

第七章 個案研究—我國行動通信業務市場分析

第一節、背景說明

「我國行動通信業務市場分析」個案研究的進行方式，係參考採用「日本競爭評價模式」作為個案分析架構，理由說明如次。

由本研究針對主要國家實施經驗的分析可知，歐盟現行 SMP 市場界定已由原先的 18 個市場，調整修正為 7 個市場；其中有關行動通信業務的市場界定，僅剩下「個別行動電話網路語音受訊批發市場」。換言之，其他不在界定範圍內的相關市場，視同解除管制，不予規範。

參酌英國針對「個別行動電話網路語音受訊批發市場」所進行的市場分析結果，所有的行動電話業者均被認定為 SMP，接受受訊費資費管制。其主要理由為 Vodafone 等 5 家行動網路業者，分別在其各自的網路提供語音通話受訊的批發市場中，各自佔有 100% 的市場佔有率，實質上具有獨占地位。若準此方法引進國內，則亦將出現相同的結果，無須特別進行個案分析。

另外，從美國經驗可知，就法制面而言，FCC 並無定期實施行動電話市場分析的機制。事實上，目前美國行動電話市場已經沒有業者被界定為市場主導者，因此亦不存在所謂的適當參考借鏡材料。

日本電信市場競爭評價機制的分析結果，雖不必然直接反映在競

爭政策上，然而就其市場界定的方法、市場分析的流程，以及為確保競爭評價的公正性與客觀性而引進「競爭評價顧問委員會」機制，均提供合理的市場競爭評價判斷依據。

由於我國未曾實施電信市場分析或競爭評價，因此就「try and error」的意義而言，引進日本電信市場評價機制，提供參考借鏡，可謂適當；不過就市場分析結果，在市場主導者認定方面，則回歸法制上的依據，本研究將以我國現行認定標準以及歐美日等先進國家的認定標準作出認定說明，提供我國制定市場主導者認定機制的重要參考。

當然，在採用「日本競爭評價模式」作為此次個案分析架構時，應可理解於分析過程中將缺少「競爭評價顧問委員會」意見諮詢機制；而在分析材料上，基於我國現行電信公務統計的基礎，亦可能與「日本競爭評價模式」的分析深度出現落差。

本研究由委辦單位所獲得的相關公務統計資料，由於涉及「密件資料」，因此本章市場分析相關數據將獨立於研究本文之外，僅提供NCC內部參考，不對外公開。

第二節 市場界定及可分析材料

一、市場界定

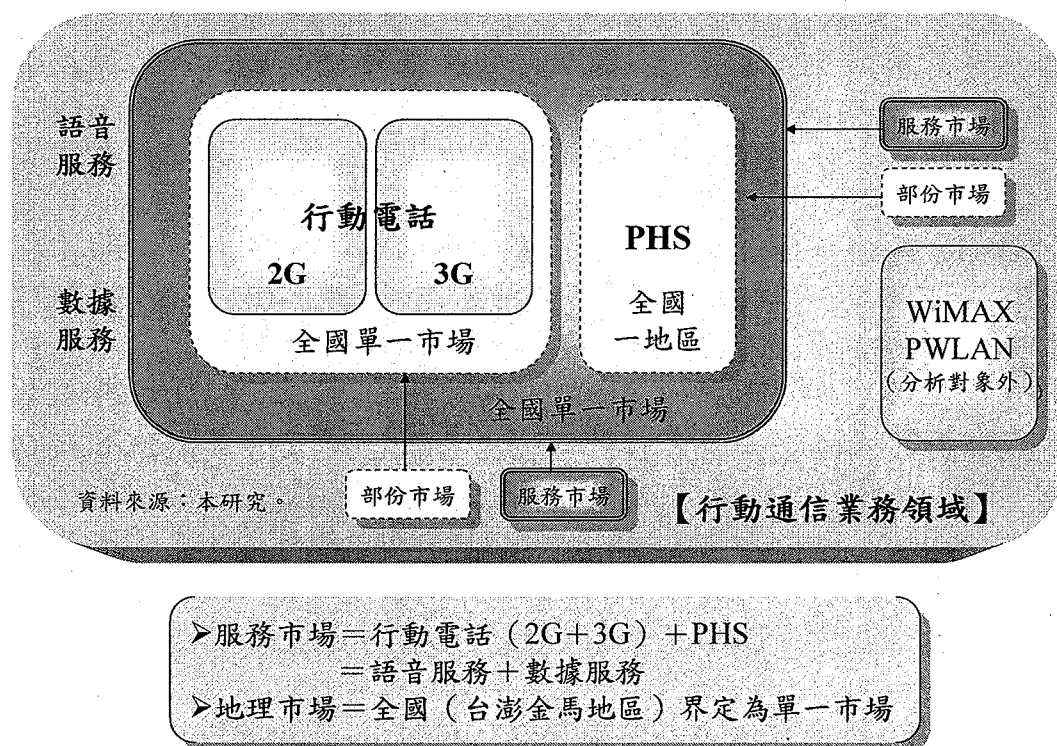
本研究針對行動通信業務所進行之市場界定，區分有服務市場與地理市場兩大類。市場界定的方法，係考量業者在設定費率時，有無受到相關限制以及需求替代性與供給替代性等競爭上的限制因素而界定之。所謂需求替代性，係指價格調漲時，顧客可否轉換使用其他服務的程度；所謂供給替代性，係指價格調漲時，其他供給者可否替代該服務或增加提供該服務的程度。

理論上，在檢驗需求替代性與供給替代性時，通常係採用「假設性獨占者檢測」(hypothetical monopolist test)的方法，先從假設市場上僅有一個獨占業者開始，檢驗該假設性獨占者是否有能力在不減損利潤下，進行「微幅但顯著的非暫時性價格調漲」(Small but Significant Non-transitory Increase in Price，以下簡稱 SSNIP)。

如果價格調漲（調漲幅度通常考慮為 5%且持續 1 年）而該假設性獨占者仍然獲利時，則該產品或服務可構成另一個市場；而如果價格調漲，顧客將轉換其他產品或服務時，或其他供給者與該假設性獨占者發生競合之使不能獲得預期的利潤時，則將該替代性產品或服務納入，完成市場界定。

基於前述原理，本研究認為目前國內 2G 行動電話、3G 行動電話以及 PHS 等三項行動通訊業務，不論就語音服務或數據傳輸服務，彼此間具有需求替代性與供給替代性，因此界定為同一服務市場。

圖 7-1 行動通信業務市場界定示意圖



換言之，本研究所界定之服務市場，係由行動電話（含 2G 與 3G 行動電話）與 PHS 之語音服務及數據通信服務等部份市場所構成，另外公眾區域無線網路（PWLAN）或無線寬頻接取業務（WiMAX）等服務因尚屬新興服務，因此不列入行動通信業務市場的分析對象。在地理市場方面，則以現行臺閩地區行動通信業務營業區域界定為全國單一地理市場（參見圖 7-1）。

二、可分析材料

基於研究時程及委託經費之限制，本研究針對行動通信業務市場分析所使用之統計資料，主要係 NCC 電信公務統計所掌握之供給面相關統計數據，統計時間為 2006 年 1 月至 2009 年 6 月底為止。其具體項目，彙整如表 7-1～表 7-3。

表 7-1 PHS 相關統計彙整

統計項目	相 關 細 項
○特許執照	—
○營業收入	—
○用戶數	—
○通話分鐘數	—
○基地台	—
○承載通道	—
○門號數	—

資料來源：本研究依據 NCC 電信公務統計彙整。

表 7-2 2G 行動電話相關統計彙整

統計項目	具 體 細 項
○特許執照	—
○營業收入	月租費、通話費、其他
○用戶數	月租型用戶數、預付卡用戶數 WAP、GPRS、一般
○通話分鐘數	—
○基地台	—
○承載通道	—
○簡訊量	大量簡訊（二類業者、企業用戶）、一般用戶
○門號數及門號使用狀況	月租型（使用中門號數、退租門號數） 預付卡型（已使用門號數（發售中、使用中門號數）、退租門號數） MVNO（發售中/使用中門號數） 未使用門號數 DGT 已核配門號數 同一人申請 5 個門號（含）以上者（月租型、預付卡型）

資料來源：本研究依據 NCC 電信公務統計彙整。

表 7-3 3G 行動電話相關統計彙整

統計項目	具體細項
○特許執照	—
○營業收入	月租費、通話費、其他
	數據傳輸服務、簡訊
○用戶數	月租型用戶數、預付卡用戶數
	數據傳輸服務（速率 $\geq 256\text{Kbps}$ 、速率 $< 256\text{Kbps}$ ）、一般
○數據傳輸量	—
○通話分鐘數	去話（3G 撥打 2G）、來話（2G 撥打 3G）
○基地台	—
○承載通道	—
○簡訊量	大量簡訊（二類業者、企業用戶）、一般用戶
○門號數及門號使用狀況	月租型（使用中門號數、退租門號數）
	預付卡型（已使用門號數（發售中、使用中門號數）、退租門號數）
	MVNO（發售中/使用中門號數）
	未使用門號數
	DGT 已核配門號數
	同一人申請 5 個門號（含）以上者（月租型、預付卡型）
○用戶保留原使用號碼轉換為 3G 或 2G 用戶數	2G 轉換 3G、3G 轉換 2G

資料來源：本研究依據 NCC 電信公務統計彙整。

依據前述電信公務統計資料，本研究將從具有市場分析意義之觀點，針對行動通信業務分別就按用戶別（含月租型用戶與預付卡型用戶）與按營業額別，以及按語音服務別與按數據服務別進行市場動態發展與市場規模現況分析。

而為充分掌握市場競爭現況，本研究將區分部份市場分析（包含 PHS、2G、3G、2G+3G 等部份市場）以及整體市場分析（包含按系統別之整體市場分析與 2G+3G+PHS 之整體市場分析），分別就部分市場

與整體市場之競爭情況進行分析，主要分析指標，彙整如表 7-4 所示。

表 7-4 市場分析主要指標

市場界定	市場規模主要指標				競爭情況主要指標			
	月租型	預付卡型	語音市場	數據市場	用戶規模	營業規模	ARPU	HHI
PHS	×	×	○	○	○	○	○	○
2G	○	○	○	○	○	○	○	○
3G	○	○	○	○	○	○	○	○
2G+3G	○	○	○	○	○	○	○	○
按系統別	○	○	○	○	○	○	○	○
整體市場	○	○	○	○	○	○	○	○

資料來源：本研究。

三、競爭評價基準依據

本研究針對行動通信業務所進行之競爭評價，主要依據兩項原則作為評價基準：其一為我國現行「第一類電信事業資費管理辦法」第 10 條所規範的市場主導者認定標準；其二為歐美日等先進國家對市場主導者之認定標準，藉以凸顯比較我國現行制度與歐美日等先進國家的差異，裨提供具體政策建議之參考依據。

此外，在觀察市場競爭情況重要指標的市場集中度 HHI 指數，係由市場上所有業者市場佔有率的 2 次方加總而得，其指數介於 0（表示完全競爭）至 10000（表示完全獨占）之間，數值愈高表示寡占強度愈大；數值愈低表示競爭強度愈大。

表 7-5 市場分析之競爭評價基準依據

參考基準	市場主導者之認定依據
○我國現行基準	○控制關鍵基本電信設施者。 ○對市場價格有主導力者。 ○其所經營業務項目之用戶數或營業額達各項業務市場之 25% 以上者。
○歐盟基準	○原則上以市場佔有率 40% 作為市場主導者之認定基準值。 ○超過 40% 時，應留意該市場有無單獨支配之現象（或發展）。 ○超過 50% 時，則為市場存在支配地位之佐證，且該業者若長期穩定維持該高度市場佔有率時，則將被認定為市場主導者。
○美國基準	○藉由生產量之控制而調漲價格的能力。 ○可以把價格調高到競爭水準以上的費率也不會因不利益而失去多數客戶且可以持續維持該費率水準的能力。
○日本基準	○於同一區域內行動電話用戶數佔 25% 以上（去年及前年 2 年平均），且最近一年在同一區域內營業額市場佔有率超過 25% 以上者，即可認定為市場主導者。
○HHI 基準	○HHI 低於 2500 且市場佔有率低於 35% 之市場環境，一般認為實質上會出現阻礙競爭的可能性很低。

註：HHI 基準系依據日本公正取引委員會「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」見解。

資料來源：本研究。

歐盟方面在審查企業合併之際，如果 $HHI < 1000$ 時，則判斷市場上不存在競爭問題的可能性很高（參見 EC，2004）。美國則就企業合併後，如果 $HHI < 1000$ 時，顯示非集中市場； $1000 \leq HHI < 1800$ 時，則為中度集中市場； $HHI \geq 1800$ 時，則為高度集中市場（參見 DoJ，1997）。

日本雖有市場集中度的分類（參見表 5-9），但在實務認定上，則就企業合併後的 $HHI < 1000$ 時，認定實質上不會出現阻礙競爭的問題，標準與歐美一致；但日本官方更具體提示：「HHI 低於 2500 且市

場佔有率低於 35%之市場環境，實質上會出現阻礙競爭的可能性很低」之見解（參見日本公正取引委員會，2009）。

由於我國在 HHI 指數與市場集中度關係方面，尚未見有正式的官方見解，因此本研究將依據日本基準（實質上亦和歐美接軌），作為市場集中度與競爭問題之判斷依據。

除此之外，依據劉柏立 1998 年的報告指出，為判斷競爭政策是否真的發揮預期效果，可以從消費者所享有的服務選擇空間，作為客觀的判斷指標。如果電信市場所提供的服務，可以滿足消費者如次 5 項選擇需求的話，則此市場可以認定為已經成功地轉移成開放性的競爭市場。

○消費者是否可以在各類的電信事業中，自由選擇自己偏好的電信服務？

○消費者是否可以在沒有障礙的環境，迅速地自由選撥不同的公司通話？

○消費者是否可以在不需變更電話號碼的條件下，轉換不同的電話公司？

○消費者是否可以在不需增加費用負擔的條件下，轉換不同的電話公司？

○消費者是否可以在不需加撥電話號碼的條件下，更換不同的電話公司？

四、分析用語說明

(一)、行動通信業務

本研究所稱之「行動通信業務」，依據服務市場界定範圍，包含「行動電話」與「PHS」之「語音服務」及「數據通信服務」。

(二)、行動電話

本研究所稱之「行動電話」包含第二代行動電話（簡稱 2G）與第三代行動電話（簡稱 3G）。

(三)、PHS

本研究所稱之「PHS」為 1900MHz 數位式低功率無線電話之簡稱。

(四) 用戶數

本研究所稱之「用戶數」，係由月租型使用中門號數與預付卡型使用中門號數所構成；惟 PHS 無預付卡型服務，僅由月租型使用中門號數所構成。

(五)、營業收入

本研究所採用電信公務統計所稱之「營業收入」，係由「月租費」、「通話費」及「其他收入」項目所構成。

其中 2G 之「月租費」及「通話費」收入項目均含 WAP 與 GPRS 之營收；「通話費」收入項目另含簡訊營收；而 GPRS 營收已包含 MMS 營收。3G 之「通話費」收入項目包含「數據傳輸服務」及「簡訊」營收；而 PHS 之「營業收入」則無「月租費」與「其他收入」之項目。

(六)、數據通信服務營收

本研究所稱之「數據服務營收」係由 2G 的 WAP 與 GPRS (含 MMS)、3G 的數據傳輸服務 (含手機上網、MMS) 與簡訊服務以及 PHS 的數據傳輸服務 (含純以手機上網、以電腦透過手機上網、簡訊) 營收所構成。

(七)、語音服務營收

由於電信公務統計並無 2G 與 PHS「語音服務」的統計項目；3G 雖有「純語音服務營收」項目，但統計資料並不完整。因此本研究所稱之「語音服務營收」係以「通話費」為基礎，依據如次公式計算而得。

$$\bigcirc \text{「2G 語音服務營收」} = 2G (\text{通話費} - \text{數據服務營收});$$

其中「數據服務營收」=WAP 營收+GPRS (含 MMS) 營收。

$$\bigcirc \text{「3G 語音服務營收」} = 3G (\text{通話費} - \text{數據服務營收});$$

其中「數據服務營收」=數據傳輸服務營收+簡訊營收。

○「PHS 語音服務營收」=PHS (營業收入－數據服務營收)；

其中「數據服務營收」=純以手機上網營收＋以電腦透過手機
上網營收＋簡訊營收。

(八)、通話費結構

本研究所稱之「通話費結構」係由「語音服務營收」與「數據服務營收」所構成。

(九)、ARPU

ARPU 係 Average Revenue Per User 之簡稱，即平均每用戶每月貢獻的營業收入。本研究 ARPU 區分有月別動態 ARPU 與各年度平均 ARPU 兩大項。

(十)、3G 化比率

在 2G+3G 市場之 3G 化比率計算公式為：

按用戶別 $3G \text{ 用戶數} \div (2G+3G) \text{ 用戶數} \times 100$

按營業額 $3G \text{ 營業額} \div (2G+3G) \text{ 營業額} \times 100$

在 2G+3G+PHS 市場之 3G 化比率計算公式為：

按用戶別 $3G \text{ 用戶數} \div (2G+3G+PHS) \text{ 用戶數} \times 100$

按營業額 $3G \text{ 營業額} \div (2G+3G+PHS) \text{ 營業額} \times 100$

第三節 市場分析結果

一、市場發展現況

(一)、業者數

由於行動通訊業務有其無線電頻率稀有性之限制因素，因此市場上仍維持結構管制，各系統之業者數變動不大。惟在 2G 行動電話市場，2007 年出現泛亞電信公司整併東信電訊公司；而 2008 年泛亞電信公司為台灣大哥大電信公司所整併。

截至 2009 年 6 月底為止，本研究所界定之行動通信業務市場的業者數共計有中華電信公司、台灣大哥大電信公司、遠傳電信公司、和信電訊公司、威寶電信公司、亞太電訊公司、大眾電信公司等 7 家。

若按各部份市場觀之，則 PHS 市場僅有大眾電信公司獨家提供服務；2G 行動電話市場有中華電信公司、台灣大哥大電信公司、遠傳電信公司、和信電訊公司等 4 家業者提供服務；3G 行動電話市場有中華電信公司、台灣大哥大電信公司、遠傳電信公司、威寶電信公司以及亞太電訊公司等 5 家業者提供服務。

而若按系統別觀之，則有 2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳、2G 和信、3G 中華、3G 台灣大、3G 遠傳、3G 威寶、3G 亞太以及 PHS 大眾等 10 家業者提供服務。

目前我國行動通信業務的市場主導者認定對象，僅限定於 2G 行動電話市場，其中 2G 中華與 2G 台灣大兩家業者於 2000 年被公告為市場主導者；2G 遠傳則於 2007 年被公告為市場主導者。3G 以及 PHS 市場目前尚未有業者被公告為市場主導者。

惟自公告 2G 行動電話市場主導者以來，市場佔有率每年都有不同的變化，但業者一旦被公告為市場主導者以後，其解除機制，係由業者主動提出相關資料向主管機關申請解除，而非由主管機關定期實施市場分析，主動檢驗市場競爭狀態，發現不存在適用條件時，主動撤銷公告，解除管制。

（二）、市場現況

我國行動通信業務市場用戶數自 2000 年開始超過市話用戶數。截至 2009 年 6 月底為止，行動通信業務市場用戶數為 2,617 萬戶，為市話用戶數的 2 倍規模，普及率高達 114%。

惟就各部份市場的變動情況觀之，從 2006 年 1 月至 2009 年 6 月底為止，PHS 市場用戶數從 106 萬增加為 141 萬；2G 市場用戶數從 1,981 萬大幅減少為 1,115 萬；3G 市場則從 146 萬大幅成長為 1,361 萬；2G+3G 市場用戶數從 2,127 萬成長為 2,476 萬；而 2G+3G+PHS 市場（即本研究所界定的行動通信業務市場）則從 2,232 萬成長為 2,617 萬。

按用戶別觀察行動通信業務市場成長趨勢，具有如次特徵：

○PHS 市場呈現微幅成長，屬成熟型市場。

○2G 市場呈現衰退局面，屬衰退型市場。

○2G 市場月租型與預付卡型服務的結構比為 80：20。

○3G 市場呈現顯著成長趨勢，屬成長型階段。

○3G 市場月租型與預付卡型服務的結構比為 93：7。

○2G 市場衰退的原因在於 3G 市場成長普及所產生的替代效應。

○2009 年 3 月底，3G 用戶數開始超過 2G 用戶數。

○2009 年 6 月底，2G+3G 市場的 3G 化比率為 54.96%。

○2009 年 6 月底，2G+3G+PHS 市場的 3G 化比率則為 51.99%。

○2G+3G 與 2G+3G+PHS 市場相類似，呈現緩和成長，趨近飽和。

此外，從營業額規模觀察市場發展情況，我國行動通信業務營業額自 2000 年開始超過市話營業額，成為整體電信事業營收之大宗。2008 年度 2G+3G+PHS 行動通信業務市場營業額為 2,159 億元，佔整體電信事業總營業額比重 58.76%；其中 PHS 市場營業額為 38 億元；2G 市場營業額為 1,165 億元；3G 市場營業額為 956 億元；2G+3G 市場營業額為 2,122 億元。

就各部份市場營業額規模的變動情況觀之，從 2006 年至 2008 年

底為止，PHS 市場營業額從 59 億元減少為 38 億元；2G 市場營業額從 1,851 億元減少為 1,164 億元，3G 市場則從 271 億元大幅成長為 956 億元；2G+3G 市場營業額從 212,202 百萬元減少為 212,171 百萬元；而 2G+3G+PHS 市場（即本研究所界定的行動通信業務市場）則從 2,181 億元減少為 2,159 億元。

按營業額規模觀察行動通信業務市場發展趨勢，具有如次特徵：

○PHS 市場在用戶數方面雖有成長，但營業額卻呈現衰退趨勢。

○PHS 市場語音服務與數據服務結構比為 97.49：2.51。

○2G 市場呈現衰退局面，屬衰退型市場。

○2G 市場語音服務與數據服務結構比為 97.69：2.31。

○3G 市場呈現顯著成長趨勢，屬成長型階段。

○3G 市場語音服務與數據服務結構比為 82.18：17.82。

○2008 年 10 月底，3G 營業額開始超過 2G 營業額；

與用戶規模相比較，提早 6 個月超過 2G 市場規模。

○2G+3G 市場呈現飽和狀態。

○2G+3G 市場語音服務與數據服務結構比為 91.66：8.34。

○2G+3G+PHS 市場呈現減少現象。

○2G+3G+PHS 市場語音服務與數據服務結構比為 91.87：8.13。

○2G 用戶數雖然衰退減少，但整體市場用戶數呈現成長趨勢，因

此整體營業額減少的原因，與市場競爭、優惠方案之推出有關。

○如何擴大數據服務的加值應用，為業者經營策略上的重要課題。

○擴大數據服務加值應用的課題，市場趨勢顯示朝向 3G 化發展。

○未來 2G 執照到期後，宜以更前瞻性的觀點規劃頻譜合理使用。

二、市場資費水準

(一)、資費方案

我國自 2005 年 10 月實施號碼可攜制度以來，進一步激化行動通信業務市場競爭，各家業者為爭取客戶，推出多樣化的資費方案以及各類促銷優惠方案，對消費者而言，可以選擇符合自己需求的優惠方案，具有一定程度的經濟效益。

由於統計材料的限制，無法藉由時序列資費變動趨勢分析，提供市場競爭狀況的參考。惟觀察比較各家業者現行資費方案，顯示各家業者所設定之資費水準差異不大；甚且有業者提供網內免費的資費方案，顯示市場競爭相當激烈，基本上應可認定市場上不存在有業者控制價格的反競爭問題。

(二)、ARPU

由於行動通信業務市場競爭激烈，各家業者積極推出各類優惠方

案，爭取新客戶或確保既有客戶，其結果固然使消費者受惠外，對於業者的營收亦有所影響，具體而言，就是 ARPU 的減少。

從 2006 年至 2009 年 6 月底為止，2G+3G+PHS 整體行動通信業務市場 ARPU 從 797 元減少為 682 元。惟就各部份市場的變動情況觀之，PHS 市場 ARPU 從 398 元減少為 168 元；2G 市場 ARPU 從 806 元減少為 615 元；3G 市場從 974 元減少為 804 元；2G+3G 市場 ARPU 從 820 元減少為 712 元。

按 ARPU 觀察行動通信業務市場發展趨勢，具有如次特徵：

- 整體市場及所有部份市場的 ARPU 均呈現減少現象。
- 3G 威寶 ARPU 跌幅最大（-68.43），PHS 次之（-57.77%）。
- 顯示市場競爭激烈，促使業者必須採行競爭價格，確保市場競爭優勢。
- ARPU 表現亦可佐證市場上不存在有業者控制價格的反競爭問題。

三、市場競爭現況

市場佔有率及市場集中度 HHI 指數是提供觀察市場競爭狀態的客觀量化基準。茲就部份市場及整體市場的市場佔有率以及市場集中度 HHI 指數，彙整如表 7-6～表 7-11。

(一)、PHS 市場

由表 7-6 可知，若把 PHS 市場視為單一獨立市場，市場上只有大眾電信公司獨家提供服務，市場佔有率為 100%，市場集中度 HHI 指數為 10,000，為典型的獨占市場。如果市場沒有競爭規管機制，則大眾電信公司具有市場支配地位，左右價格的蓋然性很高，因此可以判斷 PHS 市場「存在」市場支配力。

表 7-6 PHS 市場佔有率及 HHI 指數

		市場佔有率	HHI
		PHS大眾	
按 用 戶 數	2006年底	100.00	10,000
	2007年底	100.00	10,000
	2008年底	100.00	10,000
	2009年6月底	100.00	10,000
按 營 業 額	2006年度	100.00	10,000
	2007年度	100.00	10,000
	2008年度	100.00	10,000
	09年1-6月	100.00	10,000

資料來源：本研究。

由於大眾電信公司屬於第一類電信事業，受到電信法第 26 條第 3 項資費管制，因此可以判斷大眾電信公司「行使」市場支配力的可能性不高。

在實際的市場上，PHS 市場與 2G、3G 行動電話市場之間，具有需求替代性與供給替代性，因此把 PHS 市場視為單一獨立市場，據以認定市場主導者的做法，並不合適。

(二)、2G 行動電話市場

如果把 2G 行動電話市場視為單一獨立市場(事實上,我國現行市場主導者認定機制,即以 2G 市場為對象),截至 2008 年底,市場上共有 2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳、2G 和信等 4 家業者提供服務,按用戶數市場佔有率觀之,分別為 42.53%、30.22%、19.40%、7.85%,HHI 指數為 3,160,屬高度寡占型市場;另外按營業額市場佔有率觀之,分別為 34.15%、28.35%、21.80%、11.74,HHI 指數為 2,599,亦屬高度寡占型市場。

表 7-7 2G 行動電話市場佔有率及 HHI 指數

		市場佔有率						HHI
		2G中華	2G台灣大	2G遠傳	2G和信	2G東信	2G泛亞	
按用戶數	2006年底	40.85	23.54	19.30	9.99	1.94	4.37	2,718
	2007年底	40.28	25.85	19.26	9.08	1.63	3.89	2,762
	2008年底	42.53	30.22	19.40	7.85	0.00	0.00	3,160
	2009年6月底	44.25	29.81	18.95	7.00	0.00	0.00	3,254
按營業額	2006年度	35.66	23.12	21.11	13.47	2.36	4.27	2,458
	2007年度	34.49	25.29	21.14	13.08	2.10	3.89	2,467
	2008年度	34.15	28.35	21.80	11.74	0.00	3.96	2,599
	09年1-6月	35.04	31.01	23.38	10.58	0.00	0.00	2,847

註:市場佔有率斜體紅字表示超過25%;HHI指數斜體藍字表示低於2500。

由於行動電話市場具有無線電頻率資源稀有性、沉沒成本、規模經濟等特質而存在市場參進障礙,因此就市場結構的本質而言,容易形成寡佔型市場(前述 PHS 市場亦同)。

我國自 2005 年 10 月實施號碼可攜服務以來,各家業者為確保既

有客戶或擴大新增客戶，理論上按用戶數市場佔有率應會出現變動。惟觀諸市場實態，顯示變化不大，其中 2G 台灣大市場佔有率之所以增加的原因，實為整併之故，吸收 2G 東信與 2G 泛亞用戶而增加市場佔有率。

市場佔有率持平不變的原因，有可能是業者間存在默契，彼此不爭奪對方客戶；也有可能是業者經過努力、競爭的結果而形成穩定的市場常態。

觀察 2G 市場資費方案，基本上可以排除業者間存在默契，彼此不競爭的假設；而觀諸 2G 市場從成熟期轉為衰退期的發展趨勢，則或可佐證業者經過努力、競爭的結果而形成市場常態之假設。

此外，從市場佔有率的差距，亦可提供競爭狀態的參考。例如當市場佔有率排名第 1 的業者與第 2 名以下業者的差距很大時（超過 10%），則表示排名第 1 的業者在價格設定方面具有較大的影響力，容易形成市場支配地位；反之差距不大的話，則較難形成市場支配地位。

觀察 2G 市場佔有率可知，排名第 1 的 2G 中華與第 2 名以下業者的市場佔有率差距很大（超過 10%），顯示 2G 中華在價格設定方面具有較大的影響力。參照各家資費方案可知，一般時段的各家價格差異不大；惟就減價時段、特惠時段以及行動電話撥打市話價格方面，2G

中華所設定的價格競爭性相對較高，顯示 2G 中華具有市場支配地位，左右價格的蓋然性很高，因此可以判斷 2G 市場「存在」市場支配力。

目前 2G 市場已被公告為市場主導者的業者包含 2G 中華、2G 台灣大以及 2G 遠傳等 3 家，受到資費及不得拒絕網路互連等管制，因此可以判斷 2G 中華「行使」市場支配力的可能性不高。

不過由此分析顯示，在 2G 市場具有市場支配地位的業者是 2G 中華，但現行機制則把 2G 台灣大、2G 遠傳一併認定為市場主導者，且其他業者由於皆為第一類電信事業，一律受到資費管制（價格上限管制）。就此現象而言，已與對市場主導者實施不對稱管制的意涵有所落差，意義不大。因此，我國現行市場主導者認定機制與相關規管架構，或有檢討改善的空間。

此外，在實際的市場上，2G 行動電話市場與 PHS、3G 行動電話市場之間，具有需求替代性與供給替代性，因此現行市場主導者認定機制，僅單獨把 2G 市場視為單一獨立市場，據以認定市場主導者的做法，並不合適。

（三）、3G 行動電話市場

如果把 3G 行動電話市場視為單一獨立市場，截至 2008 年底，市場上共有 3G 中華、3G 台灣大、3G 遠傳、3G 威寶以及 3G 亞太等 5

家業者提供服務，按用戶數市場佔有率觀之，分別為 31.48%、21.59%、23.86%、7.04%、16.03%，HHI 指數為 2,333，屬高度寡占型市場；另外按營業額市場佔有率觀之，分別為 33.98%、22.24%、26.82%、4.71%、12.25%，HHI 指數為 2,541，亦屬高度寡占型市場。

表 7-8 3G 行動電話市場佔有率及 HHI 指數

							HHI
		3G中華	3G台灣大	3G遠傳	3G威寶	3G亞太	
按用戶數	2006年底	27.49	18.57	14.61	8.60	30.72	2,332
	2007年底	33.37	17.41	23.43	7.45	18.34	2,357
	2008年底	31.48	21.59	23.86	7.04	16.03	2,333
	2009年6月底	30.17	22.53	23.95	8.24	15.11	2,288
按營業額	2006年度	25.69	18.80	14.40	14.12	27.00	2,149
	2007年度	34.45	20.62	22.44	7.18	15.31	2,401
	2008年度	33.98	22.24	26.82	4.71	12.25	2,541
	09年1-6月	32.48	24.17	25.91	5.92	11.53	2,478

註：市場佔有率斜體紅字表示超過25%；HHI指數斜體藍字表示低於2500。

資料來源：本研究。

由於 3G 行動電話市場與 2G 行動電話市場同樣具有無線電頻率資源稀有性、沉沒成本、規模經濟等特質而存在市場參進障礙，因此就市場結構的本質而言，容易形成寡佔型市場。

我國自 2005 年 10 月實施號碼可攜服務以來，各家業者為確保既有客戶或擴大新增客戶，理論上按用戶數市場佔有率應會出現變動。觀察 2006 年至 2008 年的市場佔有率變動情況，就用戶數市場佔有率而言，3G 亞太從 30.72% 跌落為 16.03%；3G 中華則從 27.49% 擴張為

31.48%。就營業額市場佔有率觀之，3G 亞太從 27.00% 跌落為 12.25%；3G 中華則從 25.69% 擴張為 33.98%。

如果無視 2G 市場的消長趨勢，單就 3G 的市場佔有率變化而言，只能說明 3G 中華、3G 台灣大、3G 遠傳 3 家業者積極開發、爭奪市場，後來居上；而 3G 亞太原先所擁有的先行者優勢地位，由於市場競爭，落後於前述 3 家業者。

觀察 3G 市場佔有率可知，排名第 1 的 3G 中華與第 2 名以下業者的市場佔有率差距並未超過 10%，顯示 3G 中華在價格設定方面並未具有較大的影響力。參照各家資費方案可知，一般時段的各家價格差異不大；惟就減價時段以及行動電話撥打市話價格方面，3G 中華所設定的價格競爭性相對較高，但在特惠時段則以 3G 亞太較具優勢。

顯示 3G 中華具有市場支配地位，左右價格的蓋然性不高，因此可以判斷 3G 市場「不存在」市場支配力，因此市場上不會有出現「行使」市場支配力的問題發生。

日本就公平競爭的官方見解，可以提供前述判斷合理性的佐證。即「HHI 低於 2,500 且市場佔有率低於 35% 之市場環境，實質上會出現阻礙競爭的可能性很低」（參見日本公正取引委員會，2009）。

雖然我國 3G 市場「不存在」市場支配力，但由於 3G 業者都是第

一類電信事業，依法一律接受資費管制。

此外，在實際的市場上，3G 行動電話市場與 PHS、2G 行動電話市場之間，具有需求替代性與供給替代性，前述 3G 中華等 3 家業者的市場成長，有很大的部份係來自 2G 市場的貢獻。換言之，3G 威寶、3G 亞太的用戶數持續成長並未減少；3G 中華等 3 家業者成長的最大原因在於 2G 市場的用戶轉換為 3G 市場所致。

截至 2009 年 6 月底為止，2G+3G 市場的 3G 化比率為 54.96%；2G+3G+PHS 市場的 3G 化比率為 51.99%。因此未來若僅單獨把 3G 市場視為單一獨立市場，據以進行市場主導者認定的做法，並不合適。

（四）、2G+3G 行動電話市場

如果把 2G+3G 行動電話市場視為單一獨立市場，截至 2008 年底，市場上共有中華 2G+3G、台灣大 2G+3G、遠傳 2G+3G、2G 和信、3G 威寶以及 3G 亞太等 6 家業者提供服務，按用戶數市場佔有率觀之，分別為 37.31%、26.15%、21.50%、4.15%、3.32%、7.56%，HHI 指數為 2,624，屬高度寡占型市場；另外按營業額市場佔有率觀之，分別為 34.07%、25.60%、24.06%、6.45%、2.12%、5.52%，HHI 指數為 2,476，亦屬高度寡占型市場。

目前 2G+3G 市場的發展趨勢為，2G 服務呈現衰退現象，其客戶

多轉換為 3G 用戶。換言之，3G 服務有替代 2G 服務的發展趨勢。3G 威寶與 3G 亞太在 2G+3G 市場佔有率中呈現成長趨勢，與前述 3G 市場呈現減少的現象不同。原因在於此 2 家用戶數原本就持續成長；而中華 2G+3G 等 3 家業者則因 2G 與 3G 用戶的消長而影響其市場佔有率的變動。

表 7-9 2G+3G 行動電話市場佔有率及 HHI 指數

		中華2G+3G	台灣大2G+3G	遠傳2G+3G	2G和信	2G東信	2G泛亞	3G威寶	3G亞太	HHI
按用戶數	2006年底	38.76	22.76	18.57	8.43	1.64	3.69	1.35	4.81	2,477
	2007年底	38.20	23.31	20.52	6.34	1.14	2.71	2.25	5.53	2,508
	2008年底	37.31	26.15	21.50	4.15	0.00	0.00	3.32	7.56	2,624
	2009年6月底	36.51	25.81	21.70	3.15	0.00	0.00	4.53	8.30	2,569
按營業額	2006年度	34.39	22.57	20.26	11.75	2.06	3.73	1.80	3.44	2,274
	2007年度	34.48	24.01	21.50	9.49	1.52	2.82	1.97	4.20	2,349
	2008年度	34.07	25.60	24.06	6.45	0.00	2.18	2.12	5.52	2,476
	09年1-6月	33.55	27.03	24.85	4.43	0.00	0.00	3.44	6.70	2,550

註：市場佔有率斜體紅字表示超過25%；HHI指數斜體藍字表示低於2500。

資料來源：本研究。

觀察 2G+3G 市場佔有率可知，排名第 1 的中華 2G+3G 與第 2 名以下業者的市場佔有率差距很大（超過 10%），顯示中華 2G+3G 在價格設定方面具有較大的影響力。參照各家資費方案可知，一般時段的各家價格差異不大；惟就減價時段以及行動電話撥打市話價格方面，中華 2G+3G 所設定的價格競爭性相對較高。

顯示中華 2G+3G 具有市場支配地位，左右價格的蓋然性很高，因此可以判斷 2G+3G 市場「存在」市場支配力。

由於 2G 中華已經被公告為市場主導者；3G 中華由於係第一類電

信事業，受到資費管制，因此可以判斷中華 2G+3G「行使」市場支配力的可能性不高。

此外，在實際的市場上，2G+3G 行動電話市場與 PHS 市場之間，具有需求替代性與供給替代性，因此未來若僅單獨把 2G+3G 市場視為單一獨立市場，據以進行市場主導者認定的做法，並不合適。

(五)、2G+3G+PHS 市場

本研究所界定的行動通信業務市場，即由 2G、3G 行動電話市場與 PHS 市場所構成。截至 2008 年底，2G+3G+PHS 市場上共有中華 2G+3G、台灣大 2G+3G、遠傳 2G+3G、2G 和信、3G 威寶、3G 亞太以及 PHS 等 7 家業者提供服務，按用戶數市場佔有率觀之，分別為 35.17%、24.65%、20.27%、3.91%、3.13%、7.13%、5.74%，HHI 指數為 2,364，屬高度寡占型市場；另外按營業額市場佔有率觀之，分別為 33.48%、25.15%、23.64%、6.33%、2.09%、5.42%、1.75%，HHI 指數為 2,394，亦屬高度寡占型市場。

目前 2G+3G+PHS 市場的發展趨勢為，2G 服務呈現衰退現象，其客戶多轉換為 3G 用戶，因此 3G 服務呈現成長趨勢；PHS 用戶數雖有成長，但營業額卻呈現減少趨勢；中華 2G+3G 等 3 家業者則因 2G 與 3G 用戶的消長而影響其市場佔有率的變動。

表 7-10 2G+3G+PHS 市場佔有率及 HHI 指數

		市場佔有率									HHI
		中華2G+3G	台灣大2G+3G	遠傳2G+3G	2G和信	2G東信	2G泛亞	3G威寶	3G亞太	PHS	
按用戶數	2006年底	36.47	21.42	17.47	7.93	1.54	3.47	1.27	4.53	5.89	2,229
	2007年底	35.89	21.90	19.28	5.96	1.07	2.55	2.11	5.20	6.04	2,250
	2008年底	35.17	24.65	20.27	3.91	0.00	0.00	3.13	7.13	5.74	2,364
	2009年6月底	34.54	24.42	20.53	2.98	0.00	0.00	4.29	7.85	5.40	2,329
按營業額	2006年度	33.46	21.96	19.71	11.43	2.00	3.63	1.75	3.35	2.71	2,159
	2007年度	33.70	23.47	21.01	9.28	1.49	2.76	1.93	4.11	2.27	2,249
	2008年度	33.48	25.15	23.64	6.33	0.00	2.14	2.09	5.42	1.75	2,394
	09年1-6月	33.10	26.67	24.51	4.37	0.00	0.00	3.39	6.61	1.35	2,483

註：市場佔有率斜體紅字表示超過25%；HHI指數斜體藍字表示低於2500。

資料來源：本研究。

觀察 2G+3G+PHS 市場佔有率可知，排名第 1 的中華 2G+3G 與第 2 名以下業者的市場佔有率差距很大（超過 10%），顯示中華 2G+3G 在價格設定方面具有較大的影響力。參照各家資費方案可知，一般時段的各家價格差異不大；惟就減價時段以及行動電話撥打市話價格方面，中華 2G+3G 所設定的價格競爭性相對較高。

雖然 PHS 服務的資費水準低於 2G 與 3G 服務的水準，但由於 PHS 服務有地理性以及移動速度的限制，因此費率水準相對較低，但是在減價時段與特惠時段的價格並未優於中華 2G+3G。

顯示中華 2G+3G 具有市場支配地位，左右價格的蓋然性很高，因此可以判斷 2G+3G 市場「存在」市場支配力。

由於 2G 中華已經被公告為市場主導者；3G 中華則係第一類電信事業，受到資費管制，因此可以判斷中華 2G+3G「行使」市場支配力的可能性不高。

(六)、按系統別市場

若按系統別觀察行動通信業務市場，截至 2008 年底，市場上共有 2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳、2G 和信、3G 中華、3G 台灣大、3G 遠傳、3G 威寶、3G 亞太以及 PHS 等 10 家業者提供服務。

表 7-11 按系統別市場佔有率及 HHI 指數

		市場佔有率											HHI	
		2G中華	2G台灣大	2G遠傳	2G和信	2G東信	2G泛亞	3G中華	3G台灣大	3G遠傳	3G威寶	3G亞太	PHS	
按用戶數	2006年底	32.42	18.69	15.32	7.93	1.54	3.47	4.05	2.74	2.15	1.27	4.53	5.89	1,798
	2007年底	26.44	16.97	12.64	5.96	1.07	2.55	9.45	4.93	6.64	2.11	5.20	6.04	1,415
	2008年底	21.17	15.04	9.65	3.91	0.00	0.00	14.00	9.61	10.62	3.13	7.13	5.74	1,278
	2009年6月底	18.85	12.70	8.07	2.98	0.00	0.00	15.69	11.72	12.45	4.29	7.85	5.40	1,238
按營業額	2006年度	30.27	19.62	17.92	11.43	2.00	3.63	3.19	2.33	1.79	1.75	3.35	2.71	1,811
	2007年度	24.46	17.93	14.99	9.28	1.49	2.76	9.24	5.53	6.02	1.93	4.11	2.27	1,418
	2008年度	18.43	15.30	11.76	6.33	0.00	2.14	15.05	9.85	11.88	2.09	5.42	1.75	1,258
	09年1-6月	14.48	12.82	9.66	4.37	0.00	0.00	18.62	13.85	14.85	3.39	6.61	1.35	1,302

註：市場佔有率斜體紅字表示超過25%；HHI指數斜體藍字表示低於2500。
資料來源：本研究。

按用戶數市場佔有率觀之，分別為 21.17%、15.04%、9.65%、3.91%、14.00%、9.61%、10.62%、3.13%、7.13%、5.74%，HHI 指數為 1,278，屬低度寡占型市場。

按營業額市場佔有率觀之，分別為 18.43%、15.30%、11.76%、6.33%、15.05%、9.85%、11.88%、2.09%、5.42%、1.75%，HHI 指數為 1,258，亦屬低度寡占型市場。

參酌「HHI 低於 2,500 且市場佔有率低於 35%之市場環境，實質上會出現阻礙競爭的可能性很低」的標準觀之，顯示市場出現具有市場支配地位，左右價格的蓋然性不高，因此可以判斷按系統別市場「不

存在」市場支配力，因此市場上不會有出現「行使」市場支配力的問題發生。

(七)、從需求面觀察競爭狀況

基於研究經費與研究時程的限制，本研究雖然沒有進行需求面的相關問卷調查，但從消費者的立場，可以從服務的選擇空間，作為客觀的判斷參考。如果市場所提供的服務，可以滿足消費者如表 7-12 所示服務選擇需求的話，則此市場可以認定已經成功轉移為開放性的競爭市場。

表 7-12 從消費者觀點檢測市場競爭觀察指標

服務選項	現 況
○消費者是否可以在各類的電信事業中，自由選擇自己偏好的電信服務？	○
○消費者是否可以在沒有障礙的環境，迅速地自由選撥不同的公司通話？	○
○消費者是否可以在不需變更電話號碼的條件下，轉換不同的電話公司？	○
○消費者是否可以在不需增加費用負擔的條件下，轉換不同的電話公司？	△
○消費者是否可以在不需加撥電話號碼的條件下，更換不同的電話公司？	—

註：第五項目應僅適用於市話服務。

資料來源：劉柏立，「公平競爭之指導方針—從第二次電信改革發展現況看公平競爭」，交通部電信顧問小組會議（TAB）引言報告，1998。

從表 7-12 可知，行動通信業務市場基本上皆已符合表 7-12 所列項目。惟就消費者依據號碼可攜制度轉換電話公司時，各業者仍酌收手續費，金額雖然不高，但對消費者而言，仍存在轉換成本的負擔，但整體而言，我國行動通信業務市場可以視為競爭市場。

四、市場主導者認定分析

本研究依據本章第二節競爭評價基準原則，分別就我國現行市場主導者認定標準與歐美日認定標準，彙整如表 7-13～表 7-16。

表 7-13 市場主導者認定結果（按我國現行標準）

市場界定	市場主導者	認定依據
PHS	大眾	○市場佔有率超過 25%。
2G	2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳	
3G	3G 中華	
2G+3G	中華 2G+3G、台灣大 2G+3G	
2G+3G+PHS	中華 2G+3G	
按系統別	—	○沒有業者市場佔有率超過 25%。

註：依據 NCC 現行界定方式，在 2G 市場中，主管機關把 2G 遠傳與 2G 和信視為同一家公司，市佔率合併計算超過 25%，2G 遠傳乃被公告為市場主導者。

資料來源：本研究。

表 7-14 市場主導者認定結果（按美國認定標準）

市場界定	市場主導者	認定依據
PHS	—	○基於國內競爭現況，並無業者有能力可以藉由生產量之控制而調漲價格，並且可以把價格調高到競爭水準以上的費率也不會因不利益而失去多數客戶且可以持續維持該費率水準的能力。
2G	—	
3G	—	
2G+3G	—	
2G+3G+PHS	—	
按系統別	—	

註：美國行動電話市場已無市場主導者管制。

資料來源：本研究。

表 7-15 市場主導者認定結果（按歐盟認定標準）

市場界定	市場主導者	認定依據
PHS	大眾	○市場佔有率超過 50%且長期穩定維持高度市場佔有率。
2G	—	○2G 中華市場佔有率雖然超過 40%，但觀諸市場競爭現況，並無單獨支配之現象。
3G	—	○沒有業者市場佔有率超過 40%。
2G+3G	—	
2G+3G+PHS	—	
按系統別	—	

註：歐盟對於行動通信業務的市場界定對象為「個別行動電話網路語音受訊批發市場」；

按英國的認定結果，5 家行動電話公司皆被認定為 SMP。

資料來源：本研究。

表 7-16 市場主導者認定結果（按日本認定標準）

市場界定	市場主導者	認定依據
PHS	大眾	○用戶數市場佔有率過去兩年平均超過 25%以上，且最近一年營業額市場佔有率超過 25%以上。
2G	2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳	
3G	3G 中華	
2G+3G	中華 2G+3G	
2G+3G+PHS	中華 2G+3G	
按系統別	—	○沒有業者市場佔有率超過 25%。

註：依據 NCC 現行界定方式，在 2G 市場中，2G 遠傳與 2G 和信視為同一家公司合併計算。

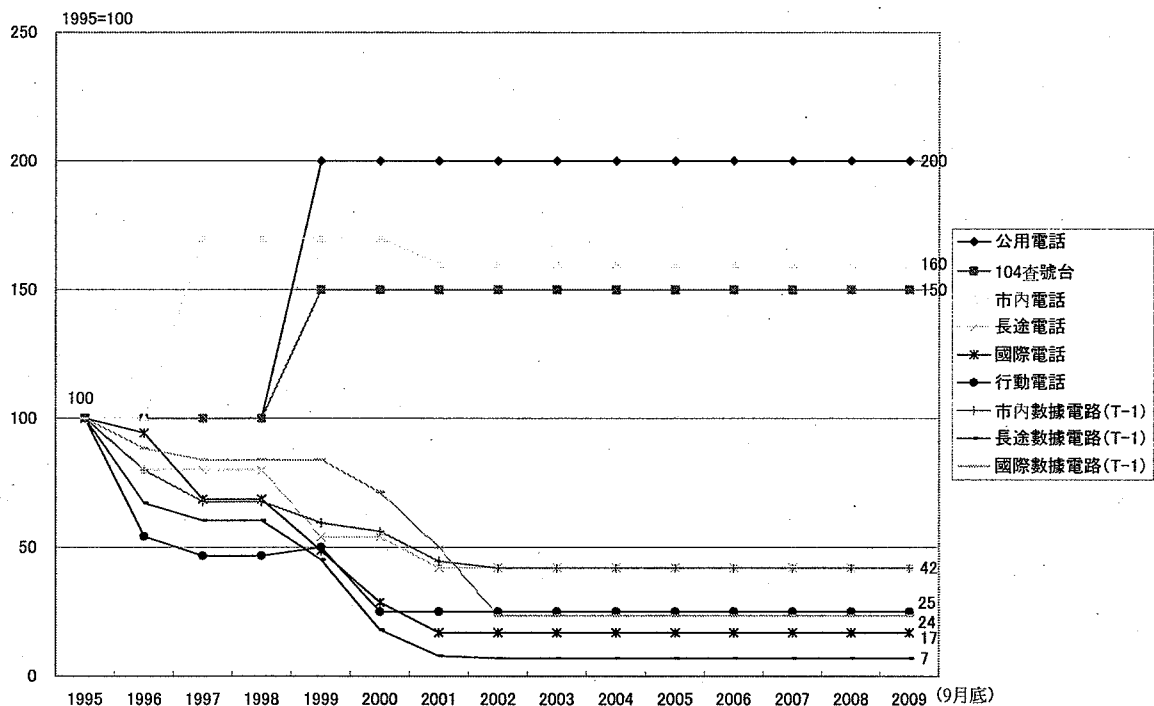
資料來源：本研究。

綜合本小節分析結果可知，歐美國家對於行動電話市場基本上抱持低度管制態度；日本與我國仍維持 25%的認定標準，因此認定結果大致相同（僅 2G+3G 市場不同）。

五、價格上限管制的有效性

圖 7-2 係以中華電信公司為例，依據其主要電信服務項目之歷年資費水準換算而得，藉此可以掌握該公司主要電信服務資費水準的變動趨勢，提供市場競爭狀態之參考，具有重要意義。

圖 7-2 主要電信資費變動指數（以中華電信為例）



註 1：本表各項服務費率，以 1995 年之資費水準為基準指數（100）計算。

註 2：各項服務的資費單位為公用電話（以市內元/2 分鐘計）、104 查號台（以每通計）、市內電話（以元/5 分鐘計）、長途電話（以元/分鐘計）、國際電話（以撥打至美國元/6 秒計）、行動電話（基本型，以元/分鐘計）、市內數據電路（T-1，月租費）、長途數據電路（T-1，台北至台中 126 公里，月租費）、國際數據電路（T-1，台灣至美國，月租費）。

資料來源：本研究係依據中華電信公司歷年各項服務費率網頁資料計算。

從圖 7-2 可知，我國實施電信自由化以後，除了市內電話、公用電話、104 查號台等資費水準呈現上揚趨勢外，其他服務項目，已伴隨市

場競爭之發展，反映於資費調降。

惟在圖 7-2 的各類電信服務中，只有行動電話服務費率僅選以基本型方案為代表，因此圖 7-2 行動電話費率指數自 2000 年以來呈現持平發展的變動趨勢，並不能正確反映市場的競爭狀態。事實上，如本研究市場分析結果可知，目前行動電話市場競爭激烈，資費水準應可見有更大幅度的調降趨勢。

此外，圖 7-2 的另一項重要意義，在於可以提供價格上限管制有效性的參考依據。依據 OECD（1995）對於價格上限管制成效專案研究的結果顯示，在沒有競爭的服務市場中，實施價格上限管制，確實可以獲得壓抑價格上漲的效果；但是在競爭市場中，價格上限管制的效果相對有限，因為競爭市場中的價格，通常都低於價格上限的水準。

英國是首先在電信事業引進價格上限管制的國家，觀諸英國經驗，其自 1984 年開始實施價格上限管制以來，電信市場並未見有顯著的資費調降，當時的市場環境為 BT 與 Mercury 兩家雙頭寡占；英國電信資費明顯下跌，是在 1992 年採行結構鬆綁，打破市場雙頭寡占狀態以後，才開始見有資費調降的發展趨勢。換言之，開放性的競爭環境，才是促進資費合理化的最佳途徑（詳見劉柏立、王碧蓮，2006）。

圖 7-2 可以與英國經驗相呼應，即我國實施電信自由化以後，中華

電信在固網市場仍然具有獨占地位，因此市話、公用電話、104 查號台等資費水準在價格上限管制下，皆維持在一定的水準（1999 年以後）；其他如長途電話等服務，由於市場競爭有限，因此在價格上限管制下，亦維持在一定的水準，而未見有進一步的資費調降。

相對於競爭有限的固網市場，行動電話市場則呈現激烈的競爭局面，甚且有其他業者打出網內免費的資費方案。因此就價格上限管制是否應持續適用於行動通信業務之議題，應有檢討的空間。

第八章 結論與建議

第一節 研究結論

本研究依據研究計畫所設定之研究議題、研究方法與研究步驟，針對歐盟、英國、美國、日本等先進國家就市場主導者認定機制與規管架構完成國際經驗研究、公聽會之召開、國內問題探討以及行動通信業務市場分析。以下綜合各章節重要研究發現，彙整結論如次。

一、歐盟（含英國）經驗

（一）、市場主導者之定義

歐盟（含英國）為引進層級管制，改採事後管制原則；為確保與歐盟競爭法之定義一致，其 SMP 的定義與 EC 條約中「支配地位」的定義相同：

- 如果一個企業單獨或與其他企業聯合具有相當於市場支配地位，即在相當程度上具有獨立於競爭企業、客戶及最終消費者之行動能力，享有強勢的經濟地位時，得視為 SMP。
- 一個企業如果在特定市場具有顯著的市場主導力時，則該企業亦得被視為與此關係密切市場的 SMP。蓋此等市場因具有關聯性，在一市場的支配力有可能影響另一市場而強化該企業在另

一市場的支配力。

(二)、市場主導者之認定機制

由歐盟執委會制定「市場分析與 SMP 認定指導方針」及「相關產品及服務市場的建議」作為會員國的認定依據，調整過去 25% 的認定基準，改以 40% 作為基本觀察指標，超過 50% 且長期維持該市佔率時，才會被認定為 SMP；同時，基於鼓勵新技術新服務，歐盟亦引進「先驅者優勢原則」，把第一位進入創新市場的優勢業者排除在事前管制對象之外。

英國針對「個別行動電話網路語音受訊批發市場」的分析結果，認定所有的行動電話業者皆為 SMP，並對其受訊費實施資費管制。

(三)、市場主導者之規管架構

在批發市場方面，NRA 將依據「接取/互連指令」要求 SMP 提供「資訊公開」、「禁止差別待遇」、「會計分離」、「特定網路元件接取(LLU 等)」以及「資費管制及計算成本(特定網路互連)」等義務。

在零售市場方面，則依據「普及服務指令」要求 SMP「禁止設定過高費率」、「禁止設定掠奪性定價」、「禁止對特定終端用戶提供過份優惠」以及「禁止提供不合理的綑綁服務」，並要求 SMP「應提供最低限之專用線服務」以及「應提供平等接取服務」。

以英國為例，其依據歐盟市場界定規範，行動電話零售市場原本就不在界定市場分析對象的範圍，因此沒有任何規管問題。

在「個別行動電話網路語音受訊批發市場」方面，Vodafone、O2、Orange、T-mobile 及 H3G 等 5 家被認定為 SMP，在受訊費方面受到資費管制。此外，Ofcom 自 2006 年 7 月廢除價格上限管制後，同年 8 月亦解除對所有電信業者（含 BT）的零售服務資費管制；而自 2008 年 5 月起，凡有 4 家以上業者提供寬頻批發市場的地區，則解除該地區 BT 的事前管制。

二、美國經驗

（一）、市場主導者之定義

1983 年 FCC 曾就「市場支配力」定義如次：

- 藉由生產量之控制而調漲價格的能力；
- 可以把價格調高到競爭水準以上的費率也不會因不利益而失去多數客戶且可以持續維持該費率水準的能力。

FCC 認為符合前述定義的市場主導者有可能從事反競爭或違反公共利益的行為；也有可能為賺取過度利潤而設定超額訂價；也有可能為阻止市場的新進業者或排除既有業者而設定掠奪性訂價。

另一方面，對非市場主導者而言，如果任意調漲費率的話，則有可能造成致命性的營業損失；而如果任意調降費率，即使假設該費率可以滿足市場需求，但由於其資金的損失無法彌補，因此最後必將回歸到選擇既有的市場費率提供服務。因此，FCC 判斷認為放寬非市場主導者的資費管制，則其所設定的資費水準將會維持在通訊法所規範的「正當且妥當」的範圍內。

（二）、市場主導者之認定機制

就法制面而言，美國並未引進類似歐盟 SMP 認定機制的市場分析制度。就美國的情況而言，通常是針對個別企業申請合併案時，相關主管機關基於所司權責，才會著手進行市場分析與相關調查。

例如，FCC 係基於公共利益的立場，藉由合併審查之過程，進行競爭情況之評價調查；司法部與 FTC 則係基於反托拉斯法的立場，進行市場競爭影響之評價調查。

（三）、市場主導者之規管架構

1996 年電信法第 251 條及 252 條提供對市場主導者不對稱管制的法源依據，例如網路互連、細分化義務、機房共置等。

FCC 自 1980 年正式引進市場主導者管制後，已先後於 1995 年和 1996 年解除 AT&T 在州際電話以及國際電話市場主導者的認定，實質

上終止了美國在長途電話和國際電話的不對稱管制政策，其服務資費和其他業者一樣，只要前一天提出備查即可。

在市話方面，FCC 先後於 2005 年 9 月宣布解除 Qwest 在內布拉斯加州歐馬哈市（Omaha）的市場主導者地位；其後並於 2007 年 2 月宣布解除 Qwest 所有營業區域（落磯山周邊 13 州）的市場主導者地位，為美國實施 1996 年電信法以來，解除既有地方電信業者市場主導者地位的首例，意義深遠。

FCC 在 2007 年 8 月發表命令，對 RBOC 提供網綁服務的資費管制大幅鬆綁，裨增進技術匯流發展。此外，RBOC 及 ILEC 的服務資費一般受到各州公用事業委員會的價格上限管制，各州管制標準雖然不同，但對於 CLEC 的服務資費大部份已經沒有管制；加州公用事業委員會預定 2011 年以後廢除價格上限管制，頗具意義。而目前美國行動電話市場已經沒有業者被指定為市場主導者，因此亦不存在市場主導者管制。

三、日本經驗

（一）、市場主導者之定義

日本對於市場主導者的定義，按固網與行動通信網路之屬性不同而有不同的定義與規範。對固網的市場主導者之定義，稱之為「設置

第一類指定電信設備的業者」；對行動通信網路的市場主導者之定義，則稱之為「設置第二類指定電信設備的業者」。

所謂「第一類指定電信設備」，就是指於某單位區域內固網傳輸設備超過 50% 以上者（即樞紐設施）；而擁有該設備之業者即被認定為固網市場主導者。

所謂「第二類指定電信設備」，就是指凡於同一區域內行動電話用戶數佔 25% 以上者（去年及前年 2 年平均）；而擁有該設備之業者加上最近一年在同一區域內營業額市場佔有率超過 25% 以上，並參考其他條件而判定有確保競爭之必要時，即可認定為行動電話的市場主導者。

（二）、市場主導者之認定機制

日本市場主導者之認定機制，明文規範在電氣通信事業法第 33 條之 1（固網）與第 34 條之 1（行動），分別受到強弱有別的不對稱管制。

日本在 2003 年開始實施電信市場競爭評價機制，並於 2006 年修訂新的競爭評價基本方針，引進「競爭評價顧問委員會」機制俾確保競爭評價之公正性與客觀性。在競爭評價中對於市場主導者的定義則與日本公平會的市場支配力的定義一致，而與現行法律的定義不同；在評價的流程則區分觀察市場是否「存在」市場支配力以及是否會「行使」市場支配力兩個階段。

日本雖然實施電信市場競爭評價，但其目的僅係提供市場競爭狀態的參考而已，不必然直接反映在競爭政策之發動。換言之，日本的競爭政策係以電氣通信事業法的規範為主要依據；電信市場競爭評價機制僅係提供客觀的參考而已。

經由日本競爭評價個案分析的結果可知，雖然認定市場存在支配力，但卻不認為其可發動行使支配力的理由，實基於電氣通信事業法的規管架構，對市場支配力發揮牽制、抑止的作用。

（三）、市場主導者之規管架構

電氣通信事業法對固網市場主導者規範有服務管制、行為管制以及網路互連管制（互連規章採核可制）；對行動市場主導者則規範行為管制以及網路互連管制（互連規章採備查制）。

固網市場主導者包含 NTT 東日本與 NTT 西日本兩家業者；行動市場主導者包含 NTT Docomo、Okinawa Cellular Telephone、KDDI 等三家業者。日本行動電話市場雖然有三家市場主導者，但僅就其有無差別待遇等行為以及網路互連規章備查制有相關規範，並無資費管制，管制強度不高。

四、國內問題探討

（一）、市場主導者之定義

市場主導者認定機制是電信競爭政策的核心概念之一，通常在電信法中有明確的定義與規管架構。

我國電信法第 26 條之 1 已就市場主導者之服務管制、行為管制以及網路互連管制提供規範依據，並明確授權市場主導者之定義與認定方法。惟其定義與認定方法係規範在「第一類電信事業資費管理辦法」第 10 條，而非規範在電信法中，因此出現法律位階不夠明確之批評。

（二）、市場主導者之認定機制

我國現行電信市場主導者認定機制，以具有「控制關鍵基本電信設施」或「對市場價格有主導力量」或「其所經營業務項目之用戶數或營業額達各項業務市場之 25% 上」之任一條件者，即被認定為市場主導者；一旦被公告為市場主導者後，其解除機制，係由業者主動提出相關資料向主管機關申請解除公告，而非由主管機關定期實施市場分析，主動檢驗市場狀態，發現不存在適用條件時，即主動解除管制。

此外，我國之所以採用市場佔有率 25% 作為市場主導者的認定標準之一，原係為履行 WTO 基礎電信協議之市場主導者管制，而參酌、引進先進國家的認定基準，例如歐盟 1998 年管制架構即採以 25% 作為界定市場主導者的基準。

鑑於電信技術進步迅速，網路寬頻化與 IP 化的快速發展，電信市

場呈現多元多樣的匯流發展趨勢，先進國家已就其認定標準，進行調整修正。我國引進市場主導者認定機制已近 10 年，未曾進行調整修正，與整體電信發展環境出現落差。

例如，現行公告第一類電信事業行動電話業務市場主導者名單為提供 2G 服務之中華電信公司、台灣大哥大電信公司、遠傳電信公司等三家業者。如按歐盟、美國之認定標準，則 2G 市場或可撤銷市場主導者公告，解除管制（見表 7-14、表 7-15）；如按日本標準，則 2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳（含 2G 和信）符合認定要件（見表 7-16）。

我國行動電話市場主導者之所以限定於 2G 市場，主要係當時 3G 市場尚屬新興服務，而 PHS 為不同技術系統，因此並未一併納入同一市場，進行認定。

由本研究市場分析可知，2G、3G 乃至於 PHS 服務彼此間存在需求替代性與供給替代性，若單純界定 2G 服務為單一市場，則將掩飾 3G 服務對 2G 市場發生替代效應的現象；而若單獨界定 PHS 服務為單一市場，則由於市場只有大眾電信公司獨家提供服務，為典型的獨占市場，理應實施不對稱管制，防止反競爭行為之發生，但事實上，PHS 之服務發展受到 2G 與 3G 服務的競爭衝擊，用戶數成長趨緩，而營收額則呈現衰退趨勢，市場上並不存在獨占市場特有的支配現

象。因此，我國現行市場主導者認定機制，明顯存在改善的空間。

（三）、市場主導者之規管架構

市場主導者認定機制之政策意涵，係鑒於電信產業容易形成寡占市場之特性，乃藉由市場主導者認定機制，針對市場主導者實施不對稱管制，俾牽制、抑止其反競爭行為之發生，確保公平競爭；對於其他非市場主導者，則以事後管制為原則，裨益電信事業之健全發展。

我國市場主導者規管架構，涵蓋服務管制、行為管制以及網路互連管制。然而依據現行規定，凡屬第一類電信事業，一律受到服務管制（即資費管制），與國際監理標準相比較，等同受到市場主導者待遇，管制強度高；另一方面，以行動電話資費管制為例，市場主導者與非市場主導者同樣接受資費管制，雖有 7 天及 14 天資費提報日期的差距，但實質上係處於相同的管制待遇。

此外，行動通信業務與固定通信業務之網路架構不同，前者並不存在關鍵基本電信設施（essential facility，或稱樞紐設施）。茲以用戶迴路為例，固網之用戶迴路係從市話用戶線至市話端局（End Office，簡稱 EO），具有不易複製之特性；行動電話網路之用戶迴路則係從行動電話手機至基地台，不易複製性相對較低。因此固網與行動電話之市場主導者管制，宜有區別。

五、市場分析結果

表 8-1 我國行動通信業務市場現況

按用戶別	按營業額
○PHS 市場呈現微幅成長，屬成熟型市場。 ○2G 市場呈現衰退局面，屬衰退型市場。 ○2G 市場月租型與預付卡型服務結構比為 80:20。 ○3G 市場呈現顯著成長趨勢，屬成長型市場。 ○3G 市場月租型與預付卡型服務結構比為 93:7。 ○2G 市場衰退的原因在於 3G 市場成長普及所產生的替代效應。 ○2009/03，3G 用戶數開始超過 2G 用戶數。 ○2009/06，2G+3G 市場的 3G 化比率為 55%。 ○2009/06，2G+3G+PHS 的 3G 化比率為 52%。 ○2G+3G 與 2G+3G+PHS 市場相類似，呈現緩和成長，趨近飽和。	○PHS 市場在用戶數方面雖有成長，但營業額卻呈現衰退趨勢。 ○PHS 市場語音服務與數據服務結構比為 97:3。 ○2G 市場呈現衰退局面，屬衰退型市場。 ○2G 市場語音服務與數據服務結構比為 98:2。 ○3G 市場呈現顯著成長趨勢，屬成長型市場。 ○3G 市場語音服務與數據服務結構比為 82:18。 ○2008/10，3G 營業額開始超過 2G 營業額；與用戶規模相比較提早 6 個月超過 2G 市場規模。 ○2G+3G 市場呈現飽和狀態。 ○2G+3G 語音服務與數據服務結構比為 92:8。 ○2G+3G+PHS 市場呈現減少現象。 ○2G+3G+PHS 語音與數據服務結構比為 92:8。 ○2G 用戶數雖然衰退減少，但整體市場用戶數呈現成長趨勢，因此整體營業額減少的原因，與市場競爭、優惠方案之推出有關。 ○如何擴大數據服務的增值應用，為業者經營策略上的重要課題。 ○擴大數據服務增值應用的課題，市場趨勢顯示朝向 3G 化發展。 ○未來 2G 執照到期後，宜以更前瞻性的觀點規劃頻譜合理使用。

資料來源：本研究。

表 8-2 我國行動通信業務資費方案與 ARPU

資費方案	ARPU
○觀察比較各家業者現行資費方案，顯示各家業者所設定之資費水準差異不大；甚且有業者提供網內免費的資費方案，顯示市場競爭相當激烈，基本上應可認定市場上不存在有業者控制價格的反競爭問題。	○整體市場及所有部份市場的 ARPU 均呈現減少現象。 ○3G 威寶 ARPU 跌幅最大 (-68.43)，PHS 次之 (-57.77%)。 ○顯示市場競爭激烈，促使業者必須採行競爭價格，確保市場競爭優勢。 ○ARPU 表現亦可佐證市場上不存在有業者控制價格的反競爭問題。

資料來源：本研究。

表 8-3 我國行動通信業務市場競爭現況 (2008 年)

市場別		市場佔有率	HHI
PHS	按用戶數	大眾 100%	10,000
	按營業額	大眾 100%	10,000
2G	按用戶數	中華 42.53%、台灣大 30.22%、遠傳 19.40%	3,254
	按營業額	中華 34.15%、台灣大 28.35%、遠傳 21.80%	2,599
3G	按用戶數	中華 31.48%、遠傳 23.86%、台灣大 21.59%	2,333
	按營業額	中華 33.98%、遠傳 26.82%、台灣大 22.24%	2,541
2G+3G	按用戶數	中華 37.31%、台灣大 26.15%、遠傳 21.50%	2,624
	按營業額	中華 34.07%、台灣大 25.60%、遠傳 24.06%	2,476
2G+3G+PHS	按用戶數	中華 35.17%、台灣大 24.65%、遠傳 20.27%	2,364
	按營業額	中華 33.48%、台灣大 25.15%、遠傳 23.64%	2,394
按系統別	按用戶數	中華 21.17%、台灣大 15.04%、遠傳 9.65%	1,278
	按營業額	中華 18.43%、台灣大 15.30%、遠傳 11.76%	1,258

註：HHI 低於 2,500 且市場佔有率低於 35% 之市場環境，實質上會出現阻礙競爭的可能性很低。

資料來源：本研究。

我國行動通信業務整體市場 (2G+3G+PHS 或按系統別) 之 HHI 指數低於 2,500 且市場佔有率低於 35%，因此可以認定市場會出現阻礙競爭的可能性很低。此外，我國行動通信業務市場基本上皆已符合從消費者觀點檢測市場競爭觀察指標 (表 7-12) 所列項目。雖然消費者

依據號碼可攜制度轉換電話公司時，仍有轉換成本的負擔（例如解約手續費、優惠方案長期綁約等），但就整體而言，我國行動通信業務市場可以視為競爭市場。

六、綜合比較

主要國家市場主導者界定機制以及相關規管架構，綜合彙整如表 8-4～表 8-6 所示，提供對照參考。

表 8-4 電信市場主導者定義之比較

國別	電信市場主導者定義
歐盟	○如果一個企業單獨或與其他企業聯合具有相當於市場支配地位，即在相當程度上具有獨立於競爭企業、客戶及最終消費者之行動能力，享有強勢的經濟地位時，得視為 SMP。 ○一個企業如果在特定市場具有顯著的市場主導力時，則該企業亦得被視為與此關係密切市場的 SMP。蓋此等市場因具有關聯性，在一市場的支配力有可能影響另一市場而強化該企業在另一市場的支配力。
英國	○同上
美國	○藉由生產量之控制而調漲價格的能力； ○可以把價格調高到競爭水準以上的費率也不會因不利益而失去多數客戶且可以持續維持該費率水準的能力。
日本	○固網：於某單位區域內固網傳輸設備超過 50% 以上者。 ○行動：於同一區域內行動電話用戶數佔 25% 以上（去年及前年 2 年平均）且最近一年在同一區域內營業額市場佔有率超過 25% 以上，並參考其他條件而判定有確保競爭之必要時。
我國	○控制關鍵基本電信設施者； ○對市場價格有主導力量； ○其所經營業務項目之用戶數或營業額達各項業務市場之 25% 以上者之任一條件者。

資料來源：本研究。

表 8-5 市場主導者認定標準與規管架構之比較

國別	市場界定依據	主要認定指標	主要規管架構
歐盟	○持續存在市場進入障礙； ○市場不具有有效競爭； ○若無事前管制競爭法難有效因應。 △參見表 2-1。	○修正過去 25% 的認定基準，改以 40% 作為基本觀察指標； ○超過 50% 且長期維持該市佔率時，才會被認定為 SMP； ○基於鼓勵新技術新服務，引進「先驅者優勢原則」，把第一位進入創新市場的優勢業者排除在事前管制對象之外。 △參見表 2-2。	△參見表 2-3、表 2-4。
英國	○同上。	○同上。	○原則同上。
美國	△依個案進行分析	△對市話業者實施管制	△參見圖 4-1。
日本	△地理界定	○固網市佔率 50%； ○行動市佔率 25%。	△參見表 5-3～表 5-5。
我國	△無	○市佔率 25%。	△參見表 6-1。

註：日本雖有實施競爭評價，但僅供市場競爭狀態之參考，而非據以認定市場主導者。

資料來源：本研究。

由本研究分析結果可知，主要國家中，只有歐盟（英國）正式引進市場界定程序，進行市場主導者之認定。美國、日本與我國則各依其現行法規，實施市場主導者不對稱管制。

具體而言，美國主要針對市話業者實施不對稱管制，對於州際電話、國際電話、行動電話已經不實施市場主導者管制，甚且在 2007 年解除 Qwest 所有營業區域（落磯山周邊 13 州）的市場主導者地位，

為美國實施 1996 年電信法以來，解除既有地方電信業者市場主導者地位之首例，意義深遠。

日本則按固網與行動網路設備之不同，而採取不同強度的管制措施。目前除了 NTT 東西日本的特定電信服務有資費管制（價格上限管制）以外，其他電信服務已經完全廢除資費管制（含市場主導者），裨益業者得有更具彈性的定價空間，因應市場需求變化，增進市場蓬勃發展。

而歐盟 SMP 的認定機制，基本上可以定位為「歐盟 2003 年通訊法」為實現大幅管制鬆綁而制定的重要配套措施。其最主要的意義，在於牽制 SMP，使非 SMP 之一般電子通訊網路或服務業者得有更自由、更寬鬆的發展環境，裨益技術匯流發展之增進，進以提升歐盟整體之競爭優勢。

NCC 標榜「最小化必要監理」之施政理念，對照於歐美日等先進國家經驗，實際上的政策意涵當在於與國際接軌，以事後管制為原則；而最小化的必要監理對象就是市場主導者。

然而就現況而言，我國電信市場管制強度相對較為嚴厲，凡屬第一類電信事業皆受到資費管制，等同先進國家的市場主導者待遇（事前資費管制）；而現行僵硬的 25% 認定標準以及相關規管措施之合理

化，宜有一併檢討改善之必要。為提供對照參考，綜合彙整主要國家市場主導者規管現況比較如表 8-6 與表 8-7。

表 8-6 主要國家市場主導者管制現況比較

國 別	規管現況
英 國	○依據歐盟市場界定規範，行動電話零售市場原本就不在界定市場分析對象的範圍，因此沒有任何規管問題。 ○在「個別行動電話網路語音受訊批發市場」方面，Vodafone、02、Orange、T-mobile 及 H3G 等 5 家被認定為 SMP，在受訊費方面受到資費管制。 ○Ofcom 自 2006 年 7 月廢除價格上限管制。 ○Ofcom 自 2006 年 8 月亦解除對所有電信業者（含 BT）的零售服務資費管制。 ○Ofcom 自 2008 年 5 月起，凡有 4 家以上業者提供寬頻批發市場的地區，則解除該地區 BT 的事前管制。
美 國	○FCC 已先後於 1995 年和 1996 年解除 AT&T 在州際電話以及國際電話市場主導者地位，實質上終止了美國在長途電話及國際電話的不對稱管制政策，其服務資費和其他業者一樣，只要前一天提出備查即可。 ○在市話方面，FCC 先後於 2005 年 9 月宣布解除 Qwest 在內布拉斯加州歐馬哈市（Omaha）的市場主導者地位；其後並於 2007 年 2 月宣布解除 Qwest 所有營業區域（落磯山周邊 13 州）的市場主導者地位，為美國實施 1996 年電信法以來，解除既有地方電信業者市場主導者地位的首例，意義深遠。 ○FCC 在 2007 年 8 月發表命令，對 RBOC 提供網綁服務的資費管制大幅鬆綁，裨增進技術匯流發展。 ○RBOC 及 ILEC 的服務資費一般受到各州公用事業委員會的價格上限管制，各州管制標準雖然不同，但對於 CLEC 的服務資費大部份已經沒有管制。 ○加州公用事業委員會預定 2011 年以後廢除價格上限管制，頗具意義。 ○目前美國行動電話市場已經沒有業者被指定為市場主導者，因此亦不存在市場主導者管制。
日 本	○固網市場主導者包含 NTT 東日本與 NTT 西日本兩家業者。網路互連規章核定制；特定電信服務（如 NTT 東西日本所提供之市內電話、公用電話、緊急電話、專用線等）資費價格上限制。 ○行動市場主導者包含 NTT Docomo、Okinawa Cellular Telephone、KDDI 等三家業者。日本行動電話市場雖然有三家市場主導者，但僅就其有無差別待遇等行為以及網路互連規章備查制有相關規範，並無資費管制，管制強度不高。 ○日本已經全面廢除資費管制，僅特定電信服務保留價格上限管制。
我 國	○第一類電信事業一律適用價格上限管制。一般業者應於實施 7 日前報請備查；市場主導者則應於實施 14 日前報請核定。 ○固定通信業務管理規則有市場主導者禁止行為之明文規範；行動通信業務管理規則無明文規範。 ○網路互連相關條件主要依據雙方協議決定之。

資料來源：本研究。

表 8-7 主要國家網路互連及接取原則規範之比較

國 別	原 則 規 範	備 註
美 國	☐ 對一般電信業者之規範 ☐ 對地方電信業者之規範(LEC=ILEC+CLEC) ☐ 對既有地方電信業者之規範(ILEC=RBOC+獨立業者)	☐ 1996 年電信法 第 251 條、第 252 條
歐 盟	☐ 透明義務 ☐ 無差別義務 ☐ 會計分離義務 ☐ 特定網路設備接取及利用義務 ☐ 費率管控及成本計算義務	☐ 接取互連指令 2002/19/EC 第 8 條～第 13 條
英 國	☐ OFCOM 得就網路互連設定相關條件 ☐ 網路互連條件內容 ☐ 特定種類網路互連條件 ☐ 附帶條件接續系統及數位服務之利用 ☐ 網路互連條件之修正及取消	☐ 2003 年通訊法 第 45 條 第 73-76 條
日 本	☐ 電信業者網路互連義務 ☐ 網路互連條件規章化(含費率表) ☐ 公告網路互連規章草案並徵詢意見 ☐ 網路互連規章公開義務 ☐ 依據網路互連規章簽定網路互連協定 ☐ 制定網路互連會計規則 ☐ 製作並公開網路互連會計報告 ☐ 制定接續費規則 ☐ 依據接續費規則計算接續費率 ☐ 網路機能提供計畫之備查與公開	☐ 電氣通信事業法 第 32 條～第 36 條 第 43 條
我 國	☐ 第一類電信事業網路互連義務 ☐ 網路互連應符合透明化、合理化、無差別待遇 ☐ 網路細分化及成本計價之原則與適用對象由主管機關訂定之 ☐ 第一類電信事業間應於一方提出網路互連要求之日起三個月內達成協議	☐ 電信法第 16 條 ☐ 第一類電信事業網路互連管理辦法

資料來源：本研究。

表 8-8 市場主導者認定標準與認定依據之比較

市場界定		市場主導者	認定依據
按我國標準	PHS	大眾	○市場佔有率超過 25%。
	2G	2G 中華、2G 台灣大、2G 遠傳	
	3G	3G 中華	
	2G+3G	中華 2G+3G、台灣大 2G+3G	
	2G+3G+PHS	中華 2G+3G	
	按系統別	—	
按歐盟標準	PHS	大眾	○市場佔有率超過 50%且長期穩定維持高度市場佔有率。
	2G	—	○2G 中華市場佔有率雖然超過 40%，但觀諸市場競爭現況，並無單獨支配之現象。
	3G	—	○沒有業者市場佔有率超過 40%。
	2G+3G	—	
	2G+3G+PHS	—	
	按系統別	—	
按美國標準	PHS	—	○基於國內競爭現況，並無業者有能力可以藉由生產量之控制而調漲價格，並且可以把價格調高到競爭水準以上的費率也不會因不利益而失去多數客戶且可以持續維持該費率水準的能力。
	2G	—	
	3G	—	
	2G+3G	—	
	2G+3G+PHS	—	
	按系統別	—	
按日本標準	PHS	大眾	○用戶數市場佔有率過去兩年平均超過 25%以上，且最近一年營業額市場佔有率超過 25%以上。
	2G	2G 中華 2G 台灣大、2G 遠傳	
	3G	3G 中華	
	2G+3G	中華 2G+3G	
	2G+3G+PHS	中華 2G+3G	
	按系統別	—	
			○沒有業者市場佔有率超過 25%。

註 1：依據 NCC 現行界定方式，在 2G 市場中，主管機關把 2G 遠傳與 2G 和信視為同一家公司，市佔率合併計算超過 25%，2G 遠傳乃被公告為市場主導者。

註 2：歐盟對於行動通信業務的市場界定對象為「個別行動電話網路語音受訊批發市場」；按英國的認定結果，5 家行動電話公司皆被認定為 SMP。

註 3：美國行動電話市場已無市場主導者管制。

資料來源：本研究。

若以我國行動通訊業務市場發展現況分別適用主要國家市場主導者界定標準的話，則將出現表 8-8 之結果：依據歐盟標準，大眾電信公司將為 PHS 市場主導者；美國標準則無市場主導者；日本標準則與我國標準差異不大。

七、小結

電信自由化的意義，在於開放電信服務市場，藉由市場機制實現資源之有效運用，增進全民福祉。綜觀先進國家電信事業由獨佔市場轉向競爭市場之發展經驗，首重市場公平競爭環境之建立，並配合市場競爭程度，逐步鬆綁，解除管制，裨益市場競爭機制之健全發展。

從本研究分析可知，基於電信事業之產業特性，對市場主導者實施不對稱管制是落實公平競爭之核心概念，為各國主管機關所重視；而為實施市場主導者管制，則有必要確立市場主導者之認定與解除機制。

我國自 1999 年 12 月開始實施市場主導者管制。惟就現行機制而言，凡屬第一類電信事業皆受到資費管制，無法凸顯僅針對市場主導者不對稱管制的重要意義；而且在現行市場主導者管制規範中，主管機關只能依據市場競爭情況，公告市場主導者，但卻缺法解除市場主導者之法源依據。

此外，由本研究針對行動通信業務的市場分析結果可知，若按業務別觀察我國行動通信業務市場，基本上已達到 HHI 低於 2,500 且市場佔有率低於 35% 的市場競爭環境，與先進國家相比較，我國現行市場主導者認定條件，存在鬆綁的空間。

第二節 具體政策建議

電信事業具有規模經濟、範疇經濟、網路外部性、可用電波資源稀有性、樞紐設施以及路權等特性，相對於其他產業，電信市場出現獨占或寡占市場之可能性相對較高，且存在市場支配力之可能性亦較高；而電信事業屬於高科技產業，不僅技術創新迅速，市場結構變動亦快且複雜性高，若監理思維保守，執著溫存傳統的事前管制，則監管作為將傾向過度管制，恐有阻礙電信市場健全發展之虞。

我國實施電信事業自由化以來，電信事業成長顯著，對國民經濟發揮一定程度之貢獻。然而 2005 年以降，整體電信營收開始出現逐年遞減，第二類電信事業呈現減少趨勢，而第一類電信事業則自 2008 年開始出現減少趨勢，整體電信市場呈現飽和難展之發展局面。

另一方面，我國現行電信事業監理機制按機線設備之有無，就第一類電信事業之市場進入，實施高門檻之結構管制，並一律課以資費管制，並於 1999 年開始引進市場主導者管制，期能確保競爭，健全電信事業發展環境。

然而從第二類電信事業（即加值型電信事業）出現減少的現象以及整體電信營收呈現飽和停滯的負成長局面，實亦可視為我國電信市場健全性已現警訊的端倪。有必要就現行規管架構，進行深度檢討、

調整修正，裨益競爭之確保與市場活力之激發。

為因應技術匯流發展趨勢，先進國家的管制理念已調整修正如次：

- 引進跨媒體層級分離的通訊傳播監理制度；
- 放寬市場進入門檻極力排除市場參加障礙；
- 在有效競爭市場原則上採以事後管制為主；
- 事前管制係針對主導業者採行不對稱管制；
- 市場退出原則自由但有周知消費者之義務；

例如，歐盟引進層級管制，全面降低市場進入門檻，全面廢除事前管制，僅針對 SMP 實施事前不對稱管制；日本亦已修法廢除第一類、第二類電信事業之分類，全面降低市場進入門檻，全面廢除事前管制，僅針對市場主導者實施事前不對稱管制，確保公平競爭，增進市場活力。

由本研究分析可知，市場主導者認定機制的政策意涵，係鑒於電信產業容易形成寡占市場之特性，乃藉由市場主導者認定機制，針對市場主導者實施不對稱管制，俾牽制、抑止其反競爭行為之發生，確保公平競爭；對於其他非市場主導者，則以事後管制為原則，裨益電信事業之健全發展，活化市場商機。

而由歐盟經驗可知，SMP 的認定機制，係定位為「歐盟 2003 年

通訊法」為實現大幅管制鬆綁而制定的重要配套措施。其最主要的意義，即如前述以事前管制牽制 SMP，使非 SMP 之一般電子通訊網路或服務業者得有更自由、更寬鬆的發展環境，裨益技術匯流發展之增進，進以提升歐盟整體之競爭優勢。

因此，本研究依據前述研究認知與各國實務經驗的基礎，針對我國電信事業市場主導者界定機制與不對稱管制機制，提供如次具體政策建議。

一、市場主導者界定機制

首先，本研究依據國際管制新思惟，嘗試提出整體性競爭政策的修法模型如圖 8-1 與圖 8-2，其係為因應技術匯流，大幅降低市場進入門檻，大幅降低管制的修法模式，藉以凸顯僅針對市場主導者實施事前管制的合理性與正當性；而為配合未來通訊傳播管理法之制定，則或可以如圖 8-3 之安排完成管理法之制定。

有關市場主導者界定機制，本研究建議按網路屬性之不同，區分固定通信業務市場主導者與行動通信業務市場主導者，進行不同的定義，並制定不同的管制，而其管制核心則為網路互連與資費管制。

在市場界定方面，由於技術匯流使得電信服務市場界定之際，經濟學上採用之供給替代性與需求替代性之判別原則，出現諸多爭議。

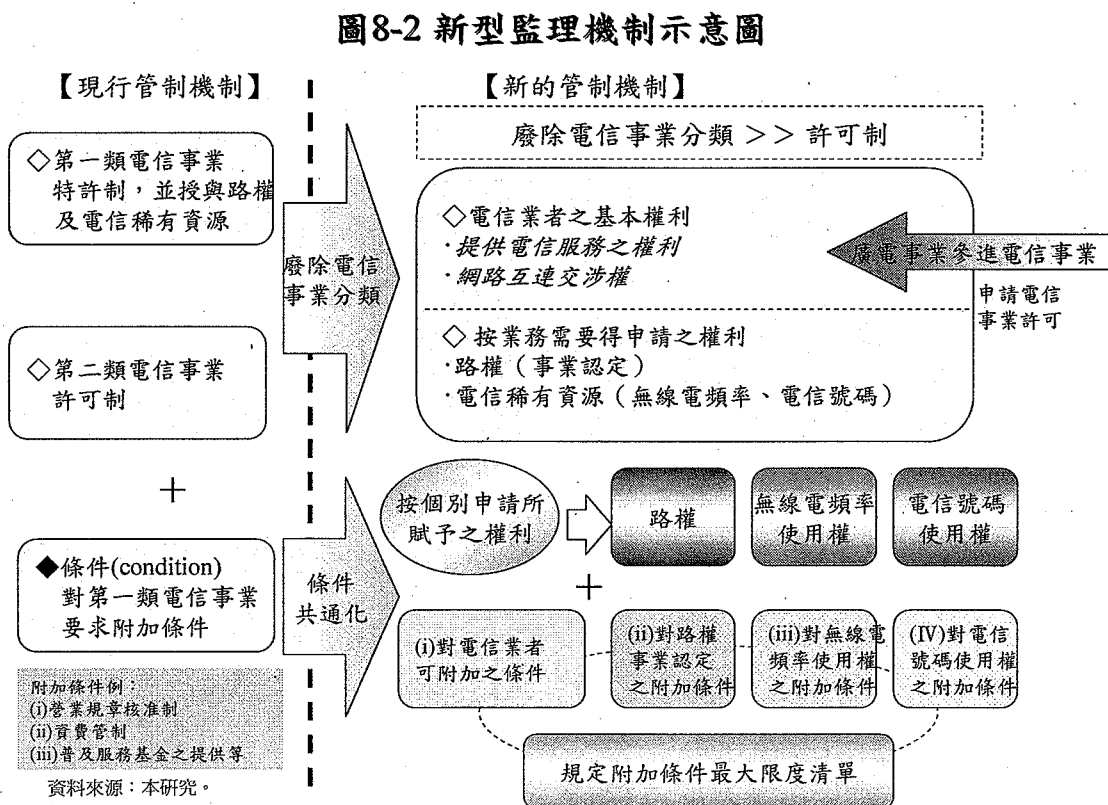
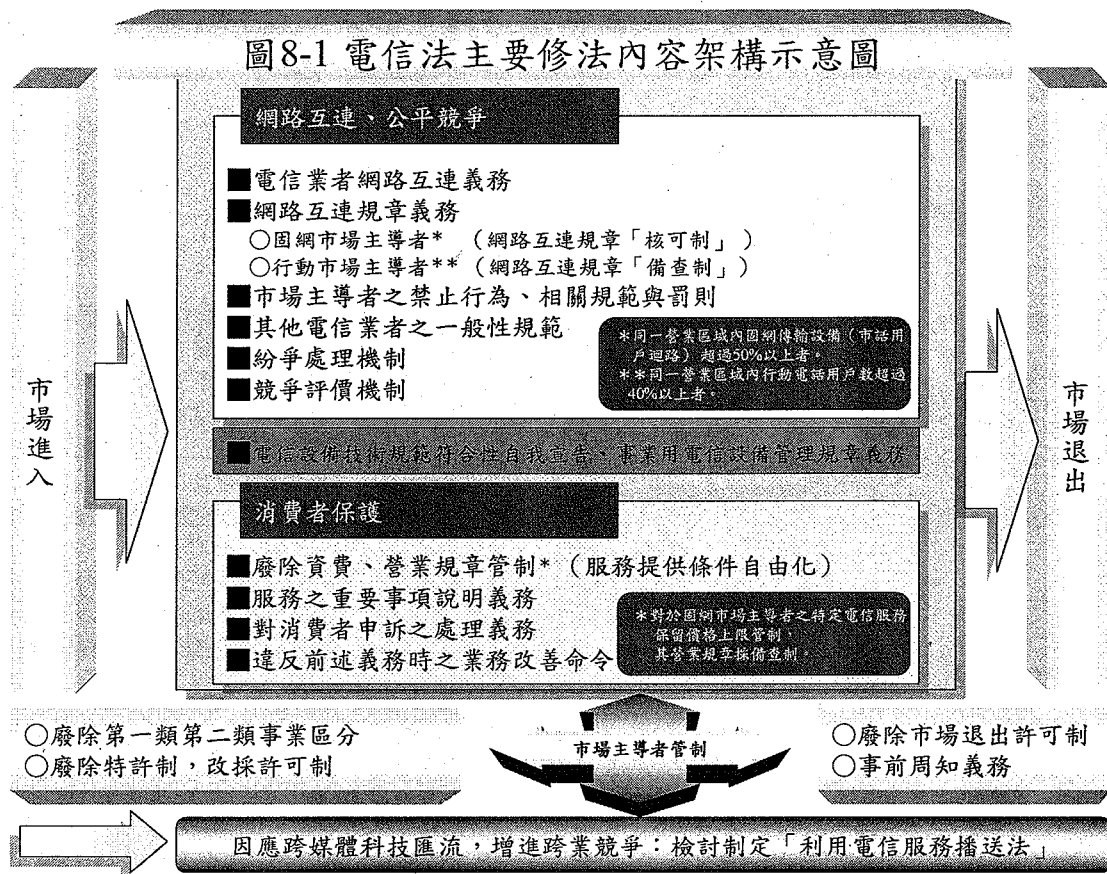


圖 8-3 因應通訊傳播管理法之修法構想

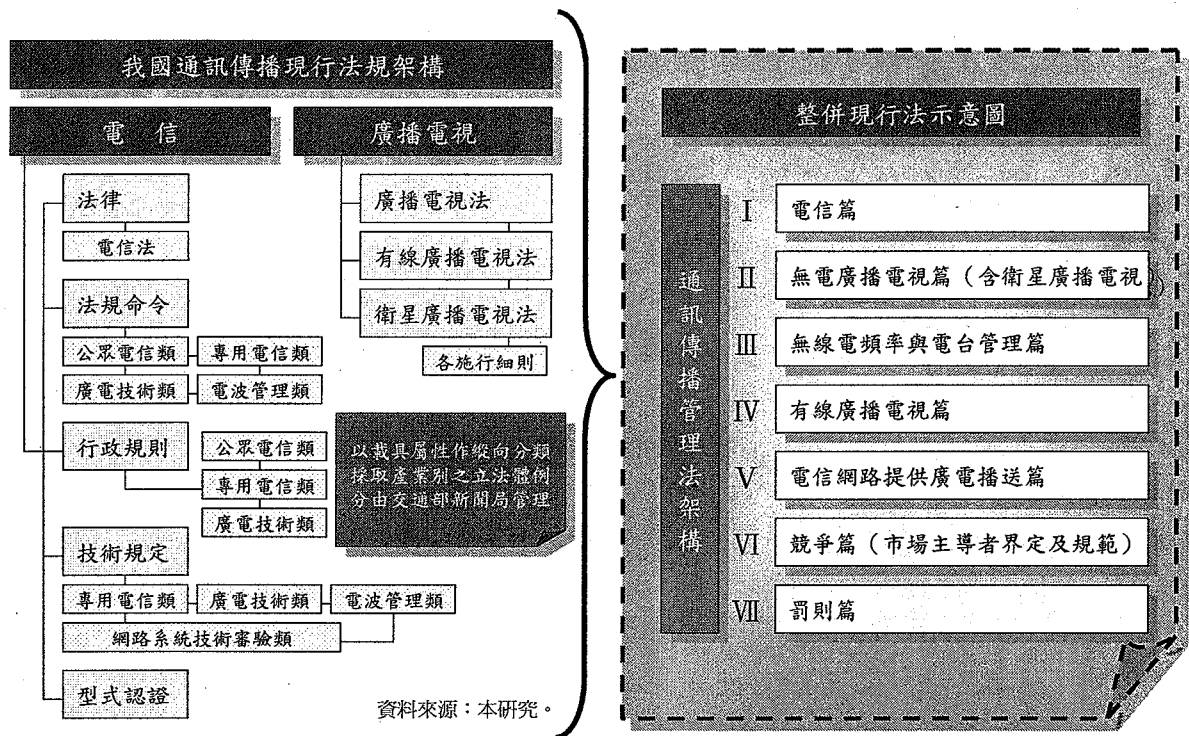
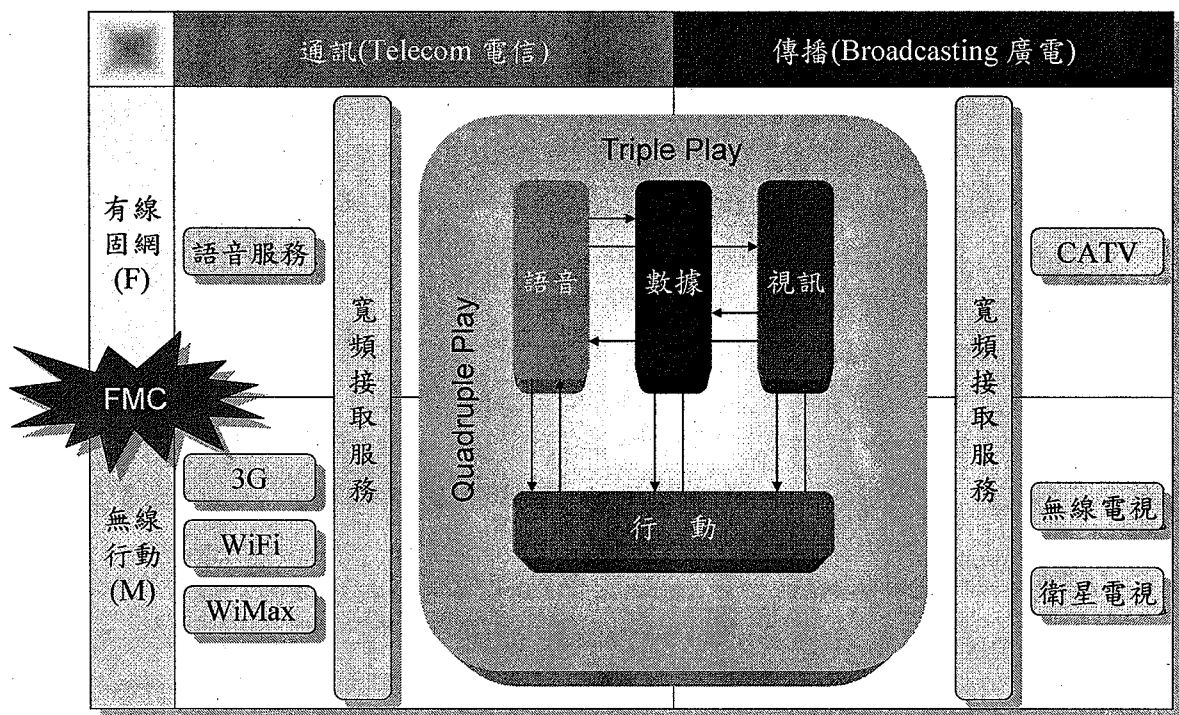
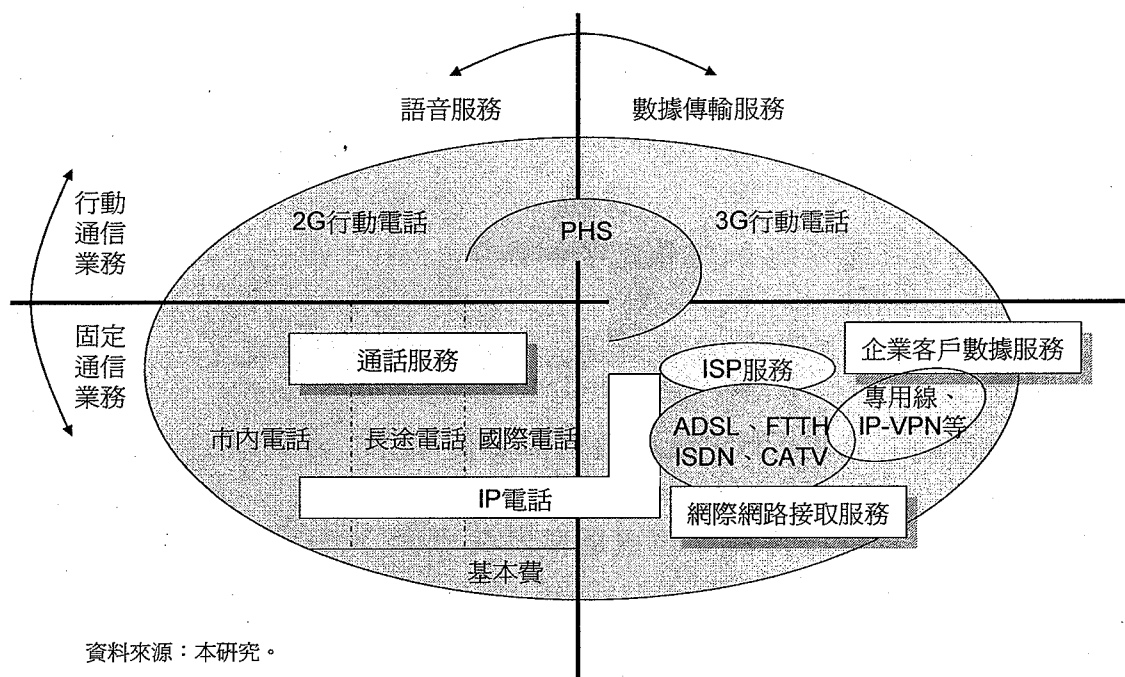


圖 8-4 寬頻匯流服務發展模式



資料來源：本研究。

圖 8-5 電信事業市場界定問題示意圖



由圖 8-4 寬頻匯流服務發展模式以及圖 8-5 電信事業市場界定問題示意圖，可以導出如次諸問題：

○由於技術匯流，區分行動通信業務與固定通信業務之方式是否適宜？

○行動通信業務與固定通信業務兩者間的替代程度有多大？

○IP 電話與固網電話有無替代關係？

△如果有的話，哪些功能可以替代（長途？國際？或全部）？

△如果沒有的話，則 IP 電話是否可以定位為網際網路接取應用服務？

○在執行競爭評價之際，現階段是否應把 IP 電話列入評價對象？

○由於網路 IP 化之發展，語音服務與數據傳輸服務之界線，日趨模糊。

○行動通信業務應如何界定？例如：

△2G、3G、PHS 應視為同一市場或應分別界定？

△行動電話與 PHS 服務應區隔界定嗎？

△語音與數據傳輸服務應區隔界定嗎？

○網際網路接取服務應如何界定？例如：

△ISP 服務與接取電路應視為一體嗎？

△ISP 服務與接取電路應區隔界定嗎？

▽如應區隔界定，則接取電路是否應依據傳輸速率之不同，

再予區隔界定？

○企業客戶 IP-VPN 之接取電路亦有使用 ADSL 之情況，此時該

如何對其服務屬性定位？

前述諸多課題，當隨技術進步，益加凸顯服務市場界定問題之爭議。因此就現階段而言，本研究參考歐盟、日本模式並改良我國現行制度，依據簡單、明確、透明並符合 WTO 基礎電信協議之原則，規劃市場主導者界定機制。

我國現行行動通信業務市場主導者認定，係依據第一類電信事業資費管理辦法規定，依開放業務項目認定市場主導者；其後因 PHS 及 3G 業務開放或剛進入市場，因此目前並未一併納入同一通信業務市場，進行認定。

市場界定的方法，原則上係考量產品、服務及地理區域，有無受到相關限制以及需求替代性與供給替代性等競爭上的限制因素而界定之。從本研究針對行動通信業務的市場分析結果可知，2G、3G 乃至於 PHS 服務彼此間存在需求替代性與供給替代性，若單純界定 2G 服務為單一市場，則將掩飾 3G 服務對 2G 市場發生替代效應的現象；而若單獨界定 PHS 服務為單一市場，則由於市場只有大眾電信公司獨家提供服務，為典型的獨佔市場，理應實施不對稱管制，防止反競爭行為之發生，但事實上，PHS 之服務發展受到 2G 與 3G 服務的競爭衝擊，用戶數成長趨緩，而營收額則呈現衰退趨勢，市場上並不存在獨佔市場特有的支配現象。

因此，本研究認為目前國內 2G 行動電話、3G 行動電話以及 PHS 等三項行動通訊業務，不論就語音服務或數據傳輸服務，彼此間具有需求替代性與供給替代性，因此界定為同一服務市場可謂適宜。

是以本研究建議我國現行行動通信業務市場主導者認定機制，可

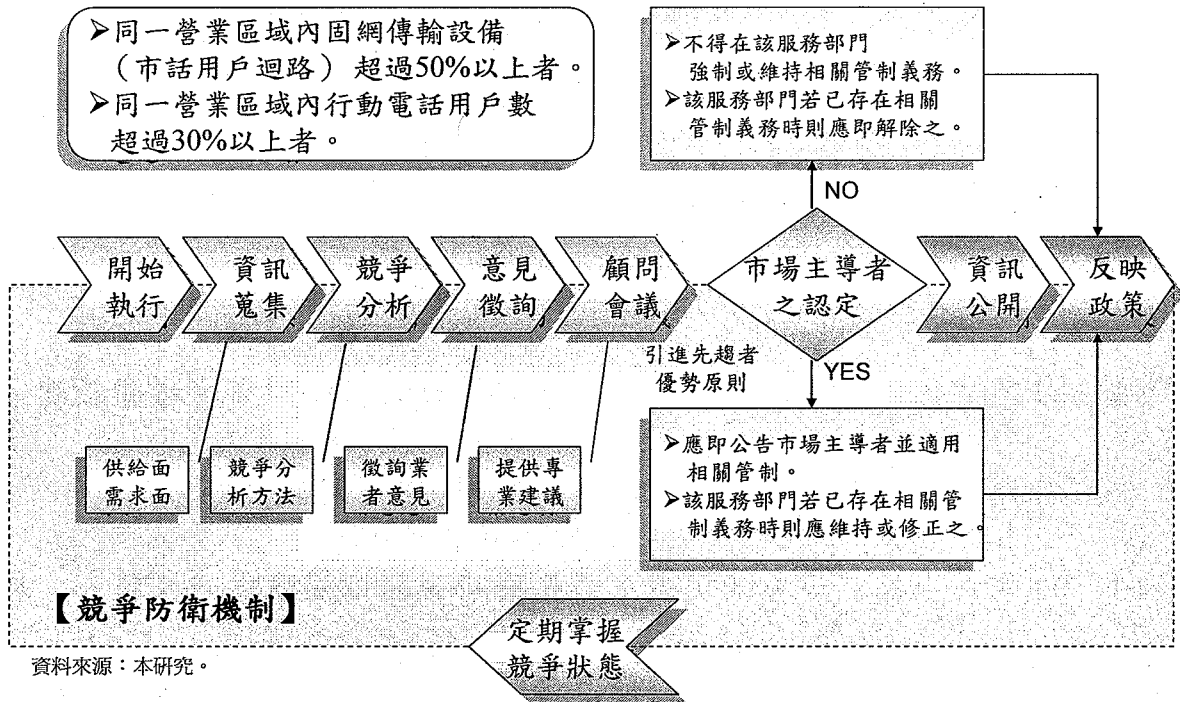
由現行依個別業務別判定，修正為跨業務別較能符合市場的實際情況；而在固定通信業務市場方面，茲考量我國現行綜合網路業務包含市內電話、長途電話以及國際電話服務之提供，因此建議以市內電話業務作為固定通信業務市場主導者之界定對象。

此外，有關市場佔有率百分比的部份，或可參酌歐盟 40% 的基本標準或日本公平會「HHI 低於 2,500 且市場佔有率低於 35%」的競爭見解或我國公平法 33.33% 等標準依據，適予調整。惟鑒於當前國內輿論氛圍強大壓力之現實，若驟然大幅放寬認定標準，解除管制，恐有不符消費者團體或民意機關之期待，而遭受杯葛抵制之虞。

因此就務實的觀點而言，建議現階段可以平實、漸進的方式，把行動通信業務市場主導者認定標準由現行市場佔有率 25% 調高至 30%，踏出鬆綁的第一步；未來則應持續進行市場競爭分析，並依據市場匯流發展條件以及競爭情況，適時進行政策調整，進一步放寬至 40% 或 40% 以上。

而在固定通信業務市場主導者之界定方面，則如前述，建議以市內電話業務作為固定通信業務市場主導者之界定對象；其市場佔有率則由現行的 25% 調高至 50%。有關市場主導者之具體界定機制與解除流程，茲彙整如圖 8-6 所示。

圖 8-6 市場主導者之界定與解除流程示意圖



如圖 8-6 所示，由於現行資費管理辦法規定市場主導者應於年度終了後三個月內提報相關資料，因此本研究建議每年 4 月開始進行市場競爭分析與市場主導者界定作業，定期掌握市場競爭情況，提供競爭政策之擬定參考。

首先，在資料蒐集方面，固然可以運用既有之電信公務統計進行分析，但由本研究個案分析經驗可知，現行統計機制仍有補強空間；而在需求面的資料方面，應藉由問卷方法之實施，確實掌握相關訊息。

在競爭分析方面，可參酌本研究所介紹的分析方法以及個案研究的方法，掌握市場競爭狀態。在完成初步分析結果時，宜廣泛徵求業

者意見，裨補強市場競爭問題之掌握；而後綜合市場分析結果，召開「競爭評價顧問會議」，徵詢專家意見，為市場競爭狀態定調。

最後依據市場主導者認定條件，參酌市場分析結果，進行市場主導者認定。若存在市場主導者認定要件，則公告市場主導者並適用相關規管架構，或該服務部門若已存在相關管制時，則應維持或修正之；若不存在市場主導者認定要件，則不得在該服務部門實施相關管制，或該服務部門若已存在相關管制時，則應即解除鬆綁。

在完成市場主導者認定後，亦應同時公開市場競爭分析報告，每年定期實施，掌握競爭狀態，確實反映於競爭政策，確立競爭防衛機制，確保競爭環境，增進市場之健全發展。

二、不對稱管制機制

（一）、強化網路互連機制

網路互連機制是實現公平競爭環境最重要的關鍵因素。因此 WTO 基礎電信協議及我國通訊傳播基本法皆將之列為重要的監管原則。是以電信事業競爭政策的核心重點，乃在於如何建構公平合理、無差別待遇的網路互連機制。

我國現行網路互連機制，形式上雖已符合前述監管原則所列要件，然而就實務面而言，仍以業者間自行協商為原則。由於資訊不對

稱問題遲未解決，要實現透明、公平、迅速、合理的網路互連環境，仍有改善的空間。

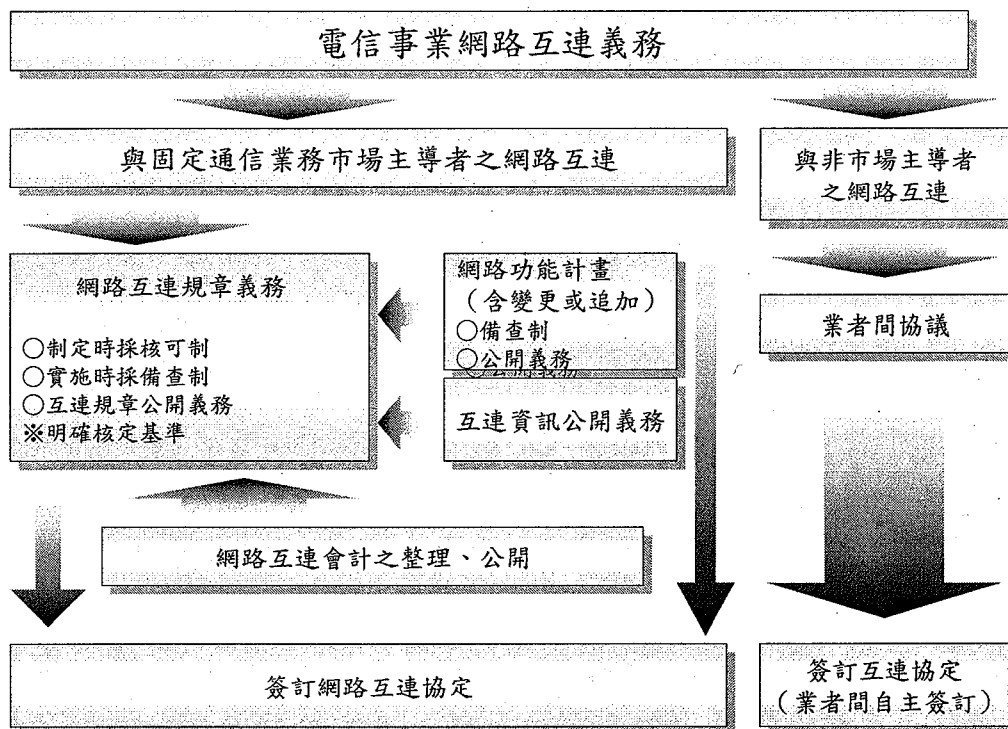
因此本研究建議網路互連機制宜區分「一般電信事業與一般電信事業」、「一般電信事業與固網市場主導者」、「一般電信事業與行動市場主導者」三種類別之網路互連，並針對市場主導者引進網路互連規章（Reference Interconnection Offer，以下簡稱RIO）義務，健全網路互連機制。

具體而言，一般電信事業與一般電信事業之網路互連，以業者間自行協商為原則；一般電信事業與市場主導者之網路互連，則依據網路互連規章之具體條件，進行協商（詳請參見圖 8-7、圖 8-8）。

由於固網市場主導者擁有樞紐設施，因此建議其網路互連規章宜採核定制，並應公開網路功能（含變更或追加）資訊、網路互連資訊、網路互連會計資訊，以及落實網路元件細分化與機房共置等義務。

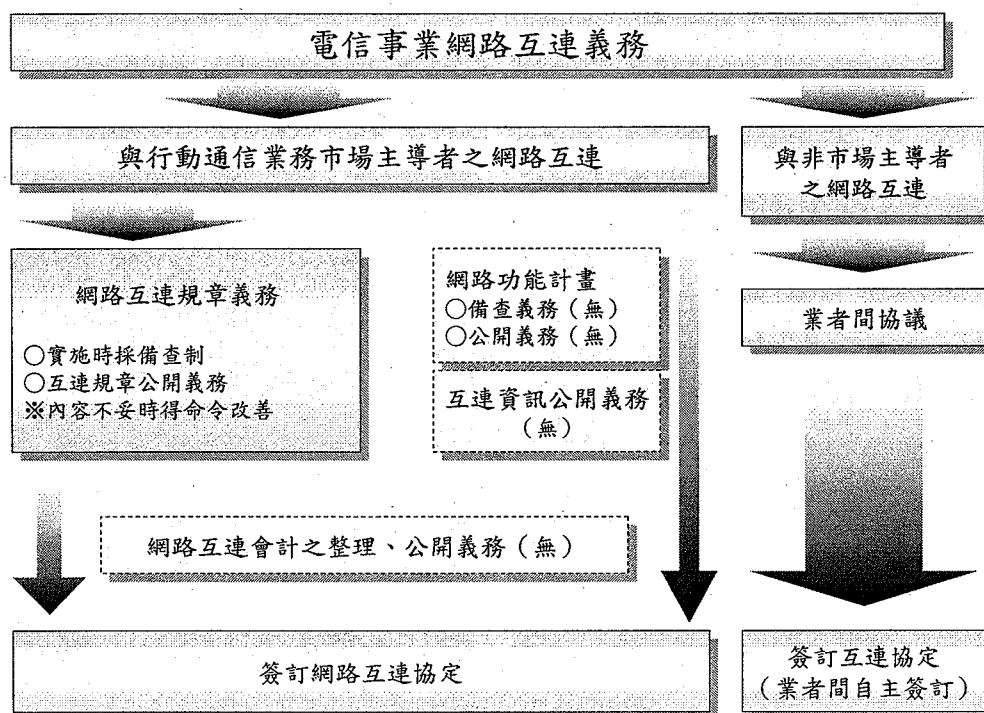
由於行動市場主導者並無樞紐設施，因此建議其網路互連規章宜採備查制，而不必特別規範其公開網路功能、網路互連、網路互連會計等資訊，且不必特別規範網路元件細分化與機房共置等義務。

圖 8-7 一般電信事業與固網市場主導者網路互連示意圖



資料來源：本研究。

圖 8-8 一般電信事業與行動市場主導者網路互連示意圖



資料來源：本研究。

(二)、市場主導者禁止行為（事前管制）

基於 WTO 基本電信協議對市場主導者反競爭行為之政府管制義務，本研究建議現行制度可以調整修正為針對固網市場主導者和行動市場主導者規範不得有表 8-9 所列行為。

表 8-9 市場主導者禁止行為（事前管制）

固網市場主導者	行動市場主導者
○其電信業務，對特定電信業者，有不當之優先待遇或利益輸送；或不當之不利待遇或不利條件。 ○對其他電信業者或電信設備製造業者或經銷業者之業務有不當之限制或干涉。 ○其他濫用市場地位或經主管機關認定之不公平競爭行為。 ○與固網市場主導者網路互連所需之電信設備或維修、土地及其建築物及其他工作物之使用或資訊之提供，和特定關係業者相較，對其他電信業者有不利之待遇。 ○簽訂電信服務契約之仲介、代銷或代理或其他電信業者之業務受託，和特定關係業者相較，對其他電信業者有不利之待遇。	○其電信業務，對特定電信業者，有不當之優先待遇或利益輸送；或不當之不利待遇或不利條件。 ○對其他電信業者或電信設備製造業者或經銷業者之業務有不當之限制或干涉。 ○其他濫用市場地位或經主管機關認定之不公平競爭行為。

資料來源：本研究。

(三)、電信事業一般性規範（事後管制）

市場主導者認定機制的意義，在於事前牽制、抑止市場主導者反

競爭行為之發生，確保公平競爭；對於電信事業之一般性規範，改以事後管制為原則，而非放任不管。基於電信事業之產業特性，本研究對於一般性規範，建議如表 8-10 所示。

表 8-10 電信事業之一般性規範（事後管制）

➤業務營運方法在確保通信秘密有困難時	➤有不當限制電信機線設備之使用形態時
➤電信業者對特定人有不當之差別待遇時	➤因事故發生電信業者未及時排除困難時
➤電信業者重要通信事項有欠周延考慮時	➤業務營運方法不適當損害使用者權益時
➤費率計算方法未明訂損害使用者權益時	➤利用互連獲知資訊於互連目的以外用途時
➤電信業者間不當競爭損害使用者權益時	➤不當互連等之提供有損公共福利之虞時
➤工程費用分攤未明訂損害使用者權益時	➤無機線設備之經營有損公共福利之虞時
➤未對使用者說明費率等服務條件內容時	➤未適予回應處理客戶抱怨及詢問事宜時

資料來源：本研究。

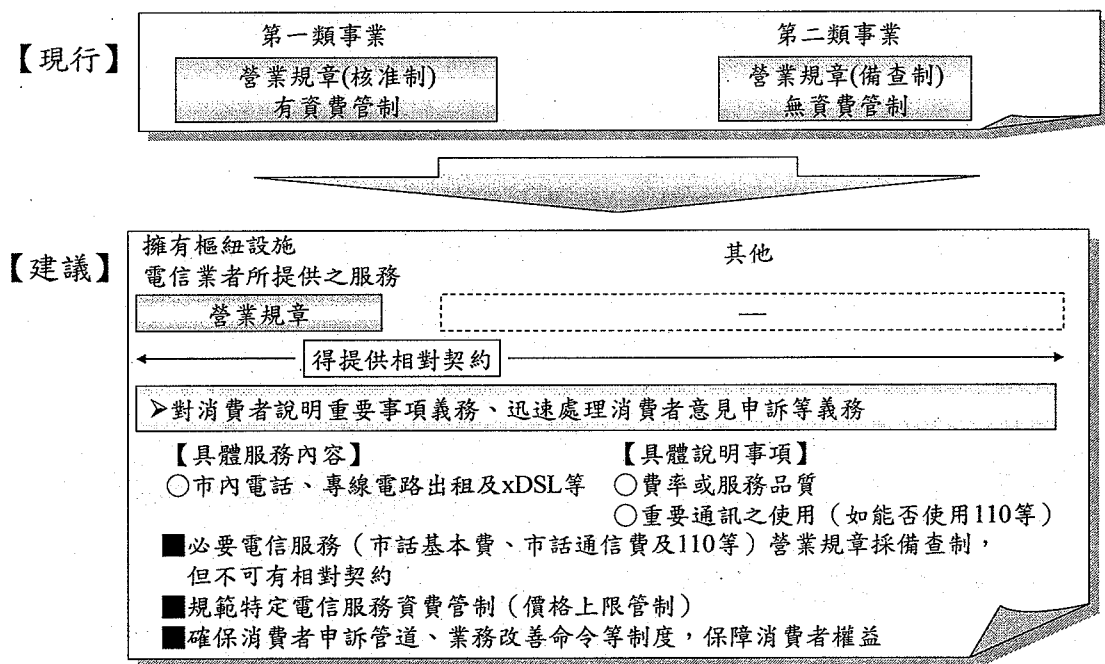
（四）、廢除資費管制

我國實施電信自由化已經歷 13 年，隨著技術進步與競爭政策之推動執行，電信市場的競爭情況已有一定程度的進展。惟依據現行制度，第一類電信事業一律規範資費管制（價格上限制），營業規章採核准制；第二類電信事業無資費管制，營業規章採備查制。

參酌先進國家經驗，多已鬆綁解除資費管制；為使電信事業可以掌握消費需求，及時提供更具彈性且多樣化的服務，增進市場之蓬勃

發展，建議原則廢除現行第一類電信事業之資費管制；而為防止反競爭行為之發生，確保公平競爭，建議僅針對市場主導者所提供之特定電信服務，保留資費管制（價格上限制）。

圖 8-9 廢除資費管制示意圖



資料來源：本研究。

三、小結

- 我國現行行動通信業務市場主導者之認定，建議可由現行依個別業務別判定，修正為跨業務別較能符合市場的實際情況，即2G、3G 以及 PHS 等服務一併納入同一市場。
- 在固定通信業務市場方面，茲考量我國現行綜合網路業務包含市內電話、長途電話以及國際電話服務之提供，因此建議以市

內電話業務作為固定通信業務市場主導者之界定對象。

- 有關市場佔有率百分比的部份，建議現階段可以把行動通信業務市場主導者認定標準由現行市場佔有率 25%調高至 30%，踏出鬆綁的第一步；未來則應持續進行市場競爭分析，並依據市場匯流發展條件以及競爭情況，適時進行政策調整，進一步放寬至 40%或 40%以上。
- 在固定通信業務市場主導者之界定方面，建議其市場佔有率由現行的 25%調高至 50%。
- 在市場主導者認定機制方面，建議每年 4 月開始實施市場競爭分析與市場主導者界定作業；並引進解除市場主導者認定機制及先趨者優勢原則。
- 在不對稱管制方面，建議現行網路互連機制宜區分「一般電信事業與一般電信事業」、「一般電信事業與固網市場主導者」、「一般電信事業與行動市場主導者」三種類別之網路互連，並針對市場主導者引進網路互連規章(RIO)義務，健全網路互連機制。
- 在資費管制方面，建議原則廢除第一類電信事業資費管制，僅針對市場主導者保留資費管制，確保公平競爭。

第三節 法規修正方向

前節具體政策建議事項，由於廢除電信事業分類涉及整體電信規管架構，非屬本研究所設定之研究範圍，因此本節僅針對市場主導者界定機制及相關規管架構之具體修正條文，提供參考性的法規修正方向，裨益主管機關修法參考，主要修正精神如次：

○第十六條為現行網路互連義務相關規範，本研究將之定位為一般電信事業間之網路互連義務規範，酌作文字修正，條文規範內容未作修正。

○第二十六條之修正方向，原則廢除第一類電信事業資費管制，但維持對市場主導者實施資費管制，回歸不對稱管制之政策意涵。

○第二十六條之一之修正方向，係針對現行電信法進行調整、修正，明文規範市場主導者之禁止行為及解除市場主導者公告之依據，並引進「先趨者優勢原則」，保留管制。

○第二十六條之二之修正方向，明文規範固網市場主導者差別待遇之具體禁止事項；提供主管機關對固網市場主導者反競爭行為事後管制之依據；並規範固網市場主導者有義務提報遵守反競爭行為事前規範之履行情況。

○第二十六條之三之修正方向，明文規範固網市場主導者界定條

件及其提供網路互連相關義務，落實圖 8-7 之具體政策建議。

○第二十六條之四之修正方向，明文規範行動市場主導者界定條件及其提供網路互連相關義務，落實圖 8-8 之具體政策建議。

○第一類電信事業資費管理辦法第十條修正方向，明定固網市場主導者及行動市場主導者之認定標準、認定程序、公告暨管制適用時間、解除公告以及基於「先趨者優勢原則」對市場主導者保留管制的原則期限等具體機制。

○本研究之法規修正方向具體補強現行市場主導者認定機制及規管架構（網路互連機制），但如果現行結構管制沒有同步實施進一步的鬆綁措施，則本研究所提供修法建議之合理性與正當性，或將受到質疑與挑戰，與市場主導者監理機制的政策性意涵，出現落差。因為實施市場主導者監理機制的前提，就是整體電信監理機制的大幅鬆綁；市場主導者監理機制的政策定位，在於提供鬆綁政策的配套措施。

表 8-11 市場主導者界定機制及規管架構參考性修正條文案對照表

修正條文	現行條文	說 明
<u>(一般電信事業間網路互連義務)</u> 第十六條 第一類電信事業相互間，有一方要求與他方之網路互連時，除法令另有規定者外，他方不得拒絕。 前項網路互連之安排，應符合透明化、合理化、無差別待遇、網路細分化及成本計價之原則；其適用對象，由<u>主管機關</u>訂定之。 第一類電信事業間，應於一方提出網路互連要求之日起三個月內達成協議；其不能於三個月內達成協議時，應由<u>主管機關</u>依申請或依職權裁決之。 第一類電信事業間，於一方提出修改或重新簽訂網路互連協議之日起，逾三個月仍未達成協議時，由<u>主管機關</u>依申請裁決之。 第一類電信事業間，不履行網路互連協議時，於法定互連協議應約定事項範圍內，由<u>主管機關</u>依申請裁決之。 不服前三項<u>主管機關</u>之裁決處分者，得依行政爭訟程序請求救濟。	第十六條 第一類電信事業相互間，有一方要求與他方之網路互連時，除法令另有規定者外，他方不得拒絕。 前項網路互連之安排，應符合透明化、合理化、無差別待遇、網路細分化及成本計價之原則；其適用對象，由電信總局訂定之。 第一類電信事業間，應於一方提出網路互連要求之日起三個月內達成協議；其不能於三個月內達成協議時，應由電信總局依申請或依職權裁決之。 第一類電信事業間，於一方提出修改或重新簽訂網路互連協議之日起，逾三個月仍未達成協議時，由電信總局依申請裁決之。 第一類電信事業間，不履行網路互連協議時，於法定互連協議應約定事項範圍內，由電信總局依申請裁決之。 不服前三項電信總局之裁決處分者，得依行政爭訟程序請求救濟。	一、本條規範一般電信事業間網路互連義務，除酌作文字修正，將「電信總局」修正為「主管機關」外，條文規範內容未作修正。

除法令另有規定者外，第一類電信事業無正當理由不得拒絕第二類電信事業網路互連之要求；其網路互連之協議，準用第三項及第六項之規定。 適用前項之第二類電信事業，其範圍由<u>主管機關</u>公布之。 第一類電信事業與其他電信事業間網路之互連、費率計算、協議、互連協議應約定事項、裁決程序及其相關應遵行事項之管理辦法，由<u>主管機關</u>訂定之。 <u>主管機關</u>得公開第一類電信事業市場主導者與其他電信事業所簽訂互連協議書之一部或全部。但得依要求，不公開互連協議書中專利等智慧財產權之內容。 依第十四條第一項規定取得籌設同意書者，適用本條之規定	除法令另有規定者外，第一類電信事業無正當理由不得拒絕第二類電信事業網路互連之要求；其網路互連之協議，準用第三項及第六項之規定。 適用前項之第二類電信事業，其範圍由電信總局公布之。 第一類電信事業與其他電信事業間網路之互連、費率計算、協議、互連協議應約定事項、裁決程序及其相關應遵行事項之管理辦法，由電信總局訂定之。 電信總局得公開第一類電信事業市場主導者與其他電信事業所簽訂互連協議書之一部或全部。但得依要求，不公開互連協議書中專利等智慧財產權之內容。 依第十四條第一項規定取得籌設同意書者，適用本條之規定	
---	--	--

表 8-11 市場主導者界定機制及規管架構參考性修正條文草案對照表（續一）

修正條文	現行條文	說 明
<u>（資費管制）</u> 第二十六條 第一類電信事業市場主導者之資費管制，採價格調整上限制。 前項價格調整上限制，係指受管制電信事業之管制業務資費調整百分比，不得超過行政院主計處公布之臺灣地區消費者物價指數之年增率減調整係數。 <u>第一類電信事業市場主導者就其所提供予其他電信事業之電信服務，應訂定批發價格。</u>	第二十六條 第一類電信事業之資費管制，採價格調整上限制。 前項價格調整上限制，係指受管制電信事業之管制業務資費調整百分比，不得超過行政院主計處公布之臺灣地區消費者物價指數之年增率減調整係數。	一、我國自八十五年實施電信自由化政策，為避免斷傷民營業者經營活力，於八十八年修正電信法第二十六條，將獨占經營時期的「報酬率管制法」改採「價格調整上限管制法」實施至今，其調整係數歷經二次檢討。為符合國際監理作法及有利於非市場主導者進行競爭，使消費者有選擇機會，並降低行政監理成本及非市場主導者之受管制成本，爰限縮資費管制適用對象為市場主導者，修正第一項條文。 二、本項未修正。 三、本項新增。九十五年一月十一日修正第一類電信事業資費管理辦法時，已明訂第一類電信事業市場主導者應訂定批發價格（中間市場的

第一類電信事業資費之審核管理、各項資費之首次訂定、價格調整上限制之適用對象、適用業務、資費項目與調整係數之訂定、<u>第一類電信事業市場主導者之批發服務項目、費率計算與適用對象</u>及其他應遵行事項之管理辦法，由<u>主管機關</u>訂定之。 第一類電信事業之資費訂定，不得有妨礙公平競爭之交叉補貼；第一類電信事業兼營第二類電信事業或其他非電信事業業務者，亦同。 第二類電信事業之資費，由第二類電信事業訂定之。	第一類電信事業資費之審核管理、各項資費之首次訂定、價格調整上限制之適用對象、適用業務、資費項目與調整係數之訂定及其他應遵行事項之管理辦法，由交通部訂定之。 第一類電信事業之資費訂定，不得有妨礙公平競爭之交叉補貼；第一類電信事業兼營第二類電信事業或其他非電信事業業務者，亦同。 第二類電信事業之資費，由第二類電信事業訂定之。	電信產品價格)，為使法律授權符合具體明確之原則，爰將該管理辦法第九條之二第一項條文移列電信法修正條文第二十六條第三項。 四、配合電信法修正條文第二十六條第一項限縮資費管制適用對象為市場主導者，爰增加「<u>第一類電信事業市場主導者之批發服務項目、費率計算與適用對象</u>」並酌作文字修正，將「交通部」修正為「主管機關」。 五、項次變更。原第四項移列第五項。 六、項次變更。原第五項移列第六項
---	--	--

表 8-11 市場主導者界定機制及規管架構參考性修正條文草案對照表（續二）

修正條文	現行條文	說 明
<u>(禁止行為)</u> 第二十六條之一 第一類電信事業市場主導者，不得有下列行為： 一、以專有技術直接或間接阻礙其他第一類電信事業提出網路互連之請求。 二、拒絕對其他第一類電信事業揭露其網路網路互連費用之計算方式及有關資料。 三、對所提供電信服務之價格或方式，為不當決定、維持或變更。 四、無正當理由，拒	第二十六條之一 第一類電信事業市場主導者，不得有下列行為： 一、以專有技術直接或間接阻礙其他第一類電信事業提出網路互連之請求。 二、拒絕對其他第一類電信事業揭露其網路網路互連費用之計算方式及有關資料。 三、對所提供電信服務之價格或方式，為不當決定、維持或變更。 四、無正當理由，拒	一、本項刪除。由於現行電信法第二十六條第一項第一款至第八款係針對市場主導者網路互連之相關規範，於修正條文第二十六條之三有相關之規範，爰將第二十六條第一項第一款至第八款之規範對象，調整移至修正條文第二十六條之三第九項固網市場主導者與其他電信事業網路互連之禁止行為。爰刪除本項。 二、條款變更，本款調整為修正條文第二十六條之三第九項第一款，並酌作文字修正，將「第一類電信事業」修正為「電信事業」。 三、本款刪除，由於修正條文第二十六條之三第四項已有相關規範，爰刪除本款。 四、本款刪除，由於修正條文第二十六條之三第四項已有相關規範，爰刪除本款。 五、條款變更，本款調整

絕其他第一類電信事業租用網路元件之請求。 五、無正當理由，拒絕其他電信事業或用戶承租電路之請求。 六、無正當理由，拒絕其他電信事業或用戶協商或測試之請求。 七、無正當理由，拒絕其他電信事業要求共置協商之請求。 八、無正當理由，對其他電信事業或用戶給予差別待遇。 為確保公平競爭，健全電信事業發展，電信事業市場主導者按網路傳輸方式分為固定通信業務市場主導者（以下簡稱固網市場主導者）與行動通信業務市場主導者（以下簡稱行動市場主導者）。 依第二十六條之三第一項及第二十六條之四第一項公告之市場主導者，不得有下列行為：	絕其他第一類電信事業租用網路元件之請求。 五、無正當理由，拒絕其他電信事業或用戶承租電路之請求。 六、無正當理由，拒絕其他電信事業或用戶協商或測試之請求。 七、無正當理由，拒絕其他電信事業要求共置協商之請求。 八、無正當理由，對其他電信事業或用戶給予差別待遇。	為修正條文第二十六條之三第九項第一款，並酌作文字修正，將「第一類電信事業」修正為「電信事業」。 六、條款變更，本款調整為修正條文第二十六條之三第九項第三款。 七、條款變更，本款調整為修正條文第二十六條之三第九項第四款。 八、條款變更，本款調整為修正條文第二十六條之三第九項第五款。 九、本款刪除，由於修正條文第二十六條之三第四項第四款已有相關規範，爰刪除本款。 十、本項新增。基於「樞紐設施法理」之精神及固定通信系統與無線通信系統之條件差異，爰引進固網市場主導者與行動市場主導者之概念，俾充實網路互連機制，健全電信事業發展。 十一、本項新增。本項係針對市場主導者反競爭行為之相關規範。符合WTO基本電信協議「參考文件」對市場主導者反競爭行為之政
--	---	---

<u>一、不得對特定電信事業，有不當之優先待遇或利益輸送；或不當之不利待遇或不利條件。</u> <u>二、對其他電信事業或電信設備製造業者或經銷業者之業務有不當之限制或干涉。</u> 三、其他濫用市場地位或經主管機關認定之不公平競爭行為。 <u>固網市場主導者及行動市場主導者有違反前項規定之行為時，主管機關得命其停止或改善之。</u> <u>固網市場主導者及行動市場主導者，應依主管機關所定之會計科目分類及其他相關手續整理其會計並公告有關電信服務之收支情況及其</u>	九、其他濫用市場地位或經主管機關認定之不公平競爭行為。	府管制義務及歐盟架構指令（2002/21/EC）第十四條對 SMP 之規範原則。 十二、本款新增。為防止市場主導者不當之差別待遇或利益輸送行為，爰新增本款。 十三、本款新增。為防止市場主導者對其他業者之相關業務有不當之限制或干涉行為，爰新增本款。 十四、款次變更。本款係現行電信法第二十六條之一第一項第九款調整至修正條文第二十六條之一第一項第三款。 十五、本項新增。為明確主管機關作為電信事業主管機關具有糾正市場主導者反競爭行為之管制權限，爰新增本項。符合 WTO 基本電信協定「參考文件」對市場主導者反競爭行為之政府管制義務原則。 十六、本項新增。為防止交叉補貼，扭曲競爭原理，市場主導者應有會計整理及公開會計之義務，爰新增本項。
--	------------------------------------	--

<u>他會計之相關事項。</u> <u>依第二十六條之三 第一項及第二十六條之 四第一項被公告為市場 主導者已無符合相關要 件時，主管機關應即解除 公告。</u> <u>凡屬創新技術或創 新服務之電信事業，主管 機關得保留市場主導者 認定公告及相關管制權 限之發動。</u>	前項所稱市場主導者，由主管機關認定之。	十七、本項刪除。修正條文第二十六條之三第一項及第二十六條之四第一項已有明文規定，爰刪除本項。 十八、本項新增。提供解除市場主導者公告之法源依據。 十九、本項新增，依據通訊傳播基本法第六條鼓勵新技術新服務之原則及參酌歐盟「相關產品及服務市場建議」文件之政策建議，引進「先趨者優勢原則」，對第一位進入創新市場的優勢業者排除在事前管制對象之外的管制原則，符合技術革新，創新市場的時代需求，在鼓勵創業投資方面亦具有重要的意義。
--	----------------------------	--

表 8-11 市場主導者界定機制及規管架構參考性修正條文草案對照表（續三）

修正條文	現行條文	說 明
<u>（差別待遇之禁止）</u> <u>第二十六條之二</u> <u>固網市場主導者，不得有下列行為，但有主管機關規定之特別理由時，不在此限。</u> <u>一、與固網市場主導者網路互連所需之電信設備或維修、土地及其建築物及其他工作物之使用或資訊之提供，和特定關係業者相較，對其他電信事業有不利之待遇。</u> <u>二、簽訂電信服務契約之仲介、代銷或代理或其他電信事業之業務受託，和特定關係業者相較，對其他電信事業有不利之待遇。</u> <u>固網市場主導者有違反前項規定之行為時，主管機關得命其停止或改善該行為。</u> <u>固網市場主導者，每年應就為遵守第二項規定所採行之措施及實施情形向主管機關提出報告；其應報告事項由主管機關訂定之。</u>		一、本條新增。 二、本項係針對固網市場主導者反競爭行為之事前規範。符合 WTO 基本電信協議「參考文件」對市場主導者反競爭行為之政府管制義務原則。 三、本項係提供主管機關對固網市場主導者反競爭行為事後管制之依據。 四、本項係規範固網市場主導者遵守反競爭行為事前規範之履行情況有定期提報主管機關之義務。

表 8-11 市場主導者界定機制及規管架構參考性修正條文草案對照表（續四）

修正條文	現行條文	說 明
<u>（固網市場主導者之定義與網路互連義務）</u> <u>第二十六條之三</u> <u>1 主管機關基於全國各區電信服務使用情況，得就市內通信營業區域之固定通信網路係由同一電信事業所設置且其連接使用者電信設備之電信線路數佔設置於該地區所有同類電信線路數超過主管機關所規定之比例時，公告為「固網市場主導者）」。</u> <u>2 依前項規定之固網市場主導者，其電信設備和其他電信事業電信設備之網路互連，應就其網路互連費及網路介接點之技術條件、設定電信服務費率電信事業之類別及其他網路互連條件訂定網路互連規章並應報</u>		一、<u>本條新增</u>。基於通訊傳播基本法第十一條及 WTO 基本電信協議參考文件之健全網路互連機制之精神，爰就整體電信合理發展不可或缺之電信設備，基於「樞紐設施法理」之精神，引進固網市場主導者之概念，健全網路互連機制，爰新增本條。所謂「<u>連接使用者電信設備之電信線路數佔設置於該地區所有同類電信線路數比例</u>」（即市話用戶數市場佔有率），由主管機關另訂之，基本上以 50% 為標準界定。本條共有 17 項，暫標示項編號，裨益對照參考。 二、本項「固網市場主導者」之概念，符合歐盟「LLU 規則（EU No 2887/2000）」第二條(a) ‘notified operator’ 之定義，其管制原理係要求該電信事業有事前訂定網路互連規章之義務，俾確保網路互連條

<u>請主管機關核可，實施前應報請主管機關備查；變更網路互連規章時，亦同。</u> <u>3 前項網路互連規章之網路互連費及網路互連條件等內容如係主管機關規定對提升使用者便利性及整體電信合理發展影響較小者，得不受前項規定之拘束。</u> <u>4 依第二項(含第十六項。以下本項、第六項、第九項、第十項及第十四項亦同。)規定提出網路互連規章之核可申請，符合下列所有條件者，主管機關應同意核可之。</u> <u>一、下列所揭事項合理且明確訂定者。</u> <u>(一)、在技術及經濟可行之網路介接點主管機關所定之技術條件。</u> <u>(二)、主管機關規定按功能別之網路互連費。</u> <u>(三)、網路互連雙方之責任事項。</u> <u>(四)、設定電信服務費率電信事業之類別。</u> <u>(五)、第一目至第四目所揭事項以外，為確保與固</u>		件公開透明，符合WTO 基本電信協議參考文件之網路互連原則。 三、雖不須報請核可，但仍應報請備查（備查制，見第七項）。 四、本項規範核可網路互連規章之基準要件。
---	--	---

<u>網市場主導者網路互連主管機關所定之必要事項。</u> <u>二、依主管機關規定之方法反映合理成本所設定之網路互連費公正妥當。</u> <u>三、網路互連條件和該電信事業自有設備互連條件相較無不利之情形。</u> <u>四、對特定電信事業無不當之差別待遇。</u> 5 前項第二款主管機關規定之方法(限於訂定同項第一款第二目主管機關規定之功能中,因引進新技術有效提升與該功能有關電信服務之提供,主管機關規定與該功能有關之網路互連費),應考慮引進新技術新設置有效率之固網市場主導者電信設備因網路互連而增加通信量或線路數之有關費用計算成本。 6 依第二項核可網路互連規章訂定之網路互連費有違第四項第二款合理成本之不適當情形或網路互連規章之互連條件因社會經濟情勢變動有明顯之不適當情形		五、本項規範按功能別網路網路互連費之計算原則。 六、本項係提供對網路互連規章不適當情形之糾正依據。
---	--	---

而有礙公共福利之增進時，主管機關得命令限期申請變更網路互連規章之認可。 7 <u>固網市場主導者網路互連規章之網路互連費及網路互連條件</u>，符合第三項之規定者，應報請主管機關備查後，始得實施；變更該互連規章時，亦同。 8 依前項（含第十七項。）規定報請備查之<u>網路互連規章之網路互連費或網路互連條件有礙公共福利之增進時</u>，主管機關得命令限期改善<u>網路互連規章</u>。 9 <u>固網市場主導者</u>，應依照第二項規定取得核可或第七項（含第十七項。）規定提出備查之<u>網路互連規章</u>（以下在本條稱「核可網路互連規章」。）與其他電信事業簽定或變更<u>網路互連協定</u>時，不得有下列行為： 一、以專有技術直接或間接阻礙其他電信事業提出網路互連之請求。 二、無正當理由，拒絕其他電信事業租用網路元件之		七、固網市場主導者網路互連規章影響較小者，採備查制。 八、本項係提供對備查網路互連規章不適當情形之糾正依據。 九、固網市場主導者與其他電信事業簽定網路互連協定時應依據「核可網路互連規章」簽定之。 條款變更，本項第一款係現行電信法第二十六條之一第一項第一款，並酌作文字修正，將「第一類電信事業」修正為「電信事業」 條款變更，本項第二款係現行電信法第二十六條之一第一項第四
--	--	---

請求。 三、無正當理由，拒絕其他電信事業或用戶承租電路之請求。 四、無正當理由，拒絕其他電信事業或用戶協商或測試之請求。 五、無正當理由，拒絕其他電信事業要求共置協商之請求。 10 <u>固網市場主導者之核可網路互連規章有執行困難之特別事由時，得報請主管機關核可後，以不同之網路互連費及網路互連條件（限於第二項所規定之網路互連費及互連條件並完全符合第四項各款（第一款及第二款除外。）所列條件者。）簽訂或變更網路互連協定。</u> 11 <u>固網市場主導者應依主管機關之規定公告核可網路互連規章。</u> 12 <u>固網市場主導者應依主管機關之規定紀錄第四項第一款第二目主管機關規定按功能別之通信量或線路數或其他規定事項（在第十四項稱「通信量等」。）。</u> 13 <u>固網市場主導者應</u>		款。 條款變更，本項第一款係現行電信法第二十六條之一第一項第五款。 條款變更，本項第一款係現行電信法第二十六條之一第一項第六款。 條款變更，本項第一款係現行電信法第二十六條之一第一項第七款。 十、本項係針對核可網路互連規章有執行困難時之變通措施。 十一、本項係規範核可網路互連規章之公告義務。 十二、本項係規範固網市場主導者有關「通信量等」之紀錄義務。 十三、本項係規範固網市
--	--	--

<u>依主管機關之規定整理固網設備網路互連會計並公告網路互連收支情形及其他規定事項。</u> <u>14 固網市場主導者在第五項規定之網路互連費取得第二項之核可後未超過五年，每隔主管機關規定之期間，其他網路互連費依前項規定已整理各事業年度會計時，為反映第四項第二款主管機關所定方法之合理成本，應基於通信量等紀錄及同項規定整理會計結果，重新計算公正妥當之網路互連費。</u> <u>15 固網市場主導者應提供其他電信事業有關網路互連之必要資訊。</u> <u>16 依第一項規定被新公告為固網市場主導者，應依據第二項之規定，於公告日起三個月內報請主管機關核可。</u> <u>17 依第一項規定被新公告為固網市場主導者，應依據第七項之規定，於公告日起三個月內報請主管機關備查。</u>		場主導者有關「整理網路互連會計」及「公告網路互連收支」之義務。 十四、本項係規範固網市場主導者有關公正妥當網路網路互連費之計算原則。 十五、本項係規範固網市場主導者「提供網路互連資訊」之義務。 十六、本項係規範被新公告為固網市場主導者之電信事業提報網路互連規章核可之義務。 十七、本項係規範新公告市場主導者提報網路互連規章備查之義務。
--	--	--

表 8-11 市場主導者界定機制及規管架構參考性修正條文草案對照表（續五）

修正條文	現行條文	說 明
<u>（行動市場主導者之定義與網路互連義務）</u> <u>第二十六條之四</u> <u>主管機關得就行動通信業務之行動通信網路係由同一電信事業所設置且其連接特定行動終端設備之數量佔所有同類特定行動終端設備比例超過主管機關所規定者，公告為「行動市場主導者」。</u> <u>依前項規定之行動市場主導者，其設備和其他電信事業電信設備之網路互連，應就其取得金額及網路互連條件訂定網路互連規章並應報請主管機關備查後，始得實施；變更網路互連規章時，亦同。</u> <u>行動市場主導者依前項（含第六項。）規定所提出之網路互連規章有下列任一情形時，主管機關得命令限期改善網路互連規章。</u>		一、本條新增。基於通訊傳播基本法第十一條及 WTO 基本電信協議參考文件之健全網路互連機制之精神，爰就應確保與其他電信事業合理之網路互連，引進行動市場主導者概念，健全網路互連機制。所謂「<u>連接特定行動終端設備之數量佔所有同類特定行動終端設備比例</u>」（即用戶數市場佔有率）由主管機關另訂之，基本上以 30% 為標準界定。 二、本項規範行動市場主導者有<u>事前訂定網路互連規章義務</u>，採備查制。 三、<u>事前備查之網路互連規章</u>若有不適當情形之發生，則可依據本項規定進行事後之糾正管制。

<u>一、網路互連雙方之責任事項未適予明訂時。</u> <u>二、網路互連介接點之技術條件未適予明訂時。</u> <u>三、設定電信服務費率電信事業之類別未適予明訂時。</u> <u>四、其取得金額超過合理成本加上合理利潤時。</u> <u>五、對其他電信事業有不當之附加條件時。</u> <u>六、對特定電信事業有不當之差別待遇時。</u> <u>行動市場主導者應依第二項（含第六項。次項亦同。）之網路互連規章與其他電信事業簽訂或變更網路互連協定。</u> <u>行動市場主導者應依主管機關規定公告網路互連規章。</u> <u>依第一項規定新公告之行動市場主導者，應依第二項之規定，於公告日起三個月內報請主管機關備查。</u>		四、本項係規範行動市場主導者與其他電信事業簽定網路互連協定時必須依據「網路互連規章」之義務。 五、本項係規範行動市場主導者有公告「網路互連規章」之義務。 六、本項係規範被新公告行動市場主導者提報網路互連規章備查之義務。
---	--	--

表 8-12 第一類電信事業資費管理辦法參考性修正條文案對照表

修正條文	現行條文	說 明
(市場主導者之認定與解除) 第十條 第一類電信事業市場主導者，分為<u>固定通信業務市場主導者</u>(以下簡稱<u>固網市場主導者</u>)及<u>行動通信業務市場主導者</u>(以下簡稱<u>行動電話市場主導者</u>)。指有下列情形之一，並經主管機關公告之第一類電信事業： 一、指控制關鍵基本電信設施者。 二、對市場價格有主導力量者。 三、其所經營業務項目之用戶數或營業額達各項業務市場之百分之二十五以上者。 <u>固網市場主導者指市內電話用戶數市場佔有率超過百分之五十以上，經主管機關所公告者；行動市場主導者指最近兩年用戶數市場佔有率平均超過百分之三十以上且最近一年營業額市場佔有率超過百分之三十以上，經主管機關所公告者。</u> <u>前項市場主導者之認定與管制，主管機關依市場競爭情況，每年定期公</u>	第十條 第一類電信事業市場主導者，指有下列情形之一，並經主管機關公告之第一類電信事業： 一、指控制關鍵基本電信設施者。 二、對市場價格有主導力量者。 三、其所經營業務項目之用戶數或營業額達各項業務市場之百分之二十五以上者。	一、為配合電信法修正條文第二十六條之三及第二十六條之四市場主導者之定義及第一類電信事業資費管理辦法修正條文第十條第二項市場主導者認定標準，爰修正本條第一項，並刪除本項第一款至第三款之定義。 二、本項新增，參酌日本電信事業法之認定標準及我國電信市場競爭情況，基於簡單、明確、透明並符合 WTO 基礎電信協議之原則，明確固網市場主導者及行動市場主導者之認定標準。 三、本項新增，市場主導者之認定程序及管制之適用時間。原則上主管

<u>告並於翌年元月開始實施之。</u> <u>主管機關依前項市場競爭情況，發現已被公告之第一類電信事業市場主導者，有認不符第二前項所定要件時，應即得提供相關資料向主管機關申請解除公告並同時解除相關管制。</u> <u>主管機關保留對創新技術或創新服務之第一類電信事業市場主導者之認定公告及相關管制權限之發動，以兩年為限，必要時得斟酌市場情況，適予延長。</u>	第一類電信事業市場主導者，認不符前項所定要件時，得提供相關資料向主管機關申請解除公告。	機關應於每年 4 月開始實施市場分析，9 月公告市場主導者，翌年 1 月開始適用不對稱管制。被公告為市場主導者之電信事業有 3 個月的緩衝時間，被管制義務之準備（例如 RIO 之制定等）。 四、配合修正條文第二十六條之一第四項，本項修正為由主管機關定期依據市場競爭情況，主動解除不具市場主導者認定要件之公告及管制，因此已無必要由業者申請解除公告，爰刪除由業者提供相關資料申請解除公告之既有規定。 五、本項新增，配合修正條文第二十六條之一第五項先趨者優勢原則，保留對創新技術或創新服務之第一類電信事業市場主導者之認定公告及相關管制期間原則上以 2 年為限，若市場存在特殊情況，必要時得適予延長。
--	--	---

電信市場主導者認定機制與監理規範公聽會

會議記錄

一、會議時間：民國 98 年 6 月 25 日(星期四) 14:00~16:00

二、會議地點：交通通訊傳播大樓 20 樓 2002 會議室

三、主 持 人：洪德生院長、劉柏立所長

四、出（列）席人員共 31 名（按筆劃順序）

○大同電信股份有限公司 莊忠義協理

○大眾電信股份有限公司 黃英洲協理

○中華電信股份有限公司 鍾國強科長、陳美玲管理師

○元智大學資訊社會所 周韻采教授

○台灣大哥大股份有限公司 丁憲文副處長、許儷靜主任管理師

○台灣固網股份有限公司 王俊亦經理

○台灣電信產業發展協會 劉莉秋執行秘書

○成功大學交通管理科學系暨電信管理研究所
陳文字教授、黃光渠教授

○行政院公平交易委員會 林欣吾委員（缺席）

○亞太電信股份有限公司法規暨品保處 柯志宏協理、
何伯陽經理、黃政卿副主任

○和信電訊股份有限公司 方修忠協理、張春鈴副理

○威寶電信股份有限公司 翟堅資深專案經理

○財團法人電信技術中心 王碧蓮資深顧問、江亮均研究員

○國家通訊傳播委員會綜合企劃處 蔡國棟科長、鄭文華小姐

○新世紀資通股份有限公司 蕭景騰經理、吳侑勳經理

○遠傳電信股份有限公司 李雨蒼經理、周諱仁副理

○台灣經濟研究院 洪德生院長、劉柏立所長、
鄭允勝助理研究員、劉珊秀、
陳心儀、戴誠駿

五、主持人致詞（略）

六、台經院簡報（略）

七、討論題綱

（一）、我國現行市場主導者認定機制問題

（二）、我國現行市場主導者監理規範問題

1、資費管制問題

2、網路互連問題

3、IP Peering 問題

（三）、合理的市場主導者認定機制與監理規範

八、會議討論發言記要

（一）、亞太電信何伯楊經理

市場主導者的認定是許多問題的核心，所謂市場主導者認定機制適度調整是緊縮或是放鬆？以國外 40%至 50%為例，國內約 2300 萬用戶，40%即達 900 萬用戶，國內電信三強有沒有一家能發生超過 900 萬用戶的情形？這是第一點要考量的。

市場主導者與非市場主導者在管制規範上的差異在哪裡？固網方面因為只有中華電信一家獨大，故暫且不談；行動方面三大三小，在管制方面比較直接的就只有在資費提報上有 14 天和一個禮拜的差別，這樣的差異是否會影響到現有業者？

第三點，國內的電信市場一直以來就是很特殊的環境，衍生出很多國外沒有、只有台灣有的現象存在。在評估市場主導者的機制要放鬆或緊縮的時候，是不是要合理的配套措施及實施計劃？配套措施的大前提，不外是主管單位是不是能夠維持現有市場的公平合理競爭？另外則是這些配套的執行。電信法規或相關法規很多，NCC 或其他單位都有所謂依法執行的問題。剛才簡報國外的例子有依市場發展狀況個案討論的情形，讓人直覺想到國內相關單位是否依法有所作為或無所作為，或該如何作為的問題。

亞太電信對市場主導者認定機制和規範，原則上尊重主管機關的整體配套。唯一要強調的是市場公平合理的競爭機制一定要維持

住。

(二)、台灣大哥大丁憲文副處長

基本上我們贊成一個原則，就是有競爭的市場就少管一些，沒有競爭的市場需要多管一些，去創造競爭的可能性。在固網部分，市場的主導者是中華，也必須受到適當的管制。

行動市場部分，大的市佔大概 30% 左右，小的業者也對市場有相當的影響，例如推出網內互打免費，也確實對市場資費結構有很大的影響。行動電話市場應該算是充分競爭的市場，市場主導者較難認定，管制方式應該是鬆綁或是事後審查的方式。

雖然行動電話沒有明顯的主導者，為了避免固網的主導者在行動方面有一些 Bundle Package，也就是如果行動電話資費方案和固網結合的情形，也希望監理單位有適當的監理及規範。

對市場主導者批發價的管制也是一個重要的範疇。像 ADSL、光纖都是可以列入考慮的。

(三)、台灣大哥大許儷靜主任管理師

行動部份以 25% 來認定主導者一直以來很有爭議，台灣有三個業者都被認定是市場主導者，是否有符合 NCC 做不對稱管制的實質目的？容易誤導人對政府是否對電信產業持續鬆綁的立場。倘若無法一步到位的話，市場主導者的用戶數和營業額認定門檻應該提升，比照 EU 採行 40% 或 50%。

控制關鍵基本設施部分，以行動來說，目前國內各家基本上都是一樣的。國外關鍵基本設施都是在講固網的設備而言，因此國內行動的關鍵基本設施是否還要有規範標準可以再討論。

市場價格主導力量方面，國內行動市場包括 2G、3G、PHS 和未來加入的 WIMAX，已經多達六家集團十家業者，所提供的服務內容性質都很像，都有語音服務、數據服務等，彼此都有很高的替代關係，加上資費有價格上限的管制，顯而易見地，市場沒有存在任何一家有價格主導的力量，所以建議對行動價格主導力量的認定，在行動部份是可以不需要採納的，或是界定得更明確，必須達到怎樣的程度才算具有價格主導力量。

(四)、台灣固網王俊亦經理

固網主導者的認定是必要，且需要再繼續。上游業者掌握關鍵元件和基本設施，我們認為這些要列入所謂批發價的管制。若要去查看市場主導者批發價的成本最好，可能是很大的工程，建議可以從管制跟零售價是否有價格擠壓來看。若批發價加上業者中間投入的成本所組合而成的成本，大於市場主導者在市場提供的價格，也就是存在所謂價格擠壓的現象，代表業者拿到的批發價格，並無法在市場上競爭，這種批發價的訂定是有問題的。

網路互連方面，主要是公平接取、平等對待的觀念。平等對待不只包括主導者對所有業者是否公平，也包括主導者對內部產品是否也都跟對外部其他業者一樣。這部份不只看價格，服務的提供條件、品質也都要考慮。

(五)、中華電信鍾國強科長

談市場主導者時，需先釐清何謂市場以及主導力量二大問題。目前，行動已經可以取代市話，無線寬頻已經可以取代有線寬頻，在現在技術替代性這麼強大的情況下，要先確定所定義的市場是哪一塊，包含哪些服務，才能談論市場主導者，不然會失焦。

不過在定義市場的時候，有一些要注意的地方。以語音市場來講，行動可以取代市話，可是市話不能取代行動，所以在看市話的市場時，行動要一起納進來看，在看行動的市場時，不可以把市話放進去。在界定市場的時候，這是一個比較關鍵的問題。

市佔率是不是就是主導力量？這個問題當然需要考慮。全世界的市話都已經逐漸被行動取代掉了，市話的營收和用戶數都逐漸在下降，所以在整個語音市場上，是行動才有主導力量。單獨從市佔率的比例來看主導力量，會有扭曲的情形。建議要做市場評估測試，看當市場價格變動的時候，會對市場產生影響，才算有主導力量。

不同市場的主導者有不同的 SMP。定義管制的方式時，贊成像英國管制流程，當判定是 SMP 之後，還要提出對這 SMP 的適當管制建議，就不同市場的 SMP 給予不同程度的管制措施，而不是統一的管制措施。

另外也很贊成剛剛簡報裡面提出的先進的觀念，對於創新服務 first Moment Advantage 的部份，我們要鼓勵新服務的提供，而不是把它列為 SMP 來管制。以 MOD 來講，MOD 是一個數位匯流的新服務，黨政軍的問題先不看，它是一個創新的服務，是應該給予鼓勵的。可是市場的價格被嚴格控管，價格被訂定得非常低，造成經營不敷成本，這是在壓制新服務呢？還是在鼓勵新服務？

有關批發價的管制部分。早期的中華電信由國家經營，一些樞紐設施包括電路管線設施都由中華電信獨家建設完成，但如果說這些東西都是全民所共有，這種說法現在是很有問題的。當中華電信公司化時，政府將所有的資產，包括管道、線路，都作價給中華電信，這時候這些資產還是屬於政府所有是沒有錯。八十七年起政府開始釋股，換回三千多億做為國家建設，這時候起，這些資產屬於中華電信的股東所有，而非全民所有。

至於這些東西是不是瓶頸設施？這也需要探討。一些民間業者說，他們的線路無法進入消費者家裡面，因為他們沒有管道，無法挖馬路。但是台灣 Cable 的普及率非常高，都會區甚至高達百分之九十幾，Cable 的纜線高出電話線三倍之多，既然 Cable 纜線可以拉到用戶家裡面，更細更軟的電話線為什麼沒辦法拉到用戶家裡面？原因是 Cable 每戶月租費可以有 600 元，電話線月租費僅有 70 元，因為這個業務無利可圖，所以 Cable 業者做得到的，而市內電話業者聲稱做不到。

管溝的部份業也被認為是瓶頸設施。政府為了建設 M 台灣，花三千多億要做六千公里的管溝，做了四千公里的管溝，民間業者出多少？中華電信固然有歷史包袱，可是針對這些問題公平合理、就事論事。

（六）、電信技術中心王碧蓮顧問

對行動 SMP 認定的問題，現在認定準則有三項，大概為了具體化，都是採用 25%，才會有三家都是 SMP，看起來管制是過高了一點。另外，認定為 SMP 之後，我們並沒有做競爭分析，定期來檢討，這是現在的問題。

現行電信法廿六條規定第一類電信都要受到價格管制，過去修法時曾想要放寬但也沒有成功。監理的成本很高，要針對每家業者價格管制，且每年要稽核是否合於標準，與其無法落實，不如這項

不要管，只針對 SMP 加以管理，一方面可以降低監理成本，一方面又可以增加監理效率。

網路互連是在 WTO 促進公平競爭的重要議題，我們也承諾採行 WTO 的 Reference paper，當時定的大原則都有做到，很遺憾這麼多年來執行上都有一些缺失。主要是在透明化，包括互連成本資訊的透明化和網路規格的透明化。以前在審互連費率時，中華電信都加註是機密，主管機關也就不敢給其他業者一起來檢視，國外則是公開在網站上，可想而知我們的透明化是做得不夠。另一方面是無差別待遇，我們也沒有事實上去稽核。早期 Internet 比較是初期，網路互連並沒有把 Internet Interconnection 納進去，現在 Internet 已經是重要的平臺，網際網路的互連還必須要補強，這跟 IP Peering 有關。雖然有人說在國外 IP Peering 都不管，都是業者在協商，但是市場情境不同，國內沒有幾家 Internet Backbone 很強的業者存在，所以政府還是要管。

SMP 認定機制和監理規範方面，我是滿認同歐盟的作法，有很多項不同的準則交叉評估；監理規範則是非常強調無差別待遇，國內最大的問題就是沒辦法做到無差別待遇。英國 1984 年電信自由化以後，就要對 BT 採行 Operational Separation，在內部就有清楚的批發部門和零售部門，但沒辦法做到無差別待遇，所以在 2006 年才會有 Functional Separation，把它的 last mile 和局間中繼資產獨立出來，成立 Open-reach，就是要做到無差別待遇、平等接取。未來國內要做無差別待遇，建議可以參考國外經驗，直接做到 Operational Separation。上述英國的成功案例，義大利、澳洲、瑞典、荷蘭都分別在採行。尤其 2007 年歐盟的電信改革在今年五月有通過理事會三讀，在三讀時增加一項，還在跟各會員國磋商，應該在今年九月會完成，其中就把 Functional Separation 作為很重要的矯正措施。

另外一個合理的監理規範是強化批發市場的監管，SMP 提供的批發價格，但若有造成價格擠壓，也就沒有辦法創造有效的競爭環境。

(七)、元智大學周韻采教授

對 SMP 的認定有的太限縮，有的太寬鬆。太寬鬆的是指 25% 的認定，造成同時有三家 SMP，沒有辦法區分 SMP 與非 SMP 的差異，這就沒有意義了。太限縮的是對 SMP 的認定只限第一類電

信，造成現在 IP Peering 沒有辦法解決的問題。未來要修訂的時候，建議取消只限第一類電信事業，納入第二類的網際網路業者，就不會有 NCC 現在對 IP Peering 價格沒有法源依據可以認定的問題。

第二是 SMP 的認定，主管機關應該做市場界定的研究，什麼是相關市場、什麼是替代服務的研究，找出是否有 SMP 存在。市佔率不是唯一的標準，界定市佔率達到某一個認定的程度後，還要配合參照其他標準，才能公告何者為 SMP。具體條文上，管理辦法第 10 條：「電信事業主導者，指有下列情形之一」建議改為「電信事業主導者，指同時具有下列情形者」。該條文底下所指的三個要件，則可以稍後再定義得更清楚，例如「指控制關鍵基本電信設施者」應改為「指控制關鍵電信設施者」，因為，基本設施指的是傳統的電信網路，也僅限第一類，以後可以改用關鍵傳輸等別的字眼。第三是 25% 夠不夠的問題，參照歐盟在 25 至 40% 之間未來看是否要做調整。

在資費管制方面，從零售市場走向批發市場的管制，基本上是各國的趨勢。台灣用批發市場這樣的字眼有一點混淆，造成監管的問題。定義上批發價是零售價減掉必要支出之成本，可是這邊所講的批發價是中繼產品，而不是大宗產品，現在 IP 的批發價完全是牌價乘以 Discount 的價錢，不是中繼產品的計價方式。現在大家都引用成批發市場，未來應該要釐清，這其實是進行零售市場的服務中，必須要使用的中繼產品。現行廿六條已經規定 SMP 不得拒絕租用網路元件、承租電路，未來可以寫得更清楚，規定 SMP 必須提供平等接續、接續價格必須以成本計價，不管是 Access Rate 或是 Interconnection。而所謂成本可能是 Forward Looking、Long Run Cost 或是 Marginal Cost，可依不同市場採行不同的成本。美國也是採 Cost Base、Price Principle，至於用哪一種成本要視個案，會比只用長期成本增置法較有彈性。雖然會增加談判成本，但是較能適應未來變化。

個人雖覺得 Functional Separation 是蠻重要的，但若行政介入太深的時候，有可能妨礙 SMP 上下游整合，破壞經營效率，我比較傾向用外部競爭條件來解決。當不對稱管制無法解決的時候，才用 Functional Separation 做救濟的手段。

(八)、威寶電信霍堅資深顧問

對 SMP 的認定，主要目的是為了進行不對稱管制，促進建全的市場競爭的環境，間接帶給消費者好處。但是，我們看到的是主管機關比較喜歡用直接的管制來保障消費者的權益，像 Price Cap 等等，看起來方向有點偏差。

現行對 SMP 的管制架構這幾年沒有修過，比較起歐盟等國家是比較落後。但是問題不在於沒有修過，而是現行法令對 SMP 的認定與不對稱管制的精神沒有落實。舉例來講，在資費管理上，非 SMP 與 SMP 只有資費提出 7 天或 14 天的差別，但是零售價格管制的重點並不在於 7 天或 14 天，或是要報請核准，例如歐盟對零售價格審查的重點，是在於有沒有過高的資費或掠奪性的定價，有沒有對特定終端用戶提供過度的優惠，或是不合理的捆綁服務，看起來國內的主管機關沒有做到這樣的監管，而是堅固在 7 天或 14 天、及一些文件報表等。

行動市場的 SMP 在民國八十七就已經公告，但是行動市場 SMP 的接續費到目前為止還是採行不受管制的業者協商，價錢不知道怎麼出來的，而且十年來還沒有被檢討過。所以與其效法歐盟未來更先進的法令架構，不如把現行法令認真地執行，只有把法令認真地執行下去之後，我們才會發現現行法另有怎麼樣的缺失，或是有怎麼樣的修正方向。

希望 SMP 的管制如果真的要做的話，主管機關能有雅量對非 SMP 能夠放鬆。資費管理辦法 SMP 或非 SMP 是一樣都受到管制的，網路互連的義務、透明自由化上看起來也都是一樣的，在會計分離方面，也是要對 SMP 或非 SMP 做會計分離，這跟國外不對稱管制架構是不相同的。

(九)、新世紀資通蕭景騰經理

電信自由化開放到現在，在 SMP 的認定標準這部份，已經九年沒有修訂了，這期間內，固網、WIMAX 等等都開放了，市場競爭的樣態已經完全不一樣了，用的還是過去制式的標準，這是我們感到訝異的，希望可以早一點有跟國際接軌的標準。

我們想要表達的立場是，SMP 認定的標準及目的在於促進競爭，透過競爭讓產業發展，最後庇蔭到消費者的福利。有競爭的部份才需要管制，沒有競爭的話則解除管制，這是要合乎的大原則。目前來看的話，目的和標準是有些落差。

國內在 SMP 方面，至少是沒有變化，《第一類電信事業資費管理辦法》第十條裡面三個條件，第一個是市場價格有主導力量者，第二個是 25% 的市場佔有率，第三個是關鍵設施掌控，這三個只要達成一個就是 SMP。國際上，以大陸為例，《公用電信網間互聯管理規定》定義「本地網範圍內同類業務市場 50% 以上的市場份額」，加上「控制必要的基礎電信設施」，比較起來，國內的管制相對是嚴格很多。再以日本來說，是先看有沒有市場力量，若有市場力量，再看有沒有濫用的問題，才介入管制，和歐盟的邏輯大體上是相通的。各國除了達到市佔率之外，還要設算檢驗有沒有價格的垂直擠壓，或是水平的市場力量的濫用，若有，才用不對稱的方法進行管制。因此任何國家認定 SMP 之前，第一必須先界定市場，歐盟是把固網市場、行動市場水平切割之後，再切成零售和批發市場，總共 18 個市場，之後再去檢視。第二是必須有動態的調節機制，比方日本雖然還沒有把 SMP 定義出來，但是 2006 年 9 月的「新進和促進計畫」裡面，針對 IP 產業的發展，已經在考慮 SMP 的調整，希望在 2010 年之前，採用歐盟的標準去修訂其認定。這種定期的檢討，各國都有在做。難得九年後，現在有這樣檢討的機會出現，我們希望這樣的檢討，要動態持續下去。

現在有一個弔詭的狀況，2G 大家都是 SMP，3G 是新進的業務，還在創新階段，日前驚聞 NCC 有意針對 3G 要去進行 SMP 的宣告，我們是期期認為不可，因為這樣會壓抑創新。同時，有關於 25% 的問題，我們希望至少比照歐盟，採用 40% 這樣一個國際上參用的標準。

(十)、和信電訊周謹仁副理

在第一輪的發言中，由新世紀資通蕭經理統一發言。

(十一)、大眾電信黃英洲協理

SMP 認定的目的，應該是在管制限制競爭，而非管制競爭，因為競爭是要促進的，而不是要管制。

公平交易法和電信法長期以來存在著重疊的部份，因為公平法是事後管制，電信法是事前管制。但是在國外，甚至在國內，還有第三個認定單位就是法院，甚至行政法院。尤其電信法的瓶頸設施或是公平法的樞紐設施，或許都可以透過法院來認定，所以它也有

認定 SMP 的地位。為了避免 SMP 的認定只在電信法上做考量，所以應該要先在一些法規標準方面做整合，雖然法官可以透過司法判決來造法，但這並無法透過立法來解決，法規標準方面的整合至少是可以先做的。

SMP 的認定還是要回歸到在特定市場中，是否有排除或限制競爭的能力，可能還是要達到一定的規模或營業額才可以。這個想法是起自公平法 5-1：獨佔認定的標準，它規定一事業在特定市場之占有率達二分之一、二事業全體在特定市場之占有率達三分之二、三事業全體在特定市場之占有率達四分之三的情況是可以列為獨佔事業；但是有一個例外，假設市佔率未達十分之一或營收未達十億元的，又可以不列入；可是最後又有一個可以全部排除前面兩項，假設在某些特定市場裡面，受法令、技術之限制，或具有足以影響市場供需、排除競爭能力之因素的話，仍然可以列入 SMP。此機制我認為是考慮得滿完備了。回歸到 SMP 的認定上，一個電信市場就算有 SMP，也不代表具有 SMP 的影響力，有沒有需要針對 SMP 進行不對稱管制的措施？我認為站在技術發展和投資立場上是有必要探討評估，並不就是說事先的管制就有助於競爭。

資費管制上，在電信法第 26-1 條第一項：即規定不得「對電信服務之價格或方式，為不當決定、維持或變更」。這和公平法第十條滿相當的，因此資費提報的 7 天或 14 天的規定事實上有無必要。是否可以發揮管制它限制競爭的效果，其實也看不出來。公平法上的安排是事先都不管制，但獨佔業者發生不當的情況的話，罰則相當重。電信法裡面可能只罰 30 萬到 500 萬元的，但是公平法裡面甚至有刑事責任三年，以及罰金達到一億元。

當然有人認為說公平法 46 條規定事業另有其他法律規定者，優先適用該其他法律。不過這一條法規所說的，是在不牴觸本法立法意旨之範圍內，優先適用該其他法律之規定。限制競爭與否，還是要回到公平交易法立法意旨的認定作通盤考量。

（十二）、成功大學黃光渠助理教授

有關網際網路的互連費用的階層性，先要有市場的界定，再來才有 SMP，以及觀看獨佔力量是否被濫用。這邊要陳述的是 IP Peering 的部份。Public Peering 和 Private Peering，問題是動態性的平等互連。公開性的平等互連舉個例子是台灣網際網路互連中心(TWIX)速率是 2Gbps 到 4Gbps，對照香港是 40 到 60Gbps，日

本是 100Gbps 以上，監管單位是不是要看有一個機制可以來衡量 SMP 有沒有濫用的情形，連到 TWIX 的時候，Public Peering 是不是可以落實；資費管制不只是看短期而已，還要看這個餅是不是可以做大，對於所有 ISP 互連的時候若可以降價，這會導致一個乘數效應，讓產業蓬勃地發展。

因為 TWIX 的效果並不彰顯，所以業者還要跟其他 SMP 私底下做連接，事實上這 Private Peering 是 Transit，是付費傳遞，而不是平等互連的。監管落實的話分為兩階段：一是 Private Connection 要怎麼認定，SMP 門檻如果定得太高的話，可否放寬到 Inbound 和 Outbound Traffic 一併考慮，要考慮的就是 Threshold 怎麼制定的機制再進一步地探討。這叫 Double-side Market 或 Network，也就是兩面市場；一面是 ICP，一面是 ISP，這中間的成本怎樣處理的機制，來促進產業的發展。這包括前面的法令要怎麼樣澄清，Market 要怎麼樣界定，落實探討以後，不只看到現在的情形，把這遊戲機制來作一個調整，長遠來看產業的發展，而且 NCC 可以建立它的公信力。

(十三)、成功大學陳文字教授

今天可惜沒有消費者的代表，以消費者的心態，消費者當然希望的是馬上能拿到折扣最好，不希望下次消費再來折扣。

Condition Law 是事後的管制，Condition Act 是事前的管制。台灣基本上是跟美國比較像，是屬於事前管制。電信事業的管制應該是採事前管制，應該維持這樣的架構，因為公平交易法是對所有的產業，電信是特殊的產業。當然這事前的管制且應該還是要鬆綁，確實是這樣。

歐盟的架構值得我們參考，但有一個要注意的是，如果是在一個 Unstable Market 的話，就要動態地調整。

還有一點要提醒的，歐盟跟美國的結構，跟台灣的市場截然不同，他們的市場是相當競爭的。像美國的固網市場是很競爭，台灣的固網比較重要的就只有一家，管制的手段也要斟酌台灣特殊的服務業市場結構來調整，而不是完全用歐盟的制度過來。

25%的規定已經行之多年，應該是要適度地調高。

市場界定是滿重要的。MOD 和 Cable TV 這兩個是滿像的，只

是一個可以雙向，另一個沒有，當然將來 Cable TV 也可以做雙向，整個市場分母應該會變大。行動部份也是一樣，WIMAX 在未來跟 3G，以及將來的 LT，那分母會更大，因為未來市場有這樣的狀況，所以除了比例提高之外，可以把分母適度地加大。現在限制 2G 的是 2G，就定住了，但是 2G 有提供語音服務，3G 也有，所以把 Base 加大，要管制的就會降低。還有很多的業務，像 VoIP 和市話，都要這樣的調整。

(十四)、大同電信莊忠義協理

WIMAX 是新進的服務，對我們新進業者來講，最重要的是如何平等地讓我們建置我們的基礎服務，讓我們可以順利地開闢。在平等接取、IP Peering 及 Wholesale Price 這些，我們會比較著重，其餘意見會以書面陳述。

(十五)、台灣電信產業發展協會劉莉秋執行秘書

所有 2G、3G 的業者都是我們的協會的成員，不論是現在被認定是 SMP 或非 SMP 的業者，都有一個共同的想法，NCC 能否回頭思考當初監理的目的是什麼。如果監理目的是要促進市場的活絡，在目前什麼都管的現行條件下，形成的是一個什麼樣的生態？NCC 對所有的第一類電信事業，要管資費、服務樣態、行政流程、會計分離等所有的都管，造成大家都是方塊，所以在台灣只有方塊的大小，沒有圓圈、三角形、平行四邊形或其他樣態服務業者的存在。這是高度管制所造成的結果，這也不會是消費者想要的市場結構。如果有不同形狀的業者，每個業者可以透過創新服務，形成差異化的行銷手段，創造更多的市場利基。如何打破 NCC 資費管理至上，或是什麼都管的迷思，所以我們在這次會議上，一再強調 SMP 的目的在刺激競爭。至於怎麼做，各位先進已經提供解答。我們很在乎台灣市場的界定該怎麼做，我們很在乎到底我們主管機關到底在不在乎市場競爭的能力，所有的業者都在高規格的管制下，那麼競爭力呢？我們希望 NCC 在做任何政策決定之前，能有更嚴謹、更長遠負責任的研究和態度。我們認為可以參考日本，先成立電信競爭評價顧問委員會，我們期盼能有國際的管制政策和專家學者參與 NCC 的電信產業管制政策討論，落實政策管制的目的。此外，希望降低行政裁量的空間，因為終究明確的法規、外部成本愈低，對特許行業來說是很重要的生存空間。

(十六)、中華電信鍾國強科長(補述)

我們想確認一下，為什麼要管制電信產業？。固然電信產業有規模經濟、範疇經濟、外部經濟等，但是現在其他百業一樣都有規模經濟、範疇經濟、外部經濟等等，這些都是回歸競爭法(公平交易法)來管，不過因為電信產業是特許行業，有家數限制，有特權，所以要特別管制、有特別的權利義務。依照這樣，以市話來講，現在已經沒有家數限制了，只要申請就可以來做，那市話還應該管制嗎？為什麼要管？這是第一點問題。

在資費管制的部份，其實就是涉及利益的分配。主管機關在進行資費管制的時候，就是在從事業者和消費者利益的分配。當然消費者的利益是要兼顧，但是也要請主管機關考慮一下，電信產業是資本密集、技術密集的行業，它的再投資或維運成本非常高，所以必須要有足夠的利潤進行下一波新服務的提供，不能只看現在它的EPS比較高，就認為它有超額利潤。所以在零售價的管制，我們是建議要兼顧消費者的權益和未來新發展的資金。另外在批發價的管制，實質就是牽涉兩家公司的利益分配，除非有一套合理的批發價格計算機制，否則不當的計費機制就會造成不當的利益分配，因而圖利某家公司而減損某家公司。

(十七)、威寶電信霍堅資深經理(補述)

SMP 的管制是一個競爭的議題，很多國家對競爭議題都是用競爭法來處理，但是我們也看到國外在競爭法之外，還是會建立事前管制的機制。我們的看法是，完全用事後管制去處理有沒有公平競爭的問題，它可能會有時效性的問題。可能會造成不當的競爭行為或是已經發生了，甚至造成沒有辦法回復的效果，例如，用不當的資費定價將競爭對手都趕出市場了，再去罰它三百萬元，這根本就沒意義了。但是事前管制也不是擴大到無遠弗屆，所以國外在事前管制會建立在幾個非常基礎的行為上面，例如：網路互連、零售價格管制，會計分離等等。以零售價格管制來說，我個人非常不認同目前主管機關的審查方式，每次看到 SMP 的資費價格送到委員會，通過的理由竟然叫做「這個資費價格方案顯然有利於消費者」，我不認為這是資費事先審核的目的，如果審核通過的理由，是委員會經審核後「發現沒有掠奪性價格、終端過度優惠、影響市場競爭的問題，所以予以核定」，這樣我沒有意見。

最後再次要強調，行動電話受話 MPR 市場資費，已經七、八年了、沒有被檢討，沒有被管制，仍放任業者協商，那價格也不知道是怎樣出來的。呼籲一下正視這個問題，因為這個市場遠比 IP Peering 大很多。

(十八)、電信技術中心王碧蓮顧問(補述)

我是很訝異 NCC 要把 3G 市場的 SMP 分別去界定。因為，NCC 曾經要我們研究國外資費的管制，我們報告裡面是引英國的例子，把 2G 和 3G 看成一個行動市場，台灣還有 PHS，也跟 2G、3G 合起來看成一整個行動市場，沒想到他們現在還是要分開來界定。

附件資料二

電信市場主導者認定機制與監理規範公聽會

意見回應

電信市場主導者認定機制與監理規範公聽會意見回應表

一、我國現行市場主導者認定機制問題	
主要建議性意見	意見回應
○「控制關鍵基本設施者」為我國市場主導者認定標準之一。以國外經驗為例，關鍵基本設施主要是以固網的設備為對象，因此國內行動電話市場主導者的認定標準是否適用控制關鍵基本設施條件，應有討論空間。	○行動通信業務與固定通信業務之網路架構不同，前者並不存在關鍵基本電信設施（或稱樞紐設施）。茲以用戶迴路為例，固網之用戶迴路係從市話用戶線至市話端局，具有不易複製之特性；行動電話網路之用戶迴路則係從行動電話手機至基地台，不易複製性相對較低。因此固網與行動電話市場主導者之認定與管制，宜有區別。
○「對市場價格有主導力量者」為我國市場主導者認定標準之一。 目前國內行動電話市場包括 2G、3G、PHS 和未來新加入的 WIMAX，已經多達 6 大集團 10 家業者，服務內容具有很高的替代關係，市場上甚且出現網內互打免費的服務，呈現相當程度的市場競爭狀態。因此就行動電話市場而言，價格主導力量是否應列為認定條件，應有討論空間。	○依據市場分析結果，我國行動通信業務市場並未見有業者具備「對市場價格有主導力量」之事實。 對於市場主導者認定標準，建議應區分固定通信業務與行動通信業務不同的認定標準。
○以市場佔有率 25% 作為市場主導者之認定標準，已經實施 9 年未曾修正，管制強度高。而認定為市場主導者以後，主管機關並未為執行有效競爭分析，定期檢討市場競爭狀態，是當前管制上最大的問題。	○本研究將建議主管機關定期實施市場競爭狀態評價，提供競爭政策參考。

二、我國現行市場主導者監理規範問題	
主要建議性意見	意見回應
○現行電信法第 26 條規定第一類電信事業都要受到價格管制，且每年要稽核是否合於標準，監理成本很高。	○檢討市場主導者認定機制的同時，亦應一併檢討相關規管架構，落實僅針對市場主導者的不對稱管制。
○市場主導者與非市場主導者在管制規範上的差異，以行動電話為例，在資費提報上有 14 天和 7 天的差別，這種差別與競爭上所稱「不對稱管制」的競爭理念有所落差。	○市場主導者管制的意義，在於針對市場主導者實施不對稱管制，牽制、抑止反競爭行為的發生；對於非市場主導者應全面鬆綁，以事後管制為原則。此是為「不對稱管制」之原意。
○對市場主導者的認定，主要目的是為了進行「不對稱管制」，確保市場競爭環境，間接帶給消費者好處。但是，現行管制措施似乎傾向以直接管制的手段來保障消費者的權益，像 Price Cap 等，與競爭上所稱「不對稱管制」的競爭理念有所落差。	○社會性政策目的不宜用管制手段來實現。消費者權益應藉由市場競爭來實現，而非運用管制的手段來確保消費者權益。此外，在競爭市場中實施價格上限管制，效果相對有限，因為競爭市場中的價格，通常都低於價格上限的水準。
○公平法是以事後管制為原則，如果獨占業者發生不當情況的話，罰則相當嚴重，甚至有刑事責任。電信法可能只罰 30 萬到 500 萬元。但另一方面，如果完全採用事後管制，可能會造成不當的競爭行為已經發生，甚至造成沒有辦法回復的結果，例如用掠奪性定價把競爭對手都趕出市場後，再處罰三百萬元，根本就無意義。	○合理的市場主導者監理機制，可以牽制、抑止市場主導者的反競爭行為，確保市場之公平競爭。
○行動電話受話批發市場資費，已經 7、8 年沒有被檢討，沒有被管制，仍放任業者自行協商，價格也不知道是如何制定出來。有必要正視此一問題，因為這個市場遠比 IP Peering 大很多。	○若按英國標準，則行動電話受話批發市場所有業者皆被認定為市場主導者，受訊費受到資費管制。此種認定模式，或可作為政策選項之一。

三、合理的市場主導者認定機制與監理規範	
主要建議性意見	意見回應
○對市場主導者的定義與管制，或可參考英國的管制流程，當判定是 SMP 之後，還要提出對這 SMP 的適當管制建議，就不同市場的 SMP 給予不同程度的管制措施，而不是統一的管制措施。	○合理的市場主導者認定機制，應包含明確定義、認定基準、認定程序、規管架構以及解除機制等公開透明的流程作業；惟其前提應具備降低市場進入門檻、大幅鬆綁的管制思維。
○基於鼓勵新技術新服務的原則，應考慮引進「先驅者優勢原則」。	○合理的市場主導者認定機制，亦應考慮到「先驅者優勢原則」。
○WiMAX 屬新服務，最重要的是如何實現平等接取，建置基礎設施，順利提供服務。	○對市場主導者實施服務管制、行為管制、網路互連管制，可有效健全市場競爭環境，實現平等接取。
○市場主導者的規管目的，旨在促進競爭。制定市場主導者認定機制時，或宜參考引進日本「電信市場競爭評價顧問委員會」的專家諮詢機制，俾使認定機制更公正、更客觀，與國際監理標準接軌。	○本研究將在具體政策建議中，建議引進「電信市場競爭評價委員會」與「競爭防護機制」，確保市場競爭環境。
○未來要修訂市場主導者的認定機制時，或宜取消只限第一類電信事業的既有規範，納入第二類的網際網路業者，就不會出現對 IP Peering 價格沒有法源依據可以認定的問題。	○國際上 ISP 被定位為資訊服務，管制強度相對較低。蓋事前管制的適用條件應限定在產業結構固定且存在樞紐設施之特定領域；若對其他領域，尤其是產業結構變動顯著的領域實施事前管制，或將不利該等產業健全發展。
○行動電話市場已經不存在可主導價格的業者，因此建議就市場主導者之認定條件方面，在行動電話的部份應可免除價格主導力量條件之適用。	○在固定通信業務市場，仍不排除存在在可主導價格的業者。因此本研究將建議固定通信業務與行動通信業務應區分不同的認定標準。
○在網路互連方面，應基於公平接取、無差別待遇原則。無差別待遇原則包括主導者對所有業者是否公平，也應包括主導者對內部產品是否也都跟對外部其他業者一樣；此部份不僅止於價格，服務的提供條件與品質亦應列入考慮。	○合理的網路互連機制，是實現公平競爭的重要因素之一，也是市場主導者管制的核心課題。本研究建議對固網市場主導者實施網路互連規章核可制；對行動電話市場主導者實施網路互連規章報備制，確保公平競爭。

附件資料三

期中報告審查意見回應

期中報告審查委員建議事項回應表

一、政治大學經濟學系王教授國樑	
委員意見	意見回應
○請儘量說明各國管制政策變遷之背後論證或理論基礎。	○過去電信事業由於具有公共性、自然獨占性、技術統一性等特質，因此電信事業幾乎皆由政府獨占經營。美國雖為民間經營，但1934年通訊法承認自然獨占之合理性，實施結構管制，實質上幾乎由貝爾公司獨占經營。1980年代以降，由於技術進步以及經濟社會需求出現多樣化，乃開始出現電信事業民營化、自由化之轉變。 由於電信事業係網路型產業，存在樞紐設施，因此主管機關主要管制政策在於如何確保網路互連之公平性、如何確保接續費之合理性，以及如何確保普及服務之提供，裨益電信事業健全發展。 雖然各國電信事業監理機制不同，管制政策固有差異，但管制政策大致包含市場參進退出管制、外資管制、資費管制、網路互連管制、不對稱管制、行為管制、普及服務制度，乃至於保護消費者權益等項目。 由於項目繁多，研究時程有限，本研究僅得聚焦研究主題—市場主導者管制實務，進行主要國家相關政策之分析介紹。詳請參見第二章至第五章之主要國家經驗研究。
○請儘量說明各國市場範圍界定之演變及其背後主因。	○依法實施市場範圍界定的國家僅有歐盟諸國，詳請參見 p15~p23。
○請說明市場範圍與主導力量界定是否會受技術變動與成本特性影響。	○技術進步直接影響供給替代性與需求替代性，進而影響市場範圍與主導力量之界定。

二、政治大學企管系郭教授更生	
委員意見	意見回應
○電信市場主導者界定與相關規管架構為本研究之兩大主題。請在制定的時候，做充分的分析，以確保產業的健康發展及提高消費者(或使用者)的滿意度(包括定價的合理性)。	○已反映於具體政策建議。

三、NCC 龔專門委員癸藝	
委員意見	意見回應
○建議將目前實務(現況)所界定之市場(例如依業務別)情形先於報告內敘明後，再敘述研究後的結論(何種市場)。	○個案分析中，已就行動通信業務區分 PHS、2G、3G、2G+3G、2G+3G+PHS 以及按系統別進行市場分析，並敘述個別部分市場與整體市場的競爭情況。
○以歐盟為例，被界定為市場主導者後，其應具有「資訊公開之義務」，然以目前我國實務運作情形，業者常以營業秘密法作為不公開之依據。該部分是否可於報告中，提出解決方式？相關法規如何配合修正？	○此問題癥結在於法源依據。相關法規如何配合修正乙節，請參見具體政策建議事項。
○SMP 之公告，其解除是否考慮應由主管機關「定期檢討」或由業者申請，解除市場主導者，相關法規如何配合修正？	○相關法規如何配合修正乙節，請參見具體政策建議事項。
○其餘誤繕部分，會後提供。	○已完成修正。

四、NCC 綜合企劃處洪處長仁桂	
委員意見	意見回應
○競爭評價機制，是否需於電信法授權明文規範乙節，在報告中未發現，請補充之。	○電信法授權明文規範乙節，請參見具體政策建議事項。
○第 131 頁提及「我國就法制面而言並無類似歐盟或日本般定期實施市場分析而主動取消管制」，請補充日本就法制面主動取消管制之實例。另第 155	○日本總務省依法定期執行指定電信設備認定業務，在第一類指定電信設備方面(固網)，NTT 東日本、NTT 西日本市佔率皆超過 50%，迄今尚未見有

至 156 頁提及「我國現行電信市場主導者認定機制，並非由主管機關定期實施市場分析主動取消管制」，請提出改善之方法。	符合解除指定之條件，因此並無「主動取消管制之實例」；在第二類指定電信設備方面(行動)，NTT docomo、KDDI 以及 Okinawa Cellular 市佔率皆超過 25%，迄今尚未見有符合解除指定之條件，因此並無「主動取消管制之實例」。 另第 155 至 156 頁之改善方法乙節，請參見具體政策建議事項。
○第 92 頁最後一段提及「日本已於 1996 年 12 月廢除行動電話資費管制，改採事前報備制」，日本廢除之理由？請補充之；何謂事前報備制，請詳述。	○日本於 1995 年修改電氣通信事業法，廢除行動電話費率許可制，改採事前報備制；其後復於 1998 年修法全面廢除電信費率許可制，改採事前報備制（惟就 NTT 市話、專用線等「特定電信服務」資費，仍保留管制，採行價格上限管制）；2004 年修法廢除資費、契約規章事前報備制，使電信事業得不受規範，自由提供服務。 換言之，目前除了 NTT 特定電信服務外，日本已經全面解除資費管制。廢除資費管制之理由，在於使電信業者可以掌握消費需求及時提供具彈性且多樣化的服務，增進市場之蓬勃發展。所謂「事前報備制」係指資費方案於提供服務之前一日向主管機關提出核備，目前已經廢除「事前報備制」。
○第 68 頁提及「美國藉由合併審查之過程，進行競爭情況之評價調查」，第 97 頁提及「日本於 2003 年度至 2005 年度間實施競爭評價，每年調整修訂」作法差異頗大，請提供美、日、英等國作法彙整比較分析表(進行市場分析時點、市場界定方法、競爭評價時點、評價基準)，並提出我國如何作法較佳之建議及理由。	○已完成並彙整於結論綜合比較表。
○第 130 頁提及「我國電信法已就市場	○已完成修正。

主導者之服務管制、行為管制以及網路互連管制提供規範依據，但卻未直接明文規範市場主導者之定義與認定方法」第 131 頁「市場主導者之定義與認定方法係依據電信法第 26 條之 1『市場主導者，由主管機關認定之』，就實務面而言，係規範在『第一類電信事業資費管理辦法』第 10 條」，顯示我國電信法已就市場主導者之定義與認定方法明確授權，請修正第 130 頁「但卻未直接明文規範市場主導者之定義與認定方法」為「已明確授權市場主導者之定義與認定方法」。	
○其他文字修正及其他補充事項如附件 1。	○已完成修正。

附件 1

文字修正及其他補充事項	意見回應
○如資料取自網站，請註明網址，例如第 70 頁表 4-2 及第 111 頁表 5-9。	○已明列資料來源。
○第 33 頁「1998 年無線電報法」請更正為「1998 年無線電信法」；第 34 頁第 2 行「1990 年廣電法」、「1996 年廣電法」請更正為「1990 年廣播法」、「1996 年廣播法」；第 34 頁第 5 行「表 3-2」請更正為「表 3-1」	○已完成修正。 又，「1990 年廣電法」、「1996 年廣電法」一律更正為「1990 年放送法」、「1996 年放送法」。
○第 70 頁表 4-2 第一欄第二列「1000<HHI」請更正為「HHI<1000」	○已完成修正。
○第 83 頁第一段「如圖 4-1 所示」請更正為「如圖 5-1 所示」。	○已完成修正。
○第 5 頁、第 88 頁、第 105 頁、第 106 頁、第 107 頁、第 108 頁、第 109 頁、第 110 頁、第 113 頁、第 115 頁、第 118 頁、第 119 頁、第 147 頁漏字。	○已完成修正。 又，漏字原因為轉換 PDF 檔所導致，word 檔原文資料沒有漏字問題。

綜上。

附件資料四

期末報告審查意見回應

期中報告審查委員建議事項回應表

一、文化大學會計系徐教授偉初委員	
委員意見	意見回應
○建議參考文獻部份的編排再予調整，俾符合一般報告的規範。	○已完成修正。
○行動通信中，包括 PHS 業務，請依我國 PHS 於行動通信市場中的現況，再予斟酌。	○已完成修正。

二、政治大學經濟系王教授國樑委員	
委員意見	意見回應
○量化分析結果也許需要進一步解釋，政策性建議才會更具說服力。	○已完成修正。
○價格上限管制應有另一提供改善經營效率誘因之功能。	○價格上限管制有提供改善經營效率誘因之功能，係相對於投資報酬率管制之概念。本研究基於行動通信業務市場分析結果，認為行動通信業務市場存在競爭環境，應有資費鬆綁的空間，因而提出價格上限管制在競爭市場有效性的論述。
○市場範圍界定應可與 PHS、2G、3G 在語音傳輸市場的交叉需求彈性連結。	○運用語音傳輸市場需求的交叉彈性分析固然可以提供 PHS、2G、3G 服務替代性的佐證說明，但同時亦有學術論文實證分析的結果顯示市話與行動電話彼此間存在替代性。基於主管機關的實務需求與避免學術性的爭議，本研究在市場界定方面，參酌先進國家經驗，選以日本模式，較符合我國國情，避免爭議。

三、政治大學企管系郭教授更生委員	
委員意見	意見回應
○台灣電信市場主導者界定的具體定義和結論。	○已具體反映於修正條文及說明欄。

○規管架構的根據與結論。	○已具體反映於修正條文及說明欄。
--------------	------------------

四、NCC 梁簡任技正溫馨委員	
委員意見	意見回應
○SMP 之定義，是否只定固網及行動？	○現階段僅就固定通信業務及行動通信業務進行市場主導者之認定與管制。其定義已明文規範於電信法修正條文第二十六條之三第一項、第二十六條之四第一項、以及第一類電信事業資費管理辦法修正條文第十條第二項。
○SMP 之管控之後，如何下車呢(解除 SMP)呢？請提說明。	○電信法修正條文第二十六條之一第四項及第一類電信事業費管理辦法修正條文第十條第四項明文規範解除公告之依據。

五、NCC 龔專門委員癸藝委員	
委員意見	意見回應
○第 202 頁 SMP 之定義目前係規範在法規命令中，而非電信法中，因此出現法律位階不夠明確之批評，該部份是否意味應提升至法律位階，如果是，研究報告修法建議部份第二十六條之三第一項及第二十六條之四第一項部份，似乎仍不夠清楚，建議再予處理。	○參酌主要國家立法先例，修正條文第二十六條之三第一項及第二十六條之四第一項針對固網及行動市場主導者定義之法律位階應屬明確、適宜；由於我國並未制定電信法施行細則，因此其具體定義則明文規範於第一類電信事業費管理辦法修正條文第十條第二項。此種安排，具有提供主管機關得參酌市場競爭條件，適時調整競爭政策之優點。惟就法律位階之問題，未來我國制定通訊傳播管理法時，建議可同步制定通訊傳播管理法施行細則，補強法律位階不夠明確之問題。
○第 229 頁以下，例如 231 頁最末項“市場主導者”之解釋，符合解除條件之時點以何為準？建議再予補充。	○第一類電信事業費管理辦法修正條文第十條第三項至第五項有明文規範（含先趨者優勢原則之引進）。有關時間點問題，原則上建議主管機關應於每年 4 月開始實施市場競爭分析，9 月公告符合認定要件之市場主導者及

	解除不符合認定要件之既有市場主導者；對於新公告之市場主導者管制，原則上建議提供 3 個月的緩衝時間，作被管制義務之準備，於翌年元月正式實施不對稱管制。
○例如 234 頁第四項：「依第二項（含第十六項。以下本項、第六項、第九項及第十四項亦同）規定提出…」，目前法制作業之規範，尚無此體例。以下條文均有此情形，建議文字再予調整。	○本研究所提供之修正條文，正確而言係指「參考性條文修正方向」，重點在於提供規管架構法律修正條文之參考，著重於功能性之闡述，因此法律條文之嚴謹度要求較低。

六、NCC 綜合企劃處蔡副處長炳煌委員	
委員意見	意見回應
○請於第八章結論中另加小結補充行動通信業務市場之界定結論。	○已完成修正，另加小結補充結論。
○隨著科技發展及數位匯流，各業務市場愈趨模糊，我國現行市場主導者認定機制，本研究已提出由現行依各別業務別判定，放寬為跨業務別認定。惟未來出現通訊傳播匯流服務時，將會打破現行區分行動通信業務與固定通信業務之市場界定方式，是否宜採漸進式逐步放寬方式？另主導者認定標準是否宜漸進式調高？調高多少？請提出建議，並於第八章具體政策建議中另加小結補充之。	○隨著數位匯流，未來對市場主導者的界定原則，原則上建議以持續存在市場進入障礙、市場不具有有效競爭特性、若無事前管制競爭法難有效因應之市場為對象。 有關市場佔有率百分比的部份，或可參酌歐盟 40% 的基本標準或日本公平會「HHI 低於 2,500 且市場佔有率低於 35%」的競爭見解或我國公平法 33.33% 等標準依據，適予調整。 惟鑒於當前國內輿論氛圍強大壓力之現實，若驟然大幅放寬認定標準，解除管制，恐有不符消費者團體或民意機關之期待，而遭受杯葛抵制之虞。因此就務實的觀點而言，建議現階段可以平實、漸進的方式，把行動通信業務市場主導者認定標準由現行市場佔有率 25% 調高至 30%，踏出鬆綁的第一步；未來則應持續進行市場競爭分析，並依據市場匯流發展條件以及競爭情況，適時進行政策調整，進一

	步放寬至 40%或 40%以上。 前述意見已補充於 p222 及 p230。
○資費管制是否朝向放寬管制，限縮為市場主導者？在報告中未發現，請補充之。	○在資費管制方面，建議原則廢除第一類電信事業資費管制，僅針對市場主導者保留資費管制，確保公平競爭。前述意見已補充於 p230。
○有關市場主導者認定機制及規管架構落實於法規部分，請配合前述第(一)至(三)修正及補充之。另有營業額或用戶數值如何計算，請列於修法草案說明欄。	○詳請參見表 8-12 第一類電信事業資費管理辦法修正條文案第十條第二項。
○其他補充事項如附件 1	○意見回應如次表。

附件 1 補充事項回應表

附件 1 補充事項	意見回應
○期末報告內容撰寫格式請依「國家通訊傳播委員會委託研究計畫作業要點」之規定(載明 GRB 編號、研究人員、本研究不即代表本會意見)。	○本院將配合撰寫格式要求完成期末報告。
○3 G 化定義及計算方式，在報告中未發現，請補充之。	○請參見第 170 頁，有詳細的定義說明。
○第 174 頁第 3 行提及「2 G+3 G 市場營業額從 2,122 億元成長為 2,122 億元」，2 個 2,122 億元是否成長為零或係打字錯誤，請說明並更正。	○因採四捨五入而有數字相同的問題，該段文字改採百萬元單位，已完成修正。
○有關固定通信業務應界定成哪些市場，在報告中未發現，請補充之。	○在固定通信業務市場方面，茲考量我國現行綜合網路業務包含市內電話、長途電話以及國際電話服務之提供，因此建議以市內電話業務作為固定通信業務市場主導者之界定對象，參見第 222 頁及電信法修正條文第二十六條之三第一項、第一類電信事業費管理辦法修正條文第十條第二項。
○第 96 頁提及日本曾經針對「固定電話」、「網際網路接取」、「行動電話」以及「以法人為對象的網路服務」等	○由於本研究工作任務限定於行動通信業務之個案分析，因此未把其他服務項目納入報告。

四項服務領域進行市場競爭評價，請提供該四項服務所訂定競爭評價基準及實施項目，並納入報告中。

有關日本就「固定電話」、「網際網路接取」以及「以法人為對象的網路服務」市場競爭評價，所訂定之評價基準，主要係以市場佔有率及 HHI 指數為基準；而實施項目包含如次。

△固定電話（即市話服務）

NTT 市內電話、直收電話（即 NTT 以外之市話服務，不含 0ABJ-IP 電話）、CATV 電話以及 0ABJ-IP 電話等四項服務市場。

在地理界定方面，則依據 NTT 東日本與 NTT 西日本之營業區域界定為兩個地理市場。

△網際網路接取

所有 ISP 服務皆界定為服務市場對象，可大分為窄頻接取及寬頻皆取兩大項。

窄頻接取服務包含：

撥接上網及 ISDN 兩項服務。

寬頻接取服務包含：

ADSL、FTTH 及 CATV 三項服務。

其中 FTTH 復區分獨戶住宅及集合住宅兩項服務。

在地理界定方面，與固定電話相同，依據 NTT 東日本與 NTT 西日本之營業區域界定為兩個地理市場。

△以法人為對象的網路服務

可大分為專用線服務與 WAN 服務兩大項。

其中 WAN 服務包含：

IP-VPN、廣域乙太網路、NTT 東西日本之 Mega Data Netz、網際網路 VPN 等四項服務。

在地理界定方面，則以全國為單一地理市場。

○第 189 頁表 7-13 及第 190 頁表 7-16 2G「市場主導者」欄「2G」列應增加 「2G 遠傳」。	○已完成修正。
○第 206 頁表 8-3「市場佔有率」欄，請 列前 3 大業者資料(為表示不偏頗，報 告中所有漏列遠傳之部分，請補充 之)。	○已完成修正。

綜上。

參考文獻

一、中文部份

1. 公平交易法 (2002)。
2. 公平交易委員會 (2006),「行政院公平交易委員會對於結合申報案件之處理原則」。
3. 公平交易委員會 (2009),「行政院公平交易委員會對於電信事業之規範說明」。
4. 交通部電信總局 (2002),『電信自由化政策白皮書』。
5. 國家通訊傳播委員會 (2008),『2008 年通訊傳播績效報告』。
6. 第一類電信事業資費管理辦法 (2007)。
7. 電信法 (2007)。
8. 電信事業網路互連管理辦法 (2008)。
9. 劉柏立 (1997),「日本實施電信資費管制政策分析」,台灣經濟研究院,『台經月刊』。
10. 劉柏立 (1998),「公平競爭之指導方針—從第二次電信改革發展現況看公平競爭」,交通部電信顧問小組會議 (TAB) 引言報告。
11. 劉柏立 (1999),「從 1996 年美國電信改革論電信市場之公平競爭」,台灣經濟研究院,『台經月刊』。
12. 劉柏立 (2002a~2004b),『我國電信統計規劃與電信競爭力分析 (I~III)—電信統計指標資料專冊』,交通部電信總局委託研究。
13. 劉柏立 (2002b~2004c),『我國電信統計規劃與電信競爭力分析 (I~III)—電信競爭力分析』,交通部電信總局委託研究。
14. 劉柏立 (2004a),『網際網路時代電信競爭政策之研究』,國科會補助專題研究計畫。
15. 劉柏立 (2004d),『因應技術匯流發展,相關法規之修訂研究』,交通部電信總局委託研究。

16. 劉柏立 (2005a),『網際網路時代電信競爭政策之研究(Ⅱ)』國科會補助專題研究計畫。
17. 劉柏立 (2005b),『研擬電信法修正條文案』,交通部電信總局委託研究。
18. 劉柏立 (2006),『網際網路時代電信競爭政策之研究(Ⅲ)』國科會補助專題研究計畫。
19. 劉柏立 (2007),『U時代無線電頻率管理政策之研究—無線電頻率使用費制度之研究』國科會補助專題研究計畫。
20. 劉柏立 (2008),「從政策面看寬頻匯流對電信產業的影響」,『電信國家型科技計畫簡訊月刊』2008年3月號,國科會電信國家型科技計畫辦公室。
21. 劉柏立、王碧蓮 (2006),「英國 OFCOM 成立後之電信競爭策略研析」,資訊工業策進會科技法律中心,『科技法律透析』。
22. 劉柏立、高凱聲 (2005),「歐盟 2003 年通訊法之研析」『經社法制論叢』第 35 期。

二、英文部份

1. Daniel F. Spulber, Competition Policy in Telecommunications, in: Cave, Majumdar & Vogelsang (2002), 494.
2. DOJ(1997), "1992 Horizontal Merger Guidelines, with April 8, 1997, Revisions to Section 4 on Efficiencies" .
3. Eli M. Noam, (2002), Interconnection Practices, in: Cave, Majumdar & Vogelsang, 408.
4. European Union (1999), "Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Towards a new framework for Electronic Communications Infrastructure and Associated Services - The 1999 Communications Review, COM(1999)539."
5. European Union (2000), "Directive 2000/31/EC of the European

Parliament and of the Council of June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the internal market (Directive on electronic commerce)” .

6. European Union (2002a) , “Decision No 676/2002/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a regulatory framework for radio spectrum policy in the European Community (Radio Spectrum Decision)” .
7. European Union (2002b) , “Directive 2002/19/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on access to, and interconnection of, electronic communications networks and associated facilities (Access Directive)” .
8. European Union (2002c) , “Directive 2002/20/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on the authorisation of electronic communications networks and services (Authorisation Directive)” .
9. European Union (2002d) , “Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive)” .
10. European Union (2002e) , “Directive 2002/22/EC of the European Parliament and of the Council of March 2002 on universal service and users’ rights relating to electronic communications networks and services (Universal Service Directive)” .
11. European Union (2002f), “OPEN NETWORK PROVISION COMMITTEE Working Document: The 2003 regulatory framework for electronic communications - Implications for broadcasting”.
12. European Union (2002g), “Commission Guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services”.
13. European Union (2002h) , “Commission Directive 2002/58/EC of the

- European Parliament And Of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on Privacy and Electronic Communications)”.
14. European Union (2003a) , “ Commission Recommendation of 11/02/2003 On Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (C(2003)497)”.
 15. European Union (2003b) , “ Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services (Explanatory Memorandum) ”.
 16. European Commission (2004) , “ Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings” (2004/C31/03) .
 17. European Commission, (2005), “ERG Working Paper on the SMP Concept for the New Regulatory Framework”.
 18. European Commission, (2007), “Commission acts to reduce telecoms regulation by 50% to focus on broadband competition”.
 19. European Commission, (2009), “Progress Report on the Single European Electronic Communications Market (14th Report) ”.
 20. FCC (1980) , “ First Report and Order, in the Matter of Policy and Rules Concerning Rates for Competitive Common Carrier Services and Facilities Authorizations” .
 21. FCC (1983) , “ First Report and Order, in the Matter of Policy and Rules Concerning Rates for Competitive Common Carrier Services and Facilities Authorizations” .

- 22.FCC (2003) , “Report and Order and Order on Remand and Further Notice of Proposed Rulemaking in the Matter of Review of the Section 251 Unbundling Obligations of Incumbent Local Exchange Carriers, Implementation of the Local Competition Provisions of the Telecommunications Act of 1996 and Deployment of Wire-line Services Offering Advanced Telecommunications Capability (FCC 03-36)”.
- 23.FCC (2005) , “In the Matter of SBC Communications, Inc. and AT&T Corp., Applications for Approval of Transfer of Control.”
- 24.FCC (2007) , “FCC Conditionally Grants Qwest Forbearance Relief from Dominant Carrier Regulation of In-region, Interstate, Interrelated Telecommunications Services Provided on an Integrated Basis.”
- 25.George J. Stigler, (1968), Barriers to Entry, Economics of Scale and Firm Size, in: The Organization of Industry.
- 26.Laurent Garzaniti, (2003), “Telecommunications, Broadcasting and the Internet: EU Competition Law and Regulation, 2nd Ed., 400.
- 27.Michael Pollitt, (2009), “Does Electricity (and Heat) Network Regulation have anything to learn from Fixed Line Telecoms Regulation” University of Cambridge, Judge Business School.
- 28.OECD, (1995), “Price Caps for Telecommunications”.
- 29.Ofcom, (2002), “Market Review Guidelines: Criteria for the Assessment of Significant Market Power”.
- 30.Ofcom, (2003a), “Review of Mobile Wholesale Voice Call Termination Markets”.
- 31.Ofcom, (2003b), “Wholesale Mobile Voice Call Termination Explanatory Statement and Notification”.
- 32.Ofcom, (2004), “Statement on Wholesale Mobile Voice Call Termination”.
- 33.Ofcom, (2006), “Retail Price Controls”.

- 34.Ofcom, (2007a), “Mobile Call Termination”.
- 35.Ofcom, (2007b), “Assessment of whether H3G holds a Position of SMP in the Market for Wholesale Mobile Voice Call Termination on its Network”.
- 36.Ofcom, (2008), “Review of the Wholesale Broadband Access Markets,”; “Business Connectivity Market Review”.
- 37.Ofcom, (2009a), “Changes to BT and KCOM’s Regulatory Financial Reporting - 2008/09 update”.
- 38.Ofcom, (2009b), “Fixed Narrowband Retail Services Markets”.
- 39.Ofcom, (2009c), “Review of the Fixed Narrowband Services Wholesale Markets”.
- 40.Ofcom, (2009d), “Mobile Call Termination”.
- 41.WIK-Consult, (2008), “The Economics of Next Generation Access-Final Report, 228”.

三、日文部份

1. 公正取引委員会 (2009), 「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」。
2. 林紘一郎 (2000), 「包括メディア産業法の構想」『メディア・コミュニケーション』, No.50。
3. 林秀弥 (2002), 「競争法における関連市場の画定基準(二)」『民商法雑誌』, Vol.126, No.2。
4. 根岸哲、舟田正之 (2006), 『独占禁止法概説』有斐閣。
5. 電気通信事業法 (2008)。
6. 電気通信事業法施行規則 (2009)。
7. 劉柏立、佐藤寛 (2003), 「台湾の情報通信法制度改革に関する研究—通信と放送の融合に向かう NCC を中心に」, 中央學院大學社會系統研究所, 『紀要』, Vol.4 No.1。

8. 劉柏立、佐藤寛 (2004),「台湾の通信メディア産業に関する研究」, 中央學院大學社會系統研究所,『紀要』, Vol.5 No.1。
9. 総務省 (2005),「電気通信事業法第 34 条第 1 項に基づく第二種で指定電気通信設備の指定について (諮問第 1140 号)」。
10. 劉柏立 (2006),「台湾における電気通信政策に関する研究－電気通信法の改正案を中心として」, 中央學院大學社會系統研究所,『紀要』, Vol.6 No.2。
11. 劉柏立 (2009),「台湾における通信と放送の融合の現状と課題」,『ITU ジャーナル』, Vol.39 No.1, 日本 ITU 協会。
12. 総務省 (2008),「電気通信事業分野における競争状況の評価」。

