

中華電信 MOD 的 HD 策略運用

策發部 陳慶立 2008/3/17

最近可以在各大報看到中華電信連續刊登醒目的半版廣告「中華電信 MOD 邁入 HD 高畫質新紀元」，中華電信利用國人十分關心中華隊能否順利進軍北京奧運的棒球熱，趁機拉抬「光世代網路」與多媒體隨選視訊客戶成長力道的意圖相當明顯。

此次中華電信高畫質(HD)節目的正式開播算是台灣市場的第一次，內容賣點是棒球 8 搶 3 的奧運資格賽，這個比賽從 3 月 7 日開始持續到 3 月 14 日，廣告宣傳上強調「光世代客戶在家也能如臨現場」。另外也透過與收視戶互動送贈品的服務來吸引客戶。活動的日程是 3/1~3/31 (含 3/7~3/14 奧運資格賽賽事直播)。活動方式為：客戶每周可以獲得 1 個免費挑戰金幣，假如付費訂閱隨選視訊則可獲得更多的挑戰金幣。持有金幣者可以參加奧運資格賽勝負的預測 (預測正確一場 20 分) 或達人問答 (答對一題 1 分)，獲得最多分的人就可以得到獎品。最大獎是筆記型電腦一台。

相較於類比電視的 525 條掃描線，HD 電視機的掃描線數約為兩倍 1080 條。HD 電視機的畫素是 1920 乘以 1080 約為 200 萬，類比電視約為 35 萬畫素，因此 HD 的清晰度高出約 5 倍。螢幕畫面則由 4：3 變為 16：9 則讓畫面寬度提升約 30%。

我們從英國以及日本這些 HD 先進國的經驗可以知道，用 HD 攝影機拍攝後以 HD 規格剪接、製作、播出的所謂「Full-HD 體育大型賽事」具有感動收視戶的良好效果。從這個角度看，中華電信相當靈敏而快速地掌握市場的需求，抓住球賽舉辦的時機，在緯來電視台提供 HD 比賽畫面的情況下，可以說替 HD 以及自身的服務內容作了一次成功的宣傳。這樣的商業行為激發了有線電視業者的危機感，根據『經濟日報』的報導，「五大有線電視系統包括中嘉、凱擘、台灣寬頻、富洋與台基網，預備耗資 220 億採購具有 HD 功能數位機上盒，其次，則向

NCC 反應中華電信的促銷方式，有交叉補貼的問題，對業者形成不公平競爭」。

英國從 2006 年 6 月上旬起，針對倫敦地區 450 個受測家庭免費播出 5 個月的 HD 節目，涵蓋 BBC、ITV、第四頻道以及第五頻道等 4 家公司所提供的內容。測試中雖然沒有新聞節目，卻有 84% 的受測者表示希望看到 HD 的新聞播出。其次則為體育、喜劇及戲劇。

日本 NHK 看到衛星訊號薄型電視機熱賣，又預期衛星數位電視接收器在 2007 年的累積銷售將突破 3000 萬台，認為這是積極推廣 HD 媚力的絕佳時機，因而在 2006 年進行了一連串的公關推廣活動。其中與 7 家商業電視台合作，在 6 月的世足賽、衛星數位電視收視戶數達到 1500 萬及 2000 萬時，作了相關的 PR。為了讓多數的收視大眾能夠體驗 HD 的臨場感、高畫質與高音質，恢復日本觀眾對 NHK 的信賴，2006 年轉播了東京巨蛋的巨人隊棒球賽，國技館的大相撲，以及由 NHK 共同主辦的高爾夫球賽，路跑活動等。從英日的作法可以看出以 HD 規格製播體育節目是廣播界的趨勢。

在台灣，為了 8 月份奧運等大型體育賽事後續的製播需求，中華電信正在建構 1 個攝影棚及 2 個聲音棚，預估花費近 1 億元新台幣。未來中華電信的 HD 片源主要來自英國、日本與美國。以內容種類來看比重最高的運動賽事將超過一半，其次是知識性節目與影劇。由於這次中華電信拿到北京奧運台灣區新媒體的播映權，這意味著用戶可以透過 IPTV-MOD、Internet-Hi-net、行動電話-emome 收看相關的比賽內容。

透過電視要收看中華電信的 HD 節目，必須具備幾項條件。頻寬要求必須申裝至少 10M/2M 以上的所謂光世代網路，搭配 MOD 服務，而且機上盒必須是華電聯網所供應的 205 機型，當然用戶的電視機必須支援 HD 功能。中華電信數位內容處副處長張義豐表示：刊登廣告的目的在告訴國人 HD 的服務已經來臨，MOD 自 4 月起將增加 restart 功能，也就是說 Live 直播節目也可以暫停或倒帶播出，因此，國人的收視習慣即將改變。同時也期待 MOD 的 HD 服務可以帶動數

位內容產業發展，幫助面板廠商的 HDTV 得到認同。

目前同時申裝中華電信光世代網路與 MOD 服務的用戶約有 18 萬戶，當中裝有 205 型機上盒的用戶約為 7 萬戶。只要是光世代用戶，先前雖非裝設該型機上盒，只要告知想收看 HD 節目，都會為其免費更換為 205 機型機上盒。申請光世代網路需要 3-5 個工作天，簽一年約，頭一年的月租費是 990 元，之後恢復成 1300 元。光世代用戶目前有 160 萬，約佔 ADSL 總體 450 萬的三分之一。MOD 用戶簽一年約者可免除 800 元的裝置費，每月則需繳交基本費 89 元。中華電信今年 MOD 的用戶目標定為 100 萬戶，目前有 43 萬戶，距離預期目標還有 57 萬戶，到年底為止，平均每月必須成長 6 萬戶，中華電信希望透過導入 HD 等內容的提升來吸引用戶。從過去推廣 ADSL 時每月申裝量達到 7 萬戶的經驗來看，認為達成目標並不困難。

此次台灣隊在資格賽中擠進前三名而取得了北京奧運的入場券。由於有國人參賽又有看頭的節目才能創出高收視率，這個結果對即將來臨的 8 月奧運賽的棒球轉播是一個大利多，同時也為中華電信 MOD 的 HD 推廣提供了下一個舞台。

參考資料：

1. 中華電信MOD網站，<http://mod.cht.com.tw/>
2. NHK網站，http://www.nhk.or.jp/bunken/book/book_data/bookdata_07112001.html
3. 電話採訪，2008/3/13，中華電信數位內容處副處長
4. 自由時報，2008/3/7，A6 版
5. 經濟日報，2008/2/18，「HDTV 眼球革命 有線電視砸錢備戰」