

南 華 大 學

傳播學系碩士班

碩士論文

我國有線電視數位化過程中獨立系統業者
的衝擊與因應

**The Impact and Response of Digitization by
Taiwan's Independent Cable TV System Operators**

研 究 生：蔡佳諭

指 導 教 授：陳彥龍 博士

中 華 民 國 105 年 01 月

南 華 大 學
傳播學系碩士班
碩 士 學 位 論 文

我國有線電視數位化過程中獨立系統業者
的衝擊與因應

The Impact and Response of Digitization by
Taiwan's Independent Cable TV System Operators.

研究生：(蔡佳諭)

經考試合格特此證明

口試委員：陳明鎮
李鴻濱
陳彥龍

指導教授：陳彥龍

系主任(所長)：廖裕亮

口試日期：中華民國 104年 12月 18日

中文摘要

數位匯流時代的到來，有線電視業者面臨諸多衝擊。除了面對同業競爭外，還要面對 IPTV、OTT 業者的衝擊，該如何因應為業者的重大課題。面臨政府有線電視全面數位化的政策，獨立系統台卻能獨占鰲頭率先完成任務，值得深入探究。

本研究欲瞭解我國有線電視數位化過程中獨立系統業者的衝擊與因應，故以獨立系統業者為研究對象。在推動有線電視數位化過程中，獨立系統業者面臨許多衝擊挑戰，又因自身情況不同，有著獨特的困境。為此，研究者透過資料整理，將獨立系統業者的困境進行歸納，使政府更加瞭解獨立系統台的衝擊。

本研究透過文獻資料、次級資料以及訪談資料的歸納與整理，探索我國有線電視數位化過程中獨立系統業者的衝擊與因應，期望對我國獨立系統業者有更深刻的瞭解。

研究者分析我國13家獨立系統業者的資料，發現各家獨立系統業者皆有其獨特發展困境。並將所取得資料取分為花東、離島地區獨立系統業者與非花東、離島地區業者來進行歸納，整理出其衝擊與因應面。

研究結果發現獨立系統業者在有線電視數位化的過程中，在衝擊面皆有新興媒體競爭、頻道分組付費等問題；其在因應方面，皆以經營在地服務為主要因應策略。NCC在推動有線電視數位化過程中，不僅是輔導者更是推動者，除了鼓勵外，更利用降費率的手段，來促進有線電視數位化比率的提升。

花東、離島地區的獨立系統業者面臨有線電視數位化的過程中其衝擊面皆有經濟規模小、人口數不多等問題，其以做好在地連結為其主要因應策略；另外非花東、離島地區的獨立系統業者中，新永安與世有線電視，分別為第一名及二完成全數位化目標的業者，在衝擊面向皆有跨區經營、頻道分組付費等問題，其以經營好有線電視平台以及發展異業合作為其主要因應策略。各家獨立系統業者皆有其獨特的困境，因此期望政府能視情況給業者適當協助、並定期舉辦論壇與座談會增加產、官、學界交流意見以促進有線電視產業的發展。

【關鍵字】：匯流、有線電視數位化、獨立系統業者

Abstract

With the advent of digital convergence, the cable TV industry is facing a number of challenges and impacts. In addition to the competitors in the same industry, other competitors such as IPTV and OTT service providers are also posing great threat to them. How to tackle the challenges they face is a major issue. With the policy implementation of comprehensive cable TV digitalization promoted by the Taiwanese government, independent system operators were able to take the lead to complete the task instead, which indicates further research into this area.

This study aims to explore the impact of the development of Taiwan's Cable TV digitalization on independent system operators and their reactions. In this study, independent cable system operators are our main target group. In the process of promoting cable TV digitalization, many of them, when faced with challenges and difficulties, may get caught up in a dilemma, depending upon their unique circumstances. Therefore, the dilemma that the independent cable system operators face is categorized through data collection by researchers, hoping the government to gain a deeper understanding of the impact on them.

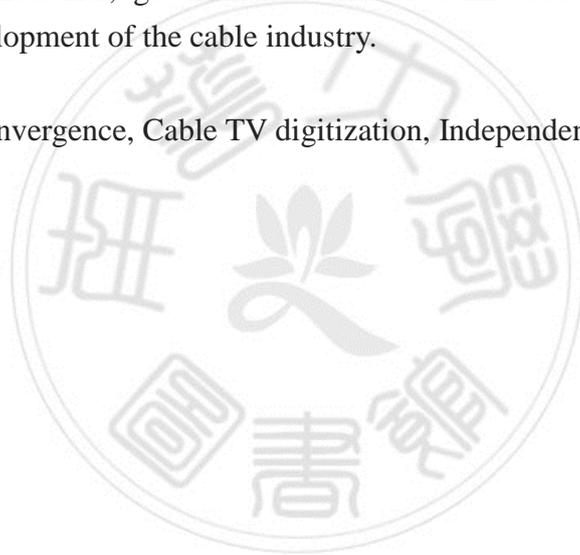
In this study's literature review, secondary data and interview data are categorized and summarized regarding the research topic with the expectation to arrive at a deeper understanding of independent cable system operators.

This study analyzes 13 independent cable system operators and found that each has their unique dilemma in development. The collected information is divided into two groups: (1) areas consisting of Hualien, Taitung, and the outlying islands of Taiwan; and (2) the areas apart from Hualien and Taitung, and outlying islands, in order to present a picture of the impact and reaction of the respective groups.

The results found that the impact they face in the process of developing cable TV digitization may bring forth several problems such as the participation competition of new media, channel packaging and pricing, and so on. In response to these issues, the provision of local service is served as the main strategy. Taiwan's NCC (National Communication Commission), besides being a counselor, also works as a promoter in the promotion of cable TV digitization process. In addition to encouragement, lower pricing as a means is also offered to increase the number of digital cable installation.

The impact on the independent cable system operators from the Hualien, Taitung and the outlying islands in the face of the process of cable TV digitization includes several issues in common, such as small economic scale, small viewer population, and the like, to which the establishment of the link with the local services serves as the main strategy to tackle the problem. On the other hand, among the non-Hualien/Taitung/outlying island areas, operators such as HYA Cable TV and World Cable TV are respectively the first and second system operators to achieve the goal of total digitization. With the impacts such as cross-area operation, channel packaging and pricing and the like, among them are the platform management of cable TV and the development of cross-industry cooperation as the main strategies to deal with the problems. Each independent cable system operators has their unique difficulties. Therefore, it is desirable that the Taiwanese government will provide them appropriate assistance, regularly organize forums and seminars to facilitate more information exchange among industrial, governmental and academic sectors with the aim of promoting the development of the cable industry.

【Keywords】 : Convergence, Cable TV digitization, Independent System Operators



目錄

| | |
|----------------------------------|----|
| 第一章 緒論..... | 1 |
| 第一節 研究背景與研究目的..... | 1 |
| 壹、研究背景：數位匯流下有線電視的衝擊..... | 1 |
| 第二節 研究動機..... | 9 |
| 壹、政府推動 2014 底有線電視全面數位化..... | 9 |
| 貳、獨立業者佔有線業者市場 1/4，數位化進度落差大 | 14 |
| 第三節 研究目的..... | 28 |
| 第四節 研究問題..... | 29 |
| 第五節 章節安排..... | 29 |
| 第二章 文獻探討..... | 31 |
| 第一節 數位匯流下的通訊傳播產業..... | 31 |
| 壹、數位匯流的意涵..... | 31 |
| 貳、通訊傳播產業層級模式..... | 33 |
| 第二節 我國數位電視之發展..... | 35 |
| 壹、數位電視革命..... | 35 |
| 貳、我國無線電視數位化之發展..... | 40 |
| 參、我國有線電視數位化之發展..... | 44 |
| 第三節 我國新興視訊平台之發展..... | 55 |
| 第三章 研究方法..... | 59 |
| 第一節 研究方法與資料蒐集..... | 59 |
| 壹、文獻分析法..... | 60 |
| 貳、深度訪談法..... | 60 |
| 參、次級資料分析法..... | 65 |
| 第二節 研究步驟與期程..... | 66 |
| 壹、研究前期..... | 66 |
| 貳、研究執行階段..... | 67 |
| 參、研究彙整階段..... | 67 |
| 第三節 研究範圍、研究限制..... | 69 |
| 壹、研究範圍..... | 69 |
| 貳、研究限制..... | 70 |
| 第四章 我國獨立系統業者的數位化發展..... | 71 |
| 壹、獨立系統業者在數位化發展中的特殊困境..... | 71 |
| 貳、花東、離島地區的獨立系統台..... | 72 |
| 參、非花東、離島地區的獨立系統台..... | 75 |
| 第五章 調查資料分析..... | 81 |
| 第一節 NCC 在有線電視數位化推動扮演的角色 | 81 |

| | |
|---|-----|
| 第二節 獨立系統業者對 NCC 推動有線電視數位化政策的期待 | 88 |
| 第三節 花東、離島地區的獨立系統業者，其數位化發展的衝擊與因應.... | 94 |
| 第四節 非花東、離島且提早完成數位化的獨立系統業者，其數位化發展的 衝擊與因應..... | 103 |
| 第六章 結論與建議..... | 109 |
| 第一節 研究結論..... | 109 |
| 第二節 研究建議..... | 115 |
| 第三節 研究預期貢獻..... | 117 |
| 參考書目..... | 118 |
| 附錄..... | 133 |
| 附錄一：寶福有線電視業者訪談逐字稿..... | 133 |
| 附錄二：澎湖有線電視業者訪談逐字稿..... | 149 |
| 附錄三：有線電視數位化大事記..... | 163 |



表目錄

| | |
|--|-----|
| 表 1-1：2010~2015 有線電視數位化比率..... | 11 |
| 表 1-2：花東、離島地區有線電視數位化普及率（2012-2015Q3）..... | 12 |
| 表 1-3：各有線電視（播送）系統訂戶數統計（2015 年 9 月）..... | 15 |
| 表 1-4：各家獨立系統業者經營區與數位化進度比較表（2015 年第 3 季）..... | 18 |
| 表 1-5：我國各獨立系統台經營區涵蓋範圍..... | 21 |
| 表 2-1：數位電視與類比電視之比較..... | 38 |
| 表 2-2：NCC 有線電視數位化發產策略方案與實驗區計畫對照表..... | 50 |
| 表 2-3：有線電視數位化亮點區申請之縣市及業者名單..... | 52 |
| 表 2-4：我國有線電視與 IPTV 用戶數比較..... | 58 |
| 表 3-1：訪談類別比較表..... | 62 |
| 表 3-2：訪談大綱..... | 64 |
| 表 3-3：研究對象之資料蒐集方式..... | 69 |
| 表 4-1：花東、離島地區獨立系統業者數位發展困境..... | 75 |
| 表 4-2：非花東、離島地區獨立系統業者數位發展困境..... | 80 |
| 表 5-1：2006-2015 年 NCC 有線電視數位化政策進展表..... | 83 |
| 表 5-2：業者對 NCC 推動有線電視數位化政策的期待整理表..... | 93 |
| 表 5-3：花東、離島之獨立系統業者，其數位化發展的衝擊與因應整理表..... | 102 |
| 表 5-4：獨立系統業者新永安與世新面對數位化發展的衝擊與因應..... | 108 |
| 表 6-1：頻道代理公司與其代理頻道..... | 114 |

圖目錄

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 圖 1-1：電信、資訊、傳播區隔期（研究者自繪） | 2 |
| 圖 1-2：電信、資訊、傳播低度匯流期（研究者自繪） | 3 |
| 圖 1-3：電腦、電信、傳播匯流期。（研究者自繪） | 4 |
| 圖 1-4：數位匯流後有線電視競爭對手（研究者自繪） | 5 |
| 圖 1-5：有線廣播電視訂戶數的比例分配（研究者自繪） | 17 |
| 圖 1-6：獨立系統分布（研究者自繪） | 20 |
| 圖 2-1：廣電三法與電信匯流後之理想層級模式 | 34 |
| 圖 2-2：數位訊號對產業結構的影響 | 39 |
| 圖 2-3：類比無線電視工作原理 | 41 |
| 圖 2-4：數位無線電視工作原理 | 42 |
| 圖 2-5：有線電視的基本構成 | 45 |
| 圖 2-6：有線電視數位化亮點區示意圖 | 53 |
| 圖 2-7：2010-2015 年有線電視數位化普及率 | 54 |
| 圖 3-1：研究步驟 | 68 |
| 圖 5-1：NCC 有線電視收費調整規畫 | 88 |
| 圖 6-1：NCC 所提出的 106 年分組付費的規劃「草案」 | 111 |

第一章 緒論

第一節 研究背景與研究目的

壹、 研究背景：數位匯流下有線電視的衝擊

匯流（Convergence）一詞源自 17 世紀初科學家 Johannes Kepler 之光學研究，原指兩種力量或事物在一點聚集之現象。而數位匯流(Digital Convergence)一詞最早可以追溯到 1978 年，由 Nicholas Negroponte 也就是麻省理工學院媒體實驗室（MIT Media Lab）創始人所提出的概念，其認為資訊數位化技術的發展將使電腦、出版與廣播、製片等媒體產業的差距日益縮小，各產業之範疇也將很快地聚集重疊有如同一產業。而經過十幾年後，歐盟執委會也在 1997 年公布的「電信、媒體及資訊科技部門匯流發展及管制意涵綠皮書」提出數位匯流的定義，其定義為：「不同的網路平台，提供性質相同服務之能力，或是消費者的設備，如電話、電視及個人電腦逐漸整合的過程」（李治安，2006）。

早年的電信、資訊以及傳播服務，處於區隔期，產業彼此區隔且有所專精。電信方面就是單純負責語音(Audio)部分；資訊方面就是數據(Data)傳輸部分；而傳播方面的特長就是影像(Video)方面。如下圖 1-3 所示，電信、電腦、傳播三部分皆分開運行。

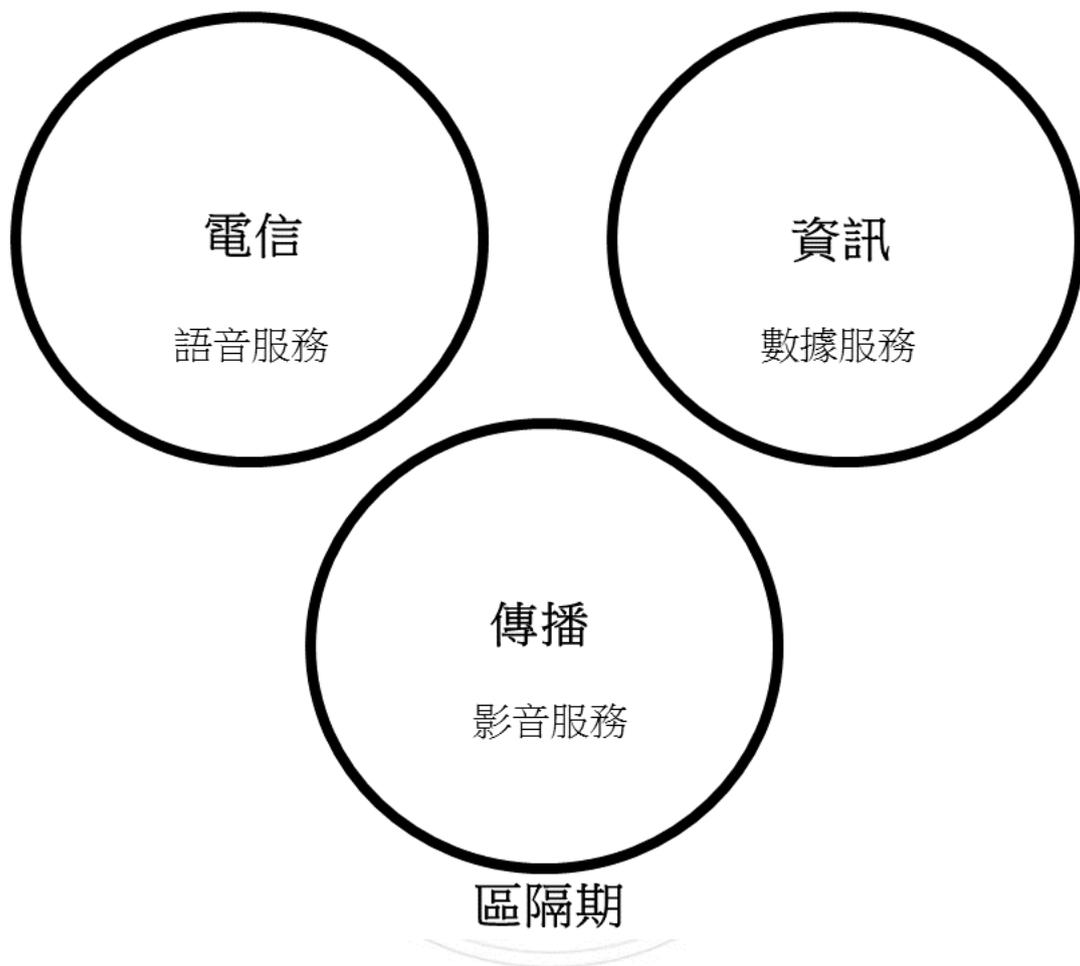


圖 1-1：電信、資訊、傳播區隔期（研究者自繪）

而當電信、資訊、傳播，隨著時代的推移，彼此的業務逐漸交錯在一起。像是起初的中華電信，一開始是發展電信事業，負責語音服務。而後來隨著匯流時代的接近，漸漸發展寬頻網路 ADSL¹業務，不再只是單一事業及業務。如下圖 1-4 電信、資訊、傳播低度匯流圖所示，不再只負責單一業務，隨著時代變遷而發展更多元服務。

¹ ADSL(Asymmetric Digital Subscriber Line)是非對稱式數位用戶迴路的簡稱。

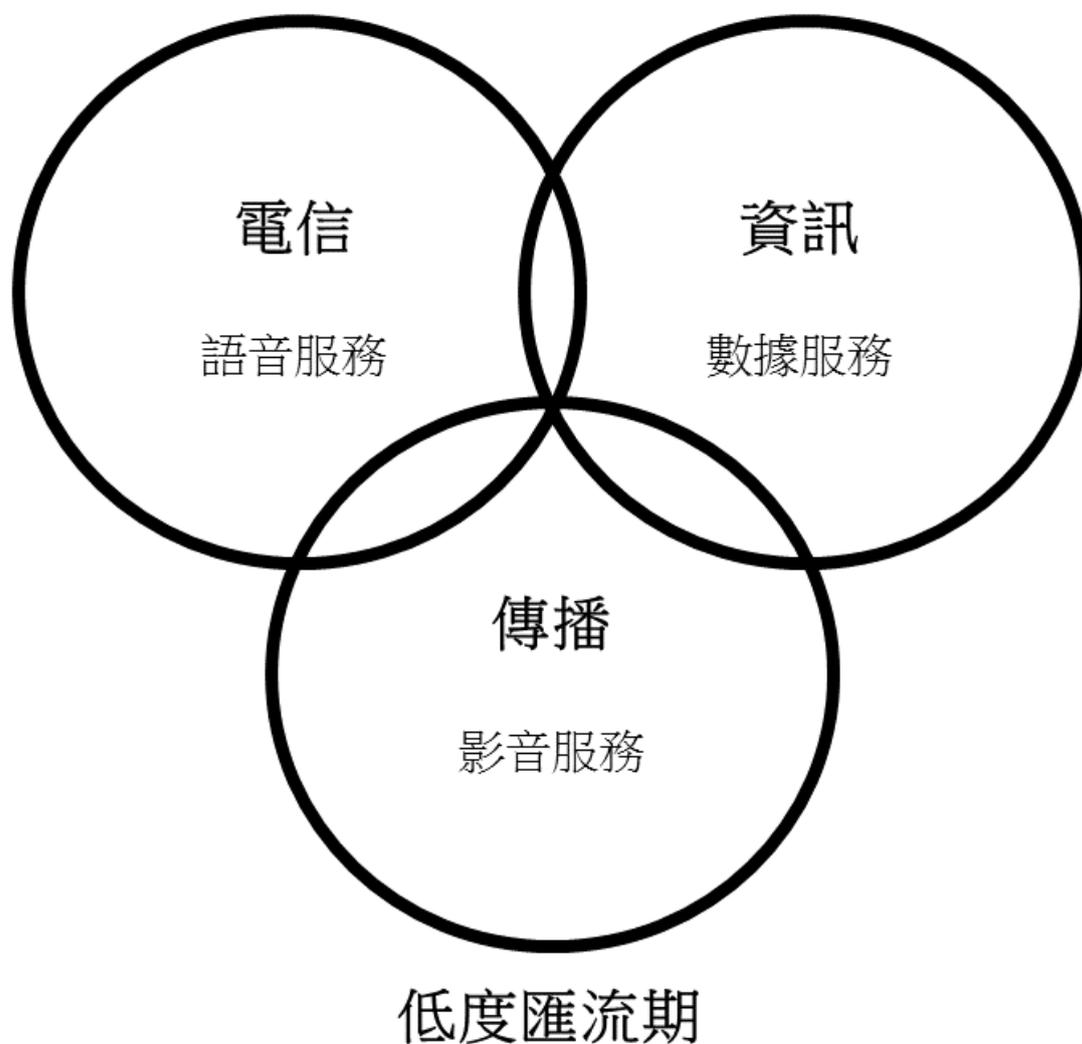


圖 1-2：電信、資訊、傳播低度匯流期（研究者自繪）

而數位匯流時代下，電信、資訊、傳播等業務已經交融在一起，像是中華電信同時有電信、寬頻、電視，三網融合的服務，也正是所謂的「Triple- Play Services」。Triple- Play Services 是指三合一服務，亦是一種行銷手法。電訊傳播業者將旗下的數據、語音以及視訊服務一起提供。消費者通常可以享受比較優惠的價格（劉幼琍 et al., 2014）。如下圖 1-5 所示，數據、語音以及視訊服務一起提供，發展成更多元的服務。

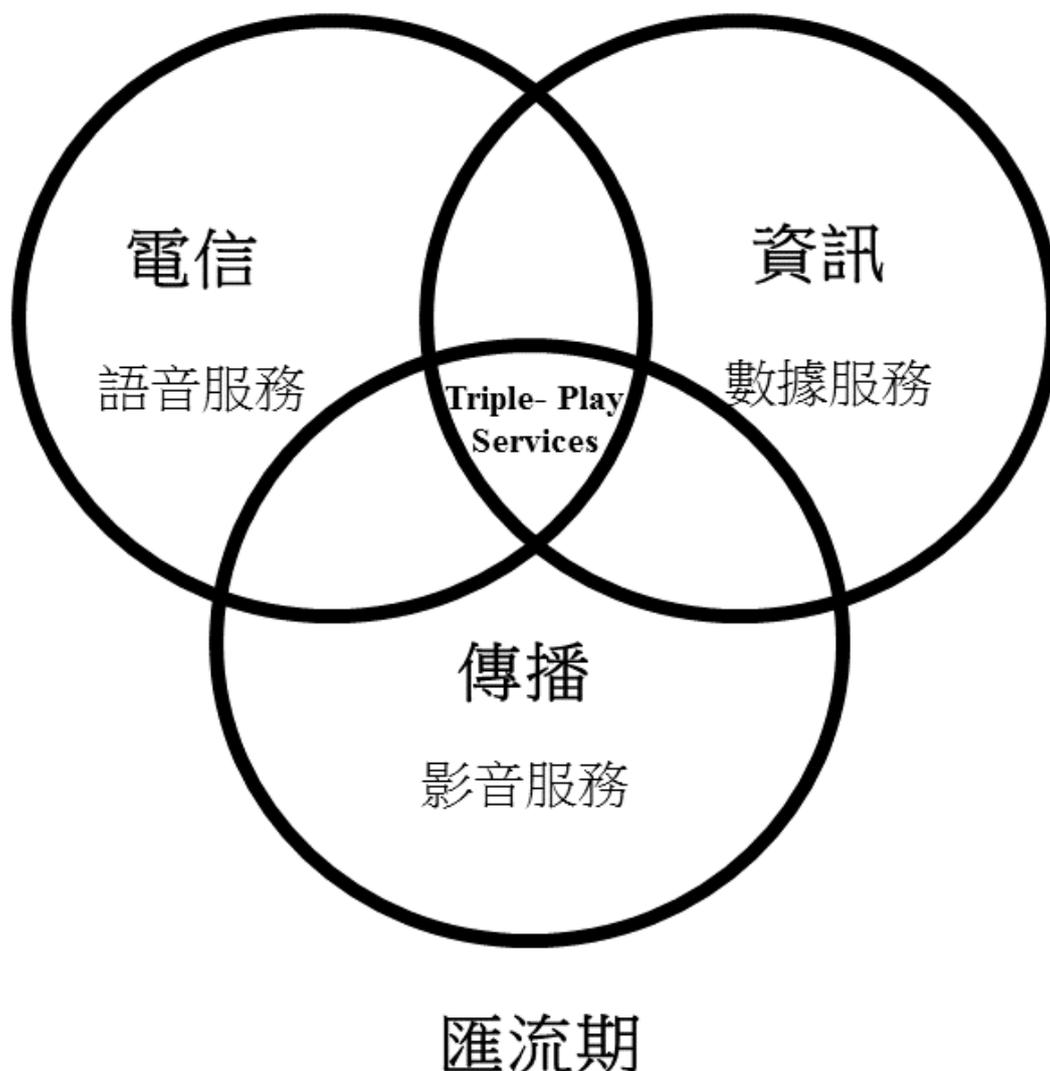


圖 1-3：電腦、電信、傳播中度匯流期。(研究者自繪)

電信、資訊、傳播業務，從區隔期走到低度匯流期，到中度匯流期，從單一服務走到多元服務；從一項業務整合成多項業務，逐步證明數位匯流時代的來臨。數位匯流時代，新興視訊平台紛紛崛起，產業之間界線模糊，彼此整合。由於資訊、電信、傳播產業之間都是彼此的競爭對手，使得有線電視面臨多重的競爭。除了面臨無線電視、有線電視同業的競爭外，還有 OTT TV、IPTV...等激烈競爭。但其實在跨越千禧年以降，我國有線電視其實早已處在嚴峻的競爭中，有著中華電信 MOD 的夾擊以及無線電視數位平台的威脅，生存本就著實不易。

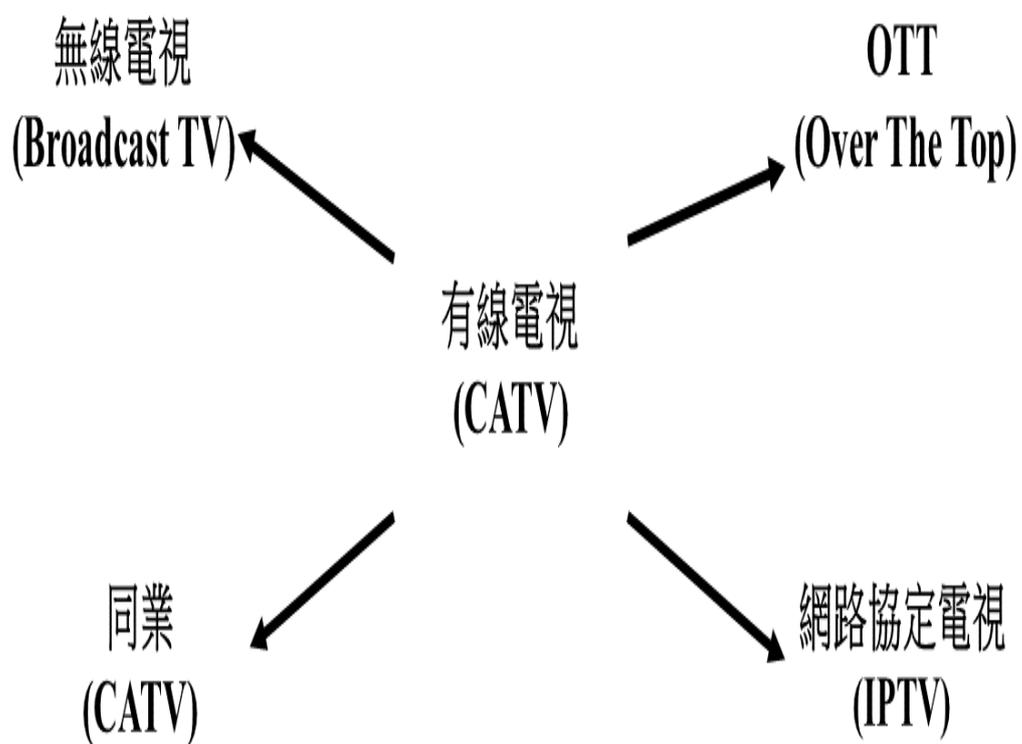


圖 1-4：數位匯流後有線電視競爭對手（研究者自繪）

隨著新興媒體崛起，收看電視節目的管道也不再像以往，只能透過電視機，也不用被侷限在家中或者特定場所才能來收看。現在，民眾甚至可以透過電腦、手機以及平板來收看，一旦連上網際網路，便可以從網站上的視訊平台來觀看視頻，而且不需要花錢。觀眾可以透過 YouTube²、愛奇藝³、優酷網⁴、土豆網⁵、風行網⁶...等許多視訊平台網站來收看節目內容。不過，有些網站上面也有部分付費內容，來提供收看觀眾更高的品質與較新的內容。

由網路提供電視內容中，較具代表性服務的類型有：俗稱 Wall Garden⁷的封閉型網路電視(IPTV)、另外像是視頻網站如 Web TV 服務、OTT TV 網路視訊服務。Wall Garden IPTV 是服務營運商以 IP 方是透過專網傳送電視節目影片，並負責端到端的一切設備，包括連接用戶端的網路和機上盒(Set-Top-Box，STB)；OTT TV 和 Wall Garden IPTV 同樣以 IP 方是透過網際網路傳送影片，須

² YouTube 是設立在美國的一個影片分享網站，讓使用者上傳、觀看及分享影片或短片。公司於 2005 年 2 月 15 日註冊，由華裔美國人陳士駿等人創立，網站的口號為「Broadcast Yourself」（表現你自己），網站的標誌意念來自早期電視顯示器（陰極射線管）。至今 YouTube 已經成為同類型網站的翹楚，並造就許多網上名人且激發網上創作，另外 YouTube 目前是 Google 旗下的一家子公司。資料來源：維基百科。上網時間：2015 年 3 月 24 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/YouTube>。

³ 愛奇藝是設立在中國的一個視頻網站，是百度旗下的獨立影片網站，於 2010 年 1 月創立，由美國私募股權投資公司普羅維登斯資本投資，由龔宇博士擔任公司執行長。公司管理層，由湯興博士擔任公司技術長，馬東擔任公司首席內容官。網站以免費、正版、高畫質視訊作為網站的基本特點。資料來源：維基百科。上網時間：2015 年 3 月 24 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%88%B1%E5%A5%87%E8%89%BA>。

⁴ 優酷網 (NASDAQ: YOKU) 是優酷土豆集團旗下的一家大型影片分享網站，2010 年 12 月 8 日在美國紐約獨立上市。資料來源：維基百科。上網時間：2015 年 3 月 24 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BC%98%E9%85%B7%E7%BD%91>。

⁵ 土豆網是優酷土豆集團旗下的一家大型影片分享網站，截至 2007 年 9 月，該站在中國大陸提供的視訊總計超過 5,500 萬。土豆網每天獨立用戶數超過 2,500 萬，註冊用戶超過 8,000 萬，用戶流量每月 2 億。從土豆網成立的第一天起口號為「每個人都是生活的導演」，並聲稱目標是：「讓富有創造力的節目的創造者和分享者們能夠自由地讓自己的節目在用戶面前出現，同時，也讓每一個用戶隨時隨地都能看到自己想看到的任何節目。資料來源：維基百科。上網時間：2015 年 3 月 24 日，取自 <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%9C%9F%E8%B1%86%E7%BD%91>。

⁶ 風行網是設立在中國的一個視頻網站。自 2005 年 9 月成立起，風行先後獲得天使投資和風險投資支持，Cisco、SUN 的技術專家，清華、北大的知名學者和網路行銷精英構建了風行一流的團隊，創建了一套良好的軟體管理流程和品質保證體系；2006 年 7 月，推出全球首款邊下邊看的 P2P 點播軟體；2007 年 9 月，風行全面推廣基於 FSP 協定（風行點播私有協定）超級點播技術；2008 年 7 月，風行推出全球首個基於 P2P 用戶端的影視 SNS 社區；2008 年 8 月，風行正式獲得國家廣電總局頒發的“資訊網路傳播視聽節目許可證”；2008 年 9 月，風行試運營業領先的視頻廣告，因其展現力更加豐富，衝擊力更強，風行稱之為“互聯網上的電視廣告”；2009 年 1 月 1 日，風行正式推出創新型視頻廣告產品——風行 AdVideo。風行擁有的核心技術包括：NAT 穿透技術、P2P 分散式管理技術、P2P 流量優化技術、伺服器負載平衡技術等，並擁有多項專利技術成果。資料來源：風行網。上網時間：2015 年 3 月 24 日，取自 <http://www.fun.tv/aboutus/>。

⁷ Wall Garden(圍牆花園)，是指一個可以控制用戶使用網路上內容和服務的環境，把用戶限制在一個特定的圍牆內，提供客戶滿意的服務及內容，用來形容 IPTV 的封閉性網路電視服務。

有 STB，但 OTT TV 不建置連接用戶端的網路；Web TV 與 OTT TV 同樣不建置網路，但 Web TV 不負責終端設備或終端 APP 程式，用戶端僅須透過網頁瀏覽器來使用（數位匯流發展年鑑，2011）。

一、IPTV

IPTV 是(Internet Protocol Television)的簡稱，IPTV 就是將數位電視的內容，透過 IP 的方式傳送，整個 IPTV 的傳送，其實就與網路的使用相差無幾，而 IPTV 的平台，猶如一個專屬的瀏覽器，可在上面進行各式的加值服務與無線廣播的不同之處，在於無線廣播的模式是一種單向的傳送，與類比時代的電視節目沒有任何不同，收視戶只能決定頻道，但是對於節目內容，則仍由發送端決定（ET 電子技術期刊，2008 年 12 月）。

根據國際電信聯盟定義，IPTV 是一種在網路上以網際網路協定傳輸的多媒體服務。可以傳送視訊、音訊、文本、數據等，以提供高品質的服務與用戶體驗，並具備安全性、交互性和可靠性（劉幼琍 et al., 2014）。

IPTV 是 1999 年由英國 Video Networks 所提出的概念，是透過寬頻 IP 傳輸作為傳送平台媒介，藉由各種接收器，尤其是以機上盒為主的接收方式為主，由於 IPTV 需要具備專屬平台利於進行營業以及提供服務而機上盒的優勢在於系統是由服務內容可被固定化，不必擔心如 PC 接收端平台被用戶竄改的可能性，加上多數人觀賞電視節目仍是以家用的大型電視機為主，以 IPTV 的服務性質，機上盒加上電視機的經營方式是再基本不過的了（ET 電子技術期刊，2008）。

（一） IPTV 的競爭優勢

1. IPTV 屬於付費電視，服務類型為多頻道視訊節目，和 CATV 相似，形成替代性競爭。
2. IPTV 為電信業者提供，提供消費者三合一或四合一的服務，讓消費者覺得有「一站購足」，方便性而改用。
3. 部分 IPTV 業者已經整合 OTT 服務，或提供有別於傳統電視的用戶體驗，例如個人錄影機(PVR)、時移電視(time shifted TV)、回看電視(catch-up TV)，吸引消費者。

綜合上述，IPTV 在節目上、方便性、功能性…等方面對有線電視造成威脅

且所受規管與不同，為有線電視的主要競爭對手之一。

二、OTT TV

OTT TV 是(Over-The-Top TV)的簡稱，是指在任何網際網路之上，所提供的視訊服務。而且視訊內容的提供者不必是寬頻網路業者，也可以在不同終端接收，像是遊戲機、網路電視盒、機上盒、智慧聯網電視機，以及個人行動裝置等等，完全不設限（劉幼琍 et al., 2014）。

藉由網際網路開放的特性，傳遞相關服務、視訊內容資訊。有別於 IPTV，OTT TV 並非由同一業者傳遞服務內容，因此在服務品質較難控管。而 OTT TV 的終端面，可以是電腦、智慧型手機、機上盒、或者是電視。

OTT TV 雖與有線電視提供相似的服務內容，但在管制上，卻不受任何法律規範，這點對有線電視業者來說相當不公平。另外，除了國內的 OTT 業者外，大陸的視頻網站也是值得注意的競爭對手之一。

（二） OTT TV 的競爭優勢

1. OTT TV 在公開網路上的視訊皆可收看，節目多元且海量，吸引網路族群目光。
2. 隨著行動中裝置的普及，許多人不在家裡的時候，也可以透過上網來看電視，實現個人化的收視環境。
3. OTT TV 有些為免費，或是負擔少量機上盒的成本，便能收看。
4. 為鼓勵新興媒體，國內無特別法律進行管制，而有線電視法相對嚴格。

綜合上述，OTT TV 在節目內容上多元、豐富且能行動接收，部分 OTT TV 甚至不需收視費用，因此在節目上、方便性、費用方面均對有線電視造成影響，為有線電視主要的競爭對手之一。

數位匯流時代的到來，使得有線電視業者面臨多重競爭。競爭對手除了既有的同業之外，還要面對 IPTV 與 OTT 業者的夾擊，該如何發展其生存之道，為有線電視業者的重大課題。

第二節 研究動機

壹、 政府推動 2014 底有線電視全面數位化

我國家戶主要收視的電視型態，主要是有線電視(俗稱第四台)。我國有線電視之發展，自1993年合法化之初，區分為51個經營區（台灣本島48區，離島3區），20餘年的發展下，已逐步整合成兩類有線業者，一類是以水平整合(horizontal integration)方式，跨經營區，擁有兩家以上的有線電視系統的集團，即所謂的「多系統經營者」(Multiple System Operator, MSO)。另一類型，則是未有跨區經營的獨立系統業者(Independent System Operators)。

我國電視數位化之發展，政府是先推動無線電視，之後才是有線電視。我國無線電視於 2012 年 6 月底全面數位轉換之際，有線電視的數位普及率僅達 14.93%（國家通訊傳播委員會，2013），進展緩慢。為顧及廣大民眾收視數位有線電視權益，行政院於 2012 年 5 月公告「數位匯流發展方案(2010-2015 年)」的修正版，也將有線電視全面數位化的目標訂在 2014 年底（行政院，2012 年 5 月）。

不久之後，國家通訊傳播委員會⁸（以下簡稱 NCC）於 2012 年 7 月 27 日公告「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」，一方面擴大有線電視的經營區域，改以直轄市、縣（市）為最小經營範圍，從原本全國 51 區調整成為 22 區。一方面也鼓勵新進業者，以數位化技術來申請經營有線廣播電視業務。

有線電視的數位化，必須從頭端機房到用戶專端接收器（數位機上盒）都要鋪設，才能完成數位化建置。為因應數位匯流趨勢，業者須投重資鋪設寬頻光纖同軸混合電纜⁹(Hybrid Fiber Coaxial, HFC)，從早期僅傳送四十多頻道的

⁸ NCC 是國家傳播通訊委員會的簡稱(National Communications Commission)，NCC 負責國內通訊傳播監理政策之訂定、法令之訂定及執行、通訊傳播事業營運之監督管理及證照核發、通訊傳播系統及設備之審驗、通訊傳播工程技術規範之訂定、通訊傳播傳輸內容分級制度及其他法律規定事項之規範、通訊傳播資源之管理、通訊傳播競爭秩序之維護、資通安全之技術規範及管制、通訊傳播事業間重大爭議及消費者保護事宜之處理、通訊傳播境外事務及國際交流合作之處理、通訊傳播事業相關基金之管理、通訊傳播業務之監督、調查及裁決、違反通訊傳播相關法令事件之取締及處分、其他通訊傳播事項之監理…等事宜。

⁹混合光纖同軸(Hybrid Fiber Coaxial, HFC)是一種社區寬頻網路，主要的方法是將原本長距離的同軸電纜線改為光纜，而靠近用戶端的部分仍使用成本較為低廉的同軸電纜，舊網路中的單向放大器更換成具有雙向傳輸功能的雙向放大器。光纜的使用將使有線電視網路的頻寬大增，而衰減、干擾的情況也會減少，視訊傳輸的品質也因而大為提高。接近用戶端的部分使用同軸電纜，將比全部使用光纜較為符合經濟效益，因為此時同軸電纜僅近距離傳輸，衰減的情形不會

450MHz，制可傳送上百個頻道的 750MHz，甚至是更快速的光纖網路，因此數位化的建設所費不貲(劉幼琍 et al., 2014)。

政府為提高數位化比率，運用獎勵與輔導的兩種手段，調整法制架構並鬆綁有線電視管制。例如：費率彈性化、逐步解除分區經營，藉此來改善數位收視，提升消費者收看數位電視的意願及加速業者數位轉換的意願，以達到有線電視全面數位化的目標。

2014 年 6 月 13 日，位於台南市永康地區的新永安有線電視，率先拔得有線電視全數位化的頭籌，成為全國第一個 100% 數位化的有線電視系統。主管機關考量其公司全數位化後提供服務的條件改變、成本結構增加。尤其在數位化比率方面的進展神速，從 2012 年的 25.74%，躍升到 2014 年 6 月的 100%。同年 11 月 19 日，NCC 同意業者調漲 2015 年度收視費，從原本的 515 元調漲為 540 元（國家通訊傳播委員會，2014 年 11 月 19 日）。

緊接在後的是，國內第二家完成全面數位化的獨立系統，嘉義世新有線電視。其於 2014 年 11 月 12 日完成全區百分百數位化營運、關閉類比訊號。NCC 同樣為鼓勵推動數位化成效卓著的業者，並考量全數位化後系統平臺提供服務的條件改變，網路傳輸效能及服務品質提高，數位收視服務質、量俱升，經 2014 年 12 月，重新核定其 2015 年度收視費用從原本的 510 元調漲至 535 元（國家通訊傳播委員會，2014 年 12 月 10 日）。

其實有線電視數位化的相關政策與推動，早在 2003 年開始進行，但由於數位纜線的建置、數位機上盒均需投入鉅資，加上民眾的收視習慣已經養成，因此業者對此的態度較不積極，使得數位化推展十分受限。直至 2010 年時，NCC 發佈「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」，才使得停擺許久的數位化進程，漸漸動了起來。「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」，是國家通訊傳播委員會為配合政府推動無線電視全面數位化暨收回類比電視頻道時程，引導目前高普及率之有線電視產業持續邁向數位化發展，於 2010 年 2 月公告、並於同年 7 月 30 日公告修正的行政計畫，用以鼓勵有線電視系統業者提出申請建置有線廣播電視數位化實驗區。其計畫的主要內容在於頭端數位化及網路升級策略、數位機上盒策略、類比／數位轉換期間做法，以及數位化基本頻道費率審核等相關規劃。

為順利推廣有線電視數位化，NCC 持續與地方政府溝通協商，並於 2013 年實施「亮點計畫」，企求加深民眾對於數位匯流發展趨勢的認知以及數位化政策推展。對於數位化的推廣 NCC 在 2014 年 5 月，又對有線電視業者丟出一劑

很嚴重，所以 HFC 的使用可以兼顧傳輸訊號的品質與鋪設成本(許峯崑，2003)。

強心針，針對 2017 年以前達成全數位化的業者，提出彈性費率獎勵方案。且只要業者符合訂戶實質選擇權提升、創新服務增加、資訊透明揭露、消費者權益確保、地方公共服務精進等 5 大原則，將儘可能尊重該全數位化系統業者訂價權。也就是說，在 2017 年前達成 100% 全面數位化的有線電視業者，將有訂價自主權，並彈性鬆綁現行基本頻道的收費上限（國家通訊傳播委員會，2014 年 5 月 6 日）。

表 1-1：2010~2015 有線電視數位化比率

| 時間 | | 全國總 家戶數 | 有線電視 家戶數 | 有線電視家戶 數比例 | 數位化 比率 |
|-------------|-----|------------|-------------|---------------|-----------|
| 2010 | 第一季 | 7,835,375 | 5,013,252 | 63.98% | 5.66% |
| | 第二季 | 7,873,320 | 5,042,777 | 64.05% | 6.33% |
| | 第三季 | 7,918,304 | 5,062,442 | 63.93% | 7.02% |
| | 第四季 | 7,937,024 | 5,084,491 | 64.06% | 7.70% |
| 2011 | 第一季 | 7,959,795 | 5,097,879 | 64.05% | 8.39% |
| | 第二季 | 7,995,060 | 5,108,363 | 62.77% | 9.08% |
| | 第三季 | 8,042,061 | 5,087,066 | 63.26% | 9.45% |
| | 第四季 | 8,057,761 | 5,061,737 | 62.82% | 11.28% |
| 2012 | 第一季 | 8,081,433 | 5,041,259 | 62.38% | 12.78% |
| | 第二季 | 8,114,073 | 5,017,881 | 61.84% | 14.93% |
| | 第三季 | 8,167,676 | 4,995,568 | 61.16% | 18.16% |
| | 第四季 | 8,186,432 | 4,989,155 | 60.94% | 21.03% |
| 2013 | 第一季 | 8,203,875 | 4,979,774 | 60.70% | 25.27% |
| | 第二季 | 8,230,065 | 4,973,814 | 60.43% | 30.89% |
| | 第三季 | 8,270,689 | 4,980,760 | 60.22% | 38.95% |
| | 第四季 | 8,286,260 | 4,985,222 | 60.16% | 45.64% |
| 2014 | 第一季 | 8,300,560 | 4,988,575 | 60.10% | 52.33% |
| | 第二季 | 8,329,623 | 4,988,536 | 59.89% | 60.02% |
| | 第三季 | 8,372,925 | 4,994,450 | 59.65% | 69.21% |
| | 第四季 | 8,382,699 | 5,002,216 | 59.67% | 78.92% |
| 2015 | 第一季 | 8,402,104 | 5,012,159 | 59.65% | 82.44% |
| | 第二季 | 8,427,075 | 5,023,988 | 59.62% | 85.02% |
| | 第三季 | 8,459,688 | 5,043,726 | 59.62% | 87.41% |

（資料來源：NCC 網站，研究者整理）

我國有線電視數位化推動政策，最早可以追溯到 2007 年。此時，NCC 頒布「促進有線電視數位化發展策略方案」，設定有線電視數位化目標及發展方向。同時，NCC 正致力推動無線電視數位化，因此在有線電視方面，仍未有實際的作為。

2010 年，NCC 首度公告「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。此時電視產業的數位化推動，正聚焦於無線電視上。此年的有線電視家戶數為 5,084,491 戶，其家戶數比例為 64.06%，數位化比率為 7.70%。政府雖有計畫籌備，但還沒開始正式推動建設。2012 年，無線電視關閉類比訊號，全面轉換成數位化訊號。此時政府開始將重心放在有線電視上面，此時有線電視家戶數為 4,989,155 戶，其家戶數比例為 60.94%，數位化比率為 21.03%，較 2010 年上升 13.33%，雖然數位比率成長幅度不大，但仍有些許上升。

而隨著政府相關政策的推動，如：「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」、「100M 寬頻示範行政區及有線電視數位化亮點區建置之啟動」、「針對 2017 年以前達成全數位化的有線電視業者，提出彈性費率獎勵方案」…等。直到 2015 年 9 月底，有線電視家戶數為 5,043,726 戶，其家戶數比例為 59.62%，數位化比率已從 2010 年初的 5.66% 上升至 87.41%。

表 1-2：花東、離島地區有線電視數位化普及率（2012-2015Q3）

| | 花東地區 | | | | | 離島地區 | | |
|-------------|--------|-------------------------|-------------------------|-------|--------|--------|------------------------|------------------|
| | 東台 | 東台播 送系統 （關山 區） | 東台播 送系統 （成功 區） | 洄瀾 | 東亞 | 澎湖 | 名城事 業股份 有限公 司 | 祥通有 線播送 系統 |
| 2012 | 0.69% | 0.00% | 0.00% | 0.62% | 0.00% | 6.47% | 0.00% | 0.00% |
| 2013 | 0.69% | 0.00% | 0.00% | 0.60% | 0.00% | 47.29% | 0.00% | 0.00% |
| 2014 | 0.68% | 0.00% | 0.00% | 0.60% | 0.00% | 80.62% | 0.00% | 0.00% |
| 2015 | 12.23% | 0.00% | 0.00% | 8.14% | 21.13% | 90.94% | 0.00% | 0.00% |

（資料來源：NCC 網站，研究者整理）

2007 年 NCC 曾針對有線電視數位化推動相關計畫，但此時 NCC 正致力於無線電視數位化的推動，在有線電視方面，雖有計畫但仍未實際去推行。直至 2012 年無線電視完成全數位化後，才將重心放到有線電視上。因此，數位化比率的數字也是從 2012 年才開始漸有起色。2012 年底，我國有線電視數位化比率為 21.03%，到 2015 年 9 月底的數位化比率數字已達 87.41%。因此在數位化花東、離島地區有線電視數位化普及率的數字探討皆以 2012 年開始作探討。

反觀花東、部分離島地區在數位化比率成長上卻沒有太大的變化。從表 1-2 來看，東台有線電視在 2012 年底時，數位化比率為 0.69%，2013-2014 這兩年間，數位化數字仍舊保持 0.69%，沒有變化。到 2015 年底數位化比率數字才上升到 12.23%，從 2012 年底到 2015 年 9 月底數字上升 11.54%，數位化方面仍有很多發展空間；東台播送系統（關山區）、（成功區），從 2012 年底至 2015 年 9 月底尚未有任何數位建置；洄瀾有線電視在 2012 年底時，數位化比率為 0.62%，2013-2014 這兩年間，數位化數字保持在 0.60%，數位化數字上沒有什麼變化；東亞有線電視在 2012-2014 年底，皆未發展數位建置，其數位化比率為 0%，至 2015 年 9 月底時，已有數位建置，其數位化比率為 8.14%；澎湖有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 6.47%，在 2013 年底成長至 47.29%，2014 年底成長至 80.62%，2015 年 9 月底，數位化數字已上升到 90.94%，在 3 年間數位化比率成長了 84.47%；金門地區的有線電視系統—名城事業股份有限公司，從 2012 年底至 2015 年 9 月，尚未有任何數位建置，因此數位比率持續掛零；至於馬祖地區的有線電視系統—祥通播送系統，從 2012 年底至 2015 年 9 月，亦沒有任何數位化的進展，依舊沒有數位化比率的數字。

我國有線電視產業數位化比例，在 2010 年底時僅 7.70%；但到了 2015 年 9 月底時，數位化比率已上升到 87.41%。此時，新永安及世新，兩家位於台南、嘉義的有線電視業者已先後完成 100%的全面數位化；值得注意的是，在花東以及離島地區的有線電視數位化數字上沒有太大的變化。新永安、世新以及花東、離島業者同樣都屬獨立系統台，但數位化情況卻大相逕庭。

從政府角色來看，NCC 在 2012 年完成無線電視數位化後，亦開始著手，加速有線電視數位化推廣。為了達成數位化之目標，NCC 開始使用輔導與獎勵兩種手法來推展數位化，如：費率審核、亮點實施計畫...等；以及政府對有線電視數位化的時程規劃。在 NCC 恩威並施的手段下，是否為都市地區有線電視加速其數位化的原因，另外，偏鄉及離島地區是否跟是都市地區的有線電視有相同的資源補助抑或是有著獨特的發展困境呢？值得進一步探究。

有線電視數位化對獨立業者來說，本就實屬不易。處在數位化營運與獲利模式不明確的情況之下，新永安、世新這兩家獨立系統業者還是完成有線電視的全數位化。儘管在資金方面未必充足，卻積極完成全面數位化，展現獨立系統業者在數位匯流市場上的企圖心。而值得注意的是，兩家跑在數位化前端的有線電視業者，除了積極完成有線電視數位化之外，還有一個共同點，那就是他們都是獨立系統業者。

我國有線電視業者數位化過程中，就已經面臨許多的困境，包含爭議不休的分組付費模式、必載條款、跨業競爭規範...等政策與法規的桎梏。這些發展困境，事實上對「獨立系統業者」與「MSO」兩者來說，仍有差異性。從常理來判斷，獨立系統業者，欲完成有線電視數位化，在資金上本身可能未如MSO充裕，欲再花費大量資金投入數位化建設與開發創新應用服務模式，對獨立系統業者來說也是一個不小的難處。在面臨國家政策目標的壓力下，新永安、世新有線電視脫穎而出，率先完成數位建置；而花東、離島系統地區在數位化比率則難有起色。而無論是提早完成數位建置或是與數位比率大大落後的有線電視台，都有一個共同點，它們都為獨立系統台。研究者認為，此現象值得進一步探究。

事實上獨立系統業者積極完成數位化建置之目的，正是要進入三網融合市場，減緩「剪線」(cord cutting)風潮，與新興媒體平台彼此競爭。然而我國以往相關學術性研究，多以整體有線電視產業來進行論述，較少單獨關注獨立系統業者，在發展上本來就有條件上的差異，因此相關學術研究提出的政策建議，也較少能細究獨立系統業者立場。因此本研究之動機，乃希望透過獨立系統業者推動數位化之過程，以瞭解其數位化發展過程之困境與因應策略。期許本研究能凸顯出獨立系統業者在數位化過程中的發展考量，以提供產業界與主管機關參酌。

貳、 獨立業者佔有線業者市場 1/4，數位化進度落差大

獨立系統業者在整個有線電視的市場中，其所占比例可從主管機關網站瞭解。2015年NCC在網站上的公布資料（各有線電視（播送）系統訂戶數統計表 2015年第3季【依集團】），得知，至2015年9月底為止，全國有線電視系統總訂戶數為5,043,726戶¹⁰。表中獨立系統在市場中的佔有率為25.81%，也就是占了所有有線電視系統訂戶數中的1/4。

¹⁰ 資料來源：104年第3季有線廣播電視訂戶數。上網時間：民國104年12月6日，取自http://www.ncc.gov.tw/chinese/show_file.aspx?table_name=news&file_sn=44196。

除了獨立系統之外，其他有線電視系統訂戶數均凱擘、中嘉、台灣寬頻、台固以及台灣數位等五大 MSO。這五大 MSO 在市場中的佔有率為 74.19%，佔有 3742,123 的訂戶數，佔了全部的有線廣播電視訂戶的 3/4。

表 1-3：各有線電視（播送）系統訂戶數統計（2015 年 9 月）

| 集團別 | 系統名稱 | 訂戶數 |
|---------------|----------------------------------|---------|
| 凱擘 共 12 家 | 金頻道 | 68,373 |
| | 大安文山 | 68,097 |
| | 陽明山 | 111,106 |
| | 新台北 | 82,636 |
| | 全聯 | 81,829 |
| | 新唐城 | 45,160 |
| | 北桃園 | 114,029 |
| | 新竹振道 | 105,547 |
| | 豐盟 | 107,670 |
| | 新頻道 | 105,956 |
| | 南天 | 81,966 |
| | 觀昇 | 92,559 |
| | 總數：1,064,928 戶，占有率：21.11% | |
| 中嘉 共 10 家 | 吉隆 | 97,991 |
| | 長德 | 70,866 |
| | 萬象 | 55,801 |
| | 麗冠 | 56,587 |
| | 新視波 | 181,936 |
| | 家和 | 90,869 |
| | 北健 | 121,424 |
| | 三冠王 | 107,110 |
| | 慶聯 | 237,513 |
| | 港都 | 155,988 |
| | 總數：1176085 戶，占有率：23.32% | |
| 台灣寬頻 共 4 家 | 南桃園 | 245,198 |
| | 北視 | 116,953 |
| | 信和 | 47,448 |
| | 群健 | 290,666 |
| | 總數：700265 戶，占有率：13.88% | |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------------|---------|
| 台固 共 5 家 | 永佳樂 | 145,957 |
| | 紅樹林 | 57,193 |
| | 觀天下 | 62,962 |
| | 鳳信 | 161,505 |
| | 聯禾 | 77,056 |
| | 總數：504,673 戶，占有率：10.01% | |
| 台灣數位光 訊 共 4 家 | 台灣佳光電訊 | 79,622 |
| | 大屯 | 58,761 |
| | 中投 | 79,132 |
| | 佳聯 | 78,657 |
| | 總數：296,172 戶，占有率：5.87% | |
| 獨立系統 22 (含 3 家播 送系統) | 寶福 | 19,495 |
| | 聯維 | 57,139 |
| | 大豐 | 98,739 |
| | 台灣數位寬頻 | 113,490 |
| | 天外天 | 67,863 |
| | 大新店民主 | 48,395 |
| | 吉元 | 57,108 |
| | 威達雲端 | 45,088 |
| | 三大 | 87,420 |
| | 北港 | 34,591 |
| | 世新 | 55,610 |
| | 國聲 | 34,508 |
| | 大揚 | 39,533 |
| | 雙子星 | 102,398 |
| | 新永安 | 149,226 |
| | 南國 | 93,600 |
| | 屏南 | 55,720 |
| | 東台有線播送系統（關山區） | 6,367 |
| | 東台 | 24,510 |
| | 東台有線播送系統（成功區） | 4,004 |
| | 洄瀾 | 49,773 |
| | 東亞 | 14,473 |
| | 澎湖 | 17,702 |
| 名城事業股份有限公司 | 7,037 | |
| 祥通有線播送系統 | 869 | |

| | | |
|-----------------------|---|--------|
| | 全國數位 | 5,098 |
| | 大豐（中永和三峽鶯歌樹林） | 11,847 |
| | 總數：1,301,603 戶，占有率：25.81% | |
| 全國總訂戶數 （含播送系統 3 家） | 5,043,726 戶 普及率： 59.62% 總戶數： 8,459,688 戶 | |

（資料來源：NCC 網站）

依據表 1-3 統計資料，將中嘉、凱擘、台灣寬頻、台固、台灣數位以及獨立系統所占有之有線廣播電視訂戶數做成圓餅圖（見圖 1-1），以更清楚了解有線廣播電視訂戶數的比例分配。從圖表中可得知，凱擘在有線廣播電視訂戶數中大約占了 21%、中嘉 23%、台灣寬頻 13%、台固 10%、台灣數位 5%、獨立系統為 25%。

有線廣播電視訂戶數比例分配

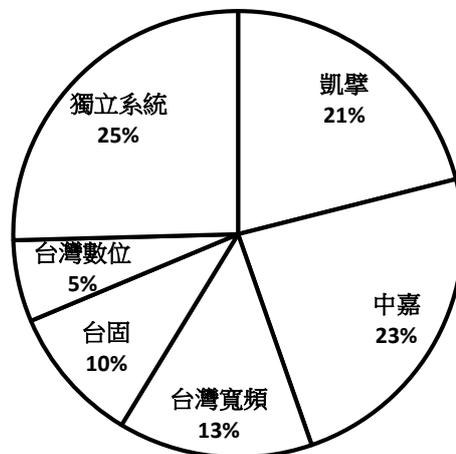


圖 1-5：有線廣播電視訂戶數的比例分配

（資料來源：NCC 網站，研究者自繪）

僅僅就圖表比例看來，獨立系統所占的用戶數為 1,301,603，在比例上占有 25%，這 25%的比例中，則是再由各家獨立及播送系統所分配。包括：寶福、聯維、大豐、大豐（中永和三峽鶯歌樹林）、台灣數位寬頻、天外天、大新店民主、吉元、威達雲端、三大、北港、世新、國聲、大揚、雙子星、新永安、南國、屏南、東台有線播送系統（關山區）、東台、東台有線播送系統（成功

區)、洄瀾、東亞、澎湖、名城事業股份有限公司、祥通有線播送系統)以及新進業者—全國數位有線電視。

表 1-4：各家獨立系統業者經營區與數位化進度比較表（2015 年第 3 季）

| 獨立系統業者 | 數位化 比率 2012Q4 | 數位化 比率 2013Q4 | 數位化 比率 2014Q4 | 數位化 比率 2015Q3 | 訂戶數 2015Q3 |
|-------------------|---------------------|---------------------|--|---------------------|---------------|
| 寶福 | 8.11% | 53.11% | 75.14% | 79.38% | 19,495 |
| 聯維 | 13.56% | 54.07% | 80.06% | 82.82% | 57,139 |
| 大豐 | 49.30% | 64.29% | 82.36% | 95.60% | 98,739 |
| 台灣數位寬頻 | 53.16% | 61.77% | 83.45% | 95.53% | 113,490 |
| 全國數位 | 尚未 成立 | 尚未 成立 | 尚未 成立 | 100% | 5,098 |
| 大豐 | 尚未 成立 | 尚未 成立 | 尚未 成立 | 100% | 11,847 |
| 天外天 | 5.82% | 36.12% | 78.60% | 92.14% | 67,863 |
| 大新店民主 | 9.57% | 51.23% | 84.07% | 90.28% | 48,395 |
| 吉元 | 18.32% | 28.49% | 79.22% | 89.90% | 57,108 |
| 威達雲端 | 17.11% | 33.44% | 80.03% | 83.67% | 45,088 |
| 三大 | 19.93% | 54.34% | 81.00% | 89.22% | 87,420 |
| 北港 | 8.13% | 50.28% | 94.39% | 98.05% | 34,591 |
| 世新 | 33.10% | 68.85% | 100.00% (2014.11.12 完 成全數位化) | 100% | 55,610 |
| 國聲 | 32.21% | 45.36% | 86.75% | 100% | 34,508 |
| 大揚 | 32.14% | 64.21% | 97.78% | 100% | 39,533 |
| 雙子星 | 25.69% | 60.28% | 91.82% | 100% | 102,398 |
| 新永安 | 35.48% | 84.78% | 100.00% (2014.06.11 完 成全數位化， 國內第一家達 標的系統台) | 100% | 149,226 |
| 南國 | 0.00% | 3.15% | 45.50% | 69.62% | 93,600 |
| 屏南 | 19.89% | 53.95% | 86.98% | 95.00% | 55,720 |
| 東台有線播送系 統（關山區） | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 6,367 |

| | | | | | |
|---------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 東台 | 0.69% | 0.69% | 0.68% | 12.23% | 24,510 |
| 東台有線播送系統（成功區） | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 4,004 |
| 洄瀾 | 0.62% | 0.60% | 0.60% | 8.14% | 49,773 |
| 東亞 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 21.13% | 14,473 |
| 澎湖 | 6.47% | 47.29% | 80.62% | 90.94% | 17,702 |
| 名城事業股份有限公司 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 7,037 |
| 祥通有線播送系統 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 869 |

（資料來源：NCC，研究者整理）



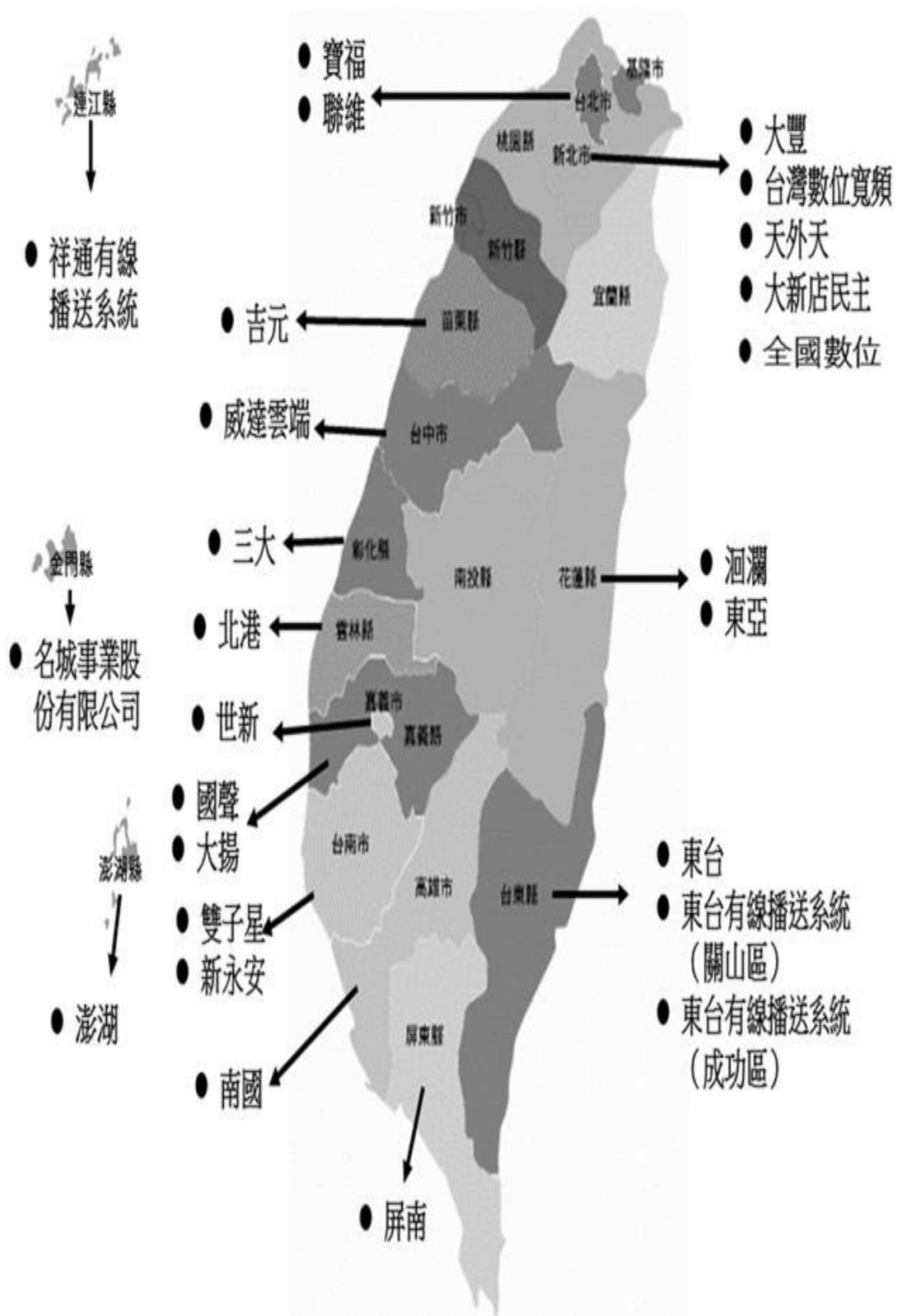


圖 1-6：獨立系統分布（研究者自繪）

表 1-5：我國各獨立系統台經營區涵蓋範圍

| 獨立系統業者 | 經營區涵蓋範圍 |
|--------|--|
| 寶福 | 臺北市萬華區、中正區。 |
| 聯維 | |
| 大豐 | 新北市板橋區、土城區。 |
| 台灣數位寬頻 | |
| 全國數位 | 新北市。 |
| 大豐 | |
| 天外天 | 新北市蘆洲區、三重區、八里區。 |
| 大新店民主 | 新北市新店區、深坑區、坪林區、石碇區、烏來區。 |
| 吉元 | 苗栗縣苗栗市、頭屋鄉、後龍鎮、公館鄉、三義鄉、銅鑼鄉、大湖鄉、泰安鄉、卓蘭鎮、西湖鄉、獅潭鄉、通霄鎮、苑裡鎮。 |
| 威達雲端 | 台中市太平區、大里區、霧峰區、烏日區。 |
| 三大 | 彰化縣員林鎮、田尾鄉、溪湖鎮、竹塘鄉、社頭鄉、北斗鎮、埤頭鄉、田中鎮、二林鎮、二水鄉、溪州鄉、大城鄉、永靖鄉、埔心鄉、芳苑鄉。 |
| 北港 | 雲林縣元長區麥寮鄉、台西鄉、東勢鄉、崙背鄉、褒忠鄉、四湖鄉、北港鎮、水林鄉、口湖鄉、元長鄉。 |
| 世新 | 嘉義市。 |
| 國聲 | 嘉義縣大林區大林鎮、民雄鄉、溪口鄉、中埔鄉、竹崎鄉、梅山鄉、番路鄉、大埔鄉、阿里山鄉。 |
| 大揚 | 嘉義縣朴子區布袋鎮、六腳鄉、東石鄉、鹿草鄉、朴子市、太保市、義竹鄉、水上鄉、新港鄉。 |
| 雙子星 | 台南市北區、安南區、安平區。 |
| 新永安 | 台南市新化區、善化區、新市區、永康區、仁德區、歸仁區、關廟區、山上區、大內區、玉井區、南化區、左鎮區、龍崎區、安定區、楠西區。 |
| 南國 | 高雄市梓官區、橋頭區、燕巢區、田寮區、阿蓮區、路竹區、湖內區、茄萣區、永安區、彌陀區、岡山區、美濃區、旗山區、內門區、杉林區、六龜區、茂林區、甲仙區、那瑪夏區、桃源區。 |
| 屏東 | 屏東縣新埤區潮州鎮、恆春鎮、獅子鄉、萬巒鄉、牡丹鄉、春日鄉、佳冬鄉、枋山鄉、南州鄉、崁頂鄉、滿州鄉、來義鄉、東港鎮、竹田鄉、枋寮鄉、林邊鄉、車城鄉、琉球鄉、新埤鄉。 |

| | |
|-------------------|--|
| 東台有線播送系統 (關山區) | 台東縣關山區關山鎮、鹿野鄉、延平鄉、海端鄉、池上鄉、卑南鄉。 |
| 東台 | 台東縣台東區臺東市、金峰鄉、太麻里鄉、大武鄉、達仁鄉。 |
| 東台有線播送系統 (成功區) | 台東縣成功區成功鎮、長濱鄉、東河鄉、綠島鄉、蘭嶼鄉。 |
| 洄瀾 | 花蓮縣花蓮區花蓮市、吉安鄉、新城鄉、秀林鄉。 |
| 東亞 | 花蓮縣玉里區富里鄉、卓溪鄉、玉里鎮、壽豐鄉、鳳林鎮、萬榮鄉、瑞穗鄉、光復鄉、豐濱鄉。 |
| 澎湖 | 澎湖縣馬公市、湖西鄉、白沙鄉、西嶼鄉、望安鄉、七美鄉。 |
| 名城事業股份有限公司 | 金門縣。 |
| 祥通有線播送系統 | 連江縣。 |

資料來源：NCC 網站（研究者整理）

我國獨立系統在 2015 年 9 月底時，共有 22 家（含 3 家播送系統）。寶福有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 8.11%。隔年年底數位化比率為 53.11%，在 1 年中上升 45%。2014 年底數位化比率又攀升至 75.14%，與前年相較成長 22.03%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 79.38%，成長 4.24%，此時訂戶數為 19,495 戶，經營區範圍為臺北市萬華區、中正區。

1. 聯維有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 13.56%。隔年年底數位化比率為 54.07%，在 1 年中上升 40.51%。2014 年底數位化比率又攀升至 80.06%，與前年相較成長 25.99%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 82.82%，成長 2.76%，此時訂戶數為 57,139 戶，經營區範圍為臺北市萬華區、中正區。
2. 大豐有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 49.30%。隔年年底數位化比率為 64.29%，在 1 年中上升 14.99%。2014 年底數位化比率又攀升至 82.36%，與前年相較成長 18.07%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 95.60%，成長 13.24%，此時訂戶數為 98,739 戶，經營區範圍為新北市板橋區、土城區。另外，104 年 04 月大豐有線電視通過 NCC 核准，取得跨區經營中和、永和、三峽、鶯歌、樹林之營運許可。其數位化比率已完成數位建置，2015 年 9 月底，用戶數為 11,847。

3. 台灣數位寬頻有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 53.16%。隔年年底數位化比率為 61.77%，在 1 年中上升 8.61%。2014 年底數位化比率又攀升至 83.45%，與前年相較成長 21.68%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 95.53%，成長 12.08%，此時訂戶數為 98,739 戶，經營區範圍為新北市板橋區、土城區。
4. 全國數位有線電視於 2014 年 9 月 24 日通過 NCC 審議，取得新北市第 1 張擴大經營區案營運許可之特許執照，成為新北市第一家提供全數位化有線電視服務之新進業者，數位化比率 100%。2015 年 9 月底，訂戶數為 5,098 戶，經營區範圍為新北市。
5. 天外天有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 5.82%。隔年年底數位化比率為 36.12%，在 1 年中上升 30.30%。2014 年底數位化比率又攀升至 78.60%，與前年相較成長 48.30%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 92.14%，成長 13.54%，此時訂戶數為 67,863 戶，經營區範圍為新北市蘆洲區、三重區、八里區。
6. 大新店民主有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 9.57%。隔年年底數位化比率為 51.23%，在 1 年中上升 41.66%。2014 年底數位化比率又攀升至 84.07%，與前年相較成長 32.84%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 90.28%，成長 6.21%，此時訂戶數為 48,395 戶，經營區範圍為新北市新店區、深坑區、坪林區、石碇區、烏來區。
7. 吉元有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 18.32%。隔年年底數位化比率為 28.49%，在 1 年中上升 10.17%。2014 年底數位化比率又攀升至 79.22%，與前年相較成長 50.73%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 89.90%，成長 10.68%，此時訂戶數為 57,108 戶，經營區範圍為苗栗縣苗栗市、頭屋鄉、後龍鎮、公館鄉、三義鄉、銅鑼鄉、大湖鄉、泰安鄉、卓蘭鎮、西湖鄉、獅潭鄉、通霄鎮、苑裡鎮。
8. 威達雲端有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 17.11%。隔年年底數位化比率為 33.44%，在 1 年中上升 16.33%。2014 年底數位化比率又攀升至 80.03%，與前年相較成長 46.59%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 83.67%，成長 3.64%，此時訂戶數為 45,088 戶，經營區範圍為台中市太平區、大里區、霧峰區、烏日區。

9. 三大有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 19.93%。隔年年底數位化比率為 54.34%，在 1 年中上升 34.41%。2014 年底數位化比率又攀升至 81.00%，與前年相較成長 26.66%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 89.22%，成長 8.22%，此時訂戶數為 87,420 戶，經營區範圍為彰化縣員林鎮、田尾鄉、溪湖鎮、竹塘鄉、社頭鄉、北斗鎮、埤頭鄉、田中鎮、二林鎮、二水鄉、溪州鄉、大城鄉、永靖鄉、埔心鄉、芳苑鄉。
10. 北港有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 8.13%。隔年年底數位化比率為 50.28%，在 1 年中上升 42.15%。2014 年底數位化比率又攀升至 94.39%，與前年相較成長 44.11%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 98.05%，成長 3.66%，此時訂戶數為 34,591 戶，經營區範圍為雲林縣元長區麥寮鄉、台西鄉、東勢鄉、崙背鄉、褒忠鄉、四湖鄉、北港鎮、水林鄉、口湖鄉、元長鄉。
11. 世新有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 33.10%。隔年年底數位化比率為 68.85%，在 1 年中上升 35.75%。2014 年 11 月 12 日數位比率達到 100%，完成有線電視全數位化的目標，為國內第二家完成全數位化的系統台。在 2013 至 2014 年底間，成長 31.15%。2015 年 9 月底訂戶數為 55,610 戶，經營區範圍為嘉義市全區。
12. 國聲有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 32.21%。隔年年底數位化比率為 45.36%，在 1 年中上升 13.15%。2014 年底數位化比率又攀升至 86.75%，與前年相較成長 41.39%。2015 年 9 月底，數位化比率已達 100%，完成數位會建置。此時訂戶數為 34,508 戶，其經營區範圍為嘉義縣大林區大林鎮、民雄鄉、溪口鄉、中埔鄉、竹崎鄉、梅山鄉、番路鄉、大埔鄉、阿里山鄉。
13. 大揚有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 32.14%。隔年年底數位化比率為 64.21%，在 1 年中上升 32.07%。2014 年底數位化比率又攀升至 97.78%，與前年相較成長 33.57%。2015 年 9 月底，數位化比率已達 100%，完成數位會建置。此時訂戶數為 39,533 戶，其經營區範圍為嘉義縣朴子區布袋鎮、六腳鄉、東石鄉、鹿草鄉、朴子市、太保市、義竹鄉、水上鄉、新港鄉。

14. 雙子星有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 25.69%。隔年年底數位化比率為 60.28%，在 1 年中上升 34.59%。2014 年底數位化比率又攀升至 91.82%，與前年相較成長 31.54%。2015 年 9 月底，數位化比率已達 100%，完成數位會建置。此時訂戶數為 102,398 戶，其經營區範圍為台南市北區、安南區、安平區。
15. 新永安有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 35.48%。隔年年底數位化比率為 84.78%，在 1 年中上升 49.30%。2014 年 6 月 11 日數位比率達到 100%，完成有線電視全數位化的目標，為國內第一家完成全數位化的系統台。在 2013 至 2014 年底間，成長 15.22%。2015 年 9 月底訂戶數為 149,226 戶，經營區範圍為台南市新化區、善化區、新市區、永康區、仁德區、歸仁區、關廟區、山上區、大內區、玉井區、南化區、左鎮區、龍崎區、安定區、楠西區。
16. 南國有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 0%。隔年年底數位化比率為 3.15%，在 1 年中上升 3.15%。2014 年底數位化比率又攀升至 45.50%，與前年相較成長 42.35%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 69.62%，成長 24.12%，此時訂戶數為 93,600 戶，經營區範圍為高雄市梓官區、橋頭區、燕巢區、田寮區、阿蓮區、路竹區、湖內區、茄萣區、永安區、彌陀區、岡山區、美濃區、旗山區、內門區、杉林區、六龜區、茂林區、甲仙區、那瑪夏區、桃源區。
17. 屏南有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 19.89%。隔年年底數位化比率為 53.95%，在 1 年中上升 34.06%。2014 年底數位化比率又攀升至 86.98%，與前年相較成長 33.03%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 95.00%，成長 8.02%，此時訂戶數為 55,720 戶，經營區範圍為屏東縣新埤區潮州鎮、恆春鎮、獅子鄉、萬巒鄉、牡丹鄉、春日鄉、佳冬鄉、枋山鄉、南州鄉、崁頂鄉、滿州鄉、來義鄉、東港鎮、竹田鄉、枋寮鄉、林邊鄉、車城鄉、琉球鄉、新埤鄉。
18. 東台有線播送系統（關山區）從 2012 年至 2015 年 9 月底，皆無任何數位化建置，其數位化比率為 0%，數位化比率沒有任何成長與變動。2015 年 9 月底時，訂戶數為 6,367 戶，經營區範圍為台東縣關山區關山鎮、鹿野鄉、延平鄉、海端鄉、池上鄉、卑南鄉。

19. 東台有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 0.69%。隔年年底數位化數字仍為 0.69%。2014 年底數位化比率為 0.68%，與前年相較退步 0.01%。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 12.23%，成長 11.55%，此時訂戶數為 2451 戶，經營區範圍為台東縣台東區臺東市、金峰鄉、太麻里鄉、大武鄉、達仁鄉。
20. 東台有線播送系統（成功區）從 2012 年至 2015 年 9 月底，皆無任何數位化建置，其數位化比率為 0%，數位化比率沒有任何成長與變動。2015 年 9 月底時，訂戶數為 4,004 戶，經營區範圍為台東縣成功區成功鎮、長濱鄉、東河鄉、綠島鄉、蘭嶼鄉。
21. 洄瀾有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 0.62%。隔年年底數位化數字為 0.60%。2014 年底數位化比率仍為 0.60%，2013-2014 年間數位化比率沒有任何變動。2015 年 9 月底，數位化比率上升至 8.14%，成長 7.54%，此時訂戶數為 49,773 戶，經營區範圍為花蓮縣花蓮區花蓮市、吉安鄉、新城鄉、秀林鄉。
22. 東亞有線電視從 2012 年至 2014 年底，皆無任何數位化建置，其數位化比率為 0%。直至 2015 年 9 月底時，有了數位建置，其數位化比率為 21.13%，此時訂戶數為 14,473 戶，經營區範圍為花蓮縣玉里區富里鄉、卓溪鄉、玉里鎮、壽豐鄉、鳳林鎮、萬榮鄉、瑞穗鄉、光復鄉、豐濱鄉。
23. 澎湖有線電視在 2012 年底時，其數位化比率為 6.47%。隔年年底數位化比率為 47.29%，在 1 年中上升 40.82%。2014 年底數位化比率又攀升至 80.62%，與前年相較成長 33.33%。2015 年 9 月底，時訂戶數為 17,702 戶，經營區範圍為澎湖縣馬公市、湖西鄉、白沙鄉、西嶼鄉、望安鄉、七美鄉。
24. 金門地區有線電視系統一名城事業股份有限公司從 2012 年至 2015 年 9 月底，皆無任何數位化建置，其數位化比率為 0%。2015 年 9 月底時，訂戶數為 7,037 戶，經營區範圍為金門縣。
25. 馬祖地區有線電視系統一祥通有線播送系統從 2012 年至 2015 年 9 月底，亦無任何數位化建置，其數位化比率依舊掛零。2015 年 9 月底時，訂戶數為 869 戶，經營區範圍為連江縣。

近年來，NCC 推動有線電視數位化，使不少獨立系統台提升其數位化比率，新永安、世新有線電視更在 2014 年達標。但在政府積極推動有線電視數位化的同時，東部地區及離島地區的數位化數字上仍然沒有太大的改變。東部地區的獨立系統台（包含播送系統）：東台、洄瀾、東亞，其平均數位化普及率為 8.30%（見表 1-4），東部區域只有洄瀾與東台 2 家業者有提供數位服務，而其餘分別為東台有線播送系統（關山區）、東台有線播送系統（成功區）、東亞，沒有在經營數位服務，因此在數位化比率上仍然是零。

離島地區的獨立系統台（包含播送系統）：澎湖、名城事業、祥通，其平均數位化普及率為 30.31%（見表 1-4），看似高於東部地區，但實際上不然。離島地區數位化普及率之所以能高於東部地區，是由於澎湖有線電視業者致力推動有線電視數位化，因而拉高了離島數位化比率，事實上離島地區獨立系統中，除了澎湖有線電視外，金門縣與連江縣在數位化方面沒有任何的建置，因此數位化比率依舊掛零。

由此可知，儘管國內獨立系統的數位化比率逐年攀升，但偏鄉、離島地區數位化比率變化不大，使得都市地區與偏鄉、離島地區的數位化比率的落差逐漸加深、加大。

對於東部及離島地區數位化緩慢的原因，NCC 主委石世豪曾指出，數位化推動與地形限制和訂戶數有關，像是連江縣僅八百五十戶，以「有線播送系統」方式播出，不便強迫業者數位化。東部地區則是地廣、地形變化大、訂戶分散，以至數位化不容易（聯合報，2015 年 2 月 16 日）。有鑑於東部、離島數位化比率偏低（見表 1-4），NCC 亦公告「澎湖本島以外之偏遠離島及花東地區促進數位普及發展」補助申請，藉此加強東部及離島的數位化建設，並以「鼓勵代替處罰」來促使業者投入數位化建置。

以往只有有線電視台才能申請「有線廣播電視事業發展基金」（以下稱有線基金）補助。NCC 於 104 年 6 月 17 日修正「促進有線廣播電視普及發展補助執行要點」，亦把有線電視節目播送系統一併納入有線基金補助對象，並要求有線電視節目播送系統業者於 105 年應提撥當年營業額 1% 至有線基金專戶，以藉由有線基金挹注建置數位化有線電視等相關費用，提升該地區有線電視服務品質（國家通訊委員會，2015 年 9 月 11 日）。

雖然主管機關在 2010 年公告「有線廣播電視數位化實驗區之行政計畫」，此計畫目標是期望藉由有線廣播電視系統經營者，自主提出循依光節點或放大器方式之數位化服務實驗區規劃，於逐步推廣數位服務之轉換過程，作為瞭解

訂戶之接受程度及提升服務品質之參考，進而使產業邁向數位寬頻匯流方向發展（國家通訊傳播委員會，2014年7月18日）。促使有線電視業者共同推展數位化政策並提升數位服務品質。但從官方統計數字顯示花東地區、離島地區的獨立系統台於2012–2015年期間，數位化比率除了澎湖有明顯上升外，其他的花東、離島有線電視數位化比率並沒有太大的變動，甚至有不少有線電視在數位化比率上都掛零。

在2011年時，新永安與世新的數位化比率尚不超過10%且；而在2012年，新永安及世新的數位化比率從原本10%都不到進展至30%；隔年，新永安更從35.48%攀升至84.78%，世新亦從33.10%進展至68.85%，2家獨立系統台也在2014年完成全數位化。但是在走向數位化的道路上，也有部分系統台在數位化建置沒有明顯的發展或者是沒有建置。在表1-4中，我們可以發現2/3系統台的數位化比率都已經達到80%以上，而花東、離島地區的數位化比率落差相當大。花東地區的數位化比率平均不到10%，播送系統更是沒有數位化建置；而離島地區除了澎湖外，其他系統台仍未有相關的數位建置。因此在花東、離島地區的數位化推動，亟需政府多加關注與重視。

第三節 研究目的

在前有敵人(無線電視、IPTV)、後有追兵(OTT)的情況之下的有線電視，在政府政策上又未獲得應有的保障。在這個數位匯流且充滿競爭的時代，有線電視實在舉步維艱。獨立系統台在夾縫中面臨哪些衝擊與因應之道，此為本研究欲瞭解的。

本研究為探討國內獨立系統業者在數位匯流時代下的因應之道，瞭解獨立業者在數位化過程中的策略與思維。更進一步，在完成全數位化之後，如何開拓數位匯流新市場。本研究主要以有線電視獨立系統台為研究對象，期達到以下研究目的：

- (1) 瞭解 NCC 在推動有線電視數位化過程中所扮演的角色。
- (2) 分析我國獨立系統業者面對數位化政策之衝擊與因應。
- (3) 探討我國有線電視數位化發展政策對獨立系統業者的影響，並提供建議。

第四節 研究問題

根據前述研究目的，本研究期瞭解全面數位化首先達標的獨立系統業者以及數位化落後的獨立系統業者，在因應數位化發展過程中，包括基礎建設、營運策略、頻道規劃、節目內容規劃之困境與發展策略，以呈現研究對象的發展問題所在。

本研究問題主要圍繞於數位化快速達標以及發展緩慢的獨立系統業者，在數位化過程中的歷程、發展困境，以及相關建議。因此提出以下三項研究問題：

- (一) NCC 在有線電視數位化推動扮演的角色為何？
- (二) 花東、離島地區的獨立系統業者，其面對數位化發展的衝擊與因應策略為何？
- (三) 非花東、離島且提早完成數位化的獨立系統業者，其面對數位化發展的衝擊與因應策略為何？

為尋求本研究問題之解答，研究者需先建構有線電視之數位發展之歷史脈絡，以瞭解研究對象在數位化過程中所受的衝擊與影響。更進一步，即藉由業者的因應策略，來呈現獨立系統業者的發展思維，一方面作為其它業者的參考，另一方面也透過業者意見的彙整，供學術界或主管機關參酌。

第五節 章節安排

數位匯流時代的到來，有線電視業者面臨諸多衝擊。除了面對同業競爭外，還要面對 IPTV、OTT 業者的衝擊，該如何因應為業者的重大課題。面臨政府有線電視全面數位化的政策，獨立系統台卻能獨占鰲頭率先完成任務，此舉引起研究者的好奇心。企求藉由本研究深入瞭解我國獨立系統台在推動數位化過程中的衝擊與因應。

本論文預計分為六章，章節安排與大綱說明如下：

第一章為「緒論」。本章主要闡述本研究之研究動機、研究背景、研究目的

及研究問題。

第二章為「文獻探討」。依據研究動機與目的，本章將檢閱相關文獻，探討數位匯流時代背景下的電視產業、有線電視到數位電視發展過程之文獻梳理與分析。

第三章為「研究方法」。闡述本研究所使用之研究方法、研究流程以及預期貢獻。

第四章為「獨立系統業者在數位化發展中的特殊困境」。本章將獨立系統台的背景資料進行整理並呈現其發展困境。

第五章為「調查資料分析」。本章將分析 NCC 在推動數位化國家政策過程中所扮演的角色。並藉由獨立系統業者意見，歸納出我獨立系統台的困境與因應。

第六章為「結論與建議」。本章將綜合陳述本研究之重要發現，並提出具體研究結論與建議。



第二章 文獻探討

本研究主要是探求我國獨立系統業者的衝擊與因應。處於數位匯流背景下，面臨多重競爭的獨立系統台，所面臨的衝擊與因應為本研究主要探討的內容。故文獻探討部分，一開始先針對數位匯流的意涵、背景及相關影響，加以闡釋；接著，為有線電視產業的歷史脈絡；最後，為有線電視數位化所面臨的發展問題，來進行探討。電視產業處於數位匯流時代下，面臨政府政策、競爭激烈…等多項因素，使得電視產業業者加快腳步，提升設備、進行數位化，來謀求電視產業上的競爭優勢。因此，為更深入瞭解獨立系統所面臨的衝擊與發展難題，會先對整個有線電視產業所碰到的衝擊面進行瞭解與探討，再深入至獨立系統業者的衝擊面向。

第一節 數位匯流下的通訊傳播產業

壹、數位匯流的意涵

隨著科技進展一日千里，「數位匯流」(digital convergence)一詞為各界喊得震天價響，從早年的網路電話、網路電視到現在的「一雲多螢」、「智慧大電視」，在在說明了數位匯流對各產業帶來的衝擊與挑戰（財團法人資訊工業策進會科技法律研究所，2013）。

根據財團法人資訊工業策進會對數位匯流的解釋為，數位匯流=服務匯流+網路匯流+終端設備匯流，因此研究者將此三面向進行闡釋。

一、服務匯流面：

以往電信業者、無線電視業者、有線電視及網路業者只能各自提供單一的服務，然而現在透過匯流網路與匯流終端設備，提供語音、影音、數據等多項跨業的服務內容。舉個例子來說，數位匯流使得中華電信公司除了提供語音服務外，還包括網路服務和電視服務，使得原本單一產業變得不再單一，更加多元。

二、 網路匯流：

數位匯流將有線電視、網路、電信整合成一個匯流網路，可以提供影音、數據、語音等服務。也就是說，數位匯流使得有線電視的線路，可以用來看電視、上網、購物…等。

三、 終端設備匯流：

數位匯流讓電腦、手機、電視…等終端設備，可以多樣服務像是語音、影音、數據。也就是說，透過數位匯流使得我們可以透過家裡的終端設備像是電視機、電腦、平板、手機，不管是室內或戶外，都能享有看電視、打電話、購物、上網…等服務。

「數位匯流」，原意指通訊與傳播在技術層面實施 IP 化後，打破了傳統電信與廣電的藩籬，讓服務提供者能夠透過同一個傳輸平台提供多樣化的服務，如：語音、數據、影音等（財團法人資訊工業策進會科技法律研究所，2013）。

隨著數位匯流時代的到來，不管走到哪裡都能藉由手機隨時接收資訊、聊天、上網，一支手機即可串聯全世界，是以往遠遠無法想像的。透過一個傳輸平台可以提供語音、數據與影音的服務，加速有線電視產業結構的轉變以及競爭。

「數位匯流」一詞的概念起先是來自於 Nicholas Negroponte，也就是麻省理工學院媒體實驗室(MIT Media Lab)創始人。他認為藉由數位化技術的發展，會讓印刷、廣播與電腦之間的界線日漸縮小，各個產業間的範圍也將會重複。而在「數位匯流」概念下，還可被區分出數位(Digital)與匯流(Convergence)兩種不同概念。「數位」指相對於類比之訊號傳輸技術，其包含內容(Content)的數位化、傳播模式與平台(Platform)的數位化以及終端載具(Device)的數位化（謝奇任，1997）。

而「匯流」一詞是在 1990 年所提出的新名詞，其意思是指的是以前單一、獨立的產業界線已經模糊化了，像是：電信、電視、網路所提供的服務界限已經消失了。單一產業不再只提供一項服務，而是發展多元服務。將不同的產業整合為一，使各類的產業能更有效率運作。其所涵蓋的意義於維持產業本身，在開放競爭時更結合專業，開創新的服務，促進產業匯流發展（甘尚平 et al.，

2002)。

促進產業匯流發展的關鍵則是「數位科技」(Digital)，意思是將傳統傳送聲音、影像、文字的類比訊號(Analog)，藉由科技技術轉換成可由電腦處理的「0與1」數位訊號，好處在於可以減少訊號在傳輸過程中所產生的失真或雜訊，所以可使聲音更優美、影像更清晰(趙恬嘉，2007)。

處於數位匯流的時代，傳播通訊發展日新月異，各種不同的服務內容隨著需求因應而生，新形式的傳播方式不斷源源而生，消費者可透過多種不同的終端設備來獲取不同的內容，使得通訊與傳播的界線漸趨模糊。

貳、 通訊傳播產業層級模式

隨著數位匯流時代的來臨，以往的電信、電視、網路已經開始匯流，彼此之間的產業界線日趨模糊，因此各產業相關內容、管制也勢必該有所改變。

通訊傳播管制的改變，可以用「層級模式」(layer model)進行剖析。最基本之層級管制模式，即歐盟綠皮書提出的「傳輸」、「服務」、與「內容」三層概念(陳彥龍，2011)。層級模式的出現，改變了以往廣電媒體垂直整合的模式，進展至水平模式，使得產業的內部分工更加明確且發展更加專業。

不少學者針對層級模式提出多種不同版本，學者劉幼琍亦在《電訊傳播》一書中，提及符合國內廣電三與電信法匯流後之理想層級模式，其中包含內容與應用層、頻道經營者、營運平台層、傳輸平台、終端層(劉幼琍，2004)，如下圖 2-1。



圖 2-1：廣電三法與電信匯流後之理想層級模式
(資料來源：劉幼琍，2004，圖 9-15 繪製)

藉由圖 2-1 的層級模式，對應分析有線電視數位化後其各層級代表意義如下：

內容與應用層：有線電視數位化後，其在節目內容方面的規劃。

頻道經營層：有線電視數位化後，其在頻道方面的規劃。

營運平台層：有線電視數位化後，其在營運模式的策略。

傳輸平台層：有線電視數位化後，其在基礎工程的建置。

終端層：有線電視數位化後，其在機上盒的建置。

本研究之研究問題，亦參考此分層模式來進行題目設計與規劃，以瞭解我國數位電視發展與獨立系統內部的各層面相關建置。

第二節 我國數位電視之發展

電視的起源是由各時期和各國度的人共同創造的結果。起初透過無線電波發展無線電視，而後欲改善無線電視的訊號問題，遂發展起有線電視。有線電視改善收視品質使其成為家戶收看電視的主要來源。隨著科技進步促使電視產業發展更上層樓，畫面也從原本的黑白兩色走到彩色；從原本又厚又重的傳統類比電視走到又薄又輕且高畫質的數位電視，電視產業經歷了多數次的大變革，才發展到至今的數位電視。因此本節分別介紹數位電視之定義，以及我國無線電視數位化、有線電視數位化之發展。

壹、 數位電視革命

電視全數位化，必須先從頭端所有的設備全部都完成數位建置，藉由數位方式來傳送，最後到終端（收視戶家中的電視機），也必須換成數位電視機抑或是傳統電視加裝數位機上盒，才能進行收看。透過電視數位化政策，企求帶給收視戶全新的視覺饗宴。

數位電視的出現是為了提供收視戶更好的收視品質，除了在畫質、音質上能較傳統電視提供較高的品質之外，另外拜數位化科技所賜，還可藉由電視進行互動服務，讓電視不再僅僅侷限於單向的影音傳送，而是讓收視戶對電視可以有雙向的互動服務。有別於傳統的數位電視是透過數位化的技術，將聲音、影像經錄音或掃描轉換成 0 與 1 組合的形式，將資訊以數字的形式作傳送。

學者張宏源亦在其書《新傳播科技中數位電視發展-從全球化看無線電視台推動數位化之研究》中亦表示，數位電視(Digital-Television，簡稱 DTV)，是將電視訊息以數位化訊號傳遞，提供收視戶超越傳統類比電視的高畫質、高品質影音與個人化服務的電視廣播技術。數位電視(DTV)就是將發射端（電視台）所發射的節目、資訊，電視訊號，以數位方式進行紀錄、處理、壓縮、編碼、調變，經過傳輸網路遞送給接收端（用戶），最後透過可接收數位訊號之接收設備，以數位方式進行接收、解調、解碼、解壓縮及播放的一種電視廣播系統（張宏源，2006）。

對於數位電視與傳統電視還有哪些差異呢？以訊號源來說，數位電視使用的訊號源是數位的，但傳統類比電視則是類比的訊號源。透過數位調變的方式處理訊號源，再透過有線或無線的方式傳送。簡單來說，把類比電視訊號源與調變方式，轉換成數位電視訊號源並以數位調變方式傳送，就是數位電視。

也就是說，『數位電視』就是將其節目的訊號，透過數位化方式進行壓縮、編碼、調變…等處理，再將處理過的訊號傳送給用戶，然後再透過可接收數位訊號的設備，用數位方式進行接收、解調、解碼、解壓縮及播放的電視系統。也就是說，數位電視就是利用數位化的技術，把傳統的類比電視訊號經過編碼，轉換成 0 與 1 的數字代表的數位式訊號，然後進行功能的處理和傳輸。

一、數位電視優點：

數位電視與傳統電視的差別除了訊號源、傳送方式的不同之外，還比傳統電視擁有多項的優點。尤信誠(2007)，在《數位電視之原理及技術》一書中提及的數位電視特色

1. 數位電視雜訊容忍力較傳統電視高：

儘管是數位訊號，在傳送的過程中仍舊會受到雜訊的影響。但在雜訊去除方面，類比訊號在雜訊大到一定程度就會影響視訊之接收品質，雜訊較不易去除；但對數位訊號只要判斷“0”或“1”兩種準位的訊號，透過正確的判斷並能重建信號，使接收的信號轉回成原始傳送的信號，並且維持同等的畫質，因此在雜訊容忍力上，數位訊號較不會被雜訊影響，對雜訊有較高的容忍力。

2. 數位電視可修正錯誤訊號：

在雜訊方面，儘管數位訊號較類比訊號有較高的容忍力，不過在傳輸的過程中，仍可能會因為雜訊的不正確判讀而產生錯誤。但可以藉由一些機制，運用演算法來判斷信號是否正確，再透過錯誤更正碼，還原訊號。但是使用錯誤更正碼會比平常多耗費一些時間，因為要多傳送一些資訊，不過為了資料的正確性，確實有其必要性。但是類比電視方面，在受到雜訊影響時，則無法使用錯誤更正碼修正訊號。

3. 數位電視可壓縮訊號，增加頻寬使用：

由於數位電視的訊號是由“0”與“1”兩種訊號組成，因此只要判斷出其訊號位置，哪邊放置“0”或哪邊放置“1”，就可完成信號還原，然後透過共同的特性，可將較少的位元資料表達一個完整的信號，亦即壓縮訊號。透過技術壓縮訊號，減少所需傳送的資料量，增加了頻寬空間的使用。

4. 數位電視所需發射功率較低：

數位電視訊號的傳輸會受傳送端與接收端條件的影響，但是在於一般的情況下，數位電視發射功率約只需要類比廣播的 1/10。

5. 數位電視訊號鎖碼較容易：

部分節目內容透過鎖碼方式提供給付費的消費者，因此在數位訊號鎖碼方面確有其需求。數位電視在鎖碼方面，只需在訊號加上加密方式就可將其訊號鎖碼。

6. 數位電視可提供多元化的數位服務：

數位電視較類比電視能提供更多元化的服務。除了基本影音傳送需求外，還可提供其他的數位服務內容，如醫療資訊、購物、股票、交通、氣象等，整合多元化數位內容，提供多重數位服務。

二、數位化電視與類比式電視之比較

科技日新月異，電視產業也隨之進步，傳統的類比電視也逐步被數位電視取代。傳統的類比電視，在傳送節目內容的途中容易受到干擾，可能會導致雜訊、色偏...等問題；而數位電視在傳送內容的過程中需要經過壓縮、調變...等處理，倘若在傳送過程中，訊號傳送錯誤，亦可使用錯誤更正碼使訊號還原。儘管數位電視的訊號需要經過壓縮，但解壓縮後的畫面品質仍舊不失真且透過壓縮技術，增加更多的頻寬，在頻寬的使用上有著更大的空間。數位電視透過壓縮技術增加頻寬，大大提高傳輸資訊的效率。同樣的 6 兆赫(MHz)的頻寬，類比電視只能傳送一個電視節目；而數位電視最高可以傳送 1 至 2 個高畫質電視頻道或 4 至 6 個標準畫質電視頻道節目，大大增加頻寬的使用空間，減少資源浪費。

由於數位電視訊號的資料位元只有“0”和“1”兩種，資料容易處理，跟類比訊號相較之下，略勝一籌。但儘管如此，類比訊號仍是數位訊號不可或缺的夥伴。欲取得數位電視訊號，必須先從類比訊號出發，並透過轉換器做取樣、量化、編碼，轉換成為數位訊號後，再透過電腦做計算。儘管在取得數位訊號的過程看似繁雜，但是由類訊號轉換成數位訊號，資料的處理上以及頻寬空間的使用，帶來極大的便利。且數位電視在畫面清晰度、解析度、聲音品質等...均比傳統的類比電視好上許多，而電視訊號從類比轉為數位的過程中，影響的層面包括內容產製、

節目組成、服務營運、傳輸路徑、終端接收...等多面向。詳見下表 2-1、圖 2-2。

表 2-1：數位電視與類比電視之比較

| 項目 | 數位電視 | 類比電視 |
|-----------|--|--|
| 畫面清晰度 | 佳。(SDTV 標準畫質電視) 極佳。(HDTV 高畫質電視) | 接近或略遜於 SDTV 標準畫質。 |
| 室內接收畫面穩定度 | 在電波有效涵蓋範圍內畫面品質很穩定。 | 隨著距離增加而減弱。 |
| 行動接收畫面穩定度 | 在電波有效涵蓋範圍內畫面品質很穩定。 | 畫面難以接收，畫面閃爍不清。 |
| 抗雜訊能力 | 抗雜訊能力佳，畫面始終穩定清晰如一。 | 抗雜訊能力差，畫面易受干擾而出現雪花現象。 |
| 頻道數 | 頻道細分化且數量多，觀眾可自由選擇。 | 頻道雖有分眾但不精細且數量不多。 |
| 解析度（像數） | 720*480p/720*480i(SDTV 標準畫質電視) 1920*1080i/1280*720p(HDTV 高畫質電視) | 483active-lines/frame, (525total-lines/frame) 29.97frames/sec, 59.94firds/sec(NTSC) |
| 聲音品質 | CD 品質 | FM 品質 |
| 互動性 | 較多互動性增值服務如購物、選片等雙向互動功能，也可連接網際網路。 | 無 |

資料來源：公視網站¹¹

奠基於類比電視之上的數位電視，除提供傳統影音內容外，更提供高畫質、音質、數據內容、互動及多媒體呈現等服務功能。不僅在互動性、頻道數、抗雜訊能力、接收畫面穩定度以及解析度上都表現了更進階的水準。

¹¹ 資料來源：公共電視網頁。上網日期：104 年 4 月 10 日，取自 http://www.pts.org.tw/Program/Template1B_Customize_Menu.aspx?PNum=363&CMNum=632。

●類比轉數位訊號後，對產業結構的影響簡表

| | 類比訊號模式 | 數位訊號模式 |
|------|---|--|
| 內容產製 | 業者自行製作。線性製作概念。 | 頻道大增帶動內容需求，向國外購買版權或外包製作的量也會增加。非線性製作概念。 |
| 節目組成 | 集成節目，由電視台掌控。 | 可能轉為外包。 |
| 服務營運 | 電視台自己營運、自己管理版權、收益、客戶等，自己做調查，如收視率。 | 可分族群經營觀眾，也將產生新的營運模式。 |
| 傳輸路徑 | 無線、衛星、有線及電話線等四種管道，當中所傳輸訊號為類比訊號。 | 傳輸訊號轉為數位訊號，電視台需要新的發射機、建新的塔台。 |
| 終端接收 | 使用類比電視機。 | 類比電視須加裝「機上盒」，新型電視裡多已內建接收器；有線及數位接收盒，筆電或車用電視等行動裝置亦可收看。 |
| 意義 | 電視呈現方式本質上「進化」，數位內容服務環環相扣，服務的提供到終端消費者形成一個生態，若缺乏任一環節，都無法構成服務。 | |

圖 2-2：數位訊號對產業結構的影響

資料來源：NCC 網站

從類比電視轉換成數位電視，訊號模式也隨之改變。內容產製、節目組成、傳輸路徑、終端接收…等層面也跟著轉變。電視內容從業者自行製作到向國外購買版權或外包，由線性製作邁入非線性製作；營運模式也從以往大眾經營到分眾經營，使節目對象族群設定上更明確；終端接收亦從傳統電視變換到數位電視，或者在傳統電視加裝機上盒來接收數位訊號。科技的進步與日俱進，數位電視的功能及應用服務內容更增添了使用者的便利以及對未來生活的想像。

隨著科技日新月異的發展，網路和數位技術也日趨進步，電視產業也出現了大變革，新興視訊平台、網路協定電視以及數位電視逐漸成為了觀眾收看電視節目的途徑與管道，因此為求良好收視品質，世界各國無不努力推動「電視數位化」，在電視產業發展上是推動的主要目標。

電視數位化對消費者而言，具劃時代的影響意義。數位科技讓消費者與產製者之間的互動成為可能，數位電視業者所提供的服務將不只是單向的播送節目而已，開始有互動資訊，及多元的功能加入，並轉以客製化內容服務為節目內容的產製核心（蔡宜秀，2005）。消費者可以透過各種不同媒介來接收到所需要的內容。因應科技技術進步，電視的數位服務內容走向以消費者需求為主，在服務類型上也從數位化的影音圖像進展至電子商務…等的內容服務。

而電視數位化是一個全球的趨勢，目前世界上幾個先進國家包括美國、日本、英國及德、法等國，早已開始數位化的轉換過程，有些國家甚至已經完成了數位化的轉換，譬如美國已在 2009 年 6 月 12 日完成全面無線電視的數位化轉換。過去十幾年來，電視訊號之處理技術已不斷地加入數位訊號處理之技術，但這些並非真正的數位電視，這樣的作法僅是數位化處理之類比電視，真正的數位電視應是從最開頭的拍攝、傳送、接收至最後的播放等全部以數位技術來處理。（蔡志宏 et al.，2010）。

貳、 我國無線電視數位化之發展

以往我們收看的傳統電視，屬於類比訊號。在6MHz頻寬使用上可以傳送約1個頻道。無法藉由壓縮技術來增加頻寬使用空間。隨著科技進步，現今的電視已經邁入數位電視的市場。數位電視是將畫面信號變成0與1兩種資料位元，再透過數位調變傳送到收視戶家中的數位機上盒。在6MHz頻寬使用上約可播出個4到6個標準畫質，或1到2個高畫質電視，其畫面逼真又清晰，還兼備有身歷聲的音質（塗能榮，2004）。

無線電視起初先採用美規傳輸規格，後來才轉換到歐規傳輸規格。一開始類比無線電視是採用美規傳輸規格(NTSC)，而在發展數位電視時，傳輸規格是採用美規傳輸規格(ATSC)，不過後來發現歐規傳輸規格(DVB-T)具有移動接收、單頻網建立、對抗多路徑干擾等特點，較適合台灣的環境使用。因此主管機關決定將數位無線電視傳輸規格由美規轉為歐規。

而歐規 DVB-T 系統，是採 Multiple-Carrier 複式載波、COFDM數碼直交頻率分割多工制調變方式(Coded Orthogonal Frequency Division Multiplexing)，視訊則是採 MPEG-2(Motion Picture Experts Group-2)壓縮，音響則是採 MPEG1 Layer II 格式，與美規 ATSC 系統最大差別乃在於：COFDM 調變方式可對抗多路徑干擾，較適合台灣都市地區高樓林立及高速移動的產業環境（蔡宜秀，2005）。

傳統類比電視是將電視節目等訊號透過類比調變器轉換成類比電視信號，再透過信號傳輸系統傳送到類比電視發射站，將信號傳遞給收視戶，用戶即可收看電視節目，如下圖2-4所示。

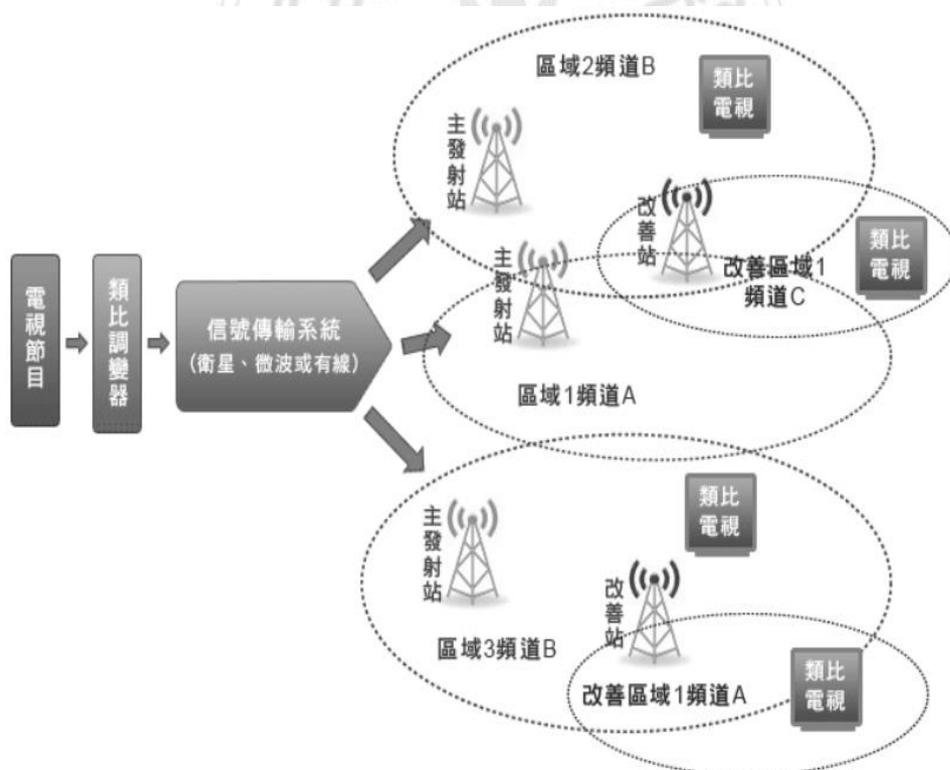


圖 2-3：類比無線電視工作原理
資料來源：詹耕權(2012)

無線電視的數位化，是先將電視節目訊號透過數位壓縮設備處理，再將數個節目的信號經由多工器混成後，再透過數位調變器調變成數位信號，然後再傳送至數位無線電視發射站，將訊號傳遞給收視戶，用戶即可收看電視節目，如下圖2-5無線數位電視工作原理所示。

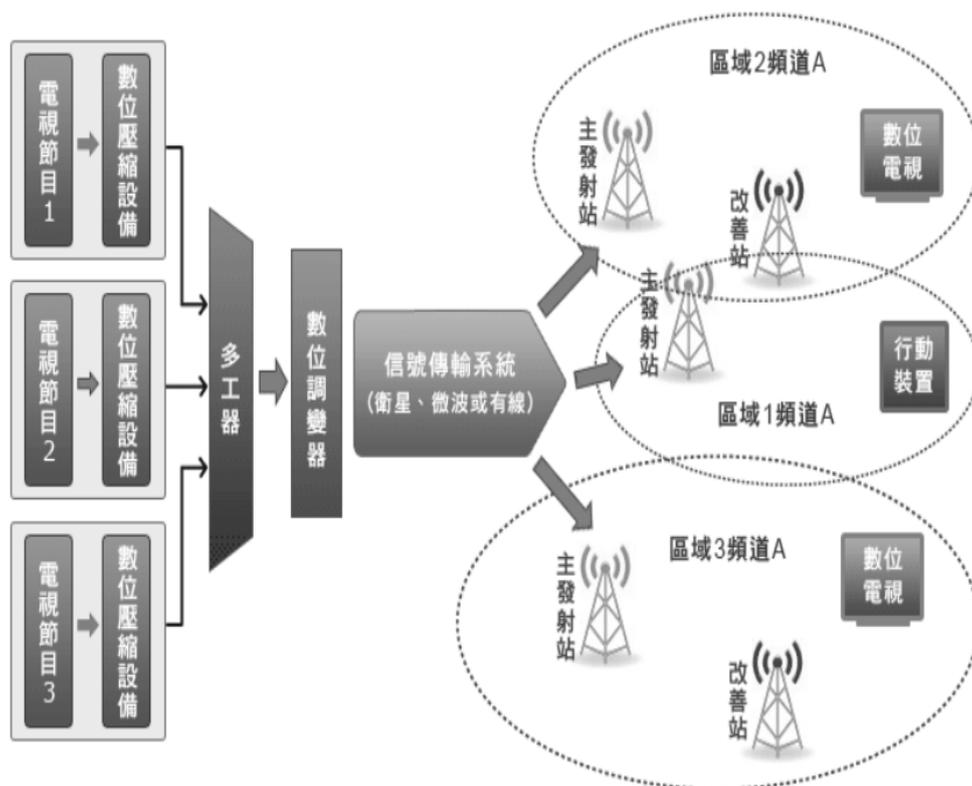


圖 2-4：數位無線電視工作原理

資料來源：詹耕權(2012)

早期國內類比無線電視是採用美規傳輸規格(NTSC)，但在更早之前，亦曾短暫採用美規傳輸規格(ATSC)。2000年時台視曾用該系統HDTV轉播中華民國第十任總統就職典禮，但收訊範圍僅限陽明山竹子湖。礙於其傳輸規格在行動接收方面，收訊不甚理想。於是在2001年6月時，中華民國電視學會建請交通部在不改變原訂6兆赫頻寬下，變更我國地面數位廣播傳輸標準為歐規(DVB-T)傳輸標準。除了行動接收方面，歐規傳輸標準略勝美規傳輸標準一籌之外；歐規傳輸標準亦有一項優點就是其調變方式可對抗多路徑干擾，對於都市地區大樓林立的台灣來說，較適合使用（劉貞宛，2006）。

而數位無線電視的發展可追溯至 1992 年。那年「高畫質視訊工業發展推動小組」成立，其主要任務是推動我國數位電視的計畫進行。起初，政府機關原本以推動「高畫質數位電視」為首要目標，但是由於傳統電視與高畫質電視兩者之間的規格、成本相差甚大，推行上實屬困難。因此，經過主管機關考量後，便以國外數位電視發展為參考依據，效法先進國家，先發展國內數位電視，再往高畫質電視邁進（蔡志宏 et al., 2010）。

2002 年，行政院新聞局推出「挑戰 2008：國家發展重點計畫（2002-2007）」，藉由「數位娛樂計畫」，推動數位無線電視共同傳輸平臺為其重點方向，以協調統合無線電視臺投入之數位發射系統資源，建設整合之數位電視共同傳輸平臺為主，藉此促進數位無線電視產業發展（行政院，2005）。

儘管政府對於數位無線電視的發展有時程規劃，但是實際情況並不如預期。使得原本預定在 1998 年展開試播，受遭到拖延，也使得關閉類比時間延宕。五家無線電視台在 2001 到 2002 年之間，實施「數位電視全區節目播映二年計劃」透過認養方式，建立數位發射站，共同完成環島一個數位頻道，接著在台灣西部地區播放數位節目（謝葉毓麗，2009）。

2003 年公共電視台負責統合建設北部及南部地區多頻道播映系統，依照營運需要規劃，由五家合作分工建設，在北部竹子山、高雄中寮及嘉義枕頭山興建五個頻道數位發射站，每頻道可播二至三個節目，讓觀眾可收到十至十五個標準畫質節目，亦可呈現 DVD 影音之品質；主要工程包括：籌建頭端與發射機設備、天線與機房工程（賴世哲，2005）。那時，試播費用高達 1.26 億，台視、中視、華視、民視自行籌措 6515 萬元，其他部分則由經濟部補助。

五家數位無線電視台於 2004 年 7 月正式開播，共推出 14 個數位頻道。新聞局並在 8 月 27 日公布「無線電視發展方案」在實施時程中規劃 2004 年暫由五家無線電視台依照自訂的數位，頻道營運計畫進行播送，2005 年各無線電視台研擬「規畫頻道申請案」交付新聞局進行審查、評選和發照業務，2005 年 12 月 26 日數位無線電視台正式開始營運（吳欣恬，2013）。

五家無線電視台於 2007 年獲得無線數位電視頻率營運計畫變更許可。另一方面，行政院科技顧問組協調經濟部標準局亦公佈，2006 年 1 月起，台灣 29 吋以上電視機，強制內建數位電視接收器。五年後，行政院核定無線電視數位轉換計畫，NCC 為使無線電視數位轉化計劃執行更臻完善，於同年 5 月 30 日提出修正計畫。且行政院的高畫質數位電視元年計劃已於 2012 年 6 月 30 日完成且關閉類比訊號，同年 7 月無線電視已經全面數位化（羅錦榮，

2014)。

其實無線電視本預計在 2010 年 12 月 31 日就要全面完成數位化，但礙於有線電視普及率極高，後來才延至 2012 年底；但又為因應倫敦奧運，因此提早至 2012 年 5 月開始結束類比訊號。終於在 2012 年 7 月，完成無線電視數位轉換。

因應數位時代的來臨，主管機關在推動數位無線電視發展上扮演著重要角色。在相關數位無線電視的發展時程、相關法條以及配套措施，皆致力推動。目前，台灣的無線電視台已全數為數位頻道，其皆要歸功於政府積極推展。但儘管政府的積極推展讓數位無線電視的硬體建置提升，但不包含相關節目、服務等內容，因此，在軟體方面的數位化，乃是無線電視業者目前的一大課題。

在主管機關積極推展無線電視數位化之下，獲得顯著的成效；但在有線電視的發展上，都市地區業者數位化比率快速攀升；而偏鄉、部分離島地區卻沒什麼動靜，盼政府深入瞭解情況並給予適當協助。

參、我國有線電視數位化之發展

世界各國有線電視的發展，都歸咎於欲改善電視的收訊。隨著科技的進步，有線電視還提供本業以外的服務，如：上網、加值應用、隨選視訊服務等。除了提供基本影音服務外，還可成為雙向互動的多功能資訊服務，在現今社會中，儼然成為生活中不可或區的部分。

我國有線電視發展的過程也與其他國家類似，同樣是發源於收視不良的地區，由線纜業者錄下無線三台節目，並附送一些錄影帶節目，利用同軸線纜傳送到各收視戶中，並以每月收取訂閱費的方式經營。不過當時這些電台無法可循，只是地下行業，設備也很簡陋，因此，人們稱之為『第四台』。後來，隨著衛星的發展，有線電視與衛星傳輸結合，逐漸提供更多元的節目內容，結果連沒有收視不良問題的都會區民眾也開始訂閱有線電視。蓬勃發展的結果，其市場佔有率逐漸趕上無線電視。為了簡單區別『有線』電視與『無線』電視的不同，其 CATV 的簡稱，也逐漸演變為『Cable Television』的含意 (Wilkinson, Jeffrey S., 1994; 張美娟, 2003)。

一、有線電視工程原理

有線電視透過纜線方式傳播影像、聲音的過程，在林崧銘《有線電視技術》一書中，有詳細的解釋。有線電視，是將影像集聲音，控制等信號，如下圖 2-5 所示。

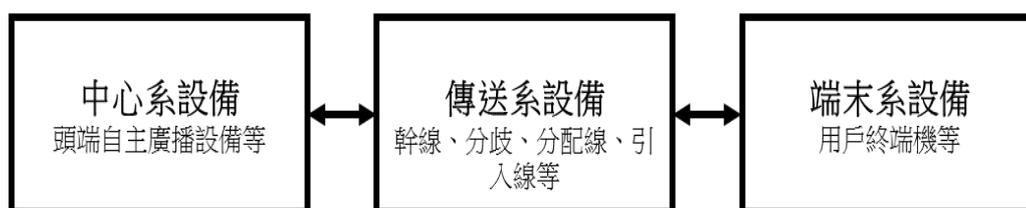


圖 2-5：有線電視的基本構成
資料來源：林崧銘(1995)。

1.中心系設備(頭端系統 Head-End)：

包括接收天線、前置放大鏡、頻道變換器、混合裝置等的頭端，與設置攝影機和攝影棚等的自主廣播的製作設備所構成。

2.傳送系設備(Distribution Network)：

將中心系統設備來的信號抑制品質惡化至最小限度，為了廣範分配，將同軸電纜和光纖、幹線、橋接、分配、延伸各大器，分歧、分配器、電源供應器等做有效組合之設備。

3.末端系設備(User Loop)：

在訂戶住宅從保安器來的引入線和壁面端子等的訂戶接收設備之外，還有頻道轉換器 (Channel converter) 和擾頻解碼器 (Scramble decoder) 等有線電視接收所需具備的訂戶終端機，稱這些為末端設備。

有線電視影像傳送，藉由中心系設備送出，經由幹線電纜、放大器...等的傳送系設備，送到許多訂戶之末端設備為止，另外也有往回送的信號，形成雙

向迴路，讓收視戶收看到傳送出的電視節目內容。

二、數位有線電視之特色與獲利模式

隨著時代變遷、科技進步，在數位化技術引進電視後，推翻了以往類比電視所帶來的收視形式。除了技術上的變革外，更帶來市場經營型態的變化。當類比電視轉換成數位電視時，其訊號的改變帶來了那些變化呢？異於傳統電視的數位有線電視又有哪些新特色呢？研究者就江耀國(2006)，在《有線電視市場與法律》一書中提及數位電視特色以及劉幼琍(2004)，在《數位時代的有線電視經營與管理》一書中，整理與歸納出數位有線電視的特色與獲利模式。

1. 頻道數目增加：

隨著科技與壓縮技術的進步，有線電視訊號經過數位化壓縮之後，原本同樣類比電視只能傳送一個電視節目；而透過壓縮技術的數位電視最高可以傳送 1 至 2 個高畫質電視頻道或 4 至 6 個標準畫質電視頻道節目，大大增加頻寬的使用空間，減少資源浪費，可容納更多頻道供收視戶選擇。

2. 具有互動電視功能：

數位化的頻道可提供電子節目、隨選視訊、居家保全、交通資訊、醫療資訊、線上遊戲、互動式教學、電視購物、電視商務等具有互動功能的服務。用戶可透過點選節目獲取節目資訊或其他生活相關資訊。

3. 新的廣告形式

以往透過類比傳輸的傳統電視，在節目與廣告會作明顯區別來區分。但數位化電視，集結報紙、廣播、電視三種媒體的優勢於一身，顛覆以往的傳統電視。廣告形式可能不再如同以往的形式，可能會使節目與廣告的界線模糊，帶來新的廣告形式。

至於數位有線電視在獲利模式方面，可從視訊服務與互動電視服務兩方面下去做檢視，在視訊服務方面又分為基本視訊服務以及付費頻道：

1. 視訊服務方面：

(1) 基本收視服務：

基本收視服務是目前有線電視最基本的收入來源，但未來分組付費實施之後，有線電視的基本收入會受其影響。

(2) 付費頻道(Pay Channel)：

付費頻道為基本收看頻道之外的頻道選擇。倘若欲收看基本頻道組之外的頻道，就需要額外繳費收看。

2. 互動電視服務方面：

(1) 電視商務：

互動電視商務簡稱 iTC 或者 iTV-Commerce，是傳統電視之營運模式與商務結合的一種模式。它能進行購物、訂票等服務。電視網絡如同電腦網絡，遙控器選台如同輸入網址，把欲傳送的訊息直接表現給觀眾。

(3) Enhanced TV：

收視戶可以依照自己的喜好，運用遙控器做控制。例如：藉由遙控器的使用與選擇能讓觀眾看到不同角度的鏡頭、慢動作重播，或是相關的資訊瀏覽。例如：球員的背景介紹。除了多角度的觀看之外，觀眾還可以一邊看比賽，一邊購買相關的用品。

在數位匯流趨勢之下的數位有線電視獲利模式，必須要創造出與以往電視業者之不同思維，再配合多平台傳輸特性，使數位影視產品不只在電視平台上傳送，更可傳遞到不同的平台，如：數位廣播或行動電話等平台。可以藉由不同的搭售服務，來刺激觀眾的消費，替數位有線電視找到新的發展方向。

三、我國有線電視之數位化與發展現況

我國有線電視事業歷經共同天線、第四台、播送系統、有線電視系統等歷史階段，市場變化甚大。1993年有線電視合法化之初，新聞局將有線電視系統經營地區，依據行政區界線劃分為51區（台灣本島48區，離島3區）。我國本來想參考美國有線電視早期經驗，一區只有一家經營，後來立法院為了讓本國第四台業者增加合法經營的機會，乃通過「有線電視在同一地區以五家經營為限」的法條（劉幼琍 et al., 2014）。

而有線電視系統的網路建設、硬體設備等固定成本及軟體的購買費用極高，所需的資金龐大，所以是屬資本密集性的產業；但隨著收視戶的增加，網路及硬體設備等固定成本的分攤額，亦隨之而遞減，因此有線電視系統業具有規模經濟的特性（李璧如，2003；邱蓬新，2006）。規模經濟，係指一家廠商的長期平均成本隨著生產規模的擴大而逐漸遞減。有線電視系統業者在籌備營運時，即需投入極高的固定成本於頭端之購置與纜線之鋪設，系統業者唯有擴大經營規模，才能降低長期平均成本（謝依凡，2011）。

由於有線電視產業具備資本集中與技術集中的特點，因此在規模經濟與範疇經濟運作之下，會走向自然獨占¹²的發展趨勢。因此我國有線電視發展也出現業者以水平整合(Horizontal Integration)方式，跨區擁有兩家以上的有線電視系統的現象，形成所謂的「多系統經營者¹³」(Multiple System Operator, MSO)，也造就我國有線電視發展之特殊現象，例如：高誘利誘發外國私募資金介入、系統業者垂直或水平進行整合、頻道上下架不公、頻道商聯賣，以及費率採成批定價（吃到飽模式）等問題。1999年有線廣播電視修法，改以水平及垂直的經營上限，取代一區最多五家有線電視系統的限制(劉幼琍 et al., 2014)。

2002年行政院為加速數位電視時代的來臨，推出『六年國家發展重點計畫2002-2007』，訂定了相關的政策。在面對數位電視帶來的巨大商機，有線電視業者積極取得數位電視服務合法經營執照的媒體，以進行數位服務的相關發展（行政院，2003）。

¹²自然獨占特性乃指該產業投入之成本龐大，回收較緩慢，若一家廠商經營可發揮規模經濟的優點，但若兩家以上競爭將形成資源使用無效率性，即使容許其它廠商加入競爭，最後結果也只會剩下一家廠商，「自然」形成獨占。所謂寡佔(oligopoly)其基本特徵包括彼此牽制、進出困難，業者易有聯合壟斷或彼此廝殺價格戰之行為（林培堅，2001；邱蓬新，2006）。

¹³指投入鉅額資金建設有線電視硬體傳輸網路，且取得地方有線電視系統營運許可，負責播放各種節目，以向觀眾收取收視費的業者。擁有一家以上的有線電視系統的經營者，又可稱之為『多系統經營者』(Multiple System Operator, MSO)（謝奇任、唐維敏、甘尚平譯，1997；張美娟，2003）。

儘管我國有線電視業者在 2003 年起開始提供數位有線電視的服務，但是未有明顯效果。且有線電視數位化與寬頻網路發展息息相關，因此政府於 2007 年頒布「促進有線電視數位化發展策略方案」，公布有線電視數位化目標及發展方向（蔡志宏 et al.，2010）。

有線電視數位化發展對有線電視業者來說，確實有一定程度的困難。因數位建置需耗費大量資金、機上盒成本與收視戶對數位化電視的觀念不清楚等問題，使得有線電視數位化進程遭到延宕。為了加快數位化進程，NCC 將「持續推動有線電視數位化」列為 2006 年重要施政計畫之一，以促使有線電視能因應數位匯流時代的競爭，並提升服務內容。

NCC 於 2007 年 7 月研議「促進有線電視數位化發展策略方案」草案出爐，內容提及頭端數位化、網路升級、數位機上盒鋪設策略。並分區分階段推動數位化進程，將行政區分成：重點都會區、其他較具經濟效益地區、偏遠及離島地區，三階段推動數位化，訂定在 2010、2011、2012 年底前完成比率（國家通訊委員會，2007 年 7 月 18 日）。數位機上盒部分，政府希望有線電視業者能以消費者較能接受的方式鋪設數位機上盒。並提出下列原則提出推廣方案：

- 1.至少免費借用訂戶第一台數位機上盒。
- 2.第二台以上機上盒由業者依規格及成本研擬合理收費規劃，惟訂戶若加購付費頻道或任一項增值服務，應免費借用。
- 3.第二台以上機上盒採押借、租用或買斷之價格，應依台數呈倍數遞減。

但是有線電視業者並未積極配合，因為業者認為 NCC 對此沒有法律基礎，使得國內有線電視數位機上盒的鋪設推展緩慢。NCC 為使有線電視數位化有所進展，在 2010 年 2 月公告「有線廣播電視數位化實驗區之行政計畫」。藉由有線電視業者進行數位化實驗區之規畫，推展數位化政策並提升數位服務品質。而同年 7 月，NCC 公告修正計畫，在機上盒策略、數位轉換期間作法均有部分修改。希望業者透過數位網路更新，提供穩定的傳輸品質給收視戶。NCC 修正的內容分別為計劃目標、機上盒策略、類比/數位轉換期間…等部分，調整與修改內容，詳見下表 2-2：

表 2-2：NCC 有線電視數位化發展策略方案與實驗區計畫對照表

| 數位化策略 | 促進有線電視數位化發展策略方案草案（討論期 2007/8/22-2007/9/21） | 有線電視數位化實驗區行政計畫（2010/2/3首次公告） | 有線電視數位化實驗區行政計畫（2013/5/10修正） |
|-------|---|---|---|
| 頭端數位化 | 獨立系統業者至少一個數位頭端；多系統經營者(MSOs)於全國對其經營區應建設兩個數位頭端，以達相互備援 | 各系統經營者自行建設一個；系統經營者間若以共構或合作方式，提供共同數位節目信號或增值應用服務來源時，為避免不可抗力因素造成收視權益受損，應提供雙套備援機制 | 系統經營者間，若以共構或合作的方式，提供共同數位節目信號或增值應用服務來源時，仍須透過現行各經營區頭端與網路路由架構，並自行組合各地方公益、藝文、社教性節目、經核准之頻道及加密保護措施等以釐清相關責任後，再行提供與訂戶 |
| 網路升級 | 乙太網路100MBps光纖到府，或HFC頻寬達750MHz以上 | 乙太網路100MBps光纖到府，或HFC頻寬達750MHz以上 | 乙太網路100MBps光纖到府，或HFC頻寬達750MHz以上 |
| 機上盒鋪設 | 免費借用第一台。第二台以上採押借、租用或買斷 | 以免費借用兩台數位機上盒為原則。第三台以上採押借、租用或買斷 | 以訂戶實需，免費借用一台至兩台，第三台以上採押借 |
| 完成時程 | 以行政區分三階段推動，2013年底完成全區數位化 | 未規定（數位匯流方案原版為2014年50%數位化） | 未規定（數位匯流方案上修版為2014年100%數位化） |
| 數位轉換 | 每一光潔點內之數位訂戶達95%作為全數位化切換條件 | 以光節點內訂戶達80%作為數位化切換比率之原則 | 光節點或放大器內訂戶達60%作為數位化切換比率之原則 |

| | | | |
|--------|--------------|---------------------|---------------------|
| 基本頻道費率 | 應訂定數位化基本頻道費率 | 應與原有類比信號之基本頻道收視費用相同 | 應與原有類比信號之基本頻道收視費用相同 |
|--------|--------------|---------------------|---------------------|

資料來源：(劉幼琍 et al., 2014)。

NCC 對於有線電視數位化的策略，早從 2007 年就有相關發展計畫。在 2007 年 8 月 22 日至 2007 年 9 月 21 日期間，為促進有線電視數位化發展策略方案草案的討論期，其中包含頭端數位化、網路升級、機上盒鋪設、完成時程數位轉換、基本頻道費率等方面。在頭端數位化方面：獨立系統業者至少一個數位頭端。在網路升級方面：乙太網路 100Mbps 光纖到府，或 HFC 頻寬達 750MHz 以上；多系統經營者(MSOs)於全國對其經營區應建設兩個數位頭端，以達相互備援。在機上盒鋪設方面：免費借用第一台。第二台以上採押借、租用或買斷。在完成時程方面：以行政區分三階段推動，2013 年底完成全區數位化。在數位轉換方面：每一光節點內之數位訂戶達 95% 作為全數位化切換條件。在基本頻道費率方面：應訂定數位化基本頻道費率。

而 NCC 有於 2010 年 2 月 3 日推出有線電視數位化實驗區行政計畫政策，在頭端數位化方面變更為：各系統經營者自行建設一個；系統經營者間若以共構或合作方式，提供共同數位節目信號或增值應用服務來源時，為避免不可抗力因素造成收視權益受損，應提供雙套備援機制。機上盒鋪設方面：以免費借用兩台數位機上盒為原則。第三台以上採押借、租用或買斷。完成時程方面：未規定（數位匯流方案原版為 2014 年 50% 數位化）。數位轉換方面：以光節點內訂戶達 80% 作為數位化切換比率之原則。基本頻道費率方面：應與原有類比信號之基本頻道收視費用相同；直至 2013 年 5 月 10 日，NCC 在針對有線電視數位化實驗區行政計畫進行修正。在頭端數位化方面修正為：系統經營者間，若以共構或合作的方式，提供共同數位節目信號或增值應用服務來源時，仍須透過現行各經營區頭端與網路路由架構，並自行組合各地方公益、藝文、社教性節目、經核准之頻道及加密保護措施等以釐清相關責任後，再行提供與訂戶。數位轉換方面修正為：光節點或放大器內訂戶達 60% 作為數位化切換比率之原則。

2007 年至 2013 年間，NCC 為了加速有線電視數位化的腳步，推行「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」外，更在 2013 年 6 月推出「有線電視數位化亮點區」。希望藉由獎勵補助有線電視業者，促進有線電視數位化，並運用相關資源宣導數位化政策利基，期盼爭取民眾對政策理解與支持。此外，NCC 推動有線電視數位化亮點區，區內每一家戶至少有一有線電視業者可提供數位化服務，民眾申請即可完成申裝並提供配合的優惠措施，讓民眾有更多節目內容及

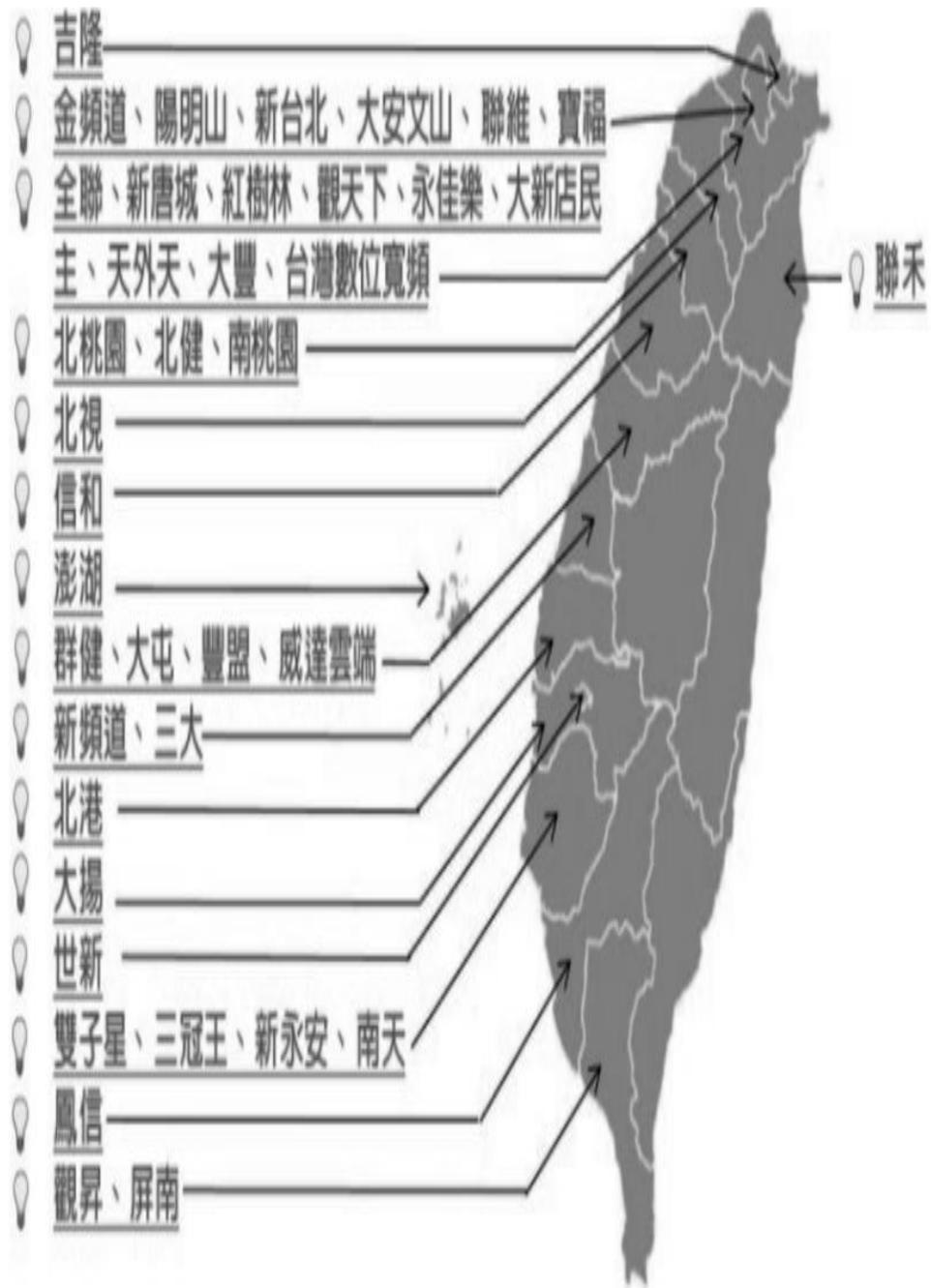
加值服務選擇。

NCC 在有線電視數位化政策推行方面，除了運用既有評鑑、換照、費率審議...等行政措施來進行推展，並於 2013 年起推動有線電視數位化亮點區，截至年底已有 16 個縣市、39 家業者提出亮點區申請（國家通訊傳播委員會,2014 年 2 月 13 日）。

表 2-3：有線電視數位化亮點區申請之縣市及業者名單

| 縣市 | 申請亮點區系統業者 | 縣市 | 申請亮點區系統業者 |
|-----|--|-----|-------------------------|
| 基隆市 | 吉隆 | 苗栗縣 | 信和 |
| 台北市 | 金頻道 陽明山 新台北 大安文山 寶福 聯維 | 台中市 | 豐盟 大屯 威達雲端 群健 |
| | | 彰化縣 | 新頻道 三大 |
| | | 雲林縣 | 北港 |
| 新北市 | 全聯 新唐城 紅樹林 觀天下 永佳樂 大新店民主 天外天 大豐 台灣數位寬頻 | 嘉義縣 | 大揚 |
| | | 嘉義市 | 世新 |
| | | 台南市 | 雙子星 三冠王 新永安 南天 |
| | | 高雄市 | 鳳信 |
| 桃園縣 | 北桃園 南桃園 北健 | 屏東縣 | 觀昇 屏南 |
| | | 宜蘭縣 | 聯禾 |
| 新竹縣 | 北視 | 澎湖縣 | 澎湖 |

資料來源：NCC 網站



註：群健、信和、北視、南桃園參與亮點計畫但未申請補助。

圖 2-6：有線電視數位化亮點區示意圖
資料來源：NCC 網站

我國申請亮點計畫區的獨立系統業台分別有：聯維、寶福、大新店民主、天外天、大豐、台灣數位寬頻、威達雲端、三大、北港、大揚、世新、雙子星、新永安、屏南、澎湖，共 15 家。

雖然我國有線電視從 2003 年起投入有線電視數位化，但數位化普及率仍舊不高。因為，欲完成全數位化的建置，必須從頭端機房到用戶終端接收器都要有所鋪設，必須投入大量資金去投資。這對原本處於費率沒有調漲的業者來說，無疑是一大負擔，故使有線電視業者在數位化的推動上持保守態度。加上政府在 2012 年以前，都忙著推動無線電視數位化，對於有線電視的數位化推動雖有計畫，但仍未實際行動。直至 2012 年起有線電視業者逐步配合 NCC「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」、「有線電視數位化亮點區」等數位化政策，使得原本沒什麼變化的數位化比率漸漸攀升。我國有線電視總收視戶數為 838 萬 2,699 戶，數位機上盒戶數為 394 萬 7,507 戶，數位服務普及率 78.92%。從 2010 至 2015 年 9 月底數據顯示，我國有線電視數位化普及率從原本 7.7% 進展到 87.41%，不過四年多的時間，數位化比率上升了 79.71%。（詳見下圖 2-8）

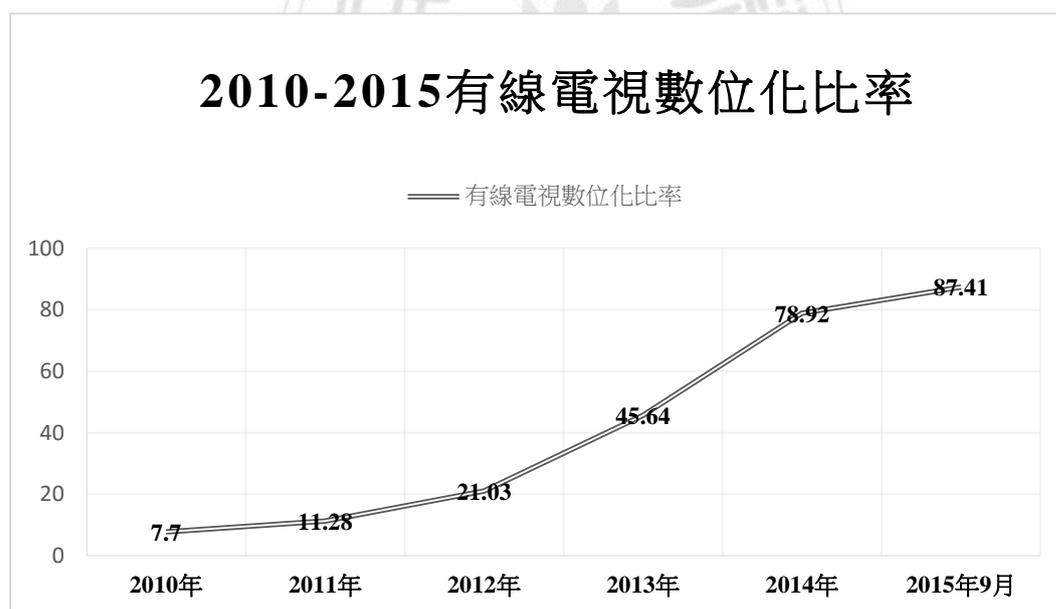


圖 2-7：2010-2015 年有線電視數位化普及率
資料來源：NCC 網站

NCC 於 2010 年公告「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」，藉此推行有線電視數位化政策，當時有線電視家戶數為 508 萬 4,491 戶，而有數位機上盒的訂戶數為 39 萬 1,462 戶，在數位化普及率上相當低，數位化比率只有 7.7%。但從圖 2-8 可以發現，數位化普及率從 2010 年開始便逐年攀升，到 2014 年底已進展至 78.92，但還是未達到數位匯流發展方案第二版所訂立的全數位化目標。而在這之中，有兩家有線電視業者已完成全數位化，分別是新永安與世新，他們都是獨立系統。到 2015 年 9 月，又有全國數位、國聲、大揚、雙子星，4 家獨立系統台加入有線電視全數位化的行列。

獨立系統業者(SO)與多系統經營者(MSO)，皆為有線電視重要的一員，獨立系統在資金、頻道授權、跨區經營、應用服務、營運平台…等方面和 MSO 相較，條件全然不同。但新永安、世新卻能突破多重阻礙，跑在 MSO 前面提早完成數位化建置；反觀五大 MSO，2 雖較獨立系統高且擁有多重優勢，但卻沒有率先達標。由此可看出獨立業者在數位化上的積極與努力。在看到數位化比率達標的獨立系統同時，卻也存在著數位化比率成長較慢的獨立系統，如：花東地區、部分離島地區，企求政府加以重視並視情況給予協助。

第三節 我國新興視訊平台之發展

隨著科技日趨進步，影視產業不再只是無線電視與有線電視的天下，新興視訊平台也開始角逐影視產業的市場。而新興視訊平台究竟有哪些呢？有 IPTV、Web TV、Internet TV、Mobile TV、OTT TV 等等。

Web TV 與 Internet TV，皆為早期網路視訊服務模式，稍有不同之處在於，Web TV 是由內容網站角度來定義此模式，而 Internet TV 則是由串流視訊服務的技術來看待此模式，因此基本上兩者是指同樣一件事（許文宜、劉幼琍、陳彥龍，2015）。且 Web TV 近年之發展已結合機上盒或電視裝置機，成為 OTT TV(over-the-top TV)服務模式（劉幼琍 et al., 2014），因此 Web TV、Internet TV 與 OTT TV 之間，以 OTT TV 較為代表性。而 Mobile TV 為行動電視，其優點除了擁有影音功能及多項技術外，在攜帶上也相當方便，走到哪裡就帶到哪裡，極具發展潛力，但以目前各國營運結果看來，多是賠本居多，成功的少，台灣的手機電視也只停留在 3G 的階段。因此於新興視訊平台上本研究先不將此列入探討。而 IPTV 於 2014 年底的用戶數已達到 128 萬 4,557 戶，同時期有線電視用戶數為 500 萬 2,216 戶，其用戶數可說是占了有線電視將近的四分之一的用戶數，對有線電視來說，相當有威脅性，因此本研究在新興視訊平台的探討上，主要聚焦於 IPTV 與 OTT TV 兩者上。

一、 IPTV

我國目前最主要的 IPTV 業者即中華電信 MOD。於 2004 年正式開啟 IPTV 數位電視的服務。為了能夠抗衡握有多數節目內容資源的有線電視業者，中華電信除了一般節目外還致力於推廣加值應用服務，一方面利用具備寬頻網路可提供互動服務外，也希望藉由加值服務拉抬用戶市場之成長。MOD 在平台服務月費為每個月 89 元，用戶依其選擇之頻道套餐再額外加價訂購其他付費頻道，如高畫質頻道、電影頻道、成人頻道、娛樂頻道…等。另外，在節目內容上，MOD 亦即提供隨選視訊服務，內有免費影片及付費影片，計費方式還有以次計費及包月制，包月制由 69-199 元不等。(數位匯流發展年鑑，2011)。

我國另一個 IPTV 業者為威達雲端(Vee TV)所推動，由午陽集團在 2008 年 2 月底所推出的 IPTV 服務。此集團最初是以建築營建的事業起家，目前的事業體包含建設營造、貿易、電子商務、有線電視與 ISP 等多家公司，以多角化的方式發展企業經營規模。IPTV 服務即是整合旗下的有線電視公司「威達」與 ISP 公司「超舜」所推出的新品牌「威達超舜 Vee TV」，由此可見 Vee TV 提供的服務內容將與威達有線電視公司有深厚的關係。Vee TV 的服務內容及功能，與 MOD 同樣分為直播頻道、隨選視訊及應用服務三大項。直播頻道當中除了 32 個免費頻道，當然也有以套餐或單點方式銷售的付費頻道與高畫質頻道，高畫質頻道包含公視的「Hi HD」頻道、緯來的職棒頻道與國外的時尚藝術頻道(方柏丰，2008)。

不過礙於 NCC 要求在同一個網路架構，不要同時有兩種類似的服務讓消費者難以選擇。所以威達雲端電訊在 2014 年申請跨區時，就已經停止 IPTV 的內容服務(國家通訊委員會，2014 年 3 月 19 日)，因此目前國內談論的 IPTV 業者主要以中華電信 MOD 為主。

二、 OTT TV

我國 OTT TV 的代表業者為「中華聯網寬頻 Yes5TV」。中華聯網寬頻創立於 2002 年，2009 年 8 月於「2009 台北國際連鎖加盟大展」發表 Yes5TV 數位家庭娛樂平台。中華聯網寬頻為第二類電信特許執照之營運電信公司，以整合資通技術及多媒體平台的網路通訊業服務為主要服務，並推出三網合一雲端家庭 5TV 第五台服務。從前端娛樂生活等內容的整合，到後端的服務平台維運及頻寬的提供，逐漸完成數位生活產業鏈的垂直整合¹⁴。2009 年 12 月中華聯網寬

¹⁴ 資料來源：中華聯網寬頻網站。上網時間：民國 104 年 3 月 29 日，取自 <http://www.tw-airnet.net/website/company/introduce.asp>。

頻入主卡拉 OK 龍頭「我歌實業」。2010 年 10 月 iPhone 5TV 上架 App Store，正式進入「三網合一」新世代（數位匯流發展年鑑，2011）。

另一 OTT TV 實例，為「地壹創媒」(ZIN TV)：地壹創媒為電視機大廠兆赫公司於 2000 年底成立。地壹創媒經營的平台把網際網路和生活資訊緊密連結在電視機上，ZIN TV 目前提供精采電影、影集可讓會員付費及免費觀賞，結合分門別類隨選隨播功能及 Full HD 播放器（數位匯流發展年鑑，2011）。

隨著新興視訊平台的崛起，收視型態的改變，以及通訊軟體的頻繁使用，使得消費者收看電視的管道，不再只是侷限於實體的電視機。而此種收視型態的轉變，也使得 OTT TV 服務快速竄起。但是我國政府為鼓勵快速崛起的新興視訊平台，目前沒有任何的法律的規管。

臺灣境內的 OTT 業者，對於有線電視業者並沒有太直接的威脅。反倒是大陸等境外的視頻網站的威脅性更來的大一些。除此之外，使我國有線電視業者備感威脅的是 IPTV，也就是國內的中華電信 MOD，至 2014 年底用戶數已達 128 萬，對於有線電視業者構成不小的威脅（參見表 2-4），同時也加速有線電視業者在數位匯流時代下的競爭與挑戰。

表 2-4：我國有線電視與 IPTV 用戶數比較

| | 我國有線電視(CATV)總用戶數 | 我國多媒體內容傳輸平台(IPTV)總用戶數 |
|------|------------------|-----------------------|
| 2011 | | |
| 第一季 | 5,097,879 | 839,063 |
| 第二季 | 5,108,363 | 890,854 |
| 第三季 | 5,087,066 | 967,312 |
| 第四季 | 5,061,737 | 1,064,138 |
| 2012 | | |
| 第一季 | 5,041,259 | 1,098,959 |
| 第二季 | 5,017,881 | 1,141,853 |
| 第三季 | 4,995,568 | 1,181,759 |
| 第四季 | 4,989,155 | 1,205,760 |
| 2013 | | |
| 第一季 | 4,979,774 | 1,206,413 |
| 第二季 | 4,973,814 | 1,224,864 |
| 第三季 | 4,980,760 | 1,243,128 |
| 第四季 | 4,985,222 | 1,265,111 |
| 2014 | | |
| 第一季 | 4,988,575 | 1,254,849 |
| 第二季 | 4,988,536 | 1,285,775 |
| 第三季 | 4,994,450 | 1,290,916 |
| 第四季 | 5,002,216 | 1,284,557 |
| 2015 | | |
| 第一季 | 5,012,159 | 1,286,077 |
| 第二季 | 5,023,988 | 1,288,572 |
| 第三季 | 5,043,726 | 1,292,608 |

(資料來源：2011~2015 年通訊傳播事業概況總覽)

小結

我國電視產業的發展，先從無線電視發展，而後才出現有線電視。有線電視台的前身為「第四台」，「第四台」起初並不合法，直到 1993 年有線電視立法規範才取得合法性。從非法走到合法的有線電視，即使面臨許多困境，仍然能見招拆招。但隨著數位匯流時代的到來，又面臨諸多挑戰與衝擊。而本研究欲探討的獨立業者除了有線電視產業既有的挑戰外，又有自身獨特困境，值得深入瞭解。

第三章 研究方法

第一節 研究方法與資料蒐集

在社會科學的方法論領域裡，一直存在著「計量」與「質性」兩大研究典範，各依據不同的哲學觀與研究旨趣，發展出觀點迥異的理論建構方式與研究方法。一般而言，量化研究傾向予以統計概念之「普遍原則」來驗證所得資料之可信度與有效性；而質性研究則較不重視「量的證據」的累積，將關注的焦點放在「社會事實的建構過程」，與「人們於不同的、特有的文化社會脈絡下的經驗和解釋」（胡幼慧，1996；盧秀芳，2003）。

在研究方法的取用上，乃是根據研究問題的性質與目的。而本研究主要在瞭解數位匯流下獨立系統業者所遭受的衝擊與影響。研究問題聚焦於，數位化比率超前與落後的獨立業者，其在整體產業環境中的衝擊與因應。藉由質性研究方法來蒐集個案研究中的業者意見。

質性研究不同於量化研究，藉由訪談及相關資料的蒐集來進行分析。像是以環境中的主題來進行探討，並不是透過統計或其他量化方法來得到研究結果。質性研究範圍內容可從人們日常生活經驗、行為、情緒，到組織功能、社會運動、文化現象及國家間互動…等範圍的研究。藉由不同角度切入被研究者的看法與經驗…等。因此質性研究是描述資料的研究，描述受訪者說的話、行為，進行相關的資料分析（盧秀芳，2003）。

透過人類行為，包括說話、寫字、行為…等所表達出來的行為，都是質性研究的範圍。而在許多質性研究方法中，要如何選取合適方法以達研究目的，必須先依研究題目下去思考，運用合適的方法得出研究之結果。質性研究方法除了有民族誌、田野調查法以外，另外還有紮根理論、脈絡分析法等。透過深度訪談、現象觀察和文獻資料…等方式來進行資料的蒐集。首先，在執行質性研究時必須先從研究問題下去尋找適合的研究方法；其次，決定資料收集的方法。不論是逐字稿或者訪談資料的蒐集，都是資料分析的依據。

本研究採取的方法分別以：文獻分析法（Literature Review）、深度訪談法（Intensive Interviews）、次級資料分析法(Secondary Qualitative Study)三種方法進行。藉由研究方法的設定，深入瞭解我國獨立系統業者在數位匯流下的發展歷程、以及對於傳輸、營運、頻道、節目…等方面的規劃，以下介紹本研究中欲使用的研究方法。

壹、 文獻分析法

文獻分析法指的是針對論文主題，蒐集相關文獻資料，進而分析及歸納相關內容。使用文獻分析法可以瞭解事件或者產業的歷史背景以及相關發展經過。另外，對於文獻分析的優點，許崑峰（2003）也列出以下 4 點：

1. 文獻裡的概念和其間的關係可以用來與我們此次研究所得的資料相互參照。
2. 文獻能刺激我們提問題：可以利用文獻，從中粹鍊出一些問題來問受訪者，或用這些問題引導觀察工作。
3. 文獻可以幫助我們設計理論性抽樣:文獻可以提供我們在發展理論上的一些點子，把一些重要的情境列入研究裡去。
4. 文獻可以做輔助性佐證:可以在文章裡的適當位置，引用文獻以佐證我們的發現。

儘管文獻分析法擁有不少優點，但仍然有其缺點。其缺點在於倘若研究者對問題的相關背景不熟悉，則需花費不少時間在文獻的閱讀上，且礙於相關知識累積不足，可能會依賴他人的研究分析，而缺少個人見解。

本文探討我國有線電視業者中獨立系統業者在數位匯流下的因應策略，在文獻資料中的來源包括：圖書館、書店、國內外相關論文、相關雜誌內容、文獻及書籍整理分析。從蒐集的相關資料中瞭解獨立系統業者的困境，將其結果進行歸納，作為後續分析之基礎；另外也從中整理出有線電視業者在數位匯流的競爭對手，從相關資料彙整過程中，提供分析研究的重點及方向，以思考我國獨立系統業者的因應策略。由於國內以獨立系統業者為主的相關研究甚少，再藉由深度訪談之進行，瞭解獨立系統業者在數位匯流下的困境，並試圖找出其因應策略，以完成本研究資料之蒐集。研究進行前，先從文獻探討形成問題，持續經由對文獻的蒐集與探討發現問題、形成概念，甚且以此作為研究的支撐。

壹、 深度訪談法

訪談法又可稱為「談話法」、「面談法」或「交談法」。訪談法是一種蒐集資訊所常用的方法。在現實生活中，透過與他人不同形式的互動蒐集資訊。也是

一種質性研究法，對於概念項目較多，參與者所涉程度不一、且不易由外部觀察的研究題材，最適宜以此種方法取得資料，深度訪談法能查覺事件表象下的深層意義（陳憶華，2007）。另外，深度訪談是一種未結構化的形式，其目的在對某些主題得到比平常訪談更為深入的了解。深度訪談最適合研究的題材為不易從外觀察，只有少數人涉及在內、時間較長、概念數目很多之議題。深度訪談法讓受訪者有更大自由，可以引導談話的方向的訪問方式（簡琬莉，2010）。

訪談法最常見的分類方式為依對訪談內容結構的控制程度分類，而區分為「結構式」（封閉式）、「半結構式」（半開放式）及「無結構式」（開放式）等三類訪談法（陳向明，2002；孫義雄，2007）。

一、 結構式訪談：

結構性訪談又稱標準化訪問，它是一種對訪談過程高度控制的訪問，包括提出的問題、提問次序和方式，以及記錄方式等都完全統一。這多用在問卷訪問，或由一組特定的訪員依照特定的訪問規則去進行訪問（袁方編，2002；黃光玉、劉念夏、陳清文譯，2004；陳曉宜，2005）。

二、 半結構式訪談：

半結構式訪談(Semistructured interviews)又稱為「半標準化訪談」及「引導式訪談」半結構式訪談介於結構式與非結構式訪談之間的一種資料收集的方式，研究者依研究問題及目的設計訪談大綱，通常在訪談進行的過程中，訪問者可依實際狀況來彈性調整訪談問題。(Berg,1998)半結構式的訪談具有幾項優點（潘淑滿，2003；丁家怡，2010）：

- 1.對特定的議題可採取開放的態度。
- 2.受訪者在訪談過程中所受限制較少。
- 3.研究者了解個案公司的經驗值及資料分析比較時，較適合使用。

三、 非結構式訪談：

非結構訪談方式，即指沒有提出問題的標準程序，只給一個題目，由訪談者和受訪者依題目自由交談，提出問題的方式或次序都不統一，非常有彈性，訪談者與受訪者可以自由隨意地談出自己的意見與感受（袁方編，2002；陳曉宜，2005）。

表 3-1：訪談類別比較表

| 訪談類別 | 作業方式 |
|--------|--|
| 結構化訪談 | 對所有受訪者而言，給予一樣的問題、數目與順序。 |
| 非結構化訪談 | 此訪談最具彈性，是一種沒有方向性的訪談，訪員可以探問各式各樣的問題。 |
| 半結構化訪談 | 半結構化訪談的形式介於前二者之間，即事先擬定包含主題與相關問題的「訪談大綱」，由訪員視訪問情況來決定問題的先後順序與用字遣詞。一般而言，「半結構化訪談」多用於深度訪談的場合，適用於被訪人數較少但又必須向相關人士詢問差不多問題的情況。 |

資料來源：(楊國樞等，1988；塗能榮，2004)。

深度訪談法 (in-depth interview)，是質化研究中經常採行的資料蒐集方法之一，主要是利用訪談者與受訪者之間的口語交談，達到意見交換與建構，是一種單獨的、個人的互動方式，受訪者藉由訪談的過程與內容，發覺、分析出受訪者的動機、信念、態度、作法與看法等。此一研究方法是一種訪談者與受訪者雙方面對面的社會互動過程，訪問資料正是社會互動的產物 (畢恆達，1996；周旭毅，2012)。

本研究運用深度訪談法(Intensive Interviews)，來獲取研究問題的答案。深度訪談通常持續一至一個半小時的會話。在訪談前，研究者會準備一個涵蓋關鍵研究議題/問題的訪談大綱。訪談一開始會簡介該研究、感謝受訪者接受訪談，並且請求受訪者同意錄音。訪問者對錄音一事應該表現得很坦誠、自在，這可以被視為一個幫助記憶(aidememoire)或對後續對話分析有幫助的紀錄，也使訪問者可以專注於所說的內容，而非忙著做紀錄。記得在訪談開始前重複檢查錄音機是否運作正常，並小心壓下按鈕。為了讓訪談順利進行，可以先問一些直接、有趣且不具威脅性的問題。訪問者必須專注，對受者訪說的話感興趣：利用眼神、點頭或其他強調方式鼓勵受訪者。導入話題，從中挑出一點而詢問出更多細節。有些受訪者需要一些時間來放鬆，但那是可以預料得到的。將研究問題記在心裡，偶爾確認一下訪談大綱，但注意焦點應在於傾聽並瞭解受訪者說的話。讓受訪者有時間思考重要的，因此，停頓的時間不該急著用其他問題來填滿 (Martin W. Bauer, George Gaskell 編撰；羅世宏、蔡欣怡、薛丹琦合譯，2008)。

進一步說明，本研究在深度訪談中採用的是半結構化訪談，較具彈性、較不拘束卻保有欲探求的問題，冀望回答本研究欲瞭解的題目外，亦從網路搜尋相關內容的更新進度，如：有線廣播電視系統經營者基本資料、有線廣播電視

訂戶數（依經營區）、有線廣播電視訂戶數（依集團）、有線電視收視費用、NCC 開會之會議紀錄，作為深度訪談的參考內容；亦從國內具代表性的獨立系統之有線電視網站及新聞，蒐集相關資料等，作為訪談案之參考依據。以獲得處於數位匯流浪潮下的獨立業者，面對政策面、以及 MSO 和跨業經營的新對手，找出因應之道，並提供政府主管機關參考。

本研究欲探討數位匯流下對獨立系統業者的衝擊與因應，並從我國電視數位化的脈絡下進行探討。本研究使用文獻資料分析法，企圖站在既有的研究蒐集的資料上，藉由研究主題進行資料的彙整與分析，以呈現新的研究發現。涉及公司行銷管理面及較為敏感之問題，將以深度訪談作為資料蒐集與研究的方式。

探求數位匯流下獨立系統業者的困境與因應，本研究以可蒐集到的資料，分析獨立系統業者的衝擊與因應面向外，再深入數位化比率超前及落後的兩極業者，進行分析。主管機關要求有線電視數位化，對業者來說，要花費不少的資金去做相關設備的建置，實屬不易。而獨立系統業者，新永安、世新有線系統領先達標；偏鄉、離島地區，數位化比率長期停滯不前，故研究對象的選取上，特別聚焦新永安、世新以及東部、離島等業者為主。

確定完研究對象後，研究者將擬好的訪談信件與大綱，透過 E-MAIL 和紙本的方式，寄至邀訪對象，並再以電話聯絡確定訪談時間。訪談對象以獨立系統業者為研究範圍對象，但受限於業者訪談意願及其他因素，僅能蒐集或訪談到 13 家獨立系統業者資料進行分析。

本文從文獻上蒐集到不少相關資料，但仍舊有許多資料無法從文獻資料中獲得，因此必定透過實際執行面的業者來進行意見調查。包括獨立系統業者在數位化所面臨的衝擊、在公司各個層面有何規劃以及相關因應策略，這些就勢必要透過公司主管或是實際規劃執行的層面的人來訪談，才能真正切入去做瞭解，因此關於文獻無法獲得的資料，本研究設定以深度訪談的方式，來蒐集文件上缺乏的資料。

（一）訪談綱要

訪談大綱(topic guide)是研究過程重要的一環，必須審慎從事。在成功的訪談中看到的自然、近乎隨興的會話背後，有個充分準備的訪談者。若問了不適當的問題，不僅浪費受訪者、也浪費訪問者的時間。花時間與心力去建構訪談大綱是必要的，建構過程可能需要不斷的草擬和修改。基本上，訪談大綱的設計目的是希望達成研究目的與目標，必須基於結合適合文獻的批判性閱讀、對

某個研究領域的情報蒐集(可能包括觀察及或先和相關人士初步交換意見)、與有經驗的同仁討論，再加上有創意的思考。

理想上，訪談大綱應該是一頁，它並不是大量的特定問題，而是一組段落標題，用來提示訪問者，是一張預防訪談時突然腦中一片空白的安全毯，作為接續進行訪問的訊號，也是（若每一段落附註分鐘數）在訪談過程中控制進度的方法。好的訪談大綱能為討論提供容易且舒適的架構，位重要事項提供符合邏輯的進行方式。由於訪談大綱是用來提醒研究者用的，有關社會研究議題必須用受訪者慣用的生活用語發問。最後，訪談大綱可當作分析訪談逐字轉錄搞的初步架構(Martin W. Bauer, George Gaskell 編撰；羅世宏、蔡欣怡、薛丹琦合譯，2008)。

不過訪談大綱，只是一個研究方向的引導，不該太過依賴。在訪談過程中，有可能獲得意外的驚喜。例如：除了大綱所列的題綱外，但卻跟研究主題息息相關的內容。這種情況發生時，可能因所獲得的資料內容來修正後續的訪談大綱。

表 3-2：本研究深度訪談大綱

| | 主題大綱 | 訪談提綱 |
|-------|--|--|
| 研究問題一 | 獨立系統業者的數位化歷程 | 1. 有線電視發展沿革？ 2. 有線電視數位化的發展過程為何？ |
| 研究問題二 | 我國在推動有線電視數位化的目標下，獨立系統業者，在傳輸層的基礎工程建置與作法 | 1. 數位機上盒的建置為何？ 2. 網絡工程建置為何？ |
| 研究問題三 | 我國在推動有線電視數位化的目標下，獨立系統業者其營運模式與因應策略 | 1. 是否有其他營運模式與獲利來源？ 2. 對於跨區經營的看法？ |
| 研究問題四 | 我國在推動有線電視數位化的目標下，獨立系統業者在頻道規劃與分組付費之作法 | 1. 多餘的頻寬如何規劃？ 2. 頻道代理與授權議價有何因應之道？ |
| 研究問題五 | 我國在推動有線電視數位化的目標下，獨立系統業者在節目內容與創新服務之作法 | 1. 自製節目方面如何因應數位化發展？ 2. 加值服務方面是否有新的規劃？ |

(二)錄音筆

為詳細記錄訪談過程中的每一個重點與細節，紀錄工具除了筆記本外，錄音工具的輔助顯得很重要，不僅可以全程紀錄且也可以以防漏掉任何重點，訪談後透過錄音工具的使用幫助研究者記憶、整理以及分析。

透過研究工具的使用，幫助研究的進行與資料蒐集。藉由訪談大綱讓研究者在訪談進行中，不會因為緊張而亂了手腳、忘記該詢問之重點；藉由錄音筆幫助研究者紀錄，不會漏掉訪談過程中的任何字句。

參、次級資料分析法

次級資料，也就是「第二手資料」，像是：研究文獻。基本上，無論原始資料或次級資料，重點在於具可信度、能提供答案並回答研究問題，採用既存資料可節省成本及時間，且完整的次級資料更能增加原始資料研究的有效性。此外，次級資料另一個重要的意義在於將原始研究所搜集的資料，作新的方向分析（董旭英、黃儀娟譯，2000；邱慧仙，2013）。

如果次級資料是可靠且正確的，則將提供複製(replication)的機會。假設研究發現出現在數個研究中，它就會獲得更大的信賴感。因此，研究者可以不必親自進行數個研究，而是運用他人所蒐集的資料，再加上自己所蒐集到的資料，來進行研究。第二，擁有各時期資料的便利性，使研究者能採取時間縱向的研究設計。我們可以找到數十年前所進行研究的基準測量，並運用來對近期所蒐集到的資料進行定位。事實上，當研究者將他們的原始資料與以前蒐集到的資料相比較時，基本上對原先的研究而言，他們是進行一個後續的研究。第三，次級分析可以改進和運用可操作的性概念，來擴展自變項的範圍。(Chava Frankfort-Nachmias, David Nachmias 原著；潘明宏,陳志瑋譯，2000)

本研究欲探討數位匯流下對獨立系統業者的衝擊與因應，其中必定會從電視數位化去討論，故從我國數位電視的發展下作探討。研究中採取的次級資料來源為：從主管機關網站獲取有線廣播電視系統經營者基本資料、有線廣播電視訂戶數（依經營區）、有線廣播電視訂戶數依（集團）、有線電視收視費用、NCC 開會之會議紀錄…等資料；亦從國內具代表性的獨立系統之有線電視網站及新聞，蒐集相關資訊。有線電視相關網站、主管機關網頁、資料庫或網路、新聞、相關期刊，政府與專家、學者以及業者調查研究統計資料，都是本研究資料蒐集目標。本研究亦蒐集分析數位電視產業最新發展、政府相關政策、策

略模式、經營模式等資料瞭解數位電視產業的現況。在數位電視發展之中，不少的專家、學者對我國的數位電視的發展，從應用、技術、經濟、市場…等各種方面做過相關內容探討，因此在相關資料上已有不少的資訊可做為研究電視數位化議題的參考，本研究使用次級資料分析法，企圖站在既有的研究蒐集的資料上，藉由資料的彙整發展出新的分析。

本研究分析之資料依據，主要以次級資料與深度訪談所獲得內容為主。針對獨立系統業者在數位匯流下的衝擊與因應，將從數位化快速達標的獨立系統業者以及數位化落後的系統業者，兩方面進行探討。

第二節 研究步驟與期程

本研究期程主要分為研究前期（相關資料的探討）、研究中期(研究訪談進行)與研究後期（彙整意見以及分析內容）共三階段進行。

壹、 研究前期

本階段的工作為有線電視相關資料的蒐集及探討，從研究資料中確立研究範圍，最後確立研究目標，在資料探索所查詢的關鍵詞為下列：

- 一、電視
- 二、無線電視
- 三、有線電視
- 四、數位電視
- 五、數位化
- 六、數位匯流
- 七、MSO
- 八、加值服務
- 九、分組付費
- 十、必載
- 十一、 廣電三法
- 十二、 MOD
- 十三、 IPTV
- 十四、 OTT TV
- 十五、 獨立系統
- 十六、 費率審查

透過上述關鍵詞的搜尋，蒐集有線電視發展及其在數位匯流中所面臨的困境，再從中歸納出獨立系統業者的發展衝擊。將整理完成的資料做一再審視，瞭解目前獨立系統現有狀況並依據研究問題方向，設計訪談大綱。

貳、 研究執行階段

首先將擬好的邀訪信件以 E-mail 和紙本的方式傳送給獨立系統業者，尋求業者的協助研究論文，在徵得其同意後，進行訪談。並以電話方式確定訪談時間以及其他細節。

參、 研究彙整階段

一、 訪談稿的處理

針對訪談的錄音檔案，謄打成逐字稿，並進行整理、分析、製表等工作，整理出研究結果，再依研究目的及問題，將整理出的資料作出適當描述與解釋。

二、 訪談稿分析與歸類

依據研究目的與問題提出描述後，接續進行訪談資料的分析與分類，從中整理出研究結論及提出相關建議。

三、 研究論文撰寫

依據整理完成的訪談資料，從資料的分析與分類中進行研究結論的撰寫，並從中提出建議，撰寫成具體之研究論文，以提供獨立業者及主管機關單位參考。

本研究主要針對數位匯流下獨立系統業者的衝擊與因應，除相關文獻與資料的蒐集與整理外，另外也與選擇有意願的業者進行訪談，以達到瞭解數位匯流下獨立業者的衝擊與因應策略。

我國有線電視數位化過程中獨立系統業者的衝擊與因應

- 1.瞭解NCC在推動有線電視數位化過程中所扮演的角色。
- 2.分析我國獨立系統業者面對數位化政策之衝擊與因應。
- 3.探討我國有線電視數位化發展政策對獨立系統業者的影響，並提供建議。

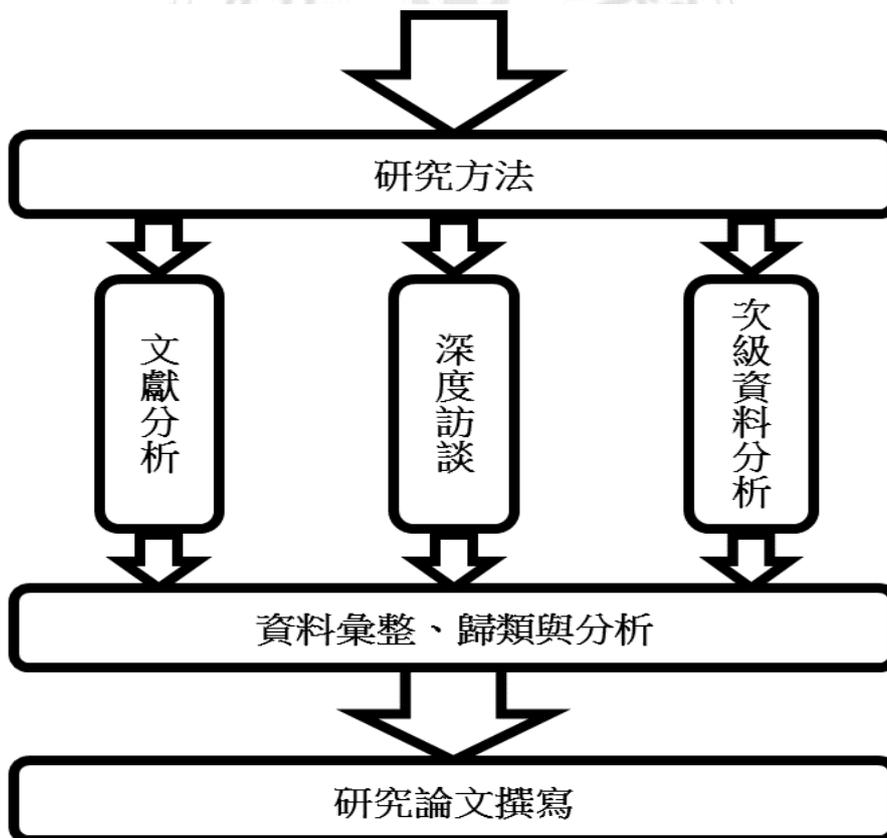


圖 3-1：研究步驟

第三節 研究範圍、研究限制

壹、 研究範圍

本研究花東、離島地區的獨立系統業者與非花東、離島且提早完成數位化的獨立系統業者，其面對數位化發展的衝擊與因應策略。非花東、離島的獨立系統業者，以最快達成數位化比率的業者為主，分別以新永安、世新有線電視作為主要研究對象；至於花東、離島地區的獨立系統業者，則以洄瀾、澎湖有線電視、名城事業股份公司、祥通播送系統作為研究對象。但受限於部分業者訪談意願，因此僅以願意受訪的業者意見以及相關文獻作為研究分析依據。

表 3-3：本文研究對象與資料蒐集方式

| 訪問對象 | 公司名稱 | 資料蒐集方式 | 訪談時間 |
|---------------|--------------------|---------------|-----------|
| 吳辛源 董 事長 | 寶福有線 電視 | 面訪 2015.07.08 | 1 小時 30 分 |
| 翁佳君 工 程師 | 聯維有線 電視 | 面訪 2015.07.08 | 1 小時 |
| 黃國城 董 事長特助 | 東台有線 電視 | 電訪 2015.10.07 | 45 分鐘 |
| 黃國城 董 事長特助 | 東亞有線 電視 | 電訪 2015.10.07 | 45 分鐘 |
| 黃國城 董 事長特助 | 洄瀾有線 電視- | 電訪 2015.10.07 | 1 小時 10 分 |
| 金國蕙 副 總經理 | 澎湖有線 電視業者 | 面訪 2015.07.04 | 2 小時 |
| 匿名 | 名城事業 股份有限 公司 | 電訪 2015.09.18 | 45 分 |
| 匿名 | 祥通播送 系統 | 電訪 2015.09.03 | 1 小時 35 分 |
| 黃守正總經 理 | 台灣數位 寬頻有線 電視 | 次級資料 | |
| 周詳人 總 | 天外天有 | 次級資料 | |

| | | |
|--------------|----------|-----------|
| 經理特助 | 線電視 | |
| 高年豐總經理、羅金宗經理 | 威達雲端有線電視 | 次級資料 |
| 吳振隆 董事長 | 新永安有線電視 | 次級資料、文獻分析 |
| 王國徽 董事長 | 世新有線電視 | 次級資料、文獻分析 |

我國有線電視自 2003 年起開始投入有線電視數位化的推展，但遲遲沒有進展，直到 2010 年，數位化比率才開始成長，因此故以 2010~2015 年為探討之時間點。相關文獻資料是從：圖書館、書店、碩博士論文網、主管機關網站、新聞、雜誌、期刊…等蒐集而來。一般參考資料及線上參考之多依附於有線電視業者（包括 MSO 與獨立系統業者的困境）大方向去做討論，故僅能以性質相近之內容及現況作分析。國內聚焦於獨立系統業者的研究或者相關資料較少，故僅能先從有線電視業者共同面臨的衝擊面向，來探討獨立系統業者所面臨到的問題，以及主關機關對於有線電視業者相關政策規劃。有鑒於此，NCC 官方網站關於有線電視相關資訊，例如：有線廣播電視系統經營者基本資料、有線廣播電視訂戶數（依經營區）、有線廣播電視訂戶數（依集團）、有線電視收視費用、NCC 開會之會議紀錄等，均為本研究分析資料的一環。

貳、 研究限制

本研究以 2010 年至 2015 年有線電視數位化政策、相關業者的進展為主要探討方向。透過文獻資料法、深度訪談法以及次級資料分析法進行資料分析，但受限於訪談者意願故無法完整呈現國內所有獨立業者的意見。本研究限制分成：主題範圍、研究方法與資料蒐集兩面向說明如下：

(一)主題範圍：研究範圍主要聚焦於國內獨立系統業者，由於跨國營運條件不同，本研究並不包含國外相關產業之探討，因此本研究並未將國外其他類似業者營運實況資料，作為本國獨立系統業者參照。

(二)研究方法與資料蒐集：國內獨立系統業者的家數達 25 家，但因部分業者經連繫後，無受訪意願，衡量本獨立研究之時間經費，普查已不可行，因此本研究自無法涵蓋或呈現所有獨立業者之意見，僅以願意受訪的對象意見以及文獻作為分析依據。

第四章 我國獨立系統業者的數位化發展

我國獨立系統台（含播送系統）分別為，寶福、聯維、大豐、台灣數位寬頻、天外天、大新店民主、吉元、威達雲端、三大、北港、世新、國聲、大揚、雙子星、新永安、南國、屏南、東台有線播送系統（關山區）、東台、東台有線播送系統（成功區）、洄瀾、東亞、澎湖、名城事業股份有限公司、祥通有線播送系統、全國數位、大豐（中永和三峽鶯歌樹林），共 22 家（含 3 家播送系統）。但受限於研究者的可蒐集到的資料有限，因此僅能針對 13 家獨立系統台進行整理與分析，分別為寶福、聯維、台灣數位寬頻、天外天、威達雲端、新永安、世新、東台、洄瀾、東亞、澎湖、名城事業股份有限公司、祥通有線播送系統。

本文將此 13 家獨立系統概分為花東、離島地區與非花東、離島地區兩種類型。花東、離島地區探討的獨立系統台為：東台、洄瀾、東亞、澎湖、名城事業股份有限公司、祥通有線播送系統；非花東、非離島地區探討的獨立系統台為：寶福、聯維、台灣數位寬頻、天外天、威達雲端、新永安、世新；尤其聚焦最早完成數位化的獨立系統台新永安、世新。

壹、獨立系統業者在數位化發展中的特殊困境

有線電視業者是由 MSO 以及獨立系統業者所共同組成。但一般談論到有線電視發展政策，大多會顧及五大 MSO，或是以台灣有線寬頻協會的意見為主。至於獨立系統業者的困境，則因經營規模較小，業者態度低調，以致意見較難獲知，而鮮少被關注。

事實上 MSO 與獨立系統業者，兩者在數位化發展的困境，應有其差異性。研究者為瞭解獨立系統業者在數位化過程中的困境，透過文獻探討、報刊資料、與相關研究次級資料先行歸納，初步整理出獨立系統業者，如寶福、聯維、台灣數位寬頻、天外天、威達雲端、新永安、世新、東台、洄瀾、東亞、澎湖、名城事業股份有限公司、祥通有線播送系統，在面臨數位化過程中，與 MSO 可能相異的若干發展困境，說明如下。

貳、 花東、離島地區的獨立系統台

(一) 洄瀾有線電視

位於花蓮縣吉安鄉吉安路上的洄瀾有線電視，成立於 1998 年 6 月 10 日。而洄瀾是花蓮的舊地名之一。十九世紀初，(清嘉慶十七年)來花蓮移墾的漢人，見花蓮溪溪水奔注與海浪衝擊作縈迴狀，遂呼之為洄瀾。從 1998 年至今，已有 17 年多的歷史，其經營區域為花蓮縣花蓮市、吉安鄉、新城鄉、秀林鄉，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料，以及洄瀾有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 85223 戶，其中洄瀾的訂戶數 49773 戶，佔有率為 58.40%，數位化比率達 8.14%。

洄瀾有線電視位於台灣東部地區，因此每當颱風來臨，業者無不提心吊膽，擔心線路哪邊又受損、哪邊又要進行搶修工程。在颱風到來的當下，除了祈禱颱風快速轉向，沒有任何預防措施可以減輕損失，也是業者每年都必須負擔的成本支出。

除此之外，花蓮地區的經濟規模不大、老年人口多，還有工程人員不足的問題。面對 MOD、OTT 業者的競爭，洄瀾有線電視表示先經營好地方自製頻道，把在地連結做得更清楚、更緊密，拉住收視戶。另外，企求政府機關對於 MOD 能夠有相當規管，好讓有線電視業者多一層保障。

(二) 東台有線電視

位於臺東縣台東市長沙街上的東台有線電視，於 2000 年 10 月通過新聞局審核，獲頒籌設許可證，公司並於 2015 年 10 月 1 日遷移至台東市漢陽北路上。從 2000 年至今，已有 15 年左右的歷史，其經營區域為台東縣臺東市、金峰鄉、太麻里鄉、大武鄉、達仁鄉，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料以及東台有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 48971 戶，其中東台的訂戶數 24510 戶，佔有率為 50.05%，數位化比率達 12.23%。

東台有線電視位處東部地區，因此不少處境跟洄瀾相似，像是颱風來臨之後的線路搶修、老年人口比例高。每當颱風的到來，維修的工程亦是造成業者不少負擔。

(三) 東亞有線電視

位於花蓮縣玉里鎮民國路上的東亞有線電視，起初是由東亞電器行逐漸演變而來的。並於 2000 年 10 月 9 日正式開播，成為花東地區第一家全區開播之有線電視公司。從 2000 年至今，已有 15 年左右的歷史，其經營區域為花蓮縣富里鄉、卓溪鄉、玉里鎮、壽豐鄉、鳳林鎮、萬榮鄉、瑞穗鄉、光復鄉、豐濱鄉，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料，以及東亞有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 39593 戶，其中東亞的訂戶數 14473 戶，佔有率為 36.55%，數位化比率達 21.13%。）

東亞有線電視比東部其他區域的有線電視業者更加險峻，因為除了頻繁的颱風、工程人員不足、線路時常需要搶修外，由於所處地區又更加鄉下，戶籍數不足 3 萬 5 的狀況，經濟規模又更小。

(四) 澎湖有線電視

位於澎湖縣馬公市中正路上的澎湖有線電視，於 1996 年 11 月成立，為澎湖地區唯一一家有線電視。從 1996 年至今，已有 19 年左右的歷史，其經營區域為澎湖縣馬公市、湖西鄉、白沙鄉、西嶼鄉、望安鄉、七美鄉，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料顯示，該經區域內的總戶數為 38502 戶，其中澎湖有線的訂戶數 17702 戶，佔有率為 45.98%，數位化比率達 90.94%。

澎湖雖然地方不大，礙於戶數與戶數之間距離遙遠，光是在馬公、湖西、白沙、西嶼、七美、萬安網路布建方面，投下的成本將近上億元，這對於獨立系統業者，負擔相當沉重。而加上又是離島，收視戶相當有限的情況之下，是一個不小的負擔，還須面臨父母帶小孩到台灣本島就學的退機潮。

儘管面臨重重的衝擊之下，澎湖有線電視業者已把數位化比率拉高至 90% 以上。面對尚未完成的數位化之路，企求政府機關能夠給予適當的補助機制來協助業者完成全數位化之路。

(五) 名城事業股份有限公司

位於金門縣金寧鄉仁愛新村的名城事業股份有限公司，於 1993 年 12 月成立，為金門地區唯一一家有線電視業者。從 1993 年至今，已有 22 年左右的歷史，其經營區域為金門縣全區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶

數的資料顯示，該經區域內的總戶數為 38432 戶，其中東台的訂戶數 7037 戶，佔有率為 18.31%，尚未經營數位化。

離島地區的業者，在經營有線電視時本就較為艱難，除了面臨經濟規模小、資金等問題外。加上金門有線電視為播送系統，不被歸類在有線電視業者的一環，因此儘管主管機關有「有線廣播電視事業發展基金」的補助，也無法受惠。

(六) 祥通有線播送系統

位於連江縣南竿鄉福澳村的祥通播送系統，於 1993 年成立，為馬祖地區唯一一家有線電視業者。起初，台灣地區有線電視台剛起步不久，馬祖各島都還只能收看三台的情況下，福澳青年曹祥通便毅然決定投資南竿有線電視，客戶只有福澳、清水和馬港地區一百戶左右，頻道也僅 9 台。從 1993 年至今，已有 22 年左右的歷史，其經營區域為連江縣全區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料顯示，該經區域內的總戶數為 2526 戶，其中東台的訂戶數 869 戶，佔有率為 34.40%，尚未經營數位化。

馬祖地區播送系統業者，在收視戶少之又少，不超過 900 戶的情況下，礙於播送系統業者的身分，從未領過主管機關的相關補助。由於環境、戶數不多的關係，線路會簽得很遠，成本負擔非常大。面對數位化的政策下，業者無奈表示只能將成本反映在收視戶身上，藉由收視戶向政府去反應給主管機關，並期望政府能給予適當的補助機制。

花東、離島地區的獨立系統台其在環境、資金、成本建設上均與非花東、離島地區的獨立系統有很大的不同。花蓮縣的洄瀾、台東縣的東台、花蓮縣的東亞有線電視，其經濟規模不大、老年人口多，使得收視戶方面的收益實屬有限（見表 4-1）。除此之外，由於位居東部，因此颱風來襲時，線路屢屢受到破壞，因而增加獨立系統業者負擔，成為每年無可避免的成本支出；而澎湖有線電視、名城事業股份有限公司、祥通有線播送系統為離島的有線電視系統，離島區域在線路的建置上必須比非花東、離島地區的獨立系統台還要多資金成本。因離島地區戶數間的分布較為零散，因此在線路上必須布置較非花東、離島地區的獨立系統台多且長。而離島地區除了澎湖有線電視外，其餘兩家名城事業股份有限公司與祥通有線播送系統，皆為播送系統。播送系統其用戶數又較有線電視業者少且其經濟規模又較小。除此之外，播送系統又缺少政府的補助，亦使得完成數位化之路困難重重。

表 4-1：花東、離島地區獨立系統業者數位發展困境

| | |
|------------|--|
| 洄瀾有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 位於東部地區的有線電視業者，每當颱風過境後，都需面臨線路搶修，增加不少建設成本。 ● 面臨經濟規模不大、老年人口多，還有工程人員不足的問題。 |
| 東台有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 東台有線電視位處東部地區，因此亦要面臨颱風過境後的線路搶修。每當颱風的到來，維修的工程亦是造成業者不少負擔。 ● 老年人口多，經濟規模小。 |
| 東亞有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 經濟規模小、人口數不多、老年人口為主。 |
| 澎湖有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 戶數與戶數之間距離遙遠，網路布建投下的成本將近上億元。 ● 須面臨父母帶小孩到台灣本島就學所產生的退機潮。 ● 業者希望政府機關能夠給予適當的補助，來完成全數位化之路。 |
| 名城事業股份有限公司 | <ul style="list-style-type: none"> ● 經濟規模小。 ● 資金不足。 ● 屬播送系統，不被歸類在有線電視業者的一環，因此在「有線廣播電視事業發展基金」的補助上，無法受惠。 |
| 祥通有線播送系統 | <ul style="list-style-type: none"> ● 收視戶極少，不超過 900 戶，經濟規模相當小。 ● 屬於播送系統業者，從未領過主管機關的相關補助。 ● 由於環境、戶數不多的關係，線路會牽得很遠，成本負擔非常大。 |

資料來源：整理自本研究訪談逐字稿

參、 非花東、離島地區的獨立系統台

(一) 寶福有線電視

位於台北市萬華區長沙街上的寶福有線電視，起初是從業者之中慢慢整合而來的。從 1993 年 8 月成立有線電視籌備處，至今已有 22 年多的歷史，其經營

區域為台北市中正區及萬華區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料與寶福有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 143,589 戶，其中寶福的訂戶數 19,495 戶，佔有率為 13.58%，數位化比率已達 79.38%。

在數位化的過程中，寶福有線電視業者認為數位增值應用方面，在開發成本、經濟規模條件方面都不及 MSO 佔優勢，且用戶數也無法與 MSO 相提並論，對於新應用內容的研發資金更無法與 MSO 相抗衡。而開放跨區後，新進與既有業者紛紛跨區競爭，利用削價策略搶食有線電視的市場，再來又面臨頻道的分組付費，使固守地區的獨立業者的處境更加艱困。目前以做好自製節目來凝聚在地居民，為數位化衝擊下的主要因應方式。

(二) 聯維有線電視

位於台北市萬華區長沙街上的聯維有線電視，由數家系統台漸漸整合而成。1979 年，起初是先成立錄影帶節目播放系統，直至 1994 年 11 月以「聯維有線電視股份有限公司籌備處」之正式名稱向新聞局提出有線電視系統經營申請。從 1994 年至今，已有 21 年多的歷史，其經營區域為台北市中正區及萬華區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料與聯維有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 143589 戶，其中聯維的訂戶數 57139 戶，佔有率為 39.79%，數位化比率已達 82.82%。

聯維有線電視認為，政府在水平管制方面不夠嚴格，易形成有線電視被財團壟斷。而受限於區域性經營，聯維在購物或廣告方面的影響力有限。其次，在創新服務研發方面的資源有限，政府沒有相關資源因應。再者，人力來源方面，無法與 MSO 競爭，在人力替補上常會遇到問題。換言之，獨立系統業者跨區經營須須負擔額外人力、機上盒等成本，相較於 MSO 吃力許多。最大的困境在於政府規範及輔導的部分，應該在法律上規範不法業者、調整費率管制等，輔導的部分則包括新技術新服務之補貼等以及獨立業者資源不多，也不太清楚可以到哪些地方尋找資源，企求政府機關能夠給予相關協助。

(三) 台灣數位寬頻有線電視

位於新北市土城區中華路上的台灣數位寬頻有線電視，於 1995 年 10 月申請經營有線電視，取得新聞局之籌設許可。從 1995 年至今，已有 20 年多的歷史，其經營區域為新北市板橋區、土城區、三峽區、中和區、永和區、樹林區、鶯歌區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料與台灣數位寬頻有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 291747 戶，其中台灣數位寬頻的訂戶數 113490 戶，佔有率為 38.90%，數位化比率已達 95.53%。

台灣數位寬頻有線電視認為，新興視訊平台崛起、消費者收視習慣的改變，對它們影響最大。其因應方式為，先跳脫有線電視 channel by channel 的收視模式，並改變內容、線路升級等等。另外，對於政府對於有線電視業者相關的管制很多，而沒有執照的業者卻幾乎無管制，甚至其提供非法、侵權的免費內容吸引客戶。期望主管機關在法律規管部分，能有公平的法規保障有線電視業者，才能有武器對抗新興視頻。

(四) 天外天有線電視

位於新北市三重區重新路上的天外天有線電視，於 1998 年領取有線電視系統經營者執照，成為大三重地區第一家合法有線電視業者，並領先同業通過查驗取得全國首家全區有線電視系統經營者執照。從 1998 年至今，已有 17 年多的歷史，其經營區域為新北市蘆洲區、三重區、八里區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料與天外天有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 231796 戶，其中天外天的訂戶數 67863 戶，佔有率為 29.28%，數位化比率已達 92.14%。

天外天有線電視認為，OTT 業者在某些部分佔有相當優勢，像是有線電視業需多花費心力在數位盒的建設上，而 OTT 業者，不需要透過機上盒，直接將內容放上網站，用戶即可收看。其次，OTT 只要能夠上網，隨時都能看想看的節目，反觀有線電視沒有辦法，則需要先預錄節目。此外，OTT 具有行動收視的便利性，而有線電視目前仍舊還是侷限在家中為主。儘管目前 OTT 沒有商業模式，但仍對既有業者產生不小的威脅。因此對於 OTT 的威脅，用調整營運模式來思考因應對策。

(五) 威達雲端有線電視

位於台中市西屯區文心路上的威達雲端有線電視，起初名稱為「大平有線電視」，於 1998 年領取營運許可證，並正式開播。隨後於 2001 年 10 月申請變更為「威達有線電視」。從 1998 年至今，已有 17 年多的歷史，其經營區域為台中市太平區、大里區、霧峰區、烏日區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料與威達雲端有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 171067 戶，其中威達的訂戶數 45088 戶，佔有率為 26.36%，數位化比率已達 83.67%。

威達雲端有線電視認為，在數位匯流衝擊下的業者面臨到 OTT、IPTV 規管不同調，針對 OTT 業者，並沒有任何相關規管可以來管理，而有線電視業者

卻受到不少管制。在費率審查部分希望政府能給有線電視業者多一點彈性的空間，像是政府可以訂一個最高上限，那這個上限也應該是合理性，但是在那個上限的情況之下，向下發展的時候，由業者自己來談。另外，跟費率審查息息相關的必載議題，也是業者頭疼的問題之一，這牽扯到無線電視要必載幾台以及頻道位置，對於有線電視業者來說，著實為一個難解的習題。

威達雲端有線電視於 2014 年 3 月取得 NCC 跨區經營許可，營運範圍從原台中縣大里區等，擴及全台中市及南投縣地區。威達雲端並於 2014 年 1 月 9 日先向 NCC 陳報終止多媒體內容傳輸平臺 IPTV 服務業務（國家通訊傳播委員會，2014 年 3 月 19 日）。惟跨區經營之後，卻遲遲未能取得頻道授權，產生侵權播送風波（蘋果即時新聞，2014 年 6 月 1 日）。這對想跨區的獨立系統業者來說，無疑是一個重重的打擊，因為光是投下資金、建設不說，當有線電視拿不到觀眾想看的節目，要業者如何經營下去，此問題需要主管機關的關注與協助。

(六) 新永安有線電視

位於台南市永康區廣興街的新永安有線電視，創立於 1994 年。從 1994 年至今，已有 21 年多的歷史，其經營區域為台南市新化區、善化區、新市區、永康區、仁德區、歸仁區、關廟區、山上區、大內區、玉井區、南化區、左鎮區、龍崎區、安定區、楠西區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂戶數的資料與新永安有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 216029 戶，其中新永安的訂戶數 149226 戶，佔有率為 69.08%，數位化比率已達 100%，為國內第一家完成全數位化的獨立系統業者。

有線電視業者除了面臨 IPTV、OTT 業者的相互競爭，還得面對政府的多重管制。新永安有線電視提及獨立業者的最大困難點，主要是資金來源不足，因此包括跨業經營與頻寬釋出後的創新服務都受到限制。事實上新永安也表示，受到 OTT 機上盒業者（全視福多媒體數位機上盒）等新興媒體的衝擊頗大。在多重衝擊之下，新永安表示會努力經營做好有線電視這個平台，是目前因應的最大策略。

(七) 世新有線電視

位於嘉義縣中埔鄉中山路上的世新有線電視，起初於 1993 年 1 月成立「世新視訊股份有限公司」。直至隔年，世新視訊與大展、宏明、安泰、及百成等四家有線播送系統整合為「世新有線播送系統」。從 1994 年至今，已有 21 年多的歷史，其經營區域為嘉義市全區，以 NCC 公告 2015 年第 3 季有線廣播電視訂

戶數的資料與世新有線電視網站顯示，該經區域內的總戶數為 98744 戶，其中世新的訂戶數 55610 戶，佔有率為 56.32%，數位化比率已達 100%，為國內第二家完成全數位化的獨立系統業者。(、許峯崑，2003)

世新有線電視認為，在嘉義地方，民眾看無線電視就已經滿足，無線數位平台變成替代性競爭，因此不反對無線電視頻道全部比載。其次在頻道授權面，獨立系統業者較沒有議價空間。在頻寬釋出的服務應用建置方面，尚未因應規劃。另外就是現有 AGB 收視率資料，並不符合地方的實情，影響頻道排序。

各家獨立系統台皆有其個別差異與衝擊。寶福有線電視其在數位化過程面臨之困境，在加值應用方面，其開發成本、經濟規模條件、用戶數，都不及 MSO 優勢（見表 4-2）。跨區經營方面，面臨新進與既有業者相互競爭外，進而紛紛利用削價策略搶食有線電視的市場。頻道分組付費方面，固守地區的業者的處境更加艱困，加上數位機上盒的成本支出使得業者備感壓力；聯維有線電視其在數位化過程面臨之困境，其資源、人力有限，欲跨區經營並不容易且頻道授權成本高。加上政府在水平管制不夠嚴格，使有線電視業者權益受損。

另外 NCC 應該在法律上規範不法業者、調整費率管制等；台灣數位寬頻有線電視其在數位化過程面臨之困境，面臨新興視訊平台崛起，以及消費者收視習慣的改變，對業者備感威脅。另外政府對於有線電視的管制上欠缺公允；天外天有線電視其在數位化過程面臨之困境為，面臨新興媒體的崛起，政府卻沒有可以管制的方法；威達雲端有線電視其在數位化過程面臨之困境為，跨區經營頻道授權受阻、政府對於新興媒體管制不公，以及費率審查；新永安有線電視其在數位化過程面臨之困境為，跨區經營不易、新興媒體衝擊與管制不公、頻寬回收後的創新服務內容；世新有線電視其在數位化過程面臨之困境為，無線電視平台的替代性競爭、頻道授權較 MSO 無議價能力、創新服務開發。

表 4-2：非花東、離島地區獨立系統業者數位發展困境

| | |
|------------|--|
| 寶福有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 在加值應用服務方面，開發成本、經濟規模條件、用戶數，都不及 MSO 優勢。 ● 跨區經營方面，面臨新進與既有業者相互競爭外，進而紛紛利用削價策略搶食有線電視的市場。 ● 頻道分組付費，使固守地區的業者的處境更加艱困。 ● 數位機上盒的成本支出。 |
| 聯維有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 資源、人力有限，跨區經營不易。 ● 跨區經營的頻道授權成本提高。 ● 政府在水平管制不夠嚴格，使有線電視易被財團壟斷。 ● 政府規範及輔導的部分，應該在法律上規範不法業者、調整費率管制等，輔導的部分則包括新技術新服務之補貼等。 ● 業者資源不多，不清楚可以從哪裡尋獲資源。 |
| 台灣數位寬頻有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 新興視訊平台崛起、消費者收視習慣的改變，對業者造成不小威脅。 ● 政府對於有線電視業者相關的管制很多，而沒有執照的業者卻幾乎無管制。 |
| 天外天有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● OTT 業者在行動收視與成本方面均較有線電視佔優勢，再加上目前政府對於 OTT 業者沒有任何規管，對既有業者產生不小的威脅。 |
| 威達雲端有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 跨區經營頻道授權受阻，被某代理商抵制。 ● IPTV 業務被迫中止，尚未開放經營 OTT。 ● OTT、IPTV 規管不同調，針對 OTT 業者，並沒有任何相關規管可以來管理，而有線電視業者卻受到不少管制。 ● 費率審查部分，希望政府能給有線電視業者多一點彈性的空間。 |
| 新永安有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 跨區經營不易。 ● 受到違法 OTT 業者衝擊。 ● 頻寬回收後的創新服務待開發。 ● 面臨 OTT、IPTV 業者相互競爭外，還得面對政府多重管制。 |
| 世新有線電視 | <ul style="list-style-type: none"> ● 無線電視平台在嘉義屬替代性競爭。 ● 不反對無線頻道全部必載。 ● 頻道授權較 MSO 無議價能力。 ● 頻寬回收後的創新服務待開發。 |

資料來源：研究者根據（許文宜、劉幼琍、陳彥龍，2015）、本研究訪談整理。

第五章 調查資料分析

本章節為調查資料分析，首先將 NCC 對有線電視數位化的相關討論案、政策等資料整理歸納，藉此深入瞭解 NCC 在有線電視數位化推動所扮演的角色。再藉由訪談資料分析，進一步瞭解我國有線電視數位化的過程中，獨立系統業者的衝擊與因應。

第一節 NCC 在有線電視數位化推動扮演的角色

NCC 對於有線電視數位化的相關計畫，其實早從 2006 年就有所策畫（檢表 6-1）。在 2006 年 9 月 20 日，NCC 邀請台灣寬頻、台基網、東森、中嘉與富洋等五大有線電視集團代表分別參與座談會來替有線電視產業的未來發展交流意見。並特別針對有線電視產業發展與未來政策重要議題，特別是外資進駐、有線電視數位化進程、分組付費制度設計、費率審議權回歸中央、頻道上下架機制及相關法令整備等問題進行意見溝通。同年 11 月，NCC 亦針對有線電視數位化整體規劃及相關配套措施進行討論。在 2006 年至 2012 年間，NCC 對於有線電視數位化規劃不少計畫與目標，像是「促進有線電視數位化發展策略方案」、「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」、「數位匯流發展方案(2010-2015 年)」、「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」，雖有諸多計畫，但 NCC 卻未大力推動。因為此時 NCC 正在大力推動無線電視數位化，直至無線電視全面數位化後，才將重心放到有線電視數位化上。

2013 年 4 月，NCC 為因應數位匯流而調整有線電視收費模式進行討論；同年 6 月，NCC 藉由有線廣播電視事業發展基金，來補助有線電視業者進行數位建置的相關費用，並期望達到 103 年有線電視全面數位化之目標。此項政策也刺激有線電視業者加速進行數位化建置，新竹振道、觀昇、新台北、豐盟、鳳信、新頻道、屏南、北桃園、南天、陽明山、大安文山、金頻道、聯禾、大揚、新永安、聯維、寶福、西海岸、萬象、長德、世新有線電視股份有限公司也在同年，紛紛向 NCC 申請有線廣播電視數位化實驗區計畫。除此之外，為了達成數位化之目標，NCC 藉由輔導與獎勵兩種手法來推展數位化，如：費率審核、亮點實施計畫…等；以及政府對有線電視數位化的時程規劃。直至 2014 年底，新永安、世新兩家獨立業者完成全有線電視數位化的目標。2015 年 9 月底

時，不少有線電視台的數位化已經成長不少。

從 2013 年到 2015 年 9 月，獨立系統業者其數位化比率幾乎都大有成長。但部分離島地區以及東部地區的數位化比率成長幅度較小。NCC 在推展有線電視數位化的過程中，運用輔導與獎勵機制來推展數位化，如：費率審核、亮點實施計畫、政府對有線電視的數位化時程規劃。

除了鼓勵的手段外，NCC 更使出殺手鐮，於 2013 年 4 月 24 日通過「因應數位匯流調整有線電視收費模式規劃」（草案），其中提及倘若 2014 年數位普及率進步低於 4.5 個百分點，建請主管機關每月降價 10-15 元（見圖 5-1）；2015 年數位化普及率未達 45%，每月收視費上限從原本的 600 元降至 450 元；2016 年數位化普及率倘若未達 75%，每月收視費上限則從原本的 600 元降至 350 元。

在有線電視數位化過程中，NCC 所扮演的不僅是輔導者更是推動者，藉由恩威並施的手段，大大地提升我國有線電視數位化比率。

表 5-1：2006-2015 年 NCC 有線電視數位化大事記

| 時間 | 有線電視數位化政策進展 |
|------------|--|
| 2006.08.17 | 有線廣播電視營運許可證換照申請須知中關於「有線電視數位化進程」之認定標準案。 |
| 2006.09.20 | NCC 與有線電視五大 MSO 代表座談，就有線電視發展重要議題進行意見溝通。 |
| 2006.11.02 | 有線電視數位化整體規劃及相關配套措施討論案。 |
| 2007.06.14 | 「促進有線電視數位化發展策略方案」討論案。 |
| 2007.07.18 | 「促進有線電視數位化發展策略方案」公聽會。 |
| 2007.09.26 | NCC 召開「通訊傳播管理法草案」公聽會。 |
| 2007.11.01 | 「促進有線電視數位化發展策略方案草案」公聽會意見研析及後續建議辦理事項討論案。 |
| 2007.12.20 | 「促進有線電視數位化發展策略方案草案」修正內容及建議辦理方式討論案。 |
| 2008.02.01 | NCC 公告召開「促進有線電視數位化發展策略方案」聽證會。 |
| 2008.03.27 | 「促進有線電視數位化發展策略方案」討論案。 |
| 2010.01.13 | 有線電視數位化實驗區行政計畫討論案。 |
| 2010.02.03 | 首度公告「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2010.07.28 | 「有線電視數位化實驗區行政計畫」公告事項部分內容修正討論案。 |
| 2010.07.30 | NCC 公告修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2010.12 | 行政院於民國 99 年 12 月核定通過「數位匯流發展方案(2010-2015 年)」，以「民國 104 年(2015)數位有線電視普及率達 50%全國總家戶數」為計劃目標。 |
| 2011.04.27 | NCC 通過擴大有線電視經營區調整規劃。 |
| 2012.01.16 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」類比／數位切換比率原則研析報告案。 |
| 2012.04.11 | NCC 通過「有線廣播電視系統經營者廣告專用頻道數量限制」及「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」部份內容修訂，針對不同營運技術之系統經營者應規劃廣告專用頻道比例，以及數位化切換比率原則，提出明確規範。 |
| 2012.05 | 行政院核定通過「數位匯流發展方案(2010-2015 年)」(第二版)修正，以「民國 103(2014)年有線電視全面數位化」為計劃目標。 |
| 2012.05.08 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫公告」之部分內容修正公開說明會。 |
| 2012.06.13 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項部分內容 |

| | |
|------------|--|
| | 修正之後續發布事宜討論案。 |
| 2012.06.22 | NCC 公告修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2012.07.18 | NCC 通過「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」，將循法制作業程序以數位化為條件，辦理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之公告事宜。 |
| 2012.07.27 | NCC 首度公告「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」。 |
| 2012.08.22 | 「促進有線廣播電視普及發展補助執行要點」修正草案討論案。 |
| 2012.11.28 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫公告」之部分內容修正公開說明會。 |
| 2013.02.15 | NCC 於 102（2013）年起將運用有線廣播電視事業發展基金，補助有線廣播電視系統經營者申請數位化有線電視服務之建置費，希冀於 103 年達到有線電視全面數位化目標。 |
| 2013.03.13 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項之部分內容修正討論案。 |
| 2013.04.02 | NCC 舉辦「有線廣播電視經營區劃分及調整以及受理申請補充公告」公聽會之相關意見，業管處爰研擬規劃費率相關政策，並提出調整有線電視收費模式之建議。 |
| 2013.04.03 | NCC 許可新竹振道、觀昇、新台北、豐盟、鳳信、新頻道有線電視股份有限公司所報有線廣播電視數位化實驗區計畫。 |
| 2013.04.10 | <ol style="list-style-type: none"> 1. NCC 核准屏東有線電視股份有限公司申請於屏東縣潮州鎮「潮州巨人」等集合式住宅辦理「有線廣播電視數位化實驗區」計畫。 2. NCC 核准北桃園有線電視股份有限公司申請於桃園縣桃園市「圓舞曲」等集合式住宅辦理「有線廣播電視數位化實驗區」計畫。 3. NCC 核准南天有線電視股份有限公司申請於臺南市柳營區「光洋應用科技」等集合式住宅辦理「有線廣播電視數位化實驗區」計畫。 4. NCC 核准陽明山有線電視股份有限公司申請於臺北市士林區「華岡」等集合式住宅辦理「有線廣播電視數位化實驗區」計畫。 5. NCC 核准大安文山有線電視股份有限公司申請於臺北市大安區「吟龍大樓」等集合式住宅辦理「有線廣播電視數位化實驗區」計畫。 |

| | |
|------------|---|
| 2013.04.24 | <p>1. NCC 核准金頻道有線電視股份有限公司申請於臺北市松山區等辦理「有線廣播電視數位化實驗區計畫」。</p> <p>2. NCC 核准聯禾有線電視股份有限公司申請於宜蘭縣宜蘭市辦理「有線廣播電視數位化實驗區計畫」。</p> <p>3. 因應數位「調整有線電視收費模式規劃」(草案)討論案，其中提及如果有線電視數位化進度緩慢，每年將由政府強制下修該系統向觀眾收取的月費，其中 104 年的數位化如果未到 75%，月費最高只能收 350 元。</p> |
| 2013.05.01 | <p>1. NCC 通過「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項部分內容修正之後續發布事宜討論案。</p> <p>2. NCC 核准大揚有線電視股份有限公司申請於太保市前潭里等地辦理「有線廣播電視數位化實驗區計畫」。</p> <p>3. NCC 核准新永安有線電視股份有限公司申請於臺南市永康區西勢里等 13 個里辦理「有線廣播電視數位化實驗區計畫」切換為全數位化服務。</p> |
| 2013.05.08 | 「有線廣播電視經營地區劃分及調整以及受理申請」補充公告公聽結果討論案。 |
| 2013.05.10 | NCC 公告修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2013.05.15 | NCC 許可世新有線電視股份有限公司所報有線廣播電視數位化實驗區計畫。 |
| 2013.05.17 | 「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」補充公告並開始申請。 |
| 2013.05.24 | NCC 核准聯維、寶福有線電視股份有限公司申請於臺北市中正區、萬華區辦理「有線廣播電視數位化實驗區計畫」討論案。 |
| 2013.05.31 | NCC 通過新永安有線電視股份有限公司申請於臺南市永康區鹽行里等 6 個里辦理「有線廣播電視數位化實驗區計畫」切換為全數位化服務。 |
| 2013.06.05 | 「有線廣播電視事業發展基金 103 年度工作計畫及概算」計畫一項下有線電視普及發展與災害復建補助計畫案，擬增加「促進數位普及發展」預算討論案。 |
| 2013.06.11 | NCC 許可世新有線電視股份有限公司所報有線廣播電視數位化實驗區計畫。 |
| 2013.07.03 | NCC 於「因應數位匯流調整有線電視收費模式規劃」座談會通過 106 年有線電視施行分組付費規劃方案。 |
| 2013.07.05 | 「100M 寬頻示範政區及有線電視數位化亮點區建置啟動」。 |

| | |
|------------|---|
| 2013.07.10 | NCC 核准西海岸有線電視、萬象有線電視股份有限公司本次所報有線廣播電視數位化實驗區切換為全數位化服務。 |
| 2013.07.17 | NCC 許可長德有線電視股份有限公司所報有線廣播電視數位化實驗區計畫。 |
| 2013.07.24 | NCC 核准世新有線電視股份有限公司本次所報有線廣播電視數位化實驗區切換為全數位化服務。 |
| 2013.09.03 | NCC 於臺大醫院國際會議中心舉辦「數位超 Easy 生活更 Happy」有線電視數位化整合宣導記者會暨研討會，邀請有線電視亮點區計畫之業者代表參與「有線電視數位化」啟動儀式，並進行有線電視數位化宣導影片首播。 |
| 2013.09.04 | NCC 許可麗冠有線電視股份有限公司所報有線廣播電視數位化實驗區計畫。 |
| 2013.10.30 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項之部分內容修正討論案。 |
| 2013.12.18 | 有線廣播電視系統擴大經營區之申請及業者推動分組付費現況報告案。 |
| 2013.12.30 | NCC 就有線電視分組付費規劃持續與產業界溝通。 |
| 2013.12.31 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項之部分內容修正討論案。 |
| 2014.01.16 | NCC 公告修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2014.04.02 | 有線電視數位頻道之數量及位置變更，於不影響頻道區塊化及訂戶選擇權之情形下，是否屬營運計畫「頻道之規劃及其類型」變更，應否辦理營運計畫變更討論案。 |
| 2014.04.09 | 有線電視彈性資費管理規劃方案意見徵詢討論案。 |
| 2014.04.22 | 「106 年以前有線電視 100%全面數位化彈性資費管理規劃方案」意見徵詢。 |
| 2014.04.23 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告事項之部分內容修正討論案。 |
| 2014.05.06 | 針對 2017 年以前達成全數位化的有線電視業者，提出彈性費率獎勵方案。 |
| 2014.05.16 | 「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」修正草案公開說明會。 |
| 2014.06.04 | NCC 通過「106 年以前有線電視 100%全面數位化彈性資費管理規劃方案」，並以此作為 106 年以前有線電視 100%全面數位化之費率審議政策方向。 |

| | |
|----------------------|--|
| 2014.06.23 | NCC 針對「數位匯流下通訊傳播內容的管理原則」議題，透過網路意見徵詢及公開說明會方式，廣泛徵詢各界意見。 |
| 2014.07.18 | NCC 公告修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2014.07.31 | NCC 針對「通訊傳播匯流修法建議架構」議題提出諮詢文件，透過網路意見徵詢及舉辦公聽會方式，廣泛徵詢各界意見。 |
| 2014.08.29 | NCC 持續推動有線電視數位亮點計畫，並公告辦理「精進方案」及「早鳥方案」。 |
| 2014.10.16 ~10.17 | NCC 辦理 103 年度有線廣播電視發展研討會，邀請有線廣播電視系統業者、MSO 及產業協會、相關學者專家及政府機關代表，就有線電視數位化及產業發展等議題進行討論，並聽取產業意見與學界建言。 |
| 2014.12.18 | NCC 完成廣電三法修正草案三讀程序。 |
| 2015.02.12 | NCC 公告受理 104 年度有線廣播電視系統經營者「促進有線廣播電視普及發展－澎湖本島以外之偏遠離島及花東地區促進數位普及發展」補助申請。 |
| 2015.03.17 | 廣電三法修正草案座談會。 |
| 2015.10.14 | NCC 審議通過通訊傳播匯流相關立法草案整體架構案。 |
| 2015.11.12 11.13~ | NCC 辦理 104 年度有線廣播電視發展研討會，邀請有線廣播電視系統業者、多系統經營者（MSO）及產業協會、相關學者專家及政府機關代表，就有線電視數位化及產業發展等議題進行討論，並聽取產業意見與學界建言。 |
| 2015.12.09 | 台北市有線廣播電視系統費率審議委員會於 8 日開會審定明年度有線電視基本頻道收視費用，決議原有 9 家業者每月每戶收費上限維持 495 元，新進業者北都數位有線電視也維持自 450 元至 580 元等 4 種收費組合。但未完成全數位經營的業者，必須在 105 年 11 月底前完成 100% 數位化，關閉類比頻道，未達成的業者 106 年度收視費用將調降 2% 至 10%。 |
| 2015.12.18 | NCC 在臺東縣政府大禮堂舉行「視聽新境界 花東 GO 數位」宣示啟動記者會。 |
| 2015.12.30 | 台中市政府新聞局表示，有線電視基本頻道收視費用原為 565 元，明年起調降 15 至 35 元不等，有線電視數位化普及率達 9 成以上的 4 家業者，收視費用上限為 550 元，數位化程度未達 9 成的威達雲端有線電視收視費用上限則為 530 元。台中市有線電視系統費率審議委員會已審定明年有線電視基本頻道收視費用，每戶每月收費上限 530 元；另外，配合 NCC 鼓勵業者投入數位化建設，費率委員會決議數位化普 |

| | |
|--|----------------------------------|
| | 及率達 90% 以上，可加收費用 20 元，最高為 550 元。 |
|--|----------------------------------|

資料來源：NCC 網站（研究者整理）

| NCC 有線電視收費調整規劃 | | |
|----------------------|-------|--|
| 時程 | 年度 | 收視費審核規劃 |
| 類比及數位化雙軌 | 2014年 | 1.數位普及率進步4.5個百分點，每月收視費上限維持600元 2.數位普及率進步低於4.5個百分點，建請主管機關每月降價10到15元 |
| | 2015年 | 1.數位化普及率超過45%，每月收視費上限維持600元 2.數位化普及率未達45%，每月收視費上限降至450元 |
| | 2016年 | 1.數位化普及率超過75%，每月收視費上限維持600元 2.數位化普及率未達75%，每月收視費上限降到350元 3.上年度審核未超過45%，此次審核超過75%，每月收視費上限維持450元 |
| 進入全數位時代 | 2017年 | 1.數位基本頻道組合：基本普及組每月收視費上限200元，加上三組數位基本頻道套餐每月收視費總和上限300元，累計上述四組，每月收視費上限500元，累計頻道不得少於現有類比頻道數(約109個頻道) 2.付費頻道及計次付費節目低度管制 |
| 註：數位化普及率以前年度第3季數字為標準 | | |
| 資料來源：NCC | | 黃晶琳／製表 |

圖 5-1：NCC 有線電視收費調整規畫

資料來源：（經濟日報，2013 年 4 月 25 日）

第二節 獨立系統業者對 NCC 推動有線電視數位化政策的期待

1. 政府推數位化政策 亟需相關配套策略

NCC 沒有考慮說我推數位化，獨立系統能自己做出什麼利潤、營運方式、虧還是盈，NCC 不會管啦。就要求要配合政府數位化就是要做，家家戶戶就是要裝機上盒，還要求到裝兩台、三台。現在是有一點補助，但是那個還是沒辦法去。（吳辛源，2015 年 7 月 8 日）

NCC 在推動有線電視數位化，期望提供消費者良好的收視品質，積極推動有線電視數位化。只要業者跟上數位化的進度，可以調漲有線電視收視費。訪談者對此表示，NCC 對於業者的利潤、盈虧並沒有多做考量，只是要求業者能照著政策的腳步去走。期望政府除了提供政策外，還能給予相關的配套策略來協助業者完成數位化的目標。

2. 政府應保障業者權益 讓業者自由競爭

在政府政策上有三點建議，首先，IPTV 與有線電視提供之內容還是應該有所區隔，不應將 IPTV 與有線電視視同一致管制。第二，市佔率限制方面，全國戶數限制不應解除管制，甚至應從 1/3 改為 1/4，以促進中小企業之競爭，防止大財團壟斷。第三點，政府在費率規範上應該採取向上分組付費而非向下，否則將對頻道商造成傷害，連帶系統商也無法營運，有線業者也無法靈活運用策略，限制業者收入來源，導致難以繼續投資新興內容及服務。(李錫欽，2014 年 12 月 17 日)

主管機關對於有線電視有不少的規管與限制，像是全國用戶數限制、費率審核規範…等。訪談者表示，政府在管制方面，應該區隔 IPTV 和有線電視，不應視為相同管制，畢竟兩者之間有所不同；在費率管制方面，業者期望政府能替有線電視業者考量採取向上分級付費；在跨區經營方面，政府期望能藉此加強有線電視產業競爭力。但這對業者來說，除了要基礎建設要重頭來過外，還要考慮能否回收等…問題，業者認為開放跨區並無幫助。期望政府在輔導業者的時候，多一些彈性空間讓業者自由競爭。

3. 政府輔導投入度不高 獨立系統只能自立自強

政府規管費率之同時相對應該給業者營收機會投入更多成本開發內容，政府規管費率上限，但業者必自己想辦法吸引客群，政府方面是否應該加強輔導業者以及民眾教育？甚至我們面臨的競爭者不只中華電信，尚有外來的 OTT 競爭，競爭的不只是視訊內容，更重要的是需要更多加值服務以留住 15-35 歲之年輕族群。政府在輔導業者方面的投入度並不大，例如政府也從未舉辦數位匯流相關論壇。因此我們業者必還自己主動找資策會、學校或其他論壇主辦者，反觀大陸方面則積極舉辦論壇，讓學者及業者代表等共同討論發展方向，並輔導業者執行。(翁麗美，2014 年 12 月 17 日)

業者表示，政府在訂定相關費率規範時，除了考慮消費者的權益之外，也須將業者營收等…問題納入考量，以利其他應用服務的開發。另外，業者亦提及政府在輔導有線電視產業方面投入度不大，像是從未舉辦有線電視產業相關論壇，讓業者、學者一起討論未來發展方向。在推動政策上面，多以政令方式要求而非以協助、輔導業者的方向來進行，使得國內數位匯流步調緩慢。企求主管機關多花費心思在業者身上，並發展一套輔導機制來協助業者更上層樓。

4. 新興媒體無法管 盼政府給業者空間

政府在現階段難以規管新興媒體，至少應讓既有業者有更多經營空間，這是政府能夠幫助我們的部分。(黃守正，2014年11月27日)業者表示，儘管政府目前沒有法律可以規管新興媒體，但可以站在輔導與協助的立場上，想辦法讓業者多一點經營的空間。企求 NCC 能夠給業者多一點發展空間，並研擬一套管制新興媒體的法規出來。

5. 網路業者無管制 盼 NCC 立法護產業

新興視訊媒體是否有保護國內產業的議題存在，如何加強保護著作權、個資、秘密通訊等，未來將越趨自由，但現階段若無健全法規未來產業保護將會是個問題。以前衛星溢波問題透過執照解決，但網路業者經營不須執照，可以輕易翻牆，但無從規管。這部分是很大的問題。(周詳人，2014年11月27日)

面對新興視訊媒體的來勢洶洶，對於有線電視業者產生不小威脅。業者表示，政府機關倘若再不建立機制來保護有線電視產業，勢必會對業者產生很大的衝擊與影響，是個相當嚴重的問題。盼求主管機關立法規範新興視訊平台業者，來保護有線電視產業。

6. 盼 NCC 調整管制方向 企求公平競爭環境

我們很支持說，它數位匯流那個整個修改方向。因為它修改完之後，雖做不到完全公平，但至少可以做到所謂的形式的公平。我們是認為起碼它要做，那至於說是朝現有去做一些必要的範圍去放寬，還是說去把沒有管制的納進來控管，我覺得這 NCC 要去考量。因為可能符合我們國情還有國際潮流趨勢，因為國際潮流趨勢坦白講，Internet 真的比較沒有在管。因為各國家對這個事情，除非涉及國安，否則通常都是盡量不去管它。(高年豐、羅金宗，2014年12月10日)

新興視訊平台管制不較有線電視業者嚴格，OTT 甚至沒有任何法律規管。業者表示，OTT 已經涉及商業服務，且有許多不公平的競爭情況發生，影響到有線電視業者的權益。因此期望主管機關能夠加以重視，並提供給有線電視一個較為公平的競爭環境。業者希望，即便無法做到完全公平，但至少能有個形式較為公平的競爭機會。

7. 調查收視率 應由政府或第三方擔任公正單位

這方面應該還是由第三方或者政府機關去公布，可以給我們 raw data。我們可以依照自己的 big data 去跑我們自己產生的分析數據。可能對我們針對未來的政策，或是經營模式，跟內容的採購上面，有一個比較大的依據。(王國徽董事長，2014 年 12 月 8 日)

節目收視率的高低，對於有線電視業者來說，有著非常大的影響。觀看收視率的數據高低，就可以知道哪個節目較受歡迎，並安排廣告的穿插。而現行的收視率調查，除了樣本數不足外，還有調查範圍、樣本戶多年不換、調查過程不透明…等問題存在。這也使得收視率數據無法被業者所信賴。因此業者表示，期望政府或者由第三公正單位進行收視率調查，企求提供一個公正、客觀的數據，以便讓業者在採購節目上有所依據。

8. NCC 對有線電視太嚴苛 應將網路平台納入管制

我們比較建議說，譬如說，網路的管理。台灣若網路管理再不處理的話，網路管理還有很多面向，這個不是我們討論的範圍，包括網路權利、網路的分級等等都有很多面向，但是我們政府幾乎對這一塊都不著墨，這是不是非常不對的地方。(吳振隆、吳元景、黃春吉，2014 年 12 月 12 日)

業者表示，主管機關對於有線電視的管制太多了；反之，網路視訊平台卻是沒有任何管制，這點讓業者感到相當不公平。畢竟，有線電視還須捐獻 1% 的有線電視基金給主管機關，但在業者權益上，完全沒有任何的維護與協助，反而還管得更嚴。業者認為，主管機關應在網路視訊平台方面多加著墨，並建立完整規範管理網路平台，讓有線電視業者多一層保障。

9. 多重競爭壓力大 盼 NCC 給予保障

我個人是覺得，NCC 若是可以把中華電信管好，就會變比較公平啊。因為像我們會受到區域的影響、限制，那早期中華電信是屬於公家單位，所以中華電信早期不管是建設或者是投資，那個都是很嚇人的，就是我說了算，花多少錢不是問題，所以他先天的條件就比人家好。（黃國城，2015 年 10 月 7 日）

在多重競爭環境下的有線電視，不少法令的枷鎖囚禁其身。又面對 MOD 和 OTT 的激烈競爭，使得有線電視業者備感壓力。另外，有線電視在區域限制或者其他管制上，都較其他業者嚴格。像是中華電信 MOD，一張執照可以做全台灣的收視；反觀有線電視則是一個區域，申請一張執照，若是要跨區經營，還要重新申請執照並重頭建置線路。在此種情況之下，業者期望 NCC，在管理機制上能有較完善的管理，也給有線電視一個完整的保障。

10. 離島補助機會少 期望政府多關照

機上盒要達到他的數字，像我們只是獲得兩次的補助，可是也只是一半的。他是純粹只是機上盒，像我們人工去，這都沒有在補助的範圍內。但是你要達到他訂定的總達成率，像我們今年就沒有啦，我們都已經到八十以上了。接下來，我們沒有那麼大的量啊。本來離島澎湖 base 就少啊，我們不像台灣那個 MSO，他們量大，我們 base 小啊。所以我們可以申請到的補助，機會就是兩次啊。（金國蕙，2015 年 7 月 4 日）

離島業者經營有線電視本較本島弱勢，不管是經濟規模、基礎工程建置以及應用服務…等方面。離島地區的戶數雖然較本島地區少，但其工程建置未必比較容易，由於當地戶數與戶數之間距離遙遠，因此所需建設的線路也較都市地區耗費的大，在頭端設備上所需投入的成本甚至比本島多出很多。但是在政府補助方面，可以申請到的補助相當少，期望主管機關能對於離島地區多一些離島獎勵機制，促進有線電視產業的進步。

11. 盼 NCC 輔導業者 給予補助跟上數位化腳步

現在要到明年二月份 NCC 會公布離島補助，到時候要先提撥當年營業額 1% 至有線基金專戶。（名城事業股份有限公司業者，2015 年 9 月 18 日）播送系統業者尚未領取有線電視的相關補助，在於數位建置的設備上，仍尚未建置。期盼政府站在輔導業者的立場上，給予補助，讓當地有線電視能逐漸跟上數位化的腳步。

12. 播送系統困難重重 企求 NCC 多多重視

像今年的話，我們本來是想去做機上盒，就是中央有強迫我們要去做機上盒，不做就等於我們收視費這方面他就要扣掉嘛。可是我們去做，我怎麼去做？以前的房子都是比較古老的房子，都是一連一、二層樓的，小坪數。因為外島的地腹本來就不大，那你一家是不是有 2、3 台電視，那你機上盒要給他 1 台、2 台還是 3 台。我們不可能免費送也不可能押金，因為我們一直以來作有線電視，你對我們也沒有多大的優惠，為什麼我要去吸收這些成本，他現在是有講願意補助我們 1000 台。講是講，但還是要我們先去做啊。反正每次他都騙我們，騙過後，他那個經費下不來就沒有經費啊，所以我們都被騙到怕了，很多東西就都不敢去動啊。（祥通播送系統業者，2015 年 9 月 3 日）

播送系統業者一路走來，除了辛酸還是只有辛酸。礙於是播送系統非有線電視的身分，使其在政府補助上，一毛都沒有領到。面臨有線電視數位化，又需要花費大量成本下去做建設，期望未來主管機關能對播送系統加以重視並給予適當的協助。

表 5-2：獨立系統業者對 NCC 推動有線電視數位化政策的期待

| 獨立系統業者 | 對 NCC 的期待 |
|------------|-------------------------|
| 寶福有線電視 | 政府推數位化政策 亟需相關配套策略 |
| 聯維有線電視 | 政府應保障業者權益 讓業者自由競爭 |
| 台灣數位寬頻有線電視 | 政府輔導投入度不高 獨立系統只能自立自強 |
| 天外天有線電視 | 網路業者無管制 盼 NCC 立法護產業 |
| 威達雲端電訊有線電視 | 盼 NCC 調整管制方向 企求公平競爭環境 |
| 世新有線電視 | 調查收視率 應由政府或第三方擔任公正單位 |
| 新永安有線電視 | NCC 對有線電視太嚴苛 應將網路平台納入管制 |
| 洄瀾有線電視 | 多重競爭壓力大 盼 NCC 給予保障 |
| 澎湖有線電視 | 離島補助機會少 期望政府多關照 |
| 名城事業股份有限公司 | 盼 NCC 輔導業者 給予補助跟上數位化腳步 |
| 祥通播送系統 | 播送系統困難重重 企求 NCC 多多重視 |

資料來源：本研究整理

綜合表 5-2 之業者意見，研究者將其整理成表格，以瞭解業者對 NCC 推動有線電視數位化政策的期待。全台獨立系統業者目前為 22 家，但礙於受訪者意願以及可取得的文獻資料有限，因此研究者就可取得的資料及研究者所進行的

訪談內容，整理出 11 家獨立系統業者的意見。在這之中，業者所提及的內容有，數位化政策、新興媒體帶來的衝擊與管制、政府輔導業者投入程度、政府對有線電視業者管制太多、離島有線電視相關補助、播送系統補助等。

數位化政策方面，業者反映機上盒成本龐大，企盼主管單位能給予協助。像是，由政府統一採購機上盒壓低業者成本；新興媒體方面，不少業者都表態，新興媒體對有線電視造成不小衝擊，需要將其納入規管，以保障有線電視產業；政府輔導業者方面，有業者表示，政府在輔導業者不夠投入與積極，使得業者只能自求多福、自立自強；有線電視管制方面，業者均都表示，政府對於有線電視的管制太多且較其他新興媒體嚴格，期望多一點彈性；離島有線電視相關補助方面，由於離島有線電視在經濟規模及諸多條件都較都市地區弱勢，光是投入基礎建置的成本就近億元，期望政府能給予良善的補助機制；播送系統方面，經濟規模、環境條件又較有線電視業者弱勢，加上非屬有線電視系統業者的身分，在政府補助從未領取過，期望政府能針對不同條件情況而有適當補助機制。

在推動數位化過程中，NCC 站在扮演輔導與鼓勵的角色。但有業者表示，NCC 雖站在輔導業者的立場上，但在推動政策方面卻多半傾向以政令要求而非政策輔導方向來鼓勵業者，這也是國內數位匯流步調緩慢的原因。另外，不少業者均認為，NCC 在數位化政策、新興媒體、輔導業者、離島有線電視相關補助、播送系統補助...等方面，對於業者的輔導不夠積極、實行度也不高，又沒有完善因應機制。亦讓業者有種只能自立自強的無奈感，覺得 NCC 開出政策要求業者完成，但對於業者的處境缺少考量。期盼政府機關在輔導機制上，可以提供一套完善的因應措施，並依業者處境給予適當的協助。舉辦相關座談會或者論壇，與產、官、學界共同討論輔導機制，來促進有線電視產業的成長。

第三節 花東、離島地區的獨立系統業者，其面對數位化發展的衝擊與因應

花東偏遠地區與離島地區的有線電視，其在數位化比率的發展上一直難有所突破，除了環境的限制外，是否還有其他因素影響呢？以往，我們在文獻討論、新聞報導或者是有線電視相關討論上，討論的有線電視業者，不外乎以 MSO 又或者是數位化比率較有起色的業者為主。對於花東地區以及離島地區的有線電視鮮少著墨。當台灣本島都市地區數位化比率紛紛上升時，而偏鄉、離島地區的數位化比率卻少有起色，這反而更值得注意以及關心。故此章節以研

究者能訪談到的偏鄉、離島業者為探討對象。分別探討花東、離島地區有線電視的衝擊與因應之道，最後再將其整理成表格，以便瞭解。

一、 洄瀾有線電視衝擊與因應：

(一) 衝擊：

1. 東部經濟規模小 數位建置成本大

因為花蓮這邊碰到的問題就是，這邊經濟規模沒有那麼大，老人家比較多。所以一開始，好幾年前在講數位化的時候，我們都擔心做下去，因為對投資的人來講，他要放那麼多的錢下去，他會想到這個部分。那如果單用這個去算，那也不用考量了，就是不用做了。但練董還是決定要做，那做了這中間碰到很多問題。(黃國城，2015年10月7日)

花蓮地區人口數本就較都市地區人口數少，經濟規模較小。這也影響業者對於該地區的數位化建置，畢竟對於投資者來說，在投入的當下也必須要考慮到成本回收的問題。

2. 颱風過境特別怕 日常工作都延誤

這邊特別怕颱風，所以我們原本的工程進度都會因為每年的颱風或是地方政府哪裡怎麼樣要配合，還有一般日常工作都會延誤到。(黃國城，2015年10月7日) 每當夏天來臨，颱風就成了當地業者最害怕的一件事了。除了本來排定的日常工作會被延誤之外，還要搶修因颱風而毀損的纜線和工程。業者表示，每遇到颱風來襲，只能加強巡視跟祈禱颱風轉向，等到颱風過境後，再逐一搶修毀壞的線路。對於颱風，業者沒有任何措施可以抵擋颱風的來勢洶洶，也道出了東部業者的無奈。

3. 工作量大大增加 人力不足難尋覓

我曾經跟NCC開會，因為我們工程人員就這幾個。這幾個你要應付一般日常工作，你現在還要大量地去裝機、換機，做普及率，就變成人會不夠的問題。那在花蓮是這樣，你常常看到街上有人在晃，但他就是不來上班。或者說NCC跟我提過說，那你們可以找外包啊，但是就外包來講，他要來這邊，他要租房子，要幹什麼的一堆，就變成他會划不來。(黃國城，2015年10月7日)

投入數位化建置，除了投入大量成本外，業者還需要多加派人力去進行裝機、換機、普及率等工作。在面臨工程人員退休又找不到新血注入，成當地業者的一大困境。也因為缺乏人力的情況之下，在收費方面，部分地區本由專人收費漸漸轉變成超商帳單繳費。

(二) 因應：

1. 認真做地方頻道 維繫在地居民情

老闆希望我們能夠把地方自製頻道做好，把在地的連結做得更清楚、更緊密，就比較不會跑掉了。(黃國城，2015年10月7日)處在數位匯流時代的東部業者，對於數位化的因應措施就是做好在地節目、做好在地連結，拉進收視戶與有線電視的距離，讓觀眾與有線電視能有密不可分的緊密關係。

二、澎湖有線電視衝擊與因應

(一) 衝擊：

1. 數位建置花費大 客戶飽和拓展難

我們光是澎湖本島，所謂的澎湖本島就是馬公、湖西、白沙、西嶼，這四個鄉，我們就花了七千多萬將近八千萬，那另外還有兩個大離島就是七美跟萬安。七美花了一千七百多萬；萬安花了一千三百多萬，所以說我們光是在光纖網路這個部份就花了快要將近一億元，這對一個小的獨立系統而言，我們澎湖登記有案的戶籍數是三萬八，可是行政院主計處的普及調查，常駐的戶數只有六成，所以你三萬八乘以六十只有兩萬兩千八，澎湖最大戶在澎湖科技大學，就佔了兩千戶，然後派駐在澎湖所謂的上班族大概有一千五百戶，所以其實常駐的戶數只有兩萬兩千戶，那我們的戶數是一萬七千戶，所以對我們澎湖有線電視來講，我們客戶數已經到達飽和了，不會在上去了，因為人口沒有增加、戶數沒有增加嘛！所以說對我們來講，要拓展新的客戶很困難，因為戶籍數沒有增加，所以我們的客戶數沒有流失，對澎湖有線電視來講就是成長。(金國蕙，2015年7月4日)

澎湖地區的有線電視訂戶數約1萬7千人，但在馬公、湖西、白沙、西嶼，加上七美、萬安的網路光纖建置，就花了約莫1億元。光是資金投入已經讓獨立系統業者吃不消，面對人口數本就不多的澎湖地區，業者只希望能夠保有客戶數，不讓它們流失，由於當地人口沒有增加，也難以增加有線電視的

收視戶，當地的業者在經營有線電視上，只求保有目前客源，難以發展新客戶。

2. 公播問題不解決 數位比率難超前

牽涉不單單是澎湖有線一家，我想在台灣也是一樣，有牽涉到所謂的公播的問題，因為公播不是在我澎湖有線的權責範圍內，公播是另外一家科技負責的，可是在澎湖只要民眾看不到電視，不管是民宿業、飯店甚至軍中、公部門也好，他看不到電視直覺就是打給澎湖有線，可是我們也沒有分的那麼清，坦白說我們接到電話還是為它們服務，因為他們畢竟看的是有線電視，但是憑良心講，真的是造成澎湖有線很大的困擾。因為錢都不是我們在收，我們只是純粹做服務，公播是九太在收，台灣也是九太科技在做阿。所謂的公播問題，像是飯店、餐廳都是九太這一家。(金國蕙，2015年7月4日)

澎湖有線電視雖然面臨多重困境，但仍舊致力於數位化建置，以 NCC 公布的《104 年第 3 季有線廣播電視訂戶數》資料得知，澎湖有線電視數位化比率已達成 90.94%。業者表示，雖然致力於數位化建置，也拉高了數位化比率，但剩下的數位化比率要提升，問題在於公播的部分。九太科技若是不完成相關數位建置，數位化比率很難再往上攀升。

3. 獲利空間很有限 增值服務難經營

寬頻，我們應該是跑不了，但是增值數位不考慮。因為 NCC 石主委他在 6/29、6/30 帶領委員跟相關的首長到澎湖實地去視察，在座談會議中我有跟他報告說明針對這個數位增值節目，澎湖有線有做問卷調查，沒有一家願意也沒有一家覺得有需要，那石主委也認同說只推數位增值能夠帶給有線電視業者獲利空間真的是很有限，他也認同，所以他鼓勵我們可以朝其他的方向，想想看可以做什麼，所以這個數位增值這一塊，原則上我們會比較保守。(金國蕙，2015年7月4日)

對於澎湖當地的人口結構，以老年人占大多數。在寬頻服務上，可以說是沒有效益，因此業者沒有打算開發此項服務。另外，台灣本島不少有線電視業者提出一些數位增值服務，例如：隨選視訊、購物…等服務，而澎湖業者對此，做了一項問卷調查以瞭解收視戶對增值服務的看法，沒有任何一家覺得有需要，因此業者在數位增值的看法會較為保守。

4. 頭端戶數樣樣比 SO 不如 MSO

台灣的 MSO，他的收視戶上百萬戶，他是十幾家有線電視，那十幾家有線電視共用一個頭端機房。我比方來講，如果說我們兩家用的頭端的設備，我講數位化好了，設備如果是用同樣的，比方說都是兩千萬好了，我澎湖有線要負擔六千萬，因為我馬公一個兩千萬、七美一個兩千萬、萬安一個兩千萬，我澎湖有線電視要六千萬，可是呢？台灣的 MSO，兩千萬是十幾家共同來分攤這個兩千萬，你想想看差別多少，他一家幾百萬，我們一家六千萬，這沒辦法比。然後他的客戶數是上百萬戶，我的客戶數才一萬七千戶，很心酸。（金國蕙，2015 年 7 月 4 日）

MSO 能夠有一套頭端，大家一起用；而 SO 是一套頭端自己用。而用戶數亦是 MSO 所有的人數多，隨便一家都是上百萬的用戶數，跟獨立系統業者的用戶數比起來，根本是天差地遠，而這也是獨立系統經營艱難的困境之一。

5. 孩童求學遷本島 退機浪潮出現

我們就遭遇一個現象就是說，遷居到台灣而衍生的退機潮。為什麼？因為有很多小孩要上國中了，他小學在澎湖念，他爸爸媽媽就覺得在澎湖比較落後啊，好像起跑點就輸了。那國中對一個孩子是一個關鍵，因為會轉型嘛！他就會害怕，就全部都帶到台灣了，就把機上盒都退了。我們坦白說很緊張，我們就從舊有資料去翻，然後就打電話，把客戶數拉回來，可是都是一些年紀大的老人，就是說要怎麼樣讓年輕人留在澎湖。（金國蕙，2015 年 7 月 4 日）

退機情形頻頻出現，這也使得當地業者很緊張。紛紛打電話找客戶，詢問原因，才發現原來是求學時候到了。當地居民覺得小孩在澎湖念書比較落後，好像會輸在起跑點，因此紛紛帶小孩移居台灣本島，此為業者的一大困境。

6. 費率審核不相同 一致期待中央審

我覺得費率審查應該統一由中央來審核，我舉一個例子，像我們是中央來審，中央就很嚴苛，我們的費率比苗栗、新竹、台中市、南投、雲林、彰化都要低耶，還有高雄市的南國，比他們都要低，因為他們是地方政府審，差別很大，落差很大。我覺得應該由中央統一收回審。（金國蕙，2015 年 7 月 4 日）

費率審查的審核單位不一致，有的是地方審、有的是中央審，使得有線電視業者覺得落差大，因此希望全部交由中央一起審核。

(二) 因應：

1. 數位加值難進行 居家監護似可行

那天我跟石主委講，我說我們不會做數位加值，我們就是有考慮到居家監護，因為是高齡，子女在台灣可以透過電視、網路、手機，或者他到國外去透過手機就可以看到爸爸、媽媽的狀況，可能這一部分對澎湖來講比較實用。(金國蕙，2015年7月4日)

澎湖地區業者對於數位加值服務方面，經過種種考量，不考慮去進行。但對於較有可行性的居家監護方面，業者認為較具實用性，可以考慮發展該服務內容。

2. 深入社區做節目 串聯在地居民情

這在澎湖倒是一個，對澎湖有線電視來講是一個很大的服務，因為不管是衛星電視台或是無線電視台也好，很少報導澎湖的消息，所以反而我們晚間七點的新聞，當地收視戶一定會看，然後我們在100個頻道當中，我們澎湖縣政府委託澎科大做的問卷調查，我們竟然可以排名在第十一名收視率，所以就是說這個部分，因為有自製頻道還有我們有深入社區做一些節目，還有跟民眾生活很有關係的一些專題節目，當地的居民都會看，這對我們來講是一個很大的鼓勵，這個也是跟台灣非常不一樣的地方。(金國蕙，2015年7月4日)

透過深入當地社區、製作節目，使居民更加清楚當地的文化與內容，並進而串聯當地居民情感，加深有線電視業者與居民的深厚連結，更是獨立業者努力在進行的重要事項。

三、 名城事業股份有限公司衝擊與因應策略：

(一) 衝擊：

1. 播送系統資源少 數位服務難經營

其實離島業者的情況都差不多，你從一些外在的資料就都可以知道了。目前也沒有資金去做其他服務，尤其在我們這邊都是老年人口居多數，基本上就是收看電視這樣。也因為我們這邊幾乎都是老年人，所以在遙控器的設計上，要簡單化方便老年人去做使用。(名城事業股份有限公司業者，2015年9月18)

日)

金門地區有線電視業者表示，離島業者的困境大同小異。除了沒有多餘資金可以發展其他應用服務外，當地居民主要以老年人口為主，因此在遙控器的設計上，要簡單、易操作，供老年人使用。另外，從 NCC 公布的《有線電視〈播送〉系統 2015 年第三季全國總訂戶數統計表》中，得知當地有線電視的訂戶數為 7037 戶，且尚未數位服務的提供。

名城事業股份有限公司為金門當地的播送系統。礙於播送系統的身分，無法像一般有線電視系統能領取《有線廣播電視事業發展基金》的補助。在資金缺乏、經濟規模小，又沒有政府的補助之下，播送系統的生存，可說是歷盡艱辛，期望主管機關能夠給予播送系統業者多一些協助與鼓勵，以企求當地有線電視更好的發展。

(二) 因應：

1. 播送系統等補助 等待 NCC 明年公布

現在要到明年二月份 NCC 會公布離島補助，到時候要先提撥當年營業額 1% 至有線基金專戶。(名城事業股份有限公司業者，2015 年 9 月 18 日) 當地目前對於數位化仍然未有著墨，主因在於缺乏資金、經濟規模等原因。從未領取過政府補助的在地業者，等待著明年 NCC 公布，期望政府給予的補助能夠提供當地方有線電視環境幫助。對於播送系統業者來說，資金缺乏是一個非常大的問題。

四、 祥通有線播送系統衝擊與因應

(一) 衝擊：

1. 政府要求都照做 播送系統沒補助

以前的房子都是比較古老的房子，都是一連一、二層樓的，小坪數。因為外島的地腹本來就不大，那你一家是不是有 2、3 台電視，那你機上盒要給他 1 台、2 台還是 3 台。我們不可能免費送也不可能押金，因為我們一直以來作有線電視，你對我們也沒有多大的優惠，為什麼我要去吸收這些成本，他現在是有講願意補助我們 1000 台。講是講，但還是要我們先去做啊。反正每次他都騙我們，騙過後，他那個經費下不來就沒有經費啊，所以我們都被騙到怕了，很多東西就都不敢去動啊。以前法令要管我們的時候，就不管你播送系統或是那

個第四台公司，那現在要補助，他就會說你只是一個播送系統，你不是有線電視，所以沒有法令規定可以補助。(祥通播送系統業者，2015年9月3日)

主管機關要求播送系統業者照著相關政策去進行，但礙於播送系統與有線電視業者的規定上有所不同，使得播送系統業者儘管經營再嚴峻，仍舊沒有相關補助可以領取，面對政府一再地畫大餅，使得播送系統業者被騙到怕了，對於部分建設也望之卻步。

(二) 因應：

1. 中央補助拿不到 只好反映百姓身

你中央不補助我，我只能加迫在百姓身上，讓百姓去反彈。因為當初是NCC，你要求我做的，那我該做的都做了，叫我牽網路也都牽了，我馬祖的點全部都到了，我花個兩、三千萬下去，你現在叫我喊停。(祥通播送系統業者，2015年9月3日)

播送系統業者從以往至今，都沒拿過政府對於數位化的相關補助，因此也不敢期許政府相關的協助與補助。儘管處境艱難，仍舊投下資金進行數位化建置，但業者無奈地表示，拿不到中央的補助，只好將成本反映在觀眾身上，讓民眾向主管機關抗議，期望能得到政府的重視與協助。

表 5-3：花東、離島地區的獨立系統業者，其面對數位化發展的衝擊與因應策略整理表

| | | 衝擊 | 因應 |
|------------------|----------------|---|--|
| 東 部 地 區 | 洄瀾有線電 視 | 1.東部經濟規模小 數位建置成本大 2.颱風過境特別怕 日常工作都延誤 3.工作量大大增加 人力不足難尋覓 | 1.認真做地方頻道 維繫在地居民情 |
| 離 島 地 區 | 澎湖有線電 視 | 1.數位建置花費大 客戶飽和拓展難 2.公播問題不解決 數位比率難超前 3.獲利空間很有限 加值服務難經營 4.頭端戶數樣樣比 SO不如MSO條件 行 5.孩童求學遷本島 退機浪潮狂出現 6.費率審核不相同 期待一致中央審 | 1.數位加值難進行 居家監護似可行 2.深入社區做節目 串聯在地居民情 |
| | 名城事業股 份有限公司 | 1.播送系統資源少 數位服務難經營 | 1.播送系統等補助 等待 NCC 明年公 布 |
| | 祥通播送系 統 | 1.政府要求都照做 播送系統沒補助 | 1.中央補助拿不到 只好反映百姓身 |

東部獨立系統分別有，東台、洄瀾、東亞有線電視。東部有線電視在數位化的普及率較落後都市地區，而在環境上面也居於劣勢。每當夏天颱風來臨，就是業者最頭痛的時候，因為沒有辦法、防範措施可以減輕颱風帶來的損害，只能祈禱颱風快點離開，等到颱風過境又要進行線路搶修，嚴重延誤工作行程。除此之外，在需要人力支援的時候，卻又苦無新血加入，以少數的人力做大量的工作，也是需要不少時間來消化。

在離島地區方面，業者表示離島地區有三孤兒，分別為澎湖、金門、馬祖的有線電視業者。離島地區業者藉由孤兒來表達他們的孤苦伶仃、無依無靠的處境。以人口數多寡來排列，亦分別為：澎湖、金門、馬祖。澎湖有線電視用戶數約 1 萬 7 千多人，其在數位建置上已花近億元，但用戶數已飽和，業者表示只要穩住客源不流失就是成長。另外金門地區的名城事業股份有限公司和馬祖地區的祥通，兩家都為播送系統。金門地區的收視戶約為 7 千多戶；馬祖地區收視戶約為 8 百多戶，播送系統在資源方面本就較有線電視系統業者不足，又面臨到經濟規模小、缺少主管機關基金補助，又要執行政府政策，進行數位建置，這對業者來說無疑是加重負擔，期望政府能瞭解當地情況，視情況給予所需要的協助，促進有線電視產業的進步。

第四節 非花東、離島且提早完成數位化的獨立系統業者，其面對數

位化發展的衝擊與因應策略

新永安與世新有線電視，分別為第一名及第二名完成有線電視全數位化目標的業者，故以這兩家業者為本節的探討對象。分別探討新永安以及世新有線電視的衝擊與因應，最後再將兩者整理歸納，以進行分析。

一、 新永安有線電視衝擊與因應

(一)衝擊：

1. 新興平台爭觀眾 平台規管大不同

MOD 一張執照可以做全台灣，那有線電視一個區域就一個執照，所以量體基本上就已經在不公平的起跑點。第二點就是，NCC 對於有線電視的規範、管理是非常嚴格的。包括我們縣市政府對有線電視的管理是非常嚴格的。可是相對於 MOD，就是因為它不受有線電視法的管制。所以這個競爭點基本上也不一樣，所以我們也感受到一股非常強烈的競爭壓力。(吳振隆、吳元景、黃春吉，2014 年 12 月 12 日)

上述內容，提及獨立系統業者除了面臨同業競爭外，還要面對中華電信 MOD、以及新興視訊平台 OTT 的多重競爭。競爭激烈之外，還要面對著不對等的規管，例如：OTT 業者目前沒有任何法律規管，不須申請執照；MOD 一張執照可以經營全台灣的收視內容，而有線電視則是經營一個區域就要重新再申請一個執照，因此在量體上就處於不同的立基點。此外，更講出獨立系統業者在於頻道上下架方面，沒有任何選擇的權力。

2. 開放跨區競爭 等同重頭來過

那你跨區過去一樣，那個區域有那個區域的特性，所以我不能用我原來的地方媒體這個優勢去打那些。因為你還是要從頭開始要融入那個地方。(吳振隆、吳元景、黃春吉，2014 年 12 月 12 日)

開放跨區經營，似乎是給予業者多一個競爭的機會。但其實，有線電視要跨區經營，要一個區域，一個區域的申請執照，並且還要重新拉線、重新瞭解

地區的特性，這無疑是加重有線電視業者的成本負擔。此外，原有路綫倘若已有同業業者鋪設路綫，又再度鋪設，亦會造成資源上的浪費。

3. 手機上網隨處走 有線電視家中守

你若有 4G 的手機，台灣都吃到飽，全世界沒有人 4G 吃到飽只有台灣。4G 吃到飽就分享一下，你怎麼還會想用 cable modem。所以我們 cable modem 的戶數其實不容易，NCC 以前給我們的訊息告訴我們的也是說，你這個全數位化以後，你的頻寬增加了。你就可以增加你 CM 的客戶，其實我們反而衰退了。因為現在 4G 普遍了，大家都吃到飽。4G 吃到飽以後，你就不會再用 cable modem 了，在家裡就自己分享自己的手機就可以了。現在是 4G 影響我們地方，它現在是平台的部份，還沒有一個合法的平台在行動上面播。那我們看台灣大也結合有線電視，那如果把整個版權都弄下來以後，以後它 4G 也可以在全國範圍看它的第四台。最怕的就是這個。(吳振隆、吳元景、黃春吉，2014 年 12 月 12 日)

科技日新月異，手機功能也從以往的通訊功能邁入多功能。除了通話、資訊、遊戲，甚至連購物以及收看電視都可以做到。以往要上網必須仰賴寬頻網路提供電腦上網，而現在手機幾乎都有上網功能，且還能提供網路讓電腦連線，使得寬頻網路的需求不再像以前那般需要，也對有線電視業者造成影響與衝擊。

4. NCC 分級付費提案不成熟 剝奪消費者選擇權

NCC 所提出來的提案，根本都不成熟。那你要怎麼分級？我說我 540，我只要分 520 或者 560。那你選一級？你絕對選這些我所提供的這一個級數的頻道給你做選擇，你基本上要看的也不見得在裡面。其實若是用付費頻道來講，就等於是分級付費。我的基本頻道裡面有的，我是 540 元。我基本頻道沒有的，像說我基本頻道沒有 FoxTV，那我就一個頻道一個頻道加選。消費者選擇我喜歡這個頻道，那我來做選擇，我付多少錢給你有線電視，是我自己認為合理的，剩下的我可以不要看。這是我個人的看法，我一直覺得分級付費是不合理。我覺得是應該基本頻道以後，叫做付費頻道，我覺得這樣比較合理。其實有線電視就是這個樣子。現在的分級是由有線電視業者自己去組合成的一個組，然後叫做分級付費。(吳振隆、吳元景、黃春吉，2014 年 12 月 12 日)

「分組付費」的相關議題討論，並非這幾年才出現。早在 2000 年，新聞局前鍾琴局長即大力推動分組收費政策。而分組付費的用意在於將目前的基本頻道進行分組，使沒有收看那麼多頻道的民眾，得以透過分組收費政策來減少收

視費用的負擔。可是分組付費對於收視戶真的是較好的選擇嗎？新永安有線電視業者表示，儘管實行分組付費，但也難以讓消費者選擇到所有想看到的。因為是由業者提供頻道給觀眾，也很難包含觀眾所想看的。而若是由消費者自行選擇想看的頻道，進而購買付費頻道，才是真正落實消費者的權益。

(二) 因應：

1. 獨立系統向下扎根 積極做好有線平台

像我們這種獨立系統台只能夠向下扎根。即使是MSO，它的量體其實也是不大，了不起一百多萬戶。要發展成為一個真正內容非常好的那種服務，除非我們的技術性的內容，影音上的內容我們是比較無能為力。那技術上的內容可能我們就可以發展很多。但是跟地方息息相關的內容，跟客戶的互動的雙向互動的內容，這個倒是我們一直在發展的，沒有問題。在營運策略上，我是覺得現行法規都是有線電視系統的延續下來。那有線電視其實它基本上，只是提供一個平台而已。所以對新永安來講，我們積極做好這個平台是我們最大的策略。（吳振隆、吳元景、黃春吉，2014年12月12日）

新永安有線電視業者提及，獨立系統業者努力的方向有限，雖然在技術方面仍有不少發展空間，至於影音方面是較無能為力的。因此做好在地連結、收視戶互動、關心在地居民是一直持續努力進行的。處在數位化與多重競爭的時代下，新永安業者表示，積極做好有線電視的平台，維繫好在地連結是當前的首要之務也是他們處於數位匯流時代的因應策略。

二、 世新有線電視衝擊與因應

(一) 衝擊：

1. 老年人口比例高 無線平台成隱憂

我們是七都裡面人口比例最少的，但是老年化比例是最高的。所以相對而言，我們覺得在這個新興平台裡面，其實另外一個很大的隱憂就是所謂的無線平台的部分。當然MOD的崛起跟一些新興平台的崛起，跟網路其實是還有很大的關係。但相對而言，在這個六都裡面年輕人口比較多，所以相對而言我們有線電視戶數的增減跟取決於年輕人的使用的網路有很大的關係。但是像我們這種鄉下地方的局勢，反而MOD侵蝕我們的客戶基礎，不如無線平台的大。（王國徽董事長，2014年12月8日）

數位匯流時代的來臨，改變以往收視習慣。現在要收看節目，不一定要透過傳統的有線電視，還可以透過中華電信 MOD、OTT 或者無線平台，這也造成有線電視產業的衝擊與影響。嘉義世新有線電視業者表示，嘉義地區是七都裡面人口比例最少的，但是老年化比例最高的。在這個地區的老年人以及小吃店，對於網路及有線電視，沒有太強烈的需求。只要透過無線十五台就可以滿足一天的需求。在此種情況之下，無線平台成為當地業者較為憂心的部分。

2. 以全台為公布範圍 收視率調查差異大

收視率調查範圍要納入所謂未來在經營上考量的必要。因為畢竟內容的制定跟頻道的排序，北、中、南還是很大的差異，所以我們還是不太相信 AGB Nielsen 給我們的數據，我們覺得好像不太正確。（王國徽董事長，2014年12月8日）

現行的收視率調查，由尼爾森依分層抽樣方式抽出 1,800 戶家庭，該公司會派員到家中裝設個人收視記錄器（People-Meter），並給予特殊遙控器，遙控器上有代表家庭成員的按鍵，例如當爸爸收看就按「爸爸鍵」，爸爸不看時，就要按「取消」。這些收視行為，每天傳到該公司電腦，隔天電視台和廣告公司，就會收到昨天各節目的收視率報表（周刊王，2015年1月20日）。而這樣的調查方法存在很多缺陷在，例如：樣本數不足以反映收視率、樣本戶多年不換、調查過程不透明、節目出現黑畫面竟還有收視率、不合理的調查數據以及調查範圍。因此，收視率調查的方式及結果難以被信任。因此有線電視業者沒有任何依據可以瞭解節目的收視情況，亦使得有線電視業者在內容的採購上沒有方向。

3. 分組付費保鮮膜 業者期望能打破

業者部分是希望往上分級而不是往下。那往上分級的時候，又再怎麼努力衝，還是有保鮮膜在，那一層保鮮膜好像也只能叫做 599，因為不能寫 600。但是分級付費裡面又有一個限制就是說，好像會裡面也不能超過 500 元，所以名義上是 600，實質上是 500，所以這是一個很矛盾的。但是這個 500 元其實已經抵觸我們原本的母法，因為我們母法是寫 600 元，所以在這樣子的前提之下，到底在開會的時候沒有把法源依據納進去。如果依照現有的有線電視廣播法的話，分級付費的上限是 600，而不是 500 元。（王國徽董事長，2014年12月8日）

主管機關推行頻道分組付費，原意是希望能鞏固消費者權益。但是這樣真的對消費者比較好嗎？倘若分組套餐中，沒有消費者想看的節目，而需要消費者另外購買呢，這對消費者權益來說也是個很大的影響。而頻道該怎麼分組、頻位排序如何安排、收費機制也讓業者傷透腦筋。業者企求主管機關能夠回歸市場機制，讓消費者做選擇，也保障有線電視業者權益。

4. 成人頻道管制多 收入大受影響

內容管制的部分，其實我們南部而言，最 care 就是限制級頻道這個東西。因為基本上限制級頻道對我們長期的收入是非常多的，那最早前面應該各位先進都知道說關於所謂馬賽克打的嚴重程度會影響用戶訂購的意願。那這邊考量情形下，既然歐美也有那麼先進的概念，現在不外乎新加坡好像有一點解禁說，起碼可以放一些成人頻道，但是就是還是會有一些畫面刪減的動作。（王國徽董事長，2014年12月8日）

有線電視業者表示，對於成人頻道的內容管制是否能給放寬，例如，馬賽克的程度、畫面刪減的部分。畢竟現在從網路上，找到的成人影片可能還更裸露、更清楚，期望主管機關能夠在管制上多給予一些空間。

(二) 因應：

1. 異業合作 創造雙贏新局面

未來說，OTT業者其實有可能也會比較靠我們。是因為我們可以提供他比較高的品質，但是比較低的頻寬費用的話。它未來可以把伺服器放在我們這邊，透過我們的平台的話搞不好會跑得比較順。因為OTT現在最令人詬病的就是，它常常會buffer，它如果buffer這件事情解決的話，其實已經什麼太大的界線。（王國徽董事長，2014年12月8日）

有線電視數位化後，頻寬大大地增加，這對有線電視業者來說是一項大優勢。若將此項優勢發展成營利的來源是一個商機，提供OTT業者較高品質的頻寬、較低的價格，創造雙贏的新局面。

表 5-4：獨立系統業者新永安與世新面對數位化發展的衝擊與因應

| | 衝擊 | 因應 |
|---------|---|---------------------|
| 新永安有線電視 | 1.新興平台爭觀眾 平台規管大不同 2.開放跨區競爭 等同重頭來過 3.手機上網隨處走 有線電視家中守 4.NCC 分級付費提案不成熟 剝奪消費者選擇權 | 1.獨立系統向下扎根 積極做好有線平台 |
| 世新有線電視 | 1.老年人口比例高 無線平台成隱憂 2.以全台為公布範圍 收視率調查差異大 3.分組付費保鮮膜 業者期望能打破 4.成人頻道管制多 收入大受影響 | 1.異業合作 創造雙贏新局面 |

資料來源：整理自（許文宜、劉幼琍、陳彥龍，2015）

有線電視數位化政策的推動，除了仰賴政府機關外，業者更是扮演的重要角色。而每個獨立系統台皆面對不同的衝擊，花東、離島地區獨立系統台面臨經濟規模、環境的主要衝擊；而非花東、離島地區的獨立系統台面臨跨區經營、新興媒體的主要衝擊。期望政府能藉此更瞭解獨立系統業者的情況，並作為政策制定上的參考。

第六章 結論與建議

獨立系統業者在推展有線電視數位化的過程中，面臨著有線電視產業既有的難題外，還要面對自身的獨特困境。本章節將有線電視產業面臨的衝擊，以層級模式（見圖 2-1）進行歸納與探討，進一步地去探討獨立系統業者本身的特殊困境。最後，根據整理資料給予建議，提供主管機關在政策制訂上的參考。

第一節 研究結論

(一)傳輸層：數位化建置

1. 數位化的建置：

有線電視數位化必須付出龐大的成本，從頭端到終端之間訊號的接收均需要新的設備。儘管 2015 年 9 月底，國內的有線電視數位化比率已達 87.41%，但位於東部及部分離島地區的獨立業者來說其數位化比率成長幅度不大，播送系統部分則尚未有任何的數位化建置。

(二)營運層：費率管制、市場佔有率、不對稱管制、收費模式

1. 費率管制方面：

政府依照有線電視廣播法中規定，透過中央與地方雙重管制有線電視費率，亦即是中央給標準，地方政府有線電視費率委員會負責核准價格，這進而影響了有線電視業者投資數位化建置的意願。因為不管業者再怎麼認真進行數位化建置、製作優質節目，其有線電視費率也只能維持在一個固定範圍。而處於費率不漲的狀況下，又要花費大筆資金在數位建置上，達到數位化一定標準之後，才可調漲費率，這對於業者來說實在是一大負擔。

2. 市場佔有率限制方面：

政府為了防止國內有線電視產業壟斷，對於 MSO 的水平管制方面，市場佔有率不得超過 1/3 的限制，加上費率審查上，採用地方縣市政府各自審查訂價方式。在缺乏競爭及費率限制下，進而影響業者推動數位化的發展。

3. 不對稱管制方面：

除了有線電視可以提供影音服務外，中華電信 MOD 也能提供相似的服務。雖然是相同的服務，但是國內對於跨業經營的中華電信與有線電視產業採取了兩套不對稱的規管。受有線廣播電視法所規管的有線電視系統業者分別受到訂戶總量限制、雙重費率審查等等嚴格的管制，相較之下，電信業者在規管方面顯然寬鬆許多。這也是相當不公平的地方，使得有線電視業者認為提供相同服務就該有相同的規管。面對不公平的管制，期盼透過產、官、學三方，提出專業意見找出解決的方案。

4. 收費模式方面：

消費者已經習慣以往有線電視的收費方式「大碗公模式」，也就是同一地區為統一個價格，就可以收看到所有頻道。但面臨收看數位電視頻道，除了數位機上盒的費用外，還有付費頻道的費用，因此在有線電視數位化推行上有所難度。

(三)頻道層：分組付費、必載

1. 分組付費方面：

分組付費其實是對相對於「吃到飽」方案，以往不超過 600 元即可收看有線電視一百多台的頻道。而現今推行的分組付費是，你吃多少就收多少的概念，其立意在於落實「使用者付費」的概念。消費者可以選擇要收看的節目而不是一次全包，亦可節省收視費用的支出。而分組付費就是將現有的有線電視的頻道分組，再讓消費者依其需求來訂閱，然後依訂閱組數來付費，這就是分組付費。下圖為 NCC 所提出的 106 年分組付費的規劃「草案」，參見下圖 6-1。

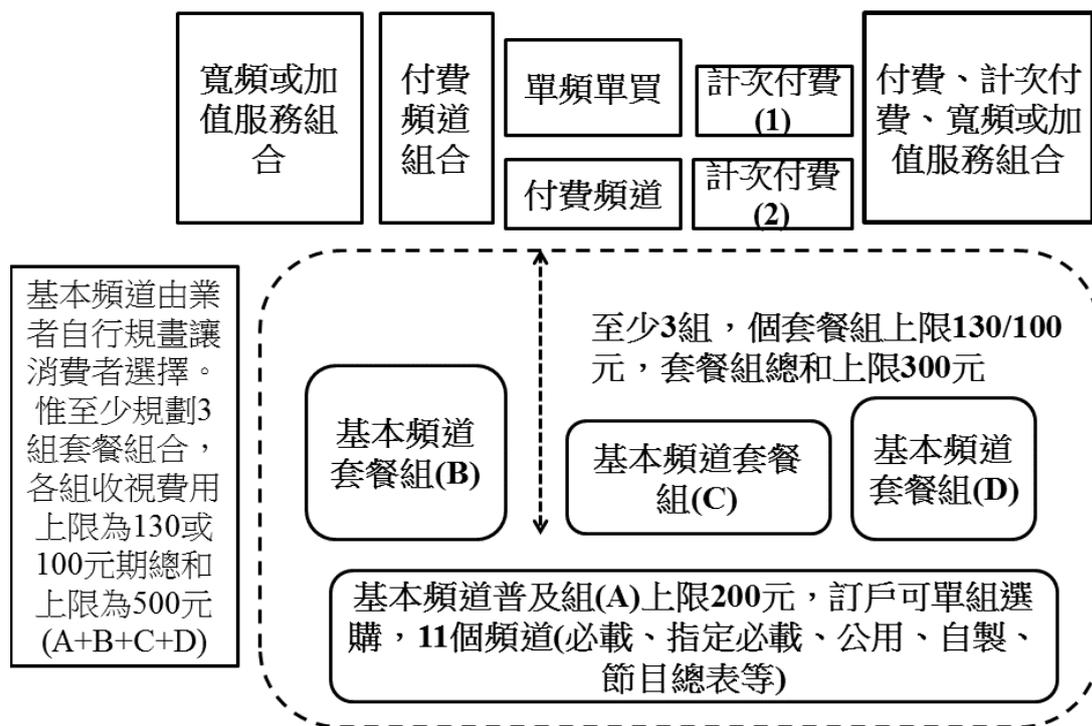


圖 6-1：NCC 所提出的 106 年分組付費的規劃「草案」

資料來源：NCC 網站

該如何規劃頻道讓有線電視業者相當頭疼，而又面對無線電視台的必載爭議，使得彼此之間爭論不停。因為一旦實施分組付費後，費率就無法維持原有的每月五百元左右，這會使得每月五百元左右的收入，降到三、四百元，這意謂著系統台、頻道，還有代理商的收入會減少。

未知的頻道規劃，使得分組付費的推行遲延延宕，因為這攸關於廣告的收益，根據有線電視法的規定，「基本頻道可以播放廣告，但付費頻道不可以播放廣告」。但隨後 NCC 針對媒體報導「數位電視不能播廣告」一事，澄清表示，依現行法律，在數位頻道中，凡列入基本頻道者即可播送廣告。其餘須另外付費之頻道，待廣電三法修法通過後，亦將解除不得播送廣告之限制。但是，廣電三法修法一而再再而三地未通過，也使得分組付費事宜跟著停擺。再加上頻道一旦被分進付費頻道，收視戶就會大量減少，嚴重影響其廣告收益。因此，分組付費的推展，牽扯太多面向，雖然 NCC 政策規劃預定在 2017 年要開始實施，但實際面向上仍有待思量。

2. 必載方面：

必載是指有線電視台必須免費載播無線電視頻道，使收看有線電視台的民眾可以在有線電視系統中看到無線電視頻道。必載議題與頻道分組付費議題息息相關，因為必載會涉及頻道分組的排序與獲利，使得有線電視業者、頻道業者、衛星業者皆持反對意見，亦使廣電三法的修法一再延宕。儘管 NCC 在 2015 年有多次開會討論，企求能通過廣電三法以加速 2017 頻道分組付費相關事宜，但受限於各方意見談不攏，因此目前在廣電三法方面（有線廣播電視法、衛星廣播電視法及廣播電視法）僅部分條文修正草案達成共識，有爭議條文（必載、頻道分組）不處理，沒爭議條文可先三讀。

(四)內容與應用層：節目自製

1. 節目自製方面：

境外影音節目大量進口，造成節目自製比例難以提高，無力培植更多的資深從業人員，並將產品行銷海外（劉幼琍，2004）。目前有線電視產業在節目製作上，傾向國外節目進口，即使有自製節目，為了減少節目開支，也只選擇花費較少的談話性節目來製作。但如果只是一味追求節省開支，而忽略節目品質，我國電視產業實在堪憂，企盼政府機關能與業者進行會議，找出因應之道或者提供補助方案。

(五)終端層：數位機上盒

1. 數位機上盒推動的方面：

目前臺灣有線電視各家採用各自的加密系統和中介軟體，所以全國無統一的標準，在沒有辦法「以量制價」的情況下，價格也就無法下降（吳欣恬，2013）。儘管有部分國家對此採取免費提供機上盒的政策，如：美國、英國以及國內中華電信 MOD 機上盒採取免費提供，但對於國內有線電視業者來說，機上盒無疑是筆很大的成本。若是能統一機上盒的規格再進行大量生產，就可以減輕業者不少負擔。

(六) 獨立系統業者的獨特困境

數位匯流下的有線電視業者面臨諸多困境，因此在推行有線電視數位化的相關政策時，雖有主管機關大力推廣，但數位化的進展仍舊有限。除了面對推廣數位化的挑戰外，另外還有跨業業者競爭，例如 IPTV 業者，中華電信；以及 OTT TV 業者也藉由網路的傳輸衝擊著有線電視業者。而獨立業者除了面臨上述的衝擊外，還有著本身的獨特困境。

1. 頻道授權面：

獨立系統業者大多在頻道代理權力上較 MSO 缺少優勢，因此在頻道授權議價能力不大，頻道授權成本提高。

2. 跨區經營面：

獨立系統業者本身沒有代理頻道者。申請跨區的節目重新授權容易受阻，無法提供服務，如：2014 年 6 月 1 日，威達雲端疑涉跨區侵權部分頻道下架。

頻道能否在有線電視上架，必須靠頻道代理商，其中需要代理的 66 個頻道（見表 2-5），有九成以上都掌握在有線電視系統業者手中。頻道代理商以富邦來說有凱擘、優視傳播、允成多媒體、皓暉公司，這四家頻道代理公司，共代理了 29 個頻道，分別為 MOMO 親子台、衛視中文台、衛視電影台、衛視西片台、FOX 娛樂台、國家地理頻道、超視、霹靂台灣台、AXN、Z 頻道、LS Time 電影台、衛視合家歡樂台、好消息、好消息二台、東森電視台、東森綜合台、東森洋片台、東森新聞台、東森財經新聞台、東森幼幼台、東森戲劇台、緯來體育台、緯來日本台、緯來綜合台、緯來電影台、緯來戲劇台、緯來育樂台、人間衛視、動物星球頻道；而另外一半頻道的代理亦是掌握在有線電視系統業者手上，其頻道代理商雖然只有一家，但影響力不容小覷，其代理的頻道數為 18 個，分別為三立台灣台、三立都會台、三立新聞台、國興日本台、JET 日本台、好萊塢電影台、Discovery 旅遊生活、年代新聞台、MUCH TV、東風衛視台、民視新聞台、彩虹頻道、迪士尼頻道、NHK、非凡商業台、非凡新聞台、高點綜合台、高點育樂台。因此有線電視系統業者在電視頻道能否上架方面有著相當大的決定權，並直接影響到觀眾收看頻道的內容（新新聞周刊 1452 期）。

表 6-1：頻道代理公司與其代理頻道

| 節目供應商名稱 | 頻道名稱 | 頻道數量 | 與有線電視系統業者的關係 |
|---------------|--|------|----------------------------|
| 優視傳播股份有限公司 | MOMO親子台、衛視中文台、衛視電影台、衛視西片台、FOX娛樂台、國家地理頻道 | 6 | 為凱擘有線電視系統老闆蔡明忠所有 |
| 允誠多媒體有限公司 | 超視、霹靂台灣台、AXN、Z頻道、LS Time電影台、衛視合家歡樂台、好消息、好消息二台 | 8 | 為凱擘有線電視系統老闆蔡明忠所有 |
| 永鑫多媒體股份有限公司 | FOX SPORT(原ESPN)、衛視體育台(STAR SPORTS)、HBO、CINEMAX、Cartoon Network、CNN、Animax | 7 | 為洄瀾、東亞有線電視、東台有線電視系統老闆練台生所有 |
| 凱擘股份有限公司 | 東森電視台、東森綜合台、東森洋片台、東森新聞台、東森財經新聞台、東森幼幼台、東森戲劇台、緯來體育台、緯來日本台、緯來綜合台、緯來電影台、緯來戲劇台、緯來育樂台、人間衛視 | 14 | 為凱擘有線電視系統老闆蔡明忠所有 |
| 全球數位多媒體股份有限公司 | 八大綜合台、八大戲劇台、八大第1台、娛樂K台、TVBS、TVBS歡樂台、TVBS新聞台、中天綜合台、中天新聞台、中天娛樂台、Discovery | 11 | 為中嘉網路所有 |
| 佳訊錄影視聽企業有限公司 | 三立台灣台、三立都會台、三立新聞台、國興日本台、JET日本台、好萊塢電影台、Discovery旅遊生活、年代新聞台、MUCH TV、東風衛視台、民視新聞台、彩虹頻道、迪士尼頻道、NHK、非凡商業台、非凡新聞台、高點綜合台、高點育樂台 | 18 | 為洄瀾、東亞有線電視、東台有線電視系統老闆練台生所有 |

| | | | |
|----------|----------|---|------------------|
| 紘聚傳播有限公司 | MTV綜合電視台 | 1 | |
| 浩緯股份有限公司 | 動物星球頻道 | 1 | 為凱擘有線電視系統老闆蔡明忠所有 |

資料來源：新新聞周刊 1452 期(2015 年 1 月 1 日)，研究者整理

處於數位匯流時代下的獨立系統業者，除了要面臨新興視訊平台的競爭之外，還要面對 MSO 的夾擊，在頻道內容上無法自己作主。本研究企圖瞭解國內獨立系統業者在數位匯流下的衝擊與困境，並讓政府機關更加瞭解獨立業者的處境，為此找出因應之道。

本研究是以數位匯流下我國獨立系統業者為題，因此在文獻探討中，研究者整理與歸納出數位匯流、數位電視、有線電視的發展與困境、獨立系統業者獨特的發展困境…等相關資料與定義進行探討。在過去對於有線電視之獨立系統的研究甚少，雖有數位化過程中獨立系統相關研究，但那時的獨立業者處在尚未進行建置的數位化前期，因此對於近年數位化的相關政策與獨立業者發展過程困境的無法進行分析，故本研究的方向，就是找出我國獨立系統業者於數位化發展的過程與特有困境。

第二節 研究建議

本研究論文主要是以獨立系統業者為研究對象，故以其所面臨的處境，提供些許想法，企求能對有線電視產業有所幫助。

一、 將 IPTV、OTT 適度管制 建立公平競爭環境

有線電視受到諸多法令的限制，除了面臨多重競爭的環境，在規管上又較新興視訊媒體嚴苛。有業者表示，有線電視除了要捐獻 1% 基金給政府外，還被法令層層受限；反觀，IPTV 與 OTT 規管卻較有線電視寬鬆。對此，主管機關應適度管制，建立一個公平且自由的競爭環境。

二、 頻道分組付費應交由市場競爭而非政府介入

NCC 為顧及消費者權益而亟欲推行頻道分組付費，但分組付費之事爭議許久仍未有定案，牽扯到如何分組與收費，而這卻是讓業者們頭痛的一大難題。倘若能將選擇權交由市場機制，讓消費者來做決定，反倒是落實消費者自

主權而非讓政府代替消費者決定。

三、 主管機關視情況給業者適當協助與補助

離島、東部地區的有線電視業者，在進行數位建置的過程中面臨許多不同於都市地區的有線電視業者，不僅經濟規模小、颱風威脅，在數位服務經營上更是難以進行。甚至在播送系統業者方面，更是需要政府的協助來幫忙提升數位化比率，期望主管機關能依各家獨立業者的不同處境，視情況給予是當的協助與補助。

四、 東部、離島地區業者應用增值服務開發

東部、離島地區對於數位應用服務的需求不大，因此在此方面，業者並沒有花心思於此，針對東部、離島地方以老年人口居多，許多家人不在身邊照顧，可以透過居家監護來瞭解家人的情況，因此可以考慮居家監護的服務功能，來做為當地增值服務。

五、 定期舉辦論壇、座談會 使產、官、學界交流意見

訪談資料顯示，NCC 雖站在輔導業者的立場上，但不少業者表示，主管機關在輔導業者方面，不夠積極、配套措施不完善且沒有考量業者的處境。另外，更有業者表示，政府機關從未舉辦數位匯流相關論壇，讓學者及業者一起討論發展方向。此種情況之下，政府機關應定期舉辦相關論壇，以讓產、官、學三界意見交流，建立完善的輔導機制，協助有線電視產業的發展。

六、 收視率數據交由第三公正單位或政府公布

收視率數字為業者採購節目內容的重要依據，但目前收視率數據已失其公信力。倘若能由公正第三單位或者主管機關來公布數據，可以說是幫業者解決一個不小的難題。

七、 獨立業者共同發展 創造競爭力

獨立系統業者在資金、資源方面，不及 MSO 優勢。倘若獨立業者能互相合作，一起打造共同的雲端應用平台、內容集成平台、固網傳輸平台，增加競爭力創造彼此的利益。

八、 經營 OTT 平台 創造新優勢

以往有線電視的戰場只侷限於電視機，而現在也可以考慮往 OTT 平台發展，將內容透過網路平台給更多的觀眾收看、擴大收視範圍。

第三節 研究預期貢獻

1.呈現獨立系統業者意見與經營現況分析，作為產官學界後續研究參考：

本研究欲瞭解有線電視的發展歷程以及在數位匯流中所帶來的衝擊與影響。再藉由業者的因應策略及規劃比較其他業者以及國內其他媒體來分析，再藉此提供相關建議，並且歸納出面臨的困難點，讓主管機關懂得獨立系統業者的困境，且提供適當幫助。期啟發獨立系統業者在數位匯流時代下的定位思考。

2.提供主管機關在政策制定上之參考：

藉由本研究期瞭解我國有線電視數位化過程中獨立系統業者的衝擊與因應、發展歷程、以及節目內容規劃以及艱辛歷程和困難點，另外再從實行面的困難點歸納、整理，提供主管機關做為制定政策法規之參考。

獨立系統業者除了有著有線電視產業的衝擊外，還有其自身的困境。而本研究期望能提供給獨立系統業者面對數位化過程中的衝擊。亦給主管機關在政策制定上有所參考。

參考書目

一、 書籍部分

尤信程、林信標、劉玉蓀、鄭獻勳(2007)。《數位電視之原理及技術》。台北：全華。

石世豪(2009)。《我國傳播法制的轉型與續造》。台北：元照。

石世豪(2009)。《向競爭轉的通訊傳播匯流法制》。台北：元照。

石世豪(2001)。《數位化時代無線電視之定位與發展》。台北：行政院研究發展考核委員會。

甘尚平、唐維敏、謝奇任譯(1997)。《大匯流：整合媒體、資訊與傳播》。台北：亞太圖書。(原書：Thomas F. Baldwin, D. Stevens McVoy & Charles Steinfeld[1996]. *Convergence: Integrating Media, Information and Communication.*)

江耀國(2003)。《有線電視市場與法律》。台北：元照。

李秀珠(2012)。(台灣有線電視分組付費實施方式及其與數位化的相關性)。收錄於劉孔中、江耀國等著之《數位匯流下的競爭與管制》，25-44。台北：21世紀基金會。

李天鐸、劉現成(1999)。《亞太媒介圖誌》。台北：亞太。

吳兆琰 (2013)。(數位匯流讓智慧生活成真-我國數位匯流推動策略與進度)。收錄於孫文玲(主編)之《走入生活的智慧聯網—匯流科技、政策與產業》，1-24。台北：經濟部。

吳文俊、孫榮光(2003)。《從區位理論探討我國有線電視之數位頻道與互動服務》。台北：世新大學廣電系。

呂寶麟(2007)。《未來媒體大趨勢：歸探數位影音大商機》。台北：高寶。

- 林崧銘(2006)。《有線電視實習》。台北：全華。
- 林信鋒(1999)。《有線電視》。台北：台灣書局。
- 林國榮(1994)。《有線電視系統原理》。台北：全華。
- 紐文英(2014)。《質性研究方法與論文寫作》，台北：雙葉。
- 洪賢智(2008)。《電視新論》。台北：亞太。
- 洪平峯(1994)。《電視生態學》。台北：黎明文化。
- 洪平峰(1991)。《直播衛星、有線電視衝擊下的我國電視事業發展之研究》。台北：華視。
- 財團法人資訊工業策進會(2012)。《2011 數位匯流發展年鑑》。台北：經濟部工業局。
- 陳克任(1998)。《有線電視》。台北：儒林。
- 陳淨兒譯(1997)。《有線電視的市場競爭》。台北：五南。(原書：Leland L. Johnson [1996]. *Toward Competition In Cable Television.*)
- 國立政治大學廣播電視學系主編(2004)。《2004 年數位廣電時代學術論文研討會》。台北：政大廣播電視學系。
- 張宏源(2011)。《解析傳播產業價值鏈與營運模式之轉變》。台北：正中。
- 張宏源(2006)。新傳播科技中數位電視發展—從全球化看無線電視台推動數位化之研究。台北：上大聯合股份有限公司印刷。
- 許文宜、劉幼琍、陳彥龍(2015)。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC 委託研究報告。
- 彭芸(2012)。《NCC 與媒介政策—公共利益、規管哲學與實務》。台北：風雲論壇。

- 彭芸(2011)。《NCC 與數位匯流—匯流政策芻議》。台北：風雲論壇。
- 彭芸、鍾起惠(1997)。《有線電視與觀眾》。台北：財團法人廣播電視事業發展基金。
- 程予誠(1995)。《線纜傳播》。台北：五南。
- 黃海星(1992)。《有線電視面面觀》。台北：台灣書局。
- 湯健明、莊克仁(1994)。《現代有線電視》。台北：美國教育。
- 劉幼琍、石佳相、谷玲玲、戴豪君、許文宜、劉柏立、王亞維、賴祥蔚、陳彥龍、何吉森(2014)。《數位電視與新媒體平台》。台北：揚智文化。
- 劉幼琍、王亞維、石佳相、何吉森、許文宜、陳彥龍、劉柏立、賴祥蔚、戴豪君(2012)。《數位電視與新媒體平台政策白皮書》。台北：國立政治大學。
- 劉幼琍主編(2005)。《數位時代的有線電視經營與管理》。台北：正中。
- 劉幼琍、周韻采、孫立群、高凱聲、陳怡君、郭明琪、蔡志宏、劉美琪、謝穎青、蕭景騰(2004)。《電訊傳播》。台北：雙葉。
- 劉幼琍(2004)。《電訊傳播》。台北：雙葉。
- 劉幼琍(2000)。《有線電視分級付費之策略分析》。台北：國立政治大學。
- 劉幼琍、陳清河(1998)。《有線電視》。台北：空中大學。
- 劉幼琍(1997)。《多頻道電視與觀眾》。台北：時英。
- 劉幼琍(1994)。《有線電視經營管理與頻道規劃策略》。台北：正中。
- 劉昌德(2012)。《豐盛中的匱乏—傳播政策的反思與重構》。台北：巨流。
- 劉孔中、江耀國、周韻采(2012)。《數位匯流下的競爭與管制》。台北：21 世紀基金會。
- 潘明宏、陳志瑋譯(2000)。《社會科學研究方法》。台北：韋伯文化。(原書：

Frankfort-Nachmias, Chava & Nachmias, David [1992]. *The Practice of Social Research.*)

鄧榮坤(1995)。《細說有線電視:展現有線電視多采多姿的新視野》。台北：武陵。

鄧榮坤、張令慧(1995)。《有線電視解讀》。台北：月旦。

蔡志宏、謝穎青、蔡念中、陳信宏、周韻采、李秀珠、李淳(2010)。《我國數位電視服務市場及未來需求研析》。NCC 委託台灣通訊學會之研究。

蔡念中、張宏源(2005)。《匯流中的傳播媒介》。台北：亞太。

蔡念中(2003)。《數位寬頻傳播產業研究》。台北：揚智文化。

鄭明椿(2003)。《換個姿勢看電視》。台北：揚智文化。

盧非易(1995)。《有線(限)電視無限(線)文化》。台北：幼獅。

賴柏洲、林志星、魏明照、林世欽(2003)。《數位電視廣播與製作系統》。台北：全華。

羅世宏、蔡欣怡、薛丹琦譯(2008)。《質性資料分析：文本、影像與聲音》。台北：五南。

二、 論文部分

丁家怡(2010)。《企業架構應用於數位有線電視內部行銷管理之研究-以高雄市 C 有線電視公司為例》。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。

王笙(2008)。《有線電視業寬頻上網競爭策略之研究》。明道大學管理研究所論文。

方仰忠(2011)。《數位匯流時代之電視媒體管制政策》。國立台灣大學社會科學院政治學系碩士論文。

方柏丰(2008)。《台灣 IPTV 平台營運業者的經營策略分析》。玄奘大學資訊傳播

研究所碩士論文。

朱政霖(2008)。《有線電視數位化問題與解決策略》。國立交通大學經營管理研究所論文。

江世祺(2004)。《有線電視產業的發展與競爭策略》。國立臺灣大學資訊管理學研究所論文。

邱慧仙(2013)。《數位時代電視收視率量測機制變革》。世新大學傳播學系博士論文。

吳欣恬(2013)。《台灣無線電視數位轉換之研究——公私部門協力關係的角度》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

吳竹松(2011)。《有線電視業者在新收視率系統演變下之因應策略分析》。國立政治大學經營管理碩士論文。

何吉森(2007)。《通訊傳播規範之整合與建構研究》。世新大學傳播研究所博士論文。

宋金燕(2006)。《地方有線電視臺公用頻道參與公共事務之探討》。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。

余俊穎(2003)。《以價值網觀點探討數位電視產業之競爭優勢—無線、有線、電信網路及衛星四類平台之比較》。元智大學資訊傳播學系研究所碩士論文。

林建志(2001)。《有線電視系統業者因應頻道分級之決策探討》。大葉大學工業關係研究所碩士論文。

林逢春(1995)。《有線電視之產業競爭分析》。國立臺灣大學商學系研究所碩士論文。

周旭毅(2012)。《「Content is the king！」有線電視系統業者自製節目的策略與挑戰》。南華大學傳播學系研究所碩士論文。

周栢聰(1996)。《有線電視與電信產業發展趨勢之互動關係》。國立交通大學科技管理研究所碩士論文。

陳彥龍(2011)。《匯流時代我國公共廣電體系之研究》。世新大學傳播研究所博士論文。

陳曉宜(2005)。《報社記者抵抗資源之研究》。國立政治大學傳播學院碩士在職專班碩士論文。

陳家瑋(2002)。《有線電視市場之垂直整合與競爭》。國立臺灣大學經濟學研究所論文。

許崑峯(2003)。《有線電視系統台公益行為之研究-以雲嘉地區為例》。南華大學管理研究所碩士論文。

張尹駿(2006)。《地方有線電視臺經營之研究：以宜蘭聯禾有線為例》。銘傳大學傳播管理研究所論文。

張美娟(2003)。《國內有線電視發展數位電視服務經營策略之研究》。國立臺灣師範大學圖文傳播學系研究所碩士論文。

張美玲(2002)。《有線電視「分級付費制度」可行性之研究》。國立臺北大學企業管理學系研究所論文。

黃志雯(2012)。《有線電視數位化困境與解決之道：以 AHP 法檢視》。元智大學資訊社會學研究所論文。

黃朝琴(1995)。《有線電視經營管理之研究》。中國文化大學新聞研究所論文。

彭武盛(2004)。《我國有線電視產業市場結構管制之探討》。淡江大學產業經濟學系研究所論文。

詹耕權(2012)。《IPTV 產業消費者使用模式改變之研究-以智慧電視為例》。亞洲大學資訊傳播學系碩士論文。

塗能榮(2004)。《數位電視發展趨勢與推廣策略之研究—以台灣五家無線電視台為例》。世新大學廣播電視電影學研究所碩士論文。

趙恬嘉(2007)。《台灣有線電視業者面對數位匯流之競爭策略》。國立臺灣大學國際企業學研究所碩士論文。

劉貞宛(2006)。《數位多頻道時代中必載公共媒體的規範》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

蔡孟城(2009)。《有線電視數位化經營策略分析—以臺灣數位光訊科技集團為例》。逢甲大學經營管理研究所論文。

蔡東廷(2007)。《有線電視產業數位化引發之相關法律議題研究》。東吳大學法律學系研究所論文。

蔡宜秀(2005)。《台灣數位無線電視產業價值鏈發展研究》。世新大學傳播管理學系碩士論文。

蔡淑瑜(2001)。《有線電視產業因應分級付費制度策略之研究》。國立政治大學廣播電視研究所論文。

盧秀芳(2003)。《在台外籍新娘子女家庭環境與學校生活適應之研究》。國立政治大學學校行政研究所碩士論文。

賴世哲(2005)。《台灣數位無線電視發展政策與法規之研究》。政治大學公共行政研究所碩士論文。

謝依凡(2011)。《數位匯流下有線電視產業未來發展之關鍵》。淡江大學國際企業學系碩士論文。

謝葉毓麗(2009)。《廣播電視數位化之無線電波頻率分配與利用規範之研究》。國立東華大學財經法律研究所碩士論文。

羅錦榮(2014)。《台灣數位電視商業模式評選》。銘傳大學傳播管理學系碩士論文。

簡琬莉(2010)。《網路通訊產業在數位匯流下策略聯盟夥伴選擇之研究》。國立交通大學管理學院科技管理學系研究所碩士論文。

鐘明非(1998)。《有線電視系統業的形成 「法制化」與「集中化」 The》。國立交通大學傳播研究所論文。

三、 期刊

李治安(2006)。(關於數位匯流的基本管制問題)。《科技法學評論》，3：166-168。

孫義雄(2007)。(深度訪談法與犯罪成因探索)。《警學叢刊》，第38卷第3期。頁37-55。

國家通訊傳播委員會(2014年8月)。(有線電視數位化推動成果階段報告)。《NCC NEWS 月刊》。8(4)：20~23。

國家通訊傳播委員會(2012年5月28日)。(描繪數位時代的真正容貌—謝光正談邁向數位化的關鍵)。《NCC NEWS 月刊》。6(1)：1~3。

傅偉智(2008)。(IPTV 是有線電視的救星 還是可怕的災難?)。《電子技術》，273：102-104。

鄭可樂(2015年1月1日)。蔡明忠、練台生將石世豪打趴。新新聞周刊，1452，66-67。

四、 網路資料

公共電視(2015年3月10日)。(數位電視與類比電視之比較)。上網日期：2015年4月10日。取自

http://www.pts.org.tw/Program/Template1B_Customize_Menu.aspx?PNum=363&CMNum=632

行政院 (2015年2月4日)。(103年第4季有線電視數位化達78.92%)。上網日期：2015年5月21日。取自

http://www.ey.gov.tw/News_Content.aspx?n=E7E343F6009EC241&s=C6DAFA83E6D39904

行政院(2012年5月)。(數位匯流發展方案(2010-2015年))，取自

<http://www.ey.gov.tw/Upload/RelFile/26/75806/012916565471.pdf>

交通部(2011年5月4日)。《數位電視發展藍圖》，取自

<http://www.motc.gov.tw/uploaddowndoc?file=bulletin/201112151554310.doc&filedisplay=%E6%95%B8%E4%BD%8D%E9%9B%BB%E8%A6%96%E7%99%BC%E5%B1%95%E8%97%8D%E5%9C%96%28%E8%8D%89%E6%A1%88%29.doc&flag=doc>

財團法人資訊工業策進會 (2015年3月10日)。(何謂數位匯流)。上網日期：2015年5月21日。取自

<http://sid2.iii.org.tw/main.php?po=comp&op=content&PP%5Bid%5D=208>

國家通訊傳播委員會(2013)。《102年通訊傳播事業概況總覽》，取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/show_file.aspx?table_name=site_content&file_sn=1223

國家通訊傳播委員會(2014年11月19日)。(國家通訊傳播委員會核准8家有線電視業者104年度費率)。上網日期：2014年12月20日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&is_history=0&pages=3&sn_f=32971

國家通訊傳播委員會(2014年12月10日)。(NCC肯定世新有線電視公司全數位化達陣100%，重新核定其104年度收視費用)。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&is_history=0&pages=3&sn_f=33065

國家通訊傳播委員會(2014年05月06日)。(全數位化有線電視系統將可提供更彈性收費模式供收視戶選擇)。上網日期：2014年12月20日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&is_history=1&pages=0&sn_f=32051

國家通訊傳播委員會(2011)。《100年第1季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015年5月20日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=20146

國家通訊傳播委員會(2011)。《100年第2季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：

2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=21145](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=21145)

國家通訊傳播委員會(2011)。《100 年第 3 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=22426](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=22426)

國家通訊傳播委員會(2011)。《100 年第 4 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=23594](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=23594)

國家通訊傳播委員會(2012)。《101 年第 1 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=24634](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=24634)

國家通訊傳播委員會(2012)。《101 年第 2 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=25828](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=25828)

國家通訊傳播委員會(2012)。《101 年第 3 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=26800](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=26800)

國家通訊傳播委員會(2012)。《101 年第 4 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0
&pages=0&sn_f=27802](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=27802)

國家通訊傳播委員會(2013)。《102 年第 1 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：
2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0

&pages=0&sn_f=28773

國家通訊傳播委員會(2013)。《102 年第 2 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=29926

國家通訊傳播委員會(2013)。《102 年第 3 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=31067

國家通訊傳播委員會(2013)。《102 年第 4 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=31706

國家通訊傳播委員會(2014)。《103 年第 1 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=32060

國家通訊傳播委員會(2014)。《103 年第 2 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=32567

國家通訊傳播委員會(2014)。《103 年第 3 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=32902

國家通訊傳播委員會(2014)。《103 年第 4 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=33250

國家通訊傳播委員會(2015)。《104 年第 1 季有線廣播電視訂戶數》。上網日期：

2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=33585

國家通訊傳播委員會(2014)。《103 年第 4 季有線廣播電視訂戶數【依集團】》。

上網日期：2015 年 5 月 20 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=2989&is_history=0&pages=0&sn_f=33251

國家通訊傳播委員會(2011)。《100 年通訊傳播事業概況總覽》。上網日期：2015 年 5 月 21 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/show_file.aspx?table_name=news&file_sn=29426

國家通訊傳播委員會(2012)。《101 年通訊傳播事業概況總覽》。上網日期：2015 年 5 月 21 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/show_file.aspx?table_name=news&file_sn=35516

國家通訊傳播委員會(2013)。《102 年通訊傳播事業概況總覽》。上網日期：2015 年 5 月 21 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1966&is_history=0&pages=0&sn_f=31288

國家通訊傳播委員會(2014)。《103 年通訊傳播事業概況總覽》。上網日期：2015 年 5 月 21 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1966&is_history=0&pages=0&sn_f=33252

國家通訊傳播委員會(2015)。《104 年通訊傳播事業概況總覽》。上網日期：2015 年 5 月 21 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1966&is_history=0&pages=0&sn_f=33588

國家通訊傳播委員會(2014 年 3 月 19 日)。《國家通訊傳播委員會第 583 次委員會議紀錄》。上網日期：2015 年 5 月 22 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/14032/67_31877_140326_1.pdf

國家通訊傳播委員會(2015 年 3 月 10 日)。(必載條文對照表)。上網日期：2015 年 4 月 26 日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/show_file.aspx?table_name=news&file_sn=42907

國家通訊傳播委員會(2014年6月)。(數位匯流背景說明)。《數位匯流下通訊傳播內容的管理原則意見徵詢》。上網日期：2015年4月26日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/14062/3146_32261_140623_1.pdf

國家通訊傳播委員會(2013年5月1日)。(NCC通過修訂「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告，以積極鼓勵有線電視系統經營者提供高速寬頻服務)。上網日期：2015年4月25日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&is_history=1&pages=9&sn_f=28751

國家通訊傳播委員會(2012年2月22日)。(NCC通過自5月7日起分區關閉無線電視類比訊號)。上網日期：2015年4月21日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/print.aspx?table_name=news&site_content_sn=8&sn_f=23712

國家通訊傳播委員會(2014)。(《102年通訊傳播績效報告》)，取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/show_file.aspx?table_name=site_content&file_sn=1223

國家發展委員會(2005年1月31日)。(「挑戰2008：國家發展重點計畫(2002-2007)」)。上網日期：2015年4月15日。取自

<http://www.ndc.gov.tw/m1.aspx?sNo=0001568&ex=2#.VV7HpU-eDGc>

國家通訊傳播委員會(2012)。(《104年第2季有線廣播電視訂戶數》)。上網日期：2015年12月7日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=22426

國家通訊傳播委員會(2015)。(《104年第3季有線廣播電視訂戶數》)。上網日期：2015年12月7日。取自

http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=1979&is_history=0&pages=0&sn_f=22426

五、 訪談資料

吳辛源（2015 年 7 月 8 日）。附錄 1 深度訪談紀錄。本研究訪談逐字稿。

名城事業股份有限公司業者（2015 年 9 月 18 日）。本研究訪談逐字稿。

金國蕙（2015 年 7 月 4 日）。附錄 2 深度訪談紀錄。本研究訪談逐字稿。

祥通播送系統業者（2015 年 9 月 3 日）。本研究訪談逐字稿。

黃國城（2015 年 10 月 7 日）。本研究訪談逐字稿。

王國徽（2014 年 12 月 8 日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍(2015)。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC 委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658

吳振隆董事長、吳元景經理、黃春吉（2014 年 12 月 12 日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍(2015)。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC 委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658

李錫欽（2014 年 12 月 17 日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍(2015)。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC 委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658

周詳人（2014 年 11 月 27 日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍(2015)。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC 委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658

高年豐、羅金宗（2014年12月10日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍（2015）。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658

翁麗美（2014年12月17日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍（2015）。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658

黃守正（2014年11月27日）。轉引自許文宜、劉幼琍、陳彥龍（2015）。《新興視訊平台發展對有線電視產業衝擊之研究》。NCC委託研究報告。取自
http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=3359&is_history=0&pages=0&sn_f=32658



附錄

附錄一：寶福有線電視業者訪談逐字稿

訪談者：關於寶福有線電視的發展沿革或是當時的背景是如何？

寶福有線電視業者：寶福早期那時候比較亂，因為寶福這間公司比較特殊。寶福是一直以前中正區很多的經營者慢慢有人整合，整合後聯維的李錫欽因為和寶福在同一個經營區有競爭，寶福就慢慢也是把其他一些業者就整合、併購起來，寶福是這樣成立的，獨立系統以前就是這樣起來的，那寶福是起源於中正區，早期就是還是一些很零散的業者整合起來。

訪談者：那數位化的發展是從什麼時候開始？

寶福有線電視業者：大概我們發展也有五、六年有，政府開始有意要推動數位化開始，就有在起跑，做數位推廣的這一塊。寶福那時候為了做數位化，開始把以前舊的、併購的纜線，就慢慢地汰舊換新，整個是往數位化的目標去做。

訪談者：那像我們數位機上盒有沒有什麼其他功能？還是說就是一般收看？

寶福有線電視業者：我們現在機上盒，當然有做了其他的功能。可以查一些相關的資訊，理財投資，還可以結合台北市政府的一個 APP。

訪談者：所以這是一個機上盒但是已經超越傳統只有看電視的功能。那這上面的介面是我們這邊自己要研發？

寶福有線電視業者(工程師)：對，他這是 Android 的系統，裡面都是 APP 的程式。

訪談者：若是沒有用我們的盒子，就沒有這些服務？

寶福有線電視業者(工程師)：甚至連電視都沒辦法看，未來數位化之後若是沒有盒子，電視都沒辦法看。

訪談者：像這個東西有跟聯維做一些合作？我們這邊的盒子是可以互用嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：不行，有加密認證的，所以沒辦法，我們兩套系統都是獨立的，我們的訊號只有我們的可以解，那聯維的只有聯維的可以解。

訪談者：那這種策略聯盟會不會降低成本或者是效益的可能性？

寶福有線電視業者(工程師)：可以一起去跟廠商談同一款機子，那裡面的加密還是各公司自己獨立。才不會說今天我申請你的訊號，結果拿別家盒子來就可以看，這樣也不合理。

訪談者：現在有些國家是做 Cable 卡，就是卡插下去就能使用。

寶福有線電視業者(工程師)：盒子是同一款，但就是用卡片來鎖。

訪談者：那對於平台我們後面有什麼想像？像我們在這邊會不會有一些營運新的服務功能，可以慢慢加進來？

寶福有線電視業者：現在我們做這些介面就是有這種想像。

寶福有線電視業者(工程師)：我們以往的數位電視的部分，就是頻道商送什麼節目，我們就看什麼節目，稱為直播。那我們會再加上一些點播，比方像一些院線片，可能擺一千部、一萬部電影。

訪談者：那是我們能控制的嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：我們頭端這邊控制，他可能看一片多少錢，另外付費，然後可以包月。

訪談者：這像是 SVOD 嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：對，類似，隨選視訊。

訪談者：那還有沒有什麼別的內容？

寶福有線電視業者(工程師)：像購物，結合購物平台，讓他們的東西可以進來。

訪談者：那其實我們只是給他們一個平台，我們自己也可以賣嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：當然，我們如果有自己的產品，自己也可以上架。

寶福有線電視業者：未來就是想這樣，你來上廣告或是透過我們這邊來做一些東西。

訪談者：我們最好奇的就是說，我們的經濟規模就這麼多，可是我投資研發都要錢，但又不知道大家喜不喜歡用，這就是我們會想說獨立系統業者在投資一些新開發應用的時候，他會顧慮到說成本或者說沒像 MSO，我研發一個，大家都可以用，這個部分是不是很辛苦？

寶福有線電視業者：當然，一定要先投資。

寶福有線電視業者(工程師)：像對於大型 MSO 的開發成本，我們相對就比較高。

寶福有線電視業者：但我們就還是要下去做啊，因為你現在機上盒做了，功能沒有發揮出來，那我幹嘛去買那麼高階的盒子，既然做了數位化，我們也做一些東西可以服務社區的老百姓，一方面也是抓住社區老百姓對公司的忠誠度。

寶福有線電視業者(工程師)：現在很多都可以跨區，很多業者都可以進來。

訪談者：所有大台北都可以進來嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：對，可能說我們只能做中正、萬華區。

寶福有線電視業者：現在很多啊，像全國啊，新出來的，而且有些既有的業者也申請跨區，像中嘉就有，新視波那就跨區啊，這個市場已經重新再競爭了。

訪談者：像 MSO 在研發可能會有獨立的研發團隊，那我們獨立系統業者方面？

寶福有線電視業者(工程師)：MSO 的經濟規模比較大，他可以服務 100 萬個用戶；那像我們可能就只有服務 10 萬個用戶，相對我們成本會比較大，可能研發資金的部分沒有辦法跟他們比。

訪談者：那考量上的優先順序會怎麼排序？

寶福有線電視業者：寬頻，我們比較高階的，你沒有用我們的寬頻也不能用啊。機上盒跟寬頻是綁在一起的。

寶福有線電視業者(工程師)：你若是用中華電信的寬頻，可能就沒辦法使用這些服務。

訪談者：那我們機上盒有選擇嗎？比如說有便宜的機上盒，我不上網。

寶福有線電視業者(工程師)：有兩款，有純粹就是看電視的。

寶福有線電視業者：他沒有用我們公司的寬頻，但我們還是要給他推數位化，就是給他裝機上盒。

訪談者：我們現在是第一台送嗎？那第二台？

寶福有線電視業者(工程師)：押金而已，目前機上盒還沒有到收費的階段。

訪談者：這兩台的功能都一樣嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：兩種模式，一種就是純看電視，另外一款就是結合網路的。

訪談者：那除了寬頻上面的服務之外，還有沒有哪些服務在我們獨立系統業者，可以優先做成本又不用那麼高或者是說我們不會被綁住的壓力？比如說經濟規模方面。

寶福有線電視業者：其實我們現在先做 VOD 的這一塊。

寶福有線電視業者(工程師)：可是其他業者也都有。

訪談者：現在還是家螢的部分嗎？還是可以出去外面？

寶福有線電視業者(工程師)：可以走到外面，但是我們在外面有架 Auto-WiFi，在我們這個中正、萬華區。

寶福有線電視業者：我們有公司有特別建置這一塊。

訪談者：台北只有我們做嗎？

寶福有線電視業者(工程師)：對，這部分只有我們做。目前如果你是用我們的寬頻，那我就允許讓你在中正、萬華區外面都可以免費用。只要是這個區網內，都可以用手機看電視，不限定在家裡。

訪談者：所以像在台北這個戰國地區，可以大家業者談一談，一起來抵抗中華電信嗎？

寶福有線電視業者：很困難，我們獨立系統的寬頻和像凱擘比較特殊。凱擘有台灣大，所以現在凱擘和台哥大合作東西很多，因為他電信就是在做全國嘛，他的有線電視也是有從屏東到台北，那是全國性都有。

訪談者：台北最大的 MSO 是算？

寶福有線電視業者：凱擘。

訪談者：那凱擘他們是不是已經在走跟無線的網路做一些匯流，那會有一些威脅性的服務出來嗎？

寶福有線電視業者：Home Play。

寶福有線電視業者(工程師)：一樣是侷限在家裡，一樣是多螢的分享模式。

訪談者：那我們在比較我們推出的應用服務來講，有什麼方法是認為說這個是我們可以做的？

寶福有線電視業者：中正、萬華就是我們的經營區，當然我們就是要做好在地服務，當然其他的財團怎麼做，那是財團的事。

訪談者：有沒有什麼能跟地方結合的？比如說我們萬華、中正地區商家，慢慢可以拉進來，購物或者是？

寶福有線電視業者：有可能走向這樣，整合起來，我們也有這種想法。

訪談者：怎麼去固守地方？

寶福有線電視業者：未來就是，我們把這個平台建置好，希望說中正、萬華區的店家知道有這個平台，大家願意進來公司的平台。

訪談者：在建置網路的時候，我們鋪的是雙向的可能性還是樹狀的？

寶福有線電視業者(工程師)：一定是雙向的，我們走網路一定是雙向的。像 VOD 就是雙向的，他點了某部片，他會傳回來，告訴我他要看哪一部片，才播那一部片。

訪談者：所以我們在數位化過程中，等於是雙向網路都布建好了？

寶福有線電視業者(工程師)：對，一定要這樣子。

訪談者：那像我們接 Cable 的寬頻，情況有沒有慢慢地有些好轉？

寶福有線電視業者(工程師)：我們目前的模式是只要裝機上盒，我們就會先給他一顆 modem，他就已經能夠回傳雙向的資料，至於如果要在上去到 Internet 的話，這是再另外申請。所以即便沒有申請我們 Cable Modem 的服務，我們還是一樣雙向，比方說看哪些頻道，我們可以收集一些收視率的資訊回來。

訪談者：那我們收視戶這邊的資料的話，我們後面也開始在做一些？

寶福有線電視業者(工程師)：big data，來做一些運用，收視率也是一個很好的資料。

訪談者：我們中正、萬華加起來大概多少人？

寶福有線電視業者：我們現在官方的數據，寶福和聯維加起來大概八萬戶左右。

訪談者：那怎麼去算各自的？有辦法算嗎？

寶福有線電視業者：我們寶福大概兩萬戶左右。

訪談者：那您剛剛提到的 big data，也是各公司去分析嗎？有沒有結合在一起？

寶福有線電視業者：因為兩家公司畢竟還是獨立的，除非說真的是要合併才有辦法做統一。因為寶福比較特殊，中正區講起來是文教區而且是國家的重鎮，

所有的機關都在中正區，總統府、立法院、行政院都屬於中正區，台大這些總統官邸、司法院，統統都屬於中正區。

訪談者：那中正區要另外談公播是不是？

寶福有線電視業者：都是用合約在簽，台大、立法院、監察院、總統府、國防部、警政署，統統都是用合約在簽。

寶福有線電視業者(工程師)：用專案在處理，他不是一條 Cable 進去就搞定的，裡面整個網路都要重新再布建。

訪談者：那他們有沒有考慮使用有線的寬頻？

寶福有線電視業者：中華電信也是很早就進場了。

訪談者：有沒有別的地方可以增加一點財源？像獨立系統就是小規模又一定要數位化，然後機上盒又一定要送，現在又分組付費，然後新跨區的不知道何時提供服務？

寶福有線電視業者：有的有阿，全國也這樣啊。

訪談者：那他們的基本頻道組是收多少？

寶福有線電視業者(工程師)：基本大概 250。

寶福有線電視業者：我今天聽到最新的訊息，像海山大豐也開始拚中永和，和中嘉拚搶他們的客戶，6 個月收 1500 元還可以寬頻使用一個月不用錢。(業者競爭激烈)

訪談者：他是用分組付費基本頻道組，6 個月還是說他全部？

寶福有線電視業者：全部，看 6 個月收 1500 元。

寶福有線電視業者(工程師)：跨區之後又開始亂。

訪談者：關於跨區的問題，像之前威達要跨區這方面？

寶福有線電視業者：那就是授權金談不攏。

訪談者：其他的跨區是不是沒有很難談？

寶福有線電視業者：一樣難談，他是看想要跨區的老闆願不願意付出。像全國，你的經營區是新北市總戶數多少先簽幾%，十萬戶 6%，就先簽個六萬戶，就用六萬戶來談。頻道代理商開這個價，你買不買，你不買我就不賣你啊。不賣你就沒節目，就沒辦法跨區，就沒辦法推。你新的業者想動就動不了，因為你沒節目怎麼動。你網路布好了，沒有內容提供給客戶，他怎麼可能嘛。

訪談者：要跨區的例子都是 MSO 嗎？還是也有獨立業者？

寶福有線電視業者：也有獨立的。跨區當然比較好申請，跨區可以慢慢來，我的規模可以慢慢做，不用我一下就要做到。新的經營就是你一申請就是全區，要在台北市就要做整個台北市。全國，然後中嘉的新視波申請一個數位天空，也在新北市拚土城、板橋。

訪談者：會不會覺得政策是有利於財團？小的活不了，大的也大不了。

寶福有線電視業者：所以凱擘為什麼沒有跨區經營，因為他的戶數都差不多要占全國的 1/3 了。他在衝也會被 1/3 限制住，除非說今天凱擘的內部，獨立成立一個公司。

訪談者：那我們對於有線電視發展 OTT 的看法？

寶福有線電視業者：我們現在也很多 OTT 的內容，講難聽點，很多都是走法律邊緣。

寶福有線電視業者(工程師)：這一塊現在沒有辦法管，廣電法現在沒有過，所以 OTT 目前沒有明確的法。

訪談者：我們沒有考慮跨區的原因？

寶福有線電視業者：跨區是老闆口袋要夠深，如果要跨區別人的地方。我現在中正區要跨區，那我網路是不是要往松山、大安區去延伸，我就要建置了。

訪談者：你現在跨區就等於是全台北市就要鋪了？

寶福有線電視業者(工程師)：你也可以先跨個大同區還是別區也可以。

寶福有線電視業者：既有的獨立系統是可以循序漸進，我現在若是想要跨大安區，我就申請。NCC 那時候開放經營區就給獨立系統一個特別的空間，獨立業者跨區可以分區、分段來跨。

訪談者：關於我們的網路服務方面？

寶福有線電視業者：聯維、寶福原則上，上網都有一家叫超宇網際網路的公司來做服務。現在公司都這樣啦，像中嘉也有 bb 寬頻。

訪談者：關於應用服務方面，像剛剛有提到購物會結合社區商家來做服務？

寶福有線電視業者：我們做的方向應該是這樣，我們建置平台，讓商家知道可以透過這個平台來做服務，讓他們的生意、宣傳透過這個平台來幫他們做。

訪談者：全國數位現在經營跨區會不會對我們有影響？

寶福有線電視業者：他也有跨區來台北市，但是還沒有進來，在台北市還沒有建置，預測明年就會進來台北市，全國跨很大，因為全新北市是全國人口數最多的。

訪談者：覺得費率管制方面？

寶福有線電視業者：費率是政府訂給你一個上限，你現在為了搶客戶，剛剛我講的大豐在搶中嘉，人家 6 個月收 1500 元，1 個月才 250 元，你是不是 500 元不收降，已經降一半變 250 元。

訪談者：那他的東西都一樣嗎？

寶福有線電視業者：一樣，內容一定一樣。搞不好為了搶客戶還買了很多頻道，透過 VOD 或是機上盒，頻道更多也不一定。我們現在電視節目很多台，像八大、三立很多節目，一個台在製作節目已經輪流在播。像「武媚娘」，中視播，中天也播；像民視自己做的「嫁妝」，民視播，超視也播，製作的節目已經賣給一些友台一起在播。所以現在隨選視訊或是分組付費，怎麼去分組？分組付費以後很多節目的內容是重複性很大，搞不好三立的内容在其他四台出現，而且重播率都蠻高的，這叫老百姓怎麼看。

訪談者：關於我們自製內容方面？

寶福有線電視業者：像我們獨立系統台被要求要有自己的自製頻道，像我們的自製頻道都在第四台，全國的系統大概都訂在第四台。那台北市比較特殊一點，他有個公用頻道，訂在 channel33，那新北市也後來也整合起來，規定在 channel33。公用頻道這一塊，新北市後來才整合，以前都是各自去排播或者去做，有提供這個服務，是台北市最早。那在自製節目這方面，我們有做自己的新聞，然後採訪社區、藝文活動，像有些在社區重大的都更案或者議題都是我們會採訪的。

訪談者：那跟數位化之後的關係，覺得可以透過自製節目這邊或者是一些不同的做法嗎？

寶福有線電視業者：因為數位化就是強調品質更好，為了要畫面的品質好，那我們相對的機器設備往數位化的方向，像剪接的器材，攝影棚重新去。因為你前置的東西沒有數位化，你後面也很難去做出來，那相對的，你做出來的東西不是數位化，傳輸出去也不會變數位。數位傳輸視傳輸而已，你內容不是數位的東西，你還是一樣沒辦法達到數位化的要求。所以相對地就是說，你自製節目配合數位化的時候，你所有的設備都是要數位化，製作出來的東西才會合乎要求。

訪談者：對於必載這件事怎麼看？

寶福有線電視業者：對我們獨立系統來講，我們沒意見。講難聽一點，為什麼他們會一直想辦法去阻擋這個無線必載的問題。無線必載他要求不要太高，不要說藉著公權力要佔在頻位很前面，這就不對了。

訪談者：他們不僅要必載又要定頻在基本頻道組。

寶福有線電視業者：那就不對了，因為你這樣牽涉到很多頻道位置的牽動。所以很多頻道商一直干涉，因為會影響到我很多的頻道，會牽涉到頻道購買金的問題。頻道位置越前面，那個上架費是比較高的，但數位化後，其實畫面品質好。但是習慣問題，以前我轉前面就看過，現在要轉 1、200 台去看，不可能嘛。我轉 12 就看到了，為什麼我要多轉 1 個 3 變 123 台去看，不可能嘛。那你現在無線必載不要要求說我現在數位壓縮，通通要定頻在頻位很好的位置，哪有可能，因為壓縮到其他的頻位就牽動很大，所以他們一定力阻。那今天你無線台，我說我三台中，一台定頻道現在既有的位置，其他兩頻要上一定可以上，但是我幫你上都無所謂，你不要堅持要在 36 或 37 頻道，我哪有可能讓你這樣定。你現在 5 台，每一台乘以 3 好了，15 個 channel 要我怎麼排，所以

NCC 說還有很多頻道不能上架，哪是不能上架，你來啊，免費上架，幫你上，但是你無線台經營不下去，你想因為這樣要向所有系統客戶收錢，牽涉到一個利益的問題。

訪談者：您剛剛的想法就說，就系統業者如像你們這樣歡迎頻道來免費上架。

寶福有線電視業者：來啊，因為我數位化後，我的頻寬是夠的，我可以上個 200 台、300 台都可以看得到，你來上啊。

訪談者：那傳統有些是不是要付費才能上？

寶福有線電視業者：對啦，像信吉那些，我們系統業者有些額外的收入就是靠一些阿里不達的台來上架的。

訪談者：那您剛剛提到我們以獨立系統業者的看法，其實對於必載的看法怎麼去說？因為跟 MSO 可能不一樣啊，MSO 他本身有頻道代理。

寶福有線電視業者：那現在中視、民視、華視，你們無線台要上架，沒問題。你們定頻還要定到好的頻位去必載定頻，怎麼可能。必載定頻你就不要去搶別人的頻位，他們現在要收錢，搞不好也會利用系統台在收錢，想說從系統台這邊賺一點錢，那你的節目內容在哪裡，利用國家公權力介入我就要上、定頻，為了要收錢。那你噓還是噓到我們系統業者的錢，所以你真的要上沒問題啊，因為現在數位化已經讓頻寬大了。

訪談者：您為獨立系統的立場怎麼看分組付費？

寶福有線電視業者：現在分組付費，NCC 比較寬鬆了。他丟了一個必載的基本頻道以外，你分組付費的時候，你自己去分，已經有比較鬆一點。那怎麼分，你機制要給誰？你要讓頻道業者去決定還是讓系統業者去決定。現在分組付費還不是「真」分組付費，講難聽一點，就是弄了一套定頻的基本頻道這些組，配合一些什麼闔家歡、宗教台這一套收 120 元或是 200 元，然後這些基本的再加一些，看中天、緯來或是怎麼加的一個套餐，多一點 350 元。然後所有包起來，包括 HBO、Discovery 統統有，收現在政府規定的費率，最高不能超過政府規定的費率啊。現在沒有鬆掉啊，費率的天花板還在啊，各縣市的費率審查委員會給的天花板還在，他這個天花板沒有打開啦，不然就不要成立費率審查費，就讓頻道業者、系統業者、視聽人，三角關係自己去決定市場。那這樣話又說回來，對系統、頻道業者在財務的操作上，他就沒辦法去預測說我今年能營收多少，可以賺多少錢。在打破這種分組付費、隨選視訊後，老百姓就自由

選擇，搞不好我一個月只願意花 200 元看電視。搞不好你比較有錢，你看到 500 元；搞不好他可以看到 1000 元。像美國就是看電視很貴啊，看一部片子搞不好就要花 10 幾、20 幾美金也不一定，天花板那個費率定在那邊是死的。

訪談者：有沒有想過獨立業者在這個數位化過程中，有沒有想過要放棄或者是要轉經營另外一個產業？像是變成 IPTV 公司或是網路電視公司這類的。

寶福有線電視業者：現在用手機看電影，在串流或分流，這個問題就是說我們的頻寬，寬頻這種還是用分享的在做。你看一個雲，大家上去抓，雖然 4G 但大家一起上去抓，所以有時候東西會定格，所以假使以你看電視，你看一部片子，就會受不了。像 IPTV 用寬頻，有時候看看就是會停掉、定格一分鐘在那邊，有時候看個連續劇，正看到感動的時候停下來，整個感覺冷卻了再開始。用網路看電視是一種時尚的東西，像 OTT，你以為 OTT 一定會很成功嗎，你 OTT 還是取決在內容，但是你很多東西還是透過網際網路在傳輸一個方式。那你 OTT 要做什麼服務，那也要看經營的業者，我能不能透過 OTT 的傳送服務去賺到什麼錢，提供到什麼內容。那你節目內容有沒有合法化，你合法化就能取得正規的經營，那你取得節目的方法是不合法的，隨時也有可能被提告。OTT 也一樣啊，內容合不合法、有沒有經過授權這才是最主要的，那經營 OTT 的成本，你的戶數是很難估計的，內容合不合法，有沒有授權，若是不合法被抓，你還能經營下去嗎，也經營不下去啊。

訪談者：你 OTT 要花錢買節目，代理商就願意賣嗎？

寶福有線電視業者：願意賣，代理商怎麼跟你提買賣問題，因為你的客戶數，你也講不出你的客戶數有多少。那像威達為什麼被人家告，他是有經營有線電視，他連有線電視整個都想脫手賣。那時候他想做 IPTV，侵權很多。

訪談者：台灣的頻道代理權就是在一些 MSO 手中，那在我們獨立業者在頻道授權的時候，我們本身沒有代理頻道，那會不會有差別？

寶福有線電視業者：我們是一個系統經營者，我們有固定的客戶數，他一定就會來談。頻道代理商主要是把他的商品賣得出去，才有錢收啊。既然有系統業者，為什麼不來推銷，那來談嘛，你多少賣，我多少買這樣嘛。

訪談者：那價格上，議價會不會比較吃虧？像獨立業者跟 MSO 來談的話。

寶福有線電視業者：不會，反正現在都包套式的，頻道代理商就包套式的來談。那這些東西都已經固定了，像中天、緯來、八大、民視、三立、電影台、

Discovery、HBO 這些，他們有統包方式，長期合作習慣了，就是固定，時間到了就會來談。談的戶數，就看你戶數有沒有增加或者是減少，他們也會在官方的網站去抓我們的戶數。

訪談者：有線電視在數位化的過程中，MSO 跟獨立業者會有一些不一樣的想法或策略？有些問題沒有被主管機關注意到或看到的嗎？

寶福有線電視業者：像推數位化，NCC 沒有考慮說我推數位化，獨立系統能自己做出什麼利潤、營運方式、虧還是盈，NCC 不會管啦。就要求要配合政府數位化就是要做，家家戶戶就是要裝機上盒，還要求到裝兩台、三台。現在是有一點補助，但是那個還是沒辦法去。那要求一戶要提供兩台，兩台成本要多少，最便宜的是我們現在用的較高階 Android，未來要做其他服務，一台盒子都 2000 多元。一戶兩台，我就要花 5000 多元在一戶的身上，我的機上盒功能就那麼高，價錢那麼高，我還能不能做到什麼服務、賺到什麼錢，這是我們自己的事，NCC 不會管，這也是業者很頭痛的問題。我是不是因為裝了機上盒就叫數位化來這樣做，還是為了有想法，為了說現在是數位匯流以後，我可以做到不只是從收視費這一塊在賺錢以外，是不是透過機上盒數位化的服務能賺到其他的錢，這是業者自己要想的，NCC 主管機關才不管你，他也不知道你盒子有什麼功能啊，他只知道裝機上盒就是了。他有要求每一家的機上盒有什麼功能嗎，沒有啊，各家各自去發展。盒子是你自己採購的，又不是 NCC 去採購，所以數位化政策是你政府要推的，不然你就 NCC 統一採購嘛，看哪家電子大廠來合作嘛，看全國 500 萬戶你就準備一戶兩個盒子，就 500 萬乘以 2，就做 1000 萬台的機上盒，分發給各系統業者，替我去給客戶裝。裝客服由系統業者吸收，機上盒你國家統籌來做，他不敢。要裝機上盒就是數位化，那就沒有意義了，什麼叫數位匯流都在喊口號。你知道生意人做生意怎麼做嗎，裝了機上盒是我們自己買的，機上盒的功能也是我們業者自己想的，我們是由廠商來鼓勵說來開發機上盒，寫什麼程式，那也要有廠商接受，我就買你這一套，我買了，客戶用不用，信不信，會不會配合公司這個政策，那也要看我們的手法怎麼經營，客戶的接受度什麼程度，我們才賺得到。假使客戶根本就不接受，我搞不好寫的程式再好，根本也賣不出去。要看使用者是不是跟得上數位潮流，像我們艦艍一些老人，看電視用較好的機上盒，功能越多反而覺得難用，一下子弄錯就氣得要死。

訪談者：我們獨立系統業者異於 MSO 是否有其他面對數位化的想法？

寶福有線電視業者：獨立系統就是他要有一個頭端，那 MSO 我一個頭端設在哪裡，我就透過網路，就可以一起提供服務。

訪談者：有沒有一些什麼想法，希望主管單位對我們多顧慮到系統業者的什麼？像是 NCC 或是文化部。

寶福有線電視業者：鼓勵文創，現在獨立系統哪有辦法做這方面，要有能力、財力。你要製作一部短片，你沒有用心，投下資金，你怎麼做得出來。所以一般獨立系統，是很難去做什麼文創。像微電影，我很鼓勵公司那些，我說你們好好地想一想，大家集思廣益做個微電影，半個小時或二十分鐘。現在大家很愛去看個短片，差不多都 10 分鐘或 20 分鐘那種，很有連貫性地去做，搞不好還有賣點。

訪談者：NCC 未來在全數位化之後，會還有一些關掉類比、頻寬再利用，這部分有什麼看法？

寶福有線電視業者：就在機上盒裡面去想啊，利用寬頻數位機上盒來想啊。

訪談者：不能跟別人共同研發平台？

寶福有線電視業者：我用我的開發，我被經營區限制了，我用到別的地方就跨區了啊，跨區你打到別人，別人難道會給我們打嗎。

訪談者：若是雲端一個大平台，大家有可能在這邊做合作嗎？

寶福有線電視業者：沒辦法，因為機上盒買了，我就盡量在機上盒的功能盡量去發揮，配合數位化是一定要去裝。

訪談者：覺得數位匯流的結果，會不會到最後讓獨立系統業者不太有生存空間？

寶福有線電視業者：數位匯流是做數位化的服務，但是不會因為數位匯流，我們獨立系統就無法生存。他現在開放經營區，這個才是以後大家互相搶客戶，這才是對獨立系統比較有影響的。像我在這個地方，我固守本業沒有跨區，人家來搶我的客戶，多少一點會流失，就是這樣，我覺得經濟規模會越來越小，但是現在台灣的獨立系統差不多剩 20 間左右，其他都是 MSO 的方式。那現在在你開放經營以後，就是只有這些獨立系統，這些獨立系統也是分布在各縣市啊。像凱擘、中嘉擴大經營區還是遇到 1/3 的問題，凱擘的戶數已經快達到 1/3，他隨便在跨一區戶數就超過了，所以他們沒有想要，他們只要守住就好了。

訪談者：跨區是指可以跨縣市嗎？

寶福有線電視業者：獨立系統跨區，其實只能跨自己的縣市，就慢慢跨區。就你這個獨立系統想到另外一個縣市去經營，可以。但是你就是全區經營，例如我寶福、聯維，想要去台中拚，那我就要全台中市經營，但是要看老闆口袋夠不夠深。那我投資下去，划不划得來，那要看一個老闆的企圖心啊。像我們聯維、寶福，現在不到全國的 1/3，我想要去拚當然也可以啊，要看有沒有財力。

訪談者：像頻道代理這塊，我們有賺頭嗎？

寶福有線電視業者：很多代理商當然都賺錢啊。

訪談者：有些獨立系統業者，他們自己也有頻道代理，新永安是不是也有？

寶福有線電視業者：新永安本來就 HBO 的代理商啊。

訪談者：會不會想說頻道代理？還是把聯維、寶福的自製節目變成一個頻道？

寶福有線電視業者：頻道你要成立一家公司，還是要去談啊，找到你的上游代理。

訪談者：數位化之後，我們獨立系統業者是不是還有一些空間？

寶福有線電視業者：當然客戶已經固定了，還要在經營的話，甚至把機上盒這些發揚光大，再來增加公司額外的收戶、營收。好好服務就是現在目前，客戶數多就多賺一點；客戶數少也還可以維持一間公司的運作，還有一些其他來上架的上架費。

訪談者：那再看 MOD 的競爭要飽和了嗎？

寶福有線電視業者：他現在 MOD 看破，現在就做 OTT。因為中華電信做寬頻的，順著現在的潮流，跟著 OTT，他能做到多少客戶，我相信中華電信也沒有把握。他這個平台要增加他的內容，也沒辦法啊。

訪談者：那現在 4G 對我們有影響嗎？有沒有直接衝擊面？

寶福有線電視業者：其實大家回到家裡，還是用電視在看電視。不可能說，我回家還是用手機，我現在 4G 也很少用手機在看電視啊。現在也有人經營，經營那個手機可以收視很多台啊。



附錄二：澎湖有線電視業者訪談逐字稿

訪談者：請問本公司對於有線電視必載的看法？

澎湖有線電視業者：我們的公司小，我們的客戶數很有限，數位加值在澎湖根本推不動，所以說這個必載對澎湖有線來講的話，不會那麼樣的排斥。因為對收視戶而言，是一個選項，那對我們來說不會造成我們成本支出的負荷，那我覺得對大家來講都有好處，基本上我們不會排斥，因為我們沒有搶頻道的問題。

訪談者：關於澎湖有線電視的發展到數位化推動的歷程是怎麼發展的？

澎湖有線電視業者：我們是從所謂的基礎工程開始，因為你的基礎工程就是光纖網路，數位化就是從光纖網路的布建，我們做得很扎實。澎湖雖然地方不大，可是他的戶數跟戶數之間距離很遙遠，他都是那種舊部落的型態，除了一個馬公市戶數稍微比較集中之外，其他的鄉都是很遙遠很遙遠，可是對我們有線電視來講，我們不可能跳過這一個，比方說高雄市我跳過三民區，我就直接到哪，我們還是要從第一家沿線一直布到最後，所以說在這一個光纖網路布建方面，我們光是澎湖本島，所謂的澎湖本島就是馬公、湖西、白沙、西嶼，這四個是鄉，我們就花了七千多萬將近八千萬，那另外還有兩個大離島就是七美跟萬安。七美花了一千七百多萬；萬安花了一千三百多萬，所以說我們光是在光纖網路這個部份就花了快要將近一億元，這對一個小的獨立系統而言，我們澎湖登記有案的戶籍數是三萬八，可是行政院主計處的普及調查，常駐的戶數只有六成，所以你三萬八乘以六十只有兩萬兩千八，澎湖最大戶在澎湖科技大學，就佔了兩千戶，然後派駐在澎湖所謂的上班族大概有一千五百戶，所以其實常駐的戶數只有兩萬兩千戶，那我們的戶數是一萬七千戶，所以對我們澎湖有線電視來講，我們客戶數已經到達飽和了，不會在上去了，因為人口沒有增加、戶數沒有增加嘛！所以說對我們來講，要拓展新的客戶很困難，因為戶籍數沒有增加，所以我們的客戶數沒有流失，對澎湖有線電視來講就是成長，所以說在推動這個數位化，我們先是光纖網路的布建，我們的基礎工程的扎實，我們做得很扎實，那接下來就是推動這個數位化，所當其衝就是機上盒，因為收視習慣的改變所以要很費一班功夫，然後澎湖又是中高年齡層，那我們沒有跟台灣有線電視同步，我們是從民國 101 年才開始推動這個數位化，可是那個時候台灣的機上盒，要用兩個遙控器，這在澎湖根本是行不通的。所以我們要推這個機上盒之前，我們有請科技公司，我們是全台灣第一家採用類比、數位一體的機上盒。就是他的機上盒是雙 tuner，然後就是客戶他會不會機上盒，他

只要一個遙控器，他原先的遙控器可以收起來不要用，因為兩個遙控器根本不可行，他們會很煩，所以他只要一個遙控器，他就可以操作了，就他可以收看數位也可以收看類比。所以因為是我們先考慮到這個問題，所以我們在推動起來，當然也是要經過電話宣導，然後收費員去收費的時候，跟客戶說數位化了，這是國家的政策，將來一定要透過機上盒才能看到節目。剛開始是真的比較困難，因為離島資訊很少嘛！後來慢慢慢慢，因為澎湖的年輕人都在台灣，他們在台灣家裡面裝了機上盒，那他們回家的時候，他們父母親問起來的話，他們說對，要裝。所以慢慢地也都接受了，然後加上我們是一個遙控器，他們的子女回到家裡說，這很方便，不像在台灣還要兩個遙控器在那邊弄來弄去，都昏頭了，所以說接受度就蠻高的，那當然也有一些走到比較尾端，那也還是會有一些釘子戶，那我們就是很有耐心，不斷地說、不斷地跟他們講，然後說服他們，電話一遍又一遍、一次又一次，就是不斷的打電話去，就是跟他們說明，然後請他們安裝，經過兩年，然後今年第三年，104年就比較好得多。但是在偏鄉，那個老人家還是比較難，因為老人要學畢竟不容易，所以我們在這一方面也常常會接到電話說：「今天看不到了。」，因為他按錯了，按錯一個鈕，所以我們工務部的人員技術師真的蠻辛苦的，電話來了就服務到家，那比較稍微好一點的，我們客服人員都訓練的蠻好的，我們客服人員有的都知道那個遙控器要怎麼操作，如果跑掉的話要怎麼再重新開機，就可以在電話中教導他們。如果是比較年輕一點的，我們就可以在電話中告訴他們怎麼樣重新開機，老人家沒辦法，老人家一定是到府重新幫他再設定。

訪談者：所以現在網路是雙向的還是？還是先從單向？

澎湖有線電視業者：先走單向。因為針對所謂的寬頻，雙向就是寬頻嘛！我們做過問卷調查，畢竟習慣是最難突破的，因為如果說做寬頻雙向投資更大，他不僅是線路的問題，他還有一些配套，光節點、放大器，那個投資成本更大。那我們做了寬頻之後，可以附加的價值是什麼？我們一定要想清楚，如果只是為了上網還有所謂的寬頻電話，絕對競爭不過中華電信，因為我們線路還是要跟他租，然後就是說最難突破的就是人的習慣性問題。因為我們做過問卷調查，大家都覺得用中華電信已經很習慣了。然後電腦中華電信，都習慣了，沒有必要說再去拉一條線在澎湖的人文，澎湖在地人的文化，不要用台灣民眾的生活模式、文化觀念把澎湖的拿來做類比，非常的截然不一樣，真的很難，就像中華電信的 MOD 在澎湖，剛開始大家可能會好奇，其實我們一點都不緊張，我們也沒有說中華電信的 MOD 不好，沒有關係，好奇可以去看看，你可以去比較然後比較服務，比較節目，比較各方面，不超過兩個月都回來了，所以我們就是習慣在地人的習慣，所以中華電信在澎湖不容易做，他們蠻辛苦地推 MOD 可以預料，就像澎湖有線推寬頻上網這一塊，也是一樣非常艱困。

訪談者：所以我們機上盒類比跟數位都可以用同一個遙控器作使用？

澎湖有線電視業者：對，因為我們推出了之後，那個在台灣的澎湖年輕人，回去之後就會口耳相傳，所以在台灣大家都是這樣做了，就是一個機上盒然後一個遙控器，大家就跟進了，這個坦白說就是澎湖有線帶頭作的，我們蠻驕傲的。

訪談者：那即使我們到了百分之百數位化，那關閉上面來講就沒有痛苦了嗎？就是對一般的民眾會不會有痛苦對關掉類比的這部分？

澎湖有線電視業者：因為這個牽涉不單單是澎湖有線一家，我想在台灣也是一樣，有牽涉到所謂的公播的問題，因為公播不是在我澎湖有線的權責範圍內，公播是另外一家科技負責的，可是在澎湖只要民眾看不到電視，不管是民宿業、飯店甚至軍中、公部門也好，他看不到電視直覺就是打給澎湖有線，可是我們也沒有分的那麼清，坦白說我們接到電話還是為它們服務，因為他們畢竟看的是有線電視，但是憑良心講，真的是造成澎湖有線很大的困擾。因為錢都不是我們在收，我們只是純粹做服務，公播是九太在收，台灣也是九太科技在做阿。所謂的公播問題，像是飯店、餐廳都是九太這一家。

訪談者：然後九太在跟澎湖這邊合作是不是？不然他們怎麼用你們的頻道？

澎湖有線電視業者：就是他牽我們的線，我們只是幫他牽線然後跟他收線路費。線路費那是少少的，而且那是一次性的。那他每個月收視費是九太在收的，全台灣都是一樣的。

訪談者：全面數位化的部分，他那邊如果自己不數位化，不配合的話會有影響。

澎湖有線電視業者：會有很大的影響而不只是影響，搞不好的話，那些民宿業、飯店業跟那個公部門、軍中單位，他們不會了解那麼深都以為是澎湖有線，所以我們很冤枉。而且我們不能不想到這個部分。

訪談者：那這要怎麼辦？

澎湖有線電視業者：就交由九太配合，九太有趕快去裝。不然的話，就看不到了。如果說真的，NCC 或是說什麼政策一旦說要關閉類比，那真的就我們也沒辦法。可是他們在關的時候，他們的公播問題也都處理好了，他們才會關。如果公播問題沒有處理好，他們也不敢關，這是一個很大的問題。所以說這不單

單是說要關閉類比，真的不單單是有線電視單獨的問題，因為公播會讓有線電視造成很大的影響。因為民間單位不會想到這麼多，他一定直覺找有線電視。他們公播的費用不是我們在收，是九太科技在收，可是他們電視有問題的話就會找到有線電視來，可是我們也是做啊。所以其中有很多箇中的辛酸真的很難去講。

訪談者：剛剛有提到增值服務方面或者是寬頻方面？

澎湖有線電視業者：寬頻，我們應該是跑不了，但是增值數位不考慮。因為 NCC 石主委他在 6/29、6/30 帶領委員跟相關的首長到澎湖實地去視察，在座談會議中我有跟他報告說明針對這個數位增值節目，澎湖有線有做問卷調查，沒有一家願意也沒有一家覺得有需要，那石主委也認同說只推數位增值能夠帶給有線電視業者獲利空間真的是很有限，他也認同，所以他鼓勵我們可以朝其他的方向，想想看可以做什麼，所以這個數位增值這一塊，原則上我們會比較保守。

訪談者：這個東西會不會跟我們本身是獨立系統業者的財力或是研發部門，比較沒有辦法像 MSO 整體來研發，然後所有的 MSO 都可以用，這個會有關係嗎？

澎湖有線電視業者：當然會有關係，而且是很大的關係。我舉一個例子，澎湖有線有三個頭端機房，馬公、七美、萬安，三個頭端機房之外，我們還有五個副頭端，就是說馬公有兩個副頭端，湖西有一個、白沙一個、西嶼一個，因為他的戶數跟戶數很遙遠，為了收視品質好，我們一定要建副頭端，然後放放大器在透過節目訊號源經過接收之後在在分布出去，然後傳輸到收視戶的家裡。七美、萬安因為隔著海這麼晚，節目訊號怎麼傳過去，沒有辦法，所以我們在七美做了一個頭端機房、萬安作一個頭端機房，一個小小的澎湖有線獨立系統，我光是頭端機房三個、副頭端五個，台灣的 MSO，他的收視戶上百萬戶，他是十幾家有線電視，那十幾家有線電視共用一個頭端機房。我比方來講，如果說我們兩家用的頭端的設備，我講數位化好了，設備如果是用同樣的，比方說都是兩千萬好了，我澎湖有線要負擔六千萬，因為我馬公一個兩千萬、七美一個兩千萬、萬安一個兩千萬，我澎湖有線電視要六千萬，可是呢？台灣的 MSO，兩千萬是十幾家共同來分攤這個兩千萬，你想想看差別多少，他一家幾百萬，我們一家六千萬，這沒辦法比。然後他的客戶數是上百萬戶，我的客戶數才一萬七千戶，很心酸。

訪談者：那政府瞭不瞭解現在澎湖有線電視的處境，有沒有政策有一些誘因？或者是有補助或者是有一些方法？

澎湖有線電視業者：當然瞭解，可是有補助可是受制於採購法，他只能補助百分之五十阿，這百分之五十還有一個金額的上限，所以說根本不到百分之五十。比方說，我們建一個頭端機房叫馬公，就是那個我們總共花一千七百萬，他只補助六百萬，我們自己要花一千一百多萬阿，有補助可是很少。然後我再講七美、望安，我們還沒有數位化，我們只是布建光纖，我們這兩個島已經個虧了七百五十萬。永遠都不會攤平的，別說回收了連攤平都不可能，戶數少，只有三百五十戶。

訪談者：六月底過來，他們沒有帶任何承諾或是再加強幫助的一些誘因？

澎湖有線電視業者：公部門不會這樣子做。

訪談者：我們剩百分之 20 幾推不動的部分，他們沒辦法嗎？

澎湖有線電視業者：公部門最常講的一句話就是依法行政，只要有這個法字，就動彈不得，很難啦。

訪談者：對於分組付費的看法是怎麼樣呢？先談談說我們本身也沒有代理頻道，所以這樣獨立系統業者每年在談頻道授權的時候狀況如何？

澎湖有線電視業者：花費非常地大。

訪談者：會遇到的問題跟 MSO 有什麼不一樣？

澎湖有線電視業者：當然不一樣啊，我們完全都要買，因為 MSO 自己有頻道阿，他們有頻道就可以跟頻道商彼此做一個交換或者是說他們也有談判的籌碼，我們完全沒有啊！

訪談者：所以成本會變很高嗎？

澎湖有線電視業者：當然高啦，我們這個頻道版權費二千多萬耶！

訪談者：這兩千多萬是每年在換的時候？

澎湖有線電視業者：對啊。

訪談者：兩千多萬轉成我們每年的收視費，每個月的收視費大概有多少？

澎湖有線電視業者：我沒有算過，當然是蠻高的成本。所以說其實澎湖有線電視還可以這樣營運下來，我們講真的是克勤克儉，光是看我們那個辦公室跟我們同仁，我每次到 NCC 去開會，我就說到了 NCC 開會都不想回澎湖有線了，因為辦公室要怎麼比，不要比 NCC 了，比同業好了。如果說今天澎湖有線也像台灣同業這樣子的話，大概早就倒閉了。

訪談者：所謂的頻道代理在台灣對獨立系統業者來講，他會是一個很重要的問題嗎？比如說，有些獨立系統業者自己也有在代理頻道，像新永安好像也有，比如說練董好像也有，所以他跟 MSO 不是完全的關係嗎？或者是我們自己有沒有可能自己也來代理頻道？

澎湖有線電視業者：不可能，誰會給我們。因為我們客戶數這麼少，誰會給我們。很多東西都不可能啦，所謂真正的獨立系統是離島三孤兒，澎湖、金門、馬祖。才是真正的獨立，我們三家常常相互取暖，然後我們就說我們是離島三孤兒。像有一些所謂的上架頻道，像是所謂的財經台、股市台誰會要到澎湖來，客戶數這麼少，沒有一家。可是你看台灣多少家，那些都是收入耶！

訪談者：所以我們現在的問題是指說我們要去談授權的頻道都很貴，但是如果我們要把頻道租出去，沒有人要來。

澎湖有線電視業者：客戶數少啊，即便有人要來也是很便宜。

訪談者：所以說每年的頻道授權費用就要花兩千多萬？

澎湖有線電視業者：對。

訪談者：那您覺得提到分組付費，我們澎湖是怎麼考量這個問題？

澎湖有線電視業者：那對澎湖有線來講真的是雪上加霜，如果說分組付費在澎湖絕對是雙輸，兩敗俱傷。因為我的頻道版權費這麼貴，然後我這樣子分的時候，我一定是把它分開來，那最便宜的一定是無線必載嘛！或者是阿達不理的。所以說其實對客戶來講，他或許繳少少的收視費，可是看的東西，他不喜歡看，根本不想看，那有什麼意義。其實我們也針對這個問題做過問卷調查，收視戶希望也願意依現在的一個模式，每個月繳這樣的收視費，然後隨他們去選阿。

訪談者：那有沒有可能說我們的基本頻道組就是我們現在這些？另外的再加上

去這樣？

澎湖有線電視業者：不可能啊，我去買節目還要另外再花錢，我賣不出去，那些節目買進來，這就是加重成本負擔啊，不是說頻道商願意免費提供給我。對澎湖有線電視來講，只是加重我們的成本耶，我們都做過問卷調查，收視戶也不要。

訪談者：那現在政府應推 2017 年要分組付費，那這基本頻道組是不是要對砍？我們遇到這種情況要怎麼辦？

澎湖有線電視業者：我覺得還是收視戶吃虧啊，我一定把大家喜歡的節目拿下來啊，為了生存，我覺得公部門何必要做這種事呢。

訪談者：有人說有線電視管那麼嚴，那我乾脆做 IPTV，因為我線也鋪了，都數位了，我用 IP 傳給你，然後我們的盒子變成像 OTT 的盒子或者是說有線電視有沒有可能改做別的 IPTV，NCC 就管不到我了，有沒有這樣的想法？

澎湖有線電視業者：我覺得如果真的走上這一步的話，全盤皆輸。包括政策什麼都全盤皆輸，因為 OTT、IPTV 其實對收視戶來講很方便，隨便一個手機，隨便一個什麼，只要去下載就可以了，我覺得市場會更加的混亂。其實這對有線電視不見得好，對收視戶更不好，對政府來講更糟糕。

訪談者：那你覺得推數位化的目的是如何？

澎湖有線電視業者：不能說他沒有好處，真的畫質比較清楚、漂亮，它的色彩、畫質很穩定、很清楚，有差，客戶也覺得有差。這數位化雖然對收視戶很好，但是是加重業者的負擔，盒子不便宜耶。

訪談者：有沒有想過可以透過任何的方式再增加收入嗎？

澎湖有線電視業者：其實在離島真的是很艱困、很難，在離島真的是很艱困。政策上在講說那麼好，大餅是畫得很好，可是實際上推起來，我相信台灣的業者在推寬頻這一塊也不是很理想。

訪談者：我們 NCC 現在有在推一區 100Mbps，所以我們這邊寬頻最多的頻寬以後會發展到多少的寬頻上網？

澎湖有線電視業者：我們還在規劃中，因為這個真的是要看市場。坦白說，我

們不是公部門，公部門是一個政策下去，講不好聽，他這個政策如果是賠錢，輸掉了是全民買單。企業不一樣，是老闆自己理虧。如果一個政策沒有想清楚就貿然地去做，垮了是老闆自己要收攤，這是很大的不一樣、很大的差別。我們也不是中華電信，中華電信雖然民營化，可是他還是官股占絕大多數啊，他以前的資本很雄厚啊，可是民營業者是完全不一樣。

訪談者：我們現在推數位化，NCC 或政府上面的補助是在工程建置上還是機上盒？

澎湖有線電視業者：機上盒要達到他的數字，像我們只是獲得兩次的補助，可是也只是一半的。他是純粹只是機上盒，像我們人工去，這都沒有在補助的範圍內。但是你要達到他訂定的總達成率，像我們今年就沒有啦，我們都已經到八十以上了。接下來，我們沒有那麼大的量啊。本來離島澎湖 base 就少啊，我們不像台灣那個 MSO，他們量大，我們 base 小啊。所以我們可以申請到的補助，機會就是兩次啊。

訪談者：那線在後面的話，還有什麼類型的補助？亮點計畫那是什麼？

澎湖有線電視業者：亮點就是普及率啊，普及率就是機上盒的安裝啊。

訪談者：那對於離島方面有特別補助的計畫嗎？

澎湖有線電視業者：就是提升數位化，就是我剛剛講的。因為那個金額很龐大，他的補助上限，他並不是補助一半，他有上限，比方說我要花兩千萬，照理說他應該給我一千萬，但是不是這樣子，他有補助金額的上限，所以還是我們自己要多花得多啊。可是那個營運像七美、望安，沒有數位化都已經虧到那個樣子，數位之後會虧得更慘啊。

訪談者：可以描述一下七美、望安有多少戶嗎？

澎湖有線電視業者：350 啊，他們都不到 350。你就打他們是 350，各 350。可是我各有一個機房啊，各有一個頭端，我沒有數位化兩邊就已經虧了 750 萬，如果我一數位化會虧得更多啊，數位化的建置經費更龐大啊，我會虧得更多啊，這個虧錢不要想說是可以攤平的，那更不要想說他有一天會回收，因為他戶數根本沒變啊。

訪談者：像以前有有線電視普及服務基金，有一部份可以拿來做普及服務，對這樣的狀況來講會補助的到偏遠地區嗎？

澎湖有線電視業者：因為有先設一些補助的規定。

訪談者：從澎湖來看，現在的數位媒體蠻多的，像無線電視數位化也 20 個頻道，那對澎湖有線電視現在面對匯流市場，在澎湖這個地方，你感覺到最大的競爭壓力是來自哪裡？

澎湖有線電視業者：還是中華電信啊，因為它們的優勢永遠在啊。

訪談者：無線電視平台會造成另一種威脅嗎？

澎湖有線電視業者：這我倒不擔心，因為比較夯的、政論性的節目，無線電視就是沒有啊。

訪談者：所以我們裡面的頻道跟本島頻道的雷同率還蠻高的嗎？

澎湖有線電視業者：對，所謂不一樣就我剛剛講的，所謂付費上架的頻道，他們有財經台、股市台，因為他們客戶數多啊，我們那邊客戶數少。

訪談者：宗教台還有嗎？

澎湖有線電視業者：現在也沒有了，因為他們都走網路電視。那其實有一些所謂的綜合台，偶爾會穿插在裡面，我覺得也還 ok 啦。

訪談者：數位化之後會不會有一些不一樣的做法？

澎湖有線電視業者：不一樣的做法是指什麼？

訪談者：有一種說法是以後數位匯流法以後我們的自製頻道也要拿執照，有聽說這樣的說法嗎？你拿執照之後也可以朝不同的平台去賣自己的頻道啊，像有些第四台的 MSO，他們已經把自己的自製頻道變成有申請衛星執照，他們也可以上手機也可以上其他平台，未來頻道會把特許執照降低門檻。

澎湖有線電視業者：我覺得對離島來講的話，還沒辦法走到那個程度。因為在人力、製作節目的內容也好，因為離島環境各方面都受到阻礙與限制，所以要怎麼去發展這一塊。因為他跟環境有關係。

訪談者：有沒有想說可以做一個環境的大平台？可以應用在手機或是一些網站

上嗎？可能影音這一塊來做旅遊嗎？

澎湖有線電視業者：不管做任何東西，我覺得都要有人力。除了錢還要有人，沒有人很難。你剛剛講到一個重點，我要用很多人就牽涉到很多人事費用，這也是增加一個負擔，那如果說我跟在地旅遊業也好、社團也好，在澎湖很難。很難是在於說，澎湖的民風非常的保守，像我們第三公用頻道，我們要推都很困難，也都是我們的記者去協助他們，讓他們來運用這個公用頻道，跟每個地方的民情風俗都息息相關。

訪談者：這會不會跟我們的獨立系統業者的角度會有一點關係，其實有些開始在想說不能叫有線電視了，走向數位匯流之後，他就要把自己的新媒體玩一些有線電視以前沒有的，那這簡單的方式就是，有線拉到你家，變成三螢一雲會有這樣的可能嗎？

澎湖有線電視業者：科技的東西永遠都是屬於年輕人的。澎湖是一個高齡化的地方，你在台灣可以，我們不是妄自菲薄，因為就是受到環境跟人跟年齡，因為科技絕對是年輕人去追逐的，澎湖都是七八十歲的。

訪談者：那如果推 HomePlay 這個，要推這個也不太有人有興趣嗎？

澎湖有線電視業者：因為老人家的生活就是，第一個他熟悉、第二個他習慣、第三個越簡單越好，他怎麼可能會搞這些那麼複雜的東西，他會覺得反而是一個困擾跟不方便。他年紀大就是要方便、簡單、熟悉，都是些陌生的東西而且那個變化很難，我們要推那個機上盒，一個遙控計告訴他，只要按這個就好了，還要拜託他把原來的遙控器收起來。因為有的時候會拿錯，一拿錯就按不出來，就會說電視壞掉了，結果搞半天遙控器拿錯了。

訪談者：所以我們也沒辦法因為數位化之後，馬上把自己提升到一個跨越市場的運用？

澎湖有線電視業者：我們不是說矮化離島，那天 NCC 的長官們到澎湖不是說，因為澎湖是台灣的離島，很多民眾、民間社團，甚至公部門都把澎湖看做是邊緣甚至化外之地。坦白說，澎湖有線從來沒有。因為我們都是以正面的能量，去克服一關又一關的難題，我們都是勇於認識的精神跟態度去面對一項又一項的考驗。

訪談者：當時怎麼會去考量說面對數位化還要繼續走下去？沒有想說要獲利了結，乾脆看有沒有誰要？

澎湖有線電視業者：因為經營團隊創辦人老闆都是澎湖人，就是回饋。坦白說澎湖有線，若是現有的經營團隊不做了，相信沒有人會接，無利可圖。然後澎湖鄉親就看不到有線電視，這是真的，一點都不誇張。

訪談者：如果我們數位化又沒數位化，只是畫質變好。如果我們不推數位化，難道政府？

澎湖有線電視業者：我們當然希望不要推啊，但是 NCC 就一直掐著要推啊。像我們一直想要改善我們的辦公環境，一直要蓋辦公室。雖然 NCC 有長官說，你們可以去貸款啊，貸款也是成本啊。一旦有負債，就是惡性循環的開始，我們也不得不顧及到同仁啊，要讓他們無後顧之憂啊，同仁也害怕，所以我們寧可不要貸款啊，寧可苦一點啊。

訪談者：現在員工大概有多少人？

澎湖有線電視業者：45 個。

訪談者：對澎湖有線電視未來的發展與對主管機關的期待？

澎湖有線電視業者：真的不能把離島跟台灣有線電視類比，這是真的。不是我們不想好，可是環境先天已經不良，後天根本要怎麼去調，根本沒得調啊。他的環境受限於那裡要怎麼去調，沒得調啊。澎湖 90 座島嶼耶，你要怎麼把這 90 座島嶼，不管是用橋梁也好，用連結要怎麼連，然後就算這 90 座島嶼都連結在一起，都不見得有人住啊。因為他什麼農作物都不生產啊，因為生存的資源太有限了。

訪談者：像我們廣電三法在修法的過程中有一些議題，大家常討論到的，我們的立場有沒有一些修法的議題，想法比較有他的特殊性，像費率審查的部分，如果說是地方跟中央來合作或者是費率的標準，這個部份的看法？

澎湖有線電視業者：我覺得費率審查應該統一由中央來審核，我舉一個例子，像我們是中央來審，中央就很嚴苛，我們的費率比苗栗、新竹、台中市、南投、雲林、彰化都要低耶，還有高雄市的南國，比他們都要低，因為他們是地方政府審，差別很大，落差很大。我覺得應該由中央統一收回審。

訪談者：那您覺得比如說頻道代理制度，政府有沒有需要介入、公平上下架或者是說頻道授權的這些東西？因為像我們擴大經營區像台中威達，他們擴大經

營區或今天要轉另一個方式來傳輸，做 IPTV 的時候統統都受到授權的問題，授權的問題是人家根本不授權給你，那這樣子的狀況在台灣有線電視來講。

澎湖有線電視業者：我覺得坦白說，市場造就機制，市場是現實的，可是企業的營運生存，他也不得不，雖然叫澎湖有線去買頻道很貴，但是這個就是所謂的商業啊，你說這個要介入要管，要怎麼管？政府介入太多，會對企業是綁手綁腳，然後綁手綁腳太多會對經濟一定會受到影響。

訪談者：台灣現在在推數位化還有很多像離島三孤兒，另外兩個孤兒更慘，那花東，你怎麼去看待這些？

澎湖有線電視業者：花東不會慘耶！因為花東等於也像是連鎖，他們三家共用一個頭端，他還是賺錢。

訪談者：可是他數位化進展很慢。

澎湖有線電視業者：那是他不做啊，他三家共用一個頭端，投資成本不大，三家去分。如果是兩千萬的話，他一家也不過是六百多萬而已，而且他客戶數比我們還多，他們每一家客戶數都八九萬耶，比我們還多。

訪談者：那離島那兩個孤兒怎麼辦？NCC 有什麼樣的作法嗎？

澎湖有線電視業者：這要問他們，不過 NCC 修法啦，就是播送系統建置數位化一樣有補助啊。

訪談者：那下一步呢？現在數位化已經八十幾了，就算公播問題解決了，到百分之百之後澎湖有線電視該如何跨出下一步到一個新環境？可以做的是什麼？

澎湖有線電視業者：蠻難的，其實在離島，澎湖真的是走一步算一步。因為他整個大環境沒有改變，所以再有理想、抱負，我說實話因為大環境沒有改變，縱然再怎麼規劃，我也施展不開，這很無奈。雖然說澎湖這兩年有大飯店，那都是觀光客來了就走，而且那是屬於公播部分，現在就是看兩岸。

訪談者：兩岸是指？

澎湖有線電視業者：看陸客啊，如果說陸客來玩然後住宿或是買伴手禮，然後就是說他來消費，有一些經濟活動的話，讓離開家的澎湖年輕人願意回來。其實我們現在坦白說，現在就是公教人員、雙薪家庭是澎湖消費的主力，佔八

成。你說澎湖居民收視戶窮嗎？還真是不窮，因為他公教人員、雙薪家庭，只是說年輕的不多。比方說，我們今年一月，我們就遭遇一個現象就是說，遷居到台灣而衍生的退機潮。為什麼？因為有很多小孩要上國中了，他小學在澎湖念，他爸爸媽媽就覺得在澎湖比較落後啊，好像起跑點就輸了。那國中對一個孩子是一個關鍵，因為會轉型嘛！他就會害怕，就全部都帶到台灣了，就把機上盒都退了。我們坦白說很緊張，我們就從舊有資料去翻，然後就打電話，把客戶數拉回來，可是都是一些年紀大的老人，就是說要怎麼樣讓年輕人留在澎湖。

訪談者：如果頻道以後可以上架到 MOD 或者說 MOD 開始自製內容，那這方面？

澎湖有線電視業者：我想大多數的頻道商挺合作的、聯合，可是有這麼一天，當他的生存面臨考驗，你看中華電信給他一個餌，他要不要，他一定要，這是很殘酷的現實。

訪談者：那服務內容對於家戶保全系統，有沒有機會進行這項內容？

澎湖有線電視業者：那天我跟石主委講，我說我們不會做數位加值，我們就是有考慮到居家監護，因為是高齡，子女在台灣可以透過電視、網路、手機，或者他到國外去透過手機就可以看到爸爸、媽媽的狀況，可能這一部分對澎湖來講比較實用。

訪談者：我們有沒有可能做 Cable Mobile，像是日租型或做月租型的？比如說，今天你只要到澎湖來玩，可以下載我的 APP，然後付費可以選擇三天或一周，有沒有可能做這種服務？

澎湖有線電視業者：太麻煩了，民宿或者飯店就可以收看了。

訪談者：要怎麼想辦法去拓展到那些以前賺不到錢的地方？像到國外一定會想辦法租他的上網，也可以聯網。

澎湖有線電視業者：你這樣講是沒有錯，可是我還要再回歸到根本，就是說你多開發一項，就是多一項的費用。

訪談者：那像我們在國外都有 Cable Wi-F，這方面的話？

澎湖有線電視業者：但是就像我說的，為什麼要用我們的寬頻。

訪談者：那像是節目自製內容的部分？

澎湖有線電視業者：這在澎湖倒是一個，對澎湖有線電視來講是一個很大的服務，因為不管是衛星電視台或是無線電視台也好，很少報導澎湖的消息，所以反而我們晚間七點的新聞，當地收視戶一定會看，然後我們在 100 個頻道當中，我們澎湖縣政府委託澎科大做的問卷調查，我們竟然可以排名在第十一名收視率，所以就是說這個部分，因為有自製頻道還有我們有深入社區做一些節目，還有跟民眾生活很有關係的一些專題節目，當地的居民都會看，這對我們來講是一個很大的鼓勵，這個也是跟台灣非常不一樣的地方。



附錄三：有線電視數位化大事記

| 時間 | 事件 |
|------|---|
| 1969 | 士林、北投分別設立第四台，台灣社區共同天線系統最早出現在花蓮豐濱地區。 |
| 1970 | 陳錦池在石碑架設有線電視錄影帶播放系統。 |
| 1972 | 交通部發予合法共同天線執照給業者。 |
| 1973 | 04.03 政府公佈『電視增力機、變頻機及社區共同天線電視設備設立辦法』。 |
| 1976 | 最早第四台出現於基隆。 |
| 1979 | 政府頒布「社區共同天線設立標準辦法」。 |
| 1982 | 3月 「行政院資訊發展推動小組」（簡稱資推小組）成立，負責推動資訊產業發展與政府電腦化工作。 |
| | 6月 修正廣電法使非法架設有線播送系統納入管理。 |
| 1983 | 4月 新聞局設立順風一號專案取締第四台。 |
| 1984 | 9月 順風二號、順風三號繼續強力進行剪線。 |
| 1986 | 業者組成「共同天線設備協會」。 |
| 1987 | 07.15 解嚴。 |
| 1990 | 2月 第一家有線電視民主台『中和台』開播，使台灣分為財團、黨政、個體戶三種型式。 |
| | 7月 新聞局通過違法播送系統取締工作要點。 |
| 1991 | 新聞局增設第五科廣電處。 |
| | 兩大集團(和信與力霸)進入市場，分別建立和信與東森第四台播放系統。 |
| | 11.14 行政院核定經濟部「高畫質視訊工業發展方案」，成立「經濟部高畫質視訊工業發展推動小組」，負責推展高畫質視訊工業相關事宜。 |
| 1992 | 10月 我國由經濟部設立任務編組「高畫質視訊工業發展推動小組」，初期以推動「高畫質電視」(HDTV)為目標。但考量市場因素，改以發展市場接受度較高的數位電視(DTV)，再逐步推動高畫質電視。 |
| 1993 | 07.16 「有線電視法」三讀通過。 |
| | 08.11 「有線電視法」公布施行。 |
| | 12月 頒布有線播送系統暫行管理辦法，有 606 家領取登記證。 |

| | | |
|------|-------|--|
| 1994 | 1月 | 新聞局正式公告有線電視區域正式劃分為 51 區，美區最多核准 5 家經營。 |
| | 8月 | 行政院成立「國家資訊通信基本建設專案推動小組」(簡稱 NII 小組)，負責國家資訊通信基礎建設工作。 |
| | 11月 | 新聞局完成有線電視申設籌設許可，總共六梯次。(220 家提出申請，156 家通過)。 |
| 1995 | | 發出第一批有線電視系統籌設許可證。 |
| | | 力霸企業集團遠東倉儲成立「東聯先進多媒體股份有限公司」。東森媒體集團成立後，東聯先進多媒體改名為「東森媒體科技股份有限公司」，經營纜線數據機 (Cable Modem) 上網及有線電視多系統經營業務。 |
| 1996 | 8月 | 有 114 家獲核發籌設許可證。 |
| 1997 | | 兩大有線電視集團熱戰(和信與東森)，斷訊壟罩全台；未久，太平洋建設集團也加入戰局。 |
| | 8月 | 6 家有線電視播送系統通過交通部工程檢驗；87 年 4 月陸續有 10 家通過交通部工程查驗執照。但仍無通過新聞局審議之系統執照。民 1998 年 4 月全省已剩 110 家播送系統。 |
| | 10月 | 新聞局完成有線廣播電視法修法工作。 |
| | 12月 | 行政院新聞局制訂有線電視節目播送系統收費標準，出面協調頻道業者與系統業者之斷訊、停訊問題。 |
| | 12月 | 新聞局完成有線電視節目播送系統暫行管理辦法修正。 |
| | 11.10 | 行政院核定數位電視推動時程，並要求無線電視台於 2001 年 12 月全區開播。 |
| 1998 | 1月 | 政府強力取締違法業者，同時設定收費新法規定上限 600 元/月。 |
| | 3月 | 行政院實施有線電視節目播送系統暫行管理辦法修正案 有線電視修正草案於行政院會中修訂完成，送立法院審議。 |
| | 04.23 | 交通部公告，我國數位電視採用美規(ATSC)傳輸標準，並決定每家電視台各指配兩個 6 兆赫頻寬之頻道，台視、中視、華視、民視及公視等五家，共計十個頻道，做為數位電視之使用。 |
| | 05.13 | 和信集團旗下的基隆市「吉隆有線電視播送系統」領到有線電視執照，並於同年 6 月 15 日開播，成為全台第一家正式的「有線電視系統」。 |
| | 06.15 | 第一家有線電視公司(基隆市吉隆)開播。 |
| 1999 | | 美國私募基金凱雷(Carlyle Group，原稱卡萊爾)成立台灣寬頻，開始進行收購。 |
| | | 中部八家獨立業者合資成立台灣基礎網路 (台基網)。 |

| | | |
|------|-------|--|
| | 2月 | 有線電視法修法完成，並更名為「有線廣播電視法」。 |
| | 05.06 | 新聞局函准五家無線電視台自1999年7月1日起6個月內提出電台架設許可申請書。 |
| | 7月 | 行政院核定「產業自動化及電子化推動方案」，設立「行政院產業自動化及電子化推動小組」（簡稱iAeB小組），推動產業自動化與我國電子商務發展。 |
| | 11.22 | 太平洋直播衛視於正式開播，開啓我國邁入數位直播衛星電視的新時代。 |
| 2000 | 01.14 | 台灣五家無線電視台則決定採用歐規(DVB-T)作為其數位電視之傳輸標準，改以可以動接收之多頻道SDTV為主要發展方向。 |
| | 06.27 | 中華民國電視學舉辦數位電視實驗台試播啓用。 |
| 2001 | | 兩大集團之一(和信)引進外資(梅鐸旗下星空傳媒)，持股2成，另8家由辜家持有 |
| | | 台基網改名為台灣數位光訊。 |
| | 04.04 | 政府基於NII小組、行政院資訊發展推動小組及iAeB小組等三小組性質相近，在推動業務上或多有重疊現象，將三小組合併改名稱為「行政院國家資訊通信發展推動小組」，(National Information and Communications Initiative Committee)（簡稱NICI小組），由行政院科技顧問組兼辦，負責協調相關部會，統籌國家資訊通信建設事宜。 |
| | 06.08 | 中華民國電視學會建請交通部，在不改變原訂6兆赫頻寬下，變更我國地面數位廣播傳輸標準為歐規(DVB-T)傳輸標準。 |
| | 06.12 | 經濟部公告「數位電視地面廣播傳輸標準」採取技術中立原則，業者可在2001年6月30日前擇訂標準。 |
| | 06.22 | 交通部應電視台業者需求，同意其申請改用歐規(DVB-T)數位電視傳輸標準。 |
| 2002 | 05.31 | 行政院核定「挑戰2008：國家發展重點計畫」，其中「數位台灣計畫」，便是推動無線電視數位化的主要計畫。 |
| | 7月 | 「經濟部高畫質視訊工業發展推動小組」更名為「數位視訊工業發展推動小組」。 |
| | 10.24 | 交通部陳報行政院「數位廣播電視產業整合實施計畫」，建議成立「數位廣播電視產業整合實施計畫推動小組」，此計畫由NICI主導，而後續數位視訊相關推動計畫，都在NICI小組之統籌下發展。 |
| 2003 | | 新聞局提出廣電三法整併修正法案，將廣播電視法、有線廣播電視法及衛星廣播電視法等三法，合併為一部法典。12月19日立 |

| | | |
|------|-------|--|
| | | 法院三讀通過廣電三法部分條文修正案。 |
| | 04.18 | 台灣東部地區三個發射站系統開播，在陳水扁總統按鈕下，正式啓動台灣地面無線數位電視完成全區試播。 |
| | 05.05 | 立法院通過行政院新聞局「數位娛樂計畫」項下之「建構台灣數位無線電視共同傳輸平台計畫」。 |
| | 10.07 | 中華電信取得多媒體隨選視訊服務(MOD)全區執照，進軍數位寬頻電視市場。 |
| | 10.11 | 行政院「通訊傳播委員會」籌備處掛牌成立。 |
| | 12.09 | 廣電三法修正，通過黨政軍三退條款。 |
| 2004 | 03.03 | 中華電信 MOD 數位寬頻電視開播。第一階段服務範圍為台北市、台北縣、基隆市地區。期間因受限機上盒供應不足，內容缺乏，客戶成長有限。 |
| | 07.01 | 台灣全區五家無線數位電視台，以多頻道節目正式營運播出，建立無線數位電視共通營運平台，共計播放 15 個 SDTV 頻道。 |
| | 11.08 | 行政院通過科技顧問組所提報「數位電視導入時程及配套措施」，成爲我國數位電視發展之主要政策依據，遊院長裁示新聞局與其他相關單位，儘速研擬「促進數位傳播發展條例」，納入「製播分離法源」、「數位電視共同營運平台」法源，加速「數位電視共同傳輸平台」機制，以導入優質數位頻道競爭機制此一宣示的重大意義在於，明確指出數位電視發展將朝向。 |
| | 11.09 | 「國家通訊傳播委員會(NCC)組織法」總統頒佈施行。 |
| 2005 | | 富洋媒體(富邦集團)併購太平洋聯網(太設集團，前一年發生財務危機)。 |
| | | 凱雷將旗下台灣寬頻出售給澳洲麥格里銀行。 |
| | 01.18 | 桃園縣市、新竹縣市、宜蘭縣等地區加入中華電信 MOD 第二階段服務範圍。 |
| | 02.02 | 新聞局邀集交通部、內政部、經濟部及相關產業代表召開「研商發展台灣高畫質電視」會議研商，交通部同意指配第 30 頻道爲高畫質測試頻道。 |
| | 06.01 | 行政院核定通過《數位無線電視發展條例》草案，全文共七條，主要內容在於宣示數位電視導入時程、實施投資抵減及調降貨物稅等租稅優惠方案、數位人才培育、優質數位節目製作之相關獎勵及低收入戶購置數位接收器之補助等。 |
| | 06.30 | 行政院 NICI 小組 6 月 30 日會議指示，行政院新聞局應會同交通部於 2010 年 12 月 31 日前，分階段、分區域收回類比電視頻道。 |
| | 07.29 | 交通部於 7 月 29 日向行政院 NICI 小組陳報「類比無線電視頻道收回時程規劃方案」會議結論，自 2008-2010 年，每年年底分別收回離 |

| | | |
|------|-------|--|
| | | 島地區（澎、金、馬）、東部地區（宜、花、東）及西部地區：（一）2008 年底收回離島地區類比電視頻道：包括澎湖、金門、馬祖。（二）2009 年底收回東部地區類比電視頻道：包括宜蘭、花蓮、台東（含綠島、蘭嶼）。（三）2010 年底收回西部地區類比電視頻道：包括基隆以南、屏東（含小琉球）以北之地區。但因現有 DTV-T 數位電視電台及補隙站建設遭受困難，因此無法依原訂進度收回類比電視頻道。 |
| | 7月 | 交通部電信總局於7月8日召開研討會，完成「2010年底前類比電視頻道收回再運用規劃表」，陳報NICI小組，並於7月15日召開「類比無線電視頻道收回時程規劃方案」會議。 |
| | 08.18 | 中華電信 MOD 第三階段開放服務範圍至台中縣市、台南縣市、高雄縣市。 |
| | 09.09 | NICI 小組通過「數位電視導入時程及配套措施」行動計畫。 |
| | 11月 | 行政院核定新聞局「公共廣電與文化創意及數位電視發展兩年計畫」，納入新十大建設計畫特別預算項下辦理。 |
| | 12.26 | 廣電三法黨政軍退出媒體期限到期。 |
| 2006 | 01.03 | 立院三讀通過《無線電視事業公股處理條例》。 |
| | 02.22 | 第一屆 NCC 委員經行政院長任命後，9 位委員們首度自行集會成立，隨即於 3 月 1 日正式揭牌，正式開啓 NCC 時代。 |
| | 03.01 | 國家通訊傳播委員會(NCC)揭牌正式營運。 |
| | 06.30 | 立法院審查通過「公共廣電與文化創意及數位電視發展二年計畫」，包括「第二單頻網」、「HDTV 高畫質電視」、「台灣影音資料交換平台」及「DVB-H 行動電視與數據廣播」等四項計畫共 44 億 472 0 萬元，並凍結二分之一。 |
| | 7月 | NCC 成立數位化工作小組進行「第二梯次數位無線電視頻率開放案」之規劃。 |
| | 10月 | NCC 核准中華電信 MOD 的經營，但是顧及黨政軍條款，因此要求中華電信 MOD 必須成為「開放平台」，不得自製節目。 |
| | 11.30 | NCC 核定動視科技團隊取得掌上型電視(DVB-H)實驗性試播計畫南區執照。NCC 在台灣北區和南區共計發出五張試播執照。 |
| | 10.31 | 台灣大哥大(富邦集團)進行整併，將旗下富洋媒體等整合，改名為台灣固網。 |
| 2007 | 04.17 | NCC 「有條件」通過美國凱雷集團投資東森集團 12 家有線廣播電視系統台。 |

| | |
|-------|--|
| 05.09 | <p>NCC 召開「第二梯次數位無線電視執照開放計畫方案」聽證會。NCC 的規劃，分兩階段釋照，第一階段在法規未修正前，依廣電法釋出 24MHz，核發四張 6MHz 電視執照，現有五家業者可申請，但限制經營 HDTV。另外新進業者也可以申請，頻道經營方式不設限。NCC 表示，第一階段執照發放將採審查加拍賣，經營區為全區，執照期 6 年。待修法完成，進行第二階段釋照，規劃一張 12MHz 傳輸平台執照。</p> |
| 05.21 | <p>NCC 修訂《固定通信業務管理規則》，定義 IPTV 為「多媒體內容傳輸平臺服務」：指市內網路業務經營者設置互動媒介平臺，供用戶藉由寬頻接取電路及用戶機上盒，接取該平臺上由內容服務提供者所提供之多媒體內容服務。</p> <p>增訂《第§60-1 條條文》</p> <p>經營者經營多媒體內容傳輸平臺服務，其營業規章應載明第五十條第二項所定事項及下列事項：</p> <ol style="list-style-type: none"> 一、頻道節目內容服務提供者以依廣播電視法、有線廣播電視法或衛星廣播電視法取得許可或執照者為限。 二、符合公平原則、無差別處理之出租平臺上下架規範。 三、不干預頻道節目內容服務提供者之內容服務規劃與組合、銷售方式及費率訂定。 四、確保內容服務提供者之銷售方式，得讓用戶自行選購單一或不同組合之內容服務。 五、提供公平規劃之電子選單表，並保留頻道節目內容服務提供者經營規劃之空間。 六、電子選單表能詳列全部內容服務名稱、提供者名稱、內容摘要及提供者所訂費率等選購時所需資訊，供用戶自行選購，並於首頁提供選購操作指引。 七、防護兒童及少年接取不當內容之自律措施。 八、公開用戶機上盒規格，用戶機上盒得由經營者供租、內容服務提供者供租或用戶自備。 九、提供頻道節目內容服務提供者頻道介接及其節目內容儲存設備。 十、於技術可行時，開放其他網際網路接取服務經營者及市內網路業務經營者之用戶，接取內容服務提供者提供之內容服務。 |
| 05.24 | <p>延宕達 11 個月之久的公視「公共廣電與文化創意、數位電視發展二年計畫」正式啟動執行，計畫主軸包含 HDTV 高畫質電視全島網絡與第 2 單頻網建設，HDTV 節目製播等。新聞局並要求公視，HD 與第二單頻網月台建置部分須交由「數位無線廣播電視共同傳輸平台督建小組」討論通過後方能進行。</p> |

| | | |
|------|-------|--|
| | 08.30 | NCC 通過台視、中視、華視、民視等四家無線電視公司所提數位無線電視頻率營運計畫變更申請許可案，加上 6 月間已經許可的公視無線數位電視頻率營運計畫變更申請，台灣五家無線電視台的 15 個數位頻道宣告結束長達 5 年的試播，進入正式營運，並表態爭取第二單頻網。 |
| | 09.03 | 公共電視宣佈，「DVB-H 掌上型電視試播計畫」的使用者測試將於 9 月 15 日上路，測試範圍自基隆以南、苗栗以北，公視將提供 200 多名民眾 DVB-H 手機，收看公視、三立、TVBS-N 以及 ESPN 的節目。 |
| | 11.09 | 凱雷集團入主東森媒體科技，東森媒體科技改名為「凱擘股份有限公司」。 |
| | 11.15 | NCC 審查通過中華電信 MOD 為「多媒體內容傳輸平台服務」，回歸電信法管轄。 |
| | 12 月 | 中華電信 MOD 客戶數突破 40 萬。並取得 2008 北京奧運台灣區新媒體獨家轉播權。 |
| 2008 | 02.21 | 台中午陽集團旗下威達有線及超舜電信多媒體宣布推出「Vee TV」，搶攻 IPTV 用戶。威達、超舜 Vee TV 服務與中華電信 MOD（多媒體隨選視訊）類似，平台服務費比照中華電信 MOD，每月向消費者收取 89 元，將可收看 32 個基本頻道，另外還有高畫質（HD）、成人頻道等，須額外付費。 |

| 03.24 | <p>NCC 決議通過「促進有線電視數位化發展策略方案」，以行政區分 3 階段推動全區數位化，僅只是規劃目標或施政方向，而非屬法規命令。規劃時程如下：</p> <table border="1" data-bbox="440 338 1339 1016"> <thead> <tr> <th rowspan="2">實施階段</th> <th rowspan="2">行政區域</th> <th colspan="4">階段時程 (以光節點完成比率)</th> <th rowspan="2">完成時程 100%</th> </tr> <tr> <th>5%</th> <th>15%</th> <th>45%</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第 1 階段 (重點都會區)</td> <td>台北市、台北縣、台中市、 高雄市</td> <td>2007</td> <td>2008</td> <td>2009</td> <td>2010</td> <td>2011 年 底</td> </tr> <tr> <td>第 2 階段 (其他較具經濟效益地區)</td> <td>基隆市、宜蘭縣、桃園縣、 新竹市、新竹縣、苗栗縣、 台中縣、彰化縣、雲林縣、 嘉義市、嘉義縣、台南市、 台南縣、高雄縣、屏東縣</td> <td>2008</td> <td>2009</td> <td>2010</td> <td>2011</td> <td>2012 年 底</td> </tr> <tr> <td>第 3 階段 (偏遠及離島地區)</td> <td>南投縣、台東縣、花蓮縣及 澎湖縣等外島地區</td> <td>2009</td> <td>2010</td> <td>2011</td> <td>2012</td> <td>2013 年 底</td> </tr> </tbody> </table> | 實施階段 | 行政區域 | 階段時程 (以光節點完成比率) | | | | 完成時程 100% | 5% | 15% | 45% | 5 | 第 1 階段 (重點都會區) | 台北市、台北縣、台中市、 高雄市 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 年 底 | 第 2 階段 (其他較具經濟效益地區) | 基隆市、宜蘭縣、桃園縣、 新竹市、新竹縣、苗栗縣、 台中縣、彰化縣、雲林縣、 嘉義市、嘉義縣、台南市、 台南縣、高雄縣、屏東縣 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 年 底 | 第 3 階段 (偏遠及離島地區) | 南投縣、台東縣、花蓮縣及 澎湖縣等外島地區 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 年 底 |
|------------------------|--|------|------|--------------------|------|-------------|--|-----------|-----------|-----|-----|---|-------------------|---------------------|------|------|------|------|-------------|------------------------|---|------|------|------|------|-------------|---------------------|--------------------------|------|------|------|------|-------------|
| 實施階段 | 行政區域 | | | 階段時程 (以光節點完成比率) | | | | | 完成時程 100% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 5% | 15% | 45% | 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 第 1 階段 (重點都會區) | 台北市、台北縣、台中市、 高雄市 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 年 底 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 第 2 階段 (其他較具經濟效益地區) | 基隆市、宜蘭縣、桃園縣、 新竹市、新竹縣、苗栗縣、 台中縣、彰化縣、雲林縣、 嘉義市、嘉義縣、台南市、 台南縣、高雄縣、屏東縣 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 年 底 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 第 3 階段 (偏遠及離島地區) | 南投縣、台東縣、花蓮縣及 澎湖縣等外島地區 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 年 底 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 05.08 | <p>NCC 許可威達有線電視以 IPTV 方式營運數位有線廣播電視。民眾如申請該項數位收視服務，須使用數位機上盒，該公司第 1 台數位機上盒將無償借用，收視戶須擔負部分保證金，第 2 台以上數位機上盒則可採用買斷、租用、自備等選擇方式使用。該公司採數位與類比同時併行模式營運，在數位頻道上提供 8 個基本免費頻道、3 個 HBO 付費頻道、3 個 Discovery 付費頻道、4 個成人付費頻道、30 個付費音樂頻道，收視戶可自由加值選擇收視。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 05.15 | <p>由公共電視建置的台灣第一個免付費的高畫質 HiHD 頻道，正式試播。於北、高兩地區試播，每日播出 16 小時節目。原通傳會僅核准 1 年試播期限(2008 年 5 月 16 日至 2009 年 5 月 15 日)，經公視申請延長，通傳會已同意試播期限延。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 月 | <p>第二梯次數位無線電視執照釋照案，來不及在北京奧運釋照，電視台與 HDTV 商機插身而過。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 09.25 | <p>新聞局要求公視調整計畫內容，原「公共廣電與文化創意及數位電視發展二年計畫」(95-96 年)，演變為其後延長為六年之「公共廣電與文化創意及數位電視發展計畫」修正計畫(95-100 年)。</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11.12 | <p>行政院召開 NCC 與新聞局業務劃分協調會議決議：「共同傳輸平台建置及高畫質傳輸系統建置兩項業務，自 99 年度起移由 NCC 辦理，</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|------|-------|--|
| | | 所需經費循預算程序辦理」。 |
| 2009 | 03.11 | 新聞局「數位娛樂計畫」建設數位電視進度落後，交通部爰規劃收回頻道時程採延後2年，經98年3月11日於行政院NICI小組會議報告後獲得同意展延，行政院並指示研訂配套措施，交通部遂召開會議研商，將本案修正為「類比無線電視頻道收回計畫」，並請國家通訊傳播委員會接辦。 |
| | 06.11 | NICI召開「數位電視發展藍圖及700MHz開放規劃事宜」檢視會議，考量交通部非廣電監理機關，有關類比頻道收回後續事宜，擬移轉至NCC。 |
| | 08.18 | 新聞局與公視為使計畫名稱與計畫內容名實相符，研修計畫名稱「公共廣電與文化創意及數位電視發展計畫」改為「公共廣電數位化發展與高畫質電視頻道建置計畫」。 |
| | 09.16 | 台灣大哥大與凱雷集團宣布，台灣大哥大以5.89億股庫藏股與新台幣4億餘元現金對價併購凱擘，取得凱擘110萬用戶與東森電視、超視等10個頻道代理權，並概括承受凱擘負債新台幣240億元。 |
| | 09.29 | 新聞局再次修正「公共廣電數位化發展及高畫質電視頻道建置計畫」，經行政院核定，總經費由39.972億元，下修為33.7584億元（計減列6.2136億元），執行時程維持不變（95年至100年）。變更「高畫質傳輸系統」建置方式，亦刪除「節目後製非線性網路無帶化系統」之採購及建置。 |
| | 12.01 | NICI於決議，類比頻道收回及配套措施已臻完備，後續主要工作均與NCC有關，請NCC接續交通部，主政辦理此項業務，NCC並開始研擬「無線電視數位轉換計畫」。 |
| | 12.29 | 行政院修正核定交通部「第二梯次數位無線電視執照開放計畫方案」，將陸續釋出更多的無線數位電視執照。開放至多5張執照供數位電視使用，規劃其使用頻段為CH25、CH27、CH29、CH31、CH33。開放至多2張執照供行動多媒體使用，規劃其使用頻段為CH35、CH36。均為全區執照，每張執照頻寬均為6MHz。 |
| | 12月 | 新聞局執行「數位無線電視概念宣導規劃」委託研究計畫，由社團法人台灣數位電視協會執行。 |
| | 01.12 | 立法院三讀通過「行政院組織法」，行政院新聞局預定於2012年走入歷史。 |
| 2010 | 02.03 | NCC首度公告「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」，鼓勵有線廣播電視系統經營者主動提出數位服務實驗區規劃。實驗區計畫的主要內容包含：頭端與網路升級、數位機上盒、類比/數位轉換期間具體作法、數位基本頻道費率及審核等原則。 |

| | |
|-------|---|
| 6月 | 交通部提出「數位電視發展藍圖」。 |
| 07.08 | 行政院院會宣示未來數位匯流政策發展重大變革，至遲 2014 年將完成廣電三法與電信法四法合一的水平管制目標，鬆綁有線電視與電信業跨業整合經營門檻，但製作、播送與傳輸將採分離政策為發展原則。 |
| 07.30 | NCC 公布修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 10.26 | 威達雲端電訊，在跨足光纖寬頻網路、4G WiMAX 業務之後，與微軟一起推出 VeeTV 服務。VeeTV 藉由微軟 Mediaroom 平台合作，推出「多螢一雲」的數位生活影音服務，可透過機上盒、XBOX 360、電腦、智慧型手機等各種裝置觀賞 VeeTV。 |
| 10.29 | 對於大富媒體併購凱擘案，公平會以 13 項附加負擔條款的方式通過大富媒體併購凱擘的結合案。這 13 項負擔包括：(1) 明定大富媒體股權若要轉讓給台灣大，須經公平會同意；(2) 大富媒體與台灣大的相關人員不得互相擔任彼此的董監事或經理人，除非獲得公平會批准；(3) 大富媒體或凱擘自製或代理的衛星廣播電視節目，無正當理由不得對其他業者有差別待遇；(4) 大富媒體與凱擘應積極完成行政院 2010 年通過的「數位匯流發展方案」。 |
| 11.17 | <p>NCC 於 99 年 11 月 17 日通過富邦集團蔡氏兄弟以新台幣 650 億元收購凱擘股權。(NCC 又擔心過高的佔有率可能引發壟斷，因此在大富媒體併購前必須遵守「十五項承諾」，如下：</p> <p>一、為推動有線電視數位化、促進產業發展、維護國民權益及消費者利益，本件股權轉讓案申請人(荷蘭商 PX CAPITAL PARTNERS B.V.及大富媒體股份有限公司)至 NCC 陳述及交換意見，並作出 15 項承諾如下：</p> <p>(一)申請人所屬各系統經營者提出民國 100 年至 106 年有線電視數位化服務推展之具體計畫，包含：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.數位化推展時程。 2.數位化投資之財務規劃。 <p>(二)申請人提升有線電視收視內容之具體規劃，包含：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.培植本土文創、提昇內容多樣化及帶動數位內容產業之具體規劃。 2.所屬系統經營者 HD 自製節目之製播計畫(包含節目財務規劃、節目製播內容等)。 3.所屬系統經營者提升數位內容服務計畫(包含數量、內容、品質管理機制、規劃時程及其經費預算等)。 |

| | |
|--|---|
| | <p>4.所屬系統經營者滿足地方需求節目之提升計畫，並須考量城鄉差距及數位落差。</p> <p>(三)申請人所屬系統經營者，當以有利於消費者權益為考量，應提出合理調降基本頻道收視費用方案。</p> <p>(四)為健全並強化監督申請人所屬集團之營運，申請人與 386 次-4 其關係企業及直接、間接控制之系統經營者應提還款計畫及具體財務結構改善計畫並確實執行；並應每半年提供下列資訊：</p> <p>1.所屬系統經營者應提供經會計師簽證之四大財務報表至本會備查。</p> <p>2.大富媒體股份有限公司（以下稱大富媒體公司）及其母子公司經會計師簽證之合併財務報表、股東名簿及董監事名冊至本會備查。</p> <p>(五)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者自製或代理之衛星廣播電視節目，無正當理由不得拒絕授權予其他有線廣播電視系統經營者、直播衛星廣播電視服務經營者、多媒體內容傳輸服務經營者，或其他具競爭關係之有線或無線網路傳輸訊號之頻道服務提供者，或為其他差別待遇之行爲。</p> <p>(六)申請人所屬系統經營者應具體提出對頻道業者上、下架之公平、合理、無差別待遇之管理機制。</p> <p>(七)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者不得杯葛頻道業者至其他系統經營者或其他播放平台上、下架。</p> <p>(八)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者，及台灣大哥大股份有限公司及其控制與從屬公司（包含但不限於台固媒體股份有限公司及其控制之有線廣播電視系統經營者，以下同）之總體訂戶數合計不得超過全國總訂戶數三分之一；頻道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四分之一。</p> <p>(九)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者一年內不得投資類比衛星廣播電視節目供應事業；三年內不控制既有類比衛星廣播電視節目供應事業，且未經本會許可不新設新聞台、財經台及購物頻道。</p> <p>(十)未經本會同意，申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者，及台灣大哥大股份有限公司及其控</p> |
|--|---|

| | | |
|------|-------|--|
| | | <p>制與從屬公司間，不得互為指派代表兼任雙方之董事、監察人及總經理之職務。</p> <p>(十一)為健全有線電視之發展，大富媒體公司應承諾永續經營，申請人並確認「本次交易之新銀行聯貸不會加重申請人所屬系統經營者之負債」及「未來不會加諸申請人所屬系統經營者不當之負債」，以保障公眾視聽之權益。</p> <p>(十二)大富媒體公司應於內部成立專案小組，控管所計畫事項之執行進度，並每半年陳報本會。</p> <p>(十三)申請人所屬系統經營者應於本交易完成登記日起 15 日內，應就一、二、六項附款事項，向本會申請辦理營運計畫變更。</p> <p>(十四)大富媒體公司承諾於申請人所屬系統經營者之執照有效期限內，不得轉讓大富媒體公司對於申請人所屬系統經營者之經營權。但因相關法規變動，且經本會許可者，不在此限。</p> <p>(十五)為強化本會之監理，申請人及申請人所屬系統經營者於各項數位新服務上市前，均應向本會申請許可。</p> |
| 12 月 | | <p>行政院公佈「數位匯流發展方案(2010-2015 年)」，指標為：</p> <p>(一)民國 104 年(2015)提供 80%家戶可接取 100Mbps 有線寬頻網路</p> <p>(二)民國 104 年(2015)光纖用戶數達 600 萬戶</p> <p>(三)民國 104 年(2015)無線寬頻用戶數達 200 萬戶</p> <p>(四)民國 104 年(2015)數位有線電視普及率達 50%全國總家戶數(後來上修至 100%)</p> <p>(五)民國 104 年(2015)新興視訊服務用戶普及率可達 50%</p> <p>(六)民國 103 年(2014)6 月數位匯流法規架構調整通過立法。</p> |
| | 03.10 | <p>蘇蘅於立院報告時表示，原訂 2012 年底將完成數位轉換，預定可回收 22 個類比無線電視頻道，其中包含 10 個 VHF 類比頻道(每家各 2 個頻道)及 12 個 UHF 改善收視頻道。</p> |
| | 03.24 | <p>行政院會通過廣電三法修正草案，開放有線電視可跨區經營，打破「一區一家」的壟斷現象。</p> |
| 2011 | 05.04 | <p>交通部公佈「數位電視發展藍圖」，建議之推動有線電視數位化策略：</p> <p>(一)放寬「黨政軍」限制</p> |

| | |
|-------|--|
| | <p>行政院已通過『有線廣播電視法』修正草案，容許政府間接投資10%以下。</p> <p>(二) 引進競爭以促進數位化</p> <p>在有線電視數位化進度緩慢的情形下，藉開放新進業者投入或放寬管制其他數位電視業務（如開放數位無線電視、行動多媒體及放寬 IPTV 業務之限制等），增加各類數位電視業務之競爭而促進有線電視數位化。</p> <p>(三) 費率、收費標準與審議政策</p> <p>1. 由中央審議有線電視費率</p> <p>行政院已通過『有線廣播電視法』修正草案，基本頻道收視費用由中央主管機關審定；但經營地區僅位於單一直轄市或縣（市）區域內者，則由各該直轄市或縣（市）政府審定。</p> <p>2. 推動分組收費</p> <p>分組付費涉及市場模式及消費者收視習慣，故導入分組付費制度，應制定能滿足消費者與有線電視系統業者雙方面需求的收費制度。</p> |
| 06.12 | <p>行政院新聞局與公視在台中舉辦「HiHD 高畫質無線數位頻道中部地區播出啓動儀式」，包括台中、彰化、南投、苗栗及雲林等縣市，從6月起就能接收公共電視數位高畫質電視訊號。新聞局長楊永明指出，目前電波涵蓋台灣大西部區域，達到全台面積87.03%，涵蓋人口數近1,968萬人。2012年5月底前，希望完成東部、離島的高畫質轉播站及改善站，使國內民眾都能收看無線高畫質電視。馬英九總統同日宣佈，2012年將是台灣「高畫質數位電視元年」。</p> |
| 6月 | <p>NCC 敲定提前在2012年6月30日前關掉無線電視類比訊號。NCC指出，2010年已陸續關閉坪林、蘇澳和嘉義大埔3地區類比訊號，2011年預定關閉48個周邊類比訊號改善站，2011年6月30日前，將關閉9個主月台類比訊號，全面轉為數位訊號，也等於宣佈2012年7月起，我國全面邁入數位電視時代。在建置數位改善站部份，預訂於2011年完成建置34站、2012年完成9站。在機上盒安裝方面，已規劃預定於2011年完成8萬4千組、2012年4月底前完成3萬5千組機上盒安裝，以補助12萬戶低收入戶享受高品質數位收視。預計2012年7月27日到8月12日倫敦奧運期間帶動全台灣用戶收視熱潮。</p> |
| 07.19 | <p>呂海涵教授舉辦「有線電視傳輸信號改善及數位技術監理（DVB-C）」座談會，邀請國內外相關的產、官、學界進行1場多方研討大型座談會，從中了解國內有線電視數位技術監理之目前面臨問題，並且共同討論「有線廣播電視系統工程技術管理規則」</p> |

| | | |
|-------|-------|--|
| | | 修正草案及「有線廣播電視系統查驗技術規範」修正草案。 |
| 10.03 | | 由台灣有線寬頻產業協會與雲端科技及數位電視相關業者發起「雲端暨聯網電視論壇」(Cloud & Connect TV Forum, CCTF)於2011年10月3日成立，以建構數位內容雲端平台為目標。該組織由有線電視產業的市場面出發，並跨越聯網電視及雲端應用，以此發展出跨裝置整合及內容加值應用服務的TV平台。 |
| 11.10 | | 中華電信用戶達百萬戶。中華電、宏達電合資成立華達科技後，雙方決定年底合建一個OTT(over-the-top)內容服務平台，並合組內容服務開發團隊，專為MOD開發全新內容服務。 |
| 12月 | | 根據統計，新聞局自2006年開始補助製作高畫質電視節目，至2011年底計已補助169件節目企畫案，總集數1,746集，總時數達1,532小時，6年來共補助9.66億元，業者相對投資約為40.54億元。(文化部，2012年10月) |
| 02.01 | | 我國類比無線電視將在6月底走入歷史，NCC也決定大幅提前有線電視數位化的目標，將原本的2015年、五成數位化目標，一舉拉高到在2014年達到全面數位化目標。 |
| 03.22 | | NCC召開「第2梯次數位無線電視釋照規劃」(草案)公聽會，公告原則如下： (一)張數規劃：第一階段釋出2張民營電視執照，第二階段釋照將視無線電視產業整體營運情況及廣告市場考量後，再決定下階段釋照張數與時機。格競價者應大於釋照張數(N)，若合格競價者少於或等於釋照張數時，則釋照張數較合格競價者家數少1張，採取(N-1)張方式釋照，當合格競價者僅有1家時，則不予辦理釋照。 (二)執照效期：執照效期為9年。 (三)申請對象與資格：股份有限公司或財團法人。既有無線電視業者不得申請。 (四)經營業務：所有播出時段皆播出高畫質(HD)節目，原則提供觀眾免費收視。 (五)執照許可方式：實質審查加拍賣制。 (六)開臺營運條件：全區開臺、電波涵蓋率、經營高畫質電視(HDTV)。 (七)業務基本之技術要求：歐規DTTB、DVB-T2(含DVB-T2)以上標準。 |
| | 06.22 | NCC公告修正「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」。 |
| 2012 | 06.30 | 我國類比無線電視關閉。 |
| | 07.25 | NCC於2012年7月25日審議後宣布旺旺中時併購中嘉案有條件通過，除旺旺中寬頻提出經營中嘉之25項承諾外，另包括NCC要求履行之3項附停 |

止條件，NCC 則表示併購案在旺中落實 NCC 條件前不生效力。(25 項條件以及 3 項附停止條件，如下：)

3 項附停止條件：

- (一) 申請人及其關係人應與中天新聞台完全切割。
- (二) 中國電視事業股份有限公司應完成營運計畫變更，將中視新聞台變更為非新聞台。
- (三) 中國電視事業股份有限公司應完成設立獨立之新聞編審制度。申請者於成就停止條件，本案許可始能生效，若申請者未履行負擔，或停止條件成就後又有違反，該會得廢止原許可。

25 項承諾：

(一)申請人所屬各系統經營者提出民國(以下同)101 年至 103 年有線電視數位化服務推展之具體計畫，包含：

- 1.數位化推展時程：所屬各系統經營者於 103 年完成全面數位化。
- 2.數位化投資之財務規劃：截至 103 年累計將投入新臺幣 83 億元、截至 106 年累計將達新臺幣 102 億元，對應至各系統經營者之數據。
- 3.於 102 年 6 月底前提供消費者可申請 100Mbps 以上的高速率上網服務，並於上述期間內，挑選一標竿區域推出優於前揭 100Mbps 之上網速率，以利有需求者申請使用。
- 4.平均每個光節點不得服務高於 120 戶使用的收容數。
- 5.補充 101 至 103 年之整體財務報表(旺中寬頻及吉隆等 11 家有線電視系統經營者，該財務報表需含負債比例，現金流量及寬頻業務服務之金流)。
- 6.提供網路擴建 Backhaul 100Gbps 以上之計畫。

(二)申請人提升有線電視收視高畫質內容之具體規劃，包含：

- 1.所屬集團培植本土文創、提升內容多樣性及帶動數位內容產業之具體規劃(包含 A.3 年內提升數位節目內容品質之作法、B.預計投入製作本土數位內容之資金、作法及期程)。
- 2.所屬系統經營者 HD 自製節目之製播計畫(包含節目財務規劃、節目製播內容等)。
- 3.所屬系統經營者提升 HD 節目內容服務計畫(包含數量、內容、品質管理機制、規劃時程及其經費預算等，尤其是引進優質本土 HD 頻道)。
- 4.所屬系統經營者滿足地方需求節目之提升計畫，並需考量城鄉差距及數位落差。

(三)申請人所屬系統經營者，當以有利於消費者權益為考量，包含：

| | |
|--|--|
| | <p>1.如個別系統經營者之有線電視基本收視費用高於全國平均值，需自動調降至低於全國平均值。</p> <p>2.每戶至少免費提供兩台機上盒以推動數位化，且該免費提供之數位機上盒將依客戶實際需求贈送(基本型或具 PVR 功能)。</p> <p>3.推動數位化，贈送數位(SD 及 HD)頻道，但不調升訂戶收視費用。</p> <p>4.經主管機關資格審核認定之低收入戶，該訂戶之所屬系統經營者將提供有線電視基本收視費、寬頻上網及數位頻道節目收視費(共 3 項)免費之優惠。</p> <p>(四)為健全並強化監督申請人所屬集團之營運，申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者應提還款計畫及具體財務結構改善計畫並確實執行；並應每半年提供下列資訊：</p> <p>1.所屬系統經營者應提供經會計師簽證之四大財務報表至國家通訊傳播委員會備查。</p> <p>2.旺中寬頻及其母子公司經會計師簽證之合併財務報表、股東名簿及董監事名冊至國家通訊傳播委員會備查。</p> <p>(五)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者自製或代理之衛星廣播電視節目，無正當理由不得拒絕授權予其他有線廣播電視系統經營者、直播衛星廣播電視服務經營者、多媒體內容傳輸服務經營者，或其他具競爭關係之有線或無線網路傳輸訊號之頻道服務提供者，或為其他差別待遇之行爲。</p> <p>(六)於本交易完成登記日起 15 日內，申請人所屬系統經營者應具體提出對頻道業者上、下架之公平、合理、無差別待遇之管理辦法到國家通訊傳播委員會核准。</p> <p>(七)於本交易完成登記日起 15 日內，申請人建立一套商業協商及仲裁作業程序，來解決包括播出價格、期限、條件及旺中寬頻旗下的頻道節目的爭端，並核報國家通訊傳播委員會備查。</p> <p>(八)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者不得杯葛頻道業者至其他系統經營者或其他播放平台上、下架。</p> <p>(九)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者，及其控制與從屬公司及上層股東(包含但不限於東森國際股份有限公司及新永安、聯維、寶福有線電視及其控制之有線廣播電視系統經營者，以下同)之總體訂戶數合計不得超過全國總訂戶數三分之一；頻道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四分之一。</p> <p>(十)申請人與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者一年內不得投資既有衛星廣播電視節目供應事業；三年內不控制既有衛星廣播電</p> |
|--|--|

| | |
|--|---|
| | <p>視節目供應事業，且未經國家通訊傳播委員會許可不新設新聞台、財經台及購物頻道。</p> <p>(十一)未經國家通訊傳播委員會許可，申請人及其關係企業不再增加持有其他有線系統經營者之股份。</p> <p>(十二)旺中寬頻與其關係企業及直接、間接控制之系統經營者之董事、監察人與經理人，未經國家通訊傳播委員會同意，不擔任吉隆等 11 家系統經營者以外之其他有線電視系統經營者之董事、監察人、經理人。</p> <p>(十三)東森國際、中天電視、聯維、新永安及寶福有線電視與吉隆等 11 家系統經營者不相互擔任彼此之董事、監察人或經理人。</p> <p>(十四)為健全有線電視之發展，旺中寬頻公司應承諾於所屬系統經營者執照有效期限內，不得轉讓旺中寬頻對於所屬系統經營者之經營權。但因相關法規變動，且經國家通訊傳播委員許可者，不在此限。</p> <p>(十五)申請人確認「本次交易之新銀行聯貸不會加重申請人所屬系統經營者之負債」及「未來不會加諸申請人所屬系統經營者不當之負債」，以保障公眾視聽之權益。</p> <p>(十六)旺中寬頻所屬集團應建立公開之問責機制，將品質控制作業流程、節目與廣告製播規範、置入性行銷及涉己事件等管控流程納入營運計畫。</p> <p>(十七)旺中寬頻所屬集團應尊重新聞專業獨立自主精神，由代表人與新聞部門協調訂定新聞部門自主公約，無正當理由不得干預新聞部門之自主運作。</p> <p>(十八)關係人或負責人承諾旺中集團之中時、中視、中天及中嘉系統人事任用不能重複，為 4 個截然不同的經營團隊。</p> <p>(十九)關係人或負責人承諾旺中寬頻集團之中時、中視、中天及中嘉系統於本交易完成登記日起 15 日內成立跨媒體倫理委員會。</p> <p>(二十)關係人或負責人承諾旺中寬頻集團之中時、中視、中天及中嘉系統於本交易完成登記日起 15 日內成立自主工會。</p> <p>(二十一)旺中寬頻公司應於內部成立專案小組，控管所計畫事項之執行進度，並每半年陳報國家通訊傳播委員會。</p> <p>(二十二)申請人所屬系統經營者於本交易完成登記日起 15 日內，應就一、二、六、七項承諾事項，向國家通訊傳播委員會申請辦理營運計畫變更。</p> <p>(二十三)申請人及申請人所屬系統經營者於各項數位新服務上市前，均應向國家通訊傳播委員會申請許可。</p> |
|--|---|

| | |
|-------|---|
| | <p>(二十四)申請人及申請人所屬系統經營者將配合國家通訊傳播委員會之監理，嚴格落實承諾事項，確保健全經營及閱聽眾、員工權益。</p> <p>(二十五)旺中寬頻先前向國家通訊傳播委員作出7大項29點承諾，如該承諾優於本次面談之承諾事項，皆須履行。</p> |
| 07.27 | <p>NCC 首度公告「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」</p> <p>依據：有線廣播電視法第 22 條、第 26 條及第 32 條規定及本會 101 年 7 月 18 日第 494 次委員會議決議。公告事項：</p> <p>一、有線廣播電視經營地區劃分及調整:有線廣播電視經營地區：臺北市、新北市、臺中市、臺南市、高雄市、基隆市、桃園縣、新竹市、新竹縣、苗栗縣、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義市、嘉義縣、屏東縣、台東縣、宜蘭縣、花蓮縣、金門縣、澎湖縣、連江縣。(共 22 個)</p> <p>二、受理申請經營有線廣播電視業務：</p> <p>(一)申請經營前揭縣市有線廣播電視業務者應以數位化技術提供服務，並符合現行有線廣播電視法、有線廣播電視系統工程技術管理規則及其他相關規定，依本會公告之「申請經營有線廣播電視或擴增經營區變更營運計畫須知」(如附件)辦理。</p> <p>(二)前項所稱應以數位化技術提供服務，指系統應具備提供數位節目訊號之接取功能，包括頭端應以數位技術處理節目訊號，及該處理後數位節目訊號可經由有線傳輸網路傳送至訂戶數位終端設備(含有線廣播電視機上盒)，即訂戶收視之內容為數位訊號傳送之節目內容。</p> |
| 8 月 | 倫敦奧運結束，中華電信 MOD 客戶數達 116 萬。 |
| 09.05 | <p>Super MOD (Super Multimedia on Demand, SMOD) 是富邦集團旗下凱擘大寬頻於 2012 年 9 月 5 日所推出的一種多媒體平台服務，內容結合了隨選視訊、網路電視和聯網電視。用戶須同時租用凱擘大寬頻有線電視、光纖上網與數位電視三項服務，方可使用 SMOD。</p> <p>特色：與壹網樂合作，將壹網樂影院納入 SMOD 的隨選視訊內(此合作方案到 2012 年 10 月 31 日止)。提供額外的 10Mbps 專屬頻寬供 SMOD 使用。提供 19 個高畫質頻道收視，預計於 2012 年年底前擴充為 25 個高畫質頻道。</p> |
| 10.31 | 壹網樂已於日前公告將於 2012/10/31 停止提供全數影音服務，同時也已停止接受新會員申請，為保障用戶的權益，凱擘大寬頻已取消 SuperMOD 上壹網樂之新帳號申請功能，壹網樂服務則將於 2012/11/01 凌晨起自 SuperMOD 下架 |

| | |
|------------|--|
| 11.28 | <p>NCC 核定 102 年度費率如下：嘉義市世新（510 元）、連江縣祥通（550 元）、金門縣名城（580 元）；以及台南市新永安（510 元）、三冠王（480 元）、雙子星（480 元）費率不變。台南市南天有線電視由 510 元降為 505 元，澎湖有線電視由 540 元降為 525 元。發言人虞孝成表示，主要依數位化程度考量，台南南天及澎湖有線電視費率調降，南市另 3 家、嘉義市、連江和金門維持今年的收費。NCC 表示，南天、新永安、三冠王與雙子星等 4 家有線電視業者，因企業併購產生高額商譽，且有高額利息支出，致整體獲利率有低估情形；考量臺南市三冠王、雙子星與新永安等 3 家有線電視業者推動數位化進程，較去年積極且有顯著進展，故維持 101 年度收視費率新臺幣 480 元及新臺幣 510 元；惟南天有線電視 101 年第 3 季數位化普及雖達 19.95%，但成長率較同一行政區內其他業者緩慢，調降為新臺幣 505 元。</p> |
| 12 月 | <p>截至年底，全台 62 家有線電視系統除了花東離島與計畫停止營運業者之外，已有 54 家推出數位服務，傳輸網路數位化比例達 91.5%，但終端（即客戶端）接取普及率僅 21.03，相較於日本與香港 100%完成建置、美國 77%、中國大陸 50%仍有努力空間。</p> |
| 02.20 | <p>旺旺中時集團併購中嘉審議案不予通過。NCC 去年針對旺中案提出 3 項停止條件，包括旺中集團需和中天新聞台完全切割、中視新聞台變更為非新聞台、中視設立獨立編審制度。NCC 主委石世豪表示，旺中提出的信託方式並沒有改變中天新聞媒體控制關係，不符合停止條件；另外旺中提出中視的獨立編審制度，仍有諸多疑議，並未確認達到停止條件，因此本案不予通過。</p> |
| 3 月 | <p>NCC 公布最新一季（至 102 年 3 月止）接取有線電視數位服務用戶統計，已近 125.8 萬戶，數位服務普及率為 25.27%。第 1 季數位服務普及率，獨立業者如臺灣數位寬頻為 53.01%、大豐有線電視 48.98%、新永安有線電視 45.38%、世新有線電視 40.96%、大揚有線電視 40.69%、國聲有線電視 36.28%，數位化比率均超過全國平均值。</p> |
| 04.24 | <p>NCC 於委員會議通過數位匯流調整有線電視收費模式規劃(草案)。</p> |
| 2013 05.01 | <p>NCC 通過修訂「有線廣播電視數位化實驗區行政計畫」公告，本次修正重點為：整體經營區皆經實驗區申請並完成轉換後，得經本會核准，不再播送依法必載、指定播送、頻道表專用及公用頻道與公益、闔家觀賞頻段精神之類比頻道頻段。</p> |
| 05.08 | <p>NCC 通過「威達雲端電訊」和「西海岸」兩家業者，經營區擴增申請案。</p> |

| | |
|-------|---|
| 05.08 | <p>NCC 補充公告「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」，本次補充公告重點為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、既有系統經營者如提出申請，新申請案經審查通過，將核發新執照，其原有經營區之營運計畫應一併辦理變更。 2、申請人應提供至少三種(含)以上組合式基本頻道供訂戶選擇，其收費上限應符合收費標準規定。 3、為維護原訂戶權益，如既有業者新申請之經營區與原經營區重疊，應確保其原經營區之既有訂戶，可以選擇適用新服務收費模式或原有收費模式。 4、申請者如同時跨業經營電信固網業務，則應進行網路分割及營業區分。 |
| 5月 | <p>5月止我國 100M 寬頻家戶涵蓋率已超過 80%，為了達到 100%，下半年交通部和國家通訊傳播委員將與地方政府分別合作推動 100M 寬頻示範行政區、有線電視數位化亮點區，目標達成 100M 寬頻網路全面到戶，並加速推廣有線電視數位化。</p> |
| 6月 | <p>聯合報系 udn tv 今年 6 月正式開播，已陸續在各大線電視系統上頻，udn tv 為聯合報系全新推動高畫質新聞頻道，每天 8 節整點新聞。可在桃竹苗、台中市群健有線（TBC）上架，TBC 旗下 75 萬客戶都可在 118 頻道收看。10 月起更可在台灣數位光訊科技集團旗下的西海岸（台中市）、大屯（原台中縣）中投（南投縣）、佳聯（雲林縣）及北港（雲林縣）等 5 家有線電視系統，頻位為 119 台。</p> |
| 06.05 | <p>NCC 許可「全國數位有線電視」新北市籌設有線電視系統申設案，預計 2 年半完成全數位化建設，103 年 3 月營運開播，提供觀眾在目前新北市逾 10 家有線系統之外，再多一個新收視選擇。</p> |
| 06.19 | <p>年代董事長練台生於 6 月 1 日正式入主壹電視，事隔 19 天，NCC 通過由系統商申請的壹電視新聞台上架案。</p> |
| 06.19 | <p>NCC 表示自 96 年起 8 年間已有近 7 家有線電視系統經營者，陸續向 NCC 申請停止營運服務或正在申請中，這其中有數家業者本身對於數位化的投資並不積極，同時也由於經營區內有其他相當多的競爭者，在競爭力較弱、擁有的市佔戶數較低，股東不願意再繼續花錢投資的情況下，因此申請終止營運。</p> <p>包括台中海線有線系統、新北市淡水北海岸系統、新北市新莊區新和有線系統、基隆大世界有線系統、高雄市的大高雄有線系統，本次新北市雙和地區的興雙和，以及亦正向 NCC 申請停止營運的高雄大信有線電視等，同樣皆屬於小型有線電視集團或地方獨立系統業者。</p> |

| | |
|-------|---|
| 06.25 | NCC 核准通過台灣寬頻旗下群健有線電視申請籌設臺中市跨區經營。目前為止已有 4 家業者取得 NCC 核准經營有線廣播電視跨區經營業務。 |
| 6 月 | NCC 公布第二季國內有線電視數位化進度，全國現有 62 家有線電視業者，總收視戶 497 萬，而依據內政部公告全國家庭戶 823 萬戶來看，有線電視普及率 60.7%。截至 6 月底為止，有線電視數位化用戶 153.6 萬戶，數位化普及率 30.89%，普及率突破 30%，連續 3 季以約 4% 大幅成長，年底以挑戰 50% 為目標。MOD 目前有 120 萬用戶。 |
| 7 月 | 中華電信 MOD 從 7 月開始推出多螢收視服務，MOD 家庭豪華餐用戶只要事先完成設定，外出時可在手機、平板電腦上觀看 MOD 影視節目。 |
| 07.03 | NCC 在 7 月 3 日「因應數位匯流調整有線電視收費模式規劃」座談會初步規劃，基本頻道屆時將區分為 1 組基本普及組，與 3 組以上基本套餐組，基本普及組收費上限為每月新臺幣 200 元。系統業者在基本普及組中須播出包含法定必載、指定必載、公用、自製、頻道表專用頻道等至少 11 個頻道，滿足只需基本普及組服務的訂戶，但 NCC 並不限制系統業者為爭取更多訂戶，以免付費方式提供更多頻道的可能。 至於基本頻道套餐組，每組收費上限為每月新臺幣 130 元，且各基本套餐組費用總和不得超過新臺幣 300 元，訂戶可選擇其中任何一組，也可直接選擇付費頻道，擁有「看多少、付多少」的選擇權利。為確保訂戶收視權益，規劃案亦規定未來基本普及組與基本套餐組頻道數量之總和，不得少於現行類比基本頻道之總數量。 |
| 07.05 | NCC 推動 2017 年有線電視全面數位化，與交通部舉辦「100M 寬頻示範行政區及有線電視數位化亮點區建置之啟動儀式」，經費大約編列新台幣 3 億 8000 萬元。 |
| 07.10 | NCC 通過「北都數位有線電視股份有限公司」籌備處申請籌設經營台北市有線電視服務，為 2011 年開放有線電視經營區以來，首家申請經營台北市有線電視的新進業者。規劃將於 105 年 5 月完成全區建置，並預計於 103 年 7 月開始在中正、萬華、大同、士林、北投開播全數位化電視服務。 |
| 07.24 | NCC 通過「新北市有線電視公司」籌備處申請籌設新北市有線 |

| | |
|-------|--|
| | 廣播電視系統案。新北市有線電視公司籌備處是以新參與者身分，取得籌設許可資格。包含新北市有線電視在內，NCC 開放有線電視經營區限制以來，已有 6 家業者獲得籌設，包括北都、群健、全國數位與威達雲端、西海岸。 |
| 08.28 | 公平會委員會審查台固、凱擘等 20 家有線電視業者針對中華電視 MOD 進行詆毀性廣告，聲稱 MOD 解約要繳 1800 元違約金，而且許多電視台頻道在 MOD 無法看到。公平會認為，這個不實廣告已經影響交易秩序，違反公平交易法第 24 條規定，對 20 家業者總共重罰 380 萬元。其中，台固與凱擘兩家發起業者各罰 50 萬元最多，其餘 18 家罰款 10 萬到 20 萬不等。（台固及凱擘兩家公司是其他 18 家母公司，且比較廣告是由母公司所發動的，所以罰款比較重）。 |
| 09.24 | 凱擘、台灣大寬頻共同發表有線電視多螢收視服務 Home Play，用戶在家可以智慧型手機、平板電腦收看電視節目，或將手機、平板內容分享到電視上。這項多螢收視服務限制只有數位有線電視用戶才能申請使用，且用戶必需額外付費，數位有線電視用戶每月 69 元，凱擘旗下 12 家地方系統業者可申請服務。 |
| 09.25 | 原本在新北市板橋、土城經營的大豐有線電視 25 日獲 NCC 通過，將跨區經營擴大到整個新北市，大豐電是全台第七家獲准跨區經營的有線電視系統業者。大豐電收視戶約有 21 萬戶，跨區經營全新北市後，可鎖定新北市 100 萬戶收視戶市場。目前全台共 11 家有線電視系統業者提出跨區經營申請，包括威達、西海岸、全國數位、新北市、群健、北都數位與大豐電等七家獲准經營，這也讓全台五家 MSO（有線多媒體系統營運業者）外、其他獨立系統台可以透過跨區經營，以達到經濟規模，有助產業發展。 |
| 10.22 | 國內有線電視系統業者幕後持股股東，赴海外掛牌上市或成立公司，引發立委質疑恐有中資繞道來台投資疑慮，國家通訊傳播委員會（NCC）主委石世豪首度正面回應強調，無論是 TBC，或是中嘉案，只要業者有違法令規定，「有線電視的執照就註銷收回。」 |
| 12 月 | NCC 預估，2013 年底亮點區內數位服務普及率可達 50%，訂戶總數 1740866 戶，而本島總體有線電視頭端與網路數位化能達 100%，終端數位服務普及率可達 42%。 |
| 03.05 | 國家通訊傳播委員會（NCC）發出全台第一張跨區經營許可證，許可證號碼(營)103001-1，給予中部地區有線電視系統經營商-威達雲端電訊股份有限公司，許可營運區域為台中市及南投縣地區。威達雲端經營區為原台中縣大里、太平、霧峰與烏日，縣市合 |

| | | |
|------|-------|--|
| | | 併後，N C C核可新增台中市與南投縣經營區。 |
| | 03.19 | <p>威達雲端電訊股份有限公司提報於臺中市、南投縣之有線廣播電視系統營運許可開播營運後，終止臺中市多媒體內容傳輸平臺服務業務（IPTV）討論案。</p> <p>說明：</p> <p>一、依據固定通信業務管理規則第 55 條第 1 項等規定辦理。</p> <p>二、威達雲端電訊股份有限公司於本(103)年 1 月 9 日向本會陳報擬於臺中市終止多媒體內容傳輸平臺服務業務（IPTV），案經通訊營管處就法規、消費者權益及市場秩序等面向分析後，提出擬處意見。</p> <p>決議：核准威達雲端電訊股份有限公司於臺中市、南投縣之有線廣播電視系統營運許可開播營運後，終止臺中市多媒體內容傳輸平臺服務業務（IPTV），並請該公司於 103 年 3 月 6 日在臺中市經營有線廣播電視業務後，落實相關客戶移轉服務，以確保消費者權益。</p> |
| | | <p>威達雲端在台中以及南投進行跨區招攬收視戶及播送作業，新收費 1600 多戶。節目表上明確列出 14 家未授權之頻道遭到投訴。衛星廣播公會秘書長鍾瑞昌表示，3 月底向地方政府反映，系統業者與頻道尚未簽約，要求威達停止在跨區經營區域播出未授權頻道。在跨區經營地區停播的頻道包括：迪士尼頻道、三立台灣台、三立都會台、東風衛視、年代 much tv、高點電視台、壹電視新聞台，年代新聞台，民視新聞台，三立新聞台，非凡新聞台，好萊塢電影台和非凡商業台等。據 NCC 過去資料，這些頻道為年代集團董事長練台生擁有或代理。</p> <p>有線電視分組付費政策 2017 年上路，不過 NCC 要求跨區經營的條件是業者必須提出頻道分組付費方案，也就是除現行吃到飽方案外，必須有吃到飽以下的分組選擇，但對於分組付費，系統業者與頻道業者針對授權費等商業模式未達共識，頻道業者遲未授權系統台播出。</p> |
| 2014 | 05.06 | <p>凱擘大寬頻自 5/6 起全面推出 200M（下行 200M，上行 20M）光纖上網服務，凡凱擘大寬頻全台旗下之陽明山、金頻道、大安文山、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 家數位有線電視系統台服務區，超過九成以上</p> |

| | |
|-------|--|
| | 的用戶將可享受到 200M 的超高速光纖上網。 |
| 05.29 | 中華電信今日宣布 4G 服務開台，成為台灣首家提供 4G LTE 高速上網服務的電信業者，正式引領台灣進入 4G 高速行動上網時代。 |
| 06.11 | 臺南市「新永安」新永安完成有線電視全面數位化，成為全國第 1 個 100% 數位化的有線電視系統。 |
| 06.28 | 中華電信在 6 月 28 日的凌晨，於六大都會區同時全面開通 4G LTE 網路。 |
| 06.28 | 台灣大寬頻、凱擘共同推出月租型居家安全監控服務 Home Security 居家防護服務。 |
| 08.22 | 頂新集團以 24 億美金(約新台幣七百二十億元)買下擁有全台灣 118 萬 5 千戶有線電視收視戶的中嘉集團。 |
| 11.12 | 嘉義市世新有線電視完成全區百分百數位化營運、關閉類比訊號，完成全數位化。 |
| 11.19 | NCC 審查台南市、嘉義市、澎湖縣、金門縣與連江縣共八家有線電視，為鼓勵業者數位化，全面調漲八家業者的基本頻道收視月費，台南市新永安因為提前達成全數位化，已獲得 NCC 同意提前在八月漲價，明年月費維持在 540 元。台南另外三家：雙子星、三冠王、南天也因為數位化普及度超過八成，南天更將近百分之百，雙子星與三冠王明年月費上漲 15 元達到 495 元，南天則推出分組付費費率，共有 520、540 及 560 元三組可選擇，也獲得 NCC 同意。嘉義市世新有線電視今年已經完成全數位化營運，以及澎湖縣的澎湖有線電視數位化程度達到承諾政府的目標，明年都可調漲 15 元，世新月費 525 元，澎湖有線電視為 540 元。 |
| 12.09 | NCC 主委石世豪表示，台灣有線電視數位化在 11 月底達 76%，有五家系統業者數位化比率超過 90%，有兩家已達到 100%，有 24 家超過 80%。達到全台有線電視數位化 100% 是很有挑戰性的目標。主要是花東與離島地區有地形與拉線的難度，金門與馬祖收視戶少，業者數位化的成本也偏高。 |
| 01.07 | 「有線廣播電視事業發展基金收支保管及運用辦法」部分條文修正草案討論案。 一、依據有線廣播電視法第 53 條第 3 項等規定辦理。 二、有線廣播電視事業發展基金收支保管及運用辦法（以下簡稱 |

| | | |
|------|-------|---|
| | | <p>本辦法)係於90年6月28日訂定發布，最近一次修正於101年1月13日發布。</p> <p>三、為明確定義有線廣播電視事業發展基金之用途，建立該基金撥付地方政府補助款事前審查機制，及確立外聘委員得支審查費之法源依據等事項，業管單位予以檢討並提出本辦法之修正草案。</p> <p>決議：本案依委員會議意見修正後通過，請依本會法制作業程序辦理後續公開說明會等事宜。</p> |
| | 01.20 | NCC 通過豐盟有線電視股份有限公司申請籌設臺中市有線廣播電視系統案。 |
| | 01.22 | 嘉義縣大揚有線電視完成該經營區內有線電視 100%全數位化，為嘉義縣首家達成全數位化的有線電視系統。 |
| 2015 | 01.28 | <p>NCC通過104年度「促進有線廣播電視普及發展－澎湖本島以外之偏遠離島及花東地區促進數位普及發展」補助公告事宜討論案。</p> <p>說明：</p> <p>一、依據「促進有線廣播電視普及發展補助執行要點」第6點第4項等規定辦理。</p> <p>二、為促進有線廣播電視之普及發展，政府設置「有線廣播電視事業發展基金」(以下簡稱有線基金)作為推動之經費來源。本會運用有線基金補助業者及宣導推動有線電視數位化，其數位化普及發展已具相當成效，惟花東地區及澎湖縣之七美、望安等偏遠離島地區之數位化普及率偏低。立法院交通委員會通過本會104年度有線基金預算時，決議對上揭地區應優先補助推動數位化建置。</p> <p>三、基礎設施事務處為辦理前揭決議，依規定研議其補助計畫公告及相關補助方案等草案。</p> |
| | 02.04 | <p>NCC核准威達雲端電訊股份有限公司變更無線寬頻接取業務事業計畫書，該公司並應辦理下列事項：</p> <p>一、配合有關機關之國家安全考量辦理相關措施。</p> <p>二、應依「在特許執照有效期間內及不影響原事業計畫書所載責任下，以等於或優於原事業計畫書所載責任」之原則，補充說明變更後之事業計畫書所載網路建設時程。</p> <p>三、前項事業計畫書所載網路建設時程，不得逾特許執照有效期間。</p> |

| | |
|-------|--|
| 02.04 | 威達雲端電訊股份有限公司申請暫停南區嘉義市、臺南市、高雄市及屏東縣等 4 縣市無線寬頻接取業務，NCC 不予核准。 |
| 02.11 | <p>103年第6次「廣播電視節目廣告諮詢會議」討論案件建議及擬處方式討論案。</p> <p>決議：</p> <p>一、非凡新聞台於103年7月27日播出之「設計家TV」節目，其內容違反節目應與廣告區分規定，依衛星廣播電視法及其相關規定核處罰鍰新臺幣20萬元。</p> <p>二、TVBS新聞台於103年8月15日播出之「上午9點新聞」及三立都會台103年9月1日播出之「愛玩客」節目，其內容違反節目應與廣告區分規定，依衛星廣播電視法及其相關規定分別予以警告。</p> <p>三、龍華電影台103年8月27日播出之「正將」節目，其內容違反節目分級規定，依衛星廣播電視法及其相關規定予以警告。</p> <p>四、三立台灣台於103年8月10日及8月20日播出之「峰立挺豐胸計畫」廣告，應注意其內容不得有妨害公共秩序或善良風俗情形之規定，請發函促其改進，以免違法受罰。</p> <p>五、中天新聞台於102年8月16日播出之「新聞龍捲風」節目內容違規裁處案，請業管單位釐清相關法規適用疑義後再行審議，爰本案暫不處理。</p> |
| 02.20 | 頂新與安博凱簽訂的中嘉併購案，合約日到期，未完成交易，合約自動失效。 |
| 02.25 | <p>「有線廣播電視訂戶終端設備機上盒技術規範」草案討論案。</p> <p>決議：</p> <p>一、本草案所引法源係有線廣播電視法第3條第3項，而依其所權訂定之有線廣播電視系統工程技術管理規則尚未有關於機上盒之工程技術管理規定，考量本草案體例須符合我國法制體例，又根據有線電視數位化推動過程所累積經驗，業者終將朝向國際發展趨勢調整其使用技術及設備，俾提供消費者更好之服務，爰本草案宜定位為具前瞻性之機上盒試行規範，請法律事務處協助射頻與資源管理處及基礎設施事務處重訂本草案名稱。</p> <p>二、本案係將機上盒視為系統分配線網路之延伸，爰此，母法中關於機上盒之工程技術管理所須最低下限技術要求及現行其他法規所要求之事項，應另明訂於有線廣播電視系統工程</p> |

| | |
|-------|--|
| | <p>技術管理規則中，以扣合母法成爲強制性義務；至於最低下限要求以外之技術標準，則僅屬建議性標準。</p> <p>三、關於隱藏式字幕多元選擇機制、大數據應用所涉及個人資料保護相關技術支援及條件等，建議應納入試行之機上盒規範內涵。</p> <p>四、考量有線電視數位化後之未來發展趨勢，不僅爲多頻道傳輸終端設備，亦將爲極具多元應用潛力之數位家庭平臺，業管單位應與各相關產業代表深入諮詢溝通，俾訂定周延之機上盒規範。</p> <p>五、有關機上盒規範對外徵詢及公開說明會諮詢對象應包含系統業者、頻道業者、系統設備開發商、晶片開發商、應用服務介面平臺、資訊工業策進會資通所及相關機關等產官學研各界代表。</p> <p>六、關於現行法律已明定收視戶之權利保障（如個人資料保護法）等規範，應落實修訂於有線廣播電視系統工程技術管理規則中，俾作後續訂定具體細節行政規則之依據。</p> <p>七、請業管單位依前揭意見修正，並與規範訂定施行後涉及之關係人諮商後，再提審議。</p> |
| 04.01 | <p>大基隆有線電視股份有限公司籌備處申請籌設基隆市有線廣播電視討論案。</p> <p>決議：</p> <p>一、許可大基隆有線電視股份有限公司籌備處籌設基隆市有線廣播電視系統。</p> <p>二、該公司應依以下承諾事項辦理，其承諾將視爲營運計畫之一部分：</p> <p>（一）承諾依本會補充公告規劃分組付費；另對本會規劃於106年實施全數位化之分組付費新收費標準，將全力支持，並配合辦理。</p> <p>（二）對於已接取數位化有線電視之收視戶，應依其要求提供100Mbps以上之寬頻上網服務。</p> <p>（三）每戶得免押金借用2臺數位機上盒。</p> |
| 04.08 | <p>大豐有線電視股份有限公司申請新北市之有線電視系統分期營運許可討論案。</p> |

| | | |
|-------|--|--|
| | | 決議：同意依有線廣播電視審議委員會審查建議，許可大豐有線電視股份有限公司經營新北市之有線廣播電視系統，並核發第1期之營運許可證。 |
| 04.08 | | 數位天空服務股份有限公司申請新北市之有線電視系統分期營運許可討論案。 決議：同意依有線廣播電視審議委員會審查建議，許可數位天空服務股份有限公司經營新北市之有線廣播電視系統，並核發第1期之營運許可證。 |
| 04.22 | | NCC 同意依有線廣播電視審議委員會審查建議，許可北都數位有線電視股份有限公司經營臺北市之有線廣播電視系統，並核發第 1 期之營運許可證。 |
| 05.06 | | 全國第一家取得數位有線電視執照的全國數位有線電視，經過兩年籌備建設，5月6日開播，將於下周三舉行開播典禮暨產品發表，在數位匯流時代，全國數位的發展具有指標意義，包括無線電視、有線電視業者都高度關注。 |
| 05.08 | | 全國數位有線電視股份有限公司通過新北市政府費率審議 正式開播營運。 |
| 06.17 | | NCC 修改《促進有線廣播電視普及發展補助執行要點》，將播送系統納入補助範圍，NCC 發言人虞孝成表示，未來有線廣播電視事業發展基金將可挹注偏遠地區進行數位化，讓當地民眾早日享受數位化的便利。 |
| 06.24 | | 三冠王及雙子星等 2 家有線電視股份有限公司之本(104)年度基本頻道收視費用，業經本會第 618 次委員會議核准。該 2 公司於本年 4、5 月間完成有線電視系統全面數位化，並經本會許可其停止播送類比頻道保留組合。鑑於有線電視系統全數位化第 649 次-2 後，系統經營者提供服務之平臺條件、維運服務之成本結構、訂戶收視品質與頻道數量均與過去類比與數位訊號雙載時期有所不同，原核准收視費用時之成本結構及審查基礎已改變，該 2 公司爰於本年 5 月依前揭規定向本會申請重新審核 104 年度基本頻道之收視費用，擬由原核准之新臺幣 495 元調整為 535 元。 |
| 06.30 | | NCC 主任委員石世豪等一行人於 6 月 29 日、30 日訪查澎湖地區電信普及與有線電視數位化進程。 |

| | |
|-------|--|
| 07.09 | 2014 世界盃足球賽去年 6 月開打，愛爾達取得世足賽在台獨家轉播權，事後授權年代電視台使用，但明訂不能在數位有線電視系統播放，年代卻透過凱擘大寬頻將賽事訊號傳送給用戶端收看，愛爾達不滿年代違約，不僅中斷年代的世足賽訊號，還對年代網際事業公司提告，台北地檢署認定年代違約，今依違反《著作權法》將年代及公司負責人練台生一併起訴。 |
| 08.10 | 嘉義縣大揚及國聲 2 家有線電視公司分別於 2015 年 1 月 22 日及 6 月 18 日完成該經營區內有線電視 100%全數位化後。 |
| 08.17 | NCC 主任委員石世豪等一行人於 8 月 17 日訪查金門地區有線電視收視品質及系統建置情形。 |
| 08.19 | 南天有線電視股份有限公司因提前於 104 年 7 月 1 日完成有線電視全數位化關閉類比訊號等之情事變更，申請調整本年度有線電視基本頻道收視費用，經 NCC 審酌各區域有線電視之收視費用、網路建設、視訊節目品質，及該公司就推動數位化所投入之各項固定成本及變動成本、財務（含財務結構、成本及獲利率等）、服務內容、規劃新增之基本頻道、消費者保護措施等因素，並參考地方政府之意見後，原則核准該公司重新申請之本年度每戶每月基本頻道收視費用。 |
| 08.21 | NCC 主任委員石世豪訪查臺東地區通訊傳播基礎建設。 |
| 09.01 | 台南市水利局擴大「臺南水情 APP」效能，與南市有線電視業者合作，將 APP 推播的防洪警戒最新消息、水庫洩洪、河川水位警戒、區域排水水位警戒及土石流警戒等水情資訊即時顯示有線電視上，提供市民查詢示警。 |
| 09.02 | NCC 通過新彰數位及新高雄有線電視股份有限公司申請有線廣播電視系統分期營運許可案。 |
| 09.10 | 蘋果將於 10 月下旬上市的電視機頂盒「Apple TV」新機型將配備遊戲機功能，同時推出遊戲和電視劇等適合電視大螢幕的軟體。 |
| 09.11 | NCC 主任委員石世豪等一行人於 9 月 10 日、11 日訪查馬祖地區有線電視收視品質及電信普及服務成效。 |
| 10.06 | 新高雄有線電視開播，成為高雄第五家有線電視系統，首波推出前半年、每月二百五十元超優惠方案搶市，另搭配多元付費選擇，預料將讓高雄有線電視客群重新洗牌。 |
| 11.01 | 北市首家全數位有線電視「北都數位」11 月 1 日正式開台。 |

| | | |
|------|-------|--|
| | 11.17 | 高市議會舉辦有線電視收費機制調降公聽會。 |
| | 11.18 | NCC 通過富邦蔡家兄弟旗下私人公司大富媒體斥資 182.14 億元，收購凱擘 20% 股權，交易完成後，大富媒體將百分百持有凱擘，加上旗下台灣大有線電視用戶，掌握全台最大有線電視版圖。 |
| | 11.18 | 國家通訊傳播委員會核准臺南市、嘉義市、澎湖縣、金門縣與連江縣等 5 縣市 8 家有線電視業者(含 2 家有線電視節目播送系統)105 年度收視費用，核定的基本頻道收視費用在新臺幣 535 至 580 元之間。 |
| | 12.02 | 中部有線電視業者 TBC 領先全台推家庭式 DVR。 |
| | 12.18 | 廣電三法三讀通過。 |
| | 12.21 | 匯流五法進政院 明年送立院審議。 |
| | 12.30 | 公平會決議，遠傳電信攜摩根士丹利亞洲併購中嘉案，經審理後認為不影響市占率，因此不禁止其結合。 |
| 2016 | 01.08 | 紅樹林有線電視與萬里區的新北市立仁愛之家合作，在園區內設置即時關懷監控系統，透過即時影像的建立，讓園區可以利用電子設備例如手機就能掌握老人狀況即時反應，保障老人安全有加分作用。 |
| | 01.11 | 台灣之星為拓展通路，提供消費者便利服務，首度跨足有線電視系統營運商，於台灣數位光訊科技旗下四個系統台，提供申辦「單辦門號」電信服務。 |

| | | |
|------|-------|--|
| | 11.18 | 國家通訊傳播委員會核准臺南市、嘉義市、澎湖縣、金門縣與連江縣等 5 縣市 8 家有線電視業者(含 2 家有線電視節目播送系統)105 年度收視費用，核定的基本頻道收視費用在新臺幣 535 至 580 元之間。 |
| | 12.02 | 中部有線電視業者 TBC 領先全台推家庭式 DVR。 |
| | 12.18 | 廣電三法三讀通過。 |
| | 12.21 | 匯流五法進政院 明年送立院審議。 |
| | 12.30 | 公平會決議，遠傳電信攜摩根士丹利亞洲併購中嘉案，經審理後認為不影響市占率，因此不禁止其結合。 |
| 2016 | 01.08 | 紅樹林有線電視與萬里區的新北市立仁愛之家合作，在園區內設置即時關懷監控系統，透過即時影像的建立，讓園區可以利用電子設備例如手機就能掌握老人狀況即時反應，保障老人安全有加分作用。 |
| | 01.11 | 台灣之星為拓展通路，提供消費者便利服務，首度跨足有線電視系統營運商，於台灣數位光訊科技旗下四個系統台，提供申辦「單辦門號」電信服務。 |