



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. 30

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 塞班之败，败在何方？

1月24日晚间，诺基亚宣布了一条令人遗憾的消息：将停产 Symbian 智能手机，2012年发布的 808 PureView 成为这款拥有 15 年历史的操作系统的绝唱。

■ 平板手机：越大越好？

iPhone 基本上树立了智能手机的标准——这里指屏幕。历代 iPhone 的屏幕大小都是 3.5 英寸，iPhone5 向前小小迈了一步，达到 4 英寸。智能手机的屏幕超过这个尺寸的，可以自称为“大屏手机”，如果超过的比较多，比如 6 英寸大小，称为巨屏手机就有点傻，于是人们发明了一个新名词：平板手机 (Ph-ablet, phone 加 tablet 组合而成的新词)，一般意义上，指 5~7 寸之间。

■ 虚拟运营动了谁的奶酪

1月8日，工业和信息化部网站公布《移动通信转售业务试点方案》(征求意见稿)，决定开展移动通信转售业务试点，并着重引入“虚拟运营商”的概念，预示着这个曾一度被搁置达 7 年之久的提案，终于有望成为现实。

■ 民营进入电信业有待时间检验

尤其值得关注的是，此次电信业对民营开放，不是过去形式上的全面开放，而是部分领域开放，这也体现了循序渐进、逐步扩大的原则，可能更有利于民营的进入和探索。事实也是如此，开放的步子可以迈一点、范围可以窄一点，但态度必须真诚。只有这样，垄断行业对民营的开放，才能取得实质性突破。

目录

(注: 点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	4
塞班之败, 败在何方?	4
平板手机: 越大越好?	7
虚拟运营动了谁的奶酪	9
管理层控股的边界在哪里	10
民资进入电信业有待时间检验	12
短信面对类微信为什么毫无还手之力	13
产业环境篇	15
【政策监管】	15
物联网发展意见即将出台	15
保监会: 电话推销保险不得扰民	17
工信部: 苏宁国美初步具备虚拟运营商条件	17
工信部: 将根据 TD-LTE 试验确定 4G 发展规划	18
工信部: 光纤入户强制性国标让用户有选择权	18
工信部澄清移动通信转售试点方案: 还未开始申报	19
工信部 1 月新发放进网许可证 168 张 3G 手机 50 张	20
【国内行业环境】	20
物联网白电国标率先出炉	20
2012 年电信业务收入超万亿	20
统计显示中国成全球最大 CDMA 手机市场	21
2012 年我国短信量同比增 2% 人均发送量下滑	23
我国通信设备 2012 年出口额达 1493 亿美元 增 15%	24
【国际行业环境】	24
WP 英国智能手机份额一年增长两倍	24
韩国三大电信运营商深陷非法补贴监管麻烦	25
英国频谱竞拍即将开始 七家运营商参与竞标	25
运营竞争篇	27
【竞合场域】	27
三大运营商价格战刹车: 2012 资费微降	27
为保持利润网络设备供应商被迫调整战略	29
报告称 OTT 是运营商欲借合作之机增收良机	29
【中国移动】	30
中移动 2012 年售终端 6000 万部 2013 年计划 1.2 亿部	30
【中国电信】	30

北京电信推出云服务	30
北京电信推多项春节优惠套餐	31
【中国联通】	31
中国联通推三星大器优惠活动	31
联通云雀创运营商智能通信明星产品	32
小灵通未消亡仍表现活跃：2012 年户均通话 746 次	33
制造跟踪篇	34
【中兴】	34
中兴巨亏现管理问题：调整结构销售话语权增加	34
【华为】	36
华为推 3990 元高端智能手机	36
华为 2012 年揽 2202 亿销售收入	37
华为首度进军三千元以上手机市场	38
华为消费者终端业务整风：以商业成功为导向	39
华为成智能手机出货量季军：或面临巨头反扑	40
华为中兴申请入围印度“国内制造商”名单遭拒	42
【诺基亚】	43
诺基亚或停发年度股息以储备现金	43
诺基亚预计一季运营利润为负 股价大跌 8%	44
诺基亚代工需求下滑 富士康国际 2012 年净亏	45
【其他制造商】	45
酷派欲三年进全球手机商前五	45
iPhone 继续称霸美国智能机市场：份额超 51%	46
服务增值篇	47
【趋势观察】	47
2013 全球电信设备采购量或将增长	47
报告称 2016 年全球 4G LTE 用户或将增至 10 亿	49
移动通信转售试点在即：准虚拟运营商挖掘蓝海	49
短信业务步入历史拐点：类微信产品正逐步替代	52
【移动增值服务】	53
北京市今起手机可实时查询空气质量	53
中国移动正式商用人工语音“指路”服务	54
【网络增值服务】	54
北京移动全面开启客户的无线生活	54
上海电信计划 2013 年平均带宽提速至 32M	55
2013 年年底上海电信用户平均网速达 32 兆	56

技术情报篇	56
【视频通信】	56
工信部推广普及数字电视机 机顶盒两年后或退市	56
【电信网络】	57
WiFi 免费大餐或终结：电信运营商成本施压	57
【终端】	59
展讯 40 纳米单芯片手机基带平台正式商用	59
传诺基亚 2013 年将发布 WP 版 PureView 拍照手机.....	60
【运营支撑】	60
北斗公共平台服务智慧北京	60
国内 4G 牌照或于年中正式发放	61
市场跟踪篇	62
【数据参考】	62
我国手机网民数已达 4.2 亿	62
手机用户占电话总用户八成	62
超六成智能手机用户依赖安全软件	63
CDMA 终端销量 2013 年将达 8000 万	63
全球互联网平均网速第三季度下降 7%.....	64
2012 年全球手机出货量 17 亿部 同比下滑 0.2%.....	65
【市场反馈】	65
智能手机寒假期间销量上涨	65
传统渠道沦为运营商“打工仔” 遭品牌商冷遇.....	66
质检总局：2012 年手机等产品顾客满意指数下降.....	68

亚博聚焦

塞班之败，败在何方？

1月24日晚间，诺基亚宣布了一条令人遗憾的消息：将停产 Symbian 智能手机，2012 年发布的 808 PureView 成为这款拥有 15 年历史的操作系统的绝唱。

Symbian 系统诞生于 1998 年，刚一降生就得到了当年手机界三大巨头爱立信、摩托罗拉和诺基亚的鼎力支持，三星、LG、索爱等厂商也陆续加入。2000 年，全球首款 Symbian 手机爱立信 R380 上市。2006 年，全世界已经有超过 1 亿部 Symbian 手机。

但是，它的好运到此为止。2007年，苹果 iPhone 彻底改变了手机行业。Android 的入局，更是让众多厂商纷纷逃离 Symbian，诺基亚几乎成了唯一一家生产 Symbian 手机的主要厂商。到了 2011 年，诺基亚也撑不住了，宣布全面转向 Windows Phone，并逐步放弃 Symbian 品牌。昨天，诺基亚宣布停产 Symbian 手机，比早先宣布的 2016 年停产提前了三年。

是哪些因素，导致这一手机行业的“罗马帝国”，在短短 7 年间彻底垮塌？Symbian 之败，败在何方？

2000 万条代码

与 iOS 和 Android 相比，如今的 Symbian 显得陈旧、庞大而笨重。但在 1998 年，情况并非如此。与绞尽脑汁想把 Windows 移植到手机上的微软相比（这造就了后来的 Windows Mobile，而微软早就把它抛弃了），Symbian 专为移动设备而生。事实上，它的前身 EPOC 是“Electronic Piece of Cheese”的缩写，意思是“使用电子产品就像吃奶酪一样简单”。

但是，在 15 年的发展历程中，Symbian 不断加入新功能，而联盟厂商也按照自己的思路对 Symbian 动手术。到了 Symbian^3 时代，它的功能已经十分完备；但这造成的恶果是，它的庞杂已经到了令人发指的程度。

关于这个问题，有一个小故事可以证明：诺基亚前高管朱汉尼·里斯库（Juhani Risku）在退休后出了一本书，名为《新诺基亚》（Uusi Nokia）。在谈到 Symbian 的问题时，他写道：

“我有一部 E71 手机，它的系统是 Symbian S60 V3。我注意到，在手机锁屏状态下，会弹出一个对话框，盖住了提示信息。我问研发人员：‘能把这个框缩小 5 毫米吗？’他们研究了一下，说：‘我们找不到那行可以将它缩小 5 毫米的代码。这部手机上有 2000 万行代码，找到它是不可能的。’”

诺基亚似乎从来没有正视系统复杂度的问题，更没有寻找根本解决方案。它只是在原有系统上修修补补，而这只是把问题往后拖延罢了。毕竟，给你一辆夏利，无论怎么改装，都是无法改成一台法拉利的，如何去追赶 iOS、Android 这样的跑车呢？

开发者社区？Symbian 从未拥有

如今，无论是 iOS 和 Android，还是奋起直追的 Windows Phone 和黑莓 10，都强调开发者社区的培育，以及整个应用生态系统的建设。与之相反，Symbian 及其主要支持者诺基亚，似乎一直不重视软件开发。

在第一款 Symbian 手机爱立信 R380 发布两年后，已经有许多企业和个人为 Symbian 提供 Java 应用程序，种类也十分丰富，聊天软件、浏览器、游戏等无所不包。但是，这种欣欣向荣的局面并未演化为富有生命力的生态系统，原因是

当时移动互联网远未成型，Symbian 的开发团队也认为，手机只要有基本功能就够了，其他都是锦上添花，可有可无。

在这种情况下，Symbian 应用只能在 PC 端借助各种论坛传播，玩家们每天交流心得和软件，虽然比较麻烦，倒也自得其乐。后来，Symbian 在 2007 年又搞出了“签名证书”系统。这一系统的本意是提高手机安全性，但用户很快发现，申请证书实在太麻烦了，许多人因此放弃了 Symbian。它极大遏制了 Symbian 应用的发展和推广。

而开发者也是苦不堪言：Symbian 已膨胀为庞然大物，API(应用程序接口)也非常难用。简单地说，其他平台要实现一个功能，就能找到对应的一个 API，而在 Symbian 平台，实现一个功能就要数个 API 搭配使用。有人戏言，Symbian 是减轻底层开发人员(参与开发 Symbian 的人)的痛苦，而增加上层开发人员(在 Symbian 上开发的人)的痛苦。

如果开发难度还可以克服，那么商业前景的黯淡，更是让开发者心灰意冷。苹果 App Store 是目前最成功的应用生态系统，它的背后是音乐、视频、游戏、图书等一条条完整产业链，开发一款应用，开发者和苹果都能赚到钱；相比之下，Symbian 厂商在开发初期各自为战，到了诺基亚主政的时代，也没有重视跨领域合作，利润链条无从谈起。这样一来，开发人员纷纷改行，转向苹果和谷歌。

所以说，尽管 Symbian 平台的应用体系起步很早，也拥有数量庞大的优秀软件，但它从来没有真正重视应用和开发者，也没有形成一个成熟的生态系统。

官僚主义埋葬 Symbian

如果没有 iPhone 和 Android，那么 Symbian 帝国仍可以在一段时间内高枕无忧。尽管系统本身的缺陷导致开发者苦不堪言，应用生态系统从未真正成型，但在“手机=打电话+发短信+挂 QQ”的时代，Symbian 还是能够满足大多数人的需求。

但是，乔布斯在 2007 年用 iPhone 告诉大家：手机不只是一种通讯工具，它是一种生活方式。

诺基亚最初对这家整天忙着卖 iPod 的公司不屑一顾，认为乔布斯根本不懂手机，iPhone 是一款不可能成功的产品。在如日中天的芬兰巨人眼中，手机的核心功能就是打电话，一切不以电话功能为核心的产品都是耍流氓。

直到 2008 年，诺基亚才推出了首款触摸屏手机 5800，采用全新设计的 Symbian S60 V5。人们很快发现，这款手机与 iPhone 差距太大了。为了节约成本，5800 采用的是电阻屏而非更加灵敏的电容屏，屏幕面积更小，机身更厚，做工惨不忍睹。更关键的是，5800 的系统 UI 明显带着前 iPhone 时代的痕迹，很多操作并不符合触屏用户习惯。

另一方面，由于仍在推出 Symbian 非触屏机，诺基亚不得不花费更多时间，维护日益臃肿的 Symbian 系统，而非考虑把整个系统推倒重来。或者说，诺基亚循规蹈矩的企业文化，决定了它不可能对 Symbian 进行根本变革。

根据《新诺基亚》一书的描述，诺基亚拥有 5000 名研发人员，其中 500 人属于顶尖人才，经常能够提出一些优秀想法。不幸的是，由于审批流程冗繁复杂，这些创意常常无法转化为产品，反而被竞争对手抢先。此外，诺基亚痴迷于数据统计和市场调查，以至于它的网站最常见的页面就是用户调查问卷。它希望在判明用户需求后，才有所行动。这显然禁锢了创新，拖慢了研发速度。

这体现了诺基亚的两大心态：1、凡事都得走程序；2、不见兔子不撒鹰。这是官僚主义的典型特征。

保守的思维方式最终葬送了 Symbian。诺基亚在 2010 年发布了全新设计的 Symbian^3，支持电容屏，并优化了界面；但彼时 iPhone 和 Android 手机已经如日中天，Symbian 无力回天。心灰意冷的诺基亚最终向微软投怀送抱，转向 Windows Phone 平台，Symbian 成为弃儿。

从宿命论的观点来看，Symbian 帝国之所以崩塌，根本原因是它首先抛弃了时代，而时代也毫不留情的抛弃了它。在 iPhone 诞生后，手机的内涵被大大拓展，不再仅仅是打电话、发短信的工具，而是能够满足通讯、娱乐、社交、工作等多重需求的移动数字中心。Symbian 和诺基亚过于强调通讯功能，长期忽视其他需求，是 Symbian 与时代脱节的主要原因。来源：2013-1-25 创事记

[返回目录](#)

平板手机：越大越好？

iPhone 基本上树立了智能手机的标准——这里指屏幕。历代 i-Phone 的屏幕大小都是 3.5 英寸，i-Phone5 向前小小迈了一步，达到 4 英寸。智能手机的屏幕超过这个尺寸的，可以自称为“大屏手机”，如果超过的比较多，比如 6 英寸大小，称为巨屏手机就有点傻，于是人们发明了一个新名词：平板手机 (Ph-ablet, phone 加 tablet 组合而成的新词)，一般意义上，指 5-7 寸之间。

平板手机完全是因为手机电脑化而催生的东西。在功能手机时代，手机以小为美，各路厂商拼命动脑筋怎么让手机变得小些更小些，最好小到人们完全没感觉自己带了一个设备(比如男性通常把手机放在上衣内侧口袋，太大了会觉得鼓鼓囊囊十分不便)。早期的大哥大早被视为一种累赘和暴发户做派。

这一点，和功能手机的功能有关。人们拿手机主要是用于两件事：打电话、发短信。中国用户再加上听音乐，美国用户可能会考虑 skype 这样的网络电话功

能。除此之外，手机并无其他什么功用。既然功能简单，自然无需做得太大。但到了智能手机时代，手机所承载的功能，就越来越多了。

KPCB(美国最大的风险基金)在2011年就发现，在智能手机领域，美国人用于手机传统三大功能上的时间只占据到了32%，其他的时间则分配给一些所谓“新行为”，比如上网浏览，比如使用各种移动应用。在各种应用中，排行第一的是地图类，第二的是游戏类。很显然，屏幕太小，页面浏览以及地图会看不清，游戏会不够好玩。

屏幕就是手机大小的决定者，需要满足用户对于智能手机如同电脑般的使用，就不得不放弃小而美的想法。于是手机被迫越做越大，但为了重量考虑，也必须越做越薄。可以想见的趋势是：一个智能手机，必须大屏幕、超薄以及高分辨率。来自市场分析机构 IHS iSuppli 的报告说，2012 年有 2560 万部出货，2013 年则可能达到 6004 万部，增长 136%。到了 2016 年，全球出货量将会达到 1.46 亿之巨。

最早介入平板手机领域的是戴尔公司，不过真正意义上把平板手机炒热的当属三星，5.3 英寸的 Galaxy Note 在 2011 年大卖，一年间狂卖 1000 万部，2012 年 Note2 更是在上市两个月内创下 500 万部的销售奇迹，这让很多厂商迅速跟进。用户也不再坚持手机必须一手掌握的大小。某种程度上讲，一个成功人士又有多少机会要在公交地铁上一手拉吊环一手拿手机呢？平板手机能彰显这个人的身份，而且更重要的是，人们的确不把手机仅仅视为一个“移动电话”了。

国内目前有三家较有实力的跟进者，在 CES 大会上，华为拿出了 6.1 寸的 Ascend Mate——全球最大屏手机，联想则有 5.5 寸的 K900，中兴 Grand S 是 5 寸机。纷纷企图在这个细分市场上分一杯羹。

跟进的主要动力在于，平板手机基本上属于高端机，售价可以比较高。Note2 目前的报价在 4000~5000 元之间，中兴 Grand S 则为 3600 元。华为和联想都暂无报价，但比 Grand S 更低的可能性不大。高端手机的毛利通常比较厚，有助于企业获取超额利润。

但问题也在这里，纵观中国手机产业史，虽然功能手机时代有一举击溃洋手机之说，但客观讲一句，是用低廉的价格完成的，而当时洋手机的价格也高得离谱（一部西门子手机，FOB 香港价格不过 200 美元，内地可以卖到数千元）。从价格战中成长起来的中国本土厂商，至今没有运作高端手机的成功先例。这三大品牌在用户心目中，远比不上苹果、三星的高端感，尤其在消费能力旺盛的一线城市。

另外一个比较致命的问题在于产能。功能手机对制造的要求不高，但智能手机则不是。即便如苹果这样的公司，在智能手机零部件上也一直依赖三星的供货，

直到 iPhone4，才开始慢慢去三星化，比如面板供应上一但核心处理原件，依然对三星有所依赖。而国内厂商，恐怕产业供给上，还是有很严重的缺陷。

国内厂商如果想要在平板手机上站稳脚跟，价格是一个关键的因素，但如果产能跟不上，又没有办法形成规模效应，将边际成本降低。卖一部亏一部是无法长久的。平板手机不是一个“大”字就能解决的，它需要更薄的机身，就意味着对零部件要求更高。国内厂商这股平板手机热，在我看来，怕是概念性产品的成分居多一些。来源：2013-1-26 经济观察报

[返回目录](#)

虚拟运营动了谁的奶酪

1月8日，工业和信息化部网站公布《移动通信转售业务试点方案》（征求意见稿），决定开展移动通信转售业务试点，并着重引入“虚拟运营商”的概念，预示着这个曾一度被搁置达7年之久的提案，终于有望成为现实。

“姗姗来迟”的虚拟运营商

移动通信转售业务，是指不拥有移动网络的企业从基础电信业务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，简称“虚拟运营商”。

移动虚拟运营这一业务模式在国外早已运营多年。虚拟运营商通过借用或租用基础电信运营商的网络，可以向用户提供自己品牌的SIM卡、资费套餐、定期发送账单，可以说除了没有物理网络，虚拟运营商具备运营商的全部功能。

据统计，全球目前共有1100多家移动虚拟运营商，2011年全球共有移动虚拟运营商用户1.05亿户，占全球移动电话用户数的1.8%；预计到2015年，用户数将达到1.86亿，占全球移动电话用户数的2.6%。可见，虚拟运营商是推动移动通信领域发展的一股重要力量。

谁在跃跃欲试？

以目前国际市场1.8%的虚拟运营商市占率计算，我国移动通信转售业务市场空间约有180亿元规模。前景广阔的潜在市场空间使得虚拟运营成为多方势力的“角斗场”。

目前国内对虚拟运营商牌照跃跃欲试的主要有三股力量：一是以苏宁、国美、迪信通等拥有丰富渠道及营销经验的实体连锁巨头；二是以腾讯、阿里巴巴、百度等拥有大规模网络用户的互联网企业；三是以北纬通信、拓维信息等为代表的有SP/CP业务经验或经营移动服务业务的企业。

与基础电信运营商比较，前面两类企业拥有广泛客户群体、丰富渠道和营销经验的优势，后面两类企业则拥有较强增值业务开发、运营能力的优势。这三类企业共同的劣势在于，不拥有自己的频谱资源，主动权依然在传统电信运营商手里。

是抢食还是共赢？

即将启动的移动通信转售业务，标志着我国电信业一次重大变革的开启。分而析之，其对三大运营商的预计影响可归纳为三个方面。

一是实体连锁巨头的的影响有限。因为实体连锁巨头与基础电信运营商的业务重合度不大，再加上成本和规模效应的门槛，争夺基础电信运营商的业务可能性不大，更多的是依托移动通信转售业务，深耕所在的零售细分市场。因此，对于基础电信运营商来说，实体连锁巨头的进入利大于弊，有望提高其网络利用率，帮助开拓新的细分市场。

二是 SP/CP 企业与基础电信运营商的关系格局不会有大的变化。受资金实力、客户规模所限，SP/CP 企业仍会立足已有内容资源的基础上，针对特定用户群体开发有特色的移动数据业务和应用产品，且租赁成本有望降低。

三是基础电信运营商和互联网企业之间的关系最为复杂。虚拟运营商牌照的正式发放，意味着两者业务双向进入的关系正式确立。对基础电信运营商来说，进入互联网业务底气不足，能力有限。而互联网厂商进入电信业务，却是大势所趋，已有斩获。但同时，虚拟运营商身份的确立，就意味着原来无法界定的网络收费将变成实际“租赁模式”，互联网企业得按照运营商制定的价格来支付宽带、移动网络使用费用。

因此，究竟是基础电信运营商借“租赁模式”瓜分互联网企业的业务收入，还是加速拉开与互联网企业在互联网增值业务的差距，彻底沦为渠道商，目前下判断为时尚早，一切静待最终文件的正式发布。来源：2013-1-29 通信产业网

[返回目录](#)

管理层控股的边界在哪里

企业的制度设计，会导致企业经营行为的差异，并可能导致企业业绩与命运的不同。

近日，华为与中兴的业绩报告被炒得火热。前者净利润达 154 亿元，同比增长 33%，拿出 125 亿元给员工发放年终奖。后者预计净利润同比下降 221.35%-240.77%，亏损为 25 亿元至 29 亿元。可谓冰火两重天。

有评论称，华为的好成绩，可能源于其员工持股制度。而中兴的巨亏，或许也与其交叉持股、关联交易等内因有关。据《南方周末》报道，中兴通讯的利润流向中兴新和中兴维先通，中兴新的部分利润再流向中兴发展，再由中兴发展向聚贤投资和维先通输送利益——最终的获益者是中兴创业元老和早期的2至3级核心员工(上述关联公司均由这些元老控股或间接持股)。

由于华为并未上市，所以两家公司的真实业绩也许不能简单地类比，但是，从以上简要的信息，依然不难看出，企业的制度设计，会导致企业经营行为的差异，并可能导致企业业绩与命运的不同。

华为在股权结构上，实际上是全体员工的持股结构，经营者即为所有者，所以解决了所有权与经营权的分离问题。不过这类企业一般都是初创企业，随着企业的扩大，面临着企业元老阶层股权的稀释，以及多数员工对于企业控制力的虚无。所以，这样的制度设计未必最优。

但是，经营权和所有权完全分离也容易导致两种结果：要么是经营者和全体员工出工不出力，要么是企业的管理层控制而违背所有者的利益。前者在国企身上并不鲜见，由于企业真正的所有权落实不到真正的自然人身上，所以效率低下、腐败滋生。而后者由于经营者对于商业机密、经营和技术诀窍的掌控，已经事实上拥有了企业，所以企业的行为出现了利于经营者、但是不符合所有者利益的情况，如国际上一些投行巨头给予高管等天价薪酬和黄金降落伞等。

还有一种情况，就是通过层层控股，依靠多层杠杆的作用，少部分人可以以较少的资金最终达到控制整个企业的目的。不少上市公司以及部分民营企业存在这种情况。在这种情况下，要是控制企业的少部分人的利益与整个企业完全一致的话，倒可能做出利于整个企业的决策，但是要是其实际获益与其股权比例并不相称的话，难免其中一些人会通过各种利益输送的方式损公肥私。

所以，不同的企业股权和利益分配等治理结构的问题，归根结底是要解决好委托与代理、公平与效率的关系。华为能在大环境不佳的情况下逆势发展，在于其目前的股权结构设置达到了所有权和经营权的合理配置，所以经营效率和利益分配公平能够保障。

而对于中兴这类公司而言，有必要重新审视自己的股权结构，解决多数所有权的虚置问题，即解决少数资金以多层控股的方式控制整个企业的问题。也许缩小管理层所代表的股份在董事会里的决策地位和分量，即给管理层控股设定一个与其自身所有权相称的边界，是解决其治理结构中出现的委托与代理、公平与效率问题的一个值得尝试的办法。来源：2013-1-25 新京报

[返回目录](#)

民资进入电信业有待时间检验

尤其值得关注的是，此次电信业对民资开放，不是过去形式上的全面开放，而是部分领域开放，这也体现了循序渐进、逐步扩大的原则，可能更有利于民资的进入和探索。事实也是如此，开放的步子可以迈一点、范围可以窄一点，但态度必须真诚。只有这样，垄断行业对民资的开放，才能取得实质性突破。

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。

垄断业向民资开放，这是中国发展过程中必须迈出的重要一步。只有迈出了这一步，市场经济的公平性才能得到充分体现。

在中国，垄断行业向民资开放，也不是没有先例，也不是没有尝试过，民用航空、石油等都开过先例、作过尝试，但结果都不令人满意，也没有产生鲶鱼效应。于是，垄断行业对民资来说，仍是一副冰冷的脸。

那么，为什么对民资开放，却又没有取得令人满意的效果呢？原因就在于，缺乏一颗真诚的心，缺少一种真诚的态度。所谓对民资开放，只是一种故作姿态，或者是为了适应某种需要、应对某些压力。

以民用航空领域为例，当初雄心勃勃进入民航业的民营航空公司，如今，已没有一家活得象个样子，不是悲惨地死去，就是苟延残喘。可以这样说，民用航空领域的民营企业，活得比大雾和雷雨天气飞机升空还要危险、还要可怕。

再以石油行业为例，虽然早在若干年前，就在部分领域对民资实施了开放，如民营加油站，但是，又有几家民营加油站竞争得过国有加油站呢？特别当遇到油价上涨、成品油供应紧张等情况时，民营加油站就只有关门打烊的份了。

原因就在于，在对民资开放的同时，各种资源仍紧紧掌握在国有企业的手中，受国有企业的独家调度与支配。如民用航空领域的航线资源、石油领域的成品油生产与供应资源，以及政府可动用的政策资源。国有企业可以充分的享受，民营企业却必须在国有企业享受够了以后才会流入一丁点。如此，民营企业进入垄断行业以后，还如何活得下去、活出样子来呢？

没有真诚欢迎民资进入的态度与认识，没有给民资进入垄断领域提供足够的生存空间，民资进入垄断行业，就是一种摆设，是故作姿态。为什么民资大量进入房地产、地方金融等虚拟经济领域，为什么金融危机爆发以后民资迟迟没有跟进，皆源于民资生存与发展的环境没有得到改善，特别是垄断行业对民资开放的大门紧紧关闭着。

现在，电信业也开始向民资开放了，且开放的是基础电信业务。那么，此次开放会不会步民用航空、石油等行业的后尘，只是名义上的开放，而没有本质的内容呢？也许，只有等待时间的检验了。

好在有希望进入电信业的，大多是国内知名民营企业，如腾讯、淘宝、阿里巴巴，乃至苏宁、国美等，这些民企在国内的影响和地位，比起此前进入垄断行业的企业和投资者，应当具有更多的话语权和影响力，应当不会再出现此前民资进入垄断行业的遭遇。至少，进入以后的生存状况会好许多。

即便如此，我们还是希望政府及其职能部门、垄断企业能够有一颗开明的心、一种开放的意，能够真诚地对待民资的进入，而不是口是心非。

尤其值得关注的是，此次电信业对民资开放，不是过去形式上的全面开放，而是部分领域开放，这也体现了循序渐进、逐步扩大的原则，可能更有利于民资的进入和探索。事实也是如此，开放的步子可以迈一点、范围可以窄一点，但态度必须真诚。只有这样，垄断行业对民资的开放，才能取得实质性突破。

期待电信业对民资的开放能够取得实质性进展，也期待电信业对民资的开放能够产生鲶鱼效应，推动其他垄断行业对民资的全面开放。来源：2013-1-28 中华工商时报

[返回目录](#)

短信面对类微信为什么毫无还手之力

关于微信对传统短信业务的冲击，已有太多太多的文章见诸报端。

2012年12月14日，腾讯控首席执行官马化腾宣布，微信用户即将突破3亿。从2亿到3亿，微信只用了4个月。而就在本月初，中广网引用DCCI互联网数据中心创始人胡延平言论称，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%。

腾讯科技则在一篇文章中通过中国移动的财报数据来说明短信的逐步“式微”——2007年，中国移动短信发送量为7361亿条；到2011年，短信发送量增长46.4%，但同时用户数增长率更快。因此，若把短信发送量平均到每个用户上，2007年中国移动用户人均月发送短信113条，2011年为88条。照此计算，平均单用户的短信发送量减少了22%。值得注意的是，这还未将微信用户暴涨的2012年计算在内。

其实即便没有具体的数字支撑，像笔者这样朋友圈子在25岁以上的轻熟男，也能感觉到微信与短信之间的此消彼长，更不用说更为年轻的用户群体，他们对微信的认同和使用频率，甚至超乎了笔者的想象。

这是个必然的过程，而且目前基础电信运营商对此基本处于“无解”状态。在“2012年中国移动全球开发者大会”上，中国移动总裁李跃表示，“随着移动互联网发展，传统运营商业正在受到猛烈冲击，尤其是OTT企业对传统运营商的挤压非常明显，这些业务使得运营商原来的短信、语音，甚至包括国际电话业务都受到了很大挑战。”

OTT(over the top)是目前通信行业非常流行的词汇，源于篮球运动中的“过顶传球”，形象地描述了不少互联网企业在运营商“头顶”从事原本只有运营商才能完成的业务，其中微信便是典型。而除了腾讯这类互联网企业外，传统电子消费品牌也在动类似的脑筋，例如苹果的iMessage和三星的ChatOn，它们亦敌亦友地围绕在运营商周围。

关于类微信业务对短信的冲击，最表面的诱因是资费。目前运营商每条1毛的基础短信资费已沿用了很久很久，相比之下发一条微信的流量费要低得多。不过更深层次的原因仍来自运营商本身。

这里要特别提一提苹果的iMessage，它并非微信这样的APP，而是内置于苹果iOS系统中的信息服务，一旦开通，只要是苹果设备之间，系统会在发短信时默认为“iMessage”通道。

按照目前三大运营商在手机行业内的号召力，完全可以通过技术手段，将自己的飞聊等类微信服务像iMessage一样，内嵌在定制手机的短信功能中。虽说不能完全抵消微信的影响力，但至少能在资费环节挽回用户感受上的劣势。加之与短信功能合一，便利性大增，再通过宣传攻势反击“过顶传球”，绝非难事。

不过一旦这样做，传统文字短信业务的下降将远远不止20%。事实上这种“纠结”已然出现在了“飞聊”业务上，这款和微信类似的中国移动应用本身也在蚕食着移动的短信业务。手心手背都是肉，该不该发展？怎么发展？运营商不是想不清楚，只是没有勇气去执行。

李跃曾说过，面对来自OTT企业的竞争，首先要学习他们的创新精神。在笔者看来，运营商想要具备这种精神，相当于放弃赖以生存的既得利益，去革自己的命。就像广电系统全面开放互联网电视一样，实在太难。

或许只有在短信业务下滑到了一个无法挽回的地步，才能让运营商迈出真正创新的一步。只是在那一刻，微信又将创新到什么地步，谁都想不到。来源：

2013-1-28 南方都市报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

物联网发展意见即将出台

工业和信息化部科技司相关人士表示，物联网发展指导意见相关文件预计2013年上半年完成，后续将有相应配套政策出台。

日前消息称，决策层面将很快下发《国务院关于推进我国物联网产业发展的指导意见》（下称《意见》），加快布局和发展物联网产业，其后相关部门将陆续出台财税、金融、投资等扶持政策。

记者采访中，此消息也得到工信部证实。工业和信息化部科技司相关负责人表示：“物联网发展指导意见相关文件正在上报，后续会有相应配套政策出台。”其透露，预计2013年上半年该意见基本可以完成并发布。

业内人士指出：《意见》的出台将加强我国对物联网的认识，是我国互联网建设进入实质性发展阶段的转折点。

指导意见孕育两年之久

或将2013年上半年出台

经过多年调研和探索，2013年我国加快物联网相关政策的制定和完善。

工信部科技司相关负责人告诉记者：“目前还在起草过程中，初步预计2013年上半年基本可以完成并出台，由于整套计划完善时间较长，完成周期仍存在不确定性。”

而早在两年前，关于物联网指导意见的消息就已在业内广泛传播。2010年工信部副部长奚国华透露，正在制定一个关于在全国发展物联网的指导意见，但处于论证阶段，待时机成熟将对外发布。

2012年10月，国家发改委高技术产业司司长綦成元在开幕式上曾透露，相关部委当时已研究制定了关于推进中国物联网发展的指导意见，并已报送国务院。预计很快下发。

物联网是智能化时代的产物和重要部分，物联网分传感器、系统集成和通讯网络三大产业同时广泛应用于铁路、电力、交通、治安、能源、金融等各类领域。中国社科研究所指出，预计10年内物联网会大规模普及，发展成为一个上万亿元规模的高科技市场，其产业规模比互联网大30倍。

我国物联网主抓部门工信部早就已经把加快培育物联网产业纳入工作规划。将物联网规划纳入到“十二五”的规划，并积极研究和推进。为促进物联网产业

的发展，2012年8月底，国务院又批准成立了由国家发改委、工信部牵头的《物联网发展部际联席会议》，首次在产业中对物联网(即传感网)产业发展成立两个部际联系会议机制进行协调和推动。

中投顾问高级研究员薛胜文表示：“物联网行业尚属于起步阶段，政策指导对促进其发展具有重要意义。《意见》的出台将明确我国物联网阶段性发展目标、具体措施和应该注意的问题，为行业整体发展做了全面布局，同时也传递出政府加快产业转型升级速度的信号。由于信息服务业是我国产业结构优化的重要动力，物联网的发展将支撑我国产业效率、技术和质量提升到另外一个阶段。”

物联网带动新技术规范化

移动支付三年或增长 25 倍

消息称，即将出台的《意见》指出，“十二五”时期，中国物联网产业发展的重点，力争在物联网感知识别、数据处理和信息服务等环节实现跨越式发展，并率先在工业、农业、环保、交通、电力、公共安全、物流、安全生产、医疗卫生等领域实现物联网示范应用，其中部分领域实现规模化应用。

薛胜文表示：“此次《意见》将相对于此前出台的规则在内容上更加细化、更具可行性。其中包括推进物联网发展的10个专项行动计划，如顶层设计、标准、技术研发的专项行动计划、应用推广计划、产业技术的行动计划、商业模式的行动计划、互联网安全保障的行动计划等。”

网络电视、云计算、3D打印、空中下载(OTA)付费、大数据与平板技术皆是目前发展最快、热门技术，而这些均与物联网息息相关，在未来显著影响并融入人的生活之中。

在技术层面，物联网主要由感知层、网络层和应用层三个体系构成，网络电视、云计算、3D打印、大数据与平板技术在三个体系中扮演着重要角色，共同构建、丰富着每个层面的应用价值。薛胜文认为，信息技术在物联网体系的引领下方能形成规范化、快速、方向正确的发展。

物联网专家表示，当前，物联网尚处于初级阶段，信息应用技术还未能真正落地，只有集中资金率先在重点应用领域建立一批专项，推动关键技术研发与应用示范，通过“局部试点、重点示范”的发展模式才能带动整个产业快速前进。

薛胜文告诉记者：“从物联网中的一个小应用如近场通讯移动支付的交易总额将在2016年突破1000亿美元大关实现25倍增长来看，未来经济中物联网的作用将会得到彰显。” 来源：2013-1-24 证券日报

[返回目录](#)

保监会：电话推销保险不得扰民

“对症下药”治理保险电话销售扰民问题，保监会日前下发了《关于规范财产保险公司电话营销业务市场秩序 禁止电话营销扰民有关事项的通知》。

保监会相关负责人表示，自 2007 年财产保险公司经营电话营销专用产品以来，电话销售已经成为产险业一个重要的销售渠道，在降低保单获取成本，提升服务等方面取得了较好的成效。但随着电销业务的快速发展，电销扰民问题也日益突出。此次下发的《通知》首次将电话扰民投诉情况作为电销业务监管的重要指标，规定对查证属实的电销扰民投诉，将责令公司改正；对一年内被投诉两次且查证属实的，将责令公司限制对新客户的呼出业务三个月；对再次发生类似问题的公司，保监会将责令公司停止对新客户的呼出业务。

《通知》要求各财产保险公司应当进一步加强电销业务内部控制，坚持集中运营；应当在经审批的电销职场，使用统一的电销专用呼入和呼出服务号码，以直销形式自主经营电销业务，并将统一的电销专用服务号码在公司互联网站主页的显著位置公布。要求公司不得私设分职场或呼叫中心，不得委托、雇佣非电销坐席人员或外部机构经营电销业务。

《通知》要求各财产保险公司加强呼出业务管理，对续保客户的呼出时间不得早于保单到期日前四十天，制定合理的呼叫时间，切实避免打扰接听客户的正常工作生活。各财产保险公司应当加强客户信息管理，建立客户信息保密制度，通过合法途径获取电销客户资料。同时，应对经营电销业务过程中获取的客户信息和资料严格保密，不得泄露、出售或非法提供给他人。对明确表示不投保或拒绝继续接听电话的客户，应当通过技术手段对有关电话号码进行屏蔽，并与行业共享“禁呼名单”数据库，对其他公司确定屏蔽的电话号码，屏蔽期间各公司都不得再次呼出。

保监会相关负责人表示，接下来将进一步加强对电销业务的监管力度。来源：2013-1-24 新民晚报

[返回目录](#)

工信部：苏宁国美初步具备虚拟运营商条件

工业和信息化部通信发展司司长、新闻发言人张峰今日在国务院新闻办发布会上表示，苏宁、国美目前的运行模式初步具备虚拟运营商(即移动通信转售业务)的条件，欢迎其他企业积极申请。

张峰表示，工信部已经要求基础电信企业每个公司至少和两家以上合作，“不可以低于两家，多了不限”。

张峰补充说，工信部在征求意见稿里面对转售企业提出要求为了更好的保护消费者的合法权益，这项业务开通以后要有长期为用户提供服务的能力，要具备自己经营场所以及技术人员，根据需要还要建立一些客户的服务平台等。来源：2013-1-23 新浪科技

[返回目录](#)

工信部：将根据 TD-LTE 试验确定 4G 发展规划

今日，工信部通信发展司司长、新闻发言人张峰在国新办的新闻发布会上介绍了通信业发展的有关情况。张峰表示，现在正在积极进行 4G 网络试验和验证，将根据试验情况确定下一步发展计划。

据张峰介绍，到 2012 年底我国 3G 用户数量达到 2.3 亿户，新增 3G 用户占新增移动用户的比重已经达到了 82.9%，其中 TD-SCDMA 用户已经达到了 8786 万户，在 3G 用户总数中占比已经达到了 37.7%。全国 3G 基站总数累计达到约 104 万个，其中 TD 基站总数超过了 28 万个。

张峰说，“我部将继续推动 3G 网络建设和优化，加强 3G 网络覆盖和业务质量，积极支持 3G 涉及的技术、设备及配套集成电路、关键元器件的研发和产业化。”

关于 4G 的问题，张峰表示，“目前，TD-LTE 正在积极推动试验，在南京、上海、厦门、广州、深圳之外，2013 年又进行扩大规模试验，从试验情况来看，整个进展得非常良好。根据试验的情况我们来确定下一步 4G 发展的情况。”来源：2013-1-23 中国新闻网

[返回目录](#)

工信部：光纤入户强制性国标让用户有选择权

今天，国新办举行新闻发布会介绍 2012 年工业通信业发展情况。工业和信息化部通信发展司司长、新闻发言人张峰表示，光纤入户强制性国家标准让用户有自己的选择权，享用哪家的业务，随时可以跳线。

张峰介绍，关于光纤入户强制性国家标准是 2012 年 12 月 25 日发布的。这项工作主要是为了加快光纤宽带网络发展建设，增加用户选择权。在住建部的大力支持下，工信部组织有关单位编制了《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》两项国家标准。这两项标准的发布，一是为了加快光纤入户的进程，二是让用户有自己的选择权，作为国家强制性的标准，用户今后享用哪家的业务，随时可以跳线，接入到其选择的网络公司。来源：2013-1-23 中国新闻网

[返回目录](#)

工信部澄清移动通信转售试点方案:还未开始申报

对于国美和苏宁等企业轮番放风有意申请虚拟运营商牌照，工信部相关负责人表示，这两个企业初步具备条件，欢迎申请，但目前此项工作进展尚不到这个程度，即还未开始让企业申请。

还没有企业申报试点

本月8日，工信部公布了《移动通信转售业务试点方案》征求意见稿决定开展移动通信转售业务试，中资民营企业可提出参与试点业务申请，这被认为有民营企业进入电信业之始。

对此，工信部通信发展司司长张峰在出席新闻发布会时表示，“苏宁和国美两个企业，这两个企业目前的运行模式，我们也认为初步具备了这个条件。当然，我们在征求意见稿里面也对转售企业进入这个领域的要求提了若干条，达到条件之后才能够申请成为转售企业。一是为了更多的保护消费者的合法权益，这项业务开通以后，由于面向的是广大公众客户，所以要有长期为用户提供服务的能力，要具备自己经营场所以及技术人员，根据需要还要建立一些客户的服务平台等等，如果具备了这些条件，我们欢迎积极申请”。

而关于现在都有哪些企业进行申请，张峰表示，目前此项工作进展尚不到这个程度。

互联网企业更有意参与

他同时透露，“我们在研究移动通信转售试点方案时，广泛征求了基础运营企业和民营企业，包括各种电商，还有互联网企业等等，召开了若干轮的征求意见座谈会，让他们对文稿提出意见和建议，这里面更多的是互联网企业，他们有意向参与移动转售业务”。

他表示，在网上公开征求意见结束后，根据大家具备条件的情况，将对征求意见稿修改完善并发布，最后来决定。

据悉，工信部要求基础电信企业每个公司至少和两家以上运营商合作，多了不限，即可以与三家运营商都合作。来源：2013-1-24 新浪科技

[返回目录](#)

工信部 1 月新发放进网许可证 168 张 3G 手机 50 张

工信部公布了 2013 年 1 月上半月核发的进网许可证。数据显示，工信部发放了 168 张进网许可证，其中 3G 手机 50 张。

具体来说，工信部发放的电信设备进网许可证中 CDMA2000/GSM 手机 9 款，CDMA2000/WCDMA 手机 1 款，CDMA2000 手机 2 款，CDMA2000 无线数据终端 1 款。在 TD 手机方面，工信部发放了 TD-SCDMA/GSM 双模数字移动电话机 18 款，TD-SCDMA/GSM 双模无线数据终端 2 款。

此外，WCDMA 手机发放了 20 款，WCDMA 无线数据终端 3 款。来源：2013-1-29 飞象网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

物联网白电国标率先出炉

由于缺乏统一标准，一直以来，不同品牌的物联网白电难以实现互联互通，而不法商家滥用“物联网”头衔抬高身价的现象也屡禁不止。日前，物联网白电国家标准正式发布，并于 2014 年 7 月 1 日起正式实施，未来这样的问题将会得到缓解。

日前，经国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会批准，闪联白色家电协同互联国家标准正式发布。此次发布的 7 项闪联国家标准，涵盖了智能家居、电力线通信接口、下一代互联网、服务质量、媒体交互设备等领域的核心技术标准，将有助于推进国内信息设备协同互联标准的统一。

作为闪联白色家电协同互联国家标准的主导制定单位，美的白电方面相关负责人表示，闪联白色家电国家标准的发布，能使得国内所有品牌的白电智能产品在接口和互联标准达到统一。这对加速物联网家电的普及有非常重要的意义。来源：2013-1-29 北京商报

[返回目录](#)

2012 年电信业务收入超万亿

昨日，工信部发布电信业统计公报显示，经初步核算，2012 年我国电信业务收入达 1.08 万亿元，同比增长 9.0%。其中，移动通信业务收入 7933.8 亿元，

增长 10.6%，占电信业务收入比重上升到 73.7%；固定通信业务收入 2829.1 亿元，增长 4.9%。

数据还显示，2012 年全国移动电话用户净增 12590.2 万户，总数突破 11 亿户。其中 3 用户净增首次突破 1 亿户，达到 2.33 亿户。移动电话普及率达到 82.6 部/百人，比上年末提高 9.0 部/百人。来源：2013-1-25 新京报

[返回目录](#)

统计显示中国成全球最大 CDMA 手机市场

继 2011 年成为全球 CDMA 用户数最多的国家后，统计显示，中国已超过美国成为全球最大的 CDMA 智能手机市场，而 2012 年销量达 7000 万部后，CDMA 终端在国内的市场份额从 2008 年的 2% 提升到近 30%。

中国 CDMA 手机销量已超过美国

在近日举行的高通中国合作伙伴峰会上，高通称，中国是全球 CDMA2000 的市场领导者，因为 2012 年中国 CDMA 手机销量达 7000 万部，已经超过了美国 CDMA 手机全年销量。根据市场研究公司 Gartner 的数据，美国 2012 年 CDMA 手机全年销量预计为 6000 万部左右。

“恭喜中国电信成为 CDMA 最大运营商”，在 2012 年年初出席一个业内会议时，高通公司 CEO 保罗·雅各布在致辞中即已承认中国电信已超过美国运营商在 CDMA 用户规模上全球第一。

“随着中国 CDMA 终端市场规模的不断增长，中国将超过美国成为全球最大的 CDMA 智能手机市场”。2012 年 6 月，在出席 2012 年中国电信 CDMA 手机交易会时，高通公司董事长保罗·雅各布又作出了这个预言，而实际上，半年后这个目标已经实现，这令高通非常高兴。

保罗·雅各布曾给出 2010-2015 年第三方机构对于金砖四国 (BRIC) CDMA 3G 用户增长的预测：巴西高达 438%，中国的增长位列第二，为 396%，俄罗斯为 309%，印度为 233%。

而实际上，根据统计，CDMA 终端在华月销量在 2008 年时仅有 27 万台，2010 年时增加到 370 万台，2011 年是 500 万台，2012 年增加到 600 万台。市场份额从 2% 提升到 30%。另外，各类终端品牌比 2011 年增加 40 个，总数达 179 个；各类在售 CDMA 终端比上一年度增加 400 余款，总数达 1540 款。

从“汗颜论”到“今非昔比论”

对此，在不久前举行的 2013 年中国电信 CDMA 终端产业链大会上，中国电信董事长王晓初用“今非昔比”来形容 CDMA 变化。

2008年刚接手CDMA网络后，业界无数质疑的声音扑向当时的中国电信总经理王晓初。在2009年，王晓初曾发表业内著名的“汗颜论”，以此来反映当时中国电信CDMA终端发展的困境。当时，面对产业链上下游的CDMA厂商，王晓初说，“中国电信在2009年年初采购了100万台3G终端，但到2009年中旬，我们一共才拿到27万台，已经卖出了10多万台，目前在只剩17万台存货的情况下，想组织一次有力的销售活动都不可能，想问在座各位是否汗颜？”。

而根据最新的统计，在终端机型数量方面，中国电信在售各类终端2008年时仅有200余款，而2011年是1140款，2012年则增加到1540款。

全球CDMA发展组织在一份报告中也预测，目前全球有3.3亿CDMA2000用户，预计到2015年该类用户将超过7亿。在全球共321家运营商的CDMA组织中，中国电信一家独占了过半数的用户份额，高通也感叹，中国CDMA市场的发展扭转了全球CDMA发展趋势。

业内也普遍认为，中国成功运营CDMA网络直接提振了全球CDMA运营商的信心，在中国电信接手之前，全球CDMA网络都面临来自GSM网络的强势竞争和分流，甚至有运营商不得不关闭刚刚建成的CDMA网络。但是，中国电信却最终实现了CDMA在中国市场的繁荣。

千元以下智能机将爆发似增长

普遍认为，千元机的出现对CDMA终端发展影响巨大。IDC的数据显示，2012年第三季度中国市场智能机出货超6000万台，创历史新高，是同期PC出货量的3倍多。

“中国市场2012年千元以下的智能手机比例为40%，而2011年这个比例为14%，2012年三季度后中国市场一半以上的智能手机都在千元以下。”高通公司QTI项目管理高级副总裁Jeff Lorbeck如此说。

目前，随着智能手机价格不断降低，千元以下手机也已主流，中国电信也已提出，2013年重点机型之一是700元以下手机。

而随着用户的增加和CDMA的普及，2013年，中国电信预计CDMA手机销量将达8000万部，90%是智能手机，蝉联全球CDMA智能手机最大市场不成问题。

而高通对低价智能机亦连抛媚眼。“今后高通所有的普及型智能手机芯片，都只会以QRD一种方式提供给客户，”高通中国区总裁王翔如此说。目前手机厂商通过QRD平台，已经能把产品从立项到上市的时间缩短在2个月左右，这样将大大有利CDMA手机的上市速度。来源：2013-1-25 新浪科技

[返回目录](#)

2012 年我国短信量同比增 2% 人均发送量下滑

有关我国短信 2012 年的发送量最终出炉。根据工信部的统计，2012 年，全国移动短信发送量达到 8973.1 亿条，同比增长仅 2.1%。按照 2012 年我国手机用户增长 11% 来计算，我国 2012 年人均发送量下滑了 9% 左右。

短信发送量微小增长

工信部统计显示，2012 年我国短信量达到 8973.1 亿条，同比仅增 2.1%，但移动彩信业务量达到 696.7 亿条，增长 16.2%。

同时，我国移动电话普及率达到 82.6 部/百人，比上年末提高 9 部/百人。这显示用户的增长并未带来短信量的同步增长。

这可能与手机上网有关。统计显示，2012 年手机网民数净增 0.64 亿人，达到 4.2 亿人，占网民总数的 74.5%；农村网民数净增 0.2 亿人，达到 1.56 亿人，占网民总数的 27.7%。网络购物用户净增 0.48 亿户，总规模达到 2.42 亿户。微博用户净增 0.59 亿户，总规模达到 3.09 亿户。也就是说，手机上网分流了用户对短信的使用，因为流量费比短信费要便宜。

2 亿多手机用户不发短信

另外，2012 年，我国移动电话用户达到 11 亿户，在电话用户总数中所占的比重达到 80.0%。其中，移动短信业务用户达到 7.6 亿户，渗透率为 68.8%，与手机网民 4.2 亿这一数字相比，仍然要多得多，说明会发短信的人仍然远远多于会用手机上网的人。不过，有 2 亿多手机用户不发短信，这也很有意思。

工信部的统计还显示，彩铃业务用户达到 6.1 万户，渗透率达到 54.7%；移动短信业务用户达到 7.6 亿户，渗透率达到 68.8%；移动彩信业务用户达到 2 亿户，渗透率达到 18.6%；手机报业务用户达到 9592.5 万户，渗透率达到 8.6%。

而在电信业务收入中，非话音业务收入 5322.1 亿元，增长 16.9%，占电信业务收入比重上升至 49.5%。话音业务收入 5440.9 亿元，增长 2.3%，其中，移动话音业务收入 4814.3 亿元，增长 4.9%；固定话音业务收入 626.6 亿元，下降 13.9%。

另外，增值电信业务收入 2161.8 亿元，增长 6.8%。其中，移动增值业务收入 1897.1 亿元，增长 6.1%；固定增值业务收入 264.1 亿元，增长 12.1%。这些都显示，非话音业务收入的增速远远超过语音收入增速，非语音业务收入将逐渐成为最重要收入。来源：2013-1-28 新浪科技

[返回目录](#)

我国通信设备 2012 年出口额达 1493 亿美元 增 15%

据工信部近日发布的 2012 年电子信息产品进出口情况显示, 2012 年我国通信设备出口额达 1493 亿美元, 增长 14.8%; 进口额为 403 亿美元, 增长 26.3%。

数据显示, 2012 年手机出口额达 810 亿美元, 增长 29.1%, 在电子信息产品中, 其出口额排在第二位。排在第一位的是笔记本电脑, 其出口额达 1138 亿美元, 增长 7.5%。

总的来说, 2012 年, 我国电子信息产品进出口呈小幅增长态势, 进出口总额 11868 亿美元, 增长 5.1%, 增速比上年回落 6.4 个百分点。其中, 出口 6980 亿美元, 增长 5.6%, 增速比上年回落 6.3 个百分点; 进口 4888 亿美元, 增长 4.5%, 增速比上年回落 6.5 个百分点。来源: 2013-1-28 飞象网

[返回目录](#)

【国际行业环境】

WP 英国智能手机份额一年增长两倍

市场研究公司 Kantar Worldpanel ComTech 发布报告称, 微软 Windows Phone 的市场份额虽然仍远远落后于 Android 和 iOS, 但过去一年却在欧洲获得了强劲增长, 尤以英国和意大利的业绩最为突出。

根据 Kantar Worldpanel ComTech 的数据, Windows Phone 在英国市场的份额过去 12 个月几乎增长两倍, 从 2.2% 增长到 5.9%。但该平台的份额增长主要源于 RIM 黑莓的下滑, 后者从 16% 降至 6.4%。塞班份额也从 3% 降至 0.7%。与此同时, 苹果份额从 34.1% 萎缩至 32.4%, Android 则从 60.7% 升至 66.6%。

按照欧洲五国(英国、德国、法国、西班牙和意大利)的总体数据来看, Windows Phone 的市场份额增长 2.8%, 在意大利的份额则从一年前的 2.8% 激增至 13.9%。

“虽然增速可能远低于微软的期望, 但 Windows Phone 现在的确在很多重要的欧洲国家夺取了可观的份额。” Kantar Worldpanel ComTech 全球消费者研究总监多米尼克·桑尼布(Dominic Sunnebo)说, “然而, 该平台在中国和美国市场的表现依旧不佳。由于这是全球最大的两个智能手机市场, 微软 2013 年仍要克服很多重要挑战。”

该报告还显示, 按照手机厂商来统计, 三星在英国位居首位, 占据该国 35% 的智能手机销量, 而苹果以 32% 的份额紧随其后。

诺基亚在英国经历了不俗的复苏, 在该国智能手机销量中占据 6.2% 的份额, 销量同比增幅超过 50%。

与此同时，黑莓的销量仍然不佳。不过黑莓 9320 仍然在圣诞购物季提升了 RIM 的业绩，其中有三分之二都是作为礼物购买的。

英国最新智能手机渗透率达到 61%，过去 12 个星期内销售的手机有 82% 为智能手机。来源：2013-1-24 新浪科技

[返回目录](#)

韩国三大电信运营商深陷非法补贴监管麻烦

SK 电讯 (SK Telecom) 因继续提供非法补贴而身陷监管麻烦之中。为了遏制恶性竞争，韩国通信委员会 (KCC) 制定了一项法律，电信运营商们不得向潜在客户提供超过这一规定门槛的补贴。

然而，KCC 于 2012 年 9 月开始的一项调查发现，韩国三大电信运营商 SK 电讯、韩国电信 (KT) 和 LG U+ (LG Uplus) 均违反了上述法律规定，并均被处以罚款，且被禁止增加新用户。

LG U+ 自 1 月 7 日以来已开始执行 24 天的禁令，并且，在发现它的一些零售合作伙伴仍在签约新用户之后，该运营商正陷入更多的麻烦。SK 电讯和 KT 分别被处以 22 天和 20 天的禁令。

“自从宣布暂停 (增加新用户) 禁令后，我们一直在监控市场，并且已经证实了 SK 电讯还在继续违反规定。”一位 KCC 客户政策局的官员 Jeong Jong-ki 在本周一这样表示。

“... .. 罚款和停业是严厉的处罚，但在 KCC 看来，这显然还不够。”KCC 常务委员会一位成员 Yang Moon-seok 补充道。“我们的内部报告显示，运营商们都在无视我们，而这意味着我们需要进一步对其进行惩罚。”

目前尚不清楚 KCC 给出的进一步处罚将会是什么，或者处罚将仅适用于 SK 电讯还是三家运营商都不能幸免。

值得一提的是，一些观察家认为，KCC 的制裁措施是有益的。

韩国投资和证券分析师 Yang Jong In 近日表示，禁令将缓解竞争，降低市场营销成本，从而使运营商受益。来源：2013-1-23 中国通信网

[返回目录](#)

英国频谱竞拍即将开始 七家运营商参与竞标

人们期待已久的 4G 频谱竞拍如今就要从英国开始，因而移动运营商最好在 2013 年夏天来临前尽快推出 4G LTE 服务。

此次频谱竞拍自 2008 年以来一再推迟，投标者将争夺 800MHz 和 2.6GHz 两个独立频段上的部分频谱，尽管频谱的拍卖底价设置成了 13.6 亿英镑钞票，但此次竞拍还是有望为财政部筹资 35 亿英镑。

英国电信监管机构通信管理局 (Ofcom) 表示，已设计好了招标流程，以保证最终用户的竞拍价较低。

Ofcom 首席执行官埃德·理查兹 (Ed Richards) 在当地时间本周三发表的一份声明中表示：“英国是欧洲手机市场中最富有价格竞争力的国家。健康的竞争意味着相较于大多数其他国家而言，英国消费者将受益于较低的价格和更好的服务。”

理查兹补充道：“但是，为了保持竞争，英国电信监管机构 Ofcom 已经为拍卖进行了设计，确保至少有四家不同的运营商能够获得足够的频谱，成为可靠的全国性 4G 批发商。这么做的结果不仅令消费者受益，而且英国经济整体都将受益，此次拍卖活动取得的收益将明显大于从其他任何拍卖活动中直接获得的收入。”

此次最重要的频谱分配的竞标者包括最有可能的运营商，如 EE (Orange 与 T-Mobile 英国合资公司)、和记 3G 英国 (Hutchison 3G UK)、西班牙电信英国公司 (Telefonica UK，无线业务即 02) 和沃达丰 (Vodafone)。其他竞标者包括利基频谱风投 (Niche Spectrum Ventures，英国电信子公司)、香港电讯英国 (HTK，香港电讯盈科子公司) 和 MLL 电信。

拍卖将持续数周，结果产生后应该意味着中标运营商在 2013 年春末或夏初就能够启动其 4G LTE 服务。自 2012 年底以来，EE 一直是全国唯一一家经 Ofcom 允许，能够重用其 2G 频谱为客户提供 4G 网络服务的公司。

800MHz 和 2.6GHz 两个频段有不同的属性，想要令其物有所值，取决于投标人想要怎样使用它们。例如，800MHz 的频率能够有更好的覆盖和穿透能力，而 2.6GHz 的频谱在此方面不如 800MHz。由于不同的光谱属性，它们大都以组合形式出售。

英国通信管理局在一份声明中说道：“每个投标者都希望能从竞得一组从 800MHz 到 2.6GHz 频段丰富的组合。投标者的竞标价取决于同一时间有多少其他投标人也选择某个组合。该拍卖会希望大家能够告诉 Ofcom 你们想要为频谱特定组合支付什么。”

一旦最重要的投标阶段结束，Ofcom 将进行一轮附加的最终单轮报价，若投标人有资格进行该轮投标，那么将允许他们向任何组合提交其最终报价。最终价格将使用“第二价格规则”产生，这意味着中标人将以最低的竞标价格支付其竞得的频谱组。来源：2013-1-24 科技资讯网

运营竞争篇

【竞合场域】

三大运营商价格战刹车：2012 资费微降

在经历了长达十几年的价格战后，三大运营商终于不再将价格作为主要的竞争手段。工信部的统计显示，2012 年电信业综合价格水平同比下降仅 1.9%，这说明随着 3G 的普及，已经逐步让三大运营商意识到要更多得靠服务竞争，而不是靠价格手段。不过，人们担心的是，价格战可能会在 4G 时代重演。

最平和的一年

根据工信部多年来的统计，近 5 年来我国电信业资费一直处于持续大幅下降阶段，2008 年至 2011 年，电信综合价格水平下降幅度分别为 8.0%、9.5%、9.3% 及 4.2%。只有 2012 年电信业综合价格水平同比下降仅 1.9%。

也就是说，在过去 5 年中有 4 年都是电信业资费降价，而到 2012 年嘎然而止，使得 2012 年成为电信业价格战最平和的一年。

要印证这一点还可以与更早的几年比较。2008 年时，原国家信息产业部的统计就显示，之前的 5 年来，国内电信综合价格水平累计下降了 53%，其中 2007 年同比下降高达 13.6%。

这种电信资费大幅降价带来的是运营商用户数快速增长，但收入和利润均为同比增长。以 2010 年为例，该年电信资费综合价格水平在 2009 年的基础上又下降 11%，造成的结果是，全国移动电话用户增长 14.9%，但 2010 年全年三大运营商电信主营业务收入同比增长仅 6.4%，远低于该年 GDP 增长水平。

降价曾被认为很有必要

要追究几大电信运营商十余年来的价格纠葛，原因复杂。一方面有依靠降价普及用户的需求；另一方面则是相互间希望使用价格战来遏制竞争对手。一直到 2012 年，中国移动还使用 2G 全球通推“新 88 套餐”的手段，而中国联通则以“2G 随意打”来希望撕开中国移动对 2G 中高端用户的防线。

但近些年三大运营商的价格竞争同时有政府相关部门作为幕后推手的影子。例如 2007 年，原信产部相关负责人就表示，电信价格仍与百姓期望存在差距，这说明竞争还不充分，而电信行业具有一定垄断性，要通过竞争进行发展并继续推进改革，因此，在原信产部和国家发改委的推动下，先是实施了单向收费，后来又进行了长途漫游费改革，使得国内电信价格水平出现了很大幅度的下降。

一直到 2010 年，工信部相关负责人还曾对此表示欣喜，并称，通过推动实行移动本地资费市场调节价，不断加强电信资费信息管理制度建设，引导和鼓励电信企业进一步降低资费水平，近几年电信资费持续下降，2011 年前 11 个月，电信综合价格水平下降 5.1%，其中移动话音业务资费同比下降 7.4%，国际及台港澳漫游资费标准平均降幅超过了 50%。

价格战后遗症严重

不过，这种论调到 2012 年年初已基本停止。因为整个之前 5 年三大运营商的情况已显示出非常不妙。

工信部的统计显示，“十一五”期间，全国电信业务总量实现年均增长 21.3%；电信业务收入年均增长 9.2%。2011 年，全国电信业务总量达到 11726 亿元，同比增长 15.2%；完成电信业务收入达到 9880 亿元，同比增长 10.1%。从“十一五”期间可看出，通信业的发展速度赶不上 GDP 的增速，是发展较慢的 5 年，而且通信业的收入增长率与业务总量增长率相差太大，用户增长没有带来收益。

而价格战已遭到三大运营商内部多数人的反对，不少人认为过去靠价格战的模式来实现增长是失败的，因为价格战带来了部分用户，但不仅没带来收入，还导致巨大支出，比如在固定投资方面，十一五期间，全国电信业固定资产投资总额为 14621.9 亿元，年均增长 8.8%。

实际上这也说明，电信资费降价是有必要的，关键看降价的幅度和目的，如果是为了剿杀竞争对手去降价，那自己也一定会遭到价格战后遗症的报复。

业内担心 3G 时代价格战重演

不打价格战的好处在 2012 年也已经体现。该年全行业完成电信业务总量 12984.6 亿元，同比增长 11.1%；实现电信业务收入 10762.9 亿元，同比增长 9.0%；完成电信固定资产投资 3613.8 亿元，同比增长 8.5%。这种增长是在全年电信资费水平仅降 2% 的基础上实现的。也就是说，通信业的收入增长率总算与业务总量增长率接近，扭转了用户增长快、收入却增长慢的困境，

有人笑称，我国电话普及率日趋饱和，靠人口增长带来的用户增长红利正逐步消失，假如再打价格战，运营商的收入可能要负增长了。

但未来价格战的风险也明显存在。一直传 2013 年将发放 4G 牌照，而业内的担心是，在 3G 时代吃了大亏的中国移动在 4G 时代肯定不会善罢甘休，其利用 4G 切入市场的最初手段很可能就是价格战。不过，同时已有不少人在内部发出警告，若果真如此，三大运营商只回同归于尽，因为未来他们之间并非互为最重要的敌人，无论是互联网企业还是虚拟运营商才是他们最大的威胁。来源：

2013-1-28 新浪科技

[返回目录](#)

为保持利润网络设备供应商被迫调整战略

互联网数据中心(以下简称“IDC”)近日公布的研究结果表明,因全球经济动荡、竞争压力大以及通信服务商(以下简称“CSP”)的支出削减,网络设备供应商正被迫重新调整业务战略,使其更合理化以保持利润。其中,八家全球高端网络设备供应商,2012年的集体营收额约为1240亿美元,约占全球总网络基础设施营收额的90%,现正集中精力提高专业服务和软件产品,因这两者能为其缩减除资本预算外的CSP运营成本预算。据资料显示,这八家高端网络设备供应商分别是:阿尔卡特、讯远通信、思科、爱立信、华为、Juniper、NSN以及中兴。

IDC预计,较之2012年,2013年各大CSP削减资本支出的压力将略有下降,这将会影响到各领先的电信设备供应商。此外,随着CSP转而削减运营成本,提高服务时间,并提供高利润的更具有创新力的移动宽带和云基础虚拟服务的举措,设备供应商们必然会更加灵活和敏捷,以求在不断变化的环境中脱颖而出。

IDC负责电信的研究经理Nav Chander称:“凡是集中于虚拟化产品战略,将开放的以软件为基础的构造同开发者社区概念相融合,通过刺激CSP降低运营成本而创造价值的供应商,将对电信市场产生巨大影响。”来源:2013-1-24 赛迪网

[返回目录](#)

报告称 OTT 是运营商欲借合作之机增收良机

据美国首席营销官理事会(Chief Marketing Officer Council)公布的最新报告显示,OTT提供商正越来越多地被固定和移动运营商视为合作伙伴与共享收益的良机。

在参与首席营销官理事会于2012年第二季度至第四季度进行的最新“用户敏锐度带来的盈利能力”(ProfitabilityfromSubscriberAcuity)调研中,约有44%的电信公司营销负责人证实,他们正在积极探索与OTT服务提供商合作的机会。报告指出,需要特别注意的是,约有31%的受访者正在确定可以提供给OTT提供商的新产品和服务(包括用户分析和行为透视)所带来的收入流。而一年前首席营销官理事会所进行的类似研究表明,88%的受访电信运营商高管将OTT创新服务提供商视为竞争对手,只有6%正积极确立合作伙伴关系。

首席营销官理事会项目副总裁丽兹·米勒(LizMiller)表示：“这一转变与营销引领新的市场和收入机会的作用吻合。考虑到该项研究已经估算出2011年运营商因受到OTT提供商竞争而损失的潜在收入数额(至少138亿美元)，因此电信企业的营销人员将OTT视为一项有待开发的机会不足为奇。”来源：2013-1-29 飞象网

[返回目录](#)

【中国移动】

中移动2012年售终端6000万部 2013年计划1.2亿部

1月23日消息，在今天召开的2013高通中国合作伙伴峰会上，中国移动终端公司副总经理汪恒江透露，2012年，TD终端的销量超过了6000万台，高于中国移动年初制定的5500万台的目标。中国移动已制定2013年TD-SCDMA终端销售1.2亿部的目标，其中智能机要占80%以上。

汪恒江表示，2012年TD终端款型丰富，入网款型比2011年增长了65%，达到451款。智能手机的比例也在不断攀升，2012年第四季度已达94.4%。2012年12月份TD-SCDMA的销量超过了700万台，销量过百万的机型达到了8款。

他透露，中国移动对TD-SCDMA终端的要求首先是坚持规模发展、质量优先原则。在产品部署上将遵循低端优先、中端突破、高端精耕，打造各价位段精品明星产品的原则。同时，在主力产品上还要坚持以往提出的“同时、同质、同价”原则，力争价格、质量更优。

关于2013年，汪恒江说。TD-SCDMA终端的智能机占比将在80%以上，其中定制版6000万台，公开版6000万台，也希望业界的合作伙伴能更加关注公开版。另外，2013年，中国移动将推出更多多模、多频段产品。他说，“希望TD-SCDMA中高端手机能支持TD-SCDMA+WCDMA，同时，也会适度推出TD-SCDMA+CDMA手机，以满足用户的需求”。来源：2013-1-23 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

北京电信推出云服务

昨天，北京电信宣布推出天翼云服务，用户通过“天翼云”就可实现通信录、照片、音乐等内容的安全存储和下载，扩展iPhone5手机的扩展空间。

北京电信相关人士表示,天翼云并不只限于手机用户使用,也不限于 iPhone5 用户使用,但对于手机存储容量不同价格也不同的 iPhone5 用户更有价值。例如,32G 版的 iPhone5 要比 16G 版贵 800 元,而通过云服务,即可免费扩展 15G 的存储空间。

另外,据中国电信内部人士透露,此前苹果 CEO 库克造访中国电信时,与中国电信董事长王晓初、总经理杨杰、副总经理杨小伟等进行了会面,对电信版 iPhone5 销售情况表示满意。来源:2013-1-25 京华时报

[返回目录](#)

北京电信推多项春节优惠套餐

日前,中国电信北京公司推出多种优惠套餐,其中以外地进京务工人员为主的预付费用户和以学生、年轻群体用户为主的飞 young 用户均只需 1 元就可享受漫游主被叫降至 0.2 元/分钟的优惠政策。

针对外地进京务工人员,北京电信专门推出了春节漫游优惠包。用户只要 1 元/月即可从每年 12 月至次年 2 月期间,享受全国漫游主被叫 0.2 元/分钟的优惠资费。而以高校学生为主的飞 young 用户月功能费花费 1 元,在漫游地(不含台港澳)主被叫仅需 0.2 元/分钟,这种 1 元漫游优惠包只在每年的 1、2、7、8 月可使用。此外,飞 young 用户还可办理 2 元包每月 200M 上网流量或 5 元含 500M 业务,这与其他收费流量包能够叠加。

据了解,预付费用户订购 1 元长漫优惠包只需发送“KTMYYHB”到 10001。飞 young 用户漫游优惠包则可使用短信、网上营业厅、10000 客服、营业厅前台等渠道办理。来源:2013-1-23 北京商报

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通推三星大器优惠活动

近日记者从中国联通获悉,用户在春节期间购买三星大器 B9120,将有机会获得中国联通特别定制的限量版《大器中国》画册。

三星大器 B9120 是由中国联通定制的一款高端商务旗舰智能机,配备 3.3 英寸内外双屏,采用主频 1.2GHz 高通骁龙 MSM8260 处理器,安卓操作系统兼容数十万种第三方应用资源。同时,系统内预置了“沃·3G”、“沃商店”、手机营

业厅、116114、手机邮箱等多款联通应用，只需一键登录便可下载包含新闻、生活、游戏、娱乐等手机应用，满足商务用户的移动互联需求。

此次活动所赠送的《大器中国》画册是由《中国国家地理》杂志社制作。画册以“选美中国”为主题，汇集了“中国最美的地方排行榜”。来源：2013-1-23 北京商报

[返回目录](#)

联通云雀创运营商智能通信明星产品

智能手机时代，手机 APP 层出不穷，社交通信类应用一直以来是市场的主力军，其中也涌现出了许多精品，广东联通所推出的智能通信“云雀”就是其中之一。结合了内容端与手机终端管道的运营商，在通信类应用的开发上拥有得天独厚的优势。运营商如何利用这个优势更好地实现营销整合，是业界所关注的问题。联通“云雀”作为基于智能社交化体系所构建的一站式通讯中心，在推出后便受到了用户及行业人士的普遍好评。

聚合分发平台的上线，标志着广东联通以用户需求为驱动力，技术为基础的创新平台落地。甚至有分析师表示，广东联通已掌握了移动互联时代的产业规则。而此次“云雀”的推出更是标志着广东联通创新平台的成熟，这对于探讨整个行业的商业模式都具有深远的意义。

功能突出因在乎用户体验度

移动互联网时代，市场需求成为了一款软件成败的风向标。联通“云雀”贴近用户需求，集合云端通讯录、云快传、云同步等多项应用，同时可实现短信预发、短信留言等独特的运营商功能，是一款真正实现了智能通信的 APP 产品。

通信作为运营商的基础服务，使得运营商在这一方面拥有其它开发者无法比拟的先天优势。结合了强大的云端功能，联通“云雀”拥有短信留言、短信预约等独特功能，迎合了市场在这方面的需求。与普通开发者的“云服务”相比，联通“云雀”通过算法的优化，超高效率的数据压缩，配合 21Mb/S 沃 3G 网络，使得云快传、云同步、云端通讯录等应用实现急速上传。此外，断点续传、即拍、即传等功能均标志着联通“云雀”智能通讯“快速”的特点。其一站式的用户个人中心更是面向未来的个性化门户。

就网友很关注的安全问题，联通在这方面亦是采用了多层安全超级加密保护，而运营商本身的服务器安全性也完全可以让人放心。在跟踪联通云雀开发的过程中，笔者发现其数据库几乎每天都在进行维护升级。

实实在在融入营销资源平台

与市场同类产品相比，智能通信“云雀”融合了“通信化”的特点，更加符合用户的操作习惯，立足打造智能终端与互联网的一体化。据了解，联通以“云雀”智能通讯录为平台入口，直接连接至广东联通独立开发的W0+开放平台，用户通过“云雀”智能通讯录可以无缝访问W0+开放平台旗下的产品，成功打造了一种全新的营销模式。通过第三方资源挖掘，刺激用户的潜在消费需求，提升相关业务的营销能力和盈利模式。这一模式还为用户提供了一站式服务体验，使得用户可以获得更好的体验感知和更丰富的内容。

创新的潮流化与移动互联网发展趋势

创新一直是广东联通保持快速发展的源动力，此次联通智能通信“云雀”通过激发用户对于特色功能的需求，利用无缝对接的互联网入口带动W0+开放平台的经营，进而推动整个移动互联网产业的发展进步。广东联通利用自身的运营商优势将应用网络化，借助时下流行的云计算技术，将手机端、PC端、运营商三者之间巧妙的结合，更好地为用户提供全方位的便捷服务，符合当下移动互联网的发展趋势。来源：2013-1-26 新浪科技

[返回目录](#)

小灵通未消亡仍表现活跃：2012年户均通话746次

工信部的统计显示，截止2012年12月，我国小灵通(即无线市话)用户减少560.3万户，还剩1224.9万户，且通话量仍有91.5亿次，这表明我国小灵通并未按时退网，并且仍有相当活跃度。

2009年2月，工信部曾发布通知，要求小灵通在2011年底前将彻底退市。如今，一年过去了，小灵通还没有完全退市，“目前还未接到工信部要求小灵通彻底退网的具体文件，包括基站拆除、计费系统关闭等都没有出台政策”，对于小灵通最新的政策，中国联通一位相关人士如此回应。

实际上，根据工信部的数据，2012年小灵通用户减少560.3万户，达到1224.9万户，相当于减少了31.4%。小灵通用户在固定电话用户中所占的比重从上年末6.3%下降到4.4%。

这与小灵通发展高峰时期用户多达1亿自然是没法比，以山东济南为例，济南小灵通用户最多的时候达到了60多万户，现在还有近14万户在网，使用比较活跃的只有不到4万户了。

但小灵通用户毕竟还有相当活跃度，根据统计，2012年无线市话通话量91.5亿次，虽然同比下降了62.3%，但每个用户平均通话仍达746次，相当于每天平

均通话两次以上，这表明很多用户并不愿丢弃小灵通。来源：2013-1-29 新浪科技

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴巨亏现管理问题：调整结构销售话语权增加

1月20日，中兴发布2012年亏损预警，预计全年归属于上市公司股东的净利润同比下降221.35%-240.77%，亏损为25亿元至29亿元。

“但我们已经度过了最艰难的时期”，中兴通讯一位中层管理人员说。他所在的销售体系已经在2012年年底完成了结构调整，“大大增加了客户端的话语权”。

这次架构调整比2012年四月时的变化更加彻底，当时是将部分研发以方案经营部的形式并入销售体系，如今彻底取消体系概念，以总部-事业部-代表处的扁平化架构，让所有资源听从一线销售调配。

国金证券分析师陈运红认为，这表明中兴意识到业绩亏损实质是由于管理水平没能匹配规模发展的步伐导致，表现在目标考核、产品定价、项目进程管理等方面机制不合理。

中兴在预亏公告中称，将持续进行结构优化，提高效率，最核心的就是以销售为中心的扁平化改革。陈运红认为，管理框架的重构效果直接决定了未来几年公司可持续发展空间。

收权销售

在以往的架构中，中兴的研发、市场营销和销售三大体系构成了关系最密切的经营链条，但由于相对独立的运作架构，在实际运行中的摩擦系数越来越大。

“研发体系中的产品线总经理有很大的权力，他可以决定做什么产品，怎么做，包括定价、销售策略等，而一线销售的实际需求只是一种建议，导致很多突发性的需求得不到响应。”一位中兴内部人士说。

在销售顺利外部环境不错的时候，这种研发为重的矛盾还不激烈，但如果遭遇销售不利竞争激烈的恶劣市场环境，这种矛盾就会越来越突出，销售感受的掣肘会非常强烈。

比如说客户向销售提要求，尽快修改一款正在洽谈合同的产品中的某项性能，但产品线很可能会认为与其节奏冲突而不能满足，或者销售希望价格能调整到一

个水平，但产品线却认为会伤害利润不同意，也有时候销售已经谈好一个利润丰厚的意向性价格，而产品线急于清库主动给客户一个更低的价格，造成销售的被动。

这种结构在过去十年没有显示出太激烈的影响，但在当前形势下，中兴选择了天平向销售的倾斜。在预亏公告中，中兴称将取消体系概念，事业部直接对接各销售代表处，取消产品线，归入各销售营中。

负责国内市场的中兴三营一位中层人员表示，现在决定产品的销售策略和价格时，将由研发和销售组成的 3-4 人小组来共同决定，而其中又以销售人员的意见为重，大大提高了销售的针对性和灵活度。

中兴同时进行了高级副总裁一级的高管层调整。原先负责整个研发体系的执行副总裁谢大雄卸任，据称将进入监事会，而原先负责物流体系的田文果执行副总裁将负责整个全球市场的销售。

扁平化管理

收权到销售的同时，中兴宣布将主要以“总部-事业部-代表处”的方式，取消区域管理，减少决策层级。

以负责国内销售的三营为例，以往三营内设立了全国 29 个代表处，在这之上，又设立了 6 个区域总经理，各自负责 4-5 个代表处，再向主管三营的高级副总裁汇报。

“虽然区总并无实际的人权和财权，但是取消之后我们的工作也会简化不少。”中兴一位代表处人员表示。

中兴在市场机遇的把握上以独到的卡位而非引领为特点，说明其决策并不擅长于快速反应，而“让听得见炮火的人来决策”的华为却在近些年来显示了超越或引领的气质。中兴在一些长期投入的领域获得的领先，常常很快被华为赶上甚至反超，比如在 TD-SDMA 和 TD-LTE 上，中兴投入最早，一度是中移动最大的供应商，但目前在市场份额上与华为不相上下。

事实上，以往中兴的矩阵式管理体系纷繁复杂，就连内部员工都常常搞不清楚，取消区域管理可能只是改革的第一步。

国际市场再发力

实施“大国大 T”策略，以激进手段加速国际市场占有率和扩大规模，被视为中兴利润不佳的主要因素之一，在三季度出现首度亏损时，中兴总裁史立荣曾对《通信产业报》(网)表示，未来会重新审视国际市场策略，减少在长期不出单市场的投入，削减不盈利项目，提高国际市场的利润。

新一轮高管调整也主要针对了欧美等发达市场，力求在高产出地区实现新的突破。在一份内部文件中显示，原负责欧美市场销售的高级副总裁朱进云将去负

责云计算和 IT 事业部，而由于业绩突出，原美国分公司 CEO 程立新将负责整个欧美市场销售，原负责中兴手机市场的副总裁熊辉将领导负责拉美市场的销售五营。

多家投行报告称表示看好中兴 2013 年收成。摩根士丹利发表报告指出，中兴逾九成的低利润订单，已在 2012 年第二至第四季入账，公司 2013 年利润率将进一步改善，而内地部署 TD-LTE 将成主要股价催化剂。

LTE 亦是决定中兴国际市场收成的关键，中兴内部人士表示，公司希望由 LTE 来反向整合国际 2G 和 3G 市场，以拉近与对手距离，实现进入前三的目标。中兴目前在国际 LTE 市场卡位比较圆满，已经实现 100 多个商用和试商用网，与对手差距不大，在国内 TD-LTE 市场上，中兴不但是第一军团，还占据了有利的地理位置，广东、香港等经济发达大省进入囊中。来源：2013-1-28 通信产业网

[返回目录](#)

【华为】

华为推 3990 元高端智能手机

国产品牌在 2012 年第四季度挤进了全球出货量前五名，华为、中兴分列第三、第五名。其中华为智能手机出货量达 1080 万部，超过诺基亚、RIM，成为仅次于三星、苹果的全球第三大智能手机厂商，占市场份额的 4.90%。华为日前发布的 2012 年业绩预测报告，其消费者业务收入约 484 亿元，占集团收入总量的 22%。其中，智能手机发货量增长 75%，规模突破日本、北美和欧洲等高端市场。

2012 年，华为相继推出 Ascend P1、D1 等战略性产品，借此开拓智能手机高端市场。日前华为发布了其新的 Android 旗舰智能手机 Ascend D2，售价 3990 元，这也是华为迄今为止在国内售价最高的手机。从 1 月 28 日起该款手机将于广州天河城华为品牌店及各渠道开售。

中兴手机也于 2012 年年末推出其首款高端机型——Nubia Z5，32G 版定价 3456 元，钛金属定制版价格高达 7890 元。不仅仅如此，此前联想也宣布 2013 年将专注于 3000 元以上高端手机；魅族新一代智能手机 MX2，16GB 版售价 2499 元；酷派则与中国电信联合推出 4000 元以上手机。国内手机厂商，正试图摆脱“低价”路线，重塑品牌形象。来源：2013-1-29 南方都市报

[返回目录](#)

华为 2012 年揽 2202 亿销售收入

“优等生”华为昨日对外披露其 2012 年业绩预测：归功于新的电信项目及智能手机销售增长，公司预计 2012 年销售收入将达 2202 亿元，同比增长 8%；净利润 154 亿元，同比大幅增长 33%。

华为首席财务官、华为总裁任正非之女孟晚舟亦首次面对媒体，她表示，华为 2012 年奖金总额为 125 亿人民币，同比增长 38%，高于净利润增幅。孟同时透露，2013 年华为仍能保持 10%-20% 的增长。

扭转净利下滑局面

孟晚舟在媒体简报会上称，未经会计师事务所最终审计的数据显示，2012 年华为销售收入同比增长 8%，达到 2202 亿元，净利润达到 154 亿元，每股可分配利润 1.41 元。同比 2011 年的 116 亿元净利润，涨幅达 33%。

2011 年，华为年度全球销售收入为 323.96 亿美元，尽管销售额同比增长 11.7%，净利润却大幅度下滑 52.9%。此次，华为一举扭转了其净利下滑的局面。

运营商业务仍然是华为的最主要收入来源，销售收入约 1603 亿元，占收入总量的 73%。消费者业务收入约 484 亿元，占比 22%，智能手机发货量增长 75%，规模突破日本、北美和欧洲等高端市场；处于起航阶段的企业业务，收入约 115 亿元，同比增长 25%，占收入总量的 5%。

华为还首次披露了区域收入占比，中国区收入 736 亿元，占比 33%。此外包括亚太区、美洲区、EMEA（欧洲、中东及非洲）等在内的来自海外的整体收入约为 66%。

同时，孟晚舟强调，华为 2012 年度奖金总额比 2011 年提升 38%，达到 125 亿元。但包括董事长孙亚芳、总裁任正非、CFO 孟晚舟、消费者 BG 董事长余承东、CEO 万飏、企业业务 CEO 徐文伟等在内的高管则将“零奖金”。华为人士透露，由于企业集群和终端两项业务有个别指标未达标，因此高管放弃年终奖；而奖金总额大幅提高，意在吸引更多人才。

2013 年仍将保持 10% 以上的增长

同城兄弟中兴通讯也于 20 日晚间发布 2012 年业绩预告，与华为形成冰火两重天的鲜明对比。业绩预告称，全年归属于上市公司股东的净利润同比下降 221.35%-240.77%，亏损为 25 亿元至 29 亿元。这一数字创下了中兴通讯自成立以来的最高亏损记录。

尽管如此，稍微让中兴通讯可以喘口气的是，2012 多项举措取得了一定效果，公司预计 2013 年一季度将实现盈利。

业绩迥异，但对于 2013 年的发展，两家都将目光放在了老本行——运营商市场。大数据时代将会促使运营商进行 4G+ 等 MB B 网络建设、F T T x 等 F B B 建设；同时，智能手机产业方兴未艾，政企网市场仍有广阔发展空间。“多层有利因素将促进中兴进一步发展。”中兴内部人士向南都记者强调。

孟晚舟则预测称：“我们预计 2013 年的运营商市场仍然能保持 10% 的增长，企业业务市场和消费市场具体的数据还在核算中，但应该也能有 10% 以上的增长。”

数据显示，目前华为已获得超过 130 个 L T E 商用网络，中兴通讯也在全球部署了 100 多张 L T E 商用及试用网络。随着 4G 的规模化建设，两大巨头有望提前锁定收益。

或超越爱立信成行业老大

目前，爱立信、诺基亚西门子、阿尔卡特朗讯，以及中国的华为、中兴通讯，位列全球通讯设备制造商前五位。多位市场分析师预计，爱立信 2012 年的营收将在 348 亿美元左右，约合人民币 2164 亿，其多年来牢据的榜首位置可能被华为抢占。

目前全球已发布的 130 个 L T E 商用网络中，华为部署 64 张 L T E 商用网络，并已获得 130 多个 L T E 商用合同，位列全球第一。华为方面透露，目前华为是全球 T O P 50 运营商中 45 家的合作伙伴。对华为来说，这正好是最有力的武器——传统运营商业务占了华为超过 70% 的收入。

最新的好消息来自印度。22 日华为与印度四大 IT 集团之一的 H C L Infosystem s 达成合作关系，H C L 将在印度全国范围负责华为整个产品系列和解决方案的分销。“我们认为印度市场具有巨大的潜力。我们希望借此将我们的 ICT 产品和解决方案带给顶级的 200 个城镇以及 T ier3& 4 城镇，甚至是农村市场。借助 D D M S 的结构化网络，这将成为可能。”华为印度公司企业业务集团总裁 Eric Yu 在一份声明中称。来源：2013-1-23 南方都市报

[返回目录](#)

华为首度进军三千元以上手机市场

头戴“价格屠夫”帽子的国产手机也尝试获取更高利润。昨天记者了解到，华为不久前在 CES 上亮相的 D2 已在国内上市，定价为 3990 元，这也是华为首次推出价格在 3000 元以上的手机产品。

此前华为推出的 P1、D1 等旗舰手机上市价格为 2000 元出头，这也是国产手机的定价缩影。据手机连锁卖场迪信通 2012 年的销售数据，2500 元成了国产手

机的定价门槛，但低价格也使国产手机虽出货量高，盈利却不理想。来源：
2013-1-28 京华时报

[返回目录](#)

华为消费者终端业务整风：以商业成功为导向

虽然在 2012 年的最后一个季度“荣登”全球手机第三大厂商，但华为并没有为此感到过于兴奋。

在最近流出的新年致辞中，华为消费者 BG (消费者终端业务) 负责人余承东表示，2012 年华为消费者 BG 实现经营贡献利润同比增长超过 40%，盈利能力得到了明显改善，但预计销售收入约 78 亿美元，仅同比增长 10% 左右。而这一成绩并没有达到年初时定下的目标。

他表示，在行业洗牌期，谁盈利就意味着谁有机会主宰未来，一些业界公司的发展危机，某种原因正是忽视了“商业成功”的本质。

《第一财经日报》了解到，早在两个月前，华为消费者 BG 内部已经展开了第一次“深刻理解商业成功导向”的整风会议，强调把盈利和消费者等服务为导向的“商业成功”放在首位。

对于华为来说，过去一年中外界评价最多的就是进步很快。

在 2011 年，华为将旗下所有面向消费者的业务如手机、其他终端设备、互联网以及芯片业务 (主要由华为控股的海思公司承担) 整合在一起，组成了消费者 BG。

“2012 年，我们开启从传统 B2B 业务模式向 B2B2C、B2C 模式艰苦转变，从 ODM 白牌到 OEM 华为品牌，从功能机到智能机、从低端扩展到中高端，这几个转变，像在快速行驶的汽车上更换轮胎，其艰苦，非躬自入局者无法感受。”余承东说。

IDC 分析师 Kevin Restivo 表示，虽然三星和苹果称霸市场，不过智能手机市场的高速发展表明挑战者还是有一定的机会，具有一定独特性的厂商通过低价产品可以快速取得市场份额，尤其是在新兴市场。“其中一个例子就是华为，它超过了 LG 成为手机厂商前五，并超越 HTC 成为智能手机厂商第三。”

依靠着以运营商为基础的“全球营销和供应链”体系，华为在国际化的轨道上冲进了快车道。但在渠道和品牌服务上，华为仍难与国际一线厂商抗衡。

华为内部一位管理人员在整风会议上指出，从业务特点来看，终端行业是一个风险相对高的行业，企业要敢于尝试，但落实到行动上应该有策划，不盲目扩张。

而另一名管理人员则表示，目前要处理好基础粮仓业务，未来增长业务的关系，投资节奏、价值评价要科学。“基于终端的现状来看，我们应该清醒地认识到商业上的成功是最关键的，而不是虚无缥缈地追求所谓的全球品牌。”

“我们产品版本经常变，基础的功能也没有做好，用起来会感觉比较跳跃。我们的价值导向应该是要把最基础的功能如电话、短信、联系人等做好做到极致，做得简单、易用、快捷、步骤少，设计人员应该多做减法。”余承东在内部会议上说。

余承东在新年致辞中强调，终端行业容易泡沫化，昙花一现者多，以商业成功为导向的整风抓住了业务的关键，将盈利和风险控制作为重要导向牵引考核。
来源：2013-1-29 第一财经日报

[返回目录](#)

华为成智能手机出货量季军：或面临巨头反扑

2012年最后一季度，华为智能手机出货量超过诺基亚、索尼，一举跃进全球前三位，这成为了国产手机发展的一个标志性事件。

有外媒撰文称，华为的崛起使其可能成为苹果、三星的挑战者。华为的迅速崛起，是否意味着中国企业有希望在行业内站稳脚跟，甚至挑战苹果、三星的市场地位？接受《每日经济新闻》记者采访的业内人士认为，国产手机在创新能力、综合实力上仍需要大的提升。

据华为披露，2012年其运营商、企业、消费者三大业务分别录得1603.7亿元、115亿元、484.22元的收益，占收入比分别为73%、5%、22%。面向消费者的手机、平板电脑等业务正在成为华为的一项重要营收来源。

国产智能手机发力

1月26日，调研机构IDC公布了最新的研究数据，2012年全年智能手机的总出货量达到7.126亿部，年增幅达到44.1%。其中，2012年第四季度智能手机市场的总出货量达到2.194亿部，同比增幅达到36.4%。

值得注意的是，2012年四季度华为智能手机出货量达到1080万部，占市场份额5%，排名全球第三。中兴通讯当季智能手机出货量为950万部，位列第五。

IDC研究部门经理Ramon Llamas表示，华为和中兴跻身智能手机市场前五，这标志着全球市场已出现重大改变。

在高科技企业的国际竞争中，专利储备一向是衡量企业真正实力的重要武器。

美国科技杂志《IEEE Spectrum》每年都会公布各个领域的专利排名，该排行榜主要基于专利质量和数量。

2012 年全球企业专利实力排名中，在通信/互联网设备领域，高通、思科、诺基亚分别位居前三位，华为排名第十七位，逐渐显现出与巨头分庭抗礼的技术实力。

面临内外竞争压力

目前，全球手机行业，苹果一家独霸近 75% 的利润，三星则蚕食了另外的 20%，剩下的才由大大小小的手机厂家瓜分。同时，诺基亚、黑莓、索尼等传统通信巨头纷纷走向颓势。

IDC 数据显示，诺基亚智能手机出货量由 2011 年的 7700 万部下滑至 3500 万部；HTC 出货量由 4400 万部下滑至 3300 万部；与此同时，黑莓智能手机出货量由 5100 万部滑落至 3300 万部。

对此，iSuppli 中国研究总监王阳向《每日经济新闻》记者表示，华为与苹果、三星相比，其综合实力仍然有较大差距，且面临的竞争压力也与日俱增。

王阳表示，目前华为、中兴销售的产品普遍价格、利润较低，而其对手诺基亚、索尼、黑莓等均是消费电子行业巨头，且产品一直锁定高端市场，在消费者心中具有更强的品牌影响力。

“国产品牌手机的崛起，可以说是利用了这些巨头转型的低谷期。由于功能机库存压力较大，诺基亚、索尼、LG 等公司在产品切换上没能够迅速甩掉包袱，才给了其他公司以市场机会。但是，目前这些公司都正在走出低谷期，无论是从产品出货量、旗舰机受关注程度、还是这些公司的股价表现来看，均出现了明显信号，在这种态势下，2013 年国产手机将会面临非常大的竞争压力。”

此外，国产手机突围还面临着来自内部的压力。

“为什么中国不缺好的产品，但缺乏国际知名的品牌呢？因为我们在做产品规划的时候，缺乏全球化的视野。比如在中国市场有人用低配平台做 4 寸、QHD 屏的手机，虽然卖得很便宜，但这样做消费者体验肯定不好，而大部分消费者对于产品的定位是没有辨识能力的。手机没有灵魂、无法打动客户的心，最后只能靠价格战。”他说。

易观研究认为，移动智能终端市场目前处于发展阶段，市场中主流厂商逐步确立，在此阶段品牌成为了最核心的竞争力。

华为作为电信通讯服务商出身，借助运营商销售模式取得较高市场份额，并成为国产智能手机的典型代表。但其终端在与软件和应用服务的结合方面与领先企业仍存在较大差距，创新能力有待提升。来源：2013-1-29 每日经济新闻

[返回目录](#)

华为中兴申请入围印度“国内制造商”名单遭拒

印度电信部 (DoT) 已经驳回了华为和中兴最近希望将其包含在一个国内电信设备制造商名单的要求, 表面上主要是基于安全理由。中国网络设备供应商曾试图援引其作为印度重大的制造业存在, 符合 DoT 的本土附加值标准, 并且在印度有着数十亿美元的投资计划, 从而应被列入“国内制造商”地位。

GSM、CDMA 和双技术公司的行业机构也代表电信部门进行了游说。内部文件显示, 华为的请求遭到拒绝, 是由于目前的国内电信设备制造商名单是由电信设备制造商协会 (TEMA) 起草的, 而这一组织代表的是印度的电信设备制造商。

“(国内) 制造商名单由 Tema 准备, 所以 DoT 没有什么行动是必须的。”一份内部电信部门文件表示。再仔细一看这份“被证明的国内电信设备制造商”名单, 会发现它充斥着 Tema 成员, 包括 C-DoT、ITI、BEL、HFCL、Coral Telecom、SM Creative、Prithvi Info Solutions、United Telecom、VMC Systems 和 Fibcom。中兴通讯的要求 (被包含在在国内设备制造商名单) 似乎也因同样的理由被拒绝了。

“我们已经包含了来自行业的成员, 我们现在可能不会将它们 (华为和中兴通讯) 包含在内。”经济时报看到的一份 DoT 的内部文件上显示。此外, 电信部门还驳回了中兴通讯印度公司加入一个旨在促进国内电信制造业组织的要求。

DoT 作出这一决定的时间点, 恰逢政府面临的来自国有电信研究机构 C-DoT 等以安全理由拒绝中国供应商参与敏感政府项目方面的压力越来越大。作为 DoT 到 2020 年提升本土设备容量规模压力的一部分, 许多像 SDH 光纤传输系统、DWDM、GPON 微波无线系统等由华为和中兴通讯在印度进行制造的设备, 被标记为涉及“安全敏感”, 这些设备需要从本土供应商采购。

在它们给 DoT 的信中显示, 华为和中兴通讯试图寻求其“国内制造商”地位, 因为他们已在钦奈和马尼萨尔 (Manesar) 投资了大型本土制造工厂, 并满足所需的关于部署当地资源和采购原材料方面的本地附加值标准。华为印度公司首席执行官 Cai Liqun 还向 DoT 提醒了关于该公司未来几年 20 亿美元的投资计划, 包括一个将在 2013 年准备好的 2 亿美元的研发校园。

华为和中兴通讯的印度子公司正寻求“国内制造商”地位, 并确保能够轻松参与国家大型 PSU 招标, 鉴于政府的新重点将在于被视为“安全敏感”的电信设备生产的背景。

2012 年, DoT 公布了促进网络设备制造的新法规。根据这些规则, 移动电话公司到 2020 年需要从本土供应商采购其网络设备的 80% 和其他相关基础设施。

来源: 2013-1-28 中国通信网

【诺基亚】

诺基亚或停发年度股息以储备现金

为了在销售额下滑的过程中节省现金，诺基亚有可能在 20 多年来首次停发年度股息。

诺基亚可能会在周四发布第四财季业绩时宣布这一消息。此举可能引发投资者对诺基亚复苏前景的质疑。该公司已经在智能手机大战中远远落后于三星和苹果。

诺基亚本月初发布业绩预告称，由于展开了大幅成本压缩，且 Lumia 手机销量强劲，该公司有望恢复盈利。这也推动其股价在过去 10 个交易日里上涨超过 16%。

但该公司还表示，其第四财季设备和服务收入下滑 35%，至 39 亿欧元(约合 52 亿美元)。分析师则估计，该公司的净现金储备将从一年前的 56 亿欧元下滑至 34 亿欧元。

分析师也持谨慎态度，认为诺基亚的成本压缩可能为其提供更多喘息空间，但要夺回市场份额，仍有很长的路要走。

摩根大通分析师桑迪普·德士潘德(Sandeep Deshpande)说：“除非诺基亚的智能手机显示出明显的强劲增长迹象，否则这种复苏无法在中长期内得以持续。”

诺基亚第四季度 Lumia 手机销量为 440 万部，但分析师估计，该公司在高端智能手机市场的份额仍然为 5% 左右。这意味着 2010 年从微软空降为诺基亚 CEO 的史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)仍然面临压力——正是他在 2011 年 2 月决定投入 Windows Phone 的怀抱。

埃洛普曾经表示，该公司的系统转型需要两年时间，但现在距离当时宣布这一消息已经接近两年。

投资者认为，倘若 Lumia 的销量增势无法在 2013 年延续，埃洛普便有可能改变战略，或者离开诺基亚。

很多业内人士都认为，采用 Windows Phone 8 系统的 Lumia 820 和 920 将成为诺基亚“不成功，则成仁”的两款产品。

这些手机采用鲜艳的外壳，还内置高清摄像头。虽然获得了消费电子测评人士的好评，但供应不足却对销量构成了压力。知情人士称，主要的供应链问题来自存储芯片。

虽然 Asha 等较为简单的功能手机销量仍然好于很多人的预期，但分析师认为，诺基亚的长期生存前景取决于高利润率的智能手机。

包括新兴市场在内，全球各地的消费者对手机上网和 Facebook 等社交网络的使用需求越来越大。

投资者还希望听到诺基亚公布有关诺基亚西门子通信公司的计划。这家与西门子合资的电信设备制造商近期显示出复苏迹象，因此市场预计，该公司有望筹备上市，以便为诺基亚募集更多资金来发展智能手机业务。

然而，由于诺基亚股价过去 3 个月已经上涨近 60%，令多数分析师持谨慎态度。目前有 22 位分析师给予该股“卖出”或“强烈卖出”评级，13 位给予其“买入”或“强烈买入”评级。

诺基亚自 1989 年以来每年都会派发股息，2012 年派息额为每股 0.20 欧元。
来源：2013-1-24 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚预计一季运营利润为负 股价大跌 8%

在发布 2012 财年第四季度财报后，诺基亚股价周四在纽约证券交易所大跌 8%，主要原因是诺基亚预计 2013 财年第一季度运营利润为-2%。

诺基亚周四发布了 2012 财年第四季度财报，净营收 80.41 亿欧元(约合 107 亿美元)，净利润为 2.02 亿欧元(约合 2.7 亿美元)，而上年同期净亏损超过 10 亿美元。

诺基亚预计，基于非国际财务报告准则(non-IFRS)，2013 财年第一季度运营利润为-2%(上下波动 4 个百分点)，而 2012 财年第四季度为 1.3%；位置与电子商务部门运营利润率将转为负值，而 2012 财年第四季度为 14.4%；诺基亚西门子通信公司运营利润率为 3%(上下波动 4 个百分点)，而 2012 财年第四季度为 14.4%。

诺基亚周四还宣布，计划暂停派息以加强其现金头寸，这将是 143 多年来诺基亚首次停止派息。

周四，诺基亚股价在纽约证券交易所以 4.18 美元开盘，较周三收盘价相比跌幅高达 11%，收盘价为 4.26 美元，跌幅为 8.19%。过去 52 周，诺基亚最高股价为 5.87 美元，最低股价为 1.63 美元。来源：2013-1-25 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚代工需求下滑 富士康国际 2012 年净亏

全球最大的手机代工企业富士康国际 (02038.HK) 前天傍晚公告透露, 2012 年全年将出现净亏损, 不过 2012 年下半年的净亏损额已小于上半年。

富士康国际称, 与 2011 年 7280 万美元的净利润相比, 2012 年出现净亏损的主要原因是若干主要客户需求下降导致产品销售额减少、定价不利变动, 成本上升也使公司毛利率下跌, 以及公司若干资产的减值。

不过, 富士康国际 2012 年下半年的净亏损额已小于上半年, 主要是公司在提高营运效率、成本合理化及资源优化方面不断努力, 以及出售了一些公司资产。

据了解, 富士康国际并没将苹果手机的代工业务置入, 目前香港上市公司业务的主要客户为诺基亚。2010 年, 也是受累于诺基亚等在全球智能手机市场的份额下降, 富士康净亏损 2.18 亿美元。

2012 年上半年, 富士康国际营业收入为 25.04 亿美元, 净亏损 2.26 亿美元。此前有传闻称, 富士康今后将把苹果代工业务逐步置入香港上市公司, 但并没得到富士康方面的确认。

一位分析师认为, 即使置入苹果代工业务, 苹果订单对富士康的业绩贡献很可能会延期至 2013 年下半年。因为苹果 2013 年第一季度业绩展望疲软, 预计 2013 年上半年苹果代工订单的需求不会很强劲。

但也有乐观分析指出, 越来越多的互联网和软件公司有意进军智能手机市场, 包括亚马逊、谷歌、微软、小米和腾讯等, 而这些公司无手机生产线, 富士康将领先其垂直产业链优势获得大量订单, 可望提高产能利用率至 80%。来源:

2013-1-25 第一财经日报

[返回目录](#)

【其他制造商】

酷派欲三年进全球手机商前五

日前, 国产手机厂商宇龙酷派制定了三年发展计划, 销售目标将在 2016 年达到 300 亿元, 进入全球手机厂商前五名, 重点布局北美市场、欧洲市场等, 海外市场营收在总收入的占比达到 30%。

来自美国市场的数据显示, 酷派联合美国运营商 MetroPCS 在美国联合推出的一款 LTE 4G 手机“QUATTRO”销售颇佳, 这款酷派自主品牌手机受到市场欢迎, 销量已超过 100 万部, 成为中国厂商目前在美国市场销量最大的一款 LTE 手机。这成为酷派深耕北美市场的良好开端。

宇龙酷派常务副总裁李旺表示，酷派为全球化布局，将打造一流的研发和营销团队。未来三年，酷派将投资数亿元在全球建立研发中心。目前酷派建立了美国研发中心和印度研发中心，研发人才实现本土化。同时，酷派计划在欧洲一些国家建立研发中心，预计酷派未来三年将建立一个 5-6 个左右全球化的研发中心，研发人数将达到 2000 人。来源：2013-1-23 北京商报

[返回目录](#)

iPhone 继续称霸美国智能机市场：份额超 51%

WPP 旗下市场调研公司 Kantar Worldpanel Comtech(以下简称“Kantar”)发布的最新数据显示，在截至 2012 年 12 月 23 日的三个月里，iPhone 仍然是美国智能手机市场的霸主，市场份额高达 51.2%。

Kantar 报告称，iOS 是当季美国最畅销的智能手机平台，市场份额达到 51.2%，高于 Android 的 44.2%。报告指出，Android 的市场份额依旧保持稳定，但其他智能手机平台用户转而购买 iPhone 的人数持续增长。相比 2011 年，2012 年 iPhone 面向 Android 用户的销量增长了 10%。

Kantar 报告写道：“2012 年，在 iOS 智能手机销售中，有 36%来自于其他平台的用户。随着这一数字未来保持稳定，Android 用户转投苹果阵营的比例会上升。2012 年，在 iOS 智能手机销量中，19%由 Android 用户贡献，而 2011 年只有 9%。”

在转投 iOS 平台阵营的用户当中，绝大多数来自于 Verizon。在 Verizon 2012 年销售的 iPhone 当中，大约 49%由另一个智能手机平台用户贡献，30%来自 Android 用户。但在 AT&T，只有 6%的 Android 用户转投苹果怀抱，而大多数购买 iPhone 新机型的用户(55%)，都来自于现有 iPhone 用户。

Kantar 报告写道，在美国市场智能手机销售中，AT&T 仍然以 33.3%的份额排名榜首，Verizon 以 32%的份额紧随其后：“在此期间，美国三大运营商的排名仍然保持不变，AT&T 以 33.3%的智能手机销售份额继续排名榜首。”

“不过，AT&T 的销售份额略有下降，与 Verizon 差距缩小，后者以 32%的份额依旧保持稳定表现。Sprint 也是经销 iPhone 的重要运营商之一，虽然 iPhone 销售份额略有增长，但在所有智能手机销售中的份额下滑至 14.8%，依旧排名第三。” 来源：2013-1-23 新浪科技

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

2013 全球电信设备采购量或将增长

在经历了 2012 年的经济危机导致的市场大幅萎缩后，电信网络运营商 2013 年有望增加设备开支，从而令爱立信和阿尔卡特-朗讯(以下简称“阿朗”)等公司获益。

增长前景

行业高管和市场研究人员对 2013 年的市场增长前景存在分歧，但他们都预计，由于运营商将加大对 4G 宽带网络的投资，因此美国、巴西和中国对网络设备的需求将带领整个市场实现增长。

在债务危机和经济疲软导致运营商大幅削减 2012 年的网络开支后，欧洲市场预计将再次陷入停滞。虽然沃达丰和法国电信等公司都在建设 4G 网络，但由于担心欧洲较低的手机资费可能无法给额外的投资带来回报，他们将比 Verizon 无线和 AT&T 等美国运营商更加谨慎。

受该趋势影响，Gartner 等市场研究公司也预计 2013 年的全球运营商网络设备采购量将增长 2.3%，至 790 亿美元。这一数字在 2012 年降低了 6.6%，至 773 亿美元。Gartner 预计，北美和拉美将增长 4%，亚洲(日本除外)将增长 3.6%。

市场研究公司 Infonetics Research 则更为乐观，该公司预计，在经历了 2012 年的停滞，这一数字 2013 年将增长 13%。该公司分析师史蒂凡·泰拉尔(Stephane Teral)认为，运营商在推迟了 2012 年的网络投资后，2013 年将追加更多投资。

华为预计，2013 年的全球网络设备市场将增长 5%。其他厂商也都有可能在发布年报时给出预测，诺基亚西门子通信公司(以下简称“诺西”)将于 1 月 24 日发布财报，爱立信为 1 月 31 日，阿朗为 2 月 7 日。

“电信运营商对他们的整体资本开支仍将保持谨慎。我不认为大型设备厂商 2013 年的收入会有太大增长。”Gartner 分析师德博拉·基什(Deborah Kish)说，“运营商最需要的帮助是设计和整合日益复杂的网络，降低因为移动流量飙升导致的宕机事件。这经常需要软件解决方案和科技咨询服务，而不仅仅是五大厂商之前所提供的纯硬件产品。”

爱立信、诺西和阿朗都通过外包合同为运营商提供网络管理软件，但与 IBM 和 Wipro 等对手竞争的过程中却并不具备太大优势。

价格压力

全球网络运营商目前都处于长达数年的 4G 网络升级周期中，这项名为 LTE(长期演进)的技术最多可以将下载速度提升 10 倍。由于视频下载和移动上网等数据流量经常导致网络拥堵，运营商还需要投入资金避免宕机，并改善客户服务。

智能手机和平板电脑的崛起虽然提升了苹果和谷歌等公司的利润，但却并未给网络设备制造商带来太大利益。

激烈的市场竞争也导致多年以来的网络设备价格下跌，挤压了厂商的利润率。不过，由于华为已经不再需要通过牺牲利润来夺取市场份额，因此该公司已经基本停止了价格战，使得价格压力有所缓解。但行业高管认为，中兴和三星等公司仍在降低价格，以期赢得更多合同。

据行业知情人士透露，爱立信和诺西也曾经通过降价保留关键客户，他们曾经在欧洲接受过利润率较低的 3G 网络升级合同。

这也导致爱立信的营业利润率过去 6 年来缩水一半，2012 年前 9 个月仅为 10%。阿朗自 2006 年成立以来尚未实现稳定盈利。

与此同时，华为的整体营业利润率却从 2006 年的 7%，增长到 2009 至 2010 年的 15%至 16%，但 2011 又下滑至 9%。由于华为仍是私有公司，因此并未披露网络设备业务的详细利润。

然而，行业高管和分析师认为，电信设备厂商的基本面压力不太可能在 2013 年得到太大缓解。阿朗 CEO 韦华恩 (Ben Verwaayen) 上月说：“2013 年的市场趋势不太可能较 2012 年发生太大转变。”

为了扭转 2012 年两个季度的亏损，阿朗将压缩 12.5 亿欧元成本，并增加债务。该公司目前在全球移动网络设备市场排名第四，但在利润丰厚的美国市场份额较高。

然而，诺西 2012 年却实现了更为强劲的复苏，这主要得益于该公司的重大重组。诺西希望通过重组甩掉与核心移动宽带业务无关的部门，并裁员 1.7 万人，从而到 2013 年节省 13.4 亿美元成本。该公司过去 3 个季度的营业利润已经实现正值。

“我十分相信诺西将在未来几个季度成为行业排名第二或第三的厂商，具体还要取决于市场状况。”泰拉尔说。来源：2013-1-24 新浪科技

[返回目录](#)

报告称 2016 年全球 4G LTE 用户或将增至 10 亿

据市场研究公司 IHS iSuppli 最新发表的研究报告称，2016 年全球 4G LTE 用户将超过 10 亿，比 2013 年的用户数量增加一倍。

全球 4G LTE 用户的增长远远超过了预期。在 4G LTE 推出之后的三年时间里，这种移动技术的用户迅速增长。2012 年全球 4G LTE 用户从 2010 年的 60 万增长到了将近 1 亿。

iSuppli 负责无线通讯的高级分析师韦恩·莱姆 (Wayne Lam) 在声明中称，随着 LTE 成为真正的全球技术标准，它的生态系统现在面临这机会和挑战。迅速应用将推动设计技术创新，特别是在智能手机方面。但是，需要注意的是 LTE 行业仍存在频谱分裂等问题。总的来说，LTE 领域将很少担心技术的分裂，而是更多地关心为整个 LTE 行业的可持续增长奠定基础。

在 2010 年，一些分析师预测 2015 年 LTE 用户数量将达到 3 亿。但是，随着这种无线技术的普及，iSuppli 现在预测全球 LTE 用户在 2014 年就将达到 3 亿。在过去的一年里，全球 LTE 用户增长了 599%，从 2011 年的 1320 万增长到了 2012 年的 9230 万。到 2013 年年底，全球 LTE 用户将增长到 1.981 亿。来源：2013-1-24 赛迪网

[返回目录](#)

移动通信转售试点在即：准虚拟运营商挖掘蓝海

朗玛信息、天音控股等公司已公开表示准备争夺试点资格；分析人士认为，转售商前期投入成本高且利润空间有限。

移动通信服务，不用仅仅向三大运营商购买服务，还可以向民营企业购买——工信部 1 月 8 日公布《移动通信转售业务试点方案》征求意见稿让这一可能逐渐走向现实。

该征求意见稿表示，探索放权符合条件的中资民营企业开展移动通信转售业务，以“鼓励支持和引导民间资本进一步进入电信业”。

而对于这一方案，已有多家公司表现出了浓厚的兴趣。除了国美电器 (00493.HK)、苏宁电器 (002024.SZ) 之外，朗玛信息 (300288.SZ)、天音控股 (000829.SZ) 等公司公开表示准备争夺试点资格。而经过前期的快速上涨之后，上述公司股价已经在近日开始出现了回调。

“由于移动转售业务前期需要大量的投入，短期内对公司基本面不会带来变化，所以还是停留在概念炒作的阶段。”国金证券财富管理中心分析师张杨日前接受第一财经日报《财商》记者采访时表示。

移动虚拟运营商将登场

近日，工信部公布了《移动通信转售业务试点方案》的征求意见稿，探索放权符合条件的中资民营企业开展移动通信转售业务。

所谓的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。

通俗来说，就是以后移动通信业务的消费者可以不需要跟中国移动、中国联通、中国电信等通信运营商打交道，而是由民营资本从这些通信运营商购买相关通信服务后，再面向广大的移动通信业务的消费者。

其实，虚拟运营商在国际上早就已经有先例，虚拟运营商在欧洲、美国、日本均属于合法经营，领取专门牌照，在国际上较为有名的虚拟运营商为英国维京。

据了解，根据征求意见稿的内容，试点时间初定为2年，而“拥有移动网络的基础电信业务经营者在试点期间至少与2家以上转售企业签署合作协议”。从试点方案可以看出来未来2年内至少会有6家移动虚拟运营商出现，并且均为中资民营企业。

“随着移动通信业务转售口子的打开，行业生态圈内大量企业期望借助自身已有核心业务的优势，获得转售资质进行商业模式的调整和创新。”正略钧策管理咨询合伙人李骞表示。

他认为，例如华为、中兴等，可以借助其在移动通信行业业务运营系统、计费系统等方面的优势，将其现有终端硬件和软件的盈利能力转化为语音和增值服务的盈利；苏宁等，可以凭借其终端用户的优势，建立其主营销售业务与移动通信的捆绑模式，产生新的盈利点；迪信通、天音控股等，可以实现渠道话语权与移动通信业务的充分结合，出现新的商业模式。

上市公司未雨绸缪资质申请

目前距征求意见稿的公布没有多少时间，已有不少公司透露出要争夺资质的消息，相关A股上市公司也在股价异动澄清公告中透露出在作准备的消息。

其中，朗玛信息表示，2013年1月8日工信部出台《移动通信转售业务试点方案》的征求意见稿，移动转售业务与公司移动互联业务Phone+及通讯网业务电话对碰均有一定的关联性，能通过资费套餐等形式促进用户的增长，因此公司计划按照要求申请相关的资质。

二六三(002467.SZ)在近日发布的公告中表示,《移动通信转售业务试点方案》仍处于征求意见阶段,正式发布的时间以及何时开始实施尚未确定,且申请企业尚须通过审批才能获得参与试点的资质。

事实上,二六三之前也因为移动转售业务牌照概念而出现连续多天的涨停,而近日公司的股价已经有所回调。国信证券分析师王念春认为,语音转售业务一直是公司强项,公司和运营商已经合作多年,有良好的渠道及品牌认知,从固定端到移动端只是平滑转移而已。

此外,主业不振的天音控股也对移动转售业务表现出了浓厚的兴趣。公司方面表示,移动转售业务可对公司手机销售业务有一定的促进作用,同时也促进公司更好地与基础电信经营者展开合作,因此,如上述方案能够正式出台,公司将按照相关规定申请相关资质。

但是天音控股表示这一方案对公司2013年度的业绩存在不确定性因素。公司预计2012年亏损1000万~2000万元。

“业务转售是通信领域的蓝海,抢先进入该领域可获得优先发展地位,同时享受国家政策倾斜,有利于企业将来掌握市场话语权。但是,由于转售商前期需要自建客服、自建渠道,成本投入较高,而收入只是资费与运营商批发价间的差价,利润空间有限,企业进入该领域仍面临挑战。民营资本只有选择性进驻移动通信局部业务才能获得一定的市场空间。”中投顾问高级研究员薛胜文表示。

关注后续政策细则

“移动转售业务概念股的股价之前表现之所以如此强劲,主要是因为这一概念并不在市场的预期之中,突然出了这样的一个方案,再加上相关公司之前走势低迷,已经很久没有遇到大的行情。”张杨表示。

事实上,在经过前期的上涨之后,近日移动转售概念板块的股价已经开始有所回调,资金借着上涨开始大幅出逃。其中,二六三的高管借此机会动作频频,1月10日以来一共出现了10笔高管减持。

其中,公司监事孙文超在1月10日、1月14日、1月17日分别减持了478550股、100000股、150001股,三天合计减持了72.86万股。

除了公司高层之外,也有机构已经乘着这一波的上涨大笔出货。深交所公开交易信息显示,1月18日有机构卖出天音控股1180.56万元。

“经过一轮上涨之后短期会出现回调,所以投资者要注意风险,不要追高。此外,该利好并未完全落地,此次公开征求意见的截止日期为2013年2月6日,如果之后出台更多细则的话,相关公司或许还是会有表现机会。”张杨说。来源:2013-1-26 第一财经日报

[返回目录](#)

短信业务步入历史拐点：类微信产品正逐步替代

[2012年，全国移动短信发送量达到8973.1亿条，同比增长仅2.1%。按照2012年我国手机用户增长11%来计算，人均短信发送量下滑了9%左右。]

狼真的来了吗？

根据工信部的最新统计数字，2012年，全国移动短信发送量达到8973.1亿条，同比增长仅2.1%。按照2012年我国手机用户增长11%来计算，2012年人均短信发送量下滑了9%左右。

“就像BP机的时代结束一样，这意味着短信时代也许很快就会结束。”艾媒CEO张毅对《第一财经日报》表示，短信量的下滑是一个标志，数据流量占主导的年代开始了，微信等社交工具有更大的机会。

“2013年短信业务出现负增长已经是必然的趋势。”电信专家付亮说。

增幅四年最低

工信部发布的统计数据显示，2012年，全国移动短信发送量达到8973.1亿条，同比增长仅2.1%，增幅为四年最低。我国移动电话普及率达到82.6部/百人，比上年末提高9.0部/百人。这显示用户的增长并未带来短信量的同步增长。

付亮对记者表示，人均短信发送量下滑的趋势已经持续了数年，这主要有两个原因：首先是人均持有的手机量在上升，而实际上每个人发送的短信量未必因拥有手机的增多而上升。其次，新增加的用户中，有很大一部分并没有使用短信的习惯，有一些甚至看不懂短信，这部分用户的增加也影响了人均短信发送量的下滑。

对于来自外界产品对短信业务的冲击，张毅认为，产品本身的更替只是一部分原因，更主要的是短信诞生20年来并没有任何的改进，用户对短信失去了新鲜感。“20年前什么样，现在还是什么样。”张毅说。

“短信本身有致命的问题。”付亮说，相对于语音通话业务资费的迅速下降，短信业务的资费已经失去了相对优越性。“十年前，1分钟通话双向收费，每分钟4毛钱，而短信只要1毛钱。但现在多元化的替代方式多了，短信在资费上的优势反而变成了劣势。”

统计显示，2012年手机网民数净增0.64亿人，达到4.2亿人，占网民总数的74.5%。也就是说，手机上网分流了用户对短信的使用，因为流量费比短信费更便宜。

付亮说，短信本身的缺陷导致发送量下降是既有的趋势，微信等应用的出现只是加速了这一趋势。

挑战者

虽然运营商依然是通信领域的巨人，但是用户已经有了更多的选择，短信面临越来越多的挑战者。

2012年，腾讯与央视“3·15晚会”合作，微信首次成为央视晚会收集线索及与观众互动的重要通道。

“微信等手机应用本身的优势更令人瞩目，多媒体文本的模式开拓了用户的自身需求。”付亮对记者表示，除了微信，YY语音、手机旺旺，甚至飞信等运营商推出的移动手机应用都在一步步蚕食用户的短信发送量。

“准确地说是类微信的产品正在逐步替代短信，比如新推出的手机QQ 2013的视频通话功能很强大。”张毅说。

他认为，对于运营商来说，在“大微信时代”会面临更大的挑战。运营商能做的只能是减少这个趋势对其盈利的影响，在短信业务上应考虑深入的服务，比如针对用户过年群发短信这一习惯，运营上可以推出更多的促销活动。

“语音、短信和移动上网这三大业务很难在短期内被完全取代。现在语音通话的资费在这五年内已经下降了很多，运营商提供套餐基础包中大多包括了很长时间的语音通话时长。”

付亮表示，将短信业务转移到商业促销、自动办理业务和网页确认工具方面，短信对于运营商来说仍有很大的用武之地。来源：2013-1-29 第一财经日报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

北京市今起手机可实时查询空气质量

打开手机，轻触屏幕，你最关注的三个区域监测站点的空气质量信息便清晰呈现。今天，市环保监测中心正式发布空气质量信息手机客户端。市民安装软件后，可以查询包括PM2.5在内的首要污染物的空气质量指数AQI和实时浓度。

2013年1月1日起，本市正式按照新的《环境空气质量标准》评价空气质量。除了上线新版“空气质量实时发布”平台外，市环保监测中心此前还表示将新增手机版空气质量发布渠道，用户可选定三个最关注的监测子站作为“兴趣点”，获取这些站点的实时空气质量信息。

市环保监测中心相关负责人上午表示，软件上线后市民可以通过市环保监测中心网站进行下载安装。打开软件便可以从覆盖全市各地的35个监测站点中选择三个站点，之后便可实时查看这些站点的首要污染物信息，包括空气质量指数AQI和污染物实时浓度，“如果PM2.5是某站的首要污染物，那就会显示PM2.5的浓度。”此外，手机软件还加入了健康提醒功能。

据了解，该软件目前只推出苹果手机和安卓系统手机。该负责人表示，软件上线后，相关部门会及时收集公众的使用体验，并及时进行更新优化。来源：2013-1-25 北京晚报

[返回目录](#)

中国移动正式商用人工语音“指路”服务

即便身处一个陌生的地点，也能通过热线电话获得导航帮助。昨天，中国移动宣布，国内首个基于人工语音的实时位置信息服务——12585 人工语音位置服务热线正式面向全网商用，中国移动客户只要拨打 12585 即可获得全国范围内基于实时位置的问路、导航、路况、旅游等交通和汽车领域的专业化信息服务。

中国移动介绍，人工语音位置服务热线采用“7×24”服务模式，其主要特点在于定位功能、人工语音服务以及丰富的信息资源。客户使用手机拨打 12585 时，系统可根据客户的要求，在得到客户定位授权后，获取实时位置，话务员按照用户需求发送文字短信、图片彩信，或根据实时的路况信息，为用户提供语音路线规划、换乘信息等服务。每次成功服务，收取信息费 0.3 元。来源：2013-1-23 京华时报

[返回目录](#)

【网络增值服务】

北京移动全面开启客户的无线生活

在追求时间和效率的移动互联网时代，作为软实力的电子渠道在运营商服务体系中的作用越发重要。

为了让客户在办理业务时最大限度地节省时间、提高效率，北京移动为客户量身定制了包括短信营业厅、WAP 营业厅、营业厅自助终端、网上营业厅和 10086 自助语音热线在内的五大电子自助服务体系，全面开启客户的无线生活。

电子渠道服务是一种新型服务模式，其大面积的推广为客户带去诸多便捷的同时，还节约了大量的纸张以及人工，使北京移动真正实现了服务的高效化和低碳化。

作为心中充满着社会责任的企业，北京移动不断向客户推广网站、自助机、手机终端等多种业务办理途径，倡导无纸化办公，积极推进营业厅智能化建设，实践建设绿色社会的诺言。

2012 年全年，北京移动电子渠道月接触客户数千万人次以上。其中，网站渠道月接触客户约 150 万人次，短信渠道月接触客户约 700 万人次，WAP 渠道月接触客户约 40 万人次，10086 IVR 渠道月接触客户约 850 万人次，自助终端渠道月接触客户约 50 万人次。这些数字真切体现了北京移动绿色理念。

“近年来，电子渠道成为客户办理业务的优先选择，已成为电信运营商提升竞争力的核心战略之一。”北京移动相关负责人表示。来源：2013-1-23 北京商报

[返回目录](#)

上海电信计划 2013 年平均带宽提速至 32M

在宣布 2013 年将启动第五次宽带大提速的同时，中国电信上海公司(以下简称上海电信)透露了宽带提速后的目标，计划光网覆盖能力再增 100 万户，达到 780 万户；光网用户再增 100 万户，达到 360 万户。同时，上海电信计划全市平均带宽提速到 32M。

此前，上海电信已召开新闻发布会宣布，将于 3 月 1 日开始第五轮宽带提速，其中包括家庭用户铜线改成光纤后，最低速率 10M 起步；仍选择铜线的家庭用户，线路可达的情况下，可免费提速至最高速率 6M。

据悉，上海电信光纤占宽带用户比率目前已达到 70%，10M 及以上占家庭宽带用户 70%。上海电信的平均接入带宽达到 16M，光网占宽带用户的比例达到了 70%，10M 及以上的高带宽占家庭用户的比例也已达到 70%。

同时，上海电信比计划提前一年完成了城市光网的城市化地区基本全覆盖。按照上海市公布的《上海市推进智慧城市建设 2011-2013 年行动计划》光纤到户能力覆盖 650 万户以上家庭。而今，上海电信已经提前 1 年完成了该计划目标。

据悉，到 2013 年底，上海电信计划光网覆盖再增 100 万户，达到 780 万户；光网用户再增 100 万户，达到 360 万户。

在带宽接入网速方面，上海电信计划全市平均带宽提速到 32M。在服务方面，上海电信计划 48 小时即要即装在本市的城市化地区全面实现。来源：2013-1-24 新浪科技

[返回目录](#)

2013 年年底上海电信用户平均网速达 32 兆

昨日上海电信宣布，3 月 1 日起在光网已覆盖的地区，仍选择铜线的家庭用户（即使用 ADSL 宽带），在线路可达情况下将免费提速至铜线可达的最高速率 6 兆。2013 年底，全市平均宽带将提速到 32 兆。

铜线改成光纤后，最低速率 10 兆起步；仍选择铜线的家庭用户，在线路可达的情况下，免费升至铜线可达的最高速率 6 兆。3 月 1 日起，全市企业拨号宽带用户宽带资费也将平均再优惠 30%，2 兆宽带资费从每月 650 元优惠至 450 元；4 兆宽带资费从每月 700 元优惠至 500 元；30 兆光纤宽带资费从每月 1688 元优惠至 1088 元。

上海电信网络运行部副经理徐震宇表示，网速快慢源于很多综合因素，除了电信公司光纤接入后提供的网络服务，家里电脑情况、某些热门网站容易“堵塞”等，都会对实际带宽造成影响。徐震宇建议，如果市民对网速有疑问，可进入网上营业厅进行实时网络测速，如果确认是因电信方原因未达申请速率，并经 48 小时故障修复不成功，市民将获得电信公司 3 倍差额的补偿。来源：2013-1-23 新闻晨报

[返回目录](#)

技术情报篇

[[视频通信]]

工信部推广普及数字电视机 机顶盒两年后或退市

近日，工信部联合发改委等部门联合下发《关于普及地面数字电视接收机的实施意见》，指出未来 3 到 5 年内，普及地面数字电视接收机，并要求 2015 年起，境内销售的所有电视机都应具备地面数字电视接收功能。这意味着，自 2015 年 1 月 1 日起，机顶盒作为过渡性产品或将逐步退出市场。

“随着地面数字电视接收机逐渐取代机顶盒，行业内将迎来兼并重组潮。”中投顾问家电行业研究员任敏琪在接受《每日经济新闻》记者采访时称。

工信部指出，到 2020 年全面实现地面数字电视接收。从 2014 年 1 月 1 日起，境内市场销售的 40 英寸及以上电视机需具备地面数字电视接收功能。在 2015 年 1 月 1 日这一截止日期之前生产的库存电视机，如不具备地面数字电视接收功能，则在销售时应配送地面数字电视机顶盒，鼓励在有线电视网络未通达的农村地区

使用的直播卫星机顶盒中增加地面数字电视接收模块，相关机顶盒产品应符合地面数字电视接收器国家标准。

《每日经济新闻》记者发现，当前跟机顶盒生产有关的厂家众多，其中还不乏上市公司，海信、康佳、夏华、长虹等企业在列。

任敏琪表示，国内机顶盒发展正处于“洗牌期”，业内出现了较大规模的兼并重组，机顶盒的市场利润逐渐下滑，此时提倡普及地面数字电视接收机将使相关行业雪上加霜。

中国电营销委员会副理事长洪仕斌则坦言，机顶盒本身就是一个“畸形产物”，其消失并不会影响主流的家电环境。

任敏琪认为，工信部推广地面数字电视接收机的政策出台，将使拥有机顶盒技术的电视机生产企业实现从机顶盒业务向数字电视接收机业务的转型，不具备数字电视接收技术的企业，或将面临被兼并的命运。来源：2013-1-23 每日经济新闻

[返回目录](#)

【电信网络】

WiFi 免费大餐或终结：电信运营商成本施压

随着智能手机的迅速普及，WiFi 在国内的发展速度亦能用惊人来形容。同时在人们日常的手机使用中，“找 WiFi”亦成为了一种新的习惯。很多人甚至会觉得，一家装修精美的咖啡店或西餐厅里没有 WiFi 是不可思议的事。甚至在广东一些传统的茶楼中，WiFi 也成了标准配置。

记者获悉，从 2013 年 1 月初开始，广东移动已调整了其 WLAN (WiFi 功能的业务名称)。而市场研究公司 AnalysysMason 近日发布的一份 WiFi 市场报告称，现在已有越来越多的无线和有线电视运营商正在部署 WiFi 网络。报告还指出，89% 的宽带服务供应商已部署了 WiFi 网络，以分流其无线流量或拓展其服务。收费 40% 的服务供应商称，他们认为 WiFi 不仅仅是分流和疏通拥挤网络的手段，而且还是向其用户提供增值服务的一种手段。然而，谈到 WiFi 收费，抑或通过其他方式实现转移支付，仍然在摸索中前行。

直接收费成国内趋势

如果你是省内中国移动全球通用户，或许已经习惯了这种生活——在手机 WiFi 列表上出现 CM CC 字样时，习惯性地连接并畅想免费无线上网。但值得注意的是，这顿从广州亚运开始吃起的“免费大餐”已成过去。从 2013 年 1 月 1 日开始，广东移动调整了其 WLAN (WiFi 功能的业务名称) 收费——从过

去的“全球通用户免费”改为“全品牌开通 W L A N 的客户每月获赠省内 1 小时 W L A N 免费时长”，另外省内标准资费从 0.05 元/分钟下调为 0.01 元/分钟，相当于“1 元 100 分钟”，省外则保持 0.05 元/分钟。

按此计算资费并不高，但对于一些吃惯了免费 W L A N 餐的人来说，还是会有些不习惯。但换个角度，一方面是暴增的 W L A N 数据流量，另一方面是不断增加的硬成本，以中国移动为代表的国内运营商必然会走 W L A N 收费的道路。

中国移动公布的 2012 年前三季度财报显示，期内无线上网业务总流量为 6260 亿 MB，其中移动数据流量为 2001 亿 MB，W L A N 业务流量为 259 亿 MB。也就是说，WLAN 产生的流量已大幅领先于 2G/3G 数据业务。如何把这部分增长变成白花花的“银子”？收费是最直接方法。事实上在全面收费之前，中国移动、中国电信和中国联通都有自己的 W L A N 业务收费标准，只是各搭配了一些有限度的免费优惠。

用户对收费服务更“苛刻”

“1 分钱 1 分钟，也就是说上网 5 个小时只需要 3 元钱。”郭先生在一家广告公司工作，平日经常使用中国移动的 W L A N 业务，他表示从免费到收费不会对他带来多大的消费压力，但心理上会有所变化。“我不会太在意免费服务的质量，因为毕竟是不要钱的。但既然开始收费了，我会更关注 W L A N 的速度、信号、会不会断线等细节问题，毕竟我变成了‘消费者’。”

以美国为代表的发达国家早于我国开始推广 W i F i 技术和“无线城市”等概念，因此也同样经历过从免费转收费的过程，同样也产生过郭先生这样的想法。

Analysis Mason 研究报告称，“我们在手机网络上已看到了这一点。早期的数据服务计划对无线数据收取的费用很低，而且没有设定任何限制。等到用户逐渐养成数据使用习惯后，他们就开始采取分级计划或多设备计划来进行限制。”

一家为中国电信提供技术支持的公司负责人则告诉南都记者，自己考察过美国的一些 W i F i 网络技术公司，相对于移动网络来说，在 W i F i 网络环境中很难提供优质的服务。“这种情况在中国同样会出现，是 W i F i 从免费转向收费时最大的一道坎，运营商需要用通俗的方式向用户解释，诸如‘为什么 W i F i 网络会有这样或那样的问题，而这些问题是自己在用手机网络上网时不会遇到的’等。”

转移支付的可能

既然收费可能会带来不少后遗症，那么是否能够通过“转移支付”的方式，让基础的 W i F i 业务免费，再通过其他增值的部分来取得利润？Analysis Mason 报告认为这会是下阶段的趋势，而无线运营商已经开始想尽办法达成这一点。

报告举例称，运营商可以从 WiFi 网络访问端点收集数据，并将它们销售给广告商或营销人员。“从 WiFi 热点收集的地理位置信息，可能比无线运营商当前从其手机信号塔上收集的用户信息更有价值。理由是 WiFi 热点的辐射半径更小，因而更能够准确地确定用户的位置。”报告称，这让大卖场的某些零售商更容易对那些经过其店门外的用户发送广告和优惠信息。

另一种较为先进的盈利模式来自中国香港。香港电讯管理局数据显示，香港目前共有约 8000 个免费无线上网热点，除了政府提供，多数还是由商业运营约 17 家互联网服务供应商提供。

在运营模式上，香港实行“官商合作”的发展战略，WiFi 网络先期建设由运营商投资，然后政府购买服务。政府购买的免费服务涵盖了如公共图书馆、公园等公共场所；至于非公众场所如商场、酒店、餐厅等，则由运营商进行盈利运作，成本则由商场等自行消化。由于香港商业发达，竞争激烈，大多数商场很愿意承担这笔费用。来源：2013-1-23 南方都市报

[返回目录](#)

【终端】

展讯 40 纳米单芯片手机基带平台正式商用

展讯通信 (Nasdaq: SPRD) 今日宣布，公司首款集成了无线连接的手机基带平台 SC6531 正式商用。

展讯单芯片 40 纳米 GSM/GPRS 手机基带平台 SC6531 集成了 FM 与蓝牙，更高的产品集成度将帮助 2.5G 功能型手机厂商降低整个平台成本，并提高工业设计的灵活性。

SC6531 平台主要针对 GSM/GPRS 功能型手机市场，它采用 ARM9 处理器，主频最高可达 234MHz，是一款高性能、低功耗的低成本平台。为提供丰富的多媒体体验，SC6531 还集成了多媒体加速器、图形处理器和 FPU 加速器。

SC6531 在单芯片上集成基带、射频收发器、电源管理单元、pSRAM、高品质音频功放、触摸屏及三 SIM 卡控制器，从而降低了设计复杂，减少了开发时间，并通过进一步减少电路板空间来提供更大的灵活性。

展讯董事长兼 CEO 李力游称：“SC6531 采用 40 纳米 CMOS 工艺，可为客户提供最先进制造工艺的 GSM/GPRS 基带芯片，这是一个为手机定制而配备了大量开发工具的成熟平台，并在单芯片 SoC 上高集成度集成了手机基带、射频收发器、PMU、FM 和蓝牙。”

“SC6531 将帮助我们的客户提供高质量、个性化且极具成本竞争力的手机产品。我们很高兴看到，SC6531 不仅在大众市场正式商用，还通过了欧洲主要运营商严格的质量测试，这表明了我们新的 40 纳米产品的高品质。”

SC6531 目前已正式商用，并已批量出货。来源：2013-1-28 新浪科技

[返回目录](#)

传诺基亚 2013 年将发布 WP 版 PureView 拍照手机

美国科技博客 The Verge 周三援引知情人士的消息称，诺基亚 2013 年将推出首款支持 PureView 技术的 Windows Phone 手机。

在 2012 年的世界移动大会 (Mobile World Congress) 上，诺基亚展示了新款手机 808 Pure View。它采用 4100 万像素摄像头，拍照功能极其强大。遗憾的是，这款手机采用老旧的塞班系统。许多用户都在问：Pure View 技术何时能被应用到 Windows Phone 平台的 Lumia 手机中？

知情人士称，诺基亚已经在筹划这款设备，代号为“EOS”。EOS 将配备与 808 Pure View 相似的图像传感器，将成为诺基亚 2013 年主推的一款高端 Lumia 手机。此外，与 Lumia 手机一直使用的聚碳酸酯材料外壳不同，EOS 将采用铝质材料。

知情人士透露，AT&T 2013 年早些时候将推出这款设备。另有消息称，诺基亚还将推出 Lumia 920 的继任产品，同样采用铝制机身。此外，诺基亚 2013 年还将推出一款中端 Lumia 手机，以及一款 Windows RT 平板电脑。来源：2013-1-23 新浪科技

[返回目录](#)

【运营支撑】

北斗公共服务平台智慧北京

昨天，北京市经信委相关负责人介绍北斗导航与位置服务产业公共平台（简称北斗公共平台）有关情况。他称，北京市将统一相关行业接口，进行北斗导航与位置服务应用对接。除了向北京市关键管理部门提供服务以外，也将向市民提供基于位置的各类服务。

上述负责人介绍，北京市未来将重点在城市运行保障、智能交通、现代物流、重要系统授时、环境资源管理、精准农业六大领域开展行业位置服务应用。北斗

公共平台就是支撑这些应用的基础设施，北京市将统一相关行业接口，进行北斗导航与位置服务应用对接。

日前，合众思壮以合资公司形式投资建设北斗导航与位置服务产业公共平台。北斗公共平台负责人、合众思壮副总裁曹红杰表示，平台项目建设内容包括公共运营服务和创新创业服务两个中心，其中公共运营服务中心将建设北京市精密定位、室内定位、数据分析、数据挖掘等 4 个服务系统，为智慧城市建设提供“数据共享、互通互联”的平台级运营服务。

深圳新兰德高级投资顾问石力群认为，北斗公共平台项目可以看做我国未来导航产业的一个缩影，是北斗从军用走向民用的一个关键平台，也为后续智慧城市的建设搭建了技术支持。二级市场上，北斗导航概念已经历几轮炒作，股价暴涨在一定程度上透支了公司未来业绩，各公司目前整体估值水平相对较高，若后续业绩不及预期，可能会面临调整，建议谨慎参与。但随着板块调整到合理区间，北斗概念个股仍值得投资者参与。来源：2013-1-29 京华时报

[返回目录](#)

国内 4G 牌照或于年中正式发放

中信建投证券近日发布最新报告预测，中国 4G 的启动时间约为 2013 第二季度，牌照预计 2013 年中发放。

2012 年 10 月下旬，中国移动公布北京、上海等 13 个城市 TD-LTE 的招标结果，2 万基站（5.5 万个载频）的建设由此启动。2012 年 12 月中下旬，所有城市 4G 施工基本结束，2013 年 1 月初，大规模测试启动。

“预计测试周期在 2-3 个月左右，考虑 2013 年的春节停工约 15 天左右。因此，预计在 2013 年 3 月末至 4 月初，所有厂商的设备出最终测试结果。加上 1-2 个月的综合评定，预计在 2013 年 4-6 月开始中国移动 4G 的‘盛宴’。我们预测 4G 牌照在 2013 年中发出。”中信建投证券称。

中信建投证券又指出，根据运营商和设备商的草根调研结果，预计国内设备商将会是国内运营商的主要合作对象。LTE-TDD 制式方面，国内厂商将会占据 70% 左右的份额；LTE-FDD 制式方面，国内厂商将会占据 50% 左右的份额。

基于上述假设，如果将 LTE 的两种制式分开测算具体量化，中信建投证券称，2013-2016 年，LTE-FDD 基站投资额为 35.04 亿元、147.36 亿元、49.02 亿元和 39.69 亿元；LTE-TDD 基站投资额为 301.88 亿元、199.50 亿元、115.50 亿元和 48.22 亿元。其中，LTE-FDD 的无线设备投资总额为 271 亿，LTE-TDD 的无线设

备投资总额为 703 亿元。国内厂商空间为 627.6 亿元，营业利润为 101 亿-145 亿元。

中信建投证券认为，综合考虑，通信行业 2013 年存在较好的结构性机会。
来源：2013-1-23 东方早报

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

我国手机网民数已达 4.2 亿

用手机的越来越多，用固定电话的越来越少。工信部昨天发布的《2012 年全国通信业运行状况统计分析》显示，截至 2012 年年底，我国已经有 11.12 亿户移动电话用户，其中 3G 用户 2.32 亿户，每百人移动电话普及率从 2011 年年底的 73.6 部提升到 82.6 部。与此同时，固定电话用户数减少了 694.5 万户，固定电话普及率达到 20.7 部/百人，比上年末下降 0.6 部/百人。

统计还显示，2012 年，全国网民数净增 0.51 亿人，达到 5.64 亿人。手机网民数净增 0.64 亿人，达到 4.2 亿人，占网民总数的 74.5%。来源：2013-1-25 解放日报

[返回目录](#)

手机用户占电话总用户八成

昨天，工信部公布的“2012 年全国电信业统计公报”显示，截至 2012 年年底，我国的移动电话用户达到 111215.5 万户，在电话用户总数中所占的比重达到 80.0%。

工信部称，经初步核算，2012 年全行业完成电信业务总量 12984.6 亿元，同比增长 11.1%；实现电信业务收入 10762.9 亿元，同比增长 9.0%；完成电信固定资产投资 3613.8 亿元，同比增长 8.5%。另外，2012 年，我国电信综合价格水平同比下降 1.9%。

2012 年，全国电话用户净增 11895.7 万户，总数达到 139030.8 万户。其中，移动电话用户达到 111215.5 万户，在电话用户总数中所占的比重达到 80.0%。

互联网方面，2012年全国网民净增0.51亿人，达到5.64亿人。手机网民净增0.64亿人，达到4.20亿人，占网民总数的74.5%。来源：2013-1-26 京华时报

[返回目录](#)

超六成智能手机用户依赖安全软件

2012年，智能手机安全形势急剧恶化。日前，北京零点调查公司发布的《2012年度智能手机用户安全行为研究》指出，有近一半的受访者表示目前正面临垃圾短信、骚扰电话和手机APP弹窗广告的袭扰，所以目前有60.8%的用户已开始主动选择使用手机安全软件进行自我防范，其中，360手机卫士以79.6%的市场使用率排名第一。

零点调查显示，在用户最关注的手机安全隐患调研中，47%的受访者表示目前正面临垃圾短信、骚扰电话和手机APP弹窗广告的袭扰，另有19.2%的受访者经常遭遇手机变慢等问题，14.5%的受访者最担心手机丢失后隐私泄漏，7.9%的受访者担心手机吸费和流量问题等。

面对如此复杂的手机安全威胁，60.8%的用户已开始主动选择使用手机安全软件进行自我防范，进行垃圾短信、骚扰电话和恶意广告的过滤，主动定期查杀木马、清理系统、查看上网流量，并对联系人、短信、通讯录进行加密、备份等。

其中，以360手机卫士使用情况为例，系统优化以52%的使用率成为用户最常用到的功能，另有47.3%的用户已养成定期对手机做安全体检、查杀手机木马的习惯，45.1%的用户则正通过安全产品提供的防骚扰功能实现对垃圾短信、骚扰电话的过滤，7.4%的用户最常使用信息加密等服务，5.8%的用户经常使用备份功能和防盗服务。来源：2013-1-28 北京晨报

[返回目录](#)

CDMA 终端销量 2013 年将达 8000 万

近日，中国电信携手高通公司共同主办的“2013 中国电信 CDMA 终端产业链年会”在北京举行。中国电信董事长王晓初透露，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。

本次年会包括国内外主流终端厂商、操作系统提供商、软件应用提供商、手机设计公司、元器件供应商、渠道经销商、售后服务商、行业咨询公司等产业链

各领域，足见 CDMA 终端产业链合作伙伴规模的不断扩大之势。CDMA 终端产业链上游各类合作伙伴总数达 483 家；各类终端品牌比 2011 年增加 40 个，总数达 179 个。

据悉，中国电信组织终端厂商和渠道商开展多种形式直供，全国社会渠道销售网点总量已突破 9 万个。同时率先建设 3G 手机应用辅导站，与售后服务商、销售商等各类合作伙伴共同开展对用户的 3G 应用辅导，目前已建成 3G 手机应用辅导站 5 万多个。来源：2013-1-23 北京商报

[返回目录](#)

全球互联网平均网速第三季度下降 7%

Akamai Technologies 周四发布的第三季度“互联网状态”报告显示，全球互联网平均网速第三季度出现下降。

报告同时显示，中国仍是网络攻击活动最大的来源，而巴西和中国的互联网使用量出现了大幅增长。

报告称，从 2012 年第二季度至第三季度，全球互联网平均网速下降了约 7%，至 2.8Mbps。不过这样的下降很可能是暂时性的，因为 2012 年全年，全球平均互联网网速仍同比增长了 11%。

韩国的互联网网速仍在全球排名第一，达到 14.7Mbps。日本和香港排名 2、3 位，分别为 10.7Mbps 和 8.9Mbps。中国排名第 94，为 1646kbps。第三季度，在全球范围内，高速宽带（网速超过 10Mbps 的宽带）普及率提升了 8.8%，宽带普及率整体提升了 4.8%。

第三季度，巴西的宽带使用量同比增长了 39%，在全球前 10 大宽带市场中排名第一。这是巴西连续第 2 个季度排名第一。而中国的宽带使用量环比上一季度增长 5.7%，环比增长率在所有宽带市场中排名第一。

Akamai 对第三季度来自全球 180 多个国家和地区的网络攻击进行了分析，发现中国仍是最大的网络攻击来源，在所有网络攻击事件中占 33%。美国和俄罗斯排名 2、3 位，分别占 13%和 4.7%。

对于移动互联网，Akamai 表示，苹果的移动版 Safari 浏览器在所有网络的数据请求中占 60.1%，而谷歌 Android 浏览器占 23.1%。来源：2013-1-25 新浪科技

[返回目录](#)

2012 年全球手机出货量 17 亿部 同比下滑 0.2%

IDC 周四发布报告称,受圣诞购物旺季期间强劲的智能手机销量的推动,2012 年第四季度全球手机出货量同比增长 1.9%。

报告显示,2012 年第四季度全球手机出货量为 4.825 亿部,而上年同期为 4.734 亿部。整个 2012 年,全球手机出货量超过 17 亿部,同比下滑 0.2%。

在智能手机市场,第四季度全球出货量为 2.194 亿部,占整体手机出货量的 45.5%,为历史最高比例。整个 2012 年,全球智能手机出货量为 5.452 亿部,同比增长 10.1%。

IDC 分析师凯文·瑞斯提沃(Kevin Restivo)称:“在高速增长智能手机市场,尽管三星和苹果占主导地位,但仍为其他竞争对手提供了巨大的机会。拥有特定优势的手机厂商,如低成本设备,可以迅速获得市场份额。一个很好的例子就是华为,已经超越 LG 跻身全球 5 大手机厂商之列,并超越 HTC 成为 5 大智能手机厂商之一。”

IDC 调研经理雷蒙·拉马斯(Ramon Llamas)称:“华为和中兴跻身全球 5 大智能机厂商之列,这是全球手机市场的一个重大转移。两家公司均通过专注于大众市场来提高手机出货量,但近几个季度也开始向高端设备转移。此外,两家公司还在手机应用和体验方面积极创新。” 来源:2013-1-25 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

智能手机寒假期间销量上涨

近日,随着学生一族寒假的来临,沪上数码 3C 产品的销量大幅上升。从卖场与数码广场处的销售数据中可以看出,最受学生族欢迎的产品依然是智能手机,而平板电脑紧随其后。有趣的是,许多学生族在寒假都由父母陪同前往卖场,而作为一年的奖励这些家长往往不在意价格高低,这使得近阶段智能手机的平均成交价格被推高,高端智能手机销量明显上涨。

永乐方面表示,进入寒假以来,手机等 3C 商品的销售出现较明显上升,单品成交金额明显上涨。以手机为例,平时的平均成交价在 3000 元左右,而近一周来,永乐的手机平均成交价已突破 4000 元。记者在卖场看到,不少学生在购买手机时往往目标明确。

在杨浦区的一家卖场,2013 年初三的小严在进门后便直奔苹果手机专柜,在询问完是否有货后,便让陪同的母亲尽快结账付钱。他告诉记者,自己不少同

学都已经有了苹果手机，于是自己也想买台最新的 iPhone5 出出风头。“缠着我半年了，没办法只好买。”小严的母亲告诉记者，虽然也担心过孩子有了新手机会影响学习，但考虑到这次成绩公布出来还不错，就把新手机当做犒劳给他。

目前，不少卖场的三星手机销量已经超过了苹果排在了第一，而 HTC 紧随两者之后，占据了中等价位的大部分阵地。另外， iPad mini 的销量在寒假期间被大屏平板电脑反超。业内人士认为，这一方面和 mini 本身货源不足有关，另一方面，学生族很少考虑便携和价格问题，对他们而言，舒适度以及抢眼度更重要。

[返回目录](#)

传统渠道沦为运营商“打工仔” 遭品牌商冷遇

数据显示，国内知名的两家手机渠道商上市公司天音控股和爱施德都预计 2012 年出现亏损，而为了应对智能手机快速更新的竞争，品牌厂商更愿意选择与运营商深度定制，更多的传统渠道商遭到品牌手机厂商“抛弃”。

本报连续报道合约机现象后引起社会极大关注，而本报继续深入调查发现，合约机的流行，对昔日掌握手机销售话语权的传统渠道商带来巨大影响，如何生存下来成为各大专业手机渠道商面临的难题。数据显示，国内知名的两家手机渠道商上市公司天音控股和爱施德都预计 2012 年出现亏损，而为了应对智能手机快速更新的竞争，品牌厂商更愿意选择与运营商深度定制，更多的传统渠道商遭到品牌手机厂商“抛弃”。本报调查发现，传统渠道商面对运营商的竞争毫无“还手之力”，纷纷想招转型。

作为国内知名的两大手机传统销售平台，天音控股与爱施德在功能机时代可谓叱咤风云，但合约机的流行，使得昔日巨头当前的日子非常难过。

1 月 18 日，天音控股发布公告，预计 2012 年的净利润为亏损 1000 万元至亏损 2000 万元，远低于 2011 年度 5066.43 万元的盈利水平，其公布亏损的原因是，智能手机市场发展迅速，为避免进一步跌价带来的更大损失，公司 2012 年度加大清理库存力度，导致手机分销业务利润亏损；而另外一家国内手机销售渠道商爱施德在《2012 年度第三季度报告》中预测，2012 年度净利润亏损 2.5 亿元至亏损 2.8 亿元，而截至目前该公司表示不存在需要修正业绩预测的情形。有分析认为，爱施德过分依赖三星，随着近两年三星推行直销模式，爱施德的业绩大受影响。

作为国内最大的国产手机批发集散地之一，深圳华强北的兴或衰更是国产手机渠道变化的晴雨表。“2007 年、2008 年市场最旺时，我们只有不断提高要求，让更优质的批发商进来。”在华强北一卖场担任市场经理多年的赵云宇表示。据

了解，2007年、2008年华强北到处是国产手机的批发零售档口，有的渠道商为弄到一个档口甚至愿意多出数倍的价钱。

但是，从2011年开始，整个华强北生意走下坡路，不少手机卖场出现空铺现象。赵云宇表示，主要原因之一是现在国产手机利润空间太少，渠道商更愿意做当前流行的热卖手机的水货，另一方面，厂商为了快速销货，选择了从厂商到县级一级代理商直接出货，从而把更多的利润空间让给面对消费者的终端零售商，让其大力推广，减少库存。

而合约机在手机厂商中的地位如何？接受本报采访的多个国产手机厂商负责人均表示，能大大提高手机销量，是众多国产手机厂商纷纷抢着与运营商合作的主要动力。

酷派手机副总裁苏峰接受本报采访时表示，目前手机产业已经进入运营商主导时代，国产手机厂商只有紧紧跟随运营商的节奏，与运营商进行深度合作，才能在竞争中获得先机。在此前本报的报道中，已经披露过合约机带来的诸多不便和不便宜，但由于消费者在购买之初，看到的都是合约机有价格、话费返还等优势，因此纷纷选择购买合约机，使得传统手机渠道商在与运营商的竞争中失去优势。据悉，在国产手机品牌中，有几款销量过百万的手机都是运营商的合约机。在接受本报记者采访的10个消费者中，竟然有7位用的是各大运营商的合约机。

而对于那些没有进入运营商集采名单的国产手机厂商，传统渠道也正逐渐丧失原有的优势。

深圳凯利通品牌事业部总经理原军杰在接受本报记者采访时透露，随着功能机时代向智能机时代过渡，现在运营商掌握了话语权。对于类似凯利通这类没有与运营商合作的品牌手机厂商，大家现在更愿意缩减渠道环节，不想再走此前国包、省包、地包、县包再到零售商的道路。

原军杰透露，智能手机时代手机几乎3个月一更新，同时，资金要求高，一款智能手机起步资金要300万元，如果搞两款手机且无法做好就导致600万元打水漂，因此大家都想尽快把货卖出去，这就需要厂商把更多的利润空间留给零售商。同时，按照原来的多个环节的渠道流程，得好几个月，那时候手机到消费者手上已经过时了。

目前包括中域电讯、恒波以及大地通讯等传统手机渠道商纷纷选择与运营商合作，传统渠道商为运营商卖合约机。“昔日的竞争对手，现在是合作伙伴，这也是大势所趋。”中域电讯的一位市场部人士表示。据了解，目前中域电讯已和国内三大运营商进行合作。对于为运营商“打工”，一家渠道商人士表示，不打工就只有关门了。该人士表示，目前自己公司有近5成的手机销量是来自运营商

的合约机，这大大提高了公司的业绩，而他透露，有的传统渠道商，已经达到60%，甚至70%的销量是来自运营商的合约机销量。

，面对市场竞争的压力，一些传统渠道商不再单卖手机，而是拓展为3C卖场。在天河一家传统手机卖场，记者看到，这家门店除了销售手机，还销售电动剃须刀、点读机等小家电，“只要有个‘电’字的我们都卖。”一位店员回答记者的提问时半开玩笑地表示。据这家门店的员工透露，目前单卖手机几乎无法盈利，连门店的租金都没法赚到，因此只有增加销售的品类。“很多人只是来门店看一下手机样式，咨询一下，转头他们就去运营商营业厅办理套餐合约机了。”该员工这样告诉本报记者。

据业内人士介绍，目前爱施德接受代理国产手机品牌，不再单独依靠洋品牌销售。而此前同样过于“押宝”某个手机厂商的传统手机渠道商，也“更换门庭”。记者在采访中发现，原来“押宝”诺基亚手机的某国内知名传统手机渠道商近年业绩非常惨淡，主要原因就是诺基亚的快速衰落导致该渠道商利润大幅下滑。为此，从2012年开始，该传统渠道商放弃了诺基亚，而改投另一知名洋品牌，该渠道商在广州地区的所有门店，都全部装修一新，把原来醒目的诺基亚品牌变成了另外一个知名洋品牌。

原军杰表示，在智能机时代，传统的手机渠道商按照原来的模式已无路可走，转型能否成功有待时间检验。业内资深人士战国策首席分析师杨群认为，传统手机渠道商不应再做单纯的销售商，而应提供内容下载、手机美容等更多服务。来源：2013-1-28 大洋网-广州日报 [返回目录](#)

质检总局：2012年手机等产品顾客满意指数下降

1月28日下午，国家质检总局召开例行新闻发布会。据质检总局办公厅副主任付文飙介绍，2012年，手机、空调、笔记本电脑、冰箱、洗衣机、电视机、摩托车等产品的顾客满意指数较2011年均出现了不同程度的下降。

顾客满意指数和举报投诉方面，2012年，手机、空调、笔记本电脑、冰箱、洗衣机、电视机、摩托车的顾客满意指数分别为70.61、74.79、70.88、78.06、75.16、75.35、71.86，较2011年均出现了不同程度的下降。

国内制造业产品质量方面，2012年共抽查18,791家企业生产的20,355种产品，批次抽样合格率为89.8%，同比上升2.3个百分点。本年度抽查的大、中、小型企业数分别占抽查企业总数的13.3%、21.1%和65.6%，批次抽样合格率分别为96.7%、93%、87.2%，同比基本持平。



进出口货物质量方面，2012年共检验检疫进口货物455.05万批，货值9,523.2亿美元，批次和货值不合格率分别为6.19%和14.78%。全年共检验检疫出口货物1,389.07万批，货值6,912.5亿美元，批次和货值不合格率分别为0.12%和0.10%，与2011年基本持平。来源：2013-1-29 中国新闻网

[返回目录](#)

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

垂询及订阅请联系：

客户服务 Tel: (010) 65981925	E-mail: 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