

# 行业信息监测与市场分析之

## 信息产业篇



目录

快速进入点击页码

**产业环境** ..... 3

**【政策监管】** ..... 3

        国务院办公厅关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见..... 3

        国务院常务会议确定大力推进大众创业万众创新的政策措施..... 7

**【发展环境】** ..... 8

        工业互联网呼唤“无处不在的网络” ..... 8

        大数据火了，运营商如何避免坐拥金山卖苦力？ ..... 9

        SDN 扑面而来，运营商真的准备好了吗？ ..... 11

        云计算产业进入普及期新政或密集出台..... 12

**运营竞争** ..... 13

**【竞合场域】** ..... 13

        中国联通推出九大举措落实“互联网+”..... 13

        运营商降费为何会“压力山大” ..... 15

        电信对决互联网：战场已转向网络..... 16

        中国移动云网端同步发力塑造云计算市场领先地位..... 17

**【市场布局】** ..... 17

        电信运营商加速互联网化..... 17

        运营商大数据变现为何步履蹒跚..... 20

        运营商在互联网+中扮演什么角色？ ..... 25

        中国电信与云南省首启“互联网+”合作..... 27

        重庆电信加大退网退铜力度：确保明年实现全光网络..... 27

**技术情报** ..... 28

**【趋势观察】** ..... 28

        物联网技术提速通关效率..... 28

        芯片业巨额并购频现：巨头们要做什么？ ..... 29

        光通信系统技术趋势之三..... 31

**【模式创新】** ..... 32

        物联网倒逼运营商改变，SDN 和 NFV 成必须？ ..... 32

        云计算成为新业态的培育平台..... 33

**终端制造** ..... 34

**【科技前沿】** ..... 34

        手机厂商攻坚电池技术受限电池材料难创新..... 34

手机芯片市场规模超 400 亿美元：厂商“只出不进”走向寡头垄断..... 36

## 【企业情报】 ..... 37

国产手机商热衷推子品牌多品牌战略布局细分市场..... 37

中兴 BladeS6 上市不到 4 个月横扫亚太欧洲..... 39

国内千元机市场重燃战火微利走量面临品牌考验..... 40

外媒：华为和小米勾勒物联网的未来..... 41

美媒：中国智能手机新巨头小米瞄准海外市场..... 42

## 市场服务 ..... 43

### 【数据参考】 ..... 43

中国移动互联网用户规模近 9 亿..... 43

全球物联网市场 2020 年将增近两倍至 1.7 万亿美元..... 43

ITU 发布 2015 年 ICT 统计数据：固定宽带发展速度放缓..... 43

## 海外借鉴 ..... 45

《爱国者法》失效美国暂停电话监控..... 45

美芯片行业涌现并购热潮..... 46

美国发布公共安全网络技术路线图..... 47

AT&T 高管：手机补贴正在消失同时有益消费者和运营商..... 48

微软：Lumia 设备在 6 个国家占据 20%商业市场份额..... 49

融合时代 MVNO 的出路..... 49

法国 2020 年前消除移动网络盲区每年将耗资 4000 万欧元..... 51

索尼移动启动重组计划裁掉瑞典近半研发人员..... 52

瑞士信贷：Juniper 是爱立信合适收购对象..... 52

瑞银降联通评级至沽售目标价 12.5 元..... 53

Ovum 称 Multi-IMSI 应用将结束漫游高收费..... 54

意大利运营商合推光纤宽带预计投资金额 64 亿欧元..... 55

挪威电信计划 2020 年关闭 3G 网络..... 55

墨西哥削减三成共享网络投资..... 55

缅甸泰国需求强劲华为今年将增加东南亚出货量..... 56

华为海思处理器首次“嫁人”惠普在印度推出麒麟 910 芯通话平板..... 57

新加坡电信公司用小型基站满足网络需求..... 58

韩国移动市场将迎来第四家运营商..... 58

韩媒：华为 P8 在中国市场比三星 S6 更受欢迎..... 59

巴基斯坦拟 1.7 亿建偏远地区光纤电缆互连..... 59

## 产业环境

### 【政策监管】

#### 国务院办公厅关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费指导意见

国办发〔2015〕41 号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

宽带网络是国家战略性公共基础设施，建设高速畅通、覆盖城乡、质优价廉、服务便捷的宽带网络基础设施和服务体系一举多得，既有利于壮大信息消费、拉动有效投资，促进新型工业化、信息化、城镇化和农业现代化同步发展，又可以降低创业成本，为打造大众创业、万众创新和增加公共产品、公共服务“双引擎”，推动“互联网+”发展提供有力支撑，对于稳增长、促改革、调结构、惠民生具有重要意义。近年来，随着“宽带中国”战略的启动实施和持续推进，我国宽带发展水平有了显著提升，但仍与人民群众的需求和用户期望差距较大，网络速率相对国际先进水平仍然较低，人均网费支出占收入的比重仍然较高，城乡区域发展不平衡，服务质量有待改善。党中央、国务院对此高度重视，要求加快推进宽带网络基础设施建设，进一步提速降费，提升服务水平。经国务院同意，现就有关工作提出以下意见：

#### 一、加快基础设施建设，大幅提高网络速率

（一）加快高速宽带网络建设。加快推进全光纤网络城市和第四代移动通信（4G）网络建设，2015年网络建设投资超过4300亿元，2016—2017年累计投资不低于7000亿元。推进光纤到户进程，2015年完成4.5万个铜缆接入小区的光纤化改造，新建光纤到户家庭超过8000万户。完善电信普遍服务，开展宽带乡村工程，加大农村和中西部地区宽带网络建设力度，2015年新增1.4万个行政村通宽带，在1万个行政村实施光纤到村建设，着力缩小“数字鸿沟”。扩大移动通信覆盖范围，鼓励移动用户向4G迁移，提升移动宽带速率。

到2015年底，全国设区市城区和部分有条件的非设区市城区80%以上家庭具备100Mbps（兆比特每秒）光纤接入能力，50%以上设区市城区实现全光纤网络覆盖；直辖市、省会城市等主要城市宽带用户平均接入速率达到20Mbps，其他设区市城区和非设区市城区宽带用户平均接入速率达到10Mbps，鼓励有条件的地区推广50Mbps、100Mbps等高带宽接入服务；95%以上的行政村通固定或移动宽带。建成4G基站超过130万个，实现乡镇以上地区网络深度覆盖，4G用户超过3亿户。

到2017年底，全国所有设区市城区和大部分非设区市城区家庭具备100Mbps光纤接入能力，直辖市、省会城市等主要城市宽带用户平均接入速率超过30Mbps，基本达到2015年发达国家平均水平，其他设区市城区和非设区市城区宽带用户平均接入速率达到20Mbps；80%以上的行政村实现光纤到村，农村宽带家庭普及率大幅提升；4G网络全面覆盖城市和农村，移动宽带人口普及率接近中等发达国家水平。

（二）提升骨干网络容量和网间互通能力。适度超前建设高速大容量光通信传输系统，持续提升骨干传输网络容量。优化互联网骨干网络结构，大幅增加网间互联带宽，2015年扩容600Gbps（吉比特每秒）。加大中央预算内投资，加快互联网



国际出入口带宽扩容，全面提升国际互联带宽和流量转接能力。

（三）加强应用基础设施建设。加快推动内容分发网络向大容量、广覆盖、智能化演进，不断增强网络流量承载和分发能力。加大支持力度，促进向下一代互联网演进升级。提升网站服务能力，增加主要业务应用带宽配置，实现互联网信源高速接入、网络流量高效疏通，促进应用基础设施与骨干网络协同发展，持续改善用户上网体验。

（四）深入推进电信基础设施共建共享。创新电信基础设施建设管理方式，加快推进集中统一建设和专业化运营，全力保障 4G 网络建设进度，促进铁塔等电信基础设施资源整合共享，提高效率和效益，避免重复建设。全面推进“三网融合”，2015 年底前将实施范围扩大到全国。

## 二、有效降低网络资费，持续提升服务水平

（五）推动电信企业降低网费。电信企业要增强服务能力，多措并举，实现网络资费合理下降。鼓励电信企业积极承担社会责任，在网费明显偏高的城市开展宽带免费提速和降价活动，将具备网络条件的 4Mbps 以下铜缆用户接入速率免费提升到 4Mbps—8Mbps，下调百兆光纤接入网费，更多让利于民。引导和推动电信企业通过定向流量优惠、闲时流量赠送等多种方式降低流量资费水平，提升性价比。鼓励电信企业推出流量不清零、流量转赠、套餐匹配等服务，指导电信企业完善流量提醒服务，让广大用户用得安心、实惠。鼓励电信企业向社会发布网络提速降费方案计划，并进一步完善具体办法。

（六）提高电信企业运营效率。建立健全电信企业与互联网企业、广电企业、信息内容供应商等市场主体间的合作和公平竞争机制，促进专业化分工合作，探索产业链互利共赢发展模式。推动电信企业加大管理机制创新力度，深化改革、强化管理、加快转型、增强活力，抓住“互联网+”、云计算、物联网、大数据等发展机遇，积极开展技术创新、产品创新和商业模式创新，丰富业务品种，提高服务质量，加快培育新的利润增长点。

（七）有序开放电信市场。充分发挥民间资本的创新活力，推动形成多种主体相互竞争、优势互补、共同发展的市场格局，通过有序竞争持续促进提升宽带服务质量和降低资费水平。宽带接入业务开放试点企业 2015 年底前超过 100 家，带动民间资本投资超过 100 亿元，试点城市由 16 个增加到 30 个以上，2017 年试点城市范围扩大到全国各地区。继续推进移动通信转售业务开放试点，2016 年实现全面开放。充分发挥通信网和有线电视网信息基础设施的作用，加快全国有线电视网整合，推动基础信息网络平等互联，尽快提升网络能力，为消费者提供高速优质服务。

（八）加强电信市场监管。加强电信监管队伍建设，进一步维护好宽带市场竞争秩序。加强资费行为监管和宽带接入服务监管，严厉打击价格违法行为以及虚假

宣传、非法网站和应用程序窃取用户流量等损害消费者合法权益的违法违规行为，规范市场秩序。加强互联网骨干网通信质量监管，保障网间互联互通。加大网络数据和用户信息保护力度，加快网络信息安全配套工程建设。加快建设对木马和僵尸病毒、移动互联网恶意程序的监测和处置等技术手段，建立完善移动互联网应用程序安全管理机制，营造安全可靠的网络运行环境。

（九）提升公共服务水平。深入推进实施信息惠民等工程，建立公共信息服务平台，推进教育、医疗优质资源共享，普及应用居民健康卡，加快就业等信息实现全国联网，充分发挥宽带网络提速降费提升公共服务水平与扩大应用推动网络建设发展的相互促进作用。

### 三、完善配套支持政策，强化组织落实

（十）推进简政放权。对通信建设资质资格审批等已经取消或下放的相关行政许可事项和非行政许可审批事项，各有关部门要加强督促检查，确保落实到位。要进一步改进行政审批工作，简化申报材料要求，努力为企业经营活动创造便利条件。要坚持放管结合，强化事中事后监管，积极推进电子政务和政务公开，加快实现网上申请、受理、审核流转、公示审批结果等，着力提升工作效率，不断提高服务能力和管理水平，切实减轻企业负担，充分激发市场活力。

（十一）完善配套支持政策。工业和信息化部、发展改革委、财政部等要加快完善以宽带为重点内容的电信普遍服务补偿机制，加快农村宽带基础设施建设。结合无线电频率占用费统筹使用，发挥中央财政资金引导作用，持续支持农村及偏远地区宽带网络建设和运行维护，推进电信普遍服务工作。利用中央预算内投资，结合新型城镇化、“一带一路”、长江经济带等国家战略，支持基础薄弱区域宽带基础设施升级改造。金融部门要加大融资支持，对重大项目投资给予有效贷款支持。国资委要统筹考虑宽带网络作为战略性公共基础设施的定位，优化完善基础电信企业经营业绩考核体系。环保部门要进一步优化通信基站环境监管机制，加快环评进度。各地要对基础电信企业在融资、用电、选址、征地、小区进入等各方面给予支持并加强对政策落实情况的考核。鼓励有条件的地方对众创空间的宽带网络给予适当补贴。

（十二）完善宽带网络标准。工业和信息化部要抓紧完善网络速率监测标准、电信服务质量标准等并抓好组织实施，加快建设“宽带中国”地图及网速监测平台，发布各地、各企业宽带速率权威信息，促进企业有序竞争，接受用户监督。住房城乡建设部、工业和信息化部要加大对光纤到户国家标准的组织实施和监督检查力度，确保执行到位。

（十三）全面保障宽带网络建设通行。各地要在经济社会发展规划、城乡规划、土地利用总体规划、城市地下综合管廊建设规划等综合性和专项规划中，同步安排

通信光缆、管道、基站、机房等宽带网络设施建设内容。市政设施和政府机关、企事业单位、公共机构等所属公共设施，应向宽带网络设施建设开放，并提供通行便利，保障公平进入，禁止巧立名目收取进场费、协调费、分摊费等不合理费用。积极探索通过推动地方性法规建设，进一步明确宽带网络的战略性公共基础设施属性，切实保障宽带网络基础设施的建设通行权。

（十四）规范通信建设行为。各地要进一步完善新建住宅小区和住宅建筑内光纤到户通信设施规划建设和验收备案等工作机制，严格执行光纤到户国家标准规范，落实小区红线内通信管道等配套设施建设。支持现有住宅小区光纤改造，禁止任何机构和个人无故阻碍通信设施建设或收取不合理费用，切实保障用户的公平选择权。对因征地拆迁、城乡建设等造成的宽带网络设施迁移或毁损，严格按照有关标准予以补偿。

各地区、各有关部门要充分认识加快宽带网络提速降费工作的重要意义，把思想和行动统一到党中央、国务院决策部署上来，按照本意见要求，加强组织领导，明确工作责任，切实落实好各项任务措施。充分发挥“宽带中国”战略实施部际协调小组作用，各有关部门要按照职责分工，加强协调配合，形成工作合力，共同推进宽带网络提速降费，积极制定实施财税、土地、建设、环评、企业经营业绩考核等方面支持政策。工业和信息化部要加强与相关部门的协调，做好统筹推动和督促检查，每年向社会公布全国和各地区实施情况，接受社会监督，重大情况及时报国务院。

国务院办公厅

2015年5月16日

（本文有删减）

来源：中国政府网 2015年05月20日

### **国务院常务会议确定大力推进大众创业万众创新的政策措施**

国务院总理李克强6月4日主持召开国务院常务会议，听取关于“东方之星”号客轮翻沉事件救援和应急处置情况及下一步工作打算的汇报；确定大力推进大众创业万众创新的政策措施，增添企业活力，拓展发展新天地；部署促进社会办医健康发展，满足群众多样化健康需求；决定实施法人和其他组织统一社会信用代码制度，提高社会运行效率和信用。

会议认为，推进大众创业、万众创新，要坚持改革推动，以市场活力和社会创造力的释放促进生产力水平上新台阶、开辟就业新空间、拓展发展新天地。一要鼓励地方设立创业基金，对众创空间等的办公用房、网络等给予优惠。对小微企业、孵化机构和投向创新活动的天使投资等给予税收支持。将科技企业转增股本、股权奖励分期缴纳个人所得税试点推至全国。二要创新投贷联动、股权众筹等融资方式，

推动特殊股权结构类创业企业在境内上市，鼓励发展相互保险。发挥国家创投引导资金的种子基金作用，支持国有资本、外资等开展创投业务。三要取消妨碍人才自由流动的户籍、学历等限制，营造创业创新便利条件。为新技术、新业态、新模式成长留出空间，不得随意设卡。四要盘活闲置厂房、物流设施等，为创业者提供低成本办公场所。发展创业孵化和营销、财务等第三方服务。五要用简政放权、放管结合、优化服务更好发挥政府作用，以激发市场活力、推动“双创”。加强知识产权保护，通过打造信息、技术等共享平台和政府采购等方式，为创业创新加油添力。

来源：中国政府网 2015 年 06 月 05 日

## 【发展环境】

### 工业互联网呼唤“无处不在的网络”

“工业互联网化是‘互联网+’的重点”。在日前召开的“互联网与工业融合创新峰会”上，中国互联网与工业融合创新联盟专家委员会专家高新民提出了这一观点，他表示，“互联网+”是互联网发展的新阶段，“互联网+”可以全面推进，但是要重点突出，而这个重点就是产业互联网化，特别是工业互联网化。华为产品与解决方案部总裁张顺茂则认为，“一张连接万物的网络是工业互联网的基础”。

“互联网+”战略的提出，意味着我国互联网发展正在进入新阶段。高新民表示，当前，基于互联网的新型消费服务业已经具有一定规模，以共享经济为特征的打车、租房等应用兴起。与此同时，新型互联网生产服务业出现，原来的互联网服务主要是面向个人的，为个人提供消费服务。在“互联网+”的引领下，互联网服务将越来越多地面向企业。此外，产业互联网化已经成为趋势，尤其是工业互联网化。

“互联网+”是覆盖全领域的，但也应该突出重点。高新民认为，“互联网+”的推进模式应该是全面推进、重点突出。其中的重点就是互联网与传统行业的融合创新，在竞争合作中形成新的产业形态。“互联网+”可以理解为产业互联网化，也就是互联网思维和商业模式向传统行业渗透。产业互联网化的重点是工业，这同时也是难点。张顺茂认为，“互联网作为技术要素，主要解决传统行业转型升级的问题”。“互联网+”强调的是传统行业利用互联网手段优化和改进，引入互联网的思维、模式和新的流程，实现转型升级。“互联网+”并不意味着互联网吞噬传统行业，而是利用新的技术手段推动发展。

“一张连接万物的网络是工业互联网的基础”。张顺茂认为，无论是美国的工业互联网，还是德国的工业 4.0，以及中国的智能制造，这些目标的实现都需要依靠一个东西，那就是一张万物互联的网络，把人、物、机器设备以及大量的数据连接起来。只有在这样的网络上，才能够实现发展工业互联网，才能够给人们带来新的生活和工作方式。也只有在这样的网络上，才能够收集人们需要的数据并对其进



行分析，从而最终实现对机器、设备乃至机器人的控制。

张顺茂透露，面向工业互联网，华为定位于助力工业互联网基础设施建设，推出了“1+2+1”解决方案，即1个物联操作系统——Liteos；2种网络接入方式——物联网关、LTE/5G接入和1个设备管理；1个平台——数据管理和运营管理平台。与此同时，华为还聚焦于行业互联网化，并推出相关的解决方案。2015年，华为聚焦车联网、制造、能源和智慧家庭四个领域。这四个领域处于行业变革的最前沿，这四个领域有能力、有驱动力、有愿望最早实现物联网变革。

华为预计，2025年全球将有1000亿连接，人与人、人与物、物与物将会被连接起来。张顺茂表示，这就要求有丰富多样的传感器、无处不在的连接、海量差异化的行业应用。这些要求单靠某一家或某一类企业是无法实现的，华为将工业互联网和智能制造作为千亿连接的一部分，作为重要战略进行投入，同时期望与全球传感和行业应用领域，以及和华为有共同愿景的合作伙伴及客户一起，助推物联网繁荣发展。

值得一提的是，产业互联网化的主体并不仅仅是互联网企业。高新民表示，互联网企业在推进产业互联网化中扮演着重要角色，是发动机，但是主体还应该包括提供技术支撑的企业，以及转型后的传统企业。对于传统企业如何善用互联网，张顺茂认为，行业互联网化是价值导向，传统行业中的企业在“触网”时要找到动力和诉求，明确需要用互联网手段解决那些具体的商业问题，这样才会带来商业价值。

来源：《人民邮电报》2015年06月03日

### 大数据火了，运营商如何避免坐拥金山卖苦力？

国务院总理李克强发来贺电，副总理马凯亲临现场致辞；现场还来了三位中国工程院院士以及10个国家的驻华代表；马云、马化腾、雷军、周鸿等知名互联网企业领军人物悉数到场并发言，三大运营商也派出了高管与会——5月26日，“贵阳国际大数据产业博览会暨全球大数据时代贵阳峰会”如此高规格地召开，让不少关心信息通信业的人士不禁要问：为啥大数据火了？对通信业特别是运营商意味着什么？

大数据的作用，看似云里雾里，其实可抓可拿。

根据IDC的研究，全球64%的企业已成为数字化转型的探索者和实践者，“全方位的客户体验、灵活高效的业务流程、智慧化的产品与服务、创新的商业模式”已成为新的数字化转型战略的核心，而这一切的基础就是大数据。

李克强在贺电里说：“数据是基础性资源，也是重要的生产力。”马凯则说：“谁拥有了大数据，谁就拥有了未来。”工信部副部长怀进鹏也认为：“人类社会正逐渐走向数字经济时代。”

而开幕式上特别推出的《大数据贵阳宣言》认为，建立全球性的大数据交易市

场是经济发展的必然要求，应尝试建立有所有权、使用权、阶段时间和限定领域的的数据交易等新模式、新规则，把数据交易发展为金融产品。《宣言》特别强调“政府数据开放是全球共同的目标和行动”。这些言论不是简单对大数据理念的认同，而是深刻把大数据理念与社会实践相结合的时代产物。

在工业 4.0 的大环境下，工业企业的信息化水平越来越高，信息数据量越来越多，各种设备仪器产生的海量数据对信息处理的要求也在提高。现在，新兴的大数据、云计算这类 ICT 技术刚好可以解决数据海量性问题。本来 ICT 业对“互联网”、工业 4.0 的大蛋糕正愁无处下口，而大数据无疑是一个极好的抓手和切入点，可以让 ICT 一下子切入到工业领域的各个环节，同时 ICT 自身也可以实现完美转型。

难怪今年大数据火了，甚至马云放言：今天不参与大数据建设，十年后会像今天一样抱怨与埋怨。

其实，作为信息化建设的主力军，运营商在大数据领域早有布局。早在 2012 年，三大运营商就投资 150 亿元在贵州建设了数据中心基地。不仅如此，2012 年，在内蒙古呼和浩特，三大运营商共投资近 400 亿元兴建了规模比贵阳还大的大数据中心。此外，在郑州、重庆、杭州、苏州等地，运营商都建设了大数据中心，运营商发力大数据不可谓不早。但是，运营商建设的大数据中心，其巨额投资却大都没有产生相应的效益。

“明明自己坐拥一座金矿，却都被 BAT 挖走了！”原信息产业部部长吴基传在不久前召开的第十二届中国信息港信息论坛上疾呼：“三家电信运营商要转变思路，应从单纯追求数量增长转向创新和挖掘信息数据价值。”

贵阳大数据交易所执行副总裁胡媛媛在接受记者采访时也表示，大数据本身是没有价值的，它必须通过清洗、建模、分析、交易才能产生价值，使之成为一座巨大的金矿，让更多的人去挖掘数据，交易数据，从而产生巨大价值，可以预见，未来大数据会作为一种资产存在并将诞生一个万亿级别的市场。

在这一轮大数据热中，我们看到又是互联网企业抢了风头，互联网大佬不仅高调亮相，实质性动作也是接二连三。百度、腾讯、阿里等拥有数据的平台型企业，纷纷针对自身的平台用户提供数据分析业务，并且向金融、环保、交通、医疗等行业的数据分析应用逐渐渗透。

目前，在不少地方，运营商还停留在搭建数据中心基地、邀请互联网企业租用入驻挣租金这种低层次的商务模式上。非但如此，在某些地区，还发生了三家运营商为了吸引一些互联网企业入驻，而竞相压低租金的现象，本来就只能挣个廉价的管道租金和物业费，却连这个“苦力活”还在搞恶性竞争，真是让人扼腕！

更令人担忧的是，如今不少地方虽然建起了大数据产业园，但是对于海量数据自己无法处理，只能将其卖给一些国外公司进行大数据挖掘，这不仅带来了严重的

安全隐患，而且也将产业链上利润最为丰厚的一块拱手让出。

从不久前公布的第一季度财报看，三大运营商利润全部是负增长，收入增长也显现出疲态，战略转型迫在眉睫。而不管是“流量经营”还是“去电信化”，都面临移动互联网带来的大数据挑战，运营商要避免大数据领域的“哑管道”危机，必须向数据挖掘、分析、应用的价值高端迈进，别再像互联网刚刚起步时那样起个大早，赶个晚集。

业内人士表示，手里掌握着所有用户通话、数据流量消费数据的三大运营商，如果能在大数据时代多往前跨出一步，组建专业化团队，吸纳高层次人才，用更加开放和互联网化的方式来运作，释放自身管道中庞大数据的潜在力量，在数据清洗、建模、分析甚至交易等方面多做做文章，将会打开一个潜力无限的市场。

未来，才刚刚开始。

来源：CNII 网 2015 年 06 月 08 日

### SDN 扑面而来，运营商真的准备好了吗？

据“SDN 产业发展白皮书（2014 年）”判断，2015 年 SDN 将开始规模商用部署，2016 至 2020 年将逐步开始广泛商用。作为领域内的一次重大变革，SDN 改变的不仅仅是网络，电信运营商的运营模式/架构、组织甚至内部体制都会受到冲击。从某种意义上讲，SDN 面临的最大挑战是这些非技术因素。

运营商对现有网络的管理是分层的，集团、省公司、本地网各司其职。同时，网络也是分地域的，每个省各有各的地盘、各有各的想法。而未来 SDN 网络将实现集中、跨层、跨域的控制，这与现有的网络分层、分域的管理模式截然相反。

但不做调整，SDN 恐难以真正落地、成长。从长远来看，无论是满足“互联网化”的要求，还是适应 SDN 的发展，这种传统的“三级架构”运营模式都到了不得不改的地步。

在运营商内部，网络建设和维护各成体系，并且按照专业技术来设置，如无线部门负责移动网，传输部门负责传送网。市场、客户部门和网络建设、维护部门界限也是分明。但在 SDN 技术架构下，网络专业间的界限被淡化（如 IP 和光的融合），网络建设、维护和使用也呈一体化趋势，特别是由于软件控制，使网络资源与业务应用的协同与灵活配置成为可能。

业务的快速部署与网络的高效协同，是国外运营商推进 SDN 的主要诉求，也是市场期待的重要变化。这就要求运营商必须打破部门边界和壁垒，高效协同。否则，业务快速创新和部署就落为空谈。从目前的现状来看，国内运营商要很好的满足这一要求，还差的很远。

SDN 将网络设备控制面与数据面分离，通过软件方式实现网络的灵活调控。为了适应创新业务的需求，SDN 网络也需要不断迭代，一定程度上具备了类似互联网

业务“永远的β版”的属性。开发和网络运营之间要高度协同，也是SDN成功的关键因素之一。如此一来，在SDN阶段很难想象运营商部署业务、调整资源还都离不开厂商。这就要求运营商要加快增强网络研发与运营能力，在新型研发队伍建设、研发运营一体化等体制方面做出重大调整。

运营商现有网络庞大，设备品牌型号众多，如何在协调众多厂家利益的基础上，实现现网向SDN的平稳过渡，也是一个高难度的挑战。另外，随着SDN的成熟，互联网公司也在业务层面上和运营商展开竞争。尤其是一些大型互联网公司，在开发实力、应用速度和网络负担等方面都有明显优势。如谷歌、Facebook等公司早已开始定制白牌交换机、服务器应用于自有数据中心，从而降低对运营商网络的依赖。

SDN是运营商互联网化运营转型的重要基础和特征，但这次变革不同于以往，以前主要是技术网络的演进升级，对运营模式、体制机制等方面的冲击不大，这次可谓牵一发而动全身。建设、运营、产品、市场、研发等均参与其中，还需要各环节转变固有思路、打破藩篱、高效协同、集约运营。面对SDN带来的全面、深远的影响和挑战，运营商真的准备好了吗？

来源：C114 中国通信网 2015年06月08日

### 云计算产业进入普及期新政或密集出台

一夜之间，我国云计算产业进入普及阶段。而推手正是互联网企业奋力厮杀，都希望用云计算、大数据一统江湖。

市场规模突破千亿

6月3日，第七届中国云计算大会在京举行。工信部副部长怀进鹏描绘了当前云计算产业的发展现状：已经从技术导入阶段，进入到产业蓬勃发展、应用、迅速普及阶段。

统计显示，我国云计算市场规模正以超过30%的年均复合增长率快速增长，2014年云计算市场规模从2010年的350亿元迅速突破到1000亿元。

云计算的发展带动和促进了上下游电子信息制造业、软件和信息技术服务业的快速发展。截至2015年3月底，我国互联网宽带接入用户数达到2.04亿，8兆及以上接入速率的宽带用户总数占宽带用户总数的比例达46.4%，光纤接入用户占宽带用户比重达38.4%，移动宽带用户总数达到6.4亿户，移动互联网用户规模近9亿。

怀进鹏说，下一步，我国将加强云计算产业与产、学、研用合作，加快云计算与物联网、移动互联网、现代制造业的融合发展与创新应用，积极培育新业态、新产业，加快推进云计算与大数据标准体系建设。在安全管理方面，将制定云计算服务质量、安全计量等方面的标准，研究完善云计算环境下数据信息安全相关法规与制度。



“toB”端平台混战难免

云计算、大数据改变了商业模式。信息产业在这一巨大变革中蝶变。在云计算大会的浪潮集团展台，浪潮软件电商事业部农产品负责人惠迪不断向访客介绍电商平台的性能。

“云计算、大数据对产业转型有着深刻的影响。”浪潮副总裁张晖接受上证报记者采访时说，浪潮软件正在转型平台服务，产业转型核心就是要解决平台问题。

信息产业平台混战在所难免。惠迪认为，现阶段平台竞争力主要看资源整合能力、客户引流能力。

由于BAT在“toC”端具有难以撼动的地位，因此，最近两年行业、企业“toB”端平台大战非常激烈。

以社交起家、在用户流量上有绝对优势的腾讯昨天在大会间隙发布“云+计划”，并与华三通信、北明软件、Infosys、上海华院等首批合作伙伴正式签约，宣布共同发力政企行业市场，深度推动“互联网+”国家战略落地。

根据这一计划，腾讯云将联手首批云集成商合作伙伴，围绕“互联网+政务”，“互联网+民生”以及“互联网+产业”三大行业方向提供应用与数据服务，相关合作全面覆盖IaaS、PaaS、SaaS等领域。

来源：《深圳商报》2015年06月04日

## 运营竞争

### 【竞合场域】

#### 中国联通推出九大举措落实“互联网+”

以“促进云计算创新发展、培育信息产业新业态”为主题的第七届中国云计算大会于6月3日至5日在北京举办。中国联通以落实“互联网+”行动计划为主题参展了本次大会，并推出九大举措助力“互联网+”。3日上午，原信息产业部部长吴基传、陕西省省长娄勤俭、工信部副部长怀进鹏、中国工程院院士倪光南等一行，在中国联通副总经理姜正新的陪同下参观了中国联通展台，详细了解了中国联通全国覆盖通达全球的网络能力、十大云数据中心资源、沃云公共云平台及行业云解决方案，重点询问了数据中心的SDN智能网络部署与应用现状，对中国联通取得的成绩表示肯定。

据中国联通云数据公司总经理焦刚介绍，中国联通正积极推进互联网、云计算、大数据与智能产业、现代制造业的深度结合，推出了落实国家“互联网+”行动计划的九大举措。

一是构建高速互联智能网络。中国联通积极推进全光化的城域网和接入网，打造高速互联网。同时，中国联通重构数据中心网络，打造“骨干直联、DC互联、SDN智能控制”三大网络平面，确保任何节点都能获得良好的客户感知。

二是建设一流的新一代云数据中心。中国联通采用先进的建设理念，对标国际标准，布局省级、国家级、国际级的云数据中心资源，建设的新一代云数据中心，具备高密度、模块化、软件定义、绿色节能等特征。

三是自主研发建设一流的公共云平台。联通沃云平台引入开源的 KVM 虚拟化技术和 OpenStack 架构技术，采用 SDN 二层组网实现资源智能调度，具备高可用、高可靠、弹性扩展等技术优势，目前正在构建“7 大区域节点+31 个核心节点+200 个业务节点”的资源池，业务快速部署达到分钟级，并可实现客户成本节约 30%以上。

四是打造一流的云服务产品。中国联通着力打造完整的云产品体系，覆盖公共云、私有云、混合云和个人云、家庭云等业务领域，并持续致力于打造“性能优良、成本低廉、服务保障、灵活便捷”的领先优势。

五是构建客户定制化的私有云/混合云。中国联通致力于为行业企业客户搭建定制化、个性化、弹性灵活的私有云/混合云服务，提供云网端一体化的纵深防护的安全策略，提供灵活定制的客户应用和端到端的运营服务。中国联通重点聚焦在电子政务云、教育云、医疗云、金融云、环保云、旅游云等政务、民生与行业领域，提供全方位、全流程的解决方案。

六是提供精准的大数据服务能力。中国联通基于统一的营账平台和大数据服务应用平台，采用数据字典、Hadoop 等大数据分析挖掘技术，目前已推出实时竞价广告、位置应用、风险管控、数据魔方四个产品，下一步将提高数据挖掘、用户分析、用户画像能力，提供品类丰富、精准精良的大数据服务。

七是利用云计算推进“互联网+”应用垂直整合。基于网络资源、沃云公共云平台和资源池能力，中国联通封装开放基础电信能力、计算能力、存储能力、开发能力和运营能力，面向企业应用、互联网服务、大众创新创业、内容服务和民生工程，提供垂直领域的应用整合服务。

八是构建现代化的运营管理体系。中国联通通过集中化智能化的监控系统、端到端的 24 小时客户服务、CMMI 软件管理体系、ISO 质量管理体系，以及可信云、安全“等保三级”等认证与能力，为客户提供安全可信、高可用、高可靠的云服务。

九是共同构建开放共赢的产业生态。中国联通积极推进行业标准的制定与演进，倡导自主创新、推进互补合作、优化社会化分工，形成共融共生的机制，致力于构建开放共赢健康的云计算产业生态。

同时，为保证“互联网+”行动计划九大举措的深入落实，中国联通提出了打造智能高速的移动固定宽带网络、绿色高效的新一代云数据中心、安全可用的云计算与大数据服务平台、合作共赢的内容应用整合能力以及创新专业的研发运营服务体系等保障措施。

来源：CNII 网 2015 年 06 月 05 日

## 运营商降费为何会“压力山大”

在推动运营商提速降费问题上，单纯强调企业的责任，迫使企业做出改变，是远远不够的。如果有关方面对企业的考核不作出同步调整与优化，确实会影响到企业提速降费的主动性。

虽然按照总理的要求，三大运营商迅速提出提速降费方案，但是，却并没有得到点赞，反而遭到了舆论质疑，认为其缺乏诚意、敷衍了事。对此，三大运营商也感到很委屈，不少运营商人士就表示，面对大规模的宽带建设投入，短期内运营商难以收回成本，现在又面临资费下降，同时还要完成利润考核指标，自然，三大运营商出炉的提速降价方案，也就只能是雷声大雨点小。

投入大，这是不争的事实。按照宽带中国的战略要求，三大运营商都在加大电信基础设施投入，其中，中国联通和中国电信今年的新增资本开支就都比去年增加了200多亿元，分别达到1100亿和1078亿。虽然很大一部分可以通过资本市场获得，但是，由于投资太大，投资回报期太长，有的甚至连回报目标还没实现，又需要改造了，对运营商来说，确实是一个非常现实的难题。

更重要的，由于电信企业承担着国家战略重任，性质上为公益性公用事业服务类企业。因此，在对其实施考核过程中，也必须按照公益性企业的考核要求，在效益性指标方面能够更加灵活、宽松一些，而不是僵化死板地执行利润考核指标。

很显然，从国资部门给三大运营商下达的业绩考核指标来看，并没有按照公益性企业的要求下达，而是按照一般性竞争企业下达了。虽然有利于企业加强管理、加大市场开拓力度、加快技术创新，但是，在遇到提速降费时，就不可避免地会采用假摔的方式了。因为，在提速降费和利润考核的矛盾中，三大运营商只能选择利润考核。这不仅与企业高管的利益密切相关，按照国资委近日下发的《关于进一步做好中央企业增收节支工作有关事项的通知》精神，如果企业效益出现下降，工资总额也要下降。那么，受到影响的，不只是企业高管，也包括普通员工。这显然是无法接受的，也是无法避免在提速降费问题上假摔的。而假摔的结果，自然是免不了遭到舆论和公众的强烈批评与质疑。

事实上，在推动运营商提速降费问题上，单纯强调企业的责任，迫使企业做出改变，也是远远不够的。就像利润考核一样，如果有关方面对企业的考核不作出同步调整与优化，确实会影响到企业提速降费的主动性，会无形中增加许多阻力。毕竟，运营商既是市场化企业，也是具有一定公益性特征的企业，既要考虑消费者的利益，也需要考虑自身利益。否则，提速降费目标就很难实现。

需要注意的是，对企业进行利润考核、效益评价，从表面看是实现国有资产的保值增值，实质上还是为了民众福祉。既然提速降费能够给民众带来实实在在的福祉，从某种角度来看，不等于实现了国有资产的保值增值吗？为何还要僵化地考核

运营商的利润呢？如果能够在对企业进行考核过程中，对相关考核指标灵活处理，如按照运营商让利的多少核减利润指标，或将让出的利益视同利润进行考核，那么，开发商也就不好拿利润考核做借口，也就没理由敷衍民众提速降费的要求了。

来源：《新京报》2015年06月06日

### 电信对决互联网：战场已转向网络

当电信行业思考互联网公司对其业务产生的影响时，关注的重点一般都放在数字内容和APP对消费者影响方面。其实，互联网内容提供商为了更好的传输内容，已经开始自建网络了，Ovum电信及媒体首席研究官马克·纽曼（MarkNewman）在报告简述中表示，未来，互联网公司在电信网络和技术的走向方面，会越来越有影响力。

未来的电信网络是不是更像互联网公司的网络？互联网公司主推的技术会不会让所有企业因此受益？在购买和出售网络能力方面，电信运营商和互联网公司之间的商业关系会是什么样的？很多问题现在都无法简单给出答案。

很长时间以来，电信行业都在为追赶互联网巨头的步伐而疲于奔命，却收效甚微，那么跟随互联网公司的网络部署策略，会不会遭遇试图复制互联网应用一样无果而终呢？

是否会有电信运营商之外的玩家，在管理电信业务批发和零售方面成为一个赢家，目前也没有任何迹象。说到哪一家能让未来的数字网络价值进一步提升，现在也看不清楚谁能占据上风？

很多电信运营商都相信，他们需要拥抱视频分发网络发挥的作用。但直到今天，运营商在部署视频能力、转售给第三方上获得的成功屈指可数。

云服务企业市场规模的增长，推动全球范围内都在大量建设数据中心，电信运营商只能算是主导市场的几个玩家之一，其他的还包括互联网企业、IT服务公司、网络中立提供商们以及大企业。互联网公司部署的越大规模数据中心所采用的前沿技术，将重塑这个行业的未来。

亚马逊的云服务年收入达到50亿美元，电信运营商事实上已在跟随亚马逊的步伐，亚马逊在电信网络和企业服务业务之间架起了一座桥梁，运营商要做到这一点还需要面临很大挑战，但他们也在发展虚拟网络战略，采用诸如SDN和NFV这样的技术。

以前，很多技术提供商提供的方案是专为电信运营商的业务打造的，他们现在也开始转向互联网公司，或者直接为企业服务。根据Ovum的数据，从2013年到2019年，全球电信运营商的资本支出平均每年只有1%的增长，而互联网内容提供商的资本支出每年的增长率约为17%。

来源：C114中国通信网2015年06月04日



## 中国移动云网端同步发力塑造云计算市场领先地位

在6月3日召开的“第七届中国云计算大会”上，中国移动通信集团公司政企分公司总经理戴忠表示，依托于自身强大的“云网端”体系，中国移动在云计算市场上的优势非常明显。

在云端，中国移动拥抱包括遍布全国的IDC基础设施和云基础设施，在大数据分析以及教育/医疗/车联网/电子政务等应用上都有着丰富的经验。

在网络端，中国移动拥有遍布全国的CDN网络；优质的互联网接入能力：核心数据中心100G级以上带宽，轻载接入CMNET骨干网；丰富的传输承载能力：光缆纤芯利用率为20%，省级光缆总长度已经超过25万皮长公里。在终端，中国移动也和合作伙伴一起推出了包括电子书包、医疗终端等等多种终端形式。

戴忠强调：“中国移动作为运营商，构建的是开放、共赢的产业生态，并不是我们要把全流程的事情都自己做，我们是跟整个产业链的合作伙伴共同来做，会与目前已经达成协议入住的合作伙伴共同致力于打造移动云的生态系统。”

来源：C114 中国通信网 2015年06月03日

### 【市场布局】

#### 电信运营商加速互联网化

3 英国公司计划在今年第三季度商用VoLTE服务。3是英国第四大移动运营商。在此之前，沃达丰已经明确表示将在今年夏天推出VoLTE和WiFi语音业务。而英国最大的移动运营商EE也已放言，今年将适时推出VoLTE服务。在该业务商用之前，为抢占互联网语音市场，EE已经明确将于4月7日推出WiFi语音业务。而在此之前，3公司和02均已推出了WiFi语音业务，用户下载App即可使用。

此外，挪威电信公司此前也宣布将同Opera公司合作，在亚洲市场尝试推出定向免费应用。Opera公司最近推出了一款名为“应用通行证”的特色业务，用户可以借助其监测并控制移动数据流量，颇受用户欢迎。挪威电信希望借助这款应用，向用户推送个性化的免费应用和服务，比如一天免费登录Facebook的服务等。该公司希望借这种低风险的方式加深用户对互联网的了解，长期目标是希望提高特定群体的移动数据消费量。

点评：

不难理解，所谓的WiFi语音通信就是让用户绕开传统的移动网络而使用网络方式进行通话，这无异于革了自己的命。以3公司为例，其WiFi通话和短信服务通过一款名为inTouch的应用程序提供，面向所有合同用户、SIM卡用户和即用即付用户，无需额外收取费用，只需从用户原有套餐中扣除通话时长和短信条数即可。无疑，这样的创新并不会给运营商直接增收，但是却会给用户带来更多便利。但是应该指出的一点是，在美国和欧洲，语音业务很早之前就开始趋于低价值化。如今，

几乎所有的美国运营商都会提供包含无限量通话的资费套餐，越来越多的欧洲运营商也在走上这一发展轨道，从这一点来看，越来越多的运营商推出 WiFi 语音通信的举动就不难理解了。一方面，运营商可借此提高用户黏性，同时也能从某种程度上促进合约机的销售；而另一方面，考虑到 OTT 服务商目前对传统的手机呼叫业务冲击严重，运营商与其坐等业务被分流，不如自己抢占这部分市场。而免费流量则更具互联网特色，运营商希望通过此举抓住移动互联网机遇，培育用户的消费热情，同时也将收入来源拓展到应用服务方面。

#### Orange 发布新 5 年战略

3 月 17 日，Orange 公布了新的 5 年战略“要素 2020” (Essentials2020)。据了解，该战略聚焦了许多发展关键要素，物联网、移动金融服务、网络投资、融合业务和成本控制都是其中的重点。

——多样化经营。这是“要素 2020”战略的重要准则，新 5 年战略聚焦物联网和移动金融，这是因为在这些领域，Orange 能够使其核心的网络和服务资产发挥协同效应。Orange 公司的首席执行官 Stephane Richard 说：“(我们的目标是)在 2018 年使营业额超过 10 亿欧元。”其中 6 亿欧元将来自物联网领域，其余的 4 亿欧元将来自金融服务领域。

——聚焦网络投资。为了给进军新业务领域提供支持，Orange 的新 5 年战略的一大要素就是聚焦网络基础设施投资。在 2015 年~2018 年期间，Orange 计划进行 150 亿欧元的网络投资，其中优先用于高速宽带的部署。

——聚焦融合业务。能够更好地提供融合服务成为目前欧洲运营商的重要工作。Richard 强调，欧洲市场出现了固定融合业务增长的趋势，并重申这也是 Orange 想要涉足的领域。在西班牙市场，Orange 专注于部署光纤到户 (FTTH) 网络和电视业务，并已经启动了对当地宽带运营商 Jazztel 的收购。Orange 希望西班牙市场的融合业务收入翻番。在波兰，Orange 正在部署自己的光纤网络。在罗马尼亚，Orange 已经推出了一项电视服务。在比利时，Orange 正在测试使用有线电视网络，计划在今年推出电视服务。

——节约成本，平衡收支。Orange 削减成本的手段将包括移动基础设施共享、简化系统、降低能源支出等。此外，在 2020 年之前，还会有约 25000 名员工退休。此外，Orange 还制定了“薪资节制政策”。

——扬长避短的扩张策略。Orange 将退出部分市场，还会对自身的运营进行定期的战略回顾，并出售那些不可能在当地市场排名进入前两位的子公司。

#### 点评：

正如 Orange 所称，数字化变革大潮正在改变着世界的面貌。在这场汹涌而来的大潮中，电信运营商也经历着前所未有的变革和冲击。之前的管制压力和价格战

尚未缓解，OTT业务的鲸吞蚕食又接踵而至。发力物联网、云计算等新兴业务领域，合纵连横进军电视、视频市场并聚焦融合业务……全球电信运营商在进行各种尝试的同时也在不断思考着自己在数字化时代的定位，而 Orange 在这个节点上推出的新 5 年战略或许在很大程度上能够代表电信行业共同的想法。

#### EE 全面推广电视业务

英国最大的移动运营商 EE 3 月 18 日宣布，随着越来越多的用户在户外使用移动终端接收内容服务，公司希望在今年晚些时候将 EETV 的多屏元素超越 WiFi 网络的限制，应用于其蜂窝移动网络之上。

“我们正在为此努力。” EE 公司的网络战略高级经理 Matt Stagg 说，“3G 网络是一个能进行一些数据传输的通信网络，而 4G 网络则是一个数据网络同时支持通信传输。”

EE 在 2014 年 10 月 8 日宣布将推出“EETV”电视服务，这项服务将以高端功能取胜，而不让用户花费更多钱购买独家内容。EETV 最初是面向签约 EE 固定宽带业务的用户提供的，最低档收费在每月 15.75 英镑的线路租金基础上额外收取 9.95 英镑。消费者一旦签约这项服务就可免费获得机顶盒。EE 还提供了针对安卓和 iOS 操作系统的远程控制应用程序。这款应用程序可以帮助用户在最多 4 块屏幕上同时观看和录制节目。轻触屏幕，用户立即就能将在平板电脑上收看的内容转移到电视上。通过预先设置，机顶盒可以自动录下用户最喜爱的 6 个频道在 24 小时之内所播放的节目内容，这样用户就能根据电子节目单追踪收看自己喜爱的电视节目了。

#### 点评：

如今，EETV 被打包进其固定宽带套餐，但多屏体验则只能用于 WiFi 网络。虽然 EE 也推出了移动电视服务，但却是和 EETV 相互独立的。此次的举动意味着 EE 的电视服务将全面融合。

EE 现在要做的是使其电视服务的价格能够被广大用户接受。根据爱立信消费者实验室的调查，数据业务价格以及内容的订阅费用是移动视频被接纳的两大障碍。EE 聚焦免费节目的选择为其避免了内容订阅价格的壁垒。但降低数据业务价格则不仅需要运营商在制定资费套餐时更具创造性，也要求他们能够教会用户如何充分利用现有的数据套餐。

#### 美国两巨头剥离资产

美国最大的电信运营商 Verizon 公司日前宣布了两项资产剥离交易，分别是将以现金交易形式向 Frontier Communications 公司出售价值 105.4 亿美元的固网资产，以及向 American Tower 公司出售和出租价值约 50 亿美元的移动铁塔。Verizon 公司剥离固网和铁塔资产的目的，是借交易所得支付其最近竞拍无线频谱牌照的费用。

Verizon 向地区性固网运营商 Frontier 出售其在加利福尼亚州、佛罗里达州和得克萨斯州的固网业务。根据协议, Frontier 还将接收 Verizon 的约 11000 名员工。截至 2014 年第四季度末, Verizon 在这些地区拥有 370 万语音用户、220 万宽带用户(其中包含 160 万 FiOS 互联网用户)以及约 120 万 FiOS 视频用户。

同时, Verizon 还与美国铁塔运营商 AmericanTower 达成协议, 将向后者出租超过 11300 座移动铁塔, 平均租期为 28 年, 并出售 165 座移动铁塔。这项交易将在 2015 年中期完成。

另一家美国电信运营商 AT&T 也在日前宣布将剥离数据中心, 预计报价约为 20 亿美元。此举的目的是为了减轻因竞购频谱及向墨西哥市场扩张带来的债务压力。1 月底, 美国 AWS-3 无线频谱拍卖正式结束, 拍卖筹资总额达到创纪录的 449 亿美元。其中, AT&T 将为竞购频谱支付 182 亿美元。

点评:

两家公司剥离资产有诸多共同点, 除了缓解资金压力外, 还有对于重点市场的聚焦。

Verizon 首席执行官 LowellMcAdam 表示, 这两笔交易将进一步强化公司致力于核心市场的战略。“我们长期坚持的战略是持续进行网络投资, 提升用户体验, 开发新产品和为股东提供回报。”近年来, Verizon 一直在进行着剥离非核心资产的工作, 减少在宽带互联网和电话服务方面的支出, 加大对无线业务的倾斜, 减轻债务负担。Verizon 在美国最近举行的 AWS-3 频谱拍卖中竞得了 181 张频谱牌照, 这些频谱价值 104 亿美元。2013 年, Verizon 还花费 1300 亿美元从沃达丰手中收购了双方合资业务的 45% 股份。

而 AT&T 近来一直致力于打造“北美移动服务区”。在收购墨西哥第三大移动运营商 Iusacell 时, AT&T 曾表示, 收购将会创造出一个统一的北美无线网络, 为 4 亿个人消费者和企业提供一致的用户体验, 建立“有史以来首个北美移动服务区”。

来源:《通信企业管理》2015 年第 04 期

### 运营商大数据变现为何步履蹒跚

第三条曲线日渐迫切

最近总理的宽带降价提速论, 又掀起了一阵针对运营商的批判。近几年来围绕运营商的负面话题此起彼伏, 火爆程度远超其他国企。为什么运营商不能像水电煤一样, 既关系国计民生, 又在日常生活中隐形, 悄悄地过好自己的日子呢? 对于这个问题, 有人归结为人傻, 过度宣传过度承诺; 有人归结为钱多, 让人眼红的净利润、数千亿的采购与相关产业链拉动, 导致利益相关者太多。

最近微信上有篇文章, 从产业的角度指出了问题所在, 那就是三家电信运营商承载了一个“过重”的移动互联网产业, 该产业对就业以及经济转型的拉动是其它



任何行业所无法比拟的，这也是总理关注的最终目的，总理基本不会主动关注水电煤，除非它们出了大问题。

材料力学告诉我们，物体承载过重，导致应力变强，结构变形，不稳定。一个行业也是如此，如果承载过重，压力与指责一定增多，产业链也会进一步裂变，不停地动态调整，直至与之相符的稳定结构出现。

什么是未来通信行业的稳定结构？无法简单下结论，有可能引入更多的竞争者，从供给方面提升服务能力，让渡服务利润；有可能通信业务继续下沉，成为国家管控发改委定价的纯管道。不管是哪一点，对运营商而言，依靠流量的收益/盈利模式越发不可持续，第三条曲线变得前所未有的紧迫。

近几年来，运营商一直探索并向第三条曲线转型，除了政企应用、数字内容外，大数据越来越受到广泛关注，很有可能成为与数字内容同等重要的第三条曲线。

#### 运营商数据价值逐渐明晰

对于所有号称涉足大数据的互联网公司而言，可以从两方面判断其前景与价值，其一是否有稳定的数据源，其二是否有持续的变现能力，其中包含数据理解运用的经验积累。就数据获取而言，大的互联网企业由于自身用户规模庞大，把自身用户的电商交易、社交、搜索等数据充分挖掘，已经拥有稳定安全的数据资源。那么对于其它大数据公司而言，目前大概有四类数据获取方法：

第一、利用广告联盟的竞价交易平台。比如你从广告联盟上购买某搜索公司广告位 1 万次展示，那么基本上搜索公司会给你 10 万次机会让你选取，每次机会实际上包含对客户的画像描述。如果你购买的量比较大，积累下来也能有一定的互联网用户数据资料，可能不是实时更新的资料。这也是为什么用户的搜索关键词通常与其它网站广告位的推荐内容紧密相关，实质上是搜索公司通过广告联盟方式，间接把用户搜索画像数据公开了。

第二、利用用户 Cookie 数据。Cookie 就是服务器暂时存放在用户的电脑里的资料(.txt 格式的文本文件)，好让服务器用来辨认计算机。互联网网站可以利用 cookie 跟踪统计用户访问该网站的习惯，比如什么时间访问，访问了哪些页面，在每个网页的停留时间等。也就是说合法的方式某网站只能查看与该网站相关的 Cookie 信息，只有非法方式或者浏览器厂家有可能获取客户所有的 Cookie 数据。真正的大型网站有自己的数据处理方式，并不依赖 Cookie，Cookie 的真正价值应该是在没有登录的情况下，也能识别客户身份，是什么时候曾经访问过什么内容的老用户，而不是简单的游客。

第三、利用 APP 联盟。APP 是获取用户移动端数据的一种有效手段，在 APP 中预埋 SDK 插件，用户使用 APP 内容时就能及时将信息汇总给指定服务器，实际上用户没有访问时，APP 也能获知用户终端的相关信息，包括安装了多少个应用，什么

样的应用。单个 APP 用户规模有限，数据量有限，但如某数据公司将自身 SDK 内置到数万数十万 APP 中，获取的用户终端数据和部分行为数据也会达到数亿的量级。

第四、与拥有稳定数据源公司进行战略合作。上述三种方式获取的数据均存在完整性、连续性的缺陷，数据价值有限。BAT 巨头自身价值链较为健全，数据变现通道较为完备，不会轻易输出数据与第三方合作(获取除外)。政府机构的数据要么全部免费，要么属于机密，所以不会有商业性质的合作。拥有完整的互联网(含移动互联网)的通道数据资源，同时变现手段及能力欠缺的运营商，自然成为大数据合作的首选目标。

通信网络作为互联网、移动互联网的应用承载，其通道数据涵盖所有的互联网与移动互联网行为，这些行为数据的解读，为全面解读“消费者黑箱”提供最为完备、准确的数据依据。

传统的消费行为理论认为，用户(消费者)对产品和服务的选择是一个复杂的多种类的竞争过程。用户的购买决策过程是未知的，就像黑箱一样。用户先受到外部刺激，一方面是经济的、政治、技术、文化方面的不可控的宏观外部刺激，另一方面是产品、价格、渠道、促销的可控的企业营销组合手段的刺激，然后就是一个黑箱的购买决策过程，之所以说是黑箱是因为真正的购买决策特征、心理是未知的，难以完整、全面的把握，传统经济环境下所看到的实际上是用户选择后的结果或反应，多少人购买了，多少人使用了，以及口碑或满意情况。

互联网环境下，一切行为都将成为呈堂证供，用户的购买决策构成由未知逐渐变为已知。比如电商消费中，我们能从用户的浏览记录、购物车记录、商品比价记录与最后的购买决策关联，能够勾勒出用户消费决策的过程。甚至链接的来源是搜索广告渠道还是自传播渠道，都能客观的进行评价。

由此可见，作为互联网尤其是移动互联网通道的载体，运营商的数据对电商(甚至所有商家)用户活跃与销量提升具有重要的作用。比如某排名靠后的电商网站，其会员用户过亿，但真正活跃的不足 2 成，如果能知晓剩余的 8 成用户在其它电商网站的行为，其价值不言而喻。同时运营商的位置与行为轨迹信息、实名制导致的真实身份信息，对征信、精准广告、区域人流量统计、区域商业价值评估都有重要的参考价值，也是目前不少运营商省公司积极探索的方向。

虽然方向已经明确，但以下三个方面的问题让运营商的大数据变现步履蹒跚。

三个原因影响运营商大数据变现

第一、当前的数据价值仍未到引起高度重视的程度

对于征信应用而言，2015 年 1 月份央行发布八家准征信牌照大大促进征信市场的发展，越来越多的公司开始涉足关注。但实际上每年 200 万笔的 p2p 交易，其中涉及的征信需求有限，即便加上其它的消费信贷，如果局限于互联网金融，与要承

担的风险相比，当前市场需求与价值不足以让运营商决策层重视并下定决心涉足征信领域。广告领域应用也是一样，目前的程序化投放广告(DSP)本来就只占总展示广告的一小部分，其中的 RTB 广告在程序化投放广告中又只有一小部分，其中涉及到移动端的比例就更小。虽然多屏互动效果，移动端的数据对 PC 端的精准广告也有价值，但实际上能够准确关联 PC 与手机终端的比例不高，据说百度相对较高，也不到 40%。总体而言，现阶段运营商数据变现的市场价值未能引起相关决策层足够的重视。

当然如果运营商真是如私人互联网公司一样，一定不会轻易错过这样的讲故事机会，哪怕是烧钱，也是振奋市场提升股价的良好题材，影响力超出暴风科技 DT 战略的无数倍。比如征信的真正应用不在互联网金融，70%或更多的应用将用于信用经济，或者信用生活。

2015 年 3 月份，巴塞罗那通信展上有个北欧小公司 KLarna(网上可以查到)，是做电商的。KLarna 的电商和一般电商不同，用户注册身份后，不需要关联银行账户，不需要支付宝，凭借的是信用交易，先买喜欢的商品，由 KLarna 垫付资金给商家，然后在一定期限内，用户可以通过多种方式(包含邮寄)将欠款还上。其欠费风险控制主要来自大数据，至少你恶意欠过一次后就不会那么方便欠第二次。

第一次听到 KLarnaCEO 的演讲，觉得在中国这样信用缺失严重的国家不可能生存。仔细想一想，其实不然。过去银行给穷学生发信用卡，凭借的也只是一个身份，没有任何可抵押的东西，就可以给几千的受信额度，实际上这些学生的恶意欠费占总信用消费的比例，一定在一个可以控制的水平之内。在一个个人信用越来越受重视的社会，类似这样的信用经济一定有广阔的空间，这也是 KLarna 快速融资数亿美金并受追捧的重要原因。

最近阿里的“芝麻信用”分数与旅行社办理新加坡、卢森堡的签证进行关联，这是信用生活的一种应用形式，其实，更广泛的想一想，目前的拼车、租车如果加入信用评级结果，业务量一定进一步提升，用户体验及保障也会进一步增强。

## 第二、信息安全是绕不过去的门槛

如果说市场前景可以通过画饼进行预期的话，那么信息安全是制约运营商大数据变现的最艰难的门槛。

2013 年 7 月 19 日工信部发布的《电信和互联网用户个人信息保护规定》，其总则中明确提出“用户个人信息”的定义“用户个人信息，是指电信业务经营者和互联网信息服务提供者在提供服务的过程中收集的用户姓名、出生日期、身份证件号码、住址、电话号码、账号和密码等能够单独或者与其他信息结合识别用户的信息以及用户使用服务的时间、地点等信息”，能够追溯到个人终端的使用服务时间、地点信息也属于个人信息，其采集要遵行必要性原则，起使用要遵行告知并取得用

户同意的原则，而且明确不得泄露、篡改或者毁损，不得出售或者非法向他人提供。

按照该规定，目前互联网上的众多数据采集与交易都在规定的边缘，甚至或多或少存在违规现象。2015年3月华为在巴塞罗那通信展上的大数据解决方案中，专门有一个模块，满足防守条款要求，也就是允许客户选择公开或关闭个人信息(或某个部分的个人信息)。

如果严格按照该条款，任何能够关联到客户号码或终端的个性化精准广告推荐都是行走在边缘地带，虽然以画像或标签化方式能够规避其中的部分风险。中国电信在大数据应用上走得较领先，也把安全性原则列在开放 DMP 业务规范基本原则第一条，如“进入大数据能力平台的用户属性数据与行为数据必须脱敏，脱敏数据不得包含能够直接或与其他数据关联后可间接追溯真实用户信息的内容”，但实际应用中，如果不能关联到用户终端，如何应用于 RTB 实时精准广告推荐？

受该规定的影响，任何能够追溯到个人或终端的数据变现应用，与第三方进行变现合作均存在不可预料难以管控的风险。即便是经过用户授权同意的征信应用，往往蹦出一例安全事件(合作方将数据应用在非合作应用领域)，媒体放大后就会成为运营商不可承受之重。

从未来的趋势看，即便大数据应用专家呼吁新的数据伦理，但关系到个人信息保护，其规定只会越来越强。国外运营商之所以少有大数据变现成功经验，大多受此制约。如 Verizon 的 PrecisionInsight 服务，跟合作方共享面向商场、体育馆、广告牌业主等特定场所手机用户的活动和背景信息。因为只有 2% 的用户愿意提供自身信息，实际应用价值大打折扣。

### 第三、端到端变现能力不足

如果运营商能和 BAT 一样，有自己完整的端到端变现能力，比如独立申请征信拍照并推广征信应用，比如独自经营广告业务，如广点通、阿里妈妈、百度一样，独立的广告变现渠道，所有的用户数据流转在自身的体系内，那么一切风险都变得可控。因为对外提供的是评分结果，是推荐的广告内容，而不是用户的行为特征数据。

但问题在于，BAT 是先有变现渠道，后有大数据应用，就如先有微信用户群、先有朋友圈分享，后有精准 feed 广告一样，数据变现渠道是一项直接到达用户的核心能力，并不是简单投入就能获取的。

说到这儿，感觉有点憋屈，运营商的大数据就如蒙古国的煤矿与稀土一样，自身消化不了，只能靠卖给中国或通过中国的火车卖到海外，才能实现价值。

除了变现渠道之外，还有一项变现能力存在不足，该能力与运营商自身密切相关，那就是面向应用的数据理解与模型应用能力，该部分能力其实更为重要，更需要持续的资源投入。



目前的问题也在于此，一方面需要资源投入锻炼数据理解与模型应用能力。这里特别强调面向真实应用，因为脱离真实应用的研究性投入并不能给实际数据模型能力提升产生多大帮助。比如对上网日志的解读，只有针对具体的应用场景，才有可能对某些电商网站的行为对应的 URL 代码进行深入爬虫分析。只有参与到征信模型及应用中去，才能检验想象中的影响因素与真实情况的一致性，比如打电话多的其综合信用评分可能不是更高，而是更低。另一方面缺少外部合作，较难理解真实数据需求，同时缺少变现收益来支撑持续资源投入。

合作试点是解决之道

虽然步履蹒跚，但广阔的前景仍然吸引运营商省公司积极探索、大胆创新。受去年上海踩踏事件的影响，目前面向政府、旅游部门的区域人流量统计与告警应用如火如荼，并逐步向其它应用领域积极探索。

在数据分析方面，有一个很老的拇指法则：数据分析工作有 70%-80%的时间花在收集和准备数据上面，仅有 20%-30%的时间花在分析本身上。在刚开始处理大数据时，这个比例估计会更低。确定大数据中有价值的部分，并确定如何最优而精确地提取这些部分，非常关键，其实这也是探索并优化应用模型的重要过程。

大数据公司通常定期展示一些洞察报告，就是边理解边实践的一种良性循环，不管这些洞察报告多么微不足道。这些不定期的洞察报告一方面让人们保持这一过程的兴趣，一方面不断探索数据应用领域与价值，不断完善既定的应用模型。

就如站在河边学不会游泳一样，大数据变现应用实践比什么都重要。否则空对着自身的数据通过想象的方式去研究，无法真正锻炼变现能力。在当前缺少变现渠道的情况下，与有限合作伙伴在一定范围内的试点才是正确的解决之道。

来源：《创事记》2015年06月08日

### 运营商在互联网+中扮演什么角色？

国家正在实施的互联网战略对整个社会都在产生巨大的影响，不过，在互联网行业欢欣鼓舞的同时，很多传统行业表达了不同的思考，至今为之，已经有很多企业领导在不同的场合表态，互联网+实际上应该是“+互联网”。

传统企业的担忧不无必要，互联网不能入侵传统经济

在互联网+发展中，很多传统企业有自己的担忧，因为这个互联网+战略等于是将互联网放到了战略主动位置，正好适应了互联网企业颠覆传统行业的目的，由此让一些在传统制造业上有一定优势的企业开始反思。

现在，已经有一些科技业和制造业的企业公开喊出了“互联网+”应该是“+互联网”，互联网只能作为一种技术和能力，成为提升中国制造业的工具。

传统企业的担忧不无道理，毕竟中国的传统产业仍然占据主导，在此前几年的互联网产业发展中，已经有很多产业被轻体量和低成本的互联网公司击倒。在目前

互联网公司资本强大的背景下，很多传统企业都难以抵抗住冲击。

正是因为这个原因，自前年开始，很多传统企业都已经在积极谋变，或者自己主动触网而互联网化发展，或者与大的互联网公司合作达成联盟，或者向互联网创业公司进行投资，争取在互联网经济中的地位。

运营商不是互联网+的另外一极，没有“互联网+运营商”

在这次的互联网+经济发展中，运营商有些迷茫，甚至弄不清楚自己是+号哪一边的？实际上，绝对没有“互联网+运营商”，因为运营商是被包括在“互联网”之中的。

运营商要做的正是互联网+，也就是说，运营商与互联网是一个战壕里的战友，共同负担其改造传统经济的重任。

在市场发展方面，运营商与互联网公司确实存在一定的竞争关系，但运营商与互联网公司之间最主要还是合作关系。即便腾讯公司的微信，号称对运营商的业务构成了多大的杀伤，但依然是依附于运营商的优质网络才能生存，而不久前发生的支付宝光缆被挖断时间更是证明了运营商与互联网公司合作的重要性。

如果简单的把运营商与互联网公司之间看成是竞争与分离的关系，那就太狭隘了，两者对于互联网+都非常重要，而且必须是合作提供服务，缺了谁都不行。

当然，虽然没有“互联网+运营商”，可运营商为了为社会提供互联网+的服务，自己还是要适应社会发展而进行改变，也就是互联网化的变革。这里面既包括业务方面的互联网化，也包括公司管理组织结构、服务方式和营销方法，甚至还要在系统集成和业务支撑方面做出很大的调整。

运营商做互联网+决不能仅仅做网络支撑，而是要去做互联网

互联网+需要运营商的网络支撑，运营商是互联网+的基础，可如果运营商仅仅是做好网络支撑，那无疑也是错误的。网络只是互联网+的基础部分，运营商可以做的还太多。拥有丰富资源和能力的运营商如果仅仅提供基础网络服务就是暴殄天物。

很多互联网人士就希望运营商成为管道，为互联网的发展提供好基础网络服务，这样才会有互联网的健康发展，以为这样会有利于国内互联网公司的生存环境。实际上，互联网公司与运营商各有秉赋，不能互相替代，运营商在业务方面也是互联网公司的无法取代的。

运营商拥有遍布全国的营业网点和建设维护人员，多年长期稳定运营的支撑系统，还拥有数十年的客户行为数据积累，此外，运营商们掌握着互联网公司远远无法具备的很多独特的大数据资源，可以开发出大量的为社会服务的新型业务，有些是互联网公司做不到的。

在传统企业互联网+发展中，运营商的信息化建设更是必不可少，政企集团客

户的很多业务都是运营商专门提供的产品，新兴的智能工厂和智能产品都离不开运营商的业务支撑。

运营商是中国互联网+战略的重要参与者，甚至是关键性的参与者，不仅仅要提速降价来促进信息化的发展，更要勇于创新为社会提供独具特色的互联网业务，这才是运营商的社会历史使命和必须完成的任务。

来源：CCTIME 飞象网 2015 年 06 月 08 日

### 中国电信与云南省首启“互联网+”合作

6 月 7 日，中国电信和云南省政府就“互联网+”基础设施、跨境通信枢纽和“互联网+”应用签署合作协议，云南省委书记李纪恒，省委副书记、省长陈豪，中国电信集团公司总经理杨杰出席签约仪式。

双方在 3 大领域 11 个方面达成合作共识。在“互联网+”基础设施方面，中国电信经报工信部批准，同意昆明区域国际局升格，2015 年，昆明国际局业务经营种类在国际话音业务的基础上新增数据专线业务和国际互联网转接业务，服务范围在 GMS 五国基础上增加了印度、斯里兰卡和孟加拉国。

在跨境通信枢纽方面，双方将加大面向“两亚”的跨境视频传播平台、跨境电子商务平台、跨境文化教育服务平台、跨境旅游服务平台、跨境 IDC 中心、对外增值业务平台和大数据信息中心建设，推动与周边国家的信息化应用交流及辐射作用，提升云南在国际通信网络的地位，借势周边国家信息化的发展，将云南打造成为面向“两亚”的通信枢纽和信息汇集中心。

在“互联网+”应用方面的合作包括“互联网+现代农业”、“互联网+电子商务”、“互联网+旅游”、“互联网+教育”、“互联网+医疗”、“互联网+政务”、“互联网+中小企业”、“互联网+智慧家庭”、“互联网+智慧交通”。

签字仪式前，双方举行了座谈会。杨杰表示，中国电信将举集团之力在资源、政策、人力上对云南进行扶持，并感谢云南省委省政府多年来对中国电信的支持。李纪恒希望全面加强双方的合作，加强基础设施建设和云计算、大数据产业发展，帮助云南借杆撑船，实现跨越式发展。陈豪表示要抓好互联网新兴产业的发展，云南缺人才、技术、资金，需要与中国电信加强合作。

来源：CNII 网 2015 年 06 月 09 日

### 重庆电信加大退网退铜力度：确保明年实现全光网络

中国电信重庆公司日前加大退网退铜力度，推进退铜和交换机退网，确保明年实现全光网络建设目标。此举将在全面盘活公司现有机房资源、节约大量能耗开支的同时，为全市信息化发展打下坚实基础。

据了解，重庆电信今年确定的全市退网目标为 303 万线对公里，约占现有铜缆资源的三分之一；交换机退网将于 2016 年 6 月 30 日前完成。根据重庆电信的总体

部署，2015 年退铜进度将按四个季度进行管控：1~4 季度累计进度目标为 20%、45%、70%、100%（其中 10 月 31 日不低于 80%），铜缆处置点交割截止时间为今年 11 月 30 日。交换机退网进程按照 2015 年 6 月 30 日前、2015 年 7~11 月及 2015 年 12 月~2016 年 6 月三个阶段的退网计划分别进行管控。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 04 日

## 技术情报

### 【趋势观察】

#### 物联网技术提速通关效率

承运司机给进口转关的集装箱挂上一把安全智能锁，就可以随时将货物从一个海关监管场地运到另一个海关监管场地，货物何时从监管场地离开，行进到哪个位置，什么时候到达另一个海关监管场地，都清楚地显示在网络系统上，期间不需要任何人工干预。这就是青岛海关正在使用的 GPS 远程监控技术。

如今，在青岛海关的物流监管现场，物联网技术随处可见。除了“不需人工干预”外，物联网带给企业更多的是高效便捷。

青岛诚业国际物流有限公司位于青岛前湾保税港区，是一家以国际物流为主业的综合物流供应商。该公司代理的进出口货物大多数需要从青岛前湾港转运到青岛保税区，运输过程中要经过一段公共通道。

转运货物需要海关全程监管，按以往惯例，这些货物需要经过海关关员人工施封、过闸识别、人工验封 3 个环节。由于施加、验核关锁封志、录入海关管理系统等过程均需关员手工操作，在物流监管高峰期难免产生排队等候的情况。在内嵌了 GPS 技术后，海关可以对转关车辆和货物进行全程监控，高效的同时又不失严密。据估算，一票 20 个集装箱的货物，使用安全智能锁就可以为企业降低运输等费用近 1 万元。

在青岛海关下属黄岛海关汽车专用查验场地，查验关员董存波正在往一辆进口整车车窗上贴电子标签。

“这个标签就像是进口整车的‘身份证’。”董存波说，每一辆进口整车上都会有一个这样的标签，说起它的作用，无论是港务公司、船公司还是货主都频频称道。因为它能够实现整车补充申报、进出堆场记录、场内动态管理以及卡口验放等多项功能，同时海关和港务公司、船公司、货主等多方都可以通过这个电子标签实现数据交换与共享。

得益于青岛海关先进的物联网监管技术，青岛口岸整车进口效率明显提升，业务增势迅猛。2014 年，青岛海关共监管进口整车 3314 辆，跃居全国 18 个整车口岸第 5 位，在近三年所有获批口岸中居首位。

随着一辆装载价值 16 万美元液晶显示器面板的集装箱拖车行至青岛保税港区



卡口，卡口系统开始对司机持有的载货单上的条形码进行扫描。3 秒钟后，系统完成了信息比对并自动抬杆将车辆和货物放行，同时这批货物信息也自动在企业电子账册中进行了核销，这同样是海关物联网信息化系统的功劳。

目前青岛海关已在卡口系统、集装箱堆场监控系统中使用了电子车牌、集装箱号图像自动识别、条码阅读以及电子档杆等物联网设备和技术，实现了对进出口物流实体进行识别、定位、追踪和监控。随着新兴物联网技术的应用和推广。下一步青岛海关将继续对运输工具、集装箱物流、卡口控制、转关运输等监管环节的物流信息进行采集和分析，形成贯穿物流全程的信息底账数据，提高物流通关效率，降低企业通关成本。

来源：《科技日报》2015 年 06 月 08 日

### 芯片业巨额并购频现：巨头们要做什么？

半导体领域似乎在最近掀起了一股收购的热潮。

就在近日安华高科技以 370 亿美元的现金和股票收购芯片厂商博通之后，英特尔并购可编程逻辑芯片(FPGA)巨头 Altera 的传闻也成为现实，英特尔日前宣布将以每股 54 美元的价格收购 Altera，交易总价将达到 167 亿美元，创造了英特尔并购历史上金额最大的纪录。

6 月 2 日，英特尔公司高级副总裁兼客户端计算事业部总经理施浩德对并购案首度发声，表示收购基于两点，一方面希望用 FPGA 实现摩尔定律，而另一方面有利于英特尔开拓物联网市场。

以英特尔为首的国际芯片厂商已经在并购的路上越走越远。“虽然刮着各种要飞起来的风，但实际上从上游半导体到下游制造商的并购潮根本停不下来，近半年的巨额收购案一个接着一个。”国际电子商情产业分析师余敏对《第一财经日报》表示，国际厂商并购通常是一个做加减法的过程，高精尖的技术会得到保留，而从长远看，此次并购的影响将会触及到元器件分销等行业。

巨人频做“加减法”

去年，英特尔刚刚抛出 90 亿元投资紫光集团，加码大陆芯片市场和投资。在国际市场上，它也丝毫没有放松。

对于 2014 年创造 500 亿美元营收的英特尔来说，167 亿美元并购 Altera 也许并不算太贵，但这大幅度提高了竞争对手进入该市场的门槛。

也许行业外大多数人对 Altera 并不太熟悉，但在数据中心领域，Altera 是大多数巨头选择合作的对象之一。

“几年以前谷歌与 Facebook 就开始自己设计服务器架构和云端架构，更进一步甚至自己定制服务器与大数据中心的核心芯片，其中很大一部分是与可编程逻辑器件公司 Xilinx 与 Altera 两家公司合作，而在定制服务器的时候最大的芯片供应

商还是英特尔公司，在大数据端，很多案子都是英特尔与可编程器件公司协作共同来完成的。”业内资深人士孙昌旭撰文表示。

未来互联网的格局变化也影响着芯片巨头们的选择。当越来越多的互联网公司开始自己设计服务器，上游芯片厂商的整合能力就被看得更为重要。完美实现芯片的定制化，FPGA 必不可少或者说是最佳的搭档。从这个意义上看，英特尔并购 Altera 在强化自身在数据中心优势的同时，也是为了顺应市场变化，满足客户需求。

“有的人觉得施浩德说得冠冕堂皇，但我认为其实还是说到了本质的想法。”余敏对记者表示，认同英特尔高层对于收购目的的看法，互联网到物联网的发展需要技术的迭代与积累。

而另一层面，这些芯片巨头也在剥离那些看似“仍有盈利”的业务，而接盘者往往是中国厂商。前不久，恩智浦半导体（NXPI）宣布向北京建广资产管理有限公司出售射频功率事业部。根据协议内容，建广资产将为购买此事业部支付 18 亿美元。该交易将在获得相关监管部门批准后生效。

余敏对记者说，国际芯片巨头抛离的业务并不一定不赚钱，只是毛利低于其标准。“不要说 20%，有的业务低于 50%毛利可能就不太做了。”

#### 寡头竞争恐加速行业洗牌

“中间夹心层的元器件分销行业整合预计也快要拉开序幕了。”余敏对记者表示，并购的对象在行业中都是厉害的角色，而且都不是小数目，对于过往长期的合作伙伴会有比较大的影响。

“很多分销领域的厂商抱着一个公司的生产线也许就能吃饱，业务占比非常大，但是整合之后业务之间会有一些调整，这样一来，对产业的影响就显现出来了。”余敏对记者如是说。

而从另一层面来说，巨头之间的并购与业务调整也在驱使整个行业向寡头竞争演进。

“拿智能手机芯片为例，在 2014 年以前我们还有很大的选择，但是从这两年的竞争趋势看，可以选择的厂商已经不多了。”余敏对记者说。

以爱立信为例，在去年 5 月份爱立信曾经表示希望重返手机芯片市场，并认为芯片是一个“可期”的市场，但三个月后却突然宣布停止芯片开发，并将部分投资转至无线网络领域。“芯片市场亦面临着竞争激烈、价格侵蚀以及技术创新不断加快的种种挑战。”在当时给《第一财经日报》发来的邮件中，爱立信认为，要在这个瞬息万变的市場获得成功需要进行大量的研发投入，因此，爱立信作出上述决定。

而在爱立信之前，德州仪器以及美国公司博通都已经对外宣布将放弃其手机基带芯片业务，寻求出售或者关闭。

“芯片领域没有永久的拳王，大家都在不停地颠覆和被颠覆。”浸淫芯片行业

二十多年的盈方微总裁李兴仁对记者表示，在芯片行业，产品的更新迭代速度是很快的，一旦慢了一步，就意味着市场份额的流失。

但也有业内人士认为，近半年来兴起的芯片并购潮也是在追赶新一波的资本市场热点。但从产业背景看，半导体行业确实开始进入新一轮整合周期。

来源：《第一财经日报》2015年06月03日

### 光通信系统技术趋势之三

——超越 100G，单通道传输速率持续提升

随着社会信息化进程的不断推进，以视频、云计算、物联网为代表的新兴业务对带宽需求剧增，现有的骨干光传输系统无法满足日益增长的互连容量需求，迫切要求进一步提升传输容量。

实际上，随着网络传输容量需求的激增，光传输系统其单通道传输速率在经历了从 2.5Gbit/s—>10Gbit/s—>40Gbit/s—>100Gbit/s 的提升，正在酝酿下一代的超 100G 光传输系统。光传输复用维度也从单纯的时分复发展到时间、波长、频率、偏振态、传输模式的多维复用、多管齐下。面向未来网络容量需求的光传输，Pbit 多芯空分复用以及光子轨道角动量复用已成为业界研究热点。在具体实现上，高级正交幅度调制、相干接收、数字信号处理、多载波技术和光电集成工艺等新技术逐步引入并持续优化，不断提升光传输性能，降低光传输成本。

基于成本和兼容性等方面的考虑，充分利用已铺设的光纤光缆，在现有光传输系统上通过升级和改造光收发单元以提高单个波长通道传输数据率的方式来提升系统容量，具有最优的性价比和可行性。超 100G 光传输将继承 100G 光传输系统的设计思想，采用偏振复用、多级调制提高频谱效率，采用数字相干接收提高接收机灵敏度和信道均衡能力。

超 100G 光传输意在可用频带资源不变的情况下进一步提升单根光纤的传输容量，其关键在于提高频谱资源的利用率和频谱效率。对于光传输系统而言，光纤损耗窗口所导致的可用带宽限制和光传输通道光器件级联所引起的窄带滤波效应要求光传输的频谱效率最大化；光传输通道的非线性效应要求光传输功率的效率最大化。此外，光电器件水平对光传输符号基带带宽亦有限制。

针对上述超 100G 光传输挑战，业界从以下方面入手解决：①充分利用光信号可调制维度（幅度、相位、偏振态）来承载数据以提高频谱效率；②采用多载波和正交频分复用技术提高频谱利用率并降低符号传输的波特率以抑制色散的影响、减小对光、电器件带宽的要求；③采用数字相干接收技术提高接收机的灵敏度和信道均衡能力，采用更高增益的纠错编码提高系统的健壮性。④采用先进的光电集成技术减小体积，降低功耗，提高系统可靠性。

需要注意的是，尽管多维度多级调制可以有效提高频谱效率，减小对传输通道

和光电器件带宽的要求，但多级调制会减小星座图上符号之间的最小间距，降低 OSNR 灵敏度以及传输损伤容忍能力。因此，选择更高级别的 QAM 调制可以提高超 100G 的频谱效率和传输速率，但由于强度噪声和相位噪声容忍能力减弱，其传输距离可能远低于目前 100G 系统。

光电器件集成技术是超 100G 光传输实现的基础。尽管多载波传输级数可以降低了对光、电器件的带宽要求，将器件功耗由平方增长降低为线性增长，但其带宽和功耗要求仍然惊人。光电器件集成工艺是影响超 100G 光传输设计方案可行性和系统性能的关键因素。

鉴于目前的客户业务需求和光电器件工艺水平，400Gbit/s 光传输速率是最具可行性和性价比的解决方案。基于灵活栅格的双子载波偏振复用 16 级正交幅度调制 (2SC-PM-16-QAM) 的 400G 光传输是业界普遍看好的方案之一。该方案每一个传输通道占用 75GHz 带宽，其频谱效率可以达到 5.3bit/s/Hz，较 100Gbit/s 光传输 2bit/s/Hz 的频谱效率可以有较大提高。由于采用了较为密集的 16QAM 调制，400G 传输损伤容忍能力（传输距离）较 100G 光传输系统有所下降，预计会在城域及数据中心互联场合率先应用。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 02 日

## 【模式创新】

### 物联网倒逼运营商改变，SDN 和 NFV 成必须？

融入 SDN 和 NFV 可以为运营商带来新的价值，如，更高效地控制网络，进一步优化计费系统，打造创新生态链。这是物联网时代，网络发展的巨大变化。

如果运营商们还没有一个基于 SDN (软件定义网络) 和 NFV (网络功能虚拟化) 的商业案例，那么在数十亿小传感器即将“汹涌袭来”的物联网时代，将迫使运营商们改变现有的网络，即融入 SDN 和 NFV。

物联网 (IoT) 将驱动更多的基于 SDN 和 NFV 的商业案例，对此，HeavyReading 高级分析师 SteveBell 表示：“你很难控制、管理一个由数十亿终端汇聚而成的海量数据，除非你拥有弹性和灵活性俱佳的网络。”

虽然目前海量数据尚未到来，但 Bell 表示，融入 SDN 和 NFV 已经为运营商带来了新的价值，包括更高效地控制他们的网络，进一步优化他们的计费系统，并且可以和客户、合作伙伴打造创新生态链。

目前很多运营商还在等待 LTE-M 融入物联网，LTE-M 将为 4G 时代的物物 (M2M) 相连提供更好地连接——包括低功耗、低成本、运行在授权频谱等，预计将于 2016 年开始部署。(PS：华为表示将在 2016 年开启 4.5G 和 LTE-M)

当然，也有运营商在考虑一个近期更易实现的解决方案，比如低功耗广域网络 (LPWA)，它同样具备低功耗，低成本的优势，但运行在非授权频谱。而值得关注的



是，无论是 LTE-M 还是 LPWA，都在向 5G 演进，都将进一步推动物联网的发展。

进入到 5G 时代，移动宽带网络将发生质变——高速度、低延迟、高价值等等，此时与其连接的基础网络也必须随之升级，才能跟上这些变化。而此时，SDN 和 NFV 将成为必然选择，或者说，广大的运营商必须在 5G 时代来临前提前做好准备，开始全面拥抱 SDN 和 NFV，并开始部署更多的商业成功案例，为 5G 时代积累宝贵的经验！

来源：中关村在线 2015 年 06 月 03 日

### 云计算成为新业态的培育平台

“促进云计算科学健康发展，并且在发展中培育信息产业的新业态。”在近日举行的云计算发展与政策论坛第五次高端会议上，论坛名誉理事长吴基传表示，2011 年，当论坛成立之初，人们还在谈论云计算的概念，而 4 年后的今天，政务云、商务云和交通云等各式各样的云服务纷纷落地。今年年初国务院印发《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》，体现我国政府对于促进云计算发展的高度重视，进一步加快了云计算的发展步伐。

今年以来，“互联网+”成为各界热议的话题。腾讯董事会主席兼首席执行官马化腾近日撰文阐述“互联网+”思想，他认为，不管是数据开放、云平台还是提供连接，我们都想把更多的孤岛连接到各自的生态体系，让更多传统行业在这个体系中共生、发展。大数据也是近年来兴起的热门领域。阿里巴巴集团董事局主席马云近日表示，世界正在发生很大变化，将从 IT（信息技术）时代向 DT（数据技术）时代变革，不参与大数据建设，10 年后一定后悔！

事实上，无论是“互联网+”还是“DT”都离不开云计算的支持，云计算是它们落地的基础，已成为培育信息产业新业态的战略平台。工信部总工程师张峰指出，云计算已成为全球最具活力的创新领域之一，影响着整个信息产业的健康发展，对于支撑大众创业、万众创新，支撑“互联网+”发展等发挥着重要作用。目前，我国云计算和大数据发展的基础已具备，前景也十分光明。

中国的云计算和大数据发展已进入快速增长期。据中国信息通信研究院发布的调查报告，2014 年我国公共云和私有云服务市场规模分别为 70.2 亿元与 216.8 亿元，同比分别增长了 47.5%（全球平均同比增长 19%）和 28.6%；2014 年我国大数据市场规模达到 84 亿元，同比增长 38%，预计在 2015 年将达到 115.9 亿元。中国在云计算和大数据领域的综合实力正不断增强，在公共云领域，用户对于国内云服务提供商的信任度明显提升，在私有云市场，国内厂商已占据了半壁江山；由中国设计的天蝎服务器部署已达 1000 个，销售额突破 30 亿元。

总体来看，我国云计算发展规模持续扩大、产业实力不断夯实，云计算正向纵深发展，开始向政府和金融等多个领域渗透。然而，我国云计算发展仍处于初级阶

段，还存在着诸多问题。张峰指出，我们必须清楚地认识到，我国云计算核心技术与领先国家差距较大，信息安全带来的挑战也日益突出。吴基传则表示，不断提高云计算的安全性、有效性和可靠性等需要各方继续努力。要实现这些目标，营造好的环境是关键：一方面，各方应该积极沟通与协作，共同推动我国云计算相关政策和法规的不断完善；另一方面要致力于提高人的素质，包括培养云计算人才，呼吁人们重视信誉等。

来源：《人民邮电报》2015年06月02日

## 终端制造

### 【科技前沿】

#### 手机厂商攻坚电池技术受限 电池材料难创新

电池技术成为国内外手机厂商近期纷纷“攻城拔寨”的对象。近日，谷歌在 I/O 大会对电池优化进行更多的解释，谷歌为这项技术起名为“Doze”，该技术可以更加智能的对电量进行控制。无独有偶，三星日前举行了技术电子研讨会，当中公布了高能量密度手机的电池计划。而国内厂商金立表示，将推出拥有双电池的 M5，即使其中一个坏掉了也能正常运作。

诚然，从 2G 到 3G 再到 4G，从高清屏到如今的 4K 屏，从 2G 内存到 4G 甚至 8G、64G。这些足迹都展现出手机前进的步伐。可是，当手机越来越先进，耗电越来越凶猛，凭借国内外厂商在电池技术上做文章来得是时候？有研究表明，电池越来越不够用，是摩尔定律与电池技术的矛盾。这样的矛盾该如何解决？

#### 厂商攻坚智能手机电池

或许有人会感叹智能手机的电池太不耐用；或许有人会烦恼智能手机的电池容量小；但你不得不惊呼智能手机的电池开启了新一轮革命。近期关于国内外手机厂商攻坚手机电池的事件在业界引起持续发酵。

5月26日，三星举行了技术电子研讨会，并且公布了高能量密度手机的电池计划。据悉，三星的电芯会支持更高的能量密度和更快的充电速度，未来还将支持柔性电池，满足不同电池形状的需求。按照计划，三星的电池在今年能实现 700wh/L 的能量密度，而第三季度将推出 750wh/L，4.40V 能量密度的电芯样本；2017 年提升电压至 4.5V，电池能量密度将会达到 780wh/L。

近日在谷歌互联网开发大会上，谷歌对电池优化进行更多的解释。谷歌为这项技术起名为“Doze”，该技术可以更加智能的对电量进行控制。谷歌称，配备 Doze 的 Nexus9 将比普通 Nexus 续航能力提高一倍。除此以外，安卓设备将支持 USBType-C 充电，谷歌表示，用户可以使用安卓手机为别的设备充电，因为现在大家的安卓手机电量将更加充沛。

而国内手机厂商也不甘示弱。此前金立曾在微博曝光新机 M5 的消息，这款手

机主打长续航，机身内置两块电池，容量更是达到了史无前例 6000 毫安时，并且还支持快速充电以及反向充电，非常给力。据官方介绍，金立 M5 在满电情况下，能做到四天不充电，这在智能机时代根本不敢想象。金立 M5 还支持快速充电，快充 5 分钟可以维持 2.5 小时的通话时间所需电量。另外，金立 M5 具有 OTG 功能，MicroUSB 接口可以向外供电，让手机瞬间变身成充电宝。

### 手机电池遭遇三大瓶颈

一直以来，电池的续航、不耐用等问题一直是业界在探讨智能手机发展道路上的热词。知名 IT 咨询服务公司德勤发布的最新行业趋势预测显示，手机电池续航能力将会是影响消费者选择下一步手机的关键因素，但是就同等尺寸和电压的锂电池来说，2015 年与 2014 年相比，不会有超过 5% 的单位电荷或毫安时 (mAh) 的改进。即单靠电池技术改进，续航能力仅可能提高 5%。言外之意，当前智能手机电池的改进仍力度仍然很小。那么，当前手机电池面临的瓶颈究竟有哪些？

电池续航能力欠佳是首道坎。随着智能手机的功能越来越全面，诸如远程遥控，听音乐，看电影，GPS 导航等等成为人们日常生活中不可或缺的环节。可是，主流的智能手机续航水平大多都只是能满足一天的使用需求，能够满足两天以上使用量的手机少之又少。有网友直呼，对电池容量比较大的手机感兴趣。“现在出手机的商家，其本没对电池有要求，只求手机高配，其实续航才是比较重要，手机好配置，可电池跟不上等于浪费。”市民董先生购买一部手机，使用 4 个月后，发现手机电池无法使用，拨打 12315 投诉电话。

局限的快充模式。不可否认，快充的实现一定程度上解决用户短期的续航问题。其主要是通过提升电压、提升电流或是两者同时提升的方式让手机电池的生命力一下子顽强了好多。可是，试问，这样的“换汤不换药”的电池新技术发展依然是缓慢的，充其量只能解决一时的替代品。

锂电池原理限制，材料进步缓慢。我们看到，锂电池在这十年间的技术进步的确很大，但缺乏革命性的改变。锂电池与 10 年前没有两样：结构没有发生变化，主要配套材料基本没有变化。尤其是正极材料还与 10 年前一样，还是钴酸锂、锰酸锂、三元材料和磷酸铁锂这四种，材料进步缓慢也限制了电池技术的进一步发展。

### 电池材料创新是关键

智能手机电池续航耐力不足问题由来已久，随着生产技术的提高以及消费者需求的增加，势必对手机电池的要求也会相应提升，目前手机电池研发上面临的形势却十分严峻。

从去年 11 月份美国专利商标局公布了苹果新获得的两项专利，这两项专利为“便携式计算设备的燃料电池系统”和“便携式计算设备燃料电池系统耦合”来看，这两项专利暗示苹果可能正在研究使用燃料电池技术来解决其 iPhone、iPad 以及

Macbook 电脑等产品的续航问题。进一步来看，针对移动设备的电池技术创新尝试正在继续。

此外，科学家也不断发现新的电池材料，可让电池本身续航力大增，其中又以石墨烯(graphene)最具代表性。石墨烯导电性比金属铜佳，且重量轻、表面积大，是发展大容量电池理想材料，其同时又兼具强度与可挠性。

但手机电池要取得进一步发展，关键是要掌握先进材料以及电池体系等核心知识产权。如果没有合理的布局，扎实系统的基础研究，手机电池的前进步伐恐停滞不前。当然，罗马并非一日就建成的，新电池技术的成熟与普及显然还需要很长一段要走。

来源：《通信信息报》2015年06月04日

### 手机芯片市场规模超 400 亿美元：厂商“只出不进”走向寡头垄断

尽管华为终端公司董事长、“大嘴”余承东宣称智能手机行业只有前三名才能活下来，尽管 2015 年市场增长正在放缓，依然挡不住各路英雄逐鹿中原的壮志雄心。在最为繁荣的中国市场，仅 5 月 6 日一天就有三家手机厂商发布新产品或新品牌，步入炎夏 6 月，还有新产品在不断发布，百花争鸣好不热闹。

作为智能手机的核心，手机芯片行业经历前几年的喧嚣之后，在今年走向了沉寂。活跃在市场上的，还是那些耳熟能详的老面孔：高通、联发科、展讯、美满电子、英特尔，手机厂商自家的芯片，除了苹果一直自行设计，华为和三星也不陌生。去年英伟达、博通、爱立信退出手机芯片（基带或应用处理器）市场后，还没有一家新厂商宣布参与这场昂贵的游戏。

其实手机芯片市场规模巨大，且依然保持较快的增长速度。根据市场调研机构 StrategyAnalytics 的数据，2014 年全球基带芯片市场规模达 209 亿美元，年增长率为 21%；应用处理器市场规模达 221 亿美元，年增长率为 14.1%。整体市场规模突破了 400 亿美元。

信息科技产业残酷的“70-20-10”法则，在手机芯片市场得到了很好的展现。从基带芯片来看，高通占据了 66%的份额，联发科和展讯分别是 17%和 5%；从应用处理器来看，高通占据了 52%的份额，苹果和联发科分别是 18%和 14%。在华为和三星更多采用自家芯片后，留给后来者的，只剩下无足轻重的长尾市场。

智能手机的竞争力，可以从很多方面来体现，比如技术、比如渠道、比如营销、比如颜值，只要有一样玩的转，就会有无数消费者买单。但手机芯片唯一能拼的就是技术，技术只能靠一点一滴积累，顶多是通过高强度投入研发、并购等方式实现加速追赶。从这个角度看，高通的领先地位几乎不可超越。

今年半导体产业出现并购潮，其中在去年退出手机芯片市场的博通公司，同意了 Avago370 亿美元的收购要约。两家公司强强合并后，博通是否会重返手机芯片



市场，再次向“一生之敌”高通发起挑战，也是业内很多人关心的问题。

芯谋首席分析师顾文军对 C114 表示，博通手机芯片业务出售失败，相关人员已经裁撤，不太可能重新做了。另一位资深业内人士则认为，博通拥有大量专利（唯一一家和高通打专利官司还获得了近 10 亿美元赔偿的厂商）、成熟的芯片、渠道资源和客户支持，有可能重返。而且 Avago 在高端滤波器和功率放大器手机重要元器件方面实力强悍，有助于加强手机芯片产品线的竞争力。

博通是否重返、重返后有没有实力挑战高通，还需要时间检验。除此之外，业界还有两个关于收购的传言。其一是另一家相对较弱的独立芯片厂商正寻求出售手机芯片业务，有条件有意愿接手的是中国公司。这个传言若属实，很明显将加剧行业当前的寡头垄断。另一个传言不太靠谱：英特尔收购高通，更多是一种设想，说明这是英特尔能够打败高通夺取移动市场的唯一方式。

可以相信，2015 年手机芯片行业寡头垄断的形势将会进一步加剧，高通、联发科和大国企紫光（展讯）将会进一步夺取市场份额；大土豪英特尔依然作为不稳定因素存在；华为和三星，则凭借对芯片技术的长期巨额投入和庞大的手机出货量，逐渐崛起成为手机芯片市场的重要参与者。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 04 日

## 【企业情报】

### 国产手机商热衷推子品牌多品牌战略布局细分市场

中国作为全球第一大移动市场，智能手机的发展异常迅疾，已经成为全球第一市场。不过，随着智能手机发展到一定阶段，国内市场的市场增长率开始出现疲弱。IDC 最新的数据显示，中国智能机出货量六年来首下滑。在这种情况下，国产手机厂商纷纷推出子品牌。日前，TCL 推互联网品牌手机定位“90 后”用户，联想神奇工场则发布手机品牌 ZUK，再加上华为荣耀，酷派大神，中兴努比亚，以及小米的红米，联想的乐檬，“多品牌”策略在中国市场大行其道，多品牌林立也被认为是新手机时代的一种发展策略。

中国手机市场见顶了吗？

市场调研机构 IDC 的报告显示，2015 年第一季度中国智能手机市场出货量为 98.8 百万部左右，同比下降 4.3%。这是过去六年，中国智能手机市场首次同比下滑。与此同时，iPhone 彻底变成街机，出货量中国市场第一。IDC 的报告显示，2015 年第一季度中国手机市场出货量为 1.09 亿部左右，同比下滑 5.6%。IDC 中国区总裁霍锦洁称，中国手机市场逐步饱和是该市场放缓的根本原因。

而国际研究机构 IHS Technology 的数据显示，中国智能手机市场 2015 年 Q1 的销量达到 9900 万台，较上季下跌 5.6%。虽然不同研究机构的市场份额数据一直有所出入，但共同的一点是，今年第一季度国内智能手机的出货量整体出现下滑。此

前 TrendForce 的最新研究报告也指出,2015 年第一季全球智能手机出货 2.91 亿台,同比下跌 9.2%,主要是受到中国手机市场内需疲软的影响。

由于市场竞争激烈,截至 2014 年底,很多厂商都积累了过多的库存量。此外,2014 年下半年运营商调整了补贴方式和补贴预算。综合以上因素,2015 年第一季度市场不得不进入一段调整期。值得关注的是,IDC 的数据显示,在过去 5 个季度,中国智能手机第一的位置四度易主。2015 年第一季度,苹果凭借 1460 万部的出货量成为中国市场第一。此举被认为是中国智能手机的客户忠诚度并不高,这也是“多品牌”策略在中国市场大行其道的重要原因之一。在多品牌林立的时代,也被认为是新手机时代的一种发展策略。

国产手机厂商为何热衷于子品牌?

众所周知,国产手机厂商的单一品牌影响力不是很高,起码和苹果三星等厂商相比存在着极大的差距。尤其是互联网战略和互联网+概念不断被夯实时代,我们看到很多厂商对于单一品牌的塑造感到有点力不从心,或者不能从更加细分的市场获得新的增长机会。单一品牌的影响力难以再度崛起。由于我们的厂商和苹果等巨头的市场美誉度不同,因此很多厂商开始开发子品牌寻找细分市场的机会。这也是国产智能机市场的一道特殊的风景。

比如华为荣耀,酷派大神,中兴努比亚,包括小米的红米,联想的乐檬,魅族的蓝魅,甚至 TCL 也于近期发布了自己的么么哒子品牌战略。中国手机厂商热衷于推出自己的子品牌呢?其一是布局不同的细分市场。各大手机厂商推出的子品牌战略针对性都非常强,多数是针对互联网用户,也就是更加年轻化的市场用户。这部分用户的特点是迭代快,对新产品的特性要求高,互动性强,自然忠诚度也略差。不过,有一点好处是粉丝化的趋势很强,一定程度上加强了忠诚度的引导。

其二是粉丝经济的黏合力效应。国产手机厂商都从苹果和小米的身上看到了粉丝的力量,因此都在有意培养自己的粉丝力量,而原有的品牌相对老套,需要一种新鲜的血液刺激粉丝的追逐,于是靠打造子品牌来吸引粉丝群,进而营造属于自己的一股力量。在这方面国产手机厂商的子品牌战略都在重点布局自己的粉丝力量。

中国手机市场悄然生变

值得关注的是,随着国产手机厂商对于子品牌的不断发力,也预示着国产手机市场的变局在悄然改变。当手机子品牌分立出来之后,有助于手机厂商分化自己的产品定位,也就是在中低端和中高端有不同的产品定位和品牌分化,这样也有助于在市场上寻找不同的用户群。让用户也能更加明确地找到自己需要的产品。目前一些国产手机厂商也开始介入到中高端市场,抢夺更高的利润率,靠不同品牌定位不同的用户群。

互联网经济的发展带来的就是一种互联网思维和战略的应用,其中对于手机市

场而言，主要就是压缩传统渠道，通过电商等更加扁平的策略，通过互联网渠道分化手机。这也是现在很多价格更加实惠的手机走得一种路线。尤其是，随着电信运营商补贴金额的减少，中国手机厂商都在进一步拓展自家品牌的销售通路，在线销售以及网络商店等管道的应用也越来越宽泛。

进入到互联网经济时代，以用户为中心绝对是非常正确的一种策略。移动互联网时代带来的就是用户需求为导向的转移，这是发展趋势。我们可以预计的是，在4G时代，国产手机厂商的发展都会进入到一个新发展时代，虽然一季度的手机销量出现下滑，但并不意味着国产手机市场的下滑，相反会进一步刺激厂商的变革。同时也不仅仅局限于手机终端本身，或许对于智能家居，可穿戴设备等领域，包括移动健康医疗、互联网金融、高清视频云服务等市场，都会成为智能化发展的一种诉求。在这方面，华为、TCL、小米、海尔、长虹等都有所布局。

来源：《通信信息报》2015年06月04日

### 中兴 BladeS6 上市不到 4 个月横扫亚太欧洲

凭借全球化的网络布局，中兴明星机型 BladeS6 在上市不到 4 个月的时间里，已成横扫亚太和欧洲之势，中兴全球化发展正在释放强势能。

自 2015 年 1 月在香港正式发布后，BladeS6 已先后登陆日本、澳大利亚、印尼、马来西亚、英国、德国、西班牙等国家市场，引发了海外消费者的购买热潮。接下来，BladeS6 还将在印度和泰国等更多国家开售，继续怒卷全球市场。

在西班牙市场，BladeS6 的高速八核芯片获得了消费者的青睐，而在澳大利亚的版本中，BladeS6 增加了消费者较为关心的射频频段支持，并搭载了最新的安卓 5.0.2L 系统，这些差异化的产品策略正是 BladeS6 获得消费者追捧的重要原因，即使是在最为严苛的日本市场，BladeS6 也赢得了不错的口碑。

在销售渠道上，中兴选择了与海外当地最具有影响力的运营商、零售巨头和电商合作，包括澳大利亚零售巨头 JBHi-Fi 公司、德国最大的消费电子零售商 MediaSaturn、日本知名运营商 NTTResonant、英国零售商 ShopDirectGroup、Argos 和亚马逊等，多元化的渠道保证了消费者可以方便的购买到 BladeS6。

在一系列高品质手机和有效的市场策略的带动下，中兴手机在全球市场继续保持着高速增长。截至 2015 年第一季度，在亚太市场，中兴 4G 终端与去年同期相比发货增长 200%；在欧洲带 ZTELogo 的终端使用率超过 76.5%，出货量同比增长 450%；在中东和非洲，智能手机出货量增长了 260%；在美国市场，中兴手机整体出货量同比增长了 69%，智能手机出货量则增长了 41%。

除了市场表现强劲之外，中兴在全球市场的发展更是得到了国际权威机构和知名分析师的认可。根据 Counterpoint 最新报告显示，2015 年第一季度中兴手机继续稳居美国智能手机市场第四，在预付费市场成为最受运营商欢迎的中国手机品

牌，与 LG 和 TCL-Alcatel 一起成为 Q1 明星厂商。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 03 日

### 国内千元机市场重燃战火微利走量面临品牌考验

就在业界普遍对今年国产手机在中高端市场表现寄予厚望的同时，近期国产品牌坚守的千元机市场却再掀波澜，继 TCL 推出 799 元么么哒 4G 新品之后，锤子千元手机“小锤子”获得 3C 认证，小米的红米系列、魅族的魅蓝系列、华为的荣耀系列等也将在千元以下的入门级市场展开新一轮的攻城略地。

虽说 2014 年国产手机取得了集体性的突破，但仍然难以掩饰国产手机厂商及手机产业处于靠价格带动销量的低级阶段的现状。面对长期被国外品牌把持高利润的困境，国产手机不仅应在品牌营销、产品口碑方面多下苦功，而且还要学会在渠道销售上走多条路，突破单一渠道围城。

#### 千元机市场再掀狂潮

近日，TCL 举办发布会推出子品牌么么哒首款产品 3S 手机，主打 4G 概念，售价仅 799 元。新品最大的亮点是应用眼纹识别解锁技术，用户可以借助自己独特的眼球血管来实现界面解锁。

主打情怀的锤子科技也来搅局。日前，锤子千元手机“小锤子”在获得 3C 认证后，又在工信部亮相并获得入网许可，据业内估计将在 7 月份上市。工信部信息显示，锤子的新机代号为 YQ601，配备 5.5 寸 1080p 屏，支持 TD-LTE/LTEFDD/TD-SCDMA/WCDMA/GSM 网络制式，并且提供双卡双待功能。

魅族也即将推出新品。据悉，魅蓝 note2 将搭载 MT6753 八核处理器，拥有 2GB 内存，预计 16GB/32GB 两种版本存储容量，售价估计为 999 元。

除此之外，红米 Note 新品、荣耀的 4C 手机、奇虎 360 和大神酝酿中的新品等将集中上市，未来几个月里，千元机市场又将迎来一场“血雨腥风”。

#### 千元机仍是国产手机厂商的生存法宝

自去年国产手机在高端市场小试牛刀之后，今年以来，各大厂商更是一鼓作气，向 3000 元以上的中高端发动全面围剿。不过，据个推近期关于 2015 安卓用户行业的调查报告显示，Android 操作系统在全球范围内仍占据着主导地位，其市场份额中很大一部分来自于低端智能手机市场的表现。为何厂商们一面发力中高端市场，另一面还对千元机市场如此念念不忘呢？

首先，高端市场突破难度大。虽然国产厂商在全球市场已占据了可观的市场份额，但是短时间内，高端市场魔咒尚未完全打破，绝大多数的利润还是被国际巨头所瓜分，国产手机厂商们难以与苹果、三星等海外品牌相抗衡，他们获得市场份额主要依靠的还是利润率不高的中低端机。

其次，千元机一直都是国产手机厂商的生存法宝之一，厂商可以在规模、利润、



产品、供应链、品牌等多重维度寻找到一个平衡点。千元机市场的低门槛也导致厂商之间的厮杀从未停止，不仅有小米、华为、联想等推出千元甚至更低价格的新品，更有 360、乐视、锤子等新军不断加入，使得原本竞争就相当激烈的国内千元机市场变得更加惨烈。

再次，千元机已不再意味着低廉、山寨，反而走起了低价高配之路。如今，厂商更加注重千元机的性价比，除了拼价格外，还拼工艺、拼网络、拼产能、拼设计，千元级手机市场逐渐将竞争目标放在摄像头、机身内存、屏幕显示等方面，千元机的配置与原来相比也越来越高。

此外，消费者选择更加理性，不再痴迷于手机品牌。面对市场上琳琅满目的手机，外观时尚、软硬件配置高、价格实惠的千元机更能获得用户的青睐。

国产手机如何迎战淘汰赛？

纵观 2014 年延续至今的新千元机大战，大部分国产手机厂商只盲目关心规模出货，在用户粘性和口碑的投入建设上还远远不够，难以形成长期的吸引力。

目前，手机厂商面临的挑战越来越大，在硬件配置相对固定的现状下，国产手机该如何迎战千元机市场更为残酷的淘汰赛？

一方面，坚持品牌核心价值定位。国产手机行业这两两年来的迅猛发展，主要还是因为价格比较接地气。要想让用户对国产品牌产生忠诚，国内手机厂商还需努力。必须真正持久地打造出消费者认同的品牌，推进产品的差异化、精细化，提高服务创新能力，满足不同层次消费者的需求。

另一方面，深耕渠道建设。随着移动互联网格局的迅速变化，依靠单一的运营商渠道已经不能满足日益激烈的市场竞争，如今用户购机渠道呈多元化态势，在国产手机选择千元机走量的过程中，如何解决渠道问题至关重要。

来源：《通信信息报》2015 年 06 月 04 日

### 外媒：华为和小米勾勒物联网的未来

中国两大电子巨头——华为和小米都拥有丰富的背景和经验，而他们都有同一个目标——物联网。

华为在通讯业的领先技术与小米对电子市场的敏锐性既显示了双方的优势也透露了其劣势。洞悉这其中的差异有利于把握未来的趋势——中国正在引导全球电子市场。

小米华为的共同点

华为和小米都是民营企业。尤其是华为，从 1987 年成立以来就一直采用民营经营方式。华为副总裁邵洋称，这使华为在激烈竞争中保存了实力，并具有长远眼光。经过 20 年在全球电子市场的打拼后，华为如今占据了欧洲 4G 市场 50% 的份额。

华为 2014 年营业收入为 455 亿美元，其利润为 45 亿美元。

小米作为一家只创办 5 年的公司，也采用了民营方式。其 2014 年营业收入为 120 亿美元，与 2013 年相比增长了 140%。2014 年小米共出售 6100 万部手机，在 2013 年基础上实现了 227% 的巨大增长。根据国际数据公司 IDC 数据显示，去年小米成为了全球第三大手机销售商。

小米从未透露其利润。许多行业观察家称其利润微薄。

两家公司都在迅速占领市场，然而双方都没有透露其占据市场的成本。

行业内最受欢迎的合作伙伴

物联网世界都知道华为的存在。不同行业的领先供应商在筹备期“物联”商业策略时，都愿意与华为合作。邵洋说：“像奔驰和宝马这样的公司也愿意与我们交流磋商。”

小米不仅仅只是消费性电子产品业的宠儿，它也是许多新兴公司追捧的投资商。华米公司作为小米的扩展品牌，就是很好的例子。小米对品牌的投资和支持将公司打造成了中国的明星品牌。

年轻化

青年能量是小米的本质。华为虽然成立时间更早，也正努力保持公司的健康活力。其雇员退休年龄为 45 岁，并且，每年都有超过 10000 名毕业生进入华为公司。华为保持其员工的年轻、热情以及忘我工作。

上述即为华为和小米的共同点所在。差异却是，华为是一家拥有 17 万雇员的巨头，小米还是一家只有 8000 名员工的新兴公司。

来源：环球科技 2015 年 06 月 02 日

### 美媒：中国智能手机新巨头小米瞄准海外市场

据美国《华尔街日报》6 月 8 日报道，小米公司 4 月份在印度发布新款智能手机时，场面有些混乱。当天早上，员工们还在装礼品袋；由于时间紧张，北京总部的一些员工是通过旅游签证、而非商务签证来到印度的。

小米公司首席执行官雷军登台后，他的首次公开英文讲话就“脱了稿”。他讲话中奇怪的措辞在网络视频中迅速传播，视频中，他一遍遍地问观众：你们好吗？(AreyouOK?)

不过这些都没有关系。小米公司准备的 4 万部手机 15 秒内在网上销售一空。数百人在发布会大厅外排队，其中包括 17 岁的戈亚尔(RaghavGoyal)。他开了七个小时的车来参加发布会，他说，小米手机的性价比远高于其他著名的竞争对手。

来源：环球科技 2015 年 06 月 08 日

## 市场服务

### 【数据参考】

#### 中国移动互联网用户规模近 9 亿

工业和信息化部副部长怀进鹏 3 日在正在召开的第七届云计算大会透露，云计算的发展带动和促进了上下游电子信息制造业、软件和信息技术服务业的快速发展。

截至 2015 年 3 月底，我国互联网宽带接入用户数达到 2.04 亿，8 兆及以上接入速率的宽带用户总数占宽带用户总数的比例达 46.4%，光纤接入用户占宽带用户比重达 38.4%，移动宽带用户总数达到 6.4 亿户，移动互联网用户规模近 9 亿。随着移动数据的大爆炸，云计算、大数据进入到产业蓬勃发展、应用、迅速普及阶段。数据显示，我国云计算市场规模正以超过 30% 的年均复合增长率快速增长；2014 年云计算市场规模从 2010 年的 350 亿元迅速突破到了 1000 亿元。

来源：中国证券网 2015 年 06 月 03 日

#### 全球物联网市场 2020 年将增近两倍至 1.7 万亿美元

据英国路透社 6 月 3 日报道，科技研究机构国际数据公司 (IDC) 称，到 2020 年，全球“物联网”市场将增长近两倍，至 1.7 万亿美元。

IDC 称，物联网市场规模 2014 年估计为 6558 亿美元，并将以 16.9% 的年复合增长率扩张。

“到 2020 年时，设备、连通性和 IT 服务将占物联网市场的大部分，” IDC 表示。“到那时，三者一起估计将占世界物联网市场的逾三分之二……”

为着眼未来营收和利润，谷歌、英特尔)、思科和三星电子)等科技公司以及沃达丰 (Vodafone) 和威瑞森通讯 (Verizon) 等电信巨头正在重金押注家庭物联网。

英特尔 2 月称，将收购德国网络芯片制造商 Lantiq，以增加用于联网设备的芯片产品。

谷歌去年以 32 亿美元收购了智能恒温器和烟雾报警器制造商 NestLabs，而三星电子以两亿美元收购了美国初创企业 SmartThings。SmartThings 是一家智能家居软件商，其软件可帮助控制从门锁到照明开关等多种家用设备。

来源：环球网 2015 年 06 月 04 日

#### ITU 发布 2015 年 ICT 统计数据：固定宽带发展速度放缓

国际电联 (ITU) 在日内瓦举行的 2015 年信息社会世界峰会论坛上发布了 2015 年信息通信技术数据。新数据表明，过去 15 年中，信息通信技术 (ICT) 取得了前所未有的进步，为社会和经济发展带来了极大机遇。

新数据对 2000 年，即世界领导人确立《联合国千年发展目标》(MDG) 以来信息通信技术取得的进步予以跟踪并表明在连接方面存在的差距。

目前，全球共有 70 亿移动签约用户，而 2000 年时，该数据为 7.38 亿。在世界范围内，共有 32 亿人在使用互联网，其中 20 亿人生活在发展中国家。

“这些新数据不仅反映了迄今为止我们取得的快速技术进步，而且有助于我们确定在迅速演变的数字经济中被落在后面的群体以及最需要投资的信息通信技术领域。”国际电联秘书长赵厚麟在报告发布记者招待会上如是说。

国际电联电信发展局主任布哈伊马·萨努先生表示，“随着世界日益迅速地朝着数字社会的发展，信息通信技术将在 2015 年后的时代以及实现未来可持续发展目标方面发挥更加重要的作用。”“我们的使命是让人人实现连接并创建真正的包容性信息社会。为此，我们需要有可比较的和高质量的数据及统计数字，以衡量我们取得的进步。”

2000 年以来，互联网用户普及率提高 7 倍

2000 年至 2015 年期间，互联网用户普及率几乎提高了 7 倍，由占全球人口的 6.5% 提高到了 43%。

2005 年，拥有互联网接入的家庭百分比不过为 18%，而 2015 年时，该比例已提高至 46%。国际电联的数字还表明，发展中国家仍有 40 亿人未实现上网。生活在最不发达国家（LDC）的近 10 亿人中，有 8.51 亿人无法使用互联网。

3G 移动宽带覆盖面迅速扩大

移动宽带是最具活力的市场部分。2015 年，全世界范围内的移动宽带普及率达到了 47%，是 2007 年的 12 倍。2015 年，全球 69% 的人口将由 3G 移动宽带覆盖，而 2011 年时，该人口比例为 45%。

此外，3G 移动宽带也在迅速扩至农村地区。据国际电联估计，到 2015 年年底，全世界生活在农村地区的 34 亿人口中的 29% 将由 3G 移动宽带覆盖，而生活在城区的 40 亿人口中的 89% 将可接入 3G 移动宽带。

固定宽带发展速度放缓

过去 3 年中，固定宽带年增长率为 7%，速度放缓。2008 年至 2011 年间，发展中国家的宽带服务价格急剧下降，但此后，这一价格停滞不前，且在最不发达国家中还略有上涨。目前诸多国家的宽带均是价格可承受的。

数据表明，目前在 111 个国家中，宽带价格是可承受的，基本（固定或移动）宽带一揽子服务的成本低于人均国民总收入（GNI）的 5%，因此，实现了宽带数字发展委员会确立的具体目标。以 PPP\$（或美元购买力平价）计算的全球基本固定宽带一揽子服务的平均成本比等同的移动宽带一揽子服务平均成本高 1.7 倍。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日



## 海外借鉴

### 《爱国者法》失效美国暂停电话监控

由于美国国会参议院没能在最后期限前达成一致，反恐法《爱国者法》当地时间 6 月 1 日零时(北京时间中午 12 时)失效，而替代法案《美国自由法》暂未获得通过，意味着美国国家安全局等情报机构监控公民通信信息的做法失去合法授权。不过，专家分析，反恐法失效只是“暂时”的。由于情报机构先前获取的数据量已经“足够大”，美国国家安全短期内所受影响有限。

#### 暂失“三大利器”

《爱国者法》在 2001 年“9·11”恐怖袭击发生大约 1 个月后由时任总统乔治·W·布什政府推出，授予美国国家安全局、联邦调查局等机构 3 项反恐监控特权：截取和长期存储公民通信数据、使用“漫游窃听装置”监听嫌疑人通话、追踪“独狼”恐怖嫌疑人等。

这项法律颁布以来，有效期经过数次延长。最近一次延期是在 2011 年，有效期至今年 6 月 1 日零时。

爱德华·斯诺登曝光美国国安局大规模情报监控项目后，《爱国者法》受到美国民众质疑，促使奥巴马政府推出一系列改革措施，包括以“改革版”《美国自由法》代替《爱国者法》。

相比《爱国者法》，《美国自由法》对政府获取公民通信数据施加更严格限制，规定这些数据由电信运营商而非政府保存。但对《爱国者法》规定的另两项反恐监控权，《美国自由法》予以保留。

《美国自由法》5 月 13 日在国会众议院以 338 票支持、88 票反对的结果获得通过，但稍后在参议院遭否决。

《爱国者法》失效而替代版还未获得通过的情况下，美国情报机构的 3 项“反恐工具”失去合法性。

#### 议员“为难”转弯

作为共和党人，参议院多数党领袖米奇·麦康奈尔极力寻求延长《爱国者法》有效期。由他提议，参院当地时间 5 月 31 日下午 4 时召开紧急会议，试图赶在法案到期前寻求解决方案，但经过激烈辩论却没能达成共识。

无奈之下，麦康奈尔转变之前反对《美国自由法》的态度，提议就这一法案投票，称这是“现在唯一现实的前进方式”。

这一“勉为其难”的转弯没能奏效。由于主张完全终止政府通信监控行动的共和党籍参议员兰德·保罗反对，表决程序暂缓，至少要到 6 月 2 日上午才能进行。

就美国国会议员为何就反恐法案如此“纠结”，中国社会科学院美国研究所助理研究员刁大明说，《爱国者法》意在打击恐怖主义，这种威胁确实存在。但多年

来，法案针对的目标“有些泛化，赋予行政和执法机构难以制衡的权力，被法学界质疑走到违宪边缘”。

失效影响有限

眼见“大限将至”，美国国安局做好“最坏打算”，5月31日下午开始关闭用于监控的服务器，以便在失效期到来时停止相关活动。

对此，美国中央情报局局长约翰·布伦南警告，任凭情报监控项目停止，将增加美国面临的恐怖威胁。他说，一些恐怖组织“非常仔细地”跟踪事态进展，可能“正在寻找裂缝以展开行动”。

不过，专家预计，美国情报部门重新获得反恐监控授权只是“几天的事”，情报监控项目暂停几天影响有限。

目前看来，民主党多数成员支持《美国自由法》，而共和党成员对此态度分化明显。

刁大明认为，《美国自由法》在参议院最终获得通过的可能性“比较大”。他说，这部法案在众议院投票时，88名反对者中，民主、共和两党成员基本各占一半，且大多为各自党派中的“极端派”。“这说明两党主流派是支持的，（对通过法案）存在共识和一致性。”

就美国情报监控暂停的影响，刁大明说，所谓暂停是指情报机构不再新增监控目标和收集数据，但失效期限到来之前已掌握的数据量其实足够庞大，足以用于跟踪和分析恐怖威胁，因此“短期成为问题的可能性很小”。

来源：《南方都市报》2015年06月02日

### 美芯片行业涌现并购热潮

美国芯片业巨头英特尔公司日前宣布收购另一家芯片制造商拓朗半导体公司。这是今年以来公布的又一起涉及美国芯片公司的重大并购案，反映了芯片行业出现整合热潮。

英特尔是世界头号芯片制造商，此次以167亿美元收购拓朗，将创下该公司成立47年来最大收购交易纪录。

英特尔占据个人计算机和数据中心服务器芯片市场绝大多数份额，正在寻求扩大移动市场份额。拓朗的主打产品是现场可编程门阵列芯片，可供客户为特定任务重新编程，应用于汽车、医疗等行业。

英特尔首席执行官布赖恩·克尔扎尼奇在一份声明中说，英特尔的增长战略是把其核心资产扩展到有利可图的互补性细分市场。英特尔表示，合并拓朗之后将推出新的产品，满足数据中心和物联网细分市场的用户需求。它计划把拓朗的现场可编程门阵列芯片与英特尔的Xeon处理器相结合，形成高度定制化的集成产品。

数天前，总部在新加坡的安华高科技公司敲定了以370亿美元购买美国竞争对

手布罗德科姆公司的交易。两家公司都是计算机、智能手机以及汽车、工业设备和无线网络等联网设备的领先芯片制造商。它们表示，合并后的公司将拥有半导体行业最具多元化的有线和无线通信平台。

今年 5 月，提供微控制器、模拟芯片等产品的美国微芯片科技公司宣布以 8.39 亿美元兼并竞争对手麦瑞半导体公司。

微芯片科技公司表示，麦瑞的线性和电力管理产品、局域网解决方案以及定时和通信产品等将补充微芯片技术公司在这些市场的计划。

另外，荷兰芯片制造商恩智浦半导体公司 3 月同意以 118 亿美元收购美国同行飞思卡尔公司。两家公司是联网汽车的主要芯片供应商。合并后的公司将作为汽车半导体解决方案以及通用微控制器的行业领导者。

据市场研究公司 Dealogic 统计，今年芯片行业并购交易额在 800 亿美元以上。

分析人士说，半导体行业的大公司正在寻求通过并购扩大它们在新的芯片市场的份额。比如，随着个人计算机芯片的需求放慢，英特尔需要找到新的增长点。并购拓朗将有助于英特尔开拓云计算数据中心和物联网这两个新兴市场。

导致“并购风”出现的另一个重要因素是芯片研发和生产成本高涨。高德纳咨询公司分析师马克·黄说，一种新的芯片从设计到实际生产所需成本在十年前是 1000 万到 5000 万美元，如今则猛增到一两亿美元。解决小小芯片上的连线 and 物理问题需要大量昂贵设备。通过并购实现规模经济将有助于降低芯片的研发和生产成本。据新华社

来源：《北京商报》2015 年 06 月 04 日

### 美国发布公共安全网络技术路线图

美国商务部国家标准与技术研究院（NIST）近日公布了全美未来 20 年发展无缝宽带公共安全通信网络技术的路线图，其规划的系列技术主要集中于为警察、消防员、紧急医疗服务和其他急救等提供基于定位所需的各类服务。

路线图由 NIST 的公共安全通信研究（PSCR）项目组完成，该机构从 2002 年开始就执行标准的研究、开发、测试和评价。NIST 新通信技术实验室 PSCR 部门负责人德雷克·奥尔说：“路线图将指导和规划公共安全通信研究，包括如何分配从最近的先进移动业务 AWS-3 频段拍卖所获的 3 亿美元。”

PSCR 的目标之一是让宽带上的公共安全数据、视频和语音通信，能在不同机构和管辖范围得到综合应用。为达到这一目的，PSCR 正在运行一个 700 兆的公共安全宽带示范网络，希望通过搜集需求和开发标准来提供技术支持。

新路线图描绘了未来 20 年公共安全通信研究的蓝图，还确定了实现规划所需的软件、设备和网络研发投入，并指出了包括联邦、州和地方政府、学术界、行业和公共安全社区在内的利益攸关者的机会所在。

路线图指出，一系列数字技术的变化趋势将潜在影响公共安全通信。可穿戴技术的进步将在未来 5 到 10 年得以实现，物联网与公共安全的充分融合也将于未来 10 年到 20 年间普遍应用，现在以语音通信为基础的公共安全通信在某些领域也将被数据通信所替代。

“基于位置的服务”的应用程序包含了用户的 GPS 信号等物理位置信息，这类服务被选为路线图的第一个重点领域，因为升级这类技术比较可行，在投资上也将获得较高回报。路线图明确了基于位置的服务标准需求缺口。美国政府还没有室内定位标准，要达成共识并在这类标准上获得支持仍需努力。

虽然语音、视频和数据已经在商用手持设备中得到充分应用，但公共安全社区还没能充分利用潜在的综合服务，包括语音互联网协议、数字视频广播和物联网等。路线图一并提出了达到公共安全性能指标（包括精度、速度、强度和可行性、集成设备测试等）所要满足的需求。

在其他技术研发需求中，路线图还呼吁寻找减少电池消耗的技术路径。另外，由于公共安全通信必须覆盖所有地理区域并接入网络，路线图提出在所有便携系统中必须能够快速设定位置信息，以备紧急之需。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日

### AT&T 高管：手机补贴正在消失同时有益消费者和运营商

来自 Re/code 的报道称，就像不限流量数据套餐计划一样，两年期手机合约和手机补贴也已经登上了美国市场濒临消失“物种”的名单上。

“我认为这些选择的其中之一将会慢慢消失。” AT&T 移动和业务解决方案 CEO Ralph de la Vega 在本周二告诉 Re/code。他说，这种变化将会发生，“不是因为我们坚持如此，而是因为客户们会越来越来少选择它”。

AT&T 已将其重点转向消费者分期在数月内全款购买手机的套餐计划上。一款两年期合约售价 199 美元的 iPhone，按照新的套餐计划，可分 18-30 个月以 649 美元全款购买。最新一季度 AT&T 近 2/3 的智能手机销售都是通过这一不提供补贴的所谓 Next 计划进行出售的。

近日，AT&T 为了停止手机补贴迈出了巨大的一步——取消了百思买和苹果商店等这些第三方商店中的两年期合约价格。

事实上，规模稍小一些的竞争对手 T-Mobile 从 2013 年 3 月该公司 CEO John Legere 宣布取消两年期合约开始，就已经率先逐渐停止移动设备补贴，并且自那时就已开始全面销售无补贴手机。

尽管在当时 T-Mobile 是一个“异类”，但这是一种目前整个行业都在逐渐采取的举动，所有的大型运营商们都在专注于那些将移动设备成本与提供无线服务分离开来的套餐计划。



且不论推动力，deIaVega 说，此举同时有利于消费者和运营商，使那些想要更频繁地更换手机的人能够这样做，也使那些使用一部手机时间更长的人能够在月账单上松口气。

目前还不清楚，就平均而言，当不再绑定两年期合约后，用户们更换手机的频率是会增加还是会减少。

“我们需要给它一点时间。” deIaVega 说。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 03 日

### 微软：Lumia 设备在 6 个国家占据 20%商业市场份额

微软日前在一则官方招聘启事当中宣称，Lumia 设备在 6 个国家占据了 20%的商业市场份额。在这个 6 个国家当中，它特别提到了英国和意大利这 2 个国家，微软在招聘启事当中将职位描述为“每天和企业决策者，IT 专业人员和商业消费者联系者。”而职责包括“核心企业和 SMB（中小型企业）内容”。

这个职位描述的“商业市场份额”比较含糊，它没有指定，这一数字是否包括用户自己携带的 Lumia 设备，或者仅仅是指由大企业和中小型企业购买的设备。

另外，招聘启事声称在六个国家占据 20%商业市场份额，但是只给出两个国家名字，显示其他四个国家的商业市场较小，另外，商业市场份额仅是全部市场份额较小的一个部分。

尽管如此，微软 Lumia 产品线还是取得了部分成功，微软非常适合为商业用户打造满足他们需求的设备。

来源：cnbeta2015 年 06 月 02 日

### 融合时代 MVNO 的出路

3 公司通过收购 O2 打造英国移动新龙头，英国电信并购 EE 将重新成为全业务巨头……当英国市场经历着前所未有的整合浪潮时，该国的移动虚拟运营（MVNO）市场也悄然发生着变化。一年前还频频传出 MVNO 运营商关闭业务消息的英国市场，如今 MVNO 成为大型企业提供四合一业务的捷径，采取低价策略的 MVNO 也获得了宝贵的生存空间。

#### 四合一服务对 MVNO 的需求

正如专业咨询机构 Ovum 公司的分析师 StevenHartley 所说：“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。”近一两年来发生在英国市场的整合和四合一服务的浪潮为英国的 MVNO 市场提供了新生。

以往专注于宽带、固网和电视的三合一服务提供商们正在寻求通过提供高端 MVNO 服务保护他们的优质内容和宽带业务，而不用背负沉重的网络建设或收购包袱。

TalkTalk 正致力于打造自己的四合一业务市场，自 2012 年起 TalkTalk 就租用

沃达丰的网络提供移动业务。2014年11月，TalkTalk 转为和 O2 签署 MVNO 协议，利用 O2 的网络提供移动业务。此举的目的正是为了提供电视、宽带、固话和移动电话捆绑的四合一服务。

TalkTalk 的首席执行官 DidoHarding 说：“我们看到了市场真正转向了四合一服务，这一趋势将大大加快四合一业务的步伐。”

通过此次交易，TalkTalk 有望接入到 O2 在英国的全部 3G 和 4G 网络。同沃达丰的合作模式是“转售”，同 O2 的合作模式则是“非绑定”。Harding 表示，这将是“降低数据资费的一次飞跃。”

今年第一季度，TalkTalk 新增 6.6 万 MVNO 用户，总数达到 46.4 万。今年 4 月，TalkTalk 推出了被其称为英国最便宜的、不限量的、仅 SIM 卡业务，这项业务提供不限量的语音、短信和 3G 数据服务，且不以自然月计费，按 30 天一个滚动周期计费，费用为 12 英镑。

卫星电视巨头 Sky 也察觉到了四合一服务的流行趋势，该公司也计划推出 MVNO 服务，为自己的宽带、固网和电信业务提供补益。今年 1 月，Sky 同西班牙电信签署了 MVNO 协议，将在 2016 年提供 2G、3G 和 4G 业务。

目前，Sky 已经通过 App 和合作伙伴关系将其优质内容推广至移动用户，旗下的“SkyGo”App 拥有 570 万用户。另外，同沃达丰公司的合作，也使得 Sky 的体育内容和流媒体视频业务 NowTV 被打包进沃达丰的 4G 套餐。

Sky 的首席执行官 JeremyDarroch 在一份声明中说：“通过这项合作，我们能够打造自己的专业内容、创新和服务，推出一系列令人振奋的新服务并在快速变化的移动领域探寻增长机遇。”

在完成对 EE 的收购前，英国电信也依赖 MVNO 业务弥补自身在移动领域的瘸腿，巩固自己在光纤市场的地位。今年 3 月 25 日，英国电信推出名为“BTMobile”的 4G 业务。这项业务采取的是 MVNO 模式，即利用英国移动运营商 EE 的网络运行业务。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 500MB4G 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 2GB4G 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 20GB4G 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 套餐时特意强调了和近年来主力发展的宽带业务的联动。自今年 3 月推出移动业务以来，英国电信已获得 5 万 MVNO 用户。

Sky、TalkTalk 和英国电信给英国四合一业务的领军者维珍传媒带来压力。维珍传媒早在 2006 年就开始提供 MVNO 服务，截至今年 3 月底，该公司已拥有 300 万

移动用户，其中 71%的用户为更具价值的后付费用户。用户对其移动业务的认可也拉动了四合一业务的发展。维珍传媒的总用户中有 15.6%是四合一服务用户。

#### 廉价 MVNO 的新机遇

四合一服务和移动增值服务的热潮吸引着以上有实力的运营商走上追求更全面融合业务的道路，而这一趋势也恰恰为那些以提供廉价、单纯的移动业务为主打的 MVNO 让出了更多空间。

电器零售商 DixonsCarphone 5 月中旬租用 3 公司的网络推出了名为“iD”的 MVNO 业务。DixonsCarphone 为用户提供了一系列以 30 天为一个计费周期的仅 SIM 卡的套餐，以及 22 个目的地的免费漫游。

美国的 MVNO FreedomPop 计划从今年夏天开始租用 3 公司的网络在英国市场提供服务。FreedomPop 将免费为用户提供 SIM 卡和一定额度的语音、短信和数据流量。只有当用户实际使用的语音、短信和数据流量超过限额时才会向用户收取费用。

毕马威电信行业负责人 Alex Holt 说，“一方面，新加入者为批发网络容量支付费用无疑为网络的拥有者提供了更多赚钱的机会，但新加入者的定价机制也会给电信运营商现有的零售业务带来挑战。”

但据以往的经验看，FreedomPop 在这个交易中可能会是承担更大风险的一方。有噱头的价格并不能成为一家 MVNO 成功的保证。在 FreedomPop 之前，提供免费移动业务最终失败的 MVNO 不在少数。想要避免自己成为其中一员，FreedomPop 还有很多事要做。

SambaMobile 也是通过租用 3 公司的网络提供 MVNO 服务，其业务模式是为用户免费提供 3G 移动宽带接入，但前提是用户上网时先要观看广告视频，Samba 则以广告收入为收入源，由于业务单一，Samba 被迫于 2014 年 4 月关闭了业务。同样情况的还有 OvivoMobile。OvivoMobile 的用户只要花费 20 英镑的业务办理费就可以免费使用移动服务，前提也是要用户在上网前先浏览广告。两年来只发展了 5 万用户的 OvivoMobile 也只能在 2014 年 4 月毫无征兆地关闭了移动服务。

因此，抓住市场发展空白地带固然重要，但机遇面前如何把握仍就考验着运营商的智慧。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日

### 法国 2020 年前消除移动网络盲区每年将耗资 4000 万欧元

法国四家大型移动通信运营商近日均表态，将在 2020 年前彻底消除网络盲区，预计每年将因此耗费 4000 万欧元（约合 2.73 亿元人民币）。

法国《回声报》报道称，法国 Orange、SFR、布依格、Free 四家大型移动通信运营商的高管应法国经济部长 Emmanuel Macron 的呼吁于 5 月 21 日共同签署了一项文件，承诺让网络覆盖每一个居住点。

据悉，该协议也包含现有的一些发展目标，比如到 2016 年年底前为 160 个尚未覆盖的社区提供移动网络覆盖，到 2017 年年中前为 3600 个没有移动宽带连接的场所提供 3G 覆盖。协议中新制定的目标是到 2020 年让移动网络覆盖 800 个宿营地、场馆、景点等。

消除网络盲区的费用将由几家运营商共同承担。据透露，法国最大的电信运营商 Orange 将承担其中的三分之一，占最大份额。

法国政府已经赋予法国电信监管机构 Arcep 权力在运营商未完成协议目标时对其进行处罚。去年年中，Arcep 推出了“望台”计划，要求该国两家移动运营商提高向用户提供的网络覆盖地图的精确性。Arcep 定期搜集和更新各家运营商的移动网络覆盖和服务质量数据，纳入“望台”，目的是“使用户能够作出明智的选择，找到最适合自己的手机套餐”。

此前，英国通信管理机构 Ofcom 也同英国几家大型移动通信运营商达成了类似的协议。EE、O2、沃达丰和 3UK 同意在 2017 年前令移动通信网络覆盖英国 90% 的大陆。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日

### 索尼移动启动重组计划裁掉瑞典近半研发人员

近日，索尼移动部门的重组计划启动，目前，已经对位于瑞典隆德市的关键制造和研发总部进行了一轮达 1000 人规模的裁员。

消息指出，在不久后，该公司将会正式对外宣布此次裁员。具体来说，这次裁员包括 575 名全职员工以及 400 名承包合同工，范围涵盖瑞典中心的所有部门，从管理层到技术员工。经过这次裁员后，位于瑞典隆德市总部的员工还剩 1200 名。

事实上，这次裁员实际上是索尼移动重组计划的一部分。早在今年 2 月，索尼移动部门就宣布，将在全球范围内裁员约 2100 名，将雇员精简至 5000 名左右。当时索尼透露裁员将在欧洲及中国部门进行，时至 3 月份，已有报道传出隆德市总部将进行 1000 人规模的裁员。而今天看来，3 月份的传闻是真的。

来源：雷锋网 2015 年 06 月 04 日

### 瑞士信贷：Juniper 是爱立信合适收购对象

瑞士信贷分析师表示，如果爱立信决定需要进行大规模并购交易来应对诺基亚与阿尔卡特朗讯（以下简称“阿朗”）的合并的话，瞻博网络（Juniper Networks）将会是一个不错的选择。

在巴伦周刊最近发表的一份研究报告中，分析师指出，爱立信似乎对能够提升自身市场地位以应对诺基亚与阿朗合并的大规模并购交易的兴趣升温。不过，分析师也承认，目前只剩下三个目标企业能够满足爱立信所需要的规模：Juniper Networks、Ciena 和三星的通信基础设施业务。



在这三个目标中，瑞士信贷分析师认为，JuniperNetworks 将能够为爱立信带来最大的价值。两家公司的结盟将推动爱立信在 IP 路由领域的市场地位，尤其是在运营商路由这一 Juniper 掌控了 17% 市场份额而爱立信仅占据 2% 市场份额的细分市场领域。

分析师表示，爱立信在无线基础设施市场的强势地位将打开其与 Juniper 客户群的交叉销售机会，特别是 Verizon 和 AT&T 这些美国运营商。北美在最近几个季度已经成为了爱立信的一个薄弱市场：爱立信在该地区的销售额在 2015 年第一季度环比下降 8%，较去年同期则持平。

分析师推测，如果爱立信同意以 900 亿瑞典克朗（96 亿欧元/104 亿美元）收购 Juniper 这样一笔交易，并且仅通过债务为这笔交易进行融资，那么爱立信在 2016 年可以将其每股收益提升 15%。

另一方面，分析师还指出，爱立信过去的收购交易结果好坏参半，Juniper 自 2008 年开始在路由市场逐渐失去市场份额，并且在平行市场进展甚微。此外，由于收购，爱立信还可能面临更高的成本。

花旗集团分析师 EhudGelblum 上周取消了对爱立信正寻求大规模收购交易的推测，称该投行认为爱立信管理层对并购策略的想法并未改变。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 03 日

### 瑞银降联通评级至沽售目标价 12.5 元

瑞银发表报告将联通 (00762. HK) 评级由「中性」降至「沽售」，目标价由 16.5 元下调至 12.5 元。因股份近期升势强，主因市场传言有机会与其他电讯商合并，不过该行认为可能性不大。该行反而更为看好电讯设备股，予中通服 (00552. HK) 「买入」评级，目标价 5.8 元。中兴 (00763. HK) 目标价由 16.7 元升至 25 元，评级「中性」。

据工信部数据指，今年首四个月内地的移动用户净增长 690 万户，按年跌 70%。行业收入按年跌 4.6%，较去年 1.3% 的收入跌幅有所转弱。虽然手机的数据用量按年升 90%，不过未能改变行业收入下跌的势头。由于总理李克强指内地的数据传输速度缓慢和数据定价仍然很高，三大电讯商各自提出速减费方案，下调移动数据费用约 30%-50%，因此，电讯商的每月每用户平均收入 (ARPU) 不太可能上升。

不过行业的资本支出会维持在高位，因为铁塔公司虽然可以减少电讯股的开支，不过由于业务开展需时，料要 2-3 年时间方能全面运作。料联通及中电信 (00728. HK) 会逐渐增加于铁塔公司的份额，可是倘未能同步增加收入的份额，铁塔公司的租赁费用急增，却反而会拖低电讯商 2016 年及 2017 年的盈利。

来源：阿思达克 2015 年 06 月 08 日

## Ovum 称 Multi-IMS I 应用将结束漫游高收费

全球连通是推动移动漫游的最主要动力，但较高的资费是用户谨慎使用漫游业务的主要原因。很多运营商都推出了各种创新的漫游套餐，有的运营商甚至让用户在国外也用国内本土标准收取语音和数据使用费，鼓励用户多多使用。

高价漫游费是普遍现象

Ovum 的调查显示，这些创新的套餐大大提高了运营商的漫游用户数以及使用量。Ovum 高级分析师 NishiVermaNangia 在报告中举了个例子，沃达丰意大利公司在 2013 年 11 月推新的移动漫游计划前，54%的用户在漫游时都会关掉数据业务，新漫游计划推出后，只有 31%的用户会在去其他国家时关掉数据业务。

再比如，英国运营商 3 的漫游套餐“FeelatHome”，定价真的就和在家一样，这一举措使得每个用户的漫游数据使用量提高了 50 倍。

不过，类似的漫游定价在业界仍然是凤毛麟角，因为固有的批发价格和商业模式，使得降低漫游费在商业上改变充满挑战。

Multi-IMS I 有望终结漫游收费

Multi-IMS I 漫游是一种新兴的趋势，已经有几家厂商提供 Multi-IMS I 漫游解决方案了，比如英国跨国移动运营商 Truphone 推出的对市场有破坏性作用的“WorldSIM”套餐，优先面向企业市场；美国虚拟网络解决方案提供 Globetouch 的“CloudSIM”生态系统，有少数几个 MVNO 漫游方案。

谷歌在今年 4 月份推出的 MVNO 业务 ProjectFi 也被认为是采用了 multi-IMS I 的技术，使用 T-Mobile 美国和 Sprint 的基础设施来出售无线服务，GoogleFi 可根据网络情况自动切换到那张更好的网络上。有媒体报道称，谷歌正与和记黄埔谈判，如果谈判成功，美国人在海外使用手机将不需要支付漫游费。据了解，谷歌的目标是创建一个全球网络，让无论客户身处何地，使用手机通话、发短信和数据流量的收费标准都一样。和记黄埔旗下移动运营商 3 在英国、爱尔兰、意大利等多个国家拥有移动网络，谷歌通过与和记黄埔合作，可以按批发价格使用 3 在这些国家的移动网络。

欧洲将走在降漫游费的前沿

Ovum 认为，欧洲很可能是首个为消费者大幅降低漫游费的市场。卢森堡的一家 4G 运营商，预计将成为首家提供跨国移动服务、统一资费的运营商，其现有的移动业务资费已经包括了欧洲范围内的语音、短信和数据漫游补贴。即将推出的新套餐不再向用户收取漫游费，成为市场上破坏性的革新业务。这很有可能成为欧盟一直计划要实现的“一个欧洲一张网络”的计划。近几年，包括德国电信、法国电信、意大利电信、西班牙电信在内的几家欧洲主流运营商正在商讨建设一张泛欧洲的网络，将各自分割的基础设施整合起来。

如果这种跨国使用、资费统一的探索成功，将引发其他运营商效仿。来自 multi-IMSI 供应商的推动，以及谷歌 Fi、其他提供漫游服务的 MVNO 的压力，将加快运营商走向漫游费终结时代。

不过，这都要取决于运营商之间的批发业务谈判，他们也需要平衡批发业务收入与零售漫游服务的收入，这一趋势也有可能导致运营商提高本土移动业务的资费，因为运营商也需要弥补由此带来的批发业务成本上升、以及利润率下滑。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 04 日

### 意大利运营商合推光纤宽带预计投资金额 64 亿欧元

近日，意大利三家电信运营商 Metroweb、沃达丰和 Wind 透露将推出合作部署全国光纤网络计划。

这项全国光纤网络部署计划还将向其他有意向加入的企业开放。但是三家公司尚未透露有关网络建设范围的进一步信息，也没有给出时间表。三家公司仅表示将按照意大利政府的超高速宽带计划建设网络。

今年 2 月据媒体报道称，意大利政府正在考虑推出一项预算高达 40 亿欧元（约合 283.31 亿元人民币）的光纤刺激计划，后期可能追加 24 亿欧元，旨在加大国内光纤网络覆盖。

目前，意大利国内的固网市场正面临变数。沃达丰和意大利电信公司均对收购 Metroweb 表现出了浓厚的兴趣，后者在米兰拥有 7200 千米长的光纤网络。而此前，沃达丰也曾试探过 Fastweb 的口风，意图收购后者。但 Fastweb 拒绝了沃达丰的提议。有报道称，Metroweb 正计划在 100 个意大利城市推出光纤。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日

### 挪威电信计划 2020 年关闭 3G 网络

据外媒报道，挪威电信（Telenor）计划在 2020 年完全关闭其在挪威的 3G 网络，并于 2025 年关闭其 2G 网络基础设施。

在谈及为何首先关闭 3G 网络时，挪威电信首席技术官 Magnus Zetterberg 表示：“由于现在所有的设备都还必须支持 2G 技术，人们离不开 2G 网络，所以相比较 3G 来说保留 2G 网络更好。并且，2G 网络对于 M2M 市场仍然是非常重要的。”

此外，挪威电信计划到 2016 年底使其 4G 网络覆盖挪威 99% 的人口。该运营商同时还在计划下一步的技术变革，Zetterberg 表示挪威电信预计将在明年底全面推出 VoLTE 和“4G+”服务。

来源：C114 中国通信网 2015 年 06 月 04 日

### 墨西哥削减三成共享网络投资

墨西哥政府近日将共享移动批发网络的投资额由原计划的 100 亿美元削减至 70 亿美元。墨西哥政府打造这张共享网络的原意是为了促进市场竞争，并提供额外的

覆盖和容量，鼓励电信零售业务运营商租用该网络。

据路透社报道，墨西哥电信部副部长 Monica Aspe 称，削减投资是因为这一项目需要建设的通信铁塔数比原计划要少。她解释称，打造这一网络所需的通信铁塔数约为 12000 座，而不是最初设想的 20000 座。

今年 3 月，墨西哥通信交通部（SCT）号召有意加入其共享移动批发网络计划的公司提交意向申请。按照墨西哥政府公布的初步时间表，该计划有可能在今年秋天开始投标。根据路透社报道，已有包括电信运营商、设备制造商和咨询公司等各类 40 家企业提交了意向。墨西哥政府将从 700MHz 频段中分配 90MHz 频谱用于打造这张共享移动批发网络。

但是，如今墨西哥电信市场的形势同两年前墨西哥政府开始酝酿共享移动批发网络计划时相比发生了很大变化。新成立的电信监管机构 Ifetel 已经采取了一系列措施削弱美洲电信的市场主导地位，而 AT&T 通过对 Iusacell 和 Nextel 的收购，开始强势进入墨西哥市场。

“这个共享网络将由商业实体进行开发，这些商业实体将负责网络的设计、财务、部署、运营和赢利。”墨西哥通信交通部（SCT）在今年 3 月曾表示，“根据墨西哥法律，共享网络的外国直接投资比例最高能达 100%。”

但如今，Aspe 表示，“当局正在考虑是否允许 AT&T 和西班牙电信等电信业务零售商参与共享网络建设以及是否在网络建成后立即允许其租用。”

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日

### 缅甸泰国需求强劲华为今年将增加东南亚出货量

据 MobileWorldLive 网站 6 月 2 日报道，受缅甸和泰国的强劲需求提振，中国通信科技公司华为计划将今年在东南亚市场的智能手机总出货量增加 160% 至 800 万部，并计划于年底前在东南亚设立 1500 个客户服务中心。

华为消费者业务部东南亚地区总裁刘乐 (Thomas Liu) 表示，华为第一季度在东南亚的智能手机出货量已增加 120%。而新开放的缅甸则一跃成为华为在东南亚的最大市场，华为在缅甸已有超过 50% 的市场占有率。

泰国方面，华为预计到 2018 年，其市场占有率将从 2% 上升到 15%。

位于泰国曼谷的华为东南亚业务区总部计划今年花费 4 亿泰铢 (约合人民币 7348 万元) 将全国的客户服务中心数量从 60 家扩大到 100 家，并增设产品顾问至 400 位，人数是之前的 2 倍。

然而，华为消费者业务部主管 Richard Yu 表示，华为面临着来自其他中国手机制造商的巨大竞争压力，特别是快速增长的小米，后者业已进军泰国市场。同时，宏碁 (Acer) 预计今年其智能手机的泰国市场占有率也将从去年的 5% 上升至 8%。

来源：环球网 2015 年 06 月 03 日



## 华为海思处理器首次“嫁人” 惠普在印度推出麒麟 910 芯通话平板

6月3日，惠普在印度推出两款平板，7寸通话平板 Slate7VoiceTabUltra 和 8寸平板 Slate8Plus，均采用华为海思麒麟 910 四核处理器，这也是海思处理器首次商用的产品。这两款产品在去年 7 月就已经被曝光，今天才正式上市，配置虽然已经落后，但是售价依然惊人，7寸通话平板售价 29990 卢比，折合人民币 2915 元，8寸平板售价 22990 卢比，折合人民币 2234 元。

惠普在断送了 webOS 的大好前程之后，搭载 webOS 的手机以及唯一上市的 TouchPad 平板电脑成为绝响，惠普也一度宣布退出移动市场，但是在换帅和分拆 PC 业务之后惠普又心有不甘地回来了。惠普先后推出一系列平板电脑，均搭载 Android 系统，但配置都非常普通，其中 Slate7 通话平板有多个版本，国内版采用 Marvel 四核处理器，另外 Compaq 系列则采用国产平板中常见的全志方案。麒麟 910 芯片采用四核架构，主频 1.6Ghz，搭载 Mali450 图形芯片，在华为 P7 等产品上采用。

根据曝光的消息，Slate7VoiceTabUltra 或沿用国内版的外观，而 Slate8Plus 则和华为 MediaPadM1 配置相同，外观设计也非常相似。Slate7 通话平板国内版售价 1699 元，比印度版本便宜了一千多元，华为 MediaPadM1 单 wifi 版国内售价 999 元，4G 版售价 1699 元，同样也便宜了一千多元。

海思半导体成立于 2004 年，前身是华为华为集成电路设计中心，在 2009 年正式推出应用于智能手机的 K3 平台，后期芯片采用麒麟的名称。华为对于海思是否对外一直犹豫不决，直到去年才传出正式商用的消息，惠普今天推出的平板也正是上次曝光的产品，但让人意外的是来得如此之晚，已经错过了产品的销售黄金季节。另外今年初起传出华为海思与著名 ODM 企业中诺/OnTime 签署两款芯片授权协议，分别是麒麟 930、麒麟 630，这也是华为今年的主打产品，华为 P8 就采用的是麒麟 930 处理器。

综合以上消息可以看出华为有意让海思独立运营，走向对外开放的道路，但并非直接放手，而是从对外开放授权开始。

海思麒麟处理器一直为华为自家产品独有，虽然性能参数与高通和联发科旗舰稍显不如，但发展速度也非常迅猛，作为独立研发芯片级产品，海思麒麟可以看作国产手机芯片的一个旗帜。

据悉，已经获得两款海思麒麟授权的中诺/OnTime 将为华为和其他厂商进行手机 ODM 设计和制造，最快下半年可以看到相关产品问世，届时非华为的麒麟芯手机将会出现。目前手机芯片市场高通联发科争霸，英伟达和 TI 已经一去不返，三星暗中蓄力，国产芯片如展讯、联芯等希望在低端市场分一杯羹，海思加入战团之后直接对手将是高通和联发科，在没有华为手机支撑的海思麒麟的成长道路将面临极

大的考验。

当然，外界更感兴趣的是，谁能获得麒麟芯，惠普在平板领域已经拔得头筹，手机领域争夺还未开始。

来源：头条网 2015 年 06 月 03 日

### 新加坡电信公司用小型基站满足网络需求

新加坡三大电信公司同数家购物中心合作，在人群较多的地方安装小型电信基站，大大提高网速和通话音质。

第一通（M1）公司日前在乌节路百利宫商场底层，安装了三台 4G 移动网络的小型基站。这些基站体积相等于传统大型基站的十分之一，而且可安装在天花板上，信号覆盖范围约十米至两公里，适合用在人流多的室内地点。

第一通技术总监石贵贤说：“一些商场翻新后，顾客聚集的地方变了。若要从大型基站铺设额外电线到人潮拥挤的地方，需要三到四个星期。若改用小型基站，只需两三天。”在这种情况下，第一通估计可减少 10%至 40%的开销。

第一通计划在今年内投入 1 亿 2000 万元提升所有移动网络设施，当中至少一成会用在小型基站方面。该公司的最终目标是两年内，在乌节路购物带和中央商业区设置小型基站。这不仅是为了解决人群密集地的网络承载问题，也将用于 5 年后启用的 5G 网络。

采用小型基站的还有星和公司。今年 1 月，星和在滨海湾金沙食阁和剧场进行小型基站测试，并计划在一年半内把安装计划延伸到 40 座商业建筑。新加坡电信也从去年 10 月开始在百汇广场设置 3G 小型基站，上个月进一步在利达广场、怡丰城和滨海湾金沙食阁安装了 4G 小型基站。

来源：《人民邮电报》2015 年 06 月 03 日

### 韩国移动市场将迎来第四家运营商

韩国政府 5 月 28 日宣布，计划为韩国移动市场引入第四家运营商。

《韩国先驱报》报道称，为了刺激市场竞争，降低移动业务资费，韩国未来创造科学部计划引入一家新的移动运营商。目前韩国共有三家移动运营商，按照规模大小依次为 SK 电讯、韩国电信和 LGU+。

为了清除市场壁垒，韩国政府计划为新运营商在未来的频谱分配上提供优惠待遇。韩国政府计划于 2015 年下半年进行 700MHz 频谱的拍卖。此外，新运营商还有可能被允许分阶段部署全国性网络，而不是要求一次性部署完毕。

“第四家移动运营商可能不能很快降低消费者的通信支出，但对于创造一个新的竞争环境更有意义。”《韩国先驱报》援引一名不愿具名的业内人士的话称，“从长期来看，我们也有望看到价格的下降。”

为了进一步鼓励竞争，韩国政府还计划对移动运营商新资费套餐的审批程序进

行大幅修改。按照现有的程序，移动运营商推出新资费套餐前都要向监管部门提交以获得批准，这个过程通常需要两个月的时间。而按照修改后的程序，这一过程有望缩短到 15 天，这使得运营商能够针对消费者的需求变化做出更快的调整。

据《韩国先驱报》报道，韩国政府计划在今年 6 月宣布最终提案。

来源：《韩国先驱报》2015 年 06 月 03 日

### 韩媒：华为 P8 在中国市场比三星 S6 更受欢迎

据《韩国先驱报》6 月 7 日报道，中国权威市场调研公司互联网消费调研中心 (ZDC) 发布的报告显示，华为今年首次超过三星和苹果，以 15.9% 的关注度问鼎中国手机市场。

报告指出，尽管三星近来发布了旗舰产品 GalaxyS6，但这并不能使其继续保持在第一季度的领先地位。相比于高性价比的华为 P8 和热销的 iPhone6，三星 GalaxyS6 在关注度方面仅排在第三位。此外，小米、华为、苹果在今年第一季度的销量也都超过了三星。

来源：环球科技 2015 年 06 月 08 日

### 巴基斯坦拟 1.7 亿建偏远地区光纤电缆互连

巴基斯坦财政部长伊沙克·达尔表示，政府决定斥资 28 亿巴基斯坦卢比（约合人民币 1.7 亿元）来通过光纤电缆连接全国的偏远地区。

国民大会发布 2015-2016 预算演讲时，达尔表示，经过和所有省份协商，已有 128 个区和这条光纤电缆相连。

达尔还指出，额外 36 亿巴基斯坦卢比（约合人民币 2.2 亿元）资金将用于连接偏远地区和发达地区的另一个光纤电缆项目。

来源：电缆网 2015 年 06 月 08 日