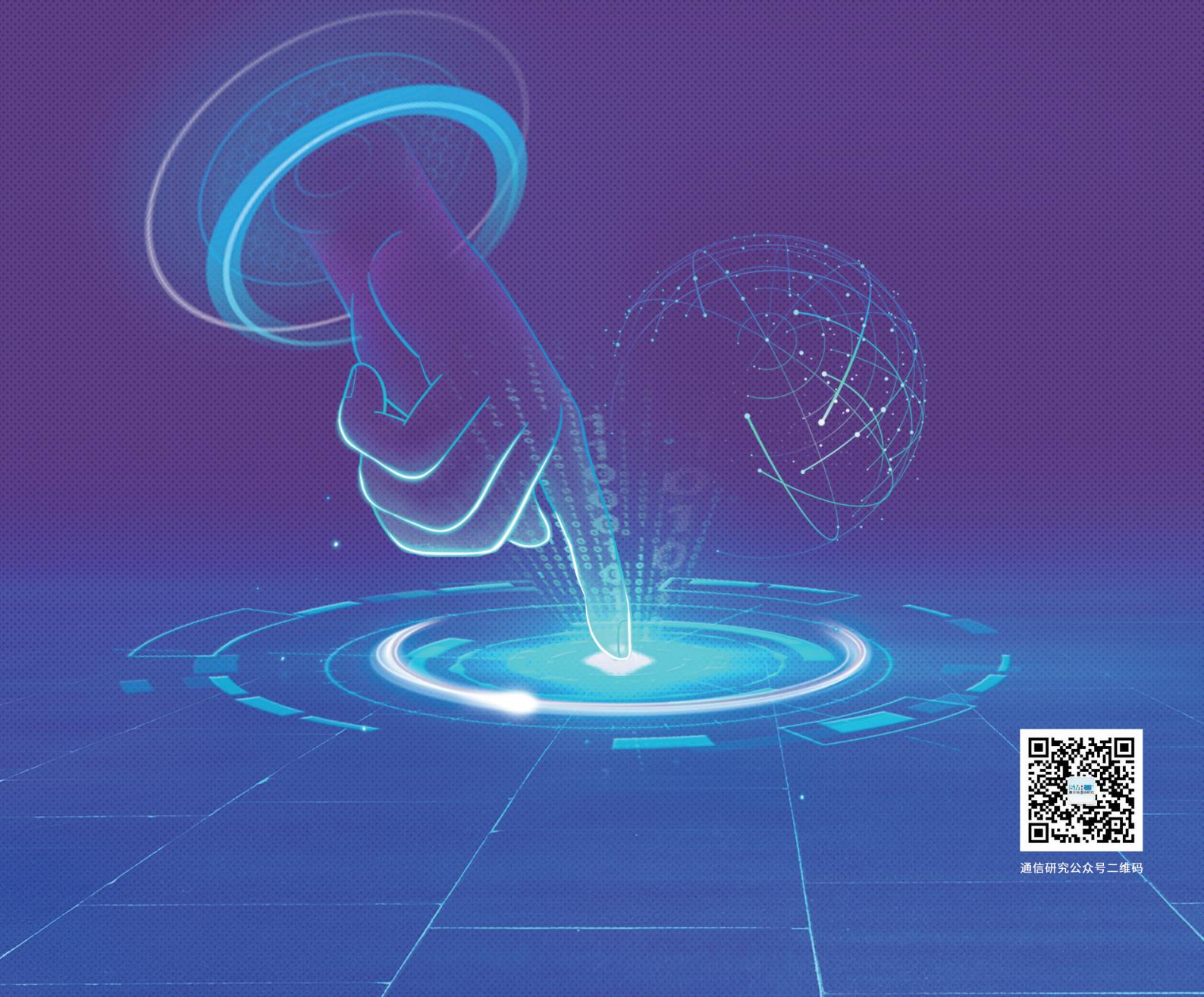


Communications Competition

通信竞争

· 预估对手策略 · 分析竞争形势 · 把握市场动态 JUL. 2024 VOL. 67

低价大流量卡风靡，运营商该如何平衡流量与价值经营



通信研究公众号二维码

赛立信通信竞争研究

通信行业市场竞争解决方案提供商

我们拥有 **5** 大产品体系

帮助运营商轻松把握 **通信行业** 竞争态势

五大产品体系

- 行业信息跟踪
- 区域动态跟踪
- 产品资费跟踪
- 特色策略跟踪

- 5G前瞻性
发展研究
- 竞争格局研究
- 行业标杆研究
- 策略模型研究

市场策略 跟踪

市场份额 对标

热点专题 研究

消费者 研究

五大体系

市场营销 支撑

- 收入市场份额
- 固移用户份额
- 业务使用量份额
- 5G份额

- 5G用户调研
- 消费意愿
- 与偏好调研
- 存量研究
- 与模型建设
- 楼宇普查调研

- KPI指标制定
- 部署策略制定
- 活动效果评估
- 运营效果分析

赛立信专注于通信行业的市场信息研究和收集服务。我们能为您提供本地通信市场的竞争策略分析支撑，让您及时把握通信行业竞争态势，掌控市场大势，为制定下阶段运营策略提供可行性依据，从而提高整体运营效率！

CONTENTS 目录 | 07²⁰²⁴ / VOL. 67 第二期

Views 通信观点

- | | |
|-----------------------------|-----|
| 01 低价大流量卡风靡，运营商该如何平衡流量与价值经营 | 邱欢欢 |
| 05 5G-A 商用元年，运营商如何谋篇布局 | 曹先震 |
| 09 运营商智算市场中标情况分析 | 谢剑超 |
| 16 运营商探索视联网发展潜力 | Yan |
| 19 智慧城市再升级，运营商以智赋城之路 | Lin |

Topic 通信话题

- | | |
|---------------------|------|
| 27 运营商如何助力构建居民互联网征信 | 追赶太阳 |
|---------------------|------|

Market Dynamic 市场动态

- | |
|--------------|
| 31 三大运营商数据总结 |
|--------------|

主办单位：

广州赛立信资讯服务有限公司

主编：黄引敏

副主编：刘佳

编委：王秀秀 邱欢欢 谢剑超 曹先震 钟翠霞

美术编辑：王政贺

文字校对：李倩宇

地址：广州市天河区体育东路 116 号

财富广场东塔 18 楼

邮编：510060

电话：(86) (020) 22263635 22263200

传真：(86)020-22263218

邮箱：selection@smr.com.cn

网址：www.smr.com.cn

低价大流量卡风靡，运营商该如何平衡流量与价值经营

赛立信通信研究部 | 邱欢欢

在当今数字化时代，数据流量已经成为人们日常生活中的重要组成部分。从视频娱乐到在线办公，消费者对大流量的需求日益增长。在这一背景下，中国的各大运营商采取了多种策略来提升流量使用量，从提高网络覆盖率到推出优惠套餐，在各个层面上努力满足用户对大流量的需求。然而，赛立信观察到，运营商围绕大流量的经营和竞争颇有走向低价的趋势，尤其今年以来各家运营商都先后推出了价格低廉、流量丰富的大流量卡，吸引了大量用户。这种“以价换量”的现象似乎与运营商提出的“高质量发展”目标相背离。尽管大流量是未来的趋势，但如何在满足用户需求的同时，避免走向价格竞争的极端，保持企业的健康可持续发展，是运营商需要认真思考的问题。

国内流量竞争现状简析

国内 5G 商用五周年，通信行业已进入大流量时代。工信部数据显示，2024 年 1-5 月，我国移动互联网累计流量达 1323 亿 GB，同比增长 12.7%；5 月当月户均移动互联网接入流量（DOU）达到 18.54GB/ 户·月，分省 DOU 值最高值已接近 30GB/ 户·月。

用户对流量使用需求的增长是推动 DOU 值不断上涨的主要因素，而运营商通过推出大流量产品顺应了这一趋势，进一步支撑了用户流量的使用。据观察，当前国内三大运营商在互联网上面向个人用户主推的单套餐产品设置已基本同化，低价大流量成为标准配置。如表 1 列举的三家运营商的线上代表性卡品，套餐内包含的流量从 80G 到 188G 不等，但月租价格仅在 19-29 元之间，大多数卡品都在首月免月租，部分卡品的价格可以实现长期有效。

表 1：三大运营商线上大流量卡品内容

运营商	中国移动		中国电信			中国联通
卡品	山青卡	风宁卡	梨花卡	星尘卡	凌霄卡	红龙卡
基础配置	19元-80G	19元-188G	29元-135G+100分钟	29元-135G	29元-35G	29元-135G+100分钟
优惠期	1年	1年	长期优惠	长期优惠	长期优惠	流量通话长期有效，第2-12个月月租为19元
首月	免月租	免月租	免月租	免月租	首月套餐按月剩余天数比例折算扣费	首月按月剩余天数比例+10元扣费
网速	5G速率 300Mbps bps	5G速率 300Mbps	500Mbps 5G黄金速率	5G速率 300Mbps	最高可达 1000Mbps 5G白金速率	5G速率 300Mbps
合约期	1年合约期，合约期内销户存在违约金		无合约期，可随时销户，无违约金			2年合约期，合约期内销户存在违约金

来源：互联网

运营商针对流量的价格竞争不止体现在产品设置上，在日常的营销策略中，通过免费加赠来增强流量优势也是常见做法。以中国电信的 39 元档星卡促销政策为例，赛立信跟踪观察发现，随着时间推移，基础卡品的促销力度逐渐加大。在不增加月租价格的前提下，叠加优惠使得套餐内包含的流量越来越多，从而实现了“加量不加价”的目的。

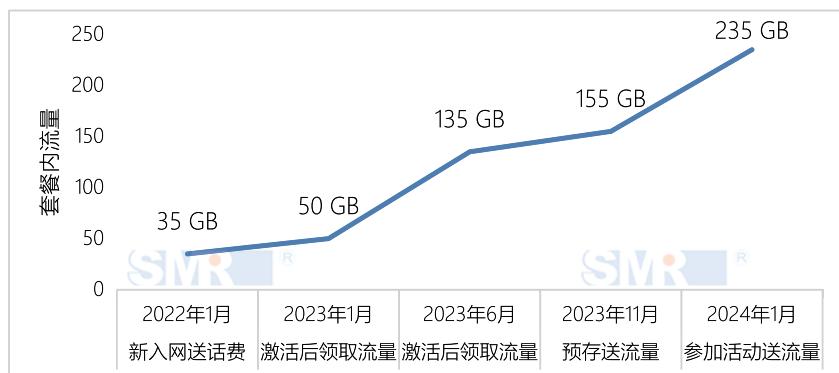


图 1：中国电信星卡叠加促销后的套餐内流量（通用 + 定向）走势

来源：赛立信跟踪整理

上述产品和营销策略可以看出，当前运营商提供的套餐流量不断突破新高，从用户角度看是得到了实惠，但从运营商角度看，流量的增长并未带来价格的提升，反而使流量单价持续走低，实际价值不断被稀释。这种流量与价格“剪刀差”扩大的趋势并不利于运营商的长远健康发展。一方面，用户是否真正需要如此大量的流量值得商榷；另一方面，流量经营的本质要求运营商重新评估流量的价值。以下是赛立信围绕这两点思考提出的相关看法。

套餐流量并非越多越好

运营商推出大流量产品，本意上是为了满足用户的流量使用需求，是顺应行业趋势的积极策略。然而，导致当前低价大流量卡风靡的因素更多是来自市场竞争而非用户需求。很多产品包含的流量超出了用户的实际需求，流量过剩变得常见。而过度依赖低价大流量套餐会使用户对运营商的价格敏感度增加，忠诚度降低，一旦竞争对手推出更低价的套餐，用户很容易发生迁移，增加流失风险。

Analysys Mason 在一份针对多个国家用户的调研报告中指出，由市场竞争推动的大流量（不限流量）产品风靡并不能真实地反映用户的意愿。如图 2 所示，美国和西班牙几乎所有运营商都通过不限流量产品争夺市场份额，导致这些国家的不限流量套餐渗透率远高于其他国家，但用户的实际流量使用量并未显著增加。

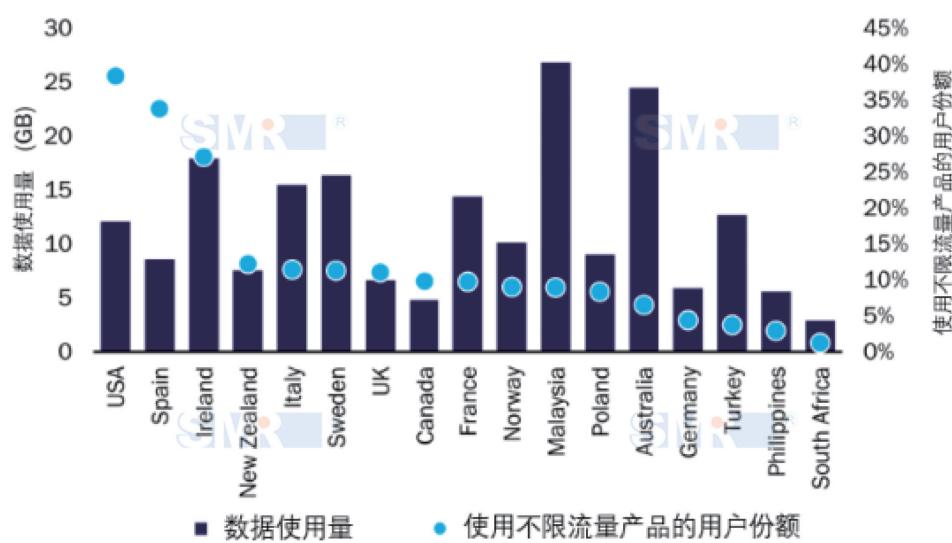


图 2：不同国家流量使用与不限流量产品渗透率情况对比

来源：Analysys Mason

此外，以 NPS（净推荐值）衡量的用户满意度也不会随套餐流量的增加而无限度增加。Analysys Mason 对比不同流量限额套餐用户的满意度发现，拥有超大额流量（如不限流量）的用户满意度反而低于那些流量使用量超过套餐流量限额一半的用户，这是因为这些用户会认为自己没有完全利用好已付费的流量限额而心有不甘。

流量经营需要注重价值显性化

运营商通过大流量产品吸引用户，本质上是为了扩大用户基础，实现规模发展，进而实现价值转化，带来可持续增长。这个过程中，大流量作为引流手段本身无可厚非，但如果不能有效地将流量的使用转化为更高价值的服务体验，用户忠诚度和 ARPU 将难以提升。

国内外不少运营商在流量的价值转化上其实已经有较为成熟的探索。常见的做法如通过提供丰富的增值服务来增加流量的附加值，通过精准营销来实现差异化的服务触达等（见表 2）。只是，在前文所述的低价大流量卡竞争活动中，价格成为单一的竞争要素，运营商的各种价值经营策略显得缺位。赛立信认为，运营商只需要将高值经营场景中的各类价值经营策略挪移至大流量卡场景，将价值经营落实到位，即可有效改善当前的流量低值化现象。

表 2：运营商流量价值经营的策略举例

策略类型	策略要点	案例
流量激发	通过阶梯式激励引导用户使用更多流量	<ul style="list-style-type: none"> 中国移动：用户参与流量用满送活动，用满10GB/20GB/50GB送等额流量； 中国电信：主卡用户办理流量达人升级包后，副卡号码即可享受“每月使用流量每超过1GB后，套餐内主副卡号码便增加10GB/20GB共享流量”的优惠
流量权益化	流量与权益捆绑，借流量名义引导使用增值内容	<ul style="list-style-type: none"> 中国移动：用户承诺低消即可获得欢乐享礼包优惠，礼包包含20GB起流量及多项会员权益内容。
流量特权化	将流量与用户特权挂钩，形成用户差异化服务感知来源	<ul style="list-style-type: none"> 中国联通：提供网龄合约计划，根据用户在网时间每月赠送特定流量，在网时间越长，赠送流量越多。

来源：赛立信自主整理

总而言之，运营商在大流量产品设计上应该更多地考虑与用户需求匹配的问题，而不是单纯地追求流量规模化；在以大流量作为竞争手段的同时，还需要注重用户流量使用的激发和价值转化。通过提供个性化、精准匹配的流量套餐，并以网络及服务提升用户使用感知，运营商可以避免资源浪费，提升用户满意度，从而实现更健康的市场竞争和可持续发展。

5G-A 商用开启，运营商如何谋篇布局

赛立信通信研究部 | 曹先震

6月18日，在上海举行的3GPP RAN第104次会议上，R18标准被正式冻结，这是5G-A技术的第一个版本，标志着5G技术迎来又一个重要里程碑，5G-A将正式进入全面商用阶段。

所谓的5G-A是基于5G网络的演进和增强，即“5G-Advanced”，它能提供下行10Gbps的速率，相当于从原来5G的1Gbps提高至10倍。随着互联网产业的3D化、云化、万物互联智能化、通信感知一体化、智能制造柔性化等趋势的发展，对通信网络提出了更高的要求，5G-A作为解决这些问题的关键信息化技术，能够支撑这些产业数字化升级的需求，从而加速推动社会数智化转型，促进数字经济高速高质发展。

在R18标准尚未冻结之前，业界均已经开始“抢跑”，国内三大运营商也早就开始了5G-A相关布局，积极推动5G-A商用部署和场景化落地。

运营商5G-A发展现状

三大运营商在5G-A的推广中扮演着至关重要的角色，各自都制定了详细的5G-A布局计划。这些计划不仅展示三大运营商对5G-A技术发展的高度重视，也为未来5G-A的广泛应用奠定了坚实的基础。

中国移动：董事长杨杰表示，中国移动将推动5G-A技术在文旅、物流、应急等低空经济领域应用，创新车路协同、自动驾驶等车联网解决方案，打造智能家居、工业视觉检测等车联网产品。具体计划方面，将全面推进“262策略”布局落地，即针对三载波聚合和RedCap等2项技术有序扩大规模部署和商用范围，针对通感一体化、无线网络AI应用、核心网智能控制面、确定性网络、无源物联网以及XR多媒体增强等6项技术完成场景化部署与应用，针对手机直连卫星和毫米波等2项新频率技术将持续开展跟踪研究。预计，中国移动年内5G-A

网络商用城市将扩展至全国超 300 个城市，建成全球最大规模的 5G-A 商用网络；到 2025 年，加大核心技术的规模部署，力争“串点成链”，实现 5G-A 规模发展；至 2026 年完成对星地融合、新频率以及绿色低碳的技术探索，推动“聚链成片”，实现 5G-A 全量商用。

中国电信：稳步推进 5G 网络升级，加强 5G-A 战略布局和 6G 研发力度，并全面推进“5G+云 +AI+ 应用”与传统产业深度融合，包括 8 大核心能力、6 大生态合作和 9 大核心应用。重点围绕能力打造、生态合作、应用落地三个层面进行 5G-A 探索，包括在终端、卫星、物联网、低空等六大 5G-A 重点领域布局，推动标准制定、技术验证试点、应用商业推广，同时推出包括低空经济、制造、能源、仓储等行业客户在内的九大 5G-A 应用。

中国联通：开展 5G-A 和天地一体技术创新，推动从网元、部件到拓扑、系统智能化升级，打造更加敏捷、高效、智能的泛在智联网络；围绕沉浸实时、智能上行、工业互联、通感一体、千亿物联和天地一体 5G-A 六大应用场景，采用“六位一体”推进思路，积极开展技术研究与产业推进，从而形成全方位的业务应用示范，推动 5G-A 技术从标准走向商用。

总体来看，国内三大运营商在 5G-A 的布局上各有侧重，但均展现出强烈的推进意愿和明确的发展规划。中国移动强调技术应用和规模部署，中国电信注重深度融合和多场景应用，而中国联通则致力于技术创新和智能化网络升级。这些布局不仅体现了三大运营商对未来 5G-A 市场的高度重视，也为我国在全球 5G-A 技术发展中保持领先地位提供了强有力的支持。

5G-A 典型应用场景

5G-A 作为 5G 的升级和增强版，在网络速度、延迟、连接数等方面实现了显著提升，同时引入了通感一体、无源物联、内生智能等革命性技术。这些新特性使得 5G-A 能够更好地适应多样化的应用场景，从而推动全社会的数字化转型。其中最典型的应用场景有低空经济、智慧城市、沉浸式交互等。

低空经济：由于目前的无线通信网络（4G/5G 网络）的有效覆盖高度大致为 150 米左右，而低空经济所需求的网络覆盖面往往要达到 1000 米甚至更高，因此，目前的 5G 无线网络很难满足低空经济的需求，此时 5G-A 网络的高带宽、低时延、广覆盖的特性就能很好的满足各种无人机、低空飞行器的需求，确保无人机可以在城市建筑物密集的环境下获得更精确的定位和导航信息，也能在配送 / 拍摄过程中实时传输状态信息和高清视频。

智慧城市：5G-A 网络技术在智慧城市的应用将会越来越广泛，例如，通过 5G-A 技术，可以实现城市交通的智能化管理，包括智能交通信号灯、智能停车系统等，大大提高了城市交通的效率和安全性。此外，5G-A 还可以用于环境监测，通过安装在城市各处的传感器，实时监测空气质量、噪音污染等环境指标，为城市环保提供数据支持。在公共安全方面，5G-A 可以实现高清视频监控，提高公安部门的工作效率。在医疗健康领域，5G-A 可以实现远程医疗服务，让城市居民在家就能享受到专业的医疗服务。5G-A 技术将极大地推动智慧城市的建设，使城市生活更加便捷、舒适。

沉浸式交互：借助 5G-A 高速率、低延迟和广连接的特性，能够支持虚拟现实（VR）和增强现实（AR）等技术的流畅运行，为用户带来更加真实和生动的体验。在教育领域，学生可通过 5G-A+VR/AR 技术进行沉浸式学习，如虚拟实验室操作、历史场景重现等，极大地提高学习兴趣和效果。在娱乐和游戏方面，5G-A 能使玩家体验到无卡顿的高清游戏画面和实时互动，增强游戏的沉浸感和真实感。此外，5G-A 还能提升在线音乐会、体育赛事等活动的观看体验，让用户仿佛身临其境。在商业展示和房地产销售中，通过 5G-A 支撑的 AR 技术，客户能更直观地感受产品效果或预览楼盘环境，提升决策效率。

不难看出，5G-A 的应用前景非常广阔，涵盖了无人机物流、通感一体、智慧城市、虚拟现实和低空旅游等多个场景领域。随着技术的不断成熟和广泛应用，5G-A 将为各行各业的数字化转型和智能化升级提供强有力的支持。

运营商发展 5G-A 该如何布局

随着 5G-A 技术的不断成熟和应用，未来发展潜力巨大，对运营商而言必须抓住这波红利，积极推动 5G-A 的落地。

首先，加强 5G-A 网络的基础设施建设，提升网络的覆盖范围和信号质量，以确保用户的体验。一方面积极参与国际标准化组织（如 3GPP）的工作，推动 5G-A 相关标准的制定和完善，确保技术标准的国际兼容性和前瞻性；另一方面，优先在重点城市和热点区域部署 5G-A 网络，实现网络的连续覆盖和深度覆盖，以此形成示范效应，再逐步在全国展开。

其次，瞄准市场需求，针对不同类型的行业和场景，开发相适应的 5G-A 解决方案。5G-A 应用场景相当广泛，运营商可以在文旅、物流、应急等低空经济领域，以及车联网、智能家居、工业视觉检测等领域探索 5G-A 的应用场景，打造示范项目，再复制推广，与此同时积极推动 5G-A 与 AI、云计算、数字孪生等技术的融合创新，拓展新的应用场景和服务模式。

最后，通过建立产业联盟，共同推动 5G-A 技术的普及和应用。一方面，携手设备制造商、终端厂商、软件开发者及垂直行业合作伙伴，共同制定 5G-A 技术标准与应用规范，通过共享资源、互通有无，促进产业链上下游的紧密合作，加速技术创新与成果转化。另一方面，注重开放合作与资源共享，通过开放 API 接口、提供测试环境等方式，降低合作伙伴的入门门槛，吸引更多创新力量参与 5G-A 生态的建设。此外，加强国际合作与交流，与全球领先的运营商、技术提供商等建立战略伙伴关系，共同探索 5G-A 在跨国界、跨行业的应用场景，通过参与国际论坛、展会等活动，分享经验、交流观点，推动 5G-A 生态在全球范围的繁荣与发展。

在数字化经济蓬勃发展的当下，5G-A 技术的应用和普及将极大加速企业数字化转型和智慧城市建设的进度，对运营商而言充满机遇也面临挑战。如何利用现有的资源进行网络升级改造，推出适应市场需求的 5G-A 解决方案，以及采取哪种合理的合作和收费模式，都将是运营商决胜 5G-A 时代的关键。

运营商智算市场中标情况分析

赛立信通信研究部 | 谢剑超

随着智能计算技术的快速发展，中国的多个行业已经开始广泛应用这些技术，以提升运营效率和服务质量。智能计算涵盖了云计算、人工智能、大数据分析等多种技术，正推动行业转型和创新。本文将分析 2023 年至 2024 年上半年中国智能计算项目的中标情况，探讨不同行业的投资趋势、市场需求变化以及技术的应用。

一、市场整体中标情况



2023 年至 2024 年间，智能计算市场显著增长。2024 年上半年，中标金额达到 72.1 亿元，增长 91.6%，中标项目数量达到 858 个，增长了 32.8%。这一显著增长主要得益于国家对科技创新的强力支持和智能化升级的相关投资，以及企业在激烈竞争市场中寻求技术优势的需求。

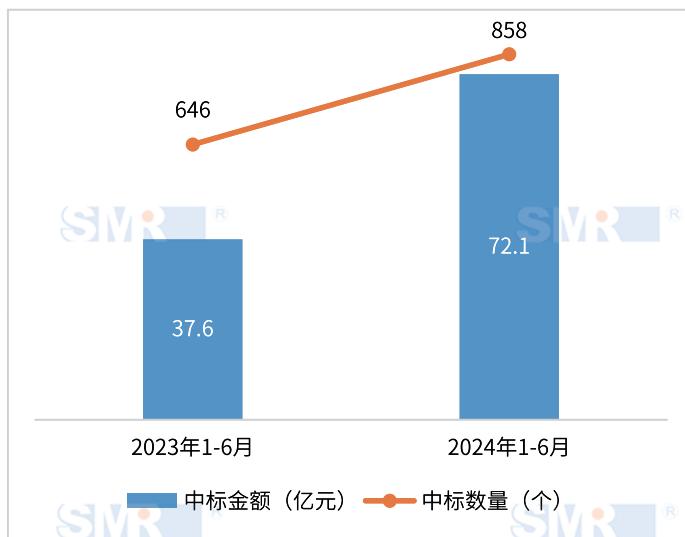


图 1：智能计算市场中标情况

数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

在整体智算市场中标金额份额方面，2024年1-6月电信运营商份额为31.5%，比去年同期上升4PP。

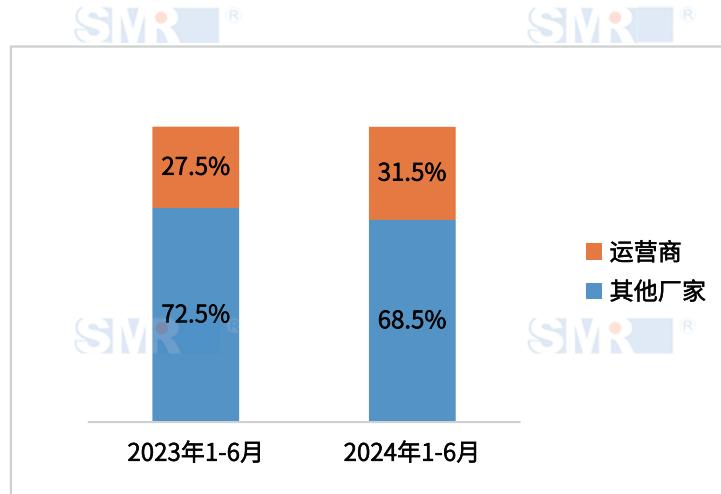


图2：2023-2024年智算市场中标金额份额
数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

二、运营商中标情况分析

(1) 运营商中标规模

在2024年上半年，运营商智算市场中标金额达到22.7亿元，增长119.5%，中标项目数量达到305个，增长35.0%。

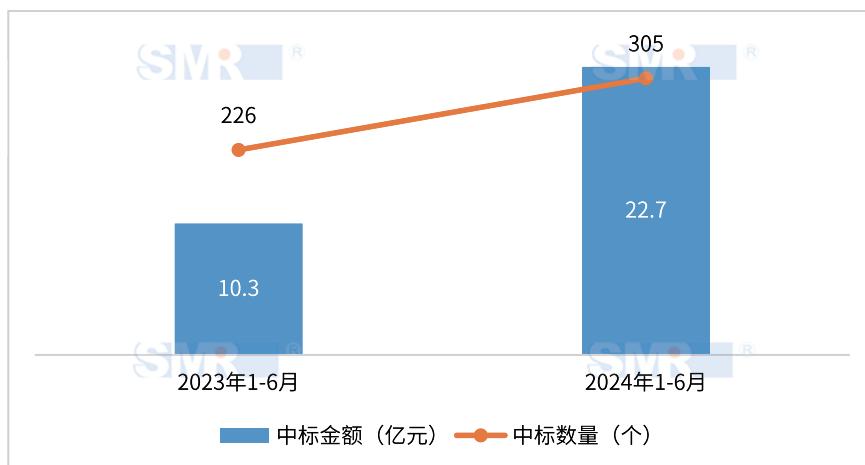


图3：运营商智能计算市场中标情况
数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

2024年1-6月，中国移动在智算市场中的份额达到62.3%，较去年同期上升22.1个百分点，显著高于其他两家运营商。

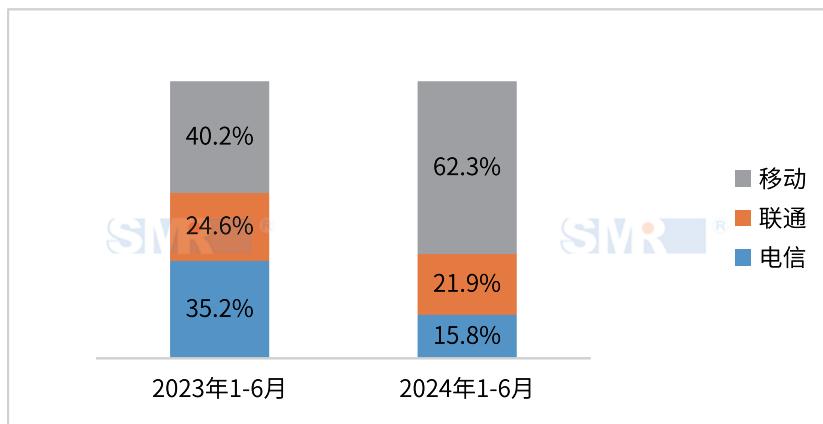


图4：运营商智算市场中标金额份额
数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

2、运营商细分领域中标

智算技术的主要细分领域包括高性能智算、边缘计算和云计算。在2023年至2024年间，运营商智算市场各细分领域的发展表现出显著差异。

- 高性能智能计算领域的中标金额从8.2亿元激增至18.3亿元，增长率高达124.1%，显示了市场对高性能计算的急剧需求。
- 边缘计算从1.2亿元增至2.6亿元，增长了126.5%，反映对实时数据处理需求的急剧上升。
- 云计算中标金额从1.0亿元升至1.8亿元，上升了75.1%。

云计算的需求，逐渐从常规辅助计算与存储，转为高性能、高智能、高实时的计算处理。AI技术成熟与普及将继续推动智算需求的爆发性增长。

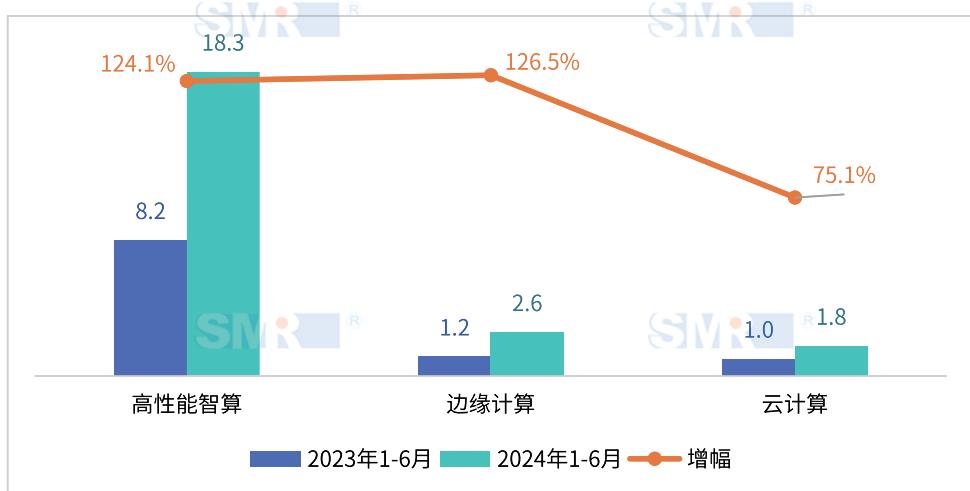


图 5：运营商智能计算市场细分领域中标金额（亿元）

数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

不同运营商在高性能智算、边缘计算和云计算领域的市场控制力各不相同。中国移动在高性能智算、边缘计算领域占据主导地位，市场份额分别达到 62.92%、90.85%。在云计算领域，局面完全不同，中国电信以 77.33% 的占比遥遥领先。

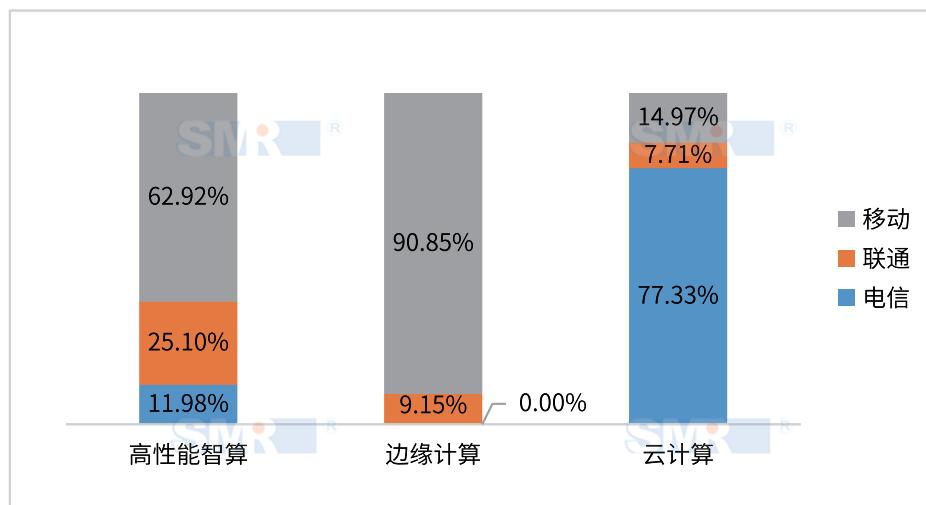


图 6：2024 年运营商智能计算市场细分领域份额占比

数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

(3) 运营商细分市场中标

在智算领域中，各个细分市场有不同的服务和应用需求，具体包括“行业算力服务”、“智算中心建设”、“园区算力服务”和“科研教育算力”。“行业算力服务”：指为特定行业提供的定制化智能计算服务，如金融、医疗、零售等，包括数据处理、分析和存储等服务，以支持行业的数字化和智能化升级。“智算中心建设”：涉及构建集中的计算设施，这些中心专门设计来支持大规模数据处理和高性能计算任务，通常包括数据中心的建设、管理和优化。“园区算力服务”：主要指在特定的科技园区或产业园区内提供的算力服务，包括云计算资源和数据处理能力，以促进园区内企业的技术发展和创新。“科研教育算力”：为科研机构和教育机构提供的计算服务，包括高性能计算和大数据分析等，以支持科学研究和教育项目。

“行业算力服务”和“智算中心建设”领域的中标金额显著增长，分别从4.1亿元增至10.4亿元和3.5亿元增至9.2亿元，增幅分别为151.3%和160.8%。表明这两个领域的市场需求和投资显著增加。特别是“园区算力服务”领域，虽然基数较小，但增幅最大，从0.3亿元增至1.7亿元，增幅达到惊人的561.7%。相比之下，“科研教育算力”领域却显示出逆势下降，中标金额从2.4亿元减少到1.4亿元，减少了40.8%，“科研教育算力”经历2022年至2023年的高速发展之后，出现较大回落。

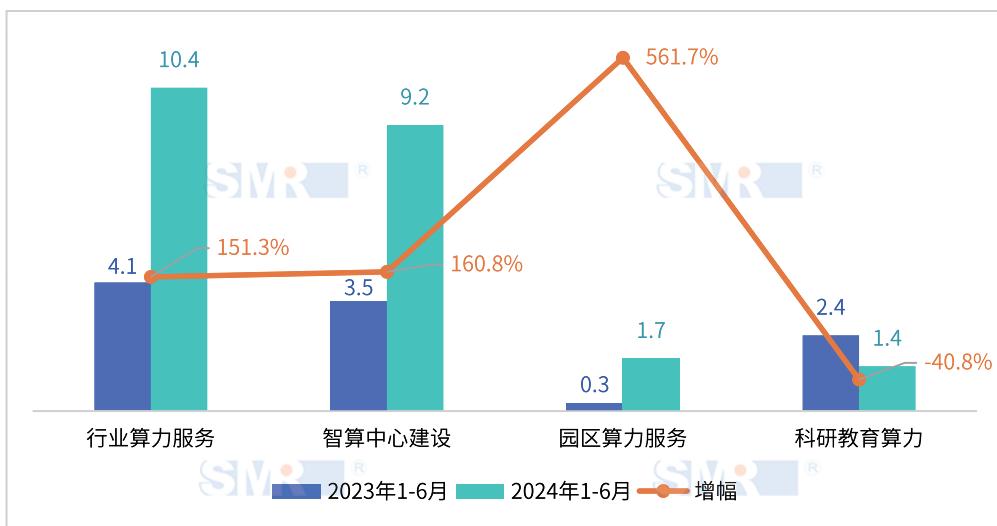


图7：运营商智能计算市场细分领域中标金额（亿元）

数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

在行业算力服务中，数字科技与软件开发以 33% 的占比位居首位，显示出该领域对算力服务的需求最高。其次是网络基础设施与通信服务，占比 24%，反映了这一基础性行业对强大算力的依赖。城市建设与投资也显示出相对较高的需求，占比 12%。云服务商占比 10%。数字政府 7.22%、数据中心与大数据服务 6.72%。

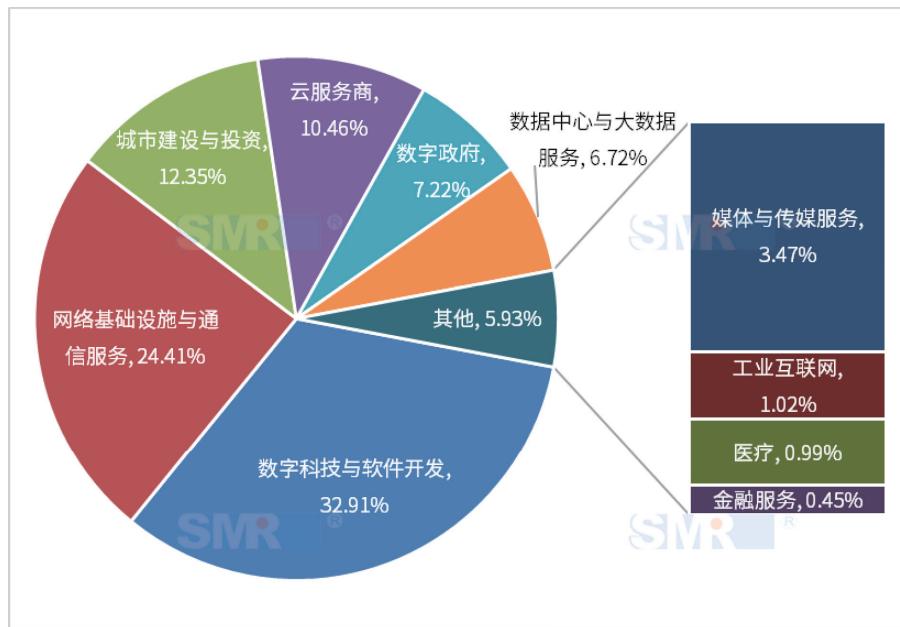


图 8：运营商 2024 年行业算力服务细分行业占比
数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

在智能计算市场中，中国移动在多数细分市场具有较强的市场控制力，尤其是在科研教育算力和智算中心建设领域，市场份额分别达到 79.3%、83.7%，而中国联通则在园区算力服务领域表现突出，份额达到 71.2%。

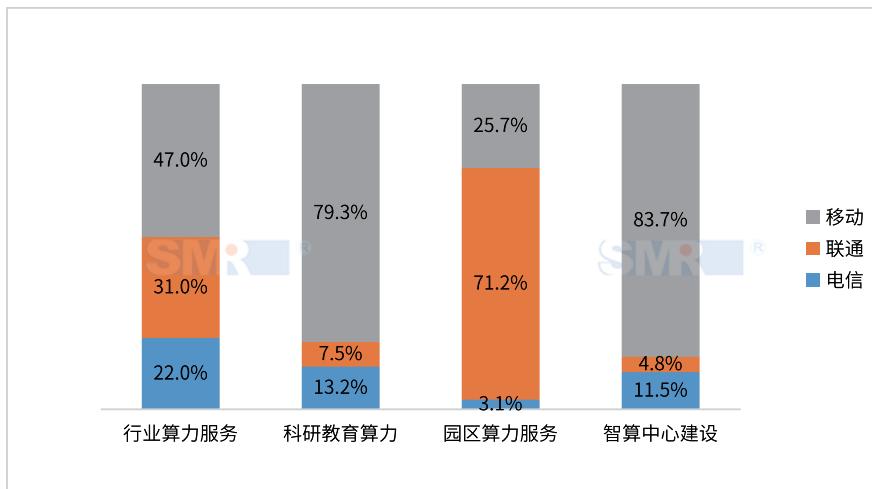


图 9：2024 年运营商智能计算市场细分市场份额占比
数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

(4) 2024 年运营商中标大单盘点

在 2024 年 5000 万元及以上的智算项目中，三大电信运营商的表现差异较大：中国移动中标最多，共 8 个，其中图灵小镇智能算力服务二期项目和许昌市边缘云计算中心建设项目均超过 2 亿。中国联通中标 4 个项目，其中武清开发区购买 100P 算力服务项目超过 1 亿。中国电信中标 2 个，未有过亿项目。中国移动在大额智算市场以其数量众多的中标项目展现了在智能算力和云服务市场的领导地位。

表 1：2024 年运营商 5000 万元及以上的智算项目

中标项目名称	采购方	中标单位	中标金额（万元）
关于图灵小镇智能算力服务二期项目	广东群兴玩具股份有限公司	移动	27605
许昌市边缘云计算中心建设项目（一期）设备提升项目	许昌市市投大数据科技有限公司	移动	21904
武清开发区购买 100P 算力服务项目	天津武清经济技术开发区有限公司	联通	11900
基础设施建设（一期）项目算力资源项目	长三角数链（上海）网络基础设施有限公司	联通	9848
智算中心建设项目	中兴通讯股份有限公司	移动	9588
金台区数字底座智算服务项目	宝鸡市金科开发建设有限责任公司	电信	9540
国际专线电路租赁及云计算中心 IDC 业务托管、带宽租赁服务项目	湖南怀化陆港通网络科技有限公司	电信	8840
光子算数（北京）科技有限责任公司人工智能算力服务项目	光子算数（北京）科技有限责任公司	移动	8805
迈睿跃科技有限公司云算力资源池建设服务项目成交公告	深圳市迈睿跃科技有限公司	移动	8436
算力云产品服务采购项目成交公告	佛山市网信国安信息技术有限公司	联通	8424
华夏云智算物联网及平台一体化支撑项目	华夏云智算（北京）科技有限公司	移动	7920
许昌市中原人工智能计算中心（二期）	许昌市鲲鹏人工智能计算有限公司	移动	7125
关于智算中心 AI 智算系统及智算管理平台项目	温州市工睿实业有限公司	移动	6988
浦江数链基础架构优化项目算力资源项目	上海浦江数链数字科技有限公司	联通	5592

数据来源：公开信息监测，赛立信通信研究部整理

三、总结分析 ◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇◇

经过对 2023 年至 2024 年上半年智能计算市场的综合分析，可以清晰看到，中国在这一领域实现了显著增长，中标金额和项目数量均大幅上升。中国移动、中国联通和中国电信各凭其核心优势，在不同的智算细分市场中取得了显著成绩。其中，中国移动在高性能智算和智算中心建设领域占据领导地位，中国联通在园区算力服务领域表现突出，而中国电信则在云计算领域展示了强大的市场控制力。行业算力服务需求持续增强，尤其是在数字科技与软件开发等行业。这些数据不仅揭示了智能计算技术在各行业中的应用趋势，也反映了市场对先进计算技术的迫切需求和未来发展潜力。

运营商探索视联网发展潜力

赛立信通信研究部 | Yan

2024年上半年，中国移动与中国电信两大通信运营商相继发布了重量级白皮书——《中国移动视联网白皮书》与《视联网云化技术白皮书（2024）》，此举不仅彰显了运营商对视联网领域的高度重视和战略部署，更预示着视联网技术将在数字化转型过程中不断迭代，展现出其不可估量的发展空间。

何为视联网？中国移动发布的白皮书中给出了明确的定义，从狭义来说，视联网主要指视频监控联网系统，即由网络+终端（主要是摄像头等）所形成的可实现互联互通、信息共享的系统。而广义上的视联网，是以视频通信技术为核心，融合 IoT、云计算、通信及 AI 大数据技术，为视频监控、会议、对讲等泛视频业务提供全链路视频处理能力的信息服务基础设施。

目前，为了满足社会各种需求，视联网已被应用在多个行业与场景中。

从安防需求看，两大广为人知的场景分别是“雪亮工程”与“平安校园”。前者为政府主导的项目，主要是通过视频监控终端实现对城市全域的智能化监控、高效管理以及综合治理。后者，则是聚焦于校园的监控体系，不仅涵盖学生安全、校园防盗等核心领域，还延伸至访客管理、车辆调度等多个维度，显著提升了校园的整体安全防范与应急响应能力。

从安全需求看，如国家政策力推的“明厨亮灶”工程——即通过视频监控保障食品安全，主打从食材源头采购至加工制作，最后形成成品的全过程可视化追溯系统，确保食品安全的每一步都透明可控，有效保障消费者权益。此外，企业管理者也可通过该系统对操作人员实行实时监控，规范操作人员行为举止，有效填补食品安全生产流程中的潜在漏洞。

从民生需求看，如被新闻多次报道的远程医疗，就是利用视频技术实现医生和患者间的相互交流，使医生能够跨越地域限制，实时获取患者的生命体征与治疗进展，从而实施更为精准、及时的远程诊疗。这一模式的广泛应用，不仅深化了医疗服务的可及性，还进一步延伸至整个医疗体系的多个层面，如满足医院的安防监控需求、医疗物品管理需求、患者的身体状况反馈需求等，全方位提升医疗行业的数字化水平。

视联网凭借其高清、实时、交互等特性，正在深刻改变着人们的生活方式和社会治理模式。随着5G、AI等技术的不断成熟，视联网的应用场景日益丰富，并在多个领域展现出了巨大的潜力和价值。

对于通信运营商而言，视联网的崛起意味着新的业务增长点和市场空间，但运营商在视联网布局中仍存在不少挑战。

其一为技术难题。随着通信技术的飞速跃进，用户对于视联网的发展抱有更高的期望，从最初的“视觉可达”逐渐转变为“清晰呈现”，进而追求沉浸式感官体验，并展望未来的可交互性与智能化应用。这些需求都反映出，视联网应用场景的持续拓宽对技术标准提出了更高的要求。同时，基础的保障如低时延、高可靠的视频传输也不容落下，这些问题都需要运营商不断探索与突破技术边界。

其二为数据安全。视频传输过程中，涉及多样化的终端设备及众多视频接受者，数据的安全性及隐私性已成为社会各界的关注重点。作为行业内国企，展现责任担当，引领并推动视联网行业构建一套统一且细化的业务安全分类分级体系，进而提升从源头到终端的全链条业务安全防护能力，是运营商义不容辞的关键任务。

其三为运维成本。为了保障视联网系统的正常运行，硬件设施的维护更新、软件系统的升级迭代、人力资源的合理配置以及网络带宽的持续保障等多个维度都需运营商投入相当的精力和费用。此外，运维成本的高低还会受到系统规模大小、复杂程度、运维团队的规模和专业等的影响。如何在保证运维效率的同时，有效控制成本，是运营商亟需考虑的难题。

其四为市场竞争。视联网行业具有较高的技术壁垒和市场集中度，主要竞争对手包括华为、中兴等大型企业，这些企业在技术研发和创新能力方面占据领先地位，同时也加剧了市场的竞争态势。运营商需采取更加积极主动的策略，不仅在技术创新上持续深耕，以技术突破为驱动力，还需在差异化服务上下足功夫，打造独特的服务体验和竞争优势。



运营商如何直面以上挑战，加入到视联网发展的竞争中，笔者有几点浅显的看法：



1、加强基础设施建设：鉴于视联网对网络带宽和传输速度有较高要求，运营商应坚定不移推动网络基础设施的迭代升级，以支撑技术前沿发展需求。同时，应重视偏远地区和农村地区的网络优化及拓展，确保视联网广泛覆盖、深入普及，惠及更广泛的用户群体。



2、加速前沿技术融合：运营商在云计算和大数据领域的技术积累为视联网的发展提供了有力支持。通过构建强大的云平台，运营商可以为用户提供云端存储、智能分析等服务，帮助用户更好地利用视联网产生的海量数据。同时，运营商还可以利用大数据技术对视频数据进行深度挖掘和分析，为用户提供更加个性化的服务和解决方案。



3、强化安全保障：运营商需构建全方位的安全防护体系，涵盖数据加密、访问控制、入侵检测等关键环节，确保视频数据的隐密性、完整性和可用性。同时，加强安全审计与监控，及时发现并应对潜在威胁。此外，还需建立应急响应机制，提升对安全事件的快速响应和处置能力，为视联网的稳健运行提供坚实保障。



4、推动产业成熟发展：积极构建与设备制造商、内容提供商等产业链上下游企业的深度协作机制，携手并进，共同推动视联网产业链的全面发展与壮大。此外，运营商亦需加大在视联网技术、产品和服务方面的研发投入，以技术创新为引领，驱动产业升级，为产业的持续繁荣注入强劲动力。



视联网作为信息技术新蓝海，吸引通信运营商积极布局。运营商深度参与视联网的建设和运营，不仅可以拓展新的业务领域和市场空间，更驱动了自身业务的转型升级和智能化发展。展望未来，运营商或可引领视联网迈向全新高度。



智慧城市再升级，运营商以智赋城之路

赛立信通信研究部 | LIN

◎ 一、政策背景

智慧城市是数字中国建设的核心载体和重要内容，国家政府在政策上也给予了大力支持。2024年5月，国家发展改革委、国家数据局、财政部、自然资源部印发的《关于深化智慧城市发展 推进城市全域数字化转型的指导意见》提出，到2027年，全国城市全域数字化转型取得明显成效，形成一批横向打通、纵向贯通、各具特色的宜居、韧性、智慧城市，有力支撑数字中国建设。

◎ 二、国内运营商智慧城市项目中标情况

1. 公开市场整体中标情况

根据公开信息监测，梳理2024年上半年智慧城市公开市场中标数量1700余条（运营商约占44%），累计中标金额超110亿元（运营商约占39%），项目数量较去年同期下降8%，项目金额较去年同期下降24%。

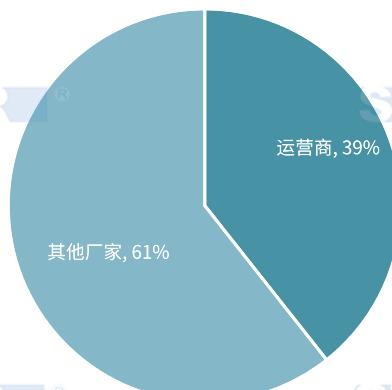


图1 2024年上半年智慧城市中标金额份额情况

数据来源：赛立信通信研究部根据公开渠道信息整理

2. 细分领域中标金额份额情况

从中标单位分类来看，2024年上半年运营商在城市客厅、智慧小镇、基础设施、智慧社区、数字治理、智慧楼宇、智慧园区领域表现出色，其中城市客厅、智慧小镇领域优势明显，两项占比均超80%。

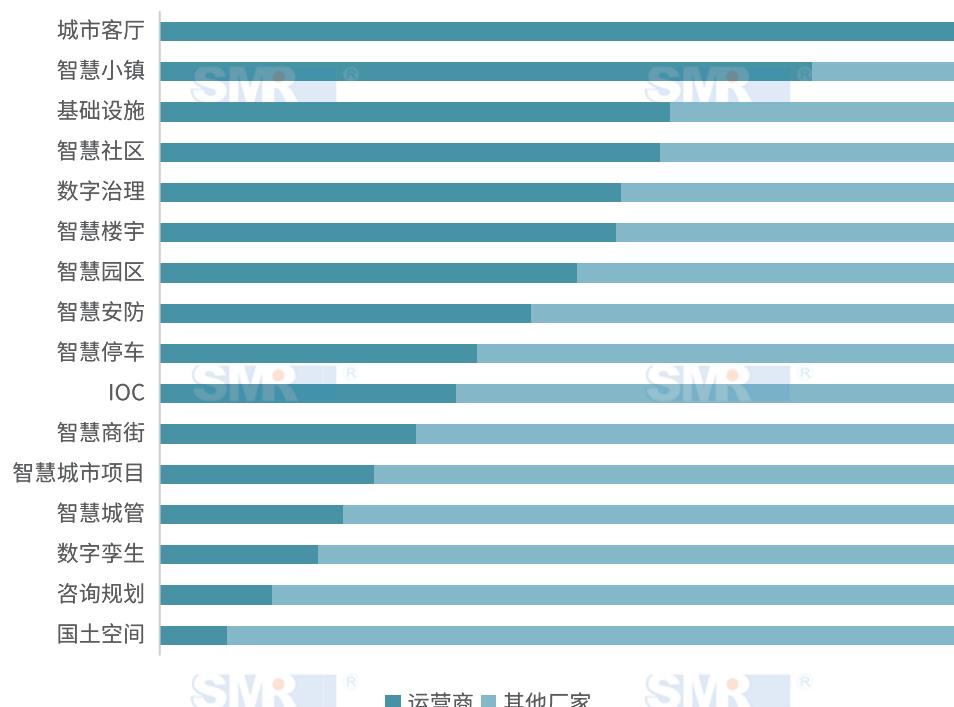


图2 智慧城市信息化项目中标金额占比情况
数据来源：赛立信通信研究部根据公开渠道信息整理

从运营商中标情况来看，移动在智慧停车、智慧商街、智慧楼宇、数字孪生、智慧城市项目（智慧城市、公共服务平台、数据智脑、城市大脑等项目）、智慧城管领域有领先优势。电信在咨询规划（以“咨询 - 设计 - 交付一体化”服务模式为主的项目）、智慧小镇、国土空间、智慧安防领域竞争有力。联通在城市客厅领域独占鳌头。

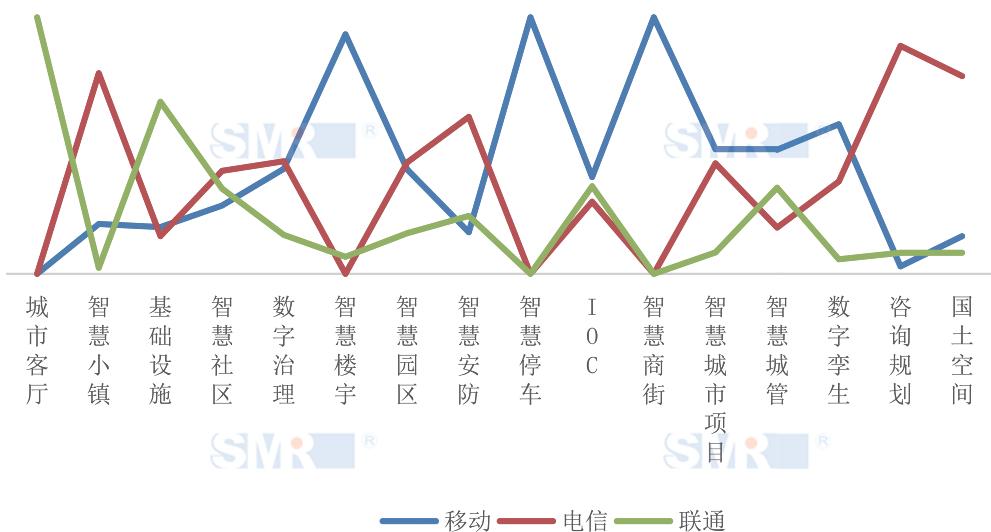


图3 运营商中标金额细分领域份额情况

数据来源：赛立信通信研究部根据公开渠道信息整理

此外，根据 IDC 发布的《中国智慧城市市场预测，2023-2027》报告显示，到 2027 年中国智慧城市 ICT 市场投资规模将超过 1.18 万亿元，2023 年至 2027 年的年均复合增长率为 8.0%。这表明智慧城市相关技术和解决方案的需求将持续增加，推动市场的稳步扩展。

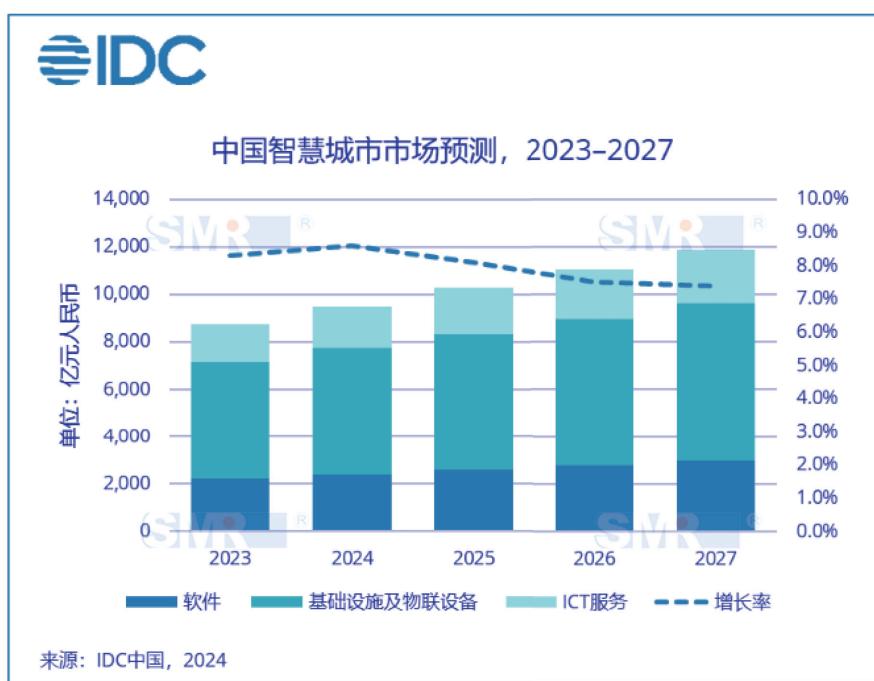


图4 中国智慧城市市场预测, 2023-2027

数据来源：IDC 官网

◎ 三、国内运营商智慧城市行业的布局

近年来，中国移动、中国电信和中国联通作为国内通信行业的领军企业，积极响应国家政策，加大在智慧城市领域的投入，并在各自的部署上各有侧重。

1. 中国移动

在智慧城市领域，中国移动以移动云为基础，以 OneCity 平台为核心，打造“网 + 云 +OneCity+ 行业应用”能力体系，聚焦城市治理、民生服务、产业经济、生态宜居四大领域，服务各地城市数字化进程。

在生态合作方面，中国移动以自研 + 合作的形式聚合生态资源，致力于为客户提供顶层设计咨询、安全能力、运维运营等一站式的解决方案。据了解，中国移动在全国已落地智慧城市项目超 500 个，OneCity 能力实现 31 省覆盖，上层搭载 OneCity 应用商店，支持合作伙伴 70 余款应用，上架 25 款应用，具备复杂场景的一站式集成交付能力，实现了城市治理通用信息化能力共建共享。



图 5 中国移动智慧城市解决方案架构

来源：移动云官网

2. 中国电信

中国电信作为智慧城市的先行试验者和探索者，坚持在科学架构的指导下，遵循“自顶向下”规划和“自下而上”建设理念部署智慧城市建设，并提出依托“1+3+3+1”的标准范式打造新型智慧城市，旨在通过中国电信物联网大感知平台以及数据、业务、技术三大中枢，为智慧城市夯实基础，持续赋能智慧城市建设。

(1) 一基础：中国电信物联网大感知平台作为“1+3+3+1”的基础设施层，基于“云网边端”一体化策略，为客户提供广泛的物联网终端接入、连接管理和应用智能服务。

(2) 三中枢：中国电信将“数据中枢、业务中枢和技术中枢”作为智慧城市建设框架的核心支撑体系，赋能智慧城管、应急指挥等业务。

(3) 三应用：中国电信高度聚焦城市治理、民生服务及产业经济发展三大类应用场景建设。

(4) 一中心：中国电信打造的运营指挥中心通过整合各类数据和信息，提供态势感知、监测预警、决策支持、应急指挥、联动协调、共建共治等核心功能。



图 6 中国电信智慧城市整体架构
来源：《中国电信：新型智慧城市白皮书 2.0》

3、中国联通

在智慧城市布局中，中国联通立足“大联接”“大计算”“大数据”“大应用”“大安全”五大主业，构建了智慧城市3.0能力体系。

在整体能力体系侧，中国联通构建新型智慧城市3.0能力体系，即以云网融合为底座，充分发挥端网云一体化优势。以数据智脑为引擎，重点打造了数字孪生城市CIM平台及“5G+北斗”时空服务体系。以“自主创新+生态聚合”发展模式为主，打造涵盖优政、惠民、兴业、宜居的应用体系，因地制宜提供特色化应用。此外，中国联通从城市全局出发，向政企客户、行业客户等提供整合顶层规划、全链服务和安全护盾等运营商专业能力。



图7 中国联通新型智慧城市产品能力体系
来源：《中国联通智慧城市白皮书3.0版》

在产品能力体系侧，中国联通以“大联接、大计算、大数据、大安全”能力为基础，聚焦于“大应用”，为客户提供从数据智脑引擎、城市应用中枢，直至城市各类行业应用，触达用户端。



图 8 中国联通新型智慧城市 3.0 能力体系

来源：《中国联通智慧城市白皮书 3.0 版》

◎ 四、运营商未来发力点

在新一代信息技术的推动下，新型智慧城市的建设持续演进与升级。除了传统的电信运营商，越来越多的跨界玩家，如互联网公司、金融机构及房地产企业，正积极探寻适合自身发展的智慧城市战略与模型。同时，县域、新兴城区、产业园区以及居民社区等细分领域正成为推动新一波增长的前沿阵地。关于未来运营商如何助力新型智慧城市发展，可参考以下几点：

1、紧抓“数绿协同”新机遇，推动低碳智慧城市转型

随着“双碳”战略的深入实施，低碳智慧城市建设已是大势所趋，产业发展空间广阔。运营商需紧抓“数绿协同”发展机遇，加速构建绿色能源基础设施，将“数字底座”升级为“绿色数字底座”，提供低碳高效的服务和解决方案，支持城市的可持续发展，推动城市的智能化和低碳化转型。



2、结合城市特色提供差异化服务

紧跟城市发展需求，探索具体民生问题，将新兴技术与垂直行业的实际需求进行融合适配。通过持续完善智慧城市的应用场景，构建一个全方位、多层次的顶层设计体系，以促进城市治理效能的全面提升，并为市民创造更为便捷、舒适且智能化的现代生活体验。

3、突出核心优势，加强数据融合与共享

利用自身的网络和数据优势，构建安全可靠且易于扩展的数据平台，提供数据采集、融合、治理和共享服务，推动城市重点场景业务数据“按需共享、应享尽享”，提升数字资源开发利用水平。

4、强化跨界合作，构建开放生态

新型智慧城市建设需要多方协作，运营商应积极与 ICT 厂商、设备供应商、服务提供商等厂商建立战略合作关系，通过整合各方优势资源，共同构建从基础设施建设到最终用户服务的完整生态链。

5、隐私计算与风险评估共筑数据安全防线

安全性和隐私保护是智慧城市建设中极为重要的方面，运营商应积极采用隐私计算技术来构建更安全的数据处理和共享环境，为城市数据的全生命周期提供安全保障。此外，定期进行风险评估，也是保障数据安全的重要措施。

智慧城市建设应遵行“以人为本”原则，运营商应综合运用自身的技术优势和资源优势，同时紧密结合国家政策和社会需求，不断创新和完善其智慧城市发展战略，打造差异化竞争优势，推动智慧城市产业发展壮大。

如何助力构建居民互联网征信

赛立信通信研究部 | 追赶太阳

信用价值近年来备受关注，因此孕育出不同类型的信用评估模型。尤其在移动互联网井喷式发展的这些年头，三大运营商掌握着海量的居民消费数据，基于对这些数据进行解构、还原和分析，而产生的信用评估模型，对构建居民健全的征信体系，起到了一定的促进和补充作用，也履行了运营商作为国有企业应尽的社会责任，让互联网不会成为法外之地。

互联网征信的发展始末

2013年，国务院颁发《征信业管理条例》。

2015年，央行尝试放开个人征信市场，要求芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司等八家机构做好个人征信业务的准备工作。芝麻分、腾讯信用分等信用评分产品也在此背景下诞生。

2018年，我国发布的首张个人征信业务牌照也极具互联网笔墨，由当时的中国互联网金融协会联合芝麻信用管理有限公司、腾讯征信有限公司、深圳前海征信中心股份有限公司、考拉征信服务有限公司、鹏元征信有限公司、中诚信征信有限公司、中智诚征信有限公司、北京华道征信有限公司等8家机构共同发起组建的“百行征信有限公司”获得。两年后，百行征信完成了企业征信业务经营备案，成为国内拥有个人征信和企业征信双业务资质的市场化征信机构。

2021年，中国人民银行颁发《征信业务管理办法》，将信贷数据以外的其他数据纳入监管，进一步推动了互联网征信业务的发展，时至今天，中国金融信用信息基础数据库已经收录了至少11.6亿个人和1.3亿企业信息。10年间互联网征信在我国经历了从0—1—N的历史演变，而作为互联网链接的渠道和社会运转的根基，运营商以其得天独厚的数据和渠道优势为互联网征信发展保驾护航。

—● 中国联通

2014 年，国务院国资委批复同意联通集团与招商银行进行股权合作。

2015 年，中国联通与招商银行共同组建持牌金融消费公司——招联消费金融有限公司。

2017 年，中国联通依托其大数据平台，综合评估用户的在网时长、使用情况、按时履约和及时缴费等行为，推出了信用评分体系“联通沃信分”。该体系通过用户的信用表现，赋予更高的分值，从而让用户享受到包括信用骑行、信用评估、分期购机优惠、贷款服务和消费金融服务在内的多项权益。

2018 年，成为百行征信首批接入代表机构之一，全面、准确、及时地报送征信信息。

2019 年，旗下大数据公司，作为联合发起人，组建江西普惠征信有限公司，利用自身大数据资源和技术优势，为金融机构、银行、第三方支付机构及第三方个人征信机构等提供高效、准确的身份核实和信用评估服务。中国联通在大数据和互联网征信领域的深入探索和实践，为其在该领域的发展奠定了牢固的基础。

此外，中国联通打造了信用信息公共服务平台，助力城市打造立体的信用管理与服务平台，充分运用云计算、大数据、虚拟影像等技术，整合城市全域的政务和互联网信用数据资源，为区域政府信用监管提供抓手，为企业、个人的信用查询提供窗口，为征信机构获取信用数据开辟通道，为城市信用体系建设奠定基础。

—● 中国电信

与联通、移动相比，电信算是最早布局征信业务的运营商。早在 2014 年，电信就成立了中国首家运营商旗下的征信机构——天翼征信（上海）有限公司，并设定了在未来五年内跻身行业前三的目标。

2015 年 3 月，通过整合中国电信集团的通信数据、支付数据及第三方数据，从历史信用、账户等级、还款能力、通信消费水平以及互联网行为偏好、社交关系等维度，开始内测个人信用评分产品——“橙信分”，用于评估个人用户的信用状况，分值越高代表信用越好，违约可能性越低。

通信话题 / Topics

2017 年作为运营商首家合法独立的信用评估及信用管理机构推出个人信用分产品——甜橙分，通过充分整合通信数据、支付数据、合作方数据及公开数据，运用大数据分析及建模技术，从多个维度全面刻画客户的还款能力及还款意愿，最终得到量化评分。在金融方面，天翼征信公司也基于甜橙分推出了小额借款产品；生活服务方面，用户可以根据甜橙分享受免押金、先试后买等便利服务；电信业务方面，甜橙分还被应用到了“零元购机、话费透支”。

2020 年，作为长三角征信机构联盟之一，天翼征信基于自主研发技术提出以“区块链 + 隐私计算”为双引擎的创新技术模式，解决数据流通中兼顾“可用性”与“隐私性”的难题，为数据孤岛间价值流通搭建合规桥梁，助力长三角征信一体化建设。

— ● 中国移动

2015 年，为了将大数据技术应用于征信领域并实现大数据资源的价值转化与变现，中国移动开始进行征信合资公司的筹备工作。

2016 年，与招商局联手成立试金石信用服务有限公司，依托两者海量的数据体系，深耕于大数据征信行业，打造普惠金融风控工具，正式开始布局征信业务。

2017 年，作为中国移动通信联合会成员之一，与北京盘石信用管理有限公司共同发起成立了中国首个移动互联网安全信用认证中心，凭借自身大数据平台的优势，旨在推动中国移动互联网征信事业的可持续发展。

在信用体系评分方面，中国移动基于对移动全网应用数据，融合约 80 个标签，对用户进行整体信用评分。这一评分系统不仅在金融风控、免押生活、联合建模场景方面得出全方位精准模型分析，还有效识别了用户的潜在风险标签和历史风险标签。目前已与 27 个省的 90 多家金融机构合作，其周边金融风控产品连年创收千万。

运营商构建居民互联网征信中的喜忧参半

事物的发展本质上是矛盾的，而这种矛盾的同一性正是推动事物发展的动力。同样，在构建互联网征信的过程中，运营商也面临着喜忧参半的局面。

喜：庞大的数据样本：运营商庞大的用户群和全面的通信数据，涵盖了用户的通信行为、位置信息、消费习惯等多个方面，这种多维度的数据来源，为征信提供了庞大的数据库，有助于更全面地评估用户的信用状况。

数据真实性高：得益于电话号码实名制的普及，用户数据的真实性得到了有效保障，提高了征信结果的可信度。

数据安全性有保障：在对个人信息安全尤为重视的今天，运营商作为央企，具备丰富的数据管理经验和数据保密机制。有助于保障用户信息安全，降低信息泄露和滥用的风险。

促进金融创新：在运营商进军征信业务的初始阶段，都有银行机构的参与，促使运营商的征信数据可以与金融机构的风控能力相结合，推动金融产品的创新。通过对运营商大数据进行分析和挖掘，可以更加精准地识别潜在的风险点，提高金融服务的效率和安全性，减少坏账的可能性。

推动社会信用体系建设：通过将通信数据纳入征信体系，我们可以使用户的信用评估机制维度更丰富一些，从而提高社会整体的信用水平。

忧：数据隐私和权益保护问题：在用户数据采集和使用的过程中，如何保障用户的隐私和权益是大数据变现的核心之一。如果处理不当，可能会引发用户对数据安全的担忧和不满，行业公信力也随之受影响。

数据标准和规范不统一：目前互联网征信行业在数据标准和规范方面还存在一定的不统一性。运营商在参与征信业务时，需要与其他征信机构进行数据交换和共享。但如果缺乏统一的标准和规范，可能会导致数据混乱和难以整合。

技术挑战和投入成本：互联网征信业务涉及大数据处理、服务器、边缘计算等，对运营商的算力有一定的要求。在机房和服务器的建设投入方面，会面临一定的沉没成本风险。

我国信用体系的萌芽可以追溯到周朝时期，人们借钱时会使用契约，将内容刻写在竹简上，以作为诚信的见证信物。时移世易，尽管人们的活动轨迹从“线下”逐渐迁移到“线上”，但是对信用的敬畏还是一如既往的淳朴，那片代表诚信的“竹简”，依然是大多数居民的底色之一。在大数据和移动互联网盛行的今天，运营商掌握海量用户数据和消费行为习惯数据，宛如《资本论》中著名的那个“100%，甚至300%的利润”。希望在社会各界的监督和监管下，运营商永葆那份纯粹与责任，从助力构建多元的征信体系出发，打造居民互联网征信。

三大运营商数据总结

◎ 中国电信 6 月 5G 套餐用户数净增 237 万户

中国电信 2024 年 6 月移动用户数净增 147 万户，移动用户数累计 4.1685 亿户。其中，5G 套餐用户净增 237 万户，5G 套餐用户数累计 3.3663 亿户。有线宽带业务方面，当月中国电信有线宽带用户数净增 51 万户，有线宽带累计用户数 1.9335 亿户。固定电话业务方面，当月中国电信固定电话用户数减少 26 万户，固定电话累计用户数 9916 万户。

单位：万户	5月	6月
移动用户总数	38115	41685
5G 套餐用户数	22447	33663
当月净增用户数	83	147
5G 套餐用户净增数	704	237
有线宽带用户总数	17472	19335
当月净增用户数	83	51

◎ 中国联通 6 月 5G 套餐用户新增 237.5 万户

截至 2024 年 6 月，中国联通“大联接”用户累计达到 10.65692 亿户，其中 5G 套餐用户新增 237.5 万户，累计达到 2.7615 亿户；物联网终端连接数当月新增 1154.9 万户，累计达到 5.62383 亿户。创新应用方面，截至 2024 年 6 月，中国联通 5G 行业虚拟专网服务客户数达到 12016 个。

	5月	6月
一、“泛在智联”（单位：万户）		
“大联接”用户累计到达数	105273.3	106569.2
5G 套餐用户累计到达数	27377.5	27615.0
物联网终端连接累计到达数	55083.4	56238.3
二、“创新应用”（单位：个）		
5G 行业虚拟专网服务客户数	11123	12016

◎ 中国移动 6 月 5G 网络用户数净增 1166 万户

2024 年 6 月份，中国移动用户总数达到 10.00256 亿户，当月净增客户数 181.6 万户；5G 网络用户数达 5.14218 亿户。有线宽带客户总数达到 3.09172 亿户，当月净增有线宽带客户数 165.1 万户。

单位：万户	5月	6月
移动客户总数	99844.0	100025.6
本月净增移动客户数	107.8	181.6
5G 网络用户数	50255.8	51421.8
有线宽带客户总数	30752.1	30917.2
本月净增有线宽带客户数	111.8	165.1

注：为更好反映公司 5G 发展情况，公司将月度披露的 5G 套餐客户数换为 5G 网络客户数。5G 网络客户数为当月使用过 5G 网络的移动客户数量。

宽带业务 标杆研究

助您深入了解优秀运营商宽带运营经验; 提供对标基础, 优化自身流程;

—全方位提升宽带业务竞争力, 提供比对手更好的宽带服务—



Communications Competition

SMR® 赛立信资讯服务有限公司

Selection Business Credit Service Co.,Ltd.

▲ 广州公司：

地址：广州市天河区体育东路116号财富广场东塔18楼
电话：(020) 22263635 22263200
传真：(020) 22263218
邮箱：selection@smr.com.cn

▲ 北京公司

地址：北京市海淀区苏州街1号7层7115号
邮编：100080
电话：13620414391
邮箱：smrbj@smr.com.cn

▲ 上海公司

地址：上海市徐汇区中山西路2020号华宜大厦一号楼1102室
邮编：200030
电话：13710028134
邮箱：zhouli@smr.com.cn