

## IMS — 面向價值管理體系的新平台

近幾年來，傳統通訊系統業者的發展面臨著諸多困境。面對網際網路許多新業務如 GAMEYs (Google、AOL、MSN、eBay、Yahoo!) 等，業者缺乏優秀的商業及計費模式，嚴重外流的話音業務，寬頻市場也面臨其他產業的跨入競爭。傳統通訊業的發展可說正值“多事之秋”。

但 IMS 將帶來網路“價值”的全新答案，提供希望與新機。

### 通訊業轉型成為整合出發點

在全球化、注重個人價值、新興群體文化、全新社會網路和日益普遍的移動生活方式的影響下，最終用戶的行為正在迅速發生變化。

從業務的角度看，個人用戶和企業／商業用戶希望得到便捷、易用、安全的服務以及永遠保持最佳網路連接。於是，網路系統業者開始重新評估網路整合的價值，並把它視為留住客戶並為其用戶提供增值業務的機會。2004 年初英國通訊擬訂了“21CN 戰略”，邁出了通訊轉型關鍵的“第一步”。2005 年 4 月，西班牙通訊選擇了易利信為其提供 IMS 解決方案，規劃出完整的整合網路方案和具體實施步伐，2005 年中國通訊業伴隨著世界通訊的新趨勢，及時把握住潮流，提出了轉型的戰略決策，為迎接下一輪通訊業的興盛指明了方向。

轉型是一種戰略選擇，也是航行的方向，戰略方向的正確性是企業處於不敗之地的基本要求，IMS 組成的新平台，是通訊業轉型為行動戰略化的橋樑。

### 新技術的力量

如果孕育傳統通訊的土壤正逐漸流失，那麼是時候思考通訊發展的全新內涵了。如何及時有效地將資源優勢(網路資源和用戶資源)及時轉化成能力優勢，如何實現資訊網路的標準化，規範化，制度化，實現對整個資訊環境下的主導權，仍然是一項影響深遠的戰略型任務，仍然需要以先進的網路技術構成的平台作強大的後盾，才能實現此一目標。

## (1) IMS：競爭與成本的優勢

IMS 發展的目光第一次超越了通訊領域本身，及時把握住了通訊資訊化、全球化，資訊社會化、個人化的趨勢，將移動、媒體、廣播，電視，通訊，網際網路等統籌起來，解決了網路整合、業務整合、產業鏈整合和終端整合等問題，這是一種“大視野，遠未來”的整體戰略構思和整合的架構。

IP多媒體子系統（IMS）讓系統業者以一種標準化、系統化、並能充分利用分層體系結構的方式開放式地提供業務。此外，IMS採用了一個成熟的體系結構，它不僅能簡化和加快業務的創建和配置過程，而且能確保已有的網路互通性。

透過演進至IMS，系統業者就能確保架構的平台成為用戶連結通訊、媒體、內容和業務的首選供應商和最佳選擇。這種演進將確保系統業者，可以連續不斷地向用戶提供新業務和新內容，並對這個不斷擴展的業務環境進行有效的管理。**根據易利信在全球IMS的經驗，部署IMS比傳統的通訊網路成本至少降低一半以上。**

IMS 是一個完整的端到端的系統，使得網路和終端緊緊的整合在一起，它極大地提高了網路效率，而且使新業務上市時間更快、更容易。不論話音業務、資料業務、影像業務，廣播業務等，所有的業務都可以整合到以 IMS 組成的 IP 的平台上，使得系統業者還能更有效、更有序和更有力地管理整合與系統業者合作的資源和平台。

## (2) 價值管理的新平台

### a. 創造業務、內容價值的智慧集聚地

穩定性，時效性，安全性和內容本身是“通訊業務價值”的基本要素，而複雜性、安全性和高可靠性則是通訊業務價值的放大器和成本的計量衡，簡單粗糙則是“免費”的通行證。IMS 將通訊網端到端服務品質的可控性、穩定性、複雜性和網際網路的自主靈活、高效和簡潔性有機結合起來，促使成新的安全體系和新的價

值觀。通過 IMS 形成技術體制平台上的智慧集注地，通訊資訊的各個內容應用商、消費者和網路提供商將自己的創新思想、活動關聯起來，共同界定業務價值的內涵、邊界和價值的派送方式即商業模式。

IMS 是走向價值管理體系的新平台，主要體現在：1.對創造業務、內容價值的自如和自由上。2.對網路安全、資訊私密保護的高可靠性上。3.對業務內容進行全方位管理和操作。4.大容量快速承載資訊，“識別”業務的內容和價值。

能夠識別資訊內容和價值，系統業者就能確保網路安全、秩序與服務價值。

### **b. 增強系統業者的主導力**

要擁有安全有序的網路，就需要對整個產業鏈有強勢的控制力。系統業者不能僅僅滿足為內容提供商提供媒介，做為資訊價值傳遞者，更需要運用專業知識的戰略性變數，實現對整個行業和社會的影響力。同時需要更深刻地理解及體會——在眾多消費者參與的資訊網路中，網路的價值、業務的價值通如何才能實現及到共識？這就需要一個強有力的控制統一平台，來實現對整個通訊資訊環節的控制。

IMS 為系統業者加強對各個通訊資訊環節的控制，面向價值管理體系的 IMS 平台，可以識別服務內容的價值，為內容提供通訊級的安全保證，以及全方位的服務品質，同時更重要的是整合和規範通訊資訊服務的服務、內容可操作性、可控制性及完整性的端到端的整合能力與管理能力，這樣系統業者就能夠將各種目前市場中“遊擊”式內容製作、資訊傳播和“自我主流”服務產品整合起來，為營造一個健康、有秩序、可長遠穩定發展的通訊資訊市場鋪平道路。

### **c. 管理模式的轉變**

沒有一個行業單純依靠“價格戰”能夠發展壯大起來。避免“價格戰”的最好途徑就是：拓展業務的市場和消費認同的價值，延伸服務、內容的價值空間。隨著 IMS 對整個產業鏈控制力度的加強，無形之中使得系統業者延展了業務、內容的價值範圍和縱深度，放大了價值的內涵，IMS 將最終消除“價格戰”的限制。

由於 IMS 整合平台營造了各種業務的創新性，以及實現的無限制性，因此能以前所未有的態勢激發業務、內容和商業模式。差異化的價值競爭成為必然的理念，就容易形成以「創新價值為目標」的繁榮局面。

正如易利信總裁史凡柏格所說的：IMS 是 HSDPA 的下一步。如今，HSDPA 已步入大眾市場，全球 IMS 也已初具規模。行動世界、資訊世界終將為 IMS 整合平台，找到豐富多彩的業務及商業模式應用，為維繫通訊市場的興盛及競爭力提供長久的動力來源。