

# 移动通信入局 运营商竞速eSIM赛道

## 三大运营商均获牌照

随着工信部同意中国移动和中国电信在全国范围内开展物联网等领域eSIM技术应用服务批文发布,三大运营商已经全部拥有eSIM“牌照”。2019年12月,中国联通获得相关批准,成为第一家拥有eSIM“牌照”的运营商。

eSIM简单地说就是将SIM卡直接嵌入到设备芯片上,而不是作为独立的可移除零部件加入设备中,用户无需像现在一样插入实体SIM卡。与实体SIM卡相比,eSIM拥有成本低、占空间小、配置灵活、可靠性高等特点。

资料显示,过去几年三大运营商已经在国内部分省市试点推出了一些eSIM服务,并将eSIM技术应用到了智能手表、智能手环等可穿戴设备中。在这一过程中,中国联通表现最为积极,并抢占先发优势。

2017年11月,中国联通开始试点eSIM独立号码业务;2018年2月,中国联通独家获得eSIM一号双终端业务试点批复;2018年3月,中国联通开始试点eSIM一号双终端业务;2019年3月,经工信部批复同意,中国联通将eSIM可穿戴设备独立号码业务从试点拓展至全国。

与中国联通相比,中国移动和中国电信的动作相对慢一些。2018年6月,中国移动eSIM一号双终端业务在天津、上海、南京、杭州、广州、深圳、成都7个城市启动。2018年12月,中国电信也在上海、广州、深圳、南京、武汉、成都、杭州开启eSIM一号双终端业务。

值得注意的是,尽管三大运营商已经布局多年,但eSIM在国内普通用户中的知名度和普及度并不高。针对eSIM业务的用户规模和收入状况,北京商报记者采访三大运营商相关负责人,但截至发稿,尚未获得回复。

传统移动通信业务增长放缓后,eSIM服务有望成为三大运营商新的增长点。近日,继中国联通之后,中国移动和中国电信也成功获得工信部批准,可以在全国范围内开展物联网等领域eSIM技术应用服务。与此同时,中国移动启动大规模eSIM晶圆采购,采购总规模达7000万颗。业内人士认为,中国移动此次大手笔采购只是一个开始,随着三大运营商均获得eSIM“牌照”以及物联网产业日益成熟,国内eSIM市场的竞争将全面升温。

通信产业观察家刘启诚向北京商报记者表示,目前eSIM知名度并不高,一部分原因是还未获得“牌照”前,运营商只能根据要求在部分城市进行个别业务试点,在宣传方面也没有做出更多动作。随着“牌照”获批,运营商可在全国范围开展各类有关eSIM的服务,未来,三大运营商应该会投入更多精力在eSIM上。

## eSIM争夺战一触即发

三大运营商已经开始发力eSIM服务。就在拿到eSIM“牌照”的几乎同一时间,中国移动启动了大规模eSIM晶圆采购,采购总规模达7000万颗,其中包括4000万颗消费级晶圆和3000万颗工业级晶圆。

据了解,中国移动首次采购eSIM晶圆是在2018年。与两年前相比,中国移动此次采购的规模扩大了40%,且未设定最高限价。不仅是中国移动,去年便获得eSIM“牌照”的中国联通今年以来已不断展开各类新布局。2月,中国联通发布全球首款5G+eSIM模组FG150和FM150。3月,中国联通又推出了首款基于高通SDX55平台开发的面向消费市场/行业市场的5G模组

中国联通开始试点eSIM独立号码业务	2017年11月
中国联通开始试点eSIM一号双终端业务	2018年3月
中国移动开始试点eSIM一号双终端业务	2018年6月
中国联通将eSIM独立号码业务从试点拓展至全国	2018年12月
中国联通正式获得工信部eSIM“牌照”	2019年3月
中国移动和中国电信正式获得工信部eSIM“牌照”	2020年10月



三大运营商eSIM布局大事记

CU-QG1/ CU-QM1,该模组集成了eSIM。

在业内人士看来,获得eSIM牌照后,中国电信接下来也必然会有更多针对eSIM业务的动作,三大运营商的eSIM服务争夺战大有一触即发之势。

此外,有声音认为中国移动选择启动新一轮eSIM布局,不仅与“牌照”问题获得解决有关,也可能与物联网产业的成熟有关。eSIM原来使用范围有限,支持的设备也不多。但是,随着物联网时代来临,物联网终端增多,eSIM未来大有可为”。资深电信分析师马继华告诉北京商报记者。

眼下,国内物联网产业正加快成熟。近期,根据工信部方面披露的数据,我国已经建立了70多万个物联网相关基站,移动物联网设备连接数超过10亿个;到今年底,我国的移动物联网设备连接数将达到12亿个,NB-IoT(窄带物联网)网络有望实现县级以上城市主城区的普遍覆盖。

通信工程师张胜琼认为,物联网领域是eSIM卡应用的真正蓝海。物联网领域有很多典型的大规模覆盖、单向数据传输和极简套餐标准的应用场景,在这样的应用场景下,eSIM卡的优势能够充分

体现出来。

在此背景下,行业主管部门也在加大对eSIM的支持力度。除下发“牌照”外,近日工信部还要求各地通信管理局紧密跟踪、分析eSIM技术应用服务发展情况,及时解决市场问题,规范企业经营行为;加强市场监督管理,强化网络安全监管,切实保障用户合法权益,为eSIM技术应用服务发展营造良好环境。

## 新业务的AB面

加速布局eSIM服务背后,是运营商在传统移动通信业务低迷情况下急需寻求新的增长点。根据工信部的数据,今年前8个月,三大运营商实现移动通信业务收入6045亿元,同比下降0.8%,降幅较前7个月扩大0.1个百分点。

对于三大运营商而言,eSIM服务可能为其提供新的营收来源。以中国联通eSIM一号双终端业务为例,该业务资费为10元/月,用户附属终端共享手机主号码的套餐资费和叠加流量包,套外资费标准与手机号码资费标准保持一致,而eSIM的低成本优势能够帮助中国联通在一定程度上降低成本。

# 干果“老兵”掉队 盐津铺子转战烘焙业

北京商报讯(记者 钱瑜 白杨)昔日豆制品、干果行业老大盐津铺子逐渐被挤出原赛道。近日,北京商报记者发现,盐津铺子第一大产品品类已经发生改变,由过去的蜜饯干果、豆干制品,变成现在的烘焙业务。这也被业界认为是,盐津铺子被三只松鼠、良品铺子等品牌超过后,释放在原有市场竞争难有优势情况下,想要在烘焙市场寻求增量的信号。

盐津铺子的营收结构正在发生改变。根据盐津铺子财报,目前,烘焙业务已经取代干果、豆制品成为公司第一大收入来源。2020年上半年,烘焙业务营收占比达到32.21%,休闲豆制品鱼糜制品收入占比达

14.83%,休闲豆制品干豆类营收占比达到10.41%,干果类、蜜饯炒货产品分别占总营收的9.45%、6.73%。

成立于2005年的盐津铺子可以称得上是休闲食品行业的“大哥”。发展初期,盐津铺子以蜜饯类产品起家,随后依靠豆制品扩大规模。数据显示,2013年,豆制品成为盐津铺子营收占比最高的产品,达到32.18%;蜜饯营收为1.14亿元,占总营收比重25.21%;炒货、素食、其他分别占总营收的11%、10.32%、2.36%。

2016年,盐津铺子大单品战略初具成效,豆制品营收占比超过50%,蜜饯、肉制品、炒货、素食分别占总营收的14.35%、

12.61%、10.42%、7.8%。

或许是看到烘焙市场的前景,2018年,盐津铺子开始重点发力短保烘焙市场,推出58天保质期吐司面包等系列产品。烘焙行业规模在2009-2019年十年间的复合增速为12.3%,正处于快速扩张阶段;同时,我国居民烘焙产品的消费量对比美、日等国规模较小,并且市场集中度较低,长期来看仍有一定的发展空间。

伴随市场规模不断扩大,越来越多的企业争夺市场份额。据Euromonitor数据,2018年,曼可顿、好丽友、面包新语、山崎面包、宾堡在中国地区烘焙食品营业收入分别约为8亿元、20亿元、12亿元、1.2亿

元、5亿元。而本土品牌桃李面包、达利食品2018年烘焙食品的收入已分别达到48亿元、62.5亿元。

但这也意味着,短保烘焙行业竞争较为激烈,达利园、桃李面包等企业牢牢占据市场份额。此外,包括三只松鼠等在内的众多品牌也在涉足烘焙市场,盐津铺子将面临不小的挑战。

“盐津铺子进入烘焙行业的背后是干果市场竞争难存优势的无奈之举。进入烘焙行业,除了要面对老对手三只松鼠、良品铺子的竞争,同时还要与达利园、桃李面包等对手进行较量,这在一定程度上增加了盐津铺子的发展压力。未来,盐津

铺子还需要规划好发展路线,建立起深度的供应链模式和分销网络。”战略定位专家、上海九德定位咨询公司创始人徐雄俊称。

此外,错失线上红利也被业内认为是盐津铺子掉队的原因之一。目前,盐津铺子线下渠道营收占比仍超过80%。

在快消品零售专家鲍跃忠看来,目前,盐津铺子在发展过程中面临的主要问题仍是依赖线下,而完成全渠道转型,是盐津铺子需要迫切完成的转变。

对于未来发展规划,北京商报记者联系采访了盐津铺子,但截至发稿,对方并未予以回复。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

# 精准扶贫“三步走”,伊利产业基地精准扶贫成国家扶贫日典范

10月17日,是我国第7个国家扶贫日,也是第28个国际消除贫困日。脱贫之策在产业,产业壮大看龙头。多年来,伊利作为中国乳业龙头企业,在内蒙古、四川、甘肃等地陆续投建产业基地,并探索出了“产业基地精准扶贫”的新路子,围绕“党建引领、产业带动、精准发力、全面脱贫”十六字方针,带动贫困群众实现“伊”起小康。伊利集团董事长潘刚表示,伊利将持续发挥龙头企业的引领作用,带领全行业跑好全面建成小康社会的“最后一公里”。



伊利产业基地精准扶贫实践入选国务院扶贫办《企业扶贫优秀案例》

## 短期发力健康 提高群众生活质量

伊利开展“金领冠母爱计划”向凉山地区母婴阻断家庭0-1岁的孩子,免费提供价值645万元的金领冠婴幼儿配方奶粉……伊利在产业基地周围,积极通过兜底扶贫、健康扶贫等,提高贫困群众生

活质量。

在短期,伊利从贫困群众最急需的项目出发,让贫困群众切实感受到伊利的营养关怀。伊利集团联合中国红十字基金会等公益机构推出“伊利营养2020”精准扶贫项目,通过营养调研、健康教育与公益捐赠等多种形式,全面聚焦伊利产业基地周围贫困地区人口的营养与健康改善,截至2020年10月,“伊利营养2020”已覆盖全国

31个省市区,累计投入近8000万元,60余万儿童从中受益。

## 中期聚焦产业 为脱贫注入源头活水

内蒙古自治区呼和浩特市土默特左旗位于大青山南麓土默川平原腹地,全旗建档立卡贫困人口11476人,涉及5106户,占全市贫困人口总数的20.32%。2006年,伊利与土默特左旗政府签约,宣布双方结成永久战略联盟合作伙伴。2019年底,伊利再次投资建设伊利现代智慧健康谷项目,项目建成后创造GDP超过1000亿,累计财政收入900亿,直接和间接带动就业人口超过50万人。2019年,土默特左旗全旗贫困人口全部脱贫。

发展产业是实现脱贫的根本之策。多年来,伊利深入“三区三州”等贫困地区,注重在甘肃武威、宁夏吴忠、河北张北、黑龙

江林甸等地的产业布局。乳业横亘一、二、三产业,能够拉动当地种植业、养殖业、乳品加工等产业链上下游辅助产业,在产业扶贫工作方面有天然的优势。

## 长期精耕教育 实现可持续“全面脱贫”目标

“你知道飞机是什么样子吗?”贵州息烽县木杉小学校长徐萍问孩子们:“他应该像这么大,我在电视上看就是这样。”陈国红小朋友把两个手指头捏在一起比划着。没想到,参加伊利未来公园的夏令营活动时,到了机场,陈国红抑制不住兴奋,到处跑着喊“原来飞机比我们都要大呀!”

为了让更多孩子享有丰富而有质量的科学教育,伊利联合中国儿童少年基金会,推进“伊利未来公园”公益项目,累计投入并使用资金480万元,着力促进教育资源匮乏地区的学生在科技教育领域的

成长与进步。

前不久,伊利第3次入选了国务院扶贫办和中国社科院发布的“企业扶贫优秀案例”。联合国全球契约亚太区总干事刘萌表示,伊利是第一个将联合国可持续发展目标落地的中国乳企,在扶贫领域的实践成果令人赞叹。北京大学贫困地区发展研究院院长、国务院扶贫开发领导小组专家咨询委员会委员雷明指出,伊利“产业基地精准扶贫模式”是中国企业推进高质量脱贫的一个创新典范,也是推进全面脱贫与乡村振兴战略有效衔接的优秀解决方案,对实现可持续脱贫贡献了中国智慧。

当前,脱贫攻坚已到了决战决胜、全面收官的关键阶段,伊利更是以实际行动推进脱贫攻坚与乡村振兴统筹推进“十四五”即将启航之际,伊利宣布未来5年将投入300亿元扶持上游奶业,用实际行动接续推进乡村振兴。