行业信息监测与市场分析之

信息产业篇

ShanShui 山水天成 TianCheng

目录

快速进入点击页码

产业环境.....4
〖政策监管〗.....4
《促进大数据发展行动纲要》解读.....4
北京：运营商泄露用户信息或将追责.....7
〖发展环境〗.....8
中国经济放缓将如何影响全球电信业？.....8
虚拟运营商年底或领正式牌照.....9
数据堂：大数据服务市场迎来爆发期.....10
通信业改革有望“网运分离” 混改是改革关键.....11
“5G时代”可能会加速到来.....13
《福布斯观察》分析大数据六大看点.....14
深化国企改革 电信业三大看点.....15
运营竞争.....16
〖竞合场域〗.....16
天音+型动战略合作 互联网+通信+运动跨界融合.....16
苹果能否抵御国产“群狼”只两成人会买新iPhone.....17
运营商物业博弈“光纤入户”.....19
宽带接入网粤首发牌 民资冲到红线外.....21
〖市场布局〗.....23
深圳南山成全国手机总部基地.....23
南通电信业抱团推进通信基础设施共建共享.....26
湖北通信住建部门联合发文 要求把通信基础设施纳入地方规划.....26
技术情报.....27
〖趋势观察〗.....27
5G移动通信的发展及新特征概述.....27
刘韵洁：全球未来网络发展方向是服务定制网络.....28
韦乐平：电信网管道化是必然结果.....29
张新建：运营商级第三方通信应具备六大特征.....29
范济安：数据跨地域跨行业整合将产生乘法效应.....31
亚马逊首席云计算企业顾问：企业“云”转型要经历四个阶段.....31
未来网络应以数据中心为核心.....32
杨居正：中国电信要打造“互联网+”时代的超级混合云.....32
肖子玉：网络构架变革给运营商带来新挑战.....33

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

可穿戴设备市场渐趋成熟 精确度不佳难现繁荣.....34
〖模式创新〗.....36
运营商省级公司如何开展终端运营.....36
下一个红利在哪里？华为全力支持运营商数字化转型.....37
运营商推4G+加速网络竞争 突围重在创新数据经济.....40
把握车联网发展契机.....42
终端制造.....44
〖企业情报〗.....44
爱立信东北亚新帅：坚定中国市场投入 勇于成为赢家.....44
华为携手合作伙伴共建铁路信息化生态圈，加速推动云服务和大数据应用.....46
中国铁塔：今年要在湖北新建6000座铁塔.....48
腾讯加码 BAT“云”中短兵相接.....48
手机业务亏损仍在扩大：4K屏幕难挽索尼颓势.....51
向际鹰：中兴通讯5G先锋的践行之路.....52
市场服务.....54
〖数据参考〗.....54
“提速降费”促发展 浙江移动4G客户突破2000万.....54
海外借鉴.....56
英国电信中国区新掌门解读战略.....56
美国运营商传统补贴模式宣告结束 廉价手机厂商迎来新机会.....58
诺基亚华为将承建欧洲最大两网合并项目.....60
拥抱超宽带：西班牙电信一年新增百万本土FTTH用户.....60
比特币被正式纳为大宗商品 将接受正规监管.....62
美国运营商传统补贴模式宣告结束 廉价手机厂商迎来新机会.....63
爱立信创新加速物联网普及.....65
外媒评德国Gigaset步入智能手机领域，市场可期.....66
爱立信携手英特尔和诺基亚致力于面向IoT的下一代无线连接.....67
十家运营商年分享百亿基金 政府推动美国农村宽带普及.....68
虚商接连布局国际漫游市场 异质竞争加速海外拓市.....70
全球运营商提速5G 以速抢客或加重成本负担.....72
全球移动路由器年增两成 数据安全成最大雷区.....74
东芝公司将进行大整顿 可能退出PC市场.....75
英国移动通信巨头EE推出4G M2M业务.....76
Yandex正式进入中国 亚洲首个代表处选择上海.....77
IBM助力企业构筑未来IT架构 加速传统行业“互联网+”转型.....77

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

产业环境

〖政策监管〗

《促进大数据发展行动纲要》解读

2015年9月10日，工业和信息化部组织召开《促进大数据发展行动纲要》（以下简称《行动纲要》）媒体通气会，部信息化和软件服务业司司长陈伟对《行动纲要》进行了解读。

工业和信息化部信息化和软件服务业司司长陈伟：

党中央国务院高瞻远瞩、高度重视我国大数据发展。2015年8月31日国务院发布了《促进大数据发展行动纲要》，这是指导我国大数据发展的国家顶层设计和总体部署。按照国务院分工，工业和信息化部主要负责大数据产业发展以及应用示范相关工作。借此机会，我向各位媒体朋友从大数据产业发展的视角，介绍下《行动纲要》的背景和意义、大数据产业发展的重点，以及工业和信息化部下一步落实工作考虑。

一、《行动纲要》出台的背景和意义

新一代信息技术与经济社会各领域的深度融合，引发了数据量的爆发式增长，使得数据资源成为国家重要的战略资源和核心创新要素。据统计，全球所掌握的数据，每两年就会翻倍。到2020年，全球的数据量将达到40ZB，其中我国所掌握的数据将占20%。大数据的广泛深入应用，使人类社会逐渐走向数据经济时代。据国际知名咨询公司Gartner预测，2016年全球大数据相关产业规模将达到2320亿美元。

利用大数据分析，能够总结经验、发现规律、预测趋势、辅助决策，充分释放和利用海量数据资源中蕴含的巨大价值，推动新一代信息技术与各行业的深度耦合、交叉创新。大数据的发展将对经济社会发展乃至人们的思维观念带来革命性的影响，同时也能够为国家发展提供战略性的机遇。因此，从出现伊始，大数据就受到各方的热切关注。有关发达国家相继制定出台大数据发展的战略性指导文件，大力推动大数据的发展和应用。

我国发展大数据拥有丰富的数据资源和巨大的应用市场优势。近年来，经过各方的共同努力，我国大数据得到了快速发展。产业规模不断扩大，在部分关键技术上实现突破，涌现出一批骨干企业，在各行业中的应用也得到了深入推广，形成了一大批典型的示范案例。大数据日益已经成为推动经济增长、加速产业转型的重要力量。例如，阿里公司根据中小企业的交易情况对银行的财务和诚信情况进行筛选，并提供无担保的贷款。目前，已累计发放贷款2000多亿元，服务80余万家企业，有力的缓解了中小企业融资难的问题。百度公司利用大数据技术，可以实时展示流感等流行病的动态，预测发病趋势，为应对疫情变化，优化医疗卫生资源配置提供了有力帮助。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

未来，随着我国经济发展进入新常态，大数据将在稳增长、促改革、调结构、惠民生中承担越来越重要的角色，在经济社会发展中的基础性、战略性、先导性地位也将越来越突出。同时，大数据也将重构信息技术体系和产业格局，为我国信息技术产业的发展提供巨大机遇。《行动纲要》的出台，赋予了大数据作为建设数据强国、提升政府治理能力推动经济转型升级的战略地位。工业和信息化部将按照国务院部署要求，深入贯彻落实《行动纲要》，推动大数据产业健康快速发展，为建设数据强国提供有力支撑。

二、《行动纲要》对大数据产业发展的部署

（一）《行动纲要》的起草过程

中央和国务院高度重视信息技术产业的发展和其对经济转型升级的促进作用，今年已相继出台《中国制造2025》、《国务院关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》、《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《国务院办公厅关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》等文件，都将大数据作为支撑、引领各行业领域发展水平提升的重要抓手。

为促进大数据发展，加快建设数据强国，按照国务院的部署，2014年10月，国家发改委、工业和信息化部建立了联合工作机制，成立了起草组，启动了《行动纲要》的研究制定工作。起草组在贵州、广东、上海、湖北等地进行了大量的调查研究，委托中科院、工程院、国家信息中心、中国信息通信研究院、赛迪研究院等研究机构开展了专题研究，分类召开了10余次的部门、研究机构、专家和企业座谈会，专题听取了阿里巴巴、百度、腾讯等数十家企业的建议。2014年12月《国家大数据发展纲要》初稿成稿后，起草组又征求了47个有关部门的意见，经多次修改完善，形成了《国家大数据发展纲要》送审稿。2015年8月19日，李克强总理主持召开国务院常务会议，审议通过了《关于促进大数据发展的行动纲要》；2015年8月31日，国务院正式印发了《关于促进大数据发展的行动纲要》，成为我国发展大数据产业的战略性指导文件。

（二）主要内容及对产业的部署

《行动纲要》的内容可以概括为“三位一体”，即围绕全面推动我国大数据发展和应用，加快建设数据强国这一总体目标，确定三大重点任务：一是加快政府数据开放共享，推动资源整合，提升治理能力；二是推动产业创新发展，培育新业态，助力经济转型；三是健全大数据安全保障体系，强化安全支撑，提高管理水平，促进健康发展。围绕这“三位一体”，具体明确了五大目标、七项措施、十大工程。并且据此细化分解出76项具体任务，确定了每项任务的具体责任部门和进度安排，确保《行动纲要》的落地和实施。

五个目标：一是打造精准治理、多方协作的社会治理新模式；二是建立运行平稳、安全高效的经济运行新机制；三是构建以人为本、惠及全民的民生服务新体系；四是开

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

启大众创业、万众创新的创新驱动新格局；五是培育高端智能、新兴繁荣的产业发展新生态。

七项措施：完善组织实施机制、加快法规制度建设、健全市场发展机制、建立标准规范体系、加大财政金融支持、加快专业人才培养、促进国际交流合作。

十项工程：政府数据资源共享开放工程、国家大数据资源统筹发展工程、政府治理大数据工程、公共服务大数据工程、工业和新兴产业大数据工程、现代农业大数据工程、万众创新大数据工程、大数据关键技术及产品研发与产业化工程、大数据产业支撑能力提升工程、网络和大数据安全保障工程。

按照国务院的部署，工业和信息化部主要负责推动大数据产业发展，培育新兴业态，助力经济转型，包括推进大数据核心技术攻关、健全产品体系、完善产业链和发展环境、推进工业及新兴产业大数据应用，同时做好信息安全和规范管理等的相关工作。重点组织实施十大工程中的“大数据关键技术及产品研发与产业化工程”、“大数据产业支撑能力提升工程”“工业和新兴产业大数据工程”三项工程。

三、工业和信息化部落实《行动纲要》支持大数据产业发展的主要考虑

《行动纲要》为我国大数据的发展进行了顶层设计和统筹部署，工业和信息化部将按照国务院的部署，与发展改革委一起牵头，组织各部门、各地方全力做好《行动纲要》的实施工作，重点抓好我国大数据技术和产业的创新和发展，提升大产业支撑能力，培育新业态新模式。主要从以下五个方面开展工作。

（一）支持大数据技术和产业创新发展

我们正在制定《大数据产业“十三五”发展规划》，还将出台促进大数据产业发展的推进计划，统筹布局大数据技术和产业发展。促进规划、标准、技术、产业、安全、应用的协同发展，为《行动纲要》实施提供技术和产业支撑和保障。

组织实施“大数据关键技术及产品研发与产业化工程”，加强自主创新，通过相关项目和资金引导和支持关键技术产品研发及产业化；开发面向工业、电信、金融、交通、医疗等数据密集型行业的大数据应用解决方案；力争形成先进的技术体系、完善的产品体系和高效的应用服务体系。

（二）促进大数据与其他产业的融合发展，着力发展工业大数据，加强产业生态体系建设

组织实施“工业和新兴产业大数据工程”，围绕落实《中国制造2025》，支持开发工业大数据解决方案，利用大数据培育发展制造业新业态，开展工业大数据创新应用试点。促进大数据、云计算、工业互联网、3D打印、个性化定制等的融合集成，推动制造模式变革和工业转型升级。围绕落实《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，以加快新一代信息技术与工业深度融合为主线，以实施“互联网+”制造业和“互联网+”中小微企业为重点，以高速宽带网络基础设施和大数据等信息技术产业为支撑，积

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

极培育新技术、新产品、新业态、新模式。集中资源重点培育和扶持一批龙头骨干企业，鼓励中小企业特色发展。组织实施“大数据产业支撑能力提升工程”，建立和完善大数据产业公共服务支撑体系，加快培育自主产业生态体系。

（三）推动大数据标准体系建设

目前，工业和信息化部已经指导全国信息技术标准化委员会组建由130余家单位构成的大数据标准工作组，组织起草了《大数据标准化白皮书》，制定大数据标准体系，已经开展数据质量、数据安全、数据开放共享和交易等方面的多项国家标准的立项和研制工作，同时还要积极参与ISO/IEC、ITU等国际标准制定工作，与国际同步发展。

（四）支持地方开展大数据产业发展和应用试点

目前，我们已支持和指导北京、上海、贵州、广州、陕西等地大数据产业和应用发展，这些地方先行先试，主动探索，已初见成效。如我们支持和批复贵阳·贵安大数据产业集聚区创建工作，在出台产业扶持政策、开展数据共享交易、法律法规等方面成效显著。授予陕西省西咸区创建软件和信息服务（大数据）示范基地，鼓励当地大数据产业创新发展。北京、上海、广东等地方政府在支持大数据产业和应用发展等方面均各具特色、走在全国前列。下一步，我们将进一步动员和支持各地方、各行业、各部门开展大数据技术、产业、应用、政策等各方面的探索和实践，利用相关项目资金，引导和支持在重点地区和工业等重点行业开展应用示范，并总结经验、加快推广。

（五）加强大数据基础设施建设，探索和加强行业管理

结合工业和信息化部正在开展的“宽带中国”“建设互联网强国”等战略，落实《关于数据中心建设布局的指导意见》，指导数据中心科学布局，加快推动宽带普及提速，提升互联网数据中心业务市场管理水平。

我们还需从法规制度入手，加强行业管理和安全保障。研究制定网络数据采集、传输、存储、使用管理的标准规范。加大对隐私信息保护、网络安全保障、跨境数据流动的管理，组织开展相关的专项检查和治理。推动和配合相关部门组织开展数据共享、开放、交易、安全等方面的立法研究工作。解决制约大数据产业发展体制机制因素和不确定性的市场因素，为产业和应用发展营造良好法规和市场环境。

大数据产业的发展需要政府、各行各业、IT企业以及社会的共同关注和支持。希望各地按照国务院《行动纲要》的统筹部署，充分认识大数据对提升政府治理能力、促进经济社会发展、保障改善民生福祉的重要意义和作用，认真做好《行动纲要》中各项任务的分解落实工作。各地一是要结合自身产业基础和资源条件合理定位、科学谋划，突出区域特色和优势，避免重复投资和建设。二是制定出台促进大数据产业发展的政策措施，引导科技、人才、资金等各项资源向产业倾斜，加快培育骨干企业，形成产业支撑能力。三是选择基础条件好、示范效应强、影响范围广的行业和领域积极开展应用示范，充分发挥应用对产业的引导和促进作用。四是加强数据资源建设和整合，避免信息孤

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

岛和烟囱，促进数据资源合理有序流动，积极培育产业的新业态和新模式。通过中央和各地的协同推进，共同营造良好的产业发展环境，实现我国大数据产业的科学有序发展。

来源： 信息化和软件服务业司2015年09月10日

北京:运营商泄露用户信息或将追责

《北京市电话通信入网服务合同》示范文本从明天起至10月10日将公开征求社会各界修改意见。据悉，文本将突出对用户信息安全的保护，规定运营商应对用户的身份信息和通信信息保密，并采取技术措施和其他必要措施确保信息安全，防止信息泄露、丢失，并要承担相应法律责任。

北京市工商局9月22日表示，为规范北京市的电话通信入网服务交易行为，公平维护用户和运营商的合法权益，该局与北京市通信管理局结合近年来电信法律政策变化和电信服务投诉情况，于日前共同对2005年发布的后付费类移动电话和固定电话入网合同示范文本进行了修订。为保证示范文本质量，从今年9月22日至10月10日，通过“首都之窗”网站公开征集社会各界的修改建议，社会各界可发送邮件至bjgshtc@163.com留下意见。

据介绍，本次示范文本修订扩大了示范文本的适用范围，即把原来的移动电话、固定电话两个文本合并为一个文本，并在原来只调整后付费类服务的基础上，增加了预付费类服务内容。

此外，文本突出了对用户信息安全的保护，规定运营商应对用户的身份信息和通信信息保密，并采取技术措施和其他必要措施确保信息安全，防止信息泄露、丢失，并要承担相应法律责任。

根据文本，强化了电话用户实名制有关内容，规定用户要保证登记资料真实、有效、准确、完整，登记资料如有变化应及时通知运营商变更。如提供虚假登记资料或登记资料内容变更未及时通知乙方，影响合同正常履行的，运营商有权限制、暂停、终止通信服务。

针对用户将手机号码绑定邮箱等其他服务功能较为普遍的情况，对在终止通信服务后，用户应及时修改与手机号码绑定的其他服务账号信息的有关内容做出了提示，以避免给自己和他人造成不便或损失。

北京市工商局还表示，文本中还对发生通信服务障碍、出现通信费用异常增长、手机或通信卡丢失或被盗用、被错误采取停机等技术性措施、服务密码保管等容易引发纠纷的环节进行了规定。

来源： 中新网2015年09月22日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

〖发展环境〗

中国经济放缓将如何影响全球电信业？

Ovum公司首席研究官Mark Newman表示，在过去十年，中国一直是全球电信行业增长的引擎。在2005年到2014年的十年间，中国占据了全球五分之一的移动用户净增长和三分之一的固定宽带新连接。

但是过去12个月这一增长出现了放缓。电信服务收入在2014年下半年的确是出现了下滑（虽然在2015年又出现了小幅增长）。现在，随着中国股市的大跌，整个行业都在担心，（中国）经济增长可能会比此前担忧的发生更急剧的放缓，问题是这将如何以及何时影响电信行业。

Ovum认为，用户数增长和收入增长在过去一年的下滑，更多的是一种市场饱和的作用，而非经济因素造成的结果。中国的移动普及率在过去五年已经从60%飙升至93%，四成的中国家庭现在拥有宽带——几乎是2010年的两倍。

用户数增长和收入增长可能会放缓，但在采用新技术方面，由于在高度固定和移动宽带网络方面的大量投资和快速提升的智能手机普及率，中国国内市场一直充满活力。现在苹果超过四分之一的收入来自于中国，这就是为什么在黑色星期一时其股价受到重创的原因。不过，实际上，通信网络设备厂商们更容易受到中国经济低迷的影响，因为他们的业务运营利润率要低得多。

中国电信运营商占据2015年第一季度全球电信资本开支的20%。尽管事实上中国是相对较晚推出LTE服务的国家，但中国最大的移动运营商中国移动预计到2015年底LTE基站数量将达到100万个。在固网方面，中国运营商每个季度大约连通500万-1000万家庭至FTTX网络。

中国网络投资的绝对规模在中国电信运营商和全球其他国家和地区运营商的资本密集度（资本支出在总收入中的占比）对比中更加明显。从全球来看，电信运营商的资本密集度为19%。这一数字在过去两年一直在缓慢增长，但这只是由于中国单方面的原因，该国的资本密集度达到30%。不过，Ovum预计这一数字到2017年将跌至不到22%。

高速宽带网络市场正由中国本土厂商华为和中兴通讯以及欧洲公司阿尔卡特朗讯、爱立信和诺基亚所主宰。所有这些厂商都很容易受到移动网络业务放缓的影响，而这似乎是不可避免的，鉴于中国对LTE的支出已经达到了顶峰。在固网方面，阿尔卡特朗讯是受影响最大的欧洲公司，中国移动一直在积极部署FTTH网络，实际上，供应链也出现了产能限制。网络设备供应商的价格和利润是非常低的。

无论是不是运营商，像中国移动缩减其投资规模，很可能是受到政治驱动的。中国政府一直在推动高速宽带部署，作为赋予中国更广泛竞争优势的一种手段。但是假设，

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

例如，支出削减了10－
15%，这将会对中国和欧洲设备供应商以及那些提供相关技术的公司产生重大影响。

此外，当地货币的贬值是经济放缓的一种直接后果。华为和中兴在海外拓展上已经取得了巨大的成功，这使他们更具竞争力。对于向中国销售产品的海外厂商，这将使他们的价格竞争力下降，但应该指出的是，很多厂商都通过当地的空壳公司进行运作。

来源： C114中国通信网 2015年09月17日

虚拟运营商年底或领正式牌照

虚拟运营商产业联盟秘书长邹学勇日前透露，国内虚拟运营商企业正在准备或者已经提交了相关材料，工信部收集材料后会进行评估，评估通过的虚拟运营商将获得正式牌照。考核的内容包括网络信息安全、用户权益保护、业务开展情况等多方面，评估结果或在今年底前公布。

“目前国内运营商的用户数量已经突破千万，大概在1100万左右，而且月增量在200万左右，这个增量还是比较大的。按照这样的增速，年底能够达到1800万、1900万左右。”邹学勇表示。

据悉，2013年，工信部正式发布了《移动通信转售业务试点方案》(简称《试点方案》)，当年12月向京东、巴士在线等11家民营企业颁发了首批移动通信转售业务运营试点资格。虚拟运营商从此在国内通信市场正式登场，时至今日，有42家企业获得虚拟运营商牌照。

在工信部的《试点方案》中，明确表示“试点截止时间为2015年12月31日”，并称“根据试点开展情况适时调整相关政策，研究移动通信转售业务的正式商用事宜。”随着时间的推移，移动转售业务的试点期正接近终点。

目前，我国的移动用户总数在12.9亿左右，虚拟运营商的用户数量为1100万，占比为0.85%。而欧美国家虚拟运营商在业务启动阶段，用户数只占到存量市场的0.5%左右。

来源： 《北京日报》2015年09月22日

数据堂:大数据服务市场迎来爆发期

国内大数据概念炒的如火如荼，大数据相关的公司也如雨后春笋般应运而生，如何衡量这些大数据公司是否发展的足够良性，产品和商业模式的创新是重要的参考指标。小编今天通过分析一家国内唯一上市的平台级数据服务公司——
北京数据堂科技，解读一下目前国内的大数据市场前景。

数据堂公司CEO齐红威表示：“2015上半年，数据堂业绩大幅增长主要得益于我们强大的数据源储备和广泛的商业用户基础，以及商业模式的创新。我们通过多种形式，在

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

多个领域进行业务拓展，引入更多的数据资源，持续优化我们的数据资产，拉动收入增长。”

1000TB海量数据奠定未来业务发展

据了解，在大数据服务领域，数据资源的多寡是核心竞争优势。据数据堂财报显示，数据堂目前已积累5万多组约1000TB。

这是数据堂经过多年积累的独特优势，而且这也得益于其独特的数据众包平台，通过众包采集产生数据方式，利用全球40多万社会兼职人员(众客)帮助数据堂采集大规模的线下数据。齐红威指出：“数据资源的多寡是行业壁垒，需要时间的积累。我们这几年运用我们独有的众包数据采集方式以及与行业企业合作等模式，积累了大量的数据资源，这为我们后续业务发展夯实了根基。”

分析人士指出，大数据挑战和机遇并存，目前市场已进从培育阶段过渡到落地应用阶段，并且正在逐渐步入理性发展期，未来大数据发展依然存在诸多挑战，但前景非常乐观。

开拓新市场，大数据服务覆盖领域广

经过几年的积累，数据堂现已步入快车道，从单一的人工智能领域拓展到金融征信、健康医疗、智能交通、商家商价等行业领域，并全面构建了覆盖整个数据价值链的生态系统，拿交通类数据为例，数据堂自去年起就一直在做业务布局，目前已经成功在路况交通、信贷、保险、区域经济分析等领域发挥重要作用。

值得一提的是，随着在互联网大数据高速发展的背景下，国家正在大力促进社会信用提升，个人及企业征信市场成长空间已经打开，未来我国征信市场空间规模将达到数千亿。数据堂远见卓识的设立了数据堂(北京)征信服务有限公司，重点开拓征信数据服务。齐红威表示：“金融征信市场未来前景良好，我们将通过信用数据的引入、清洗、融合，打造征信业的基础数据源和创新生态系统。”

百度、腾讯、阿里巴巴、华为、Microsoft、Intel等国内外知名企业先后成为数据堂的合作伙伴。目前，数据堂已经开始布局海外市场，在硅谷设立了子公司，重点服务北美人工智能领域的互联网公司和高科技公司。

数据资源化，这将是蕴藏着巨大商业价值的新资产，各行各业都有大数据需求，具有多样性、适用性、广泛性的特点。这是行业的特征和市场需求所趋，前景可期。

大数据需求爆发，数据堂谋定后动

大数据资源是基础性战略资源，其重要性毋庸置疑。在不久之前国务院通过的《关于促进大数据发展的行动纲要》，明确指出要开发应用好大数据这一基础性战略资源，并引导支持大数据产业发展。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

“经过几年的孕育，大数据资源的需求正迎来高速发展期，2015年将是大数据资源需求爆发的一年。我们将加大在数据资源获取、数据处理、数据服务方面的研发及业务投入，加强商业模式创新能力”，齐红威表示。

过去数据堂采用传统数据服务模式(收集、加工、线下销售)，以销售为导向的数据采集制作，这是一种稳扎稳打的模式。目前数据堂采用的是平台化的数据服务模式，打造了国内第一家大数据电商平台——
Datamall数据商城，实现用户线上销售交易、数据定制[众包]、数据合作等多种业务模式的整合和打通，极大地增强数据变现的空间和灵活性。

如今互联网+席卷各行各业，使得大数据资源成为企业与互联网连接的必然要素，亦成为提高经营效益的新生产要素。目前，传统行业的大数据应用需求明显并快速膨胀释放，市场向好，大数据市场投资前景良好。

来源： 通信产业网2015年09月18日

通信业改革有望“网运分离” 混改是改革关键

在9月14日举行的国企改革吹风会上，通信领域被发改委点出鼓励多种方式发展混合所有制经济，引入非国有资本，并探索实行混合所有制企业员工持股。业内多数人士猜测，通信业改革的未来方向将是“网运分离”。

通信业“手术”不断

上世纪80年代末通信网络设施极度落后，装一部电话要5000块钱，谁家有电话不是“大款”就是“官员”。邓小平曾问，“中国发展经济从何着手”？有位日本朋友给了建议，先把交通、通讯搞起来。

紧接着90年代，邮电部在全国“苦建”了八纵八横骨干基础网络后，中国通信史上开启了著名的四次大规模“手术”。

1994年联通成立、邮电分家；1999年为打破垄断，老电信一分为六，移动从中分出；2001年继续打破垄断，把电信一分为二；最近一次是2008年电信业“五变三”，形成中国移动、中国电信和中国联通，但不均衡态势因此形成，移动一家独大。

过去无论怎么改，都是在通信圈内部进行“外科手术”，不是拆分就是合并。最新的国企改革，有望全面开启通信业第五次革新。

资深媒体人刘启成说，此次改革的背景之一是国企发展活力面临诸多问题，背景之二是信息社会、互联网发展都要以信息通信产业为基础，要真正激活这个产业。

混改是通信业改革的关键

怎么激活？国企改革《指导意见》中有这么一句话，对自然垄断行业，实行以政企分开、政资分开、特许经营、政府监管为主要内容的改革，根据不同行业特点实行网运分开、放开竞争性业务，促进公共资源配置市场化”。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

所以，业内多数人士猜测，通信业改革的未来方向将是“网运分离”。

有人说，“网运分离”意味着一场伤筋动骨的利益之争。之前铁塔公司成立已完成了运营商存量铁塔的注入，未来三大运营商所垄断的核心基础设施会不会进一步被剥离？三大电信基础运营商可能会成为纯粹的服务商，与后进入的虚拟运营商、互联网企业同台竞争？

但更多的人对“网运分离”表示“谨慎”。电信分析师付亮说，网运分开并不是将网络全部并入铁塔公司成立基础网络公司，基础设施就是诸如铁塔和国际出口等这样的资源，并不包括三大基础电信运营商的国内无线网络及有线网络。北京邮电大学教授曾剑秋则表示，“网运分离”并不意味着“剥离”，而是三大运营商网络的融合。

“混合所有制”改革也是通信业改革的关键。早在2013年5月工信部出台《移动通信转售业务试点方案》起，电信市场已经逐步向民营企业开放。2014年，中国电信旗下一家子公司股权改革，部分民营资本进入。

8月24日，三大运营商一把手刚完成集体轮换，工信部副部长尚冰接任中国移动董事长，中国电信董事长王晓初和中国联通董事长常小兵职务对调。未来，三大运营商将何去何从，三人压力恐怕不小。

【人物】 脱离“死水”加盟虚拟运营商

韩元1999年跨入通信行业，从大学老师摇身一变成为一名通信员工。除了1994年的联通成立、邮电分离，电信业最重要的几次“外科手术”他都赶上了。

韩元入行碰到的第一件大事是，1999年中国移动从中国电信中拆分出来，信产部拆分中国电信为新的中国电信、中国移动和中国卫星通信，同时网通、吉通和铁通获得了电信运营许可证，七雄初立。

“在那个求稳的年代，最优秀的人选择留在了电信，一些年轻的毛头小伙子、调皮捣蛋的能力不强的，被分到了移动”，韩元说。只是没想到后来个人通信迅速发展，移动赶超电信联通。

韩元的朋友，在电信领域耕耘20多年的资深媒体人刘启成讲了个有意思的故事，当年电信移动分家时，很多夫妻双方都在电信，后来做的好的那个人留在电信(一般是老公)，另一个人就去移动。随着中国移动业务发展，很多老婆收入飙涨，原来作为骨干的老公开始无奈承担起做饭洗衣的家庭责任。这样的例子不是个案。

对于中国通信行业过去经历过四次变革，韩元说，每经历一次调整，大多数员工的待遇没有发生变化，而且会涉及大批岗位的调整，很多人要从头学起，有些人调整不好心态往往会失去意志力。

但无论如何重组动荡，2000—2013年都是通信行业发展最为迅速的十多年。直到2013年后，互联网公司崛起，运营商日子越来越难过。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

韩元在2013年离开传统运营商，加入一家虚拟运营商。在他看来，“当时通信业的红利已经到顶了，员工心态浮躁，内部死气沉沉，新的改革充满阻力”。

近两年，通信业变革动作再起，铁塔公司成立、引入虚拟运营商，但有运营商内部人士对新京报记者称，对员工来说，并未感受到明显变化，工资多年没涨，一切如旧。

来源： 《新京报》2015年09月15日

“5G时代”可能会加速到来

在4G网络在短短2年内如火如荼发展之下，人们已经在猜想“5G时代”何时到来。在刚刚结束的高通中国2015年高峰论坛上传出消息，中国的通信网络很可能一改此前进入3G、4G偏晚的局面，较早进入“5G”，未来5年左右时间内，“5G时代”很可能会加速到来。

高通公司中国区董事长孟樸透露，中国的4GLTE用户数量已经达到2.5亿，在中国有86%以上的人通过智能手机上网。通信行业普遍在瞄准未来的“5G时代”。而在国际上，美国主流运营商Verizon近日正式宣布明年开始测试5G网络，韩国方面为了配合2018年平昌冬奥会的召开已经在酝酿召开前期实现5G试商用。由于目前中国的4G发展势头非常迅猛，因此进入“5G时代”的时间并不会太晚，工信部层面的说法是预计将在2020年实现商用。

不过，目前国际上对于5G标准并未达成共识。美国运营商AT&T公司CEO格伦·卢里埃(Glenn Lurie)就直言：“在我们大肆对其进行宣扬之前，还是应该先确定未来5G是什么——确定一个我们都认同的标准。”而以现有的发展态势判断，“5G时代”也许只是时间表的问题。

展望5G前景，高通工程技术高级副总裁Rajesh Pankaj认为，5G技术无疑将极大地提高终端的数据传输速率，但绝不仅限于此，将实现更多终端的连接，并且能够多功能集中体现。配合未来5G技术的升级趋势，作为手机主流芯片商的高通公司宣布，即将在2016年上半年发布骁龙820处理器，可以支持更为领先的4G LTE和WiFi技术，最高下载速度可达传输速度600Mbps(支持载波聚合Cat 12网络)，而最高上传速度可达150Mbps速度(支持载波聚合Cat 13网络)。这意味着一旦网络稳定，现有4G LTE网络可提升下载速度4-5倍。

此外，高通方面还将在今年底和明年二季度推出两款中端级别处理器骁龙617和骁龙430，均采用八核CPU配置，并支持快速充电技术Qualcomm Quick Charge 3.0，这意味着手机快充很可能会成为标配。

来源： 《羊城晚报》2015年09月17日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

《福布斯观察》分析大数据六大看点

日前，在美国软件服务提供商天睿公司（Teradata）赞助下，《福布斯观察》联合麦肯锡咨询公司发布有关大数据分析状态的调查报告。调查对象是316位来自全球大型企业的高管。该调查报告有六大看点：

一是对大数据的炒作趋弱，大数据开始为企业争取竞争优势。调查显示，约90%的企业对大数据分析投资处于中等或较高水平。约三分之一的企业高管认为该项投资“非常重要”。最重要的是，约三分之二的受访者认为大数据分析举措已经对企业收入产生了可衡量的重大影响。59%的企业高管认为大数据分析是企业的重要问题之一或是实现竞争优势的最重要途径。

二是正确的企业文化是大数据成功的关键。51%的高管认为调整和完善“数据驱动”策略是最大的文化障碍。47%的高管将学习大数据看做是一项业务挑战。43%的高管将培养企业文化作为关键性挑战，包括奖励员工使用大数据、重视创造力、使用数据进行实验等。47%的高管认为自己公司的大数据分析能力低于平均水平。调查发现，受访者越了解大数据分析，就越认为本公司的大数据分析能力较低。例如，在数据科学家中，只有8%的受访者认为自己公司能力最强，10%认为自己公司在平均水平之上。

三是首席执行官的态度决定大数据的地位。认为大数据是获得竞争优势最重要途径的企业中，51%是源于首席执行官致力于发展大数据。将大数据看做是重要问题之一的企业，最高领导层通常在大数据上花费大量的时间和精力。最后，若公司拥有CXO级别的数据分析职位，则公司的数据分析能力更可能高于平均水平。

四是发展大数据从正确的理念到正确的行动还有很长的路要走。48%的高管认为基于大数据做出的商业决策是关键的战略挑战。43%的高管认为基于大数据制定企业战略是重大障碍。获得大数据分析带来的收益还面临其他障碍，包括如何利用现有资源从数据中获得最多的见解以及将数据视为有价值的资产。

五是大数据带来“金矿”。大数据在三个关键领域带来创新机会：创造新的商业模式（54%）、发现新的产品服务（52%）、实现货币化收益（40%）。为了抓住这些机会，企业除了寻找交易数据外，也在探索各种数据类型。其中，被使用最多的是位置数据，其次是文本数据。

六是大数据挖掘人才紧俏。大数据挖掘需要正确的技能和经验。46%的高管认为招聘实现大数据创新的人才是一项挑战。

来源： 《人民邮电报》2015年09月16日

深化国企改革 电信业三大看点

被誉为“国企改革顶层设计”的《关于深化国有企业改革的指导意见》9月13日对外公布。这是新时期指导和推进国企改革的纲领性文件，意见提出了2020年国有企业在关

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

键性领域取得阶段性成果，国有企业公司制改革基本完成，培育大批具有国际竞争力的骨干国有企业的目标，明确了国企改革的指导思想、基本原则等，并对多个改革方案进行概括性阐述。其中，在分类监管、与非公合作、市场化薪酬、员工持股等等方面与电信企业息息相关，将给行业发展带来新的机遇与动能。

电信企业咋“划片”：商业还是公益

中国企业改革与发展研究会副会长周放生解读此次国企改革指导意见共有23大亮点。对于通信业而言，最大的亮点无疑是将国有企业分为商业类和公益类，实行“分类改革、分类发展、分类监管、分类定责、分类考核”。据业内人士分析，下一步，“商业类国有企业”下面还将继续细分，电信企业由于主业处于关系国家安全、国民经济命脉的重要行业和关键领域、主要承担重大专项任务，理应被划入“商业类国有企业”，但其监管、定责、考核办法与一般的商业类国有企业仍有不同。

分类管理是管理的前提和基本规则。不同性质的企业，其管理的思路、原则、方式有很大差异甚至完全不同。过去，对国企“一刀切”的管理方式引发了很多矛盾，比如，又对电信国企的收入与利润作出严格要求，又要求电信国企承担社会责任，自行负担在偏远落后地区投资建网的巨额成本。南京邮电大学信息产业发展战略研究院院长王春晖教授等专家指出，下一步在对通信类国有企业进行分类管理时，应当考虑到信息通信类国有企业在打造互联网基础设施方面与作为战略性新兴产业的特殊性与重要性。尽管电信企业市场化程度已经比较高，总体收入、利润排名靠前，理应划归于商业类国企。追逐商业盈利理所当然。然而，电信企业在上缴盈利之后国家应当如何返还，如何激励商业类的电信企业承担社会责任将是一个重要课题。

一位不愿具名的业内专家指出，电信企业改革的终极问题其实就是定位问题。只有把通信企业在新常态下的位置定准了，才能既发挥好国企在维护信息网络安全进程中“压舱石”作用，又充分调动大众创业、万众创新在互联网领域的活力。准确的定位意味着一系列至上而下科学的配套政策。比如“提速降费”，本来就是“宽带中国”既定的规划目标，是一个需要政府拿出真金白银，与企业、与社会各方合力推动的系统工程。但在一段时期内，由于受到舆论的特别关注，通信企业显然又承担起本应“公益类国企”担当的责任。

混合制改革咋起步：股权还是项目

尽管电信市场主体已有三大国企，但仍长期以来被舆论批为“垄断”。在此次《指导意见》征求意见期间，国家发改委曾有声音要引入民资进入基础通信运营领域。事实上，电信市场主体还在不断增加。铁塔公司去年的组建，本身就是深化国企改革的产物。此外，属于广电序列的国网公司，按照国务院批复已经可以申请基于固定网的基础电信业务，也就是说具有电信运营的资质，只是目前其资本金尚未完全到帐，公司也缺少网络资产。一旦国网公司完成了中国有线的整体或部分网络资产注入，我国基础电信市

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

场的主体就将达到四到五家。如果这些企业全部划为商业性国企，电信市场竞争格局还将进一步加深。记者分析，在电信领域，未来国企改革的方向主要不是增加市场主体的问题，而是通过混合所有制改革等举措解决体量不均衡、竞争有效度不够的问题。

指导意见第二个亮点是明确了电信行业下一步引入民资的途径。其中，既有股权层面的合作——

“鼓励国有企业通过投资入股、联合投资、重组等多种方式，与非国有企业进行股权融合、战略合作、资源整合”，又有项目层面的合作——

“在石油、天然气、电力、铁路、电信、资源开发、公用事业等领域，向非国有资本推出符合产业政策、有利于转型升级的项目。”王春晖指出，国有资本和非国有资本的“双向进入”，可能是此次文件中的一大亮点。这不仅有利于电信企业自身的混合所有制改革，还有利于民营企业的转型升级。据分析，电信企业未来与民企企业更多在项目上的合作。比如，中国移动下一步很可能会将咪咕公司作为与互联网企业合资、合作的主要载体。

在深化国企改革高举混合所有制改革的大旗的背景下，我国三大通信国企势必将加大与民营资本的合作力度。今年7月，中国电信在年中工作会议上还提出了“控股不控权、控权不控股”等新思维，这预示着电信企业在未来与民营公司的合作中，很可能将主要发挥资本、资源的作用，逐步退出具体业务运营，甚至会放弃对子公司的控股权。

激励机制咋到位：高薪还是股份

这份指导意见的第三大亮点是在对经理人和员工的激励机制方面有重大突破。对于市场化选聘的职业经理人，提出实行“市场化薪酬分配机制，可以采取多种方式探索完善中长期激励机制”，对于实行混合所有制的国有企业，还明确了“通过实行员工持股建立激励约束长效机制”。这两项举措，有利于解决国企“主人缺位”问题。目前，电信企业出现了一些按照新机制运作的子公司、创投公司，但深层次的激励问题一直缺乏政策支持，步子不敢迈得太大，有了这个《指导意见》，有利于全社会更多创新人才加入到电信企业的转型创新进程中来。

随着国企深化改革大幕拉开，随着新一轮电信企业领导人“换位”，我们期待更多深化改革的新思维、新举措在电信企业中遍地开花、生根发芽。

来源： 《人民邮电报》2015年09月15日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

运营竞争

〖竞合场域〗

天音+型动战略合作 互联网+通信+运动跨界融合

9月21日，天音移动与型动战略合作签约仪式在天音通信大楼举行。此次双方合作是在“互联网+”国家政策引领下，融合双方在各自领域优势资源后进行的创新性突破。“互联网+通信+运动”这种跨界融合讲给体育运动爱好者带来全新体验。

在本次签约仪式上，型动创始人、奥运冠军陈一冰表示：“用户可以随时随地从平台上挑选专业教练，选择最近的教练进行预约活动。用户运动的同时还可以通过平台分享运动感受，展示运动成果，并结识新的运动好友。行动是目前国内主打‘专业’的运动健身教练平台。”

另外，天音通信和型动联合推出了“天音·型动卡”，用户在享受优惠4G资费的同时，也能享受到型动APP提供的特殊服务，成为喜爱及想要健身人士的优选。签约仪式后，双方还共同启动了天音·型动网络社区--
最美运动瞬间摄影作品征集活动。奥运冠军何可欣、杨伊琳现身并投出个人最美运动瞬间作品。

据悉，最美瞬间活动大奖将由天音及型动联合评奖，最高奖可获得天音·型动170特级靓号卡（含一年特权包）+2000元话费+2000元型动APP代金券+奥运冠军陈一冰签名领奖服，以及二等奖10名，三等奖100名。

天音移动CEO邓凯表示：“天音通信此次签约发布标志着天音通信与云会科技在产业跨界发展方面迈出了实质性的关键一步，对天音通信进一步拓展差异化、专业化和人性化服务，开拓细分用户群市场具有重要意义，这也是天音通信面向当前国家营造‘互联网+’大好局面迈出的重要一步。”

天音移动隶属于天音通信，主营移动转售业务。邓凯表示，天音移动目前本地网资源覆盖已经超过全国90个主要城市，拥有超过120万忠实用户。据悉，天音移动未来将在全国范围内超过200个主要城市开通服务，并且2015年年底预计发展150万用户。

具体移动转售业务增量来看，从近半年月均新增用户数来看，2014年8月，天音移动月均增加4966人，而在今年1月份，天音移动月均用户则十倍增长达到了46448人。而在今年5月份，天音移动相比1月份再次3倍效率发展用户，月均新增用户达到了150677人。

而在近半年月均新增收入来看，2014年8月，天音移动月均新增收入36285元，而在今年1月份，天音移动月均新增收入暴涨80倍达到了2759546元。而在今年5月份，天音移动相比年初的1月份再次3倍成绩表现在新增收入上，收入可谓节节高。而在2015年年底，天音移动预计收入1亿3000万元。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

目前，天音移动已经成为中国通信企业协会常务理事单位、中国通信企业协会虚拟运营分会副会长单位、中国通信企业协会通信运营服务中心副主任单位。拥有可下沉到县、村一级的渠道分销、物流配送和售后服务能力。

来源： 通信世界网2015年09月21日

苹果能否抵御国产“群狼”只两成人会买新iPhone

只有两成用户会购买新iPhone

尽管苹果将中国内地列入新手机的首发地，但这一举措却并未能弥补其创新不足的问题，以至于众多原本早就计划好购买新iPhone的用户，转投安卓阵营。

目前使用iPhone5的消费者张先生表示，由于iPhone5无法使用4G网络，今年初就和几位朋友说好等新iPhone出来，一起更换，但iPhone6s 和iPhone6s Plus发布后，张先生却改变了主意。“没有什么新技术，和老款差不多，价格也不低，我计划买一台能够使用4G网络的安卓手机过渡一下。”张先生无奈地对北京商报记者表示。

资深果粉刘先生在接受北京商报记者随机采访时也表示，“对于新iPhone的升级功能十分失望，我觉得它实用性并不高。尤其是3D Touch触摸感应，其实不太适合iPhone，更适合iPad Pro使用，对于大部分用户来说用处并不大。此外拍照、摄像功能的提升，对于大众消费者来说，实际意义也并不明显，如果考虑到性价比，我觉得不如买上一代的iPhone产品”。

北京商报记者调查发现，上述消费者的观点并非少数，新iPhone并不被多数用户所认可。据新浪科技近日做的关于用户是否会购买iPhone6s 或iPhone6s Plus线上调查显示，在超过9万人的投票中，仅有24.3%的用户表示会购买，其他用户或不买或观望。谈及对中国市场的预期和将中国内地列入首发地的原因，北京商报记者向苹果中国方面发送采访提纲，不过截至发稿前，对方并未给予回应。

新功能不如蓝宝石更刺激

与苹果升级形成鲜明对比的是，国产智能手机频繁推出令人耳目一新的新技术、新应用。就在苹果iPhone6s 和iPhone6s Plus推出之前，奇酷、乐视、华为等企业便相继推出了智能手机新品，搭载有蓝宝石屏幕、指关节技术、压感触控、双摄像头应用等全新技术。

作为第二次踏进智能手机行业的奇虎360董事长周鸿祎，在发布奇酷手机之时便指出，奇酷手机的定位在于用户的第二部手机。并一举推翻此前低价高性价比的手机策略，转投中高端市场，注重用户体验和功能创新。在硬件方面，推出了零秒聚焦的双摄像头

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

设计，对于手机预装软件，奇酷搭载的360 OS系统便大胆支持用户随意卸载，包括应用商店和安全中心等系统组件。

这一举措正是当下苹果考虑要做的事情。本周三，谈及允许用户删除预装软件的问题，库克表示：“这个问题要比看起来复杂得多。”

库克称，苹果正在积极考虑这个问题，但并未提供解决这一问题的时间表。

智能手机新技术方面，相比苹果的3D Touch触摸感应，刚刚发布的华为Mate S，其搭载的指关节2.0技术更具跨时代感。用户可以通过手指关节在屏幕滑动和轻轻敲打的简单动作，直接开启相应的App操作，十分便捷且科技感十足。

近年来苹果几乎每次发布会都会被传出配置蓝宝石屏幕，而当苹果一次次“跳票”的同时，乐视却抢在苹果之前，推出了搭载蓝宝石屏幕的乐Max手机。

中国移动互联网产业联盟秘书长李易分析指出，如今智能手机的竞争已从简单的硬件配置、参数、跑分比拼，向整体性能比拼、用户体验比拼过渡。而在一些差异性、个性化应用等方面，国内手机厂商已经处于领先地位。

国内厂商发力高端围剿苹果

一直以来，国内中高端尤其是高端智能手机市场，主要被苹果、三星等外资品牌垄断，智能手机市场的大部分利润也被上述企业瓜分。此前有业内人士指出，“苹果在整个中国手机市场份额虽然不足20%，但是所赚取的利润却高达80%”。

谈及国内智能手机扎堆中低端的现状，通信产业资深专家刘启诚指出，“这主要是因为国内智能手机发展较晚，技术积累不足，如手机操作系统、芯片、屏幕、摄像头、闪存等核心技术方面十分欠缺，充当的是组装工厂角色，企业话语权不大。初期企业为了发展，只能通过进军低端市场吸引用户，这也是目前中国智能手机‘大而不强’的原因”。

随着国内智能手机市场逐渐饱和，中低端市场竞争越来越激烈，利润越来越低，市场现状逼迫国产手机开始谋求拓展高端市场。今年8月以来，奇酷推出售价3599元的尊享版奇酷手机；乐视推出售价5888元的蓝宝石乐Max；华为推出售价4199元的Mate S臻享版。

华为消费者业务手机产品线总裁何刚称，“Mate7是华为第一款超过3000元档位的产品，当时并没有太多预期，但是Mate7上市后的销量证明了一切。这使华为手机有勇气向更高端的市场进发”。

中国互联网协会网络营销专家委员、哒哒运动创始人洪仕斌也指出，进军高端市场，给企业能够带来的好处不仅仅是高利润，更多的在于市场认可、品牌溢价能力的提升，能够有利于企业全方位提升。未来，中国智能手机厂商一定会加速进军高端市场，高端市场的竞争也将愈加激烈。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

有产业观察家也指出，以前中国企业受诸多因素影响，蜷缩在中低端市场，给苹果、三星等外资品牌在高端市场肆无忌惮发展的机会。而如今国产手机厂商已变身“群狼”，开始向苹果这只“猛虎”发起进攻，至于“猛虎”能抵御“群狼”多久，还有待时间检验。

来源： 《北京商报》2015年09月18日

运营商物业博弈“光纤入户”

眼下，光纤入户仍存在诸多难点，问题主要集中在两方面，一是物业管理公司向运营商收取“进场费”；二是物业管理公司和一些运营商合作，形成一家垄断的局面。

“提速降费”已成为“互联网＋”的关键词，自5月份《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》出台以来，各大运营商也陆续推出具体的降费、免费升级等活动。

而光纤升级改造是宽带提速降费的一大有力举措。今年2月份，工信部就提出了“宽带中国”专项行动的目标，2015年新增光纤到户覆盖家庭要达到8000万户。然而，光纤覆盖和接入开通是两个概念，2014年，中国光纤用户覆盖了2.55亿户，但是实际开通的只有0.68亿户。

据记者了解，在光纤入户的过程中仍存在诸多难点，例如，部分旧小区院线没有预留光纤宽带通道，实际施工较为困难；也有业主认为施工存在不安全因素，拒绝运营商进入。但是问题主要集中在两方面，一是物业管理公司向运营商收取“进场费”；二是物业管理公司和一些运营商合作，形成一家垄断的局面。而用户是最大的受害者，电信独立专家付亮表示，尽管各地根据情况已经采取措施，但是仍没有太大效果。

两大难题

“在办理宽带业务时，想通过对比多家运营商的套餐，再进行选择。但是发现小区只可以接入电信的光纤，移动的工作人员告诉我，由于移动未支付进场费，不能进入小区。”一位广州的用户向记者表示，进场费成了运营商进入小区的拦路虎。

广东电信方面告诉记者，物业收取高额的进场费确实是一大难题。据介绍，该费用一般存在三种方式，第一种是物业以管理费、施工费、监控费等形式，进行一次或者多次地收取；第二种是收益分成，部分小区的分成要求比例高达50%；第三种是物业要求运营商出资改造小区的设施。并且，多数进场费需要现金支付，不开具发票，也拒绝用电信产品置换。

第二大难题则是“独家垄断”，即小区只能由一家宽带运营商提供。据了解，物业会和一些二级或者三级宽带运营商合作，签订排他协议，收取费用后拒绝其他运营商接入。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

直接受到利益损害的则是欲升级光纤的用户。若运营商未能进入，则用户不能升级光纤；若存在垄断现象，用户就没有选择权，且不能以市场价上网；只有部分运营商进入，用户则不能进行自由选择。而在没有物管体系和城市规划的城中村中，通信运营商的选择权几乎为零。此外，如果用户进行搬家，光纤套餐并不能随之迁移。

光纤入户博弈

据广东电信透露，物业管理公司向运营商要求的进场费少则几万，多则数十万。对于进场费，物业管理公司则表示有其合理性。广东佛山某物业管理公司相关负责人告诉记者，在运营商工程队施工的同时，物业需要派人进行协助和监督，还需要提供水、电等服务，这些都需要开支。

“物业收取入场费是行业的常态，佛山的行业价格一般为每户收取12元-14元。此外，运营商需要交20000元左右的押金，有时施工人员会剪断网线等，出现故障时可以用上。收取押金时我们会开单子，并且押金最终会退还给运营商。”该人士表示。在他负责的一个400户的楼盘内，移动以3000元的进场费将光纤接入小区，由于和电信在价格上面不能达成一致，至今电信未进入该小区。

那么，物业管理公司收取该项费用是否合理？选择哪一家运营商接入的权利是在物业，还是用户？

事实上，在2007年，工信部和建设部曾下发通知，表示“要求住宅小区及商住楼的通信管道和楼内通信暗管、暗线同步建设，并预留用于安装通信线路配线设备的集中配线交接间，建成后统一移交给业主。小区内通信配套设施由全体业主共有，物业公司并没有权利来利用这些设施经营牟利。”2013年，工信部和住建部联合印发了《住宅区和住宅建筑内光纤到户通信设施工程设计规范》和《住宅区和住宅建筑内光纤到户通信设备工程施工及验收规范》两项标准。

广东博厚律师事务所的周滨表示，选择哪一家运营商，按照流程需要进行业主大会，半数业主通过才可以执行，但目前这一体系并不完善。而在收费制度上，物价局并没有明确规定，导致出现一些高额收费乱象。

对于如何解决入场难的问题，一方面需要政府牵头制定相关条例，进行协调和监管；此外，业内人士表示，采用第三方管理运营也是一种解决之道，即成立第三方专业机构协调运营商入户前的争端，统一进行住宅通信配套设施的建设和维护等工作。

来源： 《21世纪经济报道》2015年09月18日

宽带接入网粤首发牌 民资冲到红线外

近两月，广东省通信管理局发放了首批宽带接入网牌照的试点，首批试点企业为本地原驻地网运营商互通宽带、CDN加速厂商网宿科技、基础设施厂商金万邦及世纪互联。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

试点城市与原驻地网一样，目前只面向广州、深圳两地。据业内人士介绍，最快今年底有可能试点范围扩大至珠三角。

广东是2014年12月工信部发布《关于向民间资本开放宽带接入市场的通告》之后，第九个正式发放牌照的省份。相比于移动的虚商转售，向民间资本开放宽带在21世纪初就尝试了，但发展14年，民营企业宽带接入只占据不到10%的市场份额，“南电信北联通”占据80%以上的绝对统治地位。而这次民间资本的头衔从“驻地网”变成“接入网”，是否真的化身自由灵活的“鲶鱼”呢？

名正言顺到“红线”外

这次接入网的《试点方案》，相比于14年前的驻地网，最大区别就是宽带运营商的业务范围从社区内扩展到“用户端到网络接入服务器范围”，而过去，居民社区是驻地网所能运营的“最后一公里”，俗称“红线内”，这次，民间资本可以进入除了城际骨干网络以外的所有“红线外”的城域网。

具体运营有什么区别呢？过去，驻地网运营商只能覆盖小区内的服务，小区之间、小区与服务器之间的光纤需要向运营商租用链路。据互通宽带总经理张洪海介绍，目前的租用费用一般至少每公里每芯400元，而一个光缆标准规格是48芯或96芯。“目前多了个选择，可以选择自建。”张洪海告诉南都记者，自建的范畴除了链路，还有每个城区的汇聚机房以及城市的核心机房。

但实际上，自建的费用也不见得低。“中移动此前建设广州市公安网的链路建设中标方案就达到100亿。至于汇聚机房及核心机房，以海珠区为例，可能需要2-3个汇聚机房，每个成本在100万-200万，比小区机房贵出10倍，而核心机房更是以亿计。”张洪海说，10公里内的小区互通可以选择自建，再长的距离还是以租用为主。

如果运营差别不明显，过去驻地网试点14年不温不火，这次又改变了什么？“过去的驻地网是各地通信局发放的牌照，而这次接入网是工信部直接发文，是一个全国性行为，性质完全不同。”网宿科技董事长助理孙孝思表示。实际上，广东刚发放四张牌照不到一周，工信部通信发展司司长闻库就前来广州视察互通宽带及网宿科技，可见其重视程度。

而张洪海则表示，接入网主要是更明确了业务范围及法律定义，让宽带运营商更加“名正言顺”。

其实驻地网发展多年，一直游走在法律灰色地带。2001年，驻地网牌照发放，可以进行小区内网络建设及运营；2007年，为了避免宽带运营商建设网络后实行排他，造成垄断，新的《物权法》规定，小区的宽带网络归业主委员会所有，相当于过去驻地网及基础运营商建设的网络均“充公”，但实际上这个规定一直没有贯彻，而部分驻地网运

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

营商依然对自建网络进行收租。据业内人士介绍，因为从这之后驻地网身份尴尬，原本一位香港老板计划入股e带宽也选择了放弃，之后也没有新的驻地网牌照发放。

去年4月，住建部再次发文，要求新建小区必须铺设光纤，否则不予验收，而此后新建的小区，明确宽带网络归开发商所有。“这次政策相当于给驻地网打开‘红线外’的运营可能。”张洪海说，此前耕耘多年的驻地网自建网络也有了新的运营想象。

目前各地对原驻地网的政策不同，比如上海，就要求必须用宽带接入牌照去替代驻地网，而在重庆，如果此前拥有驻地网牌照而现在没有接入网牌照，则维持现状。

各色参与者模式互异

从目前获得批文的企业来看，以网宿为代表的CDN加速厂商，以鹏博士、互通宽带等全国性或本地性原驻地网，以苏宁云商为代表的电商表现最为积极，而他们也存在各种差异化。

苏宁曾对媒体表示，宽带接入有利于其O2O战略推进。“以苏宁门店为中心，逐步向周边社区和楼宇渗透。”至于网宿，孙孝思告诉南都记者，这可以让其CDN加速的主业进一步下沉。“过去我们主要在骨干网络上做CDN加速，但实际上从过去的模拟信号到现在的数字信号，网速要求越来越高，获得城域网的运营权，我们可以进一步把节点下沉。”据其介绍，网宿希望可以整合跨区域的资源，通过就近节点分发提高网速。实际上，在目前发放牌照的9个省份中，网宿拿到其中6个。

除此之外，就是原驻地网牌照商。通信专家付亮认为，这些原驻地网运营商才是目前的主力。目前发放牌照的9个省份，除重庆均至少有1家本地驻地网牌照商。“尤其是区域化运营商，因为不同于移动运营商是一个标准产品、可全国复制，宽带需要考虑物业与实际使用的影响。一方面其更换周期至少一年，只有本地运营商才了解这个小区是否到了宽带更换节点，是否有进入价值；另一方面，物业进入费用也是宽带运营商不可忽视的成本，而本地运营商具有与本地物业谈判的先天优势。”

据张洪海介绍，物业费用大概占销售15%的成本，是除了宽带租赁费用最高的成本板块。“除此之外，比起网宿等原来2B的企业，我们在本地化上有品牌知名度，以及面向家庭用户的点对点服务经验。”

批零倒挂还赚什么？

“目前对于宽带运营商，赚差价还是最直接简单的盈利方式。”付亮如是表示。但与移动转售的虚拟运营商相比，宽带的“批零倒挂”有过之而无不及。

“目前我们向三大运营商租用宽带至少6万元/G，比起几元钱/M的零售价是十几倍的差距。”张洪海说，目前宽带成本占总成本25%-30%，是最高的成本部门。“虽然我们通过复用、机房缓存等技术手段节约50%以上的带宽，但实际上还需要预付款来覆盖现金流，会计利润依然是亏损的。”

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

业内人士钟白（化名）表示，三大运营商收取这部分互联费用是不合理的。“香港九大运营商的互联费用为零。而在国内，举例说，阿里把内容存储在电信机房，电信收取托管费，反过来还向接入网运营商收取接入费用，双重收费并不合理。”

那么比起基础运营商优势在哪里？首先还是物业进入费用。“运营商要求全面覆盖，议价空间肯定更低，而小民企谈不拢一家完全可以不合作。”付亮如是表示。而钟白介绍说，移动给物业的宽带进入费用接近10元/户，而驻地网运营商是远低于这个数字的。

“同时，我们有更灵活的体制。比如说支付方式可以通过微信支付，不需要上门收费；比如与CP合作的定向内容流量包。”孙孝思如是告诉南都记者。“当然，网宿不可能满足于这个差价，在接入网业务上，我们投入22亿开发社区云项目。”

所谓社区云，就是网宿围绕着社区聚集地，比如说在北京有30万居民的回龙观，建立一个数据中心，并存储互联网内容，更快到达用户。“通过这样的社区云项目，我们可以接入CP（内容商），也可以接入其他小运营商，借此向其收费。”

无独有偶，互通宽带考虑的也是内容。“如果我们在一个地区拥有足够的用户，互联网应用提供商可以把内容存储在我们这里，我们通过托管费等形式收费。”张洪海认为，用户量是目前的竞争关键。“我们目前有100万用户，希望一年内可以达到300万。”

虚拟运营商协会秘书长邹学勇表示：“虚商是针对个人用户，而宽带接入则是家庭用户，可以在这里面做一些特色服务。比如说数字内容的运营。”家庭互联网入口，似乎是接入网运营商的共同野心。基于此，网宿及互通宽带均提到未来争取虚拟运营商牌照的可能性。“作为流量运营商，打通移动与固网是优势。”目前，拿到虚拟运营商及宽带接入网牌照的仅有鹏博士、苏宁云商及世纪互联三家。

但付亮认为：“这个还要提到‘三网融合’的问题，目前看来，广电网与电信网的博弈还需要很多年的时间。”

来源： 《南方都市报》2015年09月16日

〖市场布局〗

深圳南山成全国手机总部基地

今年3月，国家质检总局发布公告，同意命名深圳南山区手机产业聚集区为“全国知名品牌创建示范区”，深圳手机的创新活力得到国家高度认可。

南山区区长王强日前接受深圳商报专访表示，在拥有产业聚集度优势的基础上，南山持续吸引手机企业落户南山，形成“滚雪球”效应。目前南山已成为全国手机产业最主要的总部基地、研发中心、检测中心和我国手机产业最具自主创新能力的核心地带。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

成全国手机知名品牌最多区域

“品牌就是竞争力，南山区政府一直以来高度重视品牌建设，把品牌建设作为区域整体发展的重点内容。”王强说，“十二五”期间，南山确立了“三区一高地”战略目标，即建设国家核心技术自主创新先行区、现代服务业发展样板区、全面创建和谐社会示范区、构筑教育科研高地，大力构建“一带五圈”产业布局，出台了一系列支持品牌建设的政策措施，加大对区域品牌培育和投入。

全球手机八成以上产自中国，其中深圳手机的产量约占全国的一半，而南山区手机又集中了深圳手机产量的七成。据市场调研机构TrendForce发布的报告显示，2014年全球智能手机出货量达到11.67亿部，较上年增长25.9%，其中中国智能手机品牌出货量达4.534亿部，占全球智能手机出货量40%的份额。在全球智能手机出货量十强中，中国智能手机厂商占据六席，分别是联想、华为、小米、酷派、中兴和TCL，其中总部、区域总部及研发中心位于南山的就达五家。

“南山已成为全国手机产业最主要的总部基地、研发中心、检测中心和我国手机产业最具自主创新能力的核心地带，以及知名品牌最多的区域。”王强表示，随着产业转型不断升级，南山在拥有产业聚集度优势的基础上，持续加大力度吸引手机企业落户南山，形成“滚雪球”效应，使更多的手机企业聚集南山。南山在手机产业上拥有明显的比较优势。

记者了解到，目前，南山区拥有1000多家手机及相关企业，其中包括中兴、酷派、康佳、创维、TCL、桑菲、万利达、键桥等20多家全国知名手机品牌。围绕这些手机企业，在南山还聚集了一大批有实力的手机方案公司和零部件配套企业。

同时，南山技术基础雄厚，中兴、酷派、创维、康佳公司总部均位于南山，联想、华为、TCL、万利达、OPPO等品牌的手机总部也落户在南山，其他中小品牌不胜枚举。而依托大学城和虚拟大学园的产学研合作模式，南山的人才优势也十分明显。

值得一提的是，南山手机产业链完整，产业分布广泛。区内有基站设备、方案设计、主板制造、整机集成、采购供应、物流配送以及手机的认证测试等上下游产业链配套体系，形成了全国最完整的手机零部件生产、方案设计、整机制造的产业链优势。

向“深圳创造”迈出重要一步

尽管产业聚集度很高，有着诸多比较优势，但是无论从技术积累还是品牌影响力，南山还缺少能与三星、苹果等国际巨头相匹敌的企业。

王强向记者坦言，规模小、研发能力薄弱，都直接限制了企业的盈利能力和发展空间，特别是很多“山寨机”对质量和品牌的忽视，导致区域手机企业的品牌建设严重滞后。“作为移动电话产业领域企业的集聚地，南山身兼优势又身负重任，必然需要改变以往‘深圳制造’的刻板印象，向‘深圳创造’迈向跨越性的一步。”

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

基于此，2012年南山区正式申请筹建全国移动电话研发制造产业知名品牌创建示范区。其中特别邀请中国工程院院士、中国通讯工业协会等国家级专家，审定了《南山手机产业发展与品牌建设规划》，并将创建工作列为南山区2013和2014年的重点工作。

记者查阅资料发现，南山区先后出台了《南山区自主创新产业发展专项资金管理办法》以及“1+14”政策性配套文件，重点支持4G通讯、移动互联网领域。2013年至2015年，累计安排不少于8亿元专项资金，重点支持核心技术突破、创新载体建设、科技金融、科技服务业等方面。同时，对品牌手机企业实行倾斜政策，在信贷、财政、政府采购、资源要素保障、政府服务等政府可掌控范围内实行倾斜配置。

经过几年的努力，南山区企业品牌意识增强，知名手机企业优势突出，示范区创建成效显著。

王强介绍，以区内龙头企业为例，中兴通讯在2015年国际消费电子展(CES)上，获得由美国国际数据集团(IDG)颁发的 “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；2015年5月，酷派在TD-LTE市场份额为23.1%，超越三星及苹果两大巨头，居国内4G手机份额首位；此外，天珑移动在法国注册的“Wiko”品牌，2014年销售额占法国市场18%，位列第三，并成为葡萄牙和意大利的热门品牌。

今年上半年，南山区申请专利14074件，申请发明专利7880件，每万人拥有发明专利285.63件，三项指标均排名全市第一。手机企业专利申请踊跃，中兴通讯、努比亚、宇龙等企业，占全区企业专利申请总量的1/3，企业创新集群效应明显。

计划培育手机自主操作系统

工信部《2014年手机行业发展情况回顾与展望》披露，2014年我国手机产量达到16.3亿部，同比增长6.8%。占据其中半壁江山的南山手机，将迎来更大的发展良机。

王强对此有清晰的认识。他指出，手机品牌示范区建设是一项长期性的系统工程，需充分发挥知名品牌在优化要素、合理配置中的作用，推动手机产业结构调整和发展方式转变，实现南山手机产业整体转型升级，强力打造知名品牌，推动南山移动通讯产业跨越发展。

根据规划，下一步，南山将落实手机品牌建设工程，即建立基于云计算和大数据的新一代移动智能终端研发总部基地。以企业为主体成立一个云服务的新一代移动智能终端平台，利用云计算和大数据技术相结合，提供LBS、SNS、移动支付等个人数字化生活服务，提供智能终端数据共享、在线服务解决方案。

同时，创办TD-LTE国家级重点实验室和深圳移动互联网总部基地，重点发展规划LTE智能终端产品和移

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

动互联网软件应用，建立3G/4G全系列的工程中心的公共研发平台、移动互联网细分领域应用的重点实验室。

“手机自主操作系统一直是国产手机的软肋，我们有计划培育或引进一个智能终端操作系统的龙头企业。”王强最后向记者透露，南山将大力推动核心芯片及操作系统的自主研发进程，发挥中国和海外两大市场的巨大优势，集中力量突破智能终端操作系统技术瓶颈，在上游领域形成一批具有自主知识产权的成果，引领深圳及全国移动通信产业的发展。

来源： 《深圳商报》2015年09月22日

南通电信业抱团推进通信基础设施共建共享

近年来，江苏南通电信行业以铁塔公司成立为契机，携手强化通信基础设施共建共享，将共建共享组织机构建立到县区，实现共建共享驻地网小区超过60个，共建室内分布系统70多套，共建共享铁塔基站120多个。

南通市政府出台了《南通市信息基础设施三年行动计划》，电信行业积极参与安置房通信基础设施建设、城区管线建设问题研讨，及时组织申报共建共享优秀工程项目。在部分小区出现商业开发项目通信基础设施建设中开发商投资责任不落实，运营商建设主体不符的情况，行业协会致函当地人民政府，落实开发商投资主体责任。针对少部分开发商违反《江苏省信息化条例》规定，红线内通信基础设施建设拟采取“收费、租赁、分成”的做法，三家电信运营商召开共建共享协调会，统一思想，共进共退，确定应对举措，维护行业的整体利益。公开印发了“关于重申南通地区住宅小区及商住楼内通信配套设施建设管理的公告”，重申小区驻地网建设管理的上级规定和要求，明确南通市通信行业协会受省通管局委托授权，受理南通区域通信配套设施专项验收备案工作。三家电信运营商相关人员一同参加市物价局、房管局召开的安置房通信设施建设协调会，商定通信运营企业投资小区配线光缆占一定比例的费用，其余由开发单位负责投资建设。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

湖北通信住建部门联合发文 要求把通信基础设施纳入地方规划

9月17日，湖北省通信管理局、省住房和城乡建设厅联合发文，要求全省各市州加强通信基础设施专项规划编制工作，把通信基础设施规划的主要内容纳入地方控制性详细规划中，以确保“宽带湖北”的顺利推进。这标志着湖北通信基础设施规划将深入到城乡建设规划实施的具体操作领域。

两厅局对抓好通信基础设施专项规划编制工作进行了部署：一是完善城乡总体规划相关内容。规划部门在编制城市总体规划时，要充分考虑光纤到户、第四代移动通信、

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

三网融合等发展需要，完善通信基础设施规划内容，合理确定重要的通信基础设施用地布局，推进基础设施的集约化建设和升级改造。二是积极开展通信基础设施专项规划编制。通信部门会同规划部门，组织铁塔公司和基础电信企业积极开展通信基础设施专项规划编制工作。要以城市总体规划和通信行业发展规划为依据，统筹各类通信管道、管线建设，合理布点各类机房、通信基站铁塔等通信设施，确定各类通信基础设施建设用地布局、站址预留、管理要求以及近期建设计划等内容。三是加强与相关规划的衔接和协调。相关单位在开展道路交通、地下管线综合规划、综合管廊规划、绿地建设等规划时，应按照要求，将通信管线一并纳入规划，统筹考虑，充分衔接，同步建设。四是进一步加强控制性详细规划的控制要求。规划部门在编制控制性详细规划时，要将通信基础设施专项规划主要内容纳入相关控制性详细规划，深化总体规划确定的通信局（所）的用地布局、通信管线规划。明确用地位置和规模、管孔规模，对相关用地和建设项目提出通信铁塔配建要求。五是严格实施通信基础设施建设相关规划的管理。六是加强通信基础设施的公示宣传。七是强化监督检查。

两厅局还要求，各地应对通信基础设施专项规划编制和管理经费给予支持。在2016年年底前，“宽带示范城市”应完成通信基础设施专项规划工作，其他市州应于2017年年底前完成专项规划编制工作。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

技术情报

〖趋势观察〗

5G移动通信的发展及新特征概述

一、5G概述及其发展历程

随着4G网络在用户间的普及，5G的研发也逐渐变成了整个学术界和信息产业界的大热课题。5G，即第五代移动通信技术，即是第四代移动通信(4G)的发展与延伸。到目前为止，还没有任何电信公司或标准订定组织的公开规格或官方文件中对5G技术进行明确定义，而5G技术的发展还处于早期阶段。

相对于2G、3G以及4G技术来讲，5G的概念是一个综合的整体性范围，它主要是“现有无线技术演进和开发补充性的新技术”，目标为构建长期的网络社会。从目前看，3G、4G、WiFi等无线接入技术都是5G的重要技术组成部分。

为了解决频谱资源匮乏的重大问题，5G的频谱利用率将大大提升。其理论上的最高传输速度是4G传输速率的百倍，这将为用户带来非常优质的数据传输体验。与此同时，5G网络的可靠性与安全性也会得到改善，以保护用户的财产和个人安全。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

整个产业都对5G技术的研发保持着极高的关注度。2013年2月，欧盟宣布，将拨款5000万欧元用于加快5G移动技术的发展，同时，他们计划到2020年推出成熟的标准。2013年5月13日，韩国三星电子有限公司宣布，已成功开发第5代移动通信的核心技术，这一技术预计将于2020年开始推向商业化。该技术可在28GHz超高频段以每秒1Gbps以上的速度传送数据，且最长传送距离可达2公里。相比之下，当前的第四代长期演进(4GLTE)服务的传输速率仅为75Mbps。而此前这一传输瓶颈被业界普遍认为是一个技术难题，而三星电子则利用64个天线单元的自适应阵列传输技术破解了这一难题。2014年5月8日，日本电信营运商NTT DoCoMo正式宣布将与Ericsson、Nokia、Samsung等六间厂商共同合作，开始测试凌驾现有4G网络1000倍网络承载能力的高速5G网络，传输速度可望提升至10Gbps。预计在2015年展开户外测试，并期望于2020年开始运作。

在中国地区，早在2009年，华为就已经展开了相关技术的早期研究，并在之后的几年里向外界展示了SG原型机基站。华为在2013年11月6日宣布将在2018年前投资6亿美元对5G的技术进行研发与创新，并预言在2020年用户会享受到20Gbps的商用5G移动网络。

目前大量人力物力都被投入于5G的研究，可以预见，在不久的将来，人们将会享受到更加完美、更加贴心的通信服务。

二、5G技术的发展新特征

随着信息时代的飞速发展，用户对移动通信的需求不断提高。5G的发展是大势所趋，在未来，我们将会体验到5G带给我们的前所未有的新体验。5G技术主要存在以下几点特征：

2.1 频谱利用率大大提升，高频段频谱资源被更多地利用

目前用于移动通信的频谱资源十分有限，而我国的频谱资源是采用一种固定方式分配给各个无线电部门，这更加导致了资源利用的不均衡和低利用率。相对于4G网络，5G的频谱利用率将会得到大大提升，并且高频段资源也会被适当应用，以此来克服这一严峻问题。

2.2 更大限度支持业务个性化，提供全方位信息化服务

人们对移动通信的需求趋向于个性化和层次化，在生活中无时无刻能离开通信网络。5G网络目标之一，即是建设更为完备的网络体系架构，提高对各种新兴业务的支撑能力，以此为用户打造全新的通信生活。

2.3 通信速率极大提升

信息化时代在高速发展，人们对获取信息的速率要求越来越高，这对通信网络的传输速率是很大的挑战。5G网络的理论数据传输速率达到4G标准的百倍，。4G的最高峰值速率为1G，而5G则可以达到10G。这意味着，在5G网络环境下，一部超高清画质的电影1

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

秒内就可以下载完成。与此同时，5G网络在传输中还将呈现出低时延、高可靠、低功耗等特点。

2.4 绿色节能

5G网络中，将会在保证通信质量的同时，采用有效的绿色节能技术来降低网络损耗，把能耗控制在一定范围之内。未来的通信过程中，运营商可以根据实时通信状况来调整资源分布，以此节约网络能源。

三、结语

目前，5G的研究尚处于初期阶段，还存在许多技术问题有待解决。随着其研究历程的不断深入，在未来，5G必然将会给用户带来全新的通信体验，全面推动信息化时代的发展。

来源： 《中国新通信》2015年第12期

刘韵洁:全球未来网络发展方向是服务定制网络

中国工程院院士刘韵洁日前表示，经过约40年的发展，互联网取得了巨大成功，但现有网络面临着严峻挑战；为实现“互联网+”，必须采用新的互联网技术架构；全球未来网络发展方向是服务定制网络（SCN）。

刘韵洁认为，现有网络面临着严峻挑战，主要表现在三个方面：第一，由于传统网络结构不灵活，不能适应不断变化的新业务需求，网络可持续发展形势日益严峻，服务质量难以得到保证，产业价值链难以为继；第二，互联网流量飞速增长，信息冗余传输严重，网络难以适应未来信息海量增长的需求；第三，信息网络和传统行业深度融合（“互联网+”）发展具有巨大空间，但现阶段信息网络在实时性、安全性和灵活性等方面满足不了应用需求。

他认为，为实现“互联网+”，必须采用新的互联网技术架构。未来网络将成为全球竞争的焦点。国外的一些互联网企业和电信运营商已经开始积极行动。2014年谷歌投入92亿美元建设全球骨干网，未来两年还将持续大规模投入；2015年，AT&T基于软件定义网络技术（SDN）实现的“按需网络”服务已经覆盖了100个城市，并计划到2020年其网络75%由软件构成，届时AT&T将变为一家“软件公司”。

对于全球未来网络的发展方向，刘韵洁提出了服务定制网络（SCN）的概念。未来网络应该是简单、开放、可扩展、安全可靠、融合的，运营商要能够高效、灵活地调度网络及信息资源。他认为，交通运输体系的差异化运输方式值得借鉴：用户可根据需求选择不同的交通运输方式，并支付不同的费用。面向未来，网络能够灵活地提供差异化的服务，质量保证势在必行。

来源： 新华网2015年09月19日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

韦乐平:电信网管道化是必然结果

在9月21日召开的“2015中国信息通信业发展高层论坛”上，工业和信息化部科技委副主任韦乐平表示，网业分离是重大技术进步，运营商电信网络的管道化，是技术进步的必然结果，因为网络IP化必然造成网业分离，网业分离必然造成了OTT蓬勃的发展。

韦乐平认为，业务的价值逐渐由管道向更加贴近用户体验的上层应用迁移，这是技术进步和应用驱动的必然趋势。“互联网端到端透明的原则形成了网业分离的格局，才有今天蓬勃的OTT，否则BAT都不存在。”

韦乐平同时指出，互联网对电信业务分流替代，对短信业务进行了很大的替代，同时为电信业创造了很多新的领域和商机。例如云计算、互联网+，都是由于互联网带来新的商机，就看能不能抓不抓得住了。同时，互联网本身作为独立的公司不断地发展，也应该往下面渗透，所以，互联网公司的信息基础设施越来越大，2023年有可能超过电信，中国的趋势有可能在2023年之前完成。

来源： C114中国通信网2015年09月22日

张新建:运营商级第三方通信应具备六大特征

当前，“互联网+”对网络基础设施提出了更高的要求。新一代网络基础设施在连接的广泛性和灵活性上会有根本性的变革，这给全行业提出了新的课题。9月17日～18日，“2015新一代互联网基础设施论坛”在京举行。电信运营企业、通信制造商、互联网企业、业内专家齐聚一堂，共同探讨下一代互联网基础设施的发展和建设，本报编辑部特摘编一组与会权威专家的精彩观点，以飨读者。

互联网公司从来不会选择蓝海，只会选择红海，这是一个很简单的法则，因为红海历史上就充满着市场，只要改变商业规则、商业模式就能占领，互联网的玩法叫颠覆性。所以互联网一定把下一个视角转向语音、视频，包括未来的互联网实质性、交互性的需求已经逐步替代传统的Web需求，这时候就出现了新的模式，运营商级新的东西必然应运而生。融合第三方网络的通信和资源是必然的。

运营商级的第三方通信是指构架在运营商网络资源之上，又独立于运营商的，提供融合、虚拟的开放、云化、端到端，而且是入口级的，以软件定义网络、用户定义业务，不仅仅用户配置业务到营业厅来，而且是在网络窗口，是一个Online的服务模型，能够实现网络资源的柔性安全，提供一定条件的QOS保障。

第一，其特征是跨运营商网络。既可以作为PaaS平台TO I、To B，也可以为SaaS平台to B/C。因为两端都是哑终端，接入一些线缆，接入变成了有智能性的东西，网络也有智能性的东西，而这个端到端一定是基于PaaS、SaaS，在两端不解决问题，端到端是一个非常重要的概念。现在第三方的CDN是这样的模型，运营商的CDN要复杂得多，而且运营商

的CDN是以自己为主的，但是如果能把运营商的资源综合起来，所做出来的CDN是远远好于现在第三方的能力的。基于这样一个概念，运营商的互联网化必须是基于网络通信的，我们要把网络应用通信化和类似于互联网公司做的一样，第三方网络通信是一个重要的方向，以及非常大的市场。

第二，运营商在网络基础设施，就是底层的互联网建设过程，可以抱团取暖，其商业模式是非常清晰的。

第三，无论是SaaS、PaaS模式，形成端到端，才能实现。目前这种端到端需要运营商和互联网的SP联手服务才能实现，单家都无法实现。对于运营商而言，在很长一个周期内，To I是一个策略，但是运营商只有做到这些，才能为社会作贡献。

第四，将网络资源和IT基础资源封装并结合在一起，向用户提供柔性的、融合的按需服务，对运营商是提供差异化的一个机遇，也是挑战。关键是有没有动力进行自身的变革。

第五，用户制定规则是必然趋势，运营商和互联网服务商都要主动适应。

最后，运营商级的第三方网络通信必定是与SDN/NFV协同发展的。SDN发展其实有两条路线，一是基于电信运营商传统的标准路线，二是基于互联网的开放/互操作路线。两者各有所长，不可偏废。运营商间可以通过资本资源层面合作，并引入产业链上游，包括华为、中兴、爱立信等设备商，也包括互联网公司，形成“2+1”或者“3+1”，或者“3+2”，构成一种合作的模式，来完成这个伟大的第三方通信。这个市场需求非常强烈，只有这样才能真正满足需求。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

范济安:数据跨地域跨行业整合将产生乘法效应

在近日举行的“2015新一代互联网基础设施论坛”上，中国联通信息化和电子商务事业部副总经理、总架构师范济安表示，数据跨地域、跨行业的整合将会产生乘法效应，中国联通是国内唯一一家将全国数据集中采集、集中运营的电信运营商，通过云计算的形式致力于实现数据的对外开放，力争为“互联网+”的发展贡献力量。

范济安指出，大数据、云计算、物联网等技术快速发展，一方面为运营商带来了新的业务突破口；另一方面将打破原有的业务边界，驱动电信运营商拓展新的业务领域。其中，大数据处于发展初期，增速快，预计2017年大数据市场规模将达到470亿美元，2012~2017年年度复合增长率为31%；云计算成为信息产业新的增长点，云业务在中国也处于发展初期，预计2017年市场空间将达到383亿元人民币（不含CDN收入）；物联网将带来移动通信产业的新变革，物联网将推动数千亿的设备接入网络，实现真正的“移动互联”，2020年连接数将接近全球人口规模达到70亿，其中在中国的连接数将接近15亿。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

范济安介绍说，中国联通的目标是实现资源层IaaS、平台层PaaS、应用层SaaS三层架构，以公司战略为主导，基于三层架构形成一个大数据平台，关键思路是共享云计算的资源优势和计算能力。他认为中国联通在大数据领域具有四大核心优势：一是打造了国内领先的大数据平台，构建了除BAT外，国内最大的大数据平台及一体化运营体系；二是具备了PB级数据吞吐能力，积累了全国范围的数据资产，具备了统一的数据服务能力；三是基于数据资产与能力，部署了大数据运营的诸多场景，积累了丰富的经验；四是建立了端到端异构数据一体化管控体系，覆盖数据生产全流程，从元数据、生产管控和数据质量等方面提升中国联通的数据管理能力，达到优化管理和提升数据质量的目的。

他介绍了中国联通的大数据和云计算整体发展思路。第一，在数据集中的基础上，顺应移动互联网、云计算等发展大势，构建“能力开放、灵活支撑、安全服务”的大数据平台，并以此为基础对现有系统进行整合。第二，大数据平台的硬件资源将纳入到IaaS平台进行统一管理，使中国联通的私有云化资源池从一开始就具备规模效应。第三，利用数据价值，将数据挖掘、应用开发和IaaS平台结合在一起，鼓励业务部门、省分公司、外部合作伙伴使用中国联通的“私有云数据平台”，形成云计算、大数据用户群。第四，在公共PaaS层，聚焦对所有应用域有通用性的数据服务，将其从应用中或面向应用的PaaS中提取出来，整合成公共数据服务。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

亚马逊首席云计算企业顾问:企业“云”转型要经历四个阶段

云计算是什么？张侠认为，云计算不等于数据中心，不等于虚拟化，也不等于服务器托管。云计算是通过方便的按需使用的方式，通过网络，利用共享的可设置的计算资源池，以最少的管理实现快速部署，提供计算资源（如网络、服务器、存储、应用和服务）。

张侠表示，企业之所以需要云计算是因为企业在使用时才付费，不需要事先进行固定资产投资；企业也不必再猜测和评估其需要多少容量；云计算还有利于促进创新，提高效率，降低成本和风险；企业将摆脱无差异化的工作，在数分钟就能实现新系统的全球部署。他介绍说，亚马逊AWS已有9年的商用经验，推出了50多种云服务，在2015年就发布了350种新服务功能，目前共具有1500多项服务功能，2200多种第三方产品和数千家合作伙伴，在190个国家拥有100多万活跃用户。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

未来网络应以数据中心为核心

在中国信息通信研究院通信标准所副所长何宝宏眼里，IP就是互联网的“小蛮腰”，然而，“我们很担心腰变粗，通过十年的发展，我们发现腰没有变粗，腰正在变高。”他认为，未来不用担心腰变得太粗，因为腰长高了，就显得不太粗了。

“设计出沙漏形的互联网架构，IP在中间，是‘小蛮腰’，典型的简约之美，结构清晰简单。”何宝宏表示，对于IP而言意味着老连接、老网络、老机遇，IP连接的宗旨是能不干活就不干活，能少干活就少干活，这跟电信业的思路完全不一样。但正是因为这些简洁的设计，才带来互联网应用和创新的繁荣。

但是，腰细也有腰细的问题。“典型的就是速度太慢，当一个信号要从脚传到头的时候，腰太细就卡住了。”经过了三十多年发展，“小蛮腰”面临很大的挑战——发胖，如QoS、Multicast等，试图让IP多劳动，让腰肢变粗。一些技术，如NAT和ALG等，直接让IP闪腰了。一些技术，如IPSec和防火墙，让IP小蛮腰箍上安全带。一些技术，如MPLS等隧道技术，让IP小蛮腰缠绕了。

今天，云计算正发展成信息技术设施，网络就相当于我们今天的交通系统，而云计算和数据中心，就相当于港口、码头、机场，这些当然是信息基础设施。云计算的发展非常像四十年前的网络，相信未来会有先进的技术把云连起来。

现在，互联网以路由器为核心，何宝宏认为未来互联网架构应该是以数据中心为核心来组建。他还认为，今天的数据中心选址就是围绕网络来进行，今后网络设计和架构是围绕数据中心构建。他表示：“未来十年我们一定会倒过来考虑网络，不能围绕网络考虑网络架构，而要围绕数据去考虑，在设计网络时，我们的思路应该从连接设备过渡到连接数据。”

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

杨居正:中国电信要打造“互联网+”时代的超级混合云

“中国电信要打造一个真正意义的超级混合云”，在日前召开的2015新一代互联网基础设施论坛上，中国电信云计算分公司市场部总经理杨居正透露了中国电信云计算业务发展的目标。他认为，面对“互联网+时代”的到来，IT云化、业务数据化是必然趋势，中国电信正在致力于打造遍布全国的、分级部署的超级混合云。

杨居正认为，“互联网+”代表了两个方向：一个是以BAT为代表的互联网公司依靠互联网的工具，依靠互联网的思维，颠覆传统行业。另一个就是传统行业利用大数据、云计算等技术手段和商业模式去改变自身业务，适应新的竞争环境。面对这一趋势，中国电信正在致力于打造真正意义的超级混合云，而实现这一目标的前提则是云网融合和安全可信。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

要提供真正意义上的高可用、高可靠的云服务，不仅依靠云技术和云产品，更依靠云和网络的融合。杨居正表示，传统模式下企业所有的IT系统都是本地的，所有的数据不会离开企业内网，因此不存在数据远程访问、远程交互的问题，就算部署云计算，也只是构建私有云。然而现在，伴随着云计算的部署，云对网络的要求越来越高。低时延意味着需要一个高传输速度的管道，使得企业能够快速使用远程资源，消除体验上的差异。与此同时，安全和可信也是云计算发展中不容忽视的问题，只有有了连接上的安全，才有业务使用过程中的安全，才能够消除用户的顾虑，促进云计算的普及。

“在‘互联网+’时代，基础运营商的角色没有变”，杨居正强调，“互联网+”时代要有新基础设施的概念，它由数据中心和网络共同组成，网络包括互联网也包括物联网，同时云计算和大数据也是基础设施的一部分。对于运营商而言，在整个产业链里面的角色并没有改变，依然是一个使能者，让每一个传统行业能够介入基础资源。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

肖子玉:网络构架变革给运营商带来新挑战

“SDN/NFV是新的网络架构，正在给运营商带来诸多挑战。”在日前召开的新一代互联网基础设施论坛上，中国移动设计院网络所肖子玉抛出了这一观点。她指出，运营商正在探索引入SDN/NFV技术，实现网络流量的灵活调度，以满足未来业务快速部署的需要，进一步提升运营商的运营效率，降低运营成本。

肖子玉认为，SDN/NFV带来了网络构架的变革。NFV意味着电信级云化的核心技术和架构，NFV赋予了网络弹性，缩短了网络部署时间，同时也促进了网络的高效和低成本运营。SDN则实现了网络连接控制和转发的解耦，能够提供开放的环境，是未来网络连接的核心技术以及架构，提升了运营商网络的利用率，增强了网络的智能化。SDN/NFV不仅带来了全新的技术架构，同时也给运营商带来挑战。

首先是从网络架构上来看，面对SDN/NFV，核心网络、接入网络设备以及机房资源都需要重新进行整合；其次从网元层上看，虽然新型网元可以实现动态调度，但是容灾系统还需要重新规划；最后从运营模式上看，网络功能以及资源的解耦需要双流程、双管理的运营体系，这意味着需要对网络资源以及虚拟化网络实现逻辑模块的管理。此外，运营商要想获得网络的高度灵活性，还需要提升运营能力，实现网络的自主调控以及对全局的控制。

“未来软、硬的解耦会给整个产业格局带来新的变化”，肖子玉指出，未来运营商将来会面临做集成商还是软件开发商的身份选择。因此，对中国移动来说，目前能够做的就是提升，一方面做好新技术的储备，培养核心能力。另一方面就是做好顶层设计，并且推动开源和标准化。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

肖子玉介绍，中国移动的试点主要是以三层的完全解耦为目标，实现硬件的独立。在NFV上，中国移动正在结合规模建设的契机推进在线网络运行。在SDN上，除了应对运营层面、网络架构层面的挑战，同时还在展开一些优化。

“网络安全不容忽视”，肖子玉强调，在引入SDN技术之后，虽然运营商的网络拥有了灵活的管理能力，但是包括接入控制和多路径控制等相关功能只能依靠SDN技术本身，因此运营商需要基于SDN技术打造一个安全的网络架构。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

可穿戴设备市场渐趋成熟 精确度不佳难现繁荣

IDC、CCS Insight以及腾讯ISUX三家调研机构的数据正不断向市场透露出一个重要信息：可穿戴设备的发展速度越来越快。IDC发布的最新报告显示，今年全球可穿戴设备出货量将达到7610万部，与2014年的2890万部相比增长163.6%；CCS Insight最新报告《2015—2019年全球可穿戴设备预测》则预计2019年可穿戴设备出货量将达2.45亿台；而腾讯ISUX发布的《2015智能可穿戴设备市场白皮书》则显示出可穿戴设备正越来越深入消费者心中。

与许多电子产品发展类似，中国正成为可穿戴设备消费的主要市场，但是不可否认的是，我国在核心技术如上游芯片设计以及操作系统研发上仍然面临巨大的困境，这也导致了可穿戴设备在实际使用过程中出现了一个致命的不足——精确度差。在未能更好地解决这一不足之前，我国的整个可穿戴设备产业链都还处于待进化的阶段。

可穿戴设备发展进入飞速期

可穿戴设备近年来不断跃入人们的眼球，在办公室、街道上、公园里等等场所，我们都常常能见到人们佩戴。而可穿戴设备现在究竟发展如何？是否已经获得广泛的普及？最近三家机构的调研数据或许能为我们呈现出可穿戴市场发展的大致容貌。

IDC近日发布的最新报告显示，今年全球可穿戴设备出货量将达到7610万部，与2014年的2890万部相比增长163.6%。这之中厂商数量的增加、设备种类的增多，用户体验的提升和价格的下滑是推动了全球可穿戴设备的增长的主要原因。同时IDC还预计，到2019年，全球可穿戴设备出货量将达到1.734亿部，年复合增长率为22.9%。

而来自于CCS Insight的调研数据似乎更加看好可穿戴设备的发展前景。据其最新可穿戴技术报告《2015—2019年全球可穿戴设备预测》中预计，到2019年可穿戴设备出货量将达2.45亿台，这一

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

数据比IDC的数据要多了近7000万台。而到今年年底，CCS预测可穿戴设备总出货量将达到8400万台。

前两家调研机构从数量上预测可穿戴设备的爆发势头，而腾讯ISUX则从消费者心理接受能力进行判断。腾讯ISUX

不久前发布的《2015智能可穿戴设备市场白皮书》中有不少数据值得关注。腾讯ISUX主要从QQ用户中抽取8083人作为样本，其中过半数用户对“智能手表”概念有一定的认知。并且后续的数据表明：2014年11月至2015年5月期间，可穿戴设备在中国网民中的渗透率从2.9%增长至8.4%，其中手环的渗透率达到4.6%，明显高于智能手表的3.1%和运动相机的0.7%。

业内专家便指出，全球可穿戴市场正进入爆发期，而我国在政策与资本市场双向利好智能硬件的背景下，可穿戴设备未来更加是一个巨大的金矿，厂商云集共同深挖可穿戴设备百亿市场。

穿戴设备“不准”成掣肘

然而，目光从可穿戴设备辉煌的前景收回，放眼当下却会发现，整个可穿戴设备领域同质化现象十分明显。几乎每一款可穿戴设备都配有记录各项与人体有关数据的功能，比如睡眠、心率、运动量等，而每每有新款可穿戴设备面向市场，也总能够见到这些功能。在一个市场还未完全拓展开来的时候，出现这种情况无可厚非，但是在这背后，却隐藏着一个关乎可穿戴设备发展命运的问题——

精确度是否准确。对于可穿戴设备而言，统计出来的数据是消费者进一步跟进运动或调整的准则，而若是数据不准确，便无法更为客观地反映出用户当时的状态，而若这种情况出现，那消费者对于可穿戴设备的信心将一落千丈，而可穿戴设备也就失去了其本身的意义。

而不确切的情况在当下还真就经常发生。《中国消费者报》8月份的调查发现，各种主打“防丢”、“防走失”功能的儿童智能手表，宣传的产品定位精度相差较为悬殊：一些手表声称定位精度在开旷地带小于5米；一些则宣传定位精度约等于20米；更有些厂家宣传只要用了他们的手表便能确保在3秒内找到孩子的准确位置，然而消费者在实际的使用过程中却发现，部分儿童智能手表的定位精确度远没有厂家宣传的那么高，一些所谓的定位最精准的手表精确度竟然是78米，可以想象一下在近两万平方米的大的城市中寻踪孩子的难度。还有媒体报道，有些家长反映，明明孩子就站在自己的面前，而智能手表的定位却说离自己还有几十米；更夸张的是，有一名家长反映，有一天定位一下自己孩子的位置，结果竟然发现是在湖中心，吓得连忙出去找，却发现孩子明明就在旁边的公园玩耍。智能穿戴设备种种“不准”造成令人啼笑皆非的事情远不止如此，因而有网友调侃成“找娃神器”其实是“害娃神器”，不少业内人士更是呼吁，家长不能将孩子的安全寄托于智能手表。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

集合大数据将成解决方案

智能可穿戴设备因“不准”而隐藏的风险还有许多，虽然相对专业级的设备，在产品形态上更加微型化的智能手表、手环或多或少存在着一些差距，但是厂商无疑却需要重视，尤其是在开拓医疗领域市场时，更需要对自身产品的精准度方面进行严格的测试和把关，否则，极易酿成事故。而厂商如何提升自身产品的精准度，通过大数据集合分析或是一个方式。

一方面，要完善数据收集的基础——
不断地完善算法模型。不论可穿戴设备硬件本身的数据采集多么精准，其所采集的数据并不能直接生成并呈现给用户使用，而是需要借助于后端的算法技术对所采集的数据进行一系列的处理之后才能呈现。可以说软件中的算法对监测精准起关键作用。

另一方面，还需要改善消费的认知。当下消费者对于可穿戴设备的认知存在误区，认为只要我戴上了这个“高科技”的智能手环或者手表，我就能知道我的运动量。这种认知本身并没有错，但是却要有个前提，即可穿戴设备是不是已经有了“神”级的应用。从目前来看，显然还存在一些距离。要想获得精准的监测数据并非不可能，用户须按照监测设备以及与此设备对应的算法方式使用该设备。

不论如何争议，对于可穿戴设备而言，它必将会从婴儿成长为青少年，并走向成熟，相信随着科技的进步，可穿戴设备的精确度将会进一步提升，也将最终造福于人类。

来源： 《通信信息报》2015年09月16日

〖模式创新〗

运营商省级公司如何开展终端运营

随着营销费用的进一步压降，运营商在2015年开始“去运营商化、去国代化、电商化”，开始更直接地面对最终用户。事实上，运营商有着良好的线下渠道基础，以及较高信息化应用水平，可以整合好线上线下资源，获得更多发展。那么，运营商在省级区域市场如何做好互联网终端运营？很简单，所谓“得粉丝者得天下”，一切还是从客户角度出发。

互联网最大的特点是消除了信息不对称，减少了中间环节，因此，互联网时代的终端产业也不再以分销为主，出现了电商、产品销售一体化的新产业格局。在此背景下，运营商也只能顺应潮流，借助互联网去做离用户近的事。对于用户而言，互联网意味着两点：首先互联网不是一个单纯的线上购买渠道，而是全流程体验的有机部分。用户要的是一个贯穿各渠道、各终端、各媒介，以及使用产品各个环节的愉悦的用户体验。
其次，互联网卖的是用户的参与感，用户希望更多参与其中。我们和用户之间，从一种告知与被告知的关系，变成了一种合作的关系，用户越来越多地涉及企业的运营之中，

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

通过与用户高效、个性、精准的互动，企业自然而然就会明白自己应该设计什么样的产品，运营什么样的服务。于是，“我有什么你用什么”自然就向“你需要什么我推出什么”的理念转变了。

在省一级借助互联网做终端销售所带来的收益，除了常规的提升销量减少成本外，还有两个方面的作用不容忽视。一是通过对线上线下用户引流，能促进线上线下渠道融合。刘强东在京东发布2015财年第二季度财报后，曾解读了“渠道下沉”战略，中国约有2800个区县，京东已经进入2106个区县；4万多个乡镇里面，京东已经覆盖了2万个；京东的服务已经覆盖了4万6千多个村庄。在这4万6千多个村庄中，每个村都有京东的村民代理，负责公司在这个村子的推广、宣传、送货、收款和售后服务。对于运营商来说，原有渠道优势完全可以成为互联网终端营销的强大靠力。二是成为公司向互联网转型的先行军。即可以作为公司中与用户最接近的界面，也就是线上聚合用户需求，对线下流程形成倒逼；还可以通过给予互联网运营团队相对宽松独立的空间，以互联网的规律发展，为公司转型积累经验。具体操作方面，我认为可以建立三种商业模式。

买卖模式。找到适合的产品销售，以“差价”赢利。关键是效率。集中在热销和畅销款式。货源组织和库存周转很重要，核心能力在于成本控制。目前来看烧钱来买流量已经不太可能了，要依靠一个比较小的用户基数，垄断一个细分渠道。对于运营商来说，从定制市场入手，是个不错的办法。对个人个性化定制，如专属配件、应用，在后壳上刻字；对集团定制“工作手机”，提高营运效率、降低成本，满足其企业管理、个性化使用等多样需求。在手机定制的基础上，还可以加上流量、应用等的叠加。比如一个包括了阅读、视频定向流量的咪咕手机。

平台模式。吸引中小卖家在平台上开店，以“佣金”赢利模式，以物流、配送、价保、售后等高效服务吸引在平台上开店供货。卖家资质很重要，英雄要问出处，将资质作为门槛。能很好地帮助商家代销代运营，也是一种核心竞争力。这里的关键是和省移动各个平台的对接。

O2O模式。具体而言就是线下体验+服务、线上传播+互动+购买。O2O可以有三个维度的展开:客户资源的共享、商品信息的共享、购买环节的相辅相成。目前的“送货上门”、“网选厅取”即采用了这种模式。按中国移动对渠道转型的要求，可以通过推动线下渠道向末梢物流提供更多支持。

另外，更重要的一点是，运营商需要更贴近用户的沟通方式。

互联网时代用户意见反馈成本非常低，用互联网的方式甚至可以直接收集分析用户行为数据，反馈成本几乎为零且十分便利。通过微博、微信、QQ、热线等平台，实现7×24小时在线服务，满足用户在购前、购中、购后随时随地的需求。这里很重要的是要让员工成为粉丝，让用户激励团队。将购买过终端的用户吸纳进会员俱乐部也是一个不错

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

的办法。可以通过与其他品牌手机厂家共同开展活动（比如华为的花粉；小米的米粉）、积分兑换、免费申请产品等方式，做好用户维系，开发二次购买。

当然，国内电信运营商作为一个国企，不可能把脚步迈得这么大，只能边破边立。可以通过为互联网运营中心创造一个相对独立的环境，起到先行先试的作用。

来源： 《人民邮电报》2015年09月21日

下一个红利在哪里？华为全力支持运营商数字化转型

从话音时代到数据时代，电信运营商的核心业务正在受到OTT应用蚕食，用户对网络的要求却越来越高，下一个红利在哪里？

华为认为，数据红利和信息红利将成为运营商新的红利或者说新增收入点机会，而真正把握机会的前提是数字化转型，在业务、网络乃至整个经营层面上进行重构。如今，已有多家领先运营商陆续开始了数字化转型实践。

“可以预见，数字化转型之路将是一个漫长的过程，充满考验与未知困难。”华为运营商BG
ICT首席技术官王纪奎教授向C114表示，华为将尽到长期合作伙伴的职责，与运营商携手共同面对未来挑战，帮助他们构筑起基于开放架构的竞争力。

下一个红利在哪里？

随着话音时代走向尾声，运营商的增长脚步正在放缓，而电信市场亦逐渐由卖方变为买方，用户体验的重要性上升到了前所未有的高度。在这样的背景下，运营商一方面苦于网络流量的增长和用户要求的提高，面临沉重升级改造压力；一方面又遭遇OTT的竞争与冲击，语音和短信业务被即时通讯软件替代、手机号码价值因互联网富ID化而萎缩。

“我最近针对运营商做数字化转型的思路和战略，和运营商的高层做了一些探讨，看到了用户的需求改变。在这个过程中用户对话音的需求在下滑，对运营商战略将造成非常大的影响。”王纪奎指出，运营商迫切需要找到“未来用户的需求来自哪里”，以作出转变来适应。

华为提出了“四个红利”的思路，将电信业红利机会分为人口红利、流量红利、数据红利和信息红利四个阶段。

“绝大部分运营商目前正处于流量红利阶段。以中国为例，我们有13亿以上的移动用户，甚至一人多部手机，用户数的增长已经停滞；最近几年我们上了3G、4G，提供的套餐以数据套餐为主。”王教授对此解读说，运营商最开始是人口红利，那时处于电信业起步阶段，网络从无到有，人们为满足最基本通讯需求而接入网络，每个人贡献的ARUP值都差不多，运营商收入随入网用户数增长而增长。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

第二阶段被定义为流量红利，这个阶段话音收入慢慢下滑、短信使用越来越少，网络上传输的内容由声音文字转向图片视频、从广播走向点播和定制，流量增长为运营商带来了新的收益。

第三阶段是数据红利，基于云计算、大数据等技术发展而形成带动物理世界各领域丰富业务从线下向线上转移，甚至企业内部IT应用也将迁移到云上实现集中供应，更广阔的企业市场将被打开。对运营商而言，如何让所掌握的数据价值变现为收入将是关键。

最后一个阶段被称为信息红利阶段，华为预测到2025年全球将有1000亿连接，结合物联网新技术，各种新的可能将被发现，层出不穷的创新带来无限可能，信息红利将基于此产生。运营商将在数字化转型的过程中不断挖掘自己提供数字化服务的能力，获得更为广阔的发展空间。

数字化转型如何进行？

正如华为轮值CEO徐直军所言，“基于网络的用户体验已经成为第一生产力”，在运营商市场，用户体验需求互联网化的影响已经非常明显，华为将之归纳为ROADS，即实时（Real-time）、按需（On-demand）、全在线（All-online）、服务自助（DIY）和社交化（Social）。

为了拥抱数据红利和信息红利，运营商首先就要满足这种ROADS，同时还要迅速适应外界变化，由传统重资产公司向敏捷高效型公司转型：“运营商需要实现全面的数字化转型，涉及到业务、网络乃至公司资源、组织架构的一系列重构。”

具体而言，华为将重构的范围从基础设施到业务划分为四层。王教授一一分析称，最底层是云化和软件定义的基础设施平台——

未来IT基础设施将走向云化，SDN/NFV将有效支撑上层运营的敏捷和ROADS化；而云服务又将是运营商下一个重要机会点，云化的电信基础设施平台将是对外云服务的基础。

第二层为使能平台的重构，即构建支撑ROADS体验的下一代运营系统——

原先的系统分为BSS、OSS、MSS各个独立的部分，而下一代运营系统目标覆盖了运营商的资源、业务、运营等全方位的经营活动，相当于运营商业务使能的完备操作系统。

第三层是开放聚合的数字平台——

运营商作为信息时代的基础管道支撑，未来需要继续为数字世界推进提供支撑，面向全社会构建开放业务平台和数字生态圈，聚合社会各行的创新力和内容，成为融合物理世界和数字世界的数字平台。

最顶层为超越连接的创新业务——

基于云化基础设施，依靠ROADS化的运营系统和开放数字平台为个人和企业提供高质量的连接服务和云服务的同时，吸引各行业和第三方开发者加入运营商的生态圈，开发面向

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

各垂直行业和细分市场的创新应用，创造出更多面向最终用户的长尾市场，丰富人们沟通和生活，同时拓宽了运营商的收入来源。

华为全力支持运营商转型

“从网络、使能平台、到开放聚合的生态系统，再到上层的业务应用，这几个层面都需要做综合的架构规划，从上面的业务架构怎么设计、应用怎么支撑，到底下的网络架构和基础设施架构怎么满足。”王纪奎表示，这将是一个很大的课题，需要整个ICT圈的群策群力。

华为作为ICT领域的领导者和主流运营商的长期合作伙伴，有责任与运营商共同面对市场挑战和一些发展不确定的新业务领域，全力支持他们完成数字化转型。其底气既来自于远比传统IT巨头们“懂得”运营商，也来自于从基础设施到顶层设计的全方位解决方案实力。

华为很早就开始发力云数据中心解决方案，倾力为全球运营商打造开放的分布式云架构及IT基础设施平台，并在全球运营商得到广泛应用。截至今年6月，华为在全球为客户部署超过660个数据中心，其中云数据中心255个，而其云计算虚拟机的部署量也超过了70万个。

使能平台重构方面，华为已经提出Telco OS体系，其中包括IES、Big Data和BES三大核心子系统或者说能力模块。IES是一个实现ICT基础设施自动化的使能系统，用于实现底层ICT基础设施的灵活调度，包括SDN、NFV和整个云化基础设施；Big Data大数据智能引擎相当于整个系统的大脑，充分利用大数据将可实现运营的智能化，带来有价值的业务创新；BES为业务敏捷使能模块，即面对用户的业务开发界面，使运营商自身的产品研发和套餐设计、合作伙伴的业务开发和最终用户业务订购都能得到敏捷灵活的支撑。目前华为已经在开展Telco OS的研究和开发，部分模块如BES，Big Data已经商用。

针对开放聚合的数字平台，华为推出了Digital inCloud解决方案，包括一个全球统一的开放平台和合作伙伴联盟。统一的开放平台使电信资源可以方便地被合作伙伴快速选择和使用，而全球合作伙伴联盟计划，使电信网络从封闭的业务环境走向开放数字化生态，连接更多伙伴和资源，帮助运营商快速聚合合作伙伴，提供更加丰富的业务内容。

而面向创新业务，华为亦开创了不少新的模式，比如提供公有云服务来积累云服务上的运营和管理经验，以更好帮助运营商拓展云服务市场；积极构建端到端的咨询和系统集成能力，帮助运营商完成垂直整合。

全球范围，已有多家运营商选择华为作为其数字化转型的战略合作伙伴。今年3月，华为与沃达丰签署谅解备忘录，建立OpenCloud联合创新中心；6月，德国电信宣布选择华为为公有云战略合作伙伴。再比如，印尼第一大运营商Telkom云数据中心的建设尝试

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

和基于公有云的业务创新，亦得益于华为开放的IT战略和极致融合的分布式云数据中心解决方案。

来源： C114中国通信网2015年09月21日

运营商推4G+加速网络竞争 突围重在创新数据经济

运营商在网速方面的竞争再次进入白热化的状态。据中国移动相关负责人介绍，中国移动的4G+也已在五省市（广东、上海、江苏、安徽、浙江）正式开展了试商用，网络最高下载速率可达220Mbps，北京移动年内也将推出4G+试商用；中国电信方面宣布天翼4G+已于8月起正式上市；中国联通方面，也已在多个城市进行4G+的网络测试。如今，4G用户的暴增让运营商看到了机遇，运营商的网速越快，对用户就更具吸引，在存量竞争加剧的当下，无疑占据发展优势，加之提速降费要求的提出，运营商推出4G+可以说是形势使然。

三大运营商角逐4G+

4G+是在目前4G基础上应用载波聚合（Carrier Aggregation）技术实现的新成果，相比4G网络一百多兆的数据传输速度，4G+的理论下行峰值速度可达到300Mbps，上行速度也能够达到50Mbps。

据了解，中国移动已经开始在国内部分地区试商用速度更快的4G+（载波聚合）网络，最高下行速率可从目前4G网的100Mbps提高到220Mbps。

据中国移动介绍，目前已经在广东、上海、江苏、安徽和浙江五省市进行了载波聚合试商用。此外，4G+也是北京移动下半年网络建设的重点，目前北京4G+建设部署已在加紧进行之中。预计年底五环内热点区域全部开启载波聚合功能，基本具备提供4G+服务能力。

实际上，早在今年7月初的天翼终端交易博览会上，中国电信便发布基于CA技术的天翼4G+品牌。8月1日，中国电信天翼4G+正式上市，首批包括17个城市正式商用基于CA（载波聚合）网络的极速4G业务，并且，还有一大批城市陆续开通CA网络，城市总数或将达到五六十个。

中国联通方面，虽然目前其没有提出4G+概念，但是这也并不意味着它就没有更新的举措。据了解，联通为了应对日益严峻的应对流量与带宽方面的挑战，也提出了扩展频谱资源，通过载波聚合技术把零散的频谱进行聚合的应对策略。

推4G+响应提速降费

4G刚刚开始不到两年，运营商便又推出4G+的概念，在这背后会有什么更深层次的原因？

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

与4G相比，4G+的优势非常明显，更高的数据速率可以提升用户体验，更好地支持视频等多媒体业务；而且更高的峰值速率还可以使运营商有机会开发一些新的业务模式，比如按照数据速率来制定不同的资费。

在今年，三大运营商齐发力建设4G网络、加速4G商用的动力下，国内目前已经建成4G基站超过134万个，占同期全球已建4G基站267万个总数的一半。4G用户数量已经超过2.34亿户，其中仅今年上半年就新增了1.39亿户。4G用户的暴增让运营商看到了机遇，运营商的网速越快，对用户就更具吸引，在存量竞争加剧的当下，无疑占据发展优势，这是运营商力推4G+的一个重要原因。

此外，提速降费也是促成运营商加快推出4G+的另一个重要因素。距离工信部提出的2015年底前完成光纤网络加速普及、4G全面覆盖城乡、接入速率大幅提升、资费水平明显下降总目标，已经剩下不到5个月，因此，留给运营商的时间不多了。运营商4G+的推出，是落实提速降费的重要举措，并进一步移动网络速率，提升网络服务体验，助力互联网+行动计划的全面落实。

挖掘数据经济突围

除了运营商，产业链各方也已经开始在4G+方面有所动作。据了解，目前，已经有部分手机开始支持4G+，nubia Z9极速版、OPPO R7 Plus电信版、vivo X5Pro电信版、酷派锋尚Pro全网通版等多款新机与运营商进行了合作。据美国高通公司预测，2020年全球将会有250亿至500亿部终端联网。手机、汽车、电脑、电视、机器人、飞行器等都将连接至网络。也就是说，带宽大、时延短的实时业务将会迎来更好的发展机遇。这对于手机厂商来说，4G+技术革新无疑将会带来更多的业务。

在4G+的提出，不断提速造成的结果是流量单价一直处于不稳定的状态，这无论是对于流量前向经营还是流量后向经营而言，在实操方面存在很大的挑战。而运营商为了尽快形成4G用户规模，在力度上会加大，这其中就包括给予更大的流量赠送优惠，加之国家方面也提出了流量可转增、流量不清零的要求，这也直接加大了运营商流量经营的难度。

不过，无论如何，从2G到4G再到4G+，网络的演进是时代进步的需求，三大运营商应主动迎接挑战，增强创新能力，转变服务模式，提高运营效率。在传统业务衰败的当下，运营商要进一步拓展个性化业务，挖掘通话费和流量费背后的数据经济，利用数据仓库等资源优势，在互联网＋智慧应用上做文章，如此才能走上“互利”道。

来源： 《通信信息报》2015年09月16日

把握车联网发展契机

——看乘用、商用车如何实现无人驾驶

2015年9月10日，由上海创世拓元投资咨询有限公司（GRCC）主办，中国卫星应用产业联盟、CVTA、ITS、MirrorLink协办以及超过30家合作媒体参与报道的第五届中国车联网产业发展论坛在上海华美达大酒店开幕。来自Connected Vechile Trade Association的Scott McCormick主席、日本爱立信汽车销售总监Mr.Gene Claxton、深圳市车音网科技有限公司首席科学家张林博士、华晨汽车研究院车联网总监牟文成、北京汽车总裁助理荣辉等多个国家的企业代表就互联汽车的价值、车联网应用技术服务平台应用与发展以及未来智能汽车对基础设施和法规的新要求等多方面发表了自己的观点。

9月10日，论坛主要围绕乘用车及车联网技术展开。日本爱立信汽车销售总监Mr.Gene Claxton就车联网安全系统、车联网如何利用云服务处理复杂的信息流、云服务在车联网发展环节的关键技术、车联网未来可提供的新型服务以及车联网发展带来的科技与经济环境的变化等，给在场嘉宾带来新的视角和发展方向启示。安全，是用户驾驶最关注的因素之一，车联网为汽车提供的安全保障服务包括驾驶安全、信息安全、车辆安全，爱立信利用沃尔沃稳定的系统，为沃尔沃提供的云平台服务极大地提升了沃尔沃汽车的智能化水平。车联网的发展离不开安全系统的保护，自动化技术的发展离不开云技术的更新换代。

深圳市车音网科技有限公司首席科学家张林博士认为，车联网是工业4.0的一部分，该公司能为汽车用户提供全生命周期的服务，将语音导航与呼叫中心结合起来，为汽车用户实现完整的语音服务。同时，车联网还可提供实时打印、办公一体化服务，并可通过高可扩展性的技术框架支持功能的拆分与组合，实现部分服务。华晨汽车的互联网战略分为三步走，从智能化交通到自动化行驶，不仅保障行车安全，而且提高了行驶效率，为汽车用户创造了最大价值。华晨汽车研究院车联网总监牟文成在论坛结束后接受商用车之家专访时表示，华晨汽车在车联网方面的发展已有多个年头，虽然中途遇到发展瓶颈，但企业通过市场调查等多角度取样，从用户实际利益出发，化困难为动力，目前已在车联网领域取得了一定成效。

当然，受制于当前科技发展水平、用户观念、政府支持力度等方面的因素，与会专家认为，车联网技术虽然对汽车制造业产生了重要影响，但其功能还远远没有充分发挥出来。然而随着“互联网+”与智能手机端的完美结合，汽车制造业将发生了翻天覆地的变化，正如北京汽车总裁助理荣辉所言：“我们已站在新旧交替的临界点上，一旦越过这个门槛，一切将发生颠覆性的变化。”

9月11日，论坛主要围绕商用车与车联网展开。根据中国卫星应用产业联盟执行秘书长王勇兵的调查介绍，目前，商用车车联网运营商对卫星导航车载运营行业依旧缺乏创新。各省设公司、架服务器、送检，甚至白白浪费了金钱和人力。但随着5号令等国家政

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

策的强制实施，超过85%的卫星导航运营商已调整或明确了自己的企业经营方向并有75%的卫星导航运营商已与商用车前装车厂建立或尝试建立合作关系，承接落地运营服务。而对于客户而言，综合近年来的市场调查结果，客户对商用车车联网运营商提供的服务需求主要集中在油耗、超速、温度等实时数据；OBD（车辆诊断）；车货匹配信息以及车载视频监控方面。

在“一带一路”“互联网+”的大背景下，伴随着不断提升的监管要求与不断拉低的终端价格、服务价格之间的矛盾，不论是运营商还是整车厂家都在适应日益强大的互联网生活，每个人都将接受互联网的改造；商用车车联网运营商看好车载WIFI在客运领域的未来发展，以及基于移动互联网的车货匹配APP的未来发展，这都将会对传统运营商造成业务上的冲击。未来，移动互联网将为运营商带来越来越多的惊喜，移动互联网、资本、监管也将联手重塑行业。

2015年，随着导航卫星，车载导航设备商用化应用环境以及卫星导航应用标准的成熟，车载导航市场拓展速度将迅速加快，而我国车载导航市场目前仍处于市场发展初期，发展空间巨大。因此，在国家有利政策的推动下，我国的商用车车联网未来发展前景无限。

无人驾驶离我们到底有多远？随着互联网+与移动终端智能手机的完美结合，车联网在汽车制造业上得到了大规模的广泛应用，不仅使智能交通、智能驾驶、智能城市成为现实，而且使无人驾驶也变成了可能。在本次发展论坛上，无人驾驶成为专家讨论的热点。此次论坛上有专家明确指出，到2020年，我国无人驾驶汽车可以进入高度自动阶段，到2025年，我国完全可以实现无人自动驾驶。这就是说，我国离完全无人驾驶时代还有十年左右时间。 那么，我国汽车无人驾驶发展到了什么
阶段？影响无人驾驶技术全面推广的因素又有哪些呢？HERE大中华区汽车业务销售负责人王海明在会议中指出，无人驾驶技术发展共分为五个阶段：一是完全人工驾驶阶段；二是智能化人工驾驶阶段；三是半自动化驾驶阶段；四是高度自动化驾驶阶段；五是完全自动化驾驶阶段，他表示，目前我国已进入半自动化驾驶阶段，这个阶段的特征是随着车联网技术的发展，自动化技术有了极大提高，但仍离不开人工的干预。到2020年，我国将进入高度自动化驾驶阶段；2025年，则可以完全实现自动化驾驶。

北京汽车总裁助理荣辉表示，北汽集团在几年前已完全掌握无人驾驶技术，并在试验过程中多次取得成功。因此，他并不认同人类要到2025年才能完全实现无人驾驶，他认为这个时间会大大提前。要想大面积推广无人驾驶，除了要继续提升无人驾驶技术外，提高现有驾驶员的素质和遵纪守法水平十分关键，而这离不开政府部门的大力推广和支持。荣辉现在的一项重要任务是说服政府部门支持无人驾驶并大力推动无人驾驶，为此他常年奔波于各种场合之间进行演讲，希望能用自己的实际行动来影响周围人群，来推动“中国无人驾驶汽车梦”的早日实现。“无人驾驶是中国数代汽车人的梦想，现在

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

这个梦想离我们是如此之近，以至触手可及，但何时真正实现，取决于我们的努力程度，需要全社会的共同推动。”荣辉表示。

9月11日下午3点由上海创世拓元（GRCC）投资咨询有限公司主办，中国卫星应用产业联盟、CVTA、ITS、MirrorLink协办以及超过30家合作媒体参与报道的第五届中国车联网产业发展论坛完美落幕，大会主席Scott McCormick对两天会议进行初步的总结，参会嘉宾在会场相互之间做了积极的交流，会后也纷纷对主办方提供的交流和学习机会表示感谢。此界大会成功的促进了车联网企业与企业之间技术和发展战术方面的交流，对促成企业强强联合提供了巨大的帮助，为车联网产业的发展做出了卓越贡献。

来源： C114中国通信网2015年09月17日

终端制造

〖企业情报〗

爱立信东北亚新帅:坚定中国市场投入 勇于成为赢家

庞大的网络规模和用户规模，使得中国的信息通信市场成为每一个厂商、尤其是ICT巨头们的兵家必争之地。作为电信设备市场的百年老店，爱立信在中国市场的几次LTE招标中并没有获得非常理想的份额，而且需要同时面对来自公司自身的战略转型以及外部激烈的市场竞争等多重挑战。

那么，这些是否会影响爱立信在中国市场的信心与投入呢？未来爱立信在中国市场又将采取怎样的发展策略？哪些领域会成为爱立信在中国市场的新增长点？对此，在“2015年中国国际信息通信展览会”期间，刚刚履新一个多月的爱立信东北亚区总裁柯瑞东（Chris Houghton）在接受C114专访时为我们进行了解读。

自信面对竞争：来华目标就是带领团队取胜

放眼如今的电信设备市场，早已告别了十几年前那种垄断高利润的时代。当前，电信设备市场竞争日益惨烈、利润逐渐摊薄、进入了同质微利时代，部分电信设备商的营收和净利润开始出现增长缓慢甚至下滑的情况，许多传统的电信设备巨头日子并不好过。

具体到中国市场，随着中国ICT市场的飞速发展，市场竞争也在不断加剧。对于大T市场出身的爱立信而言，一方面，为了应对新技术迅猛发展的趋势以及满足更多客户不断变化的需求，爱立信正在面向网络社会，试图从传统的CT厂商向更加全面的ICT综合解决方案提供商转型；另一方面，还要面对来自华为等中国本土厂商的激烈竞争，在市场份额和业绩方面均面临巨大压力。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

面对上述重重挑战，已经在爱立信工作27年、在全球多个国家和地区积累了广泛管理经验、见惯了大风大浪的柯瑞东显得相当淡定：“任何一家公司在任何一个国家的业务发展都有可能出现起伏，有好的时期，也有不好的时期，我们找不到哪一个公司在一个国家始终保持成功而没有波折的。确实，在中国市场，爱立信正面临着诸多挑战，例如中国的消费者、客户期望值非常之高，中国市场竞争也非常激烈。虽然存在这些挑战，但是我们绝对不会被这些挑战吓倒；相反，我们非常喜欢迎接这样的挑战，因为这样也能使我们变得更强、做得更好。”

而在来到中国履任东北亚区总裁后第一次与团队交流时，柯瑞东就将他关于管理的三个重要理念与中国团队做了分享：“第一，大胆，要勇于成为赢家；第二，和团队分享一切，赋予团队所需要的所有资源；第三，优秀是一个最基本最底限的要求，而不是上限要求。”

“能够担任今天的工作岗位，能够来到中国工作，这简直是我梦想中的工作。而上述这些挑战也将成为我工作的一种激励，我对我们的机会、对接下来的工作充满了积极自信的态度。”柯瑞东表示，我掌管爱立信东北亚区的业务，包括到中国来就是要去获胜！要去成功！因为我们在中国也有非常优秀的团队，我们必须要在中国市场取得成功。这是我对整个中国区团队的责任与承诺，同时也是对于整个爱立信东北亚区乃至全球业务的责任与承诺。

坚定百年承诺：不断强化“核心中国”发展战略

实际上，爱立信与中国的合作已经有超越百年的悠久历史。据柯瑞东介绍，自1892年进入中国市场以来，爱立信与中国的合作历史今年开始已经进入第123个年头。随着中国通信产业的蓬勃发展，无论是生产供应、技术研发还是专业服务，中国作为爱立信全球中枢的地位都越来越凸显。

多年来，爱立信一直不断强化“核心中国”战略，从高科技投资、创造就业机会、增加出口以及研发和人力资源开发等领域持续提高在华投资。如今，南京爱立信熊猫通信有限公司已成为爱立信全球最大的供应中枢，向100多个国家提供无线产品；中国也已成长为除瑞典以外爱立信全球最大的研发基地，爱立信每年在中国的研发投入超过20亿人民币，近5000名员工分布在北京、上海、广州、南京、成都、深圳等地专职研发，涉及爱立信全线产品组合。

凭借爱立信中国研发团队在包括TD-LTE与FDDLTE技术在内的4G领域的不懈努力，爱立信正在为中国乃至全球运营商部署4G网络提供高效支持。同时，爱立信还与中国相关政府主管部门、研究机构以及整个生态系统密切合作，共同推进5G的全球标准化研究。在电信专业服务方面，爱立信在中国30多个城市设立了一线支持服务机构，拥有超过8000名一线服务工程师和来自合作伙伴的服务支持人员，形成了三级技术支持体系。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

目前，爱立信在中国拥有大约1.1万名员工。“我希望在爱立信工作的每一个人，都能够在这家公司有机会把自己所有的潜力充分发挥出来，让爱立信能够继续成为一家非常具有吸引力的雇主。”柯瑞东认为，只要我们拥有了优秀的人才，再面临着市场非常好的机会，不仅能使得爱立信取得成功，同时也能够为中国发展做更多的贡献。

如今，中国已经成为爱立信仅次于美国的全球第二大市场；2014年以销售收入计算，爱立信中国占爱立信集团销售总额的6%。可见，中国市场对于爱立信而言至关重要。“而随着中国大众创业、万众创新的爆发以及互联网+战略的实施，中国市场将具有越来越重要的全球影响力。”柯瑞东表示，爱立信公司必须成为其中的一员。为此，爱立信未来会一直保持对中国市场的坚定承诺和投入，这对于爱立信在中国以及全球的业务发展都非常重要。

未来增长砝码：传统核心业务+最新目标领域

对于未来爱立信在中国市场的发展预期，柯瑞东强调，“我到中国市场不是来失败或保持现状的，而是要使业务实现增长，我希望爱立信在中国市场的业务能够进一步增长。要想做到这一点，就要贴近客户去满足客户的需求。”

“虽然市场竞争的环境非常激烈，但我们的注意力并不是放在竞争对手身上，而是永远专注于客户的需求。我们将聚合整个爱立信集团的资源，去满足中国市场客户的需求。”柯瑞东称，为此我们会继续在中国市场做出投资，继续专注于中国的客户、倾听客户的需求，并且通过我们的努力工作满足客户需求，努力完成对客户做出的所有承诺。只要做到了这些，那就没有任何理由市场份额不会去增长。

谈及未来在中国市场的增长点，柯瑞东指出，除了在网络基础设施（移动宽带）、服务等传统的核心主营业务单元争取继续增长以外，爱立信也会抓住新的发展机遇，在最新聚焦的目标领域增加投资、力争实现新的增长，包括IP网络、云、OSS/BSS、电视与媒体、行业与社会等。未来，我们希望能够让无处不在的网络连接去造福更多的行业和人们。

据了解，在9月22至25日于北京举行的2015年中国国际信息通信展览会上，爱立信围绕“成就网络社会”这一主题，展现在5G领域、车联网、移动宽带、OSS/BSS等领域的诸多创新，以及在无线接入、核心网演进以及智能运营等方面的最新研究成果。

“2015年，我们将看到移动宽带覆盖全球超过70%的人口，LTE用户增加超过80%，视频流量将占到移动流量的50%，这些都是推动变革的动力。未来，我们将亲眼目睹更多超越想象的技术创新，为我们带来更加激动人心的行业变革。创新是爱立信的基因，在移动性、宽带和云的推动下，爱立信将以创新的技术和解决方案加速网络社会的到来。”柯瑞东表示，作为全球ICT行业领导者，爱立信将以创新植根中国，同时坚守百年承诺，坚持不懈地为中国市场提供最好的网络、最佳的产品、最值得信赖的服务，以一流的技术和解决方案助力中国通信行业发展。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

来源： C114中国通信网2015年09月22日

华为携手合作伙伴共建铁路信息化生态圈，加速推动云服务和大数据应用

全球领先的信息与通信解决方案供应商华为于9月18-19日在上海世博中心举办了2015华为云计算大会（HCC2015）。在轨道交通领域，全球100多位行业客户、专家与合作伙伴参加了以“创新ICT，共建铁路信息化”为主题的铁路信息化分论坛。本次论坛上，华为以“BDII（Business-Driven ICT Infrastructure业务驱动的ICT基础架构）”为理念，提出与客户、合作伙伴一起构建开放合作的铁路信息化生态圈，加速推动云计算和大数据在铁路行业的应用。

“互联网+时代”到来，对各行各业都产生了巨大的冲击，铁路行业陆续推出“12306“与“95306”客货营销电子商务平台，尤其是今年铁路总公司做出深化铁路货运改革，推动铁路向现代物流转型发展的重大决策。华为交通解决方案部总工程师王凯认为“移动宽带、云计算、大数据、物联网等信息化技术的应用，能够帮助客户实现客货营销社会化，经营管理现代化，运输组织智能化。”同时分享了与合作伙伴的成功案例。现场合作伙伴们分享了在铁路站段、路局、车辆运营维护等相关业务趋势和信息化实践经验。

华为交通解决方案部总工程师王凯发表主题为“创新ICT，让铁路更智慧”的演讲。

四川国软科技发展有限责任公司总经理周俊指出“安全是铁路永恒的主题，建立‘空、车、地’协同的铁路安全预警系统，是未来实现铁路安全管理的发展方向。“因此，构建智慧、敏捷的站段安全云平台是必然的趋势，并分享了与华为联合创新，建设铁路智慧敏捷车辆段的案列，为客户建立了信息集成平台，整合车辆段现有各种应用系统，实现生产数据全面共享，降低了故障漏检率，提高了站段车辆检修效率，全面掌握生产进度满足安全生产的目的。

北京京天威科技发展有限公司副总经理黄汉卿提出，构建改革中数字化铁路局，倡导将铁路局企业级核心业务与ICT平台融合发展，整合当前铁路局既有的信息系统功能，补充市场环境下支撑铁路局资产经营的新应用，规划客运服务、货运物流、综合运营、资产管理和综合行政这5大数字化业务板块，26个基本单元，满足计算、存储、传输资源的一体化及虚拟化、信息安全、智慧运维等业务需求。京天威与华为合作探索着数字化铁路局的最佳实践，为铁路局向现代物流企业转型打下坚实基础。

北京新联铁科技股份有限公司轨道检修技术研究院自动化部经理孙文艺介绍了铁路行业工业4.0发展技术路线，历经自动化、信息化、网络化和智慧化四个阶段，而大数据分析平台是实现智慧化应用的基础。如铁路客运营销平台能实现铁路客运营销综合分析，决策方式由依靠经验到依靠数据，以经济性、社会责任综合决策，降低能源、运力、维修维护成本，提高客座率，保证高峰期乘客顺利出行。而车辆监测安全运营维护平台

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

实现铁路安全运营维护综合分析，以车辆预警、故障分析、车辆检修、车辆制造综合分析辅助决策，保障车辆安全运行，优化维修流程。华为大数据方案还能助力电务综合运维实现“状态修”，故障定位时间从30分钟减为5分钟。

基于铁路行业业务发展趋势，华为企业云大企业拓展总监张纾翔提出“应用云服务，是探索铁路信息化的一种新思路”，铁路部门内部生产型应用、外部用户应用系统、业务终端系统可率先开启云上之路。铁路业主可采用混合云，将核心应用和非关键业务分别部署在私有云和公有云上，从而降低IT设备的投资和维护成本，使得铁路信息化系统平滑迈向云端。如华为铁路云数据中心，帮助铁路客货营销向社会化、全渠道转型，实现日售票量从110万张向1000万张的飞跃。

华为已服务轨道交通行业19年，秉持“BDII”合作理念，与全球100多家行业合作伙伴联合创新，携手营造绿色轨道信息化生态圈，提供的产品与解决方案已覆盖全球11,000多公里轨道线路，积极推动eLTE、云计算、大数据、BYOD等新技术在轨道行业的应用，并广泛参与轨道ICT技术演进、标准探讨。2014年12月，华为融合数据中心解决方案应用于“12306”数据中心的建设，保障系统和业务安全可靠，支撑未来互联网和手机订票实现1000万张的日销售目标。2015年7月，华为联合战略合作伙伴西门子CVC中标德国铁路（DB） GSM-R北区项目，这是目前为止全球最大的GSM-R网络改造项目。

来源： C114中国通信网2015年09月22日

中国铁塔:今年要在湖北新建6000座铁塔

9月18日消息，中国铁塔股份有限公司日前与湖北省政府签署了战略合作协议。双方将发挥各自优势，统筹通信基础设施规划，强化集约化建设和共建共享，提升通信安全保障能力，提升公共无线网接入服务水平，共同打造“智慧湖北”。

根据协议，湖北省政府将为中国铁塔在湖北的发展营造良好的经营环境，将信息基础设施作为交通、水利、市政园区等大型公共设施的重要配套设施，与主体工程同步规划设计;将铁塔、基站等信息基础设施建设纳入城乡建设规划;在用地、供电等方面给予政策支持;同时，开放政府机关及企事业单位、公园、旅游景点等公共设施，用于通信基础设施建设。

中国铁塔将加大铁塔、基站等信息基础设施建设的投资力度，加快信息基础设施建设和共建共享。2015年在湖北新建铁塔6000座、共享改造铁塔5000座;2016年至2020年，计划新建铁塔20000座，共享改造铁塔25000座，铁塔共享率由现在的不足10%提升到40%以上。同时，推动湖北产业链协同发展，形成铁塔产业集群。

作为国家战略性基础设施，铁塔、基站等移动通信设施已成为“宽带中国”战略、“互联网+”行动计划的重要组成部分。加快电信基础设施集中统一建设和专业化运营，对于促进电信基础设施资源整合共享，提高效率和效益，避免重复建设都具有重要意义

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

。据了解，中国铁塔运营一年来，仅在湖北，就承接通信铁塔建设需求1.2万个，共享改造存量站址7600个，节约重复投资约20亿元，节约用地约27万平方米。

来源： 通信产业网2015年09月18日

腾讯加码 BAT“云”中短兵相接

在“云产业”的布局上，腾讯正式开始加大“马力”追赶。

“明年将投入20亿用于腾讯云的基础设施建设和运营以及人才招募和市场推广，未来5年将保持每年投入20亿的水平，预计总投入将超过100亿元。”腾讯高级执行副总裁、社交事业群总裁汤道生在9月15日举行的首届腾讯云技术领袖峰会上如是说。

汤道生表示，腾讯云将开放各项技术与能力给云生态中的合作伙伴，并且在金融、视频以及智能硬件三大行业中提供全面的解决方案。

事实上，云计算被视为下一个技术革命，IT巨头以及互联网巨头此前已纷纷在该领域投掷重金进行布局。两个月前，阿里巴巴集团(BABA)宣布对旗下阿里云战略增资60亿元(约折合10亿美元)，用于国际业务拓展，云计算、大数据领域基础和前瞻技术的研发，以及DT生态体系的建设。而通信设备巨头华为则选择了金融、媒资、城市及公共服务、园区、软件开发等五个垂直行业切入公有云市场。Gartner调查数据显示，2014年近80%的中国企业将在云计算方面增加投资。

“但目前云计算领域的总量是过剩的，有效供给不足，这给了很多有实力的企业一定的空间。”DCCI互联网数据中心创始人胡延平对《第一财经日报》表示，这个领域现在是“三教九流”都有，但企业真正需要的，真正能够极大程度降低成本、提高效率的云平台并不多。他认为，距离消费者越近的企业将在云计算领域具有越多的机会。

“云生态”较量

“从1998年起步成长至今，腾讯的开放数据已经成为全球最大的数据分析平台，总存储量超过了100P，日均的计算量也超过了5BP，我们希望将沉淀十多年的海量服务的经验，包括音视频的通讯能力、数据分析能力、语音与人脸识别的能力、图片存储的能力提供给许多渴望融入融合互联网技术的伙伴们。”汤道生表示，希望通过云+计划，联合创投机构、系统集成商等合作构建腾讯云的生态系统。

事实上，腾讯所拥有的数据分析能力很重要的是来源于腾讯的“明星”产品，比如开发微信、QQ上的技术积累。

腾讯公司副总裁姚星表示，在QQ刚出来的时候用户数增长很快，在2001年QQ的在线总数就超过了100万，而到了2004年这个数字就达到了500万，在数据增长的同时也要求腾讯在技术上做一些升级。

姚星表示，在技术细节上、在材料学的突破上以及关键场景的使用寿命上，腾讯的精打细算支撑了QQ的整个上升。而这种能力也可以被用在“云生态”的合作伙伴中。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

自从今年启动“云+计划”后，腾讯云已经帮助近300家初创公司上云，陆续为广州、深圳、上海、重庆、四川、河南等二十多个省市政府提供云服务。根据腾讯方面的介绍，腾讯云主要聚焦的是提供公有云基础设施，游戏、移动应用、视频、金融、物联等极具互联网属性的行业解决方案上。

“但目前来看，腾讯云正在发起对阿里云的追击。”一位不愿透露姓名的分析师对本报记者表示，从各自的业务来看，腾讯云聚焦游戏、社交、移动领域;而阿里云市场重点开发政务、电商以及物流、医疗领域。

根据阿里巴巴最新财报披露，阿里云在2015财年收入2.05亿美元，增长率64%。阿里云总裁胡晓明不久前对本报记者透露，阿里云在日本和东南亚(新加坡)的数据中心也在同步筹建中。2015年末，阿里云将在全球拥有至少12个数据中心，其中半数在境外。至此，阿里云在全球布局的规划已基本清晰，北美、欧洲、东亚、东南亚、中东和北非，基本覆盖了除南美洲、大洋洲和非洲以外的主要地区。

而腾讯在数据中心上的建设也越来越快。“全中国我们分了四大区域，会建大规模的数据中心，我们采用的是模块化，大家看到每一栋楼就是一个模块化，里面就有很多服务器在跑着。就是用这种搭积木的方法搭起一个大型的数据中心。”腾讯相关负责人对本报记者说。

“阿里云有六年的技术沉淀，在云计算基础设施领域覆盖了从域名、备案、解析、计算、网络、存储、数据库、安全、海量数据分析到互联网中间件等一站式服务，在软件和数据处理方面较为领先。”上述分析师表示，但腾讯在社交技术上的积累也较为成熟，随着投资力度加大，将有机会分食到一块不小的蛋糕。

“马太效应”或将显现

目前来看，云的市场很大。

Gartner调查数据显示，2014年近80%的中国企业将在云计算方面增加投资。之前IDC也发布预测，中国公有云市场规模到2016年将达到246.7亿元，年复合增长率38.6%。但事实上，这个市场的竞争已经相当激烈。

去年，谷歌率先大幅度下调了云服务的价格，亚马逊、微软紧随其后，国内的阿里云也宣布下调其售价。激烈的价格战本身在反映行业本质的同时也在体现行业的残酷性。高效的云服务管理、更多的客户、更低廉的IT设备购买价格、更有效率的运营、更低的价格，在这个公有云开始越来越成熟的商业模式中，价格的不断下降伴随的是资源的越来越集中。随之而来的是新竞争者越来越难以进入，行业的门槛在不断提高。

“我们看到云计算在中国铺天盖地，总体来看最大的特点是参差不齐。包括原来做外包的，帮企业做数据托管，把这个也称为云计算。所以遍地开花，人人都在做云计算，造成的结果就是总量过剩。”胡延平对《第一财经日报》记者表示，虽然国内很多人喊的云计算还是IDC，但实际上只是解决了企业的托管问题。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

“现阶段是以云计算、云平台为核心的开放平台，整个互联网开放和重新连接的这么一个过程，包括若干个应用服务、开发商，成千上万的企业和用户，形成一个共生体，一个联合体的过程，包括数据的价值在真正地被发现和应用的这么一个过程。”胡延平说。

面对竞争，腾讯方面表示，作为中国互联网服务最多用户的企业，腾讯云从腾讯的十多年的业务中成长，可以说已经提前为今天的云+未来做好了全面布局，腾讯云与合作伙伴的合作模式是多元化的合作，比如针对联合项目，而合作伙伴在自身主导的项目中则可以引进腾讯云的云计算、大数据平台技术，同时引入微信、QQ等强势沟通平台。

阿里巴巴集团CEO张勇曾表示，希望阿里云能不断赋予所有商家、合作伙伴新的能力，帮助所有企业升级基础设施，直接连接消费者，将数据转化为生产力，最终从IT走向DT。

“华为要走自己的路，在云服务的发展过程中，华为不会模仿其他公司，而要利用华为的自有优势和能力。”华为轮值CEO徐直军认为，过去华为更多是销售和交付，未来，则更多是基于企业云服务直接面向客户。

但事实上，云服务的利润呈现一个倒三角的分布，而目前市场上的竞争情况是IaaS(基础设施)“群雄并起”、PaaS(平台)“逐步成长”、SaaS(软件)“仍无巨头”的局面。

“生态圈的构建将决定谁将会在云计算市场中活下来，前期的投资将会随着客户群的激增而摊薄，客户越多能力将会越强，行业将呈现马太效应。”上述分析师对本报记者如是说。

来源： 《第一财经日报》2015年09月16日

手机业务亏损仍在扩大:4K屏幕难挽索尼颓势

进入9月，在苹果新一代iPhone发布之前，各大安卓手机厂商忙着抢跑，争夺先发优势。屏幕是索尼的主要业务之一，不难发现其希望通过强调4K屏幕的独特优势，从而吸引消费者购买。

4K屏幕意味着像素点数量是标准的HDTV和1080P屏幕的四倍之多，因而需要消耗更多电量去点亮。有业内人士认为，屏幕分辨率越高，对于手机硬件性能的要求也就越高，同时带来的功耗增加也是不得不考虑的问题。

索尼押宝4K屏幕

实际上，市面上关于2K、4K等高清屏幕是否有必要的争论从未停止。单就观感来说，人眼已然无法分辨出1080P屏幕与2K屏幕的差别，更不用说4K屏幕了。有业内人士认为，对于普通用户而言，1080P的屏幕已经够用。索尼这次推出的手机搭载4K屏幕、2300万像素的摄像头等，显然索尼还是想主打高配置，以此吸引消费者。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

不过，从另一个角度来看，索尼押宝4K屏幕，似乎更多是在为虚拟现实做铺垫。虚拟现实，是指综合利用计算机图形系统和各种现实及控制等接口设备，在计算机上生成、可交互的三维环境中提供沉浸感觉的技术。Gartner研究消费者技术的分析员称：“虚拟现实头戴式设备会受益于超高分辨率屏幕的应用，这种受益会很明显。如果屏幕的分辨率不够高，使用者就容易看到一个个像素点。”

索尼早前已经宣布，“梦神”头盔预计2016年上半年发售。有业内人士指出，夏普祭出小尺寸4K屏的主要受益对象也不是智能手机，而是虚拟现实产品。

手机业务亏损仍在扩大

从索尼公布的2015年第一季度财报来看，实现营收1.81万亿日元，与上年同期的1.8万亿日元基本持平；运营利润为969亿日元(约合7.808亿美元)，较上年同期的698亿日元增长39%。然而，处于重组中的手机部门当季运营亏损为229亿日元，亏损仍在扩大。

业内人士分析，索尼的困局与HTC大致类似，索尼各个产品线都是中高端定位，迫于对自身品牌认识不足，不愿意降低身价冲刺中低端，导致市场份额与品牌号召力被边缘化。在中高端市场，索尼软件生态布局乏善可陈，导致其欠缺足以与苹果及三星叫板的产品。按照其说法，现在手机越来越标准化，能否通过自己的供应链保证自己的产品独特性很重要。索尼之所以比HTC衰落得慢一点，也是因为它和HTC相比，有一些独特的东西，比如摄像头，索尼是全世界最好的摄像头供应商，但这些也不足以让其摆脱亏损的命运。

事实上，近年来索尼的手机产品开始变得多元化，除了z系列的旗舰机之外，也做了千元机。有消息称，索尼计划今年年底前，在印度发布数款售价低于150美元的智能手机。

一方面是不断地拓展产品线，这必然会导致投入的增加，另一方面又在不断削减运营成本。早在今年6月3日，索尼在公开场合确认，为了进一步压缩成本、提升公司利润，索尼将在移动部门开展1000人规模的裁员，将该部门员工总人数缩减至1200人。随后索尼表示，到2016年年底，手机业务雇员数量将减少两成，运营成本将降低三成。

来源： 中国信息产业网2015年09月16日

向际鹰:中兴通讯5G先锋的践行之路

移动互联网的快速发展，让用户对于蜂窝网络速率提速的渴求永无止境。但目前4G网络峰值速率仅在百兆左右，相对于不断涌现的4K视频、高清视频通话等需求，仍有较大的差距。

为此，业界提出了接入速率可达1G的5G标准。但按照5G商用进程，其规模商用等到2020年。从现在到2020年的时间里，如何满足用户需求正成为业界需要考虑的问题。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

中兴通讯首席科学家向际鹰表示，在5G方面，中兴通讯确立了要做5G先锋的战略，为此，中兴通讯不仅在5G技术，尤其是核心技术重点投入，还聚焦移动运营商今后3至5年内的核心诉求，在业界率先提出了Pre5G创新理念。Pre5G利用部分已具备商用条件的5G核心技术，可以将现有的4G网络频谱利用率提升4-6倍，4G用户不用更换终端即可享受接近5G的接入体验，并商用时间提前到2015年。

聚焦市场诉求 践行5G先锋角色

目前，中兴通讯全面布局5G关键技术研究，涵盖网络架构设计、多天线技术、高频通讯、IOT物联网融合、新业务（如D2D、M2X、URC等）等多个方面，并推出了SVC（Smooth Virtual Cell）、MUSA(Multi-User Shared Access)、SDA(Soft defined Air interface)、SLA(Soft Link Adapter)及SNA(Soft Network Architecture)等多项独特的标签技术，向际鹰介绍。

作为5G先锋，中兴通讯不仅在5G核心技术上重点投入，还聚焦移动运营商今后3至5年内的核心诉求，在业界率先提出了Pre5G创新理念。

据向际鹰介绍，Pre5G利用部分已具备商用条件的5G核心技术，可以将现有的4G网络频谱利用率提升4-6倍，4G用户不用更换终端即可享受接近5G的接入体验，并商用时间提前到2015年。目前，中兴通讯的Pre5G基站是业界唯一具备商用条件的Massive MIMO基站。

据了解，中兴通讯提出的Pre5G的核心技术包括，Massive MIMO,超密网UltraDense Network和Multi-User Shared Access。这些技术科分别解决移动运营商在未来几年碰到的三大挑战，如有限的频谱资源与MBB和物联网飞速发展的矛盾，人群密集场景下的容量提升和小区干扰问题，以及物联网海量接入引发的网络拥塞问题。

Pre5G引发业界关注 已与多家主流运营商合作

2014年6月，荷兰举办的5G World Summit上，中兴通讯首次提出pre5G概念，在行业引起轰动。同年11月，中兴通讯完成了全球首个基于Massive MIMO技术的Pre5G基站的预商用外场测试。在今年巴塞罗那通信展上，中兴通讯Pre5G基站业务演示，采用Massive MIMO技术实测单载波平均峰值速率达400+Mbps，创造了频谱效率和单载波容量的新纪录。

向际鹰称，Pre5G可利用运营商现有的站点和频谱资源，成倍地提升现网用户的接入速率以及网络的整体容量的特点获得了众多运营商的关注。目前中兴通讯已经与中国移动、日本软银、韩国KT、马来西亚U Mobile等多家高端运营商展开5G的研发和合作。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

2015年7月，在日本东京中兴通讯与日本软银集团正式签订Pre5G联合研发谅解备忘录，双方就面向未来的Pre5G Massive MIMO关键技术进行联合研发，并将在多天线(Massive MIMO)、多连接(MUSA，UDN)、高频谱利用率等技术上合作开展相关技术的验证实验、技术评估以及研究开发。

2015世界移动大会上海展期间，中兴通讯与韩国领先电信运营商韩国电信（KT）正式签署5G战略合作谅解备忘录，联合研究5G相关技术与共同推动5G商业应用。根据谅解备忘录，中兴通讯与韩国电信在首尔正式启动5G TestBed建设，随后在TestBed基础上共同开发、展示和设计未来的5G网络架构，共同推动5G标准和产业链成熟。中兴通讯将帮助韩国电信实现在2018年的韩国平昌冬季奥运会上率先使用5G商用网络的目标。

据向际鹰透露，韩国电信之所以选择中兴通讯作为5G战略合作伙伴，一方面是看重中兴通讯在5G、pre5G方面的研发实力，另一方面也由于中兴通讯的Pre5G基站是目前业界唯一具备商用条件的Massive MIMO基站，可以帮助韩国电信尽早实现5G商用。

成为全球5G研发重要力量 推进商用化进程

目前，中兴通讯是5G全球技术和标准研究活动的主要参与者和贡献者。作为中国IMT-2020（5G）推进组的核心成员，中兴通讯担任IMT-2020 IEEE工作组主席、IMT-2020网络技术工作组的副主席等重要席位，并牵头了多个子工作组的研究工作，积极投身于5G无线关键技术及下一代网络架构的研究工作，向际鹰表示。

2015年3月，中兴通讯加入欧盟H2020计划；在德国法兰克福的NGMN大会上，中兴通讯被德国电信列入首批5G创新实验室合作伙伴名单；在巴塞罗那通信展上，中兴通讯演示Pre5G基站业务，采用Massive MIMO技术实测单载波平均峰值速率达400+Mbps，创造了频谱效率和单载波容量的新纪录。

目前中兴通讯已经与中国移动、日本软银、韩国KT、马来西亚U Mobile等多家高端运营商展开5G的研发和合作。

向际鹰表示，5G是个开放的生态系统，中兴通讯正在和产业界多方紧密合作，共同推进5G的商用化进程。中兴通讯未来几年会持续重点投入5G关键技术研究和Pre5G商用产品应用。

据向际鹰介绍，在5G技术研究方面，2015-2018年期间，中兴通讯将重点对关键技术研究和产品原型进行验证，如在SVC、MUSA、SDA、SLA、SNA、高频信道模型、Massive

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

MIMMO技术等方面将会陆续完成核心IPR准备和产品原型验证；2017-2018年，中兴通讯将按照5G标准化启动进程，重点做好5G技术标准化提案准备，积极参加3GPP标准组、中国IMT2020推进组和欧洲5G项目组的5G标准前准备工作。

“在Pre5G产品创新方面，中兴通讯将在2015-2016年完成重点Pre5G商用产品研究和发布工作，如Pre5G Massive MIMO、Pre5G UDN和Pre5G MUSA，2016-2017年跟合作伙伴一起完成Pre5G产品的外场规模商用，2017-2020年实现Pre5G规模发货，完成5G商用前的4G网络性能改进工作”。向际鹰表示。

来源： C114中国通信网2015年09月17日

市场服务

[数据参考]

“提速降费”促发展 浙江移动4G客户突破2000万

日前记者获悉，浙江移动4G客户数已经突破了2000万，自此，4G全面普及时代宣告到来。

据了解，浙江移动自2013年12月宣布移动4G在全国率先商用，到2015年2月4G客户突破1000万，前后差不多只历经了14个月，而后一个1000万客户则用了半年多的时间就完成了。如今，浙江每十个人中就有近四个人为移动4G客户，星火已成燎原之势。

为何移动4G发展如此迅速?业内人士分析认为,浙江移动通过4G发展将“提速降费”落到实处是其主要原因。目前，浙江移动4G+最高网速已经超过了300Mbps，今年流量增幅达189%，而流量的平均资费下降了55%，快速好用的4G网络发展切实满足了广大网民迫切需要，也迎合了时代的潮流。

4G网络覆盖95%浙江人口，4G+最高网速超过300Mbps

从城市的各个角落到乡间的田头，从高楼到地铁，从山岭到海面，从穿梭的人流到奔驰的高铁，在浙江，无论是人口密集的地区还是人迹罕至的地域，已经都实现了移动4G覆盖。

据悉，目前浙江移动4G基站已经达到8万个，实现了4G网络的“村村通”，4G网络覆盖了全省各大城市、景区、乡村和交通干道，覆盖95%以上的人口，4G发展水平居全国领先。而在广度覆盖的同时，浙江移动通过多项措施加强4G网络优化的深度拓展，以用户感知为导向，不断提升网络品质，提升了室内覆盖、高铁覆盖、精品区覆盖等网络体验与感知。

在此基础上，浙江移动继续探索网络性能的升级与改善，在全国最早启动了4G+的试验与部署。8月17日，浙江移动再次刷新人们对于4G网速与性能的期待，正式对外宣布“4G+高清语音和4G+网络加速”商用，其中“4G+网络加速”采用了国际领先的载波聚合、

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

MIMO等技术，使得4G最高网速突破至300M以上，“4G+高清通话”采用了国际领先的VoLTE技术，具备呼叫等待时间更短、音质更好、视频通话更清晰的特点。目前“4G+高清语音”主要开放杭州地区客户使用，并将在年内推及至全省，“4G+网络加速”则实现了全省11个市同步商用。

位于杭州的夏女士在听说300M以上网速的“4G+载波聚合”业务后，立即到营业厅申请开通了该业务，通过购买指定款的华为手机，极速网络的体验让她觉得非常咋舌，下载一部1G大小的高清电影，一般只需要20几秒。她表示，没想到移动网络的网速提升这么快，现在用固定宽带都不习惯了，觉得还是4G用起来爽多了。

流量资费此番再将大幅下降，多重优惠陆续开始

移动4G为何自商用以来就受到这么多客户的青睐?好用、实惠、网速快、手机选择也多、移动服务各方面都不错……这些评价被人们口口相传，形成了移动4G的口碑效应。

从资费方面来说，4G资费经过中国移动的多次调整，其价格已经大幅降低。2014年经过大幅下调资费后，1GB流量下降到了50元，比以前下降了一半。2015年6月始，为了响应国家关于“提速降费”的号召，浙江移动根据集团统一部署推出多项降费举措，包括流量优惠、假日套餐等。

浙江移动工作人员介绍说，自9月下旬起，浙江的4G客户还将感受到更大力度的降费举措，首先是全省移动数据流量资费标准统一从1元/MB(套餐外)下调至0.29元/MB，降幅超过70%，其次是飞享套餐优惠升级，50元1GB的价格升级至50元2GB(1GB全天流量，赠送1GB月夜间流量，时间至2016年6月)。

除了资费下降让客户开心外，移动4G各方面的完善服务让客户也能倍感省心。为了让客户能自我控制流量，浙江移动提供了“加油包”、“流量安心保”等多项保护措施，用户不仅能实时收到流量自动提醒，还可以根据自身情况进行4G自动加油服务，客户支付套餐外资费10元，就可自动免费加油至100M，相当于只要0.1元/M，切实保障了流量资费的随心可控。此外，流量安心保服务还能使得开通4G上网功能的客户，在使用套餐外流量时按照60元/GB封顶，超量更安心。

在终端方面，移动4G终端已经成为市场主流，目前已经有百余家厂商的近千款终端支持移动4G，包括苹果、三星、华为、HTC、NOKIA、中兴、联想、酷派等国内外多个品牌，而iPhone6S、三星
S6、华为MateS等不同型号的手机都受到客户的强烈关注与追捧。日前浙江移动已经开启了iPhone6S的预约，销售火爆场面不减当年。此外，支持“4G+高清语音”和支持“4G+网络加速”的手机阵营也日渐庞大，预计年底将各自达到20多款的规模。

为了进一步回馈客户，浙江移动自9月下旬起将陆续开展多项优惠促销活动，包括4G终端超值购活动：即用户新购指定机型，更换4G
USIM卡，每月保底不同额度消费，即可对应赠送300/500/800元不同额度话费，同时可再

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

享受两个月每月3GB流量的赠送。如果客户到各大营业厅还可以参加“感恩充值送活动”，即预存一定额度的话费就赠送话费或缴费卡。

“互联网+”搭建创新平台，4G应用如虎添翼

在浙江临安有一个盛产山核桃的白牛村，2014年因为村里通起了4G网络，一时间做起网络销售的农民多了起来，因为打开了销路，山核桃的收购价从原来的20多元一斤涨到了30多元，2014年村里网上销售的金额达到2.2亿元，农民的钱袋子鼓了起来。

在宁波有名的青蟹规模养殖基地一市镇，通过蟹塘中心的移动4G监控装置，养殖户能在4G手机上随时接收到养殖场里的信息，并能根据接收到的蟹塘内水质、温度、青蟹活动的信息，按需控制饵料、抗病毒试剂等投放。这使得蟹农们养出来的青蟹个个脚爪圆壮、肉质鲜美。如今村民们通过4G手机还在淘宝和青蟹网卖起了螃蟹，通过4G手机直接视频让客户看货、挑货，青蟹生意做得越来越红火。

4G网络的创新技术不仅帮助农民实现“互联网+”梦想，打开网上销路，实现农业生产自动化，同时，也越来越快地渗透到各行各业，加速了各大产业的“互联网+”式的革新。

在浙江，当你想看病时，你拿起手机，就可挑选预约医院和科室，页面即显示相关专家的个人简介、地图导航及现场诊疗指南，注册用户点击可预约挂号的医生和时间段，即可预约挂号成功。当你想关心孩子教育时，可以拿起手机加入到集家校互动和在线教育于一身的平台——

和教育，刷一刷App里的“圈子”，看看老师分享的动态，家长便能了解孩子在校表现，还可以在线与其他家长交流育儿经验。此外，用4G手机察看“透明厨房”的实时情况，碰到车祸可以用手机远程报损，城管工作人员可以通过4G监测设备实时了解城市各处角落的治理情况……4G已经渗透到了生活方方面面。

日前，浙江移动对外发布了“互联网+”能力开放战略，明确了浙江移动将利用先进快速的网络，立足“互联网+使能者”的定位，要为合作伙伴和政企客户迈向互联网+提供全方位的能力支持和资源共享，促进互联网和全产业链的融合。据悉，凭借4G超强的支撑能力，浙江移动目前在“互联网+”能力方面走在了全国前列，云平台建设迅速，具备了基于大数据的深度洞察能力，4G的突飞猛进更加使得“互联网+” 变革如虎添翼。

来源： 通信产业网2015年09月18日

海外借鉴

英国电信中国区新掌门解读战略

在大连达沃斯论坛期间，英国电信上任半个月的中国区董事总经理何伟勤首次公开亮相并接受了《人民邮电》报记者的专访。他对记者详细阐述了英国电信未来在中国的发展战略，并对国内的诸多热点话题逐一进行了解读。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

经济转型带来新增点

“‘互联网+’其实是一个全球的大势头，都是这样往大方向走的。”对于国内热议的“互联网+”，何伟勤做出了这样的表述。

作为英国最大的电信运营商，英国电信在本地已经推出了很多服务和产品。“从中国市场来讲，中国的电信业要跟上外国发展的步伐，我觉得暂时还是有点距离的。”英国电信此前在中国的医疗、物流、零售等领域都推出了最新的解决方案。

但何伟勤依然看好中国的增长空间，“其实（中国）经济滑落，我认为是正常的。就像一个人走路，用很快的速度走了一段时间，他也要慢下来，让自己休息，恢复体力才能再跑。所以我觉得中国的经济比较乐观。”相反，中国的经济转型让何伟勤看到了增长的机会。他透露，在中国，客户的需求也在发生变化。以500强企业来说，这些跨国公司进驻中国是为了加快发展，他们的投资额度并没有因为宏观经济的影响而减少，而是对于采购的产品价格和质量把关更严，也就是说花钱越来越注重实效了。为此，只要运营商的服务保持高水准，就会赢得客户的青睐。“以前是靠生产业去推动经济，未来都是以需求来推动。”这意味着，只要运营商的产品和服务质量过硬，就会获得用户的选择。“我反而觉得英国电信有希望占领更大的市场。”

整合云服务是未来重点

云服务是当下的一大热点，何伟勤也格外看好这一市场。今年4月，英国电信推出独具特色的“云中云”服务，将大型企业的公有云、私有云、混合云整合到一起，实现了不同云系统之间的融合。

据介绍，英国电信的“云中云”服务，可以令世界各地的企业不必受限于其服务器托管的所在地，服务器托管可以是在自己的私有云端、英国电信的全球云平台，或是基于其他领先云服务提供商的平台。

之前IDC的专业人士曾经指出，“一刀切”并不适用于云服务。企业未来将会在多元化的IT环境下运作，并将越来越依赖于各类供应商所提供的基于云技术的服务。因此，企业客户需要支持解决方案定制的异构云框架，从而能够在“多云”环境下安全地整合与管理IT资源。而英国电信的“云中云”则被认为能够很好地引导企业进入下一代的联合云IT。

据何伟勤介绍，为了实现“云中云”，英国电信的一个团队花了一年的时间来研发调试，目前客户口碑很好。他表示，非常愿意跟国内的云服务商合作，与阿里巴巴的合作正在洽谈中。

借助合作实现业务落地

像许多外商一样，长期以来，英国电信都希望能更深入地参与到中国市场中来。此前，上海自贸区对外资开放增值电信业务。何伟勤透露，英国电信正在积极申请增值业务牌照。而在牌照到手之前，通过合作实现业务的落地是英国电信的首要选择。“拿到

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

中国电信增值服务牌照的那些企业，都是我们合作的目标。当然也包括一些提供云服务和数据中心服务的公司。”

今年4月15日，英国电信与中国唯一一家具有亚太区多方通信服务能力的远程商务协作通信服务商全时公司签订五年合同，全时将在中国为其客户提供英国电信的电话会议解决方案。英国电信之所以选择全时作为其中国合作伙伴，除考虑到全时在国内电话会议市场拥有强势的市场份额、稳定的技术、产品及服务外，主要就是希望借助合作解决其不具备相关资质的短板，助其业务在中国落地。

何伟勤透露，公司还有很多优质的业务，希望能将其引入中国，比如基于MPLS的解决方案、网络安全方案等。一切只待牌照到手。

来源： 《人民邮电报》2015年09月16日

美国运营商传统补贴模式宣告结束 廉价手机厂商迎来新机会

2015年8月，美国移动运营商Verizon决定取消两年期合约以及移动设备补贴。从现在开始，Verizon的新用户必须自带设备，或者对一款设备进行提前全额支付，再或者通过Verizon的分期付款计划（EIP）购买设备——

此前这一计划被称作“Edge”，现在则被称为“设备按月付款”。这样一来，Verizon就走了与T-

Mobile一样的路线，后者在2013年就取消了两年期合约。此举标志着Verizon对分期付款计划态度的显著转变，并从根本上巩固了传统的移动设备补贴模式在美国市场的终结。

Verizon改变对分期付款的态度

Verizon对取消两年期合约以及结束补贴设备的态度的改变，是非常重要的。因为当2013年美国所有主要运营商在早期设备升级服务中推出分期付款计划时，Verizon对此是非常不看好的，并表示分期付款不太可能在其用户当中受欢迎。但是当时Verizon还是提供了分期付款服务，称其愿意给用户这样的选择。

在过去的几个季度，Verizon的分期付款真正开始获得吸引力。随着这一情况的发生，Verizon逐渐改变了其服务计划的条款，减少了一些消费者能够享受的优惠。它在去年开始逐渐取消补贴，并在6月做出了一个重大改变，取消了早期设备升级优惠，实际上开始将设备升级计划转变成了一个纯粹的设备购买项目。Ovum认为，这是Verizon抑制其分期付款服务受欢迎程度，并引导用户重回传统的两年期合约计划的一种手段。

不过，发生在Verizon身上的事情也证明，即使你是一家美国无线市场的领导者，也不能幸免于竞争和违背占据主导地位的消费者喜好。今年8月，Verizon决定停止提供补贴设备的传统两年期合约，并且仅提供通过全额付款购买或者通过分期付款购买的设备。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

T-
Mobile是美国第一家取消补贴设备传统两年期合约的主要运营商（2013年），而Verizon则是第一个正式跟进T-
Mobile脚步的主要运营商。此外，尽管AT&T和Sprint仍在提供补贴设备的两年期服务合同，但两家运营商也一直在大力推动其他的购买设备选择。

AT&T一直在推动其Next EIP和移动共享价值计划（Mobile Share Value Plans），2015年第二季度增加和升级的所有后付费智能手机用户中有68%使用了Next EIP服务。Sprint也提供分期付款计划，但是它一直在大力推动设备租赁服务，尤其是通过其新的All-
In无线计划，2015年第一季度51%使用新设备的Sprint用户都是通过租赁模式实现的。

很显然，美国无线服务市场正在逐渐快速地远离补贴。Verizon的决定，基本上就是对美国无线市场传统的补贴模式宣告死刑。随着Verizon宣布两年期合约的结束，Sprint公司CEO也已表示，该运营商到今年底也将取消合约。不过，Sprint相较于分期付款模式更倾向于租赁模式，该公司CEO证实，未来该运营商将完全转换至租赁模式。AT&T在过去也表示，它计划在某一时间取消合约，并且现在其第三方零售商已经仅能通过分期付款或提前全额支付来销售设备。

补贴的消失将如何改变消费者行为？

Ovum北美和南美地区高级分析师Kristin Paulin认为，在客户承诺和流失率方面，在新模式下不会有太多的改变。现在，大多数没有使用补贴设备的用户倾向于通过分期付款而不是提前支付进行设备购买。

这意味着，用户们是被锁定在一个针对设备的合约中，而不是针对服务的合约。用户们在完成全额支付设备费用之前是不能离开运营商的（因此服务协议也是如此）。

如果一个用户通过分期付款购买了一部649美元的设备，并在仍有400美元没有偿还的情况决定更换至另一家运营商，那么用户必须全额支付完这400美元才能离开。这一数字高于美国运营商两年期服务合约的通常交易金额，但有效地将合约从服务转向了设备，而不是取消了它们。

不过，携带自有设备选择正越来越受欢迎，这种模式不会将客户锁定在任何类型的合约当中。

分期付款带来的最显著的变化是透明度。消费者们现在清楚地意识到设备的实际零售成本。但是这样的透明度似乎并未对消费者行为产生很大的影响。价格可能令很多用户震惊，但是通过无利息分期付款，成本随着时间的推移就被分散了，再加上服务套餐费用的降低和推动服务价格下降的不间断的竞争，由此产生的每月账单似乎仍然是可以接受的。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

向分期付款的转移，的确是为那些生产廉价设备的手机厂商在市场上获得吸引力打开了机会。对于一些用户来说，价格敏感度总是会存在的，关于设备价格的透明度也向消费者显示出移动设备存在着广泛的价格点。

尽管传统的补贴模式正在从美国市场消失，但这可能并不意味着补贴永远的终结。在未来几年里，可能我们会再次看到运营商们开始重新推出补贴，作为一种吸引用户的竞争性手段。但是在现在，市场的聚焦点是分期付款。

来源： C114中国通信网 2015年09月21日

诺基亚华为将承建欧洲最大两网合并项目

西班牙电信（Telefonica）集团旗下德国子网移动运营商O2和荷兰KPN旗下德国子网E-Plus历时2年的两网合并项目落下帷幕。

据最新可靠消息，这场欧洲电信行业史上最大规模的网络整合项目，历经德国和欧盟审批，西班牙电信公开招标并做出战略决策，最终结果出炉——取消原E-Plus现网供应商5年全网管理服务合同，整合后的网络设备将由诺基亚和华为提供，包括2G、3G、LTE及核心网在内的全网端到端解决方案，以帮助合并后的西班牙电信德国取得领先的网络优势。

合并前的O2和E-Plus在德国移动市场分别排名第三和第四位，在移动渗透率超过130%的德国移动市场面临巨大的竞争压力。两家运营商在数年前即开始了合并谈判，2013年7月，西班牙电信宣布收购E-plus，并于2014年7月获得了欧盟的批准，最终以86亿欧元（C114注：约合113.5亿美元）完成并购。合并后的两家运营商移动用户数达到4261万，占德国移动市场近40%的市场份额，超过沃达丰（Vodafone）和德国电信T-Mobile，一举成为德国最大的移动运营商。

如何实现两网平稳整合、优先保障高端用户的体验，是考验运营商的关键。由诺基亚和华为提供的全网端到端解决方案不仅确保了整合过程中用户体验不下降，而且在完成对原E-Plus无线基站搬迁改造后，还将带来法兰克福、慕尼黑、柏林等话务繁忙区域的吞吐量大大提升。此外，网络平稳整合的同时，通过加快LTE部署，提供两网MOCN协同、三载波聚合及支持4.5G平滑演进等关键技术，进一步提升网络KPI及用户体验。

未来，西班牙电信德国将携手诺基亚及华为共同打造德国、欧洲乃至全球技术最领先的移动网络。具体信息有待进一步向官方渠道求证。

来源： C114中国通信网2015年09月22日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

拥抱超宽带:西班牙电信一年新增百万本土FTTH用户

话音时代渐渐走向尾声，电信运营商迫切需要重构自己的业务、网络和用户，以转型应对随数字时代而来的机遇与挑战。而西班牙电信（Telefonica）在这方面已经走在整个业界的前列，它通过部署基于光纤到户（FTTH）的超宽带网络以支撑层出不穷的新技术新应用，又通过“Fusion”捆绑业务特别是视频填充来促进用户需求，走出了一条新路。

过去一年中，西班牙电信在本土市场的FTTH用户增长了100万之多，相当于前三年发展的数量之合；与此同时，截止到今年第二季度，其付费电视（PayTV）用户规模也达到了220万户，是上一年同期的1.8倍。基于超宽带的新业务模式不仅有效拉动其用户增长，还显著提升了盈利能力——今年上半年，西班牙电信利润同比翻倍达36.93亿欧元。

西班牙宽带产业格局

西班牙宽带产业发展相当迅速，在欧洲范围亦属领先，这既得益于政府的全方位支持，也离不开该国宽带市场上的充分竞争。

2013年，西班牙政府提出数字化议程，希望以此推动高速网络的部署，并出台各项电信业法律法规，为全面宽带计划提供政策上的助力、为用户提供体验保障。同时，政府还提供预算补贴，结合欧盟资金拨配，在宽带建设上的投资超过了1.7亿欧元。

根据全面宽带计划，到2020年，西班牙将实现30Mbps以上网速宽带的全面覆盖，以及100Mbps以上网速宽带覆盖超过50%的家庭。目前，西班牙FTTH网络已经覆盖35%的人口，较之欧洲平均水平高出了5%。

“宽带作为社会基础设施是我们必须提供的服务之一，希望尽快实现全民覆盖。”西班牙通信部网络和电信运营商副部长Jose Angel Cabrera Garcia称。他表示，西班牙的FTTH实践已经被作为一个成功案例来研究，以推动欧洲其他国家和地区的部署。

西班牙市场有1260万家庭宽带用户，渗透率达到91%。西班牙电信作为本土运营商占据45%的市场份额，连接了超过590万宽带用户，处于绝对领先地位。但在同时，它也面临着竞争对手的强力挑战——

当地从事固定宽带接入的运营商众多，用户较多的玩家就包括沃达丰（20%）、Orange（15%）和Jazztel（12%），竞争呈白热化趋势。

为了在已经达到饱和的市场上吸引用户，这些运营商纷纷在带宽扩容、业务创新和用户体验上做文章。而当一家运营商作出突破后，很快也会引发连锁效应，这不仅刺激了整个宽带产业的发展，普通消费者也因此最终获益。

西班牙电信的超宽带转型

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

创立于1924年的西班牙电信是全球范围最顶尖的电信公司之一，主要运营于西班牙本土和拉丁美洲市场。其最新《福布斯》财富500强排名在全球运营商中名列第八，用户规模亦稳居前十。

西班牙和拉丁美洲的电信消费水平并不高，之所以能够创造出如此骄人的业绩，与西班牙电信总是能够顺应市场趋势并快速作出反应息息相关。早在全球宽带产业起步之初的2008年，这家运营商就确定了FTTH战略，并规划了宏伟的发展计划。

而面对汹涌而来的数字化大潮，西班牙电信更是主动拥抱超宽带，将之作为优先级最高的战略大力投入。就在今年，它推出了下行速率达300Mbps的西班牙最高速宽带网络，并捆绑视频等多项业务，形成差异化的业务体验，引导用户向光纤网络迁移，由此在本土市场创下了一年新增100万FTTH用户的佳绩。

虚拟现实、人工智能等各种面向未来的技术创新对带宽需求呈几何级数增加，而4K视频、云服务将彻底激发对超宽带的诉求。在刚刚于马德里举办的2015年超宽带高峰论坛上，联合国宽带委员会副主席、国际电信联盟秘书长赵厚麟和西班牙电信首席技术官Enrique
Blanco均指出，超宽带产业已进入历史最好的发展阶段，将成为各国经济发展的驱动力。

在FTTH网络部署的过程中，这家运营商也同样遇到了各种难点。比如在当地有着众多历史悠久的建筑和旧楼，令光纤“入户难”更为突出，“最后100-
150米”成为难以逾越的鸿沟。经过与合作伙伴为期三年的针对性联合创新，西班牙电信成功以ODN预连接解决方案找到了解决之道——
该方案采用航空连接头技术，用快速连接取代了传统人工熔接，预连接入户缆即插即用，既成功解决了没有入户管道的难题，也极大地提升了工程施工效率（连接用户所需时间减少20%），同时环境适应性亦极强。

在市场层面，西班牙电信大力实施融合商业转型，以牵引用户需求、推动商业发展。2012年，该公司联合合作伙伴推出了固移融合的“Fusion”业务，2015年又率先推出智慧家庭服务，实现了5-
play（语音、宽带、IPTV、移动、智慧家庭）概念，利用综合业务包赢得竞争优势。而正是受此影响，西班牙电信圈又经历了一轮并购热潮，沃达丰以72亿欧元收购西班牙最大有线电视运营商Ono公司、Orange亦将宽带服务商Jazztel纳入怀中，从而实现综合业务运营。

据当地电信业专家介绍，这种捆绑有利于形成整体优势、应对OTT冲击。西班牙电信在转型方面提出的口号“Be
More”非常有进取心，通过建设超宽带和不断丰富家庭业务包，以网络为基础、以市场为牵引，实现了商业上的正循环，一步一脚印地由传统运营商迈向数字化运营商。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

聚焦视频带来绝佳体验

作为后话音时代的“杀手级应用”，视频是西班牙电信5-play中的核心，亦是其业务转型的方向。

西班牙电信一方面藉由收购Canal+、购买西甲/欧冠联赛独家直播权获得了大量优质视频资源，另一方面在推出300Mbps宽带接入的同时，亦宣布向用户提供4K视频业务。

正如西班牙电信首席技术官Enrique Blanco所言，只有提供绝佳的用户体验，方能赢得用户的肯定，而西班牙电信在满足最基本连接需求的基础上，围绕视频业务竭尽所能为用户提供绝佳体验。

“我们既谦虚又很骄傲是这个行业的一份子，每天我们的工作都围绕于提供绝佳服务体验而展开。我们要在业界走在最前列，必须满足用户数字化生活所需，我们正通过大数据等方式主动了解其需求。无论运营商还是其他业内公司都不能停下，要抓住每分每秒，确保用户获得最佳体验、在使用服务时不会受到侵犯。”他说。

同时，视频也是填充带宽的最佳业务。得益于4K电视和机顶盒的迅速普及、4K内容的日益丰富，以On-Demand方式收看4K视频已经成为消费者的基本需求。而一部4K电影大小为数十至数百G不等，在线收看视频至少需要30-50M带宽，流畅观看更需要100M以上，若加上多屏或多房间需求则需要更高的带宽保障。

4K亦并非终点，面向未来还有8K乃至更高清晰度的视频业务。第三方预测认为，到2020年，8K将成为基本需求，这就要求网络必须具备提供1G带宽的能力，对西班牙电信这样的运营商而言，这也意味着继续拉升ARPU值、创造竞争优势的新机会。

来源： C114中国通信网 2015年09月21日

比特币被正式纳为大宗商品 将接受正规监管

处于平静期的比特币迎来了美国的正式监管。据报道，美国商品期货交易委员会日前已正式将比特币（BitCoin）归为大宗商品，这意味着比特币期货及期权要符合相关规定并接受正规监管，交易行为将须遵守所有大宗商品衍生品市场规则。

据悉，比特币作为数字货币始于2009年。它的价格在2013年曾暴涨超过6000%后达到巅峰，逼近1250美元。之后由于中国监管层对比特币交易加以严格控制，比特币出现了价格暴跌。

虽然比特币暴涨暴跌受到了不少人的质疑，不过比特币及区块链技术凭借匿名性、去中心化交易等优势也受到了包括高盛、摩根大通、瑞士信贷在内的全球最大9家投行的青睐，有望扩大这一比特币底层技术在金融行业的应用。火币网联合创始人杜均表示，对比特币的新定位，有望帮助比特币步入一个新的有序发展阶段，促成比特币行业的合规竞争。这一定位也将揭开比特币从极客概念迈向大众投资品的序幕。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

来源： 《北京商报》2015年09月21日

美国运营商传统补贴模式宣告结束 廉价手机厂商迎来新机会

2015年8月，美国移动运营商Verizon决定取消两年期合约以及移动设备补贴。从现在开始，Verizon的新用户必须自带设备，或者对一款设备进行提前全额支付，再或者通过Verizon的分期付款计划（EIP）购买设备——
此前这一计划被称作“Edge”，现在则被称为“设备按月付款”。这样一来，Verizon就走了与T-
Mobile一样的路线，后者在2013年就取消了两年期合约。此举标志着Verizon对分期付款计划态度的显著转变，并从根本上巩固了传统的移动设备补贴模式在美国市场的终结。

Verizon改变对分期付款的态度

Verizon对取消两年期合约以及结束补贴设备的态度的改变，是非常重要的。因为当2013年美国所有主要运营商在早期设备升级服务中推出分期付款计划时，Verizon对此是非常不看好的，并表示分期付款不太可能在其用户当中受欢迎。但是当时Verizon还是提供了分期付款服务，称其愿意给用户这样的选择。

在过去的几个季度，Verizon的分期付款真正开始获得吸引力。随着这一情况的发生，Verizon逐渐改变了其服务计划的条款，减少了一些消费者能够享受的优惠。它在去年开始逐渐取消补贴，并在6月做出了一个重大改变，取消了早期设备升级优惠，实际上开始将设备升级计划转变成了一个纯粹的设备购买项目。Ovum认为，这是Verizon抑制其分期付款服务受欢迎程度，并引导用户重回传统的两年期合约计划的一种手段。

不过，发生在Verizon身上的事情也证明，即使你是一家美国无线市场的领导者，也不能幸免于竞争和违背占据主导地位的消费者喜好。今年8月，Verizon决定停止提供补贴设备的传统两年期合约，并且仅提供通过全额付款购买或者通过分期付款购买的设备。

T-
Mobile是美国第一家取消补贴设备传统两年期合约的主要运营商（2013年），而Verizon则是第一个正式跟进T-
Mobile脚步的主要运营商。此外，尽管AT&T和Sprint仍在提供补贴设备的两年期服务合同，但两家运营商也一直在大力推动其他的购买设备选择。

AT&T一直在推动其Next EIP和移动共享价值计划（Mobile Share Value Plans），2015年第二季度增加和升级的所有后付费智能手机用户中有68%使用了Next EIP服务。Sprint也提供分期付款计划，但是它一直在大力推动设备租赁服务，尤其是通过其新的All-
In无线计划，2015年第一季度51%使用新设备的Sprint用户都是通过租赁模式实现的。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

很显然，美国无线服务市场正在逐渐快速地远离补贴。Verizon的决定，基本上就是对美国无线市场传统的补贴模式宣告死刑。随着Verizon宣布两年期合约的结束，Sprint公司CEO也已表示，该运营商到今年底也将取消合约。不过，Sprint相较于分期付款模式更倾向于租赁模式，该公司CEO证实，未来该运营商将完全转换至租赁模式。AT&T在过去也表示，它计划在某一时间取消合约，并且现在其第三方零售商已经仅能通过分期付款或提前全额支付来销售设备。

补贴的消失将如何改变消费者行为？

Ovum北美和南美地区高级分析师Kristin Paulin认为，在客户承诺和流失率方面，在新模式下不会有太多的改变。现在，大多数没有使用补贴设备的用户倾向于通过分期付款而不是提前支付进行设备购买。

这意味着，用户们是被锁定在一个针对设备的合约中，而不是针对服务的合约。用户们在完成全额支付设备费用之前是不能离开运营商的（因此服务协议也是如此）。

如果一个用户通过分期付款购买了一部649美元的设备，并在仍有400美元没有偿还的情况决定更换至另一家运营商，那么用户必须全额支付完这400美元才能离开。这一数字高于美国运营商两年期服务合约的通常交易金额，但有效地将合约从服务转向了设备，而不是取消了它们。

不过，携带自有设备选择正越来越受欢迎，这种模式不会将客户锁定在任何类型的合约当中。

分期付款带来的最显著的变化是透明度。消费者们现在清楚地意识到设备的实际零售成本。但是这样的透明度似乎并未对消费者行为产生很大的影响。价格可能令很多用户震惊，但是通过无利息分期付款，成本随着时间的推移就被分散了，再加上服务套餐费用的降低和推动服务价格下降的不间断的竞争，由此产生的每月账单似乎仍然是可以接受的。

向分期付款的转移，的确是为那些生产廉价设备的手机厂商在市场上获得吸引力打开了机会。对于一些用户来说，价格敏感度总是会存在的，关于设备价格的透明度也向消费者显示出移动设备存在着广泛的价格点。

尽管传统的补贴模式正在从美国市场消失，但这可能并不意味着补贴永远的终结。在未来几年里，可能我们会再次看到运营商们开始重新推出补贴，作为一种吸引用户的竞争性手段。但是在现在，市场的聚焦点是分期付款。

来源： C114中国通信网 2015年09月21日

爱立信创新加速物联网普及

遍布全球的物联网（IoT）网络在过去的20年间已经建立，它提供了必要的网络覆盖、安全性和可靠性。物联网将人们连接起来，并使周围的事物变得智能化。蜂窝网络已

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

经覆盖了世界上90%的人口，但即使有了网络，仍有许多限制IoT大规模普及的因素存在。爱立信借助新的软件升级套件以及生态合作体系的进步发展来应对这些挑战，加快IoT普及，从而惠及整个行业以及广大消费者。

OrangeLabs Networks高级副总裁Alain Maloberti表示：“物联网潜力巨大，我们致力于与重要的IoT公司合作，支持那些能够改善消费者与企业客户日常生活的创新，我们很高兴看到爱立信携手生态合作体系领导者们，解决成本、覆盖和电池使用寿命问题，正是这些问题阻碍了IoT应用的大规模普及，这仅仅是一个好的开始。”

SK电讯高级副总裁兼网络研发中心主管Park Jin-hyo表示：“我们的目标是推动移动网络发展的步伐，因此，我们积极发展5G技术，包括利用LTE演进和新IoT用例推动创新。连接是所有行动的基础，爱立信最新的创新成果能够同时提升网络和设备，让我们在韩国创造新的 IoT机遇。这些必将加快IoT的普及，进而利用IoT应用加速用户覆盖。”

IoT设备已经有2.3亿个M2M移动用户，但某些挑战限制了IoT大规模应用在各种用例中，这些挑战包括：IoT设备的成本、设备的电池使用寿命、偏远地区和大楼内部深度蜂窝覆盖等。

Machina Research创始人兼首席执行官Matt Hatton表示：“实现IoT的真正爆发，标准化至关重要，并且互联互通是关键所在。爱立信与英特尔等知名企业及其他IoT生态合作体系伙伴，如Altair、Sequans和Telit等携手合作，抓住机遇实现高效，同时推动设备和网络生态合作体系的同步发展。”

爱立信携手生态合作体系伙伴推出全新的网络软件16B，针对实现IoT大规模普及设计，该产品优势包括：

降低了IoT设备的成本——新软件支持LTE Category 0，以半双工的FDD制式提供的功能仅限于通用传感器和智能计量等IoT应用所必需的功能，这样能够降低复杂度，与Category 4相比，设备成本降低了60%。

延长了电池使用寿命——10年的电池使用寿命是5G技术的目标之一，爱立信推出了两种新的节能型软件，应用于现有的IoT 设备实现电池使用寿命10年的目标。

LTE &GSM设备节能模式是一个新的功能，它引入了深度休眠状态，而GSM不连续接收(DRX)扩展功能延长了非活动模式下的休眠周期。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

提高了室内覆盖——软件的扩展覆盖功能使GSM网络的室内覆盖能力提升了20 dB，使低速率应用的覆盖范围扩大了7倍。这样在偏远地区和大楼下较深的地点也可以使用IoT应用。

英特尔首席无线技术专家Ken Stewart表示：“面向智慧城市和工业的新IoT应用的大规模普及，连接是关键所在。英特尔致力于研发尖端新技术，并与生态合作体系伙伴密切合作，为IoT的迅速发展铺平道路。我们很高兴与爱立信合作，共同推动可部署在现有运营商网络上的解决方案，以及标准的普及。”

该软件版本支持服务优先级排序的附加功能，能够优化网络资源，同时解决IoT用例多样性问题。随着越来越多的IoT设备连接到网络，这些设备及其提供的服务能够进行排序变得至关重要，尤其是在话务繁忙时段。

GSM网络上IoT QoS准入控制支持对访问网络的设备进行优先级排序，例如，使医疗设备可以优先接入电力公司仪表，甚至还能暂时断开低优先级的设备，以减缓容量限制，LTE网络已支持此类功能。

爱立信高级副总裁兼无线业务部主管Arun Bansal表示：“我们正在借助现有的LTE和GSM网络加快IoT发展，旨在为广泛的新消费电子、工业及政府应用（从智慧城市到互连农场）奠定全球性的连接基础。与SK电讯和Orange等领先运营商客户以及英特尔等生态合作体系伙伴携手同心，共同打造端到端网络和设备解决方案，充分利用可靠的、全球可扩展的、标准化系统和服务的强大功能，这些创新帮助我们的移动运营商客户稳步迈向5G。”

Gartner预测到2020年，IoT将为各个领域带来1.9万亿美元的增值。爱立信在IoT转型的各个阶段都发挥了重要作用，从大规模部署到企业和业务流程、平台、云以及无线连接。

涵盖设备、服务和网络的充满活力的生态合作体系是IoT实现大规模普及的关键。爱立信携手领先的生态合作体系伙伴通过互联互通测试(IoDT)推动关键功能标准化，并帮助IoT设备快速投放市场。2015年美国无线通信展（CTIA Super Mobility 2015）于9月9日至11日在拉斯维加斯隆重举行，爱立信与主要设备生态合作体系伙伴在爱立信的#4322 号展位上展示借助爱立信新软件升级实现的IoT 解决方案。演示包括：

- 与英特尔合作展示GSM扩容
- 携手Altair和Telit在商用LTE芯片组/模块上展示如何借助节电模式延长电池使用寿命
- 与Sequans合作展示面向低成本设备、支持半双工的LTE Category 0原型

爱立信网络软件16B充分利用现有的LTE和3G网络，同时满足IoT特殊的要求。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

来源： C114中国通信网 2015年09月17日

外媒评德国Gigaset步入智能手机领域，市场可期

近日，德国媒体《商业日报》，对Gigaset这样有着160年通信历史的德国厂商进入智能手机领域进行报道，对其市场发展表示期待和关注。

谈到汽车或者制造，德国的工程技术令人钦佩。谈到智能手机，近日上市的德国Gigaset智能手机，市场预期令人期待。在大众、戴姆勒、宝马的家乡，这家慕尼黑通讯产品制造商以生产无绳固定电话著称，已在柏林消费电子展览会IFA上展出首次推出的三款智能手机，其优质技术、德国设计，已经让大家看到了老牌通信厂商的诚意和品质。

这样的老牌制造商敢于进军竞争激烈的智能手机市场，不是没有原因的。迄今为止，Gigaset
品牌在办公电话和电话机界已众所周知：这家原西门子旗下公司的数字无绳电话，连续多年全球销量第一。Gigaset品牌一直是无绳电话领域的高端品牌，这也预示其在智能手机领域的定位高端。Gigaset目前是拜仁慕尼黑全球官方铂金合作伙伴，跨界合作，也让Gigaset赢得了更高的国际知名度。

Gigaset CEO Charles Fraenkl
在接受《商业日报》一次采访时说：“我们视智能手机为未来合理的一步，我相信人们信任我们的源头、设计和工程品质。”

新发布的系列产品叫Gigaset ME，在欧洲最便宜的型号将售价大约350
欧元，最贵的要550欧元。

Gigaset手机纯正的德国设计及品质深受欧洲用户青睐。双面2.5D玻璃设计突显时尚，手感令人倾心。其指纹识别、优化的音频输出和快速充电系统也是很好的加分项。与电话系统连接的特殊功能，该公司也在持续更新中。我们也期待在智能家居领域，Gigaset能给大家带来更多的惊喜。

Gigaset CEO Charles Fraenkl
仍看到潜在机遇。“市场还是非常广阔的，人们总谈论的手机制造商为数不多。”总体上，智能手机在消费电子市场的销售额上占据了最大份额，而且销售额一直在增长。

35岁以上一代，占欧洲绝大一部分的人口比重，固定电话曾伴随他们成长，而且他们对Gigaset这一品牌名有认知关联，而且他们经济上比较宽裕。同时，中国也涌现出一批中产阶级，看重德国设计的。仅预计潜在客户群就有1亿人。在这样庞大的客户群上，Gigaset能否抓住用户，我们需要以积极的长远的观点来看，并且对其市场走向表示持续关注。

来源： 美通社 2015年09月17日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

爱立信携手英特尔和诺基亚致力于面向IoT的下一代无线连接

爱立信、英特尔及诺基亚日前宣布支持窄带长期演进（Narrow-Band Long-Term Evolution ，NB-LTE）技术，该技术是日益增长的物联网（IoT）细分市场理想的无线连接解决方案。

NB-LTE是广泛部署的4GLTE技术的一种优化版本，它部署成本低、简便易用、能效高，非常适合物联网细分市场。爱立信将与英特尔及诺基亚密切合作，及时开发并向市场推出NB-LTE商用所需的产品，以满足市场需求。

英特尔计划支持NB-LTE技术的商用，提供NB-LTE芯片组的路线图，并从2016年开始进行产品升级，实现超薄外形。这些产品将纳入英特尔日益增加的LTE产品组合中。

爱立信和诺基亚提供必要的网络升级，借助面向低功耗机器对机器通信的优化NB-LTE支持现有LTE网络的扩容。

英特尔平台工程部副总裁兼多通信业务部总经理Stefan Wolff表示：“我们非常高兴能与爱立信和诺基亚这两大世界领先的网络厂商合作进行下一波无线创新，使日益增长的物联网细分市场实现连接，并进一步借助NB-LTE技术，保持英特尔LTE产品组合和路线图的迅猛发展势头。”

爱立信副总裁兼无线产品管理业务部主管Thomas Norn表示：“蜂窝网络已经覆盖了全球90%的人口，充分利用这一全球覆盖规模，通过窄带LTE标准化支持并推动物联网的普及意义重大。爱立信与英特尔及诺基亚合作，不断推动生态合作体系加快物联网的发展，并为消费者、各个行业和政府广泛的新物联网应用构建坚实的全球基础。”

诺基亚网络产品组合策略和分析副总裁Stephan Litjens表示：“我们相信，建立一个关于NB-LTE的生态合作体系将加快物联网的采用。这一发展将为消费者带来诸多好处，例如，以更低的成本提升并改进设备的连接。这是诺基亚目标的另一个延伸，通过可编程的世界改善人们的生活，在这个世界中，几十亿人、事物、传感器和设备彼此互联。”

来源： C114中国通信网 2015年09月18日

十家运营商年分享百亿基金 政府推动美国农村宽带普及

美国“国库”大手笔助力宽带网入村。据悉，“连接美国基金”第二阶段补贴发放结果近日新鲜出炉。资料显示，此次共计10家运营商获得了未来6年的发展项目，年拨款额高达15亿美元（约合95.54亿元人民币），用以改善美国乡村地区家庭和企业的宽带接入服务，而首批服务对象为偏远地区的360万家庭和企业。如此算来，运营商共可获90亿

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

美元基金，乡村地区的宽带用户将迎来一笔大投资。不过，政府提供的补贴并不足以抵消运营商的建网成本，运营商还将自掏腰包，有望在未来数年给美国45个州和一个属地的730万乡村用户带去宽带服务。本文将探讨美国农村宽带普及的相关举措及现存问题。

FCC五方面支招农村宽带发展

近年来，美国一直致力于发展宽带，尤其是提速农村地区宽带的普及。

2008年，美国近28%的农村居民缺乏固定宽带接入，总人数达到了1900万。政府意识到农村宽带部署的重要性，宽带将给美国农村带来很大的发展潜力，于是提出了让所有美国人都能以可负担的价格接入宽带业务的宽带发展目标。

希望通过宽带的普及，改善儿童和成年人的受教育机会，让农村的孩子可接入与城市孩子一样的信息；电子医疗网可通过宽带业务挽救更多的生命，改善农村地区的医疗水平；对于农村的商业发展，宽带接入也是至关重要的，可创造新的就业机会、改善农民的技能；实现与全球市场的连接、为边远地区带来世界级的教育和医疗信息。

出于上述考虑，FCC推出了综合农村宽带战略，对农村宽带发展提出了如下建议：

一是实现联邦机构在政策、程序、目标资源方面的集成和协调，使相关政策、项目和服务更协调一致。

二是对现有的联邦农村宽带或农村举措进行整合。

三是在农村宽带解决方案和应用建设方面，建立联邦、州和地方政府政策制定者进行短期和长期需求评价。

四是确定专门的联邦机构项目和资源，更好的满足农村宽带需求，克服农村宽带部署面临的各种障碍。

五是确定农村宽带部署的目标和时间表。

五举措推进美国农村宽带普及

为了推进农村宽带的普及，美国采取了哪些措施？

第一，政府鼓励私人企业继续投资扩展和升级宽带网。

第二，政府通过美国经济复苏和再投资法，向不发达和尚无宽带服务地区发放了近80亿货款。

第三，FCC也开始大力推动国家宽带计划的实施，以及综合宽带计划的部署。具体举措包括：减少宽带部署的成本，比如：有线和无线设施孔洞和路权的成本；改善数据收集的方式，为政策决定提供更好的支撑。

第四，商务部下属的国家通信和信息管理局（NTIA）与FCC、各州的相关机构合作，建立的新的国家宽带地图，便于更好的了解农村宽带整体部署情况。

第五，FCC对普遍服务基金进行了综合改革，并采用了运营商间补贴（ICC）系统，这一系统类似于电话业务的补贴机制，通过运营商间的交叉补贴，刺激运营商投资宽带部署，包括建立先进、高效的基于IP的网络能力，进而提供话音、数据和视频业务。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

在普遍服务项目的支持下，经过6-7年的发展，美国农村宽带部署取得了很大的成果，宽带普及水平有了大幅度提高；数百万美国百姓获得了高速互联网接入；促进了美国农村经济发展；扩大的全国的在线市场、创造了新的就业机会和商业机会。

美国农村宽带部署存八大问题

根据FCC发布的2015年宽带推进报告，美国农村宽带部署仍存在不少问题：

其一，农村宽带整体部署的范围和速度仍存在问题。

其二，美国的宽带部署，特别是农村地区，仍无法跟上今天先进的、高质量的话音、数据、图像和视频业务的发展水平。

其三，17%的美国百姓还无法接入25 Mbps/3 Mbps的宽带业务，53%的美国农村百姓，总数为2200万，还未接入 25 Mbps/3 Mbps（城市居民中无法接入的比例仅为8%），农村和城市间的数字鸿沟依然存在。

其四，美国农村百姓中，20%无法接入4 Mbps/1 Mbps，比2011年下降了1%。31%无法接入10 Mbps/1 Mbps，下降了4%。

其五，生活在部落地区的美国百姓，63%无法接入25 Mbps/3 Mbps的宽带，总人数为250万。85%的农村部落居民缺乏宽带接入。

其六，63%的美属领地百姓无法接入25Mbps/3Mbps的宽带，总人数为260万。79%的美属领地百姓缺乏宽带接入，人数达88万。

其七，总体上，农村与城市采用25Mbps/3Mbps速率宽带的比例分别是28%和30%。

其八，全国范围内35%的学校仍缺乏光纤网接入能力和提供先进宽带支持的数据学习工具。

目前，美国政府呼吁私人和公共部门共同推动宽带的部署，让全美百姓都能享受到宽带带来的福祉。FCC还会广泛征求各方意见，希望能推进一些新的举措，加速农村宽带的部署。

来源： 《通信信息报》2015年09月16日

虚商接连布局国际漫游市场 异质竞争加速海外拓市

国际漫游市场正成为虚拟运营商的新领地。继与小米、奇酷手机合作推出国际数据漫游功能，提前占领了终端入口后，二六三近日再度联手众信旅游为出境商旅的中国客户提供全球漫游通信服务。这一联姻不仅首创了商旅专业渠道合作模式，更符合二六三“全球华人通信服务”虚拟运营商的定位。实际上，基于国际漫游丰厚的利润，众多虚拟运营商都在不约而同地进军国际漫游业务。但仅是简单地做语音、流量根本不能让虚拟运营商生存下去，通过异质竞争、创新推广方式、做好服务，则海外拓市成功机率更大。随着虚拟运营商试点期接近尾声，想要“存活于市”的虚拟运营商该召唤神龙了！

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

出海的风潮

出海，正成为虚拟运营商的重要战略。

虚拟运营商二六三通信近日宣布与众信旅游达成战略合作，面向出境商旅的中国客户推出全球漫游通信服务。借助双方的资源和优势，二六三可以快速实现海量用户规模的覆盖和积累，开辟可挖掘高ARPU值用户的海外市场。这可以说是二六三“全球华人移动通信服务”落地的里程碑事件。

不久前，二六三已陆续与小米、奇酷手机达成合作，推出国际数据漫游功能。通过CloudSIM平台+SoftSIM技术在手机终端植入虚拟SIM卡，用户出境无需换卡和携带随身MiFi，只需通过手机终端APP一键操作，即可享用本地化资费的数据上网服务。由此，二六三在抢占全球华人移动通信服务市场方面奠定了先发优势。

放眼我国的虚拟运营市场，进军国际漫游业务似乎已经成为一件时髦事。此前，鹏博士获韩国虚拟运营商牌照，并与韩国KT公司进行合作，针对中国赴韩游客群体推出了“鹏游卡”，“鹏游”手机卡已于6月1日在国内正式发售。

蜗牛移动也在今年7月的“2015世界移动大会·上海”上宣布推出国际免卡，主要提供两个服务：一是针对中国人到海外的出行或者商务通信服务；二是针对海外用户到中国的更加本地化服务。目前蜗牛移动推出的国际免卡主要面向美国、新加坡、韩国、日本、泰国、柬埔寨6个国家，近期还将拓展至全球45个国家和地区，后续国际免卡将覆盖全球逾百个国家和地区。

虚拟运营商纷纷将目光聚焦国际市场，无非是希望快人一步，提高品牌影响力，打通国际市场渠道，以为后市发展铺路，通过自身的技术创新、经营创新以及渠道创新去打造全球化的通信业务。

利润的诱惑

国际漫游的通信盘子有多大？

一方面，就规模而言，《中国游客境外旅游调查报告》显示，中国出境游热潮正不断席卷全球，中国出境游人数更是在2014年突破1亿达1.07亿人次，增幅为20%，且这一趋势仍在延续。另有数据显示，我国出境游人次每年保持20%以上高增速，至2020年有望超过5亿人次，国际漫游市场潜在容量或将超过200亿元。

毋庸置疑，中国出境旅游人群的整体趋势开始呈现年轻化、思想独立、精通科技和资金充裕等特点，他们对于数据流量有着旺盛的需求，而更为重要的是其ARPU值也非常可观。因而，作为通信市场的新进入者，虚拟运营商怎能与国际漫游丰厚的利润擦肩而过？

另一方面，就市场竞争而言，虚拟运营商进军海外，还面临着三大传统运营商的竞争。在“提速降费”的大背景下，今年以来，中国移动、中国联通和中国电信都已不同程度地降低了国际漫游资费，降幅高达80%-90%

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

具体而言，在国际及港澳台漫游资费方面，中国移动，自去年10月便面向全球143个国家和地区推出“3元/6元/9元流量包”，其中在18个国家和地区可以“30元/60元/90元包天流量随便用”。而近期，中国移动在“包天流量随便用”的适用国家和地区也有所调整，新增30余个，包含港澳台、日韩、新马泰、英德法、澳大利亚等。

中国电信，7月1日起，面向245个国家和地区大幅下调数据流量、通话和短信资费，其中数据流量资费全部下降至10元/MB以内，最大降幅超过90%。同时，国际漫游的语音和短信资费也有相应调整，其中语音通话资费最大降幅超过90%，短信资费最大降幅超过80%。

中国联通，自今年5月1日起调整为5元，针对80多个不同国家和地区分为5MB和3MB两档，此外，针对数据流量需求较大的用户升级了66元/日套餐和166元/月套餐，且推出崭新国际及台港澳漫游数据流量包天资费套餐，最低资费26元起，覆盖全球近70个国家和地区。

由此来看，虚拟运营商抢食全球漫游这块蛋糕将颇为费劲。

最后的冲刺

随着2015年渐近尾声，虚拟运营商的试点期也将结束。作为电信行业对外开放的样板工程，我国42家虚拟转售企业搅动了电信业的一池春水，市场从浮躁到规范，涉及25行业。然而，这些“鲶鱼”究竟能幸存几许？

纵观通信市场，虚拟运营商的情况并不乐观。虚商巴士在线被上市公司新嘉联并购一事终于尘埃落定，估值近17亿元。而这也是继虚拟运营商乐语通讯被宏图三胞收购之后的又一曲线上市的案例。

与此同时，近日市场传言，星美集团疑似因资金链断裂，星美集团副总裁张林苗已正式从星美集团离职，集团忍痛进行大面积裁员，旗下移动转售业务平台星美通信目前只能留下3-
5人勉强维系。尽管随后星美回应崩盘传闻称，现金充裕4G转售业务拟新增40成。但仍不免让市场忧心虚拟运营商的生存现状。

无疑，在距离大考不到4个月的时间里，虚商洗牌在所难免，优胜劣汰乃市场规律。其实，究竟有多少家虚商留下不是关键，关键是留下能提供什么。

就国际漫游市场而言，残酷的现实已经证明，仅是简单地做语音、流量根本不能让虚拟运营商生存下去。路是有的，但会很艰辛。虚拟运营商如何抓住最后一根救命稻草？异质竞争、创新推广方式、做好服务，则海外拓市成功机率更大。虚拟运营商亟需转变思维，借由4G时代的发展契机，修好护城河，尽快找到可持续的盈利模式。

来源：《通信信息报》2015年09月16日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

全球运营商提速5G 以速抢客或加重成本负担

手机上网速度将比4G快五十倍、下载30部电影只需一秒钟、每秒可传送1万亿字节数据、最高传输速度可达每秒数十G，对于网速“饥渴”的网民来说，这种情况的发生无异于在在做美梦，但如今这个梦离我们越来越近。美国移动运营商Verizon无线公司近日宣布，将从明年开始试用5G网络，2017年在美国部分城市全面商用。Verizon表示，该公司目前已经在马萨诸塞州的Waltham，以及加州旧金山的公司实验室中试验5G网络。

对于网民而言，网速是越快越好，Verizon加快推出5G步伐，无疑将会极大地吸引对高速网速有强烈需求用户加入。但就当下而言，过早的推出5G同样存在压力，须知无线通信技术通常每10年更新一代，2010年4G开始成熟并商用，若5G 2017年开始商用，无疑放弃了3年的收益期，面对前期4G的巨大投资，运营商的成本压力是巨大的。因而，在运营商行业整体增长乏力的状态下，运营商不应只依赖以速抢客，更应该在当下的个性化定制、流量经营的方面更有所作为。

运营商提速5G进程

此前，很多业内人士都预计5G技术要到2020年才能推出。然而，美国运营商却给众多渴望网速堪比“火箭”的网民带来福音。美国第一大运营商Verizon首席信息和技术架构师罗杰·古纳尼（Roger Gurnani）近日表示，该公司将在未来12个月实地测试5G技术，预计可在2017年部署商用。

Verizon介绍说，5G网络下，手机上网速度将比4G快五十倍。通讯延迟将减少到十毫秒。另外，5G网络也可以支持更多的上网和通信设备，尤其是支持各种内置上网装置的物联网和智能家居产品。Verizon表示，该公司目前已经在马萨诸塞州的Waltham，以及加州旧金山的公司实验室中试验5G网络。未来，该公司将会邀请大批移动通信设备制造商，研发相关的5G技术，其中包括阿尔卡特朗讯、三星电子、高通、诺基亚、爱立信、思科等。

而抢跑5G商用的显然不仅仅只是美国运营商，日本运营商软银同样在拼速度，在今年7月份中兴上海分析师大会上，软银统括部长北原秀文透露，软银将于2015年到2016年间，在东京大规模部署MIMO以及在部分站点部署Massive MIMO，到2020年大规模部署5G。

国内运营商同样对5G痴心不已，也已经开始对5G进行布局谋划。

5G快速到来真的好？

但静下心来会发现，无论是市场还是媒体亦或是运营商自身，对于5G的加速到来都非常期待，更恨不得一下子就投入到5G的怀抱中，然而，在这背后，运营商还需要有自己的考量。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

首先，网络建设负重难行。一张电信网络的投资回报周期往往都在7到8年左右，运营商建设4G的时间点距离上一次的3G网络也不过5年左右，这意味着还没等到3G盈利，运营商便开始4G建设，而4G投资回报期还没完，5G又开始着急上马，如此巨大的“透支建设”，将使运营商感到沉重的建设和运营压力。

其次，财报利润增长触及天花板。就拿国内的三家运营商而言，据权威部门统计，三大运营商在2015年4G建设投资将达到1000多亿元，净利润不断下滑。在2015年上半年运营商发布的财报中，出中国联通上半年实现净利润实现同比增长4.5%外，中移动和中电信均出现下滑，分别为0.8%和4%。

最后，“流量经营”挖掘深度不够。无论怎么掩盖，近些年，OTT企业对运营商的替代效应是不断加深的。虽然运营商也在不断尝试建设独立的互联网公司、联合互联网公司打造互联网金融、应用商店甚至是OTT应用，但最终结果都是收效甚微，难以触及核心。

借鉴：国内运营商发展需在三方面下功夫

面对一拥而上的5G，国内4G却还刚刚起步，运营商切勿好高骛远，而更需要踏实经营4G，之后再求突破。

首先，根据用户需求，提供差异化、定制化服务。运营商现在主要提供网络管道，类似于普通马路，未来如果能提供类似高速公路、高铁等多元的网络服务，让互联网企业有选择地享受这种服务，并付出合理费用，将使整个价值链实现多赢。

其次，加大宣传力度，扩大用户规模，实现规模效益。工信部数据显示，6月份我国移动互联网用户已突破9亿户，其中3/4G用户总数超过2.25亿户。可以预计，随着4G用户越来越多，规模效应的作用将明显体现出来，单位成本持续下降，流量费单价才会逐步下降。

最后，强化流量经营。一位行业分析师认为，电信市场的竞争不断升温，电信运营商也必须构建或完善自己的生态系统，流量经营自身则成为构建并黏合生态系统的关键性因素，对整合产业链、维系合作伙伴各方、扩大用户群方面起着举足轻重的作用。在竞争压力下，运营商须加快业务创新步伐，确立自己的差异化流量经营特色，进而实现商业模式的新突破。

5G网络即将到来令人兴奋，其前景也极具诱惑力。但各大运营商在忙于抢占5G市场的同时，也应该充分考虑到自身的现状，若是一味强求以速抢客，在竞争中无疑落在下乘，毕竟无论网速如何提高，运营商的核心经营理念还是用户经营，提高量是一方面，提高单位收入的“质”同样不可忘。

来源： 《通信信息报》2015年09月16日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

全球移动路由器年增两成 数据安全成最大雷区

全球移动热点路由器市场潜力巨大。近日，根据调研机构发布的最新数据显示，在2014-
2019年期间，全球移动热点路由器市场有望以21.12%的年均复合增长率进行快速增长。专家分析称，在移动性需求日益增长的情况下，人们对于便携式宽带设备的需求不断增长；同时随着LTE技术的逐步普及，运营商对移动宽带即用即付模式的不断完善，以及不断下调的电子设备价格，人们对大宽带移动设备需求也显著增加。

移动路由市场的前景巨大，引发各大移动路由设备厂商纷至踏入，在市场未来发展可期的背后是移动路由器本身存在的巨大安全隐患问题。在云计算和大数据时代，路由器对数据安全，隐私保护等都是用户关心的问题所在，如何解决此问题是影响各厂商市场表现的关键。

全球路由器市场整体向好

据市场研究公司Dell0ro
Group最近的研究报告显示，全球路由器市场在2015年第二季度接近历史最高水平，其中大部分的增长来自于超高端和核心路由器领域。

本季度核心路由器领域骄人的两位数百分比增长，主要是受到厂商们新的核心路由平台被采用率提升的推动。这些新的、更高容量的平台对于那些想要更有效部署100GE网络的服务提供商来说是必要的。

受路由器市场整体向好的影响，移动路由设备市场也成绩显著。近日，根据调研机构发布的最新数据显示，在2014-
2019年期间，全球移动热点路由器市场有望以21.12%的年均复合增长率进行快速增长。

移动路由器以其小巧、便携、易于扩展功能等优势正越来越受到用户以及厂商的关注。在使用感受上，其无线覆盖半径一般都可达到10米以上范围，远超智能手机所提供的热点分享覆盖范围。不仅如此，移动热点路由器在终端承载数量上也具备优势，一般可满足10台或更多终端的同时连网应用。而对厂商而言，将移动路由器内置电池成为应急充电设备；内置存储芯片成为移动硬盘等满足用户日常使用需求。

移动路由器市场正吸引着越来越多的厂商纷至踏入。目前，市场上主要的移动路由器供应商有：谷歌、华为、中兴、小米等。

华为最新上市的WiFiPlus主打高速传输和电池安全保护，并且为高端客户提供app管理程序。小米最新随身路由MF855是在原先MF815的基础上升级而来，支持4G全网通，内置了7800mAh电池用于充电。谷歌旗下首款路由器产品OnHub采用了桶状设计，支持802.11ac标准，可同时运行在2.4GHz和5GHz两种频率下，最高传输速率为1.9Gbps。

移动热点路由器市场将迎来新的增长期

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

在这个移动互联的网络时代，人们通过互联网获取资讯，进行网上娱乐和消费的需求越来越大。随时随地上网的迫切需求模糊了不同产品领域间的界限，高速传输、智能小巧的全能型上网设备必将是未来产品演变的趋势。

就像路由器到无线路由器，再到移动路由器，其演化过程已经清楚地表明，只有具备“移动性”的电子设备才是未来的演进方向，移动热点路由器市场无疑将迎来新的增长期。

如果说，以智能手机、平板电脑为代表的便携终端已经为移动互联时代做好了物质准备；而通信商们的各种无线、有线网络是无形准备，那么，连接这两者的移动互联上网设备则是最后的推进器。

随着WiFi终端设备的日益普及，加大了用户对无线路由的使用频率。用户可以摆脱固有的上网模式，随时随地享受移动宽带的乐趣。可以说，移动终端是为用户上网提供便利，而移动路由则是为这些移动终端能完成自己的使命提供保障，两者相铺相成，不断促进着移动互联网的使用感受。

当然，在享受移动路由无限畅快体验的同时，也离不开运营商在其中的作用，运营商提供了连接终端设备与移动路由之间的一张看不见的网。另外，移动电子设备价格正不断降低，并且可选择的移动电子设备越来越多,性能不断更新的移动电子设备倒逼着移动路由设备技术不断进步，这也是互联网时代产品客观规律下的必然现象，移动路由市场空间和潜力巨大。

“安全”成为未来防范重点

那么，看起来很美的移动路由器是否真得很美？答案是否定的，因为，不论无线路由器还是移动路由器都逃不开信息安全问题。黑客可以通过代码侵入路由器，并直接控制路由器，进一步发起DNS劫持、窃取信息、网络钓鱼等攻击，直接威胁用户网上交易和数据存储安全，使得相关产品变成随时可被引爆的安全“地雷”。

由于绝大部分用户只会在安装路由器时进行初步的简单设置，并不会定期检查路由器并刷新固件程序，所以路由器一旦被黑客入侵，用户将被“终身监视”。作为全新的网络安全威胁，路由器这个本来不起眼的“小东西”越来越多地成为安全盲区。

安全将成为未来路由器的主要特征。这毕竟关乎到用户的人身安全和财产安全，数据安全和隐私保护这些都是用户在使用路由器时最关心的问题。由此可见，安全路由器在未来的市场将是极其巨大，前景无限。但这需要厂商不断更新技术，提高路由器的防入侵能力，不断修补漏洞，增进防火墙功效等措施提升路由的安全防范能力。

来源： 《通信信息报》2015年09月16日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

东芝公司将进行大整顿 可能退出PC市场

日本家电大厂东芝(Toshiba)为推动公司结构改革，考虑关闭海外大型家电厂，媒体也盛传东芝可能退出个人计算机(PC)与电视机市场。

据台湾“联合新闻网”9月16日报道，东芝九成大型家电在中国、印度尼西亚与泰国生产，但在日元贬值的情况下，对日本市场来说，进口冰箱、洗衣机等家电的利润越来越薄。东芝会长(董事长)兼社长室町正志14日表示，海外大型家电生产中心必须整合。

东芝2015年度4至6月营收为1.3498万亿日元(约合人民币714.04亿元)，较一年前减少5%。拖累营收的是生产洗衣机、冰箱的家电事业，这个事业大亏206亿日元，金额远高于一年前亏损的51亿日元。

室町表示，东芝将整顿绩效不佳的事业，市场预计东芝将退出电视与PC市场。东芝为重新评估资产，已下修生产电视与PC的消费电子事业的估值。正如戴尔公司(Dell)执行长戴尔所预言，多数惨淡经营的PC供货商会在2020至2022年前退出市场。

据报道，东芝一度是PC市场要角，推出全球第一款量产笔记本电脑，但在中国制造商低价竞争下，东芝近年市占率节节败退。目前惠普(HP)、戴尔与联想的供应量合计占逾半全球PC市场。

东芝30日召开特别股东会议后，新管理团队将正式接掌公司营运。

东芝的结构改革拖延多时，室町表示，东芝可能在10月底或11月初公布一些具体改革，届时东芝将发布半年度获利数字。

报道称，日经新闻预言，东芝最可能退出PC事业，也很可能告别电视市场，摆脱硬盘机事业的可能性也不低。

来源： 环球网 2015年09月16日

英国移动通信巨头EE推出4G M2M业务

英国移动通信巨头EE公司9月10日推出了基于4G的M2M业务，目标客户是对视频分发、远程医疗、车载服务等感兴趣的人群，希望到2017年能吸引400万用户。

据悉，该业务名为“EE连接”，一系列联网终端和M2M应用可通过一个管理平台实现功能，并为此专设了一个用户服务小组。有意的企业可以通过EE的网站注册免费的试用业务。

截至第二季度末，EE网内共有210万M2M连接数，同比增长13.6%。该公司希望到2017年，这一数字能增至400万。同期，EE的4G网络将覆盖英国国土面积的90%，并将在英国的20座大城市推出LTE-A业务。

有专业人士指出，成为M2M领先服务商的核心因素有两个：规模和覆盖。为此，EE在M2M领域将面临沃达丰的激烈竞争。根据调研公司Machina的报告，沃达丰在全球M2M领域处于领先位置，规模巨大且有清晰的战略重点，并不断推出创新举措以巩固其地位。此

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

外，美国的电信运营商AT&T的态度也颇为积极。该公司此前参与成立了M2M全球联盟，汇集了德国电信、Orange、西班牙电信等众多电信运营商。

Machina称，全球M2M连接数到2014年年底为50亿，预计到2024年可望达到270亿。M2M收入也将从2014年的5000亿美元增至1.2万亿美元。

来源： 《人民邮电报》2015年09月17日

Yandex正式进入中国 亚洲首个代表处选择上海

俄罗斯搜索引擎巨头、门户网站Yandex日前宣布在上海成立中国代表处。这是Yandex在亚洲的第一个、独联体国家之外的第二个国际商业代表处（第一个商业代表处位于瑞士卢塞恩），旨在为中国品牌、商家和生产商在俄罗斯拓展业务提供“一站式”服务。

Yandex大中华区总经理蔡学峰表示：“近几年，几乎所有行业的中国商家都对俄罗斯兴趣大增。2014年，中俄网上跨境贸易额超过了20亿美元，接近两国跨境贸易总额的一半。而越来越多的商家也认识到互联网技术对于获取潜在客户的重要性。客户与市场的反应都清晰的表明，Yandex需要更贴近中国市场。”

据介绍，俄罗斯是欧洲国家中互联网用户数量最多的，且东西伯利亚、乌拉尔、远东地区用户数量还在飞速增长。尽管如此，俄罗斯的互联网渗透率远未达到最高水平。目前，俄罗斯有超过3千万在线消费者，其中一半去年在中国网店至少进行过一次购物，与上年同期相比增加了25%。服装与鞋帽、配饰与妆品、玩具与儿童服装、小工具与电子产品、飞机票与旅游服务这些都是最受俄罗斯消费者欢迎的中国商品。

Yandex是俄罗斯最大的网络广告平台，服务范围几乎涵盖所有行业，并覆盖了8000万俄罗斯互联网受众中96%的人。

Yandex方面表示，针对中国商家，其提供了一系列商业解决方案，包括Yandex.Direct（关键词广告系统）、Yandex.Market（俄罗斯最大的比价网站之一）、Yandex.Money（支付系统）。其中，超过1800万用户使用Yandex.Market从18000家零售商的推荐中挑选最佳商品。而Yandex支付则向中国商家提供接受俄罗斯用户各种渠道付款的解决方案，目前全世界已有超过76000家商铺使用该服务。

来源： 新华网2015年09月13日

IBM助力企业构筑未来IT架构 加速传统行业“互联网+”转型

以“架构未来

致胜互联网”为主题的IBM中国产业技术创新峰会日前在北京举行。IBM向现场近千名客户、合作伙伴与媒体阐述了IBM系统集团在“互联网＋”时代下，凭借领先的信息技术帮助传统客户构筑未来IT架构的核心能力。IBM大中华区总经理王天表示：“作为行业客户创新、转型过程中有价值、有能力、值得信赖的业务伙伴，IBM在‘互联网’时代下不断

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

推出新的行业解决方案，有针对性地满足各行业客户在新时代的新需求。一个面向未来的基础架构对于传统行业转型升级至关重要，IBM也希望扮演‘加号’的角色，成为连接传统行业和互联网的桥梁，从帮助客户奠定良好的技术架构做起，加速传统行业客户‘互联网’转型。”

“互联网 ”持续深化

传统行业面临挑战和机遇

在全球新一轮科技革命和产业变革的浪潮中，新兴互联网技术正对各国经济社会发展产生战略性的影响，实现互联网与业务的融合能够帮助企业获得广阔前景。IDC报告显示，全球64%的企业已成为数字化转型的探索者和实践者，他们希望凭借新兴应用和技术实现业务创新，在全球性竞争中获得优势。“互联网”战略旨在加速互联网与各传统行业的深度融合，鼓励传统行业以自身行业特性为基础，积极采用云计算、大数据、移动等新兴技术进行转型。

面对这一趋势，我国传统行业亟须思考如何借助“互联网”的东风和领先的新兴技术实现转型升级。然而，诸多瓶颈正在限制这些传统企业实现“互联网”转型——基础架构不够灵活、技术从部署到应用难以落地、新兴的互联网应用和原有应用难以打通等，这些技术挑战和核心数据的潜在安全隐患使得这些传统行业客户裹足不前。IBM认为，行业客户需要具备多样开放、简单智能、敏捷可靠的IT技术，IBM能够帮助行业客户构建兼具灵活性和安全性的基础架构，获得深入、及时的数据洞察并确保其能够调配具有高经济效益的IT资源。

重构IT系统架构

大力支持业务创新

随着云计算、移动等新兴技术在全球范围内的快速发展，用户通过网站应用、移动应用、云端应用等多种渠道实现的交互也日渐频繁。为更好地实现与用户之间的交互，企业和机构需要通过多样方式提供符合用户使用习惯的服务。企业将API开放给合作伙伴和用户能够实现更为直接的交互，为下一步的服务创新奠定基础。IBM凭借支持混合工作负载的Power服务器、光谱存储产品和APIManagement等中间件产品，使企业能够通过开放API实现与第三方更为高效的合作模式，从内部和外部环境中获得整合、安全的技术支持，实现第三方应用、设备的无缝接入，从而提升双方的业务价值。

在大数据方面，IBM希望凭借高可靠、高可用、高扩展性的IT基础架构，帮助企业实现广泛的数据获取和实时的数据分析，使企业获得更为及时的商业洞察。在存储方面，针对企业存储管理开销增大、能源消耗加大等难题，IBM致力于帮助企业搭建符合行业特定需求、经济效益高的IT基础架构，使企业得以在IT资源有限的情况下，实现随需而变、快速的资源部署和调配，以更好地支撑随着新兴互联网技术的普及而激增的业务量。

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879

IBM致力于重塑传统行业开辟新型业务模式。在“互联网＋”时代，IBM为企业搭建新的、能够帮助生态系统构建的IT系统，缩短新业务投放周期，并支持业务模式创新。IBM副总裁、大中华区硬件系统部总经理郭仁声表示：“传统行业客户需要在转型中转变传统业务模式，所依靠的IT系统需要满足‘安全而灵活的企业IT疆界’、‘实现深入和及时的商业洞察’、‘能够随需而经济的资源调配’三大要素。IBM作为连接传统行业和互联网的桥梁，为企业提供实现这三大要素的核心支持力，以领先的信息技术帮助医疗、交通、保险等传统行业客户逐步推进其转型进程。未来，由IBM构建的IT基础架构将满足客户差异化的转型需求，帮助客户实现更快的大规模创新以及更高效的价值创造。”

来源：《人民邮电报》2015年09月15日

©2014咨询合作需要，特殊定制，未经同意，不得转载。请致电400-007-6879