

# 工信部：加快推动取消漫游费

## 鼓励民间资本进入电信领域参与竞争

工信部信息通信发展司司长闻库28日在国新办发布会上说,工信部将重点关注包括取消漫游费在内的各种诉求,大力推动企业扩大使用统一价格套餐的用户规模,加快推动取消漫游费。

### 将引导推动企业出台相关方案

上世纪90年代开始,国内漫游费就一直与用户“形影不离”,被网友们戏称为“化石费用”。

闻库说,工信部将根据国家区域发展战略规划,引导推动企业制定出台相关资费方案,逐步扩大使用统一价格套餐的用户规模,逐步取消漫游费。

闻库说,手机漫游费始于1994年原邮电部发布的《关于加强移动电话机管理和调整移动电话资费标准的通知》,当时对移动电话漫游费实行政府定价。2000年以来,随着电信改革,国内电信企业针对用户的差异推出各种资费套餐。原信息产业部联合发改委对包括漫游费在内的电信业务资费实行上限管理。2014年,工信部联合发改委发布公告,对国内所有电信业务资费实行市场调节价,由企业根据市场的情况和用户需求自主确定具体的资费标准。

### 引入竞争是关键

“从监管上限引入这些年来看,价格整体是下降的。”闻库说,一季度我国电信业务总量同比增长46%,远高于业务收入的增速,基础电信企业利润同比下降4.8%,也从侧面说明这点。

推动资费下降,引入竞争是关键。闻库说,下一步工信部将鼓励三家基础电信企业全业务领域竞争,鼓励民间资本进入电信领域参与竞争,继续推动移动通信转售业务,释放鲶鱼效应。

会上发布的数据显示,一季度,我国移动宽带(3G和4G)用户占比上升到61.7%,其中4G用户达到5.33亿户。

## 漫游费取消难点



### 用户管理手段?

运营商:地方政策不同,电话卡销售价格有所不同。如甘肃卡费用便宜,都卖到北京,可能会影响市场秩序



### 巨额营收损失?

取消全国漫游费用,运营商将损失巨额收入



### 挂钩考核?

同一家运营商各个省分公司实施分网核算和公司内部考核业绩有关



### 1994年

要求移动电话需收取每分钟0.6元的自动漫游费

### 2008年

工信部规定主叫每分钟0.6元为国内漫游话费上限

### 2015年

三大运营商在京沪冀间取消漫游费

## 连线

### 加大防范打击通信诈骗力度 关停“400”等号码3.7万个

闻库28日说,针对电信领域出现的新型诈骗手段等情况,工信部专门制定了行动方案,成立防范打击通信信息诈骗专项工作领导小组,责令企业进行全面排查,消除安全隐患,并通过技术拦截、关停号码、来电提醒等多个方法加大对电信诈骗防治力度。

近期一些不法分子通过欺骗手段更换北京移动用户SIM卡实施诈骗,手机安全问题引发关注。闻库说,针对此事,工信部已紧急发函至中国移动通信集团公司,责令其立即开展调查,并对相关业务流程进行全面排查,消除可能存在的安全风险。中国移动已联系北京

市公安局予以立案查处,北京移动公司已暂停网站自助换卡业务,同时进一步完善验证码下发以及门户网站登录等环节的用户提醒。

此外,工信部还继续在全社会加大防范打击通信诈骗力度,敦促基础电信企业加强号码整顿、提高技术防范管控能力,与公安机关密切合作加强监督举报等。

目前,各基础电信企业关闭和停止“400”“一号通”、商务总机业务号码3.7万个,累计配合关停涉嫌通信信息诈骗电话号码7万多个、涉案“黑卡”10万多张,并试点免费提供涉嫌通信信息诈骗的来电提醒服务。

■综合新华社

## 我省一季度消费品零售额同比增11.2%

4月28日,省商务厅发布了一季度消费品市场运行情况报告。省商务厅分析,一季度消费品市场平稳开局,餐饮业持续回升是最大的亮点;目前居民消费信心略显不足;未来需大力挖掘农村市场消费潜力,培育消费新模式新热点。

据统计,2016年1月至3月,湖南累计实现社会消费品零售额3027.2亿元,同比增长11.2%,较上年同期减缓0.9个百分点,比全国平均水平高0.9个百分点。

餐饮业持续回升是最大亮点。1月至3月,湖南餐饮业销售收入增长13.3%,增速比2015年一季度提高1.9个百分点,比2015年全年高1.2个百分点,保持着持续回升好势头。

省商务厅市场运行和消费促进处处长刘飞表示,湖南餐饮业销售收入占社会消费品零售总额的比重为12.2%,但对社会消费品零售总额增幅的贡献率达到了14.2%。

不过,目前我省居民消费信心略显不足。省商务厅分析,近年来,经济下行压力加大,而去年下半年以来,物价水平呈现回升趋势,特别是今年一季度鲜菜、猪肉涨幅明显。居民收入减少,物价上涨预期增强等原因,降低了居民尤其是中低收入家庭的消费意愿,影响消费需求的持续增长。

此外,汽车类消费渐趋饱和,未来增速将放缓。

■记者 周月桂

## 海尔第2亿个家庭诞生 每2户就有1个叫“海尔”

2016年4月25日,家住青岛市崂山区的张媛媛女士一家应邀来到青岛胶州空调互联工厂,参加了海尔第2亿个家庭诞生仪式。

据悉,张媛媛一家4月20日在网上购买了卡萨帝双子云裳洗衣机1台、海尔空调3台(包括天樽空调1台、劲铂空调2台)、海尔馨厨冰箱1台。根据海尔SCRM(社交化客户关系管理)数据平台以家庭地址为索引的数据显示,张媛媛女士恰好是第2亿个家庭。官方数据显示,我国家庭数量约为4.3亿,相当于近一半的家庭都在使用海尔家电,如果按照我国官方数据每个家庭平均3.02口计算,直接使用海尔的人数超过6亿人。

**海尔第2亿个家庭是怎么出来的?** 据海尔相关负责人介绍,这2亿个家庭是按时间维度分两段统计出来的:动态新增用户数据和历史存量用户数据。

**动态新增用户数据:**是指2013年2月份SCRM系统上线后开始动态采集新增的用户数据,到2016年4月20日21:00,取数口径是“以一个送货地址为一个家庭”。根据系统数据显示,截止到4月20日,海尔共创



图中左二到左六为海尔第2亿个家庭,其他为海尔全球工程师代表

造了1.4亿个家庭。历史存量用户数据:是指2003年2月前的历史用户数据,根据送货地址,海尔这段时间共创造了0.8亿个家庭,刨除更新换代、二次购买以及重复购买等要素后,有效家庭数约0.6亿。两段时间的家庭数据取整数,累计出2亿家庭。

海尔的“家庭画像”:高学历、高收入、年轻人群为主 2亿家庭超6亿人的消费群体是怎么分布的?海尔SCRM系统里翔实的大数据勾勒出了一个准确的海尔“家庭画像”。

从年龄上看:海尔用户40岁以下的中青年以69.01%的高占比成为海尔的主流用户;从2亿家庭的受教育程度看:本科学历占37.62%,研究生7.18%。购买海尔家电的家庭受教育程度普遍较高;从用户收入看:家庭内人均收入高于5000元/月占海尔家庭总量的58.85%,这意味着大多数高收入家庭在购买家电时首选海尔。

海尔还随机抽选1万个家庭做抽样调查,其中四代同堂一起使用海尔的家庭有135户。很多用户都是从最开始爷爷辈买了第一台海尔冰箱,到现在家中第四代诞生仍选择海尔。另据海尔服务人员上门安装时的不完全统计,超过25年仍在用户家中正常使用的海尔家电不少于1.5万台。

尽管时代在变,海尔“真诚到永远”的理念却一直未变。通过不断的颠覆和创新,海尔已经完成从电器到网器的升级,并以网器为核心搭建起了与消费者生活息息相关的生态圈,与时俱进地创造着新的用户需求。

## 给力安全保障 新逍客喊你纵情玩乐

自上市以来,新逍客便凭借高颜值及欧式操控带来的驾驶乐趣为人们所熟知,但其实安全保障也是新逍客“独步武林”的一大秘诀。

### Euro-NCAP五星安全认证 顶级安全保障

在被动安全方面,新逍客和新奇骏共用CMF平台的车身结构,采用了近半高强度钢使用比例车身,在欧洲Euro-NCAP安全碰撞测试中,新逍客获得了五星安全认证的优异成绩,顶级安全保障实至名归。

**主动安全“管家” 纵情玩乐其实很简单** 如果说一辆车的被动安全让驾乘者犹如穿上了“盔甲”,那主动安全则像是一个安全“管家”,将一切可能发生的危险扼杀在摇篮里。新逍客的360°智能实时监控系统及i-SAFETY智能防撞安全系统就是能让驾乘者信赖的“安全管家”。

**“流·动”之美 东风风神AX5官图曝光** 近日,备受关注的东风风神第三款SUV东风风神AX5官图首次曝光。从此次曝光的图片来看,东风风神AX5采用“流·动”的设计手法,车身线条极富流动感,尾部造型也充分显现出SUV独有的力量感。据悉,东风风神AX5已于4月25日在北京车展首发亮相。

从车身腰线来看,东风风神AX5整体设计时尚动感,大胆犀利的动态曲面,轿跑风格的车窗线

条,让AX5整体散发出时尚、运动的气息。

在前脸设计上,东风风神AX5采用格栅与灯具穿插的整体设计方式,在拓宽车身宽度的同时,也使前脸显得更加整体。

根据东风风神AX7与AX3在市场上的良好表现,相信东风风神AX5也会让人惊喜。在4月25日的北京车展上,我们能了解到这款车更多的详细信息。