

短信，已风光不再

日前，工信部发布的《2014年5月份通信业经济运行情况》显示，在移动互联网业务替代作用的影响下，我国手机用户的月均点对点短信量继续下降，已经不足40条，彩信业务量同比下滑超过30%，这让业界对于“短信将死”的讨论也升级至了“短信已死”。

工信部的报告显示，微信、微博等移动互联网业务对传统短信、彩信业务的替代作用持续，1~5月，全国移动短信业务量仅有3146.2亿条，同比下降18.4%，其中点对点短信量占比依然过半。彩信业务量仅有260.9亿条，同比下降30.6%，每户月均点对点短信量、彩信量39.8条、2.2条，其中月户均点对点短信量同比下降19.8%。1~5月，移动短信业务实现收入218.6亿元，同比下降13.1%。

与短信业务量下滑形成对比的是，1~5月，国内移动互联网接入流量达7.01亿G，同比增长52%，比2011全年移动互联网接入流量还多三分之一，平均每天产生移动互联网接入流量468万G，月户均移动互联网接入流量达到171.9M，其中月户均手机上网流量达到149.9M，同比增长86.2%。

短信，风光不再

短信曾是我们相当重要的沟通交流方式之一，尤其是在年节的时候，群发短信表示祝福，似乎已经成为国人年节时候的“规定动作”。短信拜年热始于2002年春节，到去年春节期间，全国手机短信发送量累计达到历年最高的311.7亿条，其中除夕当天手机短信发出了120.1亿条，不过在今年春节期间，这个数字却出现了10年来的首次大幅下滑。

根据工信部的数据显示，2014年春节期间，全国移动互联网接入流量消费比平时增长25%，从除夕到初七的8天内，全国手机用户平均使用46.6M流量，比平时高出25.3%。微信、微博等新型移动互联网业务成为流行的拜年方式，受此影响，全国移动短信发送量累计仅182.1亿条，同比下滑了41.57%。而形成对比的是，腾讯公布的数据表示，除夕夜微信用户信息发送总量是2013年同期的2倍，当天微信发送高峰时段，平均一分钟就有1000万条信息发出。

从拜年短信的变化，可以“窥看”短信正在遭遇的尴尬。随着移动互联网的快速发展和普及，各类即时通讯工具从电信运营商那里抢走了大量的短信用户。前瞻产业研究院发布的《2014~2018年中国移动OTT(“Over The Top”的缩写，是指通过互联网向用户提供各种应用服务)行业市场前瞻与投资规划分析报告》分析认为，我国手机用户的点对点短信使用量持续不断的下滑，主要是微信、微博、imessage、易信、Line等OTT对传统电信、彩信业务的替代作用。这些OTT通过数据流量发送文字、图片、位置等内容，已经替代了短信和彩信的主要功能。

即时通讯工具的用户数量也在快速增长。此前，腾讯内部人士透露，截至目前，微信用户数已经突破6亿，今年年底全球有望突破10亿。而中国电信创新业务事业部总经理李安民也介绍，电信和网易共同投资的易信，半年时间用户量超过8000万，活跃率为30%。不仅是个人用户的点对点短信正在被即时通讯工具代替，现在越来越多的企业用户也用微信来代替短信，为用户提供相应服务。今年2月，招商银行信用卡中心宣布，将短信提醒的门槛从原来的100元以上提高到了300元以上，但表示“任意金额消费，可由官方微信笔笔提醒”。不仅是招行，目前几乎所有的商业银行都在推“微信银行”，用户关注银行的官方微信公众号并绑定信用卡，可以进行账单查询、积分兑换、余额查询、设置还款等多种操作，每笔消费之后，也都会通过微信第一时间收到通知。除了银行，航空公司也是业务转移“大户”，此前通过短信办理预选座位等服务，如今都可以通过关注航空公司微信公众号来完成。此外，有电信运营商内部人士透露，以前依托短信的企业推广、政府信息发布等，现在也都有所变化，运营商行业类短信的业务量和收入持续下降。

据这位人士透露，使得行业短信量下降的另一大因素，是去年底以来主管部门掀起的力度前所未有的垃圾短信整治行动。今年以来，主管部门更是加大了整治力度，前段时间，工信部表示将制定出台《通信短信息服务管理规定》，为垃圾短信治理提供执法依据，同时制定出台并推动落实《短消息网间联动平台技术要求》等8项反垃圾短信技术标准。



出走派：跟短信说拜拜

越来越多的人用微信、易信、Line等即时通讯工具来代替短信，部分用户甚至完全投向了即时通讯工具的怀抱，彻底跟短信说拜拜。

在教育培训机构工作的张莉，形容自己现在“几乎一周都不会主动发出一条短信”，所有的对外沟通都通过微信和电话来解决。张莉介绍，现在同事、朋友、家人都有微信，不管是单位还是家里都有WIFI，用微信联系就相当于免费，沟通效果比短信还好，不仅是文字，图片、视频、网页链接都可以传递的信息，比短信更丰富。她说，自己完全不担心微信能不能被及时看到的问题，“没有留意手机，短信

一样看不到，真有急事的话，就会直接电话沟通了”，另外，微信相比短信给工作带来的便利更大，“以前有通知要发给同事们，得搞个短信群发，不同的人回复了，还要一个一个地交流，现在有事就拉个群组，直接沟通，效率更高”。

资费是不少用户弃用短信的原因之一，像张莉这样充分利用免费WIFI的用户，流量费用也大大节省了。而用户小林的套餐并不包含免费短信，发送短信是按照一毛钱一条计费的，10元也仅够发100条短信而已，但他购买了10元的微信流量包，“300M可以做的事情，肯定远不止发100条消息”。

坚持派：短信更为可靠

尽管工信部公布的“我国手机用户的月均点对点短信量继续下降，已不足40条”，在业界和用户间再度响起“短信已死”的声音，但仍有部分消费者坚持使用短信，认为手机短信有其自身的优势，仍有生存空间，并不会消亡。

在消费品外企工作的张轩，经常需要到三四级城市以及农村调研市场，网络信号并不稳定。微信等即时通讯工具的应用前提是数据网络支撑，得在有移动通信网络在线的情况下才能使用，但是在很多农村尤其是山区，网络信号较差，根本就登录不了微信。而短信对网络环境的要求较低，“不管是3G还是2G网络，哪怕手机显示只有一格信号，还是可以正常收发短信的，跟公司同事、家人的联系就不会断”。不仅如此，张轩在出国开会或者旅行时，也会更多选择短信来进行通讯，“国际漫游状态下，发送短信

的价格一般都不会超过1元，接收还是免费，相比较而言，上网资费还是太贵了，而且手机上网流量的消耗不可控，担心出现‘天价流量费’的情况”。

还有部分用户认为，短信发送的通知比微信等更具权威性。在行政单位工作的孙建明就表示，政府部门、权威机构都还是通过短信方式发送通知，比如气象部门通过短信给市民发送暴雨警报信息，就具有权威性。另外，在个人生活中，短信也是识别用户身份、保障账户安全的主要方式。现在，很多地方的免费WIFI都是要求提供手机号发送短信验证码的，更不要说网上银行账户变动以及网上消费进行在线支付的时候，保障账户安全的随机验证码也是通过短信形式发送给用户的，“现在已经养成了对短信验证码的认知习惯，收到短信才比较有安全感”。

(南方)

