

焦点

中国电信与网易今天联手跨界抢夺移动即时通讯市场

角力微信 易信来了!

本报记者 胡晓晶

如果已经用了微信,你还愿意一“信”再“信”吗?今天上午,由中国电信和网易宣布成立合资公司推出的易信横空出世。这是全球首个由电信运营商与互联网公司合资打造的移动即时通讯社交产品,在产品联合开发和资本合作运营上“走得更远”。作为我国移动互联网领域的更深层的“破冰”之举,初生的“混血儿”易信,能否追得上“老大哥”微信?

微信来了竞争对手

数据显示:二季度微信的国内用户已过4亿、国外用户已过1亿,其中活跃用户达2.358亿,环比增长21.3%、同比增长176.8%。两周前,微信又刚刚上线了最新的5.0版本,一时间“打飞机”、“扫一扫”、微信支付等成为“微信族”之间的热门话题。面对腾讯掌门人马化腾打出的微信5.0,由网易掌门人丁磊亲自操刀的易信1.0,到底有什么“独门秘籍”?

今天上午,专门为易信“站台”的丁磊如此“推销”:不管你是电信、移动还是联通手机甚至是固话,都能收到易信的免费短信和电话留言。记者上午“尝鲜”发现,或许是借鉴了微信的得失,乍看和微信大同小异的易信,确有三个“杀手锏”:

■ 即使对方没有登录易信,甚至他们还不是易信用户,也可以收到你发来的免费短信;

■ 易信还可以与固话免费“通话”,你可以用手机发送易信语音给固话,固话则会以来电提示的方式让对方收听这条语音留言;

■ 易信纯粹以手机通讯录为基础,增强了社交圈里“朋友”的真实性。

此外,和微信5.0版要6元一组的收费表情相比,新上线的易信针对性地推出了大量免费的贴图表情,估计这也会吸引大批“表情控”。

电信和网易的算盘

游进一条“鲶鱼”,或许让微信“小伙伴”的压力不小。实际上,网易和电信此番有备而来。一方面,在PC时代网易泡泡与腾讯QQ竞争落败,让网易在即时通讯社交产品上得了教训;另一方面,面对微信对手机短信、语音通话的蚕食,运营商大佬们也是恨得牙痒痒,中国电信此前也有自己类似的即时通讯工具翼聊,而今天新上线的易信就能和翼聊



直接互通,也让易信从一出生就有一定的“群众基础”。

中国电信总经理杨杰上午在致辞中承认,与网易成立合资公司推出易信,是中国电信战略转型的重要一步,是我国电信行业具有划时代意义的体制创新。中国电信为此今天向全国天翼用户送出“两送一免”的易信流量“大礼包”,即:年底前注册易信即可得中国电信的全国流量300M;年底前易信活跃用户可免费领取60M流量;对全国用户的易信即时通信定向流量减免。

而网易CEO丁磊上午则表示,易信是网易移动互联网战略布局的重要一步,也是我国移动互联网领域的重要创新。虽然出生比微信晚,但目前国内移动即时通讯市场的发展程度还远没有饱和,竞争不充分,用户需要更多更潮的选择,这就是易信的机会。实际上,这两年网易在新闻资讯、效率工具、互动娱乐、教育等领域全面布局移动互联网,掌上网易新闻、有道词典用户已经过亿,易信就将陆续整合中国电信189邮箱、爱音乐、爱游戏和网易邮箱、网易新闻、云音乐等内容及服务。

竞争或让微信不敢收费

移动互联网浪潮席卷全球,不断催生新的产业形态,加速价值链的重新洗牌,给互联网和通信行业带来了极大的机遇与挑战。相关数据显示,移动即时通讯是国内使用最广泛的应用,超过80%的用户需要使用,每年还有数亿新增用户进入这个市场。据CNNIC(中国互联网络信息中心)最新发布的第32次调查报告:截至今年6月底,中国手机即时通信网民规模为3.97亿,较2012年底增长了4520万,使用率为85.7%。

独立电信分析师付亮认为,“市场远未到饱和的程度,微信一家独大的可能性不大。未来移动互联网将进入运营商+互联网大佬的肉搏时代。”而腾讯总裁刘炽平则承认:“这个市场目前处在争夺地盘的阶段,如果你一年不投钱,你就不会获得市场份额。”对“微信族”而言,知名营销专家李光斗则判断,易信来搅局反而是好事,因为“竞争者会让腾讯感觉到压力,未来不得不在盈利方面做更多探索,但肯定不敢再谈对微信用户收费”。

【相关链接】

■ 免费短信 易信具备跨网免费短信、免费电话留言等独特功能,能够实现APP与手机、固定电话的互通。易信可以给电信、移动、联通用户发送免费短信,即使易信好友没有登录易信,甚至手机上没有安装易信也可收到信息。

■ 电话留言 用户可以通过易信向手

可能让你有“感”的5种易信新功能

机或固定电话发送电话留言。即通过易信发送电话语音留言到手机或固定电话上,对方通过收听电话语音留言后,即可回复。

■ 贴图表情 易信内置了大量有趣的免费原创贴图表情,涂鸦和贴图方式能让用户在聊天时图式传情达意。

■ 在线音乐 基于网易云音乐和中国电信“爱音乐”的强大音乐资源,易信可以实现在线发送音乐、在线收听的功能。

■ 语音助手 易信可以语音识别找到好友。通过下拉,念出对方姓名,就能识别出想要聊天的人。

胡晓晶

靠163邮箱起家的网易,今天和中国最大的基础运营商中国电信合资做易信了,而昔日曾以“一辈子的邮箱”为卖点的雅虎邮箱,则在今天宣告正式终结。当年两大“强敌”如今的“一生一灭”,也反映出中国互联网时代的变迁,即从当年的邮箱为王时代,正向如今的即时通讯为王时代演变。

中国雅虎邮箱“死亡”,意味着这个曾经在中国有最多用户的最老牌电邮邮箱,今后将只会留在老一辈中国互联网用户的记忆碎片中,因为其中的所有邮件和相关的账户设置,都将被永久Delete(删除)且无法恢复。其实,早在今年4月18日,中国雅虎邮箱的用户就收到了来自官方的邮件,通知用户要整体“大搬家”。如果用户想继续访问雅虎邮箱,可以注册并绑定一个全新的阿里云邮箱,这个新邮箱可以自动保存中国雅虎邮箱中的历史邮件,并代收发往中国雅虎邮箱的邮件,但亦有有效期,到2014年12月31日结束。

1999年,当时正值壮年的雅虎推出邮件服务,并于同年杀入中国市场,邮箱也一度让雅虎成为中国最大的门户网站之一。彼时,正值中国互联网发展的早期,邮件服务正是互联网公司的杀手级应用,许多中国网民的首个邮箱后缀都是@yahoo.com。不过,伴随雅虎在全球的日薄西山以及其中国资产被阿里巴巴并购,最新数据显示:当年高居第一梯队的雅虎邮箱,在中国网民电邮使用排名中已降到第六位,访问量份额目前只有1.9%,早已“退居二线”。

尽管只是那1.9%中的一员,但对不少中国雅虎邮箱的用户来说,今天仍然是个“黑色星期一”。中国雅虎邮箱的“寿终正寝”,尤其让众多“骨灰级”的中国网民“哀悼”。“虎嗅网”的编辑就感叹道:“我父亲曾是雅虎的忠实用户,多年来一直在用,同事经常会把旅游和工作的照片发到他老人家的雅虎邮箱里。然后,然后就沒然后了……中国雅虎曾经向用户有过一个承诺:要做终生服务。”

尽管邮箱目前仍然是中国网民上网的主要用途之一,但无法否认的是,以QQ、微信、易信等为代表的即时通讯工具正在蚕食邮箱的地盘。无论是发文字、发图片、发链接,后者都能以快取胜;甚至在语音、音乐等同步分享上,更是后者的强项。中国雅虎邮箱的落幕,一定程度上也预示着电邮业务的进一步萎缩。本报记者 胡晓晶

中国雅虎邮箱今日「寿终」

受即时通讯冲击 电邮业务进一步萎缩

杏花楼

中国驰名商标

杏花楼

月饼

【产品荣誉】

1998—2013年 上海市著名商标

1999—2014年 上海名牌产品

2005年 最具影响力的上海老商标

2006年 中国名牌产品

2006年 中国驰名商标

【预订请认准】

杏花楼总店:福州路343号

总机: 63553777 直线: 63280504

杏花楼食品营销公司:博山路128号

总机: 68536303 直线: 58855476

杏花楼龙祥食品公司:浦汇塘路123号

总机: 64863653 直线: 64385322

杏花楼月饼即日起在福州路总店及各专卖店开始接受预订,详情欢迎热线垂询。总机: 63553777 直线: 63280504 接待时间: 8:30-18:00 公司网址: www.xhlgf.com