

# 行业信息监测与市场分析之

## 信息产业篇



## 目录

快速进入点击页码

<b>产业环境</b> .....	<b>3</b>
<b>【政策监管】</b> .....	<b>3</b>
网络安全监管亟待完善国家立法.....	3
工商总局：严禁网上销售“改号软件”等商品.....	4
中国电子技术标准化研究院与河北工信厅等签署合作协议.....	5
<b>【发展环境】</b> .....	<b>6</b>
中国手机产业将迎来黄金十年.....	6
光通信繁荣背后存“隐患”运营商需变革骨干网.....	9
3G 通信技术在我国的的应用现状及前景展望 .....	11
意念控制设备改变世界.....	12
基础研究薄弱 3D 打印产业存过热隐忧.....	13
<b>运营竞争</b> .....	<b>15</b>
<b>【竞合场域】</b> .....	<b>15</b>
三大运营商陷税改严重危机称利润将降三成.....	15
中电信启动 4G 试验网建设 11 月底完成核心网割接.....	16
中国电信主导的智能管道标准获国际电联批准.....	17
联通封停套餐 10 万人停机运营商疏漏消费者买单？ .....	18
<b>【市场布局】</b> .....	<b>19</b>
4G 牌照引发 LTE 频谱之争制式分配影响行业投资布局 .....	19
中国联通大幅下调国际及台港澳漫游资费平均降幅 47% .....	21
联通封停 8 元套餐卡被指违约.....	22
互联网巨头火拼在线旅游携程否认与腾讯谈收购.....	24
中国芯受制知识产权缺乏倒逼亚洲芯片议价力大盛.....	25
<b>技术情报</b> .....	<b>27</b>
<b>【趋势观察】</b> .....	<b>27</b>
运营商进化论：生存或毁灭的抉择.....	27
电信运营商各怀心思融合组网或成 4G 主流.....	30
高端智能机市场饱和低端市场迎来新契机.....	33
中国智慧城市产业技术创新战略联盟.....	36
<b>【模式创新】</b> .....	<b>40</b>
运营商齐推 NFC 移动支付逼钱包下岗.....	40
打车软件：信息消费动了传统市场的奶酪.....	43
山西“智能社区”覆盖 500 万居民.....	44

<b>终端制造</b> .....	<b>44</b>
<b>【科技前沿】</b> .....	<b>44</b>
云环境下实施灾备最大挑战是什么? .....	44
国产手机盛世危言论四起破十年轮回咒须产业链合力.....	45
国产手机提速渠道电商化多元发展考验市场竞争力.....	47
<b>【企业情报】</b> .....	<b>49</b>
台积电与苹果签部分芯片代工协议市值直追英特尔.....	49
苹果三星双雄争霸战升级实力比拼考验差异化思维.....	50
苹果亚马逊就“应用商店”名称诉讼案达成和解.....	52
<b>市场服务</b> .....	<b>53</b>
<b>【数据参考】</b> .....	<b>53</b>
中央政府释放重大利好 2015 年信息消费超 3 万亿.....	53
<b>【市场反馈】</b> .....	<b>54</b>
博客、微博、微信，谁在致谁的青春? .....	54
山寨手机半年售 40 亿：每天卖几千台假冒高端机.....	56
TD-LTE 主设备招标首轮报价出炉爱立信最高诺西最低 .....	58
<b>海外借鉴</b> .....	<b>59</b>
欧美运营商推手机电视处于初级应用阶段.....	59
澳大利亚加强国际漫游业务管理.....	59
印度电信委员会批准 FDI 提案.....	60
未来 5 年 4G 连接半数来自亚洲.....	61
欧盟日本研发 100G 光纤技术.....	62
三星再发动海量终端攻势应用生态圈缺位或致份额见顶.....	62
波兰银行业共建移动支付系统.....	64
美国运营商利用大数据分析谋取商业利益.....	64

**产业环境**

**【政策监管】**

**网络安全监管亟待完善国家立法**

网络安全问题形势严峻。工信部总工程师张峰近日在 2013 中国计算机网络安全年会指出，当前，我国互联网持续快速发展，成为推动国民经济和社会发展、改变人民群众生活方式的关键行业和重要领域，但与此同时我国网络安全的现状却不容乐观。在公共互联网环境方面，黑客攻击的趋利性特征日益明显，不法分子利用黑客技术发起网络攻击牟取非法利益，据估计，其造成的直接经济损失以及自身产业规模数以亿元计，直接影响网民和企业权益。同时，移动互联网、物联网、云计

算、微博客等新技术新业务不断涌现，在带来新的经济增长点的同时，也带来更加复杂的安全问题。另外，随着信息技术在铁路、银行、电力等重要行业的广泛应用，以及核设施、航空航天、先进制造等重要领域工业化与信息化深度融合，这些行业或领域的系统数据和运行安全也面临着严重威胁。

与此同时，在大数据时代离我们越来越近之时，个人网络信息安全成为实现大数据的重要前提，但在智能手机快速普及下，手机安全问题也在不断恶化。2012年国家互联网应急中心监测和网络安全企业通报的移动互联网恶意程序样本 162981 个，较 2011 年增长 25 倍。与传统互联网恶意程序不同，移动互联网恶意程序主要通过手机应用商店、论坛、下载站点等进行传播，来达到不正当目的。

传统互联网和移动互联网都在遭遇越来越严峻的安全挑战，不仅如此，在全球范围的内的网络安全问题也已经白热化，本月 8 号，中美双方官员在华盛顿就网络安全开始为期 4 天的会议，会议的目的是为了提出中美关切的问题并在网络安全方面建立起合作关系。在很大程度上，网络空间无国界。网络安全问题已经成为全人类面临的共同挑战，维护网络空间安全符合各国的共同利益。

作为互联网和通信行业主管部门，工信部一直肩负着维护网络安全的重要职责。近年来，工信部积极建立完善网络安全相关规范和机制，深入推进网络安全防护体系建设，不断加强网络安全应急管理，加大互联网公共环境治理力度，组织开展网络安全行业自律工作，努力营造文明和谐、健康向上的互联网环境，取得了积极进展。但是，网络安全监管始终存在滞后性，网络恶意攻击往往寻找监管漏洞，使得监管常常充当“灭火员”的角色，难以从根本上切除网络攻击背后潜伏的利益链条，也就无法从根源上斩断网络黑手。

虽然我国关于网络安全的立法规定较多，但法律位阶较低，主要是行政法规和规章，且分属不同法律部门，不具系统性，制定一部网络安全基本法迫在眉睫。完善我国网络安全立法模式，需要从加强保护、循序渐进、加强政府信息安全相关立法及实行地方与中央立法并行推进的模式上入手；其次，由于管理机制尚不完善，安全检测手段欠缺，对开发者上传的移动互联网应用程序审核不严等原因，造成移动互联网恶意程序泛滥。专家呼吁加大移动互联网安全监测与管理，同时尽快出台国家信息安全战略，并整合部门、企业、社会组织等构建网络安全综合防御体系，切实维护网络安全。

来源：《通信信息报》2013 年 07 月 11 日

### 工商总局：严禁网上销售“改号软件”等商品

国家工商行政管理总局要求各地严厉查处利用互联网销售“改号软件”等国家明令禁止销售的商品或服务的违法行为，涉及刑事犯罪的将移送公安机关。15 日从工商总局市场司了解到的。

近期，工商部门通过开展网络商品交易行为检查及相关社交媒体反映发现，一种泛称为“改号软件”的网络电话应用软件或服务在网络上特别是“淘宝”等大型网络商品交易平台销售泛滥。由于“改号软件”所具有的任意更改显示号码、无法查找呼叫原号码、隐蔽性强的特点，利用其侵害消费者权益以及实施诈骗的案例频出。

工商总局认为，类似“改号软件”等国家明令禁止销售的商品或服务充斥网络，在“淘宝”等一些大型网络商品交易平台上较为集中，公开销售，购买方便。此类商品或服务在销售中刻意诱导非法使用，严重干扰了正常的网络市场秩序。

为此，工商总局要求各地工商部门，立即组织专门力量，通过网络技术手段及专项检查相结合的方式开展对辖区内网络商品交易网站或平台的检查，针对各类销售国家明令禁止销售的商品或服务的经营信息进行收集、甄别，监督网络商品交易平台服务商或经营者立即进行全面清理、整改。同时，通过行政指导、行政告诫、行政处罚等各种行政手段，进一步加大对平台内相关商品或服务销售信息的审核力度。

来源：新华网 2013 年 07 月 16 日

### 中国电子技术标准化研究院与河北工信厅等签署合作协议

为促进产、学、研、用优势力量共同推动智慧城市、大数据、电子政务、SOA 等热点技术领域的标准研制，发挥中国电子技术标准化研究院在标准、测试等方面的优势，发挥地方政府在战略、政策等方面的推动力，积极利用龙头企业在研发与市场方面的优势资源和实践经验，中国电子技术标准化研究院与河北省工业和信息化厅以及神州数码系统集成服务有限公司、华为技术有限公司、山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司、华迪计算机集团有限公司、北京东方通科技股份有限公司以及中国软件与技术服务股份有限公司等六家国内信息化领域知名企业确定战略合作意向，共同致力于智慧城市、大数据等标准的研制、测试、试点试用以及推广应用等工作。

2013 年 7 月 5 日上午，中国电子技术标准化研究院与河北省工业和信息化厅、神州数码系统集成服务有限公司、华为技术有限公司、山东浪潮齐鲁软件产业股份有限公司、华迪计算机集团有限公司、北京东方通科技股份有限公司以及中国软件与技术服务股份有限公司等单位的战略合作协议签约仪式在北京万寿宾馆隆重举行。中国电子技术标准化研究院赵波院长、林宁书记、赵新华副院长、张新明副院长，河北省工业和信息化厅段润保副厅长、神州数码系统集成服务有限公司副总裁谢耘、华为技术有限公司标准总监王学民、浪潮集团副总裁庞松涛、华迪计算机集团有限公司副总裁支俊辉、北京东方通科技股份有限公司副总裁李春青、中国软件与技术服务股份有限公司党委书记崔辉等出席签约仪式。签约仪式由中国电子技术

标准化研究院张新明副院长主持，赵新华副院长代表中国电子技术标准化研究院与各单位在战略合作协议上签字。

签约仪式上，赵波院长代表中国电子技术标准化研究院对河北省工业和信息化厅、各公司领导与代表的到来表示热烈欢迎，对各单位长期以来对于标准化事业的关注以及对于电子四院各项业务发展的支持表示感谢。赵波院长提到，2013年是中国电子技术标准化研究院成立50周年，50年来中国电子技术标准化研究院一直致力于信息技术以及信息化标准的研制、测试与认证等相关业务，取得了一定的成绩，但面对新一代信息技术的飞速发展，形成适合国家经济与社会信息化建设实践的需求仍然任重而道远。50年的成果值得总结，未来的发展更需要深思。本次战略合作协议的签署是中国电子技术标准化研究院与各个单位在新形势下，在技术研发、应用推广、服务模式等方面更为深入的沟通与合作，对实现合作共赢有着重要的意义。

根据本次签署的战略合作协议，各单位将在智慧城市、大数据、SOA等标准化领域展开深入合作，以制定出可以真正支撑和保障国内智慧城市与信息化建设的关键标准，带动自主创新与产业发展，为推动我国电子信息产业的持续发展发挥重要作用。

来源：通信世界网 2013年07月09日

## 【发展环境】

### 中国手机产业将迎来黄金十年

由于 Apple、三星等手机高端品牌销量不如预期，由于高端手机接近饱和，由于本土手机历史的几个轮回，近期有关中国手机未来分析的报道再次成为热点，有媒体断言 3000 元成为中国手机的天花板，甚至中国手机会重蹈 2003 年左右全线溃败的历史，真的如此吗？

#### 1、Apple、三星为什么从巅峰下滑

年初老杳曾给出 2013 年智能手机行业的几大发展趋势：

2013 年智能机发展趋势：1、Apple 推大屏和中低端 iPhone；2、三星无法实现年销售 3.9 亿部手机目标，虽然继续称霸顶峰已过；3、Lumia 小有所成却无法拯救 Nokia，Nokia 被微软收购；4、亚非拉智能手机市场爆发、山寨手机最后机会；5、全球五大智能手机品牌中国独占其三；6、中国手机冲刺中高端并站稳市场；

其中谈到 2013 年三星会遭遇 Apple 2012 年创新瓶颈导致从顶峰下滑，不是老杳先知先觉，而是历史规律和环境使然，Apple 之所以过去一年股价大幅下跌，不是 iPhone 做的不够好，而是创新进入瓶颈期，消费者厌倦了 iPhone 的缺乏变化，这不仅是 Apple、三星的问题，而是整个产业的问题，没有一个产业能够持续保持高速不断的革命性创新，每一个产业在经历了创新集中爆发后都会进入创新平淡期，Apple 难以避免，三星也一样。

## 2、创新瓶颈期反而是中国手机产业的机会。

有朋友问为什么三星能够爆发超越苹果成为手机老大，老查之前曾专门论述这个命题，最主要的，三星像 Apple 一样甚至比苹果更好的掌握了过去几年智能手机创新的名门：面板，两家公司对供应链的掌控是过去的手机霸主 Nokia 和 Moto 无法继续称霸的关键。

有朋友说 Nokia 之所以衰落是因为没有选择 Android, 如果 Nokia 选择 Android, 市场表现可能会比现在好，但 Nokia 会失去未来，因为即使 Nokia 选择 Android, 以过去几年三星的强势和资源, Nokia 根本无力抗衡，而 Nokia 选择 WindowsPhone, 至少还保有与微软一起复苏的机会，宁当鸡头不做凤尾，做惯了老大的 Nokia 选择后者并不奇怪。

一个产业的振兴不仅仅意味着几个品牌的出现，过去几年是虽然大陆拥有联想这样全球前三（现在已经位居全球榜首）品牌，但在整个电脑产业来看，其实大陆远没有台湾更重要，原因很简单，台湾有 ACER、华硕这样的手机品牌，也有纬创、华宝这样的代工厂以及内存、面板、封测厂、晶圆厂等整个产业链的配套相关产业，一个品牌无法充当一个产业的火车头，反观手机产业链，经过多年的发展，大陆在手机产业链的布局已经远远超过台湾及其他全球任何一个国家或地区处于领先地位。

从品牌来看，大陆已经有包括中华酷联在内及 OPPO、步步高、金立、天语、小米等位居全球手机销量的前十或接近前十的品牌，还有众多二线品牌及山寨品牌，在手机设计及生产领域，上千家 IDH 或集成商更成为亚非拉市场手机供货的主力军，二者之后更是有成千上万家手机供应商组成的零配件群体，这样完整的产业链全球任何一个国家或地区与大陆相比差距根本无法弥补。

目前在大陆 A 股上市的手机概念股公司已经超过 50 家，相信未来会有更多的手机供应商会发行上市，如果说过去几十年中国大陆缺乏资金、缺乏人才，过去两年大陆在这几个领域与台湾甚至日韩等的差距已经慢慢缩小甚至逐步超越，相信未来几年大陆越来越多的手机供应商会进入 Apple、三星的供应链体系，大陆股市 Apple 概念股、三星概念股甚至华为概念股、联想概念股已经基本成型。

从手机供应链、IDH 到手机品牌，大陆金字塔的产业构架是未来大陆手机产业进入黄金十年的保证，也是中国手机立足全球的资本。

相比 Apple、三星的产业生态，大陆手机产业链虽然规模大得多，技术上却处于相对弱势的地位，不过随着手机进入创新瓶颈期，大陆厂商的技术断层正在慢慢缩小，成本优势却逐步放大，一个标准化、创新不足的产业反而给了大陆手机产业更大、更广阔的发展空间，特别是全球主流的中低端市场，优异的性价比将是中国手机纵横世界的法宝。

### 3、中国手机能不能突破 3000 元价格的天花板。

由于技术水平及技术积累所限，每一次产业升级都会在短期内拉大中国与世界的距离，这一点在过去两年智能手机的变革中体现的非常清楚，不过从 2012 年开始已经有更多的本土品牌慢慢赶上，如果放在 2012 年初，别说 3000 元能在 2500 元立足已经是很多品牌的奢望，这也是小米定位 1999 能够崛起的原因之一，不过至今大陆已经出现手机 3000 元销量达到百万级别的机型，比如 OPPOFind5，在主流的 2000-2500 元价格本土品牌甚至已经占据主要市场份额，进步之大远超大家的想象。

相信下半年或明年大陆会出现价格超过 3000 元销量超过百万台级别的高端手机出现，其实现在很多高配手机如步步高的 Xplay 等热销机型价格已经超过了这个天花板。也有越来越多的消费者开始接受并购买大陆高端手机品牌的手机，这一点与老杳在年初的预测基本相符。

### 4、缺乏核心技术会不会成为大陆手机产业黄金十年的绊脚石？

中国产业发展缺乏核心技术一直是媒体或政府主管部门的心病或热炒话题，政府也一直在以各种方式扶植本土产业突围，不过目前来看大陆依然没能在智能手机时代实现突破，操作系统三强鼎立，iOS、Android、WP 都是美国人主导，芯片虽然出现了展讯、海思、锐迪科、联芯等并能在市场占据一席之地，与高通、Intel 等差距依然明显，不过与电脑时代相比，至少在电信设备领域华为的实力已经与爱立信并驾齐驱。电信设备国际水平、芯片领域有差距已经站稳市场，OS 领域依旧空白，可以说现在中国在智能手机产业的生态远比当年电脑时代要强得多。也是过去几十年大陆产业进步的体现。

虽然中国手机产业在高端还不能与 Apple、三星一争高下，不过在全球主要中低端市场现有技术布局已经令中国拥有了竞争的资本，也是中国迎来手机黄金十年的技术保证。

### 5、中国向高端突破靠什么？

老杳在“三星手机凭什么可以称雄”一文中曾经详细讨论了三星的崛起，以国际规则运营公司、重视知识产权是其中重要的一条，以其人之道治其人之身，请君入瓮，现在大陆的知识产权策略已经严重阻碍了产业的发展，华为的历史也证明，中国企业可以在核心技术领域占据一席之地，关键是要依照全球通行的法则运营和布局公司，拿来主义没有错，如果不在拿来的基础上创新，中国将永远难以现在技术上的突破，要拥有核心技术，仅仅的资金支持、政策支持是远远不够的。

昨天与一位政府官员讨论政府对产业支持的误区，与韩国倾全国之力支持三星等几家大公司不同，大陆很多政府支持希望广播多收，甚至支持一些初创公司奢望在核心技术领域取得突破，这与产业发展规律相违背，政府应当把有限的资金或更



多资金给与有一定市场地位的公司，扶植大企业做得更大更强，而不是扶植小企业甚至初创做大，华为的成长证明了这一方法的有效可行。

来源：中华液晶网 2013 年 07 月 11 日

### 光通信繁荣背后存“隐患” 运营商需变革骨干网

2013 年，随着宽带中国的提速，再加上三网融合所带来的双重因素刺激下，光通信市场持续升温。但光通信行业繁荣的表象下却存在一定的“隐患”，运营商继续变革骨干网，引入 100G 系统。

光通信市场持续火热，未来增速将会逐步放缓

无时无刻、无处不在的宽带已经逐渐成为水、电一样人们现代化生活的必需品。人们对宽带业务的需求仍保持一个几何级的增长。而尴尬的是，目前中国宽带平均网速远远低于国际标准，“中国内地的平均连网网速仅 1.6Mbps，列全球第 94 位”。

为了改变这个局面，工信部推出了“宽带中国 2013 专项行动”，呼吁运营商加大宽带提速推广力度，提出新增 FTTH 覆盖家庭超过 3500 万户；新增固定宽带接入互联网用户超过 2500 万户；新增 18000 个行政村通宽带；提升宽带接入水平，使用 4M 及以上宽带接入产品的用户占比超过 70%。

目前三大运营商通过一系列行动加快落实“宽带中国 2013 专项行动”主要目标。例如，中国电信 2013 年规划新增固定宽带用户 1500 万户；提出光纤入户覆盖家庭新增 2500 万户；提升用户上网速度，使用 4M 及以上宽带产品的用户比例达到 75%；城市地区能够按需提供 8M、20M 甚至更高带宽的接入业务。为此，中国电信将继续加大投资规模，加快宽带基础设施建设，并加大开展光纤光缆的集采力度。

据悉，中国电信 2013 年光纤集采目前需求量预计为 2300 万芯公里，包括 G.652D、G.655C、G.657A2、G.651A1b 等。中国电信 2013 年室外光缆集采需求量预计为 2200 万芯公里，包括 GYTA、GYTS、GYDTA、GYDXTW 等类型的室外光缆。而中国电信 2013 年引入光缆集采需求量预计为 120 万芯公里，包括 GJXFH、GJXH、GJYXFCH、GJFJH 等类型的蝴蝶引入光缆和圆形引入光缆。

相关行业报告分析，受国内“宽带中国”战略的推动，国内光纤光缆行业目前正处于行业高峰期，但行业增速将逐步放缓。2012 年光纤光缆行业需求达 1.4 亿芯公里，同比增长 27%，2013 年宽带建设高峰持续，但预计增长有限，考虑到 2013 年移动将进行对 LTE 建设，预计行业仍有较大增速。

按照中国移动 TD-LTE 建设计划，2013 年建设 20 万基站，到 2015 年可能会达到 60 万基站，随着各类客户和流量的高速增长，预计移动互联网流量在未来 10 年会增长 1000 倍。LTE 的部署会加快 100G 和 400G 的建设速度，这也将进一步刺激光通信行业快速发展。

光通信繁荣下存“隐患”，运营商需变革骨干网

事实上，光通信行业繁荣的表象下存在一定的“隐患”，这个“隐患”则是由互联网流量所引起的。

数据显示，在过去 10 年，光通信容量的增速已经从超摩尔定律的 78%降到现在的 20%，大大落后于近些年全球互联网流量增速的 40%。加上现有技术无法应对，到 2020 年将现容量危机。

据了解，现有光层功能和性能处于无低速信号灵活调度能力、无保护恢复以及缺透明性，难以满足业务发展需要。而且，过去十年缺乏突破性技术，基本在吃 WDM 和 EDFA 的老本。

中国电信集团科技委主任韦乐平明确表示，中国电信骨干网的流量增长已经超过现网负荷，需要尽快引入 100G 系统，甚至在未来几年内就要考虑部署 400G 系统，中国电信 2013 年夏天即将开启 100G 大规模集采。无独有偶，中国移动研究院副主任研究员李晗也坦言中国移动骨干网流量增长压力与日俱增，同时 LTE 的部署更驱动 100G 的加快部署，中国移动已经率先启动 100G 的大规模集采，同时后续的部署规划已经明确，100G 的大规模部署期全面到来。而中国联通的 100G 实验网项目已经在近期落幕，“2012 年中国联通长途传输网 100GWDM 系统实验网工程”主设备公开招标已经结束，此次招标共分为两个标段：标段一为天津-济南-青岛一千 100G 系统，由华为中标；标段二为天津-济南-郑州一千 100G 系统，由烽火通信中标。至此，中国联通 100G 实验网部署正式开启。

相干通信技术的引入对于运营商现网带来了一定的冲击，整个基础网络架构也需要作出相应改变，以适应网络传输的需求，提升传输效率，降低网络传输损耗也成为各方共识。韦乐平坦言，100G 等高速传输技术的引入需要有更低传输损耗的光纤网络来配套，低损耗光纤、超低损耗光纤将是未来骨干网络的必备载体。引入低损耗光纤，不仅能降低传输损耗，同时能有效控制成本，应尽快在骨干网中部署。

在干线传输技术快速演进的同时，城域网、接入网的建设依然在持续，虽然 PON 设备的部署规模开始萎缩，然而以 FTTH 为主导的接入模式仍将是国内运营商重点推广的技术选择。三大运营商在逐步扩大网络建设规模，同时逐步推广 FTTH 接入，以显着提升我国的宽带接入速率。在市场驱动的背景下，政府层面的政策支持以及资金扶持依然是各方强烈呼吁的内容，宽带中国战略的出台也成为 2013 年光网络产业深化发展的重要节点。

光传输技术的发展已经迈入新的纪元，在 SDN 概念盛行之下，传送网的 SDN 化也成为产业链广泛关注的前瞻性课题。虽然目前来看，传送网的 SDN 化依然需要较长时间，然而这一趋势也被各方所认可，SDN 也将成为光网络产业未来发展的重要驱动力。

来源：通信世界网 2013 年 07 月 15 日

## 3G 通信技术在我国的應用现状及前景展望

随着中国加入 WTO，移动通信市场进一步开放，这为 3G 业务的快速进入奠定了条件。同时，我国在向 3G 通信技术过渡之际，市场经营的竞争理念也开始发生变化。二级运营商的进入有利于新的资本结构形成。本文针对我国的 3G 通信技术，阐述了它的发展现状，并分析了该技术在以后通信市场中的发展趋势。

### 一、3G 技术在通信行业的应用现状

1、3G 业务在我国的开展情况。我国已成为世界上最大的移动通信消费国，一系列的移动互联网的新发展得到普及。该行业的整合理念和全新营销模式形成了一个 3G 无线信息网络时代。

2、3G 成为移动通信产业的主流。整体上看，全球的 3G 产业已经发展成熟，3G 技术成为产业发展的主流。对于我国的移动通信行业来说，在产品开发和产业化方面开始走向成熟，有些产品已经能和国外企业产品站在同一起跑线上，具备较强的国际竞争能力。在移动终端方面，中国已经初步具备了研发和产业化的能力，尤其是 TD-SCDMA 的出现，促使从最原始的芯片研发人手，到解决方案提供和产品出厂，都已经达到了非常高的水平。另外，运营企业积极参与了国内和国际标准的制定，不仅是在业务标准方面，在网络运行、维护、技术、性能标准的制定中都能看到运营企业的身影，总体技术的创新能力和核心竞争能力不断提高。因此，在 2008 年以后一个时期内，3G 及其增强型技术将顺理成章的成为中国的发展主流。

3、3G 技术的不成熟制约业务发展。但是，由于 3G 技术的不成熟，3G 技术带来的一系列产品费用较高，这使得 3G 技术产品很难普及广大群众，普通用户根本不能承受。这也制约了 3G 业务的发展速度。另外，网络基础设施的缺乏和环境的缺失导致许多用户对目前的 3G 业务和产品不满。所以，在以后的实际建设过程中，必须以市场需求为导向，加强技术研发。

### 二、3G 通信技术在我国市场的前景展望

3G 在我国的未来发展将会出现以下几个特点：一是与全球发展趋势保持相同的步伐，向着高速化，IP 化方向发展；二是 2G 和 3G 网络将长期共存；三是中国的 3G 发展将会推动全球 3G 的快速发展。四是 3G 技术将会被快速发展的 4G 技术所代替。

1、3G 技术的成熟使市场面向国外。从技术角度来看，我国的 3G 技术在走向成熟，其中的 WCDMA 和 CDMA200 在全球市场上也出现乐观的局面。技术上的不断更新和产品服务的针对性使中国的电信市场成熟起来，也逐步打开了国外市场。

2、自主创新在 3G 演进中延续和强化。目前，我国的 3G 技术演进主要经过三个阶段：第一个阶段是以 3GPP 为基础的技术，过渡到第二代的 GPRS，第二阶段由 GPRS 上升到 WCDMA、直至到增强的 HSDPA 和 HSUPA，第三阶段便是发展到最后的

3G/4G。我国对 3G 技术的发展有着明确的目标，而随着国内外竞争的加剧，我国也将会在独立的技术演进当中掌握着核心知识产权，为 4G 技术的标准提供有利条件，为 4G 技术进入国际化奠定了基础。也为推动落实信息产业标准提供了规划和指导。

3、运营商的整合使市场竞争结构均衡。自 2008 年，中国电信收购联通 CDMA、加入中国卫通的基础电信业务资产，中国联通与网通合并，铁通加入移动，运营商的重组整合在资本市场上基本完成。在以后的市场中，国内电信市场中的移动、电信和联通等运营商之间的竞争格局仍然存在。随着这种竞争的延续，为提高自身的竞争优势，3G 业务和产品将会扩大覆盖范围。同时，各运营商自身的内部管理机制也会随着竞争而不断去完善，最终形成一种均衡的结构局面。

### 三、结束语

信息技术是当今时代通信行业必争之地，作为经济市场下信息技术竞争的产物——3G 技术对时下的生活环境产生了重要的影响。在 3G 时代的信息环境中，我国的通信事业正处在高速的发展阶段中，为更好的发展我国的信息技术，必须在现有的技术基础上，加快 3G 技术创新的步伐。

来源：《中国新通信》2013 年第 08 期

## 意念控制设备改变世界

“开关电视机、换台和改变音量”，不用手，而用自己的意念就可以完成。这样的事情你能联想到什么？电影《超能力》或者《魔戒》？事实上，在过去很多年里，人们一直对“意念”抱有很大的好奇，并尝试着寻找答案。尤其是，当经历思维相对固化的 PC 互联网时代，进入移动互联网时代后，“人人都是产品经理”的概念深入人心，而由此也就有了将意念产品化的条件了。

在美国畅销作家丹·布朗的小说中，曾提到著名的“冰晶实验”，他写到：带有“善良、感谢、神圣”等的美好讯息，会让水结晶成美丽的图形，而“怨恨、痛苦、焦躁”等不良的讯息，会出现离散丑陋的形状。

这便是对意念的解读。而世界上关于意念的研究成果，最早出现在 2008 年。

该实验发生在日本，一名已经瘫痪 30 多年的男子，仅靠意念实现了在网络世界里行走、交谈的梦想。据悉，当时该名男子头戴特制头盔，上面的 3 个电极能追踪其控制手、腿活动的脑电波。

值得注意的是，尽管该男子的手脚不能动，但他可以在头脑中想象行走过程，脑电波就将这些行动指令经过头盔反映到网络世界的虚拟人物身上。由此，他不仅可以在网络行走，还可以通过麦克风与其他网友交谈，甚至在网络上购物。

无疑，这项研究成果的出现，给意念领域打了一针强心剂。尤其是在近几年，美国、日本等众多公司开始将这个概念做成产品。而来自深圳一家名叫宏智力科技的公司，同样嗅到了商机。

与日本实验类似，宏智力科技同样有一个类似于头盔的设备——BrainLink 意念头箍 (www.macrotellect.com)，然后在耳朵与前额上有一个接触点，这样就可以检测玩家的脑电波。有趣的是，这个设备通过蓝牙连接到智能手机或平板电脑中，之后就可以用脑波来操控游戏或相关应用。

也就是说，如果你想拍一张照片的话，不用手，仅靠意念就可以完成了。

尽管该产品在 7 月 15 日才会派送各位玩家手中，但已经有一部分体验者提前感受到了“魔力”。

一位吃过早餐的体验者，用“BrainLink”的“意念力挑战”进行五关专注力、五关放松力测试，玩了五、六次，但他很少能做到在持续专注、或者持续放松的状态下顺利过关。至于原因，他说：“或许是早餐吃得多了一些，看来训练专注力和放松力得在少吃饭的情况下进行。”

不过，另一位体验者就明显更有心得。他对“意念蚂蚁”比较喜欢，玩到了关卡 2-4。为了增强放松力，他有一些自己的体验心得：身体放松，呼吸轻微，眼睛微闭。双手抓紧 iPad，双眼紧盯意念水果上的某一个图案。“看来放松力和专注力是可以通过训练得到的。”他总结道。

显然，游戏中的趣味性对抓住用户至关重要。

19 世纪，澳大利亚化学家西维累尔的摆动实验就更像一款游戏。简单说，可以想象随意让纽扣做前后摆动、对角线摆动或绕圆周旋转。也可以把纽扣悬在玻璃杯里，通过冥想使其碰杯子，当然，碰几下按自己的意愿。

目前，“BrainLink”拥有意念瑜伽、意念力蚂蚁、意念拍拍、意念力移物等 9 款应用，还在不断的研发，并与应用开发商合作。比较有趣的是研究意念训练在篮球教学中的作用，据说还参与到了哈林花式篮球中国巡演中。参观 8 月 2 日，深圳湾体育馆场次的观众，可以在现场体验 BrainLink 意念头箍，还有机会免费获得。

在满足好奇与趣味的情况下，相信能俘获不少用户。不过，一些烦恼可能也会困扰他们。比如，耳朵与前额的触点需要与皮肤紧密接触，才能获取相对准确的数据，这就造成感受不那么完美。尤其是在夏天，大量的汗液或许会将体验感大大降低。

毋庸置疑，在移动互联的今天，任何一款满足用户某一方面需求的产品，定会有个好的未来。或许要不了多久，每人拥有一台 BrainLink 意念头箍就成为一个流行标志。

来源：通信世界网 2013 年 07 月 09 日

### 基础研究薄弱 3D 打印产业存过热隐忧

“3D 打印只是噱头，如果真的能颠覆产业，那我的‘郭’字倒过来写。”制造业大佬、台湾鸿海集团董事长郭台铭近日在媒体上公开唱衰 3D 打印，给当前广受

追捧的 3D 打印泼了一盆凉水。

不过，这盆“凉水”显然没有浇灭人们对 3D 打印的热情。在日前工业和信息化部、科技部、中国科学院及中国工程院联合主办的新工业革命与增材制造国际研讨会上，来自国内外 3D 打印领域的专家和企业家把偌大的会议大厅挤得水泄不通；同期举办的北京工业智能及自动化展会上，企业也纷纷展出了最新的 3D 打印设备和产品。

#### 应用前景广阔

郭台铭唱衰 3D 打印的一个理由是“这项技术无法大量生产用在商业用途，不具有商业价值”。但北京航空航天大学教授、中国 3D 打印技术产业联盟理事长王华明却提供了与之结论相反的事例。

王华明是国内钛合金激光快速成形技术的带头人，长期从事高性能金属构件激光直接制造和特种耐磨涂层激光表面工程研究，在航空飞行器产品制造中对 3D 打印技术进行了诸多应用探索。“使用传统制造技术生产一个 C919 大型客机机头的主风挡窗框，仅磨具费用就需要 200 万元，还要花费几个月时间，而我们采用上述激光直接制造技术不到 55 天就能做出来 4 个窗框，成本非常低。”王华明说，“我们研究了近 20 年，如今已经取得了实质性的成果，包括从工艺到装备到标准已走出了第一步，在多个机型的飞机上有所应用。”

除了航空制造领域，3D 打印技术从一出现就受到医学界重视。上海交通大学数字医学教育部工程研究中心的王成焘教授 20 年前就与上海市第九人民医院等单位进行合作，购置 3D 打印设备，把计算机做出的三维骨骼图像变成了实际的模型，应用到医学治疗当中。“截至目前，我们已经做了 6000 多例临床服务，实现了产业化。”他说，“3D 打印技术作用不可估量，是推动 21 世纪医疗个性化、精准化、微创化和远程化的重要基础支撑，未来还将探索个性化组织器官替代物制造，让这项技术为患者带来更大的帮助。”

此外，3D 打印技术在汽车、电子等领域也同样具有广阔的应用前景。有业内人士预测，到 2025 年，3D 打印技术的经济影响将达到 2300 亿-2500 亿美元。

#### 3D 打印不等于第三次工业革命

3D 打印技术的奇妙应用激发了人们的强烈兴趣，有人甚至将其看作是第三次工业革命的标志，并认为这项技术将颠覆传统制造业。

“3D 打印技术是一种短流程、低成本、数字化、高性能制备构建制造一体化的技术。我认为这种技术确实带有变革性。”王华明说，3D 打印和传统制造技术各有各的优势，前者目前并不能取代传统制造技术。

对于一些难加工、高性能的大型复杂构件来说，3D 打印技术在节省材料、方便加工、缩短周期、降低成本和快速反应等方面比传统制造技术有优势。但对于大规

模生产而言，传统铸造锻造产业不可替代，3D 打印在成本、质量和稳定性上都不能与传统制造业相比。

武汉滨湖机电技术有限公司董事长史玉升则认为，3D 打印技术与传统制造技术并不是对立的，前者能够有效地提升和改造传统制造业。例如目前传统制造业仍然占主流，仍然需要用到模具，用 3D 打印技术可以任意制作出各种模具。

不过，目前我国 3D 打印技术的适用范围有限，在很多领域的应用还仅仅处于研究探索阶段。

据统计，2010 年全球增材制造的产值为十几亿美元，而国内产值仅 2 亿元，说明 3D 打印产业在国内的作用有待发挥。

“现在一提到 3D 打印，就会说到‘第三次工业革命’，我认为两者绝不能划等号。其实第三次工业革命已经在发生，3D 打印至多是作为第三次工业革命的元素或者是组成部分。”王华明说。

#### 产业过热难掩基础薄弱

无论是否能作为第三次工业革命的标志，3D 打印技术显然吸引了全社会的广泛关注。短短的一两年时间里，我国多个地方纷纷建立起了 3D 打印项目。

这引发了业内人士对于 3D 打印产业过热的担忧。“应该冷静地对待 3D 打印还没有解决的一些基础科学的问题。”北京航空制造工程研究所总工程师李志强表示。

增材制造战略咨询研究组组长李培根介绍，与国外相比，我国在 3D 打印的理论研究上有一定差距。此外，我国在 3D 打印材料方面研究薄弱，而这是制约产业发展的关键要素；我国 3D 打印装备整体性能较差，大部分的 3D 打印工艺装备还处于低端水平。“因此希望政府采取专项推进和机制创新，将广泛的社会资源与技术创新相结合，通过典型的工程应用，带动 3D 打印技术的发展，造就一批服务于新兴产业的制造工程师，提升我国 3D 打印产业发展水平。”李培根说。

来源：《中国高新技术产业导报》2013 年 07 月 08 日

## 运营竞争

### 【竞合场域】

#### 三大运营商陷税改严重危机称利润将降三成

7 月 11 日消息，随着通信业将改革税率政策的消息一再传出，已令市场对三大运营商赢利能力的担忧，因为无论现行的 3%营业税税率改为 11%或 6%，三大运营商的利润都将大降，而下降幅度远超过互联网企业对三大运营商的冲击。

#### 运营商“超国民待遇”将取消

引发人们对电信运营商税率改革的关注源自工信部近日发布的一个统计，该统计称，实施“营改增”将进一步加大企业税负，“企业反映：目前信息服务业企业利润率不足 6%，实施营改增后，三大基础运营商利润将下降 36.5%，信息服务业和

软件业企业将下降 20%”。

这句话实际上道出了三大运营商的心声，也反映了三大运营商即将面临的困境。

目前国家正进行“营改增”的税收政策改革，邮电通信行业的具体试点方案尚未正式出台，但已传出的试点方案是，通信业的增值税适用税率确定为 11%，但增值业务收入有望适用于 6%的较低税率。

据悉，过去三大运营商的税率为 3%的营业税，被称为“超国民待遇”，而如果改制，被称为回归国民待遇。

这其中的争议是，三大运营商到底是什么类型的企业。当前“营改增”试点方案在现行增值税 17%、13%两档税率的基础上，新增 11%、6%两档低税率。其中，提供有形动产租赁服务，税率为 17%；提供交通运输业服务，税率为 11%；提供有形动产租赁服务除外的现代服务业服务，税率为 6%。

关键是三大运营商如果认定为现代服务业，那么其适用税率就是 6%，否则就是 11%。而目前来看，三大运营商的业务会拆分为两种情况，增值业务收入有望适用于 6%的较低税率，其它则适用 11%。

央企考核第一的光环下

不仅如此，还将加剧通信企业与互联网业竞争的竞争，以手机为例，很多网上出售的手机是不缴任何税的，尤其是水货手机大量蚕食了正轨中高端手机的市场。

亦有业内人士认为，在国务院国资委多年来对所有的央企考核中，中国移动只有 2009 年落后于中国石化，该年排名第二，其余年份均第一，且中国移动的利润每年 1000 多亿，列央企前列，看似这么好的业绩，自然容易引发关注，不提高税率才令人奇怪。

但其实受互联网企业的冲击，通信业全行业已陷入低增长，中国电信和中国联通的利润率都不高，很多运营商基层分公司完成业绩很艰难，再自我散发表面的光环已无意义。

来源：C114 中国通信网 2013 年 07 月 11 日

### 中电信启动 4G 试验网建设 11 月底完成核心网割接

中国移动 4G 设备招标启动没多长时间，中国电信和中国联通 LTE 建设部署也逐渐清晰。2013 年 4G 元年大势已定。不过，由中国移动和中国电信部署计划来看，4G 建网工程十分紧张。日前从中国电信内部得知，其 4G 核心网和无线网部分都要求 11 月底割接入网。

2 个月的工程期

正如中国电信董事长王晓初在 2013 天翼手机交易会中提到的，混合组网是必然趋势。中国电信的 LTE 实验网将采取“混合组网、同步部署”的策略，同一张网



上实现 TD-LTE 和 LTEFDD 两种无线接入方式。王晓初表示，频率是制约运营商最核心的资源在中国电信的 4G 网络规划中，大范围、广覆盖的 4G 网络还是使用 FDD 制式，而市区内人口稠密地区将使用 TDD 制式吸收多余的话务量。

就 LTE 本身来说，TDD 和 FDD 相似度是 90%，在核心网以及核心网的操作标准和规范上是一致的。但是，CDMA 和 LTE 有着较大的不同。中国电信表示，LTE 和 CDMA 采用统一的 PCC 策略控制。近日，由中国电信主导的跨 LTE 和 CDMA 自组织网络标准得到了 3GPP 的确认立项。对于促进中国电信 CDMA 以及 3G 网络向 LTE 融合平滑演进有着重要的意义。

据了解，在频段选择上，中国电信希望能够争取到 1.8GHz 作为部署 LTEFDD 的首选频率，而 2.1GHz 作为辅助频段。对于 TD-LTE，中国电信试验工程将会以 2.6GHz 作为主要频率。另外，中国电信也希望能够和中国联通共同争取 1.9GHz 作为 TD-LTE 频率。

这意味着，三家运营商都将上马 TD-LTE。这和 2013MAE 上，中国联通总经理陆益民的表态一致。陆益民表示正在进行 FDDLTE/TD-LTE 混合组网测试工作。

从各家进度来看，中国移动 6 月底启动招标，要求 2013 年年底完成工程建设，任务稍微有些紧。不过和中国电信相比，电信的任务更加紧迫。中国电信要求核心网 2013 年 8 月底完成招标，9 月底全部设备到货，11 月底割接入网。而无线网也要求 11 月底完成割接入网。对设备厂商来说是个挑战。

未来考虑 VoLTE 语音解决方案

根据中国电信 LTE 建网计划，未来将考虑适时引入 VoLTE 方式承接语音业务。这和中国移动最终语音解决方案相同。

在 2013MAE 上，中国移动总裁李跃表示中国移动 VoLTE 的目标是在 2014 年实现全网商业部署 VoLTE。“2013 年三、四季度我们将进行较大规模业务实验，明年上半年将进行大规模外场实验和尝试，明年三、四季度将把全网 VoLTE 向社会推出商用。”

中国电信表示在语音方案初期将选择 SVLTE 方案，终端支持语音和数据并发。在中国电信的手机交易会上，中国电信就透露了未来 LTE 终端的策略。在手机方面，主要采用采用 FDD 模式，4 模 9 频方式来满足语音和数据应用的需求。而在数据卡方面则采用 TDD+WiFi 方式，未来也会采用 TDD+FDD+WiFi 模式。

来源：CCTIME 飞象网 2013 年 07 月 10 日

### 中国电信主导的智能管道标准获国际电联批准

近日，由中国电信主导制定的智能型网络 NICE (Requirements and capabilities for Network Intelligence Capability Enhancement) 需求与能力标准获得国际电信联盟 ITU-SG13 会议批准，作为 ITU 建议 Y.2301 进

入发布流程。

Y.2301 标准明确了通信网络智能能力提升的需求，提出了智能型网络 NICE 的定义和五大核心能力：多维感知、按需保障、灵活协同、资源优化、能力开放，并全面规范了智能型网络在提供典型业务服务时所需的业务控制层、承载控制层、承载层功能，提供了相关的应用案例。

本标准是 ITU-T 在下一代网络 (NGN) 演进 Y.2300 系列标准中的第一个标准。本标准是中国电信基于智能管道架构理念提出的，于 2011 年 10 月立项，历时 20 个月的时间获得批准。同时中国电信还在国际电信联盟 ITU-T 主导制定 NICE 功能架构、NICE 感知体系功能架构、基于 SDN 技术的 NICE 网络需求等相关标准，这也标志着中国在智能管道研究领域获得了突破，并将逐步影响和主导智能型网络需求、智能型网络架构等国际系列标准研究制定工作。

来源：通信世界网 2013 年 07 月 10 日

### 联通封停套餐 10 万人停机运营商疏漏消费者买单？

据媒体报道，7 月 1 日起，北京联通封停已正常使用几个月的“8 元包 1.9G 全国流量”套餐，并对外表示，市场流通的上述流量套餐涉嫌盗窃行为，已向公安机关报案。据联通内部人士爆料称，该套餐卡可能系公司内部人员为牟利“违规”办理，至少有 10 万张流入市场。联通客服的回应印证了这一说法，另有消息称，中国联通总部已介入调查。

一声封停令，就让人数超过 10 万的消费者欠费停机，北京联通此举显然让人有点“想不通”。毕竟，消费者在使用该套餐时并不知道其属于违规套餐，北京联通发布声明所言的“涉嫌盗窃行为”，未免有些言过其实。问题既然已经发生了，应该选择更妥当的处置办法，而不是完全无视消费者的利益，一停了事。

从报道中可知，这批被指“违规”的套餐卡是个别联通代理商发售的，有消费者也表示，买卡时曾在第一时间向联通客服热线咨询，当时客服明确告知卡是正规卡，1.9G 的流量是可以全国通用的。这就表明，其一，联通方面对此事至少是知情的、默许的；其二，即便是其中确有违规的嫌疑，那也只能是北京联通内部管理出现了疏漏，而并非消费者的购买行为存在问题。

因此，在消费者与北京联通的这桩交易中，并不存在强买强卖的胁迫行为，双方的关系是平等的买卖关系。即便事后北京联通发现，该交易可能损害自己的利益，造成了严重亏损，也不能将对后果的承担完全推到消费者头上，而是应该首先检视自己的内部管理。这是因为，一方面，买卖交易既然已经形成，则双方均应遵守合约，不得随意单方面毁约；另一方面，一方发现交易显失公平，应该通过法律手段，合理合法地维护自己的利益，申请撤销合同。单方毁约，不仅不尊重消费者，有损公共利益，也涉嫌违法。根据《合同法》之相关规定，“在订立合同时显失公平的”，

当事人一方有权请求人民法院或者仲裁机构变更或者撤销，这才符合程序正义。

具体到套餐卡事件，北京联通首先应该调查清楚问题到底出在哪里？究竟是什么人或者机构在提供该套餐卡？这样的管理漏洞是怎样出现的，又该如何封堵？凡此种种，均应给公众一个明白的说法；其次，即便要中止继续交易，也应该依法而行，取得消费者的谅解并给予一定补偿，而不是由消费者一方承担责任。

这一事件也提醒运营商，强调竞争固然是好事，铺展渠道、扩张规模也没有错，但是，在这个过程中，企业内部必须要确立一体遵循的基本规范，不能为了规模而不择手段，陷入恶性竞争的漩涡，更不能前恭而后倨，将消费者视为利益的筹码，随用随弃。不然，不仅会造成消费者的信任流失，而且也会给企业带来严重的公信力损失和经济损失。这样的双输结局，实在让人遗憾。

来源：《光明日报》2013年07月10日

## 【市场布局】

### 4G 牌照引发 LTE 频谱之争制式分配影响行业投资布局

市场有消息称，工信部有望在 10 月给三大运营商同时发 TD-LTE 牌照，这比年底发牌的预期或提前。随着牌照发放即将明朗，近期三大运营商对于小灵通的关注度突然升温，据业内人士介绍，这次关注的焦点并非争夺小灵通用户转网，而是小灵通退市后留下的频率，三大运营商不约而同之举或为 4G 频段铺路。

运营商们针对 4G 制式分配抛出了各式组合方案，“4G 发牌时间以及制式如何分配”更是悬念迭起，虽然 4G 产业即将大规模启动的各种迹象已为通信业的发展注入了强劲的动力，但随着运营商、设备商、终端商各方的不断角力，围绕着 4G 引发的各种猜想影响着下半年产业投资的动向。

制式之争，悬念迭起

扑朔迷离的国内 4G 形势，随着高层们的表态似乎变得开始明朗起来。中国电信董事长王晓初和中国联通总经理陆益民先后明确表示，将采用 FDD-LTE/TD-LTE 融合组网方式，但却给目前有点混乱的局面留下悬念，即融合组网方式该如何组、频谱如何划分、牌照发放秩序如何……

中国电信和中国联通从观望到明确表态，在很大程度上释放了对 4G 的积极信号，从过去被动应对到主动披露 4G 战略布局，这一转变对 4G 的全局部署至关重要。对于融合组网，这是两家运营商“识时务”的一次表态，但却在很大层面上考验着运营商的整体布局智慧，即两大制式如何分配，两大制式与现有的 3G 网络如何过渡与融合、终端配置如何跟进等问题都成为摆在运营商面前的现实问题。根据中国电信的布局来看，大范围、广覆盖的 4G 网络采用 FDD-LTE 制式，而市区内人口稠密地区使用 TD-LTE 制式吸收多余话务量。因此在大城市进行融合组网或是必然选择，但在三四线城市甚至农村，其 4G 网络的建设速度和模式却尚不明朗。如何融

合组网，或许也是中联通面临的一大现实难题。

此外，融合组网的一大考量因素则是频谱如何划分？除了已经明确的频谱外，TD-LTE 和 FDD-LTE 能否再获得频谱资源？这几个问题也备受关注。对于任何一家运营商来说，频谱资源至关重要。从我国的新频谱规划方案看，将 2.6GHz 频段全部 190MHz 频率资源全部给了 TD-LTE，这意味着未来 TD-LTE 的频谱竟高达 190MHz，如此之多的频谱资源并非一家运营商所能独享，将 1800MHz 和 2100MHz 频段中未分配的两个 60MHz，也就是  $2 \times 60\text{MHz}$ ，共 120MHz 用于 FDD-LTE 频率，这一布局或对发牌与制式分配埋下了伏笔。

之前中移动与广电还就广电的 700M 频段进行过一番博弈，虽说风波很快平息，但却折射出运营商对 4G 频谱的重视。对此，业内专家付亮表示，“如果有更低的频谱，运营商就可以用之进行广域覆盖，节省建网成本。”或许这就是运营商关注焦点之所在。

#### 4G 疾行，投资提速

运营市场可能因为 4G 布局引发格局之变，因此三大运营商铆足了劲，其建设投资规模亦将扩大。从行业基本面看，通信行业也出现了回暖迹象，行业整体环境好于前两年，全年运营商资本开支计划将达到 3744 亿元，同比增长 10%，预计其增量不出意外将主要来源于 4G 和传输网投资。从通信业的发展数据来看，其上半年行业总体运行平稳，电信行业营收增速略趋缓下降，其中电信行业投资增速下滑。但随着中移动在 6 月份启动 TD-LTE 主设备招标拉开产业投资热潮，下半年围绕 4G 行业的投资增速将回升。

从前期三大运营商公布的 4G 投资方案看，有机构分析认为，2013 年中国移动上市公司资本开支 1902 亿元，同比大幅增长 49%，4G 及传输投资增长最为显著。其中，TD-LTE（4G）投资占总移动通信网投资 52%，同比增长超过 400%。中国电信、中国联通也开展了 4G 试验和测试，或追加相关投资。2013 年国内 4G 设备投资将呈现爆发式增长，本轮 4G 建设高潮将持续 3 年左右。

中国移动启动 TD-LTE 扩大规模试验网的设备招标；中国联通、中国电信高层都证实正在国内部分城市进行小范围的 TD-LTE/LTEFDD 混合组网的试验，这都释放出产业的积极信号。中移动已推出 200 亿的设备招标方案，而 2013 年的投资规模将达到 400 亿以上，对产业的拉动作用明显。此外，中电信也在加快网络建设部署，有媒体报道称，中国电信 LTE 实验网将从现在的广东、江苏等 4 个省扩展到全国，随着 TD+FDD 混合组网思路的进一步明确，9 月份启动招标测试，第四季度正式招标。若按此时间表运营，中国电信在 4GLTE 网络上的投资和建设步伐将早于预期。

从整体来看，下半年 4G 建设与网络建设将迎来热潮。机构普遍认为，下半年 4G 行业投资真正启动，运营商集采招标密集开启，市场竞争格局或出现新动向。

制式不明，恐埋隐患

虽然联通暗示将立足发展 3G、适当建设 4G，市场或对其未来资本开支以及趋势方向判断不明，但 2013 年百亿的投资规模或不可少。业内人士预测，首先联通的 3G 升级以及“4G 平滑演进”虽然配套投入或有节省，但随竞争形势变化，联通未来资本开支规模亦将扩大。因此，从运营商以及产业链角度来看，监管层的表态显得尤其重要，还未明确的制式分配方案，让运营商不敢进行大规模的建设与投资规划，至少不能像中移动那样明确将重心放在 TD-LTE 上。甚至业内人士表示“要在发牌后，让另两家运营商进行突击建设吗？”

短期来看，中移动 20 万座 TD-LTE 基站建设规模，对无线主设备、射频器件、规划设计、配套设备等细分行业形成利好，并将带动为基站配套的传输网设备投资增长，下半年相关上市公司的业绩将陆续开始兑现，并将改善部分细分行业的盈利指标。甚至有机机构在现阶段表示，“4G 首选标的仍是有望获得 1/4 以上 TD-LTE 份额的中兴通讯”。因为在牌照以及制式不明确的大背景下，运营商尚不敢进行大规模的 FDD 建设投入，影响行业投资布局。

在业内人士看来，“3 张 FDD 牌照+3 张 TD 牌照”是一种巧妙的平衡，这种发牌方式不能一步到位，也就是说不能马上给运营商发放 FDD 牌照，否则就失去了激励发展 TD-LTE 的意义。例如或等到 LTE 网络全面铺开了，慢慢地将 2G 用户迁移到 3G、4G 网络上，然后将 GSM 所占用的 900M 和 1800M 频谱频段慢慢腾空，这时候就不排除运营商尤其是中移动获取 FDD 牌照的可能。同时在技术上，在 2G 频段上实施 GSM 和 LTE 的混合组网已得以实现。总之，各种组合方式让市场不停在猜想中进行各种预测与分析，制式不明确的现状将极大地影响运营商的战略布局，而这却是现阶段产业关注的焦点所在。

目前制式不明，运营商们还处于互相博弈的阶段，在你攻我守的回合对抗中寻找最有利于自身发展的位置，而时不时放出的各种言论与传言更是让人猜不透。业界呼吁监管层尽早表态，就发牌时间与制式分配进行最佳组合，或能促进市场布局与优化。

来源：《通信信息报》2013 年 07 月 10 日

### 中国联通大幅下调国际及台港澳漫游资费平均降幅 47%

中国联通下调美国、英国、法国以及港澳台等 39 个国家和地区的国际漫游资费，平均降幅 47%。调整后，用户在美国、韩国和港台漫游拨打当地、拨打中国大陆和漫游地接听资费均为 0.96 元/分钟。

近年来，中国联通不断加强与世界各国或地区运营商的合作，持续降低国际漫游资费，通过分区统一资费，不断简化资费模式。自 2009 年，已经 4 次大幅度的降低国际漫游资费，每次降幅均超过 50%。2012 年，中国联通对出访较多的国家和

地区的漫游资费进一步下降，其中美国、新加坡、马来西亚、菲律宾、俄罗斯、印度尼西亚等地漫游语音资费降幅较大，最高达 85%。

为满足用户在境外漫游时对数据业务的使用需求，中国联通在亚太 11 个主要出访国家和地区的指定运营商网络推出了 66 元/60MB、在全球 36 个国家和地区推出了 70 元/20MB/日套餐产品，提供价格更优惠、质量更好、服务更便捷的数据漫游业务。同时，中国联通还考虑到大多数用户在境外 1-2 周的短期停留时间及其不同的使用场景，分别设计了每月 170 元/60MB 和 370 元/160MB 的套餐产品。尽可能地做到价格实惠、好用不贵。此外，中国联通为使用户随时掌握境外漫游期间流量使用情况，免费提供了每 10MB 即时提醒和每日流量提醒等多项短信提醒服务，既方便用户在境外漫游时及时了解数据流量的使用情况，又使用户合理控制了数据流量的使用费用。

中国联通拥有应用最广泛的 WCDMA3G 网络，一直在不断努力增加、扩大漫游覆盖的国家和地区，截至目前，中国联通已经与 249 个国家和地区的 576 个运营商开通漫游业务，与其中 188 个国家和地区的 439 个运营商开通了 WCDMA3G 数据业务和 GPRS 数据业务，是漫游出访覆盖国家和地区最多的电信运营企业。今后，中国联通还将继续创新业务、优化资费结构、合理降低国际漫游资费水平，为用户提供更经济、便捷和优质的电信服务。

来源：通信世界网 2013 年 07 月 10 日

### 联通封停 8 元套餐卡被指违约

7 月份以来，一些北京联通用户发现，之前正常使用的“8 元包 1.9G 全国流量”套餐因流量超标而被欠费停机。联通客服表示，这些套餐卡属于“违规非法开通”，因此被封停取消。北京联通上周发布一纸声明，称市面上销售的 8 元 1.9G 和 0 元 1G 两种流量包涉嫌盗窃行为，公司已向警方报案。不过，法律人士认为，这些套餐卡此前是正常使用状态，可以视为用户和联通达成事实合约，因此联通在没有经过法院判决的情况下，单方面中止服务涉嫌违约。

“8 元套餐卡”突然遭封停

“8 元特惠套餐卡”是指北京联通的一款 3G 手机卡，用户选择 46 元套餐后，可获赠国内语音通话时长 120 分钟和 40M 的上网流量，上网较多的用户还可以在套餐的基础上，选一个 8 元的叠加流量包，每月可获得 1.9G 流量。

由于“8 元 1.9G”的流量包很超值，这款手机卡在网非常抢手，在淘宝上搜索发现，价格已经炒到了 480 元至 550 元，而且卖家都来自北京，最早的成交记录可以追溯到 2013 年 3 月。

7 月 1 日开始，一些购买了这个叠加流量包的联通用户突然发现，自己的手机因欠费停机，一位用户咨询客服后被告知，套餐叠加的“8 元 1.9G”流量包已被封

停，因此手机上网流量超出套餐部分要按正常标准收取费用。“太搞笑了，随便变更我的流量包，现在8元包月还在，不知道包的是什么流量了，反正上网就扣费。”新浪微博用户“我临时工”对于北京联通单方面变更流量包十分不满。

北京联通称“8元套餐卡”涉嫌盗窃

由于陆续有用户向联通投诉8元套餐卡被变更，上周二北京联通在官网上发布公告称，近期市场上出现部分商家倒卖包含8元1.9G、0元1G流量包的北京联通手机卡，“上述流量包是我公司为特定集团用户定制的产品。”

北京联通表示，此类手机号卡中的流量包均为非正常手续办理，通过非正规渠道销售，公司正在进行套餐清理，并保留依法追究商家法律责任的权利。

不过，北京联通的公告并没有让消费者满意，一些买卡的消费者和卖卡的商家在网上组建QQ群，打算联合维权。上周四，北京联通发表紧急声明，称市面上销售的8元1.9G、0元1G的流量包均涉嫌盗窃行为，该公司已经向公安机关报案，并获得立案。

北京联通在声明中称，流量包是为特定集团用户定制的产品，而且这些流量只能用来访问集团客户的指定网址，而不能访问新浪、百度、淘宝等商业网站，因此才会如此优惠。

“8元套餐卡”或是恶性竞争产物

有消息称，北京联通8元1.9G、0元1G流量包的3G手机号流入市面的有10万张左右，很有可能是联通内部人员为谋私利而开的。

为何这些套餐卡会流入商家手中呢？“可能是内部人员在系统更改了设置，让套餐卡可以访问其他商业网站了，那么定制卡就与普通的3G手机卡无异，资费又低，用户当然愿意买便宜卡，”一位通信业人士推测。

但在问答网站知乎上，一些匿名的业内人士对此事发表了不同看法，他们觉得此次8元套餐卡是运营商之间的恶性竞争造成的，“资费一降再降，用户每月贡献的消费值越来越低，为了所谓的市场份额，拼命地投入成本，各种竞争手段层出不穷，”一位运营商人士表示。

“10万张卡不是小数目，更改设置在联通内部要经过很多环节，因此不太可能是几个内部人谋私利的结果，”业内人士认为，北京联通原本想通过8元套餐卡来争夺新客户，但投入市场后发现定价过低导致亏损过大，才不得不停掉这些套餐卡。

联通是否违约律师观点不一

对于北京联通封停8元套餐卡，买卡的消费者都表示不满，他们认为联通销售了卡，自己也在正常使用，联通单方面封停套餐卡属于违约行为。

对此法律人士的看法有所不同。中国消费者协会律师团团长邱宝昌认为，8元套餐卡是属于北京联通为特定用户提供的定向服务，如果买卡的用户不属于这个特

定的用户群体，合约并不能成立，联通停止服务也就不能界定为违约。

他打了个比方，有些产品并不是从正规渠道来的，比如水货手机，用户买了这些产品，出现问题不可能去向厂家索赔，“谁销售，谁负责。8元套餐卡被停用，用户的索赔对象应该是售卡的商家。”

不过，IT律师赵占领认为，在网上买卡的用户虽然没有与联通有纸面入网协议，但用户如果交了话费，联通提供了服务，应该视为事实合约。“北京联通说这个套餐卡是给特定用户的，不能提供给其他用户，这个属于合约存在重大误解，北京联通可以通过诉讼申请解除合同，但不能在法院还未判决之前，单方面中止服务。”赵占领表示，联通应该按照合约向用户提供服务，至于造成的损失，联通可以向售卡商家去索赔。

来源：《北京青年报》2013年07月16日

### 互联网巨头火拼在线旅游 携程否认与腾讯谈收购

近日，有消息称腾讯正在与携程网进行参股事宜的谈判，腾讯方面希望借此加大微信商业化力度，打造一站式的服务平台。腾讯方面表示对市场传闻不予置评。携程方面也表示，目前没有与腾讯进行类似投资收购的谈判。

携程否认谈判加速抢占市场

有消息称，腾讯公司参股携程给出的估值约为60亿美元左右，以此计算溢价大约为50%。截至7月14日，在纳斯达克上市的携程市值为48.22亿美元。为了抢占市场份额，携程主动出击寻求收购合作，2013年5月入股快捷酒店管家进一步抢占无线市场。

2012年在线旅游市场掀起价格大战，携程面临多家竞争对手的全线挑战。2013年2月梁建章出任CEO后，携程方面开始了“二次创业”。一方面是持续跟进价格竞争，另一方面则是由原来的“水泥+鼠标”的模式加速转型“互联网化”。公司方面称目前首要目标仍然是快速扩大市场份额。

虽然市场竞争愈发激烈，但携程目前仍牢牢占据份额第一的位置。

互联网巨头布局打造在线旅游平台

有分析人士指出，在线旅游和微信商业化非常契合，借助参股可以加速微信的商业进程。参股携程不仅可帮腾讯打造一站式服务平台，巩固其平台价值，更可以帮腾讯实现加速超车的目的。

数据显示，2013年第一季度中国在线旅游市场交易规模达452.7亿元，同比增长28.7%，在线旅游市场的“钱景”也吸引众互联网巨头进入，百度、腾讯、阿里也是纷纷投资布局。

近日阿里巴巴旗下一淘网推出酒店比价搜索，联合淘宝旅游发力在线旅游市场，而百度通过控股去哪儿网早早布局，而腾讯此前则是参股了携程的竞争对手艺



龙和同程网。

相比去哪儿、艺龙等有“靠山”提供相关资源，携程则是缺乏一个在用户、流量以及推广方面重量级的合作伙伴。虽然腾讯、携程方面均否认了参股事宜，但业内人士鲁振旺则认为，互联网并购事件已经有很多否认过后来又证实的，如红孩子和 PPS，目前携程每年给百度贡献好几个亿，腾讯在微信端和 QQ 流量支持都比较大，一旦融合，携程将势不可挡，关键是控股权问题。

来源：《广州日报》2013 年 07 月 15 日

### 中国芯受制知识产权缺乏倒逼亚洲芯片议价力大盛

半导体行业协会日前发布最新数据显示，5 月全球晶片销售额三个月平均值为 247.0 亿美元，较前一个月增加 4.6%；SIA 表示，该月成长幅度是自 2010 年 3 月以来最高纪录。路透社报道称，正是凭借华为、联想等中国移动厂商的强势崛起，以及中国移动市场的火爆，中国力量正成为全球芯片行业增长的新引擎。不过在国内外厂商纷纷抱团推动亚洲芯片市场，增强芯片议价能力同时，缺乏知识产权的中国芯片，成为国内市场的难言之痛。

#### 亚洲芯片厂商受益中国市场

在芯片市场开始高速增长前，芯片产业原本只控制在少数高端智能设备生产商手中的，高端智能机芯片的买家主要有三星和苹果两家制造商，它们的订货量将直接决定芯片的供求从而影响其价格和利润。导致芯片制造商处于两难的尴尬局面，其投资策略也迟迟未能打开。

不过，随着中国厂商向低端智能机市场的转型加上市场对低价平板电脑和智能手机的需求激增，华为等中国移动设备生产商的崛起，亚洲芯片生产商开始从中获利。数据显示，5 月份亚太地区的芯片销售额比 4 月份环比增长 5.9%，与 2012 年同期相比，亚太地区的芯片销售额同比增长 5.8%。这自然引起芯片厂商的极大关注，高通日前就宣布全面进军中国手机芯片市场，其中也包括中低端手机芯片市场。

并且，近年来三星及苹果这两家高端手机市场的逐步饱和，削弱了苹果等高端智能机的生产力量，从而改变了原有格局，为亚洲芯片市场带来一片温暖的春天。HMCInvestment&Securities 分析师 GregNho 表示，“苹果订单的规模是牵动价格的一大因素，但是现在，来自中国制造商的远能抵销这种波动。

亚洲芯片厂商受益中国市场，一方面体现了中国智能终端市场的蓬勃发展，对芯片的需求逐步提高；另一方面看出中国芯片自主知识产权的匮乏，只能依靠联发科、高通等大型的芯片厂商。

#### 抱团智能终端助推芯片议价力

中国是一个极具潜力的巨大市场，市场的风吹草动就会牵动着亚洲芯片产生的业务乃至全球芯片市场。如今的中国市场正逐步培育中低端智能终端和高端智能的

用户同步需求，一旦时机成熟，那么带动整个芯片产业一同起飞就不是空话。有媒体就坦言，中国对低价平板电脑和智能手机的需求激增，加上华为等中国移动设备生产商的崛起，东芝以及 SKHynix 等芯片生产商料将从中获利。这自 2011 年以来芯片制造商的议价能力达到最高的顶峰。

目前，中国出产的智能机中，智能机已成主流。70% 售价在人民币 1000 元，廉价的智能机凭借其较传统低端手机良好的视听体验丰富的功能，逐步占领手机低端市场。同时，超廉价平板电脑也在扩大供货量。中国低端智能手机和平板电脑的需求激增，国内制造商需大量制造智能手机及平板电脑以满足市场需求。

除了低端智能机和低端平板电脑的需求增长外，在高端智能机上超大内存容量芯片的供货也十分紧张。虽然苹果、三星等高端智能机的需求逐渐饱和，但高端智能机使得用户接触到更多品质优良的应用程序和游戏，更加良好的视听体验，这无疑激发了用户对大量高分辨率照片视频，超大软件及海量高品质音乐的快速读取和保存的储存需求，高端智能机也将逐步往大储存量方向发展，使得 NAND 闪存芯片走俏。

于是，芯片制造商纷纷增加市场投入，欲在国内中低高三端市场中分一杯羹，东芝近期表示将投资近 300 亿日元扩生产工厂。三星则正在中国投建一座 70 亿美元的 NAND 芯片工厂。美光则计划在 8 月底前完成对日本芯片制造的收购，并在 2014 年增加投资。但多数制造商为了迎接即将到来的 3D 芯片目前都只是小规模投资。即便各大厂商都在积极扩产，市场依然供不应求，内存芯片价格和利润仍然很高。

中国芯遇短板，缺乏知识产权成行业痛点

俗话说，“爹娘永远是最亲的”。不管是联发科还是东芝等芯片厂商，那都是外国的芯片。而属于咱们自己的中国芯才是自家的亲人。在国内外媒体一致叫好国内厂商对亚洲芯片制造商重大推动时，中国芯的现状如何呢？

在各大厂商夹击下，中国本土芯片就显得暗淡无光。权威数据统计，联发科在中国智能手机芯片的应用率突破 50%，高通占 33%，而本土芯片制造商展讯只占到 11%，占有率远低于其他国外竞争对手。联发科所推出的 MT6572 支援中国的 TD-SCDMA 电信系统，除了晶片本身价格便宜之外，周边搭配的零组件成本也相当经济，整机的成本可望落在 40 美元上下。这样造成的后果是，国内厂商除了频繁受制与外来芯片商的议价外，而且对外来芯片进口依赖变为可能。

拿十五”时期就开始计划的 863CPU 来说，虽然国产 CPU 项目就一直备受国内外关注，但是主流 PC 产 CPU 的 X86 架构因为存在专利等知识产权壁垒问题无法成为 863 计划项目的技术路线，龙芯等 MIPS 架构国产 CPU 的产业化也受制于 Windows 操作系统的不支持。中国芯短板在匮乏知识产权的背景下被无限放大。

芯片属高新技术，如想在这片市场下站稳脚还需提高其自主研发能力，而非机

械复制止步不前，毕竟芯片产品才是其核心竞争力。中国芯片制造商在中国这个大环境下，知识产权环境恶劣，自主研发的高新技术产品，容易被复制，失去其独占的竞争力。法律对盗版山寨的约束保护能力较弱，让中国的自主研发力更加捉襟见肘。在自主知识产权成为考量品牌溢价的重要指标阶段，中国芯若还想在自己的舞台上表演，需要的是多方协调，才有机会创造出属于自己的中国芯。

来源：《通信信息报》2013年07月15日

## 技术情报

### 【趋势观察】

#### 运营商进化论：生存或毁灭的抉择

市场环境已经改变。与数据业务形成鲜明对比的是，运营商的传统语音、短信业务，它们的生存空间在慢慢萎缩，年轻的原生态团队、原有的PC端互联网大鳄，在移动互联网的世界成群而至，虽然运营商依然可能依靠成熟的3G制式，为自身带来不菲的收入，但是，与互联网企业比较，他们的成绩立即变得黯淡许多。

如果回顾一下互联网的发展史，你就会发现，这一新兴行业正是由电信业催生出来的。运营商覆盖广泛的网络，搭建起了互联网产业链的舞台，一个个耀眼明星在这个平台上“劲歌热舞”，风头也渐渐盖过，甚至要取代传统电信业的未来。

OTT、腾讯微信、QQ、新浪微博……这些近年来才出现的新名词，已经成了运营商心中的痛。腾讯凭借各种终端上的QQ、微信几乎成为了IM市场上的垄断者，新浪微博则网罗了海量的用户，新的商业模式也应运而生，人们的生活不断被新的技术重塑。

在中国移动、中国联通、中国电信三巨头的眼里，这些机会本来都应该是属于自己的。中移动若干年前的“移动梦网”概念，谁说它不是如今移动互联网的国内版雏形？在互联网泡沫期，几大门户正是依靠着运营商提供的机会，才渡过了“冰河时代”，从而对运营商感激不尽；一大批CP、SP，当年像苍蝇一样围绕在电信运营商的周围，轰都轰不走，甚至由此牵出了中移动腐败窝案和包括大批寄生公司在内的利益链条；而在苹果推出了他们的伟大发明——APPStore后，除了让运营商措手不及，招架不住外，往昔的“美好时光”，也随着运营商们在新时代的式微而一去不复返了。而且，国内的三大电信运营商还需面对政策上的不确定性因素：尚在孕育中的虚拟运营商和国家广播电视网络公司。

其实，全球范围内的电信运营商，都面临着相同的冲击与挑战。怎样才能在互联网经济大行其道的今天，将公众的注意力重新拉回到自己身上，如何不会沦为简单的“管道”，是他们需要共同解答的难题。

这也是一场新的博弈。市场格局会随着这场争斗进行洗牌，一个新的丛林法则即将出现，弱小者在这个新的世界中不会存活，谁都有可能掉入被淘汰名单当中，

这其中当然也包括运营商。

不改变等于坐以待毙。运营商深知这个观点的重要性，于是我们又看到，他们的态度由本能的排斥变成主动地迎接，希望构建一个包括硬件制造商，终端制造商，第三方内容开发者，用户在内的新生态系统，完成传统电信企业与互联网基因的结合。

接着，“飞信”、“飞聊”、Jego、“沃友”、“翼聊”相继粉墨登场，运营商旗下的多个互联网业务基地、移动操作系统、手机浏览器等等让人眼花缭乱，但给人深刻印象的却屈指可数。虽然三大运营商亦步亦趋地推出了应用商店、手机阅读、手机音乐、手机动漫、云计算、手机游戏……却对互联网公司无法形成太大杀伤力。仔细分析起来就会感觉到，在运营商转型道路上，垄断思维、体制、同质化等成了其最大的障碍。

英国生物学家达尔文的进化论认为，特殊的选择机制会导致对于生物适应环境有益的特征，并非在进化过程中一定会出现或是被保留。例如拥有更多的手指对人类的生活可能会更加方便，但是这种方便不会增加任何繁殖机会，甚至反而会减少。这样的观点似乎也是在为运营商的转型提供疑问：当改变发生时，运营商们能够通过环境的考验吗？Tobeornottobe？

基于此，IT商业新闻网特别推出这篇策划文章，我们将国内三大电信运营商各自的困惑、来自专家的观点等分别呈现如下，在希望能为业界提供一些思考的同时，一同寻求问题的答案。

2013年亚洲通信展最近在上海开幕。与往年一样，中国移动再次如约而至。该公司董事长奚国华在展会举办期间透露称，TD-LTE产业已经成熟，2013年预计将有11款TD-LTE手机上市。在这样的场合，说这样的话，让人不禁有一种中移动要以TD-LTE制式“称霸亚洲”的联想。

有媒体援引奚国华的话说，“我本人和许多好友用户都已经在试用，特别是几款双待机手机的性能表现令人非常满意，特别令人振奋的是现在高集成度的28纳米的TD-LTE智能手机也已经上市，这表明TD-LTE产业水平已经迈上了新的台阶”，随着全球终端芯片厂商的集体发力，TD-LTE多模多频段手机技术趋于成熟，今明两年将迎来TD-LTE终端多样化、规模化发展的黄金期。

与此同时，工信部电信研究院院长曹淑敏也指出，根据工信部电信研究院的各种测试，目前，我国TD-LTE在芯片、终端、仪器等关键设备方面已具备了进入大规模商用的条件。

这些透露出来的信息都是在说明一点：中移动在经历了惨痛的3G教训后，在不可逆潮流的推动下，正在卷土重来。但在各种势力的多重挤压之下，其能否创造出一个独特的光辉未来？这显然不光与中移动有关，三大运营商正在共同寻求答

案。

中国联通受内忧外患夹击引发高管离职潮

“思索再三后，终于辞职了。之后反而感觉轻松了许多”，“感觉联通就是开会，每天每天的开会，到最后体制还是一塌糊涂……两年间，换了整整十个老总……”

这是中国联通某地市级公司一位员工于 2009 年在某知名通信论坛上的一个帖子。无论是电信运营商，还是任何一个公司，人员流动是再正常不过的事情。不过，对于现在的联通来说，就像上面的帖子中所说的那样，其流失的不单是普通员工，还有大量高管。对于此种现象产生的原因，既有内因，也有外因。

中电信互联网梦难圆：步履艰难错认自己

中国电信董事长王晓初最近在参加“2013 年天翼手机交易会暨移动互联网论坛”期间再次强调，要用互联网思维打造产业链。要在研发、制造、营销、服务等传统的产业链环节，对产业链进行改进和提升。值得一提的是，2013 年中电信的交易会虽仍以手机终端为主，但主办方中电信仍然广泛邀请了互联网企业、应用与内容提供商等参加。除此之外，最近还注意到，中电信与中国银行在移动支付上进行战略合作，其车联网服务系统也已在无锡上线。

中电信在互联网上的雄心是有目前共睹的，他们要做国内三大电信运营商中向互联网转型的成功者。近期的腾讯微信风暴，唯一显得不那么着急的就是中电信。原因按照王晓初的话说就是，“中国电信的 3G 业务原本就已经是以数据为核心，因此，微信的出现将会与数据业务产生协同作用，两者目前不存在矛盾”。

然而中国电信果真了解互联网吗？以他们现今的实力，能从三大运营商中脱颖而出，成为新的弄潮儿吗？如果不能，他们应该做什么？

当改变发生时，运营商们能够通过环境的考验吗？Tobeornottobe？

OTT 凶猛运营商急了

大量的 OTT 业务将运营商逼得十分局促，它们消耗了运营商惊人的流量，分流了运营商的传统业务和利润。尤其是微信，对运营商的异质替代作用十分明显，导致中国移动 2012 年业绩增幅降至历史低谷。而近段时间以来，有关运营商对微信磨刀霍霍的消息频频爆出。

兵来将挡，水来土掩。面对滚滚而来的 OTT 洪流，不甘心为他人做嫁衣的运营商开始觉醒，它们一边发力自有 OTT 业务，一边对互联网基地进行公司化改造，试图通过“去电信化”，重新夺回话语权，避免沦为“空心管道”。

但要想破局，浑身流淌着垄断血液的运营商必须放下身段。只有彻底地打破捆绑在体制身上的枷锁，以更开放的姿态与产业链合作，顺势而为，运营商才能长出移动互联网因子。

专家们怎么说？

艾媒咨询 CEO 张毅：运营商不要惧怕沦为“管道”

经历几年的艰难探索，运营商应该要明白，它们最大的责任还是管道，应该把管道经营做好。管道梳理通畅了，用户的黏性自然会上来，增值业务的价值才能被最大程度地挖掘。而在缺乏与互联网、市场化相匹配的机制的情况下，一味想着流量变现，疏忽了管道的修葺，运营商的问题会更严重。

四川通信设计院副总工程师程德杰：运营商的危机和自我救赎

在互联网咄咄逼人的攻势面前，电信业似乎总是进退失据；电信运营商在“被管道化”的危机面前，似乎总是瞻前顾后，迟迟无法拿出有效的应对策略；而当以 OTT 为代表的互联网业务正逐步侵蚀电信业传统业务——语音和短信时，电信运营商却始终无法拿出有效的应对办法。彷徨中的电信业和电信运营商，真的要变成昨日黄花，成为人们头脑中的记忆了吗？

互联网专家刘兴亮：电信运营商要有放弃做互联网产品的决心

随着科技的不断进步，通信行业的发展，终端与应用日新月异，智能手机加应用成了移动互联网的标准配备，也是国内三大运营商关注的焦点。三大运营商不仅是信息通信的管道，而且还是内容与应用的提供者，但是在互联网及移动互联网时代，运营商传统语音业务收到 OTT 企业的威胁，逐渐被“管道化”了。

为了应对此种变化，运营商随机应变，上马了多个互联网产品项目，与互联网企业直接竞争，但多发展势头低迷，影响范围较小，吃力不讨好，电信运营商如何转型呢？显然，这不是一个轻松的话题。

工信部电信研究院副总工程师何霞：电信运营商其实存在着巨大的机遇

总结世界电信运营商的失败经验，开放的态度才能引领电信运营商构建平台的整体生态系统的良性循环。如果不能以真正的开放态度来吸引合作伙伴和用户的加入，电信运营商很难在与互联网公司的竞争中获得优势。因此，电信运营商应该搭建一个生态系统平台，构建一个让硬件商，终端制造商，第三方内容开发者，用户全部参与的一个生态系统，而电信运营商的角色应该定位在这个智能平台的引领者。

来源：IT 商业新闻网 2013 年 07 月 11 日

### 电信运营商各怀心思融合组网或成 4G 主流

作为我国拥有自主知识产权的 4G 标准，TD-LTE 是我国抢占通信业制高点的利器。然而，在发展 TD-LTE 上目前仍是中国移动唱“独角戏”，中国联通和中国电信尚无这方面的动作。不过，在未来发展趋势面前，最近中国联通、中国电信高层都表态要发展 4G。对于这一说法，工业和信息化部副部长尚冰在近日举办的 2013GTI 亚洲大会上首次表示支持。同时，中国移动董事长奚国华也表示，未来中国移动

在发展 4G 上将推 TD-LTE 和 FDD-LTE 融合组网，实质上也是间接支持 FDD-LTE。

事实上，虽然 TD-LTE 已经比较成熟，并取得了较大成绩，但在未来 4G 道路上，单一的制式仍不利于竞争，更会扩大中国移动的垄断局面。此时，推动 FDD-LTE 或者推动 TD-LTE 和 FDD-LTE 融合组网的方式不仅有利于竞争，更能为移动互联网和整个产业链带来机遇。

中国移动唱“独角戏”

在 3G 发展道路上，中国移动似乎颇有失落，不仅高端用户数被中国联通和中国电信抢了不少，其市场份额也被逐步逼近，大有从“一家独大”演变为“三足鼎立”之势。

在发展 3G 的不利局面下，中国移动似乎已经找到了再次甩开中国联通和中国电信的办法，即绕开 3G，直接发展 4G。

中国移动这一招不仅是当前通信业的发展趋势，更得到了主管部门的认可。而在发展 4G 上，中国移动首推 TD-LTE，并加大了建设步伐。在全球范围内，TD-LTE 是一种比较成熟的制式，并得到了飞快发展。据了解，目前全球已经有 166 款 TD-LTE 终端，有 17 个 TD-LTE 商用网正在运行，为数百万消费者提供了移动宽带服务。

在发展 TD-LTE 上，由于中国移动的力推，它已经成为一项国家战略，并于 2009 年成立了专门的工作组，组织 TD-LTE 扩大规模试验。尚冰表示，目前 TD-LTE 扩大规模试验基本实现了 16 个试点城市、2 万个基站的目标。通过试验带动了产业链各方，在系统设备和数据终端侧，我国的 TD-LTE 已经基本成熟。并肯定了中国移动为此付出的努力。

实际上，作为主导 TD-LTE 发展的中国移动最近几年一直在扩大 TD-LTE 规模试验。2013 年的 TD-LTE 扩大规模试验已于 2013 年 5 月份开始，并启动了声势浩大的基站大规模招标采购活动，建设规模约为 20 万个 TD-LTE 基站，总建设规模涉及资金 200 亿元。

除了基站大规模招标采购外，TD-LTE 终端也没有闲着。据奚国华介绍，中国移动到 2013 年年底将在 100 个城市建设 20 万个基站，构建全球最大的 TD-LTE 网络，并采购超过 100 万部 TD-LTE 终端。

对于目前 TD-LTE 的发展，尚冰在肯定的同时也指出了不足。“TD-LTE 在芯片和手机终端、网路间互操作方面，还需要持续解决，需要产业链携手共同创造更好的发展环境。”

为此，他提出了五个方面的要求：一是努力提升 TD-LTE 整体水平，增强网络深度覆盖，加速 28 纳米技术的研发应用，推动智能手机关键产品加快成熟；二是加快推动 VoLTE 的研究和测试进程，同时进一步完善 CSFB 和双待机方案；三是积极推动网络技术演进和方案研究，完善 TD-LTE 与 2G/3G/FDD 共存的解决方案；四

是大力推进 TD-LTE 创新应用，有力推动信息消费，提升信息化水平；五是进一步发挥 GTI 平台作用，推动更多企业选用支持 TD-LTE 发展。

#### 电信和联通力推融合组网

4G 是未来发展趋势，对于中国联通和中国电信而言，这是一件不得不为的事情，但在发展哪种制式上，虽然工业和信息化部明确表示，TD-LTE 要成为三大电信运营商的必选项目，即各家均须负起建设 TD-LTE 网络的责任，但并没有明确不许发展其他制式。此外，对于热议的 FDD-LTE，工业和信息化部也表示，由各家电信运营商自行选择，这意味着电信运营商可以选择发展两种制式的 4G。

最近中国联通总经理陆益民在与相关电信设备商交流时透露，中国联通正在为 4G 做准备，目前在进行 FDD-LTE/TD-LTE 的融合组网试验。而此前，中国联通更倾向于发展 FDD-LTE。中国联通董事长常小兵曾表示，中国联通必须要根据自己的战略引进方向去获得 4G 牌照。

而中国电信也趋向于建设 FDD-LTE。在近日举办的中国电信 CDMA 手机交易会上，中国电信董事长王晓初表示：“由于频率是制约电信运营商最核心的资源，在 4G 时代，融合组网不可避免。在中国电信的 4G 网络规划中，大范围、广覆盖的 4G 网络还是使用 FDD-LTE 制式，而在市区内人口稠密地区将使用 TD-LTE 制式吸收多余的话务量，中国电信将采用综合方案实现所有用户的需求。”

业内人士分析，中国电信和中国联通接受 TD-LTE 并提出融合组网模式，更多是面对政策的策略性应对。首先，TD-LTE 是一项国家战略，所有电信运营商必须全力以赴；其次，从 2013 年我国公布的新频谱规划方案中可以看到，TD-LTE 的频谱高达 190MHz，如此之多的频谱资源显然非一家电信运营商所能独享，更非一家电信运营商所能承建，这就要求三大电信运营商必须全部参加；第三，按照目前进度，我国政府首先会发 TD-LTE 牌照然后才可能发 FDD-LTE 牌照，因此中国电信和中国联通只有承建 TD-LTE 建设任务，才有可能获得 FDD-LTE 牌照。

#### 多制式有利竞争

如此一来，三家电信运营商获得 TD-LTE 牌照的机会将会更大。对此，通信行业专家、飞象网总裁项立刚表示认同。“发 3 张 TD-LTE 牌照有相当大的可能性。因为 TD-LTE 是一项国家战略，虽然中国联通和中国电信在发展 TD-LTE 上弱于中国移动，但企业利益要服从国家利益，特别是国企要承担这个责任。”项立刚认为，TD-LTE 的技术没有问题，也是 4G 的发展方向，只有三大电信运营商都发展 TD-LTE，才能使通信设备、手机终端更便宜，消费者和电信运营商都将由此获利。

不过，三家电信运营商都获得 TD-LTE 牌照并不意味着中国电信和中国联通会放弃 FDD-LTE。虽然中国电信和中国联通提出发展 FDD-LTE 是为了避免与中国移动在 TD-LTE 上的直接竞争，是从自身考虑的，但业内人士仍表示，多制式有利于产



业竞争，更有利于 4G 的未来发展。

在通信专家孙永杰看来，三大运营商采用不同制式发展 4G 更利于竞争及趋于公平。他道出了三方面原因：“首先是三大电信运营全部发展 TD-LTE 势必会重蹈中国移动‘一家独大’的覆辙，不利于行业公平竞争；二是中国联通此前发展的是 WCDMA，其未来升级路线就是 FDD-LTE，即可以走现有技术演进的路线（GSM-WCDMA-FDD），直接通过平滑技术演进，将现有 3G 基站升级到 4G。在这种情况下再强推投入巨大的 TD-LTE 制式给它们，不但有失公平竞争的原则，还无端造成巨大的成本压力；三是从用户的角度看，如果电信运营商采用统一的 TD-LTE 制式，用户将失去选择更多网络服务和体验的权利；四是从全球竞争的角度看，单纯采用 TD-LTE 制式，也不利于我国电信运营商走出国门参与全球市场竞争。”孙永杰表示，从产业发展和国际化的角度看，把“鸡蛋放在一个篮子”里的做法显然都是不明智的。

来源：《中国高新技术产业导报》2013 年 07 月 08 日

### 高端智能机市场饱和和低端市场迎来新契机

高端智能手机正遭遇成长瓶颈，在过去的半年，不论是三星 GalaxyS4 还是苹果 iPhone5，销量增速都大大放缓。这将为低端智能机的发展带来新的发展契机，业内人士预测，在接下来的 5 年时间里，全球低端智能手机的出货量将有可能增长三倍。

#### 高端智能手机市场增速放缓

三星第二季度利润预估不及市场预期和 HTC 差强人意的业绩均表明，随着竞争愈演愈烈、价格更低的产品涌入市场，高端智能手机生产商正面临着增速放慢的局面。

智能手机发货量位居全球榜首的三星上周五预计，该公司第二季度经营利润在 9.3 万亿韩圆（合 81.5 亿美元）至 9.7 万亿韩圆之间，而投资者们此前的预期是至少 10 万亿韩圆。这一利润预期导致当日三星电子的市值进一步蒸发了 65 亿美元。自 2013 年 3 月中期以来，三星电子股份已下跌 17%，原因是人们对该公司 GalaxyS4 高端智能手机令人失望的销售情况感到担忧。

根据上述预期，三星第二季度的经营利润较上年同期的 6.46 万亿韩元增长 44%-50%，但较第一季度 54% 的增速放缓。即便如此，这仍将是三星电子最好的季度经营利润。不过，考虑到过分乐观的预期以及第三季度零部件订单情况，多家券商已纷纷下调了对三星电子销售额预期。

AreteResearch 的合伙人 Brett Simpson 表示，许多投资组合经理都不看好 2013 年的智能手机板块，理由是他们认为发达国家的高端智能机市场已接近饱和。

HTC 上周五公布，该公司第二季度未审计净利润较上年同期的新台币 74 亿元下

降 83%，至新台币 12.5 亿元（合 4,140 万美元），原因是销售额下滑，且营销支出上升。当季收入较上年同期的新台币 910.4 亿元下降 22%，至 707 亿元。过去一个月以来，宏达国际的股价已下跌近 30%，因为 6 月份销售额放缓的消息浇灭了该公司高端智能机 HTCOne 最初带来的乐观情绪。这款金属外壳的手机是 2013 年春季面世的。

无独有偶，黑莓的股票也遭到了投资者的抛售，该公司 6 月时曾称，第一季度亏损 8,400 万美元，发货量仅 270 万部，仅为苹果的零头，大约等于诺基亚发货量的一半。

诺基亚将于 7 月 18 日发布第二季度业绩。该公司正试图凭藉搭载微软 WindowsPhone 软件的 Lumia 手机将其智能手机业务扭亏为盈。不过，迄今为止 Lumia 在阻止诺基亚业务滑坡方面也无能为力。根据市场调研公司 Gartner，第一季度诺基亚在智能机市场的排名已下滑至第 10 位。

#### 低端市场迎来新契机

市场研究公司 NPD 在 2013 年 5 月下旬发表的报告中称，2013 年全球智能手机出货量将首次超越功能手机，智能手机出货量增长的主要动力在新兴市场。这意味着高端智能机型的快速增长已经告一段落，而中低端机型的发展正当时。

业内人士预测，在接下来的 5 年时间里，全球低端智能手机的出货量将有可能增长三倍。

巴克莱(Barclays)分析师 DaleGai 称，整个高端智能手机行业都在减速，不只是 HTC 一家的的问题，这个市场已经饱和。

也就是说，针对高端消费者的争夺战将愈演愈烈，成本也越来越高。为与三星电子竞争，HTC 在收入不及 2012 年的情况下 2013 年仍将营销支出提高了一倍以上。而手头现金阔绰的三星电子 2013 年预计将继续增加营销方面的开支。该公司 2012 年在市场营销上的支出达 13 万亿韩圆，较前一年增长 38%。

分析师指出，高端手机在北美、西欧等发达市场的高渗透率正导致此类产品的增速放缓。虽然整体而言，高端手机的利润率最高，但手机制造商们可能将不得不寄希望于廉价机型来推动增长，并将眼光放到潜力巨大的新兴市场上。

据消息人士透露，外界普遍期待苹果将在 2013 年晚些时候推出低价的 iPhone 版本。三星电子和 HTC 长期以来都在生产中端机型，两家公司都有意将高端产品线向低价位消费层靠拢。三星电子已宣布，将推出旗舰产品 GalaxyS4Mini 的低价版手机；分析师们也称，HTC 也正在研发迷你款的 HTCOne。不过 HTC 对此不予置评。

Gartner 驻台湾的分析师 CKLu 表示，中端及入门级智能机正迅速占领市场，在性能方面也变得相当强大；基本上讲，一年以前低端智能手机的选择很少，而目前在中国市场上，消费者可以花大约 200 美元就可以买到一台 5 英寸的智能手机。

在全球智能手机发货量排名前五的公司中，华为和中兴通讯已占据两席。根据 Gartner 数据，第一季度中国手机生产商占据了全球智能手机市场 29% 的份额，上年同期仅为 13.2%。这些变化已导致各家证券公司纷纷下调高端手机生产商的评级，导致这些公司的股价近几周出现下跌。

Invesco 负责除日本外亚洲业务的首席投资长 Paul Chan 指出，HTC 等智能手机厂商的股价已处于折价水平，原因是投资者们不确定未来的机型能否成功；这个行业未来的盈利能见度很低。

智能手机出路何在？

初期，高端智能手机厂商占据产业链的最上端，通过科技和创新，抢占市场先机，占据了大部分市场份额，获得巨额利润。然而随着科技和市场的发展，手机制造已不再那么遥不可及，和 PC 购买配件组装越来越类似，众多智能手机厂商如雨后春笋一般开始出现。国产手机虽主要面向中低端市场，但是性能却已经十分优秀，具备的价格优势已经对国外高端智能手机厂商产生巨大威胁。

实际上，无论是高端还是中低端市场，智能手机同质化现象已越来越明显，纯硬件发展已逐渐无法满足用户需求，单纯靠硬件取胜的功能机时代已经一去不复返，消费者购买智能终端产品的考虑已经从简单的产品参数转变为硬件能够提供哪些软件服务和内容。智能手机相比功能机最大的不同，同时也是优势就在于，其植入的丰富的内容应用和服务，“软硬兼施”的模式无疑将成为未来智能手机市场的方向。

如今，单纯硬件比拼很难从激烈的市场竞争中突围，应用软件是各大厂商新的赢利点，如何强化应用的生态系统，已成为各家企业迫切需要考虑的问题。苹果“软硬结合”的成功案例摆在眼前，苹果建立了 iOS、iPhone 和 AppStore 三位一体的生态圈。在这个生态圈里，AppStore 给苹果贡献的利润并不太多，但对于苹果设备的销售却起到了最直接、最关键的推动作用，不知不觉之间，AppStore 的下载量已超过 500 亿，超强的黏性成为苹果公司抵御其他厂商进攻的重要防御力量。苹果的成功正在被效仿，微软已经了解打造自身产品生态系统的重要性，并决定以软硬件结合的方式实现目标。

移动互联网生态日渐成熟，智能手机硬体本身的销售利润将难以支撑整个业务的稳定、持续增长，各大手机厂商必须跳出硬件价格战的漩涡，把握软件应用市场的商机，自主或与第三方软件开发商展开合作，开发出符合市场需求的应用，拓展新的利润增长点。只有软硬体才能提供给用户最好的体验，充分发挥硬件和软件的全部效能。

来源：赛迪网 2013 年 07 月 09 日

## 中国智慧城市产业技术创新战略联盟

### ——让城市充满智慧

智慧城市是当今全球范围内出现的新理念和新实践。世界各国，尤其是欧、美、日、韩等发达国家和地区，都在积极开展各项研究与应用，研发城市智慧应用与系统，建立相应的城市试点进行实践。在我国，从中央到地方都在积极探索发展智慧城市。

智慧城市是以云计算、大数据、物联网和空间信息为代表的新一代信息技术与城市发展需求相结合的必然产物。城市是典型的数据密集型处理环境，更多的数据可能来自于城市的交通、医疗、建筑等各行各业，来自城市中无处不在的传感器。当前无论从学术界还是产业界，都在认真思考一个问题，就是如何应对数据泛滥，数据每时每刻都在创造，每两年数据总量在翻番，数据的数量和处理方式，有了很大的变化，数据处理正在从过去科学计算、商业计算向社会计算转变。我们把海量数据作为新时代的重要标志，也许就是一次新的工业革命。无处不在的网络和终端，云计算庞大的计算处理能力，使得城市中每个主体都成为一个个神经元，进而构成拥有海量信息处理能力的“群体智慧”。

### 智慧城市产业发展状况

信息技术正在飞速改变着传统城市的概念，全球化、市场化、城镇化、信息化、知识化、智慧化已经成为不可阻挡的历史潮流，对中国乃至世界范围内的生产力、生产方式、经济社会发展格局产生着深刻影响。

国家“十二五”规划提出的城镇化、工业化、信息化新的三化融合揭示了以城市为主体的消费驱动将成为促进中国未来十到二十年经济发展最重要的发动机。但随着城市化进程的加快，由此而带来的负面效应也日益凸显：人口膨胀、交通拥挤、环境污染、资源短缺、分配不均衡、公共服务匮乏等都成为困扰城市发展的难题，降低了城市居民的生活质量，阻碍着城市进步。这些在城市化高速发展中出现的问题必须依赖信息化的手段进行解决。

智慧城市以信息技术为支撑，通过健全、透明、充分的信息获取，通畅、广泛、安全的信息共享和有效、规范、科学的信息利用，提高城市运行和管理效率，改善城市公共服务水平，增强处理突发事件的能力，让城市成为和谐社会的中枢。智慧城市不仅是新文明下城市可持续发展的必然选择，是后工业时代人民生活方式转变的内在需要，更是解除中国城市发展矛盾的制胜之道。

### 智慧城市产业在国内发展现状

根据近期对我国智慧城市发展战略和建设现状的研究分析，认为国内智慧城市基本可以归纳为三类，第一类是全面领先型，这类智慧城市的定位是通过大力投资创新型应用和服务示范项目，实现产业民生双轮驱动发展的良好模式；第二类是特

色引领型，这类智慧城市强调充分利用地方资源优势，选择某几个核心点进行创新性建设，在某些细分领域成为富有特色的区域典范；第三类是稳妥跟进型，这类智慧城市的建设着重进行与自身城市定位相似的标杆研究，实施借鉴和引用兼收并蓄的策略。

#### 全面领先型战略产业民生双轮驱动

全面领先型智慧城市战略同城市产业发展策略息息相关，一般为经济实力较强的城市所采用，其主要原因是因为他们在经济实力上和政策保障上都允许以高投入换高产出，一方面通过信息技术与经济深度融合来强化已有优势产业和发展战略新兴产业，另一方面通过利用信息化手段提高社会公共服务能力，让城市成果惠及全体居民，实现城市包容性发展，以产业民生双轮驱动来实现全面领先型智慧城市战略。

“智慧北京”采用了全面领先型战略，通过城市智能运行、市民数字生活、企业网络运营、政府整合服务等“四类智慧应用”和智慧城市支撑平台、新一代信息基础设施、世界一流信息产业、信息社会政策法规环境等“四个智慧支撑”来实现产业与民生的双轮驱动，最终实现信息化整体发展达到世界主要城市的一流水平。

“智慧广州”规划也遵循了全面领先型战略，广州市在围绕创建国家中心城市，在信息化城市建设过程中强调产业民生并重，重点建设新设施、新应用、新产业、新技术、新环境“五个新”，推动经济社会、城市管理和生活服务等信息化向智能化转型。

#### 特色引领型战略地方优势充分彰显

特色引领型智慧城市战略将重点强调城市的位置优势、资源优势、人才优势，结合地方的产业经济特点、民生关注热点和城市治理难题，选择一个或几个核心点进行创新性智慧城市建设，并逐步在某些细分领域形成强大区域优势，成为富有特色的区域典范。特色引领型战略将能使城市原本优势领域更加突出，进而塑造城市名片，提升城市知名度，在招商引资上以“招牌”优势超越竞争对手，为城市进一步发展带来更多优质资源，实现“以点带面，全面开花”。

在“智慧扬州”的建设中，更加强调感知与物联，注重信息技术与丰富文化底蕴和独特旅游资源的有机结合，按照“创新扬州、精

致扬州、幸福扬州”的城市定位来推动“智慧扬州”战略，实施文化名城传承计划，建设多渠道的文化交流信息平台，促进扬州市文化的宣传和推广，并构建涵盖旅游目的地营销与旅游商务的综合电子商务平台，实现与文化信息的共享对接，将扬州打造成特色鲜明的文化旅游品牌城市。

“十二五”期间，张家港将充分利用港口资源优势，全面启动“智慧港城”建设，吸引并支撑一批有核心技术、核心竞争力的公司落户，重点加速信息化与传统

优势产业的深度融合，推动电子装备产业集聚，促进临港经济发展，增强区域整体竞争优势。

#### 稳妥跟进型战略借鉴引用兼收并蓄

稳妥跟进型战略智慧城市主要通过广泛借鉴吸取国内或国际的先进成熟经验，结合城市特点开展智慧城市建设。在实施稳妥跟进型策略时，要与自身城市定位高度契合，认真分析城市自身的优势劣势、当前的发展机遇以及目前面临的挑战，充分考虑城市经济、社会、文化、技术基础和资源条件，细致研究标杆城市，在立足现实的同时，也要考虑可操作性，此外，还需要逐一平衡和确定项目建设模式、政策资金落实、人才培养引进等诸多方面因素，以确保项目投资的成功率和效果。

#### 中国智慧城市产业技术创新战略联盟

自 2009 年 8 月，温家宝总理提出“感知中国”以来，“智慧地球”和“感知中国”成为中国和世界瞩目的热点。智慧城市成为我国具有战略高度的发展目标和战略性新兴产业增长点。

《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020 年)》提出今后 15 年科技工作的指导方针为：“自主创新，重点跨越，支撑发展，引领未来”，并将“城镇化和城市发展”、“公共安全”、“信息产业及现代服务业”等作为重点领域。纲要指出，“实现城镇化和城市协调发展，对科技提出迫切需求。”同时，《国家“十二五”科学技术发展规划》和《国家高技术研究发展计划(863 计划)“十二五”发展纲要》也分别提出了着力发展新一代信息技术的总体要求。发展智慧城市符合国家重大科技战略布局和城市信息化建设实际需求，而建立中国智慧城市专家团队，以企业为核心打造中国智慧城市建设国家队更是迫在眉睫。

2011 年 10 月，在科技部的大力支持下，国家 863 主题项目智慧城市(一期)正式立项，成立智慧城市联盟作为项目工作的一项重要任务。项目团队高度重视联盟的成立工作，在项目首席专家熊璋教授的策划下，项目组打破了项目成员的团队限制，在北京、深圳、武汉、太原等地多次组织在国内智慧城市工作方面有影响力的企业、高校和科研院所开展研讨。

北京航空航天大学作为国家“863”计划智慧城市项目的牵头单位，同神州数码信息系统有限公司、公安部第三研究所、航天科技控股集团、武汉大学、武汉邮电科学研究院、工业和信息化部电信研究院、赛伯乐投资集团、中国电信集团，中科院深圳先进技术研究院、中航网信(北京)科技有限公司、北京大学、广东物联天下科技集团有限公司、上海交通大学、深圳市金证科技股份有限公司、方正国际软件有限公司、南京三宝科技集团有限公司、长城企业战略研究所等多个协作单位一起共同努力，在智慧城市总体方案、技术体系、标准体系等方面取得了系列研究成果，这些成果是成立智慧城市产业联盟的坚实基础。

以国内知名大学、科研院所、领军企业为主组建的中国智慧城市产业技术创新战略联盟(以下简称联盟)主要从事智慧城市模式研究、标准制定、技术产品开发和产业化推广等工作,是实现城市智慧发展、打造智慧城市产业链的重要力量。同时联盟还以开放的形式吸纳各类成员单位加盟,通过有效的合作机制来加强联盟成员之间的合作,明确了建立行业产学研结合的技术创新体系,推动智慧城市产业自主创新能力的健康发展的战略方针,将为成员之间产学研合作关系的长期、有效、稳定发展提供良好的条件。

联盟的成立有利于整合我国现有智慧城市优势产业技术资源,以突破智慧城市共性关键技术和形成智慧城市信息技术产业核心技术竞争力为目标,充分利用“十五”、“十一五”期间国家科技发展整体战略布局取得的丰硕科技成果,通过集成创新等手段,成功应用至智慧城市规划建设中,取得更大的经济和社会效益。同时通过成员单位间协同创新、统一策略、资源共享、技术转移、人才培养等方面的合作,在促进成员单位的自身发展的同时,支撑中国自主智慧城市技术和标准体系的建设和实施,推动实现我国城市运行管理水平跨越式发展。

联盟成立以来,积极申请项目及合作。目前已经开始了智慧城市一期、智慧城市二期的 863 项目建设;已经形成城市与行业示范 10 项,发表学术论文 64 篇,形成技术报告 13 篇,形成标准提案 8 项,申请软件著作权 24 项,发明专利 28 项,主办会议 15 场,特邀报告 14 次,规划设计与研究报告 20 项。

### 智慧城市的前景

在全球智慧城市产业方兴未艾、尚未形成被广泛接受的统一产业技术规范的形势下,抢占智慧城市产业技术发展前沿制高点,抓紧制定我国相关产业核心技术规范,形成自主的产业技术标准和统一的市场准入机制,把握产业发展主动权,在全球范围内引领未来相关技术发展,是目前面临的重大挑战之一。

在这一时代背景下,联盟将确立以自主创新和引领发展为主要内容的联盟宗旨,倡导各成员单位以技术创新需求为纽带,以契约关系为保障,有效整合产、学、研,用各方资源,充分发挥自身优势,通过对智慧城市共性核心基础技术的研究及自主创新,形成具有自主知识产权的产业标准、专利技术和专有技术,带动重大行业应用示范,实现从“跟随”到“引领”的转变,推动国内智慧城市的建设和发展。

我国智慧城市的研究与建设充满了机遇与挑战。智慧城市建设将催生以技术融合和集成创新为特征的战略新兴产业。在全国智慧城市蓬勃发展的趋势下,我国的信息技术产业应该借助智慧城市发展契机,基于新一代信息技术研发应用,提升产业水平,完善产业结构,推动传统信息服务业智慧化,加快产业融合与创新发展,培育新型智慧城市产业,打造智慧城市产业链与生态圈。不久的将来,中国的城市将真正充满“智慧”。

作者简介：吕卫峰，北京航空航天大学计算机学院院长、中国智慧城市产业技术创新战略联盟秘书长。

来源：《中国信息界》2013年第2-3期

## 【模式创新】

### 运营商齐推 NFC 移动支付逼钱包下岗

智能手机会逼钱包下岗吗？日前，中国银联与中移动宣布正式推出基于 NFC-SIM 卡的移动支付平台业务——手机钱包。该业务已率先在相关城市展开试用。然而，尽管目前各种利好都倾向于 NFC 近场移动支付走到了爆发的关口，但是移动支付目前仍受成本、安全和消费习惯等因素影响，普及尚待时日。

三大运营商争夺手机钱包：近场支付成热点

日前，中国银联与中移动宣布正式推出基于 NFC-SIM 卡的移动支付平台业务——手机钱包。该业务首先在包括天津在内的北京、上海、广州等 14 个城市推行。目前，三大运营商均在积极布局手机支付市场。

银联与中国移动已完成 TSM 平台（远程发卡和应用管理平台）对接，并吸引了中行、中信、光大、广发、浦发等多家商业银行与银联 TSM 互通互联，实现了金融和通信两大行业在移动支付技术方面的兼容。“通过 TSM 平台，今后本市用户可为中国移动 SIM 卡加载公交卡、社保卡、学生卡、门禁卡、电子票等诸多功能，利用手机终端实现各类应用。未来，SIM 卡不仅可充当金融 IC 卡，还可成为用户享受综合便民服务的工具。”天津移动方面表示，NFC 手机、SIM 卡及相关服务均可在移动营业厅咨询办理，原移动客户可免费更换 SIM 卡，而且无需换号。后续还将开展形式多样的用户回馈活动，申办业务和使用“闪付”将享受多重优惠。

不仅中国移动看好手机支付市场的广阔前景，近两年来，三大运营商均在积极部署手机支付市场。2013 年年初，天津电信已经联手天津农行试水“手机钱包”了。天津电信方面推出的手机移动支付联名 IC 卡，也是本市范围内首次试商用“手机钱包”。此外，中国联通和招商银行在 2012 年年末，也联合举办了“中国联通与招商银行手机近场支付产品发布会”。发布会上，多方推出基于 SWP-NFC 手机 USIM 卡的近场支付“手机钱包”产品。

电信运营商推广近场支付技术已经不是什么新鲜事。早在 2011 年，联通就推出手机刷卡坐公交，用户通过到营业厅换用专门联通 SIM 卡，手机后盖加粘一张卡片形状天线，再预存 200 元话费即可使用。“然而由于消费者移动支付观念尚未形成，商业普及低等原因，这项业务在短暂的媒体炒作之后便无人问津。”复旦大学信息学院微电子学系教授闵昊认为，“不过从规模来看这是最大的一次试点，具体效果得看相关方推广力度。”

研究机构 Gartner 发布最新报告预测，2013 年全球移动支付交易额将达到 2354



亿美元，较 2012 年增长 44%。那么，近场支付作为移动支付的重要方面，是否能够搭上高速增长顺风车，真正地融入人们的生活？

#### NFC 或成统一标准

在此前，在近场支付领域存在基于银联主导的 13.56MHz、中国移动力推的 2.4GHz 等两大标准长期。技术标准的不统一，直接受影响的就是产业链上的企业。芯片制造商——北京同方微电子有限公司副总经理段立表示，目前国内的移动支付已经到了整个产业链可以行动的前夜，到了“迸发的点”，但始终无法突破。目前在技术标准上并没有统一，所以相应地在产业方向、技术规范和将来的应用上并不明确。“现在各方都忙着跑马圈地，但都没有开始大规模应用，因此产业链上各环节基本都没有进入大批量生产。”

段立在接受媒体访问时表示，因为标准不确定，所以同方微电子就定制各种技术解决方案，以应对不同的技术标准和应用方式。他透露，之前他们曾经针对 2.4GHz 的技术标准投入了几百万来做项目，但有传言说已确定近场支付采用 13.56MHz 标准，2.4GHz 方案不允许进入金融流通领域。因此就将 2.4GHz 的项目停了，直到现在还没有开工。

随着三大运营商纷纷与商业银行和手机厂商合作，推出基于 NFC（近距离无线通信）技术的手机近场支付产品。尽管近场移动支付标准还未出台，各方发展还存在不确定因素，有着诸多优势的 NFC 技术解决方案逐渐发展为手机近场支付的标准，正在成为运营商与金融系统的共识。

日前，中国银联移动支付总工程师徐晋耀在某媒体访谈中表示，NFC 技术是移动近场支付的必然选择，银联在 NFC 技术方面经历了长期的探索。徐晋耀表示，银联形成了以 SD 卡、SIM 卡、苹果皮、全手机为代表的 NFC 类产品，并且经过反复验证试点后，产品质量逐步走向稳定，满足了市场的各类需求。此外，以银联协同产业链各方联合完成了国家标准、行业标准的研制工作，明确了移动近场支付的频率为 13.56MHz，即 NFC 技术的通讯频率。

#### 移动支付花样繁多成本问题是最大障碍？

近场支付将消费者手中的银行卡、公交卡、校园卡、会员卡等“电子化”到手机上，手机“一秒钟变身”钱包，享受前所未有的流畅购物体验，听起来足够诱人。除了运营商和银联的各种角逐，具有相应资格的第三方支付公司也在加速相关布局。作为代表的支付宝近期就在北京 4 号地铁沿线布置了一批“声波支付售货机”。与繁琐的移动银联换卡程序不同，“声波支付”简便易行。用户在手机中下载安装的“支付宝”客户端后，即可按照售货机的提示通过手机轻松付款购买饮料。

业内人士分析，“声波支付售货机”对消费者来说确实很方便，较短时间里、一定区域内输入密码支付也相对比较安全，但考虑成本增加的问题，短期内商户可

能不会考虑推广。

除了 SIM 卡和银行卡外，近场支付另一个不可或缺的条件是专用的终端设备，如有支付功能的手机和刷卡机。走访联华、快客、京客隆等第一批移动公布合作商户店面时，具有银联闪付功能的刷卡机也很鲜见。

此前，有媒体报道称，据分析人士称，虽然手机支付已确定为银联标准，且手机 NFC 改造成本也不成问题，但从运营商的角度来看，实现手机近场支付需对现有 POS 进行改造，使其顺利接入 13.56MHz 平台。目前，国内现有约 300 万台联网 POS 机，每台需安装市值 280 元的支持 13.56MHz 非接触式读头，成本总计超过 8.4 亿元，POS 机改造成本成近场支付普及的最大障碍。

#### 智能机硬件普及 NFC 需运营商推力

尽管 NFC 正在成为国内移动支付的统一标准，然而要等 NFC 成手机标配，仍需时日。NFC 支付虽已在国内拓展，但是市面上的智能机产品却并不支持此项功能。随着国内厂商进军 NFC 领域，将拉动 NFC 通信模块和芯片的发展。

数据显示，2012 年 NFC 手机销售 1.2 亿部，占全球智能手机销量 5.45 亿部的 18.7%。预计 2013 年兼容 NFC 的手机出货量将达 2.85 亿部。目前，支持中国移动 NFC 支付的手机只有三星、华为、中兴三款手机的 5 款机型。Oppo 手机方面目前只有 find5 支持 NFC 技术，会随着 NFC 的发展，陆续在高端机型中植入 NFC 模块。其相关工作人员表示未来发展的节奏“最主要的是根据市场行情和用户体验来确定”。

早在 2010 年，中国移动成功收购浦发银行 20% 的股权，成为浦发银行的股东，而此次中国移动与浦发银行联合推出联名卡，共同卡位 NFC 支付。上海零点公司 IT/通信行业咨询总监表示，“移动和浦发银行合作推出 NFC 支付，是为了避免监管限制，中国移动只是提供一个支付工具，而资金还是在浦发银行中保管”。

曾韬同时指出，NFC 支付的主要推动力是运营商，它手上掌握着大量用户资源。目前并不是所有智能机都支持 NFC 支付，启动 NFC 支付时机并不成熟，像苹果这样的高端智能机并不支持 NFC 技术，相反是一些小型公司在 NFC 上首先进行布局。

#### 安全问题尚待解决用户习惯仍需培养

我国移动支付发展目前仍处于早期应用阶段，在应用领域和产品种类方面都没有做到广泛性和多样性。在今后的发展过程中，不仅仅只需要增加应用领域和创新支付产品，阻碍移动支付发展的还有移动支付的安全性和消费者消费理念的改变。

中投顾问行业分析师指出，安全问题就是移动支付消费者普遍担心的首要问题。还有，移动支付产业链涉及金融、通信、商务、服务等多个领域，相应软硬件环境的完善仍需时日。另外，除了金融领域与通信领域的联手需多加磨合外，金融机构之间、运营商之间的协同合作亦是中国移动支付领域可持续发展的重要考验之一。

易观分析师张萌表示“可以用手机刷公交和有人愿意用手机刷公交是两个概念”。因此，更改用户既有的消费习惯，或许也是影响移动支付普及的重要因素。“至少目前，我不会选择用手机来完成支付，对于手机近场支付，我个人认为在安全性上，我比较不放心，毕竟相应的核心技术不是一朝一夕就能完成的”。北京化工大学某博士生表示。

业内人士认为，用户选择使用手机客户端支付，主要有6个因素，分别是：操作简单方便、安全可靠、支付流程方便快捷、支持的银行卡比较多、可支付的应用种类比较多、支付方式多种多样。其中，74%的用户较为看重安全可靠。也正因为如此，尽管手机支付市场潜力巨大，但真正深入生活还需要一定时间。

来源：中国新闻周刊网 2013年06月08日

### 打车软件：信息消费动了传统市场的奶酪

“即时打车交5元，你还会使用打车软件吗？”北京官方叫车平台96106收编打车软件一事引发网友热议，调查结果显示，高达86.7%的网友选择了“不会”。

7月1日，北京出台政策，明确将手机电召服务商纳入全市统一电召平台，并设置了准入和退出条件。成熟的打车软件可通过备案方式“转正”成为官方打车软件，并且可按照电召标准收费，即时打车收5元，提前4小时打车收6元。另外，官方打车软件不得嵌入商业广告，也不许加价。

截至目前，在北京投入运营的嘀嘀打车、移建叫车、智益达等软件运营商均表示要申请在主管部门备案，与官方叫车平台96106对接。

同时，不少打车软件消失在大众视野。嘟嘟叫车已转战家政服务行业，毅然退出打车软件市场。“主要原因在于政府管制和市场竞争过于激烈。”嘟嘟叫车创办者云涛说。

专家称，作为第三方召车服务，打车软件直接对原有出租车市场的游戏规则构成挑战。首先受影响的，就是由出租车公司自己打造的电话召车平台。由于打车软件的流行，由金银建科技有限公司成立的96103北京叫车服务网平台订单量锐减，而银建、金建、金银建这3家属于北京银建集团下的出租车公司，车辆规模占据北京出租车总量6.66万的20%。目前，大的出租车公司或有政府行业背景的出租车行业协会已介入打车软件市场，他们的优势会比独立的软件运营商更明显。

在这一大环境下，嘀嘀打车作为打车软件的先行者，已经与全国五六十家出租车公司达成合作关系，其中包括96106、96033等几家出租车调度中心。

手机软件介入电召服务平台后，电召服务费的利益分配成为了焦点。然而，目前针对这一利益分配的方法细则尚未出台。据悉，北京有6.6万辆出租车，如果按每车每天两单电召生意其中一个来自手机软件召车，那么北京每天就会产生数十万元左右手机打车软件收益，这些钱会被出租车公司和手机软件服务商切分。

到目前为止，滴滴打车既不向用户收费也不向出租车司机收费，每周还要报销司机的部分流量费用。另外，在乘客跑单、司机发生空驶的情况下，如果司机来服务站反映情况，有时还要倒贴司机的油钱，至今收入基本上还是负数。对此，滴滴打车相关负责人表示，“目前，滴滴打车最重要的就是抢占用户，培育市场，寻求合作。赚钱不是现在考虑的。”

滴滴打车已于近日与高德地图达成合作，为高德地图用户提供打车服务。此外，滴滴打车还与百度地图、去哪儿网等达成了合作，积极寻求和更多手机应用的合作。

来源：《人民邮电报》2013年07月15日

### 山西“智能社区”覆盖500万居民

近日，山西移动推出的“智能社区”服务，已覆盖全省2.4万个社区。

山西移动一直致力于社区信息化建设，围绕“移动改变生活”愿景，立足传统业务市场，稳步创新移动互联网建设。在社区信使服务的基础上，山西移动深挖产品内涵，推出了“智能社区”服务，该服务以短信彩信、语音服务为核心，集成了社区信息化综合服务，包括物业信息化管理和周边商家折扣优惠信息化推广以及第三方专业机构信息资讯服务等。据悉，“智能社区”还提供信息资源接入功能，可实现物业、商家等信息的收集和录入。目前，“智能社区”已覆盖全省2.4万个社区，用户规模近500万，发送社区服务信息超过2600万条。

来源：《人民邮电报》2013年07月12日

## 终端制造

### 【科技前沿】

#### 云环境下实施灾备最大挑战是什么？

云环境下灾备部署的最大挑战就是存储在云环境中的数据安全，尤其是在由第三方提供的存储解决方案中。由于很多客户和他们的数据通常都存放在云端，所以一旦提供云服务的系统遭到攻击，可能会影响到很多客户。这样，云服务提供商就应该确保其提供的云环境的安全性，比如，他们应该对所有的客户数据进行加密，还应该部署精密的分析工具以识别潜在威胁（比如分布式拒绝服务攻击）。解决客户担忧的其中一个方法就是为用户提供一套混合解决方案，即将非关键数据存放在云端而把关键数据存放在本地存储中。

另外一个挑战是云环境下灾备服务相关的合同问题。大多数用户都了解有关软件、硬件以及系统管理的合同。而云服务提供商旨在为用户提供各种服务合同，但实际上这些并不够。比如，如果用户需要服务水平协议（SLA），云服务提供商也许就不能满足那些苛刻的SLA要求。所以我们建议用户在签署协议之前应该详细了解合同中相关的内容。

如果已经订阅好特定的云服务然后想换云服务提供商，有时可能会遇到麻烦，

尤其是当提供商想留住用户的时候。更换云服务提供商或者仅仅更换平台也许就会花费一定成本，而厂商们往往不愿意承担这部分费用。所以用户在签署协议时也应该向云服务提供商了解相关情况。

另外一个在云环境中部署灾备会遇到的挑战就是在部署完成后，对云环境的统一管理。云服务提供商也许能提供多种方案，但用户可能有自己的管理规划。

来源：CIO 时代网 2013 年 07 月 09 日

## 国产手机盛世危言论四起破十年轮回咒须产业链合力

在经历了 2012 年的爆发式增长后，近期关于国产手机是否会重演 2003-2004 年由辉煌到衰落的悲剧在业内引起了热烈讨论。有人认为，国产手机 2013 年开始陷入沉寂，乱世不远。诚然，目前国产手机存在份额与利润倒挂、自主操作系统缺位、产品同质化、渠道方面过度依赖运营商集采等尴尬境况。但与十年前相比，在市场化运作下，国产手机有了稳固的产业链与制造力，在很多细分领域的应用研发已和国际持平甚至领先，这些也是不可否认的。总体而言，国产手机呈现螺旋式上升，忽视这些变化而仅仅根据历史相似度来判断国产手机接下来的发展路程，无异于刻舟求剑。

国产手机十年轮回？

2003 年可以说是中国国产手机的辉煌盛世，波导、科健、熊猫、夏新等国产品牌经历了一段辉煌的历史，成为第一代国产手机的代表。数据为证：在这一年，靠着技术模仿，国内厂商抢下了中国超过 55% 的手机市场。

但好景不长，在紧接下来的 2004 年却成为了国产手机品牌由盛转衰的一个转折点——上半年，全球元器件缺货危机将国产品牌的生产计划全部打乱，国内厂商只能坐看垄断了供应链的诺基亚、三星、摩托罗拉等欧美韩巨头攻城掠地；再加上本土山寨手机品牌的异军突起，国内传统手机企业腹背受敌；下半年，外资发动价格战，手机市场全面崩盘，国产品牌被打入了大量积压库存的死局。如今，当年的那些老品牌有的已经彻底转型或退出手机行业，比如科健、波导；有的则在谋求产品和营销的改革，如夏新、康佳、TCL 等。

近两年来，得益于人口红利、网络日渐完善、运营商的渠道助力以及较高的性价比等因素，国产手机终于又迎来了新一轮的销售高峰期，重新开始扬眉吐气。据艾瑞咨询发布的 2012 年中国智能手机市场年度研究报告显示，2012 年三星以 22.5% 的份额成为中国手机市场当之无愧的老大；与此同时，国产品牌的表现也不俗：联想、华为、酷派、中兴分别以 10.7%、9.9%、9.5% 和 8.9% 的占比紧随其后。除了市场份额的强势增长之外，更重要的是，在经历了以细分市场为主的品牌初建阶段后，一些国产手机品牌逐渐形成了自己的口碑。

进入 2013 年，在这个时隔十年的节点上，近期冒出了很多关于国产手机会否

重演 2003—2004 年那段历史的讨论。有业界人士表示，“一旦国内手机市场陷入惨烈的红海厮杀，赚钱的往往是那些“捞一票就走”的山寨手机品牌，以及生产依靠贴牌外包、自身仅做品牌运营的“轻运营”品牌，真正专心做研发做积累的公司，往往因为成本更高、利润更薄而最先遭受挫折。智能手机的价格快速下滑大势已成，乱世已经不远。”

总体呈现螺旋式上升

在市场份额野蛮式增长的背后，国产手机确实还存在不少问题。

最困扰厂商同时也是对其短期发展产生最直接影响的难题就是量大微利甚至是无利润可言。由于在品牌影响力上无法与一些国外厂商相抗衡，缺乏品牌溢价，且早期技术跟不上，国产手机在高端市场难以打开局面，不得已只能压缩利润，提高产品性价比，并借助本土以及运营商渠道的优势在中低端市场圈地。这一无奈之举在市场发展初期尤其是智能手机普及率还不那么高时确实帮助国产手机迅速占领了一大片市场，不过，长期如此，也使得厂商陷入了份额与利润严重倒挂的窘境中。并且，如今中国已经成为全球最大智能手机市场，随着越来越多国际手机厂商的涌入，价格战成为市场常态，这一点可以从三星、诺基亚近期在中国市场上连续发起的攻势中可以看出，也即是说，国内厂商连低价这一竞争点也不存在了。

自主操作系统缺位一直以来也是国产手机的硬伤。目前国内厂商大多采用安卓系统，根据工信部电信研究院发布的 2013 年《移动互联网白皮书》，安卓手机在国产智能机中已经占到了 97.7%。然而，2012 年谷歌反对宏碁生产搭载阿里云操作系统的智能手机这一事件却在业界引起了很大的反响，这让国产品牌更加看到了，为避免受制于人甚至惨遭“断粮”，研发自主操作系统是十分必要而且紧迫的。

那么，能因此就说国产手机将经历十年轮回吗？

从研发上来说，国内手机厂商早已非昔日吴下阿蒙，研发能力已大大提升，并开始尝试向芯片、操作系统等核心技术延伸，国产手机有了稳固的产业链、制造力以及全球化的销售链。从产品质量来看，国产手机在硬件上不逊于很多国际品牌。此外，今日的发展形势与十年前也并不相同，在充分挖掘国内市场的同时，一些较有实力的国内厂商开始进军海外，尤其是提前布局很可能成为下一个中国市场的印度、非洲等市场。

总之，尽管还存在这样或那样的问题，但把如今的国产手机和十年前等同起来，并由此断定国产手机会沿着当年的轨迹发展，显然太过绝对了。对此，手机中国联盟秘书长老杳就发布微博称，“这种判断是对历史的不了解，过去十几年大陆手机确实经历过几个轮回，不过与中国足球完全不同，按照主席的说法是螺旋式上升，现在本土手机实力及产业基础远非当年可比，还真以为市场化运作的手机和官僚管理的足球一样是阿斗？”

下一个十年如何发展？

综观目前洋品牌的发展状况，苹果和三星缺乏突破性创新，市场份额增长或见顶；诺基亚、黑莓、摩托罗拉等老牌手机厂商处于拐点，前路未卜……反观中低端市场，则成为发展重心，而中国无疑是重中之重。在这样的大环境下，国产手机品牌发展正当时。那么，国产手机接下来要如何发展呢？

进军高端，立品牌。高端手机是品牌价值的体现，企业在高端手机上进行品牌打造，能够赋予产品情感价值和差异化价值，从而引领整个手机产品线的发展。业界普遍认为，目前国产智能手机处在技术扩散期，加之国外智能手机在核心技术上也缺乏新的突破，正是国产智能手机发力高端的大好契机。

增强自主研发能力，尤其是自主操作系统的研发。虽然从阿里云系统、联想乐OS、魅族 Flyme，到小米 MIUI、百度云 OS、锤子 ROM 等，国内厂商在打造自主操作系统的路上都在努力探索，但这些大多还是基于安卓系统的二次开发，目前国内品牌在这个方面的核心技术还不够，并且开发出来后如何让市场接受也是要考虑的一个重要问题。在一家厂商力量不足的情况下，很多业内人士建议，打造自主操作系统需要政府部门、运营商的支持，厂商也可以合作共同开发。

建设多元化渠道。从近年来国内智能手机市场的发展趋势来看，运营商逐渐成为重要的产品渠道，越来越多定制产品的发布，以及各式各样的补贴政策令国内手机市场销售形式逐渐倾向于运营商签约销售方式。来自运营商的大订单在刺激国产手机厂商飞速发展的同时，也令部分厂商产生了依赖性——与其投入人力物力自筹销售渠道，不如借运营商东风，加大产能吃订单。这样的惰性心理令手机厂商被运营商“绑架”，当运营商订单“转风向”，部分反应不及时的厂商就吃到了“抱大腿”的恶果。

总之，国产手机下一个十年辉煌的造就不仅仅需要国内厂商的努力，还需要包括运营商、渠道商、软件商等产业链各方合力。

来源：《通信信息报》2013年07月11日

### 国产手机提速渠道电商化多元发展考验市场竞争力

国产手机商正在加速推进渠道建设。继联想、小米、华为、酷派之后，康佳手机对渠道策略进行调整，全面布局电商渠道。此外更多的中小国产品牌则通过借力京东、天猫、亚马逊或者自行搭建网络商城的方式加入战团，青橙定制手机与阿里手机系统联合推出的“青云1”于7月10日在天猫预售。依靠单一的运营商渠道已经不能满足日益激烈的市场竞争，做大市场份额还得靠厂商自己的品牌运营，不过国产手机商拓渠道谋发展，对自身的生存能力也是考验。

国产手机商依赖运营商成双刃剑

中国手机厂商在全球市场上的庞大规模已足够与国际一流厂商分庭抗礼。数据

显示，2012年国内市场国产手机份额已经超过50%；在全球市场，Gartner2013年的数据也显示Q1中国品牌的手机份额从13.2%猛增至29%，全球出货量前10的厂商里，中国手机品牌占了5席，以“中华酷联”为代表的新一代国产品牌，依托其与三大运营商的深度合作和产品定制模式快速抢占市场，这几家手机厂商的智能手机出货量均超过2500万部以上。中兴通讯高级副总裁曾学忠透露，目前中兴手机的社会渠道份额仅占到20%，80%还是运营商渠道。

运营商渠道在驱动国产手机规模扩大的同时，滋生出了重重问题。目前，运营商这棵大树还在，但运营商开始减弱对终端的补贴，年初中国电信董事长王晓初在股东大会上表示，中国电信2013年将重点补贴千元或以上价位的大屏智能手机，并将逐年降低集采规模，加大社会公开分销渠道采购力度。当运营商订单“转风向”，部分反应不及时的厂商就容易吃到“抱大腿”的恶果。

此外，过度依赖运营商的深度定制也严重束缚了自身的良性成长。由于定制机是由运营商严格限定了相关的技术参数和规格，厂家发挥的余地有限。运营商合约机集中在千元机，阻碍了高端机的发展，也减弱了手机厂商产品本身品牌的影响，更为不利的是运营商摊薄了手机厂商的利润。“电信运营商在千元智能机规模集采竞标过程中，压价很低”，中兴通讯执行副总裁何士友曾在收获了中国联通的定制大单后，连称“不赚钱”；而华为终端董事长余承东也曾表示，与中国联通合作推出定制手机“利润低得可怜”，“全在给电信运营商打工”。

#### 手机商渠道建设如火如荼

为此，在竞争激烈的智能手机市场中站稳脚跟，国产手机商加快了渠道建设步伐。中兴高级副总裁曾学忠表示，中兴将在未来一年投入1亿来建设渠道，主要集中在线下渠道。目的是在一年之后，与全国各省Top100的手机代理商合作，零售点扩展到3~4000家，包含了合作零售点、体验店、店中店和旗舰店。中兴的目的是从现在80%销量走运营商渠道在2013年后降低到70%，发力社会渠道，最终实现2015年社会渠道占到50%。

华为也在不遗余力拓展传统渠道，据悉，华为采用的渠道拓展模式是4+Top16，即与苏宁、国美、迪信通、乐语+各省Top16的代理商合作。此外，华为中国区总裁王伟军表示：“除了加强运营商和公开市场等传统渠道建设外，我们会大力拓展电子渠道。”王伟军预计，2013年华为通过电商渠道的销售量将会有10%至15%的增长。

酷派也加大了渠道建设的力度，酷派酝酿已久的自有电商网站“酷派商城”已于五月份正式上线，开始全力打造其网售模式。业内人士指出，酷派等主流国产手机厂商的渠道变革，或将其迎来下一个市场爆发点。

除了主流国产手机厂商在扩建线下渠道，自建电商渠道外，一些中小手机上也



借助第三方电商平台渠道暗暗发力。继日前京东联手 TCL 推出定制手机后，青橙定制手机与阿里手机系统于 6 月 25 日联合公布了双方战略合作推出的“青云 1”智能手机，该机于 7 月 10 日在天猫预售的消息，引起不少消费者关注。

国产手机需全方位提升自身实力

渠道多样化让手机厂商都在学着“三条腿走路”，一边与运营商减少定制机；一边与大的电商平台合作销售；同时还忙着建设自己的渠道，包括线下体验店、旗舰店和网上商城等。智能手机产品差异化和多元化的发展之路势在必行，手机渠道扁平化的趋势已越来越明朗。预计 2013 年以“中华酷联”为代表的国产品牌电商渠道同比增长将超过 100% 以上。

国产厂商采取多轮驱动模式有利于推进自身的建设发展，不过国产厂商自建电商平台在开拓渠道体系的同时也会面临流量、用户体验、产品结构等方面的全新考验，在逐渐摆脱对运营商的依赖后也考验着国产手机的市场生存能力。对此，国产手机商在加强渠道拓展的同时也应注重创新研发力度，加大品牌的塑造，提升产品的软性资本含量，除了拼硬件、拼价格，更需要拼质量、拼体验，全方位提升自身实力。

为了摆脱国产机等同于低端机的固有印象，就在近期，中兴、联想、酷派等也纷纷发力中高端手机市场。中兴的高端品牌努比亚发布首款旗舰机型 Z5，一度售罄。联想携手英特尔发布 K900，在业界颇受好评。酷派发布售价超过 4000 元的双模双待智能手机，直接瞄准高端商务人士。

智能手机无论是产品、服务还是品牌的塑造都绝非一日之功，酷派副总裁苏进坦言，其实国内产品相比国外产品无论是软硬件配置都毫不逊色。但最后想要改变用户使用习惯，可能还需要更加长时间的品牌积累。国产手机能否真正实现与三星、苹果抗衡，我们拭目以待。

来源：《通信信息报》2013 年 07 月 11 日

## 【企业情报】

### 台积电与苹果签部分芯片代工协议市值直追英特尔

台积电 (TSMC) 的苹果战略终于迈出实质性步伐。台积电已在近期与苹果部分芯片的代工签约，供货协议从 2014 年开始执行，这不仅给台积电带来巨大的利润空间，更加速了苹果“去三星化”。

但也有不少业内人士认为，苹果订单绝非“蜜糖”，台积电将会为之付出颇高的代价。半导体专家老查称，不断加大投入，是台积电为了保持在制程上领先地位的无奈之举。

据有关媒体报道，台积电将会为苹果生产下一代 20nm 工艺的 A 系列芯片，这款芯片将会用于 2014 年的产品上，量产将会从明年初开始。台积电将从 2013 年 7

月份开始，使用 20nm 工艺小批量生产苹果 A8 处理器，12 月之后投入量产。

当然，台积电是否会成为苹果 A8、A9 系列处理器的独家代工厂，目前还无法确认。

CreditSuisse 分析师 RandyAbrams 预计，苹果的芯片订单将帮助台积电 2014 年的总收入增长 8%，2015 年达到 15%。

虽说依赖苹果订单，能获得全方位提升，来自三星的直接竞争也将减少，但台积电也必须为之进行巨大投入。2013 年年初，台积电将其 2013 年资本支出从 90 亿美元提升到 95 亿~100 亿美元；2012 年，其资本支出在 80 亿至 85 亿美元。

台积电拿下苹果订单，也符合苹果加速去三星化的战略。而对台积电来说，获得苹果的订单，证明其在这波智能手机崛起下，已占领了关键的高地。

台积电董事长张忠谋此前表示，预计 2013 年整体半导体产业成长率约 3%，而台积电营收成长率可优于整体大环境达 15%~20%，2013 年营收突破 6000 亿新台币。

如果真能达到张忠谋的预期，台积电的市值也必将创下新高，将超过英特尔。英特尔之前的市值一度跌破 1000 亿美元。

老杳称，英特尔在晶圆制造领域的技术优势还是非常强大，英特尔甚至已经开始 5 纳米工艺的研发，而纯代工企业（不含销售）的属性决定了台积电很难全面追上英特尔和三星。“因此，为了保持自己在制程上的领先，台积电只能不断加大投入，否则，紧邻者格罗方德和英特尔是很容易超越的。”

老杳还称，受益于智能手机和平板电脑，不论是台积电，还是联电、中芯国际等芯片厂商，2013 年的订单都很饱满，这种行情预计还能持续几年。

来源：《第一财经日报》2013 年 07 月 15 日

### 苹果三星双雄争霸战升级实力比拼考验差异化思维

近日来自台湾媒体的报道称，苹果正式与台积电签署了处理器芯片代工协议，这部分元件此前主要由三星提供。苹果的“去三星化”，俨然已经延伸到了芯片领域。这两个当今手机市场上的垄断大户的“战争”已经涉及到了两者的合作关系，而这极有可能导致出现“两败俱伤”的局面。但同时，鹬蚌相争渔翁得利，众多在市场上默默耕耘的手机厂商或将迎来新的发展机遇。

#### 苹果去三星化战火愈燃愈烈

苹果与三星是最受消费者欢迎的两大智能终端。苹果一直走中高端路线，价格居高不下；三星则属于大小通吃型，从屌丝级的千元以下终端到几千元的终端均有涉及。随着苹果与三星的不断强大，竞争也愈演愈烈，两家公司的“战争”从终端到专利到价格，如今又到了芯片领域，不断延伸。

苹果和三星之间的恩怨，2012 年那场赔偿金额达 10 亿美元的专利诉讼案尤为大家所熟悉。虽然这场“战争”最终以苹果的胜利而告终，但 10 亿美元的金額对

于庞大的三星来说简直是九牛一毛，甚至还提高了三星产品的影响力。这无形中让那些买不起苹果产品的用户可以购买设计相似的三星手机，从而让三星占据更大的市场份额。

在手机终端方面，自 2012 年 iPhone5 发布以来，苹果迎来了长时间的空窗期，下一代 iPhone 至今仍是个美丽的传说。三星则是不断发布新机，欲用“机海”战术围剿苹果。近日，三星一口气发布了 GALAXY 和 ATIV 两大系列 12 款新品，是继 6 月底在伦敦发布 9 款产品后再次推新。2013 年 3 月份以来，三星连续推出 GALAXYS4/GALAXYNote8.0 等新的旗舰机型，从时间间隔看，几乎每 3 个月就会推出一系列新品。

实际上，除了竞争，两家公司在产业链上还保持着多年的合作关系，苹果一直是三星处理器、存储芯片的大客户之一。但随着竞争的日渐激烈，为了尽早摆脱在零部件上对三星的严重依赖，苹果蓄谋已久的“去三星化”在一步步落实中。

在去三星化上，第一批 iPhone5 记忆体供应商名单中已不见三星电子的影子，苹果将原本由三星供货的快闪记忆体移动和 DRAM 等储存芯片的供货商换成了 SK 海力士、日本尔必达和东芝等公司；苹果还减少了从三星对 iPhone、iPad 屏幕的采购，将供货商换成了 LGDisplay 和日本 Display；而 iPhone5 的电池方面也让中国大陆的企业得到了代工的机会。近日，苹果又正式与台积电签署了处理器芯片代工协议，台积电将从 2014 年开始为苹果代工处理器。看来，铁了心要“去三星化”的苹果在步步为营。

#### “去三星化”或两败俱伤

对于苹果来说，三星确实是一个很好的合作伙伴，因为三星电子是全球最大的处理器、存储器以及高分辨率屏幕制造商，这些精密组件不是一般厂家能随便代工完成的，三星却能满足苹果在质与量上的要求。

如果苹果执意更换新合作伙伴，将面临着质量与产能的双重考验。一旦合作伙伴的产品在质量上不达标，将严重影响苹果的品牌效应。另外，新合作伙伴如果在产能方面不能满足苹果的出货量，也将会考验苹果用户的耐心。话说“人之所以忠诚，是因为受到的诱惑不够”，“果粉”们在漫长的等待期间如果遇到类似性能的心动产品，“红杏出墙”并非没有可能。更重要的是，等到“果粉”望穿秋水之时，如果苹果产品仍然“创新力不足”，用户对苹果的失望程度也会加深。

苹果去三星化无疑对三星将产生影响。据报道，就在 2012 年，三星还投入 39 亿美元巨资用于德州半导体工厂的扩建，该厂主要负责生产的就是 iPhone 和 iPad 的 A 系列处理器芯片。显然三星不想与苹果分道扬镳，就在苹果极力想休了这个“正房”的时候，三星仍然对苹果“掏心掏肺”，因为目前苹果仍是三星最大的零部件客户，如果苹果此时将三星“踢出”其供应链，对三星的业绩也会造成一定的影响。

当然，三星手机销量的持续增长，将三星公司推向了世界顶级公司之列。另外，日益增长的智能机为三星带来了众多新客户，包括中国魅族、联想等品牌均有采用三星处理器。因此，虽然苹果“去三星化”将对三星产生巨大影响，但也未必能将三星置于死地。

小众商的春天或将到来

鹬蚌之争渔翁得利。苹果若停止一些三星的零配件供应，在转移代工厂过程中，或将遇到不少问题，期间苹果终端市场或受到一定程度的“创伤”；反观三星，在失去苹果带来的巨大份额的同时，也失去了苹果带来的诸多可效仿的设计方案，无形中也抑制了三星发展的脚步。在苹果与三星两大巨头互斗之际，小众手机厂商或将迎来新的发展机遇。

实际上，“后乔布斯时代”，苹果公司的创新能力已经遇到瓶颈，iPhone5的销量无法达到预期，如当年的机皇“诺基亚”一样逐步演变成“没落贵族”，也并非不可预见。虽然三星目前的发展如日中天，但最近有消息称，三星将首次削减智能手机零部件的订单，高端市场增量空间缩窄与产品创新乏力被认为是其削减零部件订单的主因。苹果和三星的未来让人担忧。

而在中国，与动辄四五千元的苹果智能终端相比，如今的中国智能终端可谓杀出了“白菜价”，不仅价格便宜，在性能上国产智能手机与明星机之间的差距也在变小。如今随着中国智能终端逐渐走向国际市场，国产货的诸多不确定因素已逐渐消失，而用户“崇洋媚外”的心态也将随着时间的推移会转变。

或许，国产智能终端商可效仿联想当年的营销模式，逐渐打入国际市场，在世界范围内扩大品牌知名度，逐步提高品质和售后，剔除如今抱着“价格战”占领市场的心态。国产智能终端如能抓住这一良机逐渐展露高性价比高品质的优势，前景必将一片光明。

来源：《通信信息报》2013年07月15日

### 苹果亚马逊就“应用商店”名称诉讼案达成和解

7月10日消息，据国外媒体报道，苹果与亚马逊之间就使用“AppStore（应用商店）”这个词汇进行了两年的法律诉讼已经结束。苹果放弃了对亚马逊的诉讼。这个进展将允许这两家公司在各自的数字市场都使用这个词汇。

苹果和亚马逊本周二要求美国联邦地区法院的法官菲莉斯·汉密尔顿（Phyllis Hamilton）撤销苹果有关“应用商店”名称的诉讼。苹果向亚马逊承诺它将不再对亚马逊使用“应用商店”的词汇起诉亚马逊。亚马逊也撤销了相关的反诉。

苹果在2011年提出起诉，指控亚马逊的“应用商店”侵犯了苹果“应用商店”的商标权。这个诉讼指控亚马逊非法使用类似的名称以便把用户吸引到它的平台。

现在，苹果发言人称，亚马逊分流苹果应用商店用户的可能性很小。我们认为，现在不需要再进行这个诉讼。苹果应用商店有 90 万个应用和 500 亿的下载量。用户知道他们能够在什么地方找到自己喜欢的应用。

亚马逊的代表对这个案子的结果表示满意。亚马逊发言人玛丽·奥萨科（MaryOsako）说，我们感谢法院最终撤销这个案子。我们期待着继续向用户和开发者提供最好的应用商店体验。

来源：赛迪网 2013 年 07 月 10 日

## 市场服务

### 【数据参考】

#### 中央政府释放重大利好 2015 年信息消费超 3 万亿

国务院总理李克强 12 日主持召开国务院常务会议，研究部署加快发展节能环保产业，促进信息消费，拉动国内有效需求，推动经济转型升级。根据政策目标，“十二五”后三年，我国信息消费规模年均增长 20% 以上。权威部门测算，到 2015 年，我国信息消费规模将超过 3.2 万亿元，成为我国信息产业发展和信息消费的重大利好。

我们认为，中央在我国经济转型发展的关键时刻，出台重大政策促进信息消费，不仅能够有效拉动需求，促进消费升级，更能够催生新的经济增长点，是既利当前又利长远、既推动产业转型和又利于民生改善，既稳增长又调结构。

近年来，全球范围内信息技术创新不断加快，信息领域的新产品、新服务、新业态大量涌现，不断激发新的消费需求，不仅成为日益活跃的消费热点，更成为各国经济竞争的重要高地。

什么是信息消费？从全球信息产业发展来看，信息消费涵盖生产消费、生活消费、管理消费等领域，覆盖信息服务，如语音通信、互联网数据及接入服务、信息内容和应用服务、软件等多种服务形态；覆盖手机、平板电脑、智能电视等多种信息产品；还包括基于信息平台的电子商务、云服务等间接拉动消费的新型信息服务模式。

我国市场规模庞大，正处于居民消费升级和信息化、工业化、城镇化、农业现代化加快融合发展的关键阶段，信息消费具有良好发展基础和巨大发展潜力。面对高速发展和潜力巨大的信息消费市场，决策层高度重视，接连释放重要政策信号。

据测算，2012 年我国信息消费市场规模已达到 1.7 万亿元，较 2011 年增长 29%，带动相关行业新增产出近 9300 亿元。基于电子商务、云计算等信息技术平台的消费迅速增长，电子商务交易规模高达 8 万亿元，其中网络零售额达到 1.3 万亿元，拉动新增消费 5070 亿元。

值得关注的是，近年来智能手机、平板电脑、智能电视、移动互联网以及相关

的应用服务等新型信息消费高速发展，截至 2012 年，市场规模已达 1 万亿元，同比增长超 60%。另据麦肯锡最新的一份调查显示，中国 2012 年的电子商务销售额几乎与美国并列世界第一。报告指出，电子商务不仅会成为商场的替代品，甚至会吸引消费者购买更多东西，尤其是在实体零售商相对较少的中小城市。麦肯锡认为，电子商务有望帮助中国政府实现扩大内需的目标，还有将帮助中国实现经济多样化，摆脱对基础设施项目的过度依赖。

根据此次国务院常务会的政策部署，要努力实现“十二五”后三年信息消费规模年均增长 20% 以上的目标。由此预计，到 2015 年，我国信息消费规模将超过 3.2 万亿元，带动相关行业新增产出超过 1.2 万亿元，其中基于互联网的新型信息消费规模将达到 2.4 万亿元，年均增长 30% 以上。基于电子商务、云计算等信息平台的消费快速增长，网络零售有望带动新增消费 1.2 万亿元。电子商务交易额将超过 18 万亿元，网络零售交易额将突破 3 万亿元。

我国信息消费市场的发展目标已然清晰，但我们也清醒地认识到，目前信息消费还面临着基础设施支撑能力有待提升、产品和服务创新能力弱、市场准入门槛高、配套政策不健全、体制机制不适应等不少问题。然而，我们坚信，随着国家相关政策的加快出台，这些问题会陆续得到解决。

我们看到，中央在我国经济转型发展的关键时刻，出台重大政策促进信息消费，不仅对于当前扩内需、稳增长发挥了重要作用，对促进我国消费结构和产业结构升级，对打造中国经济升级版同样具有重要意义。

来源：新华网 2013 年 07 月 15 日

## 【市场反馈】

### 博客、微博、微信，谁在致谁的青春？

韶华易逝，风光不再，用来形容互联网产品中的翘楚博客、微博、微信的跌宕更替，似乎并不为过。在互联网产品江湖有这种传言：博客将死，微博已老，微信唱衰。果真如此吗？从得到的信息来看，并不尽然。

博客会不会被取代

“从博客到微博再到微信，其实是满足不同群体的需求，不会相互替代。”博客中国创始人方兴东表示。

方兴东除了“博客教父”的称谓外，还是互联网实验室和义乌全球网的创始人。2002 年，他将当时欧美流行的新型网络交流方式 Blog 引进中国，命名为“博客”，并建立起了中国第一家博客网站——博客中国。此后，博客大热。

博客中国的快速膨胀导致发展失控，方兴东无力维持。在他现在看来，当年博客中国的问题，是由于经营、管理中出现了问题。“其实博客中国就是很好的博客媒体，当年可能还会超过新浪，但是当时我们想高速发展，导致不清楚到底要做什

么。”

方兴东认为，相对于微博、微信，博客的门槛更高。“博客用户需要能够成篇地写文章，核心用户达到一两亿就很难再增长；微博门槛相对较低，但也需要一定的写作编辑能力，核心用户大概三五亿；微信更简单，会说话就行，十亿级的目标用户都是可能。所以写微博、微信和博客的人所要传递的信息内容不一样。”

“微博是分享生活，博客是分享思想。博客有其思想性，所以，也许过了很多年还有人去看，其营销效果也是持续性的。”方兴东说。

“博客媒体一定要有专业化，要求小而美，且定位明确。”在方兴东看来，博客的群体不应该人数太多，而是部分精英人士，同时需要专业化的运作。

同时，方兴东认为，博客要达到微博的热度“永远不可能”，但看看美国，其各个细分领域最有影响力的不是传统媒体和传统网站，而是各个专业的博客媒体，“一篇文章有上千人在评论”。

#### 微博风头锐减

“对于我来说，更多的还是在使用微信，因为微博的用户体验太差了，亟待加强。”传媒梦工厂首席执行官蒋纯表示，目前微博影响力已在逐步衰弱了，微信朋友圈等都在分化它的“势力”。

时间回溯到2009年8月，新浪启动微博测试，引爆了全民微博热。随后的2010年成为了业内眼中的微博发展元年。这一年，微博站点数猛增了417%，从年初的17家增长到12月的88家。微博访客数全年的增长率达到259.5%，在2010年12月微博行业访客数突破1亿大关。

“这年头，没个‘围脖’，还真不好意思跟人打招呼！”2010年，新浪的一句广告词道出了众多微博用户的心声。很多人在回顾当年的微博热时，仍旧感慨不已：“逢人就问：开微博了没？互粉吧。”地铁上、饭桌旁，拿着手机不停刷微博的人随处可见，甚至有时评者惊呼：“我被微博包围了。”

网民对微博的热捧，让微博成为2010年中国互联网最热门的话题。

2011年，微博继续了大发展的势头。当年我国网民在各网站注册的微博账号约8亿个，微博用户每天发布的信息量约为2亿条。数据显示，2011年上半年，我国微博用户数量从6311万快速增长到1.95亿，半年增幅超过200%。

走到2012年，微博的增速开始减缓。即使是独占鳌头的新浪微博，也同样面临增长放缓的压力。全球最大的网民行为分析机构之一GlobalWebIndex称，2012年，新浪微博的用户活跃度下降了40%。

蒋纯认为，微博的影响主要在于获取新闻上。微博改变了很多人获取新闻的途径，例如四川雅安芦山地震等消息都是第一时间是从微博上获取的。“但对于我个人来说，我关注的更多的还是朋友圈，我发微博并不频繁。”

蒋纯说，之所以说微博已步入衰落期，其实也是正常的兴衰周期，它被逐步弱化、分化的原因是这个产品的用户体验问题。其实做新媒体和做传统纸媒的道理一样，报纸就十分注重产品体验，它是中国一代代人通过微创新、细节推敲、琢磨而逐步“孵化”出来的。“相比来说，微信的用户体验就比新浪微博强”。

“随着时代的变化，任何媒体都会变成旧媒体，互联网本身也在慢慢蜕变成上一个时代的东西。”蒋纯认为，“新浪微博接下来要考虑结合用户体验，从而完善自我的发展。”

微信将被谁终结？

难以否认，目前，微博这个曾经被全民追捧的时髦产品，其风头正被移动互联网产品中的“新星”微信抢去。

博客红火了两三年，风头就被后起之秀微博抢去；微博兴盛了两三年，风头又被新锐产品微信抢走。有评论人士将其戏称为“江山代有新品出，各领风骚两三年。”

对此，易观国际高级分析师闫小佳表示，“在互联网时代，这很正常，互联网产品的迭代周期确实很短。”

“创新产业一直在发展，新的模式层出不穷，谁也不能说微信就是社交的终点站。假如说明年微博这种模式死了，也不足为奇，因为产业还是在继续发展，新陈代谢是永远在进行着的，不会停下来。”闫小佳说。

五季咨询合伙人、IT评论人洪波也认为，再好的产品也会有风光不再的时候，也会遇到天花板。

如何让天花板尽可能地高，让产品保持更长时间的兴盛？洪波认为，首先是要不断创新，为用户提供持续的新鲜体验。QQ之所以能保持14年长盛不衰，就在于不断改进产品、不断地更新功能、不断地服务用户。

其次，要谨慎商业化，更关注产品本身发展。在互联网世界里，成功的产品不少，昙花一现的更多。浮躁、功利让许多网络新贵半途折戟。

“每一个产品都有其生命周期，都有其兴起、爆发和衰亡的过程，微信也会如此，未来也有可能出现另一个创新型产品对微信进行颠覆。”知名互联网专家刘兴亮说。

来源：《中国高新技术产业导报》2013年07月08日

### 山寨手机半年售40亿：每天卖几千台假冒高端机

表面以衣服、鞋类为主要业务的运输公司，实际上，每天向外运输销售几千台假冒三星、苹果等高端智能手机，仅2013年上半年销售额就高达40余亿元人民币。近日，在公安部经侦局的统一指挥下，荔湾警方会同北京、广西、云南、西藏、黑龙江等地警方联合对张X敏等人销售假冒品牌手机案集群战役开展收网行动，共抓获犯罪嫌疑人13名，捣毁制假售假窝点9个，缴获假冒三星、苹果等品牌高端智



能手机 3059 部，各类假冒手机包装盒和配件一大批，以及已销售的单据一批，挽回经济损失 1490 万元。

假冒手机均为高端品牌

2013 年 4 月份，荔湾警方在辖区查处假冒手机时发现有部分手机来自广州的一家物流公司，进一步侦查过程发现该公司虽然以服装、鞋类为主要业务，但其包装却比较特殊，用了大量与手机等电子产品包装相关的泡沫、编织袋，每天的运输量也很巨大。荔湾警方立即成立专案组对线索进行深入摸排，发现嫌疑人张敏等人通过物流方式，将大批假冒三星、苹果等品牌高端型号手机销售到广西、云南、西藏、黑龙江等地。每天销售数量多达几千台。

鉴于该案涉及多地，销售网络结构复杂，为对该团伙的制假售假链条实施全面打击，荔湾警方在摸清线索来源、团伙特点以及网络结构的情况下，向上级公安机关申请发起全国集群战役。各地警方配合经过近一个月的缜密侦查，一个组织严密的作案团伙浮出水面。

假冒零件组装后出售

经查，自 2011 年以来，以犯罪嫌疑人王刚为首，组织王强（男，34 岁，王刚弟弟）、张敏等人，在深圳设立物流公司，王刚负责在深圳的电子市场采购假冒智能手机零配件，进行二次加工包装后，以物流公司为掩护，集中运往在广州负责接应的张敏，并由张敏等人负责将货物分运至广西、云南、西藏、黑龙江等地的买家，甚至通过物流运到东北的口岸出境，销售给境外的买家。

该团伙涉案人员众多，组织严密，销售运输线路完整，从深圳——广州——全国各地的下家或东北——出境，每个中转站均有人负责检查交收。该团伙成员分工明确，其中王刚负责组织假手机货源，张敏等人负责在广州分运货物，王强等人负责将货物从东北口岸出境，其余成员或负责分装打包货物，或负责财务及翻译，等等。

13 人已落网，加紧追捕在逃涉案人员

该案涉及的假冒三星、苹果等品牌最新型号高端智能手机，销售网络涉及全国多个省市甚至境外，涉案金额极其巨大。荔湾分局办案民警介绍，这些假冒手机外观上与正品是很难区分的，但性能方面存在很大差距，高端手机特有的许多功能假冒手机并不具备。

民警介绍，该团伙犯罪手段隐蔽，犯罪嫌疑人以正规渠道注册的货运公司，日常也有正常的货运业务，但背后大肆运输销售假冒手机货物，而且刻意细化并增加物流运输的环节，使其运输假冒手机的过程更加隐蔽。

目前，犯罪嫌疑人王刚等 13 人已被警方依法刑事拘留，警方正在加紧追捕王强等在逃涉案人员。

来源：《南方日报》2013年07月11日

### TD-LTE 主设备招标首轮报价出炉爱立信最高诺西最低

6月21号，中国移动在其官方网站上正式公布了TD-LTE无线主设备的招标公告，此次集采涉及全国31个省市，采购规模约为20.7万个基站，共计55万载扇，主设备投资规模超过200亿元。

紧张的等待之后，备受关注的中国移动TD-LTE扩大规模试验一期网络主设备招标第一轮商务报价在7月15日上午终于结束。据知情人士透露，总共有9家企业参与此次招标，名单与上轮2万个基站集采时相同。但与上次的集采报价，这九个玩家却采取了截然不同的商务策略。

其中，爱立信报价最高，其单载扇硬件报价达6.37万元，远远超过其他主流设备厂商；诺西报价最低，单载扇硬件报价仅为3.35万元；上海贝尔和大唐报价接近，在单载扇4万元左右；华为和中兴报价接近，在单载扇3.5万元左右；烽火、普天和新邮通的价格也都在4万到4.5万之间。

据了解，与2012年TD-LTE的大规模试验网建设投标不同，中国移动此次商务报价算法较为复杂，按单基站价格计算，主要分硬件和软件两个维度，硬件方面分八种站型，包括两通道、八通道、TD-SCDMA向TD-LTE的升级、还有GSM向TD-LTE的升级。

八种站型先报单个基站的价格，然后把总数加起来再除以载扇数量，最后，每家厂商报出来的价格是单基站载扇的价格。从披露的数据来看，按照单基站三个载扇的配置计算，爱立信报价比中间段高了将近一倍。

软件方面的报价比较复杂，按照每1万名用户的RRC功能计算，最后汇总出了相当于是一个模型的软件包。大唐报价最高，烽火报价最低。“最高的报价超过500万，最低的还不足50万，可以说软件的报价弹性非常高，不过鉴于中国移动对TD-LTE早期建设，软件的采购量较少，硬件采购一步到位来看，软件的高弹性报价远没有硬件的差异令人关注。”

当然，除了硬件和软件之外，TD-LTE项目招标还包含其他一些小的项目，但这些都对整体报价影响不大。

业内人士指出，此次首轮报价，除爱立信以外，其他的主流设备厂家报价与此前的市场预期基本一致：比2012年的2万个TD-LTE基站建设的价格略有下滑。粗略看，2012年的TD-LTE建设主要分F频段的升级与新建，以D频段的新建方案。F频段的新建基站平均为15万，F频段升级的平均价格为10万，D频段新建为16万。“价格的下降有其合理性，因为这是技术进步和产业链规模发展的必然结果。”

来源：C114中国通信网2013年07月16日

## 海外借鉴

### 欧美运营商推手机电视处于初级应用阶段

欧洲是 WCDMA 发展最快的地区，数据业务的增长速度也非常快。目前，已经有几家大的移动通信公司开通了基于移动网络的手机电视业务，但其手机电视业务大都处于初级应用阶段。

尽管欧洲的数字手机电视业务还处在试验阶段，但是几乎可以肯定的是，欧洲将会采用的 DVB-H 标准。目前正在进行的最大的试验性项目有泛欧的 InstinctProject、法国 TDF 集团在芬兰进行的 FinPilot 计划，另一个移动广播整合 (BMC0) 计划正在柏林进行。

为了推动广播和移动通信产业的融合，诺基亚、菲利普、Vodafone 等公司一起成立了 BMC0 联盟计划。该组织的主要目标包括：建设一个综合性的平台来进行 DVB-T / H + GPRS 的试验；对移动广播业务的产业链进行评估；对商用模式进行评估，包括商用化的驱动因素和障碍；确定适合于移动用户接收、广播业者以及 CP 需求的内容格式。

目前，美国运营商已经推出的手机电视业务主要是通过移动通信网络，利用流媒体的方式来实现的。自 2003 年 SprintPCS 公司率先在美国推出手机电视业务之后，2005 年年初，Verizon 无线公司推出了 Vcast 手机视频服务，用户可以下载音乐或是观看电视短片。2005 年 2 月初，美国最大的移动电话公司 Cingular 推出了月租费为 9.99 美元的手机电视服务套餐，订户可以通过这个套餐观看 22 个频道的电视节目。目前，Sprint 和 Cingular 的用户都可以通过手机在线观看即时的 CNBC、MSNBC、MSNBC、澳大利亚广播新闻网以及教育频道的节目。

美国的移动运营商采用的手机电视技术基本上都是美国 Idetic 公司开发的 MobiTV 系统。虽然 MobiTV 系统实现了通过手机看电视的目标，但其传送影像的帧速率比较慢，画面显示效果不太理想。2004 年 4 月，美国 SmartVideo 公司利用微软影像压缩技术——WindowsMedia9，开发了向手机实时发送电视影像的系统，传送影像的帧速率有了明显提高。

来源：太平洋电脑网 2013 年 06 月 10 日

### 澳大利亚加强国际漫游业务管理

澳大利亚通信和媒体管理局 7 月 3 日宣布将针对“天价账单”推出新的国际漫游标准，要求电信运营商为在海外使用手机的用户提供短信提醒、支出管理工具和

选择退订等服务。

新的国际漫游标准要求移动运营商推出一系列用户保护功能，帮助漫游至海外的用户对移动业务的使用进行管理，从而更好地避免产生“天价账单”。

新的国际漫游标准将从2013年9月27日起逐步实施。它包含的4项主要措施为：通过短信向所有漫游至海外的用户发送通知，提醒他们漫游服务将产生较高的费用；允许消费者在任何时间停止国际漫游服务，包括已经身处国外时，以节省通信成本；移动运营商需以短信的形式向用户发送各项业务的漫游价格信息，并特别强调要包括接听电话等通常在国内免费的服务；支出管理工具在选择漫游套餐的用户每消费100澳元的数据流量时即发送提醒，并且在100澳元数据流量使用达到50%、85%时分别提醒。

新的国际漫游标准是澳大利亚公布的第二批增加电信消费透明度的措施，第一批措施是加强电信消费保护准则。

澳大利亚政府还同时公布了其他新规定，帮助消费者削减海外漫游支出。

来源：《人民邮电报》2013年07月10日

### 印度电信委员会批准 FDI 提案

印度电信委员会日前批准了一项提案，将进入印度电信领域的外商直接投资（FDI）上限从原先的74%提高至100%。印度政府曾于2005年将外资在电信企业中的持股比例上限从49%提高到74%。

据路透社报道，这项提案由财政部的一个高级委员会提出，该委员会提议提高国防、电信、零售和商品交易所的FDI上限，吸引长期外资，以解决日益严重的财政赤字难题。印度移动运营商协会（COAI）最近披露，至2012财年年底，印度电信部门的债务已达309亿美元，其中近一半债务来自国际债权人。

目前，印度允许外商在当地电话运营商的最大持股比例为74%，政府放宽FDI上限后，意味着如英国沃达丰、挪威电信（Telenor）和俄罗斯 Sistema 等运营商在印度经营时不再需要与印度当地运营商进行合作。印度电信委员会作为印度电信部最高的决策机构，会将该提案送呈至印度工业政策与促进总局（DIPP）。DIPP与各部委协商后，会将最终的提案送呈至联邦内阁等待批准。

一些媒体报道称，印度内政部已对该提议提出质疑，认为完全开放如电信、国防和民用航空等领域会产生安全问题。但另一位负责外商投资问题的政府高级官员表示，针对电信公司制定的执照发放规则已经将安全问题考虑在内。俄罗斯运营商 Sistema 的印度分公司在一份声明中表示，支持印度放宽电信领域 FDI 上限的提议，称此举有利于行业发展和消费者利益。

来源：《人民邮电报》2013年07月10日

责任编辑：周明夏

相关文章:

- 缅甸借外力发展电信业
- 欧洲成为电信并购热门选择 2013-06-26
- 欧盟企业欲借电信双反调查抢滩中国 4G 市场 2013-06-26
- 南非电信集团公司分离批发和零售业务 2013-06-21
- LG 手机瞄准新兴市场三大障碍横亘前路拓市难 2013-06-20

作者的其他文章:

- 澳大利亚推云计算战略
- 美四分之三 IT 公司年内启用大数据金融和营销为重点领域 2013-03-13
- 英印签署网络安全协议强化印度服务器群中英国数据安全 2013-03-13
- 全球 67 国已有 150 个 LTE 商用网 2013-03-07
- 新西兰 2013 年拍卖“数字红利”——频谱 2013-03-07
- 2013 年全球 67 国已有 150 个 LTE 商用网 2013-03-06

您最近浏览过的文章:

- 2013 年第一季度墨西哥汽车产量同比增 2%销量增 5.8%2013-04-10
- 第 34 届曼谷车展热力不如预期 2013-04-09
- 乌克兰一半的客车需要更新 2013-04-09
- 2012 年度九州地区汽车生产量创历史新高 2013-04-09
- 2012 年，南非汽车贸易赤字创新高 2013-04-09
- 沙特汽车销售连续三年增长 2013-04-09

中共东莞市委党校已有 0 条评论

## 未来 5 年 4G 连接半数来自亚洲

美国市场调查公司 WirelessIntelligence 称，中国、印度、日本和韩国四国的移动运营商收入占整个亚洲地区的 70%。该机构近日的一项预测显示：2013 年亚洲移动运营商的收入将超过 5000 亿美元，并且在未来 5 年内，全球的 4GLTE 连接数将有一半来自亚洲。

WirelessIntelligence 最新公布的大量统计数据显示，在 2008 年到 2012 年的 4 年间，亚洲移动收入增长率在全世界排名领先，复合年增长率（CAGR）为 9%，其次是拉丁美洲和非洲，分别为 8%和 6%。同期北美的复合年增长率为 5%，欧洲则下降了 1%。

此外，该公司称亚洲的活跃移动连接数达 34 亿，独立 IP 用户数为 18 亿。亚太地区的活跃移动连接数和用户总量居全球首位，分别为 29.8 亿和 15.7 亿。但与

亚洲其他地区相比，亚太地区的活跃连接点仍保持最低的普及率，为 76%，而西亚和亚洲其他地区分别为 95%与 101%。WirelessIntelligence 预测 LTE 连接数有望在 2013 年到 2017 年间增长 10 倍，增至 5 亿，其中半数来自亚洲。

来源：《人民邮电报》2013 年 07 月 10 日

### 欧盟日本研发 100G 光纤技术

欧盟和日本近日宣布了六项全新一代网络研究项目，它们之中很有可能出现下一代骨干网络的雏形。其中一项名为 STRAUSS 的计划，其光纤传输速度将可以达到 100Gbps，约为现在欧洲宽带平均速度 19.7Mbps 的 5000 倍。

这次网络改造将会用上全新的光纤封包交换技术和光收发模块以及升级了控制软件的硬件，接下来会在欧洲和日本的网站进行大规模测试。

据统计，现在地球上每分钟会产生 1700 万亿字节的数据，数据通信量在 2012 年早期至 2013 年早期翻了一番。到 2018 年时，将可增长 12 倍。

来源：《人民邮电报》2013 年 07 月 10 日

### 三星再发动海量终端攻势应用生态圈缺位或致份额见顶

继 2013 年 6 月底在伦敦发布 9 款产品之后，三星再度展开海量攻势，一口气发布了 12 款新品，从价格、尺寸等方面覆盖了更多智能手机、智能相机、平板电脑等终端产品的细分用户群。有分析认为，三星的机海攻势是为了对即将在 9 月发布新 iPhone 和新 iPad 的苹果公司提前展开一场围追堵截。但三星的竞争对手显然不止苹果一家，单从智能手机业务来看甚至可以说，有鉴于 2013 年以来其推出的产品除了 GalaxyS4 外都定位中低端，三星的机海战术并非要在高端狙击苹果，而是为了发挥自身对产业链强有力的控制力，广撒网，与第二梯队厂商比拼性价比，进一步圈地中低端市场。

终端新品 12 连发，三星机海攻势来势汹汹

在日前举行的 2013 Samsung GALAXY & ATIV 新品发布会上，三星共发布了包括智能手机、智能相机、PC 以及平板电脑在内的 GALAXY 和 ATIV 两大系列 12 款新产品。

智能手机方面，继 Note 系列之后，三星推出的 GALAXYMEGA 5.8 英寸和 6.3 英寸两款产品在大屏上实现了超越，同时 GALAXYMEGA 还实现了摄像、人机交互等创新功能；在平板电脑方面，包括 GALAXY Tab3 系列的三款产品成为最新成员，其中主打的 8 英寸产品更是成功加入了语音通信功能；在智能相机方面，三星带来了不小的惊喜。GALAXYS4zoom 突破了专业相机才具备的功能，增加了手机与相机结合的创新体验，GALAXYNX 首次实现在专业相机上搭载安卓系统，可支持 3G/4GLTE 上网，可更换镜头并及时共享照片。

三星除了在安卓系统上带来了差异化创新，同时在微软系统方面也做出了尝试，首当其冲是在 ATIV 品牌上进行了全线发力。三星基于 Windows 操作系统发布

了涵盖 ATIVBook、ATIVTab、ATIVQ 和 ATIVOne 等系列的 ATIV 笔记本电脑和平板电脑，可支持智能手机与 PC 产品“无界交互”，实现数据交互，互联共享。

可见，三星从价格、尺寸、功能等方面全面覆盖了智能手机的更多细分市场，同时也在平板电脑、智能相机和 PC 等产品实现了集体爆发。

组合拳：上堵苹果公司，下耕中低端市场

三星发起的机海攻势在外界看来是针对苹果放出的信号。作为当前最具竞争力的两大巨头，苹果和三星在移动终端产品、供应链、专利等方面已经积怨已深，而目前苹果明确表示将会在秋季正式发布新款产品，三星又是靠“快准狠”独步于终端市场，在苹果新品发布之前三星自然不会放过任何可以对苹果潜在用户围追堵截的机会。

但从另一方面来看，此役三星的目标显然不会只是苹果一家，这从三星发布的产品注重“对垂直市场的细分和对水平市场的扩军”这点就可以看出。从智能手机市场看，新发布的 GALAXYMEGA 系列产品不仅保持大屏的特点，更是打出了出色的性价比。业内分析认为，三星的手机新品既是对目前咄咄逼人的低价国产巨屏手机攻势做出的反击，更重要的是，三星将通过硬件配置的调整来丰富产品的价格区间，从而进一步扩大中低端市场份额。

三星接连发布“海量”新品，无疑是对市场竞争对手是一记组合拳，与此同时，三星也将掀起终端市场新一轮的“鲶鱼效应”。三星的战略目标非常明确，深耕中低端市场，抢夺市场占有率。就目前中国市场而言，国产品牌仍旧占据了前十中的七席，潜力空间可见一斑。对三星来说，拥有的优势很明显，即发挥自身对产业链的强大控制力，与第二梯队厂商比拼性价比，从而进一步圈地中低端市场自然水到渠成。可以预见，随着三星频频出拳，终端市场争夺将进一步走向白热化。

自主生态圈缺位，或难保持久竞争力

近年来，三星在市场上的成功主要基于对产业链上下游的高效整合、成功的市场营销以及高品牌知名度等优势，但三星的软肋同样很突出，主要表现在对安卓系统的过度依赖、自主操作系统的缺失。

“安卓养肥了三星”，这句话在终端市场领域广为流传，自然也不是空穴来风。这一点从三星 90%以上的终端产品都是搭载安卓系统就可以明显看出。随着谷歌对安卓平台的统一化战略的趋势在进一步加快，三星也愈发觉得被人掐住了咽喉确实不好受，提早做出改变势在必行。事实上，三星为了抵御这种风险的发生，已经早早地寻找自己的救命稻草——一方面积极研发自主操作系统；另一方面加快产品布局，对主要资源进行分流调配。

比如三星对自身的部分资源就投放到了微软的 Windows 系统，而不是在安卓一棵树上吊死。在刚刚过去的新品发布中，从 ATIV 阵营力捧 Windows 系统这点就可

以看出三星的运作思路。但三星的自主操作系统却始终处于难产状态，这让其长远发展劣势尽显。近日更是有消息称，三星自主操作系统 Tizen 由于所搭载的 AppStore 不够完整，很有可能将推迟 Tizen 手机至十月发布。自主操作系统的遥遥无期，让三星的独立自主埋下了不小的阴霾。

实际上，在上下游业务链极具成熟的背景下，三星仍旧可拥有最强的市场竞争力。只不过还需要构建一个完整的自主生态圈，正如苹果一样。具体来讲，三星需要布局了从硬件设计、软件开发、电商运营到客户服务、周边产品等一条漫长的产业链，既做垂直整合，也做横向平台搭建。自主生态圈除了能保证三星拥有持久的竞争力，同时可聚焦做大平台，吸引全球应用开发者，真正成为产业链的核心。

来源：《通信信息报》2013 年 07 月 11 日

### 波兰银行业共建移动支付系统

目前，波兰最大的银行波兰储蓄银行，正联合其他同行，紧锣密鼓地进行移动支付和手机银行标准的制订，并预计在 2013 年晚些时候推出正式的标准。与此同时，统一的移动支付系统也将由他们共同完成。

参与本次标准制订的有波兰储蓄银行、Alior 银行、Bank Zachodni WBK (BZ)、BREBank、ING Bank Śląski。几家银行将共同在波兰储蓄银行的手机银行平台基础上，共建移动支付系统。届时，消费者将可以通过该平台进行线上和线下的支付，以及 ATM 机提款和随时随地转账。

由于采取了多家银行联合的方式，波兰的移动支付业务也有望迅猛发展。目前，这几家合作者的金融业务，加起来已经覆盖了波兰 1600 万消费者，囊括了 70% 的波兰市场。

作为波兰最大的零售银行，BZ 的 CEO Mateusz Morawiecki 表示：“本次的合作旨在建立一个统一标准的移动支付系统，为消费者提供广泛的网络受理服务。我们也坚信，70% 的银行用户覆盖率将促成波兰的移动支付标准的快速形成。”

来源：《人民邮电报》2013 年 07 月 12 日

### 美国运营商利用大数据分析谋取商业利益

根据外国媒体报道，美国电信运营商 AT&T 近日更新其用户隐私政策，以便向公司客户（广告商、营销商）出售经过大数据分析的用户信息。

AT&T 联邦监管高级副总裁兼首席隐私管鲍勃·奎因 (Bob Quinn) 表示，许多公司越来越多地使用客户数据以帮助他们为消费者提供个性化产品以及改善服务。奎因同时还声明“我们不会出售您的个人信息，我们不会擅自使用用户的信息（除了用于提供和改善服务方面）除非用户同意我们这样做”

目前，消费者的使用数据，如位置和网络浏览历史等信息存在商业潜力，在互联网世界中，用户数据是定向广告的基础，也是同时提供免费和付费服务的公司额



外的收入来源。另一家美国电信运营商 Verizon 也使用匿名客户数据创建营销报告。

另据市场研究机构 Ovum 表示，预测和减少客户流失、增进用户忠诚度、增值和交叉销售产品以及推行个性化服务是电信运营商可以利用大数据分析谋取商业利益的关键领域。然而，运营商至今并未对其善加利用，其中的一个主要原因是传统的绊脚石——电信运营商的组织结构和数据结构。

来源：通信世界网 2013 年 07 月 15 日