

中国电信提速降费亮点纷呈

中国电信坚决落实网络强国战略,自2015年开始实施提速降费,三年来,网络投资累计近3300亿元。现已基本建成覆盖广、感知优的4G、光纤网和物联网三张精品网络。

4G网:人口覆盖率98%。移动下行速率峰值由2014年3.1Mbps(3G)升至2017年300Mbps(4G+),提升近百倍。

光纤网:光纤到户网络已覆盖超过4.5亿户住宅套数,在超过150个重点城市启动部署千兆光宽网络。2017年底,宽带用户平均接入速率达到76Mbps,与2014年相比提升近6倍。

物联网:依托800M LTE低频网络,开通NB-IoT基站近30万个,建成了全球首张覆盖最广、规模最大、质量最优的新一代物联网。

三年来,电信流量资费大幅下降,累计降幅80%,有线宽带平均单价累计降幅90%。

在过去的一年里,中国电信提速降费再次交出亮眼的成绩单。

亮点一:提速

2017年,中国电信完成投资1057亿元,新增光端口4500万个,累计达到3.2亿个,光宽网络覆盖超过4.5亿住宅套数(网络能力);4G基

站累计建设117万个,覆盖人口98%;率先建成全球首个新一代物联网(NB-IoT),开通NB-IoT基站近30万个,成为智能家居、智能城市和智能制造等万物互联的主要承载网络。

亮点二:降费

一、为降低消费者手机通讯费用和宽带使用费用,一是在2017年9月1日全面取消手机国内长途和漫游费,比原计划提前一个月;二是分别在2017年5月和9月两次对互联网专线标准资费下调15%和10%。

二、为助力企业发展,电信开展“提速惠企”专项行动,一方面,针对具备条件的中小企业互联网专线免费速率翻倍或者免费提速至50Mbps;另一方面,实施“企业上云”行动,为使用云主机等业务的中小企业提供30%资费优惠。

三、自2017年5月1日起,大幅降低了国际及港澳台地区数据漫游资费和长途通话资费,平均下调幅度90%。

2017年,各地电信公司大力推广大流量套餐,大幅降低流量资费;手机上网流量资费达到0.025元/MB,相比2016年下降52%;有线宽带平均资费达到0.51元/Mbps,相比2016年底下降了45%;有线宽

带平均接入速率达到76Mbps,相比2016年底提高了50%。

亮点三:提升服务

一是提升宽带服务,中国电信在去年5月17日发布了“当日装、当日修、慢必赔”三项服务承诺。

二是实施信息惠农,进一步支撑精准扶贫方面,中国电信全面参与信息进村入户工程,加快线下益农社的建设和线上推广,服务农民842万。

三是大力推广六模全网通手机。截至2017年底,六模全网通手机行业销售占比已近80%。

下一步,中国电信将坚决贯彻落实好国家的有关要求,通过企业的转型升级,为广大消费者提供更多用得上、用得起、用得好的信息服务。

新一轮提速降费已在眼前,工信部表示将在7月1日前取消手机流量漫游费。中国电信将加快开展套餐梳理和调整、系统开发和改造、测试和业务验证等工作,确保广大用户在今年7月1日前享受到这一红利。企业将继续推进大流量互联网卡、阶梯式流量放心用等流量降费措施,确保移动网络流量资费年内至少降低30%。(本报综合)



日前召开的国务院常务会议明确将进一步推动网络提速降费工作落实,推动中国数字经济发展和信息消费,今年移动流量资费将再降30%以上。图为福州市民从电信企业流量资费广告旁经过。

中新社 张斌/摄



不限量时期,运营商如何避免收入下滑

■赛立信通信研究部 谢剑超

国内不限量市场的竞争愈演愈烈,更多的流量增长却得不到更多的收入,有时甚至会出现收入下滑的状况,因此运营商或将面临增量不增收的困境。

国内不限量市场的发展概况

(1)价格战愈演愈烈

电信局部地区推出区域不限量已经低至59元/月。如果将联通的互联网卡也算为不限量套餐,则不限量套餐已经低至19元/月。未来的不限量套餐资费或许只会更低。

(2)互联网竞争白热化

与互联网广泛合作,是国内不限量发展的主要特色。通信市场的剧烈竞争与互联网市场的剧烈竞争,导致两边市场在相互融合中不自觉地出现站队现象。由于国内低资费用户占比庞大,高价的不限量无法在国内普及,定向内容不限量的低资费能迎合大部分用户需求。所以,未来定向内容不限量还是市场的主流。

(3)家庭市场成抢夺重点

针对家庭用户的捆绑优

惠,是电信成功推动不限量的发展。于是,同样采取“捆绑线路越多资费越优惠”的策略,可以吸引越来越多的用户办理。

不限量时期未来如何增收

目前国内通信市场还有机会提升ARPU值,但是随着国内4G步向成熟,ARPU值的提升将十分困难,运营商未来将面临无法提升ARPU值的困境。此时运营商想防止收入下滑,只能通过抢占市场份额的方式来实现收入增长。国内通信市场已接近饱和,运营商想抢占客户无疑非常艰难。

不限量时期,竞争优势似乎倾向于较小运营商。它们在

网络方面得到反超,在资费方面、个性化、细分市场、客户体验等优势得到显现。较小运营商竞争实力得到大大提升,在资费、客户体验、网络持续优化下更大机会快速抢占市场。但较大运营商的综合实力并未减弱,在创新上紧随较小运营商变革步伐也可能取得更大的竞争优势。

不限量时期,要尽量获得更多的用户。正如T-Mobile的核心策略就是抓住对手的弱点,解决用户的痛点一般,对于较小运营商来说,对手在不限量时期的弱点是网络拥堵导致网络体验大幅下滑,用户痛点

是月达量降速的额度太少。较小运营商抓住对手此时的弱点,通过提供较大流量额度满足用户的需求,从而构建绝对的差异化竞争优势,便可从用户角度和竞争角度两个方面来争取客户。

从用户角度,运营商需要不断优化体验、提供更个性化的服务;从竞争角度,运营商需要建立独特差异化优惠,细分市场突破。不限量时期竞争加剧,运营商需在各方面加大创新步伐,才能构建差异优势来抢占市场份额。

(本文系作者个人研究之观点,不代表本报立场)