

目录

快速进入[点击页码H](#)

产业环境	3
【政策监管】	3
广电总局称2020年完成模数转换	3
工信部2013年专项治理垃圾短信将切断利益链条	4
工信部将推基于云计算的电子政务平台	4
【发展环境】	5
4G牌照发放无准确时间表运营商投资受资金制约	5
摩根大通：明年全球智能手机增速放缓至17%	7
工信部：4月1日起新建住宅全面实施光纤到户	8
运营竞争	8
【竞合场域】	8
腾讯微信加速推动电信运营商转向公用事业	8
电信2013年拟新增3000万3G用户利润下降因iPhone补贴	10
联通净利增速为三运营商之首传统业务受微信冲击明显	11
【市场布局】	12
全媒体时代，电信运营商应奋起求变摆脱舆论阴霾	12
中移动回应“微信收费”传言：这应由市场来决定	13
常小兵称联通4G将采用FDDLTE投资控制在百亿内	16
技术情报	17
【趋势观察】	17
网速、信号、app是智能手机三大痛点	17
微信商业化渐进：4月上线自研游戏首发开放规则	17
打造高效能网络，奠定三网融合基石	19
主流信息化如何对接草根网商	21
【模式创新】	24
微信国际化，最大敌人是Facebook	24
应对移动支付挑战银行力推手机银行	25
终端制造	27
【科技前沿】	27
华为发布全光交换网络新架构	27
诺基亚出售125项技术专利总价值超120亿美元	27
通信技术与产品的五大趋势	28
流量经营时代的终端策略	30
【企业情报】	32
中兴通讯服务业务强势进军政企网市场	32
戴尔看好中国市场称私有化后或将增加对华投资	32
酷派2012年净利3.3亿港元同比增20%	33
神州数码定华为业务为2013年四大业务之一	33
HTC称暂不切入中国千元以下智能机市场	34

市场服务..... 34

【数据参考】 34

电信设备1-2月投资增长近五成.....	34
中国移动2月新增3G用户951万总量破亿.....	35
IDC：二月PC出货情况反映出一季度出货放缓.....	35
中国联通3G基站达到33.1万个全部升级到HSPA+.....	36
三大电信商日赚4亿多数据流量处于爆发式增长.....	36
我国通信设备制造业前两个月累计完成投资56亿元.....	37
TCL通讯2012年净亏1.69亿元欲借智能机翻身.....	37
波导2012年营收10.74亿元同比增长81%.....	39

【市场反馈】 39

爱立信：运营商向OTT收费合理性有待探讨消费者肯定受益.....	39
Ovum研究显示2012年IT服务市场惨淡收尾.....	40
OVUM预计2013年光学元件市场温和反弹.....	40

海外借鉴..... 41

欧洲部分运营商取消手机补贴转向分期付款削减成本.....	41
T-Mobile美国推LTE服务部分用户已可体验4G服务.....	41
巴帝电信选择中兴部署旁遮普LTE网络.....	42
法国要求Skype注册为电信运营商.....	42
谷歌为流量向法国电信付费.....	43
诺基亚西门子再发售8亿欧元债券.....	43
GSM协会呼吁印度政府显著降低频谱拍卖底价.....	43
欧洲11家公司敦促欧盟对谷歌发起垄断指控.....	44

产业环境

【政策监管】

广电总局称2020年完成模数转换

在3月20日召开的“CCBN2013第七届数字电视中国峰会及政策宣贯会”上，广电总局科技司无线处副处长凌丽文在致辞中表示，按照地面数字电视广播覆盖网的发展规划，预计2020年才能完成数字化的转换任务。

这也就意味着电信行业翘首以盼的数字红利700MHz，在2020年前将很难被完全释放出来；而之前业界的预期是2015年，广电行业能够完成数字化改造工作，将该频段释放出来。按照工信部电信研究院的测算，截止到WRC-07，ITU在全国范围内统一划分IMT频段1085MHz，地区/国家性划分292MHz。而我国到2015年移动通信频率总需求接近1000MHz，目前已划分用于IMT系统的频率共547MHz。如不分配新频率，到2015年，中国

将出现420MHz的频谱缺口。

当然，不仅仅是频谱缺口的问题。类似于700MHz的低频段资源，拥有非常好的穿透力，可以帮助运营商大幅降低网络建设成本。以北美市场为例，其在获得700MHz频谱资源之后，以较低的成本完成了基本上覆盖全国的LTE网络建设，而反观国内的LTE网络，则普遍运行在2GHz以上的高频段上，部署成本高昂。

另外，据按照未经证实的广电总局“规划征求意见稿”，我国在2013年在县级以上城市以高清和标清方式播出地面数字电视，2015年开始在普及率达到85%的地级市逐步关闭模拟电视信号。2020年全面完善地面数字电视覆盖网，完成地面电视想数字化过渡。

业内人士指出，这个时间表即使是在发展中国家中也是非常落后的，印度、俄罗斯和菲律宾都是2015年完成转换，巴西和墨西哥则将在2016年完成转换。来源：中国通信网2013年03月20日

工信部2013年专项治理垃圾短信将切断利益链条

3月25日，从工信部了解到，2013年工信部将从完善法律规范、强化技术支撑、落实工作机制、切断利益链条四个方面入手，在全国范围内深入开展垃圾短信息治理专项行动。

工信部电信管理局巡视员张新生在中国互联网协会反垃圾短信息联盟扩大会议表示，垃圾短信一直是通信信息服务行业的一项痼疾，工信部希望通过2013年的专项行动，进一步完善短信息服务的法律规范，健全垃圾短信发现、举报、处置、监督及建立跨部门综合治理垃圾短信长效机制，能够及时响应用户拒绝接收垃圾短信息的请求，更好地遏制垃圾短信，提升用户体验。

据工信部电信管理局有关人士介绍，此次行动将全面加大对垃圾短信息的打击力度。工作重点计划从四个方面入手：一是完善法律法规、行业服务规范和技术标准；二是深入推进垃圾短信治理技术支撑手段建设；三是强化落实四项工作机制，确保执行到位；四是切断垃圾短信利益链，发挥各治理主体的积极性。

来源：赛迪网2013年03月26日

工信部将推基于云计算的电子政务平台

工业和信息化部日前印发了《基于云计算的电子政务公共平台顶层设计指南》（以下简称《设计指南》），旨在充分发挥既有资源作用和新一代信息技术潜能，开展基于云计算的电子政务公共平台顶层设计，继续深化电子政务应用，全面提升电子政务服务能力水平。

《设计指南》规定，设计目的要以需求为导向，以效益为根本，密切结合中心工作，积极推动云计算模式在电子政务中的应用，提高基础设施资源利用率，为减少重复浪费、避免各自为政和信息孤岛创建新的技术支撑体系；充分发挥云计算虚拟化、高可靠性、通用性、高可扩展性等优势，利用现有电子政务基础，建设完善电子政务公共平台，支撑各部门应用发展，促进跨地区、跨部门、跨层级信息共享；推动建设完善电子政务公共平台信息安全保障体系，加大安全可靠软硬件产品的研发和应用力度，带动信息产业发展，提升信息安全保障能力，保障政府信息系统安全可靠运行；转变电子政务建设和服务模式，促进电子政务建设运行维护走市场化、专业化道路，全面提升电子政务技术服务能力，降低电子政务建设和运维成本。设计方向是推动数据和业务系统与承载的技术环境分离，推动电子政务项目建设过程优化，推动建设完善信息资源服务体系。

《设计指南》主要包括需求设计、系统架构设计、应用功能服务设计等十项具体内容。在基础设施服务设计方面，电子政务公共平台的建设和运行需要基于广泛接入的互联互通的网络进行，各地应根据政务内网、政务外网和互联网的发展现状，围绕区域和行业应用发展的需要，采用能满足电子政务公共平台部署所需的互联互通的网络，设计并构建网络资源服务。来源：《人民邮电报》2013年03月25日

【发展环境】

4G牌照发放无准确时间表运营商投资受资金制约

自工信部部长苗圩在两会期间表态2013年要发放4G牌照后，4G牌照何时发放以及三大运营商的牌照发放安排成为热议话题。

腾讯科技近日从工信部人士了解到，有关“2013年要发放4G牌照”的消息目前仅处于部长“表态”层面，至于何时发以及如何发，工信部内部尚未有具体和明确的安排。

工信部：牌照发放尚未有时间表

刚刚过去的两会期间，苗圩透露，4G牌照估计2013年年内可以发放。苗圩使用了“估计”一词，暗示了4G牌照发放时间的不确定性。

此前有接近工信部的人士对腾讯科技表示，具体发放时间会在2013年10月份。也有消息称，会在第四季度左右发放牌照。

工信部通信科技委副主任陈如明近日也曾表示，我国4G牌照发放的时间窗口应该在2013年9月至2014年6月这段时间内。他建议，从全球TDD/FDD LTE协同融合发展以确保TD-LTE产业持续发展的角度来看，我国4G牌照以较早发放为宜。

对于3G不给力，已经开始建设TD-LTE规模试验网的中国移动而言，中国移动董事长奚国华公开建议，国内TD-LTE产业年内可基本成熟，因此2013年年底发放4G牌照这个时间点是合适的。

工信部的一位人士表示，有关“2013年要发放4G牌照”的消息目前仅处于部长“表态”层面，至于何时发以及如何发，工信部内部尚未有具体和明确的安排。坊间所传的时间仅仅是一种猜测。

对于给三大运营商发哪种制式牌照，上述人士表示，除了要考虑三家运营商现有网络演进，也不排除“行政分配”的因素。

运营商：投资建网规模受资金制约

就运营商的准备状况而言，中国移动最为积极并建设了TD-LTE网络。中国联通和中国电信尚未有实际行动。

有业内人士指出，资金成为三大运营商投资4G网络的最大制约。

“中国移动的盈利状况好，有雄厚的资金积累，投资4G没有问题，对中国联通和中国电信而言，本身盈利少，3G和4G如果一起发展，能否支撑这么大的规模本身很令人怀疑。”这

位人士表示。

2012年中国移动在15个城市建设了TD-LTE试验网，在杭州、深圳、广州实现主要城区的全覆盖。按照中国移动的计划，2013年将建设20万个基站。网络覆盖100个城市，年内采购100万台以上的TD-LTE终端，覆盖人口超过5亿。

在4G投资上，中国移动提出，2013年的资本支出预算增加49%，达到1902亿元人民币，其中417亿用于4G建设。

不过该规模还不够。据一位参与广州、深圳TD-LTE建设的人士测算，中国移动若实现TD-LTE全国全覆盖，至少需要建设80万个室外基站和30万个室内基站，预计至少投资6000至7000亿元。

而对于中国联通和中国电信而言，目前3G业务尚未大规模盈利，能否抽出相当数额的资金用以投资4G还是未知数。此前中国联通在工作会议上透露，要“以总量控制和效益优先为原则，科学把控投资方向。”这可以看作是2013年中国联通减少投资等待4G的一个信号。

按照中国联通董事长常小兵的说法，4G和3G相比只是宽带疏通能力的进一步增加。联通会在热点地区能力紧张的地区扩容，并不需要广域的4G覆盖。

这意味着中国联通部署4G先期只会部署重点地区和城市，而不是广域的全覆盖。

设备商：找准运营商弱点进行游说

对于2012年处于寒冬的通信设备商而言，4G牌照要发放的消息显然是一剂强心剂。

此前，爱立信、诺基亚西门子通信（下称“诺西”）、华为、中兴和上海贝尔都在刚刚过去的移动世界大会上展示了TD-LTE解决方案以及LTE-FDD和TD-LTE融合的解决方案。不过他们对运营商的游说各有侧重。

作为龙头老大的爱立信，由于在TD-SCDMA时代份额很少，在2012年中国移动TD-LTE规模试验的首次招标中份额不佳，他们也谋求在中国市场上TD-LTE的进一步突破。

“TD-LTE目前面临的最大问题是国际化，是全球产业链发展的问题。在TD-LTE的国际化上国际厂商更具有优势。”爱立信中国首席市场官常刚这样说。

据腾讯科技了解，爱立信目前在LTE-FDD网络的商用部署规模全球最大，承载着超过50%的全球LTE业务流量。2012年支持了中国移动香港LTE-FDD/TDD融合网络的建设和发展。诺西在全球则已经获得78份LTE商用网络合同，其中有44张网络已经投入运营，在全球推广TD-LTE方面，已获得11个合同。

对于国内厂商华为和中兴而言，则更强调基于TD-SCDMA的平滑升级，在3G建网的优势上继续扩大自己的本土份额。

比如，中兴在TD-SCMDA市场的份额占34%，在2012年TD-LTE第一阶段规模试验网招标中，中兴的份额约25%左右，中兴高层希望通过TD-SCMDA上的平滑升级，扩大在TD-LTE的市场空间。

值得一提的是，除了在设备领域，华为和中兴的终端也可从4G领域分一杯羹。在此前中国移动的首批4G商用终端中，华为、中兴手机和MiFi上网终端有多款入围。

来源：飞象网2013年03月20日

摩根大通：明年全球智能手机增速放缓至17%

智能手机在经历了高速发展阶段后，或将出现增长放缓局面。

近日，摩根大通发布的一份报告显示，未来几年，智能手机的用户数量将继续增长，但是智能手机销售的增速将开始放缓。2013年智能手机的发货量将增长37%，但明年增速将下降到17%。

增速放缓的原因在于，苹果股价在过去六个月下滑了26%的事实证明，即使是对成功的智能手机公司而言，也无法保证投资它们的股票可以100%获利。

摩根大通分析认为，未来几年高端手机将面临两个阻碍。首先，在那些能够买得起高端手机的市场，市场饱和度已经非常高。2013年美国高端手机市场的饱和度将达到72%。由于首次购买智能手机的消费者越来越少，制造商将需要依赖现有客户对手机进行升级的需求。

其次，升级手机的理由可能正在减少。当前的手机屏幕和摄像头的分辨率已经能够满足最

挑剔的用户。高速数据技术LTE让许多人更换了新的手机，但是，该技术已经足以支持视频聊天和在线观看电影，因此，进一步提升速度可能没什么必要。短距通讯芯片未来可能会让手机取代信用卡，但是商家和支付处理方必须付出更多努力。

相比海外市场，国内市场的发展前景似乎要好得多。据美国移动分析公司Flurry最新的报告显示，截至2月初，中国市场已激活苹果和安卓智能手机及平板电脑数量达到2.46亿部，超过美国的2.3亿部，首次成为全球最大的智能终端设备市场。

业内人士认为，首批购机者空间仍不小，中高端消费者换机频率日益提高，造就了如今的中国智能终端冠军头衔。

此外，在智能终端增长的背后，还有中国移动互联网产业不容小觑的发展势头。国内三大运营商的持续大力补贴，让低价智能手机迅速蹿红市场，拉动购买力。而手机购物的持续升温也拉动智能手机的销量。数据显示，2012年我国的手机购物市场规模达600.5亿元，较2011年增长高达488.7%。来源：《北京商报》2013年03月20日

工信部：4月1日起新建住宅全面实施光纤到户

自2013年4月1日起，在公用电信网已实现光纤传输的县级及以上城区，新建住宅区和住宅建筑的通信设施应采用光纤到户方式建设，同时鼓励和支持有条件的乡镇、农村地区新建住宅区和住宅建筑实现光纤到户。这是22日从住房城乡建设部获悉的。

住房城乡建设部、工业和信息化部近日联合发出通知，要求贯彻落实光纤到户国家标准。根据通知，新建住宅区和住宅建筑涉及的通信管道、楼内光纤、设备间等通信配套设施，应满足多家电信运营企业共享使用的需要。光纤到户通信设施未按要求验收或者验收不合格的，不得接入公用电信网。与此同时，两部门还要求加快推动既有住宅建筑光纤到户改造。

来源：《北京晨报》2013年03月23日

运营竞争

【竞合场域】

腾讯微信加速推动电信运营商转向公用事业

腾讯微信与三大电信运营商正在激战，且短时间内不会停止。

3月19日，IT商业新闻网从工信部公布的2013年前两月数据中了解到，微信等新型移动信息服务对短信的替代作用已经十分显著，一方面降低了用户使用短信的频次；另一方面，微信促使用户不再订购短信类信息服务，使得此类短信量同比下跌18.5%。从发展趋势看短信业务量会呈现继续下滑的趋势。

从各方的数据中看，腾讯已然成为了国内的“第四个电信运营商”：中国移动用户超过7亿，而腾讯QQ活跃用户数同样是7亿，微信用户数已高达3亿。并且微信在拓展国外市场时，比中移动做得要好：微信已在东南亚等地积累了大量“粉丝”。“我每天和朋友用微信联系，如果有WiFi，还可以视频通话，还不用交手机话费，干嘛不用微信？”一位手机用户这样说。

对于微信的威胁，中移动董事长奚国华在参加MWC2013时就说，微信对我们的语音、短彩信产生了很大替代性。“互联网的挑战竞争更可怕”。不光是奚国华，中移动总裁李跃、中国联通总经理陆益民均曾说过类似的话。

近期有消息人士透露，上月底时，工信部召开了关于OTT业务（微信属OTT业务）对电信运营商影响的讨论会议，国内三大运营商相关人士均有出席。会议上，中移动与联通针对运营商补贴的方案争论不一，最终却并未达成一致意见。该消息人士当时还称，3月11日，工信部还会再召集三大运营商、相关OTT企业召开内部会议，主要讨论微信业务对运营商网络资源的占用问题。。

有报道称，应该如何向腾讯收费，国内三大运营商的意见并不统一。中移动的态度最强硬，而中国联通和中国电信的手机用户总量与中移动差距巨大，他们担心，如果过度加大对OTT企业的“压榨”，反而会增强中国移动的优势。

业内专家举例说，运营商正受到两方面的影响：一方面，由于腾讯移动互联网业务的快速发展，导致中移动流量压力很大，迫使其不断投资进行网络建设；与此同时，中移动原有

的业务不断萎缩。最后导致的结果就是中国移动和腾讯的关系日趋紧张。

有观点认为，微信这类OTT业务之所以成功，很重要的因素是因为它们几乎完全免费，这是OTT吸引用户的卖点。运营商如果要求OTT企业支付费用的阴谋得逞，那么，这个不菲的费用最终必将转嫁到用户头上。而运营商联合打压OTT业务，首先涉嫌缔结垄断协议，第二则是滥用市场支配地位，扼杀创造力，妨碍竞争。

该观点表示，运营商打击OTT的如意算盘至少包括两点：一是必须按用户收费，而不能再笼统地收取带宽租赁费；二、不再提供不限流量包月费。可是，运营商们忽视的是，我国《反不正当竞争法》第6条规定：公用企业或其他依法具有独占地位的经营者，不得限定他人购买其指定的经营者的商品，以排挤其他经营者的公平竞争。同样，《反垄断法》第六条规定：具有市场支配地位的经营者，不得滥用市场支配地位，排除、限制竞争。

电信专家陈志刚认为，随着科技进步，我国对于基础电信业务的内涵和本质进行新的阐释，以符合技术进步的 trend 和政策管制的需要，这一项重要和基础的工作一直被忽视。这在事实上造成无论是管制部门还是电信运营商，在应对Skype这样的VoIP话音业务时，一直应对乏力，任其发展，成为管制的空白领域。这个局面直到微信出现，不单冲击传统的话音业务，还冲击短信、彩信等基础数据业务，这让运营商意识到了危险所在。

陈志刚认为，在一个以法管理的市场，向提供基础电信业务服务的OTT业务提供商发放虚拟运营商牌照，是一个必然的选项。这样可以建立普遍服务责任交易制度，即虚拟电信运营商通过责任交易，向基础电信运营商交纳一定的费用，而由基础电信运营商代为承担和实施。

无论是腾讯的微信已越来越严重地冲击到了运营商的利益，还是运营商难以转型成为真正的互联网企业，这些似乎都在暗示：运营商回归公用事业的地位，才是他们的最终归宿。但腾讯董事会主席兼CEO马化腾近日在接受媒体采访时明确表示，“腾讯不会申请虚拟运营商牌照”。意在避免与电信运营商进行正面对抗。有业内人士说，腾讯这一举动，让本就“剪不断、理还乱”的各方关系再增添复杂因素。

从三大运营商应对微信的冲击，想到了电信运营商未来的定位问题。北京邮电大学吕廷杰教授认为，运营商去电信化之前，必须先弄清楚什么是电信化。电信产业，作为典型的自然垄断产业，其基本产业特征包括：（1）横向的全程全网：通俗的说就会要完成跨地域的电信服务，必须依靠全网的配合，区域的的运营商不可能完成完整的服务；（2）纵向的技术强关联：电信基础网络建设和运营与基础电信服务密不可分。即网业强关联，不能分离。电信产业自从它诞生的那一天起，作为一个自封闭的系统，无论是技术还是业务创新，基本上都是属于“圈子内”的事情。即使是由于横向的全程全网的需要，国际电信联盟作为技术驱动的最早的国际合作组织的成立，也没有摆脱封闭的本质。

陈志刚认为，对电信运营商来说，在转型的当下，其实有两种思潮在涌动。一种是电信服务行业回归到公用事业的地位，就像水电煤气在社会生活中的地位。另一个选择则是互联网化。但一个真正的电信运营商无论进行什么样的自我改革，都很难成为一个真正的互联网公司。这是有支撑彼此的基本技术体制决定的，也是由各自完全不同的生存和发展模式决定的。来源：IT商业新闻网2013年03月20日

电信2013年拟新增3000万3G用户利润下降因iPhone补贴

中国电信董事长王晓初3月20日在出席中国电信业绩发布会时表示，中国电信2013年资本开支预算为750亿元人民币，其中200亿元将用于3G网络，而3G用户数增长目标是3000万户。王晓初认为，中国电信的移动业务，仍处于高速增长期，2012年移动用户增长27%，但收入增幅达36%，故2013年3G新增用户量目标为超过3000万户。

根据中国电信昨日公布的2012年业绩显示，中国电信2012年实现移动服务收入928亿元，同比增长36%。移动用户总量达到1.61亿户，净增3415万户，其中3G用户净增3276万户，用户占比达到43%。移动用户整体市场份额接近15%，3G用户市场份额达到30%。

不过，2012年中国电信净利润为149.25亿元，同比下降9.5%。对此，王晓初表示，2012年利润倒退幅度，在市场预测之内，由于第二季度开始引入iPhone，令营销费用上升，导致2012年纯利有所下降。

王晓初指出，全球电信运营商引入iPhone首年均会出现相关问题。

王晓初表示，中国电信2012年手机补贴按年增长39%，至271亿元，其中包括大部分iPhone补贴，但全年手机补贴占移动收入的比率仍按年下降，预料2013年中国电信的手机补贴总数仍会上升，但占移动收入比率，仍会按年下降。来源：赛迪网2013年03月21日

联通净利增速为三运营商之首传统业务受微信冲击明显

根据中国联通3月21日下午发布的2012年业绩报告显示，受益于3G业务的快速增长，中国联通在2012年再次成为国内三家电信运营商中营收及净利润增幅最大的企业。

财报显示，中国联通2012年全年收入2489.3亿元，同比增长19%，其中服务收入为人民币2101.3亿元，比上年增13%；全年净利润71亿元，每股盈利0.301元，同比增长67.9%。按照剔除固话初装费延迟收入的可比口径计算，中国联通净利润同比增长68.5%。

这也是中国联通自2011年恢复净利润增长之后，净利润增速首次超过50%。而在2009年和2010年，由于受3G建网和较高终端补贴的影响，中国联通的净利润曾连续下滑。

中国联通在财报中表示，3G业务的规模增长，是推动中国联通营收及利润增长的主要原因。财报显示，2012年，中国联通的3G用户累计净增3643.7万户，达到7645.6万户；3G服务收入同比增长82.6%，达到598亿元。

值得注意的是，中国联通3G用户对移动用户渗透率达到31.9%，同比提高11.9%，3G收入对移动收入贡献率达47.4%，移动用户ARPU值同比提高1.3%，达人民币47.9元，其中3G用户ARPU值为86.1元。

虽然中国联通3G用户的ARPU值从2011年的110元降至86.1元，但在用户规模增长的推动下，该公司的移动用户ARPU同比提高1.3%，达到47.9元。中国联通全年移动数据流量同比增长也达到92%

此外，中国联通净利润获得大幅增长，还得益于中国联通对成本的良好控制。根据联通的财报，联通2012年，网络、营运及支撑成本为325.2亿元，同比增长10.4%，所占服务收入的比重由上年的15.8%下降至15.5%。

值得注意的是，中国联通对于3G营销资源的使用效率已得到进一步提升，此前一直拖累中国联通利润率在手机补贴，由2012年占3G服务收入的比例17.7%下降至10.2%。

综合三家运营商的业绩来看，虽然中国联通的营收和净利润都不及中国电信（营收增长11.8%至2583亿元，净利润下降9.5%至149亿元）和中国移动（营收增长6.1%至5604亿元，净利润增长2.7%至1293亿元），但中国联通的增速远超另外两家电信运营商。

此外，财报显示出三大运营商的数据流量处于爆发式增长状态。中国联通全年移动数据流量同比增长92.0%；中国电信手机上网总流量增长约两倍；而中国移动的数据流量比上年增长187.6%。

而语音、短信等传统业务都出现下滑。中国联通指出，其GSM业务收入同比下降6%，主要因为语音、短信等传统业务的下滑。在中国移动数据业务板块中，短信及彩信2012年的占比已下降到26.6%，这或许反映出OTT服务对三大运营商业绩的冲击。来源：赛迪网2013年03月22日

【市场布局】

全媒体时代，电信运营商应奋起求变摆脱舆论阴霾

一直以来，媒体都对运营商“青睐有加”。道理其实很简单。其一，清一色的央企身份；其二，涉及国计民生的地位和角色，庞大的用户规模遍及千家万户。

但奇怪的是，运营商一些造福于民的举措也经常被媒体误读。譬如通话双改单、漫游资费下调、宽带资费下降，这些对用户利好的消息在进入公众视野时，总是被“加料”，最后成了电信资费明降暗升，是陷阱、圈套，消费者应“谨防受骗”。

同时，通信作为当前公众使用最频繁的公共服务，决定了电信消费者具有情绪敏感的集体特征。中国电信业拥有逾10亿客户，营业网点遍布全国各地。计费、业务、服务，任何一个环节出现小小的差错都会引起客户的不满、投诉。移动互联网时代，每个人都是信息源，许多对通信服务不满的客户不再求助于媒体发布信息，而选择自由在网络上发表观点，更容易引发网民盲从。一个简单的服务投诉，往往演变为“运营商暴利”、“故意不

降价”等舆论困局。

现在，社会上还有很多所谓的“斗士”——投诉专业户，也让企业头疼不已。他们挖空心思地寻找各类业务和活动的漏洞，找准敏感时机进行投诉索赔，牟取利益。在应付的过程中，运营商一旦把握不好，事态就会扩大，甚至于暴露在公众面前，造成非常不利的负面影响，进一步恶化了对运营商的看法。

一些善用“放大镜”的媒体、个别为谋私利却混淆公众耳目的搅局者、部分戴着有色眼镜的消费者，都对电信业的舆论现状负有一定责任，很多被曝光的事件并不代表理性的“社情民意”，却让运营商背够了黑锅；很多细微的事件经过互联网的推波助澜后被无限放大，也让运营商有苦无处说。

然而，反观诸己，运营商自身也存在着一些问题。如，担心家丑外扬而羞于面对，选择封锁消息；不能第一时间反应而“金口难开”；不迅速弥补过失而被舆论绑架等，都是值得我们正视和反省的。

面对自身问题，只有不回避、不推卸，慎思明辨而后笃行。作为局内人，运营商自然不甘心，不希望长此以往都无法摆脱舆论的阴霾，内忧外患，该如何奋起求变，寻找破局之道？

摆正心态做强智能管道。现在，业内很多人都普遍存有看不起“管道工”的浮躁心态。殊不知，管道正是运营商的核心竞争力，下工夫把管道做得更强才是安身立命之本，才有资格在互联网时代立于不败之地。这并非说运营商就得固步自封，不思求进，而是无论做不做管道之外的内容、信息都不要急功近利，正视自己的“先天不足”，在初级阶段不妨将战线拉得短一些，重点研究、突破几个好产品，把品牌先打响。

用恰到好处的服务赢得用户的尊重。一直以来，我们在服务方面是不是太片面地去研究用户喜欢什么，而忽视了去研究用户不喜欢什么，反感什么？少一些想当然，为用户保留一个相对清静的空间会取得更好的舆论效果。

建立全媒体时代企业舆情危机应对机制。诚如中国人民大学新闻学院副院长喻国明所言，

当下的舆情应对，尤其舆情危机应对，是一个非常复杂和非常系统的问题。一方面，要把形象塑造作为常态沟通与传播管理纳入企业运营的重要内容来抓，将营造企业可持续发展良好舆情生态作为不可或缺的一项工作抓紧抓实抓好。面对舆情危机，要摒弃封口思维，迅速反应、勇于担当、弥补过失。另一方面，要通过多种方式畅通社会公众诉求表达渠道，增强网络舆情分析研判与危机预警能力，建立常态化工作机制，积极加强引导，掌握舆论主动权。同时，真正确立起形象塑造与传播也是生产力的意识，形成以客户认知为标准的传播体系，改变简单生硬、自说自话、片面图解的宣传方式，通过敞开胸襟的主动宣传赢得话语权压缩猜忌和道听途说的空间。

这些当然需要运营商拿出无比的勇气和决心，直面现实，完善自我。

但同时也希望我们的媒体和公众，以更客观一点儿的眼光，更宽容一点儿的心态来对待运营商。毕竟，他们付出了很多你们所没有看到的努力。来源：《人民邮电报》2013年03月20日

中移动回应“微信收费”传言：这应由市场来决定

运营商到底会不会对微信收费？

“收不收费，这应该不是一个政府和运营商的问题，也不是运营商和互联网公司的问题，而是由市场来说话的。”3月21日，中国移动研究院院长黄晓庆就微信话题接受记者采访时，对此并未明确表态，而是表示应该交由市场决定。

此前有消息称，工信部近期两次召集中移动、中国电信、中国联通三大运营商和相关OTT企业召开内部会议，讨论微信业务给运营商的短信、话音等传统业务造成的冲击，三大运营商准备向类似腾讯微信这样的业务进行额外收费。

“愿意为流量买单的最后不一定只是消费者。就像800免费电话是被叫方付费，老百姓打电话是不收钱的。”黄晓庆提出，“那么未来会不会有类似800电话的免费数据流量呢？也许将来市场上会出现各种产品。”

在黄晓庆看来，OTT业务的发展，也将为运营商带来更多的机会，并推动运营商转型。而

并非人们所认为的运营商是在借打压微信阻碍历史潮流。

对于向微信收费的话题，腾讯方面3月21日向本报回应称：“我们的目标是跟运营商共赢，一起在无线物联网时代提供更多的增值业务给用户，而不是在基础通讯服务上分一杯羹。在梦网时代，我们已经是运营商的紧密合作伙伴，在新的无线物联网时代，合作的空间更大。”

至于近期有媒体盛传“微信将向用户收费”的传言，腾讯方面予以否认，表示这“纯属谣传”。

“OTT潮流不可阻挡”

关于微信等OTT业务对运营商传统业务的冲击。中国移动董事长奚国华曾明确表态，“OTT是一种技术进步，不可阻挡的潮流，是任何力量都阻挡不了的。”

奚国华的态度，其实也代表了运营商内部对微信等OTT业务其实已经有深刻认知。黄晓庆进一步表示，“运营商是不反对OTT业务的。老百姓喜欢，包括我们自己都喜欢，为什么要去反对呢？”

事实上，OTT话题并不是一个新问题。“如果从1997年中国互联网起步算起，互联网作为承载在运营商IP网络上的业务已经有十多年了。”黄晓庆说。

在固网时代，OTT问题也爆发过很多次，最典型的的就是P2P（个人对个人）下载的问题。它占用带宽资源的能力让全球的运营商都为之头疼。不少运营商也作出过限制P2P的决定。

但是，封杀行为也导致了用户的抗议，或者转而投入别的运营商怀抱。“有些需求是客户的刚性需求，你简单地封它是绝对不行的。归根结底是一个运营和管理的问题。”黄晓庆表示。

而移动互联网的OTT业务成为一个话题则是近几年的事情，特别是微信出现之后，用了不到2年时间就吸引了3亿用户，并直接分流了运营商的部分短信、话音业务。

不过，在黄晓庆看来，运营商要“掐死”微信也是一件不现实的事情，因为它代表了用户

需求的趋势。同时，包括奚国华在内的运营商高层也多次表态，运营商并不反对OTT，未来大家可以做到合作共赢。

“ 微信占用60%信令 ”

那么，近期运营商对微信的不满主要来自于什么呢？

黄晓庆认为，目前微信最大的问题在于设计产品环节，“他们的一些关键指标，与我们给它提的要求之间是有矛盾的。”

比如类似微信这样“永远在线”的应用，会不断向运营商网络发出“心跳”，这些“心跳”本身没有任何流量，但是会占用运营商的信令通道，如果“心跳”过快过多，就会导致运营商的网络出现问题，甚至瘫痪。

事实上国际上已经有不少这样的案例。黄晓庆举例说，2012年1月，日本最大的移动运营商NTTDOCOMO在东京地区的网络发生故障，在持续四个多小时的故障期间，有252万用户受到影响。

NTTDOCOMO事后调查发现，激增的数据流量是导致网络故障的主因。而产生大量数据流量的来源是一款可以免费语音通信的Android应用，会每隔3至5分钟发送控制信令。一旦信令信道发生拥塞，就会引起“雪崩效应”，这些终端会不断地重试连接，导致信令信道更加拥塞，最终瘫痪。

2009年12月，英国运营商O2也碰上过这一问题，8%的智能终端用户产生55%的信令流量，导致伦敦一些用户周期性无法拨打接听电话。

这样的问题被业内人士称之为“信令风暴”。在国内，虽然还没出现过这样严重的状况，但是运营商已经开始面临压力。中移动方面提供的统计数据显示，微信已经占用了中移动60%的信令资源，但仅仅带来了10%的移动数据流量。

换句话说，目前微信占用运营商资源过多，但却没有带来与之匹配的收入，同时还有可能把网络搞瘫痪。这或许才是引发运营商不满的直接原因。

黄晓庆表示，关于收费话题，现在其实很多用户没有考虑到的问题是，“老百姓已经为很

多服务付了费，如果因为一些OTT的不规范影响到了他的付费业务，这也是个问题。”

“并不是你死我活的关系”

那么，微信有没有可能和运营商共赢？

在黄晓庆看来，答案是肯定的，他表示自己最近也一直在对此进行调研，探讨“什么样的模式可以让双方共同发展。而不是一定要站到各自的对立面”。

黄晓庆告诉记者，单从技术的角度，中移动的第一个要求就是，就互联互通、信令风暴等问题双方一起坐下来协商探讨。OTT担心的是他们的用户体验问题，而运营商担心的是网络承载和更多用户的基本体验问题。

黄晓庆介绍说，在这方面中移动的互联网基地已经提出了一套“永远在线管理”方案。“比如手机上有10个在线应用，都产生心跳的话，对网络会是很大的负担。可以让它们共用。”

中移动方面设想的第二点是，双方可以进行资源共享，或者进行业务的互相推荐。中移动认为他们的4G网络能很好地解决信令占用问题，从这个角度，或许微信还能反过来推动中移动4G的发展。

总而言之，“OTT公司和运营商之间要形成协商合作的机制。这种协商是不是会形成商业模式？最终还是要由市场来说话。”黄晓庆表示。

至于微信导致的运营商传统短信、语音收入下降的问题，黄晓庆表示，运营商自身也应该转变商业模式，比如流量经营就是很重要的一点。

但如果参照美国、韩国等国家的情况，中国移动用户现在的数据使用量还很低，大约仅在100M左右。根据中移动发布的2012年财报显示，中移动2012年全面数据业务收入1663.48亿人民币，以7.1亿用户计算，平均每个用户的月数据消费额不到20元。这意味着数据业务收入未来还有巨大的增长空间。

黄晓庆判断，如果未来随着4G网络的发展，中移动用户的月平均数据消费量能达到2G的话，来自数据业务的收入将成倍的增长。这么计算的话，那些损失的短信、语音收入将不

会成为任何问题。而用户数据流量消费的增长，则恰恰将来自于微信等OTT业务的推动。

来源：《21世纪经济报道》2013年03月22日

常小兵称联通4G将采用FDDLTE投资控制在百亿内

3月22日消息，中国联通董事长常小兵昨日在出席中国联通业绩发布会时明确表态，中国联通4G将坚定不移走现有技术路线，即采用FDD制式的4G网络，同时，他还表示，中国联通预计未来即使投资在4G建设，也将会控制在100亿元以内的水平。

常小兵表示，综合两会期间内地相关部门言论，市场预计内地4G牌照有可能在2013年发出，中国联通将积极应对，经过管理层的研究，决定将坚定不移走现有技术路线，即FDD制式的4G网络，而且，暂时并无收到政府部门要求电信运营商未来必须使用TD网的消息或压力。

此前，有消息称三家运营商都将获得TD-LTE牌照，但这一消息始终未获得相关机构的证实。中国电信董事长王晓初此前也表示，中国电信希望获得FDDLTE牌照，但如果未来政府不发给FDDLTE牌照，那就将与中国移动共同建设TD-LTE网络或者租赁中国移动的TD-LTE网络。

常小兵认为，中国联通没有理由要同时经营FDD与TD两种制式的4G网络，联通会透过技术平滑演进，将现有3G基站升级至4G。

据了解，联通的WCDMA可以平滑升级到FDD-LTE，不需要重新大规模投资建网，可以大幅缩减成本，由3G时代的WCDMA升级到4G时代的FDDLTE，只需要更换相关软件即可，成本较低。来源：赛迪网2013年03月22日

技术情报

【趋势观察】

网速、信号、app是智能手机三大痛点

爱立信消费者研究室昨日发布的2012中国城市通信行为研究报告显示，智能手机的用户体验亟待提高，网速、信号和app是影响用户体验的三大痛点。

这份报告的研究样本是针对中国一至二线城市15到69岁的城市消费者。报告显示，目前，31%的手机用户使用智能手机，较上年相比有较大幅度增长。

爱立信消费者研究室中国分部负责人徐晓莉分析，网络速度慢、网络接入问题和应用程序出错成为影响智能手机用户上网体验的主要问题。其中，网络质量对用户体验的好坏起决定作用。50%的用户使用手机上网时经常遇到问题，38%的智能手机用户使用手机应用程序上网时经常遇到问题。

数据业务的使用上，手机浏览网页仍是使用最多的数据业务，即时通讯和手机登录社交网站成为增长最迅速的移动业务。73%的智能手机用户至少每周使用即时通讯业务（较上年增长了27个百分点）。智能手机用户至少每天使用微信、QQ等手机通讯软件的比例，从2011年的37%增长到2012年的59%。来源：《北京晨报》2013年03月20日

微信商业化渐进：4月上线自研游戏首发开放规则

尽管外界对于微信商业化的猜测从未停止，但是答案显然正在逼近：我们获悉，4月份，微信将上线自研休闲游戏，并将首次发表开放规则。

整个3月份关于微信商业化的消息出现了前所未有的高密度曝光。3月之前，腾讯官方对外强调的仍是用户体验，但自3月5日华尔街日报中文网的一篇报道起，微信商业化的进程逐渐浮出了水面。

马化腾在出席全国人民代表大会开幕式的间隙表示，未来几个月腾讯将在微信平台上推出移动社交游戏，以实现微信的商业化运营。另外，未来几个月腾讯还将在微信平台推出出租车等服务的微支付选项。

这可以说是腾讯关于微信商业化的首次表态，而且当周他又在北京接受了媒体的群访，对商业化的问题再次做出了回答：

海外其他微信类的产品，已经比微信走早大半年的时间，在增值服务、尤其是移动社交、游戏方面，应该是有比较清晰的商业模式。我们目前也在紧锣密鼓地研发，务必是体验比较好我们才愿意放出来。另外，我们也希望搭建一个开放平台，能够跟其他的各类开发商合作，提供更多的内容给我们的用户。

而在上周腾讯发布2012第四季度的财报后，在出席分析师电话会议时，腾讯总裁刘炽平再次表示，腾讯确实正在为微信设计游戏平台，预计将在未来数月内进入测试，至于全面商业化的时间，则取决于何时能够达到让用户满意的使用体验。

一个月内马化腾和刘炽平三次对这一问题进行了正面回应，尽管他们的说辞均是“未来几个月”或者“正在研发”这种不定式，但是按照腾讯的风格，“未来几个月”其实也就是下个月的事。我们也已经从内部人士处证实，微信会在4月推出几款轻度休闲游戏，而且都属于腾讯自研。

可以补充说下的是，正如外界传言，游戏落地微信迟迟未决，部分原因就是广研团队的消极配合。内部人士告诉我们，由于首批上线的是自研游戏，互娱旗下的各大游戏工作室都很期待，但是张小龙团队对这个事情的态度却说不上积极。“这边（互娱）一直催，但是那边（广研）却总是没有什么动作。”而另一方面，已经有第三方团队开始利用公众号推出了手机网页游戏，投放了数十款各类型的HTML5休闲小游戏，并在一个月内以零成本获得了超过5000的用户。

另外，腾讯已经于上周在内部正式宣布把原属于移动互联网事业群的无线游戏产品部整合到了互动娱乐事业群。考虑到互娱为腾讯贡献了一半的营收（腾讯2012年网络游戏营收人民币228.5亿元，占全年总营收52.1%），这个调整也意味着无线游戏开始承载腾讯在移动端变现的重担。

游戏登陆微信已经势在必行，但除此之外，微信还有什么计划？

依据刘炽平的说法，除了首先测试游戏平台，未来也会对O2O和电子商务等模式进行测试。“O2O商业模式、基于位置服务的服务及基于位置服务的电子商务”将成为重点。

O2O不新鲜，腾讯电商控股公司生活服务电商部总经理戴志康早就在带团队做这件事，用的是“微生活会员卡”这样一个公众号的形式。用户只需用微信扫描商家的二维码，就能获得相应的电子会员卡，享受会员服务。而且，更重要的是，现在微生活会员卡打通了与财付通的支付环节，用户可以对会员卡进行充值，从而利用微信进行支付。现在，这个服

务已开始针对商家用户推出了试收费，推出了按时间和按用户数两种收费模式。

不过，微生活会员卡更多的只是一个样本，就好像腾讯马上要上线的自研小游戏一样——无论是租车、增值服务，还是LBS服务和电商服务，微信更多扮演的将是平台的角色，因为它已经通过二维码、公众号和财付通，把商户和用户连接了起来。马化腾也曾明确表示，更希望微信做成一个平台，构造一些很简单的规则和网络层的连接，把复杂的商业模式交给外面的合作伙伴或者是个人。

而我们获得的另外一个与此相关的消息就是，腾讯将会在4月下旬举行开放大会，微信会首次发表开放规则。一旦规则宣布，微信就将正式开始平台之路。

所以，从目前来看，广告反而是最不明确的方式。马化腾和刘炽平都分别强调了移动端特性给广告带来的挑战，“过去网站上很多很大的广告，在手机上很难容忍，因为手机流量很贵，不可能放一个很大的广告，而且手机这么小的终端，很耗电，也很难被接受。”

尽管马化腾还在中国发展高层论坛上表达了对移动端商业模式的忧虑，

我们很恐惧的是没有发现太好的商业模式，在手机上的商业模式还不清晰，这是令我们更恐惧的事情，这个问题全球都遇到，包括谷歌。那么最好的效果，包括在韩国也测试了，在手机上的变现率和PC上差3—7倍，也就是说只有1/3和1/7。

但是，或许从4月开始，他的忧虑可以从微信的商业化实践中，得到解答。来源：赛迪网
2013年03月25日

打造高效能网络，奠定三网融合基石

近些年，三网融合正在成为整个通信行业最大的热点之一。三网融合包含业务融合、终端融合、网络融合等。三网融合是个循序渐进、逐步完善的过程。其中，网络的融合作为三网融合的根基所在，至关重要。上海贝尔遵循广电网络建设“高起点、高水平、高效益”的指导思想，以及业务牵引、突出重点、统筹规划和分段实施的原则，在原有三重播放业务架构的基础上，提出高效能网络（HighLeverageNetwork）的演进解决方案。从接入、汇聚、边缘、核心等各层面实现广电网络技术的端到端提升，致力于为广电打造一张

高性能、高可控的多业务承载网络，为三网融合奠定坚实基础。

融合多种接入技术

首先，在接入侧，PON+EoC解决方案使得光纤更靠近用户，海量带宽轻松获得。作为第三代具有应用使能机制的OLT系统，7360ISAMFX可满足多种接入技术融合的要求，支持包括GPON、EPON、10GGPON、10GE PON、P2P（点到点）等多种接入技术。

其次，该款OLT可提供更强大的处理能力、更高密度的线卡和端口，每槽位最多可提供16个PON口，单机框最高可提供256个PON口，每槽位带宽高达160Gbps，NT矩阵交换能力高达2Tbps，各项指标均是业界首屈一指的。同时，该平台配备内置OTDR功能，支持高效经济的接入网网络运维。

此外，7360ISAMFX设备内嵌AE业务使能处理芯片，为广电持续提供创新的商业模式。上海贝尔EoC解决方案是采用低频调制，基于HomePlugAV技术的EoC接入方案可通过局端设备接入CATV信号和IP数据信号，输出混合信号到同轴电缆分配网，配合EoC终端设备（CNU），组成最后100米高速互联接入网解决方案。

打造高效灵活光传送

在传送层面，未来广电网络主要承载高清电视、数字音频节目、新型互动节目、高速数据接入和话音等三网融合业务，无论是从更大容量颗粒度、QoS能力，还是数据处理能力上都提出了全新的承载需求，上海贝尔端到端高效能传输网络解决方案是针对广电现网的实际情况，从新技术、优化网络层次的角度为广电打造一个全新、安全可靠、高效灵活的下一代光传送网络。

在国家干线以及省内干线，100G高速波分系统的应用将会成为主流。上海贝尔100G1830PSS相干光波分平台，最先选择了业界优选的100G调制格式PDM-QPSK，将波特率减半至25~28G，实现2bit/Hz的几无损伤的传输。通过采用相干光检测技术并配合采用贝尔实验室独创的DSP独特算法以及一流的FEC纠错技术，有效提高光信噪以及接收端灵敏度，抑制系统各种非线性效应，在大大提高系统整体传输性能的同时，也确保了网络从

10G向100G的平滑演进。在城域网方面，上海贝尔认为可采用OTN+PTN的方式进行建设。值得一提的是，上海贝尔端到端1850TSSPTN解决方案，全系列产品全面覆盖核心层到接入层，2005年发布的全球首款PTN设备，目前已在国内外各大运营商网络中得到广泛部署。

构建差异化IP网络

随着公众用户的VoIP话音和视频（如IPTV）类新型宽带业务融合到IP网络的需要，IPoE的承载模式比PPPoE更加适合业务发展需求，同时面对多业务的双向层次化QoS对网关设备提出了更高的控制能力要求，传统BRAS上对单一Internet上网业务的简单的QoS机制以及性能的限制已不能满足要求。在此背景下，宽带网络论坛的TR101架构提出了网络边缘业务控制设备从单一支持PPPoE的设备（国内运营商主要为BRAS）向宽带网络业务网关BNG设备（同时支持PPPoE和IPoE）演进。

上海贝尔7750SR是一款真正意义上的BNG设备，能够同时支持PPPoE和IPoE，打破了传统SR和BRAS的设备差异，从硬件上统一用一台设备实现了BRAS和SR的所有功能。作为T比特级别的业务路由器，7750SR单槽位处理能力最大可达到400G。7750内置了针对视频优化的处理机制，对视频业务提供全局的性能监控和保障，提升用户体验。

此外，上海贝尔还能提供下一代IP核心路由器平台——7950XRS。该系列路由器平台体积小、效率高，是面向未来的平台。作为该系列的旗舰产品，7950XRS-40支持高达32Tbps的交换容量，整机可支持多达160个100GE端口，其端口密度是当前常规核心路由器的5倍。同时，7950XRS的背板及光接口被设计成可支持2Tbps的单槽容量和支持多机箱集群，使得整个平台在未来最大可扩容至240Tbps，并且支持400GE和1Tbps等超高速接口。

广泛部署NGB项目

上海贝尔一直致力于助力广电三网融合，近年来积极参与全国各地的三网融合项目。在上海东方有线NGB（NextGenerationBroadcasting，下一代广播电视网）项目中，7750SR路由器和1830PSSOTN设备凭借3T比特概念（即数据、传输和接入平台都达到T比特速率）与优势性能，分别担纲NGB城域网核心层和汇聚层及波分传输关键设备。

同时，上海贝尔还独家承建南京广电ASON核心平台建设项目。在山东广电，上海贝尔PON解决方案以及OTN解决方案等也获得规模部署。在全球市场，上海贝尔的解决方案更是广泛服务于多家有线电视运营商，包括墨西哥CableVision、阿根廷CableVision、莫斯科有线（Mostelecom）等。来源：《人民邮电报》2013年03月25日

主流信息化如何对接草根网商

“ ‘ 大力培育现代流通方式和新型流通业态，发展农产品网上交易、连锁分销和农民网店。 ’ 2013年的中央 ‘ 一号 ’ 文件对涉农信息化提出了更加具体、更加细致的要求。相对往年，我认为2013年农村信息化最值得关注的点，就在于自上而下的推进浪潮和自下而上的应用需求开始接轨了。 ” 刚从江苏、浙江等地农村调研返京的中国社科院信息化研究中心主任汪向东对记者表示，从他亲身调研的情况看，我国农村部分地区信息化尤其是电子商务发展，目前已经进入广接地气、上下对接的2.0时期。

现状——

农村信息服务能力大量闲置

汪向东表示，我国从上世纪90年代推出“金农”工程以来，就非常重视推进涉农信息化建设，但主要是以自上而下的做法，是党和政府要农民信息化，而不是农民要信息化。多年以来，农村信息化建设主要是基础能力建设，特别是我国提出社会主义新农村建设以来，提出城市反哺农村、工业反哺农业，各个相关部委都花费了大量的人力、财力和物力，从三电合一、村通工程、电脑下乡、信息下乡到人员培训，但往往是“有网无用”，没有发挥这些信息基础设施的能力。例如中组部前些年大力建设的农村党员干部远程教育网，为了解决有网无用问题，后来与商务部合建新农村商网，到目前为止，也没有出现农民大规模应用的情况。

汪向东认为，从我国农村信息化的发展历程看，这种自上而下推进的合理性在于长期以来的城乡二元结构。农村相对于城市存在两个最突出的差距：一是分散性，城市本来就是人员、资源的集中地，加上工业化的进程进一步加强了这种集中；而农村自古以来就有地

域、人员、资源上的分散性，加上家庭联产承包责任制实施以来，变集中决策为分散决策，固化了农业生产经营的分散性，种什么、怎么种都是农户自己说了算，作物、农时的巨大差异，给涉农电子商务带来了巨大挑战。再加上物流等基础设施与城市的巨大差距，从经济角度看，既不是规模经济，也不是范围经济。在这种状况下，线下的、扎根在村一级的信息点的设置就显得格外重要，能把原本分散的信息化需求整合起来，把原本不经济的商业模式变得经济起来。各有关部委都看到了这一点，要大力发展村一级的信息点，例如利用农机站、文化站、农村信息服务站、电话营业厅等设立，如果没有这些信息点构成的线下网络，推进涉农电子商务会很难甚至是不可能的。二是农民信息化素质普遍较低，再加上2亿多在农村中年龄结构、文化结构最优的，信息化素质相对比较高的农民工群体离开农村外出务工，进一步拉低了农民平均的信息化素质水平。这是涉农信息化、农村电子商务面临的最主要的国情。

转机——

自下而上涌现典型应用模式

在我国涉农信息化艰难前行的同时，近几年终于涌现了自下而上的农村电子商务典型，例如江苏睢宁县沙集镇的农民网商群体。汪向东多次赴沙集调研，他认为沙集模式是农民变身为网商后，先行者赚到实实在在的真金白银，形成示范效应，而后通过简单复制，形成细胞裂变式发展的成功模式。在生产、销售规模达到一定程度后，沙集镇通过市场自组织，在原材料供应、零配件销售、物流、维修、信息化培训等环节逐步形成完善的产业链。例如，现在沙集模式发源地东风村有20多家快递企业进驻，这一巨大的变化根本没有需要政府推动。沙集模式中，政府基本上是无为而治，而作为平台的淘宝网也没有加以推动，最根本动力是农民脱贫致富的需求。汪向东指出，沙集完全是信息化带动工业化，信息化又引领着城镇化的雏形，路径很独特，但是可复制又很强。如果把沙集模式放在中国整个现代化进程中看，放在社会主义新农村建设进程中看，对于怎么推动农民群体现代化，信息化怎么推动“新四化”中的其他“三化”，具有特别典型的现实意义。

汪向东强调，真正的农村信息化典型不是造出来的，是找出来的。目前出现的典型很多，其成功的模式各不相同。浙江遂昌县是政府与淘宝网合作开设网店，提供诚信、质量保障、交易可追溯体系。浙江义乌的青岩刘村是利用全国乃至全球小商品集散地的优势，实现了快速城市化。福建安溪的中闽弘泰是利用网店的经营手段结合当地铁观音茶叶原产地的优势，目前中闽弘泰已经开始建造第一幢厂房，并且在淘宝上帮别的品牌做代理经销，甚至准备跟旅游企业合作开展茶文化旅游，可能销售额很快会上亿。中闽弘泰的创始人本来是一个学习不好的孩子，如今整个家族都被他带动致富，用汪向东的话说是“从问题少年到核心资产”。浙江缙云县北山村的主导产业是户外运动用品，一位企业带头人做的是品牌运营和渠道管理，手下有几百个网店，拿到订单后，有几十个代工厂进行生产。四川青川县返乡大学生开网店，联系当地农户供货，做产品质量控制和品牌经营。福建南安世纪之村是一位农民企业家自己做了一个农村电子政务、电子村务、电子商务信息平台，在全省开设了数万个信息点，在这个平台上帮助农民销售农产品。

汪向东认为，政府靠各种资源倾斜打造农村信息化样本是很容易的，但是造出来的典型难在成规模、可持续。而像沙集、中闽弘泰这样的案例，完全是野生的，草根成功的典型，具有更强的示范价值。

困境——

上下对接才能持续发展

汪向东介绍说，中国社科院信息化研究中心刚刚完成的一个课题，叫做沙集模式2.0，就是要研究当沙集模式实现了从无到有、从少到多之后，再往前走该怎么发展。他指出，目前沙集模式存在的问题是多、小、散、弱。“多”就是农民网店多，一个沙集镇6万人1万多户，网商就有3000多家，加上做相关产业和服务的，基本上人人都在做网店，普及率是相当高的；“小”是指家庭制生产经营，经营决策家庭制，生产采用家庭作坊式，在吸引人才、扩大生产上已经面临无法逾越的壁垒，目前平均每个网店年销售额大约在20万元，而且由于简单复制、同质竞争，利润率越来越低，也就相当于一个月净收入千元左右，只能

是补贴家用；“散”是简单复制、同质竞争造成各家网店互为竞争对手，不容易抱团，虽然有一个行业协会，却没有形成合作、共同发展的基础；“弱”是对市场变化的抗风险能力弱，例如2011年10月份，当时的淘宝商城对进驻其中的网店提高服务收费标准，从一家网店每年收取6000元一下子提高到16万元，让沙集在商城开店的网店从400多家锐减到100多家，很多网店受到致命打击。这些客观存在的发展难题提出了巨大的考问：下一步，沙集模式该怎么发展？

汪向东认为，这样的考问其实是我国农村电子商务中的典型问题，沙集模式2.0的课题研究就是想解决从弱到强的问题，要研究相关主体包括政府和网络平台应该怎样参与共同发展的的问题。

2011年，当草根网商中闽弘泰销售额突破3000万元的时候，福建安溪联合中国茶叶协会、中国国际电子商务中心做了一个茶都网，想把整个县的茶农、经销商等整合起来网上销售，但是当年销售额才几百万元，仅有中闽弘泰的十分之一。一个是农户自己做，一个是政府发动各方力量大力推，一个是自下而上，一个是自上而下，却形成如此明显的差距。

据介绍，浙江遂昌2013年1月8日在淘宝网上开设了“遂昌馆”，是淘宝上第一个县级馆。遂昌号称九山半水半分田，海拔超过千米的山有700多座，没什么工业，但是生态农业非常好，著名纪录片《舌尖上的中国》就曾报道过遂昌的竹笋。淘宝与遂昌政府合作，打造了淘宝网上的“遂昌馆”，专门推介遂昌的生态农业产品，做法是政府成立网店协会，有政府相关部门、企业参与，把全县400多个农民专业合作社筛选出最优质的40多家，打包进入淘宝网上特色产品的遂昌馆，模式就是政府与平台联合建立诚信体系、质量保障体系、交易可追溯体系。在遂昌模式中，一开始就有政府色彩，跟沙集模式中政府无为而治完全不一样。进驻不到两个月，买家流量增加了7~8倍。

汪向东认为，对于沙集来说，需要研究遂昌政府如何发挥作用，平台如何与政府、农户互动；而对于遂昌来说，沙集模式中依靠激发农民的动力实现快速发展，这种方式也有借鉴

意义。这两者的结合，其实就是上下对接。

对策——

信息化应为草根赋能

对于农村电子商务的下一步发展将为信息服务行业带来怎样的机会，汪向东指出，农村电子商务一定是线上线下结合的。线下这一块儿，将成为未来涉农信息化的一个关键看点。

现在各部门都知道这是一个抓手，都面临机遇，但是取决于能否找到合适的商业模式。

汪向东指出，对于信息服务业来说，要关注信息化、互联网、电子商务对草根的赋能。以往的信息基础能力建设，没有解决在农民视角中的效果问题，农民会觉得这些建设没有用。如果能激发农民自身应用电子商务的根本动力，那么农民的上网激情就会“按都按不住”。

汪向东最后提出，上下结合是更高层面的问题。农村信息化闲置能力怎么与自下而上的涉农电子商务模式对接，是下一步的战略课题，将给政府、信息化服务方和农民都带来好处。例如沙集发展到现在遇到的公共服务的需求，包括引进人才需要在公共设施较好的城镇建造人才公寓、开设班车，网店用地装修、产品设计，这些都需要政府来做，让农民网店自己解决是不可能的。这实际上就是信息化发展到一定程度，暴露出工业化、城镇化的不同步，从而促进“新四化”同步互动发展。来源：《人民邮电报》2013年03月20日

【模式创新】

微信国际化，最大敌人是Facebook

永远不要低估腾讯认真做一件事的时候释放的能量——比如微信的国际化。最近，关于微信与LINE通过线下的电视广告等渠道争抢印度尼西亚等东南亚用户的新闻再次引发了人们的兴趣，而微信也超越LINE在印度尼西亚登顶GooglePlay下载量最大的工具类应用。此前，我一直觉得LINE的用户结构在国际化程度上比微信要高许多（事实也如此），但看上去，微信发起力来，确实也很难拦得住。

但似乎LINE和微信都意识到，它们真正要争夺的“国际化市场”并不是东亚和东南亚的那

些国家和地区，而是在于能否赢得美国市场。这点上尽管成功的先例不多，但硬件公司有三星作为模范，而日本的社交游戏GREE也通过收购两家美国社交游戏公司的方式成为一家以美国市场为依托的国际化公司。因此，一个月前，LINE和微信几乎同时在自己的北美办公室成立了办事处，准备拓展美国用户群。

在这个问题上，腾讯显得非常激进。3月10日，腾讯CEO马化腾在北京接受媒体访问时也提到，微信是腾讯最后一个证明自己是“国际化公司”的机会了。知情人士透露，为了彻底赢取美国“本地”用户，腾讯考虑过推出一款完全基于北美市场的微信产品，这有点像腾讯在越南推出的“本地化QQ” ZingChat。事实上这一步骤在2012年就开始了。腾讯2012年曾主动洽购在北美相当流行的在线社交工具WhatsApp，该款应用每天消息的收发量已超过100亿条，但并未获得回应。

这下很清楚看出微信在北美的竞争对手是谁了——WhatsApp可能是一个，但这不是最后答案。另一个潜在热门买家是Facebook。这项交易尽管被双方否认，但证据表明它们确实沟通过。Facebook需要在移动端提升它的用户体验特别是实时交互的体验。

看到了吧，这才是微信在美国的真正竞争对手——拥有超过10亿用户的Facebook。

来自Facebook的内部消息称，Facebook的移动产品团队对微信的产品相当有兴趣，并认为在支持语音沟通特别是群组语音沟通的功能上，微信做得比Facebook好很多。但必须得说，作为一款被用户“自定义”实现各种功能的微信，人们在上面做过的各种应用尝试，在Facebook上都做过了。微信的“公共账号”其实就是移动版的Facebook的“公共主页”（Page），“朋友圈”就相当于Facebook的时间轴（Timeline），至于在微信商业化进程中优先级最靠前的轻量级移动网页版社交游戏，也是Facebook最早的社交游戏类型。还有各种类型的第三方服务接口和移动支付——也都是Facebook从2011年开始尝试过但并未真正打开局面的。如果你稍微关心一下Facebook在过去的几年都做过什么，就会清楚这些事都是微信目前在一个初始层级上尝试的。哦，当年（2008~2010年）在Facebook商业化的早期阶段，也出现了为了鼓励Facebook周边应用开发而成立的专项早期投资基金FFFund，

由AccelPartners和著名投资人DaveMcClure共同运作。

Facebook的这些事一些已获得了成功，另一些有点儿失败。你很难想象人们对一款产品的需求是如同微信团队对外宣称的那样，是“自定义”的，那只是他们还没完全想清楚方向而已。但微信在北美要做的，恐怕应该还是先推出一款真正不一样的产品来——这是一款试图颠覆人们通过移动端的FacebookMessenger工具和社交功能进行沟通的使用习惯的产品，当然还有它曾试图收购的WhatsApp。但有一点恐怕是更关键的：在北美，估计很少会有用户接受在一款简单的移动app里添加进去聊天、游戏、购物、支付等各种插件的应用——大多数用户都推崇简单，让一款app最好只干一件事，而且不介意为它付费。来源：《人民邮电报》2013年03月20日

应对移动支付挑战银行力推手机银行

面对来自电商、第三方支付公司强劲挑战，银行也不断推出网上支付、手机钱包等创新应用。

浦发银行（600000）移动金融部副总经理薛建华日前在浦发银行2012年度业绩说明会现场拿出浦发和中移动合作开发的NFC（近距离无线通信技术）手机。薛建华表示，浦发手机银行已经打通了从手机到SIM卡的全部流程，已进入到上市之前的内部市场测试阶段。

各家银行实际上早已意识到了未来移动支付的重要性。作为移动支付、互联网支付的另一条路径，多家银行已经在和中移动等电信运营商合作。

2013年2月初，招商银行（600036）和中国移动签署战略合作协议。根据协议，双方将在移动支付、市场渠道、集团客户三方面进行合作。其中，移动支付包括手机支付业务开通、充值、退款、资金结算、系统对接及开发、渠道合作、积分兑换、营销资源共享等。合作模式是基于NFC-SWP模式（即安全模块存储在SIM卡中），用户可以通过NFC手机钱包客户端下载招商银行的借记卡、贷记卡、电子现金等金融服务，包括空中充值、圈存充值、现场POS机消费等。NFC手机客户端在2013年2月底前完成测试，具备上线条件。

实际上，银行通过和中移动合作更深层次介入移动支付的行动早已开始。2010年3月，中国

移动以398.01亿元收购浦发银行增发的逾22亿股、20%股权，成为其第二大股东。分析人士认为，中国移动入股浦发银行，有望在整合资源后着力推进“3G手机支付业务”，这将提升市场对国内3G业务发展速度和前景预期。

2012年6月，中国移动与浦发银行在上海合作推出四款移动金融创新产品：手机汇款，全网客户话费代缴和生活缴费，中国移动浦发银行联名卡和演进产品NFC技术的手机。

到2013年3月的业绩说明会，浦发银行已经拿出了可以手机支付的成熟商业样机。

浦发银行移动金融部副总经理薛建华拿的三星样机，是按NFC13.56MHz标准研发的可以近距离支付的手机。他介绍，这款定制手机产品有望在2013年二季度上市。

薛建华透露，目前浦发的手机支付产品还未覆盖所有手机产品，仅适合电池后盖板有天线的手机，比如NOKIA、三星一些新款产品。而浦发与中移动的战略合作并不具有排他性。

上述NFC手机支付产品，浦发也在和联通洽谈，下一步或将手机支付产品覆盖到联通用户。

对于支付宝即将推出的信用支付产品，薛建华回应说：“我知道他们在做什么，有些技术问题支付宝甚至现在都没解决。在这个市场上不存在只有第三方支付公司能做，而银行做不了的事。同样也不存在只有银行能做而第三方做不了的。大家还是要合作的。”

第三方支付公司快钱CEO关国光认为，“商业银行要从原先以抵押品为核心的经营模式，转变成对风险的定价，就是对投资回报的定价。定的准就能赚的多。在利率市场化的情况下，银行只有一条路走，就是加大对风险的定价能力。第三方支付公司在这个过程中对银行未来的转型是可以有所帮助的。”来源：《中国证券报》2013年03月22日

终端制造

【科技前沿】

华为发布全光交换网络新架构

全光交换网络（AOSN，All-OpticalSwitchingNetwork）是光网络未来演进的技术方向。业务以全光的形式进行传输与交换，节省了中间节点的光电光转换和电交换，可大幅降低传送

成本与网络功耗。华为此次发布的AOSN架构，使用业界首创的光时隙疏导技术（OTSI，OpticalTimeSlotInterchange），解决了多维度、多波长光突发包冲突的业界难题，使得任意拓扑的全光交换组网成为了现实。与此同时，现场还演示了100Gb/s实时光突发传送技术，将业界光突发在线速率提升到100Gb/s的新量级。该架构兼容现有的WDM和ROADM网络，支持现有网络的后续平滑演进。

近年来，华为在全光交换技术领域持续研究，取得了一系列技术突破，2012年在OFC上发布了业界首款光突发技术（OBTN）样机和百亿兆级全光交叉（PPXC）系统样机，完成了对光交换以及大容量全光交叉节点的技术储备。本次发布的AOSN新架构在继承前述技术的基础上，在全光的网状组网和高速突发相干传输上取得再次突破，全面构建了任意拓扑组网大容量全光交换的架构。

华为致力于为客户提供最领先的传送网解决方案，围绕客户需求持续进行技术创新，华为将和运营商紧密合作以应对海量带宽的来袭，引领光网络走向未来。

来源：中国通信网2013年03月20日

诺基亚出售125项技术专利总价值超120亿美元

据PRNewswire网站报道，知识产权投资机构Pendrell今天宣布收购了诺基亚125项覆盖广泛的内存技术专利及专利申请组合，预计这些专利组合的价值将超过120亿美元。

据悉，在此次出售的125项专利及专利申请中，其中包括有81项被诺基亚宣布是电子设备“必要的适用标准”。这些全球性的专利组合代表了诺基亚过去15年来在存储领域的研究成果，涵盖安全数字卡（SD）、嵌入式闪存和通用闪存等技术。

诺基亚便携式和嵌入式内存技术领域处于全球领先，据估计，诺基亚的内存专利技术广泛应用于全球超过400个品牌的8000多种电子产品上，这些产品涵盖了手机、笔记本电脑、MP3播放器、平板电脑、数码相机、录像机、打印机、机顶盒以及其他设备。

业内分析师预测，到2018年SD卡市值将超过210亿美元。

Pendrell表示，其已创建了一家名为“赫尔辛基内存技术”（HelsinkiMemoryTechnologies）

的子公司，负责接收诺基亚出售的这些知识产权并对其继续创新，并努力通过全球许可授权，使这些专利技术进一步得到广泛应用。

诺基亚首席知识产权官保罗·梅林（Paul Melin）表示，“我们对于诺基亚将专利转让给Pendrell公司、并同时对其成立赫尔辛基内存技术公司、继续相关研发策略表示感到高兴。我们认为Pendrell在知识产权领域所具备的世界级专业知识，能为这些技术创建更宽阔的商业化路线。”来源：赛迪网2013年03月26日

通信技术与产品的五大趋势

在用户需求转变、新技术规模商用以及行业转型持续深入等多重因素推动下，未来几年信息通信业面临着融合、重构、开放和协作的新环境。在这一过程中，产品形态纷繁复杂，网络技术日新月异，不断呈现新的发展趋势。

趋势一：产品定制化，以消费者为中心的“小批量、多品种”小规模定制将不断深入
在传统的产业理论中，规模经济性是传统电信行业重要的特点之一，但这一特性与用户个性化需求之间的矛盾日益加剧。随着互联网/移动互联网对商业领域的渗透，以消费者为中心的需求个性化、产品设计互动化、营销精准化逐步兴起，供应链也在逐渐以消费者为中心实现协作实时化、生产柔性化。

未来，电信产品也会在进一步丰富产品种类的基础上，从“大规模”走向“小批量”，即“小批量、多品种”的小规模定制模式。在这种模式下，借助互联网，运营商同用户之间的互动大为便捷，使得用户能够积极、主动、深入地参与运营商的产品和服务设计。运营商要应对这种以消费者为中心的小规模定制模式的发展，则必须实现柔性化生产和差异化营销服务。即建立公司的标准化产品线，但可针对不同区域、不同客户进行模块化的差异组合，实现业务的低成本提供和营销服务的差异化定制，获得规模经济和范围经济的协同效应。

趋势二：企业应用移动互联网化，移动、社交是主要驱动力

移动互联网的普及，使得人们的思维从专注型向并行化转变。而“这种并行活动的增多，

导致人们一天的时间从24小时延长到40小时”（爱立信），并模糊了生活与工作之间的界限。Forrester公司的调研数据显示，“目前已有66%的员工正在使用两种或以上的移动设备办公”，于是带自己的智能终端设备上班（BringYourOwnDevice）开始流行。

微软公司收购Yammer、甲骨文公司在社交领域大手笔投入，越来越多的案例表明，社交媒体将会与更多的企业级应用融合，并成为企业应用的新入口。Yammer成立4年来，用户数已超过500万，其中85%的用户来自“财富”500强企业。

移动互联网通过对员工个体的影响，逐步渗透进企业级应用。这对服务提供商提出了新挑战：必须在满足员工对于新技术和个性化需求的同时控制风险和提高效率；移动应用的使用习惯不同于PC，因此移动应用绝不是传统应用简单的平移；传统的IT架构还能否胜任，也值得怀疑。

趋势三：网络产品化，“智能管道”将与用户亲密接触

随着互联网业务的空前繁荣，电信运营商的网络逐步被掩盖，所以有了“管道化”一说。但随着智能化改造的逐步推进，电信运营商的网络又开始以独立的产品形态，或作为重要的产品元素之一直接与用户见面。例如，中国电信试点开展的“天翼宽带智能提速”服务，就是网络产品化的典型例证：根据需要，用户在家里即可随时、实时、自助调整宽带速率，以应对特殊场景的需要（如观看高质量的视频）。

这一趋势主要来自于两个方面的驱动：一是用户品质化、个性化、自主性的需求日益高涨。这就要求运营商的网络、运营系统实时调整，而用户根据个人的需要直接进行动态的网络资源配置是最便捷的途径。二是运营商提高在产业链中的竞争力、提升网络价值的需要，而网络的智能化也为网络的产品化提供了可能。未来，随着高智能引擎、智能边缘设备的部署，运营商的网络将能更精确地感知用户行为、有效地区分产品、动态地调度网络资源，从而根据用户位置、终端、要求的不同，按需提供差异化的业务体验。

趋势四：网络软件化，低成本、开放灵活是主旋律

目前，运营商的网络设备内部软硬件高度耦合，设备成本居高不下，灵活性不足。同时，

运营商传统的网络架构使得其成本和复杂性随着网络容量规模的变化迅速提升，并最终引发了对网络系统性能和整体架构的挑战。未来，网络演进的一个重要方向是软件化，其核心思想是分清一个通用的硬件底层与一个开放的上层软件环境之间的界限，以实现在一个简单的硬件数据通路上编程，彻底解放软件的创造力，这一过程的本质是通信设备的IT化。

这一趋势虽然可以带来成本低、灵活性高等诸多好处，但也让运营商面临被“管道化”、被单一提供商绑架的风险。因此，在网络软件化的过程中，运营商要积极参与标准的制定，建立统一的架构和标准化接口，并与合作伙伴创新商业模式，更好地把握发展机遇。

趋势五：终端智能化，人机交互、多屏互动、端云一体是趋势

用户对卓越体验的追求，驱动终端不断变得更加智能化，尤其体现在人机交互、多屏互动以及云端一体的发展。

智能化演进将带来人机交互的革命，将呈现触控、声控和体控的共存与融合，帮助人们进一步回归天性，更多围绕人的自然交流方式进行（尤其是手指和声音）。同时，对“易用、便捷”的需求，将驱动传统单屏应用走向智能多屏融合。对某一内容（如视频点播），用户更期望能在TV、PC、智能手机、PAD等各种终端之间有多屏互动，要求内容适配各类终端、优化数据传输、实现无缝客户体验。

另外，终端迈向云端一体化也是必然趋势。架构在云上的各种服务模块，可以与智能终端上的功能模块组合，为用户提供各种应用；相应地，智能终端也成为云计算的一部分。云端的结合，有效地提升了用户体验。从某种程度上讲，这一趋势势必会从两头对管道形成挤压之势。来源：《人民邮电报》2013年03月25日

流量经营时代的终端策略

陪伴在一个人身边最久的是什么？对于很多人来说，不是自己的另一半，不是同事，不是钱包，不是房子，而是手机。我们发现现在多数年轻人在睡觉前做的最后一件事情是看看手机，在起床时做的第一件事情是拿起手机。这被称为移动信仰(MobilePersuasion)。

用户越来越渴望利用移动终端获取多种服务，享受移动生活。作为电信运营商，新战略也演进成为“运营商价值=客户的网络接入数量×终端数量×软件商店应用或内容数量”（KDDI）。中国移动就曾提出“智能管道+开放平台+特色业务+友好界面”的发展路径。作为“云、管、端”中的重要一环，终端对各类业务的耦合作用不断凸显，成为企业运营的重要承载体。如何从终端切入做好流量经营，是值得电信运营商思考的问题。

选择能承载应用的终端

诺基亚和苹果其最大的不同在于：诺基亚用渠道卖终端，苹果把终端当渠道卖。一个AppStore，打开了一个全新的商业模式。可见，终端和应用是不能分开的。

就以中国移动为例。中国移动TD智能机的销量占比与用户户均流量呈现较明显的正相关性。我们从某省公司调研数据看，智能终端的户均流量约是非智能终端户均流量的6倍。智能机是承载应用的基础。为了四网（2G + 3G + 4G + WLAN）更好地协同发展，自然还要扩大具备WLAN功能终端的规模。第二个重要的终端是MiFi，这种可以将TD信号转换成WiFi的设备，也是可以大力提升流量的终端，值得大力推广。另外，在移动互联网时代，运营商还可以学习互联网企业对用户需求的理解、应用设计的丰富性、营销方式的灵活性，甚至还可以拓宽产品引入的思路，比如支持、推动互联网企业也推出TD智能手机。有了能够承载应用的终端，运营商还要注意加强终端触点的流量运营工作。一个关键点是购机时刻，通过装机指导、软件下载辅导、应用介绍、流量包推荐等等，将流量经营打造为终端销售的增值服务。另一个关键点是换机时刻，根据用户在换机后的不同使用阶段出现的情况，持续地、有针对性地推荐不同的业务、服务、资费、应用。

创造客户需求的业务运营

客户手机上网多以IM、浏览等中小流量应用为主，这对网络的承载来说负担小，网速也能保证。而根据调查，手机上网的每MB收益是高于网络成本的，具有明显效益优势。因此，在业务设计上，诸如新闻阅读、网络搜索等能以促进手机上网为目的的小流量业务，都值得大力推广。

从目前产生流量的业务看，绝大多数属于第三方业务，自有业务的需求是少量的。对这两项业务要采用不同的方式：

对于自有业务，运营商主要要做到把握重点业务，创造客户需求。移动互联网时代，客户需求很难被准确描述，运营商要通过自有业务为客户创造需求。运营商还应大力推广户均流量高、单位流量价值高的业务，以提升业务渗透率与使用量，再根据不同业务的收益与资源占用情况，梳理业务矩阵，实行差异化的业务推荐策略。

对于第三方业务，运营商要做到有效引导需求，定制合作共赢。例如中国移动定制的UC浏览器冲浪版、新浪微博G3版，就是采用“联合标志、联合运营、联合推广、后向收益共享”的合作模式。对深受用户喜爱的应用，运营商不是限制其发展（其实用户的需求是抑制不了的）、或是自己也去开发一个类似的产品（没有哪个公司可以包揽市场上所有热门应用），而是以开放合作的心态，和第三方公司一同运营推广，双赢互补，以达到最大化收益。

终端销售要从客户生活切入

目前全国都在做“新一代营业厅”，实行卖场化改造。在此基础上，还应该注意按客户生活方式情景式陈列。必要时还要考虑和其他行业的资源全面整合，为客户提供智能选择。比如针对商务人士，可以和银行、航空公司一起布置相关体验区；针对学生，可以和教育机构、学校一起布置相关区域。

以应用带动终端销售，就要让智能机在客户手中不仅仅是打电话、发短信，而是成为学习工作中不可缺少的助手，这就需要更多的体验。在和客户沟通的时候，销售人员要推荐能触动客户内心的应用，这样的应用应当是能给客户带来便利、价值的个性化感知的应用。如“航班管家”之于商务人士，“同花顺”之于炒股人员，“微博”之于都市白领。当然销售人员自己首先要熟练使用并指导客户快速上手。目前，为了提高销售量，不少运营商已经在尝试流量分成的方式，以调动销售人员的工作积极性。

最后，在流量经营时代，销售的理念也应该适时转变。卖出终端，绝不是销售的结束，而

是“售后销售”的开始。我们要学会与客户建立朋友关系，经常请客户回来交流使用心得，组织客户参与与3G应用相关的活动，增强凝聚力和情感联系。

终端是应用的载体，是客户下载应用的入口，是出售应用的最佳位置。流量经营时代，我们不是出售“终端”这一锤子买卖，源源不断地提供好应用才是最好的服务。来源：《人民邮电报》2013年03月20日

【企业情报】

中兴通讯服务业务强势进军政企网市场

基于政企客户的需求差异化，中兴通讯政企网服务方案包括三类方案集：行业级定制化服务方案、产品级通用服务方案、创新服务方案。行业级定制化服务方案包括数字政府服务解决方案、智慧轨道服务解决方案、智慧物流服务解决方案等；产品级通用服务方案包括网络管理服务方案、维护保障服务方案、数据中心服务方案等；创新服务方案包括依托中兴通讯全球云计算中心的企业云资源租赁服务方案、企业业务外包方面的呼叫中心服务、商旅e路通、教育云平台等。

中兴通讯政企网工程副总经理潘力表示：“政企网市场是中兴通讯三大战略市场之一，中兴通讯能够为政企客户提供30个跨应用场景的综合解决方案和超过80个面向行业的子方案，拥有数百个成功案例。2012年底，中兴通讯依托在电信和IT领域的产品和技术优势，整合公司在全球的服务和销售平台资源，打造适合政企客户需求的高性价比的专业服务解决方案，为最终客户和渠道商带来新的服务体验和收益。”

近年来中兴通讯在全球政企网领域持续发力，谋求与价值链合作伙伴共同创造更多需求，实现共赢。目前，中兴通讯政企网业务已经覆盖绝大多数行业领域，在政府、能源、交通、公共事业、企业等多个行业取得飞速发展。

来源：中国通信网2013年03月26日

戴尔看好中国市场称私有化后或将增加对华投资

据外媒3月19日消息，戴尔公司总裁费利斯（SteveFelice）19日表示，戴尔在进行私有化之

后，可能会增加在中国的投资，以确保实现更快的增长。

费利斯表示，戴尔认为中国市场有强大的增长潜力，公司会增加对华投资。

费利斯表示，中资公司在技术上的支出最近有所放缓，但他预计这种放缓是暂时的，并认为中国市场令人印象深刻。他还表示，他发现中国国有企业越来越乐于合作，而且竞争压力正促使中国大型企业加快行动速度。

费利斯还称，戴尔将继续寻找收购目标，以扩建该公司网络设备开放系统的架构。

3月初，戴尔达成了244亿美元的私有化协议。作为协议的一部分，该公司创始人兼首席执行官迈克尔·戴尔（Michael Dell）和银湖向戴尔股东提出以每股13.65美元现金收购他们的股份。

戴尔称，这份私有化协议需要获得多数流通股股东的批准，其中不包括公司管理层和董事所持的股份；预计该交易最迟将在第二季度末完成。来源：环球网2013年03月19日

酷派2012年净利3.3亿港元同比增20%

3月21日上午消息，根据宇龙酷派发布2012年的财报显示，酷派2012年营业收入达143.6亿港元，同比增长95.6%；年度净利润约3.3亿港元，同比增长20%，毛利同比增加59.0%至17.2亿港元。

对于2013年的规划和布局，酷派财报透露出相关信息显示，宇龙酷派将计划于2013推出更多具备更高硬件规格的经济型双核芯、四核芯智能手机，同时，酷派预计2013年将联合运营商推出数款高端旗舰产品。

与此同时，酷派表示还将在海外市场加强对FDD-LTE产品系列的研发力度，并在国内市场对TD-LTE产品做好准备，预计2013年将会有多款LTE产品在国内外上市。

来源：赛迪网2013年03月21日

神州数码定华为业务为2013年四大业务之一

神州数码（中国）有限公司华为事业部总经理韩智敏先生表示，“2011年我们在香港上市，目前在全国有5个区域中心，19个业务平台，50多家办事处、分公司。4个大型软件研发基地。通过合并全球IT技术及产品，大家知道神州数码是目前国内最大的IT分销商。目

前我们的客户分为政府及公共事业、金融、电力、企业。神州数码，不仅提供所有的产品，我们还自己做了很大一部分直接用户的生意，像国税征管、奥运会的调度，都是神州数码提供技术支持和服务的。同时，目前我们有329项自主知识产权的软件著作权和产品技术专利，834项应用解决方案，获得CMMI4级认证，软件服务水平通过ISO20000和ISO27001认证。北京、西安、成都和无锡有4个国内一流大型服务交付基地，全国有超过5000人的研发团队。

目前，神州数码的智慧城市战略，涵盖智慧城市顶层咨询规划、到智慧城市基础的IT设施建设，到智慧城市的建设运营服务等，具备全面的服务能力和业务覆盖。除了我现在所在的集团，还有一个做终端消费类的，还有一个IT服务集团。

经过神州数码人不断的努力，我们得到一些业界的认可，连续三年蝉联“中国软件百强企业”前三甲，2010-2012年连续三年名列《财富》中文版中国企业500强前100名，2011年入选《财富》中文版最具创新力的中国公司。我所在的华为事业部，隶属于神州数码的系统技术集团。我们面向中国企业级用户提供网络、安全、软件、基础架构和存储、服务器。合作伙伴的类型，按行业分为大企业、金融、政府。经过十年努力，我们2012年合作伙伴达到7000多家，他们分布在各个行业。为在座各位提供涵盖全国的备件中心，在北京、上海、广州有业界领先的例题仓库分拨中心，在18个核心城市设有库房和专业配送队伍，库房所在城市2-4小时即可到货，次日可达城市达162个。配送网络覆盖全国300个主要城市。华为事业部作为系统技术集团单列的事业部。2010年签约华为，我们总裁严总作为华为业务的项目执行组组长，非常重视。集团把华为业务，定为2013年我们四大业务之一。我们目前分了五个二级部门，有营销中心、市场部、技术中心、产品中心、运控中心，通过这五个中心给合作伙伴提供售前、售中、售后到交付的完整供应链服务，我们把销售部分分为区域，配合华为27个办公室都会有售前、售后、销售人员。涵盖了华为基本基本负责。”

来源：中国通信网2013年03月21日

HTC称暂不切入中国千元以下智能机市场

比特网(ChinaByte)3月26日消息，据国外媒体报道，HTC新HTCONE手机即将上市，HTC营销长何永生表示，如果中国城市一到三级城市皆布点，预估要有1.5万个据点才算是有效销售的最低门坎，目前HTC已切入中端价格地带，考虑消费者体验，暂时不切入千元以下智能机市场。

市场持续关注HTC的中国布局，何永生表示，累计中国市场2个月前已接近1.4万个布点，如果假设从一到三级城市都布点的话，预计要达1.5万个才能达到有效销售的最低门坎。

何永生指出，HTC已切入中国中端市场，由于看重使用者体验，暂时不会切入人民币千元以下价格区。

HTC2011年打入全球100大品牌，但2012年跌出Interbrand排名前100名，由于Interbrand的排名是依据包括财务表现、品牌对消费者选择的影响力，与品牌协助母公司的获利能力等进行评比。何永生认为，如果事情都做对的话，希望HTC3年内能再回到100大之内。

来源：比特网2013年03月26日

市场服务

【数据参考】

电信设备1-2月投资增长近五成

工信部运行监测协调局日前发布电子信息产业固定资产投资情况。1-2月，我国电子信息产业固定资产投资持续多个月以来的低增长态势，但通信设备子行业增长强劲。

1-2月，通信设备行业累计完成投资56亿元，较2012年同期的38.4亿元增长46%，高于电子信息行业平均水平。前两个月，电子信息产业固定资产投资延续2012年以来的低速增长态势，500万元以上项目完成投资额854.4亿元，同比增长15.7%，低于2012年同期增速4.1个百分点。

不过，通信设备行业1-2月新增固定资产投资仅13.6亿元，较2012年同期的12.1亿元增长12.6%。

整个电子信息行业新开工项目增量均不多。1-2月，电子信息产业新开工项目757个，占总施工项目比例21%，项目数比2012年增加62个，同比增长8.9%，增速低于2012年同期74.5个百分点。其中，电子元器件、通信、计算机等领域新开工项目增长均低于15%，广播电视、信息材料等领域新开工项目明显减少。

区域分布上，电子信息行业呈现东部地区投资明显放缓，中西部地区投资步伐加快的局面，中部和西部地区分别完成投资232.2亿元和102.4亿元，同比分别增长44.5%和60.5%，分别高于2012年同期25.4和58.1个百分点。来源：《中国证券报》2013年03月26日

中国移动2月新增3G用户951万总量破亿

根据中国移动月20日发布的2月份运营数据显示，当月，中国移动新增3G用户951万，累计用户达突破1亿大关，达1.04亿。

数据显示，2013年2月，中国移动新增新移动用户数重返500万以上，为575.1万，累计总用户达到7.2亿；其中新增3G用户951万，创历史新高，累计用户达突破1亿大关，达1.04亿。

来源：赛迪网2013年03月20日

IDC：二月PC出货情况反映出一季度出货放缓

国际数据公司（IDC）最新发布的全球各大PC市场月度跟踪报告表明，2013年第一季度（1Q13），中国市场增长速度低于预期。尽管增长速度放缓部分是由于恰逢中国农历新年和其他一些预料中的因素，但由于政府新的预算削减以及反腐举措而导致的购买下降幅度却高于预期。三月份中国市场应有所恢复，但并不足以弥补二月份增长弱势所带来的后果。

中国目前是全球最大的PC市场，2012年其PC出货量占全球总出货量的21%。由于该市场二月份销售的减缓以及对三月份可能产生的影响，一季全球PC出货量可能将低于最新预测约2%。IDC对其他PC市场的月度跟踪报告显示，欧洲，中东和非洲（EMEA）市场、拉丁美洲和不含日本的亚太区（APeJ）市场的表现与预测接近，供应链数据则表明存在较大的下调空间。

IDC全球PC市场跟踪报告项目副总裁Loren Loverde表示：“根据我们最新的季度数据，由

于各厂商和供应链正忙于解决Windows8的过渡问题，一季度全球PC出货量将可能下降7.7%。不过，二月份的月度数据表明，在我们看到下半年复苏迹象之前，一季度下降幅度可能达到两位数，二季度则可能会出现5%左右的下滑。PC市场要在2013年下半年取得正增长，就需要凭借一些有吸引力的PC新设计以及比平板电脑和其他产品更有竞争力的价格策略。”

IDC月度PC市场跟踪报告包括《IDC新兴市场月度PC市场跟踪报告》（涵盖亚洲、拉丁美洲和CEMA地区—中欧、东欧、中东和非洲地区各大市场）以及《IDC特定欧洲月度市场跟踪报告》（涵盖西欧重点市场）。月度PC市场跟踪报告是IDC季度PC市场跟踪报告的详细说明，可更频繁地提供全球各大市场的市场数据。IDC全球PC市场季度跟踪报告面向全球80个国家采集数据，数据类别包括厂商、主板尺寸、品牌、处理器品牌和速度、销售渠道及用户数据等。该报告涉及历史分析、发展趋势预测分析、价格幅度和安装基础数据。关于IDC跟踪报告（Tracker）IDC跟踪报告针对全球100多个国家和地区的数百个技术市场提供准确及时的市场规模、供应商份额，以及市场预测。IDC跟踪报告使用专有工具和研究流程，按月、季度、半年度发布最新报告。跟踪报告的结果以易于使用的Excel文件和在线查询工具的形式向客户交付。利用IDC跟踪报告图表应用程序，用户可以在自己的iPhone和iPad上查看最新的IDC跟踪报告数据图表。

来源：中国通信网2013年03月20日

中国联通3G基站达到33.1万个全部升级到HSPA+

3月21日下午消息，中国联通正式发布了2012年财务报告。

期内，中国联通实现营业收入2489.3亿元，同比增长19%；其中服务收入2101亿元，同比增长13.1%。息税前利润为726.6亿元，同比增长14.6%；净利润为71亿元，同比增长68.5%。中国联通在公告中指出，2012年，公司积极打造面向未来的高速宽带网络，网络能力显著提升。全年新增3G基站9.2万个，达到33.1万个，3G网络覆盖东、中部乡镇和西部发达乡镇；3G基站全部升级到HSPA+，下行峰值速率可达21Mbps，继续保持网络领先优势。加快

传输网升级改造，网络传输能力和业务承载能力显著增强。

此外，公司以深入实施宽带升级提速工程为契机，继续推进宽带光纤网建设，提升宽带网络的竞争优势。2012年，固网宽带接入端口全年同比增长23.9%，达到10,646万个，其中FTTH/B端口占比达到59%，同比提高14个百分点。

来源：中国通信网2013年03月21日

三大电信商日赚4亿多数据流量处于爆发式增长

随着中国联通交上2012年的成绩单，三大电信运营商这一年的答卷都浮出了水面。三家合计净赚1513亿元人民币，每天进账约4.14亿元。当然，中国移动依然占据大头。

跟两位老大哥相比，中国联通2012年的收成还不错。该公司2012年营业收入2489.3亿元人民币，同比增长19%；净利润71亿元，同比增长68.5%，就净利增幅而言是三家中最高的。中国移动和中国电信在这一年的净利润分别是1293亿元和149.25亿元，三家合计约1513亿元。

不过，中国移动的净利增幅创下近三年来的最低，而中国电信是唯一一家净利下滑的。

不过，在另外一个赛场上——3G用户上客量，三家可以说平分秋色。截至2012年年底，中国联通全年3G用户累计净增3643.7万户，总量达7645.6万户；中国电信3G用户数净增3276万户，达到6905万户；而中国移动3G用户净增3672万户，总数达到8793万户。

引人关注的还有一个数据。三大运营商的年报中都透露出，数据流量处于爆发式增长状态。中国联通全年移动数据流量同比增长92.0%；中国电信手机上网总流量增长约两倍；而中国移动的数据流量比上年增长187.6%。

硬币的另一面是语音、短信等传统业务的下滑。中国联通指出，其GSM业务收入同比下降6%，主要因为语音、短信等传统业务的下滑。在中国移动数据业务板块中，短信及彩信2012年的占比已下降到26.6%。以微信为首的移动互联网通信工具正在抢走运营商们的地盘。最近运营商的高管们也承认，微信对短信等增值业务收入构成冲击。来源：《北京晨报》2013年03月22日

2013年03月22日

我国通信设备制造业前两个月累计完成投资56亿元

1-2月，我国电子信息产业固定资产投资持续多个月以来的低增长态势，新开工项目增量不多，电子元器件等主要行业投资稳中有降，东部地区投资明显放缓。1-2月，电子信息产业新开工项目757个，占总施工项目比例21%，项目数比2012年增加62个，同比增长8.9%，增速低于2012年同期74.5个百分点。其中，电子元器件、通信、计算机等领域的新开工项目增长均低于15%，广播电视、信息材料等领域新开工项目明显减少。其中，通信设备行业累计完成投资56亿元，较2012年同期的38.4亿元，同比增长46%；新增固定资产投资13.6亿元，较2012年同期的12.1亿元，同比增长12.6%。

来源：中国通信网2013年03月25日

TCL通讯2012年净亏1.69亿元欲借智能机翻身

TCL通讯日前公布2012年财报。数据显示，TCL通讯业务销售收入为97.74亿元，但全年亏损1.69亿元人民币。受通讯业务亏损影响，TCL集团净利润为7.96亿元，同比降21.43%。TCL集团董事长李东生表示，2012年，公司正处于转型期并且面对全球经济环境欠佳、手机行业科技急速提升、市场竞争激烈等多项挑战。一方面公司的销售及毛利率受上述不利因素影响，另一方面本集团持续投资于产品研发，并加强品牌建设和产品市场推广的力度，最终导致2012年亏损。

价格战血洗TCL通讯

2006年，TCL通讯扭亏为盈，直到2012年，盈利的状态被打破。

TCL集团旗下共4大产业集团，多媒体、液晶面板、家电三大产业均现盈利，唯独通讯业务同比由盈转亏，致TCL整个集团利润跌两成。

财报显示，2012年TCL通讯业务销售收入同比增长10.9%达97.74亿元，全年亏损1.69亿元，手机及配件总销量达4260万台，同比减少2%；毛利率下降5%至17%。

“亏损的原因除了经济形势的影响外，另一个重要原因是智能手机的销量没有达到预期。”李东生表示，TCL通讯2012年手机销量4261万部，总销量排名全球第七，但其营销构成中，智能手机占比仅为15.3%。在与苹果、三星这两大国际品牌的竞争下，销售未达到

预期目标。

据悉，TCL目前主要智能终端仍为入门级智能手机，而市场上入门级智能手机的产品同质化严重，产品价格压力较大，导致智能手机毛利率偏低；此外，功能手机又受到入门级智能手机价格战的影响，平均售价及毛利率较以往均有所下滑，使TCL通讯的整体毛利率由28.91%下降至24.51%。

向智能机转换速度过慢拖累TCL通讯。有熟悉TCL的专家向南都表示，从整个手机市场来说，2012年至2013年是处于市场洗牌期。除了苹果、三星等一线手机品牌外，二线品牌的界定已经非常模糊，华为中兴和联想这些IT企业崛起，国内各大品牌都在竞争，价格战激烈。“TCL通讯是依靠TCL这棵大树才得以存活。”

欲借智能机翻身

面对TCL通讯业务的亏损，李东生表示2013年将加大对TCL智能手机的投入，转亏为盈。据记者了解，李东生给TCL通讯下达的目标是销售手机5000万部，其中智能手机2000万部，与2012年相比，TCL会大幅降低功能机的产出，并规划智能机销量要提高近3倍。为了扩大产能，TCL通讯在惠州的新工厂也将会投入使用，新工厂的产能预计会提高一倍，达到一亿台的出货规模。

李东生认为，目前TCL通讯的不足之处主要在智能手机的产品力和销售渠道。“2013年对TCL通讯来讲最重要的有两点：一是要把产品的技术创新能力提高到和行业领先企业相当的水平，从功能、外观、质量方面都达到了国际领先品牌的水平；二是要实现中国区的销售突破，这两项工作都需要比较大的投入。按照TCL通讯的部署，2013年重新实现盈利是完全没有问题的。”

但战国策公关顾问机构首席分析师杨群则认为，TCL通讯已经慢人一步。“目前智能手机已经占据市场主流，TCL才开始要大量生产。此外，由于TCL内部决策机构过于复杂，做出的决策多是先观望后行动，往往失去重大发展时机，因此能否翻身有待观察。”来源：

《南方都市报作》2013年03月26日

波导2012年营收10.74亿元同比增长81%

波导称，销售收入增长的主要原因是公司抓住智能手机销量快速上升的市场机遇，通过加大研发投入、严格控制成本、提高生产效率等措施，大幅提高智能手机产品销售占比。利润增长的原因除主营业务盈利能力改善外，还得益于公司在控制风险的前提下，通过多种方式努力提高闲置资金的使用效率。

据了解，近年来波导对外发放“委托贷款”的金额一直居高不下，其收入也成为上市公司的利润支撑点。2012年该公司采用自有资金发放了多笔委托贷款，收益超过1400万元，另外投资银行理财产品也取得了不菲的收益。

波导在公告中表示，公司主打的入门级智能手机将很快面临同质化竞争，价格压力很大，公司主营业务要进一步提高盈利能力难度很大。2013年公司预计实现营收增长30%，力争保持一定的主业盈利能力。公告称，经过技术改造后，目前公司已经具备年产1000万部手机的产能。

来源：中国通信网2013年03月26日

【市场反馈】

爱立信：运营商向OTT收费合理性有待探讨消费者肯定受益

工信部发布的2013年1-2月电信业统计快报显示，2013年前两个月虽然节日效应推动短信发送总量增长，但普通用户所使用的点对点短信下滑10.6%。1-2月，短信业务量达到1576.1亿条，同比增长0.7%，但明显低于2011年同期的5.7%，更低于2012年同期的7.6%。

从数据可以看出，OTT业务对于运营商的冲击非常巨大，运营商正面临成为“哑管道”的危险。但在常刚看来，“如果不考虑运营商对于整个通信基础设施的维护、投入、对通讯基本能力的贡献，而只说运营商变成完全管道化，这显然是直接抹煞了运营商在整个通讯发展中的投入和贡献，这是不公正的。”

互联网的基因和运营商的基因有很大的差异。常刚指出，互联网企业更新换代的速度非常快，对消费者需求的把握、变化速度非常快，更快得到用户的响应；运营商则提供了最广

泛的网络基础，包括通讯服务的及时响应速度、业务保证、信用度等等，运营商在网络建设和网络普遍服务方面投入了很多资源，在这个基础上为消费者提供服务，因此不可以抹杀运营商的巨大贡献。

目前，面对OTT业务的竞争，一些发达国家的运营商也在资费方面做出了一些调整。对于未来的走势，常刚认为，“OTT企业与运营商的竞争还会加剧，最终会是一个什么结局还需拭目以待。可以肯定的是，微信这类的OTT业务与运营商的竞争最后肯定是消费者会受益。”

来源：中国通信网2013年03月20日

Ovum研究显示2012年IT服务市场惨淡收尾

Ovum公司的研究显示，2012年是自2002年以来IT服务交易活动最糟糕的一年。2012年末季度IT服务市场表现直线下降，触10年来年度IT服务交易活动最低水平，在总成交额和交易量两方面远低于2011年同期水平。

Ovum最新的IT服务市场分析*显示2012年四季度宣布的总成交额为208亿美元，较上年同期下降34%；同期交易数量亦下降17%，且明显缺乏大型并购交易（合同价值10亿美元或以上）。尽管2012年四季度的交易水平较前一季度有轻微改善（总成交额增长10%），但全年总成交额较上年大幅下滑（公共和私营部门）-就总成交额而言私营部门自1998年来表现最糟糕。

Ovum公司IT服务研究小组高级分析师EdThomas表示，“持续不确定的经济环境对主要IT服务市场（如美国和欧洲）产生不利影响是行业在2012年整体表现疲弱的一个重要原因。我们的研究表明，考虑到欧元区危机带来显着影响等问题，许多企业对重大项目仍持谨慎态度。此外，公共部门活动减少，这是因为许多国家的政府在面对高债务水平的压力下开始削减公共开支，一般不愿涉足大型IT服务交易。”

垂直市场上的企业也不情愿涉足IT服务交易，其中服务部门降幅最大-宣布的交易数量大幅下挫50%。在医疗保健和金融服务领域，交易量分别下降39%和18%。在2012年，电信和科

技行业是IT服务交易活动唯一上扬的领域。

从地区来看，欧洲私营部门的交易活动在2012年处于领先地位，在全年总成交额中占比45%。然而，欧洲企业在当年所产生的总成交额实际上急剧下降31%至167亿美元。总成交额在2011年下跌的北美私营部门在2012年出现几分反弹，增长48%至105亿美元。

Thomas总结道，“北美企业在2012年末季度带来一些好消息，如宝洁公司。然而，这是否代表该地区的企业改变做法还不得而知-这些企业近年来由于经济动荡而对重大项目持谨慎态度。”

来源：中国通信网2013年03月20日

OVUM预计2013年光学元件市场温和反弹

市场研究公司OVUM表示，在经过2012年3%的市场下滑后，2013年光学元件市场将迎来温和反弹。OVUM预计2013年将会增长4%，达63亿美元。

OVUM认为，由于2011年泰国水灾造成的产能抑制以及宏观经济的不确定性导致了2012年光学元件市场的糟糕表现，这些因素将持续到2013年第一季度，但是市场已经开始反弹。

（C114注：泰国是光元件产业重要的代工国，2011年的严重水灾使部分光元件工厂被淹或受损，不少领先厂商的产能受到严重影响。）

OVUM认为，100G将是亮点，2013年100G需求将进入主流，多个组件厂商已经推出了相关产品，例如100GDWDM转发器。另外，应用于存储的16G光纤通道器件和40G以太网等高速数据通信应用也将刺激QSFP光收发器的需求。

在排名前十的供应商中，WTD、富士通光器件、Cyoptics和NeoPhotonics等供应商在2012年受益于40G/100G光学元件和收发器的销售表现出色，在2013年拥有一个良好的开端。

此前OVUM指出，2013年全球光网络市场将会温和增长2%。

来源：中国通信网2013年03月20日

海外借鉴

欧洲部分运营商取消手机补贴转向分期付款削减成本

运营商们抓住了像沃达丰在英国的RedHot和O2在德国的MyHandy计划，作为他们获得更多使用智能手机用户的方式。然而，这对削减补贴和希望用户继续购买手机来说是不够的，运营商必须确定他们的目标对象，以及他们想要如何提出新方案。

“一个成功融资计划的关键在于透明性、简单性和灵活性。” Informa欧洲运营商战略团队的一名研究分析师FrancescoRadicati表示。“像iPhone这样成本上升的终端，意味着运营商必须支付越来越多的补贴来提供‘免费’手机。融资使运营商能够继续以低预付价格提供手机，而无需补贴；还有一个额外的好处是，这使运营商更容易向那些现收现付(pay-as-you-go)消费者销售手机。”

这些透明性、简单性和灵活性的属性，应该强调对消费者的好处。具体来说，这意味着用户能够对他们的手机成本以及可以选择手机和适合他们的计划有更清晰的了解。在某些情况下，手机分期付款计划销售中不包括SIM卡锁，这意味着用户能够在不毁约的前提下升级到一款新手机。

来源：中国通信网2013年03月20日

T-Mobile美国推LTE服务部分用户已可体验4G服务

据LightReading报道，T-Mobile美国公司正开始推出其4GLTE-Advanced网络，那些使用三星GalaxyNoteII手机的用户可以在小范围内体验更快速的网络服务。

“从今天开始，T-Mobile使用三星GalaxyNoteII手机的用户们将收到OTA软件升级，从而使这些用户在T-Mobile4GLTE网络覆盖的地区能够体验到4GLTE速度。” T-Mobile美国公司一位新闻发言人本周一下午在一封电子邮件声明中表示。

“当T-Mobile的4GLTE网络覆盖范围更广、我们的LTE终端能够在这张网络上运行时，我们将会分享更多的信息。”

该运营商并未透露其LTE-Advanced网络目前的覆盖地区。科技网站Engadget报道称，T-Mobile已经让该网站在纽约进行了相关测试。

所以，在一种非常有限的方式下，T-Mobile可以算得上美国首个支持Release10LTE-

Advanced的运营商。然而，就目前的情况来看，关于速度和覆盖范围的了解还非常少。另据TheVerge报道，T-Mobile将在本月底之前正式推出LTE服务。目前GalaxyNoteII是T-Mobile网络上唯一一款支持LTE的终端，不过该运营商还将在本月底前推出支持LTE的黑莓Z10手机，并表示2013年之内还将推出一系列LTE终端，其中肯定包括三星GalaxyS4和GalaxySIII。

T-Mobile并未透露其LTE服务推出的第一个市场，但表示拉斯维加斯和堪萨斯城的部署已经全面完成。该运营商曾承诺到2013年年底，其LTE网络将覆盖2亿人口。

此外，根据CNET收到的一封T-Mobile新闻发布会邀请函显示，该运营商或将在美国东部时间3月26日上午11点宣布重大事宜。媒体推测届时T-Mobile可能将宣布成为一家完全无合约的运营商。此外，还有报道猜测T-Mobile将正式宣布推出4GLTE服务。来源：中国通信网2013年03月19日

巴帝电信选择中兴部署旁遮普LTE网络

巴帝电信已选择中兴通讯为其在该电信服务区部署4G网络。据了解，巴帝电信早前已在印度的加尔各答、班加罗尔以及普纳推出了4G服务。

来源：中国通信网2013年03月22日

法国要求Skype注册为电信运营商

近日，因Skype拒绝按当地法律以电信运营商身份进行注册，法国电信管制机构ARCEP已经要求巴黎检方调查当地Skype部门。

ARCEP指出，Skype多次无视监管机构提出的要求，始终不宣称自己是电子通信运营商（electroniccommunicationsoperator）。“Skype允许用户通过电脑和手机与法国境内及全球的固定及移动号码通话，实际上该服务相当于向公众提供电话服务。”ARCEP表示，因此Skype有义务承担开通急救电话服务、在合法条件下允许司法监听电话等运营商的责任。Skype到底是不是电信运营商呢？相信在很多用户眼中，Skype和电信运营商差别并不大。尽管仅仅诞生9年，但Skype以摧枯拉朽之势击溃了众多有着百年基业的电信运营商，一举

成为全球最大的长途电话服务商。今年年初Telegeography发布的最新数据显示，Skype去年的国际通话量增量达510亿分钟，是全球所有运营商国际通话增量的两倍。

近年来，以Skype为代表的OTT服务商开始在通信领域大放光彩。这种新型的服务商也引发了政策层面的热议即是否应该将其定位为电信运营商，进而令其承担电信运营商应承担的义务。就在去年年底结束的电信业最高级别大会“国际电信世界大会”上，与会各方也并未就这一问题达成一致。事实上，这是近几年一直备受关注的全球性话题，尽管美国等讨论多年尚未有定论，但OTT飞速强大的发展态势使得越来越多国家和地区的管制机构感到了相关管制的紧迫性，法国此次的尝试便是其中之一。预计未来会有更多可供借鉴的政策出台。来源：《人民邮电报》2013年03月25日

谷歌为流量向法国电信付费

2013年年初，法国电信公司同谷歌公司达成了收费协议，后者将为其巨大的互联网流量向法国电信支付可观的费用。可以说电信运营商和OTT服务商僵持的这数年来，此次达成的收费协议具有历史性意义。

法国电信方面的数据显示，来自谷歌业务的流量已经占到了法国电信网络总流量的一半。法国电信认为，网络带宽资源紧张，为此，谷歌有必要为其巨额的流量付费。法国电信并未透露具体的金额，但隐约提及数目未达数亿级别。法国电信将用这笔费用维护网络，保证用户能更快速地接入谷歌的内容。据称，双方的协议至少为期一年。法国电信在非洲市场的强势地位是此次同谷歌达成收费协议的重要砝码。在非洲，庞大的通信用户群体正在从功能机向低端智能机转移，其后续的网络业务消费异常可观。

法国运营商近来明显加快了针对OTT服务的部署。就在1月初，法国第四大电信公司、第二大宽带服务商Free开始允许旗下500多万互联网用户屏蔽网络广告，Free将广告屏蔽功能作为自定义设置，用来对用户软件进行更新。这一举措立刻在谷歌及网络出版商等公司中引发了惊慌情绪。不过经政府部门劝解，Free最终将屏蔽网络广告行为暂缓，但坚称要与谷歌达成利益分成协议。法国移动市场竞争激烈，但从中可以看到，运营商正在想方设法对

抗OTT服务商对其的“架空”行为。来源：《人民邮电报》2013年03月25日

诺基亚西门子再发售8亿欧元债券

这两种最新优先票据产品都于2013年3月18日公布，是继上次8亿债券的新增发行债务。

2013年3月初，诺西发售了8亿欧元的债券，比原计划发行的6亿欧元有所增加。

诺基亚在声明中表示，这两种优先票据产品以诺基亚西门子网络B.V.和诺基亚西门子网络Oy两家公司重要无抵押资产作担保，发行票据的所得用于偿还债务及企业一般用途。

声明表示，诺基亚西门子目前所有财务信息均计入诺基亚公司，但诺基亚目前没有为诺西的任何借款进行担保，因此债权人对诺基亚是没有追索权的。

来源：中国通信网2013年03月25日

GSM协会呼吁印度政府显着降低频谱拍卖底价

在对印度1800MHz、900MHz和800MHz频谱拍卖计划的期待中，全球移动通信系统协会（GSMA）会长安妮·鲍沃特（AnneBouverot）发表声明，呼吁印度政府着眼长期发展，显着降低拍卖底价。

声明称，“在本月初的频谱拍卖中，1800MHz和900MHz频谱没有投标者，800MHz只有一位投标者，还有从2012年11月拍卖活动中仍未售出的频谱，这清楚地表明移动运营商不愿意为购买频谱而支付不合理的高昂价格。全球移动通信系统协会重申对印度政府的呼吁，不应利用频谱来创造短期营收，而是应该在这次即将举行的拍卖活动中显着降低提出的拍卖底价。关注的焦点应该是长期发展，并营造一个移动行业可以满怀信心开展投资的良好商业环境。”

鲍沃特认为，在对部署网络开展必要的投资之前，购买频谱只是实现为消费者提供移动服务的第一步。不合理的高昂拍卖底价导致频谱仍然无法售出，延迟交付移动服务，并最终加重消费者的经济负担。

全球移动通信系统协会最近的一项调查显示，移动服务普及率增加10%将使生产力提高4.2个百分点。这些良好的效果在印度这样的国家尤为明显，因为该国拥有大量未使用移动服

务的农村人口。

鲍沃特代表全球移动通信系统协会呼吁印度政府为电信投资重新营造一个可持续发展的环境，并延续移动行业的成功历史。她指出，移动行业在过去10年中已经为该国的社会与经济带来了变革性影响。来源：中国通信网2013年03月26日

欧洲11家公司敦促欧盟对谷歌发起垄断指控

3月22日消息，据路透社报道，11家对谷歌不满的公司本周四敦促欧盟对谷歌的垄断行为提出正式指控，而不是寻求与谷歌进行和解谈判。

欧盟委员会目前正在审查谷歌在2013年1月提出的建议。谷歌的建议旨在结束两年的调查和避开可能高达50亿美元的罚金，该罚款金额相当于谷歌2012年收入的10%。

包括微软在内的十几家公司指控谷歌利用其市场统治地位封锁竞争对手。那些不相信谷歌的建议能够解决问题的公司还包括英国价格对比网站Foundem、在线旅游网站Expedia和Tripadvisor、两家在线地图公司和两家代表德国出版商的贸易公司。

这些公司在给欧盟反垄断专员乔奎因·阿尔穆尼亚(Joaquín Almunia)的信中说，谷歌过去的行为表明，如果不对它提出正式指控，它不可能自愿地提出一个有效的和经得起未来考验的建议。考虑到谷歌正在利用每一次拖延的机会进一步巩固、扩展和升级其反垄断行为，我们敦促欧盟委员会发布一个拒绝谷歌建议的声明。

谷歌和欧盟委员会都没有对此消息置评。

来源：赛迪网2013年03月22日