



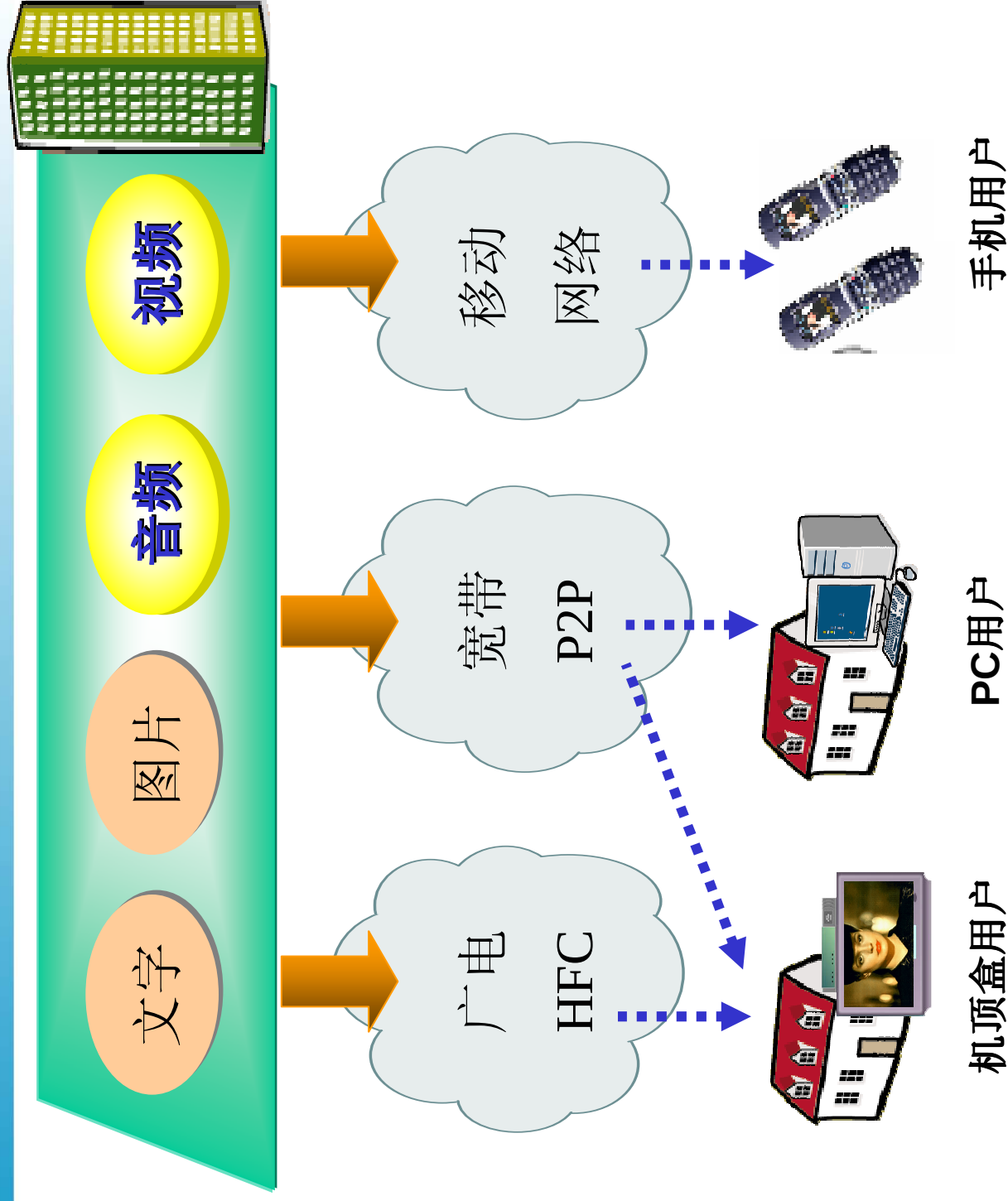
www.onewaveinc.com



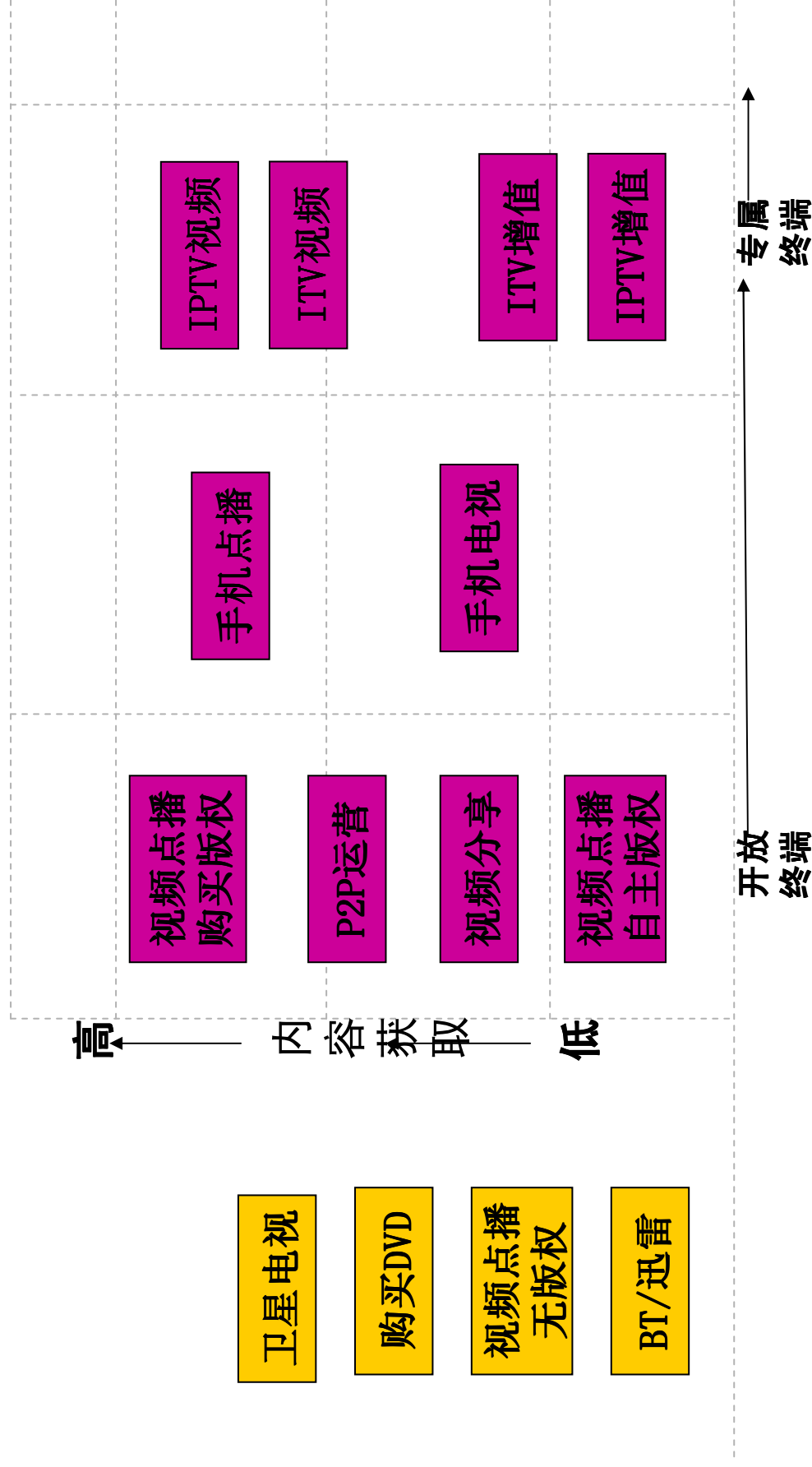
互动创造价值

解决方案部总监 王之栋

互动媒体业务意味着什么



互动媒体业务众生相



竞争业务

互动媒体业务

从成熟业务看杀手应用的特征

语音 短信 有线电视 网络游戏

- 满足用户基本生活需求
- 网络专有性特征
- 用户粘着性
- 业务不可替代性
- 业务使用方便性

- 没有真正杀手应用，
- 局部的、特定的应用模式
- 可替代性研究

互动媒体业务

IPTV视频

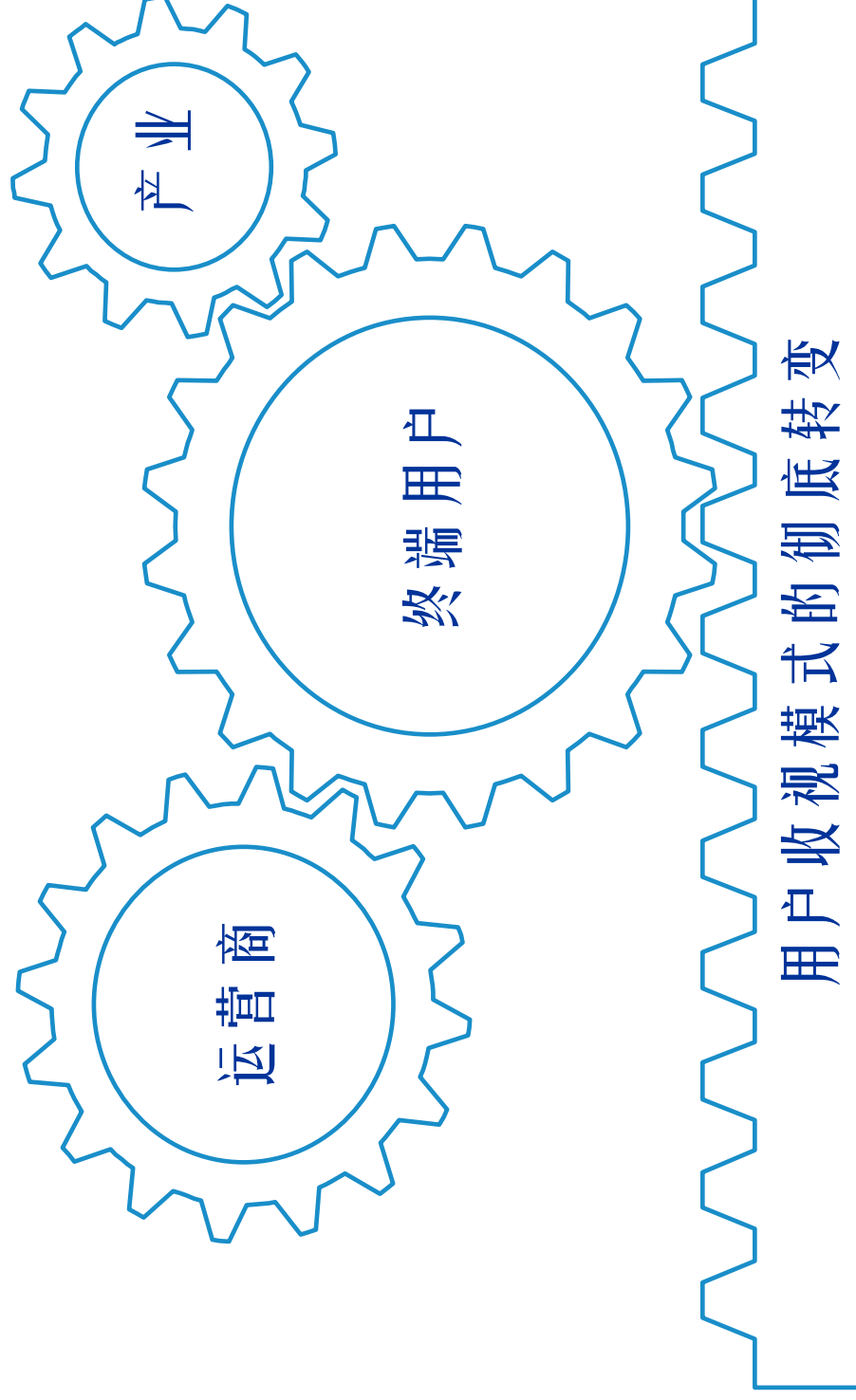
ITV视频

ITV增值

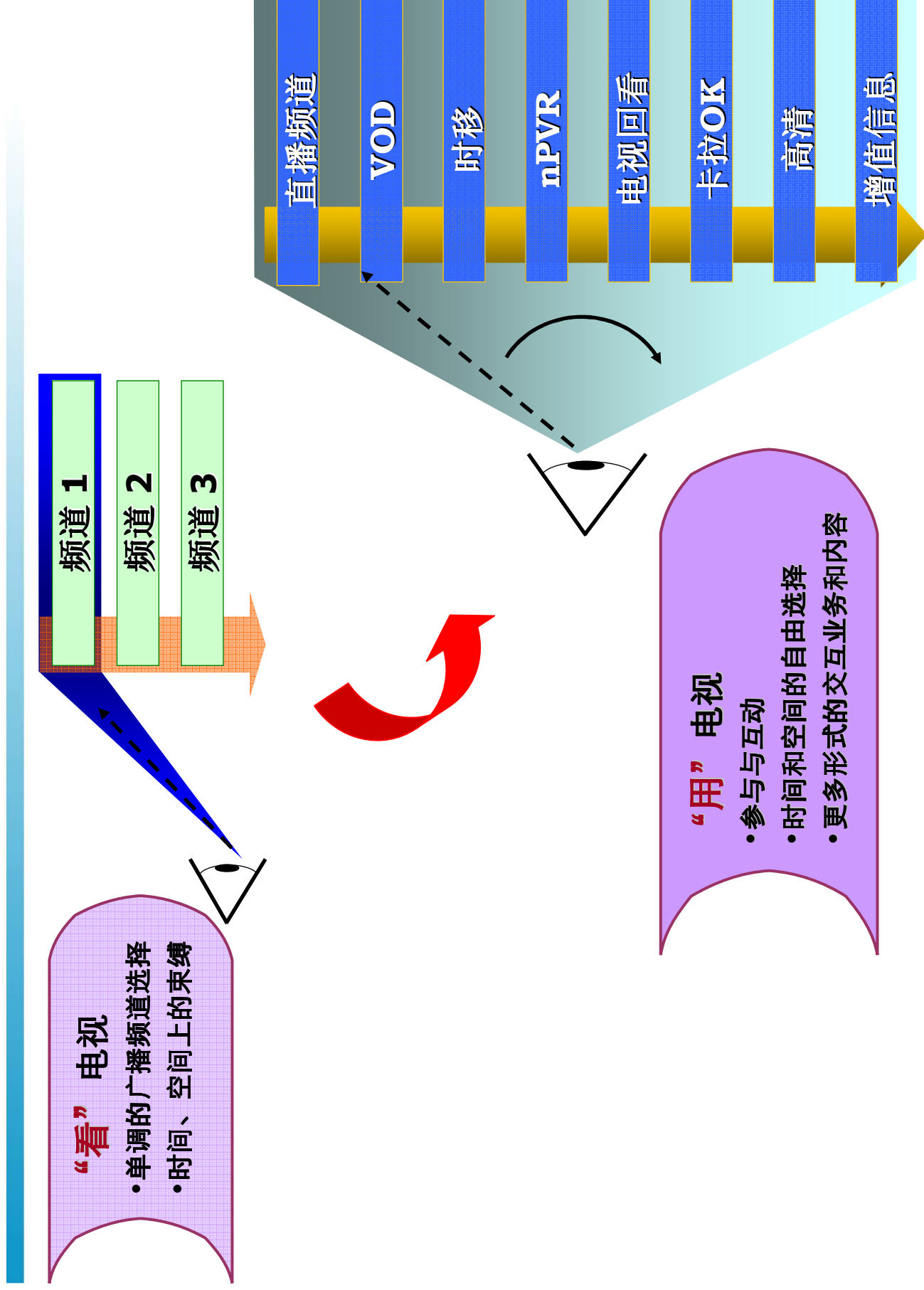
IPTV增值

基于TV终端的互动视频业务具备杀手应用的潜力

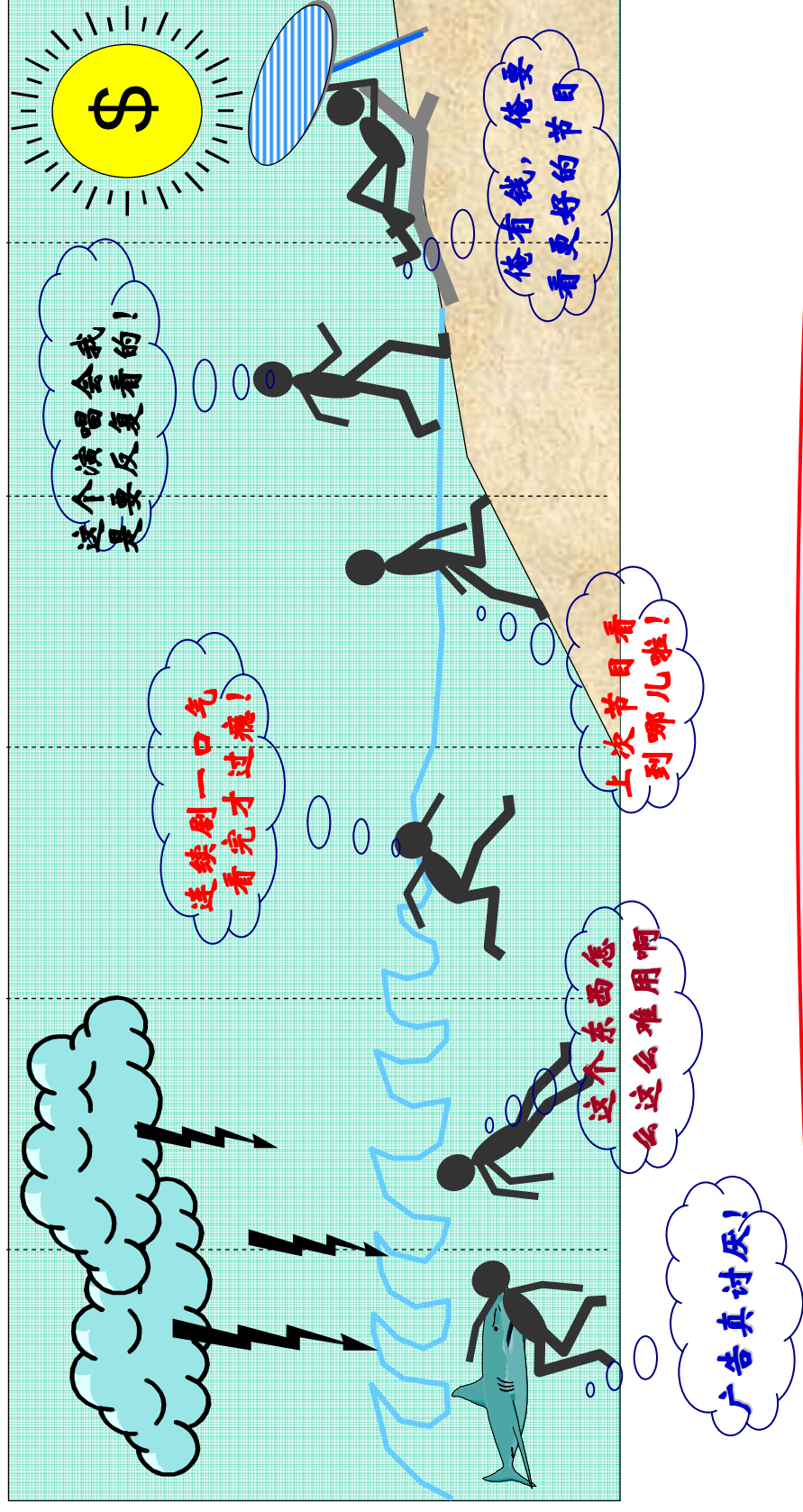
互动视频带来的现实价值



让电视互动起来



用户的互动电视



想看什么就看什么!
想怎么看就怎么看!

运营商的互动电视

后 整 转 时 代

机 遇

- 丰富的电视行业经验和大量的节目内容成为**最宝贵的财富**
- 随着技术和网络的升级改造，广电网络的特点成为业务发展**最大的优势**
- 高起点地进行业务和运营规划，多种增值业务的提供成为**最大的竞争力**

挑 战

- 广电、电信的争夺焦点已发展到客厅，以IPTV、手机电视为代表的**新媒体发展迅速**
- 以卫星直播和地面数字电视为代表的来自行业内的竞争即将到来
- 网络双向化是业务开展和网络改造的重点和难点
- 数字电视的巨大资金投入，需要寻找新的业务增长点，提高网络的**盈利能力**
- 欠运营模式制约发展，面临观念、业务和运营模式的转变，需要寻求更多的增值业务

提供更多的业务类型、提高用户的ARPU值、改变业务运营和服务模式成为后整转时代急需解决的问题

广播电视产业的互动电视

广播节目多，创新用户体验

用户体验差、缺乏主动性

用户数量多，提升盈利能力

ARPU值低、产业价值低

网络带宽高，提高视频感受

没有回传应用、使用价值低

有政策优势，融合业务开展

缺乏增值业务和内容

互动电视将彻底改变广播电视的生产模式
将事业真正变成产业

互动创造价值的实例分析

未开展互动业务前

- 用户只能被动看有线电视
- 广电运营商提供简单的有线电视业务
- 广电运营商不为用户所知，以网络维护为主
- 城市信息化水平较低，以宽带接入业务为主
- 有线电视仅仅是公益性的事业

开展互动业务后

- 用户获得包括视频、增值业务和服务业务的互动电视业务
- 电视上点播成为时尚及流行的视频观看模式
- 广电运营商家喻户晓，强大的品牌效应
- 极大推动了城市信息化的发展，为城市添彩
- 用户规模和ARPU值成倍增长，取得极好经济效益
- 形成了巨大的广电产业
- 业务模式全国推广，成为广电的样板

TV 2.0互动电视业务 是什么？

❖ 用户视角

- ↗ 更好的质量
- ↗ 更简便的消费方式
- ↗ 更人性化的使用模式

❖ 运营商视角

- ↗ 从单向到交互
- ↗ 传输、网络维护 → 内容产品
- ↗ 相对垄断 → 竞争

■ 从“以网络为中心”到
“以客户为中心”

■ 满足用户体验需求

■ 从DEMO到商业运营

■ 业务与运营的重要性
成为共识

TV 2.0

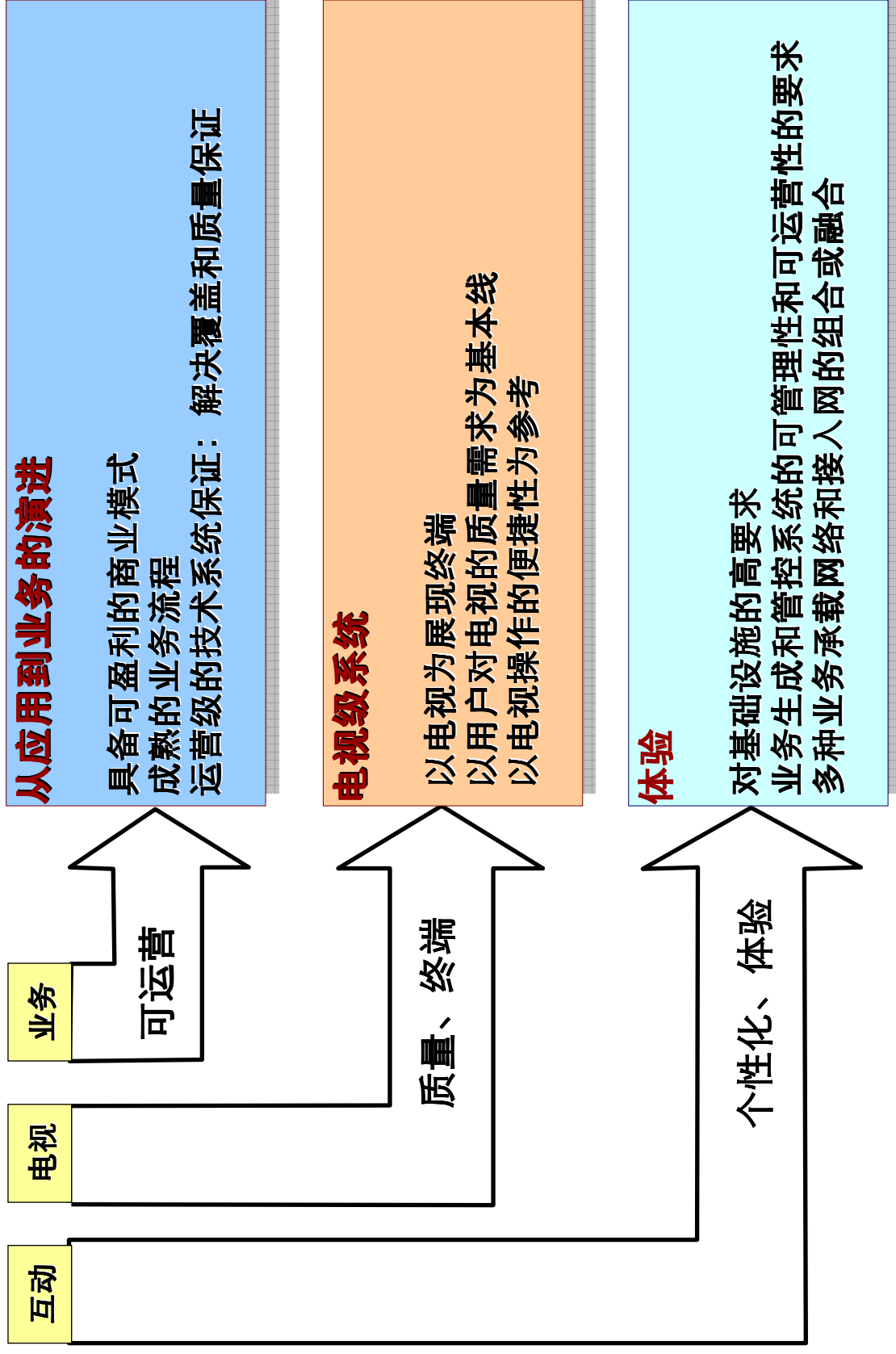
多业务

强互动

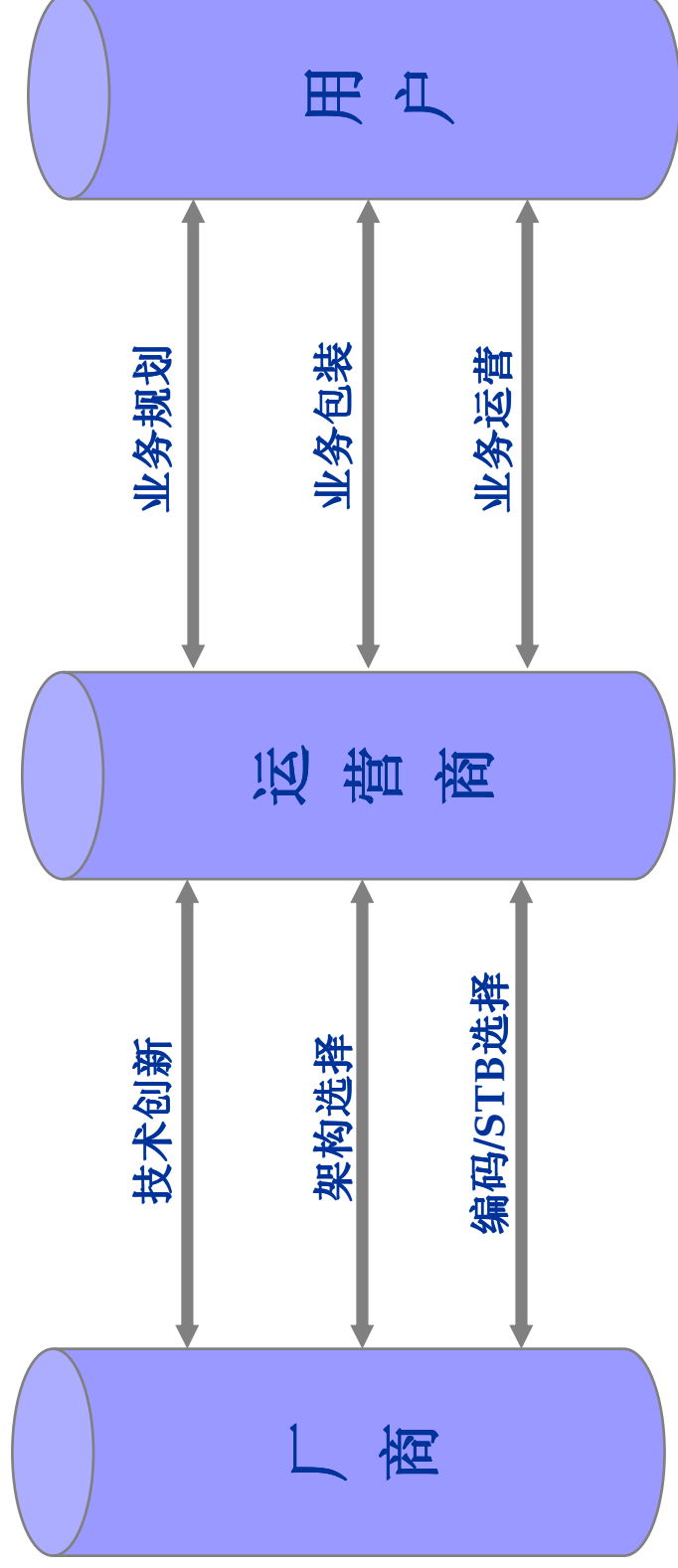
高清

统一门户

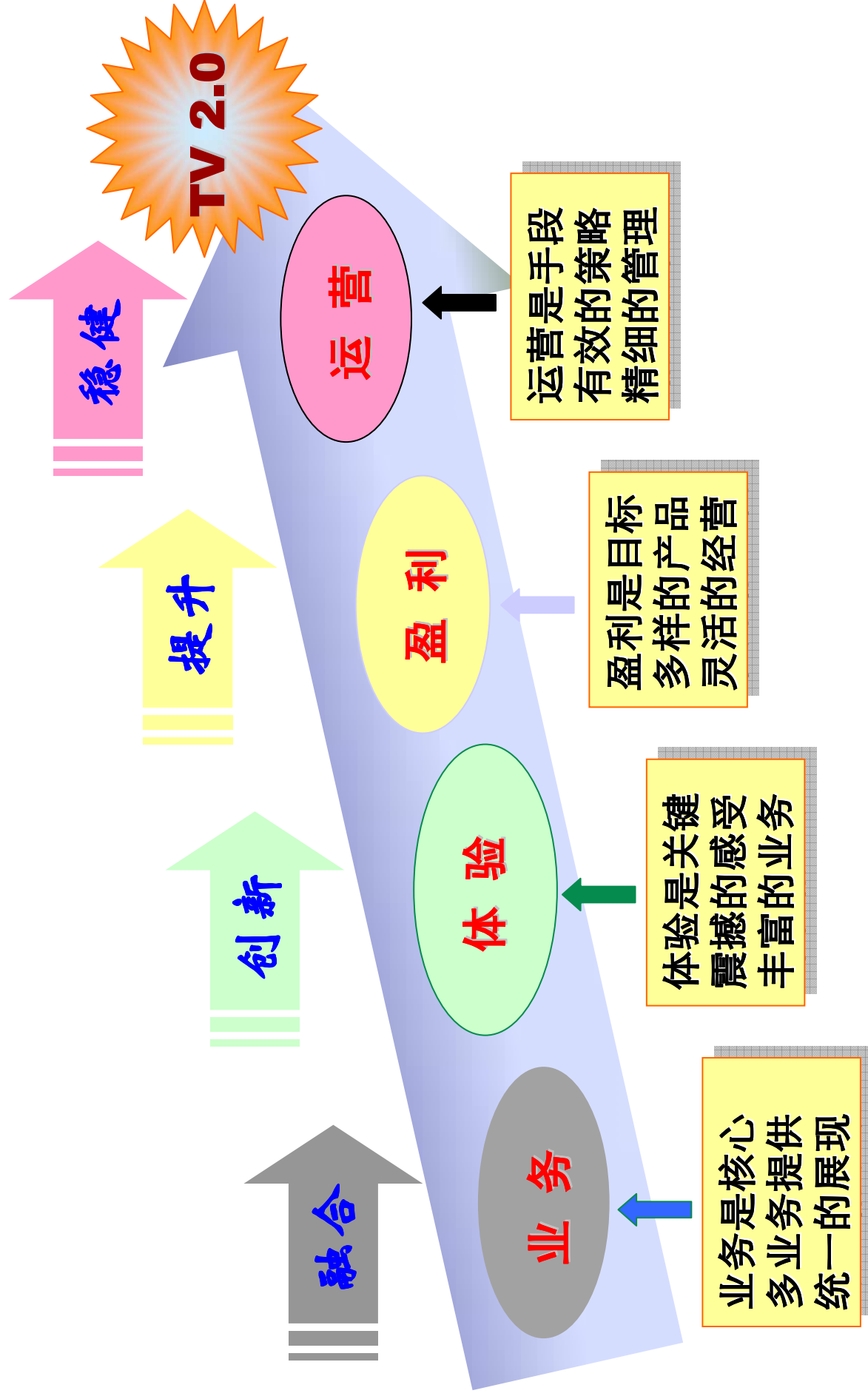
互动电视业务意味着什么？



从产业链内的互动开始



如何建设和运营交互电视？



建设交互电视新平台，支撑新业务

大大提高单个用户的**ARPU值**

由广播业务转向广播 + 互动的综合服务

统一**TV**门户造就未来更多的增值空间

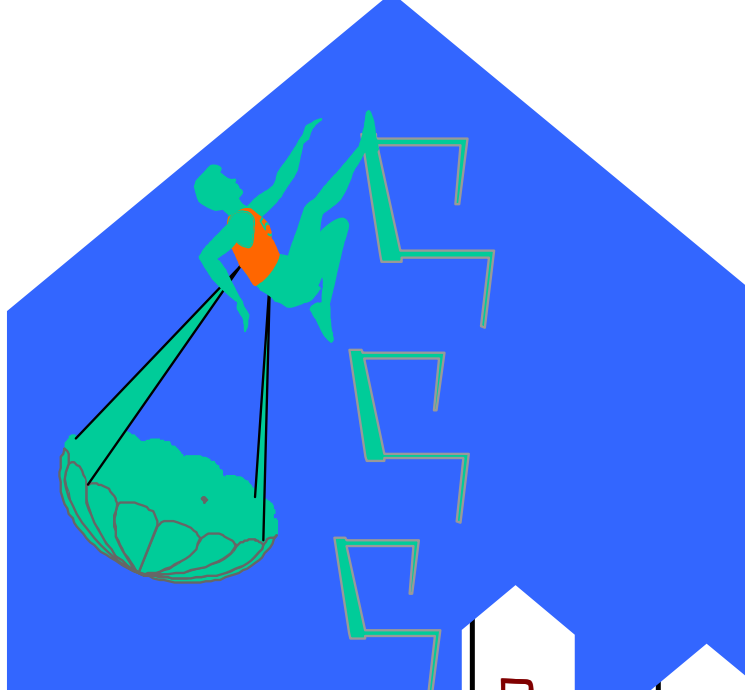
节约网络改造成本

快速完成互动电视平台的建设过程

提高**IPTV**浪潮下的竞争力

抢占市场先机

风险小，有成功的商用案例



思华愿以备受赞誉的运营级平台建设理念和产品实践，不断的**技术创新**和**跨行业经验分享**，实现对广电数字交互电视行业的**长期承诺**

思华帮助运营商提升互动电视价值

