

# 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 全年的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,尤其是在春节的时候,群发短信表示祝福,似乎已经成为国人春节时候的“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,腾讯公布的数据显示,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,为用户提供相应的服务。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账号并绑定信用卡,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账号来完成。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、网页链接都可以是传递的信息,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,经常需要到三四线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。而短信对网路环境的要求较低,“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)

