

# China Telecom

## 四川电信：迎来4K时代的春天

高清视频正在成为人们获取信息和分享信息的主流方式，也为电信运营商创造了新的业务发展机遇。四川电信紧紧抓住视频运营的机会，协同上下游产业链共同改善用户的使用体验，在两年半时间内，IPTV和宽带的净增长用户数的绝对值居全国首位，到2015年底4K用户数还会超过200万，成效显著。

文/陈雨虹 责任编辑：薛桦 xuehua@huawei.com



“视频业务将是电信运营商最基础的业务。但运营商不能脱离管道讲创新，首先要把网络做好。我们认为以光纤宽带为基础做IPTV业务，既是做好管道，也能发挥创新的潜力。”

——中国电信四川公司总经理赵麦庆



## “012” 战略定位业务核心

2013年，四川电信提出了“012”转型战略，“0”指高清影视免费看，是业务发展的发动机；“1”指一根光纤，是业务发展的核心；“2”指两部手机，是业务发展的增长点。中国电信四川公司（以下简称四川电信）总经理赵麦庆对012战略做了更深层次的解读：“我们认为0是指市场容易做，切入的难度要小一些，目前的收入和利润没那么高，所以是0；再叠加上宽带和手机，一个用户每月只要交169元人民币，就可以畅享四川电信的全网通信服务。”

赵麦庆指出，这一战略的提出是基于三方面的考虑。一是市场与用户的需要，中国电信、中国移动和中国联通三家运营商都在推广智能手机，成本投入很大，市场接近饱和，规模扩大的高峰期已过。中国电信的策略是经营好光纤宽带，将宽带和手机捆绑销售比手机单独销售要容易。“受此启发，再经过调研，我们发现看电视是用户最基本的需求，也是一个家庭的刚性需求，如果在宽带加手机的基础上再叠加IPTV，市场推广起来就更容易了。如果我们不能创造一个新需求，那就应该尽力去满

足市场和用户的需求。因此，我们把IPTV作为最简单且最容易的市场切入点。”

“其二是基于竞争化、差异化的产品考虑，每家运营商的带宽差距不大，而四川电信在IPTV领域更有优势，多一个产品，就相当于多一个竞争利器。最后，电信运营商若想做大市场规模，就必须降低用户流失率，在保有存量的基础上加大增量。IPTV对光纤宽带和手机市场的规模扩大和用户保有有很大的推动力。”

整个012战略的核心是围绕家庭用户需求，以电电视为圆心，做大视频用户规模，带动光纤宽带及天翼手机业务的发展。赵麦庆坦言：“视频业务将是电信运营商最基础的业务。但运营商不能脱离管道讲创新，首先要把网络做好。我们认为以光纤宽带为基础做IPTV业务，既是做好管道，也能发挥创新的潜力。相对于纯管道，IPTV与人紧密相关，除了看电影、看电视剧，还可以赋予其他新的业务内容。所以，1000万IPTV用户比1000万固定电话用户价值高，可能也比1000万光纤宽带用户的价值高。显然，视频业务对做大规模、增加效益、适应未来创新发展有很重要的意义。”

为此，四川电信将视频业务定义为核心业务，



我们在基础接入网建设、业务提供平台的功能设计、4K终端研发、基于4K的业务开发方面做了大量工作，尽量多地聚集4K内容，并完善服务保障体系。

——中国电信四川公司副总经理周清久

并围绕这个核心，从规划、建设、运营、运维等方面进行全面改革。

### 全光网和4K视频促进战略落地

“提速度、填内容、树品牌”是中国电信集团对于宽带和视频业务发展的战略。在线观看4K超高清视频需要至少50M以上的带宽，再加上多屏或多房间需求，这需要一张覆盖广、网速高、内容承载能力强的基础网络。

中国电信四川公司副总经理周清久表示：“中国电信集团从2010年开始提出光进铜退，对传统的以铜缆为主的承载网络进行彻底改造。经过近5年的工作，我们取得了巨大的进展。四川电信预计到2015年底将全面实现全光网络覆盖，光网用户占比超过90%，一些传统的交换机将陆续退网。随着网络带宽的提高和应用类型的转变，这张网络正由传统的接入汇聚型向内容承载型转化。除了网络的基础接入带宽，我们在内容的分布，比如CDN建设、承载视频内容的服务器集群、播放子系统与用户的分布关系，以及平台的播放能力、后续的增值业务的整体支撑方面，已经进行了全面的规划。”

2014年，攀枝花市建成全国首个全光网城市，阿坝州建成全国第一个全光网州，宽带乡村已建成

5279个，“四川模式”被列为“宽带中国”建设推进的范例和样板。

全光网络在四川城乡的普及与网速的提高，赋予了四川电信牵头4K超高清电视业务的底气。周清久说：“以往在以语音、短信息为主导的时代，网络带宽水平是窄带或者兆级。现在，新视频业务之所以得到推动和普及，跟网络技术的进步是分不开的。光网的普及、视频处理技术的普及、智能终端不断的升级、软件商店等应用的推进，有力地促进了视频业务的发展，业务的规划反过来又让新技术和系统设备更好地发挥作用。网络与业务是互动的关系。”

在4K超高清视频业务的拓展方面，四川电信也有自己的心得。“我们在这个方面做了大量的工作，包括与华为在基础的接入网建设、业务提供平台的功能设计、4K终端的研发，以及基于4K的业务开发方面的合作。另外，在销售体系方面，视频业务对渠道有不同的要求，包括消费者体验、购买场所，跟传统业务不一样。因此，除了传统的电信类商圈、卖场以外，我们还与家电厂商进行了广泛的合作，比如在卖4K电视机的地方，搭建电信4K业务的体验区，方便客户选择和购买。第三就是要尽量多地聚集4K内容，目前产业链还不是很成熟，但也在快速地成长。最后，我们的服务保障体系也要适应视频业务的发展，包括光纤入户、机顶盒等各类终端的安装、调试，以及在

给客户交付时的介绍、体验等方面，总之它是一个系统性的工作。”周清久介绍道。

这一系统性工作相比以往电信运营商内部运作习惯于一条线由上至下，有了很大的区别，比如这一支队伍做宽带，那一支队伍做手机，如何落地执行？赵麦庆说：“通过四川电信两年半的实践，我们发现，首先要统一认识、上下一心，意识到这个工作是保足存量、发展增量的；第二，四川电信省公司每个月、每季度都要总结经验，对做得好的区域进行复制，帮助做得不好的区域提高，尤其在农村市场，必须有队伍、渠道、销售与售后服务。一言以蔽之，认识要统一、组织要到位、队伍要得力、服务要跟上。”

“2012年底，中国电信四川公司只有70万IPTV用户，100万光纤宽带用户；到2015年7月底，IPTV用户已经超过了600万，光纤宽带用户超过700万。可以看到，这两年半时间内，用户的增长速度很惊人，手机用户流失率大幅下降，智能手机的比率在提高，户均流量也在提高。根据中国电信集团的数据，2015年1月至5月，无论是IPTV用户，还是光纤宽带，甚至是智能手机，四川电信这三个指标的净增长用户数的绝对值居全国首位，主营业务收入增长与去年同期相比，也位居第一，成效显著。”赵麦庆透露。

## 产业链协同拓展未来

4K内容的缺失，是当前4K产业发展中绕不开的话题。在技术准备充分的前提下，如何使4K业务叫好又卖座？周清久对此表达了自己的看法：这有点像鸡和蛋的关系。对于内容方来说，有好的内容，它是希望有规模的用户群体和市场；但是对用户来说，没有好的内容，怎么可能让我更多地去使用，甚至付费呢？四川电信一直致力于推动产业链的发展，打破这个僵局，计划从2015年下半年起，将全力以赴协同产业链上下游推动4K业务的发展。

“在终端方面，从7月份起，在售终端全面切换为4K智能机顶盒，如果能达到四川电信的发展预

期，到2015年底，四川将有超过两百万用户使用4K智能机顶盒，观看4K超高清节目。在节目引入方面，产业链上游应让一点利，尤其是在最初培育市场阶段，不要把价格定得过高，应该有一个用户免费培育期。最终运营商将设计相应的模式，让用户以可接受的、优惠的价格来享受超高清的、超值的服 务。当然在这个过程中，运营商会给一些补贴，在推动超高清视频业务发展时，进一步降低机顶盒销售门槛。我希望通过产业链上下游的共同努力，快速地扩大规模，让更多用户以较低的代价体验、使用到更好的超高清业务。”

目前，四川电信在4K超高清业务产业链上的合作伙伴有三类，第一类是网络、平台构建者。这是整个业务的技术保障，包括以华为为主导的设备生产厂商、平台提供厂商和软硬件系统的服务集成商。第二类是内容提供者。未来要大力发展的4K超高清视频业务，离不开高质量的、内容广泛的、题材丰富的视频节目内容。第三类是智能终端合作伙伴，主要是电视机厂家。现在在售的50寸以上的彩电中，4K电视机的销售占比已经超过了50%，相信发展会很快。

技术和内容都到位后，合适的商业模式是4K业务落地生根的关键。四川电信当前提供的业务还是以影视为基础，未来将从以下两个方向探索和努力。一个维度是内容，在家庭生活中除了影视以外，数字娱乐、家庭教育、中老年养生等内容也颇受关注。另一个维度是产品的展现形态，当前运营商提供的业务主要以电视机为核心，而现在，不仅有智能电视、手机、Pad，还有可穿戴设备，都在快速发展，新技术带来的新体验也备受个人用户和家庭用户的青睐。更长远来看，如果用户达到了一定的规模和数量，更灵活的互动方式也会应运而生，如后向运营模式。

当家庭市场覆盖比较广泛之后，企业市场会产生很多需求。比如很多年前，宾馆酒店业就有一些规模比较小的、内部独立的VOD系统，相对来说，效率不够高，若我们在相应的管理政策下，能为它们提供一些标准和可选配的内容，市场空间还是很大的。周清久如是说。□□□□