

铁塔公司“互联网+”时代移动通信基础设施迈向集约化

冯琳

“天津铁塔公司有关负责人表示,为更好地服务“智慧天津”、“科技天津”,铁塔基站等设施建设将进入集约化、专业化、高效化的新阶段。下一步还将编制城市通信基础设施规划,纳入城乡建设和空间发展战略规划。”

移动通信基础设施建设是推进“宽带中国”、“互联网+”等国家战略实施的重要环节,也是落实网络通讯“提速降费”政策的前提条件,天津铁塔公司有关负责人表示,为更好地服务“智慧天津”、“科技天津”,铁塔基站等设施建设将进入集约化、专业化、高效化的新阶段,让百姓消除误区、科学认识电磁辐射,手机通话上网更快更省钱,下一步还将编制城市通信基础设施规划,纳入城乡建设和空间发展战略规划。

铁塔统管整合资源

2015年1月1日起,中国移动、中国联通和中国电信三大通信运营企业停止新建铁塔等移动通信基础设施,并将近170万座存量铁塔资产交割给新成立的中国铁塔股份有限公司(以下简称“中国铁塔”)。按照国家有关要求,三家通信企业的增量铁塔、站址资源以及附属设施将由中国铁塔建设;后续三家通信企业的现有铁塔、站址资源及附属设施等存量资产将通过注资和收购方式注入中国铁塔,相关工作已于2015年完成。铁塔新建工作及存量维护工作都由中国铁塔统筹负责,有利于精简人员、整合资源,在技术、模式等方面推动科技创新,很好地完成铁塔新建及存量资产交接任务。截至2015年10月,中国铁塔已承接铁塔类建设项目超过44万个,已开工建设42万个,约少建基站近20万个,节约行业投资超过400亿元,减少土地占用约10000亩。

天津铁塔公司作为中国铁塔股份有限公司在天津市的分支机构,2014年11月19日揭牌运营。公司主营铁塔建设、维护、运营;基站机房、电源、空调配套设施和室内分布系统的建设、维护、运营及基站设备的维护。目前,天津铁塔已与三家通信企业签署收购全部存量铁塔相关资产协议,天津铁塔作为天津地区唯一一家主体企业承接三家运营商现有的上万个存量铁塔,统一规划和安排三家运营商铁塔、基站和室内分布系统的新建和维护,能够更好地集中资源,从根本上避免重复建设,节

省土地资源,最大程度提升社会效益和经济效益,助力“资源节约型、环境友好型社会”建设。

2015年是天津铁塔的开局之年,按照集团公司整体指导思想,围绕“开拓创新、务实高效、利益客户、成就员工”的企业核心价值观,结合地方实际,天津铁塔确定了“包容、坚定、刚柔、克难、扬帆”的创业初期特色文化,超常规、高效率地完成了组建工作并迅速进入运营模式,为天津市信息通信基础设施建设提供有力支撑。一年以来,天津铁塔共承接运营商需求5000余个,新建基站近千处共满足1700余个需求,改造完成3000余处满足3500余个需求,少建铁塔约2300个,节约建设成本约10亿元,节约土地约120亩。

信号越好辐射越小

随着信息技术快速发展,人们享受移动通信便利的同时,对居民小区、楼顶、家门口越来越多的基站设备忧心忡忡,害怕这些铁塔会产生对人体有害的“辐射”。天津铁塔公司的通讯专家表示,对于电磁辐射老百姓存在一些认识误区。日常生活中的电磁波几乎无处不在,冰箱、微波炉、电磁炉、电吹风、路由器等都会产生电磁辐射。为了保障公众健康,促进电磁技术科学运用发展,国家先后颁布《电磁辐射防护规定》、《环境电磁波卫生标准》、《电磁辐射环境保护管理办法》等规范性文件。按照上述相关,移动通信所用900MHz频率带宽必须符合:功率密度每平方厘米小于40微瓦或电场强度小于每米12伏。关于电磁辐射国家标准,欧盟要求小于450微瓦,美国、日本要求小于600微瓦,澳大利亚要求小于200微瓦,中国要求小于40微瓦,我国电磁辐射国家标准要比其他国家和地区更为严格。

事实上,对人们平常最担忧的是手机辐射,而不是基站辐射。如果一个人距离基站100米,距离手机1米,两者发射同样强度的电磁波,手机对人体的辐射是基站的500倍。值得注意的是,手机信号越差,会提高发射功率、保证通信质量;为了保证边缘区域的信号质



量,基站也会提高发射功率。因此,信号越好,辐射越小;信号越差,辐射越大。人们平常使用手机接电话的瞬间,功率往往是最大的,信号稳定后功率降低。当手机拼命找信号时,或长时间使用时,要提高自身功率,手机就会发热。每个基站信号覆盖范围有限,基站覆盖半径减少,基站信号质量提高,手机发射功率和辐射就能有效降低。所以,基站设立越合理,手机使用就越安全。

我们生活中实际基站的电磁辐射经过测量,如距离基站10米产生电磁辐射约0.6微瓦/平方厘米,距离100米约0.41微瓦/平方厘米。相比我们日常生活用品而言,微波炉距离人体1.5—2米时,产生辐射约276.8微瓦/平方厘米。基站通常设置在楼顶,距离居住场所达到三四十米,对于人体的影响微乎其微,而移动通信设备随身携带、贴近人体,工作或家用电器所发射的电磁波几乎遍布每个角落。移动通信网络与基站越近,信号质量越好,设备发射功率越低,人体受到的通信设备电磁辐射反而越小。一般城区300米以内至少有一处基站,按照国家标准基站辐射对于人体是没有伤害的,随着3G、4G网络推广应用,站址会继续加密,5G时代可能每隔四五十米就有一处基站,提高基站密度和信号质量,也是推进我国高速宽带网络建设、推进网络提速降费政策落实的前提条件。

通信基建纳入规划

2015年9月,国家住房和城乡建设部、工

业和信息化部联合印发了《关于加强城市通信基础设施规划的通知》,要求2016年底前,所有大城市、特大城市应完成通信基础设施专项规划编制工作,其他城市应于2017年底前完成专项规划编制工作。

2015年10月,天津市工信委正式发文向天津市各区县人民政府及规划局、环保局等相关部门转发由铁塔公司编制的《天津市移动通信基站站址规划建设实施方案(2016—2018年)》(以下简称《实施方案》),标志着天津市移动通信基站规划建设得到政府部门的正式认可,存量站址、在建站址及规划站址取得初步身份,为下一步对接各级政府部门,推动纳入城乡统筹规划打下坚实的基础。《实施方案》是由天津铁塔牵头,与天津移动、天津联通公司领导,天津大学、天津理工大学及无线委、中移院、中研院多位专家及工程师进行多轮修改与探讨,围绕天津通信基础设施建设规划工作编制的具有前瞻性、创新性的指导方案,《实施方案》的颁布,标志铁塔公司在天津通信基础设施建设领域踏入新的里程,对于全面推进城市信息化建设、提升城市服务功能将起到积极的作用。

天津铁塔有关负责人表示,着眼于城市未来通信发展,天津铁塔通过科学设计规划,分期分批扩容设施,整合存量和增量资源,今后的铁塔基站不仅能同时满足服务三家运营商的要求,还将扩展公共WiFi、监控探头、路灯、信号灯、太阳能充电装置等功能,实现“一杆多用”、“一塔多能”,让天津市民享受“无缝化”覆盖的优质移动通信网络。



铁塔施工

津酒集团:名酒变“民酒”打好文化牌

马佳家

中华民族历史长河中流淌着绵长的酒文化。九河下梢天津卫,本是五方杂处的水陆码头,明清以后商贾贤达云集,天津的酒文化也体现着市井平民文化与名流贵族文化的混合体,传承着兼容并包、不拘一格的精神。天津最大的白酒酿造企业天津津酒集团,作为全国酿酒行业骨干企业之一,面对白酒行业的深度调整,国企改革任重道远,津酒集团以改革和创新为驱动,打好独具地域特色的文化牌,注重消费者个性化需求和产品体验,满足不断细化的市场要求。

名酒走上亲民路线

“十二五”期间我国白酒行业告别了爆发式增长,步入漫长的调整期,受到全国白酒行业产能过剩、国家限制“三公”消费等宏观政策影响,高端酒类市场遇冷,白酒企业主要经济指标出现大幅下滑。国人对于酒类的需求“返璞归真”,消费者在社交应酬、馈赠礼品时,淡薄了名酒贵酒的身份地位象征,更倾向于追求物美价廉或别具特色的酒品。

津酒集团同样在调整营销模式,加快品牌建设推广,除了巩固38度帝王风范等经典产品的现有渠道,对次新品祥瑞系列重点培育从而谋求增量,中低端的津酒新产品成为重点研发对象。据业内人士分析,白酒行业依旧存在产能过剩问题,目前白酒行业产量规模超过了消费量一倍。白酒产品市场容量有限,使得白酒行业仍处于谷底,酒类企业优胜劣汰兼并重组,市场竞争会更加残酷激烈。名酒企业纷纷放下身段,走上亲民路线,高端酒类降价促销,中低端酒备受青睐,高性价比或特色产品迎合大众消费。津酒集团在巩固主导产品的同时,积极开拓新市场,注重迎合市场主流需求,增加市场份额和市场占有率,如研发中低端清香型直沽酒系列,力求新的利润增长点;依靠定制酒和婚庆专款酒,寻求新的销售渠道等。

针对销量下行,尤其是高档产品销量下滑的现状,津酒集团快速调整产品结构,加大产品开发力度和转变销售模式,推出中低端



产品七个系列24款产品;在继续坚持“帝王”和“津酒”双品牌战略基础上,着手培育直沽品牌,高中低价位产品实现全面覆盖。有关负责人介绍,“帝王”在品牌形象上还是以“成就非凡”为主诉求,功能上以密码防伪锁盖有奖为亮点,继续塑造气度从容的高端形象,加强了放心消费、安全消费的宣传。另一方面,“津酒”品牌继续巩固“天津市场白酒销量领先品牌”的品牌定位和“见证700年津门传

奇”的天津名酒形象,以“祥瑞”为核心,加快推进津酒祥瑞系列的市场培育。

让百姓喝“放心酒”

老字号知名酿酒企业,越来越重视商标专利权等知识产权的保护,新产品研发和老产品提升改造方面的科技创新,保证产品质量和安全生产责任监管。津酒集团2015

年共完成各项专利申报25项,目前共拥有有效专利172项。

根据新修订的《食品安全法》及《食品生产许可管理办法》相关规定,白酒企业必须建立产品质量安全追溯体系,结合企业的生产特点建立并保存相关产品信息,保证体系有效运行。2015年9月14日国家食品药品监督管理总局发布了白酒生产企业建立质量安全追溯体系的指导意见,指出白酒生产企业将建立质量安全追溯体系,保证真实、准确、科学、系统地记录生产销售过程的质量安全信息,应当确保产品从原辅材料采购到产品出厂销售所有环节,发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究,切实落实质量安全主体责任,保障白酒质量安全。

为了让老百姓喝上“放心酒”,津酒集团创建严格的“质控模式”,在物资采购、原料加工、生产工艺执行、产品外加工、产品质量检验等方面,严格执行食品添加剂使用标准和管理规定。从原料、接触酒物料、包材等入手,精选质量过关、安全可靠的原材料,严把保障津酒产品质量和食品安全的第一道关。从工艺技术和生产过程继续查找产品存在差距和问题,改进调整产品工艺,综合优化产品配方,提高产品内外质量。不断加强企业生产全过程及外加工产品的质量管控,加大对外加工产品及外加工企业的监督检查。做好原酒分级贮存,坚持按标准勾兑、精细操作,把握半成品勾兑等质量控制关键点和工艺标准;精挑细选严格把关,不合格的产品不许进入下一道工序,保证口味醇正和风格统一,各项指标达到标准。津酒集团在全国率先使用密码防伪技术,在防伪功能上引入物联网概念和二维码技术,让消费者擦亮眼睛辨别真假,确保消费者权益。

挖掘品牌文化价值

根据史料记载,天津在800年前就出现了“聚落”,700年前的元代(接运海粮官去思碑)记载,当时直沽就已经能造酒了。当时叫

做烧酒,酿制的高粱酒叫白干烧酒。明朝初起,天津卫凭借独具风格的白酒酿造技术,成为当时北方的酿酒发源地,到清代天津酿酒业日渐兴盛,津门名酒荟萃于大直沽、小树林、双道街、西沽等地。十九世纪初到二十世纪初30年代,天津酿酒业尤其鼎盛,直沽酒畅销海外,在我国近现代白酒出口史上,堪称发展早、销量大、声誉高的白酒。津酒集团产品传承直沽烧酒数百年精湛的酿酒工艺,结合现代科技,生产出具有纯干爽、酒质醇和、风格突出等特色清香型传统名酒直沽高粱酒。津酒系列产品不断升级换代,成为深受消费者喜爱的津门第一美酒。

传承津门数百年酿酒历史文化以及企业60多年精湛酿造技艺,津酒作为天津人最感亲切的家乡酒,在全国也享有很高声誉。津酒集团前身是天津白酒厂,厂址选在风景秀丽、优质水资源丰富的西沽与丁字沽交界处,当时把大直沽、西沽等地的10余家分散小酒厂的技术、管理精英汇聚一起。1953年新型酿酒工业基地——国营天津酿酒厂成立,成为新中国三大白酒酿造厂之一,天津酿酒业也再度崛起。在上世纪90年代,津酒与法国合作设计出以秦皇汉武唐宗宋祖四大皇帝为图案的瓶型,推出把悠久的历史文化与酒文化结合起来的高品位珍品帝王津酒,在国内外产生极大轰动。津酒集团聘请美术学院专家作顾问开发了扁扁壶津酒,结合汉代出土文物扁扁壶图案,设计出无光釉新工艺瓶型,实现现代烧瓷工艺与古代酒文化的完美结合。

2016年对于白酒行业而言,将是更加艰难的一年,是决定白酒行业能否走出深度调整期,能否转型升级至关重要的一年。作为天津最大的白酒酿造企业,有关负责人表示,津酒集团将以加大改革创新为动力,以提升预算管理水平和核心,以转变营销模式为抓手,以推动依法治企建制度,以落实绩效考核效率,以逐步改善民生为根本,为实现“十三五”战略发展规划开好局,在提高市场占有率、提高运营效率、提高职工收入工作中取得良好的实效。