

# 北京发布阶梯水价调整方案

## 基本水价拟上调0.95元或1元

视点

北京市4月2日公布了居民用水价格调整方案，两套分3档设计的阶梯水价方案，在充分考虑保障和合理控制用水的基础上，争取实现“多用水多负担”——

本报北京4月2日讯 记者苏民 杨学聪报道:4月2日,北京市发改委正式公布了北京居民用水价格调整方案,拟将居民基本水价在现行的每立方米4元基础上,上调0.95元或1元,并按用水量的不同执行阶梯水价。据了解,北京阶梯水价听证会将于4月17日召开,参加听证会的25人名单已经公布。

北京属于典型的资源型缺水的特大型城市,每年水资源量为21亿立方米,人均水资源量仅为100立方米,为全国人均水资源量的1/20,水资源已成为制约城市可持续发展的主要瓶颈。随着城市的快速发展,北京居民用水需求不断增长,目前,在北京自来水集团供水范围内,居民用水占总供水的比重已达到56%,其中4%的用水大户消耗了全市居民用水量的15%,现行的水价远没有体现水资源的紧缺状况。

北京现行每立方米4元的居民用水价格,是2009年制定的。而北京市成本调查队对北京供排水成本进行监审的结果,2012年北京总的用水成本为每立方米6.38元,如果考虑供水电企需缴纳增值税等影响,含税成本为每立方米6.59元。

实现“多用水多负担”,需要阶梯水价机制的支撑。此次公布的阶梯水价调整方案有两套,均针对居民家庭年用水量分布情况、北京水资源状况和居民承受能力等多方面因素分为3档。

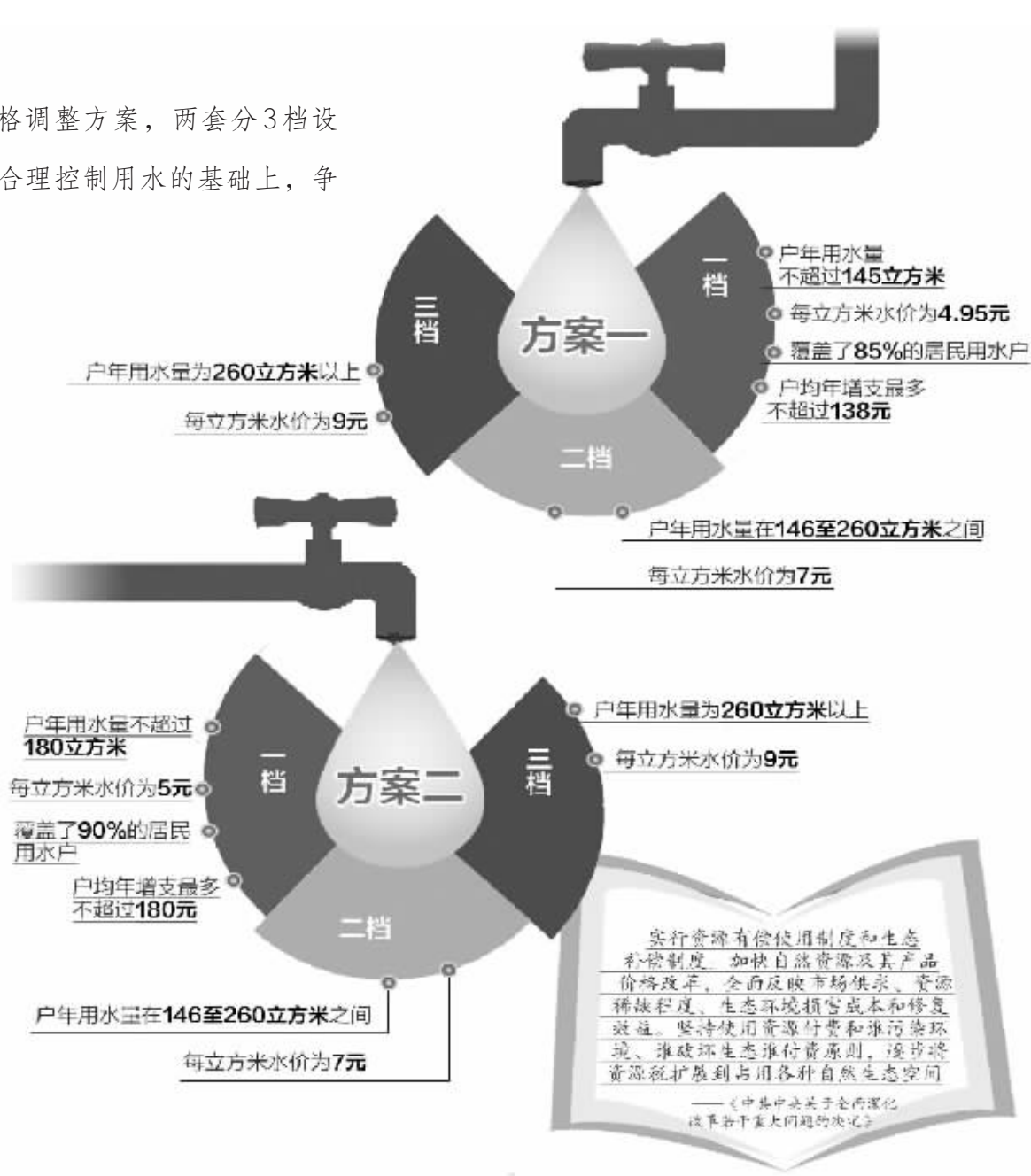
北京市发改委李素芳告诉记者,北京的水价调整方案,体现了保障和控制用水的作用。一档水量保障居民基本生活用水需求,覆盖85%或90%的居民家庭用户,水价略低于成本。二档水量体现改善和提高居民生活质量的合理用水需求,覆盖96%的居民家庭用户,水价与成本基本相当。三档水量为高耗水需求,有4%的居民家庭用户,水价体现水资源稀缺程度。通过实施阶梯价格,取消了对非基本用水需求的补贴,理顺价格机制,促进了公平负担。

据了解,阶梯水价将覆盖北京所有抄表到户的居民用户。一个房产证明对应的住宅为一户,没有房产证明的,以供水企业为居民用户安装的水表为单位。对确因家庭人口较多而导致用水量增加的家庭,具备分表条件的,应给予分表;不具备分表条件的,适当增加阶梯水量基数。而对少数不具备一户一表条件而无法抄表到户的居民用户,暂不执行阶梯水价,水价按照第一阶梯水价标准执行。

按照方案一测算,阶梯水价实施后,85%的居民家庭,户均年增支最多不超过138元。按照方案二测算,90%的居民家庭,户均年增支最多不超过180元。无论最终哪个方案被认可,此轮价格调整对大多数家庭而言,每年增加的用水成本不超过200元。

“在方案制定过程中,坚持的首要原则是‘保基本’。”李素芳告诉记者,这个“保基本”主要体现在继续保持对居民基本用水的普惠制补贴政策,价格相当于用水成本的75%左右;为尽量减少水价调整给居民生活带来的影响,方案适当扩大了基本用水量覆盖面;对多人口家庭适当增加用水基数。

此外,随着北京阶梯水价政策的出台,为保障低收入群体基本生活水平不受影响,北京将在城乡最低生活保障、失业保险金、最低工资标准等社会保障相关待遇标准调整中统筹予以考虑。



## 既要体现公平 也要调出质量

杨学聪

居民用水分为3档,用得越多价格越高——随着居民用水价格调整听证方案向社会公布,备受关注的北京水价调整大幕即将拉开。水价调整涉及千家万户,只有公开公平,才能顺民意、得民心。但是,还必须“调”出质量,让水价与水资源稀缺程度相符合,从而理顺价格机制。

早在2002年,国家多个部委就曾发出通知,要求各省辖市以上城市在2003年底前实行阶梯水价,其他城市则在2005年底之前实行阶梯水价。显然,这个计划落空了,这也意味着推行阶梯水价并不容易。阶梯水价给很多人的印象是“阶梯涨价”,即不是以节水为目的,而是以涨价为目的。

此次,北京两次发布听证会公告,25名听证代表参会,其中消费者代表10人。最大限度地尊重民意,能使价格调整更公开透明,有利于促进水价调整的民主化、科

学化。同时要看到,北京属于典型的资源型缺水的特大型城市,但北京水价长期较低,与水资源稀缺状况不相适应,缺乏合理回报机制,这些都要求加快水价调整,建立“全面反映市场供求、资源稀缺程度、生态环境损害成本和修复效益”的定价机制,切实调出质量,调出效益。

水是与民生联系密切的资源性产品。此次北京水价改革,用水越多、价格越高,其目的在于运用经济手段,发挥价格机制的调节作用,让有限的水资源实现合理配置和高效利用,使水价与当地的水资源水平相符合、相适应,保障居民基本用水,增强城市可持续发展能力。

全面实行居民阶梯水价制度,水价调整是大势所趋。但我们同时更希望,随着北京水价的调整,北京自来水的质量也能得到相应提高,为其他城市实施阶梯水价制度做出有益的探索。

热点直击

## 虚拟运营商：“赔本”买卖怎么做

本报记者 黄鑫

盈利,还亏本不少。

### “醉翁之意”在用户

面对赔本的买卖,虚拟运营商图的是什么呢?中国工程院院士邬贺铨认为,多数虚拟运营商并没有打算从通信业务中直接获得利润,而是借助虚拟运营商业务获得忠实用户,并推出相应的增值服务,完善发展其原来的业务,比如,一些零售物流企业希望将用户捆绑到主业中来。

3月31日,京东集团发布旗下虚拟通讯运营品牌“京东通信”,并宣布京东通信业务将于今年5月中下旬正式上线。京东相关负责人就此对本报记者表示,京东通信上线后将灵活处理用户每月剩余流量,用户不但可以自己享用,还可以将其分享给亲朋好友。京东通信还将在大数据挖掘、后向运营的基础上,推出全新的融合金融服务的产

品。不仅如此,虚拟运营商市场本身也是一块大蛋糕。据埃森哲大中华区通信、媒体与高科技事业部总裁黄国斌介绍,目前,移动虚拟网络运营商针对特定消费群的差异化捆绑服务已经成为主流,移动互联网相关的服务成为热点,并在物联网设备和物联网领域不断拓展。近年来,移动虚拟网络运营商模式占全球移动通信市场份额稳定在2%左右,并呈稳步上升的趋

势,照此比例测算,国内移动通信转售开放市场将形成近300亿元的市场。

### 构建商业模式

当前,中国虚拟运营商发展的主要机会在于运营商无线网络的低利用率,即将空置的网络带宽通过虚拟运营商的转售,为网络运营商带来额外收入,从而提升其现有网络资产的产出,提高盈利能力。

在政策环境和网络资源上,虚拟运营商都得到了很好的保证。据了解,目前,中国电信向虚拟运营商开放了90个本地网,中国联通则开放了300多个本地网。“虚拟运营商首先要做好基础服务,保证通信服务质量;然后要利用自己的业务优势,面向更细分的市场。”赛迪顾问互联网产业研究中心总经理耿岩认为。

比如,苏宁、国美、京东、阿里等综合或在线渠道商,优势在于以其丰富的自有业务为基础,可以推出定向的流量免费;巴士在线、北纬通信等增值服务商,优势在于增值服务和内容服务的经验;爱施德、乐语等通信渠道商,优势在于有与运营商、终端厂商合作的基础及线下销售服务网络。

“同时,虚拟运营商进入移动通信领域,将会引起定价机制的改变,随着虚拟运营商用户的增加,他们将会有更多议价权,并摊薄自己的网络成本。”耿岩说。

市场反响

## 建设不及需求快

### ——4G信号覆盖不足成因探析

本报记者 陈静

从各国经验来看,4G网络建设需时5年,而我国4G牌照发放才不到半年。网络覆盖得有一定的周期,可见4G信号目前覆盖不足的主要成因,是网络覆盖的铺开速度赶不上数据流量增长的刚需

白领许怡然刚从日本分公司回北京工作,习惯4G“飞一般速度”的她办理了中国移动的4G合约机套餐,但麻烦随之而至:“我们公司在西单附近,室外网速倒是很快,可是公司里信号却时断时续,地铁里更是全无信号。”许怡然告诉记者,这样的网速,每月600MB流量需要138元,她觉得“不值”。

和许怡然一样,最近关于4G信号覆盖不足、资费偏贵的“吐槽”频频见诸报端和网络,4G“叫好不叫座”、“鸡肋”等说法也不绝于耳。4G信号为何覆盖不足?问题何时才能解决?随着4G商用的铺开,又会对资费带来怎样的影响?针对这些问题,记者采访了相关专家。

“从各国经验来看,4G网络建设需要5年时间,而我国4G牌照发放才不到半年。网络覆盖得有一定的周期。”通信业专家、飞象网总裁项立刚说。记者采访了多位通信业专家,在他们眼里,4G信号覆盖不足的现象确实存在,但事出有因。北京邮电大学教授曾剑秋表示,“主要是因为网络覆盖的铺开速度赶不上数据流量增长的刚需。”

原因之一在技术层面。与2G、3G相比,4G所需的频段频率更高,因此穿透性较差、衰减更快,需要以更大的密度来建站。“2G的频率是800M,一个基站能管好几公里,到了3G,频率差不多是2G,在建设初期,人们就总觉得室内没信号,4G也要面对这个问题。”项立刚表示。而市场研究机构Gartner首席研究分析师张菊告诉本报记者,“据我们观察,移动4G基站目前不到10万个,由于4G和3G布站可以共址,所以,现在建成的基站主要基于以前的3G站址,这就使得只能在原有3G覆盖范围上叠加4G信号。”散点式分布的4G信号,让用户的使用感知变得断断续续。

而在新建基站方面,从建成到正常覆盖也需要一段时间。曾剑秋表示,“在基站建设完成后,还需要多次优化,很多覆盖盲点,其实是基站扇形位置调整的问题。此外,还有功率不足的问题。新基站建好后,开始的功率发送,往往预设的用户数量较少,当用户数量直线攀升,就感到覆盖不足。”

不过,从目前的建设进度来看,运营商正在加紧建设4G基站。曾剑秋表示,到今年年底,仅中国移动一家就要建设50万个4G基站,“这就是说,中国将建成世界上最大的4G网络。”张菊透露说,到了年底,运营商就能在其计划覆盖的重点城市满足大面积人群使用,“比如北京,4G信号将能覆盖60%的人群。”

但需要注意的是,运营商当前为了抢占先机、跑马圈地,宣传上显得不够理性。张菊认为,“通过宣传和广告,运营商在现阶段将用户的期望值挑得过高,它们应当向苹果手机学习营销技巧,学会管理用户的期望值,不能急于求成。如果用户总达不到预期,就会伤害品牌,等将来大规模铺上信号的时候,用户反而会产生观望情绪。”

在张菊看来,目前运营商应通过技术手段解决用户刚刚接触4G时出现的各种问题,帮助他们平稳过渡自己的使用习惯。“用户一下子不能适应4G的高速度,一定会带来‘失控’。重点是针对套餐透支和流量透支的问题,在自己的系统里做好预警和设置。国外的方法是,当用户的4G流量达到一定用量时,就自动降速到3G,并给予提示。”许怡然告诉记者,她在日本时,运营商正是用这样的方法来确保用户体验,“我的套餐是一个月5G,但如果超出了4G,网络就会自动降速,避免你用超套餐。”

金视界

### 国际低碳产业博览会举办



4月2日,观众在了解秸秆直燃高效锅炉的运行原理。当日,第六届中国国际低碳产业博览会在北京举办,展会以“接轨国际舞台 树立企业节能环保标杆”为主题,探讨和交流经济模式转型时期节能减排经验。

本报记者 翟天雪摄

本版编辑 王薇薇 美 编 夏 一

本版邮箱 jirbjrcj@163.com