

无线行业资讯周报

第 17 期

第三方监测促无线广告投放

(2008年6月16日——2008年6月22日)



魅媒调研中心出品

2008.6.23



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

目 录

前 言.....	1
本周焦点.....	4
移动互联网用户年消费额将达到 584 元.....	4
超九成读者希望申请成为TD测试者.....	4
专业第三方监测带动大量广告主尝试无线广告.....	4
3G时代无线广告受捧 第 3 方监测促广告主尝试.....	5
谷歌Q1 移动搜索占有率 61% 霸主地位难撼.....	5
雅虎：移动搜索服务将覆盖 6 亿人.....	5
无线营销.....	6
打造电子商务之都 移商抢先开局.....	6
3G时代的到来，颠覆现有广告模式.....	6
分众无线改变路线试图自救.....	7
中国企业新商机：移动商务.....	7
移动广告业发展潜力巨大 得益移动网络的普及.....	8
日本手机广告每年规模超 10 亿美元.....	6
无线增值.....	8
2010 年全球手机电视市场发展进入成长后期.....	8
手机网游：3G手机产业市场之王道.....	8
“资讯+互动”助无线互联网一臂之力.....	9
省内首份地方“联通手机报”开通.....	9
SP面临新发展机遇.....	10
第一视频率先布局手机电视业务.....	10
重庆首家手机党报发行.....	11
奥运会随时看 CMMB制式手机电视即将投放.....	11
垃圾短信骚扰用户 影响手机广告市场发展.....	9
手机电视：实践新亮点.....	11
3G服务.....	12
工信部：加大TD市场推广力度 满足奥运需求.....	12
十城市TD将于本月底前完成 3.5G升级.....	12
TD-SCDMA新机月底上市 青岛保定有望放号.....	13
3G拓展试商用范围 中兴最先进入中移动渠道.....	13
移动互联网大势：.MOBI有望全面取代WAP.....	13
TD试验网完成升级至HSDPA 终端商小心跟进.....	14
传中移动TD二期招标终端增至 20 万部.....	14
大唐TD数据卡获入网证.....	14

俞永福：7月份推出IPHONE版手机浏览器.....	15
运营商动态.....	15
中国移动将接手保定与青岛TD网络.....	17
中国移动与阿尔卡特签订 10 亿美元框架协议.....	15
联通否认 8 月引入苹果IPHONE	15
中移动通过“农信通”系统助力灾后生产恢复.....	15
中国移动部署全民奥运战略.....	16
中国电信调整组织架构为接收C网作准备.....	16
移动掀起数据业务体验风暴.....	17
分析评论.....	17
手机广告市场有多大?	17
居易非：用户体验是移动互联网成功关键.....	18
专家：重组有利于中国无线增值服务产业发展.....	18
短信为核心增值服务 是无线营销“应用之王”	18
评论：过滤技术真能铲除垃圾短信?.....	19
评论：SP末路狂奔 CP势不可挡.....	19
TD试水 10 周再显我国集中力量办大事体制优势.....	19
移动互联网蓬勃发展 中国终端厂商迎来机遇.....	20
魅媒调研中心.....	21

本周焦点

移动互联网用户年消费额将达到 584 元

源自 新华网 2008 年 6 月 16 日

中国移动天津公司副总经理闫五四在此间的手机产业发展高峰论坛上说，移动互联网的发展有着巨大的潜力。

闫五四介绍，2007 年中国移动 WAP 收入达到 98.43 亿元，根据对 2008-2011 年移动互联网市场用户收入的分析，每个用户每年消费额将达到 584 元，将高于互联网每个用户的消费。

闫五四说，到 2011 年，即时通信、门户网站和网络视频用户将接近 2 亿，届时其收入至少将会超过百亿元。

闫五四认为，移动互联网的发展有着巨大的潜力，对移动终端的需求也是非常巨大的，这给我们一个非常好的信号和启发，即移动互联网有很好的发展前景。

超九成读者希望申请成为 TD 测试者

源自 大洋网-广州日报 2008 年 6 月 18 日

关于中国移动 TD 友好用户申请政策改变的相关调查，读者热情超出意料。从统计数据看，有超过九成的受调查读者表示，自己会去相关网站申请，希望能被遴选为第二轮友好用户，比例高达 92.31%。这也从一个侧面表现出，只要 TD 测试的优惠更加多样，手机用户的使用热情一定会高涨。

这部分读者表示，平时经常用手机上网，但是感觉 GPRS 的网速太慢了，想体验一下 3G 网络，享受更快的网络速度。另外，TD 手机有更多的娱乐功能，且有一定的费用补贴，对用户而言诱惑力较强。

另一方面，有 7.69% 的受调查读者表示，自己不会申请使用 TD 手机。综合这部分读者的意见，TD 使用费用更高、现时的 TD 网络还不算成熟、TD 手机机型比较少且购买价格还比较贵、使用 TD 业务后又要更换手机号码等因素，最被看重。

同时，读者也表示，如果 TD 业务能够改变其上述弱项，则会大大提升 TD 的吸引力。届时，会考虑自己购买 TD 手机成为 3G 用户。

专业第三方监测带动大量广告主尝试无线广告

源自 腾讯 2008 年 6 月 16 日

广告第三方监测是指在广告产业链中，由居于广告主与媒体、广告投放机构之间的独立第三方替广告主监督广告投放行为、收集广告投放数据、分析广告投放效果等。

面对全新的第五媒体，广告主无从着手自行监测。无线广告的媒体特征决定了广告投放机构和广告主之间信息严重不对称，迫切需要权威可信的第三方监测机构，通过其技术优势为广告主提供独立、客观、公正的监测服务，让广告主对无线广告的投放信任有加，让广告投放数据拥有值得信任的来源。而只有当第三方监测在整个无线广告行业被广泛推广和采用时，才能让广告主面对无线广告提供商时具有更多的选择余地，更好的体验无线广告精准营销带来的价值。

只有当行业监测标准在整个无线广告行业得以推广和健全，才能消除更多广告主尝试无线广告的心理壁垒，更好的体现无线广告精准营销效果，从而推动无线广告行业的发展。

3G 时代无线广告受捧 第 3 方监测促广告主尝试

源自 赛迪网 2008 年 6 月 16 日

据最新报告显示：2011 年中国 WAP 市场规模将达到 522 亿元，从 2007 年到 2011 年的 WAP 市场规模年均复合增长率为 44%。无线广告的商业模式正处于百花齐放的多元化发展阶段。

无线广告个性化、实时性、互动性、精准性的突出特质引得广大广告主心痒难耐，摩拳擦掌想尽快抢占第五媒体阵地。而习惯了依靠专业的广告监测来进行投放决策的传统广告主面对全新的媒体、全新的广告模式却难免有些畏难。在广告主和无线广告服务商共同的迫切呼声中，专业的第三方无线广告监测机构终于应时出现。

在全球无线广告最为成熟和活跃的亚太市场，无线广告监测的发展也处于领先地位。2008 年在奥运和 3g 等行业重大利好消息带动下，无线行业十分被看好，基于手机的商务应用必将进一步明朗和丰富，中国庞大的手机用户群、优质的用户资源、高频次的访问频率以及广告接触度，成为推动无线营销产品快速发展的核心竞争力。而另一方面，更需要第三方监测公司推动中国无线广告加快标准化进程，带动大量原本对无线广告处于观望状态的广告主踊跃尝试无线广告，迅速抢占第五媒体平台。

谷歌 Q1 移动搜索占有率 61% 霸主地位难撼

源自 和讯网 2008 年 6 月 18 日

据最新研究数据显示，2008 年第一季度谷歌在移动搜索市场的占有率高达 61%，几乎是排名第二的雅虎 18% 占有率的 3 倍，霸主地位难以撼动。排名第三的 MSN 市场占有率仅为 5%。

移动搜索的使用率方面，谷歌平均每月 9 次，雅虎为 6.7 次。大部分搜索用户都是寻找一般性信息，只有 29% 的谷歌用户和 24% 的雅虎用户通过移动搜索引擎来查找本地信息。

谷歌已经占据了网络搜索市场 68% 的市场份额，而公司也正在逐步转向移动搜索市场以期获得同样的统治地位。目前来看最主要的问题是如何成为苹果旗下智能手机 iPhone 的默认搜索引擎。谷歌称，2 月份来自 iPhone 的检索要比其他任何手机都至少高出 50 次。

作为谷歌 Clearwire deal 的一部分，该公司已经与 Sprint 公司签订协议将谷歌设定为其运营的手机中的默认搜索引擎。而公司还期望通过即将发布的 Android 手机操作系统来吸引更多的移动搜索用户。

无论是谷歌还是雅虎，都还需要在他们的用户体验方面多下功夫。根据 Nielson 的研究，只有 44% 的谷歌用户和 40% 的雅虎用户在使用体验的评级上给出了最高分。

雅虎：移动搜索服务将覆盖 6 亿人

源自 和讯网 2008 年 6 月 17 日

雅虎公司表示，在亚洲将向 6 家以上的通信公司提供移动搜索服务。

目前，雅虎已同世界 60 多家通信公司进行广泛合作，亚洲的通信公司包括：印度 MTNL 公司、香港移动运营商 CSL、菲律宾移动运营商 Smart Communications 和 Digital Mobile Phlis、台湾的威宝电信等。

雅虎亚太区副总裁 David Ko 说：“目前雅虎的移动搜索用户超过 6 亿，如此大数量用户，必将产生巨大的广告收效”。他预测到 2011 年，整个移动广告市场收入将增长至 162 亿美元，很明显“雅虎欲在移动广告市场上分一杯羹”。

无线营销

3G 时代的到来，颠覆现有广告模式

源自 *DONEWS* 2008 年 6 月 19 日

3G 时代，各种智能手机的兴起，预示着未来手机将成为集通信、互联网应用、娱乐等功能于一体的多媒体掌上终端，这将极大地提高 3G 时代手机广告的表现能力。广告主可以根据广告诉求、广告内容和目标受众的不同特征选择合适的广告表现形式，以达到最佳的广告投放效果。

目前，国内的无线广告主要以直投和基于无线互联网两类广告为主。3G 时代所带来的广告形式却有如下：

流媒体广告：流媒体广告是手机广告业未来的一个重要方向。**移动电视广告：**手机电视业务将成为手机广告的重要载体。**语音广告：**传统运营商的优势在于掌握了大量语音链路资源，可以在用户的语音通话过程中动态插入语音广告片段，而彩铃和 IVR 广告就是这一新广告形式的载体。**游戏内置广告：**在游戏中置入广告的模式，使得游戏已成为一个颇受广告主关注的新媒体平台。**RFID 广告：**利用 RFID 无线识别能力，将 RFID 芯片与终端集成，在终端被 RFID 识别后，由广告系统发送给目标用户。**LBS 广告：**利用移动通信的定位功能，在用户进入特定的地理区域后系统触发与地理和终端用户对象匹配的广告内容，并发送给目标用户。

日本手机广告每年规模超 10 亿美元

源自 *羊城晚报* 2008 年 6 月 19 日

移动互联网长城会会长刘斌介绍称，经过将近 10 年发展，日本手机广告每年规模超过 10 亿美元，市场巨大。

日本广告模式有很多划分，图形广告、文字广告，但商业模式的核心思想主要还是分为三类，CPM、CPA 和 CPC 广告。像 CPM 两类广告，一个是图形广告，这个是最经典的，成功的案例是 I-mode，他们的客户主要是品牌广告主，I-mode 首页上面的一个广告位只提供一个图片广告，没有任何的文字链接，一年的收入是在 1500 美元。

另外第二类广告是 CPM 里面的邮件广告，这个类型实际上在日本 2000 年就出现了，但是到 2003 年、2004 年的时候，整个由于垃圾邮件太多，整个受到抑制，现在依然保持在每年 8% 的份额。

第三类广告，对于文字类广告，文字类现在还是整个市场的主流，手机屏幕比较小，但是文字链现在从普通的文字，广告文字变成了和上下文内容相关的文字。搜索广告由于它是根据搜索资料进行广告定向，简单来讲 CPC 的广告基本上都变成了基于文本的定向的广告。

中国的移动互联网广告增长很快，虽然从 2004 年、2005 年才真正的出现，但到 2010 年的时候预计这个市场会很大。

打造电子商务之都 移商抢先开局

源自 *ZDNet* 2008 年 6 月 17 日

杭州，将用 3 年时间为自己打造一张新名片——“中国电子商务之都”。这个雄心勃勃的计划，不仅为深化互联网电子商务应用注入了强劲的动力，而且为拓展移动商务应用提供了空前的契机。

杭州市“移动商务普及工程”已正式启动，并设立了国内首个移动商务普及教育基地。这项工程由市信息化办公室、电子商务协会、中国移动浙江公司杭州分公司和酷宝科技公司联合发起，旨在推动移动商务应用进入企业，并使上万家泛旅游服务商家受益。

中国移动浙江公司杭州分公司把与酷宝科技公司合作推出的移动商务应用——移动快线服务作为一项重点培育的业务。据杭州分公司负责人夏敏介绍，他们为移动快线提供了最优惠的资费套餐和丰富的推广资源。

移动商务普及工程的实施，将使杭州市打造中国电子商务之都的行动计划更加深入商家和企业，同时面向更广泛的消费者，使杭州率先成为全国移动商务普及程度最高、应用最丰富、最成熟的城市。杭州市电子商务协会秘书长廖维宇说，“移动商务应用正在成为杭州市电子商务发展的一个支柱。”

分众无线改变路线试图自救

源自 北京晨报 2008年6月19日

自“3·15”晚会曝出“垃圾短信事件”之后，分众传媒集团已宣布将停止所有短信业务，而从那以后一直保持缄默的子公司分众无线，昨天第一次公布未来的生存策略——发展重点放在无线互联网站的广告信息上。

事实证明，停止短信业务的决定正在被分众无线坚决执行。6月初公布的一季度财报显示，受3月份的“垃圾短信事件”影响，分众开始调整手机广告业务，而这一重组直接带来高达5380万美元的当季亏损，与此同时，分众在该领域进行的收购扩张也立即停止，哪怕要支付一系列的违约费用。而记者了解到，除了短信业务之外，彩信也同时被划出分众的业务范围。

昨天，分众高层对3个月前的“晴天霹雳”统一保持缄默，他们更愿意谈论未来。而新的模式现在看来还有些理想化。这种赚钱方式类似于互联网上的各类“商情”网站，把广告主的信息整合到某网站中，用户通过手机上网搜索即可以找到，还可以立即免费电话联系。

分众传媒集团将投入“价值10亿元”的广告位资源帮助分众无线“重生”，其中包括11000个无线互联网站的广告位，320000块电梯看板、90000个楼宇液晶屏、18000个企业的直投广告，这些资源都可以和网站上的商情信息一起打包投放。

中国企业新商机：移动商务

源自 IT168 2008年6月18日

移动商务的出现大大的降低了企业的成本，也为企业解决了随时随地地远程办公。

据移动商务业内人士估计，在未来3G时代，移动商务的软件、硬件和通讯市场的总规模有望达到数百亿元人民币。目前，利用企业短信来做促销信息预告、收集客户信息等，都是低成本、高效率的移动商务方式之一。

移动商务给商家带来了新的机遇。目前全世界兴起了一股移动商务应用热潮，众多企业已经把目光转向移动商务。它全面支持移动因特网业务，可实现电信、信息、媒体和娱乐服务的网上购物和电子支付。而且可以根据消费者的个性化需求和喜好进行信息定制服务，满足消费者不断增长的新需求。

随着移动技术的发展，未来移动商务实现的技术平台将呈现多元化发展趋势。为了实现商务的移动化，可以根据用户的具体应用要求和投资规模而采取不同的技术平台，WLAN、GPRS、3G等都会成为移动商务应用的主流技术。移动增值服务如短信、WAP，特别是未来基于3G的各种服务将会为移动商务提供更丰富的应用平台。

移动广告业发展潜力巨大 得益移动网络的普及

源自 eNet 硅谷动力 2008年6月18日

价格下降使得越来越多的用户开始使用手机上网，这为广告商带来了新的机会。

Andre Levisse 指出，统一的数据费率越来越普遍，上网移动设备也越来越多。每兆字节数据的费用越来越低，使得用户的一些行为也发生了变化。Richard Tan 认为无线数据下载业务的费用一直在下降，上网是越来越便宜了。

Niren Hiro 指出，在一些市场上，个人电脑对用户来说太贵了。因此，许多用户第一次上网都是用手机。此外，上网手机现在也是越来越便宜了。Levisse 说：“许多人现在可以买得起性能卓越，能够真正浏览互联网的手机，甚至是一些二手 3G 手机也在一些地区开始销售。”

David Ko 说，必须努力开发一个开放的平台，允许发行商针对不同的操作系统和不同的浏览器发布内容。雅虎一直把主要精力集中于通过其 oneSearch 服务，让移动互联网搜索更加方便。周二，雅虎开始在新加坡、印度推出有语音的 oneSearch 服务，说英语的用户可以对着黑莓移动设备说话来完成搜索任务。

相关人士指出，业界要努力提供更多的娱乐选择，更加方便的获取途径，移动广告增长潜力巨大。未来的市场是移动广告市场。

无线增值

2010 年全球手机电视市场发展进入成长后期

源自 艾瑞 2008年6月22日

关于全球手机电视市场的相关数据显示，2007 年全球手机电视市场规模为 8 亿美元，2008 年有望达到 12 亿美元，比 2007 年增长近 60%，预计到 2012 年全球手机电视市场规模将达到 48 亿美元。

分析认为：目前全球手机电视市场处于市场发展成长前期，整个市场将继续保持快速增长，预计到 2010 年全球手机电视市场发展将进入成长后期，市场规模的增长将会放缓。

手机网游：3G 手机产业市场之王道

源自 新浪游戏 2008年6月16日

在 3G 网络逐渐趋于成熟的今天手机网络的发展必将重走 PC 网络发展之路，手机网络游戏将是 3G 手机产业市场的王道。

据有关方面调查 2008 年上半年，中国手机网民数量达到了 5000 万以上，同比增加了 2.6 倍之多，这个数字这无疑给手机产业打上一支绝对的强心剂。随着 3G 网络的启动投入使用，移动通讯业的发展正在越来越强烈地改变人们的生活和经济，3G 应用使得手机产业的发展更是如虎添翼。

中国移动对手机网络游戏的重视程度日益提高，也说明了手机网络游戏喷井手机增值产业的时间也将日益趋近。现实中，手机网络游戏在小巧的体积、出色的移动性相比传统电脑均有其极大优势，因此其市场最终定不会小于 PC 网游市场。而放眼望去，手机网络游戏一片蠢蠢欲动爆发在即的气势扑面而来。

在 3G 大潮来临之时手机终端企业、手机芯片商、手机操作系统商、运营商手机定制机构、手机 WAP 网站、手机应用软件开发商、手机应用服务提供商同样看到了手机网游就是手机产

业发展的下一个王道产业。中国 3G 的正式启动之时也就是各手机网络游戏厂商的机遇挑战来临之时，届时必将引起一阵手机产业的大风暴。

“资讯+互动”助无线互联网一臂之力

源自 通信产业网 2008 年 6 月 17 日

全球手机用户约 30 亿，到 2010 年时这一数字将增长到 40 亿，而手机上网用户达到 16%。手机的不断普及和手机上网用户的增多，而且手机用户不再甘愿成为信息的接收者，更愿意成为信息的传播者。这让持有手机的人具备了“自媒体”的特性，因此无线互联网更需要 web2.0 式的互动。

无线互联网企业如果不考虑 web2.0 式互动性，仅仅作为信息的传播者和提供者，必定无法满足用户需求，如果利用手机用户的“自媒体”特点，用“资讯+互动”的方式去经营无线互联网，会达到事半功倍的效果。

数据显示，依靠手机腾讯网提供资讯，配合手机 QQ、手机 Qzone 提供互动，该模式让腾讯无线迅速在行业树立了领导者地位。由此可见，无线互联网的特性决定了单一资讯无法获得成功，而“资讯+互动”是更优秀的模式。

手机用户期待与 PC 端互联互通，这让无线互联网很难脱离固定互联网独自存在。随着 3G 的普及，无线互联网用户的爆发，行业竞争必然加剧，这也会加快行业洗牌速度。腾讯无线等企业，依靠先天优势和创新在无线互联网行业建立的领导者地位也将得到巩固。

垃圾短信骚扰用户 影响手机广告市场发展

源自 CNET 科技资讯 2008 年 6 月 18 日

随着越来越多的人使用手机服务，6 月份时美国手机用户已经达到近 2.2 亿，厂商将手机市场看作是一个成熟的机会。据市场调研公司 Informa 称，到 2011 年，手机广告市场将增长到 110 亿美元。

一些营销信息是通过合法渠道传播的。eBay 和 Orbitz 等公司允许客户注册发送短信提醒信息的服务。手机运营商也在开始尝试通过发送短信推广新服务。专家表示，但是，如果手机运营商希望利用这一营销机会，它们必须小心谨慎，以免因发送客户不喜欢的短信而激怒客户。

据市场调研公司 Ferris Research 称，在 2005 至 2006 年间，手机用户收到的垃圾短信数量将增长 60%。因为手机运营商理解垃圾短信对客户接收任何类型的文本营销信息的愿望的伤害，在扼止垃圾短信上它们采取了积极的态度。

专家表示，尽管手机运营商已经控制了垃圾短信，它们仍然需要小心，不要因合法的营销短信激怒客户。吉洛特说，真正的问题在于来自运营商以及它们的合作伙伴的广告短信。他表示，我们目前还不清楚消费者的反应。企业仍然在尝试不同的模式。但如果客户扬言将停用服务，运营商就必须停止发送广告。运营商最不愿意看到的就是用户的流失。

省内首份地方“联通手机报”开通

源自 扬州新闻网 2008 年 6 月 16 日

由中国联通扬州公司、扬州日报社共同打造的“联通手机报”举行开通仪式，扬州日报社负责同志与中国联通扬州公司负责人共同点击开通。据悉，这是中国联通公司在江苏的首份地方手机报。

“联通手机报”是扬州联通联合扬州强势媒体扬州日报社，利用扬州新闻网通讯技术开发，为广大市民、企事业单位提供新闻、资讯和实用信息的系列无线增值业务。“联通手机报”以彩信、WAP 表现 形式作为主打业务，真正做到“图文并茂，内容丰富，第一时效，无线阅读”。

扬州日报社负责同志在开通仪式上表示，“联通手机报”的开通对于我市媒体适应现代科技发展要求，正确把握和引导无线网络舆论导向，立体宣传扬州，将发挥积极作用。扬州日报社将精心培育这一“第五媒体”，使内容、接收方式更受欢迎，真正成为深受广大老百姓欢迎的新媒体，迎接 3G 时代的到来。

扬州联通 G 网用户即可编辑短信“YZSJBK”发送至 10655880 申请开通，6 月 30 日前免费试用。

SP 面临新发展机遇

源自 人民网-市场报 2008 年 6 月 16 日

前几年，移动增值业务的火爆吸引众多 SP 服务商蜂拥闯入，这些服务商为吸引订阅不择手段，甚至通过欺诈订购来推广业务。随后，政策监管改变了移动增值业务到达用户的方式，二次确认、免费试用等措施使得只有迎合市场需求的 SP 才能赢得用户，移动增值业务开始陷入低迷，进入“寒冬”期。

而电信重组将给移动增值业务 (SP) 带来意想不到的惊喜。重组后，新网络覆盖将打通网际隔阂，实现固网与移动网络的无缝对接，加上即将到来的 3G 牌照发放，这些因素将“唤醒”冬眠期中的 SP。

为争夺与未来拥有 3G 牌照的 3 个运营商的合作机会，搜狐、新浪等门户网站将在 3G 无线增值服务方面展开新一轮新的竞赛，以期赢得 3G 商用的最大机会，并将使 SP 业务获得一个繁荣发展的机遇。

但值得注意的是，随着移动运营商合作门槛的提高，移动增值服务商应充分意识到“内容为王”的重要性，在根据企业自身实力选择合作或者创新方式的同时，应加强资源控制能力和内容创新能力。只有拥有独特的内容才能赢得运营商的推广资源，才能让用户持续订购和使用。

第一视频率先布局手机电视业务

源自 科讯网 2008 年 6 月 18 日

日前，以 TD-SCDMA 在北京、上海、天津、沈阳、广州等 8 个奥运城市规模化放号为标志，中国 3G 在经过了漫长的等待之后，终于正式拉开商用帷幕，手机电视因此将成为又一片电信增值商业蓝海。

业内人士认为，北京奥运会将是 3G 业务的一个演兵场。在这其中，手机电视无疑会是奥运期间被最频繁使用的业务，其能否顺畅地实现对视频流媒体应用的支持将直接影响用户的 3G 使用感受。

3G 时代最有魅力业务的“手机电视”即将迎来一个爆发式的成长阶段。某机构预计，2008 年中国手机电视用户数将达到 5220 万户，市场规模约 13 亿元；此后，经过两年的高速增长，2010 年中国手机电视用户数将达到 9750 万户，市场规模约 24 亿元。

手机电视作为 3G 时代“杀手级”应用的地位已经毋庸置疑。作为手机电视业务最早的实践者，第一视频目前不仅与电视台等合作伙伴结成了稳固的合作伙伴关系，同时还将进一步

打通互联网视频与手机电视之间的通道，力求借助 3G 的机遇，为手机用户提供更多精彩的内容。

重庆首家手机党报发行

源自 新华网 2008 年 6 月 16 日

重庆市大渡口区区委 12 日发行首份手机党报——12371 手机党报，以后每周一都将发行一期，用户可覆盖重庆市所有党员。

在 12371 手机党报开通仪式上，记者收到了第一期手机党报，看到该党报主要设置了党建要闻、党务公开、党的知识等栏目，以手机彩信的方式发送。该手机报是大渡口区区委将一些重要党建信息、时政要闻和相关图片信息摘编成刊，每周一期免费发送到党员的手机上，以增进党员学习的趣味性、实用性和便捷性，同时增强党员的党性意识。

大渡口区委副书记吴道藩表示，发行手机党报是鉴于手机是目前大多数党员特别是流动党员必备的通信工具，其影响力正迅速扩大，为适应新形势下党建工作的需求，利用现代通讯技术加强对党员尤其是流动党员管理。

据悉，12371 手机党报的编发后台基于 12371 党建信息平台，它是国内少数基于互联网、面向全社会、功能较为完善的党建信息平台。通过该平台可以实现党务管理、党建信息、学习培训和党群互动等功能，可以很方便地转移党组织关系、交纳党费、提交思想汇报及群发短信等。

奥运会随时看 CMMB 制式手机电视即将投放

源自 第三媒体 2008 年 6 月 17 日

在经过了半个月的试商用，CMMB 制式移动电视已经日渐成熟，对市场的全面覆盖也进入了最后冲刺期。

近日，“爱国者”推出的 CMMB 手持电视产品在北京、深圳两地上市，该产品支持 CMMB 标准的移动数字电视接收播放和节目实时录制，以及加密数据广播的接收和播放，看到市场不错的反响，CMMB 芯片供应商创毅视讯表示拥有 CMMB 电视接收功能的个人手持终端产品即将陆续上市，其中就包括手机产品，国家广电总局也表示，除了目前 CMMB 试商用的北京和深圳两城市外，还将开通广州、武汉两市的 CMMB 试商用服务，奥运前将逐渐将 CMMB 试商用服务在全国 37 个省会城市开通，CMMB 格式数字电视无需支付费用，目前以收看 7 套节目。

手机电视：实践新亮点

源自 中国新闻传播学评论 2008 年 6 月 17 日

相较手机报，两年来，手机电视的发展速度并不乐观。但随着电信重组尘埃落定以及 3G 牌照正式下发，有理由相信，这些业务的迅速发展就在眼前。

在即将到来的 3G 时代，人们不会仅满足于在手机上看报纸，电视、广播、搜索等一切丰富人视觉、听觉，满足人生活交流需要的手机新媒体产品势必活跃。而竭力想在新媒体领域有所作为的传统媒体，也已经暗自发力。

基于蜂窝移动网络的流媒体手机视频和基于广电网络的移动多媒体广播各自圈地扩张，尽管“带宽”和“终端入网证”分别制约着二者发展，但仍然让人看到了曙光。

手机视频被业内公认为 3G 时代主流应用，然而，缓慢的 3G 市场化进程令蜂窝式手机视频的发展步履蹒跚。提供内容的传统广电媒体在观望，专门为手机媒体成立的内容公司同样在观望。

带宽是一个决定性因素。视频内容提供方一面翘首企盼、千呼万唤，一面感叹机会被错过，光阴被蹉跎。国际在线副主编范建平表示：在国内，3G 的市场化过程比较慢。而且 3G 没上马，4G 的标准已经出来了，造成一种技术积压。市场还很小的时候，不能指望内容提供商去生产节目，将来市场大了，才能真正形成比较成熟的手机电视架构。

3G 服务

工信部：加大 TD 市场推广力度 满足奥运需求

源自 新华网 2008 年 6 月 18 日

中国通信业自主创新的重点项目，即第三代移动通信（3G）“中国标准”TD-SCDMA 开发应用取得进展。中国工业和信息化部 17 日提出，要加大 TD-SCDMA 市场推广力度，确保完成奥运会前后的阶段性目标。

目前，电信运营商中由中国移动负责运营 TD-SCDMA。工业和信息化部要求，要加快解决网络建设优化、2G 通信和 3G 通信互操作等问题，改进手机终端设备，以更大的市场力度推广 TD-SCDMA。

据了解，工业和信息化部正在与相关部门协商，支持出台 TD-SCDMA 相关政策，主要包括资源配置、财税政策、扩大 TD-SCDMA 增值业务、完善网络建设等。同时，要求 TD-SCDMA 产业联盟加强开发、制造和运营之间的合作，共同攻关。

中国于近日启动了电信体制改革，标志着 TD-SCDMA 网络建设和优化、业务测试和试商用以及产业化等，正在有序推进。

十城市 TD 将于本月底前完成 3.5G 升级

源自 第一财经日报 2008 年 6 月 18 日

TD 产业联盟秘书长杨骅表示，目前十个城市的 TD-SCDMA 网络应该将在月底前完成 HSDPA 的升级工作，TD 很快就会步入 HSDPA 的 3.5G 阶段。

中国移动等运营商正在大力推进北京、上海、广州等十个城市的 TD-SCDMA 试验网向速度更快的 3.5G 技术 HSDPA 方面升级和市场化进程。目前由三个运营商负责的十个 TD 试商用城市中，已经有四个确认完成了升级。

在中国移动针对 TD-SCDMA 终端和设备的招标中，已经要求支持 HSDPA 功能。在技术升级的同时，中国移动也正计划补充 TD 基站，加大覆盖密度。

事实上，中移动在网络层面进行 3.5G 的升级，促使了产业链的其他环节迅速跟上。芯片厂商展讯副总裁曹强表示，展讯将在今年第四季度，将 HSDPA 手机终端芯片所支持的速率从 1.6M 提升到 2.8M。

杨骅还表示，运营商应该在发展 TD-SCDMA 时开展携号转网，这将对 TD-SCDMA 发展起到关键的作用。对此，国家 3G 专家小组成员、北京邮电大学教授张平透露，中国移动已经在研究携号转网，预计未来将实施这一计划。

移动互联网大势：.mobi 有望全面取代 WAP

源自 飞象网 2008年6月19日

2006年9月.mobi正式开放注册，亚洲首个.mobi域名chinamobil.mobi由中国移动抢得。2006年一年，.mobi的注册数就突破7万，现在已接近9万。目前，中国已经成为.mobi的第二注册大国，注册量接近8万个，占全球注册量的10%左右。今年2月以来，.mobi域名的二手交易大幅增加，www.invest.mobi曾以2.25万美元的高价成交。.mobi域名市场的升温也是全球移动互联网市场进入高速增长期的一个温度计。

在全球，.mobi注册局拥有14家投资人，其中就有沃达丰、德国电信、和记电讯、爱立信、诺基亚、微软、Google等多家著名跨国厂商和运营商。随着苹果iPhone对移动互联网潜移默化的拉动，.mobi域名有望全面取代WAP，成为未来宽带移动互联网的主导。

.mobi是专门针对手机的软硬件环境和用户需求开发的，建立在开放标准的基础上，.mobi不但可以从手机上访问，也可以从传统PC上访问。因此.mobi比WAP拥有更多技术优势。.mobi注册局钱坤指出：大多数传统网站在移动电话上都不能正常使用，而.mobi提供了符合多种标准的规范和W3C指南，能确保良好的移动互联网体验。

TD-SCDMA 新机月底上市 青岛保定有望放号

源自 腾讯 2008年6月19日

自多家手机厂商了解到，其研发出的TD-SCDMA新款手机将于本月底上市进行销售，其中不乏三星、多普达等品牌的高端手机。

据了解，多普达即将上市的新机S700从外观和性能稳定上看，和一般2G手机没有太大区别，而GPS功能则通过3G网络能够更好的得到发挥。三星新推出的一款手机则具有手写功能，造型也相当精美。在中国移动营业厅内也能看到展示的宇龙酷派TD-SCDMA手机，售价在4000元以上。

据相关厂商透露，新一批的TD终端将在本月底上市进行销售。据TD-SCDMA联盟统计，目前通过入网许可的手机终端已经达到38部。摩托罗拉的TD-SCDMA手机已经完成研发，而诺基亚则表示要到明年上半年推出TD手机。

另据了解，目前中国移动已经在筹备接手青岛和保定的TD-SCDMA网络，并在奥运之前正式接管，开始放号进行试商用测试。这意味着，青岛和保定两个城市的用户也可以通过TD-SCDMA手机接入3G网络进行试用。此前，在网络测试阶段，青岛的TD网络由中国网通负责，而保定则由中国电信负责。在4月1日启动的TD-SCDMA试商用中，用户可以在北京、上海、天津、沈阳、广州、深圳、厦门、秦皇岛接入3G网络，不包括青岛和保定两个城市。

3G 拓展试商用范围 中兴最先进入中移动渠道

源自 深圳商报 2008年6月16日

进入6月，随着TD-SCDMA试商用范围向更广泛的普通民众拓展，供应商的热情被进一步点燃。记者昨日从中兴了解到，中兴已有500部TD-SCDMA手机U980直接输送到中国移动8个TD-SCDMA试商用城市的部分营业厅或相关渠道。

中兴也成为中国移动向部分TD-SCDMA终端企业开放销售渠道后，最先进入中国移动渠道的一家手机企业。

今年5月底，已经有消息证实中国移动集团拟向中兴、宇龙、三星、LG等四个TD-SCDMA手机品牌开放其TD八城市下属分公司的自有渠道，即这四家企业经过中国移动许可的TD手

机可以在上述八城市的中国移动渠道销售。联合销售是中国移动除集体采购之外的另一种 TD 手机销售模式，也被业界认为是中国移动推动 TD-SCDMA 规模商用化的又一力举。

TD 试验网完成升级至 HSDPA 终端商小心跟进

源自 信息时报 2008 年 6 月 17 日

目前国内十个 TD-SCDMA 试验网已经进一步升级为 HSDPA。TD 网络已经逐步完善，但有业内专家认为，TD 的成功不紧紧依靠技术上的先进，但更依赖有关部门明确发展战略，让产业链顺利跟进。

随着 TD 网络升级 HSDPA 网络，各大手机终端厂商也纷纷开始强化 HSDPA 终端研发。目前由于国家关于 HSDPA 发展的政策尚未明确，因此企业也难以投入巨额资本来加强研发和推广。宇龙公司为 HSDPA 准备了数亿研发资金，但是尚未能确定是否应该全数投入研发 HSDPA，目前宇龙公司在 HSDPA 上的投入已经投入了数千万。有业内电信专家批评，长期以来 TD 政策商的不稳定最终导致产业链凋零，TD 芯片厂凯明倒闭就是一个例证。在明确的国家政策出台前国内终端商均不敢贸然加大 HSDPA 终端的研发。

传中移动 TD 二期招标终端增至 20 万部

源自 通信世界网 2008 年 6 月 17 日

据消息人士透露，中国移动将在 TD 二期招标中追加 10 万部终端，这也就意味着二期招标数量终端已从 10 万升至 20 万部。

他还表示，中国移动之所以临时决定追加招标额，更多的是从“服务北京奥运”的角度着眼，中国政府和中国移动曾在以前承诺过，奥运期间将提供 3G 服务。中国移动的前次招标，想要满足奥运的全面需求，还是有一定难度的。

之前，著名 TD 专家李进良就曾呼吁，中国移动应该加快 TD 建设，包括进行 200 万部终端的集采和对现有网络进行扩容优化、在上周，工信部部长李毅中曾接见了包括李进良和中国移动董事长王建宙在内的 TD 产业相关人士。

去年 12 月，中移动启动了首轮 TD 招标，但首轮招标仅采购了 3 万部 TD 手机和 1 万部 TD-SCDMA 数据卡。5 月 23 日，中国移动启动第二批 TD 终端招标，招标规模约在 10 万部（包含 TD 手机和 TD-HSDPA 数据卡）左右。

目前，中国移动在其所承建的北京、上海、广州、天津、深圳、沈阳、厦门和秦皇岛八城市的 TD 网络已经于 5 月底全面升至 HSDPA。中移动也表示，在奥运期间将可提供优质的 TD-HSDPA 数据服务。

大唐 TD 数据卡获入网证

源自 eNet 硅谷动力 2008 年 6 月 17 日

大唐移动自主研发的 Hummer DTM5731 无线上网卡已经通过工业和信息化部主持的 TD-SCDMA 终端入网测试，获得入网许可证。这也是 TD-SCDMA 迄今为止数据速率最快的 HSDPA 数据卡，其支持高速数据传输和短消息收发等功能，上网平均传输速率为 1.5-1.6Mbps，峰值速率可以达到 2.2Mbps，大概相当于 512K 的 ADSL 宽带下载速率的 4 倍，是目前市面上主流无线上网卡的十到十四倍。其给上网者带来的全新体验和惊喜是可想而知的。

如果要通过入网测试，必须要通过包括 MTnet 室内协议一致性测试、外场测试、泰尔实验室基本功能测试、USIM 一致性测试、无委射频测试及 EMC 电磁兼容测试等一系列的测试，要求非常严格。此次入网测试中，DTM5731 顺利完成了入网测试全部项目，经受了严格的考验。

俞永福：7 月份推出 iPhone 版手机浏览器

源自 新浪科技 2008 年 6 月 19 日

UCWEB 将在 7 月份推出 iPhone 版手机浏览器。

UCWEB 俞永福称，目前我们的用户超过 3 千万，支持 7 个平台，我们 90% 的手机是支持的，下一个开发的版本是 iPhone，如果使用 iPhone 用户的，7 月份可以得到好消息。

计算机程序的人梦想很难在中国基础软件上实现，一个重要的原因是格局，“最大的问题是因为有微软”，而在手机软件的领域，这个行业的人都希望软件产品能够运行在中国的每一台手机之上，原因在于“手机上没有英特尔”。

运营商动态

中国移动与阿尔卡特签订 10 亿美元框架协议

源自 新浪 2008 年 6 月 17 日

阿尔卡特朗讯宣布与中国移动签订了关于 2008 年移动通信设备及服务项目合作的框架协议，协议总额达 10 亿美元。这项协议是由阿尔卡特朗讯中国子公司上海贝尔阿尔卡特获得的。

协议签字仪式于 6 月 16 日在华盛顿特区举行，正在美国访问的中国国家副总理王岐山出席并见证了这次签字仪式。

根据协议，阿尔卡特朗讯将向中国移动提供移动核心网络设备、无线网络设备、TD-SCDMA 设备、应用平台、传输设备、IP 路由器设备和相关的专业服务等。

联通否认 8 月引入苹果 iPhone

源自 京华时报 2008 年 6 月 17 日

此前，外界传出消息称，联通已经和苹果达成协议，苹果 iPhone 最快在今年 8 月底可以进入国内市场，而苹果为了进入国内市场，可能将改变其在美国采取的运营商话费分成模式，转向国内常用的运营商集中采购，并进行话费补贴向消费者销售的模式。

这一消息昨天被中国联通相关负责人斥为“一派胡言”。该人士表示，8 月份中国电信重组尚未结束，运营商架构和 3G 发牌形势仍未明朗，联通不可能在此时和苹果接触，进行引入 iPhone 的尝试。

此前，原联通副总裁李正茂曾表示，联通希望和苹果接触，就引入 iPhone 进行谈判，但随着电信重组，李正茂被调入中移动担任副总裁。迄今为止，苹果 iPhone 未能入华的最大原因，就在于中移动拒绝苹果要求的话费分成模式，要求苹果遵从中移动手机采购的游戏规则，因此苹果和中移动始终无法达成一致。

中移动通过“农信通”系统助力灾后生产恢复

源自 搜狐 2008 年 6 月 16 日

中国移动四川成都分公司在参与抢险抗灾工作之余，积极联合成都市农村经济信息中心重点搜集受灾地区农户的产品信息和震灾期间农产品生产、防护知识，并通过“农信通”信息系统对外进行发布。截至到6月10日，“农信通”已经累计发送此类信息达到360多万条，收效显著，为农村地区灾后恢复生产打下了坚实的基础。

在灾情发生后的第5天，钱安寿找到彭州市农村经济信息中心，希望能将抢收川芎的信息及时传达给广大川芎种植户。“这件事拖不得，不然会造成很大损失！”彭州农村经济信息中心的工作人员立即利用农信通信息系统，向辖区内所有川芎种植户发布短信，提醒广大川芎种植户立即抢收、储存川芎。收到这条短消息后，尚处于地震惊慌当中的种植户们立即醒悟过来，迅速投入到抢收当中。通知发出后，彭州的川芎得到及时收割，近千万元经济损失被挽回。

中国移动部署全民奥运战略

源自 千龙网 2008年6月16日

从成为北京奥运会合作伙伴的那一刻起，中国移动就以助力北京“举办一届有特色、高水平的奥运会”作为自己的重要使命。为了最大范围地传递奥运精神和理念，第一时间将奥运信息传递给社会公众，中国移动综合运用手机短信、彩信、手机报、移动梦网等多种渠道传播奥运信息，给2008年北京奥运会提前烧了一把火。

由中国移动自主建设和运行的奥运史上首个手机版奥运官方网站的开通，给广大手机用户提供了一个了解奥运信息的新通道。毋庸置疑，通过大范围传播奥运精神和理念，中国移动已经率先打响2008年北京奥运的第一场战役。

越来越多的人正在逐渐领悟到全民奥运不仅仅只是一个口号而已，还需要落实到实际行动中来。随着奥运日益临近，中国移动已经积极行动起来，积极组织并参与各种以奥运为主题的活动，吸引并影响越来越多的人参与奥运、宣传奥运、支持奥运，吹响了奥运攻坚战的号角。

中国电信调整组织架构为接收C网作准备

源自 第一财经日报 2008年6月18日

从中国电信内部获悉，中国电信已经开始进行组织架构的调整为接收C网作准备。中国电信市场部人士透露，个人客户部将与中国电信目前已有的家庭客户部、政企客户部并列，成为中国电信市场部前端的三个部门。

据介绍，政企客户部是面向大型企业、各种中小企业等，其主要品牌是商务领航、全球眼；家庭客户部面向家庭客户提供融合的一体化的固定和移动融合业务，主要品牌是“我的e家”，包括固定电话、小灵通，固定和移动宽带、CDMA、IPTV等。个人客户部则主要针对获得CDMA牌照之后，有个人信息化需求的客户，各类增值业务也属于这个部门，但目前业务品牌尚未推出。

值得注意的是，为了适应CDMA产业的发展特点，中国电信已经开始筹划自己的终端业务发展平台。之前，中国联通发展CDMA终端平台为联通华盛，CDMA手机主要采取运营商定制的模式，联通华盛是中国联通的终端定制平台。

中国电信内部人士介绍，联通华盛在双方的整合过程中，既不属于网络资产，也不属于客户资产，因此中国电信的终端定制公司将在整合联通华盛部分人员的基础上建立。

移动掀起数据业务体验风暴

源自 惠州日报 2008年6月18日

为了让更多客户享受到全方位、多媒体的便捷手机新生活，今年6月惠州移动率先掀起数据业务体验风暴活动，针对其旗下主推的数据业务：飞信、手机证券、手机支付、一起玩吧、12580便民频道、139邮箱推出免费体验活动。

提起数据业务，不少人脑海里立刻呈现出的大多是80、90后年轻人拿着手机玩得不亦乐乎的画面，以为这些都是些不务正业、纯玩乐性的游戏。惠州移动一负责人表示，一直以来，人们对数据业务的认识都存在误区，这种根深蒂固的看法在很大程度上阻碍了市民享受信息化给日常工作生活带来的便捷，事实上，正是数据业务使手机不仅仅成为一个能够打电话、发短信的通信工具，更是信息交流、沟通、休闲娱乐的新平台。

中国移动将接手保定与青岛TD网络

源自 上海证券报 2008年6月19日

中国网通在青岛、中国电信在保定所承建的TD网络资产划将拨给中国移动，目前各方正在进行交接。网通青岛TD试验网总负责人、北京电信规划设计院第三设计所总工程师也表示，中国网通将不做TD，其在青岛的TD项目将全部划转给中国移动。

不过关于中国移动是否支付过对价事情还未被确定。网通和电信在各自的TD网络建设中均投入了大量资金。原中国网通董事长张春江就曾表示，网通在TD方面的投入超过16亿元。据悉，网通在青岛的TD基站413个，中国电信在保定的基站数量也达到了300个。

一位参与中国电信保定TD建网的人士表示，一轮扩容验收之后，电信就将网络交给了中国移动。消息人士介绍，由于网通在青岛以及电信在河北保定测试运营的TD网络都属于其相应的集团资产，与上市公司无关，相关资产的划拨过程并不复杂。

分析评论

手机广告市场有多大？

源自 中华广告网 2008年6月18日

目前中国拥有全球最多的手机用户，但在用手机做广告方面，却还处于萌芽阶段。业内人士认为，手机广告尽管前景看好，但至今尚无一种成熟有效的盈利模式。一种在游戏中插播广告的模式，是在该领域的一次全新尝试。

据统计，目前我国移动用户已逾3.83亿户，其中有200万左右的彩信用户和500万左右开通GPRS的用户。所以，手机互动营销平台的出现，无疑意味着蕴涵巨大的广告收益，值得期待。专家指出，无线广告的最大魅力，就是它有极大的潜力，能在准确的时点及地点，发送适当的行销信息给消费者。对于任何一名广告商来说，能够知道行销的对象是谁，了解他过去的行为，并知道他人何方，这些都是非常有用的信息。

对客户来说，由于手机无线网站集合了图片、文字、声音、视频下载、游戏下载、电子奖券等多种表现形式及互动手段。因此，这种更为“精准”的沟通方式，能更切合客户的阅读习惯及消费体验，使之在急速的互动体验中充分激发主动参与的兴趣。同时，客户可将所看的信息页面推荐给朋友，也就极大创造了企业广告信息的二次传播及口碑传递的可能性。

居易非：用户体验是移动互联网成功关键

源自 上方网 2008年6月19日

居易非表示，用户体验是影响移动互联网发展的关键因素。他对中日移动互联网市场进行了对比说，日本不到1亿的手机用户，由三家运营商提供数据服务，中国将近6亿手机用户，运营商一家独大。他认为，5月份的电信重组对移动互联网发展是一个好消息，运营商的本质是希望服务好用户，3G来了以后，用户上网速度加快，用户体验会成倍增加，由于手机比互联网更接近用户本身，一旦用户体验增加以后，就会吸引更多用户选择手机上网。

无线互联网的设计很重要，比如彩色页面，非常简单的东西，但中国很多手机终端尤其是低端手机都还达不到这个要求，这影响了普通用户通过手机上网体验。而日本已经没有这样的问题，他相信下一步中国肯定会往这方面走。

居易非认为，不管是中国、日本、美国的移动互联网商业模式都差不多，比如手机SNS，各国间具有可复制性，但市场发展阶段不同，中国移动互联网要想获得更快发展，需要整个行业政策、用户群体以及行业人士的努力来推动。

专家：重组有利于中国无线增值服务产业发展

源自 中国质量报 2008年6月19日

专家认为，电信重组计划实施后，新网络覆盖将打通网际隔阂，实现固网与移动网络的无缝对接，加上3G牌照发放，这些因素将唤醒冬眠期中的SP，有利于中国移动增值服务产业发展。

中国互联网信息中心池大治认为，此次重组为中国电信增值业务的发展带来很强的刺激作用，将给中国移动增值服务产业带来积极影响。新网络覆盖为无线互联网发展打下硬件环境基础。此次重组，使得原有的运营商成为3家全网运营商，中国移动必将加大其固网服务覆盖面，而联通和电信也将在固网传输上，尽力保持竞争优势。在南北互通的问题上，重组对无线互联网业务的发展，也打下良好基础。业务提供商不再需要南北各架服务器，以满足用户快速访问的需要，而这种互通的效果，对于电信增值业务的发展，尤其是在未来3G业务开展的时候，效果会非常明显。

随着3G的商用，移动网络在中国的发展，将会是一个数十倍于电脑网络的市场。随着移动网络带宽增加，手机上网的速度会越来越快，上网的费用会越来越便宜，普及率也会快速超过电脑上网，人们也将更加习惯和依赖这种新的移动生活方式。

短信为核心增值服务 是无线营销“应用之王”

源自 艾瑞网 2008年6月17日

朱海松认为，无线营销是传统营销手段在新媒体上的应用，手机是第五媒体，因此无线营销具体的应用表现形式实际上就是手机媒体上的应用表现形式。从理论上可以说手机上的增值业务都可以是无线营销的业务模式。典型的业务模式有短信、彩信、彩铃、二维码、IVR、WAP门户等。实际上目前WAP门户可以把其它的业务模式全部整合进来。

目前移动互联网用户已经超过一个亿，这就是WAP的优势，受众巨大。它的劣势在于目前移动互联网的用户属于“双低人群”，低收入、低年龄。从营销的角度来看，目标用户群的消费力较低。以短信为核心的无线增值服务，将永远是无线营销“应用之王”。在本世纪内，只要有手机存在，短信就永远是中国人无线营销市场的“应用之王”。这种形式也存

在着一些问题，不同行业不同领域的人对手机这个新媒体的特点的认识是不一样的，因此造成了很多应用上的障碍。

评论：过滤技术真能铲除垃圾短信？

源自 南方日报 2008年6月17日

工信部提出要“尽快提供反垃圾短信息相关服务和软件下载服务”。还积极推动包括《基于用户设置规则的短消息过滤系统技术要求》和《基于用户设置规则的短消息过滤业务技术要求》等在内的相关设备和业务技术标准的制定出台，为用户提供可自我设置接收、拒收短信息手机号码的服务。

如果真如工信部提出的那样，运营商能为用户自行过滤垃圾短信提供技术支持，届时，用户在防范垃圾短信的问题上将掌握主动权。

目前，垃圾短信的管理难点在于非经营性个人，一般从手机端对端发送垃圾短信，由于没有完全推行手机实名制，内容上也无从甄别其“垃圾”属性，因此很难治理。

实际上，从运营商角度而言，让用户自行过滤来自行业端口号和 SP 发送的短信在技术上已经不存在障碍。而来自中移动的消息称，近日将在部分省市试点手机安装客户端短信过滤产品。据悉，这是一款基于语义特征的、自动的垃圾短信内容过滤系统，可以有效防止从个人手机上发出的垃圾短信。有专家建议，在个人用户发送短信内容无法甄别是否为垃圾短信的情况之下，可以采取事先过滤和事后追究双管齐下的做法。

评论：SP 末路狂奔 CP 势不可挡

源自 中国经营报 2008年6月16日

曾经一度被运营商打压的几乎全线溃败的 SP 们，已先行行动起来了。在政策的严厉监管之下，已有不少的 SP 们纷纷倒下，只有少数的为了撑到 3G 的到来，也选择了向 CP 转型，而另一部分，则希冀适时地卖一个好价钱，因为电信重组和 3G 的到来，正在激活电信增值业务市场。

“有业务”的 SP 公司目前售价在 50 万元左右，而没有任何业务的壳公司售价在 20 万元左右。在电信重组和 3G 即将到来的背景下，SP 的卖价正在攀升。

在 3G 时代，“内容为王”再次变得很重要。随着中国手机网民超过 5 亿这一历史时刻的到来，专家预测：互联网内容的直接接入将会造成手机内容服务的井喷，那时，中国用手机上网的人比用电脑上网的更多。这其实正是这次电信重组给投资者们带来的最大期望，无论 SP 会不会最终消失，CP 的爆发式增长将是不可阻挡的。

TD 试水 10 周再显我国集中力量办大事体制优势

源自 人民网 2008年6月16日

TD 试商用已经 10 个星期了！新舟履水，业内人士却如履薄冰。

无论在哪个国家，政府的支持对于新兴的产业是不可或缺的，举一国之力支持 TD 在宏观上是正确的。让人不放心的还是 TD 终端存在的问题。现在看来，TD 商用的市场的培育，注定不是一个轻松的过程，但目前出现的这种现象应该是阶段性的。

TD 在国内外的质疑声中加快了产业化进程，其前期发展的不尽如人意，也从一个侧面拷问出了民族标准产业化的尴尬。只有不断解决试商用中发现的终端质量和等服务等问题，随着商用环境的改善及市场推动力的加强，TD 就会有长足的发展，并一定能够成为通讯资费下降

的重要砝码。中国的移动市场全球最大，足以撑起 TD 的大规模商用。如果 5 亿 GSM 用户逐步转移到 TD，这个标准不出国门就完全可以与另两种 3G 标准抗衡。

中移动是全球范围内的强势运营商，相信一定能够以其丰富的运作经验，高涨的人气，有力的政策支持扛起民族通讯的大旗。中移动现在每天都在优化网络，每天都有进步，目前又在央视黄金时段做推广广告，算上正式商用前的热身。

移动互联网蓬勃发展 中国终端厂商迎来机遇

源自 通信世界周刊 2008 年 6 月 19 日

据最新数据显示，2007 年全球移动数据业务收入超过 1200 亿美元，基于 3G 技术，网络业务有了很大程度的发展，各国主要的运营商分别推出了移动互联网服务。

国内运营商的数据业务同样在快速发展，数据业务收入占比已经提高到 2007 年的 23% 左右，而移动互联网业务在数据业务中的市场份额仍然有限，更多的收入贡献依旧来自 SMS、IVR 等业务。互联网应用逐步走向移动化的前提下，带宽是移动互联网发展最重要的限制条件，但更是最主要的驱动因素。在中国市场，2008 年随着电信重组、开展 3G 业务等因素的促进，可以预期移动互联网业务将呈现出“井喷”式的发展。

未来，国内 3G 市场将给中国品牌终端厂商提供更广阔的发展空间，成为中国 3G 终端厂商深化品牌影响力和实现规模生产的重要基础市场。最新研究报告显示，对于中国终端厂商而言，其灵活的定制化战略、对市场的快速反应能力和低成本，以及加强研发能力的保证是中国 3G 终端厂商取得成功的关键因素。

近年来因为产业链的模式迁移，降低了手机产业的进入门槛，高通等核心芯片厂商对终端厂商支持的力度越来越大，从而为中国制造商的迅速进入市场提供了机会。

魅媒调研中心

关于《魅媒视点》

《魅媒视点》是广州魅媒网络科技有限公司(<http://www.mmclick.com>)在国内率先推出的基于庞大、精准的行业数据的中国无线互联网分析月报,2005年12月正式面向业界发刊,一经推出即受到包括网易科技、SP论坛以及21CN等在内的各类媒体的广泛关注,每期发行量超过12万份。

作为中国无线互联网行业的龙头企业,魅媒科技始终站在行业观察的第一线。《魅媒视点》的推出填补了中国无线互联网在固定数据研究上的空白,为这个新兴行业的发展提供了精准的数据参照指标,同时也成为业界同行进行发展定位和决策研究的重要参考文本。

如想在第一时间了解《魅媒视点》内容,请订阅邮件通知,我们将及时向您发送关于《魅媒视点》的最新消息。订阅细则及更多报告详情请登录以下网址: <http://www.mmclick.com/maillist/>

关于魅媒调研中心

鉴于中国无线互联网行业的迅猛发展,以及业界内外对第三方行业调研数据和报告的巨大需求,广州魅媒网络科技有限公司于2007年正式成立魅媒调研中心(<http://www.mmclick.com/mmview/>)。调研中心团队具有丰富的行业资源和调研经验,基于大量真实即时的数据进行科学并具指导性的研究,迄今为止,已为多个行业的数家大中型企业提供了有关无线应用的市场调研与分析服务,获得客户高度评价。

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。

魅媒调研中心系列产品与服务:

《魅媒视点》——2005年正式创刊,为国内第一份的无线互联网分析月报,填补了中国无线互联网在固定数据研究上的空白,每期发行量超过12万份。

《无线行业资讯周报》——为适应无线行业快速发展的特点,围绕每周业界动态、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。

调查类报告——由魅媒调研中心与知名媒体以及专业调研机构共同合作,开展不定期的主题式调查,通过web网和wap网广泛投放问卷,获取充分有效的样本数量,并在此基础上得出对该议题的分析报告。

定制型报告——根据客户需求,完成有关无线行业的各类主题性调研,提供包括拟定调研主题、选择适当的调研方法、问卷发放与搜集以及报告撰写等一条龙服务。

魅媒无线流量分析平台——魅媒无线流量分析平台(MMC Clicker)于2005年正式推出,为国内首家无线流量第三方监测平台,日均监测wap网站数达5万家,日均监测流量超3000万。本产品通过对众多wap网站访问数据的分析,结合网站类型、规模和用户需求,出具深度分析报告,用多类型图表等可视化表达方式,提供访问分析、网站性能、广告分析、来源分析等多方面数据信息,是网站管理决策的专业软件工具。

魅媒无线广告监测平台——魅媒无线广告监测平台(MMC AdTracker)是国内第一个专注于无线互联领域广告投放监测的第三方平台,由魅媒调研中心应行业市场发展之需自主研发而成。平台以专业的技术手段为支撑,为用户提供全面丰富的无线互联广告查询服务。

该平台通过对国内主流无线媒体及无线客户端软件的广告投放状况进行实时监测,及时提供包括广告主、广告形式、广告代理商、广告费用预估等在内的各类别指标性数据,是帮助用户进行广告投放决策的重要数据性参考。