

在国际金融危机冲击下,广东省电信业务收入大幅下降。然而,今年前 5 个月,广东移动依然逆势增长——

广东移动向转型要发展

本报记者 王 政

电话用户负增长,业务总量负增长,业务收入负增长……广东省通信管理局最新统计显示,自去年 12 月以来,广东省电信业务收入已连续 5 个月出现同比负增长,电话用户数也连续 4 个月同比下降。

然而,通过“保增长、调结构、促转型”一系列有力措施的实施,今年前 5 个月,中国移动广东公司(以下简称广东移动)不仅实现了业务总量的逆势增长,而且,在三大运营商日趋白热化的竞争中,依然占据了手机新增用户 70% 以上的份额。

学会在成熟市场环境生存

“去年下半年以来,东莞移动迎来了最艰难的时刻。”刘水明作为东莞移动集团客户经理已经 3 年了。过去,大量的新增用户,让他基本上不用担心公司的业务量考核。去年下半年以来,形势突变,他负责的数百家集团客户,有倒闭的、搬迁的、裁员的。另外一批生产经营正常的企业,也开始严格控制成本,最低潮的时候,个别企业手机话务量甚至下滑了 80%。

刘水明的切身感受,从一个侧面反映了广东移动去年下半年以来面临

的严峻市场环境。

2005 年以来,得益于广东经济的高速增长,广东移动的新增客户每年都在 1000 万户以上,2007 年更是创下了年增 1500 万户的新高。然而,国际金融危机带来的外贸出口下降、大批农民工返乡、商务活动急剧减少,以及新一轮电信重组后三大运营商日渐激烈的市场竞争,让这种“拉人头”式的外延扩张型增长走到了尽头。

2008 年,广东移动新增客户数从上年的 1500 万户骤降至不到 700 万户,而按照初步估算,今年这一数字将更少,外部形势的急转直下,曾一度让企业面临着巨大的压力。不过,作为中国移动发展的“三驾马车”之一,在业务拓展和发展方式转变方面一向勇立潮头的广东移动,在困难面前并没有低头。

“广东手机用户规模原本就比较大,不可能永远保持高增长。”面对市场形势的变化,广东移动总经理徐龙十分清醒。他不只一次在企业内部强调,“适应从高增长市场到成熟市场的转变,学会在成熟市场环境下如何生存发展,是广东移动必须面临的挑战。金融危机只是让这一趋势提前到来而已。”

为此,广东移动抓住由移动业务向全业务调整,从 2G 到 3G 融合业务调整、从电信业务向移动互联网业务调整的机遇,大力调整业务结构,转变发展方式,顶住了金融危机的冲击,保障了企业稳健发展。

打好增量、存量、信息量三张牌

“目前,广州、深圳、东莞、佛山等珠三角六大城市移动电话普及率超过了 100%,但是,在粤东、粤西和粤北地区,移动通信依然有很大的发展潜力。”徐龙介绍说,按照广东经济的梯次发展态势,广东移动提出了“提升珠三角,拉动东西北”的区域发展策略,把新增用户的发展重点放在了粤东、粤西和粤北地区的二三类地市公司,重点挖掘县域、乡镇、农村的新兴市场。通过出台更有针对性的套餐等措施,今年前 5 个月,这些地区的最高用户增长率达到了 20%,在省公司净增收入中的贡献率也同比增长了 18%。

增量同样来自对珠三角核心地区价值洼地的深入挖掘。广州分公司市场部总经理钟伟锋举例说,广州白云区工厂很多,外来工也很多,还有一些城中村,自去年以来,广东移动针对区域消费者的特定需求,推出了更加实惠的套餐。如今,白云区已经成为广州移动贡献最大的区域。

面对存量客户,广东移动同样深度经营、精耕细作,不仅推出了扩大服务范围、提升服务质量的“八项承诺”,

而且采取滚动优惠、多重捆绑、连环服务等多项促销手段,最大限度留住了存量用户。

在开拓增量、挖掘存量之外,广东移动还重点开展“信息量经营”。其中,重点是实施业务创新,推动中小企业信息化建设。

深圳粤鹏孚是一家美孚润滑油代理商。总经理陈晓静告诉记者,去年下半年以来,公司使用了深圳移动“中小企业信息化服务包”中的企业邮箱、集团彩铃、企业名片、短号集群网等业务,不仅提高了企业形象,拓展了营销渠道,通信成本也节省了 1/3。统计显示,自去年 9 月起,已有 500 多家不同行业的企业借助于“中小企业信息化服务包”,全方位解决了客户服务、办公管理、市场营销三类核心需求。

东莞移动同样抓住了企业、行业信息化应用的商机。客户经理傅达峰介绍说,他在拜访一家日化公司时发现,企业销售数据的反馈、汇总、传递,竟然需要一周时间。采用东莞移动专门为其设计的信息处理系统后,信息传递时间缩短为一天,管理和人工成本也大大降低。如今,东莞移动专门组建了政府、学校等五大行业团队,通过拓展行业信息化市场,部分弥补了用户萎缩带来的损失。

“一方面,在危机的压力下部分企业压缩了通信开支;但另一方面,危机也迫使很多企业调整产业结构、加强内部管理,企业信息化应用开始提

速。”徐龙认为,面对企业、行业信息化的新商机,电信运营商亟须通过持续深化转型,提高服务信息化的能力。

800 亿投资助力“数字珠江三角洲”建设

即将从吉林大学珠海学院毕业的李翔马上就要到珠海格力电器去上班了。谈到自己就业成功的原因,李翔特别感谢给了她实习机会的广东移动。

李翔只是广东移动“大学生带薪实习计划”众多受益者之一。两年来,广东移动已为累计超过 3 万名大学生提供勤工俭学机会。今年,他们将陆续为全省万名大学生提供带薪实习岗位。

不仅如此,为支持广东省国民经济和社会信息化建设,广东移动承诺将在未来 5 年投入 800 亿元以上,实施十大工程,拉动数千亿级产业规模发展,带动 20 万就业和 1 万家创业。

“在市场形势不好的时候,之所以敢于下大力气投资,是因为看到了未来 3G 发展和信息化应用的广阔机会。”徐龙介绍说,这笔 800 亿元投资主要用于广东地区的基础网络建设,主要包括三部分:一是未来 5 年投入 450 亿元,持续改善 GSM/EDGE (2.75G)网络覆盖,尤其是东西北农村信息网络覆盖。二是投入 200 亿元开展 TD 信息网络建设运营,其中,2009 年新增投资 60 亿元,新建 TD 基站 6300 个。三是投入 50 亿元支持珠三角无线宽带城市群建设,利用“TD+WLAN”技术优势,实现珠三角城市无线宽带的 100%覆盖。

此外,为了给 3G 时代新一轮电信大战储备力量,中国移动将在广东总投资 66 亿元,加快中国移动南方基地建设,构建“电子商务、终端创新、移动互联、手机邮箱、应用下载”五大子基地。以此为依托,广东移动还将实施信息服务业一系列工程,力争到 2010 年移动电子商务市场规模达到 100 亿元。

各抒己见

前不久到长江采访航运企业,船老板们不约而同地感慨,“现在真是掏不起‘小费’了!”

“小费”是啥?船老板对地方各类行政事业收费的戏称。这些杂费少则一吨五六角,多则一吨两三元,还有些是按次收费,看起来数目不大,可是积少成多也有“规模效应”。

船东老袁掐指一算,港口建设费、船舶签证费、港务费、检查费、复查费、护航费、过闸费,有些地方还要缴纳治安费……一艘货轮一年要缴纳的“小费”多达二十几万,名目繁多。七七八八凑起来,一家中型航运公司一年缴纳“小费”的规模也能达到数百万。

去年下半年以来,国际金融危机给航运业带来了严重冲击。市场需求急剧萎缩,运输收费价格及利润大幅度下跌,近七成的航运企业经营出现困难。这些似乎不起眼的“小费”更使企业经营雪上加霜,一位船东感慨:“跑一趟长江,就像去西天取经,经过大小山头儿都难免被咬一口。”

长江一直被誉为“黄金水道”,12 亿吨的年货运量使其成为世界上运输最繁忙的河流。在企业眼中,长江的“黄金价值”主要体现在运量大、成本低。一个标准集装箱从重庆运到上海,走公路要 1 万元,走铁路要 5400 元,而走水路只需要 3000 元,耗时与铁路相当。一列火车最多运 60 个集装箱,而一艘船可以装 300 至 400 个,运量相当于几百辆重载卡车。有专家测算,如果充分挖掘,长

“小费”不小

陆娅楠

江的年货运量将相当于 20 条京广铁路。

然而,“小费”过多却无形中抵消了长江的“黄金价值”。长江中上游地区产业相对不发达,产品多为低附加值的基础化工原料、产成品和农副产品,对控制运输成本的要求很高。在运输繁忙的情况下,企业还能指望靠薄利多销冲淡影响,一旦企业经营环境变差、资金压力加大,“小费”就不小了。而航运企业在越来越重的负担下,要么向货主分摊,要么就牺牲效益。目前,这种状况对中小企业的表现尤为严重。

据世界银行测算,集装箱码头 8% 的产值会留在码头和船公司,92% 都会流向港口腹地,带动区域经济发展。实际上,长江、岷江、嘉陵江沿岸城市以及腹地省份的装备制造、汽车制造业、石化工业、材料工业等支柱产业的大宗物资运输都需要水运,且依存度越来越大。港口建设、航道维护、安全管理……这些公共事业都需要大量的投资,国家这几年对于水运的投资明显不如铁路、公路、航空,地方部门希望通过多收费来加快建设的急迫心情可以理解。然而,过多的收费不仅造成企业负担重,还会影响地方的“大生意”。

前不久,国家推出了物流业调整振兴规划,老袁很高兴,但他觉得眼下更需要减轻企业负担,“如果能直接给我们减免一两笔‘小费’,我就再多添些钱,加大船舶升级改造的投资!”

安徽淮北矿业桃园矿着力抓好成本控制,对可供回收复用的矿用材料、配件进行细化分类,不断拓宽加工修复渠道,挖掘企业修旧利废的潜力。仅一季度,该矿节支降耗就达 200 多万元。图为采煤区职工在回收工字钢。 陈敏奎摄

计算)。42 英寸的液晶面板生产需要第七代以上的生产线才能完成,而一条七代线的投资至少在 200 亿人民币以上。

效益不仅在市场

目前,长虹已经启动新型等离子显示屏项目的二期工程,并计划在 2011 年具备年产能 600 万片(以 42 英寸计)以上的新型等离子显示屏及模组制造能力,预计市场占有率达到 17%,进入全球行业前三。

值得一提的是,围绕新型等离子显示屏,长虹掌握了大量核心技术和约 600 项专利,绝大部分为发明专利。

有专家指出,长虹的新型等离子显示屏项目,实际上有着更深远的战略意义。在金融危机冲击和全球产业格局调整的当下,中国制造业必须加速产业升级转型,急需制造业向高端制造转型。

“我觉得很重要的一点,长虹做等离子,不光是为了等离子。这个事情做好了,有利于中国产业的发展。”长虹的一位负责人对此解释,这个项目可以把国内的等离子技术队伍培养起来,把全国研发技术带动起来,即使以后进行其他的高端产品开发,也就有了人才和技术基础。“包括我们在生产线上的生产工艺,工艺工程师的培养,以及质量管理,一整套的东西,这些都是无形价值,对企业、国家来说都是非常重要的。”

国电集团环保节能见成效

本报电 6 月 23 日,中国国电集团公司向社会发布了《2008 年社会责任报告》,这是国电集团首次对外发布社会责任报告。该报告显示,国电集团不断推进节能环保工作并取得明显成效。2008 年供电煤耗完成 340.5 克/千瓦时,同比下降 7.5 克/千瓦时;累计关停小火电 294.2 万千瓦;签订碳购协议总量 2270 万吨,累计开发 100 个 CDM 项目,在发电行业中开发种类最全,可实现总减排量 5130 万吨。2008 年集团公司新增装机容量 1018.4 万千瓦;发电量完成 2978 亿千瓦时,同比增长 12.2%;营业收入 939 亿元,同比增长 27.4%。(赵 卓)

第十三届深港澳车展落幕

本报电 由深圳市人民政府、香港生产力促进局、中国汽车工业国际合作总公司等主办,深圳市联合车展管理有限公司承办的“2009(第十三届)深圳—香港—澳门国际汽车博览会”日前在深圳会展中心圆满落幕。本届车展以“环保,引领未来”为主题,展出面积 10 万多平方米,参展汽车整车品牌超过了 60 家,参展车型 500 多辆,参观总人流量达到 55 万人次。车展期间,还举办了国际汽车设计高峰论坛、车市下半年走势研判营销论坛等活动。(徐明明)

北京住总上半年收入增加

本报电 北京住总集团董事长张贵林日前透露,住总集团今年上半年经营收入超过 60 亿元,同比增长 20% 以上,各项经济指标创下历史新高。近年来,住总集团开发建设保障性住房的总规模已达到 370 万平方米,今年还将开发 100 多万平方米的保障性住房。住总集团日前举行招聘会,1200 多人到场竞聘 120 个岗位,最终 351 人获得终选机会。(于世端)

19 家企业发布社会责任报告

本报电 在日前召开的 2009 中国工业经济行业企业社会责任报告发布会上,19 家企业发布社会责任报告。会议以后将每年举办一次,是国内首个社会责任报告的集中发布平台。

此次发布社会责任报告的企业涉及钢铁、机械、电力、化工、矿业、有色、煤炭等 10 余行业。不仅包括中央和地方国有企业,也包括具有影响力的民营企业。其中,10 家单位为首次编制和发布社会责任报告。

(樊 敏)

深航推出多项节油措施

本报电 针对国际油价上涨,深圳航空公司不断完善精细化的运行管理,陆续推出一系列节油措施,取得了很好的经济效益和环保效益。其中采用新的测算系统,按飞行高度调整巡航速度,能让一架飞机两小时的航程节省 10 公斤的油耗。在飞机停靠机位后使用电源车供电,使飞机瘦身等也可以节约用油。经测算,这些节油措施仅在今年 5 月就给深航节省了近 350 万元的航油成本,减少油耗近 1000 吨。1 吨的喷气飞机燃油可以产生 3.187 吨二氧化碳,由此深航取得的节能环保效果也非常可观。

(谭玲娟)



日前,长虹欧宝丽系列等离子电视在绵阳问世,标志着中国第一条自主建设的、拥有自主知识产权的国际最新一代新型等离子显示屏生产线正式进入量产阶段——

等离子屏能否担纲彩电转型?

张 勤

彩电业进入平板时代以来,中国整机制造企业一直深受“缺芯少屏”的困扰,沦产业链末端,仅能靠组装赚取微薄利润。2006 年末,长虹联手陕西彩虹集团,斥资 6.75 亿美元兴建等离子面板和模组生产线,并通过资本运作获得国际一流的核心技术。今年 4 月 22 日,中国制造的等离子面板量产,这是中国彩电企业第一次真正意义上拥有上游话语权。

为何选择等离子

一季度的财务数据令本土彩电巨头们喜忧参半。金融危机杀伤了跨国公司战斗力,使本土彩电企业重拾江山,市场份额突破了 70%。然而,行业的整体利润却急剧下降,TCL、四川长虹、海信、康佳四家彩电业上市公司总共净利润不到 1.4 亿元。

中国彩电业的面板之痛仍未缓解。众所周知,平板电视的核心部件显示屏,现在仍包揽在韩日和一些中国台湾厂商手中,本土彩电企业只能通过组装赚取产业链末端的微薄利润。

一些专家认为,由于缺乏必要的资金和核心技术,中国企业自主投资液晶面板的成功机会也并不大。其一,中国企业资金实力薄弱。建设一条能够生产 42 英寸以上面板的第七代液晶面板生产线,大概需要 200 亿元人民币。其二,中国企业难以获得液晶面板的核心技术。目前,国外的面板生产企业都在对中国内地企业实行技术封锁。其三,液晶面板已经处在产能过剩的时期。

一方面是不得不向上游延伸,改善产业生态环境,另一方面是面临诸多尴尬,中国彩电的进一步发展可谓“痛苦”。经过审慎论证,长虹选择投建等离子面

板为突破口,希望藉此化解中国平板显示的产业难题。

“PDP(即等离子的英文缩写)国内有长期的技术研发基础,具备产业发展的条件。我们觉得做等离子是个好的机会,条件也具备。”长虹等离子专家组成员符赞宣说。

市场前景如何

针对目前液晶面板投资比等离子更加活跃现象,长虹等离子中国研发中心主任邓新群解释,这是因为液晶覆盖范围从 1 英寸到 55 英寸都有产品,而目前等离子的产品集中在 32 英寸到 65 英寸这个范畴,所以等离子的市场范围比液晶小很多。

但从事等离子技术和产业研究的专家普遍认为,等离子并不是一种淘汰技

术,现阶段的这种市场配比,正意味着等离子会有更大的发展空间。

近几年,全球的等离子电视消费已经逐渐升温,目前全球等离子消费量是 1500 万台,每年还有 30% 以上的增长。

“投入等离子产业,从市场上来说是可行的。而且,市场规模预计会随着等离子技术的进步有进一步的调整。”邓新群认为。实际上,目前等离子在 50 英寸以上的大尺寸显示中已经占有绝对优势。对中国企业来说,投资等离子面板最现实的可行性在于其投资效率显著高于液晶,并且降本空间更大。

邓新群估计,等离子的投资效率是液晶的两到三倍,也就是说,要达到同样的产量,等离子面板的投资只有液晶面板的 1/4。以长虹斥资 6.75 亿美元投资的等离子生产线一期为例,该产线的计划产能为 216 万片等离子面板(按 42 英寸