

「有線電視分組付費辦法」行政計畫意見書

單位：群英社國際股份有限公司

姓名：

職稱：

連絡地址：

電話：

電子郵件：

傳真：

年 月 日

意 見	理 由	備 註
一、新的本土 HD 頻道欲進入目前數位化進行中，已經完成數位化的，甚至新設的數位有線電視系統時都受到嚴重限制與阻礙。即使未來，業者都不知道什麼時候，實施向上分組，在現有頻道佔盡收視費用的情況下，只能加入進階套餐或單頻單點，依簡報所公布的調查，可能分得的收入必然極其有限。所以，NCC 展望未來，如果已經考量過可能的結果，並沒有把鼓勵增設新進本土 HD 頻道納入政策重點，從而已經預見未來新增 HD 頻道皆為境外頻道的狀況，視為當然可以接受的結果？ 二、對於頻道上下架，過去長久以來，NCC 囿於所謂的觀眾收視權益，經常堅持頻道應繼續營運不得下架，因此有線電視系統只能遵從而不敢依實際收視表現或節目內容表現，據以調整頻道價格。結果，既有頻道缺乏誘因及支持提升節目品質，同時也無須擔心因節目品質下降而有下架的憂慮，甚而，新進頻道即使有心也無空間得以加入。NCC 應該知之甚明，然而在此波政策，法規調整中，有何具體規劃，作為？		

請於 105 年 6 月 1 日前，以電子郵件(e-mail)方式提出中文意見書 E-mail 至 ncc4003@ncc.gov.tw，或傳真至 (02)2343-3938。為便於本會彙整，意見書請註明單位、姓名、職稱及連絡電話，所提意見若有引述參考文獻者，亦請註明出處並附相關原文。

「有線電視分組付費辦法」行政計畫意見書

單位：新北市政府新聞局

姓名：

職稱：

連絡地址：

電話：

電子郵件：

傳真：

年 月 日

意 見	理 由	備 註
未來收費標準如改為由業者選擇以「機上盒」為單位進行計費，則同一「戶」內各機上盒收視費用總和恐逾前一年度主管機關所核定以「戶」為單位之收視費用上限，與有線廣播電視法第 44 條第 1 項規定不符。	民眾如擁有多台電視者，於安裝數位機上盒時即已依主機、分機別收取裝機費用，如嗣再依機上盒數計價，恐造成民眾收視費用大幅增加，且業者頻道授權使用費係以戶數計價，但業者收視費卻得以機上盒台數計價，亦不符情理。	
本草案擬請各地方政府針對未實施分組付費之業者，向下核准其收視費用，此係基於中央政策目的進行地方政府費率審查之指導，如屬強制性質，請依有線廣播電視法第 44 條規定，由中央主管機關針對此向下調降幅度明訂收費標準，又如非屬強制性質，建請免除此項規定，以免產生各地方政府作法不一之爭議情形。	草案內容未規範業者實施分組付費之相關頻道組合原則，故本節業者恐為避免費率調降而故意提供不具吸引力之頻道組合，這種作法是否能增進訂戶實質多元選擇機會，建請考量。	

請於 105 年 6 月 1 日前，以電子郵件(e-mail)方式提出中文意見書 E-mail 至ncc4003@ncc.gov.tw，或傳真至(02)2343-3938。為便於本會彙整，意見書請註明單位、姓名、職稱及連絡電話，所提意見若有引述參考文獻者，亦請註明出處並附相關原文。

「有線電視分組付費辦法」行政計畫意見書

單位：臺北市府

姓名：

職稱：

連絡地址：

電話：

電子郵件：

傳真：

105 年 5 月 30 日

意 見	理 由	備 註
收視戶每月基本頻道收視費用，無論以戶計價或以機計價，或選擇單一頻道計價，每戶應繳總額不得超過直轄市政府或縣市政府公告的收視費用上限。	現行有線電視係以戶收費，無論家中電視機多少，業者均以 1 戶收費。實施分組付費之目的係將頻道選擇權交還收視戶，原有以「戶」收費之精神應保留，即如收視戶有多部電視機，各電視機選擇不同收視頻道組別，總收費金額不能超過地方政府公告上限，方不失實施分組付費之原意，並保障收視戶權益。	

請於 105 年 6 月 1 日前，以電子郵件(e-mail)方式提出中文意見書 E-mail 至 ncc4003@ncc.gov.tw，或傳真至(02)2343-3938。為便於本會彙整，意見書請註明單位、姓名、職稱及連絡電話，所提意見若有引述參考文獻者，亦請註明出處並附相關原文。

會議名稱：「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會

地點：NCC 濟南路辦公室 7 樓大禮堂

時間：105.5.31（二）14:00

陳依玫祕書長第一次發言：

(敬參閱 STBA 簡報檔)

標題:OTT 電視時代--有線電視分組付費--懇請三思對我國【影視內容】之影響

大綱：定 位：影視內容是國家戰略產業

價 值：內容為王 必須配套

問題一：法源正當性？

問題二：產業衝擊評估？

問題三：本案要件已完備？

針對本次的分組付費方案，其實我們已經有感受到 NCC 做了非常多調整，在此表達非常的佩服。但我還是要請教三個問題，第一是法源的正當性；第二個，產業衝擊評估報告，這麼重大的政策，到底做了沒？；第三個，本案實施的要件已經完備了嗎？

一，定位： 影視內容是國家戰略產業

首先，說明 STBA 角色定位：衛星電視公會代表的是電視內容的產業（影視內容業者），我們沒有佔用基礎設施，也不是播出平台，我們就是機構式的影視內容業者，是國家戰略的產業，關係到國家文化主體性、話語權，是不能從缺的。本會的會員電視台都是在做實事的、實際在做(苦)工的，真正在從事內容產製內容的業者。過去我們創造了台流，曾經非常風光(到現在東南亞市場還在持續)，即便 Google 併 youtube 在 2006 年就已發生，但過去它對我們的電視內容產業影響有限，我們在國內市場，甚至在國際競爭上，還是非常有實力。但是在 2013 年之後改觀，關鍵在於政府打開了潘朵拉的盒子-----100M 以上的超大頻寬到個人、到家戶，2014 年已是 OTT 電是元年，對一般使用者來說，已經可以多平台、多載具、多科技的無差別收看電視內容；在市場競爭上來說，已經是一個開放式、去疆界化的架構；對於我國的影視內容業者（本會會員）來說，則要秉持【三個中立、兩個必須】才能達到【消費者、產業和國家競爭力三贏】的目標。

二，價值：內容為王 必須配套

【三個中立】就是平台中立、科技中立、載具中立，我們內容業者都可以上架；
【兩個必須】是必須嚴打盜版平台、必須提升內容的版權金收入，【內容版權金】這個議題的重點，與今天的分組付費辦法息息相關。

【內容為王】應該是一個重要的價值，無論是分組付費…等等任何傳播政策，都應該要能夠【促成頻道內容資源正向提升】，而不是造成頻道內容資源更加緊縮；任何方案都應促成訂戶交給系統業者(平台通路)的收視費，拆分出來購買頻道內容的版權金額，能夠提升，以便減低頻道內容業者追逐收視率的占比，提高

版權金／收視費占比，才能投入專業製播空間，導引正向循環。

【必須配套】STBA 贊成解除基本頻道 600 元上限，但我們拜託，要有配套。剛才通傳會的簡報有提到，若干市場競爭很激烈，每個月收視費殺到血流成河，如果沒有配套措施的話，頻道業者被拆分到的授權金可能會更低，這個解除 600 元上限對頻道而言看得到吃不到甚至可能更差。所謂配套措施就是----第一個，系統業者之間的競爭成本，不應轉嫁到頻道的收入；第二個，短期競爭的策略不能變成長期結構性的惡化，既然是短期促銷，就應該有期限，我們也建議應該要訂定下限，目前大家已經習慣的基本包，收視費不能低於前一年審訂的費率，因為根據通傳會提供的表格，我國有線電視收視費率已經是全世界最低的前三名，這樣的一個基本包對家戶型的服務是最划算的。

STBA 也贊成開放以機付費，但同樣拜託，能有一個配套措施，否則頻道內容端也是看得到吃不到。

陳依玫祕書長第二次發言：

【分組付費舊法源 實施正當性請再三思】

剛才處長提到數匯法草案裏頭已經沒有分組付費的規定，就是考量到未來在數位匯流狀態下已有多平台競爭，但我再次提醒，多平台的競爭不是未來而是現在，甚至是過去 2013、2014 年就已發生，到現在相對之下市場競爭是很激烈的。所謂分組付費法源，是來自廣電三法，廣電三法是 2012 年送院的舊思維，一個舊思維的制度一定要套到現在市場上已經進入數位匯流的市場，它會導致更扭曲，我們認為在這個時機點，這樣的數位匯流環境下再去實施分組付費是非常不適當的，若非實施不可的話，建議務必要有配套措施，若無配套措施，無法提升內容業者的製播資源的話，會導致內容業者和消費者權益受到更嚴重傷害。

【藉匯流政策 破解惡性循環 導引正向循環】

我的建議第三點中，長期以來，有線電視系統業者收到的收視費就偏低(根據通傳會的表格，是全世界最低之三)，拆帳給頻道業者的版權金就更低了，導致內容製作端必須追逐廣告收視率作為營運的主要收入來源，導致惡性循環。

若有任何一個數位匯流環境之下的政策實施，是不是應該要打破這個惡性循環，希望透過政府政策導入正向循環，所以一定要有配套措施，如果以機計費，就應是「把餅做大」的概念，否則以通路談判力量來說，頻道業者相對之下是不可能分得到錢，而且我們也無從稽核，一定要有配套措施。

【本案要件已完備?】

最後再請教，分組付費能夠實施是在數位化前提之下，但處長提到說不是全國都要數位化，可是這樣豈不是會造成市場上的混亂，要請教，5/25 通傳會的方案是在怎樣的數位化前提下去實施?

OTT 現在已經是數位化多平台的狀態下，卻只管一個單一的有線電視平台，其他已經數位化到位的 OTT 平台，卻未納入分組付費制度的要求??

我們內容業者長期以來，面臨所謂兩隻手困境，一隻叫行政力量看得見的手，一

隻是市場上看不見的手，因為行政力量看得見的手對我們進行很多高密度的管制，我們繳交營運計劃書，不論頻道業者(或無線有線平台業者)我們都受到通傳會高密度的監管，領有執照。但是相對來說，市場上看不見的手，卻又是行政力某種程度無力可逮，對我們頻道業者來說，真的很痛苦。

根據這一點，以頻道業者來說，想請教 NCC 網站公佈的 91.1%的數位普及率，是指數位機上盒的那【第一個機上盒】嗎?? 所以不是一個【全戶】的數位普及率??? 第二頁，行政草案中的附件 9 有提到以機付費這張表，所提到的機上盒比例，到底我國裝了第二、第三台機上盒的家戶到底有多少？真實的數字是?? 在同一個家戶裏面有的機上盒有數位化，有的機上盒沒有數位化，以區裏面也有有關閉類比，有的區沒有關閉類比，這麼複雜的數位化進程之下，我真的不知道我們未來頻道要怎樣去訂價或拆帳，更何況市場上那隻看不見的手的談判力又真的大過我們太多。####



OTT電視時代 ——有線電視分組付費 懇請三思對我國【影視內容】 之影響

秘書長 陳依玫
2016/05/31



大綱

- ◆ 定位：影視內容是國家戰略產業 p3
- ◆ 價值：內容為王 必須配套 p12
- ◆ 問題一：法源正當性？ p16
- ◆ 問題二：產業衝擊評估？ p17
- ◆ 問題三：本案要件已完備？ P18

定位：台灣影視音內容

是國家戰略產業

文化主體性

話語權

不能從缺

做實事(工)



STBA

台流 曾經風光



亞流 前途未卜努力中..



2013底

政府打開潘朵拉
的盒子……



STBA

數位匯流發展方案指標達成情形1/3

指標項目		99年 (2010年)	100年 (2011年)	101年 (2012年)	102年 (2013年)	103年 (2014年)	104年 (2015年)
1.可接取100Mbps寬頻網路之家戶率 [註1]		3% (4%)	13% (24.58%)	70% (74.1%)	100% (102/12, 90%)	100%(102年) 加計其他固網有線 電視系統業者可達 97%	----- 已達標 不再更新
2.光纖用戶數	固網及Cable Modem用戶數[註2]	295萬戶 (289萬戶)	380萬戶 (349萬戶)	465萬戶 (388萬戶)	550萬戶 (103/3, 427萬戶)	635萬戶 (444萬戶, 70%)	720萬戶 (104/9, 466萬戶, 65%)
3.無線寬頻網路帳號數	3G Phone (實際上網) +WiMAX [註3]	330萬戶 (368萬戶)	620萬戶 (784萬戶)	900萬 (926萬戶)	1000萬戶 (103/3, 1,320萬戶, 132%)	1,050萬戶 (103/10, 1,308萬戶, 125%)	1,100萬戶 (104/9, 1,702萬戶, 155%)

[註1]以光纖方式投落點涵蓋半徑400公尺之非偏遠地區，其設備均建設完成且備妥，提供服務時程(分A、B、C三類)內可提供服務之家戶數/台灣家庭總戶數。

提供服務時程		配合條件
A	客戶申請一週內提供服務	外線光纖已到達建築物且內部已備妥光纖；或外線光纖已臨近客戶，可用FTTx技術提供100Mbps寬頻服務。
B	客戶申請一個月內提供服務	外線光纖已到達建築物，但仍需佈放屋內光纖。
C	客戶申請三個月內提供服務	建物內部已備妥光纖但有外在管線施工困難，需待相關困難問題排除後施工。困難問題：例如無法取得施工路證或受限於各種道路施工管制等。

[註2] 包含所有固網及Cable業者以光纖方式提供用戶寬頻上網、出租數據電路及相關加值服務之用戶總數。

[註3] 以3G Phone (當月實際使用上網服務之用戶+3G Data Card)+WiMAX提供寬頻服務之帳號總數。

備註：相關指標項目將於每年底視業務發展情形做滾動式調整。 *本表來源:劉柏立所長

數位匯流發展方案指標達成情形2/3

指標項目	99年 (2010)	100年 (2011)	101年 (2012)	102年 (2013)	103年 (2014)	104年 (2015)
4.數位有線電視普及率（有線電視總戶數）[註1]	7% (7.7%)	10% (11.28%)	20% (21.03%)	75% (102/12， 45.62%)	100% (103/9， 69.21%)	(104/09, 87.41%)
5.新興視訊服務用戶普及率[註2][另參附件]	10% (10.2%)	11% (13%)	13% (14.72%)	20% (102/11， 17.58%)	35% (103/10， 19.18%)	50% (104/9, 19.68%)
6.1新製全類別電視節目製作時 [註3]	-	29,102 (30,026)	30,557 (31,564)	32,990 (33,142)	33,355 (33,688)	36,539 (35,672)
6.2新製高畫質節目製作時數	-	4,429 (8,635)	4,650 (9,078)	21,492 (9,532)	25,329 (10,009)	20,553(1~9月) (10,509)
7.每家無線電視台至少應有一個可 播放高畫質節目之頻道[註4]	-	-	100%	100%	100%	100%
8.可接取高畫質電視頻道總數[註5]	-	-	57 (81)	62 (88)	68 (94)	74 (104/8, 171頻道231.08%)

[註1]指標計算以有線電視總用戶為分母，數位化有線電視用戶為分子。

[註2]網路電視：新興視訊服務之定義：IPTV(MOD)及「以機上盒接收訊號的網路電視（如壹電視）」之用戶普及率。

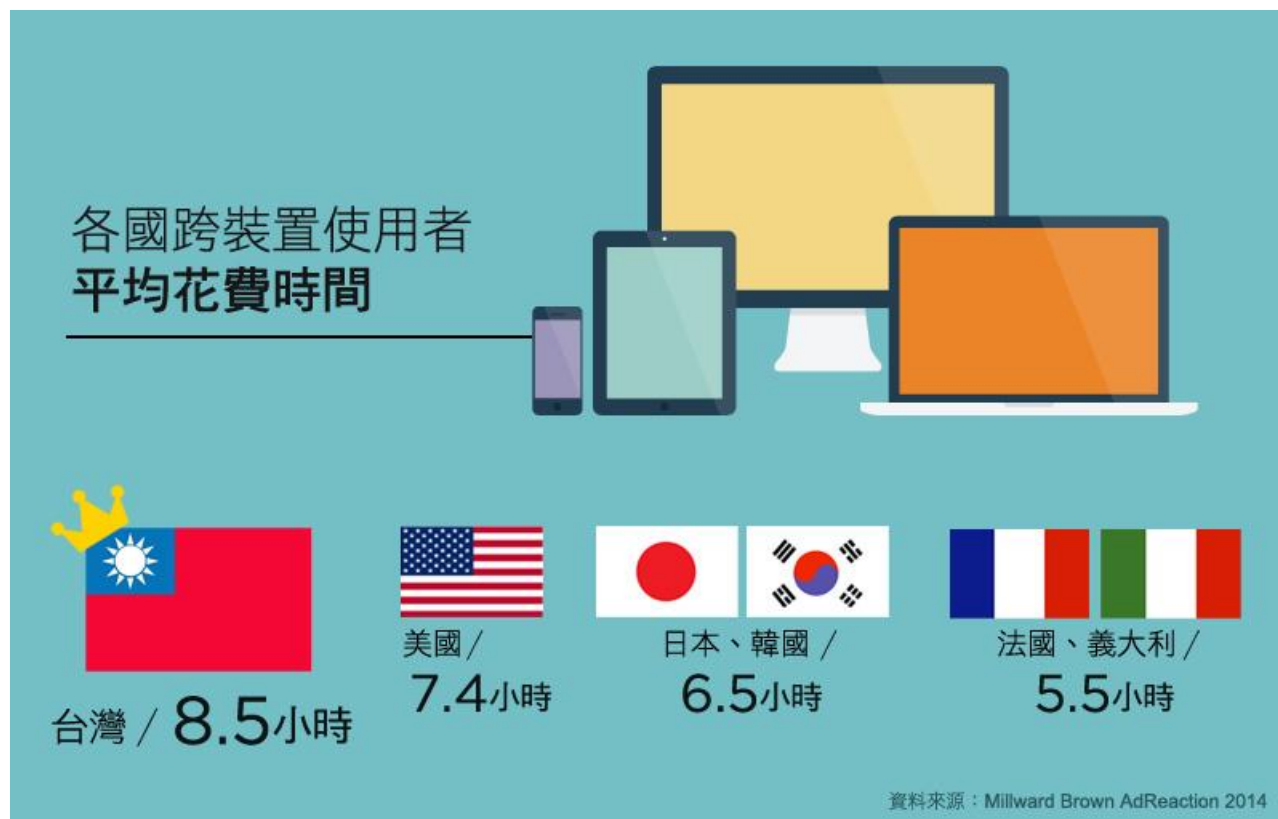
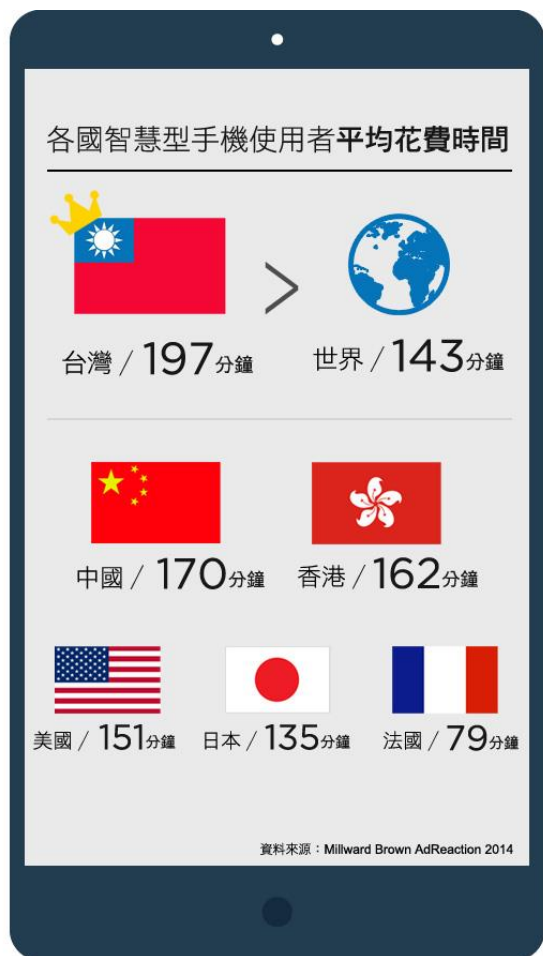
「以機上盒接收訊號的網路電視」用戶數：由公司公開資訊取得。

[註3]新製節目類型包括：戲劇、非戲劇（含綜藝、資訊、旅遊等）、教育文化節目及新聞性節目等。

[註4]「高畫質頻道」定義為：「一日至少首播8小時高畫質（Full HD）節目」。統一適用於無線電視頻道、有線電視頻道、衛星頻道與新興頻道（或稱光纖頻道、非無線非衛星頻道，他類頻道。）

[註5] 101年2月通傳會已核發衛星高畫質頻道執照數56個，加上1個公視高畫質頻道，以每年成長10%估算。 本表來源:劉柏立所長

第一螢是手機 OTT跨裝置是常態



2014

OTT電視元年

開放式、去疆界化



STBA



使用者：無差別收視……………
市場競爭：開放式、去疆界化架構
(多平台、境內外)

我國影視內容業者：
三個中立 兩個必須



我國影視內容業： 三個中立 兩個必須

平台

科技

載具

嚴打盜版平台

提升內容版權金



保護知識產權,是我們同等的責任和義務





平台治理 是關鍵
內容為王 是價值

數位匯流成敗最後一哩

STBA 建議—促成內容為王

- 1—【政策核心價值】應該是透過分組付費達到【提升頻道製作資源】的正向結果，而不是造成頻道資源更緊縮，市場談判力更受限。
- 2—任何方案都應促成【訂戶交給系統業者的收視費，拆分購買頻道內容的版權金額，能夠提升】，減低內容業追逐收視率的占比、提高版權金/收視費占比，挹注於專業製播空間，正向循環。



STBA 建議—需有配套

- 3—贊成解除基本頻道600元上限，但是若無【適當配套】，依目前市場競爭實況來看(新北市，高雄收視費已砍到3500看三年)，頻道反而非常可能被系統砍低收視費拆帳版權金，內容價值更貶損，更難提升消費者收視品質。
- 所謂【適當配套】(1)系統業者之間，對消費者的競爭成本，不能轉嫁到頻道的版權金收入。
- 所謂【適當配套】(2)短期競爭策略不能變成長期結構的惡化。應訂定短期促銷期限、應訂定【目前收視習慣各該基本包】的收視費，不能低於前一年審訂的費率(大約在480-550)，比上限費率600少很多，也是全世界最低之三(詳參通傳會附表)。
- 基於長期以來有線電視系統業者收到的視費偏低、拆帳給頻道的版權金更低，導致內容製作端必須以追逐廣告收視率作為營運主要收入來源，導致難有穩定專業的內容製播空間，應該破除此一惡性循環。

STBA 建議—需有配套

- 4—贊成開放以機計價，但若無【鼓勵配套】，只是看得到吃不到。數位技術確實一台電視得配一個機上盒，才能運作，基於使用者付費，系統業者本應對消費者按機上盒數量收費，但，基於有線電視系統業者與異質平台競爭越趨激烈，這個措施也是看得到吃不到，重點是，系統就算因此多收錢，也不會分給頻道，頻道也難以稽核，必須設法解決。
- 所謂【鼓勵配套】(1)包括政府在內各方應該要共同努力把餅做大，好好研究怎樣的頻道組合與系統行銷服務，可以提升消費者的購買意願。
- 所謂【鼓勵配套】(2)並思考出一個機制，是促成頻道商可以因此獲得更多資源，得以製播優質而多元的節目，正向回饋消費者、育成更多本土文創人才、優化我國影視產業鏈，提升國家競爭力。

一、重大政策 法源正當性？

- **104/12/18 並未通過分組付費法條：**
- **《有線廣播電視法》第44條第1項**
- 系統經營者應於每年八月一日起一個月內向直轄市、縣（市）政府申報收視費用，由直轄市、縣（市）政府依中央主管機關所訂收費標準，核准後公告之。
- **NCC102年5月17日補充公告 應宣告失效**
- 「有線廣播電視經營地區劃分及調整以及受理申請經營有線廣播電視業務。」
- 申請人計畫提供有線廣播電視數位收視服務應推行分組付費，提供至少三種(含)以上組合式基本頻道供訂戶選擇。

二、重大政策 產業衝擊評估？

質詢意見中，立法委員請NCC多與各界溝通交流，**在確保消費者權益及兼顧產業發展上**，凝聚共識，訂定相關辦法。

※資料來源：NCC「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會簡報前言

三、分組付費5/25版本要件完備？

數位化

- 定義？（機？戶？區？都會？本島？）
- 0tt數位多平台，只管單一平台？
- 以機，以戶，以區……等等之數位化進程不一，頻道如何訂價？如何拆帳？

以機付費

- 真實數據？
- 有配套機制嗎？

頻道

- 看得到吃不到？
- 甚至更少？
- 如何提升內容資源？有配套機制嗎？

有線電視數位(機上盒)普及率?

一〇五年第一季各行政區裝設數位機上盒普及率

縣市別	數位機上盒普及率	縣市別	數位機上盒普及率
基隆市	86.75	雲林縣	78.36
臺北市	94.32	嘉義市	100.00
新北市	91.91	嘉義縣	100.00
桃園市	92.44	臺南市	100.00
新竹市	95.92	高雄市	82.49
新竹縣	96.07	屏東縣	95.96
苗栗縣	95.21	臺東縣	23.50
臺中市	95.70	宜蘭縣	98.98
南投縣	87.00	花蓮縣	31.02
彰化縣	95.28	澎湖縣	89.85
全國普及率	91.10		

資料來源：NCC網站

一、本表所稱數位普及率

係指家戶裝設第一臺機上盒的比率?

並非全戶家戶數位機上盒比率?

有線電視數位(機上盒)普及率?

系統經營業者之訂戶裝機上盒之佔比統計				
地區	每家戶裝接1臺 機上盒比例	每家戶裝接2臺 機上盒比例	每家戶裝接3 臺機上盒比例	每家戶裝接3臺以上 機上盒比例
北部	28.7%~41.4%	27.5%~40.5%	12.2%~14.4%	6.6%~31.6%
中部	38.5%~47.9%	36.4%~34%	12.9%~12%	6.1%~50.7%
南部	21.1%~37.12%	35.9%~43.9%	16%~23.2%	10.6%~14.7%

※資料來源：NCC分組付費行政計畫草案附件9

裝設2臺以上機上盒
之戶數真實數量比
例??

如何稽核?

我國有線電視基本頻道收費很便宜

國家	業者別	該國年度 GNI(USD)(A)	該國匯率 (USD)	頻道組名稱	當地價格 (B)	美金價格 (C)	頻道數量 (E)	臺幣匯率 (105.04)	臺幣匯率轉 換後	占GNI平均每月 比例(C/A/12)
新加坡	Starhub	55150	1.36	Family	26.75	19.7	68	24.05	643	0.43%
新加坡	Starhub	55150	1.36	Knowledge	26.75	19.7	49	24.05	643	0.43%
新加坡	Starhub	55150	1.36	Deluxe	26.75	19.7	67	24.05	643	0.43%
新加坡	Starhub	55150	1.36	Dynasty	26.75	19.7	57	24.05	643	0.43%
馬來西亞	Astro	10660	3.91	Family pack	42.35	10.8	42	7.9995	339	1.22%
泰國	True Visions	5410	35.23	Platinum	2155	61.2	23	0.9288	2002	13.57%
泰國	True Visions	5410	35.23	Gold	1568	44.5	12	0.9288	1456	9.87%
菲律賓	Destiny Cable	3440	46.26	Basic Plan	550	11.9	91	0.7198	396	4.15%
臺灣	有線電視	22598	32.4	基本頻道	542	16.7	100	1	540	0.89%
韓國	D'live	27090	1135.3	基本頻道	22000	19.4	67	0.0284	625	0.86%
韓國	HelloTV	27090	1135.3	Economy	20240	17.8	85	0.0284	575	0.79%
韓國	HelloTV	27090	1135.3	Basic	23375	20.6	163	0.0284	664	0.91%
韓國	HelloTV	27090	1135.3	Standard	26510	23.4	176	0.0284	753	1.03%
韓國	HelloTV	27090	1135.3	Premium	30690	27.0	200	0.0284	872	1.20%
日本	J:COM	42000	109.73	基本頻道2	6280	57.2	89	0.3003	1886	1.64%
日本	J:COM	42000	109.73	基本頻道1	5280	48.118	77	0.3003	1586	1.37%
中國大陸	北京歌華	7380	6.49	基本頻道	18	2.7735	65	4.9	88	0.45%
美國	2015年報告	55200	1	基本組	22.63	22.63	15	32.395	733	0.49%
美國	2015年報告	55200	1	進階組	64.41	64.41	40	32.395	2087	1.40%
荷蘭	ZIGGO	51210	0.89	Kabel TV	18.7	21.0	34	36.98	692	0.49%
荷蘭	ZIGGO	51210	0.89	Play Start	24.95	28.0	89	36.98	923	0.66%

各國有線電視收視服務比較

「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會

時間：中華民國 105 年 5 月 31 日(星期二)下午 2 時

地點：本會濟南路辦公室 7 樓大禮堂

<發言單>

單位：聯心視聽股份有限公司

職稱：

姓名：

連絡電話/e-mail：

意見內容：

① 請簡明扼要

② 如要分組付費是由 CATV operators 申請，那
在政府審議時作為利益關係人 interest
providers 是否應該有列席機會。另外 CATV
providers 可以讓政府瞭解時內各製作成本
可以藉此更合理的費率訂定。

③ interest providers 可以參與審議作為列席人員
應該納入配套措施中 → very important.

④ 如何回歸公平競爭機制避免行政壟斷
如業者收了空位費，是業者而非政府收單

(可接續背面填寫)

本人_____已確認以上發言內容無誤，並交請國家通訊傳播委員會
作成本次公聽會會議紀錄。會後如有任何補充意見者，歡迎於 3 日內以書面向本
會 NCC4003@ncc.gov.tw 提出。

一、在數位匯流時代，消費者除了選擇CATV，亦可以選擇透過其他載具(例如：mobile, PC, Pad)付費收看新聞、電影、電視劇、綜藝節目等，當CATV只是消費者選項之一，透過CATV分組付費提供消費者多元選擇之議題似乎已不具意義。NCC研擬數位匯流五法，便是因為瞭解消費者的多元選擇，在數位匯流時代是跨平台的內容選擇，而不是在單一平台的分組選擇。日本、韓國的CATV業者都開始提供跨螢服務(mobile + PC + TV)，這才是數位匯流時代的服務選擇趨勢，因而分組付費的舊思維是否仍需保留應該審慎思考，一個政策如果已不符合時宜就應該勇於放棄。

二、CATV是否分組與消費者的多元選擇已無法劃上等號，因為不管CATV是否分組，消費者的多元選擇在OTT時代早已存在，而CATV只是選擇之一，而且因為OTT正在式微，分組付費在數位匯流時代已無實質意義。但如果NCC認為分組付費已經提出來了就須執行，我們認為尊重市場機制，讓業者衡量營運成本、營運策略及訂戶需求，自主規劃並透過與頻道協商來決定如何分組是較為正確的方向，但為了避免市場因為非理性競爭而生的亂象，必須有下列配套機制：

1. 業者的營運計劃及財務狀況均是NCC在發給執照時的重要審查項目，如果業者以不合理促銷方案搶進市場削價競爭，長期用低於成本的分組方式搶奪客戶，破壞市場秩序，甚至涉及不公平競爭，必須有些關於合理收費的基本規範。
2. 由業者透過協商機制自行規劃基本頻道組合供訂戶選擇立意良好，但只要是協商便可能因為考量事項各有不同而產生協商不成情形，有個配套的爭議解決機制，避免影響用戶權益亦有其必要。
3. NCC雖建議取消費率上限管制，但縣市政府可能為了政績、為了討好選民而調降費率，讓費率上限管制取消形同具文。NCC應有個配套機制將各國收視費之資料提供費率審議委員會參考，讓其瞭解台灣的有線電視收費不僅是低於美國、日本、歐洲等先進國家，更低於人均收入低於台灣的菲律賓、泰國等，在費率長期低估的情形下，內容製作的價值自然亦被嚴重低估，不可能期待更多好的內容產製。

三、另外，在本次的配套法規修正中提及對於維持與既有成批收視費用相同之

業者，建請地方政府以前一年度核准之費率為基準，著實向下核准收視費用，並不適當：

1. 成批定價也是一種可供消費者選擇的模式，尤其針對許多非都會區的收視戶，他們可能更樂於此種收視模式。
2. 目前全台有線電視平均收視費為 520 元，而頻道可以收取的金額大約只有 220~240 元，亦即 100 個頻道，每戶/每月只收 2.2~2.4 元授權費，而且系統台在計算授權費是用 288 萬戶計算，亦即每頻道/每月平均分到的授權費大約 633 萬到 690 萬，每年大約 7,600~8,300 萬，但現在每部首播電影的採購費用可能達到 2,000 萬，一部自製劇的成本動輒 5000 萬(15 集偶像劇)，一部大陸劇的採購費用，以武媚娘為例，逼近一億元，當 NCC 在思考收視費時，想到的可能是大的 MSO 每年近百億元的 EBITDA，但 NCC 是否考慮到所有頻道加總起來每年 EBITDA 根本不到一百億，收視費調漲，頻道未必獲利，因為沒有公平的授權費計價機制，但費率調降最先受害的定是頻道，為了內容產業的長遠發展，NCC 必須重視這些長久以來被扭曲授權費計價機制，在要求調降費率之前，先思考台灣頻道提供的內容還不夠廉價？

2. **尊重業者自主經營權：**此外，前述收費標準規畫中，以經營區內是否存在新進業者參進市場提供不同收費及收視模式，作為是否建議向下核准收視費用乙項，更有高度的不合理性！蓋新進業者是否參進市場，乃既有業者無法預見、不可控制的客觀因素，以此作為收視費用是否向下調降的審視標準，其合理性極為可議。退步言之，缺乏新進業者提出申設之經營區，即可推論該經營區必屬低利潤，或者是地屬

偏遠、人口密集度相對較低、建設不易的高風險偏鄉區域，若該經營區原本即屬高成本的經營區域，卻強迫業者提供分組收視服務，即以更高成本的方式經營，未提供者即向下核准收視費用，無異過度干涉業者的經營權，令經營不易的業者更雪上加霜。

3. **消費者已具實質的產品選擇權：**如前本行政計畫草案中所言，本行政計畫之目的，在於透過本行政計畫之實施，提供消費者多元視訊服務的選擇。惟如前所述，數位匯流趨勢所及，收視平台選擇愈趨多元，國內影音服務市場業已形成不同平台百家爭鳴之局面，影音服務市場早已因不同平台的蓬勃發展產生實質有效、充分競爭局面，現階段消費民眾均可自行透過多元化的不同平台選擇收看多元視訊服務，已有實質替代選擇，政府實無須透過強制實施分組付費政策來限制產業的自主經營規畫。
4. **分組付費政策對頻道內容供應產業鏈之影響既深且遠，實施前應進一步審慎評估：**國內頻道供應商目前主要收入來源有七成左右係仰賴廣告收入，以及有線電視系統業者支付予頻道業者的權利金，兩者的計價基礎均取決於收視訂戶的數量。頻道分組後，由於基本頻道以外的節目必須額外付費收視，勢必導致收視觀眾大幅減少，頻道業者的收入來源，不論是廣告收入或系統業者所支付的權利金均將大幅度減少，嚴重衝擊國內頻道業者收入，不利國內內容產業的發展。
5. **建議：**建議取消本行政計畫草案中關於向下核准收視費用之相關規定，改以主動提供多元分組數位電視服務之系統業者，應建議向上核准收視費用之「誘因政策」，令國內視訊服務市場上、下游關連產業蓬勃發展。

二、應先配套修正必載規定，再推行分組付費政策

1. 有線電視系統必載無線電視頻道之規範，強制系統業者釋出一定頻道空間與固定頻位，有侵害憲法第 11 條及第 15 條所明文保障之言論自由及財產權之虞。因此，若以法律加以限制，除應有合理之公益目的為前提外，尚須注意管制手段是否適當，以及是否與目的具合理之關聯。
2. 有線廣播電視法「必載」規定，強制系統業者必載「民營商業無線頻

道」，是否屬釋字 400 號解釋所允許「因公用或其他公益目的之需要」之範圍，是否合於「目的性」即有疑義，且與伯恩公約第 9 條及世界貿易組織「與貿易有關的智慧財產權協定」第 13 條有關合理使用的規定不符，導致我國有違反國際著作權公約之虞。

3. 長期以來，系統業者依有廣法規定負有必載之義務，除公共電視台之頻道具有其公益上之目的外，系統業者就必載該等頻道已犧牲一定程度之財產上不利益，例如：因必載所付出之網路、人力、頻寬等資源。強制系統業者必載民營商業電視台，明顯涉有圖利民營無線電視事業之嫌疑，頻道分組後，強制系統業者必載商業無線電視台，將嚴重侵害系統業者之財產權。
4. 現行有線電視系統強制必載商業無線電台之規定，於分組付費政策實施後，現行必載的無線電視台均須列為基本頻道，而且均定頻於第 20 頻道前，但除公視、原民及客家電視台屬公益性質外，現有無線電視台均已是民營商業無線電視台，分組政策明顯獨厚享有國家頻譜資源的商業無線電視台，加深無線與衛星頻道間的不公平競爭，將捨棄台灣本土發展的衛星頻道自生自滅，實有失公允。
5. **建議一：**建議推行頻道分組付費政策前，應遵循國際智慧財產慣例，同時尊重市場自由競爭機制，先配套修正必載規定，以創設公平競爭的內容供應產業環境。
6. **建議二：**放寬必載相關規定，許可系統業者將現行基本頻道進行頻道分組時，無須於各分組基本頻道重複納入必載頻道，僅須將必載頻道全數納入其中一組，或者分散納入分組基本頻道即可。

三、 **建議明確說明(向下)分組付費制度的實施，將令個別頻道平均價格大幅增加**

國內有線電視由於採取成批定價的收費方式，長期以來受價格管制上限規定，以及受惠於平均分攤整體成本，個別頻道的平均價格僅約新台幣 5.4 元，遠低於其他國家有線電視頻道平均價格新台幣 27.13 元(頻道總數 100 以下套餐的平均價格)。一旦業者採行(向下)分組付費措施，個別頻道的訂價將大幅增加，此乃實施分組付費制度的現實，建議應於本辦法草案中對外界明確說明。

國家	業者別	頻道組名稱	當地價格	頻道數量	台幣轉換後	頻道平均價格
新加坡	starhub	family	26.75	68	643	9.46
新加坡	starhub	knowledge	27.75	49	643	13.12
新加坡	starhub	deluxe	28.75	67	643	9.60
新加坡	starhub	dynasty	29.75	57	643	11.28
馬來西亞	Astro	family pack	42.35	42	339	8.07
泰國	True Visions	platinum	2155	23	2002	87.04
泰國	True Visions	gold	1568	12	1456	121.33
菲律賓	Destiny cable	basic plan	550	91	936	10.29
台灣	有線電視	基本頻道	542	100	540	5.40
韓國	D'live	基本頻道	22000	67	625	9.33
韓國	Hello TV	economy	20240	85	575	6.76
韓國	Hello TV	basic plan	23375	163	664	4.07
韓國	Hello TV	standard	26510	176	753	4.28
韓國	Hello TV	premium	30690	200	872	4.36
日本	J: COM	基本頻道 2	6280	89	1886	21.19
日本	J: COM	基本頻道 1	5280	77	1586	20.60
中國	北京歌華	基本頻道	18	65	88	1.35
美國	2015 年報告	基本組	22.63	15	733	48.87
美國	2015 年報告	進階組	64.41	40	2087	52.18
荷蘭	ZIGGO	kabel TV	18.7	34	693	20.38
荷蘭	ZIGGO	play start	24.95	89	923	10.37

頻道數量 100 以下平均價格 27.13

四、 落實使用者付費原則，建議收費標準文字微予修正

隨科技之發展，切應家戶收視習慣之轉變，由一戶一螢轉變為多機多屏，基於使用者付費之公平精神，針對 鈞會解除基本頻道收視費用 600 元以上限管制，並擬放寬業者經營彈性，允許業者改採以機計費之方式計算收視費用，避免電視機台數少之較低收入戶，補貼多機多屏的家庭戶，本公司敬表高度贊同，但建議文字略微修正如下：原本以「戶」為計價單位之系統

業者，如改以機上盒為單位計價後，除第一台機上盒應以基本頻道收視費用計收外，第二台以上之數位機上盒應逐台遞減其費用。

五、 中華電信 MOD 與有線電視業已於影視平台市場中具有競爭替代性

依據學者研究指出，中華電信 MOD 與數位有線電視兩者在閱聽眾之中，屬相同性質的平台，兩者間存在高度競爭替代性。且 MOD 訂戶數已達 131 萬，遠超過有線電視系統平均訂戶數 7.8 萬，其規模遠超過各系統業者，建議修正本行政計畫草案第 8 頁第 6~7 行之文字。

請於 105 年 6 月 1 日前，以電子郵件(e-mail)方式提出中文意見書 E-mail 至 ncc4003@ncc.gov.tw，或傳真至(02)2343-3938。為便於本會彙整，意見書請註明單位、姓名、職稱及連絡電話，所提意見若有引述參考文獻者，亦請註明出處並附相關原文。

如前所述，數位匯流趨勢所及，收視平台選擇愈趨多元，國內影音服務市場業已形成不同平台百家爭鳴之局面，影音服務市場早已因不同平台的蓬勃發展產生實質有效、充分競爭局面，現階段消費民眾均可自行透過多元化的不同平台選擇收看多元視訊服務，已有實質替代選擇，政府確實無須透過強制手段鉅細靡遺細分化規範資費內容，而如〈本行政計畫草案第 11 頁〉所述，以更寬廣的競爭思維，在兼顧消費者收視權益下，以最小必要管制為原則，讓業者有較多訂價彈性。同時，導入解除費率上限管制、自主規劃分組付費模式、以機計費等措施，適度讓有線電視系統業者稍有空間迎戰產業內、外激烈之競爭，鼓勵自由創新服務，厚植內容產業之持續投資和品質提昇。對上述行政計畫相關之措施，本會敬表贊同與肯定。

三、就本計畫〈柒、 相關配套法規修正〉(頁 14-15)謹提出如下疑問，敬請釋疑

關於(一)收費標準第 2 點：「主管機關核准收視費用時，應考量各地區競爭差異化條件，增進訂戶多元選擇機會，例如：(1) 兩家以上業者競爭之經營區域...(2)非屬前項兩家以上業者提供不同服務之經營區域：如系統者經營者自行提供分組規劃供訂戶選擇者，則相對尊重業者之訂價；未能提供分組收視選擇者，建請地方政府以前一年度核准之收視費用為基準，著實向下核准收視費用。」

懇請貴會釋疑，競爭有無之判斷，是否僅以同一經營區內系統業者家數為斷（形式判斷），或仍須考量其實際之市場競爭狀況（實質判斷）？例如有否提供「不同」之分組方案或收費標準；而對於僅有一家業者之經營區，如係提供如南天模式之分組方式，是否即屬「...提供分組規劃...」而容得尊重業者之定價？

四、就本計畫〈柒、 相關配套法規修正〉謹提出如下修正建議，佐供參考

建議一：依本計畫(五) 有線電視頻道規劃與管理原則之第 2 點，系統業者於全面數位化後得以電子表單（EPG）取代原節目總表，以充分利用珍貴

而有限之頻段資源，得以進行更豐富之數位化應用，提升消費者之數位化效益，本會深表肯定。考量到全數位化之時程未定，部分用戶仍處於數位類比雙載階段，為該目的之更有效達成，爰建議刪除第 1 點，並就第 2 點略修正為：「有線電視系統家戶中提供數位化服務者，得以電子表單（EPG）取代原節目總表…」，就已提供數位化服務者得逕以 EPG 代之，以符合數位化後業者之應用需求與消費者之使用態樣，又為求法規體例之周全，爰建請主管機於《有線廣播電視法》第 43 條與《有線電視頻道規劃與管理原則》一併修訂。

建議二：《有線廣播電視法》第 2 條第 5 款對訂戶之定義為：「指與系統經營者訂定契約，使用該系統經營者提供之有線廣播電視服務者」，其訂戶之概念仍不脫傳統有線電視以戶計費之契約當事人，此一訂戶概念，在導入以機計費之個人化收視概念後，是否仍足以因應而不失收視行為之實際樣貌？爰建議參照同為個人化服務之行動通訊用戶之界定方式，並於《有線廣播電視法施行細則》併予修正。

請於 105 年 6 月 1 日前，以電子郵件(e-mail)方式提出中文意見書 E-mail 至 ncc4003@ncc.gov.tw，或傳真至(02)2343-3938。為便於本會彙整，意見書請註明單位、姓名、職稱及連絡電話，所提意見若有引述參考文獻者，亦請註明出處並附相關原文。

「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會

時間：中華民國 105 年 5 月 31 日(星期二)下午 2 時

地點：本會濟南路辦公室 7 樓大禮堂

<發言單>

單位：中天電視

職稱：法務經理

姓名：

連絡電話/e-mail：

意見內容：

Q1: 請問今天公聽會有消基會、公平會在場嗎？涉及其他部門權責職掌，共同

Q2: 未來 NCC 要把 TV 帶去哪？研商

說流五法一稿 104/12

二稿 105/12

三稿 105/14

至今尚未拍板定案，此時“反對”實施分組付費，時機尚未成熟

Q3: 產業發展兼顧有考量嗎？

凝聚共識，今天沒有共識 (可接續背面填寫)

本人_____已確認以上發言內容無誤，並交請國家通訊傳播委員會作成本次公聽會會議紀錄。會後如有任何補充意見者，歡迎於 3 日內以書面向本會 NCC4003@ncc.gov.tw 提出。

識有錄業者是否能因'分組付費'
原則而得利益或扶植? 這個
(更向上發展)

'分組付費'是否能再多次有效溝
通, 多方討論, 確保自由競爭/
公平競爭及其^{經濟}穩定繁榮。

Q4: 數位化后再推行'分組付費'
(全國)

建議暫緩施行'回歸市場機制'。

Q5: 說流五法的進度至今生死
未卜, 平台間/頻道間已分明
額区分, '分組付費'已不具實益。
現在2016/9/31 強行實施,
十分不適合/不恰當, 請
三思而行。

中天電視意見如下：

1.請問今天這麼重要的公聽會，涉及消費者權益問題，有消基會代表在場嗎？涉及產業垂直/水平交易競爭問題，有公平交易會出席在場嗎？如有涉及其他部會權責職掌，共同研商，貴會有嗎？依據通傳法規定，貴會仍是需要注意的。

2.未來 NCC 要把電視台帶去哪？目前滙流五法一稿 104/12，二稿 105/2，三稿 105/5，至今尚未拍板定案，電視台長期遭到高規管而相較低規管 ott 業者，在渾沌不明的此時此刻，我們以 content provider 角色「反對」實施分組付費，因為時機尚未成熟。content provider 一直處於弱勢情況下，頻到價格也無法自行決定的現況，是否

3.請問今天的公聽會當初法源是依據附帶決議而作，決議中提及「產業發展兼顧」，這個部分有考量嗎？必須「凝聚共識」，有嗎？今天公聽會整個下來沒有共識，有線電視業者是否能因貴會的「分組付費」原則，得利益或扶植或向上發展？這個「分組付費」原則，是否能再多次有效溝通，多方討論，以利確保自由競爭、公平競爭及其經濟安定繁榮。

4.我們建議待全國數位化後再推行「分組付費」，因為未來如果數位化後，訂閱戶數是多少其實是相當清楚，可能不會再是實際上是 570 萬戶數卻只有 288 萬戶數計算收入，content provider 一直處於弱勢情況下，頻道價格也無法自行決定的現況，涉及不公平競爭，敬請貴會協助督導。

目前此時此刻建議「暫緩施行」，如果真的要扶植產業，是否貴會就放手，回歸市場機制。

5.滙流五法的進度至今生死未卜，如果未來網際網路的平台間/頻道間已去疆界化而無明顯區分差別；現在實施「分組付費」，實質上來看早已不具實益。因此現在，2016/5/31 強行實施，十分不適合/不恰當，敬請貴會三思而後行。

「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會

時間：中華民國 105 年 5 月 31 日(星期二)下午 2 時

地點：本會濟南路辦公室 7 樓大禮堂

<發言單>

單位：凱擘股份有限公司

職稱：副董事長

姓名：

連絡電話/e-mail：

意見內容：

一、肯定 貴會在本次行政計畫中所提出解除電序上限制，
以機上盒及業者自主服務業者交易進行頻道組合。

二、二點意見。

1. 以機上盒由該兩訂戶進行「議價」，建議調整限制在型化
契約且該訂戶書面同意。

2. 雖該兩既有成批的訂戶是用相同之業者，建議地方
政府應尊重業者「創新服務及多元經營」之權利，
以代「向下移注」之規定。

(可接續背面填寫)

本人 林雅惠 已確認以上發言內容無誤，並交請國家通訊傳播委員會
作成本次公聽會會議紀錄。會後如有任何補充意見者，歡迎於 3 日內以書面向本
會 NCC4003@ncc.gov.tw 提出。

敬啟者：

現隨電郵檢送 5/31 參加貴會舉辦之「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會意見文字檔如下，敬請查收並納入本次會議紀錄中，至為感謝：

有關有線電視分組付費的議題，在多年來產官學界之間立場對立的爭論下，相關建議和方案往往淪為天空樓閣，難以聚焦，而今主管機關考量現今有線電視經營環境的改變，務實且彈性地提出這樣的行政計畫方案，包含解除有線電視基本頻道 600 元收費上限，或同意業者可以透過與消費者議約方式改以「機」計費收費等，皆是相當具有突破性的思考及若干解除管制的作為，還給業者指出訂價的彈性，協會對此樂觀其成，並期盼未來新上任的 NCC 委員能從善如流，持續延續開明的施政作為，使產業發展得以更加健全。

不過，面對如此變化甚大的方案，協會在此還是要提出以下二點建議與提醒：

首先，未來各個系統業者所提出的資費方案將會相當多元且複雜，協會期盼 NCC 應向各縣市地方政府多加宣導，未來各地方政府將經常性的召開費率審議委員會，屆時應更理性地看待不同的資費方案及頻道具有價值的事實，而不是淪為民粹思考，以殺價錢為唯一的考慮。

同時，身為有線電視主管機關的 NCC 和各縣市政府應該負擔起維護消費者權益的責任，應在方案中明確訂定，主管機關需透過網路專頁或 App 等工具來提供各項資費方案的資訊，可提供消費者方便上去閱覽及比較，使資訊更加公開透明，也使施政更有感。

台灣通訊傳播產業協進會 陳貴龍 敬啟

「有線電視分組付費辦法」行政計畫公聽會

時間：中華民國 105 年 5 月 31 日(星期二)下午 2 時

地點：本會濟南路辦公室 7 樓大禮堂

單位：澎湖有線電視

<發言單>

職稱：副總經理

姓名：

連絡電話/e-mail：

意見內容：

澎湖先天環境惡質，後天難一次善。
客戶數少，建置困難，營運微盈。
離島小離島，又美，空子，光纖網路仰建後營運。
截至 104 年底已虧損各 1100 萬元，105 年變成數
倍化後，虧損會更加鉅，預估超過各 1500 萬元。
而澎湖要負擔，東島，又美，空子三個頭端，營運
艱困度和營運費用都較各縣市要高。
懇請 NCC 委員首長，律師，律師，能另行考量
澎湖實地環境，並酌情給予虧損補助。
為感！

(可接續背面填寫)

本人 余國夏 已確認以上發言內容無誤，並交請國家通訊傳播委員會
作成本次公聽會會議紀錄。會後如有任何補充意見者，歡迎於 3 日內以書面向本
會 NCC4003@ncc.gov.tw 提出。

「有線電視分組付費辦法」行政計畫意見書

單位： 新竹縣政府

姓名：

職稱：

連絡地址：

電話：

電子郵件：

傳真：

年 月 日

意 見	理 由	備 註
目前雖已開放跨區經營，但對於新竹縣山區較多的經營區，因建置成本較高，沒有業者願意投入經營。為維護民眾消費權益，縣政府也希望能有新進業者加入競爭，讓民眾有更多選擇，希望 NCC 能從法規面給予協助。		

請於 105 年 6 月 1 日前，以電子郵件(e-mail)方式提出中文意見書 E-mail 至 ncc4003@ncc.gov.tw，或傳真至(02)2343-3938。為便於本會彙整，意見書請註明單位、姓名、職稱及連絡電話，所提意見若有引述參考文獻者，亦請註明出處並附相關原文。