



### 组织机构



### 会议背景

NetEvents亚太媒体高峰论坛于2005年启动，旨在建立欧美厂商高层、分析师与亚太主流媒体间的沟通平台。

首届会议在中国上海举行，2006年开始，主办方将该会议由每年一届增至每年两届，分别于春秋两季召开。

目前，NetEvents亚太媒体高峰论坛现已成为已进入或有意进入亚太市场的欧美企业获得最新市场讯息的重要窗口。

### 重要演讲嘉宾

|   |   |   |   |  |   |
|---|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |  |
| Ted Dean<br>BDA总裁兼总经理   | Camille Mendler<br>Yankee Group全球服务战略部<br>副总裁                                       | Mehmet Balos<br>GENBAND执行副总裁  | Matt Walker<br>Ovum首席分析师  | Vidya Subramanian Nath<br>Frost & Sullivan数字媒体部<br>高级行业分析师                           | Nan Chen<br>城域以太网论坛主席   |



## 机构预测华为五年发展 低价策略将被抛弃

2009年11月20日 15:31 CCTIME飞象网

**飞象网讯**（记者 孙慧报道）在金融危机背景下，中国**市场**散发出的机遇诱惑让国外企业无法抵挡。与此同时，中国企业愈发强大的竞争力也让他们心存畏惧。

在新加坡举行的2009秋季亚太媒体高峰会议上，关于中国市场及中国厂商的讨论成为会议的一大讨论主题，虽然这并非主办方计划中的议程。

这一讨论起源于咨询公司BDA对于新兴市场的预测。在BDA总裁Ted Dean看来，金融危机下的中国和印度电信市场仍然保持了较高的增长。而华为由于近年来突出的市场表现，也成为BDA重点关注的企业：2009年上半年华为的合同订单额达到157亿美元，同比增长28%。如果下半年保持这种增长速度，华为完成今年300亿美元的目标指日可待。

基于对华为的关注和研究，BDA对其未来五年的发展进行了预测。

在市场地位上，华为将继续保持全球第二大电信设备提供商的地位，但超过爱立信会有很大困难。

研究公司Dell'Oro最近发布的数据显示，在今年第三季度，华为的市场份额由去年的11%上升至20%，而诺西的市场份额则出现下跌，稍逊于华为。华为也首次登上全球第二大**通信**设备商的位置。爱立信则以32%的市场份额牢牢占据第一，加之对北电CDMA与LTE资产的收购，其市场竞争力将进一步增强。

在欧洲市场，BDA认为华为的地位将进一步巩固，并成为这一市场前三强的电信设备供应商。但在北美市场因为政治因素，华为会受到诸多挑战。

除了市场地位，BDA对于产品线细分市场也做了研究，得出的结果是在有线领域，华为将取代阿朗成为行业领导者。在无线领域也将成为爱立信强有力的竞争者。但在专网方面，却将是一个跟随者，暂时无法跟爱立信，阿朗及诺西抗衡，虽然华为的专网业务近年一直在增长。

值得一提的是，BDA认为华为的利润未来将回归正常。作为此前最有竞争力的竞争武器，低价策略在给华为带来订单的同时，也影响了其利润率的进一步提升。而随着技术的提升，产品本身将取代低价成为华为核心竞争力。

这一转变从去年已开始逐步显现。2008年，华为经营性利润达到23.7亿美元，经营利润率从2006年7%、2008年的10%回升至13%的同业较高水平，业绩明显改善。华为高层年初在接受媒体采访时也表示，为了企业的良性发展，华为将有意识控制企业的扩张速度。

飞象网讯(记者 孙慧报道)在亚洲,成功的电信运营商大致可以分为两类:一类是以NTT DoCoMo为代表的日韩运营商,不断创新的服务是其最大特色;另一类则是如印度塔塔通信这样走全球化道路的公司。

所谓“他山之石,可以攻玉”。近日,飞象网记者走访了日韩运营商及塔塔通信相关人士,希望这些企业的成功经验,可以为我国从电信大国跃变为电信强国提供一些借鉴。

#### 用户导向:企业还是个人

纵观全球运营商的发展,无论是从规模还是收入贡献上,个人用户都是最主要的群体。NTT DoCoMo也不例外。

截至今年第一季度,日本手机用户数为1.75亿,占到人口总数的83%,其中3G用户9963万,占有率为92.3%。作为日本第一大移动运营商,NTT DoCoMo 3G用户数为4904万,占据日本3G用户的半壁江山。

对于3G在日本的良好发展,NTT DoCoMo前合作推进部部长平野敦士表示,这主要得益于日本手机完全是由运营商定制。谈及中国3G市场,平野敦士认为文化和消费习惯类似的中国,是否能短期内快速增长,取决于运营商能否推出适合中国消费者习惯和能发挥3G特征的服务。

和NTT DoCoMo等运营商相比,塔塔通信则显得“不太务正业”,因为他们提供包括海底电缆出租、数据中心、软件服务等多种业务,而他们最重要的客户也并非个人而是企业。

塔塔通信企业销售及管理服务部副总裁Richard Knott在接受飞象网记者采访时表示,塔塔通信目前专注于两个市场,一个是批发市场,这主要基于他们庞大的网络基础设施;此外就是企业市场,发展策略仍是以大的跨国公司为对象,提供MPLS、以太网、互联网等服务。

而对于印度本土个人移动通信市场,塔塔通信则主要通过与其NTT DoCoMo的合资公司Tata DoCoMo提供移动服务。

以NTT DoCoMo最为著名的手机钱包业务为例,在启动这一业务之初,NTT DoCoMo曾希望所有工作都由自己来做,但最后发现这一方式并不可行。此后,NTT DoCoMo陆续和索尼、三井住友、TOWER RECORDS等结成合作关系。其中,对后两个公司NTT DoCoMo还进行了参股。

对于那些技术型较强但规模有限的新型企业,NTT DoCoMo则会直接给予投资,在保证合作的前提下,此类企业日后若上市,NTT DoCoMo作为股东也会获得额外利润。

在谈到塔塔通信的发展壮大时, Richard Knott并没有直接给出答案,而是提到了两宗并购。一个是2004年11月对美国Tyco全球海底光缆网络项目的收购, Tyco拥有6万公里的电缆网络,包括连接美国至英国、日本、新加坡的海底光缆,这也使塔塔通信一跃成为国际化的运营商。另外一个则是2005年7月以2.39亿美元对加拿大公司Teleglobe的收购, Teleglobe的全球网络延伸至240多个国家和地区。

“作为塔塔集团一员,使得我们受益匪浅,”塔塔通信总经理Srinath此前曾表示:“我们所有收购的完成都是基于塔塔集团的积极协助。我们还可以有效利用其他公司的资源,包括塔塔咨询服务有限公司在IT方面的协助和塔塔电信服务在国内无线网络的帮助。”

今天,塔塔通信虽然仍是一个印度公司,但已发展成为世界第一大语音通信运营商,能够同时为240多个国家和地域提供语音数据和移动增值服务,成为名副其实的印度第一大电信跨国企业。

虽然并购给塔塔通信发展带来立竿见影的效果,但Richard Knott表示公司的投资计划仍然是非常谨慎。“塔塔通信每年的投资专项有6~8亿美元,基本集中在海底电缆、数据中心和管理服务这些公司最核心也最擅长的领域。在一些高增长领域,我们也会做一些投资,但前提是这部分投资收益必须相当高。”

#### 发展策略:做细还是做大

从企业特性来看,NTT DoCoMo是一个将应用创新做到极致的公司,包括其后续将参与并致力于解决的社会性问题,如金融、结算事业、健康医疗、环境生态等,也都是基于手机的业务应用。

而塔塔通信则提供包括音频业务、视频会议、呼叫中心、企业语音服务、PBX等在内的各种领域业务。

在“专注造就专业”的理念下,塔塔通信的面面俱到是否会影响到公司的发展,面对记者的这一疑问, Richard Knott表示塔塔通信只会基于现有网络设施进行业务拓展,上述提到的各种业务也不例外。

除了业务,塔塔通信的市场版图也在不断扩大。

在美国、欧洲等成熟市场取得稳步发展后,塔塔通信于去年初正式启动了新兴市场扩展计划。包括中国、中东、北非等在内的市场成为塔塔通信后续投资及关注的重点。

据Richard Knott透露,塔塔通信目前已与中国企业通信公司(CEC)达成协议成立一家合资企业,双方各持股50%,目前正在等待中国政府的批准。合资公司一旦成立,双方将在MPLS、增值业务、以太网等方面进行更多深入合作。

在问及为何选择与CEC合作时, Richard Knott表示CEC在中国完整的IP-VPN服务许可,以及和中国电信、中国联通等本地运营商良好的关系都是塔塔非常看重的资源。而塔塔的优势则在于现有客户资源以及服务经验。

“对于我们很多客户来说,中国市场的战略地位已经越来越重要,无论是从满足客户需求的角度,还是我们自身的发展,都会加大在中国市场的投资。”

Richard Knott这番话也道出了塔塔通信市场拓展的一个重要标准,既跟随重要客户的市场布局而布局。如今,塔塔通信的业务已遍及全球200多个国家和地区,成为来自于发展中国家的最有代表性的国际化公司。

## MEF主席：力争打造出以太网版eBay

2009年11月22日 20:51 CCTIME飞象网

飞象网讯（记者 孙慧报道）作为全球最大的在线交易市场，eBay通过提供软件和网络交易环境，帮助上千万的个人和商家有效地进行买卖，自己从中收取佣金，并由此打造出一个威力无比的商品和服务交易市场。

而如今，一个面向运营商的以太网交易平台——CENX有望创造另一版本的eBay奇迹。作为CENX的CEO，Nan Chen日前在新加坡接受了飞象网等媒体的采访。



作为多年的MEF（以太网论坛）主席，Nan Chen对于以太网的发展及运营商需求有着深入的了解。“全球化使运营商间的互联大大提高，但目前大部分的连接仍然是基于语音及IP，以太网间的互联互通还非常不够。”而这正是他创办CENX的初衷。

Nan Chen表示，成立这样一个公司的想法在2004就开始出现，但因为种种原因直到今年才正式成为现实。为了给运营商提供更专业的服务，CENX的员工大都有在MEF、运营商或设备商企业任职的丰富行业经验。

在成立不久后的今年10月，CENX正式在纽约、洛杉矶和芝加哥成立了世界上首个三大运营商级以太网交易所。其中的纽约交易所连接美国和欧洲，洛杉矶交易所连接亚洲和美国，芝加哥交易所则是连接加拿大和美国。

在被问及CENX能给运营商带来哪些好处时，Nan Chen给出了一组直观的数字。

“以前运营商在进行以太网连接合作之前，首先会有一个很长时间的谈判过程，到最终实现连接，时间会在6~9个月不等。而现在通过CENX平台，这一过程只要6~9天就可以完成，可大大节省运营商的精力和成本。”

为了让供求信息一目了然，CENX提供了一个类似于GOOGLE MAP的实时查询平台，卖方可在该平台上对自己的信息进行实时更新。如果某个运营商有需要对美国某个地区的以太网连接，它可以通过地图查询到该地区具体的以太网服务提供商，包括以太网的具体服务质量和性能。如果这一地区服务同时有多个运营商可以提供，买方还可以根据比较和自己的需求选择某个服务提供商进行合作。

“有些小型运营商在某个区域的网络覆盖会很好，如果国外运营商能和他们建立连接，往往能比和那些大运营商合作拿到更好的价格和服务。”

在谈到CENX的盈利模式时，Nan Chen表示和eBay有些类似，即在买方向卖方支付的费用中提取分成。虽然不直接参与买卖双方的业务结算，但CENX会对双方的业务流量进行第三方监控和提取，一旦买卖双方发生结算纠纷，CENX的流量记录可作为调解凭证。

作为在MEF有多年工作经历的业界人士，Nan Chen表示CENX和MEF之间仍然会保持紧密的合作。由于各国运营商间的很多互联协议不尽相同，CENX目前正在建立一些建议性的标准，而这些标准基础就来自于MEF。对于CENX来说，MEF成员也会享受到更多优惠。

## 机构预测华为五年发展 低价策略将被抛弃

2009年11月20日 15:31 CCTIME飞象网

飞象网讯（记者 孙慧报道）在金融危机背景下，中国市场散发出的机遇诱惑让国外企业无法抵挡。与此同时，中国企业愈发强大的竞争力也让他们心存畏惧。

在新加坡举行的2009秋季亚太媒体高峰会议上，关于中国市场及中国厂商的讨论成为会议的一大讨论主题，虽然这并非主办方计划中的议程。

这一讨论起源于咨询公司BDA对于新兴市场的预测。在BDA总裁Ted Dean看来，金融危机下的中国和印度电信市场仍然保持了较高的增长。而华为由于近年来突出的市场表现，也成为BDA重点关注的企业：2009年上半年华为的合同订单额达到157亿美元，同比增长28%。如果下半年保持这种增长速度，华为完成今年300亿美元的目标指日可待。

基于对华为的关注和研究，BDA对其未来五年的发展进行了预测。

在市场地位上，华为将继续保持全球第二大电信设备提供商的地位，但超过爱立信会有很大困难。

研究公司Dell'Oro最近发布的数据显示，在今年第三季度，华为的市场份额由去年的11%上升至20%，而诺西的市场份额则出现下跌，稍逊于华为。华为也首次登上全球第二大通信设备商的位置。爱立信则以32%的市场份额牢牢占据第一，加之对北电CDMA与LTE资产的收购，其市场竞争力将进一步增强。

在欧洲市场，BDA认为华为的地位将进一步巩固，并成为这一市场前三强的电信设备供应商。但在北美市场因为政治因素，华为会受到诸多挑战。

除了市场地位，BDA对于产品线细分市场也做了研究，得出的结果是在有线领域，华为将取代阿朗成为行业领导者。在无线领域也将成为爱立信强有力的竞争者。但在专网方面，却将是一个跟随者，暂时无法跟爱立信，阿朗及诺西抗衡，虽然华为的专网业务近年一直在增长。

值得一提的是，BDA认为华为的利润未来将回归正常。作为此前最有竞争力的竞争武器，低价策略在给华为带来订单的同时，也影响了其利润率的进一步提升。而随着技术的提升，产品本身将取代低价成为华为核心竞争力。

这一转变从去年已开始逐步显现。2008年，华为经营性利润达到23.7亿美元，经营利润率从2006年7%、2008年的10%回升至13%的同业较高水平，业绩明显改善。华为高层年初在接受媒体采访时也表示，为了企业的良性发展，华为将有意识控制企业的扩张速度。

## 塔塔通信进军中国市场 欲在华建合资公司

2009年11月19日 11:16 CCTIME飞象网

飞象网讯（记者 孙慧报道）11月19日消息，在今日的2009秋季亚太媒体高峰会议上记者获悉，一直致力于拓展海外业务的印度塔塔通信公司，最近又有新的计划，而且是在中国。

塔塔通信企业销售及管理服务部副总裁Richard Knott日前在新加坡接受飞象网记者采访时透露，塔塔通信已经与中国企业通信公司（CEC）达成协议成立一家合资企业，双方各持股50%，目前正在等待中国政府的批准。Richard Knott表示，合作协议提交审批已有一段时间，具体结果何时出来现在还不得而知，不过他估计会很快。

据悉，合资公司一旦成立，双方将在MPLS、增值业务、以太网等方面进行更多深入合作。



### Richard Knott在新加坡接受飞象网记者独家采访

在问及为何选择与CEC合作时，Richard Knott表示CEC在中国完整的IP-VPN服务许可，以及和中国电信、中国联通等本地运营商良好的关系都是塔塔非常看重的资源。而塔塔的优势则在于现有客户资源以及服务经验。

“对于我们很多客户来说，中国市场的战略地位已经越来越重要，无论是从满足客户需求的角度，还是我们自身的发展，都会加大在中国市场的投资。”

作为一家起源于印度的公司，塔塔通信和大多数企业先国内后国外的发展模式不同，他们采取了逆向的“由外而内”的市场思路，目前在塔塔通信的年销售额中，已经有65%来自于海外市场。

在印度、美国、欧洲等本土及成熟市场取得稳步发展后，塔塔通信于去年初正式启动了新兴市场扩展计划。包括中国、中东、北非等在内的市场成为塔塔通信后续投资及关注的重点。

## 新加坡亚太媒体峰会首次推线上互动

2009年11月19日 09:17 CCTIME飞象网

飞象网讯（记者 孙慧报道）11月19日消息，2009秋季亚太媒体高峰会议于今日在新加坡召开，与历届相比，本次会议首次推出线上观看，场外观众将有机会直接参与到会议的互动中。



据会议主办方NetEvents介绍，其与塔塔通信共同推出的NetCast多媒体即时交互通讯平台在本次峰会期间是首次上线，在随后的两天会议中，预先上网注册的观众可以亲身体验未来线上会议的奇妙之处。注册者可点击下列链接：<http://www.netevents.tv/video/apac-2009-pre-registration>进入线上观看与互动。参加者将从世界顶级的分析师和行业评论家聆听到令人激动的、最先进的技术辩论和问题讨论，并了解最新商机。

NetCast多媒体交互通讯平台允许预先登记观看活动者以双屏幕显示窗口，除了提供文稿与即时视频播放外，还提供了一个“聊天”的格式让观众进行互动交流发言，并可在广播时选择切换首选语言，还可依据需要下载内容。

塔塔通信动力解决方案销售和营销副总裁Richard Knott向记者解释道，“LiveBroadcast是基于闪存的流媒体服务，使内容提供商、电视频道和活动组织者可以通过网络向全球观众直接做线上播放。LiveBroadcast网上直播的内容并不需要特殊的媒体播放器查看内容，只要结合简单的接口，省去了来宾参加活动的现场成本。”

由NetEvents主办的亚太媒体高峰会议，于2005年正式启动，至今已有五年的历史。本届峰会，将有来自欧美的企业和顶级咨询机构、亚太媒体共同讨论最新的网络及电信热点话题，包括企业网络、信息安全、无线技术、绿色科技、云计算、应用优化，内容交付网络（CDN）的运营级的互联网、电信的基础设施等。