

MWC 上海 2025
調査報告書
(サンプル)

2025 年 6 月 24 日
OSS BroadNet Inc.

目次

1. 全体傾向	4
2. 第一日目 (6/18)	8
2.1 China Unicom	8
2.1.1 企業概要	8
2.1.2 展示内容・考察	8
2.2 Lenovo Corporation	10
2.2.1 企業概要	10
2.2.2 展示内容・考察	10
2.3 Whale Cloud	12
2.3.1 企業概要	12
2.3.2 展示内容・考察	12
2.4 China Mobile	13
2.4.1 企業概要	13
2.4.2 展示内容・考察	13
2.5 ZTE Corporation	15
2.5.1 企業概要	15
2.5.2 展示内容・考察	15
2.6 Baicells Technologies	18
2.6.1 企業概要	18
2.6.2 展示内容・考察	18
2.7 Honor	19
2.7.1 企業概要	19
2.7.2 展示内容・考察	19
2.8 Viavi Solution	20
2.8.1 企業概要	20
2.8.2 展示内容・考察	20
3. 第二日目 (6/19)	21
3.1 Huawei Technologies	21
3.1.1 企業概要	21
3.1.2 展示内容・考察	21

4. その他	24
4.1 上海公共交通機関への試乗	24
4.2 上海市景（上海市の現状視察）	25
4.3 上海市景（オプションアクティビティ）	26

購入者の属する組織内での報告以外の目的での本書の複製・配布・流用・加工を禁じます。
表現の簡便の為、本書中に登場する各企業様の社名への敬称は、全て省略しております。
同様の理由から、各社の登録商標・商標への®または TM マークの付記は、全て省略しております。

1. 全体傾向



2025 年 6 月、中華人民共和国浙江省上海市内の SNIEC で、MWC 上海 2025（以下 MWC 上海）が開催された。

GSMA の公式情報によると、2025 年の出展社数は約 400 社であり、2024 年の約 250 社に比較すると一気に 1.5 倍規模に増えた事になるが、参加者数ベースで見ると、2025 年は約 4 万 5 千人であり、2024 年の約 4 万人から 5 千人程の増加だったとの事。2025 年の来場者傾向は、全体の 40%以上が携帯以外の業界との事で、MWC バルセロナ同様、MWC 上海も内容の変質が進んでいる様子である。

今年のコンセプトは昨年に引き続き、人工知能(AI)を中心とした融合(Converge)、連結(Connect)、創造(Create)の 3 つであったが、具体的な展示テーマとしては以下の 4 つが GSMA により予め示されており、各社共これらの公式テーマに基づく展示を行っていた。

1. 5G Inside

5G の更なる進化が産業にもたらす様々な影響。5G-Advanced (5G-A) や 6G への展望も含まれる。

2. AI+

人工知能 (AI) の産業全体や人間活動への浸透。生成 AI、エージェント AI、インテリジェントシステムなど。

3. Connected Industries

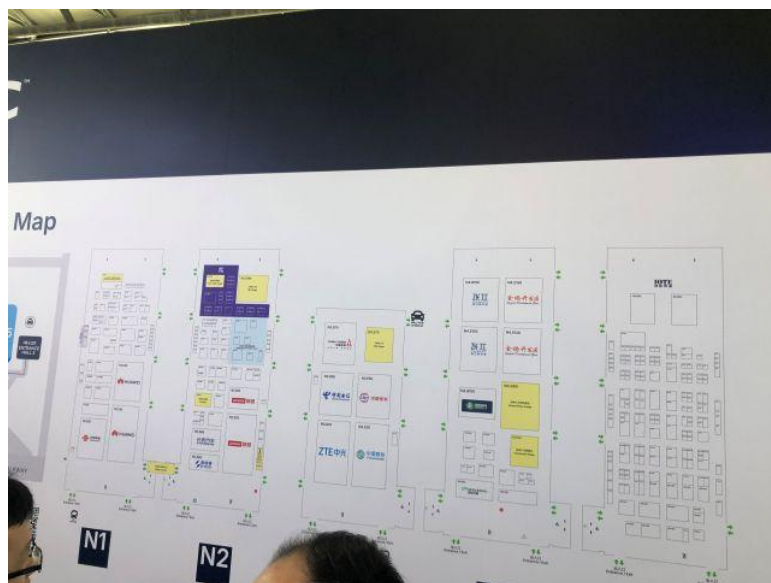
AI、IoT、プライベート 5G、インダストリー4.0、スマート工場、自律型ロジスティクス、リアルタイムサプライチェーン等の応用事例。

4. Connected Enablers

モバイルエコシステムがデジタル変革を推進し、新たな可能性を切り開くための基盤となる技術・サービス。

MWC 上海は、SNIEC の北側ホール群（N1～N5）と会場に隣接する Kelly Hotel 内のイベントスペースで開催された。SNIEC には他にも東側・西側にホール群があるが、これらの一部では他の展示会が開催されており、残りは不使用状態だった。

会場への最寄り駅は上海市営地下鉄の花木路駅であり、同駅の1番出口に繋がる Kelly Hotel 地下の小規模な小売店舗&飲食フロアを1分程歩き、エスカレーターを上って地上に出た目の前が会場への入り口であった。MWC バルセロナのような大規模ではない事が幸いし、展示会由来の混雑・渋滞は左程でもなく、会場へのアクセスに特段の不便は感じなかった。



N1 ホールは、主通路側から半分程を、筆頭出展社である Huawei と中国3大キャリアの一角である China Unicom（中国聯通：3位。他2社より廉価な料金プランが特徴）の2社が占めていた。

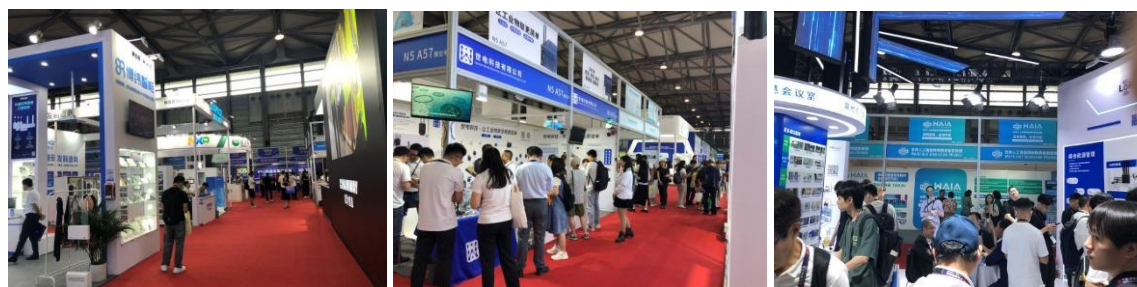
N2 ホールは、主通路側から1/3程を Lenovo と SIer の SI-TECH、中国5大自動車メーカーの1角である長安汽車（本社：重慶市）が占め、中程に GSMA の総合展示、後方に同じく GSMA の Innovation Frontier ゾーン、4YFN、5G 特設ゾーンが続いていた。



N3 ホールは、中国三大通信キャリアの China Mobile（中国移動：1 位）、China Telecom（中国電信：2 位）に加え、5G 移動通信特化型の通信事業者である中国信科集団（2018 年 7 月設立（国営企業）、本社：湖北省武漢市、従業員数 3.8 万人）、中国三大通信キャリアが出資する通信塔インフラの建設・保守会社である中国鉄塔（2014 年 7 月設立、本社：北京市）、ZTE の計 5 社で全スペースを占めていた。

N4 ホールは、主通路側に中華版 STARLINK である SPACESAIL（上海市が出資する国営企業。低軌道衛星による衛星インターネットサービスを手掛ける）ほか 13 社、奥側に上海市が運営母体である ZKJI 張江ハイテクパークの支援対象企業、上海浦東新区の金橋開発区を拠点とする国営ディベロッパーである上海金橋グループと支援対象企業が、様々な上海発の技術・製品・サービス・プロジェクトを展示していた。

N5 ホールは、IoT 関連技術・製品の併催展示会である IOTE が占有していた。



MWC バルセロナと異なり、Ericsson、Nokia 等欧米のメジャーな通信メーカー勢、近年の存在感増が著しい AWS、Google、Microsoft 等のプラットフォーマー勢、日米欧の主要通信キャリア勢、日韓台のメーカー勢の出展が、MWC 上海では殆ど見られなかった。各国政府の政治的な意向を受けての状況だったのかも知れないが、この類の国際政治的な視点からの分析・考察は、本報告書の主旨から逸脱するので敢えて控える。

前述の 4 つの展示テーマという切り口では、MWC 上海と MWC バルセロナの間にさほどの違いは見られなかったが、Huawei を筆頭とする主要メーカー各社の展示方針には大きな違いが見られた。というのは筆者が各社の説明員をヒアリングして廻った所、本展示会での主な対象聴衆（国）は欧米・日韓等の西側諸国ではなく、中国本土、及び、アフリカ・中近東諸国との事であった。

中国本土は今も国家が通信事業を厳格に統制・管理しており、Camara 等のネットワーク API 的なアプローチは、技術以前に国の方針から逸脱するため実需に乏しい。翻ってアフリカ・中近東諸国では、中国本土ほど統制が厳しくない一方で、技術規格の国産化志向が弱く、所要の機能・性能が達成されている限り、Camara API 等欧米メーカー主導の標準化活動への追従にも左程の拘りはなく、基本的にはコスパが最優先事項となる。

恐らくは上述の背景のため、MWC バルセロナの主要テーマであった Camara API の展示は MWC 上海では皆無、欧米系の技術標準としては TM Forum の”Ready for ODA”ロゴが散見される程度であり、OPEN RAN も、左程の積極的な展示は見られなかった。製品・サービスの内部構造や実装技術に踏み込んだ展示も少なく、工場・公共施設・教育等 BtoB への 5G&AI の応用ユースケースが主流である印象を受けた。

日欧米市場でも一定の存在感を持つ Huawei、ZTE、Lenovo の展示は何れも、MWC バルセロナで多く見られたファンタジーな内容ではなく、割合に現実的な内容が多かった。但し AI だけは別で、主要メーカーに 3 大キャリア迄を含めた各社が、筆者には些か度が過ぎるのではと感じられる程に、AI 一色に染まっていた。Open AI や Nvidia 等による寡占への警戒心から DeepSeek 等の国産 AI を後押しする国の方針も、これらの AI 狂騒曲といった感じの現状に、ある程度影響しているのかも知れない。

スマホ・タブレット類の展示は、各社共に控えめだった。

4YFN は、MWC バルセロナに比べると極端にスペースが少なく、出展企業数も 35 社と小規模であり、左程の活気は感じられなかった。MWC 上海は、成熟企業同士の更なる飛躍を目指したビジネスマッチング促進がメインであり、単純なベンチャー支援にはあまり力点を置いていないのかも知れない。

中国政府・工業情報化部が 2024 年 1 月に発表した 2023 年度版「通信運營業統計公報」によると、2023 年度の中国本土全体の業務収入額は、前年度比 6.2%増の 1 兆 6800 億元（約 34 兆 5000 億円）。特に伸び率が高いのはデータセンター、クラウドコンピューティング、ビッグデータ、IoT で、これらの合計業務収入額が前年度比 19.1%増の 3564 億元（約 7 兆 3282 億円）、うちクラウドコンピューティングとビッグデータは何れも同 37.5%増で、IoT は同 20.3%増との事。

2023 年度の携帯電話契約数は 17 億 2700 万件、うち 5G 携帯電話は 8 億 500 万件であり、5G 化率は約 47%。一昔前の GSM&W-CDMA 全盛期には海外技術への依存度が高かったが、今は国策もあり、中華 5G への置換が進展著しい様子。

翻って固定ネット接続は、業務収入額が前年度比 7.7%増の 2626 億元（約 5 兆 4000 億円）、契約数は 6 億 3600 万件、うち最大通信速度 1Gbps 以上の光契約数は 1 億 6300 万件。固定ネット接続の伸び率 7.7%が、通信事業全体の伸び率 6.2%を上回っている点が興味深い。成熟期に入った無線通信の BtoC 市場に対し、データセンター等の BtoB 市場が伸びており、安定性・信頼性の観点から、改めて有線が見直されている事の顕れであろう。

上述の現状を反映してか、各社の展示は何れも BtoB 重視の傾向が強かったように思う。