

# 封面说明

电信发展局（ITU-D）

2014年2月17日，日内瓦

**事由：** 来自行政管理数据来源的新电信/信息通信技术（ICT）指标，  
2011-2013年

本文件所含国际电联指标定义基于 2011 至 2013 年的行政管理数据，这些数据在《**电信/ICT 行政管理数据收集手册**》出版之后制定。这些额外信息反映出世界电信/ICT 指标专题研讨会所赞同的电信/ICT 指标专家组（EGTI）的成果。

## 互联网数据流量

### 固定（有线）宽带互联网流量（艾字节，exabytes）（i135tfb）

**定义：**

**固定（有线）宽带互联网流量（艾字节）**指固定宽带用户生成、在终端用户接入点测到的流量。它的测量值是下载和上传流量的总和。批发业务、“围墙花园业务”（walled-garden traffic）以及 IPTV 和有线电视业务的流量应不予计入。

### 移动宽带互联网流量（国内）（i136mwi）

**定义：**

**移动宽带互联网流量（国内）**指 3G 网络或其他更先进的移动网络（包括 3G 的升级、演进或在数据传输速度上具有同等标准的网络）在国内始发的宽带业务量。应在国家层面针对国内所有的 3G 或更先进的移动网络进行业务数据的收集和汇总。应将下载和上传的流量加总并一起报告。流量应在终端用户的接入点测量。批发和“围墙花园”业务的流量应不予计入。流量统计应以艾字节为单位报告。

### 移动宽带互联网流量（国外，外向漫游）（i136mwo）

**定义：**

**移动宽带互联网流量（国外，外向漫游）**指 3G 网络或其他更先进的移动网络（包括 3G 的升级、演进或在数据传输速度上具有同等标准的网络）在国外始发的宽带业务量。应在国家层面针对国内运营商所有在国外漫游使用 3G 或更先进移动网络的用户进行业务数据的收集和汇总。应将下载和上传的流量加总并一起报告。流量应在终端用户的接入点测量。批发和“围墙花园”业务的流量应不予计入。流量统计应以艾字节为单位予以报告。

## 服务质量

### 蜂窝移动网络不成功呼叫率（i146u）

**定义：**

**蜂窝移动电话不成功呼叫率**指某一年的不成功蜂窝移动呼叫数量在全年蜂窝移动呼叫总数中的占比。一次不成功呼叫是指向某一有效号码进行的、满足以下条件的呼叫：（a）该呼叫未被应答，（b）被呼叫方没有出现忙音，以及（c）在网络收到呼叫号码最后一个数字后的 40 秒内，呼叫方没有铃声响起。呼叫方必须在蜂窝移动网络的覆盖内。

### 蜂窝移动网络掉线呼叫率（i146d）

**定义：**

**蜂窝移动来话呼叫和去话呼叫**已经实现正确连接，并已因此被分配通信信道，却在用户正常通话完毕前，因运营商网络内部出现提前终止，造成呼叫掉线或中断，这种来话和去话呼叫数量占呼叫总数的比例即为**蜂窝移动网络掉线呼叫率**。

### 每百位蜂窝移动签约用户的投诉数量 (i146c)

**定义:**

**每百位蜂窝移动签约用户的投诉数量**，是某一年所收到的有关蜂窝移动业务提供的投诉数量相对于在用蜂窝移动用户总数的百分比。统计数字应包括当年所收到的有关蜂窝移动业务提供（包括语音、短信和数据）的所有投诉（无论投诉是否有效、主题是什么）。如果同一客户就同一主题提出过一次以上的投诉，则每次投诉应分别计算。如果客户在已有投诉尚未处理完毕前再次投诉，则该投诉不单独计算，而应视为第一次未处理完毕投诉的后续。

### 每百位移动宽带签约用户的投诉数量 (i146mw)

**定义:**

**每百位移动宽带签约用户的投诉数量**，是某一年所收到的有关移动宽带业务提供的投诉数量相对于在用移动宽带用户总数的百分比。统计数字应包括当年所收到的有关移动宽带业务提供的所有投诉（无论投诉是否有效、主题是什么）。如果同一客户就同一主题提出过一次以上的投诉，则每次投诉应分别计算。如果客户在已有投诉尚未处理完毕前再次投诉，则该投诉不单独计算，而应视为第一次未处理完毕投诉的后续。

### 每百位固定（有线）宽带签约用户的投诉数量 (i147c)

**定义:**

**每百位固定（有线）宽带签约用户的投诉数量**，是某一年所收到的有关固定（有线）宽带业务提供的投诉数量，相对于在用固定（有线）宽带用户总数的百分比。统计数字应包括当年所收到的有关固定（有线）宽带业务提供的所有投诉（无论投诉是否有效、主题是什么）。如果同一客户就同一主题提出过一次以上的投诉，则每次投诉应分别计算。如果客户在已有投诉尚未处理完毕前再次投诉，则该投诉不单独计算，而应视为第一次未处理完毕投诉的后续。

### 固定（有线）宽带业务激活时间（按天数计） (i147t)

**定义:**

**固定（有线）宽带业务激活时间**，指从申请日期到业务激活日期之间的时长。该统计应提供某一年内所收到的所有新申请的平均业务激活时间。

## 付费电视

### IPTV 签约用户

**定义:**

**IPTV 签约用户**，指互联网协议电视（IPTV）的签约用户数量，即，通过能够支持所需服务质量、体验质量、安全性、互操作性和可靠性水平的 IP 网络提供的电视服务。这里不包括在公共互联网上（如，通过流媒体）获得的视频和过顶音像内容提供商的用户。

### 卫星电视签约用户

**定义:**

**卫星电视签约用户**，指直接到户（DTH）卫星服务付费用户的数量，即通过能够接收卫星电视广播的碟形卫星天

线接收付费电视服务。这里不包括免费卫星电视服务。

### 有线电视签约用户

**定义：**

**有线电视签约用户**，指通过同轴电缆网络提供的多频道电视节目。它包括模拟和数字有线电视用户。如果可以提供模拟/数字有线电视用户的细分，应在备注中对每一类型有线电视用户的数据做出具体说明。它不包括通过有线电视网络提供的 IPTV。

### 其他电视签约用户

**定义：**

**其他电视签约用户**，指除 IPTV、卫星电视和有线电视以外的付费电视用户。其中包括电视平台（如微波多点分配系统（MMDS）和付费数字地面电视（pay DTT））用户。免费电视不应包括在内。报告数据所对应的电视平台应在备注中予以说明。

## 移动宽带价格

按照 2013 年 12 月 4-6 日在墨西哥城举行的第十一届世界电信/ICT 指标专题研讨会（WTIS）达成的一致意见，国际电联针对以下移动宽带计划收集数据：（i）500 MB 手机预付费服务；（ii）500 MB 手机后付费服务；（iii）1 GB 计算机预付费服务；（iv）1 GB 计算机后付费服务。

同一套规则和假设也适用于移动宽带指标：

1. 应就下列技术的其中一项收集价格信息：UMTS、HSPA 家庭版、LTE 家庭版、CDMA EV-DO 家庭版和移动 WiMAX（IEEE 802.16e 和 802.16m）。不应纳入 WiFi 或热点适用的价格。
2. 应按本国货币收集价格信息，包括税费信息。
3. 应只收集居民的单一用户价格信息。如果同一国家不同地区的价格不同，应提供人口最多的城市或首都适用的价格。
4. 应针对以下两类用户收集价格信息：a) 手机移动宽带用户和 b) 计算机移动宽带用户。
5. 移动宽带价格信息应从市场份额最大（以移动宽带用户数量衡量）的运营商处收集。如果没有提供，移动宽带价格信息应从该国市场份额最大（以蜂窝移动用户数量衡量）的蜂窝移动运营商处收集。
6. 如果出现下列情况，可针对不同移动宽带业务选择不同运营商：a) 特定业务有不同的市场领先者（后付费、预付费、计算机服务、手机服务）；b) 某项特定的分类价格指数没有信息提供。
7. 对手机服务和计算机服务两种计划，都应收集预付费和后付费业务的价格信息。如有多种计划，应采用满足数据量要求的计划。

8. 如果运营商对后付费移动宽带计划提出了不同的承诺期，应选择为期 12 个月的计划（或承诺期与此最接近的计划）。如果只是提供了较长的承诺期，则应添加备注。

9. 应针对以下最低数据量计划收集价格最低的计划信息：

1. 1 GB USB/加密狗（计算机）用户
2. 500 MB 手机用户。

所选计划不应是上限最接近 500 MB 或 1 GB，而应是包括 500 MB/1 GB 最低数据量在内的计划。这意味着，例如，如果运营商提供一个 300 MB 和一个 800 MB 的计划，应选择 800 MB 或两倍 300 MB 的计划（如果一个月可购买两次数据包，达到 600 MB 的月数据量）作为 500 MB 的分类价格指数。应选择价格最低的一种方案。

数据量应与上传和下载数据量这两项相关。如果价格与“使用时间”相关，而与数据量无关，应就这一信息添加单独的备注说明。

**注：**国际电联很可能无法纳入这类情况的对比信息。

10. 价格数据收集的有效期应为 30 天。例如，如果所选计划的有效期为 10 天，将会计算三次，以便反映 30 天的有效期。

11. 应优先考虑数据包（其中包括一定的数据量）。如果现用现付计划是某项价格指数中最廉价的选择，或是所提供的唯一选择时，应予以采用。如果运营商根据一天当中的时间段（高峰期/非高峰期）对现用现付计划收取不同资费，则应记录两种资费的平均值。如果非高峰期资费是在午夜以后，则不应计入在内。

12. 即便某计划的广告是“不限量”，也应仔细阅读其中的小字，因为通常有数据量的限制，限制方法是进行限流（限制网速）或切断服务。

13. 有关非经常性费用（如安装/设置费用）的数据，不予收集。

14. 应优先考虑没有捆绑服务（如捆绑语音业务）的数据包。如果所选计划包括移动宽带接入以外的其他业务，应在备注中进行具体说明。

15. 价格是指常用（非促销性）计划的价格，不应包括促销计划和限量折扣或针对特殊用户群（如现有客户）的价格。不应包括适用于某类设备（iPhone/黑莓、iPad）的特殊价格。夜间资费补贴不予计入。

### 500 MB 预付费手机服务

**计划价格：**

以当地货币计算的 500 MB 数据量移动宽带手机预付费服务计划价格。

**流量上限，以 MB 计：**

移动宽带手机服务计划中包括的 30 天内可传送的互联网数据量上限（以兆字节/MB 计）。

**超出流量的使用价格，以每 MB 计：**

超出移动宽带手机服务计划上限以外的每兆字节（MB）互联网数据下载量的价格。

**计划有效期，以天数计：**

500 MB 预付费计划的有效期，以天数计。

### 500 MB 后付费手机服务

**服务计划价格：**

以当地货币计算的 500 MB 数据量移动宽带手机后付费服务计划价格。

**流量上限，以 MB 计：**

移动宽带手机服务计划中包括的 30 天内可传送的互联网数据量上限（以兆字节/MB 计）。

**超出流量的使用价格，以每 MB 计：**

超出移动宽带手机服务计划上限以外的每兆字节（MB）互联网数据下载量的价格。

**计划有效期，以天数计：**

500 MB 后付费计划的有效期，以天数计。

### 1 GB 预付费计算机（USB/加密狗）服务

**服务计划价格：**

以当地货币计算的 1 GB 数据量移动宽带计算机预付费服务计划价格。

**流量上限，以 GB 计：**

移动宽带计算机服务计划中包括的 30 天内可传送的互联网数据量上限（以千兆字节/GB 计）。

**超出流量的使用价格，以每 GB 计：**

超出移动宽带计算机服务计划上限以外的每千兆字节（GB）互联网数据下载量的价格。

**计划有效期，以天数计：**

1 GB 预付费计划的有效期，以天数计。

### 1 GB 后付费计算机（USB/加密狗）服务

**服务计划价格：**

以当地货币计算的 1 GB 数据量移动宽带计算机后付费服务计划价格。

**流量上限，以 GB 计：**

移动宽带计算机服务计划中包括的 30 天内可传送的互联网数据量上限（以千兆字节/GB 计）。

**超出流量的使用价格，以每 GB 计：**

超出移动宽带计算机服务计划上限以外的每千兆字节（GB）互联网数据下载量的价格。

**计划有效期，以天数计：**

1 GB 后付费计划的有效期，以天数计。