

只占流量的通讯方式 摊薄了运营商利润

微信收费是场利益拉锯战

本报记者 李小凯

随着智能移动终端面世和普及,微信、skype、Line等OTT业务类语聊工具登上了APP下载榜单并且居高不下,人们也在跟随潮流迅速更新着自己的网络交流平台。传统的短信、彩信以及电话等输送信息的方式再难成为“唯一”。面对新兴语聊工具兴起,三大传统运营商亦开始布局自救,近期有关微信收费的话题被炒得沸沸扬扬,便是一个明显的信号。

OTT打响收费之战

用过微信等OTT类语聊工具的人都知道,在打开手机系统的通知快捷栏之后,只要收到好友的来信,语聊工具会马上弹窗提醒你有新信息到来,方便、快捷而且仅消耗流量不用额外支付类似短信那样的费用。这种越过运营商单纯通过网络心跳的方式进行信息沟通,引来了运营商的重视。

就在OTT业务如日中天的时候,感到竞争压力的三大运营商开始“反攻”。“信令”占用便是三大运营商提出的反攻理由。运营商指出微信OTT业务占用过多“信令”通道,带来网络不可承受之重。“微信等OTT业务类语聊工具的出现,对传统联通、电信以及移动的影响是显而易见的”,潍坊某运营商一位技术部门负责人坦言道。

“信令”是什么意思呢?业内形象比喻为,信令网是通信网络的中枢神经系统,传导很多控制指令,手机跟手机通讯时,需要先给对方发一个信号,对方接到信号,双方才能通信,这个信号就是“信令”。在只有语音和短信的时代,通常情况下,通道是够用的。无线互联网时代到来后,“信令”用量激增。从2007年苹果发布iPhone开始,智能手机开始普遍地要求“保持在线”,很多APP永远在线,APP与服务器之间会定时通讯,告知对方自己的状态。这种定时发送,类似于心跳,所以每次发送的命令,被形象地称为心跳包。“信令”量猛增,在3G与4G网络中问题不大,对于2G/2.5G网络却是巨大考验,通道占用问题由此产生。

据业内人士介绍,大部分App都会发送心跳包,但移动社交网络类产品,如中国的微信、日本的Line、韩国的Kakao talk、Facebook messenger、Skype等,因为用户数量大,使用频率高,产生的心跳压力

较为突出。比如,今年1月,微信的用户已经超过3亿,用户的使用频率很高,而如此一来微信的“信令”占用便成了众矢之的。

7成用户反对收费

3月31日,工业和信息化部部长苗圩在参加第二届“岭南论坛”时表示,微信有收费可能,但不会大幅度收费。工信部正在协调运营商微信收费一事,会考虑运营商的合理要求。至此,关于微信即将付费的传闻愈传愈烈,甚至有人传出7月份微信将正式收费的消息,但至今未得到相关部门的正面回应。

至此,关于微信收费的各种说法也一下子扩散:4月2日晚间,新浪微博认证为“前数字天堂公司市场部经理”的“人称T客”发表微博称,“在工信部、运营商双重压力下,小马哥最终没能顶住,微信收费将于7月1日开始,收费标准信息5分/条,语音1毛/条。”4月5日清明节期间,腾讯微信团队发布辟谣声明,指出网络间盛传的3种微信收费方式不实。不过由于反驳的都是收费时间和收费细节,并未能完全平息用户们的恐慌心态。最终自本周开始,腾讯开始用对话列表“弹窗”的形式告诉用户,“相关信息都是谣言”。

目前,微信用户已超过3亿,关于微信收费之争也自然成为街头巷尾热议,而公众也普遍质疑微信收费。根据博鳌论坛上展开一项针对3000多人的调查,9.8%的人投票支持“只要不向消费者收费就行,支持运营商向腾讯收费”;71%的人反对收费;认为“只要我自己不出钱,收不收钱跟我没关系”的人占据了19%。

让用户埋单 得不偿失

对于传得沸沸扬扬的OTT收费事件,不少人认为,目前“信令”传输占据过多网络资源只

是2G和2.5G时代发展的必然结果,运营商与OTT程序商应该合作共赢,“收费如果合理,可以收费,但莫让收费伤了用户”,任何便捷语聊工具的出现都是适应消费者需要的必然结果。

另一方面,以微信为代表的移动端语聊软件虽然得意一时,但他们也确实感受到了来自传统运营商方面反击的压力。近期运营商将对OTT业务收费的传言也让人闻到了些许“火药味”。未来,运营商与微信等OTT业务之间的争夺在所难免。

潍坊联通总公司一位技术部负责人认为,三大运营商只是信息传输的一个管道,完善和提升现有管道才是最重要的事情,“但现有体制下企业都在追求经济利益的最大化,出现反对OTT类语聊软件的声音也很正常”,微信等软件的出现势必冲击着运营商的业务,尽管传统运营商可以借助以往用户基础等一些优势参与竞争中来,但这种滞后的补救以及体制方面的限制给运营商带来诸多困难。但这不是最大的威胁,真正的威胁是因为运营商与OTT程序开发者的竞争给用户带来伤害才是最不应该出现的结果。

“电子邮箱用了多少年了,什么时候收费过?”该负责人说,假设对现有免费邮箱进行收费,结果只能是用户大量流失,“现有状态下,你还偶尔往邮箱发一些垃圾邮件权当散发广告单,但邮箱用户流失了,你连这点机会都没有了”。

而对于日渐成熟的OTT语聊软件是否该收费,该技术部负责人也认为,微信等语聊软件之所以如此受欢迎说明,原先固有的信息沟通载体已经有些落后,尽管OTT语聊软件的心灵传输给运营商的网络带来一定压力,但这应该是技术上的改进,而不应该让用户为此埋单,“至于收费也应该是运营商、OTT开发商以及政府三者之间的事情”。

