

规范基础电信市场秩序 三大运营商关停第三方互联网售卡渠道

■中国城市报记者 王楠

短短几天,电商平台上的低价手机号卡商品全面下架,目前在售的仅剩充值类服务。7月31日晚间,中国移动、中国电信、中国联通三大运营商发布“关于规范互联网渠道售卡管理的公告”,称为保障用户权益和数据信息安全,自2026年8月1日起,用户如需在互联网渠道订购号卡,只能通过运营商官方APP、官方网站等渠道办理,第三方互联网渠道不再提供号卡办理相关服务。

此次渠道调整被视为三大运营商落实个人信息保护法、数据安全法、电信条例等法律法规的具体行动。至此,运行约10年的第三方互联网代理售卡模式正式退场,释放出基础电信市场告别粗放式用户争夺、转向价值经营的清晰信号。

渠道合作曾助推“流量自由”

“月租30元,流量只有20MB(兆字节),不用时得赶紧关掉,生怕‘睡后流量’耗掉自己一天的伙食费。”这是十多年前不少手机用户的真实感受。到4G时代初期,资费套餐选择虽然多了些,但“价格贵”“不敢用”的顾虑仍然限制着普通用户的流量使用。

这一状况在2016年迎来变化。随着移动互联网产业快速发展,手机应用越来越多,4G用户数呈爆发式增长。工业和信息化部发布的《2016年通信运营统计公报》显示,我国当年移动话音业务量和移动短信收入双双下滑,移动互联网接入流量消费达93.6亿G(吉字节),同比增长123.7%。在收入结构变化、用户使用习

惯改变、虚拟运营商加入竞争等因素影响下,三大运营商开始重视“存量用户”和“第二卡槽”,寻找新的增长点。这一年,中国联通与腾讯联合推出“大王卡”套餐,主打“低价”“大流量”“定向免流”,通过互联网渠道销售。次年,中国电信推出“阿里鱼卡”“米粉卡”等产品,进一步带动互联网第三方代理渠道发展,逐步形成“推广一跳转线上申请一快递发卡”的运营模式。

低价流量套餐的推广,降低了用户入网门槛,促使用户规模快速扩大。2017年至2019年的3年间,三大运营商每年客户净增数量明显。然而,随着第三方代理渠道间的竞争加剧,一些问题逐渐暴露出来,对用户长期使用体验与行业可持续发展产生了不利影响。

行业整治聚焦安全与规范

随着市场存量逐渐饱和,三大运营商的新价格体系日趋稳定,部分第三方渠道失去原有的利润空间,开始自行寻找

出路。2018年,多地第三方代理商开始将本属于自己的拓客佣金补贴给客户,以此换取销量,一些代理商甚至将原本面向企业客户的物联卡出售给个人用户。

使用中一些用户发现,宣传中承诺永久低价,用了不到三个月,话费就恢复到普通套餐价位;卡上印着运营商的标志,充值却只能通过第三方平台;频繁限速、停机、无法收发短信等问题也给消费者带来诸多困扰。

与此同时,“第三方渠道普遍实行高额按激活付费佣金模式,单卡佣金较高,多层分销进一步抬升获客成本。”一名不愿透露姓名的运营商工作人员向中国城市报记者透露,“部分低价引流卡用户留存率偏低,优惠到期即销户换卡,陷入‘高获客成本、低长期价值’的不良循环。”

筑牢安全防线、维护消费者权益,是此次渠道调整最直接的出发点。7月20日召开的国新办新闻发布会上,工业和信息化部新闻发言人、信息通信管理局局长谢存在接受媒体

提问时表示,工业和信息化部强化基础电信市场秩序规范治理,加强资费管理和营销渠道管控,有效遏制基础电信市场非理性竞争,维护用户合法权益。11天后,三大运营商发布公告,将此次渠道调整的直接原因指向部分不法商家擅自冒用“运营商授权合作”的名义发布虚假售卡信息,或假借卡名义收集用户的身份证件、住址、联系方式等个人敏感信息,侵害了用户权益,给用户带来了极大的信息泄露风险。

行业专家普遍认为,此次三大运营商叫停网络第三方新办号卡合作,不是“一刀切”地与网络销售渠道划清界限,也不是与第三方合作划清界限,而是依法依规经营红线,是安全治理、消费者权益保护与产业高质量发展多重目标的统一要求。

用户盼服务资费透明化

中国移动在公告中表示,此前已办理的号卡业务可正常使用。中国联通明确,前期已通过正规途径购买号卡的客户,相

关服务不受本次调整影响。

然而,“过去通过第三方能买到的实惠套餐,以后会不会消失了?”针对此次渠道整顿,不少用户存有担忧,资费会否涨价的疑问在网络上引发热议。

针对此次渠道整治,数字经济学者刘兴亮指出:“治理的目标应该是淘汰不规范的销售方式,而不是淘汰用户真正需要的产品。渠道规范之后,运营商不能只是收回销售渠道,更要提升服务能力。运营商可推出更多官方平价套餐,长期套餐和场景化套餐,同时全面公开优惠期限、续费规则、限速条件,资费规则清晰透明,让用户一目了然。”

行业观察者认为,发展与规范本就一体两面。整治无序号卡分销渠道,意在加强市场乱象治理、守住信息安全底线。行业转型升级,最终目标仍是服务民生。随着线上办卡服务全面纳入运营商官方闭环管理,期待电信企业持续优化产品供给、透明资费服务,以规范经营守护数字民生,让高质量发展成果更多惠及广大用户。



暑运列车餐食升级

暑运期间,国铁北京局升级列车餐饮品牌“京铁佳膳”,全新推出11款冷热链新品,覆盖早餐、正餐全时段,兼顾老人、孩童、青年及家庭游客等不同群体,适配亲子出游、短途休闲、长途通勤等出行场景。其中,老北京葱油肉丁炸酱面同步亮相,旅客在飞驰的列车上即可品尝地道京城风味。图为8月5日,G693次列车上,旅客购买餐食产品。

中国城市报记者 全亚军摄

算力“先用后付”:Token赊销缓解AI企业资金压力

■中国城市报记者 王楠

今年7月,长三角地区一家算力服务平台与成立未满一年的网络短剧制作企业达成一项特殊合作:平台允许该企业先行调用算力,次月统一结算,账期30天,算力使用转化效率达到约定标准还可享受资费折扣。这种新型算力服务模式,在业内被称为Token赊销。

当前,不少AI初创企业面临一个现实难题:研发需要大量算力,但前期资金紧张,买不起足够的算力资源。Token赊销采取“先使用、后按量付费”的方

式,把算力采购从一次性预付变为依托商业信用的分期结算,帮助中小企业缓解现金流压力。

北京信用学会副会长刘新海向中国城市报记者介绍,Token赊销是算力服务与商业信用结合的创新模式,相比传统信贷具备独特优势。

首先,该模式可搭建业务与风控实时联动的闭环。银行发放贷款后,很难实时追踪资金使用情况,而AI算力消耗波动极大,程序漏洞常会产生大量无效调用。算力服务商掌握应用程序编程接口管控权限,搭配技术信用评估系统,能实时监测算

力使用效率;一旦识别算力有效转化率大幅下滑,可立刻关停算力接口,从源头控制损失,实现传统信贷难以做到的即时止损。

其次,该模式从根源规避资金挪用隐患。企业拿到银行流动资金,资金可能被拆分用于人员薪酬、市场推广等非研发事项。赊销提供的Token仅能用于模型训练、算法调试,全部流向AI研发生产环节,对应的应收账款底层资产清晰纯粹,更容易获得金融机构认可。

最后,该模式能盘活算力厂商闲置重资产。机房、GPU(图形处理器)硬件折旧速度快,

闲置算力边际投入成本极低。厂商依托赊销形成稳定应收账款,再通过保理业务将应收款项转让给金融机构提前回款,借助外部资金拓展业务,既能长期绑定成长潜力突出的初创客户,也能优化企业自身资产负债结构。

刘新海同时提出,想要推动Token信用模式规范可持续发展,必须清晰划定经营合规边界。算力Token只是计量算力消耗的效用凭证,如同衡量用电量的“千瓦时”,对应真实算力服务成本,属于数字商品,和用于融资炒作的ICO(首次代币发行)有着本质区

别,经营中要主动划清界限,规避金融风险。同时,业务限定在供应链金融范畴,交易主体仅限合规算力服务商、实体AI企业与持牌金融机构,不应面向个人开展分销炒作。

从算力资源变成可交易的商品,到依托商业信用完成交易流转,Token赊销模式要大规模推广,还需要在合规管理、风险防控、产业协作等方面继续完善。作为衡量AI算力消耗的标准化凭证,算力Token为数字经济和实体经济融合提供了新的路径,也需要行业各方共同规范,保障业态平稳运行。