

产业环境	3
【政策监管】	3
手机固话上网卡都将实名网站泄露信息最高罚3万	3
国内尽早发放4G牌照呼声不绝于耳	4
【发展环境】	7
中国将成世界最大的电子信息市场	7
中国有望成为全球最大电子产品市场	8
中国智慧旅游一体化解决方案发布	8
智能手表：移动领域下一桶金	10
运营竞争	12
【竞合场域】	12
二六三欲做民营电信运营商	12
触摸云计算上海电信实践公有云桌面竞争力	12
高额成本支出倒逼中移动扩容网络	15
上海WiFi遍布并非好事：被指相互干扰跑不快	16
中移动本月下旬启动4G终端招标计划采购16万部	18
【市场布局】	18
营改增试点8月“双扩”邮电通信择机入列	18
去哪儿网获百度等投资方3.5亿元“注血”	20
中移动拟开发飞信ROM和手机桌面或为狙击微信	21
技术情报	22
【趋势观察】	22
移动浏览器加速平台转型	22
微软或推智能手表抢便携式移动终端先机	23
云环境下的数据安全	24
【模式创新】	26
支付宝银行卡转账业务延伸至移动端	26
终端制造	27
【科技前沿】	27
国产手机陷困境研发自主操作系统势在必行	27
芯片供应国产化破局国内IC卡制造商或从中受益	30
苹果即将发布支持5GWiFi技术的升级版Mac	31
移动设备之间的界限将消失	31
低端芯片，搅动智能机市场格局	33
【企业情报】	36
互联网巨头的生意经	36
戴尔计划扩大在华业务加倍销售网点	38
苹果产品销售放缓引连锁反应鸿海受冲击	39
市场服务	40
【数据参考】	40
2013年1~2月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况	40
2013年1-2月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况	41
【市场反馈】	43
中国移动将启动IPv6移动终端集采年内发展300万用户	43
海外借鉴	44
欧洲酝酿建立单一电信市场	44

NTTDoCoMo风投基金选定首批企业.....	45
印度电信业外商直接投资额锐减.....	45
第一通推预付费4G业务.....	46
避免互联网税收流失.....	46
Ovum：去年IT服务市场惨淡收尾.....	49
Orange云计算成为“征服2015”重要支柱.....	49
意大利电信或收购3意大利.....	50
SA：韩国手机更换率全球第一.....	51

产业环境

【政策监管】

手机固话上网卡都将实名网站泄露信息最高罚3万

2013年4月10日，工信部起草的《电信和互联网用户个人信息保护规定（征求意见稿）》、《电话用户真实身份信息登记规定（征求意见稿）》在国务院法制办网站公布，向社会征求意见。意见稿规定，电信业务经营者、互联网信息服务提供者泄露、篡改、毁损或出售用户个人信息，将面临1万元至3万元的罚款。而用户如果拒绝出示有效证件，电信业务经营者不得为其办理入网手续。随着这两个意见稿的公布，我国将出台一系列配套规章推动落实网络信息安全保护、建设网络诚信体系。

不得泄露个人信息

工信部表示，为了保护电信和互联网用户的合法权益，贯彻落实《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》，促进电信和互联网行业健康发展，工信部起草了《电信和互联网用户个人信息保护规定（征求意见稿）》向社会公开征求意见，时间截至5月15日。

意见稿明确，未经用户同意，电信业务经营者、互联网信息服务提供者不得收集、使用用户个人信息。电信业务经营者、互联网信息服务提供者及其工作人员对在提供服务过程中收集、使用的用户个人信息应当严格保密，不得泄露、篡改或者毁损，不得出售或者非法向他人提供。违反上述规定，处1万元以上3万元以下的罚款。

电话入网拟实名制

同时，电话实名制的法律空白也即将填补。《电话用户真实身份信息登记规定（征求意见稿）》明确，电话用户真实身份信息登记，是指电信业务经营者为用户办理固定电话、移动电话（含无线上网卡）等入网手续，在与用户签订协议或者确认提供服务时，如实登记用户提供的真实身份信息的活动。用户拒绝出示有效证件，拒绝提供其证件上所记载的身份信息，冒用他人的证件，或者使用伪造、变造的证件的，电信业务经营者不得为其办理入网手续。

相关专家分析说，这从立法的角度将电话实名制落实下来。此前工信部曾内部发文，要求运营商从2010年9月1日起对新增电话用户实行实名登记。不过从这两年的情况看，手机的实名制还是遇到很多困扰。来源：

《北京晨报》2013年04月11日

国内尽早发放4G牌照呼声不绝于耳

一些专家建议只采用我国自主研发的TD-LTE

近期，包括数字中国联合会主席吴鹰、著名电信专家李进良和丁守谦在内的业内人士和专家均呼吁，希望政府尽早发放4G牌照，以破解目前的产业困局。

业内普遍认为，我国4G发展已经整体落后于欧美等国，如果再不加速其进程，整个电信产业仍将无法摆脱受制于人的不利局面。而尽快发放4G牌照不但有助于明确产业政策，直接促进4G产业的整体发展，还有助于提升我国电信产业的整体竞争力。

4G发展落后国外

根据国际电信调查机构4GAmericas的最新统计，全球已有49个国家和地区的100家电信运营商部署了4G商用网络，另有342家电信运营商计划在近期部署4G商用网络，其中有超过130家在2013年部署4G商用网络。据统计，已经部署4G网络的运营商中，大多数采用的网络技术标准和制式为FDD-LTE(4G网络的国际技术标准之一，另一标准为我国自主研发的TD-LTE)。

全球最早的4G商用网络是在2009年12月，由运营商TeliaSonera在瑞典的斯德哥尔摩和挪威奥斯陆推出的。而美国、韩国和日本也是较早商用4G网络的地区，根据WirelessIntelligence的数据，截至2012年第三季度，这三个国家的4G用户占全球总量的87%。截至2013年第三季度末，全球4G用户数预计达到3800万，其中美国用户占44%，韩国占29%，日本占14%。

美国虽然不是最早推出4G的国家，但在Verizon、AT&T、MetroPCS、Sprint等运营商的大力推动下，目前美国已经成为全球4G覆盖面最广、设备和用户最多的国家。目前，美国一共有19家运营商，其中13家已经获得4G牌照并推出了4G商用网络，并开始向用户提供4G终端设备，以及各项服务。而另外几家运营商也表示，会尽快正式推出4G商用网络。

欧洲方面，包括EE、T-Mobile、Orange在内的主流运营商，已在英国、法国、德国等国家部署了4G商用网络，并开始正式运营；而瑞典、西班牙、意大利、匈牙利等国的国内运营商也已展开4G商用运营。

在亚洲，韩国的LGU、SKT、KT和SK四家公司的4G网络已经正式运营，覆盖用户约2000万，相当于韩国40%左右的人口；而日本的AU、NTTdocomo等运营商也已获得4G牌照，并完成4G网络的组网工作。

目前已经部署或运营4G的运营商，大多数采用了FDD-LTE网络，只有美国运营商Clearwire和日本运营商软银等少数运营商，采用了我国主导的TD-LTE网络。对此，业内普遍认为，尽管TD-LTE网络拥有明显的优势，但在商业化方面却大大落后于FDD-LTE。作为TD-LTE的主导者，如果我国不尽快部署4G网络，国际电信产业链将全面倒向FDD-LTE。届时，不但是我国的电信运营商，还有我国整体的电信产业都将再度失去

发展优势，最终受制于人。

三大运营商态度不一

事实上，国内电信行业已经看到了4G网络商用进程和国外的差距，并主张尽快发放4G牌照。

日前，飞象网CEO项立刚预测，我国最快将在3个月内发放4G牌照，他还在微博上称，中国发放三张TD-LTE牌照的可能性增大，这意味着中国移动会在4G牌照博弈中获得了胜利。

2013年两会期间，工信部部长苗圩首次明确了4G牌照发放时间：“估计2013年应该差不多可以下来。”曾经一度反对过早发放4G牌照的全国人大代表、中国联通董事长常小兵也在两会期间呼吁，希望政府尽快发放4G牌照，使得政策明朗，让运营商作出决定。中国移动董事长奚国华则公开了中国移动雄心勃勃的“TD-LTE‘双百’”计划：2013年4G网络建设覆盖全国地市级以上的100个城市，基站数量超过20万个，覆盖人口超过5亿，并采购超过100万部4G终端。

尽管业内目前均表示希望尽快发放4G牌照，但在采用的网络标准方面，国内三大运营商却存在着巨大的分歧。

作为TD-LTE技术的主导者，中国移动的态度已非常明确：不希望在4G时代，TD-LTE成为“少数派”，即不希望TD-LTE在中国只有一家运营，而希望国内市场三分天下有其二。

中国移动认为，TD-LTE能否成功，取决于TD-LTE产业能否具有竞争力，只有相当多的运营商选择TD-LTE，只有多数设备供应商提供TD-LTE设备，只有有竞争力的终端芯片制造商成为产业链重要一环，TD-LTE才能形成规模效应。因此，中国移动希望国内至少有两家运营商采用TD-LTE网络，这样不但能结束3G时代国内三大运营商3种网络制式的局面，还将在国内确立TD-LTE的领导地位，进而吸引国际运营商采用TD-LTE网络，形成合力与FDD-LTE网络相抗衡。

中国联通对于TD-LTE网络并不感冒。中国联通董事长常小兵此前多次表示，国内4G牌照有可能在2013年发出，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。目前中国联通并无收到政府部门要求电信运营商未来必须使用TD-LTE网的消息或压力。常小兵认为，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。

中国电信目前态度较为微妙，其董事长王晓初最近在香港出席业绩发布会时表示，中国电信希望获得FDD牌照，但如果未来政府不发给FDD牌照，那就将与中国移动共同建设TD网络。另外，王晓初还表示，一旦4G牌照发出，中国电信会义无反顾增加资本开支，将投放在主要城市的4G网络建设上，但不会将现有3G的覆盖地区全部升级至4G，因为他认为，3G及4G网络未来会长期并存，所以即使未来要扩大4G投资，中国电信亦只会集中在主要核心城市。

对此，业内普遍认为，三大运营商在发放4G牌照问题上难以达成统一的主要原因仍是为了维护自身利益。

TD-LTE网络和相关技术的主导者是中国移动，一旦中国联通和中国电信采用这一网络，在未来的发展上势必受到一定的限制。而目前，这两家公司采用的3G网络，在性能上均优于中国移动的3G网络，使得公司在3G时代的业务获得了较快的发展。因此，如果中国联通和中国电信不使用TD-LTE网络，中国移动会再次陷入“技术孤岛”。届时两家公司将获得更大的发展空间。

建议只发放TD-LTE牌照

对于目前国内4G网络推进中所遇困局，业内建议应尽早发放4G牌照，明晰产业政策。否则，我国4G发展将继续落后于欧美等国，而整个电信产业也仍将无法摆脱受制于人的不利局面。

据业内人士估算，一旦运营商开始大规模建设4G网络，将全面启动新一轮电信建设投资，并在未来5年内带动万亿市场规模。

另据中国移动广东公司总经理徐龙介绍，随着4G网络建设以及商用推进，将形成技术创新、产业信息化创新、服务产业信息化创新和社会管理信息化创新四大产业集群。其中，技术创新产业集群涉及运营商、设备商和终端商；产业信息化创新集群涉及广大需要进行信息化升级的传统制造业；服务产业信息化创新集群涉及信息产品销售平台、虚拟运营商、物流信息等领域；社会管理信息化创新集群涉及各类企业和社会管理平台。对此，业内普遍认为，4G商用后，将通过网络优势，渗透更多传统行业和其他行业，将延伸和拓展4G产业链。

业内认为，如果4G商用顺利，上述四大产业集群将成为全新的产业增长点，并有望成为创投热门领域。届时，整个4G产业链的市场规模将不止万亿。

中国电子科技集团公司第七研究所教授级高工李进良、中国电子学会会士丁守谦等国内著名电信专家近期发表专业文章表示，为了确保我国4G产业的发展，以及整体电信产业的竞争力，应打破三大运营商之间的利益纷争，建议国家从大局出发，对三大运营商只发放TD-LTE牌照。这样可以快速促进三大运营商的TD-LTE网络建设，不但可以有效地节约建设成本，防止重复建设，也可以使整个产业形成合力，并使更多国外运营商加入TD阵营。届时，我国整体电信产业将迎来千载难逢的发展机遇。来源：《经济参考报》2013年04月16日

【发展环境】

中国将成世界最大的电子信息市场

4月10日，在首届中国电子信息博览会开幕式上，工业和信息化部副部长杨学山表示，中国的电子信息产业近年来一直保持着良好的发展势头，呈现出较好的发展质量，在此基础之上，“经过不太长的时间，中国的电子信息技术市场，将成为全世界规模最大、更具多样性和更加高端的市场”。

针对中国电子信息产业近年来保持的良好发展势头，杨学山指出，规模比较大、发展速度比较快是重要特

点。其一，2012年中国电子信息产业销售收入第一次突破了10万亿元大关，达到11万亿元，增幅超过15%；软件和信息技术服务业总营收超过了2.5万亿元，增幅高达28.5%。对此，杨学山表示，这个收入是在世界经济低迷、发展环境震荡下取得的，尤其难能可贵。其二，中国规模以上电子信息制造业增加值增长12.1%，高于同期工业平均水平2.1个百分点。

税收和利润的增长、产业结构的变化，则是体现中国电子信息产业发展质量的重要依据。杨学山指出，2012年中国电子信息产业的税收和利润比整个工业的平均水平分别高出了0.9与9.9个百分点；同时，电子信息产业的结构也发生了比较好的变化。在内部结构上，软件和信息技术服务业通过两年的努力，占比提升了4.6%；内销和出口的比例也呈现出向好趋势，2012年的内销比例增长了1.2%；中东西部的布局也更加合理，2012年中部和西部的增长分别为47.9%与39.4%，均高于东部。

杨学山强调，中国对电子信息产业的高度重视，将加速中国电子信息产业和市场的发展。中国对电子信息产业高度重视，明确要求建设新一代信息技术基础设施，发展现代电子信息产业体系，完善信息安全保障体系，加快推进信息技术在全社会各个领域的广泛应用。“这意味着中国电子信息产业将进一步快速发展，电子信息产业的市场将不断提升。”杨学山说，“我相信，经过不太长的时间，中国的电子信息市场，将成为全世界规模最大、更具多样性和更加高端的市场”。

据悉，首届中国电子信息博览会共设置了10万平方米的展位，1200多家企业将发布2000多项新技术和新产品，博览会将迎来10万以上的专业人士观展。来源：《人民邮电报》2013年04月11日

中国有望成为全球最大电子产品市场

工信部电子科学技术情报研究所所长洪京一4月11日在成都表示，新兴国家市场将成为带动全球电子信息产业发展的新引擎，而中国有望在3到5年之内超过美国，成为全球第一大电子产品市场。

在当日举行的第11届中国国际软件合作洽谈会上，洪京一发布了《2012世界信息技术产业发展年度报告》。这份报告全面深入地分析了2012年全球电子信息产业的发展情况。

洪京一说，在多方面因素共同作用下，2012年全球电子信息产品制造业产销增速进一步放缓。全球电子信息产业制造业产值2011年的增速为4.8%，2012年仅为1.54%，各类细分产品产值增速均不超过5%，其中消费电子等领域出现了负增长。

报告指出，发达国家的电子信息产品市场普遍萎缩，新兴国家肩负着产业增长的重任。排名前十的国家中，市场规模增速超过5%的只有中国、巴西、印度3个金砖国家；美国的市场增速仅为1%，日本等其他发达国家甚至出现负增长。“中国电子市场有望在3到5年之内超过美国，成为全球第一大电子产品市场。”洪京一说。报告认为，未来3年世界电子信息产业将持续保持增长，新兴经济体地位不断提升。预计

到2015年，全球市场规模将达到2.1万亿美元，年均增长率约4%。

来源：《上海证券报》2013年04月15日

中国智慧旅游一体化解决方案发布

4月10日上午，由北京巅峰美景科技有限责任公司（简称“巅峰美景”）主办的“智慧，彰显旅游之美”中国智慧旅游一体化解决方案发布会成功举办。知名旅游专家刘锋博士，巅峰智业副总裁蒋骏，以及国家智慧旅游服务中心特邀专家刘维凯、梁广宇、李国生、何帆在会上发表了重要讲话。搜狐网、中国旅游报、央视网等十几家媒体参加了此次发布会。

“智慧，彰显旅游之美”中国智慧旅游一体化解决方案发布会现场

智慧，打造旅游体验之美

巅峰智业副总裁、巅峰美景总经理蒋骏对智慧旅游在中国未来3年的建设重点做了预测讲话。他认为，中国的智慧旅游建设将会围绕旅游业十二五发展规划提及的旅游信息化建设的三个目标来进行。构建有效的管理机制，加强资源整合，构建旅游公共服务平台，以人为本开展游客服务创新，坚持可持续发展的理念这五项行动势必会充斥整个智慧旅游建设市场。“以文化为灵魂，以数据为依据，以科技为支撑，以智慧的思想为指导是贯穿整个建设过程的中心思想。总的来讲，智慧旅游未来几年的发展重点即：坚持以游客体验为核心，提升游客的旅游感受，打造旅游体验之美。”蒋骏说道。

智慧，造就旅游服务之美

国家智慧旅游服务中心特邀专家刘维凯在会上宣布：由巅峰美景编制的中国智慧旅游一体化解决方案正式发布，标志着中国智慧旅游发展步入新阶段。该方案分为“智慧城市一体化解决方案、智慧景区整体解决方案、智慧酒店一体化解决方案”。刘维凯表示，智慧旅游一体化解决方案旨在为智慧城市、智慧酒店、智慧景区建设提供“系统建设+规划咨询+IT服务+论坛展会”一站式服务，并广泛应用于省（直辖市、自治区）智慧旅游产业发展规划与系统建设、地市级旅游信息化规划、建设与运营服务等区域，和旅游综合体、A级景区、星级酒店各旅游业态。智慧旅游一体化解决方案使得游客在游前、游中、游后，切身感受到智慧旅游带来的一站式智能体验。

其后，智慧旅游专家梁广宇、智慧景区高级顾问李国生、何帆分别就智慧城市、智慧景区一体化解决方案以及两者之间的关系做了详细介绍。

智慧，成就城市、景区环境之美

“智慧城市一体化解决方案为智慧旅游城市构建了三大服务体系，整合智慧旅游服务资源、创新建设与运营模式、引进社会力量共同推进智慧旅游城市建设。”智慧旅游专家梁广宇先生说道，“主要应用于智慧旅游城市建设的公共服务体系、行业管理体系和旅游企业智慧旅游服务体系。”智慧旅游城市一体化解决

方案的功能主要体现在“ 能实现同智慧城市的有效衔接，为智慧旅游城市旅游产业发展与转型升级提供全程智力支持，回归城市的科技自然、美丽自然的的城市环境”。智慧景区一体化解决方案“ 以人为本”的思想为旅游区构建营销、服务和管理三大服务体系，以信息技术整合景区的营销宣传资源、服务资源，为游客提供“ 移动”、“ 即时”、“ 个性”、“ 精准”的旅游服务；以现代企业管理理念创新景区管理模式，实现景区商业经营、内部运营及管理的智慧化，打造服务型智慧景区管理体系。为景区的自然环境和服务环境提供后备支持和技术指导。

提及智慧景区与新型城镇化的连带关系时，巅峰美景智慧景区顾问何帆先生这样总结道：“ 智慧景区作为城镇化和信息化建设的融合，是旅游业发展的重要契机，也是智慧城市的重要内容，更丰富了新时期城镇化的发展路径。” 现如今，以智慧景区建设促进以信息化为先导的新型城镇化的发展，已经成为新型城镇化的主要手段。我们可以理解为，智慧景区与新型城镇化的结合，实质是将旅游要素进行解构，结合现代信息技术的成果和理念，在城镇化建设的大框架下的重新组合。从旅游信息化发展维度来看，如果智慧化城区封闭景区，是新型城镇信息化的初始阶段，那么一个城市的整体智慧景区化，就是城镇信息化建设的最高境界。

中国智慧旅游一体化解决方案在实现区域旅游产业的融合发展与产业转型的同时，更多的是以“ 彰显旅游之美” 为宗旨，为旅游提供环保、节约型科学技术支持，力求在旅游产业可持续发展和转型升级的道路上贡献力量。

来源：赛迪网2013年04月11日

智能手表：移动领域下一桶金

智能手表将成IT公司在移动领域拼抢的下一桶金。

三星移动业务执行副总裁李永熙早些时候证实，三星正在开发一款手表产品。而此前，苹果、微软、索尼等IT巨头也都有研发智能手表的传闻。

当移动终端与iPhone和iPad的市场越来越饱和，意味着其利润空间也越来越狭窄。要想继续享受移动终端暴利，就得另辟蹊径。智能手表对于追求便携方便的现代用户来说是一种新的选择。智能手表与其说是手表，不如说是一台手表模样的微型电脑，更多是拓展其MP3、手机、记事本等的综合功能。苹果智能手表的功能还包括打电话、查看来电用户身份、查看地图坐标、计步器以及用于监测心率等身体指标的传感器等。智能手表完全通过Siri语音控制，拥有身份认证功能，在登机时，不需掏出手机或护照，用iWatch就可扫描。在商店购物时，通过手表上的NFC支付功能，动动手腕就可结账。

作为一款移动终端，智能手表从“ 手掌” 移动到“ 手腕”，虽说位置只挪了几英寸距离，却影响生活方式和工作方式，变小变轻巧了，但也变麻烦了。

先从功能应用角度看，智能手表其实是智能手机的延伸产品，在功能应用上并没有提供能引爆行业的革命性创新，更无颠覆性可言。戴在手腕上，只是增加了一点固定性。而就生活习惯而言，目前并无来自权威机构的数据验证，能有多少消费者习惯抬起手腕查询信息、发送邮件。消费者已习惯使用智能手机和平板电脑，究竟能否让习惯了“两手空空”的人们重新养成戴上手表、挽起袖子看手表的习惯，为智能手表的所谓便捷性买单，尚难预测。

从产品硬件角度看，与传统手表相比，智能手表有较大的显示屏幕，可显示各种信息，相当于小型智能手机的屏幕。智能手表安装了操作系统及有关软件，耗电量比传统手表要增大许多。这样就产生了一个现实问题，智能手表电池续航能力有限，现有的电池技术直接对智能手表的未来发起挑战。传统手表只需一年换一次电池，但如果让客户每天都要为智能手表充电、换电池，从用户体验的角度讲，势必会成为不小的短板。而智能手表体积过小，对芯片的质量提出更高的要求，其能否承载过多的信息及其他功能，也将成为一个棘手的难题。

再从技术合作角度看，IT科技企业要想打造一款符合消费者习惯的智能手表，必须与传统手表厂商合作，毕竟智能手表的主要功能还是时间，这是传统手表厂商的强项。由于近年来复古思潮的兴盛，在饱受IT市场冲击阵痛而顽强存活下来的传统手表企业，收益正逐渐稳定，要其协助IT企业冒险开发更具科技含量的智能手表，恐无多大积极性。在中国，目前除了宜准，目前还没有哪家钟表企业，将企业战略资源转投到这一领域。

众多IT科技公司热衷智能手表，是因为其丰厚的利润，智能手表的利润率可达到50%，是电视行业的4倍。花旗集团的分析师预计，苹果一旦进军智能手表产业，能为其带来36亿美元毛利润，有助于抵消iPhone、iPad以及其他业务增长放缓带来的损失。

目前，几大IT巨头纷纷抢滩智能手表市场。苹果研发智能手表，能把功能和时尚成功地融合在一起，毕竟iPhone、iPad等产品已证明苹果具有这样的实力。而且苹果也学“乖”了，这次是以“跟随者”身份加入智能手表争夺战中，就像马拉松赛跑中贴着第一名之后的竞争者，不再做智能手表的“排头兵”，而是让其他人先去犯错，等技术准备就绪时，再推出一款一鸣惊人的产品。

与苹果亦敌亦友的三星高调宣布进军智能手表市场，在与苹果激烈的竞争中，又开辟了一个全新战场。三星自恃拥有屏幕、电池的全能产业链，可最直接地解决智能手表的硬件配置问题。而按三星的市场策略，为争夺智能手表的市场份额，很有可能同时推出高、中、低三个档次，全线推进，在各类市场“通吃”。而在这场争夺战中，还加入了另外一个劲敌——谷歌。做事风格一向很“鬼”的谷歌，传说中的GoogleX实验室总是有一群天马行空的“生物”像幽灵一样在游弋，未来颠覆性的智能手表或许会出自这个神秘组织之手。

此外，还有索尼、Pebble这样的搅局者，并且已将智能手表展现在消费者面前。只是SonySmartWatch可与索尼手机兼容，对HTC、三星等其他Android手机，却只能部分兼容，有的完全不兼容，这无疑是制约其发展的最大瓶颈。但Pebble可改善SonySmartWatch这一致命弱点，可同时兼容iOS和Android系统智能手机。不过，Pebble团队力量过于单薄，能否与苹果、三星、谷歌这样的IT巨头分庭抗礼，究竟能有多大胜算，目前还是个未知数。

才刚起步的智能手表，却已呈群雄角逐之势，到底鹿死谁手？唯有时间能检验。来源：《上海证券报》

2013年04月10日

运营竞争

【竞合场域】

二六三欲做民营电信运营商

在众多竞争者中，二六三算是移动转售试点有力竞争者。

公司定位于跨网络、跨平台、跨终端的通讯服务提供商，目前公司提供的产品主要有IP长途转售服务、多方通话服务、以及3GVPN业务。与此同时，2008年起便与iTalk战略合作，进入海外VoIP（网络电话）市场，目前已收购iTalk剩余66.7%股权。若移动转售业务开闸，二六三与运营商的长期合作以及相关经验可能为其加分。

二六三的志向是做民营电信运营商，这可能会增添来自基础电信运营商的阻力，同时，其自身还需要在渠道、资金、后台运营、产品开发等多方面努力。来源：《中国证券报》2013年04月16日

触摸云计算上海电信实践公有云桌面竞争力

在更多人看来，上海电信是“城市光网”的最佳实践者，在2011年光网便实现了用户突破100万户的成绩。殊不知其下，上海电信更是中国电信云计算转型的先锋者，无论是面向中小企业“商务翼云”云计算平台，还是面向企业用户的“云桌面”，上海电信云计算落地有声。

据了解，上海电信公有“云桌面”项目始于2011年年底，2012年6月正式对外商用。截至目前，上海电信已经部署1200个云桌面，来自制造业、物流业等行业的客户正体会到云桌面带来的便捷性。而上海电信则找到了一条差异化发展道路。

触摸云计算

在移动互联网、OTT等应用的冲击下，运营商传统的话音短信业务正在受到冲击，收入遭遇天花板。云计算浪潮的出现为运营商转型找到了一条适合的路径。凭借无可比拟的网络优势和庞大的个人和企业用户群体，业界认为运营商将成为云计算产业的最大受益者。

2011年8月31日，中国电信正式对外发布天翼云计算战略、品牌及解决方案，计划于2012年正式推出云主

机、云存储等系列天翼云计算产品。

战略发布之际，中国电信云存储、云主机已经试商用。推动这项业务发展的正是上海电信，其为业界津津乐道的“金融云”为中国电信云业务树立了良好的范本。“金融云”是上海电信专门为金融行业度身定制的数据中心云服务，它打破了传统金融企业数据中心各自建设、各自运营的模式，中小型金融企业将按照“按需使用、即付即得”的交付模式获得云计算服务，从而节省大量的建设与运营管理成本。

在此基础上，2011年10月，在城市光网的基础上，上海电信面向广大中小企业推出了“商务翼云”云计算平台，初期便形成了4大类24个云应用产品以及20万以上用户级的服务能力，承载云主机、云备份、云存储、云呼叫中心、协同通信、外勤管理等云计算应用。

通过这些云服务，上海电信摆脱了传统业务逐渐下滑的束缚，并开辟了一条新的收入源泉。但是，上海电信敏锐的意识到，随着云计算技术的日趋成熟，将会有越来越多的运营商和第三方IDC运营者加入这个行列。为此，上海电信决定继续推出更加具有特色的云业务。这次，他们将目光锁定在云桌面。

早在InfoWorld所列的2010年十大热点技术中，桌面虚拟化便名列第二。如今，桌面云正在受到全球范围内企业的追捧。

2011年年底，上海电信正式启动云桌面项目，计划一期对外提供千余个云桌面，分别提供给呼叫中心、企业客户以及个人用户。

不可或缺的公有云桌面元素

上海电信希望这些桌面能够快速部署实施，并需要对云桌面后台支撑系统进行实时监控和管理；希望云桌面系统在整体投资上更具性价比。

此外，由于本次云桌面将作为公共服务对外提供，企业或个人用户对云桌面的服务质量要求严格。为打造高品质的云桌面，云计算项目组认为快速部署、灵活调度、全面监控管理、云服务业务的统一安全发布与使用，是必不可少的几个条件。

为了能够同时满足这几个条件，云计算项目组经过多轮技术验证，并结合全球已经商用的方案比较，决定采用思科与NetApp和Citrix共同合作的XenDesktop on FlexPod方案，实现完美支撑上海电信虚拟桌面整体方案的平台架构需求。

在方案中，Cisco B200系列UCS刀片服务器、UCS6100系列互联矩阵结合NetApp公司的FAS3240A存储阵列，组成FlexPod方案，配合Citrix公司的XenDesktop企业版桌面虚拟化软件，为客户提供完善的虚拟桌面和服务资源池，为前端千余个云桌面提供后台计算资源。

NetApp FAS3240A存储阵列作为统一存储资源池，通过Cisco MDS9000系列存储交换机、UCS6100系列互联矩

阵和UCS服务器进行统一化连接，云桌面操作所产生的不同类型数据将通过最合适的存储协议保存在存储空间中。

借助NetAppVST虚拟分层技术，云桌面系统有效规避了大量云桌面用户在相同时间登录/启动/打补丁产生的访问风暴，同时通过重复数据删除以及FlashCache等先进技术，实现了存储资源利用率的最大化和性能最大化。

在本次项目中，作为上海电信的战略合作伙伴之一，天云科技将其自主研发的云调度管理平台、资源监控系统 and 业务平台部署在XenDesktoponFlexPod云桌面平台上。此项目通过多家优秀产品和解决方案的无缝整合，助上海电信提供更具市场竞争力的云桌面服务。

1个月时间完成部署

根据全球云桌面部署实施的经验，千余个公共云桌面的部署和调试，至少需要3个月时间。而该项目组仅用了1个月时间就完成全部业务部署。2012年3月底，通过项目团队不懈的努力，1200个云桌面能力平台顺利建设完成，并很快通过初验正式商用，目前已开通几十家商用用户，包括某大型飞机制造企业。

在该云服务项目中，Skycloud-XenDesktoponFlexPod方案中对数据中心平台架构的优化是关键，另外还有FCoE是比较具有代表性的最新技术应用。UCS6100系列互联矩阵融合了FCoE技术，将数据中心以太网网络和存储网络统一，进一步实现服务器到存储端到端的融合，客户无需花费额外时间进行单独存储交换机的配置；借助UCS服务器后面的FCoE连接，减少了线缆的连接配置，进一步缩短整体部署时间。

当然对企业来说，安全是他们使用云服务的首要必备条件。。在项目实施中，Skycloud-XenDesktoponFlexPod可提供桌面安全虚拟化技术、存储安全功能、系统安全认证功能；IT管理人员完全掌控集中访问的授权；建立安全的访问网络，加强用户认证和审计监控；还可对不同用户和企业租户提供完善的安全隔离，确保了端到端的安全。

同时，大幅节省投资成本也成为本次解决方案的亮点。传统的运营商公共云桌面后端系统一般同时存在存储网络和IP网络，其部署模式需要增加存储交换机和网络交换机，这导致IT设备的增多和成本增加。

Skycloud-XenDesktoponFlexPod提供服务器和存储一体化的架构，帮助运营商节省设备成本并简化网络结构。

而利用NetApp重复数据删除以及FlashCache技术，能够以最少的存储空间和成本，实现最大、最稳定安全的数据存储需求。例如，NetApp重复数据删除技术颠覆性地使用在主存储上，帮助云桌面系统实现高达80%以上的空间节省，降低云桌面运营成本，帮助运营商实现存储设备投资的最大化节省。

此外，CiscoVM-FEX网络技术能在单一物理链路上配置多条虚拟链路，将虚拟机中的虚拟NIC连接到交换平台中的对应虚拟接口。UCS服务器配置了虚拟接口卡，采用灵活配置的I/O，使UCSManager能为每块虚拟化

网卡创建多达256个以太网NIC或光纤通道HBA的任意组合，身份(MAC地址和WWN)可动态编辑，进一步节省了客户的投资。

目前，上海电信云桌面所服务的客户已经逐步感受到这种云计算新兴业务带来的便捷：一些制造行业客户，信息从员工电脑转移到后端服务器上，信息更加安全，不怕数据泄露；领导出差也无需带笔记本，只需要pad等客户端通过最先进的无边界网络技术，实现便捷的移动办公，保证数据安全；个人用户在未来还能通过IPTV机顶盒或小终端访问后台数据，并享受到整合云存储在内的一系列云桌面应用。

上海电信表示，公有云桌面的推出提升了上海电信服务和用户之间的黏度，通过针对不同客户类型提供差异性的服务，进一步加强上海电信的服务竞争力。来源：通信产业网2013年04月11日

高额成本支出倒逼中移动扩容网络

近日有消息称，广东移动计划在2013年扩容800Gb互联网出口带宽，且已经在广东省内进行了业务招标。广东移动方面并未对相关招标项目做出正面回应，但表示，从2011年至今中国移动广东公司已建设20多个覆盖全省各地市的IDC机房，机房总面积已超过50000平方米。

有运营商人士表示，此前中国移动每年网间结算净支出达到200亿元，其中以数据网间结算为主要构成部分，如果不扩容，移动除了每年要向竞争对手支付高额的费用外，在微信等OTT服务的压力下其网络负担将越来越重，同时可能会对4G业务产生一定的影响。

目前，由于历史积累不足，中国移动互联网资源相对匮乏，大部分互联网企业均把内容资源部署在中国电信、中国联通的IDC中。

“资源利用率低和实践经验不足是当下中国移动发展IDC业务的主要短板。”一位移动内部人士表示。

中国移动2011年至2015年间IDC业务规划显示，中国移动计划投入112亿元，将IDC总建筑面积扩容6倍，并引入全部TOP2000互联网服务商。届时中国移动对于互联网资源的需求将得到满足，出口带宽将不再依赖于中国电信、中国联通。

“目前，中国移动的固网和中国电信、中国联通相差太远，特别是和中国电信的差距很大。在固网领域，中国移动只能追赶，但能看到的五年内，要超越中国电信、中国联通是不可能的。”上述运营商人士表示。

据媒体报道，此次扩容招标中，移动选择的是向第三方服务商“间接收购”中国电信及中国联通端口，从而分批次实现800Gb的扩容目标。在费用方面，如果根据现行的网间结算办法，广东移动直接向中国电信或中国联通结算的话，需要为这800Gb带宽付出每月约8亿元的成本，而通过其他的小服务商间接购买，则只需要支付10%的价格。但相关招标最后因电信和联通紧急封杀了所有广东境内有可能流入移动的“民间端口”，而导致流标。

上述运营商人士认为，“收购”也并不是最理想的手段：“移动最希望做的就是IDC及互联网出口、骨干资源上摆脱电信联通的控制，如果通过收购获得，依然不是自己的东西。”

有业内人士称，微信等OTT业务的发展也是促成中国移动急于扩容的重要原因之一。

有行业人士称，微信3亿用户产生的流量，不但给中国移动带来网络负担，而且由于中国超过90%的服务器和骨干网都掌握在中国联通和中国电信手中，所以中国移动还要为微信再向中国联通或中国电信埋一次单。

但按照目前的实际情况看，因OTT业务增加的流量成本对于运营商的影响并非十分明显。但也有分析称，虽然目前流量成本的增长基本可以忽略不计，但未来对运营商的压力会逐年加大。来源：《第一财经日报》2013年04月10日

上海WiFi遍布并非好事：被指相互干扰跑不快

前不久，迅雷公布2013年各大城市下载速度排行榜，在公共WiFi下载速度排名中，上海的公共WiFi以137KB/S排名最后。从运营商和无线网络专家处，了解到，在上海，无线接入点过多过密也有“甜蜜的烦恼”，以至于相互产生干扰，成为影响WiFi网速的最主要原因之一。

AP相互干扰是隐形网速杀手

在上海虹桥火车站，商铺林立，第三方监测人员

曾在现场监测到有20多个无线接入点(统称AP)同时运行。由于，这些AP发射信号互相干扰，最终这个区域内的WiFi测速低于1M。

类似情况在上海大多数的繁华地区并不少见，某运营商网络技术人员表示，目前，上海私用AP非常多，40~60多个AP在同一区域内运行的情况非常常见，“在WiFi覆盖的商业地区，往往集中着三家运营商的AP、路边的星巴克、麦当劳、各种私人店铺自设的无线网点……而这些无线AP都集中在1、6、11三个信道上运行，最终造成的结果是互相干扰，拉低网速。”

据一位业内人士介绍，运营商提供的公共WiFi所使用的是无限局域网中的ISM工作频段。在该频段中互不干扰、互不重叠的频段非常有限，只有1、6、11这三个信道。这就意味着，无论是公用还是私人使用的AP都会首选这三条信道。这样一来，对于一个高密度的WLAN无线网络而言，同一信道挤占着不同AP时，这些AP的发射区域就会非常容易重叠，造成的结果是，AP信号互相退避，由此降低性能。

缺乏有效规范是主要原因。根据国际惯例，ISM频段是向工业、医疗、科学这三大类机构开放的公共频段，但在国内，私人用户的无线AP越来越多地挤占这一频段。北京邮电大学从事无线宽带网络研究的刘培植教授指出，WiFi的接入本身是不需要牌照的，因此，国家相关部门的要求是有关机构在接入ISM时需要做备案，但在实际操作过程中，很少有AP会去做备案，因此目前也就处于开放状态。“这样一来，包括医用、

商用、家用、工业用AP全部都挤在一个频段。加上有些企业将自己的许多重要应用，像语音、视频、定位等服务都逐渐部署到无线网络上，干扰、重叠和竞争在所难免。”刘教授指出，尤其是在AP辐射的100米范围内，如果集中很多个AP，这种互相干扰的影响就会非常明显。

公用无线网建设运营商独木难支

“事实上，iShanghai这样的城市公共无线网的覆盖范围是特定的，并不是全方位的覆盖。”一位来自运营商的业内人士认为，不少公众对于公共无线网的覆盖范围在认识上存有误区。

根据相关资料显示，2012年下半年启动的上海公共无线网iShanghai项目中，先期开放的30多处公共场所中，包括外滩、滨江大道、新天地、豫园等旅游景点及商业街圈，无线局域覆盖基本以户外为主，像酒吧、餐厅等营业场所并不涵盖在内；而火车站、医院的无线覆盖则主要位于候车室、候诊区和输液室。

这位运营商人士解释说，“每一个AP都有它的覆盖范围，一般情况下，一个室内AP能够覆盖范围在十几人左右，每个连接终端的速率能达到几十到一百兆之间。”但实际情况是，在外滩、豫园这样开放的旅游景点，人流的密度过高，以至AP的负荷太高，与此同时，无法在过近的距离内增设过多的AP，“AP布点中，距离太近或太远都会对网速造成影响。”

为此，每个上海市民和游客利用iShanghai无线上网的网速被限定在了2M以内，“这也是解决人流超高密度区的无奈之举。迅雷公布测速结果可能受此因素影响较大。”

“除了干扰过多这一原因外，公共WiFi的运营模式同样需要改革。”刘培植认为，公共无线网络存在的不稳定或者无法连接的问题，应该出于两大原因：除干扰太多之外，本身的流量不高也是一大原因。“目前，虽然是政府埋单，运营商负责建设，但运营商依然面临建设成本过高的问题。从传输网布线，布设的占用楼使用费，维护人工费，这些成本都不低。因此，单纯靠运营商来支撑，没有盈利，城市无线局域网的建设一定会有局限。”

望政府统一规划AP建设

解决目前面临的难题，单靠运营商是无法解决的，需要政府做整体规划。“随着无线网络使用频率的不断提高，这样的干扰只会日益严重。政府必须要做一个规划，设法把各私有AP的接入频点做统一的规划和分配。要求谁可以进来，谁不能进来，避免干扰。”刘培植说。

如何让运营商在建立公共无线网的过程中有利可图，实现无线网络建设的可持续发展同样值得思考，“比如，中国移动建了半天WiFi，结果把3G流量都建成免费的了，其一定是缺乏积极性的。”刘培植的建议是，不妨通过政府的规划，将私有AP纳入到大的WLAN中，做一个整体的覆盖，并且能够保证，在建设的过程中，个体的支出费用不会高于自建WiFi的费用，同时进一步创新合作模式，减少运营商负担，调动其

积极性。来源：《IT时报》2013年04月15日

中移动本月下旬启动4G终端招标计划采购16万部

中国移动将在本月下旬启动2013年首次4G终端招标，计划采购量为16万部。

此次中国移动制定的4G终端采购计划是针对即将到来的暑期市场。其中MIFI约3万部，CPE约10万部，TD-LTE（4G）手机约1万部。据悉，MIFI是一种集成了4G服务的无线路由器；CPE则是一种可将4G信号转换为WIFI信号的无线设备终端，都属于数据类终端，携带不方便，一般需要搁置在固定位置。

此前，中国移动计划2013年采购4G终端总数为124万部，其中90%为MIFI和CPE，另10%为数据卡，TD-LTE手机因技术还不成熟而未列采购数量。

值得注意的是，从中国移动的整体采购计划来看，4G手机所占的比重之所以在整体策略中较轻。对于这一现象，某知名手机厂商内部人士透露，这是由于中国移动对终端厂商的要求比较高造成的。中国移动要求所有的4G手机必须支持“五模”标准，即支持GSM、TD-WCDMA（3G）、TD-LTE、FDD以及WiFi五种模式。来源：《北京商报》2013年04月16日

【市场布局】

营改增试点8月“双扩” 邮电通信择机入列

营业税改征增值税（营改增，下同）试点的进程，再次细化。试点地域、纳入行业得以双双扩围，并列出了时间表。

4月10日，国务院常务会议决定，进一步扩大营改增试点。自8月1日起，将交通运输业和部分现代服务业营改增试点，在全国范围内推开，适当扩大部分现代服务业范围，将广播影视作品的制作、播映、发行等纳入试点，择机将铁路运输和邮电通信等行业纳入营改增。

中央财大财经研究院院长王雍君表示，增值税具有更好的经济中性特征。从制度上解决营业税制下“道道征收，全额征税”的重复征税问题，实现增值税税制下的“环环征收、层层抵扣”，税制更科学、更合理、更符合国际惯例。

营改增试点推向全国

营改增扩围早已成共识，但时间表和路线图一直不够明晰，此次会议明确，8月1日起，交通运输业和部分现代服务业营改增在全国推开。

会议指出，2012年1月启动试点以来，有关地区和部门精心组织实施，改革成效逐步显现。中小规模纳税人税收负担得到减轻，促进了中小企业特别是小微企业发展。税制得到简化和规范，有利于解决税制不统一和重复征税问题。

中央财大税务学院副院长、国务院参事刘桓曾多次表示，营改增实施范围越大，所产生的矛盾就越小。此

前只上海试点而别的地方没有实行，企业的增值税抵扣就不完全。比如，上海的一家运输公司经营跨省运输业务，而别的省份的路桥部门没有实行增值税改革，他们所提供的路桥收费的发票就不能抵扣。

资料显示，2012年营改增试点地区共为企业直接减税426.3亿元，减税面超过90%。其中，以中小企业为主体的小规模纳税人减税幅度达40%。据测算，全部试点地区2013年企业将减轻负担约1200亿元。

两大行业择机纳入

此次会议不仅给出了营改增扩围的时间表，而且明确扩大部分现代服务业范围，将广播影视作品的制作、播映、发行等纳入试点。

会议还明确，扩大行业试点择机将铁路运输和邮电通信等行业纳入营改增试点。力争“十二五”期间全面完成营改增改革。通过实行营改增，激发企业活力，形成新的增长点，不断扩大就业，增加居民收入，促进经济持续健康发展。

中央财经大学财经研究院院长王雍君表示，将上述两个行业择机纳入营改增试点，主要是考虑到这两个行业每年营业额相对较大，而且在涉及增值税的抵扣环节计算等方面时不那么困难。

一位接近国税总局的专家也表示，2012年，财政部下发文件将铁路企业的营业税下划地方，也是为铁路运输业纳入营改增试点做好了前期准备。而邮电通信业由于涉及的企业数比较少，而且基本上都是央企，有利于营改增试点工作。

两个关系国计民生的服务行业即将进入营改增试点，效果如何也广被期待。北京物资学院物流学院副教授姜旭说，与交通运输行业一样，将铁路运输也纳入营改增范畴，实际上是推动铁路融入服务业的具体体现，不但可以降低物流成本，还能够推动大交通一体化，缩短城市之间的差距，意义深远。

但就两大行业何时正式开始试点，还没有定数。可以佐证的是，2012年建筑安装业曾被提及要纳入试点，但据了解，由于在抵扣以及税负问题上难以协调，最终被暂时搁置。

央地财权事权需匹配

营改增扩围牵动着财税体制改革的重要神经。

此次会议表示，随着营改增试点范围扩大，要推动进一步完善增值税制度，加强增值税专用发票管理，研究合理调整增值税分成比例，理顺中央与地方分配关系。

财政部数据显示，2012年我国营业税、增值税、消费税在税收中所占的比例，分别为15.6%、26.2%、13.5%，其中营业税收入为15747.53亿元，增值税收入为26415.69亿元。

我国增值税中央和地方按75：25的比例分成，营业税全归地方。随着营改增试点的逐步扩大，按目前税制，其四分之三的税收将归中央财政。目前试点期间税制转换后的所得仍全部归地方，但这只是过渡安排。

王雍君认为，扩大营改增试点范围的同时，为避免地方财政缺乏支持性税源，可以预见的配套制度包括加大中央对地方的转移支付力度，或提高地方政府对增值税的分享比例。

专家表示，调整分成比例不仅要做到税种之间平衡，更要维持中央和地方税收比例实现财权、事权相匹配。来源：《每日经济新闻》2013年04月11日

去哪儿网获百度等投资方3.5亿元“注血”

身陷“抵制”风波的去哪儿网找到了新一轮融资。

据权威人士透露，百度、高瓴资本、纪源资本已完成对去哪儿网的新一轮投资，投资总作价5700万美元（约合3.5亿元人民币）。百度、高瓴资本、纪源资本三方分别出资1900万美元。

该人士称，该笔投资已在2013年3月确定，但此轮融资对去哪儿网的估值尚不清楚。

百度和纪源资本也是去哪儿网此前的投资方。2009年11月，纪源资本领投去哪儿网1500万美元，梅菲尔德风险投资公司、金沙江创投和特纳亚资本跟投。2011年7月，百度斥资3.06亿美元投资去哪儿网，并获得62.01%去哪儿网股权，从而达到控股地位。此次融资，去哪儿网估值已达4.83亿美元。

公开资料显示，在2011年百度对去哪儿网总作价3.06亿美元的投资中，有3亿美元为现金，在这部分现金中，又有4018万美元存入托管账户，用来支付因违约或一些其他原因产生的损失。

一名知情者介绍，百度对去哪儿网的投资，一方面是去哪儿网的业务比较贴近百度的核心业务搜索；另一方面，从财务投资角度考虑，百度希望通过投资去哪儿网，从后者的IPO中获利。

去哪儿网对百度也具有较大的战略意义。业内人士认为，去哪儿网在移动端的乐观表现，是百度对其感兴趣的原因之一。目前，百度在移动领域的投资正在加码。而去哪儿网的移动下载次数已近3000万次。去哪儿网CEO庄辰超称，2013年，去哪儿网约有20%的预订单将在移动端产生。

新一轮投资的确定，无疑将拉长去哪儿网的IPO时间。事实上，早在2012年年底，关于去哪儿网IPO的传闻也曾集中爆发。上述人士称，但由于2012年美国IPO市场低迷、美国资本市场对中国概念股的做空，以及VIE架构不明朗等原因，去哪儿网放弃了2012年年底的IPO计划。

而此轮融资很有可能是去哪儿网IPO前的最后一轮融资。2013年4月，去哪儿网已开始大幅提高CPC（点击付费）的收费价格，涨幅在40%~80%不等。而此次调价，也被业内人士指出是融资后、上市前的业绩冲击。

而此次调价，也引起了国内在线旅游网站的集体抵制。艺龙网、芒果网、同程网等近10家国内OTA网站(在线旅游代理商)纷纷表示将从去哪儿网“集体下线”相应酒店产品。

此外，去哪儿网在上市前夕也面临着淘宝旅游的冲击。2013年年初，阿里巴巴分拆为25个事业部，淘宝旅游从此次调整中获得较大的自主权。业内人士称，淘宝旅游与去哪儿网的业务模式较为相似。这也意味

着，去哪儿网在未来的业务开拓中将面临来自淘宝的冲击。来源：《第一财经日报》2013年04月15日

中移动拟开发飞信ROM和手机桌面或为狙击微信

4月15日神州泰岳一则涉及招标的公告，透露出飞信未来一年的路线图。中移动拟为飞信手机版增添视频通话等功能，此外还拟在手机桌面、ROM等方面增加用户黏性。分析称，飞信这样的布局或为狙击微信。

拟开发手机桌面和ROM

神州泰岳的公告显示，中移动广东公司12日开始就飞信的四个子项目进行招标，在中标后的一年中，中移动将向这些项目投资6.38亿元。

招标内容显示，中移动将开发针对Android系统的桌面Launcher（安卓系统中的桌面启动器）。中移动认为这类launcher，可以将飞信的基本功能嵌入到用户桌面中，降低用户使用飞信的门槛，并且可以通过桌面常驻系统内存，为用户带来飞信消息、订阅内容等实时推送的功能。

目前国内较为成功的launcher类产品主要是go桌面。

在增加客户黏性方面，中移动有意加入手机ROM（存放手机固件代码的存储器）开发的浪潮，通过定制手机ROM，融合飞信APP以及其他中移动自有业务APP。

此前，互联网公司中，百度、腾讯、盛大均加入了自制ROM的浪潮，手机厂商小米、魅族等也有自有ROM。

中移动在增强音视频通话，开发手机桌面和飞信ROM方面，未来一年的投入将是1.24亿元。

未来一年对飞信投入6.38亿

目前手机飞信中已经有音频通话功能，视频功能尚未推出。中移动拟在未来一年中为飞信增添视频通话。

此前微信一类通讯软件的兴起，使得运营商在短信和语音信息方面的收入出现下降。在这一背景下，2013年开始运营商称微信占用网络资源过多。

中移动还将继续强化飞信早先推出的“公众平台”，该平台推出后被用户认为十分接近微信的公众平台。

中移动将MAC飞信、WIN8飞信，公众平台和信息推动平台打包招标，项目规模3.11亿元。

在飞信与微信的用户体验差异背后，是双方投入的差异。运营商在这类OTT业务（互联网公司越过运营商，发展基于开放互联网的各种视频及数据业务）上的“添油战术”能否见效，不少投资者有疑虑。

根据神州泰岳2011年年报，负责飞信运营和技术支撑的神州泰岳从中移动广东公司和卓望信息获得的营收为6.14亿元，此前媒体披露2012年这一部分大致在5亿元左右。从目前的招标情况看，未来一年中移动对此的投入是6.38亿元，未有显著增长。

与之相对的是，媒体报道腾讯在微信上的投入已经达到30亿元，其中运营费用达到8亿元。来源：《新京

技术情报

【趋势观察】

移动浏览器加速平台转型

移动浏览器正加速从上网工具到上网平台的转变。近日，知名移动浏览器厂商海豚浏览器发布“炫风版”，突出社交化、个性化的同时加强对HTML5（新一代互联网标准）WebApp（网页应用）的全面支持。

社交定制需求升温

随着社交应用大行其道，众多互联网应用俨然标配社交功能，充分激发用户社交天性。海豚浏览器相关人士介绍，社交版本在成功试水日本市场后，以定制WebApp为展现形式、社交账户为链接纽带、浏览器为平台，使得用户通过账户绑定，让手机浏览器成为定制化个人社交信息交互平台。由于本地客户端的信息孤岛问题，对用户获取各个社交化更新、分享、消息等内容造成极大不便，用户需个个打开再关闭，很多社交化信息由于零碎没有为用户体现出价值，这是用户体验上的必要性。

据悉，海豚浏览器炫风版深度整合新浪微博，使用WebApp模式区分微博的媒体属性和社交属性，利用社交化机制为用户提供个性化服务。进行去重处理后，将用户获取新闻资讯和获取好友更新完全区分开，并且会在未来引入更多的社交信息，如来自其他社交平台的好友动态、分享等，最终实现在浏览器里与所有好友分享交流。

WebApp“桌面化”设计

市场调研机构NetApplications发布的最新研究数据显示，过去三个月间，移动浏览器流量增长了26%，而近两年来，更是增长了两倍。

为了让用户拥有更好的视觉体验，海豚浏览器炫风版加速了浏览器桌面化的进展。WebApp以图标的形式呈现在浏览器主界面上，用户可以像整理手机桌面一样长按整理浏览器，以及像原生Android系统一样操作浏览器窗口。当用户在收藏HTML5应用或网页时，会自动形成图标显示在浏览器主界面中以方便下次访问。从手机用户角度来说，这种操作最为自然熟悉，就像使用Native（本地）应用一样。

海豚浏览器透露，实现上述功能革新的基础要素是技术的稳定性。据悉，移动浏览器“好看又好用”，稳定性和性能表现是基础体验重要的环节。海豚浏览器炫风版针对启动速度、内存占用等方面进行了优化，并提供了多款实用工具，包括截图涂鸦、多平台分享、跨终端同步、二维码扫描等。

极速内核迎合H5应用

作为平台化的一部分，尽可能地呈现第三方合作伙伴产品非常重要。或许接下来，NativeApp的Web化仍然

不会有很大的发展，但网站的WebApp化会迅速活起来。越来越多的浏览器强调HTML5的兼容性，HTML5提供了Web数据存储和离线数据存储功能，以及大大加强对图像显示、视频播放等支撑能力。得益于HTML5，手机浏览器将是WebApp最好的平台，而基于海豚极速内核，大量的HTML5游戏以及WebApp的流畅运行，和NativeApp体验几无差别，加速浏览器从工具向平台转变。

事实上，浏览器最早作为上网工具出现，功能较为单一。但随着竞争趋势，工具类应用在满足智能手机用户的基本功能并获得极大用户群之后，都在积极进行价值升级，移动浏览器行业则纷纷瞄准平台化转型。海豚浏览器在内容个性化、互动社交化、功能定制化、价值平台化上加速探索。

来源：《北京商报》2013年04月10日

微软或推智能手表抢携带式移动终端先机

虽然目前微软尚未能证实是否已有智能手表项目的推进，但可以看到的是，可携带式智能终端已开始和产业兴起，并引起了投资者的关注。

继谷歌推出智能眼镜GoogleGlass之后，微软也在尝试研发更多可能的携带式智能终端。

近日，外媒援引一名微软配件供应商管理人士的消息，微软正在设计一种类似手表的触摸式装置。

该人士表示，微软要求亚洲供应商为一种可能类似手表的装置发送配件。但该人士尚不能断定微软要研发的终端设备就是智能手表。

微软中国方面也尚未能证实相关消息。

虽然目前微软尚未能证实是否已有智能手表项目的推进，但可以看到的是，可携带式智能终端已开始和产业兴起，并引起了投资者的关注。

毫无疑问，谷歌GoogleGlass的推出推动了携带智能终端的产业发展。有分析人士指出，智能眼镜、智能耳机、智能手表等被业内统称为可携带式的智能终端。而在手机、平板电脑等智能移动设备市场被产业瓜分之后，可携带式的智能移动终端即成为科技公司的下一片蓝海。

不过，谷歌目前尚未公布GoogleGlass的销量情况。而在GoogleGlass推出之后，业内也多次频繁冒出有关苹果公司推出iWatch智能手表的传闻。而与微软一样，苹果公司方面截至目前也未作任何回应。

有产业分析人士猜测，微软的智能手表可能将拥有打电话、收发信息、地理位置追踪等功能，也可能会携带内置的计步器以及人体健康相关的传感器等。

不过从供应链的情况来判定，微软要研发出智能手表，也需要3年左右的时间。就目前来看，微软还需要获得与智能手表相关的专利，但在这方面，苹果已经走在了前头。

分析人士指出，智能手表可能是微软的未来产品，但无法改变微软目前在移动终端布局缓慢的现状。来自SurfaceRT和SurfacePro的渠道销量显示，微软在这一块的表现依然疲软。而在智能手机上，WindowsPhone的

销量也有待产业观察。来源：《第一财经日报》2013年04月16日

云环境下的数据安全

一直以来网络安全都得到了最为广泛的关注，但是随着云技术应用的不断深入发展，以及网络硬件的进一步成熟，数据安全逐渐成为目前关注的新焦点。

一、云的相关概念以及环境特征

云的概念，起源于网络拓扑图中的云形符号，其含义在于表示广义网络，即任何类型的用户连通集合。目前对于云的相关概念没有统一定义，但是对于其相关理论存在统一认识，即认为云是通过互联网将不同用户的计算资源，包括软硬件等多个方面进行共享。这就搭建起了云的基本属性即“共享”，在云计算中，存储和运算不再基于单个的服务器，而是分布在位于网络中的大量计算机上，即通过云计算法则和相关系统将计算任务分布在更广范围的网络资源中，这对于计算任务的发放以及承担双方的安全都提出了新的挑战。

从云体系机构上看，可将其分为基础管理层、应用接口层和访问层三层，其中基础管理层主要是解决资源的共享问题，应用接口层负责解决以何种方式对外提供服务，而访问层是则负责采用云计算方式实现具体应用。这种结构看似能够保护云计算中涉及到的相关数据，从而确保整体云系统安全，但是从根本上看，这种在执行云命令过程中的不透明性反而增加了风险系数。目前的云计算服务供应商通常都并未对用户提提供诸如所在地、技术基础、运行方式等相关说明，因此当计算服务是由多家供应商来提供时，每一家接受外包的服务商所面对的基本都是上一个分包商提供的服务包结果，多个层级下来，早已没有透明度可言，从一个侧面上增加了安全隐患的存在。此外，虽然云体系本身存在有相应的加密技术确保安全，这种加密技术也只是应用于传输过程，而对于数据的处理和存储过程而言，安全措施仍然薄弱。

在这样的技术背景之下，人们关注的目标自然而然地从网络安全向数据安全转移。这种转移基于多个方面的考虑，一方面网络安全中除了相应的数据安全以外，还包括硬件成分，诸如终端安全以及网络传输硬件介质的安全，而硬件的安全就安全本身而言，出现的频率远远低于数据安全；另一方面，随着科技的发展，数据在日常工作中的重要性逐年上升，而科技的成熟则进一步带来了硬件层画的质量提升和性能的稳定。基于这样的考虑，数据安全，尤其是云环境下的数据安全必然成为关注焦点。

二、云环境下的数据安全策略

面对云环境下的种种安全隐患，相关单位，尤其是涉及内网的单位更应当提高警惕。本身内网就在安全机制上存在问题，加之用户繁多难以形成统一有效管理，因此在云环境下更容易招致安全问题。

就目前网络发展的整体状态看，相关单位可以从以下两个方面着力打造其数据安全：

1.软件防范。

从软件层面加强对于现有网络和数据保护一直都是提升数据安全水平的重要手段。在实际工作过程中，应当对防火墙以及相关的操作系统进行及时升级和更新，经过调查，超过87%的安全问题都来源于未能对相应的软件进行及时更新。这种方法不仅仅对于局域网而言十分有效，对于个人电脑同样意义重大。目前面对外部攻击和安全隐患常见的作法是设立基于状态的包检测以及虚拟防火墙，状态防火墙能够将状态检测技术应用于ACL上，从而动态地决定防火墙的防范规则吗，相对而言其性能优于物理防火墙。

除此以外，软件层面的防范还应当包括对于流量的实时监控以及相应的入侵防范。目前DoS攻击和DDoS攻击的手段繁多、攻击时流量突然增大，因此对数据流量进行严密监控，对于及时发现安全隐患意义重大。而目前市场上很多入侵检测系统对于蠕虫、木马等应用层攻击的防范也十分有效，相对于单纯的杀毒而言能够提供更为主动的保护，将安全危机抵挡在系统之外。

2.制度管理。

很多安全隐患归根结底都是由人员的非法或者不当使用造成，对于内网的多用户体系而言，这种情况尤其多见。

针对于此类问题，最为主要的工作就是加强制度管理和相应的人员培训。以auto系列的病毒为例，其变种通常广泛存在于内网中，并且极有可能通过云计算和移动存储设备实现传播。这种病毒并不难查杀，其防范难点在于难以彻底查杀，通常经过清查的系统经过不到一天的工作就会重新发现此种病毒，而不透明的云计算过程也有可能引发此类问题。具体的作法可以仿照非线性编辑网络进行管理，对于输入输出接口进行控制，同时对于网内数据传输流量请求也应当适当进行监管。此外，加强人员培训，及时发现问题，并且能过做到对于网络健康状况的准确判断，是加强网络安全的必要手段和措施。

与此同时，对于内部人员与数据之间的安全契合程度也必须予以重视。将相应的使用权限赋予相应的工作人员，防止重要数据的滥用和流失，通常能够减少大约六成的数据安全隐患。

三、结论

除了上述提出的相应提升安全水平的必要手段以外，对网络本身逻辑建设也是加强安全的必要措施。诸如VPN等技术，从传输协议和方式方面都对安全的提升大有裨益，成为目前数据传输领域的重要安全保障。对于此类技术，应当本着积极学习的态度，理性选择，才能获得良好效果。来源：《中国新通信》2012年第23期

【模式创新】

支付宝银行卡转账业务延伸至移动端

在线支付，特别是移动在线支付行业仍在跑马圈地。近日，支付宝手机客户端上线转账到银行卡功能。具体操作上，用户进入手机客户端后，点击“手机转账”选项，进入“转账到银行卡”服务，根据页面提

示输入收款方的银行账号后，页面会自动跳出相应的银行名字，不需要用户手动选择。再输入收款方姓名和转账金额后，即可通过支付宝余额、快捷支付等方式完成支付。系统将根据收款方银行信息，自动为用户选择最快速的到账方式。

据悉，在该服务推广期内，用户享受单笔/每天5万元人民币的免费转账额度。目前安卓用户可以下载最新版支付宝客户端。支付宝方面表示，苹果版也即将上线。

由于支付宝手机客户端已经具备与银行卡绑定的快捷支付功能，这意味着用户在多家银行之间转账，可以通过支付宝随时随地完成。而以往，用户需要做到电脑前或者前往ATM机和银行柜台办理，步骤繁琐。支付宝方面介绍，目前手机版转账到银行卡服务合作银行数已经达到近120家。“用户关心怎样安全地简化转账流程。”支付宝转账业务负责人朱晓蕾表示，“支付宝将进一步完善用户的无线支付体验。”

对比各家银行的网银转账费率，支付宝手机客户端现阶段的免费转账策略具备较强竞争力。另据介绍，支付宝已将“转账到银行卡”服务纳入会员保障体系。手机版用户将和PC用户一样享受保障服务，如出现转账失败的情况，资金会自动退还给用户。

事实上，目前各家支付企业都加强了移动业务创新，支付宝针对个人用户推出的手机转账服务，已经包括转账到银行、支付宝账户间转账、手机号转账、声波支付、二维码支付等方式。来源：《北京商报》2013年04月10日

终端制造

【科技前沿】

国产手机陷困境研发自主操作系统势在必行

如今在国内智能手机市场上，苹果已不再是一家独大。除了三星等国际巨头外，小米、联想、华为等国内大腕也在安卓终端领域激烈搏杀，更有青橙、小辣椒、谷蜂等一批小有名气的公司，靠着口碑营销、低价销售和不错的硬件，从深圳“华强北”（其前身是电子、通讯、电器产品工业区）山寨机群中杀出，纵身投入智能手机的战国中，也抢占了一定的市场份额。

据市场调查公司IDC近日公布的数据显示：2013年，中国已经超过美国，成为全球最大的智能手机市场。IDC称，2012年下半年，中国市场智能手机的销售量已经超过美国，预计2013年中国市场份额将占到20.7%，而美国为20.6%。英国和印度依次排在第三名和第四名，分别占到市场份额的4.5%、2.9%。中国智能手机市场发展的迅猛程度可见一斑。

但在这喜人的成就背后，也埋藏着些许的隐忧，IHS最新数据显示，2012年苹果和三星合占全球手机产业81%的毛利，手机利润方面全年所占比例达到103%。这意味着，除了苹果和三星，其他厂商整体是在亏损经营。这也从侧面折射出核心竞争力仍然不强的事实。

国产手机高端之路任重道远

纵观全球，智能手机市场步入成熟期，欧美市场趋于饱和，新兴市场迅速被催熟，其他厂商为获得利润，纷纷转向高端市场。中兴、华为、索尼、LG等均明确表示，将力攻高端市场。中兴在国内推出独立品牌努比亚主打高端市场，华为2012年推出“精品路线”战略，酷派、TCL等厂商也陆续推出各自高端产品。国产厂商全面进军高端手机市场的格局逐渐成型。

此外，联想在PC业务做到全球最大后，该公司提出下一步的战略重点是打造高端品牌，2013年将专注于3000元以上的高端手机产品。

对此，分析师杨群表示，自进入全球销量排行榜的那一天开始，销量已不再是国产品牌手机追求的目标，接下来它们必然会走上追求利润的道路。而踏上这条路的第一步便是“去低端化”。

但从市场上我们不难发现，如今的国产高价手机，基本上都是在Andriod系统上堆砌顶级的硬件和机身材料，但在总体体验上并没有比中低档Andriod手机高出多少，即使某些国产高价智能手机在跑分成绩上可以胜过三星GALAXYNote手机，但是多数消费者在购买时未必买账。

不少消费者认为，国产手机本身就以价格低廉取胜，一旦价格与三星、苹果不相上下，为什么还买国产的呢？毕竟国际品牌手机拿出去更有面子。甚至有人认为，国产手机之所以叫做山寨机，就是因为它们在不断地抄袭畅销机。没有创新、一味模仿，就算价格再高也难以摆脱“山寨”的影子。

在面对国产手机的如此尴尬局面，杨群表示，国内厂商在高端市场的布局都还处在试水期，高价不能简单和高端划等号，消费者对国产品牌卖高价仍然没有足够的认可度。

业内人士分析，高端市场的较量从来都是综合实力特别是创新力的较量，苹果和三星能领跑也得益于扎实的“基本功”和不断创新的企业文化。国产品牌的高端手机之路仍任重道远，并非一朝一夕所能完成。技术的创新、产品的工业设计不可或缺，尤其是对既有品牌的重塑绝非易事。这就需要在加快布局高端市场的同时“软硬兼顾”，摸清产业走向和市场脉搏的同时，在产品概念性创新和用户体验方面多下功夫。

研发国产手机操作系统势在必行

工业和信息化部电信研究院近日发布的《移动互联网白皮书（2013）》指出，目前我国智能手机产业中对谷歌公司的安卓智能手机系统存在严重的“路径依赖”，而且我国手机操作系统研发企业还面临谷歌公司的商业歧视，如延迟代码共享时间、通过商业协议制约终端企业等。同时，白皮书明确表示，我国已具备了发展移动操作系统的良好产业基础。

据统计显示，2012年377家国产手机厂商共推出智能手机1.89亿部，占整体智能手机出货量的73.2%。但在这1.89亿部手机中，安卓手机占到97.7%，国产操作系统尚不足1%。

对此，业内专家表示，庞大的安卓系统一旦形成垄断，而我国手机操作系统缺位，行业将面临很大的危

险。

产业经济观察家梁振鹏也表达了另一种担心，其表示，安卓一家独大，万一它真的收费，手机生产商又该怎么办？

易观国际分析师王珺表示，开发自主操作系统十分必要，最主要的是可以帮助国内手机厂商摆脱目前的限制。同时，谷歌过于开放也存在一定风险，比如手机病毒过多。

从目前形势来看，国产手机厂商不得不看谷歌的“脸色”吃饭。国产手机当前的境遇可谓“夹缝中求生存”。一方面谷歌公司经常延迟代码共享时间，通过商业协议制约终端企业等；另一方面，国产手机厂商之间竞争激烈且核心技术缺失，同时也造成了国产手机同质化、拼硬件的现状。

因此，业内人士认为，从长远来看，研发国产手机操作系统，摆脱对安卓的依赖势在必行。

核心技术缺乏前途多坎坷

尽管目前国内手机市场上自主操作系统建设热潮涌动，但仔细分析之下，形势并不乐观。我国手机操作系统起点低、起步晚，国产操作系统装机规模有限，生态体系仍然十分弱小。同时，打造国产操作系统面临强大的外部压力。

这几年，从联想乐OS到小米MIUI，再到魅族Flyme，乃至百度云OS、阿里云OS与新发布的锤子，国产手机一直在上下求索，尽管个个都不乏亮点与特色，但本质上都是在安卓的大框架下进行细节优化，并未逃出谷歌的手心。核心技术的缺失以及创新力的匮乏，使得这条自主研发之路倍添艰辛。

同时，安卓、苹果iOS已经形成庞大的生态系统，后进者在应用以及硬件生态方面都将面临巨大的挑战，比如2012年9月阿里巴巴的阿里云受到谷歌的封杀，原因就是涉及谷歌的核心利益。阿里巴巴当时表示：“我们的合作伙伴接到谷歌方面通知，称如果在其新产品上搭载阿里云操作系统，谷歌公司将会解除与其安卓产品的合作和相关技术授权。”此前，中国移动就曾推出过OPhone，但最终无疾而终。

除此之外，业内人士还认为，国产操作系统的用户体验会怎么样，也是影响其发展的一个不利因素。毕竟目前大部分用户已经习惯安卓或者苹果iOS系统，如果让用户转向新的系统，也许在体验这一关就会很难过。

南开大学信息学院副教授史广顺表示，我国没有自己可以依赖的手机操作系统，软硬件相关产业发展结构是主因。客观地说，国产手机操作系统发展的时间、空间特别有限，无法和国际大企业抗衡。

“抱团”发展才是硬道理

对于谷歌安卓系统的一家独大，国产手机操作系统发展艰难的说法，不少业内人士则持不同态度，他们认为，当年塞班系统是何等风光，然而也只有3年的时间就被安卓取代。因此国产厂商如果坚定信心，研发出

新的手机操作系统替代安卓或者苹果iOS绝非不可能，只不过他们要考虑好如何去做。

但想在移操作系统领域有一番成就的新进入者，如果简单地通过复制和改造苹果和谷歌的模式取得成功，可能性是很小的。业内人士认为，国产手机操作系统必须下足功夫练好“内外功”，在创新系统本身功能的同时，也要全方位调动起全球应用程序的开发者，扩充开发应用及产品，构建完善的生态系统。

业内人士指出，无论是遭遇困境的阿里云、OPhone，亦或是正在酝酿中的其他国产操作系统，它们的突围之路不仅仅要靠软硬件质量的提升，更需要统筹规划，从研发支持、市场渠道建设、应用开发支撑乃至政府采购支持等多方面着手，真正打造成产业链的成果，逐步向终端厂商开放，这才是关键所在。

梁振鹏也表示，打造自主手机操作系统，重要的是规模，通过吸引大量消费者和开发者形成规模，从而吸引终端厂商使用，应该采取“政府主导、行业协会参与、‘抱团’发展的模式”，形成联盟“抱团”发展，一起打造包括技术研发、市场扩展、应用开发支撑等完整的上下游产业生态体系。

总之，强者的主导地位绝非不可动摇，毕竟安卓取代塞班操作系统也就二三年的光景。国产手机操作系统要吸引合作伙伴站到自己的阵营，需要长时间的市场调研和核心技术攻关，需要有开创性产品的诞生。来源：赛迪网2013年04月12日

芯片供应国产化破局国内IC卡制造商或从中受益

国内IC卡芯片供应被恩智浦垄断的格局正在生变。近日，同方国芯等国内厂商IC卡芯片通过银联认证，这宣布金融IC卡芯片国产化正式启动。

按照金融卡的发放进程，自2013年1月1日起，全国性商业银行应开始发行金融IC卡；2015年1月1日起，在经济发达地区和重点合作行业领域，商业银行发行的、以人民币为结算账户的银行卡应为金融IC卡。可以预期，金融卡的发卡数量将出现井喷。

“芯片的国产化加上IC卡规模效应及新产品推出，或逼迫芯片供应商恩智浦五六月份降低芯片价格。”一芯片卡制造商透露降价幅度可能达到20%，而上游供应降价势必对国内IC卡制造商天喻信息、恒宝股份、东信和平等形成实际利好。

国产化破除垄断

金融IC卡又称为芯片银行卡，是以芯片作为介质的银行卡。根据央行要求，商业银行要在2015年全面发行功能强大、安全性与加密程度更高的IC芯片卡来全面替代目前通行的磁条卡。

根据相关规定，所有新发金融IC卡均需支持双界面应用（同时支持接触式和非接触式两种界面），而由于技术难度高，目前国内芯片被恩智浦垄断。据悉，在IC卡产业链中，80%的成本集中在芯片上。

日前，从同方国芯传来的消息，其子公司北京同方微电子收到银行卡检测中心出具的《银联卡芯片集成电路安全检测报告》。报告显示，银行卡检测中心对同方微电子送检的一款THD86双界面CPU卡芯片产品进

行了安全评估测试，所有测试、评估项目全部符合相关规范要求。这标志着该芯片已经满足银联卡芯片的安全要求，成为首款通过银联卡芯片安全检测的双界面CPU卡芯片。

根据既定的发卡速度，信达证券预计，2013年金融IC卡的累计市场规模将超过3亿张，到2015年累计发放将超过10亿张，到时国产芯片的市场规模将达到17亿元左右。这也就意味着，国产芯片将在井喷的金融IC卡发放大势中分羹。

国内IC卡制造商将受益

“我们预计恩智浦五六月份或将降低芯片价格。”一国内芯片卡制造商表示，受芯片国产化的冲击，为抓住放量的金融IC卡发放机会恩智浦的降价压力增大。

该人士透露，此前芯片采购成本多为0.8-0.9美金，预计新的采购价格为0.6美金左右，降价幅度在20%以上。

分析人士指出，2013年金融IC卡放量趋势已成定局，由于工行2012年已经锁定2013年IC卡价格为9元，建行、农行等也可能跟进，价格不确定性较小，市场更为关注IC卡芯片成本。若IC卡芯片降价20%，单卡成本将降低1元左右，利好金融IC卡企业。

目前A股公司中，天喻信息、恒宝股份、东信和平等都将是降价的受益者。上述制造商介绍，由于目前金融IC卡需求强劲，产品供不应求，产能优先分配给价格相对较高的厂商，因而，金融IC卡综合价格有所提高，产品的毛利率达到30%以上。

在金融IC卡放量的同时，居民健康卡和加载金融功能的社保卡在近年也迎来数量激增，据悉，社保卡发卡量将增长30%以上，目标定在1.4亿张。芯片卡的用途虽然各异，但是上述金融IC卡的生产厂商均有涉及，若成本下降，需求增强，相关卡片制造商便成为最大受益者。来源：《中国证券报》2013年04月15日

苹果即将发布支持5GWiFi技术的升级版Mac

4月11日消息，据国外媒体报道，苹果正在开发一款升级版Mac电脑，从Mac操作系统的一个测试版本中泄露出来的一段代码来看，升级版Mac将使用一种新的WiFi芯片，可以提供更快的上网速度。

科技博客网站9to5Mac.com在苹果提供给开发商的最新版OSX Mountain Lion 10.8.4 beta的WiFi框架文件夹中发现了一段代码，显示出即将发布的Mac电脑将支持超快速的802.11ac Gigabit无线标准。

通过检查发现，最新正式版Mac操作系统即OSX 10.8.3中不包括那段代码。

之前有报道称，苹果正在同无线芯片厂商博通合作，为未来的Mac电脑生产802.11ac芯片。现在看来，苹果的软件已经准备为新的无线技术提供支持了。

第五代WiFi标准比目前Mac和其他苹果产品所用的WiFi技术更加强大。博通表示，802.11ac可以提供更大的覆盖范围和更快的连网速度。

博通2012年在宣布第五代WiFi芯片组时表示，博通的5G WiFi可显着扩大家庭中的无线网络覆盖范围，消费

者可以通过更多的设备、在更多的地方、同时观看高清视频。连网速度也会显着提高，消费者可以利用移动设备更方便快捷地下载网络内容以及快速同步大型文件，比如视频。由于5GWiFi技术可以以更快的速度传输等量的数据，设备就可以更快地进入低电压状态，从而显着延长电池续航时间。

未来，苹果还有可能让更多设备如AirPort路由器和iOS设备支持5GWiFi标准。来源：赛迪网2013年04月11日

移动设备之间的界限将消失

随着智能手机和平板电脑的兴起，PC市场开始受到越来越大的冲击，有分析认为，PC市场的衰减已经成为定局。作为PC市场最重要的领导者，英特尔如何看待PC市场未来的发展？在4月10日举行的英特尔信息技术峰会（IDF2013）上，英特尔向人们展示了个人计算技术未来的发展趋势。

面对平板电脑的发展，2011年，英特尔展示了“超极本”的发展蓝图，2012年，英特尔推出了采用22nm制程工艺、3-D三栅极晶体管技术的第三代智能英特尔酷睿处理器，使更加丰富多元、体验更好的“超极本”设计成为可能。由此，可变形、可分拆、具有可触控功能的全新“超极本”陆续上市，逐渐打破了各种移动计算设备之间的界限，实现了PC和平板电脑的合二为一。英特尔公司高级副总裁兼PC客户端事业部总经理施浩德（KirkSkaugen）在主题演讲中介绍说，“超极本”极大地推动了PC市场的创新和变革，更加轻薄便携的产品逐步成为主流，具备触控和变形功能的产品日益普及。

对于未来“超极本”的发展，施浩德表示，如果说目前的“超极本”还是一种改造的话，下一代的“超极本”将是全新的创造。基于“Haswell”微架构的第四代智能英特尔酷睿处理器将给“超极本”带来更加多样的外观设计，演绎极速响应，提供更为完善的数据安全解决方案。采用22nm制程工艺的Haswell架构将给“超极本”提供一整天的电池续航能力，图像处理功能也将提升约一倍，可替代目前市场上80%的独立显卡，且更为安全可靠。新一代“超极本”无疑将重新定义PC演进的方向。

除了“超极本”，传统台式PC逐步演变成目前的一体机形式，未来会如何发展呢？施浩德指出，随着感知计算技术的发展和成熟，一体机也将发生根本性的改变，将具备触控功能，能通过语音识别、面部追踪、手势控制等多项技术，以感官方式为计算设备带来新的应用模式，从而从根本上改变人们使用PC的方式，为人们提供更为自然和生活化的人机交互体验。在高清多屏联动体验方面，通过内置英特尔无线显示技术（WiDi）的电视、机顶盒以及WiDi接收器等产品，消费者可以轻松将“超极本”、智能手机上的应用或高清影音内容以无线的方式安全便捷地分享到大屏幕。在信息技术峰会上，英特尔现场演示了包括语音控制、手势控制等技术在内的多种发展技术，还展示了多种创新的PC和“超极本”产品设计。施浩德认为，感知计算技术将给PC产业和应用提供更广阔的创新空间。

由此可见，以往PC、笔记本电脑、平板电脑、智能手机之间分明的产品界限，在未来或许将不复存在，以体验为核心的理念无疑将彻底改变个人计算设备的未来发展。施浩德表示，当前我们正处在个人计算体验

变革的前沿，英特尔将持续促进计算技术的全面革新，为用户带来更多轻薄、便携、可变形的移动计算设备，以强大的计算力开启一个激动人心的个性化体验新时代，持续推动整个PC行业的创新与发展。来源：《人民邮电报》2013年04月11日

低端芯片，搅动智能机市场格局

芯片厂商或者高调宣布进军中低端市场，或者用降价的最直接方式捍卫既有地位，目标都是在新兴市场找到机会。在传统手机厂商同质化竞争日趋深化，芯片厂商产品性能日趋优越的前提之下，以山寨品牌为代表的中低端市场将迎来新的市场机会。芯片厂商可以找到更加理想的发展环境，山寨品牌可以迎来再次复兴的机会，这是一次难得的双赢机会。如何把握，还要看后期芯片厂商与终端厂商的配合了。

近期，高通、英特尔、联发科等芯片公司都瞄准了售价普遍低于200美元的低价手机市场，希望通过这个快速增长的领域获得巨大销量。

高通CMO阿南德·钱德拉赛卡尔表示，公司将会加大针对中低端智能手机市场的投入，以此加大布局拓展新兴市场的力度；作为中低端芯片市场的守擂方，联发科也公布了应对方案，为旗下众多解决方案制定降价方案。

无论是高性能处理器厂商放低身段，拉开架子开始布局中低端市场的攻坚战，还是该领域的守擂者坚守该阵地，都证明芯片厂商非常重视中低端芯片市场。“芯片厂商降低各种规格解决方案的售价，均希望把握巨大的中低端市场。”新岸线市场营销副总裁杨宇欣表示。

性能升级价却降

无论从何种角度来看，需要芯片厂商把握机会的中低端市场都显得非常诱人且充满风险。

从整个手机市场看，根据IDC发布的数据显示，2012年全球智能连接设备的出货量大增29%，突破10亿大关，实现收入5769亿美元。与此同时，新兴市场的智能连接设备增长41.3%，其中平板电脑总量增长一倍以上，而智能手机的出货量增幅达到70%。新兴市场的迅速崛起，一方面给智能终端厂商造就了新的市场机会，另一方面芯片厂商也可以借助此次机会搭一班顺风车。

蛋糕越来越大，可是切蛋糕也越来越难，市场扩大给芯片厂商提出了新的挑战。作为新兴市场代表，2013年中国将仍处于智能终端普及阶段。根据工业和信息化部电信研究院发布的《2013移动互联网白皮书》显示，智能终端市场中超过90%以上的产品搭载单核或者双核解决方案，搭载该两款解决方案的终端产品仍将是市场的主角。这意味着为了抓住主流趋势，芯片厂商需要同时控制单核与多核解决方案两条产品线。

把控好单核与多核解决方案两条产品线，对于芯片厂商来说只完成了一半的工作，众多芯片厂商正在升级相应处理器解决方案。据英伟达工作人员介绍，公司之前推出的高端四核解决方案Tegra3，目前已成为公司

针对中端市场推出的解决方案，全球首款双核解决方案Tegra2，现在已成为主流市场解决方案。不仅如此，公司还专为该产品优化了专属THD游戏。

和英伟达调整解决方案的归属领域的策略相同，高通也将原本属于中高端处理器的性能“迁移”至入门级芯片组。据高通公司介绍，高通骁龙400系列、骁龙MSM8x30，以及骁龙200系列MSM8x25Q等曾经的高端四核解决方案，目前均被公司调整成为针对大众智能手机市场的解决方案。

作为传统的中低端市场“地主”，联发科展开守势，提出了一系列降价方案以应对后来者的冲击。其主流四核解决方案MT6589降价幅度最高，从20美元降至18美元(约合人民币112元)，降价幅度10%。联发科系统通过此举大大增加出货量。不仅如此，该公司还大规模出货廉价版四核方案MT6589m，只将视频格式从1080p将至720p。

选对合作对象

对于芯片厂商而言，进军中低端市场，选对合作伙伴非常重要，因为并非所有的终端厂商对于中低端市场的态度都是正面的。

虽然有风险，但是在芯片厂商的竞争驱动下，一些终端厂商开始向中低端市场进军。作为全球最大的智能手机厂商，三星2013年最大的动作，莫过于推出高端手机GalaxyS4，不过除了这一款产品，三星推出的其他7款REX系列产品均为面向印尼和印度等新兴市场的低端手机，相关产品售价在100美元左右浮动。除了三星，HTC与黑莓的高层纷纷表示公司将介入中低端市场。

BernsteinResearch分析师MarkNewman的估计，三星销售高端智能手机的利润率为28%，而低端智能手机的运营利润率将近12%，功能性手机仅3%。艾媒咨询CEO张毅认为，同是进军低端市场，不同厂商的战略意义各有不同。他表示，对于三星而言，公司推出低端产品的战略目标，正是通过低价战略，抢占诺基亚主导全球中低端市场，拔掉诺基亚能够依赖的仅有的救命稻草；面对遭遇发展瓶颈的HTC与黑莓，进军中低端市场的可以帮助自身缓解由于主流产品短期无法得到市场肯定的当务之急。正因如此，与这些对中低端市场有需求的手机厂商合作，对于芯片厂商来说是上佳之选。

不过进军中低端市场，对三星、HTC和黑莓等厂商的战略意义很重，可并非所有的厂商均如此布局。对于中兴、华为和酷派等厂商而言，该市场对他们已经失去了原有的吸引力。虽然借助运营商渠道，以这三家厂商为代表的企业获得了非常好的市场占有率，不过继续维持低价战略，用利润换取市场占有率的策略已经成为牵制发展的沉重负担。

根据IHS的最新报告数据显示，2012年苹果和三星合占手机产业毛利的81%，手机利润方面全年所占比例达到103%，这意味着除了苹果和三星，其他厂商整体是在亏损经营。宇龙酷派董事长郭德英也表示，目前多数手机厂商都处在微利状态下，深陷硬件与价格大战，是造成当前局面的主要原因。

出于提升利润空间的考虑，包括中兴与华为在内的多家厂商已经开始着手推进产品高端化发展。为此，华为终端放弃了一年销量达3000万部的低端手机业务，中兴终端的工作人员也表示放弃超过千万部销量的中低端业务有利于企业发展。

“长期沉浸于中低端市场发展的传统终端厂商，已经失去了继续在该市场支撑下去的意义。”杨宇欣认为，芯片厂商推出低端产品，选择合作对象的衡量标准一方面是相应厂商之前的产品战略，另一方面是其既有运营规模。“减少了3000万部功能手机，影响9亿多美元的收入，可是华为终端的盈利反而大大增加，因为低端手机很多是亏损的。华为做低端手机是没前途的，就会像米缸里的老鼠，长期在米缸里吃米，吃得很舒服，但等米吃完了以后也死掉了。”华为终端董事长余承东这样的说法，充分证明了这一点。

借山寨实现逆袭

与其探索传统品牌厂商下一步的战略布局，芯片厂商不如更换思路，扶持更加“单纯”的山寨市场成为新的利润增长点。

在高通将原本属于高端处理器的性能，迁移至面向大众市场的处理器解决方案时，促成智能终端产品在性能上不存在非常明显的用户体验落差；与此同时，英伟达等芯片厂商降低了原本价格较高的解决方案，并投放至中低端市场，让进入智能终端市场的门槛进一步降低；联发科的Turnkey模式，能够帮助相应芯片解决方案降低了技术难度。“对于山寨手机而言，现在开始争夺市场非常合适。”某分析师表示。

主流手机厂商对于中低端市场的态度趋于冷淡，让以山寨品牌为代表的中低端市场外部环境逐渐转好，芯片厂商也在这个过程中，越来越认可中低端市场暗藏的机会。据英伟达公司工作人员表示，任何一个成熟的产业，从高端到低端的市场都是呈三角形分布，越是高端产品，相应市场占有率越低。

目前的手机市场，尤其是中国手机市场呈现出一种哑铃型分布：高端和低端的产品市场占有率很高，反而中端的情况不容乐观。该工作人员认为，造成这种现象的原因是因为手机产业还不成熟。“随着时间的推移，手机产业定会从一个不成熟阶段发展到成熟阶段，因此高端市场的机会反而会被压缩。”该工作人员补充道。

在手机厂商纷纷让出中低端市场的同时，运营商也开始为山寨品牌让渡多重机会。在国际方面，俄罗斯最大移动运营商MobileTeleSystems计划与众多亚洲厂商合作，推出售价低于100美元的MTS品牌手机。该公司预计，低价设备将推升智能手机的普及率。预计到2014年底，其入网设备将有60%为智能手机，远高于2013年第一季度的15%。

在国内，以中国移动为例，其2012年第四季度集采的智能终端中，搭载单核与双核解决方案的终端总计270万部，约占采购总量的90%。中低端智能手机的采购量居高不下，证明低端市场的利润雪球越积越大。“过去品牌终端厂商以降低产品售价的方式，让山寨手机暂时匿于市场，现在山寨厂商的机会再次出现了。把

握该市场的机会，对于芯片厂商而言非常重要。”一位业界专家表示。来源：通信产业网2013年04月12日

【企业情报】

互联网巨头的生意经

近日，微信的三款游戏内测图片在互联网上流传，引发了众多议论。有人批评说这三款游戏的“山寨”痕迹过于明显；也有人说腾讯早就想好了，此前大肆炒作微信收费是在为创收造势，微信要真正挣钱还得从游戏开始。无论如何，微信即将推出游戏的消息在业界掀起了不小的波澜。在移动互联网领域赚钱不易，而脱胎于互联网的业界“大佬”多半经历过互联网寒冬的生死洗礼，深谙其中的生存之道。拥有核心竞争力和庞大资源的大型互联网企业，已经开始借力发展，从内生式增长向外延式扩张迈进，短期、长期利益兼顾，抓主业、玩跨界、搞风投“三管齐下”。

紧抓主业不放松

游戏的客户黏性极强，一度被视为“闭着眼睛也能赚钱”的业务。游戏业务的利润率令人艳羡，只要客户规模足够大，只要游戏产品符合流行趋势，每款游戏都是包赚不赔的好买卖。主要依靠游戏业务赚钱的互联网企业，以网易最有代表性。数年前，网易就与新浪、搜狐并称为中国互联网三大门户。网易依靠新闻业务获得了口碑和知名度，但只要看一看网易的财报就会发现，现在的网易已经不再靠广告“谋生”。根据网易发布的2012年第四季度财报，网易当季总收入为23亿元，其中，在线游戏服务收入为20亿元，广告服务收入为2.6亿元，游戏业务收入占比高达86.9%。可以说，网易已经成为一家不折不扣的在线游戏企业。游戏业务同样称得上是腾讯公司的主业。根据腾讯发布的2012年第四季度财报，腾讯当季总收入为121.5亿元，互联网增值服务收入为84.6亿元，其中网络游戏收入达59.9亿元，占总收入的比例为49.3%。尽管我们不能将腾讯看做一家游戏公司，但从收入结构上看，游戏业务收入已占据“半壁江山”。

并非所有互联网大企业都做游戏，比如百度。在各种新概念、新模式层出不穷的互联网业界，百度始终不为所动，坚持稳健路线，心无旁骛地深耕搜索引擎业务。根据百度2012年财报，百度2012年度总营收为223亿元，其中网络营销收入达222.5亿元。百度的专注正是其如此成功的原因，这让所有认为其业务单一的公司相形见绌。

玩跨界风生水起

开商场的同时还能开银行，这在传统产业中几乎不可能实现。但阿里巴巴集团却在运营淘宝网、天猫（原淘宝商城）这两家国内最知名的电子商城的同时，打通电子商务产业链，将支付宝做成了国内最大的第三方支付平台。2012年，淘宝网和天猫两大电商门户的电子交易总额高达1.1万亿元，这一数字超过了eBay和亚马逊的交易额之和。根据国家统计局公布的统计数据，2012年社会消费品零售总额为20.7万亿元，其中商品零售额约为18.4万亿元。换言之，2012年每17元的商品零售额中就有1元来自淘宝网或天猫。在这两个网

站购物的大多数人都使用支付宝进行结算。据易观的统计数据显示，2012年中国第三方互联网在线支付市场交易额达3.8万亿元，其中支付宝、财付通分别以市场份额46.6%和20.9%占据前两位。简单计算可知，阿里巴巴和腾讯公司2012年在第三方支付领域的交易额分别接近1.8万亿元和0.8万亿元。

截至2012年年底，支付宝的注册账户数突破8亿，日交易额峰值超过200亿元，日交易笔数峰值超过1亿笔。移动互联网催生了手机支付的发展，支付宝的年度对账单显示，2012年，无线支付总金额同比增长约5.5倍，使用无线支付的人数同比增长2.2倍。向数百万卖家收取管理费给阿里巴巴带来了可观的收入，但支付宝似乎还有无限潜能等待开发。

互联网公司的未来丰富多彩。当大家都在猜测支付宝要做银行的时候，支付宝却明确表示不会做银行。不过，支付宝已经涉足小额信贷领域。银行与商业有着显著的界限，各国对此都会严加区分，审慎监管。对于金融监管机构而言，鼓励金融创新已经从研究层面落实到具体的日常运营中，而作为运营者，阿里巴巴也在实践中不断创新。

风险投资谋未来

百度、阿里巴巴、腾讯这3家成功的大型互联网企业拥有令中小互联网企业艳羡的资源，在中国互联网界呼风唤雨、引领潮流。正因如此，有人用这3家企业的英文首字母构造出“BAT”这个新词，作为这三家企业的简称。到2013年5月10日，淘宝网才成立10年，10年前，马云也是互联网创业者中的一员。如果问今天的互联网、移动互联网创业者现在的创业环境和10年前有何不同，他们也许会说那时还没有BAT。在创业者眼里，BAT就像神一样，想要做到BAT那样成功几乎不可能，但要让自己的企业做大并吸引BAT的注意力也是一种成功。

创新已经成为互联网、移动互联网企业之魂。创新意味着不确定性，它的一面是天使、一面是魔鬼，不断让创业者感到兴奋，同时也领略痛苦。这个行当里鱼龙混杂，一个好的创意很可能一天之内就被复制。此外，由于缺乏客户、资金、渠道等资源，一个好的点子并不能迅速转化为流量或收入。但如果傍上了BAT这样的大款，情形就会大不相同。

对于BAT而言，尽管已经占尽优势，但在风云变幻的互联网业界谁都不能高枕无忧。在看不清未来的时候，向看好的创业公司投资“下注”成了BAT共同的选择。风险投资很有可能“打水漂”，分散投资是理性的选择，毕竟看上去很有潜力的项目是否经得起市场的检验还未可知，哪片云彩会下雨，谁也不能确定。现在投资花钱，也是为了今后更大的发展。据了解，BAT在北京、杭州、深圳等地都有专门的投资团队。从投资风格上看，腾讯胃口最大，也最生猛，其投资几乎涵盖了移动互联网的各个细分领域，这也有助于腾讯迅速找到未来的发展机会；阿里巴巴的投资涉及链条更长，包括物流、数据、社交等；百度始终

围绕增强搜索的核心能力，偏重地图、垂直搜索等领域。BAT“不差钱”，为了迅速切入某个重要领域，获得某些技术或者看上了某个创业团队的人才，都可以通过风险投资来达到目的。来源：《人民邮电报》
2013年04月12日

戴尔计划扩大在华业务加倍销售网点

据国外媒体报道，戴尔计划在未来两到三年扩大其在中国中小城市业务并加倍在中国的销售网点，以缓解其全球个人电脑出货量急剧下降的局面。

尽管面临着创始人迈克尔·戴尔（MichaelDell）和潜在的竞购对手的收购要约，这个全球第三大的个人电脑制造商仍进军欠发达市场。戴尔亚太区终端用户销售业务执行总监彼得·马尔斯（PeterMarrs）说，公司寻求私有化进程给其未来发展蒙上了不确定性，但收购应该不会影响戴尔对亚洲和其他发展中经济体增加投资的计划。

马尔斯先生在电话向《华尔街日报》表示，“目前为止，我没有看到私有化对我们投资新兴市场战略有任何影响，”

他接着补充道，“未来两年，我们预期加倍在中国的门店，这对我们来说是很大的一步，同时需要一大笔资金”，但拒绝透露具体数据。

戴尔的传统个人电脑业务在痛苦地萎缩：消费者迅速转向移动设备，而微软在2012年秋天推出的新的基于触摸的Windows8操作系统也没能刺激个人电脑需求。市场研究公司IDC周三发布一份报告指出，第一季度世界各地的个人电脑出货量较2012年同期下跌14%，这是自IDC在1994年开始追踪这些数据以来的最大跌幅。

马尔斯说，作为其产业转移的一部分，戴尔正计划推出更多的平板电脑，包括2013年内推出一款升级版本的Latitude10Windows8平板电脑，此外有可能推出数款8寸平板电脑，但没有表明具体时间表。

他说，“我们真的要重点关注平板电脑的商业环境，我们正在探索10英寸起的不同尺寸产品，包括较小的和较大的尺寸，你会在2013年早些时候看到部分产品的推出。”

马尔斯说，戴尔在中国的扩展计划针对较小的“第4级至第6级”城市，这些城市的个人电脑销售量仍在增长，但他没有举出具体城市名。公司还计划增加其销售队伍并在中国各地的营销和品牌上投入更多。现在，戴尔在大中国地区1600多个城市有10,000个销售网点。

元大证券分析师文森特陈表示，中国的小城市是发展的契机。“这是和联想的策略类似，抓住这些缺乏正常销售渠道的不是很发达的地区。”

中国个人电脑制造商联想集团有限公司一直激进地争取中国和海外更多的市场份额，据IDC，联想2012年超过戴尔成为全球个人电脑出货量第二厂商。马尔斯说，戴尔在亚洲收入的绝大部分仍来源于个人电脑业

务，但它一直在努力拓展其服务和企业业务。

公司创始人兼首席执行官迈克尔·戴尔和私募股权公司银湖合伙欲出资24.4亿美元以每股13.65美元的价格收购该公司。黑石集团则在和几个技术公司协商，企图联合竞争要约，据知情人士称，激进投资者卡尔·伊坎（Carl Icahn）已经表示，他会考虑黑石集团的出价并可能尝试与之联手。上个月，黑石告诉戴尔预备以每股超过14.25美元的价格要约。

戴尔在最近给员工的备忘录中写道，收购之后，戴尔将“显着”增加在个人电脑和平板电脑业务上的投资，更多投资于新兴市场，旨在最大化其个人电脑业务营收而不是毛利率。机构备案。来源：赛迪网2013年04月12日

苹果产品销售放缓引连锁反应鸿海受冲击

据国外媒体报道，很长一段时间以来，苹果公司的iPhone和iPad已然成为苹果代工厂商台湾鸿海精密集团非常倚重的盈利来源。然而随着苹果明星产品的销售增长逐渐放缓，鸿海集团也感到了由此所带来的负面冲击。

鸿海精密集团当地时间11日表示，集团2013年三月份的营收总额达到2603.8亿元新台币（约合87.1亿美元），较2012年同期相比跌幅达到27%。这也是自2012年九月份的2405.4亿元新台币单月最低营收以来鸿海所创造的营收最低新纪录。数据还显示，2013年一季度鸿海营收总额下跌19%，达到8089.7亿元新台币。

由市场分析人士将鸿海在2013年三月份的营收低于预期水平归咎于iPhone和iPad产品的销售增长放缓。然而他们又强调称，受新一代iPhone即将推出的影响，鸿海的单月营收或将从2013年五月开始逐渐复苏。

日本大和证券(Daiwa Securities)分析师博迪·陆(Birdy Lu)预计2013年一季度iPhone的出货量跌幅或将跌至2600万台，而2012年第四季度这一数字高达4200万台。2013年一季度iPad和iPad mini的出货量可能将减少至1000万台，而之前一个季度其为1800万台。摩根士丹利的分析师杰斯明·路(Jasmine Lu)认为鸿海在2013年三月份的单月营收低于预期是受到了iPhone 5和iPad销售放缓的影响。

就在苹果下功夫研发新产品时，苹果的竞争对手们也没有闲着。三星此前不久刚刚推出了最新款智能手机Galaxy S4，此外三星平板电脑眼下也摆开架势准备全力阻击iPad。另一方面，包括HTC、黑莓、诺基亚甚至是来自中国的一些小规模企业都在研发新产品以从苹果那里抢夺客源。

有数据显示，苹果在截至2012年12月29日的第四财季度内销售iPhone和iPad总量创下历史新高。每年开年的前三个月相比前一年年末历来是消费淡季，而眼下消费者们纷纷捂紧荷包等待新款苹果产品的上市开售，因此短时间内苹果和鸿海的业绩将无法令人满意。来源：赛迪网2013年04月12日

市场服务

【数据参考】

2013年1~2月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况

产品名称	单位	本月累计	去年同期	增减%
移动通信手持机	万部	22308.5	16514.6	35.1
程控交换机	万线	571.8	449.8	27.1
移动通信基站设备	万信道	1681.2	1321.4	27.2
电话单机	万部	1787.9	1875.1	-4.6
传真机	万部	37.3	56.1	-33.6
彩色电视机	万台	1765.0	1653.2	6.8
其中：显像管彩色(CRT)电视机	万台	49.5	78.9	-37.2
液晶(LCD)电视机	万台	1318.3	1295.7	1.7
等离子(PDP)电视机	万台	32.6	27.9	16.8
微型电子计算机	万部	4785.9	4461.6	7.3
其中：笔记本计算机	万部	3775.1	3518.2	7.3
服务器	万部	38.6	35.1	10.0
打印机	万部	1071.1	916.0	16.9
显示器	万台	1841.9	1899.4	-3.0
彩色显像管	万只	76.4	134.2	-43.0
半导体分立器件	万只	5968342.8	5728297.2	4.2
集成电路	亿块	141.8	106.5	33.2
数码相机	万台	722.2	1021.0	-29.3
发光二极管(LED)	万只	2285363.8	1399467.9	63.3
液晶显示屏	万片	45693.2	40820.4	11.9
电子元件	亿只	3965.9	3323.6	19.3

来源：工信部网站2013年04月15日

2013年1-2月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况

2013年1-2月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（一）

工业和信息化部运行监测协调局系统运行处制表

单位：万元

单位名称	销售产值		出口交货值	
	累计	增减%	累计	增减%
全部企业合计	128290993	14.4	68847936	9.6
其中：通信设备制造业	21310310	26.4	11029996	19.3
雷达制造业	402695	18.1	80555	9.4
广播电视设备制造业	1376975	23.1	523567	28.2
电子计算机制造业	33768164	13.0	25086424	10.3
家用视听设备制造业	8801584	13.3	3867410	4.1
电子器件制造业	20170524	18.0	12465070	16.2
电子元件制造业	21262544	12.9	9943204	4.3
电子测量仪器制造业	2456941	22.6	446297	15.1
电子专用设备制造业	4991197	12.8	1966452	2.9
电子信息机电制造业	10959520	6.5	3029495	-12.0
其它电子信息行业	2790539	-20.6	409466	-33.1
其中：外商港澳台投资企业	91441900	12.1	62127906	9.0
其中：国有控股企业	9148918	18.0	2333388	24.9

注：数据来源于国家统计局

2013年1-2月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（二）

工业和信息化部运行监测协调局系统运行处制表

单位：万元

单位名称	销售产值		出口交货值	
	本月累计	增减%	本月累计	增减%
全部企业合计	128290993	14.4	68847936	9.6
北京市	3264174	21.7	1670577	20.7
天津市	4408044	11.7	1998218	-6.5
河北省	682246	6.0	126602	-20.4
山西省	806916	188.3	593223	614.1
内蒙古自治区	156014	88.5	2045	-81.3

辽宁省	2171520	14.5	870692	4.2
吉林省	190129	25.5	7355	15.0
黑龙江省	54680	3.7	2213	-23.1
上海市	9531095	14.1	7478848	20.2
江苏省	32398142	5.9	17871785	-1.0
浙江省	4411092	9.3	1845896	23.7
安徽省	1764850	10.2	298679	39.9
福建省	4666110	21.2	2704788	14.7
江西省	2813805	3.5	613988	-9.6
山东省	8396219	16.8	2229790	3.6

注：数据来源于国家统计局

2013年1-2月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况（二）续

工业和信息化部运行监测协调局系统运行处制表

单位：万元

单位名称	销售产值		出口交货值	
	本月累计	增减%	本月累计	增减%
河南省	4147500	48.8	3073030	64.5
湖北省	1963394	7.5	806812	36.6
湖南省	1984755	60.0	274352	13.9
广东省	34911491	12.4	21697344	4.2
广西壮族自治区	993642	79.3	136264	-22.3
海南省	86692	12.2	41221	-11.8
重庆市	2614165	26.0	1982969	36.7
四川省	5091800	36.3	2437763	42.1
贵州省	126061	107.1	837	-65.5
云南省	37225	90.0	91	-56.6
陕西省	468781	-5.5	53763	-18.8
甘肃省	60014	30.2	23666	505.5

青海省	35436	-12.4	0	0.0
宁夏回族自治区	12175	-38.1	0	0.0
新疆维吾尔自治区	42829	76.8	5125	-27.7

注：数据来源于国家统计局

来源：工信部网站2013年04月15日

【市场反馈】

中国移动将启动IPv6移动终端集采年内发展300万用户

在4月11日召开的“2013全球IPv6下一代互联网高峰论坛”上，中国移动研究院网络所主任邓辉透露，为了加快IPv6最终落地，中国移动将在2013年5月份着手IPv6移动终端的集采。同时，还计划将在北京、上海、江苏、福建等10个省份的多个城市推进IPv6试商用，预计到2013年年底发展300万户IPv6用户。

IPv6迁移三步走策略

尽管目前中国移动用户数全球第一，但其IP地址仅占全球的1.14%，在国内IP地址总量中也只占15.4%。而移动互联网的快速发展需要大量IP地址，由此引入IPv6迫在眉睫。

邓辉表示：“由于LTE的永久在线特性，其地址需求量至少是2/3G的18.9-37.8倍，初步估算需13亿到几十亿地址。但又不可能在一夜之间完成向IPv6的迁移，所以，中国移动制定了详尽的IPv6发展计划。”

其中，2012至2013年为其启动期，在此期间，中国移动将开展规模试验，启动约十个省份的网络改造，推出多款LTE IPv6终端，改造4个业务基地和10余个自有业务平台，发展300万IPv6用户。

在2014至2015年间，中国移动将开启全网升级。实现东部发达地区和50%中西部欠发达地区网络支持IPv6，逐步实现所有自由业务支持IPv6，并使得新增移动/固定终端全部支持IPv6。

从2016年开始，中国移动将全面展开IPv6应用。实现新发展用户均能使用IPv6，新增终端、设备、业务完全满足IPv6相关要求的目标。

据了解，启动期IPv6项目将改造升级超过10%的现网设备，涉及几乎全部网络和系统，包括800台承载网设备、100台核心网设备、400台BRAS、100台AC、数万台AP等。中国移动已将IPv6纳入TD-LTE的基本要求，对核心网和终端均已提出具体规范。

5月份启动终端集采

为加快推进IPv6的试商用步伐，中国移动亦颇为重视终端方面的发展。按照规划，2013年中国移动将力推移动终端的芯片、OS对IPv6的支持，发展TD-SCDMA/TD-LTE用户，同时推动CPE完善IPv6相关功能。

“在终端芯片方面，目前仍需要终端厂家继续深入研究，加速推出更多种类的芯片。”邓辉谈到，“厂家在IPv6芯片研制过程中应注意TDD/FDD、LTE/2G/3G的共模问题，应在各个模式下都支持IPv6。”

如今Android内核已可支持IPv6，但市场上大多数终端经各厂家二次开发后，操作系统却屏蔽了IPv6功能。

中国移动呼吁，终端厂家应加快操作系统IPv6支持速度，重视对Android系统的IPv6二次开发，并加速IPv6终端的批量投产。

据邓辉透露，目前中国移动已有两款支持IPv6的TD-SCDMA终端芯片以及6款TD-LTE芯片。在其IPv6终端技术规范出版后，中国移动将继续联合厂家研制多款LTE终端，完成了包括手机/PAD、MiFi、数据卡在内的各类终端IPv6技术规范。来源：C114中国通信网2013年04月11日

海外借鉴

欧洲酝酿建立单一电信市场

欧洲领导人呼吁欧盟委员会（EC）在2013年10月前出台具体计划，尽早推动建立单一电信市场。分管数字和电信政策的欧盟委员会专员内莉·克勒斯在制定提案，以推动欧洲电信行业开展实质性改革，具体包括对移动频谱的使用、价格管制以及行业并购活动制定新规则等。

某大型电信运营商的消息人士表示，业界并不赞同目前的管制模式，即欧盟制定指导方针后，各国在实施中往往采取不同的做法。许多企业已向政府游说，争取出台更加一致的泛欧电信监管条例，努力促成建立单一的监管机构。沃达丰、法国电信公司以及其他大型电信运营商均已表示他们欢迎成立单一的监管机构，而在过去很多运营商对此持反对态度。代表大型电信企业利益的欧洲电信网络运营商协会（ETNO）也支持这一意向，他们呼吁欧盟委员会对电信部门的政策框架进行大胆改革，进一步放松管制以反映当前市场的变化，激励市场投资行为。与此同时，应允许更多的企业合并，使欧盟电信企业达到一定规模，增强竞争力，实现可持续发展。大型电信运营商希望政府放宽企业并购的限制条件，他们认为，面对收入连续4年的下滑，欧洲需通过减少企业数量来提高收入。克勒斯和一些电信部门的主管也认为，欧洲应像美国和中国的电信市场那样，最终形成四到五家大型的电信运营商为用户提供跨境服务，这样可以使企业更健康也更赚钱，从而增加对网络建设的投入。

想要建立欧盟领导下的单一的电信监管机构，需要面对很多政治问题，有些国家不想放弃对电信市场的控制权，因为移动频谱拍卖可以带来丰厚的收入。建立单一的电信监管机构还需得到欧盟竞争委员会专员阿尔穆尼亚的支持，尽管阿尔穆尼亚也许不会反对这项提议，但其坚称并购无法解决欧洲电信市场目前存在的问题。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

NTTDoCoMo风投基金选定首批企业

日本最大的移动运营商NTTDoCoMo今年2月设立了一个100亿日元（约合6.66亿元人民币）的风投基金及负责相关运营的公司，目的是为智能手机和平板电脑加速开发新业务，加强同致力于此类业务的初创公司的联系。就在本月初，DoCoMo风投基金选定了首批两家目标企业。

据日本媒体报道，DoCoMo选定的两家公司分别是科技新闻媒体企业Iid和CRM解决方案开发商Repica。据称，Iid成立于2000年，是互联网调研公司IRI公司的分支。该公司目前运营23家网络媒体，并开发了一个电子商务解决方案。该公司称，获得DoCoMo的投资后将进一步加强对现有网站和平台的移动化工作。Repica则成立于2006年，为商家提供面向客户的CRM解决方案，比如客户回馈系统、礼品奖券系统等，该公司同时还拥有面向移动用户的电子邮件分发系统。据称，Repica获得了1.13亿日元（约合709万元人民币）的投资，该公司计划用其整合面向智能手机的应用和服务，加大全球业务扩张。

DoCoMo在今年年初推出风投基金的同时，还推出了一项支持初创企业和风投公司的孵化计划。根据该计划，DoCoMo将向500StartupsII进行投资。500StartupsII是硅谷孵化器500Startups的一项孵化基金。

DoCoMo欲加强同风投企业的合作，以助其在智能终端领域服务和技术的升级。该公司还将加速在媒体/内容、金融/支付、商务、医疗/保健、M2M、聚合/平台、环境/生态、安全这8大领域开发新的商业、服务和技术。这些努力将帮助DoCoMo向基于移动的综合服务提供商加快转型。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

印度电信业外商直接投资额锐减

印度商工部下属工业政策与促进总局（DIPP）近日发布数据称，2012年4月至2013年1月，印度电信业吸引的外商直接投资（FDI）总额骤降至9300万美元（约合5.77亿元人民币），主要原因是全球经济环境不佳加之印度国内电信政策变动较大。

印度电信业外商直接投资资金主要来自无线电寻呼、蜂窝移动、基础电信服务业等。在2011年4月至2012年1月，印度电信业外商直接投资额为19.9亿美元（约合123.45亿元人民币）。DIPP预计，截至今年3月底的财年中，印度电信业外商直接投资额将达1亿美元，此前三个财年分别为19.9亿美元、16.6亿美元和25.5亿美元。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

第一通推预付费4G业务

新闻回溯：

新加坡移动运营商第一通公司（M1）3月27日宣布推出该国第一个基于LTE的4G预付费宽带服务。

2012年9月，第一通启动LTE网络商用，最初仅面向合同用户。其覆盖全新加坡的网络提供高达75Mbps的理论下行速率。

第一通的4G预付费数据业务价格18新加坡元（约合92元人民币），包含1GB本地数据流量，以30天或流量用完时间为一个有效周期。用户可以用第一通充值卡或信用卡为4G预付费数据业务充值。

M1首席营销官P.Subramaniam说：“凭借我们全国性的4G网络，我们很高兴能在新加坡第一个提供4G预付费宽带服务。我们的预付费用户现在可以享受超快速的全国4G数据接入和增强型的用户体验。”

《环球》评谈：

第一通是新加坡第三大移动运营商，作为一家竞争性运营商，第一通一直敢于尝试。该公司曾在新加坡率先推出免费短信计划。如今，在4G业务方面，第一通同样第一个向预付费用户伸出了橄榄枝。

尽管预付费业务用户的平均ARPU较低，但事实上，它不仅是很多竞争性运营商打开局面的法宝，也是电信运营商在推出新业务时的一个突破口。香港和记黄埔是全球较早推出3G服务的电信运营商之一，最初通过子公司3，在欧洲、澳大利亚和中国香港开展3G业务。其中3公司在英国和意大利的3G用户增长迅速，占其全部用户的大半。这就主要得益于该公司对预付费用户的重视。3公司在英国和意大利利用签约手续非常简单的预付费方式获得了大部分新用户，截至2005年3月30日，预付费用户在整个签约用户中所占的比例方面，意大利为90%，英国为55%。

很多电信运营商都有让每位用户享受到4G网络带来的更好体验的宏愿，也都想在百舸争流的4G大潮中脱颖而出，因此预付费用户的价值就在对市场份额的激烈竞争中体现了出来。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

避免互联网税收流失

——法国探讨征收互联网数据税

2013年1月，法国财政部与经济振兴部联合发布了《数字经济税收制度专题报告》，《报告》提出建立适应数字经济发展的税收制度，对跟踪搜集用户数据的互联网公司征收数据税。其目的在于通过对数字经济征税，促进本土数字经济有效发展，组织数字经济红利分配，通过数字经济发展拉动其他经济发展，加强个人数据保护。目前法国数字委员会正协调相关事宜。

数字经济创造的价值正离我们而去

《报告》指出，数字经济发展所创造的附加值并没有转化为国家财政收入。由于数字技术的发展、数字革命诞生了数字经济。虽然数字经济凝聚了亿万用户，但“其所创造的附加值却离我们远去”。其极其显著的一部分附加值由大国领土转向避税港公司设立的账户，却没有任何惩罚措施。原因在于当前的税收制度并不适应数字经济的发展。目前国际税法将征税权给予企业总部所在地国家，而不是其经营地国家。数字经济中的大企业最容易将利润转移而避税。全球数字经济的共同点在于对于大企业利润征税薄弱。

同时，数字化在现实中“蚕食”所有的经济部门。数字化扩展至所有行业，不同部门的利润将转移至国

外，数字经济所创造的生产力没有转化为大国的附加财政税收，该情形是史无前例的。

个人数据是数字经济中的关键资源

《报告》创造性地提出，数字经济中所有大企业的共同点在于强化利用对于用户活动常规而系统跟踪产生的数据。数据，尤其是个人数据是数字经济中的关键资源。企业可以利用数据评估及改善其运用的表现和个性化服务，向用户推销商品、支持对于其他应用的开发、做出战略决定等。数据同样在第三方有利用价值，尤其对于跨越软件平台模式。总之，数据是大型数字企业实现利润最大化的杠杆。

然而，数据的收集利用靠的是“免费劳动”。在数字经济中，所有行为都会留下痕迹。通过对其在线活动常规而系统地跟踪，用户运用数据的收集并没有报酬。用户由于享受了服务，变成了企业的准合作者及志愿者。收集、存储、处理并实时纳入生产链，用户“免费劳动”的数据打破了生产与消费的界限。受交互界面质量及网络效应的吸引，用户通过数据成为生产的附属，并在不同的商业模式下创造了价值。

因此，数字经济超越了传统的公司理论，让一个应用的用户“工作”成为可能。对于用户活动的无偿利用可以部分解释数字经济无比巨大的生产力。令人担忧的是，相关企业并不通过税收回报在该国领土上用户的免费劳动。用户活动由于公共支出，尤其是教育、社会保障或全境网络覆盖而得以数十倍扩张。数字经济的发展本身呼唤志愿性的产业政策，需要额外公共资源的运用。数字经济中的大企业利用用户活动，同样需要对此有所贡献。

“谁使用谁付费”

《报告》建议，从长期来看，应确立向数字经济企业在领土内实现利润征税的权利。这需要明确一个适应数字经济的“永久住所地”概念。建议企业在一国领土以常规系统方式跟踪用户数据而开展其活动，该国即视为“永久住所地”。但考虑到国际税法避免重复征税等自身限制，该建议不可避免地需要在欧盟及OECD范围内谈判以对征税权规则进行修改。

短期来看，建立与利用常规系统跟踪用户活动数据相联系的税收制度。《报告》建议基于企业对于数据的收集征税，其目标在于建立一个可以促进企业更规范地收集和使用数据的税收制度。该税收涉及建立类似环境税中“谁污染谁付费”的原则。在不减损企业个人数据保护义务的前提下，遵循“谁使用谁付费”原则。其核心在于加强个人数据保护，对于不合规个人数据收集、使用行为征税，而对于合规个人数据收集、使用行为减税或免税。

具体来说，其适用范围为所有收集、使用来自法国境内用户数据的企业，不论其注册地在哪儿。将对达到一定用户数量的企业收取，避免阻碍新创企业的发展。对企业的每个跟踪用户将会适用统一税率。适用中，企业一方面可在税务机关监管下自行申报数据量，另一方面可由第三方独立机构确定其数据量及纳税

额。由于门槛的设立及对“用户常规系统跟踪”的要求，该税收起初可能仅针对部分大型互联网企业，包括移动应用商店等。该税收的其他细节还有待进一步明确。

前途未卜的数据税

不可否认，法国经济萧条是互联网数据税出台的大背景。法国政府希望在经济危机的大环境下缩减开支及增加财政收入。但依照现行的税收体制，法国难以从互联网经济上收到税收，向国际互联网巨头征税可以在一定程度上补充法国的国库。同时，通过税收杠杆向美国等互联网巨头征税，也可抑制跨国互联网公司的发展，扶持本土企业发展。

目前，法国政府仅发布了官方关于数据税论证的报告，征收数据税是否能进入立法程序并获得立法机构批准尚不确定。国际层面，数据税涉及各国对数据经济的立场、欧盟税收体系的调整、新税种的增加等，征收数据税能否成为全球的趋势还需要进一步观察。

启示：个人数据保护刻不容缓

法国认为个人数据已经成为数字经济关键资源的观点值得注意。随着云计算、物联网、移动互联网等产业的发展，“大数据”的概念也深入人心，个人数据越来越成为产业发展的关键资源。同样，个人数据滥用、泄露等现象也频频发生。加强个人数据保护，就是保护产业的关键资源，创造良好的产业发展环境。法国一向重视个人数据保护，目前提出“数据税”，通过税收杠杆刺激企业加大对于个人数据的保护力度，从而达到数据税减免，也是个人数据保护的重要举措。

2012年12月28日第十一届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议通过《全国人大关于加强网络信息保护的決定》，其中包括个人信息保护、实名制、垃圾电子信息管理等內容。相比以前的《电信条例》、《互联网信息服务管理办法》等互联网相关立法，这是我国在互联网领域层级较高的立法，凸显国家在互联网领域加强个人信息保护的决心。但《決定》仅对网络信息保护进行了原则性规定，个人信息保护相关细则需要相关部门规章等进一步完善，其进一步实施依然任重道远。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

Ovum：去年IT服务市场惨淡收尾

Ovum公司的研究显示，去年是自2002年以来IT服务交易活动最糟糕的一年。2012年第四季度IT服务市场表现直线下降，是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年第四季度总成交额为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年第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著影响等问题,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%。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为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2012年出现几分反弹,增长48%,至105亿美元。

来源:《人民邮电报》2013年04月10日

Orange云计算成为“征服2015”重要支柱

OrangeBusinessServices2012年的云计算收入达1.13亿欧元,较2011年增长了33%。云计算是“征服2015”计划的战略性支柱之一,OrangeBusinessServices计划2015年在云计算市场实现创收5亿欧元的目标。

2012年,云计算在企业市场发展迅猛。在法国,员工超过1000人的企业中有60%已经或计划部署云项目。

OrangeBusinessServices首席执行官VivekBadrinath表示:“为方便客户向云计算迁移,OrangeBusinessServices明确将自己定位为可信赖的运营商与整合商,通过全套的专业支持服务在全球范围内为客户提供企业级的云解决方案。”

为实现业务目标,OrangeBusinessServices计划通过新的混合云模式来扩展自己的云战略,将不同类型的云(私有云、公共云、虚拟专用云)结合在一起,同时为客户及终端用户提供统一的服务体验。

整合集团和客户的云资源

为了给集团和法国及全球客户提供统一的服务体验,Orange依托OrangeBusinessServices实施其全新的Orange云项目。该项目的目标是整合集团的云计算技术,将所有基于IaaS(基础设施即服务)的项目迁移到

OrangeBusinessServices的“灵活计算”(FlexibleComputing)平台上。通过集中内外部的云资源,Orange云项目希望在云计算市场保持领先水平,缩短新解决方案上市时间,并优化其成本和部署,提升用户体验。

Orange云项目还将激励创新,并使OrangeBusinessServices有机会推出全新的PaaS(平台即服务)解决方案。

平台即服务解决方案使企业能够自己开发托管在OrangeBusinessServices基础设施上的应用程序。

“灵活计算”为企业量体裁衣

尽管云计算已经取得了巨大成功,但每个企业仍然有着自己的迁移过程和业务特点。这就要求开发出简单的解决方案和专门的支持服务。为此,OrangeBusinessServices推出了“灵活计算”平台,以扩展IaaS系列解

决方案。

“灵活计算Premium”整合了按使用付费的托管服务。该解决方案提供一个Web管理，通过它客户可以根据自身需要来访问基础架构管理服务。它所提供的四个层面的服务分别授权对操作系统、基础设施软件和应用程序进行全部或部分的管理。针对这些托管服务，OrangeBusinessServices采用独特的基于使用收费的方法（操作系统、软件、应用程序等）。有了这种方法，每个企业便能够在相同的基础上（如当前的IT资源）对服务的使用情况进行管理。

OrangeBusinessServices还为其“交钥匙式”解决方案“灵活计算Express”推出了“云辅导”服务。

OrangeBusinessServices通过“云辅导”这种全新的服务完善了“灵活计算Express”解决方案。通过“灵活计算Express”，客户可以联络客户服务中心，获取OrangeBusinessServices云专家团队的帮助，以便添加新的虚拟机、定制存储容量或获取专家建议，如应用程序架构方面的建议。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

意大利电信或收购3意大利

意大利电信3月5日透露，该公司正在与香港和记黄埔就收购后者在意大利的移动公司“3”进行初步接触。

“意大利电信已与和记黄埔集团进行初步接触，探讨整合3意大利公司的可能性。”意大利电信在声明中说，并补充称将在4月11日的董事会上对此事进行讨论。

此次交易如果成功将整合意大利的两家主要移动运营商。根据意大利电信管制机构Agcom的统计，2012年第三季度，意大利电信在移动市场的市场份额排名第一，约为35%，3公司的市场份额约为10.4%。

分析师估计，3意大利可能价值15亿~20亿欧元。两家公司都不愿给出交易构成的任何细节。来源：《人民邮电报》2013年04月10日

SA：韩国手机更换率全球第一

美国一家市场调研机构4月7日发布最新数据，显示韩国去年智能手机用户更换手机率达67.8%，居全球最高。

StrategyAnalytics公司（SA）调查88个国家手机市场，结果显示，2012年，韩国超过三分之二的智能手机用户更换新款手机；接下来更换率较高的国家是智利、美国和乌拉圭，分别达到55.5%、55.2%和53.6%；孟加拉国更换率最低，仅为8.4%。

根据韩联社数据，截至去年8月，韩国手机用户数量超过5200万，包括3000多万智能手机用户。这表明韩国的手机数超过人口数，韩国人口同年6月为5000万。

韩国拥有三星、LG等多家全球主要智能手机生产商。

韩联社评述，智能手机更换率超过50%，意味着许多用户在合同到期前便更换产品。在韩国，客户购买手机时大多与移动运营商约定使用两年。

SA公司预测，韩国用户手机更换率今年会继续上升，增至70%。但由于智能手机市场饱和，这一趋势从明年开始会有所下滑，到2017年将逐渐降至62.9%。来源：《人民邮电报》2013年04月10日