

风过微波寒未冻，  
乱枝纷扰破长空。  
不觉春梦三更里，  
千里江山绿映红。



王利博制图

弱化基础运营商和虚拟运营商之间的竞争关系,强化相互间的合作共生,不仅有利于更加健康的产业环境的形成,也有利于进一步推动中国经济市场化改革的进程。

【通信绽放之论道】

## 通信产业开放第一步 中国经济市场化一大步

■ 陈昌成

对于移动通信市场还将进一步开放的判断估计没有人会怀疑。

这是一个巨大的进步,这也意味着中国非资源性垄断市场正在发生着深刻的变革。只要迈出了第一步,移动通信市场开放的步伐就將不会再停滞。工信部并没有规定合作企业数目的上限,由此随着第一批虚拟运营商的进入,第二批、第三批也将很快跟进。

早在10年前,就有民营资本试图敲开移动通信市场大门,最终无功而返。而这10年,恰恰是互联网、移动互联网突飞猛进的10年。开放意识的觉醒以及来自腾讯、百度、阿里等民营巨头的冲击,通信市场的放开与否,已经不以基础运营商的自身意

志为转移。

虽然未来三大基础运营商仍然是市场主导者,不过,民营资本进入电信领域后,市场竞争关系将会变得更加复杂微妙,多样性、多层次的市场供应将会给终端消费者带来更多丰富的选择。

实际上,究竟谁是市场主导者并不是当前的一个关键问题。短期而言,从虚拟运营商的体量来看,和三大基础运营商相去甚远,民营资本又缺乏相应的通信运营经验,根本不在一个竞争层面。

即使在三大运营商中间,也存在着巨大的市场差异。从2013年的统计数据来看,中国移动的用户占整个移动通信市场的64%,收入占70%,利润或接近80%。从收入和利润来看,中国移动依然维持相对垄断的发展地

位,这早已导致格局失衡。

不过,民营资本的进入对当前的市场格局是一个正向刺激,有利于优化目前这种市场格局。尽管未来虚拟运营商或将占总市场份额的10%左右,大约800亿元,但这也足以激活整个通信产业市场的创新意识和服务意识。可以预见,更富有活力、更灵活的民营资本的加入,将为电信市场注入新的生命力。

这种放开对基础运营商本身而言也是一个巨大的利好。虽然从数字层面来看,份额被压缩了,利润被挤占了,但是运营商则可以利用自身的资源优势与互联网企业实现优势互补,在增值业务方面实现较大的突破与创新。蛋糕大了,利益链上的同盟者都可以获取足够的收益。共享即共生,这就是互联网精神下的新经济生

态法则。

在新通信时代,基础运营商和虚拟运营商的角色定位也显得尤为重要。基础运营商不是垄断者、守旧者,虚拟运营商也不是搅局者,更不是“二道贩子”、“倒爷”。之所以引入众多具有互联网背景的企业进入通信市场,也是政府期待这些民营企业可以利用自身优势,加强资源整合,建立更加多样化的商业形态。

此前,三大基础运营商已经在一定程度上与互联网企业建立了合作联盟,也取得了一定的成效。在当前环境下,弱化基础运营商和虚拟运营商之间的竞争关系,强化相互间的合作共生,不仅有利于更加健康的产业环境的形成,也有利于进一步推动中国经济市场化改革的进程。

【通信绽放之观察】

虚拟运营商获取的移动转售批发价,是市场价的7折左右,远低于普通代理商拿到的价格。

## 民资进入电信 抱怨利润空间很小

■ 实习记者 柳熠冰

在传统运营商的移动业务市场已经趋于饱和的情况下,电信业正式迎来了新的伙伴——虚拟运营商。

“民资进入电信业对基础运营商的业务短期不会造成影响,但民资的引进会扩大电信行业的投资,丰富产品形态,将会使基础运营商市场业务受到一定程度的冲击。”工信部电信研究院研究员贾敬宇接受《中国企业报》记者采访时说到。

民资分享百亿级蛋糕

在民间资本以虚拟运营商的形式进入电信行业之后,基础电信运营商的业务模式和营收状况都将受到不同程度的影响,国内电信行业的竞争格局将出现新的变化。

同时,电信业向民资的开放,被业界视为国内电信重大改革,这将扩大电信行业的投资规模,丰富产品形态,激发用户新的消费热点,移动通信将可能再次迎来大发展。“民资的进入有利于促进行业的全面发展,发挥民间资本灵活、创新的优势,满足移动用户个性化、差异化的服务,未来虚拟运营商将大有可为。”贾敬宇说到。

事实上,民营进入电信业不仅是市场发展成熟的需求,也是改革深化的需求;而移动转售业务在电信业趋于饱和的情况下仍是一块巨大的蛋糕。

据公开资料显示,电信市场比较开放的欧美发达地区,虚拟运营商的市场规模占市场份额大约为7%—10%;而韩国移动业务转售商经过三年多发展,占据大约5%的用户市场份额。

贾敬宇表示,我国移动电话用户总数达到12.23亿户,如果按照韩国移动转售业务商目前5%的用户市场占比,未来中国的移动转售企业将获得大约有6000万用户。而据基础运营商公布财报显示,目前ARPU值(平均每月每户收入)在60之间左右,那么未来移动转售业务的市场规模将有360亿元左右。

业内人士认为,虚拟网络运营商可以弥补传统运营商缺失的细分市场,满足各个阶段不同用户需求,同时与运营商的差异化服务可以避免正面竞争,从而细分、深耕市场,做大整个市场蛋糕。

实际上,自移动通信转售业务试点启动以来,民资企业与基础运营商就转售业务展开了多轮交流和谈判。“目前,三大运营商给我们的移动转售批发价是市场价的7折左右,利润空间很小。”一家拿到牌照的虚拟运营商负责人表示,三大运营商将短信、流量资费“批发”给虚拟运营商,给出的套餐价中,短信的价格是7分/条,流量费批发价格是120元/G,而普通的代理商的拿到的价格远低于给我们的“批发价”。

据了解,虚拟运营商将发放170的专属号段,预计2014年年初为转售业务的系统对接期和准备期,从5月1日起正式放号,到2015年年底为虚拟运营商“试运营”阶段。

工信部电信研究院院长曹淑敏表示,“移动通信转售业务是一项基础业务,在这一领域引进民营资本,能激发移动通信业务的新增长。同时,民营企业比较灵活,能带来商业模式等创新。”

未来格局仍是巨头三分

对于基础运营商而言,电信市场上有挑战力量的出现是他们不愿看到的,而一旦虚拟运营商与传统运营商发生价格战,也将是他们最害怕出现的情况。

不过,虚拟运营商不得不依附于基础运营商,不可能与基础运营商打价格战,原因是虚拟运营商只能租用三大运营商的移动通信网络,而成本价控制权在基础运营商手里的,所有的虚拟运营商盈利必须靠增值服务。

在首批获得11张虚拟运营商的牌照中,京东联席董事长赵国庆表示,获取牌照后,京东将向用户推出自有的话费套餐、流量套餐以及专有号段,以满足不同类型用户的需求,刺激整个电信业务市场的发展,打造自身的电信业务。同时,京东会在5年内力争成为中国第四大运营商。

阿里巴巴也声称,集团将以创新的方式契合集团旗下各项业务,围绕电信基础业务服务以及目前正在蓬勃发展的电子商务生态链条,积极开发多种形式的虚拟运营业务,发挥阿里集团积累多年的大数据、云计算和云OS移动操作系统优势,为中国电信行业的开放和改革创造更多的可能。

尽管民资的进入,给电信市场带来更多多元化、差异化发展空间,但虚拟运营商从基础运营商处获得批发价后零售,而基础运营商自己也在做零售,双方的竞争关系是明摆着的。

同时,获得虚拟运营商牌照的企业并没有电信业务开发和部署的经验;如果仅仅在电信基础业务层面,如语音、SMS和数据接入等方面,向移动用户提供服务,移动转售商除了价格,似乎没有更多的市场手段可以考虑;而国内三大电信运营商长期以来所积累的品牌优势,也是新进入的民营资本所不能比拟的。

贾敬宇表示,随着2G到3G、3G到4G,差异化的市场空间增大,电信运营商的产品优势在于规模化、标准化,虚拟运营商的市场机会就在于小众化、定制化。但目前的电信市场仍处于相对垄断的前提下,留给虚拟运营商的市场份额并不大,未来基础运营商仍将主导话语权,电信市场的格局难生变。