

移动通信转售业务发展趋势及影响

Trends and Impact of Resale of Mobile Communication Business

张志峰/ZHANG Zhifeng

(中国信息通信研究院, 北京 100037)
(China Academy of Information and
Communications Technology, Beijing
100037, China)

1 产业发展趋势及影响

1.1 全球移动通信转售业务市场持续增长

据 Informa Telecoms & Media 统计,截至到2012年底,全球移动虚拟网络运营商(MVNO)的用户规模达1.2亿,占全球移动电话用户数的1.9%。目前,发达通信市场移动通信转售业务仍保持快速增长。Informa Telecoms & Media 预测,到2018年,全球MVNO的用户将达到2.7亿,年均增长率超过14%,占全球移动电话用户数的3%。INFORMA对2013—2018年全球MVNO用户的发展预测如图1所示。

(1)美国:移动电话普及率高,但未成MVNO发展阻力

美国MVNO市场起步非常早,正式启动于1999年,初期发展缓慢,随后进入高速发展期,到2006年MVNO用户占有率相对稳定,达到7%。此后,受智能终端补贴、LTE网络建设等多因素影响,基础运营商不断探索新的增长点,探索合作驱动发展。Sprint、T-Mobile等弱势运营商希望借助MVNO的力量,让自己能够集中精

收稿日期: 2015-07-03
网络出版时间: 2015-08-24

中图分类号: TN91 文献标志码: A 文章编号: 1009-6868 (2015) 05-0002-005

摘要: 指出中国移动通信转售业务的开展为电信市场带来了变革: 市场竞争者数量迅速增加、业务种类进一步丰富、产品服务多元化、移动用户规模及流向发生变化。认为纵观全球移动通信转售业务产业,移动通信转售业务市场目前生机勃勃; 随着移动通信转售业务日趋成熟,移动通信转售业务产业发展、商业模式、产业合作将进一步演变,对通信市场必将产生深远影响。

关键词: 移动通信转售; 产业发展; 业务模式; 产业合作

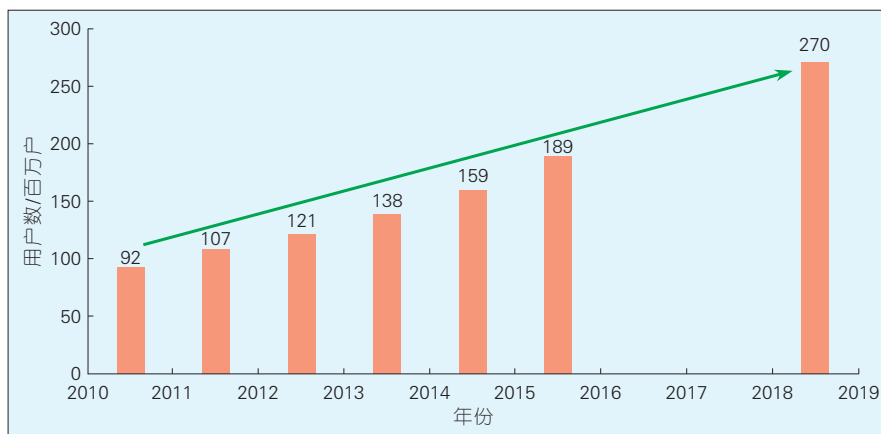
Abstract: The development of China's mobile telecommunication resale service has brought many changes, such as the rapid increase in market players, greater variety of business, and more diverse products, and a different direction for mobile users. Throughout the industry of resale of the world's mobile communications, market of resale of mobile communications services remains vitality. As the mobile communications resale business matures, the evolution of the development, business model and industry cooperation of resale of mobile communications business have a profound impact on the communications market.

Keywords: resale of mobile communication business; industrial development; business model; industrial cooperation

力于更核心的战略,多采取同MVNO合作制订资费并从中分成的方式维系中低端用户; AT&T、Verizon通过MVNO发展弥补用户流失、收入下滑的损失; 基础运营商则持更开放的态

度,从而造就MVNO在美国市场再度活跃。目前美国共有100余家MVNO。MVNO用户份额得到持续提升,2013年已经达到11%。

除了移动网络运营商(MNO)态



▲ 图1 Informa对2013—2018年全球MVNO用户发展预测

度的转变带来虚拟运营业务的增长外,近两年,美国涌现出一批新型MVNO也对移动通信转售市场产生了极大的促进作用。部分MVNO开始对新兴的智能终端和移动宽带市场进行产品创新和市场争夺,如Ting率先推出多设备共享流量套餐,Zact主打个性化定制资费模式,Kamma为用户提供独特的社会化宽带分享服务,Freedompop更是提出了免费赠送的商业模式。

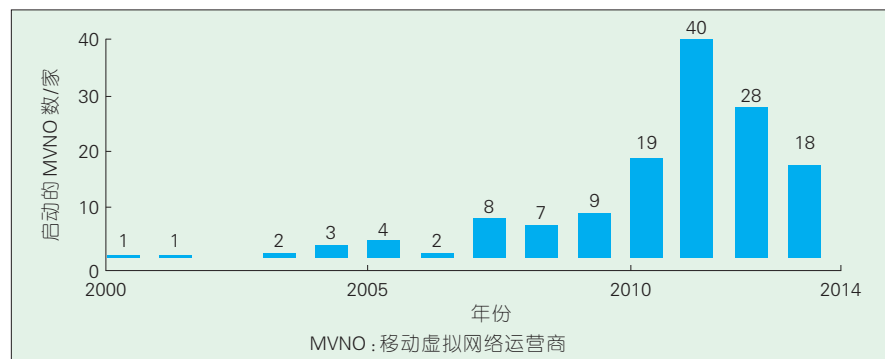
(2)英国: MVNO数量快速增加,已达248家

MVNO在全球兴起的起点始于1999年的英国市场,在有利的监管政策推动下,英国MVNO市场表现活跃,开放3年内MVNO数量就增至50家左右。MVNO类型丰富,除了Virgin这样的多领域品牌价值类MVNO之外,还有以Tesco为代表的大型零售连锁企业、由手机终端零售商转型为固网宽带运营商的TalkTalk、专注于国际长话细分市场的Lebara和针对青少年群体提供广告媒体服务的Blyk等。由于市场定位清晰,差异化业务区分明显,多家MVNO均有不错的市场表现。

近年来新进入市场的虚拟运营商数量有所增加,截至2013年英国市场MVNO数量达248家,用户份额达15.6%,用户规模呈增长态势。英国MVNO市场发展状况如图2所示。

1.2 中国移动通信转售业务起步顺利

中国正处于移动通信转售业务



▲图2 英国MVNO市场发展状况

业务运行起步阶段,截至2014年底,有21家转售企业发布了移动通信转售业务品牌,3家开始预约放号,16家开始正式放号,移动转售用户超过210万。

经过2014年的摸索,大部分转售企业已经明晰了业务定位和方向,2015年随着更多转售企业在更多地域开展业务,移动通信转售业务将会进入快速发展期。一方面,蜗牛、苏宁、国美、阿里等第一阵营的企业可能会跑得更快,第二阵营的可能会迎头猛追;另一方面,随着一些其他行业的“大鳄”,例如海航、民生、平安等进入移动通信转售业务市场,搅动的动静也许会超乎预期;此外,优酷、263、小米等互联网企业也可能给我们带来颠覆性创新模式上的期待。2014年,作为移动转售试点元年,净增用户已突破百万大关;2015年,净增用户突破千万量级应该问题不大。

1.3 市场分化和优胜劣汰将导致市场高度集中

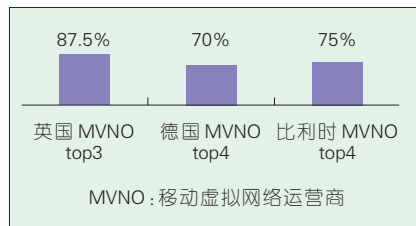
在试点政策公布以后,一共近两百家民营企业正式提交了参与试点的意向,最终一共42家企业获得试点资格。这超出了大多数人的预期,但也在情理之中。因为移动转售业务开放也给基础运营商提供了一个发展的机遇,理论上讲是一个多方共赢的好政策。

移动通信市场,由3家基础运营商之间的直线竞争,变成42家转售企业之间的网状竞争关系,是否会陷

入过度竞争、恶性竞争?本文认为不会,因为中国移动通信市场容量较大且仍有很大增长空间,决定了42家转售企业并不算多。中国移动通信业务收入接近9000亿元,盈利空间较大。当前移动互联网和智能终端高速增长,移动数据流量规模每年翻倍增长,移动数据流量收入每两年翻倍增长,移动用户信息需求不断扩大,为民营企业发展提供了更多创新空间。移动转售企业将产生“群狼效应”,推动移动业务繁荣与发展。

具体到试点企业而言,不能奢望每个试点企业都能成功。从国际经验来看,在成熟的虚拟转售业务市场中马太效应凸显,即领先的MVNO更容易获得生存空间。在欧洲国家,虚拟运营市场排名前列的MVNO拥有本国整体MVNO市场份额70%以上。例如,英国排名前3的MVNO占MVNO总市场份额87.5%;德国排名前4的MVNO占MVNO总市场份额70%;比利时排名前4的MVNO占MVNO总市场份额75%。上述现象在亚洲同样显现,如在日本,354家MVNO中用户规模超过50万的企业数量也仅有4家。同时,从国际发展的角度来看,有24.5%的虚拟运营商最终停业或是被收购(引自Informa统计数据)。Valoris Viewpoint统计的领先的MVNO占MVNO总市场份额如图3中所示。

中国未来在出现更多转售商的同时,市场也将逐步整合与分化,发展较好的转售企业将占据较大份额,大多数转售商都将是用户规模较小、覆盖细分市场的小型转售商。市场竞争的残酷性,使得转售企业出现业绩分化乃至优胜劣汰,属于正常现象,但绝大部分转售企业通过创新探索,依然可以得以生存和发展。由于中国市场容量的特殊性,中国可能会诞生用户数世界领先的虚拟运营商。扣除收购的影响,国际上一般大型移动通信转售业务商也就四五百万用户规模,在中国产生这样规模的



▲图3 领先的MVNO占MVNO总市场份额

虚拟运营商是可期待的。

2 业务模式发展趋势及影响

2.1 MVNO将引领电信行业资费计划和流量服务创新

在国际领先的电信市场, MVNO都为原有的市场带来了资费和流量服务创新。以美国新兴MVNO为首的新型虚拟运营商们,在市场上紧密契合移动宽带时代的客户需求,在个性化定制套餐、流量充分利用方面不遗余力地进行“微创新”,创新产品虽然五花八门,如美国虚拟运营商Ting率先推出了可供用户个性化定制的资费计划,用户可根据实际需求自主选择每月订购的语音通话时长、短信数量以及数据流量。美国虚拟运营商Zact将个性化定制的资费模式推向新高度,用户可使用智能终端上的应用程序,并允许用户随时修改资费计划并实时生效。

从中国转售企业目前推出的业务服务情况看,个性化定制资费、流量服务几乎成为标配。转售企业给市场带来的第一轮冲击波主要体现在资费方案和流量服务上。最早放号的19家企业中有12家企业采用了固定套餐方式,不过转售企业正不断突破基础运营商的传统资费模式,依托IT支撑系统建设的后发优势,积极探索个性化定制套餐、多人共享套餐、话音流量互转等新模式。

2.2 移动互联网给移动通信转售市场带来颠覆性创新

随着移动互联网浪潮掀起,部分虚拟运营商也在纷纷主动在其产品

服务中植入“移动互联”基因。目前,在全球范围内,一些新型MVNO运用互联网思维开发电信产品,结合社交平台、硬件购买、Wi-Fi等互联网手段,推出了主打“免费使用”、“无限使用”和“云管端一体化”等旗帜的“颠覆性创新”产品模式,受到用户的广泛好评。

(1) FreedomPop以“免费”的概念切入

美国虚商FreedomPop推出“免费”理念套餐产品,向用户提供每户每月200分钟语音、500条短信、500 MB的免费使用量。此外,通过“邀请新用户加入”的形式,原有用户还可获得更多免费流量。

(2) Republic Wireless推出“Wi-Fi无限”产品

美国虚商Republic Wireless向用户推出混合制式定制手机。用户购买定制手机,便可通过“优先连接Wi-Fi”进行包括通话路由在内的所有通信服务,在各档套餐包中,Wi-Fi均可无限使用,但当用户每月流量超过5 GB时,Wi-Fi速度受到限制。这对数据流量需求大的用户具有极大吸引力。

(3) 无限量使用套餐

虚商Republic Wireless通过设置不同档位套餐,向其分别提供Wi-Fi、语音+短信、语音+短信+流量的无限套餐。

Voyager Mobile向用户推出“19美元无限通话+短信”、“39美元无限通话+短信+上网流量”等套餐。

FreedomPop更是面向用户推出了“10.99美元无限语音和短信”套餐档位,吸引了众多用户转网。

(4) Amazon推出“流量+硬件+内容”模式

美国电商巨头亚马逊结合自身平台和硬件优势,向用户推出Kindle捆绑套餐,售价每年49.99美元,套餐包含250 MB流量、20 GB云存储空间和10美元App消费额度,吸引新用户入网并增强其原有用户黏性。

Karma推出了“用户花费79美元购买一台热点设备,即可获得1 GB的免费网络带宽”的电信服务套餐。

目前中国转售企业从创新深度上看,绝大部分转售企业的市场动作还属于“微创新”层面,未来有望出现更多“颠覆性”创新的尝试。

2.3 MVNO创新模式将被主流基础运营商借鉴推广

从国际经验来看,虚拟运营商通信产品的创新将被主流运营商迅速推广借鉴。其中最典型的莫过于美国虚拟运营商Ting。自2011年10月开始试运营之后,Ting即推出了开创性的共享资费计划。不同于以往老牌运营商的所谓家庭计划,Ting的共享计划不但支持多个终端共享套餐中的语音和短信,还允许多个终端共享数据流量。这种共享资费模式不但有利于吸引家庭用户,而且有效地降低了新型移动宽带设备,如平板电脑、具有蜂窝连接功能的消费电子产品等进入运营商网络的门槛,有利于运营商扩大用户基础,建立新的市场增长点。同时,Ting还允许用户对资费计划进行个性化的定制,自主选择每月订购的语音通话时长、短信数量以及数据流量。当用户每月的实际使用量超出或低于其选择的资费等级时,Ting将对用户做自动的升级或降级处理,并将当月多余的话费返还至用户帐户。

Ting的这些探索成功地开启了美国移动通信市场的新模式。Verizon Wireless、AT&T等一线运营商在Ting推出共享资费计划之后的半年到一年内,也都纷纷推出了自己的共享资费计划。目前,多设备共享套餐已经基本成为美国运营商资费计划中的标准配置,而Ting正是这一趋势的开创者。

中国移动转售企业所推出的许多创新产品,也均被快速推广应用。譬如,苏州蜗牛推出流量不清零卡以及零月租卡之后,中国电信迅速推出

了 iFree 卡, 提供零月租、流量免费赠送等与苏州蜗牛类似的产品内容。此外, 在巴士在线推出流量银行后不久, 中国联通也迅速推出了流量银行产品。总的来说, 这些创新将从整体水平上提升消费者用户感知, 对中国电信业产生积极影响。

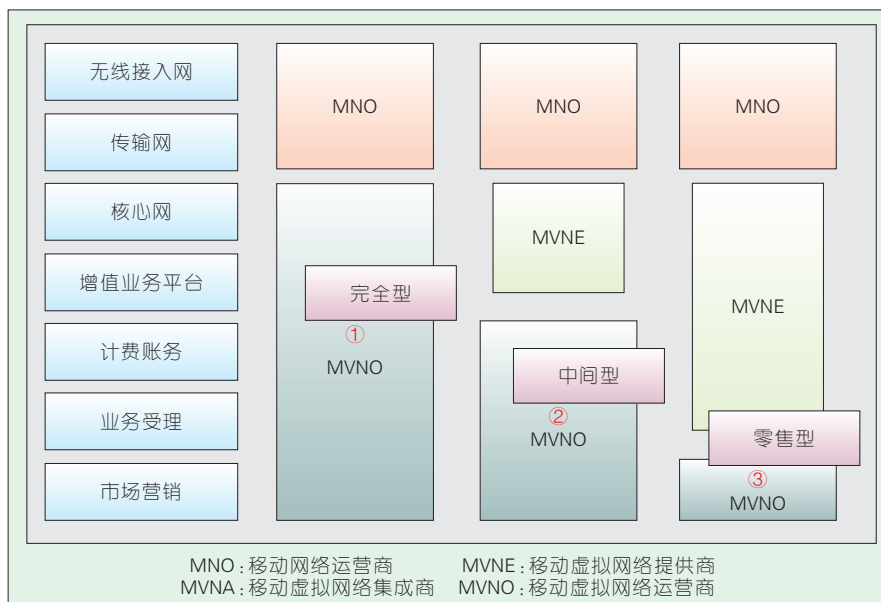
3 产业合作模式发展趋势及影响

3.1 发达市场 MVNE/MVNA 模式普遍推广

移动通信转售业务提供商与基础运营商、终端供应商、内容提供商、服务提供商、软件提供商、平台提供商、系统集成商、设备提供商等建立合作伙伴关系, 通过向网络运营商租用网络资源和设备, 从设备制造商获得必要的服务设备, 并与自身的技术和服务加以整合, 重新包装形成全新的服务产品, 直接面向用户或通过专业化的销售渠道进行服务, 并通过向最终用户直接收取月通信消费额及入网时可能的购机费用获取收入。从全球发展来看, 成熟市场上虚拟运营商根据涉及的产业链相关内容的多少, 有 MVNO、MVNE、MVNA 3 种分类。MVNO 分类如图 4 所示。

从国际经验来看, 在虚拟运营商最发达的欧洲, 支持 MVNO 快速灵活的开展业务已经成为重要节点, 即移动虚拟网络提供商(MVNE)。MVNE 是虚拟运营商(MVNO)和移动网络运营商(MNO)之间的桥梁, 提供从内容整合、服务集成、业务流程管理、IT 支撑、专业服务管理等多种功能。

MVNE 并不是从虚拟运营行业一开始就出现的。最早的 MVNO, 在开展自己的业务时, 和中国目前各家 MVNO 一样, 从网络对接到 IT 能力建设, 全部都是自己投资建设。随着虚拟运营行业参与方越来越多, 很多的 MVNO 的相近需求就暴露出来了: 首先, 各家 MVNO 都需要和少数的 MNO 做网络对接, 而 MNO 提供的对接方



▲图4 MVNO 的分类

式往往是统一的; 其次, MVNO 核心业务所需的客户关系管理(CRM)、服务开通、计费、客服等功能和业务流程非常类似, 完全可以标准化实施甚至标准化外包运营; 第三, MVNO 在业务发展初期, 尽管用户数不多, 但 IT 系统的建设前期投入仍然很大, 对于部分有试水心态的 MVNO 来说, 在没有看到明确的业务回报之前, 他们希望有按需供应的服务商来支撑他们开展相关业务, 于是, MVNE 产业应运而生。

MVNE 激发了虚拟运营商的业务灵活性, 降低了 MVNO 进行电信业务运营的风险与门槛, 可以使企业将更多地精力放在品牌构建、渠道策划、产品宣传和业务创新上。因此可以说, MVNE 的出现是虚拟运营产业进一步分工协作的标志, 也是虚拟运营产业成熟的标志。

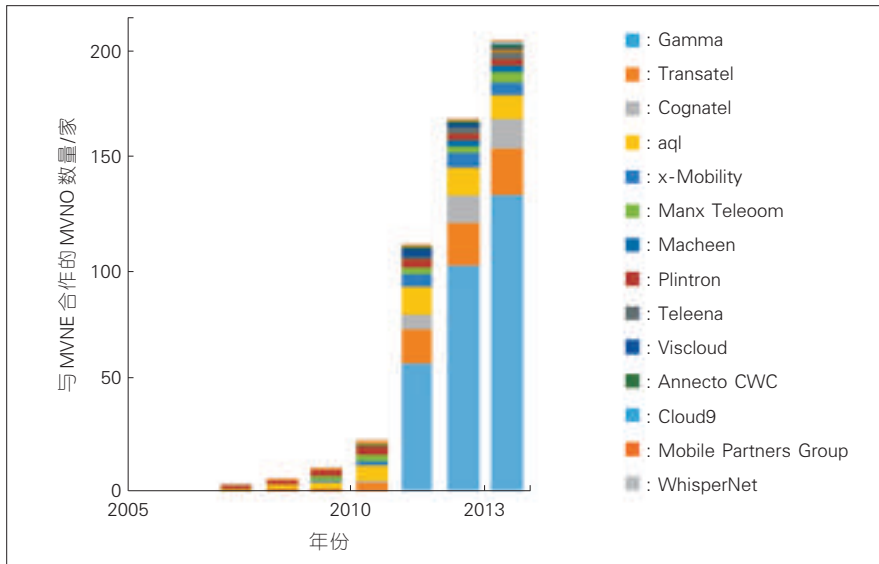
在英国市场上, 通常基础运营商至少拥有两家合作 MVNE。MVNE 的出现使得很多拥有共同需求的 MVNO 聚合在一起, 大大降低了 MVNO 的建设运营成本, 并使 MVNO 能够专注于细分市场开发、业务创新等差异化能力。2013 年英国市场与 MVNE 合作的 MVNO 数量如图 5 所

示。Piran Partners 2013 年的统计数据显示, 在英国, 有 132 家 MVNO 都与本国最大的 MVNE Gamma 公司合作, 开展虚拟运营业务, 未利用 MVNE、移动虚拟网络集成商(MVNA)而直接与基础运营商合作开展虚拟运营业务的 MVNO 仅 33 家。

3.2 MVNE 将可能出现在中国虚拟运营市场

目前来看, 在中国移动转售市场上尚未出现 MVNE, 而转售企业对于 IT 系统大多采用自建或租用运营商的方式, 但目前租用运营商系统的转售商, 大多也有后期自建系统的计划。对于不同的基础运营商, 与转售商合作的方式也不尽相同, 中国移动和中国电信向 MVNO 提供自建 IT 系统和租用 IT 系统两种合作模式, 而中国联通则明确要求 MVNO 自建系统。由此可见, 在中国基础运营商目前正扮演着 MVNE 的角色。

那么, 对于选择自建系统的中国虚拟转售商, 选择自建的原因主要由以下 3 点: 第一, 申请企业规模较大, 有能力自建 IT 系统; 第二, 企业普遍重视商业信息的保密性, 认为自建系统是最安全的选择; 第三, 认为自建



▲图5 2013年英国市场与MVNE合作的MVNO数量

系统能够提升业务创新能力,将系统能力作为企业核心竞争力。

未来,随着更多的中小型企业加入虚拟运营行列,它们希望快速启动

业务的需求将愈加迫切,同时,将有越来越多的MVNO希望以轻资产、弹性化的形式地开展转售业务,在没有看到明确的业务回报之前能够尽可能减少不必要的固定资产投资。此时,MVNE将很好地解决这些企业的核心诉求,帮助他们把开展虚拟运营业务的重心放在业务创新等核心差异化能力上。

作者简介



张志峰,中国信息通信研究院产业与规划研究所工程师;主要从事移动转售业务发展和网络发展规划的研究;已发表学术论文2篇。

综合信息

人工智能将改写未来10年ICT产业面貌

人工智能技术近年来日渐兴起,全球科技巨头均在积极布局这一领域,专业研究机构认为人工智能应用前景广阔,将改写未来10年ICT产业面貌。

目前,人工智能应用于信息和通信技术之间的业务正在如火如荼地展开,苹果、谷歌、IBM、微软与雅虎等国际知名厂商争相通过并购、人才争夺战等手段来强化布局人工智能技术相关领域。

拓璞产业研究所近日发布报告预测:2015年以企业为主的人工智能系统市场价值接近2亿美元,到2020年将达20亿美元以上,5年间成长倍数高达10倍。

拓璞通讯产品分析师尤克熙认为,人工智能原本只是一项用于研究领域的专精科技,近年来随着技术不断拓展,开始进入一般人工智能时代,大企业开始利用并购获取技术,并结合大数据与云端服务器进行改进其服务。

“人工智能导入企业将于未来5年成为重心。”尤克熙表示,包含制造业、软件业、资讯工程业、生物科技、零售通路业、网络业、汽车产业等都将陆续导入人工智能技术。例如导入人工智能于机器人技术可提高制造业产能与效率;导入人工智能于医疗产业,结合穿戴式装置将可提升整体医疗水平等。

在研究机构看来,人工智能将成为IT领域一场重要的技术革命,目前市场关心的IT和互联网领域的一些主题和热点(智能硬件、O2O、机器人、无人机以及工业4.0),其发展突破的关键环节都是人工智能。人工智能有望成为未来10年乃至更长时间内IT产业发展的焦点。

2015年“两会”期间,全国人大代表、科大讯飞董事长刘庆峰在两会议案中建议制订国家人工智能战略,加快人工智能布局。刘庆峰表示,人工智能是未来IT发展的前瞻方向。未来5~10年,人类将进入智能一切的时代,机器人将像水、食物、互联网一样,成为人类每天生活中的标配,难以脱离。

在中国国内,人工智能技术正被尝试应用于各种日常生活场景中。比如2015年腾讯和阿里争相推出刷脸支付功能,从中也可以看出人脸识别等生物识别和图像识别技术的规模化商业应用已经初见端倪。

为促进中国人工智能产业发展,在国务院不久前印发的《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》所提出的11项具体行动计划中,其中一项便是“互联网+”人工智能。《指导意见》表示,将加快人工智能核心技术突破,提升终端产品智能化水平。

(转载自《中国信息产业网》)