

4G大战打响 市场契机何在

热点直击

雾霾险需提高保障含金量

本报记者 江帆

本报记者 王轶辰 实习生 张萍 白文站

视点

继中国移动、中国电信之后，中国联通也于近日宣布4G网络正式商用，并首度公开了其4G资费标准。随着国内3大运营商悉数步入4G时代，一场运营商之间的4G网络大战全面展开。

发展4G业务不是运营商的“单机游戏”，在运营商之间竞争硝烟四起之际，消费者是否能从中受益，这才是支撑4G产业持续发展的关键——



4G是天价资费吗

电信行业是规模经济，4G前期的网络建设投入巨大，随着用户规模扩大和产业链成熟，4G资费将会逐步下调

“睡觉忘记关4G，房子一夜归移动。”在试商用初期，关于4G“天价资费”的段子在网上广为流传，影响着消费者更新换代的热情，资费也成了运营商在4G推广之路上绕不过去的坎儿。

在这样的背景下，运营商间的资费价格战接踵而至。中国联通近日发布的首个4G资费标准，进一步拉低了4G网络的使用门槛。有别于中国移动和中国电信的4G发布，中国联通此次主打的资费命名为“4G/3G一体化资费套餐”，共分8档，最低资费套餐每月76元。

值得注意的是，中国联通现有的3G套餐中，选用156元A计划的用户每月可以使用420分钟国内语音通话，500M上网流量；而136元的联通4G套餐，则包含每月500分钟语音通话和1G上网流量。

就在中国联通发布4G资费的前一天，广东移动的动作也引人关注：4G最低消费门槛从128元大幅降至58元。据悉，中国移动广东公司在省内正式商用之际推出了2款百元以下的4G套餐，分别为58元和88元，这与各运营商3G时代的入门套餐基本一致，而套餐内流量却远远超越3G时代。单从资费对比来看，4G资费似乎要比3G时代便宜得多。

国际电信联盟统计的161个国家的数据显示，2012年中国电信资费绝对值平均排在第一百五十八位，位列倒数第三。“按照收入比折算，国内4G资费几乎是美国的1倍。”一位业内人士透露，我国人均收入水平偏低，对照人均收入来看，资费仍然偏高。

就长期而言，降资费乃大势所趋，却非一朝一夕之事。“流量资费定价过高，会打击消费者使用4G的热情；如果定价过低，则会对运营商的盈利造成巨大挑战。”中研普华研究员蒋凌奇表示，电信行业是规模经济，4G前期的网络建设投入巨大，随着用户规模的扩大和产业链的成熟，4G资费将会逐步下调。

投入巨大，随着用户规模的扩大和产业链的成熟，4G资费将会逐步下调。

角力资费套餐设计

运营商的竞争更注重流量的经营策略，待真正的国际主流4G网络FDD-LTE发牌后，消费者的选择会更加多元化

价格低不低、速度快不快、网络覆盖好不好、信号流畅不流畅，无疑是消费者用“手”站队的首要指标。由于目前国家只发放了TD牌照，中国联通和中国电信的商用4G网络都以租借中国移动网络为主，3大运营商的4G信号实际上并没有太大差别。这样一来，资费便成了最重要的衡量标准。

而相对于资费门槛的高低，此番运营商4G套餐竞争中的更大亮点在于流量的经营策略。此次中国联通推出的“一体化”套餐，将4G/3G流量按照统一标准计费，对尚处于3G向4G过渡时期的广大消费者来说充满了吸引力。此外，中国联通还特别设计了“放心用”套餐外流量计费方式，用户的套餐外流量以60元/GB收费，而当用户套餐外流量计费达到600元后，新产生的流量将不再收费，直至15GB后系统自动关闭数据网络，为消费者流量使用上了“双保险”。不过，相较于联通3G时代的资费政策，联通4G套餐暂不支持用户个性化定制，如果用户想要更多的上网流量，只能选择更高的资费套餐，同时得到的通话时长也更多，即使你电话量不多。

中国移动的套餐则灵活得多。其4G资费由语音通话、上网流量和数据业务3类业务资费组成，除了标准飞享套餐外，还有流量可选包、加油包等辅助套餐，用户可以根据需求自由组合。“各大运营商公布的4G资费很大程度上只是‘参考价’，在具体的市场竞争中，各地分公司会根据实际情况推出不同程度的优惠。”蒋凌奇说，比如广东移动推出了最低58元的4G套餐，比集团公司定的88元低了不少。

中投顾问IT行业研究员王宁远表示，就目前而言，中国移动优势明显，

待真正的国际主流4G网络FDD-LTE发牌后，中国联通和中国电信很有可能采取不同的市场策略后来居上，消费者的选择会更加多元化。

避免陷入价格误区

运营商不仅要花精力解决流量资费问题，还要培育4G用户群，建立4G生态圈，不断创新流量应用业务

自从4G商用全面铺开，围绕价格的问题就未断，但在相关争论中，有些认识误区值得关注。

误区之一：用4G意味着高资费。飞象网CEO项立刚表示，要想让流量价格降下来，惟一的可能就是技术的进步。2G时代的基站只能提供约2MB的流量，只要用户一多，网络就无法承受，所以要用高价把大部分用户挡在门外；3G时代，一个基站可以提供约60MB的流量，可以让更多用户使用，所以价格大大降低；4G时代，一个基站可以提供600MB甚至更高的带宽，随着网络逐渐完善，价格一定会逐渐降低。

调查

观望者多 体验者少

4G正式商用后，运营商接连出招，消费者到底买不买账？记者近日到北京几家运营商营业厅探访，发现4G商用只能称得上是“小荷才露尖尖角”。

在位于广安门内大街的中国移动菜市口营业厅，记者发现，有不少消费者围在4G咨询区咨询办理业务。“换4G卡需要额外交钱吗？”一位消费者问。“不用，老用户换卡是免费的。”营业员介绍说，要想享受4G网络，首先得换成4G手机卡，但只有在支持4G的手机上才能享受4G网络。

记者从位于虎坊路的中国联通营业厅了解到，中国联通的换卡服务尚处于网上预约状态，4月18日之后，用户才

可以到营业厅将老卡换成新卡。

“电信目前只有4G网卡服务，手机暂时尚未开展相关业务。”位于西单的中国电信营业厅的工作人员告诉记者。

针对网上关于中国移动天价4G资费的传言，一位营业员解释说，“4G网络速度快，所用流量比之前多一些是正常的，建议用户可以先体验一个月，再根据自己的需求进行调整。”

记者还发现，为了降低门槛，一些品牌的4G千元机陆续上架，苹果、三星、索尼等品牌的换机优惠活动更是五花八门。即便如此，4G手机低价机型仍然较少，换机成本高，消费者也只能看看热闹。

“电信目前只有4G网卡服务，手机暂时尚未开展相关业务。”位于西单的中国电信营业厅的工作人员告诉记者。针对网上关于中国移动天价4G资费的传言，一位营业员解释说，“4G网络速度快，所用流量比之前多一些是正常的，建议用户可以先体验一个月，再根据自己的需求进行调整。”

观点声音

保险公司对产品设计更加细化是必然趋势，但任何新险种的开发都需要大量数据作为依据，模糊的条款容易导致理赔纠纷

眼下，雾霾成为全社会关注的焦点，一些敏感的保险机构不失时机地推出了与雾霾相关的保险新品，如中国平安、中国人保财险最近都推出了网上销售的“雾霾险”。但对这种新型保险产品，社会上却有不同的声音。不少人认为，这只是一个噱头。那么，应该如何看待这类新的保险产品呢？

目前面市的“雾霾险”主要有两类，即雾霾指数险和雾霾健康险。相比之下，雾霾指数险的评判标准更为具体。以人保财险的产品为例，保险期间，如果北京市环保局公布的北京城区12个“城市环境评价点”的空气质量指数（AQI）全部大于300，且不间断持续5日，被保险人即可申请空气污染健康津贴。理赔流程也很简单，可以全部在网上完成。但人保财险的“雾霾险”仅在北京销售，平安保险的同类产品则推广到北京、上海、广州、石家庄、西安、成都、哈尔滨7个城市，保险期限均为一年。

至于雾霾健康险，异议就比较多了。其焦点在于，“雾霾健康险”如果被作为专门的雾霾致病保险产品，就会出现一种无法解决的问题，即目前保险业积累的与雾霾致病的数据寥寥无几，医学界也没有明确的诊断指标，被保险人更无法提供说明自己是雾霾致病的证据，保险理赔也就无从谈起。但是，如果不将这些产品视为雾霾致病的专业保险产品，那么“雾霾”2字就等于是个噱头，没有实际意义。

对此，保险公司给出的解释是，这些产品不仅针对雾霾致病，也包括其他疾病，而“雾霾险”中可理赔的项目很多，比如“疾病住院津贴”，就无需证明疾病是否是因雾霾引起，只要因病住院都能索赔。

近年来，保险产品出现了一种趋势，即险种的设计更加“小众化”、“细节化”，比如中秋的“赏月险”、春运的“行李丢失险”，其中的确不乏炒作或噱头元素，但创新的初衷也很明显。

“随着生活水平的提高，人们对保险的需求开始多元化。保险公司更加关注细分市场，这是一个必然趋势。”北京工商大学经济学院保险学系主任王绪瑾表示，至于“雾霾险”，保险机构的探索是积极的，但鉴于目前缺乏数据支持，这类险种要做到与保障内容名副其实，还有较长的路要走。

中国企业联合会会长王忠禹——

加强管理创新 抓住战略机遇

本报讯 记者杨国民报道：日前，中国企业联合会、中国企业家协会会长王忠禹在2014年全国企业管理创新大会上提出，全面深化改革将为企业注入新的发展动力，也对企业管理创新提出了更高的要求。广大企业要把握好当前的战略机遇期，进一步提高对管理创新重要性的认识，把信息化、网络化等先进技术手段引入企业管理中，提升管理效率和水平，着力推进商业模式创新，形成企业新的竞争优势。

王忠禹强调，当前，广大企业要推动建立企业自主经营、公平竞争，消费者自由选择、自主消费，商品和要素自由流动、平等交换的现代市场体系。国有企业要以完善公司法治理为基础，进一步完善现代企业制度。民营企业虽然根植于市场，但也有不少仍面临由家族企业向现代企业制度转变的挑战，要改革高度集中的产权结构，从产权多元化、建立外部董事制度、引进职业经理人、逐步规范内部管理制度等方面着手，进一步提高市场化竞争能力和水平。



3月23日，正是“不知火”橘橙的成熟采摘季节，四川丹棱县梅湾村的橘农忙着采摘装运橘橙。近年来，丹棱县因地制宜，推广“不知火”橘橙种植改良，实现了每年3月果树“花果同体”，目前种植“不知火”橘橙树20万亩，果农人均年收入近万元。

本报记者 李树贵摄

链接

4G为消费者带来什么

和3G相比，4G具有技术先进、传输速率更高、频率使用经济等特点。未来4G推广普及后，一部4G手机不仅可以玩游戏、听音乐、看视频，还能远程医疗看病、自动驾驶汽车，办公室里启动家电、出差时监控家庭安全等，可谓无所不能。

4G时代，用户使用手机支付将更加方便，可轻松实现移动支付、转账、购物等潮流应用，可以更加便捷地使用智慧家庭、智慧城市等诸多应用，让生活更智慧。

相关数据显示，未来3年，我国信息消费规模将快速增长，到2015年，信息消费规模超过3.2万亿元，年均增长20%以上，带动相关行业新增产出超过1.2万亿元。中国电信4G业务正式推出，对信息通信产业必将产生巨大推动作用，有力促进信息消费。

让人们用得上、用得起、用得好

徐涵

截至3月20日，中国移动4G用户已经突破134万。其发展表明，新一代移动通信技术有着强大的应用魅力和巨大的市场潜力。第四代移动通信技术已经成为拉动我国电信产业增长的新引擎，更是移动互联网时代促进社会信息化发展的坚实基础。

信息化的建设与发展需要4G。尽管我国移动通信技术与网络建设发展迅猛，拥有全球最多的移动通信用户，但在信息化应用方面却没有太多实质性的进展。如果没有社会化应用的推进，先进的信息通信技术只能是镜中之花。移动互联网能够改变我们的生活，而移动通信技术的发展才能让这样的改变成为现实，这就是4G将给我们带来的变化。让4G在经济建设中发挥更大作用，让更多的人用上4G，同样需要转变观念。

相对于超过8亿的移动通信用户来

说，134万的用户也许微不足道，但也表明了人们对新技术的期待。对于消费者来说，4G最大的优势就是速度，人们对于速度的向往是这个市场最大的潜力。然而，许多用户对4G的资费仍觉心里没底，同时也会问，我用4G做什么？显然，用户对4G资费的茫然成为推广使用的一大瓶颈。4G正式商用后，运营商推出多种资费套餐供用户选择，不过在营业厅，面对表述严谨的专业术语，外行人却很难看懂那些配置，用户最常问的问题仍是“哪种套餐好”。

其实，套餐无所谓好坏，只有是否适用，资费套餐需要根据自己使用手机的习惯来选择，这是更多人能用得起4G的最好方式。而一旦选定套餐，便是供需双方在产品使用方面的承诺，在使用期限内双方需要履行这样的承诺，它不会根据你使用习惯的变化而改变。因

此，消费者要在充分了解自己使用习惯的基础上选择性价比最高的产品。

对于运营商来说，除了高调的宣传攻势，更需要强大的服务支撑，提升用户体验，不断了解市场的变化与需求，推出更加多样化的产品。

4G不仅仅是电信产业链的盛宴，其红利来自于全社会的应用，更来源于多方面的创新，比如让人惊艳的终端产品、穿戴设备、应用软件、新的服务模式等。随着3大运营商4G网络建设与服务的全面推进，4G一定能给用户带来更好的应用体验，能够让人们用得上、用得好、用得起。

财经絮语
Editor's Desk

本版编辑 牛瑾 郭存举
美编 夏一
本版邮箱 jrbjrcj@163.com