟悉，且逐渐对这种随时随地查看导航地图的技术产生了依赖。而手机终端地图的多样化发展趋势，更是为未来导航系统的发展找到了一个完美的契合点。

手机地图成为移动互联网必争之地

作为移动互联网的重要入口，手机地图市场也上演着激烈竞争新格局。据易观的数据显示，2012 年第三季度，高德地图、百度地图、图吧地图分别以 25.9%、19.1%和 9.5%的比例，占据中国手机地图累计账户市场份额前三名。前两者中一个是地图内容、导航提供商，一个是搜索引擎大鳄，它们都希望依托地图搭建本地生活服务平台，来撬动手机地图市场。

而在 iOS 平台，随着谷歌地图的回归，苹果与谷歌之间的“地图战争”亦是不可避免。在 2012 年 9 月苹果用自己的地图应用换掉了谷歌的应用，引起了苹果用户的强烈不满，进一步凸显了地图这一“发现”工具的重要性。谷歌近期发布的 iOS 版谷歌地图服务受到了热烈欢迎，也说明了谷歌在这一领域的领先地位。相对于苹果地图，谷歌地图速度更快、定位更精确，同时还提供了商户信息和街景地图等高级功能。

此外作为第二梯队的腾讯、搜狗目前也开始在智能手机电子地图市场上发力，尽管当前无力和谷歌、百度等巨头硬拼，但它们还是不愿意失去这个越来越大的市场空间。目前搜狗地图也拥有 100 多人的团队，在手机终端的着力点是导航方向，并选择性开放 API。搜狗地图事业部总经理孔祥来称，2013 年搜狗地图明显在人力、市场等方面获得公司层面更大支持。这些企业不仅拥有雄厚的资金、和国内顶级的研发能力，更坐拥庞大而具有粘度的用户群，可以在其搜索、社交、电子商务、安全等优势领域与位置信息进行深度整合，产生“化学作用”。

整合应用开启智能化服务新模式

在移动互联网时代，手机地图应用已成为关键入口，购物、餐饮、聊天、社交等应用都有可能需要调用。据不完全统计，目前苹果软件商店前 500 强应用中，有三分之一都要用到位置服务。但繁荣的背后也有隐患，盈利模式难突破，用户体验差是目前最大的问题。

当前，微博、微信、网上支付、游戏等应用都把地图作为一个底层的配置。地图已经成为移动互联网应用一个不可缺失的底层应用支撑。出云咨询互联网行业分析师白东益认为，在移动互联网上，除了寻常的导航应用外，地图还能实现虚拟社交、电子商务等诸多功能。

据了解，最新版的高德地图就推出了诸多新应用，除了让用户可以浏览、查找以位置信息为中心的微博文字、图片等内容，还能与好友进行分享、互动。此外，高德地图的 POI 页面可同步显示新浪微博相关信息及评论，“他/她们来过这”、“此地热议”等诸多创新功能的加入，彻底打通了两大平台。与附近好友分享“吃、喝、玩、乐”，是新版高德地图的最大亮点之一。

百度地图相关负责人表示，百度地图将主打智能生活。“2013 年百度地图将加速开放平台化发展和引入更多的第三方设计。”该负责人透露，1 月份，在 iOS 版本中，新版的百度地图还将首次引入第三方设计应用。

随着移动互联网时代的来临，手机软件单一的应用模式弊端越来越明显，面对不同用户人群，一套大而全的通用导航软件显然无法体现不同的特色需求，以及用户所追求的与众不同。未来手机地图市场将呈现两大发展趋势：一是手机地图将为用户带来更为智能的生活体验，提供一体化的地图服务体验，不仅包括传统的定位、搜索、路线规划等功能，而且结合生活服务、餐饮、娱乐等，使用户获得更为全面的服务；二是对开发者来说，手机地图的开放平台将提供全方位的支持，比如云搜索、定位导航、地图支持、增值服务、运营支持等，根据开发者的不同需求对其开放相应接口。来源：2013-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

国内手机用户破 11 亿 前景广阔高端市场布局提速

日前，工信部发布最新数据：国内手机用户已破 11 亿大关，3G 用户渗透率也达到了 20%，直追欧美国家水平。与此同时，国内手机厂商更是在过去一年的激烈竞争中也取得了骄人业绩，国内市场国产机份额高达 71.7%。

然而，对国产机厂商来说，提升之路却又显得有些后继乏力。因为长久以来，国产机带给人们的似乎只有“廉价”、“低端”的印象。坐拥广阔的本土 3G 市场及超七成的市场份额，国内厂商们自然无法接受这种“有规模无利润”的尴尬局面。于是，各大国产手机厂商纷纷发力高端市场，欲借此提升品牌、提高利润。

赔本赚吆喝式发展难长久

2012 年，随着中国 3G 的日益推进，国内的智能手机发展堪称奇迹。仅用一年时间，中国便迅速超越美国成为世界第一智能手机消费国，整个市场售出的智能手机接近 2 亿部，智能手机的渗透率也直追欧美。更可喜的是，在刚刚过去的 2012 年，发生了一件让国产手机厂商乃至国人为之集体振奋的事情。那就是自 2012 年 4 月以来，中国智能手机格局发生了质的变化，国产品牌的份额整体超过了 50%。这也是国产手机自 2004 年以后首次超越国际品牌。

然而，在规模上实现超越的同时，国产机却普遍陷入“赔本赚吆喝”的尴尬之中。智能手机市场的绝大部分利润均都被苹果和三星瓜分，其他品牌在拼命争夺余下的利润，甚至不赚钱也要做。对此，中国机电产品进出口商会秘书长刘春就认为，目前全球手机市场 99% 的利润都被苹果、三星两家公司赚去，中国企业在量上取得地位，却没有获得较高利润并形成核心竞争力。

实际上，“增量不增利”的难题早就开始困扰国内手机厂商了。自 2011 年三大运营商启动“千元智能机”市场以来，中兴、华为等凭借本土及价格优势与运营商建立了良好合作关系，在终端方面出货量猛增。但其毛利率自 2012 年以来一直呈现持续下滑的态势。一方面，市场需求火爆，各种终端不断涌入，产品竞争加剧，另一方面，成本趋于透明，价格开始下滑，利润不断被压缩。国产智能机厂商的日子并不好过。于是，各大国产手机厂商纷纷发力高端市场，欲借此提升品牌、提高利润。

布局高端树品牌成新思路

对于国内手机厂商面临“赔本赚吆喝”的尴尬局面，有业内人士也表示，在国内市场，中国的民族品牌被低估了。那么，国产品牌们如何才能改变固有印象呢？

作为国产手机的典型代表中兴目前采取了两个策略。其中之一，便是在中国推出独立的品牌努比亚主打高端市场。2012 年 10 月，中兴通讯宣布组建一个主打高端市场的手机团队，产品品牌命名为“nubia”。2013 年 1 月 3 日，中兴正式推出了其进入高端市场的首款产品努比亚 Z5，这款产品集中了当前最主流的高端配置：5.0 英寸高分屏、1300 万像素摄像头、四核 1.5GHz 处理器等。在价格上，也在向国际品牌的高端产品靠拢，其中一款钛金属版本售价更是达到了 7890 元。

作为国产领军品牌的联想也早在 2012 年便推出了其首款四核手机 K860。K860 拥有一块 5 英寸 720P AH-IPS 第三代显示屏，配置了业内顶尖性能的 Exynos 4412 四核处理器，性能强劲完美。同时，整机厚度降低到了 9.6mm，内置 2250mAh 的电池也在续航方面带来非常强力的表现。

另一国产手机巨头华为自然不甘人后，其推出的 Ascend P1 外观硬朗，且在设计上，也体现鲜明的时尚轻薄风格，它采用独创制模、浇铸工艺，一体化金属框架的紧凑设计，机身最薄处可达 7.69 毫米，凭借纤薄机身以及 64.8mm 的黄金宽度，堪称盈盈可握，为用户带来极舒适的握持感受。内部配置上，华为 Ascend P1 配备双核处理器，从而让它的各方面性能表现不俗，赢得了消费者的高度认可。

此外，酷派、TCL 等其他国内手机厂商也都陆续推出了各自的高端产品。国产厂商进军高端手机市场的格局逐渐成型。

品牌重塑需软硬兼顾

虽然，三星、苹果等国际巨头在高端市场的高额利润着实令人眼红，但我们也应该看到，这不仅是因为其硬件领先，作为软实力的手机应用数量及长期积累的品牌也是功不可没。而长久以来总给人们留下“低端”、“廉价”印象的国产手机，想要单纯依靠硬件来进军高端，似乎很难取得消费者的认可。

以中兴为例，虽然其从 2012 年初便有意主推中高端系列机型，但是消费者却似乎并不适应中兴品牌的手机为什么卖到两千以上。与中兴类似，意欲进军高端市场提升利润的华为也有遭遇了同样的困境。

有观点认为，未来国产手机要进一步发展，就必须在全球顶端市场赢得口碑，让消费者无法拒绝。而这就必须要有全球明星产品，就像苹果 iPhone，或者三星的 Galaxy 一样。当然，除了产品本身，在市场宣传、在渠道推广方面的投入也必不可少。但这是建立在产品好的基础之上。

被认为是 2012 年获利最高的国内手机厂商——小米手机，其成功模式也很值得众多国内厂商借鉴。它的成功就在于其改变了以往忽视用户需求的业内规则。其让粉丝参与、注重改善用户体验的做法，使其能在行业内普遍利润偏低的情况下，始终保持一定利润率。小米手机的脚步并不止于此，在出货量猛增之后，其又开始发力自己的手机游戏平台。这种兼用游戏赚钱的模式更是成为了业内的一大亮点。

总而言之，国内手机厂商进军高端市场的思路无疑是正确的，也是整个国内手机行业乃至整个中国制造业的必然趋势。然而，如何能在高端市场中立足，却并非一朝一夕所能完成。技术的创新、产品的外观设计自然是不可或缺的，但对既有品牌重塑绝不会如此简单。因此，国产厂商在布局高端市场脚步加快的同时更需软硬兼顾。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

欧盟批准各国政府资助宽带建设

欧盟日前出台新的指导方针，允许各成员国政府使用公共基金开展网速超过 100Mbps 的城区超高速宽带网络建设。早在 2009 年，政府补助宽带建设的指导方针就已出台，当时的目标是推动乡村地区实现最后一英里宽带覆盖。此次新规

是在欧盟各成员国、国家电信监管机构、援助授权机构及电信运营商之间开展协商的基础上修订的。

欧盟委员会强调，政府使用纳税人的钱来补助网络基础设施建设，要使这笔公共基金得到合理公正的运用，仅仅给民众的网络接连带带来微小的改善是远远不够的，而应当使现有网络实现质的飞跃。为确保良性竞争，同时保持技术上的中立，欧盟会严格控制资金的使用。这就意味着公共基金不但可用于光纤网络建设，还可以用于其他促进高速宽带建设的网络形式。

新规将会在 2013 年 1 月的欧盟官方公告上发布后正式实施。来源：2013-1-9 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

韩国约束运营商手机补贴过多行为

韩国通信委员会(KCC)日前宣布，对韩国三大运营商施以共计 119 亿韩元(约合人民币 6862 万元)的罚款并施以业务发展禁制令，原因是其为争抢用户超额提供手机补贴。

KCC 称，尽管一直发出警告，但韩国三家运营商一直违反政府规定的限额为用户提供终端补贴。为此，KCC 决定对韩国最大的移动通信运营商 SK 电讯处以 68.9 亿韩元(约合人民币 4005 万元)的罚款，韩国电信和 LG U+则分别被罚 28.6 亿和 21.5 亿韩元。作为另外的惩罚措施，三家运营商从 1 月 7 日起还将陆续被处以禁制一段时间业务发展的惩罚，首先是 LG U+在最初的 24 天内不得签约新用户，其后 SK 电讯和韩国电信也将被分别施以 22 天和 20 天的用户发展禁制期。

韩国移动市场高度饱和，为此运营商在之前的一段时间一度不计血本竞争，营销支出居高不下。迫于行业健康发展的压力，KCC 不得不出台规定，对运营商的手机补贴额度进行了限制，规定对每部智能手机的补贴不能多于 27 万韩元(约合人民币 1570 元)。但是经常会出现运营商“阳奉阴违”的现象，比如，有运营商对单部三星 Galaxy S3 手机的补贴额度高达 80 万韩元，使得其售价仅为 17 万韩元。为此 KCC 会定期对违规行为作出处罚。这是韩国通信管制机构第三次对运营商发出业务发展禁制令，之前两次分别发生在 2002 年和 2004 年。

KCC 称，过度补贴妨碍市场正当竞争。鼓励移动运营商将精力放在提供高质量服务和降低资费上。来源：2013-1-9 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

荷兰加入抵制联合国新电信条约行列

荷兰经济大臣坎普 1 月 10 日向议会递交报告称，荷政府将拒绝签署联合国新电信条约，认为其妨碍了互联网的自由开放。此前，国际公认的电信条约于 1988 年签署，由于目前东西方国家现代化网络水平差距大幅缩小，中国、俄罗斯和一些海湾国家要求加入条约，以打破西方国家对互联网的垄断。在新条约问题上，荷兰尤其反对其中的预防垃圾邮件条款，认为这将使政府能控制互联网流量、审查网络内容、限制网络自由。新条约将于 2015 年生效，但仅限于签署国家，美国、日本、澳大利亚和加拿大也表示拒绝签署。来源：2013-1-11 通信产业网

[返回目录](#)

欧洲电信巨头密会欲整合泛欧洲网络

包括德国电信、法国电信、意大利电信、西班牙电信在内的欧洲主要几家电信运营商正在商讨建设一张泛欧洲的网络，联合各国各自分割的基础设施。

欧洲主流运营商们召开了一次非公开会议，讨论了共享网络基础设施的想法，参会的还有欧盟竞争委员会负责人乔奎恩·阿尔穆尼亚 (Joaquin Almunia)，以及几大运商的老板们，包括德国电信、法国电信、意大利电信、西班牙电信等。

《金融时报》援引了几位了解会议谈判内情的消息人士的话称，直到会议结束，几大运营商共享基础设施的想法仍处探索初期，因为他们无法找出将分散欧洲各处的网络整合起来的解决方案。

报道称，运营商们深感沮丧，但仍然同意将泛欧洲的网络整合起来，希望有建设性的具体意见。

“反对声不会来自欧洲，而是欧洲 27 国的监管机构。”

欧洲的电信运营商们通过设在各国的子公司主导着整个大陆的电信市场，然而整个欧洲面临的财政困难，以及来自新兴全球性技术巨头的竞争，使运营商倍感压力。

欧盟委员会的代表们，包括德国电信、法国电信、意大利电信、西班牙电信都没有立即对此消息发表评论。来源：2013-1-9 中国通信网

[返回目录](#)

韩国通信委员会拟取消移动业务入网费

韩国通信委员会(KCC)正试图取消移动业务入网费,并计划采取其他旨在增加消费者选择面的举措。

《中央日报》援引韩国通信委员会一位官员的话称,监管部门可能会在周三举行的吹风会上向新当选为总统的朴槿惠的过渡小组详述该计划。

他还表示,该提案基于朴槿惠有关广电领域的竞选承诺。

韩国通信委员会的计划包括说服运营商取消 2.4 万至 4 万韩元的入网费,这是目前新用户开通移动业务时必须支付的。

韩国通信委员会还呼吁运营商丰富其套餐,重点是包含高数据分配——根据消费者投诉,他们没有获得足够的选择余地。

其他措施旨在鼓励移动虚拟网络运营商(MVNO)领域竞争,尤其是增加其产品和低价手机业务数量。监管部门还希望进一步削减这些套餐的价格。

除此之外,韩国通信委员会还致力于确保预付费市场的持续成长。

朴槿惠的竞选承诺中包括减少消费者的电信账单、到 2014 年年底前增加 3 万个广电行业岗位。朴槿惠的总统就任仪式将于 2 月 25 日举行。来源:2013-1-15 中国通信网

[返回目录](#)

印度拟立法限制通信电子设备进口比例

印度规定包括笔记本电脑、平板电脑、机顶盒、Wi-Fi、手机、交换机、路由器等产品必须有一定比例在印度制造,包括连这些产品所使用的芯片在内。

报道指出,印度预计到 2020 年电子产品市场将达 4000 亿美元,其中 3000 亿美元来自进口。考虑到进口规模和安全因素,印度政府决定采取行动。这项新规定将于 2012 年 4 月开始实施,但具体条款和实施时间或将修改。来源:2013-1-9 中国通信网

[返回目录](#)

印度拟征收 44 亿美元超额频谱资产费用

印度政府计划通过向持有频谱资产超过上限的移动运营商征收一次性无线频谱费用筹集 2400 亿卢比(中国通信网注:约合 44 亿美元)。

巴蒂电信 (Bharti Airtel)、沃达丰 (Vodafone)、Idea Cellular、Aircel、信实电信 (Reliance Communications)，以及两家国有运营商 BSNL、MTNL 将被迫支付这笔费用。

移动运营商最初通过拍卖获得 4.4MHz 频谱，并在满足牌照条件后进一步获得 1.8MHz 频谱。

2012 年 11 月，印度政府决定针对 2008 年 7 月至 2013 年 1 月 1 日期间任何上述 6.2MHz 以外的频谱增收追溯性费用。

征收的价格基于 2012 年举行的 1800MHz 频谱拍卖估值，以及对德里和孟买这些地区的频谱估值。

移动运营商若不愿支付一次性费用则将不得不向政府交还额外频谱。在理论上可能最后拍卖的价格较低而且不久的将来也不会上升。那么持有超额频谱的运营商可能更愿意交出频谱，希望以较低的价格再买回。来源：2013-1-10 中国通信网

[返回目录](#)

惠誉称欧洲电信业继续面临重压 明年将重拾增势

惠誉国际评级机构公布的最新报告指出，2013 年，欧洲电信运营商将继续面临收入下降和息税折旧摊销前利润率增加的重压。不过在这其中，也有乐观的一面：有线部门 2013 年的关键指标出现增长，此外，整个行业将在 2014 年重拾增长势头，虽然增幅不大。

该评级机构跟踪了 12 家欧洲老牌运营商 (包括移动巨头沃达丰) 和 6 家替代服务提供商 (altnet，包括 4 家有限服务运营商) 的表现。这些公司 2013 年的收入将达 3277.5 亿欧元，较 2012 年的预测数字下降 1.3%；同期，其息税折旧摊销前利润将下降 2%，至 1068.8 亿欧元，息税折旧 摊销前利润率从 32.8% 下降至 32.6%。

惠誉分析师在该评级机构周一发布的研究报告中指出：“现有运营商面临着巨大的竞争和监管压力，其数量和规模掩盖了有线网络运营商的经营实力。”

报告指出：“受先进的网络技术带动，有线运营商能够保持良好的竞争地位、创造自由现金流并降低中期的杠杆率。”

惠誉预计，现有运营商 (包括沃达丰) 的收入 2013 年将下降 1.5%，而替代服务提供商 (包括有限服务运营商) 的收入将增长 1.5%。而替代服务提供商 2013 年的自由现金流将实现翻番，至 11 亿欧元；而现有运营商收入将增长 42%，至 79.7 亿欧元。

不过，惠誉还指出，欧洲电信业“整体风险状况显示出良好的防守性，各公司纷纷推出日常生活中必不可少的服务”。

2014年，被惠誉评级的电信运营商的收入将达3284.3亿欧元，同比增长0.2%；其中，现有运营商的增幅为0.1%，而替代服务提供商则增长2.4%。自由现金流将增至102.5亿欧元，净债务下降至2500亿欧元。不过，公司息税折旧摊销前利润将基本持平，为1068.4亿欧元，而息税折旧摊销前利润率略有提高，至32.5%。来源：2013-1-9 飞象网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

网间结算调整或加剧市场竞争

跨入2013年，“宽带中国”战略、移动互联网、物联网融合加速发展吸引了众多人的关注，电信业的发展也鹤立鸡群的成为了众多行业中的焦点所在。工信部透露，2013年将尽快发布实施“宽带中国”战略，着力改善用户体验，并推动电信资费改革。

从工信部网站上了解到，2013年电信行业重点工作之一，便是调整电信运营商之间的结算费用。在宽带领域，对于希望入局的广电和民营资本包括一直觊觎宽带固网牌照的中移动，网间结算费用的调整等于变相降低了其进网门槛。有分析认为，未来随着广电作为第四基础电信运营商进入市场竞争，网间结算费用调整是必然的，宽带价格有望降低。

网间结算政策调整加速竞争格局的形成

电信业的自然垄断特性一直以来都是业内广泛争议的焦点，虽然民营资本拥有庞大的资金，但是各种条件的限制始终是其无法逾越的入局门槛。近日，工信部部长苗圩在全国工业和信息化工作会议上透露，明年我国将适时扩大移动电话用户号码携带试验范围，调整网间结算政策。这个消息无疑为民营资本迈入电信业的大门埋下政策伏笔。

“网间结算”是指不同通信网之间的债权债务结算。调整网间结算政策将会直接关系到用户的电话、宽带费用，针对此次网间结算政策的调整，业内人士预计政策的调整将会促使网间结算费用呈现下降趋势，由此进而引起民资租用运营商网络和设备费用大幅度的降低。宽带市场一直以来被视为民资入局电信业的突破口，此次网间费用的调整有望为民资租用一级运营商网络线路资源开展互联网

接入业务降下门槛。对于徘徊在宽带市场门口的广电以及大部分的民营资本而言，这是个鼓舞更是个推力。

对于传统的固网巨头中电信、中联通而言，政策的调整意味着未来将有更多的竞争者入局，对其当下的经营模式，未来的运营策略提出了新的挑战。从整个电信业来看，鼓励民营资本进入电信运营市场将为电信业注入新的活力，同时也说明政府对垄断行业的保护将不再继续。但是，如果政策明朗，未来市场存在的问题也不容忽视。因为更多竞争的入局意味着市场管理难度的增大，由此或滋生新的竞争乱象。这些都值得监管部门深思。

“群雄并起”乃大势所趋

电信业的开放是大势所趋。国内宽带市场从2011年年底的宽带反垄断到2012年的“假宽带”事件，无论是市场竞争还是政策舆论的指向都表明，2013年国内宽带格局有望开启新一轮的调整。目前宽带市场上，各个势力都在虎视眈眈，以期望尽快入局。

首先是民营资本，民营资本进入宽带市场无论是在政策上还是在市场上，都被给予了众多的关注。政策方面，自2012年国家研究部署2012年深化经济体制改革重点工作，鼓励民间资本进入铁路、市政、金融、能源、电信、教育、医疗等领域之后，工业和信息化部也发布了《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》。表明内地将扶持民营资本实质性进入基础电信领域，力争在移动通信试点业务方面推出一批民间示范企业，增添电信市场竞争活力。市场方面对于民营资本进入宽带市场也保持着期待，民营资本进入宽带市场，将进一步加剧宽带市场的竞争，不仅仅有助于降低宽带费用，更有利于宽带服务的提升，从而解决当下宽带安装、使用过程中的各种问题。

其次是国字号的广电和中移动，固网牌照能否花落中移动和广电成为业内关注的焦点。中国广电的挂牌成立从2012年年初一直被推到年底，据了解，其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。而中移动觊觎固网牌照已久，已经于2012年向有关部门提交了申请。而在宽带市场上，消息人士透露，“中移动早就修建了全国骨干网，无需租用中国电信或中国联通的网络，它的固网光纤也正在往每一栋商业楼宇铺设。只是因为牌照无法正式运营。”中移动能否获批，目前来看依旧显得扑朔迷离。但是无论如何，这些潜在竞争的入局都只是时间的问题。

当然，无论是民营资本还是其他国字号运营商，宽带市场政策明朗后，还会面临体制上、准入机制上、资本运作上和经营管理上的瓶颈。特别是对电信业务运营、管理经验的缺乏将是对他们的最大考验。但无论如何，有效的市场竞争，高性价比的宽带服务是大家共同期待的。

竞争加剧要吸引用户需提升性价比

作为最基础的电信服务业务，宽带领域更多竞争者的加入将有助于激活市场竞争，在不断深化变革中，对现有的运营商和用户都将产生不同的影响。

政策撬动格局的变化或许会影响到既有运营商的利益。一方面是因为现存的运营商既是网络资源的批发者，又是运营者。另一方面，宽带市场竞争激烈，最后一公里的价格战、重复建设问题尚未完全扭转。但无论如何，把市场做大做强，给用户最优质的宽带服务是大家所共同期许的。

对现有宽带运营商而言，民间资本和广电中移动进入宽带市场，意味着宽带市场竞争更为激烈，一家独大或两家独大的格局优势将消逝。在此背景下，哪家运营商能够提供更具性价比的宽带网络、更加快速响应用户需求的服务，哪家运营商就能制胜下一阶段的白热化竞争。

对于运营商宽带业务差异化优势的打造，电信专家、北京邮电大学教授石文华曾指出，运营商必须着力提升用户的宽带使用体验。这种体验包含预约、装维和应用等多种维度。电信运营商能否使用快捷渠道，例如热线、网厅、掌厅、短厅开展预约服务，这种预约需要协调前后端众多的资源；装维人员能否按照预约的时间到达现场；在互联网应用层面上运营商如何在核心服务、延伸服务、内容资源等方面创新积累都至为关键。

总之，网间结算新标准的调整只有充分的考虑到用户的利益，平衡各网络之间不同用户的利益才真正具有意义。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

虚拟运营商或可经营自有品牌手机卡

昨日，工信部就《移动通信转售业务试点方案》公开征求意见，方案明确指出符合条件的民营转售企业可经营移动转售业务，试点时间为两年。

业内人士认为，这意味着民营进入电信业有了实质性进展，一批开展转售业务的民营运营商将借助基础电信网络包装运营自有品牌而受益。

转售企业须建立客服系统

移动通信转售业务是指从三大运营商购买移动通信服务，重新包装成自有品牌并销售给最终用户。比如从运营商那里购买手机通话卡(SIM卡)、租用带宽，再卖给用户。移动通信转售企业必须建立客服系统，可依需建立业务管理平台，计费、营账等业务支撑系统。

业内预计，参与移动转售业务的虚拟运营商可租赁中国移动、中国联通、中国电信三家运营商的移动通信网络，发行自己品牌的手机通话卡。尽管基础网络

仍在三大运营商手里，一旦这种移动通信转售业务开放，预计对三大电信运营商来说会形成很大冲击。

电信业专家项立刚介绍，转售企业从运营商手里批发 SIM 卡业务之前就存在，但以前这些转售企业并没有自有品牌，卖的还是三大运营商的品牌，未来转售企业可以卖自己品牌的 SIM 卡。

试点时间初定为两年

根据《方案》，申请者为依法设立、具备相关资质的中资民营企业，试点时间初定为两年。《方案》还规定，试点期间运营商应保障至少与两家以上转售企业签署合作协议并开展合作，给予转售企业的批发价格应低于其当地公众市场上同类业务的最优惠零售价格，且不得与转售企业签订含有排他性条款的协议。

2012 年 6 月，工信部发布了《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，鼓励民资进入宽带入网、增值电信业务等电信业八个重点领域。2012 年 12 月，工信部电信管理局透露，相关部门已初步拟定完成移动通信转售业务和接入网业务的试点方案，待完善后尽快出台实施。

此次试点方案征求意见期截至 2013 年 2 月 6 日，工信部将根据试点开展情况和结果再行研究移动通信转售业务的正式商用事宜。有分析认为，这意味着正式方案将很快发布并实施。来源：2013-1-9 新京报

[返回目录](#)

运营商短信遇冲击陷滞涨 OTT 业务驱动转型

无论是过年还是过节，短信祝福总少不了。从运营商节日的短信业务量上看，这项传统业务的发展态势变得越来越纠结。近日一则“2012 年我国短信量同比减少 20%”的消息在业内引发了热议。据多家媒体报道，DCCI 互联网数据中心创始人胡延平透露，从 2012 年的全年数据来看，电信运营商短信量比 2012 年下降 20%，彩信量下降 25%，电话业务量甚至也下降了 5%。

对于 2012 年国内运营商短信量同比减少 20% 的说法，记者采访了独立电信分析师付亮，他认为短信量减少 20% 的统计数据不靠谱，因为国内三大运营商 2012 年 12 月份的运营数据还未出炉，无法统计 2012 年全年的情况，而根据工信部截至 2012 年 11 月底的统计数据，移动短信业务量同比增长了 2.3%，和减少 20% 的数据相距甚远，付亮认为，运营商短信业务开始进入滞涨状态。移动互联网 OTT 业务异军突起，运营商需要更多地探索和移动互联网公司的共赢模式。

语音对短信替代作用在增强

据工信部的统计数据，截至 2012 年 11 月底，我国三大运营商移动短信业务量比 2012 年同期增长 2.3%，与 2011 年、2010 年相比，2012 年短信业务量增长缓慢，2011 年年增幅是 6.4%，2010 年为 6.8%。值得注意的是，中国移动 2011 年短信业务的收入出现了首次下滑。

付亮认为，首先，从短信总量上来说事实上是在增长，只是增速放缓。其次，由于短信的价格在缓慢下降，所以导致了运营商短信方面的收入在 2011 年的年报中就出现了负增长。这种情况符合通信业整体的发展趋势，随着语音价格的下降，语音对短信的替代作用在增强。

具体来说，由于运营商近几年移动业务的快速发展，加上国内三大运营商激烈的市场竞争，不管是 2G 还是 3G，语音通话的资费都得到了大幅下降。十年前，运营商语音通话业务 0.4 元/分钟并且是双向收费，而如今每分钟本地通话资费已经降至 0.1 元甚至更低。相对而言，短信资费下降的空间不大，基本维持在 0.1 元/条。相比于每分钟通话所传递的信息量，短信 70 个字所包含的信息有限，因此在资费不断下降的背景下，语音通话对传统短信业务的替代作用越来越强。

短信消亡论言之尚早，OTT 业务驱动运营商转型

虽然短信业务在萎缩，但这并不意味着运营商传统的短信业务将走向消亡。短信的长期变化趋势还很复杂，虽然其已步入停止增长阶段，但是否会大幅下滑，甚至被替代还言之尚早。

付亮认为，运营商短信业务还有其优势所在，特别是在商务、信息化应用等领域。业务类型在转变，运营商短信的角色也需要转变。目前国内移动用户总数已经超过 11 亿，过去运营商短信业务更多的是体现在人与人点对点的通信，而信息化应用领域则可拓展到人机交互的应用上。例如互联网的社交应用，用户无论是注册使用微博、微信还是其他的互联网社交应用，大多数都需要进行短信验证，这就是体现了运营商短信所具备的优势。

从大趋势上看，国内运营商的传统短信业务已经滞涨，就目前的情况看，将短信业务增速放缓甚至下降的原因归结于微博、微信的冲击有些言过其实。但不可否认的是，移动互联网业务的冲击是未来短信业务面临的巨大挑战。

付亮认为，过去运营商短信被替代主要是语音资费的下降，直到 2012 年年底才明显出现移动互联网应用冲击短信的现象。移动互联网时代，通信网络内部出现了互联网的替代关系链，最典型的的就是微博、微信、移动 QQ 等开始冲击短信业务。得益于移动互联网的快速繁荣，整体类短信的业务总量其实是在增长的，市场空间不断扩大，这也就是通信产业链价值被延长的部分。

短信业务面临的挑战只是运营商转型背景的一个缩影。电信业的开放已是大势所趋，面对移动互联网的汹涌潮水，无论是政策的导向还是市场竞争的发展，传统电信运营商面临的挑战已经很严峻。

搭建智能管道探路 OTT 共赢模式

随着移动互联网的繁荣以及人们沟通交流方式的转变，各种即时通讯应用大行其道，以其省钱、方便、体验优秀等优势对运营商传统的语音、短信业务带来冲击，这直接造成了电信运营商和移动互联网巨头两大阵营的直接对垒。

目前看来，电信运营商和移动互联网巨头更多的还是合作的关系，二者的竞争主要集中于通信和互联网的交叉地带。付亮认为，出于未来转型以及对通信产业主导权把控的考虑，电信运营商更多的精力应该放在智能管道的搭建上。

正如业内人士知名科技博主周双阳所言，运营商和应用服务提供商不会是敌人，充其量也只是合作的竞争关系，就像超市的管理者一样，虽然自己有时也制作一些产品，但他绝不会嫉妒其它在超市卖得好的产品，而是尽全力去帮助他们，当然一些制假等违规产品是一定要管理的。

其实在这一点上，国内三大运营商也已经有了共识，三大运营商都已经搭建了创新孵化平台，吸引移动互联网上的合作伙伴，同时和腾讯、新浪、百度等互联网巨头都进行了业务合作。2012年，中国电信八大应用基地开始分批独立运营谋求上市；中国移动正酝酿整合基地业务，成立互联网公司统筹运营，同时收购科大讯飞；中国联通方面也已经成立了专业化的云计算公司支撑转型。三大运营商纷纷从运营思维、公司机制、业务模式等方面进行探索，搏击移动互联网蓝海。

无论是成立专业化的互联网公司，还是搭建移动互联网创新孵化平台，甚至是直接进行移动互联网应用内容的创新开发，付亮认为，运营商的智能管道策略应该有所为有所不为，有选择地去做一些自己擅长的业务，有选择地开放自身的电信能力，在与移动互联网巨头的合作过程中实现优势互补。

2012年，在微信、微博等移动互联网应用大红大紫的背景下，电信运营商和移动互联网巨头甚至一度剑拔弩张。进入2013年，电信运营商转型成效将进一步显现，运营商和互联网两大阵营的竞合依然是通信业转型发展的主旋律。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

运营商终端布局侧重中低端 深挖 2G 转 3G 市场

元旦刚过，春节已不远，各大手机厂商竞相追逐，都想要在此时给自己一份大大的“年终奖”，运营商市场同样热闹非凡，各大运营商相互比拼，终端大战更是一触即发。在流量经营成为业绩增长主要动力的时代，却仍有些普通用户因价格问题未能享受高端智能手机为其带来的移动互联网服务。如何帮助用户更加方便的使用网络，加速中低端智能终端的多元布局，成为运营商们的主力点。慧聪研究认为，运营商想要做好流量经营，如何布局终端将是非常重要的一环。

年终岁末运营商比拼加剧

在刚刚过去的元旦中，手机销售达到了一个小高潮，据迪信通公布的元旦期间销售数据显示，仅在北京，元旦期间的手机销售环比就上涨了 195%，可见节假日对终端的拉动效应十分之明显。

岁末将至，各个运营商们更是卯足了劲，纷纷推出各自的优惠策略来吸引用户，抢夺春节前的最后一桶金。中国联通近日宣布向三星引入 Note II 手机，并同时与三星合作推出一款智能化相机——三星 GALAXY Camera 中国联通定制版。在补贴方面，中国联通也加大了力度，其中 Note II 联通定制版选两年期 386 元套餐可零元购机，而购买 GALAXY Camera 中国联通定制版的用户也将会获赠半年包 3GB 流量卡及价值 125 元礼品包；中国电信北京公司则是在引入三星经典手机 Galaxy SIII 后又宣布，Galaxy SIII 的全新版本 I939D 将于近日上市，用户只需承诺每月最低消费 389 元并预存 4999 元，即可 0 元购机；而作为市场老大的中移动，则是将年末的销量压在了诺基亚身上，近日有报道称，发现一份关于中国移动定制诺基亚 920T 合约价的曝光信息，只要用户承诺在网两年每月最低消费 388 元，便可以最低 1 元购机。

针对岁末期间众多用户返乡回家的情况，离春节还有近一个月的时间，中移动和中联通在套餐方面就已经对上了，纷纷推出新的优惠套餐吸引用户。日前，中国移动表示将在 2013 年 1 月 1 日至 3 月 31 日期间，为神州行客户提供“两城一家”漫游优惠资费，总体资费优惠幅度达到 60%。而中国联通则是在 2012 年 12 月 20 日至 2013 年 2 月 15 日推出 5 元包 100 分钟主叫套餐。

终端市场布局加速，中低端成主力

中联通、中移动、中电信之间的竞争随着春节到来脚步的加快也逐渐的陷入了白热化。谁能在春节市场抢到更多的用户，不仅仅是为新的一年抢个好彩头，更是为新一年市场地位的排名奠定基础。因此如何布局成为运营商们重点研究的主题。据了解，随着国内 3G 用户数量节节攀升，大多数普通用户却因价格问题

仍未能享受更好的移动互联网服务。因此大力发展中低价位的终端，使得广大普通用户都能享受到移动互联网的服务也成为运营商发力的重点。

艾媒咨询数据显示，2012年第三季度，中国智能手机市场销量达到4980万部。在这4980万部终端中，2000元以下的智能手机占据主流，占比达到78.9%。此外，被调查用户对于2000元以下智能手机的关注度比例为49.8%，接近一半；对于3000元以下的关注比例为78.7%。艾媒咨询CEO张毅表示，“数据证明，即使三大运营商都在积极挖掘中低端手机市场的机会，该领域仍然还有非常多的利润空间。”

在年度工作会议上，中国联通定制终端战略将着力“提性能”、进一步“上规模”。中国移动总裁李跃：明年将在中低端智能机上发力。据中国移动终端公司副总经理袁利华近日透露，2013年至少有10款以上中低端TD智能芯片上市，这些芯片将全部采用“双核”与“四核”单芯片平台架构，高通、MTK、展讯、联芯、Marvell都将参与其中。根据2012年第四季度G3手机集中采购内容显示出中移动采集的手机中，中低端手机占据大部分，也显示出中国移动希望在用户规模上进一步积累优势。

多元布局力促 2G 存量用户转向 3G

无论是高端智能手机对于优质用户的聚拢作用，还是中低端智能机所带来的用户规模效应，对运营商发展增值业务、开拓流量经营都具有重大意义。3G手机取代2G手机已经成趋势，运营商的做法是顺势而为。

迈入2013年，流量经营的意义相对于2012年将得到更高层次的重视，这点将毫无疑问。移动互联网行业已经进入到流量经营时代，丰富的内容资源、多样化的应用、难以计数的视频资源，帮助用户在互联网的“大海”中任意遨游。尤其是在智能终端，如智能手机、智能电视、平板电脑等日渐普及之后，以前只能停留在人们幻想中的事情，都变成了现实，同样也发展成运营商标准化的服务具体要求。根据业内最新的统计显示，2012年全球智能手机用户人数增长42%，人数约11亿。而中国以2.7亿智能手机用户位居榜首，增速达50%。并且在未来的3年时间里，智能手机用户还将呈现高增长的态势。智能终端的加快普及将带动移动互联网流量爆发式的增长。有机构预测认为，2016年移动互联网通讯的数据流量将扩大至目前的18倍。

但目前对于运营商而言，依旧存在着不少困惑。一边是语音业务营收的下降和新业务成本支出的增加，另一边却是运营商仍无法将智能手机上高速增长的视频流量和社交网络流量转化为盈利的增长。尤其是在互联网企业的层层逼近之下，成本增速超过营收的现实使得运营商苦不堪言。

因此，如何将爆炸性增长的数据流量变现，成为运营商们的当务之急，也是今后努力的方向。总之，运营商需要将终端放到流量大局里运营，在流量经营时代应该要有更多的突破与创新，才能在这个时代找到自己的位置。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

运营商 2013 年发力 4G 谋突围：传统业务遭外来冲击

近日，国内三大运营商纷纷发布最新运营数据，不仅内部竞争日趋激烈，同时，传统数据业务正遭遇外来力量的冲击。面对 2G 用户增长放缓、3G 用户旗鼓相当的局面，2013 年三大运营商又不约而同地向 4G 领域展开角逐。

内部竞争日趋白热化

据三大运营商近日公布的最新运营数据显示，截至 2012 年 11 月，三家的 3G 用户总量以及增长速度已经十分接近。其中，中国联通 3G 用户增速仍然最快，在 2012 年 11 月达到 325.7 万户，中国移动新增 3G 用户 311.7 万户，中国电信新增 3G 用户 311 万户。

而从 2012 年 1-11 月，3G 用户累计增长总量则分别是中国联通达到 3330.5 万户，中国移动达到 3121.7 万户，中国电信达到 2956 万户，市场份额分别为 35.40%、33.18%、31.42%，基本形成“三分天下”的格局。

有分析师预计，随着苹果 iPhone 5 此次对于中国市场的重视，到 2013 年底，3G 用户会增长到 3.5 亿-4 亿，将大幅拉动 3G 网络用户的增加。

不过，也有专家表示担心，目前中国已成为世界最大的移动市场，但 3G 用户的渗透率仅为 20%。同时，中国联通和中国电信在 3G 市场虽取得了较大的成功，但由于其在网用户基数较小，3G 用户数量仍极为有限。此外，受对 iPhone 补贴的影响，中国电信也成为三大运营商中唯一一家利润下滑的公司，三大运营商的收入与用户数形成了巨大反差。据悉，2012 年 1-11 月，中国移动收入为 4546 亿元，中国联通收入 728 亿元，中国电信收入为 445 亿元。

另一方面，与 3G 的高速增长形成鲜明对比的是，2G 用户增量市场显得惨淡，中国电信 2G 用户连续 5 个月出现负增长（2G 用户向 3G 用户转移），中国移动当月新增 2G 用户 68.4 万户，中国联通 2G 用户仅新增 7.8 万户，均创下新低。

传统业务遭外来冲击

目前，三大运营商不仅面临 3G 日趋激烈的“内斗”，在传统数据业务方面还正遭遇外来力量的挤压。

随着智能手机和 3G 网络普及，微信、iMessage 等应用利用数据服务收发消息，成本通常低于运营商的短信发送。尤其一些对于购买不限量数据服务的智能手机用户，发送消息的成本更是几近于零。因此，运营商指望短信收入再大幅增长已经基本不可能，能够保持稳定已经万幸。

有消息称，2013 年 6 月左右，国家将会发一批虚拟运营牌照，获牌照的企业可通过互联网或者租用运营商网络的方式，经营基本电信业务。而腾讯等互联网企业有望获得首批电信虚拟运营商牌照。

随着国内智能手机迅速普及，腾讯微信利用接近 3 亿用户开展 OTT 业务也终于引发了运营商相关领导人的公开忧虑。在日前召开的中国移动全球开发者大会上，中移动总裁李跃就提到希望腾讯的业务能保护现有总体环境，保护客户依法通信行为。

“OTT”即 Over The Top，指移动互联网企业利用电信运营商的宽带网发展自己的业务，使运营商沦为单纯的“传输管道”，根本无法分享管道中传输的巨大价值。

发展 4G 成新突破口

面对“内忧外患”，三大运营商要想在移动用户量以及收入等方面有所突破，必须在 4G 网络的建设上有所作为。

一直以来，中国移动 4G 的筹备工作进行的有条不紊。前不久，中国移动香港公司正式发布全球首个 TD-LTE/LTE FDD 融合网络，此举也意味着国内将正式进入 4G 时代。截至 2012 年底，中国移动建立 TD-LTE 实验网络的城市有北京、上海、杭州等 13 个城市。中国移动计划在 2013 年 TD-LTE 扩大试验网城市将在 100 个基础上继续增加，部署基站约 30 万-40 万个，超过原计划 20 万个的规模。

显然，中国移动强推 4G 是在和中国联通以及中国电信的 3G 打时间差。一旦中国移动的 4G 优势得以确立，那么中国联通和中国电信好不容易积攒起来的 3G “红利”将瞬间消失。

和中国移动在市场上的举动相呼应的是，在近日举行的全国工业和信息化工作会议上，工信部的相关报告提出，将在 2013 年做好 LTE 牌照发放准备工作，4G 牌照的下发也越来越近。

或许是迫于竞争压力，此前一直不愿在 4G 方面做正面回应的中国联通和中国电信也不得不将 4G 提上议事日程。

中国联通董事长常小兵表示，国内将逐渐建设 4G 移动网络，唯一的问题是何时建设。但无论是早是晚，相信这都是一个正确的决策。而中国电信董事长王晓初的言论则更加明确，他表示，尽管政府尚未就 4G 网络的推出方案做出决定，

但是向 4G 网络的过渡将会非常快，中国电信已在部分城市对 4G 网络设备进行了测试。商报记者 吴辰光

链接

互联网手机

或成运营商突破口

在挖掘新的盈利模式方面，对于运营商来说，或许互联网手机可以成为一个不错的突破口。近日，深圳百分之百公司携手中国电信与互联网巨头联合定制 100% 互联网手机，该手机也在线上同步发布。

100% 互联网手机被称为一款真正意义上的互联网手机，不仅基于互联网手机 2.0 概念，以及 A11 O&O 线上线下融合的供应链创新模式，而且由电信运营商、互联网巨头和第三方应用开发商等产业链上下游深度参与，共同打造。

百分之百公司董事长徐国祥表示，真正的互联网手机，就是由互联网公司主导或深度参与，以应用、内容及服务带动产品硬件销售，面向主流市场的手机。

由于传统互联网手机的营销模式，过度依赖电商和线上炒作，而实际销量却不尽如人意。与之相比，100% 互联网手机将充分依托合作伙伴，预装最热门的 App 应用，并全面推向主流市场。同时，徐国祥还提出了互联网手机的“四不做”，即“不做期货手机、不做发烧手机、不雇佣水军、不做乔布斯式的发布会”。

同时，业界首创的“天翼杯全国手游达人 PK 赛”同步启动。来源：2013-1-9 北京商报

[返回目录](#)

【中国移动】

北京移动创新电子渠道服务模式

近年来，随着无线网络覆盖范围的扩大及智能手机、平板电脑等移动数字终端的普及，普通百姓的生活方式发生了改变，便捷多元的服务模式受到消费者的欢迎。北京移动以满足客户对便捷移动生活的需求为出发点，整合多元化渠道，全面升级完善自身服务。

与此同时，北京移动还不断尝试创新服务模式，以期提升客户满意度。2012 年表现尤为突出的是兼顾人性化服务的机器人小 e 智能应答系统，以及体现集成化服务的移动服务手机客户端软件。其中，机器人小 e 智能应答系统是专为客户的各类业务疑问而打造的，客户只需编辑中文短信发送至 10086 就可与小 e 对话。比如当您需要了解“怎么开通商旅 68”时，发送“怎么开通商旅 68”到 10086，

小 e 就会告诉您答案：“KT68，请将本信息直接转发至 10086，即可为本机开通 68 元商旅计划，月功能费 68 元，当月申请下月生效，月末最后一天不受理”。

而手机客户端则整合了常用业务，使客户通过客户端就可随时随地查话费、查账单、查套餐余量和 CMCC WLAN 热点信息，还能办理各项业务、下载最新应用软件、了解北京移动最新优惠资讯。

长期以来，北京移动秉承着以客户需求为导向的专业化理念，以多渠道的贴身服务最大程度地满足客户需求。来源：2013-1-11 北京晨报

[返回目录](#)

中移动董事长与苹果 CEO 商谈合作问题

中国移动有限公司(0941.HK，中国移动)昨日称，苹果公司首席执行官(CEO)库克与中国移动董事长奚国华当天就合作问题进行了商谈。

鉴于双方签有保密协议，中国移动不愿透露商谈的细节。这一在中国移动北京总部举行的商谈令外界猜测，两家公司有望就中国移动销售 iPhone 事宜达成协议。

在中国三大运营商中，只有中国移动至今仍未取得 iPhone 销售权，脚步落后于中国联通和中国电信。

综合多方消息，此番访华至今已有至少三天时间，库克除了拜会工业和信息化部部长苗圩和北京市代市长王安顺，还密集造访中国三大运营商的掌门人。

1 月 10 日，库克还接受了媒体群访，称苹果在华直营店的数量“会远远超过 25 家”。眼下，苹果在中国已有 11 家专卖店，其中内地 8 家，香港 3 家。

据报道，自称到中国至少有 20 次的库克说，“我对中国文化也有着很深的感情，我的弟媳就是中国人。”

库克表示，其深信中国将成为苹果第一大市场。

中国眼下是苹果的全球第二大市场。2012 年三季度，苹果在中国的销售额达 57 亿美元，约占该公司全球销售额的 16%。来源：2013-1-11 东方早报

[返回目录](#)

中移动董事长奚国华：互联网领域不能简单跟随

在出席中国移动 2013 年工作会议时，中国移动董事长奚国华首次谈及了其对互联网业务的看法，他认为中国移动在互联网领域要有所作为，不能采取简单跟随的做法，而要立足自身优势，寻找新增长点。

近年来，有关互联网业蚕食电信运营商市场的议论时而掀起高潮，也引发三大电信运营商对移动互联网的思索和布局，三大运营商由此大搞各种创新业务基地，中国移动甚至要成立专门的互联网公司。

此前，在 2012 年 12 月举行的中国移动全球开发者大会上，中国移动总裁李跃又提出了“新基础设施”、“新产品体系”、“新机制”等新概念。此前，李跃还表示，“未来中移动肯定要当、也肯定能当移动互联网时代的运营主体”，并直指“微信等 OTT 业务的发展使运营商原有的短信、语音、国际电话业务受到挑战，希望他们的业务能保护现有的总体环境，保护客户依法通信的行为等等”。

而此次中国移动董事长奚国华在讲话中也始终强调要转型，他说，“2013 年是中国移动极其关键的转型时期”，“转型期也是矛盾的凸显期。短期经营压力和长期的经营风险叠加，这是对我们能力和水平的真正考验！”

他特意谈到了互联网，他说，“在互联网领域要有所作为，既不能走传统运营商的老路，也不能采取简单跟随的做法，而要立足自身优势，探索新路径，寻找新增长”。

据悉，中国移动移动互联网发展战略主要是 16 字方针：“智能管道、开放平台、特色业务和友好业务”。

另外，他强调仍要大力提升中国移动的网络能力，认为“网络能力是基础，营销能力是关键，管理能力是手段，队伍能力是根本。” 来源：2013-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

中移动试点直供模式对接电商平台欲破渠道困局

“渠道直供”模式在国内运营商中推行已久，而将直供模式与电子商务平台直接对接的却寥寥无几，湖南移动显然充当了直供模式触“电”的先行者。但这只是中移动在一个省份的小规模尝试，其能否掀起电子渠道的革新风暴，目前还尚未可知。

新年伊始，中国移动“3G 智能终端网络订货平台”项目在湖南低调启动。作为首次将直供模式引入运营商定制终端 B2B 电商平台的主导者，湖南移动肩负着多重期许与考验。

“电”击渠道困局

一直以来，国内电信运营商均采用零级、一级、二级渠道，即自营厅、合作厅与协议代理店、代理批发终端店的多层渠道销售模式。近年来，受代理环节冗余、难以管理和把控、成本高昂等多重因素的影响，三大运营商都意识到曾倚重

的“金字塔式”渠道模式已逐渐变为发展的牵绊。而业内普遍存在的代理商价格混乱、“串货”、服务缺乏等现状更是让运营商们头疼不已。

三大运营商不约而同踏上了“金字塔扁平化”之路，采用直供模式将渠道重心由多层渠道代理逐步过渡到社会化渠道建设。

不过中国联通与中国电信均尚未尝试将某一省完整的渠道链条接入 B2B 电商交易平台中。而中国移动在三家运营商中社会实体渠道阵营最壮大，同时也意味着其对金字塔式的传统渠道架构依赖最强，不得不说湖南移动的此次试水颇有“尝螃蟹”的意味。

记者获悉，该平台启动当天日交易量突破 16 万台，首日交易额 2.4 亿元。平台启动 18 天后，营业额累计超过 4 千万元，这一营业额相当于传统代理渠道的 1/3。

“在很大意义上，湖南移动充当了阿里巴巴的角色，而平台就好比淘宝商城，湖南电子商务基地可以全线支撑平台上的在线交易，类似于支付宝。只不过这个平台是 B2B 的。”据湖南移动终端有限公司相关负责人向《通信产业报》(网)记者介绍。

平台启动后，终端销售都在互联网上操作完成，交易流程与淘宝、京东商城基本一致。在当地移动公司申请下 BOSS 工号的渠道商可以登录该平台按品牌、供货方、价格排序来筛选需要的手机终端。

平台吸纳了 9 家移动定制机终端厂商和 8 个终端代理商作为供货方，国美、苏宁、迪信通三大连锁渠道，以及 500 多家终端销售渠道均可以在此作为买方进行交易。据湖南移动终端有限公司相关负责人介绍，目前湖南省已有 1 万余 BOSS 工号发放给不同规模的渠道商。

一 “网” 打尽渠道数据

如果说直供模式为运营商提升了渠道的掌控能力，那么将直供模式链接至 B2B 平台，就等于将直供链条中的动态数据一“网”打尽。

有业内人士指，湖南移动瞄准 B2B 平台是相当精明的做法，网络平台不仅比线下直供模式更节约成本，更重要的是 B2B 平台实现买卖双方在一个资源共享、流程公开透明的平台上完成交易，这使得整个平台的交易数据、资金流动数据都将牢牢把控在湖南移动手中。

一直以来，在国内各大运营商的多层代理中“串货”现象普遍存在。对运营商而言，代理商恶意“串货”带来的最大损失莫过于重复补贴和激励。据记者了解，直供模式尽管减少了代理中间环节，但交易数据收集更新不及时、数据漏洞以及同级代理商的私下交易等才是造成“串货”的根本原因。

“我们通过 B2B 平台直接且全面及时地掌握了平台的信息流、数据流和现金流。”湖南移动终端有限公司相关负责人透露，“基于数据的透明和可控，‘串货’情况在 B2B 平台上会被尽可能地杜绝，在一定程度上维护了市场的正常秩序。”

“此平台将是湖南移动 2013 年的社会化销售主流趋势。订货平台的出现，意味着湖南移动手机销售一个新模式的诞生，实体渠道结合电商渠道，全面撒网社会化渠道分销。对于华为 TD 手机在湖南的销售也同样有划时代意义——可以借助此平台得到更广泛的认知，同时，多渠道增加产品销量。同时提高了配送物流方面的便捷性。”华为手机 TD 产品线相关负责人对平台上线如此理解。

除了掌握交易数据，扩大社会终端渠道覆盖范围也是湖南移动的直接目的。“只有省级代理才能在这个平台上成为卖家。”湖南移动终端公司相关负责人坦言，“原来进货困难的小客户今后能够在平台上实现进货，直接减少了中间代理商环节，可以拿到更合适的终端价格。”积少成多，原来零散的小客户对湖南移动也能贡献一笔可观的数字。

天音通信有限公司湖南分公司移动事业部总经理刘晓睿此前接受媒体采访时指出，3G 智能终端网上订货平台充分保护了最终零售商和渠道的利益，为合作伙伴提供更加具有竞争力和吸引力的价值空间。“过去的终端销售主要在营业厅。平台的启动，打破了传统的瓶颈销售模式，扩大了 3C 智能手机在中国的规模发展。”

补贴激励进入良性循环

交易数据透明可控后，对于湖南移动另一直接的收益是对代理商的激励补贴政策可以进入良性循环。

此前，无论是金字塔式的销售模式还是直供式模式，湖南移动均以现金的形式对代理商进行补贴。而 B2B 平台上线后积分和电子优惠券等形式代替了原有的现金补贴和激励。“就如同商场里的返券促销一样，以前是返现金，现在是返只能在平台上使用的电子券，直接刺激代理商更多地在平台上进行 TD 终端的交易。”湖南移动终端有限公司工作人员一语中的，通过平台兑现补贴激励不仅及时，更能开启链条的良性循环。来源：2013-1-15 通信产业网

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信 3G 用户 2013 年计划过亿

“2013 年中国电信移动业务用户预计将达 2 亿户左右，其中 3G 用户超过 1 亿户，各类终端销量将达 8000 万部，其中 80% 以上是智能机。”中国电信集团公司董事长王晓初在 14 日举办的 CDMA 终端产业年会上如此表述。

2013 年，双模终端和移动支付也是中国电信发力的重点，不仅将落实双模终端标准，还将启动 NFC-SWP(即安全模块存储在 SIM 卡中)试点。

中国电信表示，2012 年，中国电信制定了双模终端新的统一标准，2013 年下半年开始将从测试、补贴支持等方面全面开始加强新标准落实，以提供更好的国际漫游服务。

数据显示，截至 2012 年 11 月，中国电信移动用户数超过 1.58 亿户，其中 3G 用户超过 6585 万户；2012 年，CDMA 终端产业链上游各类合作伙伴数量比 2011 年增加 70 余家，总数达 483 家；在售 CDMA 终端比 2011 年增加 400 余款。

“2013 年，中国电信将与银行合作采用 NFC-SWP 方案推出电子钱包。”王晓初透露，将规模投放 NFC-SWP 卡，并启动终端定制，推动与金融行业合作。

中国电信的加入也将使得 NFC-SWP 产业争夺更激烈。此前，中移动计划 2013 年销售超过 1000 万台 NFC 手机终端，并宣布与厂商合作已发布多款 NFC 终端产品。

2013 年，中国电信还将加强社会渠道合作，大力开展体验营销。目前，中国电信在全国有超过 9 万个社会渠道销售网点；终端服务方面，率先开展 3G 手机应用辅导站，目前已建成 5 万多个辅导站。来源：2013-1-15 中国证券报-中证网

[返回目录](#)

中国电信 2013 年重点攻克国际漫游短板

在昨天的“2013 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，希望整个 CDMA 产业链联合起来，与中国电信一起解决用户国际漫游较为不便捷的难题。

根据中国电信的数据，截至 2012 年 11 月，中国电信移动用户数超过 1.58 亿户。王晓初表示，2013 年的目标是移动业务用户数达到 2 亿左右。

王晓初指出，国际漫游至今仍是 CDMA 业务中的一个短板，CDMA 手机用户在出境漫游时需要进行较为繁琐的设置。因此他呼吁 2013 年整个 CDMA 产业链要进行密切合作，共同解决这一问题，让中国电信的手机用户可以非常轻松地实现国际漫游。为此，2012 年中国电信制定了双模终端的新的统一标准，而 2013 年开始将从测试、补贴支持等方面全面开始加强新标准落实。来源：2013-1-15 京华时报

[返回目录](#)

中国电信天翼开放平台 2012 年 API 调用量破亿

TechWeb 报道 1 月 15 日消息，中国电信天翼开放平台 (open.189.cn) 对外发布了 2012 年年度数据，包括全年 API 接口累计调用量突破 1 亿次，注册开发者 1200 余位，API 开放接口 200 余个，合作应用 620 余个等内容。具体如下：

1 亿

自 2012 年 3 月 27 日发布上线以来，随着业务运营的不断深入，天翼开放平台呈现规模化发展的良好态势。截止 12 月 31 日，2012 全年 API 开放接口的调用总量已经突破 1 亿，同比月度调用量，平均增幅达 160%，仅 2012 年四季度 API 接口的调用量已实现 7000 万的规模，每日 API 调用峰值达 280 万。预计 2013 年 API 调用量将达到 3 亿，同比增长 200%。

1200 位

以腾讯、百度、搜狐、人人网、UC 优视、新浪、开心网、大众点评网等知名业界领袖为代表的 210 位企业开发者，成为了平台的核心活跃力量；同时，近 1000 位个人开发者的加入，为天翼开放平台的发展注入了崭新的活力，其中，活跃个人开发者占比 89%。

200 个

根据天翼开放平台的业务架构，可以将 API 开放接口划分为天翼帐号、电信能力、数字内容、综合信息服务四大类，共计 200 余个，此四大类 API 接口构造了天翼开放平台的核心业务支柱。开发者可以根据自身应用的需求灵活选择使用相关的能力和 API 系列。

620 个

2012 年合作应用数达 620 余个，测试应用达 130 余个。活跃应用数在 206 个，占全部上线应用的 33%，平台将切实围绕如何满足中小应用开发者创业的核心诉求进行逐步完善和升级，同时，积极扶持第三方潜力应用，逐步打通电信相关业务渠道，为第三方应用提供多种 app show 的推荐机会。

2013 年

天翼开放平台具备云计算、云服务的产品基因，2013 年继续为开发者提供按需应变、按需分配的计算、存储等多种云服务能力，帮助开发者适应瞬息万变的创新互联网市场环境。另外，平台将进一步完善运营高级用户行为分析能力，以帮助开发者有效地识别并细分用户群体，并利用中国电信多元化的计收费渠道，敏捷高效地进行商业模式探索，实现发展壮大。来源：2013-1-15 Techweb

[返回目录](#)

中电信预计 2013 年终端销量将 8 千万 手机支付用 NFC

在今天举行的“2013 电信 CDMA 终端产业链年会”上，中国电信董事长王晓初预计，2013 年电信移动业务用户预计将达到 2 亿左右，各类终端销量将达 8000 万部，他同时表示，中国电信的手机支付标准将采用 NFC-SWP，并将启动 NFC-SWP 试点。

中国电信的数据显示，截至 2012 年 11 月，中国电信移动用户数超过 1.58 亿户，其中 3G 用户超过 6585 万户。

此次会上，中国电信相关负责人透露，2012 年 CDMA 终端产业链合作伙伴规模不断扩大。CDMA 终端产业链上游各类合作伙伴数量比 2011 年增加 70 余家，总数达 483 家；各类在售 CDMA 终端比上一年度增加 400 余款，总数达 1540 款。

中国电信董事长王晓初则表示，2013 年中国电信移动业务用户预计将达到 2 亿左右，其中 3G 用户超过 1 亿，各类终端销量将达 8000 万部，其中 80%以上是智能机。

而关于手机支付，王晓初称，中国电信将选择 NFC-SWP 发展手机支付，将启动 NFC-SWP 试点，规模投放 NFC-SWP 卡，并启动终端定制，推进金融行业合作。

王晓初还表示，2012 年，中国电信制定了双模终端新的统一标准，2-13 年下半年开始将从测试、补贴支持等方面全面开始加强新标准落实。来源：

2013-1-14 新浪科技

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通大股东共增持 1.18%

中国联通(600050)今日公告称，公司近日收到控股股东联通集团的通知，截至 2013 年 1 月 8 日，联通集团增持公司计划实施已满 12 个月，本次增持计划已

经实施完毕。自 2012 年 1 月 9 日至 2013 年 1 月 8 日，联通集团通过上交所交易系统累计增持公司股份 2.49 亿股，占公司已发行总股本的 1.18%。本次增持计划完成后，联通集团持有公司股份 131.89 亿股，占公司已发行总股本的 62.22%。
来源：2013-1-10 新民晚报

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴被传恢复印度高管降薪计划

中兴通讯(下称“中兴”)印度公司近日宣布恢复对其高级管理人员实施的减薪 20% 的计划。

据外媒报道，由于受到销售下滑的影响，中兴在 2012 年 10 月宣布所有受影响的管理人员将在未来实施减薪计划，减薪将会至少持续 5 个月。其中包括高级印度管理人员减薪 20%、移居印度的中国高管减薪 12%~20%，但由于受到员工的反对，该计划一直推迟进行。

中兴在印度约有 1600 名员工，约 1000 名为直接工作人员，其中约 40% 预计是移居印度的中国人，还有 560 名为公司掌控之外的间接工作人员。

中兴内部人士对《第一财经日报》表示，印度市场虽然很大，但是竞争非常激烈，是全球设备商进驻最多的国家之一，但对于是否恢复减薪计划目前并没有最新的消息。

几周前，中兴印度公司服务垂直部门的主要成员 Mandeep Sharma、Abhay Deshmukh 已经递交辞呈，离职原因被认为是不满公司对薪酬以及公司发展方面的决定。

“此前媒体报道的印度高管离职并不准确，从职位上说(他们)属于公司中层，并不会对业绩有很大的影响。”上述内部人士称。

就在 2012 年，印度最高法院取消了由前通信部长 A Raja 发出的 122 张移动牌照后，中兴通讯和华为在印度的销售额都出现了下降。失去牌照的移动电话公司，如 STel、Loop Mobile 和 Sistema Shyam，都是中兴的主要客户。

分析师预计，政策的不确定性阻碍了新的网络部署投资，并且在此过程中，削弱了设备制造商的收入。

“由于四季度扭亏压力大，中兴在一定程度上也在为年度大考做准备。”分析师指出，此前中兴多次出售旗下子公司去改善财务报表。除深圳中兴力维技术

有限公司外，2012年中兴通讯还出售了深圳市中兴特种设备有限公司及深圳市长飞投资有限公司股权，来改善财务状况。

从2012年三季度开始，中兴把所有资源集中在优势市场和优势产品领域，同时做一些“减法”，一些弱势市场和亏损市场，如果无法带来长期收益，中兴进行了一些结构性改变。

三个月前，中兴总裁史立荣也在接受专访时表示，中兴在印度投入了十年，但运营商竞争极其激烈，把设备价格都压到了地板价，在做调整之后印度市场会再度起飞，其间中兴将“有选择地做(市场)”。来源：2013-1-15 第一财经日报

[返回目录](#)

中兴 nubia Z5 进军高端智能机市场

中兴通讯继发布新品牌 nubia 两个月后，日前在北京正式全球首发 nubia 品牌的首款旗舰机 nubia Z5，意味着中兴通讯在进军高端智能手机领域跨出重要一步。

中兴 nubia Z5 配有 5 英寸夏普定制屏幕，分辨率达到 1920×1080 像素，内置高通骁龙 Snapdragon APQ8064 四核处理器，实现 265mW 的更低功耗，主频达到 1.5G。值得一提的是，nubia Z5 手机边框最窄处仅有 2.67mm，整机宽度 68.8mm，厚度仅 7.6mm，在采用铝合金一体化框架结构的情况下，重量仅 126g，电池容量 2300mAh。

nubia Z5 使用高通骁龙 Snapdragon APQ8064 平台，领先的 28nm 技术，四核 Krait 架构，Adreno320 图形处理器，实现 265mW 的更低功耗，支持双通道 533MHz 2GB 超大内存，最高读写速率更是达到 1066Mbps。此外，nubia Z5 在外观上采用了全 CNC 精加工的金属按键和摄像头装饰件，nubiArc 圆弧设计更便于用户单手握持。

据 nubia 品牌总经理倪飞介绍，nubia 定位于高端市场，面向追求个性、渴望身份识别的人群，通过手机产品这个载体，树立 nubia 品牌的内涵。来源：2013-1-9 北京商报

[返回目录](#)

中兴推互联网营销 挖掘高校年轻用户

互联网给智能手机带来的优势不是生产、制造，而是市场营销、销售。2012年12月28日，“中兴通讯”穿越火线高校联赛决赛在京落幕，本次活动由中兴通讯与腾讯游戏联合举办，是中兴通讯首次尝试面向年轻用户进行互联网营销。

大赛现场，中兴通讯手机新品 Grand Era 反复亮相，并以抽奖的形式向现场观众随机赠送。中兴通讯副总裁沈力表示，终端厂商只有与互联网企业合作，才能挖掘智能手机的最大效用。他希望这种游戏赞助的形式，让年轻用户更多地了解中兴 Grand 智观系列手机。来源：2013-1-11 北京晨报

[返回目录](#)

中兴通讯改组管理层 谢大雄卸任执行副总裁

中兴通讯股份有限公司(以下简称“中兴通讯”)在今晚发布公告称，中兴通讯将不再聘任谢大雄先生为公司执行副总裁，不再聘用倪勤、武增奇及王家然为公司高级副总裁。来源：2013-1-14 中国通信网

[返回目录](#)

中兴借势中高端手机海外赚钱欲摆脱利润桎梏

正在调整步伐的中兴通讯(下称“中兴”)在手机业务上酝酿更大的动作。

“中美欧日是2013年区域战略上聚焦的重点，相关市场将会产生75%以上的利润。”中兴通讯手机产品战略发展部总经理吕钱浩昨日对《第一财经日报》表示，虽然目前200到300美元的智能机仍是中兴利润贡献率最大的产品线，但2013年中兴将会集中资源推出“越级竞争”计划，加大对欧美等优势市场和中高端品牌的投入。

中兴2012年半年报显示，中兴终端业务的营业收入比上年同期增加27.05%，但是营业成本却增加了31.84%，导致毛利率同比降低3.03%。而在中兴最新的2012年三季度报中则并未披露终端的利润，只能看到终端产品收入同比增长15.36%。

一业内人士对记者表示，2012年拼“核”(芯片)，2013年拼“屏”(屏幕)，国产手机厂商一方面要追赶硬件上的更新换代，一方面又因“卖不起价钱”而陷入利润桎梏。对于中兴来说，同样面临投入和产出不成正比的局面，发力欧美市场以及中高端品牌成为利润和增长的保证。

据了解，中兴 2012 年的手机收入中，欧美地区的贡献率超过了一半，而中兴 2012 年在美国市场的营收达到 10 亿美元，比 2011 年增加 6 亿美元，发货金额为 2011 年的 300%。其中，约九成来自移动终端，智能及 LTE 终端占比达 60%。

中兴内部人士告诉记者：“在美国预付费市场，中兴已经是市场份额前三的厂商。”该人士说，中兴在美国的策略是以智能终端和全系列 LTE 产品发力中高端产品线。

中兴此前已在美国上市了两款 4G 产品，分别是 Anthem 和 Avid。除此之外，售价达到 3456 元的 Nubia 系列首款手机也于上个月在国内推出。

“终端产品上我们的毛利率其实在回升。”吕钱浩对记者表示，从 2012 年开始的组织架构调整正在产生效果，但其并没有透露具体的毛利数字。

“过去，中兴的组织架构主要是以产品线为主，一个产品线覆盖全球，但现在已经改成区域经营部，每个区域的负责人对该区域的业务负全责。并且，从 2012 年下半年，我们打通了不同事业部的通道，力求一体化运作。”吕钱浩将此调整形容为从“混合旅”变成“独立军”，可以聚焦具体市场，及时反馈每个地区不同的用户需求。

吕钱浩指出，未来中兴将会减少一定的手机品类，把低效和低收益的业务逐渐“做减法”，与此同时，加大对中高端机型品牌的投入，在同类产品线中，遵循高品质低价格的原则，也就是“越级竞争”策略。

以 Grand 系列的 N970 来说，目前市场上同配置的高端机定价在 3000 元以上，中兴采取越级定价，价格控制在 2000 元左右。

中兴通讯执行副总裁何士友此前表示用 3 年时间提升品牌。“国际品牌往下压（做低端产品），你要往上提升。如果说国际品牌往下压，你又往上不提升，这样你的生存空间会越来越小。”他指出，消费者大多看到的是中兴的千元手机，很少看到中兴品牌卖得那么贵，因此留给中兴的转型机会只有三年。来源：

2013-1-9 第一财经日报

[返回目录](#)

中兴通讯印度公司高层重组 现 CEO 或回深圳总部

据两位知情人士透露，中兴通讯正在重组其印度的领导团队，此举紧随其最近的成本优化措施之后。

据悉，中兴通讯印度公司 CEO 崔良军 (Cui Liangjun) 和企业业务主管 Victor Wangyang 很可能在不久后被调回公司的深圳总部，而服务业务主管 Xu Dejun 则可能成为中兴印度公司新的首席执行官。

崔良军在 2011 年 1 月成为中兴通讯印度公司首席执行官，此前，他在 2008 年加入中兴通讯印度公司，作为副总经理和 CTO，负责印度公司的市场管理和技术销售工作。

“随着我们在推进中兴的印度业务发展上升到一个新水平，在不久的将来，一定量的管理层重组可能将成为当务之急。”一位中兴通讯印度公司发言人表示，但他拒绝就具体的高层变动细节置评。

但在此次重组工作的准备阶段，该公司的服务业务或将面临下滑，中兴通讯已经失去了三位副总裁级的高管。在过去三个星期里，中兴通讯印度公司服务垂直部门的主要成员 Mandeep Sharma、Abhay Deshmukh 和 Dinesh Gupta 已经递交辞呈。

据悉，Sharma 将加入诺基亚西门子印度公司，而 Deshmukh 则投向了爱立信。过去管理中兴通讯印度公司在古尔冈的网络运营中心 (NOC) 的 Gupta 则可能加入一家能源公司。

中兴通讯印度公司发言人证实 Sharma 和 Deshmukh 已经离开了公司，但拒绝就经济时报对 Gupta 的辞职问询予以置评。

自 2012 年印度最高法院取消了由前通信部长 A Raja 发出的 122 张移动牌照后，中国网络设备供应商中兴通讯和华为在印度的销售额都出现了下降。失去牌照的移动电话公司，如 STel、Loop Mobile 和 Sistema Shyam，都是中兴通讯的主要客户。政策的不确定性阻碍了新的网络部署投资，并且在此过程中，削弱了设备制造商的收入。

知情人士声称，在重组之后，中兴通讯印度公司将专注于四个关键客户：BSNL、巴帝电信 (Bharti Airtel)、Tata 电信 (Tata Teleservices) 和信实通信 (Reliance Communications)——为其管理和维护移动网络。

中兴通讯印度公司现任 CEO 最近曾告诉印度经济时报，尽管面临挑战，但该公司的印度销售额正在增长，并预计将超过 2012 年的 6.1 亿美元。来源：

2013-1-11 中国通信网

[返回目录](#)

中兴计划 2015 年以前在美争夺 10% 手机市场份额

中兴通讯高管周三表示，将针对美国移动运营商量身打造手机新品，以此实现在美国手机市场份额翻一番的目标。

在中国本土市场，中兴通讯的手机出货量 2012 年已经超过苹果。本周三，在拉斯维加斯举行的国际消费电子产品展 (以下简称 “CES”) 上，中兴通讯北美

地区主管程立新表示，公司的目标是到 2015 年以前争夺获得美国手机市场 10% 的份额，一旦实现这一目标，那么按销售额计算，中兴通讯将成为美国第四大手机厂商，排名比现在升出一位。

程立新指出，中兴通讯计划将其在电信设备制造方面的经验，运用于手机设计上，同时更为高效地利用美国运营商现有网络，借此重新赢得他们的青睐。他说，这一“量体裁衣”的做法完全不同于苹果的战略，后者向运营商提供的手机设计总是千篇一律，这让 AT&T 在经销 iPhone 以后，难以应付激增的数据流量。

程立新说，“苹果的业务模式与我们的完全不同。”他表示，中兴通讯将与美国运营商合作，研究消费者行为，同时改善手机性能和设计。

2012 年第二季度，中兴通讯在中国手机市场的出货量一举超越了苹果。2011 年，中兴通讯在本土市场的智能手机出货增长三倍以上，达到 1500 万部。根据市场研究机构 IDC 发布的统计数据，2012 年第三季度，苹果在中国智能手机市场的份额下滑 2%，跌破了 10% 大关，中兴通讯则排名第四。

中兴通讯在本土市场专注于低端智能手机，如售价仅为人民币 1000 元(约合 161 美元)的 Blade，市场份额不断增长。而在苹果中国官网上，最便宜的 iPhone 即 8GB 版 iPhone 4，售价都达到人民币 3088 元，iPhone 5 的起价则为人民币 5288 元。

为了在美国市场抢占苹果和三星电子的市场份额，中兴通讯正在开发功能更先进、价格更昂贵的手机机型。在本届 CES 大展上，中兴通讯展示了最新款的旗舰手机 Grand S。这款手机配置支持第四代 LTE 网络，配置 5 英寸显示屏及高通 Snapdragon S4 Pro 处理器，搭载谷歌 Android “果冻豆” (Jelly Bean) 操作系统。

尽管如此，中兴通讯仍难以让分析师相信，它在高端智能手机市场会大有作为。彭博社数据显示，23 位分析师给予中兴通讯股票“卖出”(Sell)或“持有”(Hold)评级，仅有 11 位分析师给出“买入”(Buy)评级。2012 年，中兴通讯股价在香港股市累计下跌 46%，而同期香港恒生指数则是上涨了 23%。

投资公司 Sanford C. Bernstein & Co 驻伦敦分析师皮埃尔·法拉古 (Pierre Ferragu) 表示，“我认为，中兴通讯在高端智能手机市场和美国市场的野心相当不现实。高端智能手机用户，特别是在美国，非常注重品牌。我相信中兴通讯在这一领域并未取得任何进展。”

法拉古认为，中兴通讯更应该继续专注于低端智能手机市场，毕竟，该公司可能在这个领域具有一定的成本优势，最终会转化为竞争优势。他给予中兴通讯股票“逊于大盘”(Underperform)的评级。来源：2013-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

中兴通讯连卖三家子公司 被指只想扭亏不想发展

2012年12月28日，中兴通讯(000063.SZ)发布公告称，将以12.92亿元出售旗下子公司深圳中兴力维技术有限公司81%股权，受让方为基宇投资有限公司。

这已是中兴通讯2012年年内第三次出售股权，此前，中兴通讯于2012年9月和11月分别出售旗下子公司中兴特种设备68%股权和长飞投资合计81%的股权。据统计，三家子公司的出售为中兴通讯带来16.3亿元至21.7亿元的收益。

对中兴通讯一年内三次“卖子”的意图，国信证券(香港)研究部电子通讯行业分析师范阳在接受《投资者报》记者采访时分析称，“这是(中兴)赶在年底前透过转让股权粉饰年报业绩”。

出售优质子公司

作为中兴通讯旗下众多子公司中的一家，主要从事监控领域的动力环境监控和视频监控业务的中兴力维2012年前三季度为中兴通讯贡献了6.4亿元的营业收入和1.1亿元的净利润，净利润率接近18%，为中兴旗下优质资产之一。对于出售力维的原因，公司出让公告称出售子公司“有利于集中精力，专注主业”。

“如果真想除掉附着在中兴身上的吸血子公司，发展主业，为什么不卖掉真正吸血的并且和主业毫无关系的子公司？”中兴通讯一名不愿具名的员工在接受《投资者报》记者采访时质疑道。

对于出售子公司的原因，记者致电中兴通讯品牌部，相关负责人称“不便做出评论”。

根据此次交易架构来看，中兴通讯所持65%股份全部售出，中兴通讯(香港)所持25%股份出售16%，而群贤科技(力维高管翟卫东占60%，姬迎东占40%)持有的10%股份未发生变化。

范阳认为，力维此次交易与此前出售长飞一样，主要为“粉饰业绩，务求年前账面上‘扭亏为盈’”。

“中兴早前向中国全通出售长飞后，即时认购中国全通14.33%股权，并成为第二大股东，可见中兴仍希望控制已出售的子公司。”范阳认为，这样做的好处在于，“中兴出售子公司所得的盈利，可算入2012年年收入中，而投资全通的部分不会作为开支入账。”

中兴急于粉饰业绩跟其前三季度业绩报告显示的巨额亏损相关。据报告显示，公司前三季度实现营业收入607.33亿元，同比增长5.01%，亏损17亿元，同比下降259.14%；基本每股收益为-0.5元，这也是中兴通讯1997年上市以来首次亏损。

三次出售子公司为中兴带来的 16.3 亿元至 21.7 亿元的收益将正好抵消前三季的亏损。而在范阳看来，除业绩报告披露的影响业绩的原因外，“国内运营商因换届的关系导致很多资本项目延迟，收款期被延长”，也是导致业绩难看的原因。

“随着换届完成，领导基本就位，很多资本开支 3 月后应陆续落实下来。最近中兴股价反弹，估计投资者憧憬中国移动 TD-LTE 基站投资对其有利。而且最烂的东西都应该被放到 2012 的业绩里了。”范阳分析称。

庞杂的“中兴系”

在一名接受《投资者报》记者采访的在中兴通讯工作 6 年的内部人士看来，出售子公司的原因或许如外界所说为扭亏，但同时他更认定这是“中兴早就应该着手做的事。”

在该名内部人士看来，中兴通讯目前遇到的问题的原因之一就是众多与主业不相关的业务耗费了精力，“耽误了主业的发展。”而该名内部人士认为，更为严重的是，这些庞杂的中兴系子公司、孙公司中间隐藏着的利益链条，对企业的风气和健康发展产生了影响。

据了解，中兴上市之后，实行了多元化的发展战略，在此基础上孵化出了一批子公司，并入股了多家关联公司，包括中兴康讯、中兴发展、中兴移动、中兴软件、中兴微电子等，领域涵盖通信、电子、能源、地产等。

“这些子公司或关联企业主要由原始股东和前任高管创立，部分由中兴通讯的大股东之一中兴新设备有限公司设立，并不全由中兴通讯参股。”该名内部人士介绍称。

据了解，这些企业成立之初的目的主要是为了解决创业元老们退出的路径之一，但后来“中兴系”越来越庞杂，在这些错综复杂的子公司和关联公司中，逐渐形成了一个非常隐秘的利益分配体系，通过特有的利益链条，利润最终流向公司中高层。

“这种固定了的利益格局容易让新进员工失去斗志，没有向上的渠道，待在‘下面’也没有足够完善的激励机制。说要清理子公司说了好久，但愿出售子公司能成为一个开端。”该名内部人士说。来源：2013-1-13 投资者报

[返回目录](#)

中兴 2013 年将推出火狐手机：减轻对 Android 依赖

中兴美国公司 CEO 程立新在本周的美国消费电子展 (CES) 上表示，中兴 2013 年将与欧洲移动运营商合作，开发采用 Mozilla 火狐系统的智能手机。

程立新表示，中兴 2013 年也有可能在美国推出火狐手机。中兴目前正在寻找新的操作系统合作伙伴，减少对谷歌 Android 系统的依赖。

根据市场研究公司 IDC 的数据，以出货量计算，Android 手机在智能手机市场的份额达到 75%。中兴目前正在发展移动设备和云计算业务，其营收增速远高于传统的通信设备业务。

程立新表示：“我们密切关注生态系统及其发展方式。如果一切都做好准备，而对消费者的研究也能支持这一数据，那么我们 2013 年也将在美国推出火狐手机。”

德国电信、Sprint Nextel 和西班牙电信正在开发基于 Mozilla 技术的开放移动操作系统，用于一系列廉价智能手机。程立新并未公布中兴这一举措的欧洲运营商合作伙伴。

Mozilla 产品副总裁杰伊·萨利文(Jay Sullivan)表示，Mozilla 正在与高通、TCL 通信和中兴合作开发设备。他表示：“对火狐系统的兴趣正在增长。”

TCL 董事长李东生在此次 CES 上确认，该公司正在开发火狐系统手机。根据 Strategy Analytics 的最新数据，Mozilla 和中兴 2013 年在移动设备市场将获得 1% 的市场份额。

三星目前也计划推出采用全新 Tizen 操作系统的手机，以减少对 Android 的依赖。来源：2013-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

【华为】

华为终端产品惊艳 CES 展会

CES 展会吸引了众多知名厂商的参与，极具国际知名度的华为技术有限公司(以下简称“华为”)不仅展示了凝聚 20 年经验的通讯技术解决方案，还带来了三款“极致科技”的智能手机。在现场，这三款手机被称之为惊艳之作。

华为最新旗舰产品 Ascend D2 手机显示了“极致科技”带来的超越想象的用户体验，这种优质体验来源于其内含的诸多高端配置。据介绍，Ascend D2 配置 5 英寸 IPS Super Retina 高清屏幕，分辨率 1920×1080、443PPI 显示精度超过人眼瞄准精度，这组数据可以让用户拥有前所未有的视觉体验。此外，该款手机还拥有高达 1300 万像素的 BSI 摄像头。

耗电是用户使用智能手机的一大困惑，但这款手机拥有 3000 毫安的超大容量电池。在节电技术的开发上，华为还开发了应用于智能终端的 QPC(快速功放控制)技术及 ADRX(自动非连续接听)技术，新技术与 3000 毫安的完美结合可以

带来大屏手机难以想象的超长续航能力。华为工程师也向记者详述了这两种节电技术的含义。

“华为独创的 QPC 技术能够快速检测数据发送、数据发送完成等关键节点，当没有数据发送时，快速关闭发射电路。”华为 D2 产品主要负责人揭锦锦也向记者详述了这两种节电技术的含义。

当再次有数据发送时，立即开启电路，做到有的放矢，从而能节省电池电力，降低无线辐射。而 ADRX 技术则能够识别网络状态，并根据网络差异，自动调整 DRX 周期，仅此一项即能降低待机功耗 20% 以上。

这款手机还使用了华为独创的极速分享、快速充电、超级免提等新技术，其中超级免提功能最为实用，它让 Ascend D2 立即变身一个共享通话终端，可支持 1.5 米的远距离免提通话，轻松与千里之外的对方清晰对话。

Ascend Mate 全球最大屏幕手机

要问现在全球最大屏幕的手机是谁，那还要数华为 Ascend Mate。这款手机采用了 6.1 英寸的 IPS 材质高分辨率屏幕，屏占比系数(屏幕面积除以整机正面面积)高达 73%，为业内最高，再加上超窄的边框设计，用户可以单手持握，手机并不会显得笨重。极强的色彩表现力给这款手机增添了几分魅力，用户无论是在播放视频，还是移动办公，都能立即体验到“大”不相同的视觉感受。

能有这样的优质大屏享受，是因为 Ascend Mate 内含诸多创新技术。该机采用了阳光下图像算法增强技术、智能环境光亮度调节等一系列华为创新技术，大幅提升了色彩的真实感和饱和度。

与 Ascend D2 相比，Ascend Mate 拥有更高的容量电池，4050 毫安让手机待机时间更长，可续航 48 小时。此外，该款手机“魔幻触控(Magic Touch)”功能让用户戴着手套也可轻松触控手机。除了实用性强的技术，这款手机还有独特而有趣的导航技术。“它采用了 AR 增强导航技术，用户只要输入目的地，打开照相机面向所在的十字路口，导航箭头就会出现在预览实景中进行更直接的指引，从而更容易到达目的地。”华为 D2 产品主要负责人揭锦锦介绍。

W1 华为第一款 Windows Phone8 智能机

在安卓系统坐镇江山的情况下，Windows Phone 8 能否逆袭？此次 CES 展会给了 Windows Phone 8 展示的机会——华为 W1 引来无数赞叹。

华为 Windows Phone 产品主要负责人吴德周告诉记者，此次展会是 W1 的面世发布会，其便捷的系统和精美的外观是最为惊艳的两个特点。据介绍，华为 W1 机身厚度仅为 10.15 毫米，配备分辨率为 480 × 800 的 4 英寸 IPS LCD 触摸屏，该触摸屏采用的是全贴合工艺，同时起到保护玻璃和触摸传感器的双重作用。Windows Phone 8 的开启界面允许用户设置个性化的动态瓷砖(Live Tiles)服务，

实时更新关注的重要信息。此外，在锁屏的状态下，锁键屏保 (Lock Screen) 也允许用户对更新的信息和图片一目了然。

据悉，华为 W1 将于 2013 年 1 月在中国和俄罗斯上市，随后将陆续在西欧、中东、美国和其他国家推出。来源：2013-1-11 北京晨报

[返回目录](#)

华为推出全球最大屏幕手机

昨天，在 2013 年拉斯韦加斯国际消费电子展 (CES) 上，华为公司展出的最新智能手机 AscendMate 拥有 6.1 英寸高清大屏，改写了之前由三星 Note2 保持的手机屏幕尺寸纪录，将手机屏幕带入 6 英寸时代。来源：2013-1-9 京华时报

[返回目录](#)

华为发布“镇山之宝”意欲分羹三星、苹果

在 2013 年的 CES (国际电子消费展) 上，华为一口气推出了号称“性能之最”的四核 Ascend D2 和“大屏之最”的 6.1 英寸 Ascend Mate, 以及一款搭载 Windows 8 系统的 W1, 这被外界解读为华为挑战三星和苹果。

美国当地时间 1 月 7 日，正在进行 CES 会前演讲的华为消费者 BG CEO 余承东，当着数百家媒体的面，拿起水瓶浇灌起了刚刚发布的 Ascend D2 机身，接着又把手机往地上狠狠一摔——手机完好无损。

2012 年 CES 消费电子展上，华为曾发布全球最薄手机 Ascend P1，在余承东看来这足以“震惊世界”，但最终外界反应仍与他的预期有不小的落差，这款手机直到 2012 年三季度才进入美国市场。

回顾过去，余承东反思说，当时 P1 产品操盘经验不足，渠道上又出了问题，而过去一年华为正因此在渠道、品牌、研发、产品规划以及营销等多方面补课。而两个“之最”的产品接下来的市场表现，或成为检验华为过去一年时间努力的“试金石”。

重建渠道

尽管是通信设备领域的优等生，但在面向消费者品牌以及渠道建设上，华为仍是初学者。

最大的瓶颈出现在渠道。华为 Ascend D1 从发布到上市，间隔了大半年。造成这一问题的原因，是由于华为长期捆绑运营商的策略，造成了社会渠道的覆盖力不足。

从通信设备商的角色向消费电子厂商转移，更重要的还有品牌的树立。其中的挑战一方面来自消费者。华为终端 CEO 万飏说，大众对华为品牌认知以及口碑积累仍需时间，卖高端机既要考虑零售价格消费者可接受，与品牌地位相匹配，还要求渠道利润足够，保证成本和利润均衡，这将非常考验华为的智慧。

另一方面的挑战则来自运营商，因为运营商不愿让做白牌的华为突然转向自有品牌，导致生意丢了一大片。在欧洲，这甚至让华为一度无手机可卖。

华为终端 CMO 邵洋介绍说，欧洲市场最初是电信运营商“怂恿”华为做自有品牌，但是运营商希望的是从 OEM 到 ODM 的平稳过渡。华为很快推出自有品牌后，2012 年上半年，欧洲原本有合作的 15 家电信运营商，只有 1 家继续选择销售华为手机，这导致了华为的高端智能机 2012 年一段时间在欧洲几乎“卖不动”，但到下半年已经有 14 家运营商和华为重拾合作。

华为手机在渠道方面的“补课”一直在进行。一方面，它加快了对于国内外电商渠道的投入和布局；另一方面，它已经和全国 600 家省级代理商开展合作，与国美、苏宁、迪信通等重点零售连锁达成战略合作。

一位华为内部人士和记者确认，比起从前侧重向运营商提供贴牌手机的做法，华为用 1 年的时间将自有品牌出货量提高到 90% 左右。按照华为终端预计的数字来看，华为 2012 年智能手机出货量将达 6000 万部，增长率超过 300%。

盈利难题待解

想要在竞争激烈的智能手机红海占有一席之地，华为面临的压力并不小。本届 CES 上，联想推出高端旗舰智能手机 K900，还有重振旗鼓的日本消费电子企业，比如索尼，同样发布了一款 5 英寸大屏的防水手机 Xperia Z。

而如何提升智能手机利润，同样是摆在包括华为在内的国产智能手机厂商的一道难题。余承东说，华为终端在 2012 年牺牲了 3000 万部功能机的销量，利润提高了约 70%，但利润率还是个位数。

万飏告诉记者，目前华为管理层已在内部对华为智能终端提出要求：“盈利能力，持续发展，不要出现恶性库存造成较大风险。”

精品战略被视作是华为提升手机盈利能力的举措之一。万飏说，现在的华为正在把产品进行有选择性的聚焦，在以 2000 元和 3000 元为界的高中低端智能机市场，每个价格档都推出至少一款精品机型。

而在占据手机终端一半营收的海外市场，华为的目标是在 2013 年实现至少有 70%~80% 的增长。

万飏告诉记者，华为智能手机在 2012 年重点布局日本、欧洲、美国、拉美等海外市场还将在 2013 年得到延续。值得注意的是，入门级智能手机在南美、

巴西、墨西哥等市场存在巨大增长空间；而欧洲市场被华为视作是 2013 年实现智能终端利润规模化的重要市场。

“之所以看好欧洲市场，一是因为市场空间足够大，欧洲的新品偏中高端；二是因为此前华为在做通信设备时已经与欧洲运营商建立很好的合作伙伴关系，做手机有利于发挥协同效应。” 万飏说。

这与华为在欧洲战略一脉相承。华为已计划将欧洲建成第二总部。

据统计，2012 年欧洲市场占华为终端(包括智能手机、移动宽带和数据卡、网关设备等)营收在 20 亿美元上下，约占其全球销售收入的 25%。其中，智能手机约占据营收的 70%；而到了 2013 年，进一步深化在这一市场的战略布局，预计还将实现 50%~80% 的增长。来源：2013-1-11 第一财经日报

[返回目录](#)

华为终端总部再投 1.8 亿买地 总面积达 1000 亩

日前，松山湖一块面积逾 36 万平方米的教育科研用地，被华为投资控股有限公司以 1.848 亿元的底价斩获。据悉，此地块是落户松山湖的华为终端总部用地中的一块。

据悉，该地块位于松山湖高新技术产业开发区南部，面积 369543 平方米，容积率不大于 0.8，建筑密度不大于 35%。该地块用途被限定为教育科研用地，出让年限为 50 年。值得一提的是，出让公告规定，该宗地块竞买人投资的项目必须符合《东莞松山湖科技产业园区引进项目优惠暂行办法》的要求。

日前，该地块网上挂牌结束，仅有华为一家企业出价，最终华为以 1.848 亿元的底价，轻松拿下该地块。据悉，这是继 2012 年 9 月华为以 1.1697 亿元的底价，拿下松山湖南部编号 2012WT055、面积 233816 平方米的科研用地后，再次在松山湖拿地。

据悉，2012 年华为就透露要在松山湖再投百亿元，打造一个终端总部项目，主要发展与手机等所有终端关联的研发、销售和增值业务。此后市规划局网站也公布了华为终端总部的设计方案，项目用地整体共统筹安排 1900 亩土地，共分 4 个地块分期进行建设，首期先建设 1000 亩。

据悉，2012 年 9 月和日前被华为斩获的 2 宗地，均为华为终端总部项目用地，两地块总面积约 60.34 公顷，即约 1000 亩，也就是说，华为松山湖终端总部用地的首期 1000 亩土地，至此已全部被华为“收入囊中”。来源：2013-1-14 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

华为手机或在美实现突破：与运营商结盟成难题

导语:美国 IT 网站 CNET 今天发表署名杰西卡·多尔克特(Jessica Dolcourt)的文章称,凭借优秀产品的增多、与运营商关系的加深,以及广告投放力度的加强,华为有望于 2013 年在美国市场实现突破。

以下为文章全文:

2013 年的国际消费电子展(以下简称“CES”)对华为来说已经再好不过了。

在云集了三星、HTC、摩托罗拉移动和诺基亚等行业巨头的 CES 上,华为原本应是二线厂商,但 2013 年,当它发布了两款高端 Android 手机——Ascend Mate 和 Ascend D2——以及首款 Windows Phone 8 设备 Ascend W1 后,该公司却成为万众瞩目的焦点。

作为一家在美国名不见经传的公司,华为两年前就号称要在三年内跻身全球五大手机厂商之列。虽然距离截止日期仅剩一年,但情况似乎越来越有利。

更好的手机

我早在 2012 年 8 月就表示,华为在美国市场的主要任务是推出更优秀的手机。

华为最好的智能手机一直没有在美国上市。相反,该公司主要在美国市场出售低端、低价手机。Cellular 的华为 Ascend Y 虽然很有吸引力,但却只使用了 Android 2.3 系统。

这并不是因为华为无力生产有吸引力的机型。我 2012 年最喜欢的华为智能手机是 Ascend P1,这款产品表明华为向正确的方向迈出了一步。这款 2012 年 5 月面向全球首发的产品采用了优雅的设计、Android 4.0 操作系统、800 万像素摄像头和双核处理器。

性能更强大的 Ascend D Quad 也于 2012 年 2 月在移动世界大会(MWC)上亮相。

十个月后,华为在 CES 上展示了 Ascend Mate,由于搭载 6.1 英寸高清屏、Android 4.1 果冻豆系统、四核处理器,使之成为了该公司最有野心的智能手机之一。华为还借助 4050mAh 的电池刷新了智能手机的电池容量记录。

与 Ascend Mate 一同发布的 Ascend D2 搭载 5 英寸显示屏和 1300 万像素摄像头,这种分辨率的摄像头在华为也算首创。名为 W1 的 Windows Phone 手机同样采用了最新的配置,外观设计也很漂亮。当然,只有当所有的零部件都能顺利生产时,这些参数才有意义。我们今后也会对这些产品展开全方位测试。

正如我上周在 CES 上所说,这些 Ascend 手机正是华为吸引潜在买家所需推出的高端手机。

与运营商结盟

优秀智能手机只解决了一个问题，华为现在依旧很难与有影响力的运营商建立合作关系。

在 2012 年夏天的采访中，华为外部事务副总裁比尔·普卢默 (Bill Plummer) 表示，华为需要一些时间才能与大型运营商建立合作关系。“每一家新厂商都需要赢得自己的一席之地，但不可能一蹴而就。”他说。

华为计划在美国市场发布高端智能手机，但并未宣布获得任何运营商的支持。这将会成为一大挑战。我认为，华为缺乏足够的谈判实力，无法让合约运营商以低价出售手机。而如果是现在才开始展开这类谈判，意味着相应的产品短期内无法面市。

不过，倘若华为能通过美国四大运营商出售手机，就将成为一次重大的胜利。

加大宣传力度

即使华为与大型运营商建立合作关系，而且它的手机也的确物有所值，较低的知名度仍将成为该公司的一大发展障碍。

HTC 很幸运，它利用了 Android 的早期浪潮成为了家喻户晓的品牌，但华为或许就没有这么幸运了。在 2012 年的美国无线通讯展 (CTIA) 上，华为称，该公司正在聘请咨询公司在美国展开品牌推广计划。

自那以后，该公司已经斥巨资赞助了一些活动，投放了一些广告，包括伦敦奥运会期间的广告。这表明华为愿意在宣传上投入资金。华为已经成功地让很多人学会了它的品牌发音。该公司显然明白，要赢得英语用户的青睐，就必须更加友好，更加亲民。

缓解安全担忧

我大胆猜测一下，多数计划购买新手机的普通智能手机买家并不知道华为也生产电信和网络设备，而且对此并不关心。然而，华为和中兴却遭到了美国政府的冷遇，他们怀疑华为的设备将对美国国家安全构成威胁，但该公司曾经屡次否认这一指控。

尽管华为尚未拜托这场纠纷，但该公司现在仍然深刻地意识到，必须要让消费者信任它的设备。

2013 年展望

要华为在美国市场实现预期中的里程碑，华为仍有很长的路要走。但借助 Ascend Mate、Ascend D2 和 Ascend W1，借助与运营商关系的加深，借助产品曝光率的增加，华为已经具备了打造名牌的所有元素。来源：2013-1-15 新浪科技

[返回目录](#)

华为高管集体宣誓自律反腐 称最大风险来自内部

知情人士透露，华为公司于今天召开董事会相关会议，十几名董事面对几百名中高层宣誓要自律反腐，并称“公司最大的风险来自内部”，“不从制度上寻找根源，那我们距离死亡就已经不远了”。

据悉，华为中高层于14日上午深圳坂田基地华为总部召开“董事会自律宣言宣誓”大会，会议由轮值CEO郭平主持，董事会全体成员孙亚芳等集体站在宣誓台上，面对来自全球的几百名中高级管理者一起宣誓要严格自律。

据透露，现场的宣誓词为：“我们必须廉洁正气、奋发图强、励精图治，带领公司冲过未来征程上的暗礁险滩。我们绝不允许‘上梁不正下梁歪’，绝不允许‘堡垒从内部攻破’。我们将坚决履行承诺，并接受公司监事会和全体员工的监督。”集体宣誓后，各位董事会成员依次进行个人宣誓。

华为一直在管理上严格自律，并提出要防止干部腐化、自私和得过且过。查阅历史资料，华为曾提出，“当我们的选拔管理者中有人利用职权谋取私利时，就说明我们公司的干部制度和管理出现了严重问题，如果只是就事论事，而不从制度上寻找根源，那我们距离死亡就已经不远了”。

而相关资料同时显示，2005年时，华为高层就曾表示，公司最大的风险来自内部，必须保持干部队伍的廉洁自律。并于2005年12月召开了EMT(最高管理层)民主生活会，EMT成员共同认识到：作为公司的领导核心，要正人须先正己，以身作则，会上通过了《EMT自律宣言》，要求在此后的两年时间内完成EMT成员、中高层干部的关联供应商申报与关系清理，并通过制度化宣誓方式层层覆盖所有干部，接受全体员工的监督。2007年9月29日，华为举行了首次《EMT自律宣言》宣誓大会，此次则是华为新的一次自律誓师大会，意在再给各级管理层敲警钟。来源：2013-1-14 新浪科技

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺西上季度运营利润率将超 13%

诺基亚周四发布上季度季度的初步业绩。报告显示，诺基亚与西门子的合资公司诺基亚西门子通信公司(以下简称“诺西”)运营利润率将达13%至15%。

诺基亚预计，第四季度，诺西的业绩将好于预期。营收为40亿欧元，调整后运营利润率为13%至15%。诺西的业绩中还包括3000万欧元的一次性授权收入。

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普 (Stephen Elop) 表示, “我们很高兴诺西完成了又一个表现良好的季度。”

在经历了出售非核心业务及裁员等一系列调整之后, 诺西于 2012 年第三季度实现扭亏, 并缩小了爱立信与华为之间在份额上的差距, 据电信行业研究公司 Dell’Oro 上季度发布的报告显示, 诺西在移动设备市场的整体份额从第二季度的 18% 增长到第三季度的 20%。而爱立信第三季度的份额为 34%, 低于第二季度的 35.5%, 华为则保持 22% 的份额不变。

诺基亚同时发布了 2013 年第一季度的初步业绩预告。其中诺西的利润率将约为 3%。来源: 2013-1-11 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚第四季度售出 440 万 Lumia 手机超预期

诺基亚周四发布了 2012 年第四季度的初步业绩数据。第四季度“智能设备”的净销售额约为 12 亿欧元(约合 15.74 亿美元), 总销量为 660 万台; 其中 Lumia 手机占 440 万台, 超出预期。

这意味着, Lumia 手机第四季度的销量超过前两个季度。第二和第三季度, 诺基亚分别售出了 400 万和 290 万台 Lumia 手机。

由于第四季度初步业绩数据令人惊喜, 诺基亚股价周四大幅上涨。不过诺基亚的第四季度包括圣诞节购物旺季在内, 季节性因素使得第四季度业绩通常强于其他几个季度。

诺基亚第四季度智能手机总销量为 660 万台, 其中包括 440 万台 Lumia 手机和 220 万台塞班手机, Lumia 手机的销量超过了塞班手机。诺基亚第四季度手机总销量为 8630 万台, 其中功能型手机销量为 7960 万台, 包括 930 万台 Asha 触屏手机。

诺基亚在报告中表示, 第四季度, 设备及服务部门的业绩很可能超过预期, 并实现明显盈利。诺基亚的手机业务部门和 Lumia 产品线均报告了好于预期的业绩。此外诺基亚表示, 第四季度的运营费用低于预期。诺基亚估计, 设备及服务部门第四季度净营收约为 39 亿欧元, 运营利润率将为盈亏平衡至 2%。

诺基亚还预计, 第四季度, 诺基亚西门子通信公司(以下简称“诺西”)的业绩将好于预期。营收为 40 亿欧元, 调整后运营利润率为 13%至 15%。诺西的业绩中还包括 3000 万欧元的一次性授权收入。

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普 (Stephen Elop) 表示: “我们很高兴第四季度业绩表现稳定。设备及服务部门业绩超出预期, 并实现了明显盈利, 而诺西也实现

了盈利。我们专注于优先任务，售出了 1400 万部 Asha 和 Lumia 智能手机，并有效管理了成本。诺西完成了又一个表现良好的季度。”

诺基亚估计，位置及商务部门第四季度净营收约为 3 亿欧元，非国际财务报告准则运营利润率将为 13% 至 15%。

诺基亚同时发布了 2013 年第一季度的初步业绩预告。诺基亚预计，第一季度，设备及服务部门和位置及商务部门的运营利润率都将为负数，而诺西的利润率将约为 3%。

诺基亚将于 1 月 24 日发布 2012 年第四季度及全年财报。来源：2013-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚四季度业绩高于预期：节省开支措施奏效

诺基亚周四公布了 2012 年第四季度初步业绩报告。在第四季度，诺基亚预计设备和服务部门净销售额达到 39 亿欧元(约合 52.04 亿美元)，将实现盈利。其中智能手机净销售额达到 12 亿欧元(约合 16.1 亿美元)，共销售智能机约 1400 万部，lumia 系列手机销量达到 440 万部。由于业绩高于预期，诺基亚股价大涨近 19%。

设备和服务部门预计实现盈利

诺基亚在公告中称，在第四季度，设备和服务部门的表现超出预期，预计将实现盈利，营业利润率在 0-2% 之间。在此之前，诺基亚曾预测第四季度亏损额可能达到营收的 6% 左右。

第四季度，诺基亚手机总销量为 8630 万部，其中智能机 1400 万部。在智能机种，lumia 系列智能机销量为 440 万部，高于第二季度的 400 万部和第三季度的 290 万部。塞班手机销量为 220 万部，而在上一季度，塞班手机的销量为 350 万部。lumia 手机的销量首次超过了塞班手机。

此外，低价 Asha 手机销量也达到了 930 万部。

节省开支措施已奏效

由于业绩预估超过了预期，诺基亚股价随之大涨。在纽交所周四的交易中，诺基亚股价大涨 18.67%，达 4.45 美元。而诺基亚在赫尔辛基股市中也大涨 10.8%，达 3.32 欧元。

诺基亚认为，lumia 的强势表现是设备和服务部门良好表现的重要原因。在第四季度，诺基亚发布了搭载 windows phone8 系统的 lumia920 和 lumia820，lumia 阵营继续扩充。同时，第四季度的圣诞等购物季，也在一定程度上冲高了

手机销量。2013年第一季度能否继续保持这个势头则未知。“2013年第一季度，预计季节性因素和竞争环境将对公司产生负面影响。”诺基亚称。

此外，重组计划中节省开支的措施也在奏效。诺基亚称，第四季度设备和服务部门的经营支出较预期低。2012年6月份，诺基亚宣布在2013年年底前裁员1万人，并关闭一些工厂，以节省开支。

对于2013年第一季度，诺基亚预计，行业竞争将继续对公司产生压力，再加上淡季等因素影响，手机业务部可能会出现营业亏损，亏损额大约为公司营收的2%。来源：2013-1-12 新京报

[返回目录](#)

诺基亚控制 Lumia 920 产量导致缺货 短期不降价

诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普 (Stephen Elop) 本周表示，Lumia 920 缺货的部分原因是该公司控制产量，避免过多的库存。诺基亚 2011 年发布第一代 Windows Phone 7 手机时曾遭遇了库存过高的问题。

不过另一方面，供应链的问题也导致了关键元件的缺货，从而影响了 Lumia 920 的生产。埃洛普表示：“我们正在与供应商和运营商合作，解决目前的问题。”

诺基亚本周发布初步财报称，2012 年第四季度 Lumia 手机的销量为 440 万部。不过此前许多媒体报道称，Lumia 920 在全球范围内都出现缺货现象。

外界此前猜测，新款 Lumia 手机在未来几个月内可能降价，以维持销量。埃洛普表示，这款手机未来可能会降价，但由于元件供应的短缺，降价将被推迟。他表示：“现在的环境还不适合降价。”

埃洛普的说法表明，诺基亚将会通过降价去维持 Windows Phone 8 手机的销量增长，尤其考虑到塞班手机在诺基亚智能手机产品线中所占份额正越来越低。来源：2013-1-13 新浪科技

[返回目录](#)

【其他制造商】

报告称 2013 年 NFC 市场不会有重大突破

多年来，近场通信 (NFC) 技术已经被业内誉为下一代重要技术，是运营商进军支付领域的最佳契机。然而，金融服务研究公司 Celent 公布的一份最新报告指出，迄今为止，该技术尚未走出特定的市场范围，而 2013 年也不会实现重大突破——很可能被零售支付领域的其他技术盖过。

Celent 银行集团高级分析师兼该报告的作者 ZilvanasBareisis 指出：“通过手机进行近场通信支付，就好像它是一张银行卡，还是非常困难的。有些市场，如波兰，拥有完善基础设施，因此这种支付方式更容易普及；但其他市场，如美国，基础设施投资巨大，说服零售商和商家也极为困难。”

一些估算数据显示，2014 年，在线和移动支付预计将占英国零售商总收入 45% 左右。然而，受成本较高及对零售客户使用该技术持怀疑态度的影响，许多企业都不愿意向这一技术进行投资。

近场通信数字钱包所面临的问题应部分地归咎于实体销售终端领域仍被银行卡垄断，且移动支付相当于在手机内配置了支付凭证并通过近场通信技术发送给销售终端；而在网络世界中，占主导地位的则是基于云计算的钱包（如 PayPal）。有鉴于此，线上和线下消费者间的差距很难弥合——消费者在购物时使用自己的手机阅读产品评论、比较价格并在网上订购，或从当地商店选购产品。

另一个阻碍近场通信技术普及的问题是消费者使用该技术的能力有限。苹果新推出的 iPhone5 不支持近场通信技术——对该技术而言，这是“一大缺憾”，原因在于 iPhone 的盛行及其在智能手机市场中的强大地位。此外，客户往往没有意识到可以使用近场通信技术进行支付，他们需要确保自己的设备安装了近场通信 SIM 卡——而这一配置要求又使成本进一步增加。

虽然最近几年组建了多个与这一技术有关的大财团，但其处境并不理想。例如，在荷兰，该国最大的银行和移动网络运营商共同组建的合资企业（非官方名称为 Sixpack）因为没能达成预定目标而解散——当时，作为创始合伙人之一的 T-Mobile 决定实施自己的计划。在美国，一个名为 Isis 的类似项目也深陷困境。在英国，Oscar 项目——移动网络运营商之间的倡议，被欧盟委员会搁置且并未达成任何支付解决方案。

该服务公司确定的 2013 年的其他主要趋势还包括数字钱包的增长及基于云计算的钱包的兴起。

Bareisis 指出，基于云计算的钱包的优势是它便于使用。用户可以通过用户名和密码登录，而无需在每次交易时输入完整的卡号和详细信息。他预计，2013 年将会有更多提供商寻找将基于云计算的钱包引入销售终端的方式。Bareisis 表示：“基于云计算的钱包潜力巨大。我无法确定它能否在 2013 年成为现实，但销售终端肯定会采用云技术。”

Visa 和万事达卡都在最近几个月制定了自己的数字钱包解决方案。来源：
2013-1-10 飞象网

[返回目录](#)

传苹果开发低价大屏 iPhone: 2013 年下半年亮相

苹果正在为全球新兴市场开发一款低价 iPhone，将配备较大显示屏，预计 2013 年下半年发布。

消息人士透露，这种手机将于 2013 年下半年发布，拥有较大的显示屏，设计上有所改动，价格远低于现有机型。甚至有部分人士称，这款低价 iPhone 的显示屏将比 iPhone 5 的 4 英寸显示屏更大。

但业界人士指出，通常只有高端手机才会配备大尺寸显示屏，Digitimes 的这一消息可能完全错误。

上周，市场研究公司 Strategy Analytics 分析师尼尔·莫斯顿 (Neil Mawston) 称，苹果可能“在未来三年内发布 iPhone mini，以满足买不起 iPhone 的数亿预付费用户的需求。”但他指出，iPhone 5 的成功意味着苹果没有理由在 2013 年推出低价手机。Digitimes 的消息人士则认为，低价 iPhone 将于下半年出货。

美国投资银行 Jefferies 分析师皮特·米塞克 (Peter Misek) 同意 Digitimes 的看法。他曾表示，低价 iPhone 可能在 2013 年夏天发布，售价为 200 美元到 250 美元。但他同时指出，目前苹果尚未“放行”这种手机，原因是低端手机的利润率感到担心。

目前还不清楚低端 iPhone 的配置，但 Digitimes 的消息人士透露，这种手机可能配备高通双核和四核 Snapdragon 芯片。

苹果尚未就 Digitimes 的报道置评。来源：2013-1-9 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

[[趋势观察]]

3D 移动互联网引领热点应用

展望 2013 年，层出不穷的 IT 业界创新热点，诸如柔性屏幕、超清液晶、无线充电等新技术步入主流，将为传统互联网和移动互联网带来更多的新意，并催生“3D 移动互联网”、“所思即所得”等一系列令亿万网友惊喜的创新服务，让大众更多的网络梦想、更多的生活应用变得触手可及。

手机、平板能弯曲：柔性屏幕技术催生 3D 移动互联网

据悉，一种没有玻璃基板，不会被摔碎，被誉为“牢不可破”的显示屏已经在韩国三星诞生。有消息称，该公司会在新一代智能手机中引入柔性屏幕。

与普通的刚性显示器相比，柔性显示器具有诸多优点：耐冲击，抗震能力更强；重量轻、体积小，携带更加方便；采用类似于报纸印刷工艺的卷对卷式工艺，成本更加低廉等。它能够通过反射自然光线，无需背光源照明而达到内容呈现的屏幕，就像不发光的纸张却能被看见一样，形成比较舒适的阅读观影环境。

由此我们预测，在新的一年里，手机或者是平板电脑将会像柔软的橡皮糖一样，用不同的弯曲方式来实现和大家的交流——每人只需有一块屏幕，可以携带、移动，并且可使之变大变小地折叠。它将呈现更加立体逼真的 3D 图像，为大众带来全新的移动互联网体验。

液晶屏分辨率再上新高：超清互联网视界触手可及

一直以来，苹果的视网膜屏幕凭借其高清体验，备受网民青睐。而目前已知像素密度最高的消费类屏幕产品，是来自 HTC 的一款新手机，采用 5 寸 1080p 分辨率屏幕，像素密度高达 440ppi，大大超越了视网膜屏幕。

专家预测，超清液晶屏将在新的一年大行其道——超大的分辨率或许意味着，就算屏幕在网友眼皮子底下，依然察觉不到任何像素点。当然，唯一不好的就是，当你看完超清分辨率屏幕之后，再去看 HD 分辨率电视的时候，会对后者非常不习惯。因而超清视频一定相当震撼，将吸引一大群人驻足观望。

超清分辨率的普及也意味着，视频通话对网民的吸引力更大——屏幕上的对方就像真正在你面前一样；电子商务的体验会更加友好——每件商品展示将真实得无与伦比。

无线充电成标配：强力助阵智能手机随时在线

随着 4.5 寸、5.3 寸乃至更大尺寸手机的主流化，各大厂商竞相将 CPU 升级到四核之后，手机电池不给力这一问题日益凸显。因此专家预测，在新的一年里，无线充电功能将成为智能手机的标配。据了解，三星和 LG 已开始着手把该功能添加到它们的新款智能手机上，有迹象显示苹果也可能会跟随业界浪潮加入其中。

分析认为，无线充电带来的效益，不仅仅是单个无线充电器市场的发展，还将是无线充电平台的打造，即公共移动设备充电站将有可能成为现实，它可以让你在飞机场、麦当劳、咖啡厅等公共场所随时随地进行充电。

随着无线充电技术或在新年逐步迈向主流，在没有数据线连接的情况下，无线充电器不但能给设备充电，还可以实现同步数据和资料传送功能。这将为大众的移动互联网体验，带来更多激动人心的亮点。

智能手机持续改变生活：配件变得更加智能

智能手机配件始终是一个繁荣的市场领域，各种个性化产品应有尽有、层出不穷。分析指出，智能配件不仅仅是装有传感器这么简单，在巩固智能手机作为主要计算和连接中心这一点上，智能手机配件已经成为了先驱者。

以 iPhone ECG 为例：该设备是一个装有感应器的 iPhone 外壳，能够为宠物测试心电图——在 App Store 下载相应软件，并将壳子套在 iPhone 上，后面两个接触宠物心脏的位置涂抹测试心电图专用油，这样便能在软件中绘制心电图，数据还能保存。

可以预计，在 2013 年的市场上，将会看到更多类似于这样的智能手机配件，满足人们各种不同的生活需求。而随着配件变得更加智能，手机将变身为便携的测试仪器，为网民的生活带来更多便利，智能化生活将更加美好。

“看不见的应用程序”：更人性化的人机交互界面

专家指出，如果一台笔记本电脑的浏览器是互联网上的一扇窗，一部智能手机上的应用程序是一个锁眼，那么下一代的智能设备、应用程序和服务就是针孔摄像机，将能主动感知并提供大家所想要的，这就意味着，“所想即所得”将在大众的惊喜中成为现实。

像自动调温的 Nest 和语音助手 Siri 这样的服务所展现的一样，声响、语音、身体感应器、地址和位置移动，能够作为指令，优化至最简单最易于理解的形态：对 Siri 来说是几个单词，对 Nest 来说就是一个简单的温度数字。我们的双手、眼睛和意识被解脱出来，能够专注在周边真实的世界和真实的人们上面。

2013 年，“看不见的应用程序”有望成为主流——人们将能够回避使用那些华丽的信息图和丰富的图形用户界面，轻松获取极简、省时、定制且个性化的内容。

个人云成为主流：更新颖的数字生活娱乐

新的一年，个人云将成为数字生活的中心——个人云可存储个性化内容，并能访问个人偏好的各种服务和位置，将逐渐取代个人电脑。

专家指出，个人云是云计算在个人领域的延伸，是以 Internet 为中心的个人信息处理，即通过 Internet 对个人的各种信息进行组织、存储、分发和再加工。

个人云服务将成为设备之间的粘合剂，而这些设备是用户在日常生活的不同层面选择使用的——借助智能手机、平板电脑、电视和 PC，通过互联网无缝存储、同步、获取并分享精彩的在线数据服务。这意味着，个人将拥有更加新颖的数字化生活方式，办公和娱乐将更加高效率和个性化。

智慧城市新趋势：从手机控制家居到自动化汽车

在互联网日益高度普及的新的一年，手机将会成为一个传感器网络的中心，这个网络覆盖我们的身体、办公室、家居和汽车，以手机控制家居等功能起步，最终将会触及我们居住的每一个城市 and 所有空间。

我们的汽车会变得更加自动化，达到前所未有的程度。现在汽车能够自己操作平行停车，在巡航控制状态下监控速度，甚至能够帮助我们转向。有了摄像头、感应器和智能系统的帮助，汽车变得越来越智能，更加独立自主。

自动化的汽车变得更吸引人，我们的互联网连接将成为新的驾照——作为一种互联、探索和社交的渠道，自动化汽车将不仅仅是从 A 点到 B 点那样简单，也不仅仅是代表自由的符号，它将完美解决安全保障和能源消耗问题。来源：

2013-1-10 通信信息报

[返回目录](#)

移动宽带成全球运营商新增点

有报告预测，全球范围内，移动宽带在 2013 年-2016 年间年增长速率为 19.2%，并将在此期间创造 1229 亿美元的增量收入。移动宽带将成为全球电信运营商重获收入的一个最大机会。

移动互联网的发展，带来了数据流量的快速增长，电信运营商移动宽带建设的步伐也因此加快。可以预测，数据流量的爆发增长，将加快电信运营商从以语音业务收入为主到以数据业务收入为主要增长点的转型。但是，革命尚未成功，战士仍需努力。对于全球电信运营商来说，如何平衡流量市场的需求和回报，仍是一个有待解决的难题。

传统业务受冲击，移动宽带带来新增长机会

移动互联网时代，以苹果和谷歌为代表的 IT 和互联网企业革新了全球 IT 市场的格局。对于电信运营商来说，语音、短信收入日益减少，数据流量收入逐渐上升为主流，是传统电信运营商收入结构发展的必然趋势。

移动互联网的快速发展、智能手机等移动终端的日渐普及以及各种新网络应用的出现，使全球运营商的传统业务遭遇了巨大冲击。已有 20 来年历史的短信业务和最基本的语音通话业务收入，都受到了影响。据悉，2011 年全球短信服务的收入同比减少了 139 亿美元，中国移动的短信服务收入出现了历史上首次下滑，2012 年 11 月，美国用户的平均发信量也第一次出现衰落趋势。

与此同时，移动数据流量激增也给运营商带来了新的发展思维。思科日前预计，2011-2016 年全球每月平均无线数据流量年均复合成长率将达到 78%，新兴市场中国大陆每月平均无线数据流量更是将从 2011 年的 0.03 EB 成长到 2016 年

的 1.08 EB，年均复合成长率高达 205%。为缓解数据流量快速增长带来的巨大网络承载压力，大力发展 3G、用 WLAN 网络分流主网压力、加速对 LTE 的建设部署，是电信运营商解决移动网络流量拥堵问题的主要方法。随着流量经营逐渐被运营商提上重要工作日程，其也必将为运营商带来新的收入增长点。最新的一份报告预测，移动宽带在 2013 年-2016 年间年增长速率为 19.2%，将在此期间创造 1229 亿美元的增量收入，这就是一个很好的说明。

移动宽带变革了全球运营商的业务模式，由传统的语音、短信模式转变为基于移动互联网、内容服务为主导的业务模式已成不争的事实。在收入方面，全球电信运营商正经历从以语音业务收入为主到以数据业务收入为主的转型期。

通信业环境生变，运营商面临增量不增收尴尬

移动互联网为全球电信运营商带来了新的发展方向，同时，由于通信环境的变化，全球电信运营商也面临着诸多发展问题。

从美国《财富》杂志 2012 年公布的 2012 年度全球企业 500 强排行榜中的信息来看，电信运营商已陷入收入增长、利润下滑的困境，原本属于运营商的大部分利润流入了苹果等 OTT 服务商手中，互联网企业严重分食了运营商的蛋糕，运营商大有沦为“管道”之势。

事实确实如此，国内电信运营商与互联网企业的生存状态就是一个有力的证明。长期以来，中国电信等运营商花费巨资才造就了今天畅通的网络，却催生出了新浪、腾讯等诸多互联网巨头，而运营商最终只收取少量的网络使用费。移动互联时代，以谷歌等为代表的越来越多的应用和内容提供商逐渐参与到价值链中，他们在通过创新性的商业模式和运营获取增值价值的同时，也打破了电信行业原有的生态，电信运营商逐渐沦为应用和内容提供商的业务管道，运营商的“管道化”危机更为严峻。

北京邮电大学教授阚凯力早在 2006 年就预言，“新的技术会带来颠覆性的变革，随着网络技术的发展，运营商 5-10 年内就将被互联网公司取代，退出历史舞台。”不管这预言能否实现，不得不承认，随着时间的发展，尤其是 4G 时代，运营商将不得不面对越来越多的 OTT 厂商与产品，届时，其收入和利润空间将进一步被挤压，避免像固定网络一样成为应用厂商的数据管道，提升流量变现能力，成为了全球运营商亟待解决的问题。

应用创新，将为应对挑战的有力武器

转变观念，转变身份，转变竞争理念，是全球运营商应对新时代竞争的重要关键点。

随着全球移动宽带进入飞速发展时期，用户对网络的需求越来越高，随时随地为用户提供更高的速率、更好的覆盖和更好的用户体验，是运营商在竞争中制胜的根本要求。

同时，运营商需要更多地向互联网企业学习。学习互联网企业的发展模式、服务方式等，以开放的思想、合作的态度、共赢的原则，探索建立适合运营商发展需要的新模式。

美国《福布斯》杂志网络版近日发表了一篇题为《现在是移动运营商利用 LTE 赚钱的时候了》的文章。文章指出，“移动用户并不准备为 LTE 服务支付高额费用”，“终端用户们期望能在所有终端设备上获得一致的体验”。分析可知，消费者对运营商和 OTT 企业的要求，不过是更为低廉的价格和更方便快捷的应用而已。

可以想象，在 3G 向 4G 演进的道路，智能移动终端将越来越多，同时终端形态也会越来越多元化，智能终端对应的业务应用也越来越复杂。未来，在尽量使价格占优势的情况下，积极进行应用创新，为用户提供业务更丰富、应用更便利的创新服务体验，或将是运营商提升流量变现能力、提升盈利能力，将网络投资尽可能转化为回报，进而增加收入的必要条件。来源：2013-1-9 通信信息报

[返回目录](#)

智能手机将成中国下一经济风向标

导语：《财富》杂志网络版周一刊文称，中国很快将成为全球智能手机第一大国，这将对全球经济产生前所未有的影响。

以下为文章全文：

智能手机用户快速增长

作为全球最大的互联网市场，中国的智能手机普及率已创下新的全球记录，这将对 2013 年中国的内容和商务等行业产生重要影响。中国用户目前已拥有 3.3 亿台智能手机，在过去 1 年中增长了 150%。这一数据来自艾媒咨询近期发布的报告。

中国的活跃智能手机数已超过美国的 3.21 亿台。李开复预计，到 2013 年底，中国市场的智能手机数量将达到 5 亿台。从功能型手机全面转向智能手机意义深远，将对中国的 GDP 增长率产生影响。这 5 亿台智能手机将推动线上和线下新商务模式的形成，进而在全球市场引发连锁反应。中国政府正努力增加国内消费在 GDP 中所占比重，而智能手机的普及将带来积极意义。

移动营销为未来趋势

在中国，智能手机是互联网服务、电子支付和品牌宣传的未来，因为通过传统 PC 接入网络的用户比例相对较低。随着移动互联网用户数的增长，网络服务将经历重要转型，并催生一批仅仅面向移动平台的服务。这一趋势在中国可能尤为明显，因为中国的每资本笔记本和桌面电脑普及率远低于美国。智能手机将成为了解品牌、购买前研究、比价、在线支付和用户间支付，以及社交媒体内容发布的重要渠道。

以中国汽车市场为例。中国目前是汽车销量最大的市场。如果汽车厂商瞄准移动用户，那么新产品的销量将快速获得提升。在消费者购买汽车的决策过程中，购买前研究至关重要，而这样的研究往往发生在智能手机平台上。经过良好策划的社交媒体营销、病毒式视频传播以及促销活动将促成最终消费，并带来上万户的销量。

在一些规模较大的互联网市场，智能手机已经给实体零售店带来帮助。过去一年中，在美国，有 1590 亿美元的店内商品销售受到智能手机的影响。德勤估计，到 2016 年，这一数字将达到 6890 亿美元。聪明的零售商正在利用这一趋势，例如向消费者提供额外的优惠券。消费者只要扫描二维码，即可在商店中获得一次性优惠。中国的大型连锁店仍在快速发展。相对于死板地依靠传统营销手段的零售商，善于瞄准移动用户的零售商将获得关键优势。

随着智能手机用户数的增长，中国的应用市场正在快速发展。腾讯的微信已吸引了近 3 亿用户，其中大部分位于中国。百度近期发布了类似 Siri 的语音应用，帮助用户在外出时更方便地搜索信息和位置。淘宝则推出了 iOS 和 Android 应用，帮助用户在移动设备上预览及购买商品。淘宝是阿里巴巴集团的子公司。阿里巴巴集团还拥有类似 PayPal 的支付宝业务，这毫无疑问将受益于智能手机的普及。

行业格局或将巨变

智能手机的发展也将改变中国科技行业的格局。谷歌的搜索业务未能在中国市场获得较高份额，但谷歌 Android 已成为中国市场领先的移动操作系统。到目前为止，Android 在中国移动操作系统的市场份额达到 67%，而苹果 iOS 尚不到 10%。Android 在中国的成功可能付出了巨大代价，因为中国市场的大部分 Android 手机移除了在中国遭到封杀的谷歌服务。对谷歌而言更不利的是，这些手机还集成了竞争对手的服务。

苹果 CEO 蒂姆·库克 (Tim Cook) 近期到访了中国。他预计，未来几年内中国将成为苹果最大的市场。这很可能成为现实，但苹果将需要挑战 Android，至少在市场方面缩小与 Android 的差距。凭借跨平台应用，苹果或许可以加强其

地位。“杀手级”的苹果电视机也将带来帮助。中国的互联网带宽正在快速增长，而消费者对国内和国际电视节目也有着巨大的需求。

未来一两个季度，三星预计将超过诺基亚，成为中国市场份额最高的智能手机厂商。这将给诺基亚带来更大的压力，因为该公司已经在全球市场遭遇了多方面挑战。诺基亚的新款 Lumia 手机已在一些市场获得成功，并使其第四季度业绩表现强劲。不过在中国市场，诺基亚仍在滑坡之中。

中国本土厂商也不容忽视。华为、中兴和联想在中国智能手机市场分别拥有 6%至 8%的份额，而另一家知名度相对不高的品牌酷派则拥有高达 10%的份额。酷派手机模仿了许多大品牌的功能，但价格较低。有趣的是，华为、中兴和酷派也在争夺美国智能手机市场的份额。到目前为止，酷派是其中唯一一家成功在美国推出产品的厂商。在过去一周的美国消费电子展 (CES) 上，这 4 家公司都大规模参展。

总结

那么，这一切意味着什么？2013 年，世界将看到一个独特的现象。最大的移动消费者市场正在出现，新的线上和线下消费模式将快速形成，顺势而为的品牌将能极大的提升市场地位。

到 2015 年，预计中国的智能手机用户数将超过美国和欧洲的总和。这样的改变是空前的。随着中国经济发展的重点转向国内消费，这一全球最大的移动互联网群体毫无疑问将成为驱动经济增长的重要因素。这也将对全球经济产生深远影响。来源：2013-1-15 新浪科技

[返回目录](#)

下一代智能机需要物联网的 5 大原因

机对机 (M2M) 技术，有时也被称为“物联网”，该技术是下一代智能手机一个非常理想的组成部分。M2M 使设备通过 Wi-Fi 或蜂窝网络互相通信，而无需电脑。然而，要作为企业和消费者 M2M 应用程序的一个接口，M2M 和智能手机至少还需要一代人的时间才能充分发挥其潜力。

通过使用 M2M SIM 卡融入智能手机的方式，智能手机上的 M2M 技术能帮助用户超越“这里有一款应用可以供你使用” (there' s an app for that) 的广告语，以下为下一代智能手机需要 M2M 的五大原因：

1. 可以使互联家庭控制访问家庭成员

即使是非高科技的家庭成员也能理解，随着宽带服务供应商 (如时代华纳有线、Cox 通信公司和 Verizon FIOS) 展现互联家庭服务 (Connected Home services,

对家庭安全、环境和媒体的集中控制)的早期部署，M2M可以使互联家庭控制访问拥有下一代智能手机的每一个家庭成员。

2. 通过 NFC 实现更好的互动

带有 M2M 技术的下一代智能手机意味着近距离无线通信 (Near Field Communications, 简称 NFC)，使少量数据通过无线射频识别 (RFID) 应答传输。最后，这些设备可以在金融服务和零售行业站稳脚跟。

3. 更好的 GPS 和地图选项

既然 2012 年的映射挫折已远去，下一代智能手机上的 M2M 能提高 GPS 映射游戏的硬件方面，为智能手机提供一个更强大的 GPS 解决方案。

4. 使智能家电拥有更好的界面

M2M 和下一代智能手机在帮助增加智能家电下一次迭代中能发挥作用，无论是在厨房还是在洗衣房里，M2M 能使智能家电拥有更好的界面。

5. 远程病人监控和移动医疗的新时代

M2M 和智能手机的潜在应用如今令人兴奋，因为这些应用可以为病人提供更多的独立性，并可能节省就医费用。医疗保健领域智能手机和 M2M 的应用可以采取一些形式：远程病人监护仪可以为老年患者提供自给自足；通过智能手机施行哮喘监控；通过智能手机施行糖尿病监控。此外，长期以来，医疗技术一直是用户体验的噩梦，如果 M2M 成为下一代智能手机的标准配置，那么医疗技术可以开始影响到病人、家庭护理及医院前线。

总而言之，M2M 和智能手机天然配对。下一代智能手机上的 M2M 意味着 M2M 的通用架构准备就绪，智能手机厂商可以实施。当这一切发生时，用户将体验智能手机潜力的新水平，手机制造商、应用程序供应商、企业用户和消费者将体验到这一切。来源：2013-1-11 赛迪网

[返回目录](#)

2013 年智能终端“跨界互联”成趋势

终端产品智能化，是近年来消费电子最突出的发展趋势。市场调研公司易观智库预计，2013 年中国智能手机渗透率将过半，达到 55%。IDC 最新预测则显示，“2013 年中国智能终端的深层竞争主要存在于三个方面：智能传输与功耗管理、智能外形、智能输入。”这意味着，2013 年的消费结构将发生变化，智能化成为终端消费的重头戏。在这样的背景下，终端企业正在群体“躁动”，加快消费电子产品的更新换代周期。

智能手机流行“拼屏拼核”，深化智能。CES 2013 开幕前夕，已有像素密度超越 400ppi、分辨率达到 1920×1080 像素全高清级别的产品正式亮相。还有业内人士表示，智能手机供应商和智能手机厂商上半年在中国推出的智能手机新产品，大部分都将采用四核处理器。智能手机全盛带来的还将是数据流量的暴增。根据爱立信最新的移动报告显示，现在到 2018 年间，每一部智能手机每月产生的数据流量将增长四倍至 1900 兆字节。

平板电脑融合趋势加深，提速智能。越来越多的功能将被加入到平板电脑之中：前后置摄像头、LED 补光灯、1080P 高清视频录制和播放、HDMI 接口、GPS 导航……跨界融合趋势越发明显。而定位介于智能手机与平板电脑之间的智能移动终端产品——Phablet 概念也悄然兴起。

家电终端数字革命到来，“傍上”智能。CES 2013 重磅产品中三星新款智能电视、索尼最新款 4K 电视、谷歌电视备受瞩目，而此前联想已推出了智能电视、乐视网则推出了超级电视。此外，细数智能家电点滴：空调“学”会了变频，冰箱“形成”了真空，洗衣机“识别”了各种衣服……消费者眼中已满是“智能化”了。

需要特别指出的是，“智能化”的竞争，不只是终端产品的竞争，更是“平台+软件+内容”的整体化竞争，用户市场的规模化发展在为智能终端厂商带来巨大利益的同时，也为移动互联网应用降低了推广门槛。因此，国内的终端厂商不但要在产品设计上力求突破创新，还应实实在在地落脚于用户体验。2013 年，一个智能化的全新时代已经来临。业内专家表示，智能化终端将让生活互联，最终实现“跨界互联”，人们的生活将更加美好。来源：2013-1-14 通信信息报

[返回目录](#)

2013 年光网络发展趋势：100G 技术将被倾力推广

如果说过去一年中网络的表现可以用几大头条新闻来说明，那么其中一个应是“经济危机并没有减缓提高网络容量的紧迫性”，或者“网络运营商不断改进商业模式，以支持互联生活新时代”。

这类行业发展的主题将在 2013 年继续演变。随着世界的互联性和移动性不断提高，所有与网络有关的高科技公司都迫切希望找到能够维持其生计的新方法。他们必须在一个不可预知的经济环境中继续摸索能够使效率最大化的商业模式和运营方式。他们必须继续构建速度更快、更灵活的网络，为不断增加的、更为随机的流量模式提供支持。此外，他们还必须继续推出创新产品和服务，满足

用户对通过新的应用程序即时接入需求或对下一代全新互连设备(其产品生命周期越来越多)的需要。

这并非突发新闻,而是将在2013年进一步强化的行业主题。下面我们就来分析一下这些主题将对光网络各个方面产生的影响。

网络提供商倾力推出100G认知网络 400G网络初现端倪

网络运营商表示,他们的网络容量每六个月增加一倍。国际数据公司的数据显示,到2015年,全球宽带的固网和移动数据流量可能会达116,539PB/月。这种对带宽需求的持续增加主要归因于越来越多的用户通过个人电脑和电视收看视频,以及越来越多的用户随时随地使用移动智能设备获取信息。现在,世界各地的人们已经将网络作为他们在日常工作和生活中交流与共享信息的一部分。

为了支持并加快网络基础设施的推进,网络运营商在2012年开始大规模推广100G光网络设备。100G技术的兴起速度比40G快得多,原因在于所有网络运营商都认同对100G技术的总体需要,并为此发展出了一条健康的供应链,其中包含各种竞争性元素。

许多专家认为,100G技术将在数据传输中发挥重要作用——类似过去10G的作用。通过以一种更有效的方式使用宽带,100G为网络性能划出了一条新的基线;它符合100GbE标准,而目前的100G技术有望成为未来更高传输线路速率的基础。100G最初作为线路卡——类似10G曾经的作用,而随着推动成本和功耗要求降低的光子元件的新发展,其体积将迅速缩小。

随着100G技术在2013年如火如荼的推广,许多人开始展望400G技术。大部分人认为,400G将以两种超级通道的形式推行——具有四个100G双偏振正交相移键控(DP-QPSK)调制波长或具有两个以双偏振16QAM编码的200Gbps波长。每种方法都有其优点和缺点。DP-QPSK调制技术在长距离传输方面性能更好,但需消耗更多频谱;16QAM所及的范围有限,但频谱使用效率更高。

16QAM方式可能更适合人口稠密的地区,如欧洲和美国的东海岸,这些地区的端对端服务距离相对较短。而在主要人口中心之间距离更大的地区,如北美其他地区,DP-QPSK将是更合适的选择。由于多项400G技术与现有的100G技术非常相似,因此预计其初期部署可能在2013年底或2014年初开始。

除传输速度更快之外,为管理波长流量提供了更灵活方式的“认知网络”的研发也在2012年取得了很大进步。这些网络融合了无色、无向、无争夺和灵活的频谱功能,可以让网络运营商自动恢复和重新平衡光网络流量,并快速提供新服务。以这种方式优化网络还有助于他们更有效地管理设备和运作。最终降低总体成本。

网络运营商现在已经完全理解了认知网络的价值并致力于其实施。预计这类网络的部署将于 2013 年开始。

企业越来越多地采用云技术

随着企业不断简化流程、降低成本，可以卸载数据处理和存储及存放关键企业应用的云服务将在 2013 年大行其道。

市场研究公司 Forrester Research 预计，到 2020 年，云计算市场容量将增至 2410 亿美元。除网络提供商外，许多非电信企业也已经开始提供某种形式的云服务。亚马逊和谷歌是两大早期采用者，并建立了庞大的数据中心以满足用户需求。迄今为止，云服务的主要挑战是其需要依靠公共互联网发送数据——这意味着数据交付时间无法保证。

这种依赖为拥有自己的网络、能够安全传输数据的提供商创造了机会。他们可以将云服务添加至其能力清单，并充分利用其现有的网络接入世界各地的数据中心，促进信息更快、更可靠的交付。

许多提供商已经瞄准了高端企业市场，原因在于该市场为其全球的网络覆盖提供了最好的协同作用。此外，他们还能提供不同的交付选择(如专用线路和虚拟专用网络)以确保性能。

目前云架构面临的一个问题是，数据中心内部的虚拟机器在通过交换网络向其他数据中心传输信息时常常出现问题。接入以太网的云服务为更长距离的数据传输提供一种灵活、具有成本效益的二层协议。而接下来的问题则是如何测试其性能和质量。

新的网络监控和优化方法将在提供实时信息方面(针对所出现的任何问题，即使是在网络边缘)发挥关键作用。这对拥有多个分支机构和远程办公场所的企业客户而言非常重要；新功能将让查看企业广域网的使用情况更容易，同时让企业网络管理人员解决问题的速度更快。此外，这也将有助于网络提供商根据企业客户当前网络使用情况的实时视图出售新服务。

面向未来的创新

目前的技术创新速度是有史以来最快的。过去需要数年才能研制成功的互联设备的问世周期逐步缩短，并为人们在家中、办公室或在行进过程中进行交流和获取各类信息提供了新途径。

所有负责创建和管理网络以支持这个不断变化的环境的企业必须不断创新，创建将支持未来网络需求的共同标准。随着网络日渐复杂和智能，专注于动态、灵活的光网络监控和优化技术(为提供商带来除拥有输电线路之外的竞争优势)变得越来越重要。这种新型创新将让思维超越目前的商业模式。

同时，随着部署的大规模推进，云计算网络管理、100G 技术及认知网络也将继续演变。可能的结果是产生更多可促进未来发展的新想法。来源：2013-1-15 飞象网

[返回目录](#)

【移动增值服务】

中电信将试点手机钱包

在昨天召开的“2013 电信 CDMA 终端产业链年会”上，中国电信董事长王晓初透露，该公司将选择 NFC-SWP 方式来发展手机钱包，并将启动试点。

NFC 手机支付是当前一大热点，三大运营商正展开角力。目前主要有三种方式：第一种是将 NFC 模块打包在手机硬件里；第二种是整合在 SD 卡上；第三种就是 NFC-SWP 方案，就是把安全模块存储在手机卡上。而第三种方式目前获得了最多的选票，尤其是三大电信运营商都选择了这种方案。其中中国移动三种方案通吃，而中国联通也跟银联合作推出可以刷银行卡的手机卡。来源：2013-1-15 北京晨报

[返回目录](#)

北京移动推“双用”SIM 卡

北京移动目前已经面向 Micro-SIM 卡智能机用户推出了免费更换“双用”SIM 卡的服务，该卡可让用户的移动号卡同时兼容普通的手机以及像 iPhone4 这样使用 Micro-SIM 卡的机型。

近日，有热心读者向记者透露，目前中国移动方面已经推出了所谓的“双用”SIM 卡，该卡在外形上以一种大卡套小卡的形势存在，如果用户直接取下大卡则为普通的 SIM 卡尺寸，则可以在多数普通的手机及上网卡中使用。

如果用户抠开里面的小卡部分，则该 SIM 卡变身为 Micro-SIM 卡，用户可以直接使用该号卡在 iPhone4、4S、HTCOneX、GalaxyNote II 等高端智能手机中进行使用。实际上，中国移动一直对于用户的小卡更换服务十分重视，在 iPhone 4、5 上市之初，就相继为用户提供免费的剪卡及 Micro-SIM、Nano-SIM 卡的更换服务。

使用这种“双用”SIM 卡的好处还在于用户可以相对方便的对小卡进行还原，而无需使用传统的还原卡托，或到营业厅进行二次换卡。这样也对一些卡槽类型

的手机可以完美兼容。不过对于部分在卡槽上有特殊固定设计的手机来说，用户还需在安装 SIM 卡有所注意，以防 SIM 卡的拼合部分卡在手机的卡槽之中。

据悉，这一“双用”SIM 卡目前已经开始在北京移动的营业厅率先提供，移动用户可以持 Micro-SIM 卡智能机和原 SIM 卡在各大营业厅进行免费更换，其他省市地区的移动营业厅还暂不提供此项服务。来源：2013-1-9 飞象网

[返回目录](#)

【网络增值服务】

国内小区用户可自选宽带商

近日，工信部颁布了有关光纤到户的两项国家标准，其中规定，在县级及以上城区，新建住宅应直接用光纤到户方式建设，在新建住宅内的通信设施工程设计中必须满足多家电信业务经营者平等接入、用户可自由选择包括宽带在内的电信业务经营者。工信部编制的这两项国家标准为《住宅区和住宅建筑内光纤到户通信设施工程设计规范》和《住宅区和住宅建筑内光纤到户通信设施工程施工及验收规范》，并将于 2013 年 4 月 1 日起实施。国家住房和城乡建设部也已颁布第 1565 号、第 1566 号公告予以配合。据悉，该标准为强制性国标。这意味着，单一运营商“独霸”楼盘的做法将要改变。

有此标准是好事，但更重要的要打破通信垄断，降低宽带资费和提高宽带速度及服务水平，不然投资那么多基础设施，老百姓不愿或舍不得享受宽带服务，信息化建设目标就成了空口号。来源：2013-1-9 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

北斗导航系统未来精度达亚米级

“北斗”和美国的 GPS、俄罗斯格洛纳斯及欧盟伽利略系统，是目前世界上的四大卫星导航系统。作为中国自主建设、独立运行，与世界其他卫星导航系统兼容共用的全球卫星导航系统，“北斗”未来可在全球范围内提供全天候、全天时的高精度、高可靠定位、导航、授时服务，精度更可达到以分米、厘米计的亚米级，而“北斗”的位置报告、短报文服务等独特功能，是其独特的优势。

未来应用将达厘米分米级

北斗卫星导航系统任务团队获评 2012 央视经济年度人物创新大奖后，北斗卫星导航系统卫星系统总指挥李长江不无感慨：“谁都不愿意自己家的钥匙掌握在别人手里！”

尽管全球有四大导航系统，但导航市场的绝大部分份额，都掌握在美国的GPS手中。

南方测绘技术中心主管李耀忠告诉记者，在牵涉到国家根本利益的领域，一定要用自己的北斗系统、自己的北斗核心软硬件。

北斗导航系统建设是国家科技重大专项，北斗的“三步走”战略，第一步解决了中国自主卫星导航系统的有无问题；第二步形成了区域覆盖能力；最后一步就是形成全球覆盖能力。目前，第二步已经完成。从今往后，要启动第三步建设，面向全球。

虽然目前世界上有四大卫星导航系统，但作为世界第二大经济体，北斗导航系统既是中国自身的需要，也是中国国家实力的体现。建设北斗卫星导航系统，对于提高中国的国际地位，促进经济社会的发展，保障国家安全等许多方面，都具有十分重大特殊的意义。

北斗卫星导航系统，也有助于推动中国国防信息化建设，避免在突发战争中受制于人，保证国家安全的根本命脉。

另外，北斗导航系统在重大自然灾害中也能给人们提供有效的生命保障。同时，对于普通用户而言，因为北斗导航系统能够兼容其他系统，也使得导航更加可靠、更加准确。

北斗可以说是把金钥匙，而且是握在自己手里的金钥匙。

未来应用将达厘米分米级

在亚太区正式推出商业服务之前，“北斗”已经进行了一年的试运行。

“北斗”试运行一年来，系统服务区域范围覆盖东经55度到180度，系统定位精度达到水平10米、高程10米，测速精度达到每秒0.2米。

目前，在中国及周边地区，北斗系统服务性能与GPS基本相当，并且已经可以独立提供北斗导航、定位、授时服务。

在这个阶段中，“北斗”卫星总计已发射16颗，而到2020年最终目标的实现还有八年时间，其间还有约20颗卫星发射。

相关专家告诉记者，目前北斗区域卫星导航系统建成以后，在亚太地区的导航精度将与GPS相当或略有差距，但到2020年左右北斗全球卫星导航系统建成之后，北斗系统组网卫星将达到35颗左右，定位精度则可进一步提升到1米，届时北斗卫星导航也将从基本系统过渡为成熟的全球卫星导航系统。

“北斗系统所提供的定位精度在全球范围内将与GPS相抗衡，而在增强区域也就是亚太地区，北斗的精度甚至会超过GPS。”

在全球四大导航系统中，欧盟的伽利略系统尚未成型，俄罗斯格洛纳斯系统的导航精度还达不到“北斗”目前的水平。

李耀忠告诉记者：“北斗第三阶段的目标是在北斗第二阶段的基础上不断完善并形成全球系统，在系统项目指标上达到和超过美国 GPS II 的水平。”

他透露，“北斗”常规导航是 10 米精度，高精度应用则会达到厘米级、分米级精度。

据悉，北斗卫星分布的优势使北斗高精度应用有天然的优势，具有更多的时间可用性和空间可用性。

另外，在高精度应用方面，北斗还有一个优势，就是可以和其他几大导航系统兼容共用，这样的定位效果更好，全球用户也将享有更高的服务精度、更好的用户体验。

在一家从事北斗系统研究的机构，记者看到了一个兼容了 GPS 和北斗的新型导航仪。在兼容模式下，北斗导航系统显示有 10 颗卫星，GPS 有 9 颗卫星。“当有两套系统，近 20 颗卫星在为你导航时，你是不是觉得更可靠、更放心呢？”相关人员对记者说。

独门绝技让北斗独占鳌头

除了定位精度在全球部署过程中不断提高，“北斗”更有独门绝技——北斗卫星导航系统是世界上首个具有信息传输功能的全球卫星导航系统，而这种独特的功能，在此前的区域试运行期间已经显现出独特的优势。

据透露，在缉拿湄公河惨案元凶的过程中，用普通的手机进入国外信号网络，会被侦测到位置并暴露身份，有几次追捕皆因此让对方逃脱。最终，专案组是使用北斗进行联络而成功抓捕糯康等人的。

在 2008 年汶川地震中，北斗同样展示了独门绝技。在众多 GPS 设备失灵后，北斗手持终端机和位于北京的卫星导航定位指控中心的联系始终保持顺畅。通过“北斗”的短报文通信联系，外界及时获知了来自汶川的信息。

李耀忠告诉记者，“北斗”的通讯功能即短报文通讯服务能力，是通过发射信号、卫星接收和处理、返回等过程来实现。通俗来说，“短报文”其实就是相当于人们平时用的“短信息”，它可以发布超过一百个字的信息，并能够定位，而且还可以显示发布者的位置。其他卫星导航系统只是告诉你什么时间、在什么地方，比如 GPS 用户只知道自己在哪里，而北斗卫星导航系统除了让你自己知道在什么时间、什么地方之外，还可以将你的位置信息发送出去，使你想告知的其他人获知你的情况，解决了何人、何事、何地的问题。

据悉，北斗系统短报文服务的独门绝技，在系统设计之初就考虑进去了，同样在设计之初就规划的还有有源定位，这是北斗卫星导航系统的特色，也是其优势。“以往的无源定位是不发信号仅靠接收信号进行定位。而有源定位，是定位终端能向卫星发射信号。”

在未来的全球应用中，北斗的这些独门绝技将为其带来很大的竞争优势。来源：2013-1-13 北京晚报

[返回目录](#)

首个社区拥堵智能系统年内启动

记者昨日从团结湖街道获悉，该街道即将在全市率先启动地磁感应系统，居民有望在社区随时了解辖区内拥堵情况。

“传统的社会服务和管理模式，已经很难满足居民需求，只有在社区启动智能化进程，才能跟得上时代。”团结湖街道办事处副主任李容珍告诉记者，该街道年内将在全市率先安装并启动社区地磁感应系统，即当地磁感应系统感知到地面车多拥堵时，社区入口的大屏幕就会显示拥堵信息。当居民开车准备经过拥堵路段时，看到大屏幕上的拥堵提示，就可以随时选择绕行，以此避免幼儿园、小学门口等容易出现拥堵的路段出现车越堵越多的情况。

事实上，团结湖街道作为“智慧社区”试点，从2012年6月开始，在团结湖街道为民服务大厅、6个社区服务站，以及邮局、大型超市等地最醒目的位置都设立了智慧服务机，除了在线咨询，“智慧信息机”还包括了安防报警、电子地图、百度搜索等服务功能。来源：2013-1-15 北京商报

[返回目录](#)

全国地铁有望使用专用频道防止 WiFi 干扰

一月五日晚7时15分左右，深圳地铁蛇口线在科苑站两次突然暂停，并且出现到站名称错误；8日早晨8时左右，又是蛇口线，往新秀方向的列车在深康站出现故障，暂停约10分钟，全车乘客被要求换乘，造成站内拥挤。深圳地铁称为偶发故障，并非WiFi信号干扰。

地铁突然暂停所有乘客“被赶下车”

5日，晚上7点15分左右，蛇口线往赤湾方向的一趟列车从科苑站出发，出站后突然紧急停车，车上站立的乘客差点跌倒。行至轨道内后，又突然临时停车，大约1分多钟后才重新启动。且地铁内的广播突然不报站了，电子显示屏提示也出现错误，到站提示为登良站时，其实已到了海月站，有乘客因此下错站。有市民称闻到烧焦的味道。

昨日上午，蛇口线在深康站附近再次出现故障。一车乘客滞留深康站，后地铁公司启动紧急预案才将滞留乘客安全送达目的地。

郑小姐 8 日上午乘地铁蛇口线前往新秀方向，大约上午 8 时 08 分地铁到达深康站，这时广播突然通知称地铁出现故障，所有乘客“被赶下车”后，这趟列车以放空方式往新秀方向开去。大约 10 分钟后，滞留乘客被后来的列车接走。

据悉，当时该故障列车从世界之窗站往深康站方向时莫名停止了至少两次。

深圳地铁：可能为系统升级所致

2012 年 11 月蛇口线和环中线被便携式 w i f i 信号干扰导致故障。昨日，深圳地铁运营新闻发言人陈琪否认此次是信号干扰问题，他称是单列车故障。因为列车突然不能高速行驶，担心影响到后面的几趟车，所以才让故障列车进入维修轨道，所有乘客换乘下一列车。

深圳地铁集团党群建设部部长汪玉竹亦表示，昨日故障为偶发情况，地铁信号系统已经改进好，“我们改进信号系统之后，12 月份蛇口线和环中线都没有出现过被信号干扰停车的问题。”他表示，5 日蛇口线突然暂停可能为系统升级所致，“最近为应对春运系统都在调试升级”。

官方回应

深圳市轨道办：全国地铁有望使用专用频道

2012 年 11 月份，深圳地铁蛇口线和环中线频繁被便携式 WiFi 信号干扰，引发了各地对于地铁信号系统问题的讨论。

深圳地铁一名员工透露：“应急的改进措施已经做了。但比较稳妥的方式是改变地铁信号的发射信道，无线电管理委员会建议我们改为 13GHz，这个信道比较少人用，也不会受到位于 2.4GHz 的 WiFi 干扰。目前改变信道的工程还在继续进行，蛇口线会在本月 18 日改造完成。”

深圳市轨道办处长陈强表示，11 月 16 日，蛇口线和环中线屏蔽信号一天后，得到的结果再三证实这两条线路的 CBTC 信号系统被便携式 WiFi 信号干扰很大。

“目前使用调频技术从单信道变为多信道，如果一个频道受干扰可以换另一个。同时也在研究让信号的宽度由宽变窄，这样可以在一个信道里容纳更多信号。”

但这并非长远之计。陈强说，深圳地铁信号受到 WiFi 干扰问题，在 2012 年底相关会议上，已被全国各地的地铁工作人员讨论，有关协会表示，将向国家申请地铁专用频道。来源：2013-1-9 南方都市报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

首家“电视银行”亮相京城

2012年12月28日，中国邮政储蓄银行北京分行“电视银行”在京成功上线，率先实现电视银行、网上银行、手机银行、电话银行四大电子渠道全覆盖。作为北京地区首家推行电视银行系统的金融机构，300万歌华电视用户将因此受益，足不出户便可享受到全天候、无障碍、多元化的现代自助金融服务。

电视银行依托于数字电视运营商的双向数字网，以有线电视机和机顶盒作为客户终端，遥控器作为操作工具，为客户提供各种银行服务，有“家居银行”之称。

电视银行目前可以实现个人客户人民币账户信息查询、转账(定活互转、行内转账)、信用卡(还款、账单查询)、缴费、银行产品信息查询等功能。下一步，邮储银行还将针对电视银行推出个人客户外币通(定活互转、外币理财)、基金业务、理财业务、个人贷款、第三方存管等特色业务功能，以满足客户全方位的金融需求。

电视银行的最大优势在于网络安全系数非常高，由于广播电视网络和银行系统的相对独立性，广电网络与银行系统单独对接，具备很强的抵御外部风险能力，这是其他自助、电子渠道所不可比拟的优势，能够从源头上确保用户资金安全。

据了解，这是国内首家全国性银行在总行层面组织建设的电视银行系统。中国邮政储蓄银行于2011年率先启动并完成电视银行系统建设，目前，该系统已在南京、湖南、哈尔滨、广西、上海、厦门、浙江、湖北、广东、福建、贵州、四川、河南、陕西等14个省市成功上线。此次北京上线，在邮储银行系统内规模最大、支持客户最多。

新闻链接

邮储银行拥有3.9万个网点，是国内网点规模最大、网点覆盖面最广的金融服务机构。

自成立以来，邮储银行始终高度重视履行社会责任，坚持服务社区、服务“三农”、服务中小企业。截至2012年12月底，服务客户近6亿人，拥有本外币账户数近12亿户，本外币存款余额超过4.6万亿元，资产总规模近5万亿元。来源：2013-1-11 北京晨报

[返回目录](#)

【电信网络】

国产 4G2013 年有望进入商用元年

在昨日举行的中国移动 2012 年会议上，中国移动总裁李跃表示 2013 年 TD-LTE(国产 4G)有望进入商用元年。

随着移动互联网的快速发展，国内三大运营商正遭受来自互联网企业的巨大压力，在传统语音、短信业务放缓的情况下，中国移动也自然把 2013 年的重点放在了 4G 上。

这一点也得到了工信部的认可。工信部副部长尚冰表示，推动 TD-LTE 产业发展，是 2013 年中国移动最重要的一件事情。目前，几大部委正在研究进一步加大支持 TD-LTE 力度的相关政策。业内预计，无论中国联通和中国电信是否在 4G 上准备好，2013 年发放 TD-LTE 牌照将成定局。来源：2013-1-11 北京商报

[返回目录](#)

【终端】

八核手机处理器亮相 CES

今后的手机产品将出现哪些新的变革？在 2013 年的国际消费电子产品展上，众多手机厂商纷纷亮出了秘密武器，包括三星的八核处理器、柔性手机屏等最新手机技术和产品都在 CES 展上亮相。

此次 CES 展上，最尖端的手机技术无疑来自市场老大三星。三星对外发布了全球首款八核处理器 Exynos5Octa，这也意味着，在手机界刚刚跨入四核时代不久，八核产品的到来也为时不远了。另外，三星还展示了其柔性显示面板技术及手机原型，该技术可用于生产可弯曲、扭转和折叠的显示屏，这种显示屏也被认为是下一代手机产品的一个发展方向。

中国的手机企业在此次展会上也频出风头。在华为发布全球最大屏的智能手机 AscendMate 之后，中兴通讯也在 CES 上发布了目前全球机身厚度最薄的智能手机 GrandS，其厚度只有 6.9mm。这也显示国内手机厂商在产品的工业设计和制造上已经达到了和国际一线厂商同样的水准。来源：2013-1-12 京华时报

[返回目录](#)

三星展示柔性屏幕 Windows Phone 原型手机

三星周三展示了 Youm 柔性显示面板技术及手机原型，该技术可用于生产可弯曲、扭转和折叠的显示屏。

三星高管在 2013 年国际消费电子展 (CES 2013) 的主题演讲中谈到了 Youm。采用 OLED 技术，能够提供更优秀的色彩和对比度。在演讲中，三星播放了一段概念视频，展示了 Youm 显示屏的柔软特性。

随后，微软首席技术战略官埃里克·鲁德尔 (Eric Rudder) 上台，演示了使用 Youm 显示屏的 Windows Phone 手机原型。

三星开发这种技术已有一段时间。在 CES 2011 上，该公司曾推出一款原型显示面板。来源：2013-1-10 新浪科技

[返回目录](#)

高通称正与夏普合作新显示技术：色彩更明亮

高通 CEO 保罗·雅克布 (Paul Jacobs) 在本周的美国消费电子展 (CES) 上表示，高通正在与夏普合作开发下一代显示技术，使屏幕显示效果更明亮。不过，对于高通近期对夏普的投资，雅克布并未透露更多信息。

在 CES 新闻发布会的提问环节，雅克布被问到，高通为何投资夏普，以及两家公司将会是什么样的关系。他表示，高通和夏普正合作开发显示技术，并将继续就技术授权进行合作。许多消费者并不熟悉高通，而高通的处理器被用于全球多款智能手机中。

雅克布表示，高通正考虑设备的未来发展，并投资了手机和平板电脑的跨界产品。他认为，设备的屏幕需要有更明亮的色彩，便于在户外阅读，此外还要能延长电池续航时间。这是高通与夏普合作研究的主要领域。雅克布表示：“这是我们未来的战略，但仍有一些不确定。我们目前正在研究这些问题。”

雅克布同时表示，高通正在改进用于电子阅读器的 Mirasol 彩色电子墨水技术。Mirasol 技术尚未在消费电子市场广泛应用，因为相对于彩屏电子阅读器，平板电脑更受欢迎。雅克布表示，高通仍在研究如何利用这一技术，以及通过该技术获得收入。

在新闻发布会上，记者还向雅克布提出了关于其他移动技术，例如谷歌眼镜等可佩戴计算设备的问题。他表示，带有屏幕的眼镜在佩戴时往往令人觉得头疼，因此高通更有兴趣开发佩戴在手腕上的智能腕表等产品。

雅克布还对近场通信(NFC)技术发表了看法。近场通信已成为 Windows Phone 系统与 iOS 和 Android 系统的一个主要不同之处。他表示,近场通信技术和 Windows Phone 系统拥有潜力,而微软有资源和能力将其操作系统与其他产品整合在一起,例如微软企业软件和 Xbox 360。来源:2013-1-9 新浪科技

[返回目录](#)

[[运营支撑]]

4G 产业规模或破万亿大关

这厢中国电信、中国联通的“苹果 5 代”卖得欢,那边中国移动却在悄悄等待着另一只“特大号金苹果”落地。在新近召开的中国移动 2013 年工作会议上,种种迹象透露,2013 年很有可能成为 4G 商用元年,而中国移动志在必得,“使劲”多年的 TD-LTE 4G 网络有望在 2013 年结果,令其成为获得 4G 牌照的运营商之一。

早在 2012 年 9 月 11 日,工信部部长苗圩就曾对外表示,工信部已决定将 4G 牌照发放时间提前。而在 2013 年中国移动工作会议上,工信部副部长尚冰表示:“推动 TD-LTE 产业发展,是 2013 年中国移动最重要的一件事情。”尚冰要求中国移动统筹协调好 TD-LTE 4G 网络与 TD-SCDMA 3G 网络的发展,积极推进扩大规模实验,特别是要带动产业各方面着力突破智能终端、多模芯片等关键瓶颈,充分提升 TD-LTE 的国际影响力。中国移动总裁李跃也表示,2013 年,移动互联网时代已经到来,3G 竞争更加激烈,智能手机加快普及,TD-LTE 有望进入商用元年。

对于整个产业链来说,4G 牌照的提前发放无疑是巨大利好。据权威机构预测,4G 网络正式商用后,产业规模有望突破万亿元大关。

4G 牌照的发放,三家运营商可谓“几家欢喜几家忧”。对于在 3G 业务不给力且高端用户逐步流失的中国移动来说,4G 牌照发放如同“久旱逢甘霖”。对于 4G,中国移动筹备已久,2012 年,中国移动将内地的 TD-LTE 4G 实验网扩大到北京、上海、杭州、南京、广州等 13 个城市,并已在国内多个城市完成规模测试。年底,中国移动香港公司又正式发布全球首个 TD-LTE/LTE FDD 融合网络(两种不同模式 4G 网络的融合网络),为客户提供无缝漫游的 4G 体验,中国移动香港 4G 融合网络的正式启动,也被认为是中国内地 4G 时代的序幕。上海移动有关人士告诉记者,上海移动的 4G 网络有望在 2013 年覆盖上海市外环以内地区。

一旦 4G 牌照囊入怀中,中国移动将可迅速完成 4G 网络的“试商用转商用”,重拾 2G 时代的辉煌。但是对于中国电信和中国联通来讲,在大规模投资建设 3G

后，好不容易正要享受到 3G 盈利的回报，如果要发放 4G 牌照，就意味着要迅速投入建设 4G，成本迅速增加，而现有 3G 网络也会贬值；至于对整个产业链的影响，3G 的冲击已经很明显，4G 意味着更高带宽、更快速度的移动数据通信。来源：2013-1-11 解放日报

[返回目录](#)

中国 4G 网络来袭：走近大融合时代

纷扬的新年之雪并没有掩盖住 2012 通信业同样纷扬的疑虑。

2013 年初，国内运营商 4G 运营牌照发放的消息不胫而走，业内猜测会放在 5 月世界电信日期间发放，这个日子对通信业具有特殊意义，通常业内大事都会在这个时段发布，也有猜测会在 10 月，这是通信业会展活动的黄金档期，并且能够为牌照颁发的信心不足再留点准备时间。

这些猜测不约而同地都把牌照发放时间定格在了 2013 年，同时还有一个更为敏感、更为争议的命题，就像海面下的冰山，暗流涌动、难于捉摸、更有冲击力。

究竟中国移动、中国电信、中国联通会获颁什么样的 4G 运营牌照。

虽然业内几乎已经一致认为，中国联通的 WCDMA 演进到 FDD LTE 是顺理成章的事情，TD-LTE 花落中国移动也已成定局。尤其是中国移动在 LTE 上迫不及待的努力，此前的两年里，中国移动已经对 TD-LTE 设备展开了多轮招标，并且已经在国内十几个城市开通了实验网。

但即便如此，4G 牌照的竞猜谜底还是在悬念之河里载沉载浮，业内除了让几家运营商与 4G 制式来回做萝卜与坑的搭配外，依然没有给出令人信服的答案。

频谱布局制式的疑云

2012 年 10 月 14 日，迪拜。在 TD-LTE 技术与频谱研讨会上，中国政府首次正式公布了 2.6GHz 全 TDD 频谱规划方案，无线电管理局表示已决定将 2,6GHz 频段的 2500-2690Hz，全部 190MHz 频率资源规划为 TDD 频谱。

消息传来，业界哗然。频谱是运营商开展 4G 运营的空中领地，没有足够的频谱根本谈不上运营，但 190M 的频谱实在令人震撼！业内明白，这么宽的频谱，如果仅中国移动一家运营简直是无以伦比的奢侈，因为这个频谱足够三家运营商用了。

TD-LTE 除了中国移动，肯定还有别的运营商要采用，最有可能是中国电信，或者再彻底一点中国联通也有份。在震惊之下，业内的惯性思维必然得出这个结论。一时间业内分为两派，TDD 派群情飞扬，FDD 派哀鸿遍野。

一周后，10月25日，北京。在工业通信业发展情况新闻发布会上，工信部宣布已规划的2G和3G频率，明确了在1800MHz和2100MHz频段中未分配的2×60MHz、共120MHz频谱用于FDD频率。

惊雷再现，业内的TDD派和FDD派也出现预料中的表情大逆转。120M的FDD LTE频谱，同样是很宽，很充裕，也够三家运营商使用了。这次的频谱发布，让中国联通喜出望外，中国联通是最理所当然的FDD使用者。还有另外一个惊喜是，这次频谱划分将非常具有优势的低频段划归了FDD，低频段在以后的建网过程中，将具有很好的穿透力和覆盖效果。

两次划分让FDD和TDD的频谱都很充裕，TDD派和FDD派除了体会到电信管理局翻手为云覆手为雨的手段外，还产生了一个大大的疑问。难道是要让两种制式齐头并进，共同发展？或者再产生几个运营商分享频段？另外，又会将中国电信拉入哪个阵营？

芯片角逐融合的前奏

2012年12月17日，北京。业内根本不会想到一个看似平常的招标会让芯片产业链集体感受到深深的刺痛。

中国移动首次TD-LTE终端产品招标中，总共近10家芯片商参与竞争，唯高通一家就占了40%的市场份额，其余多家中标比例都不高，Sequace占据4款终端芯片，华为旗下的海思为三款TD-LTE终端的芯片提供商，其余的TD-LTE终端的芯片提供商包括中兴微电子、展讯、MTK、亮讯、Altair、MARVELL等基本只中标一两款。

高通终于在多频多模技术上获得了丰厚的回报。

四成的终端采用高通芯片，因为中国移动要求所有的终端采用5模17频。5模分别为TDD、FDD、TD-SCDMA、WCDMA、GGE。中国移动在4G终端规划上的大手笔令众多芯片商和方案提供商望而却步并感到深深的无奈与痛。

业内也开始警觉到中国移动不像是仅仅运营TD-LTE，否则不会提出这近乎苛刻的要求，为什么TDD和FDD都要集成进一个芯片，为什么要跨越那么多的频段，即便是考虑到终端会在不同制式的网络里漫游，也不用刻意要求所有的终端都必须采用5模17频的芯片。

也许芯片业这次角逐的真正原因是为TDD/FDD融合组网而准备的前奏。

融合网络未来已来

2012年12月18日，香港。中国移动联合爱立信与中兴通讯采用TDD/FDD LTE融合组网的方式在香港正式启动TD-LTE商用网络。该网络不但是亚太地区首个TDD/FDD双模融合商用网络，也是TD-LTE在中国大地上第一个开始商用的网络。

香港现有五个移动通信运营商：CSL、PCCW、SmarTone-Vodafone、Peoples 和 CTM。为了应对香港异常激烈的市场竞争环境，加上中国移动在香港没有部署 3G 网络，只有利用 LTE FDD 和 TD-LTE 融合优势，迅速推出 LTE 双模融合网络，才可与其他运营商的 3G、LTE 网络争锋。

至此，TDD/FDD 双模融合网络已显露锋芒。业内也认可了香港的融合组网方式将为中国移动在内地 4G 网络建设中起到示范作用。

从全球范围来看，LTE TDD/FDD 融合组网已经成为全球移动宽带的重要演进方向。欧洲 Hi3G 公司已在瑞典、丹麦部署并商用了 TDD/FDD LTE 融合网络；日本软银公司在已经商用 TD-LTE 的基础上启动了 FDD LTE 商用网络，开始融合经营两张独立的 LTE 网络；欧洲的 Vodafone 和 E-Plus 等公司也都同时拥有 TDD 和 FDD 频率，并开通了融合测试网络。

从产业链方面看，TD-LTE 与 FDD LTE 融合组网也已基本实现从标准、平台到产品的全面融合。华为、中兴、大唐、爱立信、诺西、阿朗等通信设备厂商都推出了 TDD/FDD 的共平台产品，TDD/FDD 共芯片的产品也成为国内外芯片厂商的研发方向。

业内无论是 TDD 派还是 FDD 派，在香港的 TDD/FDD 双模融合网络面前都认识到这或许就是中国电信和中国联通未来要走的 4G 之路。即便他们两家现在还没有部署，但只要部署极有可能走上一条融合网络的大道。

4G 网络走近大融合时代

融合网络将会是大多数运营商的梦想之路。

现在回头再看频谱划分产生的疑云，芯片角逐带来的启示，以及香港融合网络的案例，不难发现曾经诸多的疑问都已豁然冰释，而中国移动、中国电信、中国联通的 4G 制式选择已不再是问题。

190M 的 TDD 频谱，120M 的 FDD 频谱，精心为 TDD/FDD 融合网络做的准备。FDD 频谱相对 TDD 较窄，可以利用良好的低频段优势，实现快速有效覆盖，即使时间上稍晚部署也能迎头赶上。

高通的 5 频 17 模芯片不仅仅只是提供给中国移动，还会有更多的用武之地，很快会有更多的芯片厂商的多频多模芯片应用在 4G 终端里。这次招标的 5 模 17 频芯片已经树立起一个标杆，将引导整个芯片产业尽快向多频多模共芯片方向发展。

LTETDD/FDD 融合组网也不仅仅只出现在香港，既出其一、必有其二，未来还会在更多的城市推广。将来会有更多运营商部署 LTETDD/FDD 融合网络，全球的 4G 运营格局也会呈现一番新貌。

可以预见的是，如果中国的运营商集体走上融合网络之路，不仅 TDD 会在中国建立起完整、强大的产业链，就连 FDD 产业链重心也会转移到中国来。3G 时代，尽管中国有自己的标准，但各种意见褒贬不一、众说纷纭；4G 时代，融合网络可以一统江湖，让运营商都站在同一起跑线上，沧海横流方显英雄本色。

无论是为了解决大数据时代带来的流量拥堵，还是应对日益捉襟见肘的频谱资源稀缺，或者考虑与世界接轨，让 4G 网络更加国际化，运营商都会将目光转向融合网络，融合网络是新的希望。

无论如何，一个大融合的 4G 网络时代已渐行渐近。这一天值得我们共同期待。来源：2013-1-11 飞象网

[返回目录](#)

北斗导航产业规模可达 5000 亿：商用尚待拓展

需要导航就用 GPS 的时代或许就要结束，国产北斗导航系统已经蓄势待发，大有“来势汹汹”之势。

近日，试运行一年的北斗导航系统正式开始提供区域服务。北斗卫星导航系统新闻发言人冉承其表示，目前北斗系统在中国和周边地区已经可以独立提供卫星导航定位和授时服务，总体性能与美国 GPS 相当。

从资本市场上来看，“熊”了很长一段时间的北斗导航概念无疑是近期最大的热点之一，北斗星通(002151.SZ)、国腾电子(300101.SZ)、北方导航(600435.SH)等相关公司强势上涨。

取代 GPS 空间大

“相比 GPS 系统，北斗系统新增的通信功能可谓一大优势，是对传统观念中的导航系统进行改革的一次创举。该功能可不断得到技术及功能的充实和扩展，未来的北斗系统将不单纯是导航系统，更多元化的功能及兼容力能助其与 GPS 形成差异化竞争。”中投顾问高级研究员高博轩在接受第一财经日报《财商》记者采访的时候表示。

冉承其近期表示，短信服务是北斗卫星导航试验系统的特色。一般来讲，世界上其他的全球卫星导航系统只是告诉用户什么时间、在什么地方，而北斗系统除此之外还可以将用户的位置信息发送出去，使用户想告知的其他人获知用户的情况。

据介绍，北斗一代自 2003 年底正式运行以来，到目前为止注册用户数大约在 10 万，主要应用在国防安全领域，以及一些特定行业如渔业、气象、交通、通信、电力等领域，其中渔业应用最广，占比超过 60%。

但由于北斗一代属于试验卫星导航系统，用户容量有限，目前市场上 95% 的导航终端仍然由美国的 GPS 占据。

目前来看，北斗定位精度高于 GPS 系统，但北斗系统整体布局的效率与 GPS 仍有差距，北斗计划于 2020 年以 35 颗卫星覆盖全球，而 GPS 仅用 24 颗卫星即完成全球覆盖。

上海新时代证券策略分析师付少琪认为：“北斗导航全面取代 GPS 这个想法可能有点夸张，但是因为已经站稳了军用和政府用导航市场，再朝民营方面渗透的话，竞争力就得到了很大的加强，不要说是全部占领 GPS 市场，就是占领个 1/3 到一半。对于相关一些上市公司来说，盈利增长已经相当可观了。”

市场有多大？

事实上，能给资本市场带来想象力的往往是广阔的市场空间，北斗导航概念也不例外。

再承其在国务院新闻办举行的发布会上透露，2012 年卫星导航产业已经超过 1200 亿元，将来中国该产业会突破 5000 亿元人民币。

据中国卫星导航定位协会咨询中心统计，截至 2011 年年底，我国北斗一代终端社会持有量为 10 万余套，参与北斗终端研发或销售的企业数量为 50~60 家，年产值为 3 亿~4 亿元左右；而 GPS 导航终端 2011 年的总销售量突破 4500 万台，产值接近 700 亿元，参与企业超过 6800 家。由此可见，北斗导航相关的领域还是有很大发展潜力的。

国泰君安预计，按照卫星导航产业每年 20% 的复合增速，2015 年北斗占到 15% 的市场份额，那么 2015 年北斗产业市场规模将达到 270 亿元以上，未来三年复合增速将在 70% 以上，产业将迎来蓬勃发展的机遇。

尽管如此，北斗导航系统在发展过程中显然还要克服一些问题。“核心部件、核心技术的缺乏是北斗系统研制过程中的难点，核心技术无法进口，自主研发周期又较长，资金需求也较大，对我国相关研发团队是巨大挑战。而北斗系统的商业化应用目前还未完全开启，装载北斗的芯片以及兼容终端等方面的制造略为滞缓，大众还无法享受北斗的诸多优势。相关部门在开拓市场及扩展产业链条方面应加大行动力度。”高博轩说。

相关公司业绩平淡

据介绍，北斗导航系统的产业链较长，其中，上游是导航与卫星制造、芯片、模块、天线等，相关企业是中国卫星(600118.SH)、航天电子(600879.SH)等；中游是终端集成、系统集成，包括合众思壮(002383.SZ)等公司；下游是销售、运营、服务环节，主要龙头企业有中海达(300177.SZ)、国腾电子等。

尽管前景足够“诱人”，但记者了解到北斗导航概念的龙头公司业绩普遍不佳。Wind 统计数据显示，截至 1 月 9 日，2013 年以来上涨最好的几家公司分别为北斗星通、华力创通(300045.SZ)、中海达、国腾电子、数字政通(300075.SZ)这 5 家公司。其中以北斗星通的表现最为强劲，本周连续涨停。

但北斗星通的业绩平平，2012 年前三季度的净利润同比仅微增 1.15%，此外公司预计 2012 年全年的业绩增长幅度为-15%到 15%。华力创通和国腾电子的业绩更加差劲，2012 年前三季度的净利润同比增长率分别为-12.68%和-44.85%。

中海达和数字政通的业绩表现相对不错，2012 年前三季度的净利润同比增长率分别为 30.6%和 48.24%。

而在 Wind 微型导航板块统计的 19 家公司中，其余几家公司的业绩良莠不齐，既有 2012 年前三季度业绩分别大涨了 70.02%、63.86%的四创电子(600990.SH)、深赛格(000058S.Z)，也有业绩出现大幅回落的合众思壮(002383.SZ)、超图软件(300036.SZ)、航天信息(600271.SH)等公司。

从估值来看，经过近期的上涨之后，北斗星通概念股特别是龙头公司的估值已经相当高。Wind 数据显示，截至 1 月 10 日，北斗星通的市净率达 8.62 倍，国腾电子也达到 10.5 倍，这两家公司的市盈率(TTM)则分别高达 162 倍和 133 倍。

北斗星通：短期估值偏高关注一季度招标情况

林建荣

由于主营业务和北斗导航产业息息相关，北斗星通(002151.SZ)近期受到市场资金高度青睐。Wind 数据显示，2012 年 12 月至 2013 年 1 月 10 日，北斗星通股价涨幅 118.04%，位居北斗概念股前列。

资料显示，公司是北斗卫星导航/测绘应用领域的龙头，是北斗卫星导航定位系统分理服务单位，主要业务是基于位置的信息系统集成、卫星导航定位产品的供应和基于位置的信息系统。

2012 年半年报显示，公司主营产品分行业看，收入规模排名最靠前的是汽车电子行业，其次是测绘及高精度应用行业、国防行业、其他行业和海洋与渔业行业。

西南证券一位不愿透露姓名的分析师对第一财经日报《财商》记者表示：“北斗产业落实到产品的话，主要受益在于车载终端、舰载终端等。定位军用终端 2012 年四季度基本停止招标，考虑到一代终端与二代终端之间的衔接，北斗二代布局后相关设备需要一个试运行的匹配过程，或许 2013 年一季度能够完成终端招标，届时相关上市公司的业绩将会实现分化。”

联讯证券 TMT 行业分析师表示：“我们看好北斗产业中长期的发展前景，但对北斗星通短期业绩的刺激仍心存疑虑。考虑到 GPS 的成本、技术优势和产业化

初期主要受军用和政府示范项目需求推动，我们认为北斗产业化进程将慢于预期，事态反转将视军方订单大量释放而定，启动时间点有望落在 2013 年下半年。”

随着北斗导航技术在国防、海洋渔业、机械控制、高精度测绘、气象监测等专业领域的应用，国产北斗基础元器件和终端产品将率先受益。北斗星通旗下和芯星通专业从事高集成度北斗芯片设计和高性能 GNSS 核心算法研发，目前受制于北斗系统处于建网阶段，下游需求迟迟未能打开。联讯证券认为：“芯片业务的战略意义大于其短期业绩贡献度，因此我们亦将芯片业务止损转盈看作北斗产业化大幕开启的重要指标。”

2012 年三季度报显示，公司营业收入 3.79 亿元，同比增长 19.96%；归属上市公司股东的净利润 0.29 亿元，同比增长 1.15%。由于费用控制不力，公司三项费用合计同比攀升 59.6%，导致前三季营业利润尚不足百万。

与此同时，前三季度公司经营净现金流入为-7264 万元，应收账款同比增加 13%，存货增加 30%，显示出公司赊销增加、库存高企，未来流动性不容乐观。资产负债率约为 42.5%，远高于同行业水平。联讯证券认为：“公司拟向全体股东配股募资不超过 5 亿元，这将有助于减轻公司的利息负担，并支撑公司在导航与位置信息服务领域延续扩张势头。”

1 月 10 日，北斗星通报收于 34.32 元，动态市盈率 162 倍。上述西南证券分析师认为：“北斗星通目前估值相对是比较高的，这个估值主要是针对 2013 年的业绩，所以一季度的招标情况显得至关重要。如果招标超预期，这个估值就还有一定的空间，但是如果不及预期，现在的估值就有点偏高了，看招标情况再决定是否介入是比较理性的做法。”

合众思壮：新业务发力还需时日业绩颓势或将继续

从 2012 年已经公布的财报看，合众思壮 (002383.SZ) 3 个报告期的净利润均为负值。三季度报显示，2012 年归属于上市公司股东的净利润预计亏损 3000 万~4000 万元。这只前篮球巨星姚明持股的股票，在上市之后股价几乎一直在走下坡路。

2012 年 12 月以来，受益于市场对北斗导航概念的追捧，公司的股价又有所抬升。Wind 数据显示，2012 年 12 月至 2013 年 1 月 10 日，合众思壮股票涨幅 41.8%，报收 18.15 元。

西南证券一位不愿透露姓名的分析师对第一财经日报《财商》记者表示：“从 2012 年 12 月开始，北斗板块有两个比较大的事件，一个是北斗系统空间信号接口控制文件 (ICD) 公开发布，并公布了北斗系统的服务性能、标志图像、组织管理等详细情况，意味着相关公司只要有能力研发，都能有相应的利好；另一个是北斗二代基本覆盖亚太地区，对后期相关产业将产生影响。”

合众思壮是中国卫星导航定位领军企业之一，技术涵盖 GPS、GLONASS、北斗及多系统组合导航定位，传统主营包括 GIS 数据采集产品和高精度测量产品、便携导航产 (PND) 等，2012 年新增位置服务和空间数据产品两项主营。

三季度显示，公司营业总收入 2.88 亿元，同比下滑 10.42%；归属于上市公司股东的净利润-0.28 亿元，同比下滑 179.85%。财报显示，公司原有的便携导航、GIS 数据采集产品和高精度测量产品以及系统产品利润均有较大幅度下降，造成了公司的整体亏损。

北京一位不愿透露姓名的分析师对记者表示：“2013 年公司的看点还在于新增位置服务和空间数据产品等新业务，毕竟处于新兴产业，竞争比较不激烈。”该分析师认为，便携导航产品原为公司三大主营业务之一，但是由于大众 PND 市场已经发展多年，市场进入成熟期，竞争对手多且山寨产品横行，公司的该项业务收入迅速下降，新业务虽然成为新看点，但发展情况仍旧有待观察。

上述西南证券分析师认为，合众思壮主要产品和 GPS 相关，比如车载导航，是 GPS 的终端和相关衍生品。在国家政策的扶持和鼓励下，北斗未来增速会快于 GPS，北斗的快速发展意味着 GPS 的市场将会减少。

可以说，北斗导航的发展对于合众思壮来说是利弊相结合的事情。但公司目前的发展策略似乎也证明，在北斗导航业务方面，公司并不甘居人后。

2012 年 12 月 29 日，公司公告称全资子公司合众思壮北斗导航有限公司 (代建方) 于近日与上海北斗导航应用产业基地有限公司 (上市公司出资占公司注册资本的 40%) 自筹资金投资人民币 1.6 亿元建设北斗导航应用研发中心。值得注意的是，此次投资主要将发生在 2013-2014 年度，对公司经营形成一定的资金压力。来源：2013-1-12 第一财经日报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

美国固定电话持续萎缩

你最近一次用固定电话联系朋友是在什么时候？如果你用这个问题去问“零零后”，对方可能会漫不经心地说是一年前吧。一份来自美国疾病控制与预防中心的最新调查报告显示，在美国，一半以上 (51.7%) 的美国住家目前已很少使用有线电话，而其中 35.8% 甚至根本就没有安装固定电话！美国的有线电话普及率

于 1975 年达到 90%，约等于当下手机的普及率，但目前住家拥有有线电话的比率，只和 20 世纪中、约第二次世界大战的时期差不多！

由于对新科技的接受度逐渐提高，因此从有线电话到移动电话的过度期十分短暂。根据这份调查报告，只有固定电话的住家数从 17.4% 减少到了 9.4%，只有移动电话的住家数则从 20.2% 上升到 35.8%。

这份调查还告诉，在美国，哪些人已经不再安装有线电话了——

1、25 到 34 岁的人群 (55.1%)；2、与非家属同住的成年人 (75.9%)；3、大城市里的租屋者 (58.2%)；4、家境清寒的成年人 (51.8%)，居住条件不稳定就不会装有线电话。

整体而言，居住条件越稳定，才越可能使用固定电话。若是时常搬家，使用固定电话是件比较麻烦的事情。来源：2013-1-13 东方网-文汇报

[返回目录](#)

2012 年第三季亚太区基站开支同比增长 50%

市场研究机构 ABI Research 的最新数据显示，亚太地区第三季度基站支出同比增长 50%，至 76 亿美元，约占全球市场总量的一半以上，是西欧或北美地区的四倍之多。在北美地区，基站支出较 2012 年同期同比增长 27%。

整个无线基础设施设备市场继续呈下降趋势，约为 154 亿美元，较第二季度环比下降 3.1%，但比 2012 年同期增长 18.9%。对于本季度的基站设备而言，亮点仍是 LTE 领域。第三季度 LTE 基站设备支出与第二季度持平，是 2012 年同期的近三倍。

此外，宽带码分多址 (WCDMA) 技术也同比增长 21%。ABI 预计，这种趋势将在整个 2013 年继续，其中 LTE 将继续强劲增长势头，而宽带码分多址技术也将保持两位数的增长幅度。来源：2013-1-14 飞象网

[返回目录](#)

2013 年 LTE 手机全球出货量或将突破 2.75 亿部

市场分析公司 Strategy Analytics 预测，2013 年 LTE 智能手机出货量将突破 2.75 亿部，是 2012 年的 3 倍。美国、英国、日本、中国和韩国等市场将引领出货量增长。

Strategy Analytics 执行董事 Neil Mawston 表示：“2013 年显然是 4G 年。LTE 已迅速成为任何运营商、服务开发商、零部件制造商或设备厂商，都不敢轻视的高成长、高价值的市场。” 来源：2013-1-15 中国信息产业网-人民邮电报

[返回目录](#)

2012 年前 11 月我国通信设备业产值达 12100 亿元

工信部近日发布 2012 年 1-11 月电子信息产业运行情况，从中可以看出我国通信设备行业继续保持增速领先地位。1-11 月，我国通信设备行业实现销售产值和出口交货值 12100 和 6293 亿元，分别增长 18.0% 和 20.0%，分别增长 18.0% 和 20.0%，高出全行业平均水平 6.2 和 10.2 个百分点。

2012 年 1-11 月主要行业销售产值、出口交货值增速对比

另外，2012 年 1-11 月我国生产手机 10.4 亿部，下降 1.1%；移动通信基站 10310.6 万信道，增长 36.8%；程控交换机 3112.1 万线，下降 27.7%。

总的来说，我国电子信息产业产销增速平稳。2012 年前 11 月，规上电子制造业增加值同比增长 11.6%，比上月提高 0.3 个百分点；实现销售产值 76330 亿元，增长 11.8%，比 1-10 月提高 1.1 个百分点。其中，11 月销售产值增速比上月提高 4.4 个百分点。1-10 月，全行业实现收入 67347 亿元，增长 8.6%；利润 2214 亿元，下降 4.1%；税金 1030 亿元，增长 12.5%。来源：2013-1-10 飞象网

[返回目录](#)

【市场反馈】

国内智能机评奖三星成最大赢家

过去的一年中，三星继续扩大了与其他品牌的整体差距。同时，在明星机型的塑造方面，也取得了空前的成功。尤其是 GALAXY S III 和 GALAXY Note II 这两款相距小半年时间推出的旗舰产品，各自把持 5 寸以下智能手机及 5 寸以上跨界终端两个领域的话语权，毫无悬念地成为各类评奖的“座上宾”。

GALAXY S III 开启

智能机“人性化”之旅

凭借前两代产品的积淀，GALAXY S III 一经发布就以强劲的势头席卷了全球各国榜单首位且经久不衰，上市仅 5 个月时间就突破了 3000 万销量。人们认为，这款手机之所以受到前所未有的欢迎，不仅是因为其强悍的配置，更在于它开创

了强调“人性化”应用的先河，并且确实给用户带来了非同一般的易用体验。从国内媒体给它的各种奖项的评价中，我们也能看出这一特点的深刻烙印。

国内手机专业媒体《数字通讯》在其年终评选中将“2012年度最佳四核手机”的殊荣颁给 GALAXY S III 时认为，GALAXY S III 轻松超越了 Android 阵营的其他所有单品。知名数码垂直类媒体泡泡网将“年度最佳手机”大奖颁给 GALAXY S III 并指出，“GALAXY S III 不再一味强调参数，关注更多的却是人性化的体验，在一定程度上改变了 Android 手机的发展方向，让消费者看到 Android 手机不仅仅是硬件堆砌的产物。”此外，在腾讯、中关村在线、手机之家、手机中国、比特网、小熊在线、科技资讯网、安兔兔等媒体的评选榜单中，GALAXY S III 也连获各类“最佳”奖项，且都被赋予了各种称赞其“人性化”的溢美之词。

GALAXY Note II 创意随行

“妙笔生花”的跨界旗舰

对大屏幕有强烈喜好的众多消费者则被三星的另一部拳头产品——5.5 寸屏幕的跨界旗舰 GALAXY Note II 所吸引。

在《新潮电子》不久前进行的“2012年度手机最佳作品”评选中，GALAXY Note II 荣登榜首；在《参考消息》数码风尚榜的活动中，“深受读者喜爱的智能手机”的桂冠也戴在了 GALAXY Note II 头上，而在新京报、数字商业时代、沈阳日报、泡泡网和手机之家的评选中，GALAXY Note II 也获得“消费者最喜爱手机”的肯定。媒体评论表示，5.5 英寸的大屏提升了视觉冲击力，也让各种触摸操作变得前所未有的便利，并且深度开发、全面优化的系统界面，让操作流畅度大幅提升。

更值得用户关注的是，在三星 GALAXY S III 与 GALAXY Note II 两大旗舰拿奖拿到手软的同时，其他品牌旗舰产品在比较中往往会暴露一定问题，因为缺陷与优势同样明显，而不敌“全面发展”的 GALAXY S III 和 GALAXY Note II。可以预见的是，越多创新、越少缺陷，能将产品做到极致化，将是决定今后智能手机能否获得媒体与消费者厚爱的发展原则。来源：2013-1-11 北京晨报

[返回目录](#)

智能机成年会必需品 三星 GALAXY Note II 走俏

日前，北京苏宁发布的《节前礼品选购白皮书》显示，近六成员工在岁末公司年会或者是各种答谢会上，希望获得各种时尚、智能的数码产品。针对这一结果，记者走访了迪信通、国美等大型手机卖场，并向很多企业了解其年会礼品计划，得到的结果表明，智能手机成为年会“座上宾”的情况的确非常普遍。那些

上市不久、口碑极佳、令人趋之若鹜的产品往往成为热门之选，像三星 GALAXYNoteII 这类热门机型成为很多公司的首选。

北京公主坟某大型手机卖场的销售经理表示：“这个月前来采购手机作为年会礼品的企业特别多。与前些年不同，现在的趋势是讲究精致和高档，一般企业都不会采购中低档手机。通常，我们会给这类企业客户推荐多款价格在 3000 ~ 5000 元左右的手机。2013 年，三星 NoteII 是企业客户选择较多的机型。”而现场一位选购手机的用户也表示，大屏幕、高性能的手机是他选手机首先要考虑的因素。

在家电连锁渠道，情况相类似。朝阳区一家家电卖场三星专区的销售人员介绍说：“近一周来遇到很多企业采购 NoteII 作为年会礼品，一次性买几十台是常事。因为脱销，卖场经常要跟供应商调货。”卖场负责人也说，2013 年年底三星的手机很好卖。

在网络论坛和微博上，很多单位的员工也开始曝光年会礼品清单，其中 GALAXYNote II 的提及率非常高。同时像《周末画报》、《中国电子报》、《中国经营报》这样的主流媒体也选择三星 Note II 作为年会大礼。另外，这款手机也成为很多公司年末答谢消费者的大礼——在建行百万粉丝大咖秀活动、美团网、大众点评网、中国移动抽奖活动大礼中均能看到 GALAXYNote II 的身影。

从 2012 年开始，智能手机的增长率突破了 70%，消费者心理上的成熟让他们开始更加注重手机的造型、功能、性价比。2013 年苹果 iPhone5 的销量低迷恰好反映了这个客观事实，而前者的疲软给三星赢得了更大的市场空间，拥有更大屏幕、硬件实力更强，操作方式更多样的 GALAXYNoteII 顺理成章地成为了市场的宠儿。

跨界创意大屏旗舰三星 GALAXYNote II

GALAXYNoteII 是三星在 2012 年下半年推出的跨界旗舰智能手机，自推出以后，受到了全球消费者的喜爱，短短两个月全球销量已经突破 500 万台。

GALAXYNoteII 是三星旗下首部运行 AndroidTM4.1JellyBean(果冻豆)操作系统的智能手机。它拥有超大的 5.5 吋 1280 × 720 分辨率的高清炫丽屏 (HDSuperAMOLED)，带来叹为观止的视觉盛宴；创新“浮窗预览”(AirView)功能让用户无需打开应用程序，只要把 SPen 的笔尖悬浮到程序图标上方，即可预览程序中的内容；MultiWindows 多屏多任务运作模式，能让用户同时在上下或者左右两半屏幕中打开不同的应用程序，轻松进行多任务处理；全面优化的 SPen，帮助用户随心所欲地表达和分享；更有 1.6GHz 四核高速处理器、2GRAM 内存、3100 毫安时可拆卸电池等硬件配置带来卓然出众的性能。

GALAXYNote II 是一款能让用户尽情抒写内心创意的产品。完美的视觉体验和独特的差异化功能，帮助用户更快地搜寻信息、捕捉创意灵感、自由表达想法、高效地管理各项任务。对于追求创意、表现力和个性化的消费者而言，能让生活与众不同的 GALAXYNote II 就是理想之选。

作为三星率先推出的产品品类，GALAXYNote 凭借开创性的 SPen 和超大屏幕设计打破了平板电脑和高端智能手机的界限，让用户可以尽情书写创意。凭借 GALAXYNote II 的多项创新功能，三星在继续引领 GALAXYNote 这一产品品类的同时，将为中国消费者带来更具新意、性能更为卓越的创意平台。

GALAXYNote II 共有三个制式、四个型号供选择，凭借对“全网络”的支持，席卷高端智能机市场。

开放版 N7100: WCDMA 单卡移动定制版 N7108: 单卡双模 TD+WCDMA (仅国外) 联通定制版&开放版 N7102: WCDMA+GSM 双卡双待电信定制版 N719: EVDO+GSM 双网双待。来源：2013-1-11 每日经济新闻

[返回目录](#)

全国无线网络质量调查：联通临近弱覆盖边缘

在上期鼯鼠科技 uMNet 平台发布的中国 3G 网速现状大揭密后，引起全国各地网友的强烈共鸣，国内知名门户网站均进行了报道，网友共同热议 3G 网速话题。根据网友的反馈来看，当前普通手机用户感受到的 3G 网速和宣传的 3G 网速之间的巨大差距，已经严重影响了用户对 3G 的业务体验。

在本期的文章中，我们首先对 11 月份的数据进行分析，并和上期数据（基于 10 月的数据）做对比，以发现时间上的变化。同时，本期报告还引入了更多的数据内容分析，包括对于用户上网时间分布、网速在一天中的变化趋势等，特别是开始对移动网络的覆盖情况进行分析。

全国平均 3G 感知速率 51.40kB/s

报告数据显示，在全网层面，2012 年 11 月，全国范围内平均 3G 感知速率为 51.40kB/s，与上月的 52.51 kB/s 基本持平。本次统计数据单位仍为 kByte/s，而非 kbps (1 kByte/s = 8kbps)，请读者朋友们留意。

从本期的运营商 3G 感知速率对比可以看出，大致的情況与上月相当，仍然是中国联通略高于中国电信，中国电信高于中国移动。其中，中国联通的 3G 网速最高，为 53.48kB/s；中国电信略低于中国联通，为 44.84kB/s；中国移动最低，为 30.90kB/s。对比上月，中国移动 3G 网速略有提升，属于正常波动。

从区域来看，东中西部 3G 感知速率排名与上月相当。仍然是西部略高、东部略低，具体为：西部 54.26KB/S，中部 54.00KB/S，东部 49.01KB/S。对比上月整体略有提升，属于正常波动。

从本期东中西部各运营商的 3G 感知速率对比来看，与上期结果大致相当：中国电信依然在东部表现最好(48.13KB/S)，逼近中国联通，具有较好的竞争优势。对比而言，中国联通的区域差别最小。

为了便于举例分析，本期报告随机抽取了 16 个省市的 3G 网络速率数据进行省市排名，分析发现排名与上期基本相同，部分省市略有小幅波动。其中，海南省、黑龙江、福建省名列各省 3G 网速排名三甲，广东省、广西、河北省与上期相同，依然暂列榜底。

随机抽取的各运营商省市的 3G 网速进行排名中，其中广东省、河北省联通 3G 网速同上期网速相当，依然排名靠后。

无线网络覆盖：中国移动最优 联通覆盖最差

值得一提的是，报告还对 3G 用户的行为以及网速在一天内的变化趋势进行了初步分析。报告指出，大部分 3G 用户喜欢在 12 点、22 点、23 点高峰期浏览网络，由于 3G 网络的分享机制为多用户共享机制，所以在高峰期使用 3G 网络上网将会影响用户体验。

为了让网络负荷更加均衡，报告建议，运营商可以采用分时段优惠计费的方式，来引导用户在非高峰时段上网，以保证更好的服务质量。

此外，报告还对不同运营商的无线网络覆盖质量进行了分析对比。通过对 2012 年 11 月份的数据进行分析可以看出，在全国移动网络(不区分 2G/3G)中，中国移动的无线网络(包括 2G 网络和 3G 网络)弱覆盖点仅占 6.77%；中国联通无线网络(包括 2G 网络和 3G 网络)弱覆盖点占 26.40%；中国电信无线网络(即 CDMA2000 网络)弱覆盖点占 12.24%。可以看出，中国移动的覆盖情况是最好的。

注：移动弱覆盖定义为：RSCP<-90dBm，引自《TD-SCDMA 网络质量现场测试规范》；联通弱覆盖定义为：RSCP<-90dBm，引自《中国联通 WCDMA 无线网络优化 DTCQT 测试技术指导书》；电信弱覆盖定义为：RSCP<-95dBm，引自《CDMA2000 网络 DTCQT 测试评估技术规范》。

无线网络优化空间较大：可补盲或天馈优化

另外，从数学统计的角度来看所有信号质量的区间时，可以发现中国移动和中国电信的无线网络信号区间分布主要分布在-80dBm 至-70dBm 之间，网络质量较好；中国联通主要分布在-90dBm 至-80dBm 之间，临近弱覆盖的边缘。中国联通的移动网络虽然在网速上占尽优势，但是在无线覆盖上却还有很大的提升空间。

在了解了运营商之间的对比之后，报告还将每个省每个运营商无线网络内的非弱覆盖点占比进行计算，并选取广东、江苏等 15 个省份进行网络覆盖排名。结果显示，从网络覆盖角度而言，中国移动的地区间差异不如中国联通明显；福建和山东两省的覆盖情况都在兄弟省份中居于前列；有的大城市的网络覆盖质量反而较差，这可能是由于无线网络建设难度较大、大城市无线选址成本高等因素造成的。

报告还统计到弱覆盖点所在的主覆盖小区的小区号，这将非常有利于各运营商对自己所在弱覆盖区域的精确优化，以提高网络覆盖质量，提高用户的业务使用感知。

报告指出，为了帮助运营商更好的优化无线网络，可以将弱覆盖点的数据在 google 地图中映射，发现这些弱覆盖区域主要分布在居民小区、城中村、道路等区域，具有较大的优化空间。运营商可通过补盲或天馈优化等方式进行优化调整，以增强这些区域的无线覆盖深度，增强网络质量，提高用户使用感知。来源：2013-1-11 中国通信网

[返回目录](#)

中低端手机市场规模接近 6 亿部：苹果或入局

美国投资公司 Piper Jaffray 分析师吉恩·蒙斯特(Gene Munster)周四称，低价 iPhone 将令苹果进入庞大的中低端智能手机市场，2013 年该市场的手机销量预计将达 5.8 亿部。

最近有传言称，苹果将面向发展中国家市场推出低价 iPhone，与 Android 手机展开竞争。蒙斯特认为，若传言属实，则苹果全球市场份额将大幅增长。

蒙斯特周四发布报告称：“我们认为，(2013 年)高端智能手机(裸机价高于 400 美元)市场规模约为 3.2 亿部，苹果所占份额将达 50%。这意味着苹果将错失其他 65%的中低端智能手机市场，即 5.8 亿部手机，原因是苹果当前的产品系列中没有低价手机。”

蒙斯特预计，苹果 2013 年将发布低价 iPhone，以解决错失中低端市场的问题。低价 iPhone 将帮助苹果在 2013 年实现 22%的销量增长，明年增长 23%。2014 年，苹果低价 iPhone 销售量可能为 1 亿部。低价 iPhone 将在未来几年中损害苹果毛利率，但整体影响很可能不到 1%。

蒙斯特称：“我们认为，苹果不能错失这一重大机遇，原因是低端市场增长速度远超高端市场。”他预计，低价 iPhone 显示屏和外壳质量较差，处理器运行速度比现有产品慢，主要针对发展中市场，但也可能在美国上市。

价格方面，彭博社昨天预测低价 iPhone 售价 99 到 149 美元，而蒙斯特预计裸机售价最高为 199 美元，以售价 99 到 199 美元的 Android 手机为核心竞争对手。

蒙斯特称：“我们预计，低价 iPhone 平均售价为 200 美元。苹果可能提供不同存储空间版本，提升平均售价。若确实如此，这款设备对于利润率影响可能减轻，原因是存储空间更大的手机利润率略高。”

《华尔街日报》和彭博社本周报道称，苹果 2013 年将发布低价 iPhone，刺激市场传闻纷起。2012 年 12 月，投资公司 Jefferies 分析师皮特·米塞克 (Peter Misek) 称，低价 iPhone 将于今夏上市，售价 200 到 250 美元。上周，投资公司 Strategy Analytics 分析师尼尔·茅斯顿 (Neil Mawston) 称，他认为苹果将发布“iPhone mini”，但最早也要到明年。

但苹果营销主管菲尔·席勒 (Phil Schiller) 周三表示，苹果不会推出低价 iPhone。他说：“虽然低价智能手机人气很高，但这不是苹果产品发展方向。虽然苹果在智能手机市场上所占份额仅为 20%，但利润所占比例高达 75%。”来源：2013-1-11 新浪科技

[返回目录](#)

移动联通降国际漫游流量费 指定运营商惹质疑

只有登录到指定运营商的网络上才可以使用漫游数据流量日套餐，如果登录在其他运营商的网络上使用移动数据上网业务，则按照该运营商的标准资费单独计费，很多用户往往没留意这点。

留意运营商的所用流量提醒

运营商人士说，会以短信方式告知用户已产生漫游上网数据流量，提醒客户关注资费。而不少用户说，运营商应该加大对境外数据消费的提醒力度，实时告知用户，才能减少资费争议。

本报讯 境外用手机上网产生的流量一般“上不封顶”，加上消费不透明，导致“天价流量费”屡屡产生。对此，近期中国移动和中国联通纷纷以包日或包月的形式来大幅降低漫游数据费用，只及原来收费的 1/10⁻1/3。

“指定某运营商”惹质疑

有关运营商人士称，境外网络服务是通过和境外运营商签署漫游协议的方式来实现国际漫游的。在境外产生的数据流量费是由境外当地运营商定价并全额收取，且上不封顶，因此才会出现“天价流量费”。迫于压力，最近一段时间来，中国移动和中国联通纷纷加大了与境外运营商的谈判沟通力度，希望以包日或包月的形式来大幅降低漫游数据费用。

据了解，中国移动已在韩国、新加坡和中国香港、澳门、台湾等地推出国际漫游“流量日套餐”，其中香港方向按照 88 元/日标准封顶（近期优惠至 48 元），其他方向按照 98 元/日标准封顶收取数据流量费用。广东联通的国际漫游套餐分为日套餐和月套餐。日套餐有 66 元包 60M（东南亚地区）和 70 元包 20M（欧美地区），月套餐包括 170 元包 60M 和 370 元包 160M，覆盖的国家或地区也不尽相同。

不过，还有不少用户指出，每天要缴纳近百元上网费“相当高昂”，而且还有“指定某运营商”等诸多限制条件。

流量怎么用？心中要有数

用户出境后，每天手机上网 20M 流量可以收发 400 封 50K 的邮件，可以下载 200 张 100K 的图片，可以发送 7.5 万条文字微博、200 条图文微博，如果是 QQ 聊天，时长可达约 40 小时。来源：2013-1-9 大洋网-广州日报 [返回目录](#)

民企进入电信业开始倒计时：6 家民企可望入围

近日，国家工业和信息化部（下称工信部）颁布了民企入电信业的《试点方案》。有消息称，正式的“大门”则会在 2013 年 6 月开启，发出第一批虚拟运营商牌照，使民营资本可以透过网路或租用既有运营商网络方式，经营基本的电信业务。值得注意的是，目前工信部尚未有具体鼓励民企进入电信业的相关政策公布，而《试点方案》就是为了征求相关意见，时间为 30 天。

至少 6 家民企可望入围

所谓虚拟运营商，在欧洲、美国、日本均属合法经营，领取专门牌照，在中国香港目前也已有 6 家之多。2012 年 6 月，工信部下发《关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》，明确了民营资本进入电信业的 8 个重点领域。

1 月 8 日，工信部颁布了《试点方案》，成为支持和引导民企进一步进入电信业的首个举措。根据《试点方案》的内容，“移动通信转售业务是指从拥有移动网络的基础电信业务经营者购买移动通信服务，重新包装成自有品牌并销售给最终用户的移动通信服务。”

根据其解释，试点期初定 2 年，要求拥有移动网络的电信运营商，在试点期间至少与 2 家以上转售企业签署合作协议，并开展合作。一直以来，国内市场仅有中国移动、中国电信和中国联通三家电信运营商，且均为国企。而根据《试点方案》要求，未来将有至少 6 家民企企业将获准运营移动通信转售业务，成为所谓的“虚拟运营商”。

核心问题尚未触及

有别于传统电信增值业务服务商，虚拟运营商的最大特点是以自己的品牌面向最终用户提供服务，即拥有自己的计费系统、客服号、营销和管理体系。

而在引入民营资本的整体发展上，将逐步降低国有资本的比例。在设施上，拿出较为方便容易的铁塔、线杆等配套设备，以及民营资本擅长的网络托管等服务领域，以降低进入门槛。从业务上，最为突破的是提出了移动通信转售业务，并面向未来的云计算和云服务模式，重提 ID C 和驻地网的开放。

随着 3G 发牌电信业重组形成全业务竞争局面后，国内电信业的竞争局面日益激烈。特别是 2011-2012 年，随着智能手机的大规模兴起，三大运营商争抢用户的“战争”持续不断，行业资费不断下降，同时服务品质提升。因此，对于民资进入电信业的脚步越来越近，业内大都持唱好的观点，认为市场化竞争更有利于行业的活跃与发展。

不过在出云咨询电信行业分析师黄林看来，到目前为止一些“老生常谈”的问题还没有被触及，包括在三大国有运营商庞大的资本实力下，国家将给予民资哪些政策扶持，例如资费的保护及其他相关内容。有消息称，正式试点将于 2013 年年中开启，但工信部并未对这种说法做任何评论。“不过相信在《试点方案》征集结束后，这部分内容将会有更清晰的展现。” 来源：2013-1-11 南方都市报

[返回目录](#)

移动转售方案征求意见利好民企：仍待细节出台

民企仍在观望移动通信转售业务的实质性进展，连被资本市场热捧的二六三网络通信股份有限公司（二六三，002467）亦是如此。

1 月 8 日，工信部网站公布《移动通信转售业务试点方案》征求意见稿（下称《征求意见稿》）称，决定开展移动通信转售业务试点。这被视作“电信重点领域向民资开放的开始”。

市场对于通信转售业务的前景充满想象，使得民营通信企业的代表——二六三的股票强势上涨，自 1 月 8 日起连续 4 个交易日涨停。

1 月 10 日，二六三副总裁张靖海接受早报记者专访时称，该公司对移动转售业务期待已久，但仍在等待更多政策细节规定的出台，如果相关规定在业务等方面比较切合公司规划，二六三会尽快申请，力争成为首批进行移动通信转售业务的企业。

张靖海称，二六三董事长李小龙作为工业和信息化部电信经济专家委员会委员，参与了《征求意见稿》制定时的行业意见征询，而其也是民营通信企业代表的唯一参加者。

即便如此，张靖海认为，从政策试点方案到变成业务机会，再到从市场获益要经历较长时间，很难判断第一批介入到移动通信转售业务的企业最快在何时出现。

所谓移动通信转售业务，是指不具备移动网络的企业从基础运营商处购买移动通信服务，再整合自身资源、通过自有渠道对外销售。从事移动通信转售业务的企业即移动虚拟网络运营商，一般称虚拟运营商。市场有消息称，国美、腾讯均有志于这一业务试点。

与腾讯、国美相比，成立已有14年的二六三称得上是家小企业，其一直耕耘通信业务。二六三成立于1999年12月，2004年9月变更为现名称，2010年9月上市；主业包括企业通信业务、增值通信业务、海外互联网通信综合服务。

东方早报：从业务结构上来看，外界似乎认定二六三比较适合移动通信转售业务试点？

张靖海：首先要明确，移动通信转售业务并不是指具体的业务品种，而是一大类具有同样属性的业务。借助于基础运营商的物理网络进行的通信增值的业务都具“转售”性质，二六三现有的业务，比如96446IP长途转售、95050多方通话服务，都是这样的，所以当二六三介入到移动转售业务中，在技术上将有一定优势，不过其他通信业务增值服务商也有类似优势。另外，一些到介入到通信业务的互联网企业如果申请到转售业务，也比较切合。

东方早报：《征求意见稿》没有写明对企业资金的要求，这是否会成为企业申请的门槛？财报显示，二六三上半年净利润为3699万元，公司能否满足进行相关业务的资金需求？

张靖海：资金门槛也不算高，对于主营业务为通信增值服务的企业而言，服务体系与运营后台的建设投入为“千万级”，这些钱很容易拿出，不过这只是前期，但后续的运营费用是值得企业关注的，花费的多少取决于接入用户数量的多少与具体服务的业务，这些运营费用可能会带来庞大的投入。

东方早报：二六三所等待的更多细节规定具体是指什么，为何已有多家公司传闻要申请试点？

张靖海：我们是指业务牌照的发放时间、业务的申请流程，以及试点业务的规范、试点区域范围的规定等，二六三肯定要对这些考虑后，才会进行下一步动作。

关于其他企业参加试点的传闻未必可信，大家都在等这些细节规定的出台。
编注：朗玛信息技术股份有限公司(朗玛信息，300288)12日发公告称，公司有计划申请，但其表示《征求意见稿》尚未正式实施，即使最终申请获批，根据试

点方案的进度，开展移动转售业务的时点具有不确定性，获取资质后能否转化为业绩增长也存在不确定性。

东方早报：二六三以前是否从政策的放开中收益颇多？

张靖海：从上世纪 90 年代开始，电信行业开始逐步放开部分业务，民营企业也有所涉足。公司前身所进行的业务就是较早开放的无线寻呼，而后 ISP 业务（互联网服务提供商）、IP 长途业务代理、多方通话业务也逐步放开。政策每放开一个领域，公司都会思考能否涉足相关业务。

东方早报：在转售业务中，虚拟运营商和基础运营商能否公平合作，这点备受关注，二六三的体会如何？

张靖海：总体感觉良好，转售时对方要价也不高，市场经济下，商业合作中的价格与成本，要以业务能力和提供给对方价值的大小为基础来确定。不过，其他通信增值服务商与基础电信服务商也有小的问题出现。

东方早报：基础运营商和虚拟运营商之间的竞争是否会比较激烈？

张靖海：虚拟电信运营商与基础电信运营商竞争并不是最重要的，双方的合作关系可能更多些。另外对方将广普（普及）市场的业务已经开发完了，市场满足度较高，如果再涉足相关业务是比较困难的。所以，对于虚拟电信运营商而言，最直接的压力来源于市场需求，做什么会有人用，怎么形成一个新的市场与创新的模式。除此之外，技术的革新与后续服务也算是压力。

东方早报：如果想成为虚拟电信运营商，民营企业应该注意些什么问题？

张靖海：对于想成为虚拟电信运营商的企业而言，要关注自己是否具有两个能力：第一，通信运营的服务能力；第二，对细分市场的敏感和开发能力，能做出创新的业务。来源：2013-1-14 东方早报

[返回目录](#)

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

垂询及订阅请联系：

客户服务 Tel: (010) 65981925

E-mail: beijingkf@apcsr.cn

北京公司: (010) 65981925、65981897

E-mail: beijing@apcsr.cn

深圳公司: (0755) 82220605、25982115

E-mail: shenzhen@apcsr.cn

上海公司: (021) 61532018、61532019

E-mail: shanghai@apcsr.cn

重庆公司: (023) 63003200、63003220

E-mail: chongqing@apcsr.cn

杭州公司: (0571) 89935943、88829061

E-mail: hangzhou@apcsr.cn

广州公司: (020) 37249249、23375832

E-mail: guangzhou@apcsr.cn