

# 变“听彩铃”为“看彩铃”

## 视频彩铃成为云南最重要的名片

云南移动与华为联合创新推出了视频彩铃业务，通过呼叫等待间隙15秒左右的短视频播放，拉近了人们与彩云之南的距离；它在保持彩铃业务吸引力的同时，更有望成为运营商们在2B领域新的立足点，带来广告等新的收入来源。

文/C114 蒋均牧





# 视

频手段的引入，使逐渐在走下坡路的彩铃业务焕发了新的生机。

云南是中国西南拥有丰富旅游资源的省份，借助ICT技术的进步，当地正将美丽的景色和丰富的历史人文推广向更多人群。最近，云南移动与华为联合创新推出了视频彩铃业务，通过呼叫等待间隙15秒左右的短视频播放，拉近了人们与彩云之南的距离；它在保持彩铃业务吸引力的同时，更有望成为运营商们在2B领域新的立足点，带来广告等新的收入来源。

如今，视频彩铃已经成为云南一张最重要的名片，并成功入选省政府“一部手机游云南”项目。从2018年7月26日云南旅游的视频彩铃宣传活动启动以来，短短三个月时间发展了超过35万视频彩铃用户，日播放云南旅游宣传视频167万次。可以说，作为探索“听彩铃”业务转型升级的云南移动已经取得了阶段性成功，这一创新实践也为各地运营商的彩铃业务升级发展提出了一个新的方向，提供了一种可操作的思路。

## 巩固阵地：挖潜传统电信业务

回顾以往二十年风起云涌，在互联网、移动互联网强势兴起并深刻改变人们生活的背后，很大程度上得益于通信运营商们不懈努力、大力投入所兴建的连接全球的电信网络，在此基础上才有了家喻户晓的“轻资产运营”的应用公司。

但与那些“风口上起舞”的OTT企业相比，“幕后功臣”在此过程中却遭遇了种种新的挑战。特别是从话音到短信，传统电信业务的“花园围墙”不断被打破，运营商从中获取的收入亦不断走

低。当然也必须看到，不少先锋运营商通过战略转型、新技术引入日益走上了一条新增长之路，譬如在流量上的经营卓有成效、“低时延”等新商业模式的发掘带来了新的产出、对云服务和IoT等新兴产业的布局也已经或即将迎来收获期。

在向新价值链迁移的同时，原本的阵地也不能轻易放弃——如何保持传统电信业务的活力乃至从中挖掘出新的价值，业已成运营商乃至整个产业链普遍关注且亟需解决的重大问题。而与时俱进地找到合适的业务创新点，并为此制定积极的策略将是决定成败的关键。

云南移动与华为联合创新的视频彩铃业务显然在这方面是一个突破。通过听“彩铃音乐”变为看“彩铃视频”，带来了更好的业务体验、极大地提升了客户的获得感，从而确保了彩铃业务的黏性，增强了运营商的市场竞争力，同时还有效宣传了云南当地的旅游资源，掀起一股云南游热潮。

## 云南移动：创新带动业务升级

中国移动的彩铃业务始于移动梦网时代，因新颖个性的客户体验、简单透明的收费模式风靡一时，创造出丰厚回报。即便到今天，彩铃仍然受到众多移动客户的青睐，在云南移动的业务收入构成中也占据着相当比例（近10%）。但不可否认的是，这项业务也受到了来自时代变迁、竞争加剧的冲击，革新升级势在必行。

另一方面，云南拥有独特的风土人情，以旅游闻名海内外，同时旅游也是其支柱性产业。为了进一步将云南宣传出去，吸引天南海北的游客，当地政府从2017年开始就发起了一场旅游革命，包括牵

“据预测，到2019年云南移动视频彩铃客户规模将会突破千万级。可以预见，未来将会有越来越多像视频彩铃这样的创新业务涌现出来，为运营商摆脱“管道”身份、加速成为综合智慧信息服务商增添助力。”

头启动“一部手机游云南”工程建设，并将之列入省长“一把手工程”。而在诸多宣传形式中，“看视频”无疑是宣传彩云之南最为直观有力的那一种。

抓住视频市场机会和从政府到景区到百姓的诉求，云南移动与华为携手对彩铃业务进行了创新。云南移动在现有2G/3G音频彩铃业务生产平台基础上，以平滑升级的方式叠加4G/IMS视频播放能力模块和短视频运营管理功能模块，从而实现在VoLTE网络环境下为主叫客户电话呼叫等候间隙（约15秒），播放一段由被叫预先设定的个性化流媒体短视频内容。

2018年7月26日，云南旅游视频彩铃宣传活动启动；8月24日，云南省政府发文要求全省公务员开通视频彩铃业务，并设置精心拍摄的旅游宣传片短视频。现在拨打云南移动已开通视频彩铃的客户电话，在等待时将可以欣赏到一段秀丽的云南风光，从海鸥飞来的昆明翠湖到云雾缭绕的玉龙雪山，16个地市视频各不相同。

## 视频彩铃：是彩铃又不仅是彩铃

视频彩铃刷新了对彩铃业务的定义，大大扩充了其内涵与边界。

一来当抖音、快手、火山等APP大行其道，互联网企业“跑马圈地”短视频市场时，视频彩铃业务的出现给予了运营商同样参与其中的平台。云南移动一方面使用咪咕视频的精品视频内容作为彩

铃，比如MV、演唱会的剪辑；同时还将对部分互联网新媒体、自媒体的优秀短视频。

二来消费者市场趋于饱和、人口红利渐逝，视频彩铃业务将成为运营商发展2B业务的一个立足点与突破口。视频彩铃业务是天然的企业品牌形象宣传和移动广告平台，企业客户可以将企业形象宣传片设置为视频彩铃，充分利用员工的社交关系网，传播企业形象与营销活动；在广告视频彩铃场景下，客户拨打电话即会看到广告，提高了广告的到达率；呼叫等待时客户的注意力最为集中，被称为“黄金15秒”，如果充分利用起来，可以有效提高广告的认知效果。

彩铃业务的诞生可谓是时代的必然选择。运营商业务转型已至“下半场”，从关注消费者的生活，转向帮助各行各业变革重塑，看上去每一个领域似乎都蕴藏着亿万级的市场蓝海有待开拓，但各自不同的诉求、更复杂的格局令突破点很难找到。赋能客户（不管它是个人还是企业）、普惠客户始终是运营商最核心的使命，这在很大程度上又源自于对业务的创新，能否以高效低成本的方式提升客户体验是一个重要的判断标准。彩铃业务先前的繁荣孕育了市场，拥有相当的客户基础，将之重新激活就会事半功倍。

据预测，到2019年云南移动视频彩铃客户规模将会突破千万级。可以预见，未来将会有越来越多像视频彩铃这样的2B创新业务涌现出来，为运营商摆脱“管道”身份、加速成为综合智慧信息服务商增添助力。 