

(刊登於信報之傳訊專頁版 - 2002年10月18日)

流動通訊及互聯網在二十世紀九十年代的急速演進，將電訊業的發展推前了一大步。而兩者的結晶品—流動互聯網，將對資訊科技業，甚至我們的日常生活，有著舉足輕重的影響。最近，國際電訊聯盟（ITU）發表了一個互聯網報告，對「在流動世代的互聯網」作出了詳盡的分析，其中一些內容很值得在此和大家分享一下。

歸納以往的經驗，人與人之間的訊息傳遞，簡單的操作介面及實時的內容傳送，將會是流動通訊業服務發展及增加收入的重要因素。最好的成功例子莫過於流動互聯網的先驅—短訊服務（SMS）。在2002年第一季，SMS的流通在全球已達至240億之數，而事實上SMS已經改變了我們生活上及商業上的溝通模式（可惜在此方面，香港只是起步階段）。另一方面，高速的數據服務、流動定位及保安技術的發展，將會不斷提高人們使用流動互聯網的興趣。

報中亦提到有幾點因素是對未來流動互聯網能否急促發展起著舉足輕重的作用。首先，高速流動數據傳遞如第三代流動網絡（3G）的推出，將會大大提升流動多媒體服務的發展。其次，業界亦需要得到擁有如3G、2.5G、MMS等功能的手提電話充足支援，去配合流動互聯網的發展。

另一方面，沒有限制的流動互聯網內容，亦對用家的使用意慾及滿意度有著正面的影響。流動網絡商絕對不鼓勵對流動內容供應商，在商業上設立諸多限制；或甚至去推行流動內容的「圍牆政策」。筆者在此舉個例子，若果現在在香港大行其道的流行曲鈴聲下載，各大流動網絡商在推廣初期對內容設立太多限制，某唱片公司歌手的歌曲鈴聲只能在某間流動網絡商下載的話，相信用家只會因不能經常下載到喜愛的鈴聲而放棄使用這個服務，這樣結果此服務便不能好像現在般成功了。

另外，還有一點成功因素，便是需要一個簡單及透明度高的收費系統。筆者在此立刻想起香港的流動多媒體服務（MMS）收費模式，每一個流動網絡商各有一套方法，這無疑是源於各自的商業決定，但事實上這做法卻使市場及用家產生混淆，無所適從。而沒有一套統一及清晰的收費機制，將會使到最重要的MMS跨網通訊變得更加遙遙無期呢！

說到收費機制，報告中亦提到流動數據在收費模式的演變上，似乎正走著互聯網的舊路。相信大家還記得在撥號上網年代，互聯網服務供應商按分鐘向客戶收費，後來製造了一些套餐計劃，付一個月費就可使用一定時間的服務；到了現在的寬頻上網年代，互聯網服務供應商已為客戶提供一個定額月費的無限上

網服務。流動數據方面，初時利用 2 G 網絡上網的 W A P 服務是按分鐘收費，後來到了 2 . 5 G 年代，客戶便可選擇以 G P R S 上 W A P ，按數據容量付費，不同的套餐計劃亦相繼出現。不久的將來，流動網絡商會否如互聯網服務供應商一樣，推出定額月費的無限量 G P R S 服務呢？其實在中國大陸及台灣，當地的流動網絡商已經推出了這種服務，聞說還大受歡迎。以現在香港流動網絡商徵收的 G P R S 服務收費高企不下，若以普通用家平時不經常的上 W A P 及下載 M M S 或 J 2 M E 應用還可以接受，但若要推廣企業員工用 G P R S 作無線下載電郵及附件，或建立利用 G P R S 作聯繫的資訊科技系統的話，相信那高企的流動數據費用會是一個很大的障礙。相反企業及普通用家會樂於見到定額月費的無限量 G P R S 服務的出現，因為他們可對流動數據的支出清楚地作預算，香港的流動網絡商可認真考慮一下。

對內容供應商來說，流動網絡商的出現，絕對是一個喜訊。在傳統互聯網上，因在互聯網泡沫年代，免費的內容俯拾皆是，現在要再向已被寵壞了的用家收費，非常困難；再者互聯網服務供應商也不能扮演協助收費的中間人。慶幸的是，用戶仍然願意為在流動通訊這渠道得到的訊息及內容付上附加值，而流動網絡商亦可代內容供應商向客戶收取費用。相信流動互聯網將會是內容供應商的未來依歸。