

淺談『電信服務與通訊產品整合』所形成的通路新革命

作者：元訊寬頻 郭誌經 協理

從『電信自由化』談起

台灣自十年前開始倡議國家競爭力的再提升，因此諸如『亞太營運中心』、『亞太金融中心』等等的概念不斷的被提出，也因為這些構想的發起而突顯出台灣當時的基礎環境配套不足，例如法令的鬆綁、公平合理的產業政策與條件、鼓勵民間參與投資的誘因形成...等等。

其中對於內需產業影響最大的部分，莫過於後來創造出國內電信產業蓬勃發展的『電信自由化政策』；拜此一政策所賜我們對於電信服務的選擇性、價格與產品的多元化、服務品質的提升等等，我想已經是全民均已感受且深切享受其利益了，特別是在行動電信的服務上面，更是因此創造出傲視全球的高普及率，但反觀台灣行動電話的快速成長，除了政策、環境、電信服務營運商、通路商的投入以外，還有一群功不可沒的市場策略推動者！他們不斷的推陳出新設計出誘人的方案，配合新電信業者的靈活經營的思維，所以自『一元手機』開始就打開了市場沸騰不止的潮流，再加上費率下降、服務品質提高、手機款式不斷變化，充分將市場當作客戶的需求不斷的創造與延伸，也因此當時宏觀洞悉此一趨勢的企業及電信同業，都在這一波電信自由化的浪潮中再度站上巔峰。

『新固網』終應覺醒

隨著行動電信服務的成功開放，新固定網路電信服務公司的誕生也是眾人的期盼，但因為固定網路的建設與行動電信網路有所差異，所以新固網開台近三年以來並未對於市場造成太大的影響，特別是受限於基礎網路的重複建設，及不公平競爭條件有再進一步改善的爭議，所以多數電信同業似乎對於新固網的存在，沒有很明顯的立即性的期待；雖然許多人都深信公平合理的政策，終將會因為台灣加入 WTO 後，進一步放寬外資投資電信產業的比例限制等等因素影響，而會得到適時的解決與開放，但我們更相信市場是需要努力去創造與開拓的，如果我們因為現階段市場仍是壟斷而侷限在特定的形式，就誤認為這樣的情況不會再有改變，那麼當然不能去抱怨既得利益的壟斷者不願改變，同樣的是作為身在市場最前端的電信同業，如果只是依循既有的行銷模式與慣性，那麼又怎能以更新的創意去爭取更多的客戶呢？

所以我們樂觀的相信，動輒投資數百億資金的固網業者，不會坐著等待還需幾十年重複的基礎建設完成才能獲利，聰明的政府也不會漠視不合理的產業政策限制，而扼殺了國內、外電信投資業者的信心，因此更自由化的固網競合時代終會在這些『新固網』覺醒後來臨！

『電信服務與通訊產品整合』是必然的趨勢

承續前文所言，因為目前固定網路的電信服務仍屬寡占的局面，因此無論新固網或是其相關合作夥伴，不僅必然也必須尋求突破，而時機成熟與否及自身的準備是否已經充足才是關鍵，在經過一段時間的市場競爭與紛擾後，我們相信新手上路的不穩定、不順暢..，都已經在不斷的挫折中讓這些新人變成老手了，所以技術與品質的素質也都逐漸受到市場的肯定。

那麼現階段尋求突破的方法又是什麼呢？我相信每個人都會第一時間想到：費率！但單純的『割喉戰』只不過是減損自身的合理利潤罷了，因為微薄的利潤也支撐不了通路的服務成本，最終反倒把市場的餅給越作越濫了！因此，既要讓客戶享有與現有的服務更優惠的產品，又要讓通路能夠獲取合理的利益就要做整合，將通路所能夠掌握的利基和電信服務的優勢結合在一起，創造一個：用戶、通路、電信業者三贏的局面，而不再只是將產品當成單純的一項項單品來銷售，每一項都必須面對比較、競價、而後流血搶單，將整合後的 Total Solution 提供給客戶，優勢已經在整合中被突顯並創造出來，其他競爭品牌無法立即反應，那麼爭取到更大的市場份額就是通路應得的戰利品，若加上電信同業們過去精耕於客戶關係與售後服務的精神，擴大的市場就如同穩定的客源，如此才是在創新中持續成長的做法！我們相信很

快將會有前述『電信服務與通訊產品整合』這樣的突破性產品，與其消極的等待或排斥這樣的趨勢，我們反而期盼並樂見大家能夠順勢了解如何參與這股趨勢，因為一旦市場有所啟動，勢必產生連動與更多的反應，所以形成一股潮流或是風起雲湧將是在所難免，因此即便通路願意等待和觀望，我們相信市場與電信業者也會按捺不住，為了繼續扮演市場的主流角色，我們當然相信這樣的趨勢會是大家都共存共榮的新契機。

結語

市場的競爭就如同運動場上的競技，遊戲規則不會為一個人或少數人訂定，當多數的觀眾期待更合理、更優質的競賽時，更直接且促使比賽激烈的規則便會應運而生，我們選擇加入這一場比賽，因為我們相信會贏，我們更相信睿智的電信同業也看到這樣的趨勢，也會投入這一場比賽或創造出另一個新的規則，但無論如何我們預祝大家都能獲得成功與勝利！