

联通混改打出连环拳 下半场押注互联网化运营

□本报记者 杜峰

联通混改再深入。中国联通在云业务上,相继与腾讯、阿里开展实质性合作。1月31日,中国联通与腾讯云云服务平台正式发布上线,全面启动31省落地合作;2月1日,中国联通与阿里云合作的“沃云 Powered by Alibaba Cloud”平台正式上线。左牵阿里,右连腾讯,中国联通正在注入更多的互联网因子,以互联网化运营推动企业创新发展。

联通互联网化运营深入推进

随着混改更进一步,近期中国联通与互联网企业的多项合作全面推进。

业务层面,1月31日,中国联通与腾讯云云服务平台正式发布上线,该平台将为国内外客户提供“腾讯云+联通”的公有云及混合云服务。联通云数据有限公司、系统集成公司、31省分公司全面落实此次战略合作。

紧接着,2月1日,中国联通与阿里云合作的“沃云 Powered by Alibaba Cloud”平台正式上线。该平台将面向中国联通31个省级公司开放,所有联通一线的客户经理均可为用户受理阿里云服务,而用户也可以在使用联通基础网络产品及服务的同时,获得阿里云提供的云服务支持。此次平台上线的服务主要基于公共云层面,而在专有云和混合云层面,双方的合作项目已经同期展开,该平台的上线,意味着中国联通与阿里巴巴集团“相互开放云计算资源”合作的全面落地。

此外,1月31日,中国联通、阿里巴巴宣布,双方将共同打造中国大型企业资产交

易平台,这也是联通完成混改以来,后台支撑线与混改战略投资者开展的首项重大业务合作。

核心管理层方面,中国联通1月23日发布公告称,公司董监事会拟提前换届,董事会成员拟由7人扩编至13人,其中有李彦宏等4人来自BATJ民营互联网企业。外界普遍认为,这些公司肯定会通过联通的“管道”下发一些互联网产品,助推联通加快市场化的步伐。

联通混改下半场将迎突破性进展

刚刚过去的2017年,中国联通混改成功落地实施。在2017年12月2日深圳举办的混合所有制改革论坛上,中国联通集团董事长王晓初表示,中国联通整个“混改”工作量已经完成了92%，“混”的工作已经基本结束,当前主要的工作落脚点在于“改”。而1月4日,中国联通2018年工作会上,王晓初强调,要全面推进互联网化运营,通过新零售、无界零售,加快新零售互联网化,加快产品互联网化,实现客户随时、随地、随心消费。

眼下,2018才开年,联通就已经紧锣密鼓地推开了一系列工作,联通混改正在有条不紊地进行,除了资金、构架的变化之外,联通各项业务都在迅速的互联网化。以与阿里的合作为例,在新零售方面,双方在“智慧门店”上进行了合作,并于去年12月在上海开放了首家体验店。在联名卡方面,中国联通联合阿里推出了阿里宝卡,对淘宝、天猫、钉钉、优酷等专属应用进行了流

量免费。继与蚂蚁金服、阿里云开展合作后,中国联通和阿里拍卖的合作也正式落地,资产交易平台的上线是双方在业务上更深入的接触。

可以期待,随着联通各项业务的迅速互联网化,与合作企业在创新领域的深入合作,体制、组织、人员等方面的不断完善,公司的大蜕变将水到渠成,2018年将是联通混改见成效的一年。联通混改进入下半场,有望迎来突破性进展。

联通混改难一蹴而就

混改落地、业绩反转,2017年是中国联通发展历史上不平凡的一年。但同时,2017成绩单也透露出联通的一些问题,一是固网业务停滞不前,三大运营商去年12月份只有中国联通不增反减,其固网宽带用户减少96.4万户,累计达7653.9万户。二是尽管4G发展很快,但也喜忧参半,以大王卡为例,为联通带来不少新客户。据相关媒体报道,联通与腾讯合作推广大小王卡,半年时间就已经增加了2000万用户,但有专家认为,虽然大王卡的出现增加了4G用户数量,但其优惠力度正在破坏联通的现有价格体系,也有消费者认为大王卡是个坑,免流量范围界定“不清晰”引起争议不断。

不过,变革往往需要时间和市场证明。正如通信行业专家项立刚所认为的,“联通混改还没有完成,混改的效果尚须两年以上才能够见效。”相信随着王晓初的混改“连环拳”加速推进,中国联通会给出满意答案,也会给整个电信行业注入一股活力。

图说新闻



中国电信江苏射阳分公司利用当前农闲季节,结合返乡市场,开展“百店联炒”活动,将电信不限量、宽带、电信电视等业务送到村、组,受到村民的欢迎。图为2月4日,陈洋镇双丰村村民在卫生室咨询办理不限量套餐。

陈允标/摄

资讯

中国电信首推明星定制互联网卡 营销升级多方共赢

本报讯 互联网时代,流量至关重要,在流量经营上运营商都在不断思考、加大创新力度,希望能给用户更多新体验,而这次中国电信又开启新思路。

2018年2月6日,中国电信召开了主题为“晨意无限”的中国首张明星定制互联网卡发布会,发布会上,中国电信和星力海蓝文化传媒在现场签订中国电信明星定制卡合作协议,并宣布推出与李晨联名的“大黑牛卡”。

“大黑牛卡”超值福利

当天的发布会上,李晨别出心裁地化身产品经理,向粉丝介绍“大黑牛卡”的套餐以及粉丝专属的各种福利。据了解,“大黑牛卡”套餐不仅包含全国流量不限量的福利,用户首月还可免费体验使用、免费邮寄。李晨现场许诺购买的粉丝用户能获得十多项专属福利,包括李晨定制问候、专属形象、周边产品特购、签名照以及见面会门票免费获取机会,还将获得李晨电影、电视剧的探班机会等。

此次中国电信特别为粉丝们送上了专属权益,“大黑牛卡”配置了199专属号段,如李晨生日1124号段、年份2018、2019号段等。誓将粉丝福利进行到底的李晨,还将19920180001的手机号码作为现场福利,现场抽取幸运粉丝,由李晨本人现场签赠,这独一

无二的福利令现场粉丝激动不已。

中国电信开启流量经营新模式

目前最大流量人口主要集中在游戏、影视剧、资讯等,流量追逐的是优质的内容,而优质的内容归根结底在于“人”,流量实际上也是以人为导向,内容营销和以人为本是高度统一的。

正是基于这样的市场需求,中国电信大力布局娱乐营销,制定了将流量经营与粉丝经济相结合的新模式,并率先推出中国第一张明星定制互联网卡,借助明星庞大的粉丝基数以及号召力,敢为天下先地开启了流量经营新模式。

中国电信市场部总经理王国权表示,“大黑牛卡”是中国电信2018年探索娱乐营销的首发项目,中国电信将在总结“大黑牛卡”研发、运营成功经验的基础上进一步发力娱乐营销,继续丰富明星联名产品,为广大粉丝、用户带来更多实实在在的优惠。

中国电信近几年积极拥抱互联网,深度运营年轻的用户群体,“大黑牛卡”的面世,代表着中国电信娱乐营销又迈向了新高度。“大黑牛卡”整合中国电信优质资源,直击用户痛点,以创新的思路、产品撬动了粉丝经济,带来的是运营商、明星、粉丝的多方共赢。

(张颖洁 周静)

和包支付携手移动终端公司 创新通信金融格局

2月1日,中国移动终端公司与中移电子商务有限公司在湖南长沙签署战略合作协议。作为中国移动集团的专业化公司,双方落实集团公司“大连接”战略,充分发挥协同,未来将在支付能力、营销资源、信用购机等领域进行深度合作,实现资源共享,致力开创运营商特色通信金融新格局。

“2017年和包支付交易额

累计已突破两万亿元,将应用场景、用户习惯、消费模式连接在一起,基于和包支付的连接价值为终端用户带来更优质的消费支付体验,成为和包支付重点探索的方向。”和包支付负责人表示。

“2017年终端公司通过“抓产品、拓渠道、提效率”,努力保持业务稳定,并积极探寻下一步转型发展思路,未来力求通过战略转型,实现“终端

产品+平台服务”双领先。”移动终端负责人称。

此次合作的开启,将在线上、线下为用户基于信用的购机服务,将丰富中国移动终端销售新方式,也将带动中国移动和包支付向通信金融领域的更深发展。同时双方还将在共同为代理商提供融资服务、信用租机等领域探索合作。

(据2月1日《中国日报》)