NCC有線電視消費申訴監理報告－108年第1季

鑒於有線電視消費爭議案件不斷發生，國家通訊傳播委員會(以下簡稱本會)為消弭消費者與有線電視業者間之誤會或爭議，讓消費者擁有更多元、更友善的有線電視服務環境及更貼近消費者需求與服務效率的收視服務，本會本著服務民眾精神，透過專業、公平、合理的訂戶申訴機制，期望消弭消費者與有線電視業者間的溝通障礙，強化消費者對市場之信心，進而促進有線電視服務市場之發展，故與有線電視業者召開「討論有線電視業者客服處理申訴案件事宜」會議，並決定由本會每季公布有線電視業者消費爭議數量、申訴類別，並依據統計資料分析結果做為行政決策之參考，以期有效預防有線電視消費爭議之發生。

第 1 季整體申訴案件為本會臨櫃案件與陳情網對有線電視業者申訴案件，共 175 件。依申訴案件問題分類進行分析，得到結果如表 1 及圖 1 所示，以有線電視客服問題類案件數最多(40 件，占 22.9%），其次為有線電視頻道管理問題（39 件，占 22.3%）與有線電視收視費用爭議（27 件，占 15.4%）。

表 1　第 1 季有線電視申訴案件：依問題分類區分

問題分類	件數	比率
01. 有線電視插播廣告/插播式字幕問題	8	4.6%
02. 關於戶定義事	0	0.0%
03. 有線電視收視費用爭議	27	15.4%
04. 有線電視訊號中斷問題	12	6.9%
05. 陳情私接案件	0	0.0%
06. 申訴收訊品質事	9	5.1%
07. 附掛纜線等網路鋪設事宜	10	5.7%
08. 有線電視客服問題	40	22.9%
09. 有線電視購物頻道問題	1	0.6%
10. 定型化契約修正事	3	1.7%
11. 纜線未鋪設（新大樓或免查驗區）	0	0.0%
12. 低收入戶有線電視收費優惠案	0	0.0%
13. 有線電視頻道管理問題	39	22.3%
14. 有線電視壟斷問題（含分區經營問題）	2	1.1%
15. 數位化問題（含數位機上盒）	6	3.4%
16. 外資投資有線電視	0	0.0%
17. 有線廣播電視相關修法問題（含黨政軍退出媒體）	0	0.0%
18. 數位機上盒安裝與收費問題	12	6.9%
19. HD 節目源以 SD 格式播放	6	3.4%
合計	175	100.0%

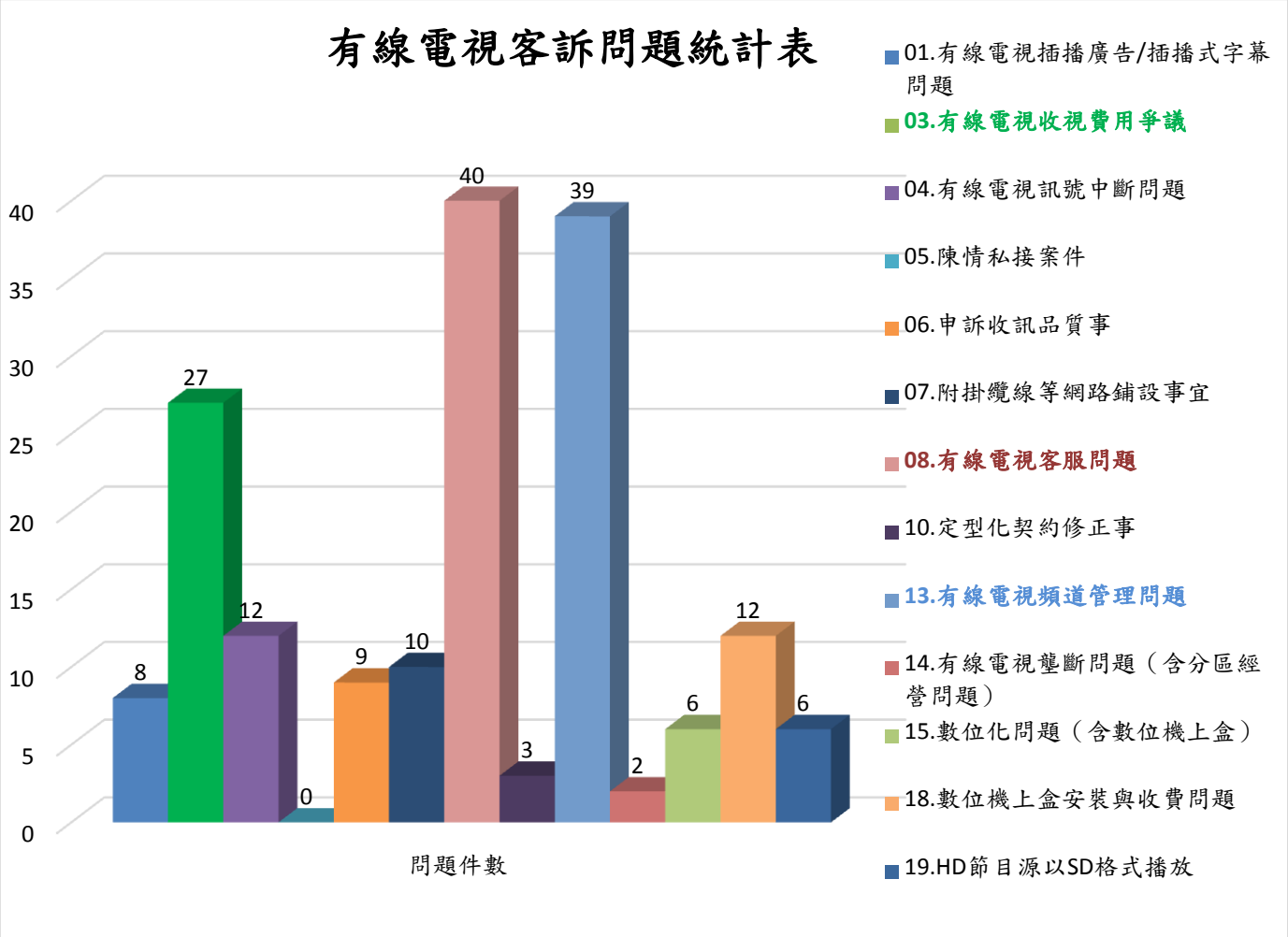

圖 1　第 1 季有線電視申訴案件：依問題分類區分

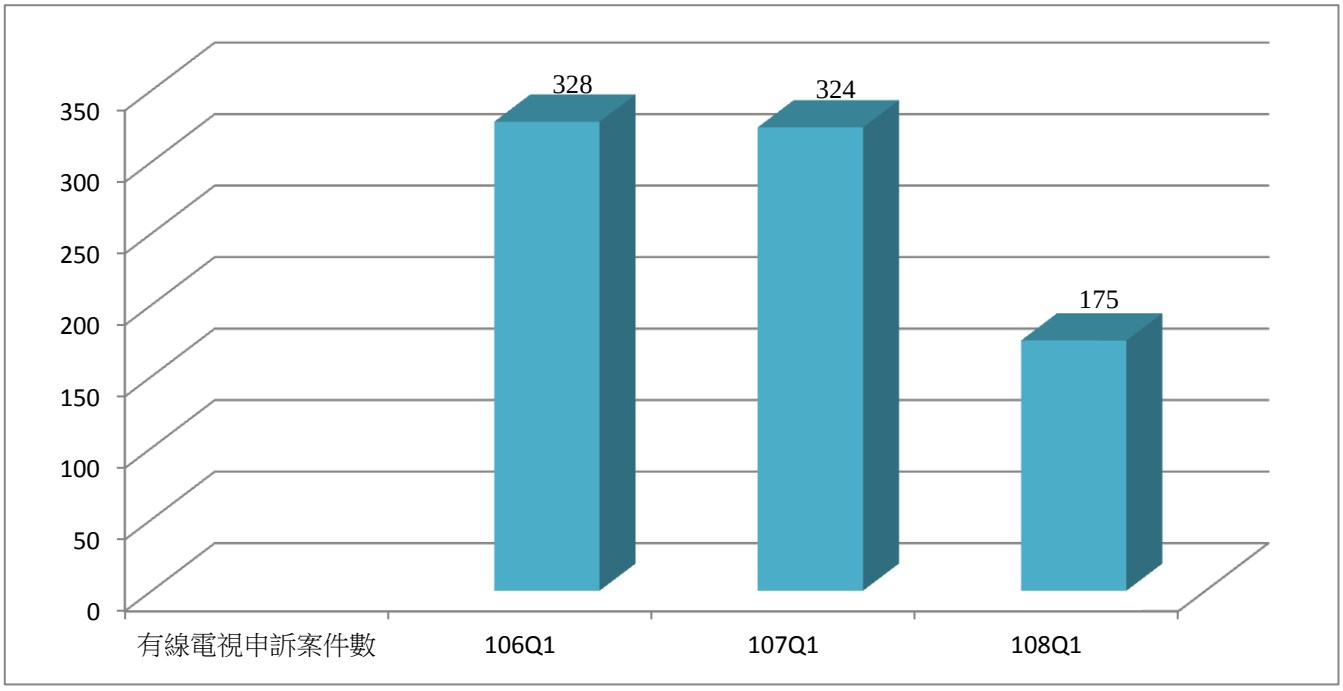

圖 2　第 1 季與 106 年第 1 季及 107 年第 1 季有線電視申訴案件數比較

依縣市訂戶數與申訴案件進行分析，得到結果如表 2 所示，申訴案件占收視戶數之比例以南投縣最高，其次為新竹市、臺北市。

表 2　第 1 季有線電視申訴案件：依縣市經營區區分

經營區	收視戶數	案件數	案件百分比	案件占收視戶數之比例
基隆市	90,273	1	0.57%	0.00111%
臺北市	571,583	59	33.71%	0.01032%
新北市	1,071,657	51	29.14%	0.00476%
桃園市	486,065	1	0.57%	0.00021%
新竹市	104,042	12	6.86%	0.01153%
新竹縣	115,507	2	1.14%	0.00173%
苗栗縣	100,862	3	1.71%	0.00297%
臺中市	570,348	1	0.57%	0.00018%
南投縣	76,546	10	5.71%	0.01306%
彰化縣	206,143	1	0.57%	0.00049%
雲林縣	106,897	2	1.14%	0.00187%
嘉義市	52,213	0	0.00%	0.00000%
嘉義縣	72,262	2	1.14%	0.00277%
臺南市	414,135	9	5.14%	0.00217%
高雄市	646,093	4	2.29%	0.00062%
屏東縣	156,921	12	6.86%	0.00765%
臺東縣	31,981	0	0.00%	0.00000%
宜蘭縣	90,108	4	2.29%	0.00444%
花蓮縣	54,071	1	0.57%	0.00185%
金門縣	7,472	0	0.00%	0.00000%
澎湖縣	16,383	0	0.00%	0.00000%
連江縣	906	0	0.00%	0.00000%
總　計	5,042,468	175	100.00%	0.00347%

https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&cate=0&keyword=&is_history=0&pages=0&sn_f=41412

(108 年第 1 季有線廣播電視訂戶數-依經營區)

目前有線電視分屬 5 家集團(MSO)及 27 家獨立系統業者經營，主要集團為凱擘股份有限公司(旗下 12 家系統台)、中嘉網路股份有限公司(旗下 11 家系統台)、台灣數位光訊科技股份有限公司(旗下 6 家系統台)、台灣寬頻通訊顧問股份有限公司(旗下 4 家系統台)、台固媒體股份有限公司(旗下 5 家系統台)，另獨立系統台有 27 家。依申訴對象 5 家集團進行分析，得到結果如表 3 所示，申訴案件數以凱擘最多（64 件，占 36.57%），其次為中嘉網路(36 件，占 20.57%)、台固媒體（16 件，占 9.14%）；依申訴案件占收視戶數之比例進行比較，以凱擘最高(0.00613%)，其次為獨立系統(含播送系統)（0.00364%）、中嘉網路（0.00343%）。

表 3　第 1 季有線電視申訴案件：依申訴對象 MSO 區分

集團別	收視戶數	案件數	案件百分比	案件占收視戶數之比例
中嘉網路	1,048,565	36	20.57%	0.00343%
台固媒體	555,512	16	9.14%	0.00288%
台灣寬頻通訊	690,695	10	5.71%	0.00145%
台灣數位光訊科技	466,003	4	2.29%	0.00086%
凱擘	1,044,806	64	36.57%	0.00613%
獨立系統(含播送系統)	1,236,887	45	25.71%	0.00364%
總　計	5,042,468	175	100.00%	0.00347%

https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=2989&cate=0&keyword=&is_history=0&pages=0&sn_f=41413

(108 年第 1 季有線廣播電視訂戶數-依集團)

【備註】5 家集團（MSO）旗下系統台，分述如下：

凱擘股份有限公司：金頻道、大安文山、陽明山、新台北、全聯、新唐城、北桃園、新竹振道、豐盟、新頻道、南天、觀昇等12家系統台。

中嘉網路股份有限公司：吉隆、長德、萬象、麗冠、新視波、家和、北健、三冠王、慶聯、港都、數位天空服務等11家系統台。

台灣數位光訊科技股份有限公司：台灣佳光、大屯、中投、佳聯、新永安、大揚等6家系統台。

台灣寬頻通訊顧問股份有限公司：南桃園、北視、信和、群健等4家系統台。

台固媒體股份有限公司：永佳樂、紅樹林、觀天下、鳳信、聯禾等5家系統台。

依個別有線電視業者進行分析，得到結果如表4所示，其中以新台北案件數最多(共11件，占6.29%)，其次為陽明山與北都數位(各10件，占5.71%)。

表 4　第 1 季有線電視申訴案件：依申訴業者區分

系統台	件數	佔比%	系統台	件數	佔比%
吉隆	1	0.57%	大屯	1	0.57%
大安文山	8	4.57%	台灣佳光電訊	1	0.57%
金頻道	6	3.43%	大台中數位	0	
長德	4	2.29%	群健	3	1.71%
陽明山	10	5.71%	豐盟	5	2.86%
新台北	11	6.29%	中投	1	0.57%
萬象	5	2.86%	三大	2	1.14%
聯維	4	2.29%	新頻道	0	
麗冠	1	0.57%	新彰數位	0	
寶福	0		北港	0	
大台北	0		佳聯	0	
北都數位	10	5.71%	大揚	0	
大新店民主	1	0.57%	國聲	2	1.14%
大豐	0		世新	9	5.14%
天外天	6	3.43%	三冠王	2	1.14%
台灣數位寬頻	2	1.14%	南天	1	0.57%
永佳樂	4	2.29%	新永安	1	0.57%
全聯	7	4.00%	雙子星	0	
紅樹林	4	2.29%	大信	0	
家和	2	1.14%	大高雄	0	
新唐城	8	4.57%	南國	3	1.71%
新視波	8	4.57%	港都	0	
觀天下	4	2.29%	鳳信	3	1.71%
數位天空服務	5	2.86%	慶聯	6	3.43%
全國數位	0		新高雄	0	
聯禾	1	0.57%	屏南	0	
北桃園	5	2.86%	觀昇	0	
北健	2	1.14%	東亞	0	
南桃園	5	2.86%	洄瀾	4	2.29%
北視	2	1.14%	東台	1	0.57%
新竹振道	3	1.71%	澎湖	0	
吉元	1	0.57%	名城事業	0	
信和	0		祥通有線播送系統	0	
			合計	175	100.00%

依申訴人性別進行分析，得到結果如圖2所示，以男性申訴人居多（103人次，占58.9%），其次為女性（57人次，占32.6%）。

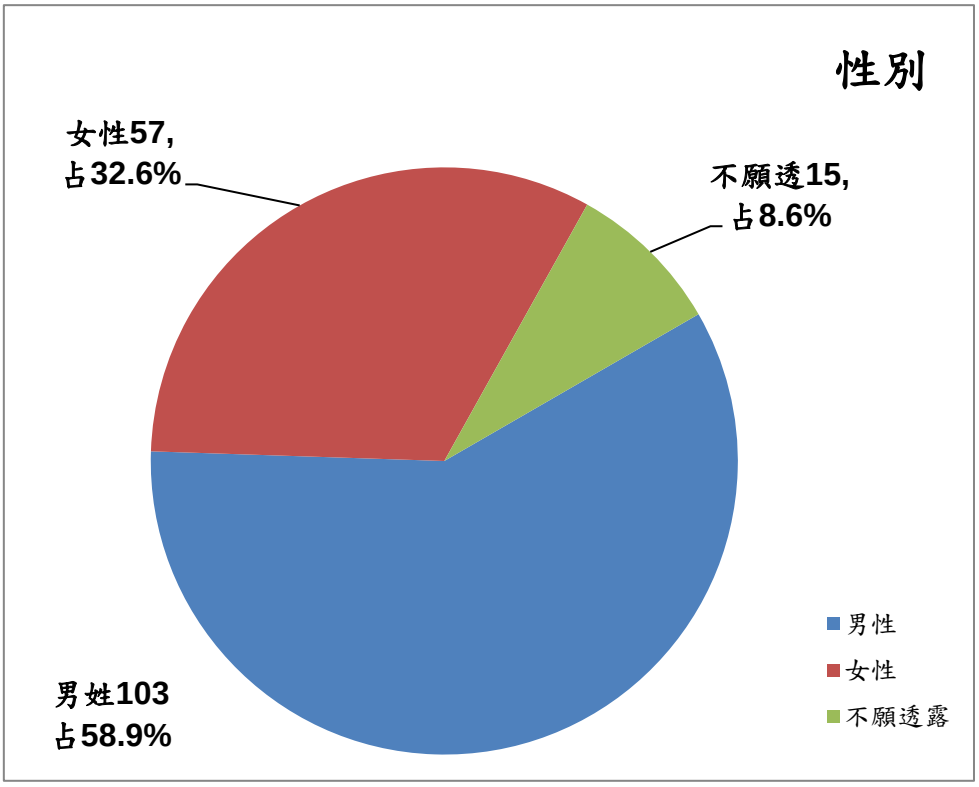

圖2　第1季有線電視申訴案件：依申訴人性別區分

依本會公告108年第1季之全國有線電視訂戶數為5,042,468戶，普及率為57.60%。為提升服務品質，減少申訴案件數量，本會將持續與有線電視業者召開「討論有線電視業者客服處理申訴案件事宜」會議，針對民眾申訴案件類型分析問題和解決對策，要求與會業者共同提出解決方式，以降低客訴案件數量，達到消費者對有線電視服務之信心，進而促進有線電視市場之永續經營，以達到友善消費者環境。