

5G带来新颠覆 如何赢取新机遇

余进、孙岳



内容概要

5G降临，绝不仅仅是网速和容量的提升，而是将掀起一场颠覆式的产业变革，以及再一次的消费者数字生活大爆炸，从而为5G生态的参与者，乃至每一个垂直行业企业，带来一场全新的变局。

本文试图从多角度剖析5G对产业端及消费端可能带来的深层次变革，以及对行业生态格局带来的深刻影响，从而帮助5G生态参与者，乃至每一个行业企业，开启以变御变，赢得5G时代的战略性布局。

结合埃森哲全球企业高管的5G市场调研，我们发现，5G带来的变革仍然被普遍低估。首先，从商业的视角看，“5G”不应仅仅理解为网络技术本身，而是其他更多前沿数字技术大规模商用的加速器，从而开启了“产业再造”的新时代。

与此同时，消费者的数字生活也将跨入一个新时代：消费终端更加多元与去中心化，并将成为更加智能与互联的“生力产品 (Living Product)”，消费者则更加追求数字技术隐身幕后的沉浸式感官体验，服务与体验将不再仅仅基于手机屏幕。消费者也将更加强调数据的主权、安全、隐私，企业则开始同步思考数字减法，如何避免过度打扰，成为消费者不可或缺，但更加安静的存在。

这些来自产业端和消费端的变革，将驱动所有企业更加全面开启数字化转型之旅，而5G时代数字化服务的主要增量市场，也将主要来自于企业数字化转型的服务需求，而不再仅仅是传统的通道服务。企业的5G解决方案，将更加与所在垂直行业的痛点密切相关，并将嵌入到企业价值链的各个环节。

除此之外，5G技术本身也深刻改变了行业生态，软件定义、边缘计算等5G技术逐步打破了网络——平台——计算之间的泾渭分明的边界，竞争边界也将逐渐模糊；随着大规模产业级应用以及消费者对安全、隐私等诉求的提升，电信运营商与OTT等数字原生企业之间的竞争优势也将部分重置，谁都有可能凭借扬长避短的竞合策略，在生态变局中脱颖而出。

而面对这一生态变局，5G生态参与者的一系列核心能力需要更新，诸如对垂直行业的洞察力以及客户经营能力、对消费者未来数字生活旅程的洞察以及产品服务创新能力、应用场景的持续创新能力、驾驭商业模式变化的能力、乃至更多元的数字技术积累以及生态合作，都将成为制胜的关键。

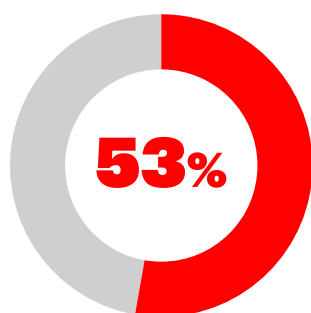
因此，5G对于通信运营商、互联网企业、其他5G生态角色，乃至5G生态之外的当今每一个企业自身，都将成为企业领导者需要关注的首要战略议题，大家需要结合5G带来的颠覆性变局，重新擘画数字化转型战略，以变御变，赢在5G时代。

5G将带来新一代的产业变革、企业的深刻的数字化变革，以及面向消费者的数字生活变革

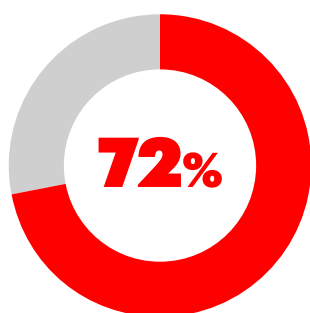
埃森哲面向12个行业的1,800余名全球大、中型企业高管开展调研，结果显示，多数（53%）企业高管认为5G赋能企业的大部分事项4G网络都能支持。近四分之三（72%）的受访企业高管表

示，他们需要协助以构想5G未来的可能性和应用场景。然而，六成受访高管表示，通信服务提供商对他们各自所在行业面临的挑战（如不同行业应如何利用技术实现创新）尚缺乏足够认识。

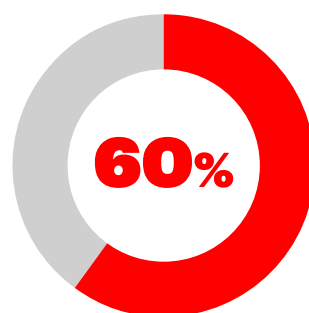
图1: 全球企业高管5G调研



的受访企业高管认为：5G赋能企业的大部分事项4G网络都能支持



的受访企业高管表示，他们需要协助以构想5G未来的可能性和应用场景



的受访高管表示，通信服务提供商对他们各自所在行业面临的挑战尚缺乏足够认识

事实上，埃森哲认为**5G将掀起新一轮连接浪潮**，为创新、商业和经济发展开辟新的道路。三维视频、沉浸式电视、自动驾驶汽车及智慧城市基础设施等领域的发展，将为企业带来难以想象的机遇，并引发重大变革。

我们有理由认为，5G带来的，绝不仅仅是速度与容量，5G更事关它将催生的无限商业可

能；5G变革的，也绝不仅仅是技术，而是新一代的产业变革、企业的数字化转型变革，以及面向消费者的数字生活变革。如果生态参与者忽视了这一系列变革所带来的市场需求的改变，而仅仅选择简单跟随，未能以变御变，那么失去的，将可能是一个时代。

5G将带来产业互联网大规模商用变革，从根本上推动各类垂直行业步入“产业再造”的新时代

如果说从2G到4G时代，改变更多来自于面向C端消费者，面向数字生活的移动互联网创新，那么5G技术所催生的，则更多是产业互联网加速走向大规模商用。

5G将催生的，是除5G自身外，更多数字技术的产业互联应用——5G的本质，不应狭义地理解为网络连接技术，而是它为更多其他前沿数字科技的大规模商用创造的绝佳场景。

产业互联网也并非新生事物，一直以来，垂直行业都在寻求各种数字技术赋能下的创新，但由于行业级应用对连接规模、实时性、稳定性的更高

要求，在缺乏5G网络支撑下，这些前沿数字技术的应用场景，仍然受到很大限制。

5G的3大技术场景切中这一瓶颈，为其他前沿数字技术在各种复杂场景下的实时、在线应用，提供了更多可能性，例如**eMBB（增强移动宽带）**将为超清视频等技术在教育、娱乐等产业提供实时应用场景；**URLLC（超高可靠超低时延通信）**将加速车联网、无人驾驶、增强现实、机器人等技术在出行、制造、医疗等领域的商业化应用；**mMTC（大规模物联网）**则加速了物联网产业走向成熟，带领各行各业走入万物互联时代。

图2：5G三大场景加速其他数字技术的产业应用示例



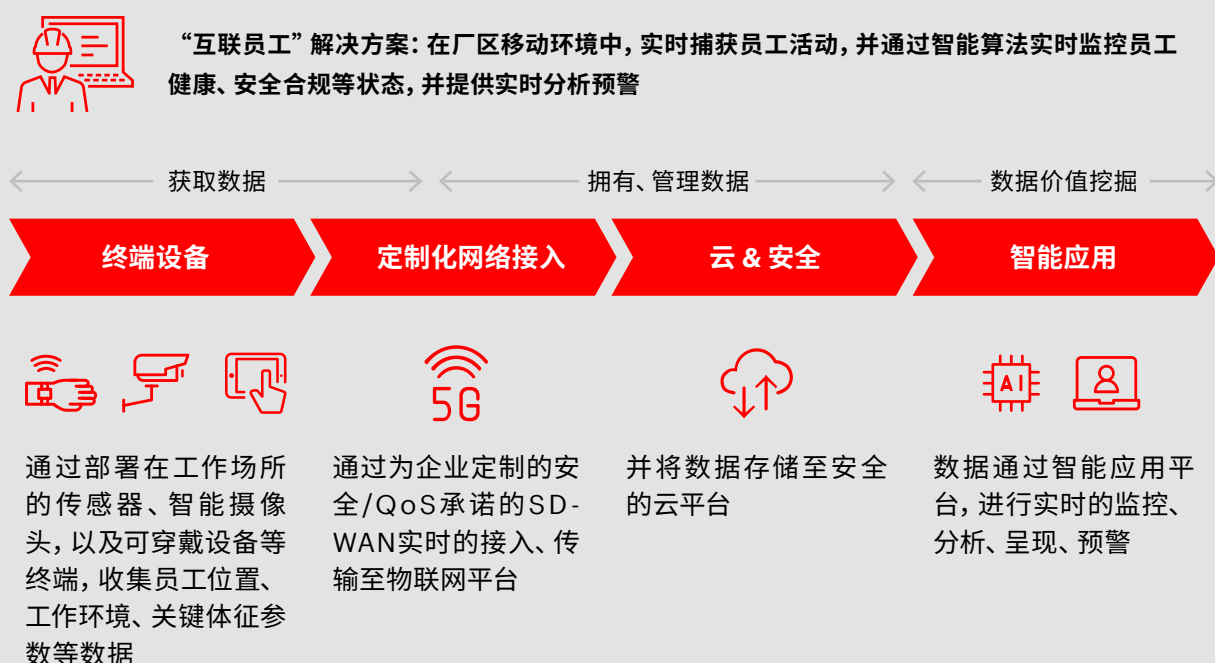
5G还将催生多种数字技术面向应用场景的集成式应用，从而发挥数字技术“组合拳”的价值。

以工业X.O——互联员工应用场景为例，通过工作场所的传感器、可穿戴设备、智能摄像头等终端获取实时的员工状态数据，通过为企业定制的SD-WAN 5G网络的安全接入，在边缘计算及云平台支撑下，通过AI智能进行数据的价值挖掘，应用于监控、分析、预警、呈现等一系列解决方案。在这一场景中，定制化的5G网络成为可穿戴、物

联网、云、边缘计算、AI及大数据分析等诸多数字技术组合式应用的关键纽带。

综上，5G技术更大的价值是催化了更多数字科技与产业应用间的“化学反应”，活跃的数字技术、广阔的市场需求，以及丰富的应用场景，将从根本上推动各类垂直行业走入“产业再造”的新时代。

图3：5G互联员工应用场景技术组合图示

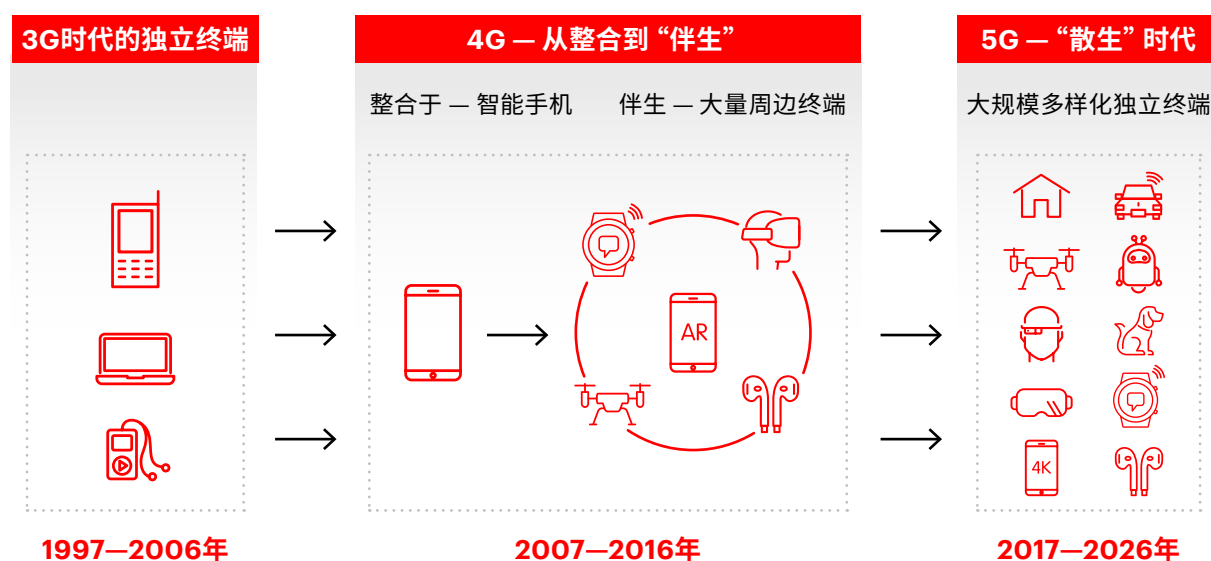


5G引领消费者体验及产品设计的跨时代变革,催生智能、随时在线的“生力产品”

消费终端将更加多元化、去中心化——3G时代,仍然是手机、PC、IPOD等数字终端独立存在的年代。进入4G时代,开始出现如可穿戴设备、无人机等数字消费终端,但仍主要以智能手机为中心伴生,话筒、摄像头、屏幕和传感器也都还是以零件的形式存在于电脑和移动设备中。随着5G驱动泛智能终端加速普及,它们开始“脱离母体”,不再以智能手机为中心触点,走入数字终端去中心化的“散生”时代。

时刻互联,却又隐身幕后——过去,服务消费者的方式一直受制于我们以智能手机为中心的触点,过分强调通过屏幕带来的数字体验,导致人机互动时间过久,面对面交流严重匮乏。在**5G时代消费终端愈加多元化、去中心化趋势下,企业与消费者之间从单一触点,进化到去中心化的全触点,企业与用户的互动也不再是定期通过屏幕交流,而演变为时刻互联的体验。**因此,企业开始打破数字屏幕的禁锢,重新回归感官和人性化体验,聚焦通过每一个触点和渠道打造个性化服务。企业的当务之急成为开发数字和实体深度融合的全新服务。

图4: 去中心化的泛终端生态

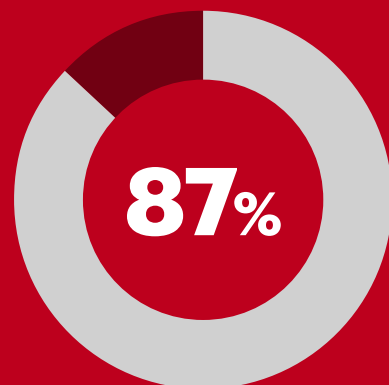


并且随着5G、物联网、AI等技术发展，数字技术将逐渐融入实体世界，但将隐身后，成为对消费者“透明”的存在。在灵活定义的5G网络及云的底下，数字技术变的无所不在，但又不易察觉。企业要思考一个关键问题：随着数字技术无所不在，却又逐渐隐身“幕后”，5G时代的消费者的数字体验旅程是怎样的？如何为他/她们提供更加沉浸的、无缝的数字生活体验？

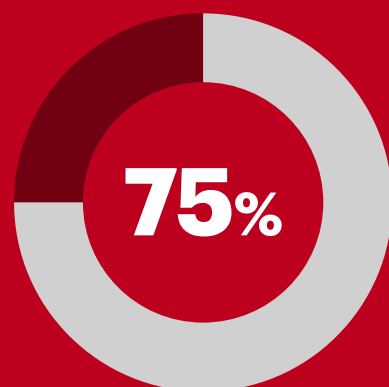
数字减法与数据主权——需要注意的是，随着5G带来的万物互联与数据的爆炸式增长，消费者也将开始拒绝无孔不入的数字技术，乃至趋于屏蔽数字技术带来的信息过载；并且，消费者对数据主权、数据安全、数据隐私的要求更高。5G驱动万物互联，消费者数据也呈爆炸性增长，消费者对终端接入以及数据的安全、可靠、隐私保护的要求将更加突出，并且消费者将开始觉察并宣告对个人数据的主权，要求企业获取并使用他/她们的个人数据时更加透明。调研显示，87%的消费者希望更加主动地拥有并管理他们的消费数据。与此同时，越来越多的企业也在重新思考未来如何避免过度打扰消费者。

更加智能、随时在线的“生力产品”——5G时代，伴随着传感器、物联网、AI等技术的大规模应用，产品将更加智慧并且实时互联，成为“生力产品”。产品将不再是一次性的生产与销售，而是贯穿全生命周期持续与客户互动，反馈客户个性化需求，持续升级产品设计与功能，**为客户提供前所未有的个性化体验，使得为每一位消费者提供定制化的产品与服务体验成为可能，带动产品/服务设计从“客群画像”进阶到“个体画像”的新高度。**

图5：埃森哲中国消费者数字趋势研究



的受访消费者认为，能够实现对个人在线数据的可视化和掌控至关重要



但是，大部分受访消费者认为，仍然没有有效的办法去管理这些数据

5G将推动企业通过全面数字化转型 转轨“第二条曲线”

数字化转型更加深入企业运营的端到端——伴随5G加速产业与消费端的颠覆性变革，抓住5G时代带来的创新可能，建立先发优势，将成为企业全面拥抱数字化转型的内生动力。结合埃森哲企业数字化转型的深度洞察，企业数字化转型将主要来自于三大驱动力：



产品与服务的 数字化

包括数字化的客户体验设计、生力产品和生力服务，数字化的全渠道设计、数字营销等，从而获得更加以客户为中心的洞察力，带动业务增长；



企业核心业务运营的 数字化

包括智慧研发、智慧制造、智慧物流与供应链、敏捷的员工队伍等，从而全面提升业务运营的效率与敏捷性；

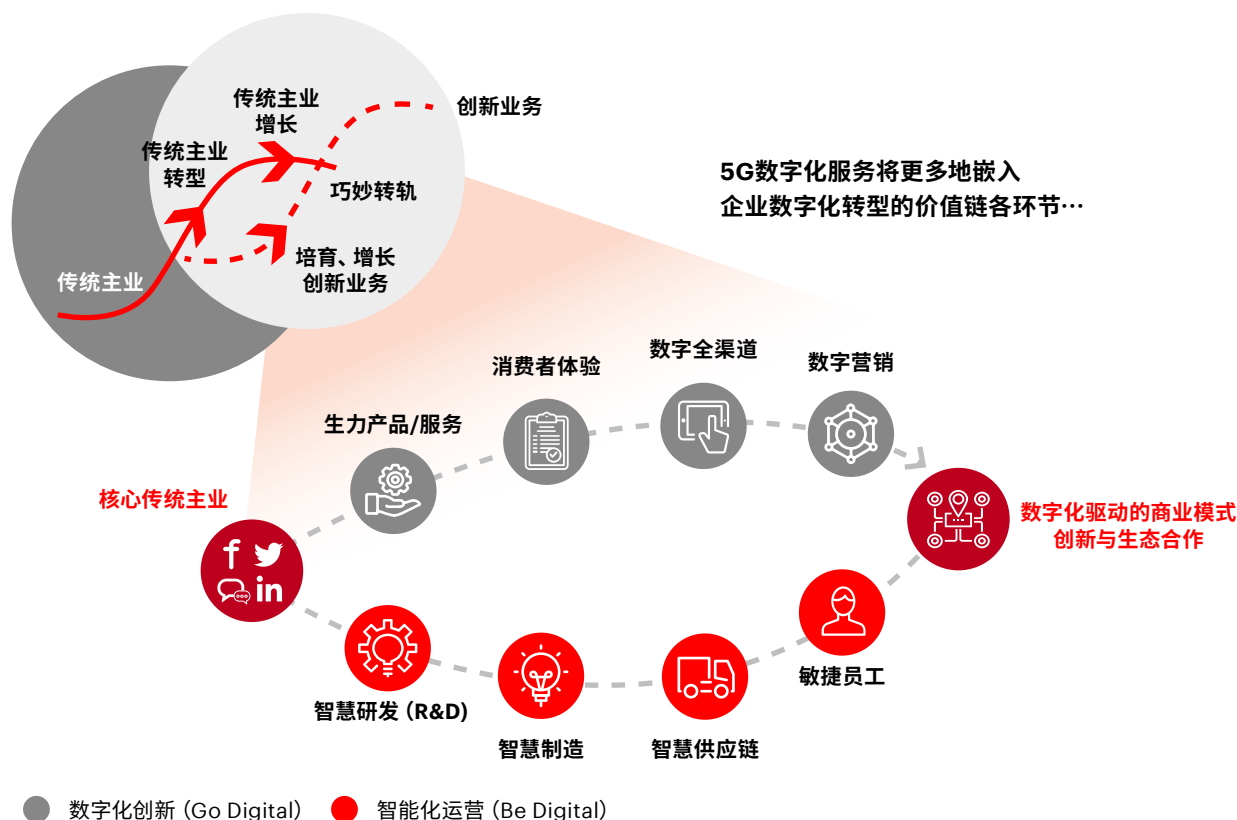


业务模式创新

通过数字化激发更多产品或商业模式创新的可能，帮助企业在推动传统主业转型之外，开辟创新业务，布局企业驾驭行业周期不断变革的第二条S曲线。

换言之，**5G时代的企业数字化转型**，已不仅仅局限于IT架构升级、企业上云等普适性议题，而是与业务深度融合，贯穿于企业价值链端到端的纵深。

图6：埃森哲——企业数字化转型框架



数字化转型更加深度融合垂直行业——众所周知，5G应用场景将全面覆盖不同垂直行业的不同专业领域，诸如交通出行、城市治理、工厂运营、医疗监控、能源、零售、娱乐、农业…，不同企业的数字化转型服务需求，也更加与所在垂直行业面临的业务需求与痛点相关。

以埃森哲持续创新的工业X.O解决方案为例，围绕其中的智慧制造场景，互联工厂解决方案通过工业物联网（IIOT）实时设备连接、大数据分析、增强现实、可穿戴设备、云服务，帮助制造企业提高效率 and 资产利用率，并提供更安全可靠和高

效的生产环境。以更为具体的智慧矿山解决方案为例，综合运用大规模传感器、产业物联网平台、数据采集和分析、增强现实，云服务等技术，直击行业痛点，通过捕获和整合实时设备数据、环境数据，应用特定行业分析模型，生成实时的可执行洞察，并通过移动设备向现场工人提供支持，在此场景下，风险被及时预测，生产吞吐量、资产利用率和运营效率获得大幅改进。我们相信，**5G时代，越来越多数字化服务将更加与垂直行业痛点强相关，通过为某一具体应用场景和相关痛点提供解决方案而创造价值。**

图7: 埃森哲工业X.O——智慧矿山解决方案



实时设备数据采集及大数据分析



7x24设备及生产过程可视化监控



预测性检修维护提升设备利用率



移动终端实时支持



实时监控工人及环境安全



事件实时通知实时预测，决策支持



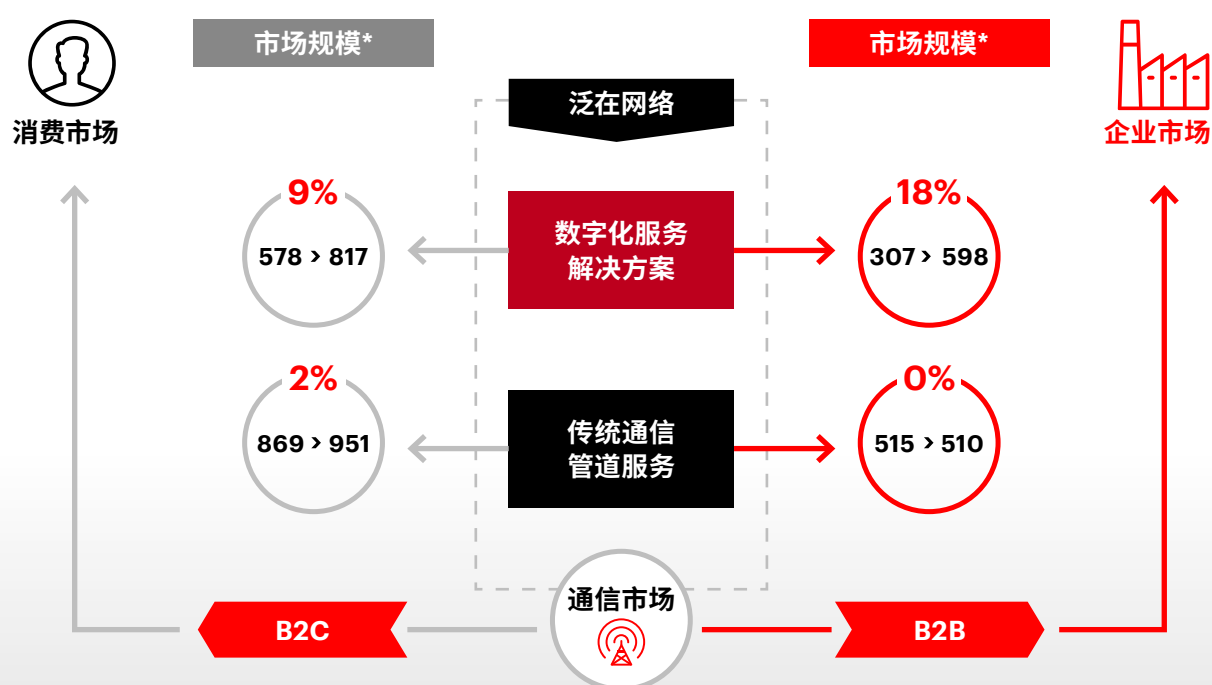
第17号铲车驾驶员疲劳，建议停机休息半小时...

第18号铲车第三铲齿有脱落风险，建议停机检修...

ICT行业的增量市场改变——结合上述企业数字化转型业务需求的变化，**ICT行业面向企业客户的数字化服务**，增量市场将更多来自于5G赋能下不同垂直行业相关的企业数字化服务解决方案，这些数字化服务将更多嵌入到垂直行业的价值链

中，通过解决行业痛点而创造价值，而传统的数据/语音流量，网络连接等基础通道服务，预计将不再是主要的价值创造点与增量市场来源。

图8: 通信行业增量市场预测 (短期)



*2016→2020年 (十亿美元)

红色数字代表2016—2020年复合年均增长率(CAGR)

数据来源: 面向通信服务提供商的市场机遇蓝图, 全球范围 (2016年2月);

2016年11月21日, 包含2016年第四季度更新, 埃森哲分析

5G时代行业生态的边界愈发模糊，未来可能会较多出现某个生态玩家在生态版图上多角色扮演，跨界竞争的生态格局

竞争边界逐渐模糊——5G带来“端——网——云——计算”的边界模糊化，改变ICT行业生态：传统上的清晰的ICT生态角色划分为终端——网络——平台——应用提供等生态角色，不同的企业（如设备厂商、通信运营商、OTT等）在生态版图上都有其传统的优势领域，但5G本质上成为“软件定义”型的网络，随着大规模IOT终端的接入，以及MEC边缘计算的应用，算力向终端层及网络层扩展分布；SDN/NFV、智能化网络切片等技术驱动网络层更加智能化和定制化，“网——云——计算——应用”相互融合的趋势也更加明显。

5G网络的这些特点，使得5G行业生态的边界变得愈发模糊，未来可能会较多出现某个生态玩家在生态版图上多角色扮演，跨界竞争的生态格局。尤其是网络提供商与平台提供商的融合趋势更加突出，面对企业市场，运营商与OTT等数字原生企业的直接竞争也将更加激烈。

竞争优势部分重置——5G网络将从相对标准的通道服务，转变为需要根据客户需求灵活定制，重新凸显多元终端接入、边缘计算、网络连接、网络切片等个性化、集成化解决方案的价值。为企业客户提供更加定制化、集成化的5G网络及应用解决方案，或可成为电信运营商的独特优势，运营商凭借这一优势，继续延伸更广的价值链角色也成为可能。

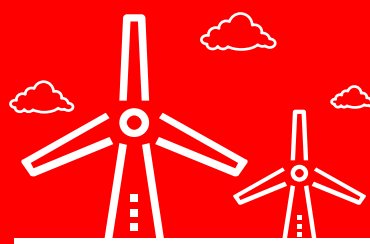
其次，大规模企业级的5G应用场景，对数据安全与网络服务质量的要求更加严格，将使运营商的品牌、规模，统一的接入控制、高信任级别的服务、规模化运营等特点，成为竞争优势。

图9：电信运营商在智慧电网解决方案中的竞争优势

随着大量的不同种类的新能源不断并入电网，电网变得愈加复杂，并难以有效监控，大规模电网里的每一个设备和传感器都将变得至关重要。电网运营商需要依靠一个高度稳定、高度可信、高度安全的网络及平台解决方案。

电信运营商可以为电网企业提供基于大规模物联网平台的5G解决方案，用以监控运营愈加复杂的能源网络。

在提供并运营该解决方案场景下，电信运营商的竞争优势得以凸显。



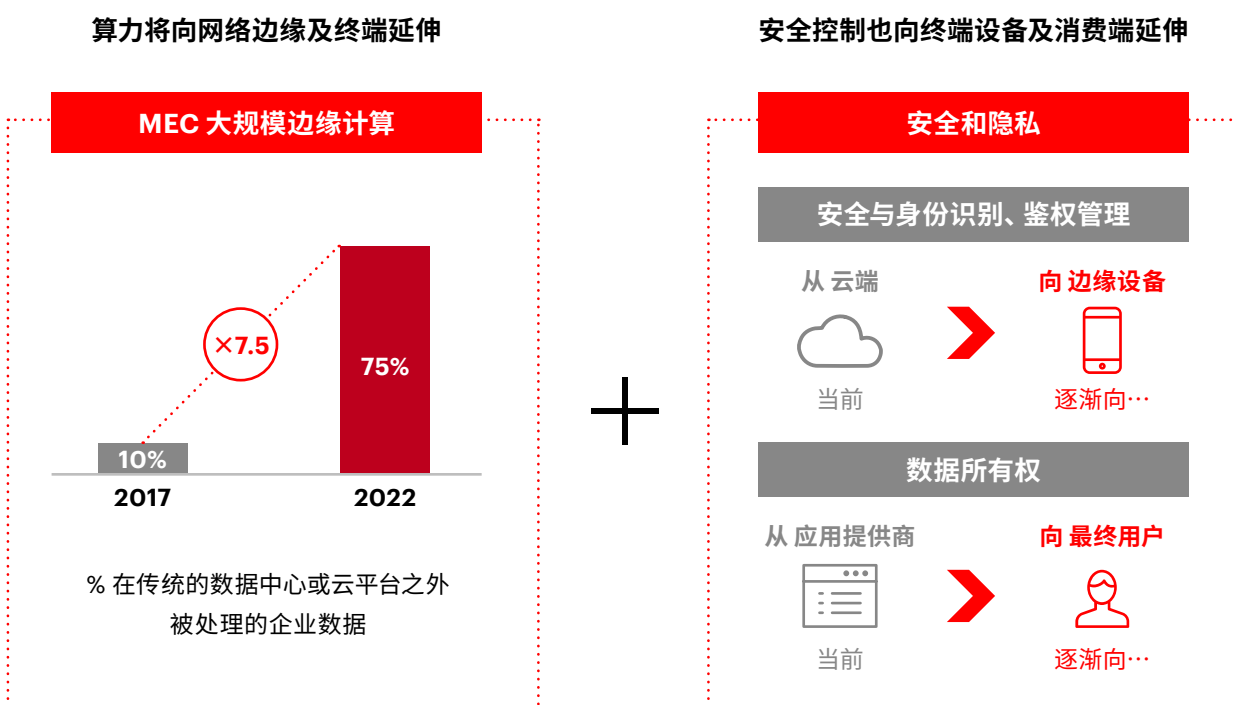
但随着生态边界的模糊，运营商的网络连接等传统优势领域，壁垒也将更加开放，面对来自OTT等数字原生企业的市场侵蚀，彻底沦为底层通道提供商的逐底风险同样存在。

OTT部分传统优势遇阻，但机遇同在——万物互联时代，安全、身份识别与接入控制环节将部分从云端转移到网络边缘，用户数据的拥有权也很可能从应用提供商转移到最终用户手中，这些潜在的变局，将给以OTT为主的数字原生企业带来新的挑战，迫切需要弥补针对终端层、网络层的掌控与赋能能力。

但5G催生产业端、消费端的全面颠覆，也将有助于OTT等数字原生企业，面对千差万别的垂直行业，以及愈发“挑剔”的消费者，发挥其快速创新、敏捷迭代的竞争优势，以及对数据资产的更强的驾驭能力，并通过更灵活的生态合作战略，弥补其终端、网络环节的生态版图、强化其端到端的数字化服务能力，加速抢夺/侵蚀市场。

随着竞争优势的重置与竞争边界的模糊，可以预见，无论是企业市场、消费市场，运营商与OTT之间的竞争将更加直接、激烈；终端商、设备商、垂直应用提供商等其他生态角色，也会在其中合纵连横，积极寻求成为众多5G应用场景中不可或缺的存在。

图10：互联网企业部分传统竞争优势遇阻



数据来源：GSMA, Global Mobile Trends 2017, September 2017

5G生态参与者的核心竞争力 需要迭代

对垂直行业的洞察与客户经营能力——随着企业客户的数字化服务需求从网络连接/存储，逐步过渡到围绕具体应用场景的解决方案，未来无论是电信运营商，还是OTT企业，均需要更加洞悉垂直行业，以客户的业务诉求与痛点为始，提升产品与服务的定制化创新能力。

随着行业定制化解决方案的增多，**以体验为导向的企业客户经营与服务能力至关重要，包括基于行业洞察的企业客户解决方案定制、营销、全渠道、全旅程的客户服务与价值挖掘等能力。**

对消费者数字生活旅程的洞察与创新能力——如前所述，5G时代的消费者更加重视各种数字生活应用场景下透明、无缝的数字化体验，对底层语音/数据通道的认知度及忠诚度则越来越低。所有面向消费者的5G生态角色，均需要建立面向消费者的数字旅程设计能力，以及产品和服务创新能力，核心关键在于：**能否成为消费者每日数字生活中的高频存在，以及关键入口之一。**

应用场景创新能力——单纯认为5G部署后应用便水到渠成是错误的，应用场景的持续创新在5G时代至关重要。万物互联下，不同行业的应用场景必然爆炸性增长，应用场景无法穷举，是一个持续创新的过程。创新将涉及不同的垂直行业、不同的数字技术或其技术组合、企业价值链的不同领域、不同的应用场所…等n维组合，产生无限可能。而应用场景的设计，将是撬动5G时代颠覆式创新的发端和巧妙杠杆。

仍然以埃森哲工业X.O为例，在智慧矿山场景中，铲车由于高强度使用造成铲齿的金属疲劳脱落，并混入矿石对机器设备产生严重磨损，成为矿山作业中的痛点之一。结合定制化的5G网络，为每一个铲车的铲齿部署实时互联的传感器，并结合数据分析、边缘计算等能力，可以实现实时预警与快速干预。而这一场景，仅仅是无数智慧工厂中可能的应用场景之一。

最重要的是，**数字化服务提供商，需要与垂直行业、生态伙伴一起，建立围绕应用场景的共同创新、快速创新、持续创新能力，并需要审慎地验证应用场景背后的商业逻辑与商业模式可行性。应用场景的持续创新，将成为在5G发展初期，先人一步的制胜关键。**

商业模式创新能力——5G对产业端和消费端的颠覆式改变也改变了价值创造模式，带来商业模式的不断改变，生态参与者需要不断调适来自商业模式的变化，乃至主动拥抱商业模式的创新。以电信运营商的企业市场为例，随着价值创造更多来自于与应用场景结合的端到端解决方案，未来运营商5G企业服务的收费模式，将可能更多基于解决方案的服务，基于其平台上垂直应用生态伙伴的赋能服务和基于平台交易的服务，乃至基于价值创造的收费模式，而可能不再仅仅是传统的基于通道服务的固定收费模式。

这其中，B2B2C的赋能服务价值凸显，是立志提供平台级服务的生态参与者需要关注的重点领域之一，5G时代行业生态必将爆炸性增长，以

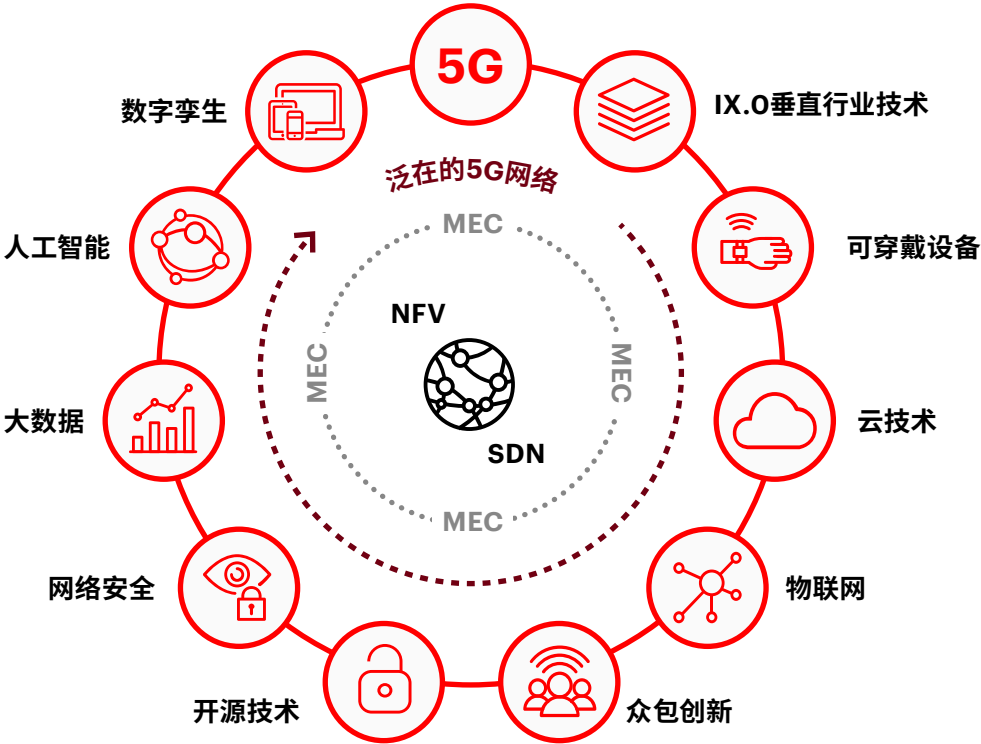
垂直应用提供商为代表的诸多企业，对安全解决方案、应用间数据共享与分析、定制化网络运营等专业领域，相比4G时代，均会有更复杂、更加个性化的需求，运营商或OTT头部企业可利用其灵活的泛在网络及平台数据积累，将平台能力产品化，为其提供B2B2C的赋能服务。除此之外，围绕某些场景下（如数字家庭），通过一个集成的、安全的平台，汇聚自有或独立的第三方应用，为消费者提供整合的、无缝的、安全的一体化体验，也可能成为潜在的一种消费需求，而运营商或OTT，则可能成为最具潜力扮演这一角色的参与者。

其次，垂直行业内部的5G先行者，也可凭借创新的解决方案，向同行业输出产品化的解决方案或数据洞察，带来新的收入来源。

数字技术“组合拳”——如前所述，5G网络需要更多数字技术的加持，诸如物联网、边缘计算、云、大数据、人工智能、数字孪生等一系列数字技术，共同为企业提供端到端集成的解决方案。因此，无论是运营商、OTT、终端设备提供商、垂直应用提供商等各种角色，建立一个更加生态化、多元化、开放式的“数字技术栈”至关重要。

生态合作成为必选——无论是5G+其他数字技术的融合创新，还是垂直行业解决方案的创新，任何一个生态参与者都无法单打独斗，欲形成端到端的交付能力，生态合作成为必选。

图11: 5G世界需要更多数字技术赋能





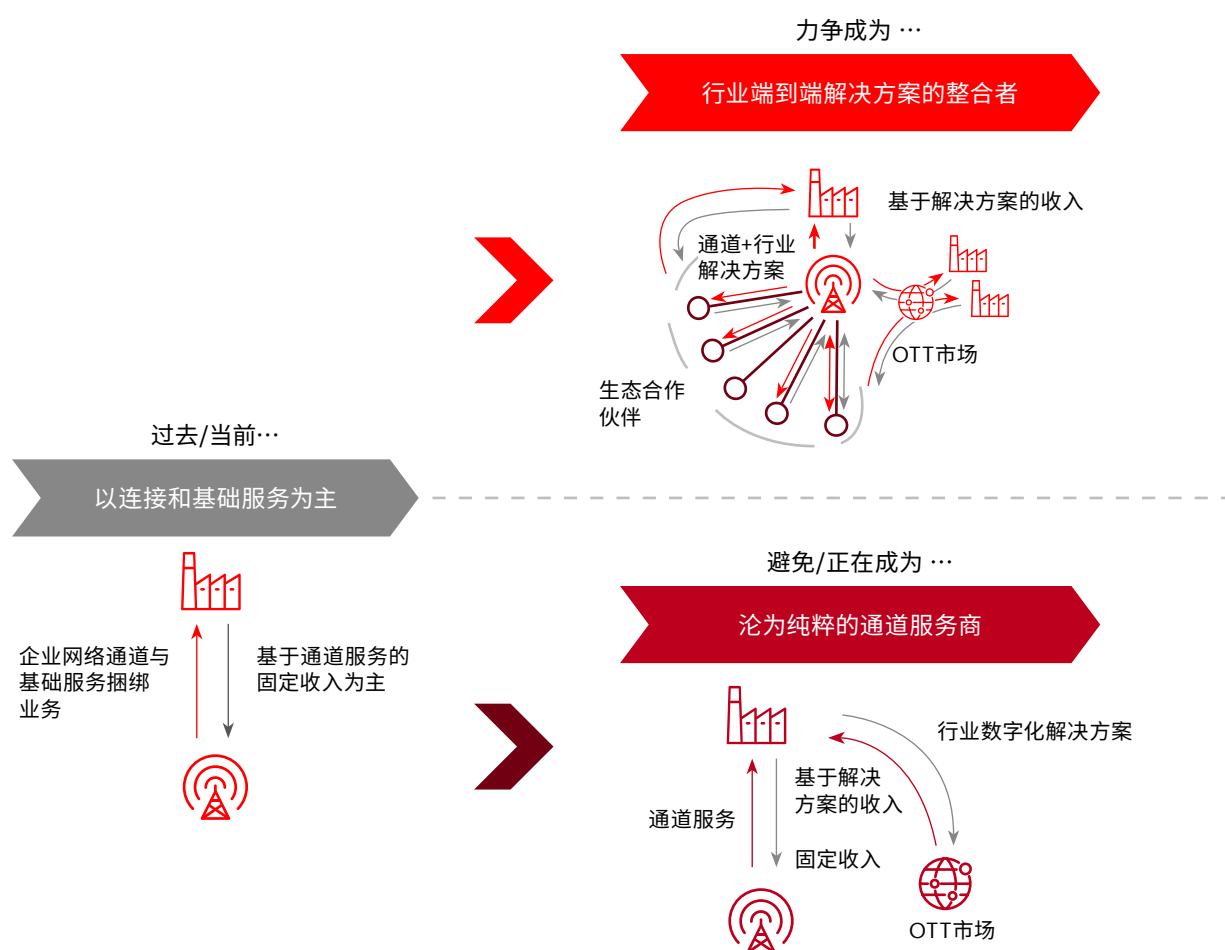
5G来临，生态参与者应时而动，以变御变，正当其时

电信运营商 5G时代， 不进即退

如前所述，5G将为电信运营商重新带来新的竞争优势，但同时也将进一步打破已有的竞争壁垒，运营商将面临不进即退的现实挑战，如果无法抓住5G机遇，开辟新的业务增长点，将进一步沦为底层通道提供商的角色，随着通道服务加速成为低成本产品，将无法为巨大的5G网络建设投资提供充足的回报。

因此，运营商需要在战略层面，重新思考企业市场和消费市场的战略定位：在企业市场，如何利用全连接优势逐步延伸，赢取巨大的数字化服务增量市场？而在消费端，又如何重新成为消费者每日数字生活不可或缺的存在？

图12：5G时代电信运营商企业市场潜在场景图示



同时，运营商需要思考，如何通过全面的数字化转型，重塑与企业战略相匹配的核心能力，诸如如何变流量经营为客户经营，围绕用户数字生活提供高粘性产品，并提升用户体验？如何加深对垂直行业客户的洞察与经营能力？如何重新定义广泛的线下门店的功能？如何增强传统纵向组织架构的敏捷性？如何推动纵向集成的传统IT架构走向解耦，为前端面向企业客户、消费者的业务创新提供更敏捷的中台化支撑？如何驾驭更加软件

驱动和虚拟化的网络平台？乃至如何构建快速敏捷开放的创新能力、增强数据分析与科技人才积累，以及鼓励创新与试错的企业文化，都是5G时代，运营商迫切需要思考与破解的战略议题。

清晰的战略定位，以及系统性的数字化能力转型，将成为运营商能否抓住5G机遇的关键，也将为成功者与跟随者在5G时代竞争地位的云泥之别。

OTT等互联网企业 扬长避短与生态竞合

OTT企业应直面部分传统竞争优势可能被弱化的潜在威胁，思考如何策略性补齐自身在终端接入、网络与安全基础设施等领域的生态版图与能力短板。

OTT企业同样需要思考，如何更加深度了解垂直行业，如何增强垂直行业应用场景的创新能力。

扬长避短也成为关键，互联网企业也需要思考，如何巩固自身在客户经营层面的优势，更加深度洞察、预见、引导消费者在5G场景下的数字生活旅程，如何打破实体与数字之间的藩篱，为消费者提供线上与线下，数字与物理世界相融合的，无缝的、更加人性化的感官体验，以及形成持久记忆的服务。

互联网企业也需要直面5G时代的消费者数据安全与隐私诉求，既充分发挥在数据资产利用上的传统优势，也需要思考在产品与服务设计上如何平衡数据的利用与数字化的过度饱和，巧妙的抓住渴望“清静”的用户，以及部分“极简”数字消费需求。

5G时代的生态合作策略，获取更多前沿的数字技术创新积累，以及垂直行业应用或消费者数字生活入口，也应成为互联网企业的关注重点。

每个企业亦不应 置身事外

5G改变的不仅仅是ICT行业，而是应该成为每一个企业领导者的首要战略议题之一，企业领导者需要深入思考，在5G及全方位数字技术赋能下，企业的数字化变革所带来的更多可能性，以及如何战略性布局，拥抱变革，获得先发性竞争优势。

诸如在前端，如何在5G赋能下为消费者提供全场景、全周期、全渠道的产品与服务体验；5G及其他数字技术能否帮助将产品升级为更加智能、互联的“生力产品/服务”，帮助企业建立与消费者全产品周期的实时互动。

诸如在运营端，如何在5G赋能下，通过智慧研发、智慧制造、智慧供应链、智慧员工等解决方案，大幅提升运营效率，获取敏捷竞争优势。

领先企业也需要思考技术驱动商业模式创新的可能，并且，将自身打造为所在行业的5G先行者，也将有机会成为垂直行业应用解决方案的提供商。通过5G创新能力的产品化输出，为自身开辟新的业务增长点。

因此，企业客户自身，同样需要结合5G带来的产业再造及数字生活变革机遇，重新审视与刷新自身数字化转型的业务蓝图、创新机会，以及关键能力建设策略及路径。

除此之外，5G行业生态的其他各方参与者，诸如网络设备提供商、芯片与嵌入式技术开发商、终端与电子消费品、垂直行业应用提供商等等诸多角色，同样需直面5G变局，重新审视战略机遇、擘画竞合策略，推动产品与服务创新，从而成为垂直行业数字化转型和消费者每日数字生活不可或缺的重要组成。

资料来源

- 埃森哲研究: 全球企业高管普遍低估5G应用潜力
- 2019 Accenture MWC DEMO – The Connected Worker Solution
- Fjord趋势2019 / 2018
- Accenture, Dynamic Digital Consumers
- Accenture, Industry X.0 Overview
- Accenture, B2B Beyond Connectivity in APAC
- Accenture, Riding the 5G wave to re-gain value in the B2B market for Communications Service Providers
- Accenture, Industry X.0 Use Case – Connected Mine
- GSMA, Global Mobile Trends 2017, September 2017
- TRASH THE RULEBOOK – Winning in the disruption era for communications service providers

作者

余进

埃森哲战略大中华区总裁

yu.jin@accenture.com

孙岳

埃森哲战略总监

yue.sun@accenture.com

关于埃森哲

埃森哲公司注册成立于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，为客户提供战略、咨询、数字、技术和运营服务及解决方案。我们立足商业与技术的前沿，业务涵盖40多个行业，以及企业日常运营部门的各个职能。凭借独特的业内经验与专业技能，以及翘楚全球的交付网络，我们帮助客户提升绩效，并为利益相关方持续创造价值。埃森哲是《财富》全球500强企业之一，目前拥有约48.2万名员工，服务于120多个国家的客户。我们致力驱动创新，从而改善人们工作和生活的方式。

埃森哲在大中华区开展业务30年，拥有一支1.5万人的员工队伍，分布于多个城市，包括北京、上海、大连、成都、广州、深圳、香港和台北。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈的建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

详细信息，敬请访问埃森哲公司主页 www.accenture.com 以及埃森哲大中华区主页 www.accenture.cn。

关于埃森哲战略

埃森哲战略融合深厚的行业洞见、先进的数据分析能力，以及人本设计方法，帮助客户预见趋势，洞察先机。以清晰可行的路径打造敏捷竞争力，埃森哲战略帮助决策者设定并执行战略，以驾驭数字转型并驱动增长。

更多信息，请关注@AccentureStrat或访问埃森哲战略主页 www.accenture.com/strategy 以及埃森哲战略大中华区主页 www.accenture.com/cn-zh/strategy-index.aspx。

欢迎与我们互动



@AccentureStrat



www.linkedin.com/company/accenture-strategy



埃森哲官方微信



埃森哲官方微博