

電信市場個人化趨勢

作者：元訊寬頻 郭誌經 協理

電信產業在 90 年代隨著網際網路與行動通訊的興盛而話題不斷，其移動性、便利性、資訊流通的即時性與無遠弗屆等特質，打破了國界的藩籬與地域的觀念，也對企業經營理念產生革命性的影響，創造新經濟時代的來臨！

電信基礎建設不但成為重要的國家基礎建設與資源，而其內在影響企業於全球化時代下競爭力的同時，亦成為國家競爭力的重要指標。因而各國「國家資訊基礎建設方案」應運而生，也由此推展帶動下刺激企業投資，創造更多人力市場，帶動總體經濟的活絡；更因電信建設與生活面的密切關連，觸及所有傳遞消息的通訊方式，從有形的商業交易行為到人際關係的互動、知識資訊的取得...乃至無形的價值觀念從內到外徹底重新塑造嶄新的結構。其影響可謂深遠 -

電信領域不論就技術層次、衍生性產品與服務包羅萬象，本文謹就電信服務個人化趨勢做一探討。

而在探討趨勢的同時，或許先將何謂趨勢下一定義：「過去無、現在有、未來一定會流行！」

溝通無所不在

即使在網際網路迅速發展下所形成的電子商務為人熟道，然不可否認在人與人之間的訊息傳遞仍是多數使用者最常使用的功能，而此一現象更隨著網際網路與行動電話的整合（3G 第三代行動通訊）推向高峰。

(1)依據市場調查，台灣即時訊息登入者於今年 8 月份達 650 萬人（2003.9.23 創市際市場研究顧問公司），佔 8 月份整體網路人口市場 66%。（創市際定義即時訊息登入者為網路使用者在相關期間內，曾註冊登入即時訊息服務至少一次以上。）

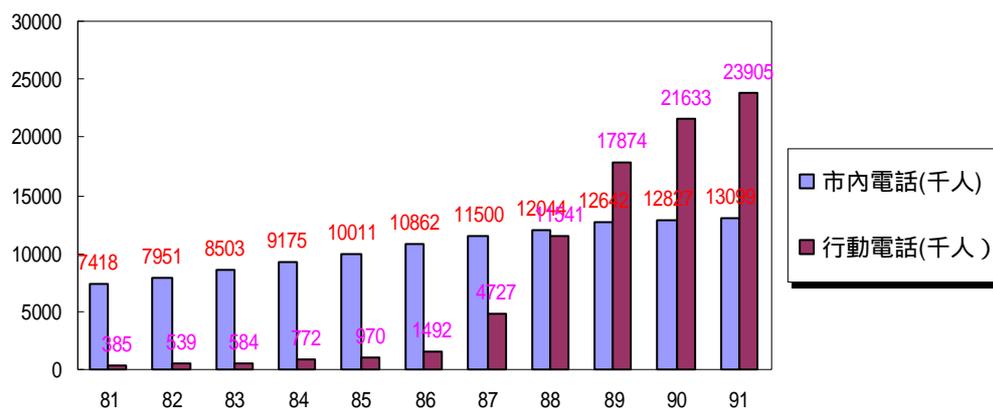
(2)國內市場：從國內電信業務營收狀況分析，行動電話業務與網際網路接取業務營收共佔 66.5%(如下表一)

業務別	英文名	金額	比率
市內網路業務	local telephone service	677.10	20.70%
長途網路業務	long-distance telephone service	159.95	4.89%
國際網路業務	international telephone service	247.29	7.56%
行動電話業務	cellular phone service	1794.47	54.86%
網際網路接取業務	internet access service	392.19	11.99%
無線電叫人業務	radio paging service	23.22	0.71%
其它	others	35.33	1.08%

(表一：91 年度電信業務營收比分析

資料來源：電信總局)

行動電話用戶數於 89 年 2 月超越市內電話，在 90 年 7 月份新固網加入市場後，於 91 年超過 1 人 1 機的市佔率。(如下表二)



(表二：市內電話與行動電話用戶成長分析

資料來源：電信總局)

(3)國外市場

日本：1999 年 2 月，日本推出了 NTT DoCoMo 的 i-mode 電信服務；2001 年 10 月，日本的行動網路用戶，已經超過 4 千 5 百萬人，而 NTT DoCoMo 公司更於 2001 年在日本推出了 3G 高速服務，3G 用戶數量從 2002 年 1 月份時的 50,000 增長到了 2003 年 1 月份時的 150,000，但到今年 5 月底時，增長到了 350,000。到 2003 年 3 月份時，網路覆蓋率達到了 91%。在多樣的 I-mode 服務下，**電子郵件服務，仍約佔 I-mode 服務的 50%。**

韓國：2002 年，韓國資訊通信產業的產值佔其國內生產總值的 15%，資訊通信方面的出口額佔總出口額的 28%，資訊通信產業已名副其實地成為韓國經濟新的增長動力。韓國政府計劃今後 5 年至 10 年內在第三代移動通信等 9 個資訊通信領域內投入 400 萬億韓元。

從世界各國由政府至民間企業積極打造新一代的電信基礎建設的同時，也象徵著電信市場的榮景可期。而佔據電信市場過半比率的網際網路與行動電話之結合，也必將成為未來發展的主流。

服務無所不在

行動網路的本質，不在網際網路服務，而在通訊服務，其使用對象與網際網路用戶亦不完全相同。此點可行動通訊有著成功發展經驗的日本，其用戶數遠大於網際網路用戶數看出端倪。

即便在今日電信市場的快速發展下，多數消費者對於新的服務與需求往往是不清楚的。特別是對於新式的服務，看不見摸不著，甚至想像不出自己為什麼需要！過去行動電話如此、網際網路如此，而今，短短幾年期間市場卻已趨近飽和。

而在結合網際網路服務與行動電話的第三代行動通訊上，綜合兩種服務之特長所衍生的各類服務內容亦將突破 2G 時期的應用瓶頸，舉例如下：

(1) 量身定做的情境服務

行動網路有別於目前電信和網際網路服務之所在，在於其個人化的特性。這類的情境服務，一則是依用戶的需求、偏好做個人專屬式設定，一則是依需求主動提供的應用服務與在地資訊內容(如交通、財經、消費、氣候、休閒活動等)。

(2) 影像電話

在日本 3G 服務的數據傳輸速度可以高達 384kbps，這一速度比 2G 服務高大約 40 倍，它將改進教育和商業通訊中的視頻傳輸效果。

這當中可以是人與人的視訊傳遞，可以一段新聞內容或財經資訊，只要一通電話這些資訊可讓你隨處可得。

(3) 隨時連線(always on)

有線網際網路主要用於上網擷取參考資料。而行動網路則是根據個別用戶當天當時所處的位置，即時提供與個人息息相關的資訊。

行動網路為有線網際網路開創了新的服務方式，其目的在創造用戶便利的生活。亦即可以透過各式各樣的行動終端設備，無時間地點限制皆能上網，主動掌控資訊。

(4) 行動定位服務

如個人化的定位服務以提供當地各類專屬訊息、緊急救援、車輛運輸管理等，任何和「行動」有關的服務，都可以讓使用者透過行動定位服務系統得到好處。

換言之，行動網路的服務將融入日常生活當中，成為不可或缺的一部份。

服務導向 使用計費

建構在 IP 基礎之上的行動網路充滿著無限可能，也由於其滿足個人化服務的特點，首重在於應用與服務的介面開發，提供使用者最簡便的方式取得所要的資訊，因此行動網路是否能真正內化於日常生活中，其「內容」(content)的完整與便利與否，將是成敗的關鍵。

過去的網際網路或行動電話皆以時間計價。而在 IP 網路下計費方式以資料傳輸量為單位，消費者則依所使用服務的資料傳輸量來計費。因為在隨時連線(always on)的特性下，只有當消費者真正取得服務時才開始計費也較合理，更符合使用者計費的精神。

結語

展望全球電信基礎建設的推展，在提升國家競爭力的著眼點上，雖依各國的經濟能力、法規政策、國情、技術、產業現況等差異，而有先後之別，然其大方向卻是一致的。

在全球電信市場邁入第三代行動通訊的趨勢下，著重於個人化服務與應用的「情境服務」也必然成為未來個人化通訊的主流，人們將於這場新電信時代的到來而感受它的貼心與特有的魅力。

全文完