### TMT C1

# 中国联通与腾讯正式"联姻"剑指CDN与边缘计算

持股10%。

本报记者 谭伦 北京报道

传闻许久的中国联通、腾讯 "联姻",终于正式有了下文。

4月26日,《中国经营报》记者 从天眼查App看到,由中国联通与 腾讯联合投资的云亩时代科技有限 公司(以下简称"云亩时代")正式成 立。公司经营信息显示,其主营业

## 此次云宙时代的经营范围中增加了以"人工智能"为核心的多项业务。

对于成立云宙时代的具体使 命,中国联通也在此次官方公众号 的文章中给出了更为明确的阐 述。"云宙时代将积极贯彻落实中国 联通战略业务布局和锤炼专精特 新能力的要求,协同发挥腾讯优势, 致力于成为网络强国数字中国智 慧社会的新型基础设施建设者。"

CDN:云宙的新使命

具体而言,云宙时代将在双方 股东支持下,将通过自主研发,构 造自主可控、差异化优势的CDN 加速、MEC系列产品以及相关数 字化创新业务体系,依托中国联通 强大的网络资源和能力,结合腾讯 相关技术、消费和产业互联网生

联通腾讯的云梦想

态,聚焦算力精品网核心技术,壮 大CDN、边缘计算产业链,为数字 政府、人工智能等领域提供新一代 CDN以及边缘计算服务。

务包括互联网数据服务、人工智能

公共数据平台、量子计算技术服务、

创新创业投资有限公司、深圳市腾

讯产业创投有限公司与天津数智

梯航科技合伙企业(有限合伙)共

同持股,其中联通创投与腾讯产投

分别持股48%、42%,天津数智梯航

股东信息显示,该公司由联通

基于云平台的业务外包服务等。

公开信息显示,CDN译称"内 容分发网络",是一种能对全网进 行实时监控,并在其中自动寻求最 优网络加速节点的技术。记者从 多位运营商人士处了解到,从通俗 层面理解,这一技术是与数据中心 配合,为云厂商优化网络利用率服 务的。因此,越是头部的云厂商, CDN的技术能力越强,而腾讯云 正是其中之一。

"如果把上网理解成传输信息

联通发布的公告中的持股信息吻

值得注意的是,这与此前中国

合。去年10月,国家市场监督管理 总局曾公布联通创投与腾讯产投新 设合营企业案获批。随后,中国联 通发布公告称,基于公司全面挺进 数字经济的战略需要,下属子公司 联通创投拟与腾讯创投新设合营企

包裹的物流,那CDN技术其实就

是一种增加分网点来缓解主仓库

物流运输压力的技术。"C114通信

网主编周桂军告诉记者,CDN可

以在主服务器外的网络边缘设立

新的服务器,以此来缓解主服务器

的访问压力,实现网络信息传输的

此前向记者表示,中国联通作为三

大运营商, 手里掌握了优质的数据

中心与网络资源,而腾讯有最好的

CDN能力,这或许是两家决定进

行合作的基础,即资源互补,强强

联合,各取所需。

Omdia资深首席分析师杨光

高速率,减少信息"丢包率"。

业,其中联通创投、腾讯产投、有关 员工持股平台将分别持有合营企业 48%、42%、10%的股权,联通创投、 腾讯产投共同控制合营企业。

对于云宙时代是否就是此前 双方决定创设的合营公司,记者从 中国联通集团相关负责人处获得 了证实。但对其成立意图与经营 细节,对方则表示无法提供更多信 息。值得注意的是,就在5月4日, 中国联通官方微信公众号发布《中 国联通联手腾讯成立新公司》一 文,在进一步证实云宙时代身份的 基础上,也引用此前公告表示,云 宙时代未来将主要从事内容分发 网络(CDN)和边缘计算业务。



云宙时代未来将主要从事内容分发网络(CDN)和边缘计算业务。

值得注意的是,对比于联通去 年底发布的公告,记者发现,此次云 宙时代的经营范围中增加了以"人 工智能"为核心的多项业务,包括人 工智能公共数据平台、基础资源与 技术平台、智能基础软件开发、应用

软件开发、理论与算法软件开发等。

对此,周桂军认为,人工智能 是CDN与边缘网络的关键技术之 一,尤其是在ChatGPT出现后,对 于海量数据的管理与分流已经可 以做到全智能化,因此,此次云宙 时代重点落子人工智能业务,也是 看作其将加快 CDN 布局的信号。

视觉中国/图

## 联通云实则与腾讯云一样,同样面对巨大的竞争压力。

而在业内看来,发力CDN的 背后,是中国联通、腾讯也有着更 深的考量。"双方本质还是在为云 业务进行布局。"周桂军表示, CDN和边缘网络都是提升云服务 质量的重要一环,在目前的关键节 点,联通云和腾讯云显然都想具备 更多的竞争力。

最新发布的财报显示,2022年 联通云营收入超361亿元,同比增 速达到121%,超越增长率同样破 百的中国移动云和中国电信天翼 云,居国内公有云市场第一。与此

同时,据IDC日前发布的《中国公 有云服务市场(2022下半年)跟踪》 报告,2022年下半年,腾讯云首次 跌出国内市场前三名,其IaaS+ PaaS 份额从 11.1%减到 9.9%, 排名 从第二降至第四。

看似一喜一忧的对比下,联通 云实则与腾讯云一样,同样面对巨 大的竞争压力。记者注意到,中国 电信天翼云目前已经进入国内公 有云市场前三名,而中国移动则在 日前举行的2023移动云大会上,喊 出三年内营收超过1500亿元的目 标。相较之下,联通云的规模体量 为三大运营商中最小,面对两大对 手的挤压,其前行的路途并不轻松。

"虽然腾讯云的市场份额下滑 很快,但在技术实力上还是高出联 通不少。"一位运营商人士告诉记 者,其实在国内19家最早拥有全 国CDN经营资质的企业中,腾讯 云都属较早获得工信部授牌的企 业之一,其在CDN领域的实力不 容小觑。

记者注意到,早在2019年,腾讯 云CDN已在全球自主建设节点超

过1300个,其中国内各省份拥有超 过1100个节点,覆盖三大运营商及 近20家中小型运营商。而到了 2021年,腾讯云全球CDN节点超过 2800个,其中国内节点(包括港澳台 地区)2000余个,海外节点数量超过 阿里云。这也令其成为全球为数不 多全面具备 Gartner 描述认可的 CDN服务功能的厂商之一。

"腾讯云虽然有顶尖的 CDN 技术,但缺少联通云那种背靠央企 的国家云身份,对于政企市场的吸 引力。"周桂军表示,运营商云的身

份优势,让腾讯有着强烈的合作意 愿,但直接与规模相当的竞争对手 天翼云移动云合作显然可能性很 小,因此,这让腾讯与中国联通在 合作互赢的意愿上具备了基础。

值得注意的是,在去年年末的 公告中,中国联通也非常直白地表 示。双方将依托各自在通信、云计 算、网络安全领域内的丰富资源与 能力,强强联合,在云计算和网络 服务领域相互开放资源,推进深度 融合创新,打造全新的"云、管、端" 互联网产业生态平台。

#### 联通的再度尝试

产业红利仍存在较大挖掘空间。

云宙时代的成立,吹响了中 国联通进军CDN的号角,但对于 其前景,业界却存留着相对保守 的预估。

一位非中国联通的运营商人士 告诉记者,早在2019年,中国联通就 曾与国内CDN的头部企业网宿科技 共同出资成立过云际智慧,其主营业 务也是专注于CDN(内容分发网 络)、边缘计算等领域的技术创新。

该人士告诉记者,云际智慧成 立半年内就拿到了全国范围CDN 经营资质。但不到一年,双方便以 未能达到合作预期为由,经友好协 商,对云际智慧进行了清算。

在分析云际智慧的失败原因 时,该人士指出,业内认为双方在市 场发展策略以及利益分配上产生了 分歧,毕竟网宿科技自身也在向云 服务商转型,而这与联通云显然形 成了竞争关系。"这个问题其实在中 国联通与腾讯的合作上也同样适 用。"该人士表示。

周桂军则认为,云宙时代其实 是中国联通在与网宿合作失败后的 另一次尝试。"从经验上看,中国联 通方面应该会规避此前的问题。"他 表示,与网宿科技不同,由于CDN 更多是在游戏等视频云领域发挥作 用,腾讯云在细分优势业务上与联 通的冲突其实较少。

而在宏观层面,产业红利仍存 在较大挖掘空间。华经产业研究院 发布的研报显示,2019年我国 CDN行业市场规模为216亿元,同 比上涨20.0%,年均复合增长速度 为32.44%,增速快于全球,2022年 我国 CDN 行业市场规模将达到 298亿元。

"总的来看,云宙时代还是中 国联通打出的一张好牌,但在国内 云市场竞争已经非常白热化的局 面下,能不能笑到最后,仍然有待 观察。"周桂军表示。

# 助力产业数字化变革 国联股份2022年营收净利双增

随着我国数字经济蓬勃 发展,产业数字化的主引擎作 用逐步凸显,产业互联网正在 迎来新的战略机遇。作为产 业互联网的一大分支,B2B电 商(产业电商)迎来重要发展 机遇。

在此背景下,作为国内B2B 电商和产业互联网行业中的一 员,北京国联视讯信息技术股 份有限公司(以下简称"国联股 份",603613.SH)日前发布2022 年年度报告。报告显示,2022 年公司实现营收402.69亿元, 同比增长8.16%;归属于上市公 司股东的净利润11.26亿元,同 比增长94.63%;归属于上市公 司股东的扣非净利润10.54亿 元,同比增长98.49%;基本每股 收益2.26元,同比增长94.83%, 各项关键指标均保持高速增长 态势。

公开信息显示,国联股份 创立于2002年,以商业数据信 息服务为起点,切入电子商务 与产业数字化,经过二十多年 发展,基于多多电商、国联资 源网、国联云三大平台,形成 了网上商品交易、商业信息服 务,以及数字技术服务三大业 务,并积累了大量产业数据, 为其发力数据业务奠定了坚

在近年来"平台、科技、数 据"为核心的产业互联网发展 战略助推下,国联股份业绩持 续向好。报告显示,2022年国 联股份积极推进多多平台的交 易规模和影响力,采取集合采 购、拼单团购、一站式采购、预 售竞拍、工业品直播等策略,继 续深入钛、溶剂、树脂、原纸等 垂直领域,多多电商在交易量、 营业收入、利润等方面都取得 了快速发展。随着多多电商自 营交易量的快速增长,市场渗 透率得以进一步提升。

## 紧抓主营电商业务 全面提升业绩表现

开主营业务的稳健贡献。作为一家 以B2B垂直电商平台为底座发展壮 大的企业,国联股份将多多电商平 台打造为核心业务和收入支柱,后 者是在涂料化工、卫生用品、玻璃、 造纸、化肥、粮油、芯片、医疗等行业 超过十年的商业信息服务专业经验 和客户积累基础上,从下游客户需 求出发,精确定位,建立的高垂直度 高差异化的细分产业互联网平台。

多多电商平台为产业上下游 提供网上商品交易业务,包括自主 电商、第三方电商和SaaS服务。截

营收净利双增长的背后,离不 至目前,国联股份已经推出涂多 多、卫多多、玻多多、肥多多、纸多 多、粮油多多六大成熟的多多电商 平台,均以独立子公司的形式存 在。在持续积极推进多多平台的 交易规模和行业影响力的努力下, 多多电商在交易量、营业收入、利 润等方面都取得了高速发展。

> 财报显示,2022年国联股份在涂 料化工、卫生用品、玻璃、造纸、化肥、 粮油、芯片、医疗各分项电商业务领 域分别实现营收200.98亿元、95.90 亿元、21.63亿元、5.26亿元、21.10 亿元、53.01亿元,其中卫生用品、粮

油领域的增长率达到72%、110%。

国联股份方面表示,多多电商 通过下游单品突破策略、集合采购策 略、品类复销策略、一站式采购策略、 次终端电商联盟策略、上游核心供应 商策略、深度供应链延伸策略、云工 厂等运营策略,快速形成高凝聚力 的市场份额,形成强大的先发优势。

进入2022年以来,国联股份基 于多多平台在产业层级、产业链深 度和产业生态三个象限上不断突破 边界,以一套平台共性逻辑打通多 个垂直产业,使多多平台能够在垂 直行业中进行复制。公司以SaaS、

云仓储、云物流、在线支付、电子合 同等构成平台底层,在这之上结合 不同产业特征,采用集采、拼单、团 购、一站式采购等自主电商和第三 方撮合等不同电商模式,以强大的 先发优势,有效实现各"多多平台" 交易规模的大幅提升。

在此基础上,国联股份进一步 抓住为传统企业服务的机遇,不断 优化服务环节。在独立的采购和 销售环节,公司根据客户需求、交 易数据及未来的市场预测向供应 商采购货物或通过预付款方式要 求供应商备货;在物流和仓储环

节,公司平台负责数字化运营和调 度,由供应商仓库直接发货或客户 自提,大大降低仓储物流成本。随 着公司服务的标准化、体系化、在 线化,从开源节流,到产业创新升 级降低经营风险,不断促进众多中 小企业产业链集群发展。

受此推动,国联股份方面表示, 2023年以来,公司全体员工秉持"优 化结构,深度耕耘"的年度运营主 题,多多电商平台深入贯彻"平台、 科技、数据"战略,继续大力实施积 极高效的上下游策略,推动公司的 交易规模和行业影响力提升。

### 持续加码创新投入 探索数实融合应用

检视任何一家行业知名企业 的发展史,其优势地位的持续,离 不开永续的技术创新,这点对于国 联股份而言亦如是。目前国联股 份拥有一定规模的成熟技术团队, 具备深厚的理论基础和实践基础; 同时也与多所大专院校建立了合 作关系,建设了自己的后备技术人 才培养基地,通过代授课、项目合 作、实习培训等方面储备后备技术 人才,积蓄技术力量。

长期以来,实体经济的数字技 术应用一直是国联股份最关注的 问题之一。在拥有稳定强大的人

才团队后,国联股份瞄准云计算、 物联网、大数据、人工智能、区块 链等新技术发展方向,依托公司 产业互联网平台,努力促进新技 术与制造业的深度融合,这也令 其技术创新的投入持续增长。财 报显示,2022年,国联股份投入研 发费用13.25亿元,较2021年同比 大增98.86%。

截至目前,国联股份已自主研 发出具备国内先进水平的多项应 用技术产品,用于不断提高平台服 务的便捷性、安全性和稳定性。同 时,国联股份还通过制度保障,鼓

励员工持续创新和技术改进,积极 推进将技术研发成果转化为实际 生产和服务能力。

持续的技术创新,为国联股份 在业务应用领域的探索提供了更 多尝试的空间。自2022年以来, 国联股份在集采拼团、一站式采 购、竞价拍卖等线上活动带动企 业用户积极参与平台集采,使得 公司平台各项功能体验获得持续 优化,交易用户转化率快速提升。 在产业数字化实践中,国联股份 进一步高效推进数字云工厂、智 慧物流、数字云仓建设,快速提升

各单元协同效率,释放数字供应 链价值。

2022年,国联股份"三年百家 云工厂"战略进一步落地,该战略 计划基于多多电商平台的核心供 应商或核心客户工厂进行"原材料 一站式采购+产成品一站式销售+ 数字工厂",实施上游云工厂和深 度供应链策略,加强上游壁垒和 生态圈建设。截至2022年末,云工 厂业务已累计签约超50家,落地 15~20家,推进进度符合公司"三年 百家云工厂"规划进度。

为了进一步驱动各项新技术

融合应用,国联股份还积极实施 云工厂建设等上游深度供应链及 下游集合采购策略,深化钛产业、 原纸等垂直领域布局,提升单品 竞争优势及多品类布局广度。同 时,通过精确定位,在高垂直度高 差异化的细分行业垂直电商平台 形成高凝聚力,通过交易订单不 断驱动各项新技术融合应用。目 前,随着经营规模的扩大,规模效 应逐渐凸显,国联股份人均创收 持续提升,行业上下游的议价能 力提高,高质量发展战略效果不 断凸显。

## 积极履行社会责任 助力产业互联网变革

加码技术创新的同时,积极履 行社会责任,也成为国联股份2022 年的重点投入。作为工业互联网 企业,国联股份在办公楼、工厂等 项目建设中严格要求供应商开展 绿色施工,通过制定重点部位防治 措施,明确污染防治工作要求,整 治现场施工扬尘污染,并定期开展 环境污染防治培训,提升环境责任 意识,营造绿色的营运环境,最大 限度地减少对环境的负面影响。

同时,国联股份坚持绿色发展,

发挥平台和技术等优势,通过计量 优化升级、能源数据采集、能源统计 平衡、能源优化利用等功能,帮助 合作云工厂进行数字化改造,使其 综合碳排放量逐步降低。据统计, 通过"数字技术+数字工厂"模式, 国联股份已帮助十余家钛产业链 企业将生产效率提高15%~30%,设 备停机时间下降30%~50%,减少能 耗5%~10%,为促进行业低碳转型 贡献了国联力量。

此外,为了巩固拓展脱贫攻坚

成果,助力乡村振兴,国联股份 2022年投入近800万元,在四川多 地相继建设了电商保鲜库、仓储分 拣中心、物流配送运营中心、乡镇 村电商站点。同时完成乡镇电商 普及培训2000人次,完成站点负责 人培训、社会人士等培训400人次, 孵化惠及90余人。

在践行社会责任与引领技术 创新的双轮驱动下,国联股份已成 为国内新一轮产业电商市场发展 的排头兵。面对产业数字化转型

加速向以产业电商为核心的融合 型新产业、新模式创新的趋势,国 联股份也有了新的雄心。

展望2023年,国联股份方面表 示,将继续秉持产业互联网发展战 略,立足"平台服务、科技驱动、数 据支撑",乘势而上,积极围绕服务 实体经济和社会价值创造,进一步 提升多多平台的数字驱动能力,逐 步落地各项数字战略业务。在不 断创新的商业模式加持下,国联股 份将会在2023年保持自身业绩高

速增长的同时,为产业互联网行业 带来更多变革。

同时,围绕国家最新推出的数 字经济战略,国联股份将以工业电 子商务、工业互联网、供应链创新应 用等产业数字化为导向,立足于融 合、改造、提升制造业和传统产业, 在政策扶持下,积极促进互联网、大 数据、人工智能等新技术和制造产 业的深度融合,发挥平台价值,帮助 工业企业降本增效,打造中国领先 的产业互联网企业。