

博思远略通信行业半月刊

(总第 185 期)

——博思远略行业电子期刊系列

北京博思远略咨询有限公司期刊事业部

2011.01.15-2011.02.15

本期目录

【深度分析】	4
U 解读电信运营商的再成长战略	4
U 调动主导运营商积极性是携号转网成功关键	5
U 运营商面临传统话音和新兴移动互联网的双重艰难挑战	7
U 电信运营商全业务运营制胜之道	10
【要闻精选】	14
U 三大电信商争做语音微博	14
U 实际用户比原计划少 1 亿 3G 征途中的三大尴尬	14
U 春节撬动 3G 手机消费商机	16
U 中国 3G 用户数达标任务艰巨：尚有 1 亿缺口	18
U 我国主导 4G 技术 TD-LTE 明年完成商用研发	18
U 三大运营商掌门人春节致辞曝光：战略重点各异	19
U 国内运营商纷纷布局 10GEPON 中国有望成最先启动市场	20
U 移动互联市场将迎井喷 从终端入手探寻机会	21
【竞争对手监测】	24
【中国移动】	24
U 中移动王建宙：TD-LTE 商用进程加快	24
U 中国移动向全球 9 家运营商输出 TD-LTE	25
U 中国移动与上海贝尔合作开发下一代无线接入网	27
U 中国移动成功组织全球最大规模 PTN 设备互通测试	28
【中国联通】	28
U 中国联通电子渠道迎来开门红 新年首月交易额突破 15 亿	28
U 联通将加大 iPhone 4 供货 同步销售 iPhone 3GS	29
U 中国联通将获得西班牙电信董事会席位	29
U 已不接受新用户 中国联通小灵通业务退市倒计时	30
U 中国联通 3G 应用创新产品 推进行业信息化建设	31
【中国电信】	32
U 中国电信将推 C 版 iPhone 运营商热衷帮苹果打工	32
U 中国电信全面启动城市光网建设	33
U 中国电信上线动漫业务平台	35
U 中国电信 CDMA 手机销量在国内市场占比升至 25.7%	35
U 中国电信用户将超一亿	35
【各地动态】	37
【华北市场】	37
U 石景山开建 3G 应用产业示范基地	37
U 天津 50 万小灵通号码将停用 改换 2G 资费不变	37

u 北京电信推出 VIP 客户短信一键查询服务	38
u 中国移动启用 182 号段 天津部分营业厅可买.....	38
【华东市场】	39
u 沪三网融合核心资源重装上阵 打造全产业链.....	39
u 南京电信开办移动互联网社区	41
u 上海电信总经理：宽带月使用费可降至每兆 9 元.....	42
u TD-LTE “十二五”初覆盖上海 中国移动给力智慧城市.....	43
u 江苏大丰电信开通首个“物联网”应用.....	44
【华中市场】	44
u 武汉电信推出电话“防欺诈平台”	44
u 湖南通管局局长李湘宁:通信业发展仍需高度重视.....	45
【华南市场】	46
u 广州春节通讯产品投诉居工商投诉第二位.....	46
u 广东电信首款 CDMA 版 iPhone4 烧号成功 尚不推广.....	47
u 广东联通新开东南亚漫游业务	47
【西北市场】	48
u 青海藏区灾备共享平台正式运营.....	48
【西南市场】	48
u 拼抢 3G 用户 四川联通出高招.....	48
u 重庆电信 2 月 1 日起下调手机漫游费.....	49
【世界通信市场】	51
u AT&T 称丧失 iPhone 独家经销权对整个行业有利.....	51
u 澳洲运营商 Telstra 拟年底前推出商用 LTE 网络.....	51
u 爱立信预计 2012 年 LTE 网络设备销售将大幅增长.....	52
u comScore：2010 年美国智能手机使用率达 27%.....	52
u 日本与韩国运营商计划于 2012 年底合作推出 NFC 服务.....	53
【趋势观察】	54
u 2015 年全球视频会议市场将达到 27 亿美元.....	54
u 工信部 2011 年通信村村通工程意见出炉	54
u 诺基亚西门子预言：3G 使用 2020 年将至巅峰.....	56
u 研究称 2012 年 LTE 将逆转 WiMax	56
u 十二五:物联网教育与关键技术成热议焦点.....	57
【数据图表】	59
u 2003-2010 年我国宽带用户增长情况 单位：万户	59
u 全球主要国家宽带用户发展水平.....	59
u 2007-2010 年我国电信固定资产投资变化趋势	59
u 2002-2010 年全球 3G 用户渗透率.....	60
u 2006-2012 年中国智能手机渗透率变化趋势	61
u 2010 年中国联通和中国移动新增用户数对比.....	61
u 2000-2010H1 中国互联网用户、手机用户和移动互联网用户对比.....	61

关于北京博思远略咨询有限公司 62

最新通信行业研究课题报告 63

联系我们 64

【深度分析】

U 解读电信运营商的再成长战略

在这个越来越“平”的世界中，不确定性越来越成为企业生存的常态。

在 2008 年呼啸全球的金融危机中，中国企业遭受重大影响。其中大型企业集团多数遭受重创，中央石油石化企业利润同比下滑 29.4%，中央钢铁企业利润同比下滑 37.3%，中央机械设备制造企业利润同比下滑 22.4%，中央水运企业利润同比下滑 35.5%。相比较而言，由三大电信运营商组成的中央通信企业利润下滑幅度较低为 1.1%，但收入增长率在各类中央企业中排名靠后，为 9.4%。2009 年到 2010 年，在强有力的财政政策与货币政策的推动下，加上外贸与内需的不断提振，中国经济呈现出了“风景这边独好”的局面。但是，我们不应因危机中的些许亮色就忽略金融危机折射出的巨大的不确定性挑战，商业环境的不确定性已经成为大型企业集团发展中必须面对的基本事实，这种不确定性已经推动中国大型企业集团进入了一个新的成长阶段——“再成长阶段”。

大型企业集团的成长可以划分为三个阶段。在“初成长阶段”，我国大型国有企业集团大体上完成了初步重组以及理顺股权、债权关系，并逐步明确主业，初步建立发展战略，同时快速推进管理制度化、规范化，实现了规模经营的起步。在“快成长阶段”，在中国经济持续高速增长背景下，通过自身的变革努力，一大批国有企业集团实现了脱胎换骨的发展。在这个阶段中，企业巨头们纷纷利用资源聚集与政策支持的良好时机，迅速壮大规模，快速提升资产总量，同时通过持续的管理建设与变革，形成了越来越壮大的高素质经理人队伍。此外，以流程驱动、风险控制为标志的大型企业集团化管理日益步入正轨，涌现出大量富有本土特色的创新成果。多数巨头完成了上市扩张，多数成为被追捧的蓝筹明星。回顾过去十年中，中国电信运营商的规模成长历程，事实上正是特大型国有企业快速成长的缩影与写照。

企业战略从来都是商业环境的函数，或者说，是企业决策者对于商业环境关键假设的产物。在前两个阶段的发展过程中，大部分大型企业能够根据商业环境制定合理的成长战略，跑赢了过去十年。我们也相信，在过去的十年间，以下一系列重要假设成为企业家们战略制定的基本前提。

——从东部到西部，从城市到农村，中国本土市场规模仍然有极大的拓展空间；

——相对国际竞争对手而言，人力资源的低成本优势将持续保持，劳动力的供应持续充沛，同时原材料价格供给不会出现剧烈变动；

——由于对于资源和市场的控制以及管制政策的限制，出现替代者的可能性很小；

——提高资产规模、客户规模与收入规模始终是保持竞争优势的重点所在。

在过去十年间，以上的假设基本是正确的，并且有一部分假设在未来仍然会继续保持正确性。这些决定了企业战略的假设，其基本特点是：对于企业商业环境、价值链上下游、竞争地位的判断始终是相对稳定的。由此，企业主导战略思路也是持续稳定的，并有力地推动了大型企业集团在过去的黄金十年间的持续成长。

但是，正如历史中其他一些带有变革意义的时间段一样，在过去十年中，经商环境发生了空前的变化，呈现出前所未有的混沌与矛盾。一方面，世界是平的，这帮助中国成为世界工厂；另一方面，越来越多的贸易摩擦又使这个世界充满了褶皱。一方面，中国是世界资源的耗用大国；另一方面，在众多关键资源上却缺少定价权，日益显现威胁的石油、铁矿石价格变动对于中国来说往往只能被动接受。一方面，经济总体规模膨胀；另一方面，核心技术持续受制。一方面，中国速度领跑全球；另一方面，众多东欧、南美、亚洲等新兴经济体以挑战者姿态出现……所有的矛盾都在相互掺杂、相互影响、相互放大，使整个商业空间越来越多地积累着不确定性，而最终以金融海啸这样一种极端的方式提示所有人，不确定性商业时代已经到来。

国际经济形势的不确定性始终是一个难解的谜团：金融海啸的持续影响还会有多大，其实谁也没底；汇率变动之争已经不仅仅是一个经济话题；贸易保护主义抬头打击的不仅是中国更是全球性游戏规则；石油、铁矿石等基础资源价格的剧烈变动令人难以捉摸。对于中国企业来说，产业价值链的不确定性同样愈发明显：人口红利的优势正在不断被削弱；煤、电、油、气供需矛盾仍然突出；基础物理设施与基础法律制度仍需完善；众多行业越来越接近市场饱和的天花板。企业战略模式的不确定性也日趋明显：在多样化、新经济时代，规模经济战略已经不再是唯一的成长路径；基于成本、价格、份额和规模等战略关键词，已经越来越多地被效益、创新、平台化、可持续所替代。如果把以上的不确定性特征作为区分标志，把金融海啸作为象征性节点，我们有理由认为大型企业集团成长已经进入了一个全新阶段——“再成长阶段”。

作为大型企业集团的中国电信运营商，事实上正在进入甚至已经进入了全新的“再成长阶段”。在增速日趋放缓、存量市场特征明显的中国电信市场中，规模经济思想已经不能再作为唯一的统治性战略思想，而必须越来越多地兼容多样化时代的范围经济、长尾经济、免费经济、定制化经济思想，或者统称为“新型经济思想”。电信运营商的转型，从本质上看是在进入“再成长阶段”之后，规模经济战略轨道与新型经济轨道的转轨与兼容。电信运营商的再成长，不能抱残守缺地继续奉行唯一的规模经济战略，这样必然使得电信运营商越来越无法适应充满不确定性的世界；也不能求新求异地完全变轨到新型经济轨道，这样会使电信运营商的优势根基完全丧失。因此，“再成长阶段”对于电信运营商的真正挑战在于如何维系两种战略发展轨道的平衡发展。向新型经济轨道转轨的踌躇，也许会逐渐丧失未来，而简单割裂过去的冒进，也许会快速葬送今天。（人民邮电报）

U 调动主导运营商积极性是携号转网成功关键

据《中国消费者报》报道，近来，天津市一些手机用户反映，他们在电信运营商营业网点办理携号转网业务时，频频受阻；无独有偶，《IT 时代周刊》也发表了题为《携号转网遭遇重重阻力》的文章。2010 年底开始试点的携号转网被各方寄予了诸多希望，也正因如此，作为一种技术性而非体制性的不对称管制方案，在实施过程中难免有那么多不能承受之重。

从两个试点城市的情况看，目前各暴露出哪些问题？中国联通真如报道所体现的那样成为赢家？在政策与监管上如何推进才能真正调动主导运营商的积极性？为此，记者采访了南京邮电大学经济管理学院王凯老师。

记者：从两个月左右的试点来看，两个试点城市的携号转网政策在试点过程中各出现哪些特点？对推进单向转网、双向转网各有什么实际的指导意义？

王凯：携号转网试点已两月有余，从试点的情况看，在天津和海南两地开展的携号转网业务并没有引来用户的转网热潮，总体来说还稍显冷清。但是，两个试点区域的携号转网政策在试点过程中出现了以下三个方面

的特点：

一是较高的移动电话普及率使得携号转网政策实施成为了可能。据 2011 年 1 月 26 日工信部公布的数据，2010 年全国移动电话用户净增 1.12 亿户，全国移动电话用户总数达到 8.59 亿，普及率达到 64.4 部/百人。其中携号转网两个试点地区天津和海南移动电话普及率分别为 86.58 部/百人和 64.8 部/百人，从国外携号转网的实践经验来看，这两个试点区域已基本达到可实施携号转网的规模，使得携号转网政策实施成为了可能。

二是“设置门槛”和“绑定客户”的策略加大了携号转网政策实施的难度。不论是在天津，还是在海南，为了争夺用户转向自己，电信运营商通过各种手段来限制、缩小可转网用户的范围，或集中突击发展用户等非正常的市场反应，使得试点地区携号转网政策实施的难度增大。据海南省和天津市通信管理局各自披露的数据显示，2010 年 1 月 22 日至 12 月 20 日，海南共有 4595 人申请办理携号转网，其中只有 1096 人申请成功，而真正成功办理转网业务的用户仅 903 人。而截止到 2011 年 1 月 3 日，天津市有大约 22000 名用户提出携号转网申请，其中 15000 余名用户申请成功，13000 余名用户成功转网，还有 7000 名用户申请失败。在申请携号转网失败的用户中，原因不一，有的是因为与运营商签有在网协议，有的是因为话费纠纷，还有的是因实名制。但无非均与运营商“设置门槛”和“绑定用户”的策略有关系。这无形中增加了携号转网政策的实施难度。

三是增值业务转网难降低了携号转网政策实施的效果。从天津和海南携号转网的试点情况看，有的用户转网后发现类似天气预报、网银提醒等行业短信这些增值业务无法正常使用。这是因为用户在转网之前，诸如行业短信等增值业务是业务平台通过个人用户识别码来实现行业信息的分发，原先的用户号码同归属网络均属于对应的关系，而携号转网之后，用户的手机号码同归属网络不再是一一对应的关系，行业短信平台无法获知用户号码归属网络，再加上一些行业还没有来得及做出调整，因此转网用户无法使用增值服务信息。这个问题的存在对用户影响很大，会影响其他用户转网的积极性，从而降低携号转网政策的实施效果。

尽管津琼两地在试点携号转网的过程中存在着这样或是那样的问题，但是从两地的试点工作中，一方面可以发现携号转网中存在的技术问题和管理问题，另一方面则可以寻求适合我国当前电信业市场竞争与发展状况的携号转网的正确路径，为进一步制定适合全国范围的、合理有效的携号转网政策打下扎实的基础，从而进一步促进携号转网政策的实施和提高我国电信行业整体水平。

记者：从目前情况看，携号转网对平衡运营商的市场竞争有何作用？结合目前三家运营商的实际情况，您认为对运营商而言各有哪些利好与利空因素？中国联通真如报道所体现的那样成为赢家？

王凯：截至 2011 年 1 月 6 日凌晨 3:00，成功携号转网的用户总数在 2 万左右，其中转入中国联通的用户占据很大的比例，在天津，完成携号转网的用户中有 71.82% 转入中国联通；在海南，完成携号转网的用户中，转入中国联通的用户占了 75.71%。从这些数据我们还无法评判携号转网会对目前的市场竞争格局产生怎样的影响，但是这个影响肯定是存在的，不过是时间问题。

从一定的意义上而言，中国移动势必会采用一切办法来打这场保卫战，尤其是高端客户保卫战，为此不惜采取“设置门槛”和“绑定用户”的应对策略，甚至将他们设置的转网门槛作为中国移动与监管机构商定实施携号转网的条件。对中国联通而言，其 WCDMA 的 3G 网络制式以及 iPhone 明星终端则是其手中的两款利器，使其用户体验与终端优势上明显比中国移动和中国电信更胜一筹，也使得中国联通在携号转网这场战争中占得先机，但是由于我国的移动用户并没有形成使用数据业务的习惯，加上 3G 还没有达到一定的用户规模，中国联通要想在携号转网中成为赢家，还得上在开发 3G 业务和增强客户体验方面下工夫。

记者：由于号码可携带政策涉及三大运营商诸多的内部细节，因此在政策与监管上如何推进才能真正调动起运营商的积极性与主动性？

王凯：携号转网工作虽已在津琼两地试点两个多月，但毕竟这是一个系统工程，不仅要將号码携带原则和制度落实成制度甚至是法律形式，还要建立一套包括网间结算、资费、用户投诉反馈机制等在内的完整的业务流程；并且各地的相关主管部门还要对携号转网试点工作进行总结，以协调电信运营商解决跨区域、跨网络和跨业务所产生的诸多问题。除此之外，监管部门还要制定相关政策以减低用户更换运营商的成本，促进电信运营商之间的公平竞争，从而提高电信行业的效率和用户满意度。

从政策与监管的角度看，调动中国联通和中国电信的积极性和主动性，尤其是主导运营商中国移动开放移动市场，是我国携号转网工作是否成功的关键之所在。

一是要明确规定实施携号转网的期限、实施说明书等细则。通过这些细则的规定，一方面可以平衡携出方或者携入方电信运营商利益，另一方面通过已经事先规定好的实施细则，来规范携号转网业务的使用，降低用户选择电信运营商的成本。

二是站在用户的角度制定保护消费者利益的条款。监管机构在制定携号转网的相关条款和细则时，应当考虑用户的合法权益，做到携号转网业务流程的简单、方便和服务延续性，减少用户遭受的损失。除此之外，还需要加大用户知情权，避免用户在携号转网的过程中因信息的不对称而处于被动局面，以保护用户的合法利益。

三是营造公开、公平和公正的电信市场竞争环境。目前，在移动电话普及率较高以及实施全业务经营的情况下，实行号码可携带，相对弱势的运营商可以分流强势运营商的用户，促进弱势运营商迅速开拓市场，从而达到对电信资源的合理调节与配置，促进电信市场逐步形成有效竞争。但是，由于用户可自由转网，市场竞争的压力必将迫使运营商不断创新，提高服务水平，提升运营能力，实施差异化经营，最大程度地提升用户的忠诚度。从国际运营的经验看，对于主导运营商而言，实现非对称管制的携号转网政策，市场占有率和收入增长率等运营指标开始可能会出现下降，但是在良好的市场竞争环境下，随着综合实力的提升，其市场占有率和收入增长率还会维持在一个较高的水平。（通信信息报）

U 运营商面临传统话音和新兴移动互联网的双重艰难挑战

无论是应对传统话音业务，还是新兴的移动互联网，电信运营商的做法正在一步一步地把其上下游合作伙伴从原来的“盟友”变成“敌人”。

每分钟高达 3 元甚至 8 元的国际长途电话和每分钟 1 角的网络电话，你会选择哪一种？2010 年 12 月，工信部网站“严打非法互联网协议电话(VoIP)”通告，让不少热衷于越洋“煲电话粥”的中国用户感受到阵阵寒意。

根据《中华人民共和国电信管理条例》相关规定，经营 VoIP 业务需要取得基础电信业务经营许可证。也就是说，国内市场上几乎大多数的网络电话公司都属于“非法经营”。

“对这种基于互联网的新型电话技术进行限制甚至封杀，是为了保护国有电信企业的利益。”著名电信专家阚凯

力一针见血地指出，这种短暂的保护垄断行业利益阻碍先进通信技术推广的做法违背趋势。

随着三网融合的推进，电信运营商赖以生存的基础话音业务也在受到 VoIP 的巨大挤压。据不完全统计显示，2009 年国内网络电话用户数量达 1800 万，而国际网络电话巨头 Skype 在中国的用户量已超过美国。

多年经营传统语音业务的商业模式，使得电信运营商形成了思维定势，习惯了居于产业链老大的地位。随着传统语音业务向数据业务的转型，电信业与互联网企业之间的竞争将更多地呈现出竞合的态势，运营商的竞争优势不再局限于企业本身的强大，而在于对产业链资源的整合能力。

运营商的奶酪

互联网电话，也称“VoIP 电话”，由于其广泛地采用 Internet 和全球 IP 互连的环境，用户可以在使用了互联网协议的网络上进行从电脑到固定电话及手机的语音传输。与固定电话相比，VoIP 电话最大优势就是资费低廉，通常国内用户用固话在拨打国外电话号码时，每一分钟的费用可能高达 2-8 元，而借助网络电话资费能够降低九成，这样巨大的价格差异让无数用户把票投给了网络电话。

但使用 VoIP 电话，无疑是动了垄断性企业电信运营商的奶酪。因为这种基于互联网的通信方式几乎可以绕开运营商，让它们无利可图。国外咨询机构 JuniperResearch 预测，到 2015 年，全球范围内的移动 VoIP 应用将给运营商造成 50 亿美元的“损失”，基于手机终端的互联网电话会绕过运营商的蜂窝网络，使其无法从中收取费用。

当然，网络电话的难以监管，以及随之出现的网络电话诈骗等活动，也是工信部采取行动的重要原因。“除了合法取得资质的几家外，事实上国内提供网络电话服务的更多是小公司，它们在国内租几个电话服务器，和东南亚运营商合作，通过线上线下渠道卖充值卡，但可能在几个月后就不能用了，或者连公司都消失了，这种类似‘黑市’的市场亟待整顿。”Frost&Sullivan 高级咨询师陶勤珠在接受记者采访时如是分析。

按照工信部的相关规定，“合法网络电话”只有 4 个试点——深圳、上饶、长春、泰安。然而到目前为止，即使在试点地区，了解并实际体验过该项业务的普通用户也是凤毛麟角。且这项“试点”从 2005 年“试”起至今，鲜有看到普及推广和商业化，相关人士甚至连是否“试”下去，都语焉不详。

“网络电话想堵是堵不住的，未来肯定是会放开网络电话服务。运营商们只是担心一旦放开这一市场，用户都去使用网络电话了，其传统语音业务的钱就更难赚了。”陶勤珠分析认为，电信运营商对待网络电话市场的开放是一种有条件的开放。“联通在 2009 年引进 iPhone 时并没有 WiFi 功能，当时的运营商担心网络语音服务对传统话音业务造成冲击，但到 2010 年时，联通版 iPhone4 引进 WiFi 功能，正说明电信运营商并不是完全反对开放，WiFi 功能有可能更好地与中移动竞争，反而变成了联通的优势。运营商需要找到一种好的商业模式，既能够放开网络电话，又能平衡在网络电话开放后损失的利益，达到平衡。”

流量之殇

在传统的营收主力基础话音业务饱受冲击的同时，电信运营商在移动互联网走得亦不算顺利。2010 年 12 月末，中国移动总裁李跃低调造访腾讯公司和马化腾会面时，坊间有消息爆出李跃就腾讯“移动 QQ 以极低的代价吞噬移动 GSM 网络流量”问题和马化腾直接面对交涉，要求该服务另行计费或改变分成方式。

尽管中国移动和腾讯双双出面否认此事，但“谣传”背后，一个不争的事实是：网络流量已经给运营商带来沉

重的压力。此前中国移动集团董事长王建宙在接受《互联网周刊》采访时就明确表示，中移动面临两大挑战，“一个是电信运营商有可能不再是天然的产业链中心，另一大挑战就是移动互联网带来巨大的数据流量，中国移动运营成本明显增加，收入却没有得到相应的增长。”

中国移动与腾讯在移动增值业务上的合作可以追溯到十多年前。1999年，腾讯与中国移动合作将QQ与手机短信相结合，推出了“移动QQ”，向用户收取每月5元的信息服务费，与运营商采用二八分成。移动QQ注册用户一度达到约500万，几乎占了腾讯盈利收入的半壁江山，而中国移动也因此提升了其数据增值业务。彼时，二者是亲密无间的战友。

直到2006年6月，中移动自行研发的IM产品“飞信”进入公测，与此同时，中移动宣布于2006年底中止包括腾讯移动QQ在内的聊天类梦网业务。作为对策，腾讯推出自己的IM客户端“手机QQ”，以减少对移动运营商的依赖。

现在，当各方都把主要的目光聚焦在移动互联网这块大蛋糕上。中国移动和腾讯两家分别掌握了最大通道和最大用户群的巨头无疑短兵相接，竞争和冲突加剧已是不可避免。

随着腾讯手机QQ用户的增多，过多占用通道资源势必令中移动付出越来越高的成本。去年8月，王建宙在“中国移动2010年年中总结会”上点名批评腾讯移动QQ，“广东40%左右的数据流量来自QQ一家，而我们收到的钱是每5块20M，把我们的2G容量都吃掉了。”而据腾讯2010年第三季度财报显示，移动及电信增值服务收入为人民币6.951亿元，比上一季度增长3.1%，比去年同期增长55.8%。QQ活跃用户达6.366亿人，而移动及电信增值业务的包月用户数为2530万人。

敌人与盟友

无论是应对传统话音业务，还是新兴的移动互联网，电信运营商的做法正在一步一步地把它上下游合作伙伴从原来的“盟友”变成“敌人”。在瞬息万变的市场竞争中，运营商的竞争优势不再是本身的强大，更多地在于其对整个电信产业链的整合能力。如何与上下游合作伙伴合作、如何分成、如何共赢，都是需要所有运营商思考的现实问题。

在应对网络电话带给传统话音业务的冲击上，国外“开放”的做法或许更值得借鉴：新加坡把原先只有35家运营商提供IP电话服务的规定扩大到600多家；英国政府已把VoIP纳入现有的电信管理体系中进行管理；美国FCC自2004年就已决定将VoIP定位为不受制于传统电信法规的“信息服务”，为VoIP发展扫清政策障碍，在美国目前已有Vonage、Level3、AT&T等多家公司提供VoIP业务。尤其是全球已有几亿人使用的Skype，早已成为世界上最大的“免费电话”，不但在欧洲的手机上广泛使用，甚至已经直接预装在香港等地购买的手机上。

陶勤珠认为，电信运营商亟需转变观念，利用自己的优势与网络电话竞争。“和网络电话相比，电信运营商有自己的优势，如大量的宽带覆盖，传统的语音服务等，它可以结合自身电信业务的这种优势，提供如Skype这种网络电话公司所没有的、更符合用户习惯的服务。”

与此同时，曾经错失第一轮互联网机遇的电信运营商们，在移动互联网的服务业态上存在着种种越位与缺位。

在移动互联网漫长复杂的产业链上，从电信基础服务、电信增值服务数据、互联网接入服务，到基础技术支撑

服务、应用支撑平台和具体增值空间，运营商几乎全部程度不一地有所涉足。

但事实上，产业的主导者并不是产业的包揽者。运营商要想取得话语权有两种模式，一种是控制终端，另一种是抓住收费渠道。手机终端的话语权牢牢掌握在终端厂商手中；而在收费渠道方面，互联网企业在收费上完全可以旁路化运营商。

“在互联网条件下，垄断竞争的实现方式本身已发生了变化，演变成双边市场交叉补贴战略，也就是安德森有特指含义的‘免费战略’。”社会科学院信息化研究中心秘书长姜奇平认为，今天的垄断竞争，变为大范围产业生态合作的游戏，成为基础设施提供商与增值服务商之间的合作博弈。”

运营商需要做的，是对这种新的业态尽早形成明晰的概念。具体而言，就是在电信业和互联网业两种产业中，区分基础业务和增值业务，明确有所为，有所不为。改变当前运营商在互联网基础技术支撑层和基础业务支撑层上缺位，在互联网增值应用层越位的不明智做法。

运营商早期的重中之重，除了争夺市场份额外，制高点是在自然垄断的平台及其开放上做文章，从而保持对未来垄断竞争格局的主导权。因此有专家指出，运营商的最佳定位是用户关系管理者和平台接口人：一方面提升用户体验、市场调研和宣传推广，另一方面搭建开放的平台，让合作伙伴在上面“唱戏”。

运营商肩上的担子不轻，因为主导者也意味着集中了最多的市场风险，如果判断失误，将把风险传导给整个产业链。（互联网周刊）

U 电信运营商全业务运营制胜之道

中国社会当前正面临着重大的双重转型：一方面是从传统的农业社会向工业社会转型；一方面是从工业社会向信息社会转型。中国现有的三大运营商——中国电信、中国移动、中国联通掌握着我国最大的固网、移动网和信息化业务，必将承担起我国信息化社会建设的重任。但是随着国内电信产业的不断演变、重组，消费者需求的日益复杂化，传统的电信业务已不能支撑其继续快速发展，再加上技术与网络融合以及产业融合的不断深入，我国电信运营商的全业务运营，不仅面临着来自传统电信业内部的激烈竞争，而且还受到非传统竞争对手如苹果、谷歌、微软等企业的挑战和冲击。

是什么导致了全业务

从国家宏观调控角度看：中国电信业的三次大调整都是国家着眼电信行业长远发展的重大决策。第一次重大变革是 1999 年的中国电信拆分，运营商们分业务运营，做大各个“蛋糕”。第二次重大变革是 2001 年电信南北分家，鼓励竞争。第三次重大变革是声势浩大的 2008 年电信业重组，通过这次重组缩小了电信运营商之间的差距，打破了固话和移动的界限，让三家运营商都变成了全业务运营商，依然是鼓励竞争。

从行业发展角度看：随着电信业的用户数量进入饱和阶段，以语音通信为主的业务已经不能继续维持整个产业持续增长的态势，整体产业迫切需要新的增长点。而 3G 时代所代表的移动互联网是需要全业务来支撑的，全业务兴则 3G 兴，3G 兴则全业务旺。

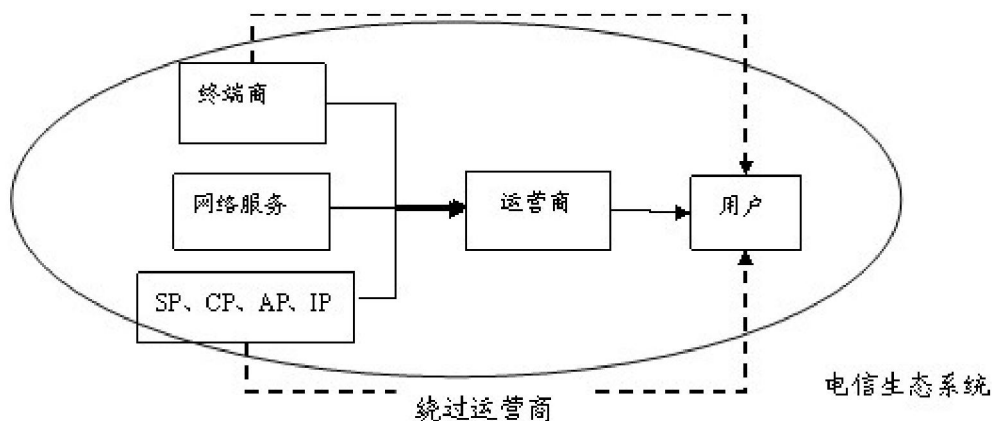
从技术发展角度看：随着各种技术尤其是通信技术、计算机技术的不断发展和演变，技术与网络的融合正成为

未来信息通讯领域的发展趋势，包括 3C 融合、FMC（固定与移动的融合）、三网融合、ICT（信息技术 IT 与通信技术 CT 的融合）等让行业间的“三八线”名正言顺地消失。

从客户需求角度看：伴随着社会的不断发展以及信息技术的不断进步和普及，中国社会不同主体对信息化业务和信息化产品的要求日益表现出专业化和多元化的趋势。那么，对于多元化的需求主体，需要有多元化的信息化个性产品来满足。对于同一主体的丰富需求，“一站式服务”带给客户的全方位体验式服务，能够产生巨大的客户粘性。

融合是漫长而痛苦的过程

电信业就象是自然界中的生态系统，价值链就好比自然界中的食物链，融合就好比优胜劣汰。在这个电信生态系统中，多方利益错综复杂，弱肉强食已见怪不怪。只有经历了“融合”这个过程，电信生态系统才能有序和谐地可持续发展下去。



接下来我们来看看电信企业在这个过程中面临着怎样的境遇。

1、电信运营商们，你们都会“全业务”吗？

随着全业务牌照的下发，壁垒被打破了，运营商都可以进入对方的领域。然而，国内目前的基础电信业务市场都已经快碰到“天花板”了，并且融合涉及到市场准入、资费标准、互联互通、资源配置和共享等管理政策，而其中的每一项政策的制定都不同程度地存在着各方利益平衡的难题。这些配套政策如果得不到顺利制定或者很好地执行，那所谓全业务也就是画饼充饥而已。从我国通信市场的发展现状来看，在很多区域实际上已经达到了饱和，特别是发达地区。在这些地区，无论是新固网运营商还是新移动运营商，其市场进入的空间都不是很大。唯一能够增长的只有乡镇地区，这些难道是电信巨头们想要的吗？

从经验上讲，移动的 TD 还处在催熟阶段，国外成熟成功的网络经验对移动不适用；联通虽有最成熟的网络，但常年“跟随者”的角色让其创新的经验有所欠缺；而电信仅有的移动运营经验只是还称不上移动技术的小灵通，而 3G 时代的竞争开始就是终端的竞争，电信也在“恶补”中。

从成本上讲，3G 开始重在先体验后消费，是一个需要先培育以求规模化的市场。抢占市场先机与公司效益是矛盾的：全业务所衍生出来的新业务、新技术都需要有专门的人员投入；全业务所需支撑硬件都需要大量投入建设。比如移动如果要依靠补贴把 2G 的用户全部搬到 TD 上，成本将超过 5000 亿元，相当于中移动近 5 年的净利润。再

者，全业务牌照发放后，运营商网络环境异质性日益明显。包括 3G、GSM、CDMA、IP、智能网、信令网、GPRS、PSTN 等，管理和控制费用比较高。

从管理上讲，全业务是对公司原有管理模式的大考验。全业务对运营商的要求无一不是快速响应。那么，电信运营商庞大复杂的组织结构，必然导致部门协作存在效率问题，导致业务流程存在畅通问题，导致知识生产存在价值问题。

从 IT 支撑上讲，全业务带来以上诸多方面的压力，最后都会归结到 IT 支撑上来。现有的 IT 系统种类繁多，规模庞大，结构复杂，就连底层数据做了数年还未实现完全统一。随着全业务的运营，更加庞大而复杂的数据加入该如何管理；协同的要求，流程的要求，知识管理的要求如果没有 IT 的有效支撑，最终也只是纸上谈兵。

2、“第四运营商”。

伴随着三网融合的渐进态势，广电系统手握内容和播控资源正由地方散兵游勇聚合为中央集团军蓄势待发。纵看未来，如果广电总局的 NGB(下一代广播电视网)规划能够如期实现，那么，到 2015 年，广电总局就将建成规模化的覆盖全国的运营网络，其单用户实际接入速率将达到 100M，这种实力已足以与中国电信展开正面较量。而宽带是电信未来 3G 战略核心中的核心，这将有可能动摇到电信的根本。

3、“电信运营商，谁动了你的奶酪”。

电信网与互联网的相互融合，两大产业链不同环节的业务相互渗透已经成为大势所趋，在这个财富的创造和消亡的过程中，如果电信运营商只是固守原地，必然被不断挤压，最终只能成为用户获取互联网服务的网络通道。

在此之前，国外运营商中，除了日本的 NTTDocomo 依然处于产业核心，沃达丰等强势运营商在产业合作中维持一定的掌控权外，很多的小运营商已经在 IT 企业的冲击下沦为管道。更危险的是，越来越多的 IT 企业已经开始向电信业腹地展开攻势。比如苹果、谷歌、微软、黑莓等通过终端或操作系统向电信市场渗透，Skype、雅虎、softroute 通过提供 Voip(网络电话)直接参与电信市场竞争，这都对运营商构成巨大威胁。

抓住机遇，正视自身，勇于改变

全业务已然开始，面临着诸多挑战，如何保持在电信生态系统中的主导地位、话语价值链，电信巨头们应从变革中抓住机遇，正视自身。全业务运营所带来的机遇仅有渗透，通过渗透形成互补，通过互补形成创新，从而满足客户产生的更多需求。而电信运营商在全业务面前相对于生态系统中的其他参与者有着先天的优势，那就是电信运营商更接近用户。不论再强势的 SP、CP 或是终端商，都暂时绕不开电信而直接面向客户。可以这么说，全业务给电信的机遇就好比“别人的蛋糕分你一块，你还可以先吃开始”。

时时刻刻关注好客户，有利于运营商弥补自己的经验不足，有利于运营商做到精确建设，做到最大化的控制成本，有利于运营商及时调整市场竞争策略。所以，客户是关键。电信运营商应做好以下几点来深耕用户、专注客户才是制胜之道。

1、聚焦客户的经营分析体系。

以市场为导向，扎根客户中，基于战略要求制定新型的客户细分，详细了解目标市场的竞争情况和自身资源情

况，再而制定明确的产品创新与营销规划。聚焦客户的经营分析是聚焦客户的战略先行，是企业真正做到“大象跳舞”的依据。

2、聚焦客户的协同体系。

协同不但是管理要求，也是企业文化的要求。我们的运营商无一不是庞然大物，只有解决前后端业务环节间的割裂，形成前后端纵向协同机制，使各环节和部门形成合力，这需要形成规范机制明确职责，还需要开明团结的企业文化氛围。最后，通过流程的梳理实现流程管控，形成前端发起，后端响应，全程评估的闭环管控。

3、聚焦客户的知识管理。

与互联网的融合，让电信业向知识行业转变，知识成为企业竞争的基本要素。聚焦客户应有知识管理的帮助来快速响应客户，在万变的市场中积累经验赢取利润。而核心竞争力就是在知识不断生产、不断积累中形成。

4、聚焦客户的 IT 支撑。

全业务对原有的 IT 系统也提出了新的要求：对企业而言包括新信息的来源，新信息的流转以及新信息的管理，直至上升到信息的决策作用；对产业链而言则需要 IT 的支撑能够做到掌控产业链，渗透更多的行业。

聚焦客户的 IT 系统是对高效协同、流程畅通、精准经营分析的支撑，从前端看需要有新型的应用系统来实现管理客户，管理自身甚至管理竞争对手的功能，从后端看需要和原有的系统有所交叉融合。

5、因聚焦客户而业务外包。

随着运营商网络运营规模及组织规模的快速扩张，运维复杂度的提升，其内部交易成本不断上升。网络运维服务外包即可有效节减运营商运维支出又可做到快速服务响应。运营商需要有专业的第二方或第三方的网络服务商与之形成长期稳定的战略合作，让运营商应集中更多的资源来聚焦客户，提高竞争力。（CCTIME 飞象网）

【要闻精选】

U 三大电信商争做语音微博

一些用户注意到，最近语音微博已悄然来到身边。而记者了解到，三大电信运营商都进入这一领域。除了中国移动与新浪达成合作之外，中国电信、中国联通也正在测试语音微博。用户只要用手机拨打指定号码后，说上一段话就能发布“语音微博”。

电信开测语音微博

中国电信相关人士告诉记者，电信语音微博预计月底将正式上线，中国电信的手机用户发布语音微博，可在新浪微博绑定手机号后拨打 16836502 发布。而这个号码现在已经开通测试，并且没有信息费，需支付标准通话费。

与此同时，记者了解到目前联通正积极筹备联通语音微博的上线工作。根据之前公开的测试版 iPhone 客户端显示，用户常用的基本功能都已具备，不同之处在于语音微博整体界面为联通标准色、发布界面有明显的语音提示、用户发布语音录制版微博需支付基本通话费用。有消息称，联通语音微博暂名为“红微博”，最快将于 2 月底上线测试版，如反响不错很可能在全国推广。

名人带动引关注

事实上，此前已上线的新浪语音微博功能在一些名人的带动下已引起了关注。创新工场 CEO 李开复模仿了摩托车声和唐老鸭的叫声，逗笑了大量“粉丝”。而早在 12 日晚，王菲就通过语音微博朗诵并录制了一段京味十足的歌谣，引发广泛关注。新浪方面表示，每条语音微博可录制一分钟，超时之后会出现提示，后面的话则被自动略去。

新媒体分析专家陈永东指出，语音微博具有十大功效，包括听到各种各样人的声音，学习各地方方言，举办个人微博电台，容易诞生出草根歌手，开展语言说服式的营销等等。

而李开复则对语音微博提出了几个建议：用手机来录制的成本太高；手机录制后，高频信息都没有了，不能完整体现有些录制者的才华；录完如果立刻挂电话，录音就被删除了，这个情形会常发生，要再考虑界面；应让用户能够加一句文字来描述。(2.16)

U 实际用户比原计划少 1 亿 3G 征途中的三大尴尬

1 月 27 日，工信部举行的“2010 年全国工业通信业运行情况新闻通气会”上传出信息，截至去年底，我国 3G 用户共发展了 4705 万户，与先前工信部提出的 2011 年 3G 用户达到 1.5 亿户的目标相比，尚有 1 亿用户的缺口。

电信业作为国民经济的支柱性、先导性和战略性产业，新一代 3G 通信技术的重要性不言而喻，同时，电信业具有全程全网的特点，用户数处于何种“能级”，直接关乎网络的经营效益。去年 3 月，工信部等八部门曾联合印发《关

于推进第三代移动通信网络建设的意见》，提出 3G 愿景目标为：到 2011 年，3G 网络覆盖全国所有地级以上城市及大部分县城、乡镇、主要高速公路和风景区等，3G 基站超过 40 万个，3G 用户达到 1.5 亿户。这意味着，在未来的 10 个月当中，3 家运营商如果要完成新增 1 亿用户的目标，必须每月要新增 830 万户，而去年平均每月才新增 392 万户。也就是说，今年每月新增用户数必须是去年的 2 倍。

未来 10 个月的道路该怎么走，才能让中国 3G 用户发展得更给力？让我们先分析一下当前国内 3G 发展中出现的三大尴尬，而破解这些尴尬，正是未来 10 个月 3G 运营商的着力方向。

尴尬一：赚吆喝还是赚买卖

在过去的 2010 年，虽然三大运营商的 3G 用户争夺战愈演愈烈，但谁都知道最大赢家是 iPhone，“吆喝”重要还是“买卖”重要，是困扰运营商的第一大尴尬。

以最受欢迎的 16G iPhone4 为例，只要用户选择每月 286 元的套餐，就可以 0 元购买 5880 元的手机，按此计算，联通为用户提供的补贴高达 86%。虽然联通未公布对 iPhone 补贴的整体情况，但如此高额的补贴对联通来说压力应该是不小的。

1 月 28 日，中国联通香港上市的子公司中国联合网络通信（香港）股份有限公司（“联通红筹公司”）发布了业绩下降预告，随即，中国联通也发布预告称，“经公司对 2010 年全年经营及财务状况的初步测算，预计 2010 年度公司实现归属于母公司普通股股东的净利润较 2009 年度下降 50% 以上”。分析师认为，2011 年，中国联通为吸引 3G 用户而支出的大量补贴费用可能会继续对公司 2011 年业绩造成负面影响，最终导致用户数量增加但是利润下降的局面。

尽管中国联通仍陷于“买卖”与“吆喝”的纠结当中，但这并不妨碍另两大运营商对 iPhone 的追捧。有传闻说，中国电信已经开始进行 CDMA 版 iPhone 的内测，可能计划提供比联通更高的补贴，如果最终属实，在苹果 iPhone 热销甚至断货的背后，又一个电信业巨头将背负起沉重的“龟壳”。

尴尬二：“杀手级”应用在哪里

虽然 3G 用户规模开始快速增长，但是同国外其他 3G 运营商相比，移动互联网的运用还未出现爆发式增长，根子还是目前 3G 的数据业务未出现“杀手级”应用。许多用户还只是使用手机打电话发短信，这些 2G 功能占据了 3G 用户使用手机的绝大部分时间。虽然微博的爆发性增长促使一部分用户添置了 3G 智能手机，但是，运营商强调的 3G “卖点”——诸如可视电话、手机电视、手机支付等应用，并未成为主流。

而从国外运营商的发展来看，聚焦用户需求的 3G 业务创新完全可以带来巨大收益。以日本运营商 DoCoMo 为例，它为了拉动移动数据业务，推出了 BeeTV，主要针对年轻人提供适合手机屏幕的视频内容，通常为视频动画。这项服务的营销策略是第一周免费，随后要收费，从目前情况来看，超过 70% 的用户在免费期之后仍然选择这项服务。同时，DoCoMo 加速了手机与各种行业应用的融合，比如与各产业工具的融合、与车辆交通管理的融合、与家电信息的融合、与电视广播的融合、与固定通信网的融合。截至去年 10 月底，NTTDocomo 总用户数达到 5695 万，其中 3G 用户总数达 5511 万，3G 用户比例为 97%，3G 市场份额占 49%。

从电信业的发展历史来看，无论是上个世纪一百年的电报、电话阶段，还是 2000 年至今的移动电话阶段，网络

运营商始终是市场的主导者。但进入移动互联网阶段后，网络技术已经不再是最核心的要素，各种基于网络之上的应用开发才是形成新兴市场巨大机会的关键所在。换言之，整个产业价值链发生了重大的改变，电信运营商们将要面对的是游戏规则完全不同的新领域。在 3G 时代到来之际，是继续扮演主导者的角色，还是沦为“管道工”？运营商们心有多大，天地才能有多大。（发布时间：2.15）

U 春节撬动 3G 手机消费商机

春节对国人而言，意味着新一年的开始。浓浓的年味中，总是弥漫着略微刺鼻的烟火气息。对于新年的第一个“黄金周”，各行各业都蓄势待发，电信运营商们自然也不例外。

春节是手机销售的黄金期，也是各大运营商争夺市场和用户的一个绝佳时机。为此，各大运营商纷纷出招，抢占市场。运营商的春节大战，无疑会对用户形成极大的吸引力，而在 3G 背景下，这样的竞争或可撬动 3G 手机市场巨大消费商机。

营销大战运营商各有妙招

对于春节“黄金周”的特殊意义，国内三大运营商“所见略同”，且面对这一市场活跃期，各家运营商的销机举措及揽客方式也都大同小异。

中国电信方面，春节力推智能手机平价过年。1 月 26 日，中国电信首次推出其定制手机产品，包括与摩托罗拉、华为和中兴合作的 3 款天翼视讯特色手机，其中中兴推出的一款智能手机售价仅千元左右。

同时，作为 2011 年开年的排头兵，摩托罗拉的超大屏幕智能手机 ME811(DroidX)也于春节前先后在福建、广东等地上市，并迅速成为市场上的一颗新星，一系列有针对性的优惠活动也随之展开。中国电信广东公司更抛出零元购机方案：“预存 4880 元话费，即可零元购机”。

中国电信力推千元智能手机，中国移动自然也不甘落后。春节期间，中国移动首款 TD - SCDMA 制式千元 Android 智能手机也登陆市场，同时也意味着中国移动以低价智能手机争夺用户的战役打响。

此前，中国移动董事长王建宙在“2010 移动互联网国际研讨会”上曾表示，要将 TD 智能手机的价格降下来。为此，中国移动于 2010 年 12 月集采了 600 万部普及型的 TD 手机。

过去的一年中，中国联通曾凭借 iPhone3 及 iPhone4 的火爆销售风光无限。因此，春节营销自然少不了 iPhone 的身影。据悉，联通将在春节期间加大 iPhone4 的供应。此前，在市场上 iPhone4 全面缺货的情况下，iPhone3GS 的 8G 版已被中国联通列为春节前后的重点销售机型，备货工作已延伸至县市。

此外，新年开始仅半个月，中国联通即发动自 3G 商用以来最猛烈的一场 3G 手机普及攻势，自 1 月 15 日起，7 款总计 500 万部联通超值 3G 手机开始陆续上市，联通予以大幅补贴，机型数量之多、手机价格之低都创历史之最。

春节撬动 3G 手机消费商机

更强大的 3G 智能终端，更低的产品价格，更实惠的补贴……运营商的春节大战热火朝天，对用户无疑具有极大

的诱惑力。且从往年的情况来看，春节假期不仅是消费的高峰期，还是用户换机的集中时段。随着 3G 手机也日益深入人心，运营商的春节市场营销或撬动 3G 手机市场，营造出巨大的消费商机。

2010 年年初，工信部联合国家发改委、科技部等七部委下发了相关文件，提出到 2011 年，3G 用户要达到 1.5 亿户。但独立第三方数据调研机构 CNZZ 发布的报告认为，目前 3G 终端的价格比较高，上网资费也比较高，而且网速尚不如人意。从 3G 手机终端市场来看，用户对 3G 认知度已经较高，但是由于转网动力不足，3G 手机终端销量增长仍然较慢。

当然，从总体来看 3G 手机终端的发展仍然瑕不掩瑜。运营商的春节攻势，在明星终端的带领下，主打价格牌、优惠牌，对用户的吸引力之大自然不在话下。最新数据显示，截至 2010 年年底，我国移动用户总数达 8.42 亿户，其中 3G 用户数为 4705.2 万户，据此推算，3G 渗透率为 5.59%。电信专家陈金桥曾表示，3G 用户渗透率达 10% 则意味着 3G 将进入规模化的应用时期，我国或将在今年年中实现这一转折。

可以预见的是，在新的一年里，3G 网络仍将日趋成熟壮大，3G 应用日益丰富，3G 服务更加优质，3G 将成为新一年百姓智能生活的主流。

此前举行的中国电信 CDMA 终端产业链年会上，中国电信集团总经理王晓初明确提出，2011 年将重点发展千元 3G 智能手机，并将 2011 年定位为 3G 智能手机年。毫无疑问，第一波 3G 手机的消费热情已随着新年的到来逐渐升温。

3G 终端争夺战春节只是开始

3G 终端日益深入人心，但目前消费者购机时首先考虑的还是产品质量和手机稳定性，且消费者对智能手机系统操作体验和使用舒适度上的要求正在凸显到越来越重要的位置上来，这也将促使今年手机市场呈现更加激烈的竞争。

实际上，在 3G 时代中，移动通讯业务的个性化和定制化特色将日益凸显，运营商提供的各种数据业务和特色应用需要手机终端的高度配合。换言之，一旦用户选择了某款 3G 手机，也就意味着选择了该运营商所提供的各项服务。

众所周知，任何一款高端 3G 智能手机，只有匹配完美的 3G 网络，其功能优势才能展现得淋漓尽致。因此，运营商们在力推手机终端的同时，搭建高速通畅的 3G 的网络更是首要之举。

其次，3G 时代中，一切服务都可以归结到“丰富应用”上来——手机上网、手机音乐、视频通话、手机电视等新鲜的 3G 业务在给用户提供全新感觉的同时，也能让用户感受到 3G 的精彩。不妨说，“应用”才是春节营销宣传利器。还有不可忽略的一点是，对用户而言，价格及资费上的感知同样重要。

总体来说，在崭新的 2011 年中，运营商只有在营销活动中注重体现满足用户细化需求的多种丰富应用及应用品牌，才能有效推动运营商综合业务的销售。

另一方面，春节市场的火热营销也表明，三大运营商今年初开始的 3G 终端战略将不仅针对今年的春节市场，而有望成为今年的常规策略长久执行下去。一场争夺 3G 高端用户的“圈地战”正借助春节悄然展开。更为重要的是，这个春节已不再是 3G 终端争夺战的白热化阶段，而是一个新起点。（2.15）

U 中国 3G 用户数达标任务艰巨：尚有 1 亿缺口

3G 用户数为 4705 万户。在 1 月 27 日工信部举行的“2010 年全国工业通信业运行情况新闻通气会”上，工信部党组成员、总工程师朱宏任向外界介绍了截至去年底我国 3G 的发展情况。4705 万这一数字恐怕难以令人满意，因为与先前工信部提出的 2011 年 3G 用户达到 1.5 亿户的目标相比，现在尚有 1 亿用户的缺口，三大运营商要完成这个目标，难度可谓相当之大。其实在 1 月中旬三家运营商公布了去年 12 月份的主要运行数据后，他们的 3G 成绩单便已经揭晓。

在刚刚过去的 2010 年，全国 3G 用户净增 3683.4 万户，累计达到 4705.2 万户。其中，中国联通去年 12 月新增 3G 用户 128.4 万，去年全年净增 1132 万 3G 用户，截至 2010 年底，联通 3G 用户达到 1406 万户；中国移动 3G 用户去年 12 月新增 186.7 万，全年净增 1729.4 万户，达到 2070.2 万户；中国电信去年 12 月新增 3G 用户 132 万，全年净增 822 万户，达到 1229 万户。

中国电信和中国联通都实现了去年初许下的 800 万户和 1000 万户增量目标，中国移动离去年初定下的 3000 万户目标尚有一定的差距。不过更为外界关注的是，目前的用户数发展情况离工信部此前定下的发展预期差距更大。

在去年 3 月，工信部等八部门联合印发了《关于推进第三代移动通信网络建设的意见》。意见中指出，到 2011 年，3G 网络覆盖全国所有地级以上城市及大部分县城、乡镇、主要高速公路和风景区等，3G 基站超过 40 万个，3G 用户达到 1.5 亿户。而现在只剩下不到一年的时间，三家运营商如果要完成新增 1 亿用户的目标，必须每月要新增 830 万户，而去年平均每月才新增 392 万户。也就是说，今年每月新增的用户数必须是去年的两倍才能完成任务，这很有难度。实际上，从去年中期开始，工信部就已经意识到 3G 发展速度有些慢的问题，工信部通信发展司司长张峰表示，3G 用户发展及 TD-SCDMA 用户发展成为 2011 年工作的重点。

到今年底 3G 用户数大概会有多少呢？工信部电信研究院副总工程师陈金桥表示，2011 年我国 3G 将进入规模发展期，预计全年新增 3G 用户 6000 万左右，3G 用户总数将超过 1 亿户。以此推算，2011 年的 3G 用户数距离工信部定下的发展目标存在 4000 万户左右的缺口。（2.09）

U 我国主导 4G 技术 TD-LTE 明年完成商用研发

电工业和信息化部通信发展司司长张峰昨日透露，由我国主导的第四代移动通信(4G)技术 TD-LTE 已初步具备启动规模试验的技术条件，预计 2012 年完成面向商用设备的研发。

2010 年底，中国移动在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门六个城市启动 TD-LTE 规模技术试验。此前的世博会上，中国移动在上海世博会园区建设了全球首个 TD-LTE 实验网。目前 TD-LTE 参与厂商包括诺西、阿朗、爱立信、大唐、中兴、华为等国内外主流系统设备商。

张峰在国务院新闻办 2010 年全国工业通信业运行情况新闻发布会上透露，TD-LTE 规模试验阶段将重点强化芯片和仪表等薄弱环节，验证 TD-LTE 系统的组网能力。他表示，规模试验由国内外厂商共同参与，也欢迎国际上有实力的企业参与 TD-LTE 的产业化研发。

我国于 2009 年初发放了 3 张 3G 牌照。据张峰介绍，截至 2010 年底，我国 3G 用户总数达到 4705 万户，其中中国自主知识产权的 TD-SCDMA 用户达到 2070 万户。(1.28)

U 三大运营商掌门人春节致辞曝光：战略重点各异

2 月 10 日消息，每年春节，三大电信运营商掌门人均会发表新年致辞，向运营商员工及员工表示问候的同时，也会提及一些新年新思路，而今年三大掌门人均较多地表示要创新突破，要规模发展，其中，王晓初大提信息化，王建宙多次反复提到可持续发展，常小兵主要提及 3G。

回顾 2010 年或者“十一五”

三大运营商掌门人均在致辞中回顾了 2010 年或者“十一五”。

其中，中国电信总经理王晓初表示，回顾“十一五”时期，中国电信率先实施企业战略转型，创新了业务产品、体制机制和商业模式，深化了精确管理，优化了资源配置，开辟了综合信息服务的广阔天地。在全球固网普遍负增长的情况下，转变了经营理念和方式，走出了一条以转型促发展的新路，实现了收入持续增长。

中国移动董事长王建宙则在致辞中说，“十一五”期间，中国移动一直保持了持续快速的发展，公司的资产总额、网络能力、客户总数、年运营收入、市场价值实现翻番，业务收入年均复合增长率超过 16%，主营业务收入增幅高于国内生产总值增幅的目标顺利实现。5 年来，中国移动走出了一条创新发展的路子，整体规模实力和国际竞争力进一步增强，被国资委评为业绩优秀企业，2010 年列财富杂志全球 500 强第 77 位，品牌价值位列全球电信品牌前列，成为全球最具创新力企业 50 强，并连续 3 年入选道琼斯可持续发展指数企业，为促进经济社会发展作出了重要贡献。

中国联通董事长常小兵则更多的提及 2010 年，他在致辞中表示，2010 年，中国联通面对复杂的市场环境和艰巨的发展任务，在发展上加快步伐，在机制上不断突破。中国联通不断创新经营模式，提升营销能力，网络能力大幅增强，服务水平得到提升。中国联通以一流速度建成世界最大的 WCDMA 精品网络并出色运营，为消费者提供丰富的移动互联网应用服务，赢得了超过 1400 万 3G 用户。中国联通还充分发挥 3G 和宽带优势，创新产品和业务，在政府信息化、农村信息化、公众信息化和行业应用等多个领域取得突破，力助全社会运行质量和效率的提升。

新年战略

关于 2011 年新年战略或者“十二五”战略，三大运营商掌门人在致辞中也提及了看法。

中国移动董事长王建宙则在致辞中说，在“十二五”期间，中国移动将在过去 10 年快速增长的基础上，全面实施可持续发展战略，在“移动改变生活”愿景指引下，坚持创新拓展，再造核心能力，深化落实卓越工程，以一个中国移动之力打造一体化平台，铸就国际领先，实现可持续发展，成为对经济、社会和环境可持续发展作出贡献的领先企业。

中国电信总经理王晓初则表示，2011 年是“十二五”开局之年。为努力开创“十二五”服务信息化新局面，中国电信将继续深入实施聚焦客户的信息化创新战略，通过规模发展、创新突破、合作共赢与价值提升，推动企业向基于网络和平台的综合信息服务提供商转变。

中国联通董事长常小兵则在致辞中称，2011 年是“十二五”的开局之年，中国联通将站在新的历史起点，着力实施“3G 领先与一体化创新战略”，为尽快成为“信息生活的创新服务领导者”而努力。

关于新的发展思路

三大运营商掌门人还提出了一些具体要求。

中国联通董事长常小兵在致辞中表示，新的一年，要抢抓机遇，按照“经营要有新突破、服务要上新台阶、管理要上新水平、队伍要有新活力”的要求，加快规模发展，转变发展方式，大胆改革创新，全面提升综合实力，努力实现中国联通发展的新跨越！

中国电信总经理王晓初则说，“中国电信要成为智能管道的主导者、综合平台的提供者、内容和应用的参与者，努力营造健康文明的网络环境，更好地为国民经济和社会信息化服务，更好地为广大客户服务”。中国移动董事长王建宙则表示，2011 年是“十二五”的开局之年，也是中国移动成立后第二个 10 年的开端，中国移动将坚持走创新发展的道路，坚持可持续发展战略，坚持拓展新领域、探索新模式，进一步提高创新型企业建设的水平，进一步夯实国际领先的基础，进一步建立差异化的发展优势，进一步营造和谐的环境，努力开创可持续发展的新局面。(2.10)

U 国内运营商纷纷布局 10G EPON 中国有望成最先启动市场

三网融合的启动正在推动整个 PON 市场的爆发，支持 IPTV、电视点播等更高带宽需求的 10G EPON 产业链也有了大幅进展，飞象网获悉首款 10G EPON 光网络单元 ASIC（专用集成电路）芯片已经推出。

10G EPON 产业链基本成熟

2009 年 9 月，IEEE 颁布了 10G EPON 标准，由于在标准制订过程中，芯片厂家、光器件厂家已经开始研发 10G EPON 芯片和光模块，因此标准刚颁布，就有厂家推出符合标准的产品，系统设备厂家也在 2010 年推出了 10G EPON 的 OLT 和 ONU 进行工程试点。

芯片方面，飞象网获悉，博通已于近日推出 10G EPON 光网络单元（ONU）单芯片系统解决方案 BCM55030。其实早在一年前，博通、PMC、Cortina、海思半导体等多个芯片厂家就已陆续推出 10G EPON 的 FPGA 仿真方案并得到应用，但针对 10G EPON 的 ASIC 方案博通尚属首家。

截至目前，10G EPON 标准的颁布只有短短一年多的时间，但综合各方发展情况来看，10G EPON 的产业链已经基本成熟。

中国有望率先启动 10G EPON

对于 10G EPON 的发展，博通公司亚太地区运营商市场发展经理 Jay Teborek 在接受飞象网采访时表示，从目前和各大运营商合作来看，10G EPON 会在中国、日本、韩国和美国四个国家率先启动。

Jay Teborek 预测，中国将成为全球第一个针对 FTTB 部署 10G EPON 的国家。“日本和韩国的宽带网络虽然很发

达,但是更多是基于 FTTH 模式,而目前在 FTTB 领域走得最快的就是中国,这也是 10G EPON 发展的最大推动力。”

此外,美国有线运营商也已开始 10G EPON 商用服务测试。

有分析报告预测,2009 年至 2014 年全球 PON 市场年复合增长率将达到 22.5%,到 2014 年全球 PON 市场总收入将达到 51 亿美元,其中 10G EPON 的设备销售收入预计将达到 10 亿美元。

国内运营商布局 PON 战略

在国内,三大运营商也纷纷启动了 10G EPON 的战略部署。

2009 年 9 月,在 10G EPON 标准刚刚颁发不久,中国电信就启动了芯片级 10G EPON 的互通测试。测试结果证明 10G EPON 芯片能够实现良好互通。中国移动和中国联通也组织了 10G EPON 系统设备测试,测试结果表明 10G EPON 设备能够完成标准要求的各项功能。

除此之外,各运营商还进行了 10G EPON 的小规模商用,目前国内已经开通几十个 10G EPON 试点工程。

据了解,考虑到中国市场对于 10G EPON 发展的重要性,博通的 BCM55030 除了将交换和存储功能集成之外,同时加入了多项符合中国运营商要求的技术。

“根据中国电信方面的要求,BCM55030 除了支持传统的 AES 加密算法外,还加入了三重扰动加密算法。作为 3G/4G 基站回传应用,这款产品还加入了 1588v2 就绪的时间同步。”博通公司高级运营商战略市场经理黄岩彬透露。

考虑到目前在用 EPON 网络主要为 1GEPON,BCM55030 支持 10GEPON 和 1GEPON 共存,此外支持 10G/10G 对称和 10G/1G 非对称工作模式。(1.24)

U 移动互联网市场将迎井喷 从终端入手探寻机会

DCCI 互联网数据中心的调查数据认为,智能手机销量将在 2013 年超越非智能手机,非智能手机将逐渐淡出市场。而东方证券在近期发布的报告中称,从终端市场入手,重点可关注智能手机、平板电脑、电子阅读器、互联网电视等当前最为流行的终端设备领域,进而从行业全产业链的角度,分别探究设备制造商、网络运营商以及内容服务商的投资机会。

在过去的虎年里,智能手机几乎成了时尚人士的基本配备之一。在手机上发微博、玩斗地主、看电影、听音乐——手机账单下来的时候,猛然惊醒,这个月居然用了这么多的流量费。

你会感叹运营商可真会赚钱,但是不可否认的是,经过去年一年的发展,移动互联网已经逐渐成为继互联网之后另一个吸金能力超强的行业。

易观国际统计数据显示,2010 年我国移动互联网收入规模同比增加了 66%,市场营收达到 633 亿左右,2009~2011 年三年复合增长率或将超过 40%。我国移动互联网及其增值业务市场有望迎来新一轮快速发展期,未来十年将成为

中国移动互联网的黄金发展 10 年。

而在资本市场上，移动互联网作为一个热门板块也可谓热点不断，相当吸引眼球。那么，投资者该如何投资这一板块呢？

2013 年市场规模将超互联网

在不少分析人士看来，如果说过去的一年是电子商务投资之年，那么在 2011 年，另一个产业已经展现出了广阔前景，在资本的躁动下，移动互联网的市场热潮将如 10 年前的互联网一样扑面而来。

DCCI 互联网数据中心的数据显示：2010 年末，我国互联网电脑网民规模已达到 4.69 亿，随着互联网商业模式不断向移动互联网商业模式渗透，手机网民的数量已达到 3.26 亿。而到 2013 年，中国手机网民将达 7.20 亿，手机网民占中国人口比例将达 52.9%，首次超越电脑网民，移动互联网市场将井喷。

据了解，在 3G 网络应用更为成熟的日本，移动互联网在移动用户中的渗透率更高达 88%。

东方证券策略分析师王明旭表示，移动互联网周期刚刚开始，这是过去半个世纪的第五个新技术周期。他估计，移动互联网的增长速度将很快超过互联网，基于 IP 的超级终端以及相应的应用服务也正在增长和融合，并将支撑着移动互联网的迅猛增长。

“3G 用户有望步入快速增长的通道，只要手机价格回落，移动互联网高峰将至。而无处不在的移动互联网络，将加快手机增值业务的快速发展。”英大证券通信行业研究员费瑶瑶表示。

从终端到应用的产业链机会

“一方面，是应用服务领域将促使移动互联网的发展；另一方面，移动互联网也正在以势不可挡的趋势颠覆着人们对终端的认识。”王明旭表示。

2007 年，苹果公司的 iPhone 横空出世，推动了全球 3G 用户以及移动互联网用户迅速增加，也加速了全球智能移动终端的流行。

分析人士认为，随着我国 3G 网络发展渐入佳境，3G 终端将给个人及行业客户带来无与伦比的移动互联网体验。未来，随着中国 3G 的快速发展及广泛应用，移动互联网终端及相关应用必将成为众多消费者的新宠。

目前，国内移动互联网终端仍旧是以智能手机为主，特别是我国 3G 网络商用以后，智能手机市场开始迅速发展。

据了解，智能手机是指像个人电脑一样，具有独立操作系统，可以由用户自行安装软件、游戏等第三方服务商提供的程序，通过此类程序来不断对手机的功能进行扩充，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入这样一类手机的总称。

智能手机的产业链主要包括芯片设计、操作系统平台、手机设计、手机制造、移动运营以及应用软件开发这几大环节。

东方证券认为，从短期来看，目前的争夺仍然集中在运营商借助终端设备的定制对用户基数的争夺，具有创新能力的优秀设备制造商率先受益；长期来看，应用产业生态系统的深度将决定谁是长期赢家。

也有业内人士表示，尽管目前我国已成为全球移动通信终端最大的应用市场和重要的生产开发基地。但是，在移动通信终端核心软件、整机产品设计能力、应用平台软件开发等方面还和国际先进的设计开发理念、技术水平存在较大差距，严重影响和制约了移动通信产业进一步发展。要弥补这些差距，还需要产业链各环节共同努力。(2.12)

【竞争对手监测】

【中国移动】

U 中移动王建国：TD-LTE商用进程加快

中国移动董事长王建国 2 月 14 日表示，“TD-LTE(4G)产业和国际化取得突破性进展，2011 年将成为 TD-LTE 商用的元年，全球将建成 26 个 TD-LTE 试验网。”

王建国还透露，TD-LTE 一旦商用后，现有 3G 就能向 TD-LTE 过渡，也会兼容 2G，形成多模终端。

业内人士认为，王建国此番表态，意味着中国移动将大力推动 TD-LTE 的产业化进程，并期望以其技术优势，吸引更多国际运营商部署 TD-LTE 网络。

建 26 个全球试验网

2 月 14 日，中国移动与全球 60 余家国际运营商、30 多家主流厂商和多个重要国际通信组织共同启动了全球 TD-LTE 发展倡议 GlobalTD-LTEInitiative (GTI)。GTI 是中国移动联合亚、欧、美运营商代表，包括印度 Bharti、日本软银、欧洲 Vodafone、美国 Clearwire 共同发起的，这象征着 TD-LTE 全面走向国际市场。

目前中国移动已经与 9 家运营商签署 TD-LTE 合作协议(NDA/MoU) 推动全球建成或即将建成 26 个 TD-LTE 试验网。AERO2 和 Hi3G 已经和设备供应商签订了 TD-LTE 商用网建设合同，预计 2011 年将有超过 10 个国家和地区开始 TD-LTE 的商用部署。

而在近期，印度和日本等重量级运营商明确 TD-LTE 部署，使得 TD-LTE 全球化商用达到了第一个高潮。TD-LTE 不再是仅有中国一家使用的技术，真正成为了全球技术和全球标准。

在 2010 年上海世博会期间，中国移动的 TD-LTE 演示网络向全球展示了 TD-LTE 的技术优势。

目前，TD-LTE 技术已经得到了国际组织、运营商和设备商的广泛支持，一个包括设备、芯片、终端、仪表、天线等在内的国际化产业链已经逐步成形壮大，TD 产业蓬勃发展，TD-LTE 在全球的大规模试验和商用已经呈现出“箭在弦上”之势，2011 年将成为 TD-LTE 商用的元年。

力促产业链发展

王建国透露，全球通信芯片巨头高通公司已经推出了 TD-LTE 芯片，其他芯片厂商展讯、ST 爱立信也都投入到 TD-LTE 领域，而 TD-LTE 试验网的终端会从数据卡开始，逐步向手机过渡，中兴通讯就推出了 TD-LTE 数据卡产品。

在国内，中国移动在工信部的支持下，也启动了覆盖全国 6 大城市的 TD-LTE 规模性试验工作。

王建宙称，国内 6 个城市的 TD-LTE 规模性试验进展顺利，在一定时期内计划覆盖 5000 万人，为商用做好准备。

面对全球移动互联网飞速发展的巨大机遇和挑战，全球运营商已经达成了共识，应该充分发挥 LTE 大带宽、低成本的特点，大力推动 LTE 的产业化和商用化进程，满足用户对于移动互联网的巨大需求。TD-LTE 技术作为中国自主创新 TD-SCDMA 标准的后续演进技术和主流下一代无线通信技术中唯一的 TDD 技术，与 LTEFDD 同步发展、融合发展。(2.14)

U 中国移动向全球 9 家运营商输出 TD-LTE

中国移动董事长王建宙日前在巴塞罗那国际移动通信大会上透露，中国移动国内 6 城 LTE 试验网将覆盖 5000 万人；王建宙还在努力向国际同行输出 TD-LTE 这一中国自有的 4G 标准，“目前中国移动已经与全球 9 家运营商签署 TD-LTE 合作协议，推动全球建成 26 个 TD-LTE 试验网。”

对于中国移动来说，这更像是一场只能进不能退、只能赢不能输的战争。

2011 年：TD-LTE 商用元年

3G 时代，中国移动主推的 TD-SCDMA 独木难支——除了大陆地区，TD-SCDMA 只在中国香港、韩国首尔等极少数地方建立了小规模试验网，TD 几乎是“自己和自己玩”：鲜有国际主流制造商的全力支持，更不用提国际运营商的大规模组网。

TD-LTE 不会重蹈覆辙。在巴塞罗那国际移动通讯展上，中国移动董事长王建宙努力向国际同行输出 TD-LTE 这一中国自有的 4G 标准，“我们希望更多的国际的运营商来使用 TD-LTE 技术，我们希望更多的国际主流的制造商来参与到 TD-LTE 设备的制造。”

这种鼓动初显成效：最新消息显示，中国移动已经与 9 家国外运营商签署 TD-LTE 合作协议，推动全球建成或即将建成 26 个 TD-LTE 试验网。

其中，波兰移动运营商 AERO2 和瑞典运营商 Hi3G 已经和设备供应商签订了 TD-LTE 商用网建设合同；印度和日本的运营商也明确了 TD-LTE 部署计划。预计 2011 年，将有超过 10 个国家和地区开始 TD-LTE 的商用部署。

中国移动还联合包括印度 Bharti、日本软银、欧洲 Vodafone、美国 Clearwrie 等在内的亚、欧、美运营商代表，共同发起的“全球 TD-LTE 发展倡议(GlobalTD-LTEInit-iative，简称 G TI)”，希望共同解决 TD-LTE 发展的关键问题，加速 TD-LTE 规模商用，推动 TD-LTE 成为全球主流宽带移动通信标准，实现 TD-LTE 在全球的应用和部署。

王建宙说，2011 年，将成为 TD-LTE 商用的元年。

苹果明确表态：全力支持 TD-LTE

“相比难以走出中国国门的 3G 技术 TD-SCDMA，同样是中国自主研发的 4G 技术 TD-LTE 更有希望在全球范围内应用。”相较于 3G 时代，外界对 TD 的集体唱衰，分析师们倒觉得，TD-LTE 的未来不是梦。

苹果日前明确表态，将支持 TD-LTE 网络，且不会放弃中国移动 6 亿用户的市场，这给了中国移动代表的 TD-LTE 的参与者巨大激励。

王建宙透露，中国移动自 2007 年开始就已经开始与苹果展开谈判，如果要合作，几年前就可以签订合同。但公司希望在新一代 iPhone 的开发中，既然推出了 CDMA，那么也能考虑 TD-SCDMA。

“但是苹果有他的难处，因为他们要开发的项目太多，目前安排开发 TD 制式的时间还有一个过程。为了这个问题，两家公司一直在不停地谈判，现在情况一步一步的向前走，苹果已经明确地表示，他们对 TD-LTE 会全力地支持。”

兼容难题

但 TD-LTE 仍面临挑战。首先是产业化进程亟需“提速”，TD-LTE 从实验室向商用的节奏必须加快；二是电信行业是典型的规模经济，TD-LTE 必须尽快做大做强，降低成本，才能在竞争中获得优势。

目前，国际运营商主流的下一代网络演进方式仍是 FDDLTE：欧洲 Vodafone、日本 NTTdocomo、西班牙电信、德国电信、法国电信、意大利电信、美国 AT&T、瑞典 Tele2 等全球绝大多数运营商已经确定了首选 FDD 的演进方式，中国联通也会如此。

为了避免 TD-LTE “出世即边缘化”的尴尬，王建宙明确表示，TD-LTE 要确保兼容性。“以后客户一个终端，既可在 FDD 网络使用，同时也可以 TD-LTE 网络使用。我们的用户可以共享一个网络，这个目标，我们没有在 1G、2G 甚至是 3G 时代实现，但我相信，梦想最终会在 4G 时代实现，在 LTE 时代实现终端的兼容性。”

中国移动还计划推出 GSM+TD+LTE 多模终端，以保证 TD-LTE 向 3G 和 2G 网络的兼容，但这些“希望”目前还停留在构想阶段。

“TD-LTE 的产业化进程比 FDDLTE 落后至少一年左右的时间。”中国移动设计院内部人士直言，全球 TD-LTE 的应用比例相对较少，国际运营商目前多在观望。未来的走向，很大程度上取决于中国移动在国内的 TD-LTE 规模试验网的成败。

一场只能赢不能输的战争

工业和信息化部上月正式批复同意 TD-LTE 规模试验总体方案，将在上海、杭州、南京、广州、深圳、厦门 6 个城市组织开展 TD-LTE 规模技术试验，由中国移动主导建设。

上海移动最新披露的建网方案显示，上海移动 4G(TD-LTE)试验网今年全面启动：3 月底第一阶段形成 200 个宏基站、50 个室内覆盖的网络规模，年底实现商业商务区、政务区等核心区域全覆盖。

王建宙更透露，中国移动 6 城 TD-LTE 试验网规模将达到覆盖 5000 万人。而在中国和全球普及 4G 时间表

将取决于实验的结果。

对于中国移动来说，这更是一场只能进不能退、只能赢不能输的战争。

由于 TD-SCDM A 网络和终端的孱弱，中国移动在面对用户庞大的数据需求和多样终端需求中左支右绌，疲态尽显。趁着中国移动在 3G 上的“内虚”，中国联通用 iPhone 抢占移动的中高端用户，中国电信用“天翼”便宜的资费和成熟的网络挖角中低端。中国移动竞争成本增高——它必须用不断的高额补贴，来打消高端用户的离网冲动——若不是联通 3G 网络覆盖还不那么完善，中国移动会更加痛苦。

“不可回避的是，由于 TD 缺乏竞争力，中国移动在高端市场的品牌吸引力已经有所下降。”接近中国移动的人士表示，用户对数据业务的需求呈爆炸性增长，一方面是中国移动现有 2G 网络无论如何扩容也无法满足需求；另一方面是 TD 有“容量”却很难吸引用户使用，无法与移动 2G 用户完美“对接”。

中国移动计划部副总经理边燕南透露，中国移动 3G 网络的利用率目前还不到 10%。

“由于智能手机及移动互联网的发展，对网络数据需求非常大，在这种情况下，LTE 比原来预期的提前启动了。”王建军将 LTE 的发展提升到战略高度。

TD-LTE 成败，很大程度上将左右中国移动的未来。

时不我待。王建军强调，一方面要联合产业链，打造包括终端、芯片、设备等在内的 TD-LTE 国际化产业链同盟，加快商业化进程；另一方面必须提升 TD-LTE 国际竞争力，坚持走 TD-LTE 与 FDD LTE 深度融合的道路，确立具有中国自主知识产权的 TD-LTE 标准的国际化地位，推动海外运营商的商用部署。

链接

中兴已推出 TD-LTE 数据卡

“TD-LTE 试验网的终端还是从数据卡开始，再向手机过渡。今年的世界移动通信大会期间，中兴通讯已经推出了 TD-LTE 数据卡，我特别满意。”王建军如是称。

由于中国移动已经明确向 TD-LTE 演进，爱立信也携手索尼爱立信与 ST-Ericsson 首次展示了 TD-LTE 语音服务，为 TD-LTE 商用提供保障。

飞象网 CEO 项立刚昨日在微博中透露，TD 产业联盟也已经把 TD-LTE 作为未来方向。在巴塞罗那世界移动通信大会上，“TD 联盟不仅展出了大量的数据卡，还有支持 TD-LTE 的 PAD，酷派生产的第一款 TD-LTE 手机，以及各种网络设备。TD 很快过渡到 LTE 时代的可能性大大增加了。”(2.14)

U 中国移动与上海贝尔合作开发下一代无线接入网

2月15日消息，上海贝尔日前宣布与中国移动签署谅解备忘录（MOU），共同发展下一代无线接入网（RAN）。

上海贝尔与中国移动将联合启动技术和经济研究，还将对建立集成化、协作式的基于云计算的无线接入网（C-RAN）所必需的关键技术进行调研，以便确定成本效益、网络智能和节能（绿色）新标准。C-RAN 将为 GSM、3G 和 LTE 等多种无线技术提供通用的平台，显著提升网络质量和覆盖范围，减少传输资源消耗，可使运营成本（OPEX）降低高达 50%，资本支出（CAPEX）减少 15%。

本次 C-RAN 战略合作将充分利用阿尔卡特朗讯最新推出的 lightRadio 架构。该架构实现了对现有移动和宽带基础设施的突破，彻底简化了移动网络架构并提高了网络效能。由阿尔卡特朗讯的研发巨擎贝尔实验室所开发的全新 lightRadio 系统通过减少和简化网络中基站和大量基站塔的使用，极大地降低了网络的运营成本、技术复杂性和能耗。通常这些设备和设施是网络中最为昂贵、耗电量最大以及最难以维护的部分。

lightRadio 是一个全新的架构，它将通常位于每个蜂窝小区站塔底部的基站分解为多个部件，并在云架构下分布安装在天线或者网络中。此外，通过贝尔实验室的创新研发，该系统还将各种蜂窝站塔天线整合为单一的、体积更小、功能更强大的多频、多标准（2G、3G、LTE）设备，可安装在电线杆上、建筑物旁或其他任何可供电和具备宽带连接的地方。

与中国移动的合作也再次印证了上海贝尔对于可持续发展和绿色环保的坚定承诺，并凸显出其在绿色沟通联盟（GreenTouch）中所扮演的领导者角色。该联盟所开展的全球性研究计划致力于千倍提升信息和通信技术（ICT）网络的能效。绿色沟通联盟最近提出了大规模天线系统的概念验证，通过创新性的无线传输技术提供巨大的网络节能潜力。（2.15）

U 中国移动成功组织全球最大规模 PTN 设备互通测试

日前，由中国移动牵头的全球参测单位最多、参测设备最丰富、测试项最全面的分组传送网（PTN）设备互通测试在京圆满完成。该测试对中国移动主导的基于 G-Ach+Y.1731 的 PTNOAM 方案进行了前瞻性的互通验证，不仅在全球规模最大，而且在我国尚属首次，对推动该方案的国际标准化进程和全球 PTN 技术产业发展具有里程碑意义。

中国移动联合工信部电信研究院成功组织了华为、阿尔卡特朗讯、中兴、烽火和瑞斯康达 5 家 PTN 设备商及思博伦、IXIA、Calnex 等仪表公司参加本次测试，通过 10 个组合共 78 项测试，对 PTN 业务、OAM 和保护的互通进行了验证，测试结果充分体现了基于 G-Ach+Y.1731 的 PTNOAM 方案较高的产业成熟度。

近年来，中国移动对基于 G-Ach+Y.1731 的 PTNOAM 方案的应用进行了积极探索，成功将该方案写入中国通信标准化协会（CCSA）行业标准。本次测试的成功不仅得到了业界广泛认可，为中国移动推进该方案的国际标准化进程奠定了坚实的基础；同时也为产业提升 PTN 设备互通一致性提供了重要参考。（2.12）

【中国联通】

U 中国联通电子渠道迎来开门红 新年首月交易额突破 15 亿

飞象网从中国联通据悉，中国联通网上营业厅在今年 2 月 1 日，单日最高营业额达到 9666 万元。截至目前，包括网上、手机及短信营业厅在内的中国联通电子渠道 2011 年首月交易额已突破了 15 亿元。

通过两年多的运营，中国联通网上营业厅模式已经越来越多的被用户接受和认可。现在，用户通过中国联通网上营业厅可以随时办理话费查询、选号入网、交费充值、积分兑换、套餐变更等多项业务。

联通网上营业厅不仅可以为用户提供多种便利，还提供很多优惠。用户直充或购买全国“一卡充”充值卡，就可享受 9.85 折的优惠；购买 3G 号码可享受免卡费、免邮费的优惠；购买“沃 3G”无线上网卡更可享受 9.5 折的优惠；此外更有 iPhone4 等热门终端可供用户选购。

中国联通网上营业厅已经成为了实体营业厅之外的一个重要销售渠道，不仅为用户提供了更加方便快捷的服务，还使中国联通在电子商务领域占得了一席之地。此外，联通的手机营业厅（wap.10010.com）和短信营业厅（编辑短信 10010 发送至 10010）也可为用户提供话费查询、充值、积分兑换等诸多便捷服务。（2.13）

U 联通将加大 iPhone 4 供货 同步销售 iPhone 3GS

1 月 26 日消息，中国联通相关人士透露，中国联通将在春节期间加大 iPhone4 的供应。同时，iPhone3GS8GB 已被中国联通列为近两个月的重点销售机型，备货工作已延伸至县市。

据悉，iPhone3GS8GB 的备货目前已经结束，各地用户可在当地联通营业厅以及与联通合作的社会渠道购买裸机或办理合约计划购机。

此外，用户也可在联通全渠道（包括联通网上商城、联通华盛网上商城、联通各地营业厅、苏宁电器及其它联通社会合作渠道商）购买 iPhone3GS8GB 裸机。

中国联通相关部门人士表示，带 Wi-Fi 功能的 iPhone3GS8GB 比 iPhone4 早上市两个月，但 iPhone 4 上市后的热销使得 iPhone 3GS 在市场上的关注度有所下降。不过，iPhone 3GS 8GB 的降价使其在二三线城市，尤其是在广东、山东、浙江、湖南、湖北等省份的城市形成热销气氛。

据悉，降价后的 iPhone3GS8GB 裸机价格为 3999 元，比 iPhone4 便宜近 2000 元。各地用户可选择“预存话费送手机”合约计划，以及新增的“购手机入网送话费”合约计划购买 iPhone 3GS 8GB 并签约入网。

目前，一直供不应求的 iPhone4 已让中国联通赚足了市场。截至 2010 年底，中国联通 iPhone 用户已超过百万户，约占联通 3G 用户的 1/10。同时，iPhone 在国内市场的热销也大幅提高了联通 3G 用户的 ARPU 值。（1.26）

U 中国联通将获得西班牙电信董事会席位

中国第二大电信运营商中国联通(ChinaUnicom)将获得西班牙大型集团——西班牙电信(Telefónica)董事会的一个席位，这一最新迹象凸显出中国热衷于投资欧洲和新兴市场企业。

在周日于马德里提交的监管申报文件中，两家公司宣布通过各自拿出 5 亿美元进一步购买对方股票，来加深现有的战略合作协议。

此轮购股操作将使西班牙电信在中国联通所持股份增至 9.7%，而中国联通在西班牙电信所持股份增至 1.37%。

西班牙电信将在下一次股东会议上，提议任命一名中国联通的代表进入董事会。

近期中国公司对与拉美关系密切的西班牙企业兴趣浓厚，中国迫切希望在拉美开展业务，而西班牙电信在那里的业务尤为强大。

中国油气集团中石化(Sinopec)已斥资 71 亿美元，购得西班牙能源企业雷普索尔(Repsol)旗下巴西子公司 40% 的股权。中国副总理、可能成为下一届总理的李克强本月访欧期间，两家公司同意将其合作伙伴关系拓展至新领域。

与此同时，西班牙公司在开展亚洲业务方面姗姗来迟，但有数家公司已在中国作出重大投资，其中包括西班牙电信和该国第二大上市银行——西班牙对外银行(BBVA)。西班牙电信董事长塞萨尔·阿列达(Cesar Alierta)曾表示，希望西班牙电信持有中国联通十分之一股份，中国联通是中国网通(ChinaNetcom)和联通两年前合并后缔造的企业。

在这家扩大后的中国集团中，西班牙电信原先在中国网通所持股份比例有所减小，尽管其股份 2009 年在两家集团战略联盟的第一阶段从 5.4% 增至 8%。

“在合计客户人数达到 5.90 亿、达到全球人口大约 10% 的情况下，我们在战略联盟上迈出的这一步，有助于强化我们的领先地位，”阿列达在评论最新交易时表示。

2009 年，两家集团安排了首轮相互购股，各自拿出 10 亿美元，使中国联通成为首家入股欧洲电信运营商的中国内地企业。

西班牙电信和中国联通已寻求在设备采购、移动通信平台和为跨国公司提供服务方面进行合作，双方计划采取更多行动，与欧洲的前国营垄断电信企业和其他竞争对手展开竞争。

中国联通将以每股 17.16 欧元购买 2183 万股西班牙电信库存股，这一价格是截至 1 月 14 日的 30 天均价。西班牙电信将在今后 9 个月期间在市场上购买中国联通股票。(1.24)

U 已不接受新用户 中国联通小灵通业务退市倒计时

“我们已经不办理新用户入网了，现在，我们就是一个售后服务部门，也算是一个留守部门。”昨日下午，位于沈阳市和平区中山路附近某品牌小灵通售后服务部的工作人员一边玩着手中的游戏机，一边悠闲地对记者说。

新年伊始，中国联通就下发通知不再办理小灵通新用户入网，这也标志着小灵通向彻底退市又迈出了一步，不过，目前沈阳仍有数十万小灵通用户在网，对于这批用户，中国联通表示仍将提供优质服务，何时停止服务目前未接到通知。

小灵通不发展新用户

昨日，位于和平区三经街附近一家经营电信产品的小店店主李星这样讲述他刚刚完成的转型：“我已经不卖小灵通了，现在主要卖三大运营商的 2G 和 3G 手机和号段。”

李星从 2003 年开始做电信生意，经营的第一个项目就是小灵通。7 年多来，小灵通一直是李星的主要利润来源。

在小灵通最火爆的时候，李星也创造过一天销售百部的纪录。即使在去年，一个月卖上 10 部左右也是常有的事。

但是，进入 2011 年，李星不得不彻底地转型，告别小灵通。因为小灵通已经不接受新用户入网了。昨日，中国联通向记者证实，进入 2011 年中国联通就不再接受小灵通新用户入网。

多种套餐吸引转网

与北方的中国联通一样，南方的中国电信也已经不再接受小灵通新用户入网，但是，目前国内还有大量的小灵通用户。

截止到 2010 年 11 月，全国小灵通用户仍有 3034.7 万户。而且，各省市情况不一，北京、上海等一线城市小灵通用户几乎绝迹，例如上海小灵通用户只剩下几万；而二三线城市仍有大量小灵通用户。截止到去年 11 月份，沈阳的小灵通用户依然在 50 万左右。

为了加快转网速度，中国联通启动了一系列优惠政策，吸引小灵通用户转为 2G 或 3G 用户。沈阳联通为转网用户提供了多种转网套餐，而只要预存一定数额话费，即可免费获得一部 G 网手机。另外，还可以参加预存话费赠话费的活动。

在网用户可继续使用

相关人士表示，“灵通升 G”业务开展一年来，沈阳地区已有近 14 万用户成功升至联通 2G 或 3G 网，每月转网量可达 7000 户左右。但是，目前仍然有数十万小灵通用户在网。

业内人士表示，大量小灵通用户不愿转网一个主要原因就是小灵通在资费上的优势。尽管联通等电信运营商推出了多种套餐，但是，无论是 2G 还是 3G 移动套餐的资费都远高于小灵通。所以，在资费没有优势的情况下，大量小灵通用户不急于转网。

另外，还有一些小灵通用户拥有“靓号”，有的甚至是在当年花高价买的如“8888”这样的“靓号”，这部分用户也不愿轻易放弃自己的“靓号”，一部分用户甚至期待小灵通最终强制退市时自己可以得到赔偿。

中国联通表示，对于在网的小灵通用户，中国联通将继续提供优质的服务，何时停止服务，也就是小灵通何时最终退网目前尚未接到上级通知。(2.12)

U 中国联通 3G 应用创新产品 推进行业信息化建设

中国联通“2010 行业应用成果展示会”于今年 1 月在海南三亚举行。记者从中获悉，中国联通针对国内民航业、餐饮业、金融业等十多大行业领域的基础信息化建设及发展需求，强势推出了具有 3G 时代特色的行业应用产品及解决方案。在展示会上，中国联通将包括“电子商务应用”、“物联网应用”、“移动办公应用”等在内的 20 余项 3G 行业应用领域的创新产品向与会来宾进行了充分展示，并获取了行业重要客户及合作伙伴的一致好评。对此，中国联通表示：“中国联通为行业信息化发展打造的特色解决方案，不仅体现出联通在基础通信服务、行业产业链合作及创新产品推广三大方面的差异化优势，同时也对我国相关行业信息化的转型升级起到至关重要的推动作用。”近几年，我国行业信息化需求正日益凸显，各大企业为提升自身市场竞争力，都在不断拓展其信息化的相关业务应用。然而，

我国行业信息化的发展建设尚处在初始阶段，从网络到应用、从内容到服务都稍显薄弱，公司内部的基础信息化、电子商务、内勤管理等环节的建设水平更是一度缺少系统的信息化解决方案。为此，中国联通不断致力于开拓创新信息化产品应用，全力推动行业信息化发展建设，为客户提供贴心的信息化解决方案和技术保障。

自 2009 年获得 WCDMA 3G 牌照并正式推出 3G 业务以来，中国联通的 3G 网络已经覆盖全国县级以上城市，3G 总用户数已超过 1400 万户。同时，中国联通基于其优质的基础通信服务及 3G 网络技术，在 3G 行业应用领域不断积极开拓与创新，更是结出了累累硕果。

中国联通这众多的行业应用成果与辛苦努力也得到了社会各界的广泛认同。2010 年，中国联通先后获得了“2010 中国城市信息化杰出服务商”、“2010 中国城市信息化卓越企业奖”、“2010 推进两化融合杰出贡献企业奖”、“中国信息产业最具社会责任感的企业”、“2010 中国城市信息化产品创新奖”等一系列重大奖项。

不少重要客户代表在本次成果展示会上表示：“中国联通拥有世界上最大的互联网及手机用户群，希望其以 3G 技术为核心推出更多具有特色的行业信息化解决方案，提供更好的客户服务。”对此，中国联通表示，在信息化发展的道路上，作为信息生活的创新服务领导者，中国联通将继续推进实施 3G 领先与一体化的创新战略，坚持为行业客户提供以创新科技为核心的全方位、高品质移动信息化服务，实现客户价值与企业价值的共赢。(2.15)

【中国电信】

u 中国电信将推 C 版 iPhone 运营商热衷帮苹果打工

目前中国电信正在对苹果 iPhone 手机进行入网测试，并与苹果公司商谈尽快将其引入中国市场。究竟何时正式引入电信版 iPhone 手机还要看双方谈判结果。但有电信内部人士称：“很快就要上市了。”

电信

正引入 iPhone4

据悉，中国移动一直在与苹果商谈引入 TD 版本的 iPhone，而中国电信也加快了步伐，本月 11 日，随着 CDMA 版 iPhone4 在美国上市，国内引入 CDMA 版本的 iPhone4 也进入倒计时，由于中国电信与苹果公司尚未正式签约，涉及保密问题，中国电信对外三缄其口。

记者在淘宝网上看到，已有 CDMA 版本的 iPhone4 水货手机出售，价格在 5500~6000 元，比联通版 iPhone4 便宜数百元。不过，该手机均为“机卡合一”，需要以“烧号”的形式使用(所谓“烧号”就是把手机号码相关数据写入手机内部，与手机绑定，而非直接插入 SIM 卡或 USIM 卡)。

有消息人士透露，广东电信的产品部门正在测试入网使用 iPhone 手机，预计将在全国率先引入机卡分离的 iPhone4 手机。对于“机卡合一”的水货手机，预计中国电信也不会禁止其入网使用。

另外，CDMA 版本的 iPhone4 理论上支持双模功能，但消息透露，电信内部已经基本确定只引入单模 iPhone4。

预计，引入 iPhone4 将极大地刺激中电信手机用户的增长。据广州电信透露，如今 CDMA 用户达 200 多万户，预计引入 iPhone4 等手机后，明年 CDMA 用户将突破 300 万户。

运营商

高额补贴令利润下滑

最终的受益者仍是苹果公司。苹果业绩报告说，在截至 2010 年 12 月 25 日的这一财季，该公司营业收入和净利润分别达到 267.4 亿美元和 60 亿美元，分别比上年同期增长 71% 和 78% 左右。按营收计算，苹果超过诺基亚成为全球第一大手机厂商。

在中国，iPhone4 受到中国三大运营商的热捧，但运营商付出代价可谓不小。

有传闻说，中国电信正进行 CDMA 版 iPhone 手机的内测，可能计划提供比联通更高的补贴。如果消息最终属实，在苹果 iPhone 热销甚至断货的背后，又一个电信业巨头可能背负起沉重的负担。(2.16)

U 中国电信全面启动城市光网建设

在信息化的道路上，互联网扮演着无法替代的角色。因此，良好的网络无疑是一切智慧生活的基础和保证。而光纤接入则是提升网络速率的最佳途径，可以让城市的信息公路变得更宽阔、更畅通。在电波飞舞和光波变幻间，用户也将可以驰骋在城市的“光速”公路上，乐享无限智慧生活。中国电信，便是这一公路建设过程中的得力干将。

现实：城市光网建设全速启动

城市光网建设，是近年来城市建设过程中一个颇为热门的话题。而作为中国三大运营商之一的中国电信，一直致力于通过提升宽带速率、扩大宽带普及率打造物联网，实现信息化智能城市，是建设城市光网与智慧城市的当之无愧的中坚力量。

城市光网建设的道路上，上海是先驱者。据报道，上海市委副书记、市长韩正近日前往中国电信上海公司，实地调研上海城市光网建设推进情况。韩正说，城市光网是上海建设“智慧城市”的关键，是上海加快建设“四个中心”、加快提升国际竞争力的重要基础设施。要以“宽带、泛在、融合、安全”为核心，在“十二五”期间，把城市光网建设放在更加重要的位置上全力推进。

作为三网融合首批试点城市之一，深圳也不甘示弱。一直以来，深圳的城市信息化建设也总是走在全国各地的前列，光网建设自然也是一马当先。中国电信不久前在深圳正式启动“光网城市”计划，100 兆光纤将铺进深圳市民工作生活的各个场所，本地网络基础设施将从国内领先水平向国际一流水平看齐。去年，深圳电信启动了 100M 接入带宽的光纤到户工程，分为光纤到户和光纤到楼两种规模建设方式，可为用户提供接入速率 10M~100M 的高速宽带网络服务。百兆光网好高清，优质的宽带服务，也让深圳市民充分感受到了信息生活所带来的种种便利。

在几个月前落幕的广州亚运会上，中国电信投资近 3000 万元建设了具备示范效应的“光网城市”项目，为媒体村、官员村和运动员村全部 86 栋楼宇、8248 套房间提供最先进的新一代宽带互联网综合业务系统，实现 10G 进亚运村、1000M 进场馆/楼、100M 到房间桌面。媒体村、运动员村和官员村近万户全部光网入户，让亚运城成为名副其实的光网小区，用光通信网络点亮了城市的信息化之光。

功效：智能光网助力信息化进程

从本质上来说，光网建设是推进国家信息化进程的一个重要环节。可想而知，在互联网加速发展的今天，随着中国网民规模的逐渐扩大，如何保持网络畅通自然成为一个关键的问题。而城市光网的建设，无疑可以有效地提升宽带整体水平，进而提高城市的信息化水平，为智慧城市的建设添砖加瓦。

江苏邮电规划设计院副院长张敏锋表示，城市光网是泛在网络的基础，是正在培育的物联网/泛在网及后期智慧城市的基础承载网络。作为物联网与智慧城市建设的坚实后盾，光网络建设的重要程度可见一斑。

不只是中国，目前全球都掀起了新一轮宽带提速。据悉，世界主要发达国家普遍将 100M 宽带作为升级的目标。根据美国一项宽带计划，将在 2020 年前向美国家庭提供更快速的网络，包括向 1 亿美国家庭提供速度为 100M 的网络。欧盟委员会则提出，到 2013 年，全面普及宽带网，到 2020 年所有互联网接口的速度将达到每秒 30M 以上，其中 50% 家庭用户的网速要在每秒 100M 以上。

在这一大背景下，中国电信在部分大城市部署 100M 光纤到户工程，可谓一举两得，一方面可以应对全业务市场日趋白热化的竞争，从而抢占融合业务发展的制高点；另一方面，作为一个有责任心的运营商，中国电信这一举措无疑是促进国家信息化发展的重要助推器。从这一点上而言，城市光网建设，不仅是一场技术革命，更是国家和城市的一种发展战略。

愿景：用户乐享“光速”智慧生活

对于用户而言，城市光网建设所带来的好处是切切实实的。如今，网络已经成为人们生活中不可或缺的一部分：网上办公助力各大企业腾飞；网上购物让淘宝族乐在其中；网上教育让淘课族尽享各种先进教学理念；网络电话破解了电话资费难题；网络冲浪让用户足不出户便可知天下……总之，网络无处不在，无时不有。在这个互联网无孔不入的时代，如何让用户实现高速上网并享受高清体验，就显得尤为重要。而徐徐铺开的城市光网，则可用优质的网络，让人们的生活发生魔术般的变化。

对于用户而言，光网络意味着可以享受更加丰富多彩的网络视频资源、更流畅清晰的网络电话、更给力的网上应用……当然，光网络的魅力远不止于此。譬如，实现了无线家庭网关的建设，用户就可以在每个房间都可以使用 IPTV 看高清电视，精彩节目尽收眼底；而有了高速高质的宽带作为后盾，“家庭全球眼”、“传感器”等终端都将化身为你生活中的得力助手，记录着你生活的方方面面。而未来，随时随地都可以上网、打电话、看视频；通过家庭网关进行家庭安防以及信息家电控制都将轻而易举……换言之，城市光网将为用户打造更加便捷与智能的崭新生活方式。光网城市的全面建设，将使整个城市形成一个巨大的网络，覆盖着人们生活的各个细节，记录着城市生活的每一刻变动与进步。届时，物联网、智慧城市触手可及。另外，恰如业内专家所言，网络全覆盖有利于城区管理的精细化，借助网络能够实施全程的监控，在治安管理和社会防控方面，同样可以资源整合，使城市的管理更具智慧。

中国正在光网城市建设的道路上大踏步前进，光网络如一副华美的壮锦，随着发展进程的推进而缓缓铺开，为用户展现出多姿多彩的生活。相信不久的将来，奔行在城市光速公路上的用户，将能尽情体验光速智慧生活所带来的风驰电掣、无微不至且无所不能的快乐。(2.16)

U 中国电信上线动漫业务平台

昨天，记者了解到，中国电信动漫运营中心“爱动漫”平台通过测试正式启动商业运营，并实现了首批动漫产品的上线，中国电信也实现了动漫产品、天翼视讯、天翼阅读的系统对接。

据了解，目前，中国电信的“爱动漫”门户支持频道概览、快速搜索、排行查看、内容点播、评分推荐、资讯浏览等功能，中国电信用户通过手机登录“爱动漫”WAP 门户，或以电脑登录“爱动漫”WEB 门户，都可免费在线欣赏国内外优秀的漫画、动画原创作品，还可自助制作发送动漫彩信，订阅手机期刊等。(2.16)

U 中国电信 CDMA 手机销量在国内市场占比升至 25.7%

1月26日消息，国内 CDMA 手机销量的最新情况于近日出炉。根据市场调研公司赛诺的报告，截至 2010 年 12 月，CDMA 手机已占中国手机市场销量的 25.7%。其中，国内 CDMA 手机市场 2010 年度销量最大的为三星和华为。

赛诺的报告显示，2010 年 12 月份，在国内 CDMA 手机销量排名中，三星仍排在第一，市场份额为 24.6%，较上月下降 1.3%；华为排第二，市场份额为 18.3%，较上月增长 2%；中兴和酷派分列三、四位，市场份额分别为 11.9% 和 10.3%。

此外，老牌 CDMA 手机厂商 LG、海信分列第五、第六，市场份额分别为 4.9% 和 4.3%；天语和摩托罗拉排在其后，市场份额分别为 3.8% 和 2.6%。

在单款机型的销量方面，三星和华为相对领先。赛诺的报告显示，2010 年 12 月份，CDMA 手机单款机型销量排在前六位的有两款三星手机、三款华为手机、一款酷派手机。其中，三星 B309 和华为的 C8500 分列前两名。

一直以来，三星是全球 CDMA 手机的头号厂商，在中国 CDMA 手机市场也一直居于首位。不过，由于中国电信对产业链的引导，CDMA 手机厂商逐渐增多，市场份额也日趋均衡。

截至 2010 年底，国内各类 CDMA 终端研发、供应和生产厂商已达到 270 家，各类在售 CDMA 终端超过 800 款，比 2009 年增加 50% 以上。其中，EVDO 制式 3G 手机入网机型至 2010 年底已达到 304 款，在售机型平均价格比年初下降 54%，销量逐月攀升，12 月份的月销量比 1 月增长了 5 倍以上。

根据赛诺的报告，国产手机厂商已后来居上，并已在中国市场超过 LG、摩托罗拉等国外品牌。数据显示，2010 年 12 月销量增长最快的三款机型分别是华为 C8500、C5700 以及酷派 S1。其中，华为 CDMA 手机全球累计发货至 2010 年底已超过 7000 万部，而华为 EVDO3G 手机、3G 智能手机在中国市场的发货量也超过 900 万部，销售额比 2009 年上升 30%。(1.26)

U 中国电信用户将超一亿

“2010年中国电信净增用户总量达到3400万户,使得总用户数量超过9300万。”中国电信集团公司总经理王晓初日前在北京举行的中国电信CDMA终端产业链年会上公开表示,“2011年第一季度,就能超过1亿用户。”

会议上还宣布,2010年终端销售量比上一年增长了50%以上,达到4500万部。同时,CDMA产业链逐步发展壮大,目前各类CDMA终端研发、供应和生产厂商达到270家,各类在售CDMA终端超过800款。

王晓初同时透露中国电信2011年在CDMA终端销售和用户发展商的具体目标:“2011年全年国内的CDMA终端需求量将超过6000万台,而新增用户总量也将超过2010年的3400万户。”

王晓初称,2011年中国电信将与产业链合作伙伴共同推动3G手机的普及,促进3G智能手机的快速增长。在新增用户中,将有超过2/3的用户将直接选择使用3G手机,而从终端提供角度,将销售超过3000万台3G手机。他建议手机商“尤其要关注700-2000元价格区间的3G手机,这是消费者最关注的”。

有关资料表明,截至2010年11月,中国新增手机用户,3G用户所占比例,已经超过30%,同时这一数据也表明,3G用户总量已经达到中国手机总用户量的12%。(1.24)

【各地动态】

【华北市场】

U 石景山开建 3G 应用产业示范基地

中关村石景山园有关负责人日前在“3G 应用产业研讨会暨移动互联网 CEO 沙龙”上表示, 石景山园正在打造一个 3G 应用产业示范基地, 并积极与工信部等国家部委对接, 争取成为国内第一个国家级的 3G 应用产业示范基地。

据悉, 该基地定位于 3G 应用行业的资源整合平台, 将搭建一个公共技术支撑平台、交易与合作平台和快速上线平台, 探索 3G 应用产业融合发展模式, 打造国家 3G 应用产业创新发展的示范窗口。

中关村石景山园有关负责人透露, 为了推进基地建设, 石景山区已经成立了 3G 应用产业促进办公室, 目前, 基地的建设工程已经启动。基地位于中关村石景山园北区的核心位置, 西山八大处脚下, 一期总占地面积 135 亩, 总建筑面积 26 万平方米。在“十二五”时期, 石景山园将投资 300 亿元打造特色园区, 建设工作包括道路建设、市政基础设施建设、楼宇建设和产业平台搭建, 重点支持以 3G 应用、数字媒体等为代表的数字娱乐产业发展。

石景山区设立了每年 5 亿元的园区发展专项资金, 支持中关村石景山园创意创新企业的发展。这其中, 有很大一部分资金要投入到以 3G 应用等为代表的数字娱乐产业的集群化发展中。(2.15)

U 天津 50 万小灵通号码将停用 改换 2G 资费不变

按照工信部的既定部署, 今年年底前小灵通将彻底退市, 届时天津市将近 50 万个小灵通号码也将全部停用。但近期记者在采访中却发现, 在很多市民将小灵通升级至 2G 手机的同时, 生命期还剩不到一年的小灵通号码却逐渐成为了一些网上二手交易平台上的“新星”。二手交易原本十分正常, 不过理论上应渐渐淡出人们视野的小灵通号码却焕发出新的生机着实有点怪。通过调查记者发现, 小灵通升级为 2G 手机后网络更优但资费仍相对低廉是其最大的卖点。

在赶集网、58 同城网、天津二手网等大型二手网上交易平台的手机号码交易频道中, 都出现了许多出售、转让乃至求购小灵通号码或是小灵通升级后手机号码的帖子。在这些帖子中, 出售的既有普通号码也有多位连号的靓号; 资费多集中在 35 元包月 1000 分钟、50 元包月 1000 或 2000 分钟等类型上; 号码的价格则从最低的几元到上千元不等, 甚至还有网友在 58 同城网上为自己 XX333333 这个 6 位连号的靓号开出了上万元身价。

去年年底, 本市小灵通主要运营商天津联通就推出了“灵通升级”活动, 使部分小灵通用户可在保留原资费的情况下升级至联通 2G 网络。虽然, 升级后会受到不能漫游等限制, 但这对于一些需求单一或通话量大的用户来讲却颇为合算。仅从通话时长来讲, 小灵通以月租 50 元享受 2000 分钟通话时长的资费标准为例, 升级 2G 后资费不变一年话费为 720 元; 天津联通 2G 新入网用户以月租近似的大众卡 46 元资费为例, 每月可享通话时长为 390 分钟, 若

同样使用至 2000 分钟时,按超出后拨打本地电话 0.12 元/分钟标准计算,每月话费约为 239 元,一年话费则约为 2868 元。

与此同时,记者也发现除话费低廉外,靓号本身也是促使二手小灵通号码交易升温的原因之一。本市一位田先生就在网上发帖,其原有的小灵通号码 XXXXX888 是花了 1000 元买来的靓号,但目前并没有针对靓号的升级政策,一旦办理了升级原号只能作废,这让他有些苦恼。在天津赶集网二手手机号交易频道,不少出售小灵通号码的帖子里都出现了“自用靓号转让”、“连号便宜出售”的字样。对此,天津联通 10010 客服代表表示,目前联通还未出台针对小灵通靓号的升级政策,靓号用户办理升级后原号只能作废。

其实,不管是出于何种原因,小灵通号码的“风光重现”都展现出了小灵通用户群在移动通讯资费上的特有需求,也对运营商今后能否继续提供更加合理、更加多元化的资费标准以及更优质服务提出了更高的期待。(2.16)

U 北京电信推出 VIP 客户短信一键查询服务

北京电信面向 VIP 客户推出一项新的服务举措。即日起,北京电信 VIP 客户可以利用短信查询客户经理信息和会员卡信息的服务,同时可利用 VIP 会员卡在机场享受 VIP 休息室服务;如果到中国电信联盟商家享受餐饮、休闲、娱乐消费,可实现折扣优惠。

这是北京电信的客户俱乐部——天翼客户俱乐部为俱乐部会员推出的又一项新的便捷服务。如果用户是北京电信 VIP 客户,忘记携带 VIP 会员卡,只需发送短信,即可随时查询 VIP 会员卡卡号,或查询客户经理的联系方式,以便享受到尊贵的会员服务。

北京电信为每一位 VIP 客户配备了专门的客户经理,为客户提供业务代办、上门拜访等专属服务,现在发送 CXKHJL 到 18910010000,即可查询您的客户经理信息。

北京电信 VIP 客户只要出示 VIP 会员卡或报出会员卡卡号即可在全国范围的机场享受尊贵 VIP 休息室服务;在中国电信联盟商家(餐饮、休闲、娱乐等)享有专属折扣优惠。

如果您忘记携带 VIP 会员卡,只要发送 CXHYK 到 18910010000,即可查询您的 VIP 会员卡卡号,享受到贴心的会员服务。(2.10)

U 中国移动启用 182 号段 天津部分营业厅可买

随着全国手机用户的不断增加,为解决号码资源短缺的情况,中国移动开始在全国各地陆续启用 182 号段。据了解,目前 182 号段在本市也已正式启用,部分营业厅可以买到 182 号段号码。

“目前,本市也已经启用了 182 号段,但是号码比较少,并且只有少部分营业厅可以买到该号段的手机号码。”中国移动的客服代表告诉记者。

随后记者走访了卫国道、玉泉路等部分营业厅,现场工作人员表示:“听说本市将启用 182 号段号码的事情了,但是目前我们营业厅还没有出售过该号段的号码。”

据了解,从去年下半年开始,中国移动曾在国内部分地区启动 182 号段,但并未真正大规模推广,直到去年年底和今年年初,中国移动才开始大规模启用 182 号段。去年年底,中国移动上海公司正式启用 182 号段,截至目前,共启用了 180 万个号码。今年 1 月份,北京移动也启用了首批 87 万个 182 新号段号码。(2.16)

【华东市场】

U 沪三网融合核心资源重装上阵 打造全产业链

借三网融合东风,东方传媒旗下的百视通借壳广电信息上市后,连续走出四个涨停。大多数投资者看好重组后的广电信息主要是因为百视通的新媒体概念。然而实际上与百视通同时进入广电信息这一“壳”的还包括文广科技、广电制作、上海信息投资股份有限公司(以下简称“信投股份”),这些概念的价值却鲜有人关注。

上海东方传媒集团副总裁张大钟日前接受本报独家专访时坦言,信投股份的同时注入反而更体现了上海布局三网融合的整体思路,该公司是上海有线网络运营商东方有线的控股股东,战略持有上海市有线网络及信息管线资源,实际上服务于上海三网融合战略,是此次注入广电信息体现了上海三网融合产业链核心资源的重组和重装上阵。

“新媒体”概念支撑股价

1 月 11 日,广电信息发布了其重大资产重组预案:公司以现金 12.23 亿元及向东方传媒非公开发行股票以购买东方传媒持有的百视通网络电视技术发展有限责任公司(以下简称“百视通”)51.7763%股权、上海文广科技(集团)有限公司(以下简称“文广科技”)100%股权、上海广电影视制作有限公司(以下简称“广电制作”)100%股权、上海信息投资股份有限公司(以下简称“信投股份”)21.33%股份。

同时,广电信息向同方股份、上海联和投资有限公司(以下简称“上海联和”)等九家百视通其他股东非公开发行股票以购买他们持有的百视通合计 48.2237%的股权。

一旦重组方案获得相关部门批准,东方传媒集团旗下新媒体将成为集团首个成功上市的业务板块。这一预期使得广电信息一经复牌便备受追捧,连续走出 3 个“一”字板,14 日该股停牌一小时后复牌再度直线涨停。

对注入资产的质量和持续的爆发力,分管新媒体业务的张大钟信心满满。

“注入业务的核心资产还是百视通。”张大钟坦言。而百视通的核心业务就是 IPTV(Internet Protocol TV),这是一种以电信宽带网络为传输渠道,以电视机为终端,集互联网、多媒体、通讯等多种技术为一体,向家庭提供点播、直播等多种交互式服务的崭新产品,是数字电视的一种先进形式。

据张大钟介绍,根据保守估算,百视通占有中国 IPTV 市场份额超过 80%。广电信息注入资产 2009 年合计收入约 6.93 亿,净利润约 1.82 亿,其中百视通收入占比约 51%,净利润占比约 60%,而百视通中,IPTV 及广告业务收入占比高达 90%。

在地域扩展上,2005 年,百视通的母公司 SMG 获得了国家广电总局颁发的全国首张 IPTV 集成运营牌照,在上海、福建、浙江、陕西、辽宁、黑龙江等省市开展 IPTV 商用或试验,目前除 130 万用户集中在上海外,全国其他省

份用户已有约 300 万。

“目前百视通不仅是中国最大的 IPTV 运营商，也是全球最大的 IPTV 运营商。这种由广电内容运营商来管理内容、电信运营商负责渠道建设的合作模式，成为在世界范围内的主流模式。”张大钟表示。

尽管在用户数上占得先机，但张大钟认为最难得的是百视通商业模式的突破。“目前，百视通还是中国付费电视最大的运营商，用户规模第一；此外，百视通还是全球最大的 IPTV 广告运营商，”他说，“这些都是广电和电信合作后对原有商业模式的创新。大家都知道，广电做广告，电信做收费，而这两种模式都出现在了 IPTV 中，未来电视购物、游戏等应用还将不断发展。”张大钟坦陈，这些模式创新都是 IPTV 创收的重要支撑。

“中国 IPTV 用户每年以 50%-100% 的速度增长，随着三网融合政策的进一步明朗，这个速度将越来越快，国内市场增长潜力巨大。”他表示。

信投股份注入三网融合布局谋定

在东方传媒置入广电信息的资产中，有信投股份 21.33% 股份。尽管鲜有人关注，但张大钟告诉记者，信投股份下控股的许多骨干型企业实际上都是在为三网融合服务，这“既是东方传媒集团内部关于新媒体的整合；也体现了上海布局三网融合的整体思路，是大范围三网融合资源的重组和重装上阵”。

公开资料显示，信投股份是上海市政府为加快上海信息港建设，全面提高上海国民经济和社会信息化水平，于 1997 年 9 月批准设立的投资公司，目前注册资本为人民币 37500 万元。其核心战略支撑业务之一就是“两个网络”，即“以三网融合为目标的有线电视网和覆盖全市的信息管线网”。

在股东结构中，东方传媒是信投股份的第三大股东，持有 21.33% 的股份；前两大股东分别是上海联和投资有限公司和中国电信股份有限公司，分别持股 34.67% 和 24%，上海上实（集团）有限公司持有其另外 20% 的股份。

目前，信投股份已经建成并运营全球最大的有线电视城域网络，覆盖约 240 万户家庭用户；建成并运营上海第二大信息通信管线网络，为电信和广电运营商提供管道线路的维修建设。

更值得注意的是，信投股份还是上海有线网络运营商东方有线的控股股东，持有其 51% 的股权。去年三季度，东方有线被确立为上海有线网络的整合平台，包括浦东新区、闵行区、宝山区、嘉定区、松江区、青浦区、奉贤区、金山区在内的 8 个区的有线网络将在完成自身整合的前提下，由东方有线以控股或资产入股的形式并入东方有线平台。届时，上海郊区县 300 万用户将注入东方有线，其用户规模也将超过 550 万户。上海市政府将对整合及数字化整转提供资金补贴及政策支持，并在 2012 年前基本实现全市数字化整转。

据悉，目前信投股份收入主要来自东方有线和信息管线，2009 年公司净利润近 2.95 亿人民，而去年前八个月的净利润也有 2.19 亿元，盈利稳定。另据广电信息预案中的数据显示，2009 年公司利润占比第二位的就是来自信投股份的投资收益，占了总利润的 35%。

刨除稳定的投资收益，此次“打包”资产的战略考量也浮出水面。广电信息除将拥有百视通 IPTV 核心资产，还有作为信投股份第三大股东战略持有上海市有线网络及管线资源，可谓整合了三网融合产业链上下游的核心资源。无论是通过电信渠道还是有线渠道开展业务，广电信息都有望灵活调配资源，加以应对。

多屏融合全业务起跑

随着三网融合的推进，电视、计算机、手机的多屏融合也成为不可阻挡的趋势。早在去年初，东方传媒已经率先对旗下所有的新媒体业务进行了整合，即将经营 IPTV 业务的百视通公司、经营手机电视的东方龙新媒体公司和经营网络电视的东方宽频公司打包，形成了新“百视通”公司“三屏融合”的业务布局，使得百视通率先实现了多屏融合，全业务起跑。

从电视业务来看，随着东方有线大力推广互动数字电视，业界预计的 IPTV 与数字电视之间此消彼长的情况却并没有出现，“市场容量超出了想象，使得几种形式都有生存的空间。”张大钟表示，“以上海为例，电视机户均超过 2 个，目前装了 IPTV 的用户并没有退有线电视，可以说微妙的服务差异也造就了新消费需求。”

张大钟表示，这正体现了三网融合的真正用意，即推动运营商——无论是广电还是电信——改善服务，提供质量好、互动性强、内容丰富、价格优惠的产品，以拉动消费。“三网融合不是电信和有线网的相互替代，而是大家齐头并进，给消费者更多自由选择的空间。”

据张大钟介绍，经过 5 年的摸索，东方传媒集团 SMG“播控平台五大系统”已经纳入国务院三网融合试点方案中，“五大系统规范了广电和电信部门的分工，即广电负责集成播控，电信负责通道传输、运营维护和服务，目前首批试点的 12 个城市都是按照这个技术标准和规范进行三网融合业务推进的。”

此外，百视通的 IPTV 系统软件还远销法国电信。“百视通与出生于传统广电系统的新媒体公司很大的不同是，公司拥有自己的研发团队和 50 多项专利，我们首先把自己看作高科技公司，核心技术是立足之本。”张大钟表示。

去年底，百视通与中国银联携手推出了我国首个电视支付系统平台，共同打造银行卡电视支付产品和标准，创造了三网融合趋势下新媒体平台与电子商务、金融支付相结合的电视支付新模式。

目前，百视通还在与康佳等家电厂商联手开拓互联网电视，并且正向智能电视的方向演进。而在互联网视频领域，东方宽频作为广电系统最早介入网络视频的公司，随着版权、知识产权保护力度越来越大，其正版版权优势有望进一步释放。另外在手机视频方面，东方龙已有明确的付费盈利模式，成为百视通业务的第二大支柱。张大钟表示上市后，公司在移动互联网方面的投入将会加大。

另外打包注入的文广科技和广电制作也定位为技术服务型公司。以文广科技为例，其业务主要是为全国电视机构、数字电视、高清、3D、互联网电视甚至中国电信和中国移动提供视频设备和技术服务；目前 90% 的业务来自非上海地区。

据张大钟透露，百视通正在依托云计算技术建设实施广电视频云，立足“一云多屏”的战略，将内容集成分发至不同的终端；此外文广科技和广电制作将为这一战略提供相应的技术支持，信投股份则负责三网融合中的骨干网络投资。由此，重组后的广电信息完整覆盖了三网融合产业链上各环节业务。（发布时间 2.14）

U 南京电信开办移动互联网社区

近日，南京电信举办了移动互联网社区开幕仪式暨系列讲座第一期。据了解，“移动互联网社区”采取客户经理和管理团队成员自愿参与的形式，对移动互联网终端、网络和应用等进行研究并输出成果。

目前，传统互联网的社区化正在成为潮流，移动互联网也正朝着这一方向迈进。交友社区、游戏社区、音乐社区是目前移动互联网上比较热门的几类社区。南京电信“移动互联网社区”原则上每两周开展一次内部活动，活动内容包括集网络互动、商务信息和生活娱乐实用功能为一体的移动互联网海量应用介绍与交流手机心得、手机操作、业界资讯、行业拓展等。社区每期活动结束后需要输出成果，例如以期刊等形式向全公司进行展示，对外进行培训等，通过以上途径扩大社区影响，提高社区名声。

通过开展社区活动，南京电信首先着力培训自己的互联网移动业务专家，不断提升他们的综合素质，通过示范效应，使他们在成为移动互联网手机应用专家的同时，更好地成为客户的电信应用参谋，引导和指导客户的移动业务选择和应用。(2.15)

U 上海电信总经理：宽带月使用费可降至每兆 9 元

上海政协委员称建智慧城市不能加重居民负担

“十二五”规划纲要草案中的上海将建设“智慧城市”，引起市政协委员广泛关注。在他们心目中，“智慧城市”是什么样的，每个人都有独特的理解。昨天下午，在政协相关专题会议上，委员们畅所欲言，有委员表示要建立智慧城市年度信息发布制度；也有委员指出，智慧城市建设不能变相为一种被服务、被宽带的工程，加重老百姓负担。

带宽使用费会大幅度降低

对于智慧城市的基础建设，市政协委员张维华着眼于加快城市光网的建设，因为高速带宽能确保信息的快速传输。2009 年 6 月，上海率先提出光纤入户，当年年底已经达到 150 万户。然而上海市的平均带宽和世界大都市相比仍有一定差距。他说，目前处于“跳变期”，只要经过 2-3 年，带宽大幅度升高的同时费用会相应降低。

针对目前部分市民对这一工程难以接受的情况，张维华希望加强宣传和舆论引导，并建议市政府发布光纤入户的公告，提高相应的公信度，使市民对城市光网的认识增强。在建设中，居委会也可多做一些说明解释工作，与电信部门齐心协力推进工程建设。

他表示，目前 2 兆宽带月使用费用为 150 元，平均每兆 75 元，在“城市光网”覆盖后，月使用费可降至每兆 9 元。

信息共享，长三角应互动

市政协委员奚自立认为，智慧城市的基本结构是复杂的系统互动，同时能实现信息的共享。他举例说，各个医院目前并不共享患者的诊断资料，而智慧城市可以实现这一要求。

他对智慧城市互动共享的基本结构阐述，得到了与会政协委员的认同。多名委员进一步提出，互动、共享还可以体现在跨部门、单位的信息应用上。同时，上海成为智慧城市不应自我封闭，应与长三角有效实现信息共享和智能互动。

信息应确保安全和健康

在实现信息共享的前提下，杨庆根、韩正之、李皓等委员更关注信息在共享中是否安全。他们不约而同地指出，信息传播的标准应该是安全、健康。

他们谈到，在智慧城市中，信息的安全保密性不可忽视。而信息应该具备有效记载和查阅性，这样可以避免“李鬼”维修点网络随意发布信息骗人等情况。他们同时认为，大众信息应确保健康性。

市政协委员辛春华说，安全不仅是信息系统本身的安全，也应该包括和信息系统联系的物质世界的安全。因此，制订相应的与信息互联的产品质量标准，也非常必要。

建立年度信息发布制度

智慧城市的内容包罗万象，小到个人生活、大到政府公共服务，有委员提出，要明确智慧城市的示范产业，要侧重发展。委员们表示，智慧城市的核心是个“大协调”。

市政协委员史一兵表示，智慧城市一定要有一个强有力的指导部门，指导协调各方面建设。他提出，建设智慧城市应该允许失败、允许探索。这一点，与市政协委员曹振全的想法不谋而合，他建议说，要建立智慧城市年度信息发布制度，及时发现问题总结经验。

要考虑差异化群体需求

在智慧城市建设上，很多委员提出，涉及到智慧城市的具体建设工程，政府应制订标准，由利益无关的第三方对相关的建设方案工程进行审查。

市政协委员袁刚提出，智慧城市建设不能变相为一种被服务、被宽带的工程，要考虑校区、政区的差异化群体的需求，以公益性、服务性为主。他表示，假如费用跟着智慧化步伐提高，也会加重百姓负担。（1.25）

U TD-LTE“十二五”初覆盖上海 中国移动给力智慧城市

据《劳动报》报道，TD-LTE 将在“十二五”初期完成上海密集城区、普通城区、城镇中心地带的连续覆盖，及其它区域的热点覆盖。近日，中国移动上海公司总经理郑杰在 2010 年上海世博会科技工作总结表彰大会上透露说。会上，中国移动“世博 TD-LTE 应用示范”课题组被授予“世博科技先进集体”荣誉称号，中国移动通信研究院黄宇红、中国移动上海公司计划部研发中心孟忻被授予“世博科技先进个人”。

郑杰介绍说，目前，中国移动上海公司正与浦东新区筹备，联手把张江打造成为首个由我国主导的 TD-LTE 技术为引领，中国移动 2G、3G、WLAN、4G 四网协同的智慧城市示范区。同时，中国移动上海公司已先后与闵行区政府、普陀区政府签署合作协议，积极推进 TD-SCDMA 示范区建设，重点聚焦智能医疗、智能交通、路况监控、数字社区、数字城管、智能停车引导等物联网应用，将率先建设中环无线商圈，提供手机版虚拟商城、物联网智能停车系统、无线支付等智慧城市便民服务。

此外，中国移动上海公司加快 WLAN 热点覆盖。到 2010 年底，该公司 WLAN 用户数、网络覆盖范围等都实现

成倍增长，位居全国前列，WLAN 网络热点全面覆盖上海火车站、浦东机场等交通枢纽，南京路、田子坊等热点区域的写字楼、商场，全市所有星巴克门店以及各大高校。据悉，2011 年中国移动上海公司 WLAN 热点将增至约 5000 个，为四网协同助力“无线城市”建设。(2.15)

U 江苏大丰电信开通首个“物联网”应用

近日，大丰路灯管理所的工人们深切地体会到“物联网”的好处，他们再不需要三更半夜去查修路灯或是开关路灯了，这是中国电信江苏省大丰分公司和南京理工大学联手打造的“城市照明无线监控系统”带来的福音。

近年来，大丰市把城市亮化美化列入重点实事工程。随着路灯、霓虹灯和景观灯数量的不断增加，路灯管理工作的压力越来越大，原有人工控制路灯开关和人工派修障碍的方式，已经不能适应现代化城市的管理要求。大丰分公司得知路灯管理所的这一困难，积极主动与所领导联系，并组织技术人员到南京、镇江等地实地考察。

通过与南京理工大学的深入交流，基于“物联网”应用的大丰市“城市照明无线监控系统”方案成功出炉，南京理工大学研究小组负责监控系统的中心平台和数据采集点设备，大丰分公司负责 3G 无线 VPDN 组网和路灯视频监控建设。该方案根据不同类型的灯光控制要求，把全市路灯、景观灯和装饰灯分成 120 个监控区，设置不同的节能监控方案，实现全市公共照明的智能化运行。监控中心不仅能够根据光照度变化及时开关灯、随时调整路灯的开关灯时间，还能够根据实时采集的数据，进行故障分析，以短消息方式将故障信息发送至指定手机，路灯管理人员坐在家中就能了解每盏路灯的使用情况。2011 年春节前，大丰市“城市照明无线监控系统”顺利投入使用，美丽的霓虹灯将城市装点得格外绚烂。(2.16)

【华中市场】

U 武汉电信推出电话“防欺诈平台”

近日，武汉电信针对频繁出现的电话诈骗推出反欺诈平台。目前，该平台已和公安系统黑名单数据库联动，将有效遏制重大电话诈骗事件的发生。平台经不断优化，并发提醒用户已由原来的 150 户扩展至 2000 户，提醒周期也大幅缩短。

据介绍，该系统平台收集了公安部门掌握的诈骗分子使用的电话号码，存入电信部门提示系统数据库，同时，该平台还具备自动检测功能，如发现某一时段内某个电话呼叫频率过高，也会通知系统管理员或系统使用者，提示该号码是否作为黑名单存入提示系统数据库，并随即向用户发出提示。项目研制和开发完全基于武汉电信自有技术人员和知识产权，系统效率和兼容能力远超国内先进省份。开发完成后，经电信和公安系统数次试运行测试，结果证实该平台能够在极短的时间内判断出全市电信用户收到的疑似欺诈电话，并且使用高分辨率 64kHz 的语音快速向大规模的受众播放提示信息。

专家指出，尽管电话诈骗手段层出不穷，但无论其内容和手段如何，在武汉落地时的信令终将被该平台监测到，从这个意义来说，防欺诈平台保护的群众范围是非常大的，包括电信固网、P 网和 C 网的所有用户。辅以其他侧面的宣传手段后，将有效解决绝大多数电话诈骗问题。(2.15)

U 湖南通管局局长李湘宁 通信业发展仍需高度重视

编者按：“十二五”第一个春天已经到来，随着国家以及各领域各地区相关规划的即将陆续出台，“十二五”信息通信业发展的蓝图也将徐徐展开。无论是下一代信息通信技术的演进方向，信息化浪潮下 ICT 技术、网络、业务及应用的广泛融合，抑或是新兴信息网络业务的监管与服务，都呈现出很多新趋势、新特点。“十二五”期间，信息通信业发展大势如何？运营、制造业以及政府监管等产业链各环节将如何发力？在“十二五”开局之际，本报特邀业界权威人士及专家学者，共同前瞻趋势、解读前景、透析未来，敬请关注。

伴随着电信体制改革，我国电信监管走过了十个春秋，即将进入“十二五”发展新时期。下一步，行业发展和通信监管之路应该如何走？日前，记者专程赶赴湖南，采访了湖南省通信管理局局长李湘宁。喜欢思考和敢于直言的李湘宁，一开谈就直指行业存在的问题和不足。他说：“我们不能满足于今天的成绩，还有太多的问题需要研究和探索。”紧锁的眉宇，透出他对行业发展的深深忧虑。他认为，随着信息通信技术的迅猛发展和日益融合，行业发展将面临十分严峻的形势，应继续高度重视发展问题。同时，要形成公平有效的电信竞争市场，必须加强监管调控力度，健全行业法律法规体系。

通信发展不能“高枕无忧”

“市场化程度、电话普及率和电信服务能力水平均快速提升，电信业对国民经济贡献率逐步提高，监管队伍得到历练……”回顾过去，李湘宁告诉记者，这十年是打破垄断、引入竞争的十年，是我国电信史上实现跨越式发展的十年。然而，通信业发展问题仍然不可忽视。他认为，虽然我国通信业发展取得了举世瞩目的成就，但并不可以“高枕无忧”。他一边说一边翻开了一页文件，指着上面的图表和数据说，自 1984 年通信业务收入增幅首次超过 GDP 增幅开始，20 多年来通信业务总量持续增长。但“十一五”期间，通信业务收入增幅已经连续几年下降，投资增幅也远低于全社会平均投资水平，电话、宽带、互联网等普及率远不及其他中等发达国家，电信业发展出现了明显拐点，电信业的增长问题需要专家学者更深度、更宏观地讨论研究。

当前，不少地方将通信一体化视为促进区域经济发展的一大亮点，而长株潭通信一体化的成功实施，不仅体现了通信业在城市群建设中的基础性、先导性、战略性和高倍增性作用，而且在坚持资费下降回馈社会的同时，仍实现了通信业的有效发展。一年多以前，湖南通管局冒着可能会使行业大幅减收的风险，响应省政府的号召，协调电信运营企业，取消了长途漫游费。虽然电信资费下降了 30%，长途电话收入减少了 20%，但正如李湘宁预想的那样，资费的降低激活了用户的消费需求，长株潭地区通信话务量增加了 40%，占全省话务量的三分之一。

监管手段还应更加多样

多年的发展，取得了很多成果，同时也带来了许多矛盾：电信投资增长放缓，电信增长的“剪刀差”和城乡二元化不断扩大……从李湘宁低沉的声音里，记者感到了作为监管者的责任和忧虑。李湘宁认为，目前行业监管中的主要问题是监管者调控资源和市场的力量不足。

李湘宁指出，除了码号和频谱的分配、许可证的发放以及电信改革的推动，监管部门可管控的资源实在太少。同时，监管者对网间结算资费的调控能力也过于薄弱。例如，我国宽带普及率虽在逐年增加，但与发达国家相比，还存在很大的差距，制约其发展的一个关键因素就是资费偏高，而导致资费偏高的一个很重要的原因是由于互联网的流量、成本与收益的不对等性，现行的网间结算资费价格未能有效地调控市场。在互联网产生的总流量中，人与人之间通信产生的流量远不及人与网站以及网站与网站之间交互产生的流量，但互联网用户却承担了大量的流

量费用，这样的资费方式不尽合理。3G 之所以没有形成规模化发展，也有类似的原因。因此，在市场手段调节市场无效时，政府监管部门应该用经济手段或行政手段来调节市场，以实现社会利益的最大化。

李湘宁还强调，“十二五”期间，要重点研究市场监管问题。他说，从过去的寡头垄断到今天的全业务经营，具有天然垄断属性的电信市场从起步开始就处于竞争失衡状态。今天，某些局部地区的失衡状况不仅没有得到遏制，反而在加剧；某些企业对某些领域的垄断情况依然存在，强者越强，弱者越弱；基础电信运营企业非理性竞争现象层出不穷。如果政府监管部门对电信市场的干预和调控不够，就很难形成公平有效的竞争秩序。另外，针对城乡之间数字鸿沟不断扩大的现象，李湘宁提出，政府应该对广大农村给予资金与政策上的扶持，鼓励投资商到农村投资。

推动行业法律体系建设

不久前，在“3Q”大战吵得沸沸扬扬之际，李湘宁率先撰文，呼吁进一步完善行业法律法规体系。李湘宁说，十年来，通信业发展日新月异，当前的法律法规体系建设已经不能适应行业发展的需求，应尽快健全完善。比如，三网融合时代已经到来，监管部门却仍然没有相关的法律去实施监管；“3Q”大战暴露了我国互联网行业的法律法规体系还相当缺失；iPhone 终端与增值服务的绑定并不能完全归咎于终端提供商，针对 SP 经营的相关法律法规还有待完善；天津、海南等地携号转网已开始试点，相关法规方案也亟待出台……李湘宁强调，在行业法律法规体系建设方面，通管局应该起到推动作用。监管者只有有法可依，才能实现有效监管，才能实现行业的健康发展。

谈到湖南电信业的“十二五”规划和下一步的工作重点时，李湘宁透露：一是提升电信市场化程度，形成有效的竞争秩序。通管局要努力落实监管政策，通过政府调控、吸引各种有效资源和民营资本参与市场，来解决市场失衡的问题，逐步形成“竞合”格局。二是均衡产业链协调发展。从近几年的经验可以看出，基础电信运营企业的发展可以带动整个产业链的发展，但基础运营企业对增值电信企业的影响太大，会不利于上下游产业的均衡发展。监管部门应该保护中小企业的发展，通过他们较强的创新能力，丰富产业链市场。三是维护电信用户的合法权益。近年来，侵权行为比比皆是，霸王条款处处可见，维权的手段严重缺失。通管局应展开深入系统的研究，保护用户的权益，让用户明明白白消费，不再雾里看花。四是提高电信公共服务能力。不仅要让村村通电话，而且还要能上网，要让所有公民都能充分地享受到信息服务，成立普遍服务基金不仅是政府的义务，也是国有企业的义务。（2.16）

【华南市场】

U 广州春节通讯产品投诉居工商投诉第二位

春节期间，广州 12315 受理申（投）诉案件 396 宗，同比去年上升 4.46%。其中，通信服务 52 宗、通讯产品 45 宗，位居前两位。工商部门特别提醒，消费者选购手机时一定要理性选择、细心分辨，尤其是一些价格低廉、外观花哨、功能很多的手机，一定要慎购！

市工商局有关负责人透露，从投诉的情况看，困扰消费者的主要问题有：一些缺乏竞争力、不知名的手机商品，甚至水货手机、冒牌机以及翻新手机，虽功能多、价格低、外观花哨，但质量堪忧。

二是经营者不履行退换货义务。对符合《手机三包规定》中退换货条件的，有的商家故意拖延时间逃避 7 天退机或 15 天换机的责任，有的商家则将手机质量问题说成软件设计或网络问题。

三是经营者不履行保修义务。对保修期内的手机质量问题，有的商家谎称是人为原因导致，要求消费者付费维修。由于送检程序繁琐，费用昂贵，使消费者争议难以得到公平合理的解决。

四是在手机维修的过程中，修理者往往抓住消费者缺乏专业技术知识的弱点，收取市价几倍甚至几十倍的费用。

广州工商局有关负责人提醒消费者选购手机时一定要理性选择。该负责人表示：“不要被各种花哨的外形和功能蒙蔽双眼，贪多求全，华而不实，尤其是一些品牌陌生、功能多、外形靓、价格低的手机，要谨慎对待。”

此外，不应单纯以价格高低作为选购手机的标准，过于高端和低价的手机往往有特殊针对人群，普通消费者应选择性价比高、品牌过硬、服务完善的手机，更不能贪图便宜购买水货手机、冒牌机及翻新机。（2.14）

U 广东电信首款 CDMA 版 iPhone4 烧号成功 尚不推广

2月15日消息“春天里的好消息，CDMA 版本 iPhone4 今天已在广东打通电话了，这意味啥？你懂的”。广东电信市场部的负责人昨日在其微博上发出感慨。

据悉，广东电信在 CDMA 版 iPhone4 上市后，从美国电信运营商 Verizon 购得 iPhone4。随后进行烧号测试，2月12日，广东电信产品中心的微博“玩转天翼 3G”透露，首款 CDMA 版 iPhone4 手机已烧号成功。

而在2月14日上午，“玩转天翼 3G”微博又透露，“CDMA iPhone4 在中国的第一个电话顺利打通，我们会持续给大家带来惊喜。”

不过，据广东电信相关负责人透露，目前他们所作的仅是测试，烧号方式暂时不会在国内推广，也不会将烧号成功的手机出售。“目前广东电信仅仅是试验，全国范围内的推广在等待中国电信集团总部的决定，集团总部会制定统一的口径统一行动”。

目前，对于中国电信和苹果就 CDMA 版 iPhone4 引入的谈判进展，中国电信相关负责人再次表示，依然没有确切的消息。

今日还有媒体消息称，中国电信希望引入的 iPhone4 手机，很可能采用单模，并支持卡槽。有消息人士透露：“Verizon 版 iPhone 采用的是高通 MDM6600 芯片，可以兼容 GSM 和 CDMA 网络。这为 CDMA 版 iPhone 支持卡槽提供了可能。按照中国电信的预想，引入的 iPhone4 是有卡槽的。”（2.15）

U 广东联通新开东南亚漫游业务

日前，广东联通发布公告，宣布新开通面向预付费用户到马来西亚、韩国和越南的预付费国际漫游业务。该业务无需申请即可使用，无月租、无需预先开通国际漫游权限，并且适合所有预付费 3G/2G 用户使用。

其中，用户在马来西亚使用漫游服务，需选择当地的运营商 DiGi，资费标准为拨打漫游地与在漫游地接听同样都是 2.86 元/分钟，拨打中国大陆则是 5.86 元/分钟，拨打其他国家则是 8.86 元/分钟，发送短信至中国大陆为 0.1 元/条，发至其他国家需 1.96 元/条。

而在韩国使用漫游服务，需选择当地的运营商 KT，资费标准为拨打漫游地与在漫游地接听同样都是 1.86 元/分钟，拨打中国大陆则是 4.86 元/分钟，拨打其他国家则是 6.86 元/分钟，发送短信至中国大陆为 0.66 元/条，发至其他国家需 1.56 元/条。

如果是在越南使用漫游服务，需选择当地的运营商 Vietnamobile，资费标准为拨打漫游地 3.86 元/分钟，在漫游地接听是 5.86 元/分钟，拨打中国大陆则是 8.86 元/分钟，拨打其他国家则是 9.86 元/分钟，发送短信至中国大陆为 2.66 元/条，发至其他国家需 3.56 元/条。(2.16)

【西北市场】

U 青海藏区灾备共享平台正式运营

新年伊始，青海电信灾备业务取得重大突破，成功中标价值上千万的青海省医疗信息系统示范工程项目。本项目是中国电信与青海省职工医疗保险局的首次合作，标志着青海省藏区灾备共享平台正式运营。

2010 年青海电信在格尔木建成了全国首个藏区应用级容灾备份中心，该项目的顺利中标，为容灾备份平台迎来了首个用户。该项目是一项重要的民生工程，项目的建成将实现青海省医保大联网，解决了医保 IC 卡全省漫游异地结算问题，提供对包括藏区等艰苦边远地区在内的全省参保人员的基本医疗保障信息化服务。项目建设内容包括：主数据库小机服务器、存储等配套设备、网络设备、安全设备、应用服务器等配套设备、机房建设、容灾备份以及系统集成服务。项目建成后，将大大降低相关单位的灾备投资成本和技术风险，有效提高青海省信息系统灾难恢复能力和抗风险能力。(2.15)

【西南市场】

U 拼抢 3G 用户 四川联通出高招

临近春节，不少拿到年终奖的消费者抓住时机换手机，为抢夺用户，各运营商争相推出诱人的促销活动。日前，四川联通强势推出酝酿已久的“3G 手机回沃家”活动，自备 WCDMA 手机的省内用户，不管使用的是 iPhone 还是其他品牌的 WCDMA 手机，均可参与四川联通为其定制的合约计划，入网联通 0 预存，还可享最高 4000 元的话费赠送。此举也意味着，联通向非联通渠道 WCDMA 手机用户伸出了橄榄枝，以此拼抢更多的 3G 新用户。

据悉，四川联通此次推出的“3G 自备机优惠入网活动”只针对成都、德阳、乐山三个城市，优惠券也限量。四川联通副总经理刘兵表示：“未来，在不影响用户使用感受的前提下，将扩大活动规模，让更多的用户感受到 WCDMA 的魅力。”

联通沃 3G 优势凸现

据刘兵透露，2010 年中国联通成长迅猛，自 7 月起每月业绩都创新高。而 WCDMA 的优势也随着联通 iPhone 等亮点手机的引

入以及 3G 应用的不断丰富，获得了越来越高的用户认知度，尤其吸引了不少异网的高端用户。“进入 3G 时代，联通四位一体的优势凸现出来。我们有好的手机，好的网络，依赖高速网络的好应用以及更贴心的服务。”

去年，四川联通率先推出了“3G 起点计划”，主动为用户推荐基础的 3G 应用，效果不俗。同时服务热线也由单纯的语音服务升级为用户更易接受的多媒体服务，比如：联通会根据你的需求直接将一条短信发到你手机上，打开链接你就可以通过视频，学习如何注册免费的 iTunes 账户。

创造需求满足需求

刘兵坦言，中国在 3G 时代的“杀手级”应用很缺乏，现在较受欢迎的只有微博这样的综合平台。此外，搞笑小短片也渐渐在 3G 用户中流行起来。这些只有几十秒的短片对高速网络依赖性极强，如果网速慢，短片的播放将很不流畅，影响观看效果。而联通的 WCDMA 网络与微博、小短片这类依赖高速网络的动态应用能完美匹配。当用户用其他网络感受不佳时，会考虑选择高速的 WCDMA 网络。

联通希望用这种动态应用来培养用户的 3G 使用习惯，进而挖掘出更大的 3G 应用市场。为此，四川联通推出了一个全新的“飞影”业务，为用户发送各种观看性极强的小短片，很受用户欢迎。此业务还进行了专利注册。对此业务，刘兵非常看好：“飞信是 2G 时代的产物，而飞影则是 3G 时代的产物，能更好满足用户在移动互联网时代的需求。”（发布时间：1.28）

U 重庆电信 2 月 1 日起下调手机漫游费

重庆电信昨天透露，接总公司通知，将于 2011 年 2 月 1 日开始对部分国家和地区的漫游服务作出调整。重庆电信表示，以下资费标准适用于所有电信天翼 3G 用户，但用户需在漫游地选择 CDMA 网络服务商，在漫游地的 CDMA 网络下使用语音、短信和 1X 数据服务。具体如下：

1、下调台湾地区、韩国、美国、加拿大的 CDMA1X 数据漫游资费：

2、开通澳门地区的 CDMA1X 数据漫游业务，资费如下：

数据漫游资费标准 0.001 元/KB

3、开通印度的 CDMA-CDMA 短信漫游，具体资费如下：

4、对澳门地区的 CDMA-CDMA 短信资费予以下调，资费如下：

调整前调整后

台湾地区 0.1 元/KB 0.008 元/KB

韩国 0.1 元/KB 0.008 元/KB

美国 0.1 元/KB 0.008 元/KB

加拿大 0.1 元/KB 0.008 元/KB

发短信至中国大陆 发短信至其他国家或地区

1.99 元/条 2.69 元/条

发短信至中国大陆

调整前 调整后

1.29 元/条 0.19 元/条

调整前 调整后

1.99 元/条 0.89 元/条 (1.26)

【世界通信市场】

U AT&T称丧失 iPhone独家经销权对整个行业有利

据国外媒体报道，AT&T 首席执行官兰达尔史蒂芬生(Randall Stephenson)今日在巴塞罗那移动世界大会接受采访时表示，公司丧失苹果 iPhone 的美国独家经销权对整个行业来说是有利的，因为这有助于自由推广 iPhone。

史蒂芬生称：“这对整个行业来说是有利的，不管什么时候打开电视机，你都可以看到苹果公司的商业广告。iPhone 将得到更大范围的推广。”

他表示，Verizon Wireless 已于上周开始销售 iPhone，AT&T 肯定会因此丢掉部分用户。AT&T 今年打算大力推广 Android 手机以帮助公司提高销售收入。

据某些业内分析师预计，Verizon 也许会在第一季度激活 200 万部 iPhone。AT&T 在 2010 年总共激活了 1520 万部 iPhone。

史蒂芬生还表示，AT&T 打算对纽约和旧金山等市的基础设施进行投资，以扩大公司的网络覆盖范围，同时树立公司的良好形象。他说，他知道 Verizon 版 iPhone 上市后获得了不错的市场反响，因为它的通话服务质量比 AT&T 版 iPhone 要高一些。

史蒂芬生还说，AT&T 打算通过新推出的云计算服务来推动营收增长。他预计云计算服务今年的营收可能在 10 亿美元以内，但 4 或 5 年后将发展到数十亿美元的规模。

史蒂芬生称，随着数据使用的不断增长，美国无线行业将在未来 10 年里面临频谱容量不够用的难题。因此，AT&T 正在不断购买频谱以增加容量，平均每月都要扩展一次频谱容量。

史蒂芬生表示他支持奥巴马总统的提议，即通过竞拍政府从电视广播公司手中收回的频谱来拓展移动宽带使用。预计奥巴马的该项提议可筹集到 278 亿美元的资金。(2.15)

U 澳洲运营商 Telstra 拟年底前推出商用 LTE 网络

澳大利亚最大的移动运营商 Telstra 计划在 2011 年底前推出该国第一个商用 LTE 网络，希望在与对手的竞争中继续保持领先地位。

市场研究机构 Ovum 高级分析师妮可·麦考米克(Nicole McCormick)说：“Telstra 将比预期早 6 到 12 个月推出其 LTE 网络。虽然 Telstra NextG 网络的优势在过去两年逐步消失，但作为澳大利亚第一个推出 LTE 服务的运营商，Telstra 又会在与竞争对手的较量中占得先机。”

麦考米克认为，Telstra 此举将会给澳大利亚第二大运营商 Optus 带来巨大压力，令其积极采取对策。Optus 面临的挑战是，Telstra 推出 LTE 服务，不仅会令其留住现有的移动宽带高端企业用户，还会使部分 Optus 高端用户转而选择他们的服务。（发布时间：2.15）

U 爱立信预计 2012 年 LTE 网络设备销售将大幅增长

据国外媒体报道，爱立信首席执行官卫翰思（Hans Vestberg）周一预计，受移动数据流量大幅增长的推动，预计第四代无线技术--长期演进技术（LTE）网络设备的销量将在 2012 年大幅增长。

卫翰思在周一巴塞罗那举行的全球移动大会（Mobile World Congress）上表示，今年长期演进技术网络设备的销售总额将低于 3G 网络设备。来自美国和欧洲的移动运营商已开始铺设长期演进技术网络，该网络的数据传输速度较 3G 网络快出 10 倍左右。

卫翰思说，在未来 10 年至 20 年内，全球将进入一个“网络社会”，所有的设备都能够被接入网络。他还补充说，受视频和图像流量的大幅增长，预计未来数据流量将会出现激增。卫翰思说，移动设备、宽带服务以及云计算的发展，将会推动网络社会的演变。

为参与云计算服务的发展，爱立信已同美国内容分发网络服务提供商 Akamai Technologies 建立起合作关系。卫翰思表示，爱立信和 Akamai 预计将在未来数月内向运营商提供云计算服务。

Akamai 总裁大卫 肯尼（David Kenny）表示，当前的云计算就如同是上世纪 90 年代的互联网。尽管已有了一些初期的赢家，但是这还仅仅是创新推动增长的开始。（2.15）

U comScore: 2010 年美国智能手机使用率达 27%

据国外媒体报道，网络流量监测机构 comScore 今日发布了一份名为《comScore 2010 移动年综述》（The comScore 2010 Mobile Year in Review）的报告。该报告概述了 2010 年美国、欧洲和日本移动领域的主要发展趋势，并着重描述了其中的几个重要的内容，包括设备发展趋势、智能手机使用率、浏览器和应用程序使用率和移动媒体消费情况，以及 2011 年营销人员将如何利用移动媒体。

“2010 年是移动行业产生革命性变化的一年。”comScore 移动高级副总裁马克·多诺万（Mark Donovan）说，“智能手机使用率、3G 网络覆盖率和无限数据计划促进了各个地区的移动媒体消费，让移动设备深入渗透到了日常生活的方方面面。来年的情况将会更加激动人心。毫无疑问，随着移动生态系统，特别是移动广告的逐渐完善，移动设备注定会成为对各行业数字营销人员越来越重要的平台。”

在 2010 年，智能手机深度渗入到移动市场，大大提高了全球用户的移动媒体消费水平。技术革新为移动设备带来了相当多的新功能，而平板电脑、电子阅读器和其他连网设备的推出也大大拓展了“移动”的定义。在 2011 年，随着越来越多的用户进入移动网络，营销人员有必要将关注点延伸到这个消费者数量快速增长的领域。

comScore 的报告还梳理了 2010 年移动领域中最重要几个发展趋势，包括：

美国和欧洲的智能手机使用率增加。截至 2010 年 12 月，在美国移动用户中，智能手机的使用率为 27%，较上年增长了 10 个百分点；欧洲的使用率为 31%，也较上年增长了将近 10 个百分点。

在美国和英国，网络质量和每月资费是影响移动用户决定是否购买的两个最重要的因素。

诺基亚是英国、德国、意大利和西班牙最大的 OEM（原始设备制造商）；三星是美国和法国最大的 OEM，但在英国、德国、意大利和西班牙仅排名第三。

在 2010 年 12 月，有 36% 的美国移动用户和 29% 的欧洲移动用户通过浏览器访问移动网络；34% 的美国移动用户和 28% 的欧洲移动用户通过应用程序访问移动网络。移动浏览器和应用程序的使用率正在增加，大约每年增长 7-9 个百分点。

在日本，有超过 75% 的移动用户是移动媒体用户，这个比例远远超过了美国和欧洲国家。在 2010 年 12 月，日本约有 10% 的移动用户通过移动支付手段进行购物。

在过去一年中，通过移动设备访问社交网络且每月至少访问一次的美国移动用户数量，增长了 56%，增长至将近 5800 万。欧洲的增长势头更猛，每月至少通过移动设备访问一次社交网站的欧洲移动用户数量增长了 75%，增长至 4200 万。（2.15）

U 日本与韩国运营商计划于 2012 年底合作推出 NFC 服务

据国外媒体报道，日本和韩国运营商正计划在这两个国家试行近场通信(NFC)服务。日本移动运营商 NTT DoCoMo 和韩国通信公司韩国电信(KT)已经就使用近场通信技术开发跨境移动服务达成协议，其中包括移动支付、公共交通票务、促销优惠券等等。两国的公司计划于 2012 年年底在各自的市场推出这类服务。同时，日本运营商 KDDI、软银(Softbank)及韩国运营商 SK 电信也已经结成类似的联盟，针对移动支付和智能海报服务展开测试。

韩国电信和 NTTDoCoMo 正在制定近场通信通用规格，这些规格将用于无缝连接的移动近场通信服务的移动设备、网络和计费平台。在韩国和日本旅行的顾客未来可以通过嵌入了非接触式 IC 芯片的兼容 Android 手机使用这类服务。DoCoMo 还计划向全球行业协会和标准化机构（如 GSM 协会）提交一份通用规格的大纲，最终目标是创建一个兼容近场通信服务的国际环境。为此，DoCoMo 公司还与支付技术公司维萨(Visa)、三星电子(SamsungElectronics)和金雅拓(Gemalto)结成战略合作关系。此外，该运营商还将与三井住友卡(SumitomoMitsui Card)和 bitWallet 合作，加强跨境服务。

同时，KDDI 公司、软银移动、CreditSaison、Orient、大日本印刷(DaiNipponPrinting)、凸版印刷(Toppan Printing)和 T-Engine Forum 将共同开始移动近场通信服务测试，未来这类服务将在日本和韩国推广。试验包括两种不同的服务类型：近场通信支付和智能海报的服务。其中，近场通信支付试验将采用万事达卡的 PayPass 技术，参与实验的公司包括 KDDI 公司、SK 电信、软银移动、Credit Saison、Orient 和万事达卡。此外，三家移动运营商还将进行 T-Cash（手机支付）服务实验，即让用户通过手机（配置了带有支付功能的 USIM 卡）支付商品或公共交通费用。而 T-Cash 应用程序还可以让用户通过信用卡或电话账单查询其移动资金余额。智能海报实验将由 KDDI 公司、SK 电信、大日本印刷、凸版印刷和 T-Engine Forum 联合进行。用户能够通过带有近场通信标签的海报中获得相关产品的信息。（2.12）

【趋势观察】

U 2015年全球视频会议市场将达到 27亿美元

据国外媒体报道，根据权威电信中立咨询顾问公司 Ovum 的分析师研究表明，在经济危机之后很多企业为了有效的削减运营成本，选择利用视频会议来取代在原来的城市与国家之间的商务出差。

Ovum 报告表明，在未来几年里全球企业在视频会议上的成本将会以超过 18% 的复合增长率增加。到 2015 年全球视频会议市场将达到 27 亿美元，是 2010 年 12 亿美元的两倍多。

Ovum 高级分析师和该报告的作者理查德瑟斯顿表示，网络视频会议正在以一种完全不同的方式沟通全球的公司。视频会议能够使企业与客户，同事和业务伙伴在无需离开他们办公室的情况下有效地进行沟通。这意味着一个面对面的会议将会在很大程度上进行削减。

根据 Ovum 的数据显示英国是网络会议上的主要消费市场之一，2010 年的市场规模是 8200 万美元，到 2015 年将增长到 1.85 亿美元。美国在同一期网络会议开支将增长从 4.26 亿美元至 8.59 亿美元。印度的网络会议开支将从 2010 年的 1100 万美元增加到 2015 年的 4200 万美元。

全球化，移动和家庭化工作成为网络会议增长的首要驱动。很多公司正在不断地对该领域的新技术进行投资。其中一个关键的技术提高就是视频功能的使用，使员工互相沟通时能够看见对方。

Wainhouse 研究公司的一项最新报告发现，越来越多的用户正在利用网络会议进行员工培训以及教育。根据该报告数据显示，2009 年网络视频教育和培训的市场规模达到约 6.8 亿美元，预计到 2014 年底将超过 10 亿美元。(2.15)

U 工信部 2011年通信村村通工程意见出炉

为贯彻落实《中共中央关于制定“十二五”规划的建议》精神，进一步加强农村通信基础设施建设，提升农村信息服务能力，推进通信基本公共服务均等化，在全面实现农村通信“十一五”规划“村村通电话，乡乡能上网”目标的基础上，提出 2011 年村村通电话工程实施意见。

一、指导思想

围绕党中央、国务院关于保障和改善民生、统筹城乡发展的战略部署，“十二五”期间，大力实施通信“村村通”工程，以“宽带进行政村，电话进自然村”为总体目标，以行政村通宽带、20 户以上自然村通电话、信息下乡三方面为抓手，持续推进电信普遍服务和农村信息化工作，以信息通信的发展助力农村经济社会的发展。

二、2011 年主要目标和任务

(一)行政村通宽带比例达到 83%

全国新增近 1.7 万个行政村具备宽带接入能力，行政村通宽带比例由 80% 提高到 83%(具体任务分配见附件 1)。

(二)自然村通电话比例达到 94.5%

全国新增近 1 万个 20 户以上自然村通电话，20 户以上自然村通电话比例由 94.1% 提高到 94.5%(具体任务分配见附件 1)。

(三)全国 70% 以上乡镇开展信息下乡活动

东部省份 95% 的乡镇、中部省份 80% 的乡镇、西部省份 60% 的乡镇，实现“一乡一个信息服务站、一村一个信息服务点，一乡一个网上信息库、一村一个网上农副产品信息栏”的“四个一”目标。各地具体任务分配由各省(区、市)通信管理局根据实际情况确定。

三、工作举措

(一)因地制宜建设行政村宽带网络。利用有线网络开通电话的行政村，可结合当地“光进铜退”计划，采用 XDSL 等适用技术开通宽带；利用移动网络开通电话的行政村，可采用 WLAN、3G 等手段开通宽带。

(二)稳步推进自然村电话网络覆盖。一是结合各地 20 户以上自然村的地理环境和经济条件，优先针对具备条件、有电有路的自然村，采用适用技术手段进行电话网延伸覆盖；二是重视对农村交通要道沿线、生产建设兵团、农林场矿区、水利设施等区域的通信覆盖，其完成量纳入通信村村通工程统计范畴。

(三)积极开展信息下乡活动。一是在“一乡一站，一村一点”方面，结合农村电信营销网点、农村党员干部现代远程教育系统、文化信息资源共享工程、农家书屋、社区活动室、学校、村委会等一切可以利用的设施，加快乡村信息服务站点建设；二是在“一乡一库，一村一品”方面，充分利用电信企业农村信息服务网站及其他涉农互联网站，在互联网上开设乡镇网页和行政村信息栏目，将当地农副产品、特色旅游、经贸、资源开发等信息通过互联网打开对外窗口。

(四)加强农村综合信息服务平台的助农效用。中国电信、中国移动、中国联通等已建成的农村综合信息服务平台，一是要加大与信息服务商、技术开发商、各级涉农部门的协作，推进农村物联网应用，提升和完善平台的服务能力；二是增加信息采集渠道，丰富信息内容，重点开展农村劳动力转移、种植养殖、商贸交易、医疗教育、防灾减灾等领域的信息服务，逐步建成种类齐全、经济实用、服务周到、手段多样的农村综合信息服务体系。

(五)推行惠农政策减轻村民信息通信消费负担。紧密结合国家家电下乡等相关惠农政策，利用信息下乡渠道推广家电下乡指定手机、电脑等产品，同时鼓励打包销售经济实用的通话、上网等资费套餐，切实保障农村用户装得起、用得好。

(六)尝试建立多渠道的电信普遍服务投入长效机制。一是部将积极配合国家有关部门，加快推动建立电信普遍服务基金；二是各省(区、市)通信管理局力争取得地方政府的支持，建立地方电信普遍服务投入机制；三是各电信企业进一步加大对通信村村通工程的资金投入力度。

四、有关要求

(一)各省(区、市)通信管理局要高度重视,制定具体实施计划,认真组织落实,确保完成年度的目标和任务。

(二)各相关基础电信企业是通信村村通工程实施主体,企业总部要从资金、技术、设备采购等方面加大对所属地方企业的支撑力度,加强工程的业绩考核和进度跟踪。承担任务的各地电信企业要发扬不畏艰难的优良作风,集中优势资源,保质保量按时完成分配的任务。

(三)各省(区、市)通信管理局要严格执行工程进度月报制度,及时汇总工程完成量,认真核实,并于每月 5 日前向部报送上月工程进展情况。

(四)部将加强各地工程督查和现场调研,督促进度,协调解决问题;适时召开相关会议,总结经验,交流情况;加强行业内外的媒体宣传,鼓舞士气,弘扬精神。(2.14)

U 诺基亚西门子预言: 3G 使用 2020 年将至巅峰

据国外媒体报道,诺基亚西门子通信(NSN)的技术一直引领手机宽带领域,预计其 3G 使用将于 2020 年达到巅峰。

NSN 首席执行官 RajeevSuri 在本次 MWC 上表示,3G 技术的市场将继续增长以满足日益增多的移动设备的需求。他说,“HSPA 已经用了很久了,Wi-Fi 在数据传输和下载方面的优势使得其用于数据管理的需求日益增长,但是对 3G 的使用还是会在 2020 年达到巅峰时期。目前主要用 HSPA 和 HSPA+,我们目前仍致力于 HSPA 高级网络的改进,提高到每秒 672Mbit。”

对用户和硬件制造商如 RIM 都而言,这无疑是有好处的。RIM 昨天表示新的 PlayBook 支持 LTE 和 HSPA+。Suri 解释道,NSN 较一年前已经恢复了,目前在很多领域都占据了不少的市场,也很有信心在 2011 年创造更好的成绩。

2011 年第一季度完成,促进公司在该地区的发展。他说,“我们在美国市场增长很稳定,但是从摩托罗拉收购的部分将为我们打造更强健的基础。我们会尽快考虑将这部分资本上市。”

Suri 同时谈到 NSN 对摩托罗拉北美市场无线分布的收购计划,表示可能会在 NSN 收购摩托罗拉部分资产的案子受到其与华为共享的一些专利技术的限制,目前三方公司正就该问题讨论。(2.15)

U 研究称 2012 年 LTE 将逆转 W M ax

近日的研究报告显示,到 2012 年长期演进技术(LTE)将成为全球 4G 通信网络的主导技术。目前,全美第一大和第二大移动运营商 Verizon 无线和 AT&T 都在建设使用基于这一技术标准的高速移动网络。

该报告称,2012 年 LTE4G 网络用户量将达到 WiMax4G 网络用户量的两倍。目前,全美第三大移动运营商 SprintNextel 使用的就是基于 WiMax 技术的 4G 移动网络。预计到 2014 年,LTE4G 网络用户将达到 3.031 亿,几乎是 WiMax 4G 网络用户的 10 倍。

Sprint 此前将未来 4G 网络的技术标准全部押宝在 WiMax 上，并向其合作伙伴 Clearwire 注资，建设了首个覆盖全美的 4G 网络。Sprint 表示，之所以选择 WiMax 是因为该技术的出现早于 LTE。而亚洲和欧洲的一些移动运营商采用了基于 LTE 技术建设的 4G 网络。

在 4G 网络的发展过程中，WiMax 技术的起步早于 LTE 两到 3 年，因此，目前该技术是市场的主流。但 LTE 获得了大多数无线运营商的青睐，预计最早在 2012 年即可超越 WiMax，随后成为全球 4G 网络的主导技术。

总部位于堪萨斯州奥弗兰帕克的 Sprint 曾经表示，该公司将在未来 3 到 5 年投资最多达 50 亿美元用于网络升级。该计划将使 Sprint 同样具备运营 LTE 网络服务的能力。Clearwire 也同样表示，该公司也将向 LTE 技术转移。

2011 年，WiMax 仍将保持对 LTE 的技术优势。今年全球 WiMax4G 网络用户预计将达到 1490 万户，而全球 LTE4G 网络用户预计将达到 1040 万户。（2.10）

U 十二五 物联网教育与关键技术成热议焦点

十二五规划建议：推进物联网研发应用，攻克核心关键技术

2010 年 10 月 18 日中国共产党第十七届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》，10 月 27 日，新华社授权发布。

建议第十六条提出，全面提高信息化水平，实现点新闻、广播电视网、互联网“三网融合”，构建宽带、融合、安全的下一代国家信息基础设施。推进物联网研发应用。

建议第二十七条指出，增强科技创新能力，加快推进国家重大科技专项，深入实施知识创新和技术创新工程。在信息网络、安全健康等领域取得新突破，在核心电子器件、极大规模集成电路、系统软件、转基因新品种、新药创制等领域攻克一批核心关键技术。

建言“十二五”物联网教育肩负产业转型重任

2011 年 1 月 25 日上午，温家宝在国务院第一会议室主持召开教育、科技、文化、卫生、体育界代表座谈会，征求对政府工作报告及“十二五”规划意见。

座谈会上，江苏无锡职业技术学院教授顾京第一个发言。她说：“‘十二五’时期，职业教育面临服务产业转型的重任。只有改革课程设置、加强信息化建设、使用现代化教学手段，才能提高教学质量。我们学校就要开设物联网专业，培养高技能复合型人才。”

对职业教育十分重视的温总理听了发言十分高兴，温总理说，职业教育是面向人人教育，是直接解决就业的教育。接受职业教育也是服务社会的出路。国家会进一步采取措施支持职业教育发展。

温家宝：十二五要在芯片等关键技术上实现突破

2011 年 1 月 25 日上午，温家宝在国务院第一会议室主持召开教育、科技、文化、卫生、体育界代表座谈会，征求对政府工作报告及“十二五”规划意见。

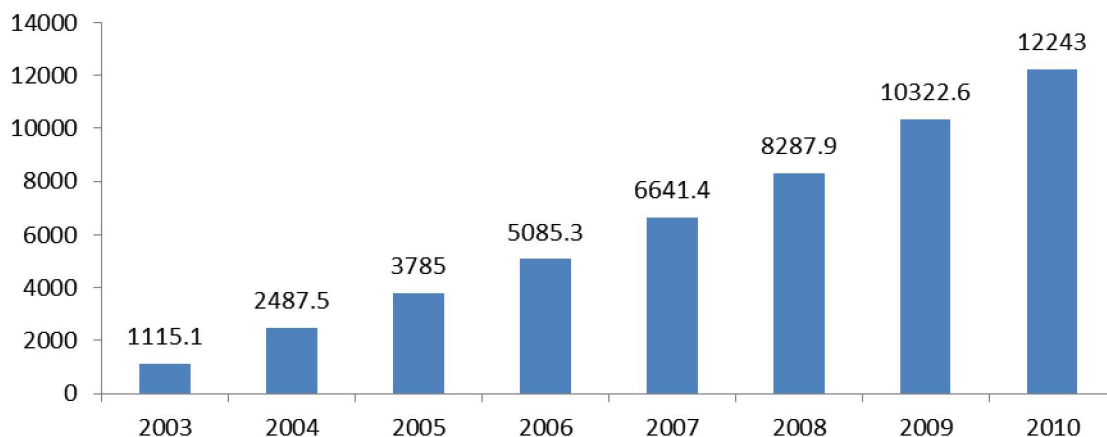
会上，清华大学信息学院副院长魏少军向总理反映，近几年集成电路、芯片的进口大量增加，部署新兴产业发展首先要解决基础工业的缺陷。

温家宝对此说：“没有自主的知识产权，就要受制于人。在这方面，我们有太多的教训。‘十二五’我们一定要在芯片等关键技术上实现突破。” (2.14)

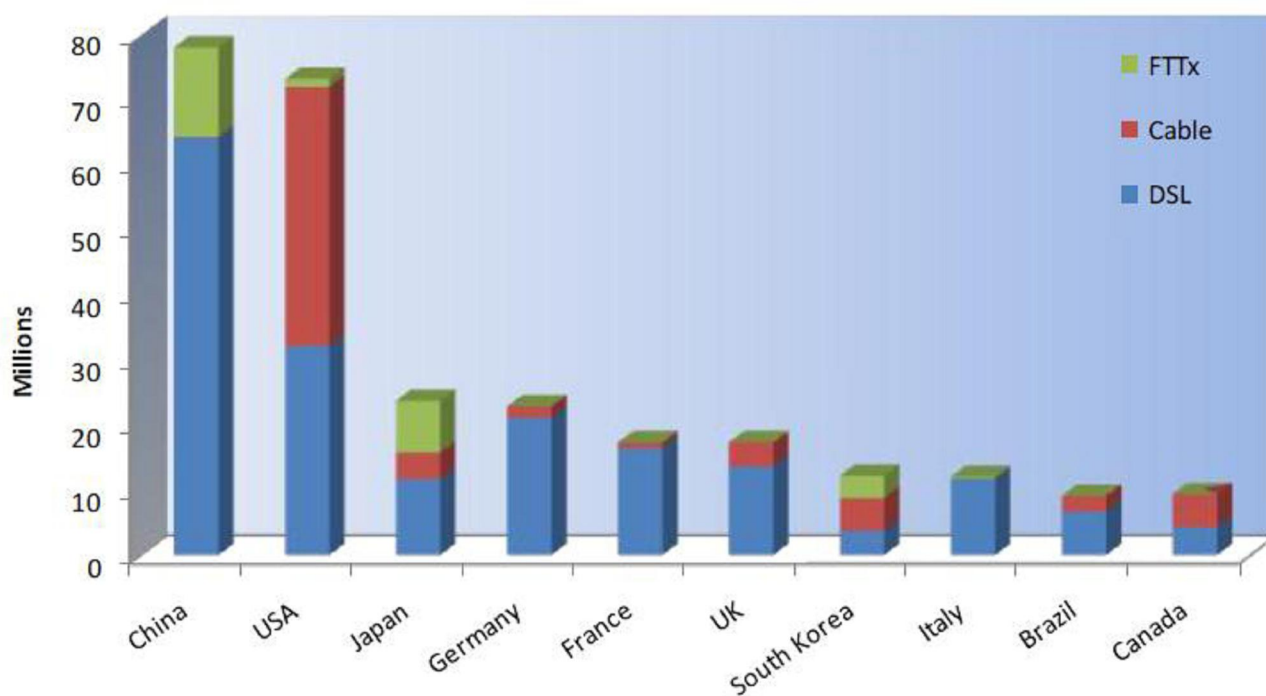
【数据图表】

U 2003-2010年我国宽带用户增长情况 单位：万户

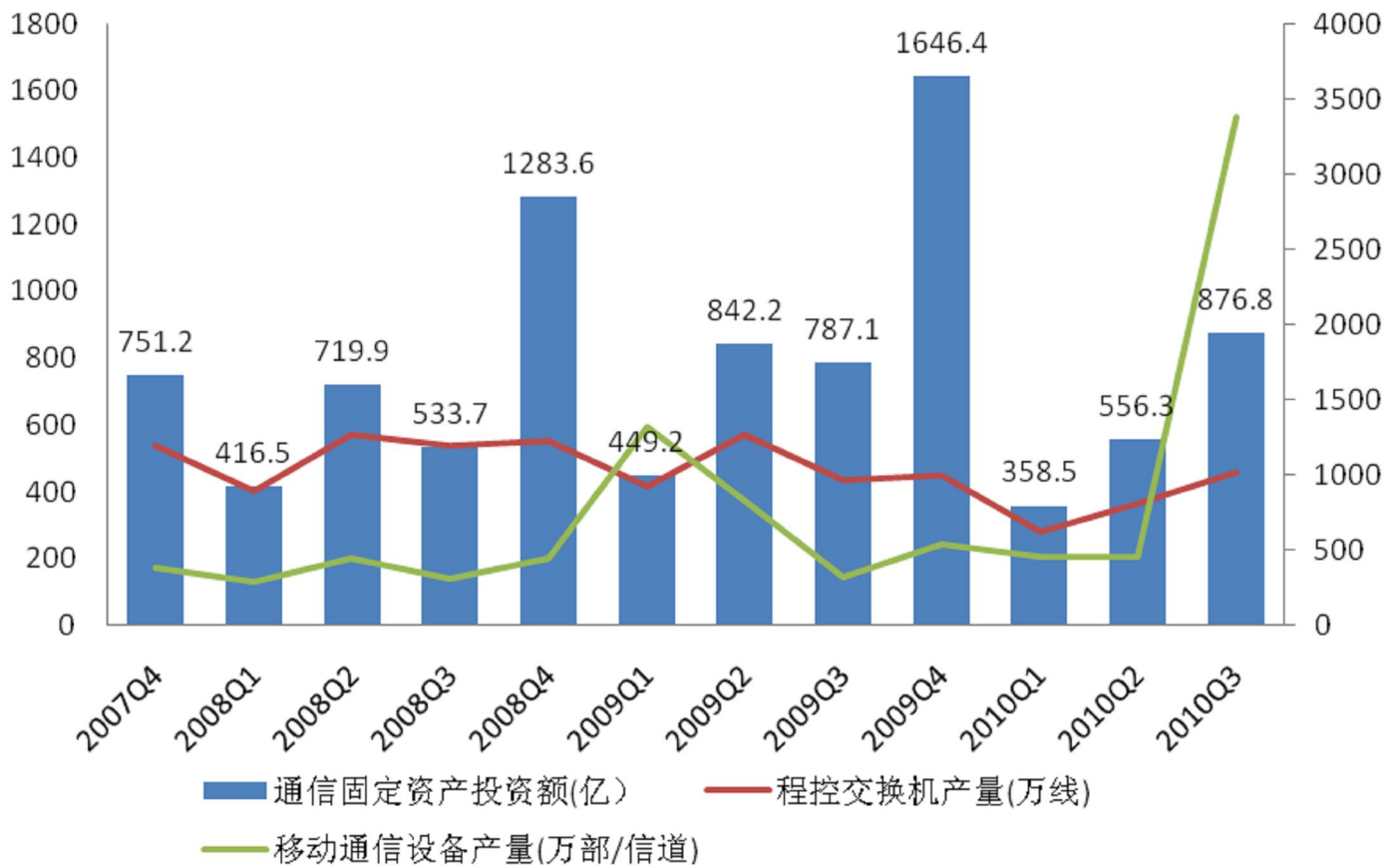
2003-2010年我国宽带用户增长情况 单位：万户



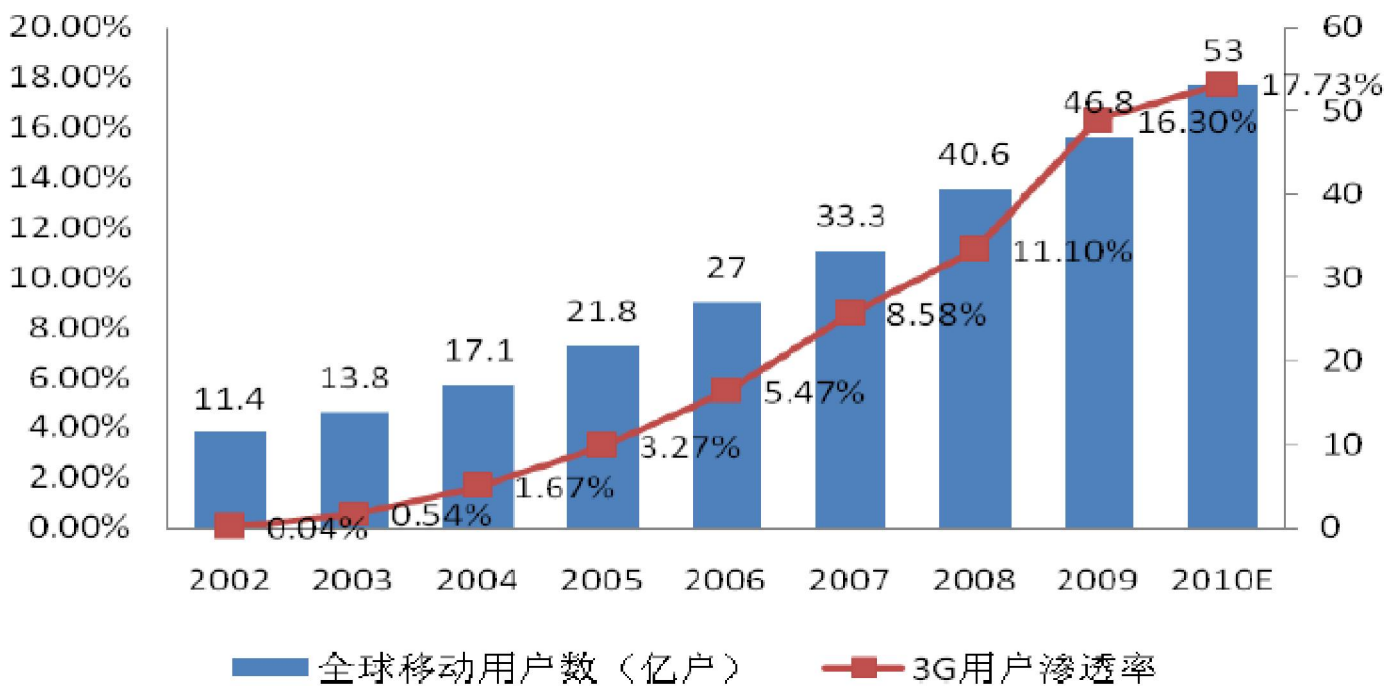
U 全球主要国家宽带用户发展水平



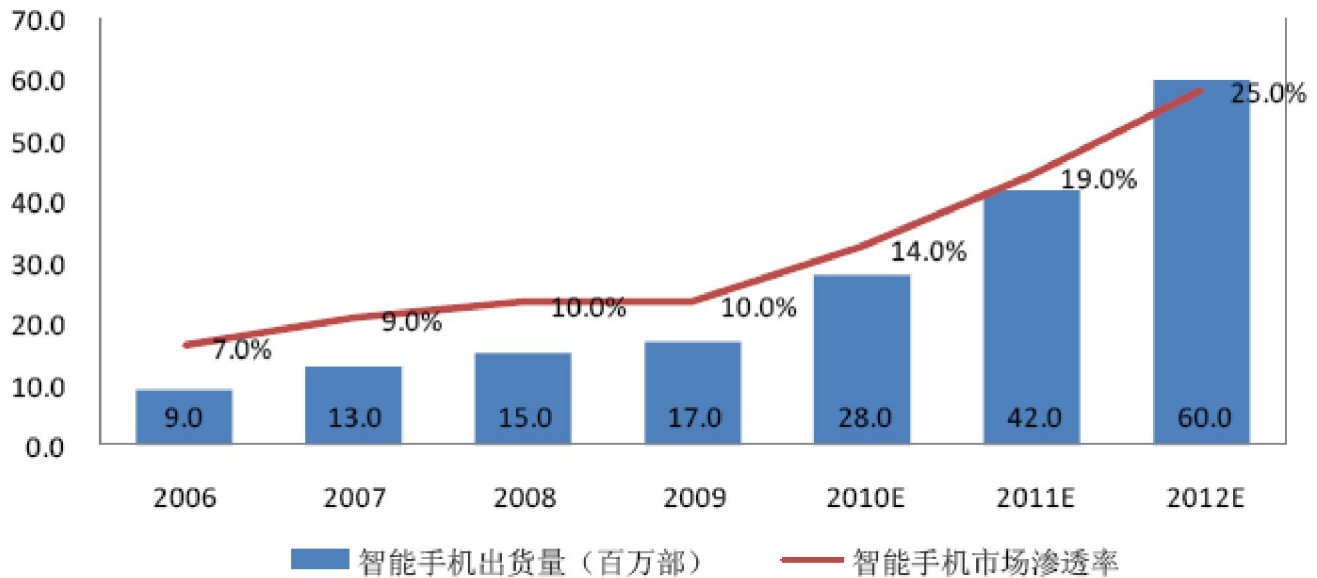
U 2007-2010年我国电信固定资产投资变化趋势



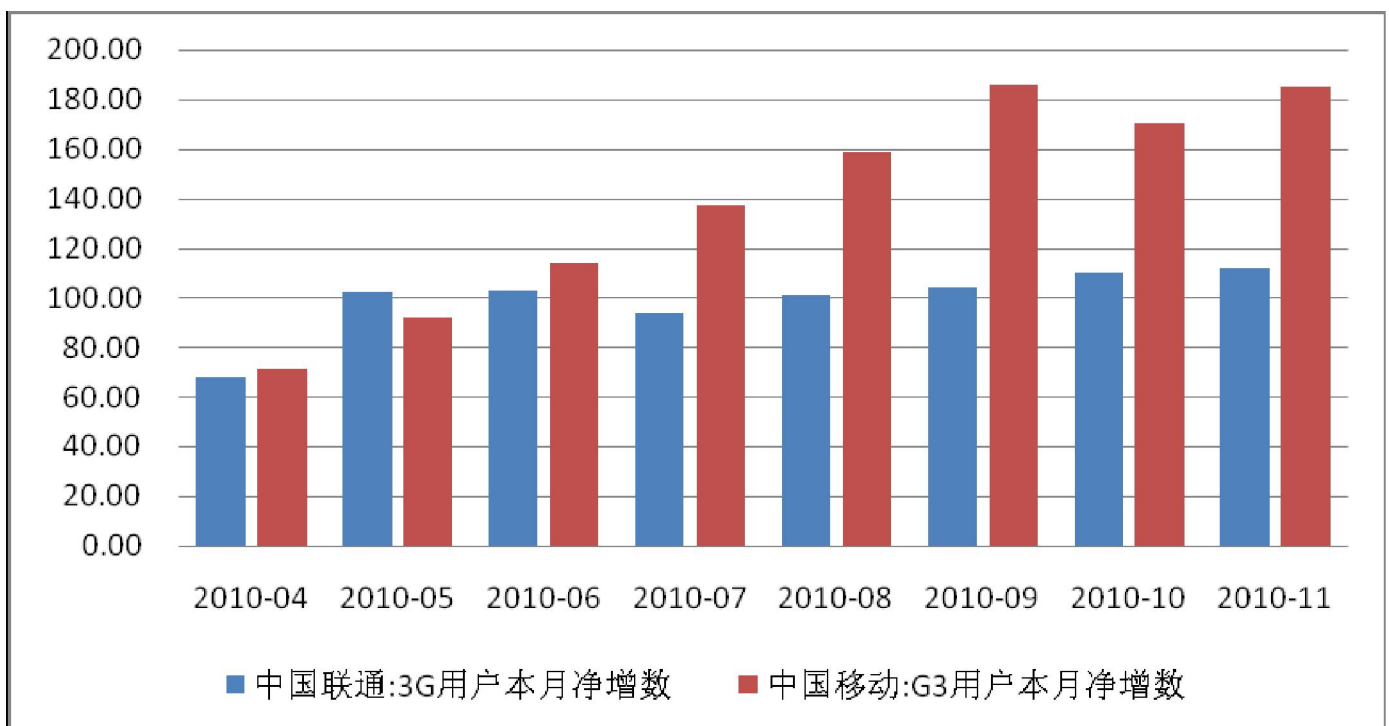
U 2002-2010年全球 3G 用户渗透率



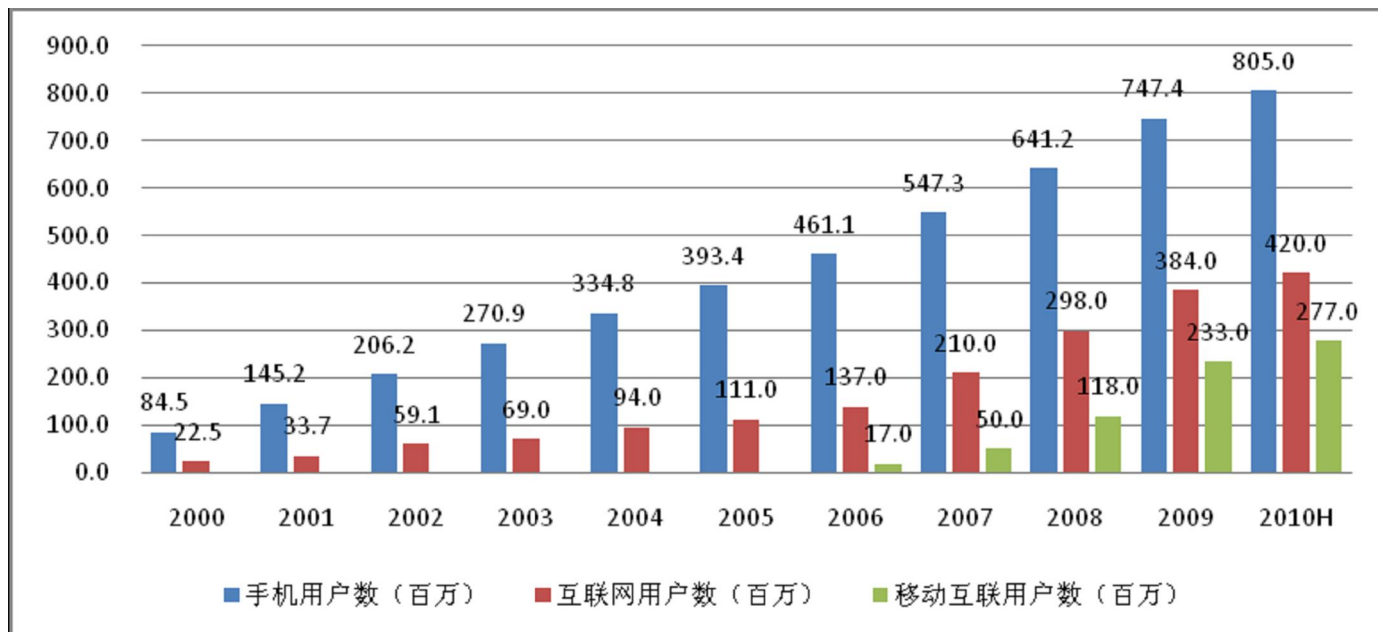
U 2006-2012年中国智能手机渗透率变化趋势



U 2010年中国联通和中国移动新增用户数对比



U 2000-2010H1中国互联网用户、手机用户和移动互联网用户对比



【本期完】

关于北京博思远略咨询有限公司

北京博思远略咨询有限公司(以下简称“博思远略”)依托国家科技部情报所、人民大学、国家图书馆、国家工程技术数字图书馆、国务院发展研究中心、国家发改委等机构的资源与专家人才优势成立的高端智囊咨询机构。

博思远略致力于产业研究分析、市场调查与研究、项目投融资(发改委甲级资质)、市场竞争情报分析、统计数据咨询服务、产业规划咨询(园区、区域、城市)及管理咨询服务。在300多个重要基础性传统产业及其上下游衍生市场方面积累了丰富的研究经验,特别是在以节能环保、新一代信息技术、生物、高端装备制造、新能源、新材料、新能源汽车为代表的新兴产业方面,凭借专业数据库资源和前瞻性研究方法二大优势已成为国内新兴产业市场研究领域权威第三方研究机构。在细分市场调研、项目资金申请、高新项目投融资领域,博思远略已经成功为多家上市公司提供专业精准的咨询服务,研究成果通过证监会发审委及各大投资机构的严苛审核。目前,博思远略已成为中国最专业权威的研究咨询机构之一。

博思远略拥有一批熟悉中国市场及了解客户咨询需求的专业研究团队。他们具有专业的市场研究、企业管理、政策研究、区域经济、产业经济、统计学、投融资、城市规划、项目策划、工程技术等背景。我们的每一位咨询顾问都是您的合作伙伴,从首次需求沟通到最终项目汇报,从细分数

据调研到具体的战略规划。我们为您提供的是中国市场研究和投融资咨询行业第一流的优质服务。

博思远略始终坚持客观、科学、严谨的研究和咨询态度、保持对市场敏锐的洞察和深入分析，我们的咨询和产品得到越来越多的关注，通过我们长期的不懈努力，已经成功完成了近千项大型咨询项目，高质量的咨询服务积累了广泛的优质高端客户群体。

博思远略真诚希望通过我们的服务，能够为中国经济健康、高效、公平、稳健发展做出自己的贡献。目前我们正在为成功迈向国际知名咨询公司的目标而积极努力。

360 市场研究网(www.shichang360.com)是博思远略旗下领先的提供商用信息和市场调查全方位信息服务的门户网站。以强大数据库资源为基础，专业的信息采编团队致力于为客户提供最及时、准确、深入的调研数据、研究报告、市场资讯、投资动态，并整合博思远略积累的丰富行业研究资源，倾力打造具备丰富数据及深入分析的专业化网站。

“360 度全角度透视中国市场”是 360 市场研究网的定位。

最新通信行业研究课题报告

北京博思远略咨询有限公司于 2011 年 1 月最新推出《2011 年通信行业发展预测及投资热点分析专题》

本专题以大量一手调研数据和公司通信产业数据库为基础数据支持，依托公司专业通信产业研究团队长期跟踪研究精选挑选分析研究角度和内容，通过与业内企业、行业协会、专家学者、国家相关部门官员的深入访谈，确定整体方向和基调，最终经过专家评审撰写而成。本系列报告包括：

报告名称	说明
2011 中国 3G 行业发展趋势全景预测及投资热点分析	免费索取研究目录
2011 年中国移动互联网全景预测及投资热点分析	免费索取研究目录
2011 年中国云计算行业全景预测及投资热点分析	免费索取研究目录
2011 年中国网络优化行业全景预测及投资热点分析	免费索取研究目录
2011 年中国视频监控行业全景预测及投资热点分析	免费索取研究目录
2011 年中国 TD-LTE 行业全景预测及投资机会分析	免费索取研究目录
2011 年中国宽带行业全景预测及投资机会分析	免费索取研究目录
2011 年中国下一代互联网(IPv6)行业全景预测及投资机会分析	免费索取研究目录
2011 年中国移动基站设备行业全景预测及投资机会分析	免费索取研究目录
2011 年中国光通信行业全景预测及投资机会分析	免费索取研究目录

联系我们

地 址：北京市朝阳区北土城西路 16 号友诚大厦 417 室

邮 编：100029

电 话：86-010-52322687 84781284

传 真：86-010-52322687

手 机：13621172466 (24h)

联系人：韩小姐 胡先生

网 址：360 市场研究网 www.shichang360.com

E-mail：shichang360@126.com