

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
国务院审议通过《中国制造 2025》	4
详解《中国制造 2025》规划背后的五大工程	4
网络交易地方立法有利维护消费者权益	5
互联网金融规范政策出台在即	6
工信部要求运营商须在 4 月 15 日前全面开放存量铁塔资源	7
【发展环境】	8
2015 年信息消费依然是经济新增长点	8
2015 年智慧城市发展将呈现五大趋势	9
数据中心绿色设计大势所趋	11
苗圩：智能制造是新一轮产业竞争的主攻方向	12
中国 IT 业迈入“大生态”时代	12
运营竞争	12
【竞合场域】	12
三大电信运营商被逼开启转型新时代	12
全球通信业基础设施共享成趋势	13
【市场布局】	14
新疆电信未来三年投 15 亿建光网	14
2019 年我国 LTE 用户将超 10 亿 用户渗透率将超 66%	15
沃云六大类产品发布 中联通布局企业级云计算市场	16
技术情报	19
【趋势观察】	19
2015 年我国云计算产业进入成长期	19
我国 1.4GHz 频谱将发放 用于 LTE 宽带集群系统	19
专家认为中国互联网经济比重未来很可能超过房地产	20
国产服务器探顶 核心竞争力尚欠	20
宽带战已由通道转向平台争夺	22
【模式创新】	24
我国机器人产业发展正逢“天时地利人和”	24
中国资本涌向以色列：阿里投资 JVP 数千万美元	26
2015 年 OTT 产业的大格局和新业态剖析	27
终端制造	32

【科技前沿】	32
5G 之争到底争些什么?	32
烽火通信新型接入网关键技术研究及设备研制通过验收.....	35
国产高性能芯片“智桥”面世 可替代英特尔同类产品.....	36
中国电信开推“加密手机”.....	36
浙江移动携手华为完成 TD-LTE 上行增强商用网络验证.....	37
【企业情报】	38
中兴通讯获邀参与德国电信 5G 研究.....	38
华为 2014 年净利同比增 32.7% 三大业务均强势增长	39
四川移动携手华为启动“十百千工程”提升 4G 网络体验.....	40
中国光纤网络系统集团受益 4G 建设: 光纤活动连接器销售 16 亿元.....	40
上海贝尔助力中国电信扩展 LTE 超宽带服务.....	41
中兴手机内外有别布局“全球+”战略.....	41
解读华为企业业务商业市场架构: 重点投入见成效.....	43
千亿收购 O2 英国资产 李嘉诚拓展电信版图.....	45
市场服务	47
【数据参考】	47
2015 年 1-2 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表	47
2015 年 1-2 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表 (续)	48
2015 年 1-2 月电子信息产品进出口情况	48
2015 年 1-2 月软件业经济运行情况	53
2015 年 1-2 月电子信息产业固定资产投资情况	56
海外借鉴	60
发力私有云 极进网络推安全 Wi-Fi 打包方案.....	60
英国政府公布网络安全学徒计划.....	61
电子商务在发展中国家启航.....	62
欧盟细化数字化单一市场战略.....	63
英国电信携低价 4G 业务回归.....	63
三星首次展示智能医疗新技术.....	65
荣耀加速扩张发力印度市场 2015 销量目标增长 7 倍	65

产业环境

【政策监管】

国务院审议通过《中国制造2025》

3月25日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，确定今年国务院立法工作重点，部署加快推进实施“中国制造2025”。据悉，会议审议通过了《中国制造2025》，工信部将在近期正式发布。

会议指出，我国正处于加快推进工业化进程中，制造业是国民经济的重要支柱和基础。落实今年政府工作报告部署的“中国制造2025”，对于推动中国制造由大变强，使中国制造包含更多中国创造因素，更多依靠中国装备、依托中国品牌，促进经济保持中高速增长、向中高端水平迈进，具有重要意义。

会议强调，要顺应“互联网+”的发展趋势，以信息化与工业化深度融合为主线，重点发展新一代信息技术、高档数控机床和机器人、航空航天装备、海洋工程装备及高技术船舶、先进轨道交通装备、节能与新能源汽车、电力装备、新材料、生物医药及高性能医疗器械、农业机械装备10大领域，强化工业基础能力，提高工艺水平和产品质量，推进智能制造、绿色制造。促进生产性服务业与制造业融合发展，提升制造业层次和核心竞争力。

会议决定，推出中国制造重点领域升级方向绿皮书目录指引，动态调整、滚动推进。坚持市场主导、改革创新，发挥企业主体作用，大中小企业配套推进，务求重点突破取得实效，财税、金融、人才等政策都要给予倾斜。通过不懈努力奋斗，打造中国制造业升级版。

来源：《人民邮电报》2015年03月27日

详解《中国制造2025》规划背后的五大工程

近日，工业和信息化部副部长苏波在国务院新闻办出席国务院政策吹风会时表示，制定《中国制造2025》是应对全球新一轮科技革命和产业变革所需，应对西方国家再工业化，进一步提升制造业全球竞争力的重要举措。《中国制造2025》是着眼于整个国际国内的经济社会发展、产业变革的大趋势所制定的一个长期的战略性规划。

苏波表示：“《中国制造2025》其创新之处在于：通篇贯穿了应对新一轮科技革命和产业变革的内容，重点实施了制造业创新中心建设、智能制造、工业强基、绿色发展、高端装备创新五大工程，编制高端领域技术路线图的绿皮书。”

苏波强调，我们过去制定了许多产业发展方面的规划和战略，但《中国制造2025》不同，它不是一个一般性的行业发展规划，它是着眼于整个国际国内的经济社会发展、产业变革的大趋势所制定的一个长期的战略性规划，它不仅仅要推动传统制造业的转型升级和健康稳定发展，还要实现在应对新技术革命的发展当中，实现高端化的跨越发展。所以，出于这样一个总体的方向，我们不把它作为一个常规性的行业规划，比如说“十三五”、“十四五”这样一个规划来看待，而是起了《中国制造2025》，类似于《德国工业4.0》

这样技术性的名称，就是要体现我们与以往规划的不同点，这个不同点就体现在它的战略性、长期性，以及对新技术革命的应对措施，把它作为重点。

另外，谈得《中国制造2025》规划最后怎么落实、怎么推动？苏波表示要实施五大工程，从五个方面来解决核心的问题：

第一是要实施国家制造业创新中心建设工程。市场化以后，原有的许多国家级的研究院所都企业化了，带来一些基础领域的基础研究和创新工作削弱了。那么面对未来的十大重点领域的基础研究和产业化的工程，我们需要建设一批产学研用相结合的制造业创新中心，类似于美国要建设的45个国家级的创新中心，这些中心不改变它原来的隶属关系，就是在现有的研究院所、大学和企业的基础上，以产业联盟的形式来承担制造业强国建设的核心任务，然后市场化的组建，阶段性地形成成果。

第二点就是我们更加突出了创新驱动发展的战略，通篇我们始终把创新作为核心竞争力，因为中国制造业的产能已经很大，220多种产品的产量世界第一位，有些产品的产量已经达到全球生产能力的50%、60%以上。所以，产能的扩张不是主要目的，主要是创新，创新再创新，缩短在高端领域与国际的差距。大力推进智能制造，智能制造是新一轮科技革命的核心，也是制造业数字化、网络化、智能化的主攻方向，通过智能制造带动我们各个产业的数字化水平和智能化水平的提高。

第三是工业强基工程。我们总结，中国制造业落后，很大的一个是基础零部件、基础工艺、基础材料比较落后。在国务院常务会议上，有国务院领导还专门谈到基础工艺的问题，这方面我们要实施工业强基工程。

第四是绿色发展工程。我们经济发展的最大制约就是环境和资源，中国作为世界第一制造大国以后，发展的质量和效益已经成为中心任务，在这方面，一个非常重要的就是要节约资源，保护环境。绿色发展在工业领域里有许多重大的任务，因为工业占整个我们国家能源消耗的73%，在节能减排降耗、提高资源利用率方面有巨大的潜力和空间，所以我们要实施绿色制造工程。

第五是高端装备创新的一些工程。这里面有一些工程我们已经在做，比如说“核高基”、互联网、数控机床、大飞机等专项，我们还要推进一些新的专项来启动，来提高整个装备制造业的水平。

来源：通信世界网2015年03月31日

网络交易地方立法有利维护消费者权益

国内首部网络交易地方法规近日在杭州市出台，并将从5月1日起实施。这样一部专门针对网络交易的地方法规由中国最大的电商阿里巴巴所在地的地方政府制订，它将为日趋发达的网络交易市场提供事中监管的重要法律依据。

网络交易作为一种新出现的商业形态，从本质上说，它和传统的实体商店交易一样，可以接受消费者权益保护法之类的法律规范。但是，网络交易有其自身的特点，商品的经

营者与消费者互不见面，消费者不能像在实体店消费那样可以对商品进行当场检验，这就给了售假者以可乘之机。最近几年，随着网络交易的走热，各种交易纠纷也在增加。

因此，制订网络交易的法规，有利于这类纠纷得到合理解决，促进网络交易在有秩序的轨道上更好地发展。网络交易的一个最大特点，是经营者可以利用网络的虚拟性从事商品交易，这固然有利于促进交易的便捷，但也容易产生欺诈行为。杭州市规定，通过第三方网络交易平台开展经营活动的，应当向第三方网络交易平台提交工商登记信息；尚不具备工商登记条件的自然人，从事网络交易经营的，应通过第三方网络交易平台进行，并向第三方网络交易平台提交身份证明、经营地址、联系方式等信息。这些规定实施以后，消费者一旦遭遇假货，可以从相关登记资料中找到维权线索。

但是，网络交易毕竟是一种新生的商业形态，因此对它的管理还处在探索之中，立法者需要避免对正常的交易行为产生过多的行政干预。比如，目前一些电商在从事网络交易时，经常要求消费者给予服务评价，有的甚至形成了骚扰和威胁，而消费者也常常会在享受了服务以后对其作出恶评。杭州市的这部规定对此作出了规范，并对交易双方都制订了罚款条文。但是，这种评价并不是网络交易的一个要件，不存在统一的尺度，由行政机关作出统一规定，反而使其成了一种刚性的东西，是完全没有必要的。无论是电商还是消费者，如果因此而产生纠纷，可以通过其他法律渠道维权。

杭州市制订网络交易地方法规，还产生了一个现实的问题，即这部地方法规的适用性。网络交易的一个最大特点就是打破了地域的界限，但这部地方法规只适用于杭州市地域内，当杭州的消费者与外地电商产生购物纠纷，或者外地消费者与杭州电商产生购物纠纷，这部地方法规就基本不能适用了。由此可见，杭州的这个地方法规，只是就网络交易立法迈出的小小一步，其现实的作用可能并不是很大，更重要的一步，有待于制订一部全国性的网络交易法规，以此来更好地维护网络交易消费者的利益。

来源：《广州日报》2015年03月27日

互联网金融规范政策出台在即

近日，一位接近央行的人士向《经济参考报》记者透露，今年上半年，央行下属中国金融学会将成立互联网金融分会，该分会将对互联网金融监管政策的制定提供切实建议和标准考核。该人士透露，由于互联网金融是新兴行业，监管方对其发展方向及趋势仍不明朗，该互联网金融分会将聚集一批研究互联网金融的专家，并结合P2P、股权众筹类企业的高管建议，尽快出台规范互联网金融的监管政策。预计上半年政策就会出台，而主要的监管方向将是降杠杆。

该人士称央行目前关注的是金融体系的风险控制，目前的金融杠杆率已经不能再高了，包括企业的杠杆率和地方政府的杠杆率都必须进行下调，否则会影响到国家金融体系安全，而降杠杆的重要举措是鼓励直接融资，而非间接融资。

该人士告诉记者，由于目前互联网金融发展势头很猛，而且发展互联网金融这件事情

一直都是央行牵头在做，此前银监会虽然成立了普惠金融部，但该部门只是对P2P企业的规范化制定一些具体条款上的门槛，而央行将成立的互联网金融分会将对互联网金融监管政策的制定提供切实规范和建议，还将突出股权众筹和鼓励创业。另外，即便是P2P公司，其未来如果接入央行征信系统，与央行的业务交叉将极大，因此，P2P业务监管有很多重叠，而重叠部门将交由哪些部门进行监管，目前仍旧是模糊地带，也就是几家监管方“争夺”的部分。

随着互联网金融的快速发展，我国P2P网贷机构已近1600多家，一些借款人利用网贷机构之间信息不共享，在多家网贷平台恶意欠款，导致企业风险增加。关于P2P企业之间以及P2P与央行征信系统的对接，央行征信中心早前便称，已通过下属上海资信有限公司建成网络金融征信系统。截至2014年12月末，共接入网贷机构370家，收录客户52.4万人。

不过，记者发现，P2P网贷机构目前仍旧不能像银行一样接入央行征信系统，只能通过网络金融征信系统彼此共享信贷信息，即在接入的300多家P2P平台中间查询是否有重复借贷及坏账问题。某平台负责人告诉《经济参考报》记者，上海网络金融征信系统对于一些大的P2P公司来说用处并不大，毕竟P2P是新生事物，借款人信息在其中得以共享的极少，平台依旧得不到借款人之前在银行系统的贷款信息、逾期信息依旧得不到，目前平台的风控措施依旧是以实地尽职调查为主。

除此之外，P2P公司虽然从事着金融服务，但是由于目前监管的缺失，其公司注册时完全没有任何要求，也无需备案，与从事其他业务的公司注册完全一样。

另外由于大多数省份都没有“互联网金融信息服务公司”的名称，所以P2P公司开始只用“信息技术有限公司”“投资咨询公司”等身份来注册，然后转去做P2P业务。其资本金要求与其注册类型的差不多，有一些P2P公司其注册资本金只有100万元。

上述业内人士称，由于P2P其本身金融属性的敏感性，未来一旦监管政策出台，大概率事件会要求P2P企业进行备案，或者向当地的P2P协会申报。对于可能上半年即将出台的规范互联网金融政策，该业内人士预期其具体政策内容不会比现有的各种协会版的监管政策多出很多，应该也是从信息中介、资金托管、高管资质、技术合格等方面进行规定。对于此前传出的银监会可能参照银行标准，对P2P平台制定10倍杠杆率的传言，该人士称用杠杆率来管理不一定是最终监管规则，因为从理论上P2P平台只是一个中介，即便出了风险也不应该由平台来赔偿。

来源：《经济参考报》2015年03月27日

工信部要求运营商须在4月15日前全面开放存量铁塔资源

没有最快，只有更快。对于成立不足一年的铁塔公司而言，一直在快速前行。

据知情人士透露，工信部在本周召集运营商召开全国电视电话会议。运营商高管与工信部领导都相继发言，要求在4月15日前，全面开放存量基站资源，以方便铁塔公司在承接新建需求时优先改造利用存量资源。

铁塔公司相关工作人员也向笔者证实了此事。在他看来,当前国内4G建设正值高峰期,也是充分发挥铁塔公司统筹规划优势、确保改革成效的关键时间窗口,由于全部存量铁塔资产要在8月底才有可能移交铁塔公司,在此之前的过渡时期内,存量基站资源的开放问题成为4G网络建设发展的关键。

按照工信部的要求,从今年1月1日起,三大运营商将不再自己新建基站,全部交由铁塔公司负责,届时铁塔将以租赁的形式向三大通信商提供服务。需要指出的是,今年作为三大运营商4G规模商用的元年,运营商对于4G网络覆盖提出了更高的要求,铁塔公司虽然已经初步形成了规模新建与交付的能力,但要满足运营商的需求,还是要充分利用存量资产,兼顾好存量资源的整合共享和新建需求的及时满足。

此前,铁塔公司董事长刘爱力就曾表示,按时保质完成清产核资注入是后续开展一切工作的基础,关系到新建需求的满足效率、存量资产改造整合的效果以及商业模式定价的合理性。完成时间越早,越有利于中国铁塔与三家电信企业协同共赢,越有利于深化电信基础设施共建共享,越有利于改革成效彰显。

业内人士指出,此次会议将加速存量铁塔基站开放步伐,对于加强共建共享,促进4G建设将带来利好,将使铁塔公司真正做到“集三家所长、补三家所短”,统一规划铁塔等基础设施的建设和维护,不断提升网络的整体覆盖水平,降低建设成本,最终也必然惠及广大消费者。

来源: C114中国通信网2015年03月25日

【发展环境】

2015年信息消费依然是经济新增长点

目前,我国已经进入新常态,增速由原来的高速增长转向中低速增长,制造业受到国内外市场的影响逐步下降。但是从去年整体情况来看,信息消费一直保持高速增长,而且对推动工业转型升级具有越来越明显的作用。

从信息消费的主要特点来看,主要体现在以下七个方面:

第一,我国信息消费增速始终保持领先水平。全国工业和电子信息产业增速都是在8%和12%之间。我国信息消费增速达到18%,比工业高出接近10个百分点,比信息产业高了6个百分点。信息消费在去年拉动整个国民经济相关行业的增长大约是1.2万亿元,对GDP贡献0.8个百分点。

第二,网络信息基础建设稳步推进。2014年电信固定资产投资完成3993亿元;移动投资1618.5亿元,同比提高4.6个百分点;新建的光纤线路同比也增长17.2%;新增的移动通信网站比上一年净增量高出2.9倍,新增基站19.1万个,总体达到98万个。

第三,全社会信息化水平明显提升,信息化水平提升进一步推动电子商务市场日趋活跃。2014年电子商务交易额达到12.3万亿元,增长21.3%,网购增长48.7%,占社会消费品零售总额10.7%。

第四，推动信息技术广泛渗透。当前，信息技术已经成为引领各领域创新不可或缺的重要动力和支撑，正在从深层次上逐步改变工业、交通、医疗、能源、金融等诸多领域。主要体现在三个方面：一是工业企业信息化水平显著提升，二是智慧城市加快实施落地，三是互联网金融不断壮大。

第五，推动相关产业快速发展。智能终端产品的内销增长比较明显，比如智能手机增速已经超过了20%，智能渗透率也在90%以上。智能电视渗透率也已经超过60%，机顶盒去年市场还是看好的。通信设备行业快速增长，2014年通信设备行业产值增幅16.6%，贡献率29.8%，基本占1/3。

第六，跨界转型趋势比较明显。一是网络经济加快与实体经济联合，二是线上与线下加快融合，三是电视制造、网络运营和内容提供商加快互动。

第七，自主创新成绩突出。从集成电路领域来看，国内中芯国际成功制造了28纳米高通410处理器，标志着其28纳米工艺日趋成熟。具有自主知识产权的12英寸28纳米刻蚀技术取得突破。国内首颗40纳米级导航芯片问世，突破了北斗导航大规模应用的瓶颈。

来源：《中国电子报》2015年03月27日

2015年智慧城市发展将呈现五大趋势

2014年，智慧城市在政策层面进展明显：从《新规划》到《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》、《关于开展国家智慧城市2014年试点申报工作的通知》，这些文件对智慧城市建设的指导思想、实践路径、工作重点都有了明确的界定，相较前几年，智慧城市的建设方向进一步明确。但在政策利好的同时，也存在诸多问题。总体来看，2015年的发展趋势主要表现为五个方面。

智慧城市实施将进一步落实

以浙江省为例，2013年完成了20个试点项目实施方案编制和评审，2014年这些项目基本都进入实施阶段，部分试点项目已初显实施成效。以宁波为例，2014年主要是以医疗、交通、教育等领域为突破口，推进全市范围内重点智慧应用体系建设，目前已基本完成“1+7”智慧物流协同平台建设，并打通了11个县（市、区）的医疗卫生专网。“宁波通”累计下载量超10.8万次，“人人通空中课堂”高峰日页面浏览量达2.5万次，智慧交通和智慧教育已经活跃在百姓指尖。可以预见，2015年将是智慧城市实施进一步落实的阶段。

民生类智慧领域应用

将进展明显

在智慧城市概念初期，人们多从整体性角度理解智慧城市，包括第一批、第二批智慧城市的试点都是以城市为主体进行申报。其实，智慧城市本身是个大体系，要建设成智慧城市并非一朝一夕就能完成，在智慧城市整体推进过程中还存在着诸多难题，如资金投入大、信息共享难、商业模式不清晰等，因此在经过了智慧城市亢奋期之后，大家意识到从行业做起、从小做起才是长久之计。因此不管是第三批试点申报要求还是各个地方政府，

均从点面试点开始推进智慧城市的建设。预计2015年，关乎民生类的智慧领域应用，如智慧交通、智慧医疗、智慧环保、智慧旅游、智慧教育等将进展明显。

大数据发掘将提升体验

2014年，诸多具有行业特点的新技术融入智慧城市建设中。2014年是4G元年，4G的移动高速体验为智慧城市应用推广奠定了良好基础；而IDC建设本身就是智慧城市建设的底层基石，随着云技术的逐步成熟，各地的智慧城市数据中心建设均加入了云计算的概念，通过数据中心的云化建设，更大化地提升数据中心海量数据的支撑能力。除此之外，一些智慧城市产业链的成员，如IBM、阿里巴巴、银江股份等均开始在大数据方面加大投资，同时也将智慧城市平台作为大数据获取的来源。预计2015年，在整合智慧城市平台建设中，通过大数据发掘等方式实现智慧城市体验提升和商业变现的成功案例将明显增多。

数据中心和公共WiFi

建设升温

由于数据中心是智慧城市有效运行的基础，2014年很多城市加强了数据中心建设工程。不仅作为数据中心建设的主要提供商——传统电信运营商，相继启动了内蒙古、贵州、黑龙江等地的大型数据中心建设，作为第三方提供商的阿里巴巴、世纪互联等企业也均加大了对数据中心建设的投资。从智慧城市数据中心来看，宁波政务云、贵州七朵云、西咸新区八朵云、重庆两江国际云等纷纷启动，为智慧城市建设奠定了良好基础。此外，公共WiFi建设也成为政府智慧城市建设的一项重要部署，以海南为例，该省工信厅正督促和协调电信运营商与各区域业主参照海口美兰国际机场模式，通过商业化运作进行免费WiFi建设，逐步实现在全省公共场所、景点景区和星级宾馆等区域开放免费WiFi。2015年这一趋势仍将延续。

政企协同为主

逐步替代政府投资为主

智慧城市是城市信息化的高级形态，是包含全新要素和内容的城镇化发展模式。政府若既抓管理又管运营，将极易导致城市发展财政不足、可持续发展能力低、管理效率低下等诸多问题。而借助民间资本的力量，将市场机制和经营理念引入城市管理，则可既拓展城市管理的综合资源，又提升城市管理的能力和质量。为此，2014年各地政府陆续签订了一系列战略合作协议。江苏省徐州市人民政府与神州数码、海南国际旅游岛先行试验区管理委员会与阿里巴巴集团、江苏省南通市政府与大唐电信科技股份有限公司、武汉经济技术开发区与华胜天成等，均在智慧城市领域签订战略合作协议，为智慧城市有效推进奠定资金和专业运营基础。事实已经证明，政企协同比政府投资为主的方式更有利于智慧城市建设实施，因此2015年这种趋势将更明显。

来源：《人民邮电报》2015年04月01日

数据中心绿色设计大势所趋

近日，工信部、国家机关事务管理局和国家能源局联合发布了《国家绿色数据中心试点工作方案》（以下简称《方案》），《方案》指出，到2017年，围绕重点领域创建百个绿色数据中心试点，试点数据中心能效平均提高8%以上，制定绿色数据中心相关国家标准4项，推广绿色数据中心先进适用技术、产品和运维管理最佳实践40项，制定绿色数据中心建设指南。

“未来数据中心的建设将面临巨大的挑战，数据中心所需能耗电量预计在2050年达到目前的两倍。”施耐德电气IT事业部区域及渠道销售副总裁李滨江在接受《中国电子报》记者采访时表示，“数据中心是IT业务发展的基础，对整个IT业务的影响非常大，也起着非常重要的作用，绿色节能不仅是当前数据中心发展的趋势，同时节能减排也是企业需要承担的责任。”他认为，超大规模的数据中心正在不断出现，数据中心技术需要不断创新，去应对大数据时代和社会生态环境所带来的双重挑战。

记者了解到，随着信息化快速发展，全球数据中心建设步伐明显加快，总量已超过300万个，耗电量占全球总耗电量的比例为1.1%~1.5%，其高能耗问题已引起各国政府的高度重视。同时，近年来，我国数据中心发展迅猛，总量已超过40万个，年耗电量超过全社会用电量的1.5%，其中大多数数据中心的PUE仍普遍大于2.2，与国际先进水平相比有较大差距，节能潜力巨大。

《方案》指出，将积极开展绿色数据中心技术创新和推广，其中包括加强生态设计。对此，李滨江表示，对于数据中心的节能，设计至关重要。IT的需求发展得非常快，而数据中心的发展也要做相应的支持和变化，在数据中心建设时，设计上需要考虑到未来需求的变化，以及节能的要求，并在运维中重视管理软件，利用好数据中心管理软件是保证数据中心在运维上达到能耗低、节能的效果的重要环节之一。建议数据中心用户使用管理软件对数据中心的各个能效进行统计分析，然后制定相应的节能方案，提高整个数据中心的运营效率。

另外，数据中心建设是一项浩大的工程，实现数据中心节能更是需要因时因地制宜，这其中涉及诸多的技术及人力因素，并直接影响到企业的未来发展。“在选择数据中心解决方案的初期，一定要综合分析，结合自身企业的实际情况以及对于数据中心的基本愿景做出判断。”李滨江建议。

记者了解到，工信部等部门将优先在生产制造、能源、电信、互联网、公共机构、金融等重点应用领域选择一批代表性强、工作基础好、管理水平高的数据中心，开展绿色数据中心试点创建工作，以技术创新和推广为支撑，以标准研制和技术评价为保障，使绿色数据中心试点发挥辐射带动作用，形成可复制的推广模式，引导数据中心走低碳循环绿色发展之路。

来源：《中国电子报》2015年03月31日

苗圩：智能制造是新一轮产业竞争的主攻方向

在28日下午举行的博鳌亚洲论坛2015年年会“3D打印、数字制造与第三次工业革命”分论坛上，工业和信息化部部长苗圩表示，ICT技术（信息通信技术）和制造业的结合是第三次工业革命的触发点，智能制造将成为新一轮产业竞争的主攻方向。

苗圩说，互联网使世界上每个人随时随地可以取得联系，互联网改变了人们的很多生产、生活方式。第三次工业革命以后，出现的物联网或者工业互联网概念，就是所有工业化的产品，所有工厂里的机器设备，通过无线宽带、移动泛在的网络联系在一起。再加上人和物之间的联系，大大地增加了发展空间。

苗圩举例说，很多国家在讨论无人驾驶的智能化汽车，如果真正能够把人从驾驶汽车的工作当中解放出来，将对整个生产力的解放和促进起到很大作用。国务院通过的《中国制造2025》说明，新一轮产业竞争的制高点就是ICT技术和制造技术的结合，智能制造作为主攻方向。将来的制造业可能要顺应数字化、网络化、智能化发展趋势。

来源：新华网2015年03月29日

中国IT业迈入“大生态”时代

3月17日，主题为“构筑大生态、拓展大市场”的“2015中国IT市场年会”在北京举行。作为年会的主办方，赛迪顾问总裁李树翀在作主题演讲时指出，大数据、互联网、开源是这个时代最重要的三种驱动力量，即：BIO驱动。在这三种作用的驱动下，中国IT产业正在迈入“大生态”时代。在“大生态”时代，IT技术和产品的形态正在从小融合变为大融合，IT产业生态的主导模式正在从半开放变为全开放，各个产业生态个体之间的关系正在从弱关联变为强关联，产品和服务的价值从单方向沿着价值链传递逐步变为相互的、多方向传递。

大生态激发的大市场将表现出7大趋势：新概念逐步转化为市场，“云物大智移”实现务实发展；互联网市场进一步分化，工业互联网和家庭互联网潜力巨大；智能制造推动两化融合，IT和互联网融入工业全领域；人工智能进入普及阶段，更多跨领域新技术融入IT应用；信息安全问题持续扩散，安全应用市场呈“同心圆”结构；自主可控成为国家战略，中国本土IT企业强势崛起；市场竞争模式正在改变，从平台之争转向生态之争。

来源：《科技日报》2015年03月25日

运营竞争

【竞合场域】

三大电信运营商被逼开启转型新时代

三大电信运营商2014年财报已相继发布，通过三大电信运营商的2014年财报发现，三大电信运营商面临着十多年以来前所未有的经营压力和利润压力，在国家经济进行新常态，人口红利促进有限，OTT的持续打压下，三大电信运营商的竞争压力只会越来越大。

2014年三大电信运营商的销售营收增长乏力：中国移动2014年营收为6414.48亿元，

相比2013年增长1.8%；中国联通2014年营收为2846.81亿元，同比下滑3.5%；中国电信2014年营收3243.94亿元，同比增长0.9%。三大电信运营商业绩增长乏力，一方面来源于市场的特别是移动用户市场的饱和（2015年初移动用户总数已达12多亿），用户增长乏力；另一方面来源于市场竞争的不良性竞争，导致价格战不断，通信产品单价下降，导致了量升价降，同时受营改增、网间结算等政策拖累，以致于销售营收受到影响。当然最重要影响营收的关键在于三大电信运营商还是专注于传统业务的盈收，而没有建立到新的营收增长点（营收新增长点被OTT和BAT等公司所抢占）。故而一方面传统语音业务营收在萎缩，另一方面流量业务又不能很好地接管语音业务的营收增长，同时新营收业务又没有有效地开发和得到市场认可，可以预见未来几年，三大电信运营的业绩营收将会缓慢发展。

2014年三大电信运营商的净利润有下行趋势的压力。中国移动2014年净利润为1094.05亿元，同比2013年下降10.2%（2013年同比下降5.9%），中国电信2014年净利润为120.6亿元，同比增长0.8%（但2013年同比增长17.4%），中国联通2014年净利润为176.8亿元，同比增长15.8%（但其营收是三家唯一同比下滑的）。受到销售营收增长乏力的影响，三大电信运营商的净利润都受到影响，特别是中国移动在多年来以7%的利润增长发展后，从2013年开始利润增长不断下行，相信未来几年中国移动无可避免利润下行的趋势。而中国电信和中国联通因为净利润增长的基数小而有可能会有所增长，但净利润增长的空间有限，随着移动互联网行业的深度竞争，其利润下行的趋势将会加剧。

2014年三大电信运营商的业务转型布局明显。中国移动2014年语音收入占比约近50%，中国电信语音业务收入占比不到30%；中国联通语音业务占比不到40%。可以发现三大电信运营商的业务重点已从语音业务和短信业务向数据业务和流量业务的转型。新业务转型的目的是希望寻找新的营收和利润的增长点。

2015年三大电信运营将继续被逼开启转型的模式。在继续面对着营收增长乏力，利润增长下行压力的总趋势下，OTT企业继续冲击电信运营商的传统营收业务，如2014年全国移动短信业务量为7630.5亿条，同比下降14.4%。在三大电信运营商移动语音业务增长已经接近“天花板”的情况下，三大电信运营商都在开展新业务的转型，更加关注数据和互联网业务。在开展业务转型的同时，三大电信运营也开展公司管理层面的转型，去电信化和互联网化模式将成为其转型的方向，同时基层业务团队也面临着考核、运营和管理的转型。可以发现三大电信运营都行进在转变的拐弯道上，只有转变才能有效地应对互联网时代的挑战。

易经曰：“穷则变，变则通，通则久”。天地万物没有一刻不变化，变才是惟一的不变，所以改变将成为三大电信运营未来五年主要的战略方向与工作重心。

来源： 飞象网2015年03月30日

全球通信业基础设施共享成趋势

如今，电信基础设施共享越来越成为全球通信业普遍认可的方式。网络发展初期，基

基础设施通常是基站和漫游的共享，有助于加快网络建设、降低成本，特别是对新的市场进入者。对于市场原有运营商，共享可扩大收入来源，同时降低运营成本。对于成熟的网络，经营的重点已不再是网络建设，而是业务创新。在这种情况下，共享的目的更多的是降低运营成本。通常是两家原有的运营商联手，通过部分或全部基础设施共享，扩大网络覆盖。此外，若干战略或商业考虑，也驱动运营商进行基础设施共享。比如：将网络扩展到不发达地区，无利润或回收期长；降低成本；扩大收入源；运营和支出成本的优化；推动市场进入。

基础设施共享带来的好处显而易见，一是效率的改善，包括覆盖、服务质量和定价。二是优化国家稀有资源，包括：土地、频率可实现资源的有效利用。三是减少重复投资，减少运营商的运营成本。对于用户来说，意味着其可获得间接的支出价格下降的福利。四是刺激运营商加大对不发达地区的业务提供。五是运营商的网络覆盖范围和区域将有所扩大，服务质量将有明显改善。六是促进产品和技术创新。七是用户的选择增加。基础设施共享为新的市场进入者提供了更多机会，消费者可获得更多选择。本文将以欧盟、日本、韩国为例，展现通信业为促进基础设施共享所进行的探索。

欧盟：建规立制促进共享

目前，在欧盟，基础设施共享必须符合欧盟竞争法的81项条款，对基础设施共享进行评价。各国管制机构有义务对每一个基础设施共享进行单独的审议。基础设施共享还须符合欧盟框架指导原则，包括对环境的保护、有利于公共健康、公共安全。鼓励长时间的设施共享。

3G许可证的发放促进了欧盟基础设施共享的步伐，特别是新的3G运营商被允许使用国家漫游，提供对整个区域的覆盖。几年后，一些运营商宣布了2G与3G基础设施共享协议，比如：在英国，Orange和Vodafone完成了RAN共享，希望使跨2G和3G网络的资本和运营成本降低20-30%。英国T-Mobile和3UK宣布了3G网络共享协议，共享RAN和机房，但两家在经营中有一定的灵活性，包括对无线优化的控制、网络覆盖的差异化、业务的差异化。

2012年，欧盟确定了2020年电信发展目标，包括让所有家庭接入2Mbps（最小）的业务，快速宽带网覆盖100%的欧洲人口，速率是30Mbps；超快速宽带使用覆盖50%的欧洲人口，速率超过100Mbps。为实现这一目标，欧洲需投资对网络进行升级，在这种情况下，基础设施共享变得至关重要。

来源：大河网2015年03月30日

【市场布局】

新疆电信未来三年投 15 亿建光网

在3月27日举行的“百年电信 百兆新疆”发布会上，中国电信新疆公司总经理邵新华表示，未来三年新疆电信将投入15亿元继续建设光纤宽带网络，还将投入30亿元用于4G基站建设，实现4G网络全覆盖，以双百兆助推“互联网+”。

200多名观众在“百年电信 百兆新疆”新闻发布会上感受了百兆新疆给自治区社会经济发展、人们工作学习、百姓日常生活带来的巨大变化：一根光纤，从机房到楼道、家庭、小区、城市、乡村……直至覆盖全疆各地；一部手机，从集群电话到2G、3G……直至迎来4G移动互联网时代；一部历史，从烽燧通信到1893年的新疆开通电信之始、到1936年的长话业务……直至今日百兆新疆的光网新时代。据悉，“十二五”以来，中国电信新疆公司累计投入约50亿元加快宽带网络建设，已建成光纤网络+4G+WiFi天地一体化的高速宽带互联网络，具备近300万的高速光纤宽带接入能力、8000个4G基站、200万个WiFi接入点，互联网出疆带宽达到1000G，拥有有线宽带用户近270万户。

中国电信新疆公司总经理邵新华表示，“互联网+”所依赖的新基础设施，可以概括为云（云计算和大数据基础设施）、网（互联网和物联网）、端（直接服务个人的设备）三部分，新疆电信将做好新基础设施的提供者、产业升级的推动者、信息消费的引领者角色，积极响应国家“互联网+”计划。未来三年新疆电信将继续建设光纤宽带网络，实现端到端的百兆接入，2017年光端口达到450万个、光纤用户达到300万；投入30亿元用于4G基站建设，2017年基站达到17500个，实现4G网络全覆盖。同时，新疆电信将积极推进基于宽带网络的平安新疆、电子政务、智慧产业、国家西向信息枢纽等信息化工程，以及各类互联网信息化应用，更好地服务新疆各族百姓，助力自治区经济建设和社会发展。

来源：《人民邮电报》2015年03月31日

2019年我国LTE用户将超10亿 用户渗透率将超66%

随着TD-LTE和FDD牌照的陆续发展，我国LTE用户发展迅速，预计2019年我国LTE用户将超10亿，在总移动用户中的渗透率将超过66%。

有数据显示：2015年全球移动用户普及率将超过100%，预计2019年将超过83.5亿，其中WCDMA用户未来几年仍将保持每年3亿左右的速度增长，而GSM用户未来几年将以较快速度减少。而全球LTE用户进入快速发展期，预计将在2015年突破10亿，2019年超过30亿户。

同时，2015年我国LTE基站规模将达约160万，会成为世界第一大LTE网络。我国LTE用户有望接近3亿户，将成为世界第一大4G市场。2019年我国LTE用户将超过10亿户，在总移动用户中的渗透率将超过66%。

但是，2014年TD-LTE用户增长主要依赖中国移动，缺乏新的国际大型运营商加入。国际运营商仍遵循“先FDD，容量受限后再发展TDD”策略，将TD-LTE视作FDD和3G的“辅助数据管道”，TD-LTE向“规模化、主流化”发展仍需赌过“滞后期”。

2月，我国FDD牌照发放，虽然TD-LTE与FDD差距缩小，但国际化发展仍面临挑战。截至12月，27个国家商用42个TD-LTE网络，用户接近1亿，占全球4G用户超过20%，基站超过80万，覆盖30亿人口。已上市732款TD-LTE终端，智能手机634款。

另外，在VoLTE方面，2014年商用落后于预期，2015年少部分运营商加快发展。但是大部分WCDMA运营商仍以电路域语音为基础，对VoLTE停留在试验或者小规模试商用阶段，

直接受到先行VoLTE运营商的竞争压力。

在日前举行的中国移动全年业绩发布会上，中国移动总裁李跃表示，中国移动已经在中国内地5个城市完成了VoLTE通话技术的铺设，预计今年年底之前VoLTE网络正式商用，届时全国可享受相关服务。

从长远看，VoLTE只是从运营商角度参与4G时代IP话音业务竞争的一种技术，相对OTT话音等并不存在必然的竞争优势，成败取决于用户的选择。

来源：中国信息产业网2015年03月31日

沃云六大类产品发布 中国联通布局企业级云计算市场

在技术驱动十分明显的电信行业，云计算大数据等新兴技术正走出概念，向各行各业落地。

3月31日，中国联通“沃在承载、云创未来”沃云政企行业解决方案推介会上，全面推出沃云政务云及行业云解决方案及产品，包括电子政务云、教育云、医疗云、金融云、环保云、旅游云六大类产品。

中国联通副总经理姜正新致辞中表示，中国联通将围绕国家“互联网+”行动计划进一步加快云计算战略实施步伐，发挥云计算对产业生态培养、降低全社会运营成本的重要作用，打造核心能力，形成差异化优势。

快速成长的沃云

在中国联通的规划中，云计算业务是基础的、重要的、战略的新兴业务。沃云就是在这样的情况下，在过去的2014年快速的成长。

2013年12月12日，中国联通正式发布云计算业务品牌——沃云。当时，沃云只有3个主要公有云产品：云主机、云存储和弹性负载均衡。2014年5月，沃云启动1个平台+7个核心区域节点+30个省分资源池建设。2014年9月，沃云SDN商用发布，OpenStack与VMware混合云部署商用。2014年12月，沃云3.0发布，丰富产品功能，新增云备份、云桌面等40项企业云产品……中国联通云数据有限公司副总经理李浩宇介绍，2015年底，沃云将推出超过120项产品。

李浩宇表示，中国联通在云计算、大数据等领域战略布局、创新突破、规模发展，已被IDC评测为成为国内公有云服务的前三甲，拥有客户信赖的服务品质和得天独厚的业务优势。

联通的优势

据IDC数据显示，中国政企2015年IT投入将超过2000亿，其中40%涉及云计算服务。对于这个市场的争夺，联通有着哪些优势呢？

李浩宇表示，一是打造了大规模、分布式、绿色的新一代云数据中心。在全国300多个省级数据中心基础上，中国联通已在全国规划建设了十大云数据中心。数据中心全部建成后，总机架数将超过25万架，总带宽将超过30T，具备三百万台服务器的承载能力。

二是建设了拥有国内最大云资源池的公有平台。沃云平台已经迭代研发成为3.0版本，平台功能年内将超过百项，正在部署7大核心区域、31个省会节点的资源池，年底平台资源将超过20万核vCPU，60PB存储。开放了沃云平台的API接口与SaaS层内容与应用服务，支持集成与被集成，形成开放应用的强大服务能力。

三是基于SDN建立云数据中心网络。在数据中心之间和数据中心内部建立SDN智能网络，形成全网虚拟存储、弹性调度、安全防护的云计算资源网络，能够在任何地域提供一致的客户体验与感知。

四是具备安全可靠、自主研发和一体运营的专业优势。沃云已取得工信部可信云认证，具备运营商网络品质保障。沃云的安全性、稳定性、可靠性和定制化服务能力获得广大客户的高度认可。

开放和差异化

对于沃云的后续发展，姜正新表示，中国联通将充分发挥云计算对产业生态培养、降低全社会运营成本的重要作用，打造核心竞争力，形成差异化优势。

一是继续加大云数据中心的统筹规划、科学布局与建设实施，全面建设数据中心间的互联网络，采用绿色节能、定制化、模块化等技术提高数据中心效能。

二是继续提升云计算自主创新能力，完善统筹全国布局、设立国际节点的沃云公有云平台，坚持自主研发、持续迭代，继续推动国产化软硬件的实施部署。

三是聚焦电子政务云、教育云、医疗云、金融云、环保云、旅游云等政府与行业云工程，采用私有云/混合云的架构模式，提供“网络+平台+产品+应用”的全方位云服务。

四是加强大数据开发。中国联通将结合自身全体量客户、大流量等自身优势能力，采用云服务平台，在交通物流、公共安全、教育科研、惠民工程、电子商务等领域安全提供大数据服务。

五是打造安全保障的差异化优势。中国联通将继续深入研究安全架构、技术与服务，在网络、业务、数据、应用等多方面实施安全策略，确保沃云成为客户最信赖最放心的选择。

六是开放共赢，共建云计算产业新生态。中国联通将致力于打造交融创新、开放共赢的云计算商业环境，与广大集成商、软件开放商、内容服务商等精诚合作，倡导建立云计算应用产业联盟，共同推进云计算在各个领域的深化发展。

联通沃云·电子政务云

中国联通以政务公共平台的顶层设计为指引，涵盖基础网络、云平台、行政办公软件等整体解决方案，适用于政务办公、平安城市、资源监控、警务云、应急指挥、智能社区、智能交通等应用场景。目前，中国联通打造的住建部住房信息云平台、海事局云平台、四川省政府信访云平台、内蒙古电子政务云、河南信访云、贵州电子口岸云平台等成功案例得到良好的应用。沃云·电子政务云具有独特的优势：1. “沃云电子政务云”是由中国联

通拥有完全自主知识产权的云计算平台。2. 全国统一管理，具有多地多中心灾备能力。在全国范围内，中国联通建设了十大云数据中心，正在部署31个省分节点资源池，建立多地容灾备份服务体系，突发灾难时保障政府客户的信息系统安全，保障业务的连续性，为政府客户提供高质量、个性化、安全、可靠的电子政务云服务。3. 安全的电子政务云平台。中国联通采用科学的软件安全过程管理体系，确保云平台在需求、架构、安全、研发、测试、版本管理等各阶段成果的安全性。沃云电子政务云安全保障服务从一个中心三重防护角度出发：建设一个云安全管理中心、保护网络边界网络、保护云计算环境、保护通信物理及虚拟网络的安全。4. 可信的电子政务云平台。沃云基础平台在2014年通过工信部的评测获得可信云认证。

联通沃云·行业云

沃云教育云中国联通以教育部十二五期间“三通两平台”核心建设目标为指引，采用混合云架构，加载教育应用产品，班班通、互动宝宝等产品已经规模推广。近日上线对的嘉兴“空中课堂”项目，是嘉兴市政府2015年十大民生工程，“空中课堂”云平台，将教师的视频、语音、课件、板书等，通过直播、录播的方式把讲课过程逼真地搬到网上，嘉兴市中、小学生通过上网，随时随地可加入课堂听课进行学习。

沃云医疗云中国联通积极参与“健康中国”的信息化服务建设，重点以支撑医疗大数据的云存储、支撑医疗平台的云桌面两大系列产品，构建卫生医疗保健服务系统，提供快捷访问的医疗云、健康云服务。

沃云金融云中国联通在统一交易云平台、异地备灾等多活数据中心的基础上，为银行、基金、保险等金融机构提供IT资源和互联网运维服务，同时还将提供沃支付的标准接口和资源环境，助力金融机构以金融云驱动互联网业务创新与降本增效。

沃云环保云目前高效运营的内蒙环保云平台，采用领先的OpenStack+KVM虚拟化技术，通过私有云、混合云部署，建设异构的计算模式，实现分析决策智慧化。沃云环保云平台是中国联通为政府对工业污染企业的减排管理、节能考核提供基础决策信息平台，同时也是为企业进行节能、环保等技术对接提供广泛的信息交流平台、集中监控平台、行政办公平台，该平台为实现政府环保管理和企业深化减排起到了积极的作用。

沃云旅游云贵州旅游云已经形成导航、导游、导览、导购、观光、休闲、商务于一体的智慧旅游体系。以沃云平台为基础的贵州旅游云已经成为“云上贵州”重点的信息化应用。中国联通打造旅游云整体服务方案，建立景区云平台系统，支撑旅游景区展示平台、信息综合管理平台和导航平台，满足游客、企业应用和行政监管的多层次需求。

来源：通信产业网2015年03月31日

技术情报

【趋势观察】

2015年我国云计算产业进入成长期

第三届中国国际云计算技术和应用展览会暨论坛于3月31日上午在北京国家会议中心召开。工业和信息化部软件服务业司司长陈伟在会上表示，2015年，我国云计算产业进入成长阶段。而全球的云计算服务市场有望在2020年增长到5500亿美元。

陈伟表示，中国从2008年开始导入云计算概念，如今互联网企业在分布式存储系统、数据中心虚拟化等云计算关键技术方面已经取得突破，并有实实在在的应用。阿里云、百度、腾讯等互联网企业单一服务器的集群管理规模已经超过5000台，系统的可靠性超过了99.999%，数据中心平均的POE值不超过1.5，支持1000PB级的数据管理。同时，云计算应用也不断深化，超过10%中小微企业应用；标准体系架构也初步建立。2015年我国云计算产业开始进入成长阶段。而全球的云计算服务市场有望在2020年增长到5500亿美元，年复合增长率将达到17.6%。

分析人士表示，我国云计算行业正在走向成熟，处在爆发的前夕。未来，信息设备国产化的步伐有望进一步加快，云计算行业有望迎来爆发式增长。

来源：新华网2015年04月01日

我国 1.4GHz 频谱将发放 用于 LTE 宽带集群系统

随着LTE在全球的不断商用，LTE成为全球无线专网的选择，我国LTE宽带集群系统开始规模应用。据透露，在移动通信领域有着“频谱为王”的时代，1.4GHz频谱有望在我国正式发放。

自2012年美国公共安全LTE专网FirstNet成立并建设，亚太、欧洲、中东的等地区LTE专网市场陆续启动。行业无线专网逐步向LTE网络迁移，公共安全行业预期占据专网主要份额。但是，各国发展模式仍有待探索，公网和专网模式并存。

据了解，我国积极开展1.4GHzTD-LTE专网试验，自2012年以来，北京天津南京上海，广东陆续开展1.4GHzTD-LTE专网规模试验，主要为专网共网模式，我国TD-LTE宽带集群系统已经在南京青奥会、云南鲁甸地震等重大事件中发挥重要作用。

但是，LTE宽带集群多种技术方案产品并存，急需统一标准。同时相比窄带集群专网，LTE宽带集群需要更大的信道带宽，因此LTE宽带集群的频谱资源瓶颈更为突出，正所谓在移动通信领域“频谱为王”一点不为过。

据透露，我国已经在全球率先制定TD-LTE宽带集群标准，成立宽带集群B-TrunC产业联盟，推进标准化和产业发展。同时，1.4GHz频谱有望正式发放，将进一步刺激国内市场进程。

来源：通信产业网2015年03月31日

专家认为中国互联网经济比重未来很可能超过房地产

高盛集团（亚太）投资管理部首席策略师哈继铭29日在此间表示，虽然中国经济减速进入中高速增长的新常态，包括消费、互联网、文化娱乐、金融服务等领域依然拥有巨大的增长潜能。尤其是互联网经济的崛起，其在中国经济总体中的比重，很可能在未来几年超过房地产的份额。

哈继铭是参加在海南举行的博鳌亚洲论坛2015年年会期间接受记者专访时作出上述表示的。

哈继铭说，短期来看，当前一系列指标都显示中国经济面临较大的下行压力，国内来看，包括政府主导的投资、房地产领域投资等均出现下降，与此同时，外需市场和出口形势并不乐观，今年要实现7%左右的增速目标并不容易。

“从政策上来看，我认为接下来政府会进一步放松货币政策，让货币政策松紧更加适度，财政政策更有力度，以保持经济的平稳增长。”哈继铭说，他判断，即将在四月份公布的一季度数据，很可能显示增长下行压力还在增大，因此利率、存款准备金率等都将进一步下降。

“中国经济增长的质量，在未来五到十年来看，会有比较大的改善。”哈继铭说，经济增速虽然比过去慢，但增长的结构将得到优化。原来增长更多靠制造业，现在更多靠服务业，原来增长带来的就业效应比较低，现在的增长创造的工作机会要比过去更多。

来源：新华网2015年03月30日

国产服务器探顶 核心竞争力尚欠

刚过去的2014年第四季度，全球及中国服务器市场有几个显著的数字变化：联想表现突出，据Gartner统计，全球市场联想跻身前三，出货量排在惠普、戴尔之后；据IDC数据，联想在中国X86市场排名第一，前六名厂商中4个都是本土厂商。国产服务器进步神速，仅一年就将国外产品挤下神坛。

国内厂商的故事

全球市场上前五大厂商中国内厂商就占了3个，国内厂商普遍名次上升是国产化需求在驱动。

联想跻身全球前三的原因并不意外，在2014年10月1日联想完成了对IBM的X86业务的并购，IBM的X86业绩一块并入联想。在此之前，IBM的服务器出货量在全球排第三位，之后，不出意外，联想进入全球前三，而IBM滑到前三名之外。不过，Gartner统计的数据显示，全球市场，尽管IBM服务器出货量都没到前五名，但是其营收却在第三名，排在联想之前。

不仅是联想，在全球市场出货量排名中，华为、浪潮也都排在了前五名，这意味着，全球市场上前五大厂商中，国内厂商就占了3个。

再看国内市场，不同咨询机构的数据有些差异。按X86服务器的营收来分，比如Gartner

的排名依次是浪潮、联想、戴尔、惠普、华为、曙光；IDC的排名依次是联想、戴尔、浪潮、惠普、华为、曙光。虽然有所不同，但是大致的趋势是在国内厂商中，联想、浪潮排在前面，然后是华为、曙光。第一名无疑是国内厂商。

什么原因推动国内厂商普遍名次上升并占据主流？IDC高级研究经理彭振飞告诉《中国电子报》记者，一个是大的环境，X86市场需求普增，高端服务器（主要指4路服务器）的市场需求强劲。戴尔、联想、浪潮、华为这4家厂商都有30%以上的增长。作为市场利润的主要贡献者，4路X86服务器增长很快，平均达到28%。尤其是华为、浪潮、曙光这3家国内厂商，浪潮增长200%，华为增长35%，曙光增长45%。而惠普也增长了40%。

另一个是除了正常的市场需求驱动出货量增长外，国产化需求也在驱动增长。国内厂商中有增长达到60%以上的，国内厂商普遍比国际厂商增长快。4家国内厂商借着国产化的东风，在政府、金融等高端行业有所突破。

除了以上原因，Gartner高级分析师田宇还指出，国内厂商名次提升最主要的原因是X86服务器产品差异化不大，使得价格在销售中的决定作用大。而国内厂商价格有优势。国际厂商零部件的采购成本优于国内厂商，但是运营和人力成本要比国内厂商高。国内用户对于国际厂商强调的服务器产品的融合性、易于管理、能支持更多网络接口等价值点，并不是特别认可，还是将价格视为购买决策最重要的因素。

国际厂商的前途

国际厂商将会进行战略调整，他们不会坐以待毙，正积极寻找新的出路。

国产化成为服务器市场变化的重要趋势，这是否意味着国际厂商在中国就没有市场了？答案并不确定。

从排名可以看到，戴尔的势头稳健而强劲，依然排在前三的位置。彭振飞分析，戴尔产品在中国主攻中端市场，客户分布在制造业领域，而且是中型企业，这和受国产化影响较大的政府市场与大型国企市场是错开的，所以在国产化运动中没受到多少影响。再加上戴尔的产品本身品牌过硬，直销渠道维护多年，在中国市场口碑良好。

田宇认为，相对戴尔，惠普原来偏向政府、银行等中高端用户，所以国产化对它影响不小，在中国市场的排名到了第四、第五的位置，全年增长约5.5%。这几年，惠普在中国市场几起几落，现在还处于调整期。2013年业绩相对下滑是其内部因素造成的，2014年内部机制逐渐理顺，处在恢复期。

可以预见的是，国际厂商将会进行战略调整。例如惠普，几天前传出与清华紫光可能会有服务器方面的合作，借助紫光赢得中国国有企业的订单。从这个例子看出，本土厂商挤压国际厂商份额的趋势不会改变，但是国际厂商也不会坐以待毙，他们正积极寻找新的出路。

未来的变数

联想能否补足在高端产品上的服务能力和解决方案能力，是其并购X86的关键点。

国内厂商之间其实也有激烈的竞争，只是目前看来，他们各自有着比较鲜明的特点，交锋的机会还不多。

市场最为看好的是华为公司。田宇认为，在国内厂商中，目前华为是服务器产品线最全的，产品、技术、解决方案能力等各维度都足以和国际厂商竞争。例如华为的刀片服务器产品足以与惠普竞争，这源于华为在服务器产品上多年的研发投入。相比其他国内厂商，华为的投入是最多的。

从华为的市场策略看，它专注在企业市场的关键业务应用。目前华为在融合基础架构的数据中心领域已经有自己的产品和解决方案，这其中不仅仅包括X86服务器，还有网络和存储融合的产品、系统的优化方案。

彭振飞透露，华为在2014年最大的收获是在传统行业，例如政府、电信、金融、教育有了良好的布局，这和两年前华为绝大部分业务由互联网定制服务器构成截然相反。现在华为传统行业和互联网业务构成比例是8：2，而两年前则是2：8。

变数之一在于联想。田宇分析，IBM的X86产品归入联想，但是与X86配套的咨询服务能力、解决方案能力还留在IBM，而联想还不具备这些能力，所以尽管联想有了IBM的X86产品，不过预计还有3~6个月的整合期，能否补足其在高端产品上的服务能力和解决方案能力是联想是否成功并购X86的关键点。彭振飞透露，目前从出货量增长角度看，原来联想贡献60%，IBM的X86贡献40%；但从收入增长来看，正好倒过来，联想贡献40%，IBM的X86贡献60%。

变数之二是浪潮。浪潮在2014年第四季度增长幅度高达70%，被市场誉为表现激进。在四大国内厂商中，浪潮的特点是互联网定制服务器、互联网整机柜服务器优势明显。去年阿里巴巴、百度等公司的数据中心需求强劲，今年这方面的IT投资仍会增长。田宇表示，浪潮将服务器竞争突破点放在互联网业务上，即使利润可能是负的，也仍然坚持抢夺该市场。另外，浪潮的研发投入起步较晚，在未来产品竞争中仍会面临较大的不确定因素。

来源：《中国电子报》2015年03月31日

宽带战已由通道转向平台争夺

去年年底工信部发布的《关于向民间资本开放宽带接入市场的通知》在今年三月正式实施，首批试点城市有包括上海、南京在内的16个城市，试点时间为3年。据了解，目前有超百家民企对虚拟宽带牌照感兴趣，首批获得牌照的也将超过30家。民资进入宽带领域，将会逐渐打破宽带市场竞争原有的格局，未来宽带市场如何发展，宽带市场竞争如何取胜值得关注与思考。

就其自身，越来越“宽”

从用户需求上来看，宽带需求仍然是一种刚需。大家对宽带的需求到底如何，可以从新建楼盘中找到答案，很多开发商的样板间里都要预留宽带接口、电视机位以及电脑桌等。同时，工信部公布的数据显示宽带仍然保持了增长，今年前两月宽带用户净增超200万，

宽带总规模已超2亿户。不论是日常生活中的实例，还是从统计分析都可得出，宽带需求依然在增长。

从政策环境上来看，宽带发展已经上升为战略。2013年8月，国务院发布了“宽带中国”战略实施方案，部署了未来八年的宽带发展，标志着宽带战略上升为国家战略，宽带也成为国家战略性公共基础设施。在今年的政府工作报告中也提出了全面推进三网融合，加快建设光纤网络，大幅提升宽带网络速率。“宽带提速”也第一次写进政府工作报告。同时，多个省市也将发展宽带列为重点工作，比如广东提出建设首个宽带城市群等。从中央到地方，都为宽带营造发展的良好环境。

从技术能力上来看，宽带能力持续提升和刷新。宽带从最初的几M发展到几十M甚至上百M，宽带的速度在不断提升，宽带的资源也在持续增加。工信部在2月召开了“宽带中国”2015年专项行动动员部署会议，提出了2015年将全面实现宽带网络能力、网速等提升，新增光纤到户覆盖家庭8000万户。

基本态势，处处带“电”

宽带有需求，有鼓励政策，有充分资源，那么宽带市场竞争状况如何？当前的宽带市场竞争呈现出如下的特征：“广电有内容”、“电信有渠道”、“电商有势头”。

从入户的时间上来看，广电可谓一马当先，最早通过电视接入方式进入社区，走进家庭，而且广电拥有电视内容的优势，再加上“三网融合”的推进，宽带对广电的吸引力愈发增强。传统电信企业拥有网络通道资源，且已经运营多年，拥有较为成熟的销售渠道及充足的网络资源，目前在宽带上有存量的优势。此处所述的电商包括两个方面，即电视机商与互联网企业。电视机商从专门造电视机上转型发展，拟沿着产业链发展，抢占宽带入口。而互联网企业则希望通过“互联网+”的方式在宽带市场上有所作为。

竞争当前，入口抢“先”

民资进入宽带市场领域，市场竞争主体更加多元，市场竞争将更加激烈，而宽带竞争的关键，并不在于宽带本身，正所谓“醉翁之意不在酒”。

一线接入仅是个开始。曾有人说用户群体可以分为三种类别，即个人客户、集团客户、家庭客户。从参与移动互联网的方式来看，个人用户可以通过移动终端来满足部分上网需求，集团客户则通过统付专线等方式参与网络，而宽带对家庭客户就显得至关重要了，家庭WiFi、电脑电视等应用都需要依托于宽带来开展，宽带在家庭的重要性甚至可以称之为“千里姻缘一线牵”。在移动互联网时代，营销更加注重参与感，更加注重与客户间的交互。显然，宽带是进入家庭领域，进入家庭生活，与家庭成员展开交互的关键渠道。

打包叠加乃题中之意。虽然宽带是进入家庭的关键甚至唯一通道，但是商家企业争夺宽带的目的并不在于宽带通道本身，而在于通道之后所牵扯的庞大内容。比如，传统电信企业推出的融合套餐，宽带的作用就在于保有家庭用户；鹏博士推出的大麦路由器、大麦影棒、大麦游戏手柄等，就是将电信、游戏及上网等内容的融合；去年小米等互联网公司

推出多款路由器，看好智能家居生态圈；还有电信运营商推出的OTV应用等。通过宽带这个通道，将家庭内的家电、成员需求、家庭生活、日常居家等内容不断叠加，打包整合，融为一体，这才是争夺宽带这个入口的目的所在。当然，谁掌握了宽带这个入口，谁就获得了莫大的领先和极大的便利。

平台战略，创新有“前”

从当前来看，宽带入口的争夺战将会随着民资的进入而出现新的转变。宽带在传统的作用更侧重于通道的功能，而非融合的技能和平台的智能。

价格战作用将不断弱化。跟很多行业的竞争一样，起初都会走上价格竞争的道路。传统的宽带竞争一开始更多的聚焦于价格竞争，在保证同样速度的情况下，通过价格战来获得用户规模。在宽带市场上，价格战并不能保证百战百胜，更不能保证一直奏效。到了一定时候，企业竞争必须从价格战上转移至品牌、创新等方面，宽带也一样。

增值服务需要大胆创新。不打价格战，就要想办法从后续的增值服务上来取胜和盈利。例如，传统的宽带办理方式为半年包或年包多少钱，随后送话费等，今后的创新做法可以是买了一台电视后赠送一年的宽带使用包。再如，免费用宽带但是一些保健养生、育儿教育、新片大片及晋级游戏等需要付费，并通过穿插于其间的广告及点播流量获得收益等。围绕宽带的创新将不断展现，当然，这需要企业不断拓宽思路，大胆尝试。

融合平台将尽显力道。从移动互联网发展来看，最初人们在网上购买衣服，之后买吃货，之后又买家电甚至汽车等，这都是网络平台的融合作用在不断强化。家庭是一个联系紧密较为封闭的活动群体，在移动互联网发展的当前，家庭同样需要移动互联网的平台。这个平台要足够将购物、衣食住行、账务、旅行、娱乐、教育以及情感等内容整合与融合到一起，形成统一的平台。在这个平台上，家庭成员只要一回到家里，就能够实现居家生活、智能生活、便捷生活所需要的各项需要。当前并没有形成这样的平台，而企业抓住机会率先搭建起融合平台，将率先捞到智能家庭和智能社区的第一桶金。

总之，不论是智能家具，还是智能家居，都展示的是家庭生活的“互联网+”化，在此过程中，宽带将扮演重要角色，发挥举足轻重的作用。在需求增长、政策向好、资源提档、民资进入重新开局的情况下，针对宽带的竞争焦点将会逐步转移，从宽带向后续服务转移，从产品竞争向功能叠加转变，从入口竞争转向平台争夺，抢到了入口，占据了平台那么自然就赢得了胜利。在此过程中，诸如颠覆、免费、跨界、增值、参与等一些互联网方法将会发挥出乎意料的作用。

来源：《人民邮电报》2015年03月30日

【模式创新】

我国机器人产业发展正逢“天时地利人和”

随着我国人口红利减退、沿海地区屡遭“用工荒”、劳动力成本大幅上升，机器换人成为制造业转型升级的重要方向，曾经的人口大国正在成为世界上最重要的机器人市场。

在“中国制造2025”的浪潮下，这个行业蕴藏着怎样的机会？企业又从机器人使用中尝到了哪些甜头？

在机器人行业的几大家族中，日本安川电机、瑞士ABB、德国库卡机器人集团先后宣布今年将进一步扩大在中国的产能。在珠三角、长三角等地区，已有大量的机器人被运用到生产线上。机器人市场愈发诱人的同时，相关利好政策也在酝酿。

长城证券研究团队发布报告判断，第三次工业革命是智能制造时代，机器人化是其重要标志之一。我国机器人产业爆发有三大驱动力：一是工业革命制造业升级是“天时”，二是内地应用需求巨大和人口红利不再的矛盾空间是“地利”，三是政策扶持与产业布局是“人和”。

商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部副主任白明分析称：“当前我国制造业外部面临发达国家先进技术的压力，内部则存在产业结构调整、劳动力成本上升、供给下降等不利因素，机器换人是中国制造业转型升级的可选项之一。”

国内已有一批企业从机器人使用中尝到了甜头。随着机器人和自动化设备大量进驻，家电制造商美的的用工数字随之大幅减少，而其新增机器人的数量则逐年递增。

景曜智能科技有限公司是国内专注于机器人自动化系统集成、机器人智能视觉检测系统及民用机器人研发的公司，团队核心研发团队主要来自上海交大机器人研究所。2013年公司才成立，2014年就取得了2200万元人民币的销售额，2015年的营业额目标在5000万元左右。公司总裁黄怡告诉记者：“我们帮助联合利华、宝洁、益海嘉里、卫岗乳业进行了生产线自动化的改造，工业机器人使这些企业的生产线更先进、更卫生、更高效。未来在汽车、食品、快销、医药等行业的工业机器人需求将增长更快。”

尽管如此，现阶段仍有不少企业很难下定决心更换机器人。黄怡坦言，一方面机器人设备投入较大，另一方面设备维护和试用对操作人员要求高，后期维护也是很多企业所担忧的。黄怡预计，未来将出现机器人学校及更多机器人相关专业和培训。

国际机器人协会统计显示，目前我国每1万名工人仅拥有23个机器人，还不及全球平均水平的一半。安邦咨询高级研究员贺军预计，随着劳动力区域性短缺和结构性短缺加剧，加上政策利好，将进一步推动我国机器人市场的快速发展，中国将从曾经的人口大国变身成为世界上最重要的机器人应用市场。

虽然我国目前已成为全球最重要的机器人市场，但本土机器人研发制造水平在国际竞争中仍处于劣势。国际机器人联合会统计显示，外资企业在华销售的工业机器人占据我国市场70%以上的份额，核心零部件关键技术久攻不克，严重阻滞我国机器人产业良性发展。

黄怡坦言：“目前国内机器人产业很热，许多企业都在做。预计未来2-3年，国内机器人产业会有一个洗牌的过程。”分类型来看，在工业机器人领域，日、美、欧优势明显；服务机器人产业则刚刚兴起，各国几乎在同一起跑线，我国未来的发展看好。

来源：新华网2015年03月27日

中国资本涌向以色列：阿里投资 JVP 数千万美元

3月23日，在以色列顶尖VC基金JVP年度大会上，JVP管理合伙人Kobi隆重宣布，阿里巴巴集团成为JVP 7期基金的战略投资人，投资规模约为数千万美元。同时，阿里巴巴还派出一个近20名高管（包括支付宝业务）和技术专家组成的团队，全程参加了JVP基金年会，进行深度的行业趋势和技术交流。

JVP管理合伙人科比·罗森加滕（Kobi Rozengarten）周一在公司的年度会议上宣布了该投资交易，但并未透露详细的信息。据以色列知名财经网站Calcalist称，此次投资规模约为数千万美元。JVP是以色列知名风险投资集团，目前所管理的资金规模约为10亿美元。Calcalist还称，这笔投资是阿里巴巴首次投资海外风险投资基金。这一事件引起了以色列和中国各大网站和媒体的广泛关注和报道。

2014年，奇虎作为战略投资人加入JVP 7期基金。同一年，盛景母基金作为JVP 7期基金中另一个重要的投资人加入。2015年初，阿里巴巴成为JVP 7期基金最后一位战略投资人。JVP是以色列最为顶尖的VC基金，尤其在网络安全、大数据、云计算、下一代网络架构、数字媒体等领域具有非常专业的投资团队、持续优异的业绩表现和强大的产业生态系统，和Cisco、EMC、Intel、西门子、GE、高通、德国电信等国际顶尖的高科技公司都有过投资合作。JVP 7期基金投资的CyActive公司，一周前正式宣布被美国的Paypal公司收购，CyActive公司是由JVP孵化器最早发现、孵化和投资，从JVP投资进入到退出，不到16个月的时候投资增值数十倍。

阿里巴巴对JVP基金的投资，并非是个案，中国资本已经在对以色列高科技行业进行全方位投资和布局。到目前为止，阿里、腾讯、百度、奇虎等中国各大一线的互联网公司几乎都在以色列投资了顶尖的风投基金，并同时直接的项目投资。而平安集团、盛景母基金等作为中国专业投资机构的代表，与中国顶尖互联网公司一起，走在投资以色列的最前沿。

其中尤以盛景母基金利用专业投资机构的平台化优势表现最为活跃，对以色列顶尖VC和PE展开了系统化、生态链式的投资和覆盖，已经投资了JVP、Vintage、Viola、CPI等众多以色列一线创投。盛景母基金以资本为纽带，正在整合以色列最优秀的投资基金和管理人资源，建立通达以色列最优秀的高科技项目的商业管道。同时，高达150万美金纯现金奖金、1500万美金的大奖投资基金的“盛景全球创新大奖”也在以色列成功启动，JVP作为盛景全球创新大奖以色列赛区的联合主办方，在JVP年会上也展示了盛景全球创新大奖以色列赛区的盛况。盛景全球创新大奖落地以色列，标志着不仅中国资本包括中国的创新生态圈也开始和以色列实现了全面的对接。

透过中国顶尖互联网公司和专业投资机构集体投资以色列创投行业，我们可以清晰地看到背后的商业战略和底层逻辑：

1. 以色列和中国在市场、资本、核心能力方面有非常强的互补性。

以色列缺少庞大的本土市场，并且以色列的创新真正以科技创新为动力，这决定了以色列的创新企业必须走出国门，向海外去寻求市场和资本的出口。

过去，以色列的创新企业都是以美国的市场和资本为主要目标。而随着中国崛起、市场潜力的释放和资本积累，中国在市场、资本和产业核心能力方面和以色列的创新企业具备了全方位的互补性。因此，借助资本和市场连接以色列的科技创新资源，必将为中国的产业和资本输入新鲜的能量和持续增长的动力。

2. 以色列具备持续创新的生态系统以支撑长期的投资回报。

以色列的创新优势和创新生态系统是经过几十年的努力培育起来的，无论是从国民的受教育程度、全民兵役的人才培养机制、还是生存发展的危机意识、创新的文化、军事和科技领域的巨额投入、针对创新的完善的商业支持系统，这些都是以色列具备持续、长期创新能力的保障，这也是为什么长期资本和产业资本青睐以色列的原因所在。

3. 资本市场为中国资本投资以色列提供了明确的支撑机制。

很多美国公司，尤其是大型的跨国科技集团已经成为以色列创新公司最主要的投资方和收购方，通过收购以色列科技创新企业，这些集团公司和上市公司不断为自身引入来自以色列的新产品和技术，以支持自身资本价值的持续成长。由此中国一线互联网公司借助投资以色列，也将提升自身的持续创新能力，而盛景母基金则致力于将其在中国广泛的投资布局与以色列创新企业进行深度对接，成为中国-以色列创新生态系统之间的最大“连接器”。

越来越多的来自中国的上市公司开始意识到以色列独有的资本价值和机会，有意识地进行投资布局，逐步建立起中国上市公司投资和收购以色列创新公司的产业链条。

来源： 新华网2015年03月25日

2015年 OTT 产业的大格局和新业态剖析

2015年的OTT，走势依旧，只是换了一种玩法。原有的终端为先、牌照靠边，不收入、只求颠覆的相对混沌的业态；开始逐步向牌照主导、内容最重，既求规模、收入也要的相对有序的产业格局演进。OTT也在产业全面渗透互联网化的背景下，逐步从电视互联网朝着家庭互联网的更大市场发展。

今年的竞争态势依旧激烈，只是由原先的白刃战转向了暗战，不再是单纯的比价格、比概念的单兵作战，而是进入了拼实力、比底蕴的集团较量。每个站在第一线的企业背后都会有盘根错节的体系在进行支撑。其中牌照商、互联网企业、终端彼此依存，形成了2015年既有深度结盟，同时又多对多合作的多元局面，为2015年的市场增加了更多的变数。

一、 三网融合产业大格局下的机会

从某种意义上来说，2015年才可能是中国真正的互联网元年。自从李克强总理在两会提出了“互联网+”的词汇后，无论是从政治还是从市场角度，今年必定会迎来更为广阔的互联网浪潮。互联网从原本的单一领域，开始朝着传统领域更广泛的渗透。姑且不论这

种渗透带有多少跟风性质，但是互联网的价值，在总理的1+1理论中无疑比重更大。

回归到我们所处的产业，三网融合今年又会迎来新机会，在互联网+的概念下，很多以前僵持的局面可能会突破，运营商会成为今年OTT领域不可忽视的一支重要力量。无论是广电的DVBOTT，还是电信的悦me，联通的沃家，比拼的只是彼此借势的能力。

而从产业角度的大范围来说，今年会形成四股势力：

1、广电运营商：依托传统的广电资源，融入互联网优势，构建广电的DVBOTT模式。

但在广电市场，由于各地能力的良莠不齐，必然会形成马太效应的格局，同时，在对于未来的需求上，广电革新更大的诉求还在于电视屏的存量用户，能够保住用户不下滑就是最大的胜利，而对于基于电视的产业外延，恐怕广电属于心有余而力不足。

2、电信运营商：无论是叫IPTV还是OTT，基于宽带市场的需求，此类业务必然会成为他们的重心，尤其在宽带的基础带宽提升和市场竞争者（广电、民营）增加的双重挤压下，他们对于IPTVOTT的期望会更高。随着未来IP世界的覆盖，基于电视机的业务，对于他们只是切入口，未来必然是针对家庭的多业务的渗透，电信运营商在这里是有机会的。而这也是他们对于未来的预期。

3、牌照运营商：牌照运营商今年的产业话语权在总局的扶持下在增大，同时也会构成以其为首的7大派系，他们的方向更可以看成是7大全国性的电视虚拟运营商。而以各自现有资源来说，电视屏的业务是其重点。对于未来所延展的智慧家庭型物联网产业，他们更多是掌握了电视屏入口的把关人角色。会有价值的获取，但却难具备主导力。

4、互联网企业：在产业的前期，互联网企业会更多的依着于牌照商，从而占据电视这一家庭入口。但随着产业对于资本的依存性加大，他们所布局的智能家居领域，会在产业后期，通过资源的连接，去构建自己的智慧家庭的物联网生态圈。

从OTT角度来说，将经历一个不断变化和演进的过程，从产业初期的以终端产品为代表的入口竞争开始走向以内容为表现的用户竞争和以智能家庭为核心的延展性资源争夺。其中家庭物联网作为产业互联网的一个重要组成部分和OTT的延伸，也将逐步从概念开始落地。现在的智能家居还处于产品阶段，但随着未来家庭网络的完善，产品逐步打破封闭体系，则会形成以电视屏为展示窗口，手机为操控入口，家庭网关为核心枢纽的家庭物联网体系。而这里所带来的商业价值，将远大于目前的电视领域。当然，这需要时间和技术的演进，但，智能电视是基础，是进程中的必要一环。

二、OTT市场新业态中的挑战

谈完大格局，回归OTT的产业新业态。

随着BAT的悉数入场，家电企业的制造回归，牌照商的话语提升，盒子市场的监管收严，内容企业的走入幕后。产业格局各方的角色其实是经历了一场被洗牌。

首先：牌照商成为名义上的主导者：

广电总局硬生生的扭转了之前牌照商市场话语权旁落的局面，赋予了牌照商更强势的

权限，盼他们能担负引导产业走向总局所期望的目标。的确，在政策干预下，牌照商的地位明显上升，市场也形成了以其为首的派系，形成了各自的势力范围。

在未来的很长时间内，牌照商在产业和政策的沟通上面还将起着不可或缺的作用。而互联网内容业务提供者，在此轮整顿中被剥夺了独立运营的权力后，为了实现各自的价值最大化，采取深度捆绑牌照商的战略，通过借船出海保证自己基础利益最符合当下利益诉求。于是有了爱奇艺+银河；优酷+国广；搜狐+南传；阿里+华数；腾讯+未来电视等等。

但是由于播控牌照有7张，在市场合作中形成了多对多的牌照竞争态势，会导致难以构建完全强势地位的现实。尤其是在面对有大量用户资源或优质内容的合作伙伴时，容易出现为求规模而降低合作条件的局面，从而可能形成牌照商间的恶性压价循环，甚至寻租的可能也不是完全没有。

就目前的牌照商态势而言：

未来电视的政策优势在去年被打破，今年要重建难度很大；

百视通的架构调整，以及停服所导致的合作伙伴的流失，使得今年也同样面临着重建产业链的重任。电信和广电运营商市场会是百视通的重点，入资歌华也是为了对于合作平台的话语权，不至于轻易被替换；

华数和阿里的合作是把双刃剑，而今年除了内容外，华数借助资本来整合业务和资源会是重点，入资各地有线是个伏笔；

南传依旧给人云里雾里的感觉，优朋继续高调前行；

芒果的融资会成为其今年最大的助力，既有的内容加上资本、渠道，为其后续的发展提供极其有力的保障；

国广2014年的各类合资布局，能否在今年真正落地，并发挥其应有价值，决定其今年走向；

银河2015年开局很猛，后续能否继续保持以及能否均衡市场与政策是对其最大的考验。

2015年的牌照商，在面向2C市场的同时，2B的运营商市场也会是各自的重点，但最核心的是，今年他们都会加强对于用户付费的业务探索。

其次：互联网企业的深度结盟和多对多合作

互联网企业在上一轮的调整中属于被打压对象，在被迫认识国家对于内容管理的不可理喻之后，也不得不改变策略，从台前走到幕后，利用资本开始布局。

而深度捆绑核心资源，多对多广泛合作是这一轮的特征。

从互联网企业的类型来看：

1、BAT等巨头的战略布局：

巨头的视角不会只落在电视，而是电视背后的家庭物联网和产业互联网市场。但在目前的智能电视市场，他们会依托自身的优势，来尽可能的抢占市场空间，为后续谋局。

百度借助爱奇艺从内容角度切入，通过和银河的合资绑定牌照商，固定自己的内容地位，借助爱奇艺的内容，和下游的家电企业、盒子厂家进行广泛合作，提升用户规模。

阿里和华数，以资本纽带形成双方的紧耦合。从操作系统切入，牢牢把握平台的入口，同时以资本来收购上游内容资源，以及投资海尔，补贴终端，弥补自身在内容和硬件方面的不足。尤其是海尔，在家电企业里关于智慧家居的探索走在前面。

腾讯投资了未来电视，作为牌照的备份，同时依托业务的优势，进行广泛合作，无论是和家电企业推微信电视，还是和央广、国广进行内容、牌照的合作，虽然慢，但随着一系列动作，其真正的举措会在今年浮出水面，深度结盟终端和平台，资本渗透业务会是其后续动作。

BAT的巨头行为，在市场上会成为风向标，依托资本的优势，不会在于一时的得失，布局大于短期的现金收入。而且也不仅仅只是当下的业务。BAT中，阿里“霸气”，从系统到业务，高调谋求产业链通吃；腾讯“和气”，看似不动，实则逐步渗透，低调中完成布局；百度“文气”，走走看看，一点切入，谋而后动。

2、优酷、爱奇艺的内容价值

对于OTT的发展来说，内容无疑是核心，而互联网视频企业从PC到电视的价值曲线也和这个产业不谋而合，虽然去年政策将其逼入幕后，但明显他们的步伐不会停止。

深度结盟，保证在未来的OTT市场份额和自身的内容不会被轻易替代，应是他们和牌照商成立合资公司的初衷，也符合牌照商的诉求。

内容变现，PC的用户行为始终难以构建有效的付费氛围，而电视则大有机会，尤其现在视频网站的自制剧、体育、演唱会，在电视上的付费远大于PC。随着内容审查的加压，影视的同质化和差异化越来越小，而自制节目的反向输出和变现，将成为各大视频网站的重点。

3、小米、乐视的平台策略

对于小米、乐视等已经形成既有用户规模的互联网企业来说，其实是具备反向影响牌照商优势的。尤其是具备有效用户规模的平台来说，掌握入口，的确能在与运营商的谈判中具有优势，国广背书乐视，双方各取所需。小米能够在多家牌照商中游刃有余，也是在于其优质的用户根基。

小米平台，以银河为播控，整合未来电视更多的内容牌照服务资源，在政策上符合总局1+3的多内容要求，在利益上，以自身用户为牌照商谋福利，看似多方共赢，但最大的得益方其实还是掌握了用户的平台，从聚合视频转为了聚合牌照。而这背后，过多的牌照商无疑是纵容了这一变化的主因。

乐视平台，正在原有的内容+终端的乐视生态产业链的基础上做着外延，从电视机到手机，依托自有的产业体系，其布局正在逐步完善，而农业、汽车等看似与主业不着调的业务，在互联网+的大环境下却恰合时局。

在业务拓展上，小米依托对于电视对于家庭的渗入加上在智能家居的多点布局，乐视从多屏业务完善布局，逐步延伸产品链。家庭的未来业务必然是其下一步的战略，而互联网企业的所谓思维，加上资本，很有机会。

但光有平台还不行，还必须要要有可控的终端，毕竟掌握终端才掌握了用户，但是在目前的OTT市场上，看似终端厂家不计其数，但大多数仅仅只是充当了平台和用户之间的连接设备，真正如小米、乐视这样强力掌控的其实并不多。因此，在追求开放的互联网用户市场之外，针对某一卖点的行业市场或许会有奇效，虽然用户不大，但是黏着度高，譬如教育盒子，或是健康为卖点的安利盒子。

4、互联网业务企业的生存

随着OTT的市场规模成长，越来越多的传统互联网企业会加快进入，去年底到现在的游戏热就是个佐证。游戏、教育、购物、以及下一轮的社区O2O等业务应用将会越来越多，非电视适配、同质化、盈利弱等问题也将进一步更为突出，从而会带来新一轮的业务洗牌。除掉业务本身外，来自政策的监管审核，会对聚合类应用和大厅类应用产生危机，而资本的态度，则会在扎堆的业务形态中构成影响。尤其是游戏领域，今年是挤去泡沫的一年。

随着市场的逐步明晰，业务所依托的所谓用户规模的价值会越来越小，而业务本身的营收能力更加重要。在此奉劝那些不注重收入的创业者，1、没有收入可能熬不到投资的那天；2、开放市场有机会，垄断市场有利润。

三、家电企业的价值深挖

家电企业在OTT上的第一波企业转型上应该说是失败的，切入运营没成功，回归到了硬件制造和销售的根本。使得这一轮家电企业的升级，依旧从硬件起步。

虽然现在市场上具有互联网功能的电视机约有9000万台，但激活率和活跃度平均值并不高。真正拉动激活率和活跃度的是去年推出的一系列家电企业和互联网企业的联合品牌如爱奇艺电视、芒果电视等。因为之前冠以家电企业自身品牌的电视机的很多购买者看重的是电视机，而联合一体机，则很多用户是着重于其所附加的内容品牌（如爱奇艺、芒果）。沟通目的的不同会带来使用的差异。

2015年，此类1+1的电视形态会越来越多，互联网的背书有助于提升家电产品附加值，同时家电企业的渠道、售后，也是互联网企业不可或缺的。因此软硬结合成为2015趋势，上游内容商和家电企业的深度结盟，以及两者之间的多对多合作。如康佳和腾讯、阿里所分别推出的电视新品。

此外，在传统家电之外，更多第三方品牌的电视会越来越多，如鹏博士的大麦电视等，原有的以代工为主的家电OEM企业也会从幕后走向台前，如兆驰、中新等。整个电视机市场的竞争也会越来越激烈。而这一切所带来的后果是，传统家电的电视品牌会不断的削弱，必须要在品牌之外构建第二道优势壁垒，或是技术产品，或是优质伙伴。

2015年，OTT产品的终端竞争，电视一体机会是个亮点，会有越来越多的公司推出自

有电视产品，追溯其动机一则可以比盒子更好的规避政策风险，二则电视机的单价，可以提升在资本市场上的故事。但对于家电企业来说，不能在这一轮树立自己的优势，则会大江东去了。

最后，从OTT到OTT+，市场会呈现从单一水平市场到与运营商市场并驾齐驱的格局。运营商的价值会在今年彰显，OTT和DVB、IPTV的深度结合，会是今年的亮点。

小结：OTT从跨顶传球到融合共赢

2015年的OTT市场精彩依旧的同时会迎来更多的变数和产业的新一轮升级。但最重要的是，OTT从业者应从跨顶传球的思维转向融合共赢。

OTT的下一步发展，不仅仅只是硬件、软件或产品的简单更新，而应形成产业各方参与者思维上求同存异之后的发展共识。电视运营者有其内容优势，以及用户根基，互联网企业有创新意识、敢于突破的思维以及正日益被认可的市场影响力，设备制造业有硬件优势和产品推陈出新的能力，多者的结合，不应是简单的替代，也不是简单的叠加，而是需求双方深度合作基础上的融合共赢。在产业价值上1+1要>2，而在用户的体验上则是1+1=1。

开放的互联网需要有序可依，传统的电视需要创新思维。在产业跨界融合的大趋势下，没有谁比谁好，只有百花齐放下的互联网和传统电视业的优势互补，合作共赢。

来源：通信产业网2015年03月30日

终端制造

【科技前沿】

5G之争到底争些什么？

4G已来，5G还会远吗？没错，对于每隔十年就会发生巨大变化的全球移动通信产业而言，在4G日渐走入普通大众生活的今天，种种迹象表面，面向未来的5G已毫无悬念地成为新的“当家花旦”。

眼下，正是“红杏枝头春意闹”的时刻。有关5G的话题在这个春天太多、太喧嚣了：无论是2015年世界移动通信大会上的面对面摆擂，还是跨越太平洋的“隔空喊话”，热血沸腾的展望有之，大相径庭的观点有之，针锋相对的激辩更是有之……凡此种种，共同将5G推向了这场话题风暴的最中央。

那么问题来了，这些领军的电信运营商、设备制造商们，到底在争些什么呢？

焦点一

时间点上的激进与保守

人们什么时候能够用上5G服务？

商用的时间点，在当下这场关于5G的口水大战中，是最大的分歧所在，也是各方激辩的焦点所在。与此相应，全球移动通信产业也自然而然地被划分为5G的激进派与保守派，因各执一词而泾渭分明。

激进派的典型代表是韩国，此外也包括日本和北美。在他们充满渴望的眼神里，5G商

用的时间点应该是2018年。为什么是2018年呢？因为这一年在韩国平昌将举办冬奥会，而重大体育赛事往往是“最新款”移动通信技术的最佳秀场。对此，韩国电信集团（KT）CEO Chang-Gyu Hwang表示：“2018年平昌冬奥会即将到来，我们将把它打造成首届5G奥运会。”需要强调的是，在5G服务于大型体育赛事之前，确保可靠与稳定性的试商用是必不可少的。因此，业界有观点认为，韩国电信还有可能在2018年之前推出5G服务。尽管韩国电信并未透露具体的5G商用时间表，但是其CEO略显暧昧的表态还是会带给业界无限遐想——“很近了。你唯一要做的就是再等几年。”

流量诉求率先爆发、用户乐于消费流量，是激进派生长的基本土壤。但不容忽视的是，提升本国产业乃至企业自身在全球移动通信版图上的竞争力，也是激进派之所以全力以赴的主观诉求所在。在2015年世界移动通信大会上演示了全球首个5G网络的三星，无疑是最为激进的5G倡导者，而在这背后，则是三星曾经最引以为豪的手机业务自2014年呈现出的衰退迹象，以及三星在移动通信设备领域的鲜有作为。

保守派的典型代表则是欧洲。在他们略显疲惫的眼神里，5G商用的时间不应该早于2020年。2020年这个时间点，是根据移动通信技术十年一变革的规律，按部就班给出的保守估计。例如，欧洲老牌电信运营商Orange首席执行官Stephane Richard称：“这不是明天或者下周的事，很可能要到2020年或者2022年。我们一定不能太快跳至下一代网络，先让我们享受4G LTE吧。”

在4G上起步晚、商用晚，让欧洲成为保守派让人一点也不意外。业界人士向《人民邮电》报记者表示，对于欧洲运营商而言，当前4G商用带来的回报并不明显，这是其“比较痛苦”的地方，也是在5G上表现不积极的原因所在。

焦点二

技术上的继承与颠覆

人们真的需要5G技术吗？

这个问题，则是移动通信产业的重要一环——通信设备商们争论的另一个焦点。而值得我们注意的是，设备商在移动通信技术的升级换代中一直都扮演着极为重要的推动者角色。

跨越人与人沟通的需求，让人与物、物与物连接，这是通信设备商们就未来的网络流量构成所达成的共识。但分歧在于，4G是否已经能够满足需求，5G网络是否多余。显然，这是针锋相对的两派观点。

“如果LTE已经能够满足需求，那我们就不需要技术上大的飞跃。”高通首席执行官Steve Mollenkopf给出了这一观点。一方面，高通承认数量极多的连接是移动通信产业发展面临的挑战所在；另一方面，高通认为应充分发挥现有LTE网络的优势去应对挑战，最多改变网络的边缘以更好地去支持移动设备，而真正的创新也将发生在边缘地带。显然，这是一种“修修补补”式的应对策略。对此，一位不愿透露姓名的受访者表示，高通的选

择其实是“既得利益者”的选择，高通自然希望在3G和4G专利上的收益能够最大化，5G的部署自然是“越晚越好”。

“LTE无法支持物联网服务所需的上千亿连接，5G可以。”华为轮值CEO胡厚显然有着截然不同的看法。对此，他给出了一个有着很强说服力的例子：如果刹停一辆以100公里时速飞驰的汽车，LTE的延迟时间会使制动距离延长1.4米，而5G仅延长2.8厘米，只有5G的延迟性能可以满足被热炒的无人驾驶汽车概念。而工信部部长苗圩在今年两会的一次采访中，也表达了对这一观点的支持：“4G带宽满足不了汽车安全性的需要，因此至少需要5G带宽，才能直接通过云端服务来指挥车辆的操作。”

技术上的颠覆，在支持者看来极有可能成为5G的关键特征。华为认为，5G要同时做到对移动互联网和物联网的良好支撑，就必须在技术上有更大的突破，而其中最关键的是网络架构和空口技术的突破。与此相应，华为在今年的世界移动通信大会上提出了“5G，新空口、新架构、新运营”的理念。但是，技术上的颠覆并不意味着网络升级上的不平滑，从4G升级到5G的过程中，也可以提前将5G的技术应用于现有网络。例如中兴就已经拿出了Pre 5G的概念，在不改变4G空口标准的前提下，直接应用5G的部分无线技术和网络架构，从而提供数倍于LTE的系统容量。

焦点三

标准上的统一与分散

5G会有一个全球通用的标准吗？

统一的5G标准，客观来看还是一个美好的愿望。正如日本NTT DoCoMo的首席技术官Seizo Onoe强调的那样，“我们的梦想是最终用同一种技术覆盖所有的使用案例”。这个愿望能否实现，取决于支持者的队伍是否足够强大。从目前的情况来看，各自为营抢占标准制高点的很多，但倡导全球统一标准的也不少。而伴随着合作的日益广泛，尤其是跨越竞争者的合作日益增多，统一标准并非没有实现的可能。

回顾移动通信产业的发展，不同大洲的不同运营商采用不同的技术标准，几乎成为一个传统。例如，3G标准有WCDMA、CDMA、TD-SCDMA等，4G拥有LTE FDD和TDD……但是，5G有可能改写历史，因为全球范围内的协商与合作正在流行开来。

目前，支持5G全球采用一个统一标准，不仅包括5G网络标准的测试和开发机构（如英国萨里大学的5G研发中心和欧盟的5G研发机构），也包括电信运营商和设备制造商（如NTT DoCoMo和华为）等。正如欧盟CONNECT部门主任Thibaut Kleiner所说，“我们需要全球协商来避免标准之间的竞争，这样才能拥有一个全球通用的5G标准。目前，我们看到了韩国和日本在5G网络研发上的合作，也将看到中国和美国未来的合作……”事实上，欧盟与韩国的合作也已经展开。

当然，我们也不能忽视那些试图抢占5G标准制高点的参与者们。一流的公司做标准，二流的公司卖技术，三流的公司卖产品。在未来的5G市场中，谁不期望能够像高通一样坐

收专利许可费呢？事实上，目前已有企业为了抢占5G市场先机，放出了“5G标准已成事实”等并不客观的消息……这样的举动显然会刺激标准之争，不利于标准的统一。对此，我们必须明确的一点是，真正的5G标准并未制订出来，最快也需要一到两年的时间。

来源：《人民邮电报》2015年03月30日

烽火通信新型接入网关键技术研究及设备研制通过验收

近日，由武汉邮电科学研究院牵头承担的国家科技支撑计划课题“面向融合网络的新型接入网关键技术研究及设备研制”验收会圆满结束。在课题“面向融合网络的新型接入网关键技术研究及设备研制”中，烽火通信完成了光纤无线融合的综合接入技术的研究工作，完成了集高速无线移动接入、无线固定接入（WiFi）、高速固定宽带接入为一体的新一代综合光纤无线接入系统（简称IFRA）的研制工作。

烽火通信基于公司新一代大容量综合接入平台AN5516-01型OLT设备开发了IFRA系统的局端设备以及多款融合网络的远端设备，实现了具有下行40G，上行10G速率的大容量可扩展新型无源光网络系统。通过对IFRA系统涉及的光纤无线融合的移动/宽带接入的高速系统架构，以及采用新型波分技术的可扩展无源光网络系统的深入研究，在网络架构、系统集成、组网技术、关键光电子器件等方面取得突破性进展。并在此核心接入功能的基础上，结合多种无线接入及控制技术，如3G/LTE，研制出基于可扩展无源光网络系统的数字化多制式无线分布系统，实现了室内环境下光纤无线融合的高速无线互联网接入。同时，通过对用户侧多制式无线信号接入技术的研究，如超高速短距离无线通信技术、WLAN超高速互联技术，实现了多种无线终端的接入。

值得一提的是，烽火通信在移动固网业务融合方面，攻克了多个融合技术的关键难点，在固网平台上采用新型波分技术和复合帧技术满足了3G/LTE的时延要求，实现了以3G/LTE和WiFi技术为核心的融合无线接入业务的承载。并且，采用高度集成的无色光模块技术，压缩了设备尺寸，提高了可靠性，降低了设备的制造和仓储成本。基于以上创新技术，实现了高速固网信号、多制式无线信号、WiFi信号在统一固网平台上的融合处理。该套系统的推出颠覆性拓展了PON技术的应用场景，使PON树形结构节省光纤的天然优势在3G/LTE无线回传/前传业务中发挥巨大作用，同时还可以提供CPRI所需要的大带宽、环网保护、低时延、低抖动、长传输距离，非常适合光纤资源紧张的无线BBU大规模集中场景以及直放站光纤接入场景。

在课题实施过程中，烽火通信的研究人员发表了多篇论文，提交了多项发明专利和多篇国际标准草案，推进了行业规范的制定和相关接入网技术的标准化进程，研究成果在运营商网络的成功演示和试用为移固融合技术在实际网络中的规模应用积累了宝贵的经验和提供了优秀的示范。

该课题验收由工信部科技司组织，中国联通、移动，电信研究院及部分高等院校的专家组成的专家组现场检查了实验系统及组网应用情况，对系统各项指标进行了严格测试，

结果显示系统性能满足或超过相关标准要求，能很好支持多项宽带和无线业务，验收专家组经过认真讨论，一致同意该项目通过验收。

“面向融合网络的新型接入网关键技术研究及设备研制”课题的研究成果为烽火通信在融合接入领域抢占市场制高点提供了关键技术储备，为我国新一代融合接入网的技术研究及设备研制，提供了全面的性能、指标、参数等实验依据，为我国在该领域的快速发展奠定了坚实的基础。

来源： 新华网2015年03月31日

国产高性能芯片“智桥”面世 可替代英特尔同类产品

近日，中国电子信息产业集团在京发布“智桥”SDN智能高密度万兆交换芯片CTC8096和FT-1500A系列CPU处理器。这两款国产高性能芯片的问世，对于保障我国网络信息安全具有重要意义。其中，FT-1500A系列CPU处理器具有高性能、低功耗等特点，关键技术国内领先，可实现对Intel中高端“至强”服务器芯片的替代。

据了解，CTC8096为我国自主研发的第四代交换芯片，其交换能力是三代芯片的10倍，具有性能优、功能强、功耗低和高可靠、高性价比等显著特点，整体达到国际先进水平，部分技术指标国际领先。该芯片的问世，可使我国网络产品摆脱对外国外主流交换芯片的依赖。

FT-1500A系列可广泛应用于政府办公和金融、税务等各行业信息化系统。随着FT-1500A系列处理器的推出，相关软硬件产品有望今年在政府办公和各行业信息化系统中批量使用。

中国电子信息产业集团总经理刘烈宏表，中国电子整个集团的营业收入从过去的600多亿，到现在的2030亿；产品从过去的主要在中低端到目前逐渐根植在中高端，并具有一定的国际竞争力，连续两年被国务院国资委评为央企业绩考核A级企业，连续四年入选财富世界500强。目前的电子行业又遇到一个新的挑战，就是网络安全。发达国家往往是以网络安全的名义，把中国本土的厂商挡在门外。但从中国电子的实践来说，要把网络安全作为企业发展的重要战略，特别是网络安全的产品方面，既面临机会，又面临着挑战。

来源： 通信世界网2015年03月30日

中国电信开推“加密手机”

随着智能手机的快速普及，人们的生活日益便捷，但带来的安全问题也愈发突出。恶意扣费、个人信息泄露、网银被盗……在移动互联网飞速发展的同时，人们的安全意识却没能及时同步，手机信息安全正面临着严峻的挑战。根据猎豹移动安全实验室日前发布的《2014-2015中国互联网安全研究报告》，2014年全球感染病毒的安卓系统手机达2.8亿部，中国以1.2亿部手机中毒高居榜首。因此，个人信息安全再度被提上日程，手机通信加密业务日渐成为新功能被越来越多的用户接受。

“加密通信”其实很简单

何为加密通信？加密通信是为用户特别定制的、利用密码技术和信息安全技术，提供商密级的端到端手机通话加密，同时提供手机的个人信息保护盒丢失手机安全保护等服务。

据了解，由于技术特点，目前三大运营商中，中国电信是唯一可以提供加密通信服务的运营商。相比较一些普通加密手段，电信加密手机的通信采用端到端全程加密技术，从通话的源头即开始加密，通过内置商密算法的终端对信号源加密，话音在终端、空中接口和网络之间全程采用密文传送方式，令通话难以窃听。同时拥有专属的vip资料信息隐藏功能，可以隐藏特定人的通讯录和通话记录等资料信息。如因手机丢失担心泄露手机内容，使用远程指令即可擦除，从源头保护用户手机的私密性。

运营商开推加密手机

作为智能手机最主要的助推者，各大运营商对智能手机存在的安全问题越来越重视。近日，西安电信召开了“以安全之盾铸社会之责品鉴会”，工作人员通过对手机木马植入的演示，将手机窃听、泄密场景带到观众眼前。而植入了木马的手机，从外观上看来与一般手机并无不同，但该手机发送或接收到的短信，甚至打电话通话的录音都会第一时间发送至窃密者邮箱里。面对这种令人担忧的状况，中国电信加密终端对于以上问题可以迎刃而解。

据西安电信市场部人士表示，目前上市的加密手机终端主要集中在华为、酷派等国产品牌。随着需求量增加，今后会不断丰富机型，也会推出高端手机供用户选择。此外，常见的安全防护仅是在软件层面上过滤掉一些简易木马软件，并不能在真正意义上实现防信息泄漏，加密手机则是从手机的硬件层面上进行深度防护。

多功能为加密手机“加固”

如此重要的加密手机，万一丢失怎么办？西安电信政企部人士对记者表示，如果加密手机不小心丢失，也不用担心手机里面保存的信息被泄露，可以立即与电信客服联系，工作人员会启动中国电信远程删除指令，只要该手机再次开机，里面所有的信息就会被自动删除，手机瞬间成为“废品”。据了解，加密手机不仅局限于政企客户，还包括在金融、国防、制造业、商业等各领域。其实，早在2010年，中国电信加密手机系统便获得国家商用密码管理局颁布的“商用密码产品型号证书”，实现了对手机通话全程加密。通过内置国家密码管理局指配加密算法的手机终端，利用商用密码技术和信息安全技术，向客户提供端到端的手机语音通信加密功能等安全服务。从根本上防止个人位置跟踪、微信短信被窃取，最大限度的保护使用者的手机私密安全。

来源：《西安日报》2015年03月27日

浙江移动携手华为完成 TD-LTE 上行增强商用网络验证

移动互联网正加速渗透到人们生活中的方方面面，社交网络已成为个人必备的沟通工具。这些变化，对移动通信网络提出了新的挑战。从最初的文字、图片发展到视频上传，

网络的上行流量大幅度增加。对于大型聚会、演唱会等一些特定场景，部分时段公众用户对上行速率突发需求甚至超过下行。在政企用户中，视频监控、远程医疗、即拍即传等业务也逐步成熟，各类需求对网络上行带宽的要求也越来越高。4G时代，上行体验已成为保障用户体验的关键一环。

近日，浙江移动联合华为在杭州成功完成全球最快TD-LTE上行外场测试验证，首次在4G商用网络中创新性使用2载波聚合、高阶调制、多天线增强等系列化上行增强技术。测试结果表明，通过系列化上行增强技术的应用，TD-LTE上行单用户峰值速率达到开启前的3倍，在25 Mbps以上；路测平均速率达开启前的2.8倍，在18 Mbps以上；应用多天线增强技术，小区平均吞吐量进一步提升逾39%。本次商用网络验证的成功，证明了上述上行增强技术可以有效提升TD-LTE网络竞争力，该验证为后续全城大规模部署奠定了坚实基础。上行增强技术的规模部署，有助于确保浙江移动4G网络同城领先，进一步夯实了中国移动创新引领4G发展的标杆地位。

华为在TD-LTE网络的部署过程中，充分考虑了网络演进需求，硬件全部支持面向未来演进的能力，通过软件升级可以持续增强网络性能。从产业链发展看，今年上市的海思芯片将支持这些系列化上行增强技术，商用终端随后将规模上市。

中国移动拥有丰富的频谱资源，未来TD-LTE网络将朝着更高速率、更短时延、更多连接的方向演进，以应对移动互联和万物互联的需求。作为全球领先的信息和通信解决方案供应商，华为将发挥在4G上的技术优势，持续创新，保障TD-LTE网络体验，助力中国移动进行4G精品网络的建设和探索。

来源：通信世界网2015年03月25日

【企业情报】

中兴通讯获邀参与德国电信 5G 研究

近日，在德国法兰克福的NGMN大会上，NGMN联盟董事会主席、德国电信集团CTO Dr. Bruno Jacobfuerborn先生对媒体正式宣布了德国电信领导的5G创新实验室（5G Innovation Lab）计划，中兴通讯以在5G领域的创新和先锋角色获得高度认可，被德国电信列入首批5G创新实验室合作伙伴名单。

德国电信集团引领全球新通讯标准的发展，与全球科研公司、新兴公司以及全球网络供应商合作，立足于欧洲，致力于培育5G在全球各地的创新。作为德国电信5G创新实验室的合作伙伴，中兴通讯深入参与了NGMN的5G工作，和各大运营商一起为推动5G的标准化而努力。中兴通讯将在5G创新性关键技术等领域参与德国电信的5G研究。

NGMN联盟董事会主席、德国电信集团CTO Dr. Bruno Jacobfuerborn表示：“我们将与领先的合作伙伴一起，开发创新体系，培育和引导标准化工作。该实验室还将提供一个平台供我们的客户共同参与5G早期发展阶段的研究。”

中兴通讯CEO史立荣表示：“中兴通讯是推动5G技术和标准的主要创新者之一。未来

中兴通讯将持续加大开展5G关键技术预研及专利布局，以进一步增强在下一代技术变革前的知识产权核心竞争力。中兴通讯由衷希望通过技术创新和不断努力与5G创新实验室合作伙伴一起，为全球5G技术和标准做出贡献。中兴通讯在5G领域持续创新，走在5G发展的前列，并将在欧洲等地与全球领先的运营商进行深入的合作。”

中兴通讯持续战略投入5G，致力于5G技术研发和实践，成为5G领域的先行者。2014年7月，中兴通讯在荷兰举办的LTE&5G World Summit上，首家提出Pre5G创新理念，并付诸商用实践，并于11月联合中国移动等多个全球领先的运营商完成了Pre5G Massive MIMO外场预商用测试。在刚刚结束的2015MWC大会上，中兴通讯展示了全球首个pre5G Massive MIMO一体化商用基站，现场进行业务演示，使用现有4G商用终端，基于4G单载波采用128天线将系统容量提升4-6倍，在业界引起轰动。中兴通讯主导的pre5G其它关键技术方案，包括超密度网络UDN、多用户共享接入MUSA等后续也将逐步推出。近日，中兴通讯总裁史立荣和欧盟副主席Carlos Moedas进行了会晤，欧盟欢迎中兴通讯参与H2020计划，共同致力于5G发展和创新，进行数字化技术的研究和未来发展。同时，据WIPO（世界知识产权组织）最新数据显示，中兴通讯凭借2179件专利位居2014年全球国际专利（简称PCT）申请前三甲，是中国唯一连续5年获此殊荣的企业。

来源：通信产业网2015年03月27日

华为 2014 年净利同比增 32.7% 三大业务均强势增长

4G、云计算和手机业务的强势增长为华为2014年的财报交上了一份完美的答卷。3月31日，华为给出了经过审计的2014年年报：实现全球销售收入2882亿元人民币（465亿美元，按1美元=6.1958元人民币计算），同比增长20.6%；净利润279亿元人民币（45亿美元），同比增长32.7%。

从业务架构来看，华为在运营商、企业和消费者三大业务领域都取得了强势增长。数据显示，运营商业务收入达1921亿元人民币（310亿美元），同比增长16.4%，全球移动宽带网络部署收入占了较大比重；企业业务：收入达194亿元人民币（31亿美元），同比增长27.3%，云数据中心解决方案和敏捷网等网络和IT领域业绩实现有效增长；消费者业务：收入达751亿元人民币（121亿美元），同比增长32.6%，得益于消费者智能手机需求的增长和新兴市场的迅猛发展。

华为副董事长兼轮值CEO胡厚崑表示：“聚焦管道战略、简化管理、提升运营效率是华为2014年收入和利润实现有效增长的主要原因。此外，我们持续加大创新投入，在云计算、大数据、5G、SDN、NFV等领域开拓创新。”

2014年，华为研发投入408亿元人民币（66亿美元），较2013年大幅增长29.4%，占2014年销售收入的14.2%。过去十年，华为研发投入累计超过1900亿元人民币（307亿美元）。

华为首席财务官孟晚舟指出：“华为2014年持续有效增长，财务稳健。现金流、收入和利润均实现有效增长，净现金达到人民币779亿元（126亿美元）。债务和融资结构持续

优化，截至2014年12月31日，华为短期借款和长期借款共计281亿元人民币（45亿美元），主要由海外金融机构按市场利率提供。”

胡厚崑说：“步入2015年，以宽带、云计算、大数据、物联网为代表的ICT技术，正成为各个行业加速转型的引擎。华为将聚焦管道战略，坚持为客户创造价值，持续艰苦奋斗，力争成为运营商面向未来转型的战略合作伙伴，成为领先的企业ICT基础设施提供商，成为消费者喜爱和信赖的、全球领先的智能终端品牌。”

来源：新华网2015年03月31日

四川移动携手华为启动“十百千工程”提升4G网络体验

自2013年开始大力开展4G建设以来，四川移动已建成4G基站近五万个，覆盖城乡。为进一步提升用户体验，四川移动携手华为启动“十百千工程”：通过创新端到端深度覆盖技术解决方案，将在今年内实现成都市10个主要交通干道的广覆盖，和100个经济高增长商业圈、1000个居民小区的深覆盖。

数据分析：实现室内外弱覆盖全识别

能否准确识别与定位城市深度弱覆盖区域，是解决深度覆盖的首要任务。为此，四川移动与华为联合攻关，利用现网测量数据、工参等，结合自动化识别工具，通过测量定位、室内外话务区分等关键技术，有效区分室内外弱覆盖区域，精准挖掘覆盖“空洞”。基于该套方法，已经完成对成都城区全区域的网络评估，为进一步提升网络质量提供了参考。

精准规划：宏微室内外协同站点规划

在站点规划上，四川移动和华为创新合作，结合海量测量数据分析，通过智能站点规划工具，根据室内外弱覆盖区域进行精准站址规划，并重点增加了小微站规划能力，有效解决了深度覆盖规划难题。目前，四川移动在成都2.5环到绕城的黄金经济带，已利用此套规划工具进行精准站点规划，拟将其打造成全省的深度覆盖示范区。

灵活部署：分场景、设备进行站点建设

为解决实际建设中遇到的站点天面空间和传输条件受限等困难，四川移动对成都弱覆盖区域进行综合识别和实地考察，根据不同的场景，分类采用华为的Easy Macro、ATOM和Relay等无线解决方案，通过小巧设备的植入，快速、灵活完成建设，并降低了建设周期和投资成本。

来源：C114中国通信网2015年03月31日

中国光纤网络系统集团受益4G建设：光纤活动连接器销售16亿元

光纤活动连接器厂商，中国光纤网络系统集团有限公司（下称“中国光纤”）30日公布了2014年全年业绩。报告显示，2014年该公司实现营收22.09亿元，同比增长24.4%；毛利率从29.0%增至30.7%；净利润4.25亿元，同比增长27.8%。

其中主营产品光纤活动连接器取得了高增长，总营收为16.21亿元，同比增长73.4%；接配线产品营收4.25亿元，同比增长19.2%；机房辅助产品营收1.63亿元，同比增长7.4%。

从区域来看，国内市场营收达19.63亿元，同比增长26.6%；国外新西兰、澳洲、英国、爱尔兰等营收为2.45亿元，同比增长8.7%。国内市场营收占比高达88.9%。

报告显示，来自一主要客户营收高达7.61亿元，同比增长76%。

报告称，业绩增长主要原因是国内电信运营商兴建4G基础设施和光纤到户推动。其中国内光纤活动连接器销售13.75亿元，增长31.1%，主要是4G建设拉动。

中国光纤各项产品毛利率飘红，其中光纤活动连接器国内销售毛利率为28.5%，海外销售毛利率为58.2%，依然远高于国内同行业。原因可能是该公司远高于同行的销售单价，不过该公司今年没有在年报中提供光纤活动连接器的销售量和销售单价。

来源：C114中国通信网2015年03月31日

上海贝尔助力中国电信扩展LTE超宽带服务

上海贝尔宣布入选中国电信前三大网络供应商，助力其在全中国范围内推出移动超宽带服务。随着越来越多的消费者对LTE网络的速度、容量和效率有更高追求，运营商需要不断推出新技术以提升网络性能。

中国电信拥有大约1.86亿移动用户。随着中国政府颁发FDD-LTE牌照，中国电信将着手进行国内现有地区和新建地区的LTE业务扩展，以满足客户对高性能数据和视频内容日益增长的需求。

根据协议，上海贝尔将作为中国电信前三大网络供应商之一，在上海、江苏、山东、浙江、湖南、湖北、广西、福建、江西、陕西、内蒙古和辽宁12个省市的40个城市部署LTE移动超宽带接入技术。此前，上海贝尔曾在2013年12月与中国电信签订LTE试验网部署合同。

上海贝尔首席执行官马睿知(Luis Martinez Amago)表示：“此次同中国电信签订合作协议彰显了我们在LTE移动超宽带接入技术方面的领导力。当前，中国国内的LTE需求正呈爆炸性增长，通过此次合作，我们将助力中国电信快速推出服务，帮助其维持竞争地位，为客户提供其所需的超宽带速度和性能。”

来源：通信产业网2015年03月30日

中兴手机内外有别布局“全球+”战略

过去的2014年，全球和中国智能手机市场竞争惨烈，尤其是中国市场，苹果凭借着去年年底大屏iPhone6和iPhone6 Plus再次崛起于中国市场，传统的“中华酷联”格局似乎也已被打破，因为以出货量和市场份额来衡量和计算，“中华酷联”中的中兴(包括酷派)，无论是在全球还是中国市场，已然不在前5之列。对此，诸多媒体和评论认为，曾经在全球和中国市场一度领先的中兴在智能手机产业中正在被边缘化。事实真的如此吗？

就在业内纷纷出此质疑之时，中兴通讯日前发布了其2014年全年财报，其中智能手机所在终端业务增长迅猛。终端整体出货量为1亿，其中4800万为智能手机。4G智能手机占比达到60%。同时，通过“全球+”布局在国际市场获得稳定增长，海外市场发货占比超过

70%，其中美国整体市场份额跻身第四；亚太市场智能机同比发货增长100%，LTE智能机增长500%；欧洲LTE智能机发货同比增长超过800%；拉美主流智能机同比增长580%；中东非洲同比增长400%。不知业内看此作何感想？

业内知道，随着这一轮国产手机的整体崛起，国内市场已然是一片红海，所以诸多主流国产手机厂商纷纷将下一个增长机会瞄向了海外市场。例如联想去年并购摩托罗拉移动；小米发力印度等新兴市场；OPPO、一加手机、酷派等国产厂商也纷纷打入海外市场。对此，有分析认为，在中国智能手机市场增长趋缓且价格战日益激烈的当下，谁能够在海外市场取得突破并占有一席之地，谁就会在未来的智能手机产业中持续增长，而从上述中兴去年在海外市场的表现看，显然中兴已经走在了诸多友商的前面。

了解中兴的业内人士知道，中兴是一家以做系统设备出名的中国厂商，比苹果公司还要早七年涉足手机业务，并一度专注于为全球数百家运营商提供定制手机，在此过程中已经与全球运营商建立了广泛的合作关系，并深知海外市场的运作规律并积累了丰富的经验，也取得了不俗的成绩。据港市调机构 CTMR 的最新数据显示，2014 年美国手机市场份额排名依次为三星、苹果、LG。中兴虽然位居第四，但其去年的份额涨幅仅次于三星达到了 20%。那么中兴如何在海外市场取得如此斩获？

按照中兴通讯高级副总裁、终端北美区CEO程立新的话说：“在美国，用户买了你的手机觉得不好，是无条件退换的。第一次退货了，下次自然就不会去购买，这套玩法与中国是完全不同的，中国用户一般都是一台手机不论是否后悔都要至少用一年以上。另外一部分就是专利，中兴在北美市场其实下了很大功夫，在美国注册了很多独家专利，也打了很多年专利战。在美国抛去品质的一定是专利，如果你没有专利别人就一定不会去买你的产品，中国市场则不同，所以中兴在美国市场的两大优势就是质量与专利。”

除了品质外，在专利方面，目前，中兴专利及法务部门员工超过300人，拥有较完整的知识产权团队，虽然按照中兴的说法因为需要缴纳的专利费远多于小米等本土厂商导致手机成本提升，不过明显的好处在于全球化布局带来的发展潜力，而这些将是小米等中国手机厂商进军海外市场不得不过的门槛，而中兴早已交了“学费”。

值得一提的是，除美国市场外，在亚太区的几个核心市场，中兴手机也取得了重要突破。比如，在日本，中兴连续四年联合高通全球首发最快UFI产品；在澳洲市场第一大运营商telstra，中兴成为预付费市场第一，后付费市场第三的手机厂商，仅次于苹果和三星；在印尼4G终端市场排名第一；在俄罗斯有超过1万家终端零售店在销售中兴智能手机。而这些市场将是其他国内友商尚待开发的市场。中兴显然是先行一步了。

如果说上述证明中兴在海外市场走在了对手的前面，那么在国内市场中兴采取的也是与对手不同的策略。

不可否认，2015年的智能手机行业将不可避免重复过去几十年里PC、笔记本电脑和功能手机同样的发展阶段。即随着智能手机的越来越标准化，创新会显得越来越难。在同质

化的刀锋下，价格是削平一切竞争能力的最有效武器，这在国内市场体现得尤为明显。以小米为例，其红米已经下探500元以下。例如在2014年双十一期间小米70%以上销量都为红米系列，小米手机的利润率还不到2%，这和其最初定位的“发烧”理念早已是天壤之别，相比于苹果手机50%的毛利率，国产手机的赢利能力有限，在技术创新方面更是捉襟见肘。由此看来，创新或者说把握产业未来的发展趋势才是正道。

相比多数手机厂商不惜低价抢夺市场份额，通过对智能终端产品的发展趋势研究，中兴通讯认为，智慧语音技术将成为智能终端未来的发展趋势。为此，早在2012年，中兴通讯就着手智慧语音技术的自主研发。经过几年的坚持，在2014年4月推出了首款语音控制手机星星1号，初步实现了智能手机的声控操作。同年12月，推出了语音控制的第二款产品星星2号，为消费电子行业首次引入了系统级语音和语音识别解决方案，真正开启了智能手机的声控时代。

众所周知，当前语音是最新的交互方式，但后续必然会成为主流的人机交互方式，中兴通讯的语音技术采用了系统级的解决方案，实现了更便捷的全语音操作，并且近期又研发出新的降噪方案，进一步提高了识别率。在安全方面，中兴通讯实行软、硬件一体化，给予手机双重安全保障，在推出十防安全软件之后，目前中兴又首度将基于虹膜扫描的眼纹识别技术应用到手机之中。未来，语音和安全功能将覆盖到手机、智能穿戴和车载设备，贯穿Smart Phone以外的领域。更为关键的是，中兴知道平台的重要性，在推动安全及语音控制技术方面，以开放和平台思维，让更多产业链伙伴一起打造安全技术和语音控制技术，尽可能的将这些技术向更多领域推动。由此可见，中兴终端看到的更是产业的未来。

正是由于中兴在市场的超前性，在今年年初的拉斯维加斯国际消费电子展（CES）上，中兴获得了由美国国际数据集团（IDG）颁发的“2014—2015年度全球智能互联设备领先品牌Top10”、“2014-2015年度全球智能手机领先品牌Top10”、“2014-2015年度全球消费电子50强”和“2014-2015年度中国消费电子领先品牌十强”四个全球顶级品牌奖项。

也许正是由于上述中兴采取的内外有别，走前（海外市场）看后（国内市场）的“全球+”策略，让中兴在智能手机市场中从出货量和市场份额上落后于一些对手，甚至给业内其被边缘化的印象，但随着对手未来主要策略的趋同及产业趋势变成现实，中兴厚积薄发之力终将显现，这也是为何中兴将今年其智能手机市场的目标锁定在6000万的底气吧，当然最终能否变成现实，还要看中兴具体的执行力如何，毕竟从过往看，中兴的执行力始终是牵绊其将策略付诸实施最大的障碍。

来源：通信世界网2015年03月30日

解读华为企业业务商业市场架构：重点投入见成效

面对国内多达4000多万家企业，基础架构厂商在拓展市场方面肯定心有余而力不足，因此，依托渠道伙伴成为关键。华为企业业务将用户划分为NA（Name-Account）客户和商业客户，并将商业客户作为市场重点。

在近日举行的“华为合作伙伴大会上”，华为企业BG中国区销售副总裁杨萍表示，2014年华为商业市场销售收入同比增长了70%，预计未来5年商业市场的收入占比将达到企业业务中国区整体收入的1/3。

展望信息化浪潮激荡的2015年，云计算、大数据、移动互联网、社交媒体等新技术正在中国ICT市场加速应用和落地，ICT已成为助力所有行业实现转型的使能器和催化剂，中国政企行业ICT市场具有十分广阔的发展空间。为此，2015年华为计划持续加大市场投入，优化策略，做厚支撑，提高合作伙伴的积极性，促进企业市场的拓展。

政企市场分为两大部分

中国政企市场拥有众多企业，而且各行业ICT需求不尽相同。面对这样一个海量的、多样式市场，华为企业BG中国区如此布局：将这些客户分为NA客户和商业客户。

华为企业BG中国区销售副总裁杨萍介绍，NA客户主要是一些在全国、在行业以及区域性有一定影响力和辐射作用的客户，面向这些客户华为会投入一些自有人员，“包括客户经理、产品经理、服务经理、渠道经理”进行探索。

不过，华为在企业级市场坚持“聚焦”与“被集成”战略，随着对行业了解的加深，NA客户将会逐渐减少。“在2011年、2012年，华为有四五千家NA客户；在2015年，华为会将NA客户进一步减少到两千家左右。”杨萍表示。

NA市场之外的市场被华为定义为商业市场，商业市场拥有海量的用户，华为又进一步细分为商业细分市场和商业分销市场。为了针对商业客户提供更好的方案，华为将不同的行业按照各自属性划分为不同的领域，这就是商业细分市场。目前，华为把商业市场细分为政府、教育、医疗卫生、酒店楼宇和中小企业5个细分行业，并在这些细分市场推行“聚焦”战略，不断丰富和完善面向该行业的产品和解决方案。

另一个则是商业分销市场，这个市场注重产品的标准化，要求产品能够很方便地安装交付，这就可以通过分销渠道体系将华为产品铺设到离客户最近的地方，让用户能及时获取华为的产品和服务，快速满足需求。

华为企业BG中国区商业销售部部长郑瑞奎介绍，因为商业市场很分散，华为对其覆盖是有序地推进。通过多维度的细分行业洞察，华为会综合分析判断，然后选择细分行业中机会更大的价值市场，重点投入，优先覆盖。

未来发展规划三大目标

华为企业业务中国区对商业市场的划分和重点投入，支撑了市场的快速增长——2014年，华为商业市场销售收入同比增长了70%。

据悉，在政府行业，华为已经为所有省份的电子政务系统提供服务，2014年新增各级政府客户1700多家；在教育行业，华为年度增长率超过110%，服务超过280多家高校及450多家其他各类教育机构；在医疗行业，华为产品与解决方案已全面应用于政府卫生机构、医院及公共卫生系统，新增服务130多家三甲医院及250多家其他各类医疗机构；针对中小

企业，华为新增企业客户超过1600家，客户广泛分布在制造业、物流业、商贸连锁、能源、广电传媒及互联网等众多行业；在酒店楼宇行业，华为已经服务洲际酒店、喜达屋、凯悦、温德姆等国际顶级酒店集团，销售增长率超过80%。

但是，华为并不满足这样的成绩，面向未来，华为对商业市场提出了新的发展目标。杨萍介绍，首先，华为希望在商业市场上推出更领先的产品和解决方案；其次，华为希望成为商业市场的信息化领导者和客户首选合作伙伴；最后，华为企业业务中国区规划在2019年的收入中，商业市场要占1/3。

为了实现上述目标，华为企业业务计划继续坚持“聚焦”和“被集成”战略。因为这两个战略帮助华为实现合作伙伴数量迅速增长、市场业绩不断攀升。

在坚持大战略不变的同时，华为还会在渠道策略上不断优化，力图帮助合作伙伴实现4方面转型：第一，希望合作伙伴和华为从单纯的利益关系转向文化和价值观的认同；第二，希望合作伙伴从通路型向解决方案型转移；第三，希望合作伙伴从以前单纯卖华为的设备到卖设备+卖能力；第四，希望在转型的过程中，从以前服务客户的办公系统，慢慢转化为服务客户的生产系统。通过在上述4个方面的努力，华为在提高合作伙伴能力的同时，也能促使自身业务逐步增长。

最后，针对商业市场，杨萍表示2015年华为将持续加大市场投入，优化策略，做厚支撑。在品牌营销方面，华为会不断加大费用投入，大力优化各种品牌活动，持续提升品牌影响力。在业务策略方面，华为将出台专门的商业渠道激励政策和各种促销计划、项目报备、商机分享制度等政策，提高合作伙伴的积极性，促进企业市场的拓展。

来源：通信世界网2015年03月30日

千亿收购 O2 英国资产 李嘉诚拓展电信版图

3月25日，和记黄埔布公告称，已与西班牙电信运营商Telefónica, S.A. 订立股份购买协议，斥资92.5亿英镑（约1067.5亿港元）收购Telefónica, S.A. 旗下运营商O2在英国的资产。

这是李嘉诚近年来在电信板块规模最大的一次收购。去年7月份，和记黄埔出资7.8亿欧元收购了O2在爱尔兰的资产。在英国的收购完成以后，和记黄埔旗下欧洲3集团公司（下称“3公司”）计划将O2英国公司与3公司英国公司合并，用户规模扩大到近3300万，成为英国最大的电信运营商。

作为欧洲电信俱乐部较新的成员，3公司目前仍面临较大市场压力。“英国电信市场是一个饱和的市场，如果3公司英国公司的市场份额得不到快速提升，它在这块的价值就非常危险。”德国电信咨询公司中国区高级顾问谭炎明在接受《第一财经日报》记者采访时表示。

李嘉诚的电信版图

和记黄埔目前共有三块电信资产，3公司负责欧洲运营，和电香港负责在香港、澳门

的运营，和电亚洲业务分布于印尼、越南以及斯里兰卡。

和电亚洲是和记黄埔旗下用户最多的移动运营商，共拥有活跃用户5450万；3公司、和电香港分别拥有约1700万（截至此轮并购前）、320万用户，不过从资产规模上看，3公司是和记黄埔旗下规模最大的电信资产。

根据和记黄埔2014年业绩报告，3公司资产规模约2433亿港元，占和记黄埔总资产份额约1/4比例，和电亚洲、和电香港的资产规模分别约220亿港元、200亿港元。2014年，3公司共为和记黄埔创造了656亿港元收入，在和记黄埔4200亿港元总收入中占比16%，在英国、意大利、丹麦、爱尔兰等国家都建立自己的子网络。

2014年7月，3公司斥资7.8亿欧元收购了02在爱尔兰的资产，开始分地区并购02。和记黄埔表示，该合并业务已于2014年下半年提供业绩贡献，在2014年全年取得EBIT收支平衡。

并购02英国公司之前，英国本土共有四家主要移动运营商，包括EverythingEverywhere、沃达丰电信、02、3公司英国分部，其中EverythingEverywhere是英国本土市场份额最高的运营商，02、3公司英国分部分列第三、第四。

公开资料显示，02公司在包括英国、德国、爱尔兰在内的多个西欧国家建立了子网，2005年，02被西班牙电信巨头Telefónica以177亿英镑的价格收购。不过，由于债务规模扩张，Telefónica开始分批出售02公司资产，英国电信（BT）之前也曾有意愿并购02在英国的资产。

为保电信资产安全？

西欧国家电信资产整合由来已久，葡萄牙电信首席执行官ZeinalBava曾这样对媒体表示，“欧洲运营商正在同全球性大公司同台竞技。我们面前有两条路可选：一是扩大规模与之竞争，二是被迫退出这一市场。”

谭炎明在接受《第一财经日报》记者采访时表示，李嘉诚收购02英国资产的做法可理解为“强化在英国电信资产的安全性”。

2010年以前，沃达丰是英国本土最大的移动运营商，后来排名第二和第三的法国电信、德国电信合资成立了EverythingEverywhere将沃达丰挤下第一位置。实际上，3公司英国公司在英国的市场份额是个位数。

“3公司在西欧各国多有布局，然而市场份额都很低，而且是靠激进的‘廉价电信’市场策略存活，在市场上有被消灭的危险。”谭炎明对记者说，“如果在英国市场上进入安全期，和记以后可能会继续收购02在其他国家的资产，比如德国，这样一方面可以强化在英国资产的安全性，也可以继续扩大在西欧市场上的规模效应。”

不过，对于和记黄埔而言，即使完全将02纳入囊中，在欧洲市场也没进入前三位，前路还很漫长。“毕竟02只是西班牙电信的一个子公司而已。”谭炎明说。

出于财务考虑，欧洲电信公司目前并不愿意更多增加对昂贵的固定资产投入，这对和

记黄埔而言可能是一个机会。有数据显示，4G网络目前在欧盟移动网络中只占比3%。

来源：《第一财经日报》2015年03月26日

市场服务

【数据参考】

2015年1-2月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表

单位名称	企业个数	单位:万元					
		软件业务收入		（一）软件产品收入		（二）信息技术服务收入	
		本期累计	同比增 减%	本期累计	同比增 减%	本期累计	同比增 减%
合计	36452	54687615	15.8	17669981	13.6	27207707	17.6
北京市	2659	4969958	9.2	1784450	8	3057470	10.2
天津市	560	1451585	10.1	353124	13	718461	13.2
河北省	295	151013	45.2	34330	8.2	108160	65.5
山西省	149	16371	-3.9	9182	-7.7	6030	-5.3
内蒙古 区	55	66913	8.6	18362	5.9	48462	9.4
辽宁省	4206	4677444	9	1503515	8.7	2568562	9.1
吉林省	913	376800	12.8	98790	11	230280	14
黑龙江 省	435	115201	12.5	46819	9.9	57197	14
上海市	2600	4926395	17.4	1782100	14	2970055	20
江苏省	6482	9681263	15	2698324	13.2	3526291	15.7
浙江省	1443	3718354	21.5	1039434	3.1	2178550	33.5
安徽省	281	102752	22.3	48153	44.8	41237	3.8
福建省	1380	2246723	19.3	1223608	18.1	682357	20.6
江西省	99	69405	2.5	28078	62.4	39969	-14.3
山东省	2999	3979880	23.6	1530382	25.4	1703765	22.9
河南省	257	107209	9.8	43241	9.1	60458	10.1
湖北省	2401	1687268	12.2	500069	13.4	890328	12.4
湖南省	501	211577	15	105789	15	83583	15
广东省	4105	9996521	15.4	2666727	14.3	4685708	16.8
广西省	190	164414	7.8	79860	7.1	81876	8.5
重庆市	743	1498890	20.2	325788	21	915618	18.7
四川省	1514	2775352	15.6	1268269	10.8	1480995	20.8
贵州省	230	110275	22.2	44221	21	65649	23
云南省	79	32770	15.1	7508	70.6	24881	5.1
陕西省	1640	1477310	35.9	415750	35.7	921552	36.4
甘肃省	94	30175	27.7	6425	9.1	23083	36
青海省	22	1127	64.7	215	188.1	779	58.1
新疆区	120	44671	14.3	7468	76.1	36352	5.2

2015年1-2月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表(续)

单位:万元

单位名称	其中:运营服务收入		集成电路设计收入		(三)嵌入式系统软件收入	
	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	7737379	19.8	1810652	16.5	9809927	14.9
北京市	943662	22	34889	4.5	128038	3.5
天津市	24000	14.3	307527	13.8	380000	2.3
河北省	6706	24	59	-9.1	8523	22.9
山西省	1964	-7.6	228		1158	61.8
内蒙古区	14250	6.6	8	100	89	
辽宁省	405626	8.3	59211	9.3	605367	9.1
吉林省	1540	40	4		47730	11
黑龙江省					11185	15.5
上海市	1200000	20	431323	10	174240	10
江苏省	1135637	36	370680	30.8	3456648	15.8
浙江省	492779	16.7	43794	11	500370	18.7
安徽省	194	21	6274	-40.2	13362	21.6
福建省	368597	19.4	82747	25.2	340759	21.3
江西省	9774	15.5	69	30.2	1358	-64
山东省	419152	24.3	130605	21.9	745734	21.4
河南省	378	22.3	617	12.4	3510	14.3
湖北省	405442	3.3	2625	9.9	296871	9.5
湖南省	12508	15	522	8.3	22205	14.9
广东省	1791389	17.5	142779	13.6	2644086	14.2
广西省	17348	8.9			2678	6.2
重庆市	104922	26.3	3503	14.3	257484	24.9
四川省	307375	12	125720	8.5	26088	-11.3
贵州省	216	50	50	38.9	405	26.2
云南省	4074	34.4	202	-2.4	381	-5.2
陕西省	57278	26.8	63942	31.2	140008	32.8
甘肃省	5387	87	33	135.7	667	-12.2
青海省	153	16900			133	13.7
新疆区	7025	77.7	3241	22883.2	851	190.5

2015年1-2月电子信息产品进出口情况

一、进出口基本情况

2015年1-2月,我国电子信息产品进出口总额1887亿美元,同比增长3.1%;其中,出口1144.4亿美元,同比增长1.2%,占全国外贸出口比重为31.0%。进口742.4亿美元,

同比下降 1.4%，降幅比 1 月收窄 1.2 个百分点，占全国外贸进口比重为 29.9%。2 月当月，电子信息产品进出口均呈增长态势，出口额 531 亿美元，同比增长 18.6%；进口额 333 亿美元，同比增长 0.1%。

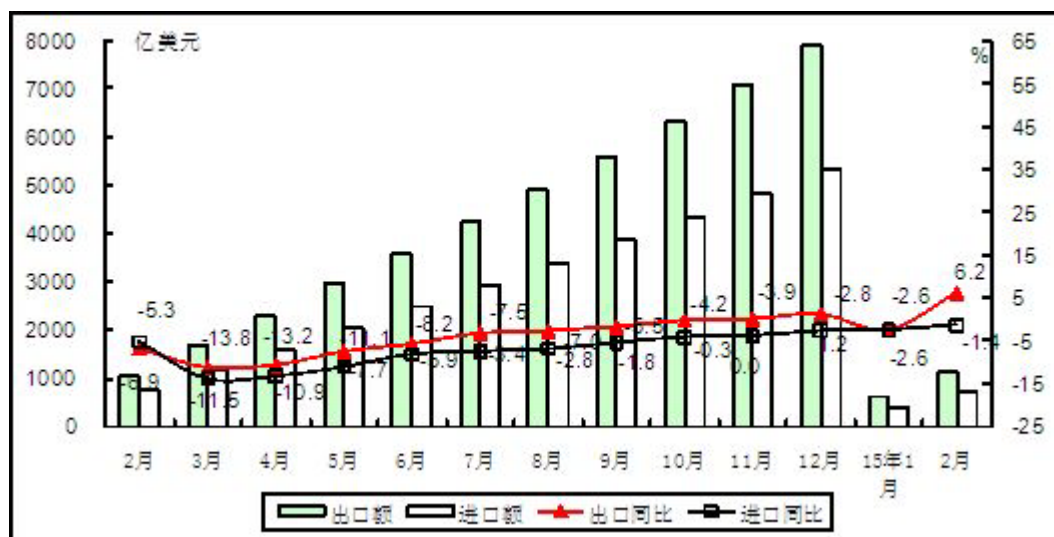


图 1 2014 年以来电子信息产品累计进出口额情况

二、行业涨跌不一，主要产品出口呈现分化

出口方面，除计算机（300 亿美元，-10.0%）；广播电视设备（11 亿美元，-8.7%）。其余类别均呈增长态势：电子器件（185 亿美元，7.1%）、通信设备（306 亿美元，20.1%）、家用电子电器（163 亿美元，10.9%）、电子元件（119 亿美元，15.4%）、电子仪器设备（50 亿美元，12.5%）、电子材料（11 亿美元，6.7%）。主要产品出口额前五位的产品依次是：手机（185 亿美元，27.4%）、笔记本电脑（96 亿美元，-17.1%）、集成电路（80 亿美元，7.0%）、手持式无线电话用零件（47 亿美元，15.0%）和液晶显示板（44 亿美元，0.4%）。

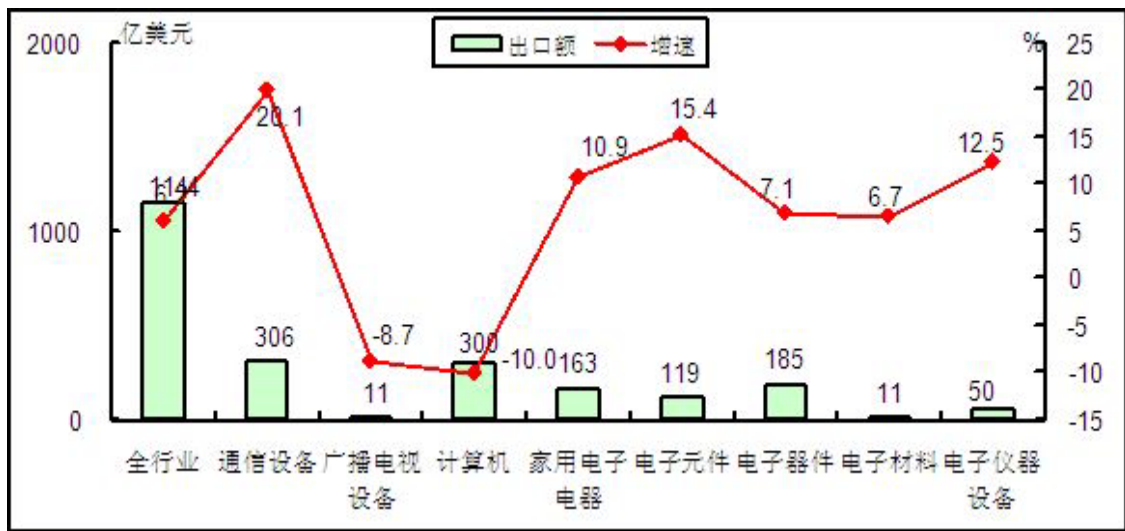


图2 2015年1-2月电子信息产品各行业出口情况对比

进口方面，电子器件（411亿美元，3.0%）、计算机（84亿美元，-9.4%）、电子元件（68亿美元，-4.5%）、电子仪器设备（67亿美元，-19.1%）、通信设备（69亿美元，10.4%）、家用电子电器（27亿美元，-0.6%）、电子材料（11亿美元，-7.0%）、广播电视设备（6亿美元，-7.2%）。主要产品进口额排前五位的分别是：集成电路（310亿美元，5.7%）、液晶显示板（60亿美元，-5.6%）、手持式无线电话用零件（45亿美元，8.2%）、硬盘驱动器（23亿美元，-8.6%）和印刷电路（19亿美元，2.1%）。

三、一般贸易出口增速保持领先

出口方面，一般贸易（291亿美元，27.7%），增速高于平均水平21.5个百分点，所占比重达到25.4%，比上年同期提高4.3个百分点；加工贸易（723亿美元，-0.8%）；其中：进料加工贸易（682亿美元，-0.7%）；来料加工装配贸易（42亿美元，-3.2%）。

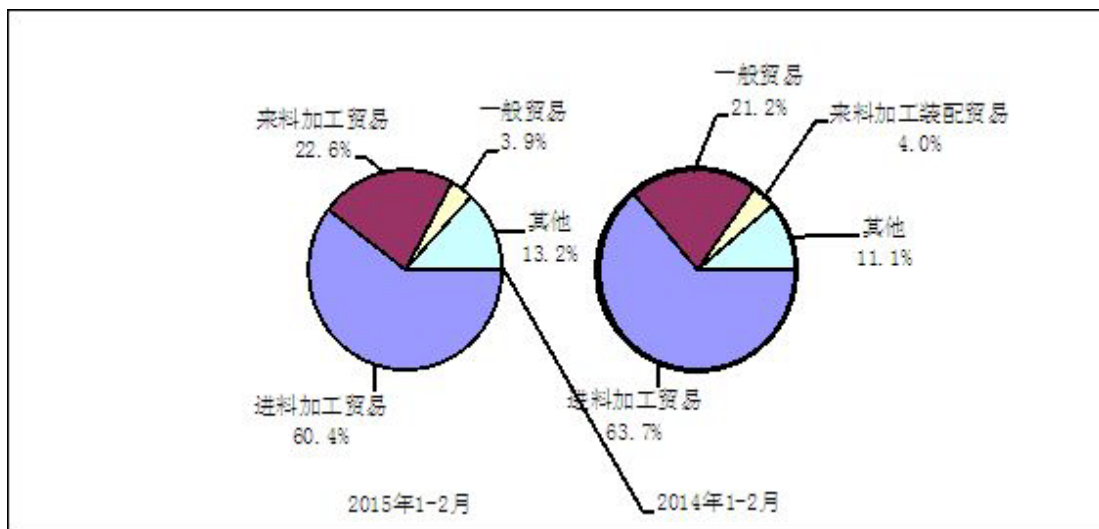


图3 2015年与2014年1-2月电子信息产品主要贸易方式出口份额对比

进口方面，一般贸易（194 亿美元，0.5%），增速高于平均水平 1.9 个百分点；加工贸易（391 亿美元，4.1%）；其中：进料加工贸易（335 亿美元，3.2%）；来料加工装配贸易（56 亿美元，9.6%）。

四、内资企业出口保持增长态势

出口方面，内资企业（320 亿美元，24.0%）；其中，民营企业（226 亿美元，29.9%）；国有企业（70 亿美元，14.6%）和集体企业（24 亿美元，5.4%）保持增长。三资企业（824 亿美元，0.6%）；其中，外商独资企业（616 亿美元，0.9%）、中外合资企业（204 亿美元，0.9%）、中外合作企业（4 亿美元，-41.9%）下降尤为突出。

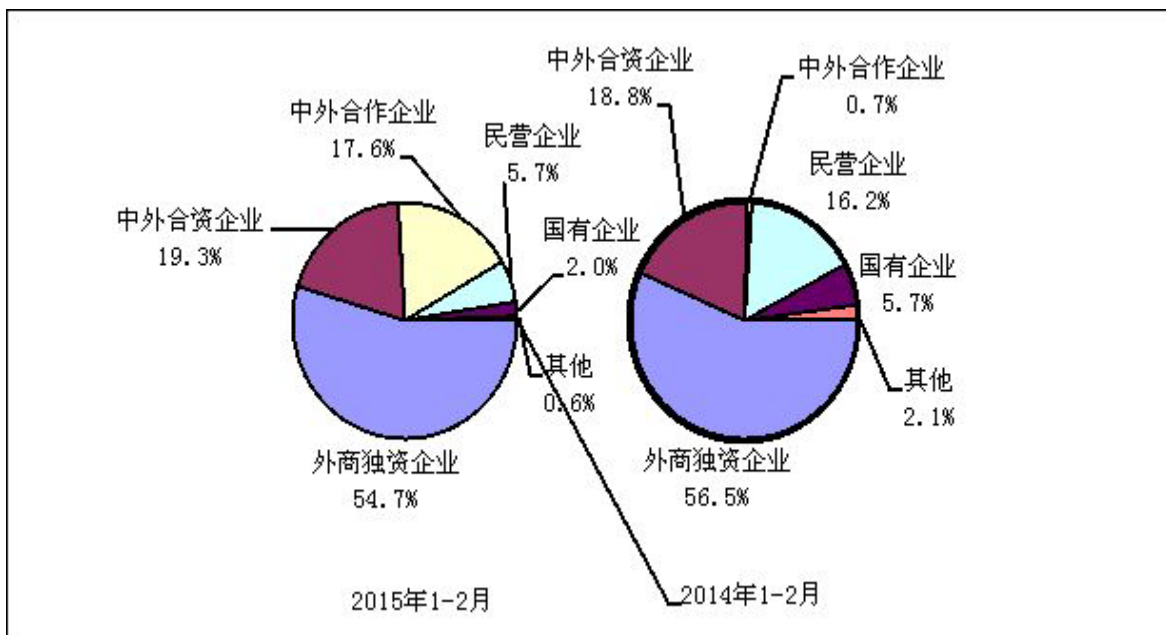


图 4 2015 年与 2014 年 1-2 月电子信息产品各类企业出口份额对比

进口方面，内资企业（192 亿美元，-2.5%）；其中，民营企业（146 亿美元，3.5%）。三资企业（551 美元，-0.7%）；其中，外商独资企业（413 亿美元，3.9%）；中外合资企业（137 亿美元，-12.9%）；中外合作企业（1 亿美元，-15.3%）。

五、对美及香港出口保持增长

出口方面，从主要贸易来看，对中国香港（273 亿美元，4.2%）；对美国（214 亿美元，12.8%）出口延续增长；日本（73 亿美元，-16.7%）出口持续大幅下降；韩国（67 亿美元，-2.4%）；荷兰（51 亿美元，-6.4%）。对欧洲市场（195 亿美元，-1.3%）。

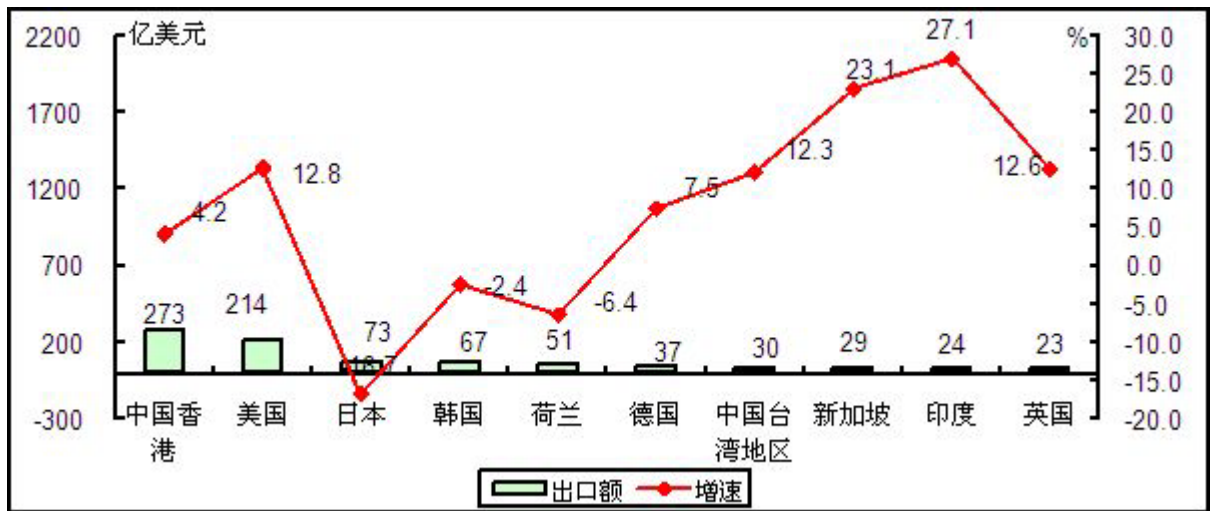


图5 2015年1-2月我国电子信息产品出口额前十位国家和地区情况

进口方面，韩国（158 亿美元，1.5%），其后五大进口来源地分别是：复进口（154 亿美元，-3.6%）、中国台湾地区（147 亿美元，5.7%）、日本（74 亿美元，-3.7%）、马来西亚（51 亿美元，0.9%）和美国（33 亿美元，-16.1%）。

六、主要省市进出口差异明显

出口方面，排名前五位的省市分别是：广东省（457 亿美元、5%）、江苏省（199 亿美元、4.9%）、上海市（135 亿美元、-3.2%）、重庆市（49 亿美元、15.6%）和浙江省（46 亿美元、27.8%）。内蒙古、贵州、山西等省份出口增长较快增速，均超过100%。

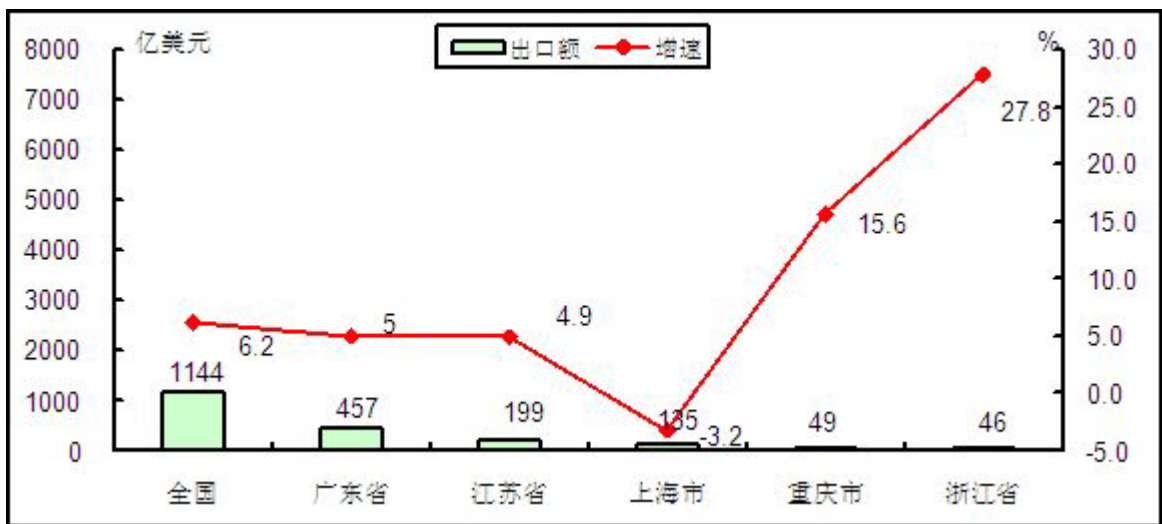


图6 2015年1-2月电子信息产品出口额前五位省市情况

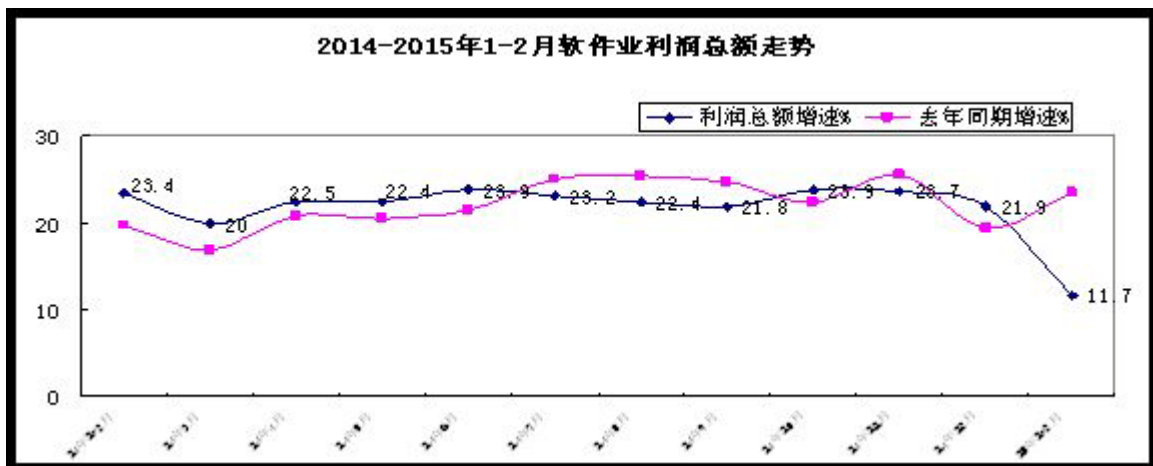
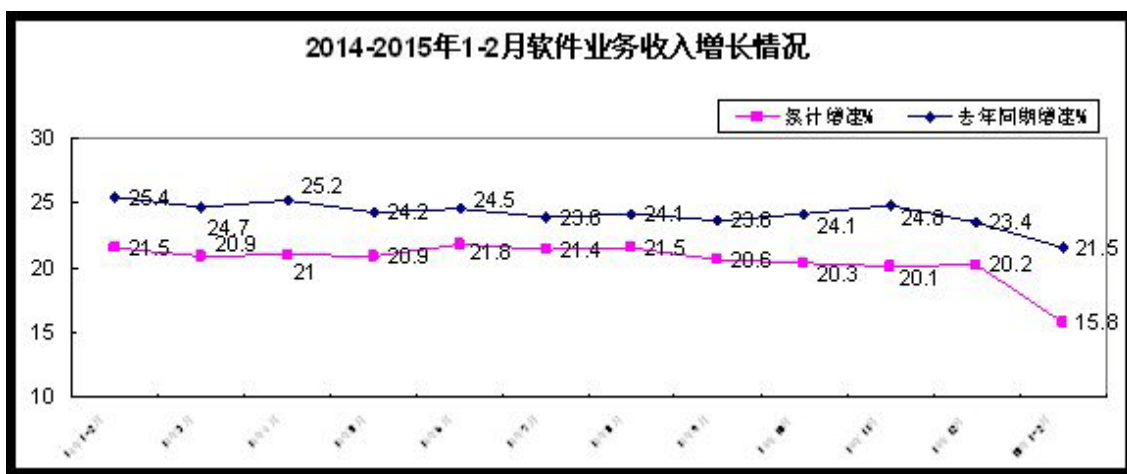
进口方面，排名前五位的省市分别是：广东省（276 亿美元、-6.1%）、江苏省（125 亿美元、2.6%）、上海市（116 亿美元、11.4%）、河南省（30 亿美元、49.3%）和山东省（28 亿美元、5.4%）。山西、贵州、广西等省份进口增长较快，增速均超过100%。

2015年1-2月软件业经济运行情况

2015年1-2月，我国软件和信息技术服务业增速明显放缓，软件出口低速增长，行业平均效益水平有所下滑，但信息安全及新兴信息技术服务领域保持向好。具体呈现出如下特点：

(一) 收入增长明显放缓，利润增速下滑

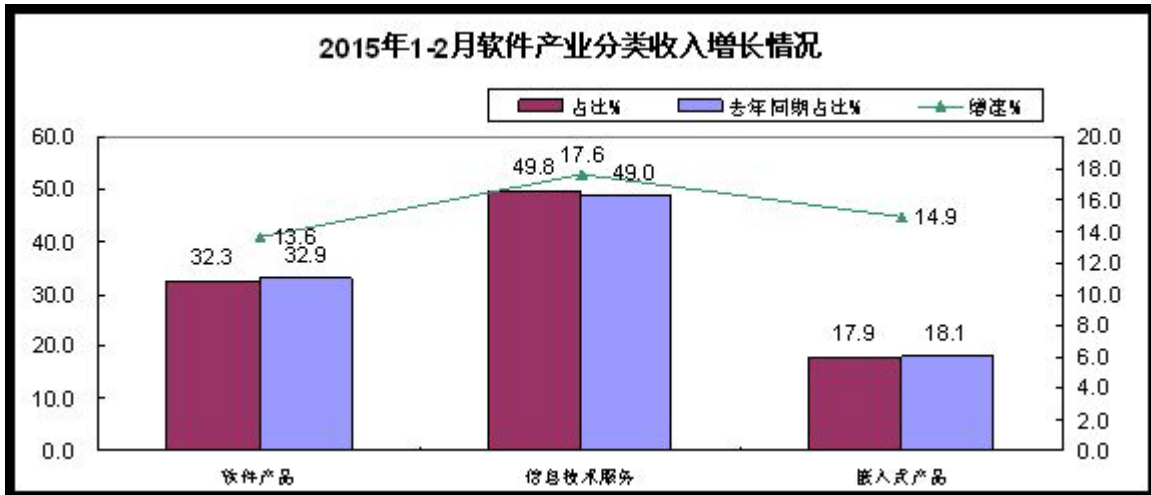
2015年1-2月，我国软件和信息技术服务业实现软件业务收入5469亿元，同比增长15.8%，增速比去年同期和去年底分别下降5.7和4.4个百分点。实现利润总额578亿元，同比增长11.7%，增速低于去年同期11.7个百分点，低于收入增速4.1个百分点。



(二) 各领域增速不同程度回落，信息安全、运营相关服务等增长较快

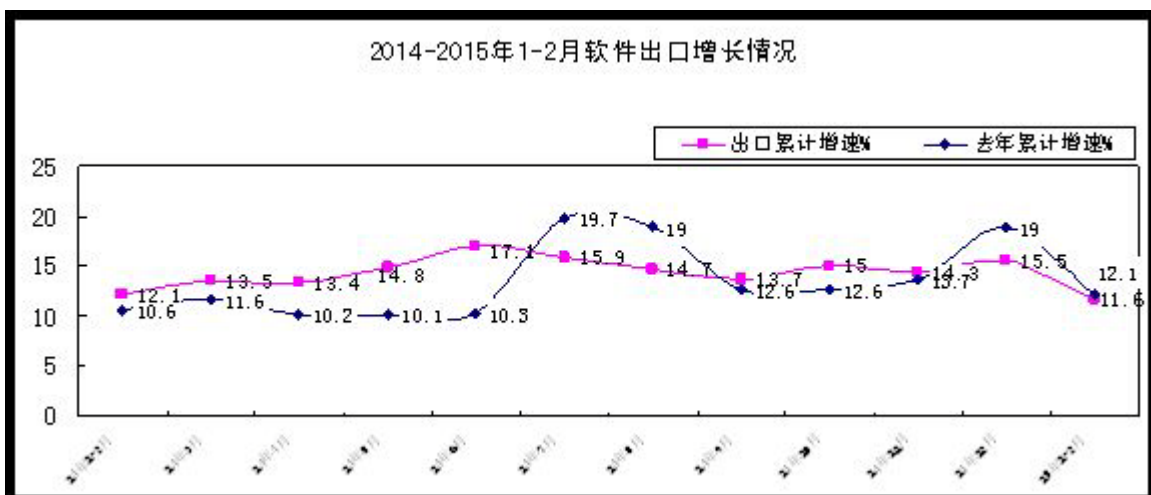
2015年1-2月，软件产品实现收入1767亿元，同比增长13.6%，增速低于去年同期7.2个百分点。其中，信息安全产品增长21.9%，高出全行业增速6.1个百分点。信息技术服务实现收入2721亿元，同比增长17.6%，增速低于去年同期3.7个百分点，占全行业

比重接近一半。其中，运营相关服务（包括在线软件运营服务、平台运营服务、基础设施运营服务等在内的信息技术服务）收入增长 19.8%；电子商务平台服务（包括在线交易平台服务、在线交易支撑服务在内的信息技术支持服务）收入增长 19.5%。集成电路设计实现收入 181 亿元，同比增长 16.5%，增速低于去年同期 4.7 个百分点。嵌入式系统软件实现收入 981 亿元，同比增长 14.9%，增速比去年同期回落 8.7 个百分点。



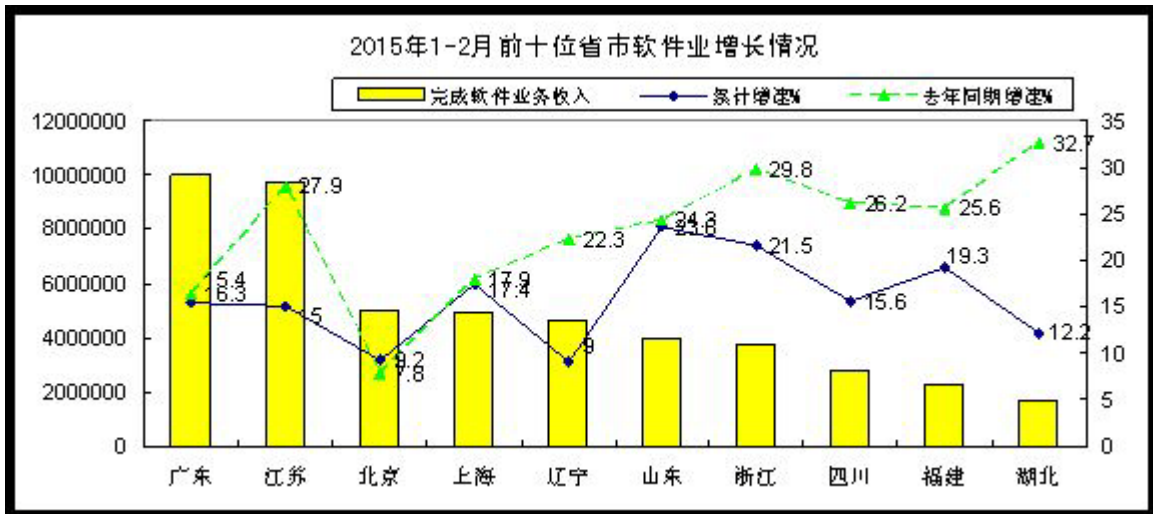
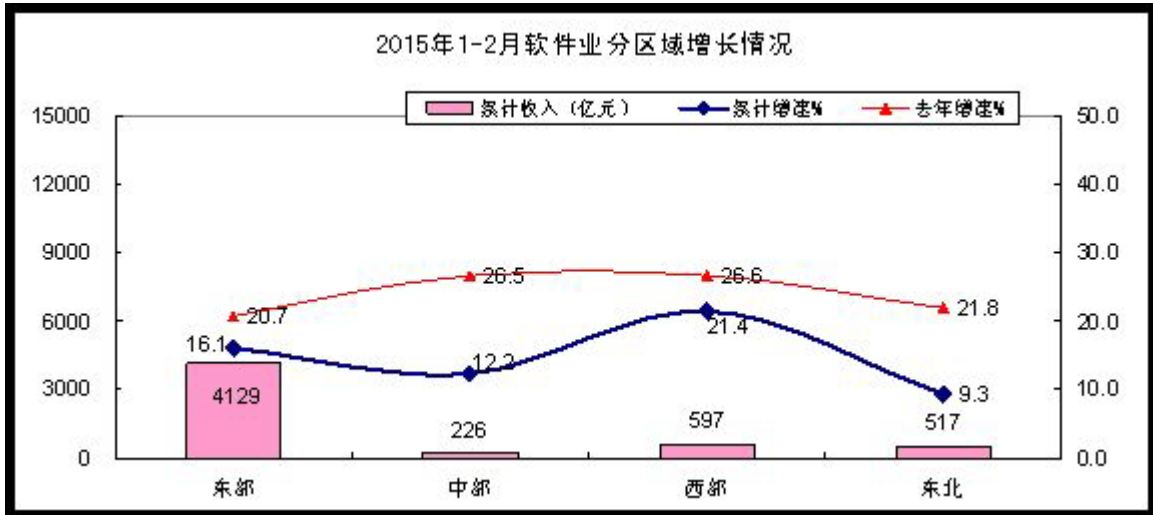
（三）软件出口持续不振，外包服务增速走低

2015 年 1-2 月，软件业实现出口 80.7 亿美元，同比增长 11.6%，增速低于去年同期 0.5 个百分点，低于全行业增速 4.2 个百分点。其中外包服务出口增长 8.2%，增速低于去年同期 10 个百分点；嵌入式系统软件出口增长 12.5%，增速比去年同期回升 2.2 个百分点。



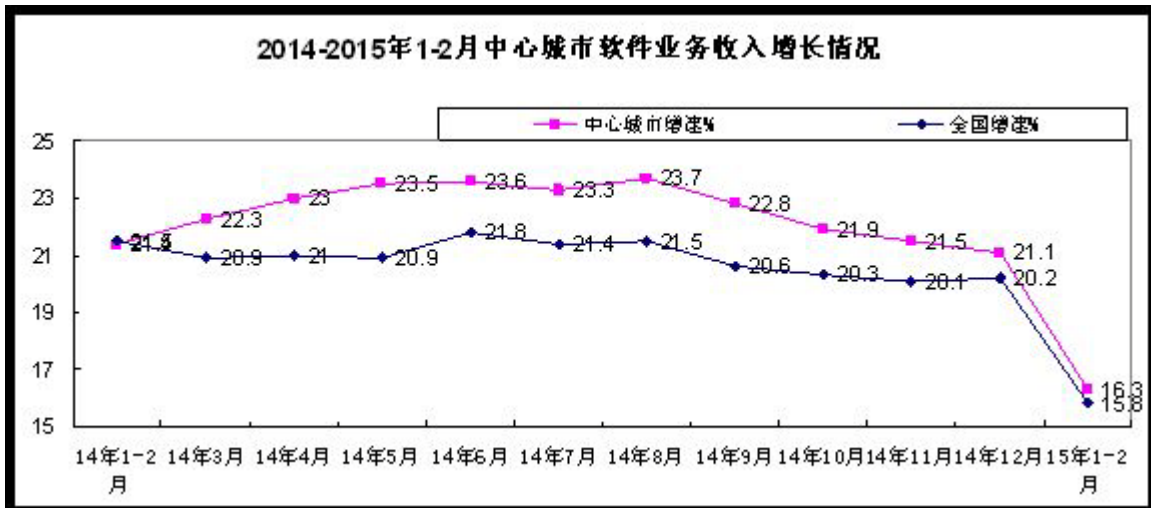
（四）西部软件业增势较快，中部及东北地区明显放缓

2015年1-2月，西部地区完成软件业务收入597亿元，同比增长21.4%，增速高出全国平均水平5.6个百分点，占全国比重上升至10.9%，其中陕西省增速超过30%；东部地区完成软件业务收入4129亿元，同比增长16.1%，增速比去年同期下降4.6个百分点，但仍高出全国平均水平0.3个百分点；中部、东北地区分别完成软件业务收入226和517亿元，同比增长12.2%和9.3%，增速比去年同期下降14.3和17.2个百分点。



（五）中心城市增速明显下滑，产业面临较大压力

2015年1-2月，全国15个副省级中心城市实现软件业务收入3134亿元，同比增长16.3%，增速低于去年同期5.1个百分点。除西安和济南增速有所提升，其余13个中心城市的软件业务收入增速呈持平或不同程度下调态势。中心城市的软件业务收入中，软件产品、信息技术服务和嵌入式系统软件产品收入分别低于去年同期7.2、4.4和3.2个百分点。



(六) 从业人员人数和工资总额增长趋缓

2015年1-2月，软件和信息技术服务从业人员平均人数超过460万人，同比增长7%，增速低于去年同期4.5个百分点；从业员工工资总额增长15.3%，增速低于去年同期1.8个百分点。

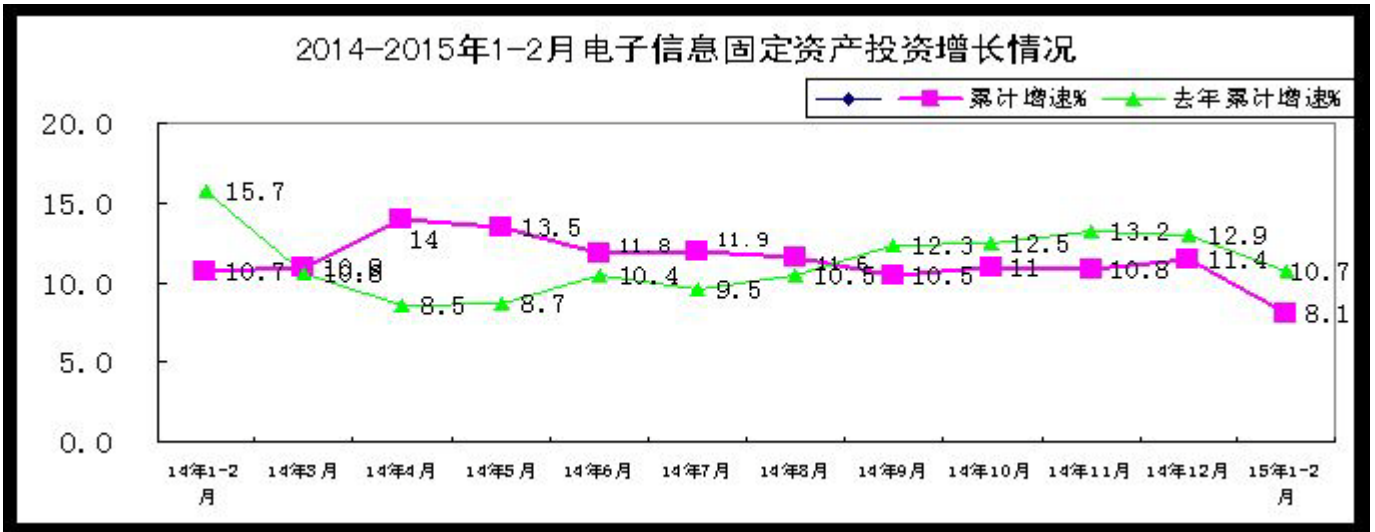
来源：运行监测协调局 2015年03月25日

2015年1-2月电子信息产业固定资产投资情况

2015年1-2月，电子信息产业固定资产投资增速下调到一位数，主要行业如电子元器件投资增速明显放缓，新开工项目不足，新增固定资产大幅下滑，外商投资低迷。主要特点如下：

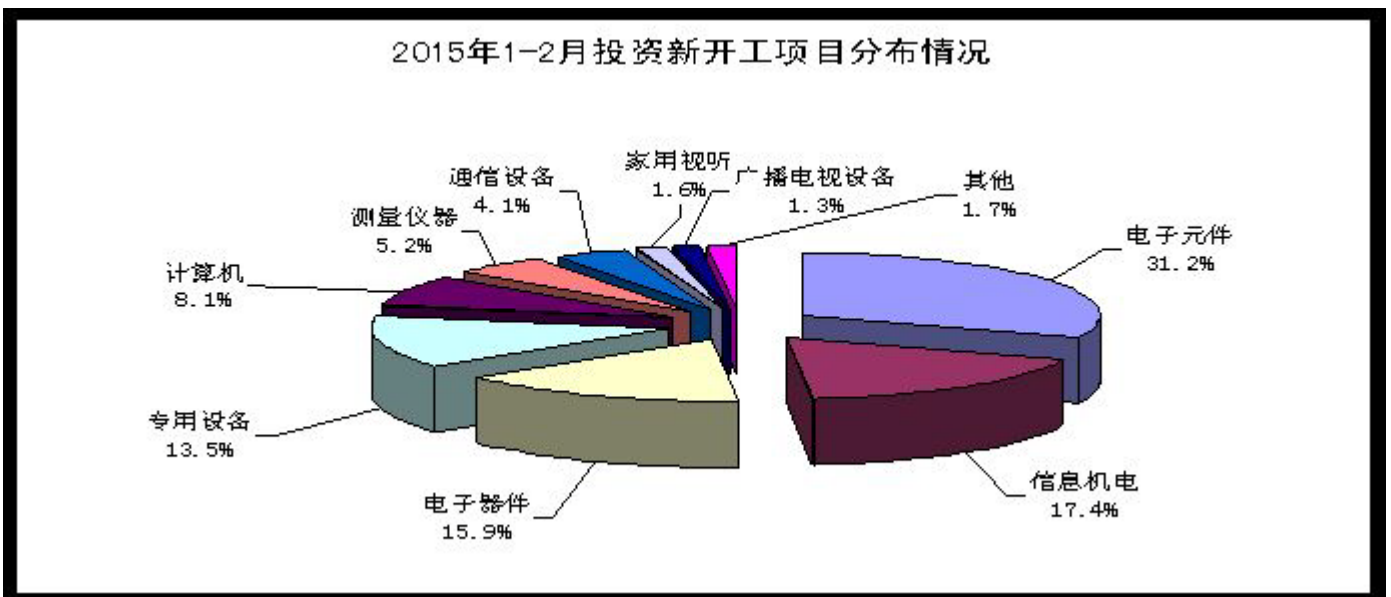
一、投资增长持续放缓，新增固定资产大幅下滑

2015年1-2月，电子信息产业500万元以上项目完成固定资产投资额1022亿元，同比增长8.1%，增速比2014年同期和年底分别低2.6和3.3个百分点，比同期工业投资低3.1个百分点。1-2月，电子信息产业新增固定资产283亿元，同比下降27.6%，增速低于去年同期(7.9%)35.5个百分点。



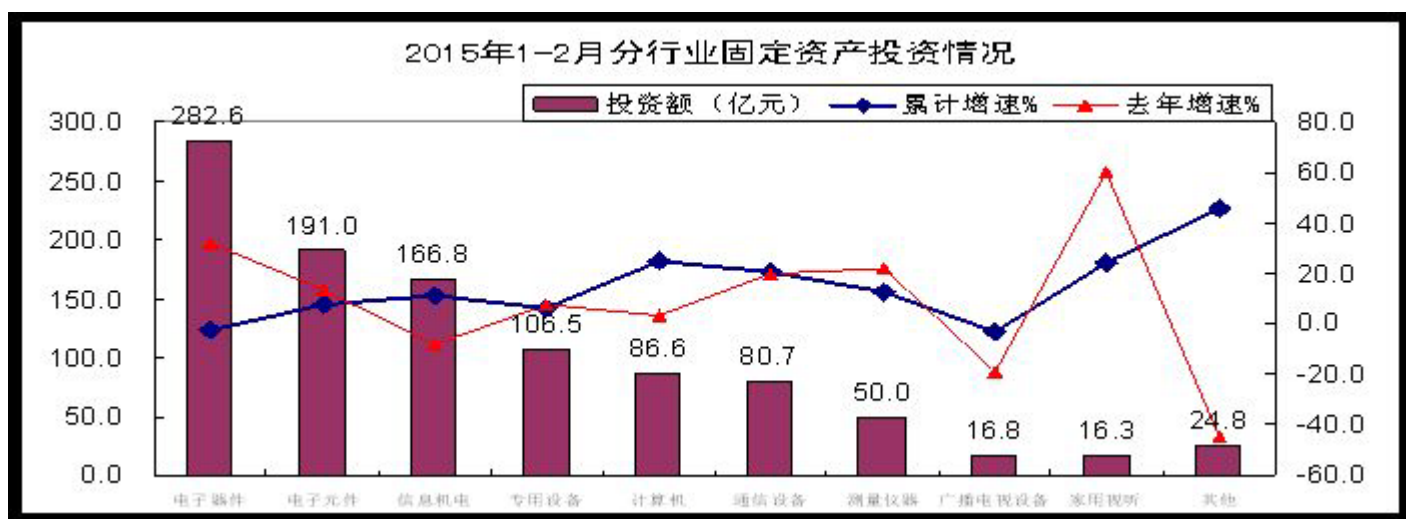
二、新开工项目持续减少，大部分领域项目数下降

1-2月，电子信息产业新开工项目829个，同比下降5.8%，增速比去年同期（16.2%）下降22个百分点；全行业计划总投资仅增长0.4%，增速比2014年同期下降4.6个百分点。分行业看，除专用设备和信息机电行业新开工项目保持增长外，其他行业项目数均不同程度减少。其中，信息机电行业的光纤光缆和光伏设备相关领域的新开工项目分别增长45.5%和64.9%，增势突出；整机行业如通信设备、电子计算机、家用视听新开工项目分别下降19%、20.2%和23.5%；电子元件和电子器件新开工项目分别下降0.8%和27.1%。



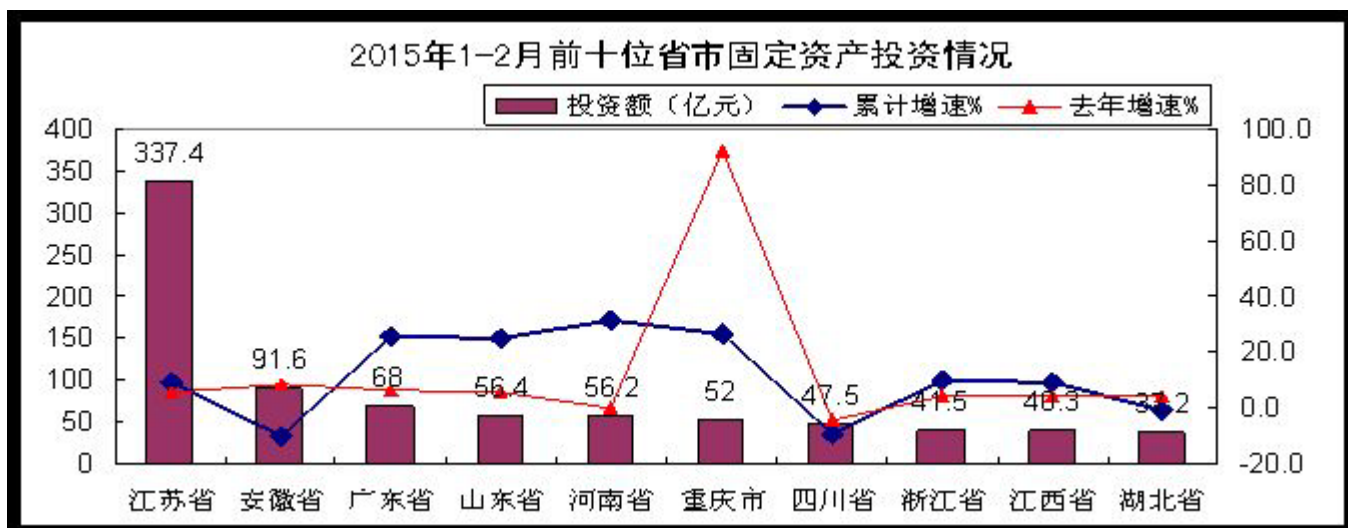
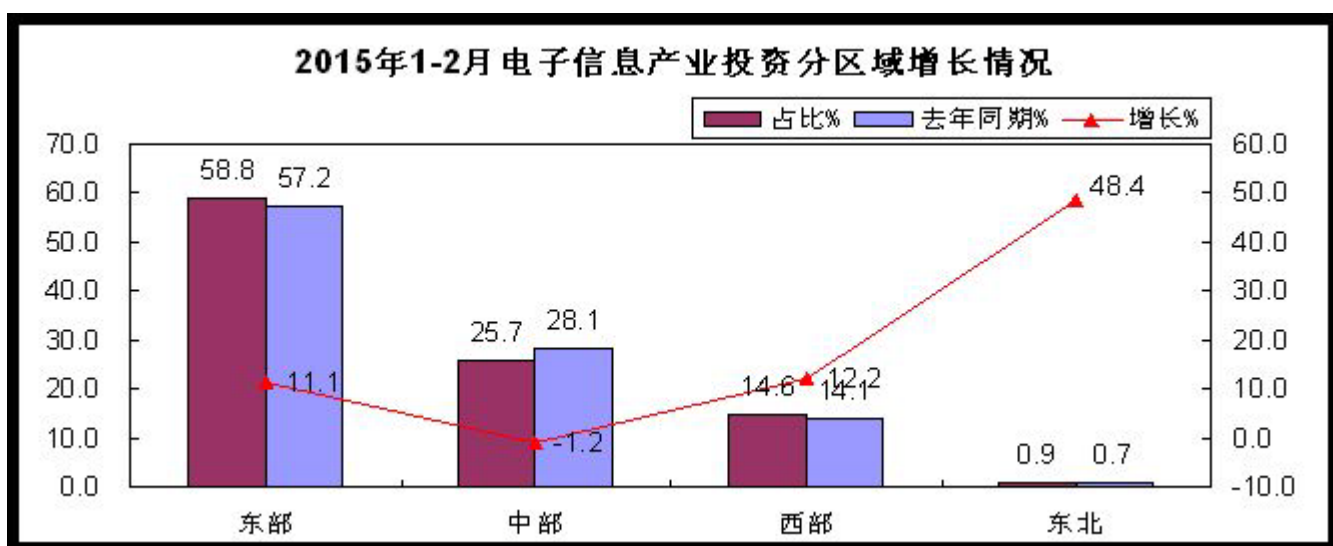
三、电子器件行业投资出现下滑，通信设备等行业投资开局平稳

1-2月，电子器件行业完成投资283亿元，同比下降2.5%，增速低于2014年同期34.4个百分点，其中集成电路和光电子器件领域分别完成投资62和201.5亿元，增长8.9%和下降2.8%，增速低于去年同期49.5和29.1个百分点。电子元件行业投资增速放缓，完成投资191亿元，同比增长7.8%，增速低于去年同期5.3个百分点。整机行业如通信设备、电子计算机和家用视听行业投资平稳，分别完成投资80.7、86.6和16.3亿元，同比增长20.3%、24.9%和24.1%。信息材料、光伏相关行业投资由负转正，同比增长55.1%和53.6%，增速提高87.2和105.8个百分点。



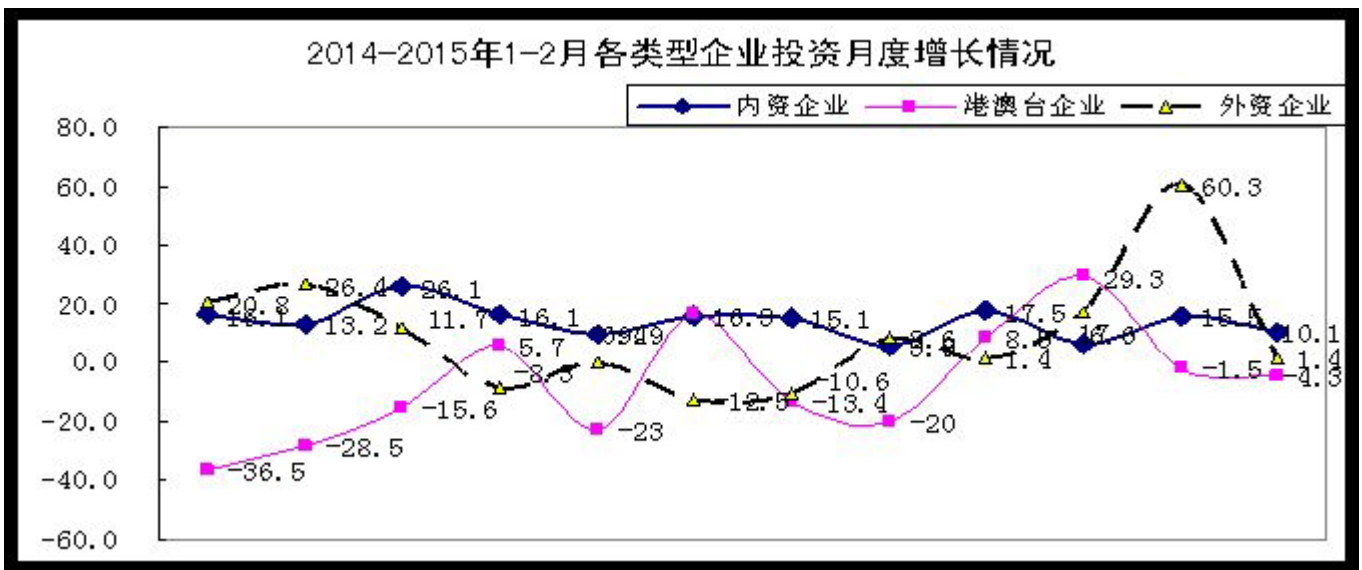
四、东部地区投资回升，中西部地区增长回落

1-2月，东部地区完成投资601亿元，同比增长11.1%，增速高于全国平均水平2.7个百分点，比去年同期提高5.8个百分点，其中北京扭转2014年持续下滑局面，增长227%；广东、山东投资增速提高到25%以上，但天津、上海仍持续负增长。西部地区完成投资149亿元，同比增长12.2%，增速低于2014年同期17.7个百分点，其中四川和陕西出现负增长。中部地区完成投资262.5亿元，同比下降1.2%，增速低于2014年同期15.6个百分点，其中安徽、湖南和湖北投资均出现下滑。东北三省完成投资9.3亿元，同比增长48.4%。



五、外商投资低速增长,内资企业特别是民营企业投资相对稳定

1-2月,外商企业累计完成投资124亿元,同比增长1.5%,增速低于去年同期19.4个百分点。内资企业完成投资839亿元,同比增长10.1%,增速低于2014年同期6个百分点,其中民营企业完成投资376亿元,同比增长29%,增速比2014年同期提高20.6个百分点;国有企业完成投资100亿元,同比增长21.3%,低于2014年同期71.4个百分点。港澳台企业投资继续下滑,完成投资59亿元,同比下降4.3%。



(注：文中所使用的数据来源于国家统计局)

海外借鉴

发力私有云 极进网络推安全 Wi-Fi 打包方案

美国极进网络于3月19日宣布针对私有云解决方案推出业内最完整的带有应用分析功能的安全移动解决方案，以满足2015年对利用高性能无线、业务分析和高度安全的网络访问云的需求。极进网络的全面解决方案整合了设备、软件以及许可证以提供移动性能并推动业务发展。从今年4月1日直到12月31日期间，极进网络针对Aruba和HP等现有客户，将该打包方案进行了打折销售。

极进网络为Aruba和惠普的客户提供强大且稳定的可替代解决方案。该解决方案可提供久经验证的有线和无线整合、应用分析、先进的策略管理和无线安全性，所有这些都是通过单一的界面进行操作管理的。

首席信息官们正指导其IT团队升级其传统的Wi-Fi网络以提升用户体验、利用应用分析提高生产力并确保安全性和合规。极进网络的全面解决方案通过整合有线/无线来满足这些需求，以应用分析来创建策略和合规并获取数据以帮助提升业务绩效。

极进网络的解决方案包括其屡获大奖的IdentiFi? 无线技术、NetSight? 统一管理系统，网络访问控制技术NAC，以及业内首个应用分析软件Purview。

关键点：

- 极进网络提供25个IdentiFi无线接入点、虚拟化无线控制器、针对网络管理的软件许可证、BYOD、网络访问控制、无线IPS和应用分析。

- 极进网络的IdentiFi无线是一个高度可扩展的解决方案，能为用户提供无缝、安全的网络服务。

- Netsight是一个统一管理系统，可为企业网络资源提供集中的可视化和企业网络资源端到端的精细控制。
- Purview从有线和无线边缘，向IT部门提供应用和网站使用的可视化和全面控制。
- 极进网络的移动IAM可利用NAC提供综合的、统一的BYOD解决方案。同时，极进网络的IdentiFi和Mobile IAM BYOD解决方案可交付个性化的且安全的用户体验。
- 极进网络的技术一直是由其获奖的客户支持中心——全球技术支持中心提供支持。
- 极进网络是美国国家橄榄球联盟（NFL）的官方Wi-Fi分析解决方案提供商。

极进网络首席营收官Jeff White表示：“该针对私有云的安全移动解决方案证明了极进网络是如何积极地在安全Wi-Fi移动性领域建立标准的。基于屡获大奖的网络技术，该打包解决方案不仅吸引那些受Aruba-HP状况影响的企业，而且能吸引全球范围内的医疗、教育、运动和娱乐、企业和政府用户。”

新英格兰爱国者球队（New England Patriots）内容出版副总裁Fred Kirsch表示：“我们与极进网络建立起来的合作关系完善了我们的粉丝在吉列体育场使用无线网络的体验。极进网络IdentiFi、交换机、管理和Purview分析技术的结合为我们提供了一个带有完整可视性和控制的端到端的网络解决方案。由极进网络提供的这个安全、可扩展且易于管理的网络已经超越了我们想要给予粉丝他们所期望的连接性的目标，我们期望继续保持与极进网络的合作关系。”

Milton Hershey学校网络电信高级经理Matt Hess表示：“自从Aruba迁移到极进网络的IdentiFi无线和安全解决方案后，产生了非常好的效果。我们学校利用基于角色的访问为校园里的250座大楼提供无缝Wi-Fi连接。我们部署了极进网络整合的策略为广大师生带去他们需要的性能，同时也维护了网络安全性。极进将所有的技术集成到一个易于管理的解决方案中，超越了我们的期望。”

美国奥罗罗伯特大学首席信息官Michael Mathews表示：“可靠、安全及简化的Wi-Fi连接是学生们在校园里首要寻找的，而学校应该为学生提供此项服务。当我们寻找一个网络供应商来完成该项工作时，我们需要寻找一家能够提供综合、安全无线网络解决方案的公司，它能为我们带来完美的网络表现。极进网络不仅满足了我们的需求，甚至超出了我们的期望。我非常自信的说，通过极进网络，美国奥罗罗伯特大学在网络性能、安全、管理和支持等方面均取得了显著的成绩，而这些是采用其他供应商提供的昂贵的解决方案所无法达到的。”

来源：通信产业网2015年03月25日

英国政府公布网络安全学徒计划

英国内阁大臣弗朗西斯·莫德近日公布了一系列鼓励年轻人加入网络安全事业的举措。按照英国的国家网络安全计划（National Cyber Security Programme），英国政府将与多方组织合作提供一定数量的学徒培训机会，从而增加公务员队伍中网络专家的数量。

量，同时还将在继续教育和高等教育中设置网络安全培训课程。

英国政府在公务员快速通道学徒项目（Civil Service Fast Track Apprenticeship Scheme）中增加了网络安全培训，并且在科技雇主合作平台（Tech Partnership）的支持下创建了网络安全培训框架。科技雇主合作平台是一个由企业雇主搭建的网络平台，致力于加速全球数字经济增长。该平台的网络专家学徒培训计划旨在将年轻一代培养成网络入侵分析师，并输送到网络安全运行岗位。该培训计划首批招募工作有望于2015年秋季启动。

为鼓励继续教育学院和学校重视网络安全教育，英国还推出了一些教育计划。从2016年9月起，网络安全知识技能将成为取得计算机及数字化相关的继续教育资格证书的关键考核因素，这意味着16~19岁的学生如果选择此类专业将接受网络安全方面的基础知识教育。此外，从2016年起，英国工程技术学会将网络安全列为学士学位课程的必要组成部分。此前，英国计算机协会已经将安全方面的课程列为获取计算机领域学位的必要学科。

来源：《人民邮电报》2015年04月01日

电子商务在发展中国启航

据联合国网站发布的消息，根据联合国贸易与发展会议3月24日公布的《2015年信息经济报告》，在全球130个经济体当中，小型欧洲国家在“企业对消费者电子商务”上是最发达的，但发展中国家正在以很快的速度迎头赶上。中国实际上已经成为全球最大的“企业对消费者电子商务”市场。

位于《2015年信息经济报告》“企业对消费者电子商务”（B2C E-commerce）指数名单前十位经济体依次是卢森堡、挪威、芬兰、加拿大、瑞典、澳大利亚、丹麦、韩国、英国和以色列。

在发展中国家和新兴经济体中，排在前面的经济体都在东亚，包括韩国、中国香港和新加坡。与此同时，就实际上网购买率而言，人口大国巴西、中国和俄罗斯的表现好于预期。中国实际上已经成为全球最大的“企业对消费者电子商务”市场。

目前全球“企业对消费者电子商务”的总额每年在1.2万亿美元左右，比起“企业对企业电子商务”（B2B E-commerce）每年高达15万亿美元的交易额要小得多，但是“企业对消费者电子商务”正在迅速发展，尤其是在亚洲和非洲。

发展中国家和转型经济体预计到2018年将占全球“企业对消费者电子商务”的40%左右，与此同时发达国家的份额将从70%降至60%。

报告也分析了发展中国家发展“企业对消费者电子商务”面临的制约性因素，例如在拉丁美洲和加勒比地区以及亚洲和大西洋地区，将邮政服务延伸到家庭至关重要，而在非洲，电子商务的发展受制于互联网的接入率很低。

报告指出，随着发展中国家提高互联网接入率、创造新的电子商务软件平台以及支付手段，并且使地方电子商务公司能够为当地市场提供适销对路的产品与服务，将会进一步促进这些国家“企业对消费者电子商务”的扩展。

来源：《人民邮电报》2015年04月01日

欧盟细化数字化单一市场战略

欧盟委员会日前公布了建立数字化单一市场的相关战略，确定了三大关键领域，以便消除数字服务应用的障碍。但欧盟也表示，建立数字化单一市场并不是一件容易的事。

欧盟此次确定的三大关键领域是：提高数字化商品和服务的易用性；培育新网络部署；打造基于标准化、兼容平台的数字经济。“让我们消除掉所有阻碍在线发展的围墙。”欧盟数字化单一市场副主席Andrus Ansip在一份声明中说。他警告称，太多的在线服务被国界抑制了发展。

欧盟试图通过一系列举措推动跨国活动发展，比如更新版权法，确保创作者和使用者之间利益的平衡，简化税务法规以鼓励小型企业在更多国家开展业务。对中小企业来说，处理外国税收规定在成本和复杂性方面是一个主要问题。据估计，由于要求不同带来的增值税方面的成本约800亿欧元。欧盟希望成员国能释放更多适用于移动业务的频谱，通过让消费者更明确获知个人信息的使用情况建立在线服务的诚信体系。此外，欧盟还希望大数据和云计算能够在在线服务中广泛应用，并保证公民有使用这些服务必备的数字化技能。另据媒体报道，欧盟此次细化了部分内容，包括使跨境电子商务更加便利，统一消费者和合同条款，提高送货效率，降低货运价格等。

欧盟数字经济委员奥廷格称：“如果28个成员国在电信服务、版权、IT安全、数据保护等领域各自施行不同的法规，那欧盟就不可能在数字革命中走在前列。我们需要一个可以让新商业模式繁荣、初创企业成长、行业受益于物联网的欧洲市场。”

来源：《人民邮电报》2015年04月01日

英国电信携低价 4G 业务回归

阔别移动市场13年的英国电信（BT）终于回归了。3月25日，英国电信对外公布其消费者4G业务的定价细则。近年来，英国电信周密布局，先是巨资竞拍4G频段，后又大手笔购入英国移动龙头企业EE，让外界对于该公司的移动业务充满好奇。在此次公布的细节中，记者发现，英国电信此次回归颇有深意，与很多企业不同，英国移动的4G业务更多地强调同现有宽带、视频等业务的联动发展，初步看来，英国电信的初期4G战略是主打融合牌。

英国电信的这项新业务名为“BT Mobile”。原则上来说，这项业务目前采取的是MVNO模式，即利用英国移动运营商EE的网络运行业务。但英国电信不久前以125亿英镑的价格收购了EE，如果交易顺利完成，那英国电信不久就将真正拥有自己的移动网络。从公布的细节来看，该公司面向消费者的4G业务采取捆绑形式，初期推出了三款套餐：现有BT宽带用户可选的最便宜套餐仅需每月5英镑（约合45.8元人民币），可享受500MB 4G数据、不限量短信及200分钟通话；每月12英镑（约合110元人民币）的套餐含2GB 4G流量、不限量短信及500分钟通话；最高档的20英镑（约合183.4元人民币）套餐则包含20GB 4G流量、不限量短信和通话。如用户并未订购BT宽带，这三种套餐对应的月费则分别为10英镑、17

英镑、25英镑。可以看出，英国电信在设计4G套餐时刻意强调了和近年来主力发展的宽带业务的联动。对于用户来说，英国电信的新套餐有两个很有诱惑力的卖点：一个是可以不限量接入英国电信的WiFi网络，再一个是可以免费观看其体育节目。如果用户想购买新的手机，英国电信商店现有正在热销的4款4G手机，最低售价为99英镑。

值得注意的是，英国移动通信市场竞争异常激烈，近年来又经过数次整合。因此，市场口碑对于企业至关重要。加之作为一名后来者，英国电信初入市场也需格外注意，为此该公司特别强调了颇具特色的卖点。英国电信消费者部门首席执行官约翰·彼特这样说：

“这些超值的套餐是我们为BT宽带家庭表示感谢的一种方式。我们以全新的方式提供移动套餐，不仅是数据、通话时长以及短信服务。”比如用户订购套餐可不与手机绑定销售即纯SIM卡套餐，英国电信强调自己拥有英国最广泛的网络覆盖，在英国全境有多达500万个WiFi热点，可提供体验极佳的4G/WiFi混合服务；通过BT体育应用可以免费观看体育频道；一个家庭账户可同时订购5个优惠套餐，以单个账单缴费，并可为家庭成员设置消费上限，以避免天价账单等；4G用户依旧可使用现有的2G/3G手机；不用改签合同即可更换套餐；父母可对未成年子女的套餐进行管制等。

英国电信称，此次公布的4G套餐只是集团移动战略的第一步，在接下来的几年还会有更多动作。预计在收购EE的交易完成后会宣布更多令消费者获益的细节。但从以往英国电信的多次表态来看，推出移动业务更多的是为其融合业务战略铺路。英国电信首席执行官Gavin Patterson在评价收购EE的交易时就曾明确道出了交易的目的：“这是英国电信的一个重要里程碑，使我们能够加速移动战略并增加用于移动领域的投资。今后，英国最大的4G网络将同英国最大的光纤网络结合，这有助于（英国电信）在英国推出领导性的融合通信业务。”

专业咨询机构Ovum公司的分析师Steven Hartley也持类似观点。他认为，英国电信的新业务不会改变英国移动通信市场的格局。“英国市场正在变成典型的四合一业务市场，为此运营商们需要做出应变。”

英国电信监管机构Ofcom的调查显示，在英国仅有2%的个人用户使用四合一服务，比例远远低于荷兰和西班牙。而就是这区区2%的用户，就为TalkTalk带来了丰厚回报。该公司近日公布的财报显示，其最新推出的四合一服务增长强劲，已贡献了三分之一的收入。由此，也证明了这一市场的巨大潜力。

市场研究机构CCS Insight近日发布的一份调查报告也提供了数据的支撑：英国消费者已经做好拥抱多合一服务的准备。CCS Insight表示，随着人们拥有更多的终端，这一需求还会增长。“显然，消费者喜欢多合一服务，在尚未签约多合一服务的用户中有超过40%都表示会考虑签约这一业务。”

来源：《人民邮电报》2015年04月01日

三星首次展示智能医疗新技术

26日在海南开幕的“2015年博鳌亚洲论坛”上，三星首次展示了包括智能健康在内的未来新技术。本次以“亚洲新未来”为主题的博鳌论坛，将吸引2000多人参加。

“利用智能手机、可穿戴设备、生物工程处理、以及感应器的健康医疗软件应用系统和服务，构建手机健康医疗生态，这是我们的目标。”27日，三星将举办以“智能医疗与可穿戴设备”为主题的论坛，三星电子首席战略官孙英权（Young SOHN）认为，随着生物工程处理、可穿戴感应器、基因组、云，以及数据分析等急速的技术发展，改变了健康医疗的提供方式，已达到了预测疾病保持健康的高度，减少了健康医疗的费用。三星数码健康平台是构建自身健康管理的创新生态系统，带来了新的商机。

三星把这次博鳌论坛作为展示“领先未来技术和产品的平台”，推出了展览馆、智能健康及可穿戴论坛，以及大型户外广告等各种展示活动。

为了让参会者了解智能健康的概念以及对客户的价值，三星通过大屏幕显示器，播放测试运动、饮食、睡眠等日常健康管理，以及测血压、脉搏、血糖的说明视频。在三星展区，还展示了利用生物工程处理器、SimBand、Gear、S-Health应用组成的“三星智能健康生态系统”。

尤其值得一提的是，在世界移动通信大会上亮相的Galaxy S6，将与智能健康产品相连接，参观者可以直接试用。

在三星“智能医疗与可穿戴设备”为主题的分论坛上，三星方面表示，将通过与IT行业及医疗机构合作，借助IT工具构建自身健康管理系统，从而加速“数码健康”时代的到来。

实际上，三星与美国糖尿病管理服务企业已经开始合作，正在研究进入手机健康医疗市场。三星将来也会强化与保险公司、制药厂、医院的合作，面对老龄化社会的到来，寻找降低医疗费用的最佳解决方法。

在今年的博鳌论坛，除了三星外，还有上海通用（GM）、茅台酒、腾讯、海南航空等都以正式赞助商的身份参加。

来源：《新京报》2015年03月27日

荣耀加速扩张发力印度市场 2015 销量目标增长 7 倍

印度网友也有众望所归的手机了！荣耀旗下两款爆款产品荣耀6Plus、畅玩4X，于3月24日正式在印度发布，分别售价26499、10499卢比，折合人民币分别约2649元、1048元。旗舰机型加上吸引力的价格，以及印度头号男星阿布舍克·巴强的助阵，迅速引发印度媒体及网友们的热切关注，从印度市场反馈，这堪称是印度在2015年最具引爆力的两款机型。

据悉，这是荣耀发力印度市场的重要一步，2015年荣耀在印度的目标销量要增长7倍，并成为印度第一互联网手机品牌。而荣耀6Plus、畅玩4X两大爆款作为先行军，将一举引爆印度市场。

为实现这一目标，荣耀2015年在印度将投入1000万美金来推动荣耀品牌和产品的发展，建立印度本地化营销团队，并建立印度官方网站honor.in，为用户提供更极致的服务和体验。

在整体战略上，荣耀依然坚持以产品为核心，为用户提供极致的产品体验和服务。硬件方面，荣耀通过拥有顶尖品质的产品满足用户需求，如此次发售的荣耀6Plus拥有全球首创的仿生平行双镜头，能拍出如单反相机一样的背景虚化照片；5.5吋1080P JDI 顶级负向液晶屏，麒麟925超八核CPU，3GB RAM、3600mAh大容量电池、NFC等顶级配置，在全球旗舰机中都属一流。畅玩4X则是千元档首款支持移动/联通/电信“4G+3G+2G”真全网通手机，64位4核处理器+2G RAM，5M+13M前后置高清摄像头，3000mAh大电池72小时长续航，5.5吋全贴合高清黑瀑布屏，等综合配置，在千元机中无出其右。两款机型在国内好评率超96%，是产品品质的明证。

软件方面，荣耀将保持EMUI软件每月的优化升级，在班加罗尔研究所，荣耀有超过200人的团队在做手机版本的开发，将每月为用户提供一个优化版本；售后方面，荣耀特别提供延保服务，在印度所有购买荣耀6Plus、畅玩4X的用户可以享受3个月延保，还有一个月免费屏幕保修，用户可通过官方网站，官方热线及售后网点享受维修服务，荣耀在印度拥有75个城市的100多个售后服务点，保证良好的线下服务。

荣耀也将在印度构建开放、多元、共赢的生态圈（honor league），通过整合全球顶级的技术资源（Google、Facebook、Twitter等），及印度当地市场伙伴的合作，为用户提供更加快捷便利的服务，让用户更加迅速的接收到全球的信息网络，而此次荣耀将与印度最大的线上电商平台flipkart合作，作为荣耀6Plus、畅玩4X线上销售的主要阵地。

此外，荣耀还将通过多种方式与印度年青人保持沟通，取得他们认同。荣耀在印度积极履行企业社会责任（CSR），设立华为荣耀基金：每出售一台荣耀6plus和一台荣耀4x手机，将有0.1美金进入华为荣耀基金，用于奖励那些初创企业和个人，助力他们在ICT技术方面的推广，同时他们也有机会进入honor league中的全球顶级IT企业发挥自己的才能。此外，荣耀还在线上广泛的与用户互动，征询他们对产品的需求并进一步改进产品。

华为荣耀总裁赵明在发布会现场表示，荣耀将通过更快更准确的用户洞察，通过致敬极致科技，力主打造“勇敢者”产品，不断创新的用户体验，使用户获得最佳的使用体验，并通过打造互联网生活的完整生态链，帮助人们更简单便捷的接入数字生活；荣耀同时将保持与“数字原生代”受众的沟通，并致力于与他们一起，实现他们的梦想。“今年荣耀将在全球市场大举扩张，2015年，我们的目标是实现海外销售增长的4倍。”赵明指出。

对于荣耀来讲，2014年半年进入57个全球市场，已经使荣耀成为互联网手机的领导品牌。2015年，荣耀将战略投资1亿美金用于全球拓展，加速领航，巩固其全球互联网手机领导品牌的地位。据悉，荣耀将重点在14国拓展建立荣耀分支机构（英国、德国、意大利、法国、西班牙、港澳台、新加坡、马来西亚、泰国、印度、印尼、俄罗斯、美国、墨西哥），

在全球范围内建立供应链网络；并将于2015年上半年，进入美国。

来源： 通信世界网2015年03月25日