

12 专题 Feature Stories

微信推电话本 中移动笑称无大影响

■ 陈宝亮 报道

在“免费通话”不温不火的时候,腾讯悄然而动。

11 月 11 日晚,腾讯发布微信电话本 1.0 版本,打出“高清免费通话”的标语并广而告之。一夜之间,微信电话本刷遍微信朋友圈,并且迅速登上 iTunes 热门搜索,排在首位。

一个并不那么完美的开场,并没有冲淡广大用户对于“免费通话”的憧憬,无数人发问:“免费通话的时代真的来了么? 三大运营商在做什么?”

在接受记者采访的数位运营商人士看来,“电话未必能免费。但电话从传统语音模式走向流量模式,早已大势所趋。”即便如此,用户的通话成本也会大幅降低。“理想情况下,1 分钟电话只需要消耗 100K 流量,按照套餐内流量计算,成本是 1 分钱,用户支出只有普通语音的 5%-10%。”一位运营商人士如是计算。

对运营商而言,这意味着未来有可能流失 90%的语音收入。但令人诧异的是,运营商对微信电话本潜在威胁的反应堪称淡定。

冲击并不“凶猛”

微信电话本称不上新鲜应用。通过 Wi-Fi、3G、4G 网络拨打电话的技术被称为 VoIP,这一领域最成功的玩家是 Skype。Skype 是第一批全球免费的语音通话软件,目前拥有超过 3 亿的活跃用户。电信市场分析公司 TeleGeography 给出分析报告指出:超过 15%的 iPhone 用户安装了 Skype、40%的全球国际通话通过 Skype 完成。

而值得一提的是,Skype 开源了很多技术代码,推动了大量 VoIP 应用的诞生。提供类似业务的应用还包括 WhatsApp、Facebook Messenger、Viber、Line、Tango 等等,这些应用在 Andriod 的下载数量均超过 1 亿次。

在微信电话本推出之前,微信、QQ 的手机应用中已经拥有语音电话功能,此次微信电话本将语音作为独立业务,操作更为便捷,且关联了通讯录、微信好友,拥有 5 亿微信用户基础。

在这些应用的影响下,用户的通话时长逐渐减少。以中国移动为例,2011 年至 2013 年,用户 MOU(平均每户每月通话时长)分别为 525 分钟、512 分钟、486 分钟,而对应的语音收入则分别为 3640 亿、3680 亿、3556 亿,收入递减。

一位中国移动人士笑称:“每年减少的收入也就 100 多亿。这种变量放在运营商几千亿的盘子里,根本感觉不到。OTT 的冲击



其实没有外界炒作的那么凶猛。”

2013 年,微信的出现导致了中移动短信使用量首次下滑,其全年短信使用量从 7445 亿条降低至 7341 亿条。这一年,中国移动曾尝试向微信采取收费策略,由此爆发了“微信收费”事件,并引发业内持续数月的讨论。但最终,“微信收费”不了了之。这一年,中移动短信收入从 442 亿减至 413 亿。同样,“只少了 29 亿,其实感觉不到。”

“运营商拿 OTT 没有什么好办法。对微信如此,对微信电话本也一样。”在知名电信分析师、四川规划设计院副总工程师程德杰看来,微信电话本可以看做一个里程碑事件,“它的意义在于:OTT 一改之前遮遮掩掩的态度,开始公开站在传统业务的对立面,并且开展正面攻势,取代传统业务。”

失之桑榆,收之东隅

不过,失之桑榆,收之东隅。

2013 年,中国移动短信+语音收入累计减少 163 亿,但其移动数据流量业务收入则增长了 388 亿,从 665 亿增至 1053 亿。流量收入的增长弥补了传统收入的漏洞。

中国移动系统支撑部副总经理宁宇在其微信中如是评论:“腾讯推出微信电话本,早在意料之中。流量取代语音是趋势,别人不做,运营商也会自己做。”运营商需要关心的是:长期考虑,流量业务的增长是否能跑赢传统业务的下滑速度?

唯一值得庆幸的是,相比于传统业务,VoIP 业务还存在很大程度上的不完美。三大运营商每年投入数千亿投资建设网络、完善覆盖,及时维护,以此保障了传统语音的不

断话、通话流畅等多种体验。而支撑 VoIP 业务的基本只有软件,其投入完全不成正比。投资的天壤之别,决定了业务体验差异。

使用微信电话本的用户可以发现,在固定网络环境下其通话质量可以保证,但如果通话者的位置发生变化,手机网络环境从 Wi-Fi 切换到 3G、2G 等移动网络,或者遇到网络拥塞时,通话会中断 5-10 秒,甚至直接挂断。而且,相比于传统的电话业务,微信电话本无法做到来电自动弹屏,只能通过“横幅”显示,比传统操作模式多出数个步骤。

程德杰告诉记者:“现阶段来看,微信电话本会逐渐拥有一些用户市场,但这个过程会比较缓慢,而且,不可能取代运营商的业务。”

目前,中国移动正在其覆盖全国 300 多个城市的 4G 网络上测试 VoLTE 业务。诺基亚通信 Smart Labs 实验室曾对 OTT 的 VoIP 和 VoLTE 业务进行了测试对比,测试结果显示:VoLTE 比 VoIP 音质提高 40%、省电 40%、延时低 94%、节省 50%的流量消耗,而且,VoLTE 可以实现“永不断线”。

目前,Verizon、AT&T、NTT 约 10 家运营商推出 VoLTE 服务,中移动计划在 2015 年全面商用 VoLTE。

未知的未来

中国移动董事长奚国华在其 2014 年上半年报告中提出过“三条曲线”,他指出电信业有语音、流量、内容应用三条增长曲线。“语音曲线在走下坡路,要尽可能维持它的价值,给转型提供更长的窗口期。目前,流量曲线势头比较好,在与语音曲线下滑的‘博

弈’中跑得更快,弥补了语音下滑对收入的影响。”

奚国华认为:“未来,运营商的关键是要做好第三条曲线,也就是内容应用。”不过,奚国华也指出,“目前,这条增长曲线有很大的不确定性,充满未知。公司在这方面做了很多探索,包括九大基地的发展、推动几大基地公司化改造。”但下一步到底怎么办? 要认真思考和谋划。运营商还是有很多优势、有很多能力、有很多资源,关键问题是通过转型把这些能力、资源、优势的作用充分发挥出来。

已经有人在尝试开发运营商的资源优势。一位中国电信高级技术专家日前离职创业,他创办了一个名为凌天科创的互联网初创企业。“我们正在研发一种基于云计算的基础通信能力开放平台。在该通信能力开放平台下,任何互联网 App 开发者,均可通过简单的几行代码,将语音和视频通信功能嵌入其 App 中,并可实现和现有电信网络的互联互通。”他认为,VoIP 只是对电信业务的部分替代,而这种新的资源利用方式,会彻底颠覆绝大多数个人以及企业电信业务,“尤其是企业级市场,这才是运营商利润的大头。”

在美国,有一家名为 Twilio 的云通信公司,其 2013 年营收 5000 万美元,已经获得融资 7000 万美元,估值为十几亿美元。一份中国电信内部文件中,将 Twilio 形容为“打包运营商”,Twilio 以更简单、便捷、开放的方式,将运营商的绝大多数网络功能开放给所有人,而无需承担高昂的建设成本。

上述中国电信人士认为:“运营商的威胁,并非来自某几种业务的变化。而是整个资源利用方式的颠覆。”

微信与运营商注定要合作的 N 种可能

■ 顾嘉/文

双 11 后的第一天,科技媒体的头条并不是“阿里双十一全天交易额 571 亿”,而是“狼真的来了,微信推出高清免费通话宣战运营商”。颇有几分“企鹅一出,谁与争锋”的味道。

微信这次低调而不经意地推出“微信电话本”产品再次轻而易举地博取了媒体眼球。主要是因为这一次的举动恐怕真的踩到运营商的底线了——免费电话。

一时间,行业内外的各种评论以“刷屏”态势出现在各大科技媒体头条。有的说《微信电话本来了,虎口再夺食》、有的说《微信电话本来了! 颤抖吧! 运营商!》、有的说《中国移动宣告短信免费,不过是 OTT 冲击后的自救》。

总结起来,无非是微信抢了运营商的最大一块奶酪,随时可能颠覆通信业。

在我看来,对于微信与运营商的关系,真的很有必要重新梳理一下,避免再次挑起本不存在的矛盾。

说微信推出“免费通话”是颠覆运营商的行为在我看来是站不住脚的。这种咄咄的解读一是造成对微信的“捧杀”,捧得越高摔得越惨(后文会分析原因);二是对运营商的“诋毁”,运营商没那么脆弱说颠覆就颠覆了。

从微信诞生之日起,这款明星级的应用就被披上了“PK 运营商”的战衣,无论对短彩信业务的替代,还是对话音价值造成的潜在伤害,微信似乎天生就是运营商的敌人。2013 年 2 月底,坊间一则关于电信运营商要向微信收费的传闻引爆了两方长期积累的矛盾,引发了令人瞩目的行业震荡。

我不知道是媒体推手还是什么别的原因,运营商与腾讯之间的关系似乎突然变得紧张起来。

我却坚持认为:微信与运营商之间从来都不是“冰与火”、“水与土”样的对立关系,相反两者更多的是相互依存、合作共赢的关系,正所谓“大家好才是真的好”。而这个观点也得到不少运营商和腾讯内部工作人士的认同。

下面,我就具体谈谈微信与运营商合作的 N 种可能。

一、网络层面:部署 PCC 将为微信等产品提供差异化的 QoS 保障

此次微信推出电话本应用的杀手级功能是“高清免费电话”,经笔者多次实测,尽管话音质量确实非常优秀,但在通话接续等方面的使用感知并不算好,甚至有些糟糕。(这也是为什么我说媒体的捧杀会害了微信电话本的原因,用户抱着很高的期望去体验,最后发现使用感知不好,恐怕很难再次启动了)那么问题来了,如何才能保证同等条件下的微信用户使用感知呢? 那就要依靠运营商的智能管道了。

作为运营商构建智能管道的主要技术,PCC 可以实现网络承载与控制的有机分离,让运营商的管道能够做到“用户可识别、业务可区分、质量可控制、网络可管理。”通过网络资源与计费策略控制,为用户提供差异化的服务质量及灵活的计费策略。

比如,有些用户对移动上网提出更高质量的要求,运营商可以针对此类用户制定专门的网络服务质量方案;再比如,有些用户对微信等业务有较高的需求,运营商可以实施基于业务的优先级策略,为其量身定制适合微信的流量服务,使得他们享受到更好的业务体验。

总之,运营商可以通过部署 PCC 等智能管道技术为用户提供差异化的服务,改善微信等应用的用户感知。

二、资源层面:运营商的号码认证体系将为微信提供更值得信赖的用户关系体系

用过微信电话本的人肯定知道,想要拨打“免费电话”,必须先与手机号进行绑定。而就今天的实际使用体验来说,在获得短信验证码这个步骤,笔者以及身边的不少朋友均存在“收不到验证码”、“网络不可用”、“注册超时”等提示。据腾讯内部人士解释,这是由于微信电话本的系统尚不稳定,因此在号码绑定环节出现了不少 bug。

然而在我看来,这同样可能成为微信与运营商合作的契机。微信电话本之所以要与用户手机号绑定,首先是为了建立可信任的

用户关系。这同样也是微信与手机绑定的初衷。作为一款移动端的实时通讯应用,微信完全可以建立自己的独立号码体系,然而在微信起步阶段,就设置了与手机或 QQ 号绑定的功能,我认为这为微信后期的快速发展是密不可分的。一方面可以帮助微信快速积累相当规模的初始用户,另一方面是基于电话号码的用户关系相对微博等陌生社交软件更值得用户信赖。

这也再次印证我的观点,运营商的底层号码体系由于实名制等关系,更加安全可控,完全可以成为与微信等产品的合作资源。

三、商业层面:微信与运营商合作可共同开发面向个人及政企的蓝海市场

1. 个人层面,微信+运营商可推出更加灵活的资费套餐方案

不可否认的是,作为一款移动端的社交软件,微信具备了比运营商的短彩信更加出色的业务体验。这也是造成运营商短彩信收入持续下滑的主要原因。现在推出“免费电话”功能势必将对运营商视若命根的话音业务产生替代呢? 是否真如一些业内人士所说的“虎口夺食”呢?我认为是不会的。根据实际测试结果显示,微信电话本通话一分钟产生的单向流量大约是 0.33M,也就是说主叫+被叫共计产生流量答曰是 0.66M,按照运营商平均流量单价折算,运营商并不吃亏。再加上,基于 VoIP 技术的“免费通话”功能受制于无线网络环境,无法满足所有场景下的客户需求,最多算是运营商话音业务的一种补充。

但是,无论是对短彩信业务的替代,还是对话音业务的补充,微信在用户通信方面已经可以形成完整的需求解决方案了。

因此,这就为不同用户群体提供了更多的选择。用户可以使用基于流量的微信服务(包含微信电话本)来实现基本的通信需求,同时可以使用更高质、更安全、更可靠的电信级话音业务(未来将是基于 IMS 的 VoLTE 业务)。

运营商完全可以为用户提供不同服务等级和容量的微信流量包和话音套餐方案。事实上,中国联通曾在这方面进行过有益的尝试。今后,随着智能管道的进一步完善以

及 VoLTE 全面上线,运营商的业务定制化能力将持续增强。而这,也可称为微信与运营商合作的重要因素之一。

2. 政企层面,微信的产品化能力+运营商的电信级服务强强联手开拓政企蓝海

诚然,微信作为一款互联网公司的产品,以其快速迭代的产品更新机制带来了良好的用户体验。不论是微信订阅号、服务号、企业号,还是对京东等商家的资本运作,互联网灵活创新的机制让微信体现出了惊人的产品化能力。

而运营商的机制体制制造成了他不可能像微信一样不断去试错创新,但这也未必是坏事。偏向于“稳”的运营商尽管无法快速形成产品化能力,但却可以毫不费力地提供安全可靠电信级服务。而这本身就是政企机构看重的能力。

那么,当微信的产品化能力遇上运营商的电信级服务,或许可以产生奇妙的化学反应,诞生出兼具创新与稳定的新型政企服务,而这将两者拓展政企市场奠定良好的基础。

写给微信与运营商的话:莫忘初心

截至发稿时,腾讯控股有限公司公布了 2014 财年第三季度财报。报告显示,第三季度腾讯总营收为人民币 198.08 亿元,同比增长 28%;利润为人民币 56.57 亿元,同比增长 46%。

我猜,或许明天还会有更多人继续“挑拨”微信与运营商之间的关系了。你看腾讯的财报蒸蒸日上,运营商的财报却有些“不忍直视”,这不是抢你饭碗是什么……

但我却以为,腾讯是一家互联网公司,主要领域并不是通信。微信作为一款社交软件,无论是消息还是电话服务都只是为了提高用户粘性,而在日益饱和的市场环境下,运营商也在不断强调“存量经营”,在这一点上,两家公司并无根本利益上的冲突,谈不上“抢食”,反过来讲甚至还有些相互依存的意味。过分强调微信与运营商的对立实际上是陷入了某种逻辑陷阱。

在这个拥抱变化、开放共赢的时代,多为用户着想,找准契机“合作”才是正道!

微信、运营商们,你们还在等什么呢?

微信电话本“烧”的是什么火?

■ 牛春燕 报道

在剁手党们刷屏购物时,11 日腾讯一款名为“微信电话本”的独立 APP 低调上线,登陆苹果应用商店。迅速获得大量微信用户转发下载,顷刻间便刷屏微信朋友圈。微信电话本火了!

据悉,这款应用通过微信账号登陆,需要用户同时安装微信电话本以及微信两个应用程序,初次使用者呢,还需要绑定手机号。通过这款应用程序,大家可以在联网的时候拨打网络电话,这样一来,如果在 WiFi 环境下,你与好友通过微信电话本通话便不会花费任何花费,这样听来是不是很诱人呢? 而且,因其同时登陆 Android 以及 iOS 两大平台,使用时不受平台限制,所以“非果粉”们是否不再感觉被鄙视了呢?

别说你的野心我不知道

腾讯此款低调上线的微信电话本,事实上却在“高调”进军网络免费电话市场。在融合通信被反复提及,却又迟迟不见实际成效的空档,腾讯以其敏锐的嗅觉以及迅捷的反应力,率先推出试验新品,进一步瞄准了语音并发起进攻。按照微信星火燎原的惯例,似乎免费通话时代会被微信提早迎接。人家电信专家付亮说了,微信电话本对腾讯的意义主要在于,一是更启动移动互联网入口,二是提高了微信对用户的黏性。他认为,未来如果微信电话本像微信、QQ 那样支持视频电话,也不意外。那么问题来了,为何融合通信的方向和愿景是运营商最先提出的,而实现起来却让互联网企业抢先了呢?

据了解,融合通信业务将把传统短信、彩信转变为基于数据流量的“新消息”服务,这意味着今后一条一毛的短信收费方式将改为流量计费方式。而中国移动相关负责人表示:“短信数据流量化是大势所趋,不过仅凭移动一家无法实现,需要移动与电信、联通三家服务商之间的打通和协调。”

不仅如此,工信部电信研究院工程师朱敏还表示:“中国移动要想实现‘新消息’的功能,完成传统短信数据化变身,关键在于整个通信网络的改造,原来短信是通过短信平台走,新消息则直接按照流量走。计费系统原来按照每条计费,以后则按流量计费。这种改造是整个全网的改造,动作大,不同网络设施,不同厂家的网络设备之间都存在这种协同,并且是全网推进,难度和成本都比较高。”

船大难掉头,网络的改造可谓牵一发而动全身,如此,大家理解融合通信商用时间表为何迟迟难产了吧。

微信电话本首秀检验靠谱值

在众多用户追捧下,微信电话本上线首日遭遇“大堵车”,许多下载用户在使用时出现验证失败以及难以登陆等问题。微信官方回应称,用户量过大导致服务器不稳定。13 日下午,“微信电话本”功能逐渐恢复正常。

在“尝鲜”体验方面,有记者安装试用了这款免费电话工具,试拨网络电话、普通电话,语音都相当清晰,不足在于容易断线。还有运营商人士说,微信电话本存在与其他免费电话相同的问题,比如来电无法自动弹屏,只能通过“横幅”显示;在固定网络环境下通话质量可以保证,但如果通话者的位置发生变化,手机网络环境从 Wi-Fi 切换到 3G、2G 等移动网络,通话会中断 5-10 秒。

在资费方面,“微信电话本”通话功能本身免费,但在 2G/3G/4G 网络下会消耗流量,WiFi 环境下免费。据官方介绍,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,根据此价格进行换算,使用“微信电话本”在 2G/3G/4G 网络下通话一分钟花费约为 0.03 到 0.15 元。这个价格看似很是诱人,但在非 WiFi 环境下,高流量产生的流量费用却不一定比正常电话便宜。

总体来看,此款微信电话本的广泛使用,还有很多问题亟待解决,真正的免费通话时代也不是说到就能到。但长远来看,在信号 3G、4G 网络铺设后,用户数据服务体验得到提升,进行网络电话业务的跟进,是顺应市场发展的选择。因腾讯抢先而火大了的运营商,在快节奏的互联网风速下如何转型并适应是一个值得思考的问题。如今融合通信商用仍旧遥遥无期,而在快节奏的 OTT 紧逼下,融合通信又将情归何处呢?

