



亚太博宇决策咨询 通信产业竞争情报监测报告

决策·参考

■ 人马未动 ■ 粮草先行 ■ 运筹帷幄 ■ 决胜千里 ■

2010. 10. 13

亚太博宇
通信产业研究课题组
apptdc@apptdc.com

本期要点

■ 好网加好机才是真 3G

中国电信已经建成了全球规模最大、覆盖最广、建设成本最低的天翼 3G 网络。在网络建设基本完成的基础上，日前，中国电信上海公司再度发力，宣布实行“天翼 3G 移动互联网行动计划”，打造“好网加好机的真正 3G”。

■ 智能手机市场来了狼

9 月 19 日，中国电信在千元 3G 智能手机发布会上推出两款售价为 990 元、采用 Android 2.1 操作系统的智能手机：华为的 C8500 和中兴 N600。与曾经大幅拉低手机市场价格的山寨手机不同的是，这一次在智能手机市场上扮演价格杀手的是两家知名的电信设备制造商。

■ 手机实名制非万能灵药

手机实名制实施已经快一个月了，记者致电江苏三大运营商，同时以普通消费者身份，走访了南京市内的移动、联通营业网点、通讯市场、邮政报刊亭，并联系了淘宝网店，结果发现，实名制的推行有点难。

■ 三网融合的解冻与忧思

三网融合经过 10 多年酝酿，终于在 2010 年由国家推出试点方案，这是一大进步，业界对其前景寄予着希望，同时也有忧思。

■ 防止电信业恶性竞争关键是改变竞争机制

国内电信全业务竞争开始后，恶性竞争大有卷土重来、死灰复燃迹象：据报道，山东潍坊某学校新生开学的第一天，一家运营商用于校园服务的通信基站天线遭到恶意破坏，不仅如此，运营商之间的恶性竞争已经从肢体上的冲突上升到诋毁性的宣传等无所不用。电信业恶性竞争何以愈演愈烈？防止恶性竞争的关键是什么？就此，本报记者采访了南京邮电大学经济管理学院教授范鹏飞教授、王波。

目录

(注：点击目录标题页码后可直接阅读当前文章)

亚博聚焦	5
好网加好机才是真 3G.....	5
智能手机市场来了狼.....	9
手机实名制非万能灵药	10
三网融合的解冻与忧思	12
防止电信业恶性竞争关键是改变竞争机制	15
产业环境篇.....	18
【政策监管】	18
北京消协：降低固定电话基本月租费应提上议程	18
【国内行业环境】	19
国外手机降价明显.....	19
华为中兴快速扩张引发欧盟忧虑	20
移动通信收入占比近 70% 经营需精耕数据应用	23
中国广电协会联合大连高新区打造动漫联播平台	24
【国际行业环境】	25
欧盟打造泛欧无线宽带网	25
新加坡有望 5 年后全国千兆上网	27
马来西亚将出台政策挽留通信业人才	29
欧盟将实施保护措施应对中国无线设备	30
意大利发布国家宽带计划 运营商合纵竞争	30
运营竞争篇.....	33
【竞合场域】	33
运营商完善增收通道.....	33
中兴华为诺西竞标印度国有运营商订单	35
爱立信华为获巴帝电信孟加拉国网络合同	35
运营商“火并”体感游戏 终端或成为阻碍	36
【中国移动】	36
中移动启动新一轮 600 万部 TD 手机采购	37
【中国电信】	37
中国电信：网络无所不在 应用无所不能	38
中电信将聚合两岸产业链强化物联网商机	40

【中国联通】	41
中国联通 2010 跨越式增长	41
中国联通“四轮”驱动促 3G 业务有效发展	43
中国联通与招商银行计划发布 iPhone 手机银行	46
中国联通 WCDMA 网络全球规模最大 3G 用户破千万	46
制造跟踪篇	47
【中兴】	47
中兴通讯 LTE-A 系统演示亮相北京展	47
中兴通讯：“创新+规模”成就国际化	48
中兴进军美国网络设备市场 未来将更专注创新	50
【华为】	51
外媒称华为进军美国不断受阻	51
华为发布全球首款智能 iODN 系统	53
华为携手上海联通实现 3G 网络精准覆盖	54
华为“云-管-端”：未来信息服务新架构	55
华为终端中国区 2010 年销售额即将突破百亿	58
通信展重兵集结 华为技术创新抢跑智能终端	60
华为欧洲市场再获突破：获沃达丰 9.7 亿美元大单	62
【诺基亚】	63
诺基亚欲依靠开发者夺回美国市场份额	63
诺基亚高管预计非洲手机市场将迅猛发展	64
【其他制造商】	64
谷歌欲在印度力推廉价智能手机	64
三星手机酝酿直供 国包商利益或受损	66
iphone 4 在华销售方式调整 裸机需预订购	70
服务增值篇	70
【趋势观察】	70
中端智能机成市场主力军	70
2011 年报考 物联网好就业	72
未来无线互联产业的三大特征	74
解读 2010 通信展背后的产业趋势	76
工信部专家：手机物联网将是重要趋势	79
亚太地区移动语音收入未来五年将下降	81
【移动增值服务】	82

北京移动实现刷手机购物	82
四川电信“餐饮 e 通”上线	83
北京电信推无消费额限制礼包	83
手机支付即将在北京试运营 有望未来数月开通	84
联通推 1200 元 3G 上网卡礼包：套餐最低 50 元每月	85
【网络增值服务】	86
新航将推机上移动通信服务	86
广东联通 3G 下载速度达 20Mbps	86
重庆电信 2011 年宽带全面提速	87
广州无线上网 60 天免费 不受上网时长限制	87
技术情报篇	88
【视频通信】	88
三网融合聚焦视听服务 广电称离合作伙伴更近	88
【电信网络】	89
LTE 部署日成规模 4G 产业链顺势疾进	89
中兴携手 Tiscali 在意大利部署 FTTH 网络	91
诺西领跑 LTE 商用：TDD 和 FDD 都将被广泛接受	92
【终端】	92
首批 TD 网络收音机年底正式面世	93
联通 3G 版 iPad 已提交入网申请 最快在本月推出	93
【运营支撑】	94
Android 成为美国智能手机用户首选平台	94
Verizon 第四代网络将覆盖美国 38 个城市	95
新一代电子运维系统 运营商转型的有力保障	96
市场跟踪篇	97
【数据参考】	97
诺基亚称 Ovi 服务全球用户数量达到 1.4 亿	97
iSuppli：2015 年前宽带电信用户数增速达 31%	98
GSM 协会：2025 年打造 500 亿个移动设备大愿景	98
CDMA 发展组织：全球 3G 设备出货量 2010 年首超 2G	100
【市场反馈】	103
诺基亚成黄金周投诉大户	103
调查显示消费者倾向于购买 Android 手机	103
专家称 2014 年移动互联网网民将超过普通网民	104

无 USB 口导致 iPad 后期用户满意度降低至 65%	104
研究显示近七成免费 iPhone 应用泄露用户隐私	105
诺基亚智能手机满意度不高 操作系统封闭成主因	106

亚博聚焦

好网加好机才是真 3G

中国电信已经建成了全球规模最大、覆盖最广、建设成本最低的天翼 3G 网络。在网络建设基本完成的基础上，日前，中国电信上海公司再度发力，宣布实行“天翼 3G 移动互联网行动计划”，打造“好网加好机的真正 3G”。

网络篇 3G+WLAN 融合优势

“好网加好机才是真的 3G”，中国电信天翼 3G 移动互联网具有 3G+WLAN 的融合优势，不论您是在出差的路上、在飞驰的地铁里，还是悠闲地在郊外旅游、放松休闲，都能随时随地体会到 3G 高速无缝上网冲浪的乐趣。在世博会期间，上海电信还为世博园区内提供速率为 9.3Mbit/s 的 3G 网络，其速度相当于现有 3G 网络速度的 3 倍。

中国电信进入移动领域的时间尽管不长，可是其 3G 网络的规模和覆盖面已经迅速赶超上来。特别是，2010 年上海电信和上海联通达成协议联手共建 500 个 3G 基站，实现电信设施资源共享。这一举措加速了天翼 3G 网络的建设步伐。上海电信手机用户的直接感受就是，手机信号强劲，特别是 3G 网络让人有一种惊喜的感觉。

“看到上海电信 3G 试运营的消息公布，就忍不住先去买了无线上网卡试用。测试结果是，速度飞快，从虬江路到大华新村，一路 3G 信号没断过，电信的 3G 不错。”一位网友遇到笔者时称。

“天翼移动上网的效果真的不错，就连延安东路隧道里面都有信号覆盖，现在真的能够实现随时随地上网的心愿了。”白领王小姐喜悦地说道。

终端篇 天翼手机家族日渐壮大

为了让学生和其他用户尽享信息世博带来的美好城市生活，中国电信上海公司不仅加紧进行“城市光网”建设，同时还协同终端厂商、渠道代理商等产业链伙伴推出了大量精品天翼 3G 互联网手机。

最完美 3G 强机推荐三星 W589

特点：尽管售价不菲，但三星的品牌和精美的设计还是让这款手机成为销售上的佼佼者。

现场的工作人员告诉笔者，双网双待是其出色的一大功能。你可以在 GSM 网络和 CDMA 网络中自由切换，任意遨游。另外，这款手机内置有 GPS 导航系统，适合驾车族的需要。喜欢发短消息的用户常常青睐于手写功能，这款手机正好满足这一需求。而触摸屏和按键屏的同时存在，使得其一机多用的特性进一步凸显。

用“三头六臂”来形容这款机器并不算过分，这款手机也堪称天翼家族中的贵族。

最可靠 3G 强机推荐诺基亚 6316s

特点：曾经有人不小心将诺基亚手机从二楼摔下，手机居然安然无恙，除了略有磨损，一点儿也不影响使用。对于不经常更换手机的用户来说，诺基亚手机是不错的选择。

诺基亚 6316s 定制了“爱音乐”、互联星空和 189 邮箱等中国电信天翼的王牌服务，使用户欣赏音乐和收发邮件更加便捷。

最实惠 3G 强机推荐：中兴 D90+

特点：“价格低廉是其最大的特点。”在场的工作人员中肯地告诉笔者。配合中国电信最近推出的一些套餐，这款手机可以不花一分钱就得到。可以说非常适合学生族使用。

作为一款定制手机，中兴 D90+ 中同样内置了号码百事通、爱音乐、手机影视以及互联星空等功能。

应用篇一款手机玩转校园

这两个月，3G 手机的销售出现井喷之势。甚至有业内人士放言，两年内 2G 手机会淡出市场，届时将是 3G 手机的天下。3G 手机之所以蹿红速度如此之快，与其丰富创新的手机应用密不可分。那么，2010 年会有哪些 3G 手机应用会当红呢？

翼机通：一机在手，走遍校园

物联网无疑是当今最受关注的词汇，中国电信最近针对校园市场推出的“翼机通”正是物联网在校园内的实际应用。该技术顺应校园信息化潮流，通过采用新兴物联网技术，帮助学校提升教学管理水平、便捷学生的学习生活。此前，“翼机通”已经在工商、税务、医院、物流、金融、工业园区和公共交通等多行业实际应用，得到了客户的充分肯定。

“翼机通”作为物联网技术在高校的应用，将使学校、学生充分体验到高新技术的魅力，对激发教、学创新热情，培养信息技术人才，具有重要意义。同时，高校应用物联网技术，对社会具有引领和示范作用，对我国在全球物联网浪潮中，抓住机遇，打造核心竞争力，将会发挥重要作用。

中国电信上海公司日前在同济大学内展示了“翼机通”业务。

笔者在现场活动中看到，一旦在校园内开通了翼机通业务，就可实现“一机在手，走遍校园”的轻松生活。翼机通是将校园卡与手机卡集成于同一张卡，通过校园内的翼机通平台，天翼 3G 手机将不仅是一部手机，还是万能钥匙、随身钱包更是考勤卡、门禁卡、车库卡……例如，当学生在食堂消费时，在消费 POS 机上录入消费金额，经手机机主确认后，只需手机一刷就可实现消费。这种管理模式代替了传统的做法，集学生证、工作证、身份证、借书证、会员证、餐卡、钱包、电话卡、存折等于一机，既提高学校的管理效率，而且让师生的生活更轻松方便。

在同济大学活动现场，配有校园卡功能的翼机通手机吸引了众多学生的目光。刚刚进入同济大学的一年级新生 Anny 焦急地向现场工作人员打听办理细节：“现在有几款手机可以提供？”“每月需要额外支付什么费用吗……”对此，上海电信工作人员都一一给予耐心的解答。

问：如果不参加翼机通业务，原有的校园卡还能够使用吗？

答：翼机通是给学生提供一种新的选择，可以和校园卡同时使用。

问：翼机通业务怎么办理呢？

答：只要在中国电信预存话费 960 元，就能得到一款内置有校园一卡通的手机。预存的话费可每月返还 40 元，两年时间内全部返还给用户，并能同时参加一系列优惠的语音套餐。

问：目前翼机通手机有哪几种？

答：目前有一款华为 7266 手机已经上市，很快酷派和龙旗也可选择。将来还会有中兴、天语等很多机型都会跟上。

问：校园一卡通具有消费的功能，可以向卡内充值。翼机通手机是否可以覆盖这一功能，充值过程如何进行？

答：翼机通手机内置了校园一卡通的功能，所以充值过程和一卡通完全相同。不久的将来，中国电信将在各个校园设置 24 小时的自助充值设备，方便学生使用。

问：除了同济大学之外，其他学校的学生何时能够用到翼机通？

答：目前农林学院、电机学院等多所大学已经开通了该业务。2010 年年底，上海电信伴随着校园行活动，将会有更多的学校开展该项业务。天翼好友圈：自主建圈，全国组网，轻松管理，自由通话

“天翼好友圈”9 月 1 日正式上线，加入中国电信校园 T7 套餐的全国学生均可自主建圈邀请好友加入。2010 年 9 月 1 日到 12 月 31 日优惠期间，创建圈子功能费 2 元/月；圈内互拨 11889+ 好友手机号码，享受群内通话本地 0.03 元

/分钟，长途 0.08 元/分钟；漫游 0.15 元/分钟；通过 WEB 门户每月 800 条免费短信，超出 800 条 WEB 短信，0.10 元/条。

登陆 <http://11889.189.cn> 即可成功注册，加入天翼好友圈。收到朋友的邀请信息，按提示回复短信即可加入天翼好友圈，加入圈子免收功能费。

广受学生欢迎的“天翼好友圈”成为会场上的热门体验之一。一位女生告诉笔者：“用上天翼好友圈可让我与全国各地的同学的关系更亲密！”

天翼“爱音乐”：打造出色彩铃

你还在路上听 MP3 吗？你还在用电脑下载音乐传送到 MP3 中吗？如果是这样你就 OUT 了！现在的潮男、潮女们早已抛弃 MP3。拥有手机就可将这些功能尽收囊中。手机音乐就是为手机用户提供的一项综合音乐服务，用户可以通过音乐手机客户端或音乐门户使用丰富多彩的音乐服务。纵观三大运营商网站上最受瞩目的手机应用，手机音乐总是榜上有名。

目前天翼“爱音乐”为用户提供歌曲搜索、歌曲赠送、歌曲推荐、歌曲点送、歌词下载、网络收藏夹、娱乐资讯等服务。同时，“爱音乐”彩铃业务可以让用户为自己的手机预先设置时尚歌曲、幽默言语、佳节问候或企业欢迎语等个性化彩铃，不再是单调的“嘟...嘟...”提示音，为拨打电话的人带来独特的音乐和语音感受。

其他天翼应用：

——“天翼视讯”可以让用户随时随地通过一部手机轻松看电视电影和了解实时新闻资讯。

——“天翼导航”能为用户提供舒适便捷的全程驾驶导航服务，而且 1300 万个兴趣点，让你玩转地图。

——“天翼空间”则是基于应用商店的业务模式为用户提供的数字产品展示、产品体验、产品订购、产品使用反馈的一体化服务。

——“爱游戏”，可为天翼手机用户提供丰富的手机单机和联网游戏业务，后期将逐步扩展到为 IPTV、PC 及其它专用游戏终端用户提供游戏业务，实现感知良好的多屏、多屏互动及融合游戏业务。

——“天翼阅读”，则是以天翼手机及其它便携电子设备为载体，利用 CDMA、WiFi 等无线接入手段，为用户提供原创、书籍、杂志、漫画等各类电子书的在线和离线阅读，并支持评书、推荐等阅读参与方式的互动服务。

根据此次“天翼 3G 移动互联网系列行动”安排，中国电信上海公司将针对校园、白领、商铺和新生代务工人员四大重点市场，将天翼视讯、天翼阅读、天翼好友圈和翼机通等重点天翼应用推荐给用户。

优惠篇 预存话费送手机

大家注意到，上海电信推出的“天翼 3G 移动互联网行动计划”中还包含很多优惠内容，特别是“预存话费送手机”活动颇让人动心。

比如预存 480 元的话费，就能得 480 元的 3G 终端补贴。以中兴 D90+手机为例，这款手机市场售价为 675 元，用户只要预存话费 480 元，就可以以 195 元的价格得到这款手机。预存的话费将以每月 20 元，分 24 个月返还给用户。

“电话打得越多，拿到的终端补贴就越高”。如果预存 960 元话费，就可以得到 960 元的终端补贴，以此类推，最高补贴额可以达到 2400 元。

“这是一个良性循环，通过一定的让利行为培养长期用户，奠定中国电信在移动业务上的基础，可以说是一项非常高明的举措。”实践证明，互惠互利的促销行为往往能够起到立竿见影的效果。中国电信此次行动有利于抢占 3G 市场，获得先机，占据 3G 市场的制高点。来源：2010-10-3 文汇报

[返回目录](#)

智能手机市场来了狼

9 月 19 日，中国电信在千元 3G 智能手机发布会上推出两款售价为 990 元、采用 Android 2.1 操作系统的智能手机：华为的 C8500 和中兴 N600。与曾经大幅拉低手机市场价格的山寨手机不同的是，这一次在智能手机市场上扮演价格杀手的是两家知名的电信设备制造商。

华为和中兴只是早期闯入千元智能手机市场的两匹狼。后面狼还多着呢。

——本报记者 马文方

计算厂商在智能手机市场将传统手机厂商打得奄奄一息之后，曾经靠着狼文化在电信设备市场上立足并高速发展的华为，这一次又通过“残忍”的价格策略闯入智能手机市场。

对于智能手机市场上狼真的来了，笔者并不感到惊讶，早在 2002 年笔者在独家专访时任英特尔 CTO 帕特·基辛格时就探讨过相关的问题。笔者认为，移动通信内容从语音转向数据和集成电路 SoC(片上系统)技术的发展将会彻底颠覆手机市场，因为数据是计算厂商的拿手好戏，而 SoC 则将技术的复杂性屏蔽在芯片内，从而使得传统手机厂商赖以生存的硬件系统的复杂性不复存在。如今，苹果、谷歌、微软推出的操作系统以及嵌入式 Linux 打得诺基亚的 Symbian 只有招架之功。而之前，联发科在手机市场上的异军突起，凭借的就是 SoC 技术。

这一次华为和中兴推出千元智能手机，表面上看是电信厂商的反击，实质上是电信厂商对计算的皈依。笔者之所以看好华为和中兴，是希望华为和中兴这样的电信设备厂商能够颠覆人们“手机低价必然低质”的思维定势。

通常电信运营商对电信设备的可靠性要求非常苛刻，高品质已经成为电信设备制造品牌属性之一。因此，电信设备商有足够的知识和经验把对电信设备的质量控制延伸到手机终端制造上。退一步说，手机质量的优劣将直接影响到品牌。因此，笔者宁愿相信，华为和中兴的千元智能手机采用的是山寨的市场策略，而品质应该是华为或者中兴的品质。

从市场上看，千元智能手机更大程度上是将智能手机从高端向中低端市场延伸，而不是以打击高端智能手机为目的。华为和中兴只是早期闯入千元智能手机市场的两匹狼。后面狼还多着呢。

在智能手机市场上“起个大早赶个晚集”的微软，要东山再起，只有孤注一掷地豪赌 Windows Phone7 了。而诺基亚已经从计算厂商微软那里请来了新的 CEO，并且与英特尔联合开发新的智能手机操作系统 MeeGo，意图挽回手机老大的面子。当 MeeGo 发布后，人们才会看到最厉害的狼。英特尔的“恐怖”在于它的手机平台策略：年底推出免费开源的智能手机操作系统 MeeGo，承诺未来在功耗上低于 ARM 芯片。而且笔者认为未来英特尔会将 McAfee 的安全算法嵌入到芯片中，以提高手机防范病毒的能力。

总之，未来的手机智能市场竞争会更加惨烈，智能手机价格千元底线会不断被突破。手机市场整体价格重心的下移，受益的无疑是最终消费者。来源：

2010-10-9 中国计算机报

[返回目录](#)

手机实名制非万能灵药

手机实名制实施已经快一个月了，记者致电江苏三大运营商，同时以普通消费者身份，走访了南京市内的移动、联通营业网点、通讯市场、邮政报刊亭，并联系了淘宝网店，结果发现，实名制的推行有点难。

的确，从近一个月的情况来看，对手机实名制有叫好的也有质疑的，对手机实名制在实施过程中可能涉及的个人信息举报问题、运营商如何切实推进手机实名制真正保护好用户的权益。记者采访了一位不愿透露姓名的业内研究人员表示，手机实名制只是一个措施，在个人信息保护法缺失的情况下，还需要相应的配套政策跟进。

社会诚信影响推进力度

手机实名制在万众瞩目中推行，“手机实名制了，我们能避免垃圾短信的骚扰吗？个人信息会不会泄漏？”9月1日，手机用户实名登记制度(简称手机实名

制)正式实施，手机实名制成为公众关注的焦点，但一项旨在利民的措施却引发民众诸多担忧。

对此该专家表示，手机实名制推进过程中的确会遇到不少阻力，这一现象的出现主要是由于社会诚信缺失所引发的民众担忧。近两年，随着网络应用服务和3G技术的发展，非实名的手机卡被非法传播信息者大肆运用。垃圾短信、诈骗短信等事件频发让民众既对手机实名制充满了期待，也对手机实名制可能引发的负面影响心有余悸，在推行初期持观望态度也是正常的。

据新浪网进行的手机实名制调查显示，担心实名制后会出现个人信息泄漏的网友占被调查者的69.4%，担心手机诈骗越来越多的占13.2%，担心收到更多垃圾短信的占10.2%，什么都不担心的仅占7.2%。在实际操作中，由于社会诚信体系不到位，人们对手机实名制既喜又忧，因此不能低估手机实名制登记工作的复杂性。

保护个人信息是关键

在推行手机实名制初期，更多是以鼓励的态度让更多用户能自觉自愿地前来办理实名制，因此建议运营商在个人信息核对方面在法律上要尽到了合理审查的义务，但在具体操作方面不能要求过严过繁。

由于现在电信企业没有与公安部身份证信息联网，没办法核实相关身份信息的真实性，因此虽然在手机实名制登记中运营商也尽力核对用户的身份证号码和住址，但是信息的真实性还有待后续提升，即使银行系统能查验公安部的身份证信息，但也难免会被高水平的身份证造假所蒙蔽。因此，在实名登记过程中，是否有不法分子利用假信息进行登记从而损害用户的合法权益，也需要引起各方关注。同时，如果早实名登记

可见，运营商在手机实名制实施过程不仅要负担推行中遇到的成本压力问题，而且在个人信息核实方面也存在困难。尤其是面对数量比较大的代理商群体，据了解，我国三大电信运营商除了6.7万个自有营业厅外，还发展了约25.9万个合作营业厅以及大量的代理销售点。众多的销售渠道在给用户带来方便的同时，也增加了政府和运营商对用户的管理难度。

手机实名制不是万能的

个人信息保护缺失是整个社会存在的问题，手机实名制解决不了根本问题，银行出售储户信息，肯定是已经实名制了，但却难以杜绝这一现象，因此手机实名制也不是包治百病的万能良药。

在采访中专家表示，手机实名制还处于推广初期，不可能马上就有立竿见影的效果，大家对手机实名制的期望值太高了，在我国缺少个人信息保护法的大背景下，手机实名制能发挥的作用是有限的，不应将解决问题的希望都寄托在手机

实名制上，还需要更多的配套政策与措施出台才行。个人信息法律保护的时代，会出现个人信息高端出售的现象。当前，我国个人信息保护的法律法规缺失，在监管方面也存在责任不清的问题，有些时候，对电信企业科以了很重的个人信息保护义务，但在相关配套措施上却没有跟进，都让企业来保护个人信息是难以真正到位的。

手机实名制“不能杜绝，但能减少”垃圾短信、诈骗短信等对普通用户的骚扰，实名制是社会发展的趋势，但是其真正落到实处，不仅需要解决很多的具体问题，更要建立在社会大环境的改善和进步上，尤其是社会诚信体系的建立。如果全社会都认识到实名制是规范自己与他人的重要手段，并真正做到个人经济信用、犯罪记录、收入高低、纳税多少都和个人名字紧密相连。那么，名字就是一个人的品牌。

实名制与个人信息保护相辅相成。在实名制不断推进的过程中，“加强保护个人信息的立法，公共管理部门应加强对个人信息的保护”是很多人的呼声，也是社会发展必不可少的一环。来源：2010-10-3 通信信息报

[返回目录](#)

三网融合的解冻与忧思

三网融合经过 10 多年酝酿，终于在 2010 年由国家推出试点方案，这是一大进步，业界对其前景寄予着希望，同时也有忧思。

溯源三网融合

20 世纪 90 年代以来，数字化革命带来的深远影响可概括为 3 点：一是 1994 年互联网商业化以后的急剧增长；二是通信体制从电路交换向分组交换转化的体制革命；三是数字化导致的计算机网、电信网、广播电视网的“三网”融合。

电信网、广播电视网都是百年老店，各有其技术、业务特征，百年来从来井水不犯河水。随着数字化的兴起，由于经营内容、传输手段和处理方法等的数字化，导致了一个行业可以做另一行业的事，上世纪 80 年代就开始了跨界越行尝试：电信业就开始发展窄带综合业务数字网(N-ISDN)，后来又发展宽带综合业务数字网(B-ISDN)，提供话音、数据、视频综合业务；广播电视业也想在有线电视网上做全业务网(FSN)。但这些早期的努力都没有成功，根本原因是，虽然这些网出现了融合的可能性，但由于彼此采用不同的传输技术和协议，要从链路层上连接这些网几乎是不可能的。互通互联都做不到，又如何实现融合呢？

互联网 1994 年商业化以后，短短 10 多年形成了世界规模的计算机网络。它集现代通信技术和现代计算机技术于一体，网络互连采用的基本协议是

TCP/IP，一个重要特点是基础设施和应用是分离的，人们开始尝试在互联网上提供话音和各种数据通信及视频业务，开始出现 Everything over IP，即任何一种业务都可在互联网上实现的局面，不仅提供基于 Web 的新的互联网业务，也提供各种传统的电信业务，甚至视频传输和广播业务。互联网是网络层上的互联，而不是在链路层上互联。3 个网都接受 IP 协议，为三网融合提供了一个结合点，一个共同基础。

三网融合在技术层面已没有什么大问题，可在中国由于历史形成的监管体系给三网融合构筑了巨大的屏障。最大的难点在体制和政策，即如何打破行业管制和市场准入限制。问题的实质是“归属工信部的电信网、互联网和隶属广电总局的广播电视网间的互联互通”，三网融合是一种体制融合和政策融合，过去、现在和未来的挑战都在于此。

中国三网融合解冻的意义

2010 年我国下决心推进三网融合，提出了推进的阶段性目标，明确了推进的重点工作，也确定了首批试点城市名单。从目前三网融合试点方案来看，虽然规定双方可以进入对方业务，但值得关注的是，IPTV(网络电视)、手机电视集成播控平台建设和管理已明确仍由广播电视播出机构负责。这种安排可能出于内容监管方面的需求，但潜在的体制隐患仍然存在。

三网融合是一场史无前例的跨行业跨专业的整合，为产业的发展提供了潜在的市场空间，衍生了业务形态，开拓了丰富的创意空间。据初步估算，综合考虑 IPTV、数字电视、手机电视、网络视频等各种业务系统，骨干网、城域网和接入网等配套网络基础设施以及信息服务平台的建设和运营，在未来几年可以直接拉动市场大约 1000 亿美元，如果进一步考虑连带辐射作用，长期市场发展空间可达数千亿美元。

更为重要的是通过三网融合可有效利用信息通信技术(ICT)实现联合国“信息社会世纪峰会”上一致认可的 2015 年《行动计划》发展目标：把所有村庄连接起来，在每一个社区都设立信息连接站；把大学、中学、小学都连接起来，实现大中小学课程联网；把科研中心、文化中心、图书馆、博物馆、档案馆和邮局连接起来；把健身中心和医院都连接起来；把中央和地方政府机关连接起来；保证让所有人都能享受电视和广播；鼓励使用各种语言提供网上信息；努力做到让半数以上的居民能使用信息技术。

随着三网融合的实施，全民可通过有线网、无线网、互联网以及移动网等任何一种网络极其方便地获得文字、音频、视频等各种多媒体信息，人们可以极其廉价地享用基于电视机、电脑、手机等三屏所形成的丰富多彩的终端，任何人可

可以在任何时间、任何地点以任何方式获得任何业务，以个人可以承受的经济能力享受信息社会所提供的普遍信息服务。

广电系统在快速推进

广电系统近期主要在网络整合运营、新业务形态和新媒体的发展上开展工作。网络运营方面，广东省广播电视网络公司的成立凸显广电发展下一代广电网(NGB)、实现网络整合升级的决心。新业务形态方面，主要体现在对电视购物上，如湖南广电频道“快乐购”进驻北京、首家广播购物电台“快乐 886”开播、歌华有线与乐天合作从事购物频道的节目制作和产品销售、中央人民广播电台斥资上亿元进军电视购物领域；还体现在互联网电视的控制，将传统广播电视的优势延伸到互联网电视和互联网，并且将通信与消费结合，借助融合地带的市场推动自身发展。新媒体发展方面，中央电视台不仅成为诺基亚手机音视频节目审核方，同时在苹果手机应用商店和谷歌手机应用商店分别发布了自己的客户端，借以扩大自己内容的传播领域。可以预测，广电未来将形成跨越手机、PDA、MP3、iPad、MID、CMMB、IPTV 和互联网电视等不同呈现方式的新媒体传播体系。

特别在手机电视方面，中广传播集团在 2010 年投入超过以往 3 年总和的资金用于 CMMB 网络建设，目前有将近 300 多城市开通了手持电视信号，建成了全球最大的移动多媒体广播电视网，预计未来 3 年，中广传播将实现 CMMB 网络覆盖中国大陆 95% 以上全部地级城市及百强县，重点场所将实现室内覆盖。终端应用方面，CMMB 作为 TD 手机的标配功能，中国移动与中广传播将 CMMB 应用重点放在千元左右的手机上，近期将重点集采 TD+CMMB 中低端手机，共同推动 CMMB 的普及与应用。终端产品的热销将带动 CMMB 整体产业的高速发展。

业界的忧思

在三网融合方案中，广电顺利获得互联网接入、IP 电话等电信业务经营权，而电信没得到渴盼的内容播控权。三网融合关键在于合作，由于过往的历史教训——手机电视标准在新媒体大战中的变异，对通过电信网收看 IPTV 电视的封杀，互联网电视内容的行业垄断，正是广电在手机电视、IPTV、互联网电视等三网融合业务的强硬举措，让业内人士忧心。

电信网、广播电视网经过百年的磨练，各有其技术、业务特征，也各有其优势与短板，电信网是确保全程全网质量的交互网，但服务资费较高；广播电视网是覆盖广阔的单向网，但内容监管严格；互联网是已经业务融合、最廉价的新兴网，但尽力而为，不能确保质量。三网融合的重点工作指出：广播电视网要全面推进有线电视网络数字化和双向化升级改造，提高业务承载和支撑能力，据相关方面估计需要投资 2000 多亿元；同时也指出要加快电信宽带网络建设，推进城

镇光纤到户,扩大农村地区宽带网络覆盖范围,据相关方面估计也需要投资 2000 多亿元;必须注意的重点工作中还指出要充分利用现有信息基础设施,积极推进网络统筹规划和共建共享。2008 年审计署的审计报告显示,2002 年至 2006 年国内运营商累计投入人民币 11235 亿元用于电信基础设施建设。由于缺乏统筹规划,重复投资问题突出,网络资源利用率普遍较低,通信光缆利用率仅为 1/3 左右。粗略估计起码重复投资 50%以上,浪费人民币 6000 亿元。历史的教训值得汲取,三网融合就是要优势互补,挖掘各个网络的潜能,充分利用闲置的现有信息基础设施,特别要把 2/3 的通信光缆利用起来,对确需升级改造的要积极推进网络统筹规划和共建共享,而不是各自铺一套光缆、放一组卫星、建互联网网站,造成严重的重复建设。合作才能共赢,应该用最少的投资、最低的代价取得最大的成果。来源:2010-10-11 通信世界杂志

[返回目录](#)

防止电信业恶性竞争关键是改变竞争机制

国内电信全业务竞争开始后,恶性竞争大有卷土重来、死灰复燃迹象:据报道,山东潍坊某学校新生开学的第一天,一家运营商用于校园服务的通信基站天线遭到恶意破坏,不仅如此,运营商之间的恶性竞争已经从肢体上的冲突上升到诋毁性的宣传等无所不用。电信业恶性竞争何以愈演愈烈?防止恶性竞争的关键是什么?就此,本报记者采访了南京邮电大学经济管理学院教授范鹏飞教授、王波。

一家独大助长了恶性竞争的歪风

对于当前电信业的恶性竞争,范鹏飞表示,这是在全业务竞争格局下,在 3G 时代来临时,运营商不顾广大客户利益,为扩大客户规模而采取不正当竞争甚至非法手段打击破坏正常市场竞争秩序的恶性竞争的再现。恶性竞争严重违背了电信运营商的经营本质,非常不利我国电信业的可持续发展。“恶性竞争是一种不合作的竞争,是低级且低效的竞争,对所有相关方都是不利的。当前运营商迫切需要寻求建立在客户期望的基础上的合作竞争,实现各有侧重、各有特色的经营模式。急需寻求有序竞争的市场机制,加快电信立法,规范电信市场行为,进一步加强市场监管,建立良性竞争机制,营造规范的、诚信的经营环境。”

电信业经过多年改革,打破垄断引入竞争取得很大的成就,但恶性竞争一直也没有能消除过。对此,王波认为,重组的目的就是为了打破市场垄断,建立有效竞争的格局,但是由于传统的“零—和”竞争观念没有转变、市场结构不均衡、电信业法律法规和市场竞争规则的缺失等阻碍有效竞争的深层次矛盾依然存在,

导致电信业恶性竞争一直存在。“‘零—和’竞争观念导致运营商陷入‘我赢你输’的目标格局中，利用排斥性竞争手段甚至通过诋毁、破坏对方通信设施的方式挤压对方。如山东潍坊恶意破坏通信基站天线、‘温州电话门’等恶性竞争事件等都是通过诋毁、降低对方通信质量来引起客户满意度降低给对手制造麻烦。”

虽然，经过新一轮重组，运营商之间的实力对比发生了一些积极的变化，初步形成三家鼎立的竞争格局，但 2G 时代的市场失衡在 3G 时代并无根本缓解。中国移动依旧拥有着最多的通信用户：中国移动 7 月用户净增数为 488.6 万户，仍高于另两大运营商之和 436.9 万户；中国移动 7 月净增 3G 用户 137.3 万户，相比 6 月继续增长了 20%，而中国联通则环比下滑了 8.8%。加上中国移动强大的资金优势，中国联通、中国电信很难真正成为中国移动的竞争对手。“中国移动长期一家独大助长了恶性竞争的歪风，在 3G 时代到来之时，对于一家独大优势是否能保持的担忧促使其采用不正当手段搞恶性竞争。”范鹏飞认为，电信业法律法规和竞争规则的不完善直接导致了恶性竞争的长期存在。对电信资费和服务规范的不完善导致了电信竞争的自我型、无序性、野蛮性和非公正性。某些运营商不断挑战政策红线，采取不计成本的圈地运动，采取不透明的变相降价方式不断推出各种眼花缭乱的套餐服务和捆绑销售，制造各种破坏互联互通的事件，甚至发展到互相破坏对方的通信设施等违法犯罪程度。

混乱的恶性竞争一定程度上阻碍三网融合推进步伐

当前电信业已经进入 3G 时代，尤其是三网融合时代即将开启的时代，范鹏飞和王波同时认为，电信业恶性竞争无赢家。长期的电信业恶性竞争影响社会和谐，影响电信业健康发展，各电信运营商经营能力下降，并最终损害消费者利益。

首先，影响电信业的健康发展。电信运营商你争我夺的恶性竞争致使行业形象严重受损。电信业价格战影响电信价格体系，造成行业的经营环境恶化，引起电信营销市场的混乱。运营商因价格战增量不增收，赢利下降，不仅不能让国有资产保值增值，还会制约电信产业链中上下游企业的良性发展。混乱的恶性竞争也阻碍三网融合的推进步伐。

其次，电信运营商恶性竞争走向“价格战”，导致盈利能力下降，服务质量恶化。运营商各方都想多抢占市场份额，但同时却都使收入和利润降低了，最终结果只可能两败俱伤，从而难以使企业做到稳定和可持续地发展，降低了企业的价值。运营商只关注市场份额，其精力必然难以集中于客户服务这一中心上，企业服务能力和水平都会降低，从而使客户难以享受到高质量的服务，客户忠诚度低，转网率居高不下。运营商为了吸引用户，各方投入大量人力、物力，进行大规模宣传，最显著的便是到处设摊和校园开学时铺天盖地的横幅。各代理商的设

立不仅增加了营销成本,而且使代理商与运营商矛盾重重,服务质量得不到保障,还造成企业战略运营混乱。

此外,对于消费者来说,电信运营商为争夺客户大打价格战使得电信资费降低,在短期内好像消费者得了实惠,但其实电信运营商多花费的成本还是国有资产,最终伤害的还是人民群众的利益。电信业恶性竞争破坏通信设施直接影响到消费者的通信畅通。《大公报》曾报道某通信公司四名员工盗窃通信设备导致基站覆盖的 2300 多联通用户、2100 多电信用户通信中断长达七个多小时。还有其他破坏或阻碍互联互通的事例比比皆是,给广大消费者通信和生活都带来很多麻烦和损失。

促进电信行业健康发展最根本在于改变电信业竞争机制

那么,导致电信业恶性竞争并没有消退,甚至出现日益加剧的主要原因是什么?范鹏飞告诉记者,主要原因之一便是市场监管没有跟上改革的步伐。完善的法律法规和严密的市场竞争规则没有建立,有效竞争的环境还没有形成。市场是一只“无形”的手,调节着各市场主体的竞争,但“这只手”也不是万能的,也有失灵的时候,这就需要政府制定好游戏规则。只有在严密的游戏规则下,各方主体才可能良性运作。在缺乏合理完善的竞争规则的环境中,如果加上市场结构不平衡,那么,主导运营商有能力也很有可能掀起成本战,借助资金优势挤压竞争对手,就会导致恶性价战的发生,由此也会引发其他的恶性竞争问题。

对此,范鹏飞认为,要防止或控制电信业恶性竞争的发生,促进电信行业健康发展最根本的办法只有改变电信业竞争机制,营造有效竞争的环境。要改变竞争机制既有政府层面要做的工作,也有运营商管理层面要做的工作,同时我们消费者也可以做些工作来加速有效竞争环境的形成。

首先,政府要做的是要加快电信法律法规建设,加强电信市场监管,制定严格且严密的电信市场竞争规则。用严格的法律法规和监管条例规范电信运营企业的经营和管理,引导电信运营企业自律,制定严格的监管、管制和惩罚机制。不断完善各种制度,营造一种只有合作、有序和有效竞争才能使企业持续稳定发展的良性竞争环境。同时,政府需要采取不对称管制等措施改善市场结构失衡的竞争格局,避免一家独大的垄断格局长期存在,引导各运营企业合作竞争,市场共赢。

其次,电信运营企业需要树立合作竞争的市场竞争观念,追求产业链共赢。电信运营企业需要认清恶性竞争对各利益相关者均有危害的事实,以合作竞争观念指导企业实践,以提高消费者从电信服务中获得的~~最大~~价值——最快捷、最低成本的互联互通的信息沟通作为竞争的出发点。各运营商对外应加强产业链的合

作，对内则应加强客户关系管理、挖掘产品优势和优化网络服务质量，根据企业特色寻求差异化的经营模式，以提高各运营商的竞争力，从而实现产业链共赢。

最后，消费者其实是电信恶性竞争的最大受害者，但也是能促使运营商停止恶性竞争的相关方。消费者有权利要求运营商给以透明的资费解释，有权利要求运营商提供互联互通的信息沟通服务。消费者要清晰表达自己的期望，不管有多少电信运营商，希望他们提供的是优质的服务、价廉物美的电信产品，不断提供更好的通信业务和信息服务，推动运营商树立以满足客户服务要求为中心的经营理念。来源：2010-10-3 通信信息报

[返回目录](#)

产业环境篇

【政策监管】

北京消协：降低固定电话基本月租费应提上议程

北京市消费者协会 11 日向国家发改委、工信部正式提交《关于逐步降低固定电话基本月租费的建议》，认为降低固定电话基本月租费应该提上议程。

多年来，固定电话运营商每月都会向消费者收取一定的基本月租费，即使消费者不使用也照样收取。北京市消费者协会近期开展的一项电信资费民意调查显示，有 91.82% 的消费者认为固定电话收取基本月租费不尽合理。

北京市消协认为，固定电话基本月租费下调具备可行性。固定电话的基本月租费和本地网营业区内通话费长期实行政府定价。其中，北京市执行的是固话基本月租费 21.6 元，首 3 分钟 0.22 元，以后每分钟标准为 0.11 元，这一标准已实施近十年。随着电信技术的成熟与普及，规模效应的形成，再加上宽带参加电话成本分流、光纤大幅度普及、交换机价格大大降低等，电信运营企业经营固定电话的平均成本也随之大幅下降，而固定电话基本月租费用并没有体现这一趋势。从成本降低和社会公平角度讲，降低固定电话的基本月租费理所当然。

降低固定电话基本月租费最大的受益者是消费者，但是从中受益的并不仅仅只有消费者。北京市消协指出，电信企业降低固定电话资费也会从中受益。统计显示，从 2001 年到 2006 年，移动通信资费下降了 62%，2007 年实现了单向收费，2008 年下调了 11%，2009 年也下调了 13% 左右。面对移动通信业务大幅增长和移动电话资费的下降，很多固网消费者已选择放弃使用固定电话。2010 年 1 至 7 月，全国固定电话用户累计减少 997.4 万户，用户总体降至 30375.7

万户。而降低固定电话基本月租费可挽回部分流失的固网用户，并促进人们对电信业务更多消费。

目前，电信运营商在回应固定电话月租费的合理性时，往往称其为“国际惯例”。北京市消协指出，运营商对所谓“国际惯例”不应做有选择移植。据了解，美国、英国等一些发达国家虽然也收取固话基本月租费，但会给予消费者非常优惠的补偿，如可享受免费拨打市话等服务。

“降低固定电话的基本月租费不仅是必要的，也是可能的。”北京市消费者协会建议，国家应对固定电话资费进一步放松管制，鼓励、指导并督促电信运营商降低固定电话基本月租费，制定合理的资费模式供消费者选择，满足市场发展与消费者的需求，推动电信产业健康发展，让广大消费者真正分享改革发展及技术进步的成果。来源：2010-10-11 新华网

[返回目录](#)

【国内行业环境】

国外手机降价明显

深圳福田华强北管理办公室昨天通报，最新一期“华强北·电子市场价格指数”综合指数报点 99.24，下跌幅度为 0.53%。本期指数小幅走低，显示受到十一期间全面促销影响，手机、数码、IT 等消费类电子市场降价明显。

数码、IT 板块指数降

记者发现，细分价格指数四大板块指数呈现“一升三降”趋势，其中电子元器件略有上升，手机、数码、IT 等板块本期均有不同程度的下跌。由于本期正值十一黄金消费期，也是各大卖场的传统促销期，因此价格在一定程度上有所调整，而销量相比上期有很大幅度的提升，总体效益表现非常出色。

据初步统计调查，2010 年的十一期间整体效益要好于 2009 年。在 58 项指数中，上涨指数的数量与下跌指数的数量之比接近 1:2，其中电子元器件中的电源电路和电阻器分别位于涨幅榜榜首和跌幅榜榜首。

同时，手机价格指数比波动依然明显，其中国外品牌降价较为明显。本期的国外品牌手机价格指数报点 79.72，比上期下跌了 3.48 个百分点。经分析华强北指数数据，记者发现索爱、诺基亚、摩托罗拉、三星、夏普、飞利浦、LG 等品牌都有很大幅度的下跌，唯独苹果的 IPHONE 基本维持着原有价格。

而国产品牌手机价位原本就低于国外品牌，除了个别走高端路线的如“多普达”之外，价格促销的程度相对没有国外品牌明显。

另外，数据显示，数码摄像机、数码相机和有车一族的车载 GPS 等户外旅行必备品，也是数码产品中促销的重点产品。

相关链接

据悉，作为全市最繁荣的商业街，华强北的日客流量约为 50 万人次，同时它也是国内电子产品流通的主要枢纽，这里有着大量电子行业分销商，其行业背景与市场驱动力正促使元器件分销商向电子商务行业创新转型。

2008 年，华强北已被中国电子商会授予了“中国电子第一街”称号，其打造的“华强北·电子市场价格”成为“网上华强北”的重要组成部分，是华强北电子市场的“风向标”、“晴雨表”，成为政府出台相关政策的重要依据。来源：2010-10-12 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

华为中兴快速扩张引发欧盟忧虑

导语：国外媒体今天撰文称，由于有众多组织投诉中国电信设备制造商凭借不公平补贴占据了欧洲大量的市场份额，使得欧盟面临约束这些企业快速发展的压力。

以下为文章概要：

各方观点

欧洲众多工会和一家科技企业表示，华为和中兴通讯(以下简称“中兴”)借助税收优惠以及国有银行的低息贷款压低价格。

这些指控标志着欧洲对中国实力日益增强的担忧，从钢铁到绿色能源技术，再到尖端的通讯设备行业，都存在这种担忧。中国坚决否认对国内企业提供了不公平的补贴，并表示，欧洲的指控是在试图掩盖地方保护主义。

欧盟和中国的政府官员以及商界领袖将于周三在布鲁塞尔举行会谈，而中国在出口市场日益增强的主导地位将会成为这一系列会议的核心议题。但是贸易专家认为，双方都不太可能采取太大动作。

欧盟是中国最大的出口市场，而中国有望抵制阻碍中国企业在欧盟发展的措施。与此同时，欧洲顶级电信设备制造商也可能抵制公开与中国对抗，中国市场对他们的增长至关重要。

但工会和一些规模较小的欧洲企业则没有这么克制，他们对中国企业进入越来越尖端的行业非常不满。中国企业以往都难以在这些领域有所作为。

代表欧洲通信设备制造企业职工利益的欧洲金属制造工人联合会(European Metalworkers Federation，以下简称“EMF”)秘书长彼得·谢勒(Peter Scherrer)

说：“中国要生产烤面包机，我没有任何异议，我们可以放弃。吹风机也没问题，吸尘器同样没问题。但是当他们要进军一些非常重要的行业时，我们应当倍加警惕。”

企业投诉

欧盟的执行机构欧盟委员会 2010 年 9 月表示，将会考虑对进口自中国的无线调制解调器征收关税。与始于 2010 年 6 月的调查相比，这一决议进一步拓展了调查范围。无线调制解调器可以将移动网络的信号传送给笔记本电脑。

欧盟委员会的这一决议是对比利时 Option 公司的投诉做出的回应。该公司声称，由于华为和中兴的竞争，该公司的欧洲市场份额从 2006 年的 70% 下滑到 2009 年的 5%。

Option 指控华为和中兴获得了税收优惠以及巨大的研究经费。该公司还认为，华为和中兴获得了中国国家开发银行以及中国进出口银行的低息贷款。

Option 在投诉中表示，华为于 2009 年 9 月与国家开发银行签署了价值 300 亿美元的合作协议，这一数字超过了华为 2009 年 220 亿美元的收入，而且超过了市场经济条件下所能获得的贷款限度。Option 还表示，中兴也于 2009 年 3 月获得了总额 150 亿美元的贷款，但该公司 2009 年的收入仅为 84 亿美元。

Option 认为，上述以及其他融资交易都提供了优惠条件，包括 3 年的免息期。

Option 认为，这种条款使得中国企业能够以最低 20 欧元(约合 27 美元)的单价在美国出售无线调制解调器。Option 则不得不以两倍的定价才能保持 10% 至 15% 的利润率。

华为西欧副总裁蒂姆·沃特金斯(Tim Watkins)则表示，华为之所以能够击败 Option，是因为预见到无线路由器需求的大幅增长，并且向大型电信公司提供了优异的服务。

“通过提升设备的质量、功能、速度和性能，我们走在了潮流前端。”沃特金斯说。他还补充道，华为获得的政府支持与其他国家政府为企业提供的支持类似。

由于 Option 在中国拥有一家小型工厂，并且承担了部分生产任务，使得该公司的投诉更加复杂。华为表示，这让人质疑 Option 的调制解调器是否真的是欧洲的产品。Option 则表示，其产品只在中国实现了很小比例的增值。

工会担忧

工会对华为和中兴在规模更大的网络基础设施领域的担忧也在日益增加。

在与华为和中兴争夺欧洲电信运营商的设备采购合同时，欧洲三大电信设备制造商——爱立信、诺基亚西门子通信公司(以下简称“诺西”)和阿尔卡特朗讯

——逐渐丧失了市场份额。根据 EMF 的数据，中国厂商在欧洲、中东和非洲的网络基础设施市场份额从 2008 年的 12% 增长到 2010 年的 31%。

EMF 也认为，华为和中兴受益于不公平的补贴，但是他们并没有考虑像 Option 那样进行投诉。他们要求欧盟迫使电信运营商在制定设备采购协议时，要综合考虑员工权益和环保措施。他们还表示，对于允许中国网络设备企业加大渗透力度而引发的安全问题，欧盟应当充分考虑。

在上周与三大欧洲电信设备制造商的公会领袖进行了会面后，EMF 官员卡洛琳·雅各布森(Caroline Jacobsson)说：“欧盟贸易专员应当坚定地反对中国企业的市场渗透。欧盟委员会对于保护这一领域的工作岗位不够关心，这种情况令人担忧。”

欧盟贸易委员会办公室表示，该机构已经就电信市场与中国政府进行过反复磋商。欧盟贸易专员卡雷尔·德古赫特(Karel De Gucht)的发言人约翰·葛兰西(John Glancy)说：“电信是欧洲的尖端技术，这正是我们对此格外关注的原因。”

公会担心 Option 的悲剧重演。该公司 2006 年还是全球无线广域网(WWAN)调制解调器领域的领导厂商，利润非常丰厚。“但突然间却面临强大的阻力。”该公司 CEO 简·加利瓦尔特(Jan Callewaert)说。

这个阻力就是华为，该公司于 2005 年开始生产调制解调器。现在，华为已经成为仅次于爱立信的全球第二大电信设备制造商，并且占据全球无线调制解调器销量的半数份额。自那以后，Option 已经将其 750 名员工裁减了三分之二。

Option 位于比利时鲁文(Leuven)的总部已经有半数处于空闲状态，而透过总部大楼的窗户，Option 的高管几个月前目睹了中国企业的快速增长势头。Option 的网络提供商比利时电信(Belgacom)将 Option 办公楼的互联网设备提供商由诺西换成了华为。“我们的停车场上就放着华为的设备。”加利瓦尔特说。

中国商务部认为，欧盟针对 Option 的投诉发起的反倾销调查是一种贸易保护主义行为，无益于欧盟经济复苏，而且还会伤害中国的利益。

上述三大欧洲电信设备制造商短期内不太可能进行类似的贸易投诉，这三大企业都在中国拥有业务，而且希望与中国政府保持良好的关系。

“我们是西欧企业，但同时也是中国企业或印度企业，”诺西发言人本·鲁姆(Ben Roome)说，“作为一家真正的跨国企业，我们希望确保在我们所有运营业务的国家都能够获得公平的竞争。”

尽管华为和中兴已经在欧洲市场获得了长足的发展，但在美国市场依旧表现平平，原因在于美国法律允许政府以国家安全为由否决国外企业的投资。

由于有报道称，华为参与了美国移动运营商 Sprint Nextel 的合同招标，最近有 8 名美国共和党参议员公开对此表示担忧。来源：2010-10-6 新浪科技

移动通信收入占比近 70% 经营需精耕数据应用

工信部最新公布的数据显示，前 8 月移动通信收入累计完成 4085.9 亿元，比上年同期增长 12.2%，在电信主营业务收入中所占的比重达到 69.45%，移动通信对固定通信的替代趋势加强。

超过 8 亿的用户数显示出了目前移动通信的强势地位。工信部最新公布的 1 - 8 月数据显示，占全国电话用户总数 72% 的移动通信完成了电信业主营收入的近 70%。

尽管目前移动用户仍呈现出快速增长的趋势，但是逐渐饱和的市场已经开始显出了疲态。在 3G 市场环境下，电信运营商应该从简单的用户争夺转向用户经营，通过深耕用户需求，提供适合市场需求的信息服务，从而实现自身的可持续发展。

8 月固网再现颓势

26 日，工信部公布了 2010 年 1 - 8 月通信行业的运行发展数据，固网业务发展再现颓势，保持了近年来一贯的下滑趋势。

据统计，1 - 8 月，全国固定电话用户累计减少 1139.1 万户，达到 30234.1 万户。固定电话用户中，无线市话(即小灵通)用户减少 1228.8 万户，达到 3370.6 万户，在固定电话用户中所占的比重从上年的 14.7% 下降到 11.1%。其中，仅 8 月固定电话用户减少 141.6 万户。

同时，固定通信收入累计完成 1797.0 亿元，比上年同期下降 3.7%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 33.88% 下降到 30.55%。固网业务全面下滑的趋势并未好转。

反观移动业务仍呈现一派欣欣向荣的景象。2010 年 8 月，移动电话用户净增 896.5 万户。工信部数据显示，1 - 8 月，全国移动电话用户累计净增 7584.3 万户，达到 82305.7 万户。在用户规模稳步增长的同时，同期移动通信收入累计完成 4085.9 亿元，比上年同期增长 12.2%，在电信主营业务收入中所占的比重从上年同期的 66.12% 上升到 69.45%。以近 70% 的业务收入占比将固网甩在身后。

用户饱和态势渐显

尽管移动用户数仍有所增长，但是会在不久的将来遇到瓶颈。截至 2010 年 8 月，全国电话用户总数达到 112539.8 万户，已经接近全国人口总数。正如工信部副部长杨学山所说，用户普及率超过 80%，市场饱和态势显现。

尤其是大量用户集中在一家运营商手中，使得今后的移动用户增长难免继续呈现向市场优势运营商集中的态势。目前，我国的手机用户总数已经超过了 8 亿，其中中国移动为 5.64 亿，中国联通为 1.6 亿，中国电信为 7994 万。

用户的单向集中使运营商在 3G 发展上也面临重重困难。尽管有大量的投入，但是用户数量发展并未出现爆发性增长，与此同时，用户的 ARPU 值不升反降。

以中国联通为例，从其中报披露的情况看，中国联通的 3G 的 ARPU 值从 2009 年底的 141.7 降至 134 元。而中国电信则保持在 110 元，远高于中国移动。3G 发展并未显现出令人满意的结果。为维持用户的 ARPU 值，中国联通只得减缓用户发展以维持较高毛利率。

截至 8 月底，中国移动和中国联通的 3G 用户总数分别为 1342 万户和 951.1 万户。

向“经营用户”思路转变

在用户规模逐渐饱和的市场中，继续开展用户争夺战，最多不过是一场“红海”里的血肉相搏，运营商恐怕很难通过用户规模的扩张获得更多收益。与其争夺用户，不如转而经营用户。

iResearch 艾瑞咨询根据天极网数据研究中心发布的数据发现，2009 年促使中国用户选择 3G 网络的原因中，更快的网络传输速度占比 50%，位居第一；其次新的特色增值服务，占比 25%，而资费的降低和功能的强大对消费者的选择影响并不显著。也就是说，高带宽和多功能成为用户 3G 消费的重点，这里就是运营商做文章的地方。

目前来说，运营商始终没有跳出“向用户要利润”的俗套。除了单纯依靠用户的语音通信、短信、至多就是上网流量获得收入，使得这一盈利模式逐渐僵化。

事实上，用户本身就是财富，手中的用户就是庞大的“金矿”资源。利用 3G 的技术优势，运营商可以搭建一个基于即时网络技术的流动营销平台，为用户提供信息服务，为企业营销开辟新的工具。也就是说，以提升 3G 应用、培养数据使用习惯、增加黏性为切入点，逐步提升用户的使用率，一方面能稳定用户的在网时间，增加流量，同时新应用能够获得更多的收入，也就是从篮子外取鸡蛋。

如此才能避免初期拼命发展用户，导致中期产业创新活力不够，最后越做越死的结局。因此运营商应转变发展思维，在业务创新上多做文章，真正经营用户。

来源：2010-10-8 通信信息报

[返回目录](#)

中国广电协会联合大连高新区打造动漫联播平台

为期 4 天的第三届中国广播电视传媒论坛日前在大连结束。本届论坛是中国广播电视行业最大规模的综合性交流活动，来自全国广播电视业界上千名专家和业者参加了此次活动，共同探讨三网融合背景下广播电视传媒业的改革与发展。

中国广播电视协会会长李丹在论坛上说，三网融合通过技术创新，通过加快广播电视网、电信网、互联网的升级改造，能够有效实现各个网络之间在技术层面的互联互通和业务层面的资源共享。推进三网融合，对于促进信息和文化产业发展，提高国民经济和社会信息化水平，满足社会不同阶层日益多样的生产、生活服务需求具有重要意义。

会议期间，由中国广播电视协会和大连高新区共同打造的动漫联播平台宣布启动，这个平台汇聚了全国媒体资源，为中国动漫产业的发展提供强大推动力。

来源：2010-10-11 北京商报

[返回目录](#)

【国际行业环境】

欧盟打造泛欧无线宽带网

在全球宽带提速的背景下，欧盟通过合理分配频谱，充分发挥稀缺资源的价值。泛欧无线宽带与有线宽带配合的泛在网络不仅推动整个社会信息化进程，更成为提振经济、增强核心竞争力的手段。

近日获悉，欧盟委员会将支持一项建立泛欧移动市场的建议，计划在 2013 年之前把电视台使用的一部分有价值的广播频率提供给移动运营商，创建一个欧盟范围的无线宽带服务市场。这一建议是欧盟宽带网改革计划的一部分，要求 27 个欧盟成员国在 2013 年 1 月之前把 800GHz 频带分配给移动宽带网。

在全球宽带提速的背景下，欧盟通过合理分配频谱，充分发挥稀缺资源的价值。泛欧无线宽带与有线宽带配合的泛在网络不仅将推动整个社会信息化进程，更成为提振经济、增强核心竞争力的手段。

国际金融危机爆发后，欧盟把发展信息技术提升到战略高度，将信息技术确立为实现经济复苏的重要手段，“欧洲数字化议程”成为带动欧盟经济发展的“旗舰”，欧盟已经在后金融危机时代信息技术竞争中蓄势待发。

欧盟欲建泛欧无线宽带网

互联网宽带技术在推动经济社会变革方面起到了重要作用。目前欧盟的互联网用户超过 2.5 亿，许多成员国的宽带使用率都排在世界前列。2009 年欧盟宽

带使用率达到 24.8%，几乎每个欧洲人都拥有手机。集宽带与无线特点于一身的无线宽带技术凭借其优越的性价比，在整个电信市场中占据着越来越重要的地位，逐渐成为电信市场中的一股生力军。

发展宽带无线通信，频谱资源的合理规划和有效使用是一个十分关键的环节。几年前德国互联网服务提供商就发出倡议，希望德国政府能开放无线频谱，以便他们向偏远的农村地区提供宽带服务。因为在很多国家，由于为偏远地区架设线缆成本太高，无线频谱就成为解决这些地区网络覆盖问题的替代方案。

不过，频谱资源始终是稀缺的资源。影响信道容量有频谱带宽和信噪比两个因素，而噪声是几乎无法消除的，信号强度的增加也有限度，因此，为了满足用户越来越大的无线数据流量的通信需求，频谱资源成了最为关键的要素。

目前世界各国大部分的优质频率资源被窄带语音和广播电视所占据，这其中包括大部分民用频谱资源和部分专用频谱资源，如军队、民航、铁路、安全、广播电视等部门占用的频谱资源。

欧盟这一计划的要义在于通过合理分配，充分发挥这些稀缺资源的价值。据悉，欧洲的广播电视公司最初曾坚决反对这个改变频谱的建议，认为这种做法会影响其推出新的高清电视频道的计划。不过，在整个社会发展大趋势下，广播电视公司似乎准备做出让步，以防止把更多的频谱分配给移动运营商导致更大的损失。在这一过程中，欧盟电信监管体制在调解广电与移动运营商的资源分配方面起到至关重要的作用。

宽带提速成全球趋势

经济危机往往是孕育技术变革的良机。如今，世界各国都将以移动互联网、物联网、云计算等为代表的信息产业第三次浪潮作为提振经济的有效手段。宽带被各国尤其是发达国家提升到战略高度大力推进，无线宽带更得以飞速发展。全球移动通信系统协会(GSM 协会)协会日前表示，2010 年全球各大移动运营商在无线宽带领域的投资将达到 720 亿美元。GSM 协会援引德意志银行 Deutsche Bank 的数据称，其中亚太地区的无线宽带投资将达到 340 亿美元，北美地区为 190 亿美元，而欧洲市场为 140 亿美元。在世界各国大力发展无线宽带的形势下，欧洲也不甘落后，“欧洲数字化议程”将成为带动欧盟经济增长的领头羊。

此次欧盟委员会支持重新分配频谱的部分原因是为了实现在 2020 年之前向全部欧洲居民提供下行速度为每秒 30 兆的宽带网连接，为一半以上的欧洲居民提供每秒 100 兆的速度更快的宽带网服务。2010 年 3 月欧盟委员会出台《欧洲 2020 战略》，把“欧洲数字化议程”确立为欧盟促进经济增长的七大旗舰计划之一，其目标就是在高速和超高速互联网的基础上，提高信息化对欧洲经济社会的贡献率，到 2013 年实现全民宽带接入，2020 年所有互联网接口的速度达到每

秒 30 兆以上。欧盟委员会预计电信运营商需要投资 2500 亿欧元(3180 亿美元)实现这一目标。

除了互联网的发展，智能手机的流行也推动无线宽带市场快速发展。以英国为例，尽管英国目前有线互联网服务已经处于饱和状态，但英国宽带接入服务市场依然处于快速发展阶段，其中发展的主要推动力来自智能手机宽带接入方面。未来 3 年内，英国民众利用智能手机接入移动互联网的人数将超过利用个人电脑接入互联网的人数。因为随着智能手机的迅速普及，普通民众希望可以借助智能手机的大屏幕浏览网页，同时诸如 Skype、VPN、多人在线游戏、P2P 等流行软件也需要在更高带宽中才能流畅运行，这些用户需求都成为无线宽带发展的推动力。

泛在网络推动数字化进程

虽然欧盟对无线宽带非常重视，但这并不意味着有线宽带会被忽视。无线宽带并不会对有线宽带构成威胁，相反，两种服务将构成互补，长期共存。欧盟委员会负责信息社会和媒体的委员维维亚娜·雷丁表示，欧盟消费者已经把宽带接入视为他们生活中不可缺少的组成部分。她认为，高速宽带是欧盟发展数字经济的基础，也是欧盟新技术应用走在世界前列的保障，未来 10 年将是欧盟社会全面数字化的时代，数字化时代包括有线与无线网络建设。

随着物联网、云计算逐步向实际应用推进，泛在化的下一代互联网将为这些应用保驾护航，为此，欧盟国家已经开始行动。法国为信息技术投资 55 亿美元，2008 年开始实施一项为期 5 年的宽带计划，目标是到 2010 年实现普遍的宽带覆盖，2012 年超高速互联网将连接 400 万个家庭。德国于 2009 年开始实施的“国家宽带战略”提出的目标是，2010 年整个德国都能用上宽带，到 2014 年确保至少有 75% 的家庭用上 50 兆的宽带连接。

毫无疑问，有线与无线相结合的泛在网络将会极大地推动欧盟内部信息化进程，宽带不仅促进经济的增长和生产效率的提升，更是核心竞争力的表现。欧洲正在建设一个“信息欧洲”，它的发展也给世界各国带来了信息化发展的思考。

来源：2010-9-30 中国高新技术产业导报

[返回目录](#)

新加坡有望 5 年后全国千兆上网

在新加坡，并没有三网融合这一说法。虽然电信业、广播媒体业分属不同的监管机构，但是在“智慧 2015”这一共同目标追求下，不同行业之间协调发展。

新加坡资讯通信产业的发达程度已位居国际排名前列，在《2009-2010 年世界经济论坛全球 IT 报告》中的排名上升至第二位。

“联席会议”监管融合业务

新加坡电信行业和广播媒体业的管理机构是分立的，分属于资讯通信发展管理局(IDA)和媒体发展管理局(MDA)。

IDA 成立于 1999 年底，由之前的新加坡国家电脑局(NCB)和新加坡电信局(TAS)合并而成。IDA 中国区司长李斯勤介绍，当时合并的目的在于建立一个单一的机构来负责新加坡 IT 与电信产业规划、政策制定、市场监管和产业发展等。IDA 的核心功能之一在于鼓励电信行业参与高效、公平的竞争，确保消费者和企业获得具有竞争力的服务，从而将新加坡打造成一个充满竞争活力的资讯通信产业国度，并且帮助政府开展信息通信方面的总体规划、项目管理、系统执行与应用。

MDA 的成立时间较晚，2003 年元旦由新加坡广播管理局、电影与出版物管理局以及新加坡电影委员会三家机构合并而成，成立 MDA 是新加坡政府为了适应媒体发展和管理的需要，对不同媒体的融合做出的反应。

虽然是两家独立的监管机构，但是他们又都隶属于新加坡新闻通讯及艺术部(MICA)，两机构间有合作机制通道。比如当初在发展 3G 上，IDA 承担包括 3G 网等基础设施的建设和管理工作，MDA 则负责对内容制作公司的监管，但是一旦涉及到具体的交叉监管，MDA 会和 IDA 以联席会议的方式协调管理。

电信、广电合力发展数字电影产业

新加坡广播媒体业和信息通信业之间没有严格的壁垒，早在本世纪初新加坡宣布媒体产业自由化，标志着广播电视运营商可以经营电信业务，同时电信运营商也可以进入广电业务领域。

从 2003 年开始，MDA 和 IDA 共同发展数字电影，在把新加坡打造成亚洲地区数字中心的过程中，可以看出双方是互补合作的，MDA 致力于促进内容的发展，IDA 着眼于将电影内容数字化、处理、打包并传送出去。

在新加坡，电信运营商经营广播电视业务没有特殊的限制。新加坡三大电信运营商之一——新加坡电信早在 2001 年开始就对 300 多用户进行 IPTV 业务的试点。到了 2007 年，新加坡电信又推出了 mio TV 付费电视业务，用户可以灵活地选择节目内容和播出时间。而在 2010 年 7 月，新加坡电信又和 ESPN 合作，推出自选服务 ESPN Player，无须电视机，用户也可观看直播或一个月内播过的节目。

打造“智慧国 2015”

2006年，新加坡推出了“智慧国2015”规划，一句话来形容就是“利用无处不在的信息通信技术将新加坡打造成一个智慧的国家，一个全球化的城市”。在这一目标指引下，信息通信业和广播媒体业间相互配合，协调发展，近期来华交流的IDA、MDA人士都着重提及了“智慧国2015”规划。

在2010年8月上海举行的中新媒体产业合作新闻发布会上，MDA局长谢德谦表示，到2015年，新加坡有望在全国推出超高速、全光纤网络，提供高达1千兆/秒甚至更快的宽带接入速度，“新加坡在数字媒体领域将会有更多的发展机遇。”

9月初，在武汉交流洽谈的IDA人士也向国内业界人士着重介绍了“智慧国2015”。IDA中国区司长李斯勤介绍，“智慧国2015”的一个战略要点就是发展完善的基础设施，其目标是到2012年，新加坡将建成下一代的全国信息通信基础设施，其中包括建设超高速的有线和无线两种宽带网络。

在有线宽带网络部分，新加坡已经开始实施下一代全国宽带网络计划(NBN)，提供千兆连接速度。在无线宽带网络方面，新加坡于2006年年底开始启用全国无线网络——“无线@新加坡”。该计划基于Wi-Fi技术，旨在激发无线宽带服务的需求与供给，从而创建一个活跃的无线宽带市场。毫无疑问，下一代宽带网络的投入使用不但对于信息通信业还是广播媒体业，都将起到极大的发展推动作用。来源：2010-9-27 IT时报

[返回目录](#)

马来西亚将出台政策挽留通信业人才

大马多媒体超级走廊将在2011年起正式进入第3期的发展计划，而马来西亚政府将培养2.5万名知识型员工，并每年发出工作准证给本地大专院校1000名最优秀的外国学生，让他们毕业后留在马来西亚工作。

马来西亚首相纳吉指出，政府将确保信息及通讯业继续在马来西亚经济上扮演重要角色，以便在2015年，信息及通讯业占国民生产总值的10.2%。

他表示，为了达到这个目标，政府积极解决马来西亚信息及通讯业人才不足的问题，除了积极吸引外国的大马人才回流外，也栽培2.5万名信息领域的毕业生，以让他们投入本地信息业。

“此外，政府也检讨当前的移民政策，每年发出1000张工作准证给本地大学，信息课程成绩最优秀的1000名外国学生，让他们在马来西亚服务。”

纳吉表示，政府希望这些成绩最优秀的毕业生，能为马来西亚的信息业做出贡献。纳吉于当地时间 7 日主持第 13 届多媒体超级走廊国际顾问团会议后，向记者这样指出。

他说，第 2 期的多媒体超级走廊计划会在 2010 年完成，这项计划已经超越原本预期的目标，从 2004 年至 2010 年，该计划的生产额达 350 亿令吉，并创造出 8.3 万个工作机会。

他强调，第 3 期的多媒体超级走廊计划，将继续对马来西亚经济扮演着重要的角色。第 3 期的计划适逢政府展开经济转型计划。

纳吉说，经济转型计划下 131 个入口点计划及 60 项商机，以推动大马成为高收入国。他表示，这 131 个入口点计划中，信息领域在其中 85 个计划中扮息相关。“多媒体超级走廊在过去 13 年中，已成为马来西亚重要资产，我希望在未来的 10 年，这项计划继续成为政府的其中一个重要的指标，以让大马成为发达、创新与高收入的国家。”来源：2010-10-8 中国新闻网

[返回目录](#)

欧盟将实施保护措施应对中国无线设备

据国外媒体报道，欧洲唯一一家调制解调器制造商 Option 称，欧盟可能在几个月内实施保护措施，以防备来自中国的进口产品。

在总部位于比利时的 Option 提出控诉后，欧盟已展开三项针对进口自中国的调制解调器的调查。

Option 的法律总顾问 Patrick Hofkens 表示，该公司预计其中一项调查将很快就会做出裁决，“可能在几个月内，”他说。

由于受到中国华为和中兴通讯的激烈竞争，Option 的股价已由 2006 年逾 16 欧元的高峰跌至不到 1 欧元。来源：2010-10-8 新浪科技

[返回目录](#)

意大利发布国家宽带计划 运营商合纵竞争

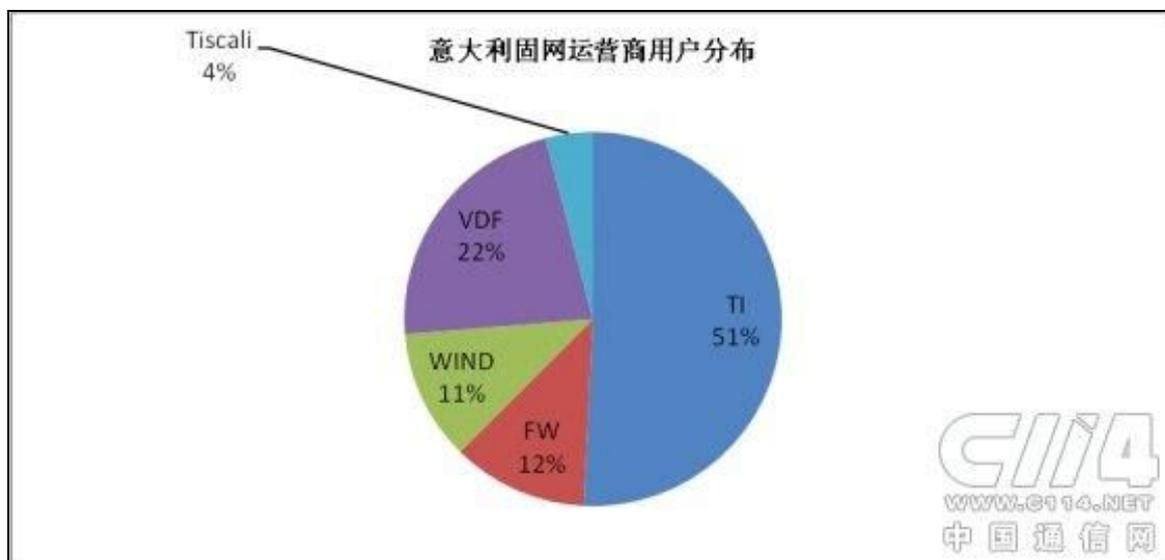
意大利政府于 2009 年 1 月正式发布 E-GOV 2012 计划，旨在大力推广电子政务，提高政府办公效率、增加政府决策的透明性。为了实现这项宏伟的计划，政府决定从建设宽带基础设施入手，大幅度提高宽带的普及率和用户带宽，目前开始实施了跨越数字鸿沟(Digital Divide) 和下一代接入网(NGAN)两个宽带建设计划：

Digital Divide 计划：拟在 2012 年前投资约 16 亿欧元，将宽带人口覆盖率从目前的 88% 提升至 99.5%，接入带宽在 2M 以上；

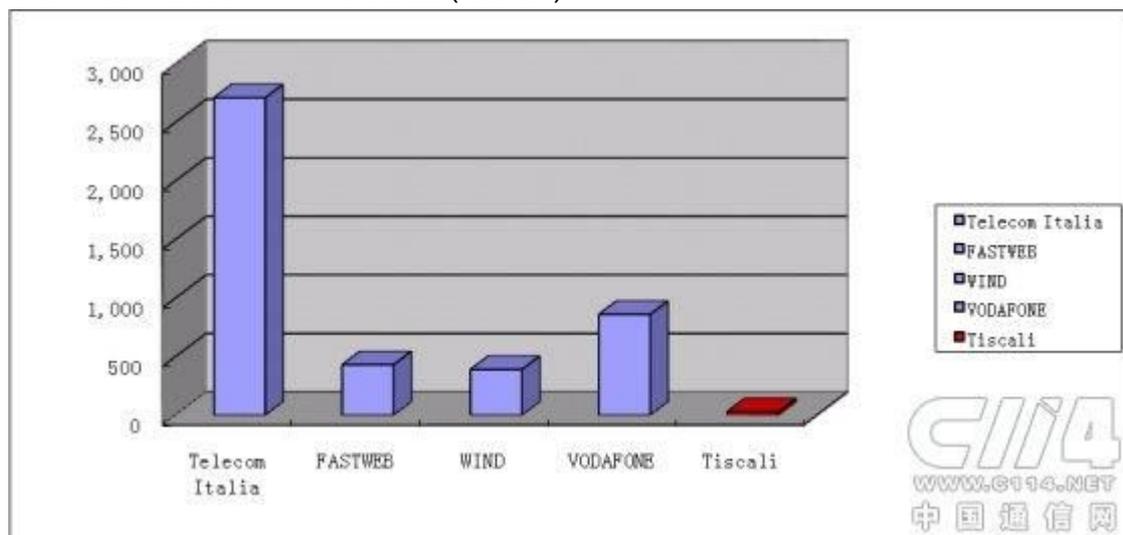
NGAN (下一代接入网络) 计划：计划未来 5 年内投入 70-100 亿欧元，实现 50% 左右的家庭(约 1100 万户)普及超宽带接入，达到 50M-100M 的对称带宽。

意大利政府计划尽快启动 NGAN 项目，通过筹建新公司来独立建设、运营 NGAN 网络，以实现宽带业务领域的公平竞争，避免重复投资，各运营商为响应政府宽带提升计划，纷纷制定了宽带建设计划和目标。在建设思路，大体上分为两个阵营，以意大利电信为代表的 GPON FTTH 阵营，以及以 WIND、Vodafone 和 Fastweb 为主导的 P2P FTTH 阵营。两大阵营都在政府的网络开放的战略指导下为用户提供超高带宽的宽带网络普遍服务。

意大利固网运营商固定用户市场份额和 2009 年营业收入如下：



意大利运营商 2009 年营收 (百万)



意大利电信：垄断地位不容忽视

意大利电信(Telecom Italia)是意大利第一大综合运营商,目前拥有宽带用户超过 850 万(其中居民用户 685.9 万,企业宽带批发用户 164.6 万),市场份额高达到了 71%,处于意大利电信市场主导地位,其 2009 年营收 271 亿欧元,财力雄厚。针对国家宽带建设计划,意大利电信坚持走 GPON 宽带建设路线,并希望依托市场霸主地位和技术领先的双重优势,通过实施光进铜退战略,继续主导光接入市场。2008 年,意大利电信选择了华为作为其合作伙伴开始规模部署 FTTB 和 FTTH 网络,并宣称在 2010 年底网络将覆盖意大利的罗马、米兰、卡塔尼亚地区等意大利主要城市,其网络规模将直接影响意大利国家宽带的建设模式与实施节奏。

Vodafone 意大利、Fastweb 和 WIND:合纵经营,争取权益

Vodafone 意大利子网是 Vodafone 集团 3 个最大的子网之一,是意大利第四大宽带运营商,在 2009 年其固定宽带用户增加了 40%,达到了 130 万,其宽带用户和语音用户达到 300 万,业务利润较上年相比增加了 1.9%,总营收达到了 85 亿欧元。

Fastweb 是瑞士电信的控股公司,是意大利第二大宽带运营商,宽带用户 150 万,2009 年宽带营收 43 亿欧元。WIND 是意大利第三大宽带运营商,宽带用户 138 万。

为了改变意大利电信在本国内一家独大的局面,Vodafone 意大利、Fastweb 和 Wind 决定抱团取暖,联合起来,向政府和监管机构施压,希望建设一张公平、开放的网路,通过尽快启动 NGAN 项目在光接入时代占据竞争的主动权。

在 2010 年的 5 月 7 日,Vodafone 意大利、Fastweb 和 Wind 高调宣布建立合资公司投资建设光纤网络,并发布了其分为两个阶段的网络建设计划:第一阶段,在五年内将投资 25 亿欧元建设覆盖意大利前 15 大城市(覆盖 1000 万家庭)的光纤网络;第二阶段,进一步投资 85 亿欧元建设覆盖意大利所有 2 万家庭以上的城市。

目前,Vodafone、Fastweb 和 Wind 已经选择华为作为其 FTTH 建设的设备供应商,Wind 在 2011 年初的 P2P 实验局已选择华为来承建,Vodafone 和 Fastweb 在 2010 年初由华为独家供应 OLT,建设其在首都罗马的实验局。近日,Vodafone 意大利宣布继续采用华为设备,2010 年底前对罗马的实验局进行扩容。

另外,意大利另外一家运营商 Tiscali 在 2010 年 6 月份宣布要加入 Vodafone 意大利、Fastweb 和 Wind 的 P2P 阵营,此前 Tiscali 曾表示要进行基于 GPON 技术的 FTTH 建设。

Tiscali 是意大利第五大固网运营商，宽带用户总共约 50 万，业务主要集中在意大利南部的撒丁岛，2009 年营收总收入为 2.9 亿欧元，截至到 2009 年底，其总资产为 4.28 亿欧元，总负债达到 4.35 亿欧元。来源：2010-10-8 中国通信网

[返回目录](#)

运营竞争篇

【竞合场域】

运营商完善增收通道

三网融合最终还是要体现在增收上，不仅需要网络融合，而且需要建立新的业务平台、整合业务资源，同时还需要灵活、高效的后台支撑系统。

本刊记者 李正豪

伴随着网络融合的深入，为避免成为互联网内容提供商的管道，电信运营商正在试图将更多的业务集成到三网融合的平台，同时也在改造后台支撑系统，把三网融合转变为收入增长因素。

业务平台正在建立之中

9 月中旬，建筑面积达 7000 多平方米的中国电信视讯运营中心在上海浦东金桥产业园落成，该中心设置视讯运营区、媒体生产区、业务展示区、配套服务区。中国电信总部人士告诉记者，视讯运营中心是中国电信运营 IPTV、手机视讯、互联网视讯的统一平台，面向三网融合负责中国电信全国视讯中央级平台的业务运营。

就在同一个产业园区，中国移动视频基地已经开始运作。知情人士告诉记者，截至 2010 年 9 月中国移动手机视频用户与 2009 年相比增长已超过 200%，这得益于中国移动“四项举措”推动视频基地运作，一是与媒体单位合作整合上下游资源，二是研究客户端适配技术以克服市场终端困境，三是开创 8 大垂直栏目 7 大品牌专区丰富视频产品结构，四是设立手机视频玩家俱乐部，建立产品运营、技术支撑等团队提高运营水平。

与此同时，中国联通也在进行 IPTV 设备招标和平台选型。在国家试点基础上中国联通主要在北方圈定自己的 10 个三网融合试点城市，据了解，中国联通与中标厂家签订承诺书，要求中标厂家只能立足中标地区，不能再参与其他试点地区的建设，这意味着老平台可能被放弃，因此中国联通属于重新选型，从原中国网通继承下来的 IPTV 业务平台可能被更新。

集成多种业务

中国联通陶蒙华表示，“融合的业务平台是一个水平综合的业务平台，它主要完成用户管理、业务管理、SP与CP的管理以及各种服务管理，它向上为SP与CP、虚拟运营商和第三方提供标准、开放的接口，向下通过各种适配器将流媒体服务平台和各种增值业务平台集成进来”。

他认为，目前广电提供的高清电视的体验远远超过目前甚至今后一段时间IPTV的直播节目，运营商的三网融合平台最好可提供点播、视频通信类、游戏类、各种信息服务类、远程教学类、远程医疗类等各种增值业务。

地方运营商一位人士认为，中国移动在业务层面的基地化运作值得借鉴。中国移动建成无线音乐、手机阅读、视频、位置、电子商务、游戏、手机动漫、南方8大基地，CMMB也成为G3手机标配，可以将手机电视、视频、音乐、阅读等结合起来推广。

该人士表示，三网融合说到底是为给用户提供更丰富的业务，找到并集成更多的多媒体业务，同时整合自身优势业务，才能让用户真正地受益于三网融合。三大运营商的应用商店都已经上线开通，如果运营商能通过各种手段鼓励开发人员开发更多应用，并有效整合这些资源，将非常有利于提升三网融合平台的价值。

后台支撑也很关键

此外，电信运营商还需要结合原有后台支撑系统，逐渐实现三网融合业务的统一管理、统一认证鉴权、统一计费等。上海贝尔一位专家告诉记者，“在三网融合的环境中，业务的捆绑和交叉更加频繁，原有针对单一业务的后台支撑系统已不能满足灵活运营的需求，现在需要融合的计费方案和综合网管，这样才能满足灵活高效的业务部署和网络运营需求”。

其实，融合化、集约化的运营支撑平台近年来已成为国内运营商提升竞争力的重要环节，各家运营商正根据3G运营、全业务运营、三网融合等发展需要，不断地改造后台支撑系统，只是侧重方向不同。对中国电信和中国联通来说，首先要考虑的3G运营和全业务运营需求。据记者了解，中国联通正在各地改造后台运营支撑系统，出于3G运营的需求，工程施工中坚持“3G优先”的原则，但在固网资源丰富的北方地区，一些省市在改造工程中也考虑了全业务运营以及三网融合的需求。

中国移动南方基地集中化支撑系统已经开通，这标志着中国移动集中化IT网络支撑和管理能力已经进入全面升级的轨道。“手机电视、视频等业务说到底是一种数据业务，后台支撑系统面临的挑战实际上是移动互联网的挑战。”中国移动通信研究院一位内部人士表示，“传统的运营支撑系统多为离线的计费方式演进而来，系统构架不能很好地使用实时系统的要求，针对多媒体等更多业务量

的全王兴移动互联网业务在性能上很难满足要求，改造之后的系统必须能为前端快速创建业务、构建更为广泛的产业生态链提供更好的支撑”。

数字：193.5 亿元

IDC 预计，2007 年至 2012 年中国电信业在经营分析系统、客户关系管理系统、IT 服务管理系统等建设上快速增长，2012 年电信行业 IT 解决方案整体市场规模将达到 193.5 亿元人民币。来源：2010-10-10 通信世界周刊

[返回目录](#)

中兴华为诺西竞标印度国有运营商订单

据国外媒体报道，印度国有运营商 BSNL 高管周五表示，中兴、华为、诺基亚西门子和阿尔卡特朗讯已经就该公司的网络扩容计划提交了设备竞标方案。

一名高管透露，“技术评估正在进行中，接下来 BSNL 将进行财务评估，预计一个月内就将确定订单。”

BSNL 最初只邀请了诺基亚西门子和阿尔卡特朗讯参与竞标，但随后的 8 月又邀请了中兴和华为。BSNL 计划进行网络扩容，在印度北部新增 337 万条电信线路，在该国东部新增 213 万条线路。

这次扩容计划将帮助 BSNL 吸引新用户。该公司 2009 年曾因采购程序问题而终止价值 60 亿美元的合同招标。

BSNL 曾表示，由于无法进行网络扩容，该公司在竞争激烈的市场中损失了大笔收入。

四大电信设备厂商中只有华为印度部门确认参与了这次招标。来源：2010-10-2 新浪科技

[返回目录](#)

爱立信华为获巴帝电信孟加拉国网络合同

巴帝电信将选择爱立信与华为为其扩容、管理孟加拉国的网络。

巴帝电信没有透露与爱立信、华为合同的财务细节，仅表示爱立信会为其管理孟加拉国的大部分网络，华为将扩容该国东部地区的网络。

孟加拉国的移动通信产业增长快速，从 2001 年的 20 万用户到现在已增长到近 6200 万，增长的主要原因在于该国稳定的整体经济增长以及国内六大运营商的激烈竞争。

孟加拉国第四大运营商 Warid Telecom，在 2010 年一月份向巴帝电信出售了 70% 的股份，目前拥有用户 300 万，移动通信产业的增长自 2009 年起已有所放缓，自从巴帝电信进入，市场竞争又进一步激化。

巴帝电信在亚洲和非洲的 19 个国家拥有移动运营业务，以用户数统计成为全球第五大移动运营商，上个月宣布爱立信、诺基亚西门子和华为成为其印度 3G 网络的设备供应商。

爱立信在三月份曾公布获巴帝电信 13 亿美元的网络扩容合同，为其升级 15 个电信商圈的 GSM 网络。来源：2010-10-8 中国通信网

[返回目录](#)

运营商“火并”体感游戏 终端或成为阻碍

在 2010 年通信展中，体感游戏成为三大运营商竞争焦点，包括中移动、中电信、中国联通在内，均在展台显眼位置展出相关产品，中移动更是在展台假设宽大 2 米的屏幕进行演示。

中移动体感游戏

隔路相对的中电信体感游戏

相关专家表示，体感游戏始于数年前任天堂旗下的 Wii 游戏，仅仅在美国，Wii 的销售即超过 3000 万台，为任天堂带来的丰厚的收益。在此前的互联网大会上，中移动已经展出了基于 OPhone 的体验游戏手机，上述资料相结合，中移动在体感游戏的发力已经可期。

在中联通方面，在上届通信展，其合作伙伴的体感游戏已经展出，本届已经可以清晰的看到中国联通的烙印。

在中电信方面，拥有宽带优势的中电信显然同样把体感游戏作为突破重点，一个比较有意思的现象，中电信的体感游戏展示与中移动的隔路相对，颇有些打擂台的意思。

相关专家表示，对于运营商而言，终端过于繁杂的型号可能会成为运营商推广体感游戏业务的阻碍，此前中移动展出的 OPhone 终端仅限于 Ophone2.0 版本手机，而且体感游戏同时受限于手机的重力感应装置，其阻碍同样明显。相比之下，任天堂、微软、索尼由于其游戏机的统一性，上述问题反而不存在。

但是，相关专家同时表示，由于运营商运营体感游戏能够同时扩大宽带服务，更有利于转型，上述竞争刚刚开始，好戏还在后头。来源：2010-10-11 通信产业网

[返回目录](#)

【中国移动】

中国移动启动新一轮 600 万部 TD 手机采购

根据中国移动向各手机厂商发布的通知，中国移动已于国庆节前夕启动新一轮 TD 手机采购，计划采购 600 万部普及型 TD 手机。

全部采购普及型 TD 手机

相关手机厂商透露，本次采购名为“普及型 G3 手机”集中采购项目，拟采购普及型 G3 手机约 600 万台，其中初级手机电视终端约 360 万台，中级手机电视终端约 240 万台。

据悉，手机厂商于 9 月 29 日下午 16:00 至 18:00 以及 9 月 30 日 9:00- 这两个时间段领取了招标文件。

该次 TD 手机采购应该与 TD 四期建设有关。目前 TD 四期建设正在进行，将扩大到全国几乎所有地市，在此情况下，对 TD 手机的需求大增。

要求是 2010 年新品

参与采购的 G3 手机必须是 2010 年 1 月以后(包括 1 月)进入中国移动 TD 终端产品库产品，2010 年 8、9 月送测产品；或 2010 年之前进入中国移动 TD 终端产品库且该款产品累计销量超过 10000 台(数据来源为中国移动定制终端销售管理系统或供应商提供相关正式销售证明)。

同时要具备本次集中采购资质的供应商的产品；或者是符合本次集中采购产品白皮书必选要求的产品。

招标文件中规定参与本次 TD 手机集中采购的必须是原生产厂商，必须具备手机终端生产、经营资格，具有手机研发实力和生产管理经验；且 2010 年 8 月前全球推出至少 5 款以上自有品牌手机产品。

另外要求手机厂商。截止到 2010 年 9 月 15 日至少有 1 款优秀级或良好级 TD 手机产品已列入中国移动 TD 终端产品库中。

除满足以上相关要求外，2009 年 1 月至 2010 年 9 月，TD 终端合计销量在 10000 台以上的手机厂商也可参与本次集中采购。来源：2010-10-8 新浪科技

[返回目录](#)

【中国电信】

中国电信：网络无所不在 应用无所不能

“2010年中国国际信息通信展览会”在中国国际展览中心隆重开幕。中国电信以“网络无所不在，应用无所不能”为主题在展会上亮相。

中国电信的展台分为企业形象、商务领航、我的e家、天翼、行业应用五大展区，采用虚拟场景、卫星与地面、远程连线 and 互动演示等新颖活泼的形式，将移动与固定，转型业务与传统项目完美结合，为观众展开一幅物联网打造的低碳生活图景，充分展示中国电信融合创新带来的综合信息服务能力和聚焦客户运营模式所创造的差异化竞争优势。

企业形象：展现中国电信务实推进国家信息化建设，履行央企社会责任

中国电信一直致力于推动国家社会信息化建设，坚持企业与社会、环境及利益相关者和谐共生，切实履行企业社会责任。在2010年的青海玉树地震、甘肃舟曲泥石流和南方洪水灾害中，中国电信积极抢险抗灾，有力保障了灾区的通信畅通。在中国电信企业形象展区中，通过视频、图片等形式，展示了中国电信实施向综合信息服务提供商转型战略五年来所取得的成就。

商务领航：物联网应用异彩纷呈

商务领航是中国电信面向政府和企业客户推出的客户品牌，它依托中国电信品牌、产品、服务、网络、渠道和客户资源优势，将众多IT软、硬件产品与电信的基础通信业务、卫星通信和增值业务相融合，为客户提供综合信息化解决方案，对加快推进企业信息化进程，实现客户价值提升具有重要作用。在此展区重点展示了综合办公、全球眼、车辆人员定位及物联网应用，充分展示了中国电信在行业信息化方面的主要成果。

智能医疗是中国电信利用物联网打造智慧城市的一项重要应用。特点是基于医院信息、新农合、区域卫生等服务管理模块提升医疗卫生信息化水平，促进资源共享，构建数字化医疗卫生体系。同时可提供24小时的私人医生，每时每刻管理您的健康。

“警务e通”、“公交e通”、“保险e通”、“工商e通”是中国电信在天翼3G无线网络定位技术的基础上，为司法、公交和保险行业而量身定做的行业信息化解决方案。借助天翼手机终端随时随地实现信息交互，帮助警务机关降低工作成本，提高现场执法效率。“交通e通”依托天翼3G及GPSone定位技术，为企业提供远程实时车辆位置监控和车载视频图像服务。“保险e通”利用领先的音视频、网络技术为保险公司度身定制的车辆远程可视化定损信息化解决

方案。“工商 e 通”利用物联网技术建立安全可靠的商品信息库，真正让您购物无忧。

中国电信基于天翼 3G 网络而开发的特色业务“翼视通”，可高效满足专业媒体、政府机构、企事业单位方便、快速、经济传送广播级高质量视频的需求。

中国电信在本次展览会上设有“卫星通信”业务展示区，作为国内卫星通信业务范围最广、资源最丰富，公众卫星通信服务规模最大、卫星应急通信保障能力最强的电信运营商，中国电信能为您提供利用高、中、低不同轨道的卫星移动通信业务，主要提供的话音、数据、短信息、互联网接入等通信服务。其中农村信息化卫星通信解决方案是中国电信定制的，集现代远程教育，卫星宽带接入和卫星 IP 电话三种功能为一体的解决方案，是中国电信解决农村偏远地区信息化最有效的手段之一。

综合办公是基于固定网络和移动网络，针对客户使用的 PC 终端和移动终端所搭建的支持政企客户综合办公需求的应用系统。借助中国电信天翼手机终端，实现随时随地公务处理，该系统提供单位通讯录、信息应用、公文处理、工作安排、信息发布、移动邮件、协同通信等功能，以满足政企客户随时随地办公的需求。

此外，中国电信与加拿大 RIM 公司合作推出的天翼黑莓业务，移动用户可通过天翼黑莓手机，收发互联网公共邮箱或单位邮箱电子邮件，可以满足客户随时随地快速收发邮件的需求，能够帮助客户创造更多企业价值。

我的 e 家：打造智慧家庭

我的 e 家是中国电信面向家庭客户推出的客户品牌。展台上为观众呈现出物联网技术给家庭带来的融合与自由沟通的 5A 数字家庭生活模式。5A 数字家庭即每个家庭成员(Anyone)，无论什么时候(Anytime)，无论在哪(Anywhere)，都可以通过手机、电脑和电视(Anyway)，自由掌控家庭娱乐、安防、购物、沟通、商务，一站式全面满足生活所需(Anything)！

我的 e 家展示了包括高清 iTV、标清 iTV、5A 家庭安防、5A 智能家居、5A 数字社区、彩色 e 家、体感游戏等。

天翼：3G 畅游智慧生活

天翼作为中国电信移动业务品牌，以融合移动与固网的全业务优势，为用户提供真正意义上的互联网手机服务。此次展会中国电信带来了基于 3G 网络的最新应用，包括天翼宽带、天翼视讯、天翼空间、天翼阅读、天翼对讲、天翼导航、爱音乐、爱游戏等。

作为中国最大的综合信息服务提供商，近年来中国电信一直立志于融合业务的研究开发。中国电信天翼宽带用户可通过 PC 上的 WiFi 网卡或天翼 3G 无线上

网卡，自由选择 WiFi、天翼 3G 和 2G 等不同接入方式上网，从而享受高速的无线上网服务及相关互联网增值业务。

中国电信通过移动终端，以语音、手机上网、客户端软件为主要接入渠道，为客户提供综合信息服务，其中主要包括：为公众用户提供手机方式的本地生活信息搜索、订机票、订餐馆、地图周边搜索、指路、特色频道信息及论坛等服务。

“网络无所不在，应用无所不能”，这是中国电信在本次展览会上的展示主题，这一主题诠释了中国电信创新发展的活力与生机。

进入 3G 时代，通信业将发生重大变革，中国电信将积极推进国家信息化建设，抓住机遇，以坚韧不拔的毅力、务实高效的创新能力，高质量地整合固网业务和移动通信的优势，提供更多差异化的融合通信产品和服务，给用户带来崭新的无处不在的信息生活体验，为国家信息化建设做出贡献。来源：2010-10-10 通信产业网

[返回目录](#)

中电信将聚合两岸产业链强化物联网商机

中国电信高层将率团赴台湾寻求合作。据相关媒体报道，中国电信董事长王晓初将于 10 月下旬访台，推动海峡两岸在 CDMA 2000、三网融合及物联网三大领域的合作。据了解，包括联发科、宏达电、友讯、中华电信等产业链厂商，将是王晓初台湾行的主要走访对象。产业链融合将为中国电信的持续发展注入强劲动力。

移动互联网、三网融合以及物联网成为时下信息产业界关注的焦点。中国内地正加快推进三网融合，大力发展移动互联网以及布局物联网应用。台湾电信产业发展协会理事长吕学锦曾表示，未来将在三网融合、物联网、云计算领域与大陆寻求合作。业内普遍认为，两岸电信业互补性强，具有巨大的合作潜力。

《海峡两岸经济合作框架协议》(ECFA)的签署，开启了海峡两岸经济合作的新篇章。对此，南开大学张伯伟教授认为，这不只是静态上的优势互补，更重要的意义在于动态上的产业整合。就信息产业来说，台湾的研发优势与大陆的制造优势，还没有达到更高层次。如果两岸实现经济整合，可以形成合体一起提升。

尤其是物联网，被看成信息产业下一个重要增长点。据美国权威咨询机构弗雷斯特新研究公司预测，10 年内物联网可能大规模普及；到 2020 年，物联网产业要比互联网大 30 倍，物联网技术将发展成为上万亿元规模的高科技市场，因此被称为下一个万亿级的通信业务。可见，物联网具有广阔的市场空间和良好的发展前景。

目前，物联网产业已经少了些炒作的成分，而多了些应用的成果。中国物联网研究中心叶甜春主任表示，未来几年将是中国物联网应用的迅猛发展期。三大电信运营商都看到了物联网发展的商机，正积极切入这一市场。中国电信在湖南等地试点物联网应用；中国移动表示希望把物联网变成一种真正的应用；中国联通相关人士则表示物联网不会变成“富人专享”。

中国电信正在积极布局物联网市场，相继推出了“翼机通”、“翼支付”等业务。据介绍，“翼机通”不仅为用户提供传统的手机通信服务，还可通过手机实现门禁、考勤、食堂消费、信息发布等多种服务；“翼支付”着力为用户提供手机刷银行 POS、大小商超等移动支付服务。据悉，台湾厂商台达电、哗裕、旺玖、盛群、联杰、达盛、亚信等也在积极部署这一领域。

此外，三网融合也是两岸信息产业合作发展的机遇。北京邮电大学宋俊德教授称，从新业务创新和应用到智能化科学化监管，三网融合有着各方面的需求，这些需求为两岸四地合作带来新机遇。比如，中国电信进军 IPTV 市场，需要终端产品的支撑，分析人士认为，丽台、伟侨及合勤、友讯等，有机会打入中国电信供应链。

物联网市场风生水起，但还需要对产业链进行整合。中国电子信息产业发展研究院专家表示，两岸在物联网领域各存优势，应加强互补。两岸信息产业由市场驱动转向主动合作，开展应用服务创新，将推动物联网等市场的快速发展。来源：2010-10-8 通信信息报

[返回目录](#)

【中国联通】

中国联通 2010 跨越式增长

经过了 2008 年的规模投资 3G 建网，2009 年 3G 在试商用阶段蛰伏后稳定的增长，2010 年中国联通在 3G 上出现了跨越式增长，在 3G 正式商用一周年以及，用户数总数也突破 1000 万，正朝着良性健康的轨迹发展着。

中国联通高级副总裁李刚向记者表示，中国联通对于千万级 3G 用户的数量表现尚可满意，但是随着 3G 业务的广泛推广以及 iPhone 4 的上市，期待 3G 用户出现更大规模增长。

发展 3G 用户需要质量

中国联通在 3G 正式商用一周年后，用户数超过千万，这也是具有里程碑意义的一个数字，而联通在发展 3G 用户数量的同时也同样注重 3G 用户质量，也就是保障 ARPU 值在一定的水平之上。

据联通披露数据显示，中国联通 8 月 3G 用户 ARPU 值为 134 元，虽然与 2009 年年底的 141.7 元相比有所下降，但仍是三大运营商中 3G 用户 ARPU 值最高的。李刚向记者解释道，如何能够促进 3G 用户增长，同时保证较高 ARPU 值是一件较难的事情，这两者就像“跷跷板”的两头，需要在资费门槛与业务资费等方面定价找到一个平衡点，才能找到平衡。

“无论运营商是采取哪种策略，均是要以实现企业价值最大化为最终目的，不同的企业对于价值最大化的理解不同，主要是运营商看重哪头，是用户数量还是用户质量。”李刚表示。

毋庸置疑的是，iPhone 的引入为中国联通不但带来了 3G 用户数量，同时用户质量也是很高。据李刚介绍，8 月联通的 3G 用户 ARPU 值是 134 元，而 iPhone 用户的 ARPU 则远远高于平均 ARPU 值，这也源于 iPhone 良好的 3G 体验，同时也充分地拉动了数据业务增长。

3G 玩的就是数据应用

3G 与 2G 最大的区别是什么？其实对于用户而言最大的区别就是在于网络速率提高了，在这个基础上能够有更加丰富的应用可以玩，而其中直接的体现就是移动互联网数据业务应用，例如手机上网、手机电视、手机炒股等等。

李刚这样诠释道，2G 对于用户而言仅仅是语音与短信服务，使用其上网的人少之又少，而 3G 最大的区别则是除去语音之外的另外一种生活，是一种改变用户生活习惯的方式。

中国联通 3G 商用已经一周年，而在这一年的时间内，联通主要是在让用户了解 3G 是什么，3G 能做什么，逐渐培养用户对于移动互联网的使用习惯，这也同时增加了用户对于 3G 的粘性，而未入网用户也会根据人们口口相传加入其中。

据咨询机构调查显示，2009 年促使中国用户选择 3G 网络的原因中，更快的网络传输速度占比 50%，位居第一；其次新的特色增值服务，占比 25%，而资费的降低和功能的强大对消费者的选择影响并不显著。也就是说，高带宽和多功能成为用户 3G 消费的重点，这里就是运营商做文章的地方。

联通也根据 3G 用户对于数据与语音偏爱比重设置了 A 计划套餐与 B 计划套餐，但目前仍有 70% 用户选择 B 计划套餐，也就是偏爱语音方面资费优惠，但据李刚介绍称，虽然有 7 成用户选择 B 计划套餐，但是让人觉得可喜的是，在 B 计划套餐用户中，数据流量正在逐月增加，相信会有更多用户会转向 A 计划套餐。

iPhone 坐镇，可选终端众多

终端无疑是中国联通在三大运营商最大的优势，当余下两家运营商均在下大力气补贴终端开发的时候，联通完全可以将经历更多地放在如何做好 3G 业务上，毕竟 WCDMA 网络在全球范围内已很成熟。

而 iPhone 的成功入华对于联通与苹果而言无疑是件双赢的事情，它即为联通带来了 3G 用户数，而更重要的是 iPhone 更好的为用户诠释了什么是 3G，3G 该怎样去玩？这也是在 3G 刚刚起步的联通想要看到的效果，因此 9 月的 iPhone 4 进入的火爆也完全可以理解了。

而对于苹果而言将 iPhone 带入中国这样一个消费潜力巨大的市场，在手机终端得到大量销售的同时，对于其他 iPod、iMac 等产品的销售也是很有帮助，毕竟有了官方正面的宣传，广告效应也不可小觑。

而在 iPhone 入华的初期，有媒体诟病联通过于依赖 iPhone 终端来发展 3G 业务，毕竟 iPhone 是跨时代的产品，而如今联通在引入 iPhone 4 的同时，也与摩托罗拉、三星等旗舰类产品合作，进行终端补贴销售。据李刚介绍，联通在 3G 终端补贴中，不仅仅关注高端手机，而对于中低端 3G 智能手机同样会有相应的补贴合约，为用户提供更多选择。来源：2010-10-9 通信世界网

[返回目录](#)

中国联通“四轮”驱动促 3G 业务有效发展

中国联通 3G 发展初期成功的关键：聚焦时尚、商务、高端人士，围绕核心商圈、中高端社区等构建 3G 渠道；借力战略终端树形象，普及型终端上规模；初期引入高数据、高语音套餐。

中国联通 3G 发展呈现良好势头。最新数据显示，中国联通 3G 用户 8 月增长超过百万，达到 101 万。截至 8 月底，中国联通的 3G 用户总数为 951.1 万户。

2009 年 10 月，中国联通在全国 285 个城市积极启动 3G 业务，企图以全新的运营理念和经营模式，扭转 2G 市场的被动局面，改写 3G 市场竞争格局，经过一年的发展，中国联通 3G 优势开始显现，3G 用户呈现高 ARPU、高收入贡献率、低离网率、低佣金等特征。

四方面发力推动 3G 发展

中国联通提出规模有效发展 3G 市场，力争三分天下有其一的战略目标，聚焦中高端客户，通过渠道先行、终端、资费驱动等拉动规模，通过流量经营、服务维系，实现有效益发展。

市场定位于时尚、商务等中高端人士。3G 用户主要集中在互联网时尚用户、中高端大众用户、上网卡用户等。这部分中高端人群，主要聚集在核心商圈、IT 商圈、手机商圈、中高端社区以及商业楼宇等。

中国联通的 3G 用户重点定位中高端客户群，通过设置较高的资费门槛有效区隔 2G 用户，对目标客户群聚集区域深度嵌入，保证网络覆盖、渠道部署、人员配备。

流量经营提升用户 ARPU，促进有效益发展。中国联通对存量用户按流量细分，精准推送不同应用，以提升流量，增加客户价值。例如，针对 30M 以下低流量用户，重在辅导应用，培育使用习惯，对于 30 - 100M 的中流量用户主打应用优惠，延长在网时长，对于超过 100M 的高流量用户推广视频等多媒体应用。对新增用户根据入网时点开展接触点体验营销，赠送体验卡，手机预置软件，从源头抓起培养消费者使用习惯。

六统一管理、组织架构调整等基础保障。中国联通实施六统一管理，即统一品牌、统一业务、统一包装、统一资费、统一终端政策和统一服务标准，以迅速打造联通新形象，避免各省各自为战。从目前市场反馈看，六统一管理效果显著，尤其品牌及包装的统一，但在一些合作渠道以及大卖场中六统一政策的执行力还明显不足。

中国联通整合前端部门，将市场部、个人客户部和家庭客户部精简为市场部和销售部。

渠道、终端、套餐三大关键举措拉动规模发展。中国联通审时度势，全面拓展 3G 渠道，套餐全面覆盖客户群以及构建高中低各档次的终端战略体系，促进 3G 规模发展。

渠道先行：围绕重点目标客户群聚集区，中国联通定位手机卖场、手机连锁为主渠道，利用 3G 手机产业链的优势进入手机主流渠道。

终端拉动：战略终端借力树形象，普及型智能终端上规模，专用终端获取偏好人群，周期发布新款营造入网高峰；把终端商诺基亚、联想发展为推广合作伙伴和新渠道。

套餐驱动：引入期主打高数据、高语音资费，成长期逐步向语音扩展、向低端扩展。

借 3G 改变原有 2G 困局

中国联通 2G 市场经营以低价主打、低端客户群为主，导致竞争力薄弱，且呈现出 2 高 2 低的经营困局，用户 ARPU 仅 42 元 / 月，收入贡献率较低、离网率高、佣金高，用户大进大出，高端用户仅占 8% 左右等。

面对 2G 经营困局，中国联通转变经营思路，积极启动 3G 市场，避免 3G 经营 2G 化，通过组织架构调整、六统一战略管理、终端、渠道、资费等关键策略经营，有效改变原有格局。

截止到 6 月底，中国联通 3G 用户累计达到 756 万户。3G 用户质量较高，其中手机用户占比较高，ARPU 值约 134 元，3 倍于 2G 用户 ARPU 值。

三大举措是初期获得成功的关键

渠道广覆盖：立体 3G 渠道，区域门店分类管理。中国联通建立了以实体营业厅为核心、电话、电子、直销等为补充的 3G 渠道。在实体营业厅方面，中国联通改建原有 2G 营业厅、选址新建自营厅，并大规模扩大省级连锁和地市级连锁社会实体渠道。除此之外，大力发展电话渠道、电子渠道、集团客户直销团队、3G 社会专员等补充渠道。从目前发展的效果看，社会渠道是 3G 用户的发展主力，同时，连锁渠道又是最为关键的推动力。

中国联通围绕重点目标客户聚集区域，设置了商圈门店、大型超市 / IT / 手机卖场、商业楼宇、社区园区商圈门店等。针对商务商圈，以 3G 业务为主宣传和推广，门店面积小，突出 3G 终端陈列，强化体验式营销；在大型超市 / IT / 手机卖场，以 3G 终端销售为推动点，吸引高素质社会渠道，尤其是大中型手机销售渠道合作；在商业楼宇门店，针对商务人士工作的工业商圈，延伸和补充渠道覆盖；社区园区店以 3G 加宽固融合业务为主，开展全业务经营。

3G 套餐全渗透：由数据向语音扩展、由高端向低端扩展。

3G 发展初期，设置了 96 元至 886 元的 17 款高数据、高语音套餐，其中语音和数据比 7 : 3，期望以语音消费习惯吸引入网，逐步培育数据消费。相对移动最低 5 元包月，电信最低 80 元包月，中国联通设置最低 96 元的较高门槛，目的在于以高资费套餐获取优质客户，改变原有 2G 用户 ARPU 低，质量差的情况。

成长期，为了改变发展放缓的态势，刺激用户规模发展，中国联通降低门槛，增加 36 元数据套餐、96 元 iPhone 套餐，将 66 元学生套餐并入 3G 基本套餐面向所有客户推广，同时增加以语音为主打的 3G 基本套餐 B，分为 66 元—186 元共五档，将数据与语音 7 : 3 的比例调整为 3 : 7，以增强 3G 套餐竞争力，吸引更多的用户入网。

从目前发展的效果看，3G 用户主要集中在 66 元和 96 元套餐，126 元以上的高端套餐用户占比较少。

战略终端拉动：借助 iPhone 和乐 phone 争夺高价值客户，普及型智能终端拉动客户规模上量。相比移动、电信，中国联通拥有 WCDMA 成熟终端优势，它具有自然增长性，也是联通 3G 大发展的最关键要素。纵观中国联通终端布局，

构建了以 iPhone、乐 Phone 为代表的中高端战略终端、为获取中端用户的普及型智能终端、规模上量的普通定制终端的终端战略体系。

中国联通借力 iPhone 树高端形象，将 3G 广告以 iPhone 承载，吸引高端和时尚人群。同时借力联想及其渠道推广乐 phone，目前，全国销售了 4 万台，但 70% 的销售量来自于自有渠道。

依据三层终端战略体系，中国联通设置了不同的终端补贴标准，建立了不同终端层次下，补贴系数与套餐为中心的补贴制度。例如，普通定制终端，实施 0.4 倍预存 6 折购机优惠。

中国联通聚焦时尚、商务、高端人士，围绕核心商圈、IT / 手机卖场、中高端社区、商业楼宇等接触点，构建 3G 渠道。借力战略终端树形象，普及型智能终端上规模。初期引入高数据、高语音套餐，成长期向语音扩展、向低端扩展。来源：2010-10-8 通信信息报

[返回目录](#)

中国联通与招商银行计划发布 iPhone 手机银行

2010 年中国国际信息通信展于 10 月 11 日至 15 日在北京国际展览中心举行，中国联通集团公司党组书记、副总经理姜正新先生在展会期间接受了 C114 的专访。在谈及炙手可热的 iPhone 时，姜正新称，iPhone 也提供了很多行业应用。

“ iPhone 应用商店上本身就含有很多面向商务行业的应用，现在很多行业用 iPhone 的手机开发了他们自己的应用，比如说用 iPhone 手机做移动办公，做新闻采编，还有网上银行，我们目前和几家银行正在谈，和招商银行有计划不久正式发布基于 iPhone 的手机银行。可以说，iPhone 上的行业应用很多很多。”

同时，姜正新也非常看好手机炒股业务。“需要特别强调的是，手机炒股将成为未来发展的重要趋势。大家回忆一下十年前我们炒股的时候，可能绝大部分人是要去股票大厅，十年后大部分同志炒股都在网上了，在电脑上做。未来的三到五年，我们可以预测，相当多的股民将通过手机终端来实现。”来源：2010-10-12 中国通信网

[返回目录](#)

中国联通 WCDMA 网络全球规模最大 3G 用户破千万

中国联通总经理陆益民日前透露，中国联通 3G 业务正式商用已一周年，目前已建成全球最大的 WCDMA 网络，3G 用户突破 1000 万户大关，并在网络建设、终端数量、3G 应用、行业拓展等方面取得了成绩。

陆益民在中国联通“3G 正式商用一周年庆典活动”上介绍说，目前中国联通 WCDMA 网络已基本覆盖到全国县级以上城市，并与全球 87 个国家和地区的 169 个运营商开通了国际漫游业务。借助这个网络，中国联通手机上网、手机音乐、手机电视、手机阅读、应用商店、移动支付等多种 3G 业务发展迅猛，并推出移动办公、手机采编、手机期货、智能公交、手机网银、手机航空等 19 个创新性 3G 行业应用产品。

据了解，目前中国联通正在继续深化与产业链上下游终端、渠道、应用等各层面的广泛合作，以图打造互利共赢的产业链架构。在 3G 运营方面，对所有 3G 手机均采用市场化销售机制，并已推出 90 余款 3G 定制手机。同时，中国联通率先在国内构建了 3G 专属服务模式，不仅与社会渠道深入合作，拓展手机、家电、IT 类优质实体渠道，提升用户购买体验，还推出简单便捷的网上营业厅，提供“一站式”服务。

在周年庆典现场，中国联通首次展出其最新 3G 手机电视业务。据介绍，目前中国联通 3G 手机电视业务已有直播频道 127 套，点播节目共有 20 多万分钟，内容涵盖新闻、财经、电影、电视剧、音乐、体育、动漫、娱乐、生活、探索、原创、教育等十多个领域。

陆益民表示，下一步，中国联通将以提升国家信息化水平、向社会提供高品质的信息服务为己任，实施“3G 领先与一体化创新战略”，继续加强与信息服务价值链各环节的合作，建设最好网络，创造最优产品，提供最佳服务。来源：2010-10-3 新华网

[返回目录](#)

制造跟踪篇

【中兴】

中兴通讯 LTE-A 系统演示亮相北京展

具有 20 多年历史的中国国际通信设备技术展览会(PT/WIRELESS & NETWORKS COMM CHINA 2010)将在北京开幕。本次展会，中兴通讯成功推

出了 LTE-A(LTE-Advanced)系统演示，在演示现场下行峰值速率超过 1Gbit/s，体验者将率先品尝到第四代无线通讯带来的高速盛宴。

被誉为 4G 技术的 LTE-A，作为 LTE 的平滑演进，中兴通讯能够保持其与 LTE 良好的兼容性，提供更高的峰值速率和吞吐量及更高的频谱效率。LTE-A 引入载波聚合、多天线增强、中继技术和多点协作传输等关键技术，中兴通讯在上述技术研究上均占领先地位。中兴通讯计划 2012 年推出 LTE-A 商用产品。

“中兴通讯致力于推动 LTE&4G 技术和产业的发展，为运营商提供最具竞争力的、量身定制的移动宽带解决方案，助力运营商盈利。”中兴通讯 CDMA

中兴通讯不断加大在 LTE 及未来演进技术领域的投入，其 4G 研发人员已达 4000 人。截止 2010 年 6 月 30 日，中兴通讯已向 3GPP 提交了 5400 多篇提案，担任了 16 个 3GPP 标准项目与协议编辑；在 SAE/LTE 标准技术领域，中兴通讯已向 3GPP 提交了 3300 多篇提案，并申请了 2600 多件专利。

至 2010 年 7 月初，中兴通讯与全球运营商合作部署 7 个 LTE 商用网络和近 50 个试验网，遍及欧洲、美洲、亚太和中东等地区，积极推动 LTE 商用进程。
来源：2010-10-12 新浪科技

[返回目录](#)

中兴通讯：“创新+规模”成就国际化

在市场机会上，中兴通讯新任总裁史立荣对中国标准的 3G 移动通信技术 TD-SCDMA 及其 LTE 演进路线充满期待，他认为这将是有效解决数据服务所带来的网络压力的途径之一。

而在如何把握机会的“执政策略”上，2010 年 3 月份接任中兴通讯总裁职位的史立荣认为，“创新+获取规模”将是重要的两大策略。

TD 推进与创新投入

尽管许多运营商已经在部署更常见的 FDD 3G 网络并向 LTE 演进，但史立荣指出，由于频谱资源的限制，运营商会考虑利用 TDD 频谱进行数据业务。

“越来越多的运营商将考虑 TDD 模式，由于 FDD 频谱的稀缺性和昂贵性。”史立荣进一步介绍说，“运营商将更加关注数据和宽带业务并需要更多的频谱资源，TDD 将成为无线宽带的一个选择。”

2008 年，中国通信运营商进行了重组。中国联通获得了传统的 WCDMA 3G 牌照，中国电信获得了 CDMA 3G 牌照，而中国移动作为全球最大的移动运营商获得 TD-SCDMA 牌照，成为全球首家建设 TD-SCDMA 网络的运营商。为此，

中国移动在探索的初期付出了一些代价。当时的中国移动总裁王建宙说：“TD-SCDMA 尚不具备规模优势，这将带来费用的增加。”

然而，由于全球移动宽带市场始料未及的发展，现在业界有逐步向 TDD 模式过渡的趋势。TDD 模式的吸引力在于，由于上行和下行流量的不对称性，数据传输效率得到了大幅提升。系统通过动态地分配上行和下行的时间段，能够将空闲的频谱资源分配给其他用户。

但在市场大机会下，产品的竞争力来自于对研发的持续投入，史立荣表示，每年中兴通讯都要把 10% 的销售收入投入到研发上。根据中兴通讯 8 月份发布的半年财务报告，截至 2010 年 6 月 30 日，2010 年上半年中兴通讯实现销售收入 45 亿美元，同比增长 10%，净利润 1.29 亿美元，同比增长 12%。这就意味着，每年中兴通讯在研发的投入近 10 亿美元。

“我们的创新更专注于市场需求，专注于客户需求。”他说，如果未来中兴通讯想成为通信行业的领导者，创新一定是首要策略。

他强调，10% 的研发经费是用于前瞻性的产品技术研发，如下一代基站和网络技术。中兴通讯目前拥有国内专利 3 万多项、国际专利 4100 项，范围涵盖 2G、3G、4G 以及 LTE、UMTS 等核心领域。2009 年，中兴通讯国内专利申请数排名第一，国际专利申请增长了 3 倍。

史立荣透露，SDR 解决方案是其中研发成果之一。中兴通讯的 SDR 解决方案通过一致性的硬件平台，进行软件升级，当运营商升级到 3G 或者 4G 的时候，保护运营商的前期投资。

规模与市场

史立荣表示，除了创新外，打造规模化市场优势能力即为中兴通讯第二个管理策略。

目前，中兴通讯在中国 3G 投资中取得市场份额的规模优势，“中兴在中国国内取得了很好的市场份额，毫无疑问这将为我们在全球范围内带来规模效益。”史立荣说，“我们在亚太地区的市场份额很大，我们同时也关注世界其他区域。希望在不久的将来，能够在巴西、俄罗斯、南非、尼日利亚这样的大国，占有更高的市场份额。”

而为了更好地突破欧洲和北美市场，中兴通讯也在进一步为此进行内外环境的改造。

目前，中兴通讯约 20% 的股份为外资股。2010 年中兴通讯任命一位美国人、Freshfields 律师事务所的前律师 Timothy Seifert 担任独立董事。史立荣表示，要让中兴通讯在欧美市场的形象上成为“一家不一样的中国公司”。

中兴通讯一开始利用终端进行突破，2010年8月，中兴通讯与美国运营商巨头 Verizon 联合宣布，将在美国市场正式推出中兴通讯的 Salute 手机。“我们下一步是要进入美国的网络设备市场，”他说，“我们已经成功地与一些中小型运营商取得了合作。接下来我们希望进入美国的一流运营商。”

“一流运营商是我们的明确目标。我们的策略是聚焦于大国和一流运营商，例如 MTN、Bharti、沃达丰、法国电信这样的跨国运营商，”他说，“我们更致力于这一类的运营商。”但中兴通讯在印度就会非常谨慎，因为运营商之间会出现合并重组。那里有许多运营商在争夺市场。

“如果运营商需要，有时我们也可以提供一套融资服务。”史立荣透露。比如，2010年6月中兴与加拿大一家新兴运营商 Public Mobile 签了合同，为其设计、承建并运营一张端到端的 CDMA 网络，中兴将为该网络部署逾 1000 个基站。合同当时价值 3.5 亿美元，就是由中国进出口银行提供的融资服务。

同时，史立荣还表示，优化内部管理、节约成本也是非常重要的。为此中兴通讯必须“重组架构，使其更加扁平化，更为有效”。他会给公司不同部门设定“明确目标”，并进行绩效考核。比如，他希望通过更多地利用 IT 和电信技术来节省差旅费用，中兴通讯就在全球部署 400~500 个会议视频终端。来源：

2010-10-11 第一财经日报

[返回目录](#)

中兴进军美国网络设备市场 未来将更专注创新

中兴通讯总裁史立荣日前在接受英国杂志《全球通信商业》采访时表示，中兴通讯将进入美国的网络设备市场。据介绍，目前中兴已经成功地与一些中小型运营商取得了合作，接下来希望进入美国的一流运营商。

在采访中，史立荣表示，全球 500 强电信运营商中许多已经拥有了 TDD(时分多用)频谱。史立荣指出，“TDD 模式的吸引力在于，数据传输效率得到了大幅提升，能够将空闲的频谱资源分配给其他用户”。

“运营商将更加关注数据和宽带业务并需要更多的频谱资源，TDD 将成为无线宽带的一个选择。”史立荣进一步介绍。

2010年3月，46岁的史立荣接任了中兴通讯总裁职位。在任职总裁前，他已经掌管了11年的中兴通讯全球营销工作，期间带领中兴通讯实现销售收入跨越式增长。在谈到中兴的发展前景，他说，“我们的创新更专注于市场需求，专注于客户需求。如果未来中兴通讯想成为通信行业的领导者，创新一定是我们的首要策略。”

产品的竞争力来自于对研发的持续投入，史立荣说，每年中兴通讯都要把10%的销售收入投入到研发上。根据中兴通讯8月份发布的半年财务报告，截至2010年6月30日，2010年上半年中兴通讯实现销售收入45亿美元，同比增长10%，净利润1.29亿美元，同比增长12%。这就意味着，每年中兴通讯在研发的投入高达近10亿美元。

他还特别强调，10%的研发经费是用于前瞻性的产品技术研发，如下一代基站和网络技术。中兴通讯目前拥有国内专利30000多项，国际专利4100项，范围涵盖2G、3G、4G以及LTE、UMTS等核心领域。2009年，中兴通讯国内专利申请数排名第一，国际专利申请增长了3倍。

史立荣表示，中兴在亚太地区的市场份额很大，同时也关注世界其他区域。希望在不久的将来，中兴能够在巴西、俄罗斯、南非、尼日利亚这样的大国，占有更高的市场份额。他指出，欧洲和北美市场存在巨大的发展机遇。

“我们下一步是要进入美国的网络设备市场”，他继续说，“我们已经成功地与一些中小型运营商取得了合作。接下来我们希望进入美国的一流运营商。”

“一流运营商是我们的明确目标。我们的策略是聚焦于大国和一流运营商，例如MTN、Bharti、沃达丰、法电这样的跨国运营商。”史立荣表示，“我们更致力于这一类的运营商。”来源：2010-10-11 深圳商报

[返回目录](#)

【华为】

外媒称华为进军美国不断受阻

导读：国外媒体10月11日发表分析文章，认为华为进军美国市场屡屡遭遇美国政府的阻拦，反映了中美战略互信的缺失。

以下为文章主要内容：

2009年早些时候，当美国移动运营商AT&T计划从华为购买价值数亿美元的下一代电话系统的设备时，受到了美国国家安全局(以下简称“NSA”)的阻拦。该局表示，如果AT&T希望继续与美国政府合作，就不能将合同授予华为。2010年2月，AT&T宣布将从爱立信和阿尔卡特朗讯购买所需设备。

此事表明，中美关系的一大核心问题是战略互信的缺失。

中美缺乏战略互信

缺乏信任是中国及中国企业向全球经济的更敏感领域迈进时的一大障碍。但是，如果说与AT&T未能成功交易是华为遭遇的一大挫折的话，这家公司及其创始人的历史表明他们有决心克服困难。

目前，华为向全球 40 家最大的电信公司中的 35 家销售设备、软件和服务。它供应了中国三分之一的电信设备。它是发展中国家最大的电信设备供应商，在欧洲则排名第二。

美国参议员正在四处游说，力阻华为获得另一笔销售合同。美国无线运营商 Sprint Nextel 正考虑购买华为的设备，作为其下一代移动和无线技术的核心。美国政府官员称，如果双方达成交易，其他大型运营商也可能会选择华为的产品。

在过去的 6 个月中，华为聘请了游说人士、顾问和一家华盛顿公关公司进行活动。此前它还宣布，聘用一家独立公司检查华为的设备和软件，以发现可能威胁美国国家安全的潜在问题。在国会山，华为的支持者指出，绝大多数针对华为的批评均为贸易保护主义。

2009 年，华为首次公布了股权信息。该信息显示，华为的 6 万名雇员持有该公司 98.58% 的股份，该公司创始人、CEO 任正非则持有剩下的 1.42% 的股份。保守估计，他持有的股权价值约为 10 亿美元。

华为首席战略官郭平称：“在过去，我们的缺点之一是不够透明。我们理解，在美国华为需要增进透明度，让人们了解华为。”

华为发展史

2010 年 64 岁的任正非是推动华为发展的幕后英雄。他于上世纪 80 年代创建华为，最初销售电话设备。当时，城市中的大型国有企业并不会购买华为的产品。但在农村地区，华为廉价易用的产品大受欢迎。

与许多中国公司一样，华为的成长也经历了坎坷。为了实现更为平稳的扩张，任正非将目光投向了美国。1997 年，任正非在美国花费数周时间，研究各大企业的成功秘诀。

任正非与 IBM 建立了密切联系。在过去十多年间，这帮助任正非重建了华为的企业文化，并优化了创新流程。如今，华为已成为了全球盈利能力最强的电信公司。2009 年，该公司的营收达 220 亿美元，净利润达 27 亿美元。

2000 年，华为开始向海外扩张，首先进军发展中国家的市场。2001 年，华为在荷兰签署了第一份与西方国家的合同。被华为用于打开市场的产品是无线基站，该产品能够支持 GSM 和 CDMA 等不同的通讯技术，效率高于竞争对手的产品，而且无需更换硬件即可完成升级，为用户节约了大量的成本。

长期以来，竞争对手一直在质疑华为如何获得了上述技术。2003 年，思科起诉华为，称后者盗用了自己的软件。同年 7 月，摩托罗拉指控华为以贿赂方式获得了自己的商业机密。华为否认了上述指控，但同意停止销售诉讼中涉及的特产品，以解决与思科之间的纠纷。

与各大企业合作

华为从 2001 年起开始在美国开展业务。在如何取信于美国企业和政府的问题上，华为内部一直存有争议。2010 年春天，华为听取了华盛顿一家公司的建议，该公司由美国前国防部长威廉·科恩(William Cohen)领导。该公司指出，华为如果想在美开展业务，应当建立一个完全由美国人组成的董事会，以及一家完全由美国人掌管、不受中国母公司的控制的公司。

他们还发现，美国政府并不了解华为在美国的业务广度。尽管华为只占有美国电信市场 2% 的份额，它和许多大型企业都有合作。目前，华为正与美国最大的有线系统公司康卡斯特合作，通过有线网络提供语音通话；它还在与 Verizon 谈判。华为曾向西雅图和芝加哥提供无线服务设备，很快将扩展至旧金山。2009 年，华为在美国销售了价值 4 亿美元的设备，这一数字预计将会翻番。华为在美国已拥有了 3 座研发中心及其他 8 座服务中心，员工总数超过 1000 名。

竞争优势

华为的竞争者们表示，低估华为，你就会陷入危险。任正非在其文章中反映了华为强大的竞争优势：“中美关系将继续曲折前行，但这不应当阻止我们学习美式创新精神，这样我们就可以更快地富有和强大。”来源：2010-10-11 新浪科技

[返回目录](#)

华为发布全球首款智能 iODN 系统

华为在 2010 年北京国际通信展上宣布，推出全球首款智能 ODN 系统 iODN。该 iODN 系统可支持光纤连接关系自动识别和管理、光纤连接操作智能指示、分光器的智能管理等，可以帮助运营商实现光纤自动化查找及精确操作，为 FTTx 网络的大规模部署扫除了后顾之忧。

随着 FTTx 建设进入规模布放时代，ODN 网络的光纤数量成几何级数增长，而现有光纤网络中却存在着两大棘手的难题。首先，数据录入时，手工录入光纤连接对应关系到后台数据库，从业界的统计数据看将会导致约 20% 错误率；其次，工程施工和运维中，手工进行光纤连接点或故障点的查找、定位，效率低下，工作的可持续性受到巨大冲击。由于 ODN 网络规模巨大，如何有效解决这些问题更是成为运营商面临的重大挑战。

华为本次发布的 iODN 系统，通过智能化的光纤管理，建立及管理正确的光纤连接关系，从而确保后续维护定位的准确性，提高维护效率，实现简单运维。通过 ODN 光纤连接信息的自动识别和数据收集，减少了手工录入带来的工作量和错误率，保证后台数据库中连接关系的绝对正确，从而避免了后期维护时由于

数据不准带来的二次派单问题；通过 PDA 上运行的可视化软件以及配线设备上的智能端口指示，实现光纤及端口的自动化查找定位，大大提高了 FTTx ODN 的运维效率。

华为 ODN 业务部部长王德想表示：“FTTx 已在全球进入规模部署阶段，ODN 作为 FTTx 规模部署的最大难题越来越受到运营商的关注。华为在 ODN 领域有着多年的经验积累，我们将持续聚焦客户需求，不断创新，致力于帮助客户解决 ODN 实际部署中的各种问题，使客户能够轻松实现 FTTx 网络部署。”

截止到 2010 年 8 月，华为 ODN 已经服务于英国电信、阿联酋电信、新加坡 NC(Nucleus Connect)、马来西亚 Maxis、沙特电信、卡塔尔电信等全球领先运营商。同时，华为还具备 ODN 规划设计、工程施工等强大完善的端到端交付能力，无疑将会在运营商 FTTx 建设中发挥越来越重要的推动作用。

本次发布的华为 iODN 系统也将于本月下旬在法国巴黎举办的 2010 年世界宽带论坛(Broadband World Forum 2010)上进行展示。来源：2010-10-12 新浪科技

[返回目录](#)

华为携手上海联通实现 3G 网络精准覆盖

华为今日宣布，上海联通采用华为立体异构解决方案(Heterogeneous Network, 简称 HetNet，是 SingleRAN@Broad 解决方案及理念的重要组成部分)，实现了 3G 网络的精准覆盖，显著提升了网络性能，为用户带来更佳的语音与移动数据业务体验。

随着中国三大运营商逐步完成全国范围内的 3G 网络部署，运营商的关注重点开始从大规模网络部署转移到提升用户体验和提高用户忠诚度上。上海经济发达，居民环保意识较强，物理建筑和地理环境非常复杂，相对国内其他城市，其网络部署难度以及用户对网络质量和业务体验的要求均为全国之最。

华为和上海联通针对上海的特殊情况，探讨并应用了创新的综合解决方案——HetNet，运用双 RRU 共小区、室分街道站、集成天线一体化 RRU 和 Femtocell(毫微微蜂窝基站)等多种技术，针对多种场景进行了精细化的覆盖，全面提升上海 WCDMA 网络的覆盖质量。

场景一：上海高楼林立，无线信号传播受阻严重，弱覆盖、盲覆盖区域多达 200 个，双 RRU 解决方案快速部署、精准覆盖特点使得上海外环覆盖率迅速提升，直接降低 TCO 近 70%。

场景二：室分街道站技术典型应用在上海陆家嘴绿地区域，方案实施前后覆盖率从 38.27% 上升至 90%。同时，这种方案较常规建网模式节省 80% 的成本，经济效益明显。

场景三：居民区覆盖是运营商建网的一大难题，集成天线一体化 RRU 外观小巧，部署灵活，有效降低居民关注，是快速补盲的有效方案。

场景四：Femtocell 能够快速有效地解决室内覆盖 DAS 系统(Distributed Antenna System，分布式天线系统)进场难的问题。位于上海外滩的浦东发展银行大楼作为 Femtocell 室内覆盖技术创新试点，两天完成部署，平均覆盖增强 25dbm，HSPA 下载速率从十几 Kbps 提升至 4Mbps，满足了银行用户强劲的 3G 业务需求。

通过华为立体异构解决方案实现精准覆盖后，上海联通 3G 网络可提供更好的网络覆盖及更快的速率，承载诸如手机电视、视频通话、手机音乐、在线游戏等更丰富的移动数据业务，保障用户体验，提升网络盈利能力。

华为 GSM&WCDMA 产品线总裁何刚表示：“凭借对移动宽带时代业务需求和商业模式的深刻理解，华为领先的 SingleRAN@Broad 解决方案正在全球市场获得广泛的应用，并已成为移动宽带领域的风向标。作为 SingleRAN@Broad 解决方案的重要组成部分，HetNet 立体异构解决方案提供了多种手段，帮助上海联通灵活应对复杂的无线环境，为上海联通提升网络质量和用户体验提供了强有力的技术支撑。”来源：2010-10-9 新浪科技

[返回目录](#)

华为“云-管-端”：未来信息服务新架构

2009 年以来，随着宽带网络的快速发展，电信业务和互联网业务的相互渗透与融合，电信运营商开始迈入向信息服务转型的关键发展阶段。这将在未来几年给电信领域带来一系列深刻的变化，对现有的电信网络架构提出严峻的挑战：

1. 业务互联网化的步伐将不断加快，每年新增的业务种类多达 10 余万。如此多的业务将如何实现快速部署？

2. 传统电信业的规模极限 60 亿人口将被超越，社会智能化形成的 500 亿 M2M 的各种机器终端将实现互联。如此大规模的网络将如何管理？海量的信息如何高效处理？

3. 未来 10 年，网络数据流量的增长将高达 70 - 100 倍，而带来的收入每年仅增长 5-10%。海量数据的处理、存储和传送将如何实现？如何结构性地将单位流量的成本降低到原来的 1/10 甚至 1/100、以降低投资压力？

4. 终端在业务实现和体验中的作用将越来越大，用户对终端的痴迷甚至将超过对运营品牌和网络的品牌忠诚度。未来的终端将在信息化社会中扮演何种角色，如何支持层出不穷的新业务？

华为认为以上这些挑战将给现有电信网络架构带来深刻的变革，促使其从“烟囱式”的业务垂直子系统向业务云化、网络 IP 化和终端智能化的云管端 - 信息服务架构转变。

1) 云平台是未来信息服务架构的核心，将带来个人和企业获取业务能力的全新的商业模式；云平台主要带来两个方面的变化，一是从以七号信令为代表的语音业务为主体被以 Web 为代表的业务替代，以 Web 为代表的 IT 技术成为电信业务的主导技术，实现业务的 IT 化。二是新一代分布式计算技术替代传统单机的计算，成为新的计算和存储模式；这种新的计算模式采用分布式和虚拟化两个关键技术，实现了“软件与业务的解耦”，软件不是运行在固定的一台服务器上，而是所有的软件共享所有的计算和存储资源，从而促进数据中心“云化”和业务“云化”，数据中心云化形成独立的超大规模的云计算数据中心，业务云化是指各种业务(如通讯、短信、彩信、IPTV、Appstore、网管、BOSS 等)运行在云计算数据中心上，向分布式计算的模式迁移。云平台彻底抛弃了过去传统电信烟囱式的业务垂直系统，通过虚拟化、资源共享大大提升了资源的利用率和资源使用的弹性，从而大大提升业务部署速度和处理能力。

云平台除了强调“快速处理能力”外，安全性也摆在了突出位置。华为云计算解决方案不仅具有超强的处理能力，而且把电信级网络安全带到了云平台解决方案中，具体地讲，华为云计算解决方案具有如下几个突出特点：

·大平台：云平台是一个海量信息存储、处理的中心。海量信息处理和存储能力至关重要。华为云平台规划支持 1024 个集群，每个集群支持 1024 节点。最大百万服务器百万 TB 的超大存储以及处理能力。

网络是云计算的基本条件。华为的 IP 网络能力为华为的云计算解决方案奠定了坚实的基础。

·安全性高：华为云计算解决方案除提供通用的访问控制，鉴权加密，防火墙等安全方案外，同时提供虚拟机之间数据隔离，虚拟资源的分权分域管理，云数据中心数据红、黄、绿区分区管理(红区绝密，黄区内部访问，绿区外部可访问)，实现云平台电信级的安全需求。

·综合的运营和管理：华为基于自身丰富的电信运营管理系统开发和应用经验，提供完善友好的云计算综合运营和管理能力。如 Portal 方式的运营维护，可通过 Portal 对云资源进行管理，维护，调度。终端用户可以通过 Portal 弹性申请、释放虚拟资源等

2)可管可控的超宽带网络：一面对海量信息的传送，未来网络主要解决三个问题：一是超带宽；二是“管”的可视化、可运维的问题；三是成本问题。

在高清和 3D 视频的驱动下，固定接入向超宽带方向发展，FTTx 成为主要的发展趋势；在这个过程中，光纤和铜缆长期共存，优化铜缆的带宽能力仍然是非常重要的，如 DSM(动态频谱管理)和 MIMO(多对铜线的绑定)是最关键的技术；移动宽带是未来几年业界发展的最大的趋势，移动宽带呈现出一个新的特点，就是流量的不均衡，少数的热点地区占据了大多数的流量，因此，网络的建设呈现出“连续云”和“高速云”混合的组网模式，基站的小型化、多网协同融合和自组织运维是最重要的技术。全网的 IP 化已经成为业界共识，并取得了长足的进展。IP 技术作为一个与业务无关的技术，成为接入网、城域网、骨干网等设备的共同的技术，成为下一代网络的核心，IP 以其开放性、统计复用的高效率成为降低网络成本的关键。

未来十年的网络流量将提高 75 倍，而运营商的收入每年只增长 5~10%，这样一方面必须保证保质保量的海量信息传送，另一方面还必须将成本降低到原来的 1/10 甚至 1/100，才能保证网络的超宽带、可管理和可盈利。华为提出基于 ALL IP 的 Single 网络是构建长期可持续发展的融合网络的最佳选择，实现支撑 10 年的技术平滑演进，一个团队维护多种网络，超越摩尔定律，结构性降低 OPEX，从根本上解决技术演进和流量增长带来的成本问题。Single 网络具有什么样的特征呢？从网络架构上看，Single 网络是把“多张垂直网络”融合成“一张水平网络”；从产品形态上看，Single 网络是把网络每一层的“多种产品形态”整合成“统一的平台，进一步是单一的设备”。

I 在接入层，华为在 10G EPON/10G GPON 融合 OLT 方面一直保持业界领先水平，推出的高集成度的 SOC 芯片的 ONT，大大降低 ONT 的成本，促进 FTTH 的发展。华为 SingleRAN@Broad 移动宽带解决方案直接面向商业层面，其核心思想是，面对着未来十年网络容量需求数十倍甚至数百倍于今天的移动宽带时代，华为可以协助运营商构筑其移动宽带网络的可盈利能力，实现商业成功。通过灵活的异构网解决方案，IC/MIMO 等新技术的使用以及更多的频段等技术支撑来增加容量，将容量提升 500 倍、每 bit 成本降低到 1/35，从而实现大带宽能力。

·在城域层，华为解决方案由 40G 和 T 比特 OTN 形成 MESH 化的网络，汇聚层的 10G 管道通过 T 比特容量的 OTN 被整合到 40G 波长，提升了传送效率，降低了每比特成本。汇聚层通过先进的 PID，搭建起更适合城域网特点的 OTN 子系统，线路容量自由扩展 80G/120G/200G，大幅度降低建网成本，同时实现 10 倍集成度提升和 50% 功耗的节省。

·在骨干层，华为在考虑干线网络的扁平化。通过超 T 比特的 OTN 设备形成全互联，缓解了核心节点流量转发压力。在交叉容量方面，华为保持着单套 OTN 容量记录，达到 12T；同时在业界率先完成 OTN 集群样机，容量可以达到 200T。在线路容量，华为 100G 现网测试距离突破 2000 公里的传输记录。

·华为传送网基于客户需求持续创新，率先倡导 OTN 集群(200T)，业界唯一的光电两层的同时控制的 ASON/GMPLS 技术，为客户搭建高效，灵活，智能的端到端的超宽带传送网。

为了实现管道智能化，华为推出了可视运维的解决方案，实现 ALL IP 网络全网资源的均衡分配，IP 动态路由的端到端管理，业务的电信级监控，承载业务品质的端到端可视，保障新业务应用的成功。通过完善的 ALL IP 可视运维方案，实现业务发放效率提升 4-10 倍，定位时间从 2 小时以上降低到 5 分钟内。从而降低 OPEX，实现从 TDM 到 ALL IP 的完美转型。

3)终端智能化：终端智能化是建立在强大的 CPU 和开放的操作系统的基础上，可以运行各种应用程序，接入到云端的服务中去。终端有两大发展趋势，一个是综合化，一个是专业化。综合化表现在个人手持终端，融合“手机、数码相机、音乐播放器、电子书、PDA”等各种功能，即所谓数字“瑞士军刀”；专业化表现在各种行业终端以及专业功能的数字设备，如电子书等；都对终端的智能性提出更高的要求：处理低成本化、高效性、信息业务呈现一致性等各种需求。

伴随中国 3G 的起飞，华为的系列化和全制式智能手机，创新型移动宽带产品，以及包括平板信息机、家庭多媒体终端在内的融合类产品，应运而生，为消费者带来了低成本、多媒体呈现的多款终端选择。华为 150 美金以内的普及型智能手机，以及突破管道实现运营商业务增值的移动宽带产品，是开启“汇智。简悦”生活的两把钥匙，将成为移动宽带普及的重要推动力。

华为提出基于“云-管-端”的未来信息服务的新架构，不只是一种网络架构，而是新的信息服务平台架构，同时也是新的发展战略的体现。提出“云-管-端”也代表着华为开始努力与运营商一起探索运维变革之路。云管端的支撑要素——业务 IT 化、网络 IP 化意味着运维体系发生巨大变化，基于网元的运维向基于业务的端到端运维转变。运维合作模式逐步向网络运营外包转变。为此，运营商的运维平台必须与设备商的运维平台有效对接、联合运作，双方的运维能力都逐步向集中化、可视化发展。华为致力于成为客户的最佳战略合作伙伴。在电信业转型期，华为将持续创新，携手运营商共同探索面向未来的变革之路。来源：

2010-10-11 通信世界网

[返回目录](#)

华为终端中国区 2010 年销售额即将突破百亿

最新统计数据显示：截至 2010 年 8 月底，华为终端中国区出货总量为 1915 万台，同比增长 24.2%。

其中：手机出货量超过 1000 万部，同比增长 20%以上，势如破竹。移动宽带整体出货量接近 500 万台，持续领先。融合终端和视讯终端的累计出货量则分别实现了同比 40%和 60%的增长。回顾华为终端公布上半年业绩时，中国区总裁杨晓忠的豪言壮语仍犹在耳，“华为终端中国区 2010 年完成百亿销售额没有问题”。而截至 8 月底，70 亿的销售额则有如一剂强心针，助力华为终端向百亿的目标，迈进了一大步。

以普及型智能手机全面敲开手机市场

在华为终端的四条产品线中，手机业务依然是中国区出货量增长的一大亮点。如果说以 T2211 为代表的战略型产品，进一步彰显了华为终端在手机市场的地位；一系列普及型智能手机明星产品的发布，则全面敲开了国内手机市场，成为华为终端在手机市场的主要发力点，同时也创造了华为终端中国区手机业务上 31.3%的收入增长。

早在 2010 年 2 月，当华为终端提出要做 150 美元的普及型智能手机时，就曾经引起业内极大的震动。随后，华为终端迅速占领普及型智能手机市场的战略也日渐清晰。7 月，U8110 入选中国联通首批千元智能机产品，在强大的 3G 千元智能手机阵容里，U8110 凭借良好的用户体验以及圆润时尚的外观脱颖而出。9 月，在中国电信千元普及型智能手机发布会上，华为的 C8500 更成为当之无愧的明星机型。而本次通讯展上发布的 T8200，作为华为终端首款移动制式的智能手机，则标志着华为终端全系列智能手机策略的全面实施。

在华为终端收获普及型智能手机成果的同时，更坚定了千元智能机的产品战略。华为终端此次一举推出的 5 款智能手机正是这一战略的延续。“全球智能化已经是必然的趋势，在这个过程中，千元智能机必将成为市场的发力点。我们的战略就是用价格在 1,000-2,000 元的，具有真正 Smartphone 体验，同时外形时尚、服务又好的智能手机全面敲开中国市场”华为终端中国区总裁杨晓冬表示。

四条产品线全面突破

除手机业务表现卓越，华为终端在移动宽带、融合终端和视讯终端上同样表现不俗。秉承“智能终端，简悦世界”的理念，四条产品线的全面突破，成为华为终端中国区领跑终端市场的有力支撑。

基于在移动宽带领域的长期深耕细作，华为终端在这个领域积累了大量的经验，并凭借持续的科技创新不断强化移动宽带领头羊的市场地位。华为终端移动

宽带在中国的销售业务已连续三年位居业界首位。其中，E5 无线数码伴侣，不仅打开了国内无线数码伴侣市场的新局面，更掀起了时尚达人新一波 3G 上网热潮。在国内，E5 仅凭联通版一个制式的产品就在前 3 个月实现了预期 670% 的销售增长。此次通信展上，随着联通版的全面升级，以及移动制式和电信制式的发布，华为 E5 已经成为业内首款支持三大制式的无线上网卡产品。

同样，在视讯终端领域，中国区上半年的出货同比增长 60%，继续保持第一的市场份额。其中，智真作为明星产品，在实现海外市场规模突破的同时，国内市场占有率也稳居第一。

同时积极探索渠道新模式

与华为终端的商业定位一致，中国区的市场定位也始终专注运营商转售市场，积极配合国内三大运营商的步伐和节奏。在三大运营商市场，华为终端的表现均呈现遥遥领先的态势。据悉，在中国电信天翼 3G 互联网手机交易会期间，中邮一举采购了华为三款 C 网手机，共计 230 万台，价值 7 亿元。在 TD 领域，华为 T552、T550 系列手机出货量截止目前已达到了 15 万台。同样，在 WCDMA 领域，华为成为五家中标中国联通千元 3G 智能手机的厂商之一，其 U8110 上市不到一个月，已斩获 30 万台的订单。

除了与运营商的紧密配合，华为终端也卖出了探索渠道新模式的步伐。这几年来华为终端在国内的渠道建设上花了很多功夫，“我们正在积极建设以国包、省包和地市级代理商为核心的渠道体系。”杨晓忠明确表示。来源：2010-10-11 新浪科技

[返回目录](#)

通信展重兵集结 华为技术创新抢跑智能终端

作为亚洲规模最大、最具影响力的世界级信息通信展览会，“2010 年中国国际信息通信展览会”无疑是各大通信厂商重兵集结之地，国际国内通信巨头推出的新产品新应用层出不穷。其中，移动互联时代催生的智能终端产品，则成为各厂商攻城略地的重要武器，一场围绕智能终端的大战由此拉开序幕。

在华为终端此次发布的 3 大系列 9 款新品中，就有 6 款智能终端。其中包括覆盖三大 3G 网络制式的智能手机 U8800、U8500、C8500、C8300、T8200，以及具备语音通讯功能的普及型平板电脑 S7。至此，华为智能终端产品实现了全制式、多元化的覆盖，华为在智能终端市场的战略布局也日渐清晰：抢跑智能终端市场，已经成为华为终端当下最重要的命题之一。

欲攻其事 先利其器

技术立身、研发先行是华为抢跑智能终端市场的利器。

随着移动通信与互联网产业融合的加速，消费者对移动智能终端的需求，也不断升级，智能手机无疑是未来行业的热点，也是运营商在手机方面的主要诉求。以 Android 手机为例，早在 2008 年，华为终端就已经开始投入研发 Android 手机，经过两年的发展，华为终端在 Android 平台上投入的研发人员已经接近 800 人，发布的 Android 机型也越来越多。在此次带来的 5 款千元级别智能手机中，电信普及型智能手机明星产品 C8500 就是代表。它采用不仅采用最新的 Android2.1 操作系统、EVDO 3G+WIFI/WAPI 高速接入、还可以作为 WiFi 路由器使用，更突破了传统手机桌面 9 屏设计思路，通过放大或缩小画面，进行无限多屏延展。

在应用整合和创新上，华为终端同样走在前列。华为终端“智汇云”开发者社区，就是华为终端不断挖掘用户以及 Android 平台爱好者的深度需求，为消费者提供的以精品应用为主的全球化网络平台，目前已经实现上千种应用。“智汇云”的推出，旨在建设最专业的中文 Android 应用社区，为用户提供精品、专业、易用的应用体验，并为运营商提供“终端整合业务”的解决方案。

据悉，截至 8 月底，华为终端中国区在智能手机市场实现了同比 22% 的增长。市场的空前成功，得益于华为终端在技术研发上的综合实力，以及华为终端根植于企业深层的力量——以客户需求为基础的持续创新。

知己知彼 百战不殆

“把握消费的趋势，才能把握移动互联未来的产业形态。” 华为终端公司副总裁徐昕泉的话，正是华为智能终端产品战略的缩影。

根据摩根士丹利的研究，移动互联网是继固定互联网之后的又一次技术革命，未来全球手机的拥有量可能会超过 100 亿部，是当前电脑拥有量的 10 倍以上。据预测，未来 5-10 年，全球移动宽带的用户会从 3 亿增长到 30 亿。中国移动宽带用户的增长率同样惊人，CMIC 最新发布的数据显示：中国 3G 移动宽带用户数将在 2014 年超越固网宽带用户。未来几年内，移动宽带市场将从 2010 年的 3 千万用户增至 2014 的 3 亿 7 千 7 百万用户，一个海量的智能终端市场正露出冰山一角。

在未来数十亿的移动用户群体中，10% 的用户会选择高端产品，其余的 90% 则愿意选择具有更高性价比的终端产品。因此，华为将其智能终端的产品战略，锁定在为消费者提供普及型智能终端产品上，意在占据金字塔中部的重要位置。此次通信展上，华为终端一举推出的数款千元智能手机，和普及型平板电脑 S7，正是这一战略的最好诠释。普及等于最高性价比，但不等于价格便宜，华为终端

志在通过先进技术、简单易用来为最终用户提供更好的用户体验，这也将成为华为终端的长期战略。

自然而然 顺势可为

紧抓目标人群，集中研发力量，通过两年的不断积累，华为在智能终端的投入已经开花结果。此次电信展上，华为一举推出了 5 款智能手机新品，不但覆盖了校园、商务、时尚等不同人群，更通过 SNS 深度融合，及“智汇云”等独特应用让消费者欲罢不能。

华为一直坚持走运营商定制化路线，在三大运营商先后推出千元 3G 智能手机战略后，华为更及时跟进，并通过强大的研发实力和对市场的快速反应，陆续推出支持三大制式的多款手机产品。在满足运营商需求的基础上，华为终端还特别注重挖掘用户需求，以质量求存，以功能制胜！这也是在千元 3G 智能手机战略初期，华为能够在市场上脱颖而出的重要原因。

此次通信展上，华为 C8500、U8500 的电话本与开心网深度融合，提供了查看好友信息、上传照片、收菜提醒等多种即时应用；C8300 的双模双待双通，则在商务应用上真正实现了两路通话的同时接听；此外，华为与中国移动联合推出的首款基于 OMS2.0 平台的 Ophone，更凭借其 3.5 寸大屏和 CMMB 功能，为时尚潮人们带来了高品质的移动影音体验。如果说千元 3G 手机战略的推出是中国 3G 普及的重大里程碑事件，那么华为终端在手机上的技术、功能创新就是中国 3G 普及的最大推动力之一。

分析人士认为，随着移动宽带互联网的普及，智能终端市场的容量也将水涨船高。华为智能终端在研发、市场、产品布局上的前瞻性，让其具有足够的势能，一旦市场井喷，其综合领先优势将全面彰显。尽管随之而来的必将是市场竞争的进一步加剧，但可以肯定的是，由于技术、市场等方面的高门槛，市场的最终赢家必将是各方面走在前列，综合实力突出的企业。来源：2010-10-12 通信世界网

[返回目录](#)

华为欧洲市场再获突破：获沃达丰 9.7 亿美元大单

据知情人士透露，华为在欧洲市场再获突破，与沃达丰(Vodafone)意大利公司签署了一项为期 5 年的战略合作框架协议，涉及金额高达 7 亿欧元(C114 注：约合 9.7 亿美元)。

根据双方签署的战略合作协议，华为将为意大利沃达丰提供 SingleRAN 全系列移动通信解决方案、FTTx 光纤宽带以及固定移动融合的端到端解决方案，同时还将提供工程、施工以及其他相关的服务。

与此同时，华为还将在意大利米兰与沃达丰合作成立联合创新中心，共同在移动及固定宽带以及 FMC 融合等领域展开更广泛的端到端合作，助力意大利沃达丰未来向全业务运营网络的无缝演进，进一步加强意大利沃达丰的业务提供能力和主流运营商地位。

该人士表示，协议的签署标志着华为成为意大利沃达丰的主要通信解决方案提供商，进一步加强了华为在欧洲高端电信市场上领先供应商的地位。

据 C114 了解，意大利沃达丰现为该国最大移动运营商，拥有超过 3000 万移动用户以及 300 万固定宽带和语音用户，年营业额超过 85 亿欧元。

沃达丰集团目前为全球最大的跨国移动运营商，在全球 31 个国家拥有运营资产，并在在 40 多个国家拥有伙伴市场，与其合作伙伴一起提供网络服务。截止 2009 年底，其全球移动用户为 3.41 亿。来源：2010-10-8 中国通信网

[返回目录](#)

【诺基亚】

诺基亚欲依靠开发者夺回美国市场份额

据国外媒体报道，诺基亚执行副总裁特罗·奥耶佩拉(Tero Ojanpera)近日表示，诺基亚将力图夺回曾经失去的美国市场份额，成功的关键取决于说服开发者为其新款高端智能手机开发应用。

奥耶佩拉手中拿着最新的 N8 智能手机，在旧金山接受了采访。他表示，如果能为开发者提供简单的工具，让他们开发出像“愤怒的小鸟” iPhone 应用一样热门的软件，那么诺基亚将离其夺回美国消费者、挑战 iPhone 的目标更进一步。

他还表示，以往美国消费者认为 Symbian 手机不如 iPhone 或 Android 好玩、易用，而 N8 将改变消费者的这一旧有观念。据 comScore 统计，诺基亚在全球拥有 38% 的智能手机市场份额，但在美国总的市场份额仅为 7.8%。

“在美国市场，流行的东西总会随着时间而变化，”奥耶佩拉表示，“人们已经在美国讨论 Android 即将超越苹果。这是一个好消息，因为变化总在发生。成功将最终取决于能否满足消费者需求。”

“愤怒的小鸟”是一款由一家芬兰公司开发的 iPhone 应用，一经推出就在 iPhone 平台上大受追捧。玩家在游戏中将小鸟像弹弓一样弹射出去，以报复偷走鸟蛋的敌人。

尽管游戏往往更加热门，但消费和商务应用依然是本周三旧金山举行的 CITA 无线通信展的重要主题。各大手机厂商都在试图提供涵盖工作和娱乐的一系列应用，以彰显品牌的不同之处。

诺基亚希望通过整合 Ovi 商店至智能手机中夺取市场份额。Ovi 商店目前包括音乐、应用和地图，还提供本地演唱会信息等服务。

诺基亚上周五宣布，Ovi 每天的下载量已经突破 230 万次。然而，诺基亚 Ovi 商店中提供的内容仍然远没有苹果商店内容广泛。

智能手机的利润往往比传统语音手机更高。除了 iPhone，诺基亚还面临着多个对手的竞争。其竞争对手三星凭借 Android 智能手机 Galaxy S 获得了全球众多运营商的支持，而微软也将在下周一发布新款 Windows Phone 7 手机。来源：2010-10-7 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚高管预计非洲手机市场将迅猛发展

诺基亚高管日前表示，该公司预计未来三到五年内非洲手机市场将迅猛发展，新增手机用户数量将超过同期中国和印度新用户数之和。

诺基亚企业关系与责任主管艾斯克·阿霍(Esko Aho)表示，到 2014 年，非洲将新增超过 3 亿手机用户；这个数字超过同期印度和中国新增用户数量之和。诺基亚预计，到 2014 年手机用户占非洲人口的比例将由 2008 年的 39% 上升至 69%。目前在很多非洲国家，诺基亚占据手机市场超过 50% 的份额。来源：2010-10-7 都市快报

[返回目录](#)

【其他制造商】

谷歌欲在印度力推廉价智能手机

据国外媒体报道，印度多家手机厂商将在未来几个月内推出采用谷歌 Android 系统的智能手机，这将使谷歌成为印度移动通信行业的一个重要参与者。价格低于 200 美元

Android 系统能为智能手机提供一系列功能，包括触控操作和应用商店等。过去一年中，Android 系统在美国等发达市场的份额快速上升，多款采用 Android 系统的手机销售情况良好。

谷歌目前将 Android 系统的推广重点瞄准发展中国家，例如印度。印度现有 6.7 亿手机用户，近期每月新增用户数达到 1800 万。印度市场最初推出的 Android 手机大部分来自知名厂商，包括摩托罗拉和宏达电(HTC)，售价通常为 400 美元以上。对于印度用户来说，这样的售价过于昂贵。

为了瞄准印度的中产阶级，谷歌开始与多家印度本地的智能手机厂商合作，包括 Micromax Informatics、Spice Mobility 和 Olive Telecom 等。合作生产的 Android 手机通常价格为 150 美元，有些甚至低于 100 美元。

谷歌印度产品主管维奈·戈尔(Vinay Goel)表示：“本地厂商能够做出许多创新。”他认为，售价 400 美元以上的 Android 手机只能在印度占有一小部分市场，“如果希望成为主流，手机价格应该在 100 至 200 美元之间，而略高于 100 美元更好”。

自 2007 年下半年推出 Android 系统以来，谷歌就致力于针对不同市场开发不同价格的智能手机。尽管目前的大部分 Android 手机价格较高，但这些手机仍然成为 RIM、苹果和其他厂商手机产品的强力竞争对手。Gartner 估计，Android 手机在全球市场的份额将从 2010 年的 17.7% 上升至 2014 年的 30%。

与低端手机的竞争

不过，谷歌在印度市场推广 Android 系统并不会一帆风顺。印度大部分手机厂商此前从未生产过智能手机，因此早期的产品必定存在问题。此外，即使这些厂商能够生产出 100 美元的 Android 手机，这一价格的手机仍是大部分印度用户难以接受的。他们更倾向于使用售价 40 美元，带摄像头和基本数据服务，功能较弱的手机。而 Android 手机在 3G 网络中才能发挥出最佳性能，但印度运营商目前正在网络升级的过程中。

消息人士表示，位于新德里的手机厂商 Micromax 计划于下月初推出第一款 Android 手机，在 2011 年 3 月前再推出至少 3 款 Android 手机。该公司尚未确定这些手机的价格，消息人士透露将约为 200 美元。

另一家手机厂商 Spice Mobile 已经推出价格 220 美元的 Android 手机。这款手机采用 3.2 英寸触摸屏，支持电子邮件收发、GPS 导航和谷歌地图等应用。知情人士称，该公司目前正在开发其他的 Android 手机。不过该公司发言人拒绝对此置评。

这些印度手机厂商在低端手机市场已经获得一定成功，并从诺基亚等公司手中抢占了部分市场份额。Micromax 目前拥有 34 款手机，其中价格最低的手机仅售 30 美元。

IDC 估计，在截至 2010 年 6 月底的这一季度，新兴手机厂商在印度手机市场占据了超过 1/3 的份额，而两年前这一数字还不到 1%。同期，诺基亚的市场份额从 56.2% 下降至 36.3%。

诺基亚对此有不同看法，并称 IDC 没有考虑诺基亚印度金奈工厂的出货量。诺基亚在一份声明中表示，诺基亚“在印度市场的所有领域仍然表现良好，并准备好为印度消费者新出现的需求服务”。

大型手机厂商目前也在为印度等发展中市场开发低成本的 Android 手机。三星电子目前有数款价格 250 美元左右的 Android 手机，另一款没有采用 Android 系统的智能手机 Corby 售价仅约为 150 美元。

突出印度本地内容

新德里一名 19 岁的服装设计学生拉胡尔·乔达里(Rahul Choudhary)表示，品牌并不是他在购买手机时的主要考虑因素，他目前使用一部三星手机。他表示：“我购买这部手机是因为它的外观和触摸屏。我没有考虑太多。我之前曾使用诺基亚手机，但我并不是某一品牌的忠实用户。”

大部分情况下，谷歌在推广 Android 手机的过程中扮演的角色是非常有限的。手机厂商无需缴纳授权费即可使用 Android 系统，并自行根据 Android 系统开发手机。不过，谷歌仍帮助印度厂商将 Android 系统集成至手机中，以及开发能够吸引印度用户的应用。例如，谷歌鼓励印度厂商在手机中整合宝莱坞电影和当地的媒体内容，而 Micromax 则开发了一款用于股票交易的应用。

戈尔表示：“每个人都需要经历学习曲线。”他拒绝透露谷歌与哪家印度厂商合作，不过他表示，Android 手机的推出，尤其是在 3G 网络中的推出，“有能力改变市场格局，因为此前一些高端手机才有的功能将在一些低价手机中出现”。来源：2010-10-12 新浪科技

[返回目录](#)

三星手机酝酿直供 国包商利益或受损

作为三星手机代理商爱施德在湖北某地的分公司负责人，刘军(应本人要求采用化名)近期变得焦虑而又忙碌。

“我们都在忙着发展和拉拢一批做三星手机的小客户。”刘军告诉本报记者，他所谓的“小客户”，是指月销量在50部以内的经销商。而在过去，作为三星在中国市场上最大的国包商，爱施德一向以善于拓展大客户闻名业内。

变化始于三星正在酝酿的一项“渠道新政”——即在中国市场上，将全面推行渠道的直供模式。

“我们正在跟三星谈直供。”9月29日，知名手机连锁卖场迪信通总裁金鑫对记者证实，三星手机确实在酝酿全面直供模式，“预计最迟到2011年年初会推行”。

当日，苏宁电器通讯事业部一高层亦对记者表示：“三星方面(指三星手机)正在讨论直供模式，如若推行，苏宁肯定会是第一批合作伙伴。”

“通过直供模式，三星可以腾留更多的渠道利润空间以刺激销售，并加强对市场的掌控力度。”深圳某资深的手机渠道人士分析，从某种程度上讲，中国手机市场销量位居“榜眼”的三星，此举是在效仿手机销量“状元”诺基亚。

但在三星酝酿渠道直供模式的背后，过往在三星拓展中国市场曾立下汗马功劳的国包商们，却倍感“寒意”。

“据说KA客户(指有相当销量的关键经销商客户)迟早要纳入三星的直供体系。”刘军无奈地对记者抱怨，三星手机如果开始推行全面直供，受冲击最大的就是国包商，“我们现在只能去争取保一些小的客户”。

三星手机酝酿直供

“我们也听到了三星手机要做直供的消息，但是目前公司层面尚未接到正式的通知。”9月29日下午，华南最大的手机连锁卖场中域电讯三星手机业务的一负责人告诉本报记者。

而三星手机的另一大国包商——深圳天音通信发展有限公司一内部人士亦对记者表示，近期确实听说三星手机要做直供的传闻，并认为“这是发展的必然”。

“三星手机做直供将是一种趋势。”迪信通总裁金鑫表示，与三星方面做直供的洽谈已有一段时间，“一旦推直供，我们三家(指苏宁、国美和迪信通)肯定会是第一批”。

但事实上，据本报记者了解，三星手机在中国市场上，针对渠道的直供模式早有“试水”。

苏宁电器通讯事业部总经理陈华兵在接受本报采访时表示，2009年三星的第一款纯白音乐手机M2710C，就是在苏宁尝试直供模式进行包销，“但此前跟三星的直供合作，仅是针对单款产品分阶段，并非全面的直供。”

前述中域电讯三星手机业务负责人亦对记者表示，此前与三星方面的供货模式，绝大部分还是通过指定的代理商拿货，仅有少数机型采取“类直供”模式，“即从国包商一次买断包销。”

“过往三星手机的直供模式，绝大部分还是通过三星公司、国包商、下游零售终端客户三方协商一个价格。”前述爱施德内部人士告诉记者，基于该模式，作为中间环节的国包商一般会让渡一个较大的利润空间：“但由于下游客户一次买断的量较大，尽管单价较低，但国包商还是有得赚。”

但三星手机正在酝酿渠道的全面直供模式，将可能打破这种利益平衡。

“区别于此前个别产品阶段性的直供合作，此次三星酝酿的是所有机型，都可能走直供渠道。”上述爱施德内部人士表示，届时进入三星直供体系的合作伙伴将绕开国包商，直接从三星厂商拿货，从而享受到更优惠的价格和政策支持。

渠道扁平化战略

本报记者采访多位三星手机渠道经销商，均表示对三星酝酿直供模式并不感到意外。

前述深圳一手机行业营销专家分析，过往三星是通过让渡代理商较高的利润，以相对较低的渠道投入来拓展国内市场。

根据爱施德(002416.SZ)的招股书说明书显示：“近三年一期本公司主营业务综合毛利率保持在12%以上，同期天音控股毛利率保持在9%左右、中国长远毛利率低于4%，本公司毛利率明显高于行业水平。”

而招股说明书中对于爱施德毛利率远高于行业水平的解释，原因之一是“专注于以三星品牌为主”。

“三星机型相当一部分是定位高端，其利润相对较高。”上述手机营销行业人士分析，在此背景下，代理商推广三星手机的积极性加大，加上三星公司在市场推广上投入不菲，以及部分机型的热销，近年来三星在中国市场的份额持续攀升。

来自iSuppli的数据显示，截至2010年上半年，在中国GSM手机市场，三星手机市场份额约21%，仅次于排名第一的诺基亚约36%的份额。而在CDMA市场，三星手机则以约30%的份额，位列首位。

“目前，三星手机在中国市场上庞大的占有量，代理商的作用功不可没。”上述手机营销行业分析人士认为，从某种程度讲，代理商的作用就是帮别人做大客户然后转交出去：“当一个品牌通过代理商发展了较大的市场份额之后，往往希望能够增强自身对渠道和市场的把控力度。”

某大型国包商人士对记者分析，对于代理商而言，考虑的是如何将有效的营销资源，合理地分配到旗下代理的各个品牌，以寻求利润组合的最大化：“遵循

这个逻辑，当某一个品牌一旦出现某些机型销售不力，代理商往往会削弱对它的营销投入，以求整体利润。”

通过直供模式，厂商可以把自身对渠道的控制力直接延伸到销售终端，从而在一定程度上摆脱对代理商的依赖。

“做直供的前提是，该品牌有较强的市场份额和品牌影响力。”上述手机营销行业人士认为：“目前这两个条件，三星都已具备。”

国包商利益受损？

三星手机在中国市场持续攀升的同时，与之合作的国包商也因此获益。

5月28日，爱施德在深交所挂牌上市，成为继天音控股(000829.SZ)后，又一家从事手机分销行业的上市公司。而爱施德和天音控股，正是目前三星手机在国内最大的两家国包商。

爱施德招股书说明书显示，2009年上半年，来自三星手机分销的利润贡献为29.96亿人民币，占总收入81.54%。

“目前，三星对爱施德收入贡献的比例有所下滑，但也在60%以上。”前述爱施德内部人士告诉记者，如果三星手机全面推行直供模式，对作为代理商的爱施德打击最大。

本报记者多次按照爱施德公告的办公电话联系其董秘陈蓓，但电话却为公司总机，并告知：“证券部的人不在。”

而天音控股董秘何小林则对记者表示：“三星要推直供是他们的事情，我们只能做好我们自己的事情。”

事实上，针对三星手机可能推行的直供模式，国包商已经开始着手考虑应对策略。

“我们内部已经多次开会讨论三星可能推行的渠道直供问题。”前述爱施德内部人士告诉记者，一旦全面推行直供模式，苏宁、国美等纳入直供体系的连锁卖场，将获得更优惠的拿货价格和更大的政策支持：“尽管厂商方面会对终端销售进行控价，但我们的利润优势将被弱化。”

该爱施德人士还告诉记者，三星部分分公司的人已经放话，在苏宁、国美、迪信通等连锁卖场进入直供体系之后，KA客户也会纳入直供体系。

“KA客户一旦纳入到三星直供体系，将给代理商造成巨大压力。”该爱施德内部人士分析，届时代理商只能拓展一些小型客户：“这对于国包商将变得异常艰难。”

“直供模式如同硬币的两面，在提升厂商渠道把控力的同时，不可避免的会损害代理商利益。”上述深圳手机营销行业人士分析，此外直供模式还将让三星

公司付出更大的渠道成本，以应对市场推广和售后服务：“全面直供‘看上去很美’，但具体执行却是阻力重重。”

与此同时，亦有市场观点认为，三星手机并不会贸然采取全面直供模式：“现在放出风声，不排除是一种市场策略，通过试探一下市场反应，以增强对国包商的议价能力。”一个值得注意的细节是，2010年上半年爱施德开始引进代理摩托罗拉手机，以降低对三星品牌的依赖。

9月30日，本报记者就此多次致电三星手机公关总监胡凤艳，但一直无人接听。随后记者短信采访求证，亦未获回复。来源：2010-9-30 21世纪经济报道

[返回目录](#)

iphone 4 在华销售方式调整 裸机需预订购买

昨天，苹果中国正式调整 iPhone 4 的销售方式，每位顾客每天限购一台，须在线预订才能到零售店购买，且用户来店购买预订的 iPhone 4 时还需出示身份证或护照来证明预订人姓名与购买人姓名相符。此前，苹果直营店每人限购两台 iPhone 4。

有分析师认为，苹果中国临时调整 iPhone 4 销售方式主要与黄牛党有关。有知情者透露，由于 iPhone 4 裸机价格低于水货进价，不少手机商贩花钱雇人抢购 iPhone 4，然后加价 300-500 元销往外地市场。黄牛党的疯抢造成苹果专卖店几度临时停业。

与此同时，联通合约版 iPhone 4 销售也十分紧俏。苏宁电器相关负责人昨天介绍，自上市以来，苏宁完成 3 次补货，每批 3000 部左右，“其中 16G 的产品最走俏，基本上都是当天就售空”。来源：2010-10-9 京华时报

[返回目录](#)

服务增值篇

【趋势观察】

中端智能机成市场主力军

时下，手机终端是 3G 时代各运营商的必争之地，种种迹象表明，智能机已成为运营商“斗智斗勇”的新主角。无论是哪一家运营商都将智能机放在了 3G

终端推广的重要位置。在运营商的大力推广下，一些中端智能机渐成“明星智能机”，开始显露锋芒。

“明星智能机”大部分具有几大特点：与运营商合作定制、采用时下热门操作系统、手机应用软件丰富、外观时尚。这些功能应用注定手机终端的价格不菲。在这场“明星智能机”争夺战中受益最大的莫过于中国联通，通过引进 iPhone，中国联通迅速树立起在中国 3G 市场的品牌影响力，iPhone4 更让中国联通在高端机领域如虎添翼。然而 iPhone 高昂的购买价格和额外的应用软件使用费让许多用户咂舌，仅仅适用于一部分人。

与 iPhone 相似，我国手机厂商与运营商合作定制的“明星机”境况也如出一辙，市场上的智能手机普遍很贵，但是智能手机需要细分市场，高端市场已经被国外厂商所控制，“高端”让它仅仅覆盖有限的受众群。就目前我国的经济水平来看，现阶段高端机的受众群并不会突然加大。我国智能手机市场的主力军依旧是能够接受“合理价位”与“适当功能”的中端用户。在 3G 普及这个大背景下，三大运营商都十分看重这个市场，手机厂商也抓住这个机遇推出各种价位的智能机，争取更多的 3G 用户。

以中国联通为例，为了普及 3G，不能仅依靠 iPhone 这样的明星产品，中国联通制定了“普及型智能战略终端”：一方面以明星旗舰“战略型”3G 终端吸引高端用户群；一方面以中低价位的“普及型”3G 终端吸引普通消费群体，拓展 3G 用户数量。

中国联通选择了两条腿走路，除了引进 iPhone 及 2010 年 5 月 11 日高调上市的联想乐 phone 外，中国联通同时推出首批 5 款千元 3G 智能手机，并表示陆续还将有更多的千元智能手机推出。中国联通定制的华为 IDEOS 的上市引起了全球的关注，这款基于 Android 最新版本的 WCDMA 手机定价千元左右；酷派 W711 是一款支持联通 WCDMA 网络制式的 3G 手机，它是酷派旗下首次采用谷歌 Android 系统的系列智能机之一，更是一款仅售 1480 元的超值智能机，被业界评价为“性价比最高的智能机”。

随着移动通信普及率逐年上升，低收入用户、年轻学生用户成为 3G 市场的潜在客户。酷派手机走的大多是高端商务路线，其推出的商务手机价格都在 3000 元以上，辐射很少的高端用户群，而高端市场现阶段已趋于饱和。所以，酷派手机一方面不断推出高端明星机型来带动提升品牌形象和博得高端人群青睐，一方面 2010 年也加大力度不断研发 3G 终端价格在 2000 元以内的用户普遍接受的中端智能机，来影响更多的用户群体。

截至 2009 年年底 ,全球移动宽带用户数在 3.6 亿左右 ,而这一数字将在 2015 年大幅攀升到 34 亿 ,这种增长需要价廉物美的智能手机来实现。所以中等价位的手机终端更受广大手机用户欢迎。来源 : 2010-9-30 人民邮电报

[返回目录](#)

2011 年报考 物联网好就业

在了解了 2006 年和 2010 年新增专业的情况后 ,不免让人担心 2011 年新增专业是否同样会出现“ 不新”、流产的问题。

对于这些新专业具体会研究、学习什么?毕业之后又将从事哪种工作?就业前景如何?记者进行了调查。

据了解,教育部批复的 2011 年全国高校 140 个新增专业多数集中在新兴行业。其中,首都 11 所“ 211 工程”高校新增的 16 个专业,大都是能源类、纳米类、物联网类和新媒体类。

带着 2010 年备考学生和家长们疑问,记者请高校老师、职场专家对这些新专业进行分析,其中,物联网的就业前景被一致看好。

总体概况

记者走访本市 11 所“ 211 工程”高校,对 16 个新增专业的信息进行了搜集整理。下表将目前已有课程设置或明确就业方向的新增专业进行呈现。

分析

新专业·数量

从新增专业大类上看,能源类专业成为新增专业之王,同时有六所学校开设相关新专业,其次是物联网工程类和纳米材料与技术类。

新专业·鲜度

首开能源化学工程专业

最新:能源化学工程属于一个全新的专业,之前只在化学工程与工艺这个专业里涵盖过一点,主要关注怎么利用能源、对大自然造成较少的伤害。都是偏向化石资源,主要是煤、油和天然气。

但能源化学工程在课程设置上则涉及以有效利用和低排放为目标,偏重于煤的利用和低碳经济。虽然能源类的专业已经遍布了众多理科院校,但能源化学工程和能源经济作为两个新兴专业,仍是有着较好的前景。

较新:物联网工程也已经在全国其余的高校开设过,但据目前的数据看,并没有相应的毕业生,因此,这个专业也属于较新的专业。

不新：在这几类专业中，纳米材料与技术这个专业并不是新鲜的专业，同类型的课程早在上个世纪就已经开设，毕业生也早已经在全国各个研究院所里工作。

热门预测

那么在这几个新增专业里，又有哪几个专业在四年之后，仍然需要较大的人才供给，有着较好的就业前景呢？

对此，智联招聘的数据专家郝建老师进行了分析：按照目前的职位需求和人才供给情况，以及这些行业的普及程度，到2015年，也就是这些专业的第一批学生毕业那一年，人才需求量最高的会是物联网，然后是能源。

为此，记者再次找到各专业的在校教师和郝建老师一起，为这些新增专业的就业前景打分评级。

物联网

● 老师预测：★★★★★(北京科技大学电子信息系教授王志良)

评价：这是一个由温家宝总理提出，教育部推动，全国

700余所高校热情参与的新增专业。从产业发展角度来看，物联网适合新型战略产业。

对物联网专业人才的需求是信息技术发展到今天的必然趋势，也是我们可以期待的第三次技术浪潮。

前两次浪潮的出现，带来了微软、谷歌、苹果这样的全球化大企业，而中国则在竞争中略显落后。这次浪潮中，我们希望能以更充分的准备去面对这一时代的挑战。

家长们有理由对这个新增专业充满期待，它更像是一只原始股，虽然现在的价值是1元，但是它的前景将是100元。

● 职场专家预测：★★★★★

评价：目前社会需求量很大，但是人才供给量很少，远远不成比例。且未来几年，物联网会在社会中更普及，因此这个专业的就业前景将非常好。

郝老师介绍，物联网是一个新名词，但在智联招聘网上已有235个职位，大多是盛大集团或者交通管理。

与大家生活最贴近的就是，以后大家通过互联网就可以控制自己家电器的开关，监控到家里的安全情况等。这是一个非常有潜力的专业，只不过大家都还没有意识到而已。

能源类

老师预测：★★★★(北京化工大学化学工程学院副院长李建伟)

评价：虽然能源类专业招生已经有多年，但目前随着专业的细化，能源类所在的各院校的着眼点不同，学生的就业面也就宽了，并不会只争抢中石油、中石化或者类似企业的就业名额。

而且，目前国家越来越强调能源方面的问题，以及低碳经济，能源这个行业仍然很热，因此学生的就业完全不是问题。

职场专家预测：★★★★

评价：就业前景很好，但是美中不足在于就业机会不多。目前国家十分强调低碳、绿色 GDP，因此就业前景仍然很好。

这个专业的用人单位多为垄断性国企，就业面并不广，而且多为定向培养。所以也不够市场化，跳槽几率不大。但是这个专业的好处在于，工资会比较高。

而在网上的职位，主要都是电力、石油天然气、热能，最多的是电力能源的技术人员。在 2010 年 6 月份，电力能源的职位数平均每天是 632 个，和 2009 年同期的 474 个相比，增加了 20%。

而一个岗位每天有 15430 个人申请，也就是相当于 24 人申请一个岗位。这一比例远远低于会计、金融、房地产、秘书的供求比例，人才空缺比较大。

纳米类

老师预测：★★★★★(北航材料科学与工程学院 张志刚)

评价：学校的科研能力很强，这个学科偏重于纳米器件和纳米涂层，加上学校本身的就业率摆在那里，所以就业肯定不是问题。职场专家预测：不好判断

评价：纳米并非一个新专业，从市场竞争力来说，肯定稍稍落后于物联网这些专业。而且在智联招聘网上，相关词条的搜索也很少，因此对这个专业总体评价是，并不如能源和物联网这两者。来源：2010-10-11 法制晚报

[返回目录](#)

未来无线互联产业的三大特征

无线互联的未来孕育着巨大的市场机会，但是成功将只属于那些认清形势，谋而后动的高瞻远瞩的新数字英雄们！

在我接触的无线互联从业者中，绝大多数在面向今天的技术特征和市场状况开发应用。在无线互联这样一个变化如此迅速的市场，这种只顾低头拉车、不顾抬头看路的做法无疑是“刻舟求剑”。为方便无线互联开发者看清方向、把握机遇，我们对未来两年后无线互联产业的形势做了详细预测，并归纳为如下三大特征：

操作系统功能日臻完善、运营商丧失主导地位

中国移动的移动梦网体系曾经造就了移动增值业务市场的繁荣和 SP 的崛起，但在移动应用软件迅猛发展的新形势下逐渐失去作用，而移动的 Mobile Market 的合作管理体系没能继承梦网的经验，难以延续夕日的繁荣。中国电信受 CDMA-2000 制式所累，每发展一个用户都要送一部手机，因此重点将是超低端手机配合低价策略抢夺话音用户，在数据业务上难有作为。中国联通虽有 W-CDMA 和 iPhone 的优势，但管理水平稍欠，若不开放数据业务市场，将会作茧自缚，其优势将难以发挥。

而以 iOS 和 Android 为代表的操作系统，随着应用和合作伙伴数量的增多，将逐步承担起支撑无线互联产业链的作用。

产业链纵向分层、开放功能带来业务模式多样化

在原来的移动增值业务市场，功能基本都是由运营商提供的，随着运营商失去主导地位，将会有更多企业充当功能提供者的角色，进而形成产业链的纵向分层：功能层和应用层。这两层各司其职，功能层向应用层提供有普遍需求的功能，应用层则专注于挖掘用户的需求，并开发创新的应用来满足用户的需求，而在应用开发中需要的功能则直接向功能层的企业调用。

但是要实现这样的产业链分层合作，功能层的功能调用接口的标准化和开放是必要条件。已经有越来越多的功能层企业意识到了这一天：新浪的微博一直是能力开放和标准化的典范；百度继在互联网上推出开放应用平台之后也在积极推进在无线互联网上的开放能力调用；我们也在积极协调无线互联领域的各家企业进行应用功能开发调用的标准化工作，预计 10 月下旬将有十几项可开放调用的功能向应用开发者公开。

产业链横向分层、营销和社会化应用前景光明

在传统产业里，产品要最终交到用户手里必须经过生产和销售两大环节，在无线互联产业也是如此。

在移动增值业务时代，生产和销售都是由 SP 完成的，但销售主要是和运营商搞好关系、把业务绑到用户身上，因此搞定了运营商就搞定了收入，产品反而变成无足轻重的事情了。在无线互联时代，由于有了对开发者更加友好的 iOS 和 Android 操作系统，移动应用开发迎来了井喷式的增长。应用的迅速增加和应用提供途径的狭窄(AppStore 和 Android Market)形成了新的矛盾，因此，新型的、直接和用户互动并能对用户需求提供针对性应用推荐的营销方式在未来两年将有巨大的市场空间。

具体而言，营销型应用要想成功，必须把握住两个重点：一是和用户的持续接触和互动能力；二是针对性推荐的能力，其中利用人际关系的应用分享和利用

影响力的应用传播将成为主流。这无疑也是对运营商集中提供应用的模式的颠覆，和对用户以 P to P 的方式分享信息、应用和内容的模式的回归。

无线互联的未来孕育着巨大的市场机会，但是成功将只属于那些认清形势、谋而后动的高瞻远瞩的新数字英雄们！来源：2010-10-9 《互联网周刊》

[返回目录](#)

解读 2010 通信展背后的产业趋势

整个通信行业正在发生着结构性巨变，作为这一巨变的表象，在过去的一年中，众多通信制造商纷纷换帅或者进行战略调整，三大运营商也正在进行着从 2G 时代到 3G 时代的艰难转型。而在深层次上，由整个社会的信息化大潮、业务的“泛融合”趋势以及庞大的数据信息流量增长所带来的产业发展方式变革更是才刚刚开始。于此时举行的“2010 年中国国际信息通信展览会”，将是我们观察产业潮流、了解通信大势的最好时机。

运营商 构筑各自的“宝塔”

通信运营商喜欢说“改变世界”，但是他们首先要改变自己。

日前，中国联通副总经理李刚在接受《通信产业报》(网)记者采访时讲到，通信运营商应该有合理的客户结构：“一个好的全国运营的网络，其用户结构肯定是宝塔形的，就目前来看，如果运营商网络中有 30%到 40%的用户月消费额在 150 元以上，用户结构就很好了。”他表示，联通正在向这一目标努力。

实际上，经历了最少也有一年多时间的 3G 建设和运营之后，改良客户结构已经成为三大运营商共同面对的课题。

对于中国移动来说，问题在于客户结构过于单一，超过 95%以上都是以个人身份入网的移动用户，而且其中绝大多数又都是 2G 用户。因此，大力拓展集团客户，推动 3G、4G 以及融合业务创新就成为当务之急。可以想见，客户与创新这两大主题将构成本届通信展上中国移动展台的主旋律。实际上，在 2009 年的展会上，中国移动就已经出现了重创新、重客户而淡化网络的趋向，其展出的内容明确与网络技术有关的只有 TD-LTE。但是却花费大量展台展出 Ophone、MOBILEWIDGET 等应用合作开发平台，手机钱包、12580 等业务应用也十分抢眼。相信本次展会，像 MM、FDD-LTE 与 TDD-LTE 融合这样 2009 年缺席的先进理念也将亮相。另外，在“移动梦网”逐渐完成历史使命的情况下，如何发挥好中国移动原来的经验和在产业链上的种种影响力，实现新跨越，也将是观察中国移动展台的一大切入点。

而在中国电信角度，其固网与移动用户的结构性失衡也是必须要解决的问题。而且中国电信移动网络内部，也还存在着客户“两头多、中间少”，“3G上网卡用户多、手机用户少”等结构性问题。因此他们肯定将会以中端互联网手机和宽带综合信息服务为亮点，强调自身百年企业品牌和完善的客户服务体系。在2009年的展会上，中国电信就将重点放在了“天翼”、商务领航和“我的E家”等品牌的展示上，通过品牌实现资源整合，将移动与固定，转型业务与传统项目相互结合。与此同时，大量的行业应用业务也会出现在中国电信展台上，这些应用的发展模式，也许将成为中国电信未来融合创新的典型模式。

回过头来再看中国联通，原有移动用户的趋低端现象与3G客户规模的不尽人意仍将是其要努力改变的问题，而且他们还肩负着很重的利用3G实现企业价值最大化的使命。也许正因为如此，中国联通是目前中国运营商中最开放也最重合作的一个，对于他们来说，苹果既是伙伴，也是老师，iPhone既是武器，也是样本，他们正在从与苹果以及联想、苏宁等伙伴的合作中汲取营养。相信在本届展会上，联通的展台将有更丰富的终端和更多彩的应用面世。

对于运营商们来说，参加本次通信展的目的相对单纯，展出也会更加偏于企业形象，他们并不需要利用本次展会开拓市场、发展客户，因而也就可以更加自由地展示自身对未来的期待和设想。

移动互联网 走向整合式创新

如果从历史的角度回望2010年，也许很多评论者会将其定义为“移动互联网元年”，并不是说移动互联网在这一年才诞生，而是从这一年起，移动互联网开始君临通信业，整个产业的运营模式、业务设计和商业法则都将因此而变。

移动互联网已经影响了整个通信业的创新方向。面对移动互联网所带来的巨大数据业务流量的冲击，设备商致力于技术的升级换代，而运营商们则更希望携手终端厂商和应用开发，尽快通过整合创新实现突破。因为任何通信技术，如果无法满足当前移动互联网的发展环境和应用环境，技术构思再先进，宣传做得再好，也不会有多大市场。在3G上网本和终端产品方面，许多企业耗时费力研发出的产品上市不到一个月就滞销就是前车之鉴。

因此，我们将会在本次展会上看到，各个运营商都会把整合创新放在展出的最显眼位置，产业链和整合各种应用平台的力量将得到突出展示。在中国移动MM商店之外，中国联通和中国电信的类似平台也将露面，苹果、黑莓，乃至联想、微软都有可能成为展会上的明星。移动互联网时代运营业的竞争，将由一对一的“单打独斗”转变为产业同盟之间的“协同作战”，而成败的关键将取决于运营商能否当好“龙头”。

实际上，在移动互联网时代，运营商一直面临着三种选择：纯通道、智能通道，或者整合平台。运营商们不希望自己仅作为一个通道，但面向行业信息化应用，行业用户有很大的自主决定权；而面向个人用户的移动互联网，过于把控产业链也可能会损害应用的个性化和多样化，进而损害创新。这样两难的境地，让运营商无法再保持过去的掌控力，要想保持主导地位，只有更加期待在整合创新方面取得突破。

由网络技术的单向研发，转向整合技术与客户需求的融合创新，这是移动互联网时代发展道路的大转弯。

融合 同一个融合不同的解读

在设备商方面，许多“老朋友”也将以“新面孔”出现，从诺基亚西门子到摩托罗拉，从中兴到大唐，从 UT 斯达康到索尼爱立信，本次通信展都将是他们换帅后的第一次亮相。

在三网融合的大环境下，通信展的技术主题也变得格外鲜明，那就是如何通过改造网络，或应用新技术，使得运营商网络能够更好地承载三网融合业务，并使业务更具吸引力。

其中，各种宽带提速的技术手段最为吸引眼球。包括 10GEPON、10GPON 等技术在内，下一代光纤入户技术将提供更大的带宽和更优越的管理能力，而如何将这些技术引入现网，将成为本届通信展探讨和展示的主要方向。

包括华为、中兴通讯、烽火、上海贝尔、诺基亚西门子、爱立信在内的众多厂商都将有类似主题的展示。而其中两家通过兼并和收购进军光通信市场的海外厂商诺基亚西门子和爱立信值得关注，他们将怎样整合产品线？其新产品的性能如何？都有待在展会现场揭开谜底。而 10GEPON、10GPON 这两大阵营的支持者也将展开一场攻防战，究竟孰优孰劣，也需要我们近距离了解、体验。

此外，在骨干网传输领域，40G/100G 的技术发展和应用实践也值得关注。就在通信展开幕前夕，中兴通讯发布了包括传输、IP、汇聚以及网管等涉及网络各个层面的全程 100G 承载解决方案。上海贝尔也将在展会期间发布其 100G 解决方案。如此扎堆的市场发布活动，说明了 100G 技术的火爆程度。

在无线领域，LTE 和 4G 依然是不变的主题。鉴于 3G 网络在国内的部署经验，以及运营商对网络平滑演进、最大化保护现有投资的要求，本届通信展上，以“融合”为主旋律的基站等通信设备将集中亮相，HSPA、HSPA+、LTE 共平台的产品将统治无线展台。针对目前在 3G 网络商用中遇到的技术难题，如何解决用户感知、端到端优化等问题，也将是设备商展台上的一大看点。此外，对于 4G 标准的预研情况也是各个厂商展台上不可缺失的一环。

展商设备商少了，空调厂商多了

仔细逛过一圈展馆，也许你会和我一样得出这样的结论：系统设备商少了，空调厂商多了。

其实这一现象不难理解。在金融危机的冲击下，全球电信运营商和电信设备制造商都在向着寡头时代迈进。不断地兼并重组使得强者越强，最后能在这个市场生存的只有那些拥有深厚技术实力、产品线齐全的超级巨头。因此，通信展开始逐年告别那些熟悉的名字——朗讯、西门子、北电……而在他们身后，是一片更加成熟，竞争也更加激烈的通信系统设备市场。

一方面，系统设备市场集中化趋势明显。而另一方面，在一些我们原本认为是边缘化的市场，如配套、移动互联网、业务网等领域，却呈现出百花齐放的态势。

在节能减排的大趋势下，运营商对于机房的节能配套设备越来越重视。因此在本次展会上，我们看到了包括空调、电源、线缆在内的配套设备厂商占据半天的景象。这些配套企业要么拥有一技之长，要么在其他行业市场拥有深厚的实力，他们将为通信展带来更加务实、开放的新气象。

展台 智能手机的天下

和往年一样，参加本届通信展的手机企业仍旧以运营商定制机型为主。和往年不同的是，本届通信展将成为智能手机的天下。我们将在中国联通的展台上看到 iPhone，甚至 iPhone4，在中国移动展台上看到 OPhone，在联想展台上看到乐 Phone，在三星展台上看到刚刚推出的 SPhone……中兴、华为也将展示他们为运营商定制的各种智能手机。

还有众多的千元级别智能手机，它们将成为运营商的主要武器，引领 3G 在更广阔用户群体中投石问路。

当然，作为专业展会，通信展不仅是最新、最酷手机终端展示的舞台，也为我们盘点整个终端产业链提供了机会。我们将可以看到包括 TD-SCDMA、WCDMA 和 EVDO 三种制式的智能手机平台解决方案，也能体验到各种通过手机实现的最新应用，如增强现实。在通信展的舞台上，通信领域的最新、最快、最好都将一一呈现。来源：2010-10-10 通信产业网

[返回目录](#)

工信部专家：手机物联网将是重要趋势

自从 2009 年 8 月温家宝总理提出建设“感知中国中心”以来，物联网在我国引来了众多狂热的追随者，似乎让人感到物联网时代已经到来。而事实上，相较于发达国家，我国的物联网产业还处于起步造势阶段。那么，我国物联网与其

他国家相比差距在哪，发达国家物联网已取得哪些实质性进展？哪些应用将成为物联网主流应用？针对此类问题本报记者采访了工信部电信研究院专家石立峰。

手机上的物联网将成为重要趋势

记者：请您介绍下目前发达国家物联网发展情况，其在应用方面有哪些实质性突破？随着移动互联网异军突起，物联网技术将演绎什么样的趋势？

石立峰：物联网是在美国最先提出来的，同时美国也是传感技术和通信网络最发达的国家之一。在美国，基于物联网的应用在物流管理、交通监控、农业生产等领域已经有了相当的应用。虽然这些应用也停留在物联网的初级阶段，其终端智能化、高度的传感应用还有一段距离，但是已经形成了一定的规模，并在国家战略的推动下不断的向前发展。在欧盟、日韩等地区，由于信息技术的基础较为良好，在物联网的发展上也已经走的很远了。并且欧盟、日韩都制定了各自的物联网发展的相关规划。在应用方面也形成了一定的经验和积累。其中在日本，物联网的应用较为成熟的是在智能家居方面，如可以通过手机和网络可以查看家里冰箱内储存的食品，可以控制电饭煲自动下米做饭，可以提前打开室内的空调设备为房间预先调节气温等。

另外，从技术上讲，物联网的核心技术主要涉及三方面，一是传感技术、二是网络技术、三是信息处理技术。所以说物联网本身就是通过通信网络进行传递信息的。而移动互联网正是未来通信网络发展的一个重点。随着各种移动终端的出现，人机信息交互的需求日益增加，移动互联网技术在物联网上的应用将会越来越多。

未来，随着 3G 的发展，移动互联网将会逐渐实现高带宽和高速移动的双突破。届时，我们可以在高速的动车上便捷的实现互联网接入及联网的“人机交互”、“机机交互”。我们也可以通过我们的手机处理各种与我们相关的生活服务，如家庭监控、家电控制、金融消费等。这自然会给我们的生活带来更多的便利。越是便利的应用，越将会成为未来的趋势和方向。

手机物联网在教育、物流、电子商务等领域具有广阔空间

记者：结合我国实际情况，在移动互联网与物联网结合的领域，哪些应用可以获得更好的发展？

石立峰：依据我国的移动终端的发展现状、用户特征，以及我国目前的产业发展趋势，未来物联网在教育、物流、电子商务等领域都有十分广阔的应用空间。

首先，学生群体的手机普及率很高，同时学生又是信息应用最容易接受的群体。在教育信息化和校园管理方面物联网的应用确实拥有很大的优势。

其次，我国的物流业发展蓬勃，对于物流业的跟踪、查询等管理需求，恰好契合了移动互联网和物联网的双重特征。所以，同样具有十分广阔的空间。

再次，移动支付作为电子商务的重要一环，已经成为网络购物、小额支付等的不二选择。随着统一的技术标准的制定和技术安全方面的进步，一个庞大的产业空间将会形成。

除此以外，在电力、交通等领域，基于移动互联网的物联网应用也具备较好的发展前景。物联网无疑将形成一个万亿级的产业未来。

“翼机通”率先开启手机物联网应用，或可尝试教学方面应用

记者：目前，国内运营商中，中电信首推物联网手机技术“翼机通”，您如何评价其优势与不足？

石立峰：目前，国内外的物联网热潮已经开始蔓延。我国也是这股热潮中的重要一员。包括中国电信在内的国内运营商也看到了物联网发展的巨大空间和前景。在这样的大背景下，中国电信推出了物联网手机技术的“翼机通”应用。这一应用不仅为用户提供传统的手机通信服务，还可通过手机实现门禁、考勤、食堂消费、信息发布等多种服务。

我们看到，目前这一应用主要面向的领域应该是学校。中国的教育领域在信息化方面还有很长的路要走。中国电信在校园信息化方面的尝试和探索是非常值得肯定的，也是具有加大发展空间的。其发展优势主要有两个，一个优势是多卡合一的功能。翼机通将饭卡、学生证、借书证、门禁卡等多卡合而为一：通过持卡人权限控制，实现对校门、实验室等重要场所的安全管理；通过与图书管理系统结合，不用借书卡即可实现借阅、归还，还可享受短信查询、预约、到期提醒、续借等服务，为学生和教职工的工作、学习和生活提供了极大的方便。另一个优势是中国电信基于 CDMA2000 的网络，在技术上其安全性更强，这也是物联网的基本要求。目前也不能说存在不足，只能说是局限和约束。主要体现在其目前功能的局限性和盈利模式的建立。如果未来在更多方面实现“一卡通”的功能，而不单纯是在校园管理，诸如在教学方面的应用将会更会受到欢迎。同时面向学生还是面向学校的收费模式也需要不断探索和优化。来源：2010-10-3 通信信息报

[返回目录](#)

亚太地区移动语音收入未来五年将下降

根据独立电信分析师在“2010至2015年区域与各国移动电话预测组合”中公布的新数据显示，亚太地区的语音服务收入将会从2010年的1820亿美元开始下降，到2015年将只剩下1760亿美元。这是因为竞争性市场每用户平均收入(ARPU)的下降比整体用户数量和通话分钟数的增长还来得严重。

然而，各个国家的状况却大相径庭。印度、中国和印度尼西亚的新用户作为亚太区的成长动力，显示尽管 ARPU 下降了但是移动语音的收入总量却仍持续提高。但是在发达市场，比如澳大利亚、中国香港、日本和韩国的电信市场已经饱和了，预计移动语音收入将会快速下降。

同时，移动数据服务的收入将有稳健的增长，2010 年市场规模为 840 亿美元，到 2015 年将增长为 1330 亿美元的规模。预计数据用户的数量和数据服务的 ARPU 会持续提高，因为更多的亚太地区消费者选择通过手机发送更多的短信、电子邮件，使用社交媒体和观赏影片。

整体而言，预计整个亚太地区的移动服务收入将从 2010 年的 2670 亿美元开始向上攀升，到 2015 年将达到 3100 亿美元。然而同时期的全球整体用户数量也会从 26 亿户增长到 38 亿户。Ovum 亚太区研究总监 David Kennedy 表示，数据服务现在是移动市场的主要成长动力，而且收入将会持续稳定地增长。到了 2015 年，来自语音服务和数据服务的收入差距将会大幅缩小，而且如果数据服务的收入持续以同样的速度增长，它最终会取得领先地位。市场的行进方向给我们一个暗示——语音服务已经变得稀松平常，但是移动中接入网络的需求却快速成长。来源：2010-9-30 人民邮电报

[返回目录](#)

【移动增值服务】

北京移动实现刷手机购物

上周末，北京移动和物美集团正式签署战略合作协议，北京移动 2000 万手机用户只要更换了内置射频(RFID)标签的 SIM 卡就可以在物美集团旗下的物美和美廉美超市的 300 多家门店中实现刷手机购物，并可以在这些超市的收银台对手机进行充值。

此次北京移动与物美集团开展合作后，移动用户在积分兑换礼物时，将不再受限于移动网站上的兑换商品，可以兑换物美和美廉美超市中的 3 万多种商品中的任何一种，同样物美的会员每年积分反馈时也可以选择将积分兑换为移动话费充值到自己手机中。

北京移动介绍，刷手机购物这项业务被称为手机钱包。这是中国移动推出的基于无线射频识别技术(RFID)的小额电子钱包业务。客户只要在营业厅更换手机钱包专用的 RFID-SIM 卡(无需更换手机号码)后，通过互联网、手机短信等方式为手机钱包账户存钱，即可利用手机在中国移动合作的商家(连锁超市、商场等)进行现场 POS 机的“刷卡”消费。

据悉，更换了 RFID-SIM 卡后，用户存在手机账户下的费用被分为话费账户和消费账户，用户通话时的话费走话费账户，而刷手机消费时的金额在消费账户中，用户可在营业厅中打出话费账户和消费账户的详单。

手机钱包业务已经在上海推出，上海移动开通“世博通”手机钱包功能后，通过手机就能在上海刷手机坐轨道交通。北京移动表示，目前正在就手机刷卡乘公交的合作问题与相关部门进行紧密地接洽和协商。而北京联通方面也表示，正在对手机支付业务进行准备。来源：2010-10-8 新京报

[返回目录](#)

四川电信“餐饮 e 通”上线

近日，中国电信号码百事公司在四川成都正式举办中国电信号码百事通“中餐信-餐饮 e 通”上线发布会。

据了解，中国电信 114 订餐业务于 2008 年年初开始运营，2009 年全年总体订餐量达到 320 万次，历史订单累计达到 1000 多万张，业绩遥遥领先于同行业竞争对手，占据了市场的绝对主导地位。其中，四川 114 订餐业务的增长量走在全国前列。在成都市已汇聚了 4000 余家大中型餐饮企业信息资源，并可提供 1000 余家大中型餐饮企业直接预订服务。日平均查询量高达 10000 余次，其中 5000 余次直接转化为餐饮预定需求，预计 2010 年达到 18 万张订单。

中国电信此次推出的“餐饮 e 通”订餐平台，是在中国电信 114 号码百事通订餐业务上的全新升级，主要以实时订餐和实现全面系统的餐饮企业信息化管理为特色，能为用户提供方便、实惠、专业的美食信息查询与座位预定，同时为联盟商户提供信息共享及整合营销宣传的餐饮信息服务平台。来源：2010-10-3 东方网-文汇报

[返回目录](#)

北京电信推无消费额限制礼包

昨天，北京电信宣布，在新推出的等额话费礼包中，将取消之前对礼包用户每月最低消费金额的限制，用户可根据需要和具体情况对赠送话费进行分配。

北京电信介绍，等额话费礼包的政策为用户购买礼包花多少钱，里面除包含一部 3G 智能手机外，还赠送与礼包价格等额的话费，进行百分百话费返还。

该礼包还打破了运营商补贴政策中普遍存在的最低消费额限制，用户选择优惠套餐即可直接获得话费赠送。北京电信将按照用户上月使用话费 40% 的比例进

行返还，例如用户上月消费 300 元，则下月可获赠 120 元话费，所赠话费可用于抵扣基本套餐、国内通话费及手机上网流量费，用户可自由分配话费的使用。不过电信表示，赠送话费的消费期限为 36 个月且当月赠送的仅限当月使用。来源：2010-10-12 京华时报

[返回目录](#)

手机支付即将在北京试运营 有望未来数月开通

手机可以刷卡付账，下班路上发个短信能打开家里的空调，千里之外可以看看家中情形……这些美好的智能生活场景不再遥远。2010 年中国国际信息通信展览会昨日在北京老国展开幕，相对于 2009 年各大厂商在 3G 上的表演，物联网、TD-LTE、三网融合等新技术成为本届通信展争奇斗艳的焦点。

物联网让家居聪明起来

物联网是 2009 年最新潮的名词，也被视为最有潜力的行业，不过普通人对此却有雾里看花的困惑。而 2010 年三大运营商以及诸多厂商都开设物联网展示专区，物联网带来的便利已经来到了我们身边。

中国移动“宜居通”业务昨日首次亮相。记者看到，一台看似普通的 TD 无线固话，“秘密”连接了可燃气体探测器、一氧化碳探测器、烟雾感应器、门(窗)磁报警器以及智能空调。如果家中天然气超标，这台主机便自动发短信或者拨通主人的手机；而如果有人打开了门窗，主机便会发出警报声并通过短信迅速通告主人。工作人员告诉记者，这些功能 2010 年年底将在北京进行试用，以后还将连接更多的家用电器。

中国电信则直接打出了“5A 智能家居”的概念，通过手机、电脑等实时查看家中情况。

智能医疗、智能农业、智能交通都是物联网的典范。大唐电信带来了“数字准格尔”项目，比如平安校园监控——智能摄像头对于翻越学校院墙的违法行为自动报警，甚至对于违规到垃圾也能监控报警。

手机支付为时不远

市民们有望在未来数月就能享用手机刷卡消费的便利。昨天三大运营商带来了最新的手机支付业务。联通工作人员告诉记者，联通手机一卡通很快将商用，不过具体的时间还没有确定。到时候，只要更换一个带有手机支付功能的 SIM 卡或者换一部定制手机，然后进行充值就可实现支付功能，消费者只要将手机轻轻放在感应区便可以看到余额和此次支付的数额。

中国移动的手机支付业务已经在世博会上小试身手，而昨天展示的最新综合信息服务机上，用手机不仅能实现购物，还能缴纳电水气费。相关工作人员告诉记者，目前正在考虑在京试运营。而电信的“翼支付”也在外地开花，目前正考虑进入北京市场。

全球首款“准 4G”概念车亮相

被称为“准 4G 标准”的 TD-LTE 在本届展会上大放异彩。华为、中兴、爱立信、大唐电信都推出相关技术方案。引人关注的是，上海贝尔带来了全球首款 TD-LTE 概念车(小图)。类似的车辆在全球不过三辆。

该概念车是由“下一代互联计划”的成员阿尔卡特朗讯、QNX 软件系统有限公司以及三星公司与哈曼国际工业有限公司合作，基于上海大众途安汽车平台所开发的。在车里能随时随地使用丰富的音视频和在线游戏，并能获得详细的交通和天气等应用，高清 IPTV 则让堵车时间有了消遣。

■ 服务信息

本届通信展将一直持续到本月 15 日，观众可网上预约登记，或者现场填写个人信息，免费换/领取门票入场参观。来源：2010-10-12 北京晨报

[返回目录](#)

联通推 1200 元 3G 上网卡礼包：套餐最低 50 元每月

十一期间，中国联通针对年轻消费群体推出一款时尚 3G 上网卡礼包，该礼包本身 1200 元，可根据实际需要自行更改套餐。也就是说，如果你选用最便宜的 50 元套餐，最长可以使用 24 个月。

联通该上网卡礼包以内含 1200 元预存款，赠送一款价值 390 元的上网卡和一个价值 18 元的 USIM 卡。该礼包默认套餐为 80 元/月包 1G，激活后可自行更改套餐。据悉，该上网卡礼包中所赠送的上网卡是与华为合作定制的 E1780 上网卡。

近段时间，三大运营商的 3G 套餐纷纷推出优惠政策。据记者了解，目前，联通 3G 上网卡共有三类计费方式：第一类为“0.01 元/KB 按实际流量计费的标准资费”，第二类为“80 元包 1G 流量、150 元包 3G 流量等”，第三类是“50 元包 600MB 流量套餐”。其中，50 元的预付费套餐，也是所有 3G 上网卡套餐中门槛最低的。

记者走访营业厅获悉，目前移动的 3G 上网卡套餐中，如果按月交费的话，最低的是“每月 50 元包 500MB”。电信的则是“100 元包 15G”，办理半年包还有优惠。来源：2010-10-5 新京报

【网络增值服务】

新航将推机上移动通信服务

新加坡航空有限公司正与瑞士机上通信服务供应商 OnAir 公司合作,推出全套机载通信产品,为乘客提供 Wi-Fi 无线网络和移动电话服务。客户使用兼容 GSM 的手机即可收发短信、电子邮件及接听拨打语音电话。

新航计划在 2011 年上半年推出这些服务,成为亚洲第一家推出机上通信全套服务的大型航空公司。这些服务将逐步在新航运营的空客 A380,A340-500 和波音 777-300ER 客机上使用。由于技术等方面的原因,中国民航班机上至今不允许、也没有条件使用手机、互联网。专家解释说,日常使用的手机之所以无法在天上直接使用,主要是因为手机运营商的地面信号达不到万米高空。在国外,有少数航空公司向旅客提供通过海事卫星电话与地面联系的增值服务以弥补这项缺憾。来源:2010-10-7 南方日报

[返回目录](#)

广东联通 3G 下载速度达 20Mbps

为保障亚运通信,给广大用户提供更畅快的无线上网服务,广东联通日前在广州、佛山、东莞、汕尾四个涉亚城市开通了 HSPA+网络,最高下载速率将达 20.19Mbps。

本次共有 4579 个基站升级为 HSPA+功能,升级区域主要分布在广州、佛山、东莞核心市区和汕尾的亚运场馆,包括交通枢纽地区,如火车站、省级客运汽车站、白云机场等,标志性建筑、大型公共场所、大型写字楼、手机卖场、重要商场、5A 和 4A 旅游景点及四星级、五星级酒店。从定点测试结果看,HSPA+网络最高下载速率为 20.19Mbps,平均速率为 11.9Mbps。从路测结果看,HSPA+网络最高下载速率为 18.463Mbps,平均速率达到 6.961Mbps。升级后网络速率可相当于现有 WCDMA 网络速率的 1.5 倍,可满足亚运会期间重要场馆的高峰话务容量及高速 3G 数据需求。

除 HSPA+网络升级外,广东联通还将四个亚运赛事城市市区核心区域以及比赛场馆的 GSM 网络均升级为 ED-GE 网络;对直接涉亚的亚运场馆、亚运城、新闻中心、亚运酒店、亚运医院等 322 个目标场所,均进行了 GSM 网络和 WCDMA 网络高密度覆盖;对高速公路、地铁、干道、交通枢纽、购物中心、旅

游景点等间接涉亚场所，均实现了 GSM 网络和 WCDMA 网络的全覆盖。同时，广东联通还对涉及亚运通信保障的所有传输干线、骨干网、国际枢纽局、支撑系统等进行了全面优化扩容。

此外，中国联通联合亚太地区 30 个国家和地区的 45 家电信运营商就广州亚运会通信与服务保障签订了双边优惠漫游合作协议，确保国际漫游用户网络通信畅通与安全，确保亚太地区 WCDMA 用户在广东能享受到与归属地网络一样的优质 3G 网络服务，并大幅降低国际数据漫游资费水平，为国际漫游用户提供便利、实惠的服务。来源：2010-9-30 人民邮电报

[返回目录](#)

重庆电信 2011 年宽带全面提速

日前，中国电信重庆公司制定了“2011 年主城宽带发展规划”，提出 2011 年主城区宽带市场份额目标从目前的 63% 提升到 70% 以上，用户带宽占比目标实现 2M 以上用户达 80%，4M 以上达 30%。

2011 年主城宽带发展规划是由市场、网发、网运等部门和主城 6 个分公司、设计院组成的专项团队共同完成的。根据规划，主城分公司将上述目标分解到各营维部，营维部接应后分类落实到下属片区，以确保规划实施的精确性和有效性。目前，按专项团队工作要求，各分公司正对营维部所辖小区的带宽能力开展梳理并形成 2011 年宽带提速和线路改造的需求。最终，专项团队将输出以主城分公司营维部为核心的规划成果，以指导营维部在 2011 年的网络提速、接入网整治、宽带用户发展等各项工作。来源：2010-9-30 人民邮电报

[返回目录](#)

广州无线上网 60 天免费 不受上网时长限制

日前，广州市政府宣布了“60 天 WiFi 免费上网”等惠民措施后，不少市民关心如何开通使用免费无线上网事宜。

记者昨日采访了中国电信和中国移动。中国电信广东公司表示，用户需申请免费体验账号和密码后，通过“体验客户”通道登录后，就可使用手机、手提电脑免费畅游网络。

不受上网时长限制

据了解，11 月 1 日至 12 月 31 日期间，在广州市范围的 3 大电信运营商无线城市宽带网络覆盖地区，将向全体广州市民、来穗的访客和游人，免费提供无

线宽带(WLAN)接入服务,使市民、访客和游人可随时访问国际互联网,浏览亚运会现场比赛、网上直播、官方网站的最新信息、享受广州市政府门户网站的各种网上服务。

广东电信对本报记者透露,在广州亚运会期间(2010年11月1日~12月31日),手机用户通过拨打4008-999-189,申请电信WiFi体验账号和密码,体验账号和密码在12月31日24时之前有效,期间用户可在电信WiFi热点覆盖区域,通过PORTAL页面“体验客户”通道使用体验账号和密码登录,免费使用电信WiFi上网,不受WiFi上网时长限制。

网点超过3000个

目前,广州已经建成的无线网点超过3000个,包括了亚运场馆、机场、酒店以及电信营业厅等各大场所,主要由中国电信和中国移动建设。

目前中国移动的收费标准是:在未办理套餐的情况下,客户使用WLAN上网将按照实际上网时长收费,全国统一标准资费为0.05元/分钟。

另一家运营商中国移动广东公司表示,正在制订“60天WiFi免费上网”具体措施,稍晚会公布。来源:2010-10-1 大洋网-广州日报

[返回目录](#)

技术情报篇

【视频通信】

三网融合聚焦视听服务 广电称离合作伙伴更近

10月11日-15日,2010年中国国际通信信息展览会于在北京中国国际展览中心(老馆)举行,来自13个国家和地区的逾500家单位参展。本届展览会以“创新引领发展、融合成就未来”为主题,展示内容涵盖信息通信、互联网和广播电视等诸多领域。

就在2011CCBN筹备会议启动不久,通信行业的年度盛会再次关注三网融合。记者发现,除了传统通信厂商大都专门设有三网融合展区外,第二次参加通信展的央广传媒除了将展区设在了1号主展馆,还携带四大“秘密武器”亮相。

央广传媒全称央广传媒发展总公司,隶属于中央人民广播电台,是中央人民广播电台全力打造的新媒体机构。自2009年11月以来,央广传媒就已获得建设银行、工商银行共计百亿元资金授信额度打造全媒体产业链。

据央广传媒董事长张晓春介绍，本届通信展央广新媒体主要展出四大块业务，包括基于手机等移动终端的移动互联网业务、车载视听产品、版权服务交易平台以及正在规划中的家庭信息服务产品。

张晓春表示，在三网融合的背景下，央广传媒的发展思路是合作聚焦视听服务，打造全媒体。“广电业与通信业各有所长，对视听服务产业链有不同的价值。”他强调，“三网融合需要双方共同打造健康的产业链。”

记者了解到，本次通信展央广传媒与三大运营商合作推出了手机视频、手机报、车载视听等产品。张晓春笑称：“从距离上看离合作伙伴上越来越近了，业务合作也更加密切。”

张晓春强调，2009年广电参加通信展是入门和参与，而2010年则变成学习与合作。“我们需要向通信业学习运营经验、产品策划能力、渠道拓展能力。因为有了学习与合作，有着70年历史的中央人民广播电台才能再续辉煌。”来源：2010-10-12 通信产业网

[返回目录](#)

【电信网络】

LTE 部署日成规模 4G 产业链顺势疾进

3G 商用将中国带入移动宽带多媒体时代，演进、升级成为当前移动通信的主题词。对三大运营商而言，相比 3G 乃至 LTE，尽管 2G 目前仍是主要的盈利部分，但着眼长远，运营商都投入了极大的精力用于 3G 甚至 4G 的升级和扩容，中移动更是对 TD-LTE 显示了空前的热情，并渐渐从试验过渡到试商用阶段。而另一方面，芯片、测试、终端、网络设备等产业链厂商也都纷纷投入 LTE 设备的研发和推广，并不断在全球拿下 LTE 建网合同。

4G 悄然走上前台

“爆炸式增长”成为当前业界形容移动数据流量最常见的词汇。近日，爱立信 CTO Hakan Eriksson 根据近期检测结果指出，2009 年，移动网络上的数据流量超过语音，数据流量在 18 个月内走完了语音流量 20 年的路程，而到 2015 年二者之比将达到 30:1，2020 年更将增至 1000:1。

中移动计划部一位人士告诉记者，伴随着数据的爆炸，用户需要更高的带宽和更佳体验，运营商必须扩大网络容量，提高接入速度，同时提供相应的强大后

台支撑系统、计费系统和监测系统，在此背景下，LTE-Advanced 和 WiMAX2(IEEE 802.16m)成为全球运营商未来部网的必然选择。

他同时指出，802.16m 标准基于 802.16e，在保留向后兼容功能的同时，还具备了一些新功能，符合 ITU 对 4G 或 IMT-Advanced 的要求。这项标准的最大带宽可达 300Mbit/s，同时改进了延时现象，显著提高了网络的容量和性能。

WiMAX 和 LTE 阵营日益达成一个共识：802.16e 和 TD-LTE 具有相似的系统架构，均采用 MIMO 和 OFDM 技术和多条线设计，二者存在融合空间。WiMAX 论坛主席 Resnick 告诉记者，WiMAX、TD-LTE 和 FDD LTE 日益从对立走向融合，这无论从运营商降低建设成本、吸纳更多用户角度，还是从产业链的协作角度，对意味着巨大的进步。

在中国，TD-LTE 在上海世博会首都亮相，而这一经验也将延伸至 2010 年的广州亚运会。有广东移动员工告诉记者，广州亚运会将借鉴上海世博会 TD-LTE 试验网经验，进一步加快技术创新和新业务应用，2011 年中移动将从几个发达城市开始，全面加快 TD-LTE 试商用进度，他预计中移动最快将于 2012 年实现 TD-LTE 商用。

此前，广东移动总经理徐龙也表示，根据中移动的规划，广东移动将投入 10 亿元，实现广州 71 个亚运场馆的无线网络覆盖，打造一个“EDGE+TD-SCDMA+WLAN+TD-LTE”混合覆盖的网络，同时研发移动电子门票、赛事信息发布、手机赛事直播等应用，用 4G 等先进技术把广东建设为一座“无线之城”，让广州亚运会成为史上首届“无线亚运”。

LTE：下一座金矿

随着高通渐渐抛弃 CDMA 演进技术 UMB 的研发，进入 3G 运营的三大运营商日渐统一到 LTE 的演进路径中来，中移动更在其 3G 建设中明确提出对 LTE 的支持。根据工信部 2010 年 7 月 20 日发布的统计数据，2009 年 3G 网络投资完成 192 亿元，而 2010 年直接用于 3G 建设的投资约在 900 亿到 950 亿元。国家层面动辄数百亿的巨大投资吸引了产业链厂商纷纷向 LTE 聚焦。

但是，中移动网络部一位员工向记者直陈，由于长期的技术积累和商业发展，3G 时代的 TD 产业链仍不完备，在芯片和测试仪表领域问题尤为突出，而 4G 阶段实现与 FDD 的融合，无论对中移动还是 TDD 阵营而言，都意味着巨大的机会。因此，无论是中移动还是各设备商，都将融合平台的研发和推广作为当前工作的重点。

在近期参加天津达沃斯峰会期间，中移动董事长王建宙表示，中移动正进行 TDD/FDD LTE 融合终端的研发，与产业各方共促 TDD/FDD LTE 的融合发展。

目前爱立信、诺西、中兴、华为、上海贝尔等都在加紧 TDD/FDD LTE 共平台系统的研发。

诺基亚西门子通信大中华区网络解决方案总经理张萍认为，TD-LTE 和 FDD LTE 拥有相同的网络结构和系统架构，网络性能指标也非常类似，业务支撑都基于统一的 IMS 业务管理平台。其差异集中在物理层以及相关的硬件和软件，二者 90%以上是相同的，因此完全可以共平台研发。目前，诺西已成为 NTT docomo、TeliaSonera 等 16 家全球运营商 LTE 商业网络的供应商，并与全球 25 家运营商进行 LTE 试验。

在华为 LTE 产品线总裁应为民看来，如何部署能够盈利的移动宽带网络是目前亟待解决的问题。他预计 2011 年 2012 年全球 LTE 的建网范围会爆发增加，并宣称，华为目前在全球的 LTE 试验网 + 预商用网 + 商用网是最多的，其领先的 LTE 技术将为运营商打造盈利网络、助力运营商在下一个十年实现领先提供重要支撑。来源：2010-10-11 通信世界杂志

[返回目录](#)

中兴携手 Tiscali 在意大利部署 FTTH 网络

中兴通讯(000063.SZ/000763.HK)发给记者的新闻稿称，中兴通讯与意大利主流电信运营商 Tiscali 达成战略合作伙伴关系，签订了旨在建设意大利超高速宽带网络的战略框架协议，并正式启动 FTTH 网络的部署工作。

该协议由 Tiscali 公司的首席执行官 Renato SORU 和中兴通讯执行副总裁樊庆峰在意大利罗马的 villa Madama 正式签署，而正在意大利进行国事访问的温家宝总理与意大利总理贝卢斯科尼一同出席了中意企业家论坛，并见证了合同签署全过程。

Renato SORU 表示“我们认为中兴通讯不仅是一家有先进技术和网络解决方案的供应商，更是一个有远见的合作伙伴。能够帮助我们分析未来的客户需求，并一起设计满足客户潜在需求的解决方案。意大利不能没有下一代网络基础设施，也不能因持续讨论而停滞不前，这便明确了 Tiscali 的最高使命是将意大利的宽带网络提升至世界水平。Tiscali 联袂中兴通讯旨在建立一个开放给所有运营商的网络，我们希望它能够成为国家广域网络的一部分。”

樊庆峰表示：“以技术创新立足的中兴通讯与以提供领先通信服务为愿景的 Tiscali 之间的合作是一个完美的结合。我非常高兴中兴通讯和 Tiscali 建设 FTTH 网络，并相信此举将是双方建立长远深厚合作关系的第一步。”

目前意大利其他持有牌照的运营商也在呼吁由政府或相关机构共同推动光纤宽带网络的建设以及国家宽带计划,而由 Tiscali 和中兴通讯联手打造的 FTTH 项目将为意大利光纤宽带发展注入一剂推动剂。

Tiscali 公司是欧洲主要的独立电信运营商之一。来源:2010-10-9 《财经网》

[返回目录](#)

诺西领跑 LTE 商用: TDD 和 FDD 都将被广泛接受

诺基亚西门子(下称“诺西”)大中国区总裁张志强透露,目前公司在全球已获得 17 份 LTE 商用合同,这些商用合同都为 LTE FDD 制式。

2009 年 12 月 14 日,北欧及波罗的海地区最大运营商 TeliaSonera 在挪威奥斯陆和瑞典斯德哥尔摩正式开通全球首个 LTE 商用网络,揭开 LTE 商用序幕。在随后的扩容中,诺西与爱立信分食了其主要的网络设备订单。

张志强在 2010 年中国国际信息通信展览会期间接受 C114 采访时表示,TD-LTE 和 LTE FDD 未来都会被市场广泛接受,而诺西希望在 LTE 技术领域占据领先地位、带领技术潮流,与运营商一起,迅速从 2G、3G 走到下一代移动通信。

他指出,诺西在过去 3 年里走过了一条成功的合并之路,最近又与摩托罗拉达成协议收购后者的无线网络基础设施资产,变革对诺西来说并不是件“新鲜事”。目前电信行业正面临变革挑战,像诺西这样的新兴企业可能更适应行业变革、能够创造更多增长机会。

“我们不会去评论竞争对手的进度,我们的商用合同数在业内显然是领先的,这也体现了业界对诺西的认可。”诺西大中国区新闻发言人告诉 C114。

据介绍,2008 年 9 月诺西业内第一家交付了商用 LTE 硬件;2009 年 9 月又在商用级硬件和标准软件基础上实现业内第一个 LTE 呼叫;2009 年 12 月诺西成功实现了 3GPP 标准化的 LTE 语音呼叫,创下了 LTE 进程中的又一项第一。

在 2010 年 6 月下一代移动网络(NGMN,Next Generation Mobile Networks)行业大会期间,诺西宣布成功完成 TD-LTE 与其移动平台的完全整合,并在 Flexi 多模基站上进行了业内首次 TD-SCDMA 与 TD-LTE 的共模演示。来源:

2010-10-12 中国通信网

[返回目录](#)

【终端】

首批 TD 网络收音机年底正式面世

不受地域、时间限制，随时随地从全球超过 2 万家广播电台中选择自己最中意的节目收听，而且音质甚好、收听效果颇佳，这已不是梦想。日前，广东移动创新 3G 新应用，在全国率先开展的 TD-SCDMA 网络收音机项目已经通过前期调研和立项，实质性研发工作正全面推进，首批 TD 网络收音机预计 2010 年年底正式面世。

当前，新的广播电台设备都增加了音频服务器，将音频流以串流的方式发送上网，从而听众通过互联网便可在全球各地收听网络电台，FM 收音机以“网络收音机”的形象焕发出全新活力。然而目前网络收音机多数使用 WiFi 或 LAN 接入，不仅有比较复杂的连接、密码输入及网络设置程序，其移动性能也比较差。

敏锐捕捉到这种 3G 应用趋势后，广东移动提出了便携式 TD-SCDMA 网络收音机创新项目。TD 网络收音机指基于传统网络收音机与移动“TD+WLAN”的创新结合，以互联网作为媒介，通过网关服务器获取网络电台列表，以此实现网络电台收听的新型终端。TD 网络收音机通过 3G 技术降低产品使用门槛，同时实现网络收音机的良好移动性能，弥补了 WiFi 或 LAN 接入的不足之处。此外，作为全新且贴近客户的 3G 应用，也能进一步深化和提升 TD 技术新应用、巩固 G3 品牌在 3G 市场的竞争力与市场地位。来源：2010-9-30 人民邮电报

[返回目录](#)

联通 3G 版 iPad 已提交入网申请 最快在本月推出

WiFi 版 iPad 已经推出了大半月，但是由于 WiFi 的上网限制，不少“果粉”仍在期待 3G 版 iPad，昨天记者向一位业内人士了解到，联通最快可能会在本月推出 3G 版 iPad。

9 月 17 日，苹果公司在中国市场先于联通发布了 WiFi 版 iPad，其中 16G 版的价格是 3988 元，32G 版则为 4788 元。首发当日，就迎来不少粉丝。据杭州一苹果产品专柜工作人员透露，17 日当天，就销售了 80 多台 iPad，接下来的几天，基本上都保持每天 10 台以上的销量。

不过，由于 WiFi 版 iPad 的上网限制，也让 3G 版 iPad 在国内的上市时间表被屡屡提及。9 月 20 日，苹果官网上就发出了 3G 版 iPad 即将上市的信息。

也有消息说，苹果 3G 版 iPad 已经提交入网许可申请，预计两周后公布最终结果。如果 3G 版 iPad 通过入网许可，那么国内行货的上市时间也终于基本清晰。

昨天记者了解到，联通最快可能会在本月推出 3G 版 iPad，至于价格方面，有可能和 iPhone 4 相同，即采取合约计划的形式，也就是和 3G 上网资费进行捆绑。

随着 iPad 的诞生，第三方配件厂商开始推出 iPad 保护套，这些保护套吸引力似乎比 iPad 本身更甚。

因为 Pad 在美国俚语中指的就是护垫和卫生巾类产品，所以也有厂商设计了一款“卫生巾”皮套。这个“卫生巾”叫做 iMaxi，它的外层是乙烯基塑料制成，内部是纯棉的。目前，有两种配色方案可选，一种是白色，另外一种为红色。

iMaxi 的体形非常大，整块护翼展开大小接近一个单人沙发。该产品的设计公司 hip handmaids 表示，如果想要其他颜色的可以定制。

有这些新意皮套充斥市场，原装 iPad 保护套的吸引力就有点不足了。记者从杭州一苹果专柜了解到的情况是，原装 iPad 保护套要比 iPad 到货到得晚，单个售价 298 元，不过销量一直一般。但是在淘宝网上，尽管记者没有发现“卫生巾”版皮套销售，但不少“山寨”保护套的销售量非常不错。

在 iPad 配件专卖网店，豹纹的、布袋的、英伦风格的……各种款式层出不穷。一款鳄鱼纹的真皮皮套，一个月的销量一家达到 1300 多件；售价高达 1188 元的美国代购 iPad 皮套也不乏购买者。来源：2010-10-8 杭州网-每日商报

[返回目录](#)

【运营支撑】

Android 成为美国智能手机用户首选平台

据国外媒体报道，调研公司尼尔森周二发布报告称，谷歌 Android 平台已经超越 iPhone 和黑莓，成为美国新用户首选智能手机平台。

尼尔森报告显示，在过去 6 个月购买智能手机的美国消费者中，Android 是他们的首选智能手机平台，RIM 黑莓和苹果 iPhone 并列第二。

Android 之所以发展如此迅速，主要是因为它是一款免费操作系统，任何厂商都可以使用。目前，Android 已得到摩托罗拉和宏达电等诸多手机厂商的支持，就连 iPhone 在美国的独家运营商 AT&T 也开始销售多款 Android 手机。

尼尔森分析师罗杰·恩特纳(Roger Entner)称：“渠道和消费者的选择是最重要的。目前，Verizon、Sprint 和 AT&T 等均支持 Android，因此市场份额迅猛增长。”

AT&T 周二宣布 ,将开始销售三款新型摩托罗拉 Android 手机 ,价格从 79.99 美元至 129.99 美元不等。

尼尔森 8 月份公布的数据显示 ,Android 已经超越 iPhone ,成为美国新智能手机用户的新宠 ,但仍落后于黑莓。来源 : 2010-10-6 新浪科技

[返回目录](#)

Verizon 第四代网络将覆盖美国 38 个城市

据国外媒体报道 , Verizon Communications 总裁洛威尔·麦克亚当(Lowell McAdam)周三称 , 该公司旗下无线部门 Verizon Wireless 2010 年计划推出的第四代无线网络将覆盖更多城市。

麦克亚当称 ,该公司使用 LTE(长期演进)技术的 4G 网络将覆盖 38 个美国城市 ,比此前初步预期多出 8 个。此外 ,他还驳斥了有关与 LTE 兼容的手机将很稀缺的担忧情绪。

麦克亚当表示 :“ 我们正在建设这个网络” ,而手机和芯片制造商、消费电子厂商和软件开发者正“ 成群结队地浮现出来” 。他同时指出 ,在于 2011 年 1 月召开的消费电子展上 ,将有 6 种智能手机和平板电脑可与 LTE 兼容 ,这些手机和平板电脑将在 2011 年上半年进入零售市场。

Verizon Communications 预计 , 该公司可在年底以前在 38 个市场上建好 LTE 网络 ,其中包括纽约、旧金山、洛杉矶和波士顿等大城市 ,每个市场都将获得至少 70% 的覆盖率 ;此外 ,55 个机场等其他选定低点也将提前建设 LTE 网络。麦克亚当预计 ,这一网络可在未来 18 个月内覆盖三分之二的美国人口 ,到 2013 年以前覆盖全美各地。

Verizon Wireless 正在推进尽早使用 4G 无线技术的进程 ,目的是利用视频、网络接入和手机游戏等数据服务爆发中的市场需求。批评者称 ,几乎没有产品能与 LTE 网络兼容 ,且兼容产品的价格很可能偏高。此外 ,Verizon Wireless 还不得不确保这些产品能在 3G 和 4G 网络之间无缝切换。

麦克亚当对此表示 :“ (在 LTE 技术方面)先行一步的决定已再三被证明是正确的举措。”

Verizon Wireless 将成为最先使用 LTE 网络的运营商之一。本月早些时候 ,预付费无线服务供应商 MetroPCS Communications 在拉斯维加斯和达拉斯发布了首个 LTE 网络 ; Sprint Nextel 及其合作伙伴 Clearwire 则一直都在部属使用 WiMax 标准的 4G 网络。

与此相反，另外两家大型运营商 AT&T 和德国电信旗下部门 T-Mobile USA 则仍满足于使用现有的 3G 网络，但这两家公司也都计划最终转向 LTE 网络。来源：2010-10-7 新浪科技

[返回目录](#)

新一代电子运维系统 运营商转型的有力保障

随着 3G 和移动互联网的飞速发展，随着三网融合的推进，我国电信业正在面临新的发展机遇，然而，新机遇也带来了新要求和新挑战，用户日益增长的需求，种类日渐丰富的应用以及竞争更加激烈的市场，都对运营商的网络运营提出了更高的要求，在这个时候，如何建立起一套真正面向业务管理的，有效保障业务开展和运行的新一代运维系统成为运营商必须考虑的问题。

“转型”呼唤新一代 EOMS 系统

今天的电信行业正在面临挑战，这种挑战不仅来自于技术的发展，更来自于整个行业运营模式的转变。在技术上，电信网正朝着“融合”的方向演进，电信网与互联网越来越趋于统一；在运营模式上，由于市场竞争日益激烈，网络运营利润正在逐步减少，运营商正朝着网络运营商向内容服务商转型，这就要求电信行业 OSS 体系也要从面向网络的管理到面向业务的管理，从职能管理到高效智能的流程管理，从相对集中到高度集中，从单纯追求网络质量(QoS)到注重用户感知(QoE)转变。EOMS 系统作为 OSS 体系运维管理的核心支撑平台，则更需要向着正面向用户，基于业务的新一代运维体系信息支撑平台演进。

EOMS 系统(Electric Operation Maintenance System，电子运维系统)是电信专业网络运维协同流程支撑平台，统一的网络运维管理信息展现门户平台和全网运维信息、经验交流共享的知识平台。EOMS 系统源于 2001 年开始全面建设的话务网管系统，从最初话务网管系统简单的故障处理工单逐步演变发展，2002 年开始独立于话务网管系统，成为拥有故障工单管理、任务工单管理、局数据工单管理、值班管理、作业计划管理、信息发布等功能模块的信息系统，初步实现了网络运维工作的电子化管理。

2004 年后电子运维系统实现了较大的发展，整合了工单管理模块，实现了代维管理、网络数据 KPI 呈现、案例库管理、资料管理等业务功能，并通过与各专业网管、客服、OA、短信网关等系统的互联，实现信息在多部门、多系统间的自动流转，大大提升了运维工作的效率和质量。2006 年至今，经过战略咨询、业务梳理、统一规范、全网推广等步骤，EOMS 系统逐渐具备了整合企业业务流程，细化工作角色，实现企业粗放式管理向精细化管理转变，实现功能型管理

向流程型管理的转变，实现运维工作的制度化、流程化、电子化和高效化管理等诸多功能，成为移动行业专业网络维护的核心支撑平台。

历经了近十年的发展和蜕变，我国的 EOMS 系统已经由最初的运行维护业务功能系统演变为同体系战略息息相关的 OSS 管理体系信息化交互平台，成为运营商网络运营和业务开展的重要保障。

领先的 EOMS 解决方案提供商

电信市场竞争的进一步加剧，以及全业务运营的逐渐深入，使得业务管理和客户感知在网络运营中占据越来越重要的位置，所以，今天的 EOMS 系统不仅要在可用性、可靠性、性能、跨平台支持、安全性、开发灵活性等方面具有优异的表现，还需要是真正以客户为中心，注重业务管理的新一代 EOMS 系统。这也对 EOMS 供应商必须专注于流程建设、业务梳理以及服务持续性等方面。

神州泰岳软件股份有限公司是业界领先的 EOMS 解决方案提供商，自创业之初就定位于运维领域，立志成为国内乃至国际最优秀的运维管理解决方案供应商。多年来，利用先进的技术和优质的服务，神州泰岳帮助多个客户进行了 EOMS 系统、客户投诉和问题管理系统、IT 运维支持系统的建设，在“帮助客户梳理服务支持业务流程，使其规范化、流程化、电子化、自动化，提高服务质量和水平，降低支持成本，提高员工凝聚力，增强核心竞争力”方面积累了丰富的经验。

在实战中，神州泰岳加深了对运维业务的理解，积累了运维支持系统建设的宝贵经验。同时也更加坚信：只有借鉴业界先进的运维经验，利用成熟的商用平台产品，从更高的层次和起点进行建设，才是成功建设生产工作流程电子化高效统一综合平台的关键和唯一必由之路。

未来，公司将更加专注于运维服务领域，坚持创新，提供更加优秀的产品和服务，协助运营商实现成功转型。来源：2010-10-12 比特网

[返回目录](#)

市场跟踪篇

【数据参考】

诺基亚称 Ovi 服务全球用户数量达到 1.4 亿

据国外媒体报道，诺基亚周五宣布，每天有 20 万用户注册诺基亚 Ovi 服务。

诺基亚已在全球 190 多个国家推出了 Ovi 服务，目前全球活跃用户数量已达到 1.4 亿。而且，每天还以 20 万新用户的速度递增。诺基亚 Ovi 服务主要包括地图、音乐、短消息和一些工具服务。

诺基亚同时指出，旗下 Ovi Store 应用商店内的应用程序每天的全球下载量高达 230 万次，70 多个开发商的应用游戏、工具和其他程序的累积下载量突破 100 万次大关。来源：2010-10-1 新浪科技

[返回目录](#)

iSuppli：2015 年前宽带电信用户数增速达 31%

市场调研公司 iSuppli 的最新研究显示，在未来的几年内，预计全球宽带电信服务(如光纤到到户)用户的增长速度至少是数字用户的三倍，两者之间的差距将逐步缩小，这主要得益于运营商大力提高其网络性能。

iSuppli 进行此次预测时，正值电信公司面临来自其他供应商(如有线电视供应商和无线运营商)的激烈竞争，被迫大力提高其服务质量的时期。iSuppli 表示，这种竞争每年从电信公司手中夺走多达 10% 的收入和利润。

为此，电信运营商们除了核心的语音和数据业务意外，也开始提供互联网协议电视服务。iSuppli 指出，这些公司准备在未来几年继续扩大其产品服务范围，其中包括提供 3D 高清晰度电视和以云为基础的数字视频记录服务。

类似光纤到到户等宽带电信服务可以支持比 ADSL 服务快 42 倍之多的下行速度，这一速度足以支持新型服务。

根据 iSuppli 的最新报告，预计到 2014 年底，宽带电信服务的年增速高达 31%，全球用户数量从 2009 年的 7,300 万骤增至 2014 年的 2.81 亿。而同期 ADSL 用户数量的年增幅预计为 8.4%。而在 2014 年，ADSL 仍将以 4.58 亿用户继续保持领先。来源：2010-10-8 飞象网

[返回目录](#)

GSM 协会：2025 年打造 500 亿个移动设备大愿景

在今日召开的 ICT 中国 2010 高层论坛上，GSM 协会亚洲区常务董事赖立伦表示，GSM 确定一个愿景，至 2025 年全球将拥有 500 亿个移动连接设备，涵盖医疗、交通等各个领域。

赖立伦表示，目前全球有 10 亿个固定网络接入，还有 50 亿个移动连接，全球的互联网将会变得越来越移动化。

赖立伦预计，智能电话的出货量在 2011 年年初或者 2013 年年初，就会超过电脑的出货量。

GSM 协会有一个路线图，即至 2025 年打造 500 亿个移动设备的大愿景，将涵盖医疗、交通、民用行业、清洁能源等各种各样的领域。(伟雄)

以下为赖立伦发言实录：

赖立伦：下午好！谢谢给我这个机会在这儿演讲。DynaTAC8000，这是一个非常有名的手机，特别是上世纪 80 年代，就是 20 年前。我已经带来了，但是它不是 8000，它是 880，这是我找到的 20 年前的手机。我们现在使用的是这种，就是我们发展的一个基础，所以我想跟大家分享一下我们的发展之路。

这是我报告的一个概要。就是 ICT，我们如何发展到此的，为什么我们非常关注 500 亿连结设备。

我简要说一下 GSM 协会，还有相关产业的一个历史。我在此想说，我们如何达到这种 500 亿连接设备的进程之路，我们怎么把它变成现实，以及在此次会议之后，如何采取下一步的行动。

我们关注的是什么呢？因为全球的运营商，他们都在投资几千亿、几百亿，而大部分的投资都是用于宽带移动的覆盖。这也就意味着我们会将 25 亿人口连接起来。现在我们有 60 亿的人口，他们都将逐渐过渡到移动互联网事件当中。非常关键的就是这些全球的投资带来的巨大影响，大概是 3.4% 的增长率，都是由这种投资所带来的。

可以看到，这些数字并不陌生，ICT 方面的投资，可以说和经济规模，和增长之间是有一个必然联系的。同时还有一个非常明确的例子，来说明各个国家，那些从 ICT 投资方面做了很大努力国家是如何受益的。比如说南韩，这是第一个例子，还有日本。

今天看到所有 ICT，中国所进行的 ICT 投资都促进了发展，为中国的发展做出了巨大的贡献。

所以说，我们不仅关注 ICT 投资的重要性，同时，我们还想谈一下 GSM 协会的一个简短历史，今天大部分人都非常了解我们这个协会，所以我就不详述了。

1982 年这个协会正式成立，已经有 20 多年了，可以算是四分之一的世纪了。1989 年 PCM，我们已经不再用这个词特，但是当时叫“个人通信网络”，还有 GSM1800，为什么这么重要呢？1982 年我参与了第一个 PCN 标准的制订，其中最为重要的一点就是移动网络是我们非常重要的一个能力的。

所以，在 1992 年，大概是在两个运营商之间达到的协议，一个是来自英国的公司，一个是来自于另外一个国家，就是我们行业的巨大潜力和巨大的起步。今天，GSM 协会有 750 个会员单位，包括中国移动，中国联动，中国电信，还包括华为、中兴。这个移动网络，就是 GSM 成员所代表的网络覆盖了 92% 的人口。

现在我们正处于一个特殊的阶段，有 10 亿个固线，还有 50 亿个移动连接，也是非常有趣的互联网的关键点。在 2010 年的 6 月 30 号之前，我们用户一下跳到了 50 亿，所以说这个影响是非常巨大的。全球的互联网将会变得移动化。

我想这些大家并不陌生，智能电话的出货量会超过电脑的出货量，我想在 2011 年年初就可以实现，或者到 2013 年初。但是，大家并不陌生，这个都是老生常谈的问题了。GSM 愿景非常强大，我们关注的远比这个多 比如说 500 亿的移动连接，在各个领域都是如此，电子医疗，交通，民用行业，清洁能源，各种各样的领域。

就像刚才那位先生提到过的，非常有趣的是我们怎么实现这一点？GSM 协会会有一个路线图，就是从，是从运营商的讨论开始一直到打造 2025 年打造 500 亿个移动设备的大愿景。

现在我们脑海中有非常清晰的路线图，我们现在有智能手机，一直到 500 亿的移动设备，有一个非常清晰的道路可以走。

今天我们想跟大家分享的是 LTE 亚洲的长期演进，我想很多的运营商都已经愿意进行 LTE 的试用，也将推动移动宽带的演进。这种演进和革命，如果在亚洲不能实现的话，那么全球都不能实现。

现在我想跟大家举一些例子，就是参与我们路线图的这些运营商。这张图我想告诉大家，我们有一个路线图，一直到 2025 年。从现在开始，第 15 年，对我们这个行业来说，这是非常长久的一段时间。

我们具体的路径是什么？当然有很高兴的论坛，各种运营商的承诺，大家并不陌生，大家都或多或少的参加过这种会议，同时还有一些应用。我之前的发言人都说过了，这种演进是非常重要的，我们还有非常成功的活动，除了巴塞罗那全球移动的大会，我们在 10 月份将在香港也举行类似的会议。

所以说，“千里之行，始于足下”，非常感谢大家！来源：2010-10-11 新浪科技

[返回目录](#)

CDMA 发展组织：全球 3G 设备出货量 2010 年首超 2G

在今日召开的 ICT 中国 2010 高层论坛上，CDMA 发展组织首席运营官 James Person 透露，全球 CDMA 设备 2G 的出货量在减少，而 2010 年，3G 的出货量第一次超过了 2G。

James 表示，全球的 CDMA 运营商数量在过去的五年中已经翻了两倍，目前有 300 多家运营商在支持。在 2010 年的 8 月，中国电信有 800 万 CDMA 的用户，是 2010 年之前全球拥有用户数量最大的一个 CDMA 运营商。

据其预计，到 2015 年，CDMA 用户能够达到 8 亿。在 CDMA 设备出货量方面，2010 年 3G 的出货量第一次超过了 2G。CDMA2000 设备从 2010 年开始，每年有 2.5 亿的出货量，主要是宽带的 CDMA 设备和 EV-DO 的设备。而其中，发展中国家发展比较迅速。

以下为发言实录。

James Person：尊敬的各位来宾、女士们、先生们，谢谢邀请我来参加此次高峰论坛。我代表 CDMA 集团来探讨一下有关 3G 环境问题，我们也有很多支持这方面的设备，我们与中国的华为、中兴，还有一些国际的企业，比如使 RIM 等进行合作。

这一页可以看到我们的一些产品方案(PPT)。这是我们 CDG 最近几年一直做的产品，我们有一个 CDG 的研究院，这些是有关工程和技术方面的人员来研究相关的解决方案。

CDMA2000，这是非常强大的全球性技术，主要有 300 多家运营商，不同的颜色代表 CDMA 不同的版本。蓝色的是全球 EV-DO 的分布，还有我们 CDG 全球的办公室和办事处，包括在亚洲的 4 个办事处，在中国大陆有一个，还有在香港一个，在印度一个，最新的一个在中亚。

这个图主要是针对我们的产品增长做的一个表达(PPT)，全球的一些 CDMA 的运营商，在过去的五年，我们的用户已经翻了两倍，有 300 多家运营商在主持。

从这个图可以看到，到 2015 年，用户能够达到 8 亿。在中国，中国电信是 CDMA2000 的一个运营商，在 2010 年的 8 月，中国电信有 800 万 CDMA 的用户，是 2010 年之前全球拥有用户数量最大的一个运营商。

除了用户数，还能看到更多的机对机的智能无线设备，包括 CDMA 在内，增长非常迅速。这里举了四个主要的产业分布，主要是有消费电子产品，还有电信设备，一些医疗和能源的一些设备。

这种机对机的连接，到 2025 年可以达到 500 亿连接，我们也为此做出了一定的贡献。

还有我们这种平板，这种无线的医疗设备，还有我刚才提到的一些智能设备都包括在内。

上个月我们公司举办了有关机对机的奖项，其中一个是中国电信 CTE，主要是为这个上海世博会服务的技术。除了机对机，还有就是设备奖，我们在上海

2010年夏天建立了这个设备奖，就是让我们的设备应用可以更好的接入到 CDMA2000。

这是一个免费的连接。

下面就是设备的出货量，左边的图就是总的全球设备出货量，可以看到 2G 的出货量在减少。而 2010 年，3G 的出货量第一次超过了 2G。所以全球的运营商也在逐渐的从 2G 发展到对 3G 的关注。

右边是 CDMA2000 设备出货量，从 2010 年开始，每年有 2.5 亿的出货量，主要是宽带的 CDMA 设备和 EV-DO 的设备。其中一个设备都是在发展中国家发展比较迅速。

这个图就是我们选择的 CDMA2000 主要的一些设备图样，主要是 EV-DO 的网络，逐渐转向智能手机的网络。包括刚才 RIM，主产的黑莓手机，除了满足基本的打电话的需求，主要是在发展中国家，像非洲等等，能够达到一定频率的带宽。为了支持 M2M 设备的发展，我们有很多嵌入的设备。

2010 年有 GPS 提供的这些设备，比语音的市场要大，这是 2G 语音的使用。3G 的这种宽带也在不断的发展，还有 EV-DO 紧随其后，还有 CDMA 在下一行。和 CDMA2000 相比，比如 LTE 就有一些优势，有时候可能还需要一些 3G 的服务。

这个是对 CDMA2000 的 1X 加强型的要求，这种能力可以增长 4 倍，1X 在语言方面可能是最先进的技术。

还有 EV-DO(REV B)，在印尼和巴基斯坦提供了相关的服务，我列了一些主要的运营商，就是 EV-DO(REV B)，中国电信已经在上海部署了相关的世博会的设备。从俄罗斯、欧洲，韩国等运营商都包括在内。还有其他 7 个运营商，他们也在计划这种部署 EV-DO 的 REV B。

还有一些运营商部署了 LTE，我在这里列举了 16 个。还有产业链的支持，像 CDMA2000，LTE，和 TD-LTE，我们在中国也听到了即将商用的消息。很多的 CDMA 的运营商都开始部署 LTE，有 200 多个可能觉得没有足够的屏普，所以长期来讲，他们要通过 3G 网络来部署 CDMA 和 LTE。

下面看一下这个图，就是我们的转变。之前的部分是 1G，然后是 2G，这是一个数字化的 GSM 的网络。从 2G 开始，已经发展有 20 多年了，3G 从 2007 年开始有所启动、发展。而 2010 年，我们即将迎来 4G，通过一系列的 3G 和 LTE 的发展。

其中包括 CDMA 和 TD-CDMA、3G 的发展，这是必须要经过的。但是我们还要经过一系列长期的发展才能达到。

我希望我们的论坛圆满成功,如果大家需要更多的信息,请登陆我们的网站,谢谢大家!来源:2010-10-11 新浪科技

[返回目录](#)

【市场反馈】

诺基亚成黄金周投诉大户

因花屏等六桩罪,诺基亚成了黄金周手机投诉大户。根据市工商局 12315、市消协 96315 两条热线统计,“十一”期间,互联网服务和手机质量问题成为百姓节日消费投诉的热点。

两条热线“十一”期间共受理手机投诉 38 件,投诉涉及的主要品牌居然是诺基亚,投诉的主要问题有花屏、乱码、死机、无法充电、回退键失灵、蓝牙功能无法使用等。互联网服务类投诉 41 件,同比增长 71%,主要涉及网上购物 20 件、网络游戏 2 件和宽带网络接入投诉 19 件。其中,因拖延送货等问题,京东商城被诉 11 件。林女士参加鸭王餐饮店的网上团购活动,团购说明含半套烤鸭,另可单点两个热菜、两个凉菜。但林女士到该店就餐时,却被告知热菜及凉菜只能从单独的团购菜单上选取。林女士先后点了几个菜单上价格较高的菜品,服务员均告知没有。市工商局 12315 投诉举报中心主任韩淼认为,“鸭王”事先没有明晰团购规则,侵犯消费者知情权。来源:2010-10-9 北京晨报

[返回目录](#)

调查显示消费者倾向于购买 Android 手机

据国外媒体周四报道,市场研究公司 Change Wave 日前公布的调查结果显示,越来越多的消费者计划购买 Android 手机。

消费者对于各手机系统的偏爱

Change Wave 对 4000 名可能购买智能手机的消费者进行了调查,2010 年 6 月份的调查结果是,30%的消费者计划在未来 90 天内购买 Android 手机,而 9 月份的该比例提升到 37%。而 2009 年 9 月份的比例仅为 6%。

37%消费者计划在未来 90 天内购买 Android 手机

相比之下,计划在未来 90 天内购买 iPhone 的用户比例为 38%,但 6 月份时该比例高达 50%。当然,iPhone 并不是彻底的输家。

65%表示对 Android 手机十分满意

在用户满意度方面，74%用户表示对 iPhone 十分满意，而 65%表示对 Android 手机十分满意。来源：2010-9-30 新浪科技

[返回目录](#)

专家称 2014 年移动互联网网民将超过普通网民

据国外媒体报道，前奥巴马 2008 年竞选团队顾问曼努尔·卡斯特(Manuel Castells)教授日前表示，到 2014 年，移动互联网用户数量将超过使用电脑的网民数量。

卡斯特教授表示，互联网是网民享有自由的技术手段。他预测未来几十年内互联网将在全球普及。届时全球网络连接质量的不均衡将成为政府的难题之一。

2010 年初谷歌全球广告业务总裁约翰·赫利(John Herlihy)曾表达过类似的观点。他说，“在三年的时间里，桌面将变成非主流，大规模使用智能手机则成为主流。”

在谈到社交网络兴起带来的社会影响时，卡斯特表示，Facebook 的 5 亿用户只不过是冰山一角而已。

他将奥巴马利用网络竞选总统作为例子说明网络的影响力。他认为，奥巴马的竞选团队是历史上第一个利用如 Facebook 和 YouTube 等社交网络直接与选民互动的团队。

从大选刚开始，奥巴马竞选团队就利用网络鼓励、组织年轻人参与投票。

奥巴马在 Facebook 上有超过 200 万个支持者，而共和党候选人麦凯恩只有 60 万。2008 年的时候，奥巴马还利用 Twitter 进行宣传，拥有 11.2 万粉丝，而麦凯恩只有 4600 个。

卡斯特说，“如果没有互联网，那么 2008 年奥巴马有可能无法赢得总统宝座。”来源：2010-10-1 新浪科技

[返回目录](#)

无 USB 口导致 iPad 后期用户满意度降低至 65%

据国外媒体报道，调查机构 NPD 八月对 iPad 用户按购买日期分类的调查发现，在 iPad 上市前两个月内的顾客满意度高达 80%，而在此日期之后的顾客满意度却降到了 65%。

如先前的 windows 7 消费者满意度调查结果一样，早期的购买者比较中意自己买的产品。NPD 同样发现，首批用户平均一周要使用 iPad 约 18 个小时，而

有三分之一的用户时长更甚。原因可能是首批用户更倾向于使用诸如 YouTube，电视节目和电子书之类的 iPad“先进多媒体功能”。亦或者是因为早期用户更倾心于 iPad 产品，又或者他们明确的知道自己的需求。

但让人觉得奇怪的是，51%的参与者表示 iPad 没有 USB 接口是他们不满意的主要诱因。这大概还是源起 USB 接口方便照片传送，连接键盘以及有线耳机。而在早期的使用中这个问题还没显现出来。但是三分之二的用户又表示 USB 接口是小问题，没有打印功能才是重点。(打印功能会在下次的苹果产品中新增)

NPD 的此次调查同样也显示 iPad 的销售并不影响计算机的销量，因为只有 13%的用户购买 iPad 来取代 PC。来源：2010-10-3 赛迪网-ezIT 频道

[返回目录](#)

研究显示近七成免费 iPhone 应用泄露用户隐私

据国外媒体报道，美国巴克奈尔大学(Bucknell University)信息安全和网络副总监、网络安全研究专家埃里克·史密斯(Eric Smith)上周五发布的报告显示，在最流行的免费 iPhone 应用中，有 68%会泄露能够识别单个手机的数据，部分应用甚至会泄露用户姓名。

这项研究进一步加剧了外界对移动设备隐私问题的担忧。上周，美国杜克大学、宾夕法尼亚州立大学和英特尔实验室的研究显示，许多热门 Android 应用也会在未经用户允许的情况下泄露用户的地理位置、手机号码等个人信息。

随着智能手机的日益流行，针对这类设备的广告也蔚然成风，而借助定位数据发布精准广告也逐渐成为主流。这一领域有望成为继互联网之后的又一大新兴广告市场。

史密斯在报告中表示，部分应用会向外发送用户的个人信息。他的数据显示，亚马逊的应用会将用户登录用的用户名和设备 ID 以纯文本方式发送出去，而网络监听者则可以轻而易举地将二者进行匹配。亚马逊尚未对此置评。

史密斯共对 57 款应用进行了研究，并发现其中 38 款会在每次启动应用时，将设备的独立识别码(UDID)发送出去，只有 14%的应用不会发送这类数据，其余的应用则以加密形式发送信息，因此无法了解他们是否会发送识别码。

被发送的识别码类似于手机串号。与用户 cookies 等互联网追踪文件不同，用户无法删除设备识别码。史密斯在报告中写道，设备识别码以及其他数据可以被用于创建用户资料。

史密斯写道：“从技术上讲，很容易搜集浏览器状态、应用使用量和地理位置，并对外出售。”

苹果在开发者协议中规定：“不允许将设备的识别码与用户账户公开联系起来。”苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)最近也曾表示，应用开发商应当让用户“明确了解其数据将被用于何种用途”。来源：2010-10-5 新浪科技

[返回目录](#)

诺基亚智能手机满意度不高 操作系统封闭成主因

日前，J·D Power 发布了半年度智能手机消费者满意度调查结果，诺基亚除了电池功能较好外，其他指标表现平平，这或与其固守塞班系统有很大关系。因此，诺基亚要想提高满意度，尚需革新操作系统，改善手机性能。

时下哪款智能手机最得人心？日前，知名调查公司 J·D Power 发布了半年度智能手机消费者满意度调查结果，苹果 iPhone 连续四次蝉联第一。

而诺基亚的表现却不尽人意，除了电池功能较好外，其他指标表现平平。诺基亚智能手机满意度不高，操作系统或成决定性因素。

诺基亚智能手机消费者满意度不高

一直以来诺基亚似乎都非常低调，自其在 2006 年推出 N95 以来，就一直欠缺能给市场带来震撼力的产品。尽管诺基亚仍是全球最大的手机制造商，但由于苹果 iPhone 和搭载 Android 等平台的智能手机的迅速崛起，无论是诺基亚所生产的产品还是其主导的塞班系统，市场份额都在日益缩减。

由于迟迟未能修补缺陷并推出新品，诺基亚在与苹果 iPhone、Google Android 的竞争中处于极大的不利颓势，这也直接导致了塞班操作系统的市场份额从 51% 下滑到现在的 41.2%。

多年来，诺基亚一直占据着智能手机的龙头位置，面对苹果和 Android 的冲击，诺基亚依然固守塞班阵地。塞班系统也在艰难的抗争中完成了一次次的蜕变，被“逼”出的塞班 3，还有正在开发的塞班 4。但是塞班这条道还能走多远，诺基亚自己心中有数。

尽管不愿意放弃塞班，但是为了应对竞争对手对自己的蚕食，诺基亚毅然和英特尔联合推出了基于 Linux 开源的 MeeGo 操作系统。据悉，MeeGo 融合了 Maemo 和 Moblin 两者优势，是面向多种处理器架构的开放式平台。诺基亚称，MeeGo 对于消费者来说，意味着真正的电脑就在口袋中，它能给用户带来所有想要的功能，而且随时随刻和用户在一起。

近日，又有消息称，诺基亚可能计划在手机上采用微软的 Windows Phone 7 操作系统。如果消息属实，Windows Phone 7 将成为诺基亚提高市场份额的有力武器。同时，Windows Phone 7 也将不可避免地成为诺基亚塞班系统的劲敌

之一。无论是 MeeGo 还是 Windows Phone 7，都将是诺基亚摆脱塞班的历史性举措。

操作系统或是影响诺基亚满意度的最大因素

在 J·D Power 的智能手机消费者满意度调查报告中，诺基亚智能手机除了电池外，各项指标的满意度都不尽人意。其中，操作系统可能是影响满意度最大的因素。

目前，智能手机操作系统风起云涌，能和诺基亚塞班抗衡的有风靡万千的苹果 iOS，还有如日中天的 Android。面对强劲的竞争对手，诺基亚竟视其如草芥，只钟情于自己的塞班。据悉，固执的诺基亚依然还在开发塞班 4，并将面向诺基亚其余的产品推出。但事实上，似乎没有人真正在意这款系统，很多人认为这只是在模仿其他厂商的产品。

尽管 Android 取得了前所未有的成功，但诺基亚依然对其不屑。诺基亚前高管形容那些使用 Android 系统的制造商，就像芬兰民间故事中那个用尿湿裤子来取暖的小男孩。他认为，选择 Android 的手机制造商，只是给自己暂时的纾解，不愿正视使用 Android 无法为它们带来长期利益的现实。如果许多制造商都走上 Android 途径，他们的产品要如何区别？在一般民众眼里，一个性能良好的操作系统，与一个平凡的商品之间，仅是一线之隔。这位高管的看法其实也代表了诺基亚对于 Android 的一贯态度。

对此，有分析师表示，诺基亚在未来的竞争中，将因缺乏与苹果竞争的应用软件而失去智能手机用户。其实这也说到诺基亚的痛处。诺基亚智能手机从塞班发家，然而当前，智能手机操作系统竞争的形势是，昔日不可一世的塞班正在被苹果 iOS 和 Android 日渐掩埋，而塞班至今尚未找到重生的策略。其实，塞班 3 没能扭转诺基亚颓势，就已经预示着塞班的终结了。塞班系统显然已经不适应现代人所追求的开放与个性的要求，消费者不满意也是理所当然的。因而，对于诺基亚而言，操作系统的革新势在必行。

诺基亚革新操作系统势在必行

随着移动互联网的发展，3G 时代的到来，市场对于智能手机的要求也日渐多样化，很明显，诺基亚塞班的这种 2G 发展思路需要进行重大的变动。诺基亚要想提高自己的满意度，势必要革新操作系统，与时俱进，改善手机性能，以此方能赢得消费者青睐，谋求更长远的发展。

面对苹果 iOS 和 Android 的猛烈攻势，对诺基亚而言，当前最重要的应该是重整智能手机河山，而此时，智能手机的重要性恐怕已经上升到前所未有的高度。对于操作系统的革新，诺基亚如果能够采取开放的态度，与谷歌 Android 等进行合作或许是一种最现实的选择。

而且，诺基亚长期以来一直偏重于硬件而忽视软件业务。如果诺基亚希望在智能手机业务领域与苹果以及 Android 等手机展开角逐，那么也必须重视软件业务。以苹果 iPhone 为例，它能够成为革命性的产品，除了精美的外观，更重要的是它的优良软件。就目前看来，iPhone 的软件性能是最优的，而这方面却恰恰是诺基亚的劣势。尽管诺基亚也推出了自己的软件商城 Ovi，但依然摆脱不了塞班的那种 2G 发展思路，这才是最致命的。

时至今日，没有任何迹象表明诺基亚要革新操作系统，相反，为了力挽狂澜，拯救诺基亚江河日下的智能手机市场份额，诺基亚于上月底发布了新机 N8，N8 搭载塞班 3 的操作平台，但是这款被媒体评价为“可以与 iPhone4 叫板的手机”，不知何故延后了上市时间，据消息人士披露，N8 上市时间应该会在 10 月下旬左右。

在操作系统方面，诺基亚在 2010 年二月份宣布准备推出 MeeGo 系统。MeeGo 是诺基亚继 Maemo 之后，推出的第二个非塞班的终端操作平台，更重要的是该平台的使用将是免费的。MeeGo 迈出了诺基亚开放手机平台的一大步，这也将有利于改变诺基亚目前形势不佳的智能手机销售情况，这一举动更是诺基亚对苹果 iPhone 和谷歌 Android 发出的挑战。诺基亚能否借此摆脱当前所处的困境，我们拭目以待。来源：2010-10-8 通信信息报

[返回目录](#)

本报告针对国家通信产业政策和行业要情、代表行业发展的最新技术、通信运营商的竞争手段和形势、设备制造商的生产动向、客户对通信产品和服务的市场反映等方面



进行大量的信息采集和汇总分析，是面向各类通信运营商和设备制造商提供的一份跟踪政策环境，探索最新技术，搜集同行情报，指导经营决策的专业性行业信息研究报告。报告中除分析论述外，部分信息的标题为本资料分析员所加，其中的内容和观点仅供企业用于日常经营和管理决策参考，不作为研究结论或投资依据，望善加利用并慎重决策！对有关信息或问题有深入需求的，欢迎使用亚太博宇财经顾问之专项研究咨询服务。

● 垂询及订阅请联系：

集团总机：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： apptdc@apcsr.com
服务平台：（010） 6598-1925-602	E-mail： fuwu@apcsr.com
北京公司：（010） 6598-1925、6598-1897	E-mail： beijing@apcsr.com
深圳公司：（0755） 8209-6199、8209-1095	E-mail： shenzhen@apcsr.com
上海公司：（021） 5032-6488、5032-6844	E-mail： shanghai@apcsr.com
重庆公司：（023） 6300-3200、6300-3220	E-mail： chongqing@apcsr.com
杭州公司：（0571） 8993-5943、8993-5942	E-mail： hangzhou@apcsr.com
广州公司：（020） 8595-5398、3758-0475	E-mail： guangzhou@apcsr.com