

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	4
【政策监管】	4
我国首部电子商务法有望下半年征求意见.....	4
工信部：除夕当日短信发送量降 25%数据流量增 69.5%.....	4
六部门联合发布《互联网危险物品信息发布管理规定》.....	5
工信部从六个方面解读 FDD 牌照发放.....	8
关于开通宽带接入网业务开放试点管理系统的通告.....	10
【发展环境】	11
未来五年全球移动数据流量将增至 10 倍.....	11
电子商务带活传统产业.....	12
2016 年农村网购或达 4600 亿元.....	13
2015 年虚拟运营商有哪些方面要格外重视？.....	14
大客户投资方向转向软件定义新融合架构.....	15
运营竞争	17
【竞合场域】	17
三大电信运营商发布 1 月份运营数据.....	17
中国联通制定 2015 年宽带计划：光纤、4G、3G 协同发展.....	18
中国移动制定 2015 年宽带计划：目标 2.5 亿 4G 用户.....	18
中国电信制定 2015 年宽带计划：签约速率提升至 20M.....	19
【市场布局】	20
中国电信天翼混合云服务正式商用.....	20
中国电信 2014 年公布开关电源和不间断电源集采结果.....	20
中国铁塔快速部署 4G 网络首批承建 15 万个基站.....	21
中移动调整 4G 转售价格：与自身 4G 流量包保持一致.....	22
技术情报	23
【趋势观察】	23
我国 3D 打印产业体系有望 2016 年建立.....	23
阿里巴巴推出大数据产品经济云图.....	24
爱立信移动市场报告：移动数据流量主要来自五大应用.....	25
【模式创新】	26
移动医疗变革未来医疗服务模式.....	26
智能家居：新科技时代的宠儿.....	28
终端制造	30

【科技前沿】	30
全球最轻手机京东首发+免费试用招募.....	30
智能手环产品数量一年增 4 倍.....	31
2015 年国内智能终端行业十大看点	31
【企业情报】	34
移动支付战国时代：苹果、谷歌、三星跑马圈地.....	34
华为发布 4.5G 商业蓝图开启下一个五年.....	36
中兴 2014 年 4G 基站发货量翻番全球份额超 25%	37
中兴称云计算及 IT 未来发展聚焦四大重点.....	38
苹果 iTunes 平台被判侵权赔偿金 5.33 亿美元.....	38
思科出局政府采购国产化成大趋势.....	38
市场服务	40
【数据参考】	40
工信部：2015 年 1 月 4G 手机出货量 3611.7 万部	40
2015 年 1 月份通信业经济运行情况	41
2015 年 1 月通信业主要指标完成情况（一）	47
2015 年 1 月通信业主要指标完成情况（二）	48
2015 年 1 月电话及互联网宽带用户分省情况	49
2014 年手机行业发展回顾及展望	49
2014 年计算机行业发展回顾及展望	54
2014 年集成电路行业发展回顾及展望	58
2014 年电子信息产业统计公报	63
2014 年彩电行业发展回顾及展望	71
海外借鉴	75
美国政府通过最严格网络中立新规.....	75
苹果 20 亿美元在欧洲建两座数据中心.....	76
2015 年 Windows 全球 PC 市场份额将跌破 90%.....	77
IBM 计划 2018 年云服务等领域营收达 400 亿美元	77
IBM 将向云服务和移动技术投资 40 亿美元	78
索尼无奈再次谋划战略收缩.....	79
三星收购电动汽车电池厂商.....	80
谷歌收购美三大运营商移动支付技术公司 Softcard	81
谷歌花费创纪录的 2500 万美元拍得 .app 域名	82
巴西首推国产加密智能手机.....	82
第一财季惠普实现营收 268.4 亿美元.....	83
三星与 SK 电信将在 MWC 上展示最新 5G 技术.....	83
谷歌为用户开放 5 万首歌免费云储存挑战苹果收费模式.....	84
国际电联正在为无线电的持续发展制定新的全球标准.....	84

产业环境

【政策监管】

我国首部电子商务法有望下半年征求意见

据消息人士透露，我国首部《电子商务法（草案）》有望在今年下半年向各部门、相关企业、行业协会、专家等公开征求意见。

据悉，《草案》暂定分为 130 条，涵盖电子合同、网络支付、电子商务个人信息保护、电子商务消费者权益保护等内容。

《草案》还提出，《电子商务法》立法宗旨和目的是为了促进电子商务和信息交易的平稳发展，保障电子商务安全，保护电子商务当事人各方的合法权益，提高电子商务市场的可信度，促进社会主义市场经济经济的健康发展。

据了解，2013 年 12 月 27 日，全国人大财经委召开电子商务法起草组成立暨第一次全体会议，即日起成立北京专家组成的起草组，并预计于 2015 年 1 月至 2016 年初完成法律草案起草工作。

此前，《关于推进国内贸易流通体制改革建设法治化营商环境的意见（征求意见稿）》中也明确提出“加快电子商务立法”。相关部门已经完成前期的课题研究工作，相应的程序也已启动，并力争在 2015 年下半年完成法律草案。

据悉，近年来电子商务发展突飞猛进，成为引领世界经济的强大动力，规范电子商务、保护消费者、保障电子商务安全已成为国家不容忽视的重要立法任务。

来源：TechWeb2015 年 02 月 28 日

工信部：除夕当日短信发送量降 25%数据流量增 69.5%

2 月 26 日下午，工业和信息化部公布从除夕到初六春节假期通信行业的运营数据。

春节长假期间，用户通过移动互联网消费的流量为 4937.6 万 G，每个用户平均每天使用 54.8M，比平日流量高出 50%以上。其中，除夕当日移动数据流量 725.5 万 G，同比增长 69.5%。

春节期间移动数据流量消费呈爆发式增长。微信拜年、抢发红包等互联网企业推出的春节特色服务成为春节娱乐的新方式，微信和支付宝官方数据显示，2015 年除夕当天，微信红包收发总量达 10.1 亿次，是 2014 年的 200 倍；支付宝红包收发总金额达到 40 亿元。央视春晚送红包互动中，微信摇一摇总次数 72 亿次，峰值 8.1 亿次/分钟，送出微信红包 1.2 亿个。

相比之下，传统的短彩信和电话拜年方式继续减少。春节假期 7 天内，全国移动短信发送量累计达到 203.9 亿。移动电话去话通话时长累计完成 768.6 亿分钟。除夕当日，短信发送量 828687 万条，同比下降 25%，移动数据流量 725.5 万 G，同比增长 69.5%，是春节期间的高峰时段。

来源：C114 中国通信网 2015 年 02 月 26 日

六部门联合发布《互联网危险物品信息发布管理规定》

关于印发《互联网危险物品信息发布管理规定》的通知

公通字〔2015〕5 号

各省、自治区、直辖市公安厅（局）、互联网信息办、工业和信息化厅、通信管理局、环境保护厅（局）、工商行政管理局、安全生产监督管理局，新疆生产建设兵团公安局、互联网信息办、工业和信息化局、环境保护局、工商行政管理局、安全生产监督管理局：

为进一步加强互联网危险物品信息的管理，规范危险物品从业单位信息发布行为，依法查处、打击涉及危险物品违法犯罪活动，净化网络环境，保障公共安全，公安部、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、环境保护部、国家工商行政管理总局、国家安全生产监督管理总局联合制定了《互联网危险物品信息发布管理规定》，现印发给你们，请结合本地实际，认真贯彻执行。

公安部

国家互联网信息办公室

工业和信息化部

环境保护部

国家工商行政管理总局

国家安全生产监督管理总局

2015 年 2 月 5 日

互联网危险物品信息发布管理规定

第一条为进一步加强互联网危险物品信息的管理，规范危险物品从业单位信息发布行为，依法查处、打击涉及危险物品的违法犯罪活动，净化网络环境，保障公共安全，根据《全国人大常委会关于加强网络信息保护的決定》、《全国人大常委会关于维护互联网安全的決定》、《广告法》、《枪支管理法》、《放射性污染防治法》和《民用爆炸物品安全管理条例》、《烟花爆竹安全管理条例》、《危险化学品安全管理条例》、《放射性同位素与射线装置安全和防护条例》、《核材料管制条例》、《互联网信息服务管理办法》等法律、法规和规章，制定本规定。

第二条本规定所称危险物品，是指枪支弹药、爆炸物品、剧毒化学品、易制爆危险化学品和其他危险化学品、放射性物品、核材料、管制器具等能够危及人身安全和财产安全的物品。

第三条本规定所称危险物品从业单位，是指依法取得危险物品生产、经营、使用资质的单位以及从事危险物品相关工作的教学、科研、社会团体、中介机构等单位。具体包括：

(一) 经公安机关核发《民用枪支(弹药)制造许可证》、《民用枪支(弹药)配售许可证》的民用枪支、弹药制造、配售企业;

(二) 经民用爆炸物品行业主管部门核发《民用爆炸物品生产许可证》、《民用爆炸物品销售许可证》的民用爆炸物品生产、销售企业,经公安机关核发《爆破作业单位许可证》的爆破作业单位;

(三) 经安全生产监督管理部门核发《烟花爆竹安全生产许可证》、《烟花爆竹经营(批发)许可证》、《烟花爆竹经营(零售)许可证》的烟花爆竹生产、经营单位;

(四) 经安全生产监督管理部门核发《危险化学品安全生产许可证》、《危险化学品经营许可证》、《危险化学品安全使用许可证》的危险化学品生产、经营、使用单位;

(五) 经环境保护主管部门核发《辐射安全许可证》的生产、销售、使用放射性同位素和射线装置单位;

(六) 经国务院核材料管理部门核发《核材料许可证》的核材料持有、使用、生产、储存、运输和处置单位;

(七) 经公安机关批准的弩制造企业、营业性射击场,经公安机关登记备案的管制刀具制造、销售单位;

(八) 从事危险物品教学、科研、服务的高等院校、科研院所、社会团体、中介机构和技术服务企业;

(九) 法律、法规规定的其他危险物品从业单位。

第四条本规定所称危险物品信息,是指在互联网上发布的危险物品生产、经营、储存、使用信息,包括危险物品种类、性能、用途和危险物品专业服务等相关信息。

第五条危险物品从业单位从事互联网信息服务的,应当按照《互联网信息服务管理办法》规定,向电信主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证或者办理非经营性互联网信息服务备案手续,并按照《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》规定,持从事危险物品活动的合法资质材料到所在地县级以上人民政府公安机关接受网站安全检查。

第六条危险物品从业单位依法取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证或者办理非经营性互联网信息服务备案手续后,可以在本单位网站发布危险物品信息。

禁止个人在互联网上发布危险物品信息。

第七条接入服务提供者应当与危险物品从业单位签订协议或者确认提供服务,不得为未取得增值电信业务经营许可证或者未办理非经营性互联网信息服务备案手续的危险物品从业单位提供接入服务。

接入服务提供者不得为危险物品从业单位以外的任何单位或者个人提供危险物品信息发布网站接入服务。

第八条危险物品从业单位应当在本单位网站主页显著位置标明可供查询的互联网信息服务经营许可证编号或者备案编号、从事危险物品活动的合法资质和营业执照等材料。

第九条危险物品从业单位应当在本单位网站网页显著位置标明单位、个人购买相关危险物品应当具备的资质、资格条件：

（一）购买民用枪支、弹药应当持有省级或者设区的市级人民政府公安机关核发的《民用枪支（弹药）配购证》。

（二）购买民用爆炸物品应当持有国务院民用爆炸物品行业主管部门核发的《民用爆炸物品生产许可证》，或者省级人民政府民用爆炸物品行业主管部门核发的《民用爆炸物品销售许可证》，或者所在地县级人民政府公安机关核发的《民用爆炸物品购买许可证》。

（三）购买烟花爆竹的，批发企业应当持有安全生产监督管理部门核发的《烟花爆竹经营（批发）许可证》；零售单位应当持有安全生产监督管理部门核发的《烟花爆竹经营（零售）许可证》；举办焰火晚会以及其他大型焰火燃放活动的应当持有公安机关核发的《焰火燃放许可证》；个人消费者应当向持有安全生产监督管理部门核发的《烟花爆竹经营（零售）许可证》的零售单位购买。批发企业向烟花爆竹生产企业采购烟花爆竹；零售经营者向烟花爆竹批发企业采购烟花爆竹。严禁零售单位和个人购买专业燃放类烟花爆竹。

（四）购买剧毒化学品应当持有安全生产监督管理部门核发的《危险化学品安全生产许可证》，或者设区的市级人民政府安全生产监督管理部门核发的《危险化学品经营许可证》或者《危险化学品安全使用许可证》，或者县级人民政府公安机关核发的《剧毒化学品购买许可证》。

购买易制爆危险化学品应当持有安全生产监督管理部门核发的《危险化学品安全生产许可证》，或者工业和信息化部核发的《民用爆炸物品生产许可证》，或者设区的市级人民政府安全生产监督管理部门核发的《危险化学品经营许可证》或者《危险化学品安全使用许可证》，或者本单位出具的合法用途证明。

（五）购买放射性同位素的单位应当持有环境保护主管部门核发的《辐射安全许可证》。

（六）购买核材料的单位应当持有国务院核材料管理部门核发的《核材料许可证》。

（七）购买弩应当持有省级人民政府公安机关批准使用的许可文件。

（八）购买匕首、三棱刮刀应当持有所在单位的批准文件或者证明，且匕首仅

限于军人、警察、专业狩猎人员和地质、勘探等野外作业人员购买，三棱刮刀仅限于机械加工单位购买。

（九）法律、法规和相关管理部门的其他规定。

第十条禁止危险物品从业单位在本单位网站以外的互联网应用服务中发布危险物品信息及建立相关链接。

危险物品从业单位发布的危险物品信息不得包含诱导非法购销危险物品行为的内容。

第十一条禁止任何单位和个人在互联网上发布危险物品制造方法的信息。

第十二条网络服务提供者应当加强对接入网站及用户发布信息的管理，定期对发布信息进行巡查，对法律、法规和本规定禁止发布或者传输的危险物品信息，应当立即停止传输，采取消除等处置措施，保存有关记录，并向公安机关等主管部门报告。

第十三条各级公安、网信、工业和信息化、电信主管、环境保护、工商行政管理、安全监管等部门在各自的职责范围内依法履行职责，完善危险物品从业单位许可、登记备案、信息情况通报和信息发布机制，加强协作配合，共同防范危险物品信息发布的违法犯罪行为。

第十四条违反规定制作、复制、发布、传播含有危险物品内容的信息，或者故意为制作、复制、发布、传播违法违规危险物品信息提供服务的，依法给予停止联网、停机整顿、吊销许可证或者取消备案、暂时关闭网站直至关闭网站等处罚；构成违反治安管理行为的，依法给予治安管理处罚；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十五条任何组织和个人对在互联网上违法违规发布危险物品信息和利用互联网从事走私、贩卖危险物品的违法犯罪行为，有权向有关主管部门举报。接到举报的部门应当依法及时处理，并对举报有功人员予以奖励。

第十六条本规定自 2015 年 3 月 1 日起执行。

来源：安全生产司 2015 年 02 月 16 日

工信部从六个方面解读 FDD 牌照发放

2015 年 2 月 27 日，工业和信息化部向中国电信集团公司和中国联合网络通信集团有限公司发放“LTE/第四代数字蜂窝移动通信业务（LTEFDD）”经营许可。工业和信息化部相关负责人就此进行了解读。

一、为什么我国已发 TD-LTE 牌照，现在还要发放 LTEFDD 牌照？

答：TD-LTE 和 LTEFDD 都是新一代移动通信的国际标准，TD-LTE 和 LTEFDD 相互融合并共同发展已成为未来全球移动通信产业的趋势，手机终端多模多频发展，LTE 系统设备共平台研发制造。目前全球已有 17 个 TD-LTE 和 LTEFDD 的商用双模网络。我国统筹发展 TD-LTE 和 LTEFDD 符合全球移动通信网络发展规律。

在 TD-LTE 已商用的情况下，发放 LTEFDD 牌照，可以更充分利用我国已规划的 TDD 和 FDD 制式的无线电频率资源，方便用户在国内国外都能很好使用移动通信业务。2014 年 6 月以来，我部有序组织中国电信、中国联通各在 56 个城市开展了 LTE 混合组网试验，系统验证了两种制式融合组网的技术成熟度和发展模式，积累了发展经验。

发放 LTEFDD 牌照，推动 4G 技术在我国融合发展，有利于发挥国内市场的规模效应，带动全球 4G 产业融合发展，促进信息消费并拉动投资增长，加快我国产业抢占国际 4G 创新的制高点，并增加我国在全球第五代移动通信系统（5G）发展中的话语权。

二、为何本次只向中国电信和中国联通发放 LTEFDD 牌照？

答：去年以来，为顺应全球发展趋势，我部有序组织中国电信、中国联通各在全国 56 个城市开展 LTE 混合组网试验，系统验证了两家企业混合组网的可行性。通过试验，企业已经在网络覆盖、互操作、干扰控制等方面积累了一定的运营经验，具备了 TD-LTE/LTEFDD 融合网络规模商用的条件。

前期，中国电信、中国联通在 LTE 混合组网试验成功开展的基础上，向我部提交了 LTEFDD 牌照申请的相关材料。在综合考虑企业愿望、产业状况、技术条件等因素的基础上，我部依照法定程序，向两家企业发放了 LTEFDD 牌照，推动其 4G 网络融合发展。

总体来看，运营企业的网络基础、频率资源和产业支撑能力等条件是决定企业选择 4G 发展路径的关键因素。中国电信、中国联通在 3G 网络为 FDD 制式，采取 LTE 混合组网模式，既可有效利用其现有网络资源，节约建设投资，又可充分发挥 TDD 频率资源的使用效率，提升 4G 网络服务水平。

三、LTEFDD 发牌是否会影响到我国 TD-LTE 发展？

答：TD-LTE 牌照发放以来，我国三家基础电信企业大力开展 TD-LTE 商用网络建设，发展 4G 业务。截至 2014 年底，我国 TD-LTE 网络已经实现了全国绝大部分城市、县城的连续覆盖，发达乡镇、农村的数据业务热点覆盖，建成 TD-LTE 基站 75.8 万个，发展 4G 用户约 1 亿户，发展速度超出行业预期。

TD-LTE 和 LTEFDD 相互融合并共同发展已成为未来全球移动通信产业的趋势，我国移动通信产业目前已实现全面发展，国内网络设备企业、终端企业纷纷采用 TDD/FDD 共平台研发制造，在 TD-LTE 和 LTEFDD 领域均具有较强的竞争力。

我国在 TD-LTE 成功商用的基础上，发放 LTEFDD 牌照，加快推动 4G 融合发展，既顺应了 TD-LTE 和 LTEFDD 融合发展的全球趋势，也满足了相关运营企业的实际发展需求，更为我国移动通信设备制造企业在海内外市场发展创造了更大的成长空间。

四、我国 2013 年底发放 TD-LTE 牌照，期间间隔只有 1 年多，现在又发放 LTEFDD 牌照，是否会造成重复投资和资源浪费？

答：中国电信和中国联通向我部提出 LTEFDD 牌照申请前，已充分考虑了业务市场需求、产业成熟度、公司网络基础和财力状况等因素。近几年，我国移动互联网业务流量呈爆炸性增长，无论是启动 TD-LTE 商用，还是现在启动 LTEFDD 商用，推进 TD-LTE/LTEFDD 融合组网，都是为了充分发挥频谱资源的利用效率，加快提升移动通信网络系统整体容量，有效支撑我国移动互联网的快速发展。

从前期企业 LTE 混合组网试验情况来看，混合组网模式中 LTEFDD 与 TD-LTE 共用一张核心网，可以有效避免重复投资。同时，两家企业根据各区域实际情况，结合不同技术的特点，按照业务量增长情况合理设计和使用 FDD 和 TDD 接入资源，按需建设 4G 基站，配合使用，共同吸收业务流量，并未造成资源浪费。

后续，我部将进一步推动三家运营企业开展共建共享的相关工作，鼓励和引导相关企业通过租建结合的方式组建 4G 网络，避免重复建设和资源浪费。

五、发放 LTEFDD 牌照会为我国移动通信用户带来哪些影响？

答：LTEFDD 牌照的发放会进一步释放我国电信市场的活力，拉动 4G 相关领域投资增长，促进信息消费，让用户更好地分享 4G 发展的成果。一是中国电信、中国联通将加大 4G 融合网络建设力度，优化网络结构，提升网络容量，为其 4G 用户提供更好的用户体验，为消费者提供更多的市场选择。二是中国电信、中国联通 4G 发展会进一步带动手机终端市场的蓬勃发展，将有更多款式、更低价格的 4G 终端上市，供广大消费者选择。三是可以促进我国 4G 市场更充分地竞争，进一步推动 4G 资费水平降低，为我国用户带来实实在在的好处。四是促进各种移动互联网新技术新业务新应用的涌现，为广大消费者和各行各业带来更加便捷、更加精彩的移动互联网服务。

六、LTE 混合组网是什么含义？

答：简单地说，LTE 混合组网就是统筹发挥 TD-LTE 和 LTEFDD 技术优势，充分利用 TDD/FDD 频率资源，在 LTE 网络中同时包含 1 张共用的核心网和 TD-LTE、LTEFDD 两种无线网络接入方式，结合各覆盖区域实际需求和频率情况灵活选择 LTE 基站的制式，两者相互补充，相互配合，共同实现网络深度覆盖和广覆盖，最大化提升整体网络容量。两种接入方式间可以实现互操作以及共网管，可以实现 LTE 终端自由切换网络、TD-LTE/LTEFDD 网络间流量负载均衡等功能，共同为用户提供 4G 服务。

通信世界网

来源：通信世界网 2015 年 02 月 27 日

关于开通宽带接入网业务开放试点管理系统的通告

关于开通宽带接入网业务开放试点管理系统的通告

根据《工业和信息化部关于向民间资本开放宽带接入市场的通告》（工信部通〔2014〕577号）文件精神，为简化审批流程，方便企业报送申请材料，我部搭建了“宽带接入网业务开放试点管理信息系统”，系统将于2015年3月1日9时开通，网址为：<https://tsm.miit.gov.cn/wlogon/Login.aspx>，请有意向参与试点的企业登陆系统提交申请。

特此通告。

工业和信息化部通信发展司

2015年2月28日

来源：通信发展司 2015年02月28日

【发展环境】

未来五年全球移动数据流量将增至10倍

2014至2019年度CiscoVisualNetworkingIndex（以下简称VNI）全球移动数据流量预测报告的年度更新显示，更强大的移动设备和机器对机器（M2M）连接的持续采用，以及更快速蜂窝网络覆盖范围的不断增加，将成为推动移动流量显著增长的主要因素。

CiscoVNI全球移动数据流量预测报告预测，到2019年全球移动数据流量将达到292EB，较2014年的30EB增长显著。

2014年，88%的全球移动数据流量为“智能”流量，产生这些流量的设备大多具备高级计算/多媒体功能，且最低支持3G联接，但到2019年，这一数字有望攀升至97%。

全球用户从基本功能电话向智能手机的转变，再加上平板电脑的持续增长、具备平板电脑功能的笔记本电脑的复苏、以及不断扩展的机器对机器（M2M）应用，都是促使智能流量持续增长的关键推动因素。

从全球移动网络角度来看，到2017年，3G的联接份额将有望超过2G，成为首要蜂窝技术。到2019年，全球44%的移动设备和联接将为3G网络；26%的联接将为4G网络，但其生成的流量将占到总流量的68%。

思科预计全球移动流量增幅将超过全球固定流量增幅的三倍，推动这一增长的趋势包括：

更多的移动用户。到2019年，移动用户数量将达到52亿（2014年为43亿）。2014年，近59%的全球人口（72亿人）为移动用户；到2019年，超过69%的全球人口（76亿人）将为移动用户。

更多的移动联接。到2019年，约有115亿移动就绪设备/联接，其中包括83亿个人移动设备和32亿机器对机器（M2M）联接（2014年总计有74亿移动就绪设备和M2M联接）。

更快的移动网络速度。平均全球移动网络速度从 2014 年到 2019 年将增长 2.4 倍（从 1.7Mbps 到 4.0Mbps）。

更多的移动视频。到 2019 年，移动视频将占到全球移动数据流量的 72%（2014 年为 55%）。

特别需要指出的是，移动 M2M 联接（和可穿戴设备）暴发所带来的影响。全球可穿戴设备的数量到 2019 年将增长五倍，达到 5.78 亿，相比 2014 年的 1.09 亿显著增加，预计其中大部分设备在北美和亚太区。

M2M 指支持无线系统与类似设备进行通信的应用，以支持全球定位卫星（GPS）导航系统、资产跟踪、电表、安全和视频观察等。2014 年到 2019 年，预计可穿戴设备可促进移动流量增长 18 倍，其中大部分流量通过智能手机传输；2014 年，可穿戴设备每月生成的流量平均比基本手持设备多 6 倍。

当下，全球电信运营商积极部署 4G 技术，以满足消费者和商业用户对于无线服务和内容的强烈需求，到 2019 年，26% 的全球设备和联接将支持 4G。全球范围 4G 联接的数量将增长 18 倍，到 2019 年联接数量将达到 30 亿。2014 年，4G 联接占总移动数据流量的 40%；到 2019 年，4G 联接将占总移动数据流量的 68%。

Wi-Fi 技术的增长和所扮演的战略移动网络角色越来越被重视，Wi-Fi 语音（VoWi-Fi）超越 LTE 语音（VoLTE）也在加速到来。

VoWi-Fi 并不是新事物，但早期的解决方案存在一些限制，影响了其采用和最终用户的体验。随着电信级 VoWi-Fi 解决方案的推出，VoWi-Fi 在未来五年有望显著增长。

到 2017 年，VoWi-Fi 流量（10.8PB/年）将超过 VoLTE 流量（10.7PB/年）；到 2018 年，在每年使用的分钟数方面，VoWi-Fi 将超过 VoLTE；到 2019 年，VoWi-Fi 使用分钟数将占有所有移动 IP 语音流量的一半以上（53%）。

据预测，到 2019 年，支持 Wi-Fi 的平板电脑和 PC 数量（19 亿）将为支持蜂窝的平板电脑和 PC 数量（5.42 亿）的 3.5 倍。

此外，从 2014 年到 2019 年，移动云流量将增长近 11 倍（从 2EB/月增长至 21.8EB/月）。2014 年，云应用占总移动数据流量的 81%；到 2019 年，云应用将占总移动数据流量的 90%。

来源：《科技日报》2015 年 02 月 25 日

电子商务带活传统产业

2014 年获准成为创建国家电子商务示范城市以来，太原市建设了一批电子商务示范工程，电子商务企业迅速成长。截至目前，全市电子商务企业共有 87 家，储备电商项目 80 余个，有 47 家电商企业入驻太原市高新技术开发区电商产业园。

山西易通天下网络科技有限公司，经营包括龙巅水族系列站群、龙巅商城、鱼

趣优品三部分内容，成为目前全球最大的水族电商企业。龙巅商城作为公司自主开发运营的 B2B2C 开放式电商交易平台，已有来自全国及世界多个国家和地区的 1000 多家品牌商户入驻，2014 年交易量高达 12 亿元。有近 20 年历史的传统商贸企业——太原唐久超市有限公司，在大力发展实体连锁便利店的同时，积极寻求突破和创新，与京东合作成立了京东唐久网上大卖场，实现传统零售业和现代电子商务有效结合。

太原市商务局相关人员表示，2015 年太原市将通过创建国家电子商务示范城市，促进传统商贸流通业加快转型，并合理规划布局几个各具特色的电子商务园；依托煤炭、焦炭、不锈钢等大宗商品电子交易，培育壮大第三方电子商务平台；依托山西特色农产品、土特产品和丰富的旅游资源，做大做强特色农产品电子商务交易；依托丰富的连锁便利店、农资农家店资源，发展网购自提、网售宅配业务；依托柳巷—钟楼街百年传统商圈和长风街—亲贤街新兴现代商圈，创建电子商务特色示范街区；立足同城 O2O 模式，重点培育同城电商，便利居民消费；创新移动电子商务模式，培育跨境电子商务交易主体，扶持电商平台企业，培育电商服务商，加快电子商务集约化发展进程。

来源：《科技日报》2015 年 02 月 27 日

2016 年农村网购或达 4600 亿元

从国内价格竞争到纷纷上线海外购，电商巨头们的厮杀可谓白热化。就在你死我活的关键时刻，电商巨头们又将战火燃烧到了广阔的农村市场。近年来，一二线城市市场增长率逐步放缓，快速增长的中国农村市场正成为电商巨头们的兵家必争之地。

阿里研究院曾预测，到 2016 年，全国农村网购市场规模将有望增长到 4600 亿元，成为网购市场的新增长点。在过去三年，农村网购消费占比同样不断提升，以淘宝网购数据为例，淘宝农村消费占比已从 2012 年二季度的 7.11% 提升到了 2014 年一季度的 9.11%。据了解，截至 2014 年 12 月，中国网民规模达 6.49 亿，其中农村网民人数已近 2 亿。

乡村推广员成为京东渠道下沉的重要抓手。通过激励机制，邀请懂网购、人缘好、有影响力的农村消费者加入京东电商下乡的队伍，成为电商下乡的主力军。乡村推广员数量急速增长，按照计划，2015 年 3 月初京东乡村推广员将突破 3000 人，服务中心开业数量 30 个，覆盖 50 个以上县城。这一数字将直接拉动农村下单量的增长，为更多农村消费者享受便捷的网购服务提供数据支撑。

而江苏宿迁市洋河镇首家自营服务站的试点开业，则点燃了苏宁争夺农村电商市场的第一把火。据苏宁徐州大区总经理朱翔介绍，洋河镇苏宁易购服务站已于 2015 年 1 月 23 日正式营业，由 3 名苏宁员工负责运营。服务站内商品以二维码出

样为主，涵盖了日用、百货、家电等多个品类，同时还摆放少量实物商品供当地居民体验试用。

对此，业内人士表示，农村是我国信息化的短板，但同时也是最大的潜力所在，目前我国网民增速已经放缓，未来主要增长空间在农村。尽管农村市场规模庞大，但农村市场的特殊性意味着电商企业进农村绝非那么容易。目前，发展农村电商存在两个市场维度，一是将农产品外销，即产品“上行”；二是网购进村，即产品“下行”。但不论从哪个层面上发展农村电商，都需要打破农村传统交易习惯、物流配送成本高、电商人才短缺三大瓶颈。

来源：《北京商报》2015年02月26日

2015年虚拟运营商有哪些方面要格外重视？

虚拟运营商经过2014整年与2015年近两个月的运营发展，目前预计全国已发展300万左右170用户。遵从市场发展规律，300万用户中绝大多数集中在了个别三五家之中，例如蜗牛移动、苏宁互联、国美通信、迪信通迪加等，另外，一个明显的现象是300万用户中几乎全部来自前两批拿到牌照的企业，后三批获牌的企业在2015年正式上线运营后国内虚拟运营商格局也或将发生座次排位的显著变化。

众所周知，目前工信部给42家试点企业发放的牌照并非正式牌照，工信部将在2015年12月31日审核42家虚拟运营商的实际发展情况，并最终决定是否颁发正式牌照。随着羊年的到来，留给42家虚拟运营商证明自己能够做好移动转售业务的时间已所剩不多，在剩下10个多月，300多天左右的的时间里，虚拟运营商有哪些方面需要格外重视呢？

客户服务

做好客户服务工作是虚拟运营商甚至基础运营商增加市场份额的重中之重。目前，各虚拟运营商的用户数量正在逐步增加，用户所带来的收益也在不断上升，用户走进来容易，但留得住并长期停留才是关键。因此，做好客户服务工作对提高和改善服务质量，树立良好的企业形象，抢占和扩大市场占有率，掌握市场竞争的主动权具有重要的战略意义。

另外，工信部在审核虚拟运营商是否颁发正式牌照上，客户服务也必将成为其重点考虑因素。翻看之前工信部出台的《移动通信转售业务试点方案》，政府从未提及因经营绩效方面、用户多少方面、创造多少收入方面、多大业务量方面等等来确定最后是否颁发正式牌照。企业能否盈利，能够发展多少用户数，能够带来多少收入等等这些均是试点企业自身的经营问题，政府只关心消费者的权益是否得到保障，也就是常说的客户服务。

信息安全

依据工信部《移动通信转售业务试点方案》中“移动通信转售企业不自建无线

网、核心网、传输网等移动通信网络基础设施，可依据需要建立业务管理平台以及计费、营账等业务支撑系统”相关规定，移动通信企业在实施违法信息发现处置、违法信息投诉受理处置、信息安全重大事件应急处置、用户日志留存、用户个人信息保护等信息安全管理工作环节，需要借助基础运营商协同配合才能实现。

《移动通信转售业务试点方案》要求移动转售企业“必须建立客服系统”，但并没有明确界定客服系统的相关功能要求和技术标准，因此部分转售企业基于成本考虑建立的客服系统可能存在用户信息泄露安全隐患。另外，由于转售企业用户信息保护观念意识和技术力量不如基础运营企业，在转售业务运营过程中，可能会出现用户个人信息被贩卖、被盗窃问题。

网络信息安全是工信部考核虚拟运营商能够正式获发牌照的又一关键因素，为用户提供健康网络环境，是虚拟运营商的责任。如何在相关领域与社会各界展开广泛合作，如何更好地依法维护用户合法权益，如何创造健康、文明、和谐的网络环境，是2015年冲刺年必须要思考的问题。

良性运营

前两批19家企业发展较早目前已经陆续放号运营，后三批中除了用友通信与朗玛信息外，20多家企业还在为客服号码选取上大费周折不愿向前一步。尽管工信部不会以用户数多少作为参考依据来评判是否颁发正式牌照，但是如果试点期内试点企业一无所为恐怕也将被淘汰。

之前笔者曾撰文虚拟运营商如何获发正式牌照，文中提到：“企业拿到试点批文牌照后没有任何实质性的动作，白白占用两年牌照是很危险的，这种极端情况有点自动放弃的意味，其他正常的投资系统建好，按照政府的要求建好，整个也在放号，也许放号的数量不会太多，但这些因素跟牌照没有太大的直接关系，关键在于是不是实质性的在提供这项服务。”

将来随着虚拟运营商优胜劣汰的出现，可能会出现一些洗牌，有些可能通过并购的方式继续壮大，另外有一些不愿意做的，或者小的虚拟运营商有可能会退出这个市场。这种情况其实都是一种市场整合方式，放在虚拟运营商自身而言，做到良性运营，找准符合自身优势领域作为出发点，积极大胆尝试总会找到出路。

来源：通信世界网 2015年02月26日

大客户投资方向转向软件定义新融合架构

最近一年以来，我们与客户沟通最多的话题如何应对“颠覆”与“重构”的IT巨变。实际从F5角度看，首先是固网用户转向移动互联应用，新型用户群体已形成。这直接使数据中心应用承载转向虚拟化及云架构，基于应用而生的敏捷开发及运行成为下一代业务架构的主体。这也推动应用交互业务发展引领市场。F5“软件定义”策略应时而生。

显然，围绕上述变化，新的业务模型正在出现，这也是我正在考虑的问题。甚至于近日，为此我与相关专家进入五台山闭关，想彻底弄清楚这些技术及客户业务将如何变化，而整个应用交互市场在未来一年又如何迎合这些发展趋势。

2015 年将随着诸如去年互联网金融元年等确立而步入实际落地阶段。明显看到，随着各大银行客户及企业客户已进入对“下一代”架构的研究、开发或者实施，应用交付领域将迎来良性的发展期。

移动互联应用高潮促业务应用变革

从产业角度看，明年经济环境最大的变化是智能手机移动互联的影响，国内的华为、联想、小米及国外的苹果、三星等品牌智能手机进入市场后，由移动终端引发了影响巨大。在应用时代和高度移动的一代人之中，数字交易正成为一种规范。而智能手机普及推动电子商务的繁荣发展。

因此，第二大变化是电子商务改变人们生活。从去年“双十一”“双十二”及“12306”等一系列事件都显示，电商平台对人们消费习惯和生活产生根本性的变化。我本人就有切身体会，以前除了使用网银，对网上消费持抵触态度，而今我通过网上购物等活动也日益频繁。

三是政府行业明年经济发展将较保守。尤其是 4G 无线方式接入，将给 SDN 市场带来巨大影响。用户数据中心及 IT 系统后台都将由带宽变化而带来挑战。

随着企业和政府迁移现有服务并在云中打造全新服务，宽带连接的重要性也将随之提升。尤其是 3G、4G 移动互联网应用加速，数据中心虚拟化、云计算等推动应用开发或者开发运营成为主流，由此应用服务成为高价值竞争核心。

数据中心因带宽变化而升级，由此对服务能力的升级，如何引导政府、电信及大型企业客户基于升级而做谨慎投入，这些都对 IT 厂商是考验。

IT 业务变化在于更多网上业务的展开，使得后台的诸如 SDN、云、下一代数据中心等变革出现。如何基于业务需求升级 IT 系统，新的 IT 技术如何应对客户新服务升级需求的压力等，这是我近来与客户沟通时，遇到最多的问题。

四是金融、电信最近两年都在经历变革，如建行构建新一代核心系统，农行中石油在打造云计算平台等等，这些事件的背后是由新需求所推动。尤其是随着 90 后这一代人开始步入市场关注主体，在 2015 年到 2020 年他们将成为主力消费群体。由此客户业务都将围绕他们的消费习惯而进行转变。

新兴技术促新一代融合架构变革

基于上述市场变化，从技术层面来看，软件定义将成为主流。关注简化云利用的“云优化”流量管理机制等技术成为新的热点。

虚拟化、云计算等在经历了之前的一段预热过程后，技术走向成熟；软件定义的网络和软件定义的服务将会有扩张的趋势。典型的是因移动互联所带来的变革，

对后台系统灵活性、高可用性高弹性及低成本将成为客户业务主要需求。

再就是“双活”或者“多活”数据中心建设将兴起。前几年，客户数据中心大多选择做灾备，但做灾备中心不仅耗钱，且投资回报率低。

2015年，我们将可以看到客户将不再需要构建“两地三中心”做灾备，使IT资源最大化利用的“双活”或者“三活”数据中心将能更好地解决风控问题。目前，我们所接触到的大客户都在探讨如何做这方面的投资，这种投资转换将使得相关的IT业务方式发生变化。

其三，下一代数据中心建设随之而来，SDN开始进入到真正实施阶段，新的数据中心将以SDN为支撑而实现智能化，这将是中大型客户的主要投资方面。

并且，SDN、Openstack热点将持续；随着国家正面支持，开源成为新的热点。整个技术将朝着实际项目的不断落地而成为利好因素，这也使得F5不断跟进技术革新，尽快实践在云、SDN、下一代应用中更多实际项目的落地。

此外，软件应用服务正在以其更具效率更低成本的特性，为中大型客户所接纳，近两年，这个概念将被更多客户接受并真正采纳；包括电信、大企业及金融机构等客户开始在其项目中计划使用这个概念。同时，软件应用服务将随着市场规模化应用而对传统网络交互及应用带来巨大冲击。

新一代的模型需要融合技术。由此对于渠道而言，单纯的产品销售走向消亡，为客户提供SDN、云及新一代数据技术解决方案所取代；所以，只有在网络、计算及存储等综合跨界技术积累，针对特定需求（银行、教育、政府服务）推出新型解决方案，才能在融合技术时代胜出。

来源：通信世界网 2015年02月26日

运营竞争

【竞合场域】

三大电信运营商发布1月份运营数据

三大电信运营商日前陆续发布2015年1月份运营数据，中国电信移动用户数累计达1.8667亿，中国移动4G用户突破1亿，中国联通新增移动用户数创历史新低。

数据显示，中国电信1月份新增移动用户数据105万，其中3G用户净增212万，移动用户数累计达1.8667亿。固网宽带用户数当月净增41万，累计达1.0736亿户。本地电话用户数当月净减81万户，累计达1.4275亿户。

中国移动1月份净增用户数192.1万，4G用户数突破1亿，累计达到1.06797亿户，3G用户2.41024亿户，中国移动用户数超过8亿，总计8.08555亿户。

中国联通1月份新增移动用户数8.3万，创历史新低，移动用户累计到达数29918.1万户。固网宽带用户净增31.7万户，固网宽带用户总数达到6910.7万户。

本地电话用户净增 5.8 万户，本地电话用户总数达到 8153.8 万户。

来源：新华网 2015 年 02 月 21 日

中国联通制定 2015 年宽带计划：光纤、4G、3G 协同发展

工信部 2 月 26 日组织召开了“宽带中国”2015 专项行动动员部署电视电话会议，全面部署实施“宽带中国”2015 专项行动，并制定了具体的宽带发展目标。核心目标包括：新建 4G 基站超过 60 万个，4G 网络覆盖县城和发达乡镇，新增 4G 用户超过 2 亿户；新增光纤到户宽带用户 4000 万户，使用 8Mbps 及以上接入速率的宽带用户占比达到 55%。

三大运营商均给出了各自的计划。中国联通董事长常小兵表示，2014 年中国联通全面启动光纤宽带网络建设和改造专项，全年新增固定宽带接入端口 1823 万个，达到 1.43 亿个，同比增加 15%。固定宽带用户净增 414 万户，达到 6879 万户；新增光纤到户覆盖家庭 3643 万户，达到 8658 万户，光纤到户用户达 2032 万户。

此外，中国联通完成了 1711 个行政村通宽带；大力建设 4G/3G 一体化建设，移动宽带网络乡镇覆盖率达到 100%，超额完成年度建设目标。移动宽带用户达到 1.49 亿户。

展望 2015 年，常小兵指出，中国联通将全面推进光纤宽带与 4G、3G 移动宽带的协同发展，积极推进“宽带中国”示范城市建设，全面推进宽带网络的光纤化改造。目标在 2015 年实现城市家庭宽带接入能力基本达到 20M 以上，农村家庭基本达到 4M 以上；光纤到户新增 2000 万户覆盖。

在移动宽带方面，中国联通将全力打造 3G、4G 一体化的网络，2015 年移动宽带网络要实现人口覆盖率不低于 95%，4G 网络在市区、县城实现连续覆盖，通过发挥 4G 和 3G 的网络协同融合优势，为广大用户提供上网更快、覆盖更广、体验更好的无线宽带业务体验。

来源：C114 中国通信网 2015 年 02 月 27 日

中国移动制定 2015 年宽带计划：目标 2.5 亿 4G 用户

工信部 2 月 26 日组织召开了“宽带中国”2015 专项行动动员部署电视电话会议，全面部署实施“宽带中国”2015 专项行动，并制定了具体的宽带发展目标。核心目标包括：新建 4G 基站超过 60 万个，4G 网络覆盖县城和发达乡镇，新增 4G 用户超过 2 亿户；新增光纤到户宽带用户 4000 万户，使用 8Mbps 及以上接入速率的宽带用户占比达到 55%。

三大运营商均给出了各自的计划。中国移动董事长奚国华表示，2014 年一年，中国移动发展了 9006 万 4G 用户，用户平均下载速率达 20M；“保质保量保速度”的完成了 4G 网络工程建设，实现了全国绝大部分城县的连续覆盖；WLAN 热点覆盖数也达到了 46.7 万，AP 数达到 441 万个。

固定宽带方面，中国移动仍以铁通公司作为主体，2014年光纤到户覆盖家庭数达到了1444万，使用4M以上的宽带接入产品的用户达到954万户，占宽带接入用户总数的92.3%，较2013年底提高了16.5%。“村村通”方面，完成了7450个行政村通宽带和400所农村学校的宽带接入。

2015年，中国移动将进一步做广做深、做厚4G网络，目标4G基站数超过100万个，实现部分农村数据热点区域的有效覆盖，4G用户数将达到2.5亿。新增WLAN热点数9000个，新增AP数8.2万个。

在固定宽带方面，中国移动将加快光纤宽带建设，大力推动住宅区和住宅建设区内的管线资源共建共享，计划新增固定宽带用户数150万户，并将继续开展村村通宽带建设，坚持城市提速升级与农村普遍服务、固定宽带提速与无线宽带齐头并进。

此外，中国移动将进一步推动高速率带宽应用发展，主要采取以下策略：一是采用“提速不提价”方式，鼓励客户提速。二是发展以魔百和为基础的家庭高清视频业务。三是推广家庭网管业务，发展智能家居业务、家庭安防业务。

来源：C114中国通信网 2015年02月27日

中国电信制定2015年宽带计划：签约速率提升至20M

工信部2月26日组织召开了“宽带中国”2015专项行动动员部署电视电话会议，全面部署实施“宽带中国”2015专项行动，并制定了具体的宽带发展目标。核心目标包括：新建4G基站超过60万个，4G网络覆盖县城和发达乡镇，新增4G用户超过2亿户；新增光纤到户宽带用户4000万户，使用8Mbps及以上接入速率的宽带用户占比达到55%。

三大运营商均给出了各自的计划。中国电信董事长王晓初在发言时表示，2014年中国电信骨干网和城域网已经升级到IPv6，固定宽带用户超过1.2亿，其中光纤到户覆盖超1.5亿户，用户超过4500万户；通宽带的行政村超过39万，农村宽带用户达3400万户，提前完成“十二五”目标。

展望2015年，中国电信将再完成光纤到户覆盖4500万户，建成一批全光网城市；推进宽带速率提升，力争到2015年末，宽带平均签约速率达到20M。此外还将加快推进4G网络覆盖，提供双百兆网络服务，4G网络覆盖重点城市和发达乡镇和一般地区的县城区域。

2014年宽带市场开始向民资开放，中国电信这方面表现可圈可点。2014年中国电信和民资合作，共同开展了2万个项目，共引入资金12亿，共同发展FTTH用户200万。王晓初指出，2015年将积极配合接入点开放试点，稳固有序推进宽带转售合作，全面开展宽带接入引入民间资本。

来源：C114中国通信网 2015年02月27日

【市场布局】

中国电信天翼混合云服务正式商用

中国电信股份有限公司云计算分公司（以下简称“中国电信云公司”）宣布“中国电信天翼混合云服务”正式商用，在国内市场首次正式提供基于虚拟数据中心（VirtualDataCenter, VDC）的混合云服务。

天翼混合云为中国电信云公司与虚拟化和云基础架构领导厂商 VMware 联合构建，为客户提供专享云模式和共享云模式下的虚拟数据中心服务，满足企业用户在云端组建安全可控、弹性敏捷的私有数据中心的需求。正式商用后，中国电信天翼混合云服务重点关注中大型企业和政府市场，特别是金融、能源、交通、保险、医疗和教育等行业市场。

中国电信云公司总经理吴湘东表示：“云计算是中国电信战略支柱性业务。中国电信云公司致力于为政府、企业和公众提供电信级、高度可靠的云基础架构、云平台应用及云解决方案。我们选择与 VMware 合作，希望借助 VMware 在虚拟化和云计算领域的先进技术，结合中国电信在云计算领域的丰富资源和对本土客户的深刻理解，共同推动先进混合云技术在中国的实施发展，为中国经济新常态注入新的活力。”

混合云是云计算发展的重要方向。混合云服务能够彻底解决行业客户对业务快速平滑迁移及简洁性方面的需求。中国电信天翼混合云服务主要针对中大型企业原有或新建数据中心发展遇到的基础设施、电力扩张困难等问题，为其搭建企业侧自建的数据中心与托管到公有云的混合资源模式，方便企业资源的无缝和即时弹性延展。在刚刚结束的试商用期间，试商用客户见证了天翼混合云服务安全、可靠、稳定的运行。天翼混合云优化完善了支撑体系，显著提升了企业客户资源准备的速度，实现了对混合云资源的全生命周期管理。客户的 IT 部门只需使用已经熟悉信赖的平台和技术，即可查看、管理并运营混合云环境。

来源：《科技日报》2015 年 02 月 25 日

中国电信 2014 年公布开关电源和不间断电源集采结果

中国电信 3 月 2 日公布了开关电源和不间断电源的集采结果，包括开关电源（3 个标包）和不间断电源（5 个标包）。具体中标情况如下：

分立式开关电源：华为技术有限公司、艾默生网络能源有限公司、中达电通股份有限公司、中兴通讯股份有限公司、广州珠江电信设备制造有限公司；

组合式开关电源：华为技术有限公司、北京动力源科技股份有限公司、艾默生网络能源有限公司、宁波隆兴电信设备制造有限公司、北京通力盛达节能设备股份有限公司、广州珠江电信设备制造有限公司；

组合式开关电源：宁波隆兴电信设备制造有限公司、深圳日海通讯技术股份有

限公司、东莞铭普光磁股份有限公司、华为技术有限公司、广州珠江电信设备制造有限公司、中兴通讯股份有限公司、北京动力源科技股份有限公司、深圳市比亚迪锂电池有限公司。

200kVA 及以上可控硅整流型不间断电源：艾默生网络能源有限公司、深圳科士达科技股份有限公司、厦门科华恒盛股份有限公司；

200kVA 及以上 IGBT 整流型不间断电源：艾默生网络能源有限公司、深圳科士达科技股份有限公司、厦门科华恒盛股份有限公司、中达电通股份有限公司；

120kVA 以上模块化不间断电源：厦门科华恒盛股份有限公司、华为技术有限公司、深圳科士达科技股份有限公司、艾默生网络能源有限公司、中达电通股份有限公司；

5~200kVA 一体化不间断电源：深圳科士达科技股份有限公司、厦门市爱维达电子有限公司、厦门科华恒盛股份有限公司；

120kVA 及以下模块化不间断电源：深圳科士达科技股份有限公司、中兴通讯股份有限公司、厦门科华恒盛股份有限公司。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 02 日

中国铁塔快速部署 4G 网络首批承建 15 万个基站

我国 4G 基站的建设有望迎来高速发展的新时期。记者 2 月 28 日从中国铁塔公司了解到，截至 2 月 25 日，中国铁塔公司已掌握的存量站址总数达 145 万个，已完成现场清查的站址数量达 117.9 万个，清查进度已超 80%。中国铁塔公司的新建能力已基本形成并不断提升，根据与三家基础电信企业的初步沟通，2015 年首批批承接需求近 15 万个。

2 月 26 日，工信部正式部署实施“宽带中国”2015 专项行动，提出全年新建 4G 基站超过 60 万个，4G 网络覆盖县城和发达乡镇。2 月 27 日，工信部向中国电信和中国联通正式发放 FDD4G 牌照。2015 年普遍被认为是一个 4G 网络大规模建设年。

相关专家表示，基础网络的建设将是今年我国通信运营企业发展 4G 业务的重点，也是基本的前提和保障。从今年 1 月 1 日起，中国铁塔已全面承接三家电信企业铁塔及附属设施，以及地铁、机场、交通枢纽、特大型场馆、大型楼宇等重要公用场所室内分布系统的新建工作。

记者了解到，面对今年 4G 基站新建数量多、站址需求大、时间要求紧等特点，新年伊始，中国铁塔积极主动加强需求对接，全力担负新建重任，保质保量满足三家电信企业建设需求。

首先，快速提升新建能力。中国铁塔将形成新建能力作为各项工作重中之重，在去年组建成立不久，即加快队伍建设、流程梳理、需求整合和产业链协同等工作，先后在全国范围内开展了 4409 个铁塔类和 460 个室内分布系统类项目的建设，积

累经验、锻炼队伍。年初又创新建设管理模式，重点提升选址能力，实行铁塔设计、制作、施工一体化建设，并加快充实县域人员。

中国铁塔的新建能力已基本形成并将不断提升，可确保主体变更后 4G 基站建设的平稳过渡和有序衔接。根据与三家基础电信企业的初步沟通，2015 年第一批承接需求近 15 万个。

其次，坚持“共享为王”。根据相关要求，中国铁塔承接新建需求时要优先改造利用存量资源。今年三家电信企业预期新建的站址，经中国铁塔统筹资源、整合需求，一半以上可共建共享。为优先改造利用存量资源提升共享水平，彰显中国铁塔成立的价值和意义，中国铁塔已与三家电信企业联合开展铁塔相关资产清查工作。

截至 2 月 25 日，在三家电信企业的大力支持和共同努力下，中国铁塔已掌握的存量站址总数达 145 万个，已完成现场清查的站址数量达 117.9 万个，清查进度已超 80%。据铁塔公司介绍，现场清查已全部完成的山东省，铁塔公司第一批承接移动和电信 4372 个建设需求中，已实现电信 100%、移动 75%的铁塔需求以存量共享或新建共享方式解决。

第三，营造良好发展环境。中国铁塔加强与各级政府汇报沟通，争取政策支持，推动将通信基础设施建设纳入城乡发展规划等文件的下发，破解基站选址难、进场难等老大难问题。目前，全国已有一半以上省（区、市）党政主要领导作出专门批示或责成有关部门对中国铁塔组建发展给予全力支持。

据悉，河北、吉林、黑龙江、福建、青海等省已将《通信基础设施建设与保护条例》纳入 2015 年度立法计划，从法律上破解困扰基站建设的相关难题。多地政府部门正在推动开放站址资源，并将通信基础设施建设纳入城乡发展规划，基站建设的政策环境日益改善。

来源：新华网 2015 年 02 月 28 日

中移动调整 4G 转售价格：与自身 4G 流量包保持一致

日前，中移动宣布，已全面向虚拟运营商优化 4G 业务资费，针对语音、短彩信、流量、WLAN 等业务全面提供模组、单价批发模式，并降低语音模组、流量模组基准价格。

据了解，此次调价在语音资费方面，优化了“长市漫语音模组套餐”，增加了原模组套餐内的通话时长，降低了语音单价；推出“语音单价批发”模式，针对长市主叫、长市漫主叫均制定了较低的批发价格。在流量资费方面，调整“流量模组”，使其与中国移动面向自身客户推出的最新 4G 流量包保持一致，并提供全部套餐档次。在短彩信方面，推出“短信和彩信单价批发”模式。

移动相关人士透露，预计 3 月份完成资费、结算等内部系统改造后，正式向虚

拟运营商推出。

目前，与中国移动合作的虚拟运营商分享通信、三五互联、苏宁互联已实现商用，其余爱施德、国美、中邮、天音等企业也已全面完成系统联调，并启动业务拨打测试等工作，预计近期将有多家虚拟运营商陆续放号。

来源：C114 中国通信网 2015 年 02 月 28 日

技术情报

【趋势观察】

我国 3D 打印产业体系有望 2016 年建立

工信部、国家发展改革委和财政部 3 月 1 日印发《国家增材制造产业发展推进计划（2015—2016 年）》，提出到 2016 年，初步建立较为完善的增材制造产业体系，产业销售收入实现快速增长，年均增长速度 30%以上，整体技术水平与国际同步。

增材制造也就是“3D 打印”，是用数字技术材料打印机来层层“打印”出物体的新技术，目前用这种技术打印而成的零部件已很多，并在珠宝、鞋类、建筑、汽车等领域有所应用。

近日，3D 打印在航空航天领域应用的消息频频传来。北京动力机械研究所宣布成功试用金属 3D 打印技术制造出部分发动机复杂、关键、重要零部件，世界首台 3D 打印飞机引擎亮相澳大利亚墨尔本国际航空展。《计划》也强调，特别是在航空航天等直接制造领域，我国 3D 打印将达到国际先进水平，在国际市场上占有较大市场份额。

赛迪顾问的数据显示，我国 3D 打印产业规模 2013 年为 20 亿元左右，2014 年达 37 亿元左右，翻了近一番。“《计划》里提到的产业销售收入年增速达 30%的目标是很有希望实现的。”赛迪顾问装备产业研究中心分析师王稼垠告诉《经济日报》记者，尽管目前我国 3D 打印的金属产品还不能大规模应用于工业生产，整机销售不太会出现爆发式增长，但整个产业包括整机、材料、产品、服务等，而我国在材料和服务方面有很大的市场提升空间。同时，《计划》发布也将带动一部分投资者进入 3D 打印产业，促进整体产业的发展。

《计划》提出，要着力突破 3D 打印的专用材料，尤其是针对航空航天、汽车、文化创意、生物医疗等领域的重大需求，突破一批专用材料。对此，王稼垠表示，材料是很重要的一个方面，3D 打印不能大面积应用的最重要原因在于各类适用材料，尤其是金属材料不能满足设计要求。3D 打印材料的性能直接决定成品的性能和质量，并进一步影响后续工艺，直接影响生产成本和成型效率。

“相对国外来说，我国 3D 打印产业总体落后，并且在不同领域有较为严重的发展不平衡。”据王稼垠介绍，目前我国 3D 打印在军工应用的领域发展最为先进，如复杂合金零部件成形等，但没有形成产业化；在生物医学领域远远落后于国外，

距离打印具有生物理化性质的组织乃至器官还有漫长的路要走；常见的个性化消费、创意产业等领域，企业众多但很少有独特的技术优势，而且运动元器件与控制、软件编写、成型工艺、材料性能都相对粗糙。

因此，《计划》提出，将推动研发一批自主装备、核心器件及成形材料，突破核心关键技术，并成立相应行业协会，加强对 3D 打印技术未来发展中可能出现问题的研究，建立 5 至 6 家技术创新中心，形成较为完善的产业标准体系。

来源：《经济日报》2015 年 03 月 02 日

阿里巴巴推出大数据产品经济云图

3 月 2 日，阿里巴巴宣布推出国内首个面向政府开放的大数据产品——阿里经济云图。一旦申请并开通进入阿里经济云图的权限，各级政府可自助查询当地多维度的电子商务经济数据，为政府实现互联网经济分析与决策提供支持。目前，该产品已可申请试用，预计将在 4 月份正式上线。

据介绍，阿里经济云图将分阶段逐步推出地方经济总览、全景分析、数据监测以及知识服务等功能，数据覆盖全国 34 个省级行政区、300 多个地级市、2000 多个县级行政单位，数据可以细化到区县一级，历史数据最长可以追溯到 2013 年。

在阿里经济云图上，政府官员可一目了然的看到所属地的电子商务交易额、买家卖家区域分布、寄收包裹量等等，数据曲线直观反映发展趋势。而借助经济云图中的数据分析功能，则可对地域分布、行业分布、商品类别、卖家群体、买家群体等多个维度间实现交叉对比，对当地电子商务的结构特征进行全面描绘。

阿里研究院资深专家张婷介绍，获得地方政府授权的工作人员可通过阿里经济云图，挖掘出区域内的优势产业、热门商品、潜力企业、消费主力，和相邻地区进行对比，在对比中找到自身的优劣势。对重点行业可以设置交易额预警提醒，提前预知可能产生的经济波动。对当地开展的农村电商、跨境贸易等特色业务可借助经济云图进行单独分析。张婷透露，“后期经济云图将开放 API 数据接口，对有开发能力的政府部门可通过数据接口，实现更为灵活、个性化的经济数据监测。”

“打个比方，如果你是一位省长，就可以看到下辖各个区县的电商经济数据，包括各行业销售排行、销售额走势、卖家性别比例、年龄分布等。甚至连这个地区卖家店铺等级、信用度也都可以看到。如果你想和其他省做个对比，那么省和省之间的电子商务贸易关系也在云图中可以呈现，你可以看到哪个省卖给你们省的东西最多，哪个省最喜欢买你们省的东西。”张婷说。

阿里巴巴生态系统数据的开放对各级政府而言无疑是个好消息。业内人士认为，一旦阿里经济云图开放，将成为各级政府进行当地电子商务经济发展决策的智库。在当前国内经济发展中，阿里巴巴电商生态系统发挥的作用日益突出。截至 2014 年末，阿里巴巴集团网络零售平台的交易额已经相当于我国社会消费品零售总额的

8.5%，产生了超过 850 万活跃卖家，创造了超过 1000 万个就业机会。

阿里巴巴不是第一次对外界开放数据，2014 年，阿里巴巴天池平台举办首届阿里巴巴大数据竞赛，向高校和学术机构提供免费的科研数据和开放数据处理服务，旨在推动大数据科研领域的发展。而现在，阿里巴巴将数据服务的开放推进到了政府和社会层面，希望将阿里巴巴高质海量的数据转化为实际的生产力，为政府和社会各界提供可持续的助力。

阿里巴巴集团副总裁、阿里研究院院长高红冰表示，阿里巴巴平台上的数据不同程度上显示着一个地方的经济活力和发展趋势，阿里巴巴非常希望将反映这些经济活动的的数据，准确和全面的分享给地方经济决策与分析部门，帮助他们掌握现状、了解全貌并作出科学的决策。未来阿里研究院还将向各类智库开放数据，让数据成为新的社会生产力。

来源：通信世界网 2015 年 03 月 02 日

爱立信移动市场报告：移动数据流量主要来自五大应用

《爱立信移动市场报告》的最新中期报告调查结果揭示智能设备移动流量排名前 5 位的应用。告调研多个国家，其中在美国、韩国和西班牙，前五大应用的流量占移动数据总流量的三分之二，这反映了全球性趋势。

此外，在每个调查国家，视频和社交网络均是最受欢迎的应用。尽管这是很明显的普遍趋势，但每个国家都表现出自己独特的偏好，例如，2014 年 12 月，美国的前三大应用包括 Netflix 和 YouTube，而韩国则以 P2P 电视应用 AfreecaTV 和土生土长的搜索门户 NAVER 为最深入人心。Facebook 在调查的每个国家都排名第一。

该报告还揭示了，移动视频流量的增长是流量增长的主要贡献者，预计到 2020 年每年将以 45% 的速度增长。在未来 6 年里，移动视频总流量将比过去 6 年增加大约 17 倍。快速增长的主要推动因素包括具有视频功能的设备数量激增、屏幕更大、画面质量更高等。另一个主要的推动力是，视频日益成为在线内容的重要组成部分，例如新闻、广告和社交媒体等。越来越多的视频通过 Twitter 等流行的社交网站分享。

第四季度不同移动标准的市场采用数据显示，LTE 技术首次实现了最高季度增量，新增 1.1 亿个移动用户。报告中列出的其他标准包括 HSPA 和 GSM/EDGE 等。此外，2014 全年的数据显示，全球新增 8 亿智能手机用户，总数达到了 27 亿，与 2013 年的 19 亿相比增加了 40%。

报告的调查结果显示，观看广播电视的人数有所下降，而享用流媒体服务的人数则有所增加。爱立信消费者研究室已经调查了全球的 9 个主要市场，在观看频次方面，调查发现消费者的观看行为发生了转变：在这些市场，今年以周为单位观看点播视频流的人数首次超过了观看广播电视的人数。这种转变的推动力包括，4G 技

术的出现、智能手机与平板电脑使用率的增加，以及消费者越来越倾向于易于使用、按需提供的服务，这些服务提供跨平台内容访问。

来源：通信世界网 2015 年 03 月 02 日

【模式创新】

移动医疗变革未来医疗服务模式

■ 创新启示录

2014 年被视为中国移动医疗元年，创业项目层出不穷，可穿戴设备、远程医疗、医疗大数据平台等新载体纷纷建立，以移动医疗为基础的云端医院、未来医院、空中医院等新概念层出不穷。但是商业模式如何？可以持续发展、真正落地的模式正在演绎过程中，各方的博弈也在进行。

1 月 31 日，由辉瑞中国联合经纬中国等多方共同举办的“创新 e 疗”创业大赛正式召开。在 200 多个参赛项目中，经过项目初筛和激烈的路演角逐后，杏树林、掌上药店、掌上糖医 3 支创业团队斩获前三甲。

作为一个工业药企，辉瑞中国区域总裁吴晓滨博士表示，移动医疗将成为我国医疗卫生改革的积极推动力，在未来几年将持续升温并迎来井喷式发展。

行业面临井喷式发展

据《2014 中国医药物资协会发展状况蓝皮书》显示，我国移动医疗 APP 发展迅速，现阶段已达 2000 多款。

蓝皮书指出，目前移动医疗 APP 主要分 5 种，包括医药产品电商应用，满足专业人士查询专业信息的应用，满足寻医问诊需求的应用，预约挂号及导医、咨询和点评服务平台，细分功能产品。

事实上，目前医疗 APP 火爆的原因也正是现行医改的难点。“移动医疗火爆的驱动力主要是医疗资源的不平衡，高新技术的突飞猛进，民间资本的追逐。”弘晖资本管理合伙人王晖表示，作为投资机构，希望能与制药企业、医疗机构、保险公司一起构建医疗生态圈。

据普华永道的评估报告显示，到 2017 年，全球移动医疗市场规模将达到 230 亿美元，中国则有望达到 25 亿美元。软银中国资本管理合伙人华平表示，当下是移动医疗融资的最好时代，只要项目能满足公众的就医需求，就可以向资本市场要钱。

“在更广泛的领域和社会经济层面为老百姓提供高质量、可获得和可负担的医疗卫生服务是中国医疗卫生改革的重要目标。”吴晓滨博士表示，辉瑞公司希望携手优秀的创业团队、投资机构、医学界专家等一起来探讨创新的“改善就医理念提升治疗效果”移动医疗模式，将线下资源对接到移动医疗平台，为中国广大患者带来更高效更优质的医疗健康服务和体验。

与会各方一致认为：移动医疗有利于扩大医疗服务获取渠道、优化健康信息数据、提高医务人员工作效率、提升患者就医体验、缓解患者看病难看病贵问题，成为我国医疗卫生改革的积极推动里，在未来几年内将持续升温并迎来井喷式发展。

患者管理模式“生病了”

虽然移动互联网已经渗透到生活、社会每个环节，但是，当移动碰到专业性强、技术壁垒高的医疗行业又会是怎样的景象呢？

当下一个中国人的典型就医经历往往是：门诊时和医生沟通的时间平均三分钟，有问题不敢多问，因为后面的病人已经挤到医生办公桌边了；拿到治疗方案，“百度”验证是否靠谱，众说纷纭，越看越糊涂；出现药物不良反应或病情有进展时，不能及时回到医院请教医生，因为挂号实在是太难。

从医生的角度来说，从诊前教育、就诊、诊断、诊后整个环节来看，最容易移动起来的是患者的诊前和诊后的随访，范围包括了健康管理、疾病管理、诊断医疗这三个最主要的方面。另外，在医生眼中，每天出门诊忙到喝水的时间都没有，回到家累得话都不愿说，更别提牺牲休息间接接听患者和家属的电话。医患矛盾突出，很多患者对医生不信任，让本来有限的医患沟通变得更加艰难。

缺位的患者管理，导致疾病管理效果不如人意。

北京医师协会副会长、农工党中央医委会副主任、首都医科大学宣武医院胸外科主任支修益教授提到了一个痛点：疾病管理。“现在所有新技术新药物都在临床研究阶段，都有相关的管理措施，而在人群健康管理方面却几乎为零。”支修益教授一针见血地指出。

“我们国家和国外最大的差距，就在初级保健基础医疗。”吴晓滨博士则认为，移动医疗创业最应突破之处在于基础医疗，“如果移动医疗能够让大夫通过多点职业，培养线下医生、社区医生，这个问题有可能我们国家是基础医疗的突破口，通过互联网打破基础医疗的瓶颈。”

患者管理质量及效率亟须提高

中国的医疗市场是巨大扭曲的能量场。

目前，中国医疗资源过度集中在大型三甲医院，基层医疗卫生资源配置不合理，社区和基层医疗机构还无法充分承担首诊的功能，导致患者看病难的状况依然严峻。“中国80%以上的优质医疗资源集中在三甲医院，导致了三甲医院重点学科的医生非常繁忙。另一方面，基层医院和社区服务中心可使用的医疗资源和技术支持有限，潜力不能有效发挥。”支修益教授介绍说。

然而在临床实践中，医生总是希望能在治疗的关键环节中，与自己的病人进行高效、有针对性的持续管理。“尤其是脑卒中患者的急性期治疗可以在大型三甲医院完成，大多数患者出院之后就可以由社区医生通过移动技术进行规范的二级预防

和康复管理，不必再由三甲医院的医生长期跟踪。”全国脑血管病防治研究办公室主任王文志教授表示。

很显然，慢病管理已成了医疗 APP 最重要的发展方向。国家心血管病中心办公室主任陈伟伟教授表示，中国的慢性病人超过三亿，移动医疗的产品可以让用户自己管理疾病，一旦用户数量达到一定规模之后，社会和商业价值就将会出现。

陈伟伟教授继续解释说，在传统的治疗过程中，医生与患者的关系基本上是“一对一”的诊断与治疗关系，而应用移动管理平台后，医生以团队的方式对大量患者进行管理，而患者也可实现了网络式的管理，“我可以对我的患者可进行线上标签化管理，同时也能第一时间就患者的血糖状况进行咨询解答。”

不过，支修益教授也提醒公众，目前移动医疗的发展尚属探索阶段，广大消费者一定要选择具有专业医生资质的医疗 APP 进行使用，否则可能将贻误病情。

移动医疗离不开医生

在辉瑞中国区总裁吴晓滨博士看来，移动医疗离不开医生，离不开医院，怎么把这两方面的优势结合起来是关键。

在平安创投总经理张江先生看来，“保险公司至少从现在来看，越来越大的潜力愿意为这个买单。”从商保的利益和驱动来看，在医院前做健康管理，在医院中做控费，在医院后做疾病管理，这个模式和美国模式就会比较接近，像美国商业模式在中国也可以做一些尝试。

北京新阳光慈善基金会刘正琛会长认为，大家谈很多商业模式，但往往忽略了一个特别重要的群体——患者，这个群体有可能是你的用户，甚至有可能是你直接付费的客户。“如果移动医疗项目希望既从患者收费，又从企业这边收费，对患者来说公信力、客观性就会是一个挑战。”

然而，支修益教授却表示，政府才是最大的买方。如果移动医疗公司和政府合作是最理想的；同时他认为，医药公司也很重要，在临床推广过程在疾病管理和药品管理方面有很好的可信度和诚信度，跟医药公司合作可以推动潮流的发展。

来源：《科技日报》2015年02月26日

智能家居：新科技时代的宠儿

智能家居与人们的生活紧密相结合，具有巨大的市场潜力和前景。在短短十数年间，它已由概念变为现实，培育出一大批智能家居企业，并形成一初具规模的新行业。

智能家居起源于20世纪80年代中期的美国，它与人们的生活紧密相结合，具有巨大的市场潜力和前景，将成为各行业争相竞逐的宠儿。

颠覆传统理念

提起智能家居，人们最直观的印象莫过于各种智能家电，但随着技术的发展，

特别是移动互联网的快速普及，人们对“智能”的需求已不再局限于传统的“电器”，如智能桌椅、床、远程家庭环境控制等令人惊叹的家居产品纷纷登场。

智能家居不仅升级了家居的传统功能，还衍生出很多新功能，比如智能厨具，在下班前用手机遥控，到家即可享受香喷喷的晚餐。

有了智能系统守护，当室内发生煤气泄漏或是火情时，感应器会发信号到手机上提醒用户。不管用户身在何处，将手机调到“离开”状态，屋里所有的电灯和家用电器都可远程关闭。门和窗都配备有“门磁报警器”，用户外出不必担心家里有人闯入行窃，只要歹徒闯入就会发出报警信号传输到用户智能手机上，同时视频监控也能抓拍到照片。

同时，随着智能手机的逐渐普及，移动互联网已快速渗透到了人们的日常生活与工作当中，众多智能家居企业看到了移动互联网对人们生活的影响力，纷纷把移动互联网应用与智能家居系统相融合，以便更好地提升智能家居产品的便捷性。如今，用户已经可以通过微信、微博，以及众智能家居厂商推出的各种 APP 直接控制家中的各类智能家电。例如智能冰箱的控制，现在用户只要在手机上的冰箱账号中输入“我的冰箱”，冰箱中的各种食物信息就会显示到用户的手机上，以及物品的数目、保质期期限、需不需要补给、如何购买等都会提示。当冰箱中的某种食物即将过期或所剩数目到达所设底线时，APP 就会提示是否继续购买。此外，智能冰箱、油烟机的定时清洗、水电煤气表的阈值设定等都可以通过 APP 设定提醒功能。

“真”智能尚需时日

目前，房地产、家电产业、科技产业等各领域企业为抢夺智能家居行业庞大的市场，纷纷以省电节能、绿色环保等为卖点。尽管该市场被炒得火热，但近几年智能家居的发展并不理想。笔者认为，智能家居当前发展中存在的问题有：初次技术缺陷、缺乏资金支持、产品安装、调试复杂、成本费用高、市场推广力度不够等问题，但主要“症结”体现在以下方面：

缺乏统一标准当下，家庭网络产业的标准组织和产业联盟比较多，不同标准的产品不能实现互联、互通、互操作，这在一定程度上影响了该产业的快速发展。国内关于智能家居系统的标准主要包括由信息产业部门牵头，联想、TCL、康佳、海信、美的等厂商联合组建的“闪联”标准，和海尔集团主导，海尔、清华同方、上海广电、春兰集团等共同发起的“E 佳家”标准，以及国外通用的 DLNA 标准。此外，由高通发起的 AllSeen 联盟，以及由三星、英特尔、戴尔等共同成立 OpenInterconnect Consortium 联盟也都在打造自己的标准。当智能家居产品采用不同的标准，各组件不能兼容，便不能实现真正的智能。

而我国住建部、公安部、信息化部等主管部门对住宅小区的定位各有侧重，存在着行业管辖权之争，很难整合出一套让相关行业各部门都遵循的统一标准，致使

市场上出现了几十个甚至上百个互不兼容的产品。面对混乱的行业现状和不明朗的竞争环境，企业不敢冒险深入、投入研发和规模化生产力度不够、产品华而不实、单体作战致使成本过高；消费者对行业难以获得全面、正确的认知而信心不足，进而制约整个行业的发展。

商业模式不明确不明确的商业模式影响了智能家居的推进。智能家居是个庞大的社会系统工程，需要运营商、设备接入商、增值服务商、硬件软件提供商、智能小区开发商、智能家居厂商、信息家电厂商等一系列厂商的合作与配合。如今产业链还未完全形成，也没有固定的盈利模式，一切都还在探索之中。

未来家居主流

受产业结构复杂、价值链长、产业技术成熟度低、产业起步较晚，各跨界行业合作力度不足等诸多客观因素影响，智能家居仍未走进大众的视野范围。但随着智能终端的普及，以及网络技术、信息化技术与人们生活的深度融合，智能家居能为生活带来更多便利。因此，智能家居将成为未来家庭住宅主流的发展趋势已不可逆转。

据相关数据预测，未来我国市场潜力极具吸引力，拥有1亿多潜在智能家居客户，到2015年，智能家居产值将达1240亿元。此外，国家政策对智能家居行业的发展也持积极扶持的态度：2013年工业和信息化部发布的《国务院关于推进物联网有序健康发展的指导意见》提出，到2015年实现互联网在智能家居、公共安全、城市管理等领域试点示范应用。众多世界级巨头企业，以及国内刚刚创业不久的中小企业，争相在智能家居市场跑马圈地，以便占有利位置。

如今，国内许多城市的别墅、高端楼盘及中高档商务酒店都已开始采用智能家居产品。业内专家预计，智能家居在未来生活中将会像电视、冰箱、空调、手机、电脑一样进入千家万户，成为老百姓生活的必需品。

来源：《中国信息界-E制造》2014年第34期

终端制造

【科技前沿】

全球最轻手机京东首发+免费试用招募

新年伊始，众多手机厂商纷纷推出最新产品迎接新的市场竞争，而对于消费者而言，带来新惊喜，也体验到了更新的产品。近日，知名通信品牌 PHICOMM 斐讯宣布将推出全球最轻智能手机轻客 P660，其新机将在京东首发并试用招募，作为轻客系列的首款轻客手机，P660 将“轻”“薄”演绎的淋漓尽致，若想免费体验此款神秘新机，那么机会来了，3月16日，斐讯 P660 京东免费试用即将火热招募。

据介绍，此次斐讯 P660 “京东免费试用”申请名额为 30 名，活动方将从报名用户中根据响应规则招募幸运用户，获得一次免费试用资格，用户拿到手机试用后

提交产品体验报告并在京东晒单即可。所以，对于其产品感兴趣的用户要随时关注斐讯 P660 动态喽，机会难得，名额有限！

斐讯 P660 其最大卖点是合作定制 24 小时超低耗电全时计步功能，能够帮你记录每次走步，跑步状况，获得专业的运动数据分析、情境化运动模式等独特又专业的运动体验。在硬件配置上，斐讯 P660 采用了 5 英寸 1080p 分辨率屏幕，搭载 1.4GHz 高通 MSM8928 四核处理器，2GBRAM、16GBROM。配备了前置 500 万像素摄像头和 800 万像素主摄像头，使用了 Android4.4 操作系统，是一款以实用为主的新机。

作为轻客系列的首款 4G 智能手机，其倡导轻生活-趁年轻就现在！将运动、健康、时尚的生活理念做到实处，力争赢得那些期待回归自然、倡导健康生活的新作派的认同，如果你是追求个性、张扬与心灵自由的年轻代，那么还在等什么，P660 就是你的最佳选择，它将带给你最新最主流的应用体验。

来源：飞象网 2015 年 02 月 27 日

智能手环产品数量一年增 4 倍

可以收发短信又能拍照的智能手表、监测心率和运动量的智能手环、能精确定位适合户外运动者的 GPS 手表……这些智能穿戴设备正逐渐渗透并改变我们的生活。互联网消费调研中心（ZDC）2 月 25 日发布《中国智能穿戴设备市场研究报告》显示，截至 2014 年年底，智能手环产品数量突破 50 款，是去年 1 月份的 5 倍；智能手表产品数量逼近 80 款；GPS 手表中，主打运动功能的类型关注比例超九成。

在上个月闭幕的国际消费电子展上，智能穿戴设备成为最大亮点，风头远超智能手机和各类平板产品，将成为增长最快的新领域，未来市场前景广阔。

其中，智能手表市场的竞争愈发剧烈。报告显示，2014 年 1 月，智能手表市场上参与竞争的品牌数量仅有 20 个，到了 6 月急剧增加至 36 个，12 月则达到了 47 个；产品数量则呈直线上升的走势，1 月份仅有 38 款，而第四季度产品数量在 75 款至 78 款之间浮动，厂商及新品增加的速度很快；关注度上，三星、苹果以 36.6% 和 27.2% 的关注度领跑，摩托罗拉获得 11.7% 的关注比例，其他上榜品牌关注比例均在 10% 以下。用户对 1.6 英寸至 2 英寸显示屏、500 元至 1000 元价位的智能手表情有独钟，关注度最为集中。

实现“三级跳”的还有智能手环的厂商数量，从 1 月份的 8 家到 6 月份的 21 家，年底扩容至 36 家，产品数量也由 10 款增加到 50 款，一年增加了四倍。品牌关注度来看，Jawbone 以 20.9% 的关注度领跑市场，华为次之，关注比例为 15.9%，而去年一发布就获得市场极大关注、主打性价比的小米智能手环关注度排在第 8 位。

来源：《北京日报》2015 年 02 月 26 日

2015 年国内智能终端行业十大看点

2015 年被业内认为是国产智能手机大洗牌与智能生态发展的关键一年。搜狐

IT 于春节期间推出 2015 年系列盘点策划,《壹观察》在汇聚国内诸多业内大佬和产业人士观点后,梳理总结出了 2015 年智能终端行业的十大看点:

1、智能生态

在 Google 以 32 亿美元收购 Nest 带动下,小米 2014 年首先启动了其智能生态平台化战略,并带动了魅族、华为、海尔、TCL、阿里巴巴等不同行业企业的快速跟进。2015 年智能生态的一大看点是小米生态的崛起与对决:以小米为代表的“帝国模式”如何通过投资 100 家硬件企业、如何投资更多移动互联网企业,以及如何实现与美的整合,快速推进其智能生态战略的商业化。而以魅族+海尔+阿里巴巴为代表“共和模式”能否吸更多重量级伙伴实现标准统一和产业联动,并聚合足够势能完成对小米的模式的对决。

2、FDD 牌照发放

从 2013 年 12 月 4 日发放 TD-LTE 牌照,至今已有 14 个月,期间数次有媒体报道宣称具体发放时间点,但截至目前这只“靴子”并未落下。而按照中国移动最新公布的数据,截至 2014 年 12 月底其 4G 用户发展已超过 1 亿户,4G 渗透率超过 10%,国内 4G 用户占比超过 90%,4G 基站建设数量超过 70 万个,基本覆盖了全国县乡市场。

从数据来看,即使中国联通与中国电信可以在 2 月内获发 FDD 牌照,也再难改变中国移动 4G 时代重回一家独大局面。唯一的变数在于中国电信,其 2014 年整体新增移动用户只有 4 万,2015 年目标却是新增移动用户 1.2 亿,4G 用户数达 1 亿,为此中国电信 2015 年终端与资费策略都会走向更加激进,这将会给国内本就激烈复杂的竞争格局带来新的变量和机会。

3、智能黄页能否改变移动互联网?

随着雷军 2014 年 7 月公开小米生活的黄页功能,各家终端厂商、互联网巨头、移动互联网企业和电信运营商 2015 年都将手机黄页作为重要的用户生活 O2O 入口。目前已有魅族、奇虎 360、腾讯、百度、阿里巴巴、中国移动等企业角逐以智能黄页为中心的用户生活服务平台。

除小米投资电话帮外,触宝科技 CEO 王佳梁对《壹观察》表示,触宝电话目前已与包括三星、HTC、索尼、中兴、华为、华硕、锤子、TCL 等超过 50 多家的 OEM 厂商和运营商均有合作,一场围绕 ROM 整合的巨头和资本狂欢,正在开始。

4、小米智能手机年出货量破 1 亿台?

2014 年小米智能手机出货量为 6112 万台,其 2015 年目标为 1 亿台,但按照 IDC 数据,2014 年我国智能手机出货量为 4.2 亿台,2015 年预计为 4.5 亿台,已转化为成熟换机市场,增量非常有限。而对于小米来说,受专利限制,其海外市场很难达到千万台级别,这也就意味着其国内市场份额必须要做到 20%以上,这是智能

手机时代国产手机品牌从未达到的数据，对于小米来说同样挑战巨大。而反过来，如果小米手机出货量增速明显放缓，未能达到 8000 万台以上的出货规模，其在资本市场估值和智能生态战略持续性也将接受严峻考验。

5、华为高端品牌“攻城战”

2014 年对于华为消费者 BG 来说可谓顺风顺水的一年，其 2014 年智能手机发货量超过 7500 万台，营收达 122 亿美元。高端机型实现全面突破：售价 2999 元以上的 Mate7 出货量超过 200 万台，P7 手机 6 个月销量超过 400 万台，荣耀 6 手机 6 个月内销量超过 300 万台。华为目标 2015 年智能手机出货量超过 1 亿台，高端机型从 2014 年的 18% 提升至 30%，海外市场收入从 2014 年的 52% 提高至 60%。

不过对于华为消费者 BG 来说，2015 年存在两大挑战：一是随着“骁将”刘江峰离职荣耀，以及荣耀与消费者 BG 中国区进行业务整合，荣耀业务能否延续 2014 年的崛起势头存在不确定性。二是华为 Mate7 机型的热卖实际上令华为内部也始料未及，是多种内外因素共同作用的结果，并且在中国市场黄牛溢价千元炒货背后，在欧美等海外市场实际上反响一般，新的旗舰能否延续 Mate7 大好局面，也将是华为消费者 BG 面临的一大攻城战。

6、周鸿祎再入手机能否成功？

360 特供机失败两年之后，周鸿祎用 4 亿美元与酷派成立合资公司再“赌”手机市场。360 在合资公司中股份占比 40%，不过以周鸿祎的强势性格和酷派董事长郭德英强调酷派必须占主导地位的态度，360 与酷派合资公司未来能否顺利，颇受业内关注。周鸿祎在挂帅合资公司之后，已准备弃用大神品牌，并让 360 子弟兵全面接手合资公司的品牌宣传和市场营销业务，此举已开始引发了合资公司中酷派人员的不满。

7、中兴手机中国市场能否中兴？

2014 年对于中兴手机来说是全面调整的一年，在更换终端业务 CEO 之后，已曾学忠为掌门人的中兴手机业务呈现出锐意改革气象。不过在中美两个主要市场，中兴手机业务却出现截然不同的“冷暖”之势：在美国市场，中兴手机市场整体份额位居第四，达 7.4% 左右；Android 手机市场份额第三，超过 10%；其中预付费市场份额近 20%，中兴目前是在美国市场最为成功的中国手机品牌。但在中国市场，在运营商补贴策略调整对手激烈竞争之下，中兴手机市场份额从 2013 年的接近 10% 跌至目前的 3% 以下，排名已跌出前 10 名之外。2014 年的中兴，在中国市场能否实现手机业务中兴，成为曾学忠 2015 年的一大考验。

8、联想手机如何同时操盘四个手机品牌。

2014 年 1 月 30 日，联想宣布以 29 亿美元收购 google 旗下的摩托罗拉手机业务。1 年后的 2015 年 1 月 26 日，联想在北京国家会议中心面向中国市场发布了新

MotoX、MotoXpro、新 MotoG 三款手机，宣布 Moto 手机品牌重新回归中国市场。摩托罗拉手机品牌对于联想手机业务的国际化作用毋庸置疑，但在竞争局面错综复杂的中国市场，Moto 回归能否成功成为一大悬念。

而联想旗下将于 4 月 1 日正式亮相的神奇工厂，已有业内消息称百度计划 1 亿美元入股，共同角逐终端和智能生态市场。再加上联想自主手机品牌和 Vibe 系列，联想 2015 年手机业务的合纵连横布局，并不轻松。

9、穿戴设备

2014 年被业内称为智能穿戴设备的发展“元年”，不过从用户层面来看，并没有产生使用依赖性较高的产品。随着谷歌眼镜从 GoogleX 实验室撤出，什么类型的穿戴设备能否引爆用户市场成为业内讨论的重点。对于中国用户来说，2015 年有两大关注点：一是苹果 AppleWatch 能否改变智能穿戴设备颓势，另一个是小米穿戴设备能否做出一款千万级出货量的爆款产品。

10、谁会成为下一个掉队的国产手机品牌？

随着运营商补贴大幅降低，以及中国市场走向成熟换机市场，国产手机品牌正在经历新一轮大洗牌格局。2014 年，天语、康佳、海尔、长虹等传统手机品牌和大量中小手机品牌已基本出局，2015 年注定还会有国产企业陆续出局，其中不乏知名国产手机品牌。目前国产手机品牌中，谁最可能首先国内市场份额萎缩至 1% 以内，形成事实上的淘汰出局？

来源：新华网 2015 年 02 月 26 日

【企业情报】

移动支付战国时代：苹果、谷歌、三星跑马圈地

春节期间，两大互联网巨头腾讯和阿里掀起了移动端的“红包”之争，“抢红包”成了今年拜年最火的一句话。在轰轰烈烈的“红包大战”背后，腾讯、阿里成功抢夺了移动支付入口。而在美国，谷歌也传来喜讯，刚刚收购了手机钱包公司 Softcard 的技术和专利。除了谷歌，身为 Android 阵营领头羊的三星也开始出手。

谷歌钱包

谷歌周一与陷入困境的初创公司 Softcard 和三大美国电信公司达成了一项协议。根据该协议，谷歌将收购 Softcard 的手机钱包技术和专利，这个应用将预装在 AT&T、T-Mobile 美国、VerizonWireless 在美国销售的安卓手机上。知情人士透露，五月份的开发大会上，谷歌将会发布新版的谷歌钱包客户端，功能和服务将会有所升级。

谷歌钱包早在 2011 年就已上线，却一直未能打开市场，一方面是由于用户使用习惯尚在培养中；另一方面美国多数的运营商在开发自己的移动支付，对谷歌钱包并不感冒。

此前，美国的绝大多数移动运营商拒绝在安卓新机中预装谷歌钱包客户端，并且禁止通过手机内芯片保存信用卡账号信息。不过，美国三大运营商开发的移动支付 SoftCard 并未获得成功，给他们和谷歌钱包的合作提供了契机。

与此同时，谷歌还在筹备一个联盟推广谷歌钱包支付服务，该联盟将集结终端厂商、电信运营商、银行机构和支付网络等各方力量，并且谷歌还将对运营商、银行等给予补贴，以获取他们的支持。

三星手机钱包

除了谷歌，Android 阵营的领头羊三星也按捺不住，开始出手。日前，三星斥资收购了 LoopPay 公司，与谷歌钱包、苹果 ApplePay 支持采用的 NFC（近距离通信）技术不同，LoopPay 服务将兼容支持所有的银行卡和支付终端，分析人士预测三星将推出自己的手机钱包。

和其他众多移动支付服务一样，LoopPay 的技术允许智能机可以被用作信用卡和借记卡的虚拟钱包。不过，LoopPay 的技术跨过了一个目前为止阻碍移动支付服务大范围普及的障碍——商户必须升级他们的结账设备。相反，LoopPay 表示，其磁感应技术允许智能机碰触磁条阅读器进行支付，目前绝大多数美国零售店都配备了磁条阅读器。

对于三星来说，手机的硬件创新已经无法让其摆脱现在的困境，尝试新技术虽说有些铤而走险，但收购 LoopPay 可以让三星进一步深入构建软件和服务的生态系统，从而帮助三星实现与其他 Android 手机制造商的差异化。

苹果 applepay

相较于上述两家，苹果的移动支付可以说顺风顺水。去年 10 月，苹果推出了 ApplePay，通过与各大零售商和应用厂商合作，保证了大部分消费者能够在普通连锁店和高档超市都能使用 ApplePay。

在最近的一次财报会议上，苹果掌门人库克曾高调宣布，在美国三大信用卡公司的非接触支付金额中，苹果已经占到了三分之二。

由于苹果手机在全世界的风靡，整个支付行业都在暗自担心，苹果将来会成为一个支付大鳄，依靠 iPhone 市场推进支付业务。

大敌当前

在移动支付领域中，谷歌钱包和苹果支付一直唱主角，尤其是苹果 ApplePay 的来势汹汹，似乎给人要通吃整个移动支付市场的感觉。但移动支付仍处在初步发展阶段，尚未步入大规模普及和爆发，所以，群雄争霸之际，谁能笑傲江湖，还很难说。

此外，“真人不露相”的 PayPal 也是谷歌和苹果的最大竞争对手。PayPal 不仅是美国，也是全球最大的数字支付和手机支付服务商。根据市场研究公司的数据显

示，去年 11 月份的美国支付市场，PayPal 处理的移动支付规模高达 460 亿美元，在美国全部数字支付金额中占到了 78%。而苹果支付的份额仅为 1%，谷歌钱包的份额是 4%。

虽然苹果、谷歌、三星在移动支付领域各占优势，但也面临着许多普遍问题。首先是随着人们对信息安全的重视，移动支付领域的信息安全引起了人们的普遍关注。其次，移动运营商、应用提供商、支付服务商等产业链各方显然已掀起“跑马圈地”运动，但移动支付领域要想发展，不能各自为战，硬件、芯片、制卡及设备制造等整个产业链要打通，盘活，还需要一个过程。

来源：通信世界网 2015 年 02 月 25 日

华为发布 4.5G 商业蓝图开启下一个五年

24 日，在伦敦举行的 2015 世界移动通信大会（MobileWorldCongress2015）的媒体&分析师预热发布会上，华为发布其 4.5G 商业蓝图并展示了 4.5G 在行业中的应用，这是继 2014 年 10 月华为首次提出 4.5G 概念后，对 4.5G 发展前景和方向进行的最新诠释。作为移动行业的推动者和全球运营商的战略伙伴，华为希望通过 4.5G 帮助运营商拓展新业务，提升用户体验并推动新产业发展。

华为认为，下一个五年，随着沉浸式体验如虚拟现实、蜂窝物联网以及工业 4.0 的发展，用户体验将出现新的形态，移动虚拟现实眼镜、智能抄表以及无人机等将应用逐渐普及，渗入到人们的工作和生活中。4.5G 因此应运而生，将从容量、联接数和时延等方面对现存移动网络能力进行全面提升，以支持移动产业进入智能应用时代，构筑新的移动产业发展蓝图。

在此次大会上，华为无线网络营销副总裁蔡孟波详细解读了 4.5G 的未来发展前景：“4.5G 是基于 4G 的平滑演进，它通过提高网络带宽和提升网络能力支持新的业务和体验，推动移动网络进入超高速、低时延和无处不在的全联接时代，全面迎接蜂窝物联网和工业互联网应用的大规模到来。”华为还在本次大会上诠释了 4.5G 的三大关键能力以及由此触发的创新业务应用。

4.5G 提供了高达 1Gbps 的移动带宽，使得虚拟现实眼镜走向移动，沉浸式体验可以无处不在。虚拟现实眼镜可提供沉浸式高清体验，带宽需求高达 1Gbps，4.5G 可有效满足这一要求；

4.5G 提供的 LTE-M 技术将使智能抄表等行业应用广泛普及。智能抄表普及需要更低能耗的终端以及更好的网络覆盖，而 4G 网络主要针对智能终端设计，网络的容量也无法达到更大的联接规模。4.5GLTE-M 技术提供 100 倍于 4G 的联接规模，100 倍于 2G 的灵敏度（20dB 的覆盖增益），以及长达 10 年的终端电池寿命，使得蜂窝物联网的应用可无处不在。

4.5G 提供了端到端 10ms 的时延能力，使得移动实时业务如无人机等成为可能。

工业 4.0 对端到端时延提出了更高的要求，例如无人机的精准控制需要端到端时延至少达到 20ms，4.5G10 毫秒的时延能力将使无人机安全性能满足商用要求。

蔡孟波最后表示，“华为预计 2016 年启动 4.5G 商用。并在接下来的五年里，与运营商和产业伙伴一起，挖掘更多的业务机会，提供更极致的用户体验，共同推动移动产业持续快速发展。”

来源：新华网 2015 年 02 月 25 日

中兴 2014 年 4G 基站发货量翻番全球份额超 25%

2014 年，中兴通讯无线产品在全球市场再创佳绩，全年无线产品收入同比增长 20%。2014 年中兴通讯 4G 全球市场稳步持续增长，继续规模进入主流国家和跨国运营商。相比 2013 年，中兴通讯 4G 基站发货量继续翻番，全球市场份额占比超过 25%，4G 核心网产品在欧洲市场实现销售同比增长近 200%。中兴通讯继 2013 年后再度成为全球 4G 增速最快的厂商。

2014 年，中兴通讯无线在全球获得已超过 170 个 LTE/EPC 商用合同，进入全球 70% 已投资 4G 网络的国家。中兴通讯凭借创新的解决方案和优质的网络，在无线网络性能提升方面业界领先，为客户节省建网和维护成本、提升盈利能力，携手客户实现共赢。2014 年中国电信 4G 商用网络质量全网评估，中兴通讯在 5 个厂家中综合指标排名第一。不仅如此，中兴通讯在德国、比利时、香港、南非、尼日利亚等地也多次获得第三方测试优质评价。

创新驱动发展。2014 年中兴通讯全系列基站广泛应用，分布式、室内、室外宏站、Smallcell 等各种站型丰富灵活，全面满足运营商不同场景的部署需求。2014 年，中兴通讯业界首创 365M 超宽带小型化 RRU 产品，业界集成度最高，提供更灵活多模组网方案。已规模商用的业界体积最小容量最大多模 BBU 产品，支持 2G/3G/4G 多模能力，能有效满足商用网络所需处理能力需求和运营商的多模部署要求。业界首创的 Qcell 室内深度覆盖有源分布解决方案，适合复杂楼宇的有源分布式的室内覆盖，支持多模多频集成，得到客户认可。面对无线网络的未来发展趋势和用户需求，2014 年中兴通讯还重点推出了基于 NFV 和 SDN 技术的 CloudUniCore 解决方案，实现 IT 和 CT 的跨界融合，在无线网络云化和虚拟化方面走在业界的前列。

2014 年，中兴通讯继续在 5G 方面战略投入，成为 5G 领域的先行者。2014 年 6 月中兴通讯在业界首家提出 Pre5G 创新理念和技术路标，将 5G 技术运用到现有 4G 网络，提供类似于 5G 的超高业务体验。在 Pre5G 商用方面，中兴通讯取得了突出进展。业界独创的 MassiveMIMO、UDN、MUSA 等已进入商用验证阶段。11 月，中兴通讯完成了全球首个 MassiveMIMO 基站的预商用外场测试。

中兴通讯将继续在无线市场持续投入，践行 M-ICT 战略，在移动互联网、SDN、VoLTE、流量经营、大数据等新兴领域持续开拓，提升自主创新能力，推出具有创

新性的解决方案。

来源：通信产业网 2015 年 03 月 03 日

中兴称云计算及 IT 未来发展聚焦四大重点

2015 年世界移动通信大会 (MobileWorldCongress, 2015) 于 2015 年 3 月 2 日至 5 日在西班牙巴塞罗那举行。中兴通讯副总裁吕阿斌在展会期间接受 C114 等媒体采访时表示，云计算及 IT 在 2014 年实现了快速发展，未来发展聚焦四大重点。

据吕阿斌介绍，增长的主要驱动力来自数据中心和政企市场的 ICT 服务需求。最近几年，随着数据量飙升，数据中心的集中化、规模化趋势更加明显。2014 年，中兴与联通一起为腾讯量身打造的数据中心，是亚洲最大的微模块数据中心。除此以外，中兴还承建了阿里巴巴在青岛的数据中心，采用了同样的创新架构。

吕阿斌称，云计算及 IT 产品方案应用在数据中心领域的增长量在 2014 年同比达到了 200%，应用在政企市场的增长量也超过了 50%。

他说，2015 年，云计算及 IT 产品经营部将围绕四大重点方向，分别是多屏联动的全业务 PC，向全数据中心转变，拓展基于云计算、大数据的政企应用方案，以及基于全新 IT 架构的 UC 解决方案。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 02 日

苹果 iTunes 平台被判侵权赔偿金 5.33 亿美元

据彭博社报道，法院日前对苹果 iTunes 平台侵权 SmartflashLLC 科技公司知识产权一案作出判决，要求苹果向后者支付 5.33 亿美元赔偿金，苹果表示将会上诉。

SmartflashLLC 公司在起诉书中指责苹果 iTunes 平台侵权了其“通过支付系统的数据存储和访问管理”有关的三项专利，向法院提请 8.52 亿美元的赔偿金，并认为该公司有资格获得苹果通过 iTunes 销售的产品的一部分按比例分割收益。

苹果认为赔偿金额过高，并表示 iTunes 软件并不是消费者购买 iPhone 的核心理由，因此 SmartflashLLC 不能参考 iPhone 营收来提出赔偿要求。

除苹果之外，三星电子、谷歌、亚马逊等几家科技公司也遭到 SmartflashLLC 的诉讼。有几家被起诉公司都选择与 SmartflashLLC 达成庭外和解来结束诉讼。

原告 SmartflashLLC 公司没有销售任何东西，仅通过将公司的七项专利进行授权而为盈利手段。

苹果对判决结果表示不服，认为赔偿金额过高，表示将会对此案提出上诉。

来源：TechWeb2015 年 02 月 25 日

思科出局政府采购国产化成大趋势

美国网络设备商思科在中国市场的发展再度遭受重创。2 月 26 日，据中国国家机关政府采购中心中央政府采购官方网站显示，思科已从政府采购名单中被剔除，

这意味着思科可能流失大量政企客户。业内专家指出，这是“棱镜门”事件的持续影响，随着各国对信息安全重视程度的不断提升，未来中国政府企业采购国产化的趋势将越来越明显。

思科出局

2月26日，北京商报记者登录中央政府采购网时注意到，最新采购名单中已不见思科的踪影，尤其是网络交换机、网络路由器两个品类均没有思科产品在列。要知道，思科在网络设备市场上可谓是龙头企业，此番出局着实令人唏嘘。

事实上，据英国路透社对过去两年间中国政府采购名单的变化分析结果显示，政府采购名单上的商品数量增加了2000多个，目前总数量将近5000个，但增加的商品几乎全部为本土品牌，而获批跻身采购名单的外国科技产品数量下滑了1/3。

其中，思科可谓是首当其冲。据路透社统计，2012年，中国中央政府采购中心的名单上共有60款思科产品，而这一数字在2014年采购名单中骤降为零。针对此事，思科在向北京商报记者发出的官方回应中并未就具体原因做出说明，只表示“思科在中国的立足之本非常稳健”。

“不难理解，思科的出局主要原因就是中国对信息安全战略的考量，自‘棱镜门’在全球曝光以来，思科卷入其中，甚至被质疑有‘帮凶’嫌疑，因此包括中国在内的各国开始提高对思科等美国企业的警惕，愈加重视国家网络信息安全，因此减少对思科网络设备的使用，政府采购名单将其剔除也在情理之中。”通信专家项立刚在接受北京商报记者采访时如是说道。

中国区业绩受挫

观察人士指出，政府采购的这一风向标发出后，不久后关乎国计民生的中国大型国有企业以及地方政府在采购时很可能也会跟进，其结果就是思科将在中国政府企业市场上遭受重大流失，这对身处转型期的思科来说显然是一个不小的创伤。

北京商报记者在梳理思科近几个财季的财报时注意到，尽管2015财年第二财季（截至2015年1月）净利增长67.7%，数字好看的主要原因是去年同期净利仅14亿美元，而在此之前，思科净利已连续五个财季同比下跌。

其中，在近六七个财季里，思科在中国、俄罗斯等新兴市场的业绩持续低迷，增长停滞，对整体业绩增长造成拖累，尽管思科方面并未给出其在中国市场的具体营收盈利数据，但思科CEO钱伯斯在解读财报时却多次提及新兴市场表现不如人意。

值得一提的是，思科近年来包括CEO在内的高管人员在公开场合中也多次向公众澄清思科并未参与美国政府的“棱镜”项目，其中也强调并未在其路由器中“开后门”监听中国政府和消费者。由此也可以看出思科因“棱镜门”事件在中国市场面临的业绩压力。而此番被剔除出中国政府采购名单，自然对其在中国的发展雪上加霜。

国产化成大趋势

在项立刚看来，在国家信息安全战略实施下，今后越来越多的美国品牌会在政府采购名单中被边缘化，甚至像思科一样被剔除出去。鉴于此，其他尚在采购名单中的外国品牌恐怕也得小心了。

与此同时，政府采购会向国产品牌倾斜，予以扶持，这既是出于信息安全的考量，另一方面更为重要的是，华为、中兴通讯等国产厂商在网络设备制造、软件服务及解决方案等领域的竞争力也在增强，逐渐摆脱对外国产品的依赖。

早在去年5月，中央国家机关政府采购中心就明确表示，要求所有计算机类产品不允许安装微软的 Windows8 操作系统。另外，中央政府采购中心还将英特尔旗下的迈克菲安全软件、赛门铁克、卡巴斯基等外国产品排除在采购名单之外。

专家指出，在政策导向和市场环境利好的环境下，国产厂商应该把握住机会进一步推动产品和技术创新，增强自主竞争力，以期未来全面摆脱对外国巨头的依赖。

来源：《北京商报》2015年02月27日

市场服务

【数据参考】

工信部：2015年1月4G手机出货量3611.7万部

据中国信息通信研究院发布的《2015年1月国内手机市场运行分析报告》显示，2015年1月份，全国手机市场整体出货量为4706.1万部，其中2G手机出货量625.6万部，3G手机出货量为468.8万部，4G手机出货量为3611.7万部。

图1：2014年1月至2015年1月国内手机出货量情况



2015年1月，上市手机新机型163款，其中2G手机48款，3G手机10款4G手机105款。

来源：通信世界网 2015 年 02 月 27 日

2015 年 1 月份通信业经济运行情况

1 月份，我国三家基础电信企业通信业务运行稳中趋缓，收入增长继续呈下滑趋势。

一、总体情况

电信业务总量保持高速增长。1 月，三家基础电信企业电信业务总量完成 1695.3 亿元，同比增长 20.1%，比上年同期增速高 3.1 个百分点；电信业务收入完成 884.2 亿元，按可比口径测算同比增长 2.9%。



图 12014-2015 年 1 月电信业务总量与业务收入发展情况

二、电信用户发展情况

1 月，4G 呈高速增长态势，净增超过 2000 万。光纤接入 FTTH/0 用户突破 7000 万，8M 以上宽带用户占比达 42.7%。

移动电话用户结构加速升级，移动宽带用户总数突破 6 亿户。1 月，移动电话用户净增 439.1 万户，比上年同期净增数减少 176.6 万户，用户总数超过 12.9 亿户。移动电话用户结构加速升级，2G 和 3G 均呈加速向 4G 用户升级转换趋势。移动宽带用户（3G/4G）净增 2037.9 万户，总数突破 6 亿户，达到 6.03 亿户，在移动电话用户总数占比提升至 46.7%，较上年末提高 1.4 个百分点。其中，3G 用户当月减少 21 万户，4G 用户净增 2058.9 万户，总数达到 1.18 亿户，在移动电话用户占比 9.1%。



图 2. 2014-2015 年 1 月移动宽带用户当月净增数和总数占比情况

固定宽带用户提速升级效果显著，光纤接入 FTTH/O 用户突破 7000 万户。1 月，三家基础电信企业互联网宽带接入用户净增 144.5 万户，总数达到 2.02 亿户。宽带城市建设继续推动光纤接入的普及，光纤接入 FTTH/O 用户达到 7200.2 万户，比上年末新增 368.7 万户，占宽带用户总数的比重达到 35.7%。同期 xDSL 宽带用户比上年末减少 258.5 万户，占宽带用户总数的比重下降至 43%。“宽带中国”战略的加速推进，宽带提速效果显著，高速率宽带占比快速提升。8M 以上宽带用户总数达 8618.1 万户，占宽带用户总数的比重达 42.7%，比上年末增加 1.8 个百分点。20M 以上宽带用户总数占宽带用户总数的比重达 11.8%，比上年末增加 1.4 个百分点。

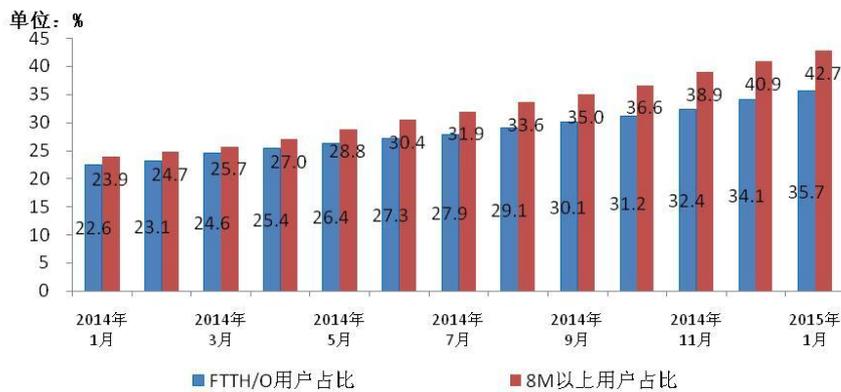


图 3. 2014-2015 年 1 月光纤接入 FTTH/O 和 8M 以上宽带用户占比情况

移动互联网用户稳步增长，IPTV 用户规模突破 3400 万户。1 月，移动互联网用户总数净增 492 万户，总数达到 8.8 亿户，同比增长 5.1%。其中使用手机上网的用户达到 8.39 亿户，对移动电话用户的渗透率达到 65%，与上年同期持平。无线上网卡用户规模稳定在 1700 万户左右，主要集中在北上广和山东、江苏等省，占比将近一半。“三网融合”推广稳步推进，IPTV 用户净增 106.4 万户，总数达到 3470.1 万户。

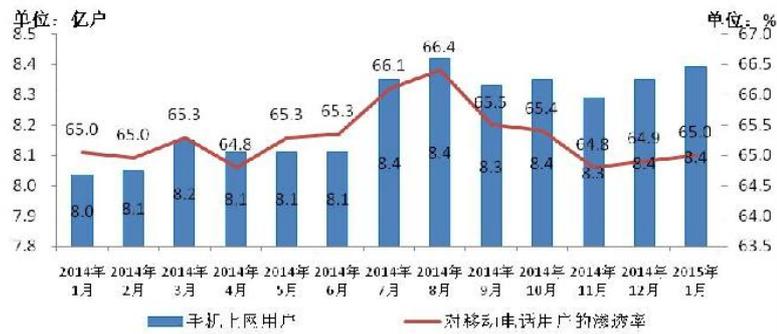


图 4 2014-2015 年 1 月手机上网用户和对移动电话用户渗透率情况

三、电信业务使用情况

移动电话通话量首现负增长，国际漫游通话降幅最大。在移动电话用户日益饱和，互联网 OTT 应用对话音业务加速替代的影响下，1 月，全国移动电话去话通话时长完成 2378.3 亿分钟，同比下降 3.5%，首次出现负增长。其中，移动非漫游、国内漫游、国际漫游和港澳台漫游去话通话时长全面出现负增长，分别同比下降 3.5%、3.9%、7.1%和 4.3%。移动电话通话量和移动电话用户增速差距由逐步缩小变成迅速拉大，相差高达 8 个百分点。



图 5. 2014-2015 年 1 月移动电话通话量和移动电话用户同比增长比较

移动短信业务量收加速下降，移动彩信量保持快速增长。1 月，全国移动短信业务量完成 609.5 亿条，同比下降 17.1%。由移动电话用户主动发起的点对点短信量受上年同期春节因素影响，出现断崖式降幅，同比下降 46.1%，占移动短信业务量比重由上年同期的 59.4%降至 38.6%。移动短信业务收入同比下降 25.1%，收入规模同比减少 10.6 亿元。移动彩信业务量则同比增加 10.5%，发送总量 55.1 亿条。

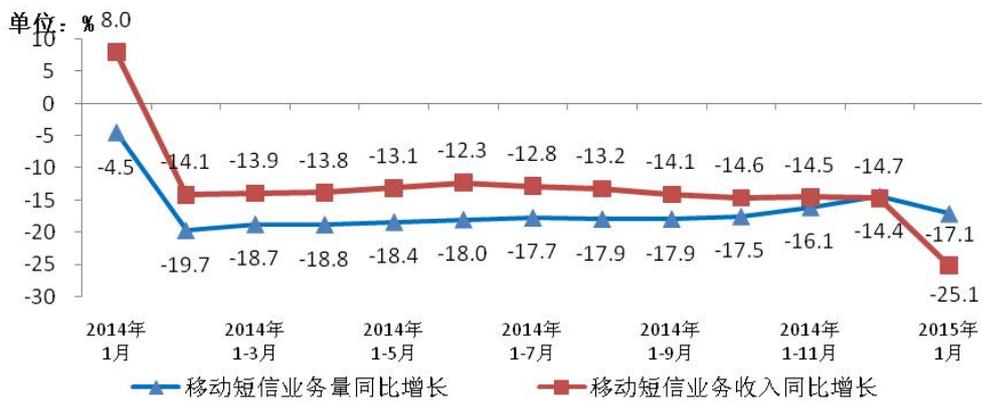


图 6. 2014-2015 年 1 月移动短信业务量和移动短信收入同比增长情况

移动互联网单月流量创新高，手机上网流量实现翻倍增长。受 4G 移动电话用户快速增长和流量套餐资费持续下降等影响，移动互联网接入流量呈现爆发式增长。1 月，移动互联网接入流量达 2.47 亿 G，同比增长 86%，再创单月移动数据流量历史新高。月户均移动互联网接入流量达到 287.9M，同比增长 74.4%。手机上网流量达到 2.2 亿 G，实现翻倍增长，在移动互联网总流量中的比重达到 89.1%，成为推动移动互联网流量高速增长的主要因素。固定互联网使用量同期保持较快增长，固定宽带接入时长达 3.98 万亿分钟，同比增长 27.4%。



图 7. 2014-2015 年 1 月移动互联网接入流量和户均流量比较

四、电信经济效益

固定和移动通信业务收入增速差异明显，话音业务收入占比不足三分之一。1 月，三家基础电信企业移动通信业务实现收入 631.4 亿元，按可比口径测算同比增长 1.2%，比上年同期下降 9.9 个百分点，占电信业务收入的比重达到 71.4%，比上年下降 1.1 个百分点。固定通信业务实现收入 252.8 亿元，按可比口径测算同比增

长 7%，比上年同期提高 2.8 个百分点。话音业务收入占电信业务收入的比重降至 32.9%，其中移动话音各项业务收入的下降幅度均超过 10%（按可比口径测算），占移动通信业务收入比重只有 40.2%。

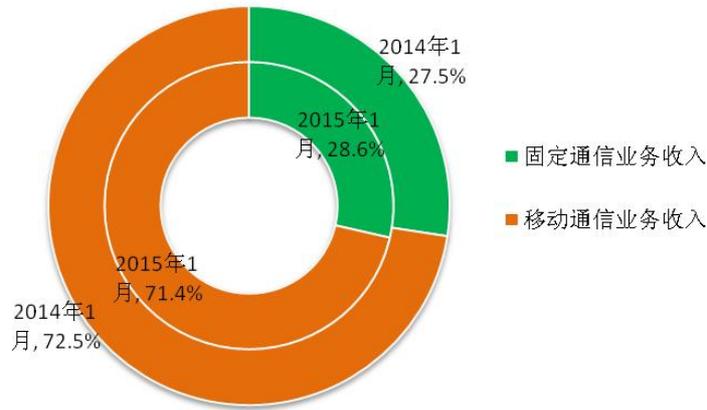


图 8 2015 年 1 月电信业务收入结构占比情况 (固定和移动)

数据业务收入稳定增长，移动数据及互联网收入占比快速提升。1 月，三家基础电信企业固定数据及互联网业务收入实现 129.6 亿元，按可比口径测算同比增长 6%，增速比上年同期下降 1.8 个百分点，固定宽带用户增长乏力导致互联网宽带接入业务收入增长减速。移动数据及互联网业务收入实现 213.7 亿元，按可比口径测算同比增长 33.4%，比上年同期下降 16.2 个百分点，收入增速与移动互联网流量增速差超过 50 个百分点。移动数据及互联网业务收入在电信业务收入中占比达到 24.2%，比上年同期提高 5.1 个百分点，拉动电信业务收入增长 6.2 个百分点，继续蝉联收入增长第一引擎。

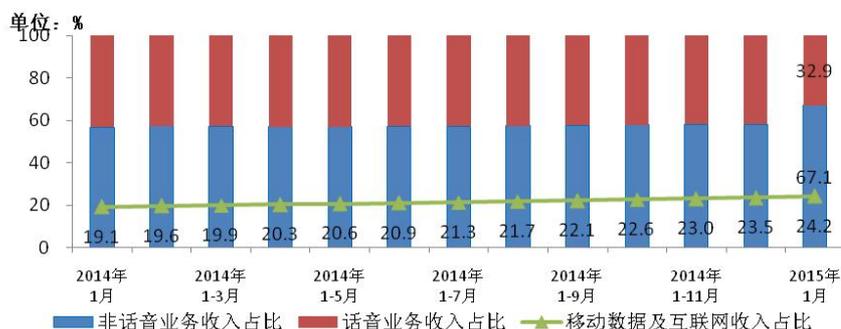


图 9 2014 年-2015 年 1 月语音、非语音、移动数据及互联网收入占比情况

五、地区发展情况

1 月，西部地区电信业务收入增速继续保持领先，中部地区增速最低，且增速

回落幅度最大。东、中、西部地区电信业务收入按可比口径同比分别增长 0.6%、0.3%、2.1%，比上年同期增速分别回落 6.9、9.4、9.2 个百分点。东部地区收入占比达到 53.9，比上年同期小幅下降 0.1 个百分点。

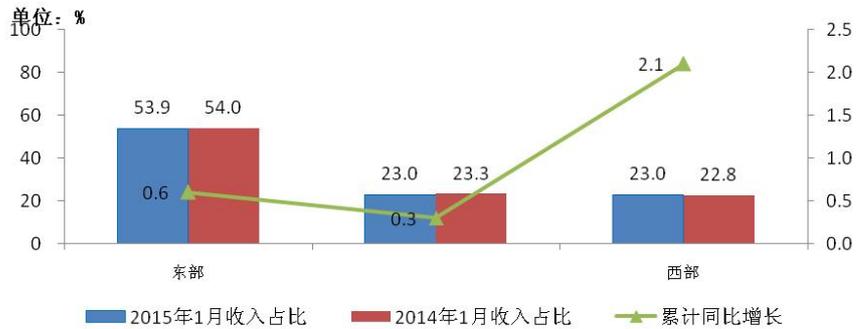


图 10 2015 年 1 月东、中、西部电信主营业务收入同期比较

1 月，东、中、西部地区移动宽带用户分别比上年末净增 570.5、796、671.4 万户，中西部地区的净增用户均超过东部，可见未来移动宽带用户发展的潜力逐步自东向西转移。东中西部地区移动宽带用户普及情况几乎无差异，西部地区移动宽带用户渗透率高达 47%，分别比东部和中部地区高 0.1、0.9 个百分点。各省间移动宽带用户渗透率差异较小，渗透率高于 50%的省份接近三分之一，其中陕西超过北京居全国首位，且唯一超过 60%的省份，贵州渗透率最低，达到 38.7%。

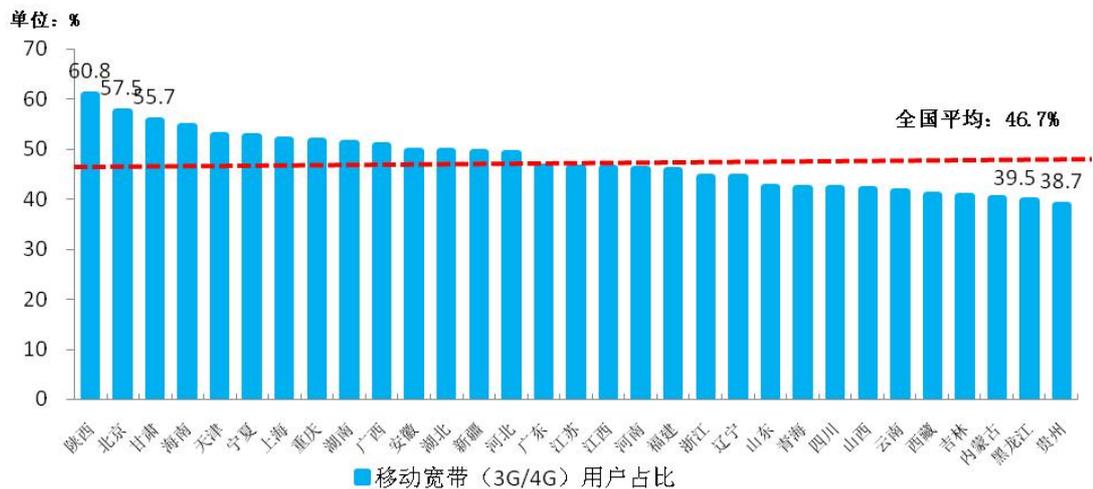


图 11. 2015 年 1 月移动宽带 (3G/4G) 用户渗透率各省分布情况

来源：运行监测协调局 2015 年 02 月 16 日

2015年1月通信业主要指标完成情况（一）

指 标 名 称	单 位	本年本月止 累计到达	比上年同 期 累计(±%)	本月
营业收入	亿元	1096.7	-2.4	1096.7
其中：电信业务收入	亿元	884.2	2.9	884.2
固定资产投资完成额	亿元	107.8	-9.4	107.8
固定本地电话通话时长合计	万分钟	2063746.2	-9.9	2063746.2
固定长途电话通话时长合计	万分钟	443061.3	3.7	443061.3
移动电话通话时长合计(含本地)	万分钟	23783276.8	-3.5	23783276.8
移动电话国内长途通话时长	万分钟	4393844.8		4393844.8
移动电话国际电话通话时长	万分钟	11370.9		11370.9
移动短信业务量	万条	6094927.5	-17.1	6094927.5
移动互联网接入流量	万G	24674.7	86.0	24674.7

注：1、电信业务收入增长率按可比口径计算。

2、固定长途电话通话时长和移动电话通话时长均包含相应的IP电话通话时长。

3、通话时长各项指标均为去话通话时长。

来源：运行监测协调局 2015年02月16日

2015年1月通信业主要指标完成情况(二)

指 标 名 称	单 位	本 月 末 到 达	比 上 年 末 净 增	本 月 净 增
固定电话用户合计	万户	24814.6	-128.5	-128.5
城市电话用户	万户	17956.6	328.6	328.6
农村电话用户	万户	6858.0	-457.1	-457.1
移动电话用户合计	万户	129048.5	439.1	439.1
其中：3G用户	万户	48504.5	-21.0	-21.0
4G用户	万户	11787.2	2058.9	2058.9
互联网宽带接入用户	万户	20192.8	144.5	144.5
其中：xDSL用户	万户	8680.2	-258.5	-258.5
移动互联网用户	万户	88014.1	492.0	492.0
固定电话普及率	部/百人	18.3		
移动电话普及率	部/百人	94.5		

来源：运行监测协调局 2015年02月16日

2015年1月电话及互联网宽带用户分省情况

	固定电话			移动电话
	合计	城市电话	农村电话	
全 国	24814.6	17956.6	6858.0	129048.5
东 部	13422.7	9626.8	3795.9	63866.4
北 京	828.8	670.1	158.7	4134.5
天 津	363.9	360.8	3.1	1340.2
河 北	1079.9	820.5	259.5	6257.1
辽 宁	1145.6	748.8	396.8	4530.8
上 海	835.0	835.0	0.0	3298.1
江 苏	2117.4	1256.0	861.4	8068.0
浙 江	1625.5	1172.8	452.6	7381.3
福 建	930.9	531.9	399.0	4242.9
山 东	1382.5	873.7	508.9	8708.2
广 东	2942.7	2233.9	708.8	14992.6
海 南	170.5	123.4	47.1	912.6
中 部	6058.1	4266.4	1791.7	33737.4
山 西	550.6	424.2	126.5	3334.4
吉 林	575.3	440.9	134.4	2630.8
黑 龙 江	640.8	539.4	101.4	3484.3
安 徽	829.1	540.1	288.9	4225.8
江 西	577.5	368.0	209.5	2949.1
河 南	1133.9	715.3	418.6	7760.1
湖 北	907.9	637.1	270.8	4602.1
湖 南	843.0	601.5	241.5	4750.7
西 部	5333.7	4063.3	1270.4	31444.1
内 蒙 古	358.2	301.8	56.4	2649.7
广 西	496.9	346.4	150.5	3571.0
重 庆	580.5	445.5	135.1	2600.8
四 川	1307.6	938.2	369.4	6711.1
贵 州	337.4	268.2	69.2	2885.5
云 南	421.5	319.1	102.4	3754.3
西 藏	34.3	33.9	0.4	267.8
陕 西	740.2	561.1	179.2	3628.5
甘 肃	341.9	271.5	70.4	2069.6
香 港	100.0	87.4	12.6	546.1
宁 夏	101.7	88.7	12.9	684.1
新 疆	513.6	401.5	112.0	2075.5

来源：运行监测协调局 2015年02月16日

2014年手机行业发展回顾及展望

2014年，世界经济延续复苏态势，消费电子市场保持小幅增长，手机在智能机快速增长、新兴市场加快普及等因素带动下延续增长态势。我国手机企业抓住良好

的发展机遇，带动行业产销继续提升，外贸稳步增长，国内品牌的全球市场份额快速提升，效益进一步提高，为电子信息行业的发展起到了积极的支撑作用。

一、基本情况

(一) 产量保持平稳增长

2014年，我国手机整体产量达到16.3亿部，同比增长6.8%。从产量增速走势来看，除年初受节日因素影响增幅较小外，3月后增速均保持在两位数以上。进入下半年，增速逐月下降。

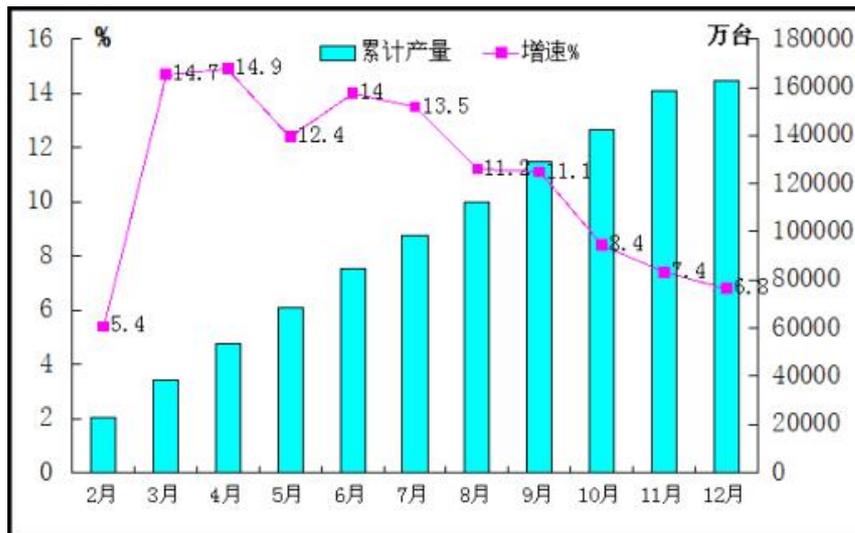


图 12014 年我国手机累计产量情况

(二) 外贸出口保持增长

2014年，我国手机出口量和出口额呈同步增长态势。据海关统计，我国手机出口13.1亿部，同比增长10.5%；出口额1153.6亿美元，同比增长21.3%，高于电子信息产品整体出口增速20个百分点。从出口额增势来看，一季度手机出口增长较为缓慢，二季度后增速有所回升，四季度增速进一步提高，稳定在15%以上。



图 22014 年我国手机累计出口额情况

(三) 效益规模稳步提升

2014 年，我国通信终端设备制造业实现主营业务收入 12241.4 亿元，同比增长 16.8%；实现利润总额 396.5 亿元，同比增长 14.7%；税金 178.5 亿元。行业平均利润率为 3.2%，低于电子制造业平均水平 1.7 个百分点。从走势来看，通信终端设备制造业收入增势平稳，增速保持在两位数以上。

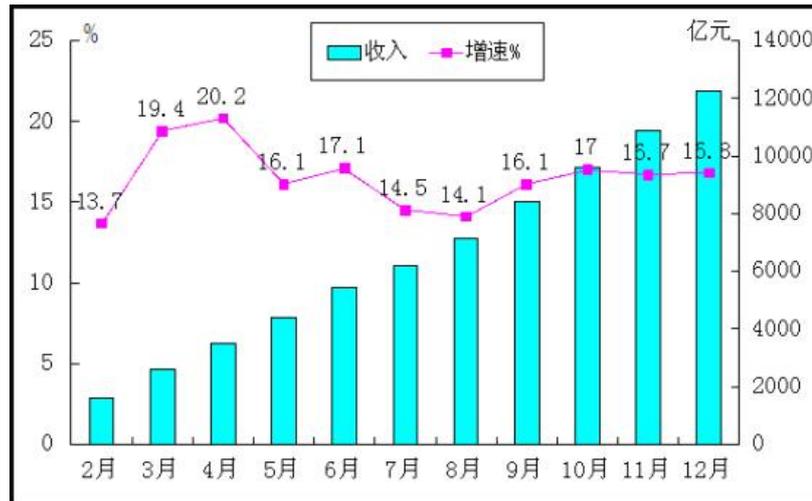


图 32014 年我国通信终端设备制造业收入情况

(四) 行业投资高位运行

2014 年，通信终端设备制造业 500 万元以上项目完成固定资产投资 569 亿元，同比增长 31%，高于电子制造业平均水平 19.7 个百分点。从投资增速来看，呈 V 型走势，二季度增长较为缓慢。从投资领域来看，投资重点集中在设计和软件开发等环节。

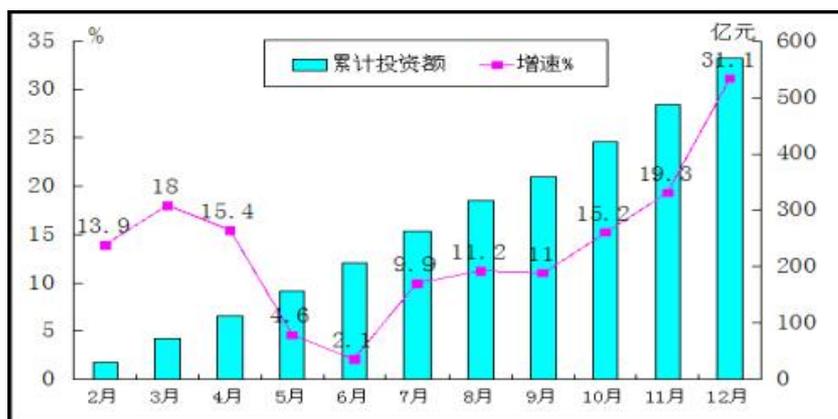


图 42014 年我国通信终端设备制造业投资完成情况

二、运行特点

(一) 产量增速明显放缓，4G 手机出货量持续扩大，智能手机占比进一步提升
2014 年是 4G 正式商用的第一年，也是国内手机向 4G 转型的重要一年。全年生

产手机 16.3 亿部，同比增长 6.8%，与 2013 年同期相比，增速回落 16.4 个百分点。手机产量增速放缓显示出我国手机市场正在趋于饱和状态，预示着多年来手机行业的规模快速扩张道路已接近尾声，转型升级、开辟海外市场空间及新兴融合需求空间是企业发展的当务之急。

同时，国内市场手机整体出货量有所下降，但 4G 手机爆发式增长势不可挡。全年手机出货量为 4.52 亿部，同比下降 22%。但同时 4G 手机出货量在持续扩大。从 9 月份开始，4G 出货量超过 50%。全年 4G 手机出货量为 1.71 亿部，占比为 37.8%。

2014 年，智能手机出货量为 3.89 亿部，同比下降 8.2%，市场占有率为 86%，比去年提高 12.9 个百分点。

（二）跨界合作趋势进一步增强

在移动互联网时代，手机制造企业与互联网企业的合作日趋紧密，如腾讯、百度、阿里、360 和乐视等纷纷与手机企业联手合作，以达到创新营销和巩固渠道的目的。如腾讯与互联网手机品牌大 Q 开展基于 QQ 空间营销的合作；百度提出 BaiduInside 计划，将在智能硬件生态链上输出技术能力；阿里借助魅族的 MX4，推出搭载基于阿里 YunOS 底层的 Flyme 系统手机；360 向酷派投资 4 亿美元，并与其成立合资公司，欲借助手机弥补其在移动平台的弱势。可以说，目前的手机行业已经不单单是一个制造行业，而是集开发、制造、服务于一体的平台型行业。

（三）国内企业纷纷创建子品牌

2014 年我国手机企业创立了大批新的子品牌，知名手机厂商创立的子品牌接近两位数。这显示出三个方面的趋势，一个是传统厂商向电商化发展，另一个原有小众品牌增加产品线的厚度，再一个就是从代工转向品牌之路。总体而言，2014 年的手机市场可谓是百花齐放，但也预示着 2015 年行业将会有一轮新的洗牌过程，竞争将更加激烈。

三、值得关注的问题

（一）谨慎应对国产品牌份额提升

2014 年全球智能手机出货量排名中，前十位中有 6 家是中国品牌。由此可见，国产手机品牌在全球手机市场具有举足轻重的地位。在 4G 时代，国内品牌手机已经对国际大品牌手机造成了很大冲击，如酷派挤掉三星成为 4G 市场份额第一名，华为中兴联想以及 oppo 发力 4G，将对苹果三星索尼等国际品牌的市场份额进一步冲击。国内品牌通过走出去战略，内外结合，将有可能彻底改变全球智能手机市场格局。而三星、苹果、LG、HTC 等国际传统品牌仍拥有强大的技术实力和品牌号召力，国产品牌在份额提升的同时，更应注重产品质量、品牌培育，稳扎稳打，才能在新一轮的竞争中超越国外品牌。

（二）测试与售后环节重视力度不够

智能手机快速发展,手机功能趋于多样化,随之而来的是质量问题进一步凸显。手机频频出现死机、黑屏等问题,根本原因在于厂商对于产品测试环节不够重视。研发能力较弱的厂商,测试人员测试能力偏弱或责任心不够,可能会降低测试用例的数量,压缩研发周期。从售后服务环节来看,许多手机维修企业还不具备相应的维修资质,管理水平、服务理念、维修质量等方面的严重不足,损害了消费者利益。消费者对于售后服务表现出了极端的的不信任。形成了消费者不满,“三包”不管,问题难解决的尴尬局面。生产企业重生产,轻测试,缺服务的做法,严重影响了国产品牌手机的健康发展。

(三) 行业效益水平有待提高

2014年,手机行业平均利润率为3.2%,低于电子制造业平均水平1.7个百分点。近两年随着国产手机企业的崛起,市场竞争加剧使产品价格不断下降,在一定程度上影响了手机产业的利润。更重要的是外资品牌更加注重产品质量细节,在原材料成本控制上不打折扣,赢得了品牌效应,利润空间大。不少国产厂商没有严格按照标准执行,品质控制环节不严,缺乏品牌效应,看重微薄的盈利而损失巨大的利润空间是国产手机企业发展中的共性问题,亟待引起关注。

四、发展趋势

(一) 全球智能机市场保持两位数增长

随着全球电信运营商陆续投入LTE商用网络业务,引领智能型手机、平板计算机、穿戴式装置等智能终端的市场蓬勃发展。据研究机构预测,2015年全球智能型手机出货量将达14.67亿部,年增14.79%,其中新兴市场为主要成长动力。随着智能手机快速低价化,2015年成长最快速的地区为印度、拉美、中东非洲等地区。2015年高阶手机市场成长空间将持续缩小,600美元以上的智能手机出货量仅占整体智能手机18%,而300美元以下智能机出货量占比将达到37%,智能型手机朝低价化发展已成为必然趋势。

(二) 国内市场4G网络带动效应突出

2014年,我国移动电话用户净增5698万户,其中,移动宽带用户(3G和4G)净增达到1.81亿户,总数达到5.83亿户,在移动电话用户总数占比由上年末的32.7%提升至45.3%。4G用户继续保持高速增长态势,12月净增突破2100万户,再创新高。呈现2G用户直接向4G用户迁移趋势。预计在2015年,仍有大量的2G和3G用户向4G转移,将拉动国内手机市场需求增长。

综合上述因素,2015年,我国手机行业在国际和国内市场积极因素带动下,规模仍将保持一定幅度增长,但受行业竞争不断加剧等因素影响,产销增速将较为平稳。

来源：运行监测协调局 2015 年 02 月 27 日

2014 年计算机行业发展回顾及展望

2014 年，计算机行业整体处于低迷态势，微型计算机产量和出口持续下滑，全行业效益增长放缓；产品结构不断调整，硬件移动化势头不减；重点企业转型整合，行业需要更多创新和突破。长期来看，计算机作为未来核心计算设备的功能不会改变，随着新技术的突破，计算机行业将迎来新的发展机遇。

一、运行情况

(一) 产量出现下滑，销售产值增速放缓

2014 年，我国累计生产微型计算机 3.51 亿台，下滑 0.8%；其中笔记本电脑 2.27 亿台，下降 5.5%。计算机全行业实现销售产值 22729 亿元，同比增长 2.9%，低于电子信息制造业全行业增速 7.4 个百分点，低于上年 2.6 个百分点。



图 12014 年我国计算机行业销售产值增长情况

(二) 出口降幅扩大，平板电脑出口数量占一半以上

据海关统计数据显示，2014 年我国微型计算机实现出口额 1147.8 亿美元，同比下降 2.5%，降幅比上年扩大 1.2 个百分点。出口的微型计算机中，平板电脑的数量比重上升到 53.8%，但出口金额比重仅占 28.6%；台式微机的比重下降至 2.8%，比下年继续下滑 0.2 个百分点。全年走势看，出口额呈缓步回升态势。

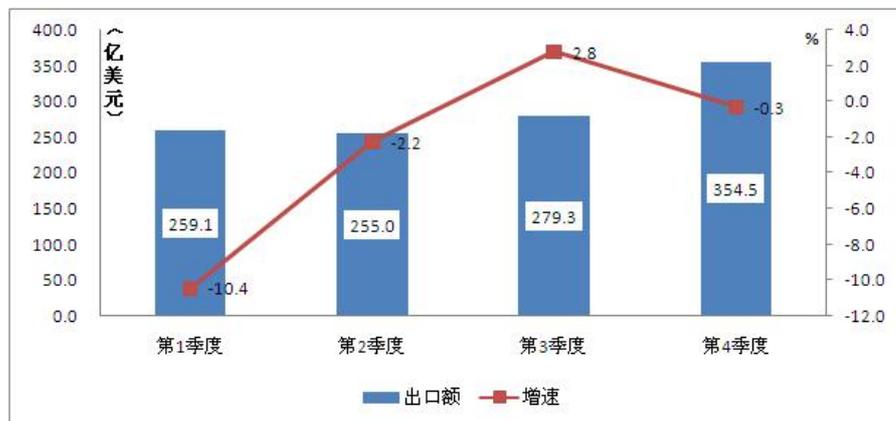


图 22014 年我国计算机行业出口增长情况

(三) 主营业务收入成本上升，效益增长持续放缓

2014 年，我国计算机行业完成主营业务收入 23222 亿元，同比增长 2.7%，比上年下降 2.7 个百分点；实现利润总额 699.6 亿元，同比增长 5%，比上年下降 7 个百分点。计算机行业每百元主营业务收入成本为 95.6 元，比上年提高 2.6 元，远高于全行业 88.4 元的成本水平；销售利润率 3%，比上年下降 0.2 个百分点，低于全行业 1.9 个百分点。



图 32010-2014 年我国计算机利润增长情况

(四) 固定资产投资增长低迷，计算机整机下滑严重

2014 年，我国计算机行业完成固定资产投资 859 亿元，同比增长 4.3%，增速比上年回升 2.5 个百分点，但仍低于全行业平均水平 7.1 个百分点。其中计算机整机领域的固定资产投资下滑严重，同比下降 34.6%；零部件制造领域的固定资产投资增长 34.1%。



图 42010-2014 年我国计算机固定资产投资增长情况

(五) 产品结构不断调整，移动化趋势持续

微型计算机市场中，传统的台式电脑和一体电脑，虽然市场份额有限，占比已经降至低于 20%，但仍是商用电脑市场的主力军，产销量较为稳定，根据国内零售市场的监测数据显示，2014 年台式电脑的销量同比增长超过 20%。在消费领域，便

携、移动、娱乐等趋势主导市场，笔记本电脑大量取代传统大电脑的同时，受市场饱和、创新产品不足及平板电脑的替代分流等因素的影响，笔记本电脑的产销量下跌幅度超过 5%，但在微型计算机产量中的占比仍达 65%；平板电脑的销量增长 10% 左右，但增速比上年有较大下降，价格下降也较快。

二、值得注意的问题

（一）整机市场萎缩显著，重点企业加快整合转型

由于移动设备的替代，消费者对购买台式机和笔记本电脑的兴趣大幅降低，整机市场特别是消费类整机市场萎缩速度已超过预期。国际咨询机构 IDC 的数据显示，2008 年第四季度全球个人电脑出货量出现拐点后，这一市场已不可避免地进入下滑。从国内看，整机产量和行业收入的拐点出现在 2012 年，增速迅速下降，2013 和 2014 年则真正陷入负增长。面对不利的市场形势，国际厂商纷纷做出调整，2014 年初索尼宣布出售自己的 PC 业务；惠普将个人电脑和打印机业务单独拆分出来；国内企业则出现小企业退市、大企业整合转型的情况。我国计算机整机行业的企业个数由 2008 年的 185 家，下降为 2014 年 160 家，实际有 PC 整机产出的企业不到 100 家，其中 90% 以上为代工企业；国内品牌整机企业除联想外，长城、海尔、同方等产量都在迅速萎缩，转向其他业务发展；联想正努力向利润更高也更有发展前景的移动业务、企业级和云服务业务市场转型；由于利润率不断下滑，台湾各代工厂纷纷另谋出路，投资核心业务以外的领域，如隐形眼镜生产、塑料回收等，如和硕联合（Pegatron）和纬创（Wistron）来自笔记本电脑业务的收入不到总收入的一半。

（二）企业创新不被市场认可，“缺芯”限制发展

近几年来，个人计算机领域创新亮点缺乏，笔记本电脑方面只有超级本得到了关注，而平板电脑只是向更轻薄的方向进行了拓展，其他一些创新如人脸识别、双显卡等都未得到市场认可，创新不足或者说创新不到位已经制约个人计算机市场的发展，再加上智能手机、可穿戴设备的崛起，更是对个人计算机市场形成了冲击。创新不足究其深层次原因，就在于包括联想、戴尔、华硕、惠普在内的主要计算机企业，都不掌握核心的芯片技术，多年来的发展都过分依赖英特尔。自主技术是一切创新的基石，进入行业发展成熟期更为明显。只有拥有自主的芯片技术，才能从根本上找到创新的立足点和突破点，而不只是拘泥于表面化的产品设计和简单的功能变化。

三、下一步形势展望

（一）市场仍在下滑，但幅度已经开始放缓

从市场总量上看，PC 行业的需求一直处于缓慢的下滑状态，企业对新 PC 的需求在减弱。根据 2014 年 9 月市场研究公司 TNS 实施的调查，发现 PC 仍然是工作中

最常用的设备，但是在美国雇员中 PC 使用量已从 2011 年的 84% 下降至 2014 年的 71%；移动商务设备如智能手机、平板在户外工作中发挥更大作用，进一步模糊了工作和生活之间的界限。

根据 IDC 的分析和预测，2014 年全球 PC 出货量为 3.086 亿台，较上年下降 2.1%，降幅小于此前的预期，预计 2015 年 PC 出货量将实现正增长。其中，上调笔记本电脑出货量预期，2 合 1 产品复合增长率将超 30%。全球来看，新兴市场的年需求量依旧在不断上升，无疑会对下一阶段全球 PC 行业的增长带来利好。

（二）智能化趋势，为计算机行业提供新的机遇

以智能化穿戴设备、超高清智能电视、智能型家居产品为主角的未来物联网技术，也将为消费类 PC 行业提供新的机遇和出路。实际上，任何一款智能化设备都不能脱离物联网和云计算这两层底层技术环境而独立存在，在这个应用环境下，任何设备都只能是一个技术节点，包括 PC 在内。由于这样的使用前景，PC 反而可能以一种前所未有的姿态重新焕发生机，PC 会是未来计算环境中的核心设备。

（三）游戏本发展迅猛，为整机市场带来新的亮点

在过去的一年里，新增的笔记本品牌几乎全是游戏品牌，如雷神、机械师、机械革命、战神……都是在 2014 年里从默默无闻做到声名鹊起，传统板卡厂商也十分看好游戏市场，msi、技嘉都推出了自有品牌游戏本，msi 更是在国内市场增长较快。在 PC 市场整体下滑的 2014 年，游戏本一枝独秀，让厂商们看到了市场的新亮点。基于游戏本的爆发式增长，英伟达推出了有利于游戏本功能改进的 9 系显卡，在加强笔记本显卡性能同时，降低功耗，为游戏本发展提供了新的可能性。

（四）国产化替代浪潮，为国内计算机市场增加新动力

2014 年，我国信息安全相关政策频繁推出，从重要部门招标禁用 Windows8 系统，到即将推出“网络安全审查制度”，再到有关金融行业将全面落实国产化替代等，软硬件国产化进程有望加速，国产 IT 厂商即将迎来重要发展机遇。自主可控的信息安全体系需从硬件、基础软件、行业应用软件乃至行业解决方案全面实现国产化，其中硬件设备是能够最快实现国产化的领域，无论是国产终端、服务器还是 ATM 等应用设备的推广应用，都将为我国计算机行业未来一段时间的发展提供新的市场与动力。

综上所述，2014 年我国计算行业整体较为低迷，面临的市场环境和经营困难也较多，且短期内改善较为困难，但长期来看随着全球新兴市场需求释放、国产化推进和技术创新的发展，行业仍蕴含着可观的发展机会。

来源：运行监测协调局 2015 年 02 月 27 日

2014年集成电路行业发展回顾及展望

2014年,在国家一系列政策密集出台的环境下,在国内市场强劲需求的推动下,我国集成电路产业整体保持平稳较快增长,开始迎来发展的加速期。随着产业投入加大、技术突破与规模积累,在可以预见的未来,集成电路产业将成为支撑自主可控信息产业的核心力量,成为推动两化深度融合的重要基础。

一、运行情况

(一) 产销保持稳定增长

2014年,我国重点集成电路企业主要生产线平均产能利用率超过90%,订单饱满,全年销售状况稳定。据国家统计局统计,全年共生产集成电路1015.5亿块,同比增长12.4%,增幅高于上年7.1个百分点;集成电路行业实现销售产值2915亿元,同比增长8.7%,增幅高于上年0.1个百分点。



图1 2008-2014年我国集成电路行业增长情况

(二) 进出口形势低迷

根据海关统计数据,2014年,我国集成电路产业实现出口609亿美元,同比下滑30.6%;从全年走势看,出口降幅逐步缩小,呈逐步回升态势。实现进口2176亿美元,同比下滑5.9%。贸易逆差1567亿美元,同比增长9%,增速比上年提高5.5个百分点。

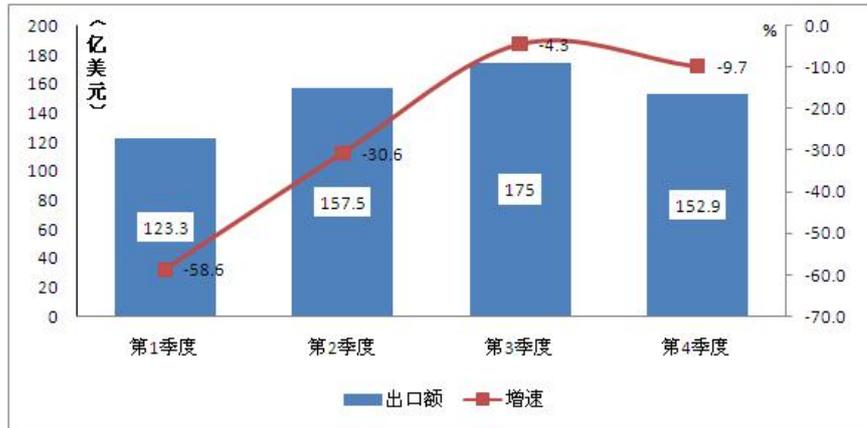


图 2 2014 年我国集成电路出口情况

(三) 内销市场占比提高

2014 年，我国集成电路产业完成内销产值 1011 亿元，同比增长 9.9%，高于全行业增速 1.2 个百分点，内销比例达到 34.7%，比上年提高 0.4 个百分点。从全年走势看，内销产值增速呈下降态势，全年增速低于上半年 5.9 个百分点。



图 3 2014 年集成电路产业内销产值增长情况

(四) 新增固定资产大幅增加

2014 年，我国集成电路产业完成固定资产投资额 644 亿元，同比增长 11.4%，增速比上年（68%）下降 56.6 个百分点。集成电路产业全年新增固定资产 554 亿元，同比增长 103.4%，高于电子信息全行业 84.7 个百分点；新开工项目数 144 个，同比增长 0.7%，占全行业新开工项目数的 1.8%。



图 4 2008-2014 年我国集成电路固定资产投资增长情况

(五) 经济效益不断向好

2014 年，我国集成电路产业实现销售收入 2672 亿元，同比增长 11.2%，比上年提高 3.6 个百分点；利润总额 212 亿元，同比增长 52%，比上年提高 23.7 个百分点；销售利润率 7.9%，比上年提高 1.8 个百分点；每百元主营业务收入中的成本为 85.7 元，比上年下降 1.2 元；产成品存货周转天数为 12 天，低于全行业 1.3 天。

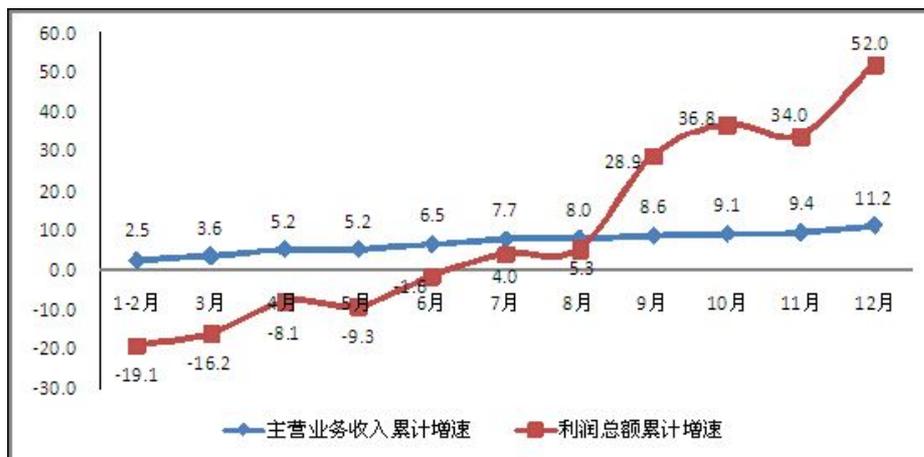


图 5 2014 年我国集成电路行业经济效益增长情况

(六) 产业结构良性调整

2014 年，我国集成电路设计业收入增长 19%，增速与上年基本持平，占全行业比重持续提升，重点企业快速成长，如展讯营业收入达 12 亿美元，增长 20%，在 2014 年完成对迪锐科的整合后，总营收达到 15 亿美元；晶圆制造业增长速度低于设计业，但重点企业接单能力、盈利能力进一步提升，如中芯国际于 2013 年扭亏为盈后，今年连续 10 个月实现盈利；封装测试业取得了二位数的增长，重点企业如天水华天和南通富士通前三季度收入增长分别达到 38%和 18%。

(七) 聚集发展特点突出

我国集成电路产业聚集度较高，主要集中在四个区域：一是北京、天津环渤海

地区，2014年这一地区集成电路销售产值增长6.2%，占比为8.4%；二是上海、江苏、浙江长三角地区，增长11.4%，占比达37.7%；三是广州、深圳珠三角地区，增长5.4%，占比为29.4%；四是部分西部省区，如四川省销售产值下滑7.6%，但陕西省增长476%，甘肃增长14%，增势十分突出。

（八）技术不断取得突破

中芯国际与高通合作的28纳米骁龙处理器成功制造，标志着其在28纳米工艺制程成熟的路径上又迈出重要一步，同时20和14纳米工艺的先期研发也在积极推进；展讯发表了A7架构的四核心芯片8735S，标志着我国在移动芯片设计领域进入中高端市场；国内首款智能电视SoC芯片研发成功并实现量产，改变了我国智能电视缺芯局面。

二、值得注意的问题

（一）库存增加明显

2014年，由于集成电路产业整体产销形势较好，产能利用率较高，产能得到充分释放，因此集成电路产业整体产成品增速上升较快，一至四季度产成品累计增速分别达12.2%、15.4%、21.1%和22.7%，明显高出上年年底6.4个百分点；存货累计增速分别为5.9%、8.6%、20.6%和15.5%，高出上年年底10.1个百分点。这两个指标较快增长，一方面反映出产业景气度较高，另一方面也预示库存增长过快，易使产业增长出现波动。

（二）产品多集中于中低端

2014年，我国集成电路产量增长达12.4%，但销售产值仅增长8.7%，低于产量增长3.7个百分点；出口量增长7.6%，但出口额却下滑30.6%，这种增量不增效现象反映出的正是我国集成电路产品集中于中低端、价格不断下降的现实。

（三）实现跨跃式增长难度较大

我国集成电路产业不断取得新的突破和进展，但与世界先进集成电路企业的差距仍是必须正视的现实。与国际龙头企业相比，我国芯片制造业在先进工艺方面的距离至少差1-2代，IC设计业刚刚起步、且产品单一，本土封装企业的封测技术与国际大厂还存在一定差距。更为关键的是，产业链各个环节相互割裂，不能形成上下游协调配合的产业结构，与国内整机产业也没能形成良性互动，2014年集成电路产业内销产值比例仅为34.7%，高端芯片严重依赖进口。国际巨头近年来为确保技术领先优势，研发投入不断攀升，据统计2013年英特尔、高通、台积电、德仪及海力士五大半导体企业的研发成本达到15.9%，接近过去5年的最高值，而我国本土企业如中芯国际，虽然近几年研发投入增长很快，但占销售收入比例仍不到10%，投入额与台积电比相差一个量级。集成电路产业发展的经验表明，投资和研发不足可能使本土企业在严峻的竞争形势中与国际企业的差距进一步拉大。

三、明年形势展望

(一) 国际形势

国际机构预计全球半导体市场将继续稳定增长。世界半导体贸易统计组织(WSTS)预计2014年全球半导体市场将比上年增长9.0%，2015年的增长率为3.4%，继续保持稳定增长态势。国际半导体设备与材料协会(SEMI)预测，2014年全球半导体制造设备销售额增长19.3%，2015年可望增长15.2%。

智能终端将继续支撑集成电路产业快速发展。手机在2013年已经取代个人电脑跃居最大芯片应用领域，智能手机、平板电脑已经成为并将继续成为推动集成电路市场发展的主要力量。有关机构预计智能手机2014年全球出货量达到13亿部，增长26%，2015年将继续增长12%，总量超过14亿部；2015年全球平板电脑出货量将超过PC。

物联网等领域将推动集成电路产业的繁荣。物联网和可穿戴设备正在崛起，很多机构判断，在不久的将来，联网的设备将不再仅限于智能手机、电脑等，会覆盖到智能家居、交通物流、环境保护等多个领域，物联网将是下一个推动世界高速发展的“重要生产力”，是继通信网之后的另一个万亿级市场。2014年，许多企业包括芯片、系统及软件企业都已经着手向物联网领域推进，年内发生的众多并购活动，都与物联网和可穿戴设备有关，如谷歌收购智能家居公司、三星收购物联网公司、英特尔收购智能手表公司等。

(二) 国内形势

国内信息安全形势凸显发展集成电路产业的重要性。2014年，由于信息安全形势严峻，国家信息安全战略上升到了一个前所未有的高度。“棱镜门”事件的爆发，使高通和英特尔这样的芯片公司对政府、学校、医院、民航、交通等多方面系统的渗透率得到关注，集成电路国产化率提升迫在眉睫。今年“两会”期间，集成电路产业首次被写进政府工作报告，国务院领导密集调研集成电路产业，国家发改委对高通开展反垄断调查。作为国家信息安全和电子信息行业的基础，集成电路产业被关注度不断提升。

国家和各地方的扶持政策将密集出台。2014年，《国家集成电路产业发展推进纲要》出台，在当前我国集成电路产业发展的关键时期，《纲要》作为今后一段时期指导我国集成电路产业发展的行动纲领，将为我国集成电路产业实现跨越式发展注入新的强大动力。《纲要出台》后，备受关注的国家集成电路产业投资基金开始落地，首批规模从最初的1000亿元提升到1200亿元，将大大提升市场人士的预期，资本对集成电路产业的关注度将持续高涨。同时，各地也纷纷推出地方版集成电路扶持政策。目前，北京、安徽、天津等地相继出台了集成电路扶持意见，通过设立投资基金，重点支持地方龙头企业在集成电路领域进行整合做大。其中，安徽提出

2017 年省内集成电路产值达 300 亿元以上，2020 年总产值达 600 亿元，支持合肥等市建立集成电路产业发展基金。

4G 智能手机、物联网产业快速发展及银行卡“换芯潮”，将为集成电路企业提供更多市场空间。我国移动通信开始从 3G 时代进入 4G 时代，2014 年全国移动电话用户总数达 12.8 亿户，其中 4G 用户超过 8000 万，4G 终端普及速度超出预期，明年国产手机特别是 4G 中低端竞争将异常激烈，在手机芯片供不应求的情况下，本土集成电路企业将会从中分得一部分市场空间；我国物联网产业发展迅猛，在智慧城市、智慧交通、工业监控等方面的需求不断提升，据中国物联网研究发展中心报告，2015 年中国物联网市场规模将达 7500 亿元，物联网技术的发展带来对各种传感器及低功耗、小尺寸晶片需求快速攀升，其中 8 寸晶圆产能将是关键；根据央行规定，从 2015 年起我国将逐步停发磁条银行卡，以金融 IC 卡进行替代，目前各地已陆续开展“磁条卡换芯”工作，业内预计未来几年我国每年新投放的金融 IC 卡数量可达数十亿张。

除多种有利因素外，我国集成电路产业发展依然存在许多不确定因素。集成电路市场的推动力已经由 PC 转向智能手机、平板电脑，但是中国智能手机增幅下降以及诸多移动产品增长高潮已过，且价格竞争日趋激烈，正逐渐向低毛利率方向演进，加上有许多关键性技术尚未完全攻克，企业存在运营成本控制力不够、高端人才不多、市场对国产芯片信心不足等问题，使下一轮的集成电路增长添加了诸多不确定性。

综上所述，2015 年尽管国内外经济形势严峻，不确定性因素和困难仍有很多，我国集成电路产业将面临着难得的发展机遇期，预计将实现二位数增速的较快增长。

来源：运行监测协调局 2015 年 02 月 27 日

2014 年电子信息产业统计公报

2014 年，我国电子信息产业按照党中央、国务院的决策部署，深入贯彻落实中央一系列稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险的政策措施，坚持稳中求进的工作总基调，产业整体保持了平稳增长。总体看，经济运行态势稳中向好，结构调整不断优化，产业升级势头初显，质量和效益稳步提升，有力促进了社会信息化发展水平的提高和两化深度融合，并为国民经济在新常态下保持平稳运行发挥了积极作用。

一、综合

产业规模稳步扩大。2014 年，我国规模以上电子信息产业企业个数超过 5 万家，其中电子信息制造业企业 1.87 万家，软件和信息技术服务业企业 3.8 万家。全年

完成销售收入总规模达到 14 万亿元，同比增长 13%；其中，电子信息制造业实现主营业务收入 10.3 万亿元，同比增长 9.8%；软件和信息技术服务业实现软件业务收入 3.7 万亿元，同比增长 20.2%。



图 12 2010-2014 年我国电子信息产业增长情况

电子信息制造业领先于全国工业。2014 年，我国规模以上电子信息制造业增加值增长 12.2%，高于同期工业平均水平 3.9 个百分点，在全国 41 个工业行业中增速居第 7 位；收入和利润总额分别增长 9.8%和 20.9%，高于同期工业平均水平 2.8 和 17.6 个百分点，占工业总体比重分别达到 9.4%和 7.8%，比上年提高 0.3 和 1.2 个百分点。

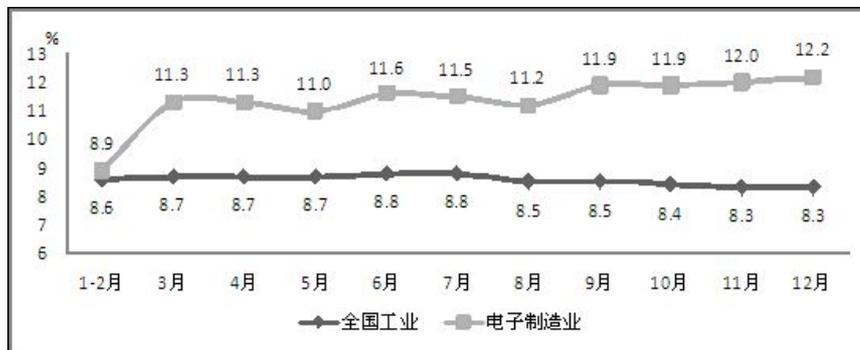


图 2 2014 年电子信息制造业与全国工业增加值累计增速对比

软件业比重持续提高。2014 年，我国规模以上电子信息产业中，软件和信息技术服务业收入增速快于电子信息制造业 10 多个百分点，软件业比重达到 26.6%，比上年提高 1.6 个百分点，比“十一五”末提高 9.1 个百分点，对传统制造业的渗透带动作用进一步增强。



图 3 2010-2014 年我国软件产业占电子信息产业比重变化

主要电子信息产品产量稳步增长。2014 年，我国共生产手机、微型计算机和彩色电视机 16.3 亿部、3.5 亿台和 1.4 亿台，分别增长 6.8%、-0.8%和 10.9%，占全球出货量比重均达半数以上；生产集成电路 1015.5 亿块，增长 12.4%，增速比上年提高 7.1 个百分点。

软件技术服务发展迅速。2014 年，我国软件和信息技术服务业中，信息技术咨询服务、数据处理和运营类服务收入分别增长 22.5%和 22.1%，增速高出全行业平均水平 2.3 和 1.9 个百分点；占软件业比重分别达 10.3%和 18.4%，同比提高 0.2 和 0.3 个百分点。

二、固定资产投资

投资总额增长放缓。2014 年，我国电子信息制造业 500 万元以上项目完成固定资产投资额 12065 亿元，同比增长 11.4%，增速比上年下降 1.5 个百分点，低于同期工业投资增速 1.5 个百分点。

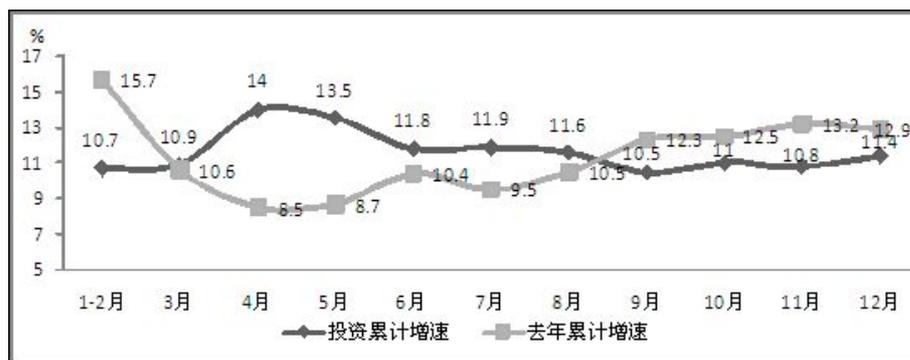


图 4 2014 年电子信息产业固定资产投资累计增速

投资结构持续改善。分行业看，在信息产业移动化趋势下，通信设备行业完成投资 1085 亿元，同比增长 21%，成为全行业投资增速最快领域，电子元器件、专用设备 etc 上游产业投资增速快于全行业平均水平，特别是集成电路行业在上年基数较高的情况下，完成投资额 644.5 亿元，同比增长 11.4%；分地区看，中西部地区投资加速明显，完成投资 3959 和 2013 亿元，同比增长 16.9%和 22.1%，高于平均水平 6.5 和 10.7 个百分点，比重均提高 1.5 个百分点；从投资主体看，内资企业完

成投资 9986 亿元，同比增长 13.8%，增速高于平均水平 2.4 个百分点，比重达到 82.8%，比上年提高 1.8 个百分点。

投资新增长点有待培育。2014 年，我国电子信息制造业 500 万元以上本年新开工项目 8028 个，同比增长 1.0%，增速比上年回落 4 个百分点。其中，项目最集中的电子元件行业新开工项目数下滑 3.4%，但通信终端设备、家用视听设备行业新开工项目数增长 8.2%和 26.2%；分区域看，江苏仍是新开工项目最为集中的地区，增长 2.1%，但广东、陕西二省新开工项目分别增长 35.4%和 36.8%，甘肃、青海等省区增长也较快。

三、国内市场

内销比重进一步提升。2014 年，我国规模以上电子信息制造业实现销售产值 103902，其中内销产值 51883 亿元，同比增长 14.9%，高于出口交货值 8.9 个百分点；内销产值占销售产值比重（49.9%）接近一半，比上年提高 1.6 个百分点；内销产值对电子信息制造业的贡献率达到 69.5%。

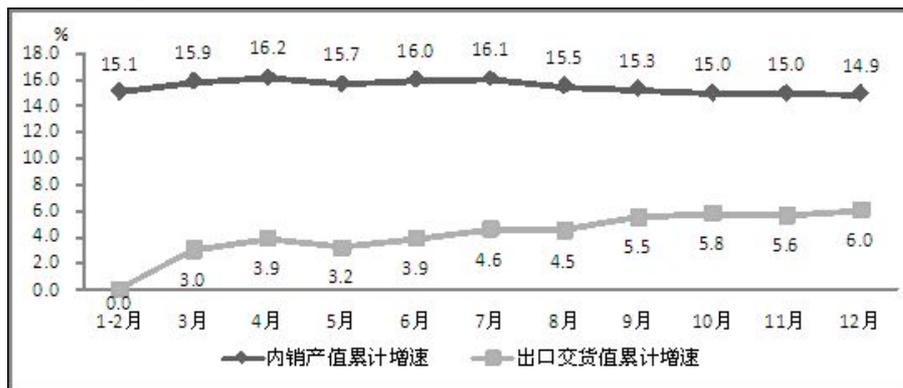


图 5 2014 年电子信息制造业内外销产值累计增速对比

内需市场对产业影响增强。2014 年，随着国内面板、集成电路及部分电子元件产业的升级，电子元器件的国内配套率明显提高，电子元件和电子器件行业的内销产值占比达 57.5%和 39.4%，分别比上年提高 2.6 和 2.5 个百分点；整机类行业国际化竞争激烈，国内外市场对通信设备和家用视听行业的影响较为均衡，其内销产值占比分别为 52.2%和 53.8%，计算机行业内销产值占比仅 23.6%。此外，内资企业的内销产值占比达 80.7%，中小型企业内销产值占比 72.2%，对国内市场的依赖度仍较高；三资企业和大型企业内销比例均不同程度提高。

四、进出口贸易

电子信息产品进出口下滑中逐步回升。2014 年，我国电子信息产品进出口总额达 13237 亿美元，同比下降 0.5%，增速低于全国外贸进出口 3.9 个百分点；其中，出口 7897 亿美元，同比增长 1.2%，占全国外贸出口比重为 33.5%，比上年下降 1.8 个百分点。进口 5340 亿美元，同比下降 2.8%，占全国外贸进口比重为 27.1%，比

上年下降 1.1 个百分点。贸易顺差 2557 亿美元，同比增长 10.7%，占全国外贸顺差的 66%。

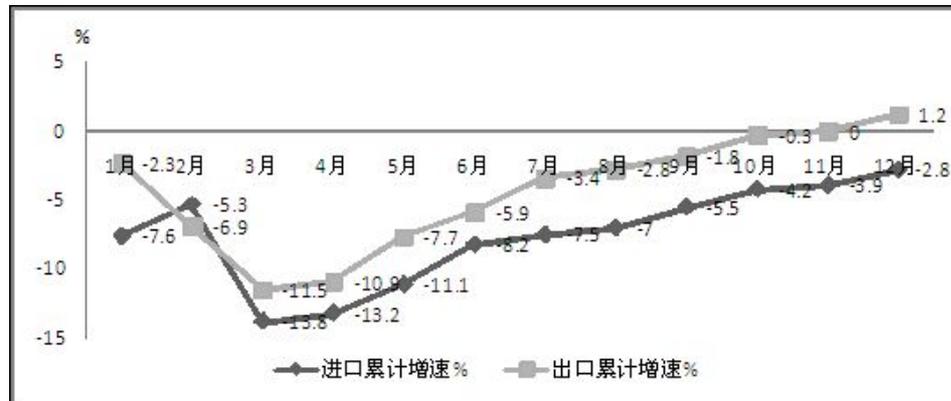


图 6 2014 年我国电子信息产品进出口累计增速

软件出口增速回落。2014 年，软件和信息技术服务业实现出口 545 亿美元，同比增长 15.5%，比上年下降 3.5 个百分点。其中嵌入式系统软件出口和外包服务出口增长平稳，同比增长 11.1%和 14.9%，分别比上年提高 8.9 和 1 个百分点。



图 7 2014 年我国软件业出口增长

外贸方式、市场及主体多元化发展。在贸易方式上，一般贸易比重持续提高，出口额 1784 亿美元，增长 17.8%，增速高于平均水平 16.6 个百分点，比重（22.6%）比上年提高 3.2 个百分点，保税仓库进出境货物及边境小额贸易等贸易方式出口增势突出，分别增长 55.6%和 61.4%；在贸易主体上，内资企业出口 2136 亿美元，下降 0.4%，其中民营企业下降较多，但国有和集体企业保持 7.2%和 18.6%的增长；在贸易伙伴结构上，对主要贸易伙伴出口延续增长态势，对新兴市场的开拓速度加快，对越南、阿联酋和俄罗斯的出口增速达到 25.4%、34.3%和 14%；在区域结构上，部分中西部省市出口增势迅猛，重庆、陕西、安徽和江西出口增速达到 24.1%、77.2%、84%和 67.9%，内蒙古、宁夏、贵州等省份出口增速则超过 100%。

五、结构调整

内资企业贡献率提高。2014年，我国规模以上电子信息制造业中，内资企业实现销售产值38078亿元，同比增长20.7%，高出全行业平均水平10.4个百分点，在全行业中占比提高至36.6%，对全行业贡献率达67.5%，比上年高15.6个百分点。三资企业实现销售产值65824，同比增长5.1%，增速低于平均水平4.7个百分点。

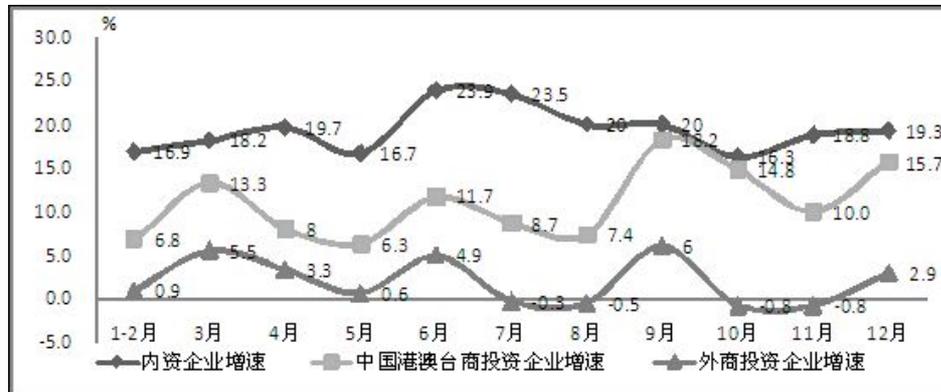


图 8 2014 年电子信息制造业不同性质企业销售产值分月增速对比

中西部发展持续推进。2014年，我国规模以上电子信息制造业中，中西部地区分别实现销售产值12574和9376亿元，同比增长25.9%和26.2%，增速高于平均水平15.6和15.9个百分点，在全国所占总比重达到21.1%，比上年提高2.1个百分点；中、西部地区软件业务收入增长26.7%和23.5%，增速高出全国平均水平6.5和3.3个百分点，在全国所占比重达15.2%，比上年提高0.5个百分点。东部和东北地区电子信息制造业分别完成销售产值80524亿元和1428亿元，增长6.8%和0.2%，增速低于全国平均水平3.5和10.1个百分点；东部和东北地区软件业平稳增长，增速分别为20.5%和11.6%。

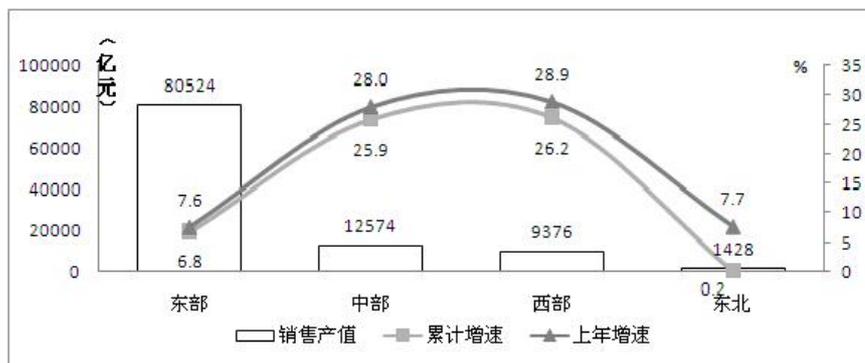


图 9 2014 年东、中、西、东北部电子信息制造业发展态势对比

软件业延续在中心城市集聚发展的特点。2014年，全国4个直辖市和15个中心城市合计软件业务收入超过3万亿元，占全国比重达81%，其中超过1000亿元的城市已达到11个，比上年增加1个。15个中心城市软件业务收入增速达21.1%，高于全国平均水平0.9个百分点。

电子信息产品智能化趋势凸现。据对重点生产企业的监测显示，国内生产的手

机中智能手机的比例已经超过 70%，彩电中智能电视的占比超过 40%，智能手表、智能眼镜等新型可穿戴设备以及智能家居等领域快速成长。

六、经济效益

产业效益逐步向好。2014 年，我国规模以上电子信息制造业实现利润总额 5052 亿元，同比增长 20.9%。产业平均销售利润率 4.9%，低于工业平均水平 1 个百分点，但比上年提高 0.4 个百分点；每百元主营业务收入中平均成本为 88.4 元，仍高于工业平均成本 2.8 元，但比上年下降 0.2 元；产成品存货周转天数为 12.2 天，低于工业 1.1 天。全行业亏损企业的亏损额下降 20.4%。

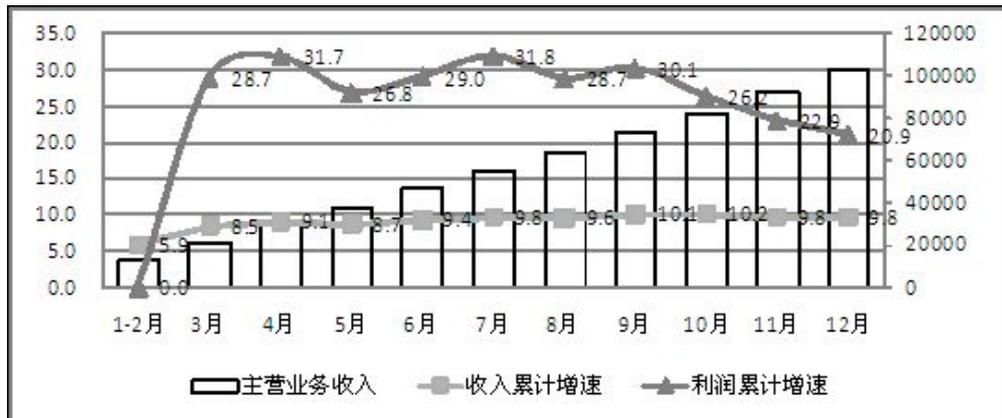


图 10 2014 年我国规模以上电子信息制造业收入及利润情况

盈利能力不断提高。2014 年，我国规模以上电子信息制造业每百元资产实现的主营业务收入为 136.8 元，高于工业 11.6 个百分点；平均总资产贡献率为 10.1%，比上年提高 0.2 个百分点；资产负债率 57.8%，比上年下降 0.5 个百分点。

支撑效益增长的重要力量持续增强。从主体看，内资企业占全行业收入和利润的比重达到 36.4%和 47.7%，分别比上年提高 3.3 和 0.4 个百分点，对全行业效益增长的贡献率超过 50%；从规模看，小型企业继续保持较强发展活力，收入和利润增速分别为 19.1%和 27.1%，高于平均水平 9.3 和 6.2 个百分点，对全行业效益增长的贡献率达 30%左右；从分行业看，部分行业效益增长较快，通信设备行业收入和利润增长达到 17.3%和 22.6%，远超行业平均水平，电子元器件、专用设备行业效益也较为良好。

七、科研创新

企业创新意识和能力不断增强。2014 年，第 28 届中国电子信息百强企业和第 13 届软件业务收入前百家企业研发投入强度分别达 4.8%和 6.5%，高出行业平均水平 2 和 1.5 个百分点，全年研发经费增长均超过收入增速。企业专利成果丰硕，华为首次进入全球创新机构百强，京东方 2014 年新增专利申请量超过 5000 件。参与国际标准制定的话语权不断增强，2014 年我国积极主导制定了在云计算、物联网、射频连接器、同轴通信电缆等领域的国际标准，对自主技术和产品走出去起到了重

要的推动作用。

在重点技术领域不断取得突破。集成电路领域，28 纳米处理器成功制造；国内首款智能电视 SoC 芯片研发成功并量产，改变了我国智能电视缺芯局面。国内首条、世界第二条 8 英寸 IGBT（绝缘栅双极型晶体管）专业生产线建成投产，打破国外垄断，有效提升我国在船舶、电网以及轨道交通车辆方面的智能化水平。自主可控国产软件系统已基本具备国产化替代能力，上下游企业“抱团”竞争，应用推广取得新进展。

2014 年，国民经济迎来“新常态”发展的历史性新起点，经济增长从高速转向中高速发展阶段，国内外环境错综复杂，经济发展面临不少困难和挑战。我国电子信息产业发展的基本面仍较为良好，但是处于加快转型升级的关键阶段，长期结构性问题、关键技术受制问题与短期困难相互交织，形势较为复杂，提升产业发展质量和效益的任务仍较为艰巨。下一阶段，需要认真贯彻落实中央经济工作会议精神和党中央、国务院各项决策部署，坚持稳中求进，坚持以提高产业发展质量和效益为中心，主动适应经济发展新常态；贯彻创新驱动发展战略，积极培育信息消费，发展智能制造，促进两化融合，为国家信息安全做好支撑；加强科学监测，做好形势预判并及时采取应对措施，推进电子信息产业持续健康发展。

预计，2015 年我国规模以上电子信息制造业增加值将增长 10%左右，软件业增速将在 15%以上。

附表：

2014年电子信息产业主要指标完成情况

	单位	全年完成额	增速%
一、规模以上电子信息制造业			
主营业务收入	亿元	102988	9.8
利润总额	亿元	5052	20.9
税金总额	亿元	2021	9.2
固定资产投资额	亿元	12065	11.4
电子信息产品进出口总额	亿美元	13237	-0.5
其中：出口额	亿美元	7897	1.2
进口额	亿美元	5340	-2.8
二、软件和信息技术服务业			
软件业务收入（快报数据）	亿元	37235	20.2
三、主要产品产量			
手机	万部	162719.8	6.8
微型计算机	万台	35079.6	-0.8
彩色电视机	万台	14128.9	10.9
其中：液晶电视机	万台	13865.9	13.3
集成电路	亿块	1015.5	12.4

来源：运行监测协调局 2015 年 02 月 27 日

2014 年彩电行业发展回顾及展望

2014 年，我国彩电行业面对宏观经济增速放缓、“后政策时代”消费需求不足、各环节成本显著上升等压力，面临产品同质化严重、核心技术话语权不足、产品生命周期缩短等挑战。全年彩电市场持续低位运行，整体需求收窄、销量下滑，尽管下半年彩电销量较上半年有所回升，但依然无法扭转行业“困局”。

一、基本情况

(一) 生产保持增长

2014 年，全行业共生产彩色电视机 14129 万台，同比增长 10.9%，其中，液晶电视 13866 万台，同比增长 13.3%。从月度看，除年初受节日因素影响增幅较小外，液晶电视全年基本保持两位数的增幅。



图 12 2014 年我国液晶电视累计产量情况

(二) 出口增势突出

据海关统计，2014 年，我国共出口彩色电视机 7406 万台，出口额 135.5 亿美元，同比增长 22.6%；其中，液晶电视出口达到 6871 万台，出口额 128.3 亿美元，同比增长 20.5%。

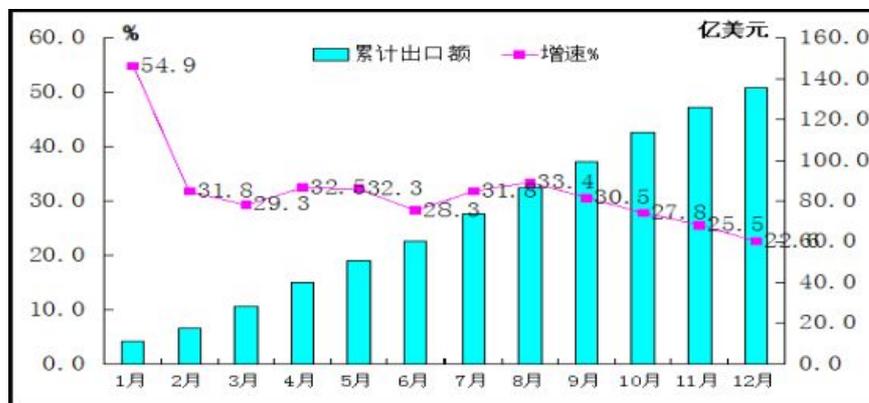


图 2 2014 年我国彩电累计出口情况

(三) 收入低位增长，利润扭亏为盈

2014年，我国电视机制造业实现主营业务收入4054亿元，同比增长1.1%，实现利润138亿元，同比增长20.2%。行业平均利润率为3.4%，低于电子制造业平均水平1.5个百分点。从走势来看，今年以来电视机制造业收入除年初受传统节日的影响，收入增幅较大，进入二季度后，增势维持低位；而利润上半年增速维持负增长，进入下半年，随着大屏、智能、4K销量的增加，扭转了利润负增长的态度。

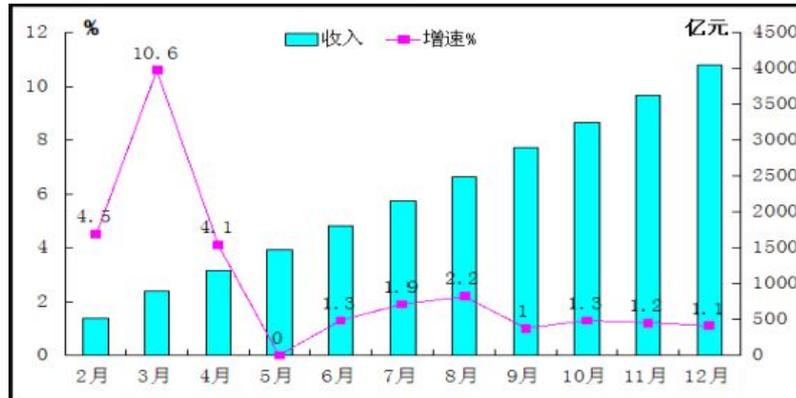


图 3 2014年我国电视机制造业累计收入情况

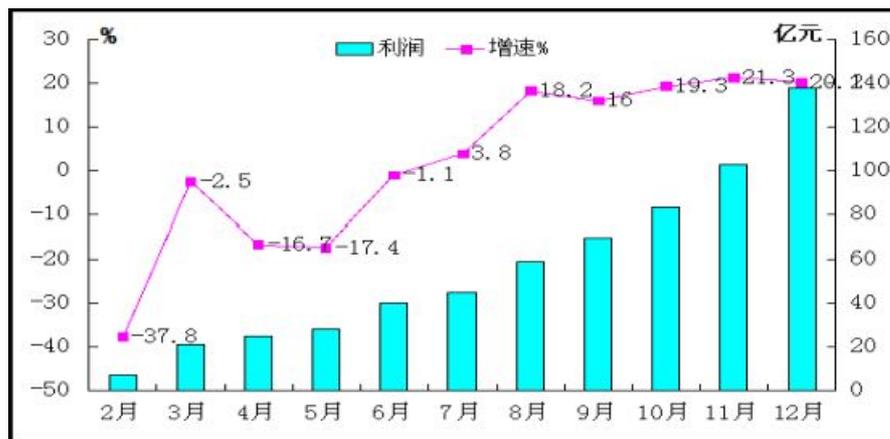


图 4 2014年我国电视机制造业累计利润情况

（四）行业投资低位运行

2014年，电视机制造业500万元以上项目完成固定资产投资102亿元，同比下降15.3%，低于电子制造业平均水平26.7个百分点。从投资增速来看，呈L型走势，从3月份开始下降幅度逐渐收窄。从投资领域来看，投资重点集中在智能电视及芯片开发等环节。

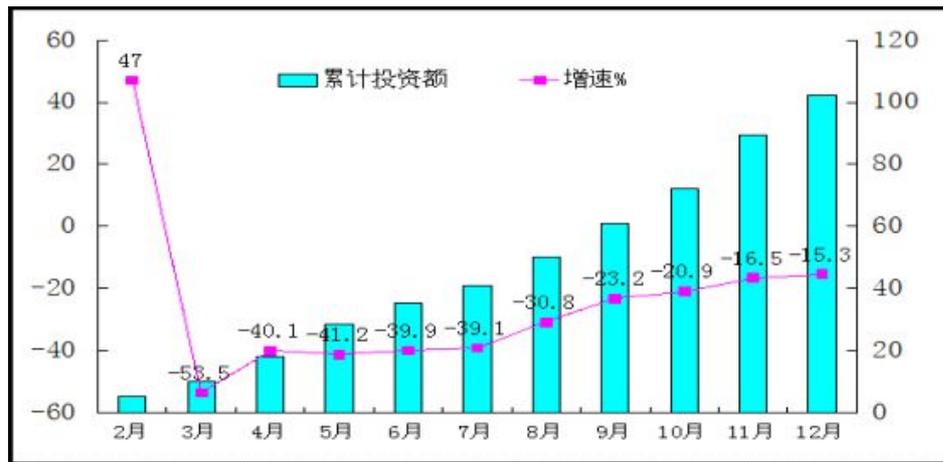


图 5 2014 年电视机制造业投资情况

二、运行特点

(一) 我国彩电产业基本完成平板化转型，平板显示工业体系初步建立

从产业结构看：液晶电视成为主导，占据出货量的 92.9%，内销市场 LCD 电视占比为 98.52%，PDP 电视占比为 1.47%，CRT 电视基本退出，只有外销。ULED 和 OLED 等新型显示技术的电视产品逐渐受到消费者的关注。

从工业体系看：平板显示产业体系已重构。目前国内初步形成了北京地区、长三角地区、成渝地区以及珠三角地区四个面板产业集聚发展带。目前已建成面板生产线有 14 条，还有拟建、在建 14 条。2014 年我国面板自主配套率首次突破 50%。预计到 2015 年，在建项目如期达产，以面积计算，可满足国内液晶电视需求的 75%。

(二) 出口量大幅增长为彩电市场发展注入新的活力

2014 年，我国彩电出口增长 22.6%，扭转了连续三年出口下降趋势，成为支持彩电行业上升增长的重要力量。其主要原因：

1. 受巴西世界杯的带动，创造了新一轮的彩电销售契机，同时也带动了电视平均尺寸的增长。

2. 随着经济逐步好转，西欧和北美电视市场也正在恢复，出现平板电视和超高清电视产品更新换代需求，北美洲、欧洲和非洲市场同比增幅较大。

3. 加大海外市场开拓力度，分散产能增加。长虹、海信和海尔品牌外销出货量同比增幅较大。国内家电企业除加强研发外，还积极尝试跨国收购。创维并购了厦华南非公司，就近解决供应链问题；海尔先收购了三洋在东南亚和日本的白电资产，又收购了新西兰斐雪派克；TCL 以 1.2 亿港元收购了三洋在墨西哥的彩电工厂及相关资产。

(三) 内销市场低迷

据视像行业协会统计，我国彩电内销总量为 4461 万台，同比下降 6.6%。内销市场低迷的主要原因有：一是家电补贴政策退出，且前期透支了部分市场；二是国

内经济增速放缓，特别是房地产业不景气，直接影响产品需求；三是互联网企业进军家电领域，以“内容补贴硬件”的模式对传统彩电需求带来冲击。

（四）电商渠道地位进一步提高

互联网改变了传统电视产品形态，也改变着家电传统销售渠道。在家电市场全面“触网”的背景下，2014年，家电网购市场业态占比不断扩大。预计2015年，平板电视线上市场份额将达到20%。伴随电商平台物流体系的建设与完善，家电网购彻底打破了家电渠道在体验、价格、厂商合作关系等方面的传统“价值观”。

三、值得关注的问题

（一）需求进入平台期，规模增长转向结构调整

经历了十多年的高速增长，以及近五年来的刺激消费，国内彩电的保有量已经较高。另外，原来支撑彩电增长的CRT替换需求、人口红利、房地产高速增长等因素逐步弱化。因此，未来国内彩电的增长方式将从“规模性增长”向“结构性增长”转变，更大的屏幕、智能化、超高清及LCD电视的更新换代将成为未来新的增长点。

（二）价格下降过快，深陷“增量不增收”的困局

彩电作为最后一个接入互联网的客厅大屏，吸引了众多互联网厂商的关注和跨界进入。“羊毛出在猪身上”的互联网商业模式也随之被带到彩电行业中来，低价一再刷新纪录。从2012年到2014年的3年时间内，电视机平均尺寸不断提高分别为37寸、40寸和42寸，而平均单价则分别为3479元、3576元、3456元，基本处于同一水平。这给处于充分竞争状态、利润微薄的彩电行业带来收入和利润双降的压力，整机厂商必须通过不断升级产品以弥补跌价损失。

（三）内容监管将成为常态，亟需创新发展思路

随着国家信息安全战略逐步推进，内容监管将成为常态。将带来几方面影响：一是“擦边球”式的业务创新将面临巨大的政策风险；二是通过资本层面整合产业链的难度加大，“合作分成”模式可能更有效率；三是入口资源的相对集中，为“用户对内容付费”奠定了基础；四是严格的内容审查，促使内容服务商对产品经营管理更趋精细化。

四、发展趋势

（一）国际市场

2015年，全球经济将延续复苏态势，世界银行发布的《全球经济展望》预测，2015年世界经济将增长3%，比2014年提高0.4个百分点，预示着2015年有望或为全球经济在金融危机爆发后恢复最快的一年。全球最大经济体美国，制造业活动继续快速扩张，美国制造商正在以自2011年6月以来最快的速度聘用工人，新订单飙升至2010年以来未见的水平；欧元区也显示复苏迹象，工业活动出现自2011年以来最快速度上升。据研究机构预测，2014年我国国产品牌电视2014年全球市

市场占有率至 25%以上；日系品牌成长薄弱，市场占有率低于 20%；韩系两大品牌依旧独占鳌头，市场占有率继续保持在 30%以上。从全球经济环境和我国彩电行业的市场占有率来看，2015 年我国彩电外需市场仍将保持适度增长。

（二）国内市场

2015 年仍将是我国彩电行业继续深化产品结构调整和产业转型升级的关键年头，市场增长的机会将主要集中在技术升级、线上市场和农村市场的增长。同时智能电视偏低的保有量加上巨大的更新需求，为智能电视的普及提供了条件。同时，考虑到我国宏观经济增长放缓、房地产增速低迷等不确定因素的存在，未来我国彩电内销市场前景不容乐观。

综合来看，我国彩电行业目前面临内需市场天花板效应凸显，外需市场适度增长，行业竞争日趋加剧，市场结构加快转变的局面，行业发展所面临的挑战因素不断增多，预计 2015 年行业将继续处于深度调整期，收入将维持低位增长。

来源：运行监测协调局 2015 年 02 月 27 日

海外借鉴

美国政府通过最严格网络中立新规

美国联邦通信委员会（以下简称“FCC”）本周四在一次历史性的表决中批准了严格的网络服务提供商监管新规，这也成为美国政府为确保网络中立而展开的最为激进的尝试。

这些新规将大幅扩大 FCC 对美国高速宽带提供商的监管，将其当做公用事业机构来监督。在当天的投票表决中，这项新规以 3: 2 的得票获得通过。

根据新规，Verizon 或 CoxCommunications 等运营商针对流媒体视频、游戏和其他通过网络传输的内容进行降速的行为将被认定为非法行为。如果这些运营商为支付额外费用的网站开辟“快车道”，为其提供更快的网速，同样也会受到处罚。除此之外，FCC 还会史无前例地将这些规定应用于无线运营商，包括 T-Mobile 和 Sprint，以表示对智能手机和移动互联网快速发展的认可。

这项新规经过了一年多的规划，在此过程中，FCC 主席汤姆·维勒（Tom Wheeler）的态度也发生了令人意外的转变：作为有线电视行业曾经的游说者，他最初支持对互联网提供商制定较为友好的政策。这也是消费者维权组织、互联网公司和民主党的一场重要胜利，他们都花费了数月时间施压美国总统奥巴马，呼吁制定最严格的网络中立法规。

“美国运营商实际上封锁了移动设备上的应用，这不仅伤害了言论自由，还限

制了竞争和创新，让企业而不是消费者来决定谁赢谁输。”FCC 民主党委员米尼翁·克莱伯恩 (MignonClyburn) 说。

互联网服务提供商表示，他们有可能通过司法手段反对这项新规。而保守派立法者已经对这些新规展开了抨击，认为这相当于由政府接管了互联网，因此呼吁推翻新规。

“我们从没说过这一领域不应该有监管，只是认为应当展开聪明的监管。”AT&T 外部和司法事务高级副总裁詹姆斯·西康尼 (JamesCicconi) 说，“这根本不合理，没有理由将 1930 年代为‘贝尔大妈’制定的监管框架继续应用于她的重孙，毕竟时间已经过去 80 年，现在的技术和选择范围已经不同以往。”

而即将到来的美国总统大选也有可能对此项新规的长期前景构成威胁。倘若共和党在 2016 年入主白宫，分析师预计由该党领导的 FCC 可能会撤销这项新规。

共和党 FCC 委员阿基特·派 (AjitPai) 就指责这项新规试图过分插手互联网事宜。“奥巴马对互联网的监管计划无法解决问题，反而会带来新的问题。”他说。他警告称，这项新规生效后，真正决定网络世界未来走向的人将不再是美国人民，而会变成华盛顿的官僚。

这项新规不仅涵盖了互联网服务提供商与用户之间的关系，还会监管他们与大型内容公司之间的关系。根据新规，FCC 可以逐一调查内容公司与互联网服务提供商之间达成的协议，以便为终端用户提供更好的服务。

这已经是 FCC 自 2010 年以来第三次试图确立网络中立法规，上一个版本因为越权被一家联邦法院否决。

来源：C114 中国通信网 2015 年 02 月 27 日

苹果 20 亿美元在欧洲建两座数据中心

2 月 23 日，苹果公司宣布将斥资 17 亿欧元（约合 19.3 亿美元）在欧洲新建两座数据中心，并且都将使用 100% 可再生能源为欧洲用户提供 iTunes、iMessages 和 Siri 等在线服务。

这两座数据中心将建分别建在爱尔兰西部的阿森莱 (Athenry) 和丹麦中部的维堡 (Viborg)，预计将于 2017 年投入使用。

“苹果在欧洲取得的持续成功令我们心存感激，我们也很骄傲能投资支持整个欧洲大陆的发展。”苹果 CEO 蒂姆·库克 (TimCook) 说，“这笔新的投资是苹果迄今为止在欧洲开展的最大项目。我们很高兴能够拓展自己的运营规模，在当地创造数以百计的工作岗位，并在那里建造我们最先进的绿色建筑。”

每座数据中心建筑面积约为 16.6 万平方米，苹果承诺这两个项目都将造福当地社区。爱尔兰的数据中心将为当地学校提供户外教育空间和步行道路，还计划在周边区域移植本土树木。维堡项目则会利用服务器发出的多余热量来为当地家庭供

热。

来源：C114 中国通信网 2015 年 02 月 24 日

2015 年 Windows 全球 PC 市场份额将跌破 90%

微软对 PC 市场的控制在日渐松动。市场研究公司 Technalysis 新发表报告称，按出货量计算，微软 Windows 操作系统在全球 PC 市场上的占比将低于 90%。Technalysis 预测，今年 Windows 操作系统在全球 PC 市场上的份额将由去年的 90.4% 下降到 88.7%。在 Windows 市场份额萎缩的同时，苹果 Mac 和谷歌 ChromeOS 的占比则在上升。

Technalysis 估计，今年苹果 Mac 计算机在全球 PC 市场上的份额将由 2014 年的 6.2% 上升至 6.9%；ChromeOS 占比由去年的 2.2% 上升至 2.9%。

到 2020 年，Windows 在全球 PC 出货量中的占比将下降到 86.7%，MacOS 占比将上升至 8.6%，ChromeOS 占比将上升至 3.6%。Linux 将占领其余的 1.1%。

2010 年时 Windows 占比为 94%，其次依次是 MacOS (4.1%)、Linux 和其他操作系统 (1.9%)。2009 年发布的 ChromeOS 当时在市场上还没有形成影响力。

名为 Chromebook 的 ChromeOS 笔记本在学校中非常受欢迎。市场研究公司 Futuresource Consulting 当地时间周三表示，去年在美国，Chromebook 超过苹果 iPad 成为教育市场上的第一大便携式计算设备。2014 年 Chromebook 在教育市场上的份额为 39%，iPad 市场份额为 26%。

Technalysis 分析师鲍勃·奥都耐尔 (Bob O'Donnell) 当地时间周四在一份声明中表示，平板手机 (显示屏尺寸为 5 英寸及以上) 销售的增长对 PC 市场有利。他说，平板手机一直在蚕食平板电脑的销售，人们“重返”PC，以获得大屏幕体验。

奥都耐尔说，“随着更多的人使用更大屏幕的智能手机，他们对平板电脑——尤其是小尺寸平板电脑的兴趣在衰减，为 PC 市场提供了复苏动力。”

奥都耐尔指出，截至 2018 年底，PC 出货量每年将稳定在略高于 3 亿台，部分原因是 Windows 10 的积极影响以及企业持续的采购。微软计划今年晚些时候发布 Windows 10。

来源：CCIDnet 赛迪网 2015 年 02 月 28 日

IBM 计划 2018 年云服务等领域营收达 400 亿美元

据国外媒体报道，全球性信息技术和业务解决方案公司 IBM 计划 2018 年实现云服务、大数据、安全和其它增长领域的年收入总计达到 400 亿美元。IBM 的高管本周四在美国纽约召开的公司年度投资者大会上提出了这一宏伟目标，它是 IBM 朝新型高利润业务转移同时逐渐远离硬件和服务器大本营迈出的最新一步。400 亿美元的营收主要来自 IBM 所谓的“战略意义”的领域，即云服务、分析、移动、社会和安全软件。这将占据分析师预测的 2018 年 IBM 总营收 900 亿美元的 44%。

这些业务在 2015 年创造了 250 亿美元的营收, 占据全部营收 930 亿美元的 27%。公司表示今年他们将转移 40 亿的支出至“战略意义”业务。在过去的 3 年里, 随着 IBM 出售了不盈利的业务单元, 例如低端服务器、半导体和现金出纳机, 公司的营收逐年下降。IBM 的 CEO 弗吉尼亚·罗曼提 (Virginia Rometty) 表示她乐意抛售这些不盈利业务, 并称后者为“无营养食品”。

IBM 的营收在过去 11 个季度一直下降, 偶尔会发生收入增长。公司表示长期计划是实现低百分营收增长以及每股营业利润高百分比增长。去年 IBM 撤消了 2015 年实现每股营业利润达 20 美元的长期计划。

IBM 公司过半的营收来自海外, 他表示今年美元强势将影响超过 6% 的销售。1 月, 公司预计外汇兑换减少 5% 至 6% 的营收。IBM 股票在纽约证券交易所的价格上涨了 0.6%, 达到 163.8 美元。

来源: C114 中国通信网 2015 年 02 月 27 日

IBM 将向云服务和移动技术投资 40 亿美元

据国外媒体报道, IBM 今年将向云服务、分析和移动技术领域投资 40 亿美元。作为回报, IBM 预计到 2018 年其在所投资的这几个领域以及社交和安全业务上的合计年营收将达到 400 亿美元。这一消息是当地时间周四该公司在它的年度会议上发布的。

由于其一些传统业务下滑以及两大硬件部门业务遭受联想集团和 GlobalFoundries 挤压, 去年 IBM 的销售额下滑至约 930 亿美元, 而 2013 年也只为 980 亿美元。“大部分营收的减少一直由我们设计,” IBM CEO Virginia Rometty 据称在该年度会议上表示, “我们重组了硬件业务, 现在其在公司的比重已经低于 10%, 但我们已经让该业务恢复盈利。”

云计算已经给消费者带来新的灵活性和机会, 它也给收入来自别处的长期技术销售商提出了一个相当大的挑战。IBM 就是如此。去年, IBM 的云相关技术业务营收已经增长 60% 达到 70 亿美元。自那以来, 该公司的云分部已经任命了新主管, 并且声称其云、移动及分析业务几年后将占该公司总营收比例超过 40%。去年, 其云、分析、移动、社交和安全业务销售额增长 16% 至 250 亿美元, 占营收比例为 27%。

IBM 公司的云部门 IBM Cloud 新任高级副总裁罗伯特·勒布朗 (Robert Leblanc) 最近表示, 在移动方面, IBM 同苹果公司建立了合作关系, 并且更多这种合作关系正在构建中。

咨询公司 Pund-IT 的首席分析师查尔斯·金 (Charles King) 称, IBM 先前对这几个重要领域的投资包括向大数据和分析业务投资 260 亿美元, 向云服务投资 80 亿美元, 向它的 Watson 电脑系统投资 10 亿美元。这位分析师表示, 到 2018 年的这四年, 由 40 亿美元投资——不包括任何可能的收购——所产生的 400 亿美元回

报好像能够实现，IBM 瞄准的这几个领域都是公认的成长市场。

来源：飞象网 2015 年 03 月 01 日

索尼无奈再次谋划战略收缩

2 月 24 日，身处亏损泥潭中的索尼制定了未来三个财年的发展计划，明确将部件、游戏及网络服务、影视及音乐三大业务作为利润驱动力，而对低迷和亏损的电视、智能手机业务将控制投资规模，除此之外，继去年剥离电视业务后，索尼还计划于今年 10 月剥离视频及音频（Video&Audio）业务。业界专家指出，索尼自救多年效果甚微，从其发家的消费电子市场上收缩战略实属无奈之举。

剥离业务为甩手

索尼表示，将在今年 10 月 1 日起开始新一阶段的重组，尤其是将视频和音频业务部门剥离，使其成为自负盈亏的索尼全资子公司。另外，索尼还将着手准备其他业务的剥离，对此这些以子公司形式运营的业务单元，索尼将增强其自主权。

值得注意的是，这并不是索尼第一次挥起剥离业务的大刀，早在去年初，索尼就将 VAIO 笔记本电脑业务出售给了日本 JIP 公司。同一时间里，索尼还剥离了电视机业务，使其成为独立运营的全资子公司。

TMT 行业分析师梁振鹏指出，一般来说，企业会剥离业务的情况有两种，一种是部分业务资产能力强，剥离独立的目的在于拆分上市，从而获得更多的融资，另一种则是剥离不良资产，成立子公司有利于财务独立核算，并进行准确估值，从而为未来卖盘铺路。从索尼一次次剥离的这些业务来看，索尼的情况无疑属于第二种，其 PC 业务、电视机业务均都出现持续的亏损局面，而视频及音频业务营收虽然呈现正增长，但对利润增长贡献甚微。

消费类市场收缩

除了 PC、电视机、音视频业务，业内人士普遍认为，索尼未来将陷入亏损泥潭中的智能手机业务卖盘的可能性也非常大，因为智能手机对索尼整体业绩的拖累作用已越来越明显，一直未能有所好转。而索尼 CEO 平井一夫此前也透露，索尼将不再追求智能手机和电视业务的增长。

观察人士指出，索尼在智能手机领域处于“高不成、低不就”的尴尬境地，尤其是在中国这个全球最大的智能手机市场，高端不敌苹果、三星，中低端又不如华为、小米等本土厂商，索尼兵败几乎已成定局。

由此不难看出，这家曾被冠以消费电子巨头头衔的日本企业正与大众消费市场渐行渐远，甚至未来有可能索尼将不再是一家消费电子公司。

在梁振鹏看来，索尼的战略收缩并不能美其名曰“转型”，实际是其自救多年未果之后的无奈之举。一直以来，索尼以大众消费市场（即 B2C 企业对消费者）见长，B2B（企业对企业）商用产品线优势不明显，因此在移动互联网浪潮袭来之时，

索尼并未抓住时机，像东芝、夏普等其他日系企业转型为一家 B2B 公司，消费类电子设备领域难突围，索尼才不得不向商用产品寻求出路。

改写颓势难言乐观

索尼表示，未来三个财年里将把部件业务、游戏及网络服务业务、影视及音乐业务作为驱动利润增长的部门，索尼将大力发展此类业务并进行强劲资本投资，欲借此同时达到销售增长及利润提升的目标。需要指出的是，索尼的 CMOS 影像传感器获得众多终端厂商的采购，应用在智能手机等设备中，可谓是有着较强的市场需求。元器件业务虽然保持盈利的正增长，但盈利规模很难与智能手机、电视机等终端产品相提并论。

再说索尼影视及业务，即索尼影业公司 SonyPictures，影视行业投入成本大，能否盈利具有较大的风险，能否给索尼带来长期稳定的盈利还是个未知数。

根据索尼预告，在截至 2015 年 3 月 31 日的 2014 财年里，游戏及网络服务业务销售收入 12900 亿日元（约合 107 亿美元）、部件业务销售收入为 8900 亿日元，而与之形成鲜明对比的是，苹果 iPhone 在截至 2014 年 12 月的这一财季内的营收就超过 500 亿美元。

由此来看，身处亏损泥潭中的索尼，尽管确立了新的业务发展重点，自救道路依然将会很漫长。

来源：《北京商报》2015 年 02 月 25 日

三星收购电动汽车电池厂商

三星集团旗下附属公司三星 SDI 宣布，将收购全球领先的汽车供应商 MagnaInternational 旗下的 MagnaSteyr 电池组业务。

MagnaSteyr 是奥地利一家制造商，为奥迪、菲亚特、通用和大众等组装汽车。MagnaSteyr 还拥有其他业务，如设计和生产汽车零部件，包括用于电动汽车的电池系统。

三星 SDI 表示，该公司可以通过这项交易将其电池单元和电池模块的产能与 Magna 在电池组方面的专业知识结合起来，帮助自己留住欧洲、北美和中国的客户。

有分析称，三星 SDI 还是宝马电动汽车及混动汽车的电池供应商，甚至是特斯拉，其今年所需的电池有 8% 由三星 SDI 供货。伴随着 MagnaSteyr 的收购，三星 SDI 势必能获得与松下相抗衡的竞争力。据悉，松下是特斯拉最大的供应商，并且还是特斯拉超级电池工厂的合作商。

近日另有报道称，苹果公司正研究如何打造无人驾驶电动汽车，并与汽车厂商和零部件供应商进行了接触。报告称，苹果电动汽车项目的内部代号为“Titan”，已经招募了数百人，苹果高管还会见了包括 MagnaSteyr 在内的组装厂商。此次三星只是收购了 MagnaSteyr 电池组业务，而并不包括制造业务。因此，苹果将来仍

有可能与 MagnaSteyr 合作，打造自己的电动汽车。

另有消息称，苹果正从三星电子招募电池专家和其他高科技技术员工，许以高福利待遇和年薪。一名三星官员称，苹果正从三星挖脚下一代技术领域的专家，包括在信号和视觉处理管理领域经验丰富的技术人员和工程师。公开数据显示，2020 年全球电动汽车保有量将达到 770 万辆，而 2014 年为 210 万辆。

来源：《北京商报》2015 年 02 月 25 日

谷歌收购美三大运营商移动支付技术公司 Softcard

2 月 24 日，据彭博社网站报道，谷歌已经收购了由美国三家最大移动运营商投资设立的移动钱包服务 Softcard 的技术和专利，在智能手机上提供更多支付功能，挑战苹果。

《华尔街日报》上周报道称，谷歌在与三大移动运营商洽谈预装谷歌钱包和收购 Softcard 事宜，目标是与 ApplePay “与时俱进”。

谷歌当地时间周一发表博文称，AT&T、VerizonCommunications 和 T-MobileUS 将在运行 Lollipop 和 KitKat 版 Android 的手机上预装谷歌钱包应用。作为交易的一部分，谷歌将收购 Softcard 的资产改进其支付服务。

由于苹果移动支付服务 ApplePay 受到消费者和零售商青睐，谷歌在寻求吸引用户的新途径。苹果上个月表示，在三大信用卡网络的无接触式手机支付交易金额中，ApplePay 占比超过三分之二。

谷歌 2011 年就推出了谷歌钱包，但大多数移动运营商都拒绝在 Android 手机上预装谷歌钱包应用，并禁止谷歌钱包访问手机的 NFC（近距离通信）芯片，因为它们在规划自己的支付服务。这有助于解释移动支付没有得到消费者青睐的原因。

ApplePay 的普及给谷歌复兴其支付服务增添了新的压力，因为它希望 Android 手机在与 iPhone 的先进功能大战中更具竞争力。

谷歌表示，“我们获得了用户的好评，将继续投资，使用户能安全、方便地利用手机支付购物款。我们战略中相当重要的一部分是与业内其他创新者合作，提供横跨大量手机和商店的无缝体验。”

新的谷歌-Softcard 服务将于今年晚些时候发布。Softcard 表示，客户可以继续使用该公司的服务。

尽管 ApplePay 发展很快，eBay 的 PayPal 仍然是第一大手机和互联网支付服务。据市场研究公司 ITGInvestmentResearch 称，去年 11 月份，ApplePay 仅占到数字支付金额的 1%，PayPal 占比为 78%，谷歌钱包占比为 4%。

三星本月宣布收购了 LoopPay，目的是在移动支付领域获得一个更大的立足点。三星称，LoopPay 的技术使 90% 的信用卡支付设备能接受移动支付服务。

消息人士透露，移动运营商有更大的动机与谷歌合作，因为它们从 ApplePay

一无所获。

来源：飞象网 2015 年 02 月 24 日

谷歌花费创纪录的 2500 万美元拍得 .app 域名

据美国媒体报道，谷歌支付了 2500 万美元获得控制 .App 域名的权利，这也是迄今购买顶级域名的最高价格。2 月 26 日，域名分配机构 ICANN 开始拍卖此域名，有 13 家公司申请购买，最终的拍卖价格定在 2500 万 1000 美元。谷歌击败了其他大品牌如亚马逊获得此域名，同时也击败了其他投资顶级域名的申请人如 Minds+Machines、Radix 和 FamousFourMedia。

现在谷歌可以用 .app 为后缀的域名，这非常适合 GooglePlay 服务。有了这个域名，谷歌可能会只让在 GooglePlay 有应用的公司才能注册这个域名，或直接用于在应用店上架的应用。

不过，谷歌的域名申请暗示其将允许该域名广泛使用。该公司称，顶级域名 .app 的使命是为应用开发者提供专用域名空间，“app”一词与各种应用有关，包括移动应用、网页和浏览器应用、云托管应用甚至桌面应用。谷歌旗下域名注册服务商 CharlestonRoadRegistry 预计，该顶级域名的使用包括所有这些应用的各种用途，不限于任何特定平台或提供商。

不过本文作者依然认为，谷歌会将 .app 域名用于产品和服务。在该域名拍卖中，有 3 家公司出价至少在 1940 万美元，2 家公司在最后一轮中出价至少在 2430 万美元。在顶级域名拍卖中谷歌一直非常克制，只获得少数域名。由于谷歌竞拍的其他域名都与其核心产品有关，因此全力以赴竞拍 .app 域名就不奇怪了。

此前，公开竞拍顶级域名的最高出价为 680 万美元，不过私底下拍卖的域名据说有 1000-2000 万美元的成交记录。

来源：C114 中国通信网 2015 年 02 月 27 日

巴西首推国产加密智能手机

巴西网络安全公司 Sikur 日前推介了其自主研发的巴西首款国产加密智能手机——“花岗岩”(Granitephone)。该产品将于今年 7 月对企业和公共部门销售，到 2016 年接受普通消费者订购。

据巴西媒体 24 日报道，Sikur 公司自去年开始研发适用于苹果 IOS 系统、谷歌安卓系统及平板电脑的加密系统。如今该公司已开发出两款不同模式的“花岗岩”手机，其中新推出的上述手机将于今年 3 月初在西班牙巴塞罗那举行的世界移动通信大会上正式对外发布。据 Sikur 公司透露，这款完全采用巴西本国专利技术的手机预计售价为 800 美元。

该手机基于安卓操作系统，使用具有 2048 位“密钥”的 RSA 加密算法，被普遍认为是最难破解的算法之一。其加密功能只有当两部“花岗岩”手机通信时才会

生效。

Sikur 公司首席执行官克里斯蒂亚诺·洛普说：“如今信息和隐私安全是用户最为看重的问题。美国全球监听丑闻暴发后，巴西企业和公共部门用户对加密系统的需求愈加高涨。”

Sikur 公司在 2009 年成立于巴西，今年 1 月其总部迁至美国迈阿密，同时在阿联酋、墨西哥、哥伦比亚和智利拥有办事处。该公司今年的目标营业额为 2400 万美元，其中 60% 预计为海外收入。

来源：《科技日报》2015 年 02 月 26 日

第一财季惠普实现营收 268.4 亿美元

据报道，惠普 2 月 24 日发布了 2015 财年第一财季的财报。财报显示，在截至 1 月 31 日的第一财季，惠普实现营收 268.4 亿美元，同比下降了 4.7%；第一财季净利润为 13.7 亿美元，合每股 73 美分，分别低于上年同期的 14.3 亿美元和 74 美分。

财报显示，2015 财年第一财季，惠普 PC 部门和企业业务部门的营收与上年相比变化不大，但是利润率较高的印刷业务的收入下降到 55.4 亿美元，同比减少 5%，另外企业服务、软件和金融服务的收入也有所下滑。通信世界网

惠普预计，2015 财年第二财季净利润为每股 84 美分到 88 美分。惠普预计整个 2015 财年净利润为 3.53 美元到 3.73 美元，低于此前预期的 3.95 美元。

来源：通信世界网 2015 年 02 月 25 日

三星与 SK 电信将在 MWC 上展示最新 5G 技术

据美国媒体报道，有关三星 GalaxyS6 和 HTCOneM9 手机的传闻大量散播，因此这两款手机将在今年的世界移动通信大会（MWC）上成为明星。结果是三星可能也将宣布一些新的技术进展。三星和韩国电信将在 MWC2015 展推出新的 5G 技术，据说速度可高达 7.5Gbps（千兆）。目前对 5G 速度还没有确切定义，但这无法阻止两家公司展示在该技术上的发展。三星和 SK 电信的 5G 无线数据传输技术将利用毫米波，这种波长的频率通常被认为超过 6GHz。

毫米波的频率高于我们目前设备使用的 WiFi 和移动网络，但这些波段各有利弊。毫米波频率通常要求无阻碍连接路径，如果在室内甚至你将手机放入口袋里，该波段都无法接收到。不过两家公司似乎解决了这个问题。他们使用了“3D 波束赋形技术”：这种技术先确定智能手机的位置，然后以直线方式进行窄带传输。

为了让这种方法起作用，需要在某个地点大量安装 5G 接入点，才能正常工作。据 PC 世界杂志称，移动运营商和设备制造商都希望采用毫米波技术，减轻大城市或低频率区的网络拥堵。虽然这种变革可能提高频段使用率，但这是浩大的工程，任何技术进步都需要花费多年时间。

三星和 SK 电信希望在 2020 年左右在韩国推出首个 5G 网络。

来源：飞象网 2015 年 02 月 26 日

谷歌为用户开放 5 万首歌免费云储存挑战苹果收费模式

据国外媒体报道，谷歌在流媒体音乐方面又超前竞争者一步，公司宣布用户即刻开始可以通过在线音乐流媒体服务 GooglePlayMusic 免费上传 5 万首音乐并存储在云服务里，在此之前免费储存的音乐数量上限是 20000 万首。

这一最新上限是苹果允许用户通过云音乐服务 iTunesMatch 上传歌曲数量的 2 倍，且后者这一服务并不是免费的，这一付费服务年费为 24.99 美元，支付 iTunesMatch 年费可以让用户在收听苹果 iTunes 广播时免受广告的打扰。亚马逊音乐允许用户免费存储 250 首歌至云服务，虽然订阅者最多可以上传 250000 首歌，但这也是付费服务。

相比之下，谷歌提供免费存储 50000 首歌实在是财大气粗。初一乍看似乎并没有任何附属细则，谷歌只是抬高了用户可免费存储的歌曲数量，从而进一步拉开了它与苹果、亚马逊和微软 XboxMusic 之间的距离，微软 XboxMusic 服务并不允许人为上传音乐，用户只能将自己的歌曲同步到云音乐服务里，前提是如果微软的音乐商店有这些音乐的话。

一名谷歌云音乐的粉丝说道：“我常常上传披头士的音乐唱片分类目录、鲍勃·迪伦 (BobDylan) 录音带、不再发行的 CD 以及其它无法从 PlayMusic 获得的音乐。上传非常简单，尽管我期望谷歌能够提供一个额外的人为上传音乐的选项，而非要求你的音乐库与系统默认的相匹配。如果出现不匹配，你不得不选择“修复不正确匹配”然后再等待自己的音乐上传。”

这种服务有时候还会出现怪异的专辑面错误，但纠正这些错误相对简单。无论是否打算为 GooglePlayMusic 支付月服务费，这仍是值得考虑的一个选择。它是个不错的一体化包装，虽然我已经是 Spotify 的订阅者，我仍然觉得谷歌免费的音乐存储柜是个完美的补充。

来源：飞象网 2015 年 02 月 26 日

国际电联正在为无线电的持续发展制定新的全球标准

2015 年 2 月 13 日，距离中国传统春节还有 5 天，在日内瓦由联合国教科文组织 (UNESCO)、欧洲广播联盟 (EBU)、联合国日内瓦办事处和国际电联组织的世界无线电日彰显“青年与创新”主题，期盼以新的创新手段连通世界。

联合国秘书长潘基文在致词中表示：“今年的世界无线电日突出无线电对于全球 18 亿青年男女的重要性。随着全球社会新的可持续发展目标和新的全球气候变化协议雏形的确定，我们迫切需要倾听来自青年人响亮而有力的声音。”

国际电联秘书长赵厚麟指出：“广播的价值和重要性众所周知，它不仅是新闻

和娱乐的媒介，也是至关重要的通信服务方式。无线电作为媒介的成本很低，尤其适用于通达边远社区以及弱势群体，在应急通信和赈灾中具有独一无二的有利作用。”赵厚麟强调了鼓励年轻发明家、中小企业和创新企业在开发有利于无线电可持续发展的新的、前瞻性技术中发挥的重要作用。

国际电联无线电通信局主任弗朗索瓦·朗西先生说：“国际电联世界无线电通信大会以及国际电联的指配或划分规划和程序都确保为此媒介提供频谱并使之遍及各个国家。国际电联研究组负责制定全球标准，保证通过规模经济实现最低成本，为无线电在未来的可持续发展而实现频谱的最有效利用，特别是要覆盖仍不能利用无线电的 10 亿人群。

另外，2015 年也迎来国际电信联盟 150 周年华诞。作为国际电联第 19 任秘书长，赵厚麟为此致辞称，“自国际电联于 1865 年成立以来，不断通过证实自己是世界上最具适应能力和相关性的组织之一而享有盛名。作为联合国的专门机构及其历史最为悠久的成员，国际电联一如既往地开展电信和信息通信技术（ICT）领域方面的尖端工作。”

来源：飞象网 2015 年 02 月 27 日