

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
无锡政企共推 TD-LTE 建设.....	3
【发展环境】	4
通信业的残酷进化论.....	4
4G 牌照发放开启 3000 亿投资	6
从”云“端看企业 IM 市场风云变幻.....	8
四大举措推动信息消费需着眼未来增量.....	10
运营竞争	12
【竞合场域】	12
携号转网打破运营商的“派别之分”	12
运营商和 OTT 服务商合作破冰未来充满想象.....	14
中移动称 TD-SCDMA 手机增长实现超越 TD-LTE 终端发展确定分两步走.....	17
中移动调整 4G 终端战略产业链成熟度左右商用进程.....	19
【市场布局】	21
联通西南生产基地主体竣工或 10 月开机调试.....	21
中移动提前启动 100G 二期集采预计板卡数超 3 千块.....	22
中国互联网百强企业营收超 2000 亿腾讯阿里百度居前三.....	22
中国移动联合酷派 Marvell 抢滩中高端市场.....	23
技术情报	24
【趋势观察】	24
云计算五大优势分析.....	24
微信曝安全漏洞网购成重灾区.....	25
渠道转型势在必行.....	26
云计算发展现状及趋势分析.....	29
【模式创新】	31
中国移动推“动感求职”客户端.....	31
终端制造	31
【科技前沿】	31
联想手机押宝运营商渠道低利润走量难撼巨头.....	31
三星苹果专利大战升级：或为新品铺路.....	33
云计算在移动综合网管中的应用.....	34

【企业情报】	37
iPhone 被挤出中国手机市场前五名	37
4G 牌照发放箭在弦上国产手机迎反攻机会	38
市场服务	40
【数据参考】	40
上半年全国信息消费达 2 万亿.....	40
联通电子商务平台月营业额首破 50 亿.....	41
【市场反馈】	41
微信沃卡首日预售突破 70 万人.....	41
北斗导航预计投资 600 亿 2020 年前实现 50 纳秒授时精度.....	43
海外借鉴	43
印尼电信携手阿尔卡特朗讯支持印尼国家宽带发展.....	43
印度发布统一电信牌照新规.....	44
《经济学人》：2015 年印度互联网产值达千亿美元	45
英国电信即将启用 2.6GHz 和 188MHz 进行 LTE-A 试验.....	45
英国公布“连接、内容与消费者”文件.....	46
英国高速宽带迅速普及通信资费持续下降.....	47
沃达丰英国 4G 网络月底开通.....	47
美国拟放松更多频谱支配权.....	48
路透社：黑莓或将开启私有化进程.....	48
阿联酋电信计划 2014 年第一季度商用 VoLTE 服务.....	49
韩国拟推动银行网络形成专网.....	49
新加坡电信同 Visa 合推移动支付.....	50
俄罗斯最快 2013 年底成立网络部队.....	50
华尔街日报：华为企业业务雄心与障碍.....	51
华为扩大在澳采购额 2013 年将增 10%	52
苹果三星垄断手机业利润两极分化加速市场洗牌.....	52
牙买加重启 700MHz 频谱拍卖进程.....	54

产业环境

【政策监管】

无锡政企共推 TD-LTE 建设

8 月 2 日，江苏无锡市召开 TD-LTE（4G）试点城市建设推进会，要求地方各级部门为 4G 网络建设与发展提供全面支撑，推动 4G 网络在无锡早建成、早运营、早见效，并争取让 4G 与物联网的融合应用推广走在全国前列。

自 2012 年年底无锡获批国家 TD-LTE 试点城市以来，无锡市委、市政府高度重视，迅速成立 TD-LTE 建设领导小组，专项推进 TD-LTE 网络建设运营。4G 城市建设

被列为无锡市 2013 年为民办实事项目。地方政府发挥自身协调优势，在市政规划、建设用地、项目审批、基站选址、环境评测、管道建设、电力引入、工程施工等方面为 4G 网络建设开方便之门。

在 TD-LTE 建设领导小组的统一部署下，无锡移动启动“4G 无锡未来已来”系列活动。在全市主要营业厅以及 11 路公交车、古运河游船、机场、重要商务场所等开通 4G 免费体验，让市民第一时间感受 4G 网络的快捷。同时还成功举办“4G 物联未来已来”物联网发展与应用研讨会，搭建 4G 产业链产、学、研、用沟通碰撞平台，积极拓展 4G 网络应用，发挥其在无线智慧城市建设和物联网产业发展中的优势作用。

截至 2013 年 7 月，无锡共建设开通 TD-LTE（4G）基站 630 个，成功覆盖市区主城区及太湖新城部分区域 200 多平方公里。根据无锡市下阶段 4G 推进任务要求，无锡移动将加大 4G 网络建设力度，深度拓展 4G 体验和应用。预计到年底，4G 网络将覆盖无锡主城区、重要乡镇以及江阴、宜兴主要城区，覆盖全市 50% 以上的公交车辆、重要风景区和全部的运河游船。2014 年 6 月实现 4G 网络与地铁 1 号线同步开通。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 06 日

【发展环境】

通信业的残酷进化论

8 月 1 日，日本科技公司 NEC 宣布正式退出智能手机领域，只保留功能手机和平板电脑的开发销售业务。在这个智能手机遍天下的时代，NEC 的退出既是该公司的一次挫败宣言，也体现了通信行业残酷的竞争规则，意味着世界通信设备制造领域的力量越来越向少数几家巨头集中。

眼见他起高楼

在科技领域，世事变幻之快常令人感到恍惚和困惑，NEC 的成败仿佛就在转瞬间发生。在 2005 年年初曾经赴日本探访 3G 商用服务进程。那是全球 3G 发展的一个关键节点，彼时欧洲运营商因为高额的牌照竞拍费用元气大伤无力建网，中国的 3G 牌照尚未发放，日本是当之无愧的全球 3G 先行者。在 2005 年年初，日本最大的运营商 DoCoMo 就已经拥有 900 万 3G 用户，占公司用户总数的 18%。

对于来自 2G 时代的各国记者而言，那次日本之行是令人激动的，日本的组织方为每位记者配备了一部 NEC 当时最新款的 N900iS 手机，作为采访联系和体验之用。在时速 200 多公里的新干线列车上，记者们互相发送图片、进行视频通话，并往国内同事的邮箱里发送照片，就像是一次奇妙的影音之旅。

而为各国媒体称道的日本模式，就是运营商、制造商和大量 ISP、ICP 之间缔造的顺畅、共赢的产业链。当时，凭着在世界上第一个 WCDMA 商用服务中积累的经

验和在 3G 终端上掌握的核心技术，NEC 一举成为全球最大的 3G 设备供应商，获得了 30 多家运营商的采购合同，不但 3G 终端销售量排名全球第一，也在网络设备的市场份额上拔得头筹，在当时全球 1400 万 WCDMA 用户中，超过 1000 万人在使用 NEC 的 3G 网络设备。记者还曾赴 NEC 位于日本玉县的工厂采访，在那时，雄心勃勃的 NEC 已经将 90% 的流水线转向了 3G 设备的生产。

两步落后误终身

而这些辉煌却好比昙花一现。虽然以 NEC 为代表的日本通信制造企业在 3G 商用之初展现了雄厚的实力，试图扳回 2G 时代由于制式原因在全球的败局，但谁也没有料到，他们在 3G 时代的好景亦没有维持多久。日本企业当时没有在意的两个问题，却成为后来损毁千里之堤的蚁穴。

一是他们仍然太过于依赖本国运营商，并习惯于用服务本国消费者的思路去拓展海外市场，但日本消费者使用手机的习惯以及日本运营商的运作方式，本身就与海外市场有较大的差异。例如日本年轻人喜欢发短信超过打电话，日本运营商与 ISP、ICP 的分成模式，都具有独特性，这也是为什么 DoCoMo 在日本大获成功的 i-mode 模式却很少有海外运营商完美复制。因此，包括 NEC 在内的日本制造企业，很难在美国、中国等重要市场取得好的成绩，在日本销量不错的手机也始终没能成为全球消费者追捧的畅销款。2006 年，NEC 宣布退出中国手机市场，成为继松下、东芝和三菱之后，最后一家撤离中国手机市场的日系手机厂商。

二是在手机操作系统争夺战中成为了旁观者。3G 服务在全球商用后，手机终端成为差异化竞争的核心之一，一场手机操作系统争夺战在各大巨头间展开。在很短的时间内，微软的 WindowsMobile、苹果的 iOS、谷歌的 Android、诺基亚联盟的 Symbian 纷纷加入战团。分出胜负并没有耗费多长时间。从今天来看，苹果和谷歌的操作系统已经牢牢把控了智能手机市场的主导地位，而智能手机厂商的市场份额排名，除了苹果外，几乎是三星、LG、华为、中兴等中韩企业的天下。而在这场争夺战中，日本厂商只有旁观的份儿。到 2012 年年底，苹果的 iPhone 销量在日本居于领先地位，占总销量的 25.5%；而根据 IDC 的数据，2013 年一季度，苹果已占日本市场的 40%。三星进入日本市场的时间虽然稍晚，但是势头强劲，2012 年的份额就超过了 NEC。在今天的东京街头，三星新款旗舰机型 GalaxyS4 的广告随处可见，在 DoCoMo 的商店中，这款手机也被摆在显要位置。

在上述两方面的失误，使得日本通信制造企业在 3G 时代“起了个大早，却赶了个晚集”。就连 NEC 的 CFO 长川岛勇也承认，NEC 进入智能手机市场的时间过晚，无法开发出能够吸引消费者的产品。此前曾有报道称，NEC 正与联想展开谈判，希望出售旗下智能手机部门，但双方最终没有达成一致。最悲哀的是，有分析师甚至认为：“由于 NEC 的份额很小，它退出智能手机市场，不知道日本消费者是否能感

觉到。”昔日巨头的离去，甚至不能在市场上激起一点涟漪。

通信领域的进化论

NEC 的离去，是市场竞争的结果，是通信业进化的结果，但也让这个行业的每个人都感到心有戚戚焉。今天，记者翻阅在八年前 NEC 最辉煌时期采访时写下的通讯和拍下的照片，不由得感叹通信业的进化论之残酷。“适者生存”在这里演绎得如此激烈。恐龙在地球上生活了 1 亿 6000 万年才灭绝，而一个通信巨头的兴衰可能就在短短十数年甚至几年间。不进则退，企业如此，人也如此，在这个行业中，不创新，不学习，就会很快被淘汰。

十几年来，全球通信领域发生的变化真可以用沧海桑田来形容。电信运营商经过了世纪之交的辉煌顶点后，如今都在尽力寻找转型生存之路，用户越来越多，增长却越来越慢，利润越来越低，步履维艰。由此波及电信设备制造业，多少老牌制造企业被并购、被解散。2012 年 12 月，诺基亚因资金不足变卖总部大楼，一位通信媒体同行在微博上感叹：“眼见他起高楼，眼见他宴宾客，眼见他楼塌了。”一步落后，步步落后，这个行业的游戏规则就是如此冷酷无情。那些曾经成为他们国家经济象征的制造巨头，那些曾经代表时代荣光的科技企业，有多少就这样悄然衰败，悄然离去。

不过，这个行业的进化仍然是公平的，能把握机遇的企业就能脱颖而出。有多少老牌企业陨落，就有多少新兴公司崛起。欣慰的是，我国的华为、中兴等公司，正是这个时代的佼佼者，他们正在崛起成为新一代的世界通信巨头。更欣慰的是，广大的消费者由此能不断获得更好的产品、更好的服务，享受更低的价格，他们永远是通信行业激烈竞争和进化的赢家。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 06 日

4G 牌照发放开启 3000 亿投资

“相对来讲，这是一个非常确定性的时间，iPhone 的因素分流了中国移动原来大量的客户，它在 4G 上肯定要发力。”

近日，有消息传出，苹果蒂姆·库克光临北京，他的再次访华不仅仅因为 iPhone 销量下滑，更为了与中国移动和中国电信高层商讨 4G 版 iPhone 将采取哪一种方案。

上周，工信部官员证实国内 4G 牌照将在年内发放。工信部通信发展司副司长祝军表示，将适时发放 LTE 牌照，充分做好 LTE 牌照发放的准备工作。4G 牌照发放后，将极大地促进三大运营商的 4G 建设和商用进程，业内人士预计，未来三年内三大运营商在 4G 建设和运营等方面的累计投资额将有望突破 3000 亿元。

距年底不过四个月时间，种种迹象表明，4G 牌照的发放已经呼之欲出。而业内预计最早将于 9 月发放，目前中国移动和中国电信已公开表示在全力准备。

投资盛宴

事实上，中国移动在6月就开始了本年度4G网络工程的主设备集中采购招标。本次招标，中国移动此次集中采购涉及全国31个省市，采购规模约为20.7万个基站，共计55万载扇，主设备投资规模超过200亿元。

据悉，目前中国移动的3GTD基站共有约30万个，而完成此次招标后，中国移动的TD-LTE的网络规模将很快与TD-SCDMA相当。在市场规模方面，按照20万个基站，55万个载扇，每个载扇5万至6万元人民币计算，这一市场规模将达260亿元至270亿元人民币。

而实际上，市场的规模或不止如此。有分析认为，随着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。业内人士介绍，如果按照每个100万元的建设成本计算，仅建设基站一项的投资，中国移动2013年的4G建设投资就将达到1800亿元左右。

据了解，在过去四年，作为全球用户规模、收入和利润皆为全球最大运营商的中国移动在3G的网络建设投入和终端补贴超过了2100亿。但受困于TD-SCDMA产业链不完善，中国移动相比于其他两家运营商明显缺乏3G明星终端，大量传统全球通用户被中国联通和中国电信“蚕食”。3G网络建设花费巨大但收益有限，造成中国移动连续4年盈利增速逐年放缓。并于2012年出现10年来首次利润倒退。

正因为处在3G时代处于劣势，所以中国移动对于4G的推动也最为迫切。中国移动表示，2013年有关4G的资本开支将从2012年的50亿元增长8倍至417亿元人民币。

“相对来讲，这是一个非常确定性的时间，iPhone的因素分流了中国移动原来大量的客户，它在4G上肯定要发力。”上海一位阳光化私募基金的TMT研究员表示。

设备商或受益

业内人士分析，随着4G牌照的发放，网络铺设投资将如火如荼地展开，这将使通信主设备和传输设备成为受益最大的两个子行业。

有券商研报指出，4G将令配网综合性服务厂商充分受益。配网行业的特点是产品与服务黏性极强，个性化需求程度高，且国内运营商建设周期重叠性特点对于快速响应和资源整合能力都提出了很高要求。行业内设计、施工、供货实现一体化整合的趋势十分明显，综合性服务厂商优势明显。预计2013年LTE建设为综合性服务厂商带来市场规模保守估计在60亿元以上。

在4G产业链上，富春通信、宜通世纪、日海通讯和中兴通讯等受到市场的关注。

资料显示，中兴通讯是通信领域的龙头，市场份额国际领先，目前4G产品已获得多国订单，国内加速4G建设，或将有效提升市场对于公司产品的需求，从而提振业绩。

日海通讯是国内领先的通信物理连接设备供应商，目前已入围中国移动 A 类供应商，公司专门建设了武汉生产基地负责 4G 产品的研发销售工作，4G 建设的加速将有效提升公司的发展预期。

富春通信为中国移动、中国联通、中国电信三大通信运营商提供涵盖规划咨询。同时，先后主编了包括《第三代移动通信基站设计暂行规定》在内的四项国家通信行业技术标准。宜通世纪主营网络通信技术服务，包括基站工程建设维护等，公司在广东移动的移动类业务供应商中居于前列。

不过，从业绩看，相关公司 2013 年的中期业绩并不好看。例如，大富科技预告 2013 年上半年业绩为“净利润约-3200 万元~-2700 万元，下降 156%~166%”；吴通通讯公司中期业绩为“净利润约 409.08 万元~500 万元，下降 56%~64%”；富春通信预计“净利润约 581.09 万元~823.21 万元，下降 15%~40%”；国民技术预告业绩为“下降 40%~70%”。

中山证券指出，尽管行业中报不尽理想，但国务院推动国家信息化建设，将成为拉动通信设备行业需求重要推动力，对比其他行业，盈利增长确定性将凸显通信行业的战略配置价值。

来源：新华网 2013 年 08 月 06 日

从”云“端看企业 IM 市场风云变幻

信息时代的今天，云计算正改变着我们的世界，企业对云技术、尤其是私有云的需求愈发迫切。Gartner 分析师曾做过一项关于云计算的调查，结果显示 75% 的 IT 经理人士表示他们将会部署私有云。私有云将改变企业的 IT 架构，让企业的 IT 架构更灵活，更高效，更好地支撑企业的业务发展。但企业 IM 行业却始终缺乏强有力的私有云产品。巨大的市场潜力，让企业 IM 越来越受到各方重视，巨头企业也开始争相斥资，竞争愈发激烈。

然而不同于个人通讯的是，企业 IM 不是简单的提供一个 PC 对 PC 的在线信息传输方式，而是应该跟企业的需求情况与业务流程紧密结合，成为其企业管理系统的一部分。如何在平台型企业即时通讯上搭载更多办公功能来提升用户体验，很长一段时间内都将是行业竞争的主旋律。对此一直致力于企业知识化管理的软件厂商蓝凌软件走访了一些企业。调查结果显示，很多员工对 OA 的使用有很多困扰，最突出的两项，一、为防止公司重要信息的遗漏，员工不得不分出很多精力去时刻关注 OA，二、企业业务系统分散，要打开多个网页同时登陆，并要时刻关注各工作页面的新信息，操作繁琐、效率低下。

企业 IM 借助的是 IM 的高效沟通特性，去除娱乐化功能，还企业一个纯净，安全的沟通空间。但这是否是企业 IM 的全部，一定不是！或许有人会问，企业 IM 到底要有哪些核心要素，能为企业解决什么问题呢？回答这些问题，我们还得回归企

业内部环境。

企业内部沟通主要有以下几种方式：

基于日常工作的协作沟通、工作汇报的即时通讯、电话、邮件、传真等；基于业务关系的协同 OA、ERP 等其他企业管理软件。前者在于沟通效率上，电话最为直接，但不能很好的进行团队沟通；常用的即使通讯虽然方便但是不能排除工作外的干扰；而邮件和传真，平均打开时间为 24 小时；协同 OA、往往一个流程要走几天，让企业内部的效率大大降低。

要解决企业内部沟通问题，提高效率，首选要从问题做手，解决沟通障碍。IM 具有快速沟通的特性，但如何将优点发挥到极致，除了前面提到的去娱乐化，安全性以外，要做到以下几点：

1、要能够与企业管理应用系统进行融合，单点登录，用户组织同步：清晰灵活的组织架构，虚拟组织，多人会话的管理，实名制有助于我们更快找到要找的人。

2、要让沟通形式更丰富：能支持文本，音视频会话，系统广播，远程协助等功能，且支持单人，多人，群组会话，便于团队协作；

3、统一通信：随着企业信息化系统的不断完善，应用系统越来越多，IM 要担当起统一通信的重担，将邮件，电话会议，视频会议，网络传真等进行有效整合，构建企业统一通信平台。

4、与业务流程的融合：提高协同效率，传统的管理软件很难做到，IM 要能够渗透到企业应用的流程中去。例如在线感知功能，在任何有联系人的地方，直观的看到这个人的 IM 在线状态，能一键发起在线交流。这样，一方面我们解决找人问题，另外一方面，我们基于事情的沟通就快捷方便很多，不用在多个应用中来回切换。

5、统一的消息中心：IM 解决企业沟通问题，但 IM 位于 PC 桌面，是企业管理软件很好的信息汇集中心。在 IM 上增加待办中心，一方面将业务系统的待办，待阅，邮件等信息推送到 IM 待办中心，给用户即时信息提醒，另一方面能够根据事情的轻重缓急，在线状态，智能匹配 IM 消息，短信，邮件等方式，进行消息推送，是企业 IM 应用的关键。这些功能的实现，我们就不用在各个业务系统中去找有什么工作事项去处理，而由工作找上人，实现以人为核心的业务关系处理。

6、流程中心：企业门户已经被 CIO 广泛接受，IM 桌面特性进一步的强化门户的应用，在 IM 中，我们可以将各应用系统的流程汇集与一处，通过 IM 的树形流程列表来发起流程，而不再考虑我的这个流程要到哪个系统中去发起。特别是对于应用系统比较多的企业，便捷性不言而喻。增加这个功能并不复杂，但给企业带来的却是极大的便捷性和效率提升。

有了上述功能，企业 IM 才能够真正的落地，在企业中发挥作用，实实在在的

解决企业内部沟通协作问题。

伴随物联网、云计算、大数据、社交化软件 SNS 等全新的信息技术风起云涌，进一步引发了国内新一轮软件产业的变革。而对软件厂商而言，无论公有云、私有云、混合云，归根结底都是为了给客户提供更好的服务。

来源：比特网 2013 年 08 月 12 日

四大举措推动信息消费需着眼未来增量

“努力将信息消费培育成继房地产、汽车之后的又一消费领域、新的经济增长点，相关文件将会尽快出台。”在国务院新闻办公室近日举办的新闻发布会上，工业和信息化部总工程师、新闻发言人朱宏任表示，近年来全球范围内信息技术创新不断加快，信息领域的新产品、新服务、新业态大量涌现，不断激发新的消费需求，成为日益活跃的消费热点。我国市场规模庞大，正处于居民消费升级和信息化、工业化、城镇化、农业现代化加快融合发展的阶段，信息消费具有良好的基础和巨大的发展潜力。

工业和信息化部的研究报告显示，信息消费已经成为近年来我国最活跃的消费热点，预计 2015 年我国最终信息消费规模将超过 2 万亿元，年均增长 25% 以上。信息消费预计将拉动国内生产总值 0.7 个百分点，带动行业新增产出超过 1 万亿元。

四项举措推动信息消费

工业和信息化部的数据显示，2013 年前 5 个月，我国信息消费的规模已经达到 1.38 万亿元，同比增长 19.8%，家庭宽带接入、网络购物、手机支付、手机视频等新兴消费对经济增长的拉动作用增强。

过去的数年间，房地产、汽车一直是拉动内需的支柱，但它们的发展受到各种因素的限制。在此背景下，信息消费的巨大市场潜力开始受到更多关注。

国务院对信息消费产业发展的原则是“市场导向、改革推进、需求引导、有序安全”。此前，工业和信息化部已确定拉动信息消费产业发展的四大举措，即积极推进基础设施建设，建立公共信息服务平台，丰富信息产品，构建安全可信的信息消费环境。

据工业和信息化部通信发展司副司长祝军介绍，积极推进基础设施建设，就是要促进“宽带中国”战略的实施，加快推动网络、通信基础设施的建设和升级。对于光纤入户也要加速推进，大幅度提高网速。对于已有的 3G 网络要提升其覆盖面和服务质量，同时推动 4G 牌照的发放。全面推进三网融合，年内在试点基础上向全国推广。鼓励民间资本以参股方式进入基本电信运营市场。

建立公共信息服务平台，要加快实施“信息惠民”工程，推进教育、医疗优质资源共享，普及应用居民健康卡，加快就业信息全国联网。加快推进金融 IC 卡在公共服务领域的广泛应用，在有条件的城市开展智慧城市试点示范建设。

丰富信息产品和信息消费内容，要鼓励智能终端产品的研发，通过创新引导消费。拓展新兴服务业态，大力发展电子商务，开展物联网等重大应用示范。

构建安全可信的信息消费环境，要依法加强个人信息保护，规范信息消费市场秩序，提高网络信息安全保障能力。

易观国际高级分析师王培认为，信息消费增长点和之前的房地产业以及汽车业相比，意义更加重大。推动信息消费可以推动社会信息化进程，带动传统企业互联网化，降低企业营销、管理成本，提高运营效率，增强消费者的消费积极性，从而拉动消费，推动经济增长。

中国国际经济交流中心常务副理事长郑新立认为，信息消费可以提高全民族的知识、文化水平，通过信息的消费、传播促进资源的优化配置，使住在不同地方的人同等地接收到最新的信息，然后能够促进生产力的发展。

着眼于未来增量消费群

国家发改委经济体制改革研究所产业室主任史炜表示，信息消费不能盲目发展，要着眼于未来的增量消费群。

史炜认为，能够拉动新的经济增量的信息消费一定是建立在新的服务及业务体系框架下的，针对的是增量信息而非存量信息。目前，许多人仅从存量和现有的信息服务及产品中挖掘拉动国民经济的要素，显然难以找到方法。

“近几年，我国的信息消费始终是被动生成的，从模拟手机到数字手机到 3G 和智能化手机及移动互联网，一般消费者的信息消费行为均是被计算机的智能化和网络通信的智能化牵着向前演进。由于消费者收入总量的增加低于国民收入的增长速度，因此，消费者在信息消费领域的支出增加就意味着在其他方面的支出减少。”史炜表示，“因此，传统的以价值形态所表现的社会总供给和需求并没有因为信息消费总量的增加而增加，国民收入的增长仍依赖于制造业的投资拉动。”

但信息消费的增加已经或正在优化和调整中国服务性产业与传统制造业的结构，并为新产业形态和价值形态的萌发创造了条件。而且，信息消费不同于一般消费，信息消费不是一次性消费，“同一信息本次消费的结束，意味着增值后的更多元化消费的开始”。所以，信息消费具有多次性、多元性、续延性特征。这就在产业发展和产业演进层面，为信息消费的增量市场和增量价值创造了非常好的内在优势。

在目前的市场环境下，寻求增量发展的最有效方式是把两化融合作为战略任务来实施，“以改革创造红利”，以切实有效的产业政策推进信息服务企业跨行业发展。史炜认为，有关部门应支持信息服务企业（包括国有和民营）进入大商企，通过大型智能数据平台的建立，将物联网、云计算的应用，全面运用到大商企的信息消费中，要使大商企的信息化建设由单纯的建网络、购设备向全力发展智能信息平台转

变，向信息共享、平台统一、多家共建、互利共赢的新型信息消费市场体系演进。

王培认为，培育信息消费市场，着力点应该放在以下几个方面：加强知识产权保护，构建安全的信息环境，加强市场化竞争，扶持中小创新型企业，同时还要加强基础网络建设，提升网络质量、扩大网络覆盖、降低使用成本。

谁享政策“盛宴”

面对 2015 年超过 2 万亿元的信息消费规模，谁能“吃得最饱”呢？

信息消费产业大致包括网络游戏、电子商务、通信信息、宽带服务、光纤设备、影视传媒、物联网概念和云计算概念等板块。中投顾问 IT 行业研究员李方庭分析表示，“电子支付、物联网、云计算、互联网、软件服务等发展已较为成熟，商业价值较高；而智能宽带、三网融合正处于萌芽阶段，需要进一步适应市场需求；电子支付等有望占据最大份额，互联网、宽带提速由于涉及范围相对较小，市场份额也将最少。”

王培认为，电子支付是信息消费中的重要环节之一，资金流是各个产业的核心基础，电子支付将会成为主要的支付方式，因此信息消费的增长能够有效带动电子支付的发展。

除此之外，工业和信息化部推动信息消费的举措中有一项特别值得关注，那就是鼓励民间资本以参股方式进入基本电信运营市场。具体来说，就是民间资本可以通过购买中国移动、中国电信、中国联通三大电信运营商股票的方式参股进入基础电信运营市场。

工业和信息化部支持基础电信企业引入民间战略投资者，2012 年已批复同意中信网络有限公司有关引入民间资本的请示。

“我们也鼓励相关基础电信运营商通过减持国有股权、增资扩股以及在境内上市等方式引入民间资本。”祝军说。

而这些对于民间资本意味着什么？王培认为，民间资本参与基本电信运营市场，使得市场的资金来源更加充足，对网络的建设、技术研发、提高服务质量均有帮助，而且可以使民间资本享受到市场发展带来的红利。

也就是说，信息消费这场“盛宴”中，民间资本也可以美美地“吃上一大口”。

来源：《中国高新技术产业导报》2013 年 08 月 04 日

运营竞争

【竞合场域】

携号转网打破运营商的“派别之分”

用户用脚投票，哪家服务好咱用哪家；今后兜里揣两部手机的人会越来越少
不过，杭州进入“自由转网”试点行列尚需耐心等待

作为促进运营商更充分竞争的手段，携号转网工作又有了新的进展。日前有消

息称，工业和信息化部已批准 2013 年湖北、江西、云南启动携号转网工作，三省 3G 用户将可携号自由转网。

目前，国内有多家手机通讯运营商，比如移动、联通、电信等，分别有各自的号码段。“携号转网”是指手机用户无须改变

自己的手机号码，就能更换成另一家运营商的用户，并享受其提供的各种服务。

“杭州目前还没有携号转网业务。”当记者以消费者的身份致电中国联通客服热线时，工作人员回答说。

不少杭城市民有两部手机

“有时候，真想换个运营商。不过，现在换运营商必须换号码，想到换号码需要发一大堆短信告知亲朋好友，感觉麻烦，就忍住了。”谈到换运营商的随机采访中，不少市民如此说。

至于想更换运营商的原因，有多种多样。比如，有的是感觉自己号码的运营商服务不够好，有的是因为其他运营商套餐更便宜，或者推出非常有吸引力的促销活动。“中国联通老是推出各种预存话费送 IPHONE，太让人心动了。”一位朋友说。

不过，由于目前杭城没有携号转网业务，因上述种种原因换运营商及号码的市民还不多。有些市民的做法是，增加一个号码。记者身边，就有不少同事和朋友有两个手机号码，分别属于不同的运营商。所以，有的人有两部手机。与此同时，目前市场上，有双卡双待功能的手机受到了部分市民的欢迎。

“现在，我有两个号码，分属于两个运营商。如果可以携号转网，以后是否可以把两个号码都转到一个运营商，然后把两个号码合二为一。”听说携号转网试点范围扩大，一位市民畅想。

中国移动就有“一机双号”业务，即可在不更换 SIM 卡的前提下使用一个副号码，且主副号码，可双待机。所以，携号转网若实施，拿两部手机的人将会越来越少。

据媒体报道，目前世界上有 40 多个国家可“携号转网”。然而，中国的携号转网进展缓慢，在 2010 年天津、海南进行试点后已经沉寂多年。

此次工业和信息化部批准湖北等三省启动携号转网工作，并不算突然。2012 年底召开的全国工业和信息化工作会议上，工信部负责人就曾明确 2013 年将扩大携号转网的试点范围。

竞争越充分市民越受益

据悉，国际电信联盟曾把携号转网看做是电信业有效竞争的标准之一。根据经济学理论，竞争不够充分的行业或市场，容易形成寡头垄断，企业可以从消费者那边榨取垄断利润。所以，竞争越充分，消费者越受益。

“‘携号转网’降低了更换手机通讯运营商的障碍，这将促使行业的竞争更加

充分。”营销策划专家、浙江财经学院陈颖博士表示，如果“携号转网”实行，消费者将可以对运营商进行“自由投票”。

消费者的自由投票权，会给企业一种压力和危机感，促使他们提高效率，提高服务，降低价格。在目前的移动通讯市场的竞争中，手机通讯营运商营销的重点之一，是提供好的产品和套餐，以争取新的顾客资源。实施“携号转网”后，竞争将变得激烈。手机通讯营运商们不得不花更多的时间和精力去满足顾客、维持顾客，以实现零顾客叛离的营销。

不过，由于涉及部分企业的利益，携号转网目前国内进展缓慢。由此也可以看来，这个事情阻力不小。此次“试点范围扩大”的消息传出后，竟然还传出很多反对的声音，称“没有实际意义”。

而即使在已经实施“携号转网”的天津、海南，通讯运营商还是想出种种办法和门槛阻止用户转网。有数据称，目前天津和海南两地携号转网的申请者有 20.7 万户，但最终成功携号转网的仅 5.9 万户，还有大约 3/4 的人没有成功。

前些日子，发改委开出反垄断史上最大罚单，6 家奶企被罚 6.7 亿元。相对于数量众多的奶粉企业，通讯领域的垄断更是有过之而无不及。或许，这也正是管理部门此次扩大携号转网试点范围，以促进市场更充分竞争的原因。

名词解释

携号转网：就是一手机用户，无须改变自己的手机号码，就能转而成为另一家运营商的用户，并享受其提供的各种服务。例如，持有 138 号码的手机用户，可转入中国电信网，享受中国电信提供的电信运营服务。

现状：要想更换运营商，必须更换号码。换号码一般要发一大堆短信告知亲朋好友。有些顾客或朋友可能因此失去联络，损失不言而喻。所以，一般人不轻易换。被运营商“吃定了”。不少人选择多买了一部手机或“双卡双待”。

未来：可以保留号码的同时换运营商。这种自由选择权将给运营商带来压力和危机感。为实现零（少）顾客叛离的营销，要拿出更好的服务和更实惠的价格。促销战将一触即发。

来源：杭州日报

运营商和 OTT 服务商合作破冰未来充满想象

“今天的发布会要破除两个传言，第一个是国企不会创新，第二个是腾讯与电信运营商关系不好。”在近日广东联通和腾讯“微信沃卡”的产品发布会上，主持人的一句玩笑话，道出了人们对电信运营商和 OTT 服务商之间微妙关系的固有印象以及广东联通和腾讯合作的意义所在。

业内人士认为，广东联通和腾讯共同推出“微信沃卡”，开启了电信运营商与 OTT 服务商合作的破冰之旅。未来，电信运营商与 OTT 服务商的合作空间巨大，将

迎来共赢发展时代。

从竞争到合作

没有永远的敌人，只有永远的利益。一直以来，腾讯和电信运营商“不和”的传言虚虚实实。2011年1月21日正式推出的微信，靠“免费牌”让传统电信运营商如坐针毡。工业和信息化部公布的数据显示，2013年上半年，我国微信用户已超过4亿。中国移动总裁李跃和中国联通总经理陆益民都曾在公开场合直言，“微信确实给电信运营商业务带来了严峻挑战”。

那么，为什么电信运营商又肯和抢自己饭碗的OTT服务商合作了呢？从“微信沃卡”使用185号段，主要针对新入网用户可以看出端倪：通过利用用户对像微信这样的超级入口的黏性来争取更多3G新用户，是电信运营商的目的之一。

更重要的是，电信运营商的意识正在发生变化。此次中国联通和腾讯的合作，实际上可以视为电信运营商通过为互联网企业提供服务，将流量与各种增值服务整合在一起，打包提供给用户。这也是电信运营商从传统的基础服务提供商向移动互联网服务提供商转型的一个思路。

北京邮电大学教授王立新表示，在这种思路下，电信运营商与互联网企业的关系也在发生变化：“网络始终是信息化的基础设施，就像天然气、煤气管道、石油管道一样，电信运营商提供的管道是基础；内容和应用是动力，最终能够直接拉动产业前进的一定是内容和应用。但产业的协同一定是根本，竞争的发展方向、合作方向一定是无边界的跨界。”

广东电信将于8月推出6元2GB微信+微博定向专属流量卡，中国电信紧随中国联通之后与腾讯在微信上展开合作。而中国移动则三缄其口，三大电信运营商对微信的态度开始分化。

“也许中国移动不是不想合作。微信本身是3G时代的产物，而中国移动受自身3G网络劣势的限制还玩不转微信。如今4G牌照还未发放，中国移动的撒手铜还使不出来。”通信世界网总编辑刘启诚如此分析道。

破冰意义重大

对于此次腾讯与中国联通的合作，业内人士大多积极评价为“具有重要意义的一步”。

“移动互联网正在进入黄金增长的10年，参与市场竞争合作的主体非常多，电信运营商和互联网企业在各自方面都拥有一定的优势，双方取长补短、相互合作将会打开良性的竞争局面。”工业和信息化部电信研究院总工程师陈金桥认为，此次广东联通和腾讯合作推出“微信沃卡”，将会在通信和互联网领域产生典型的合作示范意义。

“相信双方通过深入合作，在探索移动互联网时代的商业模式创新、更好地服

务消费者以及创造合作共赢模式方面，能够为后来者带来很好的示范，我们期待未来一个良好的市场结果。”陈金桥说。

中国移动互联网产业联盟常务副理事长兼秘书长李易认为，首先，双方共同探索出了一条电信运营商与互联网和谐共生之路；其次，腾讯是最大赢家，既为微信找到了利基型盈利模式，又在虚拟运营商之路上成功实现曲线救国。

“基础数据服务是电信运营商大有可为的一个领域，电信运营商掌握了大量的数据，可以把处理过的数据与互联网企业的业务相结合。我认为，电信运营商与 OTT 服务商的合作既不是电信运营商的强项也不是互联网的强项，而是新增长的领域，新领域能为用户创造更多的价值。”中国社科院信息化研究中心秘书长姜奇平指出，双方的合作不仅仅对业务本身产生影响，将来有可能塑造新的产业链模式。

“中国联通和微信合作是一件好事。如果电信运营商能够和 OTT 服务商整合，形成好的服务平台，越好越容易用，把卖产品转化成卖服务，这才是行业的未来。”通信业知名观察家项立刚认为。

“产业生态各方应该面向未来协同破冰。因为面临着各种各样的困难，比如说转型期和变革期中的困难，各方一起努力破除困难方能找到创新共赢的途径，才能实现产业生态共赢。”互联网实验室创始人方兴东表示。

未来充满想象

电信运营商和 OTT 服务商的合作，如何走得更长远？

“我们还会不断尝试新的探寻，微信与电信运营商的合作空间会越来越大。”当日，腾讯公司董事会主席兼首席执行官马化腾在“微信沃卡”发布会现场的大屏幕上，展示了他向“微信沃卡”发送的 60 秒微信语音，他透露，在与广东联通合作后，这一模式还将向全国推广。

腾讯公司高级副总裁张小龙表示，微信与中国联通的合作将给用户带来很多实惠，用户是最大的受益者。“微信沃卡”只是微信与电信运营商合作的一种形式，未来在游戏、支付等领域会尝试更多路径。

“在与广东联通合作之后，微信的商业化必然提速。包括游戏、音乐、视频等在内的增值服务，都将成为未来的业务路径。”电信专家、中科院研究员侯自强表示。

财讯传媒集团首席战略官段永朝提出，平台和平台怎么样合作？破冰破得有多深，在哪方面破冰？合作时怎样把客户的利益和监管方以及其他的合作伙伴共同放在一个道场里？消费者到底处在生态链的哪个位置？这些问题都应当予以重视。电信运营商和 OTT 服务商由对抗走向合作，这是破冰的第一层含义，但光有这层含义还远远不够。

中国信息经济学会理事长杨培芳认为，电信运营商和 OTT 阵营，中国联通和腾

讯做了很好的破冰之举，这仅仅是开始，移动互联网可能要开启更大的“蓝海”。

刘启诚指出，对腾讯而言，不会局限于与广东联通一家合作。中国联通在三大电信运营商中，开放思路走得最远，协同创新是其根本思路。他强调，“电信运营商与 OTT 服务商的合作还在摸索过程之中，还是摸着石头过河，但未来充满想象空间。”

来源：《中国高新技术产业导报》2013 年 08 月 04 日

中移动称 TD-SCDMA 手机增长实现超越 TD-LTE 终端发展确定分两步走

在“联芯科技 2013 移动智能终端峰会”期间，中国移动终端有限公司品质保障部副总经理穆家松表示，TD-SCDMA 手机在产品款数、销量、质量等各个层面都处于快速增长、快速超越的发展阶段，TD-LTE 终端发展策略和路线也已明确，两条终端线路发展整体向好。

TD 快速增长全面超越

穆家松表示，TD-SCDMA 终端产业无论从产品款数、销量、价值、还是质量，各方面都取得了长足进步。尤其在产品价值这块，TD 大屏手机的兴起，为运营商的用户 ARPU 值、流量提升都带来了很大的促进，用户使用手机的时间大幅提升，TD 已经进入发展和质量双提升的快速增长阶段。

在产品款数方面，穆家松介绍说，2013 年上半年 TD 入网手机达到 598 款，是同期 WCDMA 手机的 2.1 倍，是 CDMAEVDO 手机的 5.3 倍。自 2013 年 1 月份开始，TD 入网的机型款数已经超过了 WCDMA，到 2 月份达到了 WCDMA 和 EVOD 款数之和，到了 3 月份，达到了 WCDMA 和 EVOD 之和的两倍，TD 手机的丰富度已经远远超过预期，实现爆发似的赶超。

与 2012 年同期相比，TD 手机的生产量增长了 37.6%，而 WCDMA 则下降了 38%，可以看到，TD 的产业资源也得到了一个有效的集聚。从产品竞争力来看，TD 中高端产品与 WCDMA 基本已实现同时、同质、同价；在中低端产品上，TD 占据绝对的优势，同类的产品 TD 价格更低，同价格的产品 TD 配置更好。

TD 手机销量的表现同样可观，2013 年上半年 TD 手机销量超过了 6800 万，每个月的销量都超过了一千万。从 2013 年 2 月份开始，TD 手机销量开始超过 WCDMA，尤其是 2013 年 6 月份，TD 销量大幅领先 WCDMA。TD 手机在整个 3G 制式中销量占比达到 40%，比 2012 年全年平均的 27%提升了 13 个百分点。

除了总销量，智能手机占全部 TD 手机的比例也在稳步上升。上半年，智能手机占比月平均值为 95%，比 2012 年全年平均的 63.5%提升了 31.5 个百分点；6 月份占比已达到 97.3%，与 WCDMA 98.6%的比例基本持平。

在质量方面，TD 产品质量总体良好，投诉、故障总体处于平稳阶段。穆家松表

示，中国移动对手机质量的要求主要放在对用户基本感受影响较大的地方。主要分三个方面，第一是通信质量，保证手机使用起来不掉话、通话质量好；第二点，软件稳定性要高，运行起来很长时间内不会死机、不会重启；第三点，硬件结构要稳定，比如说，手机摔在地上不能损坏，即使外壳散开，但屏幕不碎，组装起来仍然可以使用。

从过往的故障率跟踪记录看，TD终端平均故障率比较平稳，有波动的时间段出现在新平台出现的时期。对此，穆家松表示，由于新厂商、新平台不断出现，质量管理涉及环节长，仍需持续、高度关注产品质量。

LTE终端发展策略

中国移动TD-LTE大规模试验网建设的不断推进，也拉近了TD-LTE终端面市的时间点。据穆家松介绍，中国移动100个城市建设20多万个基站的建设正在进行中，目前整个建设分了两个大的阶段，第一个阶段是从2012年的扩大规模试验开始，计划建设2.1万个基站，截至2013年6月下旬，已经开通了2万个基站，预计8月份2.1万个基站可全部开通。

第二个阶段是2013年开始的20多万个TD-LTE一期建设工程，目前项目已经开工，设备采购正在开展进程中，预计采购结果在第三季度可以出来。

在TD-LTE终端的推进工作也在顺利进行，截至目前，大约有60个终端厂家发布了MIFI、CPE、数据卡等上网设备，各大厂商也都加快了TD-LTE手机的开发。多模单芯片成为商用的主力，双卡双待手机已经进入一个快速成熟的发展阶段。

穆家松表示，8月份会有一部分终端具备试商用发放条件，届时申请4GTD-LTE业务体验的用户就有机会提前体验。他预计，2013年年底，TD-LTE终端就可以进入规模化发放的阶段。

在CSFB层面，产品也基本成熟，目前中国移动正在进行重点验证。此前，中国移动已经在青岛等城市做了一些真实用户的试用和调研工作，结果显示，用户对呼叫时延基本可以接受，中国移动计划在部分城市采用R8+重选配置的方式来支持CSFB。

对于TD-LTE产品发展趋势，2013年以前，中国移动仍然采用双芯片的架构，产品屏幕也比较大，有4.4寸和5.5寸，预计到2014年底前，会有更多同时支持双卡双待和CSFB的芯片出来，届时产品屏幕可以做到比CSFB屏幕更小，这意味着成本可以更低，更多高性价比、TD-LTE手机即将面市。当然，TD-LTE未来的手机发展形态，仍然取决于质量和成本两个重要因素。

在LTE的语音解决方案上，中国移动在6月份举行的GSMA移动通信亚洲博览会上已经公布，以VoLTE为主的，兼顾CSFB，同时双卡双待机的方案也会长期共存，穆家松表示，这一策略的确定主要是为了满足用户国际漫游的需求。

在具体演进层面，中国移动将通过两步走的策略来推动 TD-LTE 的终端发展：从现在开始到 2014 年上半年，TD-LTE 终端还是以 CPE、MiFi 这样的上网终端以及双卡双待手机为主。VoLTE 手机将作为 2014 年下半年的主推机型，在这个时间点前，尽快促进 VoLTE 手机的成熟。

考虑到中国移动在 VoLTE 上的进展处于国际领先水平，因此 VoLTE 手机也要同时具备 VoLTE 和 CSFB 两种功能，以满足用户出国漫游的需求。

来源：C114 中国通信网 2013 年 08 月 08 日

中移动调整 4G 终端战略产业链成熟度左右商用进程

运营商 4G 布局加速，而终端成为必争之地。4G 急先锋——中移动近日更是动作频频，一方面推出自有品牌的终端产品，一方面进一步扩大终端集采，预计 2013 年要达到百万以上规模。

在“2013 中国 LTE 产业发展峰会”上，中国移动研究院副院长黄宇红表示，中国移动将全力推动终端的供应工作，上半年已采购 20 多万部终端，下半年终端要达到百万以上规模。

终端成“心病”

中国移动建设 4G 的脚步总是最急切的：最早开始试验网建设，2011 年中国移动在上海、广州、深圳等 6 个城市开始 TD-LTE 试验网建设；2013 年 2 月率先在杭州展开试商用，据透露体验用户已达两万人；之后陆续启动了国内 13 个城市的 4G 体验用户招募。与当年 TD-SCDMA 仅中国移动一家运营商不同的是，TD-LTE 得到国际电信运营商的青睐。据业内人士估算，2013 年中国移动的 4G 建设将是大手笔，预计在全国建设 20 万个 TD-LTE 基站，将覆盖全国 344 个城市，投资将超过 1800 亿元。

在 4G 网络建设全面铺开的同时，4G 智能手机的采购却成为中移动的一大“心病”。2013 年 5 月，中国移动 2013 年首批 4G 终端招标结果出炉，本次计划采购量为 16 万部，其中 MiFi 约 3 万部，CPE 高达 10 万部，而 TD-LTE(4G)手机仅 1 万部；6 月在招募 4G 体验用户时更是遭遇无终端可用的尴尬，招募提供的终端以数据卡、Mi-Fi、CEP 三大类为主，而无手机。

可见，终端已成为中移动 4G 战略布局中薄弱的一环。据业内人士分析称，因为中国移动要求 TD-LTE 手机实现五模十频，“五模”指要同时兼容 GSM、CDMA、TD-SCDMA、WCDMA、TD-LTE。很少有芯片厂商能真正达到这一点，例如 TD-SCDMA 芯片厂商对 CDMA 和 WCDMA 技术不熟悉，而高通又对 TD-SCDMA 技术不熟悉，正是受制于芯片兼容性不足的现状，拖了 TD-LTE 手机的市场成熟度被拖了后腿。从这一点看，就不难理解中移动为何尝试推出自有品牌的终端，这未尝不是其摆脱受制于产业链尴尬的一次主动出击。

技术成熟度“拖后腿”

有机构预测，在未来的全球 TD-LTE 产业中，中国移动部署的规模将会占全球的 2/3 以上。中国移动的目标是在 2013 年覆盖国内 100 个城市，建设基站约 20 万个，覆盖人口超过 5 亿人，成为全球最大的 4G 网络。但 TD-LTE 要真正大规模商用，还面临着终端、话音解决方案和网络建设等成熟度的现实问题。

据悉，为了解决终端难题，中移动 5 月终端集采时降低了准入门槛，但“三模”依然是其重要标配：TD-LTE/TD-SCDMA/GSM 三模为必选项，LTEFDD/WCDMA 为加分项。

“目前，LTE 数据类产品已经基本满足商用需求，数据类产品的功能、性能、易用性、稳定性等都可基本满足用户需求。”中国移动终端有限公司产品部副总经理吕志虎近日表示，“另外，LTE 手机已接近商用水平。目前推出的 TD-LTE 手机基本均按照中高端产品规划。”

中移动在不断补短终端的同时，在 4G 产业布局上还面临着新的挑战——技术成熟度。有消息透露，近期的内部会议上有消息称，从内部测试来看，目前 TD-LTE 的致命问题是技术的不够成熟，话音延迟接通问题不好解决，而如果采用 TD 和 GSM 双待机又导致手机功耗过大，甚至不同省份之间的 TD-LTE 终端无法漫游。

之前预计 4、5 月份就要启动设备招标，中移动也延期至 6 月 21 日发布 TD-LTE 网络无线主设备招标公告。此次招标涉及全国 31 个省市，采购规模约为 20.7 万个基站，这无疑将影响中移动的 4G 整体布局进展。

正是这种不成熟状态的存在，或许与之前中移动高层明确提出的“TD-LTE 规模商用时间会在 2015 年”的发展计划相吻合，与之前业界认为“TD-LTE 的发展还要再滞后 1-2”比较接近。产业链的成熟度不足影响商用进程，这一点或许从李跃明确提出的终端发展策略可见端倪，李跃公开表示：“2013 年仍以 3G 终端为主，4G 终端主推数据终端和双待机；2014 年 3G/4G 终端并举，4G 终端涵盖数据终端、双待机、VoLTE 终端；2015 年以 4G 终端为主，主要是 5 模 10 频的手机终端。”从终端的演进策略来看，中移动的 4G 战略并不如之前预计得迅速，或会用相当一段时间来突破终端瓶颈，从而展开大规模的商用部署，否则终端匮乏将极大程度上影响用户体验，成为产业发展最大隐患。

利益博弈下的“小九九”

据爱立信中国公司首席市场官常刚介绍，2011 年全球 LTE 网络的部署只有 47 个左右，2012 年达到 147 个，到 2013 年年中是 175 个。他预计到 2013 年年底将有 248 个网络。LTE 不仅是国内通信业的大趋势，更是国际通信业的发展大方向，因此，中移动引领的 LTE 热潮正影响着运营商们的排兵布阵与市场战略布局。4G 产业的成熟，需要产业链各方的合力，尤其需要政策发牌的推动，从而进一步明确制式分配，从而有的放矢地推进产业链发展。

推动我国 4G 发展，加速国产 4G 技术的成熟需要时间，而如何繁荣 4G 产业链则考验中国移动等运营商在运营策略上的转变。中国市场已是全球 4G 市场的重中之重，产业链各方也力图从此次产业转型升级中寻找商业契机。例如，此前一度不看好 TD-LTE 的高通也被中移动“收买”，目前中国移动采购的 TD-LTE 终端中超过 60% 的产品采用高通设计生产的芯片。除高通外，诺西、爱立信等传统的 FDD-LTE 阵营企业，也推出了各自成熟的 TD-LTE 终端芯片产品。这些国际巨头的加盟，对加速产业成熟度意义重大。据了解，作为全球最大的电信设备提供商，爱立信承担了 50% 的 LTE 网络流量，在中国市场的跑马圈地已成为其发展一大战略重点。

移动终端是连接用户的最后一环，是 TD-LTE 产业发展的核心所在，当前全球 TD-LTE 的终端出货量已超过了 300 万部。中国移动为避免再次陷入当年 3G 终端选择少的尴尬，已启动大规模采购。但是终端集采模式的调整依然沿用 3G 的发展模式，集采的三个指标一为外貌；二为技术；三为价格，三星、华为、中兴通讯（行情，问诊）和索尼移动等 6 家公司或成为最大赢家。在集采中标厂家上，实现普惠制，这一终端策略是否适合 4G 时代的产业发展，也有待市场检验，或许把选择权交还给市场是破局 4G 终端困局的不错选择。

发牌时机与制式分配成为产业布局一大硬伤，利益各方都憧憬着能把握此次 4G 产业的浪潮，在市场布局上分一杯羹，蓄势待发，但 4G 牌照的迟迟不落地却给运营商的部署和产业链各环节把握市场时间之窗构成一定的负面影响。

来源：《通信信息报》2013 年 08 月 07 日

【市场布局】

联通西南生产基地主体竣工或 10 月开机调试

两江新区云计算产业中心水土高新园将迎来继太平洋电信之后第二个投用的云计算项目，中国联通西南生产基地将于 10 月开机调试设备。

目前，中国联通西南生产基地项目进展良好。在基建方面，项目一期 3 万方主体建筑已经竣工，两栋数据机房和两栋动力车间外墙装修基本完成，正在准备内部装修和道路建设。在设备方面，部分动力设备已经运送到位，正在等待安装调试。根据企业规划，中国联通项目一期 IDC 数据机房规模为 2 万台服务器。

随着太平洋电信、中国联通项目的投用，中国移动、中国电信 IDC 项目的加快推进、腾讯项目的入驻，两江新区水土高新园云计算产业初现规模，产能将得到进一步释放，并对两江新区云计算、数据处理、电子信息、软件研发、软件外包等相关产业产生聚合效应。

2010 年 8 月，中国联通集团与重庆市政府签署战略合作框架协议，并在 2011 年 6 月 18 日两江新区成立周年之际，与两江新区管委会签署“中国联通集团西南生产基地项目”投资协议，把重庆定位为中国联通业务战略转型和信息基础设施建

设的重点支撑区域。

中国联通西南生产基地项目以 IDC 生产为主，是包括商务洽谈中心、VIP 业务接待中心等机构在内的综合性基地。该基地属于中国联通九大基地之一，建成后将会列入骨干节点，除为全球客户提供数据处理服务、服务坐席外包等，还将为两江国际云计算产业园提供通信基础设施、充足的互联网带宽（在岸、离岸两部分）、云计算服务及实现，以满足园区高效、快速、安全的计算承载、网络互联、信息交互。

来源：两江新区网 2013 年 08 月 06 日

中移动提前启动 100G 二期集采预计板卡数超 3 千块

据来自中国移动的官方消息显示，中国移动在 8 月 5 日正式启动 2013 年 100GOTN 设备集采工作，本次共计采购 100GOTN 设备各类端口约 1338 个，业内预计 OTU4 板卡数超过 3000 块。

业内人士指出，在 2013 年 6 月份，中国移动第一期 100GOTN 刚刚完成现网部署，此次第二期集采来的比预想的要快。按照中移动最初规划，第二期集采会在 2014 年完成，并于 2015 年完成第三期 100G 集采，规模超过 6000 块 OTU4 板卡。三期集采完成之后，中国移动将建成全球最大的 100GOTN 网络。

流量的爆发式增长驱动着运营商对网络不断升级，骨干网的升级改造成为必然之势。LTE 时代的到来，对网络带宽更是提出了严峻的挑战。中国移动研究院副主任研究员李晗近期表示，LTE 将驱动移动业务流量激增，10 年将增长 240 倍，其中 2012 至 2017 年在 LTE 的驱动下，移动业务流量 5 年将增长 55 倍。

他指出，中国移动各类客户和流量高速增长，5 年数据流量增长 60 倍，预计移动互联网流量 10 年增长 1000 倍，LTE 的规模部署将驱动 100G 的发展，因此中国移动提出“跨越 40G，直接引入 100G”战略。

来源：中国通信网 2013 年 08 月 06 日

中国互联网百强企业营收超 2000 亿腾讯阿里百度居前三

中国互联网协会近日发布的 2013 年度“中国互联网 100 强”报告显示，100 强企业营收总规模超 2000 亿，但是腾讯、阿里巴巴、百度这“前三甲”企业营收之和逾千亿，相当于其他 97 家营收之和，这显示出我国互联网行业集中度高，规模效益愈加明显。

该报告是针对在中国大陆境内注册并开展互联网业务的企业，综合考察企业 2012 年营收、在线业务（网站）访问量和访问速度体验三项指标数据，对企业进行的综合排序和分析评价。

新华网在该 100 强综合排序中位于 25 位，位居新闻门户和中央重点新闻网站之首。

报告显示, 100 强 2012 年营收总规模超过 2000 亿元, 营收过 10 亿的企业有 30 余家。其中腾讯、阿里巴巴、百度营收过百亿, 网易、搜狐、当当营收超 50 亿。腾讯公司全年营收超过 400 亿元, 占 100 强企业收入总和近五分之一, 稳坐领头羊位置。

按照业务分类看, 100 强企业业务领域覆盖全面, 以网络娱乐、信息获取、商务交易为主营业务的企业占比超过 90%。其中信息获取、商务交易类网站占据主导地位。

值得注意的是, 报告显示, 在线业务访问流量与企业营收有很大关联。100 强中位居前列的腾讯、百度、淘宝等网站在线业务访问量也位居前列, 与收入集中度保持一致。这说明 100 强中访问流量“二八”现象明显, 即不到 20% 的大型互联网企业拥有超过 80% 的网络流量。

同时, 我国互联网行业地区分布也更加集中, 京沪粤互联网行业最为发达。100 强企业基本上全部位于经济发达省份, 其中京沪粤三地占比近 90%, 这在一定程度上反映了互联网行业发展状况与地方紧急发展情况的高度关联性。

来源: 新华网 2013 年 08 月 07 日

中国移动联合酷派 Marvell 抢滩中高端市场

近年来, 国内 TD 手机的发展十分迅猛。根据赛诺最新发布的数据显示, 2013 年一季度我国 3G 手机销量大幅上升, 其中 TD-SCDMA3G 手机终端市场份额大幅提升, 上涨至 36.8%。

以“中华酷联”为代表的国产手机厂商, 大举推出各自的 TD 终端产品以抢占市场。尤其是酷派, 更是以多款销量超百万的明星机型, 引领着 TD 大屏智能机潮流。而在 TD 中高端手机市场, 虽然仍以少数洋品牌手机为主, 但市场潜力依然巨大。

独树一帜深挖中高端市场

早在 2011 年, 酷派就以第一代大观 9930 的 5 英寸大屏, 双网双待功能以及强大的硬件配置迅速抢占高端智能手机市场, 2012 年推出的酷派大观 8950 是酷派推出的首款 TD 商务旗舰机型, 酷派大观 MagviewII8950 凭借双卡、双待、双通、后置 800 万像素的双摄像头以及 1.5GHz 双核处理器, 在 TD 高端手机市场取得了不俗的销量。

“大观”系列高端手机的共同特点是, 在设计上, 讲究潮流时尚, 新材质新工艺尽显尊贵; 在品位上讲究身份感, 希望打造独有的非凡品味, 彰显身份; 确立了大观系列 T 网高端双待机的定位。

面对 TD 中高端手机巨大的市场空间, 借助酷派在中高端领域的势能累积, 酷派联合中国移动及 Marvell 再发力, 8 月 7 日发布的首款 5.5 英寸 1080P 全高清屏

手机——第四代炫影系列手机炫影 SII8750。该机定位中高端，致力进一步拓展 TD 中高端手机市场。

专注产品用户体验升级

炫影系列是酷派移动制式中最成功的系列之一，无论是第一代的炫影 8180，还是第二代的炫影 8190，销量都超过百万台。纷纷入围中国移动明星机行列，2013 年 3 月份，酷派又联合中国移动推出了旗下第三代炫影系列炫影 8720，炫影 S8720 以超薄的机身、5 英寸 HD 高清屏引领 TD 大屏智能机潮流，并因靓丽的外观和超薄的机身受到消费者的广泛关注，成为当时销量超百万的明星机型，也展现了酷派强大的产品研发能力。

而炫影 SII8750 的发布，标志着炫影系列正式步入第四代，相较前三代炫影系列产品，炫影 SII 8750 采用 5.5 英寸 FHD 全高清屏幕，拥有全高清绚丽显示效果，分辨率为 1920*1080P，PPI 高达 403，已经远超苹果的视网膜屏幕。据悉无论是硬件配置，还是 UI 界面以及新技术和新工艺的应用，都处在业界领先水平。

精准卡位抢占市场先机

在竞争日益激烈的智能机领域，酷派产品为何总能以极高的销量和性价比迅速占领市场、引领潮流？酷派常务副总裁李斌对此作出如下总结，他认为“酷派具备领先的研发能力，在全球布局了 6 大研发中心，并且也是第一批拥有量产 LTE 技术的企业，同时酷派深耕渠道，2013 年酷派开始在运营商渠道、社会渠道、电商渠道全面发力，还与知名手机销售连锁企业迪信通达成战略合作。与此同时，实现中国移动、中国联通、中国电信全覆盖，每条产品线都有多款销量超百万的明星级产品。

“

有外界分析人士也指出，酷派之所以能取得今天的成绩，还得益于其常年保持的高额研发投入，以及作为本土手机厂商拥有的快速市场反应能力。通过与中国移动的持续深入合作，准确判断产品趋势，形成差异化的产品功能卖点，让酷派推出的重要产品都保持行业领先，同时获得消费者的好评。

总体来看，随着智能手机的普及，以及 TD 市场的持续升温，吸引了传统强势品牌三星、酷派、HTC 等厂商加速产品布局。此番酷派通过炫影 SII 布局 TD 中高端手机市场，联合中国移动抢滩市场的意图明显，让我们拭目以待。

来源：泡泡网 2013 年 08 月 08 日

技术情报

【趋势观察】

云计算五大优势分析

有机构调查了全球活跃的 2700 家软件开发商后得出的报告显示，目前，有 84% 的开发商和企业表示正在打造与云计算相关的应用，而云计算技术的一个重要应用

领域就是移动通信。云计算已经作为下一代计算模式全面进入实践应用阶段。各国政府纷纷推动主要厂商围绕云计算重新布局，创新平台、产品与应用不断涌现，越来越多的数据和应用在向云计算迁移。

阿里巴巴集团主席马云曾经说过，在未来的电子商务中，云计算将成为一种随时随地的服务，就像供水、供电一样成为公共基础服务。云应用以前的智能手机时代是以苹果为代表的时代，而云操作系统把智能手机直接推动至“云应用”时代。

1. 大大降低企业运营成本：云计算可以让所有资源得到充分利用，其中包括价格昂贵的服务器以及各种网络设备，工作人员的共享使成本降低，特别是小到中等规模的应用和原型。

2. 资本支出转移到运营成本：云计算使企业从资本转移支出(资本支出)资金运营开支(OpEX)，使客户能够专注于增加在其职权范围内的核心价值，如业务和流程的洞察力，而不是建立和维护IT基础设施。

3. 反应迅速准确：云计算可以为用户提供按需实现了更快的设置以及用户所需要的资源，比如，当一个项目的经费，你主动服务，那么，如果该项目被杀死，你只需云终止合同即可，快捷准确安全。

4. 动态可扩展性：大多数应用的经验在交通尖峰。过度购买自己的装备，以适应这些尖峰相反，许多云服务能顺利和有效地处理这些峰值规模，以更加符合成本效益的支付即用即付模式。

5. 简化维护：云计算在修补程序和升级正在迅速部署在共享的基础设施，因为数据是经过提前备份的。

当前随着信息化进程不断加快，新一代信息技术发展日新月异，经济社会发展对信息服务的需求持续增长，已成为促进新一代信息技术产业发展的根本动力。云计算这种创新的模式也正在引发各行业的深刻变革，因此要想让云计算大规模盛行，必须要政企联合共推云计算平台的长远发展。

来源：计世网 2013 年 08 月 06 日

微信曝安全漏洞网购成重灾区

最近，微信因为安全问题频出成为用户投诉的重灾区。热衷网购的小沈近来就遇到一件麻烦事，他在某购物网站找到一双限量版的篮球鞋，由于卖家当时不在线，他就用手机微信扫描了宝贝详情中的二维码，把卖家微信号添加为自己的微信好友。随后，卖家通过微信发送球鞋的购买链接给消费者。小沈点击链接付款“购买宝贝”（实际是调用了“钱包”功能完成了付款）后，卖家就以缺货为由，始终没有发货。一个月，他向该购物网站投诉卖家，结果发现，这中间根本没有生成任何订单，无从谈起纠纷解决。

事实上，微信网购，不仅买家被骗，卖家频频中招。哈市市民晓晴(化名)上开

了一个网店。2013年，一个网名叫做“快乐天使”的买家联系她要买东西，该买家表示，要求加晓晴为微信好友，这样交谈起来更为方便，晓晴便接受了。不料，第二天，晓晴却发现自己支付宝绑定的银行卡上少了四千多元钱。据晓晴反映，其登录微信的手机号码正好是支付宝账号，密码也是这个手机号。

专家表示，由于微信好友大都来自QQ好友和手机通讯录，使用户对陌生人的警惕性降低，导致不法分子诈骗成功几率更高。同时，由于网购的快速发展，且直接与用户的钱财挂钩，因此这个庞大的用户群体势必成为不法分子的犯罪目标，微信网购成为了微信诈骗的重灾区。

据警方分析，犯罪分子是根据手机号猜出密码，进而将与支付宝绑定的银行卡上的钱转走。目前，警方正在加紧调查中，警方特别提醒微信用户，加了对方微信就有可能被对方得知手机号，支付宝密码不要用手机号。不要随便加陌生人微信，网上交易时一定要提高警惕。

来源：通信世界网 2013年08月08日

渠道转型势在必行

——后渠道时代的经营之道

渠道是支撑电信运营商在2G时代实现高速增长的重要武器之一。然而，原有渠道的运营、支撑和管理架构均是在以单一业务为主的基础上逐步建立起来的，随着移动互联网时代的到来，旧时的渠道管理架构已不再适应市场的要求。在竞争压力日趋加大的当下，运营商需把握行业发展趋势，顺势而为，积极推动渠道转型，为新时期业务转型和发展提供新的动力。

大势所趋：解读后渠道时代

互联网的兴起改变了我们的生活，也改变了营销的格局。现在，曾不起眼的淘宝、京东等电子商务网站不停地创造着单日交易纪录。尤其在淘宝，卖家不用到店里铺货、不用在电视和报纸杂志上打广告，只需点击鼠标，产品就可以卖到全国，这意味着一个全新的后渠道时代来了。

简单分析一下，我们不难得出后渠道时代的特点：一是借助于网络和物流，产品可直接从商家到达消费者手中，省去了中间环节，降低了产品成本，消费者能得到实实在在的优惠。二是后渠道时代品牌仍然起着关键作用。据调查，品牌产品在消费者的接受程度上要强于品牌度低的产品。强势品牌有更多优势，更能让消费者放心购买。三是想要成为行业的主流，做到传统渠道与网络渠道协同配合，其效果会更好。

截至2012年12月底，我国网民数量达5.64亿，手机网民数量达4.20亿，互联网成为人们获取信息的主要渠道。由此，我们可以大胆地推断：除了实体渠道，用户将逐渐通过信息化程度更高的电子渠道来完成产品的咨询、交易和售后服务。

因势利导：运营商重新定位

2013年4月，“微信”事件成为ICT领域的热门话题，一石激起千层浪。OTT业务发展带来的商业模式变革对运营商压力很大，行业价值从传统电信业务逐步向OTT类业务转移已是不争的事实。电信运营商与OTT服务商之间的界限也越来越模糊。这时候，运营商需要明确一个更加顺应历史趋势的新定位。

中国电信前总工程师韦乐平在《人民邮电》报刊登了一篇“去电信化”的文章给我们很多启示，或许能从中找到问题的答案。韦老从“去电信化”的14大趋势、生存还是死亡、互联网带来的挑战、待跨越的四座大山、电信业不会轻易衰亡五个部分深入浅出地论述了新时代的运营商转型面临的问题以及解决的态度和措施。韦老认为，“要成功实现这么大行业和企业的历史性转型，小修小改小变是无济于事的，必须首先实现‘去电信化(De-Telecom)’改造”。在笔者看来，这里的“去电信化”类似于凤凰的重生，需要对自己身上不利于继续生长的东西进行果断地剔除，虽然这个过程中可能会有改革带来的阵痛，但从另外一层意义上讲，只有勇于面对、承担，才能浴火涅槃。笔者认为，未来的运营商将以更加泛在的网络为基础，推出更加个性化的产品和更加贴心的服务，向以富媒体为代表的信息聚合中心和以社交网络为代表的沟通交流平台相结合的产业形态转型。在这里，低成本、高效率、个性化、信息聚合、平台化是关键词。

而渠道作为运营商不可或缺的一个重要组成部分，在转型时同样面临着“到哪里去”和“怎么去”的问题。

顺势而为：渠道转型的策略

1. 电子渠道先行。首先，应当明确未来发展重点是电子渠道。用户将逐渐选择信息化程度更高、操作更便捷的电子渠道来完成产品的选购及售后服务。那么，如何推广和培育电子渠道？

笔者认为主要分为以下几个步骤进行：

一是渠道传播(利用移动互联网资源或自有资源扩大渠道影响力和覆盖面，让更多用户了解电子渠道)；

二是营销推广(制造热点，吸引用户访问渠道或是尝试在渠道上使用产品)；

三是渠道运营(保持热度，建立信息更新机制)；

四是渠道维护(把客户需求放在首要位置，建立一套以客户需求为导向的渠道管理系统)；

五是渠道分析(定期对渠道经营数据进行分析，优化渠道产品投放策略)。

需要提及的是，电子渠道作为未来运营商保持持续增长的主要动力，一定要授予较高的管理权限，在公司内进行组织架构调整也是十分必要的，过去在市场部(部分省公司将电子渠道管理职能划在客户服务中心)的电子渠道运营职能可划归省公

司直接管理，这样方便整合资源，提高执行效率。

2. 实体渠道协同。实体渠道包括自有渠道和社会渠道两种，它们是运营商发展业务的基石，也是开拓其他渠道的基础，在移动互联网时代，只有做到实体渠道和电子渠道协同发展，运营商才能立于不败之地。

在自有渠道方面：

(1) 渠道转型，体验为先。ScottMaKain所著的《商业秀》的英文名字直接说明了这个问题—AllBusinessIsShowBusiness，即所有的行业都是娱乐业。他认为所有的行业都应该像娱乐业一样，最重要的不是销售产品，而是销售用户体验。因此，笔者认为自有渠道若要转型，最重要的是要有足够好的用户体验。

一是全新的视觉体验。除了统一的门面标志、功能分区、辅助设施等传统营业厅的基础设施外，营业厅还应有更人性化的设计。如在厅内设置大面积的“终端+特色业务”产品体验区、增加专业产品导购人员主动为顾客推荐业务、增加“我要×”服务区收集客户的业务需求、设置问题解决区即专门解决客户的各种问题和投诉。

二是多元的听觉体验。节奏和旋律对人的购买欲有影响，在店内播放一些轻松、活泼的流行歌曲或者轻音乐，不但能改善厅内环境，还能加快顾客的决策速度并提高其购买欲。三是贴心的服务体验。在店内增加配件售卖区、智能手机服务区等。四是炫酷的创新体验。LTE、云计算、物联网、大数据……要让用户感知到“面向未来”的神奇业务。

(2) 做大平台，引商入店。要充分利用现有资源引商入店，将我们的渠道打造成新型快速消费品连锁超市。《平台经济学：平台竞争的理论与实践》一书中指出，“平台是新经济时代的重要经济体”，拥有丰富用户资源的运营商同样可以成为“别人的”渠道或平台，提供一种现实或虚拟交易的空间，促成双方或多方客户之间的交易，并收取恰当的费用而获得收益。在这个思路的引导下，我们可以想象运营商完全可以扮演新型渠道中心的角色，我们搭台，商家及客户唱戏，这样做，不仅可以加快将传统营业厅从成本中心转向利润中心的步伐，更有价值的是，为我们带来大量潜在用户，可以更加方便地满足用户的深层需求。

在社会渠道方面：

一是重新定义社会渠道类型，以网络制式、用户习惯等为主要区隔点划分社会渠道，选择和培养一批符合全业务经营及信息化应用需求的渠道，建成一批与运营商共同发展、融为一体的队伍，对各类渠道采用不同的扶持政策、支撑手段和营销策略。

二是重新进行渠道规划，实现社会渠道的合理布局。将自有渠道、社会渠道进行整体规划，梳理社会渠道与自营渠道的关系，合理安排自营渠道与社会渠道的比

例关系。

三是整合运营商与代理商的资源，实现自有渠道和社会渠道的协同营销。利用网格化协同营销系统，由运营商统一策划营销方案，梳理出目标用户和目标业务，实施协同营销。要与社会渠道人员进行有效协作，实现营销链的纵向协同；与社会渠道进行合理分工，实现各渠道间的横向协同。此外，还要整合内外部资源，对具备条件的社会渠道开放面向单位用户的营销资源，实现对全用户的协同。

四是建立社会渠道考核的新机制，要在原来以新用户发展量为主的 KPI 指标体系基础上引入用户渗透率、用户收入为主要内容的指标，建立以增量、增收为目标的渠道佣金体系，从机制上引导代理商的行为取向，优化代理商的盈利模式，减少代理商的套利行为。

总而言之，渠道并不会像很多人预料的那样迅速退出历史舞台，恰恰相反，当潮水退去、泡沫散尽，虽然有一部分渠道游戏的参与者倒在了沙滩上，但历经大浪淘沙后的渠道整体实力将会有增无减，新的历史或许就会被他们重新书写。

来源：《通信企业管理》2013 年第 06 期

云计算发展现状及趋势分析

一、云计算的定义

云计算是新近提出的一种计算模式。它是分布式计算、并行计算以及网格计算的发展。

二、云计算发展现状

(1) 平台提供商。云计算的实现依赖于可以实现自动负载的平衡、虚拟化、随需应变的相关硬件的平台，在这一方面的提供商主要是在传统上领先的硬件的生产商，例如 IBM、惠普、EMC 的 VMware、RedHat、Oracle、Intel 等 [2]。2003 年 12 月，EMC 公司收购了 VMware 公司。VMware 公司是在虚拟化方面领域的领先者，全球 84% 所有的虚拟化的应用都是应用在 VMware 之上的，它的产品 VMwareFare 为企业提供了私有云以及公有云平台。RedHat 提供了纯软件的云计算的相关解决方案，可以支持任意工业标准硬件，提供 IaaS、PaaS、SaaS，并且结合第三方的应用扩展 SaaS。RedHat 已经为 Amazon 提供了云计算平台，并联合 VerizonBusiness 部署了云计算的服务方案。IBM 在 2007 年 11 月 15 日提出了“蓝云”计算平台，为客户构造了即买即用的云计算平台。惠普最新的基础设施的解决方案是惠普刀片系统矩阵 (HPBladeSystemMatrix)，它为云计算提供了相应基础平台，降低了基础设施的整体的成本以及数据中心的复杂性。EMC 在 2009 年同英特尔共同合作开发的高能版本的 Atmos 云存储系统，AT&T 的 Synaptic 服务是建立在这个平台基础之上，并且提出构建统一的云架构。

(2) 系统集成商。系统集成商可以帮助用户来构建云计算的相关软硬件平台，

尤其是相关企业具有的私有云。相关代表厂商包括 Google、Amazon、Oracle、Sun、IBM、HP 等。Oracle 2005 年用 58 亿美元成功收购了 Siebel 公司，从而一举进入了云计算领域前列。自从 Oracle 收购 Sun 之后，开发了利用 Sun 服务器作为相应硬件、使用 Java 来作为基础架构的一种编程工具。Oracle 可以支持数据中心按需提供相应服务，开发的“POD”架构。

(3) 服务提供商和电信运营商。这一领域包含了为企业以及个人用户供应计算及存储资源的 IaaS 公司，例如提供新型数据中心服务的 GoGrid、Amazon，电信运营商 AT&T、Verizon 等，还有为应用开发者提供相应开发平台的 PaaS 公司譬如微软 Azure、Force.com 以及 GoogleApp 等。

(4) 应用开发商。就是 SaaS 应用服务的提供商，它包括传统的软件厂商譬如微软的 Live 服务，以及苹果的 MobileMe、互联网巨头 Google 的 gmail、GoogleEarth 和黑莓企业方案等还有新兴的在线 CRM 解决方案提供商 Salesforce 等。

(5) 试验床。目前，相对有影响力的试验床的项目包括 OpenCirrus 云计算试验床，这个试验床成立于 2008 年 7 月，正在进行 50 个左右的研究项目，从而模拟了一个相对真实的、全球性的并且互联网范围的计算环境，并且给研究人员带来了前所未有的能力。英特尔、惠普、雅虎还有多家研究机构加入了其中。NSF 的 GENI (global environment for networking innovations) 自 2010 年启动构建了 DiCloud (data-intensive cloud control for GENI) 项目。该项目发展了 GENI/ViSE sensor network (sensornet) 试验床，包含跨越 sensornet 节点和数据中心节点，最重要的是基于云的用于数据存储节点，给相关研究人员提供了一个可以进行深度的数据测试的计算环境，从而获得相应数据片段，明确地控制数据流以及资源的分配情况。

三、云计算发展趋势

目前，云计算还是处在市场初级，云计算技术尚存在的以下 10 大障碍：(1) 服务系统的可用性保证；(2) 数据的锁定以及平台之间数据的传递；(3) 数据的保密性以及可审计性；(4) 数据传输障碍；(5) 性能的不可测；(6) 高效、细粒度的弹性存储问题；(7) 大型的分布式系统中的 bug 问题；(8) 高效精确的计量；(9) 服务提供商和平台用户的声誉前途联系；(10) 软件许可证问题。

四、结束语

云计算具有非常广阔的应用前景，相关的关键技术也发展迅速。虽然云计算还有很多问题需要解决，但是云计算成为炙手可热的趋势不可改变。

来源：《中国新通信》2013 年第 10 期

【模式创新】

中国移动推“动感求职”客户端

开车需要导航，求职同样需要导航。在这个“最难就业年”，中国移动 12582 于近日推出大学生掌上求职导航助手——动感求职手机客户端。

据了解，动感求职手机客户端具有搜寻工作、校园招聘、学长去向、家教兼职、求职秘籍和个人中心六大功能。目前，该客户端每天可提供有效招聘信息约 31 万条，可供大学生通过城市、行业、企业性质、企业规模等条件来搜索自己感兴趣的招聘岗位；“校园招聘”功能可以从地域和时间两个维度，列举出符合条件的校园招聘会和宣讲会信息；用户可方便查阅本专业学长学姐的毕业去向，帮助大学生找准就业方向，并根据目标职位的能力要求，提前学习，做好职业生涯规划和管理；每周更新兼职信息和家教机会信息 400 余条，优先推荐给注册用户，在校大学生可找到“赚外快”的机会，同时亦可增加社会经验；“求职秘籍”功能每周都精心策划一个企业专题，展示名企员工的亲身经历，通过实用的求职经历和职场故事，让大学生看到自己梦想中的企业最直观的描述，听到企业员工最真实的声音；“个人中心”是个性化定制模块，大学生可以收藏自己喜欢的兼职信息、文章及企业专题，同时也可以查询兼职申请记录。

据悉，该手机客户端已在 12582 动感求职官网以及 360、91、豌豆荚、安卓市场、安智、机锋、十字猫等各大主流 App 应用平台上架。该手机客户端将以全国化服务、即时性发布、个性化定制等为特点，全力打造符合大学生特点的新媒体平台。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 12 日

终端制造

【科技前沿】

联想手机押宝运营商渠道低利润走量难撼巨头

据媒体报道，目前国内手机销售渠道中，运营商渠道与社会渠道的出货量差不多是五五开，但联想这一比例是七三开。同时，联想与运营商合作的定制产品，基本每款的销量都在百万部以上。手机厂商与运营商合作在初期的经营中或许能起到十分积极的作用，但是随着市场占据地位之后，若一直视与运营商合作为神器，而没有在核心竞争力上突破，就会受制于运营渠道单一的困境。进一步说，联想除了押宝运营商渠道外，还应增加核心竞争力，否则低利润走量难撼业内巨头。

运营商联营下的联想

根据 IDC 最新公布数据显示，联想在全球手机市场份额达到了第四名，中国市场占有率排名第二。另有数据显示，联目前在联想出货的智能手机中，运营商渠道和社会公开渠道占比大概为 7: 3，而运营商渠道给予联想的支持，也让联想在中国智能手机市场迅速拓展。

联想集团副总裁冯幸表示，社会渠道和运营商渠道二者高度融合，使得没有一个营业厅不卖裸机，没有一个社会店面不卖合约，如果有不卖合约的店面，显然这个店面已经经营不下去了，所以说社会渠道和运营商渠道是越来越融合的渠道。对于联想来说，联想本身就长有基础，又有强大的社会渠道基础，而且现在与运营商合作也有底气，运营商也真的很看重联想的社会渠道。

中国智能手机近年来的发展证明，必须充分利用运营商的渠道。联想智能手机的飞速发展，正是很大程度上依赖于运营商的支持。联想方面表示，在运营商渠道日趋重要的今天，运营商和手机厂商之间也是相互选择的，运营商选合作伙伴也有自己的标准，联想被运营商选择的时候，差异化的特点就是联想的社会渠道基础。

运营商联营下的联想看似很美，可是真的很美？

依赖症带来的低利润尴尬

赛诺数据显示，国内运营商终端定制市场规模已占到整个手机市场半壁江山。在联想集团前不久公布的 2012/2013 全年财报中，也看到了与运营商合作的亮点，联想智能手机的爆发增长。据悉，近一年来，联想智能手机在中国市场销量同比增长 360%，而联想智能手机渠道的打开主要依赖于运营商市场，有 60% 的出货量来自于运营商。苹果、三星、中兴、华为、宇龙等厂商均以运营商渠道见长，运营商集采、定制已是手机厂商上量上规模的必选项。但国内手机厂商依赖运营商带来的量大微事实同样也是不容忽视。之前的酷派就是最鲜明的例子。

创立于 1993 年的宇龙酷派，在过去 10 年来，由于公司大部分产品为电信运营商定制，产品价格易受到补贴计划与 3G 推广政策影响，加之运营商管道更加开放，更多的竞争者进入到 3G 智能手机市场，管理层预计产品毛利率及产品平均价格将会持续下降。但随着运营商定制市场的竞争日益激烈，宇龙酷派将不得不陷入越来越艰难的苦战。更大的问题在于，定制市场的命运都掌握在运营商手中，而运营商政策可能已走到调整拐点。

中国市场第二大智能手机销售商的联想，虽然超过苹果的 6.9%，仅次于三星的 16.7%。但华丽的数据背后，却面临有份额无利润的窘境。实际上利润率不高是困扰国内手机厂商的普遍问题，国内许多手机厂商都将市场基调定位为“牺牲利润抢市场”。一些大的手机厂商希望，通过规模获得在产业链上下游的定价权。在低端市场上，国产手机能够抗衡洋品牌，很大程度上是依赖低价策略，有些时候甚至陷入了价格战的漩涡。但低价意味着低利润，甚至毫无利润可言。

缺乏核心竞争力恐难登高堂

冯幸表示，“运营商招标也是有白皮书的，运营商如何要求，我们就如何研发产品，这一点已经与运营商达成一致，也是我们产品能够做到这样一个高度的先决条件。”从这一点中，我们清楚的看到了联想与运营商合作的思路，就是尽量满足

运营商的需求。但说到底，联想选择与运营商合作是自身缺乏核心竞争力。

有网友认为，联想的手机压根没有形成气候。没有核心的东西，与国内厂商华为，小米等手机相比，就一个电脑，一个手机组装厂，跟满大街的街机没有任何区别。一方面，苹果三星等在国内消费者中占据着高端的感觉，这并不是因为其产品真的就超越联想多少，但是其宣传达到了效果，消费者也比较认可，这不在联想的控制范围内。另一边，国内的小米、魅族等产品，有着极高的性价比跟出色的性能。

尽管自家手机业绩强势增长，但业务不是很强势，例如占销量大比例的是中低端产品，缺少一款明星产品，而解决此问题，冯幸认为有三大举措：尝试布局全价位段，继续紧密捆绑运营商，重点打造 2000 元以上手机以弥补自己的不足。可是冯幸唯独没有说出核心竞争力的尴尬。

联想在稳固品牌和现有产品的同时，应寻求拓展空间，寻找未来支撑联想发展新的领域，通过技术进步为联想注入灵魂，打造核心竞争力。进一步说，联想可以实现自身核心竞争力升级，向产业链高端延伸，提供多样化产品、综合服务的好机会。联想如果能够利用好这些机会，利用这些年积累起来的品牌、资金、销售渠道，抢占高端，塑造自身的核心竞争力，将远远好过只注重眼前利益，比拼眼前的销售规模及当期利润。

来源：《通信信息报》2013 年 08 月 07 日

三星苹果专利大战升级：或为新品铺路

美国国际贸易委员会（ITC）裁决认定三星电子侵犯了苹果关于数字移动设备的两项专利的部分内容，同时，ITC 还禁止三星向美国进口、销售和分销侵犯这些专利的产品。而所有的禁止进口令都将提交给美国总统奥巴马审批。

业内认为，奥巴马否决 ITC 的针对苹果 iPhone4、iPhone3GS 等产品的进口及销售禁令之后一个星期，苹果就申请在美国市场禁售三星产品，或是为即将上市的新 iPhone 铺路，而三星电子也传出即将发布最新的 NOTE 产品，双方在市场内外的争夺大战愈演愈烈。

上周末美国国际贸易委员会（ITC）作出裁决，认定三星侵犯了苹果关于数字移动设备的两项专利的部分内容，同时，ITC 还发布了一个有限的禁止进口令和一个禁制令，禁止三星向美国进口、销售和分销侵犯这些专利的产品。

美政府首次否决 ITC 裁决

ITC 称，三星设备侵犯了所谓的 501 专利和 949 专利。但 ITC 驳回了苹果提出的三星侵犯其他苹果专利的要求。同时，这项裁决没有清楚地指明三星有多少款手机将被禁止进口到美国市场。三星表示，这种排外性的裁决令人失望。但其对裁决称三星产品没有侵害苹果设计专利的认定表示赞赏。

据了解，所有的禁止进口令都将提交给美国总统奥巴马审批，奥巴马将在 60

天之内审查这些禁止进口令，在此期间，三星的所有手机仍可以进口到美国市场。如果奥巴马没有否决这些禁止进口令，上述 ITC 发出的裁决将生效。

就在一周前，奥巴马否决了 ITC2013 年 6 月份发出的，针对苹果 iPhone4、iPhone3GS 等产品的进口及销售禁令，这使得苹果得以继续在美国市场销售这些产品。当时的裁决包括美国电话电报公司版本的 i-Phone4、iPhone3GS、iPad3G 和 i-Pad23G 都在禁售范围内。据悉，这是美国政府首次否决 ITC 发出的禁售令，而一周以后，苹果立即申请 ITC 发出在美国市场禁止进口、销售三星部分产品，双方专利大战愈演愈烈。

苹果或为新品发布铺路

IDC 最新数据显示，在 2013 年第二季度，全球智能手机市场上，三星、苹果仍位于前两位。有消息传出，苹果公司将在 9 月 10 日发布新一代 iPhone，或将包括低端的 iPhone5C 以及 iPhone5 的升级版，而三星电子也传出在 9 月将发布最新的 NOTE 系列。

有渠道商表示，过去的一年，苹果没有推出新的 iPhone，而三星则发布了多款新的智能手机，无新品在市场上与三星竞争的苹果公司希望通过专利大战来遏制三星电子的扩展速度。但有分析认为，目前苹果下滑趋势较为明显，如果即将发布的新品无法留住消费者信心，则对苹果来说是在市场竞争之外的另一大严峻考验。

名词解释：

501 专利：是一个带电路的插头在立体声耳机或者其他设备插入时检测插入的设备。

949 专利：是帮助解释在触控屏设备上的某些敲击动作。

来源：《广州日报》2013 年 08 月 12 日

云计算在移动综合网管中的应用

一、移动网综合网管现状

随着 3G 业务的发展，移动网综合网管起着越来越重要的作用。运营商集团级管理机构除了对各省网络上报的告警进行全网监测以外，还需要对各省上报的话务数据进行整体或局部的分析，以便及时掌握全网用户行为的变化。3G 网络中的网元数量远远大于 GSM 网络，3G 网络中的告警数量、网元数量、分析数据激增导致综合网管的数据量越来越大，加上新增 PS 域的话务及原有 2G 网络的各类数据，综合网管数据传输和存储的负担变得越来越重。

为了适应新需求网管软硬件需要随着业务量增大不断扩容，这样就出现了一方面网络扩容需要较高的投资和维护成本，另一方面资源利用率又普遍偏低、资源使用又不均衡现象。这种不均衡有的是服务器间不均衡，有的是峰值与非峰值间不均

衡，任何一套系统均要具备面对周期性高峰压力的能力，忙时或峰值时的应用需求对服务器配置提出了很高的要求而在非忙时资源又呈闲置状态。在这种普遍存在的既不能满足使用又存在资源浪费的情况下，将所有的计算资源集中起来统一使用，合理分配和利用资源解决现网问题变得越来越突出，云计算虚拟化技术恰恰可以解决这个问题。

二、云计算介绍

2.1 云计算的概念

云计算是一种基于互联网的，通过虚拟化方式共享信息资源的计算方式，它融合了并行处理、分布式计算、网络计算等新兴技术和概念，对超大规模的分布式环境提供数据存储和网络服务。

2.2 云计算的技术特点

云计算的主要计算方式是面向数值和信息处理的，在数据存储、数据管理、并发控制、系统管理方面都有着独特的技术。其特点主要如下：1.海量分布式存储；2.并行编程模式；3.数据管理技术；4.分布式资源管理技术；5.虚拟化技术。

2.3 云计算的优势

云计算采用的分布式计算，与传统计算模式相比具有如下优势：1.稀有资源可以共享；2.通过分布式计算可以在多台计算机上平衡计算负载；3.可以把程序放在最适合运行的计算机上。

三、云计算在移动综合网管中的应用

3.1 构建网管云的思路设想

云计算是将所有的计算资源集中起来统一使用，这种使用是通过虚拟化技术实现的。主要思路如下：首先，整合开放测试环境及接口服务器等利用率较低的服务器，将高端服务器划分成多个虚拟服务器，提供给开放测试和接口服务器等使用。这样一方面可以降低采购和维护成本另一方面可以减少闲置资源，替换下的服务器也可派做他用。其次，通过虚拟化技术实现计算资源池化共享。通过资源共享，可以把工作负载封装并转移到空闲或使用不足的系统，从而使闲置资源得到充分利用，提高资源利用率。最后，通过构建云网管平台，可以使业务脱离具体的计算机硬件，维护精力可以重点放在业务创新和业务使用上。

3.2 云架构的实施步骤

(1)构建云架构的物理基础，包括服务器、存储和网络设施。

(2)数据虚拟化。通过虚拟化软件对物理设施虚拟化，获得相对合理灵活的网络运行环境。

(3)操作系统。现在很多虚拟化的厂商都提供云计算操作系统。业界首款云计算操作系统是VMwarevSphere。

(4) 数据库和运行环境。云计算和云存储对海量的数据进行处理，传统的有些数据库不适应这种易扩展、易并行的特点可能会逐渐淡出。目前常用的两种一种是 Nosql 数据库(如 Bigtable、Hbase)，另一种是并行关系数据库。适应下一代的数据库需要非关系、分布式、水平可扩展、架构灵活、易复制，支持海量数据。

(5) 中间件和面向服务的架构。中间件(Middleware)属于可复用软件范畴，处于操作系统、网络和数据库之上，应用软件之下。其作用是为处于上层的应用软件提供运行与开发环境，帮助用户灵活、高效地开发和集成复杂的应用软件。

(6) 自助管理服务。云环境搭建之后，可以将应用程序运行在云上，各省对各自的数据和程度具有控制权。

3.3 实施小型云计算系统的方案

从现网的角度来看，目前可以实施的小型云计算系统方案有两种，一种是把云端统一建在全国管理机构，各省的网管系统改造后统一接入云端。这种方案的优势就是设备统一，运维集中，缺点就是全国现有网络改造工程量大，在改造过程中安全系数偏低；第二种就是把云端分别部署在集团和各省，这种方案的优势就是对现网可以平滑切入，对现网改造的工程量较小，接入过程网络相对安全。缺点是投资大。

关于例旧改造问题：云计算的优势就是分布式计算，无论采用方案一还是方案二，对现有设备引入分布式计算模式都是必需的，目前常用的云计算分布式技术主要有如下几个：1. 中间件技术 2. 移动 Agent 技术 3. P2P 技术 4. 网络计算技术 5. Webservice 技术 6. 普适计算 7. 云计算，这些分布式计算技术不论采取其中的哪一种或哪几种，都需要对网管系统的软硬件进行统一资源整合。

关于引入云计算后的安全问题：目前该运营商综合网管主要使用内部专网专用的形式，外部网络的袭击和泄密应该不是主要安全的问题。主要问题应该存在于“云计算”技术本身安全策略或技术没落不到位造成的技术隐患。

四、云建设过程中可能存在的问题及其解决方法

在云建设过程中网络运行是有风险的，需要进行整体考虑。主要侧重以下几方面：

(1) 计算平台统一规划的考虑。第一步需要统一计算平台，把现有的存储设备、服务器设备、网络等硬件捆绑后进行兼容性测试，由于要考虑设备利旧，在部署前需要统一考虑计算平台的兼容问题，以避免将来出现不必要的麻烦。

(2) 集成现有资源问题。是否能有效集成现有资源是判断云部署是否高效的关键之一，如果不能有效整合现有资源，不仅会造成巨大浪费而且也违背了云计算的本质。

(3) 高度虚拟化和资源共享要求的统一考虑。高度资源共享是一个很难的问题，

实现高度共享需要高度虚拟化，而高度虚拟化除了服务器虚拟化以外，还包括网络虚拟化、存储虚拟化等，因此在部署之前需要综合考虑现有网络是否具备相应的架构、技术储备、人员条件和基础环境。

(4)提升用户感受的统一考虑。根据有些运营商新建的云计算试验网，发现目前的云计算网络在存储能力方面确实有了一些增强，但在用户使用感受方面并没有明显的变化。

五、结束语

当前的云计算已经形成一种蓬勃发展的趋势，小型云计算网络构建将以一种新颖灵活的方式在企业中得到应用。虽然到目前为止，云计算仍然存在着标准不统一、技术不够成熟、异构网络解决问题，但云计算展现出来广阔的应用前景已经得到了业界人士的普遍共识。

来源：《中国新通信》2013年第10期

【企业情报】

iPhone 被挤出中国手机市场前五名

尽管苹果 CEO 库克多次表态，中国市场对苹果很重要，但来自第三方的数据显示，苹果手机在中国市场已被挤出前五名。

Canalys 的数据显示，2013 年第二季度，中国市场智能手机出货量同比增长 108% 至 8810 万部，依然是全球最大智能手机市场，出货量占全球市场份额的 20%，增速居全球第二。

该公司数据显示，2013 年 2 季度，在全球智能手机市场，前五名中三星、苹果、联想、宇龙、LG 的市场份额分别是 32%、13%、5%、5%、4%。华为、中兴、小米分别排到第 6、第 7、第 12 位。

中国本土手机厂商在过去一年中销量飙升。宇龙、联想、华为、中兴和小米，已占到全球品牌智能手机市场的 20%。报告称，中国厂商的出货量比 2012 年同期增长 108%。

苹果 iPhone 在中国市场遭遇困扰。Canalys 的数据显示，2013 年第二季度，在中国智能手机市场排名前五的厂商分别是联想、宇龙、华为、中兴通讯和小米。苹果则被挤出前五。Canalys 的分析师表示，中国智能手机市场目前的增长点主要是 1000 元以下的智能机，而这正是苹果目前所欠缺的。

Canalys 公司副总裁兼首席分析师认为，高端智能手机市场仍会保持增长，但爆炸式增长将出现在低端智能手机市场。苹果公司必须要对这种趋势做出回应，旧款 iPhone 降价后在第二季度表现良好，就证明市场对新一代廉价版 iPhone 存在真正的需求。“苹果公司当前面临的挑战是，如何维持 iPhone 的高利润率。

来源：《新京报》2013 年 08 月 08 日

4G 牌照发放箭在弦上国产手机迎反攻机会

当 4G 牌照的发放已箭在弦上时，运营商和手机厂商纷纷展开布局。

国务院总理李克强日前主持召开国务院常务会议，要求提升 3G 网络覆盖和服务质量，推动年内发放 4G 牌照。这是继 2012 年 9 月工信部部长苗圩透露将在一年内发放 4G 牌照后，首次在国务院层面被正式确定。据中国经营报报道，业内分析，最有可能的 4G 牌照发放时间是在 9 月至 10 月。

8 月 7 日，中国移动启动 2013 年 TD-LTE 终端招标，按照其年初的计划，将在 2013 年建设至少 20 万个 TD-LTE 基站，覆盖全国 100 个地市级以上城市，4G 终端采购超过 100 万部。而更早之前，众多手机厂商都积极参与了中国移动 4G 终端的招标，华为、中兴、酷派等七款产品入围。显然，厂商们看中的是未来 4G 产业的大蛋糕。眼下，首张 4G 牌照的颁发进入倒计时，国产手机厂商已竞相在 4G 终端的投入与研发上做准备，以便在后续竞争中处于有利位置。

重回起跑线

2013 年第一季度，中国大陆市场共售出 7528 万部智能手机，按厂商计算，除了三星以在中国智能手机市场的 17.3% 份额排名第一，排名二至五位的联想、酷派、华为、中兴，均为中国厂商。

所谓 4G 牌照，即 4G 业务的经营许可权。作为第四代移动通信技术，4G 与 3G 的最大区别在于数据传输速率，4G 最大数据传播速率为 100Mbps，而 3G 最基本版本速率只有 2Mbps。在国外 4G 已商用多年，但我国由于 3G 建设才进入规模发展阶段，而 4G 建设滞后于国外水平。

进入 2013 年，官方明确了 4G 牌照的发放时间，这对于国产手机厂商而言，无疑是突围的重要时机。“在 2G 和 3G 时代，中国本土手机制造商都是跟跑者，因为在技术上储备不足，所以在国际市场上的话语权就不大。而随着 4G 时代到来，国内手机厂商在技术和标准方面是在国际市场上领先的，且就技术储备和资金投入而言，实现 4G 通信已毫无问题，未来会在国际市场的份额上占有先机。”中国电子商务会副秘书长陆刃波指出。

目前，在国内手机市场，国产手机厂商与运营商之间沟通更为紧密，借助运营商渠道，占据了相当的市场份额。易观国际的最新数据显示，2013 年第一季度，中国大陆市场共售出 7528 万部智能手机，同比增长 141.5%。按厂商计算，除了三星以在中国智能手机市场的 17.3% 份额排名第一，排名二至五位的联想、酷派、华为、中兴，均为中国厂商。

与此同时，运营商在 4G 时代，也更需要国产手机的帮助，以此与其他运营商对手竞争。据了解，为了吸引用户，运营商不惜投入大量的资金补贴，从而造成运营商渠道的手机产品价格可以比其他渠道便宜不止一半。这种情况下，国产手机往

往更能积极配合。

另一方面，国外手机厂商的发展形势正发生转变。7月1日，诺基亚宣布以17亿欧元的价格收购西门子持有的诺基亚西门子通信公司50%股份，旨在不再完全依赖本已摇摇欲坠的手机业务。由于手机业务的亏损，诺基亚的资产负债表已经吃紧，截止到2013年第一季度末，诺基亚净现金为45亿欧元。分析师认为，诺基亚最快明年就可能烧光所有现金。三星电子则由于受旗舰智能手机GalaxyS4出货未达市场预期影响，当季业绩未达市场预期，出现手机业务增长放缓的危险信号。而苹果也因产品亮点不足遇到增长瓶颈。业内分析，在手机市场的大背景下，国产手机厂商面临着一次新机会。

抢滩4G

随着移动通信网络的更新换代，终端产品、业务形态都会发生一些变化，在这个时候，消费者更为关心的往往不是品牌，而是体验。

随着4G技术即将进入商用阶段，国产手机厂商在该领域的布局也逐渐浮出水面以肯定的是，4G手机将成为手机领域的焦点。

在4G时期，中兴已提前在系统设备和终端领域“热身”，包括与广州移动合作建设国内超大规模城市TD-LTE用户体验网络，在北京建设全球第一个基于TD-LTE技术的政务网，推出TD-LTE1.4GHz系列化终端产品等。此前，中兴在海外市场推出了单芯片4G智能手机GrandXLTE，预计2013年国内市场上市的4G智能手机GrandMemoLTE，不仅支持3GTD-SCDMA网络，也能同时支持TD-LTE、FDD-LTE两种4G网络。

同样在系统设备方面占优势的华为，也已经在海外市场推出4G智能手机AscendD2LTE。针对2013年的旗舰机型AscendP6，华为终端董事长余承东透露，P6的4G版本将在第四季度上市。

早在2013年4月，酷派就发布了国内首款LTE4G手机酷派8920。按照酷派的公开说法，这款手机是酷派2013年重点打造的LTE4G手机，其很好地兼容了2G、3G和4G网络，极大地适应了目前国内手机的网络覆盖情况。

相比之下，联想尚未给出4G产品的时间表。据了解，联想在技术平台端与高通和英特尔有密切合作，这些在技术方面的准备将会用于智能手机和平板电脑端。

而金立走的则是4G精品路线。“在4G的投入和研发上，我们一直在做技术准备，现在等的就是国家在这方面的政策，另外也要看整个产业到达规模化、商业化的时间点。从技术上来说，我们不会比国内的其他厂家落后。”金立集团总裁卢伟冰说。

不过，在TD产业联盟秘书长杨骅看来，原有的优势厂商往往不是在下一个阶段最有机会的。“随着移动通信网络的更新换代，终端产品、业务形态都会发生一

些变化，在这个时候，消费者更为关心的往往不是品牌，而是体验。如果手机厂商能够抓住这个机会，尝试更多的创新，催生一些潜在的市场需求，并提供良好的体验，那么就会形成新的品牌形象，进而被消费者认可。”杨骅指出。

来源：《中国经营报》2013年08月12日

市场服务

【数据参考】

上半年全国信息消费达 2 万亿

根据工业和信息化部最新统计，2013年上半年，全国信息消费规模不断扩大，网络和信息基础设施能力继续提升，新型信息服务和应用不断涌现，产品智能化应用日益突出，电子商务交易规模保持高速增长态势。

信息消费规模达 2 万亿元。1月~6月，全国信息消费规模达 2.07 万亿元，同比增长 20.7%。其中：通信业务收入 5642.6 亿元，同比增长 8.9%；软件技术服务消费 8345.8 亿元，同比增长 24.5%；信息终端产品消费 6168 亿元，同比增长 28.7%。电子商务快速发展，累计交易额达 49800 亿元，同比增长 45.3%。基础设施投资能力不断提高，累计完成固定资产投资 1296.5 亿元，其中：互联网及数据通信投资快速增长，增幅达 43.8%。

智能信息终端增长突出。1月~6月笔记本电脑、彩电和移动通信手持机的内销量分别为 2053 万、3968 万和 24444 万台，分别同比增长 9.1%、35.6%和 31.1%，高于产量增幅分别为 3.9、30.4 和 8.6 个百分点。终端产品的智能化趋势继续保持，1月~6月智能手机销量同比增长 96.4%，在销售手机中占比达 91%；其中 6 月当月新机型的智能机占比达 87.2%，带动上半年上市机型中智能机占比达到 82%，较 2012 年年底提高 10 个百分点。咨询机构测算，我国智能移动终端产品保有量已经接近全世界的四分之一，移动电话用户占比不足五分之一，智能手机占比超全球平均水平。

移动互联网流量消费依然是亮点。1月~6月，基于智能终端的网络信息服务普及加快，其中，手机音乐视频、手机网络游戏和手机网络文学用户规模较上年年末分别增长 14.0%、18.9%、12.0%，有力推动上半年移动互联网流量同比增长 62.6%，比 2012 年同期提高 19.4 个百分点。月户均移动互联网接入流量达到 122.8M，同比增长 36.6%，移动互联网流量收入增长 55.8%。

网购推动网络广告规模快速增长。1月~6月，网络购物市场交易额达到 8559 亿元，同比增长 60.2%，占社会消费品零售总额的 7.7%，比上一季度提高 0.35 个百分点。消费者购买习惯的网络化推动企业加大网络广告投入，上半年网络广告市场规模达到 346.7 亿元，同比增长 44%，其中 3C、汽车、服装、旅游成为广告投入的主力。智能手机和移动应用的普及，推动了电商领域基于用户数据分析的精准投

放广告规模不断扩大和广告模式的转型。网络广告模式逐步从搜索引擎广告为主，向搜索引擎、网络视频、门户网站品牌投放同步发展转变。

来源：《人民邮电报》2013年08月06日

联通电子商务平台月营业额首破 50 亿

2013年以来，中国联通不断加大电子商务建设及发展力度，近来实现了多项创新和突破。中国联通电子商务平台7月营业额首次突破50亿元，同比提升63%，其中手机营业厅营业额实现1.1亿元，创历史新高。

近日，中国联通对手机营业厅客户端进行了改版，全新推出2.0版本，在界面设计和操作功能方面进行了大幅度优化，支持上下左右滑动的手势操作，增加了搜索、号码切换、“摇一摇”和“扫一扫”等新功能，更加符合年轻用户群体追求时尚体验的需求。目前iPhone版和Android版已全面上架，用户数迅猛增长，受到用户一致好评。

移动互联网已成为用户获取信息服务和沟通交流的重要入口，中国联通顺应移动互联网发展趋势，探索营销服务新模式，创新营销服务渠道，在业内率先推出打通业务系统的官方微信。用户只需关注公众账号“中国联通”，就可以享受智能便捷、内容丰富的多媒体在线服务。用户可以在手机上查询业务套餐使用情况、咨询业务信息、参与优惠活动等。

此外，7月15日，中国联通还在网上营业厅推出宽带在线受理功能，在业内率先实现宽带资源网上预判及全流程办理，支持全国31个省（区、市）用户办理。用户在网上营业厅申请新装宽带，只需提供姓名、身份证号码、装机地址等个人相关信息，就可完成业务申请办理，从选购到下单支付只需两分钟，办理十分便捷。

来源：《人民邮电报》2013年08月12日

【市场反馈】

微信沃卡首日预售突破 70 万人

截至5日22点，微信沃卡首日预售已突破70万人，面对这一数据，一位一直关注联通和腾讯合作的分析师发来一条消息称，“太牛了，一天就卖出那么多。”

微信沃卡首日预订量大加速联通用户发展

由腾讯微信和广东联通合作推出的微信沃卡，由于被视为OTT企业与运营商的破冰之举而广受业内关注。8月5日0点，腾讯旗下综合电商网站易迅网正式推出了微信沃卡的独家预售，仅仅上线一个小时，预售就突破了10万人。而巧合的是，微信5.0版本正式发布，受此利好影响，微信沃卡首日预售迅速攀升，下午3点突破50万人，晚上10点前后突破了70万人。

据悉，从8月5日至8月7日，微信沃卡将在易迅网开展为期三天的预订，8月8日将正式发售。此次易迅网首发预售的微信沃卡主要包括66元、96元、126

元三种套餐。目前，微信沃卡只针对广东省内区域销售，其他区域的用户暂时无法购买。广东联通方面还为微信沃卡准备了存话费送话费的优惠，如购买 66 元套餐的消费者可以预存 120 话费得 360 元话费，存 168 元得 504 元话费等。

不过，易迅仍未公布微信沃卡的具体售价。易迅网华南运营总监韩瑞表示，具体的售价将在 8 月 8 日正式公布，“价格会非常优惠，如消费者选择 66 元套餐原本需要预存 120 元话费才可返 360 元话费，但易迅网的售价会远远低于 120 元这个价格。”

微信沃卡对用户的吸引，已经不言而喻。70 万人，这还只是广东地区的预售人数。联通忍不住要笑了。

华创证券 TMT 首席分析师马军表示，随着沃卡在广东联通线上线下渠道开售以及未来在其他省市推广，中国联通的用户发展将有一个飞跃。

“微信沃卡不仅吸引更多用户入网，未来将进一步提升联通的户均流量，同时通过沃卡为用户提供更多的增值服务，探索运营商在移动互联网环境中新的商业模式”，马军认为，这反映了中国联通在去电信化的过程中发挥优势，按照互联网的做法来变革和经营，在网络开放力以及机制的变化上出现新的活力。

他指出，模式创新加速中国联通用户与收入发展、并改变收入结构。据预计，今明两年中国联通净利润增长仍然保持 50% 以上增长。

联通微信联手中移动着急

而相对联通在 3G 时代的快速增长，中移动显然要着急。

由于 3G 网络方面的弱势，一向高傲的中移动也遭遇了不少“委屈”。苹果、三星等手机终端商，同时在做 TD、WCDMA 和 CDMA2000 网络制式的手机，以往一些厂家推出的同等档次 TD 机型都会略贵，性能反而更差，苹果甚至至今都没有推出 TD 机型。

为了摆脱被动，倒逼厂商加快 TD 产业终端的发展速度，中移动日前抛出了自有品牌手机这颗棋子。

而面对联通和微信的联手，中移动的确紧张过。

在 7 月 30 日举行的微信沃卡发布会上，甚至有广东移动市场人士“潜入”。在发布会前，中移动担心微信沃卡将推出 36 元不限微信流量套餐，如果是这样，将对中移动的校园业务形成实质冲击。但微信沃卡最终制定的套餐标准让中移动人士松了一口气。

在中移动人士彼时看来，尽管有目标市场和潜在用户，但在广东的高校迎新市场，微信沃卡要想抢占市场依然困难重重，这一个版本的微信沃卡只能获得小众市场。而且 4G 牌照发放、终端普及和商业化已是板上钉钉的事。这是移动未来的优势。

但从微信沃卡首日预售的情况来看，中移动在 4G 时代到来前，还将有一段时间的急火攻心。

来源：《证券日报》2013 年 08 月 06 日

北斗导航预计投资 600 亿 2020 年前实现 50 纳秒授时精度

据出席“2013 中国指挥控制大会”的相关专家透露，北斗导航全球系统计划投资 600 亿，发射卫星 35 颗，实现定位精度 1 米、测速精度 0.2 米/秒、授时 50 纳秒的目标。该计划预计 2020 年前完成。

北斗导航系统 (BeiDou (COMPASS) NavigationSatelliteSystem) 是中国正在实施的自主发展、独立运行的全球卫星导航系统。该系统于 2012 年 12 月起正式提供服务，定位精度为 10 米，测速精度为 0.2 米/秒，授时精度为 20 纳秒。

据介绍，北斗卫星导航系统由空间端、地面端和用户端三部分组成。目前空间段有 14 颗卫星，包括 4 颗 MEO (高度圆轨道) 卫星、5 颗 IGSO (倾斜地球同步轨道) 卫星、5 颗 GEO (地球静止轨道) 卫星。

预计北斗导航全球系统完成后，空间段将有 35 颗卫星，包括 27 颗 MEO (高度圆轨道) 卫星、3 颗 IGSO (倾斜地球同步轨道) 卫星、5 颗 GEO (地球静止轨道) 卫星。

按照“先区域、后全球，先有源、后无源”的总体思路，北斗导航系统分为三步实施。第一步，1994 年启动北斗卫星导航试验系统建设，2000 年形成区域有源服务能力；第二步，2004 年驱动北斗卫星导航系统建设，2012 年形成区域无源服务能力；第三步，2020 年北斗卫星导航系统形成全球无源服务能力。

来源：C114 中国通信网 2013 年 08 月 07 日

海外借鉴

印尼电信携手阿尔卡特朗讯支持印尼国家宽带发展

阿尔卡特朗讯将在印尼建设光传输网络，以应对由高带宽设备与应用爆炸式增长所带来的网络容量需求不断增长

阿尔卡特朗讯与印尼电信 (TelkomIndonesia) 日前宣布双方已达成协议，将在加里曼丹与苏拉威西岛以及更广大的雅加达地区建设下一代睿智光网络 (AON)。建成后，该网络将承担印尼电信约 50% 的数据流量。

基于 WDM/OTN 融合技术，该光纤网络将助力印尼电信提供 100G 业务，从而可以更具成本效益的有效满足客户对日益复杂的高带宽移动服务的需求，包括视频、多媒体及其它数据密集型应用。

重要信息：

印尼电信目前为超过 1,900 万客户与 1.25 亿移动客户提供高速宽带。

该 100G 网络将承担印尼电信服务区 50% 的高速宽带流量。

阿尔卡特朗讯将部署其 1830 光子业务交换机 (PSS) WDM/OTN 融合平台, 以应对激增的高带宽数据服务需求, 如高清视频流、下一代移动宽带应用与云服务。

智能化通用多协议标签交换 (GMPLS) 控制面板可以保证网络的自动化运作与最高级别的服务保护。

凭借贝尔实验室独特的创新硅技术, 阿尔卡特朗讯 100G 光纤技术可支持高达 8.8Tbps 的容量, 相当于在单条光纤上同时支持 132 万个高清电视频道。

基于阿尔卡特朗讯光子业务引擎 (PSE) 的 100G 技术, 性能强大, 经济效益高, 加之大容量 OTN、分组与光子交换技术以及 1830PSSWDM 特制平台所具有的网络自动化与智能化, 阿尔卡特朗讯睿智光网络 (AON) 能够提供更具成本效益、更加高效、更加智能的 100G 网络。

引言:

印尼电信董事长 AriefYahya 表示: “随着高带宽设备与应用需求的不断增长, 用户对我们的网络需求也随之激增。我们希望能够借助阿尔卡特朗讯睿智光网络 (AON) 100G 光传输解决方案, 满足客户目前以及未来对大容量、灵活性与高效性的需求。”

阿尔卡特朗讯印尼高管 BobbyRasyidin 表示: “由于印尼岛屿丰富, 多达 17, 000 个, 印尼电信一直希望能够联手技术提供商共同打造坚实的网络基础, 从而成本有效地高效覆盖广大用户。阿尔卡特朗讯正全力以赴, 将帮助印尼电信部署一个大容量、高效率的公共网络平台, 以有效服务 2 亿印尼居民。”

来源: 通信世界网 2013 年 08 月 07 日

印度发布统一电信牌照新规

印度 8 月 2 日发布了最新版的电信准入政策, 将实行全国统一牌照制度。在新制度下, 运营商只需获得一张全国性统一服务牌照即可在印度开展电话、互联网和相关通信服务。

印度此次颁布的牌照新规可以说是印度电信准入制度的一次重大改革。此前, 在印度开展业务的服务商必须分别获得不同的业务牌照, 并根据所开展业务的不同和所在区域的不同向印度政府缴纳相关的牌照费用。在新的牌照制度下, 服务商向印度政府缴纳一定费用即可将现有牌照换成全国性统一服务牌照。

以印度信实集团 (Reliance) 为例, 其 2010 年获得了互联网宽带业务牌照, 新的规定实施后, 信实便可涉足语音业务市场, 目前语音收入在印度电信业总收入中所占的比例仍高达 85%。

新的牌照制度有望减少印度电信管制方面的不确定因素, 其中广为诟病的是印度 2008 年发生的电信牌照丑闻。时任印度电信部部长安迪穆图·拉贾掌管的电信部以低于市场的价格违法发放 2G 手机运营牌照, 以使部分电信运营商受益。印度联

邦审计总署对此提交给印度国会一份长达 96 页的报告。报告指出，在拉贾担任电信部长期间，2G 手机运营牌照的出售是以“武断的、不公正的和不公平的”方式进行的。这些牌照的价格“低得难以置信”。更为关键的是，2008 年发放的 122 个牌照中有 85 个都被不符合资格的企业获得。据估计，印度政府由此遭受的损失高达 310 亿美元。2012 年，印度高等法院收回了这 122 张违规发放的牌照，此后陆续有电信企业关闭印度业务。

牌照新规还禁止持有牌照的企业持有直接竞争对手的股份。目前的规定则允许服务商最多持有直接竞争对手 10% 的股份。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

《经济学人》：2015 年印度互联网产值达千亿美元

经济预测机构《经济学人》智库（EIU）近日发布了一份名为《良好的增长：亚洲互联网商务环境》的报告。报告称，印度上网人数仅占全国总人数的 10%，但互联网产值占国民生产总值的比例已达 1.6%。预计到 2015 年印度互联网产值将翻番，达到 1000 亿美元，相当于目前整个印度医疗保健行业的产值，而推动印度互联网经济发展的关键因素之一是数字与移动广告。

根据世界经济论坛发布的网络就绪指数，新加坡、日本、中国台湾、韩国和中国香港的数字基础设施质量排在全球前 20 名，而印度、泰国、印度尼西亚和菲律宾则处于末位。EIU 报告称，印度互联网发展城乡差异较大。印度农村人口达 8.33 亿，其中只有 3.6% 是互联网活跃用户，这些用户中有三分之一需要到十英里外的网吧上网。但印度政府对互联网基础设施建设的大力支持，将会推动互联网的普及。

尽管对印度互联网普及持乐观态度，报告仍指出印度在电子商务消费方面的信用卡低使用率情况。印度信用卡使用率只有 2%，远远低于韩国、中国台湾和新加坡，制约了互联网电子商务的增长。报告同时也指出印度互联网法律制度建设存在的问题，“互联网相关法律法规措辞不当、解释不清的情况在印度和泰国尤为严重，增加了企业所有者所面临的不确定性，同时也增加了政府的管理费用。” EIU 的劳雷尔·韦斯特表示，虽然印度通信与信息技术部负责互联网管理的诸多法律问题，但没有具体的监管机构约束网络内容与平台的创建者。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

英国电信即将启用 2.6GHz 和 188MHz 进行 LTE-A 试验

据国外媒体报道，一位熟悉 EE 内情的消息人士透露，该公司即将使用 1800MHz 和 2.6GHz 频段的频率进行 LTE-A 载波聚合 (CA) 试验。

该消息人士表示，试验将在伦敦进行，并将使用 1800MHz 和 2.6GHz 频段的频率。但他并未透露试验将于何时开始；不过，该英国电信运营商此前曾宣布，将于 2013 年年底前进行试验。

其实，使用 2.6GHz 频谱在情理之中，早在 2013 年 2 月份举行的频谱拍卖会上 EE 公司购入了 $2 \times 35\text{MHz}$ 频谱，虽然 800MHz 频谱只有 $2 \times 5\text{MHz}$ ，但却足以以为长距离及室内区域提供良好的信号覆盖，但在提高峰值连接速度方面效果一般。

据了解，EE 公司一直忙在英国的 4G 市场上占据有利的先发优势，为此公司在 15 个地区推出了双速 LTE。

为了实现更好的效果，该运营商甚至调整其原有的公关信息。当 EE 在 2013 年 4 月份表示公司将令其 LTE 网络速度提高一倍时，它所提到的现实世界中的最大速度为 80Mbps。然而，当它在 7 月份开始真正着手推进该项工作时，它参考的是实验室中所能达到的最高速度—150Mbps。

此外，随着另一竞争对手 O2 于 8 月底推出 4G 服务，EE 鼓吹其更为成熟的 LTE 网络优点的难度可能会更大，其中将包括很久以前便已经开始的载波聚合技术。

来源：通信世界网 2013 年 08 月 06 日

英国公布“连接、内容与消费者”文件

英国文化、媒体和体育部 (DCMS) 近日公布了一份名为“连接、内容与消费者”的文件，内容涵盖互联网过滤、骚扰电话、5G 频谱等议题。文件阐述了政府未来在这些议题上的战略。该文件有望成为新《通信法》修订的基础。

英国政府目前更可能对现有的法案进行必要的修订，而并非制定一项新法案。在英国政府对现有法案进行修订前，该文件中的一些内容将被用作官方政策，而其他内容将被用来进行更为具体的磋商。英国文化大臣玛丽亚·米勒在谈到该文件时表示，这份文件旨在解决英国消费者最为迫切的数字问题。

值得注意的是，该文件包括了最近公布的网页过滤计划，该计划将在家庭宽带账户上设置过滤器，旨在屏蔽来自如色情等不良网站的内容。该文件称，“对于家庭宽带用户，英国的四大互联网服务提供商（占市场份额的 90%）已达成一致，当新用户设置宽带账号时，可自动选择安装便捷的过滤器，该措施将在 2013 年年底前实施。”虽然英国政府目前还未启动该措施，但该措施未来将可能成为正式立法。

该文件中另一个值得关注的议题是移动频谱。英国政府将确保提供足够的频谱来满足未来的移动服务需求，并指出了近期在 5G 技术研究上的投资计划。该文件称，“4G 服务的推出以及未来对 5G 技术的需求使得频谱的价值日益显现，必须尽可能高效地管理这些频谱。”英国政府可能引入新的立法，允许 Ofcom 对未使用的频谱进行更多拍卖，并赋予政府更多权力来指导 Ofcom 处理频谱问题。

在移动通信的其他方面，英国政府将确保整个英国的移动宽带连接率，新目标是实现 99% 的人口覆盖率。然而，对于 2011 年提出的将投资 1.5 亿英镑（约合 2.26 亿美元）的移动基础设施项目 (MIP)，该文件似乎也默认并非所有英国地区都会覆盖移动宽带。该文件称，“MIP 项目将通过新建移动基站和逐步覆盖信号‘盲区’的

方式来提高移动宽带覆盖率，我们会尽可能覆盖这些‘盲区’及还未连续覆盖的重点道路。”

骚扰电话的危害也相当突出，英国政府要求英国信息专员办公室（ICO）等监管机构对向公众拨打骚扰电话的公司加大惩处力度。该文件称，“在一系列措施出台后，我们相信可以在这一问题上取得显著进展，我们将在 2013 年秋季采取一系列监管措施来遏制骚扰电话的侵扰。我们也将继续持续关注这一问题，如果没有明显进展，我们将考虑采取立法的方式，例如对呼叫中心颁布许可证，或是由单独的监管部门来处理骚扰电话和垃圾短信问题。”

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

英国高速宽带迅速普及通信资费持续下降

英国电信监管机构 Ofcom 近日公布的《2013 年通信市场报告》显示，英国每户家庭的平均通信支出正在下滑，超高速宽带的使用正在改变消费者的习惯。

报告显示，在 2012 年，英国每户家庭每月的平均通信支出为 113.51 英镑，而在 2007 年，英国每户家庭每月的平均通信支出为 122.42 英镑。相当于每户家庭每年在通信消费方面少支出了 106.92 英镑。

在使用速率超过 30Mbps 的英国超高速宽带用户中有超过 30% 的用户表示，资费是他们选择服务提供商时最主要的考虑因素。

截至 2013 年 3 月底，英国超高速宽带连接数达到 380 万，是一年前 190 万的两倍。据 Ofcom 统计，其中，固定宽带连接的 17.5% 为超高速宽带。目前超高速宽带已经覆盖了英国约四分之三的楼宇。

Ofcom 指出，超高速宽带改变了消费者的互联网使用习惯。参与 Ofcom 调查的高速业务用户表示他们会更多地收看流媒体电视节目和完整时长电影。超过半数的超高速宽带用户表示他们在家工作的时间比之前更长。

报告显示的另一项重要调查结果是，英国消费者仍旧青睐实时电视。2012 年，在所有的电视观众中，收看实时电视的比例占到 90%。平均每位观众每天收看电视的时长为 4 个多小时，比 2008 年长 15 分钟。

同时，91% 的英国成年人表示，他们每周至少通过家里的电视机收看一次电视节目，这一比例在 2002 年为 88%。不过，在看电视的同时进行其他浏览的人数也在增加。如今很多英国人在看电视的同时也会使用平板电脑或智能手机。51% 的英国成年人拥有智能手机，两年前这一比例为 27%；24% 的英国家庭拥有平板电脑，一年前的数字为 11%。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

沃达丰英国 4G 网络月底开通

沃达丰日前确认将于 8 月 29 日在英国伦敦推出 4G 商用服务。继伦敦之后，沃

达丰的 4G 商用网络将在 2013 年年底陆续在伯明翰、布拉德福德、考文垂、爱丁堡、格拉斯哥、利兹、莱斯特、利物浦、曼彻斯特、纽卡斯尔、诺丁汉、谢菲尔德等城市开通。沃达丰将在 8 月 12 日推出红色 4G-ready 套餐计划（合约期为 24 个月），并细分为 4G、4GL 和 4GXL 三档，起步价为每月 26 英镑。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 12 日

美国拟放松更多频谱支配权

如今无线行业需求压力日益增大，奥巴马政府要求联邦机构放松重要频谱控制权。作为回应，美国国防部近日提议，计划与私营部门共享部分无线频谱。

美国总统奥巴马 2013 年 6 月要求联邦机构设法将其支配的频谱更多转让给私营部门，或与其共享。2010 年 6 月，奥巴马就曾呼吁将联邦机构支配的 500MHz 频谱开放，用于商业用途。

美国联邦通信委员会（FCC）7 月 23 日公开的一份信函显示，美国国防部计划将其支配的 1755MHz~1780MHz 频段的频谱与频谱资源匮乏的无线业务公司及互联网公司共享。美国军方会在系统中重新安排 1755MHz~1780MHz 频段以及 2025MHz~2110MHz 频段的使用，并将一些项目压缩至其保留的 1780MHz~1850MHz 频段中。

此外，在美国通信与信息管理局（NTIA）的协助下，FCC 正筹备于未来几年内开展频谱拍卖，包括拍卖联邦政府掌控的很大一部分频谱。这将是 2008 年以来首次对频谱所有权进行重组。美国国会要求 FCC 于 2015 年 2 月前拍卖 2155MHz~2180MHz 频段的频谱，而 FCC 试图将该频段频谱与珍贵的 1755MHz~1780MHz 频段频谱配对拍卖，以便获取更多收益。美国众议院的立法委员已提出议案，确保配对拍卖的实施。

FCC 正在起草制定规则的通告，就如何拍卖这些频谱征集公众意见。一名 FCC 官员表示，该通告将针对国防部的提议拟定。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

路透社：黑莓或将开启私有化进程

据路透社报道，黑莓公司正着手可能的私有化进程，以在日益激烈的智能手机大战中扭转颓势。虽然年初推出基于黑莓 10 操作系统的新产品线，期待打个翻身仗，但是市场反应冷淡。黑莓官方未就此事回应。

黑莓董事长托尔斯·滕海因斯（Thorsten Heins）和公司董事会正酝酿将黑莓私有化的想法，为黑莓争取到喘息的空间，在公众注意力之外修正公司存在的问题。

但是，目前黑莓并没有启动任何购买程序。即便是曾经尝试过，黑莓或许已经发现寻找买家和基金来进行私有化是多么的困难。随着该公司不断亏损和用户流失，私人股本公司和其他买家或将持币观望。2013 年，黑莓股价下跌已逾 19%，其市值从 2008 年巅峰时的 84 亿美元，跌至 48 亿美元。

滕海因斯谈到，上月，公司已步入正轨，当前只是需要更多的时间来修正自身问题，在接下来 8 个月中，将会推出更多运行黑莓 10 操作系统的设备。

一些投资人表示，黑莓应该通盘考虑各种可行方案，包括整体出售公司，或分拆销售。其专利组合和高利润服务业务或许将引起科技公司的兴趣。但是，私人股本公司和黑莓周旋 2 年多时间，至今未拿出促成交易的方案。

另外，渥太华方面会考虑竞争和本国安全问题对加拿大公司的收购案进行审查。政府官员表示，希望黑莓作为一家加拿大公司获得成功，但是也承认事态将如何发展很难预测。

来源：凤凰科技 2013 年 08 月 09 日

阿联酋电信计划 2014 年第一季度商用 VoLTE 服务

据国外媒体报道，阿联酋电信 (Etisalat) 一位发言人表示，该运营商有望于 2014 年第一季度商用 VoLTE 服务。这意味着用户们可在一款终端上同时实现语音和数据服务。

VoLTE 将为阿联酋电信用户提供无缝的语音服务，以及高清语音通话、更快的呼叫建立时间、高清视频通话和其他丰富的多媒体服务。

尽管阿联酋电信及其竞争对手 DU 都已在阿联酋提供了 LTE 服务，但这些服务仅限于移动数据。

阿联酋电信在 2013 年 5 月完成了 VoLTE 和 eSRVCC 测试。据悉，该运营商在 2013 年第一季度携手中国设备供应商华为与美国高通公司一起开始了测试工作。

来源：C114 中国通信网 2013 年 08 月 07 日

韩国拟推动银行网络形成专网

据外媒报道，韩国金融监管部门将要求国内银行建设两套网络系统，并推动数据存储备份中心建设，从而提升防御网络攻击能力。

韩国金融服务委员会 (FSC) 日前对外宣布，计划于 2014 年将国内主要银行的网络系统划分为两套系统，一套供内部专用，另一条架设在互联网上。对此，FSC 做出了具体解释，根据此项新措施，由于逐步分离总部及其分支的网络系统可能会耗时数年，所以在此之前，韩国的主要银行需首先在接下来 1 年的时间内将主要的操作系统从互联网上剥离。此次分离网络系统预计将花费 10 亿~40 亿韩元 (约合 550 万~2200 万元人民币)，而且费用会根据每家银行的规模有所变化。

与此同时，FSC 透露将推动建立一个统一的数据存储备份中心。尽管韩国已建立了二级数据中心，能在网络攻击或自然灾害发生时进行银行数据检索，但这个数据存储备份中心将作为第三个救援中心用于紧急数据恢复。另外，FSC 还透露，出于安全方面的考虑，很可能在远离韩国首都首尔的某地以“地下掩体”的构造来建设这个数据存储备份中心。

自 2013 年 3 月下旬包括新韩银行在内的多家网站遭受未知恶意软件攻击后，FSC 推出了这些确保在线网络系统安全的举措，作为韩国各金融机构优先保障的重中之重。韩国金融监督院（FSS）及其监督机构 FSC 已表示他们将评估金融机构的网络系统，并在 4 月实施加强安全的措施。7 月上旬 FSS 曾要求国内金融公司公布安全漏洞事件的细节（包括事件成因），从而加强网络安全建设。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

新加坡电信同 Visa 合推移动支付

新加坡电信公司日前同 Visa 建立了合作，将后者的支付账号和广泛的支付渠道纳入到已有的移动支付业务中，希望借此推广其移动支付业务。

新加坡电信 2013 年 4 月推出了名为“mCash”的 NFC（近场通信）支付业务。目前，即使是非新加坡电信网内的移动用户也可在本土使用该业务。据悉，同 Visa 建立合作后，新加坡电信在本土和澳大利亚的用户可通过智能手机在 Visa 全球的 payWaveNFC 支付终端上享受该服务。据介绍，目前新加坡有 1.2 万个 VisapayWave 支付点，澳大利亚则有 10 万个。据悉，2014 年年初，Visa 的预付费账户将同 mCash 打通。届时，用户可直接进行线上购物。

来源：《人民邮电报》2013 年 08 月 07 日

俄罗斯最快 2013 年底成立网络部队

据日本媒体报道，俄罗斯国防部的一位消息人士透露，俄罗斯军方最快将在 2013 年年底成立一个负责信息安全的兵种。该消息人士称，这个兵种的主要任务是监控和处理来自外部的信息以及应对网络威胁，“换句话说，该部门的性质类似于美国的网络司令部”。

俄罗斯将成立这样一支部队并非毫无征兆，就在上述消息传出一周前，俄罗斯总统普京表示：“我们必须做好有效应对网络空间面临的威胁的准备，提升对相关基础设施，尤其是战略性设备及关键任务设备的信息系统的防护能力。”他还指出，所谓的“信息攻击”已被各国用于实现军事和政治目的，这些“信息攻击”的“威力”甚至可能大于常规武器。俄罗斯首次对这一问题进行广泛讨论是在 2012 年春天，当时是由俄罗斯副总理德米特里·罗戈津宣布的。2012 年 2 月，俄罗斯国防部长谢尔盖·绍伊古要求总参谋部各部门完成网络指挥部的建设。一位专家表示：“保护俄罗斯的网络安全并非只是军方的任务，同时也是我们整个国家和安全服务部门的任务。全球网络战已经展开，因此该网络指挥部队的责任不仅是保护俄罗斯的网络安全，在需要的时候，该部队还需回击俄罗斯遭受到的网络攻击。”

在同一个星期，绍伊古要求部下找到圣彼得堡大学连续五次在全球计算机编程大赛中获奖的几名学生。绍伊古说：“我们迫切地需要这样的人才，必须设法把这些人招募进来。”据悉，被招募进该网军部队的人员需要经过语言训练，他们必须

学会一门外语，主要是英语。

来源：《人民邮电报》2013年08月07日

华尔街日报：华为企业业务雄心与障碍

《华尔街日报》今日撰文称，中国的华为技术有限公司，世界上最大的电信网络设备供应商之一，正在努力将业务拓展至帮助企业客户构建自有园区网络。

尽管华为在电信世界是一大巨头，在企业网络设备市场对比思科它仍是小玩家。在过去几年中，这家总部位于深圳的公司电信设备主业超过了绝大多数西方竞争对手，认为自身可以在另一个业务领域具有竞争力。

华为常务董事、企业业务负责人表示，预计2013年企业业务收入将增长40%至27亿美元。到2017年，华为的目标是在这一领域收入超过100亿美元。

“我们非常有信心达到这一目标。”他说。

对华为而言，企业网络设备仍是一块羽翼未丰的业务。2012年，该业务产生了19亿美元收入，同比增长26%，占整体收入的5%。相比之下，华为73%的收入来自电信设备业务，而移动终端业务占22%左右。

Canalys分析师马修·鲍尔(Matthew Ball)表示，进入企业网络市场对华为非常重要，因为电信设备业务会有波动，华为将从更为稳定的增长来源(企业市场)受益。

电信运营商的投资受到经济气候显著影响，但拥有更大规模潜在客户的企业网络市场趋于稳定，他说。

华为看到企业网络设备的机会，因为市场正在经历重大变化，越来越多企业采用云计算和自携设备办公(BYOD)政策。其潜在增长率大于电信网络市场，徐文伟说。

尽管如此，即使华为拥有来自电信网络专长的技术资源，在企业网络业务它仍面临障碍。

主要挑战之一是销售渠道的建设。华为是仅次于瑞典爱立信的全球第二大电信设备供应商，但向电信行业以外的企业客户销售网络设备将需要一张新的分销网络，这张网络有赖于分销华为产品的代理商。

“对华为而言，这是一个难以渗透的市场。”鲍尔指出，思科和瞻博(Juniper)已经拥有长期合作的全球性销售伙伴群体，“建立一个代理商群体需要大量的时间和投资。”

“越来越多销售伙伴看到我们的潜力。”徐文伟说，目前约有3000多家世界各地的合作伙伴转售华为企业网络设备，并且有更多潜在的合作伙伴对此表现出兴趣。

周四，华为宣布了一款新的交换产品。交换机连接个人电脑、移动终端、打印

机和数据中心来创建一张网络。华为表示，新的软件可编程交换机——2013年9月上市——可以通过更新软件来升级，意味着客户每次想要增加新功能时不需要都替换交换机。

徐文伟表示，2013年华为正斥资6亿美元用于企业网络设备的研发，2012年这一数字是5亿美元，预计研发支出将持续增长。

目前华为的企业业务收入约有一半来自中国，其强势海外市场位于欧洲、拉美和亚洲。

在美国，这块业务面临严峻环境，华为的电信设备业务实际上已经被这个国家排除在外。美国国会2012年10月发布的一份报告建议该国运营商避免使用华为的设备。徐文伟表示，华为会在任何有潜在客户的地方经营。

来源：C114 中国通信网 2013年08月08日

华为扩大在澳采购额 2013年将增10%

据国外媒体报道，华为刚刚在墨尔本与悉尼举行了一系列研讨会，旨在年内将其澳大利亚采购额增加10%，有超过100家潜在供应商参加。

与会者包括智能手机芯片组设计商、移动应用程序初创企业、系统集成商、大数据分析机构、云服务提供商、能够支持农村和偏远地区移动网络部署的太阳能发电公司、增强现实开发商。

华为澳大利亚首席技术官彼得·罗西(Peter Rossi)表示：“华为在澳大利亚的采购总额由2010年的3600万美元增加到了2012年的1.36亿美元，2013年我们的增长目标是10%。”

华为的全球采购团队正在与出席公司评估潜在合作伙伴关系，并会由内部相关业务部门与当地ICT供应商对接。

机会

对华为而言，研讨会是一个展示其良好企业公民凭证和社会责任的机会，也是一次极佳的公关行动。

与华为做生意的那些公司将不仅进入其智能手机业务，还有机会涉足网络和电信运营商业务。

来源：C114 中国通信网 2013年08月09日

苹果三星垄断手机业利润两极分化加速市场洗牌

延续此前的强劲势头，苹果与三星2013年第二季度垄断行业103%利润。其他手机厂商对整个行业的影响却日渐式微，普遍在盈亏线附近挣扎。全球手机厂商两极分化趋势日趋明朗。对此，分析人士指出，全球智能手机厂商的马太效应正在加速，未来小众厂商能否在市场中站稳脚跟，关键还要看其能否精准把握用户心理，一旦找准市场突破点，同样可在强者如林的市场中争得一席之地。

双雄强势瓜分行业利润

纵使其他手机厂商业绩偶有改善，仍无法撼动苹果与三星垄断行业利润的地位。来自加拿大投资银行 CanaccordGenuity 的最新数据显示，2013 年第二季度，苹果公司全球智能手机利润占比为 53%，三星占比为 50%，延续了两者的强劲势头。分析指出，之所以出现这一局面，主要是因为竞争对手徘徊在盈亏线附近。

行业格局虽然变化不大，但三星与苹果的利润差距正在迅速缩小。以上数据显示，苹果利润占比仅仅领先三星 3 个百分点。而在 2013 年第一季度，苹果全球智能手机利润占比 57%，三星仅为 43%。目光转向 2012 年全年，苹果占比 69%，三星占比 34%，两者差距十分明显，苹果的利润占比接近三星的两倍。

从利润占比走势来看，苹果、三星的此消彼长成为行业的主旋律。近年来，三星的市场份额一直保持领先优势。2012 年三星全球智能手机出货量占比 30.4%，超过苹果的 19.4%；2013 年第一季度，三星全球市场份额 31%，再胜苹果一筹。分析认为，这主要得益于三星的机海战术，尤其是上半年 GalaxyS4 的上市影响较大。需注意的是，NOTE3 将在 9 月份发布，或对三星的市场份额、利润构成正面刺激，而预计 9 月底上市的新一代 iPhone，则可能让苹果大显神威。

反过来看，其他手机厂商的业绩对行业影响可谓微乎其微。数据显示，2013 年第二季度，诺基亚、HTC、LG 和索尼利润份额均为 0，黑莓则为 -1%，摩托罗拉移动为 -2%。相比 2012 年同期，诺基亚、索尼的运营损失收窄，HTC、黑莓的亏损则逐渐扩大。这些业绩折射出这些厂商在市场竞争中处于弱势地位，其只能勉强挣扎在收支平衡的边缘。

行业两极分化严重

当前全球手机厂商竞争异常激烈，利润差距仅仅是硬币的一面，市场份额方面的对比同样悬殊。市场调研机构 IDC 的报告显示，2013 年第二季度，三星市场份额占比 30.4%，排名第一；苹果市场份额为 13.1%，位列第二。另据了解，两者在中国市场的领先优势同样明显，2013 年第一季度，苹果以 8% 的份额排行第五，三星电子以 20% 的份额占据鳌头。

不过值得一提的是，相比 2012 年同期，三星与苹果的市场份额均有所下降。数据显示，2012 年同期三星的市场份额为 30.4%，这意味着三星第二季度的出货量大增，并没有带来市场份额的同步增长。苹果也出现了类似的情景，在出货量快速增长的同时，苹果的市场份额在第一季度上冲至 17.3%，但很快跌落至 13.1%，也低于 2012 年同期的 16.6%，整体呈现下滑态势。

根据以上数据统计，三星、苹果的市场份额总和接近 50%，可见其他众多手机厂商只能在另一半市场份额中缠斗不休。据了解，黑莓在美国市场份额几乎跌破 1%，诺基亚的市场份额也已不足两成，与此形成对比的是，LG、联想、中兴的市场表现

十分抢眼，三者出货量同比和环比增幅均超过苹果公司和三星。

可见，手机市场上，不管是市场份额还是利润，手机厂商的两极分化现象都非常严重。从第二季度的出货量增速来看，苹果与三星双双放缓，但整体而言，RIM、诺基亚、摩托罗拉移动等手机厂商对二者仍只能望其项背，即便是增速突飞猛进的LG、联想以及中兴，在苹果、三星巨大的体量面前也显得相形见绌。有分析人士指出，当前的竞争走势表明，苹果、三星短期内仍将主导行业大局，其他公司翻身之战料将征途漫漫。

把握消费导向制胜市场

行业利润被三星、苹果瓜分殆尽，众多手机厂商只能抢占三星和苹果剩下的市场份额，智能手机厂商的优胜劣汰或将加剧。自从被谷歌收购之后，摩托罗拉移动并未获得新生，反而因为业绩糟糕成为谷歌全球裁员的重灾区。2013年一季度，摩托罗拉移动裁员1200人，2013年第二季度再次裁减了5383名员工。另据了解，日本NEC近期宣布退出智能手机市场，该公司解释称其进入智能手机市场的时间过晚，无法开发出能够吸引消费者的产品。

三星与苹果并立，强势冲击对手在智能手机市场的地位。不过，双雄密不透风的打压已出现松动迹象。进入库克时代，智能手机市场的竞争持续升级，而苹果的技术创新优势衰减，无力制造出远胜于对手的酷炫电子产品。另外，调查机构TrendForce称，近期三星拳头产品——GalaxyS4的平均月度销量为780万部，相比上市初期的千万量级已明显下滑。

正是因为三星、苹果显露出疲态，其他手机厂商才得以争取到可贵的喘息时间。近几年来，抓住智能手机需求膨胀的契机，国内手机厂商已闯出一条道路，整体市场份额一度超过七成。尤为喜人的是，国内后发优势初显，部分手机厂商无论在硬件还是软件领域，均能保持与国际同行的同步提升。分析人士对此指出，手机厂商的技术差距不断缩小，技术领先所带来竞争优势随之弱化。下一阶段要制胜市场，关键看哪家手机厂商能够把握用户需求与消费导向。鉴于国产品牌具有本土的天然优势，对国内市场有着更为深刻的理解，一旦找到市场突破点，相信这些厂商定能迸发出猛虎出山的非凡气势。

来源：《通信信息报》2013年08月08日

牙买加重启 700MHz 频谱拍卖进程

牙买加政府宣布，将于9月进行700MHz频谱拍卖的公众咨询。

此举原本应该发生在2013年早些时候，但是基于4月最初征询的反馈，牙买加频谱管理委员会（SMA）和科技能源部（MSTEM）宣布无限期推迟公众咨询。

当时官方并未公布作出这一决定的理由，尽管有报道称价格是症结。

来源：C114中国通信网2013年08月09日

