

## 【新加坡 SPH MediaWorks 新媒體部門資深副總 Chris Rogers】

各位女士各位先生，大家午安，非常榮幸今天有這個機會，可以在這裡跟大家見面，看到這麼多人這麼踴躍的出席，讓我非常的高興。

MediaWorks 這個公司只有兩年，兩年前只是紙上公司而已，我們在紙上存在兩年，真正的開始播放節目只有一年，我們兩個頻道，channel I 跟 channel U，我們叫做 U&I，就是你跟我，我們倆是在一起，所以我們叫 U&I，U 叫做 U 頻道 channel U，大家都知道了，這兩個頻道都是去年 5 月開播的，我們主要的業務是內容，我們也做播放，但是最重要的是內容，我們採購、也行銷，我們也製作內容，我們做電視媒體、廣播節目、或者是新媒體、網際網路都有。

在中國大陸跟香港都有我們的業務，我們跟東方魅力合作，我們也跟 J 頻道有合作，這兩個頻道都是內容的頻道，事實上我們在新加坡開播之前，我們第一個節目是在香港播出的，我們很高興的一件事是，我們一年之內就變成市場上最大的龍頭了，我們的市場佔有率非常的高。新加坡這個地方呢，都還有 350 萬人，100 萬個家戶，這個地方很小，所以我們在新加坡的看法不同，我們花錢的方法、消費的方法也不同，這是關鍵所在。

事實上，我們一點都沒有數位，新加坡沒有數位電視，我們大概要再兩三年。在新加坡可能不只兩三年，才會有數位電視。現在有線電視在新加坡的普及率，大概是 90% 到 95%，保守的說，超過 90%，其它的是用地面電視、無線電視的，35% 的這些看有線電視的人，大概家裡都有機上盒 set top box。法律規定，有線電視也可以播放我們的節目，所以，我們就不需要天線，甚至沒有機上盒的這些人，也可以收視到我們的節目，這是新加坡的法律規定。

接下來我要跟各位講四個重點；第一個，我或者我們公司對於電視的定義是什麼，所以等一下大家可能覺得我的論點很。第二個講的是電視可以用的平台，等一下我給大家看各式各樣的節目，這是我們新加坡實際播出的節目，我們來看看，我們怎麼樣決定要製作這些內容，所以第一場研討會，要講的是內容的部分。

第一個要跟大家說的重點是互動電視，大家都覺得互動電視是老式的電視，再加上一個機上盒，就是數位的機上盒，所以這樣子我就可以進行互動，事實上我認為不對，我認為，這只是其中的一種方式，我認為還有其他的方式可以進行互動，對我來說呢，互動電視不是科技的問題，是溝通的問題，是播放者跟收視者之間的問題，還有是重疊的收視者之間的問題，或者是播放者跟收視者之間的關係，而且可以是收視者之間的互動，所以它不是科技的問題，它是服務、它是溝通。所以，我認為，沒錯，電視機上盒是其中的一部分，可能一年到三年才會更普及，但還有其他的方式，PC 也是其中一種方式、電腦也是，前一位講者講的就是網際網路的使用，我們在新加坡也有，但是，在新加坡呢，PC 的普及率，我們用 PC 看電視的普及率不是很高，另外好比說手機、0204，我們也叫做 1900，這就是所謂的付費電話。

另外互動還有其他的、我們平常不會想到的一些設施，好比說飛機，好比說

我坐飛機坐了五六個小時，或者十小時或更久，為什麼那個時候我不能用互動電視呢？另外，銀行的提款機，我常常去提錢，這個也是一對一的、互動的點，為什麼我不能用這個點來跟我的客戶接觸呢？不一定要用電視啊。

那麼，在今天的報告裡面，我要講兩個重點，我們大概有 20 分鐘、30 分鐘的時間，所以只講兩個重點，第一個講手機，第二個講 0204 付費的電話。為什麼要選這兩個題目呢？因為第一，新加坡的普及率，這兩個東西很高，我們的手機在新加坡的普及率不及台灣，大概只有 90%，但是 90% 已經很好了，第二個是使用很方便，大家都會用手機、大家都會用簡訊，我們將來，大家會用這種圖像多媒體的簡訊，甚至我到加拿大去也可以用簡訊，大家都會用簡訊，很好用。另外，它的科技是很成熟的，這個技術已經非常成熟、非常穩定，已經試用過了，而且是一對一的溝通，這就是我喜歡 PDA 還是手機這種移動性的通訊設備，這是我喜歡它們的主要原因。

機上盒不能一對一，對於從行銷的角度來講，這是很重要的，機上盒是一對一個家庭，是一對五、一對六，太多人了，這不是一對一的，所以你透過機上盒，你不知道這是集體購買、還是某一個家庭裡面哪一個人的購買行為，另外，還有一個是可以創造收益，所以我們手機、用 0204，我都可以創造利潤，我可以收費。因此，用這種方式可以讓我產生收入，我就不要去碰很複雜的電子商務，一樣可以收穫。另外，這些付費的這些機組、建設，收費的機組建設也已經成熟了，我用現成的這些，跟電信業者合作，我可以利用他們的機組設施進行收費，透過電話帳單來收費。那麼，我作為一個廣播電視業者，為了四百萬人再重新設立一個分開的、獨立的收費的機制，實在是太麻煩了，所以我跟電信公司業者合作就可以了。

接下來我要跟大家講好幾個決策的過程，這些決策的關鍵點，會決定提供什麼樣的內容。我知道大家對於「互動性」是什麼，可能還不是很清楚，但是等一下我會說明。

我認為，互動有兩種，過去我們看一些肥皂劇，或是教育節目，或是綜藝節目，這些是舊的電視節目，那個時候的節目，大家只有單方面的看，是沒有互動的。另外一方面，我們看互動性的時候，我們要看，還要參與，還要加入這個節目裡，可能跟過去的節目不太一樣，等一下會給大家看一個例子。還有觀眾參與的角度也不同，我們全球都要進入數位時代了，過去台灣普及率不是很高，剛剛副局長也說，台灣將來的普及率，數位電視要達到 85%，但是現在呢，這個普及率只有 20% 到 30% 的時候，我們怎麼樣進行互動？所以現在互動數位電視還不夠普及的時候，我們跟廣告商、跟我們的業主怎麼樣來突破這個問題呢？所以內容方面，我們就要很小心，我們想要達到的目標觀眾有多少，比率有多高，要不然我就沒有辦法找到贊助的廠商。

很重要的是，這個互動之間的過程、流程的延滯有多久，譬如說他送一個簡訊，它多久才能收到互動的回傳？這個我們要考慮進去，另外，還有一個很重要的一點，從一個公司的角度來看，我們自己本來就沒有什麼內容，但是你要讓大

家知道內容有多少，你自己還有多少內容，這是很重要的，有多少現成可以用的。最重要的一點就是介面的設計，等一下我會跟大家說幾個例子，但是最重要的是，如果互動性太強的話，大家就不會注意內容了，所以我們在整個設計介面的時候，要非常的小心，我們要看看內容和設計介面怎麼樣達成一個平衡，要看起來很舒適，但是互動性也要很強，而且不要讓大家忽視了內容。

那麼，我們是一個商業的公司，我們是新加坡第一個地面電視的商業頻道，對我們來講很重要的，就是怎麼樣賺錢。當然，新加坡政府是很強勢的，我們要考慮一下，政府會對我們有什麼影響，會不會對於互動性，政府有任何的法規的規範呢？等一下我會跟大家說明，用幾個例子說明。最後呢，很多人都在討論開放標準等等，那麼機上盒製造商也在講標準這個問題，所以你的互動性要建築在哪裡？你要去買呢？還是做自己的標準，這是很重要的，尤其在競爭的環境之下很重要。如果你要花六個月才能自己建制，人家花兩個月就買來了，你就沒有辦法競爭。

剛剛是文字，文字的部分講完，接下來就是看圖了。我跟大家說三種不同的節目型態，這是在新加坡實際播出的，一開始是最基本、最簡單的互動，用 0204 跟手機，就可以進行互動了，第一個，叫做 StarStruck，我們可以用簡訊跟 0204。第二個是點選音樂可以播放給誰聽的這種節目，第三個，是電影預告片隨選的視訊，前兩個可以用 SMS，第三個用 WAP 或是 GPRS，請看這個全螢幕。大家看到這裡，這個節目在這裡，有五個比賽的人，ABCDE 有五個人，我們在選最佳新人，在家裡看電視的人就是來投票，觀眾事實上就是要選誰可以變成最佳的新人，所以不是公司決定誰是下一個出道的人，是三個禮拜的觀眾投票，讓觀眾去選他們最喜歡的人，成為最佳的新人，很簡單的是我可以用我的手機，這是我的手機，我就用簡訊送出去，我就選 ABCDE 選一個，很簡單，就這樣，或者是我可以用 0204 打出去，按 12345，兩個都可以，因為我發現有些六十幾歲、七十幾歲的人，不喜歡用手機，所以他們用 0204 一樣可以參與，那麼最重要的是，0204 跟手機的簡訊都是要付費的，所以他們在投票的同時，他們也要付費，我們就有收入了。

等一下很快的跟大家說一下這個節目，這個節目是內容導向的，我剛剛說過了，這個就是內容導向的節目，所以這個節目如果沒有互動性的話，還是一樣可以進行，所以有很多的這種明星，都是這樣選來的，所以參與率非常的高，所以我們才用簡訊跟 0204，所以這些節目本來就有了，我們沒有為了互動性而創造新的節目，我們加了一些圖像、用了一些科技，但是他的內容還是非常傳統的。所以攝影機的角度很重要，通常呢，你要做互動的時候，你要做全螢幕、半螢幕，就有一些內容就看不見了，所以你要攝影的時候、你要拍這個畫面的時候你要很注意，或者是攝影機的角度非常重要，這樣才不會蓋過太多畫面，讓畫面看不見。

事實上我們並沒有一開始就想要賺錢，但是我們的收入還不錯，過去，在這個小小的星星、紅色的星星這裡是贊助廠商的標誌，但是政府說這個廣告廣告得太凶，不行，要我們拿掉，所以，這個就是政府的法規對我們的影響，他們會規

定我們廣告商、贊助廠商的曝光率有多高，所以後來呢，我們就把這整個開發、外包給別人做了。

看看下一個，這是一個點播的節目，音樂點播節目，右手邊呢，你看，大家可以看得到，就是這個歌曲的選單，這時候我們一次可以看到五首歌，大家可以看到這個部分、白色的部分，是一個留言版，也就是說我要點這個歌，點給誰聽，這可以用 0204 或者是簡訊來留言，可以說我要點這首歌送給誰聽，或者是說你可以說等一下我要點第九首，所以你看看第九首已經被選走了，我就可以看到第十首，我要用簡訊送出來，我要選第十首。如果選成功的話，那麼在放這首歌的時候，我所要點播的內容、我要寫上的字，就會出現在中間，可以是圖畫、或者是文字都可以。這邊給大家看的是文字。更重要的是，你要點播的對象，他的手機在這個歌播出來的時候，他會收到一個簡訊說，有人點一首歌給你了，對我們來講也很好，因為我們多了一個觀眾，他收到簡訊，他又開電視來看，所以，這個節目非常的成功，我們整個收視率，比新加坡有名的音樂節目還更好。

等一下再跟大家說一下這個格式的問題，沒錯，這個是互動導向的，如果沒有互動的話，這個節目就不會存在，而且他的目標觀眾群非常的清楚，是 15 到 24 歲的青少年，我們也是善用現有的內容，而且他的成本不是很高，同時我們沒有特殊的攝影機的角度，是非常標準的節目的攝影方式，主要這個節目也不是拿來賺錢的。每個人來點歌，如果你沒點歌成功的話，收費是美金兩毛四，如果你點歌成功的話，是美金八毛五，所以我們不管怎麼樣，都會有一些收入，但是我們的收入不是重點。

好，最後一個給大家看的，我們叫做隨選電影的預告片，也就是說，過去我們在看電影的時候，先去買報紙，再看看報紙上面告訴我們，有哪些戲院在演什麼電影，這是傳統的方式，看看票價...什麼什麼，上面可能有這是誰演的，但是這個故事是什麼不知道。如果是熟悉新科技的人，他可能會有去開電腦自己來找，可是很麻煩，所以我們現在就創造了一個新的平台，我們就把最新的電影、快要推出的電影，在這個不是黃金時段的時候、或是晚上，拿出來播，但這個觀眾可以用手機簡訊來選他要看哪一個電影，最前面的是熱門排行榜，後面就是其它的部分，所以在選的時候，大家也在投票，我們就會把大家最喜歡的電影預告片播出來，最下面的這個部分是一個聊天室，或者可以變成 E-commerce、電子商務，大家可以買票、可以發表評論，或者是有任何的影評也可以。

另外，同時我們用這種方式來做競賽或是做廣告，等一下給大家看一下，好，現在我就跳到我們真正的這個影片的部分。你看看，現在已經開始在動了，好，這個是演員表，現在這個電影預告片就開始了。右邊的這邊呢，這是每個電影的選單，你看到大家不斷的送簡訊進來之後，這個線條就開始在動，這個下面...這個紅色的部分，就是跟大家講怎麼送簡訊、怎麼選，最下面黑底白字的是聊天室等等，這也可以是電影的劇情摘要，或者是演員的資訊等等，都可以。

最後播完了之後呢，我們也會有一些競賽，我們會問說演員是誰啊？在哪裡拍的等等，大家可以來猜謎，或者是你可以用 SMS 送回這個答案等等，不是好

玩而已，我們最主要是以行銷的目的來用的，因為這幾個問題，如果你能夠回答，你可以不斷的看的話，我們就可以了解，你到底看的是動作片、還是運動、還是文藝片等等，我們就可以了解消費者的行為。更重要的是，電影的發行的片商，他們非常願意發行試映，但是他們都亂發，過去他們也不知道拿電影試映券的人是誰，我們用這個回答問題的競賽，我們就慢慢地了解我們所要發試映券的對象到底是誰了，因為他們的消費行為也被了解了。

這個呢，從格式的方面來講，它是非常的互動導向的，那麼中間有一點我沒有講的就是，電視事實上不是我們主要拿來用於推動電影的一個平台，過去電影發行商都不太喜歡用電視，但是用這個形式，我們把電影預告片引進電視這個平台上來。過去電影的發行商比較喜歡用報紙，或是你要知道更多電影的消息，你要付費、你要去看那個電視，但是現在已經不用了，甚至 Nokia 也來加入我們，做我們的這個贊助廠商，我們的目標觀眾也非常清楚是 15 歲到 30 歲，好比說他們可以在禮拜六早上放學以後，或者是黃金時段過了以後，他們可以來看我們的節目。另外，我們這個節目的內容是特別設計的，這不是三十秒的、平常一般的預告片，是特別為這個節目設計的兩分鐘的預告片。

另外，你的格式跟解析度都要改變，來適應電視的格式，所以這個也不是賺錢用的節目，現在參加這個節目，你送簡訊或是投票，是不要錢的，主要是要吸引最多人來參與。