

通讯业十年盘点 手机质量、通讯诈骗成投诉热点

新快报讯 记者郑志辉报道 2009年1月，我国正式进入移动通信3G时代，经过10年发展，以5G为代表的通信技术正向各行业渗透，成为经济发展新动力。天眼查数据显示，2009年至2019年，我国10年间新增“通讯”企业超20万家。这些企业大多数体量较小，89%的企业注册资本低于100万，而注册资本在1000万以上的仅5546家。与此同时，高度依托于技术的通讯行业，其中高新企业有1092家，占比仅0.36%。

此外，通讯行业在政策限制、资本环境等改变的背景下，企业数量在增长的同时也面临着优胜劣汰，天眼查数据显示，10年间因吊销、注销而退出的“通讯”企业也达到18万家。而在过去5年间（2015年—2019年），在行业限定为“电信”的285625家企业中，共积累了5955条行政处罚信息，包括了“违反税收管理”“不正当竞争”、相关“用户实名登记”等违法行为；与此同时，5年中被执行人数增长趋势明显，2019年“通信”企业的被执行人新增条数是5年前的17倍。

315之际，回顾通讯行业近10年的用户投诉情况：根据全国消协组织受理投诉情况统计，2018年，通讯类产品投诉位列第二，2019年通讯类产品投诉降为第四，共有20184件，回到2009年，



移动电话类的投诉量高达49364件，在这些投诉案例中，产品质量和售后服务是引发投诉的主要原因；2009年电信服务的投诉量为36522件，位列服务投诉第4名，十年过去，虽然电信服务投诉量有所减少但是问题仍然突出。

以垃圾短信和预装软件现象为首，

同时消费者也关注包括民营宽带质量、物联网设备安全等问题，类似“电信诈骗”等词更是常年登上315热搜，针对于此，三大运营商在积极投入，通过实名制验证、诈骗拦截等技术手段解决。

伴随着传统设备走向智能化，安全

漏洞高发产品向智能设备倾斜的趋势明显，中科智联科技有限公司、壹鸽科技、陕西易龙芯科人工智能科技有限公司、秒嘀科技等公司就在2019年315以“机器人寻呼系统拨打骚扰电话”被点名。天眼查数据显示，相关企业多为高新企业，融资金额动辄逾千万。

YY2019年营收近256亿元 “短视频+直播”双引擎驱动增长

新快报讯 记者郑志辉报道 欢聚集团（以下简称YY）昨日发布的2019年第四季度及全年财报显示：2019年集团全年总营收255.762亿元，同比增长62.2%，其中Q4营收76.182亿元，同比增长64.2%；在非美国通用会计准则下，2019年净利润达22.526亿元，Q4净利润为6.008亿元，付费用户达到960万。

营运数据方面，YY在“直播+短

视频”双引擎驱动下业务持续扩张，截至2019年第四季度全球移动端月活跃用户达4.852亿，同比增长436.72%，海外用户占比约78.8%；其中短视频平台Likee月活达1.153亿，实现同比208.3%的高速增长；Q4全球直播服务移动端月活用户同比增长21.5%至1.589亿，国内增长稳固月活用户达1.028亿，包括来自YY直播的4120万和虎牙直播的6160万用户，双

平台付费用户总量达960万。

YY董事长兼CEO李学凌表示，本季度集团名称完成了由YY到JOYY的变更，更名反映了公司“正在加速从国内领先的直播平台进化为短视频+直播双驱动、以视频为核心的全球社交媒体平台”。同时，“我们会继续提升公司产品矩阵的网络效应，并提高我们保持可持续增长的能力”。

腾讯音乐

2019年Q4成功扭亏

新快报讯 腾讯音乐娱乐集团最新发布的截至2019年12月31日的第四季度及全年未经审计财报显示：2019年Q4，集团总营收同比增长35.1%至人民币72.9亿元，其中音乐订阅收入同比增长60.1%至人民币11.1亿元；归属于公司股东净利润增长至人民币10.4亿元，2018年同期为净亏损人民币8.76亿元；在线音乐付费用户达到3990万，同比增长47.8%，在线音乐ARPPU同比增长8.1%。2019年全年，腾讯音乐总营收同比增长34.0%至人民币254.3亿元，营业利润同比增长126.7%至人民币46.2亿元，归属于公司股东净利润同比增长117.2%至人民币39.8亿元。

腾讯音乐CEO彭迦信表示，2019年公司在坚持保护音乐版权，支持内容原创以及探索更多创新商业模式等方面取得了长足进步。同时，集团向付费流媒体模式的战略转型也已初见成效，使得在线音乐服务付费率在2019年第四季度显著提高到6.2%，在线音乐ARPPU环比上升4.5%，用户留存率持续提高，数字专辑付费用户数实现双位数高增长。2020年，将提供更多非凡和增值的个性化互动音乐娱乐体验，并通过与阅文集团等的合作，进一步扩大在线音频娱乐市场的版图。

（郑志辉）

百度教育搜索大数据： K12、外语需求领跑，孩子视力引发担忧

新快报讯 记者郑志辉报道 受疫情影响，全国各地延期开学，今年的寒假已比往年延长超过一个月。在停课不停学的号召下，学生学习生活发生了哪些改变？疫情对教育行业产生了哪些影响？人们关于教育的哪些需求值得重视？

近日，百度发布的教育搜索大数据显示，互联网成为疫情下人们获取知识的主要渠道，近30天，日均超3.5亿人次在百度搜索、浏览教育相关的知识内容，同比上涨86%，知识类视频日均播放量达1.5亿，教育类智能小程序用户时长环比上涨30%，在线教育热度飙升。时间上，每天15点和21点是人们搜索知识的高峰时间。

从搜索的具体内容分布看，K12（即学前教育至高中教育）与外语的需求量最高。兴趣爱好、学前教育、留学、高等教育、职业培训等教育培训行业的市场潜力同样巨大。在地域分布上呈现出明显特征，山东、河南、河北等高考生源大省最关注K12，而沿海城市及首都由于对外交流更频繁，外语教育的需求也更加旺盛。

与传统印象相反，困扰小学生、初中生的科目不是数学、英语，而是语文；近30天，百度文库内小学、初中教育相关内容浏览量超17亿，成为最大的“流量主”。

疫情让人们有时间认真规划未来学业、职业的发展，各类证书考试受到

高度关注。近30天，百度文库各类证书考试相关内容的浏览量近2.5亿，“教师资格证考试”热度最高，而后依次为基金/证券从业资格考试、公务员考试、交规考试、注册消防工程师资格考试等。对职场人群而言，复工延期的空档成为“充电”的好时机，“建造师”相关内容在百度文库下载量排名第一，“会计师”“监理工程师”等行业也是充电热门选择。

“网课”成为国民级热点话题，在线教育行业的市场也迅速扩大，关注在线教育的城市以二、四线城市居多，新增用户多来自于中小城市。这一情况表明，在线教育行业下沉市场仍有较大空间，教育资源下沉迎来良机。