

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
工商总局约谈 10 家电商“约法三章”无理由退货.....	3
国资委回应三大运营商减开支：是降本增效行为.....	5
【发展环境】	5
埃森哲支招运营商转型.....	5
虚拟运营商，电信业搅局.....	7
运营商为什么不结盟？	8
运营竞争	10
【竞合场域】	10
市场竞争是 4G 发展的主要动力，需求取决于移动互联网发展速度.....	10
国家统一信用信息平台启动建设.....	11
三大运营商敲定铁塔公司架构民资未能入局.....	11
运营商：不能承受的削减之重.....	13
【市场布局】	15
新营销时代，运营商不拼成本拼智慧.....	15
北京电信推京津冀畅游包取消漫游费是大趋势.....	17
中国移动：6 月 4G 用户破千万	19
4G “真三国时代”中国联通“暗度陈仓”	19
中国电信 7 月 15 日在 16 个城市进行 4G 规模性放号.....	21
技术情报	22
【趋势观察】	22
运营商营销费用减 400 亿 4G 推广恐受影响.....	22
运营商火拼 4G 资费存量竞争考验规模营收.....	23
虚拟运营商维珍运营模式.....	25
中国电信发力 20M 光纤宽带.....	27
研究称 2013 年高通 LTE 芯片市占达 94%一季度扩大领先优势	28
【模式创新】	28
全球移动医疗产业发展步入快车道.....	28
推动 4G 时代企业移动应用创新.....	31
终端制造	31
【科技前沿】	31

MVNO 竞争策略之一：超细分市场	31
张玉胜：低频建网是农村 LTE 覆盖的最佳方案.....	32
【企业情报】	32
华为发布《2013 年可持续发展报告》将推进绿色供应链建设	32
IBM 联手川企 300 亿研发智慧城市	33
中兴通讯预计半年净利大幅提升最高至 11.5 亿最高增幅达 270.96%	34
市场服务	35
【数据参考】	35
1-5 月电子信息制造业增加值同比增长 11.0%.....	35
海外借鉴	36
沃达丰在爱尔兰用电网部署光纤.....	36
墨西哥电信业改革法案最终获批.....	36
欧盟 5G 网络将跳跃式发展.....	37
新加坡部署“光纤水龙头”网络.....	37
西班牙电信欲购意付费电视公司.....	38
阿联酋电信携手华为完成中东北非地区首例 400GOTN 现场测试.....	38
印度政府考虑拍卖部分额外频谱以加快 3G 网络升级.....	39
微软下半年终结 Windows7 服务.....	39
三星英特尔等成立新物联网联盟.....	40
全球电信业并购仍在继续融合与降成本成主旋律.....	41
谷歌在应用业务面临困境苹果成最大赢家.....	41
英特尔携手行业伙伴共建物联新标准.....	43
英国邮政将进入移动虚拟运营市场.....	43
美国高通宣布在日本推首个大规模商用的 VoLTE 解决方案.....	44

产业环境

【政策监管】

工商总局约谈 10 家电商“约法三章”无理由退货

时至今日，新《消费者权益保护法》（以下简称《消法》）已经正式实施 4 个月了，然而，新法中新增的“网购 7 日内可无理由退货”却没有较好地得到落实。

近日，国家工商总局、中国消费者协会联合召集阿里巴巴（滚动资讯）集团、京东商城、1 号店等 10 家电商企业进行约谈，约谈的主要内容就是与参会电商“约法三章”，督促电商企业履行《消法》中的“无理由退货”规定。

根据工商总局的要求，参与约谈的 10 家电商企业要在 30 日内进行自查自纠，将“7 日内无理由退货”规定在经营活动中予以认真落实。

无理由退货维护“反悔权”

去年 10 月，全国人大常委会通过了关于修改《消法》的决定，其中对消费者

在网购等新消费方式中的保护得以更加体现，消费者通过网络等方式购买产品可“7日内无理由退货”，且无需说明理由。

今年2月，工商总局公布《网络交易管理办法》，再度重申7天内无理由退货的要求。今年3月1日，修改后的《消法》正式施行。

不过，法律中的规定在实施过程中却遭遇重重困难。

前不久，工商总局发布《2014年上半年市场主体发展、市场监管、消费维权基本情况》显示，今年上半年，这一规则的实施并不是很顺利。从电商平台较为集中的北京、上海、南京、杭州、广州五城市12315中心受理网络购物诉求情况分析来看，与新《消法》有关的投诉1380件，其中涉及“7日内无理由退货”投诉741件，占与新《消法》相关投诉总量的53.69%。

工商总局办公厅主任、新闻发言人于法昌表示，“7日内无理由退货”等《消法》新规引发的消费争议不断。

在此次约谈会上，工商总局消费者权益保护局局长杨红灿表示，电商行业在落实“7日内无理由退货”有关规定上普遍存在3个问题，对不适用“无理由退货”的商品标注不明显，购物过程中缺乏一对一的确认程序，导致消费者选购时产生混淆，消费者对电商企业单方面作出的解释不认可；电商企业将“商品完好”等同于“不影响二次销售”，退货标准过于严苛，导致消费者退货处理周期长、效率低，退换货纠纷多；部分网店经营者以各种理由不履行无理由退货义务，第三方平台未尽到管理责任。

杨红灿认为，《消法》规定的“7日内无理由退货”制度保护的是消费者的“反悔权”，“无理由退货”不等于有质量问题商品退货，在远程购物时，消费者不满意就可以退货。

“约法三章”确保无理由退货

在此次约谈会上，工商总局和中国消费者协会还要求参加约谈的电商企业及行业内其他电商企业在约谈会结束后30日内进行自查自纠，以此来确保“7日内无理由退货”的规定在经营活动中得到真正落实，且各大电商还要将落实整改情况形成书面材料，在30天内上交国家工商总局消保局。

为防止此次约谈之后各大电商仍然出现不履行职责的情况发生，杨红灿向与会电商企业“约法三章”。

《每日经济新闻》记者获悉，工商总局要求除法定排除情形外，对于排除适用“七日内无理由退货”的商品都要说明理由、明确标注，为什么不适用的理由要合理、合法，标注要落到每件具体的商品上，在消费者购物的过程中必须要有“一对一”的确认环节。

同时，要明确“商品完好”是指商品本身完好，为查验商品而拆开外包装的情

况绝不能作为拒绝退货的理由。

“约法三章”最后要求第三方交易平台经营者要切实履行自身责任，确保“7日内无理由退货规定”在平台上所有角落都能得到落实，否则要依法依规承担责任。

来源：《每日经济新闻》2014年07月14日

国资委回应三大运营商减开支：是降本增效行为

针对媒体热议的“三大运营商三年内减少开支400亿元（人民币，下同）”这一消息，国务院国资委相关负责人7月8日表示，这是三大运营商主动进行的降本增效措施，国资委应予以支持。

7月8日，有媒体称，国资委已向中国移动、中国联通、中国电信三大运营商下发通知，明确要求在未来三年内，连续每年降低20%的营销费用。

业内人士估算，如按上述比例降低营销费用，中国移动3年中将减少营销费用240亿元，而三大运营商3年总计需要减少营销费用400多亿元。

对此，国资委相关负责人表示，此次压降销售费用是三家中央电信企业有效应对当前严峻形势而主动采取的提升管理、降本增效的措施，无论对电信企业、投资者，还是用户个人都是有益的。国资委对此将积极支持，并将全力做好督促指导工作。

即便如此，仍有分析称，此举最大的原因来自国内电信行业“营改增”（营业税改征增值税）的影响。

事实上，这一观点并不是“空穴来风”。三大运营商此前均表示，“营改增”将对其盈利能力产生影响。

根据中国移动4月30日晚发布的公告显示：由于增值税属于价税分离的价外税，“营改增”后，营运收入将相应减少，并且目前成本和资本开支中能获得的增值税进项税抵扣较少，如折旧摊销、人工成本等项目不能抵扣，营运支出和资本开支将略有下降，因此预计短期利润将受到较大的负面影响。

来源：中新社2014年07月09日

【发展环境】

埃森哲支招运营商转型

近日，全球知名的咨询机构埃森哲发布《未来的中国电信运营商：复合型数字服务提供商》的最新研报，就中国电信运营商在转型中所面临的挑战和机遇、转型的成功关键要素以及运营商如何构筑持久的竞争优势等话题进行了深入探讨。

全球范围内，运营商尤其是移动运营商都面临着支出增长远高于营收增长的困境。一方面，数据流量的高速增长带动了资本支出的增长，而越来越复杂的服务与应用以及用户对服务期望值的日渐提高，进一步促使运营支出不断增长；另一方面，各种OTT应用与服务对于运营商传统业务的侵蚀以及竞争导致的价格滑坡，使得营

收增长速度开始下降。这给运营商的盈利能力带来巨大挑战，并影响了其企业价值和为股东带来的回报。

性能不断完善的网络、越来越丰富的终端以及不断改进的相关应用和服务，使得如今的消费者对于数字化服务的要求，无论从量上还是质上都不断上升。新一代的数字化消费者迅速成为当今消费者群体的主流。

营收增长困境与市场需求的趋势使得电信运营商的转型刻不容缓。电信运营商的转型具有多个方向。在进行全面的比较分析后，埃森哲认为复合型数字服务提供商是中国电信运营商的最佳选择。

复合型数字服务提供商应具备以下特征。第一，整合的用户体验，将传统的以服务类型（语音、短信、流量或者固网、宽带、移动）定义的服务进行重新整合，使其按照用户价值重新定义并推向市场，例如通信服务、娱乐服务、生活服务等。第二，与之相对应的计费创新与融合，将从运营商的产品线和组织机构出发的计费转化为从用户角度出发的整合计费，例如固话、宽带和无线服务的一体化计费，从针对单一设备的计费转变为针对同一用户多个终端的融合计费，直至针对整个家庭或企业的多用户不同设备的一体化计费。第三，创新不仅发生在消费者服务市场，同时也涵盖企业市场，创新的服务和现有服务的整合与协同，将为客户创造更好的使用体验。第四，建立包括 OTT 服务商和开发者等在内的行业生态系统——以网络服务和相关的计费与客户服务为平台，向用户提供包括自身和第三方应用与服务在内的一体化服务。

运营商要向复合型数字服务提供商转型，无论是服务新一代数字化消费者，还是拓展企业 ICT 服务的市场，都需要相应的能力建设，以保证市场拓展的成功和建立可持续的竞争优势。在报告中，埃森哲认为运营商的能力建设可以考虑侧重以下领域：高效灵活的前端销售、交付和服务能力；通过协作和资源共享实现卓越运营的后台能力；专业的 ICT 能力与资源，力助服务创新的实现；卓越有效的人才战略是转型成功的重要保证。

那么，什么样的市场才是一个成功的电信市场呢？埃森哲大中华区通信、媒体与高科技事业部总裁黄国斌认为，一个成功的电信市场首先得有一个健康的产业链，行业整体收入不断增长，并且具备不断自我完善的能力。此外，还要能够实现移动互联网的创新，推动行业价值链的变革，促进服务融合，降低创新成本。

当前，中国市场上虚拟运营商风生水起。黄国斌认为，虚拟运营商的出现有利于帮助基础电信运营商进一步提高对小众市场的覆盖，并且充分利用网络资源，提高网络盈利能力。

来源：《中国电信业》2014 年第 05 期

虚拟运营商，电信业搅局

4G 的热力尚未完全释放，虚拟运营商便已赚走公众眼球。在 5 月 17 日“世界电信日”前后，获得虚拟运营试点牌照的京东、迪信通、国美等公司扎堆发布各自通信产品，而阿里、爱施德、蜗牛移动等则早一步开放预约。

所谓的虚拟运营商其实是“运营商移动业务转售”的坊间称谓，也即中国移动、中国联通、中国电信将自己的网络服务转售给这些企业，由他们自主进行移动服务运营。

“新玩家”

工信部此前分两批发放了虚拟运营试点牌照，19 家企业获得入场券。未来工信部还将发放第三批牌照，目前已经有联想、百度等数十家企业提交申请。

随着越来越多企业加入战局，虚拟运营商的玩法日渐多样，包括自由选择——用户可以自行定制资费内容，自由使用——套餐余额永不清零，自由分享——支持多人共享使用同一套餐，或是流量、语音及短信相互转赠，等等。

这些新营销方式打破了不少约定俗成的行业传统，使得整个电信市场活跃起来，在一定程度上影响了基础运营商在套餐设计方面的走向。

5 月 13 日，中国联通宣布将推出网上专售的定制个性化需求的套餐。14 日，中国移动也宣布降低 4G 业务价格，流量可分享，流量不清零等等，方案思路与多数虚拟运营商相接近。这是工信部和发改委联合发布《关于电信业务资费实行市场调节价的通告》，政策松绑后的新变化，也是虚拟运营商进入电信市场，激起竞争的结果。

对此，工信部部长苗圩表示，转售企业进入移动通信领域，有助于通信资费进一步合理化，将促使基础电信企业逐步消除运营中部分不合理规定。当前，一些转售企业已经推出了创新的业务与服务，这些来自市场的压力将有力地促使我国基础电信运营业务、服务的调整完善。“转售企业与基础企业适度竞争是必然的。我们希望这种竞争是良性的，而不仅仅是简单的价格战的形式。以目前的市场情况看，简单的价格战也难以长期立足于市场，低于成本的价格战更无法存活。”

的确，虽然虚拟运营商通过一系列的服务与创新倒逼三大运营商改革，但他们打不起价格战。基础运营商给予他们的政策并不优厚，降价空间十分有限。此外，虚拟运营商还需要自建计费系统、客服系统、IT 支持系统、工信部要求的实体体验门店等等，都会带来较大的成本压力。

同时，三大运营商掌握着产品的源头和最终的话语权。“虚拟运营商制定的资费标准，必须经过基础运营商确认，别想打破价格底线。”三五互联董秘杨小亮说道。例如 5 月 21 日，倍受业界关注的虚拟运营商蜗牛移动正式放号，半年内语音通话全免费，每月赠送 500M 全国流量，然而发号当天就被中国联通紧急叫停。对

此的官方解释是“正式放号时间缺少中国联通的书面确定”，双方的地位差距可见一斑。

跨界融合才是王道

在中国虚拟运营商产业联盟秘书长邹学勇看来，虚拟运营商目前在流量上做文章只是一种营销手段。细分市场、增值服务和差异竞争，才是其吸引消费者的大方向。打通企业上下游链条，将会带来通信行业革新的大发展。

京东、阿里等企业原本也没指望通过虚拟运营赚大钱，而是希望通过提供通信服务黏住用户。京东移动转售事业部总经理闫小波称，在京东的大盘子里，通信只是一个入口，负责串联起京东背后的电商、游戏、云盘、物流、金融等服务；同时也是另一种形式的促销平台，主要目的是黏住既有核心用户，同时发展新的用户。类似地，阿里巴巴希望能把淘宝、天猫、支付宝和数字娱乐等服务，通过阿里通信提供给用户，串联起阿里服务生态圈。

从国外经验来看，虚拟运营商的成功崛起很大程度上归功于创新。对通信服务的冲击只是虚拟运营商带来的浅层次影响，其深层次的影响在于，虚拟运营商进入移动互联产业领域之后，与自身传统优势业务结合，演绎一场跨界融合与重塑商业模式的革命。瞄准基础运营商无暇顾及的市场空白点，立足自身既有业务的比较优势，提供多样的、个性的增值服务体验，这才是虚拟运营商所擅长的。

现有的 19 家虚拟运营商，主要集中在新媒体、电子商务、移动游戏、终端渠道、行业应用、云计算、物流和第三方支付等八大行业。专注于其中任何一个行业，都可能为虚拟运营商打开全新的世界。

目前，虚拟运营商业务创新的步子迈得还比较小，其与基础运营商的竞争未能显示出足够的差异化。“目前虚拟运营商对整个通信行业或者说对三大运营商冲击力最大的是什么？它颠覆的是运营商的思维方式：运营思维，服务思维。”邹学勇强调，“虚拟运营商的到来，倒逼整个通信行业的深化改革，但它颠覆的不是通信能力。虚拟运营商是基于通信能力之上的思维颠覆，它将互联网通信的思维灌输到通信能力上，并将引领通信进行跨界融合。”

来源：《财经文摘》2014 年 6 期

运营商为什么不结盟？

运营商正在以更加开放的姿态拥抱移动互联网，并积极参与到业务竞争之中。然而，江湖已不是原来的江湖。在这里，运营商面对的不是熟悉的同业竞争，而是来自互联网系的混业竞争。互联网系的王牌业务处于“赢者通吃”的地位，运营商系的移动互联网产品更多地扮演市场挑战者的角色。那么身为挑战者，运营商怎样才能胜出？专家认为，结盟也许是一个不错的选择。

各自为营

起个大早赶了个晚集

事实上，运营商发展互联网业务的创新意识并不差，动手也不晚，然而起了个大早赶了个晚集的情况却时有发生。

在即时通信领域，运营商先于微信推出了飞信、翼信等产品，但囿于通信思维，它们都是在各自的用户基础上进行推广，彼此互不开放。这种画地为牢的方式显然无法与互联网企业“一网打尽”的业务模式相比，因此，腾讯的微信一经推出，便攻城略地，运营商的即时通信产品渐渐成了鸡肋，以致专家不约而同地指出，运营商推出的业务产品“缺乏互联网基因”。

同样，在移动支付领域，运营商早在 2007 年左右就开始发力，然而由于思路不统一，在最基本的标准问题上都谈不拢，最后都倒向了银联系。随着互联网企业的加入，移动支付业务领域迅速扩展为第三方支付，甚至互联网金融，迅速将这一业务推广到全民。目前在整个第三方支付领域，互联网系的产品占据了八成市场，运营商系的产品影响力有限。

跨界竞争

合作才能共赢

面对异质竞争、跨界竞争，单打独斗无法奏效，结盟也许是更好的选择。因为在移动互联网领域，运营商面对的不仅是同业的竞争，更是一个阵营对另一个阵营的竞争。以往以号码体系为核心的竞争壁垒荡然无存，所有参与者都处在同一起跑线上。运营商需要比以往更加团结，才能避免被各个击破。

在这方面，国外运营商已先行一步。同样是在移动支付领域，早在 2010 年 11 月，美国三家电信巨头 AT&T、T-Mobile 和 Verizon 无线公司组建了一家名为 Isis 的合资公司，发展全国性的移动支付网络，提供针对智能手机和近场通信的移动支付业务。2012 年该合资公司在奥斯丁、得克萨斯州、盐湖城以及犹他州试点成功，2013 年 Isis 将移动支付业务推广到美国全境。

不仅在美国，在欧洲、日韩，运营商之间的联盟也并不鲜见，更有跨地区联盟的出现。中国台湾中华电信与日本 KDDI 合作，KDDI 用户持具有 NFC 功能的手机在台湾可通过“NFC 智慧标签”下载消费优惠券；而中华电信用户到日本后也可享受同样的服务。北京邮电大学教授曾剑秋表示，移动支付是运营商的“街亭”，进退具有战略意义，运营商应该考虑一些灵活的合作方式，例如建立合资公司，或采取松散联盟的形式。

在移动互联网领域，运营商结盟能够将资源优势最大化。渠道、计费、账户体系都是运营的核心优势，如果能够打破同业壁垒、携手合作，必将成为互联网市场上一个强大的竞争者。运营商不应当继续以同业竞争的视角看待移动互联网市场，要拿出勇气大胆合作，以结盟来面对来自互联网企业的挑战。

刚刚起步

合作的步伐应更大些

无论是共建共享的成功，还是“铁塔公司”的成立，我们都可以看到运营商合作能够实现利益的共赢。可喜的是，在互联网业务的拓展上，国内运营商已经意识到结盟的重要性，并开始行动起来。

今年 5 月份，三大运营商联合发布融合计费 SDK，打通三大运营商应用商店之间的最关键的话费支付，这意味着所有手机 APP 开发者可实现一次开发同步覆盖运营商应用商店。融合计费 SDK 可全面支持三大运营商的话费支付，实现一次开发，全面覆盖；一点接入，共同发布。这一举措打破了不同运营商分发渠道的壁垒，降低了 APP 开发者运营成本。公告中称“三大运营商十亿用户首次向你敞开了”。多么有诱惑力的话语，运营商结盟的威力可见一斑。

结盟刚刚开始，合作的步伐应该迈得更大一些。在移动支付、手机视频、云计算等领域，运营商都存在巨大的合作空间。如何将各自的诉求融合，实现多方利益的共赢，还需要勇于结盟的决心和持续推进的努力。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 15 日

运营竞争

【竞合场域】

市场竞争是 4G 发展的主要动力，需求取决于移动互联网发展速度

在 7 月 15 日举行的 2014 年中国 LTE 产业发展峰会上，工业和信息化部电信研究院通信标准所所长王志勤介绍，到今年 5 月份，全球已经有 107 个国家地区开通 LTE 商用网络，数量已经达到了 300 个，用户也是达到了 2.83 亿。被大家称为发展最快的新一代无线技术。

而其在全球范围内快速发展离不开移动互联网市场快速发展，王志勤称。据其介绍，从全球的整个发展态势来看，移动互联网正处于从过去的技术平台模式，逐步向应用普及和深化的过程当中。如早年间，大家觉得移动互联网或者互联网只是一个娱乐的场所。但是到了现在，随着电子商务的蓬勃崛起，使得整个移动互联网在社交网络的流量已经超过了 70%，电子商务的移动流量在整个互联网里占比超过了 25%。此外，视频、游戏也均处于高速发展的状态之中。这些流量需求也成为了进各个国家 4G 发展的主要驱动力。

王志勤表示，4G 业务商用后，为用户提供了满足移动互联网业务需求的平台，这也成为了 4G 用户发展远快于 3G 用户发展的主因。

如 4G 发展比较好的北美和亚太地区，也恰恰是移动互联网发展最为活跃的市场，这些市场均处于客观的也是迫切需求 4G 快速发展的状态中。

对于国内市场，王志勤也认为，从现有的中国移动向 4G 的发展的主要驱动力

来看，仍然是移动互联网的高速发展。

来源：C114 中国通信网 2014 年 07 月 15 日

国家统一信用信息平台启动建设

国家发改委和中国人民银行 7 月 9 日联合召开“加快社会信用体系建设”发布会。会议透露，目前发改委正会同有关部门，制定公民和法人统一代码方案并启动国家统一信用信息平台的规划建设。央行正开展征信机构设立申请和备案工作，未来获得牌照的机构名单将在央行网站公布。业内人士表示，随着国家层面的推动，未来 10~15 年征信产业规模有望达千亿元。

此前国务院发布的《社会信用体系建设规划纲要（2014~2020 年）》，是我国第一部国家级的社会信用体系建设专项规划。国家发改委财政金融司司长田锦尘在发布会上表示，国务院关于职能转变和机构改革方案的任务分工共有 72 项任务，其中 9 项涉及社会信用体系，占八分之一。十二届全国人大已将信用立法列入立法规划。根据国务院部署，公安部牵头提出以身份证号为基础的公民统一代码方案，发改委和有关部门正在研究制定法人和其他组织统一代码方案，发改委还牵头启动了国家统一信用信息平台的规划建设。田锦尘表示，信用信息量非常大，但分散在各部门和各行业，整合信息迫切需要共享信息信用平台。目前发改委正研究组建信用中国网站，网站域名申请工作已经完成。

中国人民银行征信管理局副局长张子红介绍，截至 3 月末，金融信用信息基础数据库已收集 8.4 亿名自然人和 1930.6 万户企业的信用信息，为其建立信用档案，为商业银行等金融机构防范信贷风险提供了重要支持。目前央行正在按照《征信业管理条例》和《征信机构管理办法》的要求，开展征信机构设立申请和备案工作。获得个人征信业务经营资格的个人征信机构名单和已在央行备案的企业征信机构名单将陆续在央行网站上公布。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 14 日

三大运营商敲定铁塔公司架构民资未能入局

在一片质疑声中，铁塔公司终于正式落地。

近日，中国移动、中国联通和中国电信三大运营商发布公告称，于 2014 年 7 月 11 日共同签署了《发起人协议》，将以现金方式出资设立中国通信设施服务股份有限公司（以下简称铁塔公司）。

公告显示，铁塔公司注册资本 100 亿元，中国移动、中国联通和中国电信将分别出资 40 亿元、30.1 亿元和 29.9 亿元，各自持有 40%、30.1%和 29.9%的股权。

值得注意的是，此前有消息称，铁塔公司会吸引民营资本进入组成混合制企业，但目前来看民资未能入局。

唯一第三方公司存弊端

根据公告，铁塔公司成立后将主营铁塔的建设、维护和运营，兼营基站机房、电源、空调等配套设施和室内分布系统的建设、维护和运营以及基站设备的代维等。目前，3家运营商正考虑将一定数量的电信资产注入铁塔公司。

独立电信分析师付亮对《每日经济新闻》记者表示，铁塔公司的经营范围已清晰，并不直接涉及基站，而是基站的外围设备和服务，与外界传闻的成立基站公司，甚至是网业将分离没有任何关系。

三大运营商在公告中均表示，铁塔公司的成立将有利于减少国内电信行业铁塔以及相关基础设施的重复建设，提高行业投资效率，进一步提高电信基础设施共建共享水平，缓解企业选址难的问题，同时有利于降低本公司总体投资规模，有效盘活资产，节省资本开支等。

值得关注的是，中国电信在公告中还特别提到了旗下公司中国通信服务股份有限公司（以下简称中通服），其成立于2006年，主要为通信运营商、专用通信网及政府机关及企事业单位等提供网络建设、外包服务、内容应用及其他服务。

因此，铁塔公司与中通服的定位出现了一些业务重叠。中国电信在公告中指出，在不违反双方签署的《不竞争协议》的前提下，铁塔公司将在其铁塔及铁塔相关附属设施的设计、施工、监理及维护业务，向社会公开发包时，同等条件下优先选择中通服。

付亮认为，虽然三大运营商成立铁塔公司可提高铁塔的利用率，减少站址获取难度，但铁塔公司作为唯一的第三方公司，收入压力小会导致没有网络建设的积极性，难以满足运营商快速建设4G网络的需要。

民资入股铁塔是大趋势

据腾讯科技报道称，中国移动副总裁刘爱力将兼任铁塔公司董事长，进入铁塔公司董事会，中国联通副总经理佟吉禄担任铁塔公司总经理，中国电信一位高管担任副总经理。不过上述人事安排并未得到三大运营商的正式确认。

自去年以来，中国电信业改革步伐开始加速，十八届三中全会明确要求，扩大电信业对民企的开放力度，目前已在一些领域率先实行。例如，发放虚拟运营商牌照、宽带接入网业务向民资开放、民营企业获准从事电信基础设施的建设和运营等。

此前多家媒体报道称，铁塔公司将采用市场化运作，后期引入民资。6月中旬，中国移动董事长奚国华在香港召开的股东会上透露，预计铁塔公司最快今年第三季成立，未来铁塔公司会引入民资。

令人意外的是，此次三大运营商公布的铁塔公司架构只有三家运营商，并未涉及到民资。此前，腾讯科技报道称，引入民资在铁塔公司初期组建中暂不会体现，但后期会开放引入民资。

付亮对《每日经济新闻》记者表示，民资入股铁塔公司未来是一个大趋势，但

目前应先把铁塔公司的关系理顺，引进民资股份后，让其扮演怎样的角色，行使多大的权利，能否充分进行市场竞争，这些都需要考虑清楚。

来源：《每日经济新闻》2014年07月14日

运营商：不能承受的削减之重

刚进入全4G时代，手机消费者就迎来了新消息：国务院国资委新政策已要求中国移动、中国联通、中国电信三大运营商削减营销费用，比例初步为20%左右。

据推算，仅中国移动一家，3年里就需减少营销费用240亿元，而三大运营商3年总计需减少营销费用400多亿元。运营商削减费用意味着手机补贴额度将大幅下调，机场贵宾厅会关闭，而缺乏补贴的3G手机，也将被4G手机所取代。

事件：三年削减400亿，手机补贴少了

影响：合约机涨价势在必行

根据消息，国资委要求中国移动、中国电信和中国联通营销费用削减20%，且是3年内连续降低。有业内人士测算，三大运营商3年总计需要减少营销费用400多亿元。

运营商的营销费用主要包括销售、广告和宣传费用，其中，花在手机终端补贴上的销售费用占比最多。因此，各家都把削减手机终端补贴提上了日程。

中国移动的终端销售模式将“由合约手机为主、裸机销售为辅，转变为裸机销售为主、合约销售为辅，减少且逐步取消送手机，转为用户买手机获得话费补贴”。

买手机时，你会感受到，以前移动主推的“预存话费送手机”正在变成主推“买手机送话费”，大家所习惯的“0元购机”将慢慢被取代。

补贴的减少也让很多消费者担心合约机价格大涨。郑州市民冯琳娜说，她和很多朋友都想把两年前

买的iPhone4和iPhone4S换成即将上市的iPhone6。小冯说，现在公布的16GB版iPhone6定价5288元和32GB版iPhone6定价6288元，价格本就已经上涨，如果运营商的补贴减少，单纯买裸机的话，使用成本将增加一倍。

高端手机用户受影响，被看成可公平竞争的国产品牌也不轻松。某国产品牌负责人李先生说，过去是存话费送手机，相当于免费得手机，所以很多人对具体机型不在意，“我们的手机，主打的就是入门级市场，卖得还不错”。李先生担忧，如果补贴减少甚至没有，回到大家自己掏钱买手机的时代，消费者必然会更在意手机本身，这样对很多还在进步中的国产手机并没有太多好处，“尤其是我们这样的中小厂家，对机型的开发和利润的追求就必须更加谨慎了”。李先生预计，一旦运营商的补贴大幅度减少，市场上的手机型号也会大幅度减少。

事件：营改增多缴税，必须减少费用

影响：机场和火车站贵宾厅要关闭

其实，直接导致三大电信运营商减少营销补贴的原因，是电信业“营改增”。

今年6月1日起，电信业开始实施“营改增”试点，税率分两档，基础电信服务适用11%税率，增值电信服务适用6%税率，而此前，三大运营商税率为3%。

税率增加，加上国资委要求国企削减营销费用，增加利润上缴，如此一来，很多支出项目都将被砍掉。

按照规划，包括河南，除了运营商在机场、火车站的贵宾厅要关闭，同属国企银行的机场、火车站贵宾厅也将关闭。

河南一家运营商的工作人员表示，他们已开始进行相关工作的准备，至于何时关闭还没具体时间。记者了解到，以新郑机场为例，运营商的贵宾厅，一年成本在百万以上，主要针对中高端用户，其投入和产出确实并不成正比，尤其是对中高端用户相对较少的运营商来说，更是意义不大。

但对消费者来说，贵宾厅的关闭也带来了一些不方便。经常出差的卢先生说：“总是把车停在贵宾厅，然后走快速通道，挺方便的。”可真的关闭了贵宾厅，作为高端用户，享受不到方便的他希望还能有别的方式让包括自己在内的高端用户享受到应有的服务。

事件：补贴资金有限，主要都给4G

影响：3G被4G淘汰速度将加快

在总体费用都必须下降的情况下，运营商选择将有限的终端补贴更多放在4G手机上，如此变化，使得3G向4G的转变速度大大加快。

中国移动将对目前的终端补贴政策进行改变，不再对3G手机进行直接补贴，而是按用户的消费值来灵活计算补贴。

中国移动市场部副总经理陆文昌此前对外表示，中国移动2014年将下调手机补贴目标额度，在加强4G补贴的情况下，逐步取消2G/3G手机补贴。

中国电信董事长王晓初之前也在南京表示，手机终端补贴以4G为主，3G除了超低端机器，基本不再补贴销售。

中国联通也表示，未来会降低对3G手机的补贴。

面对运营商的补贴“指挥棒”发生改变，手机厂家也在积极从以3G为主转向以4G为主。

本周，三星在上海发布了新的GALAXY Tab S平板，和之前发布的盖世5一样，都提供了4G版本。

而苹果则表示，现在可通过软件升级的方式，在开通FDD制式4G的城市，将原有的3G版iPhone升级为4G版。

此前，OPPO表示，他们已停止3G产品研发，并逐步削减生产计划，开始全面向4G转型。而酷派、中兴、华为等厂家更是早在年初就把注意力放到了4G上，推

出多款 4G 手机。就连小米，也于近日拿到了工信部的入网许可证，准备将红米 note 开发成 4G 版本。

酷派副总裁曹井升预计，如此升级换代速度将不断加快，而 4G 的普及速度也将大大加快。“2014 年，我们预计运营商补贴仍会覆盖近 60% 的手机。”曹井升说，虽然面临着费用削减，但对于主推 4G 的运营商来说，对 4G 手机依然会加强，选择 4G 的消费者依然能享受到补贴。

来源：《大河报》2014 年 07 月 11 日

【市场布局】

新营销时代，运营商不拼成本拼智慧

“一段历史终结，今天是 ×× 移动充值送手机的最后一天，合约已成绝唱……”微博上有人发出这样的感叹。一同成为历史绝唱的还会有不少，运营商的促销摊点以及营业厅，将再也看不到食用油、自行车等实物赠品了；在飞机场和火车站，运营商 VIP 客户俱乐部也将逐渐消失……

据悉，中国电信、中国移动、中国联通近期在国家有关部门指导下推出降本增效的举措，在未来三年内三大运营商每年将降低 20% 的营销费用，总计减少营销费用 400 多亿元。加上“营改增”的内在要求，通信行业由此进入了一个全新的时代，无论是经营方式还是营销模式，无论是渠道管理还是终端合作，都将发生深刻变革。

降本增效，辐射整个产业链

为应对这个新时代，电信运营商已经开始采取行动，整个产业链都将受到重大影响。

虽然在降本增效的要求下，销售费用下降会让花钱习惯大手大脚的运营商感到不适应，但不少运营商人士仍然认为这是件好事。行业名作家年志勇在微博上说：

“过去电信企业的 KPI 指标太残酷了，竞相烧钱补贴客户，得不偿失之举，既造成国有资产流失，又破坏了行业生态。按市场经济规律办事，赔钱赚吆喝的生意不做或少做。”

确实，近年来，通信市场饱和，为了完成增量增收的任务，通信行业销售成本逐年上升，竞争不断升级，而这种成本的增加并未带来合理的产出，反而让整个行业竞争环境变得更加严峻。一些企业通过简单粗放的高投入营销方式来抢夺客户，无奈之下，其他企业也只能咬牙跟进，骑虎难下。三家企业互挖墙脚，甚至出现了恶性竞争，造成客户在三家企业间的来回迁移。同时这种“装大头”，还让通信行业是垄断行业的帽子始终脱不下来。

此次“营改增”与降本增效不仅将改变行业竞争格局，而且将影响整个产业链。终端补贴的大幅削减是首个举措。过去，三家运营商普遍采取充话费送手机的合约套餐方式。高额终端补贴虽然在 3G、4G 普及推广中功不可没，然而在利益驱动下

也形成了渠道代理商“养卡”、“合约机拆机”的利益链条，让国有资产大量流失。

实行“营改增”后，运营商预存话费赠送终端或其他商品等营销活动视同销售，计入销项税，这将带来税负的大幅增加。因此三家运营商正改变这一传统，逐渐向买手机送话费以及裸机销售转变。终端销售方式的变化以及补贴的下降将给终端行业带来新一轮的洗牌，对于那些过去并没有形成产品优势而依赖运营商补贴过日子的厂商是致命的打击。

由于终端销售方式的改变，渠道结构与佣金机制也需要随之调整。负责裸机销售的代销商从事的业务不属于“营改增”范围内的现代服务业，无法取得增值税专用发票进行增值税抵扣，且基本属小规模纳税人，即便“营改增”大范围实施，也只能取得3%的进项增值税抵扣。因此运营商也正优化渠道结构，减少无效渠道，并调整佣金政策，减少一次性佣金，建立“长效、与贡献挂钩”的佣金激励机制。此外，自有电子渠道以及与知名电商合作也将成为未来企业发展的方向之一。

当然，受影响的还有用户。很多用户可能一下子觉得不适应，直观感觉是福利优惠变小了。然而，仔细想来，过去的小恩小惠也是羊毛出在羊身上。随着运营商调整到位，相信客户将获得更有价值的产品与服务。

新营销时代，靠智慧赢得市场

新时代，运营商过去以成本换收入的营销模式将得不偿失，必须对现有营销模式进行调整，竞争也将回归理智与本质。真正聚焦客户需求，完善产品与服务，创新营销手段，借助大数据进行精准营销，靠智慧赢得市场成为趋势。

未来，运营商需要理性聚焦客户需求。在过去以买赠为主的营销模式下，用户的有效性与忠诚度都存在着隐患。新增用户可能是被渠道钻空子的“养卡”的无效用户；而在三家企业的各种优惠活动刺激下，客户的流动性非常大，各家企业都存在大进大出现象。而未来，这样的营销模式不复存在，企业的着眼点是发展有效客户并维系存量客户，必须关注客户的真正需求所在，真正提高通信产品与客户需求的契合度，并提升给客户带来的价值。

“营改增”以及降本增效的要求将倒逼运营商提升营销资源的使用效益，改变传统的粗放式营销手段，寻求新的营销方式，包括新型营销产品的开发、互联网营销渠道的创新利用以及运用互联网思维的互动分享、病毒式营销传播，提升整合营销的能力。今年以来，三家通信企业中已经涌现出越来越多令人惊喜的营销案例。中国移动推出的以“和4G，点亮精彩世界”为主题的客户体验活动、“抢流量”和“晒流量”活动，借助微博、微信等社交媒体，用轻松活泼的方式，让用户参与营销互动，传播效果事半功倍。某省联通公司推广的“流量月月升”发展和维系政策，即用户在网时间越久得到的流量越多，例如新入网用户在网第二个月可得100M免费流量，第三个月得200M，第四个月得300M，以此类推最高可得1G，以后只要每

月正常在网，就一直得到 1 个 G。实践证明这比送油送大米的客户黏性强多了。而中国电信广东深圳分公司则与支付宝合作推出了“余额宝担保购机”活动，用户在合约期内承诺一定的套餐消费，并在余额宝账户中冻结相应金额的保证金（保证金可享同等收益），即享受 0 预存 0 元购机，通过合作的方式巧妙地化解了增值税负提升的问题。

基于大数据的精准化营销与客户维系将是未来的一个方向。在简单粗放的营销方式行不通时，运营商需要转向更加精准化的营销方式。技术就是生产力，现在正火的大数据，被称为商业竞争的“定海神针”，成为未来精准营销支撑的不二选择。电信运营商拥有数亿的用户资源，坐拥大数据的金山，如果从中挖掘分析出各种用户信息，了解客户需求，给客户进行精准画像，可使营销的针对性更强。在目前的足球世界杯赛定向流量包月产品的营销中，中国联通就进行了尝试，根据大数据的分析，有针对性地对目标客户进行推送，命中率相当高。重庆移动也依托“智营销”大数据平台，开发了实时流量查询功能，可向剩余流量较多的定向流量套餐用户推荐世界杯相关视频业务，既满足用户所需又助力流量经营。

新时代已经正式开启，您准备好了吗？

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 10 日

北京电信推京津冀畅游包取消漫游费是大趋势

漫游费的问题再次引发关注。

日前，北京电信推出京津冀畅游包，用户可用 2 元钱购买便可以享受京津冀三地免漫游费接听，同时语音主叫及上网也将享受与本地相同的资费标准。

此前北京、天津、河北三地的消费者协会已联合向国家发改委、工信部以及三大运营商发函，呼吁逐步降低并直至取消京津冀地区长途及漫游通讯资费。

独立电信分析师付亮对《每日经济新闻》记者表示，国内电信运营商的漫游费逐渐降低甚至取消是未来的一个大趋势，因为现在运营商的主要收入来源已经从语音短信转到流量业务。

仅北京电信用户可办理

7 月 14 日，北京电信面向京津冀三地用户推出畅游包，用户只需 2 元叠加此包，就可以享受三地免漫游费接听，同时语音主叫及上网也将享受与本地相同的资费标准。其中包括三地主叫 0.11 元/分钟，被叫免费并赠送来电显示、彩铃和 189 邮箱等业务。

据北京电信介绍称，这一畅游包捆绑灵活，适合环首都经济圈流动的新老预、后付费语音用户，老用户可直接捆绑叠加，新用户可搭配套餐合约购买，可以大幅降低三地间的通话成本。

不过，据《每日经济新闻》记者了解，目前河北和天津的电信公司还没有推出

京津冀畅游包业务，只有北京电信的用户目前可以在网上营业厅进行预约办理。

7月初，为促进京津冀一体化协同发展，北京市消费者协会联合天津市消费者协会、河北省消费者协会公开致函国家发改委、国家工信部、中国移动、中国联通和中国电信，提出公开建议“逐步降低并直至取消京津冀地区长途”。

不过，据记者了解，目前只有北京电信跟进，北京联通和北京移动公司表示，暂时没有相关的信息。

北京消费者协会认为，随着京津冀一体化进程推进，三地合作交流更加紧密，人员流动日趋频繁，使得电信行业资费的一体化需求更加突出，应逐步降低并直至取消京津冀地区（包括河北省内）长途及漫游资费，来实现基础设施互联互通、公共服务共建共享的目的。

取消漫游费是趋势

漫游费并不是一个新鲜的话题，国内高昂的漫游费一直饱受争议，因此不少人士曾呼吁电信运营商停止收取漫游费。

2008年初，当时信息产业部和国家发改委联合发布了《关于降低移动电话国内漫游通话费上限标准的通知》，对计费调整进行了统一的规定。在手机国内漫游状态下，主叫统一降为每分钟0.6元，被叫降为每分钟0.4元。此前一直采用1991年当时邮电部规定的漫游通话费每分钟1.10元，然而这并没能让消费者满意。

不过，目前三大运营商的3G和4G资费套餐已取消了长途费和漫游费，涉及到漫游费和长途费只是以前的2G套餐用户，而且2G套餐用户开始不断向3G和4G转化。

付亮认为，现在运营商的主要收入来源已从语音短信转到流量业务，通话时长出现下滑，因此靠各地通话价格差异收取漫游费已不可取。

事实上，国际上也有不少政府要求运营商降低甚至取消漫游费。今年4月初，欧洲议会经过表决，以压倒性多数投票通过了在欧盟区域内停止收取漫游费的提案，将于2016年在欧盟28个成员国范围内取消漫游费。不过，这一表决遭到不少电信企业的反对。

其实，三大运营商已在国内部分地区开展局部取消长途费和漫游费的试验。北京消费者协会提供的资料显示，中国联通湖南公司早在1999年就将长沙、株洲、湘潭三地电话资费统一，取消了长途费和漫游费，中国移动湖南公司2009年在上述三地取消长途费和漫游费等。

今年以来，19家虚拟运营商的出现也对传统三大运营商的资费体系形成了冲击。据了解，目前19家虚拟运营商中，已公布资费的企业基本上都没有设置长途费和漫游费，而是采取全国统一定价。

付亮认为，国内电信运营商的漫游费逐渐降低甚至取消是未来的一个大趋势。

来源：《每日经济新闻》2014年07月15日

中移动：6月4G用户破千万

7月15日，在“2014中国LTE产业发展峰会”上，中国移动副总裁李正茂表示，TDD与FDD网络，混合是最低要求，融合是最高境界。

据李正茂介绍，目前，中国移动TD-LTE基站数量已经超过40万，网络服务遍及300余城市。TD-LTE终端出货量已经达到1890万，款式也超过了300款。其中，李正茂重点介绍了中国移动推出的4G自主品牌手机M811，目前这款手机供不应求。移动4G用户五月为812万，截止6月底，用户数已超过1000万人。4G网络用户流量使用是全网客户的十倍，占全网流量的10%。另在国际漫游方面，中国移动4G已经开通了9家，另外还有16家处在测试中。

来源：通信世界网2014年07月15日

4G“真三国时代”中国联通“暗度陈仓”

LTE的另一只靴子终于在中国落了地。6月27日，工业和信息化部批准中国电信和中国联通在部分城市开展TD-LTE和FDDLTE混合组网试验。工业和信息化部相关负责人表示，未来条件成熟后，将发放LTEFDD牌照。

消息一出，无疑给中国电信中国联通打了一剂强心针，更是令FDD产业链欢欣鼓舞。业内专家表示，LTE混合组网试验获得批准意味着中国电信中国联通将全面展开4G的建设，虽然更侧重FDDLTE，但两家均采用融合组网在一定程度上对TD-LTE的发展也将起到更大的促进作用，中国4G进入真正的“三国时代”。

面对此前一直采取高举高打策略的中国移动，中国电信、中国联通能否借助FDD在4G市场力挽狂澜？上海联通相关人士透露，6月28日凌晨，上海联通已经开通超过4000个FDD基站和TDD基站融合组网。另据记者了解，中国联通在获批的其他城市也已经迅速启动FDD与TDD的混合组网。

从年初工作会“移动宽带领先与一体化创新”战略调整，到3月18日发布3G/4G一体化策略，再到本地网融合组网的快速实施。中国联通“明修栈道”——最大限度的争取了FDD牌照的时间窗口，“暗度陈仓”——迅速走到了LTE融合组网的前列。

平稳过渡

2013年12月4日，工信部正式向三大运营商发布TD-LTE牌照，我国正式进入4G时代。但是中国电信、中国联通渴望的FDD牌照并没有发放。

经过半年的TD-LTE发展，中国移动4G用户增长超过1000万户，网络覆盖超过200个城市。而由于FDD牌照的缺失，中国联通和中国电信的经营风险持续升高，近半年的运营数据更是出现红色警报。中国电信今年5月份流失3G用户95万，1至5月已经累计流失435万用户；中国联通4月份3G用户仅增89.5万户，成为近

5年来最低增幅。业内专家表示，由于FDD牌照的缺失，使原本建立起来的相对平衡的电信市场再次失衡，试验网“许可”的发放将有效均衡电信市场格局。

总体而言，中国联通在这个时间窗口还算稳定。这得益于其优质的3G网络 and 一系列的部署。面对已经开启的4G时代，中国联通2014重点工作任务首当其冲便是全面实施“移动宽带领先与一体化创新”战略。紧紧围绕移动宽带领先，加快4G和3G网络部署，持续推进网络能力建设。

3月18日，中国联通在合作伙伴大会上开启4G商用。“一体化”成为中国联通4G策略的关键词。业内人士分析，从用户、网络、资费实现3G/4G一体化，可以模糊边界，缩短用户认知过程，既可以化解对手高开高举的4G攻势，又能发挥联通的现有优势，最大限度地争取时间窗口，等待FDD LTE牌照。

在整体策略下的是中国联通开启了“老用户回馈”系列活动。从3G/4G一体化套餐到517中国联通第三届网购节，再到近期中国联通的世界杯主题营销，所有的活动均向老用户倾斜。

快速部署

通过一体化策略来争取时间窗口、回馈老用户来保持稳定，中国联通终于迎来了4G的春天。正如中国电信董事长王晓初在中国电信天翼手机交易会上所说，“今年的春天来的晚了些，不过依然会百花盛开”。

在4G春天来临之际，中国联通已经完全做好了准备，融合组网正加速展开。以上海联通为例，超过4000个FDD基站已经开通，后续将实现与3G基站1:1的规模。上述上海联通相关人士介绍，上海联通FDD快速建网得益于其3G基站平滑升级充分利用了现有网络资源，并解决了基站选址等诸多难题。

据了解，中国联通目前的基站全部具备平滑升级到LTE的能力，只需要简单的升级，一个城市里上千个基站在1-2个月内就可以完成全部的LTE升级建设。具体在上海，上海联通凭借3G网络建设经验，以网格为基础，全网共划分195个簇，每个簇约20个站点，进行精细工程优化，当簇内站点开通达到80%，立即启动簇优化工作。

另外记者获悉为了更好的有效利用频谱资源，在确保2G网络稳定用户感知不下降的条件下，上海联通5月29日完成GSM1800退频10M，形成20M的使用频段承载速率可达150Mbps的全速FDD网络。

目前，4G的语音基本还都是采取CSFB方案。上述上海联通相关人士表示，在4G的语音方案上，目前联通还有一定的领先窗口。在初期LTE只承载数据业务，语音和短信业务优先回落到3G网络。在联通3G/4G一体化策略下，上海联通3G与LTE统一运维充分协同，可以发挥其3G制式优势，提供更加的用户感知。在语音方面，采用CSFB关键算法，可以实现语音回落的“快去快回”；在数据方面，上海联通的

HSPA+DC (42Mbps) 网络可以有效延伸 LTE 体验，实现 LTE 的“广铺精建”。

按照中国联通 LTE 建设总体部署，3G 依然是其语音业务和数据业务的主力承载网络，4G 则是用来提供高速数据接入服务。采取 FDD 与 TDD 融合组网上，FDD 则是中国联通 4G 主力承载网，满足公众用户移动宽带需求的业务网实现连续覆盖；TDD 则以抢占频段资源为目的，根据其特点来提供热点覆盖；TDD 与 FDD 网络公用核心网并成分公用传输、配套等资源，向融合 4G 网络演进。

竞速 4G

在易观国际高级分析师王珺看来，上半年仍然处于 4G 市场推广、用户培育期，伴随着用户认知的提升、终端产品的丰富，下半年有望迎来 4G 发展的爆发期。

在业内人士看来，中国电信、中国联通融合组网试验获批才是真正进入了 4G 时代。中国电信、中国移动、中国联通竞速 4G 的画卷正徐徐展开。

在融合组网获批之后的第一时间，中国电信正式公布了包括 4G 手机业务在内的新 4G 套餐资费，与 3G 资费相比流量多增两倍，而价格便宜 65%。而在此之前，因为受制于手机终端和网络制式的问题，中国电信只发布了 4G 上网卡终端资费，一直没有发布 4G 手机业务。

渴望在 4G 时代一改 3G 颓势的中国移动在这半年里，可谓一骑绝尘。来自中国移动的数据显示，中国移动目前已经建设了超过 26 万个 4G 基站，覆盖超过 200 多个城市，截至 5 月底 4G 用户数已超过 800 万户，预计今年底将建成 50 个 4G 基站，覆盖全国 340 个城市。

最终决定 4G 成败的一是用户网络感知，二是业务种类。在 3G 时代引领了运营商创新的中国联通又将带给用户怎样的惊喜呢？

来源：通信产业网 2014 年 07 月 08 日

中国电信 7 月 15 日在 16 个城市进行 4G 规模性放号

在工信部为 FDD 试验网开绿灯后，7 月 15 日，中国电信在上海、深圳、南京等 16 个城市实行 177 号段放号。由此，中国电信成为首个开放 4G 新号段销售的运营商。

据了解，三大运营商的 4G 新号段已确定，中国移动、中国联通和中国电信分别采用 178、176 和 177 号段。由于工信部批复的中国电信 4G 混合组网试验范围仅限于 16 个城市，因此中国电信的 4G 规模放号也仅限于这些城市，不包括北京。

值得一提的是，中国电信此次 4G 放号主要集中在线上渠道，与京东联合线上首销。北京商报记者了解到，京东已上线预售页面，并启动了 20 万张 177 号段的 4G 号卡预约。消费者从 7 月 15 日上午 10 时开始便可以抢购 177 号码。

此外，中国电信在 16 个放号城市的网上营业厅还推出了靓号抢购活动，并推出了包括华为、中兴、酷派等品牌在内的多款 4G 智能手机及合约机政策。不过，

电信版的苹果 iPhone5S 尚未在其中。

业界专家指出，随着规模性放号，中国电信在 4G 领域再进一步。

来源：《北京商报》2014 年 07 月 15 日

技术情报

【趋势观察】

运营商营销费用减 400 亿 4G 推广恐受影响

运营商大手大脚花钱的日子快到头了。

近日，据媒体报道，国资委向三大运营商下发通知，要求在未来三年内，连续每年降低 20% 的营销费用。根据测算，中国移动三年中将减少营销费用 240 亿元，三大运营商三年总计减少营销费用超过 400 亿元。

7 月 8 日，记者向三大运营商求证，中国移动未予置评；中国电信新闻中心有关人士表示目前还没有接到相关通知；中国联通有关负责人表示，国资委的确对此有相关要求，但具体减少数额不清楚。

有业内人士认为，营销费用的减少将对运营商推广 4G 造成不利影响，而虚拟运营商将会迎来发展机遇。

营销费用三年减 400 亿

此前已有手机业内人士透露，三大运营商计划逐步调整补贴策略，2014 年手机补贴额度将下调 100 亿元，其中，移动 50 亿元，联通、电信各 25 亿元。

据三大运营商 2013 年报显示，中国移动销售费用为 918 亿元，比上年增长 14.5%，占营运收入的比重为 14.6%；中国联通销售费用为 429.9 亿元，同比增长 22.7%，所占主营业务收入的比重由上年的 16.2% 升至 17.4%；中国电信销售、一般管理费用为 704.48 亿元，较 2012 年的 630.99 亿元增长 11.6%，占经营收入的比重为 21.9%。

三大运营商 2013 年销售费用达 2000 多亿元，如果按照降低 20% 的标准计算，将减少 400 多亿元。对于减少的原因，独立电信分析师付亮表示，主要是营改增对三大运营商的营收产生了较大影响。

今年 6 月 1 日，电信行业开始实施营改增，基础电信服务征收 11% 的税率，增值电信服务适用 6% 的税率。而此前三大运营商之前税率仅 3%，运营商利润受到不小影响。

付亮认为，运营商正处于从 2G\3G 向 4G 的过渡期间，营销费用波动会对经营造成影响。减少营销费用之后，对各级运营商主管和基层员工来说，能调动的资源少了，保增长和完成 KPI 考核会难上加难，重压之下优秀基层员工流失将加剧，且不断向中高层延伸。

或将影响 4G 推广

降低营销费用将对以运营商为中心的上下游产业链产生冲击，首当其冲的是运营商补贴。近日，中国移动已经对手机终端策略进行了调整，逐渐减少甚至取消对 2G 和 3G 终端的补贴，同时加大 4G 终端补贴。但由于补贴的是中高端 4G 手机，如果再减少营销费用，势必对 4G 快速普及和推广造成影响。

付亮认为，相对于中国移动和中国联通，这一调整对中国电信影响更大。电信的 CDMA 产业链较弱，上下游厂商支持本就不多，目前刚获得 FDD 实验网许可，急需提高对产业链的补贴力度，如果降低补贴，对产业链无疑是雪上加霜。

中国联通内部人士透露，以前运营商补贴分两种——手机补贴和话费补贴。消费者既可以买手机赠话费，又可以充话费送手机，但调整之后将不再有手机补贴，而逐步调整为话费补贴，甚至以后合约计划都将取消。

该人士透露，受到该政策影响，三四级城市常见的送米送油等促销，以及三大运营商机场和火车站的 VIP 服务也将全部取消。但付亮认为，这对风头正劲的虚拟运营商来说是一个不错的机会，虚拟运营商可以趁机加大营销力度发展用户。

来源：《每日经济新闻》2014 年 07 月 09 日

运营商火拼 4G 资费存量竞争考验规模营收

继工信部发布 FDD 试验网批文、三大运营商 4G 套餐资费全部明朗后，近日有媒体报道称，中国电信 4G 预计 7 月中下旬将大规模放号，三大运营商的 4G 大战开始步入真刀实枪阶段。然而，目前国内移动互联网普及进程加快，人口红利即将释放殆尽，电信市场步入存量竞争阶段。同时，运营商 3G 投资收回日遥遥无期，4G 投资无底洞深不见底，再加上传统业务萎缩、流量经营商业模式不明，运营商的营收平衡力面临前所未有的考验。

FDD 入局，运营商 4G 大战正式开演

在 TD-LTE 牌照发放半年多后，中国电信、中国联通终于拿到了苦等许久的 FDD 试验网“通行证”。6 月 27 日下午，工业和信息化部公告称，批准中国电信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司分别在 16 个城市开展 LTE 混合组网试验。业内分析认为，这意味着电信联通正式杀入 4G 战局，国内 4G 大战步入实质阶段。

获得工信部 FDD 试验网批文当日，中国电信正式对外公布 4G 资费，至此，三大运营商的 4G 资费标准全部出炉。分析人士分别从最低月费套餐、4G 流量月包等多个角度对三家运营商的套餐进行了剖析与对比，认为三大运营商套餐各有侧重点，适用于不同的用户群体。具体来说：中移动套餐种类最多，且较多考虑老用户的升级需求，这对于在入网资费上不占优势的中国移动来说有利于抓稳老用户，防止用户流失；中联通入网门槛最低，且推出预存话费返还计划，弥补了原套餐资费较高的缺陷；中国电信折后最划算，其资费设计的重点在于进入市场初期吸引尽可能多的新用户，因此推出了较多实用、简洁的入网优惠活动，譬如预存话费可享折

扣，新入网用户均可在 2014 年 12 月 31 日前享受 500M 定向流量等，其推出的 49 元 2G 流量的纯流量云卡定位中低端，主打流量消费人群，针对性强，也具有较强竞争力。

不过，目前来看，中国电信和中国联通的 4G 业务仍停留在概念营销阶段。有媒体报道称，中国电信的 4G 战略正在加快推进，由于目前 4G 终端比较匮乏，预计 7 月中下旬会大规模放号，而中国联通方面尚未有明确时间表，但号角已响，大战显然也不会遥远。

增速放缓，电信业步入存量竞争阶段

在三大运营商及虚拟运营商此起彼伏的价格战与声嘶力竭的促销声中，国内电信市场已成“红海”。

工信部的最新统计数据显示，截止到 5 月底，中国的手机用户数量已达到 12.56 亿人，相较 4 月份增长了 0.36%，比去年同期增长了 7.82%，这相当于中国 90.8% 的人都在使用手机。业内人士认为，0.36% 的增长速度，意味着运营商进入存量竞争时代。人口红利带来的新增用户日趋减少之后，运营商在存量时代将是“你多一口，我少一口”的竞争格局。

增量市场萎缩的同时，移动互联网业务对传统语音与文字业务的替代效应也越发明显。同样来自工信部的数据显示，2014 年 1-5 月，全国电信业务总收入 7140.6 亿元，同比增长 15.4%；三大基础电信企业电信业务收入累计完成 4978.9 亿元，同比增长 6.9%。其中，移动话音业务保持增长，但增速明显回落；前 5 个月去话通话总时长 1.2 万亿分钟，同比增长 2.3%；短信业务大幅萎缩，我国手机用户的月均点对点短信量继续下降，已经不足 40 条，

与之形成鲜明对比的是，1-5 月，非话音业务实现收入 2829.6 亿元，同比增长 14.3%，互联网及数据业务收入占比超 1/3，在电信业务收入中的比重不断增大。

量收不均，运营商经营能力临大考

毫无疑问，4G 时代，摆在电信运营商面前的将是一场艰苦的存量用户争夺战。同时，用户对数据业务不断增长的需求、来自 OTT 业务的外部冲击、虚拟运营商的挑战以及运营商自身投资与营收压力，都逼迫运营商不得不改革业务模式，探索并创新流量经营之道。

在此背景下，三大运营商均将流量经营作为重中之重，流量价格战此起彼伏，前向流量、后向流量、定向流量、流量红包等各种术语和模式争相出闸。

日前，中国移动广东分公司与腾讯联合宣布推出流量红包业务，用户可通过关注“广东移动 10086”官方微信服务号，批量购买小额流量包，并以微信红包的方式，向朋友圈、群组或好友派发。在北京市通信行业协会近日举办的 2014 年增值电信业务合作发展大会暨移动互联网峰会上，北京联通产品创新事业部总经理蔡轶

春表示，中国联通在流量经营方面正在全面创新，目前中国联通在 W0 能力平台上提供的流量服务有三类：前项定向流量、后向定向流量类与后向的通用流量。中国电信方面也有新动作，浙江公司与 360 手机助手合作，正式推出应用下载免流量服务，中国电信浙江公司用户只需下载安装 360 手机助手，进入“免流量”专区，即可免费下载专区里的所有软件和游戏，不扣任何流量费用，所需流量费用由 360 公司买单。

但从现状来看，目前运营商在流量经营方面的创新与改革尚处于摸索阶段。以当下最火的后向流量为例，有专家分析称，互联网企业的后向流量买单额，全国加起来也就一个月几十万元。互联网企业买单的后向流量模式，根本不足抵消运营商传统话音业务大幅下滑的损失，更难支撑运营商的业务规模发展。而且，从技术方面而言，本身运营商的网络也承载不了太多的定向和后向流量，互联网公司通过 CDN 服务，地址经常变，而 GGSN 的地址配置空间十分有限，这也注定当前的后向流量模式能否大规模推广尚需探索。显然，运营商的流量经营模式的改革之路还很漫长。

独立电信分析师付亮预计，2015 年 8 月，国内 4G 用户达到 1.45 亿，在全部移动用户中的渗透率约 10%。中国 4G 美好时代正在缓缓开启，深陷存量市场苦战的运营商能否在市场规模与企业营收、在价格大战与业务创新之间找到一个合理的平衡点，将成为其能否在白热化的竞争中安身立命，进而撬动市场金矿的关键所在。

来源：《通信信息报》2014 年 07 月 10 日

虚拟运营商维珍运营模式

VirginMobile（维珍）是全球第一家移动虚拟运营商（MVNO），也是目前运营得最成功的 MVNO 之一，他为全球十个国家提供移动通信服务，其中包括英国、美国、法国、加拿大、澳洲、印度、南非等。据悉，VirginMobile 于 1999 年在英国成立。最初的 VirginMobile 是由 VirginGroup 和 T-Mobile（德国电信子公司与美国第四大运营商）合资组成，双方各占 50% 的股权，T-Mobile 向 VirginMobile 提供网络支持。VirginMobile 在 2006 年 4 月被 NTL&Telewest（英国的有线服务商）收购，并于 2007 年 2 月成为新成立的 VirginMedia 的一部分。VirginMedia 是当时英国覆盖范围最广的宽带服务供应商及第二大付费电视和家庭电话供应商。

关注客户需求，提供多种服务

“这不仅仅是一部移动电话。”这句广告语同时也是维珍的服务理念。一旦成为维珍的手机用户，就可以通过电话享受到诸如购物、旅游、订票与客房预订等多种服务。在维珍手机上预订“维珍太阳”和“维珍假期”所提供的旅游服务可以享受 10% 的优惠，通过手机还可以购买和租借维珍唱片零售店的录像带和 DVD。从某种意义上说，维珍的手机不再仅仅是一个通信工具，而是维珍整合各种服务的一个终端。维珍的全部投资都用在客户服务上，因此它的核心竞争力就集中在客户研究

和服务的不断改进上。

如果进一步分析上面这句广告语，不难看到 VirginMobile 的产品包装实际上是通过对客户需求分类的精心研究而生成的。VirginMobile 把客户的需求分成三大类：一是基本需求——联络需求、工作需求、娱乐需求；二是提升需求——基于兴趣群体分类的需要；三是其他相关需求——特殊需求、紧急需求。其中，升级的需求必须具有向基本需求的流动性，也就是说，今天为客户升级需求设计出来的产品可能也是今后的基本产品。因此，VirginMobile 把考察客户的需求当做一项长期的持续的工作来对待，并把这种理念贯彻到各个环节。

比如，VirginMobil 把服务分为三个不同层级，分别为标准服务、特别服务、其他服务，并把这三个不同层级的服务分别针对三个不同的市场，即横向市场、纵向市场、交叉市场，而且，还为这三个不同的市场制定了不同的销售策略，从而最大限度地满足客户的不同需求。

依托固有基因，保持核心竞争力

VirginMobile 作为虚拟运营商，他的商业模式概括起来就是三个元素和两个过程。其中三个元素为合作伙伴、品牌产品、销售渠道，两个过程为产品捆绑、渠道选择。这三个元素和两个过程也可以说是 VirginMobile 的核心竞争力。

在渠道方面，VirginMobile 选择 Online 与 Offline 两个渠道进行销售。VirginMobile 本身拥有 Online 销售渠道，亦凭借 Virgin 集团成员的强大的销售网来服务于客户。Virgin 集团的销售网包括超市、旅行社、书店等。此外，VirginMobile 非常注意本地化运营，为此，其与当地的 BestBuy、RadioShack、Target、Walmart 及其他连锁零售商签订协议，依托于他们的零售店面建立了遍布美国的 4 万个零售点。

在价格策略方面，VirginMobile 认为首先价格要有竞争力，但必须确保能够盈利，避免引起连锁的价格战。因此，在制订具体的价格时，通过测算和评估后 VirginMobile 选择了跟随现有的市场进行定价，但通过内容和服务进行区隔，让用户明确了解 VirginMobile 套餐内容和服务的优势。

在选择合作伙伴上，VirginMobile 利用自身的市场影响力，与电信运营商、终端供应商、软件及内容提供商建立合作伙伴关系，根据市场需求来开发产品。同时，根据客户的需求，将这些产品实行捆绑打包服务，形成有 Virgin 品牌特色的服务产品。

值得一提的是，VirginMobile 在全球拓展业务时，几乎都会拉上当地的一个基础运营商成立合资公司，以确保本地化的支持和细分市场的互补。这对中国即将开始的 MVNO 也是一个重要的启示。

锁定年轻群体，挖掘低端客户价值

VirginMobile 于 2001 年 6 月进入美国市场后就宣布要向 ARPU 为 35 美元左右的低端用户提供超级服务，而当时在美国手机用户的平均 ARPU 为 52 美元。由于基础运营商对获取低价值客户都抱有非常谨慎的态度，VirginMobile 正是看到了市场对低价值客户覆盖不足这一点。

分析后发现在 15~29 岁年轻人中手机渗透率很低，他们大量使用短消息，使用手机下载有趣的东西等，他们是时尚手机配件的消费主力。于是，VirginMobile 把目标用户确定为 15~29 岁的年轻人，由于定位准确，成立第一年就跨越了 100 万用户大关，第四年达到了 300 万用户规模。此外，VirginMobile 还与 MTV 网络签订了多年的内容提供和市场推广的独家协议，向 VirginMobile 的用户提供音乐、游戏和其他 MTV 娱乐内容。MTV 的各个频道和网站同时嵌入了 VirginMobile 的大量市场推广内容。

VirginXtras 是 VirginMobile 的主打品牌。VirginXtras 不提供基于月账单的呼叫详单，用户只能在网站上实时查询最近的呼叫。VirginXtras 甚至还提供“解救电话”的功能：你会接到一个预设好的电话，以便于你有借口中断一个“不那么美好”的约会。各种各样青少年喜闻乐见的内容与功能被 VirginMobile 开发出来，对青少年的吸引力也不断加强。在终端方面，最初的两款 VirginXtras 终端被命名为 PartyAnimal（派对动物）和 SuperModel（超模），可换面板，颜色和造型也极为吸引眼球。

总之，用户对电信服务需求的多样化是虚拟运营商出现的前提，虚拟运营商不能简单地将电信运营商的资源原封不动地转售出去，更重要的是在网络基础上，通过市场和技术创新，开发出适应不同用户群体需求的增值服务，从而吸引用户，为企业赢得盈利的空间。能够为用户带来差异是 MVNO 企业生存的关键。

来源：《中国电信业》2014 年第 05 期

中国电信发力 20M 光纤宽带

近日，中国电信在天翼手机交易会上发布了电信“20M 宽带”最新消息：“在中国电信主战场 21 个省份，我们将为所有城市提供 20M 的带宽。”中国电信董事长王晓初表示，消费者可以根据自己的需要，随时更改自己的带宽，为了实现普及宽带的目标，方便分销商销售，中国电信未来会将宽带销售“标准化”、“一体化”。

中国电信此前发布的“十二五”宽带发展目标显示，三年实现城市光纤化。“十二五”末，南方城市地区实现家庭和政企用户光网全覆盖，光纤入户超过 1 亿。“十二五”很快要过去，按照战略实施时间表，2013 年是一个重要节点。这一年，行政村通宽带比例达到 90%，城市地区宽带用户中 20Mbps 宽带接入能力覆盖比例达到 80%，在农村地区宽带用户中，4Mbps 宽带接入能力覆盖比例达到 85%。

和普通 ADSL 宽带不同的是，光纤宽带主要采用 FTTH 技术，ADSL 适合于分散的

用户，而 FTTH+LAN 针对相对集中的用户群体。不过，相对光纤入大楼（FTTB），FTTH 初期建设成本比 FTTB 高 83%，在渗透率超过 50%的情况下，FTTH 与 FTTB 的建设成本才会逐步缩小。有专家分析，光纤到户不单单是光纤铺设的问题，重要的是入户带宽问题，如果仅仅是 10M 以内，没有必要用光纤，ADSL 就可以满足。

虽然中国电信早已开始实施“光进铜退”工程，整个光网覆盖已初具规模，但用户发展并未同步规模增长。光纤网络的投资是宽带提速的支撑，中国电信预计将按既定目标推进光纤宽带建设。

点评：中国电信在大力发展移动宽带的同时，仍在积极推进光纤宽带发展。在“十二五”宽带发展目标中，中国电信承诺城市地区宽带用户的接入带宽达到 20Mbps，农村地区宽带用户的接入带宽达到 4Mbps。至于具体的技术手段，除了 FTTx 之外，其实铜缆的作用也不可忽视，目前不少厂商已经开发出铜缆高带宽技术，“光进铜不退”已经成为可能，这将为中国电信节省大量的宽带建设投资。宽带提速工程还是要区分具体的应用场景，综合比较不同技术的综合性价比，并不是用光纤来取代一切。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 10 日

研究称 2013 年高通 LTE 芯片市占达 94%一季度扩大领先优势

市场研究机构 ForwardConcepts 认为，高通 2013 年在 LTE 芯片市场处于绝对领先地位，其多模 LTE 芯片市场占有率高达 94%。今年第一季度，高通的地位丝毫没有动摇，“就算有一些 2014 年才进入市场的新竞争者，高通在多模 LTE 芯片市场的占有率仍超过 95%。”Forward 总裁 WillStrauss 表示。

近期三星发布了自主研发的 LTE 芯片，并整合了自主开发的应用处理器，命名为 ExynosModAP。虽然这款芯片还没上市，但此举显示了三星希望将高通逐出三星的决心。但三星能够对高通统治的市场有何种破坏力，还需要时间观察，反而是博通（三星是其重要的芯片客户）在上月初宣布放弃了基带芯片业务，不能不说是受到了三星的影响。

另一家市场研究机构 StrategyAnalytics 的报告则指出，三星 2014 年第一季度在 LTE 基频晶片市场排名第四，全球市占率（营收）仅 1.7%。

来源：C114 中国通信网 2014 年 07 月 14 日

【模式创新】

全球移动医疗产业发展步入快车道

最近，有关移动医疗保健的会议频频举行，我国移动医疗产业如何发展成为各方关注的焦点。在全球范围内，移动医疗保健的热潮也一浪高过一浪。那么，全球移动医疗保健产业的发展状况及趋势如何？我国的移动医疗保健产业处于哪个发展阶段？如何才能更好地推动我国移动医疗保健产业的健康良性发展？

医疗保健已成巨大挑战

当前，随着物价水平的不断上升，医疗成本也呈现迅速增长的趋势。2006年至2011年，中国的年均医疗费用从9800亿元人民币上升到2.4万亿元人民币。在美国，2013年医疗费用总计约29000亿美元，预计到2021年将上升至近48000亿美元。医疗保健支出占GDP的百分比，预计从2006年的16.2%上升到2021年的19.6%。

另一方面，随着物质生活水平的提高，中美两国人口平均寿命已经得到了大幅度的延长。当前，中美两国都面临人口老龄化问题。在中国，65岁及以上老年人口占总人口比例约为8%。在美国，约有4000万65岁及以上老年人口，占总人口比例的约12.9%。而随着婴儿潮一代到达退休年龄，这一比例预计将上升至20%。有研究人员预计，到2050年美国65岁及以上老人人口占比将超过20%（约8800万），届时，中国65岁及以上老年人口占比也将达到33.3%。社会人口的长寿及老龄化也加大了医疗保健负担。

医疗健康的问题已经引起了中美两国政府的关注，然而不断增长的医疗费用依然给病人带来巨大压力。在中国，医疗费用占病人年收入的很大比例。近年来，医疗保险制度不断深化，但病人仍需自己承担医疗费用的35%~50%。同样，在美国，医疗费用的负担主要体现为保险费用的大幅上涨。根据Kaiser家庭基金会的数据，1999年~2012年美国医疗险保费费用已增加了两倍。

考虑到成本上涨等因素，由慢性病所造成的损失很可能大大超出上述数值，例如，根据中国卫生和计划生育委员会公布《2012年我国卫生和计划生育事业发展统计公报》的数据，2012年中国卫生总费用达28914.4亿元，比2011年增加4568.5亿元，即使以这样的投入增长速度，依然远远不能满足中国每年新增慢性病患者医疗需求。同样，在美国，虽然医院门诊、急诊或处方药治疗所需费用可能不同，但是治疗慢性疾病的费用依然是所有疾病中最高的。可以预见的是，不论中国还是美国，未来慢性病的治疗都会消耗越来越多的医疗卫生资源，并成为政府财政的巨大负担。

移动医疗发展需多方携手

当前，移动医疗健康发展还面临着诸多困难和挑战，在许多国家移动医疗健康尚处于起步阶段。医院、电信运营商和医疗健康行业工作者应该推进移动医疗设备与移动医疗健康应用在医疗健康诊治中的使用，同时对配套操作规程和政策的修改完善也是推进移动医疗健康发展的必要环节。

笔者认为，可以从以下四个方面挖掘移动医疗的应用模式，推动移动医疗产业的健康发展和商业化进程：

——通过使用移动医疗终端降低因地区和收入差异带来的医疗服务供给差距，提高民众的医疗费用支付能力，政府部门应鼓励在手机、平板电脑等移动终端上开

发医疗类应用或研发专用的移动医疗终端，并推动移动医疗服务的应用。

——利用远程监控设备及其他移动技术辅助医疗过程，减少医疗服务差错，简化报销流程，提高管理效率，政府部门可以为采用远程监控设备及其他移动技术来提供咨询、诊疗服务的医疗健康服务商制定补偿措施。

——发送医疗健康提醒，提升全民保健水平。利用手机等移动终端向患者和医生发送医疗提醒与诊断信息，提升患者的医疗健康服务体验，如通过短信或来电提醒保证患者服药的时间和剂量，提高治疗效果，医务人员和患者还可以通过智能手机应用来监测与治疗慢性病。

——通过移动医疗健康助力政府部门更好地收集及分析健康数据，了解医疗相关政策的执行效果，基于对医疗健康数据的研究结果制定更好的决策。

中美领跑全球移动医疗市场

随着移动通信技术的发展，移动智能终端的普及率大大提升，移动医疗已经具备了大规模商用的基础。研究表明，移动技术可以提高访问质量并提供相应的医疗服务，对于提高医疗效果以及医疗报销效率均有巨大作用，推动了整个医疗健康市场发展。手机能够为患者和医生提供医疗提醒与诊断信息。移动医疗能够更好地进行健康数据的收集和分析，有助于整个经济社会的发展。

目前，移动医疗正在全世界范围内迅猛发展，国际卫生组织在全球 114 个国家调查发现，许多国家已经开展了移动医疗相关活动，最常见的是建立健康呼叫中心，回复病人的咨询；通过短信进行预约提醒、远程医疗、访问病人病历、跟踪治疗效果、提高健康意识、监测病人状况和支撑医生决策。

据分析预测，到 2017 年全球移动医疗业务市场规模将达到 230 亿美元，在亚洲地区中国将成为移动医疗业务需求最大的国家。目前，中国的移动医疗市场经过前期的探索已进入到高速发展阶段，有咨询公司数据显示，预计到 2017 年年底，中国移动医疗市场规模将突破百亿元。

在美国，移动医疗应用正处于迅速普及阶段。由 Pew 互联网和美国生活项目进行的一项全美调查发现，2012 年，31% 的受访者使用手机在线查询健康或医疗信息。该调查还发现越来越多的人使用应用程序跟踪或管理自己的健康，2012 年，这部分人口比例达 37%，比 2010 年（17%）提高一倍以上。

RuderFinn 移动医疗报告显示，美国 2013 年有 16% 的智能手机和平板电脑用户会定期或至少每周访问一次健康生活应用；有 65% 的 18~24 岁用户及 52% 的 25~34 岁用户表示，他们很可能在未来的六个月内使用移动医疗技术。44% 的移动 App 用户表示对卡路里计数应用（44%）感兴趣，37% 表示对健康饮食应用感兴趣。

预计未来移动医疗将实现快速增长。据普华永道 Vishwanath、Siddharth 等研究员分析，到 2017 年，全球移动医疗年收入将达 230 亿美元。基于现有移动医疗

服务水平与预期之间的差距，预计美国移动医疗年收入将达到 59 亿美元，而中国也将达到 25 亿美元。

从中美移动医疗的发展态势来看，美国在移动医疗方面无疑扮演了领头羊的角色，目前已经初步形成了一套相对完整的业务体系和产业链；同时，美国的移动医疗市场也在迅速扩大。相比之下，中国的移动医疗发展还处于相对初级的阶段，不论是产品还是服务都比较单一。然而，近年来，随着中国政府对民生问题关注度的上升，中国的移动医疗产业也得到快速发展。美国的移动医疗发展为中国提供了一个良好的模板，未来随着相关服务和政策的成熟，中国的移动医疗产业也即将迎来一个快速发展的未来。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 14 日

推动 4G 时代企业移动应用创新

SAP 与中国移动政企客户分公司日前宣布在通信信息服务和信息化管理应用领域建立全面业务合作伙伴关系。双方将共同推进政府与企业的移动应用服务，建立“ICT”融合机制，不断增强产品、业务、模式方面的创新与融合，为客户的移动信息化提供标准化产品、服务及整体解决方案。双方还将共同研究基于移动互联网的政府与企业信息化服务创新模式，包括基于智能移动终端的移动应用商业模式。

双方的合作创新，将为众多有管理系统或移动化应用开发需求的大型企业，提供专属的移动应用和创新商业模式。中国移动政企客户分公司总经理戴忠表示：“今年是中国 4G 产业发展的关键之年，中国移动率先推出了 4G 业务和移动云产品。此次与 SAP 的合作，将为广泛的政企客户群提供更为简便易用和标准化的移动应用体验，降低总体拥有成本，最终加速企业移动信息化的进程。”

“移动互联和 4G 网络为企业信息化创新呈现了全新机遇，此次与中国移动政企分公司的合作，意义深远。不仅能够激发更多创新移动应用的开发，也带动了合作伙伴参与进来，促进生态系统的蓬勃发展。”SAP 大中华区总裁纪秉盟如是说。此次合作将依托 SAP 领先的移动平台和创新研发优势，结合中国移动 4G 网络和云平台的资源优势及其最广泛的网络覆盖能力，面向双方优质的企业客户群及庞大的政企客户基础，提供基于 SAP 移动平台的企业应用系统移动化的定制化开发服务。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 10 日

终端制造

【科技前沿】

MVNO 竞争策略之一：超细分市场

1998 年，挪威 Sense 公司成为全球第一个移动虚拟网络运营商。目前，全球约有 1100 家移动虚拟运营商（MVNO）。但真正取得成功的虚拟运营商并不多，甚至可以说虚拟运营商的死亡率高得惊人。据调研公司 Informa 2011 年发布的数据，由于

起步不力或是后期经营不善，多达 24.5%的虚拟运营商最终停业或是被收购。尽管如此，存活下来的成功虚拟运营商也为数不少。同拥有强大网络的移动运营商相比，初出茅庐的虚拟运营商也并非不堪一击。相反，一些策略成功的虚拟运营商能从移动网络大鳄手中轻松夺取市场份额。他们依靠的究竟是什么？

MVNO 最值得称道的一大竞争策略即细分市场，在一些国家，为最大限度地开发市场，很多 MVNO 甚至对市场进行了超级细分。这不难理解。相较移动运营商，MVNO 对于某些有着特定需求的消费者来说最大的魅力就是能获得所钟爱的业务。而从企业的角度来看，就是超细分市场。

迄今为止，全球范围内已有的 MVNO 覆盖了各类颇具特色的用户群体——青年人、企业用户、体育迷、少数民族、低消费群体等。市场细分已经被视为通信企业发展的一大重要手段，而 MVNO 恰好可以针对特定用户群设计服务。而这种策略也使 MVNO 能避开与强势运营商的正面交锋。高通 2008 年推出了自己的 MVNOLifeComm，该公司锁定的目标群体非常有特色——以 40 岁至 65 岁人群为主的医疗应用群体。塞内加尔的 Toubatel 聚焦当地的穆斯林用户群。维珍移动凭借品牌赋予的空前活力，只发展年轻用户。而美国的 Karma、NetZero 和 FreedomPop 更是瞄准了移动互联网的商机，干脆不卖语音业务，只销售数据业务。

从目前看来，在多数国家和地区，基础性运营商对于消费群体的覆盖已趋完善，但总体来说，在针对特定需求人群方面的服务和产品设计方面仍有进一步的细化空间，为此，对于乐于在“夹缝”中生存的 MVNO 来说，超细分市场策略颇为有效。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 15 日

张玉胜：低频建网是农村 LTE 覆盖的最佳方案

在 7 月 15 日举行的“2014 中国 LTE 产业发展峰会”上，中国移动设计院副总工程师张玉胜指出：“采用低频建网是农村尤其是不发达农村 LTE 覆盖的最佳方案。”

4G 覆盖，农村是不可回避也不容忽视的市场。据了解，目前农村覆盖主要是 GSM900M，现网基站布局比市区稀疏，站间距较大。“因此采用低频建网是农村尤其是不发达农村 LTE 覆盖的最佳方案。”张玉胜说。

之前有农村覆盖能力分场景测试，测试结果显示，F 频段覆盖技术能力显著低于 900MHz 频段。因此，“根据初步测算，为实现农村 F 频段与 GSM900 同覆盖，需新增 50%站址。”

另外，据透露，目前三大运营商均拥有小于 1GHz 的频谱，但都未用于 4G 网络。

来源：飞象网 2014 年 07 月 15 日

【企业情报】

华为发布《2013 年可持续发展报告》将推进绿色供应链建设

日前，华为在发布《2013 年可持续发展报告》时宣布了绿色供应链计划，将推

动其全球供应链走上更加低碳环保的可持续发展之路。目前，华为正在 24 家供应商中开展供应链碳减排试点项目，未来将逐渐覆盖到更多供应商，供应商的绿色绩效将成为华为与供应商达成商业合作的前提之一。

华为《2013 年可持续发展报告》显示，2013 年，华为中国区实现节电 4200 万 kWh，相当于二氧化碳排放量减少 38000 多吨。

华为可持续发展委员会主任邓飏说：“对华为而言，仅仅实现商业成功是不够的，华为的业务遍及全球 170 多个国家和地区，我们需要为当地社区做出贡献。我们致力于减少自身的碳足迹，同时也帮助客户和供应链等合作伙伴减少碳足迹。”

邓飏表示，华为的可持续发展战略聚焦以下四个方面：消除数字鸿沟、保障网络稳定安全运行、推进绿色环保和实现共同发展。

在高效节能领域，华为 2013 年通过提升产品的能源效率，其网络设备在使用阶段的能耗降低 10%~40%。华为将绿色 ICT 的理念融入所有产品的全生命周期，持续创新提高产品能效，打造绿色通信网络。2013 年华为荣获中国企业家俱乐部授予的“中国绿公司百强”称号，华为供应链可持续发展管理获得联合国全球契约中国网络“2013 促进社会发展与合作最佳实践奖”。

近年来，华为始终在产品的可持续性创新方面保持着很高的投入。2013 年，华为在研发领域投入超过 50 亿美元。展望未来，华为将抓住循环经济带来的可持续发展机遇，从设计之初就确保产品的可循环性。

在消除数字鸿沟方面，华为 2013 年不断努力构建更美好的全联接世界，探索如何向未联网的 44 亿人提供宽带接入。邓飏表示：“我们希望人人享有宽带，实现人与人、人与物、物与物的全面互联。”

2013 年，华为 SingleSite 解决方案为尼泊尔西部偏远地区首次开通了 2G 信号，帮助 800 多万人口享受语音通信服务。在语音通信问题逐步得到解决的基础上，华为希望能够帮助更多的人实现宽带联接，接入到信息社会。华为在尼日利亚拉各斯市与运营商合作部署了 LTE 网络，原来 20GB 的家庭高速数据套餐服务的包月价格从 80 美元下降到 35 美元，帮助更多用户首次获得宽带服务。华为还持续加大投入，培养各国人民的数字技能。2013 年，华为“通信未来种子”项目在全球 23 个国家启动，超过 10000 名学生从中受益。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 15 日

IBM 联手川企 300 亿研发智慧城市

智慧城市热潮下，IT 巨头 IBM 不惜砸下巨资，在成都加码项目打造。

继此前在川建立智慧城市大数据及云计算服务中心后，7 月 13 日，IBM 与川企四川华讯中星科技有限公司（以下简称华讯中星）签署战略合作协议，双方将共同打造全球智慧城市联合研发中心。

在业界看来，与川企合作打造智慧城市项目，IBM 是希冀实现本土化。背后，IBM 布局该领域，其核心优势或还在于服务器业务。“云计算、大数据等最终都需要一个处理中心，而服务器是其基础。” 三网融合专家吴纯勇向《每日经济新闻》记者表示。

据《四川日报》报道，此次的合作包含 IBM 的 OpenPower 高端服务器生产及上述众多项目，双方的总投资预计将达 300 亿元人民币。

川企自主可产世界“芯”

7 月 13 日，IBM 与华讯中星在成都宣布成立全球智慧城市联合研发中心，其总部将落户四川。

同时，配合全球智慧城市联合研发中心的建立，双方将打造配套的智慧园区。而不到两个月前，双方也曾有过类似合作。今年 5 月，双方宣布将投资 35 亿元建立智慧城市大数据及云计算服务中心。

关于此次合作，IBM 大中华区软件部解决方案事业部总经理夏然向媒体表示，华讯中星是 IBM 长期合作伙伴，双方亦会在多个领域合作。夏然还透露，双方最终投资总额将超过 300 亿元人民币。

IBM 缘何选择四川民企进行合作？本土化发展被外界视为一大原因。

7 月 14 日，一位行业人士向《每日经济新闻》记者分析，对于 IBM 来说，需要通过合作开放一些平台来对抗“英特尔联盟”，因为在云计算领域，英特尔处于较为领先的地位；另一方面，进军国内智慧城市市场，需要通过本土企业合作，更有利于实际业务的开拓。

吴纯勇亦认为此次合作 IBM 是出于本土化的考虑，在他看来，IBM 布局智慧城市的核心还在于其相应服务器业务，因为这是 IBM 的核心优势。

来源：赛迪网 2014 年 07 月 15 日

中兴通讯预计半年净利大幅提升最高至 11.5 亿最高增幅达 270.96%

中兴通讯 7 月 14 日发布 2014 年半年度业绩预告修正公告。2014 年上半年，由于本集团持续加强合同盈利管理和费用控制，国际合同毛利率改善、国内 4G 系统项目营业收入占比上升，中兴通讯预计上半年归属于上市公司股东的净利润为 10-11.5 亿人民币，同比上升 222.57%-270.96%。

2014 年，公司在主流市场、主流客户和主流产品上实现了布局的进一步优化和改善。中兴通讯在中国 4G 招标抢得先机，确定国内市场 4G 优势地位，今年上半年的中移动 4G 二期招标中在一期的基础上提升，继续保持领先份额，在电信和联通 4G 招标中继续巩固取得的领先市场份额。

手机方面，今年一季度连续发布两弹一星三款 LTE 手机，均是多模多频手机。公司在自研芯片方面取得重要进展，目前已经能支持四模，五模终端预计明年上市。

今年中兴通讯 4G 终端预计将占终端产品的 40%。海外手机业务进展符合公司预期，处在良性轨道，尤其是美国市场表现良好，预付费市场位居第二。终端新锐子品牌努比亚在消费者中树立口碑。

政企网业务领域，继续保持快速增长。中兴通讯凭借 108 个城市的商用成为中国智慧城市的标杆企业。同时，顺应企业 IT 基础架构演变应运而生的中兴通讯超级 APPs，已经助力包含腾讯、中国银行、中国一汽、中石油、东航等 100 多个超级企业实现敏捷经营目标。

随着国内 FDD 实验网牌照的发放，日本、印度等亚太地区 4G 建设提速，中兴通讯 4G 手机在海外的良好布局，都将有利于公司下一步业务的良性发展，欧洲运营商的整合也为公司取得新突破提供了新的机遇。

来源：C114 中国通信网 2014 年 07 月 14 日

市场服务

【数据参考】

1-5 月电子信息制造业增加值同比增长 11.0%

工信部运行监测协调局数据显示，2014 年 1~5 月，我国电子信息产业增速出现小幅回落，主要指标增速仍低于去年同期和去年年底水平。1~5 月，规模以上电子信息制造业增加值同比增长 11.0%，高出工业平均水平 2.3 个百分点，但比去年同期和去年年底分别下降 0.3 和 1.1 个百分点。实现销售产值、出口交货值、内销产值同比分别增长 9.0%、3.2%和 15.7%，比 1~4 月分别下降 0.6、0.7 和 0.5 个百分点。

1~5 月，通信设备行业保持较快增长，但主要指标增速明显回落。进入 2014 年以来，通信设备行业增速较去年平均水平明显回落，2 月至 5 月销售产值增速保持在 12%~18%区间，比去年平均水平回落 10 个百分点左右。家用视听行业内销增速在分界点徘徊。节能惠民政策到期退出因素的影响逐步显现，今年以来彩电行业发展重新回归到低增长通道，特别是内销产值增速大幅回落。今年 2~5 月，彩电行业内销增速分别为 2.3%、0.1%、2.1%和 0.2%，比去年全年平均水平（25%~35%）下滑超过 20 个百分点。家电行业内销产值比重从去年年底的 58%回落至 5 月底的 54.9%，下滑 3.1 个百分点。1~5 月，家用视听行业实现销售产值 2639 亿元，同比增长 3.2%，比去年同期下降 11.3 个百分点。电子元器件行业生产、出口增速均低于全国平均水平。1~5 月，电子元件行业实现销售产值和出口交货值分别为 6326 亿元和 2759 亿元，分别增长 7.7%和-0.3%，低于行业平均水平 1.3 和 3.5 个百分点。

来源：《中国电子报》2014 年 07 月 11 日

海外借鉴

沃达丰在爱尔兰用电网部署光纤

沃达丰公司近日同爱尔兰主导电力公司 ESB 签署了一项协议，利用后者的电网基础设施部署光纤网络。

沃达丰和 ESB 将投资 4.5 亿欧元建设这一网络，两家公司将为此成立一家合资公司，各自持有这家公司的一半股份。新公司拥有 60 人的雇员规模。合资公司将建设和管理网络，向所有电信运营商提供批发接入。

爱尔兰也将因此成为欧洲第一个利用全国范围内现有的电力基础设施部署光纤直接到家庭和企业的国家。按照计划，这一光纤网络初步将覆盖爱尔兰 50 座城镇的 50 万栋楼宇。网络部署利用的是 ESB 现有的架空或地下基础设施。

这一项目还有待欧盟委员会的批准。合资公司将在未来几个月内部署这一新网络，并计划在 2015 年开始向用户提供服务。该项目初期阶段预计在 2018 年全部部署完毕。

作为创新战略的一部分，ESB 在 2012 年 9 月启动了招标程序，为成立这家利用电网基础设施提供光纤到楼（FTTB）服务的合资公司寻找合作伙伴。最终沃达丰中标。目前沃达丰在爱尔兰拥有 20 万固定宽带用户。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 09 日

墨西哥电信业改革法案最终获批

墨西哥参议院 7 月 5 日投票通过一项电信业一揽子改革法案，意在打破电视、移动电话和高速网络行业中的垄断，鼓励市场竞争。

这份一揽子法案内容长达 600 页，在参议院经 17 小时激烈讨论，最终得以通过。法案接下来将交由众议院投票表决。

电信业改革是墨西哥总统恩里克·培尼亚·涅托“转型改革”计划中一个重要部分。自上任以来，培尼亚政府试图在能源、电信、教育、财政等多个领域推行改革，旨在增强墨西哥经济竞争力。去年 12 月，培尼亚已签署一项能源改革法案。

培尼亚 5 日晚些时候对参议院的表决结果表示满意。他在社交网站个人主页上写道，新法案实施后，电信行业将迎来更多市场竞争，向民众提供更优惠价格。

由于新法案矛头直指垄断，因此电视行业巨头墨西哥电视公司和全球前首富卡洛斯·斯利姆掌管的卡尔索集团可能受影响最大。

卡尔索集团经营业务涉及酒店、石油勘探、金融和建筑等多个领域，电信被视作主业，其美洲移动通信公司为拉丁美洲最大移动电话运营商，旗下的墨西哥电话公司和墨西哥移动电话公司分管固话和移动通信业务，网罗了墨西哥 90% 的固话用户和 70% 的手机用户。

墨西哥电视公司是世界最大的西班牙语电视公司，节目在全球 60 个国家播出。

这家公司占墨西哥普通电视市场份额的 70%，占有有线电视市场份额约 60%。

为顺利实施改革法案，墨西哥新成立一家联邦电信研究所，负责监管电信市场。联邦电信研究所要求上述两大行业巨头与竞争对手共享基础设施。此外，这一机构要求在墨西哥国内取消长途话费，并开通两个新电视频道公开招标。

按墨西哥交通和运输部副部长何塞·伊格纳西奥·佩拉尔塔先前的说法，墨西哥电信行业长期以来为行业巨头主导，需“摧毁”后“挨砖挨瓦地”重建。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 09 日

欧盟 5G 网络将跳跃式发展

负责欧洲数字化议程的欧盟委员会副主席内莉·克勒斯 7 月 4 日表示，与 4G 网络相比，5G 移动网络将不仅仅是向前迈一步而是一种跳跃式发展。

欧盟发展 5G 网络的路线图显示，在 5G 网络下，无线容量将比 2010 年高出 1000 倍，提供服务所需能源将节约 90%，平均服务创建周期将从 90 小时缩短到 90 分钟，拥有接入 7 万亿台无线设备、为 70 亿人服务的能力。

“5G 网络将提供全新的技术，为人与人之间建立联系，当然还包括人与汽车、房屋等之间的联系。而且不管身处何地，这些服务都能马上实现。”内莉·克勒斯说。

为满足未来用户对 5G 网络的需求，欧盟从约两年前就对发展 5G 技术的研究项目提供资助，在总预算 800 亿欧元的“地平线 2020”计划中也划拨资金。2013 年 12 月欧盟委员会曾表示，将与企业合作方分别拿出 7 亿和 30 多亿欧元，立即展开 5G 网络的研发工作。欧盟委员会将在今年年底筛选出第一批项目进行投资，预计投资规模为 1.25 亿欧元。

今年 6 月，欧盟还与韩国达成协议，联手开发 5G 网络。协议显示，双方将成立联合项目组，共同开发 5G 网络系统、制定标准并为适应新技术做好无线电频率的准备工作。此举旨在 2015 年年底前就 5G 网络形成全球共识和愿景。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 09 日

新加坡部署“光纤水龙头”网络

新加坡电信监管机构资讯通信发展管理局（IDA）近日联合该国电信运营商 M1 打造“光纤水龙头”网络项目，让政府机构能够快速、经济地在室外如公交车站、公园和道路上部署智能设备和服务。

M1 将安装大约 100 个地上箱子，并将它们连接到 100Mbps 的企业级光纤网络，同时供应电力和空间来容纳多台计算机服务器。

M1 公司产品开发和企业服务总监 Willis Sim 表示：“我们的想法是在室外站点连接传感器、摄像机和电子标牌，而不必挖掘道路访问光纤网络、安装发电机或靠近一个建筑物。就像消防水龙头如何让消防队员应对火灾而不必担心后勤一样，我们希望看到一个全面的‘光纤水龙头’网络遍布新加坡，使政府机构能够快速、经

济高效地部署智能设备和服务。”

来源：《人民邮电报》2014年07月09日

西班牙电信欲购意付费电视公司

西班牙电信本月7日宣布将在未来几个月内投资1亿欧元收购意大利付费电视公司 MediasetPremium 11.11%的股权。MediasetPremium 是意大利传媒 Mediaset 的子公司。

Mediaset 副董事长 PiersilvioBerlusconi 称，Mediaset 也在和卡塔尔持有的半岛电视台和法国维旺迪等其他可能投资者洽谈有关付费电视业务的事宜。

两个月前，西班牙电信曾宣布向西班牙付费电视公司 Canal+的拥有者 DTS 发起 7.25 亿美元的多数股权收购要约，希望收购其 56%的股份，借此推动西班牙电信国内付费电视业务的增長。之前西班牙电信已拥有 DTS 22%的股份。

7月4日，西班牙又通过斥资 2.95 亿欧元收购 MediasetEspana 所持有的 DTS 22%的股份，完全控股 DTS。

来源：《人民邮电报》2014年07月09日

阿联酋电信携手华为完成中东北非地区首例 400G OTN 现场测试

2014年7月7日，阿联酋电信运营商 Etisalat 和华为联合宣布，已经在阿联酋圆满完成新款旗舰传输产品 OSN9800U16 以及 400G OTN (optical transport network) 传送方案的现场测试，该测试表明新产品和技术可以用在阿联酋电信现网的扩容中，以满足消费者日益增长的带宽要求。本次现场测试也是华为的新款旗舰传输设备 OSN9800U16 在世界的首次亮相，同时也是中东北非地区首例商用化 400G OTN 解决方案的测试。

测试中 400G 链路运行在阿联酋电信现网中的传输光纤上，传输距离超过 170 公里。除了可以显著增加传输网络的容量外，运营商还可以利用 OTN 技术更高效地承载固定和移动宽带业务，例如 IPTV (Internet Protocol Television)、LTE-A (Long Term Evolution Advanced) 等。

为实现阿联酋电信网络现代化工程，阿联酋电信近几年验证测试了各种新的网络技术方案。2014年阿联酋电信还将携手华为测试第 5 代移动宽带业务 (5G)，并试验 40GPON (passive optical network) 光纤宽带网络技术，可以为家庭和商业用户提供更可靠、快捷、经济的宽带接入。

“刚测试华为的 400G 方案显示了我们的现网能够支持最新的下一代传输技术。”阿联酋电信网络发展部副总裁 Esmaeel Alhammad 说道，“阿联酋电信经常测试新的技术来拓宽我们的能力，加强网络质量，满足用户对流量使用的诉求。我们相信 400G 方案能保证我们未来的竞争力。”

华为阿联酋电信系统部部长王永刚表示：“为本区域的用户创建更好的互联世

界，是阿联酋电信和华为的共同愿景。本次联合试验让阿联酋更进一步迈入现代化信息社会。”

来源：通信产业网 2014 年 07 月 08 日

印度政府考虑拍卖部分额外频谱以加快 3G 网络升级

7 月 9 日早间消息，印度政府正在考虑出售更多移动运营商可以使用的无线频谱，以解决阻碍 3G 网络升级的频谱资源缺乏问题。

沃达丰和巴蒂公司一直抱怨其网络升级速度受限于频谱障碍。

《经济时报》引用内部文件称，印度电信部（DOT）正在考虑出售 2.1GHz 频谱，这是 3G 业务最常用的频段之一。

目前，印度国防部已经释放了 20MHz 2.1GHz 频谱用于出售，尽管该频段上仍有 5MHz 频谱有待进一步释放。

这一拍卖将与已在计划之中的 900MHz 和 1800MHz 频谱（将于今年晚些时候到期）拍卖一同举行，

电信部还考虑出售 2.3GHz 和 2.5GHz 频段上的部分频谱，由于缺乏兼容的手机，这些频谱可能会对移动运营商不太理想。

800MHz 频谱出售方面，大多数 CDMA 运营商仍陷于政府的高底价要求纠纷，他们正致力于将之降低。

来源：C1142014 年 07 月 09 日

微软下半年终结 Windows7 服务

微软官网“帮助和支持”页面最新发布的一则消息显示，从 2014 年 7 月起的未来 6 个月内，该公司将终止对部分产品的免费支持，其中包括广受大量客户欢迎的 Windows7、WindowsServer2008 以及 WindowsServer2003 等。鉴于 Windows7 操作系统的声望及采用的普遍性，微软在该系统的“终结支持”上会采用与 WindowsXP 类似的策略。

对于微软而言，一款产品的“主要支持”通常为 5 年时间，期间微软将提供免费补丁和修复，包括但不限于安全更新。当一款产品退出“主要支持”阶段，微软还将继续提供“外延支持”服务（通常情况下也是 5 年时间），这意味着用户还可获得免费安全补丁，但其他类型的更新将付费，或者需要签订特定的授权协议。

而一款产品“停止支持”，意味着微软将不再为此款产品提供补丁或者更新，无论是免费还是付费，无论是安全补丁还是非安全补丁。

微软官网信息显示，2015 年 1 月 13 日前，微软将停止对下列产品的“主要支持”：包括所有版本的 Windows7 产品（企业版、家庭基本版、家庭高级版、终极版等），微软针对这些产品的“外延支持”服务将延续到 2020 年的 1 月 14 日。在未来 5 年时间里，Windows7 用户可以继续得到免费安全更新，但不是功能更新。此外，

Windows7SP1 用户享受和 Windows7 用户同样的政策，但微软没有透露 Windows7SP2 用户的相关支持服务政策。

部分行业观察人士推测，鉴于 Windows7 操作系统的声望及采用的普遍性，微软在该系统的“终结支持”上会采用与 WindowsXP 类似的策略，但到目前为止，尚未获得微软官方确认。

据悉，在 2015 年 1 月 13 日前，微软还将终结对所有版本的 WindowsServer2008 和 2008R2 以及所有版本 WindowsStorageServer2008 的“主要支持”；而针对 DynamicsC52010、NAV2009 和 NAV2009R2 的“主要支持”也将同时在 2015 年 1 月 13 日结束。在 2015 年 7 月 14 日，微软完全终止支持服务的产品包括 WindowsServer2003，尽管当前仍有大量小企业还在使用 WindowsServer2003，但微软表示，希望能够说服这些用户搬迁至 WindowsServer2012R2 或 Azure。

此外，微软对 Office2010SP1、SharePoint2010SP1 的用户将在 2014 年 10 月 14 日停止支持；而微软 WindowsPhone7.8 系统的主要支持也将在 2014 年 9 月 14 日到期。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 10 日

三星英特尔等成立新物联网联盟

三星、英特尔和戴尔近日宣布成立“开放互联联盟”（OpenInterconnectConsortium），旨在为恒温器和电灯泡等智能家居设备制定标准，与高通和 LG 等公司确立的标准框架相抗衡。

与高通等公司组建的物联网联盟 AllSeenAlliance 类似，三星和英特尔等公司成立的“开放互联联盟”旨在确保智能设备之间的相互通信、协同工作，即所谓的“物联网”。

当前，许多厂商都推出了具有联网功能的产品，如报警器、电视和灯泡等。但与早期的盒式录像机一样，当前的智能家居产品通常互不兼容。英特尔软件和服务集团总经理道格·费舍尔称，成立“开放互联联盟”就是为了解决这些问题。“开放互联联盟”制定的框架将解决安全以及 AllSeenAlliance 联盟没有充分解决的问题。费舍尔承认，制造商可能会基于两套不兼容的标准生产智能家居设备，这样的情况在所难免。

前不久，微软宣布加盟 AllSeenAlliance 联盟，成为该联盟的第 51 个成员。此外，该联盟还包括夏普等消费者电子制造商。高通高级副总裁罗伯·钱德霍克将两个标准组织比作上世纪 90 年代初封闭的在线服务，他说：“一个全行业的分享平台好过各自为战，我们不希望互联网的‘两大标准之战’在物联网领域重演。”

除了上述两大联盟，苹果公司和谷歌等科技巨头也在探索自己的家居设备互联方式。苹果公司上个月推出了 HomeKit 智能家居平台，将对灯泡和恒温器等智能家

居设备进行统一控制。而谷歌收购的智能家居产品制造商 Nest 也与惠而浦和灯泡厂商 LIFX 等公司进行合作，将 Nest 的恒温器和烟雾报警器与这些公司的产品进行整合。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 10 日

全球电信业并购仍在继续融合与降成本成主旋律

在全球电信运营商的榜单里，美国第三大移动运营商 SprintNextel 因被软银收购，已经从榜单里消失。与 Sprint 的合并刚近尾声，软银手又伸到了第四大运营商 T-Mobile 身上，根据多家媒体的报道，软银收购第四大运营商 T-Mobile 已基本达成共识。如能成功收购 T-Mobile，新公司将与 AT&T 和 Verizon 在美国移动通信市场形成“三足鼎立”的局面。

Verizon 和 AT&T 也没有闲着，买下 CDN 服务商 EdgeCast 后，又收购了英特尔互联网电视业务；AT&T 刚完成对 LeapWireless 公司的收购，近期又启动了对卫星电视运营商 DirecTV 的收购。

美国市场的并购只是全球电信业的一个缩影。

欧洲并购潮继续

大洋彼岸的欧洲大陆，德国移动运营商四变三，西班牙电信（Telefónica）德国子公司 02 收购荷兰皇家电信 KPN 德国子公司 E-Plus 一案，已获得欧盟批准。合并前，德国电信市场有四家主要的运营商，从大到小依次为德国电信、沃达丰、E-Plus 和 02。

在爱尔兰，和黄爱尔兰子公司 H3G 收购了西班牙电信爱尔兰子公司 02，这个交易也使爱尔兰的移动运营商四变三。

在法国，媒体集团 Vivendi 向竞争对手 Altice 出售了旗下法国第二大运营商 SFR，第一大运营商 Orange 也尝试与竞争对手第二大移动运营商 BouyguesTelecom 合并，不过此计划已被欧盟否决。

在西班牙，沃达丰以 72 亿欧元的价格收购了西班牙有线电视公司 Ono，Ono 主要销售固话、手机、电视和互联网服务。

在马其顿，奥地利电信集团（TelecomAustriaGroup）收购了有线网络运营商 Blizoo 全部股权。

在马来西亚，马来西亚电信宣布斥资 7700 万欧元收购 WiMAX 运营商 PacketOne 股权。

来源：中国通信网 2014 年 07 月 11 日

谷歌在应用业务面临困境苹果成最大赢家

7 月 11 日消息，据国外媒体报道，谷歌在上个月的 I/O 开发者会议上披露了其业务相关的部分统计数据。这些数据也表明，移动操作系统市场份额的意义真的

不大。

谷歌称，该公司去年向应用开发者支付了 50 亿美元（约合人民币 307 亿元），只有苹果支付给开发者的半数。iOS 设备的月活跃用户只有 4.7 亿，不足安卓（10 亿）的半数。这意味着每名 iOS 设备用户给开发者带来的收入是安卓设备用户的 4 倍。

苹果应用狂潮

目前，生态链给苹果及其投资者带来了丰厚回报，所有迹象都表明，这种局面将会持续下去。

移动应用业务的重要性已经可以与苹果部分硬件业务相媲美。苹果的财报显示，包括移动应用在内的“服务”业务一直在以 2 位数的速度增长，服务业务营收已经与 Mac 计算机相当，即将赶上 iPod。苹果知道应当把资金投向哪些业务，投资者将从中受益。

苹果在其开发者会议上公布了数个新项目，进一步扩大其应用业务，其中至少一个项目对于苹果一款全新产品非常重要。苹果生态链在不断增强。

HealthKit 是一款平台，将推动医疗、健身类应用和第三方硬件的开发，许多人都认为，HealthKit 与传言中的苹果智能手表密切相关。苹果一直在招聘医疗专业人士，并与世界知名的梅约医院合作。

HomeKit 是不断增长的物联网的一部分。到 2018 年，连接到物联网中的对象数量将达到 400 亿。苹果希望通过提供用于开发控制智能家居产品应用的开发工具，涉足这一不断增长的市场。苹果在物联网领域已经与数家公司达成合作关系。iPhone 用户可以利用一款应用自动地开启 Kwikset 门锁。

谷歌一直在尝试

谷歌的应用业务不像苹果那么强劲，给投资者带来的收益也没有那么大。平均而言，每名安卓设备用户每年的应用支出为 5 美元（约合人民币 30.7 元），iOS 设备用户约为 21 美元（约合人民币 129 元）。开发者了解这一点，他们通常会优先为 iOS 开发应用。创收能力高的应用通常都会首先登陆苹果 AppStore，然后再登陆 GooglePlay，这使苹果在移动应用大战中获得了优势。

尽管在尝试推出更多产品，但谷歌在扩大应用业务方面面临困难。安卓主要被应用在低端手机上，用户支出较低，许多人在购物时甚至不使用信用卡。苹果智能手机只面向高端市场，据称掌握逾 8 亿名用户的信用卡资料，这意味着其应用业务还有相当大的增长空间。

苹果应用业务总营收是谷歌 2 倍，通过每名用户获取的收入是后者的 4 倍。苹果最近公布的两款开发者工具 HealthKit 和 HomeKit，预示着苹果应用业务未来将继续增长。

谷歌是移动操作系统大战中的赢家，但移动应用大战中的赢家却是苹果。

来源：赛迪网 2014 年 07 月 11 日

英特尔携手行业伙伴共建物联新标准

日前，英特尔宣布联手科技伙伴三星、博通、戴尔、Atmel 和风河系统（WindRiver）创立开放互联联盟（TheOpenInterconnectConsortium，简称 OIC），致力于强化亿万物联网设备的互联需求，从而确保智能设备之间的相互通信与协同工作。

在产业标准技术的基础上，OIC 的宗旨是定义一个通用的通信框架，从而实现个人计算与新兴物联网设备产生的信息流的无线互联及智能管理，适用于不同形式、不同操作系统以及不同网络供应商提供的设备。

OIC 成员将发挥所长，利用各自的软件及工程资源，以发展协议规范、开源应用以及认证项目，利用既有新兴的无线标准建立涵盖各种连接解决方案的规范，从而加快物联网的部署与发展。

OIC 的首个开源代码将重点针对智能家居与办公解决方案，推出远程控制与消息通知等功能。试想一下，你坐在家，动动手指，便可轻松自如地远程控制各种家用系统，省钱又省力；在会议室里，员工与访客能够安心通过电脑或手机屏幕，进行实时交流与互动，智能又高效。在物联网机遇浪潮下，OIC 对其他产业的应用开发也将接踵而至。

英特尔副总裁兼软件与服务事业部总经理费道明表示：“互联网的崛起和最终成功取决于设备与系统能够安全、可靠地互联和共享信息，这需要基于真正开放的行业标准上的通用架构。我们创建这一新联盟就是为了应对提高物联网互通性的挑战，促进生态系统发展，而不只局限于一家公司的解决方案。”

博通无线连接高级副总裁兼总经理 RahulPatel 表示：“随着物联网生态系的不断演进，互通性将是一个关键推动因素。通过与其他行业领导厂商合作创建一个包含多种连接技术的开放物联网平台，我们消除了入门障碍，并为创业者开拓了更多的创新机会。”

OIC 将携手包括智能家居、办公解决方案和汽车等行业在内的行业巨头，共同打造既智能又可靠的产品来管理与交换信息。

来源：《人民邮电报》2014 年 07 月 15 日

英国邮政将进入移动虚拟运营市场

近日，英国邮政宣布将通过运营商 EE 的网络提供移动虚拟运营业务。公司表示将通过简单、透明、极具杀伤性的资费设计来部署差异化服务。据称，其目标市场定位为农村及老年用户。业内人士表示，英国邮政当前已推出固话和宽带业务，而成为虚拟运营商之后，不出意外将推出多网融合业务。

来源：《人民邮电报》2014年07月15日

美国高通宣布在日本推首个大规模商用的 VoLTE 解决方案

美国高通公司的全资子公司美国高通技术公司7月15日宣布在日本推出首个商用 VoLTE 解决方案。该解决方案基于高通骁龙 TM800 处理器，包含一个功能齐备的集成式多模 VoLTE 调制解调器和 IMS 软件解决方案，支持短信息、高清语音、视频电话（VT）和单一无线语音呼叫连续性（SRVCC），NTTDOCOMO 网络的多款智能手机终端已支持该技术。骁龙处理器是美国高通技术公司的产品。该 VoLTE 解决方案旨在通过 SRVCC 为移动用户提供在 LTE 和 3G 网络上更好且一致的用户体验，并能在较快呼叫建立下提供更高品质的语音通话和更快的数据连接，支持 LTE 网络中同步语音和 Cat4 数据传输速率（最高达 150Mbps）。

美国高通技术公司产品管理副总裁 Serge Willenegger 表示：“我们很高兴与 NTTDOCOMO 合作开展首次 VoLTE 大规模商用，为 NTTDOCOMO 在日本的客户提供更高速、更一致的用户体验。从更高的语音通话品质到更快的数据访问，用户将感受到骁龙 800 处理器 VoLTE 解决方案带来的诸多优势。”

骁龙 800 处理器支持所有主要 VoLTE 特性，如 CDRX、RoHC、SPS 和 TTI 绑定（TTI Bundling），能够提高通话质量并降低功耗。美国高通技术公司以调制解调器为核心的 IMS 解决方案，能够根据无线电条件进行调整，实现卓越的移动性能、更低的功耗和优化的通话时延，带来更大的带宽、高质量高清语音以及低时延语音和视频电话。VoLTE 解决方案已针对多种无线电条件进行了性能优化，其 SRVCC 支持语音通话从 LTE 到 3G 的流畅切换，避免掉话。该解决方案还包含与 2G、3G 和 WLAN 的强大互通技术，均已在主要基础设备厂商和运营商网络中进行了广泛的测试。

NTTDOCOMO 副总裁兼通信设备开发业务部总经理 Kazuaki Terunuma 表示：“NTTDOCOMO 已推出了领先的语音和视频服务，使 VoLTE 服务能够从 6 月起在整个日本实现商用。我们已经与美国高通技术公司在 LTE 技术领域成功合作多年，这也是我们继续选择与他们在 VoLTE 技术上合作的原因。借助这款全面、稳定、经过广泛测试并集成 IMS 软件解决方案的芯片组，我们能够向使用不同品牌手机的用户提供业界领先的 VoLTE 服务。”

来源：C114 中国通信网 2014 年 07 月 15 日