

■ 一家之言

“假宽带”并非“国际惯例”

AT&T为DSL用户提供一个软件,用户可以随时检查上、下行带宽的网速。如果网速低于所承诺服务的80%,用户可以投诉并立刻得到解决问题的答复。

中国互联网数据中心(DCCI)的《中国宽带用户调查》报告公布后,“中国绝大部分互联网用户都在使用假宽带”的结果引起一片哗然。对此,有电信业专家表示,全世界都是用这种方式去表述宽带的,“如果说是假宽带,那全世界用的都是假宽带”。

确实,笼统地说“假宽带”,缺乏准确性和严谨性。但是绝对不是“全世界用的都是假宽带”,事实上,运营商对网速承诺下限,并通过技术手段提升网速,才是真正的“国际惯例”。

有专家称,“固网宽带,是每个用户通过电话线端口实现的,每个用户的带宽是绝对有保障的,而且他人无法使用。”这指的是DSL接入,或又称为“最后一公里”接入。虽然网速受到诸如互联互通等其他因素的影响,但是需要指出的是,专家的表述忽略了至少一个重要的概念和事实:超强比配置。

DSL接入通过电话线端口实现,他人无法使用。但是,DSL汇聚到局端(称为DSLAM,或称为“第一公里”)时,首先要满足工程配置上的一个运营规则——超强比(Overbooking)。“超强比”的概念来源于航空业的票务系统中超量预定:即几乎每一个航空公司都接受比实际航班座位更多的超额预订,因为一定比例的乘客可能改变他们的旅行计划。类似的,网络运营商

基于终端用户不会同时在线的假设,或在线时的带宽需求不同的统计,在局端汇聚点的一般超强比配置在1:10到1:50之间。“超强比”的工程配置旨在提高网络资源的利用率,但是不恰当的“超强比”是造成“假宽带”的主要根源。不可否认的是,不恰当的“超强比”也是网络运营商获利的来源之一。

有专家用道路交通来形容带宽共享:“就像一条路,在没跑车的时候,它可以达到2兆、4兆,甚至100兆,但是10辆车一跑,带宽就不够了。”对于道路交通,如果没有诸如交通规则、公共交通等服务管理措施,人们还能出行吗?同理,“带宽共享”毕竟只是IP网络内在的一个属性,管理和方式滞后于互联网的发展才是使得“假宽带”问题凸显的重要根源。

近年来网络运营商对带宽扩容并不积极,主要原因是投入与产出在利益上的严重脱节,因此有“带宽扩容死亡论”之说。有事实表明,某网络运营商新扩容一条10G链路,不到一个月又告带宽短缺。既然如此,一个顺理成章,又可以无所作为的逻辑是:IP网络是“尽力而为”的服务,服务没有保障是必然的。自然而然,“带宽共享”也就成了一块遮羞布。即便以“光进铜退”、光纤入户提高最后一公里的接入能力,如果没有网

络全面地相应扩容以及有效服务的支撑,“假宽带”也难以得到解决,甚至可能将会更加严重。

此外,不能只看到宽带表述方面的“国际惯例”,而对另一个“国际惯例”视而不见——在网络通信行业有两个常用的术语:服务品质(QoS)和服务等级协议(SLA)。其中,有两个重要的参数是:数据传输延时和数据传输丢失率。国外的主流网络运营商公开这些数据(如AT&T称每15分钟更新一次)。据此,用户可以监督运营商所承诺的服务。例如,AT&T为DSL用户提供一个软件,用户可以随时检查上、下行带宽的网速。如果网速低于所承诺服务的80%,用户可以投诉并立刻得到解决问题的答复。

AT&T网络的实际带宽同样是共享的,带宽超强比也被配置在工程和运营上。同时,对其可量化的服务承诺承担着相应的责任和义务。

AT&T网络的实际带宽同样受服务器、传输、交换机、光端机、五类线多种因素影响,但这都不应该是用户所要关心的或要了解的,且大多数用户并不需要懂IP网络的技术。

如今,网民们不仅是网络的用户而且成为推动互联网发展的“风云人物”。网络运营商以用户为中心、

提升用户体验的转型顺应了互联网发展的趋势和潮流。相应地,技术和懂技术的人也应该是以用户为中心,为提升用户体验提供服务和支撑。如果不懂IP网络的技术就不能或不允许对网络服务提出质疑,或被冠以“炒作”,这样的氛围不利于问题的解决。

客观地面对“假宽带”掩盖下的服务理念、管理方式、技术创新等真问题是必要的,笼统地称“全世界都是用这种方式去表述宽带的”来解释“假宽带”有失公允。

□ 邱实(北京 职员)



新京报漫画 许英剑

常言道

●福建一家医院打出了“共助春运,看病就送火车票”的广告,引来了不少关注。院方说正在促销,检查、看病的外来务工人员,均可代订春节返乡火车票。在院内消费数额达到2000元的患者,均可由院方赠送一张返乡火车票。

据《福州晚报》
短评:一票难求,看病可得。

●财政部上调石油特别收益金起征点至55美元/桶。分析师称假设国内石油三巨头未来全年的原油产量维持2010年水平,按照目前国际原油价格100美元/桶估算,特别收益金起征点提高后,仅这三家的减税总额就要达到500亿。但他们也许还会继续叫亏。

据《羊城晚报》
短评:必须叫亏。去年前三季度中石油、中石化炼油亏损646.39亿元,三家油企一年减税500亿远不够弥补损失啊。

●夏阳已3年没回家过年了,今年又不打算回家,不是不想回,而是害怕回。他从农村高考出来,毕业后住到了广州的城中村,工作不稳定、收入不稳定,马上三十而立,却无房、无车、无女朋友。媒体调查称,像夏阳这样的“蚁族”,多有“春节恐惧症”。

据《羊城晚报》
短评:何苦?何必?

●市民于女士反映,在耐克专柜购买一双耐克板鞋,半个月后发现其中一只鞋子开裂。经检验,耐克商家承认有质量问题。对于于女士要求10倍的赔偿,而该耐克专柜称找不到给予10倍赔偿的依据,因此只能为于女士退掉或者更换这双鞋子。

据《济南日报》
短评:对于产品质量问题,国内只有三包法,缺少惩罚性赔偿标准。

●据铁路部门介绍,目前已进入售票最高峰,因此,网络售票、电话订票的访问量比较大,几乎从开始售票的早上6点起就会“拥堵”。从1月1日到1月7日,“12306”网站日均点击次数已超过10亿次,网络售票的注册用户已经超过了1000万人。

据《北京晨报》
短评:平均每个注册用户每天点击100次,表明无效点击过高,需要对系统进行改进。

栏目主持人:灰常

■ “回眸楼市调控”(三)

房价下降拖累中国零售业?

房价每降低一个层次,就会激活一部分居民的住房消费。这些用老百姓的钱消费出来的“经济大跃进”,既不会制造泡沫,更不会带来巨额政府债务。

日前,有媒体援引统计局发表的2011年前11个月的数据,称中国房价连续第四个月下滑,进一步加大了消费者压力,房价下滑引发了从家具到冰箱等各类消费品销售增速的放缓。

房价大降,真的将拖累中国的零售业?让我们还是以基本事实来说话。

作为国民最大的消费,房地产市场一直是影响中国经济和社会发展的因素,被称为国家发展的支柱产业。在高房价的“特色”下,这个市场有个最重要的特点,就是供求之间,尤其是市民的需求和房地产市场的有效供给(买得起的住房)之

间,存在着极大的不平衡。一个公认的现状是:高房价使80%的普通市民买不起房。也就是说,绝大部分市民的住房消费因为高房价而被遏制。

因此,大降房价对中国的经济来说是非常重要和必不可少的。房价每降低一个层次,就会激活一部分居民的住房消费。如果全国平均的城市房价可以大降四五成,使中国城市居民的房价收入比从现在平均的15左右(重点城市甚至超过20)降回到9以内,使普通市民由买不起房变为买得起房,那么,占消费比例半壁江山以上、居民最重大的住房消费,就将会被重新

激活。中国未来经济的发展,就是没有“铁工基”和几万亿之类的“刺激”,也会比今天有更大的发展空间和潜力。这些用老百姓的钱消费出来的“经济大跃进”,既不会制造泡沫,更不会带来“埋地雷阵”的巨额政府债务。

一些城市楼盘的高幅度“打折促销”,也证明了房价大降,不仅能挽救楼市,更能刺激经济。上海、北京和南京等地一些楼盘降价三分之一以后,不仅出现了“日光盘”,而且有些集中促销的城市的周销售量甚至达到了前两年炒房的高峰期。其实,房地产市场“房价一降就灵”的已是公认的不争事实。对

此,住建部政策研究的一位副主任就公开表示:“对一个楼盘来说,降价20%左右,销售会日光。”

实际上,降价才能促进消费,既是经济学中最浅显的道理(价格弹性理论告诉人们,降价才能促进消费),又是我国自九八房改伊始就采取的习惯做法。当初房改开始时之所以把经济适用房而不是商品房作为普通居民住房的供应主体,就是为了把房价压在房价收入比4左右。当时社会各界的共识都是:只有让普通人买得起的低房价,才能真正发展住房消费,促进住宅产业的健康发展。可惜,这样的共识

并未延续下来,反倒是“房价不能降”、“房价不会降”等观点成为了各方论证的中心思想,而忽略了房屋也是商品,商品降价促销是再正常不过的事情。

话说回来,所谓的“中国房价下跌拖累零售业销售”是不是真有其事呢?笔者找到其所引用的国家统计局“2011年11月份消费品市场情况”报告,上面清楚地表明:和房地产业关联度最大的建筑及装潢材料同比增长了29.2%,家电业也增长了20.3%,家具销售增长了31.9%。这样的“超高速增长”也被算作“拖累经济”吗?
□沈晓杰(财经评论人)