

中国IPTV产业动态

CHINA IPTV INDUSTRY

中国IPTV产业动态 · CHINA IPTV INDUSTRY

2012年2月 · 总第43期增刊

三网融合第二批试点城市 进展情况集结



2012前瞻 IPTV服务之年

由CES2012窥探智能电视发展趋势

纵览CES2012智能手机 能否摆脱苹果阴影？

目录 CONTENTS

卷首语	3
市场数据	4
市场动态	6
倾听·声音	16
独家分析	24
2012 前瞻: IPTV 服务之年	24

2012 年,是雅玛厉新纪元的开始,对 IPTV 来说,也正在进入一个规模基础之上的新阶段的开始,未来发展的道路还很漫长。而无论是内容为王,还是体验为王,终究还是要得到用户的最终认可,服务为本!以服务来赢取更多的市场份额!

热点关注	35
三网融合	35
三网融合第二批试点城市进展情况集结	35

加上首批试点城市 12 个,共有 54 个城市进行三网融合试点,涵盖了国内大部分经济发达的城市。这标志着三网融合进入规模试点阶段,由之前的重点试验转向全面覆盖。第二阶段试点地区(城市)的大扩容,再次表明了国家推进三网融合的坚定决心。流媒体网整理了三网融合第二批试点城市的相关情况,以供业界参考。



三网融合二批试点进展, 不利有线网络	50
CES2012	53
由 CES2012 窥探智能电视发展趋势	53

2012 年, 智能电视将成为“新宠”, 这从今年年初的 CES 上就可见一斑。通观 CES2012 上的智能电视产品, 我们发现: Android 系统会成为智能电视的标准操作系统, 其中绝大部分 Android 智能电视将会基于 ARM 技术。一部分领先的制造厂商可能会开始真正采用应用商店的业务模式, 并且推出许多新的功能, 比如微博、电视支付、3D 游戏、三屏交互操作等, 这些功能将逐渐流行。

纵览 CES2012 智能手机 能否摆脱苹果阴影?	63
CES2012 平板电脑式微?	68

每年的 CES 大展皆可说是本年全球消费电子的“指路人”。在这里展出的各式各样的消费电子产品, 很大程度上更是本年业界的风向标。CES2012, 平板电脑的风头似乎被超级本 (Ultrabook) 抢了去。那么, 在展会上不再是焦点的平板电脑在 2012 仍将闷头大卖, 还是成为明日黄花?

超级本 (Ultrabook) 崛起 CES2012?	75
-----------------------------	----

盘点 2011 (续)	80
移动互联网	80
那些人	80
雷军——“国产神机”小米手机	80
关联阅读: 冲向移动互联网 三大佬扎堆推手机	83
那些事	86
智能手机战国七雄的 2011 争霸赛	86
2011 与苹果拼平板 降价是唯一招数?	91
没有永远的朋友和敌人 只有永远的利益	94
——移动互联网 2011 战与和	94
2011 中国移动互联网发展痛点调查	98
移动支付在爆发中等待爆炸	99
移动互联网 从 IM、LBS 到平台的全面战争	101
海外: 2011 数据盘点 移动互联网爆发了	104
那些话	109
中国移动: 三网融合时代移动视频商业模式探索	109
中国电信: 移动互联网改变视频产业的商业模式	112
业界专访	115

主编: 周晓静 编辑: 李楠 王闪 刘艳 王艳红 责任编辑: 李楠 投稿邮箱: xiaojing522@gmail.com

联系电话:

总机: 010-85895002/03 分机: 编辑部—128 市场部—168

通信地址: 北京市朝阳区建国路 88 号 SOHO 现代城 1-2103 室 邮编: 100022

卷首语

Foreword

2012，新年寄语

文/李楠

新的一年开启新的希望，
新的空白承载新的梦想。
新的一年是崭新的起点，
三网融合，
迎来了第二批试点城市，
CES2012，
华丽登场，圆满落幕。
我们可以总结过去的经验以及教训，
轻装上阵，
前瞻，IPTV 服务之年，
窥探，智能电视发展趋势。
我们不能一味地只顾往前走，
偶尔，
要回过头看看我们走过的路，

盘点过去，
为了更好的将来，
要在思想上、行动上，
有所突破。
前进的路并不是坦途，
想成功还要树立坚定的信念，
困难和曲折其实很短暂，
固守着自己的执着，
胜利就离我们不远。
2012 年，龙年，
由衷的希望，
广电、电信不要再“龙争虎斗”，
各行各业，“生龙活虎”，
三网融合，“龙腾四海”。

新的一年，流媒体网将与业界同仁一起努力，也希望能够得到您更多的关注与支持。

市场数据 Marketing Datas

2016 年全球 IPTV 用户达到 7650 万

Informa 最新报告预测,五年内,全球付费 IPTV 用户数将增加一倍,与此同时,IPTV 收入增长也接近一倍,但是 IPTV 普及率仍相对较低。2011 年底,全球共有 3430 万家庭订购付费 IPTV 业务,到 2016 年底,这一数字将达到 7650 万,IPTV 收入将从 2011 年的 62 亿美元增长到 2016 年的 119 亿美元。然而,IPTV 的普及率仍相对较低,到 2016 年,全球订购 IPTV 业务的家庭约为 5%,且仅有 18 个国家的 IPTV 用户数超过 100 万。

2011 年中国数字电视用户首破 1 亿

广电总局数据显示,2011 年我国数字电视用户数达 1.15 亿户,首次突破 1 亿户,增幅达到 29.15%。2011 年我国广播人口综合覆盖率 97.06%,同比增长 0.28%,全国电视人口综合覆盖率 97.82%,同比增长 0.2%。全国有

线广播电视用户达到 2.02 亿户,首次突破 2 亿户,增幅也达到了 6.79%。

广电总局:

卫视综合频道娱乐节目减少 2/3

据广电总局统计,全国 34 个电视上星综合频道元旦起推出了改版后新编排,同去年相比,新闻类节目增加了 1/3,新创办栏目达 50 多个,七类被调控娱乐性较强节目减少了 2/3,过度娱乐化倾向得到明显遏制。

2011 年欧洲地面数字电视用户达

7450 万

市场研究公司 Informa Telecoms 数据显示,2011 年底全球把地面数字电视用作其主要服务的电视家庭数达到 1.26 亿户,年同比增长 22%。这些地面数字电视家庭中欧洲有 7450 万户,但由于中国增长迅速,亚太地区未来 5

年将成为最大的地面数字电视地区。

Informa 预测西欧地面数字电视渗透率今年将达高峰的 39%,其后将降低。西班牙、意大利和希腊的渗透率将领先,但到 2016 年底预计将逐渐降低。

西欧付费地面数字电视将稳步增长。2011 年底欧洲大陆付费地面数字电视家庭达 710 万户,而到 2016 年底将增加到 1180 万户。全球方面,2016 年底将有 1510 万户付费地面数字电视家庭,占全球电视家庭数的 1%。

国内平板电视需求 2012 年将达

4200 万台

《2011 年中国平板电视城市消费者需求状况及 2012 年预测报告》显示,2012 年中国平板电视需求量将达到 4200 万台,环比增量 400 万台。其中,3D 电视需求将达到 2000 万台,智能电视需求将达到 800 万台。

18 家视频网站正版率仅 76%

经国家版权局核查,中国视频网站的正版使用情况不容乐观,18 家纳入此次主动监管工作名单的视频网站,其使用影视剧的平均正版率只有 76%,其中迅雷、VeryCD 和百度 3 家网站未提交任何影视剧名单。

中国移动 2011 年 12 月净增客户 524.9 万户

中国移动公布的 2011 年 12 月运营数据显示,2011 年 12 月净增客户 524.9 万户,较上月增速略有放缓,其中使用 3G 终端的 G3 客户数净增 320.5 万户,增速继续上月的回暖态势,重回 300 万以上。

2011 年全年中国移动净增客户 6555.1 万户,截至 2011 年年末,用户总数累计达到 6.5 亿户。

截至 2011 年年末,中国移动 3G 用户数已经累计达到 5121.2 万户。

中国联通 2011 年 12 月净增 3G 用户 348

万 3G 总用户超 4000 万

中国联通公布的 2011 年 12 月运营数据显示,12 月联通 3G 用户增长 348.5 万户,3G 用户总数到达 4001.9 万户,移动用户总数近 1.6 亿户。

数据显示,12 月份,中国联通 3G 用户增长 348.5 万户,其中 3G 上网卡用户占了 22.1 万,2011 年 3G 用户全年累计净增 2595.9 万户。

固网业务方面,截至 2011 年 12 月底,中国联通本地电话用户减少 85.3 万户,降至 9285.1 万户;宽带用户增长 11.8 万户,宽带用户累积到达 5565.1 万户。

中国电信 2011 年 12 月净增 CDMA 用户 308 万 3G 用户 294 万

中国电信公布的 2011 年 12 月主要运营数据显示,截至 2011 年 12 月底,中国电信 CDMA 用户总数超过 1.26 亿户,其中 3G 用户增至 3629 万户。

数据显示,2011 年 12 月份,中国电信 CDMA

用户增长 308 万户,其中 3G 用户增长 294 万户,3G 用户连续六个月的单月净增数量超过 200 万。2011 年全年,中国电信 CDMA 用户累计增长 3595 万户,其中 3G 用户累计增长 2400 万户。

固网业务方面,截至 2011 年 12 月底,中国联通本地电话用户减少 85.3 万户,降至 9285.1 万户;宽带用户增长 11.8 万户,宽带用户累积达到 5565.1 万户。

全球 CDMA 用户总数已达 6.15 亿

CDMA 发展组织(CDG)宣布,全球 CDMA 用户总数约为 6.15 亿,其中包括 100 万尚未升级到 3G 的第二代(2G)cdmaOne 用户。

2012 年云计算市场规模将超 600 亿

中国互联网协会综合中国互联网络信息中心、艾瑞咨询、易观国际等多家机构报告预计,2012 年我国云计算市场规模将超 600 亿元,“十二五”期间,云计算产业链规模可达 7500 亿至 1 万亿元人民币。

市场动态 Market Dynamic

三网融合

工信部发布 102 项通信行业标准

2011 年底,工业和信息化部印发 2011 年第 43 号公告,发布了 1081 项行业标准和 19 项标准样品。本批标准中包括 102 项通信行业标准,其中制定标准 90 项、修订标准 12 项,均由中国通信标准化协会组织制定完成,自 2012 年 2 月 1 日起实施。

102 项通信标准是针对通信业转型和战略性新兴产业发展及网络与信息安全的实际需求提出的标准项目,涉及网络与信息安全、3G、移动互联网和智能终端、三网融合、IP 网、光通信、通信电源和电磁环境、通信网络管理等 8 个领域,覆盖了通信产业链的各个环节,对提高我国通信产业整体水平具有重要促进作用。

江西:“三网融合”工作今年启动

2012 年 1 月 11 日,江西省通信工作会召开。会议决定:2012 年,全省通信行业将大力推进以鄱阳湖生态经济区信息通信工程为重点的

信息通信基础设施建设,进一步提高通信服务和保障水平,着力提升网络与信息安全保障能力。尤其是积极做好“三网融合”试点工作,充分利用现有的信息基础设施,提升网络综合优势,发展手机电视、IPTV、互联网视频、互联网宽带接入业务等“三网融合”相关业务,加强“三网融合”技术和应用创新,带动产业链的延伸。

昆明“三网融合”启动实施

2012 年 1 月 13 日,昆广网络与昆明电信签署战略合作协议。据悉,昆广网络和昆明电信的战略合作于 2011 年开始筹备,经过一年的共同努力,现已就促进昆明市信息化建设,构建和谐市场环境探索确立了适合昆明“三网融和”发展的合作模式。接下来,昆广网络与昆明电信将在资源、渠道、产品等多个方面展开合作,包括利用双方资源共同发展宽带业务,共同开发双向数字电视(包括移动电视等增值业务),共同开发新建小区的资源等。

IPTV

CNTV 与 SMG 签约 建设 IPTV 集成播控总平台

2012 年 2 月 1 日,中央电视台所属之中国网络电视台与上海广播电视台,就 IPTV 集成播控平台合并签署协议。

以中央电视台开办、中国网络电视台建设和运营的 IPTV 中央集成播控总平台为基础,进一步建设和完善为全国唯一的 IPTV 中央集成播控总平台,原上海广播电视台 IPTV 集成播控平台作为 IPTV 中央集成播控总平台的备份平台。双方将把各自拥有的频道和节目资源投入到总平台。双方同时宣布成立合资公司,负责 IPTV 中央集成播控总平台的可经营性业务。合资公司将与中国网络电视台、百视通技术公司在相关业务领域进行紧密的合作。

此举将极大地丰富了我国 IPTV 平台的内容,实现了全国 IPTV 用户的统一管理、用户规模迅速扩大,更好地服务广大用户,更加紧密地与各地广电分平台及全国电信运营商合作,加快推进我国三网融合业务全面开展,打造全球最大的 IPTV 平台。

百视通 IPTV、互联网电视引 3D 入客厅

2012 年 1 月,百视通购得《大闹天宫 3D》独家新媒体版权,此片将在百视通 IPTV、3D 互联网电视平台上播出。据悉,全新 3D 版《大闹天宫》于 1 月 12 日上映,传统国产动画融入现代 3D 效果,使其成为 2012 年首部值得期待的 3D 电影巨制。

流媒体网 www.lmtw.com 制作

随着 3D 网络电视技术的发展,影院已不再是唯一可以观看 3D 影片的地方。只要有 3D 电视机,就可以在自家享受影院级别的震撼视觉效果。据了解,百视通公司此次引进《大闹天宫 3D》版权,就是希望将最新最流行的电影技术带入用户客厅。



北京电信宽带节后免费提速 光宽带最高至 20M

据北京电信内部人士透露,春节过后将全面启动宽带免费提速,在用户现有速率的基础上,全部免费升速一档,即 512K 用户免费升速至 1M,1M 免费升速至 2M,2M 免费升速至 4M,光宽带接入小区可最高免费升速至 20M。同时,免费提速后,4M 的资费会减少为 2M 的资费。

据悉,此次免费提速将分阶段实施,率先为家庭宽带用户实施提速,之后是企业客户。此外,此次提速将由北京电信自动为用户提升速率,

并通过网页推送的形式告知用户。

重庆 2015 年末城市宽带网速有望达 20M

2012 年 1 月，重庆市通信管理局将着手组织开展“宽带网络测速”活动，到 2015 年末，重庆市城市宽带网速可达 20M。

据了解，2009 年，重庆市就启动了建设宽带城市的课题研究工作。随后，在科学论证的基础上，市通管局又颁布《关于重庆市宽带城市建设的指导意见》，提出将重庆建设成为宽带城市的基本思路。根据这一思路，重庆市将通过实施“面向公众用户的宽带信息家园建设”、“面向特色园区的国际出口专用通道建设”、“宽带城市网络提升、资源集散与应用推广”三大工程，改善全市通信网络整体服务性能。

四川广安：广电 PK 电信 “祸起” IPTV

2011 年 1 月 19 日，四川广电网络广安分公司就中国电信广安分公司在未取得有线广播电视业务传输许可证的情况下，在“三网融合”非试点地区（广安市）擅自在其互联网开展有线广播电视业务（即 IPTV 或 ITV 业务）发布公告。

在电视机上打出公告，广安广电已经不是头一个了，2011 年年底首批试点城市绵阳的当地广电也曾公然在电视机上打出通告，指责当地绵阳电信所推出 IPTV 业务为虚假宣传，非法活动。

视听新媒体的竞争将越来越多元化，三网融合的推进也将使得 IPTV 逐步成为传播渠道，迫使广电不得不寻找新出路，而广电在竞争



危机关头依旧只是以政策手段进行限制、封杀，也只能屏蔽一时，终非长久之计，如果不能在市场、业务等方面进行创新提升，则其发展危殆。

互动电视

甘肃基本完成“一省一网”整合任务

2011 年 12 月 27 日，甘肃省广播电视网络有限责任公司兰州分公司完成挂牌，至此，全省 14 家市（州）和甘肃矿区广电网络分公司全部挂牌组建，全省市（州）一级广电网络运营业务全部纳入省广电网络有限责任公司运营平台，实现了“一省一网”的整合目标，标志甘肃省 2011 年全省广播电视有线网络整合工作的主要任务基本完成。各地分公司在挂牌之前，分别进行了人员、资产和业务运营等方面的移交工作，为实现全省广电网络统一管理运营和公司股份制改造工作奠定了坚实基础。

据悉，甘肃省广电网络整合工作开始于 2011 年 5 月。5 月 16 日，甘肃省委、省政府主持召开了全省广电网络整合工作会议，随后，各市（州）和甘肃矿区的整合工作全面展开。从 6 月 29 日开始，金昌、酒泉、嘉峪关、张掖、武威、临夏、甘南、白银、天水、平凉、甘肃矿区等分公司先后成立。最后，庆阳、陇南、兰州分公司也完成了挂牌。

湖北武汉广电网络收编新城六网

2011 年年底，武汉最后的广电网络“自留地”6 个新城区黄陂区、江夏区、汉南区、新洲区、蔡甸区、东西湖区广电网并入武汉有线广播电视网络有限公司，这标志着武汉广电网络整合收官，形成广电全市一网。至此，武汉广电网将覆盖用户 350 万户，成为全国大型城市有线网络之一。

歌华有线：政府补贴支持巨额投入

2011 年年底，歌华有线获得 2011 年“高清交互基础设施示范工程（应用工程一期）项目”政府补助资金专项拨款 2 亿元，用于北京市推广高清交互数字电视工程。歌华有线作为北京市高清数字电视交互推广项目的定向合作企业，从 2011 年初以来，已获得 11.02 亿元政府补贴，高居上市公司政府补贴榜前列，而其去年三季度报净利仅 22413.55 万元。由此表明，歌华有线在推进高清交互数字电视应用工程项目建设和三网融合试点工作时投入较大，形成的固定资产计提折旧费用大幅度增长，离不开政府补助资金的大力支持。

四川省加强有线广电网络建设管理工作

2012 年年初，四川部分地方广电部门与住房和城乡建设部门

联合发文，切实加强有线广电网络建设管理工作。一是将有线广电网络纳入各地城镇建设总体规划；二是将有线广电网络设施建设纳入城镇新建小区规划设计；三是城镇单位住宅小区工程总体验收项目中增加有线广电设施验收内容；四是抓好新建小区（楼宇）的广电网络建设管理；五是城镇和住宅小区有线电视网必须与已通达的本地有线广电网络联网，未经广电部门批准，不得擅自设立前端传输广电节目。

浙江对有线数字电视收费实行分类管理

浙江省物价局、省广播电影电视局决定从 2012 年 1 月 1 日起，对有线数字电视服务收费实行分类管理。其中，有线数字电视基本收视维护费、有线数字电视延伸服务收费、机顶盒 I C 卡工本费、住宅小区内有线数字电视建设预埋费实行政府定价或政府指导价；付费频道费、影视节目点播费、节目包月费、节目套餐费等有线数字电视增值服务收费及需自购机顶盒价格实行市场调节价。

据了解，凭相关部门证明、证件，浙江省对民政部门认定的农村五保户，农村、城市中领取低保金的用户，免收主终端有线数字电视基本收视维护费；对领取政府定期救济补助的特困户、领取国家定期抚恤补助金的优抚对象的用户，主终端有线数字电视基本收视维护费减半收取。居民用户拥有第二台及以上电视机的不再享受基本有线数字电视服务费优惠政策。

电广传媒整合 97 家湖南地方有线电视网

2012 年 1 月 5 日，电广传媒发布公告称，将通过换股吸收合并的方式，深度整合湖南省内 97 家地方有线电视网络公司的资产，以实现湖南有线电视“全省一张网”，本次重组涉资约 14.1 亿元。

本次交易完成后，电广传媒将享有湖南有线及下属 64 家地方网络公司全部收益，33 家地方网络公司也将成为电广传媒全资子公司，从而将实现湖南省除中信国安四市一县及岳阳县、湘阴县、通道县、攸县、长沙县外，全省县级以上的有线电视网络的深度整合，初步形成湖南有线电视“全省一张网”。

中国有线 889 万投资天华世纪

2012 年 1 月 5 日，深圳市天威视讯股份有限公司收到控股子公司深圳市天华世纪传媒有限公司的报告，天华世纪传媒于 2012 年 1 月 5 日召开的董事会审议通过了关于中国有线电视网络有限公司向其增资的议案。中国有线以现金 894.41 万元对天华世纪传媒进行投资，天华世纪传媒的注册资本将由 8,000.00 万元增加至 8,889.00 万元。

新疆广电网络免费发放 1 万台高清 3D 体验机顶盒

2012 年 1 月 13 日起，新疆广电网络将免费发放 1 万台高清 3D 体验机顶盒。用户可以在此后的 30 天之内免费收看 13 套高清频道（CHC

高清电影、高清影视、高清探索、高清综艺、高清体育及 8 套卫视高清频道) 和 1 套 3D 频道。据了解, 新疆广电的 33D 频道可能会出现在《湖南卫视-高清》频道后面, 或最后一个频道。

另据悉, 用户在领取高清 3D 体验机顶盒时, 必须交纳 300 元押金, 并持智能卡办理, 押金会于体验到期后退还。

蔡赴朝、张海涛调研直播卫星户户通工作

1 月 10 日至 13 日, 中宣部副部长、广电总局党组书记、局长蔡赴朝, 广电总局党组副书记、副局长张海涛分别赴内蒙古、贵州和青海、甘肃、云南, 调研广播电视直播卫星户户通工作。五省区党委、政府领导表示, 在中宣部、国家广电总局的关心支持下, 当地广播电视事业取得了长足进步, 为丰富人民群众精神文化生活和助推经济社会发展做出了积极贡献。在今后的工作中, 将深入贯彻落实党的十七届六中全会精神, 更加重视和支持广电事业发展。全力高效推进直播卫星公共服务工作, 力争在今年内全面完成各项目标任务。

广东: 东莞广电宽带今年提速至 100M

2012 年 1 月 16 日, 东莞广电网络传媒发展股份公司“广电网络五心为您、争创优质服务标兵”活动全面启动, 将通过服务手段、服务功



高清、3D收看指南

高清频道的收看指南

一、收看条件:
收看高清电视节目, 必需具备高清电视机、高清机顶盒, 同时收看我公司高清频道, 才能接收到高清信号传输的高清频道。

二、高清电视频道收看操作方法:

- (1) 需具备高清电视机、高清机顶盒及一根HDMI连接线。
- (2) 将HDMI连接线一头插入机顶盒HDMI高清接口, 另外一头插入电视机的HDMI接口(机顶盒与电视机连接只需要HDMI线, 不再使用三色线和色差分量线)。
- (3) 依次打开高清机顶盒、电视机的电源, 将电视机的显示输入切换到HDMI上(电视机一般具有AV1、AV2、HDMI等多个显示输入模式)。
- (4) 在高清频道接收状态下也可以正常收看其他非高清的所有电视频道, 包括您已经订购的互动电视、专业频道。

3D频道的收看指南

一、收看条件:
使用高清机顶盒及3D电视机, 用HDMI连接线连接3D电视机和高清机顶盒, 并佩戴上3D电视机配套的3D眼镜方可收看。

二、3D电视频道收看操作方法:

- (1) 需具备3D电视机、高清机顶盒及一根HDMI连接线。
- (2) 将HDMI连接线一头插入机顶盒HDMI高清接口, 另外一头插入电视机的HDMI接口(机顶盒与电视机连接只需要HDMI线, 不再使用三色线和色差分量线)。
- (3) 依次打开机顶盒、电视机的电源, 将电视机的显示输入切换到HDMI上(电视机一般具有AV1、AV2、HDMI等多个显示输入模式)。
- (4) 将3D电视机设置中的“2D”模式切换为“3D”模式, 即可收看3D频道, 如需收看其它电视频道请将“3D”模式切回“2D”模式, 即可收看。

3D频道在第几频道的位置上?
您自动搜索频道后, 3D频道可能会出现在《湖南卫视-高清》频道后面, 或最后一个频道。

新疆广电网络各营业厅地址

哈密市营业厅	地址: 哈密路330号(新疆煤矿医院旁)	吐鲁番市营业厅	地址: 西后街178号(乌鲁木齐肿瘤医院旁)
新疆路营业厅	地址: 新疆路29号(北门医药大厦旁)	南湾路营业厅	地址: 南湾路173号(中石油加油站对面)
北京路营业厅	地址: 北京中路208号(乐亿多超市对面)	仓房沟路营业厅	地址: 仓房沟北路293号(金源百货城南)
胜利路营业厅	地址: 胜利路115号(43校对面电信局胜利路营业厅旁)	鲤鱼山路营业厅	地址: 鲤鱼山路118号(医学部门楼梯对面)
建设路代办点	地址: 建设路796号(第十小学旁)		

网址: <http://www.xjbtv.com> 微博地址: <http://weibo.com/xjbtv> 腾讯IPTV地址: <http://t.qq.com/xjbtv>

联系电话:

能、服务方式的升级,让所有广电网络的用户真正享受到现代科技成果和全新的服务品质。

据介绍,东莞广电网络 2012 年将投入 5 亿元在全省率先完成网络双向化改造,覆盖用户达到 90%以上。通过全网升级改造,90%的用户在年内可实现 100M 接入到户;实现电视由标清向高清和 3D 升级,全面推广高清互动业务,从“看”电视,到“用”电视、“玩”电视……

互联网电视

百视通和联想合推首款互联网电视机顶盒

2012 年 1 月 5 日,百视通和联想集团在上海共同宣布推出首款互联网电视机顶盒,将为用户提供基于互联网和移动互联网的视频服务。据悉,百视通和联想合作推出的机顶盒名为 A30,内嵌百视通客户端新闻、娱乐、少儿、影视剧、体育、纪实等视频内容服务。联想相关人士表示,在推广中,将借用联想现有的销售渠道,同时也会考虑和电信运营商的合作。

华数与 PPTV 合作:切入互联网电视机顶盒市场

2012 年 1 月 11 日,华数数字电视传媒集团与 PPTV 网络电视在美国国际消费电子展(CES)上召开联合战略发布会,宣布双方将在新媒体业务开发及应用领域结成全面战略合作关系,共同开拓中国互联网电视流媒体网 www.lmtw.com 制作



视一体机及机顶盒市场,同时,双方还将在宽带通信、绿色节能 IDC、新媒体平台及服务等方面积极开展合作,实现优势资源重组、合作共赢的战略目标,共同引领数字媒体消费和家庭娱乐方式的变革。

乐视网与央视合作互联网电视

2012 年 1 月 11 日,乐视网与央视国际网络有限公司签订了“战略合作协议》”。根据协议,乐视网将向央视国际提供其自有版权的视听节目内容到央视国际的集成播控平台,同时,乐视网将自行完成终端产品的设计、开发、生产,市场宣传,营销推广,物流库存和售后服务等。而央视国际作为互联网电视牌照的拥有方,负责互联网电视业务的整体运营和管理,同时对乐视网提供内容进行播控审核。

央视国际和腾讯成立互联网电视合资公司

2012 年 1 月 18 日，央视国际和腾讯、中数、易视腾成立的合资公司正式进驻天津空港开发区，并于当天举行了乔迁暨新春庆祝酒会。据悉，该公司名为“未来电视有限公司”将主要专注于互联网电视的市场和运营，公司总经理将由央视国际张宇霞女士出任。



中智盟携万款应用引导世界智能电视方向

中国智能多媒体终端技术联盟（简称“中智盟”）正陆续定制开发 1 万款电视应用，将在几年时间里陆续发布。可以预测，这一举措将强势引导互联网智能电视在世界范围内的发展方向。

据悉，中智盟与宽带资本的云基地密切合作，正在架构出一条完整

的智能应用培育和云计算应用产业链，为众多企业迈入云端架设桥梁，力图孵化出全球最出色的云计算运营商。这将成为中智盟技术标准制定和开发者展翅高飞的最大支撑力。

网络视频

360 进军视频领域 与 CNTV 共建公共视频资讯平台

2012 年 1 月 11 日，奇虎 360 公司宣布与中国网络电视台达成平台战略合作，双方将打造中国最大网络电视及公共视频资讯推广平台。根据合作内容，360 桌面等在线产品平台将全面承载 CNTV 丰富的视频资源，中国互联网用户也能够第一时间通过 360 产品应用，在线观看最新的央视及全国电视机构播出的节目内容。360 安全导航、360 安全浏览器和 360 安全桌面，对 CNTV2012 年度的丰富视频内容资源进行了大力推荐，除了新闻联播、星光大道等传统央视强势品牌栏目外，2012 网络春晚、体育大厅等相关视频点播应用也将全面上线。

土豆网宣称与搜狐乐视共同屏蔽优酷视频搜索

2012 年 1 月 12 日，土豆、搜狐视频、乐视网等网站共同采取技术措施，屏蔽优酷的搜库搜索，禁止优酷搜索和抓取其视频内容。2011 年 12 月，土豆和优酷因为盗播进行了互相指责和诉讼。此次土豆率先

屏蔽搜库，意味着双方的争斗再次升级。

酷 6 传媒与 YouTube 达成视频合作协议

2012 年 1 月 17 日，酷 6 传媒宣布，将和视频网站 YouTube 达成合作关系，使酷 6 的国际用户可以观看中国用户原创的视频。这些视频将会被纳入 YouTube 一个新开辟的频道中。

这项合作将使得酷 6 的内容进入国际市场。酷 6 计划招聘新团队来运营这个新频道，进而进军国际市场。

海外

Cablevision 股价跌至新低 或被对手收购

2011 年年底，有线电视运营商 Cablevision Systems Corp(CVC) 股价跌至 2009 年 4 月以来最低，并导致公司成为估值最低的有线或卫星电视提供商。数据显示，CVC 的市值已经不足 10 亿美元。分析师认为，CVC 已经成为竞争对手的潜在收购对象，包括时代华纳有线(Time Warner Cable)和 Comcast Corp 在内的有线电视运营商或将竞购该公司。

迪士尼和康卡斯特达成十年期合作协议

2012 年 1 月 4 日，迪斯尼公司称，其已经与美国规模最大的有线电视服务商康卡斯特电信公司达成一项长期转播许可协议，将他们的合流媒体网 www.lmtw.com 制作

作关系延长十年。该协议将允许康卡斯特在未来几年通过其电视传输平台转播迪斯尼拥有的有线电视和广播频道。

该十年期协议涵盖主要的付费频道 ESPN、Disney Channel 和 ABC Family，还包括七个 ABC 电台转播免费 ABC 广播网络的计划。该协议要求康卡斯特公司有线用户可以通过网络服务更广泛地点播节目。

微软正研发整合 Kinect 功能的电视机顶盒

2012 年 1 月 15 日，有消息称微软正研发整合 Kinect 功能的机顶盒，该机顶盒还将提供视频音乐服务、游戏以及应用的连接。

该新设备是为打造一个娱乐媒体中心而设计的，而不仅仅是 Xbox 360 的配件。有了它，用户也将不需要控制器。该设备的代号有 3 个：Live Xbox、Kinect Box 和 Kinect HD。尽管已暂停其视频服务计划，微软仍继续对该设备进行研发。整合 Kinect 的机顶盒高度上没 Kinect 高，但底部更大，强调简洁性。除了一根连接 HDMI、电源及 USB 接口的线外，它上面其它用于音频等连接的端口则还没有确定。

谷歌年底将升级谷歌电视 将加入更多内容

谷歌计划在 2012 年年底之前推出升级版的谷歌电视(Google TV)服务，该服务将加入更多内容，让用户更加方便的找到想看的节目。谷歌发言人克里斯·戴尔(Chris Dale)称，谷歌电视的第三个版本将于

2012 年下半年推出。钱德拉说，谷歌电视能够让用户明白，他们能够收看到所有的电视节目和网络视频。

BBC 发布用于 Sony 互联网电视的新闻 App

BBC 继早前为 iPad、iPhone 开发专用程序，并将网页的 Flash 转为 HTML5 后，又再推出新作。这次是为 Sony 的互联网电视推出专用的新闻 App，同样的程序早前亦曾经在 Samsung 和 Panasonic 的电视上出现过。



Myspace 推互联网电视平台

2012 年 1 月，Myspace 宣布，将联合日本松下推出互联网电视平台 Myspace TV，先期内容将主打音乐。

Myspace 表示，松下下一代的 IERA Connect 高清电视机将会预装 Myspace TV，用户可通过遥控器操作该软件，松下



相关机型将会在 2012 年上半年上市。Myspace 还承诺，未来将提供面向智能手机和平板电脑的应用客户端，从而让用户实现多终端无缝衔接的影视欣赏体验。

Opera 推出电视应用商店 采用 HTML5 技术

2012 年 1 月 9 日，浏览器厂商 Opera 宣布，将推出一款基于电视机的应用商店，从而模糊电视机和互联网之间的界线。

新的 Opera TV 商店是一个采用 HTML5 技术、针对电视机的网络应用商店，支持高清显示屏、机顶盒、蓝光播放器和标准的遥控器。已上线的应用包括 Facebook 和 Vimeo，以及一些游戏和新闻。Opera 此举表明，对传统有线电视来说，互联网内容至少有着同样的娱乐价值。Opera 还提供了一款名为 Opera TV Emulator 的工具，帮助开发者了解该应用商店的工作方式。Opera 尚未宣布，有哪些硬件厂商已决定在设备中引入 Opera TV 服务。Opera 一名代表表示，与 Opera 合作的包括“领先的消费电子厂商”。

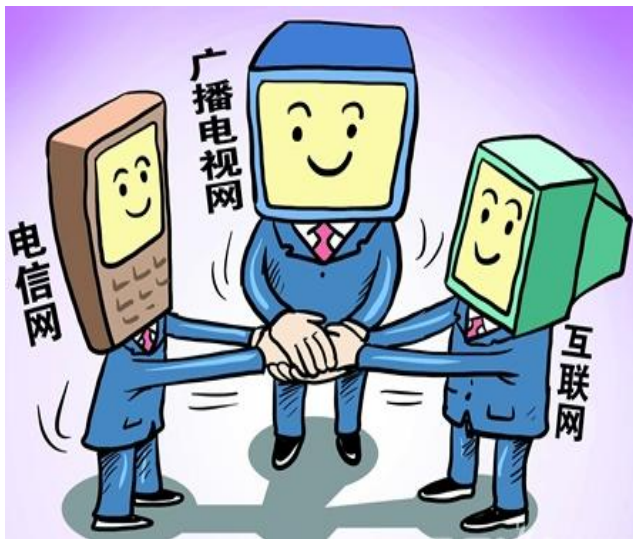
倾听 · 声音 Listens to the sound

侯自强

电视台向有线电视网络公司提供节目是不收费的。直播卫星电视落地要向有线电视网络公司付费。而电信运营商 IPTV 播放电视内容要向电视台付费。这种矛盾混乱的计费模式能够形成公平的竞争格局和健康的产业链吗？

电视频道的这三个商业模式将会演变成另三种模式：1. 御用新闻频道本地域（有线/IPTV/互联网电视）免费强制传送；2. 对于其它频道，行政干预和消费者呼声左右在有线上的传送价格机制；3. 对于其它频道，在 IPTV/互联网电视/网络视频/网络电视台上实行市场定价机制，至于电视节目当然是版权市场运作。（三网穿穿）

评



侯自强

迄今三网融合试点城市 IPTV 都是和百视通合作，而未使用央视和地方电视台投资数亿建设 IPTV 集成播控平台，第二批试点城市的 IPTV 可能全部采用百视通模式。广电总局不能再以非试点城市为由取缔与百视通合作的 IPTV。第二批试点为各地电信发展 IPTV 开绿灯，而广电做宽带业务并不乐观。

为在全国顺利推行“CNTV 总平台+各省分平台+本地电信运营商”模式，CNTV 与百视通正在进行资本层面的整合，这样：一是消除了 CNTV 推广的障碍，二是引入了百视通的运营经验。既解决了矛盾，又优势互补。（新媒体玩家）

评

王明轩

【视频媒体的变革】这些年人人都忙着挣钱了，都忘了一个词叫“使命”！甚至这种遗忘大有蔓延之势，而从社会的大背景。看，任何一个行业，倘若长久偏离社会使命，必将失去存在意义。互联网时代，视频技术是快速、大规模传播并增强一个国家软实力的最有力的武器。记住：文化传播才是电视人的使命！

电视人及电视台如果忘记和偏离社会使命，仅仅以挣钱为目标，整天想着与电信系统、广告公司、广告主进行博弈，观众不傻，你将很快被观众抛弃，而一旦没了观众，你也就丧失了挣钱的能力！（王明轩）

评



灯少

三网融合的症结在于有线网的定位，拿不到宽带出口，数字电视面临 IPTV 竞争，新业务内部倾轧，革新缺乏资金，整合看不清前途。电视台内容可以多元化，对新媒体形态欢迎态势，唯有有线网进退失据。如果把有线网和地方电信进行整合，地方消化，成为传输通道，则不仅可以理顺关系，还能形成资源的互补。

有线网络想干什么？有线网络能干什么？开展电话业务毫无意义，开展互联网业务出口受限，即便是成立国网公司来争取互联网出口权，要使众多 ISP 转到广电出口上绝非易事。这不仅仅是在考验有线网络的营销能力，因为移动、联通和电信三大兄弟网间尚且相互扯皮，更何况有线网。（旧时大少爷）

评

傅峰春

长远来看，广电、电信的行业竞争只是个阶段性的，未来互联网视频业务肯定要取代目前的数字电视和 IPTV，在带宽足够后，任何电视都可以直接通过端口实现上网观看视频，将苹果模式复制到电视上很快可以实现，对于广电和电信来说一定要对此保持自己的关注和警惕。

这个阶段持续的时间长度我觉得会比类似苹果手机的出现要短，原因是 TV 产业是运营商在消费者的强迫下赶路，TV 业务的形态比互联网其他类业务的形态更复杂，复杂事务的变化只需要一个引爆点就会迅速发生改变。（禾呈立青）

评



陆刃波

关于智能电视，在还没有标准界定的环境下，消费者最关心的就是一个反应“快”的问题，体现在两方面，一个是网速快，一个是操作简便，所以，2012 年智能电视不论是系统的升级还是硬件的配置，都要以“快”为目的，让消费者真正体验到智能电视的高智商。

目前所谓的智能电视的开发，仅仅是将传统的电视当做进入互联网的一个屏，一种介质。所以才仅仅看到网速是否够快，操作是否简便。即便这两点都满足了，它也仅仅是一种上网介质。离智能电视还差之千里。不是吗？电视是什么？它的智能不能以丧失它的本质做代价。（卑微草民）

评

包冉

电视的发展，经过数年技术创新准备和过渡，轮廓已很清楚了——本体、界面、智能。1. 本体，材质由 LCD 向 OLED 全面过渡，伪 3D 向真 3D（裸眼）转移；2. 界面，自然用户界面（NUI），如语音、手势将大行其道；3. 智能，无论应用还是广告，都从频道化走向 APP 化，广告的 APP 化更有意思更具颠覆性。

“界面”的主要演进方向是智能人机交互，和“智能”密不可分；而“本体”中提到的“3D”代表了用户体验的提升方向，用户体验也是智能人机交互所涉及的具体领域。因此，大体上这些趋势代表了当前一代的新媒体即“数字媒体”向下一代新媒体即“智能媒体”演进的实际过程。（曹三省）

评

董崇飞

电视快死了，不是因为内容，而是被糟糕的用户体验。一大早醒来，在杭州的宾馆想看电视，开了机，开了机顶盒，死活看不到节目，遥控器按了一圈也没用，比用 PC 和手机看视频更费劲了，怀念早年间打开电视即看到节目。现在在家时也差不多，老人家看电视很痛苦，从开机到找到节目，繁琐至极，需人代劳。

不是电视快死了，而是无知的机顶盒开发者在断送自己的未来。电视的未来不会被机顶盒葬送，反而，源自于电视及电视机本体的创新，会使未来电视更加深入人心。期待吧！（卑微草民）

评

龙奔

三网融合第二批试点名单，对 IPTV 固然有利，但两个情况不能忽视：1. 大多试点城市的有线网双向改造进展较快，到去年 8 月底，全国双向用户已超 1000 万（覆盖 5000 万），与 IPTV 当时数字相近，压力下接近拐点；2. 名单和播控设计可能引起百视通和 CNTV、电信省市之间的内耗。总局人士故意示弱，其实心里有数。

这个试点名单其实是告诉电信搞 IPTV 可以先上车后买票，非试点地区先搞起来，以后总会拿到准入证，对地方广电的不利是明摆着的。今后的趋势就是国有广电传媒巨头+电信运营商垄断国内电视。（ericvu）

评

原信息产业部部长
吴基传

现在不少地方云计算的概念、作用都没搞清楚，就匆忙圈云基地，搞大规模的服务器托管，那不叫云，那叫浪费，那叫烧钱。

在云概念爆发且含糊不清的时代，“‘火烧云’也是云的一种表现形式”的调侃也不是没有合理性的。

评

许
单
单

2011 年开始是数码产品更新换代的另一个十年。上一个十年从 2000 年开始，手机、电视、相机、录像机、随身听音乐等都数码化了。去年开始的第二个数码化十年，将会是什么呢？从智能手机开始，到平板电脑，还有什么呢？可以看到，上一个十年的巨头在这个十年开始的时候，都已经有点力不从心了。

我想下一个十年的数码化变革，可能不在硬件本身，而是云端，跨平台的数据，一个后台多个屏幕。手机、平板电脑和车载电脑是最主要的屏幕。另外就是炒菜锅、洗衣机、空调等智能化，也就是所谓的物联网。总结起来就是：云、物联网。（许

评

上天竺不要 V

从广电行业看，无论政策、技术层面还是内容、营销层面，都正发生重大而深刻的趋势性变革。越来越多的省级集团（总台）相继推出“举全集团之力打造卫视”的竞争策略。卫视星空“一个市场，三个世界”的基本格局暂难打破，但未来真正的全国性省级卫视将不会超过 5 家。

重点在要能满足多数人需求，而且还要是本能性需求！（王明轩）

评

传媒第三只眼

【2012 年省级卫视】：1. 黄金时间基本靠剧撑天下，剧品质决定其收视走向，收视波动大；2. 后黄金时间成为省级卫视自办节目收视必争之地，22 点档将会产生 3-5 档品牌栏目；3. 其他卫视自办节目后移，为湖南卫视 22 点档引进剧差异化编排提供很好的发展空间，广告效应凸显；4. 第二阶梯卫视竞争将会厮杀惨烈。

市场开始饱和，优胜略太，比拼的是自身用心与否。

评



杨锦麟

友人传来一张照片，明确指出：这是传统电视台的宿命写照！忧患意识和危机感顿时油然而生！

当蒸汽机取代风车磨面的时候；当打火机取代火柴的时候；当汽车取代马车的时候……从业者多会树倒猴孙散，只有少数固守者才会落得如此下场！快跑吧！（王明轩）

评

陈振烨

总局成功遏制了 34 家电视台过度娱乐化的倾向，让地方台损失不小。减少娱乐类节目数量，增加新闻类的，政府担心什么呢？！怕全民娱乐不务正业了？怕农民工不好好劳动，都想一夜成名？怕娱乐化带来的市场化？怕丢掉新闻导向的舆论阵地？

说老实话，包括不让电视剧中间插广告的规定，还有这个限制娱乐节目的规定，我是百思不得其解，威胁到“河蟹”了？还是利益之争？或者是真的撑着了？（墨斐斯）

评

流媒体网

有文章分析称三网融合二批试点进展，不利有线网络。三网融合现今的最大赢家是 IPTV，借此赢得了合法权，有利可图者是电视台，未来可以形成内容多元化收益，最大的失意者是有线网络，既要自力更生又面临着外部竞争和内部倾轧。

换个角度或许是好事。有线没宽带就去与当地处弱势的那家电信公司合作开展业务。比如在北方，有线与电信合作为用户提供电信宽带、手机加有线的高清互动电视的完整服务，与当地联通 IPTV 对等竞争，再加上移动铁通和互联网电视配合，三大集团其实已经可以充分竞争了。只是有线与电信的合作最好能以省为单位。（汪海天）

评

南方都市报

去年有 4000 万人声称不再看电视，全国电视收视率一年下降 13%，近 1/3 的视频用户几乎不看电视。2016 年全球连接互联网的电视机将达 5.51 亿台。视频网站的快速发展给电视台不小的冲击，甚至有人在讨论一个颇为“惊悚”的话题：“五年后，电视台还存在吗？”

大灰狼早就来了，但电视人不会坐以待毙，早就未雨绸缪，与新媒体积极对接，产业延伸拓展，整合平台和渠道，发挥人才优势在内容上深耕，强台依旧会强，死的是那些固守老阵地老套路不思进取的台，和任何一个行业一样。（雪霏丽）

评

DCCI 互联网数据中

【移动互联 8 个事态】近期讲到的讯息：1. Nokia 有逆转可能 Lumia 是翻牌启点；2. 移动互联第 3 极 Wokia 崛起；3. 多平台-跨平台已成事实；4. 云-管-端通吃已成 3 大 player 事实玩法；5. Apps 开发要与传感器结合；6. 第 3 季中超美成最大智能手机市场；7. 电商等在移动互联比 PC 互联来得更快；8. App 跨境运营结算政策问题凸显。

2012 年重点看 wp7，三分天下能否有其一。

评

移动那些事儿

今天有朋友问我，既然你在研究通讯行业，能解释下为什么中国移动手机上网超出流量是 10 元多 1 兆，而中国联通、中国电信才 0.3 元钱 1 兆，移动几乎高出其他两家运营商 34 倍？当时就把我打蒙，我从 3G 上网速度、3G 覆盖率等各种考核因素分析，都没有找到答案与合适的理由，不知道各位看官有什么见解不？

按照工业产品规则给网络服务定价，永远是越理越乱，无解！（杨培芳）

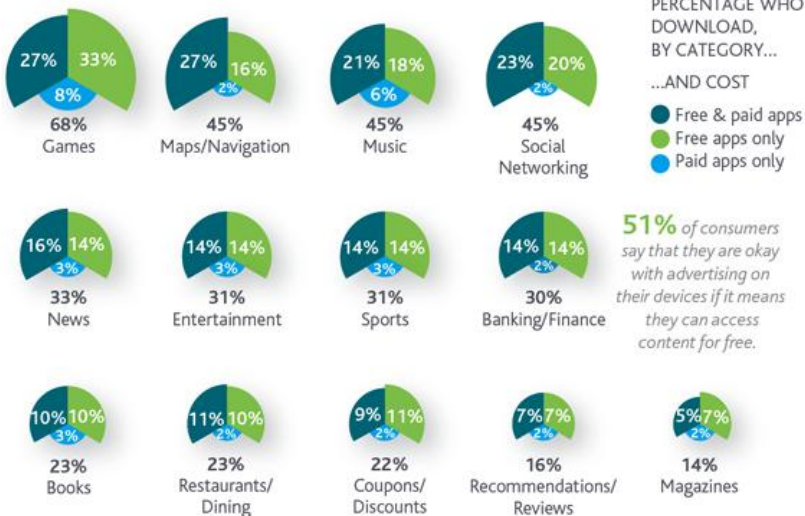
评

三大运营商手机超出流量后费用



TOP APP CATEGORIES

Percent of tablet and smartphone users who downloaded an app in the past 30 days.



Source: Nielsen

尼尔森研究报告

APP：用户愿意付费还是免费+广告？尼尔森提供的数据中有一项略显矛盾的结果：有 73%的用户表示他们更青睐视频应用中不含或者少含广告，而有 86%的用户则表示他们希望视频应用订阅费用免费或者较为低廉。消费者或许真的希望看到“鱼与熊掌可兼得”结果，虽然他们很清楚的知道广告有助于降低应用内容的成本。

消费者想的是“鱼，我所欲也；熊掌，亦我所欲也。”这种心态也是产品在推广之初的“免费推广模式”所培养出来的恶性结果。循环往复，现下，生产者应考虑：如何让消费者认识到产品的价值从而愿意为产品付出相应的报酬，而不是继续免费培养。

评

独家分析

2012 前瞻：IPTV 服务之年

文/灯少

每年的年初，流媒体网总要对新一年的 IPTV 产业作一个前瞻性的预测：从 2008 的拐点之年，2009 的图变之年，2010 的竞合之年，2011 的给力之年，到如今，2012，新的开始，送上新的思考！

过去的 2011 年，对于中国的 IPTV 产业而言，是一个值得纪念的年份，中国 IPTV 的用户规模首次突破千万，产业趋势不可阻挡。而伴随三网融合进程的深入，第二批 42 个试点城市的正式发布，2012 年，IPTV 的燎原定势已成，产业也将迎来发展新阶段和新目标。

随着 IPTV 用户规模的增长，使得 IPTV 正成为媒体传播新的重要渠道，同时将承担更多的社会责任和媒体责任。因此在 2012 年，我

们在关注 IPTV 产业自身发展的同时，更要从有利于产业可持续发展角度去看待 IPTV，通过扎实的服务去改进用户的使用体验，通过完善的服务品质去迎合用户的喜好，从而更好满足用户的需求，达到提升产业价值的目的，真正形成从量变到质变的飞跃。所以，对于 2012 年的 IPTV，我们流媒体网将其定义为服务之年。

一、规模前景带动产业变迁，提升服务品质

用户规模影响产业话语权！

2011 年，由于有三网融合政策压阵，为 IPTV 产业发展提供了有力的保障，而作为电信运营商，也合理的借助了这一良好的产业环

境，在三网融合试点地区抓住机遇快速发展用户规模，非试点地区低调务实的发展事实用户基数，将 IPTV 与宽带业务紧密捆绑快速发展三网融合业务，从而最终构筑成了 2011 年过千万的用户规模。

2011 年底，国务院正式发布了三网融合第二批试点城市名单，从而使进入三网融合试点名单的城市共计 54 个城市，涵盖全国 4 个直辖市，除台湾外的所有省会城市，可谓进入全面开花的新时期，姑且不去论第一阶段的三网融合是否真正达到了既定的目标，但对于 IPTV 而言，却已经形成了实实在在的利好，并且将在第二阶段继续借势燎原。

在地方政策环境方面，进入 2011 年，来

自地方的阻力明显减少，虽然还有个别地区的广电部门对 IPTV 进行了封杀，但总体环境渐趋于良性。而且广电总局、电视台、有线网也基于自身定位的差异，从不同的角度对于 IPTV 形成了更为细致的服务要求和压力。.

广电总局：

随着 IPTV 影响力的日益扩大，广电总局对于 IPTV 的态度也开始从限制竞争朝着为我所用转变。在 2011 年 9 月，央视召开的第一届 IPTV 业务研讨峰会上，来自广电总局网络视听节目管理司司长罗建辉的讲话中，对 IPTV 又有了新的解读，他认为 “IPTV 是以电视为终端，关系到千家万户的主导产业，要用全局观念，长远的发展眼光来看待。IPTV 作为三网融合的重要切入点，作为传统广播领域的延伸和拓展，要从国家战略高度来看做好 IPTV 的重要意义。社会上有些对 IPTV 的怀疑和悲观看法是错误的，我们要看到，三网融合业务是跨领域、跨行业的综合的业务，需要各个方

面共同努力，大家要着眼长远，从有利产业可持续发展角度去推动 IPTV 业务发展。”

应该说，此番讲话对于 IPTV 给予了极高的评价，这是以前所有广电的发言中所未曾出现过的，虽然在认可 IPTV 的同时，也隐藏着

广电对于 IPTV 的控制力的希望。但总体说来，这也意味着随着三网融合试点进程的启动，随着 IPTV 用户规模的不可逆转，广电总局也不得不考虑如何从保障自身利益最大化和保证监管职责的角度来应对 IPTV，而不再是采取



单纯的封堵了。虽然在讲话中隐含着从安全可控角度出发对于 IPTV 业务主导权的争夺，但对于电信 IPTV 业务而言，已经形成了市场推进的利好，也更验证了随着用户话语权的提升，将反向推进了政策的随之倾斜的定律。而话语权的第一阶段在于用户规模所展现的市场潜力，第二阶段则在于服务品质所回馈的用户口碑。

地方电视台：

21 世纪，是视听新媒体大发展的时期，但放眼视听产业，真正能形成盈利模式的还不多，围墙里的 IPTV 是其中之一。从电视台的角度来看，随着广电体制的改革，正使得电视台面临着多元选择的新变革。由于在之前的 IPTV 发展历程中，地方电视台并未积极参与其中，主要是各地电信和百视通等牌照运营商合作并且进行业务分成的模式。而百视通也依托 IPTV 的市场发展，成功借壳上市，这也在很大程度上提升了地方电视台对参与 IPTV 业

务的积极性。尤其是当三网融合试点二批城市的，IPTV 自身的商业模式显然会成为电视台在三网融合中的机遇之一。

因此，从下半年起，各地地方广播电视台借助 IPTV 二级播控平台的机会，也再度掀起了对于 IPTV 发展的抱怨，只是这次的目的，不是封堵业务，而是对于百视通吃独食的局面不满，期望借此洗牌，重新分配 IPTV 大餐的席位，谋求其自身更大的利益。如在四川，央视+成都广播电视台，以成都广播电视台为运营主力的 IPTV 成都模式，已经形成了合作多方的共赢，而未来，无论是和百视通还是央视，城市电视台在 IPTV 产业链中的影响力将越来越大，成都的经验值得借鉴和学习。

未来 IPTV 的发展必然是内容多元化，通过更多的 CP 进入来完善 IPTV 的内容体系，而 IPTV 随着规模的提升所带来的收入前景，正在吸引更多的第三方参与，如果把握好电视台的这个心理，将会为 IPTV 的发展带来更多的

助力，且利于摆脱现在产业受制于牌照运营商独家垄断的局面，内容的多元化是服务用户的最根本需求，也将是提升产业价值的核心。

有线网络公司

从这一年的三网融合发展来看，现今的最大赢家是电信运营商，为 IPTV 赢得了合法发展权，有利可图者是电视台，未来可以形成内容多元化收益，最大的失意者是有线网络，既要自力更生，又面临着外部竞争和内部倾轧。其中，又以 IPTV 的直接竞争最为激烈，但站在用户来看电信 IPTV 和有线网络的互动电视之间，没有输赢，只有优劣，评判标准在于服务能力。

随着电信宽带的不断提速，IPTV 也将进入高清时代，正在日益拉近有线网络运营商互动电视之间的服务差异。IPTV 正成为推动两者不断前行的鲶鱼，有线互动电视也在从推出时移点播到推出 3D 频道，完善服务内容，力图保证自己的优势；而电信运营商则开始走基

层，进社区，通过搭台演示，现场推广等方式加速发展用户，通过贴近用户，改进服务形式。从业务本质和市场目标群而言，IPTV 和互动电视两者将越来越同质化，从而形成天然的竞争性，而最终决定双方未来的还在于服务的优劣。

小结：

2012 年，随三网融合试点的全面铺开，对于国内 IPTV 而言，产业政策将更趋良性，产业环境将更加宽松，有助于 IPTV 的进一步发展。但用户规模的提升也赋予了 IPTV 更多的媒体属性和责任，其中来自于监管部门，内容提供者 and 市场竞争者的不同压力，将决定 IPTV 必须完成从量变到质变的改进，而衡量这一变化的标杆便在于服务。因此 2012 年，从运营商角度而言，如何改进服务意识，完善服务手段是决定可持续发展的关键。

二、运营商：态度决定一切

2011 年，对于 IPTV 的运营商而言，也可

谓是几家欢乐几家愁，而服务意识上差异化正在并将继续影响各自的成长轨迹。

1. 牌照运营商：服务意识决定成长空间

CNTV：

这几年的发展始终是流于表面，难以深入。虽然拥有 IPTV 播控平台的政策，但几经折腾，也还只能在广电内部圈圈打转，始终无法和电信形成对接，又接近蹉跎一年。除了云南、四川有所建树外，其他各地依旧雷声大雨点小。虽然和华数又成立了合资公司浙江爱上，但看上去更像个形象工程。而下半年的广告广东、江苏电信的内容侵权，也有点醉翁之意不在酒，在乎与我合作否。而换一个角度来看，首批试点城市中的 8 个播控平台都搞不定，现在 40 多个新试点，CNTV 的优势又在哪儿？如何服众？或许和百视通的合资公司是她的最后希望。但时间会是最大的变数

百视通：

顶住内外压力，历经几年拼搏后，终于成功借助 IPTV 市场在年底走完了上市历程，这更多的收获在于能正视市场，策略灵活。截止 2011 年底，百视通所拥有的 IPTV 用户也超过 1000 万，后续也将继续维系水涨船高地状态，而圆满上市，将为百视通在面临政策压力时多了一点周旋空间。不过 2012 年，对于百视通会是真正的考验期，如何解决上市后内部员工的天花板现象？如何均衡 IPTV 市场和地方电视台的利益关系？如何处理和 CNTV 合资公司的分工情况？如何解决 IPTV 和互联网电视的市场博弈局面？都是摆在百视通新领导班子前需要面对的问题。

南方传媒、中国国际广播电台、杭州华数，因为原本在 IPTV 市场上建树不大，或受制于自身电视台身份的压力，或受限于内容资源的缺乏，或受限于 IPTV 牌照的地域局限性，最终都避开了 IPTV 业务，转而以互联网电视作为公司发展新目标。因而，现今仍继续耕耘于

IPTV 名义业务的只剩百视通和 CNTV。而年底，在广电总局的直接干预下，CNTV 和百视通将可能成立专营于 IPTV 的合资运营公司。

流媒体网分析：合资公司的成立，一则是广电总局看到 IPTV 大势所趋，开始由封堵转而把控的手段；二则是在 CNTV 播控平台始终无法取得实效情况下，且在三网融合全面展开之际，期望直接借助百视通的市场运营能力和现有资源，从而帮助 CNTV 形成在播控上的突破，顺利切入 IPTV 产业链，三则是借助合资公司，把原本 CNTV 和百视通的市场竞争，转为公司的内部矛盾，形成对电信运营商的统一战线。

合资公司的成立，虽然多少有点因 CNTV 无法破局，而由总局拉郎配，为 CNTV 下山摘桃子之嫌。但从产业角度而言，如果能够形成一个统一的内容服务合作伙伴，不因广电内部的倾轧干扰 IPTV 的正常发展，这是电信运营商所期望的。不过比较令人担忧的是，原本因

为存在市场多元合作，而可以形成的良性竞争环境，会否因为内容方的统一，而使之形成垄断，变成部门利益的新代言人。从而影响产业上下游间的合作？

坦率说，相比诸多的牌照运营商，其中在服务意识上，CNTV 是最值得提升的，体制的先天束缚导致了只唯上，不唯实的做法，也是其一直在市场上无所成就的根本原因，即使在合作地区，也是微议颇多，因此，如果在合资公司运营中，CNTV 不能真切改进其服务意识，不能处理好和合作伙伴的利益关系，则前景堪忧。

当然，合资公司的最终进程也并非总局一纸令下便能迅速完成的，尤其是百视通作为上市公司，需要顾及其资本方面的考虑，且一千万的全国用户，转移也非一日之功，并不能完全由硬性时间可控，同时无论在技术还是运营方面，还是和电信的合作谈判，都会有一个筹备周期。况且 CNTV 能否真正借此机会完成合

资公司的原有预期，也还两说之间。考虑诸多场外因素，谨慎看好。而未雨绸缪，百视通一边会在 IPTV 合资事宜中采取时间换空间的策略，一边则大力推进互联网电视机顶盒市场，为两条腿走路而提前布局。

预计在 2012 年的上半年，在原有电信地区的合作态势主要还将维持现状，并作微调，地方电视台会通过多种方式或借道或直接进入。但在联通地区，因其原本无 IPTV 业务，因此是 CNTV 或央百公司开拓市场的最佳选择点，同时也是 2012 年 IPTV 发展变数最大的地区。

未来央视+百视通+地方电视台模式中内容参与者的增加，会直接导致原有的内容分成收入的僧多粥少局面，影响各方收益，因此内容方更需要和运营商通力合作，共同把用户蛋糕做大，积极拓展内容增值和内容产品的拓展，形成更为丰富的可分配收入。

但无论如何，牌照运营商在 IPTV 领域中

能够走多远，最终取决于其服务意识能够有多好！

2. 电信运营商：服务品质决定竞争实力

中国的 IPTV 从诞生之日起，便伴随着诸多的质疑而成长。其中尤以 IPTV 的质量、清晰度、激活率等等一系列为焦点。如今历经这么多年的发展，IPTV 无论是从内容还是质量方面已经有了较大的提高，虽离完美甚远，却也较好的呈现了其自身的优势，开始逐步为用户所接受。

尤其随着 2011 年，中国电信开始启动“光网城市”以来，国内的宽带提速明显，这便为 IPTV 的发展提供了良好的基础保障。2012 年，工信部更是提出了宽带中国的战略，这将进一步的促进国内 IPTV 业务的进一步升级。高清 IPTV 时代将逐步来临，但同时，提速降价的背后必然是产业价值、产品价值的提升，这便对电信运营商提出了更高的服务要求。

中国电信

中国电信作为国内 IPTV 的主导力量，2011 年用户突破 1200 万，其用户规模占据国内用户总数的 90% 左右，其中江苏、浙江、广东、上海、福建五省市用户均突破百万，随着

2012 年试点城市的全面开花，电信 IPTV 业务将得到更大的发展助力，而如此庞大的用户规模不仅为其后续增长提供了更多的便利条件，也促使电信在发展中不断完善自身的服务体系。



2012 年，流媒体网预测中国电信的 IPTV 用户将在 2100 万左右，其中高清用户的比例将呈不断上升态势。由此所带来的服务要求也会越来越多，我们认为主要将呈现在以下几个方面：

1) 精品网络需要精品服务

在 IPTV 的发展历程上，来自于视频质量、稳定性等的质疑是最多的，尤其在网络条件尚不能完全满足要求的发展初期。因此，电信运营商为了保证用户 QoS 体验，纷纷在原有的网络基础上搭建了专用于保障高质量业务服务的精品网络平面，以期与原有互联网业务的流量进行区分，最大限度的保障以 IPTV 为代表的业务传输可靠性，能尽可能的提高用户的观看体验。

但由于传统的电信维护体制注重骨干网络，对于用户端的应用感受关注较少。这也就导致在实际的运营中，在服务质量上依旧存在着操作缓慢、画面延时或停顿等各种问题，然

流媒体网 www.lmtw.com 制作

而现有传统的维护监测体系对于全局服务质量的监控无法感知单一用户的业务服务感受。因此，随着用户规模的提升，运营商需要更多考虑延伸到末端用户侧的业务感知。从原来以网络指标为依据的衡量标准 QoS 转变为以体验为依据的业务服务标准 QES。从而形成在网络服务上的优势。同时随着未来接入宽带的不断提速，用户家庭可达带宽越来越高的情况下，原有的接入端“捉襟见肘”的带宽局限将逐步解决。随之而来的是高清、3D、视频互动等诸多对于带宽需求更强烈的服务提供，这也将对用户业务感知的及时获取提出更严格的要求。

我们认为无论从投资角度还是服务角度出发，要提升现有 IPTV 价值，就必须从服务上更下功夫，结合上面所提到的以体验为依据的服务标准，通过技术手段，及时分析、处理用户在使用中的问题，关注用户业务感知，打造一个真正的精品网络，提供更加高效的精品

服务。成为产业发展的价值基石。

(注：QoS：服务质量 (Quality of service)，最初被 ITU-T 定义为“决定用户满意程度的服务性能综合效果”，但在目前业界普遍对 QoS 的理解是从技术的角度，特别是从网络层面上进行业务管理，为不同的业务和用户提供不同的服务质量。QoE：用户体验质量 (Quality of Experience)，和传统的 QoS 不同，QoE 是与具体业务相关联，从用户的角度对运营商提供的业务的主观感知。)

2) 服务营销撬动沉默用户

电信运营商发展新业务的优势在于其现有的全业务之间的协同带动作用，尤其是将 IPTV 和宽带、手机资源的捆绑套餐形式，可以在短时期内迅速积累起用户规模。但在这过

程中，也同样存在着一定量的沉默用户。而如何激活这部分用户一直是困扰各地方电信的难题之一。

所谓沉默用户，即指通过参加电信套餐活动，领取了 IPTV 终端盒子，但放在家中一直没有安装或者安装后没有使用的群体。这其中有很多原因导致，有因为嫌麻烦不安装的，有因为家里有了其他替代产品不需安装的，也有因为不了解 IPTV 而觉得没有必要安装的，还是因为看电视上而疏于使用的。因此在 IPTV 发展中二次营销的作用很关键。

以上海为例，在 IPTV 业务发展初期，用户的开机率极其低，但随着后续启动了开机 8 次免使用费的二次营销后，开机率明显提升。而开机率的增长，不仅仅只是形象作用，更是因为只有用户参与使用，才有可能引导用户进行相关的业务消费，譬如 PPV，譬如卡拉 OK，从而带来 IPTV 的相关价值增长。

因此在 2012 年，地方运营商在注重用户

规模的发展同时，一定要关注沉默用户的挖掘方式，譬如套餐的激励，宣传的覆盖，业务的带动等等，还可以借助多屏的优势，以短信等手段，通过信息有效传递等方式来引导用户，借助业务创新的方式，实现大小屏之间的订阅、推送，提醒等服务，来便利用户，满足用户，吸引用户。从而达到激活用户，形成有效用户的最终目的。

中国联通

2011 年的中国联通，依旧保持了雷声大雨点小的顽疾。尤其在 IPTV 方面，从年初轰轰烈烈的招标，定标准，集采测试到后续的偃旗息鼓，从 10 年的十个试点地区到 11 年中的北方十省平台招标，最后都陷于无声无息中。这其中，有联通内部人员不断调整的问题，也有联通过于讲政治的原因，但始终无法对 IPTV 形成明确的发展规划是其最根本的原因。即使年初有和华数规划了以互联网电视之名行 IPTV 之实，但最后不了了之。

随着电信运营商在 IPTV 上越走越快，越走越远，联通已很难迎头赶上，而且平台设备大投入的回收，用户规模积累所带来的收益都需要时间来铺垫。但唯一有优势的是，在联通的发展过程中，可以充分借鉴中国电信 IPTV 发展的经验和业务的继承，可以少走很多弯路。2012 年，国内三网融合试点的全面铺开，将促使联通不能再首鼠两端，会加速联通在 IPTV 方面的进程。

如果说 2012 年，国内 IPTV 的增量规模超出预期的话，那么这个最大的变数在于联通的发展步伐。

小结：

随着互动媒体的发展，无论是 IPTV 还是互联网电视、互动电视，彼此之间的业务将越来越同质化。而彼此业务之间的最大的根本性的差异就在于服务！在于能否真正树立服务于用户和市场的全市场化发展理念，全力走进市场

三、服务创新产生价值

影响 IPTV 发展的两大至关重要的因素：一是用户规模总量；二是产品与服务的品质。

1. 内容创新，价值挖掘

当 IPTV 借助套餐捆绑的形式，迅速形成用户规模后。必须要考虑如何做大作强产品价值，其中尤以视频内容为重中之重。可考虑在现有基础包基础上探索收费包创新服务。

在中国，受历史原因所限，传统电视一直属于低价值产业，积重难返。但随着新媒体产业技术和产品的革新，为电视产业完成自身的价值蜕变提供了一个契机。

在 IPTV 产业发展初期，由于要在激烈的竞争环境下开拓市场，电信运营商不得不采取和宽带业务捆绑的补贴性套餐，来进行 IPTV 业务的扩张。就收益本身而言，对于电信更多在于来自对宽带业务的拉动而非 IPTV 业务本身收入。尤其是其中的视频内容，还是遵循了传统的电视的免费提供方式。

但 IPTV 作为新兴的视听媒体形态，尤其是融汇了时移、回看、点播等服务手段，在内容丰富多元化下，更有高清、3D 等精品化内容形态的出现，其实是可以考虑在内容上进行价值挖掘。从而尝试打破原有的免费午餐形态。

从视频内容收费来看，做的最好的是华数，借助互动电视的发展，在传统收视服务的基础上叠加点播内容服务包，将人均电视 ARPU 值提升到了 56 元。在 IPTV 上，以上海为例，现在的点播服务 PPV 业务也已经达到千万级的收入。因此，通过内容服务和手段的创新，提升视频收入完全是可能的。尤其是借助高清、3D 等电视形态兴起的机会，运营商通过内容组织和观看体验等服务，结合以用户为本的强大互动服务，形成电视付费领域的逐步渗透。

从整个视频市场来看，在目前电视产业收入较低的情况下，无论是电信 IPTV 还是广电

互动电视，双方在市场竞争的同时，均面临着拓展收入来源的需求。因此完全可能在内容方面协同作战，在为用户提供更为优质的服务同时，共同把内容价值和收费拉上去，从而形成良性循环。完成在电视产业价值上的共同提升。

2. 创新的形态多元化

1) IPTV 业务的下一代创新

在 IPTV 进入发展新阶段的同时，整个视听新媒体产业也正在迎来更加百花齐放的新局面，IPTV 也必须与时俱进，积极在现有资源上吸收更多的新元素，完成自身的创新提升。譬如从 IPTV 到互联网电视。

2012 年的新媒体市场，IPTV 和互联网电视将面临着同台竞技的现状。这对于运营商来说，是挑战也是机会，借助外部压力来完善自身的业务体系，提高市场竞争力。

从内容着手，在保留原有 IPTV 基本内容服务的基础上，增加互联网内容，构建多元化

的内容体系，甚至可以借用互联网电视的市场宣传影响力，移花接木用于新一代 IPTV 的包装和推广。在内容收益上，实施存量不变，增量分成的方式，充分考虑原有和新增内容合作伙伴的利益，同时也借此探索付费内容的发展。

我们认为，在通信运营商发展角度，不应该把 IPTV 和互联网电视看成两个独立、对立的产品体系，去分别投入力量，而是应该考虑 IPTV 与互联网电视两者间前后继承的传承性。在保留 IPTV 这几年所积累的品牌价值的基础上，增加 IPTV 的互联网属性，把互联网电视看成是 IPTV 的下一代业务方向，积极尝试两者融合的策略；将普遍服务与精品服务相结合。从而挖掘迎合用户需求所带来的价值潜力。（具体参加《从运营商角度看互联网电视》一文）

2) IPTV 产品的下一代创新

当 IPTV 进入规模发展期后，如何在用户

群体中有效的沉淀出高端用户，并通过服务形成用户高消费的回报显得极为重要。

个人觉得要划分用户群体，突破点可优先考虑终端产品。在消费能力上予以体现差异化。

目前的 IPTV 终端由于运营商赠送的需要，过于注重价格，因此在产品性能上很弱，并由此给大众形成了低价值的印象，这不利于吸引用户进行高消费。但如果对终端产品进行相关的性能改进，譬如推出直接以 wifi 功能，只带 HDMI 插口，配备 Android 系统、外观更像消费电子产品的高端机顶盒，直接进入市场，为用户提供适当的补贴，但主要以自购为主。同时在服务提供上拉开与普通用户的差异，以精品服务，精品内容来培养精品用户群体。

IPTV 未来的终端产品一定要形成分档，低端产品以视频播放为主，面向 80% 的用户，依托规模效应。高端产品通过产品本身的强功能，在突出视频之外配备相应的体感游戏等等

新业务功能，形成对用户价值挖掘。而且高端产品可以通过业务套餐补贴加直接销售的方式，也逐步尝试把终端产品入市，减少成本压力。

3) IPTV 收入的下一步创新

在视听新媒体领域内，IPTV 作为第一个清晰的商业模式，被整个产业链认可和市场接受，并有相对明确的盈利模式。但探索如何在现有规模基础上继续提高收入是永恒的目标，除了提高内容品质，增加前向竞争力外，还必须要后向服务等方面提高收入点，必须抓住交互的特性，不要依旧只是停留在传统广电数字电视的服务概念里，需要结合现有行业特色进行收入创新探索。

譬如对于广告形态，不要再以现有的损害用户体验为代价，以时间为衡量标准的广告方式，而是需要多创造新的广告形态，通过技术手段，拓展广告新液态，提升定向广告和关联广告的价值，以提高广告的单篇价值为目的。

从目前国家广电总局所颁布的一系列“限广告”来看，这将对传统广告迁徙到互动平台，可寻址广告的推进起到无形的帮助。

IPTV 用户的增多，为研究 IPTV 用户的行为提供了庞大的分析基础，而通过对用户的观视行为进行专业分析和总结，将对产业的发展和模式打造起到巨大的指导作用，对于业务厂家、广告主参与 IPTV 业务起到重要的参考作用。最终达到提升产业价值，促进 IPTV 业务收入增长的新目的。

小结：

创新推动产业，服务衡量价值。在新产业新环境下的 IPTV 不能固步自封，而是需要在新机遇和挑战下结合现有优势，进一步提升自己的服务能力和价值。IPTV 融合互联网是必然趋势，但不代表重起炉灶。而是借助外部压力来改善自己的服务品质，形成更好更新的下一代 IPTV 业务。

总结：服务为本

2012 年，是雅玛历新纪元的开始，对 IPTV 来说，也正在进入一个规模基础之上的新阶段的开始，未来发展的道路还很漫长。而无论是内容为王，还是体验为王，终究还是要得到用户的最终认可，服务为本！以服务来赢取更多的市场份额！

2012 年，服务将贯穿于 IPTV 发展的整个阶段，并由此创新、延展，期待走得更远！

后记：忆昔午桥桥上饮。

在 2012 年除夕前，终于完成了这篇文章，可能由于文中有不少观点在之前的一些文章中有所涉及，因此此间，便不想再赘述，结果反观，便有了些虎头蛇尾的遗憾。

细细一盘算，从 2004 年接触 IPTV 至今，居然已经有 8 年之久。经历着圈里圈外的不同角色更换，却一直在见证着她的成长。从低谷到如今的规模，似乎 IPTV 是已经熬出头了。但细细一思量，如今的 IPTV 所面临的产业环境却也非昔日仅有数字电视可比，不管是互联网电视还是互动电视、网络视频，都在分化着整个用户群体，产业形势反而更加的激烈。站在千万规模基础上的 IPTV，虽然取得了一些成就，但依然面临着更严峻竞争的危机，因此，2012 年，服务意识上差异化正在并将继续影响各自的成长轨迹。因此如果产业各方不能在思维、业务上进行更多创新，真正把服务视为重中之重，深挖产业价值。那么一个有量无质的产业在日新月异的新时代将面临着不进则退的结局。

突然想起陈与义的临江仙“忆昔午桥桥上饮，坐中多是豪英，长沟流月去无声。”

突然想起那些曾经在 IPTV 产业奋斗过的朋友们。

杏花疏影里，吹笛到天明。

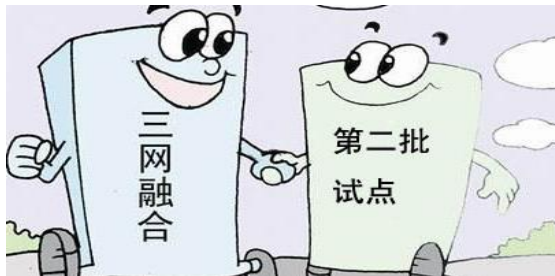
热点关注

三网融合

三网融合第二批试点城市进展情况集结

文 / 李楠

2011 年 12 月 30 日，国务院印发了《关于三网融合第二阶段试点地区（城市）名单的通知》，天津、重庆、宁波等城市以及 22 个省会城市以及其他 17 个城市进入该名单。加上首批试点城市 12 个，共有 54 个城市进行三网融合试点，涵盖了国内大部分经济发达的城市。这标志着三网融合进入规模试点阶段，由之前的重点试验转向全面覆盖。第二阶段试点地区(城市)的大扩容，再次表明了国家推进三网融合的决心。流媒体网整理了三网融合第二批试点城市的相关情况，以供业界参考。



天津

广电方面：天津广播电视网络有限公司(下称“网络公司”)目前拥有有线电视用户 275 万，总资产 22 亿元，2005 年，网络公司完成全市广电网络整合，实现“一城一网”；2008 年，完成全市数字电视整体转换；2011 年，以下一代广播电视网络（NGB）为标准，加快广播电视网络双向化升级改造，已完成 200 万

户，实现本市城区光纤覆盖。

天津广电已通过有线电视网络传输了中央电视台、天津电视台以及湖南、江苏等地方卫视以及专业高清频道 18 套高清节目。今年元旦，网络公司还开播了中国 3D 电视试验频道，只需要配置一台高清机顶盒，无需增加任何费用，就可以在家中欣赏到画面清晰、色彩鲜艳、身临其境的高清和 3D 电视节目。

天津广电已经推出了电视游戏、电视杂志、卡拉 OK、音乐欣赏、便民服务等新的业务和服务，正在开发并逐步推出政务信息、便民信息、社区电视、电视银行、电视商城、电视彩票、电视挂号等新业务。

按照三网融合试点城市的要求,天津广电正在积极开发 IP 电话业务平台,不仅可以实现通过机顶盒打电话的功能,而且可以通过电视机屏幕实现视频通话。

电信方面:“IPTV 作为天津三网融合初期工作的成果,目前已经在全部光纤网络覆盖的小区内推行了。”天津联通相关工作人员表示,IPTV 是天津联通与天津广电合作推出的交互网络视频业务,也是天津三网融合的示范性项目之一。

该项目是基于光纤宽带业务的互联网增值服务,其采用“电视+IPTV 机顶盒”的方式,使光纤宽带用户可以通过互联网,利用电视这一终端接收到包括央视 15 套、天津电视台 9 套直播电视节目在内的 63 套直播电视节目,以及长达 5000 小时的点播节目。

据介绍,天津推广的 IPTV 业务最大的亮点便是可以实现电视节目的“定制”收看,目前其主要包括两大特殊功能:其一是时移电

视,即用户在观看节目时可以随时按暂停或后退、快进键,最多可后退观看两小时前的直播节目内容;其二是电视回看,用户可选择回看 72 小时前的电视节目内容。

2011 年 10 月,天津市政府与中国移动通信集团公司于去年 10 月份签订了《无线城市建设合作框架协议》,中国移动将投资 100 亿元,推进天津市无线城市基础设施建设和惠民应用研发。预计在 2014 年前,天津将建成支持 1000 万用户容量的无线城市平台。目前,天津移动无线城市信息门户平台建设已经完成并正式上线,已具备支持注册用户 300 万、活跃用户 50 万的能力。

相关动态:

2011 年 5 月 21 日,天津市南开区学湖里社区开通启用 IPTV 业务,市民借助光纤网络平台便可以观看“定制”的电视节目。

2011 年 8 月,天津共有 6 个电子信息技

术产业振兴和技术改造项目,获得 2011 年第一批中央预算内投资 3500 万元,进一步加快天津电子信息产业产品结构的调整升级,促进“三网融合”工程建设。

2011 年 9 月,天津市电力公司电力光纤到户建设方案通过国家电网公司审核。今年起将全面推进电力光纤入户,预计 2012 年底,将有 4000 多户居民能够享受到电力光纤到户带来的智能便捷服务。用三年时间,基本完成 200 万户光纤到户工程,实现城区和城镇化地区全覆盖。

重庆

广电方面:2011 年 11 月 15 日,重庆有线与保利合建的首个信息化示范小区接受了重庆市政府相关部门的验收,这一项目也是由市政府主导的“数字重庆”计划中的组成部分。示范小区是以重庆有线高清互动机顶盒为核心,依托“电视+宽带”的多网融合技术优势,将物业服务、小区信息化服务、小区安防集成平台级产品,为业主提供便捷的信息互动应

用,使开发商、物业公司实现快捷高效的服务与管理。目前重庆排名前 20 的小区楼盘,重庆有线都在积极接洽。

电信方面:“以互联网电视机顶盒为核心的信息化小区目前已经有渝中重庆天地、江北长安麒麟公馆、渝北新科国际广场等示范点,目前在建的还有 10 多个,覆盖主城 6 区。预计到年底,电信信息化小区将达到 40—50 个,用户达到 3 万人,规模远超其他对手。”重庆电信公众客户部张福生介绍。据悉,目前互联网电视一年的基本包套餐资费仅 298 元,另外针对新用户的互联网电视视听宽带套餐,2M 的宽带+固话+互联网电视,每月的费用也才 128 元,竞争力十足。

相关动态:

2011 年 3 月,重庆市经信委召集重庆四联微电子有限公司、重庆电信规划设计院有限公司、重庆有线电视网络有限公司的相关负责人参加三网融合工程中心筹建工作会。

2011 年 5 月,重庆首家上千户三网融合智能小区通过国家电网公司验收,成为国家电网公司系统内第一个通过验收的、也是目前国内规模最大的智能用电小区。

2011 年 6 月 17 日,重庆有线电视网络有限公司与重庆长城宽带网络服务有限公司签署战略合作协议。双方将在网络资源、业务资源、渠道资源和品牌资源上建立战略合作伙伴关系。本次合作是继重庆有线与重庆移动合作后的又一次本地运营商间的战略合作,也表明重庆有线正以一种积极的姿态成为三网融合的主力军。

2011 年 12 月 6 日,重庆有线电视网络有限公司、中国电信股份有限公司重庆分公司和公众城市一卡通有限公司共同启动了“‘有翼通’三网融合惠民项目”。通过“有翼通”,老百姓的生活、工作、娱乐、休闲方式将会突破有线的束缚,在“有线”与“无线”间轻松转换,无论电子消费、商务办公,还是帐单缴费

都会在电视、手机、电脑上轻轻的点触中解决。

浙江-宁波

目前,宁波市 3G 无线宽带网络已覆盖城区,中心城区(六个区)居民已基本完成光纤改造,其中 48%实现光纤到楼,52%实现光纤到家庭。商务楼宇、学校、专业市场光纤到达率达到 100%。有线电视网络已基本完成数字化、双向化改造,全市下一代广播电视逐步普及。宁波市三网融合的试点企业:宁波电信、宁波移动、宁波联通、宁波数字电视有限公司(宁波广电网络股份有限公司)。

广电方面:目前,宁波已经全面启动广电网络运营机构转企改制,并逐步收购整合县市区广电企业,成立了宁波广电网络股份有限公司,并以“全市一网”的格局,与省华数广电网络股份有限公司进行整合。

宁波数字电视公司与中国移动集团浙江有限公司宁波分公司合作,达成了宽带接入合作项目。

电信方面：目前，宁波移动推出了 CMMB(中国移动多媒体广播)手机电视业务，这是国务院确定三网融合新政策后第一个正式商用的融合性应用。目前宁波手机视频月均付费使用用户已有 10 多万。

宁波联通推出“3G 无双”本地视频内容，用户可以通过移动互联网方便快捷地观看手机电视。

相关动态：

2011 年 4 月，中国电信集团将投入 40 亿元进行浙江宁波的基础设施建设，全面推出并启动“星云计划”，加快建设宽带、泛在、融合、安全的信息网络基础设施，推动新一代移动通信、下一代互联网核心设备和智能终端的研发及产业化，加快推进三网融合，促进物联网、云计算的示范应用。中国电信集团公司投入 40 亿元，支撑宁波加快推进光纤网、下一代互联网和移动通信网络的建设，实现无线宽带高速数据网络全地区覆盖。

河北-石家庄

广电方面：截至 2011 年年底，继河北广电网络集团唐山有限公司(市行政网)与省广电网信号接轨，完成全网有线电视用户数字化转换后，市区五家有线电视企业网中供电、唐钢、电厂、铁通四家企业网先后实现与市行政网整合。目前，河北广电网络集团唐山有限公司数字电视用户终端总量已突破 27 万，其中高清、双向用户累计达到 3 万，用户覆盖路南、路北、高新等全市各个区域。全市 70%以上家庭已同步实现了数字化收视、专业频道接收和高清节目接收，享受全省统一标准的有线数字电视服务，下步还将共同享受到双向、互动、点播等众多有线数字电视增值服务功能。

电信方面：2011 年 11 月 17 日，河北移动公司与河北长城传媒有限公司(长城网)战略合作签约协议在石家庄举行，此次合作旨在实现互联网与电信网的有机融合，共同推进我省“三网融合”进程。此次战略合作，长城网携

手客户总数达全省总人口的四分之一的河北移动公司，实现互联网与电信网的“强强联合”。双方将在内容合作、技术支持与业务推广等方面开展多项合作，特别是将在移动增值业务方面实现深度合作，达到互惠双赢。

2011 年 11 月 25 日，中国移动通信集团公司与河北省人民政府签订了共建“无线城市群”战略合作协议。根据协议，“十二五”期间，中国移动将投入 306 亿元，加大对河北“无线城市群”基础网络建设、应用开发推广等领域的建设力度，着力打造政府可管理、产业可增值、群众可感知的“智慧河北”，进一步提高河北信息化建设和应用水平，提升河北省城市综合竞争力。

相关动态：

2011 年 10 月前，河北首批 320 家智慧社区便利店亮相部分居民小区。智慧社区便利店属于石家庄智慧城市暨政商社区服务网点项目。智慧社区便利店在三网融合(视频、语音、

数据)信息平台下,运用电子商务与实体网点相结合模式为市民提供智能化购物服务。

山西-太原

广电方面:2011 年 4 月 25 日,山西广电信息网络(集团)有限公司、山西演艺(集团)有限公司、山西日报传媒(集团)有限公司、山西广播电视传媒(集团)有限公司、山西影视(集团)有限公司,五大产业集团同时挂牌成立。

2011 年 5 月 23 日,山西省召开电视电话会议,部署山西省文化改革发展工作,要求各地要力争在 10 月底前全面完成“四个基本”任务,包括:基本完成国有经营性骨干文化单位转企改制任务,基本完成建设一批国有骨干文化企业任务,基本完成有线电视网络整合任务,基本完成文化市场综合执法改革任务。

2011 年 12 月 11 日,山西省下一代广播电视网规划和总体技术方案专家论证会在太原召开。山西广电信息网络(集团)有限公司

董事长李海渊指出,目前,山西省共有市、县、企事业单位广播电视有线网络 170 多张,网络总里程 3 万多公里,有线电视用户 580 多万户,全省网络总资产约 60 亿元。

电信方面:2011 年 9 月,山西省政府与中国联通在太原签署战略合作协议,根据协议,“十二五”期间,中国联通将在山西省投资 150 亿元,把山西省作为网络建设、技术创新、业务发展、应用推广的重点省份,进一步提升光纤网络与无线网络的覆盖广度和深度,为山西提供普遍高速宽带以至超高速宽带服务;以 IPTV 为切入点,优化网络资源配置,开发增值业务,密切与地方有关部门合作,共同推进山西三网融合进程等。

2011 年 9 月 23 日,山西省政府与中国联通战略合作协议签字仪式在太原举行。根据山西省“三网融合”“十二五”发展规划,中国联通山西分公司与山西省经信委、山西省广播电视台签署了推进“三网融合”业务合作框架

协议,发挥政府、电信企业、广电企业的职能优势,加快推进山西省“三网融合”步伐。中国联通山西分公司还分别与山西省环保厅、山西省煤炭厅签署了战略合作协议。

2011 年 10 月 24 日,由山西广播电视台和中国联通山西分公司共同举办的山西广电联通 IPTV 运营推进协调会在太原召开。会议就 IPTV 互动电视开播前的各项关键性工作进行了研讨和部署。

2011 年 11 月 11 日,山西广播电视台与中国联通山西分公司战略合作协议签字暨新媒体业务合作启动仪式举行。山西广播电视台按照国家三网融合政策的要求,通过整合资源,搭建平台,积极探索新媒体集群建设的发展路径,形成了网络广播电视、IPTV、数字电视、移动多媒体广播电视等新媒体新业态。

2011 年 12 月 14 日,由中国移动山西公司主办的“为民服务创先争优记者行”活动在太原启动,“无线山西”是由中国移动山西公

司全力打造的“移动互联网+物联网”集中应用和展示的综合信息平台，主要应用在政务、公共事业、交通、医疗、教育、就业、金融、旅游、生活服务、消费购物十大方面。

相关动态：

山西广电信息网络集团“十二五”发展规划：2012 年开始，全省下一代广播电视网全面建设，全省数字电视用户数达到 700 万户，广播电视网用户双向宽带改造到达 100 万户，并在全省全面推广三网融合的全业务。2015 年全面完成全省城乡广播电视数字化，全省广播电视用户全部实现双向宽带全业务功能，应用三网融合全业务的高端用户达到 100 万户。

内蒙古自治区-呼和浩特

广电方面：内蒙古广电网络公司成立之初就开始建设全区有线电视光缆干线网络，历时 5 年建成了贯通全区的广电光缆干线网，该线路采用环网设计，总长 13200 公里，覆盖全区 101 个旗（县、区），是目前全国最长的省级流媒体网 www.lmtw.com 制作

有线电视光缆干线网络。2008 年底全区已整合有线电视网络基本完成数字化转换，截至目前全区数字电视用户已达 240 万，实现了有线电视数字电视的五个统一。按照规划，内蒙古广电网络公司将加大双向网络改造力度，有计划、有步骤地对城域网进行双向改造，争取在 2012 年全面完成。

电信方面：2011 年 11 月 7 日，内蒙古自治区人民政府与中国移动在呼和浩特市签署《关于推进内蒙古信息网络基础设施建设暨共建无线城市合作协议》，双方将本着“优势互补、互利共赢、共同发展”的原则，在中国移动通信集团（呼和浩特）数据中心建设、TD-SCDMA、无线城市建设等信息网络基础设施建设方面进行全面深度合作。同日，中国移动通信集团（呼和浩特）数据中心项目正式启动。

相关动态：

内蒙古十二五规划：“三网融合”推进工

程要加快有线电视网络建设和整合。全面实施内蒙古数字电视整体转换工程，扩大广电网络覆盖范围。全面推进内蒙古有线电视双向化升级改造，优化网络资源配置，提高网络业务承载能力和对综合业务的支持能力。按照国家推进“三网融合”方案和部署，在内蒙古实施分区域、分阶段的试点。在呼包鄂地区先行试点，逐步在全区范围推开。

吉林-长春

广电方面：2011 年 6 月，吉视传媒依托高清交互式现代媒体综合服务平台，精心打造的新业务“互动吉林”开通。用户在收看 65 套基本电视节目、45 套付费电视节目和 12 套立体声广播节目的基础上，还能点播上万小时标清节目和上千小时高清节目、收看 3D 电影，并可进行唱片点播、音乐壁画、家庭相册、卡拉 OK 等娱乐功能；不出户进行彩票、股票交易，实现缴费、购物等众多功能。此外，“互动吉林”还使电视承载起通讯功能，用户可运

用机顶盒外置的摄像头和电话机，和朋友、家人进行视频通讯；而新开发的“电视甩信”功能，则可以让用户在收看电视节目的时候通过“甩”这个动作，将电视播放的节目随时转移到手机上播放，也可以将视频、游戏、图片、电子书等信息截取下来，通过彩信与好友分享。

自 2003 年以来，吉视传媒积极整合全省广电网络，有线电视用户数量从网络整合前的不足 300 万户，增加到现在的 400 万户；拥有国家光缆干线网络 400 公里，省级光缆干线网 5000 公里，城域网支干线 65000 公里，建成覆盖全省 51 个市（州）、县（市、区）的智能光网络，率先在东北地区实现“全省一张网”。

电信方面：2011 年 11 月，吉林移动长春分公司联手社区在东北三省建立了首家数字化“无线社区”，为进一步服务民生，吉林移动长春分公司为街道设计了具备先进性、稳定性的“幸福东站”社区平台，实现了真正意义流媒体网 www.lmtw.com 制作

上的数字化“无线社区”。

长春联通将于 2012 年全面启动“光速长春”项目。未来五年，长春联通针对“光速长春”项目整体投资将达 51.8 亿元。2012 年底，城市及县域城区宽带用户 20M 覆盖率达到 100%。2013 年底，对所有家庭客户均可提供 100M 接入，光纤入户覆盖达到 90%。“十二五”末，按照目前全网普及的 2M 接入速率，家庭用户带宽最高可跃升 50 倍。农村地区到 2013 年，行政村光纤覆盖率达到 100%，实现村村通宽带，接入带宽达到 20M 以上。

相关动态：

2011 年 11 月，长春“三网融合”智能小区试点样板间竣工使用，这也是东北地区第一个高端智能小区。作为东北首个全电力光纤到户支持“三网融合”的智能小区，看电视、上网、用电话，一个网就都能解决。住户遥控器拉窗帘，对讲机就能查水电费，把程序编辑到手机里，下班前用手机就可以遥控家里的热水

器烧好洗澡水。

辽宁-沈阳

2011 年 7 月，国家电网首批电力光纤到户试点小区在沈阳开建，标志着国网的电力光纤到户试点工程建设全面启动。所谓电力光纤，就是把光纤组合在电力电缆中，同时具有电力传输和光纤通信功能。这个技术并不复杂，却将轻易改变“三网融合”的大格局。

安徽-合肥

合肥有线电视网自 93 年始建，现已覆盖合肥市近 40 万户家庭。透过光纤同轴电缆混合网络（HFC），合肥有线电视网正在向超过 30 万户家庭提供 24 小时不间断的有线电视服务。此外，合肥有线正积极兴建具有双向性、可高速传输数据、语音及视频的有线电视综合业务（有线宽带）网络，以便为合肥地区的家庭及企业提供高速而经济的宽带互联网接入服务及其它数据服务，目前拥有市区唯一 100% 入户的宽带网络，拥有现代化的电信级

机房。

福建-福州

福建省通信管理局局长杨锦炎表示,福建管局将自我加压,继续履行职责,落实属地化管理,推动厦门市、福州市三网融合试点工作,以三网融合带动文化产业繁荣发展。同时,将进一步促进手机报等新业务发展,加快发展手机电视、网络电视、动漫游戏等新兴文化产业,支持中国电信、中国移动手机动漫基地做大做强,促进信息通信技术在文化建设等社会公共服务领域的应用。

江西-南昌

2011 年 5 月,南昌市发改委编制了《南昌市创建国家电子商务示范城市实施方案(征求意见稿)》。意见稿指出,“十二五”期间,南昌市将推进电信网、互联网、广播电视网“三网融合”,至 2015 年,市区移动电话普及率 85%,基本建成覆盖全市的 3G 移动通信网络;建成完善的宽带 IP 承载网,家庭宽带普及率

超过 60%;互联网人口普及率达到 65%,南昌每百户拥有计算机 70 台,网络、通信能力、技术水平达到全国发达地区水平。预计到 2015 年南昌中心城区将初步实现三网融合。

2012 年 1 月 11 日,江西省通信工作会议召开。会议决定,2012 年,全省通信行业将大力推进以鄱阳湖生态经济区信息通信工程为重点的信息通信基础设施建设,进一步提高通信服务和保障水平,着力提升网络与信息安全保障能力。尤其是积极做好“三网融合”试点工作,充分利用现有的信息基础设施,提升网络综合优势,发展手机电视、IPTV、互联网视频、互联网宽带接入业务等“三网融合”相关业务,加强“三网融合”技术和应用创新,带动产业链的延伸。

目前南昌广电网络已制定了“三网融合”试点实施方案,将逐步开展三网融合全业务运营。三网融合后,广电网络将向市民提供音视频类、信息类、娱乐类、应用类及消息类五大

服务。

山东-济南

济南市早在 2010 年开始启动有线数字电视整转工作。山东广电网络公司及 17 市分公司也已正式挂牌成立,山东已建立起统一规划、统一建设、统一管理、统一运营的广电网络垂直管理体制。

由山东泰信电子有限公司、海尔、海信和日本富士通合作组建的国内首个三网融合联合实验室也已落户济南高新区齐鲁软件园,该公司正在研制的能实现三网融合的一体电视机预计将在今年国庆节前进入量产。

2011 年 6 月,济南市工业和信息化“十二五”发展规划出台,十二五期间,济南市不仅将重点培植汽车等八大过千亿元产业;城区无线宽带网络信号覆盖率也将达 100%,80%以上的公共场所、政府、企事业单位可无线上网。到 2015 年,济南力争培育 20 家收入过百亿元工业企业,其中浪潮集团达到 1000 亿元,

重汽集团达到 2000 亿元。

同时,十二五期间,加快第三代移动通信网、新一代互联网、新一代宽带无线通信网建设,深入推进“无线城市”建设应用,扩大农村地区信息网络覆盖范围,加快推进有线电视网络向下一代广播电视网升级,实现通信网、数字电视网和互联网的“三网融合”。城区无线宽带网络信号覆盖率达 100%, 80%以上的公共场所、政府、企事业单位可无线上网。

河南-郑州

2011 年 8 月,河南省通信管理局召开专题会议,学习传达工业和信息化部关于推进三网融合的工作要求,研究部署推进三网融合有关工作。

2011 年 11 月 24 日,河南省广播电影电视局与中国移动通信集团河南有限公司举行战略合作框架协议签约仪式,双方将在信息化应用、手机业务、互联网业务以及手机网络电视台等方面展开深度合作。双方合作重点是加

强移动多媒体广播电视(CMMB)、河南手机电视(流媒体)、《手机今报》以及手机 WAP 网站等手机业务的合作;以全省有线电视数字化整体转换为契机,开展视频付费点播业务、网络技术平台互联互通及业务融合、网络电视台等互联网业务的深度合作,共同打造融合网络特色与电视特色于一体的多终端公共服务平台。

2012 年 1 月 9 日,郑州移动与郑东新区签署“无线东区”战略合作框架协议。签订协议后,郑州移动将携手郑东新区在多个领域开展深度合作,全面推进郑东新区城市信息化进程,力争在 2013 年底前,建成具有国际化先进水平的“无线东区”城市框架。

据了解,郑州市下一步将积极推进、全面完成好有线电视网的双向传输改造,建设市级 IPTV 崭新技术、手机电视等数字内容的播控平台。同时,积极推进电信运营商、广电运营部门、系统集成商和电子产品制造商在标准方

面的联合协作,在高新区、经开区等开展好相关试点建设,大力推进“三网融合”的自主创新技术研发和产业化方面取得突破性进展。

广东省: 佛山、云浮、广州

2011 年 1 月 20 日,电话网、电视网和互联网实现互联互通的数字家庭平台在佛山首次亮相。作为佛山首个三网融合示范区,南海区计划到 2012 年年底,使得数字家庭服务全面进入商业运作,并将申请建立三网融合数字家庭产业基地。

2011 年 3 月底,广东省、云浮市共建广东省战略性新兴产业基地(云浮三网融合应用示范产业)框架协议签订暨揭牌仪式在广东云浮市举行。云浮市将集中力量,集中资源,集中投入,省市联手推动三网融合应用示范产业在关键领域实现重点突破,形成具有较强竞争力的产业基地。

2011 年 6 月,广东省广播电视网络珠江数码集团有限公司挂牌成立,原来小省网在广

州市区的接入网及 100 多万用户并入珠江数码，而经过换股之后，珠江数码成为广东省网的子公司。

2011 年 12 月 2 日，广州市无线电技术服务中心完成了“广州市无线城市重点区域无线网络服务采购项目验收测试”工作，并提交该项目测评报告。29 日，由广州市政府投资，中国移动广州分公司承建的 41 个热点区域的 WIFI 网络已经完成建设，并正式向广大市民群众开放。在 WIFI 热点覆盖区域内，市民可通过手机、手提电脑、IPAD 等无线终端，享受免费无线上网服务。

2012 年 1 月 10 日，广东省通信行业工作座谈会召开，广东省副省长刘志庚提出：务实推进三网融合和珠三角通信一体化，在开展深圳三网融合试点基础上，为第二批试点和全省三网融合工作的开展提供经验。同时总结珠江通信一体化经验，加快广佛肇、深莞惠通信一体化步伐，争取早日实现珠三角地区通信一

体化。

广西壮族自治区-南宁

2011 年 7 月，自治区政府发出了《广西推进信息服务业发展工作方案》就提出，到 2015 年全区信息服务业主营业务收入突破 900 亿元，年均增长 22%，从业人员将达到 15 万人以上，在这过程中尤其要加快实现区内“三网融合”（指电信网、计算机网和有线电视网三大网络）建设。为了实现“三网”的融合，方案中提出，将加快对接工程建设。同时，加快发展“三网融合”网络增值服务，移动多媒体广播电视、网络电视、手机电视、双向数字电视、高清电视、3D 电视、电视支付等服务新业务将逐渐获得完善和拓展。

2011 年 7 月，中国移动广西公司南宁市政府签署“无线城市”应用与发展合作协议，未来 3 年内，中国移动广西公司将投入 30 亿元建设南宁“无线城市”。南宁市作为中国移动全国首批“无线城市”建设试点，中国移动

广西公司将进一步加快建设南宁市“无线城市”信息基础设施，深化智能交通、发展智慧旅游、构建数字社区、实施智能医疗、扩大安防监控等重大信息化应用。

海南-海口

2011 年 2 月，在海南省四届人大四次会议审查的《海南省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要草案》中，将“三网融合”工程列入“十二五”时期海南省重点建设的十大基础设施工程之一。据悉，“十二五”期间，海南省“三网融合”工程约完成投资 120 亿元。主要建设项目包括以下八项：一是有线电视网双向改造和全岛覆盖；二是中国电信海南通信网络建设；三是中国电信移动通信网络覆盖站点建设；四是环岛高速铁路通信网络建设；五是“中国移动无线省”网络通信工程建设，实现全省城市、乡镇 2G/3G 网络 100%覆盖，省内政府部门、星级酒店、机场、会展中心、重要交通枢纽、重点景区和工业园区、大型商业

场所、重点高校等区域全面“TD+WLAN”无线宽带覆盖；六是中国移动城市光网络通信工程；七是中国联通海南网络建设；八是中国联通五大信息中心建设。

四川-成都

2011 年 7 月 25 日，中国网络电视台、四川广播电视台、成都广播电视台以及四川省电信共同签署了成都地区 IP 电视业务合作协议，标志着四川 IPTV 新媒体业务迈入逐步规范、全面合作、互利共赢、稳步发展的坦途，这是在国家“三网融合”大环境下实现跨行业融合、共谋发展的大事，对于加快实现省委“建设西部经济发展高地”，有效推动四川省文化事业产业大繁荣，充分满足百姓日益增长的精神生活需求，有着非常重要的现实意义。

目前，多家宽带运营商正在进行“退电换光”改造，即把电缆换成光缆，以此来承载电视、电话与宽带信号，实现三网融合。今年有望把成都三环内，网络基础设施超两年以上的

小区改造完毕。年内成都网速最高可达 10M，平均网速为 4M，是目前的一倍以上。此外，也利于高清电视信号的传输，清晰度可从一般的 480P 提升到 1280P。

贵州-贵阳

2011 年 12 月 8 日，贵州省广电局和贵州省广电网络公司的“三网融合”新业务取得重大进展，高清互动电视在正式开播。据介绍，高清互动电视除了能正常收看标清电视的所有频道外，还能收看 12 套高清频道，新增了精彩节目和 25 个精品卫视频道的电视回看功能。在高清互动电视开播的同时，还重点推出了高清点播、电视剧场、经典栏目、家庭影院、综艺娱乐、凤凰专区等众多精彩内容，并将在短期内增加新闻、财经、娱乐、生活、教育、音乐、购物等全方位的资讯服务。

云南-昆明

2011 年 10 月 10 日，中国移动云南公司与云南广电网络集团双签订战略合作协议。目

前云南已明确要争取进入第二批三网融合试点名单，云南省通信管理局亦将三网融合工作作为“十二五”规划中的重点工作。

2011 年 11 月 22 日，中国电信云南公司和 TCL 集团正式签署战略合作协议，并全球首发超级智能云电视新品——智慧 iTV 高清互动电视。智慧 iTV 高清互动电视目前已拥有 106 个直播电视频道，加上 6 个免费高清频道、60 个高清免费点播节目。还为特别打造了“本地精彩”专栏，包含所有本地地方电视频道，与本地有关的丰富信息和节目等。而消费者也可通过智慧 iTV 高清互动电视，看杂志、查天气、上网等。

2012 年 1 月 11 日，云南信息港推出的“三屏”服务模式正式推出。据介绍，目前，云南信息港“三屏”已全面覆盖传统互联网平台、手机互联网平台、互联网电视平台，用户可以通过电脑、手机、电视及各种移动终端设备随时随地方便快捷地访问云南信息港，享受云南

本地最新求职、文化、娱乐、旅游、投资、便民等实用信息和特色服务。

据了解,截至 2011 年 9 月,昆明已完成了《昆明市加快推进三网融合对策研究》课题、《昆明市推进“三网融合”发展研究报告》、《昆明市无线数字城市建设规划建设方案》、《昆明市“三网融合”国家试点工作方案》、《昆明市信息化基础设施 2010~2012 发展规划》、《昆明市国民经济和社会发展信息化“十二五”专项规划》等规划和方案的编制。目前,《昆明市实施三网融合的指导意见》(初稿)已提前完成,但尚需昆明市委、市政府批准后才能实施。

2012 年 1 月 13 日,昆广网络与中国电信昆明公司签战略合作协议。昆广网络和中国电信昆明分公司的战略合作于 2011 年开始筹备,经过一年的共同努力,现已就促进昆明市信息化建设,构建和谐市场环境探索确立了适合昆明“三网融合”发展的合作模式。接下来,流媒体网 www.lmtw.com 制作

昆广网络与中国电信昆明公司将在资源、渠道、产品等多个方面展开合作,包括利用双方资源共同发展宽带业务,共同开发双向数字电视(包括移动电视等增值业务),共同开发新建小区的资源等。

西藏自治区-拉萨

2011 年 12 月,西藏电信制订并组织实施了“六五”法制宣传教育规划。规划结合“十二五”期间我区通信行业发展的目标和任务,结合行业实际,做好《电信条例》、即将出台的《电信法》及与三网融合、互联网相关法律法规、《合同法》、《反垄断法》等法律法规的学习宣传工作,努力营造企业发展良好的内外环境。

陕西-西安

2011 年,陕西省工信厅确立了西安、咸阳两个国家级两化融合试验区以及榆林、宝鸡两个省级两化融合试验区和第一批 20 户两化融合典型示范企业,带动产业结构优化升级。

信息化综合服务中心顺利建成,投入使用。“宽带陕西”建设加快,3G 网络建设、宽带网络及 IP 化改造、无线城市建设、三网融合四大工程全面实施;西安市、杨凌示范区开展三网融合试点。

截止到 2011 年 12 月,陕西广电网络网内用户已达 510 万户,其中 350 万户已转换为数字电视。城市基本实现了有线电视数字化,两万个行政村实现了有线电视村村通。同时,数据业务初具规模,已建设互联网信息点 150 万个,建设电子政务、商务行业、系统专网近千个。

甘肃-兰州

目前甘肃省广播电视网络有限责任公司正在和杭州华数数字电视传媒集团进行洽谈。由于杭州华数拥有丰富的节目源,合作一旦成功,甘肃的观众将有望坐在自家的电视前看到时代华纳、索尼等国际知名传媒集团制作的节目。据统计,东部发达地区的高清互动用户已

占到全部有线电视用户的 30%。甘肃省广播电视网络有限责任公司总经理王永生说,最晚 2012 年底,兰州大市区的观众将可享受到高清互动电视的服务,预计 2-3 年内这一服务将覆盖到甘肃省各市州。

青海-西宁

2011 年 1 月 14 日,青海省有线广播电视网络整合暨西宁市“同城同网、互联互通”启动仪式在西宁举行,青海有线广播电视网络整合迈入了实质性运作阶段。

2011 年 9 月 15 日,青海省广播电视信息网络有限公司西宁分公司成立,标志着青海省广电网络将实现全省一张网。西宁地区实现有线广电网络全面整合后,西宁市城西、城北两区以及湟中、湟源县广电网络即可同国家级广电光缆干线实现连接,结束一市两网的局面。

宁夏回族自治区-银川

2011 年 9 月 28 日,宁夏广播电视高清互动业务正式开通,此项改革标志着宁夏有线电视

进入高清互动时代,有线网络从“单向”到“双向”,从“标清”到“高清”的转变,使有线数字电视成为“三网融合”和城市现代服务业的重要支撑平台。用户可享受到高清电视节目、电视频道回看、电视商城等新的服务项目。

2011 年 11 月 15 日,宁夏回族自治区直播卫星公共服务户户通工作动员大会在银川召开。会议决定要建立健全直播卫星公共服务运营长效机制,开展符合三网融合政策的电信服务,打造农村综合信息平台,方便农民群众听广播、看电视、打电话、查信息。

新疆维吾尔自治区-乌鲁木齐

2011 年 8 月,新疆广电网络有限责任公司在乌鲁木齐举行了股改增资签约仪式,并签署了《股份制改造增资协议》。当时,新疆 80 多个县市广电网络基本实现了整合,全疆统一的数字电视信号以及各项新业务传送到了各县市,完成数字化转换的用户可以收看到 70

多套数字电视基本频道,70 多套数字电视专业付费频道和 12 套高清数字频道,有线电视业务收视用户超过 150 万户。

2011 年,中国联通新疆分公司共投入 22 亿元,用于增强移动信号覆盖质量、提升新疆行业信息化应用水平、丰富各族人民群众信息生活等方面。其中移动基站建设、网络质量提升、宽带端口扩容等占到总投资的近 70%;在 3G 网络覆盖方面,对全疆地级城市和主要景点开通了 21M 高速上网,以满足用户随时随地的移动上网需求。

2012 年 1 月 10 日,新疆维吾尔自治区 2012 年政府工作报告会召开,会议强调,2012 年将大力推进“数字城市”、“两化”融合试验区、软件园、网络与信息安全建设。加快软件和信息服务外包产业、电子商务发展,推进“天山云计划”,加快物联网运用和“三网融合”。

江苏省:扬州、泰州、南通、镇江、常州、无锡、苏州

目前,江苏有线已经提前完成整合,江苏省通信管理局和广电局都提前向电信和广电企业发放“双向进入”的许可。截至 2011 年底,全省 IPTV 业务用户数近 250 万,为全国最多;有线宽带用户数约 80 万;江苏移动和江苏联通的手机电视用户数累计超过 100 万,实现了初步融合。8 月,江苏有线“云媒体电视”在国内率先研发成功并上线,今年起将向全省推广。

扬州

扬州联通通过“三网融合”技术,有效整合和提升了联通宽带上网速度以及功能,其 3G 手机的应用功能也已多达上百种。扬州联通 3G 手机现在不仅支持电视网络的同步直播,还支持小额在线商务支付等业务。据介绍,扬州电信现有宽带网络用户超过 60 万户。

扬州,作为全省首个和全国首批十大无线宽带城市,目前扬州市已实现 IPTV(中国电信网络电视)、CMMB(中国移动多媒体广播)和流媒体网 www.lmtw.com 制作

DTTB(数字移动电视)市区全覆盖。下一步,扬州市将在国家“三网融合”政策的引导下,按照国家试点工作的要求,科学制定“三网融合”实施方案,综合现有基础和优势,加快推进家庭大屏幕电视机、电脑、智能手机三种终端的内容和信息相互关联的智能综合视听信息化系统,全面推进“三网融合”试点工作。

泰州

“十一五”期间,泰州市加大信息化基础设施建设的投入,不断推进重大信息基础设施建设,共完成信息基础设施建设 126 亿元,骨干传输光缆 8689 公里,信息化应用条件进一步加强,宽带网用户数 51.6 万户,市区宽带用户数达 11 万多户,普及率达 38%。

南通

2011 年 8 月,南通市政府与中国电信江苏公司签订“十二五”信息化战略合作协议。根据协议,市政府将大力支持江苏电信在本市范围内的运营和发展。江苏电信将加大在南通

的信息化基础网络建设、信息化应用开发与推广等方面的投资力度,城区普遍具备 20M 带宽提供能力,乡村普遍具备 12M 带宽提供能力。

2011 年 11 月,江苏电信南通分公司宣布,全市电信宽带用户突破 90 万户,同时天翼 3G 用户也达到 50 万户。明年南通电信光网接入能力将达到 80 万户,到“十二五”期末,有望在全市城乡实现光纤普遍覆盖。

镇江

2011 年 5 月,镇江市政府出台建设“光速镇江”实施意见,拟用二年时间,投资 15 亿元,实施“光速镇江”、“TD5 期网络”、“三网融合”试点示范等四大工程。到 2012 年底,城区宽带接入网络线路的光纤化率达到 90%,光纤到镇村的比例达到 100%,3G 通信网络实现 95%的镇村覆盖率,全市 100%的自然村通互联网宽带。

2011 年 9 月,镇江市政府与中国电信江

苏公司签署了“十二五”信息化战略合作框架协议。根据协议，中国电信江苏公司在“十二五”期间，将加大在镇江的信息化基础网络建设、综合平台开发与建设、信息化应用开发与推广等方面的投资力度，推进“光速城市”、“无线城市”建设，全面建成普遍覆盖的光纤宽带网络和第三代移动通信网络。

常州

2011 年 9 月，常州市政府与中国电信江苏公司举行“十二五”信息化战略合作协议签约仪式。通过双方共同努力，到“十二五”期末，常州城区普遍具备 100M 带宽提供能力，乡村普遍具备 20M 带宽提供能力；互联网宽带接入普及率达到 80%，电信宽带用户平均带宽达到 20M。

2011 年 12 月 7 日，常州市政府与中国移动江苏公司举行共建常州市无线智慧城市战略合作协议签约仪式。

无锡

2011 年 8 月 11 日，江苏省无锡市政府与中国电信江苏公司、中国移动江苏公司，联合举行了“十二五”信息化暨无线城市建设战略合作协议签约仪式，三方携手共建“数字无锡”。到 2015 年无锡市将普遍具备 50M 带宽提供能力，宽带接入普及率达 90%。

目前，无锡光纤网络已实现村村通，互联网宽带普及率达到 79% 以上。广电和电信业务领域相互进入，已建成数字电视平台，并形成面向全市提供广播式数字电视、互动数字电视、高清互动电视和增值业务的服务能力。

苏州

截至 2011 年 11 月，苏州电信光纤到户接入能力达到 80 万户，天翼 3G 用户超过 75 万。全覆盖的天翼 3G 网络和超过 2000 个 WiFi 热点，可满足用户随时随地的上网需求。

湖北省：孝感、黄冈、鄂州、黄石、咸宁、仙桃、天门、潜江

2011 年 5 月 6 日，湖北省副省长段轮一

召集省三网融合工作协调小组成员单位的负责同志，专题研究推进全省三网融合试点工作。

2011 年 6 月，湖北省中广传播睛彩富媒体资讯业务上线，使得湖北成为全国第一个开通 CMMB(手机电视)富媒体资讯业务平台的省份。当时，湖北手机电视用户近 50 万，用户量在全国排名第二。

2012 年 1 月 7 日，湖北广电局组织召开全省广播影视工作会议。会议对 2012 年全省广播影视重点工作进行了安排部署。其中包括，推进有线网络整体转换和升级换代；推进三网融合试点工作；加快台内数字化网络化进程；积极扶持移动多媒体广播电视。

湖北省通信管理局局长袁瑞青表示，作为国家级“两型”社会示范区，武汉城市圈所包含的“1(武汉)+8”个城市全部进入三网融合试点，相信能以合法之身份，带动片区三网融合相关产业链上下游的发展。

三网融合二批试点进展，不利有线网络

文/赵宇杰

事件：

三网融合第二阶段试点城市名单于 2011 年 12 月 31 日公布，总共有 42 个城市入选，与 2010 年 6 月 30 日公布的第一批 12 个试点城市名单相比，实现大幅扩容，其中亮点是新增两个试点省份（湖北、江苏）；湖北、江苏、广东是试点城市最多的 3 个省份，分别有 8 个、7 个、3 个城市入选。

点评：

一、回顾第一批三网融合试点城市发展一年半的情况看，电信在 IPTV 业务方面取得较大突破，预计截止 2011 年 IPTV 用户规模在 1,300~1,500 万左右；而广电系统内部却由于利益不一致而出现裂痕和内耗，同时有线网络在三网融合竞争中所处环境日趋严峻：裂痕主要体现在电视台和有线网络之间由原来紧密

关系逐步走向“网台分离”，内耗主要指 CNTV 和百视通作为全国 IPTV 两大牌照商在拓展市场时由于相互竞争而产生。

二、随着第二批试点城市大扩容，三网融合将进一步深入发展，随之而来的是三网融合主要参与各方之间的关系和处境会更趋微妙，上文主要提到广电系统内部博弈，下文我们还将指出广电和电信之间还将出现新的博弈关系（由于互联网电视业务发展所致）；有线电视、IPTV、互联网电视之间的竞争程度加剧，从技术发展角度看，有线电视和 IPTV 都有可能被互联网电视所替代；同时值得关注的是政策何时或通过何种方式允许网络视频进入电视端将影响视频网站价值释放，以及将对电视台和有线网络形成冲击。

1. 第二批试点城市扩大，对有线网络运营

商并非利好，有线网络运营商所处环境日趋严峻；从投资角度判断有线网络运营商价值，更多还是来自于网络整合。

有线网络运营商面临的挑战是：(1)三网融合带来渠道增多分流用户：比如 IPTV、互联网电视等。(2)网台分离：是由于电视台和有线网络运营商的盈利模式所决定；电视台靠广告盈利，盈利模式决定电视台对于 IPTV 这类渠道不会排斥，传输渠道增加会带来覆盖用户增多，有利于广告价值提升；有线网络运营商是向用户收费，有线运营商从增强用户粘性和提升用户体验角度会推出迎合用户需求的内容和功能，比如 VOD 点播其实是分流了用户和减少了用户看电视时间，而提供的时移、回放功能可以跳过电视广告、冲击了电视台的盈利模式；(3)有线网络运营商发展宽带业务竞争优势

不充分：一方面是电信运营商不断推出 4 兆、8 兆、12 兆、30 兆甚至更高带宽的上网服务，同时还推出宽带和其他服务的捆绑营销，提供提升用户体验和高性价比的产品服务；另一方面是有线在入户带宽方面有瓶颈，目前主要提供 2 兆带宽上网服务；和电信运营商相比，有线优势体现在价格上，但由于带宽出口受制于人，有线运营商发展宽带业务更多是成为电信运营商大客户，为对方打工。

2. IPTV 是 B-B-C 业务（广电 IPTV 牌照商-电信运营商-用户），仍将保持快速增长态势，对电信运营商而言是利好，从投资角度需关注的是 CNTV 和百视通未来是双方共同合作发展，还是各自独立发展。

对广电系统内部两大全国 IPTV 牌照商 CNTV 和百视通而言，究竟未来是 CNTV 与百视通两大全国 IPTV 牌照商合作共同拓展市场（避免内耗），还是继续延续第一批试点城市 CNTV 和百视通各自负责部分试点城市的分开

发展模式（第一批试点城市，百视通负责原有发展 IPTV 用户较多的上海、哈尔滨、大连和厦门 4 个试点城市，剩余包括北京、深圳、长株潭在内的 8 个城市由 CNTV 负责），存在一定的不确定性。

如果 CNTV 和百视通共同合作拓展全国 IPTV 市场，可能出现“1+1+1+1”，即“CNTV+百视通+当地电视台+当地电信运营商”模式，这种模式会使百视通拥有的 IPTV 用户规模扩大而且都是合法，长期有利于拓展包括广告、用户付费等增值业务，风险点在于短期用户 ARPU 值下降。1、CNTV 在前期各地发展 IPTV 是采取“1+1+1”合作模式：即“CNTV+当地电视台+当地电信运营商”模式，同时符合广电总局提出的 IPTV 二级播控平台发展模式（CNTV 是一级播控平台，当地电视台是二级播控平台）；2、百视通在前期各地发展 IPTV 是采取“1+1”合作模式：即“CNTV+当地电信运营商”模式，百视通模式与 CNTV 模式的区

别是绕开了当地电视台；3、如果 CNTV 与百视通未来共同合作拓展试点地区 IPTV 业务，未来形成“1+1+1+1”合作模式的可能性较大：就是“CNTV+百视通+当地电视台+当地电信运营商”模式。

3. 互联网电视是 B-C 业务（广电互联网电视牌照商-用户），从技术发展趋势看，互联网电视市场未来发展前景看好；而且由于前期广电总局颁发的 181 号文，将互联网电视机顶盒合法化，这将进一步促进互联网电视在试点地区发展，预计 2012 年将迎来发展的“元年”。

不同于 IPTV 是 B-B-C 业务（广电 IPTV 牌照商需要通过电信才能发展用户，而且发展的 IPTV 用户是归电信而非广电牌照商），互联网电视是 B-C 业务（发展的用户是归互联网电视牌照商的），互联网电视牌照商有动力发展互联网电视业务，因为发展的用户不归电信、而是属于牌照商自己。

从投资角度看，目前从事互联网电视业务

的是百视通和准备借壳上市的华数传媒(借壳 ST 嘉瑞),有 3 方面值得关注。1、互联网电视市场未来将是一个充分竞争的市场:由于全国性互联网电视牌照有 7 张,分别是 CNTV、百视通、华数、南方传媒、湖南广电、中央人民广播电台、中国国际广播电台,不像 IPTV 全国性牌照只有 2 张,因此互联网电视市场未来竞争会比较激烈,百视通、华数和 CNTV 是目前市场开拓比较积极的 3 家牌照商;2、目前困扰互联网电视行业发展的主要问题是缺乏有效的市场推广方式和盈利模式:通过互联网电视机发展由于是面向增量市场,发展缓慢;借助互联网电视机顶盒发展是瞄准存量市场,但通过何种方式将机顶盒渗透进入用户家庭是关键,是通过用户自主购买、或采取机顶盒+业务捆绑模式打包卖给用户(比如用户首次付款 2 千元购买机顶盒同时享受 2 年免费点播观看)、还是免费送终端+后续广告盈利等模式,都还不成熟、需要探索;3、互联网电视

牌照商往往又是 IPTV 牌照商,与电信运营商关系会比较微妙:在发展 IPTV 业务和电信是合作关系,而发展互联网电视时又是竞争关系;比如百视通在上海发展 IPTV 用户已经破 150 万,而百视通在 2011 年底又表示 2012 年将在上海发展高清互联网电视用户 100 万,这会使得百视通和上海电信之间的关系比较微

妙。

4. 网络视频,长期来看,将受益于三网融合。技术发展,智能电视的出现,网络视频登陆电视在技术上已经可以实现,目前障碍主要是由于政策限制。政策何时或通过何种方式允许网络视频进入电视端将影响视频网站的价值释放。



热点关注 CES 2012

由 CES2012 窥探智能电视发展趋势

文/李楠

2011 年可谓是互联网智能电视发展迅猛的一年，截至年底，中国的互联网智能电视机产品销量已经接近 1200 万。2012 年，智能电视将成为“新宠”，这从今年年初的 CES 上就可见一斑。通观 CES2012 上的智能电视产品，我们发现：Android 系统会成为智能电视的标准操作系统，其中绝大部分 Android 智能电视将会基于 ARM 技术。一部分领先的制造厂商可能会开始真正采用应用商店的业务模式，并且推出许多新的功能，比如微博、电视支付、3D 游戏、三屏交互操作等，这些功能将逐渐流行。

海信

海信借美国 CES 展抢先发布了智能激光电视，这款全球首发的激光电视突破了平板电视对传统屏幕大小的限制，在很小的室内空间就可以实现短距投放最高 80 寸甚至是更大超大高清影像；同时可无线接入互联网，以便上传、下载视频内容并实现在线观看电视直播节目。作为概念性的微型产品，该产品可以做成卧室床边的台灯，在照明的同时随时将视频投影到天花板上且影像并不失真，更可以随时带在身边，随时随地投放观看电视。

激光电视是利用半导体泵浦固态激光工作物质，产生红、绿、蓝三种波长的连续激光作为彩色激光电视的光源，通过电视信号控制

三基色激光扫描图像。

除此之外，海信还展示了最新研发的智能感应触控电视 Hi-Touch，摆脱了传统的触控式接触，可实现一定距离内的遥感控制，坐在沙发上，眼前就像有个触摸屏，如同操控触摸手机一样不用遥控器，不仅能通过手掌的上下左右移动、点击等实现对电视的自由隔空操



作，还能对着屏幕隔空打拳，带来了智能互感虚拟触摸的全新体验。（图 1）

本次展会上，海信还展示了相当有创意的平板电脑/智能电视混搭产品——I' TV 2。据悉，I' TV 2 利用了平板电脑做载体，将智能电视的功能植入产品当中，创造性的将智能电视与移动互联网结合。通过该平板电脑，用户可以随时随地收看电视节目，还可以将视频通过网络在智能电视上同步播放。

海尔（图 2）

在这次 CES 展上，海尔主要展示了四大趋势产品：第一，无边框电视产品。原来电视可以没有边框，视觉好像再也没有限制；第二，3D 电视产品。除了主动式和偏光式两种 3D 技术电视之外，海尔还展示了裸眼 3D 云电视；第三，云电视产品。海尔电视使有线连接变成了无线连接，从黑色家电互连到整套家电物联，为消费者提供更多服务；第四，人机互动

流媒体网 www.lmtw.com 制作



虚拟全息电视

产品。海尔的人机互动智能电视，首次实现了多点触控技术和手势控制技术的结合。据介绍，该产品采用业内领先的表面光波技术，并结合海尔独有的技术，能够实现全方位多点控制，支持多人同时进行图片的放大、缩小、旋转等。同时，海尔智能电视还可搭载全球最领先的手势控制系统，只需连接一个摄像头，用户就可以通过手势实现电视图片、视频、音频、游戏等功能的切换。海尔人机交互电视除了支持多点触控与手势控制外，还实现了多种信息终端的互联互通。

TCL

在本届 CES2012 中，TCL 所带来的虚拟全息电视和单屏双用电视引起关注。其中虚拟全息电视能够展示更加另类 3D 效果，效果很突出但画面稍显简单，分辨率低。另外单屏双用电视通过每个人戴一个特殊的 3D 眼镜即可各看各的内容互不干扰，性能出色。



单屏双用电视

康佳

康佳携安卓电视亮相 CES2012。康佳 LED 8000 系列是一款采用了安卓系统的智能电视，其具备 2D 转换 3D 的功能，并能够通过 Wi-Fi 来进行联网从而获得更好的网络体验。

康佳 Cinema TV 同样是一款采用了安卓系统的智能电视，也具备 2D 转换 3D 的功能，其分辨率比例为 21:9，因此在观赏电影时拥有更好的视觉效果。该款电视能够通过 Wi-Fi 来进行联网从而获得更好的网络体验，同时其具备了 3 个 HDMI 输出接口及 3 个 USB 接口。

流媒体网 www.lmtw.com 制作

康佳触摸电视采用了触摸屏设计，因此能够与电视进行更好的互动，这款电视在拥有强劲的智能特性之外，对视频媒体的播放也有很好的支持，其能够支持 H.264 格式的媒体播放，同时也能够完美支持 RM、RMVB 等格式视频的播放。



触摸电视

创维

创维携最新 65 英寸云电视、不闪 3D 电视等一系列消费电子数码新品盛装登场。此次展示的云电视包括 E99RS、E96RS 和 E83RS 等系列产品。其中 E99RS 为旗舰产品，率先采用

OGS (One Glass Solutions) 一体化设计，电视机身浑然一体，在关机状态下感觉不到边框的存在。



长虹

长虹此次展会推出的智能电视采用最主流的安卓 2.2 长虹定制系统和强大的双核 1G 处理器，与智能平板、智能手机、电脑等智能终端之间实现多屏互动的智能操控。据悉，在手机安装上长虹专门为智能 3D 电视研发的多屏互动智控系统 APP 程序，便可将手机内的精彩多媒体内容推送到电视大屏幕上，实现遥控电视、语音输入、触摸游戏，即刻开启数字家庭新生活。



其中,63 英寸 Pen-touch TV 长虹 LT A9500 触摸屏,主要面向教学用户应用。长虹 LT A9500 触摸屏可实现教学课件在课堂上互动演示,老师可再修改批注,同时也能与学生互动演示。不仅节省时间,而且也可提高学生的听课注意力。同时,长虹 LT A9500 触摸屏支持课件及时截屏保存与修改,与目前国内市场的互动电子白板功能相当,



在此次的展会上,不仅国内的家电厂商在智能电视领域“争奇斗艳”,在巨大的市场引力下,诸多国外电视机厂家也积极参与到国内互联网智能电视市场的竞争之中。虽然目前对于外资品牌的互联网智能电视在国内销售并没有明确的规定,但市场为王,先圈地总是正确的。

三星

本届 CES 上,三星电视共展出了 9 个产品系列中的约 30 款新品,这些产品的屏幕大小从 19 英寸到 65 英寸不等。其中多款产品还拥有创新的超窄边框设计,相比较同尺寸的普通电视,超窄边框使屏幕有效观看尺寸更大。

三星顶级智能电视(包括 UNES8000 LED 以及 PNE8000 等离子电视)采用全新开发的双核处理器驱动,可实现多任务处理,用户再也无需退出和重启应用。搜索电影、浏览网页、通过三星应用商店下载应用、访问视频点播内

容、或者与朋友聊天。

三星 UNES8000 智能 LED 液晶电视和 UNES7500 智能 LED 液晶电视都采用尖端技术,可提供清晰的 2D 和 3D 画面。UNES8000 的超级局域控光+ (Micro Dimming Ultimate) 技术可将画面分割成上百个部分进行分析,通过提高颜色层次性差的区域的白色峰值,优化每个部分的 LED 背光和视频信号。这将使亮度整体提高 20%,并使得家庭娱乐爱好者享受到更加丰富的颜色、更加光亮的画面以及更高的对比度。这项技术避免了由于散光而导致的“光晕”效果和图像失真。

三星 UNES8000 智能 LED 液晶电视采用新的金属 U 型底座,增添房间的高雅之感。该底座独特、简约的设计烘托了其坚固、稳定的特点。电视和底座一起构成了直线和流线的完美融合,仿佛是一个永恒的艺术品,还提供了可选的超薄挂墙支架,让用户能够将电视像相框一样挂在墙上,以炫耀其轻薄的外观。



三星 PNE8000 等离子电视将新型黑色边框与改良的显示技术相融合,拥有轻薄的 1.5 英寸外观和三星“Plasma+1”超薄边框设计,可缩小边框和屏幕之间的缝隙,创造出更大的屏幕而无需扩大电视的整体尺寸。此座圈为钛黑金属色,带有透明的水晶般边框,带来比以往更加身临其境式的娱乐体验。

三星除了高调展出其最新双核 Smart TV 外,还提出了 Social TV 社交电视的概念,即在观看电视的同时还可以和你的朋友聊天,既能同时进行,又互不影响的强大升级。而在其 App 应用程序上也作了全面升级,加入更多的流媒体网 www.lmtw.com 制作

社交应用,再搭配其内置的摄像头和麦克风,给你提供一个全新的社交娱乐方式。

据了解,三星应用程序商店内拥有 1400 多个应用,而且内含顶尖品牌的丰富视频内容,除了热门应用例如 CNBC Real Time、ESPN ScoreCenter、Hulu Plus、MTV Music Meter、Netflix 以及 TIME TV 以外,2012 年新增的应用还有 Angry Birds、Discovery Channel、MediNavi M-GO、NBC Bravo、The Daily 以及 VH1 “I Love the 80’s Trivia”。

夏普

夏普推出一款型号为 LC-80LE844U 的 LED 液晶背光高清电视。这款新产品的刷新率为 240 赫兹,较 LC-80LE632U 提升一倍,3D 技术则使用主动式快门眼镜,同时还将通过全新的 SmartCentral 界面提供各种网络服务和应用。这款产品还将内置 Wi-Fi 模块,并配备采用四色 Quattron 技术的 3D X-Gen 面板。

夏普还发布了多款全新的 60 和 70 英寸高清电视,包括具备 3D 功能的 945、847 和 745 系列。745 和 847 系列产品将使用 LED 侧光,而 945 系列则会使用全 LED 阵列,并配备区域调光功能。新的 540 和 640 系列产品不支持 3D 功能,但也将配备 LED 侧光和内置 Wi-Fi 模块,这些功能已经被应用于夏普其他的 42、46、52、60 和 70 英寸电视中。



夏普 SmartCentral

LG

LG 为我们率先带来了第一款 55 英寸的 OLED 电视,型号为 55EM9600。这款机器采用了 5mm 厚度的极限超薄机身,超窄边框设计。

另外，OLED 电视可视面积更大，色域等表现更加出色。这款电视将继承 LG 之前推出的很多功能，包括智能电视，流媒体和社交媒体，新的智能遥控器等。另外还拥有一个内置的麦克风，和偏光式 3D 功能。但是这款产品预估在 2012 年的下半年的 9 月份发布，具体价格还没有透露。(图 1)

除此之外，LG 还推出了一款具有超高分辨率的 84 寸液晶电视，这是一款仅有 1mm 的超薄边框的产品。另外这款产品还具有众多的先进功能，比方说将配备一个据称是“神奇”遥控器，并且具有语音识别以及 3D 手势识别功能。还可以通过 Wi-Fi 将电视与其他的移动设备连接。(图 2)

LG 这款电视拥有 800 万像素，能提供超一流的图像质量，搭载分辨率清晰度四倍于现有全高清电视的面板，分辨率达到了 3840 × 2160，能带来电影院之外最有说服力的 3D 视觉体验，具备 3D 深度控制功能，允许用户自



定义控制观看体验通过 3D 效果，而 3D 音效放大提供的 3D 音效可媲美所有的输出。

东芝

东芝发布了两款高端 3D 智能电视——L7200 和 L6200，外形都采用了这段时间的新品电视常见的窄边框设计。L7200 系列包含 47 和 55 英寸，刷新率 240Hz；而 L6200 系列覆盖 42、47、55 英寸三个尺寸，刷新率 120Hz。3D 技术都采用的是偏光式，并支持 2D 转 3D 功能。(图 3)

它们都支持 Wi-Fi 无线网络，以及众多相关应用。比如 MediaShare，可以播放局域网内电脑上的图片、音乐、视频。另外，东芝出品的平板电脑可以充当这两款智能电视的遥控器，还拥有 Send&Play 的功能，类似苹果的 AirPlay 技术，能够将平板电脑里的影音文件推送到电视上。这两款电视机都将于今年三月上线，只是售价暂未透露。

松下

松下在展会上发布了 6 款 50 系列的 3D 全高清等离子电视，他们分别是 VT50、GT50、ST50、UT50、U50、XT5 系列，产品覆盖了高中低端市场，其中 VT50 采用了整块式的平板屏幕设计 (One Sheet of Glass Design)，GT50 采用的是超薄金属边框设计，与以往等离子电视厚重的外形特点截然相反，可以说在外形美观度上有了重大的突破。

其中两款重量级的产品分别是 47 英寸的 DT50 和 55 英寸的 WT50。两款产品在机身配置上大致相同，都采用了搭载了 Viera Connect 技术的 IPS LED 面板，可以将 2D 画面转换成 3D，并配有 4 个 HDMI 高清接口、3 个 USB 接口。

松下液晶电视 WT50

智能电视功能的搭载使得松下的等离子、液晶电视都有了更多应用程序可以使用，并且拥有更为先进的遥控方式，像是可触摸的遥控



器与手机、平板的联动等。

松下公司正式推出了其最新的 Viera 遥控器，该产品与松下旗下的 Viera 智能电视同名。据悉，Viera 遥控器是专为松下 Viera 智能电视而设计，如果用户想要通过 Viera 电视自带的 Webkit 浏览器上网，那么这款遥控器可谓是一大帮手。松下 Webkit 浏览器使用了时下最新的 HTML5 超文本置标语言，不过有个小小的遗憾，就是还不支持 Flash。

索尼

索尼在 CES2012 上发布了一款搭载了 600

万颗 LED 灯的显示屏技术的平板电视，这台电视为 55 英寸的全高清分辨率原型机，据索尼称这种屏幕称为 “Crystal LED Display”。

“Crystal LED Display” 采用了 R/G/B 三种颜色的像素排列，不过每一个（红绿蓝颜色）子像素都是一颗 LED 灯，因此全高清分辨率的屏幕下即有 600 万颗 LED 元件。因此其拥有目前最强的屏幕对比度、广色域表现与动态图像响应速度，可视角度也达到了 180 度。

此外，索尼还通过 Google TV 平台扩展了其产品线，新产品包括一款新的网络媒体播放器和一款新的蓝光播放机。2012 年的部分电



视产品型号还以无缝连接的方式更为方便地使用 Google TV 功能。

从显像管到 LCD，到 LED，再到联网、智能，彩电行业正面临着更加优化的产业升级浪潮。在这场产业巨变中，国内外的传统电视厂商如三星、LG、索尼、海信等涉足智能电视业务没有太多悬念，值得关注的是，联想、思科、Marvell 等 PC、手机、芯片厂商也积极参与到这场电视产业变革中。

联想

在 CES2012 上，联想正式公布了两款智能电视 K91 和 K81。

乐 TV——55 寸的 K91 Smart TV，机器搭载 1.5G 主屏的高通 Snapdragon 处理器，以及 WI-FI 的网络链接，LED 屏幕，使用 Android 4.0 为基础的操作系统，支持人脸识别、部分的语音识别，预装 100 多款应用。

流媒体网 www.lmtw.com 制作



联想的这款智能电视乐 TV 不光可以作为电视来使用，还可以当作一个大型智能平板电脑来使用。首界面分了很多的选项，例如电影、音乐、浏览以及收藏夹等等，同时它还配有 3D 眼镜。

另外，联想 Smart TV K81，它相对于 K91 来说尺寸变为了 42 英寸，采用 IPS、120Hz 刷新率面板，其它配置与 K91 完全一样。

联想的 Smart TV 还搭载了业界首个正版在线影视库，用户可以通过互联网点播在线视频、电影等。据了解，该视频库是联想同上海文广合作的合资公司提供，这也保证了联想在智能电视的视频资源上的先发优势。

联想的 Smart TV 将在年内上市，中国市场的消费者将最先看到该产品。不过其定价还未对外披露。

除了智能电视产品本身之外，本次 CES 上联想还发布了三个智能电视附件：3D 眼镜、遥控器和游戏手柄。



Marvell

芯片制造商 Marvell 的内部展厅，展出了一台基于 Android 4.0 的智能电视产品。这台智能电视的 CPU 采用了 Marvell 双核芯片，频率达到 1.2GHz, 2GB RAM, 因此，对 Android 4.0 的支持在硬件层面上没有问题，OEM 厂商只需要同步更新他们的软件并进行严格的兼容性测试，就可以向市场推出 Android 4.0 的智能电视。

Canonical

这次展会上，Canonical 公司推出的 Ubuntu 电视也成为了一些高科技发烧友关注的焦点，Ubuntu 是一个以桌面应用为主的

Linux 操作系统，其名称来自非洲南部祖鲁语或豪萨语的“ubuntu”一词，意思是天下共享的信念。现场展示的这款 Ubuntu 电视新增了特定媒体功能：听音乐、看电影、浏览 YouTube 和搜索内容等等。租用或购买电影的选项会出现在搜索结果的下方，当然必要的时候你也可以在购买之前查看它为你提供的预告片。



思科

思科在 CES 展会上推出了其互联网电视平台的扩展功能和实现“云中视频服务”的战略。思科的互联网电视平台 Videoscape 是面向那些把视频服务作为新的收入来源的服务

提供商的。这个平台旨在把数字电视、在线内容、社交媒体和其它通讯应用集成到一个无所不包的家庭和移动视频进程中。

NDS

全球数字付费电视技术与解决方案提供商 NDS 宣布与全球领先的半导体知识产权供应商 ARM 建立合作伙伴关系，致力于通过 NDS InfiniteTV™实现互联网视频 (OTT) 内容与服务的交付，并在 CES2012 展商展示了和 ARM 的合作成果。

这项合作将为互联网电视机的制造商提供现成的软件解决方案，该解决方案将为互联网视频服务提供一个框架结构，便于与多种设备集成。

Infinite TV™技术套件把互联网视频内容交付并优化到任何设备上，彰显了内容产业链中所有相关方的价值所在。它让观众可以更加自由地观看所需内容，这些内容可在互联网

ARM 公司 Lance Howarth 说：“凭借 ARM 在家庭娱乐市场的独特优势，我们相信基于 ARM® Cortex™-A9 双核处理器和 ARM Mali™ -400 MP GPU 可扩展多处理器图形解决方案的平台将为互联网电视机的制造商提供卓越的性能与出众的图形处理能力。”

浏览器制造商 Opera 在 CES 大会上宣布，其旗下的 Opera TV Store 正式开始商业运营。Opera 希望借此推广 HTML 5 标准的网络应用。

流媒体网 www.lmtw.com 制作



由于这些功能是内置在 Opera 浏览器内的，所以所有网站的功能都可以使用，包括 Flash。

Opera 最近正忙着将 TV Store 推广给其他设备制造商、内容供应商和开发人员。开发人员曾经在 Opera TV 上运行了全功能的 VirtualBox 模拟器。

2010 年，万众期待的 Google TV 在经历短暂的“激情”后，沉默了，休养生息之后，在今年的 CES 上，以 Android 操作系统(OS)

施密特称，很有可能 Google TV 将在几个月内亮相，并将横扫明年的电视业，渗透到电视产业的各个角落。施密特更是放出豪言：

“2012 年夏天，有卖电视的地方就会有 Google TV。”

从今年的 CES 上，大家应该看出了一点端倪，几乎所有彩电品牌都换上了“智能外衣”，而且是产业链上下游都想参与进来，2012 年，将是智能电视群雄争霸的混战之年。一场风暴正在酝酿之中，而“风暴眼”将集中于客厅的正中央。

纵览 CES2012 智能手机 能否摆脱苹果阴影？

文/周晓静

有人说，CES=谷歌×苹果。作为全球最大的消费电子产品展，CES 大概最能反映各大厂商生活在谷歌、苹果阴影下的生存状态。2011 年的 CES 上，几乎所有的智能手机新品中都似乎有苹果的影子。

与 2011 年类似，2012 年的拉斯维加斯，谷歌、苹果均缺席 CES，今年其他厂家是否已拨云见日、逃离阴影？

索尼——Xperia Ion 首款索尼品牌手机

10.5 亿欧元买断索爱股份的索尼，在 CES2012 上正式发布了索尼品牌的首款智能手机 Xperia Ion，手机装载了 4.55 英寸 720p(720×1280 像素)高清触控屏和 Mobile BRAVIA Engine 引擎。机身背面配备了 1200 万像素摄像头，具备 1.5 秒的快速拍照功能，支持自动聚焦、微笑快门、面部识别、场景模式、全景拍照和 LED 补光等功能，且可录制 1080p 全高

清视频画面。

Xperia Ion 还有一个特色功能是提供“Playstation 认证”，这样用户还能够如过去的 Xperia Play 手机那样可以玩一些特定的 Playstation 游戏。另外，这部手机还是索尼旗下首款双核智能手机，内置有 1.5GHz 双核高通 Snapdragon 处理器，并配备了 1GB 的 RAM 容量和拥有 16GB 的存储空间。索尼 Xperia Ion 将为美国运营商 AT&T 定制，将在今年第二季度上市。



索尼还推出另一款 Xperia S，最大亮点是内置了 1200 万像素的摄像头，采用 Exmor R 背照式 CMOS 传感器，并支持 1080p 高清视频摄录。索尼 Xperia S 的 4.3 英寸 HD 触摸屏令人

印象深刻，分辨率可达 1280×720 像素，显示效果清晰自然。这款手机目前搭载了 Android 3.2 操作系统，将于 2012 年下半年升级至 Android 4.0 版本。其他配置方面，索尼 Xperia S 搭载了 1.5GHz 双核处理器，运行内



存为 1GB，存储空间可达 32GB。此外，它还内置了 1750mAh 的大容量电池。据悉，索尼 Xperia S 共有黑色和银色两款可供选择，该机将于 2012 年第二季度正式开售。

诺基亚——Lumia 900 WP 手机

诺基亚发布了搭载 Windows Phone 7.5 Mango 系统版本的手机 Lumia 900。诺基亚 Lumia 900 沿用了之前 Lumia 800 的外观，使用一体成型聚碳酸酯材质作为外壳材质，并且做

了磨砂的处理。采用的是一块 AMOLED ClearBlack(CBD)4.3 英寸屏幕，且屏幕是平的。硬件方面：配备了单核 1.4GHz 处理器，背面采用了 800 万像素 f2.2/28mm 卡尔·蔡司认证镜头和双 LED 光灯，支持自动对焦。此外还有 100 万像素副摄像头，可以进行视频通话。系统方面：Lumia 900 采用了 Windows Phone 7.5 Mango 系统，内置 ESPN 体育 Hub、诺基亚导航、CNN 新闻等程序。



摩托罗拉——DROID 4 大侧滑键盘

摩托罗拉在本次展会上主要展示的是 LTE 终端和一系列配件。亮点之作是智能手机 DROID 4 的发布。DROID 4 的定制运营商仍是流媒体网 www.lmtw.com 制作



Verizon。在设计上：DROID 4 的设计更成熟——不尖锐，不刺眼，标志很是明显。手感很厚实。MicroUSB 和 HDMI 接口被移到机身侧面，没有设计防尘口：DROID 4 自带的侧滑键盘面积非常大，比上一代产品还要大，并且沿用了 5 行键的设计。最上面一排数字键能有效提升



输入效率（无需按住 Alt 或 Shift 键就能打出数字）。系统方面沿用了 Android 2.3 和新版 MotoBlur 界面。DROID 4 最大的改进是把 DROID 3 的 512 MB 内存给

加大了。

于 2011 年年底便开始宣传的 Droid RAZR Maxx 手机也正式亮相。与摩托罗拉 Droid RAZR 超薄刀锋相比，Droid RAZR Maxx 的机身厚度有所增加，主要是因为配备了 3300mAh 的大容量电池。据介绍，这款手机能够保证 21 小时的续航时间。其他方面，这款手机与已经上市的刀锋并没有太大区别。同样是 4.3 英寸的屏幕，qHD 级别的分辨率，双核 1.2GHz 处理器等。摩托罗拉 Droid RAZR Maxx 依然由运营商 Verizon 推出，据悉合约价为 300 美元，将在未来几周之内登陆美国市场。

黑莓——Curve 9370 支持 NFC

黑莓 Curve 9370 将由运营商 Verizon 定制推出，两年的合约价为 99 美元。黑莓 Curve 9370 已经升级至 BlackBerry OS 7.1 版本，该版本修复了许多 Bug。外观方面采



用经典的 QWERTY 全键盘设计,主屏分辨率可达 480×360 像素,机身三围为 $108 \times 60 \times 11\text{mm}$ 。此外,该机还内置了 500 万像素的摄像头,并配有 1050mAh 的电池。据悉,黑莓 Curve 9370 支持 NFC 近场通讯,并支持 GSM 和 CDMA2000 两种网络模式。

东芝——REGZA Phone T-02D 指纹认证 (图 1)

在 2012 年的 CES 展会上,东芝联手日本运营商 NTT DoCoMo 推出了双方顶级配置的 REGZA Phone T-02D 手机。REGZA Phone T-02D 采用了直板触屏设计,拥有一块 4.3 英寸的屏幕,分辨率达到了 720×1280 像素,配备了 TI OMAP4430 双核 1.2GHz 处理器,采用了 Android2.3 系统。摄像头方面配置了 1310 万像素的摄像头,CMOS 感光元件支持 1080P 视频录制。这款手机也是 DoCoMo 的首部指纹安全认证手机,并具有 IPX5/IPX8 的防水表现。

富士通——Arrows 搭载 Tegra 3 (图 2)

富士通在 CES2012 上展出了全球首款搭



载 Tegra 3 四核处理器的安卓系统 Arrows 原型机。作为该机最吸引人的地方,富士通为这款原型机配备了 NVIDIA Tegra 3 处理器,整体性能五倍于当前的 Tegra2 平台。拥有 1.5GHz 主频的四核心处理器和增加了对 ARM MPE 媒体处理引擎和 NEON 媒体与信号处理技术的支持,并提升了 1080p 全高清的视频解码能力,并支持 3D 立体视频播放。

富士通原型机 Arrows 的其他功能规格也堪称豪华,内置 1310 万像素摄像头,不仅支持自动聚焦和全高清录制等功能,而且 ISO 最高更可达到 25600,同时用户还可以通过 HDMI 接口与高清电视相连接,或是借助自带的 DLNA 功能进行数据传输。此外,富士通这部 Arrows 原型机还可与无线手柄相连,在液晶电视等显示设备上操控手机的界面和功能。

三星 (图 3)

三星推出了 AT&T 版 Galaxy Note,依然采用 5.3 英寸的巨屏,屏幕分辨率达 800×1280 像素,拥有 Spen 手写笔,配备 1GB RAM 和

16GB 机身内存,采用 Android 2.3.6 系统版本,内置 800 万像素的主摄像头,同时还配备 2500mAh 的大容量电池。

值得一提的是,AT&T 版 Galaxy Note 的处理器主频由原版的 1.4GHz 提升到了 1.5GHz,将带给用户更流畅的操控体验。另外,其屏幕下方的按键配置也做了改变,改为了四枚触控按键。

LG ——LG Viper 支持 LTE 4G

由 Sprint 定制的 LG Viper 在 CES2012 展会上正式发布,该机支持 LTE 4G 网络,并主打环保功能。机身 35%的材质为再生塑料,功耗颇低。屏幕方面:该机采用 4 英寸的 NOVA 屏幕,分辨率可达 WVGA 级别。此外, LG Viper 搭载了 Android 2.3 操作系统,采用 1.2GHz 双核处理器并拥有 500 万像素摄像头。

另外,作为 LG 的新款旗舰产品, LG Spectrum 吸引了众多粉丝的关注。这款手机将由运营商 Verizon 定制推出。LG Spectrum 沿袭了 LG 手机的时尚元素,外观简约大方。该机



采用了直板触控设计,配有 4.5 英寸的 IPS 显示屏,分辨率可达 1280×720 像素,像素密度为 329PPI,能够带来不俗的显示效果。配置方面, LG Spectrum 搭载了 Android 2.3 操作系统,采用主频为 1.5GHz 的双核处理器,运行内存可达 1GB,存储空间为 4GB。该机还内置了 800 万像素后置摄像头和 130 万像素前置摄像头,配有 LED 闪光灯及 1830mAh 的大容量电池。该手机支持 LTE 4G 网络,两年的合约价为 200 美元。



英特尔、联想——联想 K800 X86 平台

英特尔在 CES2012 上正式宣布进军智能手机市场,携手联想推出首款智能手机联想 K800。这款智能手机搭载基于 X86 平台的英特尔 Atom Z2460 芯片,主频 1.6GHz,单核双线程,16GB 存储空间,上市版将采用 Android 4.0 操作系统。K800 配备了 720P 分辨率 4.5 英寸显示屏,800 万像素的摄像头,支持 1080P 视频。值得一提的是,英特尔成功解决了 X86 架构在移动领域的能耗问题, K800 电池可待机



14 天，3G 通话 8 小时，音乐播放 45 个小时，视频播放 6 个小时。据悉，此款手机将在 2012 年第二季度由中国联通销售。

此外，英特尔还宣布与摩托罗拉移动达成战略合作关系，搭载英特尔芯片的摩托罗拉移动手机将在 2012 年下半年上市。

HTC——HTC Titan II LTE 4G 手机



在 CES2012 展会上，HTC 展出了 LTE Windows Phone 手机：HTC Titan II，相比于前代产品，在外观上的变化不是很大。提升最大的地方在于，这款手机配备了 1600 万像素摄像头，拥有 f/2.6 的

大光圈以及 28mm 的广角镜头，支持自动对焦、影像防抖、双 LED 闪光灯、防红眼以及高清视频录制等功能。另外，这款手机是一款 LTE 4G 手机，配备了 130 万像素的前置摄像头，支持视频通话功能。其他方面，HTC Titan II 配备了 4.7 英寸的触控屏。这款手机采用了高通 Snapdragon 单核处理器，主频为 1.5GHz，还拥有 512MB 的 RAM。另外，该机采用了最新版的 Mango 系统。据悉，这款手机将在未来几个月登陆美国市场。

华为——Ascend P1 S 6.68 毫米超薄

华为在 CES2012 上发布了新一款智能手机 Ascend P1 S，机身后盖采取了真空镀膜工艺，而机身厚度仅为 6.68 毫米，再一次刷新了最薄智能手机的记录。这款手机采用了 4.3 英寸 Super AMOLED Gorilla 玻璃屏幕，分辨率可达 960×540 像素，显示效果不俗。硬件配置方面：



它搭载了最新的 Android 4.0 操作系统，配有 1.5GHz 双核处理器，内存采用的是 1GB RAM+4GB ROM 的组合方式。此外，华为 Ascend P1 S 还内置了 800 万像素后置摄像头和 130 万像素前置摄像头，并配有 1670mAh 的大容量电池。据悉，华为 Ascend P1 S 将于 2012 年第二季度上市，共有黑、白、粉三款颜色可供选择。

再次踏入拉斯维加斯的 CES 现场，今年苹果和谷歌的声音减弱了许多。三星在北美首发的 5.3 英寸 Galaxy NOTE、诺基亚首发的 Lumia 900 等旗舰手机，摆脱了 iPhone 的影子，开创了自己的江湖。“无论是轻还是薄，或者功能应用，手机中都不再是 iPhone 的路数。”三星电子中国公司人士如是说。也许，智能手机正在进入真正百花齐放的时代。

CES2012 平板电脑式微？

文/橙子

每年的 CES 大展皆可说是本年全球消费电子的“指路人”。在这里展出的各式各样的消费电子产品，很大程度上更是本年业界的风向标。CES2012，平板电脑的风头似乎被超级本（Ultrabook）抢了去。那么，在展会上不再是焦点的平板电脑在 2012 仍将闷头大卖，还是成为明日黄花？

即使势头被超级本压过，平板电脑仍是 CES2012 上不可或缺的主角之一，新产品、新概念层出不穷。

东芝——最薄的平板

东芝在 CES2012 上推出了多款平板电脑，涵盖了 5 英寸、7 英寸和 10 英寸三个市场。



其中 5 英寸平板是继联想之后推出的又一跨界平板电脑。5 英寸这个尺寸也许作为平板比手机更合适吧。

东芝展出了一款厚度仅 7.7mm 的轻薄型平板电脑 Excite X10，重量约 550g，被网友戏称为菜板刀。Excite X10 采用 10.1 英寸屏幕，分辨率为 1280×800；预装 Android3.2 系统，随后可升级为 Android4.0 系统。东芝 Excite X10 共有 16GB/32GB 两款容量配置可选，售价分为 530 美元/600 美元。除了 Excite

X10，东芝还展出了 13 英寸的平板产品。东芝发言人表示，这两款产品仅是工程样机，最终是否会有产品面市，以及何时面市，都还存在不确定因素。

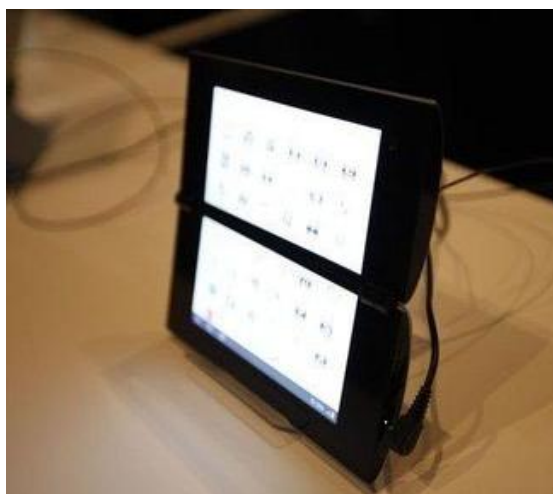
另外，东芝展示了一款 5.1 英寸平板电脑样机，屏幕比例 20:9（也有消息称为 21:9），具备 HDMI 和 microUSB 接口，设计有三个实体按键。目前还没有关于这款产品的更多细节，据推测这可能是一款手机、平板功能整合的跨界产品。



索尼——造型艺术



SONY Tablet S



SONY Tablet P

索尼在 CES2012 上展出了已经发布的两款平板，索尼 Tablet S 书卷型的外观设计背后，包含着一个索尼的设计理念，看起来像是一本卷起来的杂志，手感十分优秀。索尼 Tablet P 采用双屏触控设计，看上去像是掌上游戏机，相比 9.4 英寸的索尼 Tablet S 更加便携，折叠的造型也足够有创意。

富士通——防水平板

防水成为富士通平板的核心关键词，连产品展示都是在水族箱里。不过，从平板的厚度到外观看，并不像有专门的防水设计，而像是在普通的平板上添加了防水涂层。



三星

三星展会上，发布了一系列产品。Galaxy Tab 7.7 LTE 平板电脑支持移动运营商 Verizon Wireless 的 4G 网络。Galaxy Tab 7.7 LTE 也是三星在美国推出的首款配有 Super AMOLED 屏幕的平板电脑。该款平板电脑还整合红外线技术，可以使该款平板电脑成为针对三星电视产品的远程遥控设备。

Galaxy Tab 8.9 则采用了 Tegra 2 平台，搭载了一块 8.9 英寸电容式多点触控屏幕，分辨率达到了 1280×800 像素。而在系统方面则搭载了最新的 Android3.1 智能操作系统，兼容性更好，另外还预装了三星 TouchWiz UX 界面，相比原生界面来说，操作更华丽、便捷。Galaxy Tab 8.9 采用了 NVIDIA Tegra2 双核处理器，主频达到了 1GHz，配以 NVIDIA GeForce 核心图形芯片，运行大型 3D 游戏更畅快，此外还搭载了前置 200 万像素+后置 320 万像素双摄像，可以支持 720P 高清视频拍摄，



内置的 6000mAh 高容量电池提供更长的续航时间。(左图 1)

联想——IdeaTab K2010 四核平板

IdeaTab K2010 是联想平板 K 系列第二代产品，它搭载了 NVIDIA Tegra 3 四核处理器，并且预装了 Android 4.0 操作系统。10.1 英寸的屏幕支持 1920×1200 分辨率。在接口配备方面，K2010 拥有 USB 2.0 接口、SD 卡槽、Micro USB 接口以及 Micro HDMI 接口。除此之外，联想 K2010 还增加了指纹识别功能。

(左图 2)

另外一款，联想制造的运行 Android 4.0 系统的 Medfield 平板。该机配备了 10.1 寸触摸屏，分辨率为 1366×768 像素，搭载 32 纳米低功耗 Atom 处理器，具备 NFC、WiFi 等功能，运行冰淇淋三明治系统，并且内置了一块官方宣称可以支撑使用 10 小时的电池。

(左图 3)

天语——阿里云平板



天语携手阿里云推出平板电脑。这款平板为 7 英寸平板，集成电话功能，支持 WCDMA。分辨率为 1024×600，机身略厚，有 12.5mm。这款平板搭载了 Nvidia 的 Tegra 2 主频达到 1.0GHz、1GB RAM+8 GB ROM。系统是基于 Linux 的 aliyun 系统，内嵌了阿里巴巴旗下网站的相关应用。后置摄像头为 500 万像素。

华硕——Padfone 平板手机



华硕 Padfone 的最大魅力在于其创新的【组合变身】设计概念。何谓【组合】？简单来讲 Padfone 中包含一部 4.3 寸屏幕智能手机，以及一台 10.1 寸的 Pad 屏幕。两件设备通过 HDMI 或 USB 接口“结合”在一起时即“变身”成一部名副其实的平板电脑。而值得注意的是 Padfone 采用的是“融合”的方式将 4.3 寸屏幕的智能手机与 10.1 寸的平板屏幕【组合】的，而并非传统的线式连接方式“有机结合”而成。

黑莓——PlayBook OS 2.0

RIM 在此次展会上正式展出了 PlayBook OS 2.0 平板，新版系统内置邮件、日历和通讯录，但是 Push Mail 和 BBM 依旧需要与黑莓智能手机桥接。界面方面：PlayBook 2.0 取消了原有的标签页设计，改为更为传统的文件夹。而操作方式与 iOS 类似，长按图标待至抖动后，拖拽图标至另一程序之上，即可新建文件夹。顶部增设常驻程序，最多可放置六个应



用图标。新版 PlayBook OS 2.0，在与黑莓智能手机通过 BlackBerry Bridge 连接后，可以通过手机触摸屏控制 PlayBook。

优派——ViewPad E70

在 CES 2012 上优派发布了多款平板产品，

其中有一部面向中低端市场的平板，ViewPad E70 售价仅为 169 美元，折合人民币约为 1066 元，将于 2012 年 3 月底上市。这款平板搭载 Android4.0 操作系统，但是它并不支持 Android Market，不过用户可以连接亚马逊应用商店来扩展平板功能。ViewPad E70 采用 1GHz 主频单核处理器，7 英寸显示屏，分辨率为 800×480，前后都配有摄像头，机身侧部带有 Micro SD 拓展卡槽，支持 WiFi 上网。

另一款平板 ViewPad 10e 的售价也相当低廉，仅需 299 美元，折合人民币 1900 元。ViewPad 10e 配置更加扎实，采用 10.1 英寸 IPS 硬屏，配置 Cortex A8 1GHz 处理器，并搭载 Android2.3 操作系统，机身整体厚度仅为 9.1mm。(图 1)

WikiPad——裸眼 3D 游戏平板

配备 8 英寸 1080P 超高分辨率裸眼 3D 触摸屏，搭载安卓 4.0 操作系统，一起发布的

还有专门的视频游戏控制器，可与平板直
流媒体网 www.lmtw.com 制作



接相连，并帮助用户体验一些通过云服务、定位系统，结合 HDMI 输出功能，提供高端的移动休闲视频游戏体验。(图 2)

这款平板支持 1080P 视频解码，兼容格式包括 H.264、VC1、VOB、ISO、M2TS 以及 FLV 等，内建前后双摄像头，配备了 mini HDMI 和 USB 2.0 接口，内置 8G 闪存存储空间，可以通过 microSD 卡扩展至 64GB，并支持 WiFi 上网，预计会在今年春季上市。

雷蛇——发烧级游戏平板

平板的游戏性毋庸置疑，但在市场上还没有专为游戏开发的平板。Razer 继推出了针对发烧级游戏玩家的 Razer Blade 笔记本后，在 CES 2012 大会上又推出了一款概念游戏平板 Project Fiona，而它的定位依然是发烧游戏玩家。(图 3)

这款 Project Fiona 拥有一块 10.1 寸触摸屏（分辨率为 1280×800 像素），机身左右两侧还配有摇杆控制器，同时该平板还提供有



动态感应组件、3 轴陀螺仪、数字罗盘、力回馈振动等功能。该机搭载了 Intel Core i7 处理器（Ivy Bridge 平台），内置杜比 7.1 音响，运行 Windows 8 系统。对于 Project Fiona 的性能，Razer 表示称，它可执行各类高硬件需求的游戏作品。（左图 1）

虽然现阶段 Project Fiona 还只是一个概念，但是 Razer 提到，它将会在 2012 年底上市销售，其最终价格将会低于 1000 美元。这是平板电脑专业游戏化的标志，我们期待体验和游戏性更为突出的平板电脑。



宏碁——Iconia A200 平板电脑（左图 2）

Iconia A200 拥有 1280x800 分辨率和 10 英寸屏幕，1GB 内存，最初可运行 Android 3.2 并可以升级到 Android 4.0。内存 8G 的型号售价 330 美元。



英伟达——Win 8 平板电脑（左图 3）

英伟达在 CES 2012 上展示了华硕四核平板电脑 Transformer Prime，以及华硕 7 英寸

四核平板。同时还展示了 Tegra 3 平台，运行 Windows 8（开发版）系统的“公版”平板。

德州仪器——Win 8 平板电脑



德州仪器展示了基于 ARM 架构的 Win 8 平板电脑，目前仅处于原型机阶段。这款平板采用的德州仪器的 OMAP 4470 处理器。OMAP 4470 是一款基于 ARM 架构的双核处理器，主频可达 1.8GHz，并且将会全面支持 PowerVR SGX544 GPU。将 ARM 架构与 Win 8 操作系统进行了结合，目前上市时间还未确定。

高通——Win 8 平板电脑

高通在此次展会上展示了支持 LTE 制式

Leader International

外观与 iPad 2 竟然完全相同，只不过在厚度上略微的增加了 1mm 左右。另外其推测摄像功能可能更换了 iPhone 4S 的摄像头。虽然以上只是“眼花”后看到的，但在 2011 年，iLounge

一个不太知名的平板电脑公司 Leader International 也在 CES 上发布了 Impression 10A 和 Impression 7A 两款低价平板，并搭载 Android 4.0 Ice Cream Sandwic 和 NVIDIA Tegra 2 1GHz 双核心处理器。不过这只是 Impression 10A 的参数，Impression 7A 的相关信息目前并未公布。两款产品的售价分别是 299 美元和 179 美元。

四核、Win8、Android4.0、无线传输，也许简简单单的几个字便概括了 CES 所代表的 2012 年全年平板电脑领域的发展方向。但是，科技速度发展之快，保不齐今年又会冒出什么奇思妙想的前沿科技，再加上有望在近日推出的苹果 iPad3，今年的平板电脑市场应该也不会平凡。

iLounge 部落格总编辑 Jeremy Horwitz 提到, 在 CES2012 展会上他可能见到了传说中苹果尚未发布的 iPad 3。不过根据 Horwitz 的描述, 这款疑似 iPad 3 设备的按键位置与流媒体网 www.lmtw.com 制作

超级本 (Ultrabook) 崛起 CES2012?

文/小箬

CES2012, 超级本 (Ultrabook) 大放异彩, 成为各大 PC 厂商的主推产品——至少有 30 至 50 种超级本亮相。这让我们有理由期待, 超级本不只有望让 Intel 率领众多 PC 厂商突围苹果的阴影, 甚至已经成为未来产业的一个重要发展方向。如果 2011 是平板年, 那 2012 很可能就是超级本年。

英特尔——下一代超极本

英特尔展示了新一代超极本, 搭载英特尔全新 ivy Bridge 处理器以及微软 Windows 8 操作系统。在搭载了 Windows 8 的下一代超极本上, 用户可以将手机和平板电脑上的触控体验充分的带入超极本中。单指滑动屏幕、多指

缩放图片都可以在下一代的超极本上完成。内置重力感应器的超极本可以通过倾斜机身角度来控制物体的飞行角度, 实现与平板电脑等设备相同的功能, 体感游戏、手势控制也都可以。在下一代的超极本上得以实现。

首次亮相的 NIKI 概念本: 笔记本 C、D 面掌托部分被替换成为一块儿透明玻璃, 除了可



以作为笔记本使用, 还可以以闭合方式成为一台平板电脑使用。而在操作系统方面则是采用现有的 Windows7 操作系统, 在未来将更换成 Windows8 操作系统。

索尼——Hybrid 平板亦是超级本

索尼的创意一直都层出不穷, 在此次 CES 上又展出一款全新的概念平板 Hybrid, 可以一机两用。滑开后, 该机上半部可以卡在下半部的卡槽中, 露出下半部的全键盘, 可以用作笔记本, 当屏幕滑下时, 它就变身为能手写输入的平板电脑。

索尼 Hybrid 采用滑盖式设计, 配有触控笔, 支持手写输入; 预装 Windows 系统, 机背是“VAIO”的 logo。美中不足的是, Hybrid 喇叭置于键盘后面, 当滑下来用作平板用途

时,可能声音会受影响。从外形上来看,该机接口不多,整体看起来非常光滑。



戴尔——XPS 13 挑战轻薄极限

戴尔携新品 XPS 13 加入超极本阵营,这款产品身上带着戴尔高端 XPS 商标,厚度仅 6-8mm,重量为 1.4 千克。拥有背光设计键盘,



搭载 Intel Core i7 处理器,有 128GB 和 258GB 两种硬盘配置可供选择。预计将于 2012 年初上市,售价或低于 1000 美元。

惠普——Envy 14 Spectre 首次搭载 NFC



Envy 14 Spectre 的背盖和掌托完全采用了玻璃材质。售价为 1399 美元的入门级 Envy 14,将会配备英特尔酷睿 i5-2467M 处理器(并非 Ivy Bridge), 4GB RAM 内存, 128GB 的 SSD 硬盘。接口方面有以太网口, USB 3.0、HDMI 和 Mini DisplayPort。同时支持惠普无线音

频、蓝牙、WiDi 和 NFC 等技术。而软件方面, Envy 14 将会预装 Adobe Photoshop 和 Premiere Elements。Spectre 是目前为止第一款搭载了 NFC 技术的超级本。

LG——LG Z330/LG Z430

这两个超级本都使用第二代英特尔酷睿 i7 处理器,并且是 LG 在本次 CES 上主推的两款电脑。Z330 相比之下更为小巧, 13.3 英寸, 重约 2.7 磅。Z430 稍大一些, 14 英寸屏幕, 有 500G 的内存。



三星——Series 9 及 530U 系列

三星展示了一款 14 英寸超极本 Series 9,



采用全铝合金拉丝外壳,同时提供银色/金色/蓝色供选择。这款超极本厚度仅 14.99mm,屏幕部分采用窄边框设计,拥有 14 寸机身和 15 英寸的屏幕,分辨率高达 1600x900;开机启动时间仅需 9.8 秒。配置方面:这款超极本高配版本命名为 900X4B,搭载 Intel 酷睿 i7-2637M 处理器(主频 1.70GHz)、4GB 内存,运行 64 位 Win7 系统;接口方面配备了三个 USB3.0 接口和 HDMI 等。

三星超极本 530U 系列包含 13 英寸的 530U3B 和 14 英寸的 530U4B,配备防眩光显示

器,并采用铝镁合金外壳。其中,三星 530U3B 最薄处有 14.9mm,重 1.39 千克,三星 530U4B 厚度则为 20.9mm,重 1.8 千克。该机内置 USB、VGA、HDMI 以及以太网等接口,14 英寸的三星 530U4B 还内置 DVD 光驱。两款机型均搭载了 Intel® Core i5 (CULV)超低电压处理器,并配备 Intel HD Graphics 集成显卡。配有 500GB~1TB 大容量硬盘和 8G 内存。植入 16GB 的 iSSD 固态板载缓存,2 秒快速唤醒休眠状态,20 秒内可载入 Windows7 系统。拥有 7 小时的超级续航能力。

联想——YOGA 360 度旋转

联想 YOGA 最大的特点是屏幕可以自由向后翻转,最大张开角度为 360 度!配合 Windows 8 系统和十点触控屏幕,可以满足打字、观看以及平板的触控体验,提供了四种使用模式,分别是:笔记本式(Notebook)、平板电脑式(Tablet)、立式(Stand)以及帐篷式(Watch)。

联想 YOGA 笔记本采用 13.3 英寸 IPS 电容

式触控屏,预装 Windows 8 操作系统(Beta),实现 8 小时的续航。通过 EE2.0 的底层加速技术,支持 2 秒快速唤醒,即开即用,随时移动互联。在硬件配置方面,它搭载 Intel Ivy Bridge 平台的全新第三代 Core i7 处理器,并配置了 8GB RAM 和 256GB SSD 存储容量。厚度为 16.9 毫米、重量为 1.47 公斤,是目前业内最薄的可折叠超薄笔记本。

新推出的联想 ThinkPad T430u 是一款适合于商用的超级本,标价 849 美元。十分吸引人的是,消费者有选择 SSD 或者一个 1TB 的 HDD 硬盘的权利。其他方面,这个超级本拥有 14 英寸屏幕,0.8 英寸厚度,重量不到 4 磅。

另外,联想于美国 CES 现场发布了两款超低价的超级本,分别为 13 吋的 IdeaPad U310,以及 14 吋的 U410。售价 699 美元起。IdeaPad U310 采用 1366×768 分辨率屏幕,配以 4GB 内存。机身搭载 USB 3.0、多合一读卡器,有固态或机械硬盘可选。产品续航时间标称 8 小

联想YOGA四种使用模式



笔记本式 (Notebook)
适用环境:日常工作、打字



帐篷式 (Watch)
适用环境:观看视频、照片



平板电脑式 (Tablet)
适用环境:触控应用



立式 (Stand)
适用环境:讲解方案

时。重量在 1.34 千克左右。与 U310 最大的不同除了尺寸方面,U410 搭载了 NVIDIA GeForce 610M 的 1GB 独立显卡。重量 1.68 千克。



宏碁——Acer Aspire S5

宏碁首款超极本 Acer Aspire S3 (宏碁蜂鸟 S3) 的后续产品, 13 英寸的 Acer Aspire S5 正式亮相 CES2012。Acer Aspire S5 机身厚度 15 毫米, 重量 1.35 千克, 采用英特尔最新一代酷睿处理器, SSD 固态硬盘以及杜比家

庭中心认证音响系统。比较特别之处是提供了一个 MagicFlip I/O 功能键，可以保证机身一体美观。按下该键可打开机身后部的接口挡板区域，内部包含 HDMI，USB 3.0 以及 Thunderbolt 接口。这款超极本将会在 2012 年第二季度上市。此外，宏碁首次展示采用 14 英寸和 15 英寸屏幕的超极本产品，新产品将会被重新命名为 Aspire Timeline Ultra。



华硕——ZENBOOK Eee Pad

华硕在 CES2012 展会上推出新一代玫瑰金色和粉红色 ZENBOOK Eee Pad，这是对 2011 年 10 月发布的华硕 ZENBOOK UX 系列超级本的补充。ZENBOOK UX 系列有智能手机般的易用性与便捷功能，包括 2 秒随开即用和 2 周的待

机时间，或 65 天的睡眠/休眠模式。它采用最新的英特尔®酷睿™i7 处理器，SATA Revision3.0 的固态存储(SSD)，蓝牙™V4.0 和 USB3.0，并支持关机充电。该系列机型同样配备了华硕 SonicMaster 技术，带来高质量的环绕立体声音效。

业内人士预计，超级本（Ultrabook）将在今年迎来爆发式增长。不过，也有分析认为 Ultrabook 可能被市场冷落。瑞士信贷分析师预测，Ultrabook 在 2012 年笔记本电脑市场的份额将只有 10%。

在 CES 上大张旗鼓的推广一个产品类别，即使是被众人所看好的产品，最后也不一定能获得成功。2009 年，上网本备受瞩目，但 iPad 引起消费者抢购时，上网本却几乎退出市场。

后市如何，让我们接着看下去。

资料链接

超级本（Ultrabook）是英特尔在 2011 年 5 月提出的概念，主导笔记本更轻更薄，且具



有超长的待机时间和高性能，旨在与苹果的 iPad 和超薄本 Air 产品、以及 Android 平板电脑竞争。在英特尔的规划中，“超级本”未来三年将占据 40% 的市场份额，且英特尔从 2011 年第二季度开始，就不断与上游笔记本供应链厂商开会，在零部件设计、降低成本等方面提供建议和帮助。英特尔 2011 年 8 月宣布，向“超级本”概念产业链投资达 3 亿美元建立产业基金，用于发展“超级本”的技术支撑。

盘点 2011(续) 移动互联网

关键词: 智能手机 雷军 小米手机 iPhone 4S 移动支付

那些人

雷军——“国产神机”小米手机

2011 年的移动互联网年度人物,无疑是乔布斯,尤其,他在 iPhone 4S 发布的第二天辞世,更是举世悲悼。

一个传奇已落幕,更多的传奇在上演。比如,被称为中国乔布斯的雷军,他和他的小米手机便风头正健。

小米手机很火,国产手机里不曾一见的火。2011 年 9 月 5 日,小米手机首次预订销售,准备销售两个月的 30 万部 34 小时售完;

2011 年 12 月 18 日和 2012 年 1 月 4 日两次开放购买,分别在不到 4 小时时间里销售 10 万部;2012 年 1 月 11 日,小米手机第三次开放预订,这次的量是 50 万。短短 4 个月,小米手机销量冲到百万,米粉无数。

小米火,那是因为雷军,因为这是雷军这个中国 IT 圈、创投圈教父级人物在 40 岁上又二次创业并全力以赴打造的产品。

“手机会替代 PC,这是未来的趋势。”



这是雷军的判断，也是他押注移动互联网的依据。

2010 年 4 月 6 日，小米科技成立。创始人都有着金光闪闪的履历：7 人创始人团队的其余 6 人，林斌是 Google 研究院副院长，洪锋是 Google 高级工程师，黄江吉是微软工程院首席工程师，黎万强是金山软件人机交互设计总监、金山词霸总经理，周光平是摩托罗拉北京研发中心总工程师，刘德是顶级设计院校 ArtCenter 毕业的工业设计师。而小米科技最初的 56 个员工，总共投资了 1100 万美元——均摊下来每人投资约 20 万美元，这在创业公司中，绝对算得是财大气粗了。而据说，即使普通员工，也多半来自 Google、微软、金山这些企业。

豪华的制作团队加响当当的雷军加 1.5G 双核、1G 内存、4 寸夏普屏、1900 毫安大容量电池这样的数据加 1999 的价格，小米吹皱

一池春水。

雷军一直说乔布斯是自己的偶像，小米究竟是要学习偶像还是超越偶像？

2011 年 8 月 16 日，小米手机发布会，一众互联网风云人物：凡客诚品董事长陈年、UCWEB 董事长兼首席执行官俞永福、乐淘网 CEO 毕胜、多玩网总裁李学凌、金山网络 CEO 傅盛等人，把自己手中的 iPhone 扔在地上，表示要换小米手机。这颇像影视剧中才有的歃血为盟的投名状景象，明白表示，小米剑指苹果。而且，是要替代苹果的。

然而，“模仿 iPhone”的质疑以及“掉漆、进灰、后盖不紧、屏幕翘角”等产品硬伤，让这雄心壮志给人感觉有那么点不靠谱。不过，iPhone 4 亦曾身陷天线门、闹钟门，考量的除了技术改进能力，初期更要考量粉丝们的包容度。如果米粉像果粉一样忠诚，如果雷军和他的团队能迅速解决产品及服务问题，超越未必不可企及。至少，小米的价格更具杀伤力。

而据称，2011 年 11 月发售的小米手机改进即达到 19 项。

也有观点认为，雷军并未超越，而是在学习甚至模仿。甚至有心人发现，雷军连打扮也越来越像乔布斯，比如小米发布会上同样身着黑 T 恤、牛仔裤、运动鞋。有人评价雷军，说他从他身边的任何人身上迅速学到东西。“这是他最大的优点，但也是他最大的缺点。永远在学，没有打破旧世界的勇气。”又有人说，“雷军太在意成功。这是一把枷锁，让他不敢冒险，不得不谨慎。”“他用了 50 多部手机，他要做的是一部为手机发烧友订制的‘神机’，一部功能强大的机器，也就是一个缺点尽量少的东西。”而乔布斯是个天马行空的人，总是沉醉在自己的世界里，经常乔布斯下一个命令，就让专业职员照着设想去做，并不在意未来用户会怎么想。所以其推出的产品，有很多成功的案例，也有失败的典型。而苹果的产品也以封闭的系统著名，缺点不少，但胜在优

点够突出、够颠覆。

而雷军努力取悦的手机发烧友似乎也不大买账，一位发烧友便难掩失望的说“很普通的工业设计，很普通的用料，并不是很人性化的产品细节。是的，小米同学，除了 CPU 和内存，你不是一款面向发烧友的手机，你不是世界上最好的手机，你是向大众市场妥协的产物，你不是以乔布斯的理念为榜样而设计出来的手机，你不是一款能够颠覆中国手机形象的手机，你不是我所期待的手机。”

说句题外话，我们中国人似乎在古代把创造力用完了，四大发明之后，尤其到了互联网时代，我们总是在模仿，虽然基于国人庞大的基数，商业上不乏成功甚至超越被模仿对象，但是，总缺了一些改变世界的勇气。

资料链接

1、配备高通 Snapdragon S3 (MSM8260) 双核 1.5G CPU、1GRAM+4GROM 及 32G 扩展；

2、采用了夏普 4 英寸 16:9 大尺寸 fvwga 触摸

流媒体网 www.lmtw.com 制作

屏，半反射半透射的结构阳光下依然清楚；

3、基于 Android2.3.5 深度定制修改的 MIUI 系统，可以自主在 MIUI 系统与 Android 原生系统之间选择切换，自由定制桌面主题；

4、超出主流智能手机电池容量近 30%的 1930 毫安锂电池；

5、独特的手机社交键“米键”可直接进行米聊也可用做拍照键。

重要参数

- * 网络模式：GSM，WCDMA
- * 外观设计：直板
- * 主屏尺寸：4.0 英寸 480x854 像素
- * 触摸屏：电容屏，多点触控
- * 摄像头像素：800 万像素 CMOS
- * 操作系统：MIUI+

原生 Android (基于 Android ...

- * 机身内存：1GB RAM+4GB ROM
- * 电池容量：1930mAh
- * 蓝牙传输：支持
- * GPS 导航：支持 GPS，支持 GLONASS
- * 存储卡：MicroSD 卡
- * 键盘类型：虚拟 QWERTY 键盘



小米手机

关联阅读冲向移动互联网 三大佬扎堆推手机

目前的互联网领域，寡头垄断已然是个不争的事实：腾讯、百度和阿里巴巴三家，几乎垄断了搜索引擎、即时通讯、电子商务和第三方支付四大领域。移动互联网是个突破口，雷军看到了，这几位大佬也看到了。

2011 年，跟小米手机前后脚，百度、腾讯、阿里巴巴的手机都来了。

1. 阿里巴巴——阿里云手机（2012 年 1 月中旬参考价格：2680 元）

2011 年 7 月 28 日，阿里巴巴集团旗下阿里云计算有限公司推出独立研发的阿里云操作系统(阿里云 OS)以及搭载此系统的天语云智能手机 W700。

2012 年 1 月 13 日，阿里云推出在线应用



中心，通过阿里云浏览器，用户可在电脑上为手机安装各种应用，目前已有数千款各类应用软件可供用户下载。

云空间服务+CLOUD APP+淘宝一站式体验是阿里云手机最大的优势：

享有 100GB 云空间，云功能主要包括云助手、云便签、云图片、云聊、云搜索、云邮、

云浏览器等，所有的云功能都基于一个云账号，这个账号代表了个人在云服务器的身份认证。同时云服务器可以在手机和浏览器当中共同登陆。同时阿里云手机内置了自主研发的地图功能，可以给予 LBS 进行定位提供 POI 点。

阿里巴巴集团的杀手锏“CLOUD APP”概念——基于云端的应用程序，独立界面，无须安装。CLOUD APP 界面集成了淘宝所有的服务，从支付宝、淘宝网，到淘画报、城市头条、云微博等。

阿里云手机由阿里巴巴集团定制，同时天语生产硬件，而且由著名的图形厂商 Nvidia 提供处理器，中国联通定制机，因此机器背部集合了四家 LOGO。

重要参数

* 网络模式：GSM，WCDMA

- * 外观设计：直板
- * 主屏尺寸：3.8 英寸 480x800 像素
- * 触摸屏：电容屏，多点触控
- * 摄像头像素：前：30 万像素，后：500 万像素 CMOS
- * 操作系统：云 OS v2.2
- * 机身内存：8GB ROM+512MB RAM
- * 电池容量：1500mAh
- * 蓝牙传输：支持
- * GPS 导航：内置 GPS，支持 A-GPS
- * 存储卡：MicroSD 卡，支持 App2SD 功能

- * 键盘类型：虚拟 QWERTY 键盘

2. 腾讯——社交手机

HTC Cha Cha （2012 年 1 月中旬参考价格：G16-1232 元/A810e-1589 元）

2011 年 9 月 21 日，腾讯联合 HTC 在北京发布了双方首款深度合作的社交手机 HTC Cha Cha。HTC Cha Cha 自带手机 QQ、QQ 空间、QQ 浏览器、腾讯微博四款腾讯软件。HTC Cha Cha

最大的特色无疑是那个位于手机右下角印有腾讯企鹅标志的 Q 键，提供独有的 QQ Service 服务。按一下 Q 键就可以直接到说说发布界面，欣赏手机中图片的时候按一下 Q 键可以将该图片上传至 QQ 空间。



重要参数

- * 网络模式：GSM，WCDMA
- * 外观设计：直板
- * 主屏尺寸：2.6 英寸 320x480 像素
- * 触摸屏：电容屏，多点触控

- * 摄像头像素：前：30 万像素，后：500 万像素 CMOS
- * 操作系统：Android OS 2.3
- * 机身内存：512MB ROM+512MB RAM
- * 电池容量：1250mAh
- * 蓝牙传输：支持蓝牙 3.0+A2DP
- * GPS 导航：支持
- * 存储卡：MicroSD 卡
- * 键盘类型：QWERTY 全键盘

W808W “iQQ”（2012 年 1 月中旬参考价格：2980 元）

2011 年 11 月 24 日，腾讯联合天语手机、英伟达公司，正式宣布推出天语 W808W “iQQ”智能手机，深度整合 QQ Service 的各种应用，包括 QQ 浏览器、QQ 通讯录、手机 QQ、腾讯微博、SOSO 等，不同应用间实现无缝切换。这款手机采用了双核移动芯片英伟达图睿



(Tegra)2, 整合了 8 个独立处理器, 其中包括 Cortex A9 双核 CPU、8 核的英伟达精视 GeForce GPU 以及支持 1080P 的 HD 视频加速器, 这些处理器可协同或单独地工作, 优化功耗。

重要参数

- * 网络模式: GSM, WCDMA
- * 外观设计: 直板
- * 主屏尺寸: 4.3 英寸 480x800 像素
- * 触摸屏: 电容屏, 多点触控
- * 摄像头像素: 前: 30 万像素, 后: 500 万像素 CMOS
- * 操作系统: Android OS 2.3
- * 机身内存: 1GB RAM
- * 电池容量: 2000mAh
- * 蓝牙传输: 支持
- * GPS 导航: 支持
- * 存储卡: MicroSD 卡, 支持 App2SD 功能
- * 键盘类型: 虚拟 QWERTY 键盘

3. 百度——易手机 (2012 年 1 月中旬参考价格: 2999 元)



2011 年 12 月 20 日, 百度携手戴尔发布了传闻已久的百度·易平台的手机, 即 Streak Pro D43。内置百度的一些功能, 包括百度智能框搜索、百度宝箱、百度 Ting, 以及百度易商店、百度地图、百度身边等服务; 此外还内置了联通的一些定制服务。同时提供 100G 免费云端网盘。

针对百度特色, 开机瞬间即可使用的“智能框搜索”无疑是易平台的最大特色。支持本地文档、图片、音乐、视频的同步和通讯录、程序进度的备份; 一处上传,

处处同步, 网络信息, 随心收藏; 自动与百度庞大的云端数据库进行匹配, 如有记录无需上传; 更新文件, 只上传更新部分, 节省流量。

据了解, 此次合作戴尔不需向百度支付费用, 还将分享易平台上产生的收入。

重要参数

- * 网络模式: GSM, WCDMA
- * 外观设计: 直板
- * 主屏尺寸: 4.3 英寸 960x540 像素
- * 触摸屏: 电容屏, 多点触控
- * 摄像头像素: 前: 130 万像素, 后: 800 万像素 CMOS
- * 操作系统: 百度·易
- * 机身内存: 1GB RAM
- * 电池容量: 1520mAh
- * 蓝牙传输: 支持蓝牙 2.1
- * GPS 导航: 支持 A-GPS
- * 存储卡: MicroSD 卡
- * 键盘类型: 虚拟 QWERTY 键盘

那些事

智能手机战国七雄的 2011 争霸赛

“移动改变生活”，以前，我们只把这句话当作中国移动的宣传口号来听，而如今，我们的生活确实实改变了。手机销量超越了 PC，手机上网的人以及手机上网所用时间也正在超越电脑上网。巨大的市场已经在招手，也因此，2011 年移动互联网的战争也异常惨烈。

如今，2011 硝烟已散，2012 悬念又起。乔帮主 56 岁英年早逝，苹果能否在未来的岁月保住第一大帮的位子？被苹果从第一名的宝座上赶下去的诺基亚尚未奋起，势头又被 Android 压过，昔日辉煌能否重拾？三季度一战，三星力压苹果，能否成为下一个老大？

让我们回眸一下战火纷飞的 2011 智能手机江湖。

苹果——关键词：失去乔布斯



在智能手机浪潮中，iPhone 拥有“舍我其谁”的霸气。苹果公司在 2011 年第三季度的总收入达到 285.7 亿美元，净利润为 73.1 亿美元，比 2010 年同期的 32.5 亿美元几乎翻了一倍。收入的强劲增长主要得益于 iPhone 和 iPad 的巨大销量，尤其是其产品销量在亚洲地区的惊人增长。

2011 年第三季度，由于苹果公司的新款 iPhone 没有发售，数不胜数的“果粉”都在等待 iPhone 5 的到来，结果导致了苹果公司仅售出了 1770 万部 iPhone 手机而被三星超越。但是根据瑞银分析师 Maynard Um 发布的报告，苹果第四季度 iPhone 手机的销售量有望达到 3000 万部，而这里所指的苹果 iPhone 手机包括了目前苹果公司在售的 iPhone 3GS、iPhone 4 和乔布斯去世前一天发布的 iPhone 4S（2011 年 10 月 4 日）。

市场研究公司 Canaccord Genuity 分析师迈克尔·沃克利(Michael Walkley)的研究报告显示，iPhone 2011 年第四季度在全球智能手机市场的份额将达到 20.3%，高于第三季度的 14.3%；在第四季度中，iPhone 在全球智能手机市场的表现将好于 Android 手机，并以此预计，苹果第四季度将售出 3050 万部 iPhone。

三星——关键词：超越

截至 2011 年 11 月底，三星手机的销售量已经超过了 3 亿部，相比 2010 年的历史最高成绩 2.8 亿部，三星已经再创佳绩。虽然三星依然维持着全球第二大手机厂商的头衔，但是美国投资公司 Sanford Bernstein 分析师表示，三星 2012 年将会超过诺基亚成为全球最大的手机厂商。

市场研究公司 Strategy Analytics 称，三星 2011 年第一季度出货 1200 万部智能手机，第二季度出货 1900 多万部智能手机，而三星在第三季度凭借超过 2400 万部的出货量超过了最大的竞争对手诺基亚的 1950 万部成为全球最大的智能手机厂商，而这也是三星历史上首次超过诺基亚。除此之外，三星也凭借



流媒体网 www.lmtw.com 制作

第三季度的智能手机销售量超过了实力最为雄厚的苹果 iPhone。

2011 年，三星在高端手机市场推出了 Galaxy SII，更在 Galaxy SII 第二代手机上市后仅仅 5 个月的时间就获得了 1000 万部的销售量。除了 Galaxy SII 这样的高端 Android 智能手机之外，在中端和低端 Android 智能手机市场上，三星也是遍地开花取得了不俗的成绩。三星也丝毫没有放松自家推出的 Bada 操作系统，采用 Bada 操作系统的 Wave 智能手机目前的销售形势大好，另外三星在微软 Windows Phone 平台上也有行动。

据相关分析，三星的手机业务部门对整个三星运营利润的贡献首次超过 50%，可见手机在三星内部的重要地位。

黑莓——关键词：不见起色

黑莓的 2011 年过的可谓不甚如意，用多事之秋、祸不单行等词语形容也一点不为过。曾经风光无限的黑莓，在 2011 年第二季度期间，只售出了 1060 万部手机，比已经下调的目标还少了近 200 万部。RIM 的智能机全球市



场份额从 2010 年的 19%下降到如今的 12%，RIM2011 年第三财季净营收为 52 亿美元，同比降 6%；净利润为 2.65 亿美元，同比降 70.9%。黑莓智能手机在 2011 年第三季度出货量比第二季度有所增加（但也仅仅为 1410 万部），也比第二季度净营收的 42 亿美元增长了 24%，但是，与 2010 年同期 55 亿美元相比下降 6%。此时的 RIM 别说是无法和苹果、三星以及处于“休养生息”状态中的诺基亚相比，如果照此情形发展下去，HTC 就要把黑莓赶出第四的宝座了。

屋漏偏逢连夜雨，黑莓智能手机的服务故障爆发，且呈迅速蔓延趋势，波及到亚非欧美

四大洲的用户，令用户大失所望。这边故障还未平息，那边，加拿大黑莓手机厂商 RIM 于 2011 年 10 月 18 日推出的被寄予希望的、适用于 PlayBook 平板电脑和智能手机的操作系统——黑莓 BBX，却被业内人士普遍认为并不具备革命性，而且 RIM 公司又因此系统陷入了不断地麻烦之中。在最近的一起诉讼案中，一位联邦法官下令要求 RIM 公司改变其 BBX 系统的名称，最后 RIM 公司不得不从，改名为 BlackBerry 10。除了这些麻烦，最让黑莓痛心的是，RIM 公司在全球的市场份额正在逐步缺失，尤其是北美市场份额，遭受到其他平台如 Android、Windows Phone 的严重侵蚀。最新数据显示，目前 RIM 在北美市场份额已经下降至 17.2%。2011 年对于黑莓来说真的是麻烦不断，一代老牌“巨星”也许真的要慢慢淡出舞台。

摩托罗拉——关键词：喜忧参半

摩托罗拉的 2011 年第三季度的财务数据整体上来看并未像之前某些分析人士一直认为的那么糟糕，但是光景也很是暗淡。数据显

流媒体网 www.lmtw.com 制作

示，其 2011 年第三季度智能手机出货量为 480 万台，虽说摩托罗拉手机部门总收益额为 24 亿美元，年增长 20%，但还是遭受了 3200 万美元的损失。

除了营收上的亏损，在 2011 年 8 月 15 日，摩托罗拉与谷歌达成的“迎娶”协议，或许也存在着变数，2011 年 12 月，欧盟委员会暂停对谷歌收购摩托罗拉移动交易的审查，等待谷歌提供进一步更详细的资料。如果这笔交易最终被否决，那么摩托罗拉移动股东的利益将缩水 50%，损失很是严重。

2008 摩托罗拉手机业务陷入低谷后（亏损额高达 41.63 美元），凭借 2009 年推出的一款搭载高通硬件+Android 软件的手机，其状态有所回升，但随着智能终端市场上的军阀混战，昔日的光辉岁月也是一去不复返。极度缺少资金援助的摩托罗拉本以为可以依靠谷歌的 125 亿美元重塑形象，但谁料想，此笔交易也存在着变数，究竟摩托罗拉的命运走向何处，我们只能拭目以待吧。

诺基亚——关键词：不复当年勇

从苹果推出 iPhone 后，智能手机市场格局就开始发生巨大的变化。昔日的手机终端厂商都不同程度的受到了影响，其中，诺基亚的状态最为明显，其市场份额大幅度下降，逐渐失去第一名的宝座，再加上其他厂商的围攻，诺基亚早已不复当年之勇。

诺基亚 2011 年第三季度的业绩报告显示，诺基亚总销量为 1680 万。由于智能手机销售量下降 39%，诺基亚总营收也随之下降 13%，净亏损达 6800 万欧元（约合 9400 万美元）。虽然“亏损”、“下降”成了诺基亚业绩中的常用词，但诺基亚 CEO 史蒂芬·埃洛普



却“自我安慰”的称：“2011 年第三季度所取得的进步令人鼓舞，我们正在努力的在变革期内稳步推进改革。在未来，我们也是要采取必要措施推进结构调整以促进诺基亚的长期发展。”

大家都把希望寄托在诺基亚和微软合作的 Windows Phone 上，希望借此手机刺激诺基亚的复苏趋势，而作为背负诺基亚翻身重任的首款 WP7 智能手机的首秀并未在市场上赢得喝彩。令业界颇为失望的是，经过长达 8 个月的准备，诺基亚仅推出两款搭载微软操作系统的智能手机，而采用 SymbianS40 系统的非智能手机产品数量则达到 4 款。在 Symbian 时代已经成为过去时的情况下，诺基亚此时大力推出 Symbian 新品，而且是非主流的非智能手机，实在让人大惑不解。WP7 手机的设计上也并没有鲜明的个性，让用户很是不满意，竞争力严重不足。大多业内人士认为，诺基亚重现巨头往日荣耀的道路曲折，实在不好走。

索尼爱立信——关键词：革新

2011 年前几个季度遭遇亏损的索尼爱立

信如今仍然徘徊在亏损边缘，从 2011 年第三季度的大部分财务统计数据来看：公司业绩虽然有所好转，但还是没有达到理想的状态，根据财报显示，第三季度实现净销售额 555 亿瑞典克朗，同比增长 17%。2011 年前 9 个月共实现净销售额 1633 亿瑞典克朗，同比增长 16%。2011 年前九个月的毛利为 37.1%，而 2010 年同期为 38.9%。

自身改革失误以及周围强敌的纷纷来袭，索尼爱立信的处境越来越艰难。市场份额不断萎缩，目前全球市场份额低于 5%，在中国市场份额约为 3%，充其量仅为二流品牌。索尼爱立信董事长兼 CEO Bert Nordberg 表示，2012 年将把精力放在智能手机上，因为帮助索尼爱立信实现第三季度扭亏的主要功臣为高端智能手机 Xperia，其出货量占据总出货量的 80%，将来也会在此款机器上加大投资。但有分析认为，这种单一产品结构让索尼爱立信或“吊死在一棵树上”，风险性很大。而且我们必须知道：虽然智能手机 Xperia 占到其

2011 年第三季度出货总量的 80%，但索尼

爱立信并没有赚钱。

然革新之路还未找到，公司本身已发生巨变。2011 年 10 月 27 日，索尼宣布以 10 亿 5000 万欧元的价格收购其 50% 的股份，全资控股该公司，同时宣布从 2012 年中开始停用“Sony Ericsson”品牌，今后手机统一打上“SONY”的 LOGO，所以从 2012 年开始，我们就必须称之为索尼手机了。索尼目前最大的资产，一是依然强大的技术实力和品牌，二是已有的丰富数字娱乐内容。面对互联网新时代，它要做的就是整合，也许未来的索尼手机可以带给用户不一样的感受，革新正在路上。

HTC——关键词：“雪上加霜”的处境

自 2011 年年初一直在竞争激烈的智能手机市场表现突出的 HTC，下半年销售成绩开始大幅下滑，这也导致了该公司股价一直处于下跌的态势，11 月份便下降了近 40%。

除了销售额大打折扣之外，HTC 作为 Android 阵营的领军者被竞争对手苹果盯住。2011 年 12 月 19 日，美国国际贸易委员会认定 HTC 确有侵犯苹果公司产品的行为，正式下

达针对 HTC 手机在美国进口和销售的禁令，这一禁令对于正处困难期的 HTC 来说无疑是雪上加霜。

除却苹果专利的诉讼案之外，HTC 和自己的“衣食父母”——Android 操作系统的关系也无法和从前相提并论。自谷歌与摩托罗拉达成收购协议起，作为 Android 操作系统的使用大户，HTC 就面临着必须要着手改变的形势，但一直也没有最后的决定，对 Android 的依赖性还是很强，谷歌一旦对 Android 系统采取半开放或不开放的措施，HTC 将会面临厄运。

HTC 虽然自 2010 年就正式进入中国内地市场，并且当时一直强调加快和三大运营商的合作，但是至今为止，针对运营商定制准备的产品库依然很是单薄，最重要的是产品过于集中在中高端市场和目前国内三大运营商力推千元智能手机的风向背道而驰。所以 HTC 在中国内地市场的普及率还是较低，实在无法和其他品牌相抗衡，如果少掉了中国这个聚宝盆（毕竟拥有全世界最多的人口和手机用户），

和三星、摩托罗拉等品牌相比，损失会非常严重。

篇外篇

联想、中兴、华为、酷派——关键词：征战“千元智能机”



国际大牌在智能手机领域杀得昏天黑地，国产品牌们也不甘落后，拼尽全力想要杀出一条血路。其中以联想、中兴、华为、酷派最惹人注意，纷纷推出自己的智能手机，并与运营商紧密合作打造自己的多款产品，尤其是和三

大运营商合作推出千元智能机，颇受用户欢迎，多款手机火爆市场，面临缺货的状态。如联想乐 PhoneA60；酷派 E239、D530、D539 三款产品销量均超过百万；中兴 V880 发货一个月便超过 100 万台。

国产智能机大都搭载 Android 操作系统，一项调查显示，华为、中兴、酷派在 Android 智能手机市场占有率中，占比分别为 11.4%、9.8%和 9.2%，位居第三、四、五位，超过 HTC、索尼爱立信和 LG，成为用户优先选择的品牌。虽然国产品牌的智能机相较于国际品牌起步稍晚，但是基于各大厂商对于机器研发力度的提升，以及和三大运营商的密切合作，尤其是成功的推出了千元智能机战略，使国产品牌迅速赶上，甚至有超越一些国际大品牌的趋势，中低端用户（千元智能机受众群体甚为广大）在其中起到了极为重要的作用，而且国产品牌和三大运营商合力打造的千元智能机战略正逐步发展为一种手机潮流，更是多数国内中低端用户换机的首要选择。

2011 与苹果拼平板 降价是唯一招数？

市场调研公司 Strategy Analytics 2011 年 10 月 21 日发布的报告称，2011 年第三季度全球平板电脑市场出货总量达到 1670 万部，较 2010 年同期的 440 万部增长 280%。其中，苹果 iPad 的出货总量达到 1110 万部，占据全球平板电脑市场 66.6% 的份额。Android 平板电脑的出货总量为 450 万部，市场份额达到了 26.9%，高于上年同期的 2.3%。该季度，苹果 iOS 和谷歌 Android 设备占据了全球平板电脑市场 94% 的份额。微软占据了平板电脑操作系统市场约 2.4% 的份额，日趋低迷的 RIM 的 QNX 操作系统占据了全球平板电脑操作系统市场 1.2% 的份额。

推出以来，iPad 在平板电脑市场可谓独领风骚，其他厂商的产品都生活在 iPad2 辉煌下的阴影中。直到亚马逊推出 Kindle Fire，才稍稍挫其锋芒。Kindle Fire 自上市日起，便一跃成为了美国百思买商店最畅销的平板电

脑之一，有时甚至超过了苹果 iPad 2 的销量。

苹果——iPad

尽管市场中有传闻称，苹果将会在 2012 年 3 月或 4 月发布 iPad 3，但是这并不足以影响 iPad 2 在 2011 圣诞假日购物季的火爆销售。

《财富》网站的统计数据显示，共有 42 位分析师对 2011 年第四季度 iPad 的销量进行了预测。其中，最保守的是市场研究公司 Gabelli 的分析师亨迪·苏珊托（Hendi Susanto），她预计 iPad 在第四季度的销量将达到 1173 万部；最激进的是 MacObserver 的亚历克西斯·卡波特（Alexis Cabot），他预计 iPad 在第四季度的销量将达到 1947 万部。

华尔街分析师平均预计，iPad 在 2011 年第四季度的销量将达到 1350 万部，这意味着同比增长 90% 以上。自 2010 年上市以来，iPad 的累计销量将接近 5250 万部。

RIM——Playbook

虽然有人评价 RIM 推出平板电脑 PlayBook 犯了“舍本逐末”的错误，认为 PlayBook 从设计到制造都是败笔，而且占用了公司本应用于黑莓手机的最佳资源，最终可能会拖垮 RIM。但是 RIM 的经理们反复表示他们对 PlayBook 有信心，因为消费者终于开始购买了——不过这也有“买二赠一”促销战略和“100 美元内部特惠价”的很大功劳。照这样的卖法，买得越多亏得就越多。RIM 也一直自掏腰包打着促销，总共亏本 4.85 亿美元。

自 2011 年开始，RIM 公司的 Playbook 平板电脑在市场就一直不景气。例如，在 2011 年第二季度，RIM 的 Playbook 的出货量由第一季度的 50 万部下降到 20 万部，不及预期的一半，而据有关数据表示，第三季度，Playbook 的销售量也只能用惨淡表示，把这些个数字拿来和 iPad 2 比较一下，后者两天的销售量都

比前者整个季度的出货量要多得多。

惠普——TouchPad

面对 iPad2 和其他众多设备厂商的进攻，惠普平板 TouchPad 采取降价策略，希望在拥挤万分的平板领域继续生存下去。

2011 年 8 月 5 日，惠普对 TouchPad 进行了 100 美元的降价，16GB 版本售价为 399 美元，32GB 版本的价格是 499 美元。半个月之后，惠普官方又一次宣布：自 2011 年 8 月 19 日，惠普在百思买网站上将 16GB 版 TouchPad 降价至 99 美元，将 32GB 版 TouchPad 降价至 149 美元，清仓甩卖。2011 年 12 月 11 日，惠普再次宣布降价促销，售价和清仓甩卖货价一致：16G 版本 99 美元，32G 版本 149 美元。销售情况非常火爆，很快就卖光。分析认为，该产品受欢迎的原因在于其售价低廉，TouchPad 是同级硬件配置中最便宜的平板电脑。面对这种场景，不知道惠普该笑还是该哭，不过可喜的是总算处理完仓库中堆满的平板，虽然亏损不少。

三星——Galaxy

虽然三星的平板 Galaxy 的命运不至于像 RIM 和惠普这样悲苦，但是面对苹果公司的连番状告侵权，三星的日子也不是太舒服。

苹果指控三星 Galaxy 系列平板电脑全盘抄袭 iPad，并且已经在德国和荷兰成功阻止了最新款 Galaxy 平板电脑的销售（苹果胜诉）。但三星的平板已经在澳大利亚开卖，是的，苹果在和三星的平板诉讼案中，在澳大利亚吃了败仗。而且因为此次胜仗，三星股价大涨，而且三星的平板电脑 Galaxy Tab 在澳大利亚的前景也被普遍看好。根据一项数据显示，三星的平板电脑市场份额仅次于苹果的 iPad，位居平板领域第二。

亚马逊——Kindle Fire

2011 年 9 月 28 日，亚马逊 CEO 杰夫·贝索斯在纽约的发布会上公开演示公司历史上第一款平板电脑——“Kindle Fire”。在 Kindle Fire 发布的第五天，预订人数已超过 25 万；其热门程度已接近 2011 年初 iPad 2 发布和预订时的情形。Kindle Fire “惹火”的原因是：这款能看电子书、下载数字音乐和



视频游戏，又能播放电影和电视节目的平板电脑售价仅为 199 美元，不足 iPad 的一半，被誉为是 iPad 最有力的挑战者。Kindle Fire 成为美国百思买商店最畅销的平板电脑之一，有时甚至超过

了苹果 iPad 2 的销量。

Kindle Fire 将亚马逊旗下的各种云服务汇集于一身，包括 Android 应用商店、Kindle 电子书商店、MP3 和流媒体视频等，强大的云服务支持是其脱颖而出的关键。用户通过 Kindle Fire 便可以享受亚马逊内容库中的 1800 万首音乐、海量电影和电视剧、书刊杂志、应用和游戏。Kindle Fire 的买家还可以免费试用 30 天 Amazon Prime 服务。为了更好地支持云服务，亚马逊还推出了 Silk 浏览器，其主要特色在于将部分处理工作置于云端，从

而加快浏览速度。

与市面上的主流平板相比, Kindle Fire 虽然配置一般, 系统落后, 甚至没有摄像头, 但是, 亚马逊认为这些对于用户来说并不是那么重要, 通过自身丰富的内容资源实现盈利才是标准的亚马逊 Kindle 模式。也有分析认为, Kindle Fire 是亏损买卖, 在未来的发展中, 或许会为亚马逊公司带来一系列不利。

联想——乐 Pad

国内移动终端巨头联想的乐 Pad 在这场平板之战中也和“三星、黑莓们”一样无法抵抗 iPad 的猛烈袭击, 开始了它的降价之路, 而且降幅极大。联想官方于 2011 年 9 月 23 日正式宣布调整乐 Pad A1 平板电脑售价, 整体降价 1100 元, 最低配乐 Pad A1 更降至 1000 元, 这使得 A1 成为市面上首款千元品牌平板电脑。虽说在平板领域除却苹果, 其他厂商降价很是普遍, 但是降至千元价位尚属罕见, 不过这也正从侧面反映出了平板电脑市场竞争的激烈。

2011 年 11 月 29 日, 联想发布了乐 Pad S2

系列 5 寸、7 寸、10 寸三款新品, 作为联想移动互联产业布局的核心终端, 以多品类产品布局、丰富的本地化应用、3G 双模通讯、全新的 UI 设计、针对中国消费者, 打造最适合国人使用的平板电脑, 通过联想独有的云服务, 为消费者带来更精彩的移动互联生活体验。

海信——是平板亦是 TV

2011 年 12 月 27 日, 海信发布了一款名为 I' TV2 的 10.1 英寸平板电脑。搭载的是蜂巢系统 (Android 3.2), 而且有别于其他同尺寸平板, 它被视为是平板电脑和电视的跨界产品。

这款平板拥有独特的平板和智能电视 (smart TV) 之间的图像推送技术, 使得电视能看平板的画面, 平板也能看电视上的画面。并在平板上集成了电视的遥控器, 使得平板和电视之间的连接更方便。这种“小传大”、“大传小”的技术有别于现在平板和 PC 上的 DLNA 技术, 海信的图像推送技术不止局限于同一局域网: 利用云技术只要两端都在 Internet 网上就可以互传。

家电厂商推平板电脑并非只是海信一家人的想法, LG 亦表示 2012 年将在韩国国内推出首款平板电脑“Optimus Pad LTE”。操作系统搭载的是 Android 3.0 系统, 内置 32GB 存储, 外置扩展插槽, 最大可扩展 32GB。

在当今的互联网时代, 平板电脑的成绩已经成为看设备厂商是否成功的重要标准。无论是国内, 还是国外, 目前的平板电脑厂商们都真真切切的处在 iPad 的阴影之下, 苹果无疑还会继续占据它的优势。如果其他平板们真的想获得一定的市场份额, 一则价格一定要使得用户满意, 而产品的用户体验也至关重要, 当然创新也是在未来市场中胜出的重要战略之一。

据悉, 电子设备制造巨头富士康将于 2012 年第一季度开始生产新一代 Kindle Fire, 并在 2012 年第二季度推向市场。而苹果的第三代 iPad 也将会在同一期间发布。这意味着, 在 2012 年上半年, 亚马逊和苹果之间将会有一场精彩的鏖战。而是否还有其他黑马杀出也是未知数。就让我们拭目以待。

没有永远的朋友和敌人 只有永远的利益——移动互联网 2011 战与和

没有永远的朋友，也没有永远的敌人，只有永远的利益。为了利益，朋友可以成为敌人，敌人亦可变成朋友。2011 有战有和，和中有战，战中有和。有苹果、微软这样的老冤家合战谷歌，也有微软、英特尔这样的铁杆联盟各觅新欢，更有索尼爱立信长达十年的合作走到尽头。恰应了那句话，“月儿弯弯照九州，几家欢乐几家愁”。

2011 之战——专利乱战

在 2011 年 7 月加拿大北电公司专利争夺战中，一向被认为竞争对手的苹果、微软居然联合起来对付谷歌了，这只能说明这 6000 项专利对于未来的业界格局有多么重要。而输掉这场战争的谷歌也将这视为恶意垄断的阴谋。苹果、微软显然在对 Android 阵营的斗争中获得了好处。苹果相继与三星、摩托罗拉和 HTC

产生了多个移动设备的专利纠纷，并大有斩草除根的态势。而微软则希望从中牟利，直接从 Android 厂商生产的产品中收取专利费来慰劳自己。

1. 苹果——三星

2011 年 4 月 18 日，苹果起诉三星电子，指控其 Galaxy 系列手机和平板电脑侵犯其 iPhone 和 iPad 专利；其后，2011 年 4 月 23 日，三星在韩国、日本和德国提起专利诉讼，指控苹果侵犯了三星 5 项专利；2011 年 4 月 27 日，三星电子在美国加州圣何塞联邦法院对苹果提起诉讼，称苹果侵犯了该公司与手机相关的 10 项专利。三星电子称，苹果使用了三星的专利，但没有支付费用；2011 年 6 月 25 日，苹果公司向韩国法院提起专利诉讼，指控三星电子公司侵犯了苹果公司的数项专

利。

2. 苹果——HTC

苹果和 HTC 之间的“恩怨”可以追溯到 2010 年 3 月，苹果公司率先向美国国际贸易委员会和特拉华州地区法庭提起诉讼，指控台湾制造商 HTC 侵犯其苹果 iPhone 多达 20 项专利权，其中的主要的侵权内容包括了 iPhone 手机的硬件、架构以及操作界面。在此过程中，诉讼案件开庭不断，HTC 毫不示弱，你告我也告，双方诉讼的不亦乐乎。2011 年 12 月 20 日，美国国际贸易委员会对苹果与 HTC 的专利诉讼案做出判决，认定 HTC 侵犯了苹果 iPhone 的 647 号专利，并从 2012 年 4 月 19 日起对 HTC 涉及该项专利的智能手机实施进口禁令。

3. 苹果——摩托罗拉

自 2010 年 10 月以来，苹果与摩托罗拉之

间的互相控告诉讼所涉及的不同专利已达到 40 项，而且“战争”还在继续。苹果在欧洲对摩托罗拉提起的专利诉讼宣称，摩托罗拉 XOOM 平板电脑如同三星的 Galaxy Tab 10.1 一样，抄袭了苹果的 iPad，但此项诉讼还没有结果。目前，苹果针对摩托罗拉有许多尚未解决的专利诉讼，同时摩托罗拉也有很多针对苹果的反诉讼。

4. 苹果联合微软——谷歌

北电网络的技术专利收购问题在 2011 年被炒得沸沸扬扬，或许因为 2011 年针对谷歌 Android 系统的专利诉讼案相较于以往增加了 N 倍，所以在 2011 年 4 月的时候，谷歌曾出价 9 亿美元收购北电网络的 6000 项技术专利，以避免 Android 操作系统遭到专利诉讼问题。谁曾想还是被苹果微软先下一程：北电网络拍卖的 6000 项专利以 45 亿美元的价格为 Rockstar Bidco 公司拍得，而 Rockstar Bidco 公司实际上是由苹果、微软、RIM、爱立信等

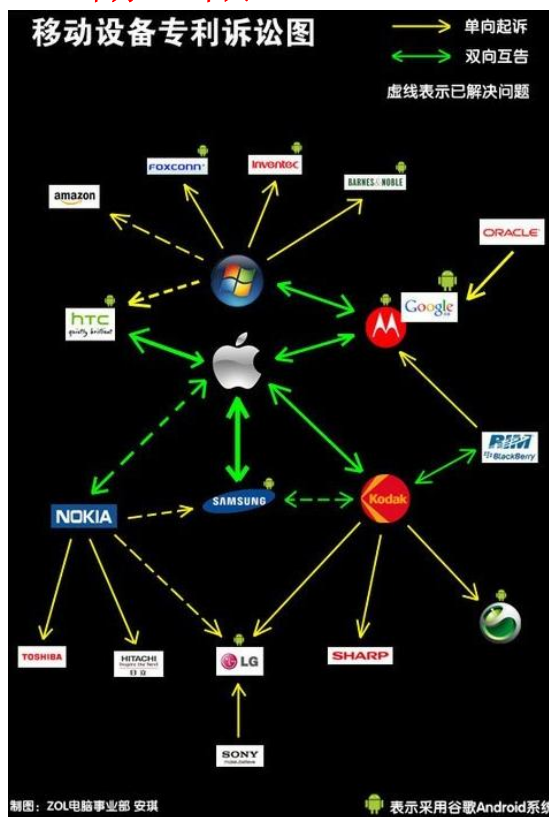
多家国际通讯行业巨头共同组成的财团。结果出来后，谷歌的首席法务官在谷歌官方博客上发表了一篇长文，对苹果和微软进行愤怒声讨，称这两家公司通过可疑专利和虚假专利，对谷歌的安卓系统发动了一次敌对的、有组织的、反竞争的攻击行动。

5. 华为——摩托罗拉

摩托罗拉和华为早在 2000 年就开始了广泛合作，摩托罗拉以自有品牌向客户转售华为无线网络产品。华为认为，摩托罗拉根据这一合作获得了华为的知识产品和商业秘密。诺基亚西门子意向收购摩托罗拉无线网络部门，华为要求摩托罗拉保证摩托罗拉不会将华为知识产权和商业秘密转移给诺基亚西门子，但摩托罗拉并未给予保证。故 2011 年 1 月末，华为起诉摩托罗拉，要求阻止诺基亚西门子收购摩托罗拉无线网络部门，华为要求法院推迟收购案，待知识产权纠纷解决后才批准。此后二者便拉开了“互相指责”的“战争”，2011 年

4 月 13 日，摩托罗拉解决方案公司与华为就专利诉讼达成和解。摩托罗拉同意撤回其在芝加哥联邦地区法院与 Lemko 的诉讼中针对华为的指控；华为也同意撤回其在芝加哥联邦地区法院对于摩托罗拉和诺基亚西门子的诉讼。

6. 华为——中兴



2011 年 4 月 28 日晚，华为宣布以侵犯其数据卡、LTE 专利权和商标权的名义，在德国、法国和匈牙利对中兴通讯提起法律诉讼，认为中兴的数据卡在未经华为允许的情况下，抄袭使用了华为的商标。在被华为控告消息传出 20 个小时后，2011 年 4 月 29 日下午，深感“震惊和不理解”的中兴作出反击，声明于当天在国内将华为反告，并称对方侵犯了其 LTE 等重要专利。随后工信部也介入了此事件，最终以庭外和解告终。

2011 之和——那些合作与并购、分手与牵手

天下大势合久必分分久必合，有牵手的便有分手的，有出售的自有并购的，2011 不寂寞。

1. 诺基亚微软结盟 WP 战略图谋天下

2011 年 2 月 11 日，微软诺基亚 Windows Phone 结盟正式公布。在错失了智能手机这个关键领域的绝好发展机会后，诺基亚找来了曾在微软工作的史蒂芬·埃洛普(Stephen Elop)

担任 CEO，而埃洛普将诺基亚手机的未来完全压在老东家的 Windows Phone 系统之上。

这个合作不仅将 Windows Phone 确立为诺基亚 2011 甚至以后主攻的智能机 OS，而且还包含了微软的 Office、IE 浏览器、Bing 搜索、MarketPlace 等多项服务与应用。于是我们看到了 MeeGo 的最终消亡、Lumia 800 的惊艳亮

相、直至诺基亚正式向“塞班”说再见。

双方的意图是明显的，那就是这两家后知后觉的公司不想看到苹果 iOS、谷歌 Android 独霸着这么大的市场。微软诺基亚的合作是改变智能机格局的惊天壮举，还是绝境中无力的最后一搏，2012 年应该会给出一个明确的答案。



埃洛普与鲍尔默在合作仪式上亲切握手

2. 微软英特尔联盟裂痕 双方各拥新欢

曾经，Wintel 联盟似乎固若金汤。2011 年，双方却各有新欢。

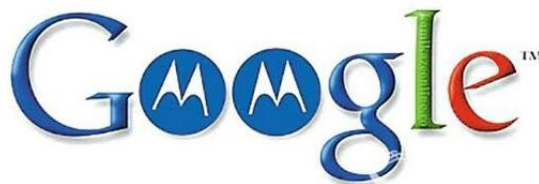
2011 年 9 月 14 日的 BUILD 大会上，微软 Windows 部门主管史蒂芬·辛洛夫斯基强调新一代操作系统 Windows 8 将支持 ARM 架构，打破了英特尔 X86 架构多年来对于 Windows 系统的统治局面。对于亲密盟友的“背叛”，英特尔也毫不示弱，同时召开的 IDF 秋季大会上，欧德宁宣布了与谷歌公司的合作伙伴关系，Android 系统未来的版本将对英特尔芯片提供支持，他还演示了英特尔手机美好的未来。一时间，许多人认为 Wintel 联盟正式告吹了。不过，其后双方的高管在公开场合多次表示，Wintel 之间的合作仍将继续。

3. 谷歌收购 MOTO 移动 125 亿美元买来专利与忠诚

谷歌对摩托罗拉移动的收购是 2011 年不得不提的收购大事件，高达 125 亿美元的报价比当时的摩托移动股价溢出高达 63%。更因为

牵扯到移动格局、Android 阵营发展、专利纠纷等多个敏感复杂的方面，因此备受瞩目。

由于在北电专利中的失败，使得微软、苹



果对 Android 手机的专利诉讼频频出现并且屡占上风。而仅有的 317 项专利使得谷歌捉襟见肘，毫无还手之力，这种情况下专利数多达 1019 项的摩托移动无疑具有极大的价值。而对于独守 Android 的摩托移动来说，本次收购无疑是一次对忠诚的绝佳奖励。谷歌虽说将继续保持摩托移动的独立运营，但也会在 Android 系统的更新、实际体验上予以优先。

4. 索尼全资控股索爱 爱立信退出终端市场

由于在智能机市场的总份额徘徊在 2% 之间，索尼爱立信之间长达十年的合作也在 2011 年宣布走到尽头。2011 年 10 月 27 日，索尼

爱立信宣布索尼公司将收购爱立信所持的索爱 50% 股权，完成本次交易后索尼将取得对索爱的全部控制权。索爱在成为索尼子公司后被整合进互联网消费电子产品平台中，本次交易总额高达 10.5 亿欧元。

根据双方的公告，索尼将藉此把智能手机融入其联网消费电子设备阵营中，与平板机、电视机、PC 并列。交易完成之后，索尼公司将获得丰富的知识产权交叉许可协议和 5 项重要的专利所有权。不过索尼将继续参与智能手机市场的角逐，由于现在全资控股，索尼可以依靠母公司强大的品牌、技术研发能力和丰富的内容来获得独有的优势。从此，爱立信这家通信巨头退出终端市场。索爱，这个双方十年缔造的品牌也被传出在 2012 年正式终结。

天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往，从古至今，远至冷兵器时代，近到如今的核战争，所有的战与和都与利益有关。商场如战场，自古如此。而 2011 的战与和都围绕移动互联网，恰恰说明此间利大。

2011 中国移动互联网发展痛点调查

十月份的《程序员》移动板块特别策划主题用“移动大航海时代”来形容当前移动创业浪潮，十倍以上的市场规模预期，首批前驱者创富案例在前，国内的移动船队已是浩浩荡荡。但值得注意的是，移动蓝海不仅有宝藏和财富，也有迷雾与暗礁。CSDN 和 3G 门户联合针对国内移动互联网当前遇到的问题做了一番调查，了解普通用户和开发者对移动互联网发展的切肤痛点。

用户篇

通过问卷调查共到 6706 项结果，其中票数最多的前五项目痛点分别是：

1. APP 体积(1604 票)

因手机存储空间有限，海量的 APP 安装包大小成为网友最关心的选项。网友留言“太大的应用真是没心情下啊”。

流媒体网 www.lmtw.com 制作

2. 后台运行，偷跑流量(1244 票)

软件的后台运行，必然涉及到联网数据交换，而国内现有的网络环境，使流量成为网友最为关心的话题。网友留言“反感后台运行”。

3. 图标及 UI 设计(1198 票)

APP 产品图标及 UI 设计也成为网友重视的因素。

4. 是否免费(1138 票)

被中国盗版培养起来的“免费”消费观念根深蒂固。

5. PUSHer(1092 票)

频繁的推送不是服务，是骚扰。

开发者篇

国内近三十家应用团队代表性意见如下：

1. 盈利难题，运营成本凸显。

国内手机用户更多人习惯于使用免费软

件，造成了很多开发者无法通过销售产品获利，维持不了最基本的运营成本。

收入规模不足，而推广成本激增，小团队要维持生存越来越难，对于中型团队发展也是难题，而对于已经有不错收入来源的团队，收入下降和用户质量也是压力。

2. 人才竞争激烈。

可能是这个行业时间太短，还没来得及沉



淀更多人才，而 iOS 和 Android 平台又人太容易有创业梦想，各团队面临巨头挖角和员工辞职创业的双重风险。

3. 创意雷同，山寨横行。

4. 底子薄，成功难以持续。

移动互联网是个很理想的创业方向，也必

将是个竞争激烈的方向，如何不断推出好产品将是持续的考验。基于碎片时间的移动应用容易成活，但长成苍天大树的几率存疑。

移动支付在爆发中等待爆炸

文/李楠

2011 年 5 月 26 日，央行发放了首批 27 张非金融支付业务许可证，9 月 1 日又发放了第二批 13 张。两批共有 40 家第三方支付机构获得支付牌照，涉及互联网支付、移动电话支付、预付卡发行与受理、POS 收单、货币汇兑、固定电话支付等 7 大业务类型。

2011 年 12 月 31 日，央行发布了第三批共 61 张非金融支付业务许可证，累计共已发放了 101 张第三方支付牌照。

尤其值得关注的是，第三批获得牌照的天翼电子商务有限公司、联通沃易付网络技术有限公司、中移电子商务有限公司分别是中国电信、中国联通和中国移动的支付子公司。三大电信运营商终于还是在 2011 年的最后一天得偿所愿，获得了支付牌照。此次央行支付牌照许可上述三家公司开展移动电话支付、银行卡收单等两大业务，前两家公司还可开展固定电话支付业务。

据中国电子商务研究中心统计，2010 年我国移动支付市场规模高达 202.5 亿元，同比增长 31.1%。2011 年我国移动支付市场的增长依然强劲，预计 2012 年移动支付市场规模可超过 1000 亿元，2013 年该市场规模有望超过 1500 亿元。未来几年，我国移动支付市场的年均增速可超过四成。当方便快捷的手机支付方式成为用户的支付习惯时，这个市场爆发出来的能量无疑相当于一次物联网革命，爆发中

的爆炸，其结果可想而知。

业内专家认为，三家和谐共处、合作共拓市场的好处显而易见：

第一，打破壁垒将避免区域化、本土化影响，减少运营商推广移动支付的阻力。目前，移动支付市场尚处于培育期，如果出现无效的市场竞争，将导致整个行业市场的受损，和谐共处将有助于降低运营成本，加速产业化进程。

第二，有利于标准统一，近场机具互相兼容。目前，标准制定工作主要包括通信行业标准、金融标准、交叉标准，只有三方共同积极组织标准制定工作，才能实现支付标准、业务标准的统一。

第三，三方账户互通是统一服务的基础。不互通，9 亿多移动用户潜力将大缩水，互联互通将使之形成规模倍增效应。

第四，共享开放“小平台”方可汇集大平台。平台能力是移动支付服务的核心，建立开

放的、公平的、各方都可介入的公共大平台，成为业内的重要呼声之一。

现在网上购物已经成为一种消费趋势，随着移动互联网的发展以及智能手机的不断推广，许多电商企业推出了相应的手机版网站或手机客户端，移动电子商务市场迅速发展，移动支付市场随之迅速发展。

3G 智能手机时代的来临，手机应用越来越丰富，移动电子商务市场开始爆发，使移动支付市场出现规模增长，逐步成为业界关注的焦点。目前，国内三大电信运营商为了抓住移动支付的巨大商机，纷纷加大移动支付的市场布局，与多家金融机构签署合作协议，加强资源对接。

小资料

中国电信于 2011 年 3 月成立“天翼电子商务有限公司”，总部位于北京，在上海、广东设有分公司，对内集约运营中国电信全网支付业务，对外提供包括手机支付、电话支付、

积分支付等在内的多媒介支付解决方案，业务范围覆盖全国 31 个省区市。

中国移动从 2005 年开始就在福建厦门、重庆等地进行了近场移动支付试点试验。2009 年，中国移动与浦发银行合作通过手机号码绑定的方式，推出了基于 WAP 的手机银行。2010 年 3 月，中国移动入主浦发银行，持有浦发银行 20% 的股份，成为浦发银行第二大股东。2010 年 11 月，中国移动与浦发银行签署了战略合作协议，双方在手机支付领域开展一系列重要合作，并在战略合作协议签署之后的 7 个月时间，推出了手机支付产品。在其“无线城市”平台上，移动支付是重要的移动互联网应用之一。

中国联通 2007 年开始与银联、银行等合作，在北京、上海、广州、重庆等城市进行移动支付试验，在河北、湖北等省校园进行移动支付试点。2011 年 4 月，中国联通正式组建了联通沃易付网络技术有限公司。

移动互联网 从 IM、LBS 到平台的全面战争

文/张绪旺

如果说团购、云计算等代表着 2011 年互联网最热门的领域和技术，移动互联网则提供了更恐怖的想象空间，这是一个在雷军眼里“未来十倍于互联网规模”的江湖：LBS、移动电商、新型移动 IM、移动操作系统……创业者和大佬们都刚刚在这里初窥门径，无法全面复盘移动互联网的 2011，却可以从代表性的产品革命、商业探索以及平台布局中体味这股浪潮。

产品革命

不只是微信和米聊的战争

首先，这两个产品背后被人固执地定义了两个男人的战争：小米科技董事长雷军和腾讯董事局主席马化腾。从耳熟能详的互联网 TABLES “派系”之争，到坊间关于 3Q 大战背后雷军扮演关键先生的传说，再至雷军接手金

山联姻腾讯，雷老板与小马哥之间多少难逃爱恨情仇的角色，而故事的一个节点可以从米聊和微信谈起，这是 2011 年风头最盛而被用户耳熟能详的产品。

就在这几天，腾讯高调公布了微信的数据：用户数 5000 万，其中 2000 万活跃用户。腾讯联席首席技术官熊明华解读，腾讯对微信已经投入了上亿元资金，产品团队从最初的 10 人增长到 80 多人。在腾讯公司内部，对微信的定位是介于 QQ 和微博之间的一个产品，地位可想而知。而根据一些内部消息，2012 年腾讯战略上主攻的方向就是微信、视频和电商，微博反倒其次了。

而对于微信的最大竞争对手，雷军透露，米聊用户数也已经突破千万。

根据易观国际的统计数据，微信和米聊在

2011 年三季度移动 IM 累计账户市场所占份额分别为 2.5%和 0.5%，是惟一两个具有单列数据意义的移动 IM 新产品。排在它们前面的是传统 IM 四强 QQ、飞信、MSN、阿里旺旺的移动版本。易观对微信、米聊发展的评价与大多数人的判断并无二致：微信继承了腾讯系产品资源雄厚传播迅速的优良传统，而米聊则相对稳健。



不过，也有分析人士认为，纸面上的数字差异并非两者的真实距离。因为看起来两家公司的战略重心已经分道扬镳。坊间有种说法是，雷军在乎的是整个软件和硬件集成体系，

米聊只是尝鲜式和诱惑性应用，“如果他能卖出 200 万部小米手机，米聊就不怕别人圈地了”。

更有业内人士告诉记者，作为纯粹发端于移动设备上的 IM 工具，与其说它们之间竞争激烈，不如说它们有更趋同的枪口对外，感到苦涩的应该是短信运营商中移动、中国联通和中电信，“因为微信、米聊们基本都有深度绑定手机通讯录的功能，这比 QQ 和 MSN 狠多了，在网络环境允许下，首当其冲的就是短信”。

现在不难理解，2010 年 12 月上线的米聊、2011 年 1 月上线的微信、4 月上线的盛大有你……移动 IM 层出不穷。以至于微信项目负责人张小龙引发了技术流 IT 男的顶礼膜拜，而另一大产品经理 360 董事长周鸿祎也兴趣盎然地出手口信。

商业探索

等待涅槃的 LBS

如果说微信和米聊为代表的移动 IM 是移

动互联网产品革新的优秀代表，LBS（基于地理位置的服务）带给业界产品层面的冲击不遑多让。不过，一举囊括 SOLOMO（移动本地社交）这一未来互联网最大趋势的 LBS 经历了年初到年尾的尴尬，并直指尴尬核心：产品给力而商业模式操之过急。

2010 年，嘀咕网、街旁网、开开、玩转四方等一批小但很有趣的独立 LBS 公司声势生猛，而后，网易（网易八方）、人人网（人人报到）、盛大（切客网）和新浪微博（微领地）相继入局，中移动和中联通也上马了相似业务。

那一段时间，有嘀咕网曝出的 500 万美元首轮融资，有街旁网相继签约星巴克等知名企业的消息，还有盛大切客网凶猛异常的地铁广告，当然不乏攀比式的用户量激增：从几十万到几百万。

但 LBS 的风风火火也貌似至今只停留在了上述层面，具体功能上沦为“签到”的一场

秀。在嘀咕网被传裁员 70% 的质疑声中，重新审视这个行业，嘀咕网 500 万美元融资竟成为业界第一次也是一年多来惟一次公开融资事件。街旁网创始人刘大卫年中的时候坦言，从用户量上来说，发展并未达到预期。

按照多数从业者的判断，LBS 至少可以有 LBS+商务社交、LBS+生活信息服务、LBS+本地



优惠券、LBS+点评、LBS+游戏等多类模式，随之而来的可以是广告投放、业绩分成、用户付费等多个商业营收方式。

但是空有上述美妙商业模式的 LBS 行业后发不振，商业探索举步维艰：商户投放意愿不强烈、广告设置影响用户体验……这就难怪嘀咕网联合创始人兼总经理黄晓韬坦言：“LBS 还处于用户培育阶段，现在谈商业模式的探索还为时尚早。”他表示，人员调整只是面对市场运营部门，今后会加大产品研发的投入。

“一个自身造血（营收）困难，又难得到资本扶持的行业，其困境可想而知。”有分析人士认为，以签到或者分享为主诉求点的 LBS 可能无法承载独立发展，这更像大公司或者大型应用的一个功能配置，大佬最后来收割市场。

切客网 CEO 宋铮说：“LBS 会成为移动电子商务标配。”人人网董事长陈一舟说：“LBS 会成为大网站的标配。”捷步士亚太区总裁

Jeff Lin 说：“独立 LBS 发展前景并不明朗，必须与大网站合作。”

不过独立 LBS 服务厂商并不这么认为。开开 CEO 穆荣表示，“LBS 应用签到解决了 L（位置），但重点是在 S（服务），只要提供了满足用户需求的服务内容，未来 1-3 年，拥有位置数据、线下渠道及运营能力的独立 LBS 还会有更好的发展”。

平台布局

大佬复制 PC 成功欲望强烈

事实上，如果移动互联网产业只是移动 IM、LBS、移动浏览器、移动电商等单个产品或渠道的秀场，实在有悖雷军关于“移动互联网市场规模十倍于互联网”的预判。对于腾讯、百度、阿里巴巴这样的互联网大佬而言，在移动互联网继续扮演大佬看起来无可辩驳，至少欲望强烈，他们觊觎的可不单单是某一个产品，而是“生态链”。

所以，大佬们的布局着实后台化和平台

化。要从创业教父李开复说起，2010 年李开复交出数份创新工场答卷，最推崇的当属移动操作系统点心 OS。李开复对此寄予厚望，目前该项目已经获得千万美元融资独立发展。作为投资者和孵化者，李开复只是开启了互联网大佬热衷该项目的序幕。

接下来是雷军，在米聊以及小米缸等一系列移动分享软件之后，小米科技最重要的软件平台 MIUI 浮出水面，并迅速俘获发烧友级别的刷机爱好者以及行业关注。与点心 OS 相同的是均基于 Android 的深度优化，不同的是，点心 OS 与夏普等厂商合作，而 MIUI 提供各版本 Android 手机刷机，并惟一特供自有品牌小米手机。

然后是阿里云、百度·易和腾讯 QQ-Service。与阿里云高调宣布自主研发操作系统不同，百度和腾讯只愿意将之称为“移动终端平台”或者“移动整合方案”。这三者也都是与第三方硬件厂商合作，从天语到戴尔到

华为，磨刀霍霍。

值得一提的是，用户使用不同操作系统，可能界面布局、应用感受不同，但基本上会被带入大佬自己喜爱的境界：手机上网从我开始。记者粗略统计，上述各操作系统均基本内

置自有浏览器、自有音乐软件、自有输入法等互联网基础性应用。

尽管有业内人士认为，移动操作系统的布局是涉及软硬件整个产业链的事情，互联网大佬有好高骛远之嫌。但换句话讲，中国互联网

企业能够插手这项业务的也只有这些大佬，“神经敏感总比无动于衷好得多，手机、平板的用户入口尚未定型，互联网时代的成功者都希望把掌控力延续到移动互联网时代”。（来源《北京商报》）

海外：2011 数据盘点 移动互联网爆发了

瑞典 IT 服务公司 Pingdom 汇总了 2011 年移动互联网各个领域的数据，包括智能手机、平板电脑、移动数据流量等多个相关领域。希望展示迄今为止的移动互联网状况，或许也可以对未来的发展有所了解。

由简入繁

以前，移动互联网意味着经过简化的网页，需要通过 WAP 或其他速度较慢的渠道访问，而且主要是文本内容，只能适应小屏幕。

当时的显示屏只有数百像素，甚至更低，多数流媒体网 www.lmtw.com 制作

手机的主要输入方式也只有老式的数字键盘。

如今，智能手机越来越大，速度也越来越快，甚至配备了高清屏幕，很快还将采用四核处理器。4G 网络的下载速度甚至能达到数百 Mbps，即使是时间较长的电影也可以在几分钟内下载完毕，或者通过流媒体形式观看。而平板电脑则采用了性能更高的处理器，并配备最高 10 英寸的屏幕，使得这类产品更适合浏览常规网页。

智能手机

尽管无需智能手机也能访问移动网络，但智能手机所具备的大号触摸屏、更快的处理器以及更大的存储空间显然起到了帮助。

全球消费者购买智能手机的速度几乎超过了厂商的生产速度。

— 59 亿——2011 年全球手机注册用户总量。

— 13%——智能手机在全球手机市场的份额。

— 78%——智能手机贡献的全球移动数据

流量比例。

- 16 亿——2010 年的移动设备终端用户销量，同比增长 32%。

- 19%——智能手机在全球移动设备销量中的占比。

- 4.72 亿——2011 年的全球智能手机销量预测。

- 9.82 亿——2015 年的全球智能手机销量预测。

- 80%——触摸屏设备在移动互联网访问量中的占比。

- 5000 万——家里没有电的手机用户。

换句话说，手机的触角比电更广。

移动数据

很多智能手机和移动设备都支持 WiFi，但要实现真正意义上的移动，必须要使用 2G、3G 或 4G 这样的移动数据网络。网速的提升也带来了移动数据需求的增加。尽管这种需求近些年来已经大幅增长，但在很长时间内，仍然

流媒体网 www.lmtw.com 制作

有望继续增长。

很难找到针对移动互联网的数据，但以下数据仍然值得关注：

- 21.1%——到 2015 年，诺基亚、西门子预计移动用户使用的移动数据与其他数据的比例。

- 400PB——2011 年第二季度每月的移动数据流量，1PB=1024TB。

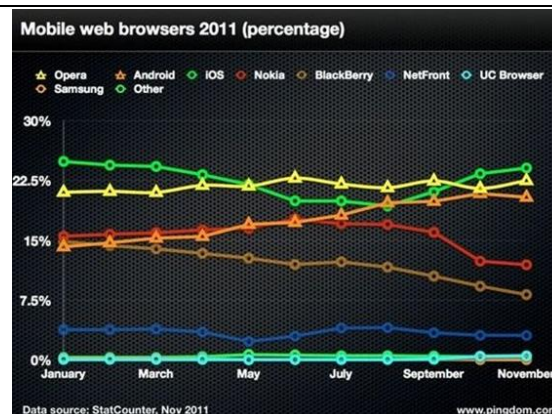
- 20%——排名前 1% 的移动数据用户产生的移动数据流量比例。

- 12 亿——2011 年的活跃移动宽带用户。

移动互联网浏览

移动互联网浏览是智能手机和平板电脑最常见的活动，很多设备都能够显示完整而丰富的常规网站。但网络浏览体验并不仅仅依赖硬件，还在很大程度上依赖于用户所使用的浏览器。

以下则是我们找到的其他移动网络浏览数据：



各大移动浏览器市场份额

- 85%——预装浏览器的手机在 2011 年全球手机出货量中的占比。

- 60——手机中使用的各种类型和版本的移动浏览器总数。

- 6500——具备上网功能的移动设备型号总数。

- 3——网络浏览在智能手机的各种功能中的排名，位居短信和应用之后。

- 11.7%——中国完全依赖移动设备上网的网民比例。

- 1.4 亿——2011 年 10 月使用 Opera Mini

浏览器的人数。

- 862 亿——通过 Opera Mini 浏览的页面数。

- 12.7PB——为 Opera Mini 用户压缩的运营商数据量。

- 6.95%——2011 年 11 月，移动网络浏览在全球网络浏览量中的占比。

- 2013 年——Gartner 预计移动互联网届

- 26 倍——智能手机和平板电脑今后 4 年的移动网络流量增长倍数。

- 97.17%——Google 2011 年 11 月在所有移动搜索中的占比。

移动网站与应用

尽管有关移动网站与应用的对比数据并不多，但移动用户显然在这二者之间存在偏好。例如，雅虎 2011 年 8 月发布的报告显示，在与他人联系时，69%的用户更愿意使用应用；而在购物时，63%的用户更愿意使用浏览器。除此之外，用户在搜索时更愿意使用浏览器，

在导航时更愿意使用应用。

其他数据：

- 48%——更愿意使用浏览器而非应用的

美国智能手机用户比例。

- 2011 年——2011 年 6 月，用户每天花

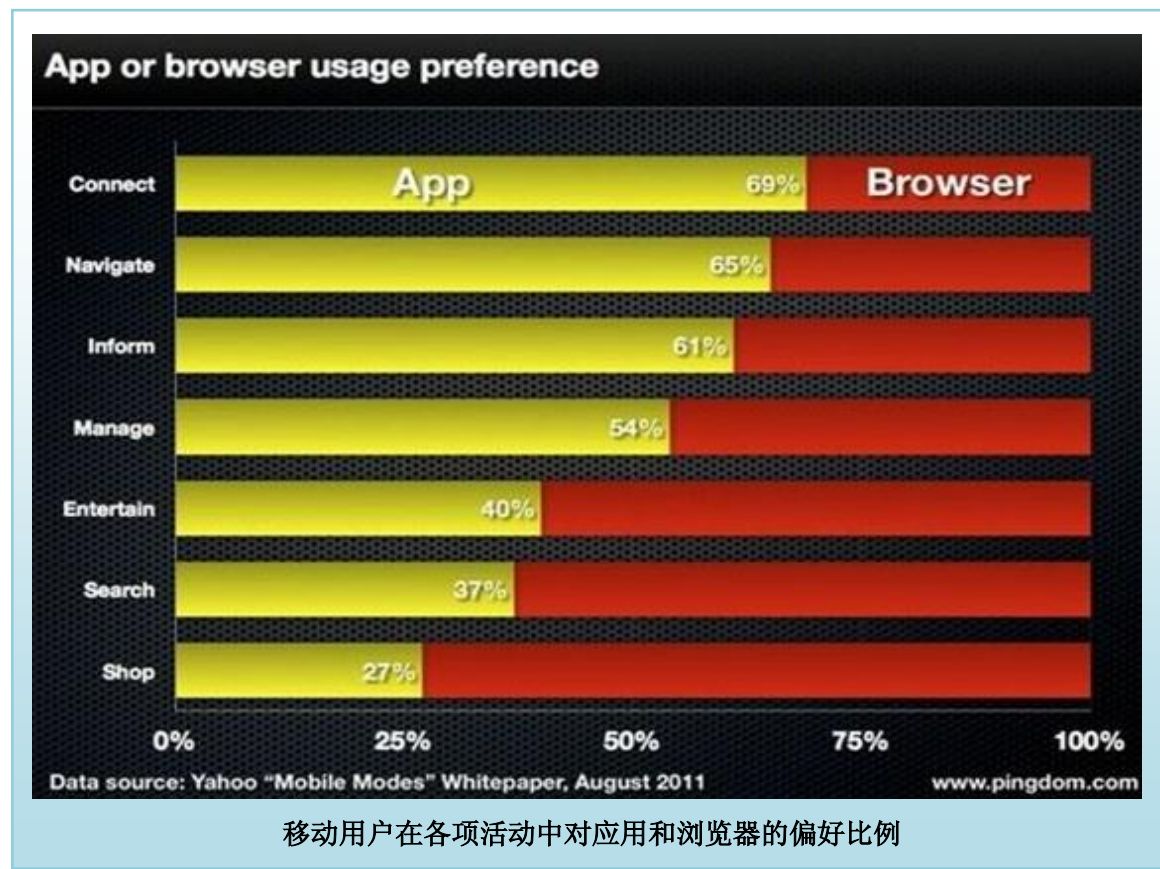
在移动应用上的时间首次超过桌面和移

动网络。

- 58%——通过浏览器获取内容的美国移

动互联网用户比例。

- 56 分钟——平均每名美国 Android 用



户每天通过移动设备与网络和应用互动的时
间。

- 2/3——移动用户花在移动应用上的时
间比例，另外 1/3 则花费在移动网络中。

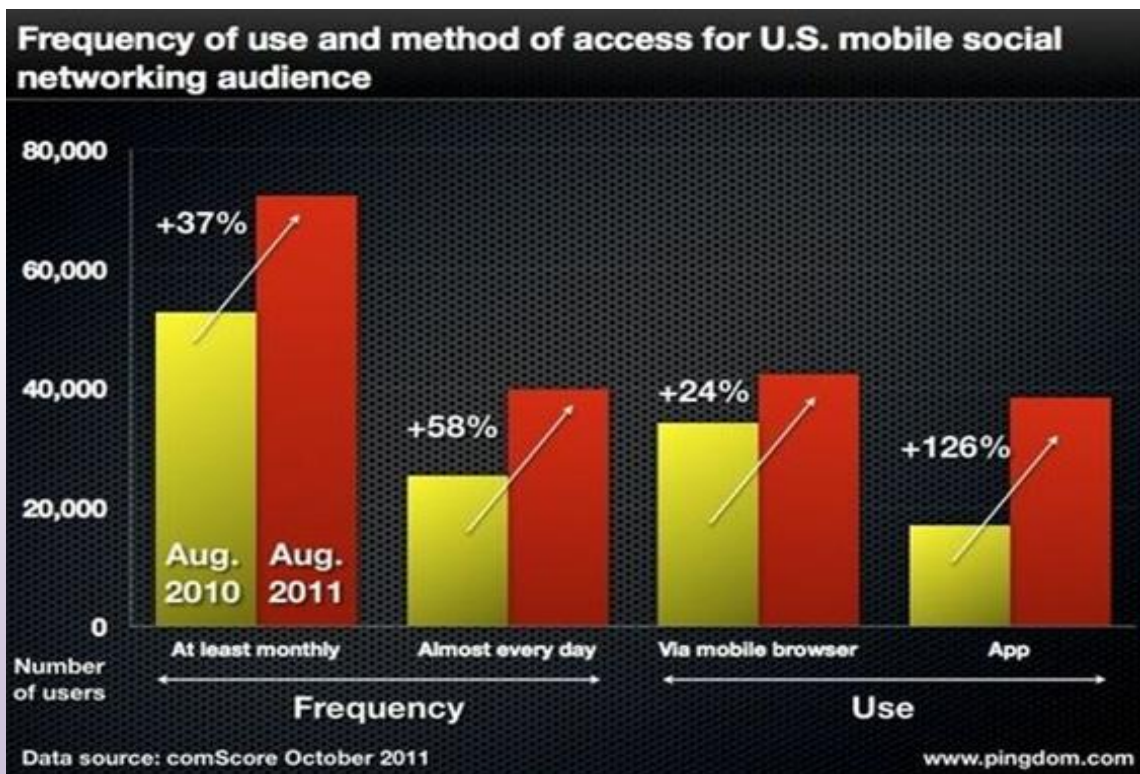
社交网络

几乎就在移动互联网爆发的同时，社交网
络最近几年的发展也可谓风生水起，处于领导
地位的则是 Twitter 和 Facebook。将移动互
联网和社交网络整合，再加上地理定位服务，
就将拥有一组无与伦比的工具。这些工具被全

球各地的人广泛应用于工作和生活之中。美国
有超过 50%的移动用户通过移动网络访问社交
网络服务。

其他一些与移动社交网络相关的数据如
下：

- 19%——通过移动网络在 Facebook 上发
布信息的用户比例。
- 3.5 亿——使用手机登录 Facebook 的
用户数。
- 35 至 54 岁——通过移动设备访问社交
网络的用户中，最活跃的年龄段。
- 47%——每天都浏览移动互联网的欧洲
智能手机用户比例。
- 66%——每天都用移动设备访问社交媒
体服务的欧洲智能手机用户比例。
- 30%——曾经通过浏览器访问社交网络
的智能手机用户比例。
- 大于 50%——社交网站在移动页面浏览
量中的占比。



美国移动用户使用移动社交网络的频率和访问渠道

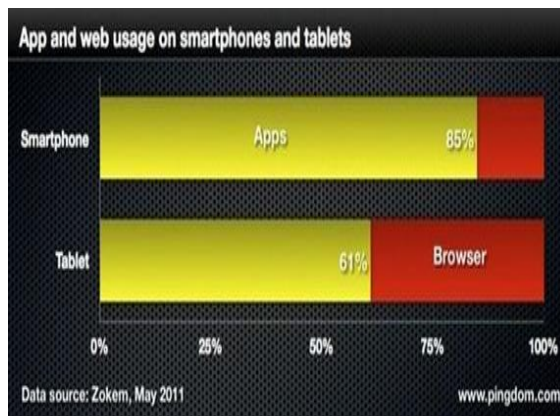
移动商务

NFC（近场通讯）和移动钱包占据了 2011 年各大媒体的头条，但移动商务领域还有其他一些值得关注的数据：

- 10.8%——IBM 的调查显示，这一比例的受访者在 2011 年“网络星期一”当天使用移动设备访问了零售商的网站。
- 3.9%——2010 年的相应比例。
- 50%——零售商网站的访问量中，来自移动网络的比例。
- 45%——在感恩节周末购物过程中，通过手机对比价格的美国移动用户比例。
- 49%——至少每周使用一次移动互联网，而且在过去 6 个月内通过移动设备购买过商品的消费者比例。

平板电脑

最后再来看一下平板电脑和移动网络的关系。平板电脑通常被当做媒体消费设备来使用，上网的次数也高于智能手机。



智能手机和平板电脑的应用和

网络浏览量对比

有关平板电脑和移动网络的更多信息如下：

- 1030 万——2010 年的平板电脑用户数。
- 8210 万——2015 年的平板电脑用户数预测。
- 21%——平板电脑在零售商网站移动流量中的占比。
- 88%——苹果 iPad 在全球平板电脑网络流量中的占比。

2012 年展望

我们不会对 2012 年的移动网络进行任何定量预测，但几乎可以肯定的是，所有数据都将更上一层楼。

真正令人惊讶的是，倘若这些预测准确，多数网站的移动流量很快将超过桌面流量。这不仅会对网站的设计和开发产生影响，还将影响商业机遇，而且将比我们此前经历的任何互联网趋势都更为深远。

你或许会从 2011 年的移动互联网数据中找到有用的信息，现在就该将其应用到你的企业中了。

那些话

中国移动：三网融合时代移动视频商业模式探索



非常高兴跟大家共同探讨三网融合下的移动视频发展，主要跟大家讨论一下中国移动在视频领域中的发展状况和我们

的一些思考。

我们进入了移动互联网时代

业界普遍认为，从 2011 年开始，我们进入了移动互联网时代。各个领域的产业巨头都已经行动起来了，包括优秀的互联网企业，例如百度；电信运营商，如中国移动、中国电信等；还有消费类电子服务提供商以及终端厂商、软件服务商，都已经进入到移动互联网这

个行业，都希望在移动互联网时代尽早的占据主导地位。

传统媒体时代的信息来源是比较单向的、有限的。互联网时代和现在已经到来的移动互联网时代是以手机和智能终端为主体的智能时代，每个人都可以是信息来源，这是新媒体时代的显著特征。新媒体时代中的信息来源是全方位的，谁都可以成为信息发布者、创造者。从新媒体时代看移动视频，我们认为它是最好的媒体传播形态之一。

不管是基于基本的沟通、通信类的服务需要，还是娱乐、资讯的需要，视频都是一个非常好的载体。我们所使用的手机游戏、博客以及视频绘画等等，这些都和视频有关。随着网

演讲者/中国移动视频基地副总经理 周晨艳

络技术的发展以及智能终端的不断进步，视频成为一个极好应用的载体，可以为用户提供更加完美的体验。从基本的沟通来看，3G 网络的使用已经占据了主流趋势，而且会被越来越多的新新人类使用，基于视频社区化的应用也会随之壮大。

中国移动视频基地是 2005 年成立的，我们想将它打造成最具特色的内容发展平台，满足用户随时、随身、随心的使用需求。我们希望做到这样几点：第一，平台只提供正版内容；第二，成为最大的至少是移动上最大的内容平台；第三，希望联手提供优质内容的合作伙伴，并满足用户个性化需求，不是广播式的，而是按照需求定制的。

目前,从业务访问来看,我们支持从无线网络到有线网络接入;在产品线上,我们针对所有的终端都提供了个性化的解决方案;业务合作上,我们严格按照规定,与拥有信息网络视频节目传播许可证的公司展开合作,百视通是第一家和我们合作的公司,其后,我们又陆续和中央电视台、中央人民广播电视台、新华社等等一些具有传播许可证的单位合作开展了手机视频业务;从内容储备看,目前,我们的平台上有 60 路直播和滚播节目,点播内容超过了 220 万条,每天都会有 3000 条以上的节目在播放;业务发展方面,实际上,手机视频业务借助 2008 年北京奥运会这个契机进入了一个快速成长期。2011 年手机视频访问用户近 5000 万,年收入过 10 亿。

随着网络、终端的发展,以及随着用户行为习惯的培养,在未来的几年里,移动视频将会拥有更美好的发展前景。

三网融合时代移动视频商业模式探索

三网融合为移动视频的发展提供了新的平台和机遇。广电网、电信网、互联网这三个原本各自为战的网络,在国家的大力倡导下不断融合,这极大的改变了通信领域的生态环境,每一个网络都在向对方渗透着。从整个视频产业来看,移动视频领域、互联网视频领域、传统的电视视频领域的发展进程都在加快。

从用户规模看,2009 年,整个市场规模只有 1.7 亿,2011 年市场规模发展到了 20 亿,2013 年的时候将达到 70 亿,这个市场还有更巨大的潜力和发展空间。从用户来看,他们的需求会越来越多元化。除此之外,视频体验还将会简单化。以苹果为例,苹果所有的电子产品都是围绕一样的模式,用同样的软件及操作界面管理,构成了一个生态圈:用户的共同需求达 67%,这些由一个网站管理。用户希望所有的需求都可以由一个供应商解决,也就是:消费者希望视频体验应尽可能的简单,可以由一个供应商为给他们提供一个整体的解决方案。

我们是第一批申请成为国家三网融合业务的试点单位,且一直在三网融合路上探索前进,跟着市场发展,跟着用户需求发展,这也是我们的特点和优势。在未来,我们希望做到以下几点:

一、平台方面:1. 我们想把上下游连起来,向上通过内容产业,向下通过我们的网络,通过我们的营销去分发这些优质的内容,成为连接用户的桥梁,创造价值服务。2. 为用户提供精彩的视频,基于网络和终端类型的不同进行内容的分发,给用户最好的体验,还有就是基于用户基本属性内容的推荐,我们希望通过运营分析进一步的挖掘用户需求。

二、产品方面,产业链各个环节的发展也会向创新三网融合下的多屏方向努力。可以让视频无处不在,可以让用户对于内容的体验有衔接。在产业链的发展中,中国移动可以做到的是:通过手机号码把多屏互动连接起来,把

基于每个用户个性化的需求连接起来，我们希望大家可以和大家展开充分的合作。

除了对自身的要求，我们也在积极的寻求合作。近两年我们和获得信息网络视听节目传播许可证的厂商开展广泛合作。在和媒体企业的合作中，我们一直坚持播控机构控制权，作为运营商来说，我们加强了对技术的研究和平台的开发，以此来确保内容在移动网络上的分发是安全可靠的。我们尝试过一个模式：在内容上，我们是做收费的，目前没有做后向收费模式。我们作为内容提供商和用户之间的一个传输纽带，通过前向收费、服务和营销能力，形成商业模式。通过把内容送给消费者，消费者看到想看的内容，同时为他想看的内容付费，来激励内容创造和供给来繁荣文化市场。我们认为前向收费模式对产业发展来讲是健康，而且是可持续的模式。将来会有前向收费和后向收费相结合的模式。

随着技术的进步和三网融合的发展，必然

会促使多终端融合和用户体验的融合，使其共同发展，随之，视频产业的各个环节也会向他们的上下游延伸，每一个环节都试图成为产业链主导。这样一来，移动视频新媒体也会进一步走向开放的融合。中国移动作为其中重要的一分子，我们希望通过努力，为构建移动视频

产业的开放合作、共享共赢生态环境做出自己的贡献。

移动互联网的发展进一步的推进网络融合，使任何人，在任何时间、任何地点，获取任何想要的东西成为可能，这是在三网融合时代移动视频发展的内在驱动力和目标。



中国电信：移动互联网改变视频产业的商业模式

演讲者/天翼视讯传媒有限公司副经理 蔡利民

一、移动互联网发展趋势

2000 年~2003 年是移动互联网的萌芽期，当时的市场规模是 29 亿，用户数为 1151 万。当时网络、终端等基础硬件设施不健全，产业发展缓慢。

2004 年~2005 年间，移动互联网市场规模为 54 亿，用户数为 2784 万，这个阶段被称为移动互联网门户时代。

2006 年~2008 年，运营商主导的移动增值业务迅速发展，移动互联网市场规模达到 205 亿，用户数也达到了 1 亿，移动互联网从封闭走向了开放，移动互联网内容及应用开始规模化、丰富化，移动互联网的用户渗透率和活跃指数连连上升。

2009 年~2010 年是 3G 移动互联网的开启阶段，移动互联网市场规模连续翻番，达到

633 亿，用户数也达到了 3 亿。随着基于移动互联网的应用的逐渐丰富和 App store 的成功，应用服务不断细化和创新。



2011 年以后应该称之为移动互联网应用爆发性增长时代，随着未来的网络速度以及智能终端渗透率的提升，移动互联网各产业链竞争会逐渐加剧，应用服务提供商也会开始寻求差异化的创新之路。

移动互联网未来的产业发展趋势有以下几点：

1. 未来用户结构将呈现多层次化的特点，奠定细分市场发展的基础；
2. 高流量、个性化移动互联网应用将快速发展；
3. 个性化移动互联网服务特点决定移动互联网未来长尾业务模式；
4. 多元化移动终端并存，智能手机占主



流;

5. “终端+服务”模式提升中断影响力,部分服务成标配;

6. 竞争激发合作,内容、技术、渠道将成合作重点。

二、3G 技术驱动视频业务快速发展

移动互联网的快速发展也带动了 3G 技术的快速发展:2010 年全球 3G 用户突破了 10.5 亿,渗透率超过了 20%,移动互联网此刻的发展达到了最佳商业点。在此期间,中国 3G 用户增长率在全球居于领先地位,市场前景非常看好。2010 年第三季度,中国 3G 年增长率为 458%,为世界增长率的 13 倍。在这个发展阶段,中国电信移动用户持续增长,用户规模突破了 1 亿,3G 用户规模达到 1700 万,3G 渗透率位居全国首位。

随着 3G 技术的发展,也带动了 3G 终端的快速增长,促使移动终端日益一体化,边界不断扩大。移动终端的成长基数使得移动互联网将产生远高于传统互联网更大的财富。2011 年底,移动互联网终端超过了桌面互联网终端

端:2010 年,智能手机出货量超过笔记本+上网本,2012 年将超过 PC 市场(笔记本+上网本+台机),而且随着用户使用移动互联网的增多,预计 5 年内移动互联网用户将超过传统互联网。

3G 技术的发展除了带动了支持 3G 的终端的增长,也将激发更多的流量使用。智能手机产生的移动流量是普通手机的 24 倍,移动 PAD 是普通手机的 122 倍,而笔记本是手机的 515 倍。

除了以上几个方面,更重要的是,3G 技术带动了视频应用的迅速发展。一方面,3G 的高速传输成为多媒体使用的关键,用户移动视频体验需求快速增长。根据互联网流量模式分析机构 Sandvine2010 年的报告显示,移动视频流量占北美高峰时移动的比例从 2010 年 1 月的 27%上升为 9 月的 41%。另一方面,视频应用的迅速发展使移动视频流量增速位居首位。据预测,2015 年移动视频流量将达到 4.2EB/月,占总移动流量的 66%,2011 年该比例首次突破 50%,达到了 52.6%;移动视频流量年复合增长率为 104%,高于总体移动流量

92%的年复合增长率,位居首位。

视频应用的迅速发展促进了各种形式互联网终端的发展,进而也丰富了用户的视频体验:移动互联网视频终端方面,如手机、平板电脑和便携式电脑;固定互联网视频终端,如台式电脑等等。

3G 视频的使用和需求:

在早、中、晚三个时间段中,用户主要使用晚上下班后的时段观看移动视频,这时,新闻、娱乐、影视、体育节目等成为人们主要关注的内容,随着 3G 视频的发展,在未来,音乐、生活类的节目会有所增多。

除了早、中、晚三个固定时段,用户也会较多利用碎片化时间,如坐车、休息、无聊时、开会等时间观看手机视频。在这个碎片化的时间里,用户所关注的内容也会出现一些不同:学生可能会关注一些娱乐及原创类内容;白领或许会关注新闻及娱乐类节目;务工群体关注影视节目较多。但他们也会随着 3G 视频的发展及应用在未来的关注内容上有所扩展或变化,例如,学生会在动漫、音乐、搞笑及时尚

类节目上花费较多时间，白领关注的重点或许会在生活及军事类，而高端用户或许更喜欢观看教育、科技、军事、法制类节目，务工群体则会喜欢音乐类节目等等。

三、移动互联网改变视频产业的商业模式

移动互联网改变视频产业的商业模式，移动视频培养用户付费习惯并影响用户对互联网视频的付费意愿。例如，天翼视讯付费意愿：

1. 整体上，用户对天翼视讯的支付意愿较高，56.5%的用户愿意付费看视频；2. 相对来看，企业管理人员以及白领比较容易接受付费的内容；3. 用户愿意为天翼视讯业务付费在 5 元以上的用户达 61.3%。

多元化的资费方式能吸引不同类型的用户群，有助于提升用户的活跃度，并进一步形成粘性。总体来看，包月套餐的收费方式更受欢迎。学生和务工群体比较喜欢包月套餐收费方式；企业管理人员比较容易接受按次收费。

2010 年年底的时候，我们就隐约的预测到视频行业未来的格局：所有互联网应用都应该是流媒体化的。

全年约有 500 部电影、500 部电视剧的产量，而上院线的只有 100 部左右，上卫视的也只有 100 左右，所以版权方就会困扰，版权该卖多少钱？根据一项调查，近五年，视频版权价格上涨了 1000 倍，单集最贵的是 100 万元。这时，版权方又会担心，未来的哪一天，版权价格会下跌？或者急剧下跌？这些都是困扰版权方的重要问题。而商业模式游离则是产业

链的困扰。

基于上述的分析，我觉得，未来我们得在内容创新、技术创新、模式创新上下一番功夫，但更多的是需要大家共同协作，真正的把视频这个产业发展起来。我很期待这个市场明天的模样。

未来才刚刚开始，视频行业漫游记正在上演。



业界专访

从幕后到台前 2012 继续领跑交互电视内容运营平台 ——访成思科技总经理 唐锋

文/wood

上海成思信息科技有限公司成立于 2004 年，多年来一直专注于交互电视运营产品研发，与百视通、SiTV、上海电信、安徽电信等多家运营商建立了长期的合作关系，拥有从新媒体内容生产到内容运营、从 EPG 制作到展示运营、从业务管理到业务运营的一系列产品。

2011 年末，百视通新媒体股份有限公司（600637）更名并揭牌，成为国内第一家实现广电新媒体可经营性资产整体上市的公司，被誉为“广电新媒体第一股”。与此同时，一些服务于这个广电新媒体上市第一公司的企业也从幕后走到台前，上海成思信息科技有限公司就是其中的一家。成思科技是百视通的长期稳定的技术合作伙伴，多年来一直为百视

通提供交互电视内容运营平台相关的技术服务，可谓是电视新媒体的幕后英雄。

领先源自专业

“十年磨一剑”，成思科技用他们的成长历程对这句话做出了诠释。

“去年广电总局下发互联网电视播控牌照，要求各持牌照方建立新的互联网电视播控



成思科技总经理 唐锋

平台。我们和百视通一起，用一个月的时间完成了百视通互联网电视播控平台，第一批通过广电总局的验收。”

与百视通的成功合作，让成思科技总经理唐锋在业界享受到多一份的尊重与自豪。而这短短一个月凝聚了这支专业团队多年的心力。记者了解到，成思科技的创始人都是交互视频平台的资深人士，他们见证着中国 IPTV 技术产业的发展。

“在 2004 年参与国内最早的 IPTV 平台开发的时候，认识到了 IPTV 的出现是电视从单向广播到双向互动的转变。这种交互业务既不是做传统的非线编，又不是简单的网页。当时我就觉得，交互视频业务不同于传统的‘采编播’，从‘制作生产、编排、发布’，内容通过交互页面呈现给用户。这些新媒体的运营需求，将是运营商与传统媒资厂商之间的缝隙市场。”

电视新媒体初期，国内双向互动视频还是

以互联网视频为主，将互联网视频模式引用到电视媒体上面临着政策问题，相对于网络来说，电视媒体上的管控要求更为严格，从单向广播向双向互动的转变中，原有的媒资管理系统在交互体验和页面展现上几乎没有任何作为。在这样的环境中成思科技找到了市场方向。

“2006 年的时候，我们为一家内容提供商做了互联网视频业务运营平台，包括内容管理、内容分发、内容展示及相关业务运营。这个项目的业务模式与后来百视通的初期的播控模式有些类似。”

2007 年，有类似项目经验的成思科技在百视通“IMSP 全网 IPTV 内容分发系统”的项目中标，两家公司首度携手。

从 2007 年至今，成思科技为百视通提供了全国 IPTV 内容管理系统、新媒资管理系统、互联网电视播控平台、三屏融合管理系统、手机视讯播控平台。作为国内 IPTV 第一大运营

商百视通的技术合作伙伴，产品经过了百视通全国 IPTV 大规模用户的检验后，成思科技的产品走进了上海文广的互动电视播控领域，走进了上海电信 IPTV 运营中心的运营管理领域，走进了安徽电信的 IPTV 业务增值业务管理领域。成思科技协助上海文广先后完成了上海 OCN、长沙国安、北京歌华播控平台的搭建，利用专业的技术与各运营商建立起合作的桥梁，助力他们业务发展的同时，也让成思专业的价值得到了提升。

“我们现在已经成为国内新媒体内容运营平台的领先者了，因为现在百视通拥有一千万的 IPTV 用户，上海文广互动则拥有国内最大的数字互动电视用户群。”唐锋说。

品质源自专注

“如果科学技术是第一生产力，那么品质就是一个公司最直接的实力体现。”成思科技用专注提升品质。

“开始的时候，与交互业务相关的平台我们都做，像手机播控、互联网视频平台，后来交互电视的市场渐渐明朗化，想在这个市场上分蛋糕的人也越来越多，经过内部多次的讨论，我们认为服务的品质是我们的根，为了让这个根能够更深一些，我们决定舍弃其他业务，专注于电视屏。”

“直到现在我们所做的三屏融合业务，也是以电视屏为主的融合业务，从现在市场发展形势看，应该说，我们的转型是对的。”

在国内，IPTV 平台建设“从无到有”经历了一段漫长的过程。这里主要有两个原因：其一是电视新媒体当时还属于基础建设阶段，由于正在拓展用户，而市场也无法预期，运营商并不愿意在平台建设上花太多的资金，因此大量的资金主要投向硬件设施，软件则是能省则省。其二是很多特大型系统集成商，将 IPTV、数字电视等新媒体平台建设视为战略性项目，在投标时提供完整的端到端解决方案，并将其

中大部分软件作为附件免费赠送，这样的市场局面持续很长一段时间。成思科技从专业到专

注的成功转型，我们可以看出这不仅是成思科技的成长，也是国内 IPTV 市场这个大环境的

“作为百视通 BesTV 的长期稳定的技术合作伙伴，成思科技深刻了解国内新媒体业务的发展和运营流程，并拥有强劲的技术研发实力，为百视通的技术业务发展鼎力相助、共同成长！”



百视通公司副总裁

2011 年 10 月

“成思科技凭借多年的互动视频业务的经验和领先的服务理念，为 SiTV 扩展互动视频业务提供了全方位的支持。”



上海文广互动电视有限公司 CTO

2011 年 10 月

“成思科技行业经验丰富，技术实力雄厚，服务态度和服务意识好、响应快，四年多来，为中心的业务开展和运营提供了优秀的技术支撑。”



上海电信 IPTV 运营中心副总经理

2011 年 10 月

进步。

“当我们完全专注于新媒体内容运营以后，确实做出了一些更有价值的东西。当有了内容基础，用户基础以后，客户需求也在不断提升，如何最大化满足客户需求，客户需求本质就两点，一是降低开发成本，二是提高业务响应速度。按照这个思路我们将 EPG 划分为栏目和专题两类，栏目类的 EPG 页面模板化，这样可以提高单个模板的复用度；专题 EPG 页面我们提供可视化开发工具，只需要美工做好一张专题的底图，编辑人员通过可视化工具在底图上画出焦点位置，关联到相关内容就可以了。”

随着 IPTV 市场不断扩大，用户数也在稳步增长，IPTV 平台建设也走进了“从有到精细”的时期，面对新业务拓展，运营商需要灵活的开展业务，快速的响应用户需求，标准化、模块化的运营平台的优势便显而易见了。其实，这时才是统一内容运营平台真正的开始，

流媒体网 www.lmtw.com 制作

也是从这时开始，运营商开始注重内容的展现形式、页面的响应速度、用户的交互体验等。这些细化的需求，需要的不仅仅是专业了，更多的是对这个市场的专注度。成思正是用这种专注度为客户提供了高品质的服务，博得了客户的赞誉。

超越自我，2012，我们继续向前

面对日新月异的电视新媒体业务发展，成思选择“专注，再专注”！

“现在大家都看到了，电视新媒体要成功，内容生产模式必须改变以前的传统思路。以前，因为终端只有电视屏，内容格式单一，将内容生产好以后再做编排。而现在终端多样化，手机、Pad 移动终端的出现，内容格式也随之多样化，按照传统的思路将出现资源浪费。所以现在是业务驱动生产，根据终端展现的业务需求来生产内容。”

唐锋提到的业务驱动内容生产，这个业务

其实就是用户的需求，而作为新媒体运营者，要能够想用户所想、供用户所需，这就是以用户需求为动力的商业模式。

“其实，现在进入了用户为王的时代，需要改变的不仅是内容生产模式，内容运营思路也需要有所转变，如何让用户快速找到自己想看的节目，现在很多人，几分钟找不到感兴趣的内容，离开电视转向电脑或其他终端了，运营商需要为每个用户推荐他们感兴趣的节目，就需要细化用户群，细化的用户群制作专题，我们的平台通过跟踪-搜选-匹配的循环，提高内容推荐的精准度，完成内容为王到用户为王的转变。”

“用户为王，其实更能体现的是新时代电视媒体人的积极心态，对于电视屏价值回归的一种信心。”当笔者问到 2012 年成思的发展方向时，唐锋毫不犹豫的说“2012，我们专注，再专注！”笔者将它理解为一种超越自我的方式，一个前进的方向。

我们看着成思一路走来，从内容管理到内容运营，从专业到专注，可以说他们内容运营平台的迭代更新就是电视新媒体发展的一个缩影。从第一波的 PC 革命，到现在的智能移动终端热潮，使得人们渐渐忘却了电视王朝的时代。但是电视作为客厅的主角其价值是不容忽视的，电视华丽转身重新抢夺客厅市场，硬件方面，大屏电视机已经获得了人们的追捧和市场的肯定，软件方面，随着 IPTV 用户的增长、OTT 的新生，随着百视通、成思等公司的专业，电视将迎来新的发展春天！

在笔者完稿与发稿的间隙，正值龙年新春，大年初二，一家人围坐在电视前，笔者欣喜的发现了一个“春晚最精选”的专题（家里是 OCN 互动电视），将央视和各个地方电视台春晚的一些精彩节目汇总在一起，将节目按照不同维度分类，春晚精选一目了然。

电视新媒体，一个“新”字，聚积了多少行业人的智慧和辛劳。



湖南卫视

CCTV

安徽卫视

辽宁卫视

东方卫视

江苏卫视

一次看个够！
2012龙年春晚“最”精选

重磅

- 赵本山小品《买年货》
- 奥尼尔《功夫熊猫》
- 杨钰莹、毛宁《心雨》

小品

- 周卫星《一张火车票》

歌曲

- 杨钰莹《我在春天等候你》
- 杨钰莹、毛宁《我们一起过年》
- 张杰、小沈阳《勿忘心安》
- 杨幂、刘恺威《错怪》
- 那英《花一开满就相爱》

魔术

- 《五谷丰登》傅琰东

返回