

重战4G市场 三大运营商欲解成本困局

集中推新套餐

近期,北京商报记者发现,三大运营商相继推出多款全新4G套餐,其中,中国移动推出了“手Q宝藏卡”,中国电信推出了“孝心卡”,中国联通推出了“沃派青年卡”。

具体来看:“手Q宝藏卡”由中国移动与腾讯旗下手机QQ联合推出,月租19元,首月免月租,流量资费为1元/GB,腾讯系、阿里系、百度系的多款App免收流量费,因此“手Q宝藏卡”被外界视为移动版的“腾讯大王卡”。“腾讯大王卡”由中国联通与腾讯合作推出,累计收获用户超过1亿。

针对“手Q宝藏卡”的用户办理情况,北京商报记者联系中国移动相关负责人,但截至发稿,尚未获得回复。

除了中国移动,中国电信也推出了主攻老年用户的“孝心卡”,该卡仅限65周岁及以上的老年人办理,套餐内包含通用流量2GB、覆盖部分App的专属流量10GB、语音时长100分钟,并可免费开通通信助理,实现漏接电话提醒。

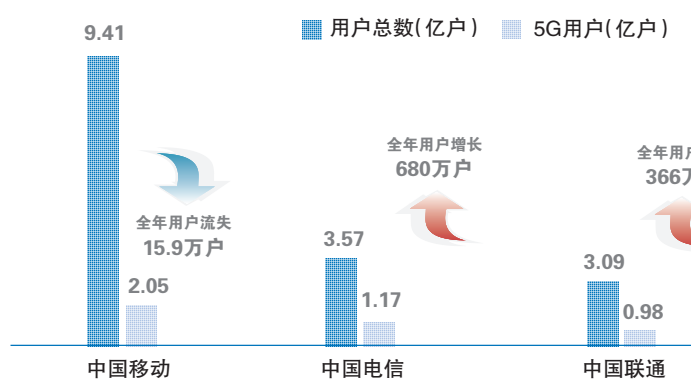
对于运营商而言,65周岁及以上的老年人是一个不容忽视的庞大用户群体。根据国家统计局公布的第七次全国人口普查主要数据结果,全国人口共14.1178亿人,其中65岁及以上人口为1.9064亿人,占比为13.5%。

与中国电信不同,中国联通推出的“沃派青年卡”主攻青年用户,月租分为56元、76元、96元三种档位,其中月租96元的套餐包含200分钟语音时长、国内流量20GB、定向流量30GB,并提供优酷、腾讯视频、网易云音乐、京东等平台的会员权益。

近一年来,中国联通一直在加码针对年

竞逐商用5G的路上,三大运营商面临着一个共同问题——高成本。如何缓解资金压力,已成为运营商们急需解决的问题。北京商报记者发现,近期三大运营商相继推出多款全新4G套餐,加码不同的移动通信细分市场。业内人士表示,5G投资远高于4G、3G,这也是5G套餐价格一直较高的原因之一。与此相对应的是,由于国内还有部分2G、3G用户,4G市场尚存一定潜力。如果运营商能通过全新4G套餐引导2G、3G用户成为4G用户,将有助于拉动业绩增长,缓解资金压力。

三大运营商移动用户发展状况(数据截至2021年4月底)



轻消费者的布局。2020年7月,中国联通签约艺人鹿晗为“中国联通创新合伙人”,并同步推出联名“福鹿相伴卡”,包含大福鹿卡和小福鹿卡,以吸引年轻用户。

5G压力高企

值得注意的是,我国电信市场现已全面进入5G商用期,为何三大运营商还会回过头来推出多款全新4G套餐?

2019年10月,三大运营商正式上线5G套餐。截至2021年4月底,中国移动5G套餐用户为2.05亿户,中国电信5G套餐用户为1.17

亿,中国联通5G套餐用户为9856万户。

尽管5G套餐用户数量增长迅速,但5G套餐价格仍然较高。北京商报记者注意到,中国移动最便宜的5G套餐月租为90元(需签订12个月合约),中国电信和中国联通最便宜的5G套餐月租均为129元(无需签订合约)。

金融专家董翔表示,5G套餐价格居高不下的重要原因在于5G建设的投资巨大,远高于4G、3G。而且,国内2014年才开始商用4G,仅时隔五年多便启动5G商用,运营商自然面临着不小的成本压力。

财报显示,中国移动5G相关投资2019年为240亿元,2020年达1025亿元。2021年,中国

移动资本开支预算为1836亿元,其中5G相关投资计划约为1100亿元,占比达到六成左右。

为了节省5G建设开支,中国电信与中国联通2019年9月签署了《5G网络共建共享框架合作协议书》。中国联通董事长王晓初曾透露,在五年的5G建设周期中,共建共享将为中国联通、中国电信各节省2000亿元的资本开支。

即便如此,中国电信与中国联通仍需为5G持续投入不少资金。根据财报,中国电信2020年资本支出为848亿元,其中392亿元用于5G,预计2021年资本支出为870亿元,其中45.6%用于5G,粗略估算约397亿元。

4G潜力仍存

在董翔看来,由于成本等因素,运营商短期之内在5G套餐上能够采取的竞争手段相对有限,在这种情况下,回过头来继续深耕4G市场是一种比较务实的选择。

目前,在移动通信市场,4G用户规模仍然庞大。虽然中国电信和中国联通已经不再披露4G用户数,但截至2021年4月底,三大运营商移动用户总数达16.05亿户,其中仅中国移动一家的4G用户数便仍高达7.9亿户,占比接近一半。

从运营商移动用户增减情况来看,4G市场的竞争仍然较为激烈。2020年至今,中国移动的5G用户数虽然持续快速增长,但移动用户总数却呈现下降态势,其中2020年净减少835.9万户,2021年前4个月净减少15.9万户。业内认为,中国移动流失的用户主要是4G用户。

除此之外,国内现存的2G、3G用户因网络原因,需要升级手机和套餐,这也为4G市场带来扩容的机会。2020年底,2G/3G退网或使2亿老人面临换手机”的话题登上微博热搜。

有消息称,中国联通已计划240个本地网2G退网,最快2021年底实现2G全面退网;中国电信也拉开了3G退网的序幕,2020年6月起,中国电信逐步在云南关闭3G网络。

业内人士表示,国内现存的2G、3G用户,很大一部分是中老年人,而很多中老年人对价格因素比较看重,并不要求极致的网速,因此5G套餐对他们的吸引力有限。如果运营商能推出吸引他们的4G套餐,将有助于推动业绩增长,缓解资金压力。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

市住建委:物业收费标准等可委托第三方评估

业主和物业对收费标准意见不一致,怎么协调?双方对物业服务标准及服务质量的评估不一致,如何评断?5月31日,北京市住建委对外发布《关于规范物业服务评估活动的通知》(以下简称《通知》),明确物业服务标准和费用、物业承接查验、物业服务质量等六种情况的评估内容和原则。在业内看来,包括物业费收取标准不一致等业主及物业间长期存在的争议问题,自此有了参考依据与基本解决方案。

“谁委托谁付费”

物业费标准到底定多少合适,一直是业主们关注的焦点之一。而近年来,随着业主维权意识的不断提高,其对物业服务水平的要求也随之提高。现实生活中,由于业主对物业费费用不明白、对物业公司的“义务服务边界”不理解,往往选择通过拒交物业费这一激烈方式来维权,这也导致业主及物业公司间矛盾纠纷的激化。

在北京市住建委最新发布的《通知》中,就上述问题给出了一种解决方案:小区物业费标准等六种情况可委托第三方评估。《通知》提出,物业服务合同的签订过程中,业主与物业服务人对收费标准未能达成一致意见的,双方可以共同委托专业评估机构和相关专业人员对物业服务标准和物业服务费用测算进行评估。

哪些物业服务内容可以进行评估?具体来看,《通知》明确,物业管理相关主体可单独或共同委托专业评估机构和相关专业人员,依照法律法规、行业规范的规定以及委托合同的约定,对物业服务人参与社区治理情况、共用部分管理状况、物业承接和查验、物业服务标准和费用测算、专项维修资金使用方案、其他需要评估的事项等六个方面开展专业评估。

同时,针对物业服务质量的评估,《通知》也明确,物业管理相关主体不仅可以在物业管理活动中,委托专业评估机构和相关专业人员对物业服务质量进行评估,同时可在约定期间内对物业服务质量进行跟

踪评估。

在多元主体参与方面,评估坚持“谁委托谁付费”等多项原则。具体来看,《通知》规定,法律、会计、工程、评估、咨询等专业服务机构以及具备从业资格的人员均可参加评估活动。在开展评估活动过程中,应当遵循独立、客观、公正的原则,并按照“谁委托谁付费”原则,由委托人与专业评估机构和相关专业人员约定评估服务内容、评估费用、签订书面评估委托合同。

同时,物业服务评估的内容也被具体化。《通知》要求,提供的评估报告应客观、真实、准确,应包括不少于规定的九项内容。专业评估机构和相关专业人员与委托人、第三人或者评估事项有利害关系、可能影响公正评估的,应当回避。

明确各方主体责任

物业评估各个环节的正规与否,直接关系到广大业主对小区的认同感。基于此,在最新发布的《通知》中,物业服务评估过程中的各方主体责任被明确强调。

《通知》要求,建设单位、业主、物业服务人与相关当事人应当协助、配合开展评估活动,如实提供必要的资料。其中,建设单位向全体业主移交物业项目时,建设单位和全体业主共同委托专业评估机构和相关专业人员进行查验交接的,由建设单位承担评估费用;专业评估机构和相关专业人员应当保持评估档案资料的齐全完整。

需要注意的是,各方需对其所提供资料的真实性负责。因提供虚假资料造成损失的,

由责任方负责赔偿。

对于评估档案资料的保管,《通知》也给出了明确规定。根据《通知》,物业承接查验、物业服务标准和费用测算、专项维修资金使用方案的评估报告及相关资料,保管期限不低于5年,其他评估事项的评估报告及相关资料保管期限不低于3年。

此外,《通知》还强调,物业服务人应当做好评估报告的归档、公示、保存工作,在项目交接时与其他物业管理档案资料一并移交。

利好物业服务矛盾纠纷解决

近年来,随着物业管理市场的不断发展,物业管理相关主体在参与物业管理活动中存在很多分歧,容易引发纠纷,比如业主和物业服务人对收费标准意见不一致、对物业服务标准及服务质量的评估不一致等。建立健全第三方评估机制、规范物业服务评估活动,对解决物业服务过程中的矛盾纠纷可谓具有积极的意义。此举旨在推动物业服务评估的市场化、社会化,促进北京物业服务水平的整体提升。

“根据《北京市物业管理条例》有关规定,最新发布的《通知》内容主要包括评估原则、评估内容和评估要求三个部分,重点解决评估主体单一、评估事项少、责任不明确的问题,并在此三方面详细规定的同时进行了创新。”就此次发布《通知》的创新之处,北京市住建委相关负责人在接受北京商报记者采访时如是介绍道。

上述住建委相关负责人表示,《通知》的发布,将推动物业服务评估的市场化、社会化,促进北京市物业服务水平的整体提升。同时,也有助于规范北京市物业服务活动,维护物业管理相关主体的合法权益。

地产分析师严跃进直言,从北京市住建委此次发布的《通知》,可见官方面对第三方评估机制建立健全的重视。预期北京市小区的整体物业服务水平将借此得到一定提升。北京商报记者 卢扬 荣曹

代言人、产品双推新 唱吧重寻上市路?

北京商报讯(记者 魏蔚)低调很久的唱吧在娱乐圈、科技圈狂刷存在感。5月31日,唱吧正式宣布演员迪丽热巴成为品牌代言人,并透露将在下半年推出主打性价比的品牌“小唱”。由于屡次上市失利让唱吧在线上K歌市场的知名度大不如前,在同一天“官宣”诸多动作,算是唱吧近年来为数不多的“高光时刻”。

其实在一天前,唱吧签下迪丽热巴的消息已经在社交平台发酵,截至北京商报记者发稿,迪丽热巴唱吧品牌代言人的热搜阅读次数超1.5亿次,讨论次数142万,唱吧官宣的微博获得超4.2万评论,较日常最多三位数的评论数高出一大截。

5月31日,唱吧继续对外强调硬件优势。唱吧合伙人兼智能硬件总裁叶志伟称,未来唱吧将围绕手机、汽车、电视三块屏研发硬件,还透露会加大市场推广,并在下半年推出新品牌“小唱”;如果说“唱吧”代表着中高端;“小唱”代表的就是高性价比。“叶志伟说。

跟之前主做综艺植入相比,唱吧这波代言人+品牌升级+强化营销的高调操作十分罕见。论上线时间,2012年上线的唱吧,被公认为国内线上K歌的鼻祖,此后虽发布了麦克风,跟进了直播风口、进军了线下KTV等,但在2016年拿到最后一轮融资后,唱吧却越来越低调。

数年的低调日子里,唱吧被媒体关注的由头几乎都是上市,最近也不例外。北京商报记者登录北京证监局官网发现,唱吧创业板上市辅导工作报告(第一期)已在3月中旬披露。

其实,唱吧和创业板的关联不止这一次。北京商报记者在北京证监局官网搜索“唱吧”,共出现12条结果,时间跨度最早到2016年11月24日。那是唱吧第一次冲击创业板,从2016年底持续到2018年5月,当时中国国际金融股份有限公司(以下简称“中金公司”)是唱吧首次公开发行股票并在创业板上市的辅导机构。

北京商报记者统计发现,中金公司在

2017年1月-2018年4月共向北京证监局报送了八期辅导工作报告,唱吧在2018年6月提交创业板上市申请,但这次上市不了了之。再往前追溯,坊间盛传唱吧曾尝试赴美上市,这么说来,这次重新上市辅导应该是唱吧第三次冲击资本市场。

正因为唱吧曾有过无结局的上市,这次的高调动作,不免又让人联想到上市。不过,文渊智库创始人王超向北京商报记者直言:“这次唱吧冲击创业板市场,依然很难。”至于这次意外的高调,王超认为是“静极思动,如果效果好的话,资本会在上市前再跟进一轮”。

对于签约代言人、预告新品牌与重启上市辅导的关系,唱吧相关人士则未向北京商报记者正面回应。

其实,企业在上市筹备期加大营销力度,展望未来故事的例子并不少。唱吧的操作之所以备受关注,是因为它曾是在线K歌的霸主,但在挑战者的“围攻”下,已被挤下行业第一的位置。

根据艾媒北极星数据,2021年4月唱吧月活1426万,在K歌行业排名第二;位居第一的是全民K歌,月活7171万。在苹果应用商店,唱吧被收录在免费娱乐榜单,截至北京商报记者发稿,唱吧排在第30位,全民K歌排在第8位。

如果不局限于唱吧App,唱吧在2016年5月上线过“火星直播”App,在2020年6月推出过面向年轻人的“猫爪弹唱”App。根据七麦数据,火星直播在苹果应用商店娱乐免费榜单排名第727位,猫爪弹唱排在免费音乐榜单第61位。具体到和K歌产品属性更近的弹唱类应用,阿里推出的“唱鸭”排名更靠前,在免费音乐榜单第12位。网易上线的抢唱竞技类App“音遇”,也被认为是唱吧的竞争对手。

再来看唱吧,布局线下KTV+智能硬件是唱吧和同行最大的差异。但王超直言:“唱吧这种商业模式很难走通。一是因为线下KTV翻台率没有那么高,更重要的是年轻人的口味变化很无情,K歌不是他们的娱乐刚需”。