以三角形模型進行多媒體簡訊服務之關鍵成功因素分析

本研究是以Hax and wilde所提之三角形模型架構，輔以S型主流化曲線及零阻力 經濟法則，採探索性研究方法，配合次級資料及深入訪談分析，探究MMS價值鏈 參與廠商於三角形模型之市場優勢，並歸納各業者應掌握之策略目標，提出在 S型主流化曲線各時期之MMS發展之最重要關鍵成功因素依序為（1）系統平台整 合（網路互連與國際漫遊）、（2）簡單計費方式與合理定價模式、（3）內容創 新與個人化服務、（4）MMS手機普及程度，及（5）垂直與水平業者間之整合。 研究結果展現三角形模型之三角關係、漸進過程、策略評量、驗證與回饋之推導 流程與策略分析模式，確實有助於產業競爭模式之建立。