

卡号资源不断被倒卖,运营商如何做好把关人? 起底骚扰电话生意圈

本报记者 唐金燕 张靖超 北京报道

骚扰电话依然困扰着用户,然而监管力度趋严的同时,进行不正规的“电话营销”的从业者又将目光瞄向了鲜有人注意的灰色地带。

5月22日,工业和信息化部(以下简称“工信部”)就骚扰电话管控

不力问题约谈了中国电信集团公司和广东、江苏、浙江、四川等问题突出的四省电信公司,要求中国电信重点加强语音专线和号码等通信资源的管控,坚决落实治理骚扰电话部署要求,确保短期内见实效。

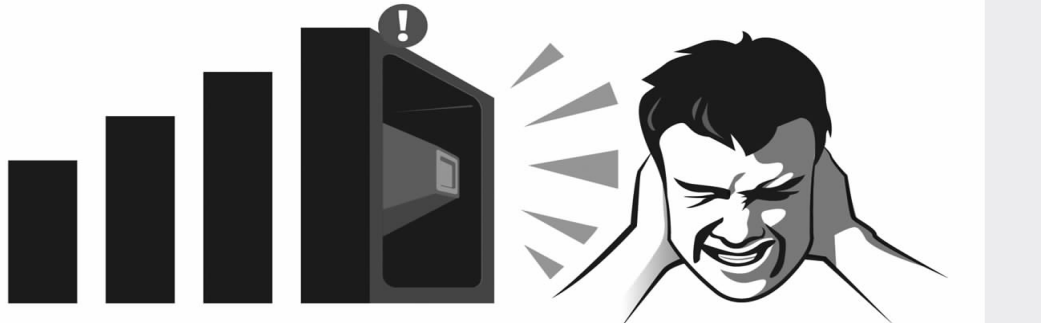
《中国经营报》记者注意到,仍然有部分企业在提供外呼(对外呼

叫)以及语音机器人的服务,同时,也有地方运营商为外呼公司提供线路资源,甚至有企业利用大数据挖掘乃至各种不正当手段获取个人信息,而这种情况并不少见。

当然,随着监管力度加强,运营商对于线路管控在逐渐加强,也有部分外呼企业已经关门或关闭外呼业务。

5月22日 工业和信息化部信息通信管理局就骚扰电话管控不力问题约谈中国电信集团公司和广东、江苏、浙江、四川等问题突出的四省电信公司

中国电信集团公司和参会四省电信公司签订了《整改承诺书》,承诺组织全面排查,并对问题严重的基层单位及责任人严肃问责,坚决整改到位



本报资料室/图

骚扰电话源自何处?

在整个外呼圈里,卡号资源一直处于不断被倒卖的过程。这也是造成骚扰电话不断的一个原因。

一名呼叫中心的运维人员告诉记者,整个呼叫中心包括PBX(用户级交换机)和CTI(计算机电话集成)两个部分,PBX连接运营商线路,CTI则负责整个呼叫的控制和报表之类的数据,实质上是由一个或者很多服务器组成。

呼叫中心中的外呼功能被一些不正规的企业利用进行所谓的“电话营销”,实际上是针对大规模的用户进行电话骚扰。

据记者观察,外呼生意圈可分为系统商、线路商两个部分,系统商提供CTI的一系列软件服务,其中包括部分企业提供语音机器人的接入,而线路商则是手握运营商线路资源,大多数线路商与呼叫中心承包商直接合作,或者是这些呼叫中心承包商直接与运营商合作。除此之外,也有一部分身在黑色地带的人员为呼叫中心承包商或者甲方公司提供“数据”,即公民的手机号等隐私信息。呼叫中心承包商为甲方公司提供外包服务,涵盖金融、教育、医疗乃至电信增值业务。

记者以公司业务人士的身份联系一家外呼服务公司,其网站上写着关于外呼服务以及人工智能外呼服务的广告,但是客服人员表示已经不再接受这两项业务,只能做短信群发的业务。

不过在记者多次询问的情况下,这位客服人员低声表示可以推荐其他仍然在做这一业务的公司。随后,这位客服人员推荐一家名为江苏易卓网络科技有限公司的销售人员张某,张某自称已经

在行业里工作6年,曾经是机器人开发人员。张某不仅推荐给记者线路和语音机器人服务,还特别强调其接入了一款叫作“数据易”的平台,他号称此平台是全国最大的数据平台,每天更新1万条信息,主要是通过技术手段收集各大招聘网站等公开信息。

张某也向记者出示了这一数据平台的截图,可以通过搜索关键词查到相关企业信息,比如搜索“房地产”,就可在页面中看到房地产相关的企业信息,每个企业都有若干条“线索”,即这些企业员工的手机号信息。

这一公司的官方网站上也显示了“数据易”的宣传,声称“独家销售线索查询引擎”“覆盖全网主流公开数据源,合法合规超1亿条公司主体信息,每日更新500万,超5亿条有效联系方式”。

记者致电江苏易卓网络科技有限公司的客服电话,对方声称公司并不提供线路,仅提供系统,至于数据易平台,只是OEM代理上海客优数据有限公司的产品。这名人员表示现在这是很正常的情况,大部分的外呼公司都有自己的数据挖掘平台。

6月6日,上海客优数据有限公司(以下简称“客优”)CEO陈摩西对记者表示,江苏易卓网络科技有限公司确实是公司的客户,但是对于是否拿这些数据去进行违法的电话营销,客优并不知情。公司这些数据实际上是企业的信息而非个人联系方式,比

如一些招标网上以企业招标名义发布的联系方式,还有一些是企业工商局登记时,把自己员工的手机号登记的情况。

在采访结束后的当日晚间,记者发现,客优突然发布紧急更新通知,称发现部分渠道集成商将公司的产品提供给面向个人陌生电话营销甚至骚扰型营销的客户作为个人联系方式的获取来源使用,并在产品中新增加了多项提醒报障功能。

法律专家赵占领表示,从网络公开途径获取用户的个人信息虽不违法,但是在收集这些个人信息后,未经用户同意向用户开展电销业务,这种行为是违法的。如果将这些个人信息卖给他人,则侵犯用户对于其个人信息所拥有的合法权利。甲方公司购买数据也同样构成违法行为。

张某也提醒记者,甲方最好不要把重要的客户信息导入呼叫中心系统中,有些厂商的系统可能会保留甲方的数据,然后进行倒卖。一名从事数据买卖的人员贾某也告诉记者,后台会截留甲方的数据,并且转手出去。

有系统商在宣传时会告诉顾客,卡号资源是“随机生成”,多名业内人士表示,这些“随机生成的手机号”实际上是系统商的其他用户上传的数据信息,或者是这些企业购买市面上其他各种二手、三手的数据信息。

由此可见,在整个外呼圈里,卡号资源一直处于不断被倒卖的过程。这也是造成骚扰电话不断的一个原因。

运营商背锅?

运营商监管封锁并没有一个全国性的标准,各省运营商有一定的自主权。由此可见,虽然运营商对此有监管,但是监管力度各地方有松有紧。

“线路本身与三大运营商有较强的关联,这在行业内是心照不宣的。”一名线路商对记者说道。

北京亮剑天下信息技术有限公司(以下简称“亮剑天下”)是一家提供呼叫中心服务的公司,其员工李宏(化名)告诉记者,公司经营十几年,和三大运营商之间的关系都不错,因此能够获得一手“线路”。

李宏表示,其提供的线路实际上相当于一个卡池,上万张电话卡在里面,然后系统能够帮助甲方公司随机挑选号码进行外呼拨打,这样就可以防止电话被标记。

记者注意到,市面上有很多线路商声称提供线路资源,不过大多数是“二手”乃至“三手”的信息,而一手的只能由运营商划批给“有资质且有一定规模”的公司,亮剑天下就是其中之一。

记者以一个网贷平台的工作人员身份接触亮剑天下的营销人员,并表示希望能够建设外呼系统以便于进行电话营销。对方介绍了其外呼系统的线路来自运营商,对方表示,出于监管需要,运营商方面时常会对电话营销内容抽查,所以先要交付“话术”(即电话营销的话术)让

如何划清“骚扰”界限?

现在的一些APP在用户注册时,在隐私条例中加入了一些条款,让用户不知不觉间就授权企业进行电话或短信营销。

2019年3月29日,国家市场监督管理总局办公厅发布文件,2019年4月1日至9月30日,集中开展“守护消费”暨打击侵害消费者个人信息违法行为专项执法行动,主要针对房产租售、小贷金融、教育培训、保险经纪、美容健身、装饰装修、旅游住宿、快递、电话营销、网站或APP运营等重点行业和领域,重点查处未经消费者同意,收集使用消费者个人信息、泄露出售或者非法向他人提供所收集的消费者个人信息,以及未经同意发送商业性信息等违法行为。

不过在这之后是否能够建立起稳定有效的机制,仍然是一个未知数。

“现在市场确实存在乱象,但我们是合规经营的一些单位,合规的终归是合规的。”上述主管人员对记者说道。他告诉记者,企业所建立的呼叫中心是客户关系联络与维护的一个组织,

运营商进行“审核”,记者向对方交付话术后,第二天便通过了审核。在审核过后,当记者询问是否需要提供营业资格许可证,对方才表示需要营业资格许可证,并表示可以直接与技术进行对接。不过记者表示没有营业资格许可证,对方表示需要和公司商量一下,随后第二天告诉记者“没问题”,并表示可以约时间进行对接。

记者同时还获得了此公司与某地方运营商的客户电子回单,这也是作为其公司与运营商甲方公司随机挑选号码进行外呼拨打,这样就可以防止电话被标记。所谓的屏信,是一种特殊的短信服务,顾客也就是收到的屏信并不会自动存到手机的短信软件里,而是会直接弹跳至手机屏幕,从而达到让手机用户不得不浏览短信的效果。

亮剑天下方面对记者表示,公司只是提供技术支撑,目前只是为企业提供其固定电话的外呼线路,已经停止用随机号码拨打营销电话的业务,在“3·15”之后也逐渐停止语音机器人的业务。至于屏信,对方声称仅限于企业会员提供提醒等业务。记者从销售人员手中得到的资料

显示,屏信主要适用于客户管理、产品到期提醒、新产品通知、节日祝福等业务。

在政策收紧的情况下,这些线路商也承担起被封线路的风险,比如张某告诉记者,其广东线路目前已经被封,李宏则表示,广东目前百分之八九十都被停掉了,但是其他省市仍然可以使用。“即使被封了,我们也有备用的。”李宏说道。

某家企业的呼叫中心部门主管人员告诉记者,比如一个号码定期呼叫一个地区频率高达多少,运营商就会把此号码自动列为骚扰电话。而一些正规的号码都是在工信部、各省通信管理局进行备案,因而在监管中排除在外。在线路方面,陈摩西告诉记者,运营商监控线路主要是看投诉率,比如投诉率达到万分之一,则会封锁此线路。

上述主管人员也表示,运营商监管封锁并没有一个全国性的标准,各省运营商有一定的自主权。由此可见,虽然运营商对此有监管,但是监管力度各地方有松有紧。

对于如何进行监管以及监管难度,和亮剑天下公司究竟是什么关系,记者询问三大运营商,截至发稿未获得回复。

他认为一些正常的企业行为要与“骚扰电话”划清界限。

他认为,如果用户使用过某公司的服务,比如保险,那么保险快到期时,公司就有义务去通知你这份保险到期。

“因为你是我的客户,我要告诉你,然后我才有跟这款产品相类似的一些长期的产品,可能会给你以后的生活工作带来一些帮助,或者说一些有价值的东西才会给到客户,这都是属于正常的营销范围,国家也是允许的。当然,如果客户拒绝并且说以后不用再给我打电话了,那么公司就应该尊重其意愿,不再打电话给他。”这名主管人员说道。

也就是说,“外呼”并不等于“骚扰电话”。如果对方不是产品用户,并且也并没有授权企业可进行电话营销,那么企业是不能外呼这些用户电话进行营销的。

当然,现在的一些APP在用户注册时,在隐私条例中加入了一些条款,让用户不知不觉间就授权企业进行电话或短信营销,这实际上是打擦边球的做法。

呼叫中心所包含的不仅仅是外呼系统,也包括其客服体系,今年“3·15”晚会上通过语音人工智能进行规模性外呼的情况遭受诟病,但值得区分的是,语音人工智能也可应用在客服方面。

“智能机器人能代替的应该是定制化的操作流程,但是营销是人与人之间的交流,是有温度的,一个冷冰冰的机器是替代不了。一些呼叫中心把人工智能用到外呼的端口上,因为他们拿到的(数据)都不是其客户,要通过大量的呼叫去甄别出来哪些是其客户,所以才会用大量的外呼。”一名呼叫中心从业人员说道。

用户增长停滞 蘑菇街天花板渐显

本报实习记者 李昆昆 记者 张靖超 北京报道

近日,蘑菇街(NYSE:MOGU)发布了上市之后的首份年报。财报显示,整个2019财年,该公司实现营业收入同比增长10.39%至10.743

由增量进入存量市场

资深产业观察家丁道师告诉本报记者,蘑菇街由以前的增量市场进入到了存量市场。通过财报可以看出其增幅放缓,2019年Q1收入只有2.176亿元,这样的收入相比其他互联网企业来说,是微不足道的,很难支撑其想象空间。

近日,创新工场投资总监周家骏在接受记者采访时表示,电商行业竞争的集中度一定是越来越高,也就意味着头部的电商效应会越来越明显。

比如,阿里和京东虽然体量都已成为巨型电商平台,但用户数量依然保持了持续增长。过去一财

亿元;净亏损为4.863亿元,相较于上年同期亏损5.58亿元减少0.72亿元。

《中国经营报》记者注意到,截至2019年3月31日,蘑菇街年度活跃用户数为3280万,相较于2018年12月31日公布的3450万减少了

170万。记者就活跃用户减少等方面的问题向蘑菇街方面采访,对方表示不便透露。

值得一提的是,截至6月6日10时许,蘑菇街的股价为4.68美元/股,市值仅为5亿美元,不足年初的四分之一,蒸发掉约110亿元。

率可达22.3%。去年蘑菇街登陆纽交所时,市值为15亿美元。6个月后,蘑菇街市值仅剩5.34亿美元。半年的时间,市值蒸发超过6成。在丁道师看来,除了整体大环境的原因外,蘑菇街并没有很明显的技术优势及行业壁垒,存在一定的泡沫,现在剩下几亿美元的市值回归理性。另外,其业务的想象力有限,投资者对未来仍在观望。

“幸亏,蘑菇街做了移动视频直播和电子商务相结合的模式探索,有了一些效果。但即便如此,也很难说打破它增长的天花板。”上述人士说。

直播是救命稻草吗?

目前,蘑菇街的发展重心是直播业务。其CEO陈琪在财报会议中表示:在过去的一个季度里,通过丰富内容,提升用户对于直播业务的参与度,促成复购率的提升。未来,蘑菇街将继续加强以时尚达人和主播为核心的内容创作社区建设,提升时尚产品供应链,促成商家和达人、主播之间更深层次的合作。

记者打开蘑菇街直播入口发现,蘑菇街前端有直播、视频、商城,其中电商被隐藏在第三屏,占据首屏的是社区内容,看起来更像是一个时尚穿搭社区或者直播平台。

在其直播页面中,大多是商家在直播售卖衣服、鞋子、化妆品等产品,用户可以通过直播将产品加入购物车。其直播首页推荐的主播在线观看量在几千到几万不等。

2019财年,蘑菇街直播平均移动月活跃用户同比增长42.1%,但实际上整体用户量增长较少,12个月内的活跃用户数没有明显增长。

其实直播这种真人分享的模式早就在众多电商平台的选择。比如,淘宝直播已经形成规模,同时提出“3年GMV破5000亿元”的目标。京东直播、小红书等平台也已经启动了直播带货模式。而抖音、快手两大短视频平台早在一年内与部分垂直电商平台合作,大力拓展短视频+电商带货的新业务。

从商品种类方面来看,蘑菇街不如淘宝、京东。而流量方面又比不上抖音、快手。记者在艾媒北极星搜索发现,2019年4月,蘑菇街的月活人数为1208.99万人,抖音的月活为23590.24万人,快手月活为23993

万人。显然,即便手握直播这根救命稻草,向社区方向转型,不可避免会遭遇来自巨头和短视频平台的围堵。

一位蘑菇街的用户告诉本报记者,她最初接触网购的时候,就是在蘑菇街买,后来她知道了淘宝有自己设计、自己加工服装的正版店,开始去淘宝买。“可以在蘑菇街看款式,然后截图去某宝搜索。”她说。

记者采访淘宝网红店铺张大奕团队方面,对方表示有自己的设计师团队和服装工厂,网红雪梨方面也表示服装由自己公司来设计打版。而记者在蘑菇街应用中搜索未发现网红店铺,大部分服装均为不知名的品类,一位入驻蘑菇街商家的客服告诉记者,其服装并非由自己加工设计,主要是找服装厂商来合作。