

192 放号迎两年节点 中国广电 5G 用户超 2300 万

本报记者 谭论 北京报道

192 号段商用将满两周年之际,中国广电的 5G 业务来到新的节点。

5 月 8 日,国家广播电视总局正式公布了 2023 年全国广播电视行业统计公报。公报显示,中国广电 5G 用户数量已超过 2300 万。去年 10 月,中国广电方面曾透露,中国广电 5G 用户正式突破 2000 万,固移融合用户达到了 870 万户。

具体部署上,中国广播电视网络集团有限公司党委书记、董事长宋起柱日前表示,目前中国广电的 5G 网络已实现国内乡镇以上全覆盖、农村热点区域重点覆盖。基站方面,中国广电则与中国移动一起建成 700MHz 5G

基站超 60 万站,共享 4G/5G 基站超 400 万座。

至此,中国广电在正式铺开移动业务近两年后,5G 用户达到其计划数量的一半。2022 年 6 月 27 日,中国广电正式宣布其 192 号段即将正式向公众放号,而根据期间官宣的计划,中国广电将用 3 年时间发展包括固移融合用户在内的 5000 万移动网络用户。

“从用户数量的开拓看,中国广电 5G 的商用进展还是符合预期的。”广电产业分析师吴纯勇向《中国经营报》记者表示,虽然拿到 5G 牌照的时间相同,但考虑到中国广电进入移动业务比三大运营商整整晚了三年,同时在三大运营商将 5G 用户市场充分开发的情况下竞争,中国广电交出的成绩单总体合格。

用户规模尚存差距

记者从四家运营商的线上营业厅看到,价格是当前中国广电最主要的市场优势之一。

在 5G 移动用户数量指标上,中国广电显然与三大运营商不在一个量级。最新公开财报显示,截至 2024 年一季度末,三大运营商 5G 套餐用户数合计达到 15.94 亿户。其中,中国移动 5G 套餐客户数 7.99 亿户,中国电信 5G 套餐用户数 3.29 亿户,中国联通 5G 套餐用户 2.69 亿户。

因此,刚过 2000 万用户体量的中国广电尚不及中国联通的十分之一。但在业内人士看来,作为新晋 5G 运营商,这一横向差距并无太大悬念,更多在于纵向上,中国广电能否实现自身定下的市场目标。

“虽然 2022 年年中就官宣放号,但各地广电实际投放 192 号段的时间其实接近 2022 年年末,这个时间点上,三大运营商的 5G 市场已经布局了三年半。”吴纯勇表示,考虑到这一时间点,加上电信业务运营经验的不足,中国广电的“落后”

并不意外。

Omdia 电信战略高级首席分析师杨光指出,从财报数据上看,目前三大运营商的 5G 渗透率其实接近 80%,这意味着 5G 市场的开拓空间已经很小,而且 5G 已经算是存量市场的竞争。在这种背景下,中国广电的突围会比较艰难。

记者从四家运营商的线上营业厅看到,价格是当前中国广电最主要的市场优势之一。其中,中国移动 5G 月套餐最低至 78 元/月;中国电信 5G 月套餐价格最低为 129 元/月;中国联通 5G 月套餐最低 99 元/月;中国广电 5G 月套餐则最低为 53 元/月。

吴纯勇进一步指出,中国广电设下的 5000 万移动用户目标并不只有 5G 移动用户,也包括固移融合在内的用户。而截至目前,这一数据已超过 3000 万,在未来一年内,如果固移融合业务进展顺利,中国广电也会距离定下的目标更近一步。

寻求差异化突围

在不久前结束的中国国际广播电视信息网络展览会上,中国广电副总经理曾庆军透露,5G NR 广播即将进入部署及商用阶段。

伴随 5G 网络建设渐臻完善,5G 商用正进入下半场。吴纯勇表示,用户量已不再是衡量 5G 商用是否成功的唯一维度,在 5G 应用领域探索出多元化和差异化的增量业务,已成为运营商比拼的重要能力。

宋起柱也在日前的发言中明确了这一战略。他表示,下一阶段,中国广电将充分发挥广电 5G 差异化优势,打造特色融合业务。在 5G NR 广播方面,衍生广播新业态,让广播电视进手机,积极推动从传统音视频向物联网、车联网服务转变。

5G NR 广播业务,是一种通过 5G 网络在手机、平板电脑等终端移动直接收看广播电视的应用业务,在形式上类似此前中国广电在北京奥运期间推出过的 CMMB(中国移动多媒体广播电视)业务。如果用户终端具备 5G NR 广播功能,就可以在不使用 SIM 卡的情况下,直接通过基站作为“中转站”,接收到视听信号,实现观看。

记者从中国广电方面了解到,中国广电目前已经推出了手机广播功能——“ready”,并已在

黄金频段潜力待掘

通过与中国移动签署“共建共享”合作协议,中国广电也构建起了全球规模最大的 700MHz 网络。

在发展创新业务的同时,中国广电手握的另一优势资源——700MHz 频段也在逐渐释放竞争力。如何最大化其红利,成为未来中国广电在 5G 运营阶段的重要看点。

由于具备穿透力强、信号覆盖广、适合大范围网络覆盖,组网成本低等特性,700MHz 频段历来都被国际公认为作为通信的黄金频段。而通过与中国移动签署“共建共享”合作协议,中国广电也构建起了全球规模最大的 700MHz 网络。



中国广电在正式铺开移动业务近两年后,5G 用户达到其计划数量的一半。

视觉中国/图

北京、上海、南京等多地基于广播电视发射塔开展了 5G NR 广播的测试验证。同时,联合中国移动在现网基站上实现了 5G NR 广播升级,开启了“广播运营商”模式。

而在不久前结束的中国国际广播电视信息网络展览会上,中国广电副总经理曾庆军透露,5G NR 广播即将进入部署及商用阶段,按照商用计划,将优先

在地铁、体育场馆、高速沿线等区域启动试点示范,预期年内将陆续发布最新终端,支持 5G NR 广播。

对此,杨光表示,中国广电在传统业务上很难超越三大运营商,所以谋求差异化创新是必须的手段之一。虽然 5G NR 广播的效果可以直接通过现有网络呈现,但如果用户能够免流量观看高带宽的高清数字视频,那显然

将会对用户产生吸引力。

不过,电信分析师付亮此前向记者表示,单纯的业务层面创新对于中国广电而言并不够,如果要在市场化层面与三大运营商竞争,机制体制的创新改革是必须的,就像中国联通混改一样。“中国广电还是比较传统化的央企,如果不在机制层面改变,是很难跟充分市场化的三大运营商竞争的。”付亮指出。

作为覆盖层,3.3GHz—3.4GHz 作为室分层以及其他频段开展 5G 混合组网,将是中国广电的未来模式。

据悉,中国广电目前已推动了 929 款入网终端支持 700MHz 频段,同时推动了首批“超级 n28”增强型 700MHz 频段终端的上市。同时,中国广电已牵头制定了 3GPP 的 700MHz 标准,提出全球首个 5G 低频大带宽技术方案,推进载波聚合、超级上行等技术在 700MHz 网络上的适配部署,并联合中国移动,加速推进支持 700MHz 的 5G 终端上市。

“终端层面的普及是一个基础。”吴纯勇表示,包括 5G NR 广播这些创新应用,都是依靠 700MHz 频段来推动的,因此,产业链上下游的跟进才是关键,这也将是决定 700MHz 段能否最大化价值的关键。

宋起柱透露,下一步,中国广电将推进 700MHz 芯片、终端、网络生态成熟。尤其是在行业数字化转型领域,发挥新型广电网络多渠道传输网络资源及 700MHz 特性优势,助力工业数字化、智能化、绿色化的转型升级。

惠普加入 AI PC 大战 能否挽救业绩待观察

本报记者 李静 北京报道

2024 年可谓是 AI PC 的元年,联想、戴尔、华硕等传统 PC 厂商纷纷推出众多 AI PC 产品抢占 PC 市场,5 月 9 日,老牌 PC 厂商惠普也推出了多款 AI PC,加入了抢夺 AI PC 市场的大战中。

“AI 将使 PC 使用者的使用体验进一步优化,同时也能提升使用者的生产力,减少处理问题的时间,接下来 AI 将会逐渐成为 PC 产品的标准配置。”Canalys 高级分析师叶茂盛在接受《中国经营报》记者采访时说道。

然而,从整体 PC 市场的大环境来看,颓势非常明显。咨询机构 IDC 的报告显示,截至 2023 年第四季度,全球 PC 出货量已经连续第八个季度同比收缩。市场研究机构 Canalys 发布的数据也显示,2023 年中国内地 PC(不含平板电脑)市场出货量为 4120 万台,同比下降了 17%。具体到惠普来看,2023 年,惠普在中国市场的 PC 出货量为 430.0 万台,同比增长率是-2%。从营收上来看,2023 财年,惠普的净营收为 537 亿美元,与 2022 财年的 629 亿美元相比下降 14.6%。

在这波 AI PC 的浪潮中,包括惠普在内的 PC 厂商能借助 AI PC 以及 AI 战略挽救业绩吗?

推出多款 AI PC

2023 年以来,大模型、生成式 AI 等技术席卷全球,人工智能正在以强大的影响力,引领着科技革命和产业变革的浪潮,它正以前所未有的速度推动着所有的创新与应用,而且渗透到各行各业,为社会发展注入了强大的驱动力。根据市场预测,从 2023 年到 2030 年,全球人工智能的产业将实现飞速增长,预计到 2030 年市场规模将突破 10 万亿元。

PC 是人们生活和工作中的重要终端,AI 浪潮已经席卷到 PC 领域,也给 PC 带来了新的机遇。

2024 年,联想、戴尔、华硕、惠普等 PC 厂商纷纷推出了众多 AI PC 产品抢占 PC 市场。惠普此番推出的多款 AI PC 主要面向商务端,包括面向大型企业用户的

PC 厂商走出低谷?

各大 PC 厂商在 2024 年加入 AI PC 大战,除了 AI 潮流的大趋势,更与传统 PC 市场下滑有关。

IDC 数据显示,2023 年第四季度全球传统 PC 出货量略超预期,出货量近 6710 万台,较上年下降 2.7%。全球前 5 大 PC 厂商中,联想、惠普、戴尔、苹果、华硕,市场占有率分别为 24.0%、20.8%、14.80%、8.5%、6.3%。其中,联想、惠普出货量分别同比增长 3.9%、5.4%。戴尔、苹果、华硕的出货量则分别下滑 8.2%、18.4%、11.9%。还需要看到的是,到 2023 年第四季度,PC 出货量已连续第八个季度同比收缩。

从年度数据来看,Canalys 的报告显示,2023 年中国内地 PC(不含平板电脑)市场出货量为 4120 万台,同比下降了 17%。

EliteBook 系列高端 AI 商务本,面向中小企业用户的全新战系列 AI 商务本。在个人应用层面,惠普推出了随身电脑专家 AI 小惠。另外,还推出面向算力用户的 ZBook 移动工作站与全新 Z 系列 AI 一体机。

“年初芯片厂商放弃原有的摩尔定律(该定律描述了集成电路上晶体管数量大约每隔 18 到 24 个月翻一番的趋势)也加入到 AI 的战场,现在都在强调自己的 CPU 里面带有 NPU(神经处理单元)功能。GPU 厂商也在强调自己在终端浮点运算能力正在加强。过渡到终端厂商,手机和 PC 厂商纷纷推出自己的 AI 手机、AI PC。这场 AI 的战争已经从小模型厂商、云厂商、软件厂商扩大

到终端厂商,大家都在确保消费者能真正感受到 AI 对于每个人的普惠。”IDC 副总裁王吉平说道。惠普公司全球资深副总裁、大中华区总裁庄正松表示,AI 并不需要每一次都上云,AI PC 可以实现本地化的人工智能,让数据不再传来传去,这样数据能够更安全,也能更快速,对于企业来说还能更节省成本。

惠普公司全球高级副总裁暨全球个人信息产品事业部首席运营 Ketan Patel 在接受采访时说道,AI PC 在整个行业内的应用潜力是巨大的,个人消费者可以通过 AI PC 来提高生产效率,惠普所提供的 AI 助力解决方案在产业上有巨大的应用几率,在医疗、制造业、金融领域都有落地。

对于惠普来说,也需要通过 AI PC 这张牌去提振业绩表现。

今年迎来健康开局,台式机和笔记本电脑总出货量在 2024 年第一季度增长 3.2%,达到 5720 万台。尽管增长幅度有限,我们依然看到了 AI 为 PC 市场复苏注入了新的活力。我们认为到第二财季或第三财季,这一数字将回到 6000 万台左右。”

联想集团董事长兼 CEO 杨元庆也预计,2024 年全球的 PC 市场大概会有 5% 的同比增长。上半年受宏观经济的影响以及上一波疫情期间换机高峰用户还未到换机周期,同时 Windows 11 的换新大概会到下半年才会发生。Canalys 的报告预计 2024 年出货的 PC 中,近五分之一将具备 AI 功能。

那么,惠普能抓住这波 AI PC 的机会吗?

对于惠普来说,也需要通过 AI PC 这张牌去提振业绩表现。整个 2023 财年,惠普的净营收为 537 亿美元,与 2022 财年的 629 亿美元相比下降 14.6%。截至今年 1 月 31 日的 2024 财年第一财季业绩报告显示,受个人电脑销售持续低迷的影响,惠普公司公布的季度收入低于预期。截至 1 月 31 日的报告期内,惠普收入下降 4.4% 至 132 亿美元。惠普称消费者业务收入下降了 1%,至 27.6 亿美元,这已经是其个人电脑业务连续两年出现收入下滑;商用 PC 收入下降了 5%,至 60.5 亿美元,两项业务的表现均低于预期。打印机部门收入为 43.8 亿美元,符合预期。

“过去几年以及当下,我们都面临重重挑战。”庄正松说道,“经过过去三年的努力,全球 PC 市场



对于惠普来说,需要通过 AI PC 这张牌去提振业绩表现。

视觉中国/图

目前各家 AI PC 的产品大多是刚出现,消费者还需要一段时间才会对 AI 应用有所体会和认知。IDC 中国高级研究经理陈舒敏对记者表示,AI PC 还在发展的初期,不论从厂商的大模型落地,还是从软件端的协同;不论是端侧还是云侧,AI PC 目前都还没有进入非常成熟的阶段。

目前各家 AI PC 的产品大多是刚出现,消费者还需要一段时间才会对 AI 应用有所体会和认知。IDC 中国高级研究经理陈舒敏对记者表示,AI PC 还在发展的初期,不论从厂商的大模型落地,还是从软件端的协同;不论是端侧还是云侧,AI PC 目前都还没有进入非常成熟的阶段。