國家通訊傳播委員會
NATIONAL
COMMUNICATIONS
COMMISSION

「鼓勵競爭之不對稱管制措施」
公開意見徵詢

國家通訊傳播委員會

中華民國 103 年 5 月 27 日

目　錄

壹、背景說明 2

貳、現行規定 10

參、參考作法 15

肆、徵詢議題 27

伍、徵詢議題流程圖 35

陸、意見徵詢期間及方式 41

壹、背景說明

綜觀歐盟及其他先進國家的作法，政府角色皆已漸由管制型朝向競爭型轉變；亦即在解除不必要管制，朝向增加經營彈性的前提下，對於提供公眾服務之通訊傳播服務經營者，採取最低必要程度的一般性義務管理，另依市場競爭程度，對市場具有重大影響力的市場主導者(Significant Market Power;簡稱SMP，即現行我國電信法所稱之市場主導者)，施以管制矯正措施，以活絡市場發展。以英國為例，監理機關(Ofcom)對市場具有重大影響力的市場主導者監管的目的是在促進規管市場的競爭，使非市場主導者在更具彈性的經營空間下，與市場主導者展開合理的市場競爭。

本項議題之徵詢經本會103年5月7日第590次委員會議決議，擬參酌我國現行法規與國際監理趨勢，在排除其他一般性義務後，就引入市場競爭評估機制，繪製架構圖草案(如圖1)；並將徵詢議題區分7大部分，採結構式之問題設計(如圖2)，祈請各界指教。

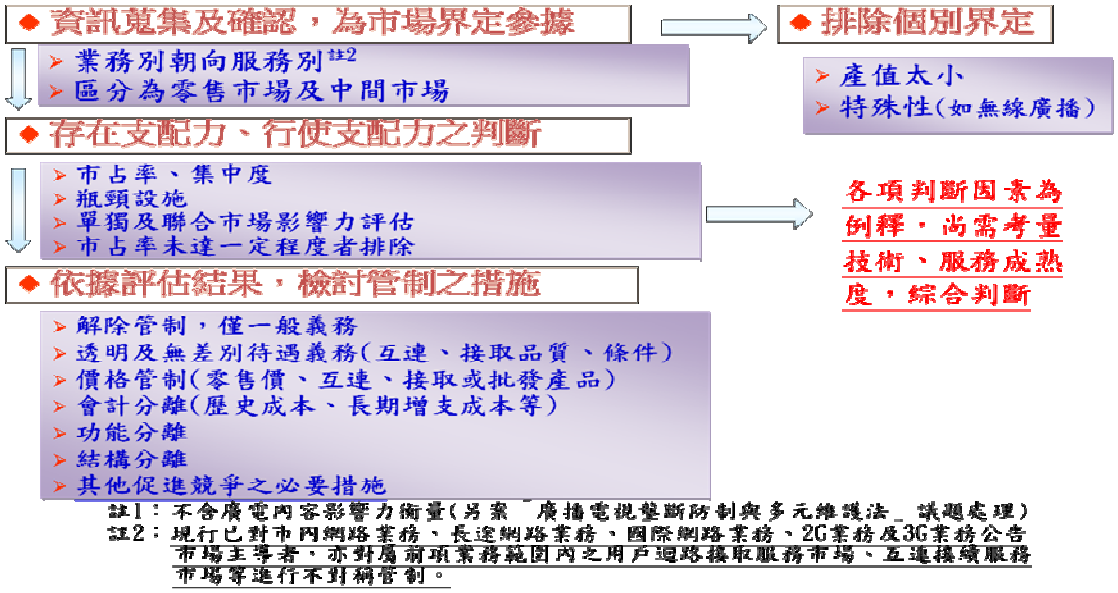


圖1：鼓勵競爭之不對稱管制措施--市場分析作業流程[1]

1、另有關「廣播電視壟斷防制與多元維護法」議題業於103年1月27日至2月13日徵詢意見，並於103年2月18日召開公開說明會。

議 題 架 構		內 容 概 述
第一部分：有關整體架構之問題		整體性說明，踐行3步驟：市場界定、評估及檢討管制措施
第二部分：市場界定		以服務之需求或供給替代性來界定市場
第三部分：市場競爭評估		市場競爭評估因素(存在支配力、行使支配力之判斷)
第四部分：依據評估結果，檢討管制措施	網路服務品質監理	無差別待遇、資訊揭露等
	價格監理、成本計價	價格監理包含零售、業者間交易價格
	其他配套	會計分離
第五部分：有線電視與電信跨業匯流之探討	跨業之規管	有線電視與電信跨業市場探討
第六部分：與外單位之分工協調		與公平會之職權分工
第七部分：法規條文建議		請提出具體條文建議

圖 2：議題架構圖

一、鼓勵競爭之不對稱管制整體架構說明：

隨著電信自由化、數位匯流發展以及通訊傳播科技日益進步，國際潮流如歐盟、日本等，均基於促進競爭，優先發揮市場機能為基本原則，普遍對於服務市場具有重大影響力之業者，多採取不對稱管制。倘未來我國為期監理制度順利轉軌，對於目前所有業者皆適用之一般義務，以及課以市場主導者之特別義務，有必要依實務需要予以檢視調整。亦即電信自由化後以提升效率、自由競爭與鼓勵創新為監理主軸，隨著數位科技匯流之之快速發展，監理尚須考量市場競爭狀況，才能與時俱進。

歐盟電子通傳網路架構指令規定，監理機關經以公開程序，定期分析相關市場競爭程度，及評估各該市場是否存在具顯著市場力之業者。如市場未有效競爭，則指定該相關市場之市場主導者，並對市場主導者進行「事前」(ex ante)不對稱的管制措施；對於具競爭效能之市場，則不進行事前管制，讓市場機制充分發揮。本會思考與國際趨

勢接軌，參採歐美日本等先進國家作法，引入市場競爭評估機制。對市場主導者實施不對稱監理機制，係為促進投入平等，避免主導業者濫用市場主導力量，對於其他業者有違反公平競爭或不利競爭之情事發生。

降低市場進入門檻，可以鼓勵企業參進電信事業，活絡市場發展；合理的市場主導者管制則可有效牽制、抑止反競爭行為之發生，增進監理制度的透明度與可預測性，使非市場主導者在更具彈性的經營空間下，與市場主導者展開合理的市場競爭。

二、市場界定：

觀察世界各國及我國的電信市場發展，將來電信服務語音訊務量的比重勢必下降，數據訊務量則持續成長。在日常生活中，寬頻服務相對越來越重要，而健全市場的公平基礎是維繫有效和可持續競爭。特別是近年來日本已就市場競爭狀況評估，並隨著市場變化，定期進行調整修正，已建立市場分析與重要市場力評估原則及資料，並將重要性逐漸降低之市場不列入分析及評估對象。

有線電視系統之同軸線纜或光纖，也能成為提供寬頻服務之第2管道，因此整體通訊傳播之固網寬頻服務市場，可能將予以一併納入檢視。

本會思考參採歐盟英國作法，將市場依零售市場界定，並界定中間服務市場；及參考日本網際網路接取領域方面之市場界定，分為網際網路上網服務(ISP)市場及線路服務市場(中間市場)之上下游兩層(服務層及網路層)市場，以營造效率及公平的經營環境為依歸，活絡市場發展。

三、市場競爭評估：

市場主導者的不對稱管制機制，係為防制市場主導者濫用市場力量對其他業者進行違反公平競爭或不利競爭之行為，或阻礙新進業者

參進市場，因而在沒有充分競爭市場中對於市場主導者進行「事前」(ex ante)不對稱管制措施；「事前管制」意謂著法律可在不需有不競爭的行為發生就介入，當市場上具有可能導致不競爭的特性時就可以介入，但市場上是否具有可能導致不競爭的特性，則需就市場競爭狀況評估。

近年來日本已就市場競爭狀況評估，並隨著市場變化，定期進行調整修正，已建立市場分析與重要市場力評估原則及資料；評估的流程區分觀察市場是否「存在」市場支配力以及是否會「行使」市場支配力兩個階段；評估之對象則區分單獨業者以及數家業者協議聯合之市場力評估。本會除參考日本近年來漸進式及動態式作法，亦參酌歐盟之市場評估指標及英美國等實際作法，以逐步建立市場競爭評估機制，使能更宏觀並具可行性之方式認定市場主導者。

四、**依據評估結果，檢討管制措施：**

相較於歐盟對於「顯著市場力量」事業之不對稱管制，我國對於第一類電信事業，不論其是否為市場主導者，皆適用會計分離制度、接續費按成本導向計價等義務，主管機關須每年稽核80餘家第一類電信事業是否符合規定，監理成本相當高。若參考歐盟作法，僅將這些義務適用於市場主導者，則一方面可降低監理成本，另一方面亦可提高監理效率。

（一）瓶頸設施部分：

本會自2006年2月成立即為促進固網市場競爭，積極規劃及檢討相關監理措施，以改善該市場競爭環境。於同年12月21日公告通信網路瓶頸所在設施項目【一、橋樑、隧道、用戶大樓引進管、電信室。二、建築物屋內垂直水平電信管線。三、自市內交換機房總配線架（MDF）至用戶終端設備（CPE）間的銅絞線市內用戶迴路，但不包含用戶所有的建

築物屋內垂直水平電纜線。有關銅絞線市內用戶迴路指市內交換機房總配線架（MDF）至用戶終端設備（CPE）間的銅絞線市內用戶迴路，但不包含用戶所有的建築物屋內垂直水平電纜線】。

固定通信業務管理規則第37條已規定對於通信網路瓶頸所在設施，無法於合理期間自行建置或無其他可行技術替代者，得向瓶頸所在設施之固網經營者，請求共用管線基礎設施。前項共用管線基礎設施之請求，被請求之經營者無正當理由，不得拒絕之。

強制開放瓶頸設施之目的，係為使擁有或控制該設施之業者提供該設施，以利其他電信事業參與市場競爭。瓶頸設施指具有下列特性：

1. 該設施無法另行建置，或因建置該設施所需投入之時間及成本過高而顯不具經濟效益。
2. 擁有或控制該設施之電信事業有能力提供該設施，如拒絕提供使用，將直接或間接阻礎其他電信事業參與電信服務市場之競爭。

目前網路互連接續費(按全元件長期增支成本法計算)、網路瓶頸設施租用費率(按成本計價)、銅絞線市內用戶迴路出租費率(按歷史成本法計價)、普及服務費用(按全服務長期增支成本法計算)，以及包括市場主導者其他批發服務在內之主要資費之管制等，係依各該服務市場或情境之不同所相應採取之價格調整上限管制。如有屬基礎網路層(與歐盟ECN相對應)事業之樞紐設施，則該等設施之租費，是否可用相同或不同之計價方法，並按偏遠、非偏遠或依人口密度而有不同之考量。

如經由適當公開意見諮詢後,合理認為重複地下之基礎建設是經濟上無效率或實務不能施行的情況下,得要求擁有相關基礎設施之事業（ECN）提供相關設施共置、租用；該共置租用得納入設施或產權共置之合理成本的計算方法。

（二）資訊揭露之必要與挑戰：

實務上涉及市場主導者必要性技術或事實資訊之揭露方面,曾出現市場主導者於非價格面濫用市場地位行為之爭議，例如機房共置（co-location）方面，以其機房無空間為由，使新進業者僅能選擇虛擬共置，而無法實體共置；提供予不符合用戶所需之ADSL頻寬,固網市場主導者以要求申裝用戶轉回該公司申辦為條件，方願意提供其所需之頻寬；拒絕新進固網業者代其用戶申請「固定制光世代電路」等等,皆凸顯要求市場主導者揭露必要性技術或事實資訊之重要。

（三）電信服務資費管制部分:我國目前對於終端用戶電信費之零售價格規管,僅管制第一類電信事業市場主導者之主要資費項目，其餘皆已解除管制，改為函報主管機關備查。

（四）現行會計分離制度有所不足:例如就數位匯流方面，目前中華電信之MOD服務係歸在市內網路業務下，因此未能獨立看出MOD服務之盈虧情形。另外，依第一類電信事業資費管理辦法規定,實務上本會在核定第一類電信事業市場主導者之各項業務主要資費之調整及其促銷方案時,亦有如何精確稽核其成本之挑戰。學理上存在多種成本法則，各有其立論基礎及適用情境，簡言之，現行會計制度係依歷史成本(historical cost)為基礎,如另有現時成本(current cost)則較具有前瞻性。

五、有線電視與電信跨業匯流之探討：

有線電視系統網路藉劃頻多工以及數位壓縮等技術，早已加入有線寬頻接取市場之競爭，多年來並已促進寬頻基礎網路設施相關市場之良性競爭。目前有線電視市場經營多數仍呈現分區寡占局面，但本會已調整有線電視經營區及開放新進業者申請，雖然仍有全國總訂戶數及經營總家數不得超過1/3限制，但數家系統經營者關係企業集團之規模已迫近此上限。

目前有線電視大多兼營電路出租業務，部分業者尚有經營俗稱小固網之市內網路業務，並與關係企業合作推出結合收視、上網等服務，目前整體有線電視寬頻上網已超過115萬戶[2]。倘未來有線電視之1/3水平限制解除，以其高家戶滲透率，將對固網市場之競爭，特別是與家戶有關之通訊傳播服務，具相當之影響力。

有線電視系統數位化後，無論是技術面及服務面，均將與目前主要在電信固網領域提供之Walled garden IPTV有極相近之服務。目前本會透過相關政策誘因引導有線電視系統加速進行訂戶端收視數位化，已取得一定成效。截至102年12月底，全國有線電視系統訂戶約498.5萬戶[3]，用戶端數位化比率達45.64%，象徵過去兩種不同的視訊平台將提供相同服務，未來考量納入同一市場檢視，或一併考量結構管制，進而符合實際產業變化及消費端之實務現況。

隨著匯流趨勢及寬頻網路技術的發展，已有各種多元新興視訊服務如IPTV(如MOD)、網路電視、OTT等及直播衛星。有線電視、IPTV及直播衛星等皆有收費、非開放式及提供多頻道視訊服務之特性，彼此需求替代及供給替代之影響程度逐漸提高。另本會已公告有線廣播電視經營地區之劃分及調整，開放新參進者或以變更營運計畫方式擴增

2、本會102年通訊傳播事業概況總覽統計資料。
3、102年第4季有線廣播電視訂戶數統計資料。

經營區之現有系統經營者申請，形成未來多元之多頻道視訊節目供應平台之彼此競爭局勢。

因頻道節目為視訊節目供應平台競爭之主要利器，過去系統大戰皆以其代理之頻道做為其開疆闢土之重要武器，每一系統經營者關係企業集團莫不以爭取其可控制之頻道，雖受限於垂直結合1/4之限制，惟就多數基本頻道而言，係由系統經營者關係企業集團或頻道代理商協調目前有線電視上架之頻道節目。

貳、現行規定

一、對市場主導者規範概況：我國目前電信法中對於第一類電信事業之網路互連（第 16 條）、會計分離義務（第 19 條）、平等接取服務（第 20 條之 1 第 4 項）、無差別待遇義務（第 21 條）及資費管制（第 26 條），係普遍對於所有第一類電信事業或所有電信事業（第 21 條）加以規範。另電信法第 26 條之 1 規範對於第一類電信事業市場主導者禁止行為。

二、現行第一類電信事業之市場是依電信法第 14 條授權訂定之業務分類及依第 26 條訂定之第一類電信事業資費管理辦法規定界定各業務市場之主導者，並規定市場主導者提供其他電信事業之電信服務,應訂定批發價格。

三、現行電信法(第 26 條之 1)明訂市場主導者，由主管機關認定之。目前我國判斷市場主導者的要件如下(第一類電信事業資費管理辦法第 2 條)：

（一）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 25%以上者。

四、實務上多採較易判定之市場占有率作為公告市場主導者之依據，目前我國市場主導者認定現況：

（一）88 年 12 月 30 日公告中華電信(股)公司為市內網路業務、長途網路業務及國際網路業務之市場主導者；

（二）89 年 10 月 31 日公告 2G 之市場主導者為中華、台哥大(遠傳於 96 年 3 月 15 日公告，又於 101 年 11 月 30 日解除)；

（三）101 年 7 月 17 日公告中華電信(股)公司、遠傳電訊(股)公司、

台灣大哥大(股)公司 3 家業者為第三代行動通信業務之市場主導者。

五、目前相關法規中對於不列入市場分析及評估對象，未有規定。

六、現行資訊揭露及無差別待遇規範：

（一）電信法第 16 條明訂主管機關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。

（二）電信法第 26 條之 1 明訂市場主導者不得有濫用市場地位或經主管機關認定之不公平競爭行為，例如不得拒絕對其他事業揭露其網路互連費用之計算方式、不得對其他電信事業或用戶給予差別待遇等。

（三）電信法第 21 條規定：「電信事業應公平提供服務，除本法另有規定外，不得為差別處理。」另外，固定通信業務管理規則第 45 條則對固網市場主導者訂有禁止行為規定。

（四）衛星廣播電視法第 32 條：「節目供應者無正當理由，不得對有線廣播電視系統經營者（包括有線電視節目播送系統）或服務經營者給予差別待遇。」

七、電信事業網路互連管理辦法第 16 條明定：「固定通信業務市場主導者應向本會公開其接續費之計算方式。要求互連之一方對接續費計算結果有疑義時，得向本會申請查核，本會應將查核結果函覆申請人。」

八、平等接取：電信法第 20 條之 1 第 4 項及第 5 項規定，第一類電信事業應提供平等接取服務…。所稱平等接取服務，指第一類電信事業提供其用戶選接其他電信事業之長途網路及國際網路之服務。

九、價格管制：

（一）第一類電信事業資費管理辦法規範市場主導者就其提供予其他電信事業之電信服務，應訂定批發價格，且市場主導者資費(含批發價格)之管制採價格調整上限制。

（二）電信法第 26 條第 5 項規定：「第二類電信事業之資費，由第二類電信事業訂定之。」

（三）市場主導者主要資費之核定及公告（第一類電信事業資費管理辦法第 9 條）

（四）市場主導者提報零售服務相對應的批發價格，並檢具相關之成本分析資料（第一類電信事業資費管理辦法第 13 條第 4 項）

十、成本計價：電信事業網路互連管理辦法規範市場主導者之接續費，應按使用之中繼、傳輸及交換設備計算，且成本應按全元件長期增支成本法為基礎計算之，並每四年定期檢討。

十一、瓶頸設施部分：網路瓶頸設施規範規定於「固定通信業務管理規則」第 37 條係賦予固網業者得向「瓶頸所在設施之固定通信業務經營者」，請求共用管線基礎設施；瓶頸設施之認定，則由本會核定之。

（一）固定通信業務管理規則第 37 條規定：「經營者或取得籌設同意書者從事其固定通信網路管線基礎設施之建設時，於通信網路瓶頸所在設施，無法於合理期間自行建置或無其他可行技術替代者，得向瓶頸所在設施之固定通信業務經營者，請求共用管線基礎設施。前項共用管線基礎設施之請求，被請求之經營者無正當理由，不得拒絕之。經營者相互間應以平等互惠之方式，協商共用管線基礎設施之收費條件、共用部分之管理維護、共用部分發生毀損或通信中斷情事之處理方式、通信品質與安全、雙方責任分界點及其他有關事項。雙方簽訂共用協議書後，應於一個月內報請主管機關備查。若無法於開始協商後三個月內達成協議或未能於請求後一個月內開始協商者，任一方得請求主管機關調處之。第一項所稱之瓶頸所在設施，由主管機關核定之。」

（二）電信事業網路互連管理辦法規定固定通信業務市場主導者及行

動電話業務經營者及第三代行動通信業務經營者應將其網路元件細分化，同辦法第 18 條第 2 項及第 3 項規定：「(第 2 項) 第一類電信事業對其他第一類電信事業出租細分化網路元件之費率，除法令另有規定者外，由雙方協商定之。但屬網路瓶頸所在設施者，其費率應按成本計價。(第 3 項) 第一類電信事業對其他市內網路業務經營者出租銅絞線市內用戶迴路之費率應按歷史成本法計價，並應每年報請本會核准。」

(三) 第一類電信事業資費管理辦法第 11 條 1 項規定第一類電信事業市場主導者就其提供予其他電信事業之電信服務，應訂定批發價格。

(四) 前監理機關電信總局曾裁決「訴願人應以成本導向及公平合理原則，並以機房所在鄰近地區廠辦之租金費率為參考基準，提出機房共置之相關租費等事項。」

十二、會計分離：

(一) 原則性規定已於電信法第 19 條，有關之細則在於「第一類電信事業會計制度及會計處理準則」。

(二) 第一類電信事業會計制度及會計處理準則(第 51 條)規範市場主導者應制定其會計作業程序手冊並經會計師提出核閱報告書後，報請主管機關審查實施。

(三) 「第一類電信事業會計制度及會計處理準則」第 11 條：經營者個體會計財務報表之成本、資產及收入項目，均應分離至第一類電信業務部門、第二類電信業務部門及其他業務部門；已分離至第一類電信業務部門者，應再分離至各種電信業務。前項所稱各種電信業務包括：市內網路業務、長途網路業務、國際網路業務、電路出租業務、行動電話業務、第三代行動通信業務、無線寬頻接取業務、數位式低功率無線電話業務、無線電

叫人業務、行動數據通信業務、中繼式無線電話業務、衛星行動通信業務、衛星固定通信業務及衛星廣播電視節目中繼出租業務等業務。

十三、有線電視跨業經營電信服務部分：

（一）有線廣播電視法第 4 條：「系統經營者經營電信業務，應依電信法相關規定辦理。」。

（二）固定通信業務管理規則第 60 條之 1 規定經營多媒體內容傳輸平臺服務相關規定。

十四、有線電視結構管制：

（一）有線廣播電視法第 21 條：「系統經營者與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者不得有下列情形之一：一、訂戶數合計超過全國總訂戶數三分之一。二、超過同一行政區域系統經營者總家數二分之一。但同一行政區域只有一系統經營者，不在此限。三、超過全國系統經營者總家數三分之一。…」等偏向結構管制之規定。

（二）有線廣播電視法第 42 條第 3 項：「節目由系統經營者及其關係企業供應者，不得超過可利用頻道之四分之一。」

十五、我國公平交易法亦強調市場檢討及事後（ex-post）介入，以促進經濟發展安定，確保公平競爭。

參、參考作法

本會參考國際上(歐盟、英、美、日）鼓勵競爭之不對稱管制相關規範，敘述如下：

一、鼓勵競爭之不對稱管制整體架構：

歐盟「一般許可」的條件表明，歐盟對於電子通訊網路及服務，維持低度的市場進入管制，一般許可僅要求事業必須申報所欲提供之營業項目（包括網路及服務)。歐盟與英國有關電子通訊網路及電子通訊服務之執照制度，係採取備查之一般許可制，在執照規範上，其作法係以業者所提供之服務型態，作為規範之類別，賦予相對應之執照條件。歐盟及英國將電信業者分為「電子通訊網路或服務提供者」、「公眾電子通訊服務或網路提供者」，及「公眾電話服務或網路提供者」三大類，並視業者所提供網路、服務或設施之性質不同，分別適用包含一般接取及網路互連義務等 24 項所謂的「一般條件」。此外，對於 SMP 業者則於其執照規範上附加「特殊條件」，對其實施不對稱管制。其他國家則以區分「網路事業」及「不具網路的服務事業」，作為執照及管制密度差異化之依據。對於「網路事業」多採較高度的許可制（如澳洲、紐西蘭、日本)，而對「服務事業」採取較低度的備查制，也有不予管制者（例如美國、紐西蘭)。

因應技術匯流，歐盟於 2003 年 7 月 25 日生效實施電子通訊網路及服務規管架構，其修正重點之一為鬆綁規管，對於市場失靈的市場，維持事前管制；換言之，會員國監理機關對具顯著市場力量（Significant Market Power ; SMP）之事業為施以事前管制前，檢視相關市場是否有效競爭，以核定適當的市場監理措施。

英國 2003 年通訊傳播法第 79 條第 1 項規定，Ofcom 於認定 SMP

業者前，須界定及分析相關市場。又依據同條第 2 項及第 3 項規定，為界定或分析相關市場，Ofcom 須考量歐盟相關準則及建議。另依據同法第 84 條第 2 項及第 4 項規定，必要時，Ofcom 得定期檢視相關市場；經市場分析後，Ofcom 認為該相關市場毋庸適用市場主導者條件（SMP conditions）者，得予解除。

WTO 電信參考文件附則亦定義，具有顯著市場地位者係指該業者能控制基本設備或利用其於市場中之地位，在基本電信服務相關市場能實質影響其他參與者之價格與提供條件。

二、市場界定：

（一）依據歐盟架構指令規定，各會員國監理機關於界定相關市場須考量歐盟「市場分析及顯著市場力量評量準則」(Guidelines on Market Analysis and the Assessment of Significant Market Power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services）及其國內競爭法，並參酌各國國情，來界定相關市場：

1、歐盟執委會於 2003 年首次發布電子通訊「相關市場建議」，界定 18 項相關市場(＃1~＃7 屬零售市場；＃8~＃18 屬批售市場)，會員國監理機關（national regulatory authorities，簡稱 NRA）可考慮採事前管制措施以處理競爭問題；該等市場發展情形由會員國監理機關定期檢視，並通知歐盟執委會其處理市場機能失靈擬採行之管制措施。

2、隨後經歐盟執委會評估，多數零售市場因批售市場規管奏效，足以保護零售用戶而刪除事前規管；多項批售市場經多數會員國監理機關評估已可有效地競爭，亦刪除之。歐盟執委會乃於 2007 年 11 月發表新建議(Recommendation)，作出市場界定由原先18個市場減少為7個市場的建議案(惟經會員國監理機關

審慎分析市場，有未有效競爭者，特定規管得維持之)，以及2009年11月發布的電信改革方案(Telecoms Reform Package)，如框架指令(Framework Directive)仍延續不對稱管制精神，歐盟會員國監理機關經公開意見徵詢程序，審慎評估後，完成市場界定及該市場SMP之認定，並針對SMP採行相對應之「事前」不對稱管制措施，以促進市場更健全發展。

3、歐盟2007年修正之7個市場(包括1個零售市場及6個批發市場，為歐盟最低限度必須進行事前管制之市場，各國得檢視市場發展情形增補)如下：

(1)零售市場：公眾電話網路之接取(固網)

(2)批發市場：公眾電話網路之發話、個別公眾電話網路之受話接續、市內用戶迴路接取、寬頻接取服務、專線電路出租及個別行動電話網路之受話接續；

(二) 英國Ofcom經依其國內市場分析，發布英國目前有23項SMP服務市場：固網（含寬頻網路）18項(17項批發，1項零售)(BT均有經營)；行動1項(1項批發)；Pay TV服務市場4項(2項批發，2項零售)。

(三) 日本市場界定評估時，將不重要市場排除市場主導者之認定，例如2010年日本市場界定評估認為：上網服務之窄頻市場(撥接及ISDN)，在固網電話之競爭狀況幾乎不變的情況，以及由於寬頻化逐漸進展中，其重要性逐漸降低的緣故，因此不列入分析及評估對象。

三、市場競爭評估：

歐盟原係依據1998年管制架構（90/387/EEC）以市場佔有率25%作為SMP的認定基準。鑒於電信市場環境變動快速且日趨複雜，若持

續因循過去僵化認定基準，恐易衍生弊端。2002 年歐盟「市場分析及顯著市場力量評量準則」SMP 認定，採以更宏觀的態度，其主要判斷因素：

(一) 市占率：

1、營業額之市占率低於 25%的公司不太可能具市場支配地位；

2、營業額之市占率高於 40%的公司會被留意是否具市場支配地位，但市占率不高卻具市場支配地位的公司亦可能存在；

3、營業額之市占率高於 50%的公司，其市占率本身即是存在市場支配地位的證據(除了部分例外的情況外)

(二) 市占率以外之判斷因素，得擇部分或全部，並綜合考量：

1、企業整體營運規模。

2、基礎設施不易複製。

3、技術先進或優勢。

4、買方議價能力。

5、進入資本市場/資金來源容易或優勢。

6、產品/服務之多樣化（諸如套餐式服務）。

7、規模經濟。

8、範疇經濟。

9、垂直整合。

10、通路或行銷網路高度完善。

11、缺乏潛在競爭者。

12、業務擴展瓶頸。

英國 Ofcom 於 2006 年 7 月 31 日，解除固網窄頻零售價格管制：自 2006 年初經評估相關規管環境，參考以下要項及 VoIP 等市場發展情況後，並由 BT 於 2006 年 1 月組織「Openreach」導入功能分離，施

行長達 22 年之久的固網窄頻零售價格管制（RPI - X），於 2006 年 7 月 31 日劃下句點。Ofcom 固網窄頻零售市場價格管制廢止綜合考量以下要項：

1、WLR 供租情形自 2005 年第 1 季持續增加。

2、LLU 供租情形自 2006 年 8 月 70 萬條持續增加至 2007 年 1 月 140 多萬條。(註：2012 年 2 月，英國細分化用戶迴路突破 800 萬條)

3、CPS(指定選接)使用情形自 2003 年起持續增加。

4、BT 市話市場用戶數及營業額占有率 2003 年起逐漸減少。BT 國內長途電話市場用戶數及營業額占有率 2004 年第 3 季起逐漸減少。BT 國際電話市場用戶數及營業額占有率 2004 年第 3 季起逐漸減少。

5、Ofcom 用戶轉換業者之難易度調查情形結果，曾經轉換業者之用戶約半數以上認為轉換容易。

日本電信事業法無市場主導者之用詞，其概念係指該事業法第 30 條第 1 款、第 33 條第 2 款所稱之「指定電信設備業者」，即不對稱管制的對象主體，具體而言包括：

(一) 設置第一種指定電信設備(相當於某單位區域內固網用戶迴路傳輸設備(即瓶頸設施)占二分之一以上者)業者(NTT 東日本及 NTT 西日本)

(二) 2012 年 6 月電信事業法施行規則部分修訂，將第二種指定電氣通訊設備之指定基準由 25%變更為終端設備占有率超過 10%。

日本在 2003 年開始實施電信市場競爭評估機制，並再於 2006 年修訂新的競爭評估基本方針，引進「競爭評估顧問委員會」機制，俾確保競爭評估之公正性與客觀性，並且除了例行性競爭評估外，新增特定主題之策略性評估。

（一）日本總務省在競爭評估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。

（二）在評估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。必要情況時，配合召開競爭評估顧問委員會議。

（三）經完成競爭評估後，明列未來注意事項、市場趨勢及檢討方向。

（四）日本考量一定服務從事競爭之地理區域或範圍、服務之需求或供給替代性來界定市場。

（五）實施競爭評估所需的分析資料：

1、日本競爭情況評估基本方針，明定供給面與需求面資料蒐集方法。

2、業者數據之處理納入關係企業一併考量。

（六）日本實施時程表：

表 1：日本競爭情況評估實施時程表



1、如上表，評估項目廣納眾議決定後，從 12 月左右開始進行資訊收集、分析評估作業，翌年 7 月公布該年度的評估結果

（草案），經過廣納眾議，迅速確定。

2、 對使用者及業者等進行調查。

（七） 日本案例：

1、 日本網際網路接取領域方面之市場界定，分為網際網路上網服務(ISP)市場及線路服務市場之上下兩層(服務層及網路層)架構。

2、 日本行動通訊領域之市場界定， 2011 年則區分為語音通信及數據通信服務市場架構。語音通信含 2G、3G(LTE)及 PHS。在數據通信(含 2G、3G、PHS、LTE、BWA、MVNO 及公眾無線 LAN)分析及評估時，進行水平架構分析(包括業者間交易狀況)。

四、依據評估結果，檢討管制措施：

（一） 歐盟接取(互連)(ACCESS)指令說明，各國管制機構對 SMP 課以「事前」(ex ante) 不對稱管制措施，包含透明公開(諸如會計資訊、技術規格、網路特性、使用與價格條件等透明化)、無差別待遇、會計分離、強制接取義務(提供參考要約)、價格受管制、成本計價、功能分離等義務。

（二） 歐盟接取指令(2009 年)第 9 條規定，特別是當市場主導者受無差別待遇之管制義務時，各國管制機關得要求市場主導者公開其接取之提議參考文件(reference offer)，提議參考文件應充分細分化，以確保業者不需針對他們不需要的服務付費，也根據市場需要、相關方式、條件，包括價格，提供細分化元件的相關價格。各國管制機關在特殊情況，應能課以要求市場主導者的提議參考文件改變的義務。

（三） 英國 Ofcom 於 2006 年 7 月 31 日，解除固網窄頻零售價格管制，並採配套措施重要者如下：

1、BT 應依「電信普及服務」規定，提供社會福利通信資費（目前 BT 提供低收入用戶特惠方案）且窄頻服務應均一費率（uniform rate)。

2、BT 應符合無差別待遇及價格公開等規定。

3、Ofcom 訂定相關宣導方案，以告知消費者月租費及通話費率不再管制;其宣導經費來源主要由 BT 提供,Ofcom 贊助部分。

（四）世界貿易組織(WTO)「電信服務業諮商」參考文件將關鍵(瓶頸)設施定義為僅由一家或少數幾家業者提供,且無法在經濟或技術上加以取代;另美國聯邦第九巡迴上訴法院之判決曾表示「只有在控制系爭設施，會具有減損下游市場競爭力量之情形，才會被認定是關鍵(瓶頸)設施。」

（五）歐盟架構指令第 12 條規定電子通傳網路企業之網路元件及相關設施的共置與分享,規定各會員國應確保監理機關經由適當公開意見諮詢後,合理認為重複地下之基礎建設是經濟上無效率或實務不能施行的情況下，監理機關有要求強制共享相關設施之義務;這些共享或是協調的安排作為，得納入設施或產權共享加上合理風險之合理成本計算方法。

（六）英國 2003 年通訊傳播法第 87 條(9)規定，對於具優勢地位之業者所設定 SMP 服務條件規定，涉及成本回收及成本導向;有關訂價基準 Ofocm 認為應採長期增支成本法,主要考量係避免優勢地位之濫用，並使基礎設施有相當程度發展。

（七）參酌各國發展趨勢，由於固定及行動通信接續市場(如歐盟第 3 及第 7 中間市場)具有進入障礙、接續市場結構不易趨向有效競爭及倚賴事後管制之競爭法不足以解決市場失靈情況,基於每個電信事業能掌握自身網路優勢下，可能造成損及零售（下游）市場的用戶利益,故對於接續費率採以事前管制並以成本導向方式

為基礎計算。

（八）日本總務省用戶迴路細分化之訂價原則：依線路型態區分為銅絞線與光纖迴路；銅絞線用戶迴路及局間中繼暗光纖網路租費的計算採歷史成本法（Historical cost method），根據前年的實際需求與成本計算。而光纖用戶迴路則採用前瞻性成本法（Forward-looking cost method），針對預測之需求與成本作為批發定價的參考。

（九）日本零售價格之管制採價格上限制，中間產品市場之接續費之價格亦有管制（固網及行網）。

（十）日本為促進寬頻網路建設，增進業者順利推動超高速網際網路不可或缺之光纖網路等建設，協調電線桿、管路、管道、隧道及其他可供電信事業設置線路使用之設備所有人，開放公用事業基礎建設。設備持有人可能是電信業者、電力業者、鐵路業者或其他類似的公用事業。

（十一）有關「網際網路互連」的部分：歐盟目前未有進行任何事前管制，主要原因仍在於未有市場主導者而無事前管制之必要。多數國家並未對網際網路互連設有特別的管制規範，惟歐盟係將網際網路視為「公眾電子通訊網路」（public ECN）的一種型態，因此網際網路接取服務（internet access service）應有網路互連規範之適用(歐盟會員國可依接取指令第12(1)(i)條規定，賦予被指定為特定市場之市場主導者的業者義務，要求該業者進行網路或網路設施之互連[4])。

五、有線電視與電信跨業匯流：

（一）美國聯邦通信委員會（FCC）在2012年7月20日及2013年7月

4、BEREC Report：An assessment of IP interconnection in the context of Net Neutrality,6 December 2012

22日公布第14次及第15次視訊競爭年度報告。第14次報告涵蓋的範圍從2007年到2010年，第15次報告涵蓋了2011年及2012年。第14次報告首度將視訊領域劃分為多頻道視訊節目供應者(multichannel video programming distribution; MVPD)、無線廣播電視業者，以及網際網路線上視訊供應者（Online Video Distributors;OVDs）等3部份，並且檢視每個市場的競爭狀態，第15次報告沿用其架構。其中多頻道視訊節目供應(MVPD)市場評估結果，正趨向增加競爭性和多樣性、增加衛星傳送節目的可利用性，並且帶動通信技術的發展進步。自第14次報告起，發現以下的趨勢：

1、數位化技術持續部署中；

2、隨時隨地可進用視訊節目的消費需求持續中；

3、隨著電話公司擴展其視訊系統，家戶可選擇使用4家MVPDs的家戶數量有增加趨勢；

4、正在進入市場之業者，並開發原創內容的網路視訊提供商之數量有增加趨勢；

5、有線電視佔MVPD用戶數，從2011年底所有MVPD視訊用戶的59.3%降至2012年6月底的55.7%。

6、2010年直播衛星佔所有MVPD用戶的33.1%，至2012年6月底增加至33.6%。

7、在2010年，電話公司(AT&T 、Verizon 和許多較小的電話公司)提供之MVPDs約佔MVPD用戶的6.9 %，2011年增加至8.4%。

(二) 英國案例：英國Ofcom 於2010年3月發布付費視訊(Pay TV)服務市場諮詢結論，界定運動及電影等頻道二項相關市場：

1、Ofcom 接獲BT、Setanta、Top Up TV 及Virgin Media 等4

家電視服務業者投訴，關於英國 Pay TV 服務產業之市場競爭可能失靈，並建請進行 Pay TV 服務市場調查。

2、Ofcom 於 2007 年 12 月至 2009 年 6 月期間發布 Pay TV 服務市場共三次諮詢文件，確認 Sky 於運動與電影頻道之批發市場具市場主導力，其影響有線電視、數位無線電視與 IPTV 等平台之公平與有效競爭，並確認批發必供義務為確保市場公平與有效競爭之適當改正措施。

3、經 Ofcom 於 2010 年 3 月發布 Pay TV 服務市場諮詢結論，並提出規管措施。

（三）有關 IPTV 服務之規範，多數國家認為 IPTV 平台性質上為電信服務之一種，因此未設有特殊之執照規範。對於 IPTV 平台所提供的視訊服務內容，則要求必須受頻道及節目服務之規範，例如英國即要求必須取得「須執照的電視內容服務」(Television Licensable Content Services, TLCS) 執照。僅少數國家如日本針對 IPTV 服務訂定特別法加以規範。

（四）歐盟並未對 IPTV 平台服務設有特殊之管制規範。就歐盟指令對於「電子通訊服務」(electronic communications service, ECS) 之定義，包括「以網路提供廣播電視之傳輸服務」(transmission services in networks used for broadcasting) 在內，因此解釋上 IPTV 平台屬於一種「電子通訊服務」，同樣適用「一般許可」之執照規定。就現行歐盟電子通訊相關指令而言，並未發現有特別針對 IPTV 平台加以規範。至於 IPTV 平台上所傳輸之內容，則適用歐盟「視聽媒體服務指令」(Audiovisual Media Service Directive. AVMS)，以區分「線性」及「非線性」視聽媒體服務兩者區分其管制。

六、與外單位之分工協調：

就歐盟電子通訊網路及服務市場而言，歐盟 SMP 之定義，固然與競爭法上「支配地位（dominance）」之定義相同，集中度調查方法亦同，但電信事業藉由市場界定所認定之 SMP，在實務運用上，則與競爭法所側重的面向不同，僅係觀察市場的「狀態」，提供決策上的基本依據，或是藉以觀察競爭政策對於抑止、牽制 SMP 實際成效的參考，不是指出個別市場具體的反競爭行為。

肆、徵詢議題

一、第一部分：有關整體架構之問題

1-1、隨著電信自由化、數位科技匯流快速發展，基於促進競爭，是否採優先發揮市場機能為基本原則?（回答是者，請續答第 1-2 題；回答否者，請跳答第 7 題）

1-2、在促進市場機制發揮上，國際如歐美日本等普遍對於服務市場具有重大影響力業者(Significant Market Power;以下簡稱 SMP)，多採取不對稱管制。倘未來參考國外作法，對於目前對所有業者皆適用之一般義務，以及課以 SMP 之特別義務，是否同意?（回答是者，請續答第 1-3 題；回答否者，請跳答第 7 題）

1-3、課以市場主導者之特別義務，是否有必要依實務需要建立業者參與之 SMP 管制公開諮詢程序，此程序包括界定並公告須事前管制之通訊傳播匯流服務市場，進一步公告各該服務市場主導者，以及如何對這些服務市場進行妥適規管，以促進公平競爭?（回答是者，請續答第 1-4 題；回答否者，請跳答第 7 題）

1-4、(承上)定期檢討及公告時程

(1)若依據上述步驟踐行 SMP 認定分析諮詢程序，是否採行定期檢討?或市場有重大變動時(如併購案)為之?若為定期檢討，以幾年為期?

(2)主管機關為資費管理、網路互連管理之必要時，是否得檢討並公告特定服務市場之具有顯著市場地位者?

(3)特定服務市場之具有顯著市場地位者不服主管機關依公開程序所為之最終規管公告，應逕行提起行政訴訟，是否可行?有無修正建議?（請說明，請續答第 1-5 題）

1-5、(承上)主管機關為踐行上述 SMP 認定分析程序所需資料，在諮詢程序開始時，即請業者參與，並請業者提供所需資料，以利市場發展的預測及評估，並掌握產業動態之資訊搜集；若業者認為個案資訊於公開諮詢文件(SMP 認定程序)須保密時，主管機關須負保密義務，是否可行?有無修正建議?理由為何？(請說明，請續答第 1-6 題)

1-6、關係企業或與其有結合關係者，在資料之收集方面一併納入考量，是否可行?有無修正建議?理由為何？（請說明，並續答第 2-1 題）

二、第二部分：市場界定

2-1、對於某些服務市場於整體通訊傳播服務市場所占產值(市場規模)太小、該業務用戶數或營業額長期來看已有大幅減少趨勢、其重要性低或其具特殊性(可能如無線廣播或無線電視)，是否參酌日本作法，在界定市場時，該服務市場即先予以排除? 有無其他修正建議？（請說明，並續答第 2-2 題）

2-2、現行以「業務別」作為市場界定，其對於後續精確檢視市場競爭或認定市場 SMP 等，有不足之虞，如何朝向以考量地理區域、服務之需求或供給替代性(如 SSNIP(small but significant non-transitory increase in price；微幅但顯著且非暫時性的價格調漲)檢驗)來界定市場，以因應動態市場變化？(請說明，並續答第 2-3 題)

2-3、是否參採歐盟、英國、日本等先進國家作法，將市場界定區分為零售市場及中間服務市場?(回答是者，請續答第 2-4 題；回答否者，請跳答第 3-1 題)

2-4、倘零售市場經營者被認定為市場主導者，但其經營之基礎網路設施(如用戶迴路出租批發市場)，是否應再檢視其是否具顯著市場力?

(請說明，並續答第 3-1 題)

三、第三部分：市場競爭評估

3-1、單獨及共同市場影響力評估:除了評估個別通訊傳播事業是否為 SMP 外，對於二家以上通訊傳播服務事業，實際上不為價格之競爭，而其全體之對外關係，亦須做市場競爭評估?(請說明，並續答第 3-2 題)

3-2、參酌公平交易法作法，綜合考量一家或數家通訊傳播事業集團市場占有率情形，作為 SMP 評估標準，以下為例示，各項例示之數額您是否贊同？理由為何？

A、一通訊傳播事業集團之年營業金額未達公告之一定數額(如 10 億)不納入 SMP 認定範圍。

B、一通訊傳播事業集團在特定通訊傳播服務市場上之營業額或用戶數占有率未達 25%(如歐盟作法)，不納入 SMP 認定範圍。

C、一通訊傳播事業集團在特定通訊傳播服務市場上之營業額或用戶數占有率達 25%，但未達 50%，納入後續 SMP 評估。

D、一通訊傳播事業集團在特定通訊傳播服務市場上之營業額或用戶數占有率達 50%，認定為 SMP。

E、除檢視上述情形，並檢視任 2 家通訊傳播事業集團在特定通訊傳播服務市場上之營業額或用戶數占有率未達 50%，不納入後續二家共同具有市場力之評估。

F、除檢視上述情形，並檢視任 3 家通訊傳播事業集團在特定通訊傳播服務市場上之營業額或用戶數占有率未達 70%，不納入後續三家共同具有市場力之評估。

G、事業之設立或事業所提供之服務進入特定市場，受法令、技術之限 制或有其他足以影響市場供需可排除競爭能力之情事

者，雖有前揭所述不納入 SMP 評估範圍之情形，主管機關仍得認定其為 SMP，是否同意？請說明理由。

H、以上各點最後仍須綜合判斷，是否應加入依技術及服務之成熟度及不同時期，分別判斷足以限制競爭之特殊情形。(請說明，續答第 3-3 題)

3-3、市場界定後，該市場競爭情形之評估，採以下判斷因素：例如市場用戶占有率、營業額占有率、市場集中度、是否掌握瓶頸設施(不易複製)、市場參進與退出障礙、缺乏潛在競爭者、事業訂價能力、買方議價能力、事業垂直水平影響程度等認為具有實質影響價格或服務條件等，得擇部分或全部，並綜合考量，是否可行？理由為何？有無其他補充建議？（請說明，續答第 3-4 題）

3-4、在評估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」市場支配力兩部份，是否可行？理由為何？(請說明，續答第 3-5 題)

3-5、相鄰市場或上下游市場，一併考量市場主導者是否具槓桿力[5]？理由為何？（請說明，續答第 4-1 題）

第四部分：依據評估結果，檢討管制措施

4-1、分析結果，若不存在 SMP，將解除管制?若存在 SMP，則考量依市場競爭程度對 SMP 施以部分或全部「事前」(ex ante)不對稱管制矯正措施?（請說明，請續答第 4-2 題）

4-2、增進網路互連與接取相關管線設施品質、條件：為使市場主導者加強落實無差別待遇義務，防制其於非價格方面濫用市場地位阻礙競爭，例如以設施(如機房或管道…等)空間不足或涉及營業秘密為理

5、經濟學意義上的槓桿和物理學意義上的槓桿，外在形式上雖大相逕庭，但本質內涵卻極其相似，都是以支點為支撐、利用不同力臂實現自身力量的放大。例如市場主導者可能利用上游市場中不同於競爭對手之市場力(力臂)實現下游市場(或相鄰市場)自身力量的放大。

由，拒絕提供設施供競爭業者使用，需否在必要條件下，訂定必要性技術或現況資訊揭露義務規範？理由為何？有無其他具體規管建議？（請說明，請續答第 4-3 題）

4-3、(承上)公開特定網路元件接取條件：有關對市場主導者課以開放供租特定網路元件或設施義務部分，除市內用戶迴路及瓶頸設施外(註：已由本會另以「用戶迴路管線平等接取議題」專案辦理意見諮詢)，有無其他相關建議？或參考歐盟接取指令規定，當市場主導者受無差別待遇之管制義務時，管制機關得要求市場主導者公開其接取之提議參考文件(Reference offer)?(請說明,請續答第 4-4 題)

4-4、主管機關於檢討管制措施時，若必要時會要求業者(通常為市場主導者)提供相關成本及營運資訊，業者應有協力提供之義務，將由主管機關就所收集之資訊予以考量處理，對此有何具體之衡平處理建議？（請說明，請續答第 4-5 題）

4-5、瓶頸所在設施(或樞紐設施)現行認定條件是否合理？ 出租人在哪些合理條件下，得拒絕租用?或提出替代方案?(請說明，請續答第 4-6 題)

4-6、 (承上)瓶頸所在設施租費過高或過低均會對市場競爭造成影響，試算設施成本應考量之因素及輔助工具為何?是否參考歐盟作法，採行加上合理風險之成本計算方法?(請說明，請續答第 4-7 題)

4-7、未來針對 SMP 之基礎網路層(與歐盟 ECN 相對應)之事業擁有或控制之相關基礎設施，如電桿、管道、交接箱、管道間、接取人手孔等，由主管機關指定其提供共置租用之義務？（請說明，請續答第 4-8 題）

4-8、除基礎網路層(與歐盟 ECN 相對應)之事業擁有或控制之樞紐設施外，未來針對其他如公用事業擁有之相關基礎設施(如電桿、管道

等)，是否由相關主管機關(如道路、公有土地管理機關及經濟部)協調得洽商其提供共置租用？(請說明，請續答第 4-9 題)

4-9、會計分離：現行以「業務別」作為分別計算盈虧區分之會計分離制度，其對於精確檢視或稽核業者所報網路互連成本、各式服務資費之成本等，皆有所不足，若改規定市場主導者依其經營之通傳網路或服務的項目別，並依主管機關指定使用之格式和會計方法辦理會計分離，是否可行？理由為何？有無其他修正建議？(請說明，請續答第 4-10 題)

4-10、目前網路互連費用(例如機房共置相關費用等)之計算、網路互連接續費成本之計算(按全元件長期增支成本法)、銅絞線市內用戶迴路出租費率(按歷史成本法計價)，若未來考量業者投資誘因，以利下世代網路 (NGN)佈建，上述各種涉及成本計算基準是否需予調整？理由為何？(請說明，請續答第 5-1 題)

第五部分：有線電視與電信跨業匯流之探討

5-1、未來視訊節目供應平台之樣態漸趨多元，是否將具非開放式及對消費者收費以提供多頻道視訊節目等特性之服務平台，如有線電視系統、多媒體內容傳輸平臺(屬 Walled garden 型式 IPTV，如 MOD 等)及直播衛星等，納入多頻道視訊節目供應平台市場競爭評估？(請說明，並續答第 5-2 題)

5-2、 (承上)若經市場界定屬同一市場，則有線電視系統全面數位化後，其全國總訂戶數限制之規定，是否應比照多媒體內容傳輸平臺作相同規管？理由為何？(請說明，並續答第 5-3 題)

5-3、(承上)若贊成鬆綁現行有線廣播電視法有關全國總訂戶數之限制，應否另為有線電視系統或系統經營者關係企業集團之服務市場引入類似市場主導者不對稱管制機制以為一致配套，俾與 IPTV 作

相同規管？若有其他規管調整建議，其內容為何？（請說明，請續答第 5-4 題）

5-4、國內視訊頻道多委託頻道代理商代理，部分系統經營者關係企業集團亦兼營眾多頻道代理業務，是否將頻道代理商及兼營頻道代理業務之多頻道視訊節目供應者之影響程度一併納入視訊頻道服務市場競爭評估因素(事業垂直影響程度)？（請說明,並續答第 5-5 題）

5-5、鑒於頻道節目為視訊市場競爭之主要利器，頻道授權影響產業健全發展之重要關鍵，是否應對視訊頻道服務市場主導者(如果視訊頻道服務市場存在 SMP)課以無正當理由不得拒絕多頻道視訊節目供應平台業者請求提供服務之義務？（請說明，並續答第 5-6 題）

5-6、（承上)未來如界定相關市場後，是否對多頻道視訊節目供應平台之市場主導者課以訂定公平、合理、無差別待遇之上下架機制之義務？或進而課以揭露服務條件及批發價格等義務？（請說明，並續答第 5-7 題）

5-7、有線電視系統多數已跨業經營陸纜電路出租業務，並與關係企業合作經營網際網路接取服務(IASP)，目前全國 Cable modem 上網之用戶並已超過 110 萬，占整體固網寬頻上網市場約 16% ，目前尚不具市場力，但若未來持續成長經評估後，認定有線廣播電視事業或系統經營者關係企業集團為前述相關服務市場主導者，其是否適用市場主導者不對稱管制，依市場競爭程度，主管機關得要求其開放分配線網路(或頻寬分享)接取、辦理會計分離及受事前管制其價格等義務？理由為何？(回答是者，請續答第 5-8 題；回答否者，請跳答第 6 題）

5-8、網際網路互連(Private Peering)目前 SMP 採價格調整上限(X 值）管制，為促進公平競爭，有線電視系統與關係企業合作經營網際網路接取服務，若為 SMP，是否仍繼續採行此種方式規管?是否有其他

替代或配套方式，應如何規管？（請說明，並續答第 6 題）

第六部分：與外單位之分工協調

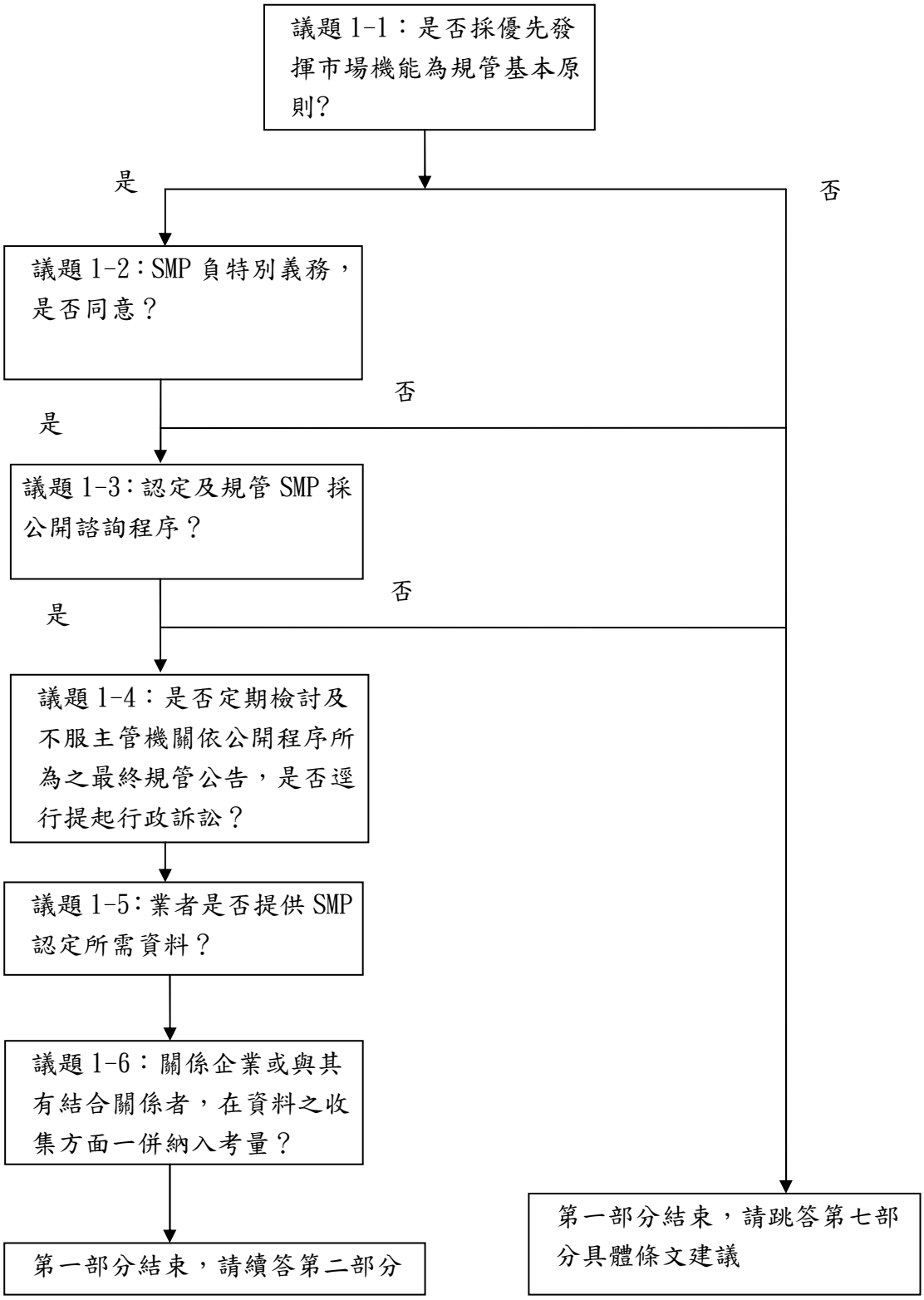
6、現行電信法第 26 條之 1 已明訂市場主導者不得有濫用市場地位或經主管機關認定之不公平競爭行為，為調整匯流環境促使市場朝向競爭，本會擬健全市場界定事前管制程序及措施；另公平交易法為維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭，促進經濟之安定與繁榮，亦有相關規定；公平交易法主管機關針對個案行為，依法調查、處理及行政決定(或處分)。過去公平交易法主管機關已有與本會合作經驗，未來為確保通訊傳播市場經濟面向之健全發展，兩機關應如何分工與協調?（請說明，並續答第 7 題）

第七部分：法規條文建議

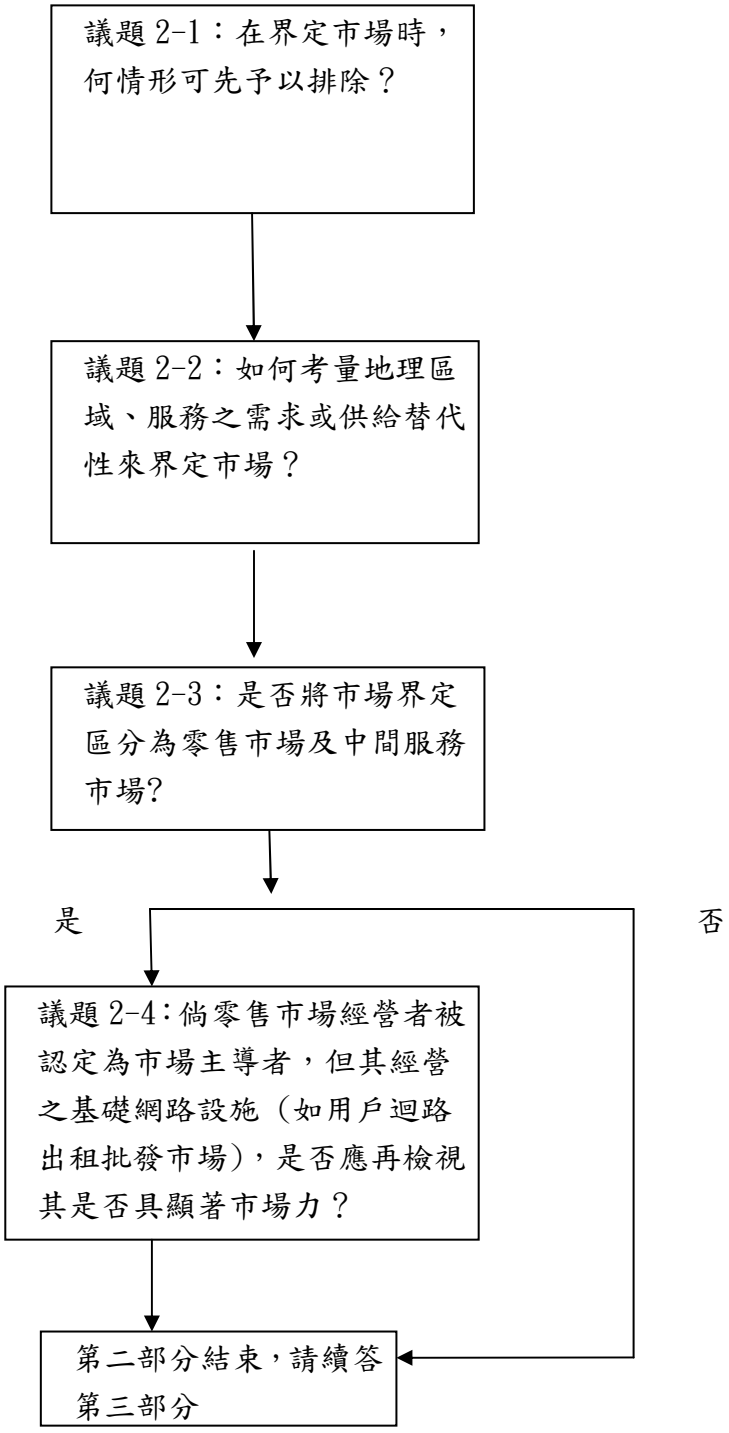
7、現行法規條文配合修正：目前市場主導者認定已訂定於電信法第 26 條之 1 及第一類電信事業資費管理辦法第 2 條等規範，若依據上述步驟建立 SMP 認定分析程序，現行電信法及第一類電信事業資費管理辦法等相關法規是否需予調整？請提出具體條文建議？有無增刪或修正建議？

伍、徵詢議題流程圖

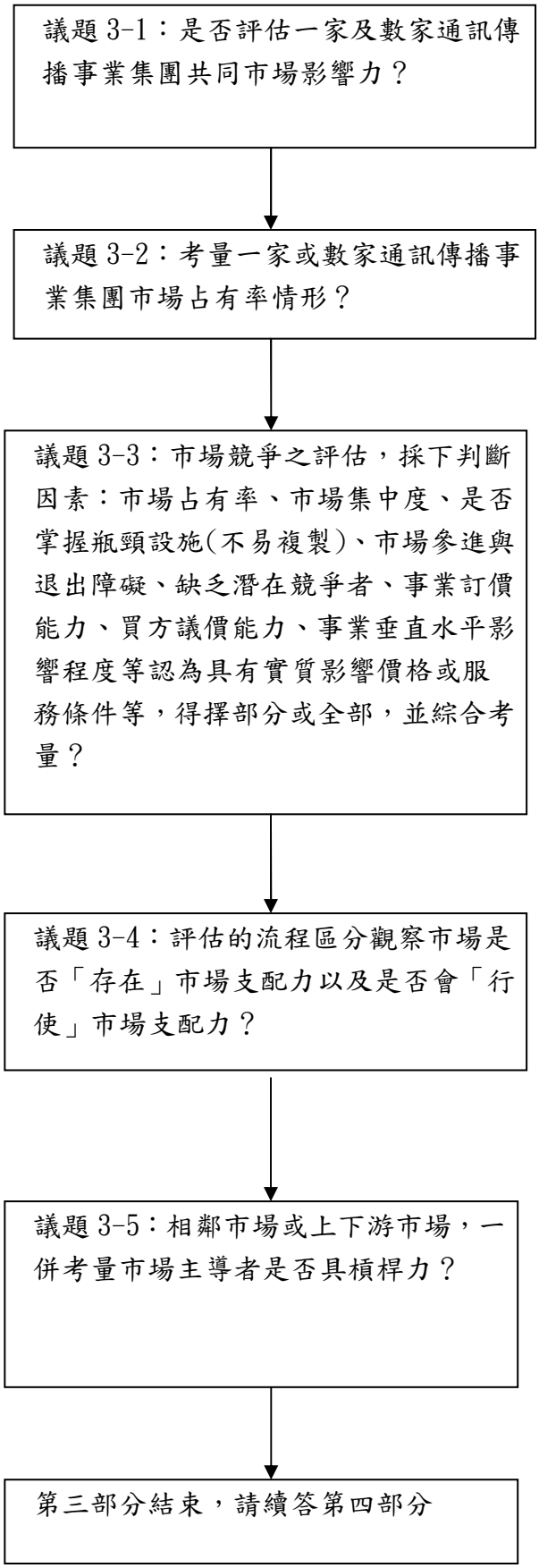
第一部分：有關整體架構之問題



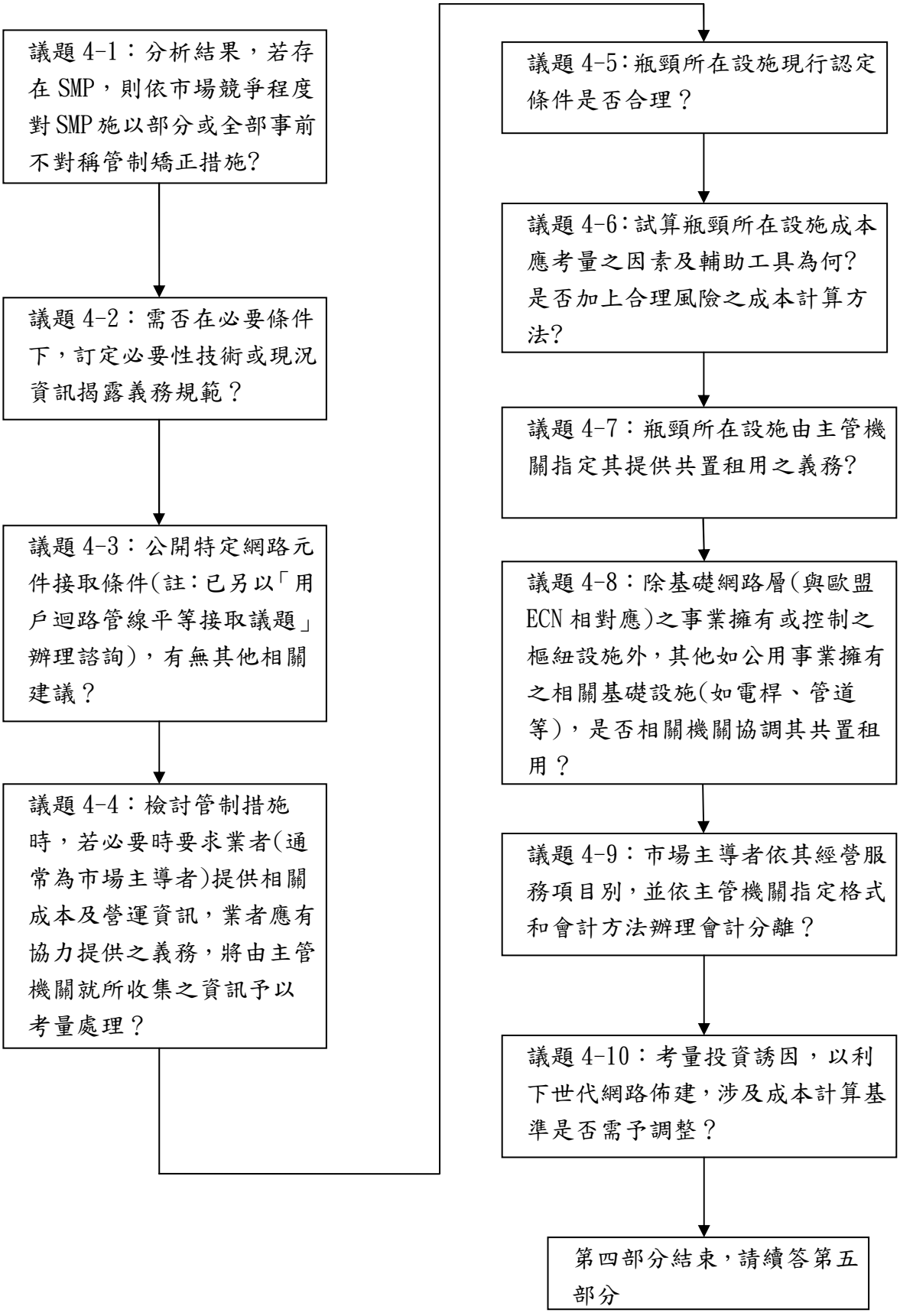
第二部分：市場界定


議題 2-1：在界定市場時，何情形可先予以排除？
議題 2-2：如何考量地理區域、服務之需求或供給替代性來界定市場？
議題 2-3：是否將市場界定區分為零售市場及中間服務市場?
是
否
議題 2-4:倘零售市場經營者被認定為市場主導者，但其經營之基礎網路設施（如用戶迴路出租批發市場)，是否應再檢視其是否具顯著市場力？
第二部分結束，請續答第三部分

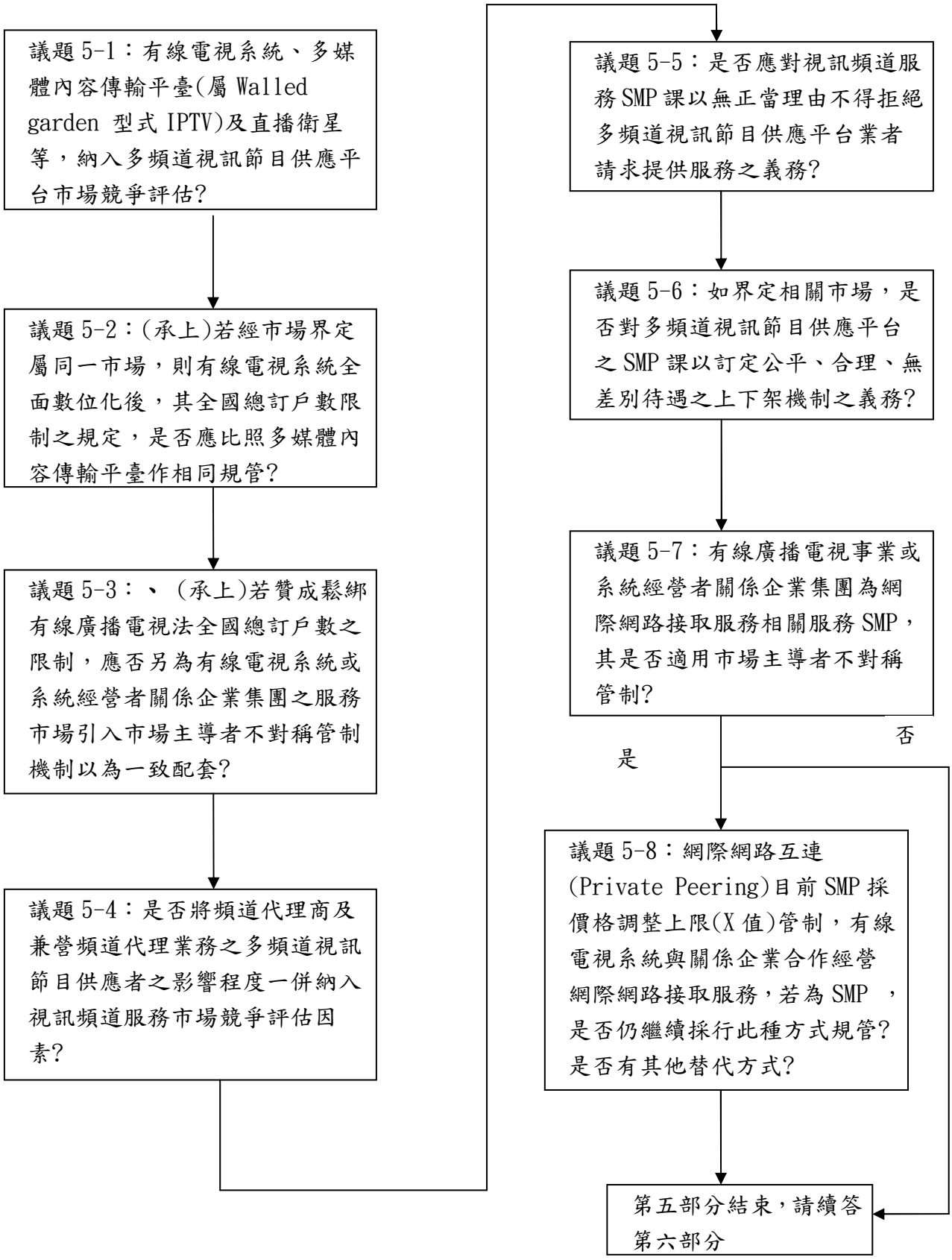
第三部分：市場競爭評估


議題 3-1：是否評估一家及數家通訊傳播事業集團共同市場影響力？
議題 3-2：考量一家或數家通訊傳播事業集團市場占有率情形？
議題 3-3：市場競爭之評估，採下判斷因素：市場占有率、市場集中度、是否掌握瓶頸設施(不易複製)、市場參進與退出障礙、缺乏潛在競爭者、事業訂價能力、買方議價能力、事業垂直水平影響程度等認為具有實質影響價格或服務條件等，得擇部分或全部，並綜合考量？
議題 3-4：評估的流程區分觀察市場是否「存在」市場支配力以及是否會「行使」市場支配力？
議題 3-5：相鄰市場或上下游市場，一併考量市場主導者是否具槓桿力？
第三部分結束，請續答第四部分

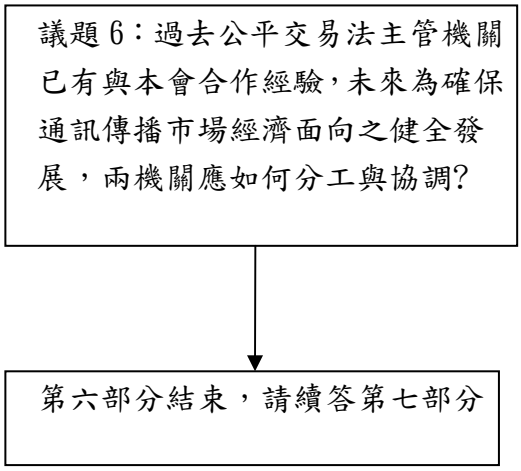
第四部分：依據評估結果，檢討管制措施



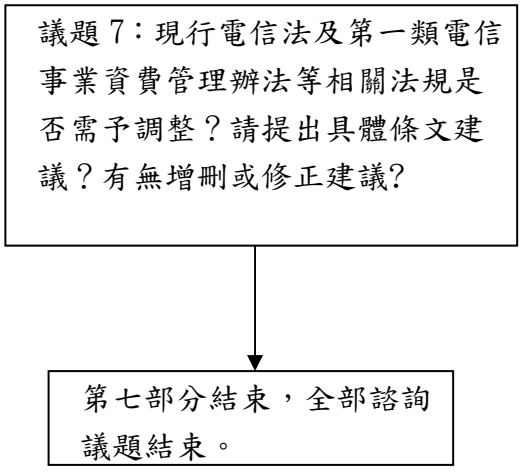
第五部分：有線電視與電信跨業匯流之探討



第六部分：與外單位之分工協調



第七部分：法規條文



陸、意見徵詢期間及方式

本會強調在這次公開意見徵詢所列議題及相關背景說明，不代表本會對該議題之最終立場或決定。

對本議題欲提出意見或具體建議者，請於 103 年 5 月 27 日至 103 年 6 月 10 日期間，至本會網站（網址 http://www.ncc.gov.tw/）之通訊傳播匯流修法專區的探討議題項下，點選進入公開意見徵詢網頁。本次網路公開意見徵詢要求提供意見之自然人或法人，須使用自然人憑證或工商憑證登入系統後始能提供意見。

所提意見若有引述參考文獻者，請註明出處並附相關原文。本會原則上會將各界提供之意見資料予以公開，若您所提供之資料需要保密者，請特別註明。本案連絡人：綜合規劃處連小姐，電話：02-23433902，鄭小姐，電話：02-23433927，電子郵件：ncc4003@ncc.gov.tw。