

## 全方位解析 — 消費者與行動寬頻

行動寬頻 (Mobile Broadband) 對 3G 系統業者，代表著一項重要的資料服務收入來源。產業研究機構認為，行動寬頻具有廣闊的用戶發展前景 — 2012 年時，全球將會有 18 億寬頻用戶，其中三分之二將使用行動方式連結網際網路。

為了幫助客戶對最終消費者有更好的瞭解，易利信消費者研究室針對不同市場，包括先進與新興市場，進行了大量的消費者研究。內容包含消費者對行動寬頻的態度與認知、使用行為方式、使用驅動力與障礙。目的是研究不同發展程度市場的差異、解決服務使用的障礙，幫助系統業者更有效率拓展市場。

### 消費者對行動寬頻認知 — 網際網路連結或是行動方案

消費者對行動寬頻的認知並不相同：部分用戶比較關注作為寬頻連結手段的特點，將它看作是與固定寬頻相同的網路連結方式，甚至是固定寬頻的替代技術；部分用戶則比較關注行動性，以及由此所帶來的行動狀態便利性，認為是對固定寬頻的補充。

基於不同的市場發展狀況和以往的使用經驗，不同地區用戶對行動寬頻的認知其實有相當大區別。在西方先進國家，普通的網路用戶傾向把行動寬頻僅當作連結的一種手段，而高階用戶傾向將行動寬頻作為拓展行動範圍的工具。行動寬頻幫助他們實現隨時隨地的網際網路連結。在新興市場，那些先前沒有申請網際網路連結的用戶或使用撥號方式上網的用戶，比較將行動寬頻看作是一種網際網路連結手段；而現有的固定寬頻用戶，則是能夠分辨行動寬頻與固定寬頻的區別，因此更容易將它作為行動方案。

此外，我們的研究還顯示在先進市場，有很多用戶同時擁有固定寬頻及行動寬頻。對於這部分的用戶，行動寬頻形成了對固定寬頻的補充。他們在家的時候使用傳統的固定寬頻，或者在需要下載檔案、觀看視訊或玩線上遊戲時使用固定寬頻連接。同時由於工作或娛樂的需求，他們又需要較高的行動性，例如在出差、度假或在公共場所時，行動寬頻讓他們能夠自由收發郵件或瀏覽網頁。在這些同時擁有固定寬頻和行動寬頻的用戶中，超過半數的用戶保持兩種連結方式 — 或至少在最近的一段時間內。

### 使用行動寬頻的驅動因素

對於當前的行動寬頻用戶，使用的主要原因，除了行動寬頻的寬頻連結功能與行

動性之外，行動解決方案所帶來的便利性也是一項重要因素 — 用戶無需再依賴固定線路、資料卡或內建的高速上網模組，這對於大多數使用者來說更加簡單易用。行動寬頻用戶認為，相對於傳統的固定寬頻，行動寬頻的安裝及維護都更加便捷。尤其對於那些並不精通技術的簡單使用者來說，一旦使用過程中有了問題，他們無法識別究竟是電腦本身還是網路的故障，因此需要網路服務提供商的維護人員進行現場維修。由於服務人員缺乏，往往需要等很長的時間。但是，對行動網際網路用戶來說，最壞的情況下用戶也可以方便地將電腦帶到系統業者的服務中心，因此可以大幅縮短問題的解決時間。

### 行動寬頻的使用

有些時候，「行動寬頻 Mobile Broadband」這個術語具有一定程度的誤導性，很容易使人關注到其行動的特徵，從而聯想到其重要的使用場所會是在戶外或行動狀態下（例如公共交通工具等）。但我們針對消費者的研究卻顯示，「家」是用戶考慮使用行動寬頻的主要場所。

在日常的實際應用中，消費者使用行動寬頻的主要場合是室內環境。正如上方圖表所示，消費者行為研究室對四個先進市場的研究顯示，大約六成的行動寬頻用戶，每天都會在家中透過行動寬頻上網；低於 20% 的用戶，會每天在通勤的過程中或在公共場所，透過行動寬頻連結網際網路。

透過對這四個先進市場潛在用戶的研究，我們發現行動寬頻的吸引力，主要在於所能提供的自由和方便性。其中在度假時可以連結網際網路，對大多數潛在用戶都具有足夠的吸引力，當然這也和先進國家消費者的生活方式及長久形成的度假經濟密不可分。

### 網際網路服務的使用

消費者研究室針對四個先進市場的消費者研究顯示：電子郵件、網頁瀏覽與即時通訊，是行動寬頻用戶最常使用的三種服務。對於這三種服務，同時擁有兩種寬頻連結的用戶會在不同場合使用不同的連結方式。對於其他的網際網路服務，僅有行動寬頻的用戶，和同時擁有兩種寬頻連結的用戶，兩者透過行動寬頻連結使用的比例相似：舉例來說，10% 左右的行動寬頻用戶（行動寬頻是唯一的寬頻連結方式）每天透過其欣賞串流媒體內容，同時擁有兩種寬頻連接的用戶中的 10%，也透過行動寬頻欣賞流媒體內容，其他的服務使用也顯示出相似性。

當在戶外或行動環境中，行動寬頻連接時最常使用的三種服務是：網頁瀏覽、網

上銀行和即時通訊服務。

### 終端選擇

行動寬頻雖然並不僅限於筆記電腦或可攜式電腦使用，但很多的消費者認為筆記型電腦或可攜式電腦，是使用行動寬頻的最佳終端。消費者研究室在先進國家的研究顯示，超過 2/3 的行動寬頻用戶只用筆記型電腦；大約 1/4 的行動寬頻用戶同時使用筆記型電腦和桌上型電腦作為行動寬頻的終端。

在行動網卡領域，雖然有更多的消費者傾向內置行動網卡，出於共用分享目的，外接式行動網卡也受到相當多用戶的歡迎。消費者研究室對先進國家行動寬頻用戶的研究顯示，40% 的行動寬頻用戶更傾向於內置行動網卡、20% 喜歡外接型的、18% 同時喜歡這兩種方式，另外還有 23% 在這兩種方式中沒有特別喜好。

### 行動寬頻發展的主要障礙

行動寬頻的發展速度很快，尤其對於先進市場。但從消費者的角度來看，同時還有很多的因素影響到潛在用戶的購買決策過程。其中費用、可攜式電腦的普及程度、及消費者對行動寬頻的瞭解和認知，對行動寬頻發展的影響最為顯著。正如下圖所示，四個先進市場中的潛在用戶，當被問到「您提到沒有申請/購買行動寬頻，下面的哪些因素對您的決定將有影響」時，更多人提到了價格、是否擁有筆記型電腦、以及對該服務的熟悉程度。

消費者對行動寬頻的價格認知在很大的程度上，是以他們對手機上網的經驗和瞭解為基礎。基於流量計費的複雜性及帳單金額的不確定性，使得大部分不熟悉行動寬頻的用戶，留下了行動寬頻很貴的印象。同時，很多消費者自然地將行動寬頻的價格與固定寬頻的價格進行比較。在覆蓋範圍、網路信號穩定性跟網際網路連結速度不能達到傳統固定寬頻的品質時，即使是同樣的價格水準，消費者還是會認為行動寬頻太貴了。從計費方式講，消費者傾向於簡單、透明及可控制性。所以很多用戶成為不受限制包月計費方式的擁護者。

價格因素不僅顯現在行動寬頻的使用過程中，終端的價格也會影響消費者的購買。雖然除了在某些特定的市場，消費者並不認同行動寬頻僅限於筆記型電腦或可攜式電腦的使用，但很多消費者認為，筆記型電腦或可攜式電腦是使用行動寬頻的最佳終端。

### 對產業的啟示

我們知道，不同類型消費者對行動寬頻擁有不同的認知。因此，針對不同的分眾用戶群對行動寬頻執行不同的定位與行銷策略就顯得十分必要。市場行銷人員針對沒有寬頻連結的消費者，可以強調作為網路連結方式的手段與簡易性。而對固定寬頻用戶，則可以更強調由行動性所帶來的隨時隨地連結網路便利性。

終端裝置的可取得性，也將對行動寬頻的推廣造成很大的影響。全球很多系統業者都透過終端裝置補貼的方式，來吸引用戶並保持用戶黏著性。消費者研究室的研究顯示，消費者對終端裝置的傾向性有很大的不同，喜歡內置行動網卡與喜歡外接行動網卡的用戶都有相當的比例。所以系統業者在考慮定制內置模組的同時，也不能忽視對消費者提供可供選擇的資料卡或 USB 外接設備。