

电信业变革 中国铁通何去何从



品牌遭中移动弱化

日前,中国移动在北京、上海、浙江、江苏等地大规模推出了超低价的包年宽带业务,截至10月底前,用户办理10M光宽带,两年包仅730元,相当于每年365元,这是中国移动自去年12月获得固网宽带牌照后启动的首个宽带营销季。

中国移动此举,不仅远低于中国联通和中国电信两大宽带巨头的资费,甚至比其他中小型宽带运营商的资费还要低。据长城宽带客服人员介绍,用户安装10M带宽包年788元,另一家运营商方正宽带虽然不同的社区地段价格不等,包年费用也在700~1000元之间。

需要指出的是,中国移动在光宽带营销造势中,无论是在网上营业厅还是铺天盖地的街头海报,打出的都是中国移动的自有品牌。实际上,本次宽带产品是由中国移动与中国铁通合作推出的,但光宽带业务中几乎完全没有铁通的元素。

有观察人士指出,中国铁通品牌被弱化,并不令人意外。去年12月初,中国移动从工信部获得TD-LTE(4G)牌照的同时,长达5年的固网禁令也得以解除,今后可从事固定电话、有线宽带、企业宽带等相关业务,而这些业务此前恰是由中国铁通运营的。中国移动拿到固网牌照后,无疑会主打自己的品牌,有助于打通移动、固网的全产业链。

宽带运营退居幕后

长期以来,国内固网宽带市场形成了“北联通、南电信”的双强格局。作为第一大电信运营商的中国移动,虽不甘心扮演“缺席者”,但受制于2008年国内电信业重组时监管部门的“686号”文件,中国移动只能利用3G移动网络开展业务,固网业务交由并入中国移动的中国铁通运营,中国移动无法名正言顺地进入宽带市场。直到去年,监管部门绿灯放行后,中国移动抢夺固网宽带市场的心情愈加迫切。

在禁令下,中国移动作为宽带市场的后来者,依然需要借助中国铁通既有的宽带业务,但是开绿灯后,中国移动可以正当地以“中国移动”品牌进入宽带市场,品牌认知度和影响力远大于中国铁通,中国铁通将越来越退居幕后。

独立电信分析师付亮认为,固网业务已成为电信运营产业链条的重要一环,中国移动拥有7亿多的移动电话用户,在品牌影响力、资金方面具备优势。固网业务开放后,中国移动若利用既有用户资源导入固网业务,有望迅速铺开市场。

更为重要的是,掌握固网宽带是打入家庭客厅市场的重要筹码。目前,中国电信、中国联通都在不同程度基于自身的固网业务向家庭客厅娱乐领域渗透,尤其是中国电信集结手机厂商、家电厂商、芯片厂商、软件商等成立了智慧家庭产业联盟。客厅被视为移动智能化的重要应用场景,厂商纷纷布局,而中国移动同样也不会等闲视之。

中国铁通经营多年宽带业务,始终未能撼动中国联通和中国电信的地位,甚至市场份额还不及部分民营宽带运营商。在中国移动借宽带资源强势切入家庭客厅市场之时,中国铁通也没有理由不为其让路。

备受关注的国家铁塔公司,正牵动着电信行业的每一根神经。近日有消息曝出,中国移动计划将旗下的中国铁通整体注入铁塔公司,这给长期以来不温不火、在夹缝中尴尬生存的中国铁通的未来去向打了个问号。业界指出,自中国移动拿下固网牌照以来,固网业务频频推广自有品牌,中国铁通则遭弱化,未来,铁通或难逃被整合的命运。

长期尴尬地位难解

事实上,中国铁通在中国移动一直处于尴尬存在的地位。中国铁通于2004年正式挂牌运营,在2008年的电信业重组大潮中,工信部为了平衡电信市场格局,扼制中国移动一家独大的局面,将中国铁通的铁道专网业务和公众网业务拆分,变身为中国移动的旗下子公司,承担公众网宽带业务。

需要指出的是,基于铁道系统的专网业务一直是中国铁通的营收主力,因为在铁路专网领域,仅有中国铁通一家运营,没有任何竞争,所以其盈利可想而知。拆分专网后,中国铁通可谓元气大伤,难以承担自负盈亏的重担。

对于中国移动来说,中国铁通被指为一块难以消化的鸡肋和一个需要“输血”救急的包袱。尽管成为中国移动的全资子公司,但中国铁通保持相对独立运营,整合过程中困难重重,2009年,中国铁通大幅亏损,中国移动不得不砸钱给中国铁通来“止血”。

随后五六年间,虽然背靠中国移动这头大象,但中国铁通始终未能在宽带市场有所作为,宽带业务经营多年,仍难与中国联通、中国电信抗衡,市场份额还远不及部分民营宽带运营商。

除了客观因素,中国铁通内部受制于体制内思维、市场经验及人才建设等方面的桎梏,缺乏创新,致使给外界的印象就是依赖中国移动过活,自身没有建树。死气沉沉的中国铁通,急需换水呼吸。

业界普遍认为,面对如此“不给力”的中国铁通,中国移动也受其所累。无论是从电信行业的健康发展来看,还是从国有资产的资源配置来看,中国铁通未来被整合的可能系数将非常大。

难逃整合命运

近来,业界风传中国移动计划将中国铁通整体注入由三大运营商合资成立的中国铁塔公司,中国移动副总裁刘爱立或将带领铁通原班人员进驻铁塔公司。

对此传闻,截至记者发稿时,中国移动和中国铁通方面均未予以回应。

在不少行业专家看来,铁塔公司对一直处在尴尬地位的中国铁通来说,或许是一个好的去处。据了解,铁塔公司的经营范围包括铁塔建设、维护和运营,兼营基站机房、电源、空调等配套设施和室内分布系统的建设、维护和运营,还有基站设备的代维等。

据了解,中国铁通在各省、市有相对成型的组织结构,并且中国铁通的主要工作和铁塔公司的主营业务也有着较高的重合度,比起中国移动、中国联通和中国电信

调取相关人员加入铁塔公司,或更为便捷、高效。另有人士猜测,中国移动将中国铁通注入铁塔公司,可能也是为了提升自己在铁塔公司内的话语权。

目前,中国移动、中国联通和中国电信对铁塔公司的持股比例分别是40%、30.1%和29.9%,中国移动领先优势并不算大。如果注入铁塔公司,或将加大中国移动对铁塔公司的掌控力,同时也有利于解决铁塔公司目前基层人员及组织短缺问题。尤其是即将到来的4G时代,中国移动正设法拉大对中国联通和中国电信的领先优势。

显然,在这场方兴未艾的新一轮电信行业变革中,中国铁通何去何从,成为值得关注的重点之一。无论注入铁塔公司的消息能否实现,中国铁通被整合的命运恐怕是必然的了。

(北商)

