

(刊登於信報之傳訊專頁版 - 2002年11月1日)

上星期筆者聽到流動多媒體訊息服務(MMS)終可作跨網傳輸時，還以為本商會大力鼓吹了數個月的「夢想」終可實現。當知道實際上只是六間流動網絡商分為兩大陣營，而他們的客戶只能將MMS傳送至陣營內流動網絡商的客戶時，心裡頓感無名失望。

筆者對這個有限度的MMS跨網聯通？實不感到任何驚喜，相比起完全沒有任何跨網聯通時也只是「五十步笑百步」而矣。試問當你用附設相機功能的手提電話，拍到一幅相片想即時傳送給朋友時，你仍是需要問清楚你的朋友所用的流動網絡商，才可安心地傳送這個MMS。那樣不方便，你還有意慾去用這服務嗎？幸好，現時在香港MMS手提電話的滲透率還是不太高，筆者明白還有少許技術問題尚需解決，但仍是期望「真正」的MMS六網聯通能夠在短期內出現。

另一方面，暫時來說在同一陣營內作MMS跨網傳送是不需付出額外費用的，但是優惠期過後會否像有些流動網絡商在短訊(SMS)跨網時徵收費用，那就要由他們自行決定。其實在SMS跨網上收取額外費用還情有可原，因為SMS是需要經過Comverse公司提供的中介平台才可作出跨網傳輸，而Comverse會為此服務向流動網絡商收取費用，有些流動網絡商只是將費用轉嫁到消費者的身上。但是MMS以萬維網為基準，跨網傳輸無須中介平台也可辦到，那麼流動網絡商是否應該有空間不收取額外費用？筆者始終覺得，當傳送一個訊息給別人時，傳送者大都不知道對方是否屬於同一流動網絡商，即他們傳送時是不知道那個訊息收費若干，這是否對傳送者不公平呢？本商會仍然抱著流動數據服務「簡單就是美」的宗旨，千奇百怪的收費計劃只會使消費者卻步。

說到MMS，不得不提最近各流動網絡商開始「義無反顧」地推廣流動數據服務，好像數碼通為配合這個宗旨，還換上了新商標，提倡用戶用觸覺、視覺及聽覺去感受未來的流動服務。另外i100亦以MVNO身份，以「Noodle」作為品牌，集合了很多不同種類的內容、應用及遊戲，大力推廣2.5G流動數據服務。但是除了這些高調的宣傳行動外，筆者希望各大流動網絡商能夠多加注意最基本的客戶服務。

最近，筆者從百忙中抽出一些時間，分別走訪各大流動網絡商在繁忙街道及大型商場的店舖，因為客戶服務及推廣手法對推動流動數據服務？實非常重要。基本上各大流動網絡商的員工服務態度良好，對產品及服務的內容，如上文提及的有限度MMS跨網聯通也很熟悉。可是當筆者想親身感受一下，在一部新推出市場的彩色屏幕手提電話使用MMS及J2ME遊戲的效果時，卻沒有一間店舖能提供這個服務，有些店舖更回應說如果有存貨的話也會賣掉，怎會特別預留一部給顧客作示範測試。筆者相信這套方法在以前很管用，因為以前的手提電話只用作話音溝通，消費者只需見到實物或圖片顯示的外貌已可決定購買與否。但隨

著未來推出的手提電話所提供的多媒體功能如MMS、J2ME、Video Streaming等越來越多，筆者相信這些新功能會變成消費者決定購買手提電話及申請有關流動數據服務的重要因素。試問那些平面不動的宣傳單張就算印刷得多精美，可否告訴你那個有聲有畫的MMS是多有趣，那個J2ME遊戲是多好玩。消費者？有機會去親身接觸、感受這些新功能的效用，又怎能說服他們在現時消費意慾較低的經濟環境下，用上數千塊錢去購買新的手提電話，並享受最新的流動數據服務呢？事實上，筆者的一位朋友便因這個原因，而放棄購買一部最新款的手提電話，而業界又少了一位2.5G流動網絡的用戶；希望各大流動網絡商能正視這個問題。