

# 第四章 有線電視焦點團體座談會結果分析

## 第一節 研究過程說明

### 一、研究目的

本研究共舉辦 6 場焦點團體座談會，第一部分為一般有線電視收視戶，共計進行北、中、南、東 4 場焦點團體座談會，主要目的為瞭解民眾對於有線電視服務品質及政府頻道規劃、節目內容管制、費率審議之意見；第二部分為有線電視業者，共計進行「系統業者」及「頻道業者」各 1 場焦點團體座談會，主要目的在於瞭解業者在提升服務品質上的措施，及投入數位化發展的過程所遭遇的問題之外，也希望業者對於國家通訊傳播委員會(NCC)及地方政府目前及未來相關政策法規提出建議。

### 二、研究方法

#### (一)方法概述

團體深度訪談或稱焦點團體是社會科學中最廣為使用的研究工具之一。原本叫做「集中訪談」(Focussed interviews)，在第二次世界大戰後此技巧開始盛行，直到現在仍為社會科學工具之一。集中團體訪談起源於 1941 年哥倫比亞大學的廣播研究處，並用於廣播節目中瞭解聽眾對於節目中的內容所引起正面或負面的反應，透過聽眾反應的理由開始了焦點團體訪談，而在二次世界大戰爆發後，甚至應用到分析軍隊訓練和士氣影片。衍生至今日，焦點團體已成為從事方案評估、行銷、公共政策、廣告及傳播等應用社會科學家重要的研究工具之一。

## (二)焦點團體的優點及限制

### 1. 焦點團體的優點

- (1)研究者可直接和受訪者互動，對問題之受訪、接續的問題及答案之追問做澄清。受訪者可說明其回答或回答相關問題。除此之外，研究者也可觀察非口語（nonverbal）的受訪，如手勢、微笑、皺眉等等，這些都可補充口語回答的訊息（有時甚至互相矛盾）。
- (2)焦點團體的開放回答方式使研究者有機會得到大量豐富且以受訪者自己的話來表達的資料。研究者可得到較深層的涵義、做重要的連結及區辨其表達和意義上的細微不同。
- (3)焦點團體讓受訪者可以回應及再回應其他團體成員的回答，這種團體背景的合力（synergistic）效果引發個別訪談中未發現的想法或資料。
- (4)焦點團體可能是少數能從兒童或不識字的人身上得到資料的研究工具之一。

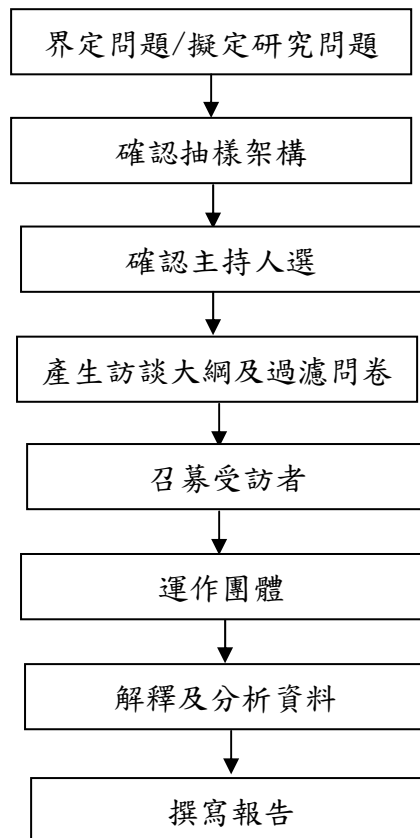
### 2. 焦點團體的限制

- (1)即使幾個不同的焦點團體參與的少數受訪者以及多數焦點團體召募的便利性都顯著地限制將其概推到較大的人口群。事實上，願意到一個地點去參加一個1-2小時的人可能和所有的人口群相當不同。
- (2)受訪者之間以及受訪者和研究者的互動有二個不好的影響。第一，團體成員的反應不是完全獨立的，限制了結果的概推力（generalizability）；第二，焦點團體所獲得的結果可能是來自一個非常強勢或意見多多的成員。較保守的成員不太願意開口。
- (3)焦點團體所獲得資料的開放式本質，常使得結果的概述及解釋較困難。

(4)主持人 (moderator) 可能有意或無意提供線索，透露出什麼類型的答案是其想要的，而使結果有偏誤。

### (三)焦點團體座談會執行設計

焦點團體座談會與其他類型的研究一樣，必須很清楚的瞭解問題是什麼，而後再來界定抽樣的架構。其執行設計如下圖：



資料來源：歐素汝譯(2000年)，「焦點團體：理論與實務」，弘智文化事業有限公司。

圖 4-1 焦點團體座談會執行流程圖

### 三、研究對象

正式焦點團體座談會分為「個人」(有線電視收視戶)及「團體」(有線電視業者)兩個部分進行。

#### (一)有線電視收視戶

以個人對象為主的焦點團體座談會，擬邀請一般有線電視收視戶為對象，分別於北、中、南、東各舉辦一個場次的焦點團體座談會，每場會議邀請 8 至 10 位代表，每次會議時間約為 2 小時，共計舉辦 4 場一般有線電視收視戶的焦點團體座談會。

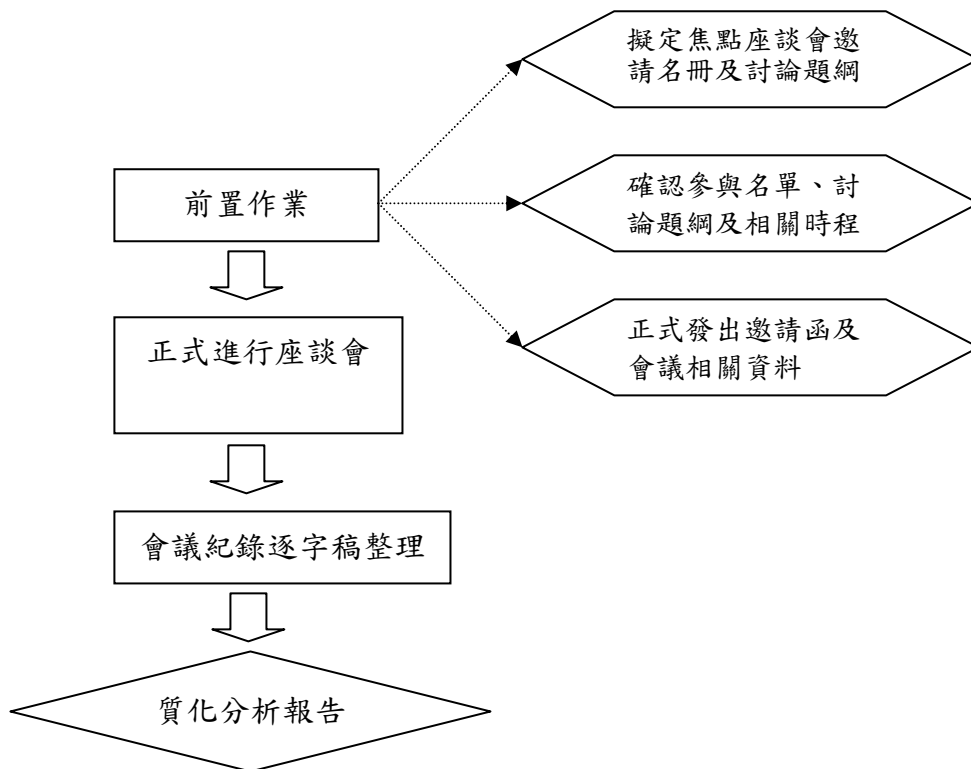
#### (二)有線電視業者

以團體對象為主的焦點團體座談會，擬邀請有線電視系統及頻道等業者代表為對象，系統業者涵括各「MSO 集團」與「獨立系統台」，頻道業者涵括「多頻道」與「單一頻道」，每個團體出席代表依訪談大綱邀請至少 1 位以上代表，並且會考慮會議出席團體之代表性，每場會議邀請至少 8 至 10 位代表，頻道及系統業者各 1 場，共計舉辦 2 場有線電視業者焦點團體座談會。

### 四、研究設計

本計畫之質化研究方法採「焦點團體座談會」(Focus Group)方式進行。焦點團體座談會發展至今，目前之方式為由一位主持人引導，對某一個議題或觀念進行深入討論，而主要目的在於能探討較深入之議題及瞭解更多之原因，另一優點，焦點團體座談會不單單是一對一的訪談，而是透過群體之動力引發出更深層之看法或更具創意之建議。

此外，在焦點團體座談會的參與人選方面除需考量代表性外，同一場座談會中與會者需具有一些相似的特徵，但需相互不認識。



### (一) 質化研究主持人

座談會之主持人是焦點團體座談會成功與否的重要關鍵，因此，需具備親和力、良好的溝通、傾聽及觀察技巧、廣泛的興趣、客觀性以及更重要的臨場反應等。在本研究計畫中，所有場次之座談會主持人皆由計畫主持人彭芸教授及協同主持人梁德馨教授擔任。

### (二) 會議召開時間及區域

#### 1. 有線電視收視戶

場次	對象	時間	主持人	會議地點
1	有線電視收視戶	2006/12/7(四)PM7:00-9:00	梁德馨教授	台北
2	有線電視收視戶	2006/12/10(日)PM1:30-3:30	彭芸教授	高雄
3	有線電視收視戶	2006/12/11(一)PM1:30-3:30	梁德馨教授	宜蘭
4	有線電視收視戶	2006/12/11(一)PM1:30-3:30	彭芸教授	彰化

## 2. 有線電視業者

場次	對象	時間	主持人	地區
5	頻道業者	2006/12/13(三)AM10:00-12:00	彭芸教授	台北
6	系統業者	2006/12/14(四)PM1:30-3:30	彭芸教授	台北

### (三) 訪談大綱內容

#### 1. 有線電視收視戶

針對「有線電視收視戶」訪談大綱如下：

- ◆ 受訪者基本資料介紹
- ◆ 對於有線電視系統業者自製頻道的看法
- ◆ 對於有線電視公用頻道的看法（第三頻道）
- ◆ 對於公用及闔家觀賞頻段規劃之滿意度
- ◆ 對於廣告專用頻道（購物頻道）的看法
- ◆ 對於一般性節目與廣告安排的看法
- ◆ 對於節目分級制度的看法
- ◆ 對於新聞報導內容之意見
- ◆ 對於頻道斷訊的看法
- ◆ 對於政府管理、費率審議及收費標準的看法

#### 2. 有線電視系統業者

針對「有線電視系統業者」訪談大綱如下：

- ◆ 系統業者提升客戶服務滿意度的措施
  - 請問貴公司客戶服務人員經常接收到顧客哪些方面的抱怨？
  - 在顧客抱怨的處理上，請問貴公司有哪些作法可降低顧客抱怨率？
  - 請問貴公司在自製頻道的規劃現況？未來有哪些規劃？規劃將如何與地方、社區產生互動？
  - 請問貴公司公用頻道的定位為何？節目內容來源為何？如何管理及使用？
- ◆ 系統業者數位服務推動現況
  - 請問貴公司對於分組付費的看法與未來規劃？
  - 請問貴公司在付費數位頻道的經營現況與未來規劃？
  - 請問貴公司在計次付費節目的發展現況與未來規劃？
  - 請問貴公司在數位服務推廣的現況及規劃？遭遇之困難？以及預估未來發展將面臨哪些問題？
  - 請問貴公司對政府數位化政策的意見與建議？

- 請問貴公司對於機上盒提供方面有什麼規劃？希望政府扮演什麼角色？
- ◆ 對主管機關管理有線廣播電視之意見與建議
  - 請問您對於地方政府在節目與廣告管理方面的政策有什麼看法？
  - 請問您對於各項收費標準的看法？
  - 請問您對於地方政府的輔導措施有什麼建議與期待？
  - 請問貴公司對地方與中央管理職權分工的看法？
  - 請問您對中央主管機關之數位化、分組付費、經營區域調整、有線電視費率等政策之意見與建議。
- ◆ 整體意見與建議
  - 請問您對於經營區整併有什麼看法或意見？
  - 請問您認為目前公益頻道的安排是否適當？有無必要調整？調整建議為何？以及市場上頻道聯賣的看法？
  - 請問您對 MOD 與 MHP（無線數位平台）加入競爭的看法？有哪些因應策略？

### 3. 有線電視頻道業者

針對「有線電視頻道業者」訪談大綱如下：

- ◆ 頻道業者提升客戶服務滿意度的措施
  - 請問貴公司在頻道類型規劃上有哪些考量及作法？
  - 請問貴公司在節目的編排流程上有哪些考量及作法？
  - 請問貴公司在節目重播率的控制上有哪些作法及規劃？
  - 請問貴公司在開拓節目片源上有哪些作法及規劃？
  - 請問貴公司對於自製節目有哪些看法及規劃？
- ◆ 頻道業者數位服務推動現況
  - 請問貴公司對分組付費的看法與因應對策？
  - 請問貴公司對於付費頻道的看法與因應對策？
  - 請問貴公司對於計次付費節目的看法與因應對策？
  - 請問貴公司在數位服務推廣的現況及規劃？以及預估未來發展可能面臨之問題？
- ◆ 對主管機關管理有線廣播電視之意見與建議
  - 請問您對於政府在節目與廣告管理方面的政策有什麼看法？
  - 除了節目與廣告管理之外，請問您對於政府在管理政策上還有哪些意見與建議？
- ◆ 整體意見與建議
  - 請問您對於系統蓋台的問題有何看法？解決之道？
  - 請問您對經營區整併的意見？

- 請問您認為 NCC 執照申請的政策對市場競爭的影響？您認為執照發放應該寬審還是嚴審？對於市場秩序的管理上有什麼建議？
- 請問您對於以收視率作為頻道訂價之標準的意見？

## 五、受訪者過濾流程

為邀約具代表性之樣本，並涵蓋全省之名單，因此，前置作業中過濾受訪者的流程如下：

Step1: 依據邀約對象之條件擬定過濾問卷。

Step2: 透過本公司之資料庫、滾雪球方式（人際網路）篩選符合資格之受訪人選。

Step3: 篩選合格人選後，考量樣本代表性後進行邀約工作。

### （一）擬定過濾問卷

在擬定過濾問卷的過程中，主要以幾個重要面向為指標，包括：

- ◆ 是否為有線電視收視戶
- ◆ 是否有收看有線電視
- ◆ 最常收看的電視頻道類型
- ◆ 提供有線電視系統的業者
- ◆ 居住縣市
- ◆ 年齡
- ◆ 本人是否有在有線電視系統或頻道工作，或是市場調查相關行業工作
- ◆ 教育程度
- ◆ 性別
- ◆ 目前的職務
- ◆ 家中目前是否有裝機上盒
- ◆ 家中安裝的是哪一種機上盒



## (二) 進行篩選作業

### 1. 蒐集資料庫

資料庫的蒐集包括三大來源，主要以本公司之資料庫（約 50 萬筆）及採滾雪球法方式。其步驟流程如下：

- (1) 有線電視收視戶部分：依據所需之受訪者條件，先透過本公司資料庫建置時原有之欄位進行初步篩選，其欄位包括性別、年齡、居住縣市、有線電視收視情形，因資料建置之時間各有不同且無法看出是否有參與座談會意願，故需經過專業電訪人員進行接觸過濾後，始可瞭解其目前的現況及參加意願。
- (2) 有線電視業者：透過NCC所提供之業者名單及郵寄問卷回函之業者資料進行接觸及過濾，以瞭解業者屬性及其出席座談會之意願。
- (3) 若透過上述資料庫來源，仍無法達成所需邀約人數，則使用滾雪球法方式進行，透過本公司建置各地區之人際網絡進行介紹。

### 2. 過濾及篩選作業

在資料蒐集後並完成過濾問卷後，則依據下列狀況判定。

- (1) 收視戶性別、年齡之邀約情況：依過濾合格之受訪者中，盡量平均分散來賓之性別及年齡別，以避免為配合受訪者之性別、年齡而屈就較不適當之受訪者。
- (2) 有線電視業者之邀約情況：本次研究目的是針對有線電視服務品質、數位電視發展現況及對政府管理之意見進行瞭解，因此邀約來賓必須為非常瞭解有線電視運作之業者，才能有助於議題之聚焦，若是有受訪者對有線電視之相關議題感到陌生，將影響其參加座談會之貢獻度。

- (3)有線電視頻道業者及系統業者將分開場次進行。
- (4)居住地區將區分不同區域進行邀約。
- (5)參加座談會意願高且談吐溝通能力較佳之人選。

### 3. 進行確認邀約作業

有線電視收視戶各場次經過篩選過濾後，每個場次各邀約 10 位受訪對象，為避免因人數過多造成個人基本相關資料無法於會議中逐一表達，故於會議前所有參與人員皆填寫一份問卷，其內容主要以個人在有線電視方面的收視情形及個人基本資料為主，詳細過濾問卷內容請詳見附錄。

## 第二節 本研究之樣本特性分析

### 一、一般有線電視收視戶

根據本次邀約的受訪者來看，北、中、南、東每個地區各訪問 10 位有線電視收視戶，共計訪問 40 位一般有線電視收視戶。在區域分布上已考慮城鄉之差異及平衡，台北及高雄分別代表北部及南部都會區民眾的意見，彰化及宜蘭分別代表中部及東部鄉村區域民眾的意見。

有線電視系統部分，各場次盡量維持所屬系統的代表性，惟宜蘭地區只有一家「聯禾」有線電視系統，故無法比較各系統之間的差異；彰化地區只有「新頻道」、「三大」兩家有線電視系統；其他地區則分散邀約屬於不同系統之受訪者參與座談會。

在受訪民眾的基本資料中，性別方面，男性 21 位 (52.5%)、女性 19 位 (47.5%)；年齡方面，29 歲以下 9 位 (22.5%)、30-39 歲 14 位 (35%)、40-49 歲 12 位 (30%)、50 歲以上 5 位 (12.5%)；教育程度方面，高中及以下 15 位 (37.5%)、專科 9 位 (22.5%)、大學 12 位 (30%)、研究所及以上 4 位 (10%)；機上盒部分，大部分受訪者 (33 位，82.5%) 家中都沒有安裝數位機上盒，只有 6 位 (15%) 受訪者家中有中華電信 MOD、1 位 (2.5%) 家中擁有有線電視數位機上盒。

表 4-1 有線電視收視戶樣本特性

編號	地區	姓名	性別	年齡	教育程度	業者	數位機上盒	職業
A1	台北	許順文	男	54 歲	高中及以下	陽明山	有，有線電視機上盒	電器老闆
A2	台北	蔡盈盈	女	49 歲	大學	長德	有，中華電信 MOD	保險內勤
A3	台北	周國平	男	44 歲	高中及以下	觀天下	沒有	家具自營商
A4	台北	林佳慧	女	34 歲	高中及以下	聯維	沒有	服飾服務業
A5	台北	謝文榮	男	39 歲	專科	金頻道	沒有	印刷業務主任
A6	台北	廖欣怡	女	24 歲	大學	新台北	沒有	學生
A7	台北	謝易儒	男	23 歲	大學	興雙和	沒有	學生
A8	台北	羅碧芳	女	42 歲	大學	大安文山	有，中華電信 MOD	紡織原料出口主管
A9	台北	趙庭箴	男	24 歲	研究所及以上	新唐城	有，中華電信 MOD	資訊專員
A10	台北	葉芳菲	女	39 歲	專科	觀天下	沒有	退休
B1	彰化	王淑媛	女	34 歲	高中及以下	新頻道	沒有	家管
B2	彰化	賴怡華	女	39 歲	大學	三大	沒有	保險業務員
B3	彰化	蔡美霞	女	44 歲	高中及以下	三大	沒有	家管
B4	彰化	王文婷	女	46 歲	專科	新頻道	沒有	會計人員
B5	彰化	楊玉束	男	46 歲	研究所及以上	新頻道	沒有	公務員
B6	彰化	廖信昌	男	41 歲	專科	三大	沒有	代書
B7	彰化	江信寬	男	30 歲	研究所及以上	三大	沒有	汽車業務員
B8	彰化	李崇吉	男	37 歲	大學	新頻道	沒有	資訊業自營商
B9	彰化	葉文良	男	32 歲	大學	三大	沒有	保險業務員
B10	彰化	劉協勝	男	27 歲	大學	三大	沒有	花店店長
C1	高雄	馬金梅	女	42 歲	高中及以下	大信	沒有	農會辦事員
C2	高雄	曾明麗	女	54 歲	高中及以下	鳳信	沒有	家管
C3	高雄	馬淑環	女	61 歲	高中及以下	港都	沒有	家管

編號	地區	姓名	性別	年齡	教育程度	業者	數位機上盒	職業
C4	高雄	胡宗湘	男	49歲	專科	慶聯	沒有	營建承包商
C5	高雄	曾英傑	男	30歲	高中及以下	慶聯	沒有	汽修廠副廠長
C6	高雄	魏秉常	男	60歲	專科	港都	沒有	退休
C7	高雄	林瑞敏	女	28歲	研究所及以上	鳳信	沒有	檢驗公司客服
C8	高雄	許絮喻	女	19歲	大學	慶聯	沒有	學生
C9	高雄	廖珮璣	男	29歲	大學	港都	沒有	建築設計師
C10	高雄	陳建宏	男	39歲	高中及以下	大高雄	沒有	消防工程技術員
D1	宜蘭	陳佳貝	女	24歲	高中及以下	聯禾	沒有	服務業
D2	宜蘭	陳明安	男	48歲	高中及以下	聯禾	沒有	不動產仲介
D3	宜蘭	陳營生	女	56歲	高中及以下	聯禾	有，中華電信 MOD	退休
D4	宜蘭	陳良潔	男	38歲	高中及以下	聯禾	沒有	彩券自營商
D5	宜蘭	江慧娟	女	33歲	專科	聯禾	沒有	保險業務員
D6	宜蘭	陳泓銘	男	45歲	專科	聯禾	有，中華電信 MOD	製酒工廠技術員
D7	宜蘭	林靖彤	女	30歲	專科	聯禾	沒有	服務業
D8	宜蘭	曾文信	男	30歲	大學	聯禾	沒有	公務員
D9	宜蘭	陳美玲	女	43歲	高中及以下	聯禾	沒有	家管
D10	宜蘭	張佑誠	男	24歲	大學	聯禾	有，中華電信 MOD	學生

## 二、有線電視頻道業者

表 4-2 有線電視頻道業者樣本特性

編號	頻道名稱	姓名	職稱	多/單頻道
E1	東森電視事業股份有限公司	林惠家	經理	多頻道
E2	霹靂國際多媒體股份有限公司	余泰新	經理	單頻道
E3	米迦勒傳播事業股份有限公司	林劍萍	經理	多頻道
E4	台灣華特迪士尼股份有限公司	蕭邦琪	經理	單頻道
E5	中天電視股份有限公司	董遠達	專員	多頻道
E6	美商超躍有限公司台灣分公司	盧宜平	主任	單頻道
E7	緯來電視網股份有限公司	王宜陵	總經理	多頻道
E8	台灣藝術電視台股份有限公司	關慧敏	經理	單頻道
E9	三立電視股份有限公司	周晨儀	專員	多頻道
E10	三商多媒體股份有限公司	林健雄	副總	單頻道

## 三、有線電視系統業者

表 4-3 有線電視系統業者樣本特性

編號	系統名稱	姓名	職稱	所屬 MSO 集團
F1	新唐城有線電視股份有限公司	李清兒	總經理秘書	卡萊爾(東森)
F2	東森媒體科技股份有限公司	張維玲	營運部/協理	東森北部代表
F3	東森媒體科技股份有限公司	游秋雲	頻道事業部/專員	東森南部代表
F4	中嘉網路股份有限公司	林中龍	公共事務部/經理	中嘉
F5	長德有線電視股份有限公司	嚴天立	聯製中心/總監	中嘉
F6	台灣基礎國際網路有限公司	游日文	副營運長	台基網
F7	大豐有線電視股份有限公司	劉宏明	台灣數位寬頻/副總	獨立系統台
F8	天外天有線電視股份有限公司	周詳人	總經理特助	獨立系統台
F9	聯維有線電視股份有限公司	黃子涵	課服組長	獨立系統台

### 第三節 有線電視收視戶研究發現

#### 一、對於系統業者自製頻道的看法

座談會與會者中，北部及南部地區的受訪者大多數「不知道」家中有線電視系統業者的自製頻道，知道或偶爾看過的受訪者也普遍認為自製頻道的畫面品質、主播專業性、記者採訪深度較差，製作粗糙、不精緻。但是，中部及東部的受訪者「知道及經常收看」自製頻道的比例較高，雖然他們也認為自製頻道的製作品質不夠好，但肯定其存在的功能，包括介紹地方建設的節目、地方新聞，以及與當地相關的觀光、飲食資訊。

可見，對於自製頻道的需求是有城鄉差異的，都會地區民眾由於資訊來源豐富，較不能忍受製作品質低劣的頻道；鄉村地區的民眾，對於地方資訊的需求較高，因此對於製作品質的容忍度較高，只要系統業者多介紹與地方相關的事物，以及與民眾生活息息相關的訊息，民眾其實對於地方自製頻道是有一定需求的。

表 4-4 有線電視收視戶自製頻道意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ 印象中都沒有看到自製頻道。</li><li>◇ 觀天下有自製頻道，會報導汐止的建設，可是我都不大愛看。</li><li>◇ 製作的很粗糙、不夠精緻、訊息也不夠即時，可能你早八百年前已經知道的事，他才弄出一個訊息。他在錄製的時候，我覺得很粗糙，感覺好像是很廉價的那種節目。</li><li>◇ 好像是在宣揚政績，因為他報導的是那種地方新聞，從來都只報好的不報壞的。</li><li>◇ 那些東西都是知道的消息，看 30 秒就轉台了。</li><li>◇ 攝影技巧都很差，感覺不是很專業。</li></ul>
中部（彰化）	<p><b>【正面】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◇ 會有一些法律諮詢，也會有一些醫學講座。</li><li>◇ 我們知道員林有發生什麼大事，我們會去看地方新聞，會在地方去找尋。</li><li>◇ 針對地方的特色去加強，因為新聞我看別台就好了，品質也比不上別台，如果針對當地的特色文化傳統技藝去推廣，我覺得這樣的話會比較吸引我。</li></ul>

	<p><b>【負面】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇重播率很高。</li> <li>◇製作的品質有比較差一點。</li> <li>◇自製的好像不是很精彩的感覺，畫質也不是很好，還有那個主播好像覺得不適合。</li> <li>◇大概是專業問題吧，比較會採訪一些奇奇怪怪不是重點的新聞。</li> <li>◇議長等政治人物宣傳、內容單一，不夠多元。</li> <li>◇應該是說他有些東西跟我們切身比較有關的，我們才會去看，如果太平凡，離我們太遠的，像他有時候報什麼馬路安全的那個，我就覺得跟我們關係不大，就比較不會去看。</li> </ul>
<p>南部（高雄）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇沒有詳細去看，所以不了解現在有那些自製的節目。</li> <li>◇都只在做廣告，像減肥產品。</li> <li>◇我最近有看到一些深入去介紹各鄰里的特色，因為我們如果是別里的，有可能不知道這裡的特色或狀況，高雄市有線電視業者就有在做這些介紹。</li> <li>◇建議像我們高雄這個地方，吃的、觀光的地方很多，就可以自製一個節目來報導，來介紹它的觀光點及好吃的東西。到時候高雄整個捷運完成，出口站有什麼東西，就可以介紹出來。</li> </ul>
<p>東部（宜蘭）</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇大家都知道自製頻道在第4台。(ALL)</li> <li>◇地方自製節目比較粗糙。</li> <li>◇我們這邊都播放地方新聞，所以幾乎大家都習慣去看縣裡面發生什麼事情，大家都想看，而且重播的次數不算少。</li> <li>◇地方新聞、地方評論不錯。</li> <li>◇報的很詳細，時間拖很長，可能是沒什麼新聞。</li> <li>◇播報的台語新聞針對老人家還不錯，老人家都喜歡看這個頻道。</li> <li>◇其實我都有在看，國台語都看，比較有空時就會看一下，但是我家的那一台其實是很模糊的。</li> <li>◇我有打電話詢問，他們的解釋是線路末端的問題。</li> <li>◇第4台品質粗糙，收視品質也不好。</li> <li>◇看不到、看不清楚時，打電話過去問，他們會說一些奇怪的理由，譬如這幾天下大雨或氣候不好，因為我不是很清楚之間的關聯性，但是我們付的錢沒有比較少，為何要忍受收視不穩定？</li> <li>◇安裝時就要求看不清楚要扣錢，那麼他就會幫妳弄到清楚，或是加強電波，若不打電話反應，對方會認為你看得很清楚，我是這樣覺得，看不清楚大部分是接頭或是線路有問題。假如當初接好可以看清楚，那就是保養不好，若越來越模糊，那是線路要換掉，不清楚就要反應，大家太客氣了，已經繳錢，就要弄到清楚。</li> </ul>



## 二、對於公用頻道的看法

在北、中、南、東各地區的座談會與會者中，大多數皆未注意到家中線電視是否有公用頻道，且對於公用頻道的定義及使用規定也不甚瞭解，加上有些地區公用頻道的視訊模糊，或民眾收視習慣不會轉到前面頻道，或民眾習慣直接鎖定特定頻道等，導致公用頻道的知曉程度並不高。

與會者瞭解公用頻道的功能後，有些人其實願意去嘗試使用，故建議政府應該多加宣導，並且在公用頻道無人使用時，公告申請辦法及條件資格等資訊，讓有需要的民眾可以去使用，對於教育，非營利組織的宣導更有其必要，這符合當初有線電視法制定公用/公益頻道的初衷。

表 4-5 有線電視收視戶公用/公益頻道意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 以前不知道，未來可能當作尋物啟事、尋狗啟示之用。</li> <li>◇ 系統應該要去宣導說我們有這麼一個頻道免費提供，這免費的頻道給你們使用，你們需要哪些資格？每一戶都塞一張給他們，他們就知道了。</li> <li>◇ 我覺得是讓大家都知道比較好，因為哪天可能有什麼事情可以使用，可是大家都不知道，如果知道可能就會去使用吧！</li> <li>◇ 建議在那個公用頻道裡頭，沒有人申請的時候，就停留在那個公告上，包含資格、順序…，就停在那裡。</li> </ul>
中部（彰化）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們都不知道那是幹什麼的。(ALL)</li> <li>◇ 17 號之前的頻道都不會去看，還有 70 號以後的也不會去看。</li> <li>◇ 我通常都是會鎖定數字，直接轉到我要的頻道。</li> </ul>
南部（高雄）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 不知道有公用頻道。(ALL)</li> <li>◇ 都從第 6 頻道開始看。</li> <li>◇ 好像都在賣偽藥。</li> </ul>
東部（宜蘭）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我會想去使用，只怕播出品質不好。</li> <li>◇ 公用頻道宜蘭人都不知道，縣政府應該協助一下。</li> <li>◇ 縣政府可以設立一個專案輔導，並給予協助增加品質，否則效果會差很多，學校也可以做一些建教合作。</li> </ul>

### 三、對於公用及闔家觀賞頻段規劃的看法

NCC 規劃將公用及闔家觀賞、兒少頻道集中在前面頻段，各地區與會者皆認為這樣的區塊化規劃很好。但是，希望可以不要經常更換頻道位址，會造成家人的困擾。

此外，有些家中沒有小孩子的成年人會覺得自己的收視權益不受重視，一些他們喜歡看的節目會放在後面的頻段，但是可能後面的頻段訊號會不好，收視品質會受影響。

表 4-6 有線電視收視戶對公用及闔家觀賞頻道規劃意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我覺得沒有差，要看什麼遙控器一轉就好了。</li> <li>◇ 我是覺得蠻好的。因為我們以前那個 GOOD TV 的台是在 89 台，現在 15 台很前面。那我固定都是看 GOOD TV 好消息，所以對我們來說很好。</li> <li>◇ 訊號來說的話，你越後面的頻道訊號會越弱，不然你遙控器一轉其實沒什麼差。</li> <li>◇ 我覺得很不公平的是，一些青壯年喜歡看的節目，現在頻道反而會在比較中間或後面，青壯年族群的權益被抹滅掉。除非改善後面頻道收視的訊號，我覺得這樣就 OK。</li> <li>◇ 希望可以儘量不要常改頻道位置，常改的話就變成很麻煩。</li> </ul>
中部（彰化）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 區塊集中一點，就是相關的節目集中一下不錯，新聞或者是兒童節目都在一起。</li> <li>◇ 我覺得應該是區塊化比較好。</li> </ul>
南部（高雄）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 贊成區塊化。(ALL)</li> </ul>
東部（宜蘭）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 贊成區塊化。(ALL)</li> </ul>

#### 四、對於廣告專用頻道（購物頻道）的看法

北中南東的座談會與會者大多數均表示有收看過家中有線電視的購物頻道，其差異僅在於收視的時間長短，多數與會者是看到就會轉台，或是因為怕受到誘惑而不敢看，也有表示只看不買的。但是，有電視購物的經驗的人，對於該類頻道銷售的東西與播出的內容，與會者多所詬弊的是產品的品質、購買糾紛，以及誇大的銷售手法。

購物頻道的數量方面，大多數與會者皆認為家中有線電視系統的購物頻道數量已經很多，但只要將之區塊化，且挪到後面一點的頻段（因為目前購物台都在收訊很好的頻段之中），也不一定要減少購物頻道的數量，反正只要知道那一塊都是購物頻道，不看的人就不要去看。

至於需不需要政府相關單位加以管制，與會者正反意見參半，認為不需要管制的理由，看法是自由市場的概念，而且有些人將其視為資訊的來源，以及購物的便利管道；另一些與會者則是表示，為了保障消費者權益，政府相關單位應該適時加以規範，除了管制販售的商品種類（藥品廣告）之外，也希望政府相關單位（消保官）及業者能確保民眾買到良好的產品，減少消費糾紛，並希望業者不要播放借款、高利貸等相關廣告，引誘年輕人借錢，產生不好的結果。

表 4-7 有線電視收視戶對購物頻道意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<p><b>【正面】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◇ 其實我覺得購物台賣的東西是還不錯，真的比外面還便宜，它還送東西，其實算起來不錯。</li><li>◇ 因為我做零售業，所以我很喜歡看購物頻道，看他的銷售技巧。</li><li>◇ 購物台的確是有需要存在，因為有很多人是沒有辦法出去買東西，我覺得是蠻好的一個方式，而且購物台賣的東西還不錯，真的比外面還便宜，還有送東西，其實算起來不錯。但是，我覺得應該要有管制才對。</li></ul> <p><b>【負面】</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>◇ 購物台頻道數量不要那麼多，一個系統裡面最少有 6 到 8 家。</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇我只是懷疑：他每次都說剩下幾個。</li> <li>◇我覺得他賣的東西到底是真的還是假的啊？有沒有那個真實性？</li> <li>◇我覺得很奇怪，有一些頻道明明不是購物台，但是擺明就是置入性行銷，明明就是在賣東西，而且講得有點離譜。像我印象中有一個購物台，他在講減肥、介紹產品，他根本就做的跟新聞一樣。</li> <li>◇像賣減肥藥的 36 台，他的講法很像是新聞在採訪，然後就說這真的有效什麼的。</li> <li>◇有些真的是很誇張，講得好像很神奇，像是賣健康食品或藥品。</li> <li>◇購物台幾乎都在前面，收訊最好的頻段。我們使用者付費，為什麼還要被強迫一定要先經過購物台。</li> </ul>
<p>中部（彰化）</p>	<p><b>【正面】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇贊成區塊化。（ALL）</li> <li>◇我蠻喜歡看的，看主持人講話，然後看模特兒。</li> <li>◇我會看，偶爾會買，介紹的產品剛好有需要，我覺得不錯的話我會買。</li> <li>◇我會看不買，因為我會看現在流行什麼東西。</li> <li>◇購物台越多的話，我們就比較不用出門逛街，如果真的無聊的話就切到購物台去看。</li> <li>◇購物台也算是一種資訊，買不買是我們的選擇。</li> <li>◇播是它的事情，要不要看是我們自己的事情，播表示經濟好，購買率高。</li> <li>◇他可以分期，我有去做過比較，比如說他在店面買的價錢跟在購物頻道買的，同樣的品牌，我覺得價位上差不多的話，可以採用分期的，所以我會在那邊買。</li> <li>◇廣告是他們的收入，我覺得不能斷它的活路，他沒有收入，那就使用者付費，變成大家就加錢，所以廣告我們不要干涉，盡量集中就好，要看的人自己去買，這是他賺錢的方法。</li> </ul> <p><b>【負面】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇我有看，可是我覺得有時候廣告太誇張了，不太有信任感。</li> <li>◇不看不買，那個太誇張了，所以有時候直接跳過不看。</li> </ul> <p><b>【政府管理建議】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇沒有保障或是沒有售後服務的，或者是會害人的，那種應該要取締或者是禁播，要管理的話應該就是把它禁掉。</li> <li>◇我們會感覺不知道是合法還是非法的，產品本身我們就很懷疑，都是一堆稀奇古怪的東西，我們在有線電視法裡面是不是應該要要求業者自制。</li> <li>◇應該去管理賣藥廣告（豐胸、壯陽），如果轉到會覺得為什麼政府可以放任業者，就像是那種以前廟口賣成藥的行為。</li> <li>◇業者應該要檢測一下，他們那些到底有沒有衛生署檢驗通過，不能賣的東西別拿來賣，要有基本過濾。</li> <li>◇我們不希望看到不合法的東西在上面。</li> </ul>

	<p>◇ 第四台賣的東西，業者要有連帶責任，這樣去規範可能會比較好。</p>
<p>南部（高雄）</p>	<p><b>【正面】</b></p> <p>◇ 會去看的人還是會看，像我朋友去我家就會去轉來看，不看的人就不會去看，像我在家就不看，朋友去就會看。</p> <p>◇ 最好把每個時段要做什麼或賣什麼都列出來。</p> <p>◇ 多台有多台的作用，看個人的需要，有些人感覺不多，有些卻覺得很多。</p> <p>◇ 我覺得購物台的語氣很誇張，我覺得還蠻好玩的。</p> <p><b>【負面】</b></p> <p>◇ 購物台太多。</p> <p>◇ 有些商品同質性又太高，所以我們自己就會產生品質不好的觀念，且會很混亂。</p> <p>◇ 受騙的很多，買時都說有試用期 7 日，但用了 2-3 天後就不能用，後來叫快遞公司送回去，可是它換回來覺得還是原來那一個，根本都沒換。</p> <p>◇ 每次購物台都說限量，但是目錄上其實是沒有限量的。</p> <p>◇ 購物台就幾個賣點，一個是主持人，另一個是宣傳，其實這也是推銷。還有無息分期，以及幾天的鑑賞期。</p> <p>◇ 我們買東西都會比較想說無息分期，如果金額大的話就可分 12 期分期，利息就可以節省不少，但是就算你這樣去算過也是吃虧。</p>
<p>東部（宜蘭）</p>	<p><b>【正面】</b></p> <p>◇ 購物頻道賣的東西很多種，很吸引我們，可是當我們買的時候有一些品質不是他們介紹的那麼好，如果品質上面能夠有一些管制，讓我們消費者覺得買這個東西很安心，我會很樂意去購物頻道買東西。</p> <p>◇ 集中在一個頻道或幾個頻道裡面，我覺得蠻適合的。</p> <p>◇ 當我看到這類消費頻道的時候，就會很想去買，它的吸引力真的是很夠。</p> <p>◇ 他的促銷和他的介紹，讓很多人有想要去購買的慾望。</p> <p>◇ 比較好的是，不管你買什麼都會給你鑑賞期。你覺得不滿意、不 OK，不需要理由就可以退回去，也不需要任何費用。</p> <p>◇ 購物頻道大一點的或比較有名氣的，買起來比較有保障，也比較不會擔心，但比較小的購物頻道會比較不敢去買。</p> <p>◇ 我還蠻喜歡看，因為不用出門，他所介紹的東西我可以多參考、多比較，然後又可以看看價錢。</p> <p>◇ 我是覺得區塊化，然後把它挪後面一點，你可以知道哪邊是購物頻道，如果不想看，你就不要去看。</p> <p><b>【負面】</b></p> <p>◇ 購物頻道真的太多了。</p> <p>◇ 服飾方面的質料上，就我在電視上面看到的，跟我實際拿到的，是有差異的。</p> <p>◇ 我也曾經買過，可是他的價錢是比一般便宜，但是收到的東西</p>

沒有想像的好。

◇我們對他有點不信任。

◇我們一般拿到就會認了，很少會去退貨。

◇把購物頻道挪到比較後面的頻道，不要占到頻道的空位，因為前面收訊比較好。

◇因為消費能力的關係，比較不敢看，所以把它移到後面比較好。

◇往後移一點，因為會看還是會看，會買還是會買。

◇我聽到的都差不多退貨比較多。

◇我很少看購物頻道，因為我怕被誘惑，除非有需要才會看一下。

## 五、對於一般性節目與廣告安排的看法

與會者大多對目前一般性節目跟廣告的安排表示「不滿意」，認為新聞台、電影台的重播率太高，插播廣告的時間也愈來愈長，所以很多受訪者看到廣告就會轉台。

還有地方系統業者並不顧及收視戶權益，經常有廣告蓋台的現象出現，與會者對其蓋台廣告的播放大多表示很反感，因為蓋台廣告的品質粗糙，音質經常聲音忽大、忽小，內容多是藥品廣告（豐胸、減肥、壯陽…）或當舖、汽車借款的廣告，以及廣告切入的時間點都很突兀，但是由於沒有選擇系統業者的權利，消費者也只能忍氣吞聲。除此之外，對於播報新聞中穿插的廣告、廣告節目化與置入性行銷也多所不滿。

表 4-8 有線電視收視戶對節目與廣告安排意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<p><b>【節目與廣告】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 新聞台全部都在一起，我們要看哪幾台一轉就 OK 了。</li> <li>◇ 為什麼新聞頻道他廣告、他也廣告，每一家通通都在同個時間廣告？</li> <li>◇ 我蠻喜歡看廣告的，很多廣告還蠻好看的，而且我不能接受的是，像 MTV 台有時候會播一首歌到一半就斷了，有時候看戲劇，它還可能有一個標題，然後就說要進廣告。不知道是業者自己插進來，還是突然會插進來，我不喜歡那樣！</li> <li>◇ 我是覺得適時的廣告還是有必要的，因為像你在看電影，你如果沒有廣告的話，那你一天的時間坐在那邊就不用動了。</li> <li>◇ 正常廣告假設它 30 秒，播 20 秒就被切掉，換播汽車借款、汽車當舖什麼的。</li> <li>◇ 只要是廣告都不看，看到就轉台。</li> </ul> <p><b>【地方廣告蓋台】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我不喜歡蓋台廣告，因為它破壞氣氛。而且我覺得他是剝奪消費者權益，他們個人的利益掛帥，然後就插進來，有點像是強迫性的要你看廣告。</li> <li>◇ 我覺得蓋台我就不喜歡，因為那好像不是正統的廣告，是他們自己安排的那個，不是那種真正的廣告。</li> <li>◇ 你有兩、三家的話，一定是不一樣的嘛！如果只有一家的話，他要重播十遍你也沒有辦法，你就只能看那家的啊！</li> </ul>

<p>中部（彰化）</p>	<p><b>【節目與廣告】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 國片重複的放好幾次，沒有像以前還沒有合法的時候，片子都是新的，現在都是那幾部老片子去重播。</li> <li>◇ 新聞台重複的比例很高，電影也會重播。</li> </ul> <p><b>【地方廣告蓋台】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 衛視電影台或東森電影台的廣告，正常來說應該都是電視台他們的廣告，可是地方的三大系統會把他們蓋掉，變成是當舖或借貸的廣告。</li> <li>◇ 廣告蓋台音質太差了，有的時候大聲，有的時候小聲。</li> <li>◇ 內容都是當舖什麼的，講難聽一點就是地下錢莊叫你去借錢。</li> <li>◇ 建議可以修法罰重一點，第一次比較輕微，然後後面可能加重這樣子。</li> </ul>
<p>南部（高雄）</p>	<p><b>【節目與廣告】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 廣告太多。</li> <li>◇ 如果要廣告就不可以給我們收月費。</li> <li>◇ 以前我們看鳳信，都有來收費的服務，但是現在就沒有而且要我們自己去繳還要加收 10 元。在它們說這是手續費，我覺得這很不合理，我們自己去繳還要繳手續費。</li> <li>◇ 好像電視台都講好，廣告時間都一樣，轉台後還是廣告，同時段，讓我們沒有選擇性的，轉過來也是廣告，轉過去也是廣告。</li> </ul> <p><b>【地方廣告蓋台】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 看到一半就有賣藥的廣告進來。</li> <li>◇ 畫質有差，原本是賞心悅目的，一下子沒有經修飾的畫面就出來了。</li> <li>◇ 常常是看到正精彩時就蓋台。</li> <li>◇ 打電話到系統台去抱怨，打過去都沒人接要不然就是佔線。</li> </ul>
<p>東部（宜蘭）</p>	<p><b>【節目與廣告】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 增加一些地理頻道、動物頻道，小朋友還滿有興趣的。</li> <li>◇ 我覺得新聞台應該往前挪一點。</li> </ul> <p><b>【地方廣告蓋台】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 節目正好看，廣告就給你插進來，不管看什麼節目，只要有空檔就插進來，那個很沒道德，因為我們也是花錢叫他牽線的，節目製作成這樣，人家原來的節目也不是這樣啊！他就亂插，他有空就給你插進來了，而且人家開始演了他還不切掉。</li> <li>◇ 以前廣告沒那麼多，現在廣告特別多，不是正常的廣告，它都是用插的，別人的廣告它也插進去。</li> <li>◇ 蓋台的行為非常嚴重，而且都是那種忽然間插進來，對我們的權益是一種影響。</li> <li>◇ 你在看一個節目，就會忽然把廣告插進來了，就是製作廣告的手法比較低一點，不會跟一般的廣告一樣，層級有差，好像就很死板，就像在看那種文字的，廣告水準就是差很多，</li> </ul>



所以你會覺得非常突兀。

- ◇廣告的水準差很多，在你沒有心理準備時，安插廣告進來，品質比較低一點，所以那種討厭的感覺就會出來。
- ◇每次廣告插進來的時候，那廣告又是很粗糙的，就很不想去看。
- ◇目前地方廣告的話，大都是平面的，可能因為秒數的關係，所以講話的速度都會非常快，如果沒有認真聽，根本聽不懂他在講什麼？
- ◇有時候可能是國語、有時候可能是夾雜著台語，所以我覺得第一廣告效果就不好，你與其花那些錢去做那些廣告，你不如做好一點，就是好好說，講清楚你到底要告訴我們消費者的是什麼？

## 六、對於節目分級制度的看法

以節目分級制度而言，與會者大多數都肯定分級制度的立意，但是如果沒有家長的強力配合，是無法達到分級制度的成效，因此家長嚴格規範子女的收視節目內容，才能真正落實分級制度的美意，但這也是與會者認為難以執行的部分。因此，與會者建議限制級應該全部鎖碼，且分級的標示應該隨時固定出現在畫面上。

表 4-9 有線電視收視戶對節目分級制度意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 限制級上網看的更多，上網又沒有鎖，所以沒有影響。</li> <li>◇ 我也是贊成分級比較好，譬如說家中有小孩的話，你要規定一些看電視的時間，規劃他的作息時間。利用這個方式來講，是有加分、幫助的作用，所以我覺得 OK！</li> <li>◇ 我覺得分級有必要性。在某個角度來看，可以幫助家長了解現在的頻道節目是怎麼樣的規劃，因為不可能 24 小時都跟小孩子一起看電視。</li> <li>◇ 有分級比較好，這樣小孩子比較不可能那麼晚睡，可能 10 點就去睡了。</li> <li>◇ 分級有他的效果，但是希望那個 mark 是一直都存在於某個角度。也就是說輔導級、限制級的電影，它應該要 mark 不要消失，隨著電影播放還存在。</li> </ul>
中部（彰化）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 有時候我們很忙，選台器在孩童手上。</li> <li>◇ 這樣的立意很好，可是執行幾乎沒有辦法。</li> <li>◇ 看以後有沒有方法可以做到讓分級制度去落實。</li> </ul>
南部（高雄）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 目前的分級制度 OK。（ALL）</li> <li>◇ 其實普通級的還是有暴力。</li> <li>◇ 目前的分級，看還是會看。</li> </ul>
東部（宜蘭）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 會看的還是會看，成效不好。</li> <li>◇ 不需分級，看久了就會習慣，不會覺得有什麼？</li> <li>◇ 要從家庭做起，爸媽讓小孩看這樣的節目更應該注意從中輔導，並不是說標上輔導級，小孩就不要看。</li> <li>◇ 還是註明一下較好，若父母沒時間陪小孩，至少標上分級過濾。</li> <li>◇ 我覺得不需這樣分，可以看就好，12 點後都鎖碼。某些限制級或暴力系列，不要讓睡醒後的小孩看到，有些越限制，小孩越會去看。</li> <li>◇ 在角落上打固定式的提示。</li> </ul>

## 七、對於新聞報導內容的看法

此次座談會與會者對於新聞報導的內容均表「不滿意」，主要是認為新聞報導太瑣碎，不客觀中立、不重視個人隱私、太多負面報導、太泛政治化、未求證事實即報導。社會新聞採訪內容太膚淺、太血腥、太鉅細靡遺教導犯罪，對小朋友會有不好的影響。與會者希望新聞中多一點國際性、溫馨、正面的報導。

表 4-10 有線電視收視戶對新聞報導內容意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<p><b>【報導內容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 國際新聞要加強，溫馨新聞太少，社會黑暗面報導太多。</li> <li>◇ 新聞報導立場要中立一點。</li> <li>◇ 有時候報導太過了，同樣新聞一直在 RUN。</li> <li>◇ 同一個新聞重複的次數不要那麼多，固定每個小時都在重複嘛，最少一個小時再重複，而且你看新聞台的話，同個時間都同條新聞。</li> <li>◇ 新聞的同質性太高，就是你沒有必要說每一台都去搶一樣的東西，我反而比較喜歡看播不一樣東西的那一台，而且他在同一個時間點，出現的頻率太高，好像在那個時候最重要的就是那件事情，你覺得都已經知道了，那幹嘛還要浪費時間去看一樣的東西？</li> </ul> <p><b>【報導品質】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 新聞台太多了，良莠不齊。</li> <li>◇ 你報導不真實，人家告你就要去關，你就會不敢了，我覺得就是要修法。</li> <li>◇ 你如果常看新聞台，你絕對可以看出他們的伎倆，他們都沒有求證就先報導，然後再回來更正，但一更正就是小小的。</li> <li>◇ 記者的水準真的是差太多了，去問還活著的人：你家死人心情怎麼樣？這就是教育的問題。</li> <li>◇ 中視、華視、台視我覺得還比較正規一點、客觀一點、比較保守一點，但是他不是你想看的時候就有，因為我不一定這個時候想看新聞。</li> <li>◇ 可以參考日本他們播報的方式，他們播報就是有那種專業度、細膩度、準確度。像我們現在新聞台一看怎麼傷亡人數都不一樣，就是因為搶快，得到的數據馬上就回去，沒有再第二次確認，然後公司內部也沒有去檢討這個問題在哪裡？再求進步，我是覺得缺少這個！</li> <li>◇ 記者培訓應該要從心態開始，他們是關心這個社會去採訪，而不是為了業績或收視率。</li> </ul>

<p>中部（彰化）</p>	<p><b>【報導內容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 大部分都報導政治，且一直在重複。</li> <li>◇ 國際的很少在報，幾乎不報，太少了。</li> <li>◇ 國際性的新聞都是報災難。</li> <li>◇ 應該是比較柔性一點、比較正面的。</li> </ul> <p><b>【報導品質】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 現在的新聞也許也是社會的亂源之一，因為他重複的議題就是這樣一直報一直報，有些人看了新聞會腦充血，尤其選舉的那一個階段當中，我幾乎不會去看新聞節目，因為你去看了會真的想吐血，因為每一台幾乎都一樣。</li> <li>◇ 電視台在處理新聞的態度都譁眾取寵，他們為了收視都會把事件誇張。</li> <li>◇ 血腥鏡頭都要處理，不要直接照出來，這樣子看了真的很可怕。</li> <li>◇ 犯罪的一些手法什麼的應該要淡化處理，現在還有模擬圖。</li> <li>◇ 以前都先審後播，現在科技進步，播了就要負責，政府應該要罰，NCC 成立的目的是應該就是這樣。</li> </ul>
<p>南部（高雄）</p>	<p><b>【報導內容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 犯罪性的不要放太多。像搶超商的，就一直重覆在播，這樣好像在教年輕人如何去犯罪，其實這種不應該重覆報導。</li> <li>◇ 政治新聞太多。</li> <li>◇ 社會新聞太血腥、太長，畫面要稍微淨化一下。</li> <li>◇ 我們只看到社會不好的一面，常常好的一面沒有展現出來。</li> <li>◇ 多報些國際新聞，內容也可以報導溫馨的奇人軼事。</li> <li>◇ 體育新聞太少。</li> <li>◇ 犯罪性的報導，可以在後面可以加上一些法律的常識，犯了這些罪，會得到什麼處罰，光報負面，會不知犯了什麼罪，最好有些法律常識給現在的年輕人了解。</li> </ul> <p><b>【報導品質】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 新聞台有些會打馬賽克，但是相同的新聞有些有打、有些卻沒有打。</li> <li>◇ 同樣的新聞一直報，過了多天還一直報，真的沒有意義。</li> <li>◇ 重覆性太多，同時段一天就播很多次，看一遍就好了，重覆播太多了。</li> <li>◇ 我們有在轉台，可是同一時段就會在播同樣的新聞啊！每次轉台還是會看到。</li> </ul>
<p>東部（宜蘭）</p>	<p><b>【報導內容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 新聞是要看現在發生的時事，但都是一些偏頗及八卦，並非我們想要！</li> <li>◇ 新聞大家都在看，像一些自殺的不良示範就不要報出來。</li> <li>◇ 專業新聞太少，例體育新聞、國際新聞。</li> <li>◇ 正面新聞少，缺乏激勵人心，毋須強調社會亂象。</li> </ul>

◇ 談話性節目太多，多一些地方文化產業的報導。

**【報導品質】**

◇ 查證跟真實性不夠。

◇ 新聞台不在乎罰錢，只在乎收視率。

◇ 血腥畫面未處理。

◇ 處理畫面要得當，不然小孩會嚇到。

◇ 顏色區分太嚴重，不是地方台所以要中立。

## 八、對於頻道斷訊的看法

整體來說，除了高雄地區由於目前捷運工程施工經常斷訊之外，其他地區除非天候影響，斷訊狀況已很少見。但是，有些民眾提到，斷訊前業者應該要以跑馬燈通知用戶，並且對於斷訊期間應該有所補償，此外，政府若開放一區兩家以上業者經營，業者之間有競爭的話，服務品質較有可能提升。

表 4-11 有線電視收視戶對頻道斷訊意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 過去比較頻繁，現在沒有了。</li> <li>◇ 如果一個地區開放兩家以上的話，有競爭的話就會比較好。</li> <li>◇ 系統業者線路被挖斷，收費還是要照收，這種應該要補償。</li> </ul>
中部（彰化）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 颱風天來的時候比較會斷訊。</li> <li>◇ 斷訊時打電話過去，都會跟我們講什麼時候會修好，最多好像只有一、兩個小時，不會很長。</li> <li>◇ 一般來說，收視的情形沒太大問題。</li> </ul>
南部（高雄）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 有時還會斷 2 天，沒有任何通知，我們一直打電話沒人接都找不到人。</li> <li>◇ 平常晚上打電話去，他們會說好，但是不能馬上來修理；如果是假日的話，他會告訴你：今天工程人員沒上班，要隔天才能來修。你就會覺得很嘔。</li> <li>◇ 高雄現在很多馬路都在挖或是在擴建，所以難免會動到線路，一搶修大概都要 3-4 小時，因為以前的線路是跑水溝。</li> <li>◇ 系統業者如遇到這種問題，可以告訴我們在施工，那我們會接受，要不然我們打不通就會一直打，不要一直不接電話、忙線中。</li> <li>◇ 第一線的客服人員服務要好，要不然後勤的人很努力，結果被第一線的人搞砸了，造成了整個系統業者(港都、鳳信)印象都不好，這樣也不對。</li> <li>◇ 有時斷 3-4 小時，一打電話抱怨不是語音就是還在放假。</li> </ul>
東部（宜蘭）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 停播前要以跑馬燈告知，要有配套措施，例：延長收視一個月不收費，讓消費者有選擇權。</li> </ul>

## 九、對於政府管理、費率審議及收費標準的看法

一般有線電視在節目與廣告的管理方面，與會者大多表示不滿，尤其是換頻問題、經營區劃分問題、消費者權利保障問題等，民眾都表示希望政府能夠介入協助改善。

就有線電視收費標準方面，與會者大多數表示太貴了，要再便宜些，有些則無奈的表示只要不比其他縣市貴，都可以接受。但有不少民眾提到收費方式及預付制度的問題，由於以往的收費方式為派員收費，目前有些業者改至便利商店繳費，民眾認為業者因此省下的人事費用，應該要回饋給收視戶；此外，雖然使用者付費的概念沒有錯，但是民眾應該可以等享受完服務後再付款，而不是現行的預付方式，否則業者應該要有退費的配套措施。

表 4-12 有線電視收視戶對政府管理意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<p><b>【政府管理】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我比較反感常常調整頻道，其實調整頻道到什麼樣子的方式，其實對我們來講沒有什麼意義，因為我們就是固定的看那些台。</li> <li>◇ 對我媽媽那種年紀大的人，他們要看的永遠都是那些台，換頻道後還要重頭再開始適應，這樣很不好。</li> <li>◇ 政府要有賞罰制度，要訂立條例說播報很精確、很有質感有賞，或者企業形象做的不錯、對社會有貢獻有賞；報導不真實，就要受罰。</li> </ul> <p><b>【收費標準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 站在學生跟消費者立場，我覺得應該再更便宜一點，最主要是他沒有競爭，沒有人跟他競爭，所以價錢沒有辦法談。</li> <li>◇ 政府應該要想辦法讓一個地區有兩家業者，才有競爭。以前沒有合併就比較競爭。</li> <li>◇ 付費的話，不管任何節目就不應該要有廣告或廣告要很少，那不付費的話就隨他安排，你就要忍受廣告。</li> <li>◇ 我覺得就是使用者付費，購物頻道不要，然後我要看的那幾種就收費這樣。</li> <li>◇ 就消費者來講，希望付出的越少卻獲得的更多，我是希望如果我們繳相同的價錢，應該要有相同的品質。</li> <li>◇ 我很贊成付費頻道，我覺得為什麼要跟大家付一樣的費，你給我 85 台，我只要看 3 台，其他台對我而言都是多餘的。</li> <li>◇ 系統業者收費時的態度要改善。</li> </ul>
中部（彰化）	<p><b>【政府管理】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 還是要有一條線，之前他們就是有畫一條線，因為他們本來之前要</li> </ul>

	<p>過來，可是線路是別人的，人家就不給他過來，所以看政府法令可不可以讓他們這樣做，讓他兩邊的勢力可以平衡。你一定要讓他可以過來，這樣才有辦法競爭，市場機制打開後，政府看有沒辦法這樣做。應該是線路可以互相使用，跟網路一樣，現在大部分都跑中華電信的線路。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我覺得這個是制度要健全才有辦法，比如說要有人檢舉，可是罰錢的話，錢到中央還是地方？如果有利潤，大家都會去做，這個錢是回歸到中央或者是給檢舉的人或是給監控的單位，我相信他會很願意去做這個動作。這個是一個制度上的問題，我們現在的制度就是說變成大者恆大、小的沒辦法生存。</li> <li>◇ 很無奈，但我覺得責任應該是在官方，消保官也沒有維護我們權益，那些新聞內容的問題，為什麼不去監控？</li> <li>◇ 因為只有這一家，我們不得不裝。</li> <li>◇ 市場機制是最好的解決方法。</li> <li>◇ 要開放競爭，不要少數壟斷。</li> </ul> <p><b>【收費標準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們消費者一個月六百塊不會覺得有什麼，但是這個成本問題應該是要有專家告訴我們，應該要配合精算師看合不合理。</li> <li>◇ 又不能斷掉，如果拆機後還要再裝，還要再付裝機費。</li> <li>◇ 可以保留三個月，超過就要裝機費了。</li> </ul>
南部（高雄）	<p><b>【政府管理】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 最好是能多開放幾家就幾家，我愛大高雄就大高雄，我愛慶聯就慶聯，政府不要管那麼多。</li> <li>◇ 現在政府要加強管理系統業者，要加強教導一些消費者申訴的權利，多加宣導一些有關民眾的權利。</li> </ul> <p><b>【收費標準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 如有人施壓價位就會拉低，像個人或公寓價位就太離譜了。</li> <li>◇ 收費標準低些。</li> <li>◇ 收費方式應彈性，斷掉後再復播又要再付一次錢，不合理。</li> </ul>
東部（宜蘭）	<p><b>【政府管理】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 因為只有一家業者，所以沒有辦法選擇，那費率的話，只要不要比別的縣市貴，我都可以接受。</li> <li>◇ 只能選擇看或不看，看就只能乖乖繳錢。</li> <li>◇ 使用者付費是應該的，但我還是堅持，先看完了以後月底再繳費，而不是月初就要繳費。</li> </ul> <p><b>【收費標準】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我覺得非常不滿意，因為這價格是他們定的，我們就一定要配合。</li> <li>◇ 減少台數就要減少收錢，結果它減少台數也沒減少收錢，他們沒有多幾個台數，反而還少了一些台數。</li> <li>◇ 我們的付費方式以前都是有人來收費，現在是我們要到 7-11 繳，那這個中間是不是應該有個差價，因為他要派人過來收費也要付這人月薪，那我們現在自己拿錢到 7-11 去繳，那是不是在費用上要扣除掉？</li> </ul>



- ◇ 因為所謂可接受，是經過比價的，我們這邊又沒辦法比價。
- ◇ 停播或是哪幾台收視不好，那就是給你一個標準，不清楚的就應該要有折價或者說不同的收費方式。
- ◇ 雙月繳或季繳應該會有小小的優惠，可是就完全沒有。就是我付了兩個月，我不可能只看一個月，但我不想看了，你不可能退我一個月的錢；我也不可能要你退我一個月的錢，我覺得這是很不公平的地方。
- ◇ 如果遲繳的話，常常用斷訊來威脅。

## 十、對於中華電信 MOD 的看法

北中南東座談會的與會者中，只有北部及東部地區有中華電信的 MOD 用戶，消費者之所以選擇 MOD 大多是因為對有線電視費率、廣告不滿，因而安裝 MOD，但是 MOD 的使用門檻較高，對於家中年紀稍長者在使用上仍有障礙。

表 4-13 有線電視收視戶對中華電信 MOD 意見摘要

地區	意見
北部（台北）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 以前沒有換光纖前常常會當機，網路常常會當機，因為來不及。那現在開始大安區全部換光纖，就幾乎沒有當機狀況。</li> <li>◇ 我裝了，但是我不會調，又把它拆掉了，因為那個很麻煩。</li> <li>◇ MOD 這樣的東西對某些教育程度比較沒那麼好的或者說老年人都不會用，像我媽媽就不會，她連遙控器都不會用。</li> <li>◇ 我會去注意每一台是在演什麼或在廣告什麼。你如果說是用 MOD 那種，就變成你只能看你特定要的影集或者是節目，但是相關的一些廣告訊息或一些比較新的東西，會不會就因為這樣就沒了，有一得必有一失。</li> <li>◇ MOD 的費用比有線電視來得合理跟便宜。</li> </ul>
東部（宜蘭）	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ MOD 的收費也是很高，比如唱歌，一個月 150 元可以唱 1 個月，結果變成用點歌的，5 塊錢唱一首，那跟外面有什麼差別？</li> <li>◇ 它沒廣告，也沒插播。</li> </ul>

## 第四節 有線電視頻道業者研究發現

### 一、頻道業者提升客戶服務滿意度措施(頻道類型規劃與編排)

就頻道類型與編排而言，群聚型的頻道(擁有頻道數一個以上)，在類型頻道的規劃上，有較多的彈性與空間編排(以求達到經濟規模)，再者，群聚頻道也會藉由單一頻道知名度，互相拉抬群聚中單一頻道間的知名度；相較於群聚頻道對單一頻道而言，主要是以更分眾與細緻的利基為主要的訴求(霹靂台、好消息)，因此在頻道類型規劃與節目編排考量上更能趨近所想要觸及的閱聽眾需求，更有甚者，以文化性為訴求的頻道，也求能打入主流市場中(台灣藝術電視)。但基本上，不論是群聚或單一頻道，現階段大多都以 Nielsen 所提供的數據為主要規劃頻道與節目的依歸。

值得一提的是，與會中唯一出席的購物台代表(東森電視)，將購物頻道定位為一種販售商品的通路管道，他們所服務的是消費者，打破以往商業媒體雙元市場運作的觀念，一般的商業機制而言看似正確，但有線電視頻道是閱聽人每月不等的費用所收看的頻道，單純以販售的角度衡量購物頻道，值得再進一步討論。

表 4-14 頻道業者提升客戶服務滿意度意見摘要

頻道業者	意見
東森電視	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ 就東森來說，有比較充裕的頻道數量可以去看分眾，也確實就是根據 AC Nielsen 收視率看出來，是新聞、綜合類型居於絕大多數觀眾喜愛。</li><li>◇ 就東森購物來說，消費會員有三十萬人，可能透過一些訪談方式去收集消費者意見，所以<u>我們其實是提供他一個消費的通路，一個方便的通路。</u></li></ul>
霹靂國際	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ <u>霹靂台做的是比較文化性的一個頻道。</u></li><li>◇ 我們的節目編排大概是在八點鐘首播，這其實是我們在去年、前年有跟 Nielsen 買比較深入的收視調查。</li></ul>
米迦勒(好消息電視台)	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ 基本上是公益，事實上也希望<u>推廣這樣的一個價值，就是家庭的價值。</u></li><li>◇ 在經費上我們比大家強就是我們沒有做節目要看 Nielsen、要看收視率壓力。</li></ul>

華特迪士尼	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 兒少來講，4 歲跟 9 歲的差距就很大。我們也沒辦法像其他的國家，他們會分開不同年齡層台灣只有迪士尼 channel。</li> <li>◇ 我們必須同時滿足學齡前兒童、國小兒童到少年，然後 cover 家長，我們必須要滿足 4 個族群需求。</li> </ul>
中天	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 還是有商業上的考量，成本的問題、還有收視率一些要求，這些都有相關。</li> </ul>
美商超躍	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ AXN 是屬於一個動作、冒險節目的頻道。AnimAX 是一個動畫台，focus 在 15 歲以上，比較屬於青少年的。</li> </ul>
緯來電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 業者當時看的是 40% 的 subscriber 釋到 content 去，現在可能 10% 左右，從上架費、購物台，廣告買回的錢做總額的話，可能 content 頻道商收到的錢，大概 10% 左右，造成節目品質上出現問題。</li> </ul>
台灣藝術電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們是<u>後段新進要殺出一條路的一個電視台</u>，希望以主流電視台操作，起碼在自製上或整個 content 上面能夠呼應到我們自己台的定位。</li> <li>◇ 節目規劃上，自有時段我們是從晚上 6 點到晚上 12 點，這六個小時我們盡力自製，包含宗教節目、綜藝節目，歌仔戲我們也有操作。</li> </ul>
三商多媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們的觀眾是比較固定，各類型都有，所以說被歸類綜合台或日本台，我不介意！</li> </ul>

## 二、頻道業者提升客戶服務滿意度措施(重播率、片源與自製節目)

目前電視頻道片源，大多都是以外購為主，除了自製片經費需求較高，頻道難以負荷之外，頻道業者也考量到目前台灣自製片所能銷售的地區(重複使用率)過低，所以繼日劇之後，目前不少頻道傾向與韓國或歐美地區購買，不同之處在於：八大電視傾向提供品質、知名度高的片單來經營時段與頻道(養觀眾)，而東森傾向以中低價格與精準選片的角度提供片單。但由於韓劇在台灣受歡迎的程度，所以韓國近期也將韓劇的販售價格抬高，若國內頻道大量的向國外購片，接下來面臨的將會是國外片單價哄抬問題。

多數單一頻道經營業者，基於經費、時間等因素考量，自製節目偏低、重播率偏高，幾乎是目前所有有線電視頻道的通病。另外，國內由於市場小，競爭激烈，自製成本過高，會依收視率情形加以重播的種類與不同時段，部分業者認為特定目標需求的頻道(NHK 與迪士尼)而言，閱聽眾有重播的需求，因為開機的時間並不一致。

表 4-15 頻道業者提升客戶服務滿意度意見摘要

頻道業者	意見
東森電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們希望服務到不同的收視觀眾，<u>會有觀眾覺得重播率高，理論上他不應該在這個時間看到明天中午他還在看電視</u>，除非說他鎖定的頻道，如果你固定一台的話，會覺得重播率高。</li> <li>◇ 很多台都播韓劇，包括我們後來也播韓劇。有人去搶價格炒高熱門的韓劇，所以我們的作法就是去<u>開發一些中低成本的韓劇</u>，這是我們找個突破的辦法，在片源採購各方面的嘗試。</li> </ul>
霹靂國際	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們公司碰到比較大的困難點是要朝文化藝術方面去做節目規劃的話，事實上我們<u>除非自製，否則很難取到一些片源</u>。</li> <li>◇ 坦白講，我們目前也沒有財源，公司的生產線裡面已經是相當緊，每個禮拜要發兩支錄影帶，將近 150 分鐘，這個部份在公司的拍攝已經是極限。</li> </ul>
米迦勒	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們參加世界各地的購片，我們一樣也有自製的、外購的。國外製作是我們主要採購的對象。我們播一些影集，是想要爭取固定群眾以外的人，所以我們節目 20%是比較強烈宗教性，80%我們還是希望給大家！</li> </ul>

華特迪士尼	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 看重播率，我們每天都是一個固定的 time block，第一集、第二集接著下去，除非像現在在晚上開闢一個影集，那一段就會晚上 10 點以後。</li> <li>◇ 因為<u>頻道年齡偏小</u>，所以他們比較喜歡看重播，他們對於<u>重複並不排斥</u>，甚至希望多看到他們喜歡的節目，我認為我們重播機率不高。</li> </ul>
中天	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 公司電視的重播率是根據當天的收視率，可能這一集來賓比較有話題性、收視率反應很好，就會重播。每天首播，之後有幾個時段重播，其他另外還會再安排時間。</li> </ul>
美商超躍	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們是跟日本買，坊間比較有名的漫畫，我們都買成動畫回來播。</li> <li>◇ 在片源上面我們還要擴充，難免有一些重播。</li> </ul>
緯來電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 簡單講一天分四個時段，那晚上 6-12 點這個大部分是首播的多啦，也有重播的，因為收視率太好。</li> <li>◇ 1/3 完全從業務考量，另外 1/3 是經濟規模不夠，真的需要墊檔，假如經濟規模夠還可以去考慮 GRP，經濟規模不夠，他在晚上、深夜，一定要去放一些沒有基本壓力，走邊際效應。</li> </ul>
台灣藝術電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 重播方面我們節目部的規劃就是簽約時段，早上時段重播。我們也會刻意去買一些真的比較中南部的歐巴桑很喜歡的綜藝節目，這些東西其實反應都非常好。</li> <li>◇ 歌仔戲我們沒那麼大的能力去操作，所以借力使力，我們替歌仔戲團操作硬體上進棚錄影、後製，他們提供播映權。</li> </ul>
三商多媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們<u>觀眾屬性是分眾的分眾</u>，<u>收視戶 70 歲以上</u>的，不然就很年輕的、學日文的、哈日族，他們反應說有的節目沒看到，為什麼不重播，嫌其他台都重播兩三次太多，那我們 NHK 的問題是不重播是一種罪過，因為你好節目為什麼不重播？</li> <li>◇ 我不能為了台灣的觀眾要求多用一次晚上重播，他又說我重播時間太短了，你應該全程播，中午播兩小時，你為什麼不播兩小時，但是問題我們這邊可能中南美那邊不需要，那會有這種分眾的問題。</li> </ul>

### 三、頻道業者數位服務推動現況

基本上，頻道業者均希望相關主管機關在推動數位化的同時，針對有線電視頻道能有更完善的配套措施，多數頻道業者都對數位化持比較不正面的態度，侵蝕掉現有的營收與獲利(數位化會使有線電視產業產值縮水)，若就現有的機制下推動數位化，業者均認為這個時間點對有線電視頻道經營是有傷害性的，所以在推廣上不論是付費頻道或計次付費頻道等看法，也就不夠積極，並且認為，這樣會使電視產業更加淪為惡性競爭的機制，節目品質將會更加惡化。一般業者普遍的反應都是希望在數位政策更加明確後，再言付費等問題。

表 4-16 頻道業者對數位服務推動現況意見摘要

頻道業者	意見
東森電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 現在的時間，整個產業產值會大幅縮水，系統收入會降，版權收入也會降，廣告收入也會降。我們認為全部數位化後再來做分級付費會比較好。</li> <li>◇ 監理跟輔導分開，希望輔導多，管理少，數位頻道後，我們不只跟增值頻道競爭，也要跟境外頻道，如果有其他很好的頻道進來，也要競爭 MOD，這個是很現實的問題。</li> </ul>
霹靂國際	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我想未蒙其利先受其害吧！以霹靂來講，我有廣告收入跟版權收入，布袋戲最主要的主軸是用比較低的成本。假設我們布袋戲都是要另外再購入，在數位化之後，兩個收入裡，我第一個就消失了。</li> </ul>
米迦勒	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 真的數位化，NCC 要重新去努力。爭取系統接受我們成為公益頻道，像這樣問題要從過去已有的機制中重新建立一套。</li> </ul>
華特迪士尼	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 以前東森跟卡萊爾推數位機上盒成效非常有限。所以要等兩三年後，趨勢走到那種地步，還要有一些配套的政策。</li> <li>◇ 在匯率的部份把它放寬，讓大家比較有多一點努力的空間，這樣也能投資多一些經費成本，有更高的投資報酬率。</li> </ul>
美商超躍	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 基本上跟大家意見都差不多。</li> </ul>
緯來電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 在這種情況之下，再去做分級付費很糟糕，分級付費真的走上惡性循環，重播率會更高、節目品質會更差，然後抱怨會更多。</li> </ul>
三商多媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我想單一頻道就很擔心一分組就沒有了，他們有廣告的綜合台，廣告收入佔大部分，單一頻道搞不好只 NHK 跟 CNN 兩個沒有廣告變成付費頻道，其實要看 NCC 的規劃。</li> </ul>

#### 四、對主管機關管理有線廣播電視之意見與建議

不論在數位頻道發展或節目廣告規範中，頻道業者均希望政府能夠扮演「管理」與「輔導」兼具的角色，並期望相關主管機關能逐步淡化消極性管理的功能(每月用戶收費上限)，進一步加強積極性的輔導機制，輔之以完善的法律規章，讓頻道業者有所遵循的依歸。

再者，在換照、申照的機制中，頻道業者希望政府能夠訂定更為明確的法律條文，讓業者有所遵循，例如東森 S 台撤照事件，業者表示自己已是相關法規訂定不夠周全的受害者。

表 4-17 頻道業者對主管機關管理意見摘要

頻道業者	意見
東森電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 政府站在輔導數位電視、頻道發展的情況下，應該要有配套，不管在執照審核、發照部份，要有一個完善的機制。</li> <li>◇ 廣電法裡執照時間、執照換照，規範模糊且不明確，經過 S 台換照這個事件，感覺整個制度是非常不完善、非常不健全。</li> <li>◇ 針對廣告部份，根本解決辦法就是從立法上取消，根本解決這個問題，除非從法源上去做這個事情，否則靠業者、頻道商自己跟系統溝通、協調沒有辦法。</li> </ul>
霹靂國際	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 歐美先進國家、日韓，主要收視時段有限定播某個節目，不管是之前的新聞局或現在的 NCC，對本國文化沒有保護措施，我們這樣子的頻道，在 MSO 這些大系統上或者政府法令，多一點生存空間。</li> </ul>
米迦勒	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 一方面要配合政府、遵守政府規則，就是在這個 17 頻道適合闖家觀賞區塊的公益性或非商業利益等，另外一方面也一直不斷的求突破，我們沒有競爭力，但是希望影響這邊。</li> </ul>
華特迪士尼	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 廣告的管理，我們比政府還要嚴格，最大的困擾其實還是來自於蓋台，希望政府能在這個範圍裡頭有比較清楚的法令或是比較積極的管理、積極的作為。</li> </ul>
中天	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 收費上限來講，如果大家投資更高，業者才願意增加投資，不會說收入好像一下遞減，讓大家無法生存。</li> <li>◇ 現在所有的頻道商，不靠廣告的話，台面上很多主流的頻道商，一樣也是經營不下去。</li> </ul>
美商超躍	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 有線電視產業是環環相扣的，我希望中央政府來管理，不要說每個地方管的都不一樣。希望政府能有一個很好的措施、配套，讓大家跟地方系統都雙贏。</li> </ul>



緯來電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 一個是頻寬給一定區塊，群聚吸引一群人，第二個就是以基金的方式，提供一些錢，讓他們有機會去播、去說服。</li> </ul>
台灣藝術電視	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 在相關法令上，給我們特定頻道比較不一樣的，不管是在分級付費或頻道輔導，我們知道政府願意支持這樣頻道內容時，就會願意付出更多相對的，來促成環境的發展。</li> </ul>
三商多媒體	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 去年我列提了兩張執照，當我第一張六年換照的時候，他告訴我明天就要來辦換照，他說你契約就到 12 月，你應該預先公文嘛，契約三年嘛，他說不行，五萬塊重繳。</li> <li>◇ 政府最好的輔導就是一個很明確的法令，然後不要插手。</li> </ul>

## 第五節 有線電視系統業者研究發現

### 一、系統業者提升客戶服務滿意度的措施(客服、斷訊)

系統業者在客訴與斷訊處理上均已各自建立一套標準 sop(跑馬燈)，針對斷訊與顧客抱怨有制式化處理機制以減少發生機率，在硬體設備上也盡量地下、光纖化，增設備援機房，但若是不可預測的天災人禍(捷運施工、颱風)，斷訊時間超過 24 小時，業者除了提供退款、延長收視時段補償外，也盡力處理斷訊問題。

表 4-18 系統業者提升客戶服務滿意度措施意見摘要

系統業者	意見
新唐城	◇ 接到客戶抱怨，少部分是因為看股票，可能會影響到他們的權益。
東森媒科(北)	◇ 去年在屏東、恆春地區因為有特殊狀況，整條橋斷了，所以搶修就會比較困難。今年做了補救辦法，在恆春地區會建一個備援機房，這個部分我們都有在改變。
東森媒科(南)	◇ 彰化今年在費率審議的時候政府有要求，如果比較長的繳別，會提供一些折扣優惠，就是在政府費率審議公告上。
中嘉網路	◇ 我們大概是把台北過去實施的經驗做重新整合，讓這個經驗傳承到高雄，根據地方縣政府長期調查，滿意度大概六、七成左右，還算蠻高的。
長德有線	◇ 我們台北這邊工程是到晚上 10 點鐘，那如果有一些緊急搶修的話，他們做到 12 點都沒問題。
台基網	◇ 區域斷訊 3-5 天，中南部會有，颱風來的時候，整個靠海邊房屋都垮掉。 ◇ 通常只要超過一整天 24 小時，都會給予補償，你原本到期日，我們再延，或下次收費時就把你扣掉！
大豐有線	◇ 斷訊這個情況至少我們目前因為管道地下化後比較少。如果遇夜間部份，我們服務到九點半，要客戶到隔天才能處理。
天外天有線	◇ 斷訊有可預知跟不可預知，通常捷運施工、光纖建的比較密的關係，不過時間不會那麼長，大概一個小時內都可以完工。
聯維有線	◇ 本身有 SOP，都照著流程，超過兩個小時以上幾乎很少、真的降了很多。

## 二、系統業者提升客戶服務滿意度的措施(自製頻道、第三頻道)

原本政府規範地方業者第三頻道的美意，對中、南部系統業者而言，有窒礙難行之處，北部系統業者與當地政府合作提供較多的節目內容，但中、南部的系統業者礙於經費與內容不足，所以僅能以跟拍市政行程或插字卡的方式經營。

就第三頻道的屬性上，業者建議主管機關應更為明確定位究竟是為「自製頻道」或「公共頻道」？若是公共頻道，那與公廣集團(TBS)如何區分？若定位為自製頻道，就目前現階段而言，系統業者沒有足夠的內容可以提供該頻道播出。

表 4-19 系統業者在自製頻道、第三頻道措施意見摘要

系統業者	意見
新唐城	◇ 頻道規劃來看，公益的區塊裡面，本來就沒有人看，使用率本來就是比較低一些。
東森媒科(北)	◇ 我們有的是節目部自己做，還有的是外包或跟其他廠商做合作，明年我們大家一起做自製頻道，整個節目品質也會比較完整，各縣市之間會交換心得。
東森媒科(南)	◇ 我們規劃明年跟東森電視放在第四頻道，製作東森平台的有線電視自製頻道。 ◇ 經營一個自製頻道，你要養成、成本，都是很大的考量。24小時的節目，一天八個小時重播兩次的節目量都很難維持。
中嘉網路	◇ 在公用頻道的時段裡面，提供部分做全國性的全國時段，變成全國可以流動，等於增加公用頻道的多元性。
長德有線	◇ 頻道3目前來看，年輕人接觸的頻率很少，可是我們又希望宣導媒體近用的原則以前大概50%都是台北市政府的，現在減到30%，一般民眾團體投過來的稿量已經慢慢增加。
台基網	◇ 縣長今天去巡視什麼或什麼政令宣導，幾乎都成為這種頻道。除台北市外，一個地方能夠有多少資源？縣政府幾乎沒有能力下去做公用頻道的事。 ◇ 自製頻道的部份，要期望地方的有線電視做自製頻道，其實蠻難的，除新聞外，就是廣告節目化的部份，在中南部這部份會蠻多的。 ◇ 整個節目足夠，至少我要24小時至少要播個12個小時的節目帶來重播，一定會有一些低成本的東西。

### 三、系統業者數位服務推動現況、困難與建議

在政府針對數位化相關規範尚未明確訂定時，業者多不敢貿然投入資金，大多擔心貿然投資，回收不易；再者，有些跑的比較快的業者，率先投入數位化系統建置，但礙於法律規章尚未明確，也容易遭受到顧客的拒絕。建議政府在推動數位化時能有更為縝密完善的規範讓業者遵循。

表 4-20 系統業者對數位服務推動意見摘要

頻道業者	意見
東森媒科(北)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 數位化是很大的題目，我們從 02 年建好數位到目前為止大概投資了八億，可是回收的很少。</li> <li>◇ 牽扯非常大，政策明確後，我們才知道數位化的腳步到底要怎麼走，NCC 現在也不知道，他其實是沒有法源的來源。</li> </ul>
中嘉網路	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 行政院原無線部分 2010 年要回收，現在提前到 2008 年，在有線電視這塊沒有規劃全數位化，所以他政策需要明確點。</li> <li>◇ 現在規劃困難就是說整個裝全數位化的政策並沒有一個全數位化的政策。</li> </ul>
台基網	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們區域都還沒有開始推數位化，預計這個月開始作測試，明年開始會做一些更改。但整個數位化好像是錢丟進去咚就不見了！</li> <li>◇ 如果政策不明朗的話，推了這麼多年，你類比的不讓我關，其實我再怎麼推也沒有用，台灣沒有那麼多的 content。</li> </ul>
天外天	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 節目部，因為設備舊，目前規劃要購買新的設備，開始在推了，目前跟中嘉策略聯盟。但是機上盒成本，所以推動上沒那麼快。現階段，數位服務政府政策還不是非常清楚支持數位化，</li> </ul>
大豐有線	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 數位化在我們區域裏，已經達到 30% 的普及，達到那麼高的普及，實施過程有一些手段。</li> <li>◇ 數位化依照大樓優先處理，希望明年度法令可以趕快通過，讓業者有所依循，讓消費者依照法令，在推數位化的過程會順利一些。</li> </ul>
聯維有線	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們的自製頻道一個是在 34，除新聞性的外，就是有一些座談會，還有可能教運動、生活上的教導，一些鄰里的活動跟節目介紹，都是我們節目部自己製作的。</li> </ul>

#### 四、對主管機關管理有線廣播電視之意見與建議(廣告管理、收費標準)

系統業者除了希望政府在地方廣告、自製節目品質等問題能夠有完善的規範與配套措施之外，同時亦希望相關主管機關能夠收回地方審議費率的權利，由中央統一公開透明的審理反而是業者覺得比地方民粹式審理為佳。

表 4-21 系統業者對主管機關管理意見摘要

頻道業者	意見
新唐城	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 應該都是想要擺脫掉地方一個民粹式的審議過程，能夠回到中央。那中央未來是不是會出現一個比較公開透明的審議公式，這是大家沒提到的部份，有公式出來。</li> </ul>
中嘉網路	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 關於收費這個部份，長時間的季繳或半年繳、年繳有沒有折扣，我覺得都應該回歸到一個正常合理商業體制，法規上沒有一個明文規定一定要這樣的方式做，應該要回歸到一個合理的商業機制效應上做。</li> </ul>
長德有線	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 廣告蓋台部分，我也希望未來廣電法在修的時候把這部份明確化，到底什麼樣的廣告是屬於系統或頻道的，要怎麼區分。</li> <li>◇ 我們基金給市政府，他並沒有專款專用，我是希望說如果你有拿到我們的基金，希望能夠用在我們身上，甚至有一些同業間的互相交流，這都是仰賴主管機關幫我們做到。</li> </ul>
台基網	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 關於收費這部份，現在法規規定一定要人工收費，其實這部份對我們造成很大的困擾，畢竟人工收費成本高、風險大。</li> <li>◇ 有關斷訊的部分，需要法令來保護這套，客戶常常就是他不願意繳錢，我們就是斷線，那我們網路沒有保障其實對其他的消費者不公平。</li> <li>◇ 跨區經營後，我們希望配到中央去管，因為之後可能任何一個有線電視都會跨兩三個縣市，如果真的跨區經營這個政策是既定的話，我認為要去考量說管理要回歸中央。</li> </ul>
天外天有線	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 那個廣告蓋台的部分，我也希望未來廣電法在修的時候把這部份明確化，到底什麼樣的廣告是屬於系統或頻道的，要怎麼區分。</li> <li>◇ 加裝平衡器，聲音可以控制在幾個 DB 差異內，那不會忽然間大小聲，以前沒有裝這個聲音平衡器之前經常性大小聲很嚴重，法令如果定清楚，廣告品質就沒什麼差別。</li> </ul>

## 五、對主管機關管理有線廣播電視之意見與建議(數位化)

在推動數位化、分組付費、經營區域調整等問題上，業者希望由中央廣納地方業者意見後，再執行公佈，不要由相關主管機關一昧的放話，但地方基層業者卻對主管機關所公佈的規範無所適從；也希望主管機關能由中央統籌單一化，免於業者要遵循地方政府與中央相關主管機關等多頭馬車的規範，同時希望主管機關能夠儘早的將推動數位化的執行細節明確公佈，讓業者儘早有所準備。

表 4-22 系統業者對主管機關在數位化管理意見摘要

頻道業者	意見
新唐城	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 要有一個公平競爭的環境，基本上當然也樂見有這樣的競爭態勢、有不同的競爭差異平台，然後可能不同平台，數位無線他是一個免費的平台，提供現在 15 個頻道的規模。</li> <li>◇ 經營區問題，我會認為在電信業者競爭態勢之後，等於是直接過去新聞局把他免除在限制之外，所以可能建議他來思考怎樣擴大業者的經濟規模，在普及服務那個部份怎樣去免除部分負擔，讓業者可以在經營區，因為政府來講希望增加競爭、擴充經營區，我想這是努力的方向。</li> </ul>
東森媒科(北)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 我們現在沒有辦法明確說出來我們是贊成經營區擴大還是不贊成，也要看他出來的配套措施。</li> </ul>
中嘉網路	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ NCC 是有這樣的肩膀去扛住地方政府的壓力，然後去推數位化是一個問題，事實上整個不管它可能牽扯到其他配套的東西，都應該回到中央去做一個整體的規劃。</li> <li>◇ 廣電法裡還是有一個所謂規模上限 1/3 的上限，這部份可以比照電信法的做一個行為管制，這部份都要同步做一個配套的思考，對業者來講比較有保障。</li> </ul>
台基網	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 有的就是說你反應給地方政府也沒辦法解決，那為甚麼不像現在 NCC 把這個事情可以統一，看統一到哪個單位去，他有這個能力做這個處理，包括一些廣告也是一樣，可能這個縣市罰了、那個縣市又罰，也造成業者很大的困擾。</li> </ul>
大豐有線	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 針對數位化部份，未來在分級付費的時候，希望主管機關可以打破頻道號碼的迷思，頻道號碼是我們給他的一個名稱而已，不是像類比說哪個頻道是哪個。</li> <li>◇ 最好上限可以讓市場機制去決定，不要去定那個上限。當然基本費率由主管機關來審核是沒問題的。</li> </ul>
天外天	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 產業其實跟市場的整個發展是有點牴觸的，所以業者在經營會有很多顧慮，最後回歸源頭還是跟中央政策有關，政策不明確，所有投資都有風險，而且風險很高。</li> </ul>