

審理「豐盟有線電視股份有限公司申請擴區經營花蓮縣有線廣播電視」案
專家學者鑑定意見

學校系所/單位名稱：東吳大學會計學系

學者/專家姓名：柯瓊鳳

有關「豐盟有線電視股份有限公司申請擴區經營花蓮縣有線廣播電視」乙案，
本人針對本案四大面向表達意見如下：

(一) 對於市場競爭之影響

(一) 市場占有率及集中程度之變化

豐盟有線電視股份有限公司（以下簡稱豐盟）經營理念主要為：1. 技術與服務本位；2. 善盡地方媒體責任；3. 提供整合性服務。花蓮縣既有業者為洄瀾和東亞，依有線電視系統一〇七年第三季全國總訂戶數統計表，二家公司在各經營區（花蓮區、玉里區）市占率(訂戶數/總戶數)分別為：洄瀾 50.92%、東亞 36.07%，而依花蓮縣區域統計，則為洄瀾 39.4%、東亞 16.2%。

有線廣播電視法第 24 條第 1 項規定：「系統經營者與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者之訂戶數，合計不得超過全國總訂戶數三分之一」，依豐盟所提供營運計畫補正資料 53 頁，豐盟及母公司凱擘（股）公司所屬 11 家系統經營者於 107 年第三季申報戶數為 1,066,005 戶，約占全國總訂戶 20.83%，並未超過全國總訂戶數三分之一。豐盟計畫市占率可年年增長，營運第 4 年即可達到 50% 預定市占率。

表 1 豐盟公司預定市占率

| 108 年度 | 109 年度 | 110 年度 | 111 年度 |
|--------|--------|--------|--------|
| 20% | 30% | 40% | 50% |

開放新業者的加入，讓收視戶在安裝有線電視方面有了不同的選擇，原則上可以達到多元化目的。在集中程度方面，由於有線電視是國人收看電視的最主要方式，學者研究指出台灣的有線電視市場屬於高度集中的產業（柯舜智、莊春發，2008），為使經營區內民眾收視選擇權，避免有線電視系統通路受到壟斷，使衛星電視頻道上架困難，因此，從**保障民眾權益、促進公平競爭**的觀點，可考慮再容許增加花蓮縣有線電視業者。

然而，從上述豐盟所屬凱擘集團占全國總訂戶 20.83%，可知凱擘集團於有線電視產業之市場結構，具有一定程度之影響力，又因同集團 11 家系統經營者在營運上具有範疇經濟，人力資源、財務、行銷等方面皆可透過集團力量，發揮頻道節目議價、交叉行銷、成本分攤之效果，宜避免市場壟斷及出現不公平競爭的經營行為。

（二）價格或服務競爭之可能性

有線電視收視費用，通常根據相關經營成本及配合政府數位化政策，投入光纖纜線建置及數位設備改善工程等因素，而訂定標準。如果前述費率訂定因子不易觀察得到，則可參考同業收視費用作為判斷。

豐盟以新進者姿態進入花蓮區有線電視市場，預估未來三年每戶每月基本頻道收費標準如表 2，相較於洄瀾現有促銷方案，定價相當，在價格上並未具有競爭力，豐盟需要說明除了藉由價格競爭策略，以廣告促銷爭取市占率之外，**廣告促銷之目標為何？**以及，階段性做法為何？基本頻道 B 組收費標準與現有洄瀾和東亞之收費訂價相近，但是洄瀾係電視和寬頻之收費，豐盟似有相對偏高，請補充說明其定價合理性。**服務競爭優勢為何？**有何策略或做法？

表2 豐盟公司有線電視收費標準

單位：新台幣/元

| 繳別/組別 | 基本頻道 A組 | 基本頻道 B組 | 基本頻道 C組 |
|-------|---------|---------|---------|
| 月繳 | \$200 | \$590 | \$689 |
| 季繳 | \$600 | \$1,740 | \$2,037 |
| 半年繳 | \$1,200 | \$3,420 | \$4,014 |
| 年繳 | \$2,400 | \$6,600 | \$7,788 |

表3 豐盟公司預估未來三年訂戶數

| 年度(預估) | 108年 | 109年 | 110年 |
|--------|-------|--------|--------|
| CATV戶數 | 6,198 | 12,424 | 18,679 |
| DTV戶數 | 2,528 | 5,552 | 9,340 |

2019 洄瀾寬頻超值優惠方案

| CM頻寬 | 寬頻原價 | 單買促銷 | 電視+寬頻促銷方案 | 電視+寬頻促銷價 |
|--|------------------|-------|-----------|----------|
| 5M/1M <small>原裝紅</small> | +499 | \$99 | 590+0 | \$590 |
| 30M/5M <small>原裝紅+happy</small> | +699 | \$299 | 590+99 | \$689 |
| 80M/20M <small>原裝紅+happy+藍芽</small> | +899 | \$499 | 590+299 | \$889 |
| 120M/30M <small>原裝紅+happy+藍芽+HDMI</small> | +999 | \$599 | 590+499 | \$1089 |
| 200M/30M <small>原裝紅+happy+藍芽+HDMI</small> | +1099 | \$799 | 590+599 | \$1189 |

圖 1 洄瀾現有促銷方案

表4 東亞有線電視公司收視費表

| 項目 | 收視費 | 裝機費 |
|---------------|-------------------------|--------|
| 新裝機 | 月繳:590 元 季繳:1740 元 | 1000 元 |
| 復線 (無辦理暫停) | 半年繳:3420 元 年繳:6600 元 | |

(三)技術升級計畫

依豐盟所提供營運計畫補正資料 76 頁，豐盟預計最快在明年第一季間陸續將

全數提供 HD 訊號之頻道提升至高畫質播出，配合 NCC108 年底前基本頻道全部以高畫質播出之政策目標。另外，豐盟將於各該頻道升頻為 HD 訊號源後一個月內將各該頻道升頻以 HD 訊號播送。豐盟公司在 107 年 7 月間播出 4K 超高畫質之中華職棒賽事轉播，讓訂戶打開電視就猶如親臨現場感受精彩球賽。

(二) 對於消費者權益之影響

(一) 服務促銷計畫

依豐盟所提供營運計畫補正資料 79 頁，「頻道多元豐富」和「較多 HD 頻道」為豐盟公司業務推廣訴求重點，因此頻道規劃會依照花蓮地區觀眾喜好規劃；此外，豐盟公司也持續和頻道商(及代理商)合作，於節目撥出時跳出互動應答抽獎活動，吸引訂戶收視。

促銷活動以「有感行銷」為主軸，豐盟公司預計推出下列活動，如「早鳥優惠」，提供給開台前預約申裝的訂戶限定優惠方案。也提供「寬頻體驗方案」，讓花蓮訂戶體驗本公司提供的快速、穩定的光纖上網服務。由上可知，作為未來花蓮地區新進業者之豐盟公司，可能採用低價競爭、超值服務等方案吸引收視戶轉換，對於新方案項目內容、期限等，宜注意下列事項，如廣告內容與實際不符、金錢糾紛、服務品質不好、合約糾紛等，避免產生消費糾紛。建議豐盟公司提早擬定**消費糾紛的因應方法**，以保障消費者權益。

有關服務滿意度，包括節目內容與品質、收訊品質、維修服務、客戶服務等等，豐盟在豐原區經營有年，對於有線電視系統收視戶的收視情形及滿意度，應有相當的瞭解與經驗，可惜在營運計畫中說明不多，故請補充說明有關服務滿意度調查之規畫，以及未來自製節目數量、時程、性質、類型、目標之規畫。

(三) 服務資訊規畫

1. 請針對新增擴區經營-花蓮地區之人力分配情形加以說明。

依豐盟所提供營運計畫資料，未來 10 年營運中，全公司全職員工雇用規模介於 130~140 人，工程人員數介於 51~55 人(請參考表 4)。組織人力增加並不顯著，似乎並未因新增花蓮地區服務地點而提高需求，但是若從豐原往北繞過北台灣到花蓮，二地距離在 300 公里以上，豐原區與花蓮區之間，不易單日往返執行相關業務，如何在不太增加全職員工之下，能夠完成長距離之服務？若有「有線電視故障」、客服人員接聽速度不甚滿意、客服電話有時很難撥通、客服人員處理問題能力，或是「有線電視斷訊」、「畫面不清楚/雜訊干擾」、「機上盒故障問題」(16.7%)等，而需要維修人員到府維修時，過長的等待勢必影響民眾對現場維修人員的維修能力之滿意程度。

表 4 豐盟公司預估未來人力資源

| 年度 | 108 | 109 | 110 | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | 116 | 117 |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 全職員工人數 | 130 | 134 | 138 | 140 | 139 | 139 | 139 | 139 | 139 | 138 |
| 工程人員數 | 51 | 53 | 54 | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 55 | 54 |

另外，依豐盟所提供營運計畫資料十三章 P. 119，員工訓練課程設計不明確，第一年教育訓練支出\$1,473,200 元，平均每人 11,332 元，每月 944 元，投入偏低。另外，第 2 年教育訓練支出\$1,553,650;第 3 年為\$1,636,625。依豐盟所提供營運計畫補正資料第 61 頁，豐盟公司除定期實施內部教育外，並不定期委外外聘師資進行專業受訓，積極進行各項專業教育訓練，尤以雙向網路維修、調測及無線上網各項技術為主，使現有之工程人員除本業有線電視技術外，更進一步學習寬頻技術及朝向電信服務技術領域目標學習，積極培養專業技術及優良員工是推動產業。所

述內容偏於原則性說明，而且課程規劃(62-65 頁)只列出課程名稱，缺乏具體師資、學員、時數、考核等資訊。

2. 請針對花蓮地區之資本支出投入情形、技術配置情形和財務配置加以說明

豐盟公司在頭端機房規劃中，花蓮機房使用兩台獨立之 Switch 與台灣固網電路對接，後端使用兩台獨立之 IP QAM 將 IP 轉換成 RF 訊號，提供給 HFC 網路使用，Switch 除了傳輸訊號外還有擔負主備援訊號切換之工作。由於 Switch 及 IP QAM 都採用 1+1 備援設計，可保證系統之穩定度。有關短、中、長程之工程建設規劃，初期工程建設包括：於第一期施工涵蓋行政區域，以自建頭端機房為中心，建置光纖纜線(Fiber Optic)網路網，以環狀雙路由涵蓋花蓮市 18 里；以及光纖網路初步規劃建置長度約 111,327 公尺。；另外，同軸電纜網路，初步規劃建置長度約 412,444 公尺。中期工程建設包括：以環狀雙路由涵蓋花蓮市 27 里，另以光纖幹線延伸涵蓋吉安鄉全區環路；光纖網路自頭端引出，初步規劃建置長度約 146,000 公尺。同軸電纜網路，初步規劃建置長度約 541,000 公尺。長期工程建設包括：以光纖幹線延伸涵蓋花蓮縣 11 鄉全區環路；光纖網路規劃以三環狀幹線建置，北環(新城鄉、秀林鄉、壽豐鄉)、中環(鳳林鄉、光復鄉、豐濱鄉、萬榮鄉)、南環(瑞穗鄉、玉里鄉、卓溪鄉、富里鄉)，初步規劃建置長度約 2,198,800 公尺。同軸電纜網路，初步規劃建置長度約 8,115,000 公尺。

依豐盟所提供營運計畫補正資料 88 頁，豐盟公司預計於花蓮縣經營區 107 年至 117 年間投入之各項資本支出合計數為 476,040 仟元，但是，預計 108 年至 117 年間營業收入為 11,233,059 仟元(參照表 5 豐盟公司預估未來 10 年損益表)，回報率高達 23 倍。對於資本支出投入情形加和技術配置情形，缺乏具體數據明確說明，

建議補充。同樣地，資本支出中除了頭端機房設備之外，其他相關設備如：傳輸網路元件、網路支援設備之投資購買計畫為何？購置設備之資金來源為何？其財務配置情形亦需加以說明。

3. 請針對新增擴區經營-花蓮地區之營運策略加以說明。

依豐盟所提供營運計畫補正資料 83 頁，標題為財務結構，而文字內容卻是為提升品牌知名度和市占率，預計從宣傳面和促銷活動兩方面推廣之說明。文題內容不相配合。除了舉行全國性的記者會，正式宣布進駐花蓮地區，同時結合線上和線下的宣傳廣告，積極曝光該公司品牌和促銷活動。對於中長期營運策略之說明較為不足。線上宣傳如：網、本公司粉絲專頁、Line@好友帳號等；線下宣傳如：過地方報紙廣告、夾報廣告、宣傳車、戶外看板、電台海報、電台廣告、實體活動、掃街拜訪等線下宣傳廣告。與一般做法相似，較無新意。

有線電視生態主要包含：節目供應者、頻道供應商、頻道代理商、系統業者。有線電視市場版圖由五大 MSO(Multiple System Operator)：中嘉、凱擘、台固媒體、台灣寬頻、台灣數位光訊，與獨立系統業者分據局面，截至 107 年第二季，全台灣計有 51 個經營區共有 65 家有線廣播電視業者。圖 2 為有線電視產業上、中、下游結構。

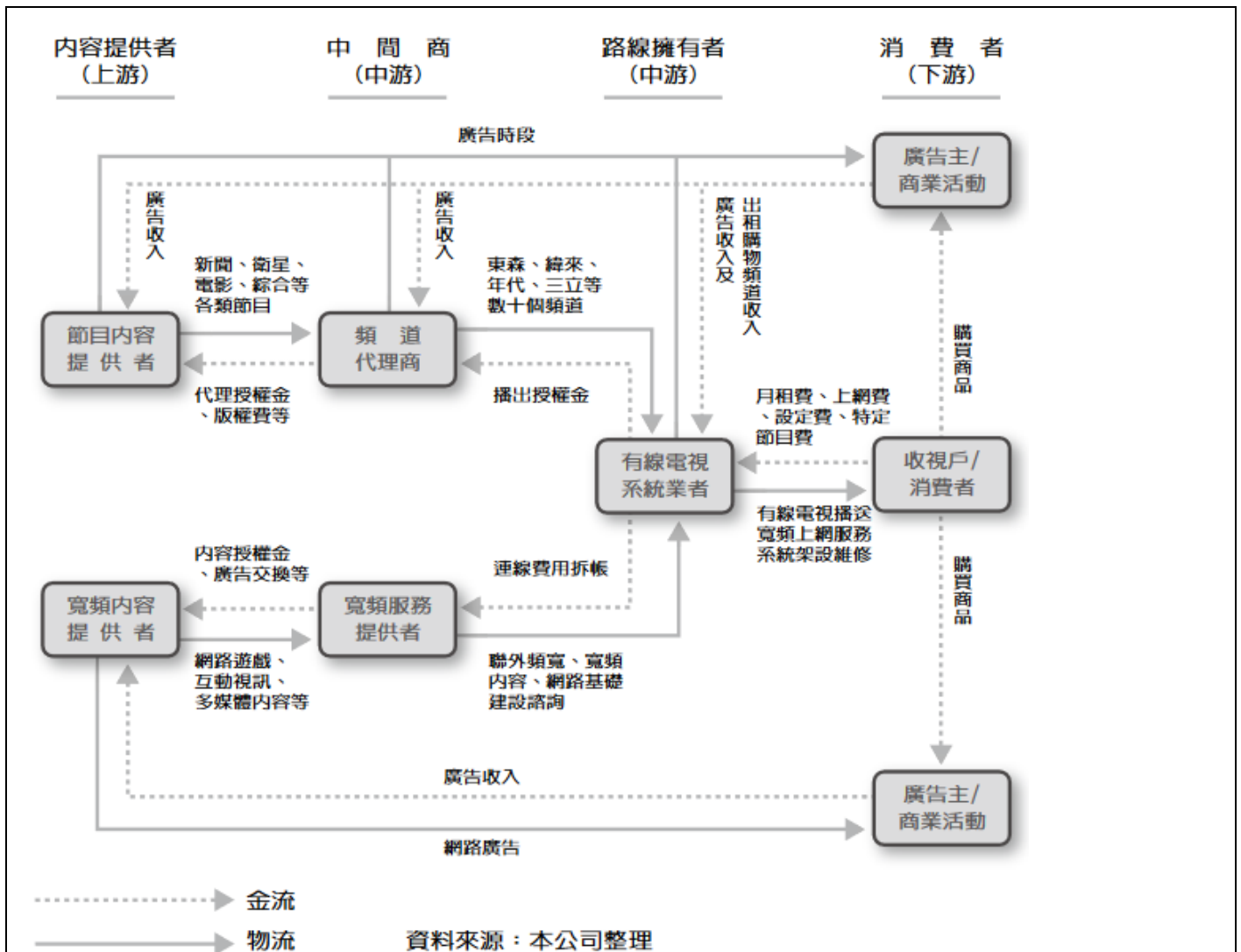


圖2 有線電視產業上、中、下游之關聯性

就有線電視系統業者而言，隨著政府開放跨區經營政策，新進業者陸續於 104 年開播營運以來，各家業者為搶奪市占率，部份地區出現收視費削價競爭之情形，然而，當業者淪為低價競逐市場之時，對於節目製播、生活文化發展、知識教育傳遞等品質、社會責任之要求卻遭到輕忽，絕非國民之幸。

(四) 營運和財務結構方面

依上述有線電視市場版圖來看，五大 MSO 因有集團優勢，在無形資產、有形資產、服務、背書保證方面，容易取得相對資源。頻道代理業務為我國有線電視產業

中特有的制度，由於頻道代理商本身即為 MSO，或為其關係企業，或多與 MSO 間具有產業上下游垂直整合關係，並以頻道聯買、聯賣的成批定價方式進行頻道銷售業務，實際上已形成由少數頻道代理商掌握重要頻道或頻道家族上架與否的決定權，長久以來形成強固的市場既得利益結構。

依豐盟公司所提供營運計畫資料，未來 10 年(含 108 年基期年)營收、營業淨利皆有小幅成長，其中，營業淨利率穩定維持 30%以上、淨利率維持 20%以上，即使在第 6 年(114 年)之前須分攤集團財務支出-利息費用，淨利率仍達 20%以上，顯示營運結果樂觀、獲利可期。以集團形式結集而成的有線電視的上游(頻道內容)、中游(頻道代理)及下游(有線電視的多系統經營者，MSO)，在垂直整合之下，集團利益可以確保，而且融資操作成本相對較低、取得融資條件相對寬鬆。豐盟應補充進入花蓮地區經營時，如何先瞭解當地民眾想要看什麼頻道、需要什麼服務，而不是因有線系統商與頻道商是同一集團，就讓自己集團的頻道先上架為考量。

表 5 豐盟公司預估未來 10 年損益表

| | 108 年 | 109 年 | 110 年 | 111 年 | 112 年 | 113 年 | 114 年 | 115 年 | 116 年 | 117 年 |
|-------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 營業收入 | 980,717 | 1,033,210 | 1,085,019 | 1,134,137 | 1,174,702 | 1,186,953 | 1,174,026 | 1,165,507 | 1,153,543 | 1,145,245 |
| 成本及費用 | 682,695 | 722,593 | 763,384 | 765,244 | 770,998 | 757,278 | 756,063 | 756,874 | 761,383 | 761,821 |
| 營業淨利率 | 30.39% | 30.06% | 29.64% | 32.53% | 34.37% | 36.20% | 35.60% | 35.06% | 34.00% | 33.48% |
| 營業外收入 | 98 | 108 | 93 | 96 | 75 | 59 | 72 | 69 | 65 | 63 |
| 營業外支出 | 45,471 | 39,239 | 33,637 | 28,486 | 20,125 | 10,500 | 2,625 | | | |
| 稅前淨利 | 252,649 | 271,486 | 288,091 | 340,503 | 383,654 | 419,234 | 415,410 | 408,702 | 392,225 | 383,487 |
| 稅前淨利率 | 25.76% | 26.28% | 26.55% | 30.02% | 32.66% | 35.32% | 35.38% | 35.07% | 34.00% | 33.49% |
| 稅後淨利 | 202,120 | 217,188 | 230,473 | 272,401 | 306,924 | 335,388 | 332,329 | 326,961 | 313,782 | 306,789 |
| 淨利率 | 20.61% | 21.02% | 21.24% | 24.02% | 26.13% | 28.26% | 28.31% | 28.05% | 27.20% | 26.79% |
| EPS | 0.72 | 0.77 | 0.82 | 0.97 | 1.09 | 1.19 | 1.18 | 1.16 | 1.11 | 1.09 |

如上所述，豐盟公司對於資本支出投入情形加和技術配置情形，缺乏具體數據明確說明，但是在預估損益表中，108 年至 114 年之營業外支出比率偏高，請說明

取得融資原因為何？取得融資資金之後用途為何？另外，在資產負債表中，因反向合併而認列之商譽占比大於 80%，對財務穩健性影響很大，請說明其相關交易及資產價值評估之合理性。

此外，通貨膨脹最為直接的結果是物價上漲。豐盟公司對於通膨率假設為 2%，相對實務而言係為偏高。根據行政院主計總處統計資料(資料取自 <https://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=35375&CtNode=487&mp=4>)，消費者物價指數 (consumer price index, CPI) 對上年同月漲跌率最近 3 年(105-107 年)平均為 1.12%，明顯低於 2%。另外，關係人借款利率為 3.5%、銀行借款利率為 2.5%，請說明為何關係人借款利率相對銀行借款利率偏高之理由，對利害關係人之影響為何？

(五) 內部控制、服務品質規範

主管機關對於匯流時代傳播政策中，為達到內容多元以及優質本國內容提供，主張透過自製比率、新播率及主要時段等規範，以鼓勵平台及頻道事業合作，傳播環境整備上，也必須納入活用新興科技的傳播平台，以保障我國文化傳播權及健全產業發展。如上所述，豐盟公司預計營業利潤很高，但系統台利潤有可能轉移到頻道內容？有可能透過媒體多元，兼顧多元文化發展，促進社會中各社群成員的相互理解及對話機會？

依豐盟公司所提供營運計畫資料，有關花蓮地方頻道、自製節目之規畫，過於簡略，請補充有關質化(例如：語言/類型/屬性/對象/領域)和量化(例如：本數/時長/週次頻率/製作單位自製或委外)之具體資訊。另外，依豐盟公司所提供營運計畫資料，第三章 P.17-1 內部控制只以 1 項說明，內容過於粗略，不足以說明相關

內控管理運作情形，需補充完整資料，包括節目品質、資訊、研發、人員培訓等。例如：為維護收視戶權益，如何執行對廣告插播情形進行監控，以避免廣告有超秒違規現象；又如有發生斷訊則公司如何派員維修完成作業；以及相關人力資源培訓、工程作業 SOP。

(六) 對於其他公共利益之影響

過去有線電視因分區獨佔而有費率管制，自 MOD 經營以及重劃經營區和開放新業者進入後，其費率上限管制的正當性受到挑戰。換句話說，過去因為市場競爭、財務成本及自然淘汰之因素，有線電視在各經營區之分布，51 個經營區共有 65 家有線廣播電視業者，大多為一區一家業者，各經營區之競爭並非激烈。由於頻道代理業務為我國有線電視產業中特有的制度，由於頻道代理商本身即為 MSO，或為其關係企業，或多與 MSO 間具有產業上下游垂直整合關係，並以頻道聯買、聯賣的成批定價方式進行頻道銷售業務，實際上已形成由少數頻道代理商掌握重要頻道或頻道家族上架與否的決定權，長久以來形成強固的市場既得利益結構(參照監委仇桂美、李月德與方萬富 2015 年調查報告，監委：有線電視被壟斷幾個人分配 300 億，2015-06-10)。雖說新增 MOD 經營以及重劃經營區和開放新業者進入，市場分布些許變化，仍未明顯改變頻道代理產業結構。

依據有線電視系統全國總訂戶數統計資料，一〇七年第三季數位服務訂戶數普及率達 99.91%，豐盟公司在豐原區數位服務訂戶數普及率已達 100%，預期未來在花蓮區的普及率在短期內即可達 100%。其次，有線電視為國人最主要的收視來源，占 60%以上，同時，一〇七年第一季五大 MSO 共有 43 家，總占有率超過 70%，具相

當市場影響力。近年的 MOD 下架事件、斷訊糾紛，更加突顯 MSO 集團利益高於收視戶權益之現象。

數位匯流趨勢下，豐盟公司應強調視聽媒體平台如何在利基市場、服務品質、使用技術、服務特性方面的貢獻，依豐盟所提供營運計畫資料第十二章 P.19-29，社會服務、公益服務說明，過於粗略，需補充具體資料。另外，有關公益服務說明，過於粗略，需補充具體資料。除了獎學金、提供實習、活動贊助之外，二大族群具體支援做法？

另外，豐盟公司於節目規劃將分別以自製節目、地方新聞、專題報導為主要製播方向，初期規劃七項性質不同節目，讓原民歌謠工藝、豐年節與展演活動等典藏影音透過地方頻道得以被看見，得以被發聲。然而，有關人力資源之培訓，偏重工程技術人才培訓，自製節目相關製播人才應有更具體明確之培訓內容和規畫。