



一雲多「頻」，跨屏娛樂新媒體

林志強

創辦人暨副總經理



市場的發展

在網際網路成熟發展的現況，
人們的收視或電視方法，產生了什麼變化？

愈來愈多人不開電視

「零電視家庭」崛起 低價收視成主流

自由時報 – 2013年4月9日 上午6:16

電腦、手機 取代電視

〔編譯陳維真 / 綜合報導〕隨著科技發展，**愈來愈多人不開電視，而是打開電腦、手機收看電視節目、連續劇、或是電影。這群勢力越來越龐大的「零電視家庭」可能將重塑年產值6百億美元（約1.8兆台幣）的電視廣播業。**

所謂零電視家庭（Zero TV households）是不再收看付費的有線電視、衛星電視，或甚至連接受免費電視訊號的天線都不用的家庭。據收視調查公司「尼爾森」統計，**「零電視家庭」已從2007年的200萬人成長到500萬人，大多是年紀較輕、單身、沒有小孩的人。**

Q: 但是真的是因為用戶不想在電視上看？
還是市場上沒有好的方法提供給用戶呢？

網路內容變成主流

YouTube「已取代電視」
每月10億人次上線 Google老董炫耀

【張翠蘭／綜合外電報導】

YouTube官方部落格指，市調機構尼爾森曾調查，美國18至34歲年輕一代看YouTube時間多過任一電視台。現今智慧手機、平板電腦普及，人人都是「低頭族」，尼爾森指這群人都是「C世代」，追求Connection（連線）、Creation（創新）、Community（社群）及Curation（收藏）等「4C」。趕回家看電視的時代似已過去，隨時看YouTube已成休閒。



Q: 我們應該用什麼樣的方法，最大化這些內容的使用率呢？

行動影音需求

行動裝置看影音節目成趨勢

中時電子報作者：記者何英煒／台北報導 | 中時電子報 – 2014年7月22日 上午6:01

資策會FIND的調查數據顯示，民眾收看影音節目的習慣，已經從電視轉移到行動裝置。

據調查，台灣智慧型手機人口占比達58.7%，推估人數高達1,225萬人，而台灣持有智慧型手機或平板電腦的民眾共逾1,330萬人。

從消費者行為來看，消費者使用智慧型手機大多用來撥打／接聽電話、拍照／錄影、即時通訊與聊天、連結社群網站、查詢地圖、與導航，以及玩手機遊戲等等，均占了6成以上比率。其中，查詢地圖與導航者，以男性率居高。

在平板電腦的使用上，超過 6 成的消費者主要是收看影音內容，而超過近5成的消費者會透過平板電腦玩平板電腦遊戲、閱讀新聞、連結社群網站及收發郵件。

資策會發現，大多數使用者在平板電腦的應用行為逐漸是以收看影音內容為主，持有智慧型裝置的民眾約有半數會在裝置上收看影音節目，而民眾收看影音節目的習慣，已逐漸從電視移轉到身邊可得的行動裝置。

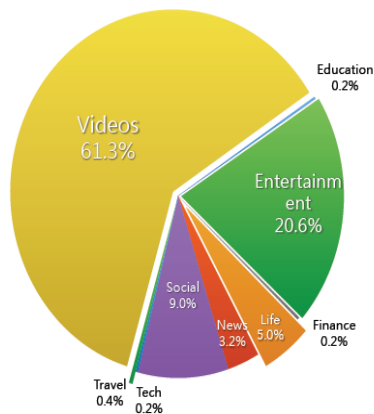
根據資料顯示，**40歲以下的民眾習慣於行動裝置上收看影音節目，使用者透過視頻網站、智慧型手機或平板電腦收看影音節目的平均消費時間，約為電視的一半。**

從性別來看，女性民眾在不同載具上的收視時間略高於男性民眾。若從收看影音節目的時段來看，民眾收看影音節目的時間主要集中在晚上7點到10點。此外，在晚上10點至清晨6點，透過行動裝置、電腦上網收看影音節目的比率已高於收看電視族群。

資策會表示，現今企業如果沒有意識到此一生活型態的發展，找出相對應的商業服務模式，將無法想像錯失多少商機。

大家都在看什麼

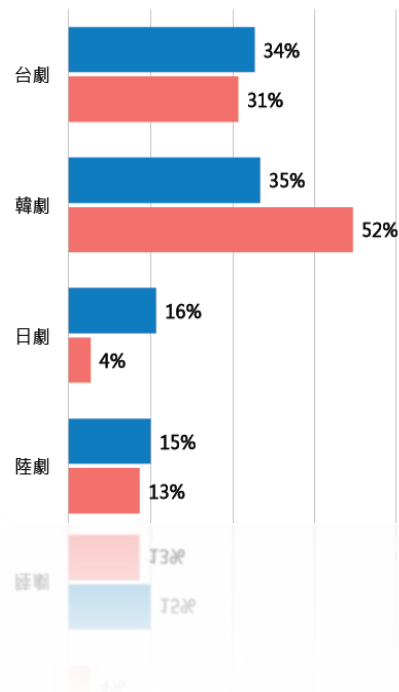
iPad 每天最多人使用 App



iPad主力看影音

- 超過6成的 iPad 使用者會下載影音相關 App，包括台劇、韓劇、陸劇和日劇，其次則為娛樂、遊戲的 Entertainment 類別。
- iPad 使用行為與手機不相同，用 iPad 瀏覽影音的使用者比例明顯地較 iPhone 和 Android 高出許多。

行動影音瀏覽偏好



最多人愛看韓劇

- 整體來說觀賞韓劇的使用者較多，女性高達52%，瀏覽率最高的劇包括《奇皇后》、《來自星星的你》。
- 台劇相較上一季更熱門，男女比例差不多，最多人愛看《世間情》、《女人30情定水舞間》。
- 日劇整體的觀看率偏低，尤其是女性，可能與日劇近期題材著重在警匪、救護醫務類型劇情有關，較不受女性使用者青睞。

Smart TV、Box的流行？

市調：智慧電視開機續用率低

（中央社記者潘智義台北30日電）專業顯示器市調機構DisplaySearch指出，**智慧型電視全球出貨滲透率已達30%左右，但實際開機持續使用率可能僅10%至20%。**

從電視單價來看 DisplaySearch分析，智慧型電視可能比高階智慧型手機還要便宜，或許消費者未必排斥智慧型電視帶來的內容與應用，其中有些都成熟地發展在手機應用或是平板電腦應用上。

不過，**消費者無法面對智慧電視使用時的挫折感，加上智慧型手機、平板電腦能及時且順手使用，智慧型電視可能成爲次要選擇。**

DisplaySearch表示，智慧型電視發展於數位匯流、裝置匯流的時代，或許40歲以上的人仍對傳統的廣播電視念念不忘，但低於這個年紀的人，早已從小接受智慧型行動裝置的洗禮，他們會延伸對這些裝置的期望，轉到智慧型電視。1021030

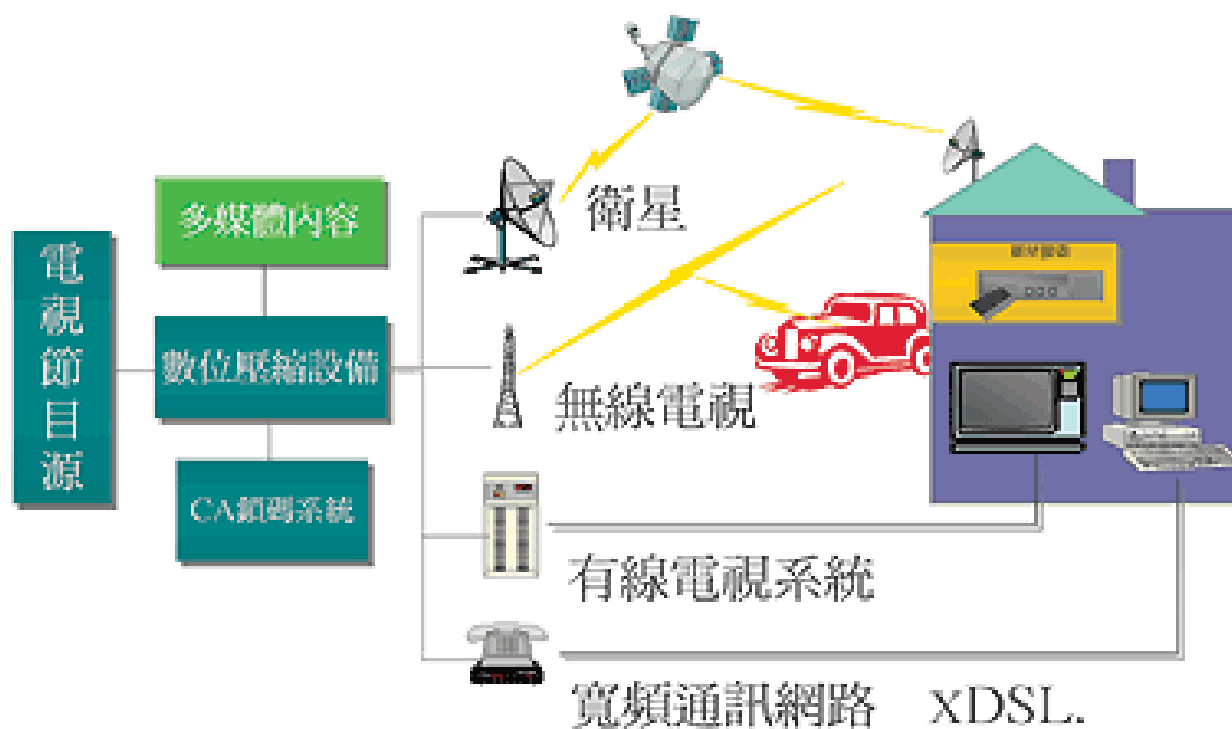
Q: 這些真的是新的科技體驗，還是廠商行銷電視與Box的手段？

跨屏、多屏？



Q: 使用者能接觸的螢幕有多少種類呢？

內容數位化，那傳播系統呢？



Q: 現有的傳播系統已無法跟上網路時代的需求與變化？那我們要如何改變現況呢？

談影音主流，讓我們重回到客廳的使用場景...

人與電視

- 電視前的體驗和「電腦」、「手機」並不相同，人在看電視時大多是 Couch potato。



我只是想休息且
放鬆的時間

電視是全家共用的



要在電視上看誰的
facebook?

拿著遙控器的人
才是客廳的
老大



電視共享的生活話題與回憶



「重新發明、懶、簡單」

用電視的語言做電視，
你的電視由你決定！

革命性的「新無線電視系統」



利用 **4G** 無線與高速的網路技術，提供跨屏多螢、跨區域的電視服務營運模式。

未來只要有「網路」有「屏幕」的地方，就是電視！

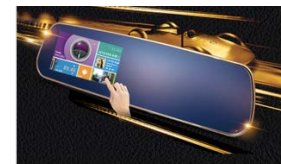
有螢幕的地方就可以是電視



ASUS P00P000



中关村在线
zol.com.cn



完全相容於傳統的「頻道系統」

「APP頻道化平台系統」，
讓電視機前的幼兒到老人都有辦法使用！



所有內容和應用都是的電視節目

全網路化的「電視內容」，突破傳統傳播系統藩籬。



- Interested Curation Community (社群共編)
- Copyright (授權影片)
- UGC Creation (金孫/素人頻道)

開放式頻道系統，你就是電視台長



miiiTV 跨屏娛樂新媒體



miiiTV

社群影音娛樂，跨屏付費影音服務



miiiCasa



Demo

miiiCasa



Thank You

林志強
創辦人暨副總經理

miiiCasa