

# 无线行业资讯周报

(2008年2月25日——2008年3月2日)

魅媒调研中心出品

## 前言

《无线行业资讯周报》是魅媒调研中心系列媒体产品之一。为了适应无线行业快速发展的特点，由魅媒调研中心总结并发布每周资讯报告，将围绕业界动态、产品热点、同行关注等信息进行收集及发布，助您轻易把握各种商机、新技术、新媒体。

我们的联系方式：020-81303350-607 [media@mmclick.com](mailto:media@mmclick.com)

## 目录

<b>无线营销</b> .....	4
无线广告的 2008 效果计费将成主流.....	4
08 年无线广告有惊人提升 受品牌厂商青睐.....	4
手机购物进入普及时代.....	4
服装品牌试水“手机营销” 推销模式趋于多元化.....	5
无线广告业务市场潜力大.....	5
<b>无线增值</b> .....	5
淘宝布局无线领域 推出“手机版淘宝”.....	5
无线商街横空出世 引发空中地产投资热潮.....	6
中国移动手机报用户逼近 3000 万.....	6
全国SP大会 3 月召开.....	6
李开复谈 08 战略：移动搜索是未来产品的重点.....	7
华人当选OMA游戏组主席 国家标准战略新启示.....	7
移动电子商务标准开始制定.....	7
<b>3G服务</b> .....	8
中国移动本月底试运营TD网络.....	8
手机电视标准悄然定案 行标申报TD也争辉.....	8
手机上网提前进入 3G时代.....	8
中国 3G二期工程上半年确定 厂商备战阶段.....	9
移动电话超过 6 亿 3G发牌问题仍徘徊.....	9
<b>运营商动态</b> .....	9
广东移动缩短SP结算周期 SP结算可提前一个月.....	9
四大运营商公布 1 月用户数据 中移动新增 704 万.....	10
广东联通全省开通GPRS业务 备战两网分拆.....	10
广东移动:3 月起全面调降下属各品牌漫游资费.....	10
观察:移动运营商SP政策回暖暗示新蓝海出现.....	11
中国移动将更改MID算法防SP非法获取手机号.....	11
中移动谋手机电视牌照非易事.....	11
<b>分析评论</b> .....	12
广东手机网民达两千万 无线行业产业链初步形成.....	12
2008 年SP产业发展趋势.....	12
李晋吉：独立WAP紧抓奥运商机.....	12
彩铃的下一个增长点在哪?.....	13
实名制是推动手机支付步入主流的关键.....	13
<b>关于周报</b> .....	2
<b>魅媒调研中心</b> .....	14
<b>魅媒科技</b> .....	14

## 无线营销

### 无线广告的 2008 效果计费将成主流

源自 PChome 2008 年 2 月 27 日

近日，无线营销公司盛思新媒（Celles）推出了一款无线营销平台——中国无线广告交易中心（www.WAPX.cn）。

据了解，该平台首先把各种无线媒体直接展示到广告主面前供广告主挑选。如果广告主感兴趣，只需通过向导完成三步操作，即可开始广告投放，其余的事情全部交给 WAPX 平台完成，包括广告投放的合同模板都是根据该向导自动生成的。

WAPX 会根据广告主的特点智能匹配出最适合的无线媒体进行广告投放，并在投放过程中不断优化效果。和以往的操作不同的是，该平台将投放过程的每一个细节直接展示给广告主，广告主可以通过该平台直接参与整个媒介选择与效果优化的全过程，从而不断加深对无线媒体的了解。广告主可以在投放过程中随时调整媒介组合，把效果差的媒介剔除，把效果好的媒介加大，实现广告效果动态优化。

业内分析师认为，只有当大量广告主在无线媒体上的广告投放需求被引爆的时候，无线营销才能真正进入 2.0 时代。而中国的无线广告市场还在市场培育期，要达到现在传统互联网广告市场的规模，估计还需要 3 到 5 年的时间。

### 08 年无线广告有惊人提升 受品牌厂商青睐

源自 慧聪网 - 2008 年 2 月 24 日

今年上海的新春民俗艺术灯会与往年不同，豫园灯会相关负责人介绍：“我们增设了塞班这个旅游热地的奖项。”这位负责人说，用彩信广告向市民推广，可以利用无线广告商的精准数据库针对适当的地域、年龄、职业的属性，并且价格也相对便宜很多。

此次为豫园的灯会活动做无线推广的星麦无线广告公司 CEO 张鹤说：“手机在人们生活中的应用越来越广泛，人们已经离不开它，它已然成为人体的一个器官。”他说，因此手机广告成为不少广告主青睐的、进行营销和品牌推广的方式。

研究数据表明，2008 年我国的手机广告市场规模将达到 13 亿人民币。而张鹤介绍：“在与客户的接触过程中我们发现，品牌的广告主普遍比较倾向于选择手机广告。”

某台湾知名服装公司企划部负责人翟小姐向记者表示，手机广告有它许多独特优势，比如用户属性、PUSH 特性、非常强的互动性等，同时，无线广告价格也很具有诱惑力。

星麦无线张鹤预测，今年无线广告无论从市场规模还是知晓度上都会有惊人的提升。

### 手机购物进入普及时代

源自 BEAREYES.COM - 2008 年 2 月 29 日

中国互联网络信息中心 (CNNIC) 报告显示，受手机上网资费下调的影响，已有 27.3% 的网民使用手机上网，手机网民数已达 4430 万人；而在半年前的第 19 次报告中，手机上网人数仅是 1700 万人，手机上网人数的激增，为手机购物的普及提供了基础。

目前，支持 wap 上网并开通 GPRS 服务的手机用户都可访问该平台购物，整个购物过程中用户除了需要向运营商支付 GPRS 数据服务费外，每次确认付款只需支付一角钱的短信回复费用。

据悉，中国工商银行、农业银行、建设银行、招商银行、上海浦发银行等各大商业银行以及中国邮政、VISA 国际组织等各大机构均和支付宝建立了深入的战略合作。另外，为了方便没有网银的用户付款，支付

宝还与中国建设银行、招商银行等多家银行合作推出“卡通”服务，即用户不用网上银行就能实现“刷卡”购物，此次面世的手机支付平台同样支持该项服务。目前，每日手机短信支付的限额为2000元人民币。

## 服装品牌试水“手机营销” 推销模式趋于多元化

源自 中国时尚品牌网 - 2008年2月29日

福建省服装企业推销模式日趋多元化，不再仅局限于在电视上“砸广告”，有的推出了服装直销网站，有的推出了网络直销子品牌，有的又把目光转向了无线网络营销——“手机营销”。

与传统互联网的激烈竞争相比，以手机为终端的无线网络尚属于“新势力”。随着手机用户数的直线攀升和无线网络服务的不断丰富，手机网民的数量也呈爆发性增长。而通过无线网络营销市场仍处于起步阶段，不少企业已经意识到“手机营销”的独特之处，开始在无线网络世界树立自身的品牌。

“就像新浪、搜狐、网易等门户网站一样，先行者一旦崛起，后来者超越的难度相当大。”福建省服装协会的林先生表示，目前国内许多服装品牌如“旗牌王”、歌莉娅、金利来、班尼路等均已注册无线网址，涉足无线互联网营销，不少品牌还搭建了自己独立的手机WAP网站。

## 无线广告业务市场潜力大

源自 人民邮电报 - 2008年3月1日

无线广告作为中国移动互联网产业中尚未开发的营销资源，将给无线广告产业各环节参与企业带来巨大的价值和收益。近两年，中国无线广告市场逐渐受到各界的关注和追捧，移动技术的驱动，包括短信、WAP、彩信、流媒体技术在国内应用的增多，商业模式的逐渐成形，风险投资的日益关注，主导运营商的介入，国内商家对于手机新媒体广告效果的认同等，这些因素共同推动了国内手机广告市场的蓬勃发展。2008年，国内无线广告市场发展将进一步提速。无线广告市场规模将持续增长；无线广告的业务形态日趋多元化；市场需求推进无线广告市场稳步发展；用户对无线广告开始关注并逐渐接受；无线广告市场有待进一步培育。

2008年北京奥运将是推动无线广告营销的重要契机。另外，3G牌照的发放是划分中国无线广告营销两个不同时期的重要标志。经过之前几年在技术标准、产品研发等方面的准备，3G牌照的发放很可能会使3G用户规模迅速增长，大量有价值的内容将出现在各类无线媒体上，用户黏度也将增加。同时，用户基数的增加也引起了广告主对这一市场的极大关注，大量广告主将进入该市场。

## 无线增值

### 淘宝布局无线领域 推出“手机版淘宝”

源自 计算机世界网 2008年2月26日

国内最大的网络零售商淘宝网已经开始悄悄地测试其“手机版淘宝”。据内部人士透露，其公开测试版将在27日正式亮相，内部测试版目前已经可以正常登陆。

但淘宝网官方没有否认此事，只是含糊表示，具体情况要等明天才能对外宣布。

有淘宝网用户告诉记者，她和她的多位淘友都收到淘宝网的公开信，告知“手机版淘宝将在2月27日正式与广大淘友见面，欢迎大家试用。”

记者随即用手机登陆 wap.taobao.com，发现已经能够正常登陆访问。“手机版淘宝”不仅可以进行话

费充值。机票订购、商品采购等操作；还同样提供了商品搜索、比价等操作。

目前手机版淘宝已经可以使用第三方支付工具“支付宝”直接支付。

## 无线商街横空出世 引发空中地产投资热潮

源自 计算机世界网 2008 年 2 月 27 日

日前，北京奥软旗下的中国短信互联网对外宣布：全面提升其产品的服务内容，推出无线商街服务。业内人士预测，这一服务的推出将打破用友移动商街的市场垄断格局。据了解，北京奥软推出无限商街免费试用 1 个月内，已经有 1000 多家企业入住。

无线商街好比将现在城市格局搬到无线互联网上，在空中打造了一个商业圈，它包括了网上商城，手机商城，短信网址等众多功能于一体。用户只需一次注册，便可以享受全部的功能。事实上，无线商街根据每个城市的特点，分为真实商街和虚拟商街。比如北京的用户，发中关村到无线商街里面搜索，马上就可以找到中关村附近的公司。虚拟商街是将同一类型的公司集中到一条街上，便于大家货比三家。比如发送“电脑”或者“手机”关键词就可看到本市所有销售电脑和手机的店铺。

成功入住的店铺，不仅可以在互联网上进行产品销售，而且可以在手机里面建立商品展示平台。这意味着，无线商街访问客源，不仅是 2 亿互联网用户，还包括 6 亿手机用户。

在 3G 概念不断被炒热的今天，很多类似的产品层出不穷，比如用友的移动商街，新网互联的短信网址。在无线搜索的盈利模式尚未有成熟的模型之前，谁能成为最后的赢家现在还无法知晓，让大家拭目以待。

## 中国移动手机报用户逼近 3000 万

源自 网易 2008 年 2 月 27 日

中国移动下属增值业务平台公司卓望科技执行总裁郑朝晖透露，至此，中国移动的手机报合作伙伴已经增至 100 多家，用户更是逼近 3000 万大关。

据了解，在手机报开通的不到 3 年时间里，用户增长非常迅猛，到 2005 年底，全国手机报用户已经超过 100 万，到 2007 年底，这一数字更是超过 2000 万。在 2007 年底召开的奥运 GSM 会议上，中国移动总裁王建宙谈到手机新媒体市场的发展前景。他表示，中国移动手机报的用户已经超过中国任何单一平面媒体的发行量。

按照中国移动的规划，无线音乐、飞信、手机报、手机导航以及手机电视，将是中国移动未来一年数据业务的发展重点。

## 全国 SP 大会 3 月召开

源自 SP 论坛 2008 年 2 月 27 日

中国联通将于 3 月 8 日在天津召开 SP 大会，讨论今年的 SP 政策，“上午开会通报情况，下午讨论新的政策，3 月 9 日则根据 8 日的讨论情况确定最终的政策方案”。该人士透露，“如果顺利的话，新政策会于 4 月开始正式实施。”与过往的 SP 大会相比，本次大会中 GSM 网络的 SP 业务也将成为新的亮点，“会加强与 GPRS 业务和 JAVA 业务的合作伙伴的合作，GPRS 业务的研发和推广”。

## 李开复谈 08 战略：移动搜索是未来产品的重点

源自 IT 专家网 2008 年 2 月 29 日

“如果说 07 年是谷歌中国的产品年，那么 08 年将是我们的普及年”。在去年一股脑推出 25 项本土化产品后，李开复对谷歌中国 08 年的愿望是希望“花超过 80% 的时间和精力，将现在的服务如何做得更好，做的更加的普及”。

“我无法预计另外 20% 的时间会产生什么样的新产品”。李开复对谷歌今年即将推出的产品服务保留最后的神秘，“移动搜索和春运地图就是 20% 中的产品”。

对中国用户期待已久的 Gphone，李开复并没有给我们带来好的消息。“谷歌的 Gphone 进入中国并没有时间表，并且大家也不要期望 Gphone 太快进入中国”。

“以后会怎样更好的用手机的技术推广出去，我们做技术不是考虑超越对手，更多的是关注用户，中国有五亿多的手机用户是潜在的移动搜索用户和移动互联网用户，面对这么大的互联网，可以将整合信息做更好的理念，推广到用户的面前，我们在国外也得到了很好的成果，在中国也推出了一段时间，看到非常迅速的成长，这方面我们充满信心，不会说移动搜索是唯一的目标，还有很多其他的目标。”

## 华人当选 OMA 游戏组主席 国家标准战略新启示

源自 新浪游戏 2008 年 2 月 29 日

日前，我国移动通信标准方面的专家周旭春在国际通信组织 OMA (Open Mobile Alliance) 的 GS(游戏服务)工作组选举中当选为主席，这是华人在该机构第一次担任主席级别的职务，也是在类似国际标准组织中，华人当选的最高职务之一。

而作为 CCSA(中国通信标准化协会) TC2 的创始人之一，和中国手机游戏服务领域最大的组织“移动游戏产业联盟”的缔造者和秘书长，周旭春的当选，一方面将对推动 OMA 发展发挥重要作用，另一方面也将大大增加中国与国际业界的沟通。

庞大的手机用户群和移动业务的快速发展，让中国移动应用领域成为市场潜力最大的新兴科技市场，如中国短信市场的爆发式发展就受到了 OMA 的高度关注。目前，我国国内移动电话用户数已经突破 5 亿，占全世界用户数的五分之一。包括手机游戏在内的无线数据业务展现出来的无限潜力，为中国移动标准战略推进赢得深厚的市场根基和新的契机。

与此相比，如果加入到了国际标准机构的具体运作过程中，并能起到对该机构和相关产业的主导作用，对我国的标准战略而言，当是一种更为便捷的途径。

## 移动电子商务标准开始制定

源自 京华网 2008 年 3 月 1 日

手机购物、手机支付等移动电子商务日益兴起，信产部开始着手制定移动电子商务的标准。昨天，信产部企业信息化标准工作组联合用友移动在北京宣布，将正式启动移动电子商务的标准化制定。

用友集团董事长兼总裁王文京表示，随着中国手机用户数即将突破 6 亿，未来中国企业在移动商务领域迎来极大的业务增长。他透露，目前用友移动已经成为用友软件两大核心业务之一。

计世咨询公布的数据显示，2007 年中国移动信息化市场销售额已达到 147 亿，同比增幅高达 31.3%，而其中主要增长来自于移动电子商务。

## 3G 服务

### 中国移动本月底试运营 TD 网络

源自 光纤在线 2008 年 2 月 25 日

中移动将在本月底开始在北京等 8 个城市试运营 TD 网络。记者从 TD 联盟内部企业处获悉，中移动已经计划在 2 月底至 3 月初对其 TD 网络进行试运营，这意味着包括北京、天津、沈阳、深圳、秦皇岛、厦门、上海和广州在内的 8 个试点城市，将率先进入中国的 3G 时代。

据了解，目前中移动已经开始在北京、广州、上海等城市的营业厅内，搭建 TD 体验厅，以使用户了解 3G 时代的应用和服务，并用于展示 TD 手机产品。同时在展示厅内，中移动也已经开始进行未来服务开设后，业务办理柜台、自动柜员机服务等准备工作。

不过，中移动官方并未对这一消息进行回应。

### 手机电视标准悄然定案 行标申报 TD 也争辉

源自 南方都市报 2008 年 2 月 26 日

手机电视国家标准遴选在经历数月之久后终于即将出台。有参评国标的企业日前透露，“手机电视国标评选马上就会有消息”，更称此次评选“非常公正”，即将评出的国标将以让市场惊讶的速度，切入前景广阔的手机电视市场。

业内人士日前透露，TD-SCDMA 在手机电视标准方面出现关键性进展，进入正式申报行业标准的阶段。TD-SCDMA 的手机电视标准又称 TD-MBMS，以大唐、中兴、普天、鼎桥为代表的系统厂商，以展讯、T3G 和凯明为代表的芯片厂商，以中兴、联想为代表的手机厂商都参与到了 TD 手机电视标准的研发中来。

### 手机上网提前进入 3G 时代

源自 人民网-国际金融报 2008 年 2 月 28 日

北京等 8 个城市的 TD-SCDMA 网络试运营的消息正在行业内流传，第一个手机上的 3G 版门户网站近日已经提前推出。

3G 测试的消息时有传来，人们猜测较多的是牌照发给哪家运营商，但却很少有人去重视，3G 来了，用户的体验会是什么样？3G 门户在业内率先推出 3G 版，从某种意义上来说，给行业树立了一个范本和标准。3G 门户 CEO 邓裕强告诉记者，这是无线互联网的第一个 3G 版门户，是向 PC 互联网门户的技术和体验看齐的崭新的 3G 门户。

3G 版的首页和过去的 3G 门户首页相比，主要频道的导航非常清晰，底色丰富，页面容纳的内容也比过去多。分块分区，布局清晰，一些实时的内容如股市指数等都即时显示在首页，比起以前的频道加内容导引完全是两个带宽时代的感觉。

据预测，随着 3G 网络在国内的逐渐铺开，手机上网速度越来越快，手机网站的首页未来还会出现更加丰富的形式，邓裕强预测，一年后，在页面上嵌入视频都可以做到，这对用户体验、广告展示都会有巨大的推动作用。

## 中国 3G 二期工程上半年确定 厂商备战阶段

源自 艾媒网 2008 年 2 月 28 日

目前, 中国移动对 TD-SCDMA 系统设备的信心开始大大增强, 因为以得到表扬最多的秦皇岛建网为例, 由中兴通讯、普天提供设备的秦皇岛网, 从招标到供货完成仅 3 个月, 再到建网完成, 也仅 5 个月, 说明我国 TD 系统设备的制造能力已经大大提升到了规模商用的水准; 并且, 秦皇岛 TD 网在信产部电信研究院的外场测试中也全部实现了 2G/3G 切换, 视频通话、TD-MBMS(手机电视)等典型 3G 功能。目前中国移动仍然担心的是 TD 终端, 所以现在只是试探性地招标。

按照程序, TD-SCDMA 二期规划先由国家发改委和信产部协商确定总体规划, 即建网总规模, 然后与运营商协商确定各运营商具体承建哪些城市的 TD-SCDMA 网。由于二期规划恰好与运营商重组调整时间吻合, 因此, 在此关键敏感时期, 将先确定运营商重组方案, 再最后确定 TD-SCDMA 二期建设方案, 以避免使得未来并不拿 TD 牌照的运营商的不必要浪费。

相关人士透露, 受制于运营商重组进展和今年两会 3 月即将召开, TD-SCDMA 二期建设最早也要 3 月底、4 月初才能确定, 不可能是即将展开二期建设, 但是, 今年上半年开始 TD 二期网络建设应该是有问题的。

## 移动电话超过 6 亿 3G 发牌问题仍徘徊

源自 SP 论坛 2008 年 2 月 29 日

目前在中国已经有超过 6 亿移动电话用户(小灵通用户也包括在内), 这意味着什么呢? 为什么在香港、韩国 3G 盈利能力很困难, 虽然普及率上去了, 但是就那么点人口, 即使普及率达到 100%, 用户数量还是有限。

世界上有 3G 有三大标准, 为什么中国一味的坚守 TD-SCDMA 不放呢? 原因很简单, 它是中国人自己的标准, 如果采用其它的标准, 就必须要向标准的拥有者支付专利费用。我们可以看一组数据: 中国向国外支付专利费用: 1G 标准专利费用 2500 亿元, 2G 标准专利费用 5000 亿元。而这还是中国移动通讯行业起步阶段的数字。一旦 3G 要开通, 这现成的 6 亿用户就是金元宝, 谁会把自己的金元宝给别人呢? 而 TD-SCDMA 毕竟是一个新准, 从出生到成熟, 肯定是需要时间的。

中国政府有承诺“中国在奥运会期间一定会开通 3G 服务”, 中国政府还是需要向世界兑现自己的诺言的。牌照只是一张纸, 它是运营商该关注的。对于我们这些用户来讲, 开通了 3G 服务就好, 至少是在黎明了, 至少我们能享受这样的服务了。

## 运营商动态

### 广东移动缩短 SP 结算周期 SP 结算可提前一个月

源自 大洋网 2008 年 2 月 26 日

“如果移动公司违反服务承诺, 那下月的 SP 服务费将免除。”一位中国移动广东公司(下简称“广东移动”)负责人如此表示。上周五广东移动宣布将在全国首推凸显移动公司与 SP 合作商平等地位的“6+1”服务模式。

“6+1”服务模式包括: 服务工作“一体化”, 结算服务“精细化”, 对帐服务“精确化”, 核实服务“精准化”, 受理服务“快速化”, 排障服务“快捷化”以及违反承诺“免费制”。所谓违反承诺“免费制”, 就是在提升服务品质的前提下, 如违反六大服务承诺, 将免除合作服务伙伴的合作服务费。

广东移动通过结算“三原则”的实施，使结算周期由原来的45个工作日缩短到30个工作日，将中国移动集团公司要求的次月5日前付款提前到次月底付款。“一系列措施保证了合法经营的合作伙伴不会出现资金上的问题。”

## 四大运营商公布1月用户数据 中移动新增704万

源自 南方都市报 2008年2月26日

四大运营商日前公布1月份最新用户统计数据，移动与固话运营商继续上演“冰火两重天”——中国移动1月新增用户704万，创下单月新增用户纪录；而中国电信与中国网通本地电话用户继续大幅下滑，中国电信减122万，总用户数减至2.19亿；网通减76万，两大固网运营商用户总数比中国移动一家少近5000万。

根据中国移动公布的数据，中移动1月新增用户704万，单月净增用户首次突破700万大关，比去年12月的655.6万新增用户多48.4万，用户总数达3.76亿户。有证券机构分析，中移动单月用户增长创下新纪录，表明其在中国移动通信市场的垄断势力进一步扩大。

## 广东联通全省开通GPRS业务 备战两网分拆

源自 第一财经日报 2008年2月27日

继去年8月首批开通城市GPRS业务后，广东联通又开通了清远、韶关等10个地市的GPRS业务。至此，广东联通无线数据业务已全省开通，联通GSM已升级成为完善的2.5G GPRS网络。

魅媒调研中心负责人指出，广东联通全省开通GPRS后，摆在广东联通面前的问题是：如何快速提升GPRS用户量。

广东联通负责人透露，经过半年多，广东联通已发展超过300万户GPRS使用用户，保守估计今年广东联通GPRS用户数会超过500万户。

据悉，广东联通除了有针对性地推出了多种无线上网流量套餐，如5元包30M、15元包100M、40元包300M、80元包500M、100元包1000M以及200元包2000M等等以外，还提供了订制内容的优惠，来吸引用户。

业内分析人士指出，根据目前风传的电信重组方案，联通GSM网和CDMA网拆分的可能性非常大。如果联通再不大力发展GPRS数据业务，在未来的竞争中，很可能陷于被动。而联通发展GPRS业务，广东无疑是最好的试验田，因为广东用户数多。

## 广东移动:3月起全面调降下属各品牌漫游资费

源自 网易科技 2008年2月27日

中国移动广东公司宣布，从2008年3月1日开始调降广东移动全球通、神州行品牌的漫游资费，此前广东移动动感地带已经在2月全面下调省内、省际主叫以及长途资费。

此前，信息产业部和国家发展改革委员会要求简化漫游资费结构，合并国内漫游通话费和漫游状态下的国内长途通话费，主叫上限标准降为每分钟0.6元，被叫上限标准降为每分钟0.4元，占用国内长途电路不再加收国内长途通话费。新方案将于今年3月1日起执行。

## 观察:移动运营商SP政策回暖暗示新蓝海出现

源自 MOHAPPY 欢乐无限 2008 年 2 月 28 日

在对 SP 屡施“重拳”之后,包括中国移动、中国联通在内的电信运营商对 SP 的管理开始变得人性化。政策环境和业绩高压是催生这两大巨头温暖 SP 的幕后推手。

各移动运营商在 SP 政策回暖也是情理之中。原来一直支撑大半壁江山的通话资费收入膨胀的空间有限,虽然按照目前 5 亿多的移动电话用户量,用户发展还存空间,但对于各大都是上市企业的运营商来说,业绩永远是坐稳位置的第一支撑因素。换句话而言,单一仅靠通话资费的单一收入似乎过于危险,而增值服务收入,无论是传统的 SP,还是新兴的无线互联网,应该对于移动运营商来说,的确是不错的蓝海。而最近中国联通在包括无线网民最普及的广东等地疯狂开通 GPRS 等迹象可以看出,其实各运营商已经把把这个蓝海美图描绘在脑中。

不过,笔者在探讨 SP 政策回暖,绝对不是暗示垃圾短信年代回归,如果那样的话,可能真的是表错情了。

## 中国移动将更改 MID 算法防 SP 非法获取手机号

源自 艾媒网 2008 年 2 月 28 日

据称中国移动将在近日更改 MID 算法,以防止 SP 非法获取用户手机号码。此次中移动酝酿之中的新算法包新增了字母、斜杠等多种字符,目的是想防止 SP 利用对应库非法获取用户手机号码。

据悉,SP 并不能直接掌握用户手机号码,而 MID 为运营商传送给 SP 的一种用户验证算法,是 SP 识别用户的唯一手段。自从 2005 年底开始,中移动已经陆续停止向移动之外的独立 WAP 网站传送用户手机号码和手机型号参数。

这意味着用户在登录移动梦网之外的其他 WAP 网站(在手机上可以直接浏览的网站)时,必须要注册后输入用户名和密码或者输入手机号码才能识别登录。由于中移动封锁了用户信息,此前开放的用户市场转向封闭,一些小型的 WAP 网站和 SP 可能面临用户大量减少的困境,从而退出无线内容和增值市场。

就在此前,中移动曾经多次向各 SP 发出通知,要求 SP 停止在移动梦网以外的 WAP 网站上做业务推广和诱使订购,并且将对 SP 进行检查,被发现违规的 SP 将会遭中移动重罚。

## 中移动谋手机电视牌照非易事

源自 财经时报 2008 年 2 月 29 日

据消息人士透露,对于中移动申请手机牌照的事情,结果可能不是那么简单容易,广电总局很可能会有相关的限制条件和交换条件。同时,一旦 CMMB 标准建立起来,手机电视内容提供商原本就属于广电系统,因此,他们会分散依靠移动运营商的流媒体通道转而向 CMMB,从而影响中移动在手机电视领域的作用和市场。届时,CMMB 将和移动运营商的通道并存。如果中移动能够拿到手机电视牌照并实际运营的话,有可能挤压手机电视运营商的空间,这种既做球员又做裁判的方式,不免让其他手机电视运营商产生想法。

目前,由于广电部和信产部在 CMMB 领域的角力,造成 CMMB 标准一直悬而未决,因此,CMMB 的实现方式一直未能实现。

## 分析评论

### 广东手机网民达两千万 无线行业产业链初步形成

源自 网易科技 2008年2月26日

广东省手机网民数字已经接近 2000 万人。

运营商：2007 年下半年，中国移动为其奥运官方手机网站推出的广告悄然登上了电视、楼宇、报纸、网络等多种媒体，并进行了高频次的投放。一时间，“科技奥运 自在移动”响彻大街小巷。为奥运会建设官方手机网站，是基于“绿色奥运 科技奥运”的战略，也是基于更好地服务奥运、让用户更方便观看奥运的策略。当然，笔者认为，巨大的流量带来巨大的广告和商业价值，手机网站本身便成为了一个媒介。

无线网民：据权威调查机构研究显示，WAP 用户 2006 年底年不足 2000 万，而截止 2007 年 6 月 31 日，已超过 5000 万大关，这个数据已快接近传统互联网用户的数量。用户可访问的资源越来越多，独立的 wap 网站已激增至 6.5 万个。

广告主：已认识到如此庞大的受众群体孕育着的巨大商机。2006 年，无线互联网上的广告还只是一个幻影，而 2007 年，诺基亚、可口可乐、NIKE、VISA、IPOD 等众多国际大品牌已纷纷开展无线营销活动，进行了无线广告的投放。国内企业应势而动。因手机用户的互动性非常高，投放能做到非常精准，现在的无线营销更适合做一些线上的时效性很强的互动服务、产品推广等等，尚不适于纯粹的品牌广告。

### 2008 年 SP 产业发展趋势

源自 泰尔网 2008年2月26日

2008 年，行业信息化推动电信增值业务发展呈现三大趋势：

1、国内移动增值业务发展走向多元化。国内移动运营商通过积极开展产业合作，全面加快了基于 2.5G 网络移动增值业务的开发和市场推广步伐，移动增值业务呈现出多元化发展的态势。

2、娱乐业务增长势头强劲。随着彩铃、炫铃和 IVR 语音增值业务的相继推出，国内迅速掀起了一股无线音乐流行风，向用户提供包括音乐下载、点歌、送歌等服务。近两年来，国内手机电视业务也取得了积极的进展，中国移动和中国联通都开展了手机电视业务。

3、商务应用成为新的热点。越来越多的手机用户开始用手机缴纳各种公共事业费用、投注彩票、缴税甚至购买电影票和机票，各种移动支付业务正在日益走向普及。

总体来说，2008 年 SP 产业将体现以用户为中心的趋势：1、服务对象从个人用户转向企业用户。2、产业结构从单一循环转向开放服务。3、发展适合客户个性需求的增值业务。

### 李晋吉：独立 WAP 紧抓奥运商机

源自 互联网 2008年2月29日

2007 年 Free WAP 站点 50 强评选已经尘埃落定，对比前两年的获奖名单可以看到，不少站点已经逐渐淡出了人们的视线。然而，也有一些新兴的产品和业务迅速填补了空缺的位置，占据了有利地形，向市场发起猛烈的进攻，为国内的无线互联网业务带来繁荣。

抛开大环境的因素不谈，WAP 行业在 08 年的市场前景，我认为有以下几点值得关注：

1. 奥运会带来的商机。
2. 手机网游市场将持续火爆。
3. 无线广告规模进一步扩大。

除此以外，WAP2.0、搜索业务、信息的本地化分类等也会是未来一年内无线互联网的热门关键词。相信在08年，中国的Free WAP会取得跟进一步的发展，取得比07年更好的成绩。

## 彩铃的下一个增长点在哪？

源自 沃华传媒网 2008年3月1日

现在大家对彩铃的认知，都以为是时尚的大城市年轻人在使用，是时尚流行的象征。其实彩铃用户的主体已经由最开始的大城市年轻人变成了农村用户，而他们的喜好决定了无线音乐的走向，这也是有那么多口水歌畅的原因。

以后新增的彩铃用户大部分会来自于农村用户。精细化营销是彩铃的增长点。针对大龄用户或农村彩铃用户的精细化营销方法，大家一定第一印象可能是像互联网中潘多拉网站的音乐基因，是很深奥很复杂的东西。

其实，针对初级用户的特征，彩铃精细化营销是越简单越好。树立彩铃是时尚消费的概念，让不用彩铃或长时间不换内容的人觉得很没面子，树立“彩铃沉默用户”=保守、封闭、老土、小气。使几种形象之间产生关联，让活跃用户去瓦解沉默用户。同时强化一个概念：彩铃推广短信不是谁都能收到的，只有会员用户才能享受这种服务。当然这一切的前提是，发送给用户的彩铃推荐短信必须准确有效，否则前面的措施就有点空中楼阁。

## 实名制是推动手机支付步入主流的关键

源自 通信信息报 2008年2月29日

我国作为世界第一大手机用户国，手机支付的各种条件也正逐渐成熟。据相关报告称，2009年中国手机支付市场规模将达到19.74亿元，从2006年到2009年的年均复合增长率为70.40%。此外，手机支付用户规模也将在2009年达到8250万人。

业内人士预测，2008年新的基于手机应用级的支付工具将成为移动支付的新竞争点。

虽然手机支付的市场空间正在逐步显现，但其交易量与网上支付相比仍显得微不足道。手机支付要成为未来的第三方支付主角，还需要突破目前存在的瓶颈。另外，我国手机支付链条各方还处于权利、地位的“模糊”状态，现有的商业模式存在“合作不力”的问题也是构成手机支付瓶颈的一个重要原因。

手机支付市场的未来能否得到快速发展，取决于该产业链各方能否通力合作并解决好商业模式及营收分成等问题。但要实现链条上的各方相互合作，电子支付牌照的发放显得尤为重要。专家分析，即将对电子支付服务提供商实行的“牌照制”，不仅有利于规范和整顿手机支付的市场秩序，也有利于形成运营商、银行、第三方支付公司之间协调互助、有效开拓、效率提升的共赢商业模式。

## 魅媒调研中心

魅媒调研中心具有丰富的行业调研经验，基于大量真实即时的数据进行科学并具指导性的调研，曾为多行业多家大中型企业进行无线网络应用的市场调研，获得客户高度评价。由调研中心制作、发行的无线网络调研分析报告《魅媒视点》作为国内无线行业最早的研究期刊，至今已发行 13 期，每期发行量超过 12 万份（订阅地址：<http://www.mmclick.com/mmview.html>）。

魅媒调研中心已与全国上百家知名媒体、调研机构、大型门户网站以及无线行业公司达成合作关系，能及时获得最全面的行业发展资讯和最权威的业内观点，从而保证所选择的调研样本更具行业代表性以及调研结果更具专业性。与此同时，魅媒科技还是“华南无线行业 IT 沙龙”的发起方之一，长期聚拢了一支权威的行业专家队伍，并因此具有较强的小组座谈会组织能力和经验。

## 魅媒科技

广州魅媒网络科技有限公司，中国近年发展速度最快的无线应用商之一，总部设在广州，在北京设有办事处，是国内领先的无线营销 M-Market/M-Solution ASP 专业技术服务提供商，致力于为传统商业提供、获取和保留新老客户，推行崭新的市场推广方式，提供即时的、有效交互的、低成本推广的无线应用解决方案。

- 魅媒科技 2005 年 12 月正式推出《魅媒视点》，填补了中国无线互联网在固定数据调研方面的空白，为新生行业提供了精准的数据基础。
- 魅媒科技拥有国内最完善、最强大的双网营销管理系统，通过无线及有线互联网的有机结合，融合了 CPC、CPA、CPS 等实效营销的多种计费模式
- 魅媒科技独有的流量分析平台对 50000 个 WAP 网站流量进行精准分析，实现对大量中小无线媒介的深度整合和价值挖掘
- 魅媒科技拥有活跃手机网民超过 2000 万，拥有目前功能最全面、最强大，能实现低投入、高收益的短信应用系统
- 魅媒科技为企业量身打造属于自己的无线营销平台，提供专属无线网络的企业域名、企业建站、数据库营销、客户关系管理等一条龙服务。