

行业信息监测与市场分析之

信息产业篇



目录

快速进入点击页码

产业环境 3

【政策监管】 3

 工信部出台法规整治垃圾短信运营商从源头杜绝..... 3

 信息产业发展提速众公司围猎大数据..... 5

【发展环境】 6

 大数据中国战略机遇与路径..... 6

 我国将启动建设覆盖全国的北斗地基增强骨干网..... 10

 网络基础设施两万亿“馅饼”待瓜分..... 10

 北京五环路以内 2015 年底将实现 4G 网络覆盖..... 12

运营竞争 13

【竞合场域】 13

 中国移动继续大手笔投资 GSM 启动 2013 年度天线集采..... 13

 中移动暂停音视频电话 Jego 新用户注册..... 14

 中移动 200 亿 4G 基站投资落地..... 14

 中电信 4G 路径浮出水面..... 16

 中国联通拟派发 2012 年度现金红利 8.46 亿元..... 16

【市场布局】 17

 3G 移动电话用户突破 3 亿户 17

 电信业价值的衰落与再生..... 18

 如何提高资费套餐和手机卡的利用率?..... 21

技术情报 23

【趋势观察】 23

 移动支付开启商用时代企业加快布局..... 23

 团购网站步入理性发展期竞争格局初定..... 26

【模式创新】 28

 优酷土豆联手高通为移动平台提供高品质视频..... 28

 “三网融合”新形势下广电系发展前景..... 29

终端制造 31

【科技前沿】 31

 终端企业扎堆 C2B100+手机定制平台发布 31

 iPhone5 或可单独更换屏幕 32

【企业情报】 33

中低端手机仍是主体三星苹果转移攻击阵地.....	33
烽火通信发力光纤预制棒项目.....	34
华为预计其新智能手机销量超 1000 万部.....	34
市场服务	35
【数据参考】	35
2013 年 1-5 月规模以上电子信息制造业主要产品产量完成情况	35
1-5 月全国电信业务总量同比增长 7.9%.....	36
2013 年 5 月份通信业经济运行情况	36
2013 年 5 月通信业主要指标完成情况（一）	42
2013 年 5 月通信业主要指标完成情况（二）	43
2013 年 5 月电话用户分省情况	44
2013 年 1-5 月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况	45
【市场反馈】	47
市场规模将达万亿 2013 成国内云计算落地关键年.....	47
二维码：从培养用户习惯做起.....	47
海外借鉴	49
美国对中兴、松下、东芝等发起“337 调查”	49
南非电信集团公司分离批发和零售业务.....	50
软银收购美国第三大移动运营商基本确定.....	50
越南年内出口电话或达 200 亿美元.....	50
太阳能充电站落地纽约街头可给 iPhone 充电.....	51
英国监管机构：谷歌必须删除街景项目违规数据.....	51
沃达丰欲 77 亿欧元收购德国 Kabel	51
“棱镜门”威胁信息安全：FCC 强化用户信息监管更像政治秀	52
IBM 总裁罗曼提开启裁员大潮	54
鲍尔默或公布微软重组计划.....	56

产业环境

【政策监管】

工信部出台法规整治垃圾短信运营商从源头杜绝

今后，饱受诟病的垃圾短信、让人担忧的手机个人信息安全等问题，或将得到有效解决。

近日，工信部连续发布《关于开展深入治理垃圾短信息专项行动的通知》、《关于加强移动智能终端管理的通知》等通知，专项治理垃圾短信、加强移动终端应用软件的管理。

6 月 20 日，上海电信相关人士表示，工信部此举旨在帮助用户保卫手机。在零处罚与高回报的利益驱动下，一些人肆无忌惮地参与到垃圾短信的产业链中，这也

就是运营商一直在大力治理，却无法有效杜绝的根本原因。

该人士认为，垃圾短信治理绝非运营商能独立完成的工作，要根治顽疾，不仅需要法律和政策的支持，更需要多部门的合作与努力，单单靠某一个环节难以完成重任。

工信部完善法规标准

据了解，垃圾短信是指用户没有定制过的，包含有广告、欺骗、色情等内容以及短时间内连续发送同样内容，影响用户正常使用、工作和生活的短信。

随着科技的发展，垃圾短信日益猖獗，尤其是在智能手机快速普及、个人信息安全问题日益严峻的今天，不少消费者都深受垃圾短信的困扰。

针对上述问题，近日，工信部连续发布了《关于开展深入治理垃圾短信息专项行动的通知》、《关于加强移动智能终端管理的通知》等通知，对如何治理垃圾短信、管理移动智能终端等提出具体方案。

工信部表示，首先要完善短信服务的法规和技术标准，制定出台《通信短信息服务管理规定》，研究制定《反垃圾信息框架技术要求》，推动落实《移动终端垃圾短消息过滤技术要求》等六项反垃圾信息技术标准。

在完善垃圾短信息发现、举报、处置、监督流程方面，工信部要求基础电信企业升级垃圾短信网间联动处理平台，建成全国范围内跨企业、跨地区的垃圾短信息治理协调支撑平台，并强化数据分析挖掘能力。工信部还要求各方面切断垃圾短信利益链。

首先，让用户举报投诉受理渠道畅通，用户可拨打 12321 对垃圾短信投诉。同时，要求运营商严格执行 2004 年发布的《关于规范短信息服务有关问题的通知》，未经用户同意或请求，或用户已经明确表示拒绝的，不得向用户发送商业类短信息。其中，重点清理基础电信企业自有及合作的端口类短信息发送业务。对用户明确表示对其造成侵扰的商业性短信息发送行为，应采取有效措施予以制止。

此外，工信部还鼓励开发、推广基于手机客户端的垃圾短信息处置应用程序，方便用户自主选择短信息接受策略，减少垃圾短信息侵扰。

针对手机个人信息安全问题，工信部明确提出，未向用户明示并经用户同意，擅自收集、修改用户个人信息的；未向用户明示并经用户同意，擅自调用终端通信功能，造成流量消耗、费用损失、信息泄露等不良后果的；影响移动智能终端正常功能或通信网络安全运行的；以及含有《电信条例》禁止发布的内容的、其他侵害用户个人信息安全和合法权益的应用软件，生产企业不得在移动智能终端中预置。

运营商欲从源头杜绝

垃圾短信，不仅令客户不堪骚扰，引发反感和投诉，也严重损害着电信运营商的企业形象。

工业和信息化部所属的 12321 网络不良与垃圾信息举报受理中心最新的统计表明：2012 年下半年中国手机用户平均每周收到垃圾短信息 10.7 条。垃圾短信群发行业已形成一条完整的产业链，治理复杂性高、难度大。工信部和运营商虽然能管住垃圾短信的传播通道，却难以管住垃圾短信的源头——内容制作者。

并且，管住通道的办法，大多属于“事后惩罚制”，即发现违规行为后才予以查处，对用户权益的侵害已经构成。只有在管住通道的同时消灭垃圾短信的源头，才能从根本上消除对用户的侵害。而在垃圾短信的生态链中，最为活跃且屡禁不止的恰恰就是大大小小的分销商和内容制作者的行为。

“我们就算追踪到了垃圾短信发送者，又能怎么样呢？我们的权力最多是停用其号卡，但是以前的号卡没有实行实名制，他转身还能弄到很多。我们没有执法权，不能处罚他，即便转移到公安机关后，国家对行政机关如何处理及处理结果是否告知运营商并没有规定，我们往往也不知道最终结果，只能告知投诉者，已移送执法部门。”一位运营商内部人士这样说道。

在工信部政策出台之后，垃圾短信带来的困扰也有望得到控制。

上海电信相关人士称，公司将严格审查企业资质，端口与企业须实名制对应，并严格界定业务用途、发送对象、发送内容与时间限制（非实时的信息不得在 8 小时工作时间之外发送），严禁将端口转租给其他企业或为第三方代发，对垃圾短信投诉进行量化，并约定违约处罚条款等。

此外，多家运营商都开通了垃圾短信举报接入平台，邀请社会监督。对于部分基层企业参与垃圾短信的事件，运营商集团公司都表示一旦查明原因，要从重从严进行处理。

据悉，三家运营商目前均在全国 31 个省区市建立了垃圾短信过滤系统，实时对点对点、网间、端口等各类垃圾短信进行发现和过滤。

来源：《每日经济新闻》2013 年 06 月 21 日

信息产业发展提速众公司围猎大数据

为期四天的第十一届中国国际软件和信息服务交易会 20 日在大连开幕。中国贸促会副会长王锦珍在开幕式期间表示，2013 年中国有望成为世界第一大贸易国家，为软件和信息技术服务的发展提供了需求。预计 2013 年中国 IT 市场将跃升到全球第二位，未来十年中国 IT 市场年均增长将超过 GDP 的增长速度，前景乐观。

随着经济全球化的进程，在经历制造业全球产业转移之后，世界范围内又迎来了以软件和信息服务产业等的产业转移浪潮。中国政府一直以来高度重视信息技术产业的发展，近年来通过发展软件和信息服务技术出口，承接软件和信息技术服务外包，中国正日益成为能够向世界提供 IT 服务资源的重要国家。

数据显示，2012 年中国整体 IT 市场规模达到 1700 亿美元，比 2011 年增长 15%

以上。王锦珍说，“当前，中国的 IT 市场规模在逐渐接近日本，预计 2013 年中国 IT 市场将跃升到全球的第二位，仅次于美国，未来十年中国 IT 市场年均增长预计将超过 GDP 增长速度，前景乐观。”

“以移动设备与应用、云服务、大数据分析、社会化技术为依托的第三平台已经出现，这个平台将为行业用户提供高附加值的解决方案，促进下一轮生产力的提高和商业创新，引领未来发展。”王锦珍说。

本届软交会期间，云计算、大数据、移动互联网给信息产业发展带来的新机遇成为几乎所有演讲嘉宾必然谈起的领域，并成为各参展商带来的新技术、新产品最直观的展示。

第十次参加大连软交会，英特尔以大数据团队亮相。“大数据正在深刻地改变软件行业、IT 产业，以及人们生活的方方面面。”英特尔亚太研发有限公司总经理、英特尔软件与服务事业部中国区总经理何京翔说，“产业正在重构。我们希望与广大产业链伙伴和开发者分享英特尔大数据技术平台和计算解决方案，推动构建本地‘端到端’的大数据生态环境，共同迎接智能城镇建设中日益苛刻的大数据挑战。”

浙大网新执行总裁钟明博也表示，浙大网新成立的时候错过了互联网在中国蓬勃发展的历史机遇，也没有享受到互联网带来的红利，但是在今天，又看到一个和互联网同样重要的历史机遇，这就是物联网、云计算和大数据在中国未来社会的应用。“对浙大网新来说，这是和当年的互联网同等重要的历史性机遇，我们不会再错过。”钟明博说。

来源：《上海证券报》2013 年 06 月 21 日

【发展环境】

大数据中国战略机遇与路径

当前，随着移动互联网的普及和“可佩带计算”等智能设备的出现，人类的行为、位置，甚至身体生理每一点变化都成为了可被记录和分析的数据。以此为基础，“反馈经济”（feedback economy）等新经济、新商业模式也开始形成。可以说，一场全新的、以大规模数据生产、分享、使用为代表的技术革命正在发生。

大数据让人类对自己，也让人类对外部世界的认识更加全面，决策上更加科学。大数据不但可以更好地了解每个人的爱好、特长、信用等情况，还可以获知社会整体的供给、需求、情绪等信息，帮助我们实现更好的计划和管理，创造出更加符合需求的、定制化的产品，为众多的传统行业和部门带来颠覆性创新的机会。

正如工业革命的开始，是以蒸汽机、运输系统和大规模制造为代表，新经济、商业模式都是几种技术相互影响和推动的结果。今天，移动互联网、“可佩带计算”和云计算、大数据一道，共同开启一个新时代的到来。数据挖掘不仅会成为公司竞争力的来源，也将成为国家竞争力的一部分。

三大关键技术力量出现

今天，人类已经拥有三种信息技术力量：无所不在的数据和计算，无处不在的网络和大规模分布式的存储和运算能力（云计算）。比如，“可佩带计算”设备的广泛运用，忠实地记录了我们的衣、食、住、行及状态，并通过无处不在的移动网络，将大量的数据传输到“云中”去，进行分析和处理。

云计算、移动互联网、“可佩带计算”几种力量一道，为我们打开了新一轮技术革命的大门。现在，人类一天创造的数据相当于 2000 年一年的数据量。把一个人一生的生理、心理数据等全部记录下来，大约需要 1000T 的数据量（1024G 等于一个 T）。如此量大并且不规则的“非结构数据”，只有云计算才能进行有效、快速的处理。

作为 IT 新一轮浪潮的代表，云计算使得计算资源像水、电一样便宜、唾手可得。云计算强大的存储、计算平台，推动了终端的智能和简单化，并带动软、硬件设计的革命。如以苹果、谷歌为代表的智能手机、可穿戴设备，3D 打印以及开源硬件的发展。

云计算、移动互联网和“可佩带计算”的结合，让每个人、每辆车甚至每个建筑都成为信息感知和接收的终端，带动了一个可感知、反馈、分析和预判的“大数据时代”的到来。在这个以 PB（1PB=1024TB）为单位的非结构化数据为主的大数据时代，使用云计算对这种非结构化数据进行适时分析、挖掘，可以让我们的决策更加精准，释放出数据的隐藏价值。

“反馈经济”革命性兴起

2012 年初，斯坦福（Stanford）大学的三个学生针对脊椎病的防治创立一个公司。一般来说，脊椎病的形成与人们的坐姿有关。问题是经常意识不到坐姿有问题。他们的解决方案是：将一个传感器放在皮带上，此传感器可适时监测患者的坐姿，并通过移动网络，传输到“云中心”去。

“云中心”的服务器不断积累数据，通过经验数据的比较分析，评估你的坐姿并计算出多长时间需要调整，然后将调整的信号发到你的手机上。不仅如此，它还可以将你坐姿状态数据直接发给好友。佩带同样设备的朋友在社交网络上，可以知道彼此的状态，进行分享、反馈和纠正。

这个小例子说明，利用移动互联网、云计算及大数据，可以帮助你完成一个行为的纠正或调整。这几种看似分离的要素合到一起之后，一种新的经济形态——“反馈经济”出现了。

在硅谷，创业者们把利用这种技术建立创业公司，称之为有“反馈经济”的企业。通过把云计算、大数据、“可佩带计算”和移动网络，这几种技术及技术提供的可能性放在一起，一种新的闭环形成。这个闭环的形成，其代表的经济意义及商

业模式的创新意义巨大。

首先，人类的行为，无论个体行为、群体行为，还是社会行为的调整与改变，都是非常难的一件事情。一个有效的方式就是反馈机制，比如效果、情绪、行为的反馈，越有时效性的反馈就越富有意义。同时，我们还可以通过社交网络实现过程的分享和监督。

其次，云计算将大规模数据不断收集、积累、计算，将使计算模型具备学习能力，因而会越来越精确。上例中购买脊椎病纠正仪的患者越多，收集的数据也越多，对患者预警模型也就越精确，越有指导意义。

如果把这类技术应用推广到多种设备、多个行业来看，人类对自己、对商业、对社会的认识、理解、反馈就会更有效，预测性更强，供给与需求的矛盾便更容易解决。如果每个人的心跳都能被记录下来，各种各样的生命指标能记录下来，很多的疾病就可以预防；如果每个人学习的擅长能够被记录下来，每个人的课本应该是不一样的，每个人的考试也应该是不一样的，也可以让天才在更早期就被发现出来。

大数据另一个非常重要的应用叫做 QS (Quantified Self)——量化自我。“量化自我”运动最早出现在硅谷，由《失控》的作者凯文·凯利等人发起。他们通过找到一群自愿者，带上传感器及手持移动设备，尽量把每天生活的轨迹(衣食住行)以至脉搏、情绪都记录下来，然后将数据贡献出来，进行分析。借助着越来越多的“可佩带设备”，像手表、手环以及服装、腰带上的传感器，可以更好帮助我们了解和改善自己的身体、情绪状况和周边环境。

中国四大优势

今天，传统工业经济增长模式已经达到极限，它面临日异严峻的能源、原材料消耗，以及环境等诸多问题。历次技术革命中国均是学习者，这一轮信息技术和大数据革命，由于技术的全球化和开放性，以及中国改革开放以来，尤其是在互联网时代的积累，让我们不但第一次和西方站在同一起跑线上，还拥有一些独特的优势，在很多方面甚至具备了创新和超越的可能：

其一，“可持续发展战略和转变增长方式”战略提出，政府已经意识到传统工业带来的问题。中国的举国体制，可以“集中力量办大事”。当然，这需要决策者在思想认识统一，决定和行动上一致。

其二，大数据时代每个人都是“Prosumer，即生产-消费者”，消费者的参与变得更加重要。中国庞大的人口，复杂的市场也创造出世界最大、最复杂“大数据”，可以催生新的大数据产业群并诞生出独特的技术和商业模式。

其三，中国拥有世界上最大的大学生群体。2013年中国大学毕业生人数近700万。驾驭大数据时代，挖掘“数据金矿”，最需要的就是数学、统计人才。中国高校数理学科基础强大，大数据时代“数据矿”的挖掘需要数理功力。应该说，中国

拥有全世界无可比拟的数据人才优势。

其四，中国有足够大的市场。未来 5~10 年，中国可能成为世界上最大的信息技术市场，在服务器、数据中心，智能终端、应用软件等各方面也都可能给中国创新企业带来前所未有的机会。

大数据中国战略路径

工业经济的基础设施是铁路、公路、航空，以及水、电等，信息时代云计算和网络、大数据结合成为新经济的基础设施。现实需求和技术的双重推动，会让越来越多的政府机构、企业和个人意识到数据是巨大的经济资产，像货币或黄金一样，它将带来全新的创业方向、商业模式和投资机会。

今天，中国要解决由大规模数据引起的问题，探索以大数据为基础的解决方案，实现产业升级，同时完成工业化、信息化和城镇化三大任务，我们面对的最大的挑战：一是企业和创业者们有没有足够的勇气和想象力，去开创这样一个时代的到来，创造出新的商业模式；二是在此过程中，也需要政府出面，从政策，产业支持和法律方面，扫清“大数据”发展的障碍：

首先，要解决数据的“流动性”和“可获取性”问题。美国政府创建了 Data.gov 网站公开数据，英国、印度也有“数据公开”运动。如同工业革命要开放物质的交易、流通一样。开放的、流通的数据是时代的要求。中国要赶上这样一场大数据变革，首先要从政府开始公开数据，让社会享受公开数据的好处，同时也可以提升政府的办公效率。

其次，通过数据立法，对“隐私权”、“所有权”等敏感问题通过法律形式加以保护。如何将数据更好地分类、分享和使用，需要政府、企业、社会共同努力。大数据带来的好处远远大于问题，隐私问题不会成为大数据发展的障碍，但大数据“隐私权”、“所有权”需要国家立法来规范。

其三，从国家战略层次，解决数据标准和数据交易的问题。鉴于国际上对于未来数据的所有权已经成为重大的国际战略问题，国际数据资产不仅仅关系到未来的国家经济，还关系到国际政治和战略。中国要占领国际数据资产制高点，应该发挥优势，率先发起并领导国际数据标准的制订。

比如，提出并倡导“数据主权”、《国际数据公约》，来规范世界各国数据获取、使用和所有权这些重大问题；政府启动，设立国家级“数据银行”，对数据资产的交易和流通进行保护。

其四，政府部门成为大数据的实践者。为更好提升服务能力，树立更加开放、透明，负责、高效的政府形象，应创造条件，鼓励大数据在政府部门和公共事务，尤其是关系国计民生的关键行业率先使用。

田溯宁，中国信息化百人会成员(CI100)，宽带资本董事长。1993 年获得美国

得州理工大学博士学位。参与创建第一家在美上市中国高科技企业亚信科技，曾担任中国网通副董事长兼 CEO。2010 年在北京市政府支持下，创建了北京“云基地”。

来源：《了望》2013 年 06 月 23 日

我国将启动建设覆盖全国的北斗地基增强骨干网

为进一步提升北斗卫星导航系统位置服务，我国将加速建设北斗地基增强网、中国位置网，并促进与互联网、物联网以及云计算、大数据的融合，打造北斗产业生态系统的基础。

据中国卫星导航系统管理办公室主任冉承其 21 日在此间召开的“北斗应用推广示范工程”工作会议上介绍，我国北斗地基增强网已经完成总体技术方案论证和关键技术演示验证，提出了建设覆盖全国的北斗地基增强骨干网建设目标，搭建了演示验证系统，目前已联合各部委成立了工作组和专家组，即将全面启动实施。

中国位置网的总体技术方案也已进入演示验证阶段，基于下一代互联网技术，将打造面向北斗的位置服务基础性平台，为位置服务提供信息更安全、数据更共享、应用更开放和服务更高效的国家位置资源基础设施。

卫星导航按用户对精度的需求，可分为导航用户和精密定位用户两类。北斗地基增强系统是开拓北斗精密定位应用的必备设施，是提高北斗系统服务能力和竞争力的必要手段，可解决我国在高精度卫星定位应用领域存在的安全隐患。2013 年 3 月 22 日，我国首个北斗地基增强系统湖北示范项目建成并试运行，开启了北斗高精度应用的新时代。

来源：新华网 2013 年 06 月 21 日

网络基础设施两万亿“馅饼”待瓜分

日前，由美国前 CIA 雇员斯诺登爆料的美国“棱镜计划”事件持续发酵；现实版的“碟中谍”及“窃听风云”无疑给世界各国及政要敲响了网络信息安全的警钟：思科被卷入其中，该公司业务主要涉足网络基础设施领域，即整个网络的命脉。分析人士指出，“棱镜门”事件再度凸显了网络基础设施的重要性；根据我国《通信业“十二五”发展规划》及《互联网行业“十二五”规划》等产业规划，预计“十二五”期间我国信息基础设施累计投资规模将超过 2 万亿元；而只要这两万亿元投资规模部分向国内产商倾斜，则国内相关企业必将获得发展机会，A 股涉及网络基础设施建设的中兴通讯(000063)、国脉科技(002093)及新联电子(002546)有望获得资金的青睐。

思科卷入“棱镜门”

凸显网络基础设施重要性

近日，由美国前 CIA 雇员斯诺登爆料的美国“棱镜计划”，即“秘密利用超级软件监控网络用户和电话记录”的事件持续发酵。据斯诺登爆料，谷歌、雅虎、微

软、苹果、Facebook、美国在线、PalTalk、Skype、YouTube 等九大公司遭到参与间谍行为的指控，这些公司均涉嫌向美国国家安全局开放其服务器，使政府能轻而易举地监控全球上百万网民的邮件、即时通话及存取数据。

斯诺登揭露美国国家安全局通过思科路由器监控中国网络和电脑的行为，令国人“坐立不安”。一方面，思科和谷歌、微软、高通等不同，思科主要的领地在网络基础设施领域，这是整个网络的命脉所在；另一方面，思科产品已经全面渗透到我国几乎所有大型网络项目的建设，涉及政府、海关、邮政、金融、铁路、民航、医疗、军警等要害部门的网络建设，以及中国电信、中国联通等电信运营商的网络基础设施建设。

据悉，中国电信 163 和中国联通 169 是中国最重要的两个骨干网络，两者承载着中国互联网 80% 以上的流量。但在这两大骨干网络中，思科占据了 70% 以上的份额，并把持着所有超级核心节点。此外，思科还是美国政府和军方的通信设备和网络技术设备主力供应商，在 2006 年美国 115 个政府部门参与的一场“网络风暴”网络战演习中，思科是演习的重要设计者之一。因此，安全专家担心一旦战争爆发，美国政府极有可能利用思科在全球部署的产品发动网络战，进而对敌国实施致命打击。事实上，华为和中兴在印度和美国不断因“安全”原因被封杀，已然敲响了网络信息安全的警钟。

“十二五”信息基础设施

投资超两万亿元

工信部 2012 年公布的《通信业“十二五”发展规划》、《互联网行业“十二五”规划》等产业规划提出，要推动实施宽带中国战略，并进行国家宽带发展的顶层设计。预计“十二五”期间我国信息基础设施累计投资规模将超过 2 万亿元，2015 年电信业务收入将超过 1.5 万亿元；其中，基础电信业务收入超过 1.1 万亿元。

分析人士表示，随着通信业智能化、宽带化趋势的发展以及 4G 技术即将开始商用，我国信息基础设施未来几年仍将保持高速增长态势，这将对通信设备业上市公司形成利好。

具体来看，光通信领域方面，工信部在《宽带网络基础设施“十二五”规划》中明确了中长期发展目标和实施步骤，并提出综合(行情专区)利用各项财税、金融政策，引导企业和社会资源加大对宽带网络建设的投入。此外，工信部还将推动设立宽带普遍服务补偿机制，扩大普遍服务政策实施范围和服务内容，促进西部地区、广大农村地区的宽带网络基础设施发展。

同时，据《互联网行业“十二五”发展规划》提出，到“十二五”末，我国网民数将超过 8 亿人，普及率将超过 57%；其中，农村网民超过 2 亿人。届时，电子商务交易额达到 18 万亿元。该规划预计“十二五”期间，互联网服务业收入年均

增长超过 25%，突破 6000 亿元。

“棱镜门”助推

网络基础设施国产化

“棱镜门”敲响了网络信息安全的警钟，未来政府极有可能会更加重视网络信息基础设施的建设。从企业的技术储备来看，目前我国的通信技术水平已经达到世界水准，本土企业完全有能力承载网络的全面建设和安全运营，预计 2 万亿元的网络基础设施投资额会倾向于国内厂商，进而令国内相关企业必获得发展机会。A 股涉及网络基础设施建设的中兴通讯(行情专区)、国脉科技及新联电子有望获得资金的青睐。

中兴通讯(000063)：公司是思科的直接竞争者，同时也是国内电信市场的主导通信设备供应商之一，其各大类产品也已经成功进入全球电信市场。公司始终处于市场领先地位，并与中国移动、中国电信、中国联通等中国主导电信服务运营商建立了长期稳定的合作关系。国际电信市场方面，集团已向全球 140 多个国家和地区的 500 多家运营商提供产品与服务，与包括法国电信、英国电信、沃达丰和黄电信在内的众多全球主流电信运营商建立了长期合作关系。

国脉科技(002093)：公司在下一代超级路由器等方面具备有一定的实力。2012 年 9 月，公司及北京至诚分别投入 11840 万元和 2960 万元向国脉中讯增资，决定以引进投资者、增资国脉中讯网络科技有限公司的方式分期逐步实施中国下一代信息产业研发及生产南方基地项目。2011 年 12 月，公司与普天信息产业公司签订了合资组建《中国下一代信息产业研发及生产南方基地项目》的战略合作协议，项目总投资 30 亿元。具体内容包括以三网融合及物联网市场为导向，进行信息网络产品的联合研究开发，包括下一代超级路由器、超级数据中心交换机及云安全网络产品，进而推动支持云计算架构的下一代网络基础设施的发展。

新联电子(002546)：与公网 GPRS 或 CDMA 信道通信相比，专网采用无线 230M 专用通信，具有实时性好、保密性和安全性高、无运行费用等特点，能实现对后端设备的监测和控制，而公网终端不具备控制功能。而 230M 专网终端是公司最主要的产品，贡献的营业收入和利润比重超过 30%。公司自主研发了无线数据采集传感器网络(WDASN)技术，在 230M 电台半双工通信系统中率先引入了网络技术、集成动态分时复用和路由技术，使 230M 电台能够实现数据采集的灵活组网。

来源：《中国证券报》2013 年 06 月 19 日

北京五环路以内 2015 年底将实现 4G 网络覆盖

6 月 20 日，北京市经信委、通信管理局和无线电管理局联合召开发布会解读《宽带北京行动计划》。根据规划，到 2015 年底，北京市政府将投资 800 亿元实现“宽带北京”计划，北京五环路以内区域将实现 4G 网络覆盖。

三大运营商和歌华受益

目前我国正处在 3G 网络普及阶段，4G 网络牌照尚未发放，三大运营商在 4G 网络建设方面仍比较谨慎。根据 6 月 20 日披露的规划，到 2015 年底，北京五环路以内区域将实现 4G 网络覆盖。

北京市经信委信息化基础设施办公室主任毛东军称，我国自主知识产权的 4G 标准 TD-LTE 正进行扩大试验。但 4G 基站选址问题有待解决。

根据规划，到 2015 年底，北京还将实现家庭宽带接入能力超百兆，社区宽带接入能力达千兆，使用 10 兆及以上宽带接入互联网的用户占比超过 75%。毛东军称，宽带进入居民住宅楼问题也有待解决。

为实现上述规划，北京市政府决定到 2015 年底，共投入 800 亿元，主要用于三大运营商和歌华公司，前者是光纤城市主要承建者，后者是高清交互数字电视双有线电视网络承建者。

物业设障碍将被约谈

电信专家付亮表示，从金额来讲，这笔钱不算大，且钱不是最关键的问题，“进不去”才是最关键的问题。“政府提出的这些目标实际上是很容易就能达到的，最大的难题是进不去小区。”

毛东军表示，光纤宽带进小区难的核心问题在于小区物业设置障碍。城乡住建委牵头推出小区信息建设规划，要求小区物业必须让信息建设企业进入小区，不能收取额外费用，也不能签署独占协议。对于不执行要求的小区，北京市住建委会“约谈”小区物业。

来源：《新京报》2013 年 06 月 21 日

运营竞争

【竞合场域】

中国移动继续大手笔投资 GSM 启动 2013 年度天线集采

中国移动 6 月 20 日发布公告称，将于近期启动 2013 年 GSM 天线产品集中采购招标工作。

据悉，本次集采包括全向天线、定向单极化天线、定向双极化天线、单频电调天线、双频双极化电调天线 5 个标段共 16 种产品，各厂家可选择其中一个或多个标段进行报名。

中国移动将在此次集采中拟购 5178 面全向天线、5281 面定向单极化天线、104843 面双极化天线、27250 面单频电调天线、28588 面双频双极化电调天线，合计约 17 万面天线。

在中国移动对 GSM 持续投入的同时，中国联通则将在 2013 年基本停止 GSM 投资。联通董事长常小兵认为，其 2G 需求将会通过加速 3G 发展来满足。而中移动持

续投资 2G 既是遵循四网协同路线，也是出于现网需求考虑。

中移动虽已在 WLAN 上大举“跃进”，但网络质量却不尽如人意，信号不佳等现象成为用户抱怨重点。与此同时，TD-LTE 虽传出将于近日开启招标，但何时发牌何时开建仍是遥遥无期。

相比之下，四网之中的 2G 网络则肩负起了覆盖重任。“2G 用户目前仍占中移动语音流量的 95.6%，占数据流量的 74%。” Jefferies 一位分析师曾在一份 3 月中旬的报告中表示，中移动继续投资 GSM 很有必要。

来源：C114 中国通信网 2013 年 06 月 21 日

中移动暂停音视频电话 Jego 新用户注册

上线不到一个月，中移动紧急“叫停”类 Skype 应用 Jego。6 月 22 日凌晨，Jego 官网发出声明，暂停 Jego 产品新客户注册，并关闭中国大陆客户在中国大陆境内的音视频电话功能。

Jego 是中国移动于 6 月 1 日正式推出的类 Skype 和微信的软件，为用户提供即时短信、即时语音消息、照片分享、视频通讯等服务。

6 月 22 日凌晨，Jego 官网发声明称，由于 Jego 的网络是面向漫游和海外客户设计的，网络与节点均在海外，且 Jego 产品与系统目前尚处于试用调优阶段，中国移动国际公司将自 2013 年 6 月 22 日起暂时停止 Jego 新客户的注册，并暂时关闭中国大陆客户在中国大陆境内使用 Jego 与 Jego 之间的音视频电话功能。

中国移动国际公司称，在此调试优化阶段，公司将不断提升产品稳定性、增加新功能、优化客户体验，并将在产品正式上线后另行通知。

Jego 刚上线时，用户体验并不完美，有网友表示“发出信息后，对方隔天才收到”。不过因 Jego 可拨打网络电话，业界仍将其称为“中国移动自我革命的产品”。

但 Jego 上线不久后，中移动内部出现意见分歧。据报道，这种分歧导致 Jego 被暂时叫停。中移动内部反对意见认为，若大范围商用推广 Jego，则中移动自身的语音及短信业务都会受冲击，无异于断自己的财路。但支持意见认为，Jego 是运营商被移动互联网厂商边缘化之后寻找活路的起点。

来源：《新京报》2013 年 06 月 24 日

中移动 200 亿 4G 基站投资落地

中国移动 2013 年 TD-LTE 网络无线主设备招标的靴子终于落地。6 月 21 日，中移动在其官网上宣布，TD-LTE 无线主设备集采涉及全国 31 个省市，采购规模约为 20.7 万个基站，共计 55 万载扇。市场预计，总投资将达 200 亿元。

业内人士指出，因招标工作一推再推，中移动 2013 年内 20 万个基站部署完毕的可能性较小。按照中移动集采招标一般流程推算，8 月底至 9 月或公布正式招标结果并交货。不过，最终招标数量与此前的市场预期一致，中兴通讯、烽火通信、

大唐电信等相关设备公司表现平稳。

提高招标门槛

“此次集采不接受代理投标，不接受所有关键设备均为 OEM 设备的厂商投标。”中国移动此次明确招标要求。

上述要求意味着，与 TD-SCDMA 时代不同，中移动的 2013 年 TD-LTE 招标提高了设备门槛。据业内人士介绍，以往招标，不少厂商采取的是贴牌生产，本身并没有关键技术，但是投标的价格相对较低。门槛提高，实际有利于华为、中兴通讯、烽火通信等大型主设备商。

银河证券根据中移动集采招标一般流程推算，7 月 15 日，各厂家回标；7 月下旬，各厂家评标结果及其对应价格、初估市场份额情况可揭晓；8 月底-9 月，公布正式招标结果、厂家发货，但也不排除少部分借货可能提前发生。

由于陷入了技术之争，原本打算在 5 月份开始的招标被一再拖延。TD-LTE 基站建设主要存在两种方式：一种是由 3G 的 TD-SCDMA 升级到 TD-LTE，在频段上主要采用到 1900MHz (F 频段)；另外一种是直接建设 TD-LTE 基站，主要采用 2600MHz (D 频段)。

据悉，3G 占优势的国产厂商希望主要采用 F 频段，而国外设备巨头更希望大量新建 D 段。是基于 F 频段升级，还是基于 D 频段新建，中移动内部也存在争论。而此次招标意味着，技术困扰已有定论，或据各省的网络资源以及建网条件而定。

据业内人士介绍，无论中移动最终如何选择其 TD-LTE 技术路线，国内厂商都有技术储备，对将来的份额不会产生大的影响。据悉，从 TD-SCDMA 四期开始，新建的 TD-SCDMA 基站就已经兼容 TD-LTE，可以通过增加基带板、软件升级或新增 RRU 和天馈升级至 TD-LTE。

在主设备交货之前，国都证券认为，最先受益的是网络设计与规划类厂商，如富春通信和杰赛科技，其次是射频器件厂商，如大富科技和武汉凡谷。

助推 4G 牌照发放

面对中国移动迈开 20 万 TD-LTE 基站招标步伐，中国联通已完成主要城市向 HSPA+网络升级，中国电信成为决定 4G 牌照发放的关键。

相对于中国联通从 WCDMA 向 FDD-LTE 为主的技术路线演绎方向较少争议性，中国电信的 4G 技术路径此前最具不确定性，也最影响 4G 牌照发放进度。在上周末举行的中国电信终端及互联网产业高峰论坛上，中国电信董事长王晓初表示，在广大人口稀少地区用 FDD，在市区人口密集地区用 TDD 方式，中国电信将采用综合方案实现所有用户的需求。

银河证券认为，中国电信明确了 FDD+TDD-LTE 混合组网的技术路径，有利于 4G 牌照的顺利发放，预计 10 月份 4G 牌照有望发放是大概率事件，甚至也可能提前到

9 月份。

主管部门是统一发 TD-LTE 牌照，或是同时发放 TD-LTE 和 FDD-LTE 牌照，目前尚无定论。4G 牌照的不同发放方式，将会影响三家运营商的未来走向，进而影响整个产业的发展进程。不过，业内人士指出，一旦 4G 牌照发放，整个 4G 产业链将有大发展。

来源：《中国证券报》2013 年 06 月 25 日

中电信 4G 路径浮出水面

中国电信董事长王晓初最近透露了中国电信在 4G 上的路径准备：两种制式混合组网。

在上周末举行的 2013 天翼手机交易会暨移动互联网论坛上，中国电信董事长王晓初首次在公开场合明确地释放中国电信的 4G 信息。他透露，中国电信也正在加大 4G 网络的技术试验。频率是制约运营商最核心的资源，4G 时代，融合组网不可避免。据悉，在中国电信的 4G 网络部署蓝图中，大范围、广覆盖的 4G 网络还是使用 FDD 制式，而市区内将使用 TDD 制式吸收多余的话务量。在这场交易会上，中国电信首次在现场演示了 4G 试验网，引来诸多的观众。

目前在 4G 标准上有两大技术路径，一是 FDD，另外一种 TDD。而中国主导的 TD-LTE 指的就是后一种。此前工信部曾表态，2013 年有望发出 4G 牌照，而三大运营商态度各异。其中，中国移动毫无悬念将运营 TD-LTE，该公司已经开始抢跑，在 13 个城市建设试验网；中国联通有可能获得 FDD 制式。在外界看来，目前中国电信的悬念最大。外界一直有传言称，有可能给三家运营商都发 TD-LTE 运营牌照。2013 年 3 月，王晓初曾公开表示，中国电信希望获得 FDD-LTE 牌照，如果政府部门不发给 FDD-LTE 牌照，中国电信会考虑向中国移动租用 4G 网络。

另外一个引人关注的消息是，在会上中国电信联合渠道商抛出总量 5100 万部的天翼智能手机大单，明显高于前两年的采购量，其中社会渠道采购订单接近 90%。

来源：《北京晨报》2013 年 06 月 24 日

中国联通拟派发 2012 年度现金红利 8.46 亿元

6 月 25 日上午消息，中国联通 24 日晚间公告称，公司将派发 2012 年年度现金红利，本次分红按中国联通 2012 年 12 月 31 日总股本 211.97 亿股计，每 10 股派发现金股息 0.399 元（含税），共计派发现金红利约 8.46 亿元（含税）。

具体来说，扣税前每股派发 0.0399 元，自然人股东及证券投资基金按 5%（实际税率）代扣所得税，扣税后每股派发 0.03791 元，合格境外机构投资者（QFII）股东每股按 10%（实际税率）代扣所得税，扣税后派发 0.03591 元。

中国联通 2012 年度利润分配方案（本次利润分配方案）已经 2013 年 5 月 21 日召开的 2012 年度股东大会审议通过，本次现金红利发放日为 7 月 5 日。

业内人士指出，虽然一直饱受资金紧张的困扰，但中国联通此举还是给资本市场给出了明确信号：中国联通已经成为国内 3G 市场中的领导者，其 3G 网络将会给公司带来更高的收益。

来源：C114 中国通信网 2013 年 06 月 25 日

【市场布局】

3G 移动电话用户突破 3 亿户

2013 年 1-5 月，全国电信业实现电信业务总量 5695.7 亿元 [1]，同比增长 7.9%，比 1-4 月回落 0.1 个百分点；实现电信业务收入 4658.8 亿元，同比增长 8.7%，连续 4 个月高于业务总量增速。电话用户总数净增 4900.0 万户，达到 14.4 亿户。

移动电话用户保持月增千万的趋势，3G 渗透率每月提升 1 个百分点。移动电话用户 1-5 月净增 5308.2 万户，达到 11.65 亿户，在电话用户总数的比重达到 81%。电信企业的流量经营策略不断深化，刺激移动用户倾向选择大数据流量的 3G 业务套餐，推动 3G 移动电话用户的发展进入快车道。5 月，3G 移动电话用户净增 1563.0 万户，净增规模仅次于 3 月份历史最高点，其中 TD 用户的增长贡献达到 59.9%，是 2012 年同期的 2 倍。1-5 月，3G 用户净增 7156.9 万户，达到 3.04 亿户，在移动电话用户中的渗透率达到 26.1%，2013 年以来平均每月提升 1 个百分点。

家庭宽带用户比重稳步提升，8M 以上宽带用户比重接近 17%。1-5 月，基础电信企业互联网宽带接入用户 [2] 净增 947.7 万户，达到 1.79 亿户。其中，家庭宽带接入用户净增 699.9 万户，达到 1.5 亿户，在宽带用户总数的比重达到 83.6%，比 2012 年底提高 2 个百分点。全国各地的宽带提速效果依然明显，1-5 月，4M 以上宽带接入用户占宽带用户总数的比重已达 70.7%，8M 以上宽带接入用户净增 803.7 万户，达到 3023.7 万户，占宽带用户总数的比重由 2012 年底的 16.0% 提升至 16.9%。

融合业务发展势头良好，IPTV、手机电视业务收入增幅 30% 以上。三网融合 2013 年将从试点进入全面推广阶段，融合业务发展势头良好。1-5 月，IPTV 业务用户净增 310.8 万户，同比增长 46.4%，达到 2485.1 万户。3G 业务和技术的逐步推广带动手机电视业务快速普及，手机电视用户同比增长 11.1%，达到 5590.7 万户。物联网终端、手机支付用户分别达到 2660.1 万户、277.7 万户。融合业务用户规模的不断扩大带来了业务收入的快速增长，1-5 月，IPTV 业务收入同比增长 42.9%，达到 15.8 亿元，在固定业务收入的比重提升至 1.3%。手机电视业务收入同比增长 30%，达到 10.3 亿元。

数据业务增长的贡献率近 80%，固定与移动数据业务贡献比扩大到 1: 5.6。1-5 月，数据及互联网业务实现收入 1311.4 亿元，同比增长 29.4%，对全行业收入增长的贡献率达 79.5%，比 2012 年同期提高 18.6 个百分点。数据及互联网业务占全行业收入比重达到 28.1%，比 2012 年同期提升 4.4 个百分点。其中，固定数据及互联

网业务实现收入 613.8 亿元，同比增长 7.9%，在数据业务收入的比重下滑至 46.8%。移动数据及互联网业务实现收入 697.6 亿元，同比增长 56.8%，继续保持 50% 以上的增长速度。固定和移动数据业务对整个数据业务的增长贡献分别为 15.1%、84.9%，二者之比由 2012 年同期的 1: 2.4 扩大至 1: 5.6。

[1]按照 2010 年不变单价计算。

[2]互联网宽带接入用户指标自本月起统计调整，比上年同期、比上年末净增和本月净增按同比口径计算。

来源：工信部网站 2013 年 06 月 19 日

电信业价值的衰落与再生

伴随着商业环境的巨大变化，电信运营商所提供的广义产品价值出现了明显的结构性分化，其显著趋势表现为产品功能价值衰落，而产品的信息价值、体验与文化价值明显增长。前者使传统意义上的电信运营不断走向衰落，而后者则带来了新电信运营的再生。这样的趋势一经发生即不可逆转，如同呼啸的巨浪一样推动了电信业的转型发展。

第一，由于技术升级、效用替代、同质竞争，以网络接入和传输为核心的电信产品功能价值正在不断衰落。

传输、交换与存储技术等快速发展，技术标准的快速演进，技术升级速度越来越快，大大提高了传统通信产品的折旧速度，使每一代通信技术成为商用主流的时间越来越短。由于新一代技术快速占据主流位置，从而使前一代技术的贬值速度迅速加快的现象在电信业异常显著，电信运营商的投资回收压力越来越大。

以互联网为标志的相关技术对于电信网具有明显的替代效应，如 SKYPE 对话音业务的巨大冲击，MSN、QQ 等即时通信技术对于语音及视频业务的替代，WiFi 等由政府机构推动建设运营的无线 IP 技术对于“电信系”传输管道的替代等。这些异质替代技术往往具有典型的“免费经济”特征，价格上的巨大优惠往往使客户能够容忍一定程度的非电信级别的服务质量（在政府、企业客户的通信应用中，由于可靠性、安全性等服务质量的特殊要求，使通信产品仍然与替代技术相比保持较强的竞争力），使传统通信产品所占据的客户钱包份额比例受到了严重影响。

由于各电信运营商产品功能的高度同质性，运营商之间围绕语音、数据的业内竞争带来的产品贬值愈发明显。例如处于市场挑战者地位的运营商向主导者发起挑战的时候，往往大量使用降价武器，从 MCI 在利润丰厚的固定长途业务挑战 AT&T、从和黄为扩大在欧洲市场的 3G 份额而进行的大幅价格跳水、从 KDDI 在 3G 发展初期对于低端客户数据流量的慷慨赠送，等等。再如由固网运营商转型而来的全业务运营商与领先的移动运营商进行激烈的替代和反替代的争夺，固网运营商往往通过室内与室外的双模终端、双制式网络、区别定价等手段试图形成 FMC 竞争优势，而

移动运营商也经常通过如 Homezone 等手段加快移动对固定的替代。

第二，在电信业向 ICT 产业整体转型过程中，围绕信息的生成、适配与呈现，电信产品的信息价值倍增。

电信运营商根据客户需求进行信息的编辑与组合，嵌入到为客户提供的整体 ICT 解决方案中，从而创建信息内容价值。在个人市场，往往表现为电信运营商对于上游新闻、音乐、游戏、影音、书籍等内容资源的整合。如韩国 SKT 收购首尔唱片，不断增强自身娱乐产品的提供能力；苹果等终端厂商通过 iPod+iTunes、iPhone+Appstore 的内容应用集成模式，不仅仅通过终端硬件，更通过信息服务增值。在政企客户市场，电信运营商往往也通过集成网络接入与信息内容的整体 ICT 解决方案锁定客户，其中在信息内容方面的表现分为两类：一类为客户所需要的相关经营性信息，类似于阿里巴巴为自己的商贸客户提供的商业信息；另一类则表现为对自身网络和计算系统的可靠性与安全性信息，例如，电信运营商针对全球性企业客户在网络运维、冗余备份、安全监控、系统服务过程中形成的规范性业务信息报告，就可以组合成为政企客户 ICT 解决方案不可或缺的一部分。

通过对人与人、人与信息、信息与信息的适配，开发电信产品的信息适配价值。在人与信息之间的适配过程中，如移动搜索、互联网搜索、语音搜索都体现了信息适配价值，商业价值则主要通过前向或后向收费实现。在信息与信息的适配中，主要表现为对于信息进行关联性组合衔接，通过关联创造价值。例如，一笔 B2B 交易从促销信息发起，到激发购买兴趣后的查询、响应后的追踪销售、交易达成的后续服务，电信运营商需要对信息的前后关联进行全过程追踪与判别，这些都将创建全新的商业价值。在“人以群分”的人与人适配中，同样可以带来电信产品的价值实现。比较典型的如 SKT 在 Cyworld 中实现的社交圈子打造，后续通过交叉销售、虚拟交易分成或后向广告等模式创造商业利益。

电信运营商可以充分发挥新媒体功能，全力开发信息呈现的全新价值。其中一类表现为跨终端或跨网络的信息呈现，实现客户的无缝信息体验。例如，和黄 3 通过 SlingBox 实现的跨终端影音播放，法国电信实现固定与移动终端对接的视频对话等，融合手机、PC、电视等广义终端的信息呈现价值终将大兴其道。另一类则表现为电信行业作为动漫、书籍、影视等行业的下游通道，对于上游内容产业的衍生品进行数字化发布呈现。例如，可以预计的是，越来越多的网络或手机定制内容将大量出现，这将使电信新媒体的独特表现力与随身特征所带来的商业价值不断迸发。

产品功能价值的衰落是驱动电信运营商转型的直接动因，在以各种手段创新产品功能价值、保有产品功能价值的同时，更需要加大对产品信息价值、产品体验与文化价值的挖掘力度，通过对营收组合的结构性的变换，逐步实现脱胎换骨般的再生。

第三，电信产品的体验与文化价值将持续增长。

现代人最显著的心理特征集中于“得到庇护”、“渴望发言”与“寻求联系”三个方面。这些特征反映在消费上，直接表现为现代客户对于消费品的体验与文化要求明显增长。苹果 iPhone 的成功带给我们的启发是，电信产品的体验和文化价值需要进行缜密定位、设计、开发与传播。

提升电信产品的愉悦感知价值。由于电信行业在转型过程中的价值链明显延伸，从硬件角度看，手机、PC、笔记本电脑、上网本、服务器、家庭网关、游戏设备、网络电视等都将逐步纳入到广义的电信产品之中；从软件与应用的角度看，门户、桌面软件、操作系统、搜索引擎、客户端等也将成为运营商转型中电信产品的一部分。因此，愉悦感知价值一方面通过硬件终端产品的色彩、形状、体积、质感、包装、品牌知名度、使用便利度等传递给客户，另一方面也通过软件及应用产品的界面、分辨率、图形、仿真度、趣味性、便利性、流畅性等传递给客户。这些价值将有助于电信产品的溢价增值。

增强电信产品的归属联系价值。在中国的大城市白领中，有相当一部分会因为不知道“抢车位”、“偷菜”的互联网应用，没有及时把手机彩铃更换为最流行的曲子，未能及时参加 MSN 的红心大签名，不认识互联网的最新缩略语而感到自己“out”了，产生失落感，这集中体现了现代人希望在行为方式上与主流群体建立归属联系的心理。认识到这一点的意义在于，电信产品的价值设计与价值主张应力争成为社会风尚，使之跻身主流人群的话语与行为之中，此类价值创造模式的转型是电信行业转型思维中非常重要的一部分。例如，日本运营商在转型过程中充分利用了日本民众对于动漫的偏好与流行风尚，把自己的业务打造成为客户在归属群体内沟通交流的“话语资格”。IBM 在战略转型过程中，新理念层出不穷，从电子商务到 SoA，从 SaaS 到智慧地球，并不断强化传播以上理念，使之成为政企客户中 CIO 群体沟通的标准话语，进而成为 IT 服务创新的事实标准。

创建个性符号价值。电信产品要能够满足当代主流人群展现个性的诉求，能够帮助客户完成成功的心理投射与暗示，能够赋予客户足够的驾驭权与心理自主，此类个性符号价值要在产品设计、开发与营销的全过程中明确彰显。例如，和黄 3 在手机门户中对于如 MSN、Yahoo 等互联网元素的引用，直接指向了互联网一代的行为标志；在欧洲及日韩市场中，大量异形手机与数码商品的出现，也有力地支持了客户需要时刻彰显个性的渴望。所有这些无不在暗示用户，“你正处于潮流的前沿，我为你提供充分的自主驾驭权力”。

综上，产品功能价值的衰落是驱动电信运营商转型的直接动因，在以各种手段创新产品功能价值、保有产品功能价值的同时，更需要加大对产品信息价值、产品体验与文化价值的挖掘力度，通过对营收组合的结构性变换，逐步实现脱胎换骨般

的再生。

作者简介：沈拓，北京智信创元咨询有限公司总经理。

来源：《中国电信业》2013年第02期

如何提高资费套餐和手机卡的利用率？

由于运营商在资费套餐、手机卡和上网卡上设计的不足，给用户的选择和使用带来了许多不便，更使运营商的一些工作较为被动。因此，运营商在推出资费套餐、手机卡和上网卡前应认真做好各种调研，使业务产品的内容设计科学、合理、有效，不仅要充分利用网络等资源，还要使其业务产品没有任何漏洞，避免影响运营商的社会形象。

电信资费套餐应设置有效期

为了配合业务的推广与发展，运营商针对后付费和预付费用户先后设计了各种资费套餐，以便提供给用户更多的资费套餐选择。有的套餐由于综合资费低而受到不少用户的喜爱。但是，因资费套餐没有设置有效期，也给运营商今后的工作带来不少麻烦。

引起热议的是，中国移动北京公司(以下简称“北京移动”)曾在2005年推出神州行“15元GPRS包月不限流量套餐”，该套餐上网资费具有相当优势，得到不少热衷上网用户的青睐。随着移动网络服务的升级，2009年9月，北京移动向该用户群体承诺“不换卡、不换号、不另行登记”，只需更换移动3G终端即可享受移动3G网络服务。

2012年5月2日，北京移动发布公告称，该套餐卡的用户必须恢复到2005年7月时的网速。如果用户希望享受高质量上网服务就需要更换套餐，此举引起了较大争议。公告还称，神州行标准卡用户的15元不限量CMWAP上网套餐已于2006年6月停止办理。据报道，神州行15元包月不限流量套餐用户逐渐受到“限制”：一部分用户被限制网速，从原来的每秒100kb~180kb变为8kb~10kb；一部分用户在使用超过15G便被关闭网络，无法继续上网；另一部分用户则被取消了套餐。北京移动的这种做法是值得商榷的。

为了让用户更好地体验和感受移动互联网，2009年9月，北京移动鼓励该用户群体更换3G终端继续享受该套餐。众所周知，用户更换移动3G终端也是有成本投入的。突然停止或回到2005年的网速的确让人不可思议。就此事来看，北京移动可以从其他通信业务入手再度提升该用户的附加价值，继续提供让用户满意的通信服务。

我国运营商要从这一资费套餐事件中吸取教训，在设计各种资费套餐时应明确其套餐终止服务的时间，要给资费套餐的调整留有余地。也就是说，资费套餐不能是长久不变的，有时间限制并非用户不能继续延期使用，只要在更改时资费套餐存

在，用户就可选择继续使用(周期)。重要的是运营商掌握了随时终止资费套餐的自主权，这样可以免受用户的质疑。

应有效利用和管理卡资源

目前，中国电信等国内三大运营商均针对资费套餐推出了不同的手机卡和上网卡，供广大用户选择。从用户角度来说，并非手机卡和上网卡的品种越多越好，一多就显得乱，资费套餐总让人有种不知如何去选择的感觉，而且还容易产生问题，引起争议，无疑给运营商带来了不必要的麻烦。因此，从电信市场规范要求上来讲，运营商推出的手机卡和上网卡也应有个度，不应随意进行发卡，避免资源浪费。

2012年7月，中国电信北京公司(以下简称“北京电信”)推出了“夜光卡”(实物卡)。该上网卡共有两种版本。一种是每月45元，另一种是每月20元。据悉，如45元“夜光卡”的资费在每天的6:00~23:59是0.08元/分钟，但在0:00~5:59价格仅为0.004元/分钟，是现有上网卡产品中资费最低的，仅为标准资费的1/25。而20元“夜光卡”的资费在每天6:00~23:59是0.11元/分钟，但在0:00~5:59仅为0.006元/分钟，仅是标准资费的1/17。由此测算，45元“夜光卡”全部用于夜间上网大约188小时/月；20元“夜光卡”全部夜间上网大约为56小时/月。为此，北京电信把这种上网卡取名为“夜光卡”，按时长计费，但又有别于普通的时长卡套餐，因为它是分段计费的，夜间计费十分便宜，白天计费比普通时长卡要贵得多，显然，这完全是针对希望半夜上网用户推出的，尤以半夜上网的资费最为便宜。

北京电信真得有必要推出此类上网卡吗？这是非常值得研究和探讨的。

北京电信推出这种上网卡实无必要，更没有什么特别之处。该卡仅在时段计费上进行了进一步的划分。但目前现有的上网卡和手机卡同样可以做到对数据的修改，只要在后台系统操作即可完成。

好在中国电信已意识到实物卡的不足。2012年12月初，中国电信又宣布推出流量卡产品，分为60M、150M、300M三档，价格分别为10元、20元、30元。据了解，这是我国运营商首次尝试这种专门的流量卡，以满足用户的手机上网需求。与其他运营商常见的套餐流量包相比，该流量卡更加灵活，价值更为实惠。好处有五点：一是即充即用，不受“当月申请，下月生效”的限制；二是可叠加在任何套餐及流量包上，多张流量卡也能叠加使用；三是流量不限当月使用，未使用完的流量都会自动结转至次月使用，充入流量有效期90天；四是可为国内任何地区电信手机号充入流量，可以在全国范围内实现手机上网；五是可由用户自己使用，也可将流量赠送给他人。用户可在中国电信网上营业厅、翼支付门户网站、京东与淘宝等购买流量卡，也可用话费代扣购买。其购买方式分直充(含赠送)、卡充两种模式：直充可以直接为本机或其他电信流量计费的手机号码充入流量；卡充购买成功后，

用户就会获得流量卡的卡号及密码，自购买之日起一年内都可以通过网厅、短信等渠道为目标号码充入流量。据悉，中国电信为让用户更好地了解和体验流量卡新产品，在全国举办了一系列的流量卡促销活动。

据悉，自 2012 年 12 月 1 日起，江苏移动推出了无卡流量新产品，专门满足有夜间流量需求用户的“随意玩”流量套餐。该套餐分两档：随意玩 5 元包，包 1G (1024M) 江苏省内夜间流量；随意玩 10 元包，包 3G (3072M) 江苏省内夜间流量。

在电信竞争日益激烈的今天，运营商应处处考虑各种成本的支出，把降低成本、节约资源等作为业务开展的出发点，进一步挖掘现有资源，提高现有资源管理的使用价值，满足广大用户的需要。

值得注意的是，目前运营商基于手机卡推出的各种上网套餐均为国内上网套餐，本地区域上网套餐尚未得到进一步开发和落实。中国电信仅在武汉等个别城市有所推出，还远远不能满足各地非漫游用户的需要，特别是中老年手机用户群体，要实现这一功能，在后台计费系统实施就可完成。希望三大运营商能够予以重视，尽快增添区域上网套餐新产品，以丰富上网资费套餐。

资费套餐不能是长久不变的，有时间限制并非用户不能继续延期使用，只要在更改时资费套餐存在，用户就可选择继续使用(周期)。重要的是运营商掌握了随时终止资费套餐的自主权，这样可以免受用户的质疑。

来源：《中国电信业》2013 年第 03 期

技术情报

【趋势观察】

移动支付开启商用时代企业加快布局

使用手机可以刷门禁、刷公交，还能当作银行卡刷各种消费……人们梦寐以求的通过手机就能“走天下”的梦想正一步一步照进现实。

近日，中国移动与中国银联联合宣布，双方合作的移动支付平台正式上线，其共同开发的移动支付联合产品——手机钱包正式推出。据悉，手机钱包将实现各种实体卡(银行卡、公交卡、校园/企业一卡通、会员卡等)电子化的功能，客户通过手机钱包客户端下载电子卡应用到 NFC-SIM 卡后，拿着 NFC 手机便可实现商户消费、刷公交、刷门禁等。

电信运营商与银行合推手机钱包业务意味着此前第三方支付公司在移动支付领域的试水得到肯定，而这些都符合《电子商务“十二五”发展规划》中提出的“加快推动移动支付、公交购票、公共事业缴费和超市购物等移动电子商务应用的示范和普及推广”要求。

易观智库日前发布报告称，未来 3 年，我国移动支付市场的发展将会大大加速，预计 2015 年我国移动支付交易规模将达 7123 亿元。与此同时，101 家获得牌照的

企业面对移动支付市场诱人的“蛋糕”已经加快了产业布局的速度。

手机钱包激起产业链集体兴趣

将消费者手中的各种实体卡，比如银行卡、公交一卡通、校园卡、会员卡等“电子化”到手机上，让消费者手中的手机“变身”成银行卡或者公交一卡通，这是手机钱包希望获得的结果。

中国移动数据部副总经理沈红群表示，中国移动已完成与北京公交的联网和内测，目前正在招募志愿者就“刷手机乘公交车”进行体验，待测试正式完成后将尽快推出刷手机乘坐公交车，之后也将推广到地铁、机场、学校等地。

不过，要实现手机钱包的支付功能，手机用户还需将手机中的普通 SIM 卡换成 NFC-SIM 卡，再向银行、公交一卡通公司等机构提交办卡申请，并将审核通过的卡片信息下载至专用手机 NFC-SIM 卡之后，手机才能完成“变身”。

虽然完成这一过程比较麻烦，但手机支付步入寻常百姓家只是时间问题。而围绕着手机钱包业务，产业链各方都表示极大兴趣。

在 NFC-SIM 制卡环节上，同方国芯、顺络电子、恒宝股份、中科金财、东信和平等均是横跨金融与通信行业的卡类领先企业，与中国移动保持着密切关系，这几家公司目前纷纷表示希望通过自己的力量助力移动支付业务，并希望在中国移动移动支付卡集中采购中获得订单。

在银行方面，目前浦发银行已经可以为用户提供 NFC-SIM 卡的联名卡配对，而其他银行也在陆续与中国移动洽谈合作。另外，在为手机钱包充值方面，中国银行、中信银行、光大银行、民生银行、广发银行、浦发银行、上海银行、北京银行等 8 家银行明确表示可以为手机钱包充值。

此外，中国移动还透露，目前已经开通 5 款手机的支付功能。到 2013 年 9 月底，还将有超过 20 款 NFC 手机上市。

在商户方面，北京地区的星巴克、哈根达斯、万宁、中信书店都已经可以使用手机钱包。

第三方支付移动支付策略

手机钱包得以推出有多方面原因。易观智库的报告称，当前移动支付快速发展的原因有多个方面，首先是国家层面的推动；其次是我国智能手机普及率较高，对移动支付的需求开始显现；三是产业链上下游企业的共同推动。

作为推动移动支付发展的主要力量，第三方支付企业在移动支付前期普及方面已做了大量工作。

据快钱首席执行官关国光介绍说，快钱从 2012 年 9 月就推出了全新支付平台“快+”，以及基于该平台的新一代移动支付战略。“目前，快钱已经形成包括手机语音支付、WAP 网关支付、InAPP、快刷等在内完整的手机支付产品矩阵，全面满足

商户的多种移动支付需求。”关国光表示，快钱的移动支付理念是全面、务实，覆盖商户现有需求，真正助力商户展业发展。

“对于日益迅速发展的移动支付市场，快钱还会有基于移动交互、移动感知、移动计算、移动网络的更多的远程及现场支付和增值应用，满足商户更多的现有需求。此外，快钱将联合银行、银联、电信运营商、终端设备厂商等各方合作伙伴，构建完整的移动支付生态圈。”关国光表示。

支付宝在移动支付领域则推出了条码收银、条码支付、摇摇支付和二维码扫描支付“悦享拍”、“超级支付”等产品。

对于支付宝在移动支付领域的策略，支付宝首席执行官彭蕾表示，支付宝的首要工作是做好工具，而不是把重心放在各个业务层面上。“我们不可能去创造一个应用场景，我们要做的是把工具准备好，当商家和用户收款和支付时，我们已经在那里等了。”

对于目前的线下场景支付市场前景的判断，彭蕾认为想象空间巨大，道路曲折，竞争会很激烈，但她会根据自己的优势集中发力。

除了实现支付宝的移动支付功能外，最近彭蕾还有一项新举措，即推出余额宝，使支付宝既能随时用于消费、转账等支出，还能享受基金公司提供的货币基金投资收益，获得增值，激发人们使用支付宝的兴趣。

安全将不再是问题

过去人们在网上购物常常担心安全问题，生怕自己会上当受骗，并认为网上交易很不安全。但随着安全技术的提高和人们防范意识的加强，电子商务这一新的商业模式已逐步获得人们的认可。

“实际上，安全不安全只是一个相对概念，就连银行也不可能达到100%的安全。作为一种支付工具，我们的职责就是最大限度的保证用户的安全，同时在出现问题时能弥补用户的损失。”阿里小微金融服务集团共享平台事业群总裁井贤栋表示，支付宝已经建立了强大的风险控制系统，并拥有强大的5级风险防控体系，而即使真的发生资金损失，他们也有相应的用户保障制度，风险由他们去承担。

“在移动支付层面，我们会不断提高技术水平，保护用户的安全，并承诺出现问题，我们负责。”井贤栋表示。

实际上，不只是支付宝，几乎所有的第三方支付机构都建立了严格的安全保障体系，并同时承诺“出现被盗等安全问题会负责”。

除了支付环节上各个企业严把安全关外，安全厂商的介入也让移动支付交易变得更有安全。在此之前，奇虎360已推出了移动支付安全产品“360支付保镖”，通过专业的三重防护机制，解决用户使用手机支付时在安全方面的后顾之忧，推动移动支付产业更健康、快速发展。

此外，手机丢了也不会让账户受到损失。一位银行相关负责人称，手机中绑定的贷记账户都是凭密码消费，一旦手机丢失，客户只需要及时向银行挂失银行卡并向电信运营商挂失 SIM 卡，即可确保银行卡账户安全。

来源：《中国高新技术产业导报》2013 年 06 月 24 日

团购网站步入理性发展期竞争格局初定

提到团购网站，很多人都会觉得这是一个烧钱的行业。因为在过去几年间，几乎所有的团购网站都在进行疯狂的广告宣传以及无休止的攀比、恶性竞争，甚至出现了“千团大战”的惨烈场面。

但洗牌过后，目前的团购网站只剩下美团网、拉手网、糯米网、大众点评网等，可以说已基本形成固定的格局。国内团购导航网站团 800 近日发布的《2013 年 4 月中国团购市场统计报告》显示，2013 年 4 月份团购网站的购买人次达 4509.8 万人，环比增长 8.8%；当月成交额以 23.9 亿元再次创下新高，环比增长 1.9%。

除了销售额稳步增长外，团购网站也表现出前所未有的理性状态：不再疯狂烧钱，不再恶性竞争，更多的是做好本地化服务，并探索在移动端的增长空间，让消费者获得更加实在的消费体验。

大浪淘沙后焕发新春

尽管过去几年团购行业经历了暴风骤雨般的“千团大战”，但这一商业模式并没有终结。在洗尽铅华后，团购网站焕发出了新春。

以美团网为例，数据显示，2012 年美团网的销售额累计达到 55.5 亿元，已坐得团购网第一宝座。2013 年 4 月，美团网的成交额为 8.8 亿元，5 月份更是突破 10 亿元。美团网首席执行官王兴放出豪言，到 2015 年要达到销售额 1000 亿元。

美团网的日益兴盛实质上是代表了整个团购行业的崛起。据了解，2011 年整个团购网站的销售额不过 7 亿元，到了 2012 年，总成交额近 214 亿元，而如今整个团购网站一个月的销售额就达 20 多亿元，而且销售额的递增是在团购网站数量减少的情况下完成的。

销售额的井喷意味着广大网民已经逐步接受团购这一商业模式。数据显示，2012 年下半年只有两个月的购买人次超过 4000 万，但 2013 年前 4 个月全部超过 4000 万人次，4 月份甚至超过 4500 万人次，显示出团购网站的勃勃生机。

这样的繁荣景象让各个团购网站的掌门人信心大增。王兴在美团网 5 月份交易额突破 10 亿元后激动地发了一条微博：“庆祝美团网单月交易额突破 10 亿元！今天，我们以 100% 的诚信，付出 120% 的努力，或许也只能让 97% 的顾客满意。但是，我们会继续努力，更加努力，直到做到这个时代能支撑我们做到的最好，并争取再好一点点。”

除了越来越受到消费者的认可外，团购网站也越来越显示出其理性，这主要表

现三个方面：首先是投资市场的冷静。在几轮烧钱得不到更好的效果后，越来越多的团购网站已经开始摒弃那种盲目的烧钱换取流量的行为。其次是消费者的理性。在尝试过不同的团购网站后，消费者逐渐集中选择体验更好的一家或者几家。第三是商家也会选择客户质量和流量更好的团购网站开展合作，从而慢慢发展到定期合作。

对于团购网站目前取得的成绩，团800首席执行官胡琛把成绩归功于整个行业的“自我修复”，“包括改善售后服务、加强精细化运营等措施。此外，在移动端以及一些垂直领域，一些团购网也取得了较好成绩”。

开始接地气

从线上预约到非常优惠的价格，再到线下去享受满意的服务，这是O2O的主要特征，也是团购网站切入O2O的重要出口。实际上，团购网站创办的初衷就是倡导大家走出家门去消费，是“不宅的电子商务”。“团购网站的出现就是为了帮助消费者和商家解决更多的需求。比如，消费者需要更多、更好、更便宜的吃喝玩乐，而团购网站可以很好地满足消费者在本地生活服务上的需求。商家也可以通过团购网站得到更多的回头客，这对于商家是一个更有效果的推广方式。”在美团网副总裁王慧文看来，团购是一个双向市场，一个团购网站上的商家数量越多就越会吸引消费者，而消费者数量越多也会吸引更多商家进入，这是一个正循环的过程。

在本地化服务方面，美团网从诞生之初就确定了走本地化服务的路线。“从2010年3月的团购第一单开始，我们就一直坚持本地化服务路线。前期我们努力提升服务质量和标准，满足消费者的体验，未来我们希望能给消费者一个更完整的体验过程。”王慧文表示。

除了美团网外，聚划算、大众点评网、千品网等都把本地化服务作为未来发展的方向。根据团800的统计，2012年团购网站的总成交额近214亿元，其中本地化服务产品的销售总额就达192.4亿元，占比达到89.9%。

胡琛表示，团购网站要想继续爆发，必须做好四个方面的工作：首先是继续深度挖掘本地生活服务类的优势和资源，为消费者提供更便利、更别致的服务；其次要精耕细作，重视商品质量，重视合作商家的服务质量，通过与大公司、大品牌合作，让消费者享受高性价比而非低价低质的商品和服务；三是提升自身的服务质量，从而增加消费者的满意度；四是增加消费者个性化服务。

“团购行业正在经历理性的行业洗牌，只有真正做到为消费者服务、提供精品

的团购网站，才有机会存活下来。”胡琛表示。

移动端将是重要增长点

随着移动互联网的兴起，移动端已成为各个团购网站的必争之地。

有统计显示，消费者从移动端购买一项团购产品后去消费的时间远远小于从PC

端购买后去消费的时间。比如消费者从 PC 端购买了一顿饭菜，可能几天后才去消费，而在移动端购买后几个小时就消费完毕。

团购网站敏锐地发现了这一点，并积极在移动端布局。目前，几乎所有的团购网站都上线了第三方应用程序（APP），显示出对移动端的信心，包括糯米网、美团网在内的国内一线团购网站都在其网站首页对移动客户端进行大幅推广。

“我们移动端的交易额目前已经超过 30%，2013 年的目标是在移动端的交易额超过 50%。”王慧文表示，美团网从 2011 年年初开始，就已经组建了专门的团队来开发移动端产品，目的是让消费者可以更方便快捷地消费。

而糯米网不仅在官方客户端中添加团购搜索功能，还提供了附近团购及更加精细的团购品类和地区商圈分类、地图等呈现信息的模式，使得体验更加人性化。而在支付环节，糯米网率先增加支付宝快捷支付功能。区别于 PC 用户，糯米网还特别为移动用户准备了更加优惠的手机客户端专项单。

糯米网营销副总裁孙海蒂表示，目前来自移动客户端的订单数量最高时已经接近总订单数的 20%，而且订单量 2013 年一直保持着高速增长，“糯米网的移动产品更加符合用户目前的消费习惯。当用户外出进行本地服务消费时，可以随时随地通过平板电脑、手机等搜索适合的团购商品，并进行下载和消费，这一趋势在未来还会体现得更加明显。”孙海蒂表示。

来源：《中国高新技术产业导报》2013 年 06 月 24 日

【模式创新】

优酷土豆联手高通为移动平台提供高品质视频

中国网络视频行业领军企业优酷土豆集团（NYSE: YOUKU）与美国高通公司（NASDAQ: QCOM）、美国高通公司及其全资子公司——美国高通技术公司，今天宣布就 H.265 技术达成合作协议。此技术将让用户在使用由大多数高通骁龙处理器支持的移动终端时，能够享受高质量画面的优酷视频内容。骁龙处理器是美国高通技术公司的产品。H.265 技术也称为 HEVC 编解码，可以使高质量画面的视频通过更低的数据带宽实现传输。

与目前普及的 H.264 视频压缩技术相比，H.265 技术可以使压缩效率提升高达 40%。美国高通技术公司是 H.265 技术标准化的行业领军企业。

优酷土豆最近也与美国高通技术公司就高通骁龙品牌的传播展开了合作。其广告投放项目自 5 月 24 日启动，是迄今为止在优酷土豆上投放力度最大、投放形式最复杂最精准的广告之一。自上线以来，该广告已在社交媒体上获得热烈反响，并以最高的点击量荣登优酷历史榜首。美国高通技术公司在广告投放中首次使用了频次控制策略，另外此次投放也包括了移动终端，从而确保可以覆盖到通过各种方式观看视频的人群。

“美国高通技术公司执行了一次使智能手机用户产生共鸣的广告投放项目，他们充分认可对于品牌推广，尤其是 IT 和通信品牌而言，优酷土豆是提供精准、高质量和多屏联动的广告平台。”优酷土豆首席市场官董亚卫表示。“随着中国市场的重要性日益提高，优酷土豆已经成为广告投放的理想平台。我们非常高兴能与美国高通技术公司这样的企业合作，去触达不断增长的、对技术充满热情、习惯移动生活方式的年轻消费者。”

“伴随消费者对丰富的移动多媒体体验的需求日增，美国高通技术公司致力于推动 H.265 行业标准并将该技术整合到骁龙处理器中，以实现卓越的用户体验。”高通首席营销官阿南德·钱德拉赛卡尔表示。“骁龙处理器是行业最先进的全合一移动处理器，为智能手机、平板电脑和其他移动计算终端提供完美的用户体验。我们很高兴能与中国顶级视频平台优酷土豆进行合作，进一步打造骁龙品牌的知名度，并推动 H.265 的技术应用，从而更好地吸引新一波对技术敏感的消费。”

在此项广告项目前，IT 和电信行业的多家品牌已选择优酷土豆作为品牌广告的投放平台，去触达数亿的年轻、高学历的目标用户。2013 年第一季度，优酷土豆来自 IT 品牌的广告收入与 2012 年同期相比取得了 110% 的显著增长。同时，优酷土豆的各行业广告投入均取得增长，其中 IT 和电信品牌单一广告主的广告投入较其他行业处于较高水平。

来源：通信世界网 2013 年 06 月 21 日

“三网融合”新形势下广电系发展前景

2010 年 1 月 13 日国务院常务会议上通过的一项重大决策——“三网融合”，而且在 2010 年 3 月份十一届人大三次会议温总理所作的《政府工作报告》中“三网融合”被再次写入，而物联网则首次写入报告并予以高度的关注，物联网实际上也是“三网融合”的一种应用形态。

“三网融合”指的不是基于三个网络的融合，而是基于内容和业务的融合。表现为技术上趋向一致，网络层上互联互通；物理资源上实现共享；业务应用层上互相渗透和交叉，都趋向全业务和采用统一的 IP 通信协议；最终将导致行业监管政策和监管架构上的融合。至于各自的基础网本身由于历史的原因以及竞争的需要将会长期共存、竞争和发展。而业务应用层的融合将不会受限于基础网而迅速发展，各类公司都会通过不同的途径向全业务方向演进。当广电网和电信网实现双向准入后，将为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务，也会出现很多融合的新业务，如用户在互联网和手机上今后可以看到各种电视节目，电视机也可以当电脑使用，能够用来上网、收发邮件等。可以肯定的是，“三网融合”一旦实施，不管广电和电信谁吃亏、谁得利，不管广电、电信在“三网融合”中谁能笑到最后，关键是这项政策肯定能让老百姓得利。所以，“三网融合”代表了行业发展的趋势。

在这种大的趋势下广电系具有什么样的优势，面临什么机遇和挑战，如何能够顺利获得机遇赢得挑战将是我们未来几年甚至十几年所关心的重点，下面为大家简要分析一下广电系在“三网融合”下机遇与挑战。

一、广电系的优势

广电系拥有优质频率资源优势(48MHz-958MHz)，掌控节目集成权，优质频谱的巨大潜在价值，长期积累的大型广播型网络的设计运营经验，同轴电缆的可用接入带宽宽(至少 2GHz，实际已使用 900MHz，目前 68 个频道，每频道 8MHz，每频道可传输数据 40Mb/s)，国家的政策倾斜和可能的资金人才支持。

二、广电系的劣势

广电系整体实力较弱。无法与国外有线电视网络公司相比(2005 年美国有线电视公司收入 665 亿美元)，也无法与国内电信业相比，虽然正在实施整体改制转型，网络部分正在实施企业化改制，建立国家级广电网络有限公司，一省一网的目标正在逐步实现，但是长期体制落后(政企合一、网台合一)，产权复杂(6000 个主体)，条块分离，整合困难，公益性部门，过份依赖国家和行政权利，无市场化意识、观念、经验和渠道，视频业务盈利能力弱，赢利模式单一，整合资金缺口巨大：资产重组网络改造 3000 亿，缺乏统一的、严格的标准和网络规范，网络分散，独立建设，质量较差，可靠性较低，缺乏运营双向通信业务的经验、资金和人才。

三、“三网融合”国外发展经验及广电系融合现状。

美国的三网融合过程主要经历以下几个阶段：1、1970 年美国颁布 FCC 禁令：为了扶植弱小的有线电视行业，禁止电信公司经营有线电视。2、1984 年有线电视法：禁止电信经营有线电视。3、1990 年 FCC 废止禁令：有线电视业已经壮大，FCC 希望电信公司加入竞争，但是有线电视法依然未删除禁令，国会依然禁止跨行业经营。4、1996 年电信法实施：法院判决禁令违宪，实施双向非对称开放，有线电视进入电信无限制，但是电信进入有线电视需要有本地视频特许经营和交纳特许费。

在美国政府的扶植下，美国有线电视运营商快速发展并成美国主要网络运营商之一。

在我国，2010 年国务院常务会议通过的推进“三网融合”的总体方案中，确立了我国“三网融合”推进时间表及工作要求：1、2010 年至 2012 年重点开展广电和电信业务双向进入试点，完成国家级广电网络公司的组建工作。2、2013 年至 2015 年，全面实现“三网融合”发展，普及应用融合业务；“三网融合”要求符合条件的广播电视企业可以经营增值电信业务和部分基础电信业务、互联网业务；符合条件的电信企业可以从事部分广播电视节目生产制作和传输，鼓励广电企业和电信企业加强合作、优势互补、共同发展。

事实上现在已经是 2013 年，国家级的广电网络公司依旧未能挂牌成立，各省网整合工作困难重重，一省一网的任务目标尚有距离，在这种情况下广电系的发展可谓困难重重。即使国家级广电网络成立，广电系距离全国范围内开展电信服务尚有距离，而电信业经过多年的发展早已积累了相当的资金和技术实力，对广电业务虎视眈眈。美国广电系的同行在经过了长达 26 年的政府保护后才获得了成功，在我国广电系的成功还需经过漫长的道路。

来源：《中国新通信》2013 年第 05 期

终端制造

【科技前沿】

终端企业扎堆 C2B100+手机定制平台发布

随着移动互联网和电子商务普及提速，C2B 个性化定制，将成为智能手机行业发展的的大势所趋。尤其是面对 Android 手机严重的同质化，以及年轻消费人群的个性化需求，正成为终端行业的下一个爆发点。

近来，不少终端企业密集扎堆 C2B，引发业界和舆论关注。包括曾一度在互联网手机界“风生水起”的深圳市百分之百数码科技有限公司，4 月初也抢先发布了全球首个自有手机 C2B 定制平台。百分之百公司董事长徐国祥率先在手机行业提出“开门造车”观点，他认为个性消费时代的到来，柔性化生产、个性化营销、O&O 创新营销的 C2B 个性化手机定制，将引领以 80 后 90 后为主导的新消费时代。在徐国祥看来，定制是一种服务，而不知简单的制造。个性化定制，满足消费者的需求是根本。

值得一提到是，就在百分之百公司推出 C2B 平台的第二天，全球知名手机厂商 HTC 高层也公开宣布，本月将通过自有电商平台推出“个人手机定制业务”。这也是业内第二个宣布通过自有平台开展 C2B 的手机厂商。

对于 C2B 的突然兴起，有专家做了这样的描述，他认为“很多手机用户在购买新手机时，常常要为选择哪一款手机而纠结：要么是颜色不喜欢，要么是尺寸大小不如意，又或者是内存不够，还有的嫌价格太贵。”

如何为消费者量身定制一款属于自己的手机，就成为摆在终端企业面前的一道难题，理论上 C2B 正好解决了这样一个问题。那么，究竟 C2B 有着怎样的魔力，以及如何牵引消费者和企业参与进来？百分之百公司推出的“100+平台”，或许能够为行业提供一些参考。

据百分之百公司市场总监王苏娜介绍，该公司“即将推出首款 100%互联网定制手机，将完全由消费者在 100+C2B 官网上(<http://www.100jia.cn>)。”首先由消费者对产品的硬件(CPU、外观颜色、摄像头、内存、ROM、电池、显示屏尺寸、期望价格等八大要素)进行投票，然后根据投票结果安排生产和定制预约。最终将由消

费者自己来定义所需要的手机的硬件、软件，甚至专属风格。

目前，该平台上线一周，投票结果显示，参与的消费者已经突破 10 万人。据了解，此次投票时间将持续到 5 月底，在投票截止后百分之百公司将根据投票结果，生产出这款专门的定制手机。

事实上，百分之百公司的 100+ 平台已经筹划 6 个月之久，早在 2012 年 10 月份，定义“100% 互联网手机”的时候，百分之百公司就已经开始筹备这款由用户来定制的互联网手机。当时公司计划联合电信运营商、百度、JJ 等合作伙伴，共同为用户定制一款软件硬件相结合的手机。

百分之百公司董事长徐国祥认为，信息化进程产生了新的经济模式，个性化乃至个人化的产品将越来越多，长尾效应越来越明显，工厂流水线上下来的不再是大批量一模一样的产品，而是小批量、多样化的产品，再通过在线订购为代表的短渠道和毛细血管般的社会化物流体系直接到达消费者手上。

据此，百分之百公司提出要“开门造车”，将基于 C2B 模式打造 100+ 个人定制手机，通过“众策、共研、联发、定制、预购”带动移动互联网全价值链互动，不仅是中国乃至全球首个手机 C2B 自有平台，更是 C2B 模式一次大胆创新和尝试。

来源：IT1682013 年 06 月 21 日

iPhone5 或可单独更换屏幕

据国外媒体报道，苹果将于 2013 年 7 月开始修改其苹果 iPhone5 手机的保修计划。最主要的一个变化是，iPhone5 的维修将可实现单独更换屏幕，而非必须整机更换。18 日获悉，目前尚未接到关于这一调整的任何通知。

据外媒报道，目前，美国苹果零售店可以 149 美元更换 iPhone5 屏幕。过去，除去麦克风、后壳等少数零部件损坏，苹果对于 iPhone5 的保修政策都是整机更换或者除后盖之外的整体更换，维修价格昂贵，为 229 美元。此外，苹果还将于 7 月份开始进行其他一系列的维修政策更改。

工作人员表示，苹果零售店目前还在继续执行 4 月份下发的维修政策。2013 年 4 月初，苹果升级了其维修条款，主要是将“重新装配设备，仅保留现有 iPhone4 或 iPhone4S 后盖”，更改为“全部采用新部件的设备更换。”

根据这一维修条款，iPhone5 能够以更换部件方式进行维修的部位包括：SIM 卡槽弹出器、电池、振动马达、接收器、扬声器和主屏幕按钮。也就是说，如果国内的 iPhone5 用户仅仅是屏幕发生损坏，手机维修还只能通过整机更换方式进行。对于已经超过一年保修期的 iPhone5 来说，这种方式显然更为昂贵。

苹果中国公关人员表示，目前暂未接到任何关于这一维修计划调整的信息。不过，经历了 4 月份库克向中国消费者的“致歉信”和随之而来的维修条款调整，中国的苹果用户正逐渐开始享受与发达国家用户同步的售后待遇。

来源：《北京日报》2013年06月19日

【企业情报】

中低端手机仍是主体三星苹果转移攻击阵地

三星、苹果似乎加快了对国内中低端手机市场的进攻。

根据国际数据公司 IDC6月18日发布的《中国手机市场季度跟踪报告》，2013年第一季度中国智能手机总出货7800万部，同比增长了117%，按照智能手机出货量统计，三星以19%的市场份额继续居于榜首，且出货量环比增长率高达34%。值得注意的是，三星200美元以下产品的出货量增长了47%。而苹果该季出货量环比增长率为21%，单个型号iPhone4（8G）的出货量相比上个季度增长了211%。

“从手机价格、消费者消费能力来看，在中国市场1500元以下手机仍然是市场主体，市场份额超过70%，空间非常大。”IDC中国负责手机市场研究的高级分析师闫占孟对《第一财经日报》表示，目前三星的市场策略已经从主力与苹果争夺高端市场转变成维持高端市场份额，并加大力度争夺被国产品牌占据的单价200美元以下产品市场，而苹果则利用给予渠道的激励政策，来激发低价iPhone4的出货量，进而扩大用户群体。

市场下压

“目前手机市场很大一个特征是通过低端机型抢占市场份额。”酷派副总裁李旺表示，三星在一些国外市场大批量铺货2.8英寸的机器，就是希望用低成本的机型提高市场占有率，目前在中国也有向下级市场铺货的趋势。

虽然目前在各种宣传场合看到的都是三星的旗舰机型，但有分析指出，三星已经开始并且将重点转移在中低端手机市场上，原因是高端智能手机市场正在丧失动力。可以看到，最近几个月以来，三星已经推出了四种新版本的GalaxyS4手机，其中包括名为GalaxyMini的廉价手机，还有主打中低端市场的机型。

闫占孟表示，三星在高端机型的资源和市场上已经成熟，发力进军三四线市场是水到渠成的事情。事实上，三星早已开始扩大自己的产品组合，在2013年举行的三星大会上，三星手机部门相关人员表示，2013年手机部门会加快对中低端市场的渗透，并扩大千元机的产品系列。

而对于另一手机巨头苹果来说，在廉价版本推出前，iPhone4早已承担起扩大低线市场的重任。

“根据我们的调研，苹果2013年加大了对iPhone4产品供应商的激励政策，销售的返点会比以往更多，这很大程度上刺激了国代商的积极性，让产品的销售更快。”闫占孟表示，推出激励政策一方面是希望借助产品进一步扩大苹果手机的用户群，特别是这些国代商深耕的三四线市场。另一方面是希望在iPhone新机型上市前，把产品库存进一步清除掉。

根据苹果供应链的消息，苹果新款 iPhone 将于第三季度亮相，目前零部件厂已接到通知，预计 7 月下旬量产幅度将会拉升。

国产手机“定向布局”接招

IDC 数据显示，目前除了华为外，其他大型国产手机厂商的运营商补贴产品刚刚上市，使得 2013 年第一季度的出货量提升并不突出。“在目前国内 1500 元以下机型的市场中，主要由国内厂商中华酷联主导，三星等巨头的渗透可能会让其中的一家掉队。”闫占孟说，国产手机更新换代更快，应该主动调整产品策略。

对于如何应对国际厂商的狙击，酷派手机市场部负责人李旭青则表示，酷派 2013 年仍会把主力放在千元机上面，同时加大产品的覆盖力。2012 年酷派推出超过 40 款智能机产品，价格区间从 600 元到 5000 元不等，借以覆盖高、中、低市场。

李旭青还表示，国产手机厂商除了继续盯紧千元机的市场外，还应该做一些“定向布局”，保证一些旗舰机型能够做到一定的利润，反击高端市场。事实上，加大研发投入，向中高端产品进军，已成为不少国产手机厂商的共识。

IDC 预计 2013 年中国智能手机市场在运营商的补贴和旺盛的消费者换机需求下，出货量仍将激增。但闫占孟同时表示，由于国产品牌的产品核心部件被国外大厂控制，使得国产品牌非常需要整合产业链上下游或实施并购策略，预计未来两年会发生多起产业链的并购事件。

来源：《第一财经日报》2013 年 06 月 19 日

烽火通信发力光纤预制棒项目

烽火通信自 2012 年 10 月开始实施的光纤预制棒扩产计划进展顺利，预计 2013 年 7 月份产能将开始释放，最快将在 2013 年末达到满负荷运行。

这次扩产将使烽火通信预制棒产能增加到 1500 万芯公里，最大产能可以达到 2000 万芯公里。届时，烽火通信将实现从光棒到光纤再到光缆的供应平衡。

烽火通信于 2009 年与日本藤仓公司成立制造光纤预制棒的合资公司藤仓烽火光电材料科技有限公司，并于 2011 年 6 月正式投产，到 2012 年产能达到 600 万芯公里。随着原材料国产化进一步突破，生产成本也在不断降低。

来源：《中国证券报》2013 年 06 月 19 日

华为预计其新智能手机销量超 1000 万部

余承东表示，无论是收入还是利润，华为终端都将是华为未来重要的组成部分，做中高端产品，正是华为希望未来能在一定利润支撑的情况下获得继续发展，从红海里走出来。

“我们预计 P6 的销量将达到千万级别。”北京时间 6 月 19 日凌晨，华为终端公司董事长兼 CEO 余承东在华为新智能手机 AscendP6 伦敦发布会之后的媒体见面会上这样表示。

华为投入了大量的营销费用推广其新产品。华为终端 CMO 邵洋透露，单是中国区的营销费用就高达 9000 万人民币，西欧区的营销费用则高达 3000 万美元。如果再加上其他国家和地区，这款产品单是研发费用就高达数亿元。

1000 万部的销量对于华为终端而言，将是一个里程碑意义的事件，同时也将在一定程度上决定华为终端的成败。据余承东介绍，华为历史上只有一款千元智能机的销量超过了千万，其他的中高端产品，卖的比较好的，是 Honor 系列，销量也只有 100 多万。

余承东表示，无论是收入还是利润，华为终端都将是华为未来重要的组成部分，做中高端产品，正是华为希望未来能在一定利润支撑的情况下获得继续发展，从红海里走出来。“现在苹果、三星的创新慢了下来，中国企业的步子快了上去，这将是中国企业的转折点。”

来源：《第一财经日报》2013 年 06 月 20 日

市场服务

【数据参考】

2013 年 1-5 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	55832.2	45756.9	22
程控交换机	万线	1102.1	1195.3	-7.8
移动通信基站设备	万信道	4376.4	4861.3	-10
电话单机	万部	4850.8	5194.9	-6.6
传真机	万部	54.3	121.4	-55.2
彩色电视机	万台	5042.2	4740	6.4
其中：显像管彩色 (CRT) 电视机	万台	157	355.9	-55.9
液晶 (LCD) 电视机	万台	4018.8	3987.5	0.8
等离子 (PDP) 电视机	万台	88.3	74	19.4
微型电子计算机	万部	12623.4	11766.6	7.3
其中：笔记本计算机	万部	9526.4	9172.1	3.9
服务器	万部	49.8	43.6	14.2
打印机	万部	2887.7	2519.8	14.6
显示器	万台	4861.4	5003.8	-2.8
彩色显像管	万只	122.2	239.2	-48.9
半导体分立器件	万只	18224342.8	17669839.8	3.1
集成电路	亿块	340	310	9.7
数码相机	万台	1981.6	3027.6	-34.5
发光二极管 (LED)	万只	7096375	4837477.6	46.7

液晶显示屏	万片	120343.6	122828.1	-2
电子元件	亿只	55832.2	45756.9	22

来源：工业和信息化部

1-5 月全国电信业务总量同比增长 7.9%

6月19日，工信部公布的最新数据显示，2013年1-5月，全国电信业的电信业务总量达到5695.7亿元，同比增长7.9%，比1-4月回落0.1个百分点；实现电信业务收入4658.8亿元，同比增长8.7%，连续4个月高于业务总量增速。电话用户总数净增4900.0万户，达到14.4亿户。

统计显示，5月，3G移动电话用户净增1563.0万户，净增规模仅次于3月份历史最高点，其中TD用户的增长贡献达到59.9%，是2012年同期的2倍。1-5月，3G用户净增7156.9万户，达到3.04亿户，在移动电话用户中的渗透率达到26.1%，2013年以来平均每月提升1个百分点。

来源：中国经济网 2013年06月20日

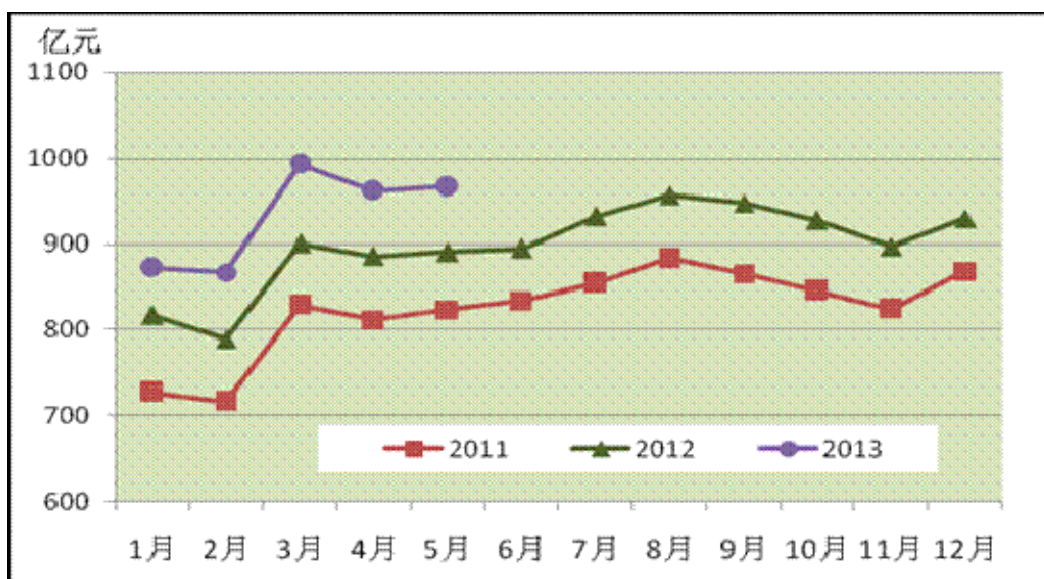
2013年5月份通信业经济运行情况

5月份，我国通信业总体保持平稳运行。

一、总体情况

电信业务总量与业务收入累计增速双双回落0.1个百分点。5月份，电信业务总量环比小幅回升，全国电信业务总量完成1175.9亿元[1]，同比增长7.7%；电信主营业务收入966.4亿元，同比增长8.4%。1-5月，全国电信业务总量累计完成5695.7亿元，同比增长7.9%；电信主营业务收入累计完成4658.8亿元，同比增长8.7%，二者均比4月份小幅回落0.1个百分点。

图 1. 2011-2013 年各月电信主营业务收入比较

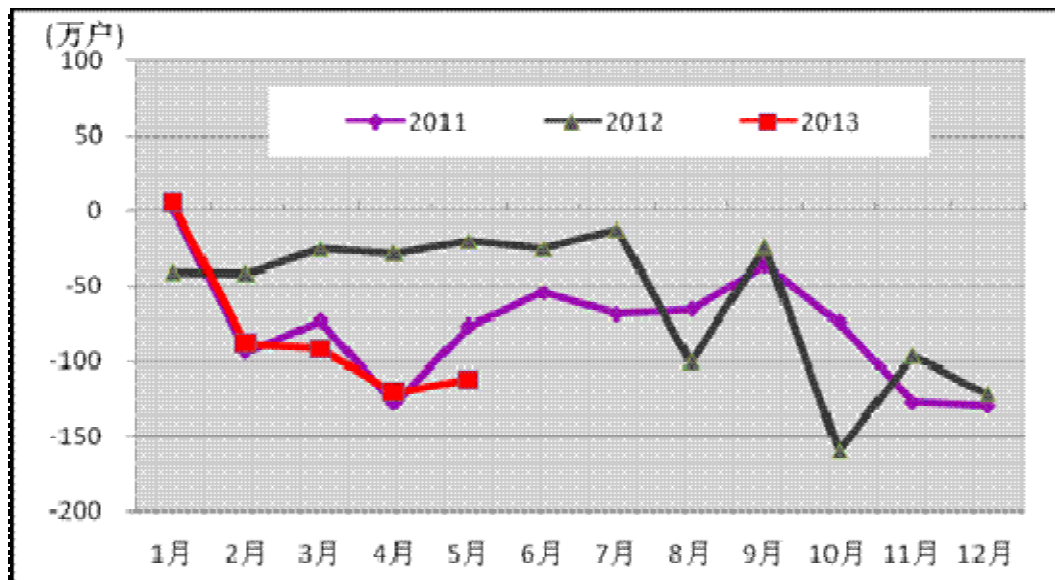


二、电信用户发展情况

5 月份，移动电话用户净增维持高位超 1000 万户，固定电话用户持续减少，电话用户总数达到 14.39 亿户。固定互联网宽带接入用户净增 145.2 万户，比 4 月份高 9.3 万户，总数达到 1.79 亿户 [2]。移动互联网用户总数达到 8.13 亿户，渗透率达到 69.8%。

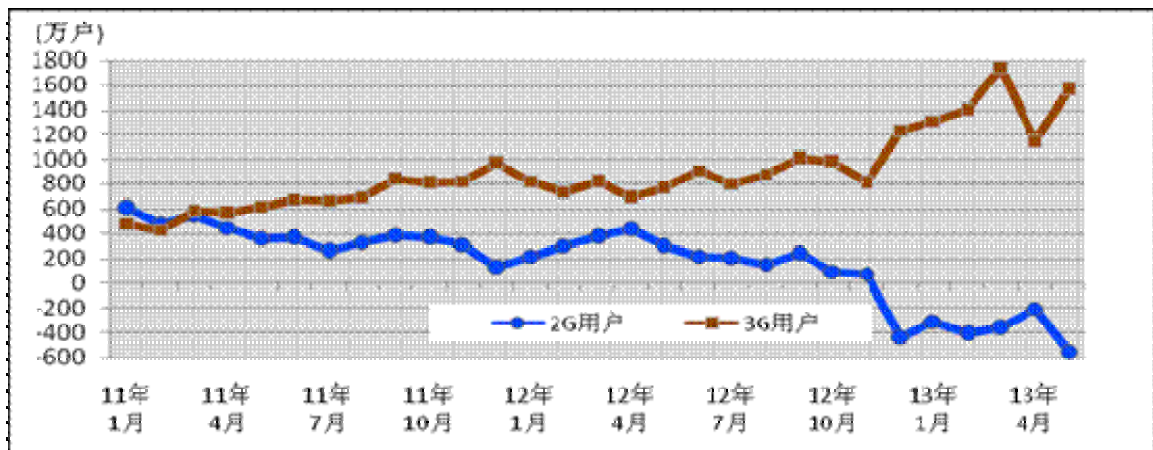
农村固定电话用户快速减少，城市固定电话比重升至 68.5%。1-5 月，全国固定电话用户减少 408.2 万户，达到 2.74 亿户，占电话用户总数比重降至 19.0%。其中，农村固定电话用户净减 282.3 万户，是城市固定电话用户的 2.2 倍，总量达到 8639.6 万户。城市固定电话用户达到 18767.5 万户，占固定电话用户比重由去年末的 67.9% 提升至 68.5%。无线市话用户净减 34.3 万户，所占固话比重萎缩至 3.9%。

图 2. 2011-2013 年固定电话用户各月净增比较



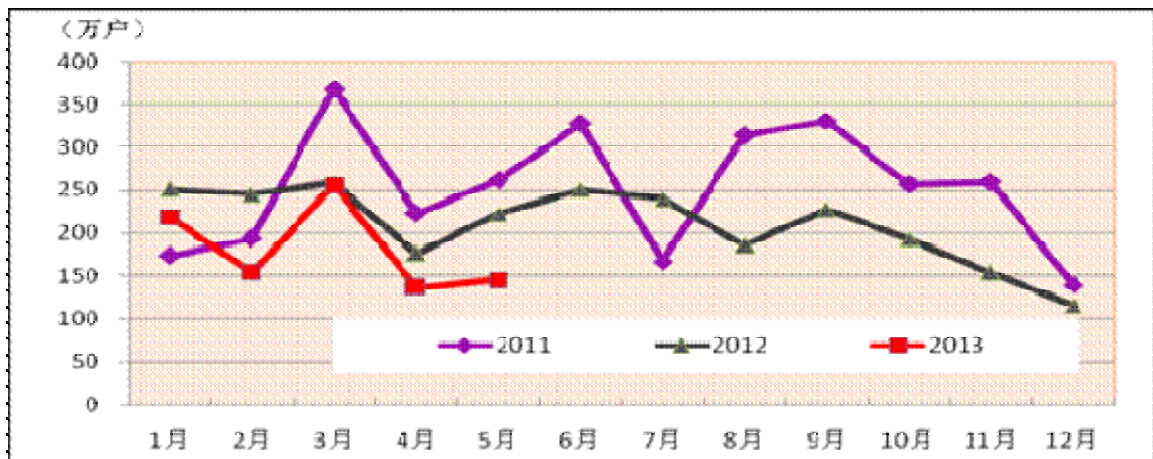
移动电话用户月增 1000 万，3G 移动电话用户总数突破 3 亿户。1-5 月，全国移动电话用户净增 5308.2 万户，平均每月净增突破 1000 万户，总数达到 11.65 亿户。3G 移动电话用户净增 7156.9 万户，接近去年全年净增量的 70%，达到 3.04 亿户，对移动电话用户的渗透达到 26.1%。TD 电话用户继续保持高速增长，1-5 月累计净增 4113.4 万户，在新增 3G 移动电话用户的比重达到 56.8%，总数达到 1.2 亿户，在 3G 移动电话用户的比重为 39.4%。

图 3. 2011 年-2013 年 2G 用户和 3G 用户净增比较



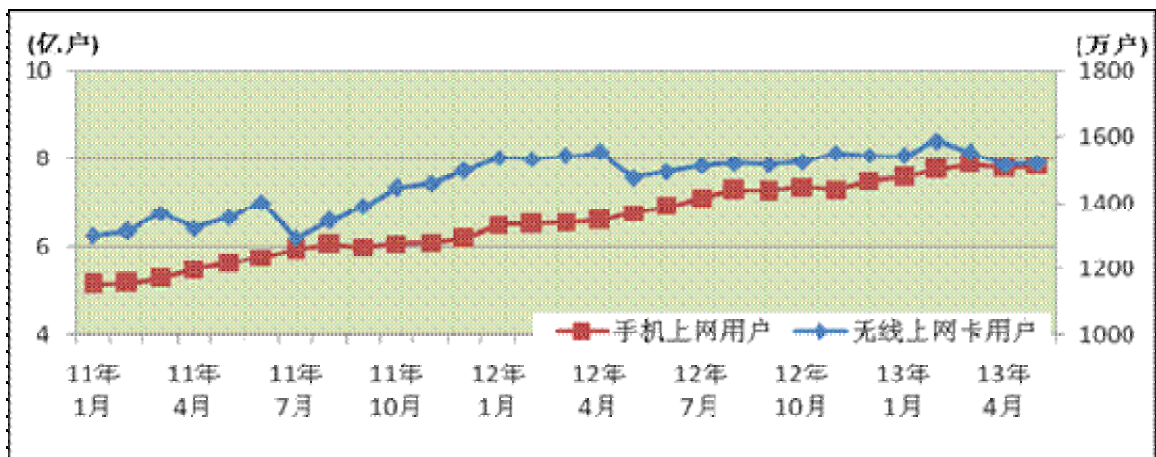
家庭宽带比重稳步提升，光纤入户规模持续扩大。1-5 月，基础电信企业互联网宽带接入用户净增 947.7 万户，总数达到 1.79 亿户。其中家庭宽带接入用户净增 699.9 万户，达到 1.5 亿户，占宽带接入用户总数比重达到 83.6%。4M 以上宽带接入用户达到 1.27 亿户，占宽带用户总数比重达到 70.7%。8M 以上宽带接入用户净增 803.7 万户，达到 3023.7 万户，占宽带接入用户总数比重由上年末的 16.0% 上升至 16.9%。FTTH/0 宽带接入用户达到 2805.8 万户，占宽带用户总数的比重达到 15.7%。较上年末提升 4.1 个百分点。

图 4. 2011-2013 年固定互联网宽带接入用户各月净增比较



移动互联网用户渗透率接近 70%，无线上网卡用户增速有所回升。1-5 月，移动互联网用户净增 4902.6 万户，达 8.13 亿户，对移动电话用户的渗透达到 69.9%。手机上网用户仍然保持高速发展态势，净增 3382.9 万户，总数达到 7.83 亿户，占移动互联网用户比重达到 96.3%。无线上网卡用户比上年末减少 22.6 万户，同比变化幅度由 4 月下降 2.5% 转为 5 月上升 3.0%，回升 5.5 个百分点。

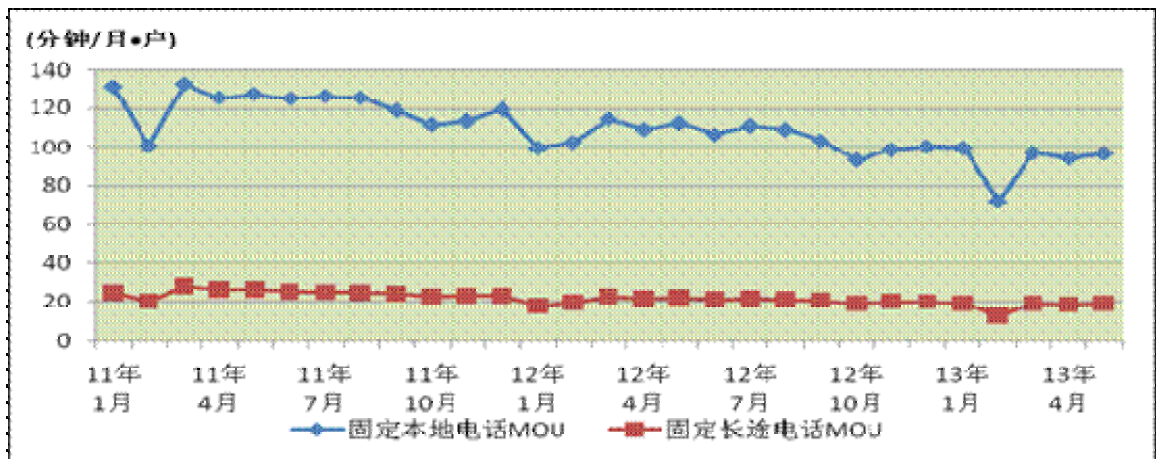
图 5. 2011-2013 年手机上网用户和无线上网卡用户比较



三、电信业务使用情况

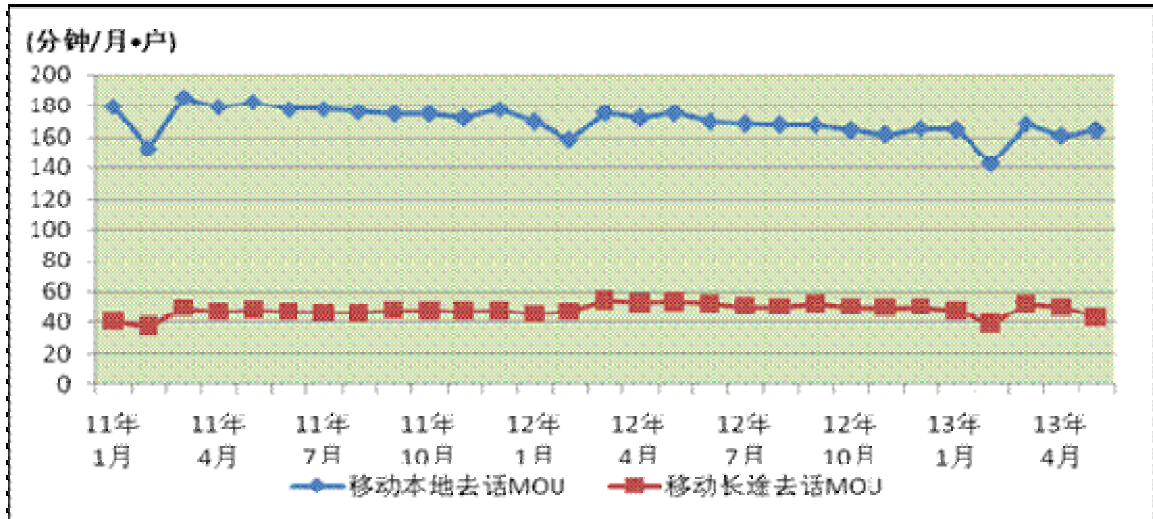
固定电话通话量持续下降，本地电话 MOU 连续五个月低于 100 分钟/月·户。传统固定电话用户减少趋势加剧，固定话音不断面对移动话音、互联网 OTT 业务的多重替代和冲击，固定电话通话量呈继续下降趋势。1-5 月，固定本地电话通话时长为 1272.8 亿分钟，同比下降 16.9%。固定本地电话 MOU 达到 96.8 分钟/月·户，同比下降 14.0%。固定长途电话通话时长为 243.9 亿分钟，同比下降 17.7%，比去年同期降幅收窄 2.1 个百分点。固定长途电话 MOU 同比下降 14.8%，仅 19.0 分钟/月·户。

图 6. 2011-2013 年固定本地和长途电话 MOU 值各月比较



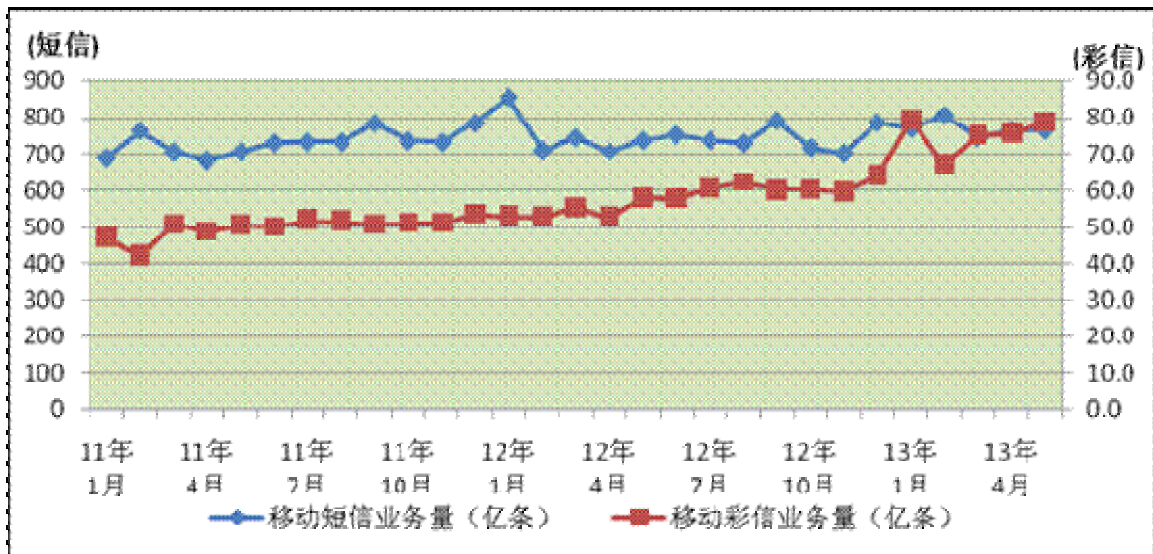
互联网应用对移动话音的替代效应呈现，移动本地及长途 MOU 均下降。“一卡多卡”用户的持续增长拉低 MOU 值，互联网应用对话音的替代效应更加显著。1-5 月，全国移动电话去话通话时长 11858.7 亿分钟，同比增长 5.9%，远低于去年同期的 14.8%，仅为移动电话用户增速的一半。其中，移动本地去话通话时长和移动长途通话时长分别为 9141.0、2717.7 亿分钟，同比增长 5.8%和 6.0%。移动语音业务量并未随着用户的快速发展而同步增长，移动本地去话 MOU 达到 164.6 分钟/月·户，移动长途去话 MOU 达到 43.5 分钟/月·户，分别减少 10.9、10.0 分钟/月·户。

图 7. 2011-2013 年移动本地和长途去话 MOU 值各月比较



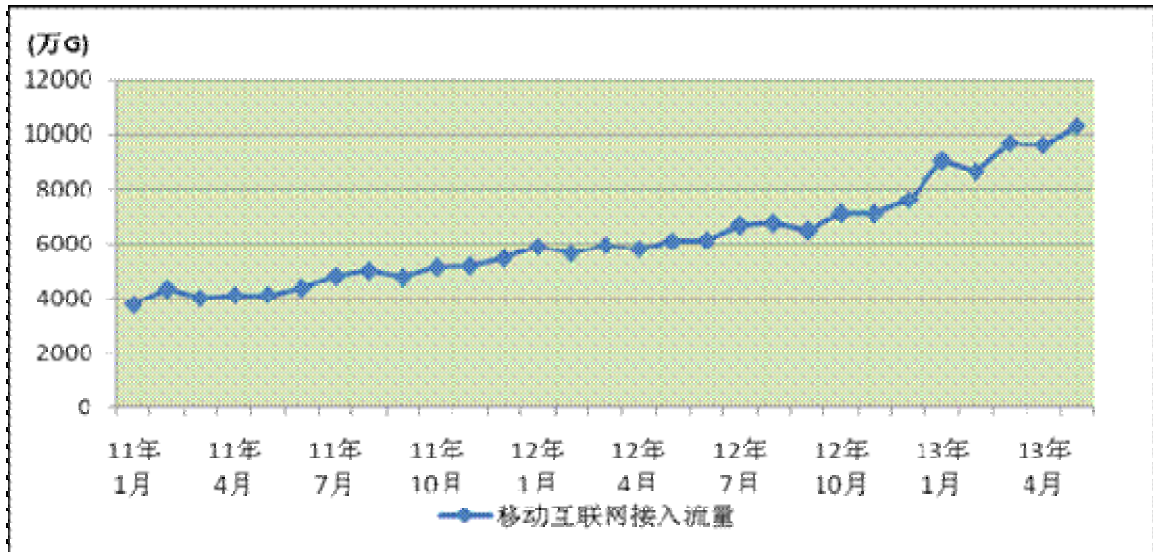
移动短信业务量增速有所回升，彩信业务量波动增长。在增值企业和企业短信平台短信量的拉动下，1-5月，全国移动短信业务量 3854.2 亿条，同比增长 2.6%，连续两月回升，其中，点对点短信量 1599.1 亿条，同比下降 11.2%。与短信业务相比，彩信业务量呈月度波动上升状态，1-5月移动彩信业务量 375.9 亿条，同比增长 38.2%；其中，点对点彩信量 22.7 亿条，同比增长 17.7%。

图 8. 2011-2013 年移动短信业务量和彩信业务量各月比较



手机上网流量保持高速增长，3G 用户消费的流量比重达到 50%。1-5月，全国固定互联网宽带接入时长 124081.0 亿分钟，同比增长 20.4%。移动互联网接入流量 47221.6 万 G，同比增长 60.9%，继续保持 50% 以上的增长速度，手机上网爆发式发展是主要拉动因素，在移动互联网接入流量的比重升至 64.6%。随着 3G 电话用户渗透率不断提升，越来越多用户使用 3G 网络接入移动互联网，用户占比只有 26.1% 的 3G 用户消费的流量比达到 50%。

图 9. 2011-2013 年移动互联网接入流量各月比较

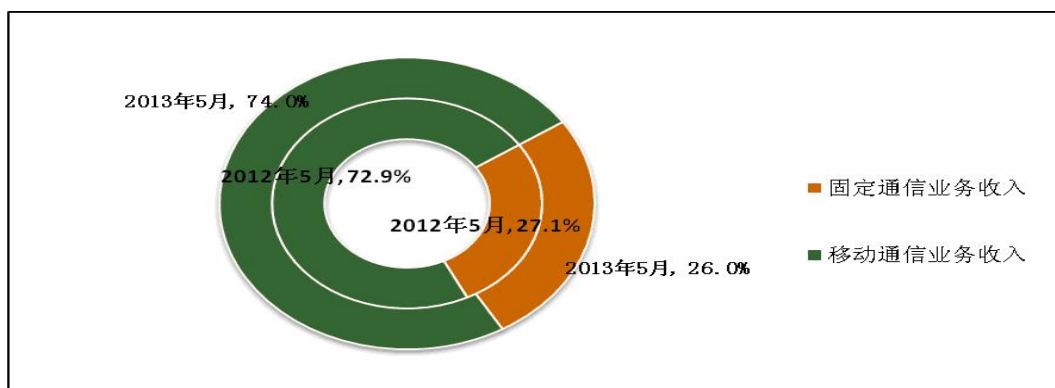


四、电信经济效益

1-5月，全国电信主营业务收入完成 4658.8 亿元，同比增长 8.7%。其中，移动通信业务收入 3449.3 亿元，同比增长 10.4%；固定通信业务收入 1209.5 亿元，同比增长 4.2%。互联网宽带接入业务收入 517.4 亿元，同比增长 7.6%。

电信业务收入中，非话音业务收入 2474.2 亿元，同比增长 16.5%，占电信主营业务收入比重从去年同期的 49.6% 上升至 53.1%；话音业务收入 2184.6 亿元，同比增长 1.1%。其中，移动话音业务收入 1944.9 亿元，同比增长 2.7%；固定话音业务收入 239.7 亿元，同比下降 10.4%。

图 10. 2013 年 5 月电信主营业务收入构成



固定通信业务收入中，非话业务收入占比达到 77.0%，其中固定数据及互联网业务收入、固定增值业务收入分别增长 7.9% 和 8.6%，而本地电话和长途电话业务收入分别下降 9.3% 和 13.1%。

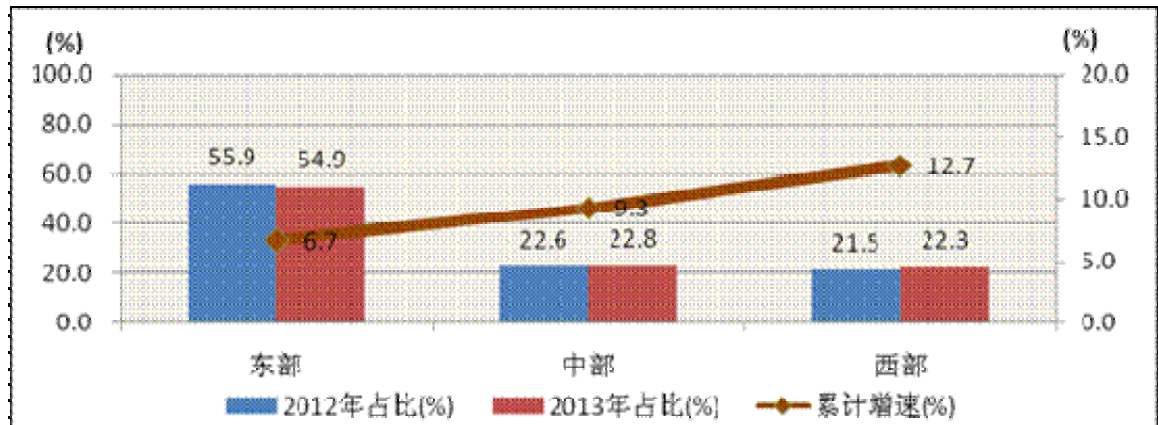
移动通信业务收入中，非话业务收入占比达到 43.6%，其中移动数据和互联网接入业务收入达到 697.6 亿元，同比增长 56.8%，占总收入比重提升至 15%。移动增值业务收入 783.4 亿元，同比增长 5.7%。而移动本地电话、长途电话和漫游业务

收入分别增长 3.3%、0.9%和 2.6%。

五、地区发展情况

1-5 月，东、中、西部地区电信主营业务收入比上年同期分别增长 6.7%、9.3%、12.7%，东部地区占全国电信主营业务收入的比重不足 60%，中西部地区占比稳定提升。中西部地区主营业务收入和业务总量的差距较东部更明显。

图 11. 2013 年 5 月东、中、西部电信主营业务收入同期比较



1-5 月，全国 21 省的电信业务总量增速低于电信业务收入增速，其中三分之二省份集中在中西部地区，二者增速的差距分别为 1.1 和 2.1 个百分点，移动数据业务的差距最为明显。

[1] 按照 2010 年不变单价计算。

[2] (固定) 互联网宽带接入用户自 4 月起统计调整，比上年末、本月净增按同比口径计算，下同。

来源：工信部网站 2013 年 06 月 24 日

2013 年 5 月通信业主要指标完成情况（一）

指标名称	单位	本年本月止 累计到达	比上年同期 累计(±%)	本月
电信营业收入	亿元	5341.0	11.9	1109.0
其中：电信主营业务收入	亿元	4658.8	8.7	966.4
电信固定资产投资完成额	亿元	826.4	-5.3	173.9
固定本地电话通话时长合计	万分钟	12727688.9	-16.9	2659002.1
区间电话通话时长	万分钟	1326907.9	-21.9	273856.1
区内电话及拨号上网通话时长	万分钟	11400781.0	-16.2	2385145.9
固定长途电话通话时长合计	万分钟	2438539.2	-17.7	521225.8

国内长途电话通话时长	万分钟	2378902.5	-17.8	508465.8
国际电话通话时长	万分钟	36556.2	-13.4	7927.9
港澳台电话通话时长	万分钟	23080.4	-15.7	4832.0
移动电话通话时长合计(含本地)	万分钟	118586898.5	5.9	24949809.4
移动电话国内长途通话时长	万分钟	27085928.5	6.1	5830971.5
移动电话国际电话通话时长	万分钟	50984.9	4.5	11126.0
移动电话港澳台电话通话时长	万分钟	40256.2	-4.5	8367.1
移动短信业务量	万条	38542003.6	2.6	7658660.8
移动互联网接入流量	万 G	47221.6	60.9	10303.3
注：1、收入增长率按可比口径计算。				
2、固定长途电话通话时长和移动电话通话时长均包含相应的 IP 电话通话时长。				
3、通话时长各项指标均为去话通话时长。				

来源：工信部网站 2013 年 06 月 25 日

2013 年 5 月通信业主要指标完成情况（二）

指标名称	单位	本月末到达	比上年末净增	本月净增
固定电话用户合计	万户	27407.1	-408.2	-112.3
公用电话用户	万部	2302.4	-44.7	-3.3
城市电话用户	万户	18767.5	-126.0	-43.7
住宅电话用户	万户	10816.5	-196.7	-38.5
农村电话用户	万户	8639.6	-282.3	-68.5
住宅电话用户	万户	7028.6	-280.2	-65.5
移动电话用户合计	万户	116523.7	5308.2	1011.2
其中：3G 用户	万户	30437.3	7156.9	1563.0
互联网拨号用户	万户	563.0	-6.8	-0.4
互联网宽带接入用户	万户	17933.0	947.7	145.2
其中：xDSL 用户	万户	11339.4	-551.7	-79.7
移动互联网用户	万户	81339.0	4902.6	574.0
固定电话普及率	部/百人	20.5		
移动电话普及率	部/百人	84.9		
注：互联网宽带接入用户、xDSL 用户等指标自本月起统计调整，比上年末净增、				

本月净增按同比口径计算。

来源：工信部网站 2013 年 06 月 24 日

2013 年 5 月电话用户分省情况

2013 年 5 月电话用户分省情况				
单位：万户				
	固定电话			移动电话
	合计	城市电话	农村电话	
全国	27407.1	18767.5	8639.6	116523.7
东部	14871.9	10077.3	4794.6	58525.9
北京	882.0	706.2	175.8	3196.9
天津	356.5	352.0	4.5	1373.1
河北	1185.2	847.6	337.6	5672.4
辽宁	1264.8	843.2	421.6	4307.1
上海	886.0	875.1	10.9	3023.6
江苏	2359.3	1305.1	1054.2	7710.2
浙江	1841.2	1079.6	761.6	6776.0
福建	1002.4	621.7	380.7	4216.7
山东	1804.4	1044.6	759.9	7695.8
广东	3115.4	2278.8	836.7	13738.1
海南	174.4	123.3	51.1	816.0
中部	6852.6	4592.6	2259.9	29935.0
山西	633.1	457.3	175.7	2925.2
吉林	582.1	437.6	144.5	2357.9
黑龙江	766.6	587.3	179.3	2811.5
安徽	1046.7	629.0	417.7	3866.7
江西	634.9	404.2	230.7	2699.1
河南	1250.7	772.7	477.9	6395.7
湖北	999.6	666.6	333.0	4416.2
湖南	939.0	637.8	301.1	4462.8
西部	5682.6	4097.5	1585.1	28058.2
内蒙古	375.3	316.1	59.1	2628.4
广西	579.3	368.9	210.4	3085.1
重庆	580.0	419.6	160.4	2243.3
四川	1348.5	934.9	413.6	5868.5
贵州	371.7	266.2	105.5	2457.6

云南	511.5	359.0	152.4	3091.4
西藏	41.1	39.9	1.2	226.0
陕西	773.3	549.0	224.3	3312.9
甘肃	367.9	272.1	95.7	1882.6
青海	102.5	86.5	16.0	535.1
宁夏	105.8	85.4	20.4	614.1
新疆	525.8	399.8	126.0	2113.2

来源：工信部网站 2013 年 06 月 24 日

2013 年 1-5 月规模以上电子信息制造业主要经济指标完成情况

2013 年 1-5 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	352542757	13.1	185590498	6.6
其中：通信设备制造业	59201099	28.1	29954421	24.9
雷达制造业	1206991	18.9	250078	16.1
广播电视设备制造业	3828296	17	1415142	15.2
电子计算机制造业	87441486	6.3	65650506	3.8
家用视听设备制造业	24898300	14.5	10810179	-3.4
电子器件制造业	53649264	16.2	33553195	10.2
电子元件制造业	60372950	9.7	28613795	3.5
电子测量仪器制造业	7252800	20.1	1297561	16.7
电子专用设备制造业	14616817	24.2	4590647	10.3
电子信息机电制造业	32011627	10.5	8198060	-13.6
其它电子信息行业	8063126	-12.9	1256914	-13.4
其中：外商港澳台投资企业	244810574	9.9	165201126	5
其中：国有控股企业	27260153	20.8	7377847	36.7
注：数据来源于国家统计局				
2013 年 1-5 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	352542757	13.1	185590498	6.6
北京市	9169898	13.8	4531064	15

天津市	12890797	25.9	5952572	6.8
河北省	2168131	9.8	408163	-13
山西省	2012286	146.2	1484096	373.9
内蒙古自治区	421904	-7.7	8937	-80
辽宁省	5384327	11.9	1876270	-6.6
吉林省	547747	25.2	25279	23.3
黑龙江省	158216	0	7281	-30.4
上海市	22824127	-1.6	17132603	0.6
江苏省	88289989	6.7	47826662	-3.9
浙江省	13222613	5.9	5417814	0.3
安徽省	5452649	31	885667	31.1
福建省	13250281	13.7	7580879	10.5
江西省	7141592	16.1	1270301	0.9
山东省	23488301	9.8	5053721	-18

注：数据来源于国家统计局

2013年1-5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	9530566	56	6577126	77.9
湖北省	5800758	15.6	1634145	11.8
湖南省	5223858	51.3	866508	28.7
广东省	98858536	12.6	62372331	6.6
广西壮族自治区	2644810	40.9	829333	17.8
海南省	321654	30.8	114593	1.5
重庆市	8001884	38.3	6205045	56.1
四川省	13296113	26.5	7307255	39.3
贵州省	360909	49	2877	-76.6
云南省	113301	52.9	791	-75.4
陕西省	1650150	-1	141615	-23.3
甘肃省	177914	61.6	76219	431
青海省	104605	63.8		
宁夏回族自治区	33419	-41.7		
新疆维吾尔自治区	1422	-37.5	1354	-37.8

注：数据来源于国家统计局

来源：工信部网站 2013年06月24日

【市场反馈】

市场规模将达万亿 2013 成国内云计算落地关键年

随着技术的突破发展，云计算越来越走进人们的日常生活，逐渐延伸至各个实际应用领域。在前不久刚刚闭幕的中国第五届云计算大会上，与会企业、专家纷纷指出，2013 年成为云计算落地的关键一年，预计到 2015 年国内云计算市场规模最高将达到 1 万亿元。

从会议现场了解到，中国云计算大会是由中国电子学会主办、中国云计算与技术产业联盟、中国电子学会云计算专家委员会承办，CSDN（中国软件开发联盟）与《程序员》杂志协办的年度峰会。本届大会以“大数据大带宽推动云计算应用与创新”为主题，是 2013 年国内云计算领域规模最大、参会人数最多的会议。

“云计算”这一概念于 2006 年提出，其内容主要包括基础架构即服务、数据存储即服务、平台即服务、软件即服务、“云安全”和虚拟化应用等内容。

“国内云计算产业链正趋向成熟。”云计算技术与产业联盟理事长吴基传在会上如是说。近年来，在政府公共云项目的推动下，加上包括电信运营商、互联网企业、软件服务提供商、应用开发商等在内的国内外电子信息通信厂商（ICT）纷纷布局实施云战略，国内云计算运营思路日益清晰，服务特色化、差异化也逐渐形成，云计算产业链趋向成熟，这些都为云计算全面落地打下了重要基础。据第三方研究机构预测，到 2015 年，国内云计算产业链规模将达到 7500 亿-1 万亿元，发展前景十分广阔。

不过，相比于欧美市场，国内云计算发展还有一定差距。业内专家指出，目前，核心技术不足、商业模式创新不足等因素制约着国内云计算的发展。此外，在大数据时代下，如何有效保护信息安全也是摆在云计算市场上的一道亟待解决的难题。

来源：《北京商报》2013 年 06 月 19 日

二维码：从培养用户习惯做起

扫一扫二维码，也能缴付电费了。

上海电力公司近日在浦东地区试点推出了二维码账单，申请了电子账单的居民只需一台可以上网的手机，便能凭手机收到的短信在网上直接支付或持短信上的二维码信息在营业网点缴付电费。神奇的二维码正催生出一个服务社会大众的 IT 产业；万花筒般的二维码在为智能手机持有者提供各种信息的同时，也为开发者赚得满桶银两。

二维码是用特定的几何图形按一定规律在平面（二维方向）上分布的黑白相间图形，是所有信息数据的一道“入口”。因为在水平和垂直两个方向都可以存储信息，能存储汉字、数字和图片等信息，因应用领域非常广阔。说白了，二维码就是一个信息“链接”，将一组信息浓缩进一个能快速用手机读取的小小的黑白方块符

号中。在智能手机上安装二维码识别软件，就可拿手机对着二维码拍照，即刻获取有关信息。外出办事，在大街上遇见一广告写着令人心动的广告词，旁边印有二维码，你行色匆匆，来不及细看，信用手机将二维码拍下来，闲暇时可以通过“链接”在网上详细浏览。

2012年，在拥有3亿用户的微信推动下，通过二维码实现服务功能的产品迅速进入国人的眼球。这一年，新浪微博宣布正式上线二维码，提供三项服务：打开个人资料页快捷互粉、打开指定网页、直接打开已输入特定内容的微博发布框。此外，搜狗输入法、阿里巴巴旗下的聚划算和支付宝、大众点评网等众多互联网企业都已前后开通了二维码。与此同时，专做二维码软件业务的灵动快拍、我查查和提供硬件并为客户认证的上海翼码、银河传媒等都在加速布局。

互联网巨头入局，让二维码业界很亢奋。乐观者表示，二维码成熟产业的价值可与搜索引擎比肩，三年内二维码将会撬动千亿级市场。二维码产品衍生价值可归结为三类：一是线上资源通道，无论是App（第三方应用程序）下载还是url（网页地址），都可以扫描后快速访问；二是品牌信息推广，此为二维码目前主要的表象形式，一种新的营销和展示方式；三是通过O2O电商消费，包括支付、获得优惠、比价、商品质量保证溯源查询等。

不过，当下在中国，二维码离普通大众尚有一段距离，还远没有形成产业规模，其发展瓶颈显而易见。

为探求究竟有多少用户会去扫描二维码这个黑白相间的四方格，咨询公司思睿高（Siegel+Gale）针对某次车展做了一份调查，结果显示，参观者选择当场记录展会提供的信息的占57%，选择回去在网上搜索的占45%，而选择扫描二维码的只占13%。显然，大众扫码习惯还未养成。更令人尴尬的是，某二维码企业曾与上海某免费地铁报纸合作一个月扫描购物，结果加起来只有不到2000人扫码。

二维码本身没有什么价值，只是一种工具性产品，况且二维码技术又是开源的，没有技术壁垒，其商业模式很多又很芜杂，没有固定的盈利模式。而每一款产品、每一种技术乃至每一种服务都需要良好的商业模式支撑，才能接地气。由于二维码的特性只是一种信息展现，如果“扫”后没有良好的商业模式跟进，那就难以保证二维码不会再次夭折。几年前二维码就曾火过一回，只有短暂的亢奋就销声匿迹。

二维码容易复制而没法防伪，这个软肋十分明显。简单的二维码属于开源代码，加密与解密转换完全是开放的，这对一些需要信息加密的产业和企业造成了困惑。二维码制作成本低、免费开源，生成免费、简单的二维码的工具较多，黑白方块中潜藏着不小的安全隐患。有的二维码的生成及扫描工具本身就是病毒，也有的二维码扫描的链接是恶意的。而很多手机用户还没有形成良好的安全意识，如果在猎奇

心理的驱动下，见码就扫，最容易中招。而要是消费者形成了戒备心理，那二维码就没有活路。

但这都阻挡不住我们对二维码产业的期待：一方面，手机屏幕方寸之地有限，输入和展示空间有限，给二维码的市场扩张提供了商业机会；另一方面，二维码可衍生出多种应用，完成线上线下的整体性贯通，为电商提供渠道支持，有一定的生命力。

眼下商家要做的事就是耐心培育市场，积累客户，汇聚人脉。在国人还没有大规模接受这种迷宫式的技术之前，就迫不及待地奢望借二维码打通 O2O 的任督二脉，是不现实的。厂商不妨先在细分领域深耕细作，培养起用户的扫描习惯后，再将其引入其他领域，接受更多的二维码功能。而且一开始别急着收费，别一登场就急着叫卖，把客户吓走。前期的投入可能会有一定资金风险，但谁能在市场冷遇中坚守，谁就能有所斩获。

融入了移动互联网、物联网、电子商务和云计算等四重概念的二维码，其合适的商业模式还有待于在积累用户的过程中慢慢探索，这注定是个漫长的过程，更需要耐心和持久力。因此，徐徐渐进，款款而行，二维码才有未来。

来源：《上海证券报》2013 年 06 月 20 日

海外借鉴

美国对中兴、松下、东芝等发起“337 调查”

美国国际贸易委员会 20 日宣布，对中兴、松下、东芝、瑞轩和 Vizio 等 5 家公司的消费电子产品发起“337 调查”，以确定这些产品是否侵犯美国公司专利权。

美国国际贸易委员会当天发表声明说，涉案产品主要是笔记本电脑、上网本、平板电脑、台式电脑、高清摄像机、蓝光与 DVD 播放机等具有显示器和处理功能的消费电子产品。

声明说，美国新泽西州图形资产控股公司 2013 年 5 月 17 日向美国国际贸易委员会提出申诉，指控在美国市场销售的上述涉案产品侵犯了该公司专利，要求启动“337 调查”并发布排除令和禁止进口令。

美国“337 调查”最早得名于《1930 年美国关税法》第 337 条款，后经历数次重大修订。根据该条款，美国国际贸易委员会有权调查有关专利和注册商标侵权的申诉，此外也开展涉及盗用商业机密、商品包装侵权、仿制和虚假广告等内容的调查。

根据有关程序，美国国际贸易委员会在启动“337 调查”后，必须在 45 日内确定终裁的目标时间并尽快完成调查。通常案件需要在一年内作出裁决。如果涉案企业被裁定违反了第 337 条款，美国国际贸易委员会将发布相关产品的排除令和禁止

令。这意味着涉案产品将彻底丧失在美国市场销售的资格。

中国商务部多次表示，希望美国政府恪守反对贸易保护主义承诺，共同维护自由、开放、公正的国际贸易环境，以更加理性的方法妥善处理贸易摩擦。

来源：新华网 2013 年 06 月 21 日

南非电信集团公司分离批发和零售业务

南非电信集团公司 (Telkom) 决定分离批发和零售业务。过去七年，Telkom 向一些子公司投资 200 亿兰特，但未改变这些公司的亏损状况。上月，该公司股价跌至 12 兰特。因此，Telkom 决定采用不同方式管理批发与零售业务，以便削减成本，重获市场青睐。业内人士认为，此举将使电信市场竞争力增强，产品价格下降，是整个电信产业的一个重要拐点。

来源：驻南非经商参处 2013 年 06 月 21 日

软银收购美国第三大移动运营商基本确定

围绕美国第三大移动运营商 SprintNextel，与日本软银展开收购争夺的美国卫星电视公司 DishNetwork 于 6 月 18 日宣布，将不提出对抗软银的新收购方案。这被认为该公司已在事实上放弃对 SprintNextel 的收购，而软银对 SprintNextel 的收购已经基本确定。

软银于 6 月 11 日与 SprintNextel 就将收购额提高 15 亿美元，就增加至 216 亿美元达成协议。SprintNextel 要求 DishNetwork 在 18 日之前提出最终方案。

针对 SprintNextel 中途停止与 DishNetwork 的谈判以及决定实施软银要求的反收购措施，DishNetwork 在声明中表示，“在 18 日之前提出修改方案已经不可能”。

今后，DishNetwork 将专注于对高速无线通信公司 Clearwire 进行 TOB (公开要约收购)，后者的过半股权被 SprintNextel 控制。如果 DishNetwork 成为大股东，对希望利用 Clearwire 拥有的丰富频率的软银和 SprintNextel 可能构成阻碍。

DishNetwork 在提到 SprintNextel 时留下了余地，称“将讨论各种选项”，在预定 25 日举行的 SprintNextel 股东大会之前，DishNetwork 有可能采取某种行动。

在 19 日的东京股市，软银股价涨幅一度达到近 6%。软银公关部门表示，“今后将获得美国联邦通信委员会 (FCC) 和 SprintNextel 股东大会的批准，有望按原计划于 7 月上旬完成收购”。

来源：商务部网站 2013 年 06 月 21 日

越南年内出口电话或达 200 亿美元

据越南《经济时报》6 月 18 日报道：越工贸部预测，年内越电话出口或达 200 亿美元。越电话出口主要依赖 FDI 企业生产，占 98.2%。产品已销往世界许多国家和地区，包括许多发达国家或一些越南通常从其进口的国家。

来源：商务部网站 2013 年 06 月 21 日

太阳能充电站落地纽约街头可给 iPhone 充电

据报道,从6月18日开始,美国移动巨头 AT&T 在街头安装类似路灯的移动设备太阳能充电站,作为试验项目,充电站可以同时给5个设备充电,提供的接口可以支持 iPhone、安卓、黑莓和其他 USB 接口设备的充电。试验成功,AT&T 将会在全美推广。

点评:太阳能涉足手机充电,该美企的做法挺新鲜且颇具创意,在智能手机大爆炸的今天,用户或可在逛街或路过街角时就能给手机充电,由此不必再担忧手机的电力问题。该充电设备尤其应该在近年智能手机用户成数倍增长的中国落地。既解决了人们的手机用电问题,还可以让太阳能充电站成为宣传环保的新能源模特。

来源:《西安晚报》2013年06月22日

英国监管机构:谷歌必须删除街景项目违规数据

据美国科技博客报道,英国信息专员办公室(简称“ICO”)今天警告称,谷歌必须删除“街景”车违规搜集的数据,否则可能会对该公司提出刑事指控。

英国当局是在2012年重启对谷歌“街景”项目的调查,这个案件与谷歌在2010年通过他的街景车搜寻到没有加密的WIFI热点数据有关。英国信息专员办公室ICO就表示,谷歌必须在35天之内删除我们在2012年认定的有效载荷数据,如果发现还有其他相关数据,必须立即通知我们。ICO说如果谷歌拒绝删除这些非法搜集的数据,那么可能会面临刑事诉讼。办公室还指出,他会密切关注谷歌未来的业务运营,如果谷歌再次有违反英国法律会毫不迟疑的采取行动。

其实在此之前,谷歌已经由于街景项目涉嫌违规搜寻数据遭到了很多国家的处罚,比如2012年美国联邦通讯委员会就说,由于谷歌阻挠了他对于街景项目的调查,所以这个公司会处以2.5万美元的罚款,因为早些时候也由于街景车涉嫌通过无线网络搜集用户隐私的数据,被德国的监管机构开除了14.5万欧元的罚单。

来源:中国广播网2013年06月22日

沃达丰欲 77 亿欧元收购德国 Kabel

据外媒报道,全球第二大移动网络运营商英国沃达丰公司23日宣布,将作价77亿欧元(约合101亿美元)现金收购德国最大有线电视运营商德国Kabel公司。业界分析,这一收购显示了沃达丰实现欧洲业务增长的雄心。

这是沃达丰2007年以来最大的并购案,也是沃达丰在12个月内第二次对欧洲固网公司发动大型收购。沃达丰提议,将以每股87欧元的全现金交易收购德国Kabel,这87欧元包括了84.5欧元的收购价以及此前公司宣布的派息额2.5欧元。目前,Kabel负债30亿欧元,如果收购达成,这些债务也将由沃达丰承担。目前,收购案双方并未对此事置评。

沃达丰这一收购希望打造结合电视、固网及宽带服务的套装,向沃达丰的行动

通讯客户提供更具竞争力的产品，抓住电视及固网服务商机。不仅如此，沃达丰还能省去支付给德国电信的网络使用费用。据悉，此前沃达丰已经提供了速度较慢的固定线路网络服务。

交易达成后，沃达丰将获得 Kabel 在德国 13 个省的 850 余万用户。2012 财年，Kabel 的总营收达 17 亿欧元，该公司将于本周四公布最新财年的财报。收购后，这家公司与德国电信于上月达成的协议，也将允许沃达丰使用德国现有网络，为客户提供宽带和电视服务。

由于美国媒体大亨约翰·马龙的有线电视运营商自由全球加入竞购行列，沃达丰上周被迫提高出价，否则就将落后于自由全球旗下的 UnityMedia 及德国电讯。一位要求不具名的交易商指出，根据沃达丰的出价，Kabel 的企业价值等于 2013 年核心获利的 12 倍，比同业水准高出 35%。

Kabel 董事会预计将建议股东接受这项收购。一些分析师认为，国际有线电视运营商自由全球仍有可能再提出一个具有竞争性的出价，不过，德国方面并不会批准自由全球的此项交易。

迫于监管机构对移动业务营收施加的压力，以及欧洲南部的经济危机，沃达丰一直努力在一些市场扩张自己的服务范围。2013 年 3 月，沃达丰与法国电信 Orange 宣布，投资 10 亿欧元在西班牙打造光纤电缆的宽带网络。这也是这家英国公司在南欧的第一大投资。虽然西班牙遭遇金融问题，但是该国宽带市场仍在不断成长。

根据德国收购法，如果沃达丰正式出价，Kabel 股东有 4 到 10 周时间处置自己的股票，而公司管理层有近两周的时间提出建议。

来源：《经济参考报》2013 年 06 月 25 日

“棱镜门”威胁信息安全：FCC 强化用户信息监管更像政治秀

美国“棱镜”秘密情报监控项目曝光后，引发了来自全世界的舆论关注和公众对信息安全性的担忧。美国联邦通信委员会 (FCC) 近日表示，正在加紧针对移动运营商如何使用消费者通信数据相关政策的解释工作。FCC 主席 Mignon Clyburn 说，“这项重要的政策有利于保护打电话的时间、通话时长、通话地点等消费者个人信息。移动用户应该对个人信息的真实性有信心。”

FCC 规范用户信息使用或为安抚公众情绪

按照上述 FCC 对用户信息保护的政策，电信运营商可以收集用户的个人信息，包括电话号码、通话时长、通话地点等通话数据，以帮助他们了解哪些地区的网络覆盖不足，为那些业务繁忙的地区增加设备。但电信运营商只有在获得用户允许的情况下，才能向第三方提供这些信息。

FCC 对消费者通信数据保护的表态，在近日被曝光的美国大范围收集并监控互联网络和电话用户信息的“棱镜门”背景下，更容易被解读为安抚用户质疑和担忧

个人隐私安全之举。6月5日，英国《卫报》率先曝光：NSA有一项代号为“棱镜”的秘密项目，美国外国情报监视法院2013年4月25日秘密签发授权令，要求即日起至7月19日，美国电信巨头Verizon须每日向NSA上交数百万用户的通话记录，其中包括国际长途通话记录。6月6日，美国《华盛顿邮报》披露，过去6年间，NSA和联邦调查局通过接入苹果、微软等九大互联网公司的中心服务器，监控境外非美国人的电子邮件、聊天记录、视频及照片等秘密资料。“棱镜门”爆料人、美国中央情报局前雇员斯诺登说，美国国安局在全球范围内实施的网络攻击行动超过6.1万项，针对中国内地及香港的此类行动数以百计，主要攻击网络中枢，这样可以接触数以十万计电脑的通信数据，而不用入侵每一台电脑。

暂且不论美国是否有权监控其他国家和公民的网络信息，单从美国法律就可以推断，“棱镜”这项政府秘密监控行为，即使在美国国内也是违法的，它不仅未经公众许可，也严重破坏了美国《信息自由法》所规定的公众“知情权”。

互联网公司扮演“棱镜门”重要角色

有关斯诺登是英雄还是叛徒的争论还在持续，斯诺登何去何从也悬而未决。撇开这些纷扰来看牵涉其中的公司和行业，不难看到互联网公司在“棱镜门”中扮演了极为重要的角色。

根据斯诺登公开的机密文档，美国“棱镜”秘密情报监控项目可直接从微软、谷歌、雅虎、脸谱、PaITalk、AOL、Skype、YouTube以及苹果9家互联网公司服务器收集全球网民的邮件、即时通话及存取的数据。上述9家互联网公司与NSA的“特殊来源行动组”合作，从事秘密的“棱镜”项目。NSA通过这一项目收集外国监控目标的隐私数据，而各家公司有着不同的安排，项目整体受到一个秘密法官小组的监督。

6月14日，Facebook、微软两公司首次承认，美国政府确曾向它们索要用户数据，并公布了部分资料数据内容，以期尽早摆脱“棱镜门”泥淖。

斯诺登透露的信息还曝光了NSA另一个秘密的“巧言(Blarney)”计划。据《华盛顿邮报》报道，在这一计划中，NSA收集了通过骨干网收发电子邮件或浏览互联网的计算机和设备的元数据。这些元数据包含全球大量计算机操作系统、浏览器和Java的版本。美国情报机构可以利用这些数据去攻击计算机和手机，刺探用户信息，甚至获取及利用国外的情报。

OTT将成信息安全监管重点

美国“棱镜门”也为中国敲响了警钟。据斯诺登爆料，美国政府自2009年以来，一直入侵中国内地及香港特区的电脑，监控目标达数百个。这一说法有待核实，但随着互联网在中国的迅猛发展，中国成为网络攻击的主要受害国已是不争的事实。

相对于电信运营商而言，OTT 应用厂商在用户数据保护方面可能具有更大的安全风险。首先，我国三家电信运营商均为大型央企，在用户信息安全保护方面具有较强的社会责任感。其次，电信运营商在用户信息安全保护上具有较为丰富的经验和法治意识。从美国“棱镜门”暴露出的问题看，Verizon 是在美国外国情报监视法院的书面要求下，每日向 NSA 上交定量的用户数据。而谷歌、雅虎等 9 家互联网公司的中心服务器几乎毫不设防地向 NSA 敞开，任由后者收集各项数据。

事实上，出于用户信息安全性的考虑，一些国际运营商已经对 OTT 应用服务进行了限制。比如，德国移动运营商 T-Mobile 表示保留阻止用户使用 Skype 的权利，并把网络安全作为阻止 Skype 的重要理由。西班牙电信运营商 Telefonica 则仅允许用户在 WiFi 网络中使用 Skype，而不允许在 3G 网络上使用。

显然，我国电信监管部门也已意识到了 OTT 应用所带来的信息安全挑战。据工信部电信研究院通信信息所副总工程师张焱滨称，OTT 应用放大了安全和隐私保护的问题，增加了用户隐私信息泄露的风险。目前工信部正在探索对 OTT 的监管方式，安全和隐私保护将是监管的重点。

来源：《通信信息报》2013 年 06 月 24 日

IBM 总裁罗曼提开启裁员大潮

IBM 近年来通过缩减员工数量，压缩经营成本等多种方式进行变革。继 2012 年的“渐进式”提前退休计划后，近日业内再传 IBM 裁员以压缩成本的消息。据悉，作为削减 10 亿美元支出计划的一部分，IBM 将裁员 6000 至 8000 人，目前已在美国启动。而这一切幕后的主导者——罗曼提是不得不提到的人物。此前，这位 IBM 的董事长就表示，公司已经变得太懈怠，销售人员对客户反应太迟钝，导致糟糕业绩。裁员的背后是罗曼提突出转型的信号，毕竟蓝色巨人曾经的辉煌历历在目。

IBM 的铿锵玫瑰

拥有西北大学计算机科学和电子工程学学士学位的罗曼提现年 56 岁，于 1981 年加盟 IBM，最初的职位是系统工程师，后升为 IBM 全球服务美洲部门总经理，以及 IBM 全球保险和金融服务部门总经理。在接棒 CEO 前，罗曼提曾担任 IBM 高级副总裁兼集团销售、营销及策略高管，主管公司在全球 170 个市场上的营收、利润和客户满意度等事务，并负责 IBM 的全球业绩。

这些年里，罗曼提领导 IBM 的全球策略、营销和通信事务，并成功地促成了 IBM 并购普华永道咨询业务部门的交易，组建了一个拥有 10 万多名商业顾问和服务专家的全球团队。在任期间，IBM 在新兴市场的份额猛增，现在该部分市场收入已占公司总体的 23%。不仅如此，在《福布斯》发布的 2012 全球权势女性榜上榜女性中，罗曼提位列其中。

彭明盛在任期间，IBM 推出了包括 PC、打印机和硬盘驱动器在内的商品化业务，

大幅提高了在高价值业务和技术领域中的投资，从一家跨国公司转型为全球一体化企业。据统计，IBM的2010年全球收入超过了990亿美元，这其中不乏罗曼提的努力。也许，正是罗曼提的这些业绩让IBM董事会认定，她才是彭明盛的最佳继承人。

在前人如此骄人的战绩背景下，罗曼提依然被业界看好。多位业内人士表示，在3C行业男性高管居多并占据核心位置，但如罗曼提这样的女性高管数目也在不断增长，很多事实已经证明，女性高管的综合能力相较于男性其实并不落下风，3C行业“巾帼”和“须眉”各占半边天的情况也愈来愈多。

业绩深陷泥塘，IBM开启裁员风暴

IBM的裁员或许正应着罗曼提说的一句话：正因为科技的存在，以及其准确性的日益提高，所以变革才需要新的思维方式。截至2012年12月31日，IBM员工总数为434246人，这意味着本次裁员人数将接近IBM员工总数的2%。是什么原因让IBM陷入这场裁员的遭遇战呢？

截至2013年3月31日的第一财季，IBM的净利润为30.32亿美元，比2012年同期的30.66亿美元下滑1.1%；IBM第一季度营收为234亿美元，比2012年同期的247亿美元下滑5.1%，计入汇率变动的影响为同比下滑3%。另外，财经信息供应商FactSetResearch调查表示，这是自2005年以来IBM季度盈利首次不及分析师预期。对于追求利润的IBM来说，利润下滑是公司股东及高管不能容忍的，业内人士认为，这是罗曼动刀裁员的主要原因。

另外，业内人士认为，云计算等新技术的兴起，对IBM旧技术造成革命性的冲击，因此导致IBM业绩的大幅下滑。此外，销售团队执行不力，未完成既定目标；中国政府新领导班子换届，倡导勤俭节约致企业减少开支；美国政府削减预算；日元大幅贬值；客户业务模式转型，更青睐租赁软硬件模式等因素，都使得IBM无法完成既定目标。

IBM在公司内部管理方面存在许多需要调整的问题，其转型不再是创新的主流。由于过度的保守让IBM已经脱离具体的个人用户太远，主攻企业级市场，但是企业级市场虽然毛利润高，变革的节奏却非常缓慢。像IBM这样靠新概念来盈利的模式，势必存在很大的局限。

如此看来，IBM的变革是因为糟糕的业绩及受新旧技术造成的革命性冲击影响的情况下进行的。换句话说，IBM此番裁员也是形势所逼。

重组背后意在寻转型突破

近年来，受全球宏观经济环境不景气的影响，IBM裁员重组的目的是为了寻求突破。当前，IBM一面受大的市场环境影响，一面业绩低迷导致利润下滑，重组迫在眉睫。罗曼提重组意味着IBM在今后很长一段时间面临着再度转型的局面，这是自彭明盛时代全球最大的电脑公司的IBM成功地转型为一个服务和软件巨头公司后

的又一新突破。

首先，应降低成本。根据前不久发布的最新财报显示，2013年一季度 IBM 净利与营收出现了双下滑。基于此，IBM 或希望借此次全球裁员计划来精简公司架构，降低运营成本。科技行业内的变化经常性发生，转型是 IBM 公司商业模式的基本特征之一。因此，一定程度上的劳动力重新组合是 IBM 业务经常性的要求。

其次，IBM 除了节流，还应考虑开源，向新的业务领域比如云计算、大数据领域发展。根据罗曼提此前提出的 2015 年路线图计划，该公司目前正谋求减少对硬件业务的依赖，向大数据分析、云计算和智慧星球解决方案等领域转型。IBM 在云计算领域早有布局，但 IBM 将云计算理解为“大型计算+更多软件与 IT 服务”，导致大型机到终端的专线被互联网取代，而用户则从大型用户到普通网民。虽然 IBM 也总能赢得订单，获得不错的利润，却不能向更多的业务领域拓展。

在全球经济面临不确定性的环境下，IBM 一面受到大的市场环境影响。事实上，IBM 一直都在进行裁员，只是不像其他公司范围那么大。其次，大型互联网公司都在自己购买云服务器，这对传统 IT 公司冲击很大。IBM 也在尝试剥离传统硬件设备，向更高利润的市场转型。在全球经济复苏疲软的大背景下，整个 IT 产业的发展势头已经远不如前，IBM 裁员既是企业利润下滑背景下节省成本的要求，也是重组框架结构的需要。

说到底，罗曼提需要面对的是该公司要减少对硬件业务的依赖，向大数据分析、云计算和智慧星球解决方案等领域转型。这样，才能在重组背后看到希望。

来源：《通信信息报》2013 年 06 月 24 日

鲍尔默或公布微软重组计划

据外媒报道，微软 CEO 史蒂夫·鲍尔默可能将于 7 月 1 日面向微软高管公布他上任后的第一次重大重组计划。消息人士称，将会有一些重量级人物离职。

据悉，鲍尔默酝酿的重组或将建立四个独立的部门：企业业务、硬件、应用和服务，以及操作系统部门。

2012 年，鲍尔默曾对外宣布，微软将转型成“设备和服务”公司，与苹果目前的软硬合一路线相似。当时，这一重大转型的决定曾震惊业界，但此次重组是否会延续上述转型，仍属未知。

微软在 7 月 1 日将开始其新的财年，本周三举行的 Build 开发者大会上可能会有更多的重组信息流出。

来源：《新京报》2013 年 06 月 25 日