

## 香港短訊用量未及中國

香港無線科技商會

文: 米高 佛利茲

(刊登於電腦廣場「WTIA Column」- 2003 年 4 月 15 日)

不說你或許不知，手機短訊在香港已有八年以上的歷史。雖然跨網絡傳輸自前年尾實施後，短訊的應用和公眾認知度已有了長足進步，但相對於國內短短數年的發展，去年傳輸量更達八十億之數，香港無疑是遠遠被拋離。

在國內，每個短訊可低至一毫子，所以超過半數人希望通過短訊功能傳遞消息，又可避免相對較高的通話費。根據國內雜誌報導，中國的短訊收費方式和香港大同小異，一般是逐個收費和月費套餐兩種形式；在一項調查中，有超過八成採取逐個收費。在所有短訊用戶中，有四成每月用在短訊的費用在 5 元以下，三成在 5 至 10 元之間，兩成在 10 至 20 元之間，另外的則在 20 元至 30 元之間。

### 用戶多為年輕人

而短訊用戶中，有超過四成是 18-25 歲的青年人，佔着大多數；其次為 26-35 歲，也佔了兩成半；值得一提的是 18 歲以下也佔了兩成呢！他們除了利用短訊互傳訊息外，也利用短訊作為獲取信息的最便捷方法。現在國內已稱短訊為繼電視、電台、報紙雜誌及互聯網後的「第五媒體」，其重要性可見一斑。

最近新浪、搜狐等大型入門網站相繼轉虧為盈，也是多得龐大的短訊收入。怪不得本港的香港網也投入數以億計的金錢，去收購國內一間已有盈利的短訊內容供應商。國內的短訊服務除了在香港也很流行的鈴聲和圖片下載外，亦已衍生了很多不同種類的「拇指經濟」，如「短訊求職」等，蠻受歡迎。現在國內更出現一些短訊作家，工作是為短訊創作內容的人，一般可分為全職和兼職，而以兼職佔多數。聞說有些短訊作家的月入可高至五千元，以國內的生活水平，可謂非常優厚。

最近，還有人推廣一個新概念叫「短訊歌曲」，就是用大家熟悉的短訊作為歌詞創作歌曲，讓歌手用歌聲來演繹，可謂創意無限。

### 本港 SMS 業務較國內遜色

國內的短訊事業這麼蓬勃，服務五花八門，為何我們身處往往走先一步的香港，卻未能感受到「拇指經濟」的威力。除了一些老生常談如短訊收費較話音昂貴，輸入中文困難(國內人多懂拼音輸入法)外，相信流動網絡商的生意模式沒有為短訊服務供應商提供足夠的生存空間，也是一個重要因素。

在國內，兩間流動網絡商參考日本，分別建立「移動夢網」和「聯通在信」兩個平台，和短訊服務供應商建立劃一分賬模式，使他們更容易掌握投資及計算預期回報，致使很多公司投入這個行業，創意處處可見，客戶多了選擇，自然亦樂於使用。香港的短訊服務「輸」了給中國已是不可改變的事實，若果本港的流動網絡商繼續維持現時和流動內容供應商「這麼近那麼遠」的合作關係，相信未來的多媒體訊息服務(MMS)和手機遊戲等也只好注定繼續「輸」給我們的祖國罷！