

华为中兴海外夺亿元大订单

国内 3G 发牌前景不明朗，电信厂商增兵海外市场



在国内 3G 发展走向尚未明朗的情况下，国内设备商华为、中兴率先进军海外市场实为明智之举。时报记者 伍健文 摄

□时报记者 潘敬文

目前，国内一些实力雄厚的设备商凭借具竞争力的价格和优异的研发能力拓展海外市场。据外电报道，印度最大的电信运营商 BSNL 公司近日将一项价值 1.2 亿美元的 CDMA 项目合同给予中兴；本月 9 日，全球最大的移动运营商沃达丰集团（“Vodafone”）宣布选择华为承建其在西班牙的 WCDMA/HSDPA 商用网络。有分析指出，在国内 3G 发展走向尚未明朗的情况下，国内设备商进军海外市场实为明智之举。

华为中兴率先向海外扩张

在过去的几年里，华为与中兴由国内走向海外市场，参与国际市场的竞争。

截至今年 6 月，华为已在全球获得 19 个 CDMA2000 1xEV-DO 商用合同，在亚太、南非等新兴市场以超过 50% 的市场份额位居第一。接连多个成功案例彰显了华为的强大实力，例如与委内瑞拉最大的电信运营商 Movilnet 达成 CDMA2000 商用合同；其独家承建的孟加拉太平洋电信 PBTL CDMA2000 网

络自今年 3 月底投入商用以来，短短 3 个月内网络用户便已突破 60 万户，同比增长超过 50%。

在终端产品方面，全球最大的电信运营商沃达丰在今年年初与华为签订为期 5 年的 3G 手机采购协议成为国产手机出口的重要成功案例；据了解，华为是沃达丰在全球的第二大 3G 数据卡供应商。

中兴 HSDPA 数据卡近日也开始为欧洲主流运营商批量供货，夺得全球首个 3.6M HSDPA 数据卡大单。自去年 4 月开始，中兴的 3G 数据卡订单不断，其 WCDMA 数据卡和手机已持续面向欧洲和亚洲的运营商批量供货。

自 2005 年以来，中兴先后赢得了法国电信、和黄等全球顶级运营商的长期战略合作协议，在全球排名前 100 名的顶级运营商中，中兴已成功进入了 30 家。

华为、中兴的迅速发展，呈现全线产品全球扩张的趋势，对国际通信市场造成了巨大的冲击。电信市场研究机构 Heavy Reading 发布的一份报告中称，全球主要电信设备厂商近期的合并或合作从很大程度上是因为华为的异军突起，其首席分析师

Scott Clavenna 表示：“过去 5 年里，全球电信设备市场最大的变化就是华为在海外市场的迅速扩张。受此影响，阿尔卡特、朗讯、爱立信、诺基亚和西门子等行业巨头纷纷开展合并或建立同盟，以提升自身竞争力。”

据兴业证券的推测，到 2006 年年底，中兴海外业务将超过国内市场业务的收入。

3G 发牌牵动电信设备商

分析人士向记者透露，由于 3G 牌照迟发，运营商投资压缩，减少设备采购。事实上，在过去 1 年多来时间里，华为、中兴等公司已经将营销重点放到了海外市场，中兴甚至为此整合了国内营销部门，以增派营销干将到海外。

据了解，中兴通讯的销售体系由五营组成：一、四、五营为海外销售体系，其中，一营面向东南亚、中东和俄罗斯市场；四营面向南亚、巴基斯坦及东西欧市场；五营面向南北美洲和非洲大陆市场。而国内销售体系中的二营而向中国电信、铁通与专网

（即铁路、电力、军队专网）；三营则面向联通、移动与网通。

在今年 7 月初，中兴将负责国内业务的二、三营合而为一，各销售区域产生的富余“经理”级领导干部将被公司抽调支援海外市场。

百纳咨询分析师易正东向记者表示，设备厂商在 3G 方面的投入非常大，从研发、生产、销售以及推广各个环节都需要投入大量人力物力，一天不发牌，一天都不能松懈；越是晚发牌照，设备厂商在 3G 上面的成本相应增大，利润相对减少。他认为：“在 3G 上面，运营商可以拖，设备厂商是拖不起来的。”

同时亦有分析指出，国内设备商海外激烈竞争并成功击退国外厂商往往以牺牲部分运营利润率为代价，而随着竞争的激烈化，大型的电信设备商正承受着财务以及竞争带来的巨大压力。

高盛在 8 月 3 日发表报告，将中兴通讯(0763.HK)评级由“买入”降至“中性”，目标价由 34 港元降至 28 港元。高盛认为中兴通讯海外业务竞争日渐加剧，而中国 3G 因素将于明年下半年后才可成为该公司的增长动力。该行表示，中兴短期内仍受到盈利下降的影响。

■简讯

受内地严管 SP 政策影响—— TOM 在线净利润微跌 3%

日前，国内无线互联网公司 TOM 在线（美国纳斯达克：TOMO；香港创业板：8282）公布了第二季度业绩报告显示，受内地严格管制 SP 政策影响，其无线互联网收入增幅仅 0.5%，净利润也轻微下降。

报表显示，TOM 在线第二季度总收益达 5010 万美元，比去年同期及上一季度分别增加 17.1% 及 3.1%。净利润为 1175 万美元，比去年同期上升 14.7%，比上一季度下降 3.2%。

TOM 在线第二季度无线互联网服务总收益为 4571 万美元，比去年同期上升 12.4%，季度增幅则为 0.5%。无线互联网服务收益占本公司第二季度总收益的 91.2%，第一季度这一比例则为 93.6%。

据介绍，今年 6 月初，TOM 在线预期有可能会在某些政策变革，开始调整产品服务结构，包括将按条定制服务转换成包月定制服务，及更多地推广基于使用量的点播业务，而非定制业务。不过，由于政策调整以及先前预期世界杯相关的市场及内容开支升高的影响，TOM 在线无线互联网业务盈利表现比上一季度逊色。

TOM 在线首席执行官兼执行董事王雷表示，其互联网门户及广告收入上有长足进步，虽然从二季度未到未来几个季度无线增值服务受行业政策调整和配合相关国家机构治理整顿市场行为的影响，但相信中国互联网和无线增值服务市场潜力仍巨大。

穗电信为宽带贵宾举办品酒宴

日前，记者从广州电信“精英·宽带俱乐部”获悉，该俱乐部会员除了享受诸如 24 小时故障修理等服务，还可以参加俱乐部为其所举办诸如红酒品酒宴会、麓湖烧烤联谊等活动，同时，在有关餐厅、商场、语言学校、连锁洗衣店等享受折扣优惠。

业内人士指出，现在运营商提供的不仅仅是电话服务。某大型公关公司高级客户经理叶小姐告诉记者，通过俱乐部等形式提供各种各样的优质服务来维护高端客户关系的重要方式，特别对于一些集团客户而言尤为重要。

时报见习记者 潘敬文

广州移动助力黄花岗信息园

在业务试用、资费政策等为园内企业提供优惠

本月 8 日中国移动广州分公司宣布，将为黄花岗信息园中的“广州市信息化示范基地”提供完善服务，为广州市推广中小企业信息化应用加速。

广州黄花岗信息园是在黄花岗科技园的基础上成立的。园区以信息技术的综合运用为核心，发展以现代信息业为主导的高新技术产业。中国移动广州分公司表示，将与广州市信息化办公室、黄花岗信息园管委会合作共同在黄花岗信息园建设中小企业信息化示范基地。

据中国移动广州分公司发言人介绍，中国移动方将会为示范基地提供完善的无线网络覆盖，传输网络资源以及短信、彩信、WAP 业务接口等，以便让企业能加快业务测试开发流程，缩短业务与产品推出

市场的时间。

为了把中小企业信息化推进工作落到实处，中国移动广州分公司和黄花岗信息园管委会合作，在黄花岗汇华商贸大厦建设了中国移动信息服务中心，接受企业信息化咨询、办理企业各项信息化业务；并将通过信息化体验与培训等手段加强企业对信息化发展和应用的理解，共同推进企业信息化应用。

中国移动广州分公司负责人向记者表示，黄花岗信息园中小企业信息化示范基地建成后，中国移动广州分公司将在园区以及整个广州市范围内普遍推广中小企业信息化应用，帮助企业整体提高信息化应用水平，并且在业务试用、资费政策、技术服务等各方面为园区企业提供优惠。见习记者 潘敬文



图为 8 月 8 日签约现场。时报记者 潘敬文 摄