

微信电话本“入侵”运营商语音业务 免费打电话是否将到来

11日晚间,微信爆出一条令网民欢欣鼓舞的消息。腾讯公司正式推出微信电话本,这意味着,今后用户在Wifi环境下,使用微信电话本可与联系人实现免费通话。微信电话本被业内不少人士认为是腾讯向基础运营商下的一纸战书。

本报记者 王茂林 韩微

腾讯放大招,微信电话本让用户免费打电话

11日晚间,腾讯公司正式推出微信电话本1.0.0版。这款新的智能通讯APP可以实现拨打免费网络电话功能,同时具备自动备份联系人、导入微信头像、群发短信、批量删除联系人等功能。微信电话本支持Android和

iOS两个版本。根据测试,使用微信电话本拨打免费网络电话,需要通话双方都下载使用微信电话本并开通免费通话功能。如果使用免费通话功能,需要在微信电话本内登录微信账号,并绑定本人手机号。

在资费方面,微信电话本通话功能本身免费,在2G/3G/4G网络下会消耗流量,WiFi环境下则免费。通过微信电话本拨打电话、发送短信产生的资费与产生的上网流量费用由运营商收取。据官方介绍,微信电话本在2G/3G/4G网络下通话

一分钟消耗约300K流量;待机时消耗流量不到1K/小时。目前,运营商流量资费1K大致在0.0001到0.0005元之间,据此价格换算,使用微信电话本在2G/3G/4G网络下通话一分钟的花费约为0.03到0.15元。

向运营商再度宣战,或形成较大冲击

业内人士认为,微信电话本或许将继续微信之后成为一个新的火热的必备应用,并将对电信运营商的语音收入产生较大冲击,因此微信电话本的诞生或许送来了足够令运营商颤抖的消息。以微信对运营商短信业务的冲击来看,尽管其并未完全取而代之,但是实际上已对运营商的业绩产生了巨大影响。如果微信电话本在通话

体验上能赢得用户认可,那么彼时可能意味着运营商在短信和语音两方面的收入都遭遇“滑铁卢”。市场研究机构Juniper Research最新发布的报告称,2014年受OTT影响,全球各地的网络运营商的语音和短信流量收入减少140亿美元,较2013年同比大降26%。今年上半年美国移动运营商数据业务收入也首次超过语音。

中国移动公布的2014年前三季度财报也承认,由于处于移动通信高普及率阶段,传统通信业务发展空间严重受限,同时,来自移动互联网异质竞争的冲击更加显现。财报显示,2014年前三季度,中国移动语音和短彩信业务继续下滑,总通话分钟数比上年同期下降0.3%,短信使用量比上年同期下降20.2%。而与语音和短彩信

业务的持续下滑形成对比的是,移动数据流量却比上年同期增长了98.6%。中移动也意识到了流量时代业务转型的迫切性,日前已有媒体披露,中移动正在研究短信按流量收费的方案,预计明年将实现融合通信业务的商用,届时短信按一毛一条收费将成为过去时。不过,在语音业务上,这一次腾讯显然又快了一步。

延伸阅读

运营商人士: 可怕的是用户群, 不是APP本身

不过,也有业内人士表示,认为微信电话本将替代运营商通话的看法有点过于乐观了。在微信电话本推出之前,类似的通话类APP已经有很多,包括手机QQ、易信等都具备免费通话功能。不仅如此,运营商也在类似的APP方面做出尝试,比如飞信、易信等。此外,尽管短信、彩信等传统通信业务确实出现明显下降,但流量等移动数据业务却出现了爆发式增长,所以运营商仍有足够的底气,没那么容易被革命。

在上述人士看来,运营商该意识到“狼来了”。“运营商应该变革了,对语音产品应该重新包装定位,在包括资费等多方面应该具有竞争力。对流量产品来说,应该提倡智慧经营,按照客户的需求提供新业务和管道支撑,避免被完全管道化。”上述人士说。

分析人士指出,尽管与如今的微信电话本功能相似的实时语音通话软件早已有之,不过他们实际上都未成气候,对运营商的影响远远不及微信。仅以用户数来说,腾讯2014年第二季度盈利报告中提到,微信的月活跃用户数已经从第一季度的3.96亿上升到了第二季度的4.38亿。这位分析人士认为,对于运营商来说,这个APP本身并不可怕,但可怕之处在于微信庞大的用户群。 本报记者 王茂林 韩微

用户体验: 初出茅庐, 还不理想

为直接体验微信电话本的功能,记者在自己的手机上进行了安装体验。下载安装微信电话本之后,需要进行微信账号登录并绑定本人手机号码,不过在尝试几次之后,记者发现,微信电话本出现了显示无法登录和验证失败的问题。据了解,微信电话本正式上线后,有很多用户反映收不到短信验证码以致无法正常体验。随后,微信电话本官方微博发布消息表示,由于软件发布后用户量过大,目前其相关服务(包括登录、注册、收取短信验证码、免费通话等功能)出现不稳定,给部分用户造成了影响,相关工作人員正在紧急处理中,将尽快恢复。 本报记者 王茂林 韩微

过度偏好“老”味道背后的食安窘境



本报记者 马绍栋

“这是我们自己种的花生,自己用老式机器榨的油,和超市里卖的不一样,可以放心吃。”近日,企业圈子里的朋友掀起一轮自制产品的互赠活动,总结梳理出来有如下几个关键点:原料自给、自己制作、工艺传统。之所以这样做,要表达的诉求也非常明晰:吃得安全。其实类似以这种方式传达食品安全信号的还有许多,比如当前食品消费中非常抢眼的大打“老”字牌:老

酸奶、老蜂蜜、老香油、老馒头……这类食品中共性的东西都是在宣扬按照传统的手工艺,不添加任何化学制剂,纯天然纯生态。 “老品牌、老味道的走红完全可以理解,毕竟当前严苛的食安环境已经严重击穿了消费者的心理底线。”省内食品业资深人士告诉记者,食品行业本来就被称作良心行业。而现实却是接二连三地爆出丑闻,而且波及的范围、品牌越来越大、越来越多,给人造成的感觉就是:食品难言安全。“原来迷信国内大品牌,后来发现靠不住,比如乳制品;接下来是迷信进口品牌,结果同样存在质量问题;近期的台湾顶新集团,居然三次黑心油事件全部中招,消费者一退再退却最终退无可退。”乍看上去,似乎是传统

的老手艺击败了以科技、卫生、安全著称的现代食品工业,而且仿佛你的采购体越透明、生产线越现代、检测手段越高超反而给人的感觉越不安全,甚至有些网友感叹:想时光倒流穿越回传统时代。然而问题来了,老工艺打造出来的老品牌质量就真正可靠吗?市面上眼花缭乱的的老品牌又有几家是真正的手艺、老味道?在消费升级的大食安时代,这种老品牌模式能多大程度上解决大众化的消费需求,又能走多远呢? “现代食品工业有点被妖魔化,食品添加剂甚至食品源头的农药、化肥都被理解成食品安全的最大元凶。”上述人士表示,传统手工艺应当定位做成特色的食品文化,靠他们只能解决部分人群在部分时刻的消费需求,只能是整个食品来源的有效

补充而不是主流。“没有化肥、农药,粮食、蔬菜等农作物的产量不可想象,作为产业链最前沿的农业、畜牧业如果无法保证产量,后续的加工制造更无从谈起,要解决中国如此庞大人口的吃饭问题更是难上加难。”的确,食安形势倒逼下,消费升级背后必须是行业升级、产业升级,这种升级并不是玩个概念,无视质量底线,而是将传统与现代有机融合。如笔者曾经走访多省内多家老字号食品企业,一看厂史动辄上百,然而现在的产品生产早已完全科技化和现代化,悠久的“历史老味道”则被做进企业的品牌积淀和产品底蕴,用他们老板的话说:“老字号就是最大的压力,一出问题多少年的历史都砸进去了,必须将手艺传承好。”

港币兑换人民币 下周不再有限额

本报讯 香港金管局12日宣布,基于香港离岸人民币市场发展及“沪港通”的开通,自11月17日开始,香港居民每人每日兑换20000元人民币的限额将不再适用,银行可以为香港居民进行不设限额的人民币兑换。金管局总裁陈德霖表示,目前香港离岸人民币资金池已超过一万亿元人民币,具有一定深度及规模,所以在离岸市场平盘,不会有重大问题,也会更便利香港居民参与“沪港通”及通行各类人民币业务。 据新华社