

# 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>4</b>
<b>【政策监管】</b> .....	<b>4</b>
工信部将引导企业进一步降低宽带资费 .....	4
<b>【发展环境】</b> .....	<b>5</b>
四大问题制约中国手机产业发展 .....	5
全球格局下的中国手机产业布局 .....	6
2020 年全球互联终端达 330 亿部 .....	8
<b>运营竞争</b> .....	<b>9</b>
<b>【竞合场域】</b> .....	<b>9</b>
中国移动研究院黄晓庆：可穿戴设备发展需要迈过“三座大山” .....	9
中国移动推出 4G 车联网产品及服务 .....	9
2014 全球光通信 10 强企业名单出炉 .....	10
中国联通发行 2014 年第三期中期票据总金额 50 亿元 .....	11
中国联通 11 月 24 日发布公告称，将于 2014 年 11 月 27 日开始发行总金额为 50 亿元人民币的 2014 年第三期中期票据。 .....	11
中国移动手机动漫基地“漫购商城”上线 .....	11
<b>【市场布局】</b> .....	<b>11</b>
中国移动与浙江省政府签署战略合作协议 .....	11
中移动 31.72 亿元设苏州研发中心 .....	12
中移动李正茂：保守预测 2016 年底 4G 用户超 3 亿 .....	13
中移动 4G 用户累计达 5445 万户 3G 业务首次下降 .....	14
<b>技术情报</b> .....	<b>14</b>
<b>【趋势观察】</b> .....	<b>14</b>
2018 年我国将有 3.5 亿 LTE 用户 .....	14
全国 409 城市建智慧城市规模计 131 亿美元 .....	16
民生银行打造互联网智能银行 .....	17
在互联网金融方兴未艾之际，民生银行秉承“以客户为中心”和“创新立行”的两大经营理念，全力打造“互联网智能银行”。 .....	17
移动支付技术：“增”“减”策略各不同 .....	17
<b>【模式创新】</b> .....	<b>20</b>
“高清语音”成为运营商新宠 .....	20
浅谈 U+服务体系 .....	20
大数据火热背景下的冷思考 .....	25
大数据驱动制造业迈向智能化 .....	27

<b>终端制造</b> .....	<b>30</b>
<b>【科技前沿】</b> .....	<b>30</b>
国产智能手机的崛起与挑战.....	30
诸多利好：全网通手机将成趋势.....	32
<b>【企业情报】</b> .....	<b>34</b>
小米和顺为资本 18 亿元投资爱奇艺.....	34
华为已获 66 份 eLTE 合同开通 20 张商用网络.....	34
华为 5G 路线图：2020 年部署 5G 商用网 .....	35
施耐德电气发布 APC 移动电源为智能手机和 USB 接口充电设备提供外部电池.....	37
酷派欲“断奶”运营商斥资百亿创独立品牌.....	37
<b>市场服务</b> .....	<b>38</b>
<b>【数据参考】</b> .....	<b>38</b>
2014 年 10 月份通信业经济运行情况 .....	38
2014 年 10 月通信业主要指标完成情况（一） .....	45
2014 年 10 月通信业主要指标完成情况（二） .....	46
2014 年 10 月电话及互联网宽带用户分省情况 .....	47
2014 年 1-10 月软件业经济运行情况 .....	47
2014 年 1-10 月电子信息产业固定资产投资情况 .....	50
2014 年 1-10 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（一） .....	54
2014 年 1-10 月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（二） .....	55
2014 年 1-10 月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（一） .....	57
2014 年 1-10 月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（二） .....	58
<b>海外借鉴</b> .....	<b>58</b>
英国电信在亚太、中东及非洲地区投资新业务.....	58
英国拟立法要求互联网公司向警方提供用户数据.....	59
爱立信计划裁员拟压缩 12.1 亿美元成本.....	60
爱立信报告预测到 2020 年智能手机用户将达 61 亿.....	60
苹果在中国开起“1 元店” .....	62
美国将投资 3.25 亿美元开发全球最快超级计算机.....	62
诺基亚上调长期利润率目标望 2015 年实现.....	63
三星拟改组 6000 人被移动或重新分配.....	63
澳洲电信运营商推出 2600MHz 与 700MHz 频段 4G 服务.....	64
中国联通投资建设中缅国际陆地光缆工程全线贯通.....	64
巴基斯坦推行 SIM 卡生物特征身份验证.....	65
eMarketer：明年全球互联网用户将破 30 亿.....	66

## 产业环境

### 【政策监管】

#### 工信部将引导企业进一步降低宽带资费

近日，由工业和信息化部电信研究院主办的“2014 新一代宽带无线移动通信发展论坛”在京召开。工业和信息化部总工程师张峰出席并致辞。

张峰表示，当前以移动互联网、云计算、大数据等为代表的新技术、新应用、新业态蓬勃发展，加速向社会各个领域全面渗透，为宽带无线移动通信产业链各方带来了更加广阔的发展空间。近年来，我国宽带无线移动通信保持快速发展态势，核心业务从话音加速向数据更迭，发展模式由用户规模驱动加速向业务创新引领转型，呈现出竞相创新、共同发展的良好局面。一是用户和网络规模持续扩大，二是业务结构不断优化，三是产业规模增长迅速。

张峰强调，目前，新一代宽带无线移动通信仍处于快速变革中，发展方向、商业模式和生态体系都存在巨大的创新空间。营造环境、完善制度和培育市场仍然是当前和今后一段时期的主要工作。

一是加快宽带信息基础设施的建设。以贯彻落实宽带中国战略为龙头，优化网络互联架构，促进网间互联互通，深化基础设施共建共享，推动宽带发展纳入地方经济社会和城镇化发展的规划，完善组建服务机制，着力优化网络发展环境。同时，引导企业进一步加快 4G 网络建设和规模化发展，不断完善网络的覆盖，进一步降低宽带资费，缩小数字鸿沟，加速移动宽带应用以及持续提高移动宽带网络能力和服务水平。

二是要进一步贯彻落实创新驱动发展战略，不断深化改革，推动行业科技创新与制度创新相互融合，相互促进，努力形成企业主导，政府推动的协同创新模式，为广大企业创新发展营造良好的发展环境。同时，引导企业不断加大创新投入，继续加强芯片、操作系统、测试仪表等薄弱环节的技术研发与技术和产品创新驱动服务管理和商业模式创新，加快产业链延伸和整合，提升协同创新的能力。

三是进一步促进在重点领域的应用创新，随着 4G 网络覆盖能力和服务水平的提升，我国移动互联网将具备进一步创新跨越的基础。应该紧紧抓住信息化与工业化、城镇化、农业现代化融合发展的有利时机，积极探索符合用户需求的应用开发，不断推进移动通信宽带技术在重点行业和重点领域的业务创新。使宽带无线移动通信在拉动信息消费，促进产业升级，推动经济、社会可持续发展方面发挥更大的作用。

四是进一步提升网络信息安全的保障能力。坚持以安全促发展，以发展促安全的原则，一方面要大力加强关键网络和重要信息技术的安全防护，完善安全管理制度，健全网络安全威胁预警，和应急处理机制，另一方面要加强行业自律和举报监



督,扎实推进打击治理移动互联网恶意程序和垃圾短信的工作。及时清理有害信息,切实保护用户数据安全和个人隐私,营造安全可信的网络环境。

来源:电子信息产业网 2014 年 11 月 18 日

## 【发展环境】

### 四大问题制约中国手机产业发展

在中国手机产业快速发展,产业链建设逐步加强的势头下,一些制约中国手机产业发展的的问题也愈发明显。

#### 核心技术和产业链供给能力不足

近年来,我国移动互联网终端产业链不断完善,但在芯片、操作系统环节的核心技术以及显示屏领域的关键器件仍是我国移动终端产业发展的短板,主要依赖于从国外企业取得授权或购买。

如在芯片领域,我国实现了部分产品的自主开发和供货,加速了我国终端芯片产业的发展。但与发达国家相比,我国终端芯片产业仍然存在较大差距,一是掌握技术层次低,二是在市场规模和产品线宽度上都存在明显不足。

#### 知识产权专利储备不足

专利储备不足是我国手机产业发展的瓶颈,成为产业进一步发展面临的主要障碍。一是技术专利问题使我国企业遭受国外巨头侵权诉讼的威胁,影响了拓展国际市场的空间。二是专利费用进一步压缩了国产手机利润空间。如高通公司对其 CDMA 专利技术向手机企业收取高额的入门费(通常在 100 万-200 万美元),并根据产品销售情况收取逐级递增的提成费,增加了国内企业的成本负担。尽管华为、中兴已经建立了全面的知识产权体系和专利保障体系,但只是少数企业的现象。核心知识产权的缺乏,制约了我国手机产业的整体发展,国产品牌难以打入欧美市场。

#### 利润水平低下

智能手机产业价值链目前呈现被少数几家大公司把控的格局。一方面,上游芯片厂商通过专利授权、IP 核授权的方式向下游厂商收取高额的费用;另一方面,苹果、谷歌凭借强大的操作系统、终端、服务整合能力已经在全产业链上形成了垄断,掌控了产业核心价值链。

目前,智能手机的成本主要集中在硬件成本上,核心芯片、显示屏等关键元器件占到了智能手机成本的 90%以上,国内企业由于不具备全产业链整合能力,在这些领域与苹果、三星不具备竞争优势。此外,国内企业在无线技术专利上储备不足,频繁遭受国外巨头侵权诉讼的威胁。随着智能手机基带芯片未来向全模全制式发展,高通的专利优势将会延续下去,而这也意味着国内智能手机厂商的利润空间将被进一步压缩。

#### 信息安全隐患

随着智能移动终端及移动互联网应用的加速普及，智能手机成为网络信息窃取和恶意攻击的主要目标，信息安全问题突出。一是部分国外厂商非法收集用户信息，而我国手机厂商和运营商尚不具备对类似行为的监控能力。二是智能手机操作系统的开放性使其更易遭受病毒和恶意软件的攻击。同时，随着智能手机应用领域向企业办公和行业应用拓展，智能手机带来的信息安全隐患将从个人向企业、行业信息安全范畴扩散，给信息安全形势带来更严峻的威胁。

来源：通信产业网 2014 年 11 月 18 日

### 全球格局下的中国手机产业布局

近年来，全球信息产业正在发生一系列重大变革，新技术、新产品、新模式、新服务不断涌现，信息产业格局正在经历重塑阶段。作为新一代信息技术产业的重要组成部分，手机产业尤其是智能手机产业的发展将对未来的电子信息制造业、服务业产生革命性的影响。

智能手机作为移动智能终端中普及率最高、形态最多样、需求量最大的产品，载体作用不断上升，市场空间极为广阔。其融合集成电路设计、网络通信、软件研发、终端制造等众多信息技术为一体，涵盖芯片、操作系统、显示屏、配套元器件、整机设计制造和应用服务等多个产业链环节，成为全球新一轮信息技术创新的重点领域。

我国手机产业拥有较好的发展基础、具备较为坚实的基础设施，大国大市场的优势明显。手机产业在近几年获得了快速发展，已形成一批具有一定实力的企业，产业链雏形初具，成为我国手机产业持续增长的出发点与落脚点。

智能手机产业的快速发展对我国产业结构转型升级、国家综合竞争力提升具有重大意义。但进入 2014 年之后，手机产业面临一些新的问题如市场需求放缓、专利诉讼增多、信息安全危害凸显、技术创新升级加快等，我国需要重新审视手机产业发展环境和态势，给予密切关注和积极引导。

#### 芯片

研究数据表明，手机芯片产业 1 美元的产值，可以带动电子信息产业 10 美元的产值和 100 美元国内生产总值（GDP），芯片产业已经上升为我国的战略新兴产业。目前芯片市场的格局较为明确，在开放市场有高通、联发科、展讯和英特尔等，而在非开放市场有苹果和 Huawei 海思。

从技术角度来看，芯片集成度不断提高，高集成度的单芯片方案越来越受到市场欢迎；芯片厂商不断推出向下兼容的多模产品；芯片企业间进行深度整合，从事基带芯片研发的企业纷纷涉足射频领域，并与射频芯片企业进行整合；应用处理器加调制解调器的模式成为智能手机发展趋势。

芯片将继续由单一性能导向向低功耗、多元化、集成化发展，系统级芯片成为

手机芯片发展的主流。从处理器性能和多核架构来看，单核处理器频率已达 2.0GHz，性能与 PC 差别不大，处理器架构也在向多核演进。国产品牌普遍采用多核处理器，多核技术能使处理器在特定时钟周期并行执行多项任务。随着第四代移动通信的普及，多模多频芯片将逐渐占据市场主流。

从芯片角度来看，4G 终端芯片将聚集在 28nm 制程，中芯国际的 28nm 技术已经成熟并实现量产，能够与 4G 发展的要求相匹配。随着 TD-LTE 产业日益成熟和商用推广、多模多频基带以及平台芯片复杂度的提高，未来，TD-LTE 芯片将逐渐向 28nm 之下演进。在 4G 元年，今年各大手机厂商均加快了 4G 智能手机的研发和推出进度，4G 新型智能手机层出不穷，加速了 4G 芯片的大规模应用。

#### 设计与配套

手机设计主要分为：工业设计 ID（外观、材质、手感、颜色配搭，主要界面的实现以及色彩等）、结构设计 MD（前壳、后壳、摄像头位置，固定方式，电池连接，厚薄程度等）、硬件设计 HW（天线、电路、传感器等）、软件设计 SW（UI、中间件等）以及整机解决方案（指纹识别等）。在我国手机产业发展过程中，一些品牌手机企业为了降低开发成本和缩短产品上市周期，选择把产品设计、生产制造进行外包，曾造就了我国数百家手机独立设计公司（IDH）和代工企业。手机产业链也形成了芯片、IDH、代工、品牌企业、外围配套等多个环节。

近年来，随着手机产业利润不断压缩，各环节业务纷纷向上下游延伸，设计制造环节呈精简合并的态势，产业链快速扁平化。设计方面，在过去的两年里，全球智能手机发展迅速，但是对于中国手机 IDH 公司来说，却是异常的残酷。从产业格局来看，在高通、联发科等芯片公司、手机 IDH 公司、EMS 等工厂、终端品牌、销售渠道和客户的产业链条上，IDH 公司是抗风险能力最弱的环节。而伴随着客户、渠道、品牌向大品牌聚集，导致订单缺乏，马太效应凸显，很多中小型 IDH 公司已经逐渐衰败，退出这一行业。

在显示屏方面，我国 9 英寸以下显示屏约占全球小尺寸显示屏市场的 15.5%。国内共有 6 代线（不含 6 代线）以下的 TFT-LCD 生产线超过 10 条，另有一条 4.5 代 LTPS-LCD 生产线和两条 5.5 代 OLED 生产线。从产能的角度来看，国产智能手机显示屏的自给率已达 60%；但是从技术的角度看，由于工艺水平的落后，大多数只能为低端智能机配套，高端产品严重依赖进口。

在电声器件方面，主要包括扬声器、传声器、耳机、送受话器组、各类通信帽、拾音器以及相关附件，具有对声音的接收、转换、传输、重放和测量等功能。我国共有 1000 多家电声器件专业生产企业，电声器件产量和出口量居世界首位。

#### 终端制造

在手机智能制造技术中，近年来关注度较高的主要有超小元件贴装、点胶技术、

三件接合、面向产品全生命周期的设计技术 DfX、制造协作等，这些技术在制造大屏、超薄、窄边框、多功能化的智能手机过程中，成果显著。其中，超小元件贴装技术可以应对日益小型化的元件如 03015 元器件和小微元器件；点胶和涂覆工艺，可以有效解决智能手机面对跌落和潮湿等不利环境的考验；TP、LCM、壳体三件接合方案可以解决触摸屏、液晶屏、壳体接合不佳的问题。此外，机器人及自动化技术也在助力手机制造。而苹果手机的一体成型技术是指把一整块金属切削、分割成型，然后冲压成可以安放各硬件的智能手机模具，目前主要由富士康掌握此技术核心。

手机制造常见的模式有 CDM、OEM、ODM、OBM 和 EMS。其中，CDM 利润率约 6%，CDM 如果在研发和设计方面提升较大，可向 OEM 或 ODM 发展。OEM 利润率超过 10%，OEM 厂商如果在核心技术、新产品开发、关键零部件制造和供应链管理方面拥有一定优势后，会选择向 ODM 转化，或者朝上游拓展，代表性企业如三星、索尼等。ODM 企业自主性更强，利润率超过 20%。代表性企业如鼎为、闻泰、龙旗、德信、华勤等。OBM 综合能力最强，利润率在 30% 以上。一般，ODM 一旦掌握了核心技术，就会选择收购已有品牌、以特许经营方式获取品牌等方法，转化成为 OBM，代表性企业有联想等。EMS 是一个新兴行业，一般只控制核心技术研发和产品销售，国际知名企业有富士康、伟创力、捷普科技、Celestica、Sanmina-SCI 和纬创等。

来源：通信产业网 2014 年 11 月 18 日

### 2020 年全球互联终端达 330 亿部

研究机构 StrategyAnalytics 近日发布最新研究报告《互联世界：2020 年的物联网和互联终端》预计，到 2014 年年底，投入使用的互联终端将达到近 120 亿部，而到 2020 年，投入使用的互联终端数量将达到 330 亿部，人均 4.3 部。

报告指出，目前传统互联终端诸如个人电脑、智能手机和平板等在所有互联终端中的占比不超过 1/3。在未来的物联网、智能家居、可穿戴设备、智慧城市、智能电网等领域，将爆发出对于互联终端的广泛需求。

报告作者首席分析师 David Mercer 谈到：“回溯到 2007 年，个人电脑占互联终端的比例为 2/3——现在仅有 1/10，近几年来互联网正迅速影响着日常生活。在物联网、智慧城市、智能电网以及智能手机等领域，互联终端仍存在巨大的增长潜力。”

StrategyAnalytics 报告作者、执行总监 Andrew Brown 表示：“仅在这次革命的开始，物联网就已和 50 亿部终端互联。在未来几年和几十年，智能城市和智能系统网络是物联网接触每个人生活的两种方式。”

来源：《中国电子报》2014 年 11 月 18 日



## 运营竞争

### 【竞合场域】

#### 中国移动研究院黄晓庆：可穿戴设备发展需要迈过“三座大山”

由中国移动研究院主办的移动 LABS 无限论坛“可穿戴设备专场”在京召开，中国移动研究院院长黄晓庆在演讲时称，可穿戴设备前途伟大，市场光明，但现实也比较骨感，未来可穿戴发展需要迈过“三座大山”。

第一，耗电。作为全球第一批戴耐克健康手环的用户，黄晓庆感觉其对睡眠有一些监控，之后，也送给过几十个朋友，但朋友们没有一个能坚持戴的，其中一个最大的问题就是手环需定期充电。他表示，手机充电是有道理的，手环作为智能机的补充，就不应该再像手机那样不定期的充电。“我每碰到一个做手环的就问，为什么要充电？”

第二，认证。健康监测是可穿戴设备发展的一个重要方向，但是这些设备到目前没有权威认证，证明该可穿戴设备属于医学仪器范畴。黄晓庆称，最近美国的一些公司，其中一家公司是从 NASA 走出的员工做的，10 秒钟可以测出心跳等，该设备需经过 FBA 认证，若通过认证，或将成为第一款通过认证后供消费者使用的可穿戴设备。

第三，用户体验。可穿戴设备要取得较快发展，必须拥有可取代我们现有设备的特点，目前来看，诸多可穿戴设备都没达到一定水平，包括谷歌眼镜，也没有想象中的那么好。

黄晓庆最后表示，有数据显示，可穿戴设备销售量能够达到 100 亿个，若一个设备卖 100 块钱，就是一个 1 万亿的市场，但可穿戴设备未来的发展还需先解决这些现实的骨感问题。

来源：C114 中国通信网 2014 年 11 月 24 日

#### 中国移动推出 4G 车联网产品及服务

11 月 20 日，中国移动正式推出车联网服务及自主品牌 4G 多功能车机、车载路由诊断设备（OBD）。该产品经全新设计及适配，引入多方服务资源，可满足用户多样化、个性化需求，产品将于 2014 年 12 月开始预售，2015 年 1 月正式发售。

据介绍，中国移动自主品牌车机具备 4G 通信功能并内置丰富应用。该车机采用 10 英寸高清电容屏，分辨率为 1024×600，内置最新车载工业级 TD-LTE 模组，具备语音通话、短信收发、数据传输等功能，支持移动 2G/3G/4G 全模式，最高下载速率可达 100Mbps。该产品具有强大的语音识别功能，通过语音指令即可实现播放歌曲、看股票、查天气、搜航班、搜美食、打电话、发短信等功能。该车机还可变身车载路由器，提供车内 WiFi 热点共享。

OBD 是中国移动推出的另一款 4G 车联网新品，兼备移动路由器和智能车载诊断

双重功能。用户出行前，可以通过 OBD 查看电压、故障码；抛锚时，可以了解车况、进行远程诊断；下车后，可查看手刹、车门等状况。

据了解，目前市场上推出的车载电子产品虽具备上网功能，但所产生的流量需用户单独购买相关套餐，且后续还需充值，过程烦琐。此次中国移动推出的两款产品解决了这一难题，用户只需绑定手机号就可轻松实现统一付费。此外，中国移动围绕驾驶生活，汇聚了多种爱车服务资源。例如，用户能通过车机、OBD，自助进行车辆体检、到店维修，让保养更加透明、便捷。车辆发生事故时，可通过中国移动车联网服务平台呼叫救援，联系技师诊断车辆状况，选择远程指导或到店维修。购买中国移动车联网产品的用户还可享受保险优惠。

目前，中国移动借助 4GTD-LTE 的先发优势与资源整合能力，已构建起涵盖“云-管-端”各业务环节的 4G 车联网产品服务体系。面向车主，实现车载 SIM 卡与车主手机共享话费、流量、增值业务（音乐、听书、视频等）；面向车厂，提供适合车辆生产全生命周期的各档套餐，如测试期套餐、商用服务套餐、保号套餐等。

来源：《人民邮电报》2014 年 11 月 24 日

### 2014 全球光通信 10 强企业名单出炉

11 月 20 日，“2014（第八届）中国光通信发展与竞争力论坛暨 2014 中国/全球光通信最具竞争力企业 10 强评选活动颁奖典礼（ODC）”在北京举行。华为、烽火、长飞、亨通、DSM 等众多企业分别在全球及中国光纤光缆、光传输、光器件和品牌榜单中荣获奖项。

《2013~2014 年度全球光通信最具竞争力企业 10 强》榜单评选结果清晰显示中国光通信企业在全全球光通信企业参与竞争下的竞争力态势。在全球光传输榜单中，华为领先优势持续扩大，竞争力综合得分超出第二名阿尔卡特朗讯 46 分。此榜单 10 家企业分别来自 5 个国家：法国（阿尔卡特朗讯）、日本（富士通、住友电工、日电）、瑞典（爱立信）、美国（讯远通信、英飞朗）、中国（华为、中兴、烽火通信），其中华为、中兴和烽火通信分别位列第 1 名、第 3 名和第 7 名，中兴在激烈的市场竞争中提升了竞争力，前进 1 名；在全球光纤光缆榜单中，10 强企业由 5 个国家包揽，分别是来自美国（康宁）、意大利（普睿司曼）、日本（古河电工/OFS、住友电工、藤仓）、印度（斯德雷特）和中国（长飞、亨通、烽火通信、富通），其中长飞位列第 2 名，亨通、烽火通信和富通分列第 4 名、第 6 名、第 7 名，其中亨通光电竞争力大幅增强，从第 5 名前进到第 4 名；在全球光器件 10 强榜单中，10 强企业有 5 家来自美国，4 家来自日本，中国企业仍然只有光迅科技入围，位列第 7 名。

此次评选由 NTR-网络电信信息研究院、亚太光通信委员会共同主办，由国内通信领域和经济学、管理学、统计学等领域的权威专家组成。各项大奖根据参评企业

的生产规模、市场表现、产品性能、售后服务、增长速度和企业管理及文化等方面共 73 项要素指标进行评选。ODC 论坛由中国通信学会光通信委员会、亚太光通信委员会主办，已经成功举办 8 届。

来源：《人民邮电报》2014 年 11 月 24 日

### **中国联通发行 2014 年第三期中期票据总金额 50 亿元 中国联通 11 月 24 日发布公告称，将于 2014 年 11 月 27 日开始发行 总金额为 50 亿元人民币的 2014 年第三期中期票据。**

此次发行将于 2014 年 11 月 28 日完成，最终发行利率将于发行完成后公布。

来源：飞象网 2014 年 11 月 25 日

### **中国移动手机动漫基地“漫购商城”上线**

11 月 17 日，中国移动手机动漫基地全力打造的专业化动漫衍生品垂直电商——漫购商城正式上线。同步入驻优质商家 22 家，700 余件动漫实体衍生品库存量达 30 余万。漫购商城专注于动漫正版周边商品，依托手机动漫基地的专业性，将数字化产品与实体化产品相结合，主攻动漫爱好者市场，重点运营重磅稀缺型产品。

据悉，为迎合国内正版漫画版权意识增强的大趋势，漫购商城所有上架商品均通过手机动漫基地的正版认证，消费者能够放心购买到可信赖的动漫衍生品。同时，中国移动手机动漫基地整合多年以来积累的优质资源，着力挖掘稀缺型动漫商品。

据介绍，中国移动手机动漫基地此次推出漫购商城，是抓住行业发展转型契机，优化动漫产业生态圈，全面推进全版权运营的重要举措。同时，通过打造专业的新媒体电商革新平台，积极打通产业生态链，为整个动漫行业开创新“蓝海”。

来源：《人民邮电报》2014 年 11 月 25 日

## **【市场布局】**

### **中国移动与浙江省政府签署战略合作协议**

11 月 18 日，中国移动通信集团与浙江省政府在杭州签署战略合作协议，双方就如何通过长期战略合作加快浙江信息技术产业发展确定了合作事项。浙江省委副书记、省长李强，副省长毛光烈，中国移动董事长奚国华、副总裁董昕等出席了签约仪式。

根据协议，双方将把握国家关于物联网、信息消费、宽带中国等的政策机遇，把握浙江经济转型升级的市场机遇，在加快信息基础设施建设、推动信息经济发展、打造长三角信息高地、做强信息产业链，加快云服务产业发展、培育信息消费新增增长点，推动手机阅读产业规模升级、形成全国数字阅读高地，加强信息安全保障、营造健康网络环境，服务浙江经济、促进就业保障和拉动内需，提升产学研合作水平、加强产业技术和能力储备等方面开展新一轮合作，为浙江信息经济发展和信息化与工业化深度融合国家示范区建设添砖加瓦。

据悉，早在 2009 年 3 月，浙江省政府与中国移动就签订了战略合作框架协议，之后双方在加快 TD-SCDMA 网络建设和应用、促进信息产业振兴发展、深化信息化应用、发展新型信息服务业、加强产学研合作与人才培养、拉动内需和就业等方面进行全面合作，取得了积极成效。

根据协议，未来 5 年，中国移动将在浙江投资逾 500 亿元，其中 2014 年超过 110 亿元，TD-LTE 网络建设投入 60 亿元，实现全省所有市、县城区、重点乡镇及大部分行政村、5A 级景区、高速公路及高铁的 TD-LTE 覆盖。此外，中国移动外部电商运营中心已经落户浙江，后续将推动天猫旗舰店等电商在浙江的统一集中运营。

中国移动还将与浙江省政府合作，共同推进长三角领先的信息产业园区建设，投资 30 亿元设立中国移动杭州研发中心，对已投资 20 亿元的浙江信息通信产业园追加投资 10 亿元，并计划分别投资 30 亿元建设宁波信息通信产业园和金华金义信息通信产业园。同时双方还将积极推进宁波国际互联网业务专用通道建设，推动中国移动合作伙伴特别是跨国通信设备制造商、手机制造商及 4G 相关大型企业在浙江设立生产基地、研发中心或扩大投资；支持在乌镇举办的世界互联网大会，支持打造中国（乌镇）互联网产业基地。

中国移动利用云数据中心优势资源，形成开放的开发平台、资源平台和商业平台，形成良好的云生态环境，加强在政务、农业、教育、医疗、交通、旅游等民生领域的信息化应用，协助政府探索城市管理新模式；推出互联网电视业务，推出“和生活”品牌，提供市民城市生活一站式信息服务平台。

此外，双方还就浙江信息产业发展的多个方面达成了一致，包括推动国内最大的新媒体平台——中国移动手机阅读基地发展，促进形成全国数字阅读高地；推进全省信息安全保障体系建设，加强对公民个人信息的保护。与此同时，依托通信产业园建设，中国移动将争取未来五年为浙江提供 10 万个就业岗位，拉动万家创业企业发展，促成浙籍 IT 精英企业人才回归，同时也将加强与浙江高等院校和科研机构的合作，通过中国移动杭州研发中心组建产学研发展联盟，创建公司级移动互联网产业孵化器。

来源：《人民邮电报》2014 年 11 月 19 日

### 中移动 31.72 亿元设苏州研发中心

据报道，11 月 18 日，中国移动苏州研发中心在苏州市高新区宣布正式开工。该中心命名为中移（苏州）软件技术有限公司，由中国移动注资 31.72 亿元建立，将以云计算、大数据和 IT 支撑系统作为主要研发方向，结合新一代信息通信产业发展特色，建设高水平的云计算服务平台、大数据和 IT 支撑系统共性技术研究创新基地。



随着 4G、云计算、大数据、物联网等信息通信技术的迅猛发展，信息消费逐渐成为扩大内需、拉动经济发展的新引擎。中国移动早在 2007 年就启动了云计算和大数据研发项目，2010 年发展成“大云”产品 1.0 时，已经成为国内领先的云计算和大数据产品研发项目。

此次新建的苏州项目规划占地约 480 亩，总建筑面积 36 万平方米。作为 IT 领域基础软件和服务提供商，中移（苏州）软件技术有限公司将推动区域 IT 产业链快速发展。据悉，公司云计算及大数据产品已经在中国移动内部获得规模化商用，产值超过 5000 万元

目前，中国移动已经在全国建成超 50 万个 4G 基站，拥有全球规模最大的 4G 网络。同时，中移动还加快从传统移动通信经营到拓展移动互联网业务和信息消费的战略转型，苏州研发中心是中国移动实施企业战略转型的重要布局之一。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 18 日

### 中移动李正茂：保守预测 2016 年底 4G 用户超 3 亿

在今天 11 月 19 日召开的 2014 全球移动宽带论坛上，中国移动副总裁李正茂表示，截至 10 月，中国移动 4G 用户总数已经达到 5000 万，预计年底将超过 7000 万。“我们保守预测，2015 年底中移动 4G 用户数将达到 1.5 亿，2016 年底将超过 3 亿用户。”

李正茂提到，与 2G、3G 时代一个显著不同变化是，4G 用户的 ARPU 值得到明显提升，是平均用户水平的 1.5 倍，而 DOU 数据流量也是平均用户水平的 4.2 倍。

目前，中移动 4G 基站建设总数已达到 57 万，预计年底将接近 70 万。“我们预计明年年底 4G 基站总数将达到 100 万，建网规模和速度都是史无前例的。”

在 4G 终端方面，目前入网 TD-LTE 终端达到 617 款，并且几乎所有品牌都推出了多模终端，1000 元之内的终端占到 60%。

“终端补贴是必要的，但补贴量必须是和客户价值来挂钩。”李正茂说，“五模仍然是中移动主推的方向，我们预计明年一季度会推出低于 100 美元的五模终端。”

在过去一年，TD-LTE 的国际化步伐也在不断加快。来自 GTI 的统计，目前全球有 42 个 TD-LTE 商用网络，76 个试商用网络，已建设 70 多万基站，并有 114 家运营商、95 个厂商参与到 TD-LTE 的建设中。

对于下一步 4G 的发展策略下，李正茂表示，在用户规模上，中移动保守预测 2015 年底将到达 1.5 亿，2016 年底达到 3 亿。

此外，在网络上，中移动将推进从 LTE 向 LTE-A 平滑演进，以及从 TDD 向 TDD/FDD 融合演进，向更智能化、从传统核心网到 NFV 的演进。

“中移动将进一步采用 LTE-A 技术，将现有峰值速率从 100M 提升到 200M、600M，甚至 1G。”

在 TDD/FDD 融合组网方面，李正茂表示，中移动也对融合组网有所考虑。“中移动在 2G 频率上既有 900M 也有 1800M，我们目前正在规划将频率腾出以后，用于 TDD/FDD 的融合组网。”

当前，移动宽带正在迎来一个新的时代，随着 4G 如火如荼的展开，5G 也已被提到日程之上。据中国 5G 展望与需求白皮书相关数据显示：5G 时代，中国用户对数据流量的需求将在 2010-2020 年期间增长 1000 倍；在速率上，从每用户 14M 提升到 110M，频谱效率提升 2-3 倍，整个时延大幅下降 70%以上；而在成本上，从 2G 到 4G 将持续下降，数据流量成本每比特下降三分之一到四分之一。

对于 5G，中移动始终积极投入到 5G 的前期研发中，并提出了自己的诉求。“我们希望在 5G 时代，空中接口尽可能实现统一，要尽可能消除 TDD 和 FDD 的差异；同时支持智能连接，特别对物联网的连接；要提供极速网络，并对频谱有更灵活的应用。”李正茂说。

来源：飞象网 2014 年 11 月 19 日

### 中移动 4G 用户累计达 5445 万户 3G 业务首次下降

中国移动 11 月 20 日公布 10 月运营数据，用户总数月净增 232.3 万户，总量突破 8 亿户。其中，4G 用户累计达 5445 万户，较上月增长 1350.1 万户，依然保持高速的增长状态。

其中 3G 用户总数 2.43 亿户，较上月下降 157.1 万户，为中国移动推出 3G 业务以来的首次下降。

数据显示，截至 2014 年 10 月 31 日，中国移动用户总数达 8.01 亿户，10 月净增 232.3 万户，年度累计净增 3424.2 万户。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 20 日

## 技术情报

### 【趋势观察】

#### 2018 年我国将有 3.5 亿 LTE 用户

在“2014 新一代宽带无线移动通信发展论坛”上，工业和信息化部通信发展司闻库发布主题演讲。

闻库表示，全球 4G 发展现状呈现以下几个特点：第一，全球 LTE 用户快速发展，预计年底达到 4 亿户。据闻库介绍，截至 2014 年 9 月底，全球 LTE 用户已经达到 3.7 亿户，比上月新增 2759 万户，在移动用户中占比达到 5%。预计，到今年年底全年的 LTE 新增用户将超过 2 亿户，到 2014 年底，全球 4G 用户将达到 4 亿户。4G 已成为移动通信市场增长引擎，全球 2G 用户逐渐被 3G、4G 用户所取代，3G 新增用户逐渐平稳，4G 新增用户已经成为带动全球市场增长的主要动力。由于中国 LTE 用户的强劲增长，亚太和北美这两个全球最大的 LTE 的市场份额将持平，分别

为 41.58%和 40.65%。

第二，LTE-A 成为 4G 发展趋势。据 GSA 统计数据显示，截至 2014 年 9 月底，全球 LTE-A 商用网络达到了 21 家，涉及的国家达到 14 个之多。既包括美日韩等 LTE 领先国家，也包括爱沙尼亚、捷克等 LTE 发展一般的国家。

第三，TD-LTE 和 LTEFDD 差距大幅缩小。根据 GSA 的统计，截至 2014 年 9 月底，全球 27 个国家部署了 39 个 TD-LTE 商用网络，还有 50 个商用网络正在和将要部署。基站数超过了 60 万台。截至 2014 年 9 月，全球 TD-LTE 用户达到 5700 万户，中国以外大概有 1400 万户。除了亚非拉以外，TD-LTE 也已进入美国、日本、澳大利亚等发达国家市场。到今年 9 月底，全球已发布 LTE 终端 2218 款，其中 TD-LTE 终端占比超过 30%。

第四，移动通信产业研发重心向 4G 转移。从技术演进及网络投资而言，LTE 成为以数据流量为主业务的性价比最高的技术路线，行业中心也正逐渐向 4G 转移，进而催熟产业链。4G 产业链快速走向成熟，终端已有 2218 款，比去年年末增长 61.8%，4G 千元机大量出现，TD-LTE 终端产业已经成熟。

第五，VoLTE 商用进程落后预期。目前仅在 5 个国家和地区商用，2014 年开始有大型运营商开始小规模商用。运营更客观看待 VoLTE 的作用，大部分运营商仍将以电路域话音为基础，少部分运营商根据自身发展策略积极推动。据 GSA 数据，预计 2014 年底将有 19 家运营商起用商用 VoLTE。

第六，4G 网络流量快速攀升。2013 年全球 4G 移动连接数仅仅占 2.9%，但是 4G 流量占总流量比例达到 30%，每次 4G 链接是非 4G 链接消耗的 15 倍。

闻库透露，自 2013 年年底 4G 发牌以来，我国 4G 市场发展非常快，截至 2014 年 9 月底，用户突破 4300 万户。与此同时，4G 网络承载流量激增。另外，我国 4G 终端的出货量明显增长，截至 2014 年 9 月，获得工信部进网试用批文的 TD-LTE 数字移动电话机达到 617 款。4G 手机终端款式不断丰富，价格区间不断拓展，4G 手机出货量明显增长，2014 年 1~9 月累计达到 8760 万部，占比 26.5%；9 月份单月 4G 出货量占比甚至达到了 55%，超过 2G 和 3G 终端出货量总和。

对于 4G 未来发展趋势，闻库认为，首先，全球 LTE 版图持续扩张，多频组网成为必然趋势。未来几年全球 LTE 用户复合增长率达到百分之百，2017 年全球 LTE 用户占移动用户总数比例将从现在的不到 4%发展到 15%左右。未来运营商将面临多频组网的挑战，网络建设可以通过载波聚合的方式，解决多频组网问题，预计到 2016 年所有多频 LTE 的网络都将支持载波聚合。

其次，VoLTE 将与电路域语音长期共存。运营商将结合自身的情况，推进 VoLTE 的部署进度，加速向“单一网络”演进和频谱重耕，成为运营商部署 VoLTE 的主要动机。从长期看，VoLTE 只是 4G 时代 IP 语音业态之一，Wi-Fi 通话成为移动 VoIP

新热点。

最后，我国 LTE 潜在发展空间庞大。预计 2014 年我国 LTE 用户数将达到 6000 万~7000 万户。2018 年我国 LTE 用户数将达到 3.5 亿~4.6 亿户，LTE 的用户渗透率将达到 25%~30%。

来源：电子信息产业网 2014 年 11 月 18 日

### 全国 409 城市建智慧城市规模计 131 亿美元

“智慧城市”概念首次被提到是在 2008 年，6 年过去了，中国的“智慧城市”发展到什么水平？遇到了怎样的困难？未来会向什么方向发展？在 11 月 17 日在高交会举行的“2014 中国智慧城市发展高峰论坛”上，来自国内外的专家各抒己见，给出了自己的解答。

本次论坛由国家信息中心和 idg 国际数据集团主办，深圳市副市长唐杰、国家信息中心常务副主任杜平、idg 全球常务副总裁兼联合创始人熊晓鸽出席了论坛并发表演讲。今年参会的中外演讲嘉宾及各领域技术专家人数创历史新高，多达 600 多位，他们共同分享了有关“智慧城市”的不同看法。

今年 8 月，八部委联合发布了《关于促进智慧城市健康发展的指导意见》，明确了“智慧城市”2.0 时代的顶层设计方案，提出到 2020 年我国将建成一批特色鲜明的“智慧城市”。会上，杜平透露，目前全国有 409 个城市在建设“智慧城市”，今年的市场规模预计 131 亿美元。

尽管建设智慧城市已成为共识，但会场也出现了不同的声音。国家信息中心信息化研究部副主任单志广援引了 idc 的调查数据，认为目前“智慧城市”建设出现了“过热”现象。“全球 15% 的智慧城市在 2015 年是有机会步入成熟期的，而中国却有 47% 的城市比例在搞智慧城市，”他说，“过热现象也是比较明显的。”

工业和信息化部软件服务业司司长李颖表示，随着政策红利的释放，智慧城市将迎来新一轮快速发展的机遇，并辐射整个智慧城市的产业链。他说，全球市场规模预估在未来大概有 40 万亿美元，中国也将有 4 万亿人民币。单志广也援引了世界银行的统计数据来说明智慧城市是城镇化发展的大趋势，“世界银行认为一个 100 万人口的智慧城市，会带来 2.5 倍的经济效益。”中兴通讯副总裁徐明则认为，中国应该抓住这个历史机遇，加快智慧城市的发展。“我们的政府在建设智慧城市方面是有优势的，说不定能赶超欧美国家。”

与此同时，会上多位专家都认为，目前全国智慧城市的建设仍面临诸如信息孤岛、行政壁垒、技术突破、利益分配和产业结构调整等问题。李颖认为，建设智慧城市是一项宏大的社会系统工程，做好顶层设计非常关键。不仅要有明确的建设目标、建设内容、建设实体和建设方案，还要有科学的绩效评价体系，完善的安全管理体系，以及长效的合作机制和商业模式。从而最大限度地优化资源配置，有效解



决改革与发展、环境与发展、资源与发展、民生与发展等社会问题。杜平也表示，智慧城市的建设还处在初级阶段，任重道远。

来源：慧聪安防网 2014 年 11 月 18 日

### 民生银行打造互联网智能银行 在互联网金融方兴未艾之际，民生银行秉承“以客户为中心”和“创新立行”的两大经营理念，全力打造“互联网智能银行”。

民生银行与互联网企业的合作模式主要采用银行、电商系统对接模式，搭建灵活、安全、高效的资产交易渠道与方式，利用大数据为互联网企业自身需求、互联网企业的会员客户以及民生银行现有客户服务，提供包括资金结算与清算、在线融资、个人金融、信息服务等一系列金融服务。

民生银行着力打造金融资产网络直销平台，依托投资银行优势，通过在线服务，将为客户对接更多资产提供方及资产品类，实现更加灵活、安全、高效的资产交易渠道与方式，让客户资产具备更高流动性。

该行聚合信息服务供应商和支付服务供应商等多方资源，围绕核心企业及成员，为其供应链条上游供应商、下游经销商以及终端客户提供多层次的在线融资服务，以创新型金融服务提升整个产业链运转效率。

民生银行依托庞大的社区银行体系，整合社区周边商户及社区居民需求，并通过移动社交、无线端 APP、PC 端网站三线联动，实现社区及周边商圈的线上、线下互动，为社区居民提供定制化服务。

来源：《新京报》2014 年 11 月 19 日

### 移动支付技术：“增”“减”策略各不同

经过十多年的高速发展，移动互联网如今已经成为百姓生活中不可或缺的部分，并进一步催生了无线互联时代的到来。移动支付作为移动电子商务闭环中的重要环节，通过对传统线下支付渠道与新型线上支付渠道的创新与融合，将极大促进传统线下支付的发展，从而为消费者与商家架起新的桥梁，为市场注入新的活力。在飞速发展的移动互联时代，在移动支付的推动下，传统的线下交易市场会受到哪些影响，并将如何发展？

减法：降低使用门槛

ApplePay 是今年苹果基于新移动终端设备推出的一项服务。该服务已经在北美上线运营，从用户体验角度此服务主要包含三个部分。

——卡片信息绑定

当用户需要使用苹果支付前，可以通过网站或拍摄的方式将卡片（信用卡或借记卡）信息发送苹果钱包服务器，经由卡组织机构发送至发卡行进行有效性验证并批准，完成批准后，卡组织将标记化处理持卡人卡片信息，并通过苹果钱包服务器

下载并存储至移动终端的安全元件中。

#### ——非接触线下支付

当用户需要进行线下非接触消费时，用户通过指纹方式（TouchID）确认支付的启动，移动设备方可通过将安全元件存储的标记卡片信息以及唯一的针对本次交易信息的密文发送至支付网络，卡组织机构对标记卡片信息和密文进行验证与处理后，再转发至发卡行进行交易的批准。

#### ——有卡线上支付

当用户通过移动设备进行线上电子商务并指纹确认支付时，通过苹果支付，与线下支付相同的方式将用户、商户、交易等支付信息进行密文处理，连同存储的标记信息发送至商户平台，后续经卡组织和发卡行完成交易验证与批准。

通过以上三个场景可以看出，苹果支付通过对移动支付用户体验的优化，使用户线上与线下支付体验保持高度一致性，通过指纹等方式的确认，也消除了部分用户对于移动支付安全性不足的心理障碍。苹果支付除了解决简化移动支付产业链这一重要问题之外，更多的是将统一化的移动支付体验推广到其用户的日常生活中。

HCE 是去年谷歌在其发布的安卓操作系统 4.4 中推出的新特性。该特性仅在以往 NFC 连接其安全元件与外部非接触设备基础上，新增了一个选择，即可以将外部非接触设备的通道数据转接至安卓操作系统，也就是移动 App 应用，以实现安全元件的虚拟化。HCE 的推出，很大程度上来讲是谷歌对于移动支付尝试的一种开放方式，而开放性作为安卓的最大优势，毫无疑问是使其能够主宰智能市场的最大利器。依靠 HCE 这一特性，服务提供商通过安卓智能设备部署线下支付的成本大大降低，门槛也大大降低。可见，整个移动支付市场对于产业链做减法的动作是非常一致的，这也正契合了无线互联时代的特点——简化。

#### 加法：线上线下联动

对比目前传统线下市场的平稳或是萎缩，近几年的热点无疑是线上消费市场的高速蓬勃发展。但是，根据埃森哲对中国地区的一份调查报告，超过 90% 的受访者认为实体店购物“轻松或非常轻松”，而这一比例在互联网上为 71%，移动互联网上仅为 46%。对于消费者来说，线下市场的体验明显优于线上市场。如果从表面上看，线下与线上市场存在着一定的竞争关系，而实际情况是，线上市场与线下市场各有优势，消费者与商家期待的是优势互补，从而打造无缝的用户体验，也就是通常提到的 O2O。线下商家也希望提供从消费者开始搜索商品，到获取商品评价，从而进行商品对比，最后完成商品支付等全流程的服务，从而通过消费行为和数据进一步来进一步优化管理与产品。而消费者也希望无论是走到实体店或是透过网络，都可以全面获取信息并体验商品，简化购物流程，来实现随处可达的购买体验。在以上无缝化的体验中，也包含着移动支付线上线下统一化的期待。

百家争鸣的支付方式，很大程度上影响到目前移动电子商务线上线下融合的步伐。通过 ApplePay 与 HCE 等新型移动支付方式的推动，可以看到，移动支付已经开始显现线上线下融合的趋势。通过移动支付的线上线下统一的简化服务，移动支付将更进一步促进 O2O 的发展，并再次丰富市场创新的商业模式，通过加法的方式，实现移动支付最终的目标——无线互联时代无缝化的支付体验。

#### 漫步云端的一卡通

目前，国内正在各领域着力建设一卡通移动支付基础设施，用于支撑基于安全元件的移动支付应用。安全元件有着符合产业要求的安全性及可靠性，同时也是对现有智能卡市场发展的自然延伸，能够最大限度地确保以往投资的复用性。但是，产业链多方角力导致的利益与合作推广问题则是基于安全元件的移动支付体系自身发展的障碍，同时，在用户端、商户端无法创造更多的附加值也是需要解决的重要问题。

通卡联网通用的目的是希望打破现有一卡通地区性障碍，方便用户使用单一支付载体，来实现全国交通通用的目标，从而最大限度地降低整体系统的成本，提供整体化服务。是否可以在保持现有地区经营模式不变的前提下，将用户使用小额支付载体虚拟化，通过数据与信息的云端化，使用单一载体（手机）来进行支付，解决跨地区通用的难题呢？解决这一问题，有多种方法，但 HCE 的推出，提供了一种比较便捷的模式：

**移动应用：**考虑到快速支付的特点，将单程票、一日票等小额快速支付载体实现为移动 App 应用，使用移动终端的 NFC 模块进行非接触交易处理。

**动态的安全性：**动态的安全性主要是考虑到本身数据存在的风险，在平衡风险与应用场景之间的关系，建立相应风险模型，做出的可灵活调整的安全策略，如基于交易额度、基于交易场所、基于时间、基于会话、基于动态交易数据等不同的组合设计。

**线上线下联通：**当用户需要购买单程票时，通过移动应用，可以实现线下自助购买或线上小额购买，进而完成多渠道单程票的获取。当用户使用时，可使用移动终端在线下非接触终端完成支付。通过线上线下的联动，实现用户自主选择与购买、自主使用的便利。

**跨区域钱包：**通过“钱包化”的友好体验，用户可以在单一界面中使用各类型、多区域的卡片，钱包可以统一用户的操作，简化用户的使用感受，并为用户提供一个统一的服务窗口，让用户线上线下的服务体验保持一致。由于其信息的整合及智慧城市等其他系统的多元化组合，亦给用户在丰富的信息源下选择服务，提高用户效率并降低运营成本。

以上通卡通用的方案是在不改变现有区域性经营体系的前提下，发挥移动应用

的灵活性，实现移动支付在联网通用上的应用，即在云端的一卡通模式。相信基于高动态化、高灵活性的移动支付方案将在智慧交通、智慧城市建设中提供有力支撑。

来源：《人民邮电报》2014年11月20日

## 【模式创新】

### “高清语音”成为运营商新宠

电信转型标杆企业英国电信（BT）又有了新动作。

11月18日，BT公司向全球媒体宣布，新推出了统一通信服务——“BTOneCloudCisco”，BT在这种新的通信方式中整合了高清语音视频技术。

不久前，腾讯公司推出了“微信电话本”业务，互联网服务替代传统语音服务成为热门的讨论。而电信企业的举措则证明，融合通信业务早已在电业行业内酝酿实施，虽然都提供通信服务，电信企业相比新兴的互联网企业还具有基础管道优势。

BT公司以光纤固网业务为主，不过“移动性和未来声音”、“电视及内容”业务也日益成为其重点布局方向，同时在努力“汇聚”其固网、移动业务。

2013年上半年，中移动总收入中来自语音的收入1750.72亿元；今年上半年，中移动语音收入只同比下降了92.94亿元。根据上述数据计算，中移动语音收入在整体营收中占比从一年前的57.76%下降到了51.05%，其数据收入占比也已从一年前的31.47%提升到了37.55%。根据爱立信的报告预计，从2013年到2019年，移动数据流量有望以45%的复合年增长率增长，2019年是2013年的10倍以上。

不过，语音收入毕竟占据了运营商的半壁江山，而加快语音业务转型的办法是推进VoLTE、VoIP。

对于传统语音通信而言，VoLTE、VoIP是基于高速数据网络、提供高清通话的新型语音通信方式。去年6月，中移动正式发布了VoLTE白皮书，明确将VoLTE作为LTE语音目标方案，联通、电信VoIP服务也已经在海外开展。不久前，中移动已完成了VoLTE高清音视频国际漫游测试，意味着VoLTE技术基本走向成熟。

业内专家认为，人们熟悉的语音通话计费方式未来不久可能会发生巨大改变。“VoLTE推出后，至少国内的地域限制——长途、漫游会逐步取消。”独立电信分析师付亮日前接受《第一财经日报》记者采访时表示，另外，语音通信计费方式也有望从分钟计费折算成按流量计费。

来源：《第一财经日报》2014年11月19日

### 浅谈U+服务体系

——北京联通推进服务转型提升的实践

北京联通按照“全国服务看北京”、打响“重点区域服务攻坚战”，“切实树立服务是核心竞争力，客户满意度评价要领先当地其他运营商，为全网做出表率、实现服务领先”的要求，将2014年定位为服务提升年，落实“服务为先”，各条专业



线联动，以全新思路开展了 U+服务提升和转型的实践。

U+服务是涵盖服务理念、服务承诺、服务机制等在内的一整套服务体系和行动计划，通过 U+服务，对内提升服务效率，凝聚客户关爱力量，对外，提升服务形象，惠及客户，让客户感受到优佳（同音于 U+）服务。截至 9 月，北京联通申诉率累计与工信部数据同比下降 86.0%，前三季度申诉率均保持北京地区行业最低水平，远低于主要竞争对手的累计申诉率。在集团公司重点区域服务攻坚战中，北京联通申诉管控指标排名靠前，客服热线接通率水平全国领先，有效扭转了服务的被动局面，U+服务成效明显。

聚焦客户、统一思想，重点打造 U+服务理念

北京联通追本溯源，以客户为中心，传承服务“六化”思路（服务质量标准化、服务管理规范化的、服务内容差异化、服务过程人文化、服务态度主动化、服务水平专业化），创新打造 U+服务理念。U+服务提出了“诚意关爱服务更优”（Wocare4U）的服务主张，对外打造服务品牌，对内形成服务文化，希望用源自内心的诚意关爱，追求卓越的加油愿望，通过产品提供、服务流程、服务手段等全方位的行动计划，创造出超越客户预期的愉悦感动，让客户成为联通公司的通心粉。

U+服务将“关爱”（CARE）作为核心理念，期望客户亲身体会到联通“细心（Careful）、专注（Attention）、信赖（Reliable）、卓越（Excellence）”的服务，这四种感知的英文首字母构成了“CARE”一词，我们细心关注客户一点一滴的感受和体验；始终专注于通信服务体验；致力于成为客户最可信赖的信息通信服务顾问；将卓越作为服务目标。

4U 同音于“Foryou”（为您），是从客户感知出发，从立足于客户满意、满足客户需求的四个关键点切入，出台一系列能被客户真实体验感知的措施。其中四个关键点一是服务标准，二是服务渠道，三是个性化服务，四是服务价值。在服务标准上体现升级服务（Upgrade），给客户品质更优、价值更优的升级服务体验；在服务渠道上突出互联，体现便捷服务（Ubiquitous），致力于让客户尽享随时随地、无时无刻的服务；在个性化服务上突出定制，体现贴心服务（Unusual）；在服务价值上突出高效，体现超值服务（Useful），为客户创造价值。

U+服务打造了“小 C”和“小 U”两个卡通形象大使，采取拟人化的方式提升与客户沟通的亲密度，通过贴纸、充气玩偶等方式，承载业务和服务宣传。

细化举措、统筹推进，强力推出 U+服务承诺

U+服务的 4U 中每一个“U”都有具体的服务举措支撑，构成北京联通不断提升客户体验的行动计划，现已推出四大类十五项服务承诺。

在升级服务（Upgrade）方面推出了四项承诺。一是贵宾客户，预约服务。VIP 手机客户可预约业务办理，到营业厅后则无需排队。二是热线遇忙，限时回应。手

机客户联系 10010 人工坐席遇忙，将提供短信或人工两种主动回应服务。三是特定业务，即时生效。宽带密码初始化、停机保号复机等业务办理后立即生效。四是临时授信，紧急开机。手机客户因忘记交费被停机时，可联系客服热线申请临时信用开机。以前有客户多次反映，因为公务繁忙忘记交费或一时不方便交费，导致手机停机耽误工作，希望能有相应的解决办法，对于这种非恶意欠费导致的停机，北京联通出台临时授信政策后，客户纷纷表示“再也不用担心一时疏忽而导致停机了”。

在贴心服务（Unusual）方面推出五项承诺。一是增值业务，一键退订。可在手机沃门户上一键查询并退订手机增值业务。二是宽带修障，一点查询。通过 VIP 手机客户端、网站等渠道，可查询障碍修复进展和上门服务人员信息，实现修障过程可视化。以往客户报障后，只能“盲等”，不知道障碍到底是不是有人在处理或者是处理到什么程度了，现在可以清晰地看见工单进展等信息，“心里有底多了”。三是上门服务，快速响应。北京市城镇地区范围内申请安装固话、宽带，迅速与客户预约时间，并上门服务。四是服务网点，遍布京城。承诺在北京市城镇地区范围内，客户所处位置半径一公里区域，可找到联通营销服务网点。五是套餐订购、随心组合。推出自由组合套餐，客户可自主选择语音和流量组合。

在超值服务（Useful）方面推出四项承诺。一是流量升级，放心使用。落实集团公司 4G 流量放心用，套外流量免费送的工作要求。二是强行定制，先行赔付。被强行订购 SP 业务，北京联通承诺先退费后核查。被“强行扣费”是社会对 SP 反映突出的问题，采取“先行赔付”政策后，客户在计费方面的感知迅速提升，反映“有了先行赔付，可以放心消费增值业务了”。三是高速网络，品质更优。全网开通 HSPA+ 服务，4G 网络商用。光纤覆盖率达到 86%。四是宽带测速，不达标赔付。凡有效测速结果未达到签约速率，且 7 天内无法修复，无条件对客户进行赔偿。承诺推出前，客户常常投诉自己的网速慢，但网速感知取决于终端、软件、被访问网站等因素，现在客户可以完全透明地使用统一标准测试自己的实际速率，做到了明白消费，相关投诉大幅减少。

在便捷服务（Ubiquitous）方面推出两项承诺。一是足不出户，以指代步。打造包含“微信、QQ、微博、在线客服、手机营业厅、短信营业厅、网上营业厅、10010 客服热线自助服务”等立体化服务渠道。10010 热线打不进、营业厅排队长曾经是客户抱怨的热点，而现在有了线上全业务一站式服务之后，客户可以随时随地尽享服务，有了“我们在哪里，服务到哪里”的良好感知。二是百项业务，电话办理。10010 热线可实现 68 项移动业务在线办理，61 项固网在线办理，7 项融合业务在线办理。

持续攻坚、更优更佳，不断升华 U+ 服务体验

U+ 服务中 U 代表“Unicom”、“You”、“User”和“优”，突出了联通作为服务主

体的客户导向和追求更优的服务目标；“+”代表亲近聚合，是与客户心连心、在一起的亲近感受，更是不断前行、自我加压，面向客户不断推出更多的服务承诺。下一步，北京联通将持续实施 U+服务，致力于创造更优更佳的客户体验，重点做好四方面工作，实现服务水平全面领先行业竞争对手。

一是继续打好重点区域服务攻坚战。北京联通将巩固已经取得的工作成果，继续落实网络质量、窗口服务、宽带装移修、计费流量 4 方面 37 项具体攻坚举措，不断丰富客服热线即时承诺，提升在线解决客户诉求能力，重点聚焦营业厅账期排队等待时长问题，实施营业排队机联网，实现客户营业厅排队情况可查询可预约，确保行业评价、满意度、申诉率 3 方面综合指标和网络质量、窗口服务、宽带装移修、计费流量 4 方面专业指标顺利完成。

二是对客户推出 U+服务二阶段承诺。北京联通将进一步完善 U+服务内涵，结合网络建设、业务促销、流程优化推出 U+服务二阶段的各项承诺，在年内再次升级服务，提升客户感知，并通过四格漫画、病毒视频等互联网手段推广宣传 U+服务提升计划。未来，U+服务承诺将不断深化、增加，给客户感知加分。

三是提高一线即时问题解决率。加快推进“一线即时承诺”和“一线授权服务补救”，梳理客户诉求，动态优化即时承诺内容，并统一相应即时承诺口径、处理时限和责任部门，不断提高一线即时有效解决问题的能力。

四是加大维系提高客户保有率。聚焦客户价值提升，以大数据挖掘为手段，以互联网在线服务、新媒体服务方式等创新渠道为抓手，通过“沃友聚 U 惠”、“周五约惠吧”、“且用且珍 C”等活动区打造线上老用户专区品牌，运用互联网圈子文化，努力构建联通“通心粉”文化圈，形成产品业务黏性。着力推出高端客户免预存款办存费送机合约、中低端客户电话办理存费送费合约。大力推进流量经营，“使用多的优惠购买”，“使用少的赠予拉动”。增强预警能力，加强交费、欠费、流失、拍照用户未出账等预警，实时掌握客户动态。完善全生命周期管控，加强 VIP 手机客户端、特色俱乐部建设，凝聚手机玩家，并通过商家合作提高资源利用率和客户覆盖面。

管控牵引、价值维系，扎实构建 U+服务机制

U+服务在机制构建上突出了管控和维系并举，在管控中，注重提升服务问题在公司内部的牵引力，在维系中，注重从单一的情感维系向为客户创造价值的综合维系转变。

构建重点问题专项管控机制。落实重点区域攻坚战，聚焦网络质量、窗口服务、宽带装移修、计费流量四方面难点问题，构建专项管控机制。

网络质量方面，在 4G 网络大规模建设的同时，开展 3G 网络“大扫除”，保证基础承载；基于客户价值和感知，完善移动网络建设积分规则，根据客户投诉热点，



从被动解决单点问题向解决区域性问题的转变。

窗口服务方面，开展“纠风雷霆行动第二季”，特别针对营业厅服务问题，完成 83 家厅经理和值班经理的社会化选拔，并将服务管理要素量化成综合积分，实现正激励、负扣罚。客服热线加强现场运营，服务水平连续 17 个月达标，在全国处于领先地位；丰富 10010 自助业务办理，在全国率先上线电话支付服务功能。

宽带装移修方面，变革公众及商务客户响应体系，推广客户响应智能系统，应用掌上运维系统，提升端到端服务能力，并对装移修机进行集中 100%人工回访，强化入户服务的过程管控和结果管控。

计费流量方面，完善 3G 客户返费、流量消费优先级等业务规则；优化流量详单展示、流量提醒内容，对闲时流量、本地流量、全国流量等进行分类提醒；大力推广手机营业厅等流量查询手段，提高客户流量查询便捷性；推出流量争议补救产品，对争议流量按照流量包折算费用收取。

落实大服务运营机制。按照集团公司大服务运营实施方案，改造客服系统，以投诉工单为载体，以重复投诉、升级投诉为抓手，构建严格的问题解决评估及重复投诉责任追究制度。一方面管理者介入投诉工作，对客户不满意的投诉问题和重复投诉问题，各级领导逐级处理投诉工单；另一方面对存在共性的同类问题，建立管理工单，制定解决方案，实施管理办结，真正实现处理一个投诉，解决一类问题，防范一类风险。发挥考核牵引作用，加大服务考核指标在整体 KPI 中的权重，并将申诉指标关联到专业管理部门考核，落地大服务运营。实行赔偿责任倒追，投诉处理成本及赔付成本显性化，按照损失程度对责任部门追究责任。

构建全过程管控机制。一是成立北京联通用户委员会。对外，组织召开客户座谈会，并开展“倾听客户心声”意见征集活动，听取客户在服务过程中的体验感知与改进建议，协调解决重点问题；对内，召开一线员工座谈会，分析业务操作和客户接触中的突出问题，优化业务流程和规则。二是建立服务背书制度。组织分公司和相关管理部门等 24 个单位对影响客户感知的重要问题进行承诺，建立背书制度，并按照有目标、有措施、有责任人、有时限、有督促检查、有考核评估的“六有”要求，实现闭环管理。三是实现热点问题可预期、可控制。增值业务、2G 网络质量、业务办理三项服务短板有所改善。四是建立一线即时承诺保障体系。从原来“先处理，再回复”转变为“先承诺，再处理”，已推出 131 项一线即时承诺流程和五大类 78 项服务补救产品及措施，有效提高了一线人员一次问题解决率。

构建价值维系机制。加大变革力度，树立“4PS”（产品、价格、平台、渠道+服务）管理理念，创新建立综合的、立体的、面向全部存量客户的维系体系，通过政策维系、产品维系、服务维系等不同手段，实现客户维系和保有。截至 8 月，北京联通收入保有率全国排名第一，存量用户保有率全国排名第三。一是落实精细化



维系，通过大数据分析为客户精准画像，转变个体化维系行为，达到综合精细化分类维系的目标。二是提升维挽系统解析能力，针对不同客户实现个性化维系，开展客户套餐适配专项引导和合约续约工作。三是建立丰富的维系产品体系，面向合约到期用户、单卡用户和高价值用户推出不同的业务政策和产品。四是适配服务渠道，整合全方位服务渠道，在普及手厅、网厅服务的基础上，拓展新媒体服务渠道，顺应客户消费特征。

构建新媒体服务机制。以互联网思维抢先构建、运营社交和新媒体服务渠道，全面覆盖主流社交和新媒体平台（微博、微信、易信、来往、QQ、支付宝钱包、百度知道等），引领服务变革。打造自有“联通 U 服务”客户端和“微服务门户”轻应用，抢占用户智能终端桌面和应用渠道。通过统一的后台支撑平台，提供全方位的自助、互助、开放、共享、智能交互的便捷服务。实现电话渠道与互联网渠道全协同，一种渠道遇忙或服务失败则推送另一渠道。目前，北京联通共有微信好友 30 余万，微博粉丝超过 115 万，支付宝服务窗上线仅一月，关注量即达到 67001。互联网渠道累计受理宽带新装申请 11745 件、续费申请 263 件、手机合约续约申请 3858 件，月自助服务量（不含百度）达到 110 万余次，月发布推送信息 200 多篇、阅读量 2000 多万人次。

来源：《人民邮电报》2014 年 11 月 21 日

### 大数据火热背景下的冷思考

由陕西省西咸新区管委会主办，沣西新城管委会承办，赛迪顾问等公司协办的“2014 西咸新区大数据高峰论坛”近日在西安召开。“西咸新区在国内率先‘举旗大数据’，目前已初步健全产业链，产业集聚发展成效显著，信息丝绸之路初见端倪。陕西将继续着力构建大数据创新体系，搭建产业基础平台，探索科学发展模式，提升技术服务水平，积极推进大数据规范化发展。”陕西省省委常委、常务副省长、西咸新区管委会主任江泽林在论坛上的这番话体现了陕西发展大数据产业的决心和信心。

其实，除了陕西，全国很多省市均将大数据产业提到了区域发展战略高度。对此，很多媒体用“火热”来形容中国当下的大数据产业。“越是炒得火热，越是要思路清晰！”中国科学院院士徐宗本在论坛期间接受记者采访时这样评价道，而这种观点也是业内有识之士的共识。

#### 产业门槛高

众所周知，大数据具有 4V 特点，即 Volume（大量）、Variety（多样）、Velocity（高速）和 Value（价值），其价值在业界越来越得到重视。世纪互联云事业部总裁柯文达认为，具有 4V 特点的大数据会产生一些令人意想不到的“化学反应”。“人类在学习的过程中，大部分的思考方式其实是线性方式，而大数据和云计算则提供

了一个非线性的思考方式，可以把各个不同的领悟，各个不相关的东西组合起来成为一种有价值的决策。”柯文达表示。可以说，大数据技术让看似分文不值的“闲散”数据变得有价值，数据和石油一样变成了一种“资源”。

但是和其他产业不同，大数据产业门槛更高。徐宗本认为其原因有两方面：一方面，大数据要做的事是将无形的、杂乱无章的数据进行真正显化，因此要有很高程度的科技储备。另一方面，对于其他产业，技术相对成熟，只是需要将技术产业化。而大数据产业并不是技术已经成熟的产业，甚至可以说科学基础都还没有成型，但技术变化又如此之快，需要将基础研究、技术研究和产业化融为一体。因此，发展大数据产业，产学研一定要有效结合。

据介绍，大数据产业拥有一条从数据到价值的产业链，涵盖4大部分：一是数据获取与管理，二是数据存储与处理，三是数据分析与理解，四是结合具体领域的大数据应用。“高度多学科综合性是大数据研究的特点。”徐宗本强调。例如，数据获取与管理涉及管理、物理、电子与信息等学科；数据存储与处理涉及计算机科学；数据分析与理解数据数学与统计学；大数据应用则与各行各业相关学科关联。

那么，对于产业门槛高、具有多学科综合性的大数据，中国的技术研究是否落后于国外呢？徐宗本并不这样认为。

“任何科学研究都不是割裂的，现在所说的大数据科学研究，其实就是过去的统计学、计算数学、人工智能、数据挖掘等几个领域的延续。中国的研究和国际的研究，应该说处于同一起跑线上，发展基本是同步的。”徐宗本表示，“而且中国发展大数据产业有两大优势：第一，中国有体制优势，能够集中精力做大事，政府行政执行力强，这对大数据产业而言很重要，比如在数据共享方面，需要打破行业垄断，政府的决心起到关键作用。第二，大数据的物质基础是以互联网为载体的，而在互联网技术的应用上，中国是全球领先的。”

徐宗本强调，正是因为大数据产业门槛高，所以大家需要理性对待大数据，大数据蕴含着大机会，但需要认真选择目标、选准方向，要有技术储备，还要解决好人才培养问题。

#### 构建超巨系统时不我待

“大数据是怎么来的？不是天上掉下来的，正是多年来信息化不断发展的结果。信息化的过程就是数据资源开发的过程。”国家信息化专家咨询委员会常务副主任周宏仁在会上谈到了大数据的本质。政府部门和企事业单位都利用互联网将自己的信息系统向部门或企事业单位的关联单位延伸，信息系统逐渐向大系统发展。

不过，周宏仁认为，随着互联网用户的急剧增加，各种基于互联网的应用系统，特别是电子商务和社交网络的急剧发展；物联网的快速兴起；以及数据终端种类和数量的急剧增加；移动互联网的快速发展等促使数据量出现了新的增长，也催生了

超巨型信息系统（超巨系统）。所有这些看似并无关联的、数以千计、大大小小的信息系统中所包含的数据，需要另辟蹊径，另构系统，开发和利用这一类超大型的数据资源。

超巨系统与大系统的主要区别在于，它们是为了完成特定功能设计的，而实现其功能所基于的各种成员系统，无论在功能、运行、管理和地域上都是无关的，也不具有任何先验的、人为设计的特征。不仅如此，其成员系统可能是随机的、泛在的、动态迁移的。移动互联网、物联网和智能终端的发展，使成员系统的泛在化特征大为增强。这类超巨系统充分利用全球现有的各种信息系统的功能和数据特征而构造，目的就是为构造目的性极强的超大数据平台，从而获取、分析和利用所获取的大数据，最终获取情报或信息。

例如，美国国安局每天收集全球各地近 50 亿条手机通信记录，并对其位置和活动进行跟踪，这个全球监听系统就是一个典型的超巨系统。显然，这个超巨系统的是需要精心设计的，需要设定系统目标、功能、体系结构、数据源、数据采集方法和分析利用、系统运行维护等。这个系统的数据结构可能是多种多样的，如结构化、半结构化和非结构化，即使同为结构化，数据结构可能也完全不同。因此，超巨信息系统的设计和构建理论完全不同于传统意义上的信息系统一般理论，需要新的信息系统方法学做支撑。

从信息系统的角度看，至少存在两种不同形态的大数据：从大系统中获得的大数据和从超巨系统中获得的大数据。前者可由政府、企事业单位在其信息化的进程中“水到渠成”地解决，后者则需要根据目标和功能，通过构造特定的超巨系统来解决。

对于许多真正的跨企业、跨行业、跨部门、跨地域的大数据分析利用而言，没有超巨系统就没有大数据平台，也就谈不上对这些大数据的分析利用。

“在当前和可预见的未来，必须研究什么数据和信息是现有的各种大系统所无法提供的，又有哪些可以通过构造超巨系统来采集和进行大数据分析。”周宏仁强调，“当前，很多部门和地方对大数据的炒作比较多，而深入地研究大数据的发生和发展、大数据的应用策略则比较少。当前，首先要搞清楚的是中国需要什么样的大数据，因而需要构造哪些超巨系统，优先级应该如何安排。显然，超巨系统建设愈多，国家数据资源开发利用的水平就越高，国家信息能力就越强，国家信息优势也越为显著。”

来源：《中国电子报》2014 年 11 月 21 日

### 大数据驱动制造业迈向智能化

大数据的涌现改变着人们的生活与工作方式，也改变着制造业企业的运作模式。大数据技术在德国“工业 4.0”中得到了应用：通过信息物理系统实现工厂/

车间的数据与企业信息系统融合，使得生产过程中的大数据被传到云计算数据中心进行存储、分析，从而形成决策指导生产。

制造业处于一个数据爆炸时代

制造业企业需要管理的数据种类繁多，涉及到大量结构化数据和非结构化数据。

随着制造技术的进步和现代化管理理念的普及，制造业企业的运营越来越依赖信息技术。如今，制造业整个价值链、制造业产品的整个生命周期，都涉及到诸多的数据。同时，制造业企业的数据也呈现出爆炸性增长趋势。

制造业企业需要管理的数据种类繁多，涉及到大量结构化数据和非结构化数据：

产品数据：设计、建模、工艺、加工、测试、维护数据、产品结构、零部件配置关系、变更记录等。

运营数据：组织结构、业务管理、生产设备、市场营销、质量控制、生产、采购、库存、目标计划、电子商务等。

价值链数据：客户、供应商、合作伙伴等。

外部数据：经济运行数据、行业数据、市场数据、竞争对手数据等。

随着大规模定制和网络协同发展，制造业还需实时从网上接受众多消费者的个性化定制数据，并通过网络协同配置各方资源，组织生产，管理更多种类数据。

大数据是工业互联网命脉

大数据为企业管理者和参与者呈现出看待制造业价值链的全新视角，是工业互联网的命脉。

大数据可能带来的巨大价值正在被传统产业认可，它通过技术创新与发展，以及数据的全面感知、收集、分析、共享，为企业管理者和参与者呈现出看待制造业价值链的全新视角。

大数据使智能生产成为现实

在德国“工业 4.0”中，通过信息物理系统（CPS）实现工厂/车间的设备传感和控制层的数据与企业信息系统融合，使得生产大数据传到云计算数据中心进行存储、分析，形成决策并反过来指导生产。

生产线、生产设备都将配备传感器，抓取数据，然后经过无线通信连接互联网，传输数据，对生产本身进行实时监控。而生产所产生的数据同样经过快速处理、传递，反馈至生产过程中，将工厂升级成为可以被管理和被自适应调整的智能网络，使得工业控制和管理实现最优化，对有限资源进行最大限度使用，从而降低工业和资源的配置成本，使得生产过程能够高效地进行。

过去，设备运行过程中，其自然磨损本身会使产品的品质发生一定的变化。而



由于信息技术、物联网技术的发展，现在可以通过传感技术，实时感知数据，知道产品出了什么故障，哪里需要配件，使得生产过程中的这些因素能够被精确控制，真正实现生产智能化。因此，在一定程度上，工厂/车间的传感器所产生的大数据直接决定了“工业 4.0”所要求的智能化设备的智能水平。

此外，从生产能耗角度看，设备生产过程中利用传感器集中监控所有的生产流程，能够发现能耗的异常或峰值情况，由此能够在生产过程中不断实时优化能源消耗。同时，对所有流程的大数据进行分析，也将会整体上大幅降低生产能耗。

大数据使大规模定制成为现实

大数据是制造业智能化的基础，其在制造业大规模定制中的应用包括数据采集、数据管理、订单管理、智能化制造、定制平台等，核心是定制平台。定制数据达到一定的数量级，就可以实现大数据应用。通过对大数据的挖掘，实现流行预测、精准匹配、时尚管理、社交应用、营销推送等更多的应用。同时，大数据能够帮助制造业企业提升营销的针对性。

利用这些大数据进行分析，将带来仓储、配送、销售效率的大幅提升和成本的大幅下降，并将极大地减少库存，优化供应链。同时，利用销售数据、产品的传感器数据和供应商数据库的数据等大数据，制造业企业可以准确地预测全球不同市场区域的商品需求。由于可以跟踪库存和销售价格，所以制造业企业便可节约大量的成本。

“工业 4.0”本质是基于信息物理系统（CPS）实现“智能工厂”，使智能设备根据处理后的信息，进行判断、分析、自我调整、自动驱动生产加工，直至最后的产品完成等步骤。可以说，智能工厂已经为最终制造业大规模定制生产做好了准备。

实现消费者个性化需求，一方面需要制造业企业能够生产提供符合消费者个性偏好的产品或服务，一方面需要互联网提供消费者的个性化定制需求。由于消费者人数众多，每个人需求不同，导致需求的具体信息也不同，加上需求不断变化，就构成了产品需求的大数据。

消费者与制造业企业之间的交互和交易行为也将产生大量数据，挖掘和分析这些消费者动态数据，能够帮助消费者参与到产品的需求分析和产品设计等创新活动中，为产品创新做出贡献。制造业企业对这些数据进行处理，进而传递给智能设备，进行数据挖掘，设备调整，原材料准备等步骤，才能生产出符合个性化需求的定制产品。

大数据构建新一代智能工厂

大数据创新了制造业企业的生产流程，带来了更快的速度、更高的效率和更敏锐的洞察力。

消费需求的个性化，要求传统制造业突破现有生产方式与制造模式，对消费需

求所产生的海量数据与信息进行大数据处理与挖掘。同时，在进行这些非标准化产品生产过程中，产生的生产信息与数据也是大量的，需要及时收集、处理和分析，以反过来指导生产。

这两方面大数据信息流最终通过互联网在智能设备之间传递，由智能设备进行分析、判断、决策、调整、控制并继续开展智能生产，生产出高品质的个性化产品。可以说，大数据构成新一代智能工厂。

智能工厂中的大数据，是“信息”与“物理”世界彼此交互与融合所产生的大数据。大数据应用将带来制造业企业创新和变革的新时代。在以往传统的制造业生产管理的信息数据基础上，通过物联网等带来的物理数据感知，形成“工业 4.0”时代的生产数据的私有云，创新了制造业企业的研发、生产、运营、营销和管理方式。这些创新，给制造业企业带来了更快的速度、更高的效率和更敏锐的洞察力。

来源：《中国电子报》2014年11月21日

## 终端制造

### 【科技前沿】

#### 国产智能手机的崛起与挑战

2014年的中国智能手机市场可谓风起云涌，迅猛增长的国产智能手机是其中一大亮点，2014年国产厂商在智能市场多有斩获，取得了不俗的成绩。

GfK零售监测数据显示，2014年9月份中国智能手机市场总体零售量中，国产智能手机份额总和达到了73%。如果从零售额来看，2014年3季度国产智能手机同时首次实现了对于洋品牌的反超，在9月份时达到了55%。无论从增幅还是从增速上来看，都有显著突破。

目前，主要引领国产智能手机发展的品牌主要由以下三大阵营构成。首先是运营商聚焦型。主要特点是依靠运营商捆绑市场，对运营商补贴依赖比较高，包括“中华酷联”及海信、天语等老牌国产手机厂商。其次是渠道聚焦型。依靠渠道营销及渠道覆盖取得竞争优势的厂商，主要包括OPPO、步步高、魅族、小米等新兴国产厂商。最后是中低端市场厂商。即依靠性价比优势及其灵活性在中低端市场找到一定生存空间的厂商。究竟是何原因，使得中国手机厂商取得如此快速增长？未来又存在哪些风险和挑战？

#### 重点突破颠覆传统渠道

中国手机市场进入智能手机时代以来，市场竞争激烈程度不断升级，国产智能手机能够在激烈的市场竞争中脱颖而出甚至反超洋品牌，主要是取决于以下几个因素。

首先是国产智能手机重点突破中低端市场，主打高性价比，实现了产品配置反超洋品牌。智能手机产业链在不断成熟和完善、加上安卓大力推广开放免费操作系

统平台、芯片厂商交钥匙解决方案的推出以及外包设计和生产工序的完备，在以上这些因素共同作用下，智能手机市场的技术壁垒已经被打破，使国产厂商可以与国外厂商在产品配置等方面正面竞争。高参数配置旗舰手机是国产品牌在中低端价格段参与竞争的主要方式。当前 5 英寸、四核、HD 高清屏幕、800 万以上高像素摄像头，这些以前用户口中称道的“高端配置”，现在几乎已经成为了中高端智能手机配置的最低门槛。

其次是国产智能手机的崛起与运营商政策支持密不可分。运营商一直是推动国产智能手机发展的主要驱动力之一。中国人口经济结构决定了低端市场需求比例最高，在运营商大力推动 3G 用户发展的市场背景下，需要大量的千元智能手机来拉动客户及业绩增长，而高性价比的千元国产智能手机正好能够满足这一需求，所以国产千元智能手机成为各运营商用户争夺战略中很重要的一环。2010~2013 年各运营商都不遗余力引入定制版国产千元智能手机并大力补贴，同时放开运营商渠道的社会化营销。这些举措极大拉动了国产中低端智能手机市场的增长，创造了许多国产低端智能手机的销售高峰。

最后是利用颠覆性渠道模式打开市场局面。在日趋激烈的市场份额争夺战中，渠道的重要性毋庸置疑，国产智能手机品牌颠覆性的渠道模式也是其成功要素之一。以小米的在线预售模式为例，这种模式主要有三个优势。首先，预付款模式极大地降低了资金风险。其次是利用预售到实际发货之间的时间差拉低了生产成本，相当于把未来的产品价格拿到今天来参与竞争，这样就拉高了产品的竞争力。最后，小米的产品定价、定位与其在线预售模式契合度相当高（1000~2000 元的价格正好是大部分网购消费者的风险承受临界点）。

#### 市场增速减缓品牌与产品溢价亟待提高

虽然国产厂商取得了不俗的成绩，但是这只是阶段性的胜利，随着市场环境的不不断变化，国产厂商同样面临着诸多新的考验。

首先，随着智能手机普及率的快速提高，智能手机市场将逐渐进入成熟期，2015 年智能手机销售增长会大幅放缓，市场主要构成从增量市场向存量市场转移。市场增长的放缓意味着竞争的加剧，中国智能手机厂商将不得不把目标市场转向高价位段市场或海外市场。这种情况下，市场竞争格局将面临再次洗牌，很多缺乏核心竞争力的厂商将被淘汰出局。

其次，运营商终端补贴缩减已大势所趋，这意味着一些极度依赖运营商资源的国产智能手机厂商将不得不重新布局其渠道结构。2014 年电信业营改增新税收政策的出台预示着运营商高补贴时代即将结束，运营商补贴将不再成为市场增长的主要驱动力。从 2014 年开始，运营商大幅度削减终端补贴，原本用于终端产品的补贴资源将更多用于新产品推广或者渠道激励。另外产品高度同质化，缺乏差异化应用

也是国产智能手机的短板之一。

最后，国产智能手机总体产品溢价依然有待提高。虽说国产手机突破了 2500 元的价格天花板，但是与洋品牌相比，国产智能手机在消费者眼中的价值，不论是品牌溢价还是产品溢价，都不算高。利润最丰厚的 3500 元以上高端市场依然是洋品牌的天下。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 19 日

### 诸多利好：全网通手机将成趋势

历史不止一次证明，只要是用户有刚性需求，也许会阶段性受制于某些主观意志的阻挡，但最终总会成为新趋势。用一句诗来形容全网通的未来，就是“青山遮不住，毕竟东流去”。

运营商：让运营回归本质

首先，时代在变，终端产品已不再是运营商间竞争的核心差异化竞争力，同一性趋势在加强，运营商是否还有必要在终端上大动干戈，继续补贴呢？

如果把时间跨度再拉长一些，会发现形势已变，时代已不同，特别是与功能机时代不同，那时三个产业链间终端是有质的差异的，特别是在应用与苹果手机上表现尤为突出。CDMA 市场 Brew 应用匮乏与海量 Java 应用的痛楚，早期 TD-SCDMA 市场玩家与手机的匮乏，曾经也只有一个苹果……这些都已成往事。现在，国内 TOP 主流厂商基本上是三大运营商同时在做，除非终端厂商舍弃某一运营商市场，否则，是不可能不顾及另外两家运营商感受的（CDMA 市场也有 1.8 亿，有追求的厂商怎可能会视而不见）。个人认为智能手机终端已经不再是运营商能够实现差异化竞争的核心。

这一点肯定被质疑，很多人会从配置、规模、品种上举出一箩筐论据。事实上，虽然市面上手机终端上千款，玩手机的厂家有数百家，但手机市场的长尾效应明显。2014 年上半年，市场在售机型超过 3600 款，新上市机型超过 800 款，但 TOP50 机型销量就占市场近 30% 份额。市场在销品牌近 200 家，但 TOP10 品牌份额超过 74%，TOP15 品牌份额超过 80%，排名第 15 名的厂商份额已不足 1%。那些生活在长尾里面的厂商与手机，对于 90% 以上的用户而言，意义不大，这种趋势将会随着市场的成熟而得到进一步强化。

对于用户而言只是个数字而已，只有量的多少，没有质的差异，那些长尾机型用户主动选择的概率极低。对于主流畅销机型而言，三家基本处于同等水平，即便不是同一厂家的同款，也有雷同的竞品。随着厂商逐步转向精品运作，从趋势上讲，三家运营商在手机终端产品层面的同一性趋势在加强。

从趋势上看，iPhone6 带来的终端模式将是未来的缩影。iPhone6 公开版三家通吃，运营商在 iPhone6 上竞争的焦点是什么？是网络速度、网络覆盖、资费套餐、



业务与应用吸引力，这才是运营商的主业，而不是去为了卖终端而卖终端。

如果说，异网双模双卡手机是运营商竞争驱动的产物，那么无论是曾经的中国电信 EVDO+GSM 双模，还是传闻中的中国移动 LTE+CDMA 手机，都是建立在对自家网络品质自信的前提下，通过全网通手机降低用户的转网与业务使用门槛，争取对手的存量用户。由此，存量竞争大势下，全网通将是最佳选择，这一趋势必将进一步强化。

用户：享自由，降门槛

对于用户而言，全网通手机的需求至少有如下三点。

首先是不换机使用异网优质服务，降低使用门槛。由于运营商间的网络制式差异与保护政策，造成用户使用运营商业务与手机之间是紧耦合关系，转网门槛无形中提高。在全网通手机中，双卡全网通手机的普遍性需求更高。异网双卡双模手机，源于用户不愿意舍弃既有号码，又想使用异网的优质服务，比如 3G 时代，很多用户使用 CG 双模手机，是使用中国电信的 EVDO 数据服务与中国移动的 GSM 语音。由此，全网通手机可以降低用户的转网门槛，可以更自由选择不同运营商的服务。

其次是降低手机的二次使用门槛。根据市场调查数据显示，智能手机使用周期有上升的趋势，智能手机二次机的使用概率增加，而全网通手机的二次使用门槛显然更低，更加自由。

最后是礼品市场沟通更自由，更有市场。在礼品市场，再也不会会有送错手机的尴尬，也无需顾及或打探接受方是哪家运营商的号码。同时，全网通对于普通消费者心目中有溢价值，自由选择意味着更多更好的选择

渠道：规模与好卖是王道

手机产业链参与者各方中，对资金要求最现实的是渠道，流动是金，库存是真老虎，没人不怕。从渠道角度而言，要么增加大卖的机率，要么攫取产品的最大利润，全网通产品可谓正中下怀，同一款产品面向所有潜在用户，而不是局限于某个运营商/网络制式的用户。这就不难理解，为什么有些社会渠道更愿意销售 CG 双模/双卡手机而非单 C 手机。

技术方案角度，全网通产品早已成熟，但由于运营商通过佣金等方式对渠道施加重要影响，终端厂商担心因全模产品无法获得相关佣金，致使部分本可以做成同时支持 WCDMA/TD-SCDMA 的全网通手机产品，分成了中国移动、中国联通定制版本，以规避佣金获取风险。受国资委营销压降新政的影响，运营商对于渠道的影响力不能说消失，但减弱是大趋势，渠道终将回归正常。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 19 日

## 【企业情报】

**小米和顺为资本 18 亿元投资爱奇艺**

据报道，小米和顺为资本联合宣布，小米和顺为资本以 18 亿人民币（3 亿美元）入股爱奇艺，百度也同时追加了对爱奇艺的投资。此轮投资完成后，爱奇艺将与战略股东百度和小米在内容、技术产品创新，尤其是移动互联网领域展开深度合作。这也是小米继投资优酷后在视频领域的又一资本运作。11 月 12 日，小米宣布千万美元投资优酷土豆，具体将通过二级市场购入股票的方式，未来优酷土豆的自制内容可在小米盒子、电视、甚至手机等一切内容载体终端播放。

在本月早些时候，小米宣布 10 亿美元投资视频内容产业，主要解决小米电视与盒子的内容问题，完善用户体验。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 19 日

**华为已获 66 份 eLTE 合同开通 20 张商用网络**

华为无线网络产品线总裁汪涛周二披露，截至 2014 年第三季度，华为已经获得 66 份 eLTE 合同，并开通了 20 张 eLTE 商用网络。eLTE 是 4G/LTE 技术在专网市场的应用。

“万物互联、智慧城市这些概念都基于移动宽带技术，应用移动宽带技术可以改变现在的公共安全、交通、能源、金融各行各业。”汪涛说，华为预测，到 2025 年全球范围将有 1000 亿个联接，从当下的不到 100 亿到未来的 1000 亿，其中蕴藏着巨大商机。

他指出，随着全联接世界的到来，以及专网走向更多视频、图片需求的应用场景，eLTE 作为宽带通信技术，将逐步取代窄带——预计到 2017 年，eLTE 的应用将超过窄带应用。

同时，eLTE 也不同于运营商 LTE 系统，网络规模不同、应用场景也有别，公网基于满足大众需求，无法针对特殊场景提供高优先级、高可靠性。包括在终端上，前者追求超强待机时间和超强防护等，后者则要求大屏、高性能。

**华为已获 66 份 eLTE 合同开通 20 张商用网络**

2 月 28 日，华为携手 29 家行业合作伙伴共同成立“eLTE 解决方案联盟”，与上下游集成商、设备商通力合作，构建“开放、合作、共赢”的生态系统，推动 eLTE 在更多行业的应用落地。

汪涛说，通过“联盟”，华为与合作伙伴创新、完善解决方案，已经与 16 家合作伙伴联合创新开发了 19 款产品；通过展会、演示共同推广，不断提升解决方案的品牌价值；一起合作以实现商业共赢。

频谱上，华为也在联合合作伙伴一起推进各个区域 eLTE 频谱的分配，中国在 1.4GHz 基本已经确定。

来源：C114 中国通信网 2014 年 11 月 18 日

## 华为 5G 路线图：2020 年部署 5G 商用网

当大多数用户还在犹豫要不要使用 4G 的时候，5G 网络已经上路了。

那么问题来了，什么是 5G？我们需要 5G 吗？5G 频谱会怎样规划，何时又能真正进入商用部署？

“目前对于业界来讲，首要的问题，是把 5G 清楚地定义出来。”在 2014 年全球移动宽带论坛上，华为轮值 CEO 徐直军回答道。

在徐直军看来，5G 正处于研究和创新阶段，相当于 2004 年 LTE 的状态。“经过广泛讨论，现在业界对于 5G 的基本诉求和基本需求已经形成了一些初步共识。”徐直军说。

### 面向 1 千亿连接

目前业界对 5G 的共识有三个方面：首先 5G 不能仅仅只关注人与人之间的通信，还要关注物的连接，即物联网；其次是要面对一千亿规模的庞大连接数量以及低时延要求；最后，还应该帮助移动互联网有突破性的发展。

在华为看来，5G 不仅是移动通信网络基础设施的升级方案，更是未来数字世界的使能者。“5G 是现有技术演进与创新技术的集大成者，即 5G=当前技术的持续演进+革命性技术的创新。”华为无线网络产品线首席营销官杨超斌告诉记者。

从技术角度，与 4G、3G、2G 不同，5G 并不是一个单一的无线接入技术，也不是几个全新的无线接入技术，从某种程度上讲是一个真正意义上的融合网络，无缝支持各种新的网络部署，包括超高密度的无线网络部署、回传、设备到设备的通信（D2D）、动态频谱重整和无线接入基础设施共享。

“从目前展示出来的 5G 技术来看，峰值速率、频谱效率等方面还不能说有什么突破性的进展。”徐直军说，“所以我认为，业界还要加大投资，改进基站的结构、网络架构，并在核心技术上推出有突破性的技术和突破性的解决方案，这样才能真正称得上 5G。”

“华为已经从三个维度明确了未来 5G 最关键的三个需求：时延、吞吐率及连接数，即 1ms 的时延，10Gbps 的用户速率，以及 1000 亿的连接。”杨超斌说。

### 2020 年实现商用部署

尽管 5G 技术研发在世界范围内进展迅速，在一些概念、需求和关键技术等方面都取得了重要的阶段性进展，但杨超斌认为，目前 5G 仍处于初期研究阶段，相当于 2004 年的 LTE。接下来才是标准化以及产品开发阶段，最后进入部署阶段。

“目前 5G 的标准化工作还没有启动，业界预计标准研究立项会从 3GPP R14 在 2016 年开始。”杨超斌说。

由于 5G 将是真正的融合网络，因此将实现各种标准的统一。“我们希望到 2020

年，全球建立 5G 的统一标准。”杨超斌说。

无线通信领域最宝贵的是频谱资源，在过去三年，根据华为网络部署情况，网络容量每年都按照 60% 的速度在增长，这意味着整个产业需要更多的频谱。“我们呼吁亚太乃至全球的频谱管制机构及时分配移动频谱，以提高移动宽带渗透率。”杨超斌说，“6G 以下频段仍将是 5G 的主要频段，更高的频段将是 6G 以下核心频段的补充，主要用于需要密集大容量、密集连接的一些热点区域部署。”

目前国际电联（ITU）正在研究 2020 年及以后的 IMT 频谱要求，2015 年 WRC（WRC-15）将针对 60GHz 以下的频率提出相关技术方案，2019 年将针对 60GHz 之上的频率。此外，3GPP R14 预计将在 2016 年启动 SI，2020 年实现 5G 商用。

“根据 5G 在标准化和频谱方面的进展，华为将在 2018 年部署 5G 试验网，2020 年将实现 5G 商用网的部署。”杨超斌表示。

### 5G 第一阵营

与 3G、4G 时代的行业地位不同，在 5G 时代，华为已经领先发力，牢牢占据了第一阵营的位置。

据了解，2009 年华为即启动了 5G 研究，目前已经在 5G 组网架构、频谱使用、空口技术、基站实现等多个领域取得了突破性进展。

“华为在 2018 年前将至少投资 6 亿美元用于 5G 研发。目前华为从事 5G 研发的专家工程师有 300 多人，并在全球范围内建立了 9 个 5G 研发中心。”杨超斌说。

2014 年 11 月 4 日，华为联合英国萨里大学 5G 创新中心（5GIC）宣布，世界首个 5G 实地测试床 testbed 开工，华为将陆续为 5GIC 的联合研发项目投入 500 万英镑的资金。据悉，5G 测试床的建设大概需要一年时间，第一阶段建设预计在 2015 年 4 月竣工，之后将用于帮助 5GIC 成员及行业合作伙伴开发和测试各自的 5G 技术。

在 2014 全球移动宽带论坛进行期间，华为宣布将与 MEGAFON 合作为 2018 年世界杯场馆提供 5G 网络覆盖，与 Etisalat 合作为 2020 年世博会场馆提供 5G 网络保障，在 5G 网络实际部署方面走在了行业前列。

此外，华为还极力推动行业企业、研究机构共同参与，促进 5G 的尽快成熟。为此华为与全球多个生态系统合作伙伴、20 多所大学建立了密切合作关系，并积极与欧盟 METIS、ITU、中国 IMT-2020 和 3GPP 等机构合作推进 5G 的研究，并组织了 5G@Canada、5G@Europe 等系列行业峰会。

“5G 的成功，必须建立在全球生态链健康发展的基础上，走开放创新、广泛合作的道路。”杨超斌最后说，“华为也将不遗余力，利用通信行业的技术储备积累和持续创新共同推动这一进程。”

来源：飞象网 2014 年 11 月 20 日



## 施耐德电气发布 APC 移动电源为智能手机和 USB 接口充电设备提供外部电池

从你的手机获得更多——拓展线上社交和游戏生活，以及工作时间！

中国北京，2014 年 11 月 19 日——全球能效管理专家施耐德电气推出大容量、高性能的外部电池 APC 移动电源。APC 移动电源适用于所有智能手机、平板电脑及任何可以通过 USB 数据线充电的设备提供移动充电而设计。这款新上市的轻薄外部电源，可令包括使用定位服务和 GPS 功能的耗电应用在内的更多应用能够使用更长时间。

施耐德电气 IT 事业部单相 UPS 业务拓展经理王玫林表示：“在居家、旅行或工作中，我们常常会需要延长电池使用时间。无论是下载电子邮件和文档、浏览网页、登录游戏账户还是在活动上传照片和视频，APC 移动电源确保我们能够随时使用所需的应用。APC 移动电源意味着你不用再因为手机的高分辨率屏幕而小心翼翼盯着电池电量指示了。”

APC 移动电源分为两个型号：MPB5000W（5000 毫安）和 MPB10000W（10,000 毫安）。较小的 MPB5000W 重 142 克，尺寸不大于 108mmx65mmx15mm，储存的电量为普通智能手机充电两次。MPB10000W 重 243 克，尺寸不大于 147mmx89mmx14mm，能提供一台平板电脑或四台智能手机所需电量。

具有时代感的光泽白和黑色烤漆令 APC 移动电源看起来就像是家里的现代智能装备，它利用充电次数是锂离子两倍的锂聚合物电池技术来保证移动电源更持久可靠的工作寿命。APC 移动电源设有两个 USB 输出接口，能够同时给两部设备充电，并配备 4-LED 电池容量指示灯。

电源本身由配备的微型 USB 连接器充电，MPB5000W 和 MPB10000W 的充电时间分别为 4 小时和 8 小时。两款外部电源都能高效储存电能，放在电脑包、手袋、旅行袋中几周都不会有明显的电量损失。使用时，APC 移动电源能够让你的设备启动并稳定运行。MPB5000W 和 MPB10000W 工作时作为主要电力供应为设备的内置电源供电。

施耐德电气也有内置保护功能来保障 APC 移动电源长久安全的运行。NilsHorstbrink 还表示：“市场上很多低成本的外部电源都没有对像过度充电、过度放电或高温这样的常见问题进行控制。极端条件下的过热、甚至是融化都能导致电池提早退化。APC 移动电源的电路保护模块能够避免上述问题，同时还能避免单元电流过载、USB 过载或短路和超低暗电流。”

来源：飞象网 2014 年 11 月 19 日

## 酷派欲“断奶”运营商斥资百亿创独立品牌

尽管脚步已经落后华为、中兴和联想，酷派手机业务还是坚定的打出了转向灯。

昨日（11 月 20 日）下午，酷派联合渠道商斥资百亿元打造的独立品牌 ivvi 正

式亮相。向运营商渠道挥刀，重金砸向高端 B2C 市场。

酷派推出 ivvi 之后，国产手机“中华酷联”四大品牌全部完成了向独立品牌市场转型的部署。

据了解，ivvi 品牌已经注册了一个新公司——酷派移动科技公司，由酷派两位高管以及渠道商三方共同出资近 10 亿元成立。新公司将在市场、品牌、财务、人员等各方面都将划出酷派原有体制而独立运营。未来几年，酷派移动科技公司将持续投入近百亿元打造 ivvi 品牌。

酷派独立品牌创新的采取了和渠道商合作的方式。艾媒咨询 CEO 张毅分析，酷派在渠道上的做法有点类似格力的渠道模式，对目前的酷派来说，这种模式一方面避免受到集团业务拖累，轻装面对市场竞争；另一方面，有利于酷派建立长期的渠道优势。酷派董事长郭德英说，酷派计划在社会公开渠道实现“销售 150 亿、1000 万部”的目标。

互联网行业分析师孙永杰分析，相比华为、中兴等已经取得的成绩，面对竞争更激烈的市场环境，酷派恐怕要有更大投入。而且，作为新创立的品牌，酷派向独立品牌要利润，应该还需要很长一段时间的摸索，其转型的前景也有待观察。

来源：《每日经济新闻》2014 年 11 月 21 日

## 市场服务

### 【数据参考】

#### 2014 年 10 月份通信业经济运行情况

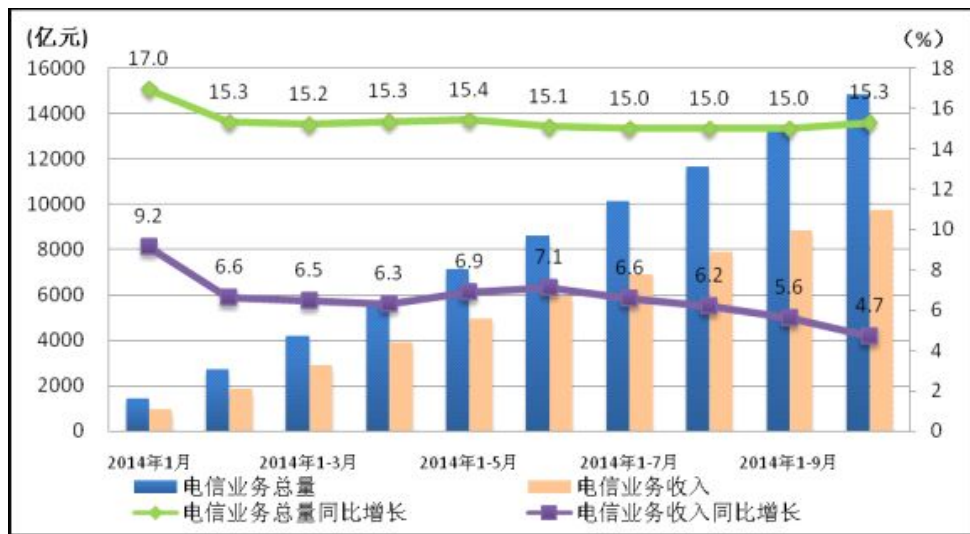
10 月份，我国三家基础电信企业通信业务运行稳定。

##### 一、总体情况

电信业务收入同比增速持续下滑。10 月，三家基础电信企业电信业务总量完成 1611.6 亿元，同比增长 17.6%；电信业务收入完成 890.6 亿元，按可比口径测算同比下降 4%，电信业务收入单月规模首次同比减少。

1-10 月，电信业务总量完成 14833.3 亿元，同比增长 15.3%；电信业务收入累计完成 9755.4 亿元，按可比口径测算同比增长 4.7%，比前三季度同比增长回落 0.9 个百分点，已连续 4 个月同比增速下滑。

图 1. 2014 年 1-10 月电信业务总量和电信业务收入发展情况

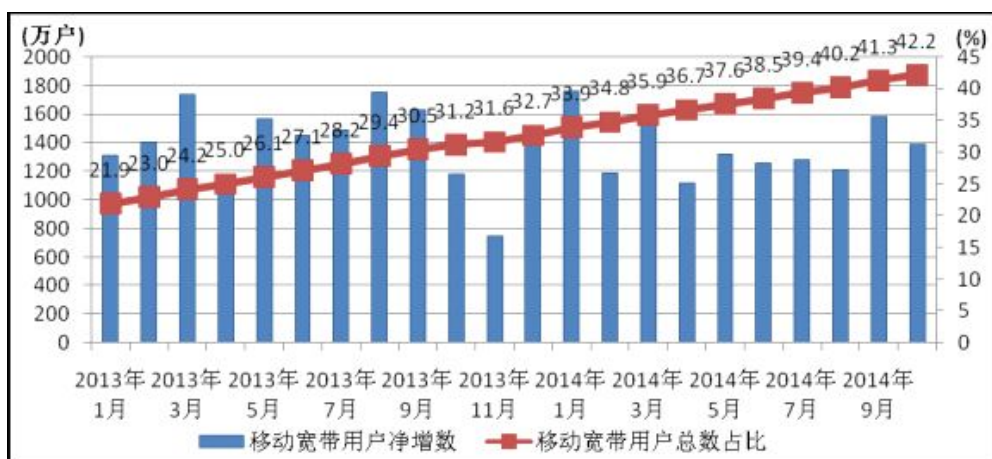


二、电信用户发展情况

10月，全国移动电话用户净增407.8万户，总数达12.77亿户。移动宽带用户（3G/4G）净增1386.3万户，总数达5.39亿。固定互联网宽带接入用户总数超过2亿户，8M以上宽带接入用户占比达36.6%。

移动宽带用户占比月均提升1个百分点，3G电话用户首现负增长。1-10月，移动电话用户净增4754.8万户，其中，移动宽带用户（3G和4G）净增达到1.38亿户，总数达到5.39亿户，在移动电话用户总数占比由上年末的32.7%提升至42.2%，每月提升近1个百分点。3G用户首次出现负增长，10月净减85万户，2G用户减少超过970万。4G用户继续保持高速增长态势，10月净增突破1450万户，再创新高，移动电话用户结构呈现2G和3G用户均向4G用户迁移趋势。

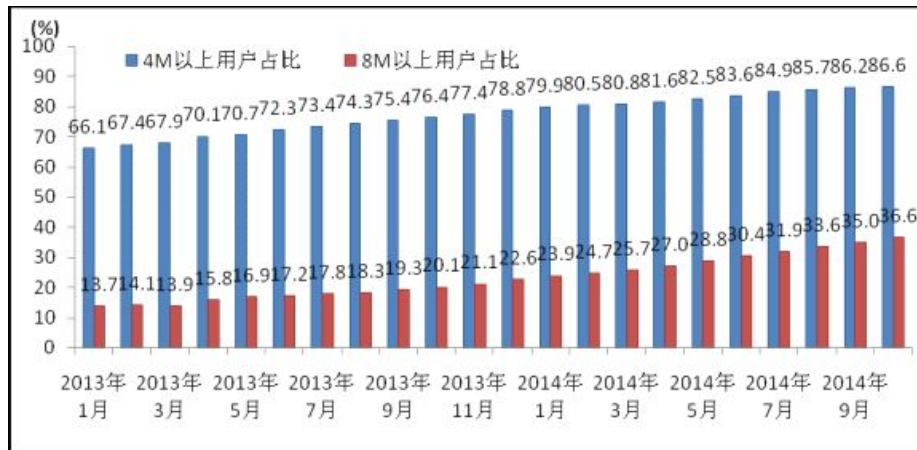
图 2. 2013-2014 年移动宽带用户当月净增数和总数占比情况



互联网宽带用户规模突破2亿户，4M和8M之间的宽带用户占主流。1-10月，三家基础电信企业互联网宽带接入用户净增1149万户，总数突破2亿户。速率在4M和8M之间的宽带用户仍占据主流，占比超过50%，但比上年末下降了6.1个百

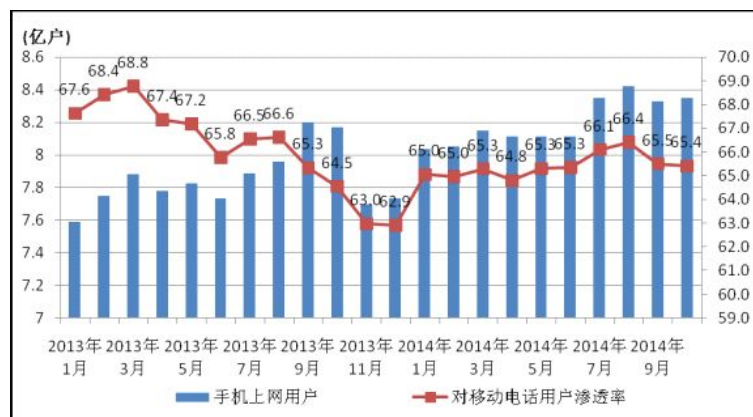
分点。光纤接入和宽带提速效果显著，光纤接入 FTTH/0 用户和 8M 以上宽带用户分别达到 6253.1、7331.8 万户，占宽带用户比重达到 31.2%、36.6%，比上年末分别提升 9.6、14 个百分点。企业落实宽带中国战略，继续推出免费升级到光纤接入和宽带提速不提价等措施，家庭用户使用宽带服务需求更为强烈，累计净增 742.4 万户，用户总数达 1.63 亿户。

图 3 2013-2014 年 10 月互联网宽带接入速率 4M 和 8M 以上用户占比情况



手机上网用户活跃度同比小幅上升，无线上网卡用户占比不足 2%。10 月，移动互联网用户总数达到 8.74 亿户，同比增长 7%。其中使用手机上网的用户达到 8.35 亿户，对移动电话用户的渗透率达到 65.4%，比上年同期提高 0.9 个百分点。3G 上网用户达到 3.91 亿户，对 3G 移动电话用户的渗透率达到 81.3%。无线上网卡用户规模 10 月新增 38.3 万户，连续两月实现正增长，整体萎缩趋势进一步放缓，总数达到 1630.5 万户，占移动互联网总数的比重达 1.9%。

图 4 2013-2014 年手机上网用户和对移动电话用户渗透率情况



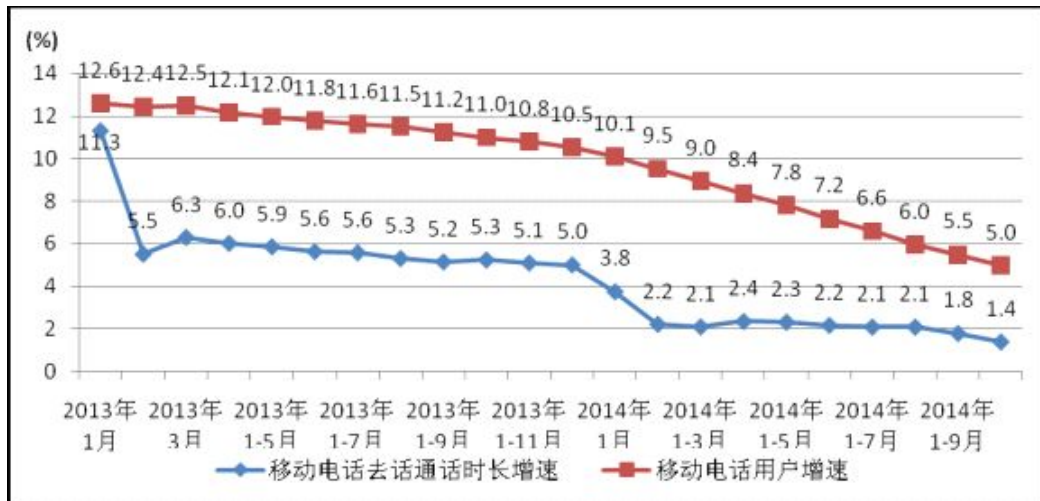
### 三、电信业务使用情况

移动话音业务量增速连续两月放缓，每用户月均移动通话时长不足 200 分钟。在移动电话用户增速明显放缓和互联网应用对话音和短信业务的替代影响下，1-10 月，全国移动电话去话通话时长 24432.3 亿分钟，同比增长 1.4%，比上年同期下降



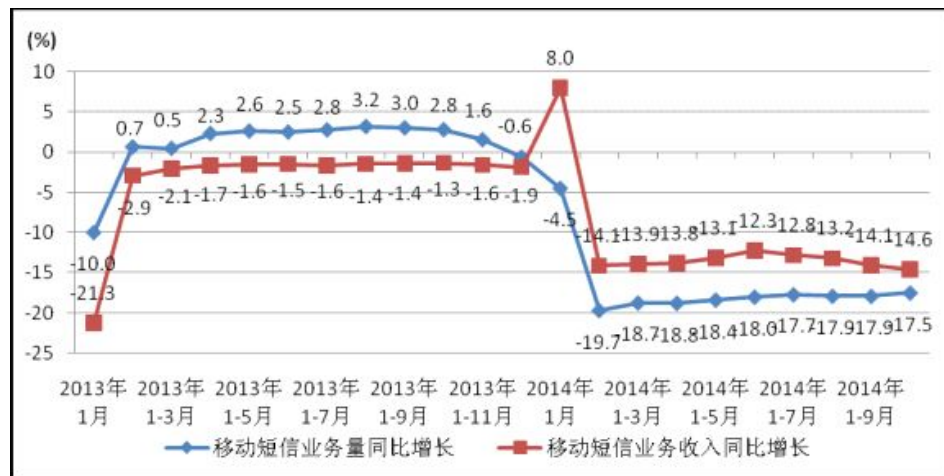
3.9 个百分点，连续两个月持续下滑。其中，移动本地和移动长途去话通话时长同比增长 1.2%和 2.3%，分别比 1-9 月回落 0.3、0.6 个百分点。移动电话用户增速和移动话音业务量增速的差距缩小至 3.6 个百分点，每用户月均贡献的移动语音业务量持续下降，移动本地去话 MOU 值为 149.1 分钟/月·户，移动长途去话 MOU 值为 45.6 分钟/月·户，同比分别下降 6.1%、5%。

图 5. 2013-2014 年各月移动话音业务量和移动用户同比增长比较



点对点移动短信量占比降至 47.3%，移动短信业务收入降幅持续扩大。1-10 月，全国移动短信业务量 6350.9 亿条，同比下降 17.5%。由移动用户主动发起的点对点短信量同比下降 18.9%，占移动短信业务量比重降至 47.3%，其中月户均点对点短信量同比减少 9 条，达到 37.7 条。由于微信等新型即时消息类应用不断取代彩信业务，彩信业务量达 534.8 亿条，同比下降 29.2%，其中，月户均点对点彩信量为 2 条。移动短信业务收入同比下降 14.6%，比 1-9 月扩大 0.5 个百分点，连续四个月持续下滑，收入规模同比减少 76 亿元。

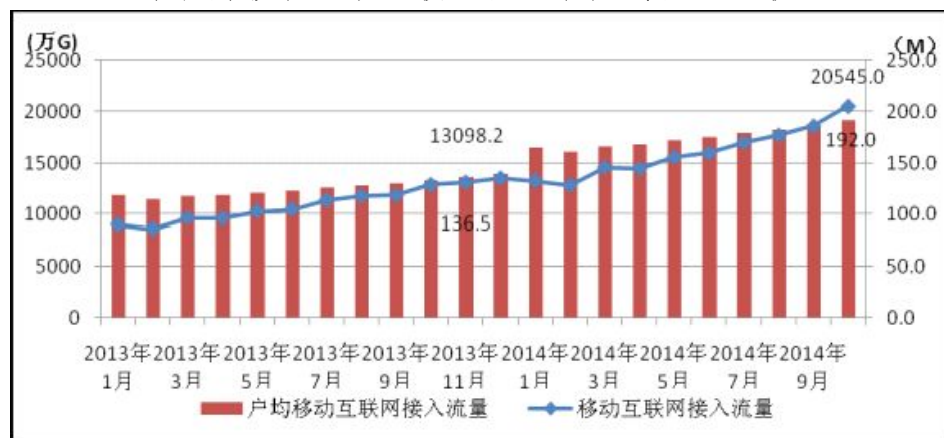
图 6. 2013-2014 年各月移动短信业务量和移动短信收入同比增长情况



移动互联网单月接入流量创新高，每用户月均移动互联网流量突破 190M。在

4G 移动电话用户大幅增长、流量套餐资费持续下降以及国庆假期等多重因素影响，移动互联网接入流量加快增长。1-10 月，移动互联网接入流量达 16.05 亿 G，同比增长 58.6%，今年以来月均提高 0.7 个百分点，预计全年将突破 60%。10 月当月移动互联网接入流量突破 2 亿 G，再创历史新高，同比增长 68.9%。月户均移动互联网接入流量突破 190M，达到 192M，同比增长 50%。手机上网流量达到 13.81 亿 G，同比增长 93%，在移动互联网总流量中的比重达到 86%，成为推动移动互联网流量高速增长的主要因素。固定互联网使用量同期保持较快增长，固定宽带接入时长达 33.92 万亿分钟，同比增长 29.9%。

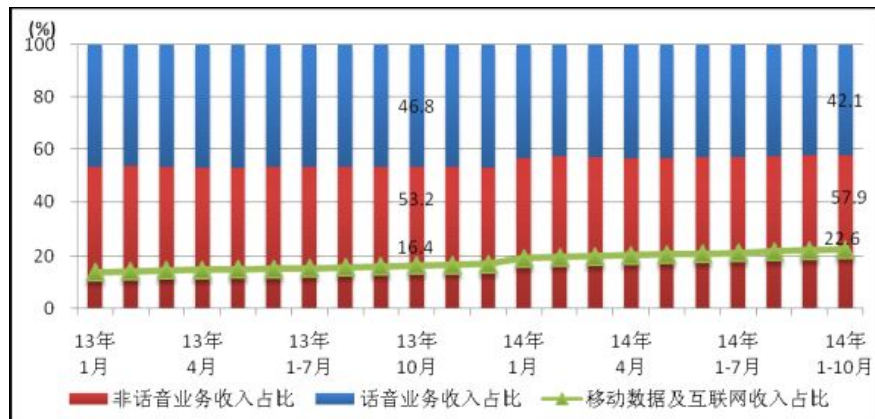
图 7. 2013-2014 年各月移动互联网接入流量和户均流量比较



#### 四、电信经济效益

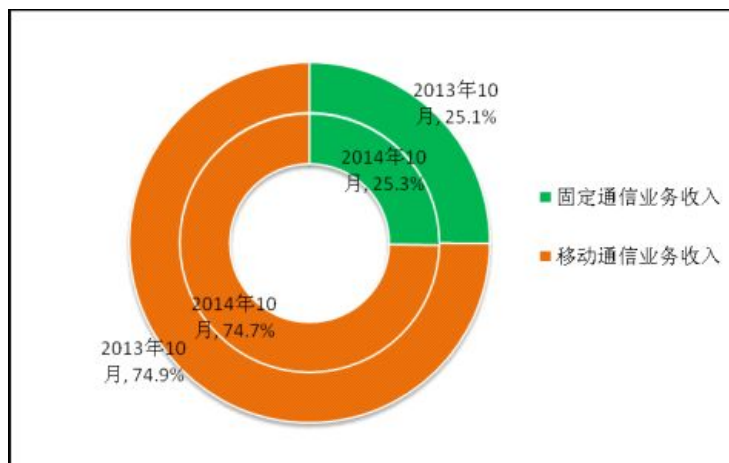
非话音业务收入占比达 57.9%，移动数据业务增长贡献超过 150%。1-10 月，三家基础电信企业话音业务收入实现 4110.4 亿元，按可比口径测算同比下降 4.5%。其中，移动话音业务收入实现 3711 亿元，按可比口径测算同比下降 3.8%，成为导致话音业务收入增速下滑的主要原因；固定话音业务收入实现 399.4 亿元，占电信业务收入的比重达到 4.1%，比上年同期下降 0.7 个百分点。非话音业务收入实现 5645 亿元，按可比口径测算同比增长 12.4%，占电信业务收入比重达到 57.9%，比上年同期提高 4.7 个百分点。其中，固定和移动数据及互联网业务收入分别实现 1276.5 亿元和 2200 亿元，按可比口径测算同比增长 5.7%和 43.1%，对电信业务收入的增长贡献分别达到 15.7%、152%，表明移动数据及互联网业务成为电信业务发展的第一动力。

图 8 2013 年-2104 年各月话音、非话音、移动数据及互联网收入占比情况



移动业务替代固定业务趋势持续，移动通信业务中话音业务收入占比下降明显。1-10月，移动通信业务实现收入 7289.4 亿元，按可比口径测算同比增长 1.6%，占电信业务收入的比重达到 74.7%，比上年同期提高 0.2 个百分点。其中，话音业务收入在移动通信业务收入占比同比下降明显，移动本地、移动长途和移动漫游通话业务收入在移动通信业务收入的占比分别达到 32.1%、10%和 8.8%，比上年同期下降 3.9、0.8、0.4 个百分点。固定通信业务实现收入 1987.4 亿元，按可比口径测算同比增长 4.7%，固定话音业务收入在固定通信业务收入占比达到 16.2%，比上年同期下降 3.1 个百分点。

图 9 2014 年 10 月电信主营业务收入构成 (固定和移动)



### 五、地区发展情况

1-10月，西部地区电信业务收入增速继续保持领先，但增速回落幅度最大。东、中、西部地区电信业务收入按可比口径同比分别增长 2.9%、4.6%、5.5%，比上年同期增速分别回落 3.2、4.2、5.5 个百分点。东部地区收入占比虽比上年同期下降 0.8 个百分点，但依然高达 55.9%，分别比中西部地区高 32.6、35.9 个百分点。

图 10 2014 年 10 月东、中、西部电信主营业务收入同期比较



10月，东、中、西部地区4G移动电话用户分别达到3202.7、12978、1276.3万户，其中超过50%的4G用户集中在东部地区，用户占比达到55.4%。4G移动电话用户各省发展速度差异明显，全国4G用户数排名前三位的是广东、浙江和江苏，用户数均超过500万，分别达到856.7万户、567万户和551.1万户。用户数超过100万的省份超过三分之二，新疆和西藏地区成为全国唯一没有4G用户的省份。

图11 2014年10月全国4G移动电话用户发展情况



来源：运行监测协调局 2014年11月20日



## 2014年10月通信业主要指标完成情况(一)

指 标 名 称	单 位	本年本月止 累计到达	比上年同期 累计(±%)	本月
电信营业收入	亿元	11216.4	0.1	1041.4
其中:电信主营业 务收入	亿元	9755.4	4.7	890.6
电信固定资产投资完 成额	亿元	2495.3	8.1	249.2
固定本地电话通话时 长合计	万分钟	21915218.5	-13.6	2054208.8
区间电话通话时长	万分钟	2199963.8	-17.4	209862.5
区内电话及拨号上 网通话时长	万分钟	19715254.8	-13.1	1844346.3
固定长途电话通话时 长合计	万分钟	4441201.2	-9.9	429965.2
国内长途电话通话 时长	万分钟	4357899.2	-9.5	422498.9
国际电话通话时长	万分钟	47477.3	-32.0	4157.3
港澳台电话通话时 长	万分钟	35824.7	-19.7	3309.0
移动电话通话时长合 计(含本地)	万分钟	244323231.7	1.4	24429107.0
移动电话国内长途 通话时长	万分钟	56995283.4	2.4	5756455.2
移动电话国际电话 通话时长	万分钟	108552.6	-0.3	10869.3
移动电话港澳台电 话通话时长	万分钟	77089.6	-4.6	7644.5
移动短信业务量	万条	63509274.7	-17.5	6253319.4

注:1、电信主营业务收入增长率按可比口径计算。  
2、固定长途电话通话时长和移动电话通话时长均包含相应的IP电话通话时长。  
3、通话时长各项指标均为去话通话时长。

来源:运行监测协调局 2014年11月20日

## 2014年10月通信业主要指标完成情况(二)

指 标 名 称	单 位	本月未到达	比上年末净增	本月净增
固定电话用户合计	万户	25215.8	-1482.7	-143.0
公用电话用户	万部	2095.2	-138.2	-7.2
城市电话用户	万户	17739.9	-716.9	-55.4
住宅电话用户	万户	9974.9	-499.3	-38.3
农村电话用户	万户	7475.9	-765.8	-87.3
住宅电话用户	万户	5915.2	-728.3	-76.8
移动电话用户合计	万户	127666.1	4754.8	407.8
其中：3G用户	万户	48157.5	7996.3	-85.0
互联网拨号用户	万户	445.7	-39.4	-0.3
互联网宽带接入用户	万户	20039.9	1149.0	63.2
其中：xDSL用户	万户	9455.6	-1260.9	-200.6
移动互联网用户	万户	87412.6	6656.4	285.9
	部/百			
固定电话普及率	人	18.6		
	部/百			
移动电话普及率	人	93.5		

来源：运行监测协调局 2014年11月20日

### 2014年10月电话及互联网宽带用户分省情况

单位：万户

	固定电话			移动电话		互联网宽带接入用户
	合计	城市电话	农村电话	合计	移动宽带	
<b>全国</b>	<b>25215.8</b>	<b>17739.9</b>	<b>7475.9</b>	<b>127666.1</b>	<b>53934.4</b>	<b>20039.9</b>
<b>东部</b>	<b>13706.3</b>	<b>9519.9</b>	<b>4186.5</b>	<b>62926.3</b>	<b>26978.2</b>	<b>10650.5</b>
北京	852.6	686.2	166.4	3923.9	2045.6	489.2
天津	361.9	357.5	4.3	1366.2	610.1	206.8
河北	1097.8	825.7	272.0	6104.2	2572.5	1130.0
辽宁	1150.0	733.8	416.3	4530.4	1790.3	767.3
上海	843.4	833.2	10.2	3277.2	1451.6	532.0
江苏	2162.2	1234.8	927.4	8015.0	3727.2	1519.2
浙江	1660.1	1132.0	528.1	7319.3	3199.6	1278.0
福建	940.1	520.0	420.1	4334.6	1735.3	902.7
山东	1492.5	894.6	597.8	8440.6	3560.4	1526.6
广东	2976.9	2183.1	793.9	14716.2	5868.8	2181.3
海南	168.9	118.9	50.0	898.6	416.7	117.3
<b>中部</b>	<b>6130.4</b>	<b>4217.1</b>	<b>1913.3</b>	<b>33467.5</b>	<b>13827.6</b>	<b>5146.3</b>
山西	566.8	431.7	135.1	3320.9	1247.2	565.7
吉林	575.3	439.4	135.9	2611.0	901.3	415.6
黑龙江	646.1	540.5	105.6	3446.0	1231.3	488.8
安徽	847.1	537.7	309.3	4162.5	1838.8	559.3
江西	579.5	355.0	224.5	2931.7	1303.4	432.3
河南	1145.2	711.5	433.7	7644.7	3199.5	1077.0
湖北	911.1	611.8	299.3	4588.1	1928.3	867.2
湖南	859.2	589.4	269.7	4762.6	2178.0	740.5
<b>西部</b>	<b>5379.1</b>	<b>4002.9</b>	<b>1376.2</b>	<b>31271.7</b>	<b>13127.9</b>	<b>4243.1</b>
内蒙古	362.1	303.5	58.6	2754.9	949.0	313.1
广西	507.0	338.9	168.1	3539.9	1521.1	594.5
重庆	581.2	438.4	142.8	2576.6	1169.2	474.4
四川	1296.8	925.0	371.8	6532.5	2736.4	888.4
贵州	339.0	258.8	80.2	2874.0	1117.8	313.4
云南	437.3	316.2	121.2	3717.6	1470.3	428.4
西藏	37.0	36.3	0.7	297.0	116.7	21.9
陕西	757.0	558.2	198.9	3589.8	1693.8	550.5
甘肃	342.3	260.3	82.0	2047.8	868.6	211.3
青海	99.5	85.7	13.7	550.1	262.9	60.3
宁夏	104.2	89.4	14.8	686.1	333.8	77.6
新疆	515.5	392.3	123.2	2105.5	888.3	309.4

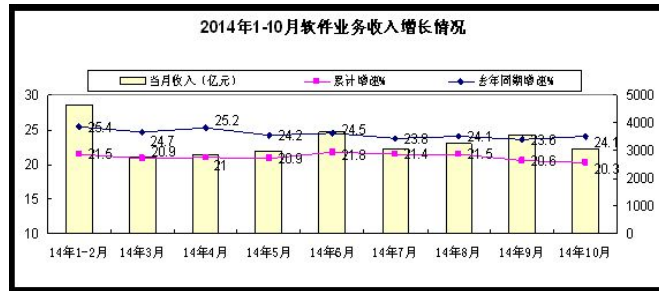
来源：运行监测协调局 2014年11月20日

### 2014年1-10月软件业经济运行情况

2014年1-10月，我国软件和信息技术服务业发展持续稳中放缓态势，收入增速继续低于去年同期水平，但产业效益良好，产业结构不断调整，新兴领域业务快速增长。具体特点如下：

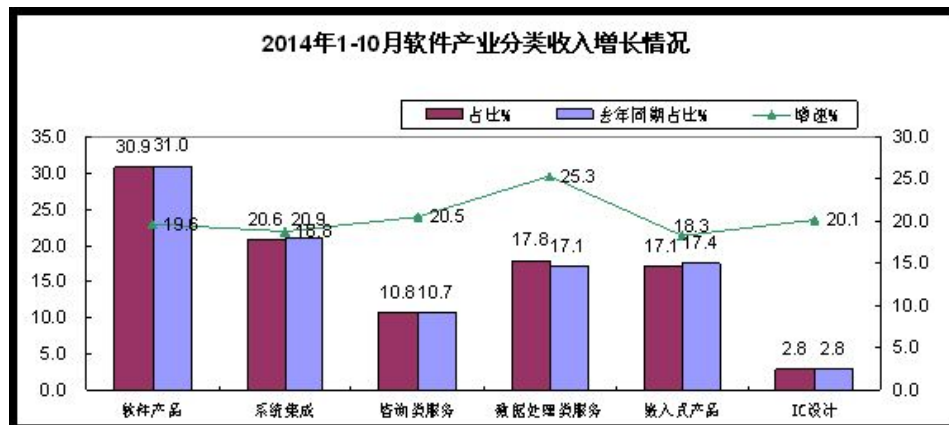
#### （一）收入增长稳中趋缓，三季度增速持续回落

1-10月，我国软件和信息技术服务业实现软件业务收入29853亿元，同比增长20.3%，增速比1-9月下降0.3个百分点，比去年同期回落3.8个百分点。其中10月份完成软件业务收入3037亿元，同比增长18.1%，增速低于去年同期10.6个百分点。



(二) 数据处理和存储服务较快增长，嵌入式系统软件增速明显放缓

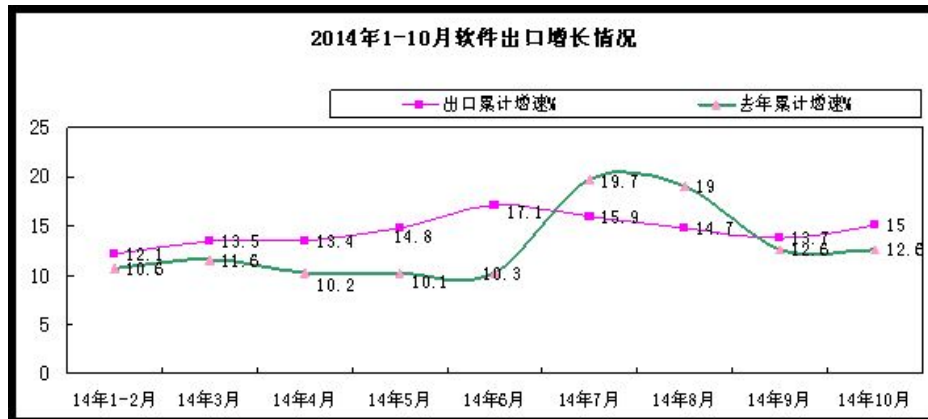
1-10月，数据处理和存储服务实现收入5315亿元，同比增长25.3%，增速保持全行业首位，高出全行业平均水平5.1个百分点，比1-9月回升0.7个百分点。集成电路设计行业持续快速增长，实现收入839亿元，同比增长20.1%，增速比去年同期提高1.6个百分点。嵌入式系统软件明显放缓，实现收入5114亿元，同比增长18.4%，增速低于全行业1.9个百分点，低于去年同期7.8个百分点。软件产品、信息系统集成服务和信息技术咨询服务增长均不同程度放缓，分别完成收入9212、6164和3210亿元，同比增长19.6%、18.8%和20.5%，低于去年同期3.6、5.3和3.9个百分点。



(三) 软件出口有所回升，外包服务出口增速持续下滑

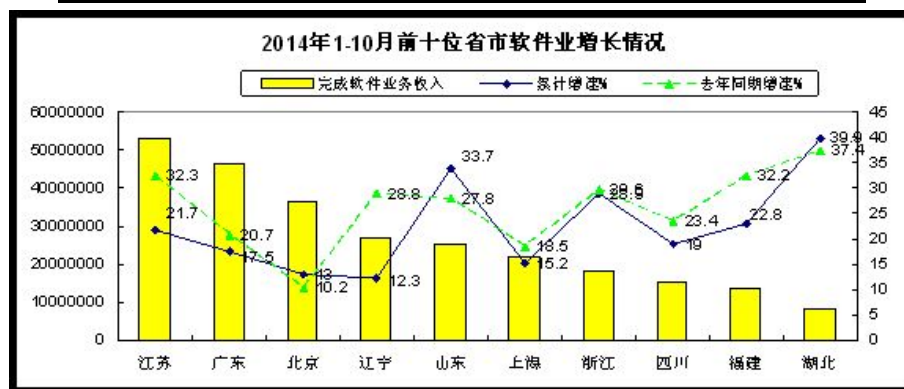
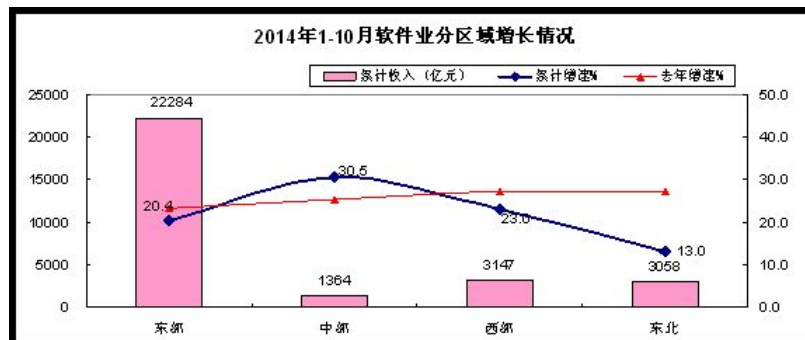
1-10月，软件业实现出口398亿美元，同比增长15%，增速比1-9月回升1.3个百分点，高出去年同期2.4个百分点。其中外包服务出口增长16.5%，增速比1-9月和去年同期下降3.1和1.7个百分点；嵌入式系统软件出口增长11.3%，增速比1-9月和去年同期提高0.8和0.7个百分点。





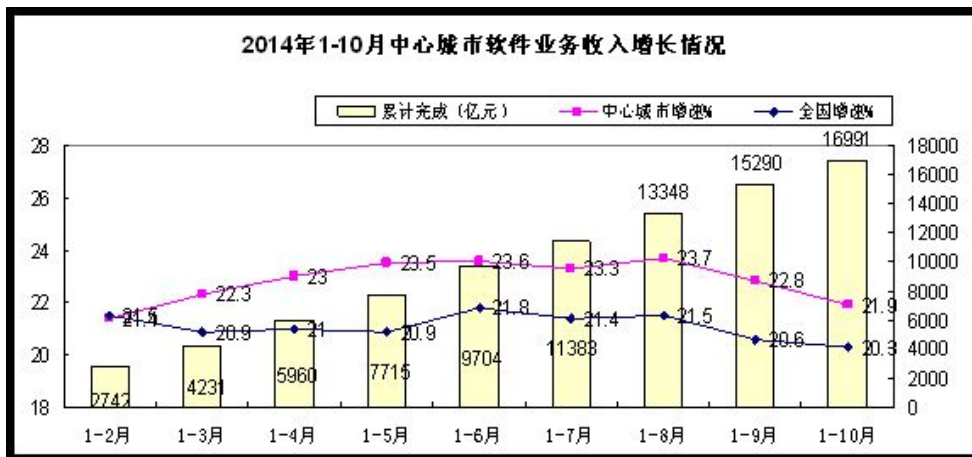
(四) 中西部软件产业发展加快，东北地区明显放缓

1-10月，中部地区完成软件业务收入1364亿元，同比增长30.5%，增速高出全国平均水平10.2个百分点，其中湖北、安徽增长超过35%。西部地区完成软件业务收入3147亿元，同比增长23%，增速比1-9月提高2.5个百分点。东北三省增速均有所回落，共完成软件业务收入3058亿元，同比增长13%，增速比1-9月回落4.1个百分点，比去年同期下降14.3个百分点。东部地区完成软件业务收入22284亿元，同比增长20.4%，增速与1-9月持平，比去年同期下降2.8个百分点。



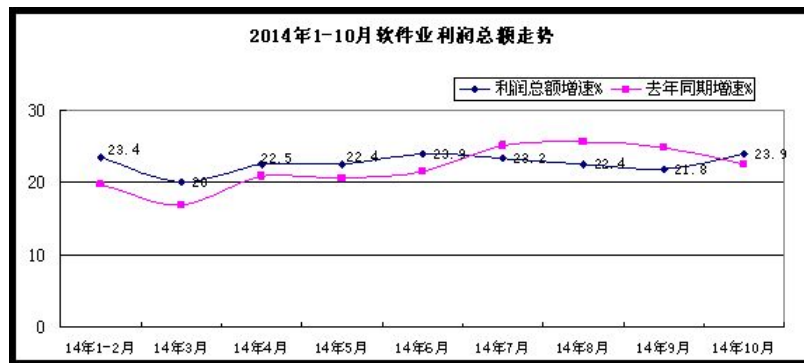
(五) 中心城市软件业整体放缓，新兴信息技术服务发展迅速

1-10月，全国15个中心城市实现软件业务收入16991亿元，同比增长21.9%，增速比1-9月回落0.9个百分点，低于去年同期4.8个百分点，但仍高于全国平均水平1.6个百分点。其中中心城市的软件业务收入中，数据处理和存储服务增长29.9%，比1-9月提高1.1个百分点，增速高于全国平均水平4.6个百分点。



(六) 效益保持向好，从业人员工资增速继续回落

1-10月，软件和信息技术服务业实现利润总额 3423 亿元，同比增长 23.9%，增速比去年同期和 1-9 月提高 1.5 和 2.1 个百分点，且高出收入增速 3.6 个百分点；从业人员平均人数超过 480 万人，增长 9.8%，增速比去年同期低 7 个百分点；从业人员工资总额在前几个月快速增长的基础上有所回落，同比增长 18%，增速低于去年同期 2.8 个百分点，比 1-9 月回落 0.6 个百分点。



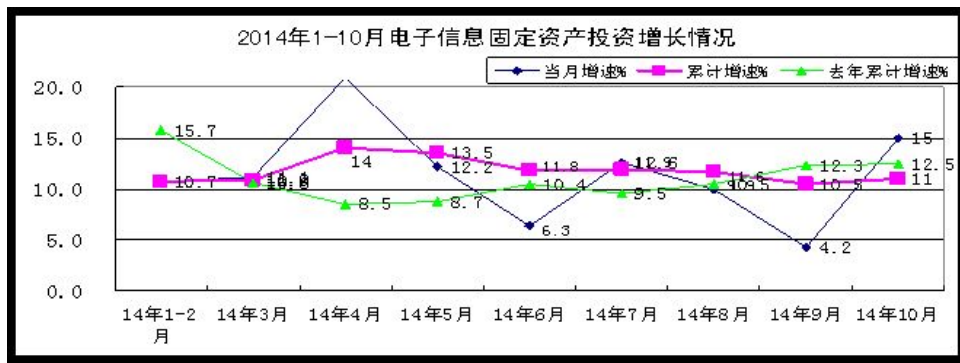
来源：运行监测协调局 2014 年 11 月 24 日

2014 年 1-10 月电子信息产业固定资产投资情况

今年前 10 个月，电子信息产业固定资产投资持续处于低速增长态势，主要行业如电子元器件、通信设备、计算机等行业投资持续放缓，新开工项目不足，外商投资低迷。主要特点如下：

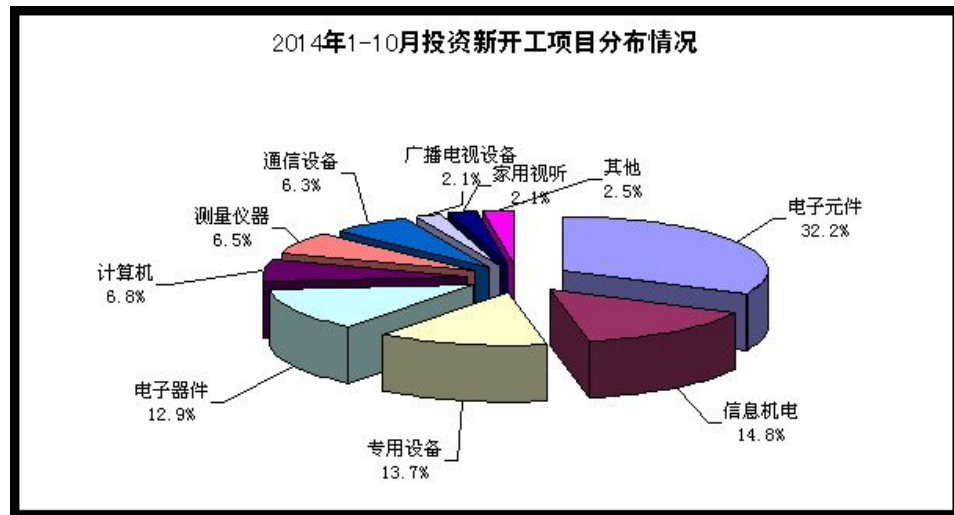
一、投资增速略有回升，新增固定资产增速下降

1-10 月，电子信息产业 500 万元以上项目完成固定资产投资额 9753 亿元，同比增长 11%，增速比 1-9 月提高 0.5 个百分点，比去年同期和同期工业投资分别低 1.5 和 2.1 个百分点。电子信息产业新增固定资产 4741 亿元，同比增长 10.3%，增速低于去年同期 2 个百分点，比 1-9 月下滑 0.9 个百分点。



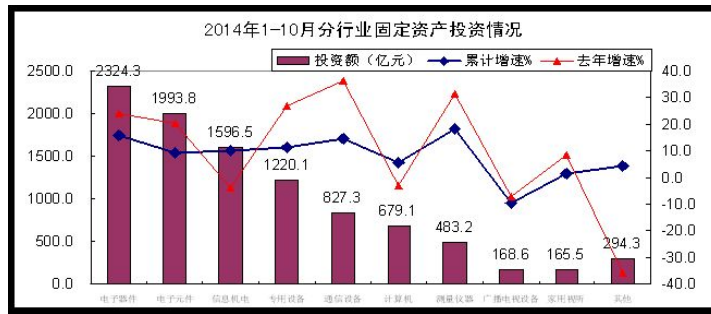
二、新开工项目持续减少，大部分领域投资不够活跃

1-10月，电子信息产业新开工项目6888个，同比下降0.2%，降幅比1-9月收窄2.2个百分点。其中，通信设备、广播电视、电子元件行业新开工项目继续下滑，但降幅有所收窄；电子器件新开工项目本月出现下滑；计算机、电子专用设备、信息机电行业新开工项目分别增长2.6%、4.6%和7.6%。



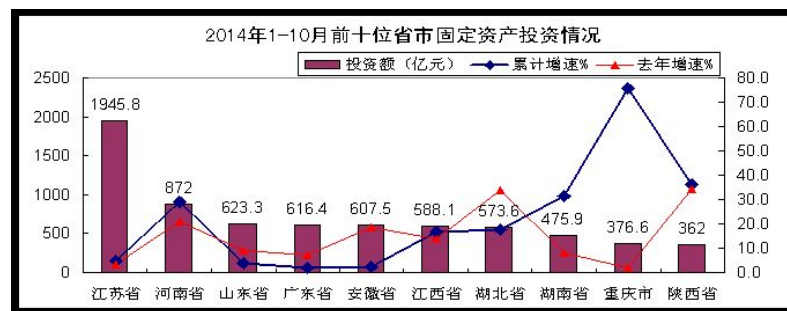
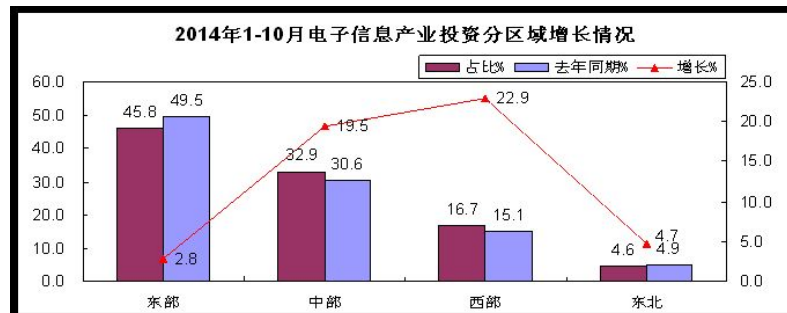
三、电子器件、计算机等行业投资连续回落，家用视听、信息材料等领域转为正增长

1-10月，电子器件行业完成投资2324亿元，同比增长15.7%，增速虽高于全行业4.7个百分点，但连续7个月回落，增速比1-9月下降1个百分点，其中集成电路领域完成投资536亿元，增长15.6%；光电子器件完成投资1612亿元，增长19.5%，比1-9月回落0.3个百分点；半导体分立器件投资出现负增长，完成投资86亿元，同比下降7%。电子计算机行业增速连续回落，完成投资679亿元，同比增长5.3%，增速比1-9月继续回落1.9个百分点。电子元件和通信设备行业投资缓中有升，完成投资1994和827亿元，同比增长9.4%和14.6%，增速低于去年同期11.1和21.6个百分点，但比1-9月回升1.2和2.5个百分点。家用视听和信息材料领域投资由负转正，同比增长1.5%和6%。光伏相关行业的投资由负转正后持续回升，1-10月增长9.4%，增速比1-9月提高1.8个百分点。



四、西部地区投资增长高位回落，东部地区继续低速增长

1-10月，西部地区完成投资1627亿元，同比增长22.9%，增速比1-9月回落0.9个百分点，低于去年同期3.9个百分点，其中重庆和陕西分别增长75.7%和36%。东部地区完成投资4467亿元，同比增长2.8%，低于全国平均水平8.2个百分点，占全国比重45.8%，同比下降3.7个百分点，其中北京、天津、上海三市投资继续负增长，江苏、广东、浙江、山东等省投资增速低于5%。中部地区完成投资3211亿元，同比增长19.5%，增速比1-9月回升1.5个百分点，其中河南、湖南两省投资同比增长30%左右。东北三省完成投资448亿元，同比增长4.7%，增速低于去年同期8个百分点，比1-9月回升3.2个百分点。

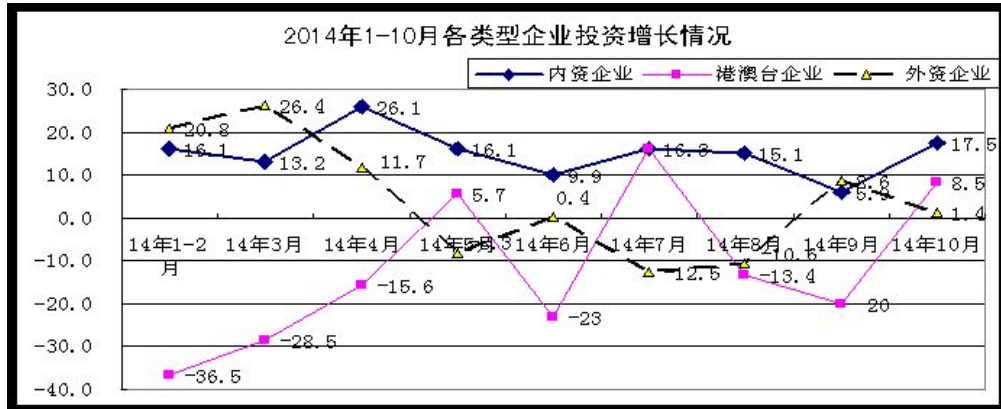


五、外商投资低速增长，内资企业投资相对稳定

1-10月，外商企业累计完成投资1061亿元，同比增长3.4%，增速比1-9月回落0.3个百分点，其中外商投资四成多集中于集成电路和光电子器件领域。内资企业完成投资8100亿元，同比增长14.5%，增速比1-9月回升0.3个百分点，其中私营企业和有限责任公司分别完成投资3481和2786亿元，同比增长19.5%和12%，



分别比去年同期下降 9.4 个百分点和提高 0.8 个百分点；国有企业完成投资 605 亿元，同比增长 19%，高于去年同期 17 个百分点。港澳台企业投资继续下滑，完成投资 592 亿元，同比下降 14%。



来源：运行监测协调局 2014 年 11 月 24 日

2014年1-10月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表(一)

单位:万元

单位名称	企业个数	软件业务收入		软件产品收入		信息系统集成服务收入	
		本期累计	同比增 减%	本期累计	同比增 减%	本期累计	同比增 减%
合计	36281	298527349	20.3	92115082	19.6	61639787	18.8
北京市	2715	36153279	13	12731728	8.8	8200800	8.2
天津市	560	7610212	21.5	1981327	29.8	873581	27.8
河北省	285	1089336	17.4	239586	20.2	771372	15.9
山西省	145	139876	-25.7	66520	-34.4	44297	-19.9
内蒙古 区	62	265203	25.8	96697	15.9	137459	35
辽宁省	4162	26799819	12.3	9284776	12.8	5991231	12.3
吉林省	900	2784600	20	627600	20	727200	20
黑龙江 省	470	994723	14.1	344678	16.3	224679	5.1
上海市	2500	21810000	15.2	7798889	15.5	4641778	14.3
江苏省	5925	52930474	21.7	14813464	23.2	8830067	22.3
浙江省	2057	17910562	28.9	4805515	27.5	2262223	21.8
安徽省	288	919694	36.7	459287	58.5	282992	21.7
福建省	1375	13523684	22.8	4196087	21.8	4305399	21.5
江西省	110	411525	16.3	108454	31.3	170953	2.8
山东省	2761	25259129	33.7	7313883	35.7	5027306	31
河南省	275	1296260	20.1	465615	14.6	545210	19.5
湖北省	2375	8161715	39.9	3373879	40	1552357	39.4
湖南省	682	2707061	16.8	1326460	8	649695	21.8
广东省	4162	46455385	17.5	12286143	15	7741024	17.1
广西省	190	626900	5.6	239976	3.2	170274	1.4
海南省	46	102651	0.7	21106	-26.5	67913	26.4
重庆市	738	6113904	24.7	1377745	26.2	1738540	35.4
四川省	1370	15225749	19	5505964	22.4	3550930	17.4
贵州省	223	733696	20.5	289616	21.4	404998	20
云南省	100	282353	0.1	46389	8	198085	2.3
陕西省	1490	7652368	34.2	2194187	35.7	2230842	33.1
甘肃省	105	171626	23.2	49761	12.6	90016	35.8
青海省	20	4889	69.9	716	180.6	2253	172.1
宁夏区	70	74543	20.7	26028	18.9	32472	21.5
新疆区	120	316132	10	43005	49.1	173840	-6.7

来源:运行监测协调局 2014年11月24日

## 2014年1-10月软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表(二)

单位名称	单位:万元							
	信息技术咨询服务收入		数据处理和运营服务收入		嵌入式系统软件收入		IC设计收入	
	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	32099780	20.5	53147269	25.3	51138662	18.3	8386769	20.1
北京市	3059258	9.8	11214238	24	723899	5	223356	13
天津市	867354	28.9	972571	27.4	1750000	3.3	1165379	26.2
河北省	9946	-22.1	10332	56	57959	33.9	141	48.7
山西省	5932	-37.7	6110	3.9	16914	5.9	103	-22.8
内蒙古区	21987	14.9	6781	39.1	2279	51.9		
辽宁省	4134743	12.6	4393872	13.6	2747133	8.6	248064	9.9
吉林省	524400	20	280800	20	624000	20	600	
黑龙江省	188745	27.9	126254	17	110367	4.5		-100
上海市	2724333	15.9	3935000	16.8	910000	9.6	1800000	14.6
江苏省	3704692	22.5	5742388	21.8	17564869	19.5	2274994	25.4
浙江省	414369	39.2	5621189	43.4	4563548	19.2	243718	8.5
安徽省	46637	38.3	48142	30	82002	3.1	634	76.6
福建省	1464624	24.1	1657054	24.6	1439002	25.8	461517	25.2
江西省	57929	24.4	17752	10.5	15192	22.1	41245	37.9
山东省	4549968	27.7	3393235	44.6	4642209	31.5	332529	43.8
河南省	160627	32.9	50970	30.7	52677	29.6	21161	29.1
湖北省	801439	39	1550318	40.6	838371	40.4	45351	34.3

湖南省	121818	31.4	324847	40.1	284241	22.6		
广东省	4138820	18	8899828	24.6	12722226	16.1	667344	6.2
广西省	49577	3.7	156175	14.2	10898	25.5		
海南省	6474	-18.6	5467	-21.3	908	-42.9	784	-73.6
重庆市	1151544	22.4	792480	20.7	1038200	13.1	15395	26.3
四川省	2006320	17.4	3522210	18.1	140071	0.6	500254	13.5
贵州省	20356	18.1	6545	10.3	11693	28	488	25.4
云南省	13790	16.9	21241	-31.4	2275	-15.8	573	
陕西省	1802359	36	305421	26.3	776743	34.1	342816	31.2
甘肃省	8114	4.8	22569	28.5	1136	-67.8	30	25
青海省	496	17.3	442	40.1	983	-6.9		
宁夏区	4199	6.8	4480	7.5	7364	45.6		
新疆区	38931	44.4	58559	31.8	1502	193.9	293	36.2

来源：运行监测协调局 2014 年 11 月 24 日



2014年1-10月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（一）

单位:万元

单位名称	企业个数	软件业务收入		软件产品收入		信息系统集成服务收入	
		本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	19832	169910973	21.9	51994190	21.4	34658825	20.0
大连市	2061	13166017	12	5232249	12	1501102	13
宁波市	782	2289133	29	283707	34	397501	29
厦门市	881	5774245	25	1347131	16	1144455	3
青岛市	945	8417329	44	540016	50	1332483	41
深圳市	2180	28928464	18	6994104	13	5196648	17
沈阳市	1942	12939307	13	3697982	14	4215631	12
长春市	398	767869	21	308891	22	163118	21
哈尔滨	207	532705	21	168812	29	140321	24
南京市	1551	21980200	16	7407500	16	6132400	17
杭州市	865	15094203	30	4387062	28	1822787	21
济南市	1350	14635322	31	6223770	36	3111233	30
武汉市	2300	8111966	40	3352142	40	1544808	40
广州市	1529	15157288	18	4458426	18	2461037	18
成都市	1351	14464556	21	5398211	24	3264459	19
西安市	1490	7652368	34	2194187	36	2230842	33

来源：运行监测协调局 2014年11月24日

2014年1-10月副省级城市软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况表（二）

单位:万元

单位名称	信息技术咨询服务收入		数据处理和运营服务收入		嵌入式系统软件收入		IC设计收入	
	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%	本期累计	同比增减%
合计	20359824	21.4	31106301	29.9	29114356	17.8	2677477	19.6
大连市	2601424	13.5	2701229	11.9	1082969	7.4	47044	1.6
宁波市	107719	40.1	344544	32.3	1091793	27.3	63869	10.6
厦门市	1072277	22.1	1064193	81.8	951596	28.1	194592	41.6
青岛市	1312809	42.2	1587413	49.2	3327427	41.6	317182	45.3
深圳市	512835	28.7	4514105	32.6	11465384	15.5	245388	11.2
沈阳市	1489836	11.1	1683821	16.4	1652074	9.3	199963	10.2
长春市	19181	21.3	60542	22.9	215823	20.3	315	20.7
哈尔滨市	91024	16.5	50296	31.3	78676	6.6	3576	-23.6
南京市	2110000	12.7	2725500	31.1	3341000	5.5	263800	9.2
杭州市	261850	35.7	5165686	44.9	3295582	17.5	161236	10.6
济南市	3075724	22.4	1633631	42.1	583916	4.8	7048	8.7
武汉市	799146	39.3	1545402	40.3	825565	41	44903	35.2
广州市	3385963	17.5	4207989	17.9	348576	18.1	295297	17.3
成都市	1717677	22.3	3516529	18.1	77232	6.4	490448	13.7
西安市	1802359	36	305421	26.3	776743	34.1	342816	31.2

来源：运行监测协调局 2014年11月24日

## 海外借鉴

### 英国电信在亚太、中东及非洲地区投资新业务

英国电信（BT）11月18日宣布推出一系列全新的云服务，旨在为其在亚太地区、中东及非洲客户的扩张计划提供支持，帮助他们结合最先进的技术以实现卓越业绩。

BT以其遍布全球的网络设施为支撑，利用其通信及合作一体化服务提供商的领先地位，在亚太、中东及非洲地区推出以下全新的云服务：

· BTOneCloudCisco 服务：是一个可靠且具强应变能力的全球平台，拥有完整的统一通信功能，包括高清语音技术、用来提升虚拟会议质量的多方高清视频技术、

即时通讯、即时在线技术以及 Cisco Jabber 公司提供的移动客户端。分布在北美、英国及亚太地区的 BT 数据中心确保了其网络完整的全球覆盖以及优秀的应变能力。这些相距千里的数据中心互相连接，为 BT 的服务带来额外的应变能力，以防出现重大事故。

· BT OneCloud Lync 服务：是一项完全托管的专属云服务，具备企业语音和视频通信功能，可以在一个统一的平台上实现标准的在线、即时通讯及会议功能等 [1]。

同时，BT 在整个亚太、中东及非洲地区推出了 CloudConnect 计划。该地区的所有客户将能够直接通过 BT 的网络与其他软件即服务类的提供商连接，从而与全球 200 多个第三方数据中心相连。通过构建网络加速及安全特性，现在我们正逐步提升应用的性能、降低带宽成本，同时为 AMEA 地区的客户加强安全保障。CloudConnect 计划也可以直接接入 BT 自有云服务，包括协作及一体化通信、IT 服务及联系人管理等。这将降低成本，提高服务速度。

BT 还宣布在 AMEA 地区提供 BT 生命科学研发服务。BT 生命科学研发服务是首个为实现生命科学行业内协作、提高生产效率而设计的云服务。这一服务专为活跃在生命科学、生物科技、制药及相关部门的机构而设计，遵守严格的安全、监管及合规要求，同时通过采用最新的云计算技术、协作技术及一体化通信技术来满足研发工作对计算能力的超高要求。这项解决方案以 BT 云计算平台为基础，通过 BT 的数据中心提供，已在新加坡基因研究所实施，并即将在日本推出。

BT 亚太、中东及非洲区总裁 Kevin Taylor 说：“我们十分荣幸地看到，近年来我们在 AMEA 地区的投资让客户从中获益良多。这些投资包括基础网络的改善、产品种类的增加、更强的现场服务、客户展示活动，以及在该地区设立服务中心等措施。在本财年上半年，我们整个地区的营收增长超过 10%，与去年同期相比新订单金额翻了一倍。我们致力于不断构建健康的业务模式，并不断投资大受客户欢迎的创新性解决方案，让他们愿意部署并使用，从而实现喜人的业绩。在过去的几个月中，我们的这些努力已取得了积极的成果：与现有客户如德国邮政 DHL、新加坡资讯通信发展管理局的关系进一步拓展，并且与新加坡基因研究所、捷普电子、新加坡航空、Williams Lea 及沃利帕森斯等知名公司签订了重要的新订单。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 18 日

### 英国拟立法要求互联网公司向警方提供用户数据

11 月 24 日，英国政府很快将要求互联网服务公司保留用户数据，以鉴定用户使用特定的手机或计算机，并应警方要求提供相关的数据。

由保守党执政的英国政府表示，内政部长特蕾莎·梅 (Theresa May) 将会在周一的讲话中概述这一新举措，旨在与不断增长的恐怖威胁进行斗争，以及打击网络儿童性虐待行为。此举将标志着英国政府将会对数字通讯进行更为严格的监控。

一位英国政府高官表示，互联网服务提供商将应要求保留 IP 地址，只不过它们不需要追踪每一个人。

特蕾莎·梅周日在接受英国广播公司采访时表示，虽然这一被提议法案能够给予当局更多的权利，通过嫌疑犯使用的 IP 地址进行追踪，但是该法案并未授权让当局访问在早期法案中被特别强调的特定的通讯数据。

特蕾莎·梅表示，“这向前迈进了一步，但不会自始自终。即便是获得通过，英国国家犯罪局仍无法鉴定每一位在互联网上接入了非法内容的人。”

英国政府出台的这一新政，可能会招致民权运动组织的强烈反对。英国民权组织把先前的法案称之为“刺探者宪章”（snoopers charter）。因为招致英国自由民主党的强烈反对，该法案最终未能成行。

特蕾莎·梅称，新的举措完全有别于老法案中制定的举措。一些民权组织认为，政府这种妥协的做法将能够奏效。伦敦民权组织“老大哥观察”（Big Brother Watch）负责人艾玛·卡尔（Emma Carr）表示，“我们需要对此进行仔细的审核。从原则上来讲，这并不是是一件坏事。”

卡尔表示，她希望政府能够出文限定警方要求或许信息的频率和目的，并确保数据被警方正确的使用。她认为，这一新举措能够让警方集中注意力，不再盲目的收集数据。

网络安全公司 F-Secure 的顾问汤姆·加夫尼（Tom Gaffney）表示，这一草案其实并不能奏效，因为人们可以通过位于全球的代理服务器隐藏或伪装 IP 地址。他说，有许多的技术手段能够绕过这种监控。

来源：飞象网 2014 年 11 月 24 日

### 爱立信计划裁员拟压缩 12.1 亿美元成本

据报道，瑞典爱立信周四表示，该公司计划通过裁员等多种方式加速成本压缩计划，希望节约 90 亿瑞典克朗（约合 12.1 亿美元）。爱立信称，这项成本压缩计划将通过一系列项目来实现，包括简化公司的产品组合和供应链，降低管理费用，并裁撤部分岗位。该公司去年年底员工总数为 11.4 万人。

爱立信表示，除了原计划在 2017 年之前产生的 20 亿瑞典克朗成本管理费用外，该公司还将新增 30 亿至 40 亿瑞典克朗的重组成本。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 15 日

### 爱立信报告预测到 2020 年智能手机用户将达 61 亿

爱立信近日推出最新一期《移动市场报告》。该报告基于全球现网大数据，全面揭示最新移动趋势，并展示了移动技术仍在快速发展的图景：预计到 2020 年，世界上 90% 的 6 岁以上的人口将拥有一部手机。此外，到 2020 年智能手机用户数预



计将达到 61 亿。

智能手机用户将达 61 亿

这是爱立信发布的第七期《移动市场报告》。该报告分享预测数据和对流量、用户数和消费行为的洞察与分析，从而获得当前流量与市场趋势的更准确洞察。

爱立信定期对全球范围内超过 100 张现网进行流量监测，并对部分商用 WCDMA/HSPA 和 LTE 网络进行详细的监测分析，旨在发现不同的流量模式。

爱立信高级副总裁兼首席战略官及并购负责人 RimaQureshi 表示：“移动技术风靡全球的主要因素包括手机成本的下降、使用性能的改进以及网络覆盖范围的扩大。移动技术即将超越年龄与地域的界限，实现全球普及。”

报告称，2014 年第三季度，智能手机的销售量占手机销售总量的比重持续增长，达到了 65%-70%，而 2013 年同期仅为 55%。报告称，2014 年第三季度，印度和中国的新增手机用户数量增长最快，分别增加 1800 万和 1200 万。

并且，尽管智能手机在销售总量中的占比越来越大，预计到 2014 年底将新增 8 亿智能手机用户，但报告显示该领域仍有很大的发展空间。目前 37% 的手机用户使用智能手机这意味着大量用户尚未使用功能更加丰富、网络更加便捷方便的智能手机。

报告预计，未来几年智能手机将会迅速普及，到 2020 年智能手机用户数将从现在的 27 亿增加到 61 亿。

视频将是移动数据流量中占比最大的应用

爱立信报告预测，视频将继续在移动网络中占据主导地位：目前在 4G 网络中，视频占移动流量的 45%-55%，这在很大程度上归因于视频流使用量的增加以及视频移动体验的改善。

报告称，视频逐渐成为新闻、广告及其他线上应用，以及社交媒体平台的一部分。同时，驱动视频流增长的因素还包括 OTT 服务和内容，如 YouTube 所提供的服务和内容。

此外，观看视频的设备也在不断演进。许多设备拥有更大的屏幕，支持更高的视频图像质量。无论是在家中还是在路上，人们已可通过各种类型的设备观看数量更多的视频。

展望未来，爱立信预测到 2020 年，移动视频流量将增长 10 倍，最终占移动数据总流量的 55%。

5G 用户前景

5G 有望在 2020 年开始商业部署，预计该技术的普及将比 4GLTE 更快，就像 4G 的普及快于 3G 一样。但差别在于，为了满足成千上万种使用移动技术的新方式，5G 除了新增无线技术外，还将包含现有无线接入（如 3G 和 4G），云以及核心技术

的演进版本。新的应用场景是 5G 增长的主要驱动因素，特别是在机器类通信中。

来源：通信产业网 2014 年 11 月 21 日

### 苹果在中国开起“1 元店”

几天前，苹果在中国的 AppStore 应用商店将一些应用的价格降到了 1 元或 3 元。随后苹果公司宣布，1 元及 3 元将成为中国区应用商店新的价格标准。

在苹果 AppStore 应用商店中刚刚出现 1 元和 3 元应用时，曾有人猜测这是苹果在中国市场搞的短期促销活动，而苹果公司则表示，这将是一个长期政策，人民币 1 元及 3 元将是中国区应用商店的新定价，而在此之前，中国区 AppStore 中最低的价格门槛为 6 元。

苹果公司表示：“开发者一直可以对他们的 App 进行相应的定价，现在我们非常高兴可以为他们推出新的定价选择。”其他国家的开发者向中国运营商商店提交应用的时候都可以选择这两个新的定价区间。

上周一，苹果公司宣布其 AppStore 应用商店已针对中国大陆用户新增了银联支付选项，加上这一次的降低价格门槛，这些做法都有助于中国的用户养成购买正版应用的习惯。

来源：新华网 2014 年 11 月 24 日

### 美国将投资 3.25 亿美元开发全球最快超级计算机

据报道，美国能源部将与 IBM、英伟达和 Mellanox 合作，在 2017 年之前投资 3.25 亿美元开发全球最快的超级计算机。这两款通过 GPU（图形处理单元）加速的超级计算机分别名为 Sierra 和 Summit，将依赖 IBM 的 OpenPower 芯片、英伟达最新的图形芯片 Volta，以及 Mellanox 的高速网络。后者负责将超级计算机的元件联系在一起。

Summit 将被部署在田纳西州的美国橡树岭国家实验室，用于民用和科研用途，也是两台超级计算机中性能更强的一台，峰值计算能力将达到每秒 150 至 300 千万亿次浮点运算。

Sierra 将提供峰值 100 万亿次浮点运算的计算能力，并将被部署在加州的劳伦斯利物莫国家实验室，用于核武器模拟。

Sierra 和 Summit 将远远超过美国和全球当前其他的超级计算机。橡树岭国家实验室的 Titan 目前是美国最强大的超级计算机，计算能力为峰值 27 千万亿次浮点运算，而全球记录的保持者、中国的“天河 2 号”计算能力为峰值 55 千万亿次浮点运算。

不过，IBM 将采取“以数据为中心”的方式。通过将计算能力部署在数据存在的所有位置，IBM 表示，这将使数据传输最小化，降低能耗。

Sierra 和 Summit 能够以超过每秒 17 千万亿字节的速度将数据传输至处理器，

这相当于在 1 秒时间内将超过 1000 亿张照片传送到 Facebook。

IBM 系统及技术集团高级副总裁汤姆·罗萨米利亚 (TomRosamilia) 表示：“今天的公告标志着传统超级计算机开发方式的转型，随着数据传输速度的提升，传统的超级计算机开发方式已经不再具有竞争力。IBM 以数据为中心的方式是一种新的实现方法，代表了开放计算平台的未来，并且有能力应对越来越快的数据传输速度。”

来源：通信世界网 2014 年 11 月 15 日

### 诺基亚上调长期利润率目标望 2015 年实现

据英国路透社 11 月 14 日消息，在今年满足 4G 网络的强劲需求后，近日芬兰通信设备制造商诺基亚上调了长期利润率目标，并表示希望业务能在 2015 年实现增长。

诺基亚在全球网络设备市场中位居第三，仅次于爱立信和华为。诺基亚表示，目前公司的长期网络运营利润率目标为 8% 至 11%，与之前的 5% 至 10% 相比有所上调。随着在北美和中国地区进行大量网络铺设，加上早前的成本节约，诺基亚上个月公布毛利润达 11.4%，此前分析师们就曾预测诺基亚的利润将有所增加。

11 月 14 日，诺基亚举行了五年来首个资本市场日，公司阐述了如何通过在全球各地区建设 4G 网络从而盈利。今年 4 月，诺基亚将旗下苦苦挣扎的手机业务以 70 亿美元的价格出售给了微软，这使其转变为了一个几乎纯粹的网络设备提供商。

此前，诺基亚在对 2015 年的发展展望时表示，预计在新的长期增长目标下，网络业务的销售额将比上一年有所增长。Inderes 分析师 Mikael Rautanen 表示：“诺基亚对 2015 年的期望只是略微上调，市场对公司的期望或许有略微失望。不过诺基亚一直非常保守。”

此外，诺基亚表示希望其小型导航装置“HERE”能在下一年有所发展，并获得 5% 至 10% 的利润率。作为全球最大手机制造商时，诺基亚拥有不少专利产品。该公司曾表示，预计 2015 年专利的销售额有所增长。

来源：环球科技 2014 年 11 月 17 日

### 三星拟改组 6000 人被移动或重新分配

据报道，三星计划大幅缩小 Galaxy 系列智能手机销售额和利润激增时膨胀起来的 IT 与移动 (IM) 部门。现在 IM 部门共有 2.8 万余名人员，其中 80% 都在无线事业部。按计划，最多将有 6000 人被移动到其他部门或重新分配。这是 2012 年末新成立 IM 部门后的最大幅度改组。

三星电子相关人士表示，考虑到 IM 部门属下无线事业部员工的工作成果和业务重复的情况，将按照重新分配到其他部门的原则，最多缩减 30% 以上人员，并针对拥有 7 名社长级别经营管理人员的 IM 部门的复杂组织进行简单化改组。

来源：通信世界网 2014 年 11 月 24 日

### 澳洲电信运营商推出 2600MHz 与 700MHz 频段 4G 服务

11 月 18 日，据国外媒体报道，澳大利亚电信运营商 Optus 公司日前在全国 40 个区域中心的基站中推出 4G2600MHz 服务。此外，Optus 还宣布，公司已经获得澳大利亚通信和媒体管理局（ACMA）早期访问牌照，可在 200 个地区提供 4G700MHz 服务。700MHz 频段早期访问牌照为 Optus 提供了一个在原定计划之前于某些地区和度假地启动 4G 服务的选项。预计 700MHz 频谱将从 2015 年 1 月开始在澳大利亚全国适用。

Optus 公司于今年 10 月扩大了其在整个大达尔文地区的现有的 700MHz 4G 服务覆盖范围。Optus 第一批 4G700MHz 服务基站现在也已遍及图文巴、巴拉瑞特、本迪戈、科夫斯港、达博、诺拉、麦加里港、尤朗加、班达伯格和默里布里奇等地。

持有兼容 4G700MHz 设备的 Optus 客户，如 iPhone6 和 iPhone6S、三星 GalaxyS5、LGG3、索尼 XperiaZ3 和 HTCOne（M8）等，将能够使用 Optus 的 4G 服务。

Optus 公司计划扩大其现有 4G 网络的覆盖范围——到 2015 年 4 月，为 90% 的澳大利亚人提供服务。

来源：飞象网 2014 年 11 月 18 日

### 中国联通投资建设中缅国际陆地光缆工程全线贯通

11 月 14 日，中国—缅甸国际陆地光缆项目贯通仪式通过高清视频会议形式在缅甸首都内比都和中国广西南宁两地同时举行。缅甸通信与信息化部部长 UMyatHein、缅甸通信与信息部副部长 U Taung Tin、缅甸邮政电信公司总经理 UKhinMgTun，中国联通董事长常小兵、中国联通副总经理邵广禄出席缅甸会场仪式。中国联通国际部总经理闫波、计划部总经理南新生、云南分公司总经理季绪浩等在缅甸会场参会。广西壮族自治区政府副主席陈刚，自治区政府副秘书长黄敏，自治区工业与信息化委员会副主任朱鼎朝，自治区通信管理局副局长王山竹，中国联通广西分公司总经理鲁东亮、副总经理陈若炜在南宁会场参会。

中国—缅甸国际陆地光缆工程项目是工业和信息化部“十二·五”规划中的重点工程，也是在通信领域内贯彻执行和落实中央有关“一路一带”精神和指示的具体体现。中国—缅甸国际陆缆项目发起于 2011 年，自中国云南瑞丽开始，经缅甸木姐、曼德拉、内比都、仰光，一直到其印度洋口岸城市威双，全长近 1500 公里，全程建设 80×10G 传输系统，总投资约 5000 万美元。

该项目的开通将使中缅两国以及中国与东盟各国信息通信网络的互联互通水平提高到一个新的高度，为提升中国与缅甸在内的东盟各国之间的信息化交流水平奠定了坚实基础，惠及中国—东盟自由贸易区 19 亿人口。

中国联通广西分公司总经理鲁东亮表示，广西作为中国与东盟自贸区合作的



“桥头堡”，区位优势十分突出。近年来，中国联通广西分公司在集团公司的正确领导下，在自治区党委、政府大力支持下，紧抓广西开放开发机遇，以一年一个重大项目的速度，先后获批建设中国联通南宁国际电信业务出入口、南宁国际直达数据专用通道、中国联通南宁总部基地、中国联通沃易购运营基地，从通信网络、机房资源、运营基地三个层面有效提升了中国联通广西分公司在行业的影响力，为构建中国-东盟区域性信息交流中心做出了应有贡献。广西联通将认真履行中国联通南宁国际局职能，全力做好中国-缅甸国际陆缆系统的运行维护及各项保障工作，确保系统运行安全、畅通、可靠。

中国-缅甸国际陆地光缆工程项目的建成，将进一步突出南宁作为我国面向东盟国家的通信枢纽地位，大幅提升广西区域内同东盟方向的话音、数据通信、互联网等业务通信能力和品质，直接带动广西区域国际软件与信息产业、物联网产业、国际呼叫中心等外包服务行业的发展，为广西与东盟的经济发展以及文化交流注入信息化动力，为广西北部湾经济区区域性信息交流中心的建设起到重要的支撑作用，巩固了广西作为国家东盟战略核心省分的地位。

来源：飞象网 2014 年 11 月 18 日

### 巴基斯坦推行 SIM 卡生物特征身份验证

巴基斯坦电信管理局（PTA）规定，消费者在购买 SIM 卡时，须将其计算机化国民身份证（CNIC）交由客服中心、特许经营店或授权经销商扫描，并通过生物识别机器验证指纹信息。

PTA 发言人阿里说：“在巴基斯坦，超过 80% 的恐怖主义和犯罪活动涉及未注册、未认证的移动 SIM 卡的使用。”巴基斯坦官方希望这一验证系统能控制移动电话在恐怖主义、绑架、勒索及其他重罪中的滥用。

巴基斯坦是首个并且是目前唯一一个强制要求购买 SIM 卡时需进行生物特征身份验证的国家。商业杂志月刊《Flare》2014 年 8 月报道称：“巴基斯坦有大约 1.296 亿张 SIM 卡，其中上百万未得到认证。”阿里称，已有约 600 万未注册的 SIM 卡在巴基斯坦被禁用。

首先，消费者在购买 SIM 卡前要向销售代表出示国民身份证。然后，消费者的指纹必须与国家数据库注册管理局（NADRA）登记的相符。每次验证要向手机公司收取 10 卢比（约合 10 美分），完成这一过程需要 15~20 秒。

在新政生效前，各官员已认识到未认证的 SIM 卡的威胁，并采取措施应对。2013 年 9 月，由于当局发现由阿富汗和巴基斯坦移动电话公司发行的大部分未注册的 SIM 卡都被用于实施恐怖行为、绑架和勒索，因此当时的白沙瓦高级法院首席法官多斯特·穆罕默德·汗下令 PTA 禁止这些非法 SIM 卡进行流通。新的 SIM 生物特征身份验证系统则给执法机构提供了更好的技术支持，可有效促进巴基斯坦的安全。

来源：《人民邮电报》2014年11月19日

### eMarketer: 明年全球互联网用户将破 30 亿

市场研究公司 eMarketer 11 月 20 日公布报告称，预计 2015 年全球互联网用户总数将增长 6.2%，一举突破 30 亿人大关，在全球人口总数中所占比例将达 42.4%。

报告称，预计今年全球互联网用户总数将达 28.9 亿人，在全球人口总数中所占比例首次突破 40%；到 2018 年，全球近半人口（36 亿人）将可每月至少一次接入互联网。

eMarketer 高级预测分析师莫妮卡·皮尔特 (Monica Peart) 在报告中指出：“价格低廉的手机和移动宽带连接正在那些固线网络不发达的国家中推进互联网接入服务，这些国家中消费者难以接入固线网络的原因是基础设施缺失或价格过高。”

报告还指出：“虽然高度发达国家中的互联网用户已接近饱和，但新兴市场上则仍有重大的增长空间。举例来说，从现在到 2018 年之间，印度和印度尼西亚（的互联网用户人数）都将实现每年两位数的增长。”

最近几个月以来，已有多个旨在加快发展中国家互联网接入服务传播的项目上线。举例来说，Facebook 计划建造数千架大小等同于大型喷气式客机的无人机，这些无人机将在地表上空 17 英里（约合 27 千米）的高空巡航，为用户提供无线网络服务。Facebook 目前是 internet.org 项目的主要支持者之一，该计划旨在为尚无互联网服务的全球广大地区提供网络接入服务。

与此同时，谷歌也正在开展一个类似的项目，这家互联网搜索巨头已在今年早些时候收购了无人机生产商 Titan Aerospace，并开发了升空一次即可飞行数年的太阳能无人机。

谷歌发言人曾在该公司收购 Titan Aerospace 时表示：“该项目仍处在早期阶段，但大气层卫星将有助于为成百上千万人提供互联网接入服务，并帮助解决其他问题，如灾难救援和滥砍滥伐等环境破坏问题。”

另外，谷歌还已在 2013 年推出了 Project Loon 无人气球项目，目的是利用高空气象气球向地面传输互联网信号。

PayPal 创始人埃隆·马斯克 (Elon Musk) 也计划发射一系列卫星，向全球用户提供互联网接入服务。据熟知内情的消息人士向《华尔街日报》透露，马斯克已经与前谷歌高管、卫星公司 WorldVu

Satellites 创始人格雷格·惠勒 (Greg Wyler) 就此项目展开合作。

该项目的内容是向近地轨道发射约 700 颗小型卫星，每颗卫星重量在 250 磅（113 千克）以下，制造费用则将控制在 100 万美元以下。

来源：通信产业网 2014 年 11 月 21 日