

5G 消息商用渐行渐近

产业链龙头受关注

“ 近期,5G 消息商用迎来新进展。运营商方面,5G 消息试商用渐次推出,终端推进与应用生态构建不断加速,产业链上龙头企业也在提前布局。机构认为,5G 消息商用将给行业带来新机遇,C 端(个人端)及 B 端(企业端)用户需求将打开更大的市场空间,有力拉动运营商收入,平台服务及应用端有望长期持续受益。 ”

三大运营商加速推进

5G 消息商用渐行渐近。在 12 月 6 日至 7 日召开的中国联通 2021 年合作伙伴大会上,中国联通发布了 5G 消息智信起航计划,包括终端发展计划、应用促进计划、用户体验计划、绿色治理计划和生态赋能计划,并上线了 5G 消息冬奥应用。中国联通集团产品中心副总经理黄昌建表示,中国联通将 5G 消息纳入公司投资的重点领域,规划投资金额或超 10 亿元规模。会上,中国联通还联合华为、中兴通讯、中国信通院等合作伙伴成立中国联通 5G 消息生态联盟。

中国联通副总经理何飏在 7 日举行的“智信未来”5G 消息生态发展论坛上介绍,中国联通已于今年 11 月初启动了 5G 消息试商用,形成了公众、政企双线发力的 5G 消息产品体系;接入了近百家 CSP(认证服务合作伙伴),与百余家行业客户开展了合作、搭建了 300 余项示范应用;与华为、小米、OPPO 等主流终端厂家开展了深度合作。

其他两大运营商近期也有新进展。中国电信 3 日在投资者互动平台表示,公司

积极协同行业共同推进 5G 消息正式商用平台的建设和业务商用准备工作,前期已启动重点友好用户测试,待各方面条件成熟,将适时推出商用服务。今年 10 月,中国移动联合工商银行共同完成了基于 5G 消息的数字人民币钱包并正式上线,并在部分地区打造了基于 5G 消息的消防应急应用“消防应急报警中心”。

不少机构认为,5G 消息商用已具备条件,商业进程有望加速。开源证券表示,5G 消息产业生态逐步成熟。商用推进层面,三大运营商联合产业合作伙伴积极推进 5G 消息平台建设,目前网络均已具备大规模商用条件;终端推进方面,主流手机厂商已发布超过 80 款终端支持 5G 消息;应用生态构建方面,5G 消息充分展示了与千行百业融合的创新应用场景。民生证券也指出,5G 消息试商用启动,说明 5G 消息已正式进入落地阶段,未来相关商业化进程有望加速。

中国信通院高级工程师付国强表示,5G 消息市场前景广阔,在运营商消息服务趋于饱和的今天,5G 消息的落地是电信市场发展的新动能。

华创证券分析,5G 消息市场机会巨

大,从 5G 消息的“近景”看,有望将传统短信的 400 亿元市场空间提升到千亿元左右规模。从“远景”看,未来 5 至 7 年结合云、大数据、AI 等新型技术,5G 消息的市场规模有望达到 3000 亿元。浙商证券称,未来行业客户将贡献 5G 消息的主要市场规模,2025 年将达到 580 亿元。

市场关注产业链投资机会

业内认为,5G 消息产业链包括运营商、终端厂商、IMSIP(多媒体子系统技术)网络支撑方、MaaP(消息即平台)平台支撑方和行业拓展商,除了运营商之外,其他产业链上的龙头企业也在加快布局。

5G 龙头华为和中兴通讯方面,两家此前均参与了运营商 5G 消息系统建设工程。今年 8 月,三大运营商与中兴通讯、华为等七家单位成立 5G 消息联合实验室,开展 5G 消息相关技术验证工作。此外,中兴通讯今年还发布了 5G 消息全球合作计划,为全球运营商提供基于公有云的 5G 消息试用,同时免费开放 Openlab(开放实验室),推动 5G 消息落地视听文创产业;中兴通讯从 2021 年开始所有发行的终端都已支持 5G 消息。



梦网科技则于 2018 年就推出了富信等 5G 消息标准版产品,并于 2020 年底,推出“天慧”5G 消息 PaaS(平台即服务)平台。当前,梦网科技已经获得了中国移动 13 个省份的 CSP 认证,以及中国电信、中国联通首批 CSP 入围,并中标中移互联网消息聚合平台运营、内部业务场景短信小程序升级支撑采购项目(两个项目中标份额均 100%)。

不少机构建议关注电信运营商及行业拓展商。浙商证券表示,5G 消息实现运营商消息服务的跃变,电信运营商收入将被有力拉动。预测 2022 年 5G 消息将拉动消息收入增长 56%,拉动整体收入增长 1.5%;2025 年将拉动消息收入增长 148%,拉动整体收入增长 4.1%。此外,行业拓展商将与运营商共同开拓企业用户市场,通过分成等模式共同享有行业百亿元级大蛋糕。尤其是运营商的企业短信服务商具备较大优势,建议关注企业短信服务的头部厂商。

华金证券则表示,5G 消息生态系统中,运营商、行业客户、终端厂商、个人用户,以及相关关联的 AI(人工智能)、SDK(软件开发工程包)技术提供商,均有望在 5G 消息服务过程中获益。

据新华社



越来越高的金额与越来越多的纠纷

“守护主播就送她一个‘热气球’”“家人们留下你的‘小心心’”……进入直播间,观众通过直播平台购买虚拟货币,再兑换成虚拟礼物赠送给主播。靠着打赏,不少主播钱包鼓起来了。

在网络直播热潮中,打赏、带货是主播的主要收入来源。与带货相比,靠观众刷礼物、“榜一”(给主播打赏最多的人)豪掷千金,成本更低、钱来得更快,因而更受大部分主播的青睐。

一位网络视频公司负责人向记者坦言,近两年来,直播业务中产生纠纷最多的就是打赏,其中不仅有用户起诉主播的,也有用户的配偶、父母起诉主播的,“而且这类纠纷原因复杂,处理的难度也比较大。”

记者近日在中国裁判文书网以“直播”“打赏”为关键词,共检索到 1299 篇文书。其中 2017 年及以前仅有 33 篇,而 2019 年至 2020 年纠纷数量快速上升,2019 年 270 篇,2020 年达到 551 篇。

值得注意的是,近年来,直播打赏动辄豪掷千金,高额打赏主播情况频现。在多个直播平台做过主播的胡女士告诉记者,“用户一次打赏几万元也正常。”此前一名“90 后”出纳甚至挪用 4826 万元公款,一年多时间打赏主播 2000 多万元。

今年 9 月,文化和旅游部发布《网络表演经纪机构管理办法》规定,网络表演者不得以语言刺激、不合理特殊对待、承诺返利

金额越来越高,纠纷越来越多……

直播打赏该怎么管?

“ 不久前,33 岁的网红女主播“豫北女保安”赵冯冯不幸遇害,犯罪嫌疑人是她的“粉丝”,曾为其打赏不少。“线上刷得爽,线下悔青肠。”近年来,随着网络直播的兴起,一些主播靠打赏赚得盆满钵满,但围绕直播打赏产生的各类纠纷也日益增多。 ”

等方式诱导用户消费。但记者在多个平台观看直播发现,主播直白地要求打赏的情况十分普遍,有主播表示打赏到一定数额就展示才艺,有主播表示送个“热气球”就可以加微信好友。业内人士说,“语言刺激”实践中很难定性。

为诱导打赏,一些主播“花样套路”频现。近日,上海市公安局嘉定分局捣毁了三个以女主播身份引诱男子进入直播间平台,营造所谓“打赏 PK”氛围诈骗钱财的犯罪团伙。“像直播间的打赏‘气氛组’,便是直播套路之一,很容易营造出一种争相打赏的环境,满足打赏者的攀比和虚荣心。”受访专家表示。

一些主播还经常使用各种套路诱导“粉丝”打赏,如隐瞒婚姻状况、营造“单身”人设,打赏达到一定金额给予“粉丝”不同称号,假“粉丝”豪刷礼物骗其他人跟风打赏等。

未成年人打赏、“私相授受”、逃税等问题凸显

在众多直播打赏纠纷中,未成年人打赏、下播“私相授受”等问题尤其值得关注。

记者在黑猫投诉平台搜索“直播打赏”发现,前 20 条纠纷中有 12 条投诉都与未成年人打赏有关。虽然国家广播电视总局《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》规定,未实名制注册的用户不能打赏,未成年用户不能打赏,但

记者发现,仍有很多未成年人绕开“青少年模式”为主播打赏。

一位家长告诉记者,近日自己 7 岁的孩子玩手机给主播打赏礼物,在某平台充值 15128 元,且主播存在诱导充值行为。家长向平台电话举报后,“客服一开始同意退款,但后来又找各种理由不退,说无法证明是未成年人消费。”

下播“私相授受”也是监管的“灰色地带”。记者调研发现,在直播过程中,有主播会明示或暗示“榜前 10 可加微信”。某网络视频公司工作人员告诉记者,“情感暗示”“打擦边球”是直播间吸引打赏的常用方式,加微信也是刺激打赏的重要手段。加微信后,用户行为很难监管,易引发涉黄案件、经济诈骗或涉人身伤害等犯罪问题。

此外,直播打赏收入还可能存在偷逃税款问题。多位受访专家指出,目前对于直播打赏等新型网络收入的纳税申报与监管体系尚存部分空白。

“线下或线上购物,我们都可以要求商家开具发票,但在游戏中消费或在直播平台打赏给主播,却时常遇到难以开具发票的情况。”天津财经大学教授从屹表示,新型网络收入在纳税申报与监管体系上存在的空白点,不仅可能使消费者遭受损失,还可能产生洗钱等风险。

推动直播打赏冷静期落实到位
督促平台规范打赏行为

今年 8 月,中国互联网络信息中心发

布的第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2021 年 6 月,我国网络直播用户规模达 6.38 亿,占网民整体的 63.1%。

直播经济火热,营造清朗运营空间势在必行。

业内人士建议,应将直播打赏冷静期落实到位。早在今年 2 月,国家互联网信息办公室等七部门联合发布了《关于加强网络直播规范管理的指导意见》,要求必要时设置打赏冷静期和延时到账期。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍等指出,直播打赏冷静期目前落实尚存在差距,“设置冷静期,可以防范非理性打赏,有助于更好地保障消费者权益。”

其次,有关部门应进一步加强对直播平台的监管,督促平台对打赏上限、到账时间等予以规范。目前微信公号上单个用户对单篇文章的打赏上限是 256 元,且 7 日后才能结算,微信红包也有限额。从屹等专家建议,直播平台可借鉴微信平台的一些做法,为直播打赏设定额度上限,并延时到账,或者要求大额转账打赏的用户进行单独申报,以保护消费者的权益,防止出现网络诈骗等情形。

北京奥肯律师事务所执行主任李传文提醒,网络主播要增强法治观念,不能为了吸引“粉丝”打赏而虚构个人资料。成年观众也应理性消费、理性打赏,在主播和平台未违反相关法律法规的情况下,一般不能要求退还打赏款项。

据新华社