

數位電子看板應用案例探討之五 與 iPhone 連動的數位電子看板增添互動性

資料提供：DIGITIMES、財團法人資訊工業策進會產業支援處

長久以來，廣告業者一直苦思如何讓消費者眼光能停留在看板上，即使只有多幾秒鐘亦能創造龐大商機，其中，讓消費者能與廣告看板互動是一個合理的選項，由消費者掌握主動權，可以「把玩」看板內容，將遠比只是單向觀看更有參與感，而「把玩」的過程，亦可讓消費者將目光持續停留在看板上，不再只是驚鴻一瞥便離去。

不過，如何與消費者互動則是相當困難的課題，廣告業者與數位電子看板系統業者曾嘗試加裝攝影機，利用動作辨識的功能讓消費者與數位電子看板內容互動，然而，此方式成本過高且現有技術效果未臻理想，而使用二維條碼或透過手機錢包連上手機網站的方式則顯得互動性不足。

如今，具備多點觸控及加速度感應的 iPhone 上市後，開啓新的機會，iPhone 的多點觸控手勢及加速度感應功能可用來擔任「控制器」，3G 及 WiFi 通訊功能則可作為與數位電子看板連動的方式，更重要的是，iPhone 全球銷售已達上千萬支，在已有足夠消費者基礎下，廠商積極嘗試 iPhone 應用。

CBS Outdoor 與 Clusta 展示 iPhone 互動應用

CBS Outdoor 與英國多媒體創意公司 Clusta(主要研發以螢幕為基礎的互動性媒體表現方式，包括網頁、手機與戶外電子裝置，主要客戶包括 Coors、Polydor、Virgin Money、Tesco、IPC Media、Discovery Channel 等)攜手合作，於 2009 年 6 月在倫敦舉辦的 Media Playground conference 上，發表讓消費者利用 iPhone 與數位電子看板互動的新技術。

透過 iPhone 操作數位電子看板的實際畫面



資料來源：CBS Outdoor，2009/6

其利用 iPhone 的 3G 與 WiFi 功能連結數位電子看板，而以 iPhone 的多點觸控手勢功能為操作方式，消費者可藉此操作數位電子看板上所顯示的內容，在會場的展示中，消費者透過手指左右揮動，即可操作數位電子看板上的立體物件向左右旋轉並改變顏色，而利用「捏」(靠攏觸在螢幕上的 2 隻手指與「放」(張開觸在螢幕上的 2 隻手指)的動作，則分別可以放大及縮小所展示的物件。

iPhone 的多點觸控手勢示意



資料來源：Apple，DIGITIMES 整理 2009/6

此技術亦可適用於其他智慧型手機，並可與 GSM 手機的 SMS 功能互動，消費者可透過 SMS 接收產品及折扣訊息。

由於此預定應用於公共場所，屆時將可能出現不只一位消費者與數位電子看板互動的情形，廠商也因此設計出「排隊」機制，消費者依選擇與看板互動的時間「排隊」，該消費者的 iPhone 必須等到上 1 位與看板互動的消費者操作結束後才可互動，而每位消費者將限定數秒鐘的遊玩時間。

由於「排隊」的消費者將於等待過程中注視著看板，將可大幅提高目光停留時間，理論上，當消費者看著商標或產品形像越久，在腦中所留下的印象將越深刻。

市場接受程度尚待實際應用考驗

CBS Outdoor 已裝設此一裝置於紐約時代廣場測試，並將於徵得廣告主後，裝設在倫敦 Westfield 購物中心的數位電子看板，Clusta 認為此一技術展示出戶外數位電子看板運用創新科技以吸引顧客的高潛力，並指出此一嘗試僅是踏出第一小步。

倫敦 Westfield 購物中心外觀



資料來源：Westfield，2009/6

CBS Outdoor 與 Clusta 所展示的此一新嘗試仍有許多問題待克服，雖然智慧型手機在 iPhone 領軍下，市佔逐漸上升，但畢竟大多數消費者仍未擁有智慧型手機，使此技術應用初期將侷限於少數人，而此非廣告主所樂見。

另一方面，實地使用於購物中心或公眾場所，多數人同時遊玩可能導致「排隊」過久，或延遲等問題，此外，操作方式只有旋轉或縮放，亦容易使得消費者很快厭倦。

結語：互動為數位電子看板的新趨勢

雖透過與 iPhone 的連結創造數位電子看板的互動應用尚有不少問題存在，但在 iPhone 的推波助瀾下，已加快智慧型手機人機介面的發展，進而增添手機與數位電子看板間更多元互動方式的可能性，讓廠商可開發出更具新鮮感的互動方式。

甚至，近期的 E3 遊戲展，微軟(Microsoft) Xbox 360 更推出不需透過其他裝置，即可讓數位電子看板與消費者互動的技術，未來在數位電子看板互動能力的發展，或許也是一個新的方向，可望為數位電子看板開創嶄新商機。