

中国计算机协会炮轰三大基础电信运营商

微信收费或终结移动互联免费模式

■ 本报记者 郭奎涛

4月6日,中国计算机学会在北京就“微信收费”事件发表特别声明,反对三大电信基础运营商对微信收费。“对微信收费涉嫌双重收费”。中国计算机学会表示,“三大国有基础电信运营企业在未经有关法律程序的情况下试图增加收费名目是不妥当的。”

此前,为了避免沦为互联网企业的网络管道以及微信等产品对短信、电话等业务的威胁,今年以来,通信运营商不断释放即将对微信等 OTT 业务收费的信号。工信部部长苗圩也在日前透露,已要求通信运营商制定相应解决方案。

加剧微信商业化压力

“微信只是 OTT 的一种,工信部不会对某一种产品是否收费做出规定,只会针对某一类产品。移动互联网一直找不到商业模式,因为都是免费的,如今就有一个最直接的商业模式,收费。”中国移动互联网研究机构艾媒咨询 CEO 张毅告诉《中国企业报》记者。

OTT 是指基于网络的各种互联网服务,例如即时通讯、视频和游戏等等。

“微信收费应该是运营商向腾讯收费,而不是直接向用户收费。因为腾讯肯定不会针对普通用户收费,这会把用户赶到米聊等对手那里。这样的话,费用由腾讯独自承担,势必会加剧腾讯微信商业化的压力。”一家互联网企业人士表示。

然而,根据腾讯刚刚公布的 2012 年财报,迫于微信等投入的持续扩大,其利润增长明显低于收入增长速度。由于利润率压缩的预期以及微信收费的传闻,自 3 月 11 日盘中创下 286 港元的历史高位以来,腾讯股价已持续下跌了半个多月,累计跌幅约 14%。

中国计算机协会认为,三大基础电信运营商提供的是通信设施服务,已经从客户处收取了使用通信设施费用,如果再收取客户的费用(无论是对增值服务商还是终端客户),则涉嫌双重收费,于法、于情、于理均站不住脚。

“微信通过网络数据线路传输信息,价格上便宜很多,因此对电信运营短信业务等构成威胁,对微信收费本质上是垄断企业和民营企业之间的利益之争”。中国计算机协会表示。



“

中国联通前不久将流量查询单独计算的业务中,除了微信,还包括腾讯的手机 QQ、人人网、米聊等业务的流量使用量,这也让业界认为是中国联通将对 OTT 业务采取收费措施的前兆。

收费或只对增值服务

“但是,从工信部部长苗圩的表态来看,也难说不会直接从用户层面收费。即使从腾讯方面来讲,微信也不可能一直免费,这是它探索商业化

和变现的道路之一,只是具体的收费模式还不清晰,而且言之过早。”上述互联网企业人士说。

关于收费方式,微信在香港地区的做法一度被认为是试点。目前,香港运营商电讯盈科的用户每月支付不到 7 元钱,就能够享受微信数据组合优惠包。不过,腾讯官方否认了这种收费方式以及按条收费和按流量收费等其它几种传言。

“微信基础服务肯定不收费。”腾讯相关人士接受《中国企业报》记者采访时表示,腾讯会跟运营商一起在无线互联网时代提供更多的增值业务给用户,而不是在基础通讯服务上分一杯羹。我们有很多独特的增值内容和增值服务,可以为运营商提高用户的忠诚度和 ARPU。

张毅分析认为,微信收费的方式应该是借鉴 QQVIP 会员,采取基础服务免费、增值服务收费的方式。像文字、图片甚至语音等基础服务都是免费的,用户如果想要获得更多的增值服务比如视频,可以开通付费会员。

被忽略的其它 OTT

“如果微信收费,那么下个阶段

是否也要向网络视频来收费,是否会针对其他社交网络来收费,包括是否会针对图片类运用、游戏来收费等,这些目前貌似尚未提上议事日程的问题都有可能实现。”对于微信收费, DCCI 互联网数据中心专家胡延平评论说。

实际上,工信部通常只会针对某一类而某一种产品制定政策。中国联通前不久将流量查询单独计算的业务中,除了微信,还包括腾讯的手机 QQ、人人网、米聊等业务的流量使用量,这也让业界认为是中国联通将对 OTT 业务采取收费措施的前兆。

“无论是百度、腾讯还是阿里巴巴,都是从免费做起的。免费虽然为各家网站带来了流量、人气、眼球,但是大家一直赚不到钱。”张毅说,如今 OTT 收费可能是个契机,为大家提供了一个最直接的商业模式,就是收费模式。

但是包括视频网站、社交网站在内的多家互联网企业在接受《中国企业报》记者采访时表示,并没有收到有可能收费的相关信息。实际上,多数企业已经自发开始了付费模式的探索,例如视频网站,只是绝大多数网民用户仍然没有付费的习惯。

产业风向

14 年禁而未休 发泡餐盒重获准生证

解禁政策还有二十天生效,国家相关部门会出台什么配套政策,目前都是未知数。

■ 本报记者 陈青松

塑料瓶饮料含重金属“锑”风波未定,被称作“白色污染”的发泡餐具又传重磅新闻。

近日,国家发改委表示,由于一次性发泡塑料餐具符合国家食品包装用具相关标准以及有利于节能等特点,决定允许生产使用这种产品。相关决定将于 2013 年 5 月 1 日正式实行。

这意味着,被禁 14 年后,一次性发泡餐盒重现生机。

禁令之下 企业“未停工”

业内专家指出,发泡餐具由于具有防水防油、刚性强、保温性好、适合中餐包装的特性,因而受到餐饮企业和广大消费者的欢迎,具有很大的市场。

市场下游有需求,上游必然想方设法提供。记者发现,在 14 年禁令的背后,部分一次性发泡餐具生产企业并未“停工”,一直在灰色地带游走。

数据显示,2005 年,全国一次性发泡餐具年销售量达到 280 亿只,2007 年较 2005 年又增长了 23%。到 2010 年底,发泡塑料餐具的市场占有率仍在 76% 以上。

国际食品包装协会秘书长董金狮告诉《中国企业报》记者,现在国内仍有 100 多家企业在明里暗里继续生产着发泡餐具,每年大约有 150 亿只的销售量。

据了解,广东是发泡餐具生产企业全国数量最大的省份。目前全国生产一次性发泡塑料餐具的企业共计 100 余家,而广东就有 40 多家。

调查显示,目前仅在广东惠州、东莞等就有很多大型的一次性发泡塑料餐盒生产企业,年产量在 20 亿只以上。

记者发现,在珠海新富华快餐用品有限公司网站产品展示栏中,有一次性饭盒系列、一次性汤碗系列、一次性水杯系列等的介绍。

“我们的产品是合格的。”珠海新富华快餐用品公司相关负责人谨慎地表示。

在谈到“禁令”出台后对企业的生产影响时,东莞深海塑胶制品厂销售部负责人对《中国企业报》记者表示,“禁令出台后,由于管得很严,市场严重下滑,使很多靠发泡餐具生存的企业陷入困境。不过,一些已经投入巨资购买生产设备的企业为了维持生存,仍然生产发泡餐具。”

据透露,在一次性发泡餐具被禁的十几年里,该产品从未在市场上消失,只不过是转入地下生产与销售,更加隐蔽。这样的企业在广东不在少数,包括注册的公司和小作坊,至少数十家。

记者还获悉,仅 2010 年上半年,就有深圳灿辉、佛山鸿基、东莞茂盈等多家企业被央视曝光,随后,广东质监部门在全省范围内开展发泡塑料餐具生产企业专项执法行动。仅 2010 年上半年全省就检查企业 33 家,查获一次性塑料餐具饭盒 1 亿个。

记者以批发商的名义分别联系了东莞市茂盈降解塑料餐具有限公司、东莞市深海塑胶制品有限公司等塑料生产企业,对方均表示并未违规生产。

(下转第十二版)

开滦集团走在转型大发展路上之四

让产品附加值更高

——开滦集团推进大精煤战略侧记

■ 孙璐 白文刚

2012 年,开滦集团精煤产量再创历史新高,达到 2006.64 万吨,比上年增产 306.61 万吨。

值得关注的是,从 2008 年的 771.53 万吨,到 2012 年的 2006.64 万吨,4 年里,开滦集团精煤产量成倍增长,一路攀升。这些数字充分表明,作为产品升级的重要手段,精煤生产已然成为推动开滦集团转型发展的新的经济增长点。

回顾 2012 年工作不难发现,急剧变化的市场形势、逐渐减少的自产炼焦煤资源以及部分选煤厂有限的生产能力,如同设置在跑道上的障碍栏杆,给开滦集团“大精煤”战略的稳步推进带来挑战。

机器轰鸣,煤流滚滚。唐山矿业公司选煤厂内,一条条转动的运煤皮带,一台台轰鸣的洗选设备,好似在鸣奏“大精煤”战略交响曲。

在选煤厂重介厂房五楼,一位

技术人员指着面前一台黄色设备对笔者说:“2012 年,我们集思广益,反复实验,对生产设备进行了十几项技术改造。这台刚刚取得阶段性改造成果的二段旋流器,使精煤产率提高了 1.07%!”

针对精煤生产,开滦集团董事长张文学多次强调:要大力实施“大精煤”战略,优化原料煤配比、降低配煤成本、提高精煤产率,实现增收增效。

围绕实施“大精煤”战略,开滦集团洗选加工部针对原煤生产过程中矸石含量高、煤质波动大等问题,积极与各二级公司和原煤生产单位结合,认真研究确定井下各煤层生产衔接和配采方案,加强选煤厂技术改造,为保障选煤厂正常生产、提高自产精煤产率创造了有利条件。

2012 年,在开滦集团洗选加工部的督导下,自产精煤产率提高 1%,已经成为各选煤厂的自觉追求。

在唐山矿业公司,井下杂物回收筐、不合格产品处置单以及煤质检查“三定”表等,已成为他们加强煤质管理必不可少的用品。

面对铁路煤柱资源即将枯竭、主力工作面逐步转移、薄煤层工作面产比增加、原煤灰分上升等多重不利因素的影响,唐山矿业公司超前预测生产工作面变化,强化煤炭生产全过程的监控管理,强化基础管理工作,使原煤灰分比开滦集团下达的指标下降 0.25 个百分点,商品煤综合 A 级品率比计划指标提高 6.09 个百分点。

吕家坨矿业公司按照构建“集约互补、可持续发展”生产格局的要求,综合考虑煤层赋存条件、地质构造等实际情况,科学规划,优化设计,并根据市场对产品的需求和现有综采工作面的煤质变化情况,及时调整各煤层工作面产比,实现了不同煤层的科学配采。

在加强煤质管理的同时,全力

推进各选煤厂技术改造和新厂建设工程,提高技术装备水平,是开滦集团推进“大精煤”战略的又一项重要措施。

2012 年 11 月 30 日,赵各庄矿业公司选煤厂申报的“双弧翻转振动弧形筛”技改项目,获国家知识产权局实用新型专利授权。提高介质回收效率、延长筛板使用寿命,年可创效 200 多万元,是这项专利的亮点。

不仅仅是赵各庄矿业公司,可以说,2012 年,开滦集团各选煤厂处处呈现着技术创新的火热景象:钱家营矿业公司通过在原煤车间安装自动采样机,实现定时、定点、定量采样,不仅克服了过去人工采样存在的弊端,还为选煤生产提供了可靠的依据。

林西矿业公司围绕降低选煤成本下功夫,从调整设备工艺参数和加装脱介装置入手,对选煤厂磁选机进行技术改造。改造后,磁选

介介质回收效果明显增强。

与此同时,范各庄矿业公司选煤厂浮选系统技术改造工程、吕家坨矿业公司选煤厂浮选精煤脱水系统技术改造工程、兴隆公司新建选煤厂工程都在紧张有序地进行。

在这一过程中,国家“863”项目——“高灰难选煤泥的高效分选设备与工艺研究”、“重介质旋流器分选效果评价及改进研究”、“选煤厂煤泥干燥—成型—调整产品结构联合技术研究”等项目也相继完成。

如果说,加强煤质管理、提高选煤厂技术装备水平,是开滦集团顺利实施“大精煤”战略的重要内因,那么,实施契约化管理地方选煤厂、组织好跨矿入选和外来煤入选,则是“大精煤”战略不可或缺的外在因素。

开滦集团洗选加工部副主任夏灵勇说,“契约化选煤厂是开滦集团实施‘大精煤’战略的合作伙伴,目前已经托管的选煤厂,其产

量占到开滦集团精煤总量的 25% 左右,为开滦集团“大精煤”工程做出了较大贡献。而在外来煤入选工作中,范各庄矿业公司、吕家坨矿业公司和钱家营矿业公司也尤为突出。”

有数据显示,2012 年,开滦集团商品煤 A 级品率达到 95.58%,同比上升 2.30%。其中精煤 A 级品率 98.65%,同比上升 2.94%;动力煤 A 级品率 96.89%,同比上升 3.94%,较好地适应了市场要求。

“全面推进‘大精煤’战略,优化产品结构是当前最现实、最直观、最短时间见效益的有效途径。因此,必须想尽一切办法,解决一切问题,采取一切措施,坚定不移地推行‘大精煤’战略。”张文学的话语掷地有声。

在加快推进开滦集团转型发展、提高经济运行质量和经济效益的任务中,“大精煤”工程的支撑和推动作用将愈发明显。