

携号转网全面落地在即 三大运营商“暗战”存量市场

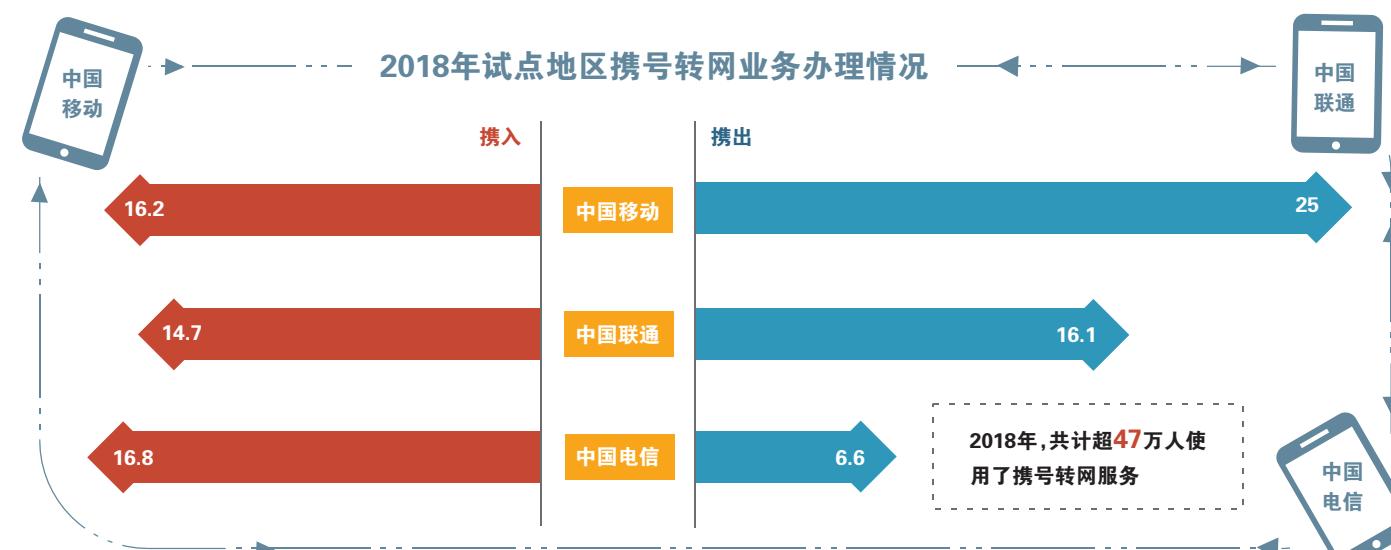
经过十年的试点，携号转网的全国落地进入倒计时。10月14日，北京商报记者从中国电信、中国联通相关负责人处确认，二者将按计划于11月30日之前，在全国范围内正式提供携号转网服务。业内人士表示，携号转网将影响国内电信行业的用户格局。目前，虽然三大运营商在资费方面的较量不再明显，但为了留住高价值的老用户，它们在网络质量和服务方面的竞争已悄然升温。

上线在即

“国家要求年底前实现全国范围内的携号转网，但运营商计划11月底之前就全面上线携号转网业务。”中国电信相关负责人对北京商报记者表示。

目前，中国联通已经在手机App上新增了“携号入网”的功能入口，具体流程共分为三步：用户首先要通过发送短信确认携转资格；然后填写用户信息并选择套餐，提交携入申请；提交成功后，会有工作人员配送新SIM卡，并协助用户完成激活工作。

不过，中国联通客服介绍，这项功能暂时仅在天津、海南、江西、湖北、云南等试点地区开通，其他省市仍处于准备阶段，具体实施时间及方案待公布。目前，由其他运营商转入中国联通的用户只能选择腾讯王卡套餐（39元/月）或腾讯天王卡套餐（59元/月）。未来，携号转网业务全国落地后，转入用户就能自



由选择中国联通的其他在售套餐。

除了中国联通，中国电信和中国移动也已积极开展准备工作。据了解，中国电信近日已经在26个省市完成了携号转网的内测，很快将具备正式上线的条件。为推进携号转网工作，中国移动也在7月配合工信部做过多次联调联测，并初步完成计费系统改造等工作。

根据工信部数据，截至2019年8月底，三家基础电信企业的移动电话用户总数达15.96亿户，较7月末增加491万户。三大运营商移动通信业务收入6081亿元，同比下降3.9%。

业内人士表示：“随着用户规模和收入增长触顶，电信行业已经进入竞争激烈的存量市场，即将到来的携号转网将加大三大运营商争夺用户的压力”。

政策护航

事实上，工信部早在2010年便开始试点推行携号转网业务。据了解，为防止用户流

失，部分电信运营商采取捆绑业务套餐、延长排队时间等做法变相设置障碍，还有一些满足转网条件的用户被运营商告知存在诸多风险后无奈放弃转网。

为解决试点过程中暴露出来的“转网难”问题，工信部于2018年12月推动湖北、天津、海南、江西、云南5个试点省（市）开始启用携号转网业务受理新流程。新流程下，用户只需发送短信就可完成查询和申请，拿到携转授权码后，再到携入方所在的营业厅进行业务办理，办理完携转业务后1小时内即可转到新运营商，大大缩短了转网生效时间。

受益于新流程启用，携号转网的用户规模增长迅速。工信部发布的数据显示，自今年2月以来，全国成功携号转网用户数月均增长率高达21.38%。今年上半年，携号转网业务的累计办理量已经超过了2018年全年办理量。

不过，携号转网用户量暴增后，一些新问题也显露出来。部分用户手机号绑定了较多第三方服务，携号转网是否会影响相关第三方继

续提供服务，成为了这些用户担忧的问题。

对于这一涉及用户切身权益的问题，工信部在8月发布的《携号转网服务管理暂行办法（征求意见稿）》（以下简称《办法》）中进行了明确规定。《办法》提出：“用户应当及时将携号转网事宜告知号码相关的第三方服务提供者，相关服务提供者应当按照非携号转网用户同等标准向携号转网用户提供服务”。

服务竞争

随着各类技术障碍相继被政策清除，携号转网已经万事俱备，只待铺开。届时，哪些运营商能成为携号转网政策的受益者，也成为舆论关注的焦点。

资费曾被外界认为是影响用户携号转网的首要因素，目前运营商正在走出“以价换量”这条竞争老路。9月，中国联通集中下架了多款超低价互联网套餐，并宣布：“下半年，公司将严控用户发展成本及超低资费套餐，提

升发展质量”。10月，中国移动也终结了“宽带免费送”时代，开始对新用户收取100元左右的安装调试费。

资深通信行业专家马继华认为，在目前取消漫游和长途以后，真正决定用户选择的只剩下网络和资费，但是资费比拼已经被遏制，运营商价格趋于一致，那么，网络质量和服务就成为决定因素。

在网络质量方面，为更高效且低成本地建设5G网络，中国电信和中国联通宣布将合作建设5G网络。不过，在独立电信分析师付亮看来：“随着TD-SCDMA退网，中国移动获得FDD牌照及更宽的5G优质频段，而且中国移动更有钱，即使电信联通合建5G网络，也难形成对中国移动的5G优势”。

在此背景下，三大运营商在资费方面的较量不再明显，但服务方面的竞争却悄然升温。今年9月，中国电信董事长柯瑞文表示，将以智能宽带为基础，搭建智家平台，提供智慧家庭生活应用服务。北京商报记者调查发现，中国电信正逐渐将传统营业厅改造成为智慧家庭营业厅，其中终端销售区展示着智能摄像头、智能音箱等数十种智能终端。

“年初以来，通过大幅调低套餐外资费，中国电信拥有了更强的市场竞争力，再加上中国电信在家庭套餐方面的既有优势，如果中国移动和中国联通不跟进采取一些新的竞争策略，在未来携号转网的竞争中，这两家可能的确会遭遇老用户流失的问题。”付亮表示。

北京商报记者注意到，面对压力，中国移动试图通过“会员制”来增强用户黏性。近期，中国移动在部分省市推出了Plus会员服务。以北京地区为例，用户开通该会员每月仅需花费18元，便可以享受第三方视频网站VIP、中国移动超大云盘等大量附加权益。

作为三大运营商中实力相对较弱的一家，为增加高价值用户黏性，中国联通近日也启动了一项“五星特权计划”，即中国联通五星级用户可以享受定制席位人工客服、营业厅业务优先办理、尊享权益日选好礼等一系列免费的额外服务。

“三家各地竞争实力不一，受益还是受损需要综合起来分析。”马继华表示：“无论如何，运营商已开始学习银行思维，在用户层面共存。至于谁能成为携号转网最终受益者，仍有待观察”。北京商报记者 钱瑜 潘振宇

关注 Market focus

折叠屏手机为何“雷声大雨点小”

华为的折叠屏手机又传出了即将上市的消息。10月14日，根据知情人士透露，华为首款折叠屏手机Mate X将于本月26日发布，三星折叠屏手机Galaxy Fold也将于11月在国内正式推出，从今年一季度发布到现在，因为屏幕和适配问题，这两款手机的发售时间频频跳票。相较于概念推出时的狂热，如今折叠屏手机市场已经相对冷静，机构对于今年的销量预测甚至不及年初时的1/4。虽然市场和消费者还有所期待，但折叠屏供应链产能不足和良品率不佳以及手机厚度、续航、散热等体验方面的问题还有待解决。

卷土重来

10月14日，业内有消息称，华为Mate X目前已经投入量产，最快会在本月底官宣国内上市，不过由于生产难度太大、良品率偏低，初期的供货量不会太多。对此消息，华为方面未做出回应。但有知情人士向北京商报记者透露，华为将在本月26日于国内发布Mate X，所以上市时间应该不会太晚。

Mate X早在今年2月就已在全球首发，原定于年中开卖，但当时三星Galaxy Fold遭遇屏幕质量问题的尴尬，可能受此影响，华为选择推迟了这款折叠屏手机的上市时

间，并对外宣称是希望给折叠屏做App适配优化，并加强质量的控制。

今年6月，华为手机产品线总裁何刚在接受采访时透露，“Mate X采取全新的产品设计并支持5G，预计Mate X会在最近一两个月登场”。但当时并没有正式给出官方的上市时间，毕竟折叠屏需要进行大量的应用适配工作。

到今年8月，华为又表示会在9-11月之间开卖Mate X，只不过，直到国庆假期结束也没有开卖的迹象。有分析指出，因为华为在上个月发布并开卖了他们主流级新款旗舰机Mate 30系列，难免要错开两款新机的首发销售。

除了华为，三星折叠屏手机Galaxy Fold也频频跳票，这款产品的全球首发时间同样在今年2月。但在首发后的测评过程中，Galaxy Fold被发现存在屏幕损坏危险，于是三星主动取消了官网早期预购订单，并没有公布重新发售的具体时间表。

6月，一位接近三星的人士向北京商报记者表示，三星Galaxy Fold将于7月在国内上市，但三个月过去了，毫无发布的迹象。上述知情人士透露，三星Galaxy Fold在国内的发布时间改到了11月初。

市场冷静

折叠屏手机曾在年初被认为是2019年手机的几大趋势之一，今年年初，相关概念股也受利大涨。事实上，在华为和三星首发之前，国内早有一家名为柔宇科

技”的厂商就发布了所谓的“全球首款可折叠柔性手机”。

然而，市场调查企业Counterpoint Research最新发布的《全球折叠屏智能机展望报告》预测，今年全年的折叠屏手机出货量约为40万台，不及年初预测值（190万台）的1/4。Counterpoint Research指出，较少的货量和迟迟未定的上市时间降低了消费者的关注和购买心理。

北京商报记者就首款可折叠手机的销量问题联系到了柔宇科技相关负责人，截至记者发稿，对方未提供相关数据。

京东方作为华为最大的屏幕提供商，按

原计划，该公司将提供华为折叠屏手机屏幕，但上个月却有消息称，京东方将开启减产计划。据称，京东方的减产计划是由于第六代柔性OLED的产量不足和市场需求削弱，该公司除了将推迟其生产计划，还将下调其生产目标。

据悉，三星折叠屏手机Galaxy Fold在9月6日于韩国上市后，初期货量仅有3000余台。

如今，市场上关于折叠屏手机的声音越来越小，消费者的想法也趋于理性，北京商报记者发现，真正对折叠屏手机感兴趣的消费者并不多。有网友称：“就算出了也不敢用，肯定会有问题，产能也跟不上。”还有网友表示：“折叠屏手机是你想卖，不是我想买。跟我没关系，5G手机也一样，都是商家在着急，跟用户没关系。”

不过，也有少数网友表达了对折叠屏手机的兴趣，但多数因为价格较高望而却步。

40万台

市场调查企业Counterpoint Research最新发布的《全球折叠屏智能机展望报告》预测，今年全年的折叠屏手机出货量约为40万台，不及年初预测值（190万台）的1/4。

“如果价格没那么高，我会考虑一下。”“折叠屏一定是趋势，最起码能占领平板市场，新品出点问题很正常。”

技术瓶颈

“现在发布的所有折叠屏手机都没有超过三年前联想发布的概念，很多厂商依然在做PPT产品。产品放玻璃柜里，价格也高高在上，可以买好几个平板电脑。”联想集团董事长杨元庆曾就折叠屏手机这样评论道。

而折叠屏手机之所以“雷声大雨点小”，很大一部分原因在于技术问题未解决。资深通信行业专家马继华认为，折叠屏手机的技术压力非常大，以前智能手机所有相关的技术都是针对平板手机的，而一旦应用到折叠屏手机上，很多融合或者匹配的技术还不具

备，尚且存在疑问。

通信专家刘启诚进一步指出，目前需要解决的几个问题，一是轴的问题；二是屏的折叠以及厚度问题；三是软件系统问题，即应用如何分屏与合屏。

关于折叠屏手机未来的前景，业内人士的看法不太一致。“我本人看好折叠屏的未来，至少自己想赶快用上一个。”马继华坦言，从5G的发展速度来看，网络水平提升的同时，用户对大屏的需求也会越来越强烈，但现在的手机在整体尺寸上已经无法继续扩大，另外挖孔屏和屏下指纹技术的出现，还是解决不了大屏的问题，只有折叠技术可以在大屏的同时又方便携带，如果这条路走不通就需要新的技术，可能要等的时间会更久。

“技术上的漏洞都是正常的，其实智能手机刚刚出现的时候，当时最为重要的就是多点触控，第一代iPhone效果也不好，但后来很快就成熟了。我觉得，折叠屏手机在大概一年或者两年后就可以进入一个爆发期。”马继华说。

刘启诚则认为，折叠屏尽管有一定的市场需求，也只是小众市场。“智能手机发展到今天，在硬件形态上已经没有可再创新变化的空间。折叠屏其实是全面屏的一种极端表现，也是双屏的一种变异，是手机厂商一直以来过度包装噱头的体现。什么时候苹果做折叠屏，那说明这个技术就完全成熟了。现在三星、华为都是要抢概念，更多是想表现自己在这一领域的技术领先。”

北京商报记者 石飞月