

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
如何监管互联网金融市场成两会热议话题	4
工信部 2014 年问责 59 项查处 29 家次违规电信企业	5
工信部部长：要改变电信业一家独大的竞争格局	6
【发展环境】	6
2015 年世界云计算发展趋势	6
大数据时代智能应用三大方向	9
全球移动通信系统协会预测：移动用户 5 年将增 10 亿	12
从 2015 华为合作伙伴大会看渠道发展思路	13
中兴称欧洲电信市场会迎来新一轮建设高峰期	14
P2P 监管应谨防变相产融结合	15
运营竞争	16
【竞合场域】	16
“互联网+金融”：健康发展成强音	16
发展普惠金融倒推金融改革	17
4G 时代的 6 大市场驱动力	19
4G 竞争全面开启，运营商如何创新思维抢跑市场？	20
京津冀广电一体化加速：歌华有线与河北天津签署合作协议	24
中国移动 DDoS 集采结果公布迪普科技入围	25
中国移动 OTN 设备新建部分集采：华为豪取超半数份额	26
运营商的转型凭什么听华为的？	26
【市场布局】	29
中国信息通信研究院互联网法律研究中心成立	29
联通 2015 年资本开支达 1000 亿元基站目标 92 万个	30
中移动与印度 BhartiAirtel 签署战略合作备忘录	30
技术情报	31
【趋势观察】	31
智慧城市建设加速大屏显示市场迎机遇	31
中兴通讯曾学忠：2015 将成语音手机爆发点	32
美的将与小米协同做投资加大智能家居话语权	33
酷派、华为、小米加速海外市场布局：筹划大规模扩张	35
【模式创新】	36

互联网厂商如何改变智能终端市场.....	36
大数据是云计算的“杀手级”应用.....	39
云计算的安全研究.....	41
物联网中的大数据.....	43
终端制造	44
【科技前沿】	44
海尔亚洲将推安卓系统智能冰箱.....	44
手机市场：新进者能否成为颠覆者？	45
【企业情报】	46
华为在英建 400M 无线网.....	46
华为以“场通信”定义未来通信体验.....	47
华为与英特尔启动战略合作，支持全球运营商发展公有云服务.....	47
华为与百度签署合作备忘录，共同发展室内移动互联网.....	48
Globe 与华为签署最大规模 SingleSON 部署合同，进行网络现代化运维	49
中兴 2015 年重点推广 IDC 全生命周期服务商案例已超 50 个.....	49
阿里 24 亿元入股光线传媒.....	50
市场服务	50
【数据参考】	50
2014 年中国移动互联网用户达 7.3 亿人	50
报告称 2015 年全球有 10 亿部智能手机升级换代.....	51
联通 2014 年净利增长 15.8%	51
北京手机网民达 2635 万户.....	52
海外借鉴	53
风河 NFV 生态系统快速扩大致力推动服务提供商网络转型.....	53
美国拟投入约 1 亿美元建新数字机构.....	55
苹果谷歌进军汽车业通用特斯拉迎来最强劲对手.....	56
谷歌或将推出移动网络.....	57
英特尔展示无线智能连接方案.....	57
欧盟发布首个云服务项目招标计划.....	58
英国绘制公共数字基础设施地图.....	58
2014 年巴西 4G 用户增幅超过 400%.....	59
LG 计划发布新款高端智能手机	60
爱立信携手沃达丰荷兰部署室内微微蜂窝.....	60
爱立信携手韩国电信开展 5G 联合研究.....	61
印度投巨资推动电子政府发展.....	61
印度频谱拍卖竞价高达 94 亿英镑.....	62

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

如何监管互联网金融市场成两会热议话题

一方面搭乘着金融改革的顺风车扶摇直上，另一方面却不断传出跑路、违规、叫停等负面信息，如何看待和监管国内互联网金融行业，成了全国两会代表委员热议的话题。

今年 1 月份 69 家 P2P 平台出问题

统计显示，过去一年，余额宝的资产规模已经达到 5789 亿元，在全球来看都属于规模靠前的货币基金。而在余额宝身后，还有它带动的庞大的宝宝军团。另一种互联网金融形式 P2P 在国内也是方兴未艾，目前中国已是世界最大的 P2P 市场。全国政协委员、中央财经大学金融学院教授贺强说，金融监管机构充分认识到市场化思维对于金融监管的重要性，得益于此，国内互联网金融行业获得了井喷式发展。

然而在迅猛长个儿的同时，互联网金融行业也遭遇成长的烦恼。市场上不时传出 P2P 等互联网金融公司跑路或是诈骗的丑闻。“网贷之家”的研究数据显示，2014 年全年出现提现困难或倒闭的 P2P 平台数量达 275 家，今年仅 1 月份，已有至少 69 家平台关停或跑路。民建中央向全国政协提交的关于进一步规范与发展我国互联网金融的提案，列数了互联网金融行业存在的六大突出问题，包括金融法律制度缺失、

账户管理真实性和安全性存疑等。

金融监管应“扶优限劣”

与此同时，由于监管存在“抓大放小”的情形，市场一定程度出现了大公司不敢创新，小公司胡乱“创新”的现象。比如目前备受关注的 P2P 领域。在清华大学五道口金融学院院长、中国人民银行原副行长吴晓灵看来，P2P 和众筹将是新金融未来的发展方向。不过，在千军万马涌入 P2P 之时，几家大型的互联网金融企业如腾讯、蚂蚁金服等却因此前的行业乱象和监管未落地而一直观望，不利于行业做大做强。

贺强建言，互联网金融监管应该摒弃一刀切，实行分级监管。针对规模体量较大的创新产品和服务，不能单方面从可能产生的负面影响来定义监管的松紧。金融机构自身的风险控制能力以及风险承受能力也应当作为监管幅度调整的重要参考，进而避免过于从风险控制角度追求“抓大放小”，忽视了从行业发展角度“扶优限劣”。

来源：新华网 2015 年 03 月 05 日

工信部 2014 年问责 59 项查处 29 家次违规电信企业

2014 年，工业和信息化部深入开展电信行业行风建设和纠风工作，以着力解决广大群众反映较多的热点问题为导向，强化用户满意理念和用户权益保护责任，纠建并举，标本兼治，取得新成效。

2014 年初，工业和信息化部明确了两方面七项重点工作任务。行风建设方面，做好重点强化企业责任意识、引导行业规范发展和深化用户满意理念等三项任务；纠风方面，做好突出抓好治理垃圾短信、整治不良手机应用软件、规范服务协议和流量收费等四项任务。确定了“百万用户申诉率季度不高于 20 人次、年度不高于 70 人次”的行风纠风考核指标。年底，部领导带队对三家电信企业集团公司及部分省市进行了行风建设和纠风工作检查，并组织人员对广东等 15 省（区、市）垃圾短信治理情况进行专项督查。

一年来，通过全行业自上而下动员部署、逐级落实，全年电信行业百万用户申诉率为 32.9 人次，较上年下降 30%。我部坚持“发现、取证、处理、曝光”工作机制，对 3 家基础电信企业和 620 家增值电信企业的 1085 款业务收费情况进行拨测检查，对 135 家应用商店架上 540 多万款应用软件进行技术检测，下架恶意程序约 2.8 万款，公开曝光不良软件 155 款。我部对企业违规侵权行为加大问责惩处力度，对用户申诉热点书面问责督办 59 项，查处违规电信企业 29 家次，对性质恶劣情节严重涉嫌违法犯罪的相关线索材料，移交公安部门立案侦查。

来源：工信部网站 2015 年 03 月 04 日

工信部部长：要改变电信业一家独大的竞争格局

3月5日上午，在第十二届全国人大三次会议开幕会入场时，工信部部长苗圩在接受媒体采访时说，从2013年底开始发放4G牌照后，目前使用客户已接近1亿人，而前不久又发放了两张4G牌照给中国电信和中国联通。苗圩说，随着这两张新牌照的发放，要改变一家独大的竞争格局，调整三家更均衡的竞争格局。

苗圩说，2013年底曾经发放过三张4G牌照，一年多时间内，客户使用已接近1亿人。

近期，工信部又向中国电信、中国联通发放了FDD网络制式的4G经营许可，这使得我国目前具备了TD-LTE和LTEFDD两种4G国际标准。苗圩说，新的牌照发放顺应了国际发展趋势，也回应了两家公司对发展提出的要求，他说，随着这两张牌照发放，要改变电信业一家独大的竞争格局，调整三家公司更为均衡的竞争格局，有助于降低资费，提高速度。

来源：《新京报》2015年03月05日

【发展环境】

2015年世界云计算发展趋势

2014年，我们见证了云计算如何推动消费产品和企业级产品领域的伟大创新，而成为不同规模组织的新常态。如今，云计算已成为推动诸多企业创新的引擎，其中不仅包括Dropbox、Airbnb、Pinterest、Hailo、WeTransfer和Soundcloud等新兴企业，也包括百时美施贵宝（Bristol-MyersSquibb）、壳牌、联合利华和西班牙曼弗雷（Mapfre）保险集团等成熟企业。与此同时，我们也看到大量的中国企业也通过云计算加速了创新的步伐，更快的拓展国际市场。小米正通过云计算服务全球范围的智能手机用户；远景能源通过云计算管理着世界各地的智能风场；猎豹移动通过云计算为全球的用户提供手机安全的保障。毫无疑问，云计算已经产生了广泛的影响。

尽管我们已经见证了各种令人叹服的创新，但一切才刚刚起步。在2015年及以后，云将会带来触及我们生活的各个方面、令人兴奋的创新。在我们的客户正在进行的各项业务中，我挑选了在2015年及以后将快速发展的八大趋势。

云分析将无处不在。云分析几乎影响着每位消费者和每个商业领域。通常，消费者不会注意到云，因为云在不同的应用程序的身后提供支持。但云分析正变得越来越普遍。从零售建议到基于基因学的产品开发，从金融风险管理和初创企业衡量其新产品的效果，从数字营销到快速处理临床试验数据，这些领域都通过借助基于云分析而达到新的水平。

AWS（AmazonWebServices）已经清晰的看到了这一趋势，因为我们的数据仓库服务 AmazonRedshift 已经成为公司历史上增长最快的云服务。我们甚至发现，

AmazonRedshift 是许多企业使用的第一个云服务。随着越来越多的企业开始了解分析对其发展的作用，我们预计该服务能够在 2015 年实现爆发式增长。

云将实现自助分析。过去，组织内部的分析系统处于旧式 IT 的最顶点：在专用硬件上运行一个集中式数据仓库。在现代企业中，这种情况是不能接受的。在帮助业务部门变得更加敏捷、更快速地响应业务需求并开发客户真正需要的产品方面，分析发挥着至关重要的作用。但这种集中式、不够灵活的旧式数据仓库模式往往使企业用户陷入困境。而基于云的分析完全改变了这种情况。

业务部门现在借助云服务的资源，在云中迅速创建自己的数据仓库，并可根据其需求和预算选择数据仓库的规模和速度。它可以是一个在白天运行、拥有 2 个节点的小型数据仓库，也可以是一个仅在星期四下午运行几个小时、拥有 1000 个节点的大型数据仓库，或是一个在夜间运行，以在第二天向工作人员提供所需数据的数据仓库。

全球商业出版物《金融时报》如何使用分析就是一个很好的例子。《金融时报》拥有 120 年的历史，已经在诸多方面进行了变革，它通过使用云来运行商业智能(BI)工作负载，得以分析所有报道，使报纸更加个性化，为读者提供更加定制化的阅读体验，彻底地改变向读者提供内容的方式。

借助新的商业智能系统，《金融时报》每天能够实时分析 140 篇报道，并提高完成分析任务的敏捷性，分析所需时间从几个月缩短到几天。此外，《金融时报》也扩展了其商业智能，以更有针对性地向读者提供广告。通过使用 AmazonRedshift，《金融时报》每天能够处理 1.2 亿个独立事件，并集成内部日志和外部数据源，为读者打造一份更加动态的报纸。

云让一切变得智能化。近来，一切都可以变得“智能化”——智能手表、智能衣服、智能电视、智能家居和智能汽车。绝大多数的智能设备的软件都是在云端运行的。

无论是家里的温控器、手腕上的活动跟踪器，还是漂亮的超高清电视上的智能电影推荐，它们都由在云上运行的分析引擎驱动。由于这些智能产品的“智能”存在于云中，这也催生了新一代设备。实现了路灯照明的智能化的飞利浦 CityTouch 就是一个很好的例子。

飞利浦 CityTouch 是适用于整个城市的智能路灯管理系统。它提供联网的道路照明解决方案，允许整个郊区和城市智能地控制路灯照明，做到实时管理天黑后的环境。城市管理人员能够在人流量较高的街道上保持良好的照明，在恶劣天气或环境光线过暗时增加亮度，或者在人烟稀少的工业区调暗灯光。

这项技术已经被应用于布拉格和伦敦郊区等地。CityTouch 正在使用云作为后端技术来运行该系统，并从路灯上安装的传感器收集的大量数据中提取有价值的信

息。这些数据使城市管理人员更好地了解天黑后城市的情况，并采用更有效的照明管理计划，避免过多的光污染对城市居民和野生动物造成不良影响。

云分析将改善城市生活。云分析能够利用城市环境信息来改善世界各地城市居民的生活条件。芝加哥正在进行的工作就是一个很好的例子。芝加哥是首批在全市范围内安装传感器来永久测量空气质量、光强度、音量、热量、降水、风和交通的城市之一。

来自这些传感器的数据流入云中进行分析，用于发掘改善居民生活的方式。芝加哥的“ArrayofThings”项目收集的数据集将在云上公开，以供研究人员寻找分析数据的创新方法。

许多城市已经表示有兴趣效仿芝加哥使用云来改善城市生活，并且很多欧洲的城市已经开始行动，比如英国的彼得伯勒市议会。彼得伯勒市议会公开其收集的数据集，让当地社区参与创新。人们将议会公布的不同数据集进行整合。例如，人们可以把犯罪数据和天气情况关联起来，帮助议会了解在炎热天气中是否会发生更多的入室盗窃案，以便他们更好地分配当地警力，或把就医数据与天气情况关联起来，发现其中的趋势和模式。在云的帮助下，这些数据开始向大众开放，以推动创新。

云将实现工业物联网。当我们想到物联网（IoT）时，我们通常重点关注物联网对消费者而言意味着什么。但在 2015 年，我们将见证一个不同的物联网的崛起——工业物联网。工业机械将与互联网连接，把数据传输到云中，以获得有关使用情况的洞察、提高效率，避免停机。

无论是通用电气给燃气轮机安装仪表、壳牌公司在油井中放置传感器、凯驰配备工业清洗机车队，还是建筑工地使用 Deconstruction 的传感器，所有这些都将继续地向云发送数据流，以供实时分析。

云将实现视频分析。长久以来，视频仅用于存档、回放和观看。借助云强大的处理能力，一个新的趋势应运而生：把视频当作数据流来进行分析。这被称为视频内容分析（VCA），适用于零售、运输等多个领域。

一个常见的应用领域就是在装有摄像头的地方，如商场和大型零售商店。视频分析可以帮助商场了解人流模式。分析可以提供了人流量、停留时间以及其它统计信息。这使零售商能够改善其商店布局和店内营销效果。

另一种常见的应用领域是音乐会等大型活动的实时人群分析，以了解整个场地的人流情况、预防拥堵，从而改善参与者的体验。交通部门也利用类似的方式疏导交通、监测高速公路上的停滞车辆和高速铁路上的物体以及其它运输问题。

另一个把视频内容分析运用在消费领域的创新的例子是 Dropcam。Dropcam 对联网摄像头传送的视频进行分析，为客户提供警报。Dropcam 是目前最大的互联网视频内容生产源，其向云中传输的数据流比 YouTube 还要多。

VCA 也成为体育管理的一个重要工具。球队正在使用视频分析来从不同的角度分析球员。例如，在一场英超比赛中，球队利用许多记录下来的视频流的分析数据，来改善球员的表现，并推动具体的训练计划。

美国职业棒球大联盟（MLB）的棒球队正在使用视频分析在赛场的电视屏幕上提供更好的实时分析，而美国橄榄球大联盟（NFL）正在使用 VCA 自动制作橄榄球比赛的精简版本，使视频时长缩短 60%-70%。

云将改变医疗分析。数据分析正迅速成为分析健康危险因素和改善病人护理的核心。尽管医疗行业面临降低成本和优化病人护理水平，云正在发挥着至关重要的作用，并帮助实现数字化医疗。

云支持创新的解决方案，如飞利浦 Healthsuite——一个管理医疗数据，并为医生和患者提供支持的平台。飞利浦 Healthsuite 数字化平台分析并存储着从 3.9 亿个影像检查、病历和患者输入中收集的 15PB 的患者数据，为医务人员提供可操作数据，这些数据可以直接影响病患照护。这正在彻底变革着世界各地几十亿人的医疗现状。在 2015 年及以后，我们预计可以看到云在推动患者诊断和治疗方面发挥更大的作用。

云将实现安全的分析。从网购到医疗再到家庭自动化，分析在如此多的新领域得到应用，因而分析数据的安全性和私密性变得至关重要。在存储和分析引擎中深度集成加密功能并让用户能够拥有密钥，确保了只有这些服务的使用者有权访问数据。

链接作者介绍

沃纳·威格尔

亚马逊全球副总裁兼 CTO

沃纳·威格尔博士是亚马逊公司全球副总裁兼 CTO，负责推动亚马逊公司的技术愿景，以及全球范围内基于亚马逊的用户需求的持续创新。

加入亚马逊之前，沃纳·威格尔是康奈尔大学的科学家，是多个研究项目的首席研究员，专注于企业关键任务计算系统的可扩展性及稳健性研究。他还曾担任多个企业的副总裁及 CTO，实现科研成果的产业化。

沃纳·威格尔拥有阿姆斯特丹自由大学的博士学位，曾在多份期刊及会议上发表超过 80 篇主要针对企业计算系统的分布式技术处理的文章。

来源：通信产业网 2015 年 03 月 06 日

大数据时代智能应用三大方向

高清、网络 and 智能是安防行业的三大主题，而时代的发展已经证明了 IP 网络高清是未来发展的主流，而且已经得到了高度的普及。智能技术经过这么多年的发展，准确率和实用性在不断提高，接下来可能会往哪些方向发展呢？

一、智能前置 VS 后端智能分析

在智能化进程发展过程中，很长一段时间内，视频监控系统的智能分析功能都是采用中心分析的方式来实现。这种方式有其独特的优势，比如不需要前端摄像机具有智能分析功能，只需要上传视频流给智能分析服务器即可；再比如，因为硬件结构决定了智能分析服务器具有超高的处理性能，一台智能分析服务器可以同时处理几十路前端视频流，等等。但即便如此，这种方式仍然存在一些难以调和的问题，例如随着系统规模的增长，后端存储管理和传输带宽的压力将逐渐增大，那就需要通过提高后端设备的性能来解决，而如果要提高服务器配置、增加服务器及交换机数量等，最终会导致视频监控系统成本的提升。

智能前置是相对于监控中心智能分析服务器的后端智能分析来说的，简单点说就是把一些智能分析算法嵌入前端摄像机产品中，直接利用摄像机来进行智能分析或行为侦测等，再把分析结果或报警信号传给后台。

智能前置的方式相当于给每一台摄像机赋予了一个“智慧的大脑”，让它们有“独立思考”的能力。早期摄像机主要功能就是采集图像和声音信号，作用类似于人的“眼睛”，模拟摄像机实现了“看得见”，高清摄像机实现了“看得清”，那么智能前置的摄像机既要实现“看得清”、“看得懂”，还要“善思考”和“易交流”。从目前的发展来看，智能化的摄像机绝不是相关的技术和产品供应商为纯粹的商业目的而增加的“噱头”，而是他们为摄像机能够更好地满足实际应用需求所进行各种技术创新的成果。

从目前来看，智能前置这种方式有效解决了后端智能分析存在的一些问题，成为近年来智能发展的新方向。其主要优势主要表现在：一、精确度和实时性提升。因为不需要把视频传输到后端智能分析服务器来处理，因此不存在传输时可能产生的网络延迟、丢包或由压缩造成的误差等情况，可以提升分析的精确性。另外，从传统的“事后查阅录像”到“事中及时响应”，大大提高了实时性，提升监控的价值。二、规避了单点故障。把智能算法集成到每一个前端摄像机上，当其中有一台机器的智能功能失效，智能监控系统中的其他摄像机并不会受到影响，仍然可以独立完成智能侦测和分析，从而降低风险，保证了整个系统的可靠性。三、系统建设成本降低。智能分析工作放到前端来处理，再传输分析结果到后台，一方面网络带宽的压力和成本降低了，另一方面由于服务器只需要处理报警就可以，还可以节省大量后台服务器的配置和维护成本。

不过，虽然智能前置有很多优势，但目前还不能完全替代后端智能分析的方式。一方面，智能前置对摄像机的性能要求是很高的，摄像机必须具备足够强大的芯片才能支撑起多种智能分析算法，而且有时候，由于性能限制以及安装角度问题，开启一个功能的同时，另一个功能就不能使用了；另一方面，对于已经建设完成的系

统，想要增加智能分析功能，如果不想更换前端设备，那么也只能选择后端增加智能分析服务器的方式来实现了。

二、微智能 VS 专业智能

前面提到智能前置已经渐渐成为近年来智能发展的新方向，而具体到智能前置领域的细分，其实也有两种不同的分类，那就是微智能和专业智能，这两种类型的智能摄像机均可在前端实现对多种行为及异常现象进行侦测的功能，而最主要的区别是在性能及准确率方面。

专业智能是智能前置最早出现的一种形式，其性能强大，准确率高，主要面向更高端、更专业的智能分析应用市场。例如，专业智能摄像机性能更强，可以在前端摄像机上实现人脸侦测及人脸抠图，实时分析出人脸属性（性别、年龄段、是否戴眼镜等），并实时将抠下来的人脸小图及人员信息上传给后端的服务器或平台管理软件，一方面可做报警，另一方面可为后续人脸比对提供原始人脸素材，且准确率较高，适合用于监狱、网吧、火车站等需要对人脸进行识别抓拍但对准确率要求较高的领域。而微智能摄像机仅仅对人脸进行侦测，并根据侦测到的信息及时传到后台进行报警，而不会对人脸进行抠图或分析，更适用于一些要求不高的普通监控场景下。

微智能的摄像机是近几年比较热门的智能前置摄像机，其代表产品当属 SmartIPC。最早是由海康威视（002415，股吧）于 2013 年第一次在业界推出，发展至今，各大监控厂商也都纷纷推出了自己的 SmartIPC 产品，已经逐渐成为传统网络高清摄像机的升级替代产品。与专业智能摄像机相比，虽然性能和智能分析准确率不如前者高，但由于两者定位不同，而且微智能摄像机有着自己独特的优势，拥有比专业智能摄像机更广泛的应用领域。

首先，“加量不加价”。微智能摄像机相当于是传统摄像机的一次升级替代，只是提高了摄像机的性能，增加了摄像机的功能，却并未增加购置成本。就像以前人们花几万块买只能打电话的“大哥大”，而现在花几千甚至几百就能买到集打电话、发短信、看电影、玩游戏等多种功能于一体的智能手机一样。微智能摄像机是将一些非常实用的智能功能进行简化后集成到摄像机上，因此成本上要比专业智能和智能分析服务器少很多，而和传统监控摄像机持平。

其次，“傻瓜式操作”。微智能摄像机的另一大优势就在于配置简单，无论是专业智能摄像机还是智能分析服务器，都需要相当专业和复杂的智能规则配置及位置标定，这也是它们智能分析准确率的重要保障之一。而微智能摄像机因为对准确率方面并没有那么大的“苛求”，因此反而可以“轻松上阵”，往往仅需要“打个勾”，开启一下智能侦测功能，最多再“画个框、画条线”，标出重点防范的区域或周界就能实现区域入侵、跨界入侵等智能事件侦测。

第三，“应用更广泛”。正是因为微智能摄像机的这些特点，使得其应用环境非常广泛，可以说，以前所有需要监控的场景它都可以替代，在不增加成本的条件下，可以获得更多的监控“附加值”。例如，以往的大厅出入口、小区出入口、地下停车库出入口等场景下的监控摄像机只需要进行视频图像采集，而现在如果更换成微智能的 SmartIPC，除原有的视频采集功能之外，还可以进行车牌抓拍、人脸侦测等，提升了整体监控系统的价值。

三、效率 VS 准确率

智能分析的准确率一直是人们非常关注的，而随着系统不断扩大，前端摄像机点位不断增多，大数据时代人们有了新的关注点，就是数据检索的效率。“要效率不要绝对精确”也是大数据时代数据处理的原则之一。值得注意的是，这里所说的“不要绝对精确”，并不是指对准确率就没有要求了，而是指对准确率并不苛求一定要达到 99% 以上，而是在能够满足基本监控需求和智能分析功能的基础上，提升数据处理及视频检索的效率。

举例来说，微智能摄像机的准确率可能并不如专业智能及后端智能分析服务器那样高，但对于大部分区域/跨界入侵、进入/离开区域、物品遗留/拿取、人员聚集、徘徊、非法停车、快速移动等行为都可以进行实时侦测和报警，更重要的是，这些打上“智能侦测事件”的视频录像被存储下来后，可以大大增加后续的录像检索效率，在查阅录像时只要选择“区域入侵”事件录像，就可以把所有区域入侵的录像段全部搜索出来，而不再需要将一天的录像从头看到尾。

这也是微智能摄像机隐藏的一个非常大的优势，除了可以及时对行为事件进行侦测和报警，同时可以给后端 NVR 或集中存储设备提供大量智能视频流。我们可以想象到，未来当所有传统的摄像机都被 SmartIPC 替代后，所有的视频流都是带有“智能标签”的，那么即使面对海量的高清视频数据，也可以依据这些智能的视频流和智能的信息（人脸、车牌等数据），实现秒级的数据搜索。

来源：中国安防行业网 2015 年 03 月 05 日

全球移动通信系统协会预测：移动用户 5 年将增 10 亿

全球移动通信系统协会在 2 日开幕的世界移动通信大会期间发布《移动经济 2015》报告。该报告预测到 2020 年，全球移动通信用户将从 2014 年末的 36 亿增至 46 亿。届时，全球约有 60% 的人口使用移动通信服务。

报告指出，大量移动通信用户开始享用 3G 及 4G 宽带网络，智能手机普及率迅速提高，推动了新的移动数据服务和应用程序增多。2014 年使用宽带网络的移动通信用户比例为 40%，预计到 2020 年，这一比例将增至约 70%。此外，智能手机的覆盖率将从 2014 年的 37% 增加到 2020 年的 65%。

报告认为，未来 5 年，全球移动用户的增长将主要集中在发展中国家，原因是

越来越多的当地民众将负担得起使用移动设备和服务的费用，其移动通信服务覆盖率也将进一步提高。

此外，在 2014 年，全球移动通信行业直接或间接创造了 2460 万个就业岗位。预计到 2020 年，这类工作岗位将达 2870 万个。

来源：《解放日报》2015 年 03 月 04 日

从 2015 华为合作伙伴大会看渠道发展思路

“智汇阳光共襄新程超越梦想共铸辉煌——2015 华为中国合作伙伴大会”将于 3 月 12 日至 13 日在中国西安曲江国际会展中心举行。

规模背后的思路

华为合作伙伴大会已成为国内规模最大的渠道合作伙伴大会之一，2014 年，有 3000 家合作伙伴参加华为年度渠道会议，2015 年预计参加的合作伙为 4000 家，超过 5000 位嘉宾莅临西安渠道大会现场，且国内 TOP100 方案商都将参加此次会议。

从参会合作伙伴数量和质量的变化可以看出，华为“被集成”渠道战略思想已经得到越来越多的合作伙伴认可，其中不仅包括广大中小企业及商业市场渠道，还包括国内顶级方案商。这进一步说明，不同规模的合作伙，在与华为的合作中，找到了不同的合作契机。也说明，华为的渠道政策日臻完善，华为可以为不同发展阶段的合作伙伴提供相对应的成长空间。

故事背后的思路

另一方面，从会议日程上看，2015 华为中国合作伙伴大会除了对最新的渠道政策、领先的 ICT 产品和解决方案进行全面解读外，还特别安排了超过 10 家合作伙伴分享成功案例，其中既包括渠道转型、合作模式、业务增值，也包括云计算新思维等话题。

可以看出，在持续吸引合作伙伴、完成市场无缝覆盖的同时，2015 年华为已经将提升合作伙伴能力作为渠道工作的重中之重。渠道能力的提升，对华为而言，将保证更高的项目成单率，更高客户满意度；对合作伙伴而言，其也将拥有更大的利润空间，更强的企业综合竞争实力。

产品背后的思路

在产品和解决方案层面，2015 中国合作伙伴大会中，华为将把压箱底的十八般兵器面向合作伙伴进行全面地展示。2014 年，华为企业业务提出了“123456”战略，其中的“4”指华为主力销售的四大产品，即：数通、存储、视频会议和无线 eLTE。

2015 年，华为展示的“压箱底”的产品包括：OceanStor 融合存储、双活数据中心、华为 32 路关键业务服务器、华为 RP 多功能智真、RSE6500 全高清视频会议录播服务器、S12712 敏捷交换机、CE12816 交换机、原子路由器、eSpace8950 视频电话机、eLTE 单站集群系统、IDS2000 模块化数据中心等。

从全产品线的整体亮相释放出一个信号，华为希望在未来的一年中，继续扩大渠道合作体系，以期实现全产品线的无缝覆盖，从重点产品线突破，转型为全线突破。

同时，在大会现场超过 4000 平方米的展厅中，除展示了华为最新的产品、技术、案例，还与联强国际、中建材、神州数码、佳杰科技、金华威数码、富通时代科技、北明、CIC、太极等 30 多家合作伙伴一起，联合展示全行业融合应用方案。这也释放出一个信号，华为正在与合作伙伴一起，将产品销售，提升为解决方案销售，使华为的产品更具黏性。

来源：通信世界网 2015 年 03 月 05 日

中兴称欧洲电信市场会迎来新一轮建设高峰期

业内人士都看到了欧洲运营商正在发生整合，是否运营商数量的减少意味着整个电信设备市场规模的缩小呢？

中兴欧洲总裁肖明却认为，欧洲未来三五年会有新一轮建设高峰期，原因正是由于近几年欧洲电信运营市场发生的巨变，他在是 2015 年世界移动通信大会上接受 C114 等媒体采访时发表如上观点的。

整合带来新市场

去年底，英国老牌电信集团 BT 收购该国最大的移动运营商 EverythingEverywhere，英国第二大移动商 O2 出售给和记黄埔英国公司 3，至此，英国五大运营商缩减到三家。

在西班牙，沃达丰收购了有线电视运营商 Ono，法国电信收购了西班牙第三大无线通信运营商 Jazztel。

在德国，西班牙电信收购了荷兰皇家 KPN 旗下德国公司 E-Plus。

这些收购背后，可以看到，固网运营商与移动运营商抱团，宽带运营商与有线电视服务商的合作，有线宽带与无线宽带捆绑销售，宽带服务与有线电视业务打包，各种服务商的全业务运营、跨界渗透趋势日益明显。

运营商之间的抱团合并，不断折腾，肯定会给供应商带来更多的机会。网络整合，必然会存在老旧设备的替换和升级；发展全业务，必然带来有线宽带和无线宽带的双重投资；业务融合，必然存在系统对接、软件升级的需求。这些对供应商来说都是新蛋糕。

近几年，欧洲运营商也不断开发新业务，向企业市场拓展，同时细化用户群，这些也是新机会。比如说，对于高端用户市场，宽带走向光纤到户的步伐加快，而低端用户群也会支持 FTTC 和 G.Fast 等现有技术的新一轮增长。

政策推动投资

欧洲在 2G 时代一直是移动通信技术的先锋，也一向是新技术的尝鲜者，到了

3G 阶段，由美国企业开始打破了欧洲标准一统天下的局面，在 4GLTE 时期，美、日、韩正式成为新技术部署最积极最活跃的市场。

欧洲当然不甘心后来者的赶超，先后出台了“欧盟 2020”的数字建设计划，成立了“5GPPP”公私合营组织，谋取重回移动通信技术领导者的地位。尤其是“数字 2020”计划，涉及 3000 多亿欧元投资规模，还主动邀请中国设备商加入该项目建设规划。

肖明透露，中兴通讯也受邀参加与欧盟相关组织的直接对话，一起为数字欧洲的未来贡献力量。

同时，2015 还是中欧建交 40 周年，可以预计双方会有更高层次的合作与交互。

得当策略确保增长

因此，肖明对中兴在欧洲未来三五年的发展非常乐观，他说，只要策略得当，中兴一定会乘上这轮增长的东风。

所谓的得当策略，根据肖明的解释，就是根据中兴在每个国家的不同情况，采取不同的策略。已经做得很好的市场，快速把市场面拓宽，赢得更多的客户。在尚未取得领先份额的其他市场，继续扮演好挑战者的角色，积极进取。

他深信中兴在现在的欧洲市场非常有竞争力，过去几年欧洲市场因投资下滑，西方厂商都大受影响，转型为更聚焦的解决方案提供商，而中兴拥有最全的产品线，非常适应目前欧洲运营商转向全业务发展的趋势。

根据肖明的介绍，2014 年，中兴 4G 产品在欧洲的出货量增长超过了 200%。欧洲对 5G 态度相当积极，中兴 Pre5G 基站已经可以商用，欧洲很可能出现第一个吃螃蟹的人。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 05 日

P2P 监管应谨防变相产融结合

P2P 在需要明确监管主体之外，监管细则也应进一步强化，对不同运营模式的平台，有必要考虑进行分类型监管，并制定不同的准入标准。其中，对于承担了贷款信用风险的平台，应参考监管部门对商业银行的监管，设置资本金、损失准备、拨备、风险管理等要求。

2015 年两会火热开幕，两会期间，国务院总理李克强表示支持推进互联网新金融的发展，至此野蛮生长的 P2P 终于可以“走到阳光下”，互联网金融发展及监管也成为关注的重点。面对跑路的 P2P，金融监管何时出台，何去何从成为今年两会全国人大代表和政协委员热议的话题。

作为一种新型网络借贷模式，P2P 行业自 2013 年以来一直保持高速发展。根据网贷之家发布的不完全统计，2014 年底，网贷运营平台已达 1575 家，当年新上线的网贷平台超 900 家。与此同时，风险事件频发，使得监管问题凸现。

中国对金融业实行“分业经营、分类监管”。目前，互联网金融监管依然沿用该思路，即 P2P 归口银监会监管。而在银监会内部，采取机构监管模式，就是由不同的监管部门对不同的金融机构分别实施监管。根据银监会最新的机构改革，普惠金融部已经下设网贷处承担具体职责。考虑到中国当前的金融体制，这是一种比较务实的框架设计。

监管主体尘埃落定，意味着 P2P 成为被“认可”的机构，但具体的 P2P 监管办法尚在襁褓中。难产缘于适度原则的争议和把握上。

P2P 行业日新月异，监管措施既要促进其更好又快发展，又能保护消费者利益，防范风险外溢。这使得诸如行业准入等监管问题悬而未决。

事实上，随着 P2P 发起机构日趋多元化和综合化，上述原则已经不是有没有的问题，而是多和少的问题。进入 P2P 行业的早已不是所谓的“草根”，其中不乏有实力的上市公司已经开始布局这一市场。P2P 已经成为产融结合的又一新机遇。

与美国模式不同，中国的 P2P 没有甘当信息中介。P2P 平台已经将触角渗透到借贷的各个环节。而且 P2P 业务类似消费金融公司和小贷公司，却由于没有监管无需牌照，围绕 P2P 为核心的资产生态链加速形成，产融结合存在一些不规范性和不成熟性，风险有所显现，需要引起重视。

产融结合往往伴随着内部关联交易，可能通过对下属 P2P 的控制来对实业子公司的一些冒险行为进行支持，甚至出现“补窟窿”的现象。而一些产业集团认为 P2P 只要做大，即使亏损甚至面临倒闭，也会得到政府的隐性担保。这都可能导致产业集团控制的 P2P 有高杠杆、过度投资等冒险倾向。随着 P2P 平台有可能成为合格金融机构的预期增强，这一趋势也在同步增强。

针对当前中国 P2P 现状，P2P 在需要明确监管主体之外，监管细则也应进一步强化，对不同运营模式的平台，有必要考虑进行分类型监管，并制定不同的准入标准。其中，对于承担了贷款信用风险的平台，应参考监管部门对商业银行的监管，设置资本金、损失准备、拨备、风险管理等要求。另外，对控股股东也要有资本充足率的要求，进入 P2P 的企业应当具备良好的资本状况，特别是对取得控制权的产业集团，整个产融集团的净资本应达到全部资产总额 30% 以上，控股企业在 P2P 失去清偿能力时，有义务帮助金融机构补足资本金或恢复清偿能力；建立有效的风险隔离机制，防止控股企业将被投资金融机构作为融资平台从事高风险业务。

来源：《新京报》2015 年 03 月 06 日

运营竞争

【竞合场域】

“互联网+金融”：健康发展成强音

2014 年两会，“互联网金融”一词被写入政府工作报告。2014 年互联网金融的

大热，引起行业人士及大众极大关注。而 2015 年，有关互联网金融监管的问题成为两会委员和代表最为关注的话题。3 月 5 日，李克强总理在政府工作报告中再次力挺互联网金融，并明确提到“互联网金融异军突起”和“促进互联网金融健康发展”。

发展普惠金融倒推金融改革

互联网金融在降低交易成本、提升客户体验以及扩大金融业覆盖面上有独特优势。1 月 4 日李克强总理在深圳前海微众银行敲下电脑回车键，卡车司机徐军就拿到了 3.5 万元贷款。这是微众银行作为国内首家开业的互联网民营银行完成的第一笔放贷业务。该银行既无营业网点，也无营业柜台，更无需财产担保，而是通过人脸识别技术和大数据信用评级发放贷款。李克强总理亲口说出：互联网金融要“杀出一条路”、“倒推金融改革”！这充分说明互联网金融已获得国家层面的高度重视和认可，可以预见 2015 年将是互联网金融更加火热的一年。

关于互联网金融行业的提案、建议涌向全国两会，一方面，通过发展互联网金融等普惠金融让中小企业和百姓受益是主流的声音；另一方面，也呼吁国家高度重视互联网金融的快速发展背后孕育的危机，对新兴的互联网金融业态加强引导和监管。

全国人大财经委副主任委员、清华大学五道口金融学院院长、原央行副行长吴晓灵认为，要建立多层次资本市场，为小微企业在场外市场融资提供便利。网上发展起来的 P2P，有债权和股权的，是为小微企业提供融资的渠道。小微企业融资成本高于中等企业和好企业是规律，不要期望小微企业的利率高于好的企业，因为利率覆盖风险，风险高必定付出的利率水平也要高。但是如果渠道是畅通的，获得资金的便利远远高于资金的价格，尽管价格贵，有了融通的机会就有了创业生产的机会。给小微企业以便利为主，而不是价格的高低，如果政府想解决，应给予政策的补贴或者风险的分担。

全国政协委员、永隆银行董事长、招商银行前行长马蔚华《关于通过普惠金融缓解中小企业融资难问题》的提案指出，融资难问题长期困扰我国中小企业，在我国经济进入新常态，经济增速趋于放缓的新形势下更加突出。普惠金融能够降低金融服务门槛，保证社会各阶层平等享有金融服务的权利。为此，马蔚华从降低金融准入门槛、鼓励金融创新和完善社会征信体系三个方面提出建议。第一，适度放宽市场准入标准，构建多层次金融服务体系，引导民间资本更多进入普惠金融领域。民间资本通常以民间借贷的方式为中小企业提供金融服务，具有贴近基层、链条短等特点，在开展普惠金融上具有先天优势。民间资本进入金融领域的最大挑战来自于严格的市场准入标准，但根据党的十八届三中全会“在加强监管前提下，允许具备条件的民间资本依法发起设立中小型银行等金融机构”的精神，在 2014 年批准

设立民营银行的基础上，按照“负面清单”的准入制度，进一步废除对非公有制经济各种形式的不合理规定，消除各种隐性壁垒，以更开放的态度允许和支持区域性中小型金融机构等设立与发展，为各类投资主体准入提供公平竞争的市场环境。第二，鼓励多样性的普惠金融业务创新，不断扩大金融服务的覆盖面和渗透率。一方面，通过金融创新，丰富金融产品，增加金融服务的层次，扩大普惠金融服务的边界，满足各类中小企业对资金的多样化需求。另一方面，大力推动互联网与金融的深度融合，通过先进的技术手段，在信贷审批和风险管理上创造更便捷的工具，为普惠金融服务中小企业解决网络和通道问题；鼓励互联网企业和金融机构的合作，在规范的前提下，为以互联网金融为代表的金融创新提供发展空间。第三，进一步完善社会征信体系，优化普惠金融生态环境。充分发挥政府的主导作用，进一步完善企业信用信息基础数据库，促进银行之间，银行与工商、公安、税务、海关、环保、交通、房地产等部门共同建立信息管理与互动机制，构建全方位、多渠道的中小企业信息信用通报平台，建立适合中小企业特点的信用评级体系，奠定发展普惠金融支持中小企业的基础。

提高行业门槛加强事中监管

民建中央《关于进一步规范与发展我国互联网金融》的提案列数了互联网金融行业存在的六大突出问题，包括金融法律制度缺失、账户管理真实性和安全性存疑等，直指行业存在“野蛮生长”现象，并提出 10 条建议：1. 将构建中国互联网金融体系和秩序建设作为一项国家战略经营。2. 构建多层次的互联网金融监管体系。3. 加强互联网金融消费者权益保护。4. 完善互联网金融风险管理的协调机制。5. 采取功能监管为主的务实性监管和有针对性的分类监管，避免监管真空和重复监管。6. 设置我国互联网金融企业的从业门槛。7. 采用负面清单和底线思维监管互联网金融。8. 完善征信体系，搭建信息共享平台。9. 秉承监管一致性的原则，对吸收货币市场基金协议存款的银行征收法定存款准备金，进一步规范我国互联网金融的发展。10. 将地方政府金融服务局作为各地网络金融监管的主管部门，承担防范区域网络金融风险防范的监管责任。

致公党《关于促进我国互联网金融健康发展》的提案，鼓励、扶持互联网金融进入原有金融体系尚未覆盖的薄弱环节，建议监管部门研究制定面向互联网金融的优惠政策，引导其向“广度拓展、深度挖掘、东资西引”三个维度发展。

致公党提案建议：明确不同业态的业务监管主体，将互联网金融纳入我国金融监管框架，实现政府监管、行业自律和主体自治三者有机结合。根据互联网金融不同的产品和业务类型，将其纳入包括“一行三会”和地方政府金融局（办）在内的金融监管框架内，并注意发挥市场主体自治和行业自律管理的作用。不同监管主体要按照国务院“放松管制、简政放权”的要求，尽量减少行政审批和行政监管，探

索实施“负面清单”式的监管模式，注重划定监管“红线”，充分授权行业自律组织进行自律管理，引导市场主体强化内部治理和内部制度，利用现代信息化技术手段，加强事中事后监管，加大对违法违规行为的处理处罚力度。提案建议：建立互联网金融消费者保护协调机制，适时成立专门的金融消费者保护机构。建议“一行三会”的金融消费者保护机构根据各自被监管业务的特点，积极研究互联网金融条件下金融消费者保护的工作重点，建立金融消费者网上保护平台，实现网上投诉，网上受理，网上解决。同时，加强网络金融消费者教育，提高金融消费者的金融知识，增强自我保护意识。适时建立专门的金融消费者保护机构。此外，要明确互联网金融企业破产情况下对金融消费者的保护，完善市场退出机制。

谈及具体的监管思路，全国政协委员、保监会原副主席李克穆表示，要“审慎监管”，一方面希望互联网金融相关监管办法尽早出台；另一方面他也认为互联网金融日新月异，其快速发展使得监管工作难度加大，监管措施须要既能让它很好地发展，又能保护消费者利益。“审慎监管”的概念是既要允许这个行业发展起来，也要有一定的规则制约，这样才能让它发展得更好。

来源：《人民邮电报》2015年03月09日

4G时代的6大市场驱动力

FDD牌照的靴子终于落地了，我国全面进入4G时代。然而在4G时代，三家运营商运营收入不增反降，如何平衡网络建设和市场效益是摆在运营商面前的首要任务。笔者通过仔细对比英国和中国通信市场，认为有几个关键驱动市场是中国运营商必须从战略层面高度重视的。

移动广告市场

移动广告市场占比最高的是英国，达到15.9%，美国是14.51%，而中国只有0.72%。由此可见，这个市场空间未来是非常广阔的。前提是中国的运营商和监管机构（工信部、新闻出版广电总局等）能达成对垃圾短信以及其他领域垃圾信息的明确界定，才能启动这个市场。

移动数据流量市场

从全球看，全球移动数据流量占收入的比例为37.8%，中国数据流量收入占比不到15%，市场空间巨大。

跨界业务市场

从广播、电视、电信、邮政大的市场结构看，2014年，全球电信收入增长率是2.3%、电视是5.1%、广播是2.3%、邮政是-1.6%，整体平均是2.5%。电信行业低于其他行业增幅。电信运营商应该尽快推动与广电的融合，将最丰富的内容承载到通信网络上（无论是固网还是移动网），推动内容收费，实现价值从广电领域向电信领域的转移。

智能终端应用市场

根据美国联邦通信委员会发布的 2014 年度报告，在美国市场排名前 10 的应用为邮箱、天气、社交、搜索/地图、游戏、即时通信、本地信息服务、音乐、视频、图片和视频分享。尽管三家运营商这些业务均有涉及，但是如果和互联网企业相比，几乎没有一项业务能够进入行业前 3 名。套用杰克韦尔奇的观点，这是非常危险的业务结构。运营商应从开放、共享、互赢的角度出发，尽快设计商业模式，形成商业平台，打造类似“第二个增值服务时代”的辉煌。这需要运营商拿出更多的资源，降低姿态，退出内容领域，抢占平台市场，方能真正激活市场，从而分得更多的蛋糕。纵观阿里巴巴的电商、金融和物流平台，腾讯的游戏平台，百度的搜索平台，无一不是形成生态圈，从而驱动产业的良性发展。

移动互联网应用市场

大多数客户消耗的移动数据流量在家庭场所居多。美国联邦通信委员会监测的数据表明，美国通过无线上网的客户渗透率从 2008 年的 15.1% 一直飙升到 2013 年的 39.1%。通过有线上网的比例则从 18.4% 下降到 7.2%。这充分说明家庭互联网的市场魅力。运营商不应该忽视 WLAN (WiFi) 等移动宽带的潜力。要重新规划对 WLAN 的定位，采取批发、承包、合资、外包等不同商业模式，做大 WLAN 市场。这样一方面能缓解 4G 网络的压力，同时也能发挥和盘活 WLAN 存量资产的价值。这需要运营商拿出极大的智慧，与房地产商、物业公司、街道办事处、社区便利店等机构合作，形成真正有益的社区 O2O 发展模式。

政企信息化市场

长期以来，运营商过于从 CT 角度看待 ICT 业务，导致现在发展的窘境。凡是与 CT 相关的业务都发展不错（类似集团通讯录、集团 V 网、短彩信、专线等），凡是涉及 ICT 整合，尤其是突出 IT 的业务基本处于停滞状态。从韩国电信市场发展看（数据来自韩国广播通信委员会），在大 IT 领域，增长最快的分别是企业软件（6.8%）、IT 服务（4.5%）、应用与设备（4.3%），对比运营商的政企产品体系，虽然有所涉及，但是基本上是外包型、碎片化开发，并没有形成真正的 ICT 能力。因此，在 4G 时代，运营商应该重塑政企队伍，突出 ICT 整体运营开发能力，同时通过资本并购的形式进入企业软件和云服务市场，快速形成规模。中国企业软件市场和 IT 服务市场的前 10 名都是可以合作与并购的对象。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 10 日

4G 竞争全面开启，运营商如何创新思维抢跑市场？

截至 2014 年 12 月底，中国电信依靠 2014 年下半年的努力终于把新增用户数转正，全年累计净增移动用户 4 万户，3G 用户达 1.55 亿户。中国联通移动用户达到 2.99 亿户，其中移动宽带（3G/4G）用户累计达 1.49 亿户。而中国移动用户总

数达到 8.07 亿户，其中 4G 用户总数达 9006 万户，远远超过 2014 年累计 4G 用户达 7000 万的目标。

近日，工信部为中国联通和中国电信发放了 LTEFDD 牌照，更是导致 4G 竞争进入白热化。中国联通、中国电信也在积极开展 4G 基站建设、新产品推出、线上线下营销活动谋求反击，但是经过这么多年市场竞争，各运营商已对竞争对手底细研究透彻，对手一般会在什么阶段采取何种营销策略大都了然于心。正所谓兵无常势，水无常形，能因敌变化而取胜者，谓之神。即使在现代商业竞争当中，企业也必须顺应市场大环境变化进行创新。通过创新，领先者保持领先地位，落后者谋求反超。赛立信通信研究部认为，4G 的营销创新主要集中在终端、业务、渠道三大方向上。

创新终端运营

根据中关村在线资料显示，目前市面上支持 TD-LTE 制式的手机种类约为 340 款，而能够支持 LTEFDD 制式的手机种类约为 180 款。毕竟 4G 还处于起步阶段，4G 终端规模还无法与动辄成千上万款的 3G 手机相提并论，但是作为 4G 网络使用的基础，4G 终端数量持续增多也是必然的。那么，运营商该如何进行创新终端运营呢？

开拓终端个性化路线。传统月租套餐灵活性差，用户自由选择度低，往往造成同样一个套餐，有的用户流量用不完但是语音不够或者流量不够语音用不完，而当下流行的个人定制套餐则能让用户根据自身实际使用习惯，选择最合适的套餐组合，既为用户节省金钱又能给予用户使用自由。中国电信曾发布过一款“个人定制套餐”，号称“不带套、不浪费、不后悔”的手机卡。该套餐最低资费每月 19 元，可获得 127 分钟通话或 284 条短/彩信或 157MB 流量。用户可根据自己的实际需求，任意选择流量、通话、短/彩信的容量，组成属于自己的套餐。业务套餐可以个人定制，终端定制个性化也具备可行性。

可以在新合约机型上市预约的时候，让用户自主选择新机型预装的软件，手机配件的搭配，甚至可以为用户专属的镭射签名等。为了保证收益，可以要求用户支付一定额外费用，但是机型软硬件应给予用户最大的选择度。

用户自主选择是市场大趋势，业务、终端都不例外，给予其最大的自由度往往更能吸引用户。当然出于运营成本考虑，开始阶段定制化终端数量不会很多、可定制条件有限，但是及早做好准备工作还是有必要的。

合约机型短期化。现阶段运营商为了保证收益和用户稳定性，合约机型的合约期限都在一年以上。这本身没有问题，不过对于一些不想受合约套餐束缚的用户来说，可能会成为他们拒绝选择合约机型的理由。如果用户没有入网，那么客户保有和维系就无从说起，所以对部分机型缩短合约期限，先争取用户入网，再通过老带新、充值送、换新机优惠、融合优惠等手段，进行用户价值提升和保有。

合约用户会员化。类似于互联网企业的会员制度，运营商为合约机用户开设专

属服务，如专属客服渠道、专属积分体系、老合约用户购新机优惠等。这样做的目的另一方面鼓励用户使用合约机型从而享受特殊优待，另一方面也可以借助会员优惠向用户推广各类业务，提升收入。

丰富业务产品内容

定向流量产品上规模。得益于 4G 高速特点，未来通信业务将是大流量产品的天下，这类产品主要是视频、音乐、游戏、地图导航等，所以相应的定向流量包推出也有其必要性。未来应用定向流量包百花齐放的局面不可阻挡。

运营商除了紧盯市场热门应用，及时展开合作推出流量包，自身也可以加大研发力度，推出自身手机应用产品，并结合自身已有业务推广，使产品内容更加丰富，能够符合不同使用习惯、不同层次的用户需求。

持续深挖自由组合产品。各运营商目前都有其自由组合产品，也符合市场需求。下阶段的焦点在于如何在自由组合产品平台上深挖用户价值。目前运营商的组合内容还是集中在流量、语音、短信等基础通信内容上，如果深挖用户需求，还可以搭配宽固套餐（尤其是针对家庭用户）、增值业务、便民业务（缴费等），这样可以逐步把组合套餐丰富起来，从而满足用户日益增长的使用需求，最大限度留住用户，提升用户价值。

业务社交化、群体化。业务社交化指的是业务容许用户之间进行交流，如流量转赠、语音转赠甚至是话费转赠。我们设想一个情景，用户话费用完了，一时找不到渠道进行充值，其同网家人或朋友可以把自己剩余的话费转赠给他，这就形成了一次“交流”。对于运营商而言，收谁的话费都是一样的，但是对用户而言却产生了社交联系，或多或少能够满足其深层次需求。业务社交化涉及多个用户，因此能带动不同用户使用业务。

目前运营商都已经注意到这个热点，并开发了主副卡和流量转赠等业务。而为了在市场竞争中先发制人，针对这类群体的入网优惠、业务转赠、老用户推荐新用户优惠等社交型业务营销方式将会与日俱增，运营商有必要给予重视。

持续开发后向收入模式。2014 年年初，中国电信综合平台启动发布。这一平台为用户开辟了多种流量获取途径：用户可以在平台上领取电信赠送的流量；可以登录平台合作方的产品和应用，获得免费流量；还可以使用综合平台旗下的 APP“流量宝”，下载应用以赚取流量。这些流量或由相应商家买单，或为电信直接赠送，用户只需按照规则进行相应操作，不必再另外付费。实际上这就是对后向收入提升的一种新尝试，运营商也意识到通过自身管道功能获取商家收入有着广阔的前景。运营商控制着信息传递的各种管道，在与商家和用户直接接触方面有着得天独厚的优势，所以后向收入必须予以重视。

除了这种流量、语音等由商家买单的后向收费模式，运营商还可以充当产品推

介者，借助自身短信、流量应用、客服等平台向用户推介合作商产品，从中获得收入分成。当然，进行产品推荐过程中也需要注意用户感受，避免引起用户反感。另外，各运营商都有套餐内 Wi-Fi 服务，可以通过 Wi-Fi 发送附近商家广告信息或者电子优惠券，用户如使用这些优惠券购买商家产品，运营商可从中获得分成。要更好发展后向收费模式，运营商需发掘更多用户需求以及与商家产品特点进行整合，通过内部数据深挖和外部商机发掘，不断探索新的后向收入模式。

重振衰退业务。在 2014 年前三季度，单单中国移动的客户语音总通话分钟数比上年同期下降 0.3%，短信使用量比上年同期下降 20.2%。虽然 4G 时代是流量经营为主线，但是如何发挥老业务的余热，提升竞争力，也是值得思考探讨的一个问题。比如短信业务，可以让用户通过手写输入设置自己个性化签名；语音业务，也可以给予用户自己录制铃声的自由。通过老业务加载新元素保持竞争力，这是重振衰退业务的一个重要手段。

加强渠道营销力度

加大线上渠道营销力度。线上渠道产能占比在未来市场竞争中将不断攀升，这是可以预见的，而且线上营销具备效率更高、信息收集能力更强的特点，加大线上渠道营销力度是趋势。

实体渠道阵地化。实体渠道阵地化是指将实体渠道功能拓展，不局限于放号和用户入网。功能拓展包括客户服务、情报收集、路演促销支撑、客户需求信息收集等。实体渠道阵地化就是把渠道拓展为一个市场竞争的前沿阵地，使渠道效能更丰富，将渠道效益最大化。

当然实体渠道功能拓展后，对于人员的酬劳和考核都会有相应改变。例如渠道 A 收集到竞争对手的销售方案及时上报，使市场部提早组织相关应对活动，这就应当给予该渠道一定奖励。同样，如果渠道为顾客解决产品使用上出现的问题，并获得顾客赞许肯定，也应该给予一定奖励。

加强与终端厂商及异业渠道联合促销。终端厂商拥有数量不菲的门店，如果能够获得与其合作推广产品的机会，对于产能提升必然有较大促进。事实上，除了终端厂商，各运营商都日益重视异业渠道开拓，如银行、互联网、超市等，务求通过合作分成把产能最大化。

销售技能技巧集中推广。运营商可以定期集中产能突出的渠道和人员进行销售技能和技巧收集，将优秀的销售技能从点到面覆盖，再传递到各渠道，以小带大，全面提升各渠道和人员产能。

用户渠道化。用户渠道化是指将老用户转化为开发新用户的渠道。目前，运营商已经注意到这个问题，也有了初级营销部署，如老用户推荐新用户订购业务给予奖励，就是其中一种典型用户渠道化营销手段。老用户带动入网将是未来提升用户

增量的重要手段，这是基于消费者心态得出的结论。以往运营商销售人员通过外呼等手段向用户推广产品，用户或多或少会认为销售人员毕竟是运营商的人，当然会把自家产品吹捧得天花乱坠，而用户之间相互推荐则更容易产生信赖感。

通信运营商需创新营销模式

热点发生型。将现实生活中的热点加以提炼，通过合作、融合、加载等方式打造新产品，如联通的微信沃就是通过这种模式创新出来的（见图1）。

市场人员梳理生活中的热点事件，从中挑选出有发展潜力的热点，然后开始设计与该热点相关的产品，多数通过产品叠加特权+专属服务+附带增值业务开发出新产品。这种热点发生模型是当今颇为常用的创新模式（见图2），利用这种模式还可以打造中国好声音卡、支付宝卡、旅游专用卡（漫游优惠、住宿优惠、订票优惠等）。

载体型创新模式。通过在某事物如商铺、特定人员、产品上拓展新功能或者搭载新业务创新，例如上文提到的联通沃联盟通过用户向用户推广业务获得佣金就是这种思维模式创新；又如广州电信与农商银行推出的“天翼在农商”活动就是把金融渠道转变为合约机渠道，客户持有农商行账户并存入指定金额作为存款保证金，即可获赠电信3G智能手机，并可享受“1+1家庭套机优惠、话费套餐额外赠送、宽带免费提速”等多重优惠。这种创新思维模式应用在渠道拓展上居多，不过也可以结合实际情况打造增值服务产品，如结合当下热门的移动支付推出某某百货实体购物卡，用户使用该产品在实体店中移动支付可以享受更高优惠（见图3）。

异业模式移植。运营商参照其他行业中的运营手段、营销模式等，加以改造后转化为适合自身的方案。例如：实体市场超市经常举办限时促销活动，即某段时间购买某类产品享受高额优惠；而运营商可借鉴此模式并移植到其线上营销当中，开展线上终端限时抢购活动，以此刺激线上产能。

在实际运营创新中，运营商不应拘泥于某一种创新模式，要综合运用多种创新思维。

来源：通信世界网 2015年03月09日

京津冀广电一体化加速：歌华有线与河北天津签署合作协议

歌华有线3月8日发布公告称，公司近日与天津广播电视网络有限公司、河北广电信息网络集团股份有限公司就北京、天津、河北三地广播电视有线网络领域实现全面战略合作，共同签署了战略合作协议。

根据公告，上述三方按照资源共享、共同投入、全面合作、优势互补、互利共赢的原则，积极推进三方加强合作，拓宽合作领域，提高合作水平。通过在业务、技术、资本方面的多种形式的合作，形成紧密的业务合作伙伴关系，拟在资本合作、内容合作、网络互连互通及技术合作等领域展开战略合作，实现京津冀网络互联互通、技术相互对接、内容资源共享、市场相互开放、增值业务拓展以及资本层面合

作，加快推动三地协同发展。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 09 日

中国移动 DDoS 集采结果公布迪普科技入围

日前，中国移动 DDoS 设备集中采购结果公布，凭借多年来在异常流量清洗领域的深厚积淀，迪普科技成为仅有的两家入围厂商之一。这是在中国电信 DDoS 设备集中采购取得第一名之后，迪普科技在运营商异常流量清洗市场取得的又一重大突破。

当前，互联网 DDoS 攻击变得流量更大、持续时间更长、攻击技术也越来越多样化。日益泛滥的 DDoS 攻击不仅给最终用户带来了巨大的损失，而且对网络的稳定运行也造成了严重威胁。2014 年 11 月 28 日，CSDN 遭受到 50Gbps 的 DDoS 攻击，一度服务中断，短暂恢复后再次瘫痪。2014 年 12 月 10 日，运营商 DNS 网络 DDoS 攻击事件爆发，从 12 月 10 日凌晨开始，现网监控到攻击流量突增的情况，到当日 11 点开始，攻击开始活跃，多个省份不断出现网页访问缓慢，甚至无法打开等情况。2014 年 12 月 20 日-21 日，部署在阿里云上的一家知名游戏公司遭遇了全球互联网史上最大的一次 DDoS 攻击，攻击持续了 14 个小时，攻击峰值流量达到每秒 453.8G。

目前，防御 DDOS 攻击最有效的方法是在现有网络出口处部署 DDoS 防御设备，在攻击流量威胁到用户网络之前将其阻隔在外。为确保网络的正常使用以及业务顺利的开展，近年来，运营商愈加重视 DDOS 防御设备的采购及部署。继中国电信集团对 DDoS 设备进行集采后，中国移动集团也于 2014 年底启动了 DDOS 设备的集中采购。此次集中采购将决定 2015 年全年中国移动所有 DDoS 设备供应商的选择，意义尤为重大，吸引了业界众多知名厂家前来参与，竞争异常激烈。最终，凭借多年来在异常流量清洗领域的潜心积累，迪普科技成为仅有的两家入围厂商之一。值得一提的是，在此前刚刚结束的 2014 年中国电信 DDOS 设备集采中，迪普科技取得了第一名的好成绩。

迪普科技异常流量清洗设备采用大型框式设备，具备分布式架构，能够提供单块业务板 40G 处理能力，整机 400G 以上的清洗能力，代表了目前业界的最高水平。在互联网快速发展的今天，数十 G 甚至上百 G 的流量攻击愈来愈频繁，迪普科技大容量清洗设备的出现帮助运营商从容面对海量的流量攻击事件。

为更好地化解各类攻击，迪普科技设立了专门的攻防研究团队及攻防演练实验室。数十名安全研究专家时刻跟踪业界的各类攻击事件，研究新的防护技术。迪普科技通过静态漏洞攻击特征检查、动态规则过滤、异常流量限速、深度数据包检测技术和先进的“指纹防护”等技术手段，深入识别隐藏在背景流量中的攻击报文，实现精确的流量识别和清洗，保证网络的安全畅通。

在实际使用过程中，异常流量清洗设备一般部署在汇聚层或核心层，因此除了

单纯的防护能力以外，组网能力的高低决定了设备应用能力。迪普科技设备支持策略路由、MPLSVPN、MPLSLSP、GREVPN、二层透传等各种回注方式，尤其在城域网当中，采用 MPLS 回注方式可避免在核心设备上进行频繁配置操作，保证网络性能，降低操作风险，具备较为突出的优势。迪普科技结合 MPLS 技术的城域网异常流量清洗方案在全国大量地市城域网中得到了广泛的应用。

目前，迪普科技流量清洗设备在全国 50%以上的省份，数十家运营商省公司网络中得到了部署。无论是在承载了千家万户宽带业务的城域网，还是在服务器和应用高度密集的云数据中心，迪普科技高性能流量清洗设备以优异的性能和高超的防护能力保障了互联网的平稳运行。

来源：新华网 2015 年 03 月 09 日

中国移动 OTN 设备新建部分集采：华为豪取超半数份额

据来自中国移动的官方消息显示，中国移动 2014 至 2015 年 OTN 设备新建部分集中采购工作已于日前结束。

此次集采共有三家企业指标，分别为华为、烽火和中兴通讯。其中，华为的中标份额不低于 50%；烽火通信中标份额不低于 30%；中兴通讯中标份额不高于 20%。可以说，华为是此轮招标的最大赢家，烽火也是处于前列。

本次 OTN 设备新建集采于 2014 年 12 月份启动，包括包括 10GOTN 和 100GOTN，具体规模为：100G 端口 1072 个，10G 及以下端口 7078 个。在此之前，中国移动经过多轮集采，已经建成了全球最大的 100GOTN 网络，并在一定程度上引领了 100G 进程。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 10 日

运营商的转型凭什么听华为的？

“我不认可中国三大运营商格局已定的论调，尽管中国移动在 4G 上有近一年的领先优势，但我们从未来看现在，变化会很大，未来的路还很长，改变其实才刚刚开始”，这是华为运营商业务 BG 总裁邹志磊对当前中国三大运营商因为 4G 牌照差异化发放引起格局已定讨论的回答。也许，这对于联通和电信而言，是个很给力的论调。

邹志磊负责华为最大的运营商业务 BG，面对全球 180 多个国家的形形色色，大大小小的运营商客户，这些运营商之前一直是华为的衣食父母，华为一度十分小心翼翼地服务着他们。然而，今天的运营商近况却十分的不同，欧美发达国家和地区的传统通信业务需求早已饱和，一些新兴发展地区移动互联网业务对传统电信业务冲击十分明显，而广阔的非洲等地区，可能依然在为消费者满足基本的语音通信而奋斗。

没错，这就是华为运营商业务 BG 所面临的问题。最领先的用户已经在部署三

载波的 LTE-A 甚至在测试 5G，最不发达地区也许连 GSM 都没有完全部署。领先运营商已经在部署 SDN 和 NFV 应对业务需求变化，最不发达地区的运营商仍热衷于纯管道运营商的角色。

在这样一个复杂的客户需求环境下，华为如何持续为客户服务，满足不同客户的需求就极为重要。更何况，华为那些最主要的大 T 客户都在思考如何转型，如何应对互联网的冲击，如何适应未来极具变化的商业环境！未来电信行业如何保持竞争力，从而有力支撑社会其他行业的数字化进程，形成数字经济正循环，需要整个电信业一起思考并行动。

对于已经成为这个领域的领军企业，华为不能再局限于去满足运营商的定制需求了，而是必须站在运营商的角度想问题和解决问题。为此，在我的上篇文章中提到华为提出的 OPENRAODS 战略，其实就是已经站在运营商的客户和业务需求的角度提出的战略构想，那么，对于运营商 BG 而言，如何围绕 OPENRAODS 战略，为不同阶段的运营商转型提供全方位的支持就是华为运营商业务 BG 最核心的问题了。

邹志磊介绍，华为将运营商客户根据过去到现在及未来，不同阶段的主营经济形态进行分类，运营商要经过 4 个经济红利阶段。

首先是人口红利，这个最好计算，人数乘以 ARPU 值就是收入，但现在人口红利在很多国家都已经走到头了，传统业务增长放缓甚至下滑已经成为新常态。

随之而来的则是从人口红利走向流量红利，随着 3G、4G 等移动宽带的大面积部署，流量红利越来越大，以日韩为例，当前人均月度流向消费接近 10G，未来几年可能会达到 50G，这和我中国相比可能有数十几倍的差距，由此也可以说明，我国的流量红利其实才刚刚开始，有很大的发展空间。

不过，流量的无止境增长也是不行的，到一个临界点可能会给运营商带来增量不增收的情况，这个时候就需要过度到数据红利，也就是把纯管道升级为智能管道，将管道中充斥的流量进行甄别，通过大数据分析等让数据产生更大价值。

最后就是信息红利，整个社会进入智能和数字化时代，诸如目前火热的工业 4.0、3D 打印所呈现的产业变化，整个行业也将从行业互联网进入到产业互联网阶段。

目前来看，绝大部分运营商在流量经济向数字经济转换的时候，中间有一个很长的阵痛期，比如和 OTT 服务商的激烈碰撞。但最终的结果是大家都认为彼此合作才能共赢，而非是激烈的对抗。目前，信息红利更是处于早期阶段，未来的信息社会将给运营商前所未有的想象空间和发展空间。

现在，通过对所有处于不同阶段的运营商的分级（纯管道、智能管道、内容聚合、ICT 使能），华为需要为他们提供不同的解决方案去帮助其实现战略转型，而这其中一个非常重要的环节就是华为必须进一步提升自己在 ICT 领域的综合解决能

力，尤其是 IT 的能力。

有句话说得好，预先善其事，必先利其器。华为怎么样才说服不同运营商的转型之路听你的呢？

用邹志磊的话说主要有三点。

首先，华为持续的研发投入。以 2014 年为例，华为整个研发投入高达 400 亿人民币，在全球所有大型企业中排名第 15 位。而 2015 年肯定会超过这个数字。在五年左右的时间，华为就有可能投入超过 3000 亿人民币的投入，这些研发所产生的能量将是巨大的。也是给华为所有的客户一个最直接的交代，华为所说的一切变革和解决之道都是由数量庞大的研发投入所决定的。

其次，华为具备最全面的 ICT 综合解决能力，无论是 CT 还是 IT，华为都是顶级的专家。过去，可能更多的人认为华为是个 CT 专家。事实上，华为在五年前即开始向 IT 能力迅速的拓展，以这次展会展示的内容讲，华为 IT 的话题占到 56%，明年的占比将会更高。过去华为主要是卖 CT 的盒子，而现在华为更多的是软件和综合解决方案。仅以人才为例，华为 80% 的研发工程师从事软件层面的研发工作。在华为内部，这几年有个不成文的规定，谁懂 IT 谁升官快！通过升职、专项奖励以及整个公司形成的向 IT 转型等杠杆措施来鼓励内部员工学习 IT 能力。另外，则是吸引大批业界最顶尖的 IT 人才加盟华为。

最后，也是最可怕的一点。华为不仅仅在研究运营商客户的需求，其实华为是最了解、最懂运营商现状的。运营商的网络能力、业务流程、计费模式等等，这使得任何转型的需求是华为最能直接掌握的。

当然，任何转型都不是一帆风顺的，利用最先进的 ICT 解决方案帮助运营商去满足基于 OPENROADS 的需求最大的困难不是技术，而是流程、买卖关系，尤其是人的思想，那种多年来僵化而封闭的电信思维。

甚至说，包括华为内部也是如此，在通向 ROADS 最终用户体验的道路上，电信网络需要新的技术体系来支撑，为此华为提出的 SoftCOM 网络发展战略，汇集以云计算为代表的最新的设计理念和先进技术，构建完全开放的 ICT 融合架构帮助行业从以前单一垂直维度创新，到产业链各方各维度 FullMesh 自由组合创新，以支撑电信用户体验向 ROADS 的迈进，迎接未来的机遇和挑战。

SoftCOM 将从四个维度对电信业进行全方位地重构：一是架构重构：建立以数据中心为中心的 ICT 基础架构，适应信息时代的发展要求。二是网络重构：软件定义网络和网络功能虚拟化，建立弹性和智能的网络架构和产品架构。三是业务重构：超越连接，借助云计算商业模式的变革，抓住 ICT 走向云服务的战略机遇，再造一个电信业。四是运营重构：互联网化运营，实现 ROADS 化的，从内部管控模式转变成外部用户服务的模式。

时代在变，信息时代更是一个充满变化的时代，未来市场将是一个以用户体验为最终导向的市场，电信运营商只有构建起 ROADS 的用户体验才能在未来的数字世界里披荆斩棘，华为将携手与电信客户以及产业各方一道共同打造面向未来的电信网络和运营，帮助客户完成信息时代的商业转型，构建一个更加美好的全联接世界。

未来听我的，对于运营商而言，可能真的应该去好好听听华为的理解和看法！

来源：通信世界网 2015 年 03 月 04 日

【市场布局】

中国信息通信研究院互联网法律研究中心成立

据工业和信息化部旗下中国信息通信研究院消息，互联网法律研究中心成立大会暨法治高层论坛于 2 月 12 日在京召开。互联网法律研究中心旨在进一步加强互联网重大立法和政策研究，为相关政府部门提供立法和政策建议，构建政府、企业沟通协作与研究探讨的平台，打造互联网法律领域专家团队。

会议由中国信息通信研究院副院长刘多主持。中国信息通信研究院曹淑敏院长在致辞中指出，十八届四中全会提出了全面推进依法治国的要求，同时，随着信息通信技术的快速发展，互联网新技术、新业态不断挑战传统立法，互联网向其他各领域的融合渗透也衍生出很多新法律问题。

为加强互联网法律研究，中国信息通信研究院决定成立互联网法律研究中心，中心依托政策与经济研究所。互联网法律研究中心旨在进一步加强互联网重大立法和政策研究，为相关政府部门提供立法和政策建议，构建政府、企业沟通协作与研究探讨的平台，打造互联网法律领域专家团队。

工业和信息化部政策法规司司长李巍在致辞中对中国信息通信研究院互联网法律研究中心的成立表示祝贺，并充分肯定了研究院在信息通信业重大政策与法律研究方面取得的成绩。李巍对互联网法律研究中心的工作提出了四点希望，一是希望中心按照十八届四中全会决定的要求，充分发挥政府智库作用，深入开展法律研究工作；二是希望中心紧密结合工业和信息化发展形势，针对新技术、新业态、新产业产生的新问题，开展法律政策的前瞻性、基础性研究；三是希望中心继续加强在行政体制改革、转变政府职能等方面的基础研究工作，推进工信系统全面建设法治政府；四是希望中心继续秉承严谨扎实的研究态度和科学认真的研究作风，力求多出成果、多出人才、多出亮点。

互联网法律研究中心主任李海英介绍了中心的基本情况、主要工作成果、中心的定位职责以及未来的工作计划。与会领导专家围绕“互联网法治”进行了主题演讲和自由讨论。中国无线电协会李国斌副理事长、中央网信办政策法规局李长喜处长和中国社科院法学所周汉华研究员分别就电信立法的重点问题、推进互联网治理法治化和如何做好政策法学研究做了精彩演讲。腾讯公共战略研究部法律研究总监

赵治、百度总编辑、公共事务部总经理赵承、阿里巴巴法务总监康彦荣和 360 总法律顾问傅彤等也对互联网法治建设提出了建设性的意见。

来源：新华网 2015 年 03 月 03 日

联通 2015 年资本开支达 1000 亿元基站目标 92 万个

在 3 月 3 日举行的全年业绩记者会上，联通总经理陆益民表示，FDD 牌照正式发放后，今年资本开支也不会大增，将控制在 1000 亿元以内。今年目标移动基站数达到 92 万个，加快现有 3G 网络升级成 4G 网络，使 4G 覆盖可以扩展到各城区和乡镇。

去年联通预计资本开支 840 亿元，实际开支为 849 亿元，其中移动网络资本开支 369.5 亿元。

陆益民强调，3G 向 4G 转换并不是 2G 向 3G 转换一样具有革命性，未来联通发展策略是以 3G 及 4G 一体化吸引用户，收费政策不会有太大调整。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 04 日

中移动与印度 BhartiAirtel 签署战略合作备忘录

3 月 3 日，中国移动与印度最大运营商 BhartiAirtel 公司在巴塞罗那签署战略合作备忘录。双方约定，将围绕 4GTD-LTE 及后续演进技术的标准及产品、终端、融合通信、VoiceOverLTE (VoLTE)、漫游等领域展开合作，同时将进一步依托双方联合发起成立的 TD-LTE 全球发展倡议 (GTI) 这一国际产业合作平台，推动 TD-LTE 的全球商用以及与 FDDLTE 的融合发展。

中国移动作为全球市值最大的运营商，客户总数已突破 8 亿，其中 4G 用户数已达 9000 多万，4G 基站开通数量已经达到 70 万个，移动 4G 网络已覆盖超过 300 个国内城市。印度 BhartiAirtel 公司是印度最大的运营商，也是发展中国家非常重要的跨国电信运营商，在 20 多个国家运营网络，用户规模超过 3 亿。BhartiAirtel 还是印度首个部署 4G 网络的运营商，目前在印度 15 个城市提供 4G 业务。

作为除中国外，最有潜力和规模的 TD-LTE 市场，TD-LTE 在印度的发展至关重要。此次双边战略合作备忘录的签署，将有利于双方共享产业规模，推动 TD-LTE 在印度的发展，从而更有效地推动全球移动生态系统的构建，提升双方在移动生态系统的扩展能力，同时推动 TD-LTE 在全球的进一步商用发展。后续，双方将充分发挥各自在网络、服务、技术、资源等方面优势，共同推动终端产品成熟及丰富，共同构建协同的采购策略，利用规模效益降低采购成本，让消费者享受更加便利、丰富的移动信息服务。

据悉，中国移动自 2009 年以来，积极拓展与国际运营商战略合作，致力推动我国主导 4G 标准 TD-LTE 的产业成熟及国际商用发展，实现其“国际市场三分天下

有其一”的目标。特别是 2011 年中国移动与印度 BhartiAirtel、英国沃达丰等运营商联合发起成立了国际产业合作平台——TD-LTE 全球发展倡议 (GTI)，目前已经汇聚 116 家国际运营商，成为了推动 TD-LTE 全球部署以及 TDD/FDD 融合发展的最重要国际平台之一。在中国移动以及 GTI 的大力推动下，目前全球已有 30 个国家开通 52 个 TD-LTE 商用网络，基站数超过 100 万，已成为全球用户发展最快的 4G 标准。

来源：新华网 2015 年 03 月 04 日

技术情报

【趋势观察】

智慧城市建设加速大屏显示市场迎机遇

智慧城市建设成为当今世界城市发展的前沿趋势，智慧城市目前正被各国列为重点建设目标。随着智慧城市试点建设的进行，我国智慧城市建设也进入了实战阶段，在政策推动下不断提速。而相关规划的出台，也为大屏幕显示行业带来了全新的发展机遇。

目前智慧城市建设主要围绕加强城市基础通信网络建设和重点领域提供智慧应用服务，随着物联网、云计算及 4G 技术的快速发展，智慧城市建设已经上升至引领城市发展的核心战略。

IDC 行业研究与咨询服务部高级研究经理丁宝贵认为：“2015 年将是中国智慧城市的创新年。国家智慧城市健康发展指导意见的出台，各类智慧城市参与者的积极涌入，以及政府数据的不断开放，这些因素将会推动建设模式的不断创新，逐步引导市场力量参与智慧城市建设，中国的智慧城市将取得进一步发展。”

据统计，我国目前有超过 200 个城市开展了智慧城市建设，其中，京、冀、沪等十余个省市更是制定了省级总体规划。2014 年发布的《国家新型城镇化规划（2014-2020）》也提出，到 2020 年，我国将建成一批特色鲜明的智慧城市。

日益庞大的城市规模给城市安全管理工作带来的压力越来越大，面对信息时代，如何有效利用大数据、云计算、物联网等先进的科技手段提升城市安全和突发事件应对能力迫在眉睫。但由于目前相关数据分散于各个部门，部门之间造成相对信息闭塞，给城市安全整体信息统筹调度带来了较大的压力。

因此，专家指出，信息开放将成为智慧城市建设的首要问题。未来，分散在公安系统的人口数据、房产局的房屋信息、交通管理局的道路交通数据等都将由一个中心部门进行统筹，并在安全的范围内共享，构建各类资源整合，从上至下的互联互通应急平台体系将成为保障城市安全的科技屏障。

针对突发事件，管理人员需要有效加强事前预防和监管，有效控制风险，这就对安防监控，以及指挥调度等项目提出了更高的建设需求。作为安监调度系统中

重要的显示终端，大屏幕显示系统也将迎来全新的发展机遇。

经过多年的发展，显示技术已日趋成熟，同时还有许多新产品不断进入这个领域，像激光光源、OLED、小间距LED全彩等，也许不久的将来还会有其他不同类型的新产品推出。对于专业的大屏幕拼接系统制造商来说，其实力应该不仅仅是用最新的显示技术部件组装个显示单元、攒个控制器的水准，真正的实力应该体现在核心技术的掌握，体现在系统显示和控制功能的不断提高完善方面，应该具有自主软硬件产品研发的能力，具有为用户提供整体解决方案的能力。这是用户对大屏拼接系统制造商的要求，也是未来大屏拼接技术发展的趋势。

可以预见的是拼接缝隙将向真正意义上的“无缝”发展，其次，拼接屏朝大尺寸的方向发展。液晶拼接系统的整体发展趋势将向大屏幕、高分辨率、高亮度、高对比度以及模块化的结构设计和易于安装、管理和控制的方向发展。

事实上，大屏幕显示行业自身发展到现阶段，也已开始向智慧化的方向演进，与云计算技术结合的云拼接、与大数据处理中心联动的安监系统正在得到越来越多的应用。而面对这一全新的发展机遇，无论是老牌DLP拼接，还是后来者液晶拼接，以及新兴的小间距LED屏，都需要面对来自竞争对手和市场的双重挑战，无疑也将推动大屏市场格局的洗牌。

来源：C114 中国通信网 2015年03月05日

中兴通讯曾学忠：2015将成语音手机爆发点

3月3日，智慧语音联盟在MWC2015期间举办首届语音沙龙，中兴通讯、Nuance、Audience、NXP、Sensory等语音领域前沿企业及语音联盟成员做客沙龙，共同分享语音智能终端的未来发展趋势。中兴通讯执行副总裁、终端CEO曾学忠在沙龙上表示，“2015年将成为语音手机的爆发点。”

《中国智能语音手机市场调查》将发布

同时，智慧语音联盟还于业内首次在语音领域对中国消费者的消费心理进行了深入细致的解析，并在沙龙上进行了探讨和解码，对语音智能产品的发展具有很大的借鉴性。据了解，这份《中国智能语音手机市场调查》也将在MWC2015期间正式出炉。

相比消费者早已熟悉的触控操作，语音是一种较为新兴的操作方式。全国消费者对于语音操作的接受度如何？对语音手机有怎样的需求？对此，中兴通讯联合语音联盟成员和国内专业调研机构蓝戈智库，在国际权威调查机构GFK中国的支持下，对中国对全国各地、各个年龄阶段消费者的消费心理进行了细致解析。

80%中国用户对语音感兴趣

根据这份即将发布的报告，有超过80%的用户对手机语音功能感兴趣，同时他们也在使用或者想去尝试使用，其中有41%的用户愿意主动购买语音手机，语音成

为消费者继品牌、价格、质量之外最为关注的一个选择点，消费者对于语音操作的接受度和需求比不少人所预想的更高、需求更强。

而消费者对于语音手机的需求，则主要集中在语音拨打电话、语音拍照以及语音解锁，他们强烈地希望语音操作能够解决触控中遇到的不便利，尤其是在不方便用手接电话和拍照的应用场景。

此外，报告显示苹果、三星和中兴星星 2 号是调研人群最熟悉的三个主打语音特色的品牌产品，超过一半的用户对 Siri 和小娜的试用效果不是很满意，主要是由于语音识别率和语音交互不够，而星星 2 号主打的系统级和全程语音操作方式则受到不少用户的好评，成为国产智能语音手机的首选。

2015 年手机语音将成现象级技术

从本届沙龙探讨的调研报告以及 Siri、Cortana 和星星 2 号等语音技术不断被科技巨头所追捧的事实，而语音操控与各类智能终端的结合更是成为众人眼中的“大势所趋”。而国际调研机构 StrategyAnalytics 的一份最新数据也显示，中高端智能手机已普遍具备语音功能，在 2014 年发货量达 5.7 亿部，约占总体智能机的 50%，目前语音功能还在向中低端智能机延伸和普及。

“2015 年将成为语音手机的爆发点。”在沙龙上，中兴通讯执行副总裁、终端 CEO 曾学忠语出惊人，他认为今年语音手机整体或将呈现井喷式发展状态，成为手机领域的现象级技术，甚至可能取代传统触屏手机。

“2015 年，也是智能时代演化的关键点。”曾学忠认为 4G 的高速带宽为终端发展提供了广阔的空间，在今年智能手机时代将从“Smart1.0”进入“Smart2.0”，智能终端扮演的角色将愈加重要：人和手机的互动不仅局限于手指和屏幕的接触，手机将以语音交互为核心，逐渐从通讯娱乐工具变成人的自然延伸和最亲密的生活伴侣，而中兴的语音系列手机星星系列将有望成为“Smart2.0”代表性的手机产品。

而针对语音技术的未来走向，中兴、Nuance、Audience、Sensory、NXP 也分别发表了观点，他们认为语音操控将向泛在化、智能化、情感化发展，在今年能够实现更多语言种类、更多方言、各类环境和人群的支持。

来源：新华网 2015 年 03 月 04 日

美的将与小米协同做投资加大智能家居话语权

全国人大代表、美的集团副总裁兼 CFO 袁利群 3 月 4 日在接受采访时表示，和小米的合作会持续推进，而且，美的和小米联姻之后存在另外一种合作可能——双方协同地做基于产业链的投资。她同时称，尽管外在因素复杂，美的集团依然对今年的业绩非常有信心。

加大智能家居话语权

袁利群在今年两会上提出了和智能家居行业相关的建议。事实上，通过前期和

阿里及小米的合作，美的集团已经成为国内智能家居领域的领跑者。

袁利群建议国家尽快制定家电物联网标准。她介绍，目前多数家电企业都发布了智能家居战略，美的还专门成立了智慧家居研究院，到现在有 25 个品类加入。但是，目前国家没有针对物联网有标准，使得业内资源无法实现共享，对产业发展不利。

美的之前已经针对智能家居推出了专门的 APP 平台。袁利群表示，未来美的的产品品类会全部接入该系统，而且，该系统是一个开放的系统，将对其他品牌的家电开放。

“小米的入股是一种资本层面的纽带关系。”袁利群在谈到小米的入股时对于双方的推进进度问题依然守口如瓶。她表示，双方合作的重点是看重面向用户提供极致体验的产品。在产业链上，小米有小米的优势，美的也有美的的优势，双方的合作可能性非常大。不仅仅是在广泛认知的智能家居和电商方面，双方的战略投资也是可以协同的，美的和小米可以联合起来对产业链进行投资。

已经进入创投领域

袁利群介绍，目前美的集团正在发力四大战略平台的建设，分别是国际化发展平台、电商平台、大物流平台和资金平台。

对于外界较为关注的新领域——资金平台的运作，袁利群表示，资金平台的运作仍然是以财务公司为核心，首先为内部提供金融服务，也服务于产业上下游，给整个产业链提供金融服务。通过这种金融服务，将帮助美的产业链上下游企业实现转型，发挥大型企业的骨干作用。

她同时透露，美的已经进入到创投领域，公司前期已经成立了创投公司和创投基金，主要针对未来集团可能会新进入到的业务，比如对智能化等领域进行投资。

“有些东西不一定非得要美的全部都自己做，社会已经有成型的東西，加以培育并为美的所用，也是可以的。”

美的集团目前在 6 个国家已经建立了 7 个制造基地，公司近年来海外的业务收入已经占到公司收入的十分之一左右。但是，目前国际形势较为复杂，人民币的汇率波动也较大。袁利群表示，美的集团已经注意到这个情况，并且一直致力于解决该问题。在操作手段上，主要是通过在当地本土化的制造和销售来规避汇率的风险；另外，美的也在资本市场上采取锁汇工具，并且推行大客户的人民币结算制度，以此规避汇率风险。

美的集团前期发布的 2014 年业绩预告显示，公司去年利润首次突破 100 亿元大关，同比增长 90% 左右。在家电行业增长下滑的大环境下，美的集团的逆市增长引发了市场的强烈关注。袁利群认为，美的集团的产品结构调整成功是业绩表现强势的主要原因。

她表示，业内目前对家电行业的大环境并不乐观，但是美的集团对于今年业绩仍然有信心，美的集团的业绩的高增长不会是昙花一现。

来源：中国证券报 2015 年 03 月 05 日

酷派、华为、小米加速海外市场布局：筹划大规模扩张

2015 年 MWC 世界移动通信大会已在西班牙巴塞罗那举行，中国手机厂商无疑在这个国际舞台上扮演起了愈发重要的角色，国产手机的崛起已成为不争的事实，在酷派、华为、小米等诸多领军企业积极参与世界级大展的背后，是它们纷纷加码海外市场深化布局的精心谋略，在 MWC 参展的酷派高层更是直言不讳的指出，2015 年将成为酷派大规模海外扩张的关键一年。

国产手机品牌纷纷加速海外布局

曾几何时，国产手机在全球移动终端产业总是远远落后于苹果、三星等国际品牌，但短短几年，随着移动互联网浪潮和智能手机创新的演化，手机行业的全球竞争态势有了明显变化，酷派、华为、小米等手机厂商通过精细化的定位和布局脱颖而出在全球列居前五，智能手机十强中国独占其八。尽管国内市场依然火爆，但进入 2015 年，国产手机积极拓展海外市场的步伐又再度提速。

对国产手机来说，拓展海外市场无疑是一个新的业绩增长点，这也是国产手机竞相出海的主要原因。随着国内市场竞争的日趋白热化，国产手机厂商在国内的增速也逐渐放缓，而包括印度、东南亚和拉丁美洲的新兴市场其智能手机的需求量却与日俱增。国内外市场的强烈对比，让酷派、华为、小米等国内厂商更加迫切的将目光转向了前景广阔的海外。

去年 7 月，小米在印度正式推出小米手机战绩斐然，东南亚大多数国家当前都能看到小米手机的身影，华为以欧洲市场为重要突破口主推 Ascend 和荣耀也是今非昔比。而酷派在国际社会的品牌美誉度也获得了大幅度提升，仅 2014 年在海外市场的销售额预计就突破 20 亿，增长率更是高达 300%，包括实现了与欧洲和北美最大的运营商的合作。

面临广阔的发展机遇，酷派、华为、小米等国产手机厂商要想有更大的突破，未来完成对三星、苹果等巨头的全面超越，进一步深化海外市场也就势在必行。而诸如像 MWC 这样的世界级移动大会无疑便成为了酷派、华为、中兴、小米等国产手机厂商们进一步展示自己拓展海外市场的战略舞台，作为移动通信产业的风向标，MWC 一直引领着智能手机这类电子消费产品的发展趋势，在今年的 MWC 大展上，中国手机厂商们更是风头劲出。

酷派今年拟深化战略大规模扩张

对于已连续四年参加 MWC 这一全球性盛会的酷派而言，已率先在巴展上吹响了 2015 年进一步深化海外市场的冲锋号角。酷派负责海外市场的高层表示，2015 年

将成为酷派大规模海外扩张的关键一年，目标未来 3-5 年内实现 100% 年增长率，海外市场营收与利润达到国内市场规模。

目前，酷派已是国内第四大手机厂商，同时跻身世界第七大手机供应商，作为排名世界前十的民族品牌，酷派的成绩有目共睹。据悉，在今年的 MWC 新一代融合通信 RCS 旗舰颁奖活动上，中移动副总裁沙跃家联合酷派总裁郭德英共同发布了 RCS 新品锋尚 Y75-N，这款 4G 创新产品锋尚金色版吸引了全球业者的目光。RCS 所谓“融合通信”，就是把手机中原有的“通话”、“消息”、“联系人”这 3 个主要入口，从运营商的层面直接与手机整合，变为新通话、新消息、新联系，锋尚 Y75-N 其卖点正是支持融合通信，在 RCS 领域部署同样领先。可以说，在国际舞台上，酷派等走出去的中国手机已经让世界感觉到中国的科技产品的进取和活力。

事实上，酷派早在 2006 年即开始部署海外市场，目前已经在美国、欧洲、亚太等地开展业务，经过多年的努力发展，海外销售额取得了突飞猛进的增长，未来增长势头同样迅猛，有望占酷派总收入的一半甚至更多。去年，酷派在“领航 4G”战略下，独立了大神和 ivvi 两个子品牌，做为酷派电商的重要战略支撑，大神在国际市场的规划也变得十分明确，将分为两步走，首先进军新兴国际市场，抢占市场的空白点；第二步是待积累了更多的国际市场电商经验，大举进军成熟的美国和欧洲市场，直接与苹果、三星竞争。

酷派高层表示，今年，酷派将继续通过 MWC 国际性展会加强海外品牌建设，加快拓展海外市场，尤其是东南亚、欧洲及美国市场，包括电商市场海外的拓展和线下在海外的拓展，同时加强海外市场的品牌建设，三驾马车的多品牌运作更为酷派在国内及国际的业务拓展注入春天的活力。而在产品层面，酷派将以消费者需求为导向，继续创新，打造满足消费者、契合消费者需求的产品。

分析人士认为，诸多国产手机厂商对海外市场都寄予了巨大的期望，但能否一帆风顺，顺利抢摊仍需拭目以待。不过，随着国产品牌 2015 年对拓展海外市场步伐的进一步加快，与全球科技巨头展开竞争并重新塑造全球手机市场的格局也将变得充满悬念。该人士指出，与全球科技巨头在海外开战，渠道拓展、品牌建设、服务质量都将成为决定国产手机未来能否制胜的关键。

来源：飞象网 2015 年 03 月 06 日

【模式创新】

互联网厂商如何改变智能终端市场

近日，大麦科技宣布正式进入智能电视领域，推出“硬件+内容+宽带”运营模式，成为互联网电视领域又一新兴力量。随着智能电视市场快速增长，小米、乐视等互联网厂商也在探索新的发展模式，参与市场竞争。2015 年互联网品牌战略布局将更加完善，互联网品牌有望成为推动和改变中国智能终端市场发展的一支重要力

量。

乐视圈定用户是重要目标

圈定用户是乐视最重要的目标。预计今年乐视电视出货量有望突破 300 万台，总用户数量将达 500 万的规模。

乐视是第一个进入智能电视市场的互联网品牌，2013 年 5 月率先发布了 60 英寸电视，并于近两年逐步布局完善产品体系，产品布局从中尺寸 40 英寸至超大尺寸 70 英寸。随着产品布局日益完善和用户规模不断扩大，乐视的商业模式逐渐鲜明，品牌影响力也迅速扩大。2014 年乐视智能电视出货量突破 160 万台，呈现爆发性增长，并在 2015 年全面打造“平台+内容+终端+应用”生态圈。乐视的互联网电视策略可以从以下 3 方面进行分析：

第一，升级智能电视产品线，抢占家庭智能终端用户。截止到 2014 年年底，乐视智能电视的用户数量达到近 200 万，预计今年乐视将上市 55 英寸 UHD 和 65 英寸 UHD 两个规格的智能电视。在上市新产品的同时，乐视也将对现有产品体系进行尺寸升级和规格升级。2015 年中国智能电视市场仍将快速增长，预计市场规模将达到 3822 万台，渗透率达到 72%。因此，对于乐视来说，圈定用户仍是最重要的目标。预计今年乐视的出货量有望突破 300 万台，总用户数量将达到 500 万的规模。

第二，借力 4G 大普及，发力移动互联网终端产品。移动互联网逐渐成为大众生活中接收资讯和生活娱乐的重要通道，智能手机作为移动互联网的端口，承载着除了通信以外，看（视频）、用（生活娱乐）、玩（游戏）等越来越多的功能，也使得其潜在价值迅速扩大。拥有平台和内容优势的乐视，预计今年第二季度将推出自有品牌的手机终端产品，我们推测其产品规格也将为行业领先的 FHD 和 WQHD 分辨率产品。乐视将沿用“硬件+内容”的收费模式，极大地降低用户的硬件购买成本，预计对市场价格体系将产生不小的冲击。根据群智咨询（Σintell）数据显示，2014 年国内智能手机的出货规模为 3.9 亿部，预计 2015 年将小幅增长至 4.1 亿部，若乐视可以斩获 5% 的市场份额，将为其生态圈直接增加约 2000 万用户。因此，布局智能手机产品的举动，意味着 2015 年乐视志在成为家庭和移动智能终端两大重要互联网终端市场中拥有用户数量最多的互联网品牌。由此，也可以更好地发挥其生态圈优势，实现“内容+应用”服务的长尾效应。

第三，完善互联网内容布局，凸显差异化竞争力。智能电视的功能虽然越来越丰富，但由于相关应用仍然匮乏，加上市场培育需要更多时间，视频内容仍然是最主要的应用。国内视频内容提供商较丰富，内容同质化也相当严重，加强内容布局，凸显差异化，提高用户黏性将成为互联网品牌最重要的课题。在布局游戏、教育等其他应用的同时，乐视也将继续加大在自制影视剧和购买版权方面的双重投资，以巩固其用户黏性。

小米调整战略扭转电视颓势

小米电视面临产品线单一、内容和牌照匮乏、面板资源不足等问题，2015年计划调整市场战略。

2014年小米手机和小米电视走出了两条截然不同的发展道路。对于小米手机而言，2014年其摘得国内智能手机市场出货第一的桂冠，而小米电视则度过了艰难的2014年。这源于小米电视上市节奏缓慢、产品线单一、内容和牌照匮乏、面板资源不足等几大因素。当前移动智能终端市场面临重大转折期，而智能电视市场面临高速发展期，小米也开始调整市场战略寻求突破。

小米通过资本手段积极布局智能电视生态圈。众所周知，小米通过资本投资入股了包括优酷土豆、爱奇艺、迅雷在内的视频内容提供商，一方面希望能解决内容牌照的问题，另一方面通过平台+硬件+内容整合带来增值。除此之外，小米也加大了对视频内容以外的应用布局，比如小学教育方面的“一起作业”、语言学习方向的51Talk等。在游戏方面，除了小米游戏中心以外，也积极投资其他游戏公司。

小米大范围调整智能电视产品线，布局中低端市场，快速抢占用户。除了内容方面以外，产品单一也是小米电视业务的一大问题。2015年小米计划上市多个型号，大范围调整产品布局。小米已确定将于2015年第一季度上市40英寸FHD和55英寸UHD电视，也积极规划48英寸UHD和65英寸UHD电视。在面板资源方面，小米将积极扩大与面板供应商的合作关系。2015年小米计划将夏普和三星引入供应链来平衡供应商关系。随着小米40英寸FHD电视的上市，小米将与乐视展开正面竞争。

在智能手机市场转折期，小米的产品策略面临大挑战。在智能手机市场，2015年更新换代需求超越新增需求成为市场的主要拉动力，智能手机用户对产品性能、规格和体验的要求将更为强烈。我们预计产品升级的机会已经来临，中端市场将迎来快速增长。对小米而言，占其约40%出货量的红米系列锁定的是低端市场，主打中端市场的小米系列手机的销量却不温不火，小米的竞争力日渐削弱。如何达成小米手机2015年“1亿部”的出货目标，仍然是摆在雷军面前的问题。

大麦、阿里、腾讯品牌布局日益完善

2015年互联网品牌战略布局更加完善，运作模式逐渐成熟，成为推动和改变中国智能终端市场的重要力量。

2015年2月4日，大麦科技正式发布电视产品。大麦科技为鹏博士旗下子公司，其子公司长城宽带在西南和华南地区拥有约7000万宽带用户，大麦电视的销售模式为“宽带服务+内容+电视”，强调内容免费。由于拥有内容牌照、宽带服务、硬件产品和线上渠道，其在资源整合方面具有较强竞争力，但后期营销推广力、硬件供应链管理和产品布局等几个方面的情况还需要进一步观察。

阿里、腾讯等其他互联网公司也在积极布局家庭和移动智能终端市场。2015年

阿里在智能电视市场的策略是通过天猫商城和阿里在线上市场的影响力，与传统整机品牌分成合作来圈定用户；智能手机方面则酝酿推出自有品牌的智能手机。腾讯相对于其他互联网公司，在智能硬件方面的布局比较保守，主要的策略仍以战略合作为主，通过与海信、TCL 和康佳等传统品牌的合作，主推其微信和游戏在家庭互联网的应用。

群智咨询 (Σintell) 认为，当前国内智能终端市场正处于高速发展期和市场转型期叠加的阶段，一方面是竞争模式正从单一模式走向多元化模式，另一方面市场需求从新增需求拉动为主过渡到更新换代需求拉动为主。2015 年随着互联网品牌战略布局更加完善，运作模式逐渐成熟，未来越来越多的互联网品牌也将纷纷加入，互联网品牌将成为推动和改变中国智能终端市场发展的一支重要力量。

来源：《中国电子报》2015 年 03 月 06 日

大数据是云计算的“杀手级”应用

全国人大代表、腾讯公司 CEO 马化腾在今年两会议案中建议，加快移动互联网在民生领域的普及和应用，通过互联网解决防治雾霾等重大民生问题。全国政协委员、百度公司 CEO 李彦宏在今年提交给两会的提案建议，设立“中国大脑”计划，推动人工智能跨越发展，抢占新一轮科技革命制高点。这背后均涉及海量数据。如何确保数据流通无阻？这就离不开云计算这位幕后英雄了。围绕云计算跟普通用户的关系，在万物互联社会中云计算的重要作用，国务院新政将给云计算产业带来哪些利好，大数据时代的真正到来需依赖云计算的普及等话题，中国信息通信研究院标准所副所长何宝宏接受了新华信息化记者的专题采访。

何宝宏表示，云计算跟我们如影随行，关系密切。日常生活中我们从事“计算”工作时，典型的一种方式是用自己的 PC、平板电脑或智能手机等本地完成，设备越高档计算能力越强。现在出现了一种新的“计算”方式，就是通过互联网使用远端服务器提供的“计算”服务，本地的手机等终端需要把计算任务通过互联网提交给远端的服务器去处理，等待计算结果就可以了，这就是云计算。早期的水、电是自己家里购置发电设备和挖水井等，现代的水电已经是公共服务了，通过电网水网从远端电厂水厂获得水电。云计算就像水电那样，把“计算”变成了一种公共服务。这样做的好处，一是再也不会受限于自己设备的计算能力，而需要频繁“升级”PC 等计算设备了，需要多大计算能力、储备空间都是由网络上的云计算提供的，没有能力上限，而且价格也便宜了很多。二是个人数据都保存到了云端，更换手机等设备时，或者使用不同的设备时，再也不需要担心数据的导入导出，以及同步问题了。

随着万物互联社会的日渐临近，云计算的重要作用主要体现在哪里？何宝宏认为，万物互联，意味着数据爆炸。如何有效存储和分析这些大数据，将成为十分棘手的问题。云计算在技术上可以理解为将众多能力较弱的服务器，通过网络有机集

成在一起，形成一个能力超强的、可动态伸缩的资源池，完成大任务。同时，云计算在商业模式上也符合时代需求，专业化的云服务商以卖服务的形式向用户提供信息处理能力，用户可以向用水用电一样按需使用和付费，不必自己建设和维护信息系统，省力省心。因此可以认为，不管是技术上还是经济上，云计算都为万物互联时代提供了非常好的技术手段，使得我们能够游刃有余地应对数据洪流。无论是移动互联网、物联网还是工业互联网等，都会产生海量数据，形成的大数据需要保存、加工处理，这就需要云计算这个工具了。

对于国务院近期出台的《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》(简称《意见》)，何宝宏分析说，《意见》把云计算放在一个很高的战略位置上，认为“发展云计算，有利于分享信息知识和创新资源，降低全社会创业成本，培育形成新产业和新消费热点，对稳增长、调结构、惠民生和建设创新型国家具有重要意义。”《意见》还明确提出要“发挥市场在资源配置中的决定性作用，完善市场准入制度，减少行政干预”的原则，释放出一个明确的、稳定的政策预期，这一点其实是最大的利好。另外，《意见》还提出很多具体举措，从供给侧和需求侧双向推动。比如，《意见》提出要实施云计算工程，扶持服务、产品和技术创新；提出政府部门要加大采购云计算服务的力度，积极开展试点示范，还设置了到2017年政府自建数据中心数量减少5%以上的刚性约束；提出开展公共数据开放利用改革试点，出台政府机构数据开放管理规定，探索用大数据提升社会管理和公共服务能力，为大数据发展的打下基础。这些政策措施如果落实到位，都对我国云计算产业的发展都是非常有利的。

关于云计算与数据中心的相互促进作用，何宝宏表示，一般理解的数据中心，是指放置服务器的、网络设备的机房及相关配套设施，是云计算的物理载体。如果类比计算机，数据中心就是硬件，云计算就是运行在上面的软件。两者紧密相关，但并不能划等号。国内很多地方前几年出现了一些错误的倾向，简单将二者等同起来，认为发展云计算，就必须大兴土木，大建数据中心。机房很容易拔地而起，但要搭云平台确实不容易，技术不过硬，吸引人来用就更难了，结果造成闲置浪费。云计算的发展，的确需要相应规模的数据中心来承载，但更应注重云计算服务能力的建设，发展中切忌软硬失调。

对于国内云计算市场目前格局，何宝宏说，经过几年发展，国内云计算市场越来越成熟了。参与的企业大致有三种类型。一是互联网巨头，他们把自己在承载自身业务中积累的技术能力和运维经验开放出来，以服务的形式提供。二是电信运营商，他们历来就是做服务生意的，发展云计算实际上是在他们的通信技术(CT)优势之上叠加IT能力。在上述两类“富二代”之外，国内还陆续涌现了一批专门做云计算的创业公司，发展势头迅猛。国内云计算的发展才刚刚开始，市场格局还处

于高度动态的时期，格局远未定型。云计算全球 IT 支出中的占比在 2013 年只有 3.6%，预计到 2018 年将提高到 6.6%，未来空间还非常巨大。

“我国公共云服务市场发展快速，但总量仍较小。市场初期，云服务商发展良莠不齐，用户对云服务的安全和质量仍有很大顾虑，主要原因是用户信心不足。根据中国信息通信研究院的调查，数据安全与隐私保护、系统可靠性与业务连续性等方面存有顾虑，是阻碍我国公共云使用的主要因素。”何宝宏说，“《意见》开出药方，提出要‘支持第三方机构开展云计算服务质量、可信度和网络安全等评估测评工作。引导云计算服务企业加强内部管理，提升服务质量和诚信水平，逐步建立云计算信任体系。’另外，从需求侧来看，政府、金融等重点垂直行业应用云计算还面临着诸多制度制约，也需要在《意见》的要求下逐步突破体制机制障碍。”

何宝宏强调，云计算产业的发展才刚刚起步，前景广阔。下一步的发展将呈现下面几个特点：一是应用向更多行业渗透。目前利用云计算的以互联网应用和小微企业为主，未来大企业，金融、政府等应用复杂、等级要求更高的行业将越来越多的采用云服务。二是服务种类将越来越丰富。从国内外云服务企业的产品创新来看，凡是可抽取共性的需求，都可以成为云服务，可以预见未来服务种类将会百花齐放。三是支撑大数据应用的深化。大数据是云计算之上的杀手级应用。随着云计算的普及，管理和分析数据门槛将大大降低，这为数据在各个行业的深度应用提供了条件，大数据时代因云计算的普及而真正到来。

来源：新华网 2015 年 03 月 04 日

云计算的安全研究

一、云计算介绍

云计算是以公开的标准和服务为基础，以互联网为中心，提供安全、快速、便捷的数据存储和网络计算服务。云环境中用户数据的安全与隐私保护难以实现，云中大量采用虚拟技术，虚拟化平台变得越来越复杂和庞大，管理难度也随之增大，虚拟平台的安全漏洞不断涌现，威胁到云安全的根基。

二、专利申请中主要云计算安全保护类型

云计算安全问题从上到下依次采用用户认证与授权，数据隔离、加密及保护，网络隔离，虚拟机保护等。

2.1 用户认证与授权

在云计算中的用户认证安全得具备以下能力：身份管理，在用户身份管理中，有效管理用户身份和访问资源的权限；访问授权，为多个服务和用户提供集中的访问控制；管理分布式环境下的用户，包括分配一个或多个用户角色；提供执行口令和个人信息变更的 Web 自助接口；通过 USBKey、用户指纹、用户口令等多种方式对用户身份进行认证，并进行多级精细化的授权。

2.2 数据安全

作为云计算中的用户，关心数据的私密性、完整性和可用性等，主要体现在：数据隔离，云计算系统对于用户数据的存放采用提供统一共享的存储设备和单独的存储设备两种方式；数据加密，其目的是防止他人拿到数据的原始文件后进行数据的窃取；数据保护，对用户数据提供全面保护；数据残留，是数据在被以某种形式擦除后所残留的物理表现。

2.3 网络隔离

网络隔离提供数据传输安全性，包括，局域网中，隔离不同的应用和客户程序；虚拟专用网络中，将多台分布的计算机用一个私有的经加密的网络连接；HTIP/SSL网络，在浏览器和服务器之间通信。

2.4 虚拟化安全

虚拟化技术是将底层硬件全面虚拟化，通过建立一个按需而选的资源共享、分配、管控平台，可根据上层数据和业务型态的不同需求，搭配出各自互相隔离的应用，包括两方面：(1)虚拟化软件安全，云服务提供商限制对于 Hypervisor 和其他形式的虚拟化层次的物理和逻辑访问控制；(2)虚拟服务器的安全，选择具有可信计算平台安全模块的虚拟服务器，进行包括完整、增量或增量备份。

三、专利数据统计分析

近年来，随着云计算的广泛应用研究，相应的专利申请量也在逐步增加，不同申请人的研究近况也有所差别，同时在国内外的研究状况也有所不同，但总体都是在增加的趋势，下面具体说明：

3.1 不同年代发展状况

云计算的发展是近几年刚起步并迅速蔓延，在这方面的专利申请正式是从 2008 年有了开端，逐年增加，不论国内外在 2012 年相对申请量达到最顶峰，后又都逐渐减少。其中在 2008 年-2011 年期间，国内申请量相比国外要低，但从 2012 年开始，国内申请量要远多于国外，可见国内在这方面的研究还是较国外有所滞后。从 2012 年至今，国内、外地专利申请在逐渐减少，说明相关技术研究达到了比较成熟的地步。

3.2 不同国家之间研究分析

在云计算及安全方面的研究工作，不论国内外都始于 2008 年，并逐渐得到比较成熟先进的研究成果，但国与国之间的关注力度是有所不同的，中国占到 47%、美国占 39%、欧洲、日本都各达到 5%。可见，中国与美国比较关注云计算及安全方面的研究，且相关应用在这两国也是比较广泛。

3.3 专利研究云计算安全类型状况分析

通过分析统计数据发现，更多的研究云计算安全首先是在对用户身份认证授权

以及通信终端的权限认证上，总体的发明量达到 51.9%左右。其次，在做到用户身份及权限认证的基础上，为了进一步提高云存储中数据的安全性，对存储数据的安全研究成了急切需要关注的重点，这方面的专利申请量达到了 39.5%左右。在基本用户身份及数据的安全认证上，虚拟机安全也逐渐成了云计算平台安全的最基本要求，并逐步兴起，这方面的专利研究达到 6.7%左右，其他的则是在集中在网络隔离等等方面。

四、总结

云计算中为了给用户提供一个安全可靠、稳定、持久的服务，从而保证网络通信的安全、用户数据异地备份、提高更大量用户的带宽需求、为不同用户提供更好的数据隔离性以及满足日志审计需求等，关注于用户数据的机密性、完整性、可用性的研究不会停止，反而增进，为了保护发明人的合法知识产权，相应的专利申请也会逐渐增多并存在多样性。

来源：《中国新通信》2014 年第 24 期

物联网中的大数据

近年来，随着互联网的发展，大数据逐渐成为产业界和学术界一致关注的热点技术。从大数据的定义来看，指的是所涉及的数据量规模巨大到无法通过目前的主流软件工具在合理的时间内达到撷取、管理、处理并基于此提供有用信息的目的。大数据具有 4V 特点：Volume（大量）、Velocity（高速）、Variety（多样）、Veracity（真实性）。

相比传统的互联网，在物联网中，对大数据技术具有更高的要求，主要体现在以下几方面：

（1）物联网中的数据量更大：物联网的最主要特征之一是节点的海量性，除了人和服务器之外，物品、设备、传感网等都是物联网的组成节点，其数量规模远大于互联网；同时，物联网节点的数据生成频率远高于互联网，如传感节点多数处于全时工作状态，数据流源源不断。

（2）物联网中的数据速率更高：一方面，物联网中数据海量性必然要求骨干网汇聚更多的数据，数据的传输速率要求更高；另一方面，由于物联网与真实物理世界直接关联，很多情况下需要实时访问、控制相应的节点和设备，因此需要高数据传输速率来支持相应的实时性。

（3）物联网中的数据更加多样化：物联网涉及的应用范围广泛，从智慧城市、智慧交通、智慧物流、商品溯源，到智能家居、智慧医疗、安防监控等，无一不是物联网应用范畴；在不同领域、不同行业，需要面对不同类型、不同格式的应用数据，因此物联网中数据多样性更为突出。

（4）物联网对数据真实性的要求更高：物联网是真实物理世界与虚拟信息世

界的结合，其对数据的处理以及基于此进行的决策将直接影响物理世界，物联网中数据的真实性显得尤为重要。

综合以上分析可以看出，大数据是物联网中必须的关键技术，二者的结合能够为物联网系统和应用的发展带来更好的技术基础。以智能安防应用为例，智能安防行业是典型的大数据与物联网相结合的应用场景，物联网技术的普及应用使安防从过去简单的安全防护系统向城市综合化体系演变，涵盖众多的领域，特别是针对重要场所，如机场、银行、地铁、车站、水电气厂、道路桥梁等场所，引入物联网技术后可以通过无线移动、跟踪定位等手段建立全方位的立体防护。智能安防行业需求已从大面积监控布点转变为重视视频智能预警、分析和实战，迫切需要利用大数据技术从海量的视频数据中进行规律预测、情境分析、串并侦查、时空分析等。

由此可见，智能化安防技术的主要内涵是其相关内容和服务的信息化，图像、视频的传输和存储，数据的存储和处理等等。在智能安防领域，数据的产生、存储和处理是智能安防解决方案的基础，只有采集足够有价值的安防信息，通过大数据分析以及综合研判模型，才能制定智能安防决策。同时，大数据处理能够更好地指出智能安防解决方案中存在的问题，从而有针对性地提升智能安防产品服务质量。

如何更好地将大数据技术应用于物联网应用中，笔者认为主要需要从以下几方面开展深入探索：

(1) 解决大数据的获取和管理问题：基于物联网标识技术，对设备和数据进行统一标识和管理（智能安防领域如监控信号、图像、视频等），从设备层面解决数据稀疏性问题，从而为大数据的分析和处理奠定底层基础。

(2) 解决大数据的处理方法问题：采用分类处理技术，基于处理需求对数据进行分类，对实时数据进行流处理，对离线数据进行批处理，从而在保证处理效率的同时提高数据分析的有效性。

(3) 解决大数据的应用模式问题：针对物联网应用在不同行业的特点，对大数据背景下不同行业之物联网业务的新需求进行探索，从而使大数据技术能够对智能安防等应用产生实际的价值。

综上所述，物联网与大数据都是当前业界关注的热门技术，如何使二者有机融合在一起，为应用提供网络、数据两方面的基础服务，是物联网和大数据相关应用发展的关键所在。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 05 日

终端制造

【科技前沿】

海尔亚洲将推安卓系统智能冰箱

据媒体报道，海尔集团旗下的海尔亚洲公司计划于今年夏天在日本发售搭载安

卓系统的新型冰箱。只要连上网络，用户就能确认冰箱内的食材和冰箱门的开关状况等。

据了解，新款冰箱采用双门设计，容量为 275 升。上下两扇门上分别安装了 32 英寸的液晶屏，并配有摄像头和传感器。液晶屏幕上排列着应用软件（App）的图标，操作起来与智能手机同样便利。据悉，海尔亚洲计划与网络公司合作分析冰箱内的食材，并推荐相应菜谱。同时海尔还考虑与保安公司联手提供确认用户安全与否的服务，即当独居父母连续几日没有开闭冰箱时将予以通报。

据预计，这款冰箱的售价将高于同等容量的商品，但目前尚未确定。海尔亚洲社长伊藤嘉明称，力争摆脱只要卖出一款白色家电就完事的一次性做法，表达了与其他行业合作研发的想法。

来源：《中国电子报》2015 年 03 月 06 日

手机市场：新进者能否成为颠覆者？

在 2015 年世界移动通信大会上，全球领先的信息技术研究和顾问公司 Gartner 研究总监 Annette Zimmermann 针对移动市场的最新发展提出其观点。

手机问世已超过 30 年，并成为人们生活中不可或缺的一部分。手机也变得越来越智能、尺寸越来越大且速度更快。但智能手机的下一步发展究竟如何呢？

Annette：随着智能手机市场进入高度成熟阶段，厂商如何差异化高端产品也变得越来越困难。去年，各智能手机厂商均将重点放在影像性能以及更大尺寸的屏幕方面。在硬件和软件方面均有提升，例如光学影像防抖（OIS）、先进的影像编辑工具或更高解析度前置摄像头，以提升用户体验。消费者对拍摄视频或“自拍”的热度将延续至 2015 年及以后，我们预期各厂商也会在摄像头以及视频品质方面投入更多心力。苹果在 2014 年大获成功，第四季度更是刷新纪录，2015 年苹果需要推出更多创新的产品，销售量才可能再创新高。而以价格取胜的中国“白牌”厂商则将继续获利于新兴市场不断增长的智能手机需求。Gartner 估计，2014 年拉丁美洲的智能手机装机量为 50%，撒哈拉沙漠以南的非洲地区则为 30%。2015 年，这些地区的用户首次将功能手机替换成智能手机所带来的商机将相当可观。Gartner 预测，由于厂商须应对欧元区货币转换这一新的市场不确定因素，可能导致价格上涨，2015 年手机市场的竞争将更为激烈。

Wiko 等小型厂商也开始进入手机市场，并有不俗的表现。像柯达、拍立得等新进入的手机厂商，您认为短期内谁有能力颠覆现有手机市场？

Annette：Wiko 所引发的热潮相当有趣。一家两年前还名不见经传的厂商，现在却打入了欧洲手机市场。目前它已成功跻身法国前五大智能手机厂商行列，最近更是努力将其产品引入德国市场。Wiko 成功的因素包括本土化营销、良好的渠道管理，以及 100~150 欧元的消费者可负担得起的价格区间。

毫无疑问，Wiko 不错的性能和品质吸引了那些预算较紧，且不追求国际知名品牌的消费者。在此情况下，消费者只想买能够运行各类 App 的安卓设备，并只愿意负担较低的价格。

手机市场另一家相当有趣的新手厂商则是柯达，该公司上月才在美国 CES 展会上与 BullitGroup 合作推出首款安卓智能手机。正如品牌名称所示，这款手机的营销重点围绕在强大的影像功能、轻松简易的照片分享方式，还可以通过定制化的用户界面打印照片。柯达的品牌知名度虽高，但要打入品牌众多且竞争激烈的中端智能手机市场仍非易事。微软已在过去 3 年里开发出市场上较好的照相手机之一，其高端与中端手机产品线也将持续主推这一性能。BullitGroup 与柯达将如何在欧洲成功推广其新款智能手机，将是一个有趣的观察重点。

2015 年可穿戴设备市场前景如何？

Annette: 我们预期 2015 年可穿戴设备市场将呈现强劲增长，智能手表、健身腕带等追踪设备数量将达到约 7000 万，与 2014 年相比增长 38%。不过，这些设备在未来 5 年内还不至于取代智能手机，而将成为现有产品线的辅助设备。今年对可穿戴设备而言将是有趣的一年。目前可穿戴设备市场普及率仍相对较低，但长期来说有机会实现两位数的增长。Gartner 预测，至 2020 年可穿戴设备的销售量将达到 5.14 亿件。

厂商方面，AppleWatch 势必会引发消费者对可穿戴设备更大的兴趣，而三星、SONY、联想等品牌也必定会推出更具吸引力的产品与其一较高下。除了硬件，厂商还将强调生态系统以及如何从关联市场中找到协同增效。

三星、Google、苹果与微软已准备打造全面的医疗健康平台，以吸引医疗保健、健身领域的合作伙伴。这项策略将启动全新的商业模式，但到底该如何更好地保护可穿戴设备所搜集到的敏感数据，势必也将引发热议。此外，在如何打造更好的可穿戴产品相关应用程序与生态系统方面，多数厂商仍有改善的空间。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 04 日

【企业情报】

华为在英建 400M 无线网

华为与英国运营商 EE 共同完成了新的无线技术演示，通过该技术，伦敦温布利球场的 4G 网络可使用户获得超过 400Mbps 的下行速率。

在演示中，英国 EE 使用华为设备，将现网中的频谱资源进行载波聚合，成功地让搭载了高通骁龙 810 处理器的终端获取了 410Mbps 的下行峰值速率。这一超高速率，也保证 EE 在英国运营商速率竞赛中，保持领先地位。

来源：新华网 2015 年 03 月 04 日

华为以“场通信”定义未来通信体验

华为在 2015 年世界移动通信大会上首次对外展示基于“场通信”理念设计的第一个原型系统 MirrorSys。该系统从用户视觉、听觉、心理极致的需求角度出发，重塑人们未来全真视野、高清的实时分享与沟通方式。把现场采集到的全部光场、声场，甚至氛围、感受等信息传输到用户面前，华为称之为“场通信”。华为的 MirrorSys 系统采用 220 英寸无缝屏幕，在最佳社交距离 2.4 米处的清晰度可达到人眼解析极限。

华为媒体实验室负责人 James Begole 表示，“场通信”就是要改变现有视窗式的媒体通信体验，把现场所见、所听、所感的全部信息复制传输到网络的远端，如同真实场景再现于我们面前，给人们带来身临其境的感觉，从而实现终极愿景的通信方式。

现场，华为给众多参观者演示 MirrorSys 原型系统。通过墙面般大小的投影屏幕，体验全真视野、真人大小的超高清视频与全空间的环绕立体声。MirrorSys 投影屏幕与房间环境完美融合，当参观者观看来自全世界的风土人情视频以及聆听环绕的全空间声音时，就好像他们正身处画面的环境里。

MirrorSys 拥有超高清 8K 级别画面、超宽 110 度横向视角、22.2 声道全空间声场，真实再现了网络远端的全部信息，让我们享受到视觉、听觉的极致沉浸式体验。系统架构的可扩展性也会带来更高的分辨率和更大的视角。

未来的人、物、场景等万物相连的实时媒体分享，将会加快通信网络的大带宽、低延时、高连接数的发展，同时也会给计算、存储提出更高的应用需求。“这只是媒体通信体验的新起点。未来每时每刻的零距离沟通将成为常态，丰富人们的沟通和生活方式。” Begole 表示。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 04 日

华为与英特尔启动战略合作，支持全球运营商发展公有云服务

3 月 4 日，华为与英特尔正式宣布建立战略合作，共同向全球运营商提供公有云解决方案，支持运营商采用创新的技术与解决方案发展公有云商业，为企业提供电信级的优质云服务。

基于华为 IT 在计算虚拟化、存储虚拟化、网络虚拟化，以及基于 OPENSTACK 的云管理软件的深厚积累，以及服务器、存储的持续创新，结合英特尔在芯片、软件与计算领域的全球领导力，双方均认为，电信运营商在提供大规模、无中断的信息服务上拥有丰富经验，并且凭借带宽资源与数据中心的整合优势，可在公有云服务市场上扮演重要的角色。为此，双方将围绕硬件、软件、网络与安全等云服务商关注的焦点开展技术和解决方案上的合作，提供富有竞争力的公有云解决方案，帮助运营商建造云数据中心，把传统数据中心改造成云数据中心，支撑运营商快速部

署云业务，提升管理便捷度，有效降低运营商发展公有云服务的TCO。

华为IT产品线总裁郑叶来表示：“华为非常高兴与英特尔开展进一步战略合作，华为与计算技术的领导者英特尔的紧密合作，将为全球运营商的商业转型带来有力的支持。”

英特尔副总裁，云计算基础架构事业部总经理 JasonWaxman 表示：“行业合作将促进创新从而为电信运营商提供最新的云计算技术。采用英特尔技术，华为下一代 FusionSphere 产品将帮助全球运营商为其用户提供高性能，安全，敏捷的云服务。”

来源：通信产业网 2015 年 03 月 05 日

华为与百度签署合作备忘录，共同发展室内移动互联网

2015 年世界移动通信大会（MWC）期间，华为与全球领先的互联网综合服务提供商百度公司在巴塞罗那正式签署关于华为创新的解决方案 ServiceAnchor 与百度地图的合作备忘录，将在技术创新、产品研发、解决方案以及市场营销等多方面加速推进基于室内移动网络的移动互联网应用，推动相关行业标准的制定，探索新商业模式，加强 ICT 融合解决方案的落地和跨界合作。

华为与百度的此次合作将帮助运营商和互联网业务提供商实现“内容进管道，管道促业务”的双赢发展模式。一方面，内容和应用需要可管理、可控制的网络能力，以实现最佳用户体验；另一方面，运营商也需要通过网络能力开放来拓展企业市场空间。通过电信级的网络能力和互联网业务的融合创新，将会持续提升用户体验，不断孵化出新的业务，并有机会重新定义产业合作的新商业模式。

作为通讯行业领先解决方案供应商，华为拥有端到端的移动宽带网络产品和解决方案，以及和全球广泛的运营商合作网络部署经验。华为 ServiceAnchor 是一个开放性平台解决方案，可以为第三方互联网应用开放网络资源和能力。

作为移动转型最为成功的中国互联网公司，百度拥有全球领先的地图服务-百度地图，并在致力于推动室内场景的导航、位置搜索等，同时在探索基于地图的室内精准广告和营销。

华为 SmallCell 产品线总裁周跃峰表示：“我们正在帮助运营商进行室内覆盖的数字化升级，并给运营商带来三大价值：第一，提升室内用户的 MBB 体验；第二，帮助运营商对室内系统的智能安装和极简运维；第三，也是最重要的一点，赋予通讯网络具备更强的管道能力和资源开放能力，帮助运营商挖掘更多的移动应用场景和商业模式。”

百度 LBS 合作总监苏广富也表示：“此番与华为的合作，不仅进一步提升百度地图在室内场景的覆盖率和用户室内体验，还可能探索室内导航、室内精准营销等新业务，也将非常有利于百度在移动互联网产业的战略布局。将来 SmallCell 就是

室内的 GPS，华为的 ServiceAnchor 具有很强的网络资源的开放能力，是开展和探索室内新商业模式和应用的必备工具之一。”

华为与百度的合作源于双方在移动互联网业务发展趋势上的高度共识，双方的优势互补而产生的潜在合作空间让业界充满期待。

来源：通信产业网 2015 年 03 月 05 日

Globe 与华为签署最大规模 SingleSON 部署合同，进行网络现代化运维

3 月 4 日，2015 世界移动通信大会（MWC）期间，菲律宾电信运营商 Globe 与华为在西班牙巴塞罗那举行签字仪式，签署并发布了最大规模的 SingleSON 商用合同，并就联合创新及建立长期战略合作伙伴关系达成共识：华为将为 Globe 现网超过 12 万 GSM 小区、5 万 UMTS 小区和 2 万 LTE 小区提供 SingleSON 解决方案，以对其无线网络运维进行现代化改造，应对移动宽带快速发展带来的挑战。

随着移动宽带产业的飞速发展，新的网络技术如 LTE、5G 等快速出现，小站（SmallCell）等站点部署形态也成为新趋势，同时现有的 GSM 和 UMTS 网络业务量仍保持持续增长，网络结构空前复杂，现有的运维方式和人力投入越来越无法满足运营商对于网络效率和质量的要求。凭借深厚的无线技术积累和对客户业务的深入调研，华为推出创新性 SingleSON 解决方案，着力将无线网络打造为“会思考的网络”，全面提升网络的运维效率和质量。目前，该解决方案已经在 Globe 现网 2 万 UMTS 小区完成准商用测试，测试的各项功能指标均表现优异，超越客户预期。

菲律宾 GlobeCTO Robert Tan 表示：“华为 SingleSON 解决方案在提升网络运维效率和改善网络性能方面的效果令人满意，使我们在网络复杂度增加 50% 的情况下而没有增加运维人力，同时为我们改善用户体验提供了有力保障，我们很高兴与华为在该技术领域及更广阔的无线创新领域开展合作。”

华为无线 SingleOSS 产品线总裁蒋旺成表示：“我们很荣幸能为 Globe 的现代化运维提供技术解决方案。面向未来的 4.5G、5G 以及更高阶的无线通信技术，SON 技术还将进一步丰富和发展，我们将一如既往的以创新性解决方案为我们的客户创造最大的价值。”

截止目前，华为 SingleSON 解决方案已经在中国、欧洲、亚太、非洲、南美、澳洲、独联体等区域超过 20 个运营商网络中进行试商用和商用。

来源：通信产业网 2015 年 03 月 05 日

中兴 2015 年重点推广 IDC 全生命周期服务商用案例已超 50 个

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、服务业务部总经理杨家斌在展会期间接受 C114 等媒体采访时表示，2015 年中兴将发力下一代运维，帮助电信运营

商解决业务运营方面的瓶颈，并推出了 IDC 全生命周期服务，协助运营商快速切入企业 ICT 服务市场。

“万物互联”时代，大数据、云计算、物联网和移动化技术得到广泛应用。无论是新业务还是新技术，都离不开后台数据中心的强有力支撑，数据中心已经成为了下一代运维时代的战略性资源。

但是，大型数据中心的建设投资金额巨大，现有资源又相对孤立和分散，无法较快地实现战略布局。

鉴于此，中兴通讯推出了 IDC 全生命周期服务，通过模组化的快速部署、灵活的商业模式帮助运营商实现 IDC 的快速部署，不仅提供数据中心的 IT 基础设施集成部署，还提供各类应用和业务等一站式服务解决方案，覆盖数据中心的规划设计、集成部署和运维管理等各个阶段，实现全生命周期覆盖。

杨家斌表示，IDC 全生命周期服务自推出以来，成功案例已经超过 50 个，总建筑面积超过 20 万平方米，机架数超过 5000 个，覆盖电信、政府、互联网、交通、能源等各个行业。

来源：C114 中国通信网 2015 年 03 月 04 日

阿里 24 亿元入股光线传媒

3 月 4 日，光线传媒发布定增公告，阿里将以 24 亿元入股光线传媒，成为光线第二大股东。受此消息推动，光线传媒下午开盘涨停，股价达到 33.11 元。

据悉，光线传媒此次增发总金额为 28 亿元，发行价格为 24.22 元/股，其中，阿里集团旗下的阿里创业投资有限公司和光线传媒控股股东上海光线投资控股有限公司将分别认购 24 亿和 4 亿。以此计算阿里将购入增发股共计 9909 万股，交易完成后阿里将以 8.8% 的持股比例成为第二大股东。

值得注意的是，自去年以来，阿里在影视行业布局频频。去年 3 月，阿里就以 62.44 亿港元获得文化中国 59.32% 股份，成文化中国的第一大股东，之后将其更名为阿里影业。去年 11 月，阿里创投还以 15.3 亿元入股华谊兄弟，占股 8.08%。今年 2 月，阿里影业还与深圳广播电影电视集团达成战略合作协议，双方将共同开发、联合投资制作定制电视剧。此次入股光线传媒，阿里影业也能获得光线传媒的内容资源，能打造内容优质具备多渠道发行的综合性内容平台。

来源：新华网 2015 年 03 月 05 日

市场服务

【数据参考】

2014 年中国移动互联网用户达 7.3 亿人

易观智库最新发布的《中国移动互联网数据盘点与 2015 预测专题报告》数据显示，在 2014 年，中国移动互联网用户规模增速虽走低，但用户数达到 7.3 亿人，

与 2013 年相比增长 11.8%，继续保持着超越 PC 端用户量的态势。

国内移动互联网市场规模迎来增速高峰值，增长率同比达到 183.8%，总量为 13438 亿元人民币。在用户移动化行为习惯逐渐养成的前提下，2014 年移动互联网整体市场表现突出，移动营销、移动购物、移动游戏、流量费等细分领域都获得较大增长。其中，移动购物以 64.1% 的占比成为市场增长的主要驱动力。据预测，在 2015 年，移动购物的比例将继续增加至 68.3%，流量费占比则持续走低，移动互联网市场总体规模将突破 23000 亿元，用户将继续增长至 7.9 亿人。

具体来说，随着移动通信设施建设步伐加快，流量贬值成趋势。虽说移动 4G 电话用户大幅增长，促进运营商移动流量收入进一步提高，但流量资费持续下降，运营商频频以“送流量”的方式展开用户争夺，流量价格战将逐步加深流量的贬值效应。

来源：《北京日报》2015 年 03 月 04 日

报告称 2015 年全球有 10 亿部智能手机升级换代

专业机构德勤 2 日发布《德勤 2015 年科技、传媒和电信行业趋势预测》，预计 2015 年基于升级需求的智能手机销售量将高达 10 亿部，销售额将突破 3000 亿美元。

德勤中国科技、传媒和电信行业主管合伙人侯珀称，由于智能手机的普及率高于欧美，中国在“非接触式移动支付”领域的增长速度将领先全球。

该份报告说，如今智能手机的销售趋势主要由升级需求所驱动，根据在多个国家进行的抽样统计发现，大约有三分之一的受访者认为自己在未来一年最可能会购买的电子设备就是智能手机，选择计算机和平板电脑的则各占两成左右。德勤中国 TMT 行业并购交易服务合伙人胡家威表示，智能手机的技术和功能的提升，甚至是外表的改变，都会吸引消费者换手机。

此外，报告预计 2015 年全球物联网设备出货量比 2014 年增加六成，届时，全球物联网设备总量将高达 28 亿部，物联网硬件设备总值预计达到 100 亿美元，相关衍生服务，如专业咨询、数据分析和可穿戴医疗保健设备等，更将高达 700 亿美元。

苹果公司去年 10 月宣布推出 ApplePay 手机应用程序，引发非接触式移动支付模式成为科技、电信、消费、金融等相关行业的热门话题。报告预测，2015 年将会是全球非接触式移动支付的转折点，金融机构、商家、消费者、技术厂商和运营商都已蓄势待发。且随着移动支付的发展，其他非接触式流程（如出入境信息等）也将被整合到手机中。

来源：中国新闻网 2015 年 03 月 03 日

联通 2014 年净利增长 15.8%

3 月 43 日，中国联通香港上市公司发布了 2014 年全年财报，在营收同比下降

3.5%的情况下，联通去年的净利润实现了15.8%的同比增长。

年报数据显示，2014年中国联通实现营业收入为人民币2846.8亿元，同比下降3.5%，净利润120.6亿元，同比增长15.8%。中国联通表示，在行业变化及自身转型等因素共同影响下，公司收入增速有所放缓，但资源使用效率明显提升，因此盈利能力得到了改善。同时，联通的经营现金流同比增长12.2%；自由现金流达到人民币32.1亿元，财务状况更趋稳健。

联通称，2014年，中国电信行业全面实施“营改增”政策，以此为契机，联通推进经营模式转型，改善业务结构，提升发展质量，全年实现服务收入人民币2448.8亿元，同比增长2.6%，增速超出行业平均水平3.9个百分点，其中移动业务占比达到63.3%，非语音业务占比达到61.9%。

基于2014年财务状况，并考虑到未来移动宽带、固网宽带等业务的发展需要，联通董事会建议就截至2014年12月31日止财政年度派发末期股息每股人民币0.20元。

来源：新华网2015年03月04日

北京手机网民达2635万户

北京市统计局、国家统计局北京调查总队3月9日发布本市文化创意产业发展调查数据。调查发现，新媒体发展迅猛助力产业升级，去年北京手机上网用户达2635.1万户，比上年增长13.9%。

全市文化创意产业已成为首都经济发展的重要引擎。市统计局、国家统计局北京调查总队统计数据显示，2014年，全市文化创意产业实现增加值2794.3亿元，较2008年增长1.1倍，年均增长15.7%；占GDP的比重达13.1%。从北京文化及相关产业在全国的地位看，2013年全市文化及相关产业法人单位共计9.8万家，占全国的比重为10.6%；实现增加值1647.2亿元，占全市地区生产总值的比重为8.3%；占全国文化及相关产业法人单位增加值的8.2%，位居全国各省市第一位。

统计发现，近年来，随着智能手机的普及以及各种社交软件、手机APP的大量推出，新媒体越来越多地进入和改变着人们的生活。2014年，北京手机上网用户达2635.1万户，比上年增长13.9%。从三经普数据看，软件业、互联网信息服务行业分别实现收入2433.8亿元和651.3亿元，比2008年增长1.3倍和3.3倍，二者合计占软件、网络及计算机领域收入的67.1%，对文化创意产业收入增长的贡献率为36.4%。

与新媒体迅猛发展形成反差的是，传统媒体遭遇发展低谷。从三经普数据看，新闻出版和广播、电视、电影等领域分别实现收入973.7亿元和771.9亿元，较2008年增长79.1%和90.9%，增速低于文化创意产业平均水平，排在九大领域的倒数第一位和第三位。

调查还发现，北京文化市场的繁荣拉动了相关消费的强劲增长，去年北京城镇居民家庭人均文化娱乐用品和服务支出合计 3164 元，比 2008 年增长 1 倍。其中，文化娱乐服务支出的比重由 2008 年的 49.2% 提高到 2013 年的 70.7%。

来源：《北京晨报》2015 年 03 月 10 日

海外借鉴

风河 NFV 生态系统快速扩大致力推动服务提供商网络转型

全球领先的智能互联系统嵌入式软件提供商风河公司近日宣布，一批新成员加入其 TitaniumCloud 计划。TitaniumCloud 计划致力于加快 NFV 解决方案的部署步伐。新增成员包括：CheckPoint、ConteXtream、Cyan、Intel Security、Ixia、Qosmos 和 Spirent。在此之前，Artesyn、ASTRI、Brocade、GENBAND、HP、Kontron、Metaswitch、Nakina 和 Overture 已经加入该计划。

随着 TitaniumCloud 计划的扩展，现有成员也在持续推出基于 WindRiverTitaniumServerNFV 基础设施平台的 NFV 解决方案。例如，应用科技研究院（ASTRI）推出了专为 TitaniumServer 优化的 VNFLTE 小基站网关和安全网关。

风河公司网络解决方案业务发展资深总监 CharlieAshton 表示：“为了加速 NFV 的部署同时降低成本与风险，服务提供商都在寻找经过市场验证的端对端 NFV 解决方案。随着风河公司 NFV 生态系统的快速扩大以及新成员的持续加入，我们持续不断为服务提供商和电信设备制造商提供经过优化的可互操作解决方案。通过生态系统合作伙伴的协同努力，我们正在加快解决行业所面临的许多最棘手的 NFV 挑战，特别是管理、协调、安全和测试等挑战。”

CIMICorporation 总裁、创始人兼首席分析师 TomNolle 表示：“无论是对于 NFV 还是云计算而言，软件平台都是呈爆炸式增长的功能和应用及其各种承载服务器之间的重要桥梁。平台软件既可实现性能加速，又可提高灵活性。最为重要的是，它可以建立一个能够实现规模经济效益的部署和运行框架。风河的 TitaniumCloud 生态系统是 NFV 和云计算软件的绝好实例，新成员的不断增加表明了这一生态系统的价值，他们也通过为平台添加集成化的重要功能来使这些价值得到进一步提升。TitaniumCloud 生态系统正在成为 NFV 的一个重要指标。”

通过 TitaniumCloud 计划，我们的合作伙伴可以验证其硬件和软件，并与 WindRiverTitaniumServer 实现预集成，提供可部署于实际使用的 NFV 网络的解决方案。结合 WindRiverTitaniumServerNFV 基础设施软件，我们的合作伙伴可为所有其它层级的总体端对端架构提供解决方案，包括 OSS/BSS、orchestration、VNF

和硬件服务器平台。

新增成员简介:

CheckPointSoftware 在安全服务方面处于世界领先地位, 致力于保护用户免受网络攻击, 对恶意软件和各类攻击的捕获率无人能及。CheckPoint 为用户提供完整的安全架构, 保护用户的网络不受攻击, 并提供最完整直观的安全管理。

ConteXtream 的 ContexNet 提供标准化运营商级 SDN 构造, 支持 NFV 在各种运营商级网络解决方案中的部署。

ConteXtream 市场副总裁 AnshuAgarwal 表示: “服务提供商应具有用户意识, 以便为用户提供个性化的服务。ConteXtream 的 ContexNet 作为 SDN 的先锋, 通过加入 WindRiverTitaniumCloud 生态系统, 可支持服务提供商实现关键网络功能的虚拟化, 以加强现有服务包的功能, 快速部署新业务, 并且提升利润率。”

Cyan 以推动网络转型为己任。Cyan 屡获大奖的 SDN 和 NFV 解决方案可为静态和硬件驱动的网络提供 Orchestration、敏捷和扩展服务。Cyan 的 150 多家用户遍布全球, 包括有电信运营商、企业、政府、数据中心等。Cyan 的开放平台可为网络运营商提供多提供商、多层控制和可视化服务, 以提供更加高效、更高盈利的服务。

Cyan 首席营销官 JoeCumello 表示: “NFV 是一项突破性的技术, 可帮助服务提供商快速开发和推出新的高利润业务, 同时提供更好的用户体验。在加快用户的业界最佳 NFV 解决方案的部署方面, 风河公司的各项计划都发挥着非常重要的作用, 包括 TitaniumCloud 在内, 我们非常高兴成为其中的一员。”

Ixia 为用户提供应用性能和安全恢复解决方案, 以实现实体和虚拟网络的验证、安全保证和优化。企业、服务提供商、网络设备制造商和政府均依赖于 Ixia 的解决方案来引入新的技术并确保网络安全。Ixia 强大而灵活的解决方案超越了用户的期待, 取得了更好的商业成果。

Ixia 的产品营销总监 MikeHaugh 表示: “WindRiverTitaniumServer 解决方案为基于 NFV 的服务提供了运营商级的集成化平台。通过加入 TitaniumCloud 生态系统, Ixia 的 NFV 测试和可视化解决方案可在开发、部署和变更管理的完整服务周期内实现性能的验证并且提高运行效率。”

IntelSecurity 致力于为全球企业和个人系统、网络和移动设备提供经过验证的主动式安全解决方案和服务。通过与风河合作, IntelSecurity 为企业和电信服务提供商提供运营商级的 SDN 和 NFV 安全解决方案, 包括全面的新一代防火墙防护设备。通过 IntelDPDK [1] 等高效的软件设计和先进技术, 提供了优越的性能和灵活性。

IntelSecurity 网络安全总经理 PatCalhoun 表示: “灵活性和成本优势正在促使电信服务提供商考虑采用 SDN 和 NFV 解决方案。除 6 个 9 的运营商级可靠性外,

虚拟化解决方案还必须实现广泛和高效的安全性，以帮助网络 and 用户免受攻击和越狱。风河了解这些需求，所以选择与 IntelSecurity 合作，并将我公司的虚拟化 McAfee 新一代防火墙引入他们的运营商机 TitaniumServer 解决方案中。”

Qosmos 为用户提供业界领先的嵌入式 DPI（深度包检测）和网络智能技术，这些技术应用于实体、SDN 和 NFV 基础设施中。Qosmos 为厂商提供软件，帮助其将 Real-TimeApplicationAwareness 嵌入到产品中，以实现流量优化、服务链接、优质服务、分析功能以及网络安全。Qosmos 加速了实体、SDN 和 NFV 网络产品内的网络智能和连续协议签名更新的上市速度。

Qosmos 首席技术官 JeromeTollet 表示：“QosmosClassifier 与 WindRiverTitaniumServer 实现预集成的好处很多，包括：更易实现新的服务链组合，降低基于 COTS 部署的 TCO，促进现有及未来基础架构的融合。作为 TitaniumCloud 生态系统的一名成员，我们非常高兴能与风河合作，帮助用户实现其 NFV 目标。”

Spirent 支持领先的电信公司开发、提供和运行世界一流的网络、设备和服务。Spirent 的实验室测试解决方案可评估最新技术的性能，而其服务管理及现场测试系统、分析诊断网络和服务可提升用户的体验。此外，Spirent 还在网络安全和管理方面为企业、机构和政府部门提供帮助。从有线、无线再到卫星，Spirent 为用户提供完整的解决方案组合，以提升用户体验的质量。

SpirentCommunications 市场副总裁 NeilHolmquist 认为：“部署 WindRiverTitaniumServer 的服务提供商除了需要为 SLA 验证提供端对端可见性外，还需要确保基础设置的可升级性和可靠性。Spirent 的 NFV 解决方案可在部署前实现 VNF、NFV 基础设施和服务的全面验证，从而避免代价高昂的现场故障。”

TitaniumServer 是一个运营商机 NFV 基础设施软件解决方案，设计目标是满足电信行业的“永远在线”需求。TitaniumServer 以开放软件标准为基础，包括运营商机 WindRiverLinux、实时 KVM、OpenStack 的运营商机增强功能、IntelDPDK 和加速虚拟交换。这些标准均针对英特尔架构进行了优化。

来源：通信世界网 2015 年 03 月 05 日

美国拟投入约 1 亿美元建新数字机构

美国总统奥巴马日前公布了总额 4 万亿美元的 2016 年度财政预算，并计划将其中的 1.05 亿美元用于创建新的数字机构以服务 25 个相关政府部门。报告称，该机构将效仿之前为抢修 Healthcare.gov 网站而成立的“美国数字服务”团队（由前谷歌高管米奇·迪克森领导）。虽然这笔预算中的大部分将用于为数字机构建设设备，但也有部分将用于提高数字服务团队的能力，使之能更好地支撑和监督数字机构，在技术服务和任何可能出现的网络安全问题方面为其提供帮助。

不过，奥巴马政府这项预算需要经过国会审核和批准，在双方关系紧张的今天，这项预算很容易被国会否决。在 Healthcare.gov 网站建立抢修的过程当中，奥巴马政府至少已经建立了“美国数字服务”等小型灵活的组织，向国会展示了其高效运作能力。

来源：《人民邮电报》2015年03月04日

苹果谷歌进军汽车业通用特斯拉迎来最强劲对手

据国外媒体消息，苹果正秘密开展生产汽车的大计，其研发汽车的团队约有200人，现正敦促该团队最早2020年开始生产电动汽车。过去几个月苹果开始增加招募人手，寻找电池和机器人方面的技术专家。谷歌一月也表示，将在五年内推出自动驾驶汽车。

苹果和谷歌两大科技巨头要来汽车行业抢食，着实把汽车行业吓出一身冷汗。根据现有计划，特斯拉和通用汽车均计划在2017年推出造价低于4万美元，单次充电行驶里程超过200英里以上的电动车。届时，一场激烈的竞争似乎已经难以避免。

苹果谷歌蓄势待发

《华尔街日报》报道称，苹果公司已经有上千名技术人员投入到了名为“Titan”的小型货车电池研发项目。如果这个消息属实，那么 AppleCar 的“上路”将不会遥远。当这个成功占领个人电脑、智能手机、手表市场的电子巨头宣布将要进军汽车领域的时候还是引起了世界不小的骚动。

然而，作为苹果汽车强大的竞争对手，谷歌早已经开始着手研发自主品牌的汽车，并秘密聘请了汽车领域的专家。同时，谷歌抢先一步于今年1月成功研发出小型白色发动机吊舱以代替先前的 LexusRX 型载货齿轮，让一切都不只停留在科学幻想中。

此外，《商业内部》透露，曾有苹果员工给报社发来电子邮件时称，“是的，这个激动人心的项目并不是梦，苹果汽车将会改变这个世界。当然特斯拉也会因此获得大量收益。”

业内喜忧参半：既忧竞争又想合作

苹果和谷歌开始造车的消息给传统汽车业带来了不小的震动。汽车业普遍有“狼来了”的担心，不过也不乏友善的合作声音。

2015年日内瓦国际车展周二正式开幕，多位汽车行业高管表态称，一方面他们非常重视苹果和谷歌带来的潜在竞争，另一方面他们也考虑与这两家美国科技巨头进行一些合作。

苹果规模之大也让车商高层备感威胁。苹果市值高达7500亿美元，比戴姆勒、福斯、雷诺、标致、福特、通用与菲亚特克莱斯勒七大车厂加起来还高。

传统汽车行业壁垒打破竞争白热化

特斯拉利用电动车异军突起，这本身也说明传统汽车行业的壁垒并非那么坚不可摧。如果说特斯拉在传统汽车也撕开了一道口子，那么苹果和谷歌对于驾驶系统的改造可能给汽车业带来颠覆性的变革。

据中国经济网记者了解，通常汽车生产商研发一款新车至少需要五年时间，而苹果和谷歌制定的时间表凸显了这两家科技巨头的宏伟目标，并且为争夺用户摆下了擂台。再加上特斯拉和通用汽车欲在 2017 年推出单次充电行驶里程超过 200 英里、售价 4 万美元以下的电动汽车，传统汽车行业壁垒已被打破，产业竞争进入白热化。

来源：中国经济网 2015 年 03 月 04 日

谷歌或将推出移动网络

谷歌 (Google) 正计划在美国推出自己的移动网络，有可能成为电信集团的强大竞争对手，除非后者迅速采取行动，支持谷歌改善全球互联网接入的宏伟计划。

谷歌推出移动网络的原因是，这家互联网巨擘对现有电信公司缓慢的创新进度越来越失望，认为这种情况正在阻碍其在成熟市场提供新服务，同时无法接触全世界未接入互联网的用户。在宽带速度和价格方面，美国的排名低于许多欧洲国家。一些分析师称，这种情况可能制约谷歌的商业模式——依靠让尽可能多的人使用互联网，以期他们会使用其服务。谷歌认为，向客户展示他们可以得到更好的服务，将鼓励他们向成熟的运营商提出更高要求。

该公司负责产品的高级副总裁 SundarPichai 称，谷歌网络业务的规模虽小，但意义足够重大，尤其是在促使传统移动运营商学习创新方面。在巴塞罗那世界移动通信大会上，他提出新服务将与以下产品有相似之处：谷歌曾经研发了自己的 Nexus 品牌智能手机，但由其他手机制造商进行生产。

谷歌同样将利用现有电信集团的网络推出其移动虚拟网络运营商 (MVNO) 服务。SundarPichai 没有说该计划是否会在美国之外实施。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 04 日

英特尔展示无线智能连接方案

英特尔在 2015 年世界移动通信大会上介绍和展出了一系列推进下一代无线网络发展的全新产品和技术，以及各种与下一代无线网络连接的智能设备。

英特尔重点关注以下四大亮点话题：第一，面向新一代手机、可通话平板和平板电脑的全新英特尔平台。英特尔将展示全新英特尔凌动产品和全新通信与连接解决方案。第二，提升移动体验。下一代移动体验创新会是什么？面向所有设备的无线充电技术、引入全新应用和界面的深度传感摄像头，以及让数亿物联网设备能相互沟通的解决方案。第三，在英特尔看来，5G 的重点就是让网络更智能，能够更加

灵活、高效并低成本地承载数亿各式各样的新产品进行无线连接和交互操作。英特尔将探讨 5G 的未来以及无线生态系统如何使其成为现实,并进行了 5G 相关的演示。第四,移动安全。互联世界中的数据保护和隐私安全至关重要,而英特尔正致力于解决这一挑战。3月4日,英特尔首席执行官科再奇参加了题为“全新移动身份”的主题讨论,探讨移动安全的现状和未来。

来源:《人民邮电报》2015年03月05日

欧盟发布首个云服务项目招标计划

欧盟委员会信息理事会近日发布了一项为期两年、涉及约 2500 台虚拟计算机及 2500TB 存储空间的项目招标计划,用于建立欧盟首个云服务项目。

该框架协议内约 75%的设备和存储空间将供除欧委会之外的欧盟其他机构使用,不过,提供给欧委会的设备和存储空间至多能达到其目前本地容量的 15%。该招标计划表明,至多可有五家供应商,提供以下三个领域的服务:私有云的基础设施即服务(IaaS)、公共云的基础设施即服务及公共云的平台即服务(PaaS)。

欧委会发言人称,这次招标是欧委会迈出“云计算旅程”的第一步,目的在于探索云服务的潜力。如果效果卓著,那么欧委会将考虑在更多领域使用云服务。该发言人指出:“将云计算解决方案融入欧委会的日常工作,这只是一次技术层面上的探索。我们的研究目的之一在于,探究欧委会如何能更好地利用云计算市场以及高速发展的 IT 市场,同时不能超越法律的界限。”

在“云计算旅程”之初,欧委会曾参考英国 G-Cloud 框架,但欧委会和英国政府无法直接比较,因为差异太大,且 G-Cloud 为英国所有行政机构提供采购渠道,涉及范围太广。此外,欧委会在政府采购方面有更为严格的规定。英国 G-Cloud 市场是一个包含一系列服务的数据库,这种采购方式并不适用于欧委会,所以目前的招标计划要致力于将采购市场纳入到欧盟的法律框架中。

2014 年夏天,欧委会将云计算作为促进欧洲刺激经济发展和就业增长的核心领域,同时指出欧洲需要一个统一的云计算市场、通俗易懂的政策和云计算标准以释放云技术潜能。2014 年 6 月,欧委会开始测试具体的云计算指导方针的相关文件,该文件意在帮助用户节省云计算技术开支并增加对该技术的信任。欧委会表示,该方针在全面执行之时,将确保云计算用户与云服务提供商所签订的合同内用通俗易懂的语言阐明必要条款,解释云计算服务的有效性和可信度、安全级别、服务质量以及云计算中的数据管理。

来源:《人民邮电报》2015年03月04日

英国绘制公共数字基础设施地图

英国政府日前发布了《政府中期前景报告》,公布了部署范围超过 13000 英里的公共数字基础设施的相关细节,这些设施将用于提高英国网络的连通性。报告称,

通过改善现有网络基础设施，政府能够解决一些网络连通问题，例如高速宽带接入和去除无效的移动接入点等。报告包括一份中期地图，描绘了政府所有的或租赁的主要网络设施的规模和覆盖范围。

该地图包括了以下网络的位置：英国范围内连接大学和学院的固网光纤网络（JANET）；连接危机管理中心、政府机构、警力系统等国家灾难应急响应网络（HITS）；英国高速公路网沿线的光纤电缆网络；英国铁道网沿线的光纤电缆网络，被政府誉为英国最大的回程网，现仍有大量空闲容量；保证通话、数据和视频服务安全的防御网络；连接健康和社会福利网站的 N3 网络。

政府表示每年在公共网络上至少花费 15 亿英镑，包括建设新的天线杆、铺设光缆和其他线路。报告也阐明了如何更好地使用这笔预算。另外，报告重点关注哪些区域的空闲容量未被充分利用，尤其是那些公共部门建设的重复又昂贵的专用网络和技术。

报告也阐述了政府提高设施利用率的几条途径。其中一个例子包括了将手机信号天线杆部署在国有建筑中，以解决英国农村地区或建筑物稠密地区手机信号差的问题。即将离任的内阁大臣弗朗西斯·莫德表示，英国政府对于这种网络部署透明性的需求，是出于确保实现未来长期经济目标的考虑，“英国的数字设施已经达到了世界级的水准。过去，政府甚至不清楚公有的电信和数字设备都包括哪些。我们的新地图揭示了纳税人的钱都建设了哪些遍布于境内的网络。我们将和供应商合作开发这些设施的空闲容量，也将通过自己的努力使更多的人能接入高速宽带，享有更好的手机信号覆盖。”虽然提升英国网络连通性的计划目前仍然存在一些政治或物理障碍，但英国政府最近刚获得一项 150 万英镑的资金用于发展超高速宽带。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 04 日

2014 年巴西 4G 用户增幅超过 400%

巴西电信监管机构 Anatel 日前发布的数据显示，2014 年巴西 4GLTE 服务协议签约用户已达 676 万人次，与 2013 年 131 万人次用户数量相比增长了 416.5%。市场研究机构 IDC 预测，2015 年巴西 4G 用户有望较 2013 年增长 800%至 1100 万用户，并为该国电信业带来 6%的经济增长。

据悉，2013 年 5 月巴西 4G 商用服务最先在承办国际足球赛事“联合会杯”的巴西利亚、贝洛奥里藏特、福塔莱萨、里约热内卢、累西腓和萨尔瓦多 6 座城市正式推出，巴西政府视其为“全球首个大规模 4G 测试”。但由于当时运营商还在竞相推广 3G 业务，因此用户购买 4G 服务并不划算。Anatel 的数据显示，截至 2013 年 11 月，巴西 4G 用户为 73.05 万人次，增长幅度仅为 32.1%。

此外，Anatel 发布的数据还显示，2015 年 3G 用户在巴西移动电话用户中的占比最终超越 GSM，达到 51.5%，而 2014 年 1 月，巴西 3G 用户和 GSM 用户占比分别

为 35.9%、40.2%。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 04 日

LG 计划发布新款高端智能手机

据科技资讯网 CNET3 月 5 日报道，韩国手机生产商 LG 预计今年晚些时候将发布一款新的高端智能手机。据韩联社消息，此款手机不属于 G 系列。

LG 负责人崔俊浩 (ChoJun-h) 在本周世界移动通信大会上表示：“我们计划发布一款超越 G 系列的产品，预计发布时间是今年下半年。”

崔俊浩并没有透露这款新产品的详细内容，但表示新产品一定会提供一些超越 G3 和 G4 的优越性能。

LG 如今面临来自苹果和三星以及中国手机生产商的激烈竞争，急需一款新产品吸引更多的消费者。市场研究机构 Gartner 调查显示，2014 年 LG 销售排名处于联想和华为之后，位列第五。在第四季度，LG 甚至没有挤进前五，而华为和小米分列第四、第五。LG 曾表示想要保持稳固的第三位置。

崔俊浩说：“2015 年，我们计划提高 20% 的销售额。如果 G4 能和 G2、G3 一样受欢迎，我们有可能会重获销量第三的位置。”

为了增强竞争力，除了发布 G4 和这款未命名的新机外，LG 还计划翻新所有系列产品。

来源：环球网 2015 年 03 月 09 日

爱立信携手沃达丰荷兰部署室内微微蜂窝

爱立信携手沃达丰荷兰在荷兰的所有沃达丰门店部署第二代微微蜂窝基站 RBS6402。

RBS6402 是一种设计精巧、紧凑的高性能室内微微蜂窝无线基站，支持多标准、多频段以及 Wi-Fi。它操作灵活，适应性强，可提高办公室、餐馆和商店等小型场所的网络覆盖范围和容量。

作为欧洲领先的运营商，沃达丰在全球拥有 3200 万企业客户，通过高品质服务为企业提供支持，不断实现业务创新。在荷兰，沃达丰建有 400 个门店，服务 500 万企业和家庭用户。

爱立信西欧和中欧地区主管 Valter D' Avino 表示：“作为沃达丰的战略网络提供商，爱立信信守承诺，与沃达丰紧密合作，利用爱立信小型蜂窝产品组合帮助沃达丰扩展企业市场。”

RBS6402 微微蜂窝是对爱立信无线点系统的补充，可满足建筑面积达 5000 平方米大楼的覆盖要求，而对于面积更大的大楼和场所，爱立信无线点系统解决方案则是首选。

小型楼宇和场地的移动宽带覆盖和容量要求与大型楼宇和场地的要求一样。

RBS6402 微微蜂窝采用一体化设计，可交付 300Mbps 的 LTE 速率，并具有载波聚合功能，大小仅相当于一个平板电脑，却实现了容量翻倍。

爱立信全套小型蜂窝和载波 Wi-Fi 解决方案能够帮助移动运营商满足现在及未来的移动宽带覆盖和容量要求。满足企业内部对高速数据连接的需求，沃达丰支持用户不断提高生产率和灵活性。无论用户在任何地点都能获得始终如一的经验，室内网络与室外网络同步发展。

2014 年，爱立信与沃达丰协定，双方将紧密协作率先部署这一创新型室内蜂窝解决方案。

来源：通信产业网 2015 年 03 月 06 日

爱立信携手韩国电信开展 5G 联合研究

爱立信日前与韩国领先的电信运营商韩国电信在西班牙巴塞罗那 2015 年全球移动通信大会期间签署谅解备忘录，共同开展下一代网络技术的协作。

根据谅解备忘录，爱立信与韩国电信将在 5G 无线通信研发和相关业务领域探讨协作。

双方将在多个项目上开展协作，引领 5G 的发展，包括标准化、频谱战略、网络架构和部署方案以及物联网的广泛连接。

爱立信副总裁兼无线产品管理部主管 Thomas Norén 表示：“5G 是向网络社会转变的重要一步。韩国电信很早便开始推动这一技术的发展，我们相信，与韩国电信的协作将为用户和各个行业带来益处。我们可以实现超过 10Gbps 的超高速率，提供比目前 LTE 网络要快 1000 多倍的无线网络。”

在签署谅解备忘录之前，双方一直保持密切的合作关系，曾 2014 年 11 月成功验证了智能立体网载波聚合技术这一 5G 关键要素。

爱立信积极参与约 150 个行业论坛、标准化机构和全球研究活动，并在其中扮演领导者地位，如 METIS 和 5G-PPP。爱立信是定义下一代网络技术的主要参与者，无论是在研究，还是在标准化和商业化方面。

来源：通信产业网 2015 年 03 月 06 日

印度投巨资推动电子政府发展

印度中央政府决定投入 190 亿卢比（约合 19.3 亿元人民币）推动 5 年前开始的 PanchDeep 项目，通过部署新技术，连接所有的职工国家保险公司（ESIC）、组织机构和企业雇员。政府将实施企业资源计划（ERP），该解决方案将为企业每位员工提供一张唯一的卡片，从而使其结算第三方费用的过程更加便利。

印度劳动和就业国务部长 Bandaru Dattatreya 称，“这将取消所有的中间环节，有助于简化流程。发给员工的唯一指纹芯片卡在认证方面将更加容易。此外，ERP 解决方案还将帮助建立一个庞大的成员健康档案数据库，这将成为最大的电子政务

在线数据库之一。此外，劳动和就业部已经向中央政府请求设立该计划的执行委员会，管理职工健康计划基金，并配备一名首席部长。我们决定分散管理环节，分管不同环节的管理者将有权针对健康保险计划寻求医院的帮助。”

此外，中央政府决定改革公立医院。Dattatreya 称，“我们将对维修或翻新医疗设施的医院按照规模予以奖励，奖励有 200 张以上病床的医院 5000 万卢比，奖励 200 张以下病床的医院 3000 万卢比，奖励更小的医疗诊所 500 万卢比。”他补充称，政府将把个人保险报销金额从 1500 卢比提高至 2000 卢比。至于职工公积金组织（EPFO），他表示，通用推行账号系统将改变成员操作其公积金账号的方式。“我们已经为 290 万名员工发放了公积金账号，另有 74.1 万员工的公积金账号信息也已就绪。这将有助于检查权转换，我们将基于计算机输入数据来对组织机构的异常行为进行检查。”

职工国家保险公司（ESIC）和职工公积金组织（EPFO）同为印度劳动部下属的两个最重要的社会保障自治组织。ESIC 由老板、职工、中央政府、邦政府、议会及医疗行业的代表组成，其地方分支机构管理部分医疗津贴、工伤、失业保障项目，医疗服务则由各邦政府管理，医疗津贴委员会监督。企业资源计划（ERP）则是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台，可提供跨地区、跨部门，甚至跨公司的整合实时信息。

来源：《人民邮电报》2015 年 03 月 04 日

印度频谱拍卖竞价高达 94 亿英镑

据国外媒体报道，在投标开始两天后，印度频谱拍卖报价已高达 6500 亿卢比（约合 94 亿英镑），这主要得益于各企业对 900-MHz 频率的强烈需求。

印度政府新闻办公室在上周四发表的一份声明中证实了这一数字，并表示，本次拍卖的第 12 轮将在周五早上重新开始。

政府称：“所有频段的招标工作已经开始... ..还有频谱尚未出售。”

电信部（DOT）公布的一份详尽的报告显示，在 17 个地区中，有 7 个地区对于 900MHz 频率的需求远远超过供给，其中包括比哈尔邦、喀拉拉邦和拉贾斯坦邦，导致对该频段的争夺十分激烈。

900MHz 频段将占到政府意欲从本次拍卖中募集的超过 8000 亿卢比的绝大部分。相比而言，800MHz 和 1800MHz 频段的竞购略显温和，有些地区甚至没有引起市场的兴趣。

而备受争议的仅出售 5MHz 频谱（2.1GHz 频段）的工作进展缓慢。包括新德里和孟买在内的大部分地区均未能获得任何企业投标。而政府将在不久后出售 15MHz 频率（2.1GHz 频段）可能也是导致电信企业缺乏兴趣的原因。

同时，低频段频谱的需求更大，主要是因为其中很大一部分已被印度最大的电

信运营商获得（如巴帝电信、沃达丰、IdeaCellular 和信实通信），他们将为即将与今明两年到期的牌照展开竞争。

电信运营商面临着来自 RelianceJIOInfocomm 的竞争，后者正试图在今年进入印度手机市场。该公司已经拥有 1800MHz 和 2.3GHz 频段频谱，并可能会在这场竞争中全力以赴。在所有参与拍卖的电信企业中，该公司上个月的频谱投入最大，而这些都直接关系到一家公司有资格竞购的频谱的数量。

有消息称，政府不会在拍卖结束前公布各投标企业的细节。

包括 Aircel、Uninor 和 Tata 电信在内的电信公司也参与了部分拍卖。

来源：飞象网 2015 年 03 月 10 日