

短信中夹杂“业务”信息

“校讯通”们 遭遇多事之秋

日前,广州一重点小学家长收到广州校讯通发送的“关于定制校讯通数学电子作业业务”的通知。随即,该校通过校讯通平台发出澄清短信称:“该信息并不是学校发出的,学校已立即向教育局信息科汇报该事件。”对此,记者采访了提供校讯通业务的中国移动,相关人士称,目前还不了解事情缘由,正在调查中。一直以来,除了中国移动外,中国联通和中国电信也有自己的“学校、家长沟通平台”业务,名为“家校通”和“翼校通”。这些家校沟通平台作为运营商信息化发展的招牌项目,在同类业务中收入一直名列前茅。但也因为覆盖面广,使用人群众多,各种问题和质疑也接踵而至。而今年,尤为明显。

质疑点

- 可能是伪基站所为,目的并非让家长订购产品,而是通过家长回复来进行骗。校方也告诉家长“不要随意回复”。
- 包括深圳、北京在内,多地校讯通、家校通、翼校通被叫停的消息不胫而走。使得这类产品再次被推向舆论的风口浪尖。
- 部分家长开始在群里讨论其他无关学校的事宜。不关掉消息提醒,上班的时候手机响个不停,关掉了,老师发的重要信息又容易漏掉。

一则广告引发的质疑

无论是校讯通、家校通还是翼校通,都是利用现代信息技术实现家庭与学校快捷、实时沟通的教育网络平台,功能大同小异。而在中国移动、中国电信和中国联通三家基础运营商中,移动是用户量和收入规模最大的,其“校讯通”对比另外两家的产品,使用量也是遥遥领先。

28日有本地小学生家长向媒体爆料称,自己通过学校的校讯通平台收到了一条关于“定制校讯通数学电子作业业务”的短信,每个月的资费为10元。校方随即回复称,称该信息并不是学校发出的,并已向主管部门汇报该事件,会继续关注与跟进。

如果从事件性质来看,校讯通类产品本是校方与家长沟通交流,以第一时间了解学生学习生活情况的平台。但上述短信夹杂了“业务”信息,属于广告性质。

对此,中国移动有关人士接受记者采访时表示,尚未完全了解事情经过,会高度重视并进行调查。但同时,移动方面也强调,公司会进一步加强对“校讯通”业务代理商的监督管理,如发现有违规违约,或损害客户权益行为,中国移动将立即与其终止合作。

以本市为例,早在2012年,广州市教育局副局长吴强就明确表示:“校讯通不允许发布商业信息。”

如果不是校方所为,也不是移动的主意,那发送广告信息的症结究竟在哪里?司职本地一家网络技术公司CTO的梁业兴告诉记者,这有可能是伪基站所为,目的并不是让家长订购某项业务,而是通过家长回复来进行骗。而在上述报道中,校方也告诉家长“不要随意回复”。

“也有可能是校讯通业务代理商所为,但目前三大运营商对服务号的管控非常严,除非不想做生意了,否则没人愿意铤而走险。”梁业兴如是说。

“校讯通”们频遭炮轰

事实上,“发送业务信息”还只是校讯通们所受到的质疑之一。近两年,围绕运营商教育平台业务的质疑还有强制使用、强制收费等等,真可谓“多事之秋”。

去年9月,深圳一位家长列举了校讯通十大罪状,称校讯通变相强制学生家长使用,并且乱收费。最终,深圳市市场监管局罗湖分局依法对3家被立案的校讯通企业(均为运营商该业务的代理企业),以不正当竞争行为为依据,处以各罚10万元的行政处罚。有关部门还明确表态,只要和教学内容相关的校讯通业务,均不能向家长收费。

到了2014年,关于校讯通们的质疑在国内多个省市相继爆发,且问题颇多,连绵不断——比如不久前陕西韩城教育局就

站在命运的十字路口

无论校讯通们最终何去何从,可以肯定的是,这类产品正站在命运的十字路口。

“现在不像几年前,电话、短信不再是家长与学校沟通的唯一平台。”咨询机构Rational AB首席分析师张星表示,虽然家校通、校讯通这类业务是运营商平台上运作得较为成功的产品,但随着移动互联网的崛起,人口优势正在被互联网企业侵蚀。

“这种情况和微信打败短信一样,当渠道单一化被打破,企业们都凭产品经理思维做事,谁的产品做得更好,就更

能被用户所接受。”张星认为,校讯通们如果不及时调整自己的产品策略,很容易被互联网产品打败。而调整对于运营商来说,一直是缓慢而又痛苦的。这一点在“微信”问题上就看得很明白了。

一位不愿具名的运营商人士则阐述了校讯通们面临的另一项危机——市场的透明化。

“这几年,关于三大运营商争夺大学生用户市场的报道频频见诸报端。有关部门三令五申禁止运营商与学校‘结盟’,把竞争对手挡在门外,不让学生自

指出,“陆续接到家长投诉反映,各运营商‘校讯通、翼校通、家校互动’相关业务问题。该项业务每个月固定向家长收取接收使用费,并且要求家长按照学校签订的运营商调整更换手机,给学生和家长增加了经济负担,在社会上造成了不良影响。”

几乎在相近的时间,北京市下发了《关于2014年北京市进一步规范教育收费工作的意见》,其中提出,学校、幼儿园不得为“校讯通”办理提供便利条件。此举被认为进一步规范了

公办学的代收费行为。紧接着,包括深圳、北京在内,多地校讯通、家校通、翼校通被叫停的消息不胫而走。使得校讯通类产品再一次被推向舆论的风口浪尖。对此,中国移动有关人士回复称,“截至目前,中国移动未收到任何要停止校讯通业务的通知或要求。”并重申,中国移动将积极配合相关政府部门的要求,进一步加强和优化校讯通业务。“校讯通业务完全由客户自愿订购,不仅要客户本人申请,而且必须由本人进行二次确认。否则,中国移动将按照‘计费差错、双倍返还’规定进行赔付。”

“对运营商未必是坏事,关键是调整的速度和决心。”张星表示,未来家校沟通平台市场肯定会向更健康的方向发展,运营商想要保持自己的优势,就必须把产品做得更好,“因为市场依然存在,而且体量不断增加。”

由选择。”他进一步表示,其实校讯通也面临着相似的处境,过去再怎么竞争,也还是在移动、联通、电信三家之间进行。而市场透明化让学校有了更多的选择,社会监督加强、家长维权意识加强,也让可能存在的“黑箱操作”无所遁形。

市场还在 业务升级刻不容缓

这似乎是毋庸置疑的事——家长想通过学校了解自己的孩子,学校希望能和家长建立更直接的沟通渠道,这样的需求永远都存在,市场就永远存在。

比如,就在去年9月深圳家长炮轰家校通之后,曾有深圳当地媒体报道称,罗湖区东昌小学家委会对1039名家长展开问卷调查,调查显示,96.8%的家长同意继续使用“家校通”,92.9%的家长愿意交“家校通”服务费,73.8%的家长认为“家校通”的费用并不贵。

在记者采访过程中,一些家长也表达了自己对校讯通们的“依赖”。家住番禺的陈女士向记者表示,自己曾尝试用微信群来替代校讯通的功能,和自己孩子同学的家长、老师在一个群里。

陈女士称,起初感觉还不错,老师会经常发些孩子在学校的照片、伙食菜单等内容,感觉很实用。但久而久之,部分家长开始在群里讨论其他无关学校的事宜,又或者频频发些“心灵鸡汤”之类。“不关掉消息提醒,上班的时候手机响个不停,关掉了,老师发的重要信息又容易漏掉。”这种情况下,校讯通们似乎又有了不可替代的优势。

事实上,运营商也意识到了这一点。在校讯通频遭炮轰的2014年,一些业务升级也接踵而至。比如广东移动校讯通新增了APP客户端应用,植入了在线教育资源库,利用互联网打造了短信以外的在线交流平台等等。

无论这些举措是主动出击还是被迫调整,至少对于用户而言,都是乐观其成的好事。

(据南方都市报)

