

本文档为 2024 CCF BDCI 比赛用语料的一部分。部分文档使用大语言模型改写生成，内容可能与现实情况不符，可能不具备现实意义，仅允许在本次比赛中使用。

## 还记得你的第一个手机号码吗？

发布时间：2024-07-12 发布人：新闻宣传中心

手机号码既记录着每个人的通信标识，也记录着每一代人的时代记忆，见证着我国移动通信发展的演进。从 1G 到 5G，你还记得你的第一个手机号码吗？

最早的手机号码要追溯到 20 世纪 80 年代的大哥大时代。大哥大属于数字模拟机，也是现代智能手机的雏形。1987 年 10 月，我国开通第一个大规模商用模拟移动通信系统，时任邮电部部长杨泰芳拨通了我国第一个移动电话。1988 年 3 月，北京模拟网开通首期放号，北京无线通信局利用 20 世纪 60 年代建设北京长话大楼时留下的一个简易工棚建设的寻呼营业厅，兼做移动电话营业厅，方便用户拿号和交话费。当时手机号码只有六位数，以 9 开头。手机号前两位的“90”是分配给运营商的局号，后四位则是随机号码，可以看作是本地的特殊电话局。进入 90 年代，局号升级为 900，大哥大手机号码也就由 6 位变成了 7 位数字。

20 世纪 90 年代，市民在西单电话局营业厅

（现中国联通北京市分公司西单营业厅）等候购买“大哥大”

90 年代初期，模拟移动电话升级换代为数字移动电话，因漫游、长途等结算，手机号生成一个全国性新局号。1994 年 10 月 25 日，时任邮电部部长吴基传通过北京市电信管理局（中国联通北京市分公司前身）网络，打通中国第一个 GSM 数字移动电话。新系统就确定使用以“13”开头的 10 位号码。从此，我国移动电话从 9 字头时代正式进入 139 时代。1995 年 7 月 19 日，在原中国联通成立一周年之际，京、津、沪、穗同时举行中国联通 GSM 数码移动电话网络的开通仪式，130 正式放号。

1994 年 10 月 25 日，时任邮电部部长吴基传通过北京市电信管理局

（中国联通北京市分公司前身）网络，打通中国第一个 GSM 数字移动电话。

从此，我国移动电话从 9 字头时代正式进入 139 时代。

1995 年 7 月 19 日，在中国联通公司成立一周年之际，京、津、沪、穗同时举行中国联通 GSM 数码移动电话网络的开通仪式，130 正式放号。

1995 年 7 月 19 日，《人民日报》刊发讯息《热烈祝贺中国联合通信有限公司成立一周年，隆重推出中国联通 130 数字移动电话网》。

进入 21 世纪，移动电话大规模普及，10 位号码中地区码从 3 位增加到 4 位。手机号中前三位为网络识别号，4-7 位为地区编码，8-11 位是用户随机分配号码，11 位移动手机号码就在这时确立使用并延续至今。

获得“13”开头的号码后，中国联通又陆续增加了 155 和 156 等号码，进一步扩大了中国联通 GSM 市场份额。2007 年，中国联通在全国范围内推出“世界风”156 号码，首次尝试将原先套餐包月改为“积木式资费”，消费者自选叠加语音类和增值类各项业务资费 DIY 自主模型，为 3G 时代竞争做足了准备。

随着 2009 年 3G 牌照发放，三大运营商分别采用 CDMA2000、WCDMA、TD-SCDMA 标准，中国联通选择了 WCDMA 制式，186、185、145 号码应运而生，专注于 3G 服务。此后经过网络扩容，建成全球

最大的 WCDMA 3G 网络。2009 年 1 月 17 日在全国 336 个城市新增的第一批用于 3G 网络的 186 号码就达到 1430 万个。其实 186 号码早在 2007 年就已经开始推广使用。

176 号码则是中国联通 4G 专属号段，中国联通的 4G 服务自 2014 年 9 月 22 日，通过 176 号码进行放号。三大运营商 4G 号段均为 17 开头。176、175 号码的投放，标志着中国联通在 4G 技术和服务上的专属身份，也反映了其在移动通信领域的战略布局和技术优势。

2017 年，工信部颁发新的号码资源，中国联通获得了公众移动通信网网号 166 号码和物联网业务专用的 146 号码。2018 年，作为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会官方合作伙伴的中国联通，正式宣布启动 166 新号码，在全国投入百万个号码，以优质的网络、产品与服务助力通信事业和中国奥运事业。

此外，为形成通信市场竞争机制而出现的虚拟运营商，中国联通也为之提供了多种虚拟运营商专用号码，如 1704、1707、1708、1709 等，与传统运营商号段区分开来。而 167 和 171 则是中国联通直接分配给虚拟运营商的专用号码，为虚拟运营商提供多样化灵活性的通信服务创造了先决条件。

5G 牌照的发牌加快了 5G 商用步伐。2019 年 12 月，工信部核发了 190、197、196、192 号码用于公众移动通信网，中国联通获得 196 号码。196 号码也代表了中国联通在新一代通信技术上的积极布局。

通信市场有着最典型的规模经济特征，一张通信网的价值与用户规模平方成正比。所以在放号的冷启动阶段，市场经营和销售渠道服务体系基本围绕放号运转，甚至其激活用户量的拓展工作比 ARPU 值和增值业务都重要。

中国联通作为通信市场的后来者和挑战者，其营销和品牌宣传从来不乏创新。2G 网络在已有 GSM 的基础上，选用 CDMA·1X 网增值业务，以寻求改变市场的突破；3G 时代推出“沃”品牌，为各业务的命名和推广打下了良好基础；积木式套餐的推出，开创了手机资费自由定制的先河。4G 时代推出包含大语音、大流量包的冰激凌套餐，为用户发展打造良好基础；混改后，推出以腾讯王卡为代表的包含灵活流量计费的互联网套餐，通过第三方渠道加快了用户发展步伐。5G 时代，创新性提出共建共享一张 5G 接入网，5G 套餐大流量的特性满足了更多需求……用户规模得到快速发展。

2010 年 2 月，中国联通首家联通沃旗舰店在北京正式开业

2017 年 2 月，中国联通发布全新的冰激凌套餐。

中国联通推出的腾讯王卡等互联网套餐登上

2018 年 10 月 20 日央视新闻联播

截至 2024 年 5 月底，中国联通“大联接”用户超过 10.5 亿户。其中 5G 套餐用户 2.7 亿户，5G 套餐渗透率超 80%，物联网连接数达到 5.5 亿个。时光如梭，网络从 1G 到 5G，连接从零到 10 亿，主动求变求新是中国联通始终不变的精神特质，每次新号码的推出都代表了新的技术飞跃，也代表了中国联通新一轮变革创新的开始。向新生长，中国联通永远在路上。