

EN 战疫情复生产稳增长系列报道

通信业：冲在最前线；5G不停工

本报记者 刘晶

疫情逐渐得到缓解后,复工复产日益紧迫。5G网络、数据中心、千兆光宽带建设要加速,通信设备企业复工复产必须快。信息通信行业,既是战疫的“神兵利器”,又是推动经济社会发展的动力源泉。



全力以赴地冲在第一线

“自疫情发生以来,三大基础电信运营商和中国铁塔在全国各地坚守在工作岗位上,而且全力以赴地冲在第一线。”这是日前中国通信企业协会会长苗建华在接受《中国电子报》记者采访时所表示的。

从火神山、雷神山医院建设开始,三大运营商和中国铁塔通力合作,用了短短3天时间就开通了第一个5G基站,实现5G上网。在施工现场搭建高清摄像头,利用5G网络实现了“云监工”,中国联通与央视总台合作直播两大医院建设进展。中国移动的火神山和雷神山医院建设施工5G直播通道,累计观看人数超过5亿。两家医院最终用十天建成,在当时严峻的抗疫形势下凝聚了全国人民的心。

三大运营商发挥了央企主力军作用,创造了非常时期的通信速度、通信质量。中国电信26小时率先开通火神山区域首个5G基站;保障183家定点医院、方舱医院和隔离点网络通信。中国移动5G无人车获得了高出镜率,它先后在雷神山、火神山医院当起了搬运工。除运送医疗物品外,5G无人车还能提供体温监测、消杀等服务。中国联通的远程医疗系统,实现了三地六方医院的远程会诊、远程诊断。运营商还主动对接各地方疫情防控大数据需求,并与卫健委等部门共建疫情电信大数据共享机制。

为了支持复工复产,三大运营商基于5G推出了远红外测温方案,用于机场、车站、园区等人流密集处,加快测温速度,提高运行效率。为支持中小學生上“空中课堂”,运营商增补人手覆盖网络盲点。曾经跑到雪山上寻找网络信号的“95后西藏女孩”所在村庄,2月28日信号得到明显改善。

疫情期5G建设不停工

据不完全统计,三大基础电信运营商合计已经建成20万5G基站。截至2月18日,中国电信在首批5G商用50城市中,累计开通约6.6万站;截至2月底,中国移动已经建设5G基站8万个;截至2月20日,中国联通累计开通5G基站6.4万个。

自中国电信与中国联通达成5G共建共享协议以来,双方合力推进5G网络部署,快速在全国31省开通5G共建共享,已经实现了全国50多个城市的5G正式商用。双方积极推进5G网络技术演进,开通了全球首个5G SA共享基站,通过共用200M带宽,在5G商用网络中实现了2.7Gbps的全球最高速率。为了更好服务用户、提升5G业务体验,双方坚持高起点定位、高水平规划、高标准落实,持续大力推进5G网络建设。网络覆盖所有直辖市、主要省会城市,以及京津冀冀、长三角、大湾区等区域的重点城市。

中国联通与中国电信全面开展5G网络的站点、室内外分布系统等

共建共享。通过站点共享,实现建设进度翻倍、覆盖翻倍,2020年实现全国所有地市的5G覆盖,5G网络规模大幅增长;城区室外共享200M、室分共享300M,实现容量倍增;进一步扩大200M带宽的部署范围,进一步提升网络速率和用户感知;及时向SA升级,部署全球首批SA网络,提升5G网络对垂直行业应用及工业互联网应用的支撑能力。

在复工复产大潮中,运营商还洞察商机,制定完善了特色化的复工解决方案,实现重大项目有序复工、安全生产。

通信设备企业快速行动

自疫情发生以来,亨通集团发挥“两手都要抓,两手都要硬”的指导思想,2月10日,在对疫情防控进行周密安排部署的前提下,亨通集团和旗下各公司平稳复工复产。据悉,为了减少疫情对亨通海外业务的影响,亨通国际产业集团在疫情发生后,积极行动,主动克服疫情带来的国际供应链紧张、订单获取及交付延迟等系列问题,及时采取多种措施保障海外业务正常开展,确保亨通集团相关产品如期交付。

中国信科集团主要办公地分为武汉和北京。武汉是此次疫情的重灾区,然而,中国信科自疫情发生,设备制造部门等重点部门员工均没有休假,奋斗在一线与疫情赛跑。在武汉火神山、雷神山医院加紧建设的过程中,作为在武汉的信息通信领域中

央企业,中国信科密切关注疫情发展态势,全力保障火神山和雷神山医院网络通信建设。大唐移动在2月3日至2月7日期间,员工采用在家远程办公的方式,并建立因工作需要来园区上班的报备、审核机制,目前复工率已经超过90%。

中兴通讯、华为、爱立信等企业的一些一线员工也处于春节无休状态,与电信运营商密切配合完成武汉以及各地的通信保障。中兴通讯紧急成立联合应急小组进行规划部署,多线程开展工作,开通并交付武汉市大部分重点病患医疗机构的视频会商与指挥系统,拉开一张贯通武汉市各一线抗疫单位的视频通信大网。

2月10日之后,广东将中兴、华为列为复工复产重点保障企业。企业员工复工率达到80%以上。

在中国通信企业协会与社会专业调查公司共同展开的一项通信行业调查显示,除了一直没有停工的三大运营商和中国铁塔公司,其他通信企业中,央企和国企的开工率比较高,民企和中小微企业开工率不到60%,越是规模小的企业开工复工的难度越大。

调查还显示,通信行业复工复产,主要难点是实现产业链协作有困难,单独一个或者几个产业环节的企业开工作用不大。例如在5G建网上,通信建设类企业就面临一个难点,目前住建部对土建类项目开工有较严的审批流程,通信设备类企业难以进入施工现场。

赛迪监理为小汤山等医院信息化建设保驾护航

本报记者 赵晨

众志成城,共克时艰。面对这场突发而至的疫情,全国上下都在行动。医院是抗击疫情的最前线,良好稳定的信息化设备和系统是医院开展各项工作的前提和保障。作为信息工程监理行业领军企业,隶属工业和信息化部直属一类科研机构中国电子信息产业发展研究院的北京赛迪工业和信息化工程监理中心有限公司(以下简称“赛迪监理”)凭借自身专业优势,临危受命,承担下北京小汤山医院和北京地坛医院信息化建设监理服务,积极投身疫情防控的主战场。

战“疫”担当,责无旁贷

在新型冠状病毒肺炎疫情发生后,地坛医院作为新型冠状病毒肺炎定点医院,在上级单位部署安排下,紧急增加应急病区,并配套相关信息化设备和系统,以满足疫情发展的收治和防控需要。

地坛医院应急病区信息化配套项目,本身时间紧、任务重,再加上春节放假和疫情影响的双重阻力,项目安全顺利按时完成的难度很大。尽管如此,赛迪监理还是决定克服安全、工期、人员、交通、后勤等多方面的难题,为抗击疫情做出一份贡献。

“赛迪监理是国内信息化监

行业的领军企业,指导和引领着国内信息化的发展,曾多次参与国家重大电子政务工程和应急项目建设,确保了项目建设程序规范、过程合规。赛迪监理的上级单位中国软件评测中心,主打方向就是全面的质量把控,在本项目建设过程中,我们将全力以赴做好系统的关键质量验证。”赛迪监理总经理管东升表示,“在举国抗击疫情的危难时期,赛迪监理必须把这次项目当作一项政治任务去完成,使命光荣、责任重大。”

国家有难,责无旁贷。赛迪监理第一时间组织精兵强将投入了地坛医院应急病区信息化配套项目的招标工作,并成功中标。除了过硬的技术水平,给地坛医院副院长李秀兰留下深刻印象的,还有赛迪监理在项目招标过程中表现出的家国情怀和使命担当。“赛迪监理这样‘又红又专’的公司与我们的目标和利益是一致的,”李秀兰说,“希望在我们的共同努力下,把项目推进得越快越好。”

疫情不止,战斗不息

2月19日,就在中标地坛医院应急病区信息化配套项目的同一天,赛迪监理又得到了北京小汤山医院建设项目需要信息化工程监理服务的消息。

当年,北京小汤山医院是全国人民家喻户晓的“抗非典圣地”。如今,小汤山医院作为北京抗击新冠疫情的最前线,承担着最艰巨的工作,

该信息化工程监理项目的风险和难度比起地坛医院项目可谓有过之而无不及。

明知征途有艰险,越是艰险越向前。没有一丝犹豫,赛迪监理立即做出响应,第一时间部署安排专业团队研究项目特点、服务内容、保障措施,并向业主单位和评标专家组提出了坚决应对战疫的《请战书》:“中国软件评测中心第二党支部赛迪监理公司愿意冲上疫情防控第一线,践行初心使命,展现责任担当。必定发挥敢啃硬骨头的战斗传统,关键时刻上得去、打得赢。必定将此次任务作为重大政治任务,不计代价,高质量履职,高标准实施,确保项目按期交付。”

接到任务后,和对待地坛医院项目一样,员工们纷纷主动请缨。在管东升的带领下,赛迪监理火速组织人力物力建立起小汤山医院信息化建设项目的监理突击队,开赴北京小汤山医院这个没有硝烟的战场。

双线作战,和时间赛跑

在全国抗击疫情的关键时刻,疫情就是命令,防控就是责任,现场就是战场。赛迪监理两个团队的精兵强将全天候在现场开展监理工作,展示出高度的专业精神,以实际行动诠释“党和国家最可信赖的依靠力量”。

2月19日,赛迪监理公司成功

中标北京地坛医院新型冠状病毒感染肺炎应急病区信息化配套项目。2月20日,应急病区建设项目对接会在地坛医院召开。会后即对工程进展和信息化相关的机房、弱电间等部位进行了实地考察,监理团队当日便投入工作中。2月23日,赛迪监理项目团队全部进驻现场,检查机房UPS电池安装情况。2月27日,赛迪监理项目团队进行超高清远程移动查房机安装调试。地坛医院项目所有设备已到货,机房等基础环境正在搭建,应用系统已完成部分模块开发和培训……

与此同时,2月21日,赛迪监理公司成功中标北京小汤山医院信息化建设监理服务项目。2月24日,小汤山医院信息化建设项目进场交流会会在小汤山医院召开。当日,监理项目团队住进项目临时宿舍,便于晚间项目实施,与时间赛跑。2月25日,赛迪监理项目团队开始对机房、明渠等进行现场踏勘,并与承建单位进行技术沟通。2月27日,赛迪监理项目团队检查弱电间综合布线工作进展情况。小汤山医院项目已完成CA设备、网络设备的到货验收……

疫情当前,刻不容缓。为了完成“越快越好”的嘱托,赛迪监理团队正在争分夺秒抢抓工程进度。他们用实际行动凝聚成抗击疫情的强大力量,以更坚定的信心、更顽强的意志、更果断的措施,勇挑重担,敢打硬仗,为坚决打赢疫情防控阻击战保驾护航。

近日,中国联通在深化改革方面又有“大动作”,3月3日该公司党组审议通过了《大市场统筹运营组织体系改革方案》,相关改革随之全面启动。

中国联通推进“混改”启动运营组织体系改革

本报记者 刘晶

纵深推进“混改”

这次改革意义主要体现在以下三点:

首先,这次改革是中国联通纵深推进混合所有制改革的实际行动。中国联通作为央企混改的先行者,在“混”的任务完成后,“改”的探索始终没有停歇。这次改革,也是希望在企业治理模式、治理结构与治理能力的现代化等方面进一步有所突破。

其次,这次改革是中国联通全面落实“去机关化、去行政化、去层级化”的实际行动。按照中央企业“总部机关化”问题专项整治工作部署,中国联通正在全面梳理总部和各级本部功能定位,优化职能、机构、岗位设置,建立更加符合公司化、市场化的组织运营体系。政企BG改革、大市场统筹改革都是落实这一部署的具体体现。

最后,这次改革是中国联通顺应防控新冠肺炎疫情助力全社会数字化转型变革、打造数字化服务能力以实际行动。当前,电信业正处于新旧动能转换的关键时期。过去以成本驱动的发展模式难以为继,传统业务增长缺乏动力。从行业外来看,加快5G建设发展、防控新冠肺炎疫情带来的数字化转型大潮风起云涌,线上线下一体化、集约化的消费与运营模式成为必然选择。面对新形势、新任务,需要加快推进公司运营模式转变,强化市场和资源的统筹与协同,提高市场前端组织变革的适应性,打造“体验领先、高效运营、良性增长”的数字化服务能力。

重点解决三个痛点

中国联通坚持问题导向,推进各领域的改革。这次运营组织体系改革前,该公司有关方面做了大量深入细致的调查研究工作,归纳总结出目前在运营组织体系的定位、运营、支撑三个层面存在的诸多突出问题。

这次运营组织体系改革,重点要解决“三个痛点问题”、化解“三对突出矛盾”、加快“三个转型”。一是解决“三个痛点问题”,具体来讲,就是通过运营组织体系的调整优化,重点解决“统筹不足”“产品竞争力不足”“线上线下割裂”这三个痛点问题;二是化解“三对突出矛盾”,具体来讲就是化解“增量与存量”“营销与交付”“销售与服务”这三对突出矛盾,加强产品与渠道触点间的协同,实现效率的提升;三是加快“三个转型”,通过上述努力,最终本次改革将以客户为中心,加快产品、渠道、创新三个转型,在转型需求的牵引下,厘清总部管控方式和功能定位、明确统筹内容、强化能力建设以支撑大市场统筹体系建设,有序推进大市场统筹运营体系和组织体系改革工作,建立“匹配转型、责权清晰、协作高效”的组织体系。

三大板块整合市场资源

中国联通运营组织体系改革的主要内容是,通过改革建立大市场统筹下的总部、省分、地市及区县四级新型运营体系,按照“统筹”“产品”“运营”三大板块,整合市场线资源,让生产关

系适应生产力发展。

第一,在总部层面,建立以“1部2中心”为核心的运营组织体系。“1部”,即将市场部作为大市场体系的规划者和资源协调者,负责市场前后端的统筹协调组织。“2中心”,即建立大市场统筹下的“产品中心”、“渠道运营中心”。

第二,在省公司层面,实现“管”“办”分离。市场营销部负责规则与策略制定、统筹资源等,可设置独立的产品、运营板块;地市公司设置营销部,负责客户运营与末梢支撑;区县以末梢生产组织为载体,负责落地执行。

第三,在改革节奏上,实行分阶段推进。第一阶段,重点补全大市场统筹职能,迅速提高公众市场产品能力,推进线上线下一体化,打造大统筹全运营的公众市场体系;第二阶段,通过对产品、能力的进一步统筹整合,未来待集约共享、赋能渠道条件成熟后,建立“市场部+公众BG”市场与运营解耦模式。

第四,在改革的力度上,通过线上线下一体化进一步强化电商在发展中的作用。从这次改革本质内容来看,电商的作用不仅不会削弱,而且会进一步增强。过去,电商可能作为公司的一个部门而单独存在,或者代表一类产品,或者代表一类渠道。这次改革后,全公司上下都将进一步按照互联网化的方式运作,推进整体性的数字化转型,实现线上线下一体化融合。

“1部2中心”新职责

中国联通运营组织体系改革后新组建的“1部2中心”,其职责定位分别发生了新的变化。

大市场统筹组织体系下的市场部,未来其主要职责是负责集团营销模式的建立,并尽快转型成为公司运营发展中的“新六者”:一是在战略上,要做大市场体系的规划者;二是在协同上,要做大市场资源的协调者;三是在执行和变革上,要做领先营销模式的打造者;四是在担当上,要做互联网化运营的驱动者;五是在品牌上,要做智慧品牌的创造者;六是在合作上,要做生态合作的构建者。大市场组织体系下的产品中心,将整合市场、电子商务相关业务,负责产品的统筹管理研发,落实产品全生命周期管理,加快推动产品转型。大市场组织体系下的渠道运营中心,将整合实体渠道、电子商务相关业务,负责产品在各类触点的销售,以实现增量与存量、销售与服务、营销与交付、产品与触点之间的高效运营协同。

中国联通运营组织体系改革的主要目标是,聚焦客户价值经营、品牌塑造与传播、产品创新、全渠道运营、中合、大数据、生态合作、金融等8大能力建设,形成差异化优势。为顺利推进实施本次改革,该公司将在以下方面提供配套保障机制。

一是人才队伍建设的配套保障,中国联通将通过培养、评价、选拔、考核、激励等一系列机制建设,实现“能上能下”“能进能出”“能增能减”,打造一批“素质优良、能力突出、凝聚力强、富有活力”的市场前端人才队伍。二是IT能力建设的配套保障,中国联通将通过持续加强业务与IT、网络协同,建立以市场牵引后台资源的协同保障机制,由市场来决定IT资源配置。