

TD 市场遇冷 政策成未来成败关键

▶ 本报记者 张伟报道

“因为没有普及,3G 手机用的人也很少,目前对我们而言用处不大,但今后我们这里会用 3G 手机。”深圳运营 TD 网络已经一个月,这是记者在深圳机场工作的友人对 TD 手机的评价。据初步统计,截至目前,深圳 TD 手机的销量不足 1 万部。这个“分子”相对深圳 1700 多万移动用户的“分母”来说,简直不值一提。

纵观 3G 发展轨迹,一方面是海外 3G 全面提速,国内 3G 发展从理论上说具有巨大的市场空间和发展“钱”景;另一方面,国内市场开始预热,但进一步明朗化的政策迟迟没有出台,束缚了 3G 前进的脚步。

TD 手机受冷遇

从 4 月 1 日开始算起,TD 终端在国内的试商用投放已超过一个月。从市场的种种反应来看,并未像业内乐观人士预料的那样,在 4 月份迎来“开门红”,并出现“红 5 月”热火朝天的市场景象。相反,因为信号的稳定性问题和手机型号的匮乏等因素,市场表现出异常“理智”的一面。

4 月 28 日,中国移动联合三星电子向北京奥组委赠送了 1.5 万部 TD 手机及数百万元话费。业内人士表示,北京奥组委官员、工作人员大规模使用 TD 手机对 TD 是一种考验,这种考验在 5 月份将得到进一步的验证。

从上海方面来看,在这一个月中,TD 数据卡与 TD 手机的境遇天差地别——数据卡吃香,而 TD 手机少人问津。据了解,此次上海投放的 TD 终端超过 1 万,其中数据卡 3000 余张。目前市面上的 3G 手机平均价格在 2500 元左右,数据卡价格在 700 元左右。

“用户青睐数据卡并非完全因为价格。”中兴通讯相关负责人表示,用户只需要将 TD 数据卡插入笔记本电

脑的 USB 接口,就能实现高速无线上网,并享受 3G 手机的全部功能,比如收发短信、彩信以及对话等,3G 手机迟迟尚未推出的手机电视也可以通过 TD 数据卡在电脑中得以实现。“通俗地说,TD 数据卡就是一个超高速的无线网卡”。

手机型号匮乏是 TD 手机遭遇“冷场”的一个重要原因。深圳方面相关人士透露,这种现象存在,主要还在于 TD 手机本身的一些不足,即价格略高、功能不到位,而第二批 TD 手机又迟迟没有投放,造成目前机型的匮乏和消费者的观望。

据了解,在第一批 6 款 TD 手机获得入网许可证的 4 天后,第二批 TD 手机也拿到许可证,但直到目前,这批手机仍没有上市。据一位 TD-SCDMA 产业联盟的成员透露,其实目前国内手机企业生产 TD 手机不需要牌照,但每款手机必须经过工业和信息产业部检测后方能投放,目前第二批 TD 手机迟迟无法上市,市场上可供用户选用的机型匮乏。

据了解,在第一批 6 款 TD 手机获得入网许可证的 4 天后,第二批 TD 手机也拿到许可证,但直到目前,这批手机仍没有上市。据一位 TD-SCDMA 产业联盟的成员透露,其实目前国内手机企业生产 TD 手机不需要牌照,但每款手机必须经过工业和信息产业部检测后方能投放,目前第二批 TD 手机迟迟无法上市,市场上可供用户选用的机型匮乏。



呼吁政策明朗化

5 月,被业界尊称为“TD 之父”的李世鹤表示,TD 网络建设必须加快,刻不容缓地拿出计划并付诸行动,否则等到 2008 年北京奥运会结束,TD 发展最好的时机将被错过。因此,政府部门的相关政策和运营商的具体措施将成为决定 TD 未来成败的关键。

宇龙通信(深圳)有限公司副总经理苏峰分析,目前之所以会出现 TD 手机不好用的情况主要有几个方面的原因,TD 网络还需要进一步优化,大唐 TD 标准在技术上还有需要完善的地方;手机与网络的匹配、磨合需要时间,TD 手机产业链尚未成熟,很多手机厂商匆匆上马 TD 项目,而且其技术实力本身较弱,导致手机产品存在一些不足;手机的核心在于芯片,而芯片本身也还在不断的完善过程中。

据了解,在工业和信息化部刚成立,新部门的内部调整尚未完成的情况下,TD 政策似乎还有些“雾里看花”。一位业内人士认为,TD 成功与否主要取决于机制,只要能把运营商的积极性调动起来,产业链

的发展便不成问题。TD“主要是看运营商想不想做好,想做好就一定能够做好,想做垮也很容易”。

这一说法并非毫无根据。4 月 30 日,国内重要的 TD 芯片厂商之一凯明宣告资金链断裂,正式停止运营,这无疑给 TD 当头一棒。一时间,业界对 3G 发展纷纷持质疑的态度。在凯明事件发生之后,李世鹤沉重地表示,TD 的路还会继续走下去,但会非常坎坷,“现在 TD 的发展一不是技术问题,二不是产品问题,而是政策问题。应该尽快拿出决策,而不是走一步看一步”。

业界一致认为,TD 对于身处其中的企业来说,“这个过程就是一场煎熬”。李世鹤在不久前的一次业内会议上疾呼,相关部门应尽快制定发展 TD 的明确计划,否则 TD“安乐死”将成为现实。

业界需冷静对待

事实上,TD 的这次社会化测试和试商用,让不少用户见识了 3G 网络的魅力,同时也暴露了一些有待完善的问

题。

对于 TD 试商用中出现的问题,李世鹤表示,“遇到一些问题很正常。但从技术上看 TD 已经成熟,这就相当于造高速公路,至于这条路造好之后能不能跑到时速 200 公里、会不会堵车,是运营商的事情。商用是整个产业的龙头,一旦商用上规模之后,我相信系统、终端、业务开发这些问题都会逐渐解决”。作为运营商的中国移动也表示,TD 产业涉及到芯片、设备、终端、业务、运营等各个环节。推动 TD 产业的发展,需要产业链各方尤其是终端厂商、设备厂商共同努力。

近日,TD-SCDMA 产业联盟发表了一份声明,呼吁用户对试商用的 TD 要宽容对待。“在 TD 的试商用阶段,如果用户把 TD 当作是一个完全商用化水平的系统看待,就可能对试验当中所出现的问题产生一些误解,而这些误解有可能导致对 TD 产业的不信任,进而对 TD 未来市场前景带来很大的影响和伤害”。

虽然有些业内企业对 TD 政策没有进一步明朗颇有微词,但记者在采访中发现,尽管部分企业尤其是增值内容服务商认为,“3G 在国内发展的过程还会很长”,但依然看好 TD 未来的发展前景。比如曾经跻身国产手机销量前五名之列的熊猫手机,因为种种原因曾一度退出手机市场。但在今年 2 月,熊猫手机拿到第二批 TD 入网许可证。很明显,熊猫重返手机市场的关键是谋求 3G 商机。

苏峰分析认为,对手机厂商来说,每一次产业技术升级都是一个新的机遇,也是一次重新洗牌的机会。在这个过程中,新业务、新应用的出现会成为企业快速成长的机会。尽管目前 3G 尚未被绝大多数手机用户所认可,但由于拥有“杀手级”应用,最终还是会被市场所接受,而这个“杀手级”应用就是“超宽带”带来的新鲜的、有划时代意义的各种 3G 应用,例如手机视频通话、手机电视、手机监控、流媒体等。“消费者的容忍可以建立在需求之上,新的应用最终会给市场带来强劲动力,成为企业占领市场的核心竞争力”。

今年第一季度 152 家 SP 被查处

本报讯 近日,工业和信息化部公布今年第一季度移动信息服务企业(SP)违规收费行为情况通报,共有 152 家 SP 企业被查处。

统计数据显示,今年第一季度用户总申诉量为 8102 件,比上季度上升 26.7%。用户申诉主要集中在广东、山东、北京、河北、河南等省(市)。

据不完全统计,2008 年第一季度,各通信管理局共查处违规 SP152 家。其中包括进行通报批评、责令整改、行政处罚的 70 家,并对其中 1 家违规情节严重的 SP 依法责令其停业整顿;各相关基础电信企业依照合作协议进行停止结算、停止业务、关闭端口和业务下线等处理的 SP 有 82 家。上述存在违规

和违约行为的 SP 中,中国移动负责接人的 49 家,中国联通负责接人的 79 家,中国电信负责接人的 3 家,中国网通负责接人的 21 家。

工业和信息化部同时对涉及多次违规和违约的 SP 企业进行通报批评,上海易触通讯科技有限公司、北京驰讯通科技有限公司等 SP 榜上有名。 鲍颖

产业分析

移动增值服务快速增长 细分用户制胜市场

▶ 本报记者 陆晓辉报道

近日,艾瑞咨询发布《2007-2008 年中国移动增值行业发展报告》。报告显示,2007 年中国移动增值服务市场规模达 1050 亿元,同比增长 20.5%。

短信成为移动增值主体

报告显示,2007 年,在各主要业务市场规模中,短信服务仍是目前移动增值收入的主体,其他业务均有一定的增长。

据艾瑞咨询分析师张燕玲介绍,2007 年短信服务以 68.2% 的市场收入份额位居第一,但其他业务对短信服务的分流和替代使其增长率有所下降。而非官方流量的贡献使 WAP 成为 2007 年增长最快的业务,其市场规模为 109.3 亿元,同比增长 58.3%。此外,2007 年多媒体消息业务(MMS)和炫彩回铃音业务市场规模增长率均超过 50%,但由于多媒体消息业务规模较小,其对移动增值服务整体市场规模影响较小。综合各业务发展情况,目

前 2G 业务和 2.5G 业务市场规模比例约为 8:2。

此外,2007 年各移动增值服务活跃用户发展极不均衡。在七大主体增值业务的用户发展中,短信用户比例最多,规模为 5.03 亿,CRBT 用户数居次,规模为 1.2 亿。2007 年 Java 用户规模同比下降 1.3%,仅为 400 万。张燕玲表示:“过高的自消费比重使一些业务的用户质量存在潜在危机。2007 年运营商对自消费管制的加强,使移动增值用户规模的增长低于市场预期。”

报告指出,从 2007 年各季度独立 WAP 和官方 WAP 业务的比重变化可以看出,独立 WAP 市场规模所占比重逐渐增大。张燕玲认为,独立 WAP 的快速发展已经对现有梦网模式形成挑战,众多独立 WAP 站点的出现在极大丰富 WAP 内容的同时,快速培育了用户的手机上网习惯。作为移动互联网未来的发展方向,独立 WAP 的发展和繁荣将有效拉动移动互联网的升级。此外,独立 WAP 还将促进移动搜索、移动 Blog 和移动广告等新商业模式的发展。

细分用户成未来方向

对于中国移动增值服务市场未来的发展方向,专家认为,应该在细分用户需求以及重视用户体验方面下功夫。运营商应根据用户对增值业务需求的多样性进行有针对性的市场细分和营销模式创新。

张燕玲表示:“具体可在营业厅、品牌店等实体渠道设立新业务体验专区,在公司网站、品牌网站、移动梦网、合作伙伴网站设立免费体验专区,在 WAP 门户、彩铃门户、JVR 门户等业务门户设立免费体验专区。运营商应在把握用户行为偏好的情况下,整合各项产品资源,充分发挥各项技术产品的表现力,实现精准营销。”

同时,移动信息服务企业(SP)应充分重视用户体验和业务运营。专家表示,良好的业务流程设计和充分利用各业务平台的技术特点可以极大地改善用户体验,SP 运营业务应注重利用业务界面的变化给用户带来新鲜感。SP 在加强数据挖掘和用户行为分析的同时,应加强用户需求、消费行为的研究,从而开拓细分市场,为用户提供个性化服务。

业界动态

大唐软件项目入选 2007 年北京市火炬计划

本报讯 北京市科委近日公布“2007 年度北京市火炬计划项目”评选结果,大唐电信旗下的大唐软件“3G/NGN 电信运营支撑系统”入选。

火炬计划是我国高新技术产业发展的指导性计划,其以市场为导向,促进高新技术成果商品化、高新技术产业国际化。火炬计划项目是以国内外市场需求为导向,以国家、地方和行业的科技攻关计划、高新技术研究开发计划成果及其他科研成果为依托,以发展高新技术产品、形成产业为目标,择优评选并组织开发的具有先进水平和广阔市场前景及较好经济效益的高科技项目。通过火炬计划项目的实施,造就高新技术企业和企业集团。

RADVISION 全国巡演 移师上海

本报讯 近日,RADVISION 全国巡演移师上海。RADVISION 携手中国战略合作伙伴神州数码共同向上海渠道商及用户展示其强大的渠道共赢计划。据了解,RADVISION 发起的主题为“海纳百川,有‘融’乃大”的全国巡演,旨在推广其 SCOPIA 统一通信平台和高清解决方案,宣传产业整合的概念。

RADVISION 公司相关负责人认为,统一通信行业的发展已经进入全面“竞争时代”,这种竞争关系对于每一个厂商而言都面临着观念与价值上的重大转变,每个行业的参与方都要更多地思考如何充分发挥自己的优势,结合合作伙伴甚至是竞争对手的优势,为用户提供解决问题的方法。RADVISION 将通过自身具有超强兼容能力的统一通信平台,充分整合各合作伙伴的优势,为用户提供极具竞争力的通信整体解决方案。

营造绿色奥运通信 网秦手机安全防护

本报讯 2008 阳光绿色网络研讨会近日在北京举行。此次会议主题为“构建安全信息网络、助力绿色科技奥运”,多家通信运营商、设备商、内容服务商、通信安全服务商与专家针对奥运期间的通信问题进行探讨。

北京网秦天下科技有限公司在会上作了“网秦垃圾短信反骚扰方案”专题演讲。根据网秦的调查,99% 的全球通手机用户每周都会收到垃圾短信,其中有 30% 用户每天收到 5 条以上。网秦天下推出的“网秦通讯管家”倡导垃圾短信分类,在手机上提供反骚扰客户端,对于广告短信,通过多层语义识别技术放入垃圾箱,保护手机安全使用。为了打造奥运期间健康、安全的通信网络应用和服务环境,网秦天下将携其“手机杀毒”、“通讯管家”、“防盗卫士”产品,为手机用户提供防毒、防盗和防骚扰等全方位安全服务。

三星推出奥运手机 公布“无线奥运工程”计划

本报讯 日前,2008 年北京奥运会无线通信设备领域全球合作伙伴(TOP)及 2008 年北京奥运会火炬接力全球合作伙伴三星公司宣布,三星为 2008 年北京奥运会进行的准备工作已经全面就绪,并推出多款专为北京奥运会精心准备的奥运手机。三星同时公布其“无线奥运工程”计划在 2008 年北京奥运会和残奥会期间的实施细节。

此外,三星为 2008 年北京奥运会的成功举办紧锣密鼓地筹备着别有趣味的活动。作为对北京奥运会的一份特别献礼,三星将携其长期赞助的英国切尔西足球俱乐部展开它的亚洲之旅。今年夏天,切尔西足球俱乐部将在广州、澳门与中国球队举行比赛,共同为 2008 年北京奥运会喝彩。

行业链接

宽带服务应借鉴国外经验

近日,国际信息技术与创新基金会发布全球宽带报告。报告根据普及率、网速、价格 3 项指标,综合三者给出了最终得分,对 30 个经合组织成员国进行排名。通过数据对比发现,我国与发达国家之间的宽带建设和服务水平还存在较大差距。

网络大国而非网络强国

中国互联网络信息中心发布的数据显示,截至 2007 年年底,我国网民总数达到 2.1 亿,其中宽带网民 1.63 亿,整体互联网普及率为 16%。“尽管我国 1.63 亿的宽带用户总数达到世界第一,成为名副其实的网络大国,但宽带普及率约为 12%,与韩国、日本相比差距较大。”电信专家陈永东认为,虽然我国的网民总数较多,但宽带普及率较低。我国的宽带使用大多停留在 512Kbps 的普通 ADSL 水平,而发达国家平均下载速率为 9.2Mbps,我国宽带的整体水平与发达国家仍有很大差距。

此外,发达国家互联网使用价格不到其国民收入的 1%,而我国的比例超过 10%。目前北京速率为 1Mbps 的普通 ADSL 包月价格为 138 元,512Mbps 的包月价格为 120 元。根据国际信息技术与创新基金会对 30 个经合组织成员国的排名,宽带的家庭普及率平均值为 51%、下载平均速率的平均值为 9.2Mbps,每月每 Mbps 最低价格的

平均值为 3.77 美元,而且除土耳其和墨西哥外,其余 28 个国家的这一费用均在 10 美元以下。因此,业内专家认为,我国互联网使用资费至少还有 20%-30% 下降空间。

除价格较高外,目前我国宽带服务质量也难以令人满意。面对消费者关于网速、掉线、故障报修等问题的投诉,各大运营商所表现出来的冷漠和傲慢的态度,让消费者在气愤的同时却又无可奈何。

韩国经验应当借鉴

近年来,我国宽带服务发展较快,但与国际先进水平相比仍有不小的差距。以韩国为例,最近几年韩国宽带的发展速度一直领先于世界,韩国宽带目前的普及率已经达 93%,是全球宽带接入用户最多的国家之一。韩国宽带市场的成功得益于优惠的政策支持以及良好的产业基础和竞争秩序。同时,韩国良好的 IT 产业基础和市场竞争环境也促进了宽带的普及。韩国信息产业在全球存储器芯片、移动通信和显示器上都有较高的市场占有率。韩国信息产业的蓬勃发展以及部分技术的先进性大大降低了宽带的服务成本。

韩国的经验表明,宽带网络属于国家信息基础设施,政府应通过直接投资、向运营商提供补贴以及扶植新兴运营商等方法来促进宽带接入资费的降低,不断提高服务水平。 王奕