



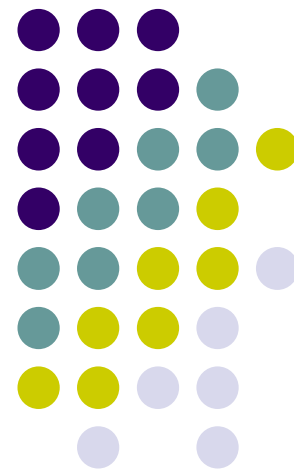
雲端生活--

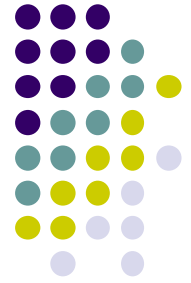
行動、觸動、互動

2011/秋季分享

5070企管顧問公司 黃省吾

[A Day Made of Glass](#)

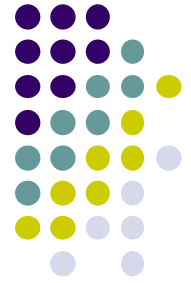




「雲端、雲端...」

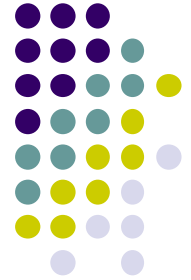
- 「雲」，遠在天邊，顧名思義就是「遠端電腦在提供運算服務，我們不需要知道電腦放在哪」，簡單說就是「遠端電腦」。
- 「端」，近在眼前，顧名思義就是「近端裝置透過網路連結，提供使用運算服務的介面」，簡單說就是「近端裝置」或「載具」，我們生活環境有很多「端」裝置可以透過「雲」運算，來處理生活中的大小事情。

我們看到網路就是把各行各業的『代理人』拿掉，當然也包括政治、民代，甚至可以從底層改變政治體系



雲端運算

- 雲端運算可以包括以下幾個層次的服務：基礎設施服務（IaaS, Infrastructure as a Service），而中華電信即為一例
- 平台即服務（PaaS, Platform as a service）網路供應商Google或Facebook就是廣為人知的範例之一
- 軟體即服務（SaaS, Software as a service）則以Youtube為典範。



舊3C→新3C

- 舊3C: Computer
Communication
Consumer product
--3C到3C週邊商品, 賣場, 生活用語...
- 新3C: Cloud Computing (MIT)
Connectivity
Client Device

[acer Ultrabook S](#)

任何時間(any time)、任何地點(any place), 透過任何設備(any device)可上網





數位匯流

- 2013年到2014年完成數位匯流架構整合或分立的規範並通過立法。
- 國內數位匯流發展六大主軸分別為推動電信匯流服務、整備高速寬頻網路、加速電視數位化進程、建構新興視訊服務、促進通訊傳播產業升級、調和匯流法規環境。
- **目標**希望將於**2015**年達成「80%家戶可接取100Mbps有線寬頻網路」、「光纖用戶數達600萬戶」、「無線寬頻用戶數達200萬戶」、「數位有線電視普及率達50%全國總家戶數」、「新興視訊服務用戶普及率可達50%」等多項基礎建設與應用服務指標。

行動、觸動、互動

MID : HID、CID、AID

(Move ; Home、Care、Auto)

高齡；護幼；節能；舒適；安全；便利

HTC Rhyme - elegant simplicity

車用娛樂系統，車用安全及保全、油電混合車與新能源零件；
節能環保車燈、太陽能 LED 停車警示燈、車輛安全系統元
件、胎壓監測系統、防盜系統、影像感測、倒車雷達、抬頭顯
示、駕駛狀態顯示系統、磷酸鋰鐵電池、電力儲存系統、多串
應用電池組、高電流及高安全鋰電池組、GPS、ETC、行車紀錄
器



四屏(螢)一雲

王冉新浪



- 輕度遊戲很可能更適合手機(屏、螢)和Pad；
重度遊戲很可能更適合PC；體感遊戲一定最適合電視。再譬如，數位閱讀天生就更加適合手機和Pad；影視劇可能更適合電視和Pad；短視頻可能更適合PC和Pad；期刊流覽可能最適合Pad；餐館和航班查詢更適合手機和Pad；購物則PC、Pad和電視都適合。
- 「永遠正確」的用戶能做到這一點，是因為他們頭頂上那一團團正在形成的安全、可靠、隨需隨取的「雲」。



從雲到端；生存到生活

- 聯合國、歐元區雲、政府雲、企業雲、專業雲
- Head End: 地理or民族區隔
- Hub: 生理or心理區隔
- Node: 生活型態區隔

→ 固網到衛星/光纖，再發展到無縫數位匯流

→ 單向到雙向互動，本位到網路多元媒體

→ 聽覺+視覺→眼、耳、心、手、口全到

雲端生活啟動

2011/10/16

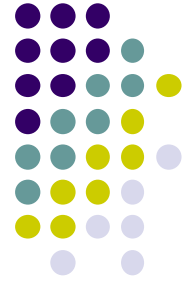


- 「台北市四千餘部公車、幾百條公車路線，民眾透過公開資料平台，就可即時掌握每部公車確切位置，它的準確性與規模性，在全世界數一數二。」台北市政府資訊處長張家生昨天說，今年九月北市府首推公開資料（open data）平台，公開提供民眾一百三十一項即時資訊服務，台北市成為繼新加坡後，亞洲第二個智慧城市。
- 張家生指出，市府提供民眾「公開資料」平台，就是雲端運算「私有（市有）雲」概念，民眾透過智慧型手機、筆記型電腦等上網，就可立即查知「某號公車何時到站、停車空位有多少、哪裡可兌換人民幣、哪裡有公廁，颱風來臨，水閘門關了沒有…等等即時資訊」，方便又準確。

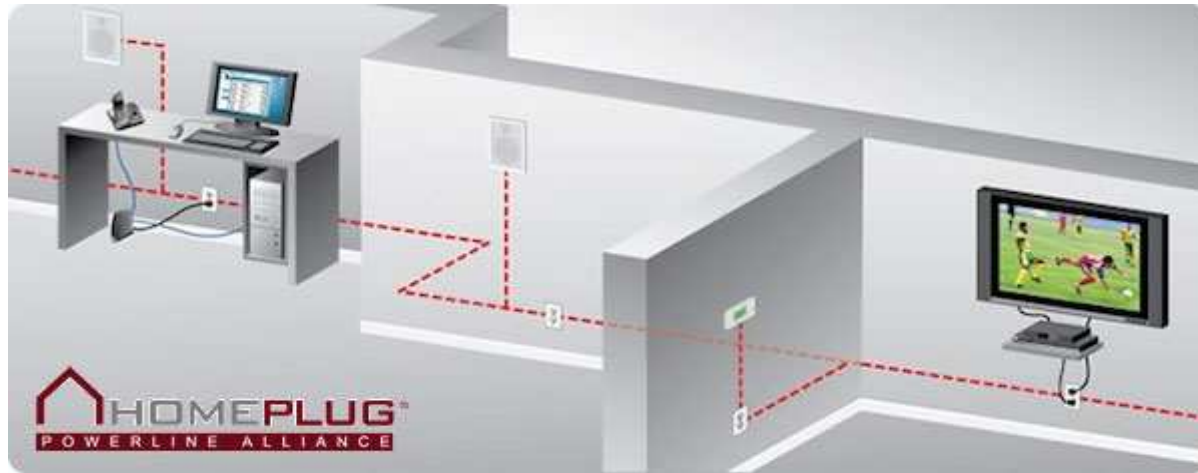
電信業者搶雲端商機



中華電信推「中華雲市集」後，將發表「健康經紀人」雲端醫療應用服務，醫院護理長可透過平板電腦iPad展現雲端應用及移動力，隨時掌控病患健康狀況並進行管理。現場還將展示雲端電子病歷(EMR)應用服務、醫療私有雲合作建置等。遠傳電信8大智慧雲後，結合醫療產業推出「照護雲」服務，公布「雲端血糖照護計劃」，讓糖尿病患者利用隨身通訊型血糖機測量血糖上傳醫院，為上百萬的糖尿病患者創造便利，續推出運輸雲服務提供簡單、經濟、高效率的車隊管理雲端服務，讓中小企業無需負擔龐大的建置費用，即可享有大型企業等級的應用服務。台灣大哥大投資總金額50億元在內湖打造台灣首座綠能雲端機房，緊扣T（電信）、I（網路）、M（媒體）、E（娛樂）思維，宣告雲端計畫將搶攻行動生活、數位內容、智慧生活、智慧企業4大智慧雲領域市場。

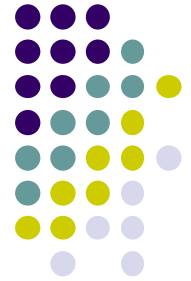


PLC寬頻技術



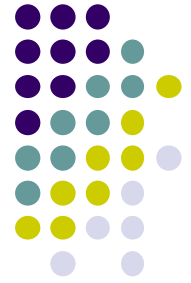
- PLC是透過家中的電力系統，把家中的寬頻轉為電力系統內的信號，再透過長的像變壓器的接收器把信號轉換回網路信號，只需要佈署寬頻道發射器、接收器到電腦兩端的信號，以 MIMO（多入多出）技術的導入，大幅提昇資料流量，不須額外的信號放大。

*Last-mile*有電話雙絞線、有線電視同軸、電力線



全球移動無線技術

- 演進路徑主要有三個：
 - 一是WCDMA和**TD-SCDMA**，均從HSPA演進至HSPA+，進而到**LTE**；
 - 二是CD-MA2000沿著EV-DO Rev. 0/Rev. A/Rev. B，最終到UMB；
 - 三是802.16m的**WiMAX**路線。
- 其中LTE擁有最多的支援者，WiMAX次之。



制定標準:超越產業

- 兩岸之所以要在制定共同標準下一番苦工，關鍵就在兩岸產業長久面對的共同問題，也就是歐美大廠一手掌控產業發展的遊戲規則，不外乎技術標準的制定，以及後面伴隨而來的技術授權及高得嚇人的專利費用。
- 以通訊產業發展為例，從AMPS、2G到3G，每一個世代的電信技術產業標準，幾乎都是由歐美大廠制定，甚至晶片也掌握在高通等廠商手中。整體來說，從半導體、晶片、品牌到代工，大多數台廠在產品出廠前，都得先被專利剝一層皮，大陸廠商亦不能倖免。

智慧型行動裝置與PC達到反轉點

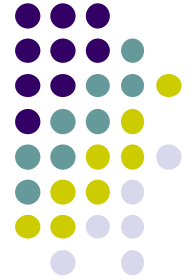


- 2011年Morgan Stanley研究，全球智慧型行動裝置(手機+平板)與PC (Desktop+ NB)在2010年Q4達到反轉點(inflection point)。
- 1. 智慧型手機普及率由2010年Q2的10.8%，成長至2011年Q2的12.9%，展望2015年將達到52.5%。
- 2. 平板電腦普及率由2010年Q2的3.3%，成長至2011年Q2的6.5%，展望2015年將達到26.4%。
- 3. 瀏覽網頁資訊成為消費者持有智慧型行動裝置的重要使用行為。
- 4. 各形式的行動廣告各擅勝場；行動廣告效益衡量建議標準—「行動廣告效益衡量指標」-Attention、Interest、Search、Action、Share。
- 5. 影音娛樂的應用行為，已成為智慧型手機使用者最常使用的行動服務之一；「LBS適地性服務」結合「社群功能」再加上「休閒娛樂資訊」則成為使用者目前與未來最受歡迎、也最期待的行動服務功能，可望為行動服務市場帶動另一波新應用。



PC-Plus?後PC?

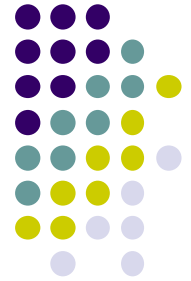
- 微軟CEO(Steve Ballmer)提到，PC-Plus時代：不論是平板電腦、電子閱讀器、遊戲機、電視等都是**PC的延伸及加值**！
- PC-Plus策略，首推Kinect for Windows創新運用，不僅用於娛樂，且延伸到教育、醫療如健康照護、中風復健，吸引更多領域軟體開發商
- 另打造XBOX 360電視遊戲機成一平台；2011年底更推XBOX TV，原Media room整合進XBOX-STB，進軍客廳！



NB業16變

- 美商高盛證券亞太區科技產業研究部主管金文衡昨（28）日指出，泛筆記型電腦（NB）產業新一波換機需求需等到2012年底浮現，未來「泛NB產業」將由「4大平台」，也就是Win+x86、Win+ARM、Android+x86、Android+ARM，與「4大外型」，也就是NB/超輕薄筆電（ultrabook）、可旋轉（convertible）、可變形（detachable）、平板電腦（tablet），交互設計出16種不同型式產品，意味當產業供應鏈得同時面對這麼多新產品時，得要投入更多研發資源。
- 未來NB會慢慢朝ultrabook方向演化，預計需要5年時間，至於ultrabook何時能成為主流，就看與其他行動裝置產品的ASP差距而定。
- 金文衡指出，NB領導廠商仍高度依賴通路策略，但勝利方程式必須再搭配「產品差異化（研發）」、「具競爭力的ASP（研發與規模）」、「新興市場部位」等條件；此外，NB產業整併趨勢也將持續下去，擁有龐大研發資源與新興市場部位的廠商，可望從中勝出。

賈伯斯展示新產品時說：「**PC**將降級成只是一種裝置，要把數位中心移往雲端。」



- 超過半數的蘋果（56%）和Android（52%）使用者每天在手機上使用社群媒體，而Windows Mobile和Symbian使用者則分別為44%和41%。
- 51% 的蘋果使用者及 49% 的Android使用者表示非常可能繼續使用目前的作業系統，而Windows Mobile和Symbian則只有 30% 和 31%。
- 6/6蘋果推出iCloud，將Audio & Video上傳至伺服器主機，就會自動搜尋並直接下載到iDevice

iPad第一個在平板機市場的勁敵



Amazon 之服務生態體系



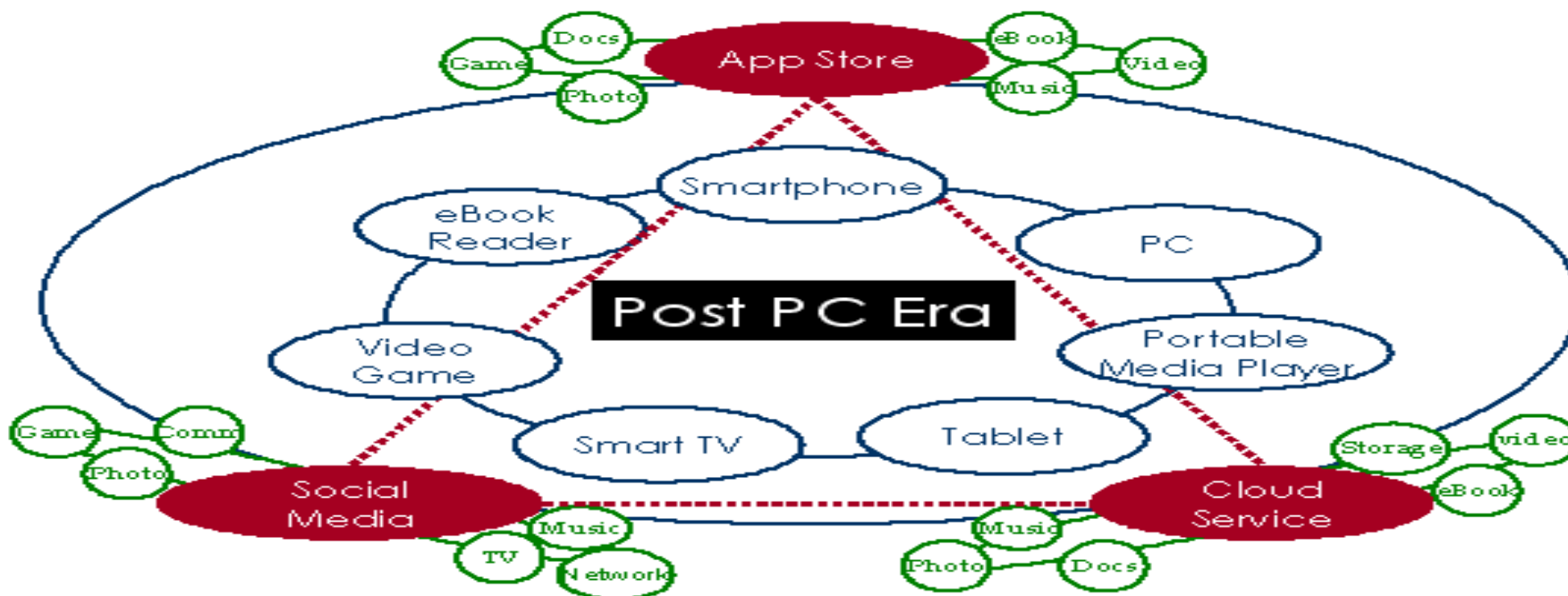
Source：拓墾產業研究所，2011/8

- 「後PC時代」產品規格與差異化不再是決勝的唯一關鍵，軟體與服務其實扮演更為關鍵的角色。Amazon擁有2億個用戶（主要在歐、美、日），以及完整的後端服務，一旦其推出平板機之後，就能複製Kindle與Kindle Store的勝利模式，搶佔平板商機，進而威脅iPad的地位

雲端、社群、程式



Social、App、Cloud 正逐步建構後 PC 產業



ce：拓璞產業研究所，2011/8

Amazon是利用開放平台的Android與Windows，建立Amazon AppStore/Cloud Drive、Cloud Player的服務，期望複製Kindle在電子書市場成功模式，搶下非Apple陣營中的商機

亞馬遜希望讓消費者直接上網下載它的書庫、音樂、電影與電視節目等吸引人的產品線。亞馬遜以零售為主的商業模式，是亞馬遜能夠以低價銷售、補貼用戶購買硬體的主因。亞馬遜是為了銷售更多的數位內容而來賣平板電腦，而競爭對手蘋果公司則是透過吸引人的影音內容與應用程式，來達成銷售更多設備。

輕設備、重服務(Thin-Device ; Total Solution)



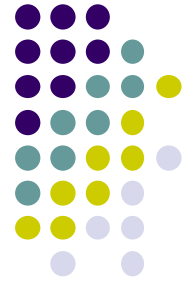
- 微軟投入大筆資金積極發展雲端技術，但最缺乏的是軟體服務傳遞的通路，尤其是手機行動端的軟體服務提供，因此，各地的電信公司就成了微軟最需要的策略合作夥伴。
- 行動電視 (Mobile TV) 新增兩張全區行動電視執照，每張頻寬6MHz
- Content-Oriented， Content Full-Service



微軟未來專注於七項趨勢

- 雲端運算，特別是對手機的應用，它將賦予手機更強大的功能和力量。
- 智慧螢幕
- 手機
- 社群
- 個人化
- 融合社群的網絡娛樂平台（Xbox Live在美國的形態，Google TV將會是這個領域的主要競爭者。）
- 智能媒體（除了傳統性別年齡外，改以IP、行為、profile、來界定族群的媒體）

由於多螢幕行銷（multi-Screen Marketing）將繼續當紅，所以全力發展Xbox Live、Windows Mobile和PC Windows才能鞏固領導地位。



Google大買行動專利權

- 7月的移轉紀錄中，Google先已向IBM買下1,030項專利權；為強化其防禦智慧型手機侵權訴訟的能力，在8月17日向IBM買下1,023項專利權。
- Google以125億美元收購摩托羅拉行動控股公司，將可為其再取得超過1.7萬項的專利權。大致上是為了反制包括蘋果、微軟等企業，針對行動裝置用Android作業系統而來的「有敵意、有組織的行動」
- Google上個月將其在過去1年內購自摩托羅拉、Openwave系統等公司的9項專利權移轉給台灣宏達電。宏達電上周用這些專利提起新訴訟，升高其與蘋果間的專利權之戰。

Android新整合

100/08/15



- 行動電話軟體Android製造商（Google Inc.）宣布，已同意以約125億美元收購摩托羅拉行動公司（Motorola Mobility Holdings Inc.），以獲取無線通訊專利。
- 摩托羅拉行動手機是搭載Android作業系統，三星電子公司（Samsung ElectronicsCo.）等公司也有採用Android，谷歌此舉將得到和蘋果公司（AppleInc.）iPhone一較高下所需的專利。
- Android最大的問題是版本分化問題：不同的版本號，不同的廠家定制，這讓Android手機們只是在名義上統一。為了獲得微軟在PC領域的影響力，Google需要統一Android。而擁有一家硬體公司是唯一的選擇。
- 硬體是一個競爭異常激烈的行業，完全不同於Google的核心競爭力：搜索。硬體製造和銷售和供應鏈、零部件、工廠、分銷、行銷等有關，Google在這些方面經驗有限。
- Google根據網路搜尋與廣告的核心業者，佈局Android智慧型手機、平板機，以及Chromebook市場，期望提供Android Market、Web App Store、Google +、以及其他雲服務，來達到其後PC時代的佈局。

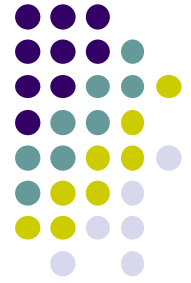


「受管制的裝置平台」

- 研究機構Ovum認為Google轉向Ovum假設的「受管制的裝置平台」靠攏，由供應商控制平台的一切，包括硬體、軟體、內容和線上服務。非摩托羅拉業者將不樂見Google過於偏袒摩托，將可能把部份研發資源放在微軟Windows平台上，不只押寶在單一的Android平台上
- Google去年以來陸續向智慧型手機廠Palm、摩托羅拉以及軟體創新公司Openwave Systems等業者所購買專利，斥資上百億美元，這回出售給宏達電，做為反擊蘋果的武器，凸顯Google早有謀略。宏達電向Google買下的九項專利，是Google精挑細選的專利，以應用層面來看，是實用性很高的專利。

Google TV明顯超越

主宰智慧手持設備領域的蘋果



一、搜尋技術強內容豐富，涵蓋範圍最廣

Google TV推出整合式搜尋工具，讓使用者能搜尋瀏覽為數眾多的內容，從無線與付費電視頻道節目表、數位錄影機、網際網路等不同管道，尋找相關內容，並提供子母畫面功能，讓使用者同時操作多個視窗，同時也有首頁螢幕，協助觀眾整理自己喜愛的內容，設計個人化的電視觀賞經驗，影片內容的選擇，擴大到免費的網路與串流影片。

二、走開放路線複製智慧手機成功模式

一邊是蘋果孤獨奮戰，一邊則是谷歌集合眾家電視大廠與上下游供應

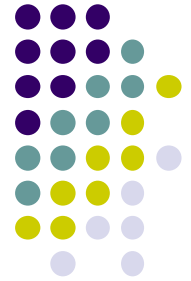
三、Google TV走開放路線，不賣硬體

更不會自己跳下來營運，營運工作交給各地的政治經濟勢力去做。

四、Google買下摩托羅拉移動全球頂尖電視機上盒部門

Google日前買下摩托羅拉移動，摩托旗下的全球頂尖電視機上盒部門也一併納入麾下，有助發展付費電視服務。

Youtube讓Google虧損4.7億美金/年



- 透過收集和分發數個人訊息的網路行為將改變我們的生活，所以廣告主都相當看好網路影音服務。但是Youtube廣告佔全部影片不到10%，**點擊量高不代表客戶會將產品標誌放在該影片上**（像是巴西足球教練衝撞裁判等即時新聞熱潮）

Facebook又是另一個例子，根據TechCrunch的報導，去年FACEBOOK每個月花費100萬美元的電費，和50萬美元的寬頻網路費，以及每個星期高達200萬美元在新服務器上的用戶照片上傳需要，但FACEBOOK上的廣告費用非常低，公司也沒有賺錢。

- 2011/10月Google旗下的影音網站YouTube 宣布推出約100個影音頻道，全力衝刺原創娛樂事業，希望創造出與電視抗衡的數位影音平台。YouTube新頻道的合作夥伴涵蓋好萊塢片商、社會名流與新創媒體集團，將製作利基導向的影片。

Nokia，Wintel能否安在？



- Nokia以共用零件，機海戰術稱霸！

但40%→25%→放棄symbian，投靠WP7

- Wintel設定PC軟體與硬體規格稱霸！

80%的市占率→茅山道士(3~4%的OEM/ODM)

Borders/Yahoo!/Nintendo/EMI/RIM etc. 能否安在？

(RIM-廣達；WebOS-英業達；iPad-郝龍斌)

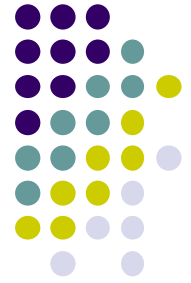
Key：*核心競爭力的利基；創新的空間*



Google-Motorola可能推出的六種產品

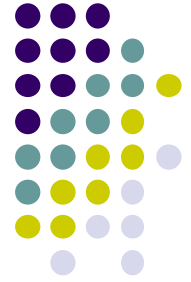


1. Google TV或機上盒：這是最顯見的「非手機市場」機會，由於Motorola和有線電視業者的好關係，讓Google拓展家庭電視市場的腳步更為順遂。
2. Google網路解決方案：我們都知道Google選定堪薩斯城（Kansas city）作為第一個光纖網路實驗城市，併購Motorola之後，這個網路城的野心勢必會推展地更快速。
3. Google語音家用電話：一直急欲推廣Google Voice服務的Google，有了手持裝置Motorola的研發能力，不能想像雙方將結合推出VoIP家用電話。



Google-Motorola可能推出的六種產品

4. Google GPS：Motorola自己擁有Motonav導航技術，整合之後可望讓Google原有的Earth和街景（Street View）服務成為導航市場的大贏家。
 5. Google藍牙：發展藍牙創新或許也是個不錯的選擇，可選擇整合語音、地圖、音樂、郵件等服務。
 6. Google遠端存取軟體：Motorola擁有遠端存取軟體Timbuktu，雖然不是市場主流，不過Google也可整合這項新功能至雲端服務之中。
- ※Google可能推出「公共開發平台」拉攏電視產業，替內容業者省下研發不同連網電視應用程式的麻煩。



類比電視vs.數位電視

- 類比電視是指將電視的影像和音訊進行調頻後，播放出來的一個個類比信號，再將這些信號放進VHF或者UHF的載波上，傳送到收視戶家裡的電視機後播出。
- 數位電視是播出、傳輸、接收等環節中，全面採用數位電視訊號的電視系統，可以傳送多種業務，如高解析度電視（簡寫為「HDTV」或「高畫質」）、標準畫質電視（簡寫為「SDTV」或「標準畫質」）、互動電視及數據業務等。
- 將類比電視轉成數位電視發送，好處在於使用一樣的頻寬（6MHz），數位電視台可以壓縮成四至六個SDTV（一般畫質）或一台HDTV（高畫質），且畫質清晰。

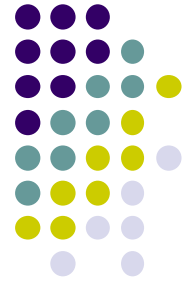
TV+Social Smart TV搶攻新世代



- Smart TV的概念從過去建立在TV導向提供OTT/VoD服務、串流影視、實境秀、Flash影視、TV Apps、3D影視等內容，逐漸趨向社交網路導向的型式發展，吸納更多使用者、影片、社交媒體桌面工具匯集，並融合各種裝置和應用程式集成。拓璞強調，Social TV應該包含Smart TV、平板機、智慧手機等智慧裝置，和直播電視等影音內容，以及社群軟體，共同打造以社交為中心的生態環境，唯有貫徹Social概念，才能整合TV和Web，催生符合新世代年輕消費者需求的Smart TV，以求產品爆量增長。
- 隨著Smart TV起飛，台灣最有機會受益仍是以布局最深的電視晶片與TV組裝業者。此外，由於TV和其他智慧行動裝置的整合，平板機和智慧手機將取代電視遙控，屆時台灣廠商在智慧手機和平板機累積的軟體研發力、IT製造能力，將能延伸到TV的輸入介面，一展長才。

TV?PC?Pad?

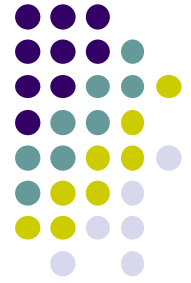
玄彬smartTV



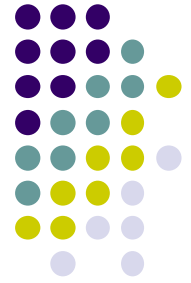
- 從黑白到彩色，從球面到平板，能折疊的電視，能“卷起來”的電視，從誕生起就以硬件創新為驅動不斷發展；今年3月起，國內外彩電企業陸續推出了40余款智能電視，彩電商們還提出了“雲電視”的概念。
- 這些新產品的共同特徵是，除了保持了電視的大屏幕外，一切功能都向電腦或者至少是Pad產品看齊。包括搭載Android操作系統，可下載和安裝上萬應用程序，可以實現在線QQ、遊戲，可以瀏覽網頁、搜索新聞等等。

2012 Apple TV

What is Smart TV?

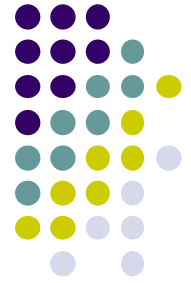


- 有別於之前Apple TV是機上盒型態，根據路透社報導，即將於明年推出的Apple TV為50吋以上的實體TV，將整合Smart TV、網路電視及iCloud等功能，Smart TV將成為下一波資訊決戰的主要市場。預期Apple TV供應鏈明年將成市場焦點。
- Apple TV供應鏈除三星供應面板、鴻海組裝之外，鴻海下游零組件供應鏈如機殼鴻準、電源供應器的台達電將可望受惠。Apple TV具有網路電視功能，所以网通設備商正文，网通IC大廠Boardcom代理商全科，未來都可能成為Apple TV供應鏈的一部分。



蘋果搶龐大數位家庭娛樂市場

- 蘋果2006年9月發布Apple TV，2010年9月發布Apple TV第2代產品，但Apple TV是機上盒型式的多媒體播放器。Apple TV無法像iPhone、iPad般，造成市場風潮，主因是它不是完整獨立設備。蘋果推出真正的電視機Apple TV+，樹立智慧型電視新市場。
- iPhone多點觸控讓市場驚豔，成就iPhone在智慧型手機霸業。電視這種大尺寸螢幕，觸控介面無法符合消費者需要，「**手勢控制**」可能是蘋果可能用於電視的控制介面，嶄新人機介面將成蘋果進入電視市場敲門磚。
- 蘋果電視另一可能的功能是與蘋果既有設備連接，iPod、iPhone、iPad將可透過有線或無線的方式與蘋果電視連接。出門在外的小螢幕，回家後可在電視的大螢幕播放，是何等寫意之事，這也是蘋果企圖綁住消費者的重要策略。



Apple TV v. s. Google TV

- 蘋果iTunes的內容營收預計在2013年可達到130億美元，開創付費影音的新紀元。而在近期出版的賈伯斯自傳中也指出，他本人想創造出一台容易使用的整合性電視，並可以透過iCloud與使用者的各項裝置進行同步。
- 不過這個做法倒是與競爭對手Google背道而馳，Google盡量避免介入硬體製造，而選擇與其他頻道像是TiVo及YouTube合作。Google的意圖是將內容保留在瀏覽器及行動裝置中。

Smart TV 三大陣營日漸成型

Google TV Group

Google TV



VIZIO

SONY



Vizio預計下半年推出
Google TV XVT 6
series



Hisense
KONKA
Skyworth

TCL

SHARP
PHILIPS



Samsung TV



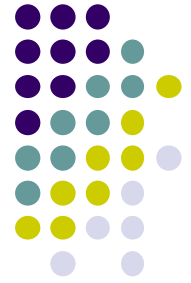
Samsung Apps

- Apps store: 1,000 Apps
- Free the TV Challenge offer \$225k



Samsung SMART TV

三家廠商將以HTML5、CE-HTML和HbbTV等開發語言為基礎，共同打造Smart TV的軟體開發工具



高畫質數位電視

- 馬英九總統將宣示明年為「高畫質數位電視元年」，計劃提前於明年7月倫敦奧運開幕典禮前完成無線電視數位化轉換，屆時台灣將全面進入無線數位電視時代。
- 這項重大政策，預定馬總統競選連任辦公室「台灣加油讚」成立當天（12日）由馬總統宣布，釋出利多。包括有線電視推動數位化等，將共同帶動數位化商機，包括添購機上盒、換機潮，家電、電信等業者商機上看200億元，數位內容業者也可蓬勃發展。



台灣有線電視產業合攻雲端

- 5大有線電視系統商（MSO）整合廣達、仁寶、緯創、微軟、Yahoo！及機上盒兆赫、百一等30多家廠商，宣布成立雲端聯網電視論壇（CCTF）。
- 有線電視普及率逾八成，多年來進入家庭客廳，是匯流中三網之一，唯有透過業者共同攜手，才能加速數位化時代的來臨。數位化網路加上機上盒、數位電視等硬體設備採購商機少說500~800億元，導入雲端應用服務之後，將帶動超過千億元雲端相關應用商機。
- 參與這次雲端暨聯網電視論壇的企業，均為數位內容產業龍頭企業，包括旺旺中時、雅虎奇摩、聯合報系、城邦出版集團、Catch Play威望國際等；生產雲端伺服器與數位機上盒硬體廠商，包括廣達、仁寶、緯創、友訊等都在列。



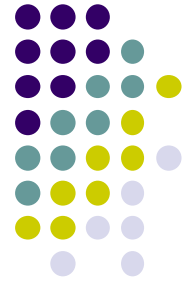
積極搶進雲端娛樂服務平台

- 王雪紅從威盛起家，後來投入智慧型手機宏達電，近年投資重心移到雲端數位內容，投資包含香港電視業者TVB、CatchPlay、CatchPlay電影創投1號基金，同時透過宏達電，投資多媒體影音應用軟體（Saffron Media Group）、線上遊戲業者（OnLive），以及線上音樂（KKBOX）。
- 蔡明忠旗下除momo親子，以及momo購物台以外，更拉攏三立、民視等頻道業者，成立高畫質數位內容公司—台灣優視媒體科技。今年初台灣大哥大推出大匯流的雲端平台，大匯流平台將導入凱擘系統，近期更計劃拉攏有線電視營運商、頻道業者、雲端設備等，合組數位家庭雲端聯盟。



周永明：滿手現金 要持續買媒體

- 「手上現金滿滿」，只要交易合理，就會收購媒體；宏達電不打算收購作業系統。「更精準的用詞是買『內容』，硬體與軟體服務結合已是大勢所趨。」
- 宏達電定位自己是品牌公司，將針對使用者經驗、消費者喜愛的品牌，去收購音樂、電子書、電影相關的企業，補充服務內容。
- 宏達電了解到蘋果(Apple)崛起的優勢，是因為有強大的內容、與應用程式(app)建立了產業生態系統。



三管齊下切入數位影音

- 中保、國產集團不僅是只有水泥、保全等傳統產業，正積極切入文創數位影音領域。集團總經理徐蘭英指出，已透過中保百分之百轉投資的百視達影視，朝電影製作、電影發行及成立數位平台頻道三塊方向進行。電影製作能從上游掌握內容（content）；電影發行上，徐蘭英說，透過取得台灣區電影發行的All-Right；影音領域中，平台數位化是潮流及國際趨勢，中保在併購百視達影視，成立了「樂到家國際娛樂公司」，數位平台頻道是「樂到家」在數位通路上可以著力之點。



詹文男：數位匯流才是關鍵

- 「後PC時代」的核心之一就是數位匯流。電信網、互聯網、廣電網三合一，多媒體、語音、資料等相關服務匯集而聚，資訊、通訊、娛樂平台串接在一起；PC、消費性電子、通訊產品你儂我儂。
- 臉書平台可以看影音、玩網頁遊戲、作社群互動，蘋果iTunes可支援iPhone、iPad，一個平台或產品要能提供各式服務，才容易吸引消費者。
- 惠普加強商業軟體讓發展方向更聚焦，並非全因蘋果崛起，更多是趨勢影響，台廠也要**有自己的方向，並建立進入門檻障礙**
- 智慧型手機崛起的原因正是切中數位匯流時代的需求，PC則延伸出各種終端裝置樣貌，只是**要看到趨勢、選定一個位置深耕，就算是零組件廠也有極大發揮空間。**

生態圈 (Social Ecosystems)



- 如果說 Web 3.0 的「三種行銷管道」是 **Search**、**Mobile**和**Social**，那背後代表的就是 Google、Apple 和 Facebook 三家公司。這些人並沒有像當初的 IBM 一樣睡著，相反的都非常努力在創新，不想被任何人後來居上。你對他們的動作、計畫、策略瞭若指掌嗎？有機會借力使力嗎？你必須要知道。

行動、觸動、互動

誰在購買電子產品



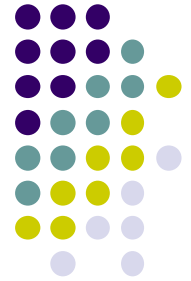
● 商業用、3S企業雲端、消費者

→ **工作端** 幫助工作，提升效率、排序、工程、紀律、賺錢、簡約一致化

→ **生活端** 享受、娛樂、豐富、社交、個人化

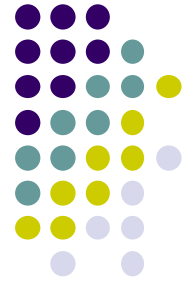
工作電子化V. S. 電子生活者

伺服器（Server）、儲存器（Storage）、交換器（Switch）3S硬體



挖深電子生活者

- 尼爾森 (Nielsen) 最近一份調查顯示，擁有電子書閱讀器 61% 是女性，較去年第3季成長了15%。平板電腦擁有者則超過一半以上是男性，比去年第3季度的61%略微下降。
- 平板電腦與電子書的發展還在初期，或因為女性喜歡簡單、輕便的設備，而男性則更喜歡複雜、富遊戲性的工具
- PC的定義將從「個人電腦 (personal computer)」轉為「個人化運算 (personalised computing)」
- 2020年消費者可能會傾向於購買內建電玩系統的SmartTV通過USB、外接硬碟和雲端服務。
- 將有七大科技產品會消失。包括：電子書閱讀器、獨立式GPS導航系統、DVD播放器、玩戲機如Wii、PS以及Xbox等。



設計師要是「人性工程師」

- 林百里稱這群只知道雲端跟行動裝置，不熟悉電腦的90後世代為「C世代」，他們具備四大特色：資訊連結度高（Connected）、計算機化（Computerized）、習慣操作按鍵（Clicking）、社群取向（Community-Oriented）。他形容，「他們透過Google學習，透過Facebook互動，在Twitter上找尋志同道合的朋友，在Amazon網站購物血拼」，未來的科技設計，就必須抓住C世代的心。也就是你的東西必須夠「好用」，合乎「人性」，蘋果就是一個好例子。



挖深商業工作市場

- 企業資訊服務的費用結構基本上有**1比2比3**的情形，以一個6,000萬元的企業系統整合案為例，硬體約占1,000萬元，軟體約占2,000萬元，顧問諮詢與各種服務約占3,000萬元
- 更高附加價值的資訊產業，在「後個人電腦時代」有許多方向可以做，包括：從個人電腦代工轉型為高毛利客製化(Facebook)伺服主機、建立各行業的應用軟體工廠、發展服務業、發展綠能產業、發展文創產業、發展顧問諮詢產業等



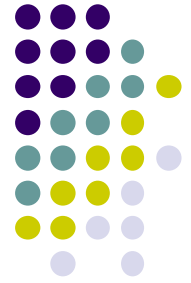
行動、觸動、互動

- 索尼UltraViolet、思科Videoscape等數位影片平台將運用雲端、網路及用戶端設備，在網路上傳播全新視覺體驗的開放平台，構成Videoscape平台的新產品包括家庭用的媒體閘道、IP機上盒、軟體用戶端：，將視訊體驗擴展至多種家庭和行動設備，涵蓋數位電視、平板電腦及智慧手機等。
- 寬頻、行動與雲端三大力量，在娛樂/教育/理財/社群等正匯聚建構網路型社會的基礎

Google+特殊功能

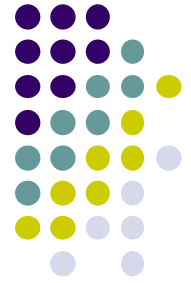


- 社交圈 (Circles)：社交圈的功能是Google+的核心，將朋友拉入不同的社交圈之中，在發表資訊的時候可以選擇讓不同的社交圈看到。
- 視訊聚會 (Hangouts)：Google+提供最多10人的視訊聚會功能，有子、母畫面，可以同時看到會客室中的朋友們。
- 話題靈感 (Sparks)：這一個功能可以蒐集自己喜歡的影片或文章，在任何時候都可以觀看、分享給所有的朋友。
- 閒聊 (Huddle)：類似多人聊天會客室，讓朋友們可以同時參與討論話題，不用一一傳達，並且Google+閒聊的功能可以與Android系統整合，更加的方便使用。
- 遊戲 (Games)：遊戲功能絕對是社群網站要成功所不能或缺的重要因素之一，Google+在2011年8月11日也推出了遊戲的功能，其中有時下最受歡迎的憤怒鳥 (Angry birds) 還有和Zynga撲克。



Netflix影音串流服務

- Netflix從提供郵寄DVD服務的網路租片業者，轉型成為提供影音串流服務，用戶只要月繳7.99美元，便能透過網路串流無限觀賞電影和電視節目。這對以販售DVD為主要獲利來源的電影業者來說，代表獲利將大幅減少。
- 根據Netflix和付費電視頻道業者Startz的合約，Startz每月向Netflix收取每位訂戶約15美分的費用，以允許後者串流Sony和迪士尼的電影，收入遠少於之前每月向每位衛星或有線電視用戶收取的3到4美元。
- Netflix訂戶已經多達逾1,600萬人。Netflix股價自1月跌入52周低點以來，至今已暴漲三倍，市值更膨脹到將近100億美元。

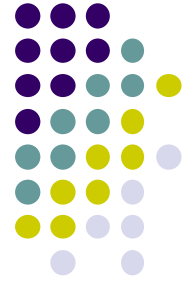


2020未來黃金十年

- 至2020未來黃金十年期間，全球將正式進入一個「消費力、創新力、智慧力、融合力、軟實力」五力當道的新紀元，唯有「五力兼修兼備」才算夠格的全球一流競爭力！

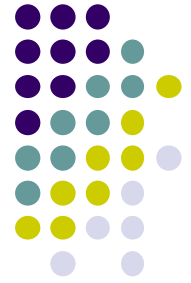
**未來十年將會呈現三大發展趨勢：

- 第一趨勢：雲端運算與行動上網、智慧電網與智慧家庭、物聯網與智慧城市、電動汽車與新能源等戰略新興科技同步精進，全球科技創新突破持續不斷。
- 第二趨勢：在商用專用導向的現有市場之外，更開展了嶄新的全民日常生活消費的藍海巨大商機。
- 第三趨勢：中國帶領新興國家開創龐大的科技市場「優質平價」的需求，填補了歐美市場衰退的缺口，成為全球科技市場的成長新軸心。



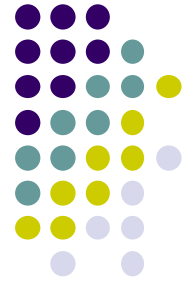
個人化電子健康照護

- 在個人於健康照護的習慣方面，建立可依循的健康記錄，鎖定持續性科技的趨勢推出RFID智慧型照護元件，利用UHF Active RFID技術，建立具備遠距連線、主動求救、跌倒偵測與吃藥提醒之生活機能裝置。此外，具備高反差生活計時、室溫穿衣提醒與圖像式吃藥提醒功能，搭配居家型主機，可透過家用電話與網路，與後台之即時看護系統建立求救通報機制，完善化個人電子記錄的設備和專家決策系統。
- **iCloud的概念**，將個人電子記錄上傳至健康醫管伺服器主機，就會自動搜尋並直接下載到指定Device，或行遠距健康照護。



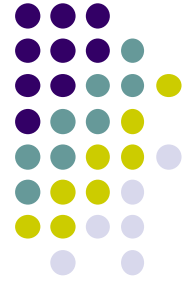
變革就是機會

- 資通訊世界，2012將掀起一場「水果冰淇淋」大戰，當暫居上風的蘋果，對上即將推出芒果作業系統的微軟，以及強打冰淇淋三明治（新版Android）的Google，台商的機會並沒有變少。終端品牌大廠如宏達電、宏碁或華碩，有無本事在「水果冰淇淋」三強鼎立下，開創出第四條（併惠普WebOS火龍果）路，抑或繼續遊走在微軟與Google之間，設法瓜分蘋果疆土？代工廠又果如廣達董事長林百里所稱，架在雲端上的商機無限寬廣，台灣堅強的B2B代工鏈本身就已是難以取代的「品牌」？



冰淇淋三明治

- Android 4.0、代號為冰淇淋三明治（Ice Cream Sandwich）作業系統上市記者會，這是Google首款跨平台裝置作業系統產品，適用於手機、平板、及筆電，並且訴求強大的人機介面功能。
- Google的Ice Cream sandwich最大的特色還是在於正式宣告了該公司作業系統邁向跨平台的概念，未來的作業系統不再區分手機、平板或筆電，而是一體適用。此概念與蘋果的iOS，以及微軟明年要推出的Windows 8作業系統一樣



ICT業進入國與國競爭

- 蘋果平板電腦（iPad）引爆後PC時代的競爭新局，為台灣筆電廠商帶來新挑戰；韓國三星電子整軍經武，結合品牌、製造及銷售三位一體的優勢，在各個領域進逼台灣業者；再加上全球經濟成長停滯，讓台灣ICT業的前景出現前所未見的憂慮。
- 過去很多專家及業者認為：台灣業者能不斷提升製造效能、降低生產成本，仍有接不完的全球訂單，不會被淘汰或整併；但台灣業者引以為傲的生產模式不斷地被複製，產能過剩已成為訂單價格下跌及獲利的最大殺手；加上大陸工資、原料價格大幅上漲、人民幣及新台幣升值等不利因素的影響，業者生產成本大增，連微利都保不住。
- 日本政府協助整合索尼（SONY）、東芝及日立中小尺寸面板廠，意在搶攻全球龍頭地位；巴西政府也有意入股富士康在巴西的觸控面板廠。種種跡象顯示，ICT業已進入國與國競爭的時代！
- **深思：業者如何競爭？如何生存？**



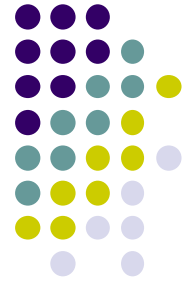
新秀 新價

網路新秀身價灌水?

單位:億美元



資料來源: 英國衛報網站



數位匯流內容，提供雲端服務

- 行政院2010年中通過數位匯流發展方案，明訂2015年，100Mbps有線寬頻、光纖用戶達到600萬，無線寬頻達到200萬用戶，數位有線電視普及率達到50%，新興視訊服務用戶普及率期望達到50%。
- 中華電信宣布斥資1,000億元建構光纖骨幹，數位匯流涵蓋基礎建設及數位內容，中華電信已經建構MOD、網路的hiChannel及手機emome三大平台，打造一個內容同步不間斷的數位內容服務。

台灣資通訊ICT產業



- 2010年12月台灣上網人口數已高達1079萬人，平均每2人中就有1人屬於上網人口；台灣資通訊ICT產業地位要獲得肯定，必須整合產業鏈，一起搶進全球市場。
- 中華電信擁有台灣最大行動網及固網；台灣大哥大則擁有行動網路與有線電視寬頻網路；遠傳則擁有行動網路、固網及WiMAX 4G網路，因此未來是遠傳掌握4G發展先機。
- 遠傳在網路資源上擁有2G、3G、4G，甚至是WiFi無線網路，可以選擇成本最低，對用戶最好的服務網路。

中華電雲市集



- 中華雲市集主要以提供企業雲端應用服務為主，具有軟體需求一站購足、彈性付費改買為租、不需繁複安裝程序、無痛升級更新版本、隨時隨地隨選即用、產品全面品質把關、安全穩定雲端環境等7大特色。
- 預計2012年會有超過百家軟體供應商提供SaaS應用產品上架，並服務1萬家企業客戶。預期至2016年將會與超過500家來自全球的軟體供應商合作，讓全球15萬家企業客戶可享受便利服務，為需端應用服務100億元商機。
- 中華電信強調，雲市集除了已經針對個人及企業用戶推出健康照護雲之外，未來將陸續針對製造、動物醫院及寵物美容、零售等行業分別推出針對各行各業提供客製化雲端解決方案。
- 針對健康管理，中華電計畫將行動電話SIM卡內建於血糖機內，未來用戶自行在家透過泰博血糖機量測血糖及血壓指數時，相關資料都可以透過血糖機裡的SIM卡，以過行動網路上傳資料到泰博的遠端醫療雲端平台



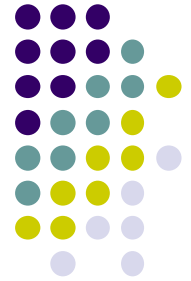
CHT熱帶雨林

- 中華電信要做亞馬遜，廣納百川。透過MOD、HiNet、emome建構互動電視、網際網路、通訊三大資訊服務平臺，輪番推出各種增值服務，進而成為IT服務出租商，提供企業小至電話語音服務大至IDC機房租用服務，進而扮演了臺灣雲端運算研發、測試、服務體驗、服務營運等趨勢的領導者之一。
- 中華電信已打破過去固網、行動、數據三者系統分立的設計概念，讓系統能夠橫向溝通，來簡化流程的複雜度。
- 中華電信的發展方向將邁向智慧化服務，以**雲端、行動和社群**網站為發展主軸，讓資通訊服務無所不在。呂學錦表示，IT與產業發展逐漸趨向智慧化，使生活、工作和休閒上邁入新的階段，不僅是智慧型手機，現在什麼都要求「Smart」，什麼都要內含資訊，像是中華電信推出的Hami增值服務以及mPro手機行動上網服務，讓使用者自主取得和吸收數位資訊，以此提升企業競爭力。



CHT

- 中華電信行銷處長吳明融表示，中華電現有5萬50M用戶，在大幅調降50M上網速率價格下，預定今年50M用戶目標將由15萬倍增至30萬。
- 截至5月底為止，國內上網總用戶537萬，其中，中華電光世代用戶217萬、ADSL用戶224萬，其中，光世代10M用戶高達185萬、ADSL的1M用戶55萬、8M用戶29萬。
- 2015年時國內80%用戶可以接取100Mbps有線寬頻、光纖用戶達到600萬。



MOD播放智慧高畫質頻道

- 中華電信MOD主打智慧播放高畫質頻道，並推出高畫質電視促銷方案，5大電視機品牌14款機種視綁約資費、年限不同，可享3~8折。
- 擁有87萬用戶的中華電信MOD，智慧播送高畫質頻道基本月租89元，可收看3個高畫質頻道。並結合奇美、聲寶、Panasonic、BenQ、Sony、等5大品牌，推出高畫質電視超值優惠方案，14款機種從24吋起到55吋機種，打3折起到8折間，並含基本安裝及HDMI線。



MOD第二平台

- 中華電信表示，2011/11月推出MOD第二平台是多螢一雲的平台，透過此平台將可以在暨有的影音多媒體互動服務外，還有視訊電話的功能。
 - MOD也不再侷限於只能以電視機收看頻道節目，未來擴大提供電腦、智慧手機甚至MID多媒體裝置等不同的裝置和平台，影音互動服務。
 - 中華電還規畫將MOD整合「i顧家」服務、正式推出IPTV視訊電話，成為中華電完成數位匯流布局最關鍵的一大步。