

# 中移动资费“一国两制” 在港业务被指亏损严重

■ 本报记者 郭奎涛

近日,中国移动在香港推出一项68港元(约53元人民币)套餐:1700分钟通话、10000条短信、无线上网流量。而内地58元套餐:350分钟,10MB流量。不少用户和网友纷纷吐槽,难道内地的消费水平比香港高100倍?

近年来,中国移动在香港的投入可谓不计成本,除了与内地相比“逆天”级别的超低资费,更有消息显示,中国移动香港公司不得不承受严重的亏损,这与集团公司连年来的巨额净利显得并不协调。

## 区别对待由来已久

针对用户的上述指责,中国移动很快做出官方解释。声称使用这个套餐还有一些附加的条件和费用,而且以前的优惠方案或者签约期间有更加优惠的方案就不能够享用了,试图说服内地用户它看起来要贵很多。

但是人们的抱怨并不是一两天了,在这之前,中国移动内地推行的4G套餐费用过高就已经引起了用户的极大不满。此前更有当当网总裁李国庆的一条微博成为热议话题,“一夜不关4G连接,一觉醒来,你的房子都快成移动公司的了。”

尽管中国移动及时澄清,称流量消费有上限,套餐外流量达到15G后,便会暂停数据流量功能,4G套餐内流量最低至0.03元/M,套餐外资费也从之前的1元/M下调为0.29元/M,但是4G资费高的问题已成为消费者对于4G不可回避的心病。

据悉,中国移动在香港推出最便宜的4G套餐优惠资费为88港元(约69元人民币),包含本地数据流量1GB,网内短信10000条。内地4G“飞享套餐”中,国内数据流量1GB的,包含国内主叫1000分钟,其套餐资费高达238元。

超出套餐外的流量上,中国移动在内地按照0.29元/M计费。在香港,则根据不同的额外用量额度整体计费。例如上述1G流量的套餐,额外用量收费为每0.5GB收费30港元(约23元人民币),比内地要低五六倍。

中国移动香港还在年前推出一个交易平台,让用户可以在平台上自由买卖数据流量,每GB流量15港元



中国移动在香港推出的一项68港元(约53元人民币)套餐

到60港元不等。这让内地用户尤其眼红,因为他们每个月都要眼睁睁地看着高达数十M、数百M的剩余流量被运营商清零。

## 香港市场竞争充分

对于缘何出现香港与内地在资费上迥然不同的现状,中国移动先表示优惠套餐只是一时的营销价格,整体而言相差不大;后又有高层在接受媒体采访时表示,香港公司属于独立运营,可以根据市场情况采取和调整定价策略。

香港回归虽然已有十多年,中国移动进军香港市场还只是近几年的事情。2006年3月,中国移动完成收购香港的华润万众电话有限公司,负责集团公司在香港的所有业务,并于2008年更名为中国移动香港有限公司。

飞象网总裁项立刚在个人认证微博上发表观点称,中国移动之所以在香港资费的“一国两制”,这和内地

本来就是两个市场。在香港市场中,中国移动是弱势运营商,它需要较低价竞争。况且参考香港其它运营商的价格和服务,中国移动在香港并无优势。

据悉,与内地只有中国移动一家独大的三大运营商不同,香港拥有Orange、数码通Smartone、新世界传网、Peoples、Sunday、CSL等十几家大型的移动通信运营商,其中5家提供LTE商用服务,大多都推出与中国移动类似价格的优惠服务套餐。

例如数码通资费68港元的套餐,含有1700分钟通话,无限数据用量;和记电信(3HK)资费69港元的套餐,含有1200分钟基本通话,900分钟网内通话,15个月免费3G数据流量,中国移动比之并无优势。

安徽省消费者权益保护委员会主任孙卫东在接受媒体采访时表示,事实上,这反映了内地通信市场竞争并不充分,导致产品价格相比偏高,并呼吁国家进一步加大行业开放力度,让广大消费者得到真切的实惠。

## 在港业务 被指亏损严重

即使顶着内地6亿用户的指责,中国移动还是铁了心要向香港用户倾斜。

实际上,挟着“全球电讯一哥”的优势,中国移动在香港可谓不遗余力,价格、技术和配套直逼本土电讯商。早前就有媒体报道,有其它电讯商高层“抱怨”,指中国移动身为全球最大电讯商,在港几乎是不惜工本,不在乎能否赚钱。

中国移动香港公司董事长林振辉曾表示,香港对移动的另一意义,是作为进军国际的跳板,“集团在港发展分三阶段,首先是1997年在香港资本市场上市,第二是在港开展电讯服务,第三阶段是以香港为基地,开拓国际市场”。

由于中国移动香港公司没有独立上市,财务状况合并在中国移动集团公司中的。但是记者查询了中国移动近年来的年报,并没有单独列出各地方子公司的经营业绩,香港公司的盈亏状况无法从中得出结论。

不过,中国移动香港公司与香港电视网络公司的一则交易还是将其经营业绩曝光了出来。

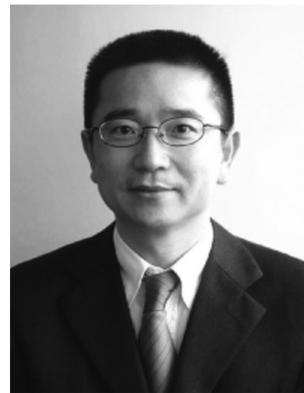
2013年12月20日,香港电视网络公司宣布以总价1.57亿港元(约合1.2亿元人民币)完成收购中国移动香港公司旗下拥有电视牌照的子公司100%股权,其中包括后者的广播类电视服务频道,俗称流动电视牌照。

根据香港电视网络公司披露的收购公告,中国移动香港公司的这家子公司连年亏损,截至2011年底和2012年底分别净亏损360万和1780万港元,2013年收购时该公司未经审核的负债净值仍有270万港元。

有分析人士认为,中国移动香港公司2000年购买流动电视牌照的价格就高达1.75亿港元,如今牌照加上子公司整体以1.57亿港元的出售,尽管电视牌照不是中国移动香港公司的主业,如此急着贱卖多少也反映了公司亏损急需套现补血的可能。

# 依法治企 防范央企境外法律风险

——专访中伦律师事务所合伙人张明杰



张明杰

■ 本报记者 蒋皓

随着新一轮国际经贸规则重构的全面展开,全球市场竞争在一定程度上已经上升为规则的竞争,这对进一步提高中央企业的依法治企能力提出了新的要求。

“中央和地方政府已将防范境外投资的法律风险开始给予了高度重视,如果中国企业特别是中央企业能够落实《关于加强中央企业国际化经营中法律风险防范的指导意见》(以下简称《意见》)的十七项具体措施,则会大大减少境外投资和运营的法律风险。”中伦律师事务所合伙人张明杰在接受采访时对《中国企业报》记者表示。

《中国企业报》:我们注意到,一些中央企业盲目开展境外投资而引发重大法律纠纷,由于前期不重视法律风险防范,在应对时处处被动。对于这种现象,您怎么看?

张明杰:中央企业海外走出去面临一系列的法律问题,这其中既有多边的国际条约、双边的投资便利及保护协定、投资所在地的法律环境和本国的相关法律法规。央企如果对这些适用的规则不理解或不重视甚至进行规避,在投资过程及运营过程中都会面临极大的法律风险。

可喜的是,国务院国资委已充分认识法律风险防范在国际化经营中的重要作用,在2013年印发了《意见》,旨在贯彻落实党的十八大关于“增强企业国际化经营能力,培育一批世界水平的跨国公司”的要求,树立规则意识和依法合规经营理念,依法合规开展境外经营管理活动,避免违规恶性竞争,努力塑造“责任央企”、“法治央企”、“阳光央企”的良好形象,切实筑牢企业境外法律风险防范的底线。

《中国企业报》:请您对《意见》做一个简单的介绍。

张明杰:《意见》是一个法规性文件,要求中央企业高度重视国际化经营中法律风险防范工作,切实加强国际化经营法律风险防范机制制度建设,深入做好境外投资并购的法律风险防范,努力防范国际贸易领域法律风险和妥善处理境外投资和贸易中的重点法律问题。

为落实上述要求,《意见》还规定了十七项具体措施:1、充分认识法律风险防范在国际化经营中的重要作用;2、牢固树立规则意识和依法合规经营理念;3、加快推动境外业务、境外子企业建立健全法律风险防范机制;4、重视加强国际化经营法律风险防范工作体系和队伍建设;5、充分发挥企业总法律顾问、法律事务机构的重要作用;6、建立健全国际化经营法律风险防范责任追究制度;7、认真开展项目法律论证和尽职调查;8、妥善应对境外投资审查及相关法律风险;9、指导督促境外子企业合规运营;10、重视运用世界贸易组织规则;11、准确把握货物贸易风险源点及管控环节;12、注意加强服务贸易重点领域的风险防范;13、切实加强境外业务合同管理;14、严格规范境外业务授权;15、严格控制境外担保;16、重视加强境外知识产权管理;17、依法处理境外法律纠纷案件。

《中国企业报》:回到我们开始的问题,央企应如何进行海外风险防范?

张明杰:我认为央企应建立和完善企业总法律顾问制度,对于海外项目应进行充分的法律论证。

首先应建立企业总法律顾问制度,充分发挥法律事务机构的作用。在国际化经营中要注重发挥总法律顾问对相关决策合规性的组织审核作用,法律事务机构对境外法律事务的归口管理作用,法律顾问对境外经营业务的专业支撑作用。企业法律顾问应当全程参与境外重大经营项目的决策论证、谈判签约和运营管理,并适时提供法律意见书;企业领导和相关业务部门应当重视法律顾问提示的潜在法律风险,及时组织拟定应对预案;对存在较大甚至重大法律风险的境外项目,不得违规盲目决策或者实施。

对于如何开展项目法律论证,我认为应将境外投资并购法律论证与市场论证、技术论证结合起来,依法进行项目决策。深入研究掌握所在国家和地区外资准入、投资审查、行业监管、进出口管制、劳动用工、外汇管理、税收管理、土地管理、环境保护等方面法律法规和监管要求以及我国政府签署的多双边投资、贸易等协定。要深入调查合作方或者目标公司的股权结构、组织形式、资产权属、重要合同、重大纠纷、经营情况和资信状况等信息,对项目法律风险进行全面识别、评价,提出法律意见。

## 央企负责人热议企业文化建设

# 用文化软实力打造世界一流品牌

■ 本报记者 鲁扬

近日,国务院国资委指出,推进中央企业企业文化工作,是提升企业管理水平、彰显企业品牌价值、增强企业影响力的重要途径,也是打造与世界一流企业相匹配的文化软实力的必然要求。

央企建立现代企业制度,打造世界一流品牌,是与企业文化建设密不可分的。从企业远景目标来说,央企既要看经营业绩的强弱,更要看是否形成一套系统的规范的具有核心竞争优势的企业文化。对此,一些央企负责人有着自己独到的见解。

曾获全国企业文化建设领军人物称号的大唐电信集团董事长真才基向记者表示,企业文化实质上是一种“认同”文化,先进的企业文化本身就是时代的精华,是先进理念和生产力的代表。企业经营理念的形和成离不开文化的作用。通过企业文化潜移默化、启发向上的作用,把当前进步的、积极的、未来可能发生影响的企业经营理念植入到企业,促进企业在发展中更新理念,在管理中创新

理念,从而进一步促进和实现管理创新。

中国工艺(集团)公司董事长周郑生认为,企业精神是企业全体员工共同一致,共鸣互励的内心态度、意志状况和思想境界,是企业之魂、事业之根,它可以激发企业员工的积极性,增强企业的活力和向心力。

十年来,中央企业以科学发展观为指导,深入贯彻落实国资委《关于加强中央企业企业文化建设的指导意见》,以提升企业管理水平,增强企业核心竞争力,促进企业可持续发展为目标,不断建立健全企业文化工作机制,不断完善企业价值理念体系,将企业文化纳入企业发展战略,融入生产经营管理全过程,积极创新企业文化活动载体,深入挖掘企业品牌价值,为中央企业的改革发展提供了有力的文化支撑、坚强的思想保障和强大的精神动力。

对于应如何提高企业文化的精神力,中国新兴建设开发总公司党委书记马健峰认为,企业文化的精神在于实践,最根本的是要解决好文化“落地”问题,就是要在生产经营实践

中最大限度地激发员工的主观能动性,形成共通的大局意识、责任意识和使命意识。企业员工要向实践学习、向身边人学习、向老员工学习,通过持续学习,提升自己。

周郑生则认为,企业文化的精神力在于其实践性,否则企业文化就是镜中花、水中月,毫无价值。企业文化的实践性就是在员工中让企业文化内化于心,使之落地生根。如果不能实现这个从一般到个别的过程,企业文化也就成不了文化,就没有生命力。

近年来,中央企业以中国共产党十八大精神为指导,进一步高度重视和大力推进企业文化工作,认真践行社会主义核心价值观体系,全面实施文化强企,积极履行文化责任,不断增强企业文化软实力,为实现“做强做优、世界一流”的发展目标而不懈努力。

对此,真才基向记者表示,企业文化建设要注重宣传企业文化先进典型和经验,加大对基层榜样的选树和宣传力度,为员工树立身边的可借鉴的先进典型。因此,员工只有把自己的理想追求自觉融入到企业发展的生动实践中,在推动企业发展中

展聪明才智,才能实现人生价值。塑造企业文化是以新的思想观念及行为方式战胜旧的思想观念及行为的过程。在这个过程中,企业领导人带头践行文化理念,员工广泛参与是塑造企业文化工程的基础。

周郑生认为,企业文化建设的一项重要工作就是要注重和谐,因为和谐能激发员工创新的激情,给企业提供了持久发展的内在动力。家和万事兴、人和有发展。和谐是团结、是协作,团结就是企业发展的力量,协作就是企业繁荣的保证。和谐是乐业、是信任,乐业使员工爆发潜能,信任激发员工的创造力。

马健峰告诉记者,塑造企业文化工程是一个自上而下、自下而上的互动过程,自下而上的过程尤其显得重要。员工广泛参与能最大限度地发挥集体智慧,让员工们感到其中融有自己的一颗心,企业文化体系确定后他们能够自觉接受和认同,同时员工参与企业文化建设的过程就是广大员工提高认识、统一认识的过程,这是一种最直接、最有效的宣传贯彻方式。