

计算机百科知识

计算机与电信

(九)

本书编写组 编

山东科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

计算机百科知识/本书编写组编. —济南: 山东科学技术出版社, 2003

ISBN 7-5331-1651-8

I. 计… II. 本… III. 计算机网络—基本知识—汇编
IV. TP39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 004271 号

山东科学技术出版社出版发行

(济南市玉函路 16 号 250001)

全国各地新华书店经销 莒县新华印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 240 字数: 4 000 千字

2003 年 7 月第 1 版 2003 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1~1 000 册

书号: ISBN 7-5331-1651-8/D·112

定价: 698.00 元

目 录

CALLNTR 的未来猜想	1
SK 电讯中国刘允：3G 时代手机产业的规则变了	7
北京小灵通开通“随身呼”服务非包月用户免费	1 9
高薪是一种企业家精神	2 7
矛盾的“狼性文化”	3 0
从 HR 角度看真实的任正非	3 1
手机品牌“土洋”大战越演越烈国内打罢国外打	3 3
TCL 现金 5.4 亿“巧取”阿尔卡特为 TCL 移动增值	5 8
中国电信获股东批准将最多增发 83.2 亿股新股	6 2
国际电联高官赵厚麟：解读今年世界电信日主题	6 7
中国 NGN 发展与世界同步商业模式决定前途	7 4
商业模式决定产业前途	7 6
语音信箱暗设“收费陷阱”电话没通挂机也收费	7 7
日本 NTT 与中国联通合作提供 CDMA 内容服务	1 0 6
高通等投资 1400 万美元支持“德信无线”公司	1 2 2
NGN 的定义及发展	1 2 5
韩国电信局急转弯：手机平台软件不再独尊 SUN	1 2 9
巨资渗入数码领域	1 3 3
2004 亚洲国际信息及通信技术展览会在沪开幕	1 3 6
中国电信固话业务首度负增长全力申请 3G 牌照	1 3 7
灵通类业务涉嫌违规信产部叫停“变种”一号通	1 7 6

超宽带分久必合 WIMEDIA 和 MBOA	
统一技术标准	1 8 1
电信动态.....	1 8 3
“小灵通漫游”叫停再遭质疑四川力推福建取消	1 8 9

CALLCENTRE 的未来猜想

意科特公司总经理李面换认为,CAIICENTRE 还有很长的路要走,未来的 CAIICENTRE 应该超越现在 CAIICENTRE 的概念。

标准规范下的运营

目前 CAIICENTRE 市场相对混乱,同一个 CAIICENTRE 有几个价格,投诉的也多。国内应该有相关标准来规范,特别应该有定级。什么价格应该具备什么条件,达到什么标准。这对外包业务的发展也至关重要。

咨询服务做起来

目前主要是一些 ISV/SI 提供咨询服务,而且非常有限。

与 ERP 和 CRM 充分结合

现在 ERP 与 CRM 都在独立运做,还未和客户服务有任何整合,这样的客服还处于初级运做的阶段。

软、硬件投入比例合理

CAIICENTRE 的真正投入在软件投入,合理的比例应该达到 7:3,国内现在硬件投入大,软件投入不足。

信产部政策法规司司长蒋耀平昨日升任副部长

今日从有关方面获悉,信息产业部政策法规司司长蒋耀平于 5 月 10 日升任为信息产业部副部长。

据了解，蒋耀平精通电信技术，而且在经济、管理和法律领域也有一定造诣。业内人士称，自其担任信息产业部政策法规司以来，加快了有关政策和法律的制定。蒋耀平现在担任信息产业部《电信法》起草小组组长。

据悉，为了给电信业发展创造良好的政策环境，2003年，蒋耀平曾参与负责信息产业部出台的“硬措施”，即《关于加强依法治理电信市场的若干规定》，“若干规定”既对国办75号文的细化也是信息产业部落实国办75号文的具体表现，又与《电信条例》相衔接。

厂商积极筹备参加N+I大展网络业寒冬已成过去
5月11日报道：拉斯维加斯消息：网络供应商积极筹备在国际网络通信展（NETWORK+INTEROP,N+I大展）中展出新品，复苏的新苗蠢蠢欲动。

大会组织者并不期盼出现1999年和2000年那样超过五万人参展的盛况，不过他们认为与会者将超过去年的2万3千人。事实上，参会展商数目已经比去年上升了25%。

专家认为，由于网络供应商对前景预测更加乐观，将有大量的商家参展。

今年会展的三项焦点技术是“WLAN（无线局域

网)”、“VOIP (语音 IP)”和“安全”。专家称, 这些技术已在一两年前臻于成熟。WIFI 和 VOIP 不再是 IT 部门新新人类装“酷”的道具, 而作为技术基础架构的关键性要素被越来越多地用在了企业网上。

调查显示, 20%的参展商都表示已经开始执行 VOIP 解决方案, 10%的参展商表示正在建立 VOIP 网络, 25%称正在考虑和策划使用 VOIP。VOIP 先锋企业 AVAYA 和思科等将在 N+1 大展上展示公司最新产品, 包括 VOIP 交换机、语音激活路由器、语音网关、视频会议调适器等。

无线局域网设备供应商将发布已有产品的加强版本。上周, 思科宣布升级 CATALYST6500。AIRESpace 将推出一种智能射频接入点 (INTELLIGENT RADIOFREQUENCYACCESSPOINT), 以提升 WLAN (无线局域网)的绩效。SYMBITTECHNOLOGIES 推出移动服务套餐, 以方便对移动设备和 WLANS 进行自动的提供、配置以及管理等操作。

过去一年中, 大量的“拒绝服务”式攻击和病毒导致的网络崩溃使企业大为恼火, 企业不得不比原来花费更多的精力注重网络安全。安全技术也成为了本次会展的热门话题。和黄出售宝洁股份获资 20 亿美元以填补 3G 亏损和记黄埔日前宣布将把所持有的宝

洁何记有限公司 (P&GHUTCHISON) 的股份出售给合作伙伴宝洁公司, 预计该公司将从这笔交易中获得 137 亿港元 (17.6 亿美元) 的收益。

分析人士认为, 和黄的这一举措是为了弥补公司今年在 3G 运营方面的亏损。去年和黄在 3G 运营方面的亏损达到了 183 亿港元, 而据预计今年该公司在这一业务上的亏损将会超过去年。

和记黄埔和宝洁于 1988 年在中国合资创建了宝洁何记有限公司, 主要生产销售洗发水和护肤品。其中, 宝洁在合资公司中占有 69% 的股份, 其余股份为和黄持有。1997 年, 和黄出售了 10% 的股份给一家宝洁的子公司, 同时决定在 2007 年完全从合资公司中退出。

分析人士认为宝洁以 137 亿港元的价格收购和黄 20% 股份从表面上看起来不太划算, 但考虑到双方合资公司的年收入以 30% 的速度逐年递增, 如果宝洁等到 2007 年再收购和黄 20% 的股份将需要付出更多。分析人士同时称宝洁的大手笔收购充分表明该公司对中国市场充满信心。

对于和黄电信来说, 出售股份获得资金也是一个必要之举。继去年荷兰通信运营商 KPN 电信出售和黄股份后, 日本 NTTDOCOMO 也在今年透露打算出售其持

有的 20% 和黄股份。与此同时，和黄的 3G 业务开始之初就遇到重重阻力，未能完成此前制订的目标。

目前和黄已经开始通过降价的手段刺激用户消费，同时计划今年内出售部分资产以弥补 3G 业务带来的负面影响。根据上周 PRICELINE.COM 向美国证券交易委员会提交的申请，李嘉诚所拥有的和黄以及长江实业将出售这家旅游网站 1000 万股股票，价值 2.49 亿美元。和黄此前还宣布将把其电信业务分拆上市，融资 10 亿美元。

MCI 执行官描述公司未来“单一网络”是大势所趋

5 月 12 日报道：拉斯维加斯消息，MCI 执长兼董事会主席 MICHAEL CAPELHAS 在 N+I 大展（NET WORLD+INTEROP）上发表演说，讲解公司的网络电话发展趋势和其他数码新技术。

周二，CAPELHAS 在 N+I 大展上发表了自 MCI 从世通公司破产丑闻中崛起以来的第一次公开演说。演讲围绕着 MCI 未来的发展进行，没有提及公司的财务情况。（周一，MCI 报告亏损 3.88 亿美元，并预报将裁员 7500 名。）

CAPELHAS 称，网际协议正呈现出聚合趋势，拥有价值 380 亿美元数据导向型网络的 MCI 公司已经为下

一波技术革新做好了准备。在新一轮技术革新中，语音传输将和数据传输使用同样的网络。CAPE IIAS 认为，到那时语音电话和视频将不再使用独立的网络，而仅仅是在同一 IP 网中使用不同的应用软件。

CAPE IIAS 认为，使用不同形式联络方式的公众之间的沟通需求促使了 IP 革新。

作为 MCI 企业战略的一部分，公司将扩展其已经建立在了六大洲的 140 个国家的网络。周一，公司宣布对在中国和印度的多协议标记交换 (MPLS) 网络进行了扩展。

MCI 将更加重视与外界的合作，宣布与微软合作开发和整合语音 IP (VOIP) 技术。

CAPE IIAS 重申，MCI 将在明年年底以前把公司的所有运营项目（包括传统的语音传输）整合到一个单独的，聚合的 IP 网上。当被问及公司提供 VOIP 服务是否会偏离 MCI 当前的电话服务业务时，CAPE IIAS 做出了肯定回答，但他认为这是大势所趋。

全球网络设备商 IC 采购排名思科居首华为第 7

据市场研究公司 ISUPPLICORP 统计，思科是 2003 年半导体采购额最高的网络与光学设备 OEM 厂商，中国公司华为名列第 7。

数据显示，2003 年思科的芯片采购额 18 亿美元，

是第二名阿尔卡特(Alcatel)的2倍。其中排名前15家的OEM厂商,总体采购额占总体市场的一半。ISUPPLI表示,虽然华为等中国厂商半导体采购额没有达到其它地区同行的水平,但增长潜力巨大。

根据ISUPPLI的统计,排名前15的厂商分别是:思科、阿尔卡特、西门子、NEC、北电网络、富士通、华为、AVAYA、朗讯、摩托罗拉、三星、MACRONI、松下、爱立信和BROCADE。

SK 电讯中国刘允: 3G 时代手机产业的规则变了

2001年,以不循规蹈矩而闻名的韩国企业SK电讯到中国来寻找能独立开展业务的人才。这是韩国大企业中第一家直接选用中国本土人才来开拓中国市场的企业。直到近2年,韩国其他的企业才吸引在中、高层干部中吸收中国人才,在这之前,一直要承担沉重的外派管理层的成本。

“大多数韩国企业是一点一点地引进本土人才,而SK是一下子就做到底,从CEO就用中国人操盘。”SK电讯中国CEO刘允说。3年过去,SK电讯尝到了甜头。刘允作为一个稔熟本土市场、懂得电信行业规律的“海归”给SK电讯带来了巨大的回报:SK电讯如愿以偿地成为杀入中国电信增值业务的第一家外商。

4月8日,“联通时科”公司终于挂牌,此前的一个月,品牌业务“U族部落”已经正式搭载联通的增值业务平台上线了。

新浪科技总裁在线与刘允的对话从SK电讯在中国的增值业务谈起,而他不仅仅对这个话题给出了看法,他更是从业内人士的角度提出,3G时代,手机产业的规则变了!

SK 为何进入中国电信增值业务?

新浪科技:SK 电讯中国为何选择进入中国的电信增值业务领域?

刘允:以前运营商在中国都是以办事处的方式出现,SK 电讯中国算成立得比较早的一个公司。可以做咨询、网络优化、系统集成、软件、硬件终端的一些销售、维修等,但是运营牌照需要特批。

SK 电讯作为运营商进入中国的时候,也是中国加入 WTO 以后,电信运营业务是开放的时候。从管制角度来说,是准入的,就是允许外资运营商按照进入的时间表每年你可以进入多少个城市,开展什么业务,业务开放多少百分比等等。我们当时看到,增值业务是外商可以最早进入得领域,资本比例可以增到 49%。做增值业务对于国家安全等问题不那么敏感,而这恰巧业是 SK 的特长。

韩国 SK 在增值业务的增长也给了 SK 在中国开展增值电信业务的信心。2003 年年底，非话音业务已经在韩国占到 20%，呈逐渐上涨的趋势，现在打电话动手比动嘴多。这个时候，一般移动运营商还是 5%、6% 的数据业务，大部分还是话音业务。而 SK 电讯做增值业务的研发和创新能力特别强。SK 从规模来讲比不上欧美大的运营商，财力也比不上他们，但是依靠亚洲文化来创新就做得很成功。现在“韩流”在中国也特时髦，什么电影、小说等文艺方面的影响还是非常大的。韩国青少年在手机上可以享受到很多的增值服务，SK 在这方面做得特别成功。

我们再看中国市场，话音做得非常成熟，网络覆盖以及容量都特别大，但增值业务就是短信，除了短信之外，其他的新业务都没像短信那样产生一个突然之间的迸发。这说明，新业务在中国还需要市场培育，产业链还没有完全做起来，整个产业链还需要一段时间。

很自然地，联通希望从 95A 到 95B 到 1X，SK 电讯在韩国已经做到了三个代理移动服务，增值业务又做得那么好，每天手机上有一万八千多种新的业务内容供人们下载和浏览，金融服务在手机上也很成熟，手机可以看电视……亚洲的文化是非常近似的，在韩

国那么时髦，在中国也可以做到。只不过韩国早中国几年而已，中国未来几年一定也会发展起来。

第一个螃蟹没那么难吃

新浪科技：获得中国电信增值业务的第一个牌照是否非常困难？

刘允：不是很困难。外界看起来拖的时间比较长，其实算很快了。

因为以前没有外国运营商进入中国市场的先例，加入 WTO 之后允许你进入了，但是怎么个做法、怎么去运营都是大家需要创造的。现在中国和韩国两家运营商凑到一块，不是做手机生产或者是设备的供应，做运营意味着你要有品牌，要有研发，要有市场，要做计费，要有客户服务，这不是像外人想象的那么简单，不是设个生产基站或者交换机就可以的。

当时我们的确花了很长一段时间来策划这个市场：到底做什么，现在市场提供的东西已经不一样了，如果现在国内 CPS 增值业务一提供，那么还跟 SK 合作干吗？一定要有新的业务，SK 在韩国网络上的经验可以借鉴，可以转移中国化、本土化，甚至在中国把好的 CPS 整合起来，把一些创新的理念能够加进来。

从策划到实施，签了合同之后，筹备一直在准准备工作，然后报批，然后报到信息产业部，每个部门

一接到这个案子就知道，WTO 允许外商可以参与经营，有的文件该怎么准备，比如现在这些文件不够，然后再去找。光是这些手续也需要花这么多时间：按照准入条件，在这个部门至少要 90 天之内回复，那个部门也需要 60 天，这都是 WTO 规范的要求。我们还是比较敢吃第一个螃蟹的人，当然总有点磕磕碰碰，后来我觉得还是顺利的，拿到了 0001 牌照，一拿到牌照，我们几个星期之后，服务就上线，拿到那个服务品牌 U 存部落，吸引了一批时尚、追求一些新的增值服务的内容，品牌出来了。服务业推出来了，我们还整合了一些 SK 手下的 CP、SP，包括韩国的和中国的。

外界很多人说这真的了不起。一般外国运营商都觉得中国电信市场不太容易进去，也不太敢来踩这个水到底多深多浅。我觉得 SK 既然想在中国发展，增值业务是必然进入的领域。这个领域是麻雀虽小，但五脏俱全从打造品牌到开发客户，还有同上游的骨干运营商以及政府部门接触。这是 SK 真正进入中国运营的第一步。

新浪科技：这也是您在 SK 电讯里的首功吧？

刘允：我加盟 SK 电讯的当时就是想进入中国的电讯运营业，要进入中国的运营企业。SK 我们最擅长

的增值业务、新业务，我们很想在中国做，而且做成了。中国加入 WTO 后的开放也不是说说闹闹，是真格的，现在外国运营商进来了，的的确确发了外商投资的牌照。从政府的角度，吸引外资继续进来，SK 电信在中国电信业里确实跨出了实实在在一步。我觉得还是有成就感。

新浪科技：现在上线的业务里面有多少是本土化？

刘允：大概有一半东西是原来韩国的，本地还有一些内容提供商和服务提供商。

本地 CP、SP 机会在流媒体上有更多机会

新浪科技：本地 CP、SP 怎样才能介入“联通时空”的业务？

刘允：我们不是简单地接受本地的 CP、SP 提供的服务，因为我们要求有自己的品牌、品位、格调，还要有自己的业务规划。无论是国内国外的内容提供商，产品不符合我们的发展目标，我也不采用你的服务。我们还是非常注重形成自己的一个个性，希望能够在整个 CP、SP 增值业务领域里起到表率作用。毕竟联通和 SK 电讯都是运营商，一个是国呃逆的骨干网，一个在韩国做得比较好，希望能够带领业界往前走，朝着创新方向努力。

现在，电信增值业务的同质化非常明显，我们现在开始考虑流媒体，不再简单地是图片、铃声下载，同时可以有一些动漫的内容，手机可以看三五分钟的短片、MTV、一些动态的广告。包括希望以后手机对手机之间也可以发送。

增值业务未来需要一个标准

新浪科技：韩国在增值业务上有一些标准，中国是否也应该建立这样的标准？

刘允：增值业务平台规范的的确需要一个标准。中国现在还没有增值业务平台标准，目前运营商根据自己的需要，根据系统集成商、软件或者服务提供商可以提供的服务来做的。韩国的运营商也是做到一定时间后，政府出面来统一协调的。这些平台是兼容的，相互在原有的平台加一些内容，就变成一种强制执行的标准，否则对用户带来不方便，没有自由享受规范。

新浪科技：您认为中国再发展多长时间才能出台类似的强制性措施？

刘允：现在还没到做这件事情的时候。增值业务可能还需要一段时间的普及，还需要一段时间培育，达到一定的标准，达到一定的成熟度以后，再来做标准化。现在市场都没有，还没到时候。

做终端可以让运营商掌握价值链

新浪科技：运营商哪里的增值业务平台标准统一了，但是如何解决终端的统一？

刘允：终端方面，去年 SK 电讯在中国做得非常好，给联通提供了 CDMA 的终端。

SK 是最早做 CDMA 的运营商，韩国 SK 有自己的价值链：我们有自己的手机厂。设厂的目的不是和大牌手机厂竞争，而是从研发、测试推新业务的角度需要有自己的手机厂，这样能增值业务的很多环节上控制这个链的形成。

SK 电讯也觉得做手机上有优势，因为是运营商自己做手机，他们最了解业务和网络。从某种角度来说，运营商推新业务至少有自己的一两款手机，同时把手机的标准规范全部公开，这样，其他厂商如三星、LG、诺基亚、摩托罗拉等等才能根据规范来出运营商需要的手机。运营商能牢牢掌握所有核心的环节运营商网络好、业务好、平台好，到推新业务的时候突然发现没有，或者价格特别高，运营商就被动了。

因此，在未来电信业务的链条上，运营商除了掌握平台、内容提供之外，必须介入终端。如果运营商自己不做手机，一定要有合作非常紧密的厂家。这不像话音业务时代，运营商发了多少个卡，手机厂商根据网络制式来生产手机，生产 300 万或者 500 万部，

手机厂商讨论的是我要占多少市场份额。增值业务不一样，比如下个月运营商要推彩信、定位服务，或者其他的新业务，在业务规范没出来之前，哪个客户敢去买手机？增值新业务有业务规范，对软件、硬件都有一个要求，这把游戏规则就改了：支持新业务的手机需要与业务的研发、网络的设计、网络的发展相配套。

新浪科技：曾经有一段时间媒体说运营商要做手机，而最后运营商又都表态称自己不做手机，那么电信运营商怎么来迎接增值业务的大发展？

刘允：运营商不一定要介入生产手机企业，现在常用的办法是“定制”，他们可以向终端厂商“定制”与某项新业务适配的手机。“定制”的价格是可以控制的，比如说运营商向某些厂商定制价格 1500 元人民币或者 2000 元人民币多少万部手机，看手机厂商能不能做，如果终端厂商觉得可做，运营商就必须把定制的量买走，这种方式也算是一种介入。以前是运营商把业务做好、网络做好，等着手机出来，常常发现手机没出来，出了几部也是很贵。现在，运营商在这种不同程度的介入已经开始了。

手机产业的玩法不同五年前

刘允：手机产业现在玩法可能跟纯话音业务的玩

法不一样，五年前移动通信基本上是话音业务，现在出现了短信，出现了彩信，流媒体、可视电话等等新业务出来，不像以前那样，产业链稍微隔开一点，终端是终端，网络是网络。SK 电讯这几年把整个链整合起来，自己做手机，又整合 CP、SP，非常得心应手，为老百姓提供物有所值的服务。中国运营商开始意识到这一点，业务平台开始抓起来，运营商自己牢牢把这些规范，并且把技术抓起来。

SK 电讯在中国电信市场都做得还不错，去年我们大概做得将近 50 万部的手机，通过和有牌照的公司合作，现在开始我们考虑能不能走到前面来。我们跟中兴合作，把我们的技术、把我们核心手机提供给他们，贴他们牌照。做到最后，市场反应非常好。

新浪科技：照你这么说，在流媒体，增值业务越来越占据主流收入的情况下，像现在国内 TCL、波导，我觉得他们肯定会比较危险了？

刘允：现在国内一些厂商已经注意到研发，不仅仅是技术和材料上的研发，现在有一种误导，这个材料怎么样能够软一点，或者里面软件要怎么样，这是一类研发，这是传统制造业的研发。我们现在讲的研发是运营概念的研发，研究我这个手机配合什么样的业务，怎么能够让用户最大程度满足用户的需求，而且

物有所值，不能搞这个东西出来，而下载一个东西要收十块二十块，这样就没有人做这种服务。运营商开始往手机制造这个行业里进，同样手机制造业也开始向运营业务推出研发这一块来开始做，否则是纯制造环节。

新浪科技：我观察到今年手机厂商开发市场的一个特点，因为国内手机市场趋于饱和，所以就走出去，卖给越南、俄罗斯等手机生产不发达的国家。

刘允：对，这是一个特点。当我们整个移动普及率，像大城市都已经 40%、50%，在这样非常不平衡的市场里面，大城市里面不可能再指望每个月再增加用户。韩国发展电信业比我们国内早几年，他们的发展过程就出现了到某一个时间段，手机会被市场细分化，某一个服务出来，可能手机也就一两百万部，接下来新的业务又出来，配合那个业务又是几百万部，这是韩国的例子。在韩国一个电信服务生命周期变化特别快，6 个月到 10 个月，好的能做到 12 个月。以前手机就是通话功能，大约有 3 年的时间，手机就是用来讲话的，可现在新业务出来就不一样了，所以我觉得现在的玩法和以前不一样。

新浪科技：SK 在运营上有什么独到的优势？

刘允：既是运营商又是手机生产厂商这样双重的

“两栖”作业这点优势特别强烈，你是运营商，你非常知道用户喜欢什么样的业务。如果你的目标市场是女性市场，比如一个新业务推出来，终端要做个适合女性的紫红色，借以帮助市场推销新的服务，与服务配合起来，做得淋漓尽致。终端业务与促销这一块连在一起，SK 还是有非常独到的做法。我们在中国能够有一席之地做终端业务，我觉得也不奇怪，因为我们的其他纯生产手机厂商身份不一样。

信息产业部：短信息服务商今后不得“挂靠”经营

为加强对短信息服务市场的监管，今后未取得许可便自行挂在已获得许可的信息服务商下的经营活动行为将被严格取消。

信息产业部电信管理局副局长鲁阳说，近日发布的《关于规范短信息服务有关问题的通知》中明确提出“各移动通信企业应与已取得相应经营许可的信息服务业务经营者合作提供移动短信服务，不得为未取得相应经营许可的信息服务业务提供者提供相关接入服务”。基础运营商如为未经许可的信息服务商提供接入，要负连带责任。这项措施要求运营商从短信服务价值链的源头把关，把短信服务的部分不安因素预先排除在市场之外。

据鲁阳介绍，在移动短信息服务市场处于前期发展阶段时，部分信息服务商未取得许可便自行“挂靠”在已取得许可的信息服务商下从事经营活动，还有部分是由移动运营商审核后与其合作经营。这样的信息服务商在经营过程中不能严格自律，致使破坏经营秩序的事件屡有发生。同时，因没有独立经营资质，给用户维权和市场监管造成困难。对“挂靠”行为严格规范是保障短信服务健康发展的重要方面。

北京小灵通开通“随身呼”服务非包月用户免费

北京市通信公司日前开通了小灵通随身呼业务。目前，北京通信对普通号(不是包月制)小灵通用户实施免费开通、免费使用的优惠政策。用户接到系统短信通知后就可以开始使用了。随身呼业务是指当小灵通不在服务区或关机期间，系统会自动记录下这段时间内任何呼叫小灵通的电话号码和呼叫时间，在小灵通进入服务区或开机后，系统会自动把呼叫方的电话号码和呼叫时间发送到小灵通上。

小灵通发展快直逼座机 CDMA450 成其发展变数

小灵通被视作低收入人群通讯工具的观念，如今正在悄然改变。一些大集团用户出于节约成本、便于

沟通的考虑，也都纷纷引进小灵通，甚至取代座机电话。但除了移动、网通之外，另一个影响小灵通发展的因素也正日益凸现出来：CDMA450，一种竞争性技术的威胁。

3月中旬开始，在联想集团（992，HK）北京上地总部工作的几千名员工，只要离开自己的座位时，都会随身带上自己的“移动座机”——小灵通，以保证联络的畅通。而联想集团不久前已经正式放弃使用了3年多之久的总机电话82878888，随之切换到58868888的总机号码上，这个号码，正是联想内部的小灵通总机。

离开工位时，要带上两部电话小灵通和手机，多少会有些麻烦，但确实能很好地降低成本。为保证这些小灵通正常工作，如今在联想集团新大厦、联想研究院等地方都新增加了专配的发射基站，以保证通话质量。

小灵通在联想的出现，缘起于集团高层的灵感。以联想万人公司的规模，通讯费用占到管理成本中很高的一部分，小灵通在控制成本方面确实能起到明显的效果。集团后勤部一位负责人对《财经时报》表示，联想经过长期的测算，发现内部人之间的通话成本往往很高。但由于人员经常不在座位上，员工之间就要

拨打对方手机，一方面增加了员工的手机费用，一方面拨打外线的座机费用也增加了不少。而小灵通经过一个月的试用，节约的费用已经相当可观。

许多与此相类的情形，把小灵通从刚刚出世时遭人耻笑的情况解救出来，越来越多的人开始意识到这种并不先进的技术有诸多好处和妙用。

两条消息让小灵通的鼓吹者额手相庆：一是小灵通最后的禁区上海，将于近日开通小灵通服务；二是北京通信今年将把新增小灵通用户的数目提高到 100 万户。

像联想这样的集团用户会不会是小灵通下一个发展重点呢？北京市通信公司在电话里十分谨慎地一再强调，小灵通是固话延伸，并非“移动”电话，发展集团用户只是一种营销手段，目前还只是刚刚开始。公司也没有回答目前个人用户和集团用户之间的比例。

其实，功能类似小灵通的电话，4 年以前在中国惠普公司内就已经开始应用。当时惠普是移动办公在国内最早的倡导者和实践者。惠普公司内部大部分的办公区域都装修成开放式的会客间、咖啡厅，员工没有固定的办公座位，只需配备一个带无线网卡的笔记本电脑加一个可在公司范围内“漫游”的“移动座机”；

就可以随时随地办公了。

不过惠普的“移动座机”不是小灵通，是一种无线分机，价格要比小灵通昂贵得多。如果按照今天的标准，惠普会不会也选择小灵通呢？

明基网络通信部负责手机亚太区行销的总经理李湘青，也是小灵通手机的拥趸，他认为，开发小灵通和 G 网都能应用双模式手机，可能要比 G 网 C 网的双模手机更能迎合市场需求，因为前者更实用。

据说已经有厂商在研究小灵通和 G 网的双模手机了，今年下半年有望推向市场。

但小灵通的普及从来不一帆风顺，据说在 4 月 22 日的中美贸易谈判上，中方松动了对 CDMA450 的管制。

CDMA450 是工作在 450MHZ 较低频率上的一种无线通信方式，它以 CDMA2000 为核心技术，而 CDMA2000 的技术为美国高通公司所有，它在该项技术上拥有绝对数量的知识产权。高通一直希望通过加大 CDMA450 在中国的利用率，从而影响中国运营商对 CDMA2000 的选择，另一方面也从中获取更多的专利使用费。

去年 8 月，信产部曾出重令逼中国电信、中国网通退出少部分已在私建的 CDMA450 网，并同时扶持大唐的 SCDMA（400MHZSCDMA 无线接入系统）技术用于网通的“村村通”建设。

事实上，运营商无论使用何种技术对目前的小灵通市场都会形成冲击。这对风头正盛的小灵通厂商来说是一次严峻的考验。据说，中国电信也正在计划尽快在中国北方推出 SCDMA 服务，并承诺在中国网通北方 10 省推出 SCDMA 服务的同时，不在这 10 个省建设小灵通。

在小灵通与 CDMA450 或者 SCDMA 的较量中，前者靠市场赢得地位，后者靠政府扶植推动，现在还不好说谁将笑在最后。

诺基亚借手机“圈地”获利重点却为网络设备
所有迹象都在昭示，诺基亚将其网络部门业务提高到了相当重要的位置。

4 月 28 日，苏州。诺基亚的亚太区集成配送中心的落成典礼上贺者众多，多位地方官员与网通、电信等高层的到场，暗示了诺基亚未来在中国网络业务的发展情势，也让上任不足一月的诺基亚（中国）投资有限公司总裁何庆源面上的笑容如同当地日光一般从容明朗。

这是继欧洲之后的第三个全球性集成配送中心，将主要负责诺基亚在中国和亚太地区客户整套网络产品的配送。它可以把以往一至两个月的交付周期缩短至 1 周，加速现金流，使诺基亚苏州工厂未来的年

销售额增长 30%以上。此前的一季度，诺基亚在苏州工厂设立了全球资源部的分支机构，进一步加大在当地的采购力度。

这是一个深具意义的事件：诺基亚 4 月发布的 2004 年首季度业绩说，它的全球销售额和营业利润同比分别下降 2%和 21.4%。在整张报表黯淡的盈利数字之间，网络部的销售额和经营利润却得到了 16%和 114%的高增长。

深究下去，网络部是诺基亚四大部门之一，负责提供基于主要无线标准的网络技术和相关服务。在中国的网络系统市场上，2003 年有 12 个省级运营商订购了诺基亚 CONNECTSITE 设备。在数字集群领域，诺基亚成为北京市政府、天津公安、深圳地铁、南京地铁等地的网络设备供应商。

在这一背景下，刚刚过完本财年第一季度，业绩出众的诺基亚网络全球高级副总裁何庆源，接替康宇博成为诺基亚（中国）投资有限公司总裁，显得意味深长。

何庆源兼任原职，在负责诺基亚中国的投资和企业战略方针制定的同时，仍然执掌诺基亚网络部门在中国地区的业务。何在加入诺基亚之前曾先后就职于北电与摩托罗拉，所司之职均与网络相关。

何所代表的网络势力的崛起，可能与 2004 年第一季度诺基亚手机全球份额下滑到 35% 有关。这个季度，诺基亚共售出 4470 万部手机，销量增速仅录得 19%，低于市场平均速度 29%，净销售额和经营利润率同比分别下挫 15% 和 21%。

“对于一个拥有全球份额 38% 的公司来说，来自各方面的挑战是很平常的。”何庆源对《财经时报》说。

相比利润率，它更在乎巨大市场占有率。诺基亚 CEO 奥利拉在 4 月的一次电话会议上表示，为扭转不利局面，他准备牺牲一部分销售利润，以夺回全球市场份额的 40%。果然，零售商们说，诺基亚已开始大幅降低出售给他们的手机价格。降价几乎涉及诺基亚所有手机品种，部分低端手机降幅达 25%。

因此，可以这样说，芬兰手机巨人已经不再满足于仅靠理想主义和四成低利润手机市场的营生，而嗷嗷待哺的多媒体与企业解决方案部门又尚未能独挡一面。此时，善于操持网络业务的何庆源在 2.9 亿移动用户的中国市场上全新亮相，相应有着全新的涵义。

网络设备市场上，诺基亚有一个 35% 的市场份额目标。“在对于企业用户的成功运作上，我个人认为

只有两家是十分成功的，在软件方面是微软，而在硬件方面则是 CISCO，至于无线企业网，诺基亚的目标是成为这一领域的成功例子。”何庆源说。

2003 年，全球移动用户数量为 13 亿，预计到 2008 年这一数字将会达到 20 亿，其中 7 亿用户大多都将来自亚太区。2004 年初，诺基亚将中国区提升为全球五大战略性地区中惟一的国家市场。作为被诺基亚在中国电信市场上首次启用的本地高管，华人何庆源成为诺基亚 2004 年中国本地化的关键词之一。何对中国文化、市场特征的把握及其在诺基亚网络的业绩背景是诺基亚抓牢中国网络设备市场的重要砝码。业界认为，何的特质对其将诺基亚引领进入中国即将启动的 3G 市场大有裨益。

“如果说只是做 3G 总裁的话，很多人都有能力坐这个位置。”何庆源这样回应他头上的“3G 总裁”头衔。何认为，诺基亚在 2G 时代做得出色，而到 2006 年 3G 商用之前，中国仍有 5 亿 2G 用户的市场空间。

2001 年在建立星网工业园时，诺基亚选址北京，再强势邀请其他 20 个供应商入园建厂以完成配套生产，实现 1 天时间内制造组装出货的零库存效应。

目前，诺基亚网络已经有了 20 多家省市运营商客户。诺基亚在华采购额达到 10 亿元，在其 44 个中

国本地供应商中，有 19 个位于江苏境内，这就是本次给亚太区配件采购中心以及集成配送中心选址时，选择江苏的原因。

华为进入“平稳发展”期“狼性文化”面临变革
发展型企业进入平稳发展后，必然面临改变，华为正面对这样的十字路口。

一名在华为工作 6 年 4 个月的员工所写的《走出华为》一书，使人们有机会看到真正华为人眼中的“华为精神”。4 月底，作者汤圣平和本书主编北京宝利嘉营销管理顾问公司总经理杨东龙接受了《财经时报》采访。从华为前基层员工以及企业咨询顾问的角度，揭示了鲜为人知的华为用人理念。

高薪是一种企业家精神

在华为工作标志着“高额收入”，在华为，只要是本科毕业，年薪起点就在 10 万元，这是招应届大学生的标准（从社会上特招过来的更高），至于工作一两年后达到 20 万元以上是很轻松的事。近两年，内部股改为期权后，新来的员工收入要少一些，但达到年薪 15 万元也不是难事。在华为，年收入在 50 万元以上的以千人计；年收入在 100 万元以上的以百人计；其他人，虽没有年薪 10 万元，绝大多数也不会少于年薪 5 万元。

高薪本质上体现了总裁任正非的企业家精神。汤圣平在华为做了 4 年人力资源工作，在他看来：“今天的社会，太多的有钱企业，太多的有钱企业家，在中国财富百强的企业名单前十位企业中，有的连员工社会保险的钱都不肯交，这说明什么呢？任正非在华为股份不到 5%，他愿意将财富分配给员工。”这体现了一种亲情观，同时这也使员工愿意为任正非、为华为“卖命”。

高薪另一方面体现了华为高效率用人之道。

杨东龙认为：“企业雇佣一个人，不仅是要雇身体、双手，更要雇心和脑，拿什么东西能够解决呢？就是钱。”这正是任正非聪明所在。工作与生活紧密不可分，如果员工为生活担忧得多一些，工作上用心就一定减少。给他 3000 元，只能发挥 30%，给他 5000 元真的能发挥 100%，甚至 120%。华为让人全身心地投入到工作中去，这样产生了极大的生产力。

而从员工成本上分析，除了支付薪水外，还有相当大的部分在于对管理的投入，无论员工产出多少，管理和沟通成本都不会明显变化。高薪成为挖掘潜力的最好方式。

高薪背后是一种机制

高薪并不是华为用人之道的本质。华为通过一部基本法，为自己建立一种文化和理念。

从 1997 年开始酝酿，华为在基本法上花了相当大的时间、精力和代价，请专家来做研究，为了确认基本法，让全体高管人员停下手中的工作一起讨论。

基本法代表了华为的文化，也代表公司的理念，“在华为，基本法中最为显著和精彩的篇章在于人力资源管理。”汤圣平说。

新“生”入职开始接受培训，首先进入一个大队接受企业文化以及相关的制度法规教育等综合性培训。这一环节最关键的是教授大家做人。通过普通员工和高层领导多次现身说法，“让你知道华为公司的理念，华为公司的做人方式”。让员工成为一个正直、诚实的人，一个有大事业的人。

下一步是技能培训。做市场进入培训一营，不是教授销售技巧，而是教授产品，即使是文科生都要接受产品技术培训，从通讯原理开始，直到工厂参观。光让新人知道技术还不成，还要知道客户在想什么。3 个月后，华为会把新人派到“用户服务”前线去，到地方，和用户服务工程师一起干。再 3 个月才能调回总部。

进入二营，内容转为市场和客户服务，观看胶片 and VCD，一遍一遍地听老师介绍，私下彼此辅助交流，最终被放到客户服务展厅去，向客户讲产品，等等，后面还会根据不同的岗位接受不同的考验。

在整个培训过程中，新人几乎一年内“白吃白喝”，就是学习。华为光这一项培训投入花费就很可观。但这一步工作帮助了华为的新人“洗脑”。

矛盾的“狼性文化”

新人进入华为第一感受像学校，而外人感觉像军营。

过度的硬性管理在创造辉煌的同时，也给华为的明天带来阴影。华为是一家非常讲求“狼性”的企业，与万科那样的温情文化相比，华为的文化强硬和激进，可以看一下公司的内部刊物《管理优化报》上的标题，全是攻击性的：“我们能够丢什么？”“黑武器的按钮能随便按吗？”

从近年来华为暴露出的管理问题上也说明，华为正在经历一种文化变革的考验，内部文化过于强硬、人性化不足，家长余风严重等等，时时困扰着今天的华为发展。

“华为家长余风非常明显。”汤圣平说，“华为像一个严父告诉你这么做，告诉你那样做。”

另一方面是一种人性的缺失。多年来在华为一直奉行高强度劳动，曾经一直是6天工作制，最后改为5天半，后来是两周一大休一小休，最后是一个月有一周是6天。

杨东龙认为：“企业在创业阶段，可以这么去要求，因为大家能够在一起创业，共识性、价值观都会比较一致。工作中恨不得连轴转，但一个企业走上一个规模，步入正规，就要改变。”

汤圣平感慨：“如果我不在华为，我可能挣不到这么多钱；如果不在华为，可能我买不起房；但如果不在华为，我可能有了房有了家。”华为到处被派来派去，可能会成为公司用人上一个深层次伤口。

发展型企业进入平稳发展后，必然面临改变，华为正面对这样的十字路口。

从 HR 角度看真实的任正非

《财经时报》：在整个 IT、电信业，任正非的《华为冬天》非常著名，在 2001 年不少电信系统领导都在拿着这篇文章进行学习，但你们的《走出华为》对《华为冬天》进行了否定。

杨东龙：2000 年任正非表露，华为将要迎接井喷式的增长。2000 年 6 月，华为大量招人，招收应届毕业生 1 万人，最终实际到位 6500 多人。这么短时间，

这么多人进入华为，而且很多人都是实际经验一穷二白，对未来充满五彩缤纷的幻想。大规模招聘，华为犯了很大错误，而到2001年2月《华为冬天》发表，就是错上加错。刚刚大张旗鼓，打“飞的”（当年华为许诺学生报到坐飞机可报销）来的新人，马上被泼了一头冷水。

《财经时报》：华为扩张，其实也是企业家很正常的一种冲动。

杨东龙：一方面喊“冬天”，一方面又在急速扩张，这是很矛盾的，这样很悖论的观点同时发生在一个企业，其实是很多、很常见的。

现在理解《冬天》一文的真正用意，只有任正非一人可以说明白，但从另一个角度也说明任正非将华为做大做强的急切心理。和多数中国企业家一样，任正非同样急于扩张华为。

一方面看到很多机会稍纵即逝，看到外部压力扑面而来，企业家本身会有不断冲动。在一个机制很健全或者管理运转很良性的企业，在某种程度上，能够有效地去管理这种成长。但在一般的企业，其在管理快速增长上都缺乏经验。

现在看，华为在市场冬天的背景下，大举招人，还要搏一下，本身就是一个无法遏制的成长冲动。这

个成长的冲动恰巧又发生在一个并不运气的时机中，那么后面确实给他造成了很大麻烦。

《财经时报》：但华为制度建立已经相当完善了，问题出在哪？

杨东龙：从我的感觉看，这个招聘是有问题的，而且这次招聘或许就跟基本法有关系。我注意到基本法有一句话人力资源增值大于财务增值，那么，是不是在任正非的观点里，觉得我要有人，企业就有价值。

但财务增值和人力资源的增值是很难割裂的。人力资源就等于是企业的资产，资产就应该计入财务的部分，华为的人力资本观点还不够完善。此外，刚毅的文化是否应该改变也非常值得探讨。

手机品牌“土洋”大战越演越烈国内打罢国外打

与去年国产手机风光无限的“攻城略地”相比，今年国产手机和洋手机上演了一出精彩的对攻战，一方面是洋品牌在国内市场的反攻之势越来越猛，另一方面是国产手机扬威海外市场。看来不管是洋品牌还是国产品牌都深谙兵法之道，都想御敌于千里之外。

随着人们对摄像、蓝牙、JAVA 等手机附加功能的追捧，

洋手机品牌的技术优势也开始明显显露出来了。

在高端手机市场，国产品牌已经有些力不从心了。国产手机能否抵御住洋品牌的反攻成为今年手机市场的焦点。从“五一”黄金周期间，南京各大手机卖场传出的信息显示，带摄像头的高端彩屏手机已经成为手机消费最大的热点，而高端市场基本还是被摩托罗拉、诺基亚、三星等洋品牌所占据。另外黑白屏手机已经基本退出市场了。

但“内战外行”的国产手机“外战却很内行”；第一季度刚过，国产手机厂商在诺基亚、摩托罗拉、三星等国外手机巨头所垄断的海外市场上“战绩”颇佳。据知情人士透露，2004年第一季度，波导手机出口达到60万部。中兴、东信手机出口也在20万部以上。TCL、迪比特等厂家也增长较快。经验表明，由于中国传统的春节一般在1至2月份，第一季度基本上是国产手机出口的淡季，随着时间的后延，国产手机的出口量将会逐步加大。与此同时，各大国产手机厂商也在纷纷加大出口的力度。波导日前和美国最大的电信运营商之一的AT&T签订合同，夏新等厂家也在和ORANGE等知名运营商频繁接触。

业内人士认为，这种“墙内开花墙外香”的现象对国产手机厂家来说未必是好事。就综合实力来说，国外手机巨头的实力明显要高出国产厂家一大截，在

这种“敌强我弱”的情形下，战线拉得过长是商家大忌。这种形势下，相对实力较弱的国产手机厂家不宜把市场铺得太大，而是应该集中火力在一个点上，尽快缩小和国外手机巨头在技术和整体实力上的差距。

波导携手西门子“各取所需”否认组建合资企业

5月6日，波导股份（600130.SH）董事长兼总经理徐立华从德国柏林回到了宁波。徐此次收获颇丰作为温家宝总理访问德国的一项内容，5月4日，徐代表波导股份同西门子公司签订了长期伙伴关系谅解备忘录。

西门子在当天发布的公告称：西门子将通过波导股份在中国的3万家店铺经销网络销售其手机，而波导将从西门子购买制造手机的基础技术元件，即所谓的“平台”；两家公司还将共同开发手机，并冠以波导品牌销售。

耐人寻味的是，此前的4月26日，TCL集团（000100.SZ）刚刚在法国与阿尔卡特签订谅解备忘录，组建一家从事手机及相关产品与服务的研发、生产和销售业务的合资公司。

与阿尔卡特一样，坊间一直传言西门子欲出售其手机业务。业界关注的是，此次波导与西门子的牵手，

是否会重演 TCL 集团与阿尔卡特的故事？仅仅是伙伴关系？

西门子出售手机业务的传言已久。

2001 年 10 月 1 日，在全球手机市场拓展不力的情况下，索尼和爱立信合并了双方的全球手机业务，成立了合资公司索尼爱立信。

也在这一年，西门子的固定及移动电话部门亏损了 10 亿美元。西门子欲出售全球手机业务的传言由此而起。

消息人士透露，西门子当时曾计划以其信息与通讯集团旗下的通信终端部整体置换摩托罗拉的全球电信运营方案部，差价部分由西门子以现金方式补偿给摩托罗拉。

“由于双方在补偿价格方面没有谈妥最终作罢。”一位摩托罗拉员工告诉记者。

去年以来，尽管全球手机市场开始复苏，西门子手机业务也在 2003 年的第三季度实现盈利，但西门子出售其全球手机业务的传言依然不绝于耳。

传言甚嚣的另一个主角是 TCL 集团，1 月 12 日，本报率先以《阿尔卡特还是西门子，TCL 脚踏两只船》披露了 TCL 集团欲并购一“欧洲大公司”的消息，而当时 TCL 集团的谈判对象正是阿尔卡特和西门子。

而今，TCL 与阿尔卡特已经喜结连理，波导与西门子的牵手难免让人觉得暧昧。

在国内手机市场，TCL 和波导一直互为最主要的竞争对手。信息产业部发布的《2003 年电子信息产业经济运行统计公报》显示，波导去年在国内手机市场维持第一的位置，其市场占有率为 12%；而北京赛诺市场研究公司的数据则显示，波导股份是中国第二大手机制造商，市场占有率仅次于 TCL 集团。

“双方绝对不会成立合资公司。”波导股份副总经理戴茂余在接受记者采访时笃定地表态。（5 月 5 日的媒体报道：西门子与波导组建合资企业开发并销售手机）

至于波导是否会收购西门子全球手机业务，业界人士认为“可能性不大”。2003 年，根据市场研究公司 GARTNER 的数据，西门子去年在全球的手机销售量为 5960 万部，在全球市场排名第四位，市场占有率为 8%。而波导股份 2003 年年报显示，公司全年生产的全型号“波导”牌移动电话产量仅 1175.59 万台。

“像 TCL 集团以先成立合资公司的形式再逐步收购阿尔卡特的手机业务无疑是成本最低的，波导要想直接吃下西门子的手机业务，无论从实力还是成本角度看都不划算。”中金公司一投行人士分析。在 TCL

集团与阿尔卡特合资一役中，中金公司正是方案的主要操刀者。

各取所需？

据戴茂余透露，波导与西门子的协议主要有三项内容：西门子将全面支持波导采用其手机平台，西门子将通过波导股份在中国的3万家店铺经销网络销售其手机，同时双方还约定两家企业的合作将在其他电子产品和其他领域开展，尤其是在国际市场有选择的合作。

在5月4日公布了这些协议的框架性内容之后，西门子还将在5月17日其100周年纪念日时再进一步公布相关的细节。

戴茂余称，尽管西门子和波导在国内手机市场是一种竞争的关系，但实际上双方早在两年多以前就已经开始了合作波导此前曾采用过西门子手机的底层设计方案，西门子此前在中国市场销售的CL55则由波导设计、生产。

“在这次协议签署之后，西门子将对波导在技术上全面开放。”戴茂余称。

与此同时，在中国市场上，西门子的手机此后将进入波导的销售渠道，在波导可以掌控的30,000家店面销售西门子的手机，这也将使得西门子在中国的

销售渠道可以直接到达三四级城市，此前西门子手机在中国的销售渠道主要集中在一二线城市。

根据市场研究公司 GARTNER 的数据，西门子手机在中国市场的占有率只有 5% 左右。

“机型太少，渠道覆盖不全面”，在迪信通华东区副总经理徐中茂看来，正是这两个原因造成了西门子手机在中国市场的表现差强人意。

为了提升在中国市场的占有率，西门子曾在中国市场做过多种尝试：西门子是最早在中国进行直供的厂商，时任西门子大中华区副总裁的任伟光主导了这次直供变革；而在去年，为了加大销售力度，西门子将其原来设在上海西门子移动通讯有限公司的销售权上收到西门子（中国）有限公司，而上海西门子移动通讯有限公司则专司制造；此外，西门子也一直在寻求有效的方法来提升自己的在中国的渠道覆盖率，但效果都不是太理想。

在戴茂余看来，波导最看重的是协议的第三条，如果相关的细节得到落实，波导将可以借助西门子的资源进入全球市场。

在波导内部，2004 年已经被定格为走向海外市场关键的一年。按照波导的规划，“2004 年实现出口 200 万台，创汇 2 亿美元”。

基于此，波导此前已经在香港设立分公司，主营手机业务出口，而在东南亚、俄罗斯、印度等地区设立了相应办事机构，并通过欧洲合作伙伴实现反向贴牌。今年年初，首批返销欧洲的波导手机在宁波正式出港，这批手机将以波导品牌在法国和意大利销售，今年第一季度，波导已经出口了 60 万台手机。

由于现在波导的手机出口主要依靠海外部分运营商，要想在国际市场获得大的突破并不容易。而西门子 2004 年第二季度财务报表（2004 年 1 月开始）显示，其信息与移动通讯集团（ICM）仅在第二季度就销售了 1280 万部手机，上半年销售总计达 2800 万部，比去年同期增长了近 48%。“西门子有丰富的与运营商合作的经验”。

戴茂余透露，按照协议，在一些双方目前实力都不是很强的市场上，西门子和波导将可能采取联合的方式来进入，而在一些西门子实力强大的公司，波导将可以借助西门子来切入市场。

平衡难题？

如果一切如戴茂余所言，双方仅仅是简单的合作伙伴关系，那么接下来波导将不得不面对诸多平衡难题。

首先，西门子手机在国内到底以什么形式进入波

导的销售渠道？而一旦西门子的手机进入波导的销售渠道之后，在一些竞争性的机型上，波导将同西门子手机在同一个店面开展竞争，波导如何平衡这种竞争关系？而在国际市场，同样的难题也将困扰西门子。

业内人士分析，西门子手机在国内进入波导销售渠道的形式无外乎两种：一种是波导作为一个包销商的身份出现，对部分机型或部分区域实行垄断销售；另外一种则是波导向西门子完全开放自己的渠道。

显然，第一种模式相对简单，波导自己的主动权也相当大。但如果是第二种，波导和西门子将难逃相互竞争的局面；而且，要想让渠道保持长期稳定，西门子还需大举招兵买马组建一支能与波导比肩的销售团队以维护渠道。问题是，波导真愿意帮竞争对手组建一支能与之比肩的销售团队吗？

“具体怎么进、哪些机型进入，我们还要仔细谈。”戴茂余如此表示，对于更进一步的细节，他以双方还未最后商定为由不愿透露。

其次，波导如何协调西门子与法国萨基姆的关系。

2002年8月，波导股份与法国萨基姆股份有限公司（SAGEM）签约成立合资公司宁波波导萨基姆电子

有限公司，双方各占 50% 的股份。

据了解，在双方对合资公司的投资中，波导股份是以设备作价投入，萨基姆则是以技术、设备和一部分资金投入。合资公司的厂房则是通过租赁的方式获得。目前，波导股份所销售的手机主要由合资公司生产。

萨基姆是法国第二大手机厂商，在欧洲市场与西门子互为竞争对手。而且，在汽车电子产品市场，西门子与萨基姆也互为竞争对手。也正是看中了萨基姆在汽车电子产品市场的地位，波导在与其合资之后，也开始以车载通信设备为切入点对汽车电子项目进行了研发投入。

就在与西门子签署备忘录之前的 4 月 30 日，波导股份刚发布公告，称将投资设立重庆波导信息技术有限公司，公司的主要经营范围就是汽车电子及配件。

一旦波导与萨基姆之间加入了“第三者”西门子，波导与萨基姆的关系如何平衡？波导的远期战略是否又会受到影响？

中埃企业签署 CDMA 项目协议中兴华为各接大单
在开罗举行的“2004 国际电信联盟非洲展览会”
上，中国的中兴通讯股份有限公司和深圳华为技术有

限公司分别于4日和6日与埃及电信公司签署了合同总额达2000多万美元的CDMA无线接入网络协议。

据埃及电信公司主席阿基勒介绍，这是埃及电信公司与外国公司签署的第一个有关CDMA项目的合同，中兴和华为两家公司将共同承担该项目的建设，项目完成后可为10万埃及用户提供无线接入网络服务。阿基勒强调，埃及电信通过国际招标从7家世界大型通信企业中最终选定两家中国公司，除了中国产品在价格方面的优势外，埃方更看中中国产品的卓越性能。

“2004国际电信联盟非洲展览会”4日在开罗开幕，将于8日结束。来自包括德国西门子、法国阿尔卡特和韩国三星等国际通讯巨头的100多家国际通讯公司参加了这次展览。中兴公司不仅是此次展会最大的参展商，也是展会无线上网技术的提供商。

郝建学马志平联手构筑“手机王国”

动用四间上市公司，二人多年精心购筑一个销售能力达1300万台的手机产销平台已告成功。他们不在生产环节占有股份，却在上游零部件采购和下游销售中大获其利。

2004年2月4日这一天，国资委批准了一项交易。42岁的中科健(000035)董事总经理郝建学的生意拍

档马志平所控制的南京合纵，以 1 亿元的代价收购了中科健大股东科健集团 99% 的股权，从而间接持有这间深圳手机上市公司的 29.01% 股权，成为它的实际控制人。

这并不是一次简单的产业购并，在好哥俩终于胜利会师的背后，是一个全新的，贯穿了手机行业上下游产业链的手机帝国的正式建立。它至少包括三间 A 股公司和一间港股公司，今后可能圈入更多厉害角色，而这个平台的产销规模有 1300 万台，可以在全国排第三大，呈坐三望二之势仅次于宁波的波导股份（600130）和即将分拆在港上市的惠州 TCL 通讯但是它，却大隐于市。

两人的会师过程是通过一种与波导股份和 TCL 通讯迥乎不同的形式，经年潜行和复杂的资本纽带缔结之后，方才完成，至今仍有众多谜团待解。回首 22 年的风风雨雨，郝建学仍然在感叹自己的命好。

郝建学进入中科健

1982 年，20 岁的郝建学西安交大无线电系毕业，他被分到航空部 618 所研究导航系统。他曾野心勃勃地想做官，但是却给派到中航在深圳的下属企业做生意，那是 1985 年。

他抱定“肯定不会做生意”，但通过给公司卖硬

件，还是慢慢开了窍。“1988 年所里要我回西安，深圳当时发展快，我不愿再回去，就自己下海了。”郝自述道。

1989 年，他出任深圳宝安西航工贸公司副总经理，该公司通过受让香港三川科技所持股权、并以现金介入富华实业，持股 26.5%。富华实业原股东为两家内地厂和香港三川科技，1990 年改名为深圳四联电子新技术。郝建学在此一干就是 8 年，历任副总经理、总经理、董事长。这间公司曾在深圳市工业企业效益最好企业排名第六，这种状况一直到后来郝建学进入中科健。

可查询的四联电子新技术工商登记资料截止到 1998 年 6 月。自 1996 年起，股东已经由 4 变 2，分别是内资股东智雄电子和外资股东香港四联集团，分别持股 26.5% 和 73.5%。四联集团成立于 1995 年，董事长为香港人李东伟，仅知其惟一资产是 2000 年在韩国成立的 EZZEMOBILE 公司的 33.98% 股权。事后可知，四联集团、智雄电子都为郝先生所掌控，实际上四联电子新技术就是郝建学的私人销售公司。

凭借圈子里的人脉，郝建学在四联电子新技术苦干之际，曾用日本 STAR 的牌子和技术，帮做排版系统的厂家生产打印机大赚 1700 万元，轻松掘得第一

桶金。但是，在 1991 年第一次单干产卡拉 OK 系统中，他却大亏 500 万元，以失败告终。这令他领悟到：做实业最忌浮躁；要有更多的资金和富有实力的战略伙伴。

1993 年 10 月，郝建学与一位名叫史学兰的女士，分别出资 600 万元和 200 万元，成立深圳智雄电子，主营电脑系统、办公自动化系统和机电设备。

通过在香港的实力伙伴，郝建学拿到了三星、松下、飞利浦的中国代理权，在国内 VCD 第一拨浪开始的时候，他的“一天赚 1000 万”日子也随之起步。

与此同时，郝开始自己投资构建遍布全国的销售网，搭起做大生意的架子。到 1997 年，智雄电子卖出几十万台 VCD 机，收入达七八亿元。

20 世纪 90 年代中期，身在深圳的郝建学投身股市，大赚 1500 万元的“快钱”；但是他感觉还是做实业更实在。这时，他走到了人生分水岭。1997 年 5 月，他和上市公司中科健的董事长侯自强初次见面，两人相见恨晚。中科健正缺销售行家，而郝有成熟的国内销售网，又是民企体制，这是侯最想要的。而郝也在谈话中看到未来，“仅卖 VCD 没有前途，科健的中科院背景对企业会有帮助，侯自强是战略企业家，是帅才。”郝赞道。从当晚 9 点谈到次日凌晨 1 点，

侯当即邀请郝建学加盟中科健。

1997 年，智雄电子还发生一件重大变化：公司引进成都蓉泰实业（集团）公司（为自然人王箭所有）以及另外 6 位自然人股东，注册资本扩大到 11865 万元，主营业务扩至商业和物资供销业。成都蓉泰占股 30%，郝建学与史学兰分别占股 28%和 20%。

1998 年 4 月，在重组完毕的 5 个月后，新的智雄电子出面受让科健集团手里中科健 26.75%股权，郝建学单枪匹马进入中科健董事会（2002 年 7 月，证监会对中科健担保事项以及关联交易事项展开调查，郝承认，这些事项的发生均源自这次转让）。

一天要抽两包万宝路的郝建学发誓戒烟，放言“3 年内中科健净资产收益率超不过深科技，我就滚蛋”。当时深科技是股市龙头、出口大户。

郝加盟之后，科健新团队有了新方向：科健集团专注于 IP 信息、中科健专注于手机为主的数字产品、中科健下属的安科公司继续做医疗设备生意。

郝建学联手韩国三星

1998 年 2 月，侯、郝二人参加美国亚特兰大通讯展，找到 IBM 旗下一家叫 COMMQUEST 的小公司，后者从高通分离出来，拥有从芯片到软件，外加参考设计的整体解决方案。

半年后，中科健在 COMMQUEST 帮助下做出样机，但却死活通不过市场准入的技术认证测试。同时 IBM 也发现 COMMQUEST 设计有漏洞，便终止合作，赔偿中科健几百万美元。

中科健也在了解韩国三星。当年在 4 市开通的长城 CDMA 试验网中的上海网，就是三星的杰作，三星在 GSM 领域也颇强，当然也梦想进入潜力极大的中国市场。

这时政府已开始用牌照来限制外商投资手机项目，而中科健拥有牌照，加上做 VCD 时，郝氏销售能力令三星印象深刻。终于在 1999 年初，三星在芸芸竞争者之中挑中他：他们在深圳成立合资三星科健移动通信有限公司，中科健开始贴牌之路。

作为该厂的第一款手机，KGH6300C 和三星 ANYCALL 何其相似！这引来业内鄙视，郝却不以为然：“和三星合作，我们每天都发现手机生产的复杂性，其实技术是大问题，几乎所有厂家都遇到直通率低的问题，国内几大厂都在 50% 左右，三星在 98%，这是学问。中科健在协助三星销售手机的同时介入了手机生产。”

背负着中科健扭亏的压力，郝决定将原先 VCD 的销售队伍转型做手机贸易。他在自己的公司以原科健

总经理 10 倍的薪水，请来香港三星的林秉森做市场总监，这在中科院系统内企业中是个异数，郝要求林秉森的团队必须一年入门。

郝建学铁腕定死价格，他给各省批发商超过 100 元的毛利，不许窜货，令手机价格保值高，经销商愿意卖，而之前通过大代理分销各省，到终端每台只能赚 20 元。中科健 6300 手机 2500 元价格维持了 9 个月，在南京等地区做到单一品牌前 5 名。他还出台一套理论：每款手机每月出货不能超过 5 万台，量太大，品牌支持不好会有降价压力。

他还请来日本电通做品牌管家，要求在一张白纸上建立中科健的知名度、认知度、美誉度。1999 年他还请张铁林做产品代言人，不久又投资深圳平安足球队。

凭借着良好的销售通路，中科健在 2000 年卖出 60 万台手机，收入 8 亿元多，做成第一家赚钱的国产手机生产商，名列电子百强 89 位。

中科健和凯地系

在手机销售方面，中科健选择了鼎鼎大名的“凯地系”。凯地系强在资本市场，而非手机销售。实际控制人张海非常神奇，他是 1974 年出生的人，却做事果断而有效率，如有神助。

2000 年, 中科健和凯地系旗舰中国高科(600730)以及智雄电子共同出资 1.5 亿元成立科健信息公司, 作为科健手机的总销售商及韩国三星手机中国大陆总经销。中国高科占股 51%; 智雄电子出资 2850 万元, 占股 19%; 中科健委托智雄电子出资 4500 万元, 占股 30%。

但随后, 中科健与郝建学的私人公司关联交易不断。2001 年, 郝建学将自己在智雄电子的所持股份悉数转让给自然人施萌, 加上王箭出让的 2% 股权, 令施萌的持股比例达到 30%, 为第一大股东。学者郎咸平主持的《100 家自然人控制上市公司》专题中, 中科健与施萌的关系被描述为“默契型”。

郝建学和易通控股

雄心勃勃的郝建学并不满足于现有成熟的销售网, 他不停地扩张自己的辐射力, 在产业上下游, 不断地扩充地盘。

制造型企业的利润主要来自两个方面: 上游的零部件采购和下游销售。单纯的对外采购, 其生产成本将受制于零部件供应方, 产量太小则无法讨价还价, 产量太大就会把销售压力全部背负在自己身上。这是中科健扭亏之后, 郝建学面对的最大问题。

他需要整合一条属于自己的产业链, 购香港上市

公司美时家具（0312，HK）则是重要的一环（详细过程见本报 2003 年 4 月《郝建学：中科健身后的私人生意》一文）。

买壳和把他个人公司易通新技术 90%股权的注入，是在 2001 年 6 月至 2002 年 2 月间完成的，壳中原有的办公室家具业务在 2002 年 10 月出售，上市公司更名“易通控股”。郝建学几乎兵不血刃地套现 3 亿多港元。他还承诺在两年之内，完成收购易通新技术余下 10%股权，但因为一些波折，至今未获成功。

被注入的易通新技术于 1995 年 8 月由郝建学与李东伟（此人另一身份是前述四联集团董事长）成立，两人分别持股 70%和 30%。该比例与二人在深圳四联电子新技术的合作持股正好相反。

易通新技术 90%权益注入上市公司半年后，也就是 2002 年 9 月，郝建学又将另一家私人公司 GIOBAIDIRECTION 以 8800 万元作价卖给易通控股。以郝建学为惟一股东兼董事的 BVI 公司 GIOBAIDIRECTION 专为这次交易而设，它拥有得港四联集团之 99.99%股权，四联其余 10 股普通股则由郝以信托形式代 GIOBAIDIRECTION 持有。因此这次注资的实质内容是 EZZEMOBILE 的 33.98%股权（详见易通控股股权图）。

根据公开资料，易通控股的主要业务是向中科健提供移动电话及电子部件，同时与三星协议独家代理中国分销。两项业务收入比例分别为 40%和 60%。

此后，关联交易由于数额过于巨大，时常引起注意，虽没有直接证据，但是有多家研究机构提出郝建学有“通过关联交易转移利润”、利用上市公司“中饱私囊”的可能。

郝建学开始转移思路。他做出了一个重要的决定，选择马志平做他的同盟军。

马志平出场

相比郝建学的经历，马志平的前 20 年过得平平淡淡。他在 A 股的第一次露面是在 2001 年底，用自己控股 51%的南京长恒实业，收购西藏金珠（600773）20%股权，其关联公司江苏中桥百合通讯产品销售有限责任公司（江苏中桥）收购 14.97%，两者合计持有 34.97%，虽然分别持股并没有超过西藏金珠集团 25%，但已经成为上市公司实际控制人。

马志平 1992 年还只是南京市六和县邮电局的一个工作人员，当时他 27 岁。1994 年他离开县邮电局同伙伴一道成立南京捷讯，专售摩托罗拉手机。

1999 年，马志平带着一个财务、一个驾驶员和两个副总离开南京捷讯，成立江苏天创通信实业有限公

司，做上科健在江苏的总代理。他把销售摩托罗拉的经验移植过来，很快科健便在江苏打开销路，多的时候，一款手机一个月卖到 4 万台，一度占据了科健手机全国销量的一半。

在郝建学运筹港股的 2002 年，也是马志平最得意的一年。他做成了很多大事。先是拿下了西藏金珠，紧接着于 2002 年 3 月成立注册金 2.2 亿元的南京合纵投资。其中，南京长恒实业持股 40.91%，江苏中桥持股 31.82%，苏晓东持股 22.72%，黄斌等 5 名自然人共持股 4.55%。

同年 4 月，马志平和南京熊猫（553, HK; 600775）合资成立熊猫移动，他以个人的江苏天创公司名义持股 49%，主营熊猫手机的生产和销售，现在上市公司 95%的销售收入由这间公司完成。南京熊猫国企内部已实行产、销分离，定单生产的新型生产关系。马志平带领南京熊猫起死回生的能量得到市场的认同。

同年 5 月，南京合纵从中国高科手里接下了科健信息 44%的股权，外加 7%股权的委托经营权。从而马志平又掌握了科健手机的终端销售渠道，坊间当时反应并不强烈，谁也没有想到事隔仅一年后，马志平竟然将中科健也收归旗下。

11 月，熊猫手机以总标的额 1.0889 亿元跃身手

机业的 CCTV “标王”，不仅引起了业界广泛关注，也激发资本市场的巨大反响。

马志平和西藏金珠

事实上，马志平的“妙手回春”不仅拯救了南京熊猫，还拯救了西藏金珠。

2002 年 10 月，马志平实际控制的西藏金珠从深圳全网通讯科技手中收购了金珠南方贸易公司 80% 股权。后者从事的是手机零部件、整机进口及国内销售，获利能力极佳。

拜它所赐，西藏金珠财报显示，它 2002 年中期的销售收入 3135.75 万元，因此一跃到年报中的 20773.88 万元，从亏损 694.08 万元变成盈利 452.47 万元。

金珠南方贸易公司原本属于金珠集团。后者是西藏一家具有进出口权的国有大型贸易公司，集团在股份公司上市之时，为了避免同业竞争，特地把北京、上海、深圳的三家贸易公司单独分立出来。

值得关注的是 2003 年 8 月，《西藏日报》一则报道中提到，中科健、深圳市昱峰投资、金珠南方贸易公司、南京长恒实业、江苏中桥联合在拉萨捐款 50 万元用以支持那曲教育事业。这显示上述五家公司的关系非比寻常。并且中科健旗下负责对川藏地区进行

销售的成都科健公司 100% 股权，也在 2004 年 1 月卖给了金珠南方贸易公司和西藏金珠。

报道中提到的深圳市昱峰投资以前并未引起重视，它曾与金珠南方贸易公司共同开发了“第壹世界广场”。当年将赚钱的金珠南方贸易公司卖给西藏金珠的深圳全网通讯科技正是在此办公。

但是，位于深圳的金珠南方贸易公司究竟何时变成了深圳全网通讯的控股公司了？金珠集团并非公众公司，所以未做披露。现在却统统并入马志平的手机王国之中，成了“永远的谜”。

马志平和斯威特系

2003 年 10 月公告披露马志平 1 亿元收购中科健集团 99% 股份之际，市场上沸沸扬扬地怀疑其实力。

事实上和马志平的其他生意相比较，这只不过是一单小生意，该年度中科健的销售收入是 27 亿元，南京熊猫是 38.7 亿元，就连西藏金珠都达到了创纪录的 10.8 亿元。手机销售的毛利又很高。

另一个大鳄却躲在了争议之下，那就是和德隆、复星齐名的南京斯威特。

斯威特系成名于 2000 年，其灵魂人物是严晓群，其前身是南京 SVT 新技术创业公司，成立于 1992 年 8 月，由中科院南方信息产业集团兴办。中科院 1993

年退出，公司就变成了 7 个创始人所有，性质变为民营。作为一匹黑马，斯威特曾以 1 亿元代价，从宝钢集团的手中拿到了上海科技（600608），后又收购中纺机（600610）和 ST 天鹅（000418）。

虽然斯威特和马志平并无直接可查的关联，但是他们的合作却实在是无处不在。首先是南京熊猫的附属品牌“易美”。上海易美成立于 2001 年 10 月，是上海科技下属子公司与两位自然人合资企业，主要从事移动通信终端产品的引进、生产和销售。

这两位自然人中的一位正是马志平。上海易美从总经理吴志建到各部门主管全都来自原摩托罗拉中国公司，充斥着马志平的影子。并且，斯威特重组小天鹅（000418）的目的，竟是让这个昔日家电巨子杀进手机销售。可是，斯威特的特长并不在此，它惟一和手机沾边的就是上海易美。

另据媒体调查，斯威特最早手机业务的开展，就是马志平一手建立的南京捷迅，如今，这家公司的办公地点就在南京的斯威特大楼里。

更容易引人遐想的莫过于斯威特曾经是中科院的下属子公司，严晓群就是从那时开始担任总经理，而中科健同样曾经是中科院旗下公司，马志平在收购中科健的过程中是否借助了这层关系？这是笼罩在

马志平身上的另外一个谜。

郝马联盟 “坐三望二”

收购完中科健后，马志平和郝建学的两条手机产业链终于并成了一条，这大大扩充了双方的实力，今后人们将看到“双剑合璧”的威力。

就熊猫和科健两个牌子的手机而言，其上游零部件的采购，由二人掌握中的金珠南方贸易公司和易通控股完成，中间的生产过程马志平看来并不插手，郝建学也只有经营权并无股权，下游的销售领域又牢牢掌握在二人手中：江苏天创、金珠南方贸易公司、科健信息和易通控股。中科健作为制造环节，其 2003 年毛利率仅 7.8%，低于同行水平，但是其近三年的净资产收益率又可以做到增发要求，董事总经理郝建学的水平令人叹服！

根据四家上市公司的公开披露信息，南京熊猫去年的销售量是 400 万台，今年的目标是国内市场 300 万，国际市场 500 万，中科健去年的销售量是国内 220 万台，国际 50 万台，今年的目标是总数过 500 万台。

这个“郝马联盟”建成之后，拥有 1300 万台左右的销售能力，在国内处于“坐三望二”的水平。但他们是否具有“化产能为产量”，进而“化产量为销量”的能力，却是这个联盟最大的悬念。

同时，这个联盟中四家上市公司的关联交易以及担保问题是“郝、马联盟”接下来需要着手解决的。至今西藏金珠累计为金珠南方贸易公司担保了8.2亿元，易通控股和中科健的关联交易更是以10亿元计算。

虽然中科健已经发布董事会承诺，将在今后降低和易通控股与智雄电子间的关联交易，但是以中科健为惟一客户的易通控股的前途何在？

而正在崛起的金珠南方贸易公司是不是就是易通控股的替代品？“郝马联盟”背后的凯地系与斯威特今后将扮演什么样的角色？小天鹅是否能借助手机销售这个新业务而重新一跃而起？一连串的问号值得我们睁大眼睛，密切关注。

佛教说佛有“慧眼”，道教说得道者有“双瞳”，它们功能一致：“识真假，辨善恶”。

TCL 现金 5.4 亿“巧取”阿尔卡特为 TCL 移动增值

4月24日，内地和香港资本市场上的红星 TCL 集团股份有限公司（TCL 集团，000100）宣布用账面上 1/4 的货币资金与一间亏损企业合资。

这是继集团换股上市，用彩电资产与法国汤姆逊合资、以及宣布将分拆旗下中国第二大手机企业 TCL

移动上市之后，对集团领袖李东生来说的又一件值得称道的大事。

这次的主角是手机业务：TCL 集团与法国阿尔卡特达成协议，通过下属控股子公司 TCL 通讯科技控股有限公司（TCL 通讯）与阿尔卡特共同投资，在境外设立合资公司持有阿尔卡特的全球移动电话业务。

合资公司的 1 亿欧元净资产，分别来自 TCL 通讯的 5500 万欧元（合近 5.4 亿元人民币）现金，和阿尔卡特的价值 4500 万欧元的现金和与全部移动电话业务。协议签订的 6 周内，双方将完成拟定的所有交易。外界普遍视为这是李东生在为了 TCL 移动上市时能买个更好的价钱。

这是因为阿尔卡特的手机业务占有全球 3% 左右的市场，在欧洲则更大，甚至在内地的华东一带，也有 7% 左右市场，但其仅占阿尔卡特销售总额的 5%。

尽管年亏损额高达 8000 万欧元，但是这块资产包括：一张全球销售网络、一支 600 人的研发队伍、核心技术和多年的市场经验和一个阿尔卡特手机品牌的使用权。这对于毛利日薄、市场日益狭窄、又无研发背景的内地手机业者而言，却恰好互补。

值得关注的是，TCL 集团并没有像此前与汤姆逊在彩电产业上合作那样，以资产而非现金注入合资公

司。TCL 集团账面拥有 21 亿元货币资金和 13 亿元的短期借款，同时还要应付拆分 TCL 通讯带来的昂贵开支，这次注入合资公司的 5.4 亿元，对集团而言并不是小数。这从另一个侧面显示李东生对阿尔卡特的手机业务是志在必得。

同时，TCL 采取合资形式，并且在新公司中拥有 55% 权益，表明这来自集团的 5.4 亿元现金资产并未流出 TCL 体外。有关人士还认为，在筹备 TCL 移动单独上市时期，TCL 集团选择对新合资公司现金注资，无须涉及股权变动，对分拆 TCL 移动的计划影响最小。

有必要指出：TCL 通讯是 TCL 集团的控股子公司，包括集团中盈利能力最强的手机制造厂 TCL 移动。目前，TCL 集团正计划通过 TCL 国际控股有限公司（TCL 国际，1070.HK）派发特别实物股息的方式将 TCL 通讯拆分出来，在境外单独上市，预计可集资 10 多亿港元。

这是一次相互有益，但相互提防的合作。阿尔卡特早在今年初就已放出话去，说有意将剥离给一家中国公司。相信有多间内地手机企业成为愿意接手的“绯闻买家”。最终 TCL 拿出了大笔现金，集团董事长李东生成功说服有意将手机业务脱手的阿尔卡特改变初衷，愿意不是变卖，而是押注 4500 万欧元与

TCL 通讯科技合组公司。

作为对阿尔卡特妥协的回报，李东生承诺，阿尔卡特在 4 年后就可以以相同对价向 TCL 通讯控股出售其拥有合资公司的全部股权；再过一年，TCL 通讯控股将有权以对价购买阿尔卡特公司拥有的全部合资公司的股权，而此处对价为 TCL 通讯向阿尔卡特公司发行的股份。这意味着无论盈亏与否，5 年后阿尔卡特都将用这份股权换得 TCL 通讯的相应权益，从合资公司抽身而退。这项附加条款的意义还在于，令 TCL 公司免于承担阿尔卡特手机业务 8000 万欧元的亏损包袱。这种借换股协议设定的合作“试验期”，成败与否合作双方都可见到一个出路。

从资金层面考虑，TCL 通讯的拆分上市与成立合资公司两件事相互掣肘，但李东生又借港股优于国内 A 股的可换股的先天条件，使两件事相辅相成，使业界不得不叹其手法之妙，令一些潜在买家退兵，因为多数内地手机厂均已发行 A 股，而国内资本市场的手法并不无太多花样可玩。

可以想见，当阿尔卡特选中 TCL 之际，同行们的艳羡目光今年中国市场将富余出 1 亿部手机，内地手机厂商即便有心购买海外销售网络，却也无力与 TCL 竞争。

TCL 和阿尔卡特两家公司的手机销售业务合并，可令 TCL 手机销量将因此增加 75%，TCL 通讯科技成为全球第七大手机商。阿尔卡特去年销售手机 760 万部，每部均价约 870 元，较 TCL 的 920 元均价还低。

虽然并入合资公司的阿尔卡特手机生产线自身年产量也有 770 万部，但在大股东 TCL 集团更看重的是阿尔卡特的品牌效应与销售渠道，加上 TCL 自身已经有 4200 万部的产能，合资公司今后的销售职能或许会迎头而起，盖过其生产职能。

中国电信获股东批准将最多增发 83.2 亿股新股

中国电信股份有限公司（US：CHA，简称：中国电信）周二在一份公告中称，中国电信的小股东已批准增发最多达 83.2 亿股股票用于收购母公司电信网络资产。

中国电信于周一在北京召开特别股东大会，会上就发行新股动议投赞成票的股权数占总股权数的 99.2%。另一个特别股东大会将于 6 月 9 日召开，届时希望寻求小股东批准收购母公司网络的提案。

中国电信为中国最大的固定电话服务供应商的上市子公司。自 2002 年 11 月上市以来，这已是中国电信第二次进行此类收购。通过这次收购，2004 年底

用户总数将增加 4, 290 万, 至 1.61 亿, 所控制的电信网络将由 10 个增长至 20 个。

中国电信将收购的电信网络分别位于甘肃省、贵州省、海南省、湖北省、湖南省、宁夏回族自治区、青海省、陕西省、新疆维吾尔自治区及云南省。

公司将向国有母公司中国电信集团公司 (CHINATELECOMGROUP) 支付人民币 278 亿元的现金, 同时承担人民币 400.4 亿元的净债务。

不过市场消息指出, 中电信虽然有意在短期内进行股份配售, 但由于市场气氛薄弱, 集资规模很可能有所缩减, 甚至较原本预算的 30 亿美元减半。

克丽观察: 一看吓五跳观华为总部有感

题记: 与其说克丽是个专栏记者, 不如说她是一个批判记者。她的文章几乎全部以批判厂商和市场的不良行为为主。然而, 今天发表的这篇文章却极度地赞扬了华为的 5 个中心, 这不仅让编辑和读者们感到意外, 同时我们也体会到了克丽发自内心的真实感受。

4 月底, 我在华为深圳龙岗总部见到了这一切。相信我, 我 19 年的记者生涯, 出访国外超过 50 次, 参观过 20 多个国家, 采访过美国几乎所有 IT 大公司,

但是在参观华为的过程中还是被震惊了 5 次。

把接待视为工程去年华为年营业额 317 亿元人民币，利润 32 亿元，上缴增值税 18.8 亿元，缴纳关税 9 亿元。这些成就是怎么来的？这要归功于面向客户的接待工程，它立下了汗马功劳。

一年 365 天，只有 230 多天的工作日吧！也就是说华为每天的销售收入多达 1 亿多元人民币。在去华为的前一天，华为 3COM 市场总监王唯华向我们确认了参观人数为 2~3 人。当晚我们又改为 5 人，通知了王总，他立即通过接待中心换了辆大车。我们提前 7 分钟到达等车地点，一辆中巴车早在 15 分钟前就已经在等候了。据介绍，华为把接待工作视为一个工程，只要带领参观的人提出需求，把人交给接待中心，就按流程走了。

在没参观前就在接待大厅给大家照了像，等看完录像片，就把装帧好的精美照片发给大家留念了。

100 多人的接待队伍按流程走，可以同时接待 2000 多人。一天最少也要接待 10 几批客户，最多达 60 多批。整个流程紧凑，紧张，过瘾。

进入数据中心要用指纹开门一位接待小姐先用门卡打开了第一道门，又用指纹打开了第二道门，500 多个服务器呈现在落地参观窗里面。IBM、惠普、SUN

的服务器上承载着 3000 多个应用, 2.5 万用户的邮件系统, 5 万用户的语音系统, 供 2.2 万名员工使用。所用的 SAN (存储局域网) 是松下生产的, 10 万个数据转换器, 2620 台数据交换机, 通过 155M 的带宽通向华为世界各地 30 多个办事机构。在这样的数据中心支持下, 华为去年出口额 10 多亿美元, 今年出口额要占华为整个营业额的 30%。4 层足球场般大的立体仓库。

现在谁参观还看生产线? 土不土? 要看就看物流。在物流中心, 我们遇到了和我们同时参观的 3 批老外, 他们操着各种语言, 也有着不同的肤色, 都是华为产品的买主。

4 层, 4 万平方米的立体仓库。参观从条形站开始, 无人驾驶的插车上装有无线可视系统, 几百米的滚梯设有红外监测节能系统。当条形站距离一米左右, 前方滚梯才开始滚动, 最后一次确认由称重系统完成。如果有误将返回重新存取系统, 庆幸的是这个系统从来没有启动过, 这里的物流准确率为 100%。在这个物流中心, 我们看到的戴尔等外包存管物品, 整个物流中心分为物料堆放区和存放区, 高层决策者们可以通过计算机实时看到自己的库存及物流情况。华为 ERP 系统采用的是 ORACLE 产品。

企业 NASA 就在华为我们的照像机被收掉了，否则我一定会把华为象 NASA 指挥中心一样的数据中心的控制中心呈现给读者，实际上的场面远比我所能够描写的要壮观得多。

落地式弧形参观窗位于整个控制中心入口的上方，参观者们鸟瞰这一切。我不知自己身处何处？只知道在 IBM、SUN、SGI、微软、北电、思科、诺基亚，ORACLE 等跨国 IT 企业的参观访问中没见过这个阵式，还有一种可能就是他们把控制中心藏了起来，不让记者们参观。

我们怀着被中国通信产业的震撼和不能照像的遗憾离开了控制中心。

培训中心还有祈祷室 15.5 万平方米的华为培训中心，使用面积为 9 万平方米。一进门儿，就是一道用 8 种文字写着“欢迎”的玻璃墙。据介绍，这里有 200~300 名教员，113 间教室，还有可以同时容纳 120~180 人的阶梯教室。为了方便各国采购者的生活习惯，这里还设有各种宗教的祈祷室。

培训中心分为初级培训和高级培训两个部分，新进华为的员工无条件培训 2 周没商量，高层培训的资源除了固定的教授外还有客座教授等。华为的员工们都住在哪里？住在不远的百草园，那里有星级酒店的

服务，有洗衣房、商店街，这是华为集团留给我的又一个惊奇了。

结束语望着容纳万名科研人员的绿色科研中心，看到具有唐风的行政中心，我知道我们看到的华为只是皮毛，但是即便是皮毛也阻碍不了我为中国有华为而骄傲！

国际电联高官赵厚麟：解读今年世界电信日主题

解读世界电信日主题今年的全国人大、政协“两会”提出，把落实全面、协调、可持续发展的科学发展观作为国家经济建设的指导思想。这一提法正确地反映了我国发展的需要，为国内未来的发展指明了方向。作为一个基础性产业，信息通信业和可持续发展之间究竟是何种关系？信息通信对可持续发展能起到什么样的促进作用？这是政府、企业、学术界都在进行思考的问题。巧合的是，国际电信联盟（ITU）将今年世界电信日的主题确定为“信息通信技术：实现可持续发展的途径（ICTS: LEADING THE WAY TO SUSTAINABLE DEVELOPMENT）”；对二者之间的关系进行了明确的阐述。

人们关注的是：ITU 为什么确定这样的主题？其背后蕴含了怎样的意义？这是不是意味着一种全球

性的趋势？在信息时代即将全面到来之际，传统的通信业该如何与时俱进，站在新的高度上帮助全人类实现可持续发展？近日，适逢国际电联标准化局局长赵厚麟来北京参加会议，记者独家专访了这位国际电联高官，听取了他对以上问题的深入阐述。

赵厚麟是中国在 ITU 的第一位高官，于 1986 年成为 ITU 的职员，1998 年力压群雄当选 ITU 标准化局局长，2002 年 10 月再次以高票当选连任。长期以来，他一直作为核心层成员参与 ITU 的重大决策。

看全球，是趋势！

信息通信将引领可持续发展赵厚麟告诉记者，近年来，国际社会，特别是联合国及其有关机构对如何改善世界贫困人口的生活状况，消除极端贫困以及数字鸿沟问题进行了大量的探讨，通过了不少决议，也采取了许多措施。比如，在联合国通过的“千年发展目标”中，各国首脑号召民营企业积极与政府部门合作，提供各种新技术，特别是利用信息通信技术（ICT）帮助贫困地区，加强他们与世界其他地区的沟通，为其提供发展机会。

随着 ICT 的发展，人类生活得到巨大改善，全社会逐步认识到 ICT 在消除数字鸿沟方面将发挥的巨大作用。去年 12 月顺利召开的信息社会世界峰会

(WSIS), 将全社会的这一认识提高到了空前的高度。该会议直接获得联合国秘书长的支持, 由 ITU 牵头组织, 是第一个聚焦人类信息社会的首脑级会议。会上, 近 50 位国家和政府首脑及 80 位部长、副部长对利用 ICT 改善人类经济、社会、文化生活达成了共识, 并通过了指导性的《行动计划》。联合国第一次将有关信息社会的全球性会议交由 ITU 主办, 实际上是赋予了电信部门在推进信息社会发展中的重要职责。ICT 本身或许不能解决温饱问题, 不能消除贫困, 不能降低儿童死亡率, 但是它在促进经济增长和社会平等方面发挥着日益重要的推动作用。

正是为了配合人类建设信息社会的努力, 同时使人们进一步认识到 ICT 在为全社会减少贫困并增加发展机会方面的战略作用, ITU 提议将第 36 届世界电信日的主题确定为“信息通信技术: 实现可持续发展的途径”, 并于上年获得 ITU 理事会成员国的一致赞成。

赵厚麟指出, 信息社会世界峰会的目的就在于确保日益受到 ICT 推动的社会和经济发展能够有助于创建一个更加公正、繁荣和平等的世界。这一承诺正是信息社会的核心所在, 也是 ITU 决定以“信息通信技术: 实现可持续发展的途径”为主题来庆祝 ITU 成立 139 周年的原因所在。通过这一主题, ITU 表达了支

持可持续发展目标的意愿，同时也强调了 ICT 是实现这一目标的重要途径。

顺潮流，换角色！

传统电信进入 ICT 时代今年电信日主题中的另外一个关键词就是 ICT。ICT 不同于传统通信概念，它的字面意思是信息通信技术。ICT 产生的背景是行业间的融合以及对信息社会的强烈诉求。

随着新技术的不断涌现，传统的行业界限正在日渐模糊。对于传统通信行业来说，除了提供之前的基础通信业务之外，许多旨在提高企业及社会信息化程度的新型信息服务正不断涌现。同时，信息时代即将全面走入人类生活，ICT 作为信息通信技术的全面表述更能准确地反映支撑信息社会发展的通信方式，同时也反映了电信在信息时代自身职能和使命的演进。

当前，ICT 的概念已经在全球范围内被广泛使用，并得到了一致公认。它充分反映了人类即将走入信息社会新时代的趋势，为原有的传统通信概念注入了新的内容。在这种情况下，通信企业要积极调整自身，自觉面向信息社会思考问题，并站在新的高度重新认识和定位自身的使命与作用，帮助人类社会实现可持续发展。也就是说，通信企业除了提供传统的通信服务之外，还要适应信息时代的需求，提供更加丰富的

信息服务，实现从单一的语音通信提供商向综合信息服务提供商的转变，才会为可持续发展作出更大的贡献。

赵厚麟指出，实现这一目标，通信企业要从多方面努力。首先，要确立 ICT 推动可持续发展的重要领域。在去年召开的信息社会世界峰会上，专家们提出许多领域要借助 ICT 的推动才能取得重大发展。比如远程教育、远程医疗、电子农业、电子政务、电子商务、信息安全、改善妇女就业机会、消除贫困等等。在这些领域，ICT 无一例外地发挥着巨大作用，甚至是无可替代的作用。因为现代社会的运作和进步在很大程度上依赖于信息的共享，而 ICT 可以使人们不再受距离和时间等方面的约束，甚至也不受财富和社会地位的限制而方便地共享信息。因此，各行各业都应重视运用现代 ICT 以确保可持续发展。

其次，根据各行业的特点和现有的应用情况采取不同的措施。在相当多的行业，眼下应着重提高认识、加强基本建设，联网应该是首要任务。已经联网的地方，对各种先进的现代通信技术的应用应该提到议事日程上来，有条件的行业要尽快将网络及其终端应用手段更新换代。作为全球通信行业的最高国际机构，ITU 也通过诸多具体工作推动 ICT 在各行业的应用，

以此促进全球社会的长期发展。

在电信日主题中，除了强调 ICT 对其他行业的重要作用，实现 ICT 行业自身的可持续发展也是其中的一层深意。赵厚麟出身通信行业，后又得以借助 ITU 的高点观察整个行业的发展，因此，他对于整个 ICT 行业的了解十分透彻。他指出，从 ICT 本身来讲，已经经历了从模拟到数字、从低速到高速、从窄带到宽带、从语音到数据、从简单终端到多媒体终端等等变化，今后的发展方向应该是以用户为主体。在终端上应该能做到便携、多功能、高速运行，能适应多种不同应用的需要，易于连接，操作简便，价格合理。同时，ICT 行业还要适应目前以及未来市场的发展需要，把建设具有高容量、高速率、高可靠性、高适应性、高覆盖率等特征的现代化网络作为基础，把各行各业的客户作为上帝，为他们提供优质服务，利用现代化的管理产生效益，使自身在市场竞争中保持活力，实现可持续发展。

赵厚麟强调，作为世界上举足轻重的发展中大国，中国的电信业在国民经济发展中所占的位置已经跃居第一，这在世界上是不多见的。他希望中国电信业保持持续、快速、健康的发展势头，为推动中国的可持续发展乃至世界的可持续发展作出更大的贡献。

索尼爱立信任命弗林特为新总裁 6 月 22 日起生效

索尼爱立信移动通信产品有限公司今天宣布任命马勒斯弗林特先生(MI IESFI INT)为公司的新总裁，该任命于 6 月 22 日正式生效。

2001 年 10 月份索尼爱立信成立之后，井原胜美先生(KATSUMI IHARA)一直担任公司的总裁，他现在被任命为日本索尼集团的执行副总裁、集团首席战略官和首席财务官(有待于索尼董事会的最后同意)，井原胜美先生将继续担任索尼爱立信董事会的成员。索尼爱立信公司的这些人事变动将在今年 6 月 22 日正式生效。

索尼爱立信董事长爱立信首席执行官思文凯说：“我非常高兴地看到索尼爱立信取得的成绩，井原胜美先生指导公司的战略，达到目前的成功位置，为此他作出了巨大的贡献。同时，我们也期待弗林特先生的到来。他丰富的经验将会保证公司持续的发展。”

弗林特先生目前担任索尼欧洲市场部门(电子)总裁，他在索尼公司有十多年的工作经验，在国际管理上、消费类电子产品和 B2B 方面有丰富的经验。

索尼集团公司总裁和首席运营官 KUNITAKEANDO 说：“我们真心地为井原胜美先生取得的成绩感到高

兴，他给公司未来的发展创建了一个坚实的商业平台，同时我们对索尼爱立信的发展寄予厚望。我深信弗林特先生会领导索尼爱立信，取得更大的成功。”

井原胜美先生表示：“我非常感谢索尼爱立信所有的员工，他们认真刻苦的敬业精神，让公司找到立足点，这些员工是公司成功的真正创造者。”今年 4 月 19 日，索尼爱立信公布了截止到今年 3 月 31 日的第一季度财务报告，出货量和销售收入均保持强劲的增长；在第一季度，索尼爱立信还宣布了一系列激动人心的产品，并将在本年度上市。

中国 NGN 发展与世界同步商业模式决定前途

4 月 26 日至 28 日，主题为“共同打造中国下一代网络未来”的“2004 全球 NGN 高峰论坛”在北京召开。来自 ITU 的高官和国内、外的专家、运营商以及知名的设备厂商围绕中国和国际未来下一代网各层面技术趋势，发展现状、市场前景和目前研究领域所遇到的问题等展开广泛交流与探讨。

与会代表普遍认为，下一代网将给中国带来非常好的发展机遇，一方面对下一代网的研究与参与国际国内是同步进行，在某些方面国内甚至是领先的；而另一方面通过对下一代网的研究以及通信领域的技

术研究，中国在国际电信领域正在发挥越来越大的作用。

但有关专家也指出，对于下一代网的设计还有许多问题亟待解决，特别是如何确定下一代网的商业模式问题。而对于我国来讲，虽然国内部分厂商已经能生产部分产品，包括高端产品，但由于并不掌握核心技术，因此通信网的安全仍存在极大隐患。

IP 网设计需革新理念

网络是为业务服务的，下一代网必须适应多媒体，这样业务的趋势决定了网络走向，下一代网络必定是 IP 网。信产部电信研究院总工程师蒋林涛在其演讲中强调，业务的 IP 化是大势所趋，IP 技术为核心技术的 NGN 是必由之路。

不过，虽然早四年前，电信界专家就认可这一发展方向，但是到目前为止 IP 网的设计仍未能达到运营商的要求。对此，蒋林涛的观点是，下一代网一定要用另外的理念来改变 IP 网的设计。蒋林涛表示，“由于现在电信界所作的工作都是围绕 IETF 的标准来做的，如果继续按照这个标准来做的话，要想达到电信网的要求，我个人观点几乎不可能。”

蒋林涛认为，对于下一代网的设计不能从单层来考虑，而要从整体来考虑。只有从整体考虑这个网才

能真正满足运营商的需求。而 IP 网真正存在的问题最最关键的是两大部分，一个是服务质量问题，一个是安全问题。

商业模型决定产业前途

下一代网能够为运营商带来哪些新业务，特别是创造怎样的商业模式是运营商普遍关心的问题。运营商希望下一代网能帮助解决资源占有与产出间不平衡的巨大矛盾。

据中国移动集团公司技术部杨志强副部长介绍，中国移动所开通的数据虽然占用了大量的带宽，但是带来的利润非常小。杨志强表示，移动运营商希望下一代网能够实现运营商对所提供的数据业务、增值业务是根据业务和应用的价值来收费，而不仅仅是根据带宽、根据资源来收费。

对此，信产部电信研究院总工程师蒋林涛认为，对于从下一代网来说，特别要考虑一个相当良好的生态模型。信息通信行业是朝阳产业还是夕阳产业完全取决于商业模式和良好的生态链的选择。

他表示，目前有两种商业模式，IP 网业务将是必然的趋势，有两条道路，一条是基于互联网的免费 IP 业务，另一条是电信运营商提供优质服务的 IP 业务。这两条路一定是会共存的。蒋林涛强调，业务的商业

模式必须引起高度重视，不同的业务的商业模式采取的技术是不同的，商业模式将决定产业的兴衰。

但是对于下一代网究竟应该形成怎么的商业模式，业界并形成没有统一的看法。中国联通通信有限责任公司数据固定部副总经理李晓明认为，NGN 的盈利模式必须符合经济规律，但具体到 NGN 的资费模式，特别是通过 NGN 提供互联网的模式资费仍是一个国际性的问题。

语音信箱暗设“收费陷阱”电话没通挂机也收费

开通不告知服务未享受取消不方便

西安电信被疑每日“巧取豪夺”2 万元

西安市电信局在不通知用户、也未向社会发布公告的情况下，在家用固定电话上全面开通“免费”语音信箱，不但给市民生活带来不便，而且暗设收费陷阱，引起市民强烈不满。

电话没通挂机也收费西安市民电话出怪病

近一个月来，不少西安市民发现，家中电话出了怪毛病：拿起话筒，里面先传来长长的尖啸声，然后才出现正常的拨号音；有电话打入，振铃 5 次后就转为语音提示：“您拨打的电话无人接听”；最怪的是，

用手机拨打座机时，振铃 3 至 4 次后座机就“休眠”了，而主叫的手机却继续振铃到 10 次左右。有的市民以为电话出了故障，有的怀疑被人盗打或窃听，有的还为此四处报修。经多方询问，才有部分市民终于从电信局的 10000 服务热线得知：这是开通了“免费”语音信箱的缘故。

据市民反映，所谓“免费”语音服务，实际暗设收费陷阱。拨号时一旦转入语音信箱，即使马上挂机也要收费。记者就此向 10000 服务台求证。话务员解释，语音信箱的设置是“留下本机号码请挂机，取消本次呼叫请按 8”。也就是说，即使主叫方没有留言，但只要挂机就在被拨打电话的信箱里留下了来电号码，因此，只要没有按 8 字键取消本次呼叫，就必须为此次拨号支付电话费。

高龄用户不太欢迎该项业务想取消却不易反添许多麻烦

更有市民表示，这种业务对高龄用户非常不合适。电话号码为 883XXXX2 的用户张女士告诉记者，自从有了这个免费语音信箱后，她和同在西安市的父母联系起来变得非常不方便，“我爸妈 70 多岁了，身体、精神都不错，就是耳朵不太灵，我打电话过去时，经常要等一会他们才接电话。增加语音信箱后，铃声

响过 5 声，他们还没来得及接就转进语音留言系统，或者变成了‘嘟嘟’不通的忙音。给留言吧，他们年纪大了，也学不来怎么查询，不留言挂机吧，我的电话又要收费。现在有什么小事我也不给他们打电话了，有大事干脆坐车去一趟。”

西安市电信局局长热线工作人员坦言，高龄用户不太欢迎语音信箱业务。但她解释说：“用户不喜欢，可以自己取消，有两种方式，一种是在自家座机上拨‘41’后挂机再提机拨‘40’就行了；还有一种是拨 10000 服务台，让服务台帮助取消。”

记者拨通 10000 服务台，表示要取消一个电话的语音信箱。工作人员告诉记者，如果要取消一部电话的这项服务，必须用这部电话拨。看样子，张女士要给父母家取消这个语音信箱，还得回去一趟。

西安固定电话装机量百余万门电信此项业务日进账估算 2 万元

据话务员介绍，用户拨打特设的服务号码 96809 可以查询留言。记者按话务员指点在自家电话上操作，才知道一天内竟有 9 个未接来电，而这些留言全是电话号码。这意味着即使按照 3 分钟 0.2 元的市话资费标准，仅这一天致电给记者的人就要为 9 个压根未接通的电话向电信局支付 1.8 元话费。而如果不是

主动向话务员咨询，记者压根不知道家里的电话上设置了语音信箱，查询留言这一服务功能也就形同虚设了。

既然开通了新业务为什么不告知消费者？10000服务台说：没法通知，因为全市家庭电话的量太大了。有市民算了一笔账，西安市固定电话装机量 100 多万门，每天通话量最少在 200 万次以上，如果有 5% 的拨号被转入语音服务，每次收费 0.2 元，西安市电信局每天就有 2 万元的进账。从开通“免费服务”到现在一个月有余，西安市电信局在消费者完全不知情、绝大多数人没有享受任何服务的情况下，至少从市民的口袋里拿走了 60 万元。一些市民质问：“这算什么免费服务？简直是巧取豪夺！”

经记者多次验证，手机和外地长途无法接通语音信箱，这大概就是手机拨打座机只能振铃 3 至 4 次的原因了。

局长热线称初衷是为民办好事市民反感未告知不会用就收费

就在家用固定电话上全面开通“免费”语音信箱一事，本报记者在西安市电信局局长热线处得到了证实。值班工作人员介绍，“在全市家用固定电话上全面开通‘免费’语音信箱，是为了更方便用户，防止

一些用户接听不到来电而导致遗漏信息。有了‘免费’语音信箱，就可以随时查询，谁打过电话来，有什么重要事情的话呢对方会选择留言。”

据有关人士透露，以前在西安市，如果不是带录音的普通电话机本身没有留言功能，到电信局也申请不到这项功能；今年3月底4月初，西安市电信局系统进行了全面升级，随之而来的是全市家用固定电话及小灵通都开通的这项“便民”服务，现在包括北京在内的一些城市想申请都还没有这项功能呢。电信局有关人员说，“按理说，这是技术的进步，应该是件好事，为什么还有人说三道四呢？”

但记者随机采访几位西安市民得到的情况却是，他们根本不清楚自己家里的普通电话已多了一项功能，更不清楚通过什么途径能查询来电的留言。

声音：

“免费信箱”是虚诚信缺失为实

声称免费服务，暗设收费陷阱。西安市电信局仅凭一个小小的“语音信箱”，一个月竟有数十万元的进账。难怪近年来消费者对电信部门收费黑洞反响强烈。

正如部分市民所反映的，这事说到底还是一些传统垄断行业没有平等意识，缺少诚信的表现。照理说，

电信局增加任何服务项目，包括免费的服务项目，都应该征得用户同意，给消费者充分的知情权。而西安市电信局却不经用户同意，就擅自开通新的服务项目，用户电话功能被改变，不提前通知；有了语音留言，也不告知怎样提取。这让人不能不发出疑问：电信局开设语音信箱真的是为了服务吗？

近年来，电信部门在形象宣传和促销新业务时，登广告、张横幅、发传单，惟恐不能人人尽知，而在开通语音信箱这一新的服务项目时却一反常态，连一纸通告都没舍得发。难怪有市民气愤地指责：“人家就是要在消费者一无所知、不知道怎么使用也不知道怎么取消这一服务时，借机多收费用，而且用户不易察觉。”

人无信不立，企业无信则无成。西安市电信局每月增加了一笔服务费，却因此失去了消费者宝贵的信任。

近年来，随着各种新兴业务的发展，诸如语音服务、短信服务等电信收费问题越来越突出，加强对电信部门的资费监管已成为消费者普遍的呼声。

3G 牌照缓发一石激起千层浪海外游说团要来京
据香港媒体报道，一个以移动通讯设备制造商与手机生产商为成员的产业团体呼吁我国政府重新考

考虑缓发 3G 牌照的决定。

总部设在英国的全球移动通信供应商联合会 (GLOBAL MOBILE SUPPLIER ASSOCIATION, 简称 GSA) 表示, 它将对我国政府主管部门开展游说活动, 要求我国明年核发 3G 牌照。据有关统计, GSA 成员的销售量占全球移动通讯设备与手机销售量约 80%。

昨天到访香港的 GSA 主席 ALAN HADDEN 说, 中国负担不起在采用先进服务方面落后于世界的代价。

海外媒体报道指出, 有关中国缓发 3G 牌照的消息让诺基亚、爱立信、西门子等一直紧盯着价值 800 亿美元的中国市场的国外公司倍受打击。

外电指出, 中国是目前世界最大的手机市场, 手机用户超过 2.2 亿, 占全球手机用户的 20%。

神达电脑发布智能手机微软与英特尔首度“牵手”

昨天, 神达电脑在北京发布了其第二款智能手机。引人注意的是, 这款高端手机采用了微软最新 WINDOWS MOBILE 2003 操作系统和英特尔的最新手机芯片。据称, 这是微软和英特尔在智能手机领域的首度牵手。

值得关注的是, 这款新机也能“看电视”; 现已与 CCTV1、CCTV5、CCTV 新闻频道和凤凰卫视达成协议。

议。

神达电脑是一家总部在台湾的电脑商，斥资 3 亿多元在上海从事智能手机和 3G 手机的研发。

种种迹象显示，微软在中国手机业的势力正与日俱增。几天前，微软支持的联通 CDMA 智能手机已面世，而这只是“冰山一角”。“未来几个月，你将看到一批采用微软操作系统的智能手机问世。”微软内部人士透露。

网通上市方案有变南方三省不达标被临场撤下

网通不得不在临阵的最后关头撤掉了几颗棋子。

27 日，记者从可靠渠道获悉，由于在监管部门的财务审核中，福建、浙江、江苏等三省南方网通分公司某些参数不达标，被迫从上市方阵中临场撤下。

该消息知情人士透露，上述省份网通公司的前期投资太大，导致了目前盈利能力的不够，不能达到投资者预期的结果。

为了区别于中国电信“中国最大固话运营商”的融资概念，网通上市小组此前定出的上市方案为：将网通南方五省市上海、江苏、浙江、广东、福建和北方六省市北京、天津、河北、山东、河南、辽宁的电信业资产进行剥离，作为海外 IPO 的优良资产。

基于此，再加上 2 月份从新桥资本及软银亚洲基

金手中购得的亚洲网通的全部股权，网通将自己打造成为了一个覆盖中国内地全部沿海发达省份，并通过亚洲网通辐射泛亚太地区的“国际运营商”的形象。

而因为此番变故，网通 IPO 战队将剩下北方六省市，以及南方的上海和广东两省市。

网通南方上市资产以网通控股的资产为主，去年总收入约 20 亿元，利润超过 2 亿元人民币，其中原定上市五省市收入贡献率约为 80%。与此相比，同年北方六省市收入超过 500 亿元。2003 年，网通集团全年主营业务收入接近 700 亿元，净利润约 3 亿元，负债率约 58%。

此前，本报披露的网通上市最后重组方案显示，网通集团将以股权置换形式从网通控股的四家国内股东中科院、铁道部中铁通信中心、国家广电总局网络中心和上海联合投资有限公司，以及持有网通（香港）12%股份的海外投资方（新闻集团、高盛、DEI I、新鸿基集团等）手中收购全部的股权。

由此，网通控股将成为网通集团的全资子公司，中外投资者所持有的网通控股的股权则被置换成网通上市公司的股权。

调低 IPO 筹资规模

这无疑成了网通缩小在港 IPO 融资规模的最好注

脚。

4月26日，香港《南华早报》传出消息称，7月份中国网通在港首发的融资目标被调整为1520亿美金，而之前预期为2025亿美金。目前，该消息尚未得到网通公司的正面回应。

不过，投资机构对网通此举也表示理解。大陆电信概念股早已激不起海外投资界往日的热情，2000年，中国联通IPO时受到的追捧场面难以重现。何况，现在看来，这种追捧的收益率并不怎么乐观。

具体而言，我国监管部门资费政策的不确定性、电信运营市场日渐激烈的竞争态势、境外猎食者的逐渐加入、3G牌照的发放迷雾，以及缺乏新的利润增长点都是打击投资者投资热情的主要因素。

可以作为引证的是，自从中国电信宣布将在港融资83.1亿元，以为10省资产278亿元的购并案买单的消息以来，公司股票价格就已经下跌了超过10个百分点。许多投资者认为，中国电信为此举出价太高，而将要购入的资产并不指望有多大盈利能力。

三星计划在华建两研发中心完整中国运营架构

三星电子副总裁尹鍾龙27日在汉城举办的“韩、中经济 SYMPOSIUM”中表示，为在中国内地建立从生

产、研发到营销的完整营运体系，将于南京设立软件研发中心。

同时，该公司表示，三星也计划在上海或苏州设立数字产品研发中心。并表示，南京软件研发中心设立初期，将有数十名研究人员进驻，未来计划逐步扩大规模。

另外，三星电子已在去年底，于苏州设立半导体研发中心，并在今年3月于杭州开设 SYSTEMLSI 研发中心。三星电子去年在中国的营业额达 68 亿美元，预期今年将达 100 亿美元以上。

各方热论固网增值业务宽带数字家庭沙龙成立

由中国通信企业协会增值服务专业委员会举办的“固网增值业务研讨会”于4月23日在北京成功举行，大会以“激活固网，挖掘增值业务潜力；面向未来，打造宽带服务产业链”为主题。

来自中国电信、中国网通、香港城市电信、惠普、思华科技、INTEI 等企业高层代表在大会上发表了精彩演讲。中国电信互联网业务部总经理刘志勇、大唐电信副总工陈山枝、北京长城长宽网络总经理朱辉龙等嘉宾也出席了会议并与演讲嘉宾以及 350 多位与会代表一起展开了一场气氛热烈的讨论。

如何开发和运营固网增值业务一直是业内遇到的难题，通过这次会议，专家们从不同的角度就固网发展中的热点、难点进行了深入的分析和探讨。对于如何激活固网，挖掘固网增值业务市场潜力，中国电信集团互联网业务部张宇峰副处长、惠普的 DUSHDU 女士分别作出题为“中国电信语音增值服务商业模式”、“HPOPENCAII 可提供丰富多彩的语音增值业务”的专题演讲。关于如何面向未来，打造宽带业务产业链，九州在线陈晖总经理、思华科技的王扬斌首席技术官、北京邮电大学的阚凯力教授分别就从“建立可赢利的固网增值业务商业模式”、“宽带互动娱乐平台业务模式分析”、“创新纵向整合与分层服务”方面作出了深入的论述。与会代表认为，固网增值业务研讨会的召开对于克服固网增值业务的发展中遇到的问题，探讨固网增值业务繁荣与发展的策略，增进固网产业链间企业的合作，推动我国固网增值业务的发展具有积极而深远的意义。

为了深入探讨电信增值业务发展中的热点与难点问题，促进产业链中各方企业的合作与交流，中国通信企业协会增值服务专业委员会拟选择一些具有发展潜力的增值业务，协助成员单位，组织不同的业务沙龙，以期对业务进行更深入的研究和探讨，推动

电信增值业务的发展。

4月23日增值服务专业委员会组织成立了第一个电信增值业务沙龙——“宽带数字家庭沙龙”，委托思华科技（上海）有限公司的王扬斌首席技术官为第一期“宽带数字家庭沙龙”活动组长，今后，沙龙将根据该成员单位的需求开展相应的活动。相信这一举动将引起业界广泛关注，对于推动我国“宽带数字家庭”业务的迅速发展必将起到积极的作用。

诺基亚亚太区第一个集成配送中心落户中国苏州

今天，“诺基亚亚太区集成配送中心”开幕庆典活动在苏州市隆重举行。江苏省委常委、苏州市委书记王珉先生、苏州市副市长周伟强先生、诺基亚（中国）投资有限公司总裁何庆源先生等出席了开幕式。该中心的成立使诺基亚在中国的运作从生产和研发进一步扩展到物流管理这一重要领域，标志着诺基亚在中国迈向了一个更全面的发展阶段。

诺基亚亚太区集成配送中心将主要负责中国和亚太区诺基亚网络产品的物流运作。在中国建立诺基亚网络集成配送中心，将进一步降低运作成本，缩短交付时间，更灵活地满足运营商客户的需求。诺基亚在全球的成功与高效的物流运作密不可分，该中心的

建立将把诺基亚在物流管理领域的丰富经验带给本地合作伙伴，同时也把更多的中国企业和产品带向全世界。

诺基亚（中国）投资有限公司总裁何庆源先生表示：“我很高兴地看到，诺基亚在中国的发展又迈出了重要一步。诺基亚亚太区集成配送中心是诺基亚在亚太区建立的第一个，同时也是诺基亚第三个全球性的集成配送中心。中国是诺基亚全球五大区域市场之一，该中心的建立标志着中国已经成为诺基亚全球物流、供应链的重要组成部分。”

苏州市副市长周伟强先生说：“我们衷心欢迎诺基亚选择苏州建立亚太区集成配送中心。作为世界领先的移动通信厂商，诺基亚为中国带来了最先进的通信技术。江苏省拥有密集的供应链、便捷的基础设施和运输条件。我们有足够的信心为诺基亚在苏州的发展提供最佳支持，并希望诺基亚能够充分享受江苏良好的投资环境。”

自 1998 年在苏州成立诺基亚（苏州）电信有限公司以来，诺基亚在苏州的业务不断发展壮大。诺基亚（苏州）电信有限公司在短短几年的时间，已发展成为诺基亚全球重要的生产基地，并成为苏州工业园区最大的外商投资出口型企业之一，累计出口超过 80

亿人民币。诺基亚在中国市场的本地采购额约为 10 亿人民币。其 44 个中国本地供应商中有 19 个位于江苏省境内。目前苏州已成为诺基亚生产、研发、物流一体化的重点区域。

中移动 36.5 亿美元购 10 省网络业务扩至全国

中国移动（香港）有限公司（“公司”或“中国移动（香港）”）今天宣布签订有条件收购协议，向直接控股股东中国移动香港（BVI）有限公司收购内蒙古、吉林、黑龙江、贵州、云南、西藏、甘肃、青海、宁夏、新疆等十家移动通信有限责任公司、中国移动通信有限公司和京移通信设计院有限公司（统称“目标公司”）100%的权益。

目标公司的企业价值约为 41.19 亿美元（约 321.22 亿港元），扣除将由中国移动（香港）承担的目标公司截至 2003 年 12 月 31 日的合计净债务约 4.69 亿美元（约 36.54 亿港元），中国移动（香港）需支付的收购对价为 36.50 亿美元（约 284.68 亿港元）。

内蒙古等十家移动通信有限责任公司均是在其各自经营地区内具有领先地位的移动通信运营商。截至 2003 年 12 月 31 日，目标公司合计用户总数为

2,450 万户，市场占有率约 64.3%，所在的十省的移动电话普及率平均为 16.8%。该十省（自治区）的移动电话普及率与国际上成熟市场相比仍然很低，显示目标公司未来相当可观的增长潜力。

按照香港公认会计准则，目标公司 2004 年度合计的 EBITDA 预期将不低于人民币 119.71 亿元，同期合计净利润将不低于人民币 31.17 亿元。基于上述预测，目标公司的企业价值相当于 2004 年 EBITDA 的约 2.85 倍，股权对价则相当于 2004 年净利润的约 9.69 倍。

中国移动（香港）有限公司董事长兼首席执行官王晓初高兴，他说：“本次收购完成后，本公司的服务区域将扩展至中国内地全部 31 省，服务区域内人口总数达到约 13 亿，进一步巩固本公司作为以用户计世界最大移动运营商的地位，为本公司进一步实现规模效应，增强财务实力，提高股东价值提供了良好的契机。我们认为本次收购的估值和融资安排合理，并预计 2004 年的每股盈利将获得增厚，再次体现了本公司致力于股东价值最大化的不懈努力。本公司即将成为第一家在中国内地所有 31 省经营电信业务的中国海外上市电信企业，我们有信心成为世界一流的无线多媒体服务提供商。”

收购对价将以下述方式支付：在收购完成时，中国移动（香港）将以等同于 20 亿美元（约 155.99 亿港元）的自有现金向中国移动香港（BVI）有限公司支付首期对价；余额 16.50 亿美元（约 128.69 亿港元）将在收购完成后 15 年内递延支付，中国移动（香港）有权利提前（无罚款）支付部分或全部递延对价。

本次收购仍须取得中国移动（香港）有限公司独立股东的批准。公司计划在六月十六日召开股东特别大会，由独立股东对收购进行批准。

公司的财务顾问是中国国际金融（香港）有限公司、高盛（亚洲）有限责任公司和瑞银投资银行，独立董事委员会之独立财务顾问由洛希尔父子（香港）有限公司担任

IDC 称：给手机增加硬盘将为移动通信带来革命

美市场调查公司 IDC 分析师亚历克斯斯莱斯比（ALEXSI AWSBY）日前表示，为手机添加硬盘将为移动通信带来革命性变革，但要使普通消费者真正享受到其中的好处，业界还需要进行多步技术变革。

斯莱斯比是 IDC 移动设备服务部门的高级分析师。他在自己最近发表的调查报告中称：“为手机添加硬盘的好处很多，它可以使手机摆脱很多的功能限

制，并使手机的各种潜在功能得到完全发挥。其中的道理很简单，目前业界已经开发出了优秀的手机应用软件及无线通信技术，如果我们再给手机加上硬盘，则手机服务业务的范围及规模都将得到大幅度增长。”然而斯莱斯比同时也指出，虽然为手机添加硬盘将带来诸多市场好处，但这种前景所面临的挑战也不可忽视。斯莱斯比说：“开发成本、硬盘体积、耗能高低等问题将成为关键性因素。因此从近期看，闪存芯片仍然将是高端手机的主流选择。”

斯莱斯比最后指出，尽管面临一些挑战，随着第三代移动通信（3G）网络的逐渐开通，为手机添加硬盘的市场需要将日益高涨。

思科爱立信签署合作协议推动 IP 电话业务发展

思科和瑞典爱立信发表声明，称两家公司已经同意联合为全世界电话公司销售网络设备，以加速向基于互联网网络服务的转变过程。

该项协议的具体细节还没有透露。随着向 IP 电话的转变，在协议下全球最大的网络设备制造商思科和爱立信将为电信公司提供相关设备和服务。

电信公司认为采用基于互联网网络服务能用便宜的通话服务夺回用户。在该行业领域三年的用户消

费额下滑之后，设备提供商利用这种方式来促进网络设备的销售。

思科首席执行官 JOHNCHAMBERS 在两家公司的联合声明中称：“当我们寻找该市场存在的机会时，我们发现，思科和爱立信之间更紧密的合作关系将有助于加速这些服务的发展，而对用户和我们两家公司来讲，这种服务都是有利的。”

那些潜在的用户对这两家公司的联盟抱有肯定的态度。

澳大利亚最大的电话公司董事总经理 TEI STRA 声称：“通过更快速更有效向市场推广新型服务，我们期望这项协议能够实现降低运作费用和提高财政收入的目标。”这两家公司联盟建立的基础是爱立信强有力的系统整合能力和思科在路由器市场的统治地位。

爱立信市场部副总裁 JOHAN BERGENDAHL 声称：“许多主要的电话公司都已经购买了我们两家公司的产品。与思科签署的这项协议对于两家公司，以及大多数用户来讲都很有意义。”

这两家公司声称，这次合作关系将充分利用爱立信 SOFTSWITCH 网络架构和思科的核心路由器和交换机产品的优势。

SOFTSWITCH 能帮助路由器在固定线路网络中实现电话呼叫的移动性。与目前的电路交换网络相比, SOFTSWITCH 需要更小的空间, 消耗更低的能量, 而能更快的被采用。

在过去几年里, 思科与其他服务提供商和电话公司签署了相似的协议, 以推动自己的产品销售到全球服务办公部门和 IT 部门。

在 LUCENTTECHNOLOGIES 声称将销售思科无线网络设备一年后, 爱立信与思科签署了为期三年的该项协议。

LUCENT 与思科的竞争对手 JUNIPERNETWORKS 在有线网络服务中建立了合作关系, 而爱立信与 JUNIPER 在无线服务中建立了联盟。思科也通过摩托罗拉, 芬兰的诺基亚以及德国的西门子公司销售自己的无线网络设备。

包月和订阅类短信确认信息中须包含收费标准

与“即时类”短信相比, “包月类”和“订阅类”短信一经订制成功用户就可持续享受服务, 并持续付费, 因此, 申请这两类短信服务的用户一定要注意接收确认提供服务信息并关注其中明示的收费标准。

信息产业部电信管理局副局长鲁阳 28 日说, “包

月类”和“订阅类”短信服务一旦违规经营，给用户造成的损失相对更大，因此，信息产业部日前颁布的《关于规范短信息服务有关问题的通知》中，要求对这两类短信服务进行订制确认，以提高反映用户申请服务意愿的准确性和安全性。

具体确认过程规定为，信息服务商在收到用户服务申请后，要向用户发送确认信息，且请求确认信息中必须包括收费标准，在收到用户的确认反馈后，信息服务商才能向用户提供服务并相应计费。如用户未进行确认反馈，视为用户撤消服务要求。目前，移动短信服务的方式常见的主要有三类：“即时类”、“包月类”和“订阅类”。“即时类”是指用户发送一条请求后，信息服务商回送一条服务信息，以条为计费单位进行计费；“包月短信”是指用户发送的一条请求，订制一项信息服务，比如天气预报等，信息服务商此后长期发送该项服务信息，直至用户取消，并以月为最小单位计费；“订阅类”短信与“包月类”类似，所不同的只是按照信息的发送条数进行计费。

诺基亚在印度建 CDMA 研究中心以提供软件支持

诺基亚星期三宣布，在印度建立一家 CDMA 研究中心。

研究中心位于孟买，主要职责是为印度及其它亚太国家的 CDMA 用户提供软件和技术支持。

诺基亚星期三还宣布在印度推出新的 CDMA 手机，诺基亚 2112。

CDMA 标准已经成为 GSM 通讯标准的有力竞争者。

电子垃圾管理办法完成立法程序今年铁定出台

酝酿一年半之久的《电子信息产品生产污染防治管理办法》已经完成立法程序，今年铁定出台。

在昨天举行的第一届中国信息产业知识产权与技术标准高层论坛上，信息产业部经济运行司官员透露，《办法》已经进入最后的定案阶段。

《办法》从电子产品的“出生”到“死亡”，都对企业作出详尽的要求。其中，强令铅、汞、镉、六价铬、聚合溴化联苯（PBB）或者聚合溴化联苯乙醚（PBDE）等六种有毒有害材料限期禁止使用。同时，要求企业主动担当起回收“电子垃圾”的责任。

今年第一季度全球手机销量大增达 1.53 亿部

据美国战略分析公司 29 日公布的一份手机市场分析报告，今年第一季度全球手机的销量为 1.53 亿部，比去年同期增长约 40%。

这家著名的市场研究和咨询公司提供的统计还显示，世界第一大手机制造商芬兰诺基亚公司第一季

度的手机销售量比去年同期减少了 1100 万部，降至 4470 万部，降幅达近 20%。不过，诺基亚公司仍然保持了手机制造业龙头老大的地位，在世界手机市场上占有的份额为 35%。

相比之下，LG 手机的销量同期增长了 56%，摩托罗拉公司手机的销量增长了 51%，三星和索尼爱立信的手机销量也都出现不同程度的增长。

市场分析人士认为，诺基亚手机销量暴跌的主要原因包括未能及时推出新款手机，尤其是中档价格的新款手机，手机式样单调，其中大多数是不翻盖的“巧克力块”造型等。

爱立信中国任命新总裁马志鸿将于 5 月 1 日到任

爱立信任命马志鸿先生(MATSHOISSON)自 2004 年 5 月 1 日起担任爱立信(中国)有限公司总裁。马志鸿先生是爱立信亚太区市场最高层管理人员之一，拥有超过 15 年的本地区的工作经验。他将接替于 2004 年 4 月 8 日不幸去世的杨迈先生，担任爱立信(中国)有限公司总裁职务。

爱立信总裁兼首席执行官思文凯(CARL HENRIC SVANBERG)先生说，“中国不仅是爱立信极其重要的一个市场，也是爱立信全球的供应中枢及研发和生产基

地。已故的杨迈对于加强爱立信在中国市场的领先地位起到了重要的作用，并使爱立信成为积极参与中国通信业发展的非常融合的一部分。”

思文凯补充说，“我们相信马志鸿将充分利用前任打下的坚实基础，他所拥有的经验和思想将带领爱立信中国公司继续为我们的中国客户提供尽善尽美的支持，爱立信中国将继续大力积极支持中国通信事业的发展。”

马志鸿加盟爱立信已有 20 余年，分别在爱立信亚太地区六个国家担任过不同的管理职务。

1996 年至 2001 年，马志鸿任爱立信印尼公司总裁，在此之前，他曾担任爱立信台湾公司总裁，为期四年。2001 至 2003 年，马志鸿任爱立信马来西亚公司总经理，并于 2003 年兼任爱立信东南亚地区总裁。

在另行宣布之前，马志鸿同时兼任爱立信东南亚地区总裁及爱立信马来西亚公司的总经理。

另据爱立信新闻发言官介绍，5 月 1 日为马志鸿的官方到任日期，而正式开始掌管事务将在五一假期过后。

马志鸿简历：

马志鸿(MATSHOISSON)先生于 2004 年 5 月 1 日就任爱立信(中国)有限公司总裁。

1996 年至 2001 年，马志鸿任爱立信印尼公司总裁，在此之前，他曾担任爱立信台湾公司总裁，为期四年。2001 至 2003 年，马志鸿任爱立信马来西亚公司总经理，并于 2003 年兼任爱立信东南亚地区总裁。1996 年至 2001 年，他担任爱立信印度尼西亚公司总裁，1992 年至 1996 年，任爱立信台湾公司总裁。

1989 至 1992 年，马志鸿先生是爱立信光缆业务的负责人，从 1987 年至 1989 年，担任爱立信网络工程业务的负责人。

从 1982 年至 1987 年，马志鸿在爱立信担任过不同的财务和行政职位，包括爱立信国际有限公司的大区财务总监。

在马志鸿于 1982 年加入爱立信之前，他是一家美国 IT 公司 WANGSKANDINAVISKA 公司的财务总监，从 1977 年至 1980 年，他在会计师事务所 B.OISSON REVISIONSBYRA 公司担任高级审计师职务。

马志鸿于 1954 年出生于瑞典的斯德哥尔摩，拥有斯德哥尔摩经济学院 (STOCK HOLM SCHOOL OFECONOMICS) 的工商管理硕士学位。

华为海信将打破国产手机沉默参加 3G 外场测试

信产部组织的第三代手机 (3G) 第二轮外场测试

已于上个月底拉开帷幕。记者昨日获悉，两款由国产厂商研发的 WCDMA3G 手机宣布将参加外场测试，它们分别来自华为和海信。

目前，国际主流的 3G 标准有欧洲版的 WCDMA 技术、美国版的 WCDMA2000 和中国力主的 TDSCDMA 三种。此前，全球开通的 3G 商用网纷纷遇到终端手机缺乏的难题，只有摩托罗拉、诺基亚、NEC 少数几个外国手机商能够拿得出来。

中国的 3G 外场测试也面临此问题，尤其是国产手机商们多处于观望阶段，少有实质投入。因此，参加 3G 外场测试的国产手机几乎是一个空白。

今年 2 月份，华为宣布首款 WCDMA3G 手机面世，并骄傲地向世人作了展示。据知情人士透露，因其以前没有商用实践，尚有一些细节正在调试，相信不久就能交付外场测试。

同时，不久前另一家国产厂商海信也宣布，首款 3G 手机已经“浮出水面”并实现可视通话。上个月，这家公司宣布投入 7 亿元用于 3G 手机研发，现在正一路紧赶。

目前 WCDMA 外场测试的 3G 手机到位 10 款，全部为洋手机，其中 NEC 提供了两款。

网络 CPU 市场今年将增长 40%规模超 1.2 亿美元

据市场研究公司 LINIEYGROUP 预测, 2004 年 NPU 市场将增长 40%以上, 规模超过 1.2 亿美元。AMCC 和英特尔是推动该市场的主要厂商, 而规模较小的厂商也希望在这个快速增长的市场中有所收获。

而 2003 年, 网络处理器(NPU)市场增长了 30%左右, 达到创记录的 8,500 万美元。AMCC 公司的 NPU 业务回复到 2001 年来的最好水平, 这让 AMCC 在 2003 年保持了 39%的市场份额, 而英特尔的市场份额则由 2002 年的 11%上升至 16%。

IBM 在 2003 年初停止开发 NPU 产品, 并在 2004 年初卖掉了 NPU 产品线, 但凭借其手中原有的订单, IBM 的 NPU 销售收入几乎保持了原有水平, 其 2003 年市场份额由 19%降至 16%。

更名为 FREESCALE SEMICONDUCTOR 的摩托罗拉表现不佳, 2003 年上半年有 C3E 和 C5E 两个产品量产, 但收入仅持平, 2003 年 NPU 市场份额由 2002 年的 15%降至 12%。杰尔系统有限公司的市场份额也因产品老化而降至 6%。

**诺基亚 4 款 CDMA20001X 手机首次亮相
亚太市场**

在近日印度孟买举办的“CDMA: 携手共赢”诺基亚亚太区技术峰会上, 诺基亚四款 CDMA20001X 手机

首次亮相亚太市场，进一步丰富了诺基亚的 CDMA20001X 产品组合。这四款最近刚在美国 CTIA 无线大会上发布的产品功能多样，各具特色，满足了更广泛用户的移动通信需求。它们全部采用诺基亚自有的 CDMA20001X 芯片，凸显了诺基亚在 CDMA 技术领域的领先地位。

诺基亚移动电话 CDMA 业务部高级副总裁兼总经理 SOREN PETERSEN 表示：“这些全新产品覆盖不同消费群体，为亚太市场的 CDMA 用户带来了丰富多彩的移动通信体验。它们不但功能多样，更重要的是，它们都基于诺基亚倍受赞誉的、友好的用户界面，操作相当简便。”

在诺基亚日益发展的 CDMA20001X 产品家族中，三模（CDMA800/1900/AMPS）折叠手机诺基亚 6255 的功能最为先进。这款设计简洁紧致的手机也是目前业内功能最为全面和丰富的 CDMA 手机之一。诺基亚 6255 采用内外双彩屏设计，主屏为 128X160 像素的 65000 色彩屏。它拥有自带闪光灯并支持数码变焦的 VGA 相机，可拍摄影音同期的视频片段，图像和视频片段可通过彩信发送至兼容手机和电子邮件地址。此外，它还内置视频播放器、MP3/AAC 音乐播放器和调频收音机，支持流媒体功能、最大可扩展至 64MB 的

MMC（多媒体存储）卡，以及可实现音频和数据连接的蓝牙技术，将商务性和娱乐性集于一身。这款手机预计将于 2004 年第四季度在全球市场上市。

双频三模手机诺基亚 3205 拥有内置相机、128X128 像素的高分辨率彩色显示屏和彩信功能。诺基亚 3205 还是首款支持“随心换彩片”的诺基亚 CDMA 手机。它的外壳是透明的，可用来当作固定“随心换彩片”的外框。用户可从网上下载图片、在电脑上创建自己的图片，或者选择手机拍摄的图片，然后打印出来，用“魔术切”制作成充满乐趣的“随心换彩片”。用户还可在空白的彩片上随意勾画和涂染，让自己的彩片完全个性化。诺基亚 3205 的其他功能还包括合成音铃声、通讯录图片和铃声分组、图片编辑、红外连接、用于同步的 PC 套件、内置手电筒和调频收音机。这款手机预计将于 2004 年第二季度在全球市场上市。

经典雅致的诺基亚 6012（CDMA800/AMPS）和 6015I（CDMA800/1900/AMPS）内置微型浏览器，允许用户将应用直接下载至手机。合成音铃声、通讯录图片和铃声分组、图片墙纸、随心换彩壳等功能使用户可轻松个性化手中的手机。其他功能还包括内置免提扬声器、多达 25 个联系人的声控拨号、一键拨号、最多

可储存 250 个联系人的通讯录、振动提示和闹钟等。这两款手机预计将于 2004 年第三季度在全球市场上市。

以上产品描述涉及亚太区,中国区产品功能将进行适当调整,可能有所不同。

日本 NTT 与中国联通合作提供 CDMA 内容服务

日前,日本电信电话(NTT)旗下公司一电脑系统集成商 NTTDATA 已与中国移动通信内容供应商协进科技(PDAGER)结盟,两家公司将合作发展中国移动内容服务市场。

2004 年 4 月 19 日,两家公司开始为中国联通 CDMA1X 用户提供如游戏等移动内容服务,具体内容将由日本 CAVE、ZENOTEK TECHNOLOGY JAPAN 以及 DWANGO 等公司开发。

中国联通是中国第二大移动通信运营商,NTTDATA 和 PDAGER 计划在 2004 财年为其提供 100 款游戏及其他娱乐内容,同时也计划将服务平台扩充到 JAVA、BREW 和 WAP 移动平台。

又讯,中国联通昨日公布了第一季度财报,期内新增了 310 万 GSM 订户及 270 万 CDMA 订户。

第一季度中国联通的 CDMA 网络服务的税前利润

为人民币 2,000 万元,扭转了上年同期税前亏损人民币 2.1 亿元的局面。该公司还在一季度摊销了人民币 15.4 亿元的 CDMA 移动电话补贴成本,上年同期的该项摊销额为人民币 15.3 亿元。

自 2003 年以来,中国联通开始减少其 CDMA 移动电话的补贴额,以将工作重点集中到提高该项服务的盈利能力上。中国联通是在两年前推出 CDMA 业务的。但分析师指出,中国联通过去数月的新订户增速已有所放缓。

该公司第一季度的坏帐拨备较上年同期飙升 78% 至人民币 6.374 亿元。同期的销售和市场推广费用攀升 43% 至人民币 45.9 亿元。

广州联通针对校园用户推出细分品牌“UP 新势力”

联通广州分公司日前推出专门针对青少年市场需要的细分品牌—UP 新势力,第一次真正意义上整合了中国联通 GSM 网和 CDMA 网的资源,体现了联通整体经营思想和经营战略上已从网络产品的经营思路转向用户品牌的转变。

随着手机的普及和通讯科技的发达,青少年群体已经成为电信市场一支蓬勃的大军,而青少年也将手机的附加功能发展到了极致。可以说,青少年市场是

一个最具潜力的市场，谁能够占领其相当的部分，就证明了谁具有足够的实力，就预示着谁已经占有了一个更为广阔的未来市场。

在广东，青少年人数高达两千多万，而在校的大中专学生手机普及率更高达八成。广东联通推出的“UP 新势力”作为联通第一个真正用户品牌，将有可能成为对抗竞争对手争夺市场份额的拳头产品。

据称，“UP 新势力”是基于“空中下载”技术，集语音和数据业务为一体的全新业务产品。相比联通以往产品，其品牌的性格更加明显，内涵更加丰富，功能也更加强大，可以让年轻的目标用户享受到最潮流、最先进的未来科技，成为校园 UP 势力一族。相比与竞争对手的产品，“UP 新势力”个性化地成分更加显著，连资费都可以自己做主，通过菜单短信和网站就可以自助设置，十分适合青少年的性格。还有各种资费套餐，如私密热信可以设定与一个好友之间免费通短信，私密热语可设定与一个好友免费通话等。

首季全球手机市场激增诺基亚份额缩水(附排名)

数据显示，一季度全球移动电话市场呈现爆炸性增长，销量与去年同期相比增幅高达 40%，全球售出新手机共计 1.53 亿部。

一季度，全球最大的手机生产企业诺基亚公司销售大幅滑坡，成为本季度手机市场变化的一个主要特点。诺基亚在今年头三个月销售了 4470 万部手机，市场份额缩减至 29.2%（注：2003 年全年统计，诺基亚拥有市场份额为 34.8%。）诺基亚的变化再一次证实了通过行业领先企业财报显示出来的市场发展趋势。

分析人士认为：虽然诺基亚能够利用其成本优势实行降价销售的策略，在二季度乃至三、四季度收复部分失地，但这毕竟只能是一个短期解决方法。

诺基亚市场份额减少了，它的竞争对手市场份额自然就增加了。摩托罗拉一季度销售出手机 2530 万部，市场份额 16.5%，比上年同期增加了两个百分点（注：2003 年一季度为 14.5%）。

分析认为，摩托罗拉的 IDEN 系列产品在南北美洲市场表现优异，它的西欧地区市场地位逐步恢复，是导致摩托罗拉 51%强劲（年度）增长的主要原因。

据介绍，摩托罗拉的 IDEN 手机可作为双向对讲机使用，同时又没有距离的限制，因为它使用的移动通讯网络，因而大受消费者欢迎。

排在第三和第四位的分别是韩国三星公司和德国西门子公司，前者市场份额 13.1%（去年同期是 12.1%，全年统计是 10.8%）；后者市场份额统计为

8.4%，与 2003 年持平。

韩国 LG 和日本瑞典合资企业索尼爱立信以市场份额 5.7%并列第五。

据分析，全球手机市场一季度增长强劲的原因在于北美、西欧和韩国市场换机、升级需求持续走强。预计今年全年，全球手机销售走势将继续保持强劲势头，手机的全年销售量可达到 5.86 亿部。

信产部官员解读《规范短信息服务有关问题通知》

为维护广大电信用户的合法权益，保障短信息服务业务的健康有序发展，4 月 19 日，信息产业部发布了《关于规范短信息服务有关问题的通知》（以下简称《通知》），针对短信息服务的提供流程，提出具体要求，进行严格规范。

《通知》的出台，在信息服务业和广大电信用户中引起了热烈的反响。用户视《通知》为“定心丸”，信息服务业务经营者（以下简称信息服务商）也纷纷表示，《通知》给信息服务商中的害群之马戴上了“紧箍咒”，规范了市场环境，净化了市场风气。《通知》缘何具有如此之大的影响力？监管部门是怎样将短信服务市场的宏观监控和具体用户权益的保护有机结合的？监管部门采取了哪些措施来保障行业的可

持续发展？带着这些问题，记者于4月28日专访了信息产业部电信管理局鲁阳副局长。

记者（以下简称记）：近来，媒体关于移动短信问题的报道已不鲜见，“短信陷阱”也成了时下的新名词。请您结合目前短信市场的业务情况和用户反映，介绍一下《通知》出台的背景。

鲁阳（以下简称鲁）：近年来，移动短信息业务因其方便快捷、形式新颖，得到了广大用户的青睐，也为部分信息服务商带来了不菲的收益。但在短信市场蓬勃发展的同时，少数信息服务商在经营中存在不规范的行为，加上移动通信企业短信业务管理暂时还不够完善，你所提到的“短信陷阱”问题也时有发生。所谓陷阱，无外乎有两个特征，一是入口比较隐蔽，不好辨别，二是一旦掉进去就不容易爬出来，表现在短信服务上就是用户在不完全知情的情况下便申请了某项短信服务，在退订的时候却不容易退掉。目前，移动短信业务逐渐成为社会关注的焦点和用户投诉的热点，特别是对资费不透明、未订制短信息却被收费、退订难和投诉得不到及时有效解决等问题，用户反映尤为强烈。

信息产业部作为电信监管部门，为维护广大电信用户的合法权益，保障短信息服务业务的健康、有序、

持续发展，针对“短信陷阱”和其他服务问题，研究出台这个《通知》，对短信服务市场进行规范和引导，这基本上就是《通知》出台的背景。

记：您刚才提到，《通知》是有针对性地对短信服务市场进行规范，这个针对性主要体现在哪些方面？

鲁：《通知》结合当前市场热点问题，在市场准入、业务宣传、订制申请、服务提供、方便退订、收费透明化、处理投诉、违规处罚等多个环节，进行具体要求，规范短信服务市场。

记：《通知》中提到，“各移动通信企业应与已取得相应经营许可的信息服务业经营者合作提供移动短信服务，不得为未取得相应经营许可的信息服务业提供者提供相关接入服务”；目前的情况是，市场上有相当一部分信息服务商未取得许可，甚至有一部分未进入电信监管部门的“视线”，一直以来各地监管部门对此也很为难，可否请您谈一下《通知》是如何解决这个问题的？

鲁：当移动短信息服务市场处于前期发展阶段时，确实有少部分信息服务商未取得许可便自行挂靠在已获得许可的信息服务商下面从事经营活动，也有一些是由移动运营商审核后与其合作经营的，这样的

信息服务商在经营过程中有的不能严格自律，致使破坏经营秩序的事件屡有发生，同时由于没有独立的经营资质，给用户维权和监管部门的监督工作造成了很大困难。今天，移动短信服务市场在注重发展的同时，更应该予以严格规范，以保证移动短信市场有一个良好的竞争环境。基础运营商不允许为任何未经许可的信息服务商提供接入，否则负连带责任，这项措施要求运营商从短信服务价值链的源头上进行把关，把短信服务的部分不安分因素预先排除在市场的门外之外。

记：针对如何规范信息服务商的经营行为，到底信息服务商应该由谁来监管，业内进行过广泛的讨论，有人说应该信息产业部管，有人说应该由地方通信管理局来管，有人说应该由文化部门来管，移动通信企业也曾向违规信息服务商开出过罚单，到底应该由谁来监督信息服务商的经营行为？

鲁：短信服务市场由电信监管部门来管，这是毋庸置疑的，而且，我们的监管应该着眼于管市场，管经营主体的经营行为。基础电信企业和信息服务商同为电信业务经营者，是平等的民事主体，根据市场经济原则，信息服务商和电信企业之间的关系应该用经济合同说话，用合同的方式明确各方的权利、义务及

责任，建立双方约束机制，规范相应的服务提供和收费行为。尽管基础电信企业与信息服务商由于经济利益的依附关系，所签订经济合同的公平性和规范性还有待进一步规范，但毕竟电信企业不具备行政监管权和行政处罚权，我们不能将移动通信企业与信息服务商之间的违约赔偿行为简单定义为开罚单。

记：《通知》要求所有类型的短信业务都必须进行资费宣传，而在接受用户服务申请的过程中需要进行确认的只强调了包月类和订阅类，这是出于什么考虑？这两项措施有哪些积极意义？

鲁：大家都经常在电视上看到“移动用户发送 XX 送到 XXXX；联通用户发送 XX 到 XXXX”的字样，却没有告知相应的资费标准，提醒用户收费标准和方式等，用户照此发送短信后，并不知道是按条交费还是相当于订制了包月的短信服务，收费多少更是不清楚，无法做到“明明白白消费”。目前这种情况在电视、广播的各类节目中十分常见，由此产生的用户投诉也比较多。因此，在对业务宣传的过程中要求加上类似“XX 元/条”、“XX 元/月”字样的作用和意义是不言自明的了。

目前，移动短信服务的方式常见的主要有三类：即时短信类、包月类和订阅类。“即时类”是指用户

发送一条请求后，信息服务商回送一条服务信息，以条为计费单位进行计费：“包月短信”是指用户发送的一条请求，订制一项信息服务，比如天气预报等，信息服务商此后长期发送该项服务信息，直至用户取消，并以月为最小单位计费：“订阅类”短信与包月类类似，所不同的只是按照信息的发送条数进行计费。

一方面，与“即时类短信”相比，“包月类”和“订阅类”的主要特征在于，一经订制成功就不再需要用户干预而持续享受服务，同时也需要用户相应持续付费，这两类短信服务一旦因违规经营等问题侵害用户合法权益，给用户造成的损失将相对更大，也成为目前用户投诉的热点。另一方面，订制确认固然可以提高反映用户申请服务这种意愿的准确性和安全性，但也无形中增加了用户享受服务的直接成本和时间等间接成本。众所周知，安全性和方便性始终是一对矛盾，在权衡两者关系后，《通知》要求对包月类和订阅类短信服务进行确认。

《通知》发出后，将具体确认过程规定为，信息服务商在收到用户服务申请后，要向用户发送确认信息，且请求确认信息中必须包括收费标准，在收到用户的确认反馈后，信息服务商才能向用户提供服务并

相应计费。若用户未进行确认反馈，视为用户撤销服务要求。

这两项措施的积极意义，我认为，资费透明有利于吸引部分对新鲜事物感兴趣而又因为资费模糊而犹豫不决的用户，有利于短信服务市场的壮大。有些用户对短信服务的定价有所顾虑，因担心经济承受能力或性价比太差而不敢尝试，据我们了解，目前包月类短信服务定价最高不超过 30 元/月，即时类最高不超过 2 元/条，在用户心理可以接受范围之内，并不是少数用户所担心的巨大的“黑洞”。因此，资费透明的规定，作用不仅在于规范市场行为，还在于吸引部分对短信服务持观望态度的用户。订制确认可以让真正有需求的用户更放心使用短信服务，在订制过程中增加了一个确认环节给用户带来不便的同时，却体现了对用户的重视和尊重。有人认为订制确认过程在一定程度上会阻止新用户的尝试，我们认为，用户的尝试应该是在其主观意愿明确的前提下进行的，订制确认过程并不会妨碍真正有需求的新用户进入。

记：我们常听说，用户在使用短信时，有些本来是单条即时短信息服务，信息服务商却回送了多条短信内容，这种情况下按条收费用户不是吃亏了吗？

鲁：确实有这种情况，少数短信业务宣传标称的

资费标准是 X 元/条，有时本可以在一条信息中回送的内容，故意分拆成了几条回送，或由于传输容量原因回送了许多条，相应地收取了多条信息的信息费。用户本以为一次服务申请，只接受一条信息也只需要付一条信息的信息费时，却莫名其妙地付出了好几倍的信息费，当然心有不甘。所以，《通知》要求单条即时短信息服务“如因传输容量等原因需要回送多条短信内容的，只能收取一条相应信息的信息费”。当然，也可以在业务说明中以“X 元/次”标明一次服务请求的相应资费，或告知用户，这类信息要分几条发送，“X 元/条”。

记：《通知》要求短信记录的保存时限为 5 个月，这个时限是不是太长，信息服务商都能做到吗？

鲁：要求信息服务商对短信服务设置一定的原始数据保存期限，主要是出于保证计费准确性的需要。信息产业部第 6 号部长令中明确要求“计费原始数据保存期限为 5 个月”，《通知》中所要求的“短信息的发送与接收时间、发送端和接收端的电话号码或者代码”都属于短信计费原始数据的基本信息，为方便用户查询和便于处理资费争议，保存这些信息是有必要的。另外，少数不法分子利用移动短信从事各种违法乱纪活动，短信收发记录的保存有利于对违法行径进

行约束和警示。

出于以上的考虑，我们也进行过相应的调研，信息服务商反馈回来的信息表明，《通知》对短信记录作出保存期限至少为5个月的要求，是完全有必要的，同时多数信息服务商也是能够做到的。

记：有信息服务商在经营的过程中，发送的短信中存在打法律和道德擦边球的内容，《通知》对短信内容进行了哪些相应的规范和要求？

鲁：《通知》第六条规定：“信息服务业务经营者在采集、开发、处理、发布短信息时，应对短信息的内容进行审查，短信息中不得含有国家明令禁止的内容。”这实质就是要求信息服务商对短信内容负责。

记：请问鲁局长，《通知》中提到了将开通“0000”、“00000”，这意味着什么呢？“鼓励移动通信企业采取措施，实现对其所代收费的所有短信息服务的退订”，具体是指什么？移动通信企业可能用哪些方法来实现其代收费的所有短信的退订呢？

鲁：“0000”、“00000”的开通主要是帮助用户解决退订问题，也就是解决我们前面所说“陷阱”的第二个特征，帮助用户从“陷阱”中出来，由用户来决定是否要继续使用某种服务并为之付费，有了“0000”和“00000”以后，短信退订的主动权随时掌握在用

户手中。

这次信息产业部发布《通知》，一是要把“陷阱”口封闭，从宣传告知、申请确认等方面防止误操作，二是要让用户即使不小心掉进“陷阱”也能很容易地出来，即有较好的订退措施，更多地考虑到消费者的利益。

同时，在代收费的问题上，用户也有权知道被代收费的详情，知道是为使用哪项服务付费。因此，我们要求各移动运营企业，在向用户收取通信费用时，要在话费交费单提供代收费用的情况，代哪家信息服务商收费，收取多少费用。如果用户想知道更详细的代收费情况，移动运营企业要向用户提供包含具体信息服务类别和发送时间等信息的详细清单，当然提供清单的形式可以是多样化的，包括打印在交费收据上或另单提供都可以。

明确了基础电信企业和信息服务商之间代收费这个关系后，移动运营企业也就有责任采取相应措施来方便用户退订了。当然，具体措施的形式可以多样化，比如，用户可以编辑特定短信发送到移动通信企业指定的接入号码，一次性退订由该移动通信企业代收费的所有业务；客服中心在对用户身份鉴权的前提下，进行代退订，等等。总之，是否享用服务和选择

享用什么服务的主动权始终应掌握在用户手中，用户说了算。

记：以前对用户投诉我们可以说也是实行“首问负责”，与这次《通知》中强调的在短信服务方面移动运营企业和信息服务商对用户咨询和投诉实行“首问负责”有什么不同？

鲁：以前的“首问负责”是基础电信运营企业内部实行的“首问负责”，是一种内部考核机制。此前，之所以在企业实行“首问负责”的前提下，仍然经常出现电信企业和信息服务商对用户投诉“踢皮球”的现象，就是因为，运营企业发现不是自己的问题，就让用户找信息服务商，信息服务商说应该由运营商牵头解决，一来二去，互相推诿。现在《通知》中的“首问负责”指基础电信企业与信息服务商之间实行“首问负责”，这个原则指定了移动运营企业和信息服务商被用户问及都要对用户咨询和投诉负责，用户只要找到其中一方就应该能解决问题。无论用户向谁投诉，接到投诉的一方即作为“牵头方”来进行协调处理，若在公开承诺的处理时限内不能对用户咨询和投诉得出明确的结论，那么“牵头方”就将作为“责任方”承担不及时处理用户投诉责任。

记：您刚才提到“对用户投诉得出明确的结论”，

《通知》中也有一条，“受理用户投诉后，在 15 日内无法确定责任时，移动通信企业应先行向用户做暂退费处理。”那么究竟什么情况属于“无法确定责任”呢？

鲁：当用户对短信服务信息费有异议时，若信息服务商提供的计费记录和电信企业提供的计费记录不吻合，或其中一方不能提供计费记录，或在对外公开的投诉处理时限（最长不超过 15 天）内拖而未决，这些情况都叫“无法确定责任”。此时，移动通信企业和信息服务商中的投诉受理方应对用户进行先行赔付，待明确责任方后，由责任方承担相应经济责任。

记：《通知》要求各地通信管理局加强监管，对违规行为从严处理，您能透露一下“从严”的具体含义吗？

鲁：市场的大环境要由企业和监管部门共同来营造，因此我们也要求各地电信监管部门认真履行起自己的职责，切实有效地在市场准入、业务宣传、订制申请、服务提供、方便退订、收费透明化、处理投诉等多个环节对短信息服务市场进行监督管理，一旦发现“拒绝提供收费清单、恶意误导用户、欺诈经营、传播国家明令禁止信息”等违规问题一定要严肃处理，视具体违规情节，根据《中华人民共和国电信条

例》和信息产业部各项规定，参照罚则的上限，在法律和政策允许的弹性限度内，采取责令赔礼道歉、警告、经济处罚、停业整顿甚至吊销经营许可等处罚。

记：最后，请您总结一下《通知》将对移动短信市场产生怎样的影响？

鲁：可以说，短信息服务跑马圈地的时代已经结束，短信服务的竞争必须转移到规范经营和优质服务上来，而良好的政策环境是短信服务市场良性、健康、持续发展的重要保证。目前，移动短信业务正如火如荼地开展，固定短信业务也在跃跃欲试。信息产业部适时向全国电信运营企业以及所有的信息服务商发出《通知》，所规定的包括资费透明、订制确认和退订自由在内的多项措施，在保护用户权益的同时，也致力于为短信服务市场营造一个健康、规范和可持续发展的市场氛围，同时也希望全行业都能够提高自律意识，以诚实守信的经营模式向消费者提供优质的电信服务，用全行业的共同努力来推动短信服务市场做大做强。

高通等投资 1400 万美元支持“德信无线”公司

美国高通公司（NASDAQ：QCOM）今天宣布，将与其他公司共同向德信无线通讯科技有限公司（以下简

称“德信无线”注入 1,400 万美元的风险投资。

德信无线创始人兼董事长董德福表示：“高通公司的投资证明了该公司对德信无线在手机设计领域保持领先地位的信心。这一投资将有助于保持德信无线在中国市场领先地位的同时，提升我们在全球市场的地位。”

美国高通公司高级副总裁兼中国区董事长汪静指出：“高通公司为德信无线成为我们在中国的首家独立设计厂商合作伙伴感到高兴。我们对该公司的投资也是高通公司在实践其支持中国以及全球不断壮大的 CDMA 价值链发展的承诺。”

此次投资是高通公司在 2003 年 6 月宣布的 1 亿美元投资计划的一部分。这一计划主要面向一些从事开发基于 CDMA 技术的产品、应用和服务的，正处于发展早期或中期的中国公司。高通公司坚信这一针对中国各个细分市场的风险投资，将可以加快 CDMA 技术在全球的发展步伐。

德信无线是一家独立的手机设计公司，也是中国领先的移动终端设计企业。德信无线将设计基于 CDMA2000 技术的手机，初期主要面向中国国内市场。

中国 NGN 发展与世界同步投资不应只考虑短期

由信息产业部电信研究院主办的“2004 全球 NGN (下一代网络) 高峰论坛”于 4 月 26 日 - 28 日在京召开, 此次会议的主题是“共同打造中国下一代网络未来”。参加会议的有: 国内外的专家、NGN 标准制定 ITU-T11 组的高级官员、运营商以及知名的设备厂商。

近几年, 由于市场对新业务应用的不断增长, 传统的电信网络受到商业赢利模式的挑战; 信息技术的飞速进步, 促使电话网、互联网和移动网向融合的方向发展, 在传统电信网络和互联网络都面临着严峻挑战的情况下, 通信产业将希望寄托在 NGN 上。如何利用 NGN 提高网络资源的利用率、快速开发提供新业务、增加业务收入、降低网络建设和运营成本都是大家关注的焦点问题。

会上专家认为, 从总体而言, 目前下一代网络的发展方向还不完全明朗, 包括总体架构、业务开放的模式、服务质量、安全性等问题还没有解决。中国电信集团公司的总工程师表示: NGN 为未来整个通信网络提供了一个架构, 实现了多个业务网的融合, 涵盖了未来的交换网、接入网、存储网、承载网、IPV6

以及移动网的所有概念。而 NGN 在具体的实施方面，需要技术层、业务层和决策层的全面支持。

部署 NGN 投入相对较大，运营商和设备制造厂商最为关注的就是 NGN 能否带来赢利，赢利点在那里。对此，和中兴通讯美国分公司的 CEO 周继明都认为：“对于 NGN 不能只考虑短期的回报，NGN 的定位应在未来 510 的时间里，从长远的发展角度看，NGN 是可以节约成本的。NGN 的另一个优势就是，基于 NGN 的应用开发周期很短，大约是传统应用开发周期的 1/10。率先商用的运营商将因为更低的运营成本、更多的增值业务而取得竞争优势。”

据悉，中国政府一直鼓励和支持对 NGN 的技术、业务、商业模式等问题的研究，在这一领域，国际与国内的研究基本处于同一个水平。中国，NGN 对我国的电信产业是一个很好的历史机遇，若能抓住这个机遇，加快对于下一代网络的技术、管制政策、产业政策、业务开发和市场培育等方面的研究和推进，将增强我国通信产业的核心竞争力，增强国内企业的国际竞争力和占领国际市场的能力。

NGN 的定义及发展

NGN 是“下一代网络 (NEXTGENERATIONNETWORK)”或“新一代网络 (NEWGENERATIONNETWORK)”的缩写。

国内通常把 NGN 与软交换等同起来, 但 NGN 真正包含的内容非常广泛, 它是以软交换为核心, 能够提供语音、视频、数据等多媒体综合业务, 采用开放、标准体系结构, 能够提供丰富业务的下一代网络。

携阿尔卡特建合资公司 TCL 获其品牌独家许可权
中国 TCL 集团董事长李东升昨日与法国通讯设备商阿尔卡特总裁杰蒙在法国共同宣布, 合资成立一家手机生产及销售业务公司。

TCL 将投入 5500 万欧元, 掌控合资公司 55% 股权; 阿尔卡特则以 4500 万欧元, 取得其余股份, 并将提供其处于亏损状态的手机部门, 以及大约 600 名员工。该项交易将于今年第三季完成, 四年后阿尔卡特有权将持股转换为 TCL 股份。

TCL 集团主要通过惠州 TCL 移动从事手机生产业务, 并持有 TCL 移动四成股权。TCL 表示, 该公司目前为大陆第四大手机厂商, 去年销售 980 万部手机, 获利约 100 万美元, 未来希望扩大欧美销售额, 成为世界前五大手机制造商。相对的, 阿尔卡特去年虽然销售 760 万部手机, 但直到第四季才几近收支平衡, 业绩更败给诺基亚和摩托罗拉, 因而寻求退出手机市场。

根据谅解备忘录的条款, 合资公司的净资产将达

一亿欧元，其中，TCL 以五成五股权，成为控股合资公司的大股东，阿尔卡特则占其余 45% 股份，并转让 600 多名研发、销售与营销管理人员。合资公司和 TCL 移动的研究中心，将继续设在 COLOMBES（法国），上海和惠州（中国）。合并后的销售网络，也将通过主要运营商和分销商，覆盖中国、拉丁美洲、欧洲和世界其他地区。

此外，合资公司手机销售和分销也将具有使用阿尔卡特品牌名称的独家许可权，以进一步巩固品牌实力和地位。合资公司并将保持阿尔卡特与主要供应商的现有关系，TCL 移动也希望借助阿尔卡特低成本的生产优势，及制造和供应链规模，把合作效应发挥到极致。

王旭东称：中国不急于发 3G 牌照和降低手机资费

正在此间参加博鳌亚洲论坛 2004 年年会的中国信息产业部部长王旭东 24 日表示，中国目前并不急于盲目发放 3G（第三代移动通信技术）牌照和降低手机收费标准，这些目标的实现完全取决于技术成熟程度和市场需求。

王旭东透露，中国对第三代移动通信技术的开发十分重视，信息产业部在一些国际组织、企业的支持

下一直在跟踪这个项目的发展。信息产业部在今年初组织了大规模的第三代移动通信技术试验，目前还在进行网络试验。他表示，虽然目前国内许多手机生产企业都在打所谓的“第三代移动通信技术牌”，但中国并不急于立刻确定第三代移动通信技术标准，同时中国3G牌照的发放要严格按照国际通行的认证方式，主要依靠企业研发为主，以技术成熟与市场培育成熟为标准。

针对近年来国内关于手机收费标准是否将进一步下调的猜测，王旭东说，近年来，国内一些电信企业相继进行了电信收费调整，不少企业之间还通过各种方式展开了激烈的竞价斗争。相对过去电信行业处于垄断的状态而言，当前出现的激烈竞争现象已经是一种明显的进步。王旭东说，中国改革开放二十多年来，信息产业取得了巨大的进步。近几年来，中国全国每年新增的电话用户数都在9000万户以上，目前固定电话、移动电话的用户总数已达到5.57亿户，互联网上网用户数达到7950万户，2003年电子信息产业的销售收入达1.88万亿元，产品出口1410亿美元。中国信息产业表现出的巨大潜能已为世界所瞩目。

王旭东表示，虽然信息产业的发展规模已位居世

界前列，但中国在产业结构、核心技术、综合效益等方面与发达国家相比还存在较大差距。中国目前不急于发放 3G 牌照和降低手机收费标准，并不意味着忽视对信息产业发展的重视和管理。中国正在积极进行信息产业领域的立法工作，将通过完善设施、加强相关立法等手段逐渐降低电信运营成本，以达到让广大消费者受益的目的。

韩国电信局急转弯：手机平台软件不再独尊 SUN

韩国电信局近日做出政策急转弯，不再强迫手机服务供应商必需采用 SUN 下载软件来销售铃声、游戏或其他可下载软件。

美国贸易代表表示，如果韩国信息通讯院没有更改这项 2003 年四月颁布的政策，则会向世界贸易组织提出驳回申请，去年颁布的这项政策将手机兼容标准的无线网络平台全权给予 SUN 公司。

业内人士表示，手机芯片与软件商高通可能成为这项一百八十度政策转变的受益者，该公司的 BREW 下载软件在南韩与多个亚洲国家都相当热门。

另外，前不久韩国也发布了自己手机软件平台标准 WIPI，据悉，高通的 BREW 平台将支持该标准。

京瓷今年拟销 1200 万只小灵通致力中国市场

日本京瓷公司 23 日公布消息, 该公司 2004 年度计划销售手机及小灵通电话(PHS)共计 3000 万部以上, 比去年同期增长约 54%。

据《共同社》消息, 该公司今年计划的 3000 万部目标是, 手机 1800 万部, 与松下电器产业的子公司和 NEC 并驾齐驱成为日本最大厂商。

而小灵通主要将致力于中国市场, 争取今年的销量接近翻倍, 达到 1200 万部。京瓷社长西口泰夫说: “中国通话费便宜, 需求很高, 又加上通讯公司推出新的服务更加推动了这个需求。”

专家解读王旭东言论: 绝不代表 3G 牌照将缓发

王旭东认为, 3G 牌照的发放“完全取决于技术成熟程度和市场需要”

信息产业部部长王旭东 24 日在刚刚结束的博鳌亚洲论坛 2004 年年会上表示, 中国目前并不急于盲目发放 3G 牌照。但信产部相关权威专家在解读这一讲话时认为, “不急于发放绝不代表 3G 牌照将缓发”

绝不代表 3G 牌照将缓发

记者随即采访了信息产业部电信研究院一位权威专家。这位不愿意透露姓名的专家认为, 王旭东部长的此次讲话透露出明确的信号: 一、中国政府并不

急于发放 3G 牌照；二、目前 3G 三大标准进展顺利，不急于发放并非意味着政府会推迟 3G 牌照的发放。

这位专家介绍说，目前 3G 进展顺利，包括 TDSCDMA 在内的三大标准的产业化进程获得实质性突破，各大厂商和运营商也正在按照信息产业部的统一安排参加各大标准的外场测试，并且进展顺利。

他告诉记者，此前业界关于 3G 牌照将在今年年底或明年年初发放的诸多猜测，并未确切反应国家相关部委的决策意向。据他认为，3G 进程正一如既往、有条不紊地进行。

据他介绍，此次王旭东部长在博鳌论坛关于 3G 的讲话，应该是他在 3G 问题上的首次公开表态。

信产部部长首次表态 3G 牌照

信产部部长王旭东透露，国家对 3G 的开发十分重视，信息产业部在一些国际组织、企业的支持下，一直在跟踪这个项目的发展。据悉，目前由信产部牵头进行的 3G 外场测试正在紧锣密鼓地进行。王旭东认为，3G 牌照的发放“实现完全取决于技术成熟程度和市场需要”。

王旭东表示，虽然目前国内许多手机生产企业都在打“3G 牌”，但政府并不急于立刻确定 3G 标准，主要依靠企业研发为主，以技术成熟与市场培育成熟为

标准。

据这位业内资深人士透露, 3G 牌照推迟发放早在今年 2 月即已迹象初露。2 月 25 日在北京召开的全国信息产业工作会议上, 信产部部长王旭东在报告中指出, 2004 年全国通信固定资产投资计划完成 2100 亿元, 规模与去年大致持平。虽然这次会议并没有明确表示今年的 3G 将怎样发展, 但从总体投资大盘的规模来看, 3G 缓行的信息已是迹象初露。

据分析, 按照惯例, 在每年的通信固定资产投资中, 大约会有 50% 投资到通信设备上。但是这些投资安排在 3G 建设上的可能性不大。建设 3G 网络, 保守投入需要 1000 多亿元。而国家发改委经济发展与改革研究所王学庆表示, 上马 3G 预计将对基础电信系统设备产生近 5000 亿元的需求。从今年的计划投资规模与去年基本持平这一点来看, 今年国内电信业的投资重点仍然是现有网络的扩容与优化。

另据测算, 一旦中国启动 3G, 随之可能产生价值高达 1 万亿元的电信设备市场, 2.5 万亿元的电信运营市场, 以及 10 万亿元的电信增值业务市场。据此认为, 3G 事关重大, 中国政府会慎之又慎, 从长计议。

南方高科实施战略转型适度多元化押数码电子
以手机为主线开始战略转型, 摒弃“手机专业户”

形象

以“手机业黑马”而引起业内关注的手机厂商南方高科近日突然大规模宣传其数码战略，显示出其“适度多元化”的转型已大张旗鼓地启动。

巨资渗入数码领域

南方高科在长沙宣布，其主办的“中华数码小姐大赛”开始举行。作为一个手机企业，南方高科此前与数码产品并不太相关，却举办数码大赛，事前让业界都摸不着头脑。

谜底在会上最后才由南方高科总裁陈震揭开，他宣布，南方高科将建设成“以移动电话为主线，以消费类数码电子产品为轴的科技化、时尚化、国际化的大型企业集团”，也就是说，今后，南方高科的产品将从移动电话扩展到笔记本电脑、液晶显示器、记忆体模组、移动通信增值业务、数字电视等领域。

根据陈震的说法，这个多元化转型叫“龙腾数码”战略，“中华数码小姐大赛”只是打造南方高科在数码领域品牌形象的重头戏之一。

适度多元化

陈震表示，南方高科的转型准确来说是“适度多元化”，即仍将以移动电话为主要产品，谨慎涉足前景明朗的相关消费类数码电子产品领域。

他表示，对于相关数码电子产品的成长，南方高科寄予深切的厚望，并已经走过试水区，取得了实质性的进展。

据悉，目前，南方高科已成立南方高科电脑有限公司、南方高科信息技术有限公司、南方高科数码电子有限公司以及东莞协科注塑有限公司等，产品体系已经从手机拓展到商用电脑、笔记本电脑、MP3 等产品，占地 10 万平方米的数码科技园也已经破土动工。

陈震说，南方高科正朝着成为消费电子行业主导品牌的目标阔步迈进，“合适的时候还将收购、兼并有研发能力和制造能力的国内或者国外品牌”。

他同时强调手机仍为南方高科的主营业务，并提出南方高科的目标是，“手机在中国市场的占有率要进入前三名；5 年之内，挺进全球手机生产制造商的前五名”；这个目标是相当惊人的，与 TCL 提出的目标有类似之处，要想实现估计不容易。国产手机转为战略进攻

从手机领域转向同时涉水数码电子领域，南方高科的转型不可谓不令人吃惊。

在手机业，南方高科是在 2002 年开始异军突起的，该年取得 800% 的高增长率；2003 年其继续保持 200% 以上的增长，终于一跃成为国产手机主导品牌的

国内第四大生产商。

不过，联想到国产手机大腕波导、夏新等相继宣布进军汽车领域的消息，南方高科此举似乎又在人们预料之中。

陈震表示，目前国产手机整体上已经从战略防御转变为战略进攻，国产手机的整体市场份额将突破70%。不过，国产手机市场份额急剧增长的背后，是国内手机市场的增长潜力在大幅下降，要想获得更好效益，做“手机专业户”是危险之旅。

不过，据悉，南方高科仍想在手机领域攫取最大利益。在长沙会议上，南方高科一口气发布了28款手机，而迄今为止，在任何手机企业的新产品发布会中，也没有一个拿出20款以上新品的，其这种市场攻势让人吃惊。

另外，南方高科宣称，其手机产能每年达到1000万台以上，并且，其二期产业基地已经投入使用，三期产业基地也已经启动；到2004年底，可控生产能力将上升到2000万台；到2008年，南方高科的可控生产能力将提升到5000万台以上，还将在广州以外的地区甚至海外建立生产基地，并将最终建成全国最大的手机生产基地之一。看来，南方高科仍想在手机业赌规模优势。

2004 亚洲国际信息及通信技术展览会在沪开幕

2004 亚洲国际信息及通信技术展览会 (CEBITASIA) 26 日在上海开幕。记者在展会上发现, 国内外信息通信业知名厂商的展台布置更趋人性化, 让人们亲身体验最新科技如何塑造生活成为几乎所有参展商展出和推广产品的重点。

本次亚洲 CEBIT 吸引了来自 19 个国家和地区的近 354 家公司参展, 是一个涵盖了整个亚太地区信息及通信技术 (ICT) 市场的展会。惠普、闪联、NEC、海尔、SAP 等国内外信息通信产业巨头, 均带来了外观新颖且有很高的技术含量的最新技术和产品, 吸引了众多现场体验者。

由联想、TCL、康佳、海信、长城等国内厂商组成的信息设备资源共享协同服务标准工作组闪联, 将本次展出的主题定为“闪联生活体验”, 并让参观者体验了一番未来的信息通信生活: 在客厅的电视中播放书房电脑资源, 用手机来点播电脑中的歌曲在家庭音响中播放等。

日本第一大手机厂商 NEC 的展位前, 一些参观者兴致盎然地参加手机内置三维游戏的现场比赛。专为时尚女性设计的手机待机时可作梳妆镜用, 手机能够

直接连接打印机上打印照片，最新的概念终端甚至能够接受电视信号，参观者真正体验了高科技在生活中的应用。

CEBIT 海外项目总监浩波先生说：“行业融合是目前展会的一个趋势，从本届展会上可以看到整个信息通信产业的新热点，那就是传统的硬件制造商已经调整产业重点，更注重如何使得产品在人们的日常生活中无处不在。”

中国电信固话业务首度负增长全力申请 3G 牌照

中国电信总工程师昨天透露，根据中国电信的内部数据，中国电信今年第一季度固定电话业务的话务量和收入双双出现负增长，这是我国电信史上首次出现运营商主业负增长。

“如果没有小灵通，中国电信一季度利润肯定是负的。固网的发展空间已经很小，很快将进入持续下降阶段，要解决这个问题，必须靠 NGN（下一代网络）、3G 等新型业务的拉动。”在昨天信产部电信研究院主办的 2004 年全球 NGN 高峰论坛上，大声疾呼，固网运营商必须加快 3G 和 NGN 的部署，以扭转利润逐年下滑的不利局面。据他介绍，中国电信正在全力申请 3G 牌照。

NGN 是下一代网络的简称，所谓下一代网络，包括下一代的移动网 3G 和下一代的接入网无线局域网。据了解，中国电信已经在今年 1 月份完成了 NGN 的两次试验，计划在 2005 年开始商用。此前，业内普遍认为，信产部将在明年年初正式发放 3G 手机牌照，而中国电信将采用 NGN 建设网络，而在拿到 3G 牌照后，正式开展移动和数据业务，争夺被中移动和中联通等移动运营商先得的利润。

中兴通讯全面出击 3G 三种制式年内推出 3G 手机
M 中兴在 3G 方面已投入近百亿元，将于今年第 4 季度前正式推出 3G 手机

在业内担心国产 3G 手机终端研发落后于洋品牌之际，国产手机厂商终于动作频频。显然，国产手机厂商不会轻易让出 3G 手机的利润给外国巨头。

中兴 3G 商用终端今年问世

3G 终端一直是国内主管部门的一块心病。本报记者曾报道过，在今年 3 月的一次 3G 研讨会上，信息产业部电子产品司副司长赵波指出，3G 终端一直是国产 3G 产业中最为薄弱的环节，因为迄今国产手机厂商还没有一个研发成功的国产 3G 终端。

但是，近日，中兴通讯手机事业部总经理何士友透露，中兴已经认识到，3G 终端核心研发成为当前国

内 3G 发展的关键瓶颈之一。他说，中兴将配合国内产业政策，在市场需要时随时可以推出多款 3G 商用手机，并将于今年第 4 季度前正式推出 3G 手机；2005 年，随着 3G 的建设步伐加快，各类中兴 3G 手机将大量面世。

投入百亿研发 3G

此前，从今年 2 月开始，不断有国产手机厂商宣称自己将出炉 3G 手机，相继对出炉 3G 手机的时间表表态。但实际上，对于其中一些进军通讯领域才两三年的厂商是否有此能力，业界一直持怀疑态度。业内人士认为，其中不乏“放烟雾弹”、借 3G 宣扬自己者。

但中兴相关人士则表示，中兴的 3G 研发一直是从“根”做起的，“作为目前国内惟一一家自主开发 GSM/GPRS 协议软件，通过国际权威 FTA 认证、并大规模商用的手机企业，中兴确实有此能力”。据悉，中兴从 1998 年就启动 3G 研发项目，研发人员超过 4000 人，在 3G 方面已经投入近百亿元。

另外，对于投入 3G 终端的研发，中兴有相当大的市场动力。据悉，中兴已经制定 2008 年达到 100 亿美元销售额的发展计划。实现这个目标，需要保持每年 25% 的增长速度，在通信设备市场增长极其缓慢的情况下，必须寄望于手机终端。

从中兴做手机的历史来看，2003 年，中兴手机出货 500 万部，但仍然显示出中兴在 2G 手机时代发力太晚，其要想在国内手机业居最前列，就必须在 3G 时代迎头赶上。

三种制式齐头并进

对于具体进展，中兴相关人士表示，“目前正在全力以赴进行 3G 终端核心技术的研发”，并“坚持走自主研发、掌握核心技术的道路”。

中兴已经完成了多款 CDMA2000 手机的开发，目前正在同时进行 CDMA20001XEV/DO、WCDMA 和 TDSCDMA 手机的研发。

也就是说，中兴对于这三种 3G 制式的手机都要研发；而且，中兴提出，其未来的 3G 手机要覆盖从低成本手机到高端手机。

但是，三种制式的 3G 手机的研发一齐上马，这种技术难度应该说是相当大的。而且，目前欧美巨头多数也只能掌握 CDMA2000 和 WCDMA 两种 3G 终端技术，中兴的这种做法令人惊讶。

中兴相关人士解释说，同时研发三种制式的 3G 手机，没有底层研发平台根本无法做到。因为如果不能采用具有共性的研发平台，而使用不同的技术架构，会造成许多模块不能通用，对提高研发资源利用

率和 3G 手机的成本带来负面影响。

其表示，中兴主要是根据标准化、模块化、工程化的思路，形成了智能移动信息终端的技术平台架构。这个平台能够从手机最底层物理层芯片进行整合，以支持三种制式。

据悉，有了这种技术平台，就可以大大提高模块的通用性、节约大量研发资源，可以迅速响应运营商对多模式、多业务手机的需求，针对各类客户群和运营商定制个性化 3G 手机。

TCL 携阿尔卡特建手机合资公司估第三季度完成
4 月 26 日北京消息：阿尔卡特今日宣布与 TCL 集团合作成立一合资公司，从事手机生产及销售业务。

TCL 集团将通过合资子公司 TCL 通讯持有合营公司 55% 股份，余下 45% 由阿尔卡特持有，TCL 将会向合资公司注入 5500 万欧元，而阿尔卡特则注入 4500 万欧元及亏损的手机业务及 600 名员工；合资公司的资产净值估计达 1 亿欧元。

阿尔卡特有权在 4 年内将合资公司股份转换为 TCL 通讯股份，而 TCL 通讯将在 5 年内将合资公司股权转让为阿尔卡特股份；双方预计交易可以在今年第三季完成，并成立合资公司。

传网通港美上市延迟 2 月集资缩至 15 亿 20 亿美元

4 月 26 日综合消息：据香港《南华早报》报道，中国网通将把招股规模从原计划的 20 亿 25 亿美元削减至 15 亿 20 亿美元，上市时期也可能比原计划的 9 月份推后两个月。

报道称，由于预备上市及核数工作复杂，集团难以于原订的 7 月份上市。另外国企指数偏软及新股反应不如前，也是集团考虑延后上市的原因。不过另一位消息灵通人士表示，中国网通仍承诺在夏天上市。

根据此前的报道，网通对于今年的预计是主营业务收入要实现 8.7% 的增长，达到人民币 817 亿元，利润将达到人民币 12 亿元。网通集团目前总资产约为 2400 亿元人民币，负债率约 58%。2003 年全年主营业务收入接近 700 亿元。

据悉，网通聘请了高盛集团、花旗集团和中国国际金融有限公司作为其首次公开募股的牵头承销商。

我国加强卫星电视监管境外公司推迟换新许可证

据外电报道，部分境外广播公司由于对我国新出台的电视信号广播协议有疑虑，决定推迟申请换发新的运营许可证，其中有些公司表示可能不再提出申

请。

根据有关规定，境外广播公司必须与中国签订相关协议才能向境内外国人集中居住的区域和三星级以上宾馆传送电视信号。外电报道指出，这些境外公司还需要一段时间对中国新出台的规定进行认真研究。

一名已经申领了新运营许可证的境外电视公司负责人抱怨说：“管理办法只对广电部有利，与国际通行做法相比，条款很苛刻。”

据外电报道，过去，如果境外这些电视公司传送了违反中国法律的电视信号，中国主管部门采取的是切断其信号的做法。而根据新的协议条款，如果今后境外电视公司违规经营，则必须“承担一切责任与损失”。而境外这些电视公司正是担心这样的条款会使它们被课以沉重的罚款及失去在中国做生意的权利。

据来自广电总局的消息，在 30 家持有在中国境内传送境外电视信号的电视公司中，还有数家没有续签协议。

AT&T 无线用户流失率增加一季度报告亏损 5800 万

4月26日报道：移动电话运营商AT&T无线周五发布财报：由于客户大量流失，公司一季度报告亏损。

AT&T 无线是美国第三大移动运营商，早前被 CINGULAR 无线协议收购。公司报告亏损 5800 万美元，相当于每股损失 2 美分。经营业绩与去年同期相比大幅下滑。去年同期，AT&T 无线报告利润 1.35 亿美元，每股盈利 5 美分。

华尔街分析师早前对 AT&T 无线盈利状况的分析是每股净收益 1 美分。

一季度 AT&T 无线营业收入 37.5 亿美元，略高于去年同期的 37.4 亿美元。该季公司损失用户 367,000 户，报告客户流转率（CUSTOMERTURNOVER）3.7%，而该比率在上一季度和去年同期分别为 3.3%和 2.3%。

每用户平均月费从去年同期的 58.7 美元下降到了 56.6 美元。

中兴通讯发布首季财报净利润同比增 48.97%

4 月 23 日，中兴通讯发布 2004 年第一季度报告。报告显示，13 月，公司实现主营业务收入人民币 37.88 亿元，净利润人民币 1.32 亿元，分别比去年同期增长 74.67%、48.97%。每股收益为 0.198 元。

中兴通讯负责人表示，公司一季度经营业绩能够继续保持良好的发展态势，一方面得益于电信行业的稳定增长，另一方面在于中兴通讯坚持以客户需求为导向，为客户提供差异化的产品和服务，并充分发挥产

品多元化优势，从而保证了行业竞争力和市场地位的
稳定提升。

2004 年第一季度，移动通信产品依然是中兴通讯
的最大业务支撑。同时，移动终端产品表现突出，手
机销售和去年同期相比增长迅速，PCS、CDMA 和 GSM
各类手机的市场份额都有不同程度的提升，其中 PCS
手机的销售表现较为突出。

中国拟允许运营商自主选择 3G 标准并修订 WAPI

中美联合商业和贸易委员会（JCCT）向解决无线
网络安全性标准和强化知识产权保护等多项贸易争
端迈出新的一步。

JCCT 周三在华盛顿发布新闻简报，对中美两国政
府未来在解决两国贸易关系问题上的行动进行了阐
述。其内容涉及到农业到高技术产业的多个行业。双
方将在 JCCT 的框架下成立由两国贸易、司法和执法
部门组成的多个工作组。

目前，中国已经成为美国重要的出口市场。而一
些没有解决的商业问题引发了两国的贸易争端。根据
美国贸易代表办公室提供的数据，从 2000 到 2003 年，
美国对中国的出口增长 76%，而对世界其它地区的出
口下降 9%。中国成为美国第 6 大出口市场，也是加拿
大和墨西哥之后的美国第三大贸易伙伴。

中美两国的联合商业及贸易委员会（JCCT）成立于 1983 年，以解决两国之间的贸易问题。随着中国在世界经济中地位越来越高，JCCT 的影响也越来越大。JCCT 主席为美国商业部长 DONEVANS、美国贸易代表 ROBERT ZOEHLICK 以及中国副总理吴仪。

JCCT 周三表示，中国将不会干预无线技术的开发，允许美国公司在中国 IT 市场扮演加油机的角色。中国政府将无限期搁置 WAPI 无线加密标准的强制实施，并与国际产业组织合作修订这一标准。电信服务供应商也将被允许选择 3G 移动电话网络标准，主管部门将不会收取特许使用费。

对于美国娱乐和媒体企业最为担心的盗版问题，中国政府同意扮演更为积极的角色，尽力消除侵犯知识产权的现象，对侵犯知识产权行为的惩罚措施将更加严厉。中国政府将实施全国范围的打击盗版和伪造行动，对电子数据的保护也将得到改善。中国已经开始了一项全国性的尊重知识产权运动。

美国货物的进出口将会增加，因为美国公司将不再需要通过中国的贸易公司开展贸易。另外，中国同意进一步向美国农业产品开放市场。中国将为美国转基因大豆提供安全认证，宣布美国菜籽油和玉米的生物技术许可，并使美国小麦、棉花、玉米和其它产品

能够更容易的出口到中国。但中国政府并没有像西方分析人士预测的那样在芯片退税问题上做出让步，而是坚持要实施向国内芯片厂商返还部分增值税的政策。此前，美国一些芯片制造商指出，中国对进口的半导体产品征收 17% 的增值税，与此同时，虽然中国国内厂商也要交纳增值税，但他们却可以享受 14% 的退税，这种做法违反了 WTO 的原则，构成了地区行业保护。3 月 18 日，美国方面正式向 WTO 提起了诉讼请求。这同时也是中国政府 2001 年加入 WTO 以来第一次遭遇正式诉讼。

全国通信业务一季平稳增长电话用户新增 4 千万
信息产业部权威统计显示，一季度全国通信业继续保持平稳增长，实现良好开局：通信业务收入 1389.2 亿元，比上年同期增长 13.6%；新增电话用户近 4000 万户，已完成年计划的 42.8%。

业务收入稳步增长。1~3 月，全国通信业务收入完成 1389.2 亿元，比上年同期增长 13.6%。其中，电信完成 1249.4 亿元，增长 14.6%；邮政完成 139.8 亿元，增长 5.7%。新浪通行证快乐 E 特权张国荣风采依旧一周年金犒奖大陆初审揭晓 AC 尼尔森互联网调查

在各项电信业务中，移动通信业务完成 538.1 亿

元，增长 13.4%，占电信业务收入的比重为 43.1%；固定本地电话网业务完成 398.7 亿元，增长 13.3%，占电信业务收入的比重为 31.9%；长途电话网业务完成 233.3 亿元，增长 17%，占电信业务收入的比重为 18.7%；数据通信业务完成 75.2 亿元，增长 28.4%，占电信业务收入的比重为 6%。

业务量迅速增长。通信业务总量完成 2215.3 亿元，同比增长 44.5%。其中，电信完成 2074 亿元，增长 47.8%；邮政完成 141.3 亿元，增长 8.9%。本地网内区间电话通话量达到 175.7 亿次，增长 27%；本地网内区内电话通话量达到 1428 亿次，增长 14%。长途电话通话时长 166.1 亿分钟，增长 27.4%。移动电话通话时长 2049.6 亿分钟，增长 57.4%。IP 通话时长达 263.1 亿分钟，比上年同期增长 47.7%。移动短信息发送量达 483.7 亿条，比上年同期增长 82.8%。

用户数量继续攀升。1~3 月，全国新增电话用户 3938.8 万户，总数达到 5.71 亿。其中，固定电话用户新增 1777.6 万户，达到 2.81 亿户；移动电话用户新增 2161.2 万户，达到 2.9 亿户。从地区情况看，东部地区电话用户达到 2.86 亿户，中部地区电话用户达到 1.69 亿户，西部地区电话用户达到 1.15 亿户。在固定电话中，城市电话用户新增 1353.5 万户，达

到 18482.6 万户；农村电话用户新增 424.2 万户，达到 9625.5 万户。移动电话用户中，智能网预付费用户达到 6258.6 万户。互联网用户达到 5458.5 万户。宽带接入用户达到 1399.5 万户，其中 ADSL 用户为 1046.1 万户。无线寻呼用户达到 664.3 万户。分组交换用户为 8.16 万户。数字数据（DDN）用户为 45 万户。帧中继及 ATM 用户为 12.7 万户。

固定资产投资大幅增长。1~3 月份，全国通信固定资产投资完成 286.8 亿元，同比增长 32.3%。其中，电信完成 284.4 亿元，增长 32.3%；邮政完成 2.4 亿元，增长 32.9%。在电信投资中，东部完成 137.6 亿元，增长 13.7%；中部完成 85.5 亿元，增长 84.6%；西部完成 54.8 亿元，增长 33.5%。

全国电信业发展特点突出：一是业务收入增幅继续下降。1~3 月电信业务收入增幅较上年同期下降 5.7 个百分点，下降幅度较前两个月增加 1.2 个百分点。二是电话用户数迅猛增长。1~3 月全国电话用户月均新增 1312.9 万户，比上年月均新增数高出 381 万，比上年同期月均新增数高出 416 万，电话用户新增数已完成年计划的 42.8%。三是固定通信业务发展加快。上年同期，本地电话网业务收入仅增长 8%，长途电话网业务还下降 0.9%；而今年 1~3 月，本地电

话网业务增长 13.3%，长途电话网业务增长达 17%。

安全缺口仍是蓝牙的痛大量使用小心会被“跟踪”

短距离无线传输技术蓝牙 (BLUETOOTH) 又露出重大安全破绽，可能导致私密资料遭有心人士窃取。

在温哥华举行的 CANSECWEST 安全会议上，数字安全公司 STAKE 的研究员 OLLIE WHITEHOUSE 指出，蓝牙 1.2 技术新发现的安全弱点与处理识别符号 (IDENTIFIER) 的方式有关。此识别符号或称 PIN，用来保护数据的安全。

分析这种规格后得知，此识别符号有办法破解。WHITEHOUSE 说，破解方法是使用特制的硬件，在蓝牙装置第一次彼此互传资料时，攫取某些资料。一旦收集到这些资料，有心人士即可窃听手机通话、在资料与计算机同步化时窃取个人资料，或者把甲装置传到乙装置的信号加以仿冒。

“蓝牙的使用者，若用的是短 PIN，装置上的资料会外泄，”WHITEHOUSE 说：“而且，若大量使用蓝牙装置到处走，可能被深谙安全技术的人跟踪。”

这是蓝牙技术最新暴露出的安全问题。先前的攻击曾被冠以多彩多姿的名称，例如“红獠牙” (REDFANG)，可让隐藏式的蓝牙装置无所遁形。又如

“BIUESTUMBLING”或“BLUESNARFING”，让骇客利用某些厂牌手机的安全防护漏洞攫取资料。

所制手机可能受BIUESTUMBLING攻击影响的诺基亚（NOKIA）22日宣布，会提供更新信息，以解决新发现的安全问题。

蓝牙是一种短距无线网络技术，让诸如手机、掌上型计算机等可携式装置互传资料，传输速率可达每秒720K。这种技术的安装率高，但安全警报频传，令人失望。

“规格已修改了三次，”WHITEHOUSE说。他估计，可能有多达4,000万台装置已采用蓝牙1.2版或更早的版本。“我认为，未来三年，这种攻击可能大行其道。”@STAKE建议金融公司的交易员切莫在证券交易所的交易厅使用蓝牙头戴式耳机。所幸，要发动21日曝光的这种安全漏洞攻击，并非易事，而且代价高昂。@STAKE发现，骇客必须能够监听到两个蓝牙装置最原始的通讯，称为“BONDING”，据此收集到基本的信息，才能够掌握充分的资料以破解PIN的密码，WHITEHOUSE说。他指出，破解密码所需时间视使用者采用的字码数目而定。六码的PIN可在十秒左右破解，16码的PIN则需要100万天才破解得了。许多蓝牙耳机只用4码PIN，不到一秒就能破解。

但英国安全代管公司 THEBUNKER 技术人员 BENLAURIE 说，要发动这种攻击，不是普通骇客就办得到，“不能光靠普通的蓝牙卡，必须使用相当庞大的器材”。

这种特殊设备的价格可能超过 1.5 万美元，WHITEHOUSE 说，但某些可程序化的无线卡不到 1,000 美元，即可改装为蓝牙监听器材，骇客用心研究一番即可办到。

他说，这便是蓝牙安全漏洞的一大后遗症：可能让骇客和警察用平价的电子装置任意窃听他人的私密信息。而除了废除蓝牙功能外，使用者无法摆脱跟踪。

电讯盈科削减股本抵销累积亏损以此扭亏为盈

电讯盈科昨日（22 日）宣布，将通过削减 1734.6 亿元的股份溢价，来抵销 1519.66 亿元的累积亏损，以使公司能够由负资本回复到正资本，但并未透露何时派息。

据香港经济日报报道，电盈董事总经理苏泽光于 3 月初公布业绩时曾表示，会着手解决日后派发股息所涉及的若干技术问题，并会考虑以削减股本方式，扭转现在负资本的情况。

电盈表示，有关行动将产生 214.94 亿元的盈余，会拨入公司将会设立的特别股本储备内，在符合高等法院所规定的情况下方可拨用。

和黄瑞典 3G 合资公司将获安排一 18 亿克朗贷款

和黄的瑞典 3G 合营伙伴瑞典 INVESTORAB 表示，将为与和黄合组的 HI3GACCESSAB 安排一笔 18 亿克朗贷款。

INVESTORAB 在一份声明中说，该笔贷款由欧洲投资银行安排，并重申计划在未来把该笔贷款转介市场。

和黄和 INVESTORAB 分别占 HI3GACCESSAB 60% 和 40% 股权。该合资公司于去年中和第四季分别在瑞典和丹麦推出 3G 服务，包括视频电话服务。

UT 斯达康将收购 TEIOS 向主流无线业务厂商转型

UT 斯达康北京时间 4 月 22 日宣布，将会收购加拿大的 TEIOS 科技公司，从而进军手机大众市场。

据预测在 2008 年之前 CDMA 技术将取得突飞猛进的发展，而 TEIOS 正是一家基于 CDMA 技术的无线语音及数据网络交换机产品的供应商。UT 斯达康表示将为收购 TEIOS 支付最高 4800 万美元的现金，其中首

付 2900 万美元，剩余 1900 万美元要根据 TEIOS 是否能够达到营收预期而酌情支付。

CDMA 无线网络目前在美国市场非常普及，同时在大部分亚洲市场，如中国、韩国、日本和印度也已经广泛应用。TEIOS 基于互联网的网络交换机产品已经在全 35 个国家投入商用。

UT 斯达康希望能在最近一个季度完成对 TEIOS 的收购。未来 UT 斯达康的 CDMA 业务部门的总部将设在目前 TEIOS 的工厂所在地加拿大的列治文（RICHMOND），该部门将包括现在的 TEIOS 和现代 SYSCOMM。UT 斯达康预计这一部门在 2004 年下半年的营收将达到 2500 万美元，到 2005 年产品的销售额超过 1 亿美元。分析人士预测 UT 斯达康 2004 年的营收将达到 25.8 亿美元，这其中不包括 TEIOS 的营收。

现任 TEIOS 首席执行长杰克马尔（JACKMAR）将在未来担任 UT 斯达康 CDMA 部门的总裁，同时他还将兼任 UT 斯达康的副总裁。分析人士认为，收购 TEIOS 表明 UT 斯达康正在力争从低端无绳电话和网络设备供应商转型成为主流的无线业务厂商。

当日 UT 斯达康的股价在纳斯达克股市上涨了 1.90 美元，收盘于 28.98 美元，涨幅达 7%。受收购 TEIOS 的消息影响，UT 斯达康的股价在随后的盘后交

易中又上涨了 7 美分，达到 29.05 美元。

和记筹建 CDMA 基站期香港收回增发 3G 牌照建议

一直反对港府收回两条 CDMA 频谱再拍卖的和黄旗下和记电讯，最近向多家电信设备供应商发信，要求就在香港兴建有 600 个基站的 CDMA20001X 网络提出报价。

据香港媒体报道，业界消息指出，和记希望在数星期内取得报价后，正式与香港政府方面进行商谈，提出和记如果承诺兴建 CDMA20003G 网络，希望政府能够撤销收回 CDMA 频谱再拍卖的建议。

据了解，多家国际知名电信设备供应商，如北电网络、爱立信、中兴、华为、摩托罗拉及三星，都已收到和记电讯的报价要求。公司预期在未来 4 至 5 星期收回各厂商报价后，再向和黄董事总经理霍建宁汇报，由集团出面向香港政府进行游说，以愿意投资建网为条件，尽量保住公司的 CDMA 频谱，但和黄尚未落实是否真的建网。与此同时，公司内部也密切研究关于 CDMA2000EVDO 技术。

上个月，香港政府针对 2 代的 CDMA 和 TDMA 两种旧技术明年到期时腾出的频谱，颁发一项新的 3G 电信牌照的建议。香港电信管理局（OFTA）计划用

CDMA2000 来代替旧 3G 标准。针对颁发 CDMA2000 牌照，OFTA 建议实施一个确保最低牌照使用费的拍卖计划。拍卖将采用一轮秘密拍卖的方法进行。只有通过预选的公司方可入标竞投。

神州行在京战小灵通 10 大郊区县最高降幅 80%

北京移动悄悄向小灵通的“地盘”发动攻击后，近日，其范围已经从 3 个郊区县扩张到 10 个郊区县。北京移动的“秘密武器”是“神州行大众卡”，此手机卡在本地通话费上最大降幅达到 80%。

目前，在这 10 个优惠区内，神州行大众卡手机用户接听、拨打北京移动（135139 号段）手机每分钟只要 0.12 元，与联通手机、小灵通、座机通话每分钟 0.30 元，大大低于神州行现行资费每分钟 0.60 元。出了优惠区，与普通神州行收费一样。

北京移动在郊区已秘密试验了很久。从 3 月 1 日开始，北京移动就开始在房山、密云、大兴三个远郊区县试行。而记者昨日获悉，大众卡的触角已伸向 10 个远郊区县。据悉，北京移动已经向主管部门提交申请，希望此卡能够尽快打入北京城区。

业内人士表示，北京移动选择远郊区县网罗低端用户，这里正是小灵通的“根据地”。据介绍，去年 3 月 20 日，小灵通首先潜入北京郊区，在怀柔放号，

进而借机大举向城区扩张。小灵通单向收费且话费每分钟 0.11 元。去年，北京小灵通用户突破 50 万，今年还要再圈 100 万。

尽管北京移动对外仍称“神州行大众卡只是新推出的业务”，它的竞争目标已然对准了小灵通。据了解，此卡销量不错，甚至一度脱销。

神州行大众卡暂时优惠区域

中心镇：怀柔区怀柔镇，平谷区平谷镇，顺义区仁和镇与胜利街道办事处，通州区新华办事处、中仓办事处、北苑办事处和玉桥办事处，门头沟区龙泉镇，昌平区昌平镇和城北街道办事处，延庆县延庆镇。

郊区县：密云县、大兴区、房山区。

天津移动推“单向收费卡”以低资费挑战“小灵通”

今天，名为“神通计划”的天津移动本地单向卡开始出售。因其定位于没有漫游需求的低端客户，将使“小灵通”在天津的发展受到挑战。

“神通计划”主要针对活动范围固定在天津市，不需要漫游的客户。其特点是利用优质网络提供低资费通话服务。天津市移动通信公司介绍，“神通计划”卡月租 25 元，拨打网内电话每分钟 0.10 元，拨打网外电话每分钟 0.20 元，被叫免费。拨打天津

市郊区县资费标准是拨出每分钟 0.3 元，接入每分钟 0.1 元。同时这种卡还具备长途、IP 电话、短信和呼叫转移等功能。

据了解，“神通计划”卡的目标客户与“小灵通”的主要客户人群相近。而与天津移动通信的这项新业务相比，目前“小灵通”在天津的资费标准是网内通话每分钟 0.15 元，而且通话效果不稳定。

另据介绍，因为没有漫游功能，“神通计划”卡并不适用于经常外出的人群。此外，由于这种卡短信收费标准是网内每条 0.1 元，网外每条 0.2 元，也不适用于短信量很高的客户。

RIM “黑莓”新增合作伙伴摩托罗拉将产 RIM 手机

BLACK BERRY 无线通讯设备制造商 RIM 公司周三发布公告，称已授权摩托罗拉公司生产与该公司的 BLACKBERRY 无线语音设备相兼容的手机。

公告中称，摩托罗拉公司生产的部分手机，将可以直接与 RIM 公司的无线语音设备连接通话，并且摩托罗拉将支持 BLACK BERRY ENTERPRISESERVER 和 BLACK BERRY WEBCLIENT。

双方合作细节将在晚些时候公布。

电讯盈科新固网服务用户超 70 万家庭用户 55 万

电讯盈科个人客户电讯市务处总监李玉儿日前表示，电盈“新世代”固网服务用户已超过 70 万，其中 55 万户为家庭用户，其余为商业用户。

电盈营运总监麦柏乔在上月公布公司业绩时曾表示，“新世代”固网服务推出不足 6 个月已吸引了 65.5 万客户，公司的目标是在今年年底前取得 100 万条线路。

无线宽带服务将成主流 WIMAX 技术有望引领市场

报告指出：WIMAX 将成为主流技术，无线宽带服务将逐步取代有线接入。

两家通信顾问企业 BWCS 和 SENZAFIL 咨询公司于周三发表研究结果：至 2009 年，美国的固定无线服务仅占整个宽带市场的 3.6%，宽带无线服务的营业收入将达 37 亿美元。由于主要厂商和工业集团的支持，WIMAX 将成为五年后使用最广泛的无线宽带技术。英特尔在支持 WIMAX 技术上尤为积极。当年，英特尔对 WIFI 的支持推动了该技术的迅速发展，观察家们希望在 WIMAX 技术上能看到同样的结果。

WIMAX 是一种无线城域网技术，通信商可以将其用来为用户进行无线宽带传送。WIMAX 达到 802.16 标准，最大传送距离为 31 英里（50 公里），每区段最

大数据速率是每扇区 70MBPS。这标志着 WIMAX 已经全面超越了目前最为流行的 WIFI 无线接入技术。

不过,报告指出,“由于缺乏供应商的统一标准,目前为止,宽带无线接入还未被广泛采用。而在 WIFI 的推广过程中,统一标准帮助厂商降低了硬件成本,促进了生产协同能力。”

要设立统一标准,厂商们必须达成多方一致协议,这将是长期的过程。

此外,802.20 无线工业标准可能构成对 WIMAX 的挑战。802.20 是一种更加稳定的移动标准,该标准下,消费者可以达到将宽带介入随身携带的目的。

使用 WIMAX 芯片的交换机将在明年年初上市,而 802.20 产品将于 2006 年前问世。

报告指出,直至 2007 年,无线服务才会成为主流。

内蒙古网通和电信竞争激烈“线路建设”屡起纷争

自 2003 年 5 月内蒙古电信公司成立以来,电信和网通在内蒙古市场便展开了激烈的争夺,双方在竞争中时有“出格”行为。进入今年 3 月份以来,两家运营商在线路建设中争端屡起,愈演愈烈。

3 月 21 日,在内蒙古测绘局家属楼发生的一起

线路纠纷使网通和电信的矛盾进一步公开化。当日上午，电信雇用的施工人员在内蒙古测绘局家属楼布线时，不慎将网通的电缆钉破，3名网通安保部人员要强行将电信的施工人員赵斌带走调查，期间与赵斌发生了身体接触，电信方面拨打110报警，网通的“执法人员”方才散去，赵斌住院治疗，院方诊断为颅脑部外伤。

这只是两家通信公司最近较激烈的一次碰撞，仅2004年3月份内，网通和电信在呼和浩特关于线路建设的纠纷就有五六起。

呼和浩特市网通分公司市场部副主任郭晓燕说，新进入市场的运营商为了企业成长更快，生存更好，不惜低价倾销，势必导致恶性竞争。电信在布线时常不按通信管理局有关线路距离的规定施工，导致网通线路受损的事故多次发生。

“新进入市场的运营商对于线路安全距离的规定执行起来有相当的难度。”内蒙古电信公司市场部副主任胡永良说，“就像人们过十字路口，两家运营商的缆线在某些路段肯定要交叉，在小区内新运营商的线路势必会与原运营商的线路交叉打架。2001年，内蒙古通信管理局出台的关于固话运营商线路建设的规定已不适合目前的市场竞争，当时只有电信和铁

通两家，现在已增到了三家，新的市场呼唤新的布线标准出台。”

据内蒙古自治区通信管理局市场监管处处长杨文玉介绍，去年以来，通管局接到许多投诉，是关于固定电话用户线建设的。通管局对几家固定电话运营商三令五申，不管线路是谁的，只要不是你的，你就不能动。固定电话用户线建设的纠纷要由通管局按照《中华人民共和国电信管理条例》等相关法律、法规来协调解决。

一位业内人士对记者说，通信运营商的恶性竞争与政府部门的监管不力有关系，而政府部门的监管不力，一定程度上是因为现有的法规与市场的发展速度不相适应。

联通已抢先试水 3G 服务 12 个电视频道装入手机

“今天起，中国联通正式提供除可视电话外的所有 3G（第三代手机）业务。”在昨天的“视讯新干线”新闻发布会上，联通集团副总裁吕建国当众宣布。

这意味着，CDMA 手机将可以随时随地收看电视节目、电影大片或登录互联网。甚至在欧洲的 3G 网上，手机的服务内容还没有这么多。

虽然信产部还没发中国 3G 牌照，但联通提供的

确实是 3G 业务。现场演示中，记者看到 CCTV1 新闻、CCTV4、CCTV9 以及凤凰卫视等十二个电视频道已经装入手机菜单。并且，北京、上海、天津三地的交通路况现场画面，在手机上轻轻点击便一目了然。同时，第一款支持“视讯新干线”的手机已经面世，从昨天起北京联通正式开卖。这款由大显生产的高端智能手机外壳烙上了“视讯新干线”的英文标识“UWEB”。与以前一样，联通制定出一定的标准，手机生产商为其量身定做。

据介绍，“视讯新干线”将为 CDMA1X 高端智能手机提供移动办公、移动视频、移动宝视通、移动上网、移动影院等五大类业务。

值得注意的是，支持“视讯新干线”的手机，采用的都是微软的操作系统，微软大中华区 CEO 陈永正昨天还特意跑到联通以示支持。

“电视手机”触动最敏感神经

明眼人看得出，联通的“电视手机”实际上已经触到一根最敏感的神经电信网与电视网、互联网三网融合。在已经开通 3G 服务的国家，这些是名副其实的 3G 业务。

专家说，想开通 3G 业务，要求手机网络具备非常高的速度，目前国内两张手机网中，只有联通的

CDMA1X 网可以达到这一要求。联通 CDMA 二期工程目前已步入尾声。联通称之为“2.5G 技术”，它能实现向 3G 平滑过渡。

据称，今年年底，联通 CDMA 三期工程极可能上马“EVDO”技术，这是一项 3G 技术，联通一直在内部秘密试验。

据提供这项服务的联通全资子公司联通新时讯高层透露，一年前公司就在开发“视讯新干线”平台，但“上头命令不准公开”。在中国 3G 牌照尚未发放的前提下，联通只能“低调猛进”。

美 FCC 分配新频谱无线宽带距离可达上百英里
美国联邦通信委员会（FCC）周四宣布，他们准备为无线宽带分配新的频谱资源，这些新的频段将只在人烟稀少的内陆应用。

FCC 是在其每月例会中宣布这一消息的，这一新的频谱资源需要的基站功率比现有的要大上很多，原本用于卫星地面站接收卫星信号。

这一决定使得运营商不用再在人烟稀少的内陆地区花费大量资金建设大量的无线集站或是挖沟铺设光缆了，应用这种频谱，WIMAX 技术可以将传输距离从目前的 30 英里提高到数百英里，而传输速率保持 70MB 不变。这在那些客户稀少的乡村是非常适用

的。

FCC 主席 MICHAEL POWELL 在周四发布的公告中称：“这是无线通信中的一大步，我们要让所有的美国人都有机会享受到高速宽带连接。”

但也有一些人对此表示了不同意见，无线运营商 SPRINT 在评论此事时认为，如果不同标准的无线设备（WIFI、WIMAX 等）使用同样的频率，结果是会造成无法解决的干扰。

SPRINT 公司称：“在无线网络中，找出干扰原因几乎是不可能的。而一旦这种技术真正推向市场，那我们也没机会再回头了。”

上周，卫星通信协会向 FCC 表示了对此事强烈的关注，目前卫星通讯使用这一频段传输电视信号和宽带网络数据。

FCC 认为这些担心完全没有必要，卫星通信目前只在全美的东西海岸地区使用，距离这一新标准限定的美国内陆地区有上百英里，完全不存在干扰的可能。

AT&T 在美首推彩铃业务美国用户感到很新奇

美国电话电报公司（AT&T）的手机用户如今也可以使用中国大陆早已推出“彩铃”业务了。

该公司周四推出了这项对于美国人还很新奇的业务，用户拨打特定号码，然后将手机凑近音箱 15 秒，录制下来的音乐就会自动通过短消息发送到运营商，别人拨打用户手机时，也会听到这段音乐。这是彩铃业务在美国的首次商用。

MUSICPHONE 公司和 SHAZAM 娱乐公司为这项业务提供技术。目前这项业务处于免费期，以后可能每次收取 99 美分使用费。

和黄再推 3G 服务优惠手机月费用将低至 113 元

和记黄埔计划进一步推广 3G 优惠服务，将原来价值 183 元的月费大幅降至 113 元。

据香港经济日报报道，3G 客户现在可以选择首月月费 183 元、第二至第九个月月费 113 元的计划，所包括的通话时间与原来的 183 元月费计划相同（即每月 500 分钟基本通话时间、400 分钟网内通话时间和 150 分钟视像通讯时间），而且不用签订服务合约，但选用这计划的用户要以标准价格购买手机。

**中国电信人事调整猜想常小兵可能接替周德强
内部调整将到位**

为期一周的中组部和国资委联合调研组对中国电信集团公司的例行考察一结束，随即拉开了中国电

信今年人事大调整的序幕。

根据此次调研的结果，中国电信集团将新增加两位副总经理，以满足集团公司不断扩大的发展需求。考察的四位人选分别是四川电信总经理孙康敏、安徽电信总经理张钧安、北京电信总经理刘博与中国电信北方事业部老总杨杰。中国电信的人说，由四川电信总经理孙康敏和北方事业部老总杨杰出任中国电信新副总的可能很大。杨杰曾任山西电信老总，后调至国家信息化领导小组，2002 底开始筹备中国电信北方事业部。

目前集团公司除总经理周德强外，现有 5 名副总即常小兵、吴安迪、张继平、黄文林、李平和总工程师。5 位副总分别负责市场、财务、建设、党政、资本运作和技术。新增加的两位副总中，一位将继续负责北方事业部的日常管理，另一位则根据集团内部的调整再作出安排。

此前，中国电信集团高层已着手对内部的结构进行调整。其中，调整幅度最大的当数互联星空事业部。该部总经理叶利生日前被调往研究院任职，其职务由集团互联网事业部经理刘志勇兼任。中国电信的一位管理人士认为，这次调整早在意料之中。按照原来的分工，互联星空事业部主要面对市场和客户，互联网

事业部则行使综合管理的功能。但经过一段时间的运行后，发现两个部门的功能存在很多实际重复的地方，常出现同一业务有两个部门同时执行的混乱局面。消息人士说，人事调整完成后不排除将两个部门合并的可能。

常小兵履新？

在中国电信内部，上上下下更为关心的是，究竟会由谁来接任总经理周德强的职务？此前，另外两大运营商中国联通和中国网通已在去年分别任命了新的最高管理层，而外界对于中国移动和中国电信在今年更换总经理的看法已基本形成一致。

周德强生于1941年9月，1968年毕业于南京邮电学院有线通讯工程专业。历任北京长途电话局副总工程师；安徽省邮电管理局副局长、局长；1994年9月任邮电部副部长；中移动和中电信分家后出任电信总经理。外界评价，由于周德强的技术背景很强，因此对整个行业的发展把握相当准确。

一位业内资深人士告诉记者，每次参加通信展览时，周德强都会和设备商的技术人员详细了解行业发展的前沿话题，其所问问题的专业程度常让对方大吃一惊。另外，周德强在管理方面的才能，也使得中国电信在南北电信分拆完成后，依旧保持了较高速度的

增长。但 2002 年中国电信海外上市期间，由于未能吸引到更多的投资者，导致中国电信被迫重新募股。

中国电信内部人士指出，考虑到年龄上的因素，政府部门很有可能在今年内为中国电信任命新的领军人物，而目前公司内部呼声最高的当数中国电信集团公司执行副总常小兵。常小兵出生于 1957 年 3 月，清华大学经济管理学院在职研究生毕业，工商管理硕士，教授级高级工程师。1982 年起，历任江苏省邮电管理局电信处副处长、南京市电信局副局长、中国邮电电信总局副局长、信息产业部电信管理局副局长、信息产业部电信管理局局长。2000 年 4 月，出任中国电信集团公司副总经理、党组成员。

常小兵主管中国电信的市场业务，对于市场的开拓精神为其在业界赢得了“少壮派”的称号。信产部的人说，前任信产部部长吴基传就非常欣赏常小兵这种在通信业内并不多见的锐利风格。

但一些怀疑人士指出，从目前国资委的指导思路来看，打破行业封闭正成为一种主流，对于大型国企的领导人搭配，通常惯例是业外人士主抓公司战略和大的发展思路，公司内部管理则交给业内人士。分析人士指出，中国电信和中国移动的高层更迭可能都会沿袭这样的思路。

业内猜测，有关中国电信总经理人选的消息最早可能于今年年中对外公布，也有可能在今年年底宣布。不过，从中国电信内部传出的说法是，现任总经理周德强即使从总经理的位置上退下来，也会继续留任中国电信上市公司的董事长一职，这也是此次中组部和国资委联合调研组考察中国电信的另一个重要任务。

新的收购计划

今年面临高层的大幅调整，同时影响到中国电信年内的发展思路。公司一位管理人士说，除去向母公司回购资产外，中国电信海外拓展和一些收购动作都普遍放慢步伐。

中国电信上市公司几天前公布，将向母公司收购包括湖北、湖南、海南、贵州、云南、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆在内的十个省公司的全部权益。

中国电信将以人民币 278 亿元（折合约 34 亿美元）的股本对价收购目标公司。截止 2003 年 12 月 31 日，目标公司的净债务约人民币 400 亿元（折合约 48 亿美元）。此次收购的款项支付将包括首笔现金付款和延迟付款两部分。首笔现金付款为人民币 83.4 亿元，将在收购完成后立即以人民币或等值外币现金支付；余额人民币 194.6 亿元将延迟支付。完成收购后，中国电信的负债比率将由 36% 提高到 43% 至 49%。

交易结束后，中国电信的经营区域将扩大至二十个省，本地电话用户超过 1.6 亿户，使得其在中国电信市场的地位和竞争能力得以进一步巩固。收购所需资金将采取发行新股的方式来募集，中国电信此前称将在近期寻求发行最多 83.2 亿股新股。

与此同时，受国内电信竞争过度的影响，中国电信也在不断加大海外拓展的力度。2000 年 10 月，中国电信就成立了美国办事处；2001 年通过在美国建设 CHINANET 海外节点成为首家在美取得业务经营权的国内电信运营商；2002 年，在办事处的基础上成立中国电信美国公司。2003 年，中国电信在其香港公司内成立电信业务部，并在港取得经营国际增值及互联网业务的牌照；同时完成了在伦敦设立中国电信欧洲办事处的各项准备工作。

来自中国电信内部的消息称，中国电信准备将欧洲市场作为下一步发展的重点，目前正与一家法国电信运营商密切接触，希望建立战略伙伴关系。此前，中国电信曾尝试进入南非和印尼市场但均未获成功。不过，受高层人事调整的影响，中国电信海外拓展计划可能要顺推至明年。

此外，外界普遍预计监管部门最早会在明年年初发放 3G 牌照，这也为中国电信新任总经理提出了相

当严峻的考验。即如何在拥有最大固定电话网络的基础上，拓展自身的生存空间。

相关

中国电信上市公司全年实现收入 198.88 亿元人民币，较 2002 年下降 1.2%，好于市场预期水平；国内长途总传输量为 538 亿分钟，较 2002 年增长 15.0%，市场占有率为 50.6%，较 2002 年下降近 4 个百分点，下降速度趋缓。另外，去年国际和港澳台长途市场业务，全年实现收入 37.70 亿元，较 2002 年增长 2.1%；国际和港澳台长途传输量为 16 亿分钟，较 2002 年增长 8.4%，市场占有率为 61.5%，较 2002 年上升近 2 个百分点。

华为中兴国际化利器村村通能否配对 CDMA450

随着欧洲电信管制机构的代表委员会允许在欧洲特定的专用网中使用码分多址（CDMA）移动通信标准，CDMA450MHZ——这个一年前被曾信息产业部叫停的无线接入方案又重新回到了我们的视线中。

欧洲电信管制机构代表委员的决定，两个 450MHZ 频段和一个 900MHZ 频段将被开放，用于给偏远地区、人口稀疏的地区、警察等组织或需要通过专用网络进行调度等的 CDMA 无线网络。这一决定表明，CDMA450MHZ 在成本与传输范围上，特别是在解决地广

人稀通信问题上的优越性，已经得到欧洲电信部门的认同。

根据此前有关部门的意见，SCDMA 成为“村村通”的指定技术。不过，作为拥有 9 亿农村人口的农业大国，CDMA450MHZ 是否有利于帮助解决我国农村通信问题？CDMA450MHZ 是否适合在国内应用？我国电信领域的资深专家，北京邮电大学杨大成教授给了我们一个肯定的答案。

800MHZ 之外的选择

CDMA450MHZ 是工作在 450MHZ 较低频率上的一种无线通信技术，它以 CDMA2000 为核心技术。

虽然，目前我国移动通信运营商集中在 800MHZ 频率上部署，而且 800MHZ 频率也能够满足目前的需求。但是随着 800MHZ 频率资源越来越少，政府主管部门必然会面临开放更高的频率资源，还是启用一些的较低频率资源的选择？

杨大成教授认为，虽然从使用者的角度讲，CDMA450MHZ 不太适合在城市应用，但在用户密度很低，覆盖面高方面 CDMA450MHZ 的优势是毋庸置疑的，而且 CDMA450MHZ 具有大容量，室内穿透覆盖好的特点，因此这项技术是大区域、低密度覆盖的理想选择，具体到我国来讲 CDMA450MHZ 应该是适合“村村通”

部署的。由于 CDMA450MHZ 总的系统成本，包括部署网络设备以及终端用户设备都要低于其它方案，因此具体到用户的使用费上也会相对便宜。

特别是相对于 CDMA2000 在 850MHZ 蜂窝频段和 1900MHZPCS 频段的应用，CDMA450MHZ 几乎可以完全利用这两个频段上的设备，而只需在射频部分加以修改。杨大成教授认为，从这个角度看，CDMA450MHZ 的投资成本只有射频部分是有差异的。

有分析说明，采用 CDMA450MHZ 技术覆盖农村，其所需的基站数为高频（一般高于 1500MHZ）系统的 1/61/8，建站数量少将使建网成本大幅降低，建设周期大幅缩短，同时也可大幅降低维护成本和难度。

值得注意的是，部署 CDMA450MHZ 不光对移动运营商是一种很好的技术解决方案，对于固定运营商来讲，CDMA450MHZ 也应当是不错的选择。因为 CDMA450MHZ 有一条清晰的 3G 演进道路——从 CDMA450 到 1XRTT、再到 EVDO、EVDV。

通信厂商进军国际的良机

虽然出于调整频率使用状况的考虑，国家有关部门发出了禁止运营商经营 450MHZCDMA 业务通报。但是国内的通信设备供应商并没有政府对运营 450MHZCDMA 叫停，而停止对 CDMA450MHZ 的开发。

在国际通信设备供应商爱立信、朗讯等公司纷纷推出与 CDMA450MHZ 有关的产品及解决方案的同时，我国通信设备供应商华为、中兴通讯、首信集团也在世界范围推广他们的相关产品。

在国际市场上，CDMA450MHZ 已经引起诸多国家运营商的关注，其中阿根廷、罗马尼亚、俄罗斯等 10 余个国家的运营商已经开始采用 CDMA450MHZ 技术，而绝大部分西欧国家的运营商以及地广人稀的澳大利亚也表示除了对 CDMA450MHZ 的浓厚兴趣。

目前，在 CDMA450MHZ 市场中，华为和中兴通讯已经成为市场领导者。据杨大成教授介绍，华为和中兴通信是这块市场的实力是任何国际厂商都不敢小视的，在有些竞标项目中，国际的一些厂商听说华为和中兴通信也来参与竞标，甚至会选择提前退出竞标，可见国内的设备厂商在 CDMA450MHZ 上的实力。

据统计，华为在 CDMA450MHZ 全球市场的占有率已经超过 50% 以上，在已经部署 CDMA450MHZ 的 13 个国家中，华为成为白俄罗斯、格鲁吉亚、印度尼西亚、巴基斯坦、乌兹别克斯坦、埃塞俄比亚、俄罗斯等 9 个国家的设备供应商。而中兴通信也在越南、俄罗斯两次中标。

灵通类业务涉嫌违规信产部叫停“变种”一号通

“具有本地固定电话业务经营许可的电信运营企业，均可以开展一号通类业务，结算方法按照呼叫转移方式执行。”本月初，信产部正式向各大运营商下发通知，为“一号通”这一业务正名。在信产部发文后，除了铁通宣布在北京正式开通“一号通”外，网通、电信在各地开展的却是“一号通”的变种业务，但这些被冠以“灵通地带”、“灵通秘书”和“灵通伴侣”等五花八门名字的变种，由于涉嫌不正当竞争，扰乱市场秩序，被信产部在全国范围内叫停。

引发广泛争议

所谓“一号通”，其实就是“一号多机”。它可将一个用户的多个电话号码捆绑在一个新的多位号码上，并且按照用户需求，事先对这些电话进行排序，以优先选择资费低廉的终端接听来话。举例如下：如一个用户开通一号通后，将自己的小灵通、固定电话、手机号码捆绑进去，并设定接听顺序为小灵通、固话、手机。在此条件下，如果有人呼叫一号通号码，小灵通首先振铃，如无人接听则固话振铃，同样无人接听，最后振铃的才是手机，由于小灵通和固话均为单向收费，因此一号通可以帮助用户省下手机的接听费用，

对固网运营商来说，这也可以分流本来属于移动和联通的话务量和话费收入。

与“一号通”经历了长达近 2 年的秘密试用不同，“灵通秘书”和“灵通伴侣”等业务最早始于去年下半年，但从其诞生开始，它就受到了当地移动运营商的全力抵抗。

2003 年 9 月，四川电信率先宣布在全省开通“灵通伴侣”业务。由于小灵通和固定电话接听免费，肯定将成为用户接听时的首要选择，原本属于移动和联通的话务量和话费收入，自然而然地全部被电信截杀了。

四川电信此举迅速被电信其他分公司移植，包括陕西、重庆等地的电信纷纷上马“灵通伴侣”。虽然这几家分公司当时并没有对这几项业务的推出进行大规模宣传，但广西电信“灵通秘书”业务的推出，却直接把这项业务推到了监管部门的面前。

2003 年年底开始，广西手机用户可以到广西电信办理“灵通秘书”业务，相比“灵通伴侣”，这项业务对移动和联通话务量的拼抢，甚至从以前的被叫领域扩大到了主叫领域。

记者了解到，广西电信的“灵通秘书”业务开通后，当地手机用户只需在电信进行注册，在使用手机

拨打固定电话时，电信会先向该用户手机发送挂机的提示音，在用户挂机后，电信会自动回拨该用户和被叫用户，双方都作为被叫方接听电话以节省话费，原来应该由移动或联通收取的主叫通话费，也变成了由电信收取。

遭遇政策封杀

由于结算方法的改变，电信部门的“灵通伴侣”、“灵通秘书”触犯到了联通、移动的利益，当地固网运营商和移动运营商之间的竞争进一步升级。

有专家认为，“灵通秘书”、“灵通伴侣”是降低移动电话资费的绝妙办法，但监管部门势必面临移动和联通最强烈的抗议，因为其一旦扩散到全国，极有可能对移动运营商的话务量和收入带来灾难性的影响。

不久之后，信息产业部一纸批文为此事做出了一个暂时的了断。

消息人士透露，几乎在为“一号通”正名前几个星期，信产部正式电函各地移动、联通、电信、网通、铁通和卫通 6 大运营商，在这则编号为[2004]23 号的文件中，信产部明确表示，“灵通伴侣”目前并未违反相关规定，但先期只允许在部分地区小规模开展试验。

而对于引起更大争议的广西电信“灵通秘书”业务，信产部则直接叫停。

信产部对此的解释是，由于广西电信在向手机用户发送挂机提示时，没有向移动运营商发送计费信号，违反了信产部《关于规范公用电信网间计费问题的通知》中的网间结算规定。与此同时，信产部责令电信、网通、铁通在内的各运营商总公司，对开展“灵通秘书”类业务的下属分支机构，要求其立即停办该类业务或进行整改。

专家意见不一

信产部前后对“灵通秘书”及“一号通”截然相反的两种态度，也引起了专家的异议。目前，业界出现了两种提法，双方争执不下。一方认为，这一模式实际上与“一号通”相同，可以引入竞争，降低用户话费；而另一种观点是，固网运营商的做法等于把所有的话务量都纳入自己的网内，实际上进一步加强了固网的垄断，而且涉嫌不正当竞争，扰乱了市场秩序。

电信研究院副总工程师杨培芳认为，广西和四川电信推出的这种“灵通”类业务，在表面上看来是为用户在短时期内带来了一定实惠，但实际上浪费了移动网络资源，不利于我国电信业的正当竞争。

而北京邮电大学教授阚凯力则直接炮轰信产部

的“封杀”决定。阚凯力称，“灵通伴侣”与前不久才被信产部正名的“一号通”业务如出一辙，既然“一号通”业务已经被信产部认可，“灵通伴侣”自然也应该被监管机构赋予合法身份，而不是现在的“允许部分地区小规模开展试验”。

“无论是灵通秘书还是灵通伴侣的业务，都是完全符合国家法律规定的，是合法的，没有理由进行封杀”。阚凯力表示，移动用户在电信注册此类业务，本身是出于自愿，相当于用户将自己的被叫委托给了电信。这与用户为了节省话费而自行挂断性质相同，根本不存在通信资源的浪费。

“在为一号通正名后，信产部应该尽早为‘灵通秘书’和‘灵通伴侣’等‘灵通’类业务还一个清白”，阚凯力认为，对于监管部门来说，把“灵通”类业务合并到“一号通”中，才是信产部推广“一号通”真正积极的做法。

“一号通是信产部批准经营的，但我们不想推，而且也推不动。我们想推的业务，监管部门又不让我们推”，一位不愿透露姓名的电信内部人士如此抱怨信产部在对待一号通和“灵通”类业务上采取的双重标准。

无独有偶，监管部门对待类似业务甚至相同业务

的“双重标准”、“多重标准”已经不是第一次了。此前，信产部在对待小灵通的态度上就经历了多次的改变，从全国叫停到二级城市可以经营，然后是京沪穗不得经营，但在去年北京通信小灵通放号后，信产部实际上已经默许了这项当初的“违规业务”。

对此有专家认为，尽管我国电信业仍属于高度管制行业，但对于同时担任主管和监管职能的信产部来说，要做的不仅仅是规范企业的经营行为。更重要的是，信产部要保护运营商的创新精神，同时妥善处理新业务引发的行业问题和矛盾，还要在保护消费者权益的基础上促进整个行业的发展。

超宽带分久必合 WIMEDIA 和 MBOA 统一技术标准

4 月 19 日报道两家行业联盟最近就 UTRA WIDEBAND（超宽带）达成协议，希望能尽早生产实际产品，共同将这种无线技术推向市场。

WIMEDIA 联盟宣布认可 MULTIBANDOFDM 联盟（MBOA）版的超宽带技术及其频率标准。英特尔公司的发言人周五确认了这一消息。英特尔同时是两个联盟的成员。

超宽带技术可以让电脑或其它电子通讯产品之间通过无线互传信息，速率达到 480MB/秒，传输距离

不超过十米。

FARPOINT 的分析家 CRAIGMATHIAS 认为，这种联盟显示了两个组织正试图建立行业的事实标准，以避免其他无线技术侵占它的市场地位，

MATHIAS 说：“这对其市场是一个推动，现在他们不用再争论技术标准，可以转而安心的考虑市场开发了。如今的问题变为：这个市场有多大？产品什么时候能出来？”

英特尔通讯实验室的发言人 STEPHENWOOD 表示，超宽带芯片将于 2005 年中期推出，最终产品推出的时间可能会是 2005 年圣诞节。

超宽带技术一直被看作是蓝牙技术的替代品，它的传输速率比蓝牙高的多。

但这种技术的一直以来都是在争论中发展，IEEE 支持 MBOA 的标准，但是以摩托罗拉为首的另一方也获得了很多厂商的支持。这些争论延迟了正式标准的出台。一般来说，只有获得业界 75%支持的标准才可以被称为事实标准。

摩托罗拉公司发言人称 WIMEDIA 联盟的决定还未正式发布，目前不予作评。WIMEDIA 联盟的发言人也拒绝评论此事。

WIMEDIA 认可了 MBOA 联盟的物理和中间接入控

制层的频率规划，这一频率将被用来无线传输数据。

电信动态

中国电力上网将更新换代带宽突破 200MBPS

目前，由深圳国电科技发展公司控股，作为国家电网公司系统内专业生产电力线通信(PLC)产品的深圳市国电科技通信有限公司率先在全国推出 200MBPS 电力线接入产品及解决方案。

200MBPSPLC 产品成功地突破了前两代产品（14MBPS、45MBPS）带宽不够、传输距离相对较短的技术瓶颈，更好地解决了信号衰减、噪音干扰等问题，网络更加稳定、通畅。

200MBPSPLC 产品的推出使 PLC 技术成为真正意义上的电力线接入解决方案。第三代电力线产品的推出，更好地解决了信号衰减、噪音干扰等困扰 PLC 解决方案普及的技术难题，上网更具稳定性。14MBPS 产品最长的传输距离是 100 米，而 200MBPS 产品可以使电缆的实际长度达到 700 米，这就使居住在高层住宅楼顶层的用户不必担心因传输距离短而影响上网了。

200MBPS 产品接入的频段、带宽模式可以自主调节来自其他电器的信号干扰，用电高峰期亦可满足正常的上网需求。对运营商而言，电力线上网最大优势

就是成本低，直接使用现有的电力网，而不需要另外铺设电话线、光电缆等，大大地减少了在基础网络上的投资。不用布线，方便连接。因此也有宽带网络接入“最后一公里”最具竞争力的解决方案之称。

利用电力上网全天候在线的特点，可轻松实现数据、语音、视频以及电力于一体的“四网合一”更可以在智能家用电器控制、数字化社区服务、小区安防等领域大显身手。

有关专家认为，电力线上网作为一个新生的事物，虽然面对的是激烈的市场竞争，国电科技推出的200MBPSPLC接入解决方案不仅具有布线简单、电磁辐射低、价格便宜等优点，更在接入带宽和稳定性方面有了重大突破，具有强大的市场竞争力和广泛的应用前景。200MBPSPLC接入解决方案一旦进入商业化阶段，将会促进电信市场的变革，并给互联网普及带来极大的发展空间。

中域电讯投资2亿进军手机制造实现产销一体

近日，相关人士已向本报记者证实确有其事，并已有相当进展，这将是国内手机渠道商第一次有意涉足手机制造业。

东莞圈地

4月15日，中域相关人士透露，中域电讯总裁李

建明已确定生产自有品牌手机，生产地点选在广东东莞松山湖生态科技产业园。据悉，李建明已让其下属资讯部高级经理曾幼红正式向该产业园递交了《中域电讯进驻松山湖生态科技产业园项目策划书》，一旦得到批复就将上马。

据可靠人士透露，这个投资计划争取征地500亩，基础设施投资近2亿元。至此，关于中域电讯将涉足手机制造领域的疑问已经明了。

产销一体化

中域企划中心总经理郭秀宏认为，在流通领域的成功，还毕竟是为他人做“嫁衣裳”，为别人卖手机，所以，中域现在要自己生产手机，即要实现产销一体化，用自己的渠道为自己卖手机。

中域是全国最大的手机连锁经销商之一，成立于1994年4月的中域用了不到十年的时间里发展到拥有1500家连锁店，李建明甚至提出了“五年建万店”的发展战略目标。拥有了庞大的销售能力可能使中域自己认为有能力卖自有品牌手机。

郭秀宏表示：中域拥有了最大的终端网络，当中域这个超级终端已经具备了相当的潜在能力时，涉足手机制造领域也是顺理成章的事情了。

手机市场大变革

业内人士认为，在家电业，大中、国美等渠道商已经掌控家电业话语权刺激了手机业整个链条，目前有两根线希望插足手机业，一个是运营商，例如中国移动在内的运营商开始订制手机；另一是经销商，如中域提出要生产手机。这表明中国手机市场必将发生大变革。

不过，大中、国美现在虽然已经在家电业一言九鼎，但并没有自己生产家电，也从没有去控股一家家电生产厂，手机渠道商是否有必要去自己生产手机还有待市场的检验。

但中域资讯部高级经理曾幼红认为渠道商涉足手机制造仍有优势，他说，“作为最贴近消费者的销售网络，中域最了解什么手机适合消费者口味。在此基础上研发的手机，其市场竞争力也是可想而知的。”

PHS 攻占上海小灵通 “孤岛” 1.5 万个基站开建 3G 迟来迫使其出招

据了解，目前超过 1.5 万个 PHS 小灵通基站正加班加点地被安装到上海市区的各个角落。因公众对基站辐射的疑虑导致的安装受阻的情况再次上演，而运营商则甚至考虑过将基站安装到高架道路的路灯上。虽然上海电信否认了将在今年“5.17”电信日前正式

放号的消息，但之前已有当地媒体报道称上海电信的最终目标是 100 万用户。PHS 制式的小灵通终于开始大口啃食目前国内主要城市市场中的最后一块处女地。在此之前，这种小灵通仅仅徘徊在市区边缘，最新的数据是在松江和奉贤等郊区拥有超过 30 万的用户。

2003 年 7 月，上海电信还对当地媒体宣称，考虑到小灵通技术落后，且市区高楼林立，基站安装困难等原因，将把小灵通局限在郊区范围。而不到一年就态度陡变，是什么促使上海电信终于下定决心？该公司的相关负责人接受记者采访时的回答是，“郊区的小灵通用户希望能够扩大使用范围，市区的市民也希望能够使用小灵通”。

然而市场的狂热需求在全国范围内早就凸显出来，上海电信不至于反应如此之慢。有业内人士分析，上海电信对市区巨大的移动话务市场并非不眼馋，但此前该公司宣称的困难也的确存在，鉴于 3G 即将来临，可能暂时按兵不动，以免重复投资。但是 3G 牌照迟迟不发，使得固话运营商怕战机延误，才按捺不住开始发力。

大小灵通争夺上海市场

在 PHS 之前已经存在于市区多年的还有一个移动

市话网，就是被称作大灵通的 CDMA1900 网络。虽然上海电信从来没有承认正式推广过 CDMA1900 的公开应用，而表示只将其限制在内部使用，但是有调查显示，到去年年底为止，通过各种渠道使用 CDMA1900 大灵通的用户已经超过一万户。上海电信为何舍弃现成的网络另起炉灶？CDMA1900 网络该何去何从？

据上海电信方面介绍，CDMA1900 网络是多年前作为固话网容量不够的补充而建设的，“当时和移动尚未分家，当然没有想过要和移动电话竞争”；上海电信相关人士这样来证实公司对于 CDMA1900 网络无意扩容。

实际上，虽然 2003 年 3 月信产部叫停 CDMA450 时没有提及 CDMA1900，但是据称 CDMA1900 占用了 3G 的频段，这才是迫使上海电信做出放弃，转而选择 PHS 的根本原因。

而在相关代理商出示的业务申请单上，也明确表明国家将对这一频段重新规划，可能收回并重新分配，并称届时将对用户进行妥善处理。至于现有的 CDMA1900 用户，上海电信的相关负责人表示已有的网络将继续运营一段时间。他的意思可能是自然消亡，但更多的猜测是运营商将让这些用户直接转入 PHS 网络。

网通欲分一杯羹？

上海电信以 PHS 小灵通切入市区移动电话市场，而有消息灵通人士称，同处一城另一家固话运营商中国网通上海通信公司也有心分一杯羹。据称此前网通的一位高层曾私下承认网通希望进入上海小灵通市场，并表示公司正在就相关业务进行试验和前期准备。但这一消息尚未得到网通方面的证实。电信和网通南北分拆之后，上海就一直是双方业务交错最多以及市场拉锯战最为激烈的城市之一。而上海更是网通集团三驾马车之一的网通南方的总部所在地，潜力巨大的上海市场对于负责南方业务拓展的网通南方而言其重要性更是不言而喻。

“小灵通漫游”叫停再遭质疑四川力推福建取消

小灵通漫游技术上并不困难，但能否实现漫游一直未定

四川力推“灵通行” 内蒙古开通在即

记者获悉，四川部分地区的小灵通用户已经在享受漫游服务。记者致电已经开通漫游服务的四川德阳电信 10000 服务台。据工号为 210 号的工作人员告诉记者，德阳与成都两地确实有一种被称为“灵通行”的漫游服务。

据这位工作人员介绍,“灵通行”主要针对来往于成都和德阳两地的小灵通用户。这些用户可以分别申请成都和德阳两地的小灵通号码,当德阳用户拨打成都号码时,如果用户此时正在德阳,则按 0.30 元/分的漫游费标准收取;反过来,如果用户出差至成都,被叫成都号码,则以本地通话费收取。

据介绍,目前,这一漫游形式正在德阳和成都地区大力推行,受到用户的欢迎。

即将开通小灵通漫游服务的还有中国网通下辖的内蒙古自治区。据内蒙古新闻网 3 月初的报道,关于小灵通进行全区漫游这一问题,内蒙古自治区通信公司已经开展并建设了这一项目。目前,有关工作人员正在对小灵通网络进行调试,调试成功后即可实现小灵通在全区所有开通小灵通的地区漫游,但具体时间现在还不能确定。

福建 3 月取消漫游

小灵通的漫游服务可谓此消彼长。福建部分地区于去年推行的漫游服务刚刚在上月被取消。据了解,中国电信旗下的福建电信早在去年 6 月 1 日即强力推出了“小灵通跟我走”的业务,首次实现了小灵通用户强烈要求的漫游服务。

记者从厦门电信 10000 服务台 300 号工作人员处

了解到，当时小灵通的漫游区域仅限于福州、泉州、厦门和漳州四地。漫游费用为 0.40 元/分，此外不再征收任何费用。与移动、联通的漫游费用相比，确实低了不少。

但据这位工作人员告诉记者，中国电信福建分公司刚刚在上月取消了小灵通在以上四地区的漫游服务。具体原因及何时会重新开通漫游服务，这位工作人员不愿意透露。

小灵通地区漫游不应叫停

中国电信总工程师对外表示，“小灵通”能否实现漫游功能主要看网络运营商的定位考虑。

但 UT 斯达康一位技术工程师在看到本报“网通叫停小灵通漫游服务”的报道后，曾与记者有过一次关于“小灵通能否漫游”的讨论。

他认为，对“固定出差到异地的漫游”，只需要把计费 and 认证系统统一就行，在系统认证计费上加一个统一的数据标识即可。由于目前提供小灵通系统的厂商还不多，因此比较容易实现。

同时，他还认为，如果认证计费系统不是一个品牌的设备厂商提供，可能就会比较麻烦。相关的技术标准的差异将会导致相互认证和识别出现困难甚至错误。据介绍，目前为小灵通提供设备的厂商主要包

括 UT 斯达康、中兴、朗讯等不多的几家。

针对小灵通漫游可能出现的技术问题，中国电信总工程师公开表示，“由于目前国内并没有对小灵通网络进行过严格的统一规范，各厂家网络结构不一、接口和信令协议一致性较差，无统一的业务标准，联网改造成本很高，不具备统一联网、全国漫游的必要基础。”

但据一位不愿意具名的业内人士分析，虽然实现全国统一的漫游，在技术和经济成本上并不合算，但实现局部漫游从技术上并不困难，从用户利益的考虑，小灵通的局部漫游应该开通。

宽带电话低价“剑指”固话信产部对此尚无限制
宽带电话机零售价比目前的普通电话要高，但其使用成本非常低廉

日前，记者曾以消费者的身份暗访了深圳一家提供宽带电话业务的公司。据这家名为“深圳兴瑞电子有限公司”的工作人员证实，他们目前可以为用户提供各种型号的宽带电话机，有的型号甚至可以免费拨打国际长途。

据这位张姓工作人员告诉记者，目前他们提供的宽带电话终端一般在 600 元 650 元之间。而国际长途与国内长途业务均大大低于国内现行资费，国际长途

一般在 0.40 元/分左右，而国内长途则低至 0.12 元/分。

据他介绍，目前这一由他们提供的电信服务用户数正在迅速飙升。

信产部对宽带电话无限制

随着国内宽带网络的迅速增长，国内外不少商家看好这块政策管制较松的电信市场。目前各大运营商纷纷跟进的宽带电话，就是利用现有宽带网络进行语音通话的电话。据悉，宽带电话最大优势就是拨打国内长途或国际长途时，话费低廉，运营商的成本极为低廉。

4 月 18 日，记者接通了平治东方总裁范坤芳的电话。据他介绍，从去年 11 月开始，他们基本完成了宽带电话的软交换测试，合作方包括朗讯、UT 在内的各大通信设备的巨头，技术上的问题已基本解决。

由于宽带电话的介质是因特网，不需要运营商另外组建网络，使用方法与拨号方式和普通电话无异。目前，宽带电话已经可以实现网络电话或同类网关等用户之间的无障碍通话，跨地区、跨省市、跨国界，网内漫游，在网内任何位置接入，电话号码都保持不变。

更让用户称奇的是，基于宽带电话的国际长途，

甚至可以达到完全免费的程度。

范坤芳告诉记者，目前，这一种宽带电话终端市场零售价在 700 元左右。业内人士告诉记者，虽然电话机的零售价比目前的普通电话要高，但由于使用的成本非常低廉，他表示，这种通信方式一定会受到人们的追捧。信产部研究院专家张杰在接受记者的采访时表示，信产部目前对宽带电话业务并没有限制。

电信运营商抢滩宽带电话

目前固定电话还不能直接拨打网络宽带电话，需要使用宽带电话终端，上海铁通已经开通这一业务。据上海铁通相关介绍，目前用户只要从上海铁通的网站下载相应软件，即可使用铁通提供的宽带电话。

据这位人士介绍，目前基本月租费 10 元，用户无论是拨打国内长途，还是拨打市话都是每分钟 0.18 元。引人之处在于，用户利用随身携带的笔记本电脑在外地用这个账号拨打电话，不需要付任何的漫游费用。

对于想获得电信运营资质的宽带接入商而言，宽带电话可成为其与电信运营商“同城作战”的新式武器。

去年年底，北京通州区一小区门口出现工作人员拉起“中国电信”的横幅，向小区居民推销“宽带电

话”业务。自称“中国电信员工”的工作人员向他推荐了一种售价为 300 元的宽带电话机，称只要接上宽带网线就能以每分钟 0.15 元的超低价拨打国内长途电话，并且不产生任何市话费用。

此外，记者还了解到，目前提供电力线上网服务的中电飞华也已经为开通电力线上网服务的用户开通宽带电话功能。据悉，中电飞华目前采用三种方式，一种是接电脑，另一种是接一种有宽带接口的电话机（宽带电话机），还有一种是加一个类似分线盒的网关装置，出口一头接电脑，另一头出来接普通电话机。目前主流宽带电话机的价格在 400 元到 500 元之间，最高的达几千元。

铁通年内 90 亿巨资筑网市场抢客计划秘密出笼
信报讯完善网络仍将是中铁通今年工作的重点，记者昨天获悉，今年中铁通在网络建设的投入将达到 90 亿元，一个详细的年度抢客计划也随着投资计划的公开而浮出水面。

据了解，在铁通今年计划投入的 90 亿元巨资中，基建投资 60 亿元，更新改造资金 30 亿元，投资重点集中在完善网络布局、优化网络结构等方面。

“今年中铁通将在话音、智能、数据、IP 等各个业务领域协调发展，形成多项创新业务开花。”一

位知情人士表示，铁通此前已经秘密出笼了一份今年的市场抢客计划。按照这一计划，固话增值业务、行业客户、互联网接入、宽带等都是铁通今年抢客的利器。如电话 QQ、会议电话、一号通、语音短信等固话增值业务和通过语音 VPN 解决方案发展一些跨省、跨地区的企业、行业大客户等已被铁通视为增收的重要手段。在很难从现有运营商处抢夺个人固网用户的情况下，一些行业和团体用户将是铁通今年争夺的重点。

此外，在市场营销方面，铁通去年推行的“区域经营制和客户经理制”将在今年进一步加大力度。“加大对地市分公司市场营销部及下属营业支局、区域经营部的规范化建设，制定和推广区域经理负责制和客户经理制。”划归中国国资委后中国铁通对市场的嗅觉正在变得越来越灵敏。

据传网通 8 月将拿到 3G 牌照直接上马 WCDMA

据一位接近网通的人士透露，网通正在制作有关 WCDMA 的标书，据此判断：第一，网通将提前获得牌照；第二，网通可能直接上马 WCDMA。新浪网与多名网通人士接触，并与其他运营商以及电信设备供应商联系，各方均表示不知情。

关于网通到底何时拿到牌照的问题有多种版本

的说法，其一称今年 8 月能拿到牌照。但是，网通一位管理建设规划的人士则估计应该是和中国电信一起拿到牌照，不会提前，并且，他认为网通在今年的第四季度得到的可能性比较大。网通另一位参与上市工作的人士还戏称：“这么多预测的时间表还是第一次听到。”该人士对于满天飞的 3G 牌照发放时间和网通上市方案设想表示了无可奈何。新浪科技致电中国电信宣传负责人，该人士表示“自己不知情”，但不知道中国电信的高层领导是否得到消息。

网通建设规划部门的人士表示，直接上马 WCDMA 是网通公司在比较了几种方案之后，自行设想的，他估计到底上马哪种标准应该有很大的政策因素。而且，他认为，对于网通来说，拿到 3G 牌照无益于上市。“目前对于网通来说，3G 牌照就像是涂在脸上的胭脂，好看！战略意义大于实际意义。因为这可以对其他移动运营商产生威慑作用。网通内部人并不向往 3G，因为从建网到取得效益，要很长时间。对于网通来说，关键是要利用好现有的投资和设备。”这位人士分析说。

华为公司和北电网络公司同样否认知晓这则消息。但华为公关总监傅军表示，如果招标 WCDMA，华为有信心获得运营商的青睐。华为在 WCDMA 上有全系

统设备。并且，在同六、七家国际厂商竞争后，以高价获得了阿联酋 WCDMA 网络建设的订单。

北电网络大中华区无线网络部及中国电信事业部副总裁黄继功亦表示不知道招标的事，但他认为，WCDMA 在国内的竞争一定非常激烈：“有 12 家厂商参与测试，竞争的激烈程度可想而知。”他还表示，设备供应商倒不一定打价格战，因为运营商需要稳定的设备和稳定的服务，都倾向于长期的合作。如果也需要设备供应商提供网络规划等方面的服务，就是看设备供应商的整体实力如何了。

出于设备供应商的观点，黄继功认为现在的两家固网运营商都非常需要建设 3G 网络，因为要在无线市场找到新的业务增长点。他还表示，从 GSM 网来看，3G 网络的建设成本一定会比 2G 时代低。他还开玩笑地表示：“如果找北电网络，实现商用的速度会很快哦！”

而网通建设规划的人士表示：“在网通眼里，现在大家的实力都差不多。而且最好是哪家的优势都不明显，这样，在采购的时候才有更低的价格。”

截至发稿时，网通是否能第一家拿到牌照以及何时拿到牌照，仍未得到来自网通官方的正式确认，负责公关业务人士的小灵通话始终无法接通。新浪科技

将继续跟踪报道。

首款“美国版”3G手机昨面世多普达6月推商用
昨天，记者获悉，国产手机商多普达第一款3G手机已浮出水面，它支持美国版本的CDMA20001XEVD0技术。据悉，这是国产手机商拿出的第一款“美国版”3G手机。

有关人士告诉本报记者，这款手机用的是高通的芯片，现在能看流媒体、实时电视节目、在线观看大片以及可视通话。

EVD0技术无线上网下载速度可达300K/秒，比目前的CDMA网络快数十倍。专家说，实际上是国际电联明文将此技术归入3G范畴。国内尚未发放3G牌照，为绕开政策上的障碍，联通将之称为“2.75代技术”。联通一直在内部试验EVD0技术如果年内上马，联通将成为国内第一家开通3G服务的运营商。

多普达恰恰看准了这个机会。这家智能手机领军厂商一直在整合内外资源在中国本土秘密研发3G手机，瞄准的是欧美版的WCDMA和CDMA2000技术。“3G手机商用化的节奏比我预想的要快，”业内人士透露，“预计今年6月，商用的3G手机将浮出水面，但上市时间和批量生产规模要看联通的态度及网络进展。”

业内的评价是：“显然，包括多普达在内的手机商们希望借联通打政策‘擦边球’，这张 EVD0 网有望今年年底开通商用。”

中国联通 3 月用户量增长 2%总计达 9730 万人

4 月 20 日北京消息：中国联通周一表示，3 月份用户量增长 2%，至 9,730 万人。

联通的 GSM 网络 3 月份用户量较前月增长 1.5%，至 7,567 万人；CDMA 用户量增长 3.5%，至 2,162 万人。

周一中国联通股价收盘持平于 6.70 港元，过去一个月共计跌近 25%，过去三个月累计跌 22%。