



作者簡介

Mitch Lewis :
Dilithium Networks市場推廣及產品管理副總裁。在電訊業擁有逾25年豐富經驗，曾在愛立信和其他跨國企業擔任銷售、推廣及管理等多個高級職位。

推動流動視像服務 走向普及

隨著愈來愈多廣播機構及內容供應商選用流動網絡的視像服務，令服務供應商的視像服務使用量亦同時增加。曾被營運商視為競爭對手的現已成為互利的合作夥伴。當用戶瀏覽內容供應商的下載網站時，部分收入是屬於營運商的短訊網絡費用，這可協助進一步推動批發或零售網絡的流量。

在歐、美眾多的例子中，整合商與服務供應商經常會訂立更正式的合作關係，攜手推動整體視像市場增長。這種「合作性競爭」已形成一些有趣的組合，亦令部分營運商能夠在拒絕成人內容等某類服務的同時，賺取豐厚的以網絡為基礎的收入。

在任何情況下完成通話，是所有網絡營運商的主要目標之一。在語音網絡中，這目標可以透過無人接聽語音信箱、來電待接、來電轉駁等技術實踐。這些服務已存在多年，能將營運商的收入推至最高，同時短訊亦獲大量應用在提醒用戶回電或繼續通話。

個人對個人視像電話的一個難題，是若接聽電話一方身在3G網絡覆蓋範圍以外，或者用戶正在使用2G手機時應如何完成通話。現時部分解決方案是在3G對3G通話無人接聽的情況下採用視像信箱，但這並非完成實際通話的好方法。現時有全新解決方案可實現視像/語音備用 (Video/Voice Fallback)，令視像通訊聞及交換器，可將來電正確發送至接

聽電話一方的語音信箱、2G手機，或是為致電一方提供選項表，以供其決定將電話轉駁至何處，這將進一步增加未來視像電話的使用量。

推動顧客教育

其實各地的營運商與服務供應商早已開發出適合本地或地區市場的服務。在流動視像市場中，營運商正在着手解決有關顧客行為及本地文化方面的其他難題。盡管顧客已使用流動語音服務多年，但尚未形成使用視像及多媒體的習慣。在若干市場內，人們可能依然對自己的面孔顯現於圖片中或流動視像中反感。許多市場的營運商均在着手解決這些問題。首先是要讓顧客了解，使用視像服務只是輕而易舉之事，亦能改善他們的流動生活方式。部分服務供應商，就透過視像聯絡中心，讓顧客可以撥打視像電話以進行測試並適應服務。透過顧客教育及應用本地文化的偏好來提升用戶的接受程度，並使視像服務演變至與現時撥打語音電話般簡單。

多方位市場推廣

營運商一直忽視向網絡用戶推廣視像服務。縱然有許多其他例子，眾多服務供應商仍著重推出WCDMA網絡，加強覆蓋範圍及數據容量，對技術可靠性、網絡穩定性及視像服務方面採取重點工作。各大營運商亦有著手利用明星視像效應、比賽及公眾市場推廣等活動，以吸引顧客積極使用網絡及手機均全面支援的視像服務。■



視像服務曾經營運商推動用戶轉用3G的皇牌，但礙於顧客行為及各地文化差異的其它難題，視像服務並沒有像預期一般快速走向普及。