

# 匯流政策研究室電子報

發行人 / 彭芸

採訪編輯 / 呂嘉薰、蔡穎、羅苡瑄

發行 / 匯流政策研究室 每月一號發行

聯絡信箱 / convergence.policy@gmail.com

正式號第十六期 102年11月 November 2013

## 有線電視分組付費 可行不可行？



有線電視分組付費在 NCC 的推動與數位匯流的趨勢下，已成為一新政策。由於這樣的新制影響文創、廣告產業、內容製作等關聯產業甚鉅，電視價值鏈、消費者收視習慣、商業模式變化等，都必然會有重大的改變。而臨分組付費的紀元，業者、消費者與主管機關的看法為何？匯流政策研究室九月論壇由政大傳播學院曾國峰副院長主持，邀請政大經濟系王國樑教授、師大大傳所陳炳宏教授、台藝大廣電系賴祥蔚教授、有線寬頻產業協會彭淑芬秘書長、衛星廣播電視公會鍾瑞昌秘書長，以及通傳會紀效正專任委員，共同針對有線電視分組付費的議題，從產官學各角度提出不同見解。

談到分組付費的規劃，政大經濟系王國樑教授首先拋出一個疑問：「分組付費與數位化這兩項政策是否具有衝突與排斥性？」他指出，業者實施數位化需要大量資金，若推行有上限的分組付費，業者收入反而比以低，使其對推動數位化的意願下降；另一方面，倘若節目品質沒有提升，雖然消費者付的錢比以少，卻無法保證消費者權利，所以分組付費應完善規劃，才不會流於惡性循環，如此業者、消費者、服務品質皆能受益。王國樑以水資源做比喻，世界各國對自來水實施費率管制，但是並不管制礦泉水價格，因此分級付費的上限設定還需多思考，不宜以同一標準看待所有節目。

通傳會紀效正專委則說明 NCC 對分組付費的發想與規劃。他指出，分組付費最主要的核心價值在於「均衡」，使消費者能夠滿意，系統業者也達到一定程度的利潤，紀效正認為，若頻道業者對自己頻道有信心，可透過分組付費的設計，嘗試做單頻單買，節目內容做得好，頻道業者便能受益。紀效正表示，NCC 經由多方面的討論，希望有線電視數位化後，業者不僅能提供視訊服務，還能創造視訊以外的產值如寬頻、增值服務，將壓縮出來的頻寬做更有效的運用。

近年來跨國集團的外來節目內容成為市場主流，導致台灣文創產業的危機，人才外流、演藝人員紛紛投靠對岸，紀效正認為，將選擇權還給消費者，讓消費者可以有多元化的選擇，才能帶動文創產業的復甦。（接下頁）

## 有線電視分組付費 可行不可行

（承上頁）紀效正表示，NCC 現在公布 106 年的分組付費方案，期望能夠多聽各界聲音，也讓系統業者、頻道業者與消費者提早適應。

有線寬頻產業協會彭淑芬秘書長接著指出，NCC 期待數位紅利可以藉由高品質節目的營收增加，擴大整個市場產值，但實現的機率並不高，她以 HBO 作為例子，說明 HBO 在美國廣大市場中，試圖在分組頻道內開發小眾、高品質的節目，都沒有成功，更何況是處於台灣小市場的環境中？彭淑芬認為「時間」在分組付費中扮演相當重要的角色，分組付費必須使消費者在熟悉的消費習慣中，了解使用者付費的觀念，並體認到何謂好品質的節目，才有更多意願來消費，如此好頻道才可能勝出。

延續王國樑教授提出—數位化與分組付費相互排斥的狀況，彭淑芬說，分組付費面臨營收降低，卻沒有完整的財務規劃進行數位化的建設，這樣的情況對業者而言毫無誘因。她也認為，跨區經營已走向市場自由的競爭機制，市場只要一開放，價格競爭即產生，相較於用人為方式推行分組付費，透過一個好的市場競爭機制似乎是較可行的方式，也可免於影響文創、影視產業的投資與競爭力。至於分組付費政策方面，彭淑芬希望政府能多聆聽業界聲音，並在政策實施前，有完整的政策評估報告，在實施後，對於其產業變遷、配套措施，有一份公開報告可供大家討論。

衛星廣播電視同業公會秘書長鍾瑞昌認為，未來實施分組付費所帶來的影響，首當其衝的是廣告產業，不僅使廣告收入大幅減少，廣告結構也跟著改變；再者，消費者的收視習慣也會改變，從以往的大碗公模式轉為自行挑選喜歡的節目，組合成自己的一套節目。但是，若民眾大部分喜歡的頻道在 B 套餐，但特別喜歡的頻道在 A，消費者該從何選擇？他們是否會轉而尋找其他替代性方式如機上盒、網路電視？鍾瑞昌認為，主管機關可以與消基會進行溝通，每個人的需求不同，主管機關如何制定出能滿足大部份消費者需求的分組頻道，是相當重要的課題。

對於 NCC 推動分組付費的決定，師大大傳所陳炳宏教授表示相當贊同，但前提是必須修法以及完備配套。陳炳宏指出，在頻道越來越多的情況下，「誰來分組」的權力關係要先釐清；再者，有線電視集團坐擁無線電視頻道，各業者經由不斷的重播節目，稀釋節目內容，



二、業者向前看？向「錢」看？  
三、主管機關的立場與追求目標  
四、消費者的權益與教育

此一狀況即使在分組後，仍可能在家族頻道中出現。陳炳宏認為，有線電視法第 42 條「節目由系統經營者及其關係企業供應者，不得超過可利用頻道之四分之一」，在分組後應該如何計算等問題，NCC 應先面對，再來進行分組的政策。他認為消費者應該被教育，有線和衛星業者可以試著支持 NCC 作為，將分組付費做的更好。

台藝大廣電系賴祥蔚教授從市場競爭所衍生的問題出發，提出幾項見解。首先，賴祥蔚表示，主管機關應充分了解有線電視分組付費的理論基礎為何，以往推分組付費，是由於分區壟斷的因素，但現今時空背景改變，在數位化與跨區經營的情況下，推分組付費是否還有必要性，應深思熟慮；加上目前有線電視與頻道業者的經營生存基礎，與以往推行的吃到飽機制密切相關，主管機關打破這樣的模式後，該如何接軌等後續問題，也應詳加做完善規劃。

「該如何讓資源優化，使頻道有好的競爭，消費者有好的選擇」，賴祥蔚分析，主管機關應解決市場競爭中有問題的地方，落實公平競爭。此外，分組付費不一定保障本土節目，雖然分組付費可以使消費者更具選擇權，但是教育消費者在此時更顯重要。（接下頁）

## 有線電視分組付費 可行不可行

(承上頁) 彭芸教授認為，在網路電視、OTT 競爭激烈的環境下，有線電視業者該如何發展，讓消費者能夠接受此時 NCC 推分組付費的政策乃屬當務之急。論壇尾聲，主持人曾國峰教授認為，有線電視頻道的分組該如何組，才能滿足最多的消費者需求仍是問題癥結所在。曾國峰指出，若消費者都有自己的保留價格，願意付更多的錢收看節目，但業者必須能組成消費者想要的頻道組合，如此可使業者獲取較大的利益，或許會比現今的分組付費機制還來的好。

## 4G「錢」途茫茫 電信業者積極探索生存之道

(文 / 蔡穎) 我國 4G 頻譜執照競標正如火如荼進行中，截至 10 月 22 日止，總標金已達台幣千億之譜，各界都在問：羊毛出在羊身上，4G 服務該如何賺錢？最新一期的 InterMEDIA (41:3) 報導中整理出幾點關鍵因素，可供國內電信業者借鏡。

該篇專文以「挑選 4G 贏家」為題指出，2012 年歐洲電信業營收衰退了 3.8%，一直到 2016 年前，營收會以年均 1.8% 的跌幅持續探底，業者如何在通往 4G 的路上成功開疆闢土顯得至關重要。隨著 3G 數據的承載容量 (capacity) 碰壁，消費者不滿足現有的使用經驗，業者採用 LTE 技術將可使下載速度提高三至五倍，反應時間則縮短五倍，文章作者 Didier Levy 預期 2015 年開始，所有的智慧型手機和平板都可採用 LTE 技術，並讓 4G 在 2016 年達到 54% 的人口滲透率。

Levy 相信 4G 可帶來更可觀的行動數據流量，然而在許多案例中，業者傾向以過去相同資費提供更大流量的方案，因此數據流量成長並轉為金流的態勢並不明顯。Levy 觀察，歐洲電信業者將持續面臨四種型態的挑戰：

1. 頻譜數量：挑戰者的頻譜資產遠高於自身的市場佔有率，因此仍有成長空間；反之，既有業者限制較多。
2. 成本差異：4G 的建置成本長期而言將

比 3G 低廉，因此其他類型的營運成本 (Operating Expense, OPEX) 成為值得觀察的因素。

3. 是否擁有固定網路：有線固定網路成為行動網路中必要的一部份，特別是 Wifi 和微型基地台將成為分流的重要建設。

4. 四合一服務 (Quad-play) 的可能性：有線、行動、智慧型手機和平板方案共同包裹出售的機會，單純持有行動部門的業者選擇較少。

業者該怎麼做？面對上述諸多挑戰，Levy 同樣整理出四大策略供業者參考：

1. 新的資費結構：最吸引人的策略應該是使用量上限 (usage cap)，另外學習美國行之有年的數據分享方案也能刺激行動裝置的網路流量。
2. 透過合作夥伴在服務上創新：發展各種加值應用如雲端儲存、隨選媒體、視訊會議等，可間接或直接帶動營收和數據流量。
3. 持續縮減成本計畫：單位容量的成本佔總成本的比例愈來愈少，增加其他營運成本 (OPEX) 的效率則更顯重要，未來的商業模式將以網路為中心來降低成本，例如採取線上銷售、電子帳單和網路行銷等。
4. 最佳化基礎網路的使用效率：可透過 WiFi 或微型基地台進行分流，能使頻譜資源有效利用並節省支出，將效能滿載的期限延後至 2022 年 (分流 25% 至 WiFi 的情境下)。

## 會議報導

### ● 2013 國際通訊傳播協會年會

(文 / 黃文哲) 時序進入十月，秋涼季節，台北天空晴空萬里，街頭卻也已慢慢佈滿了秋意，與此同時，隨著新一屆委員到任如火如荼展開一系列構建寬頻建設、促進競爭等政策目標，從推動廣播電視壟斷防制及多元維護法草案、調整電信資費管制、推動有線電視數位化、開放有線電視經營區，調整有線電視收費模式、辦理行動寬頻 (4G) 釋照執照，建制消費爭議處理中心，以迄規劃整備數位匯流法令等等，正一步步加速形塑台灣數位匯流新環境。(接下頁)



（承上頁）面對未來挑戰，通訊傳播委員會主任委員石世豪博士特率領綜合規劃處及法律事務處相關人員，參與 2013 年國際通訊傳播協會 (International Institute of Communication, 簡稱 IIC)，希望藉由分享各國建設及管制經驗，以有助於未來數位匯流之規劃。

本次 IIC 年會以我們是否達到通訊傳播匯流為主題展開兩階段會議：第一階段管制者論壇由地主英國管制機構通訊傳播辦公室主持，限各國管制機構代表參與，探討各國管制者機構所面臨六大管制核心議題包括：管制進程中如何因應對於不同平台及產業所為差別管制、管制者如何自我評估目標之達成、國際合作之範圍及可能之作法、網路電視 (OTT) 或內容、應用軟體提供對既有產業之衝擊及因應、促進基礎設施近用及謀取消費者保最大利益、是否逐步回應匯流所產生新議題等六項議題。

第二階段正式年會則由各國代表及通訊傳播領域學者、專家及事業共同參與。分別就當前法規與現況、創新與成長—寬頻計畫成果、演變中商業與政策、內容與應用—變遷中的產業價值鏈、頻譜近用之效率與競爭、擴大社會經濟利益維持增進信任等議題，探討全球通訊傳播之匯流是否達成，進行廣泛討論。

石主委於第一階段管制論壇中發表談話，分享台灣自通訊傳播委員會成立後，就數位匯流中所遭遇問題及解決方案，包括中華電信 MOD 轉型，草擬攸關數位匯流之通訊傳播管制法等重大議題，提出深入簡出的說明，並就新型視訊平臺內容監理提出台灣之因應作法。

由於台灣與韓國間通傳產業鏈有著高度競爭關係，於第一階段會議後經由主辦單位特別安排，石主委與韓國廣播通訊委員會 KCC 代表韓國資訊社會發展研究院院長 Dr Kim Dongwook（圖左）進行雙邊會談，就有關頻譜配置、WIBRO 轉型、OTT 監管，以及數位內容產製等等分享經驗。

另外，馬來西亞自 1998 年起既有完整之通訊傳播匯流法規，石主委於年會中與該國 MCMC (Malaysian Communications And Multimedia Of Committee) 主席 Dato' Mohamed Sharil Mohamed Tarmizi（圖右）就匯流法律執行時之過渡作法進行短暫而深入交流。

總體觀察，本次會議從各國管制者針對通傳匯流議題迄今提出的心得與解決方案可以看出，各國的管制政策，莫不是以摸著石頭過河，逐步摸索解決方案，特別是在傳播領域，雖然由於新型態的載具與服務不斷推陳出新，一再衝擊既有的管制架構與法規，誠如石主委在此次發表的談話中所說的，真是「管制者的夢魘」。事實上通訊傳播雖然持續的經由各種創新技術與服務的開發，而加速匯流，但其核心價值並無改變，問題只在守護這些價值的主體與方法必須與時俱進，管制者的角色不應再以秩序的創造與維護者自居，宜透過一系列的自律與輔導，深化「共管」機制。

※ 附註：IIC 是全世界唯一聚焦全球電信與媒體政策及管制業務的獨立會員組織。

## ● 2013 國際電訊傳播社會歐洲區會議



(文 / 彭芸) 我於 2009 在通傳會任主委期間，參加在羅馬尼亞首都布加勒斯特舉行的全球論壇 (Global Forum)，接著去布魯塞爾拜會歐盟資訊社會與媒體執委 Dr. Viviane Reding，探討歐洲資訊社會的理想與實際，次年，又曾在世界行動通訊年會中聽歐盟執委會一數位政策 (Digital Agenda) 執委 Mrs. Neelie Kroes 討論歐盟單一數位市場的作為，因此對歐洲單一市場的發展一直非常注意。

返回學校後，這兩年進行數位轉換前後的國科會研究案，今年結案後，於十月赴義大利佛羅倫斯舉辦的國際電訊傳播社會歐洲區域會議 (International Telecommunication Society, ITS) 提報論文，算是將我國無線電視台數位轉換的來龍去脈，以及相關問題做一個學術性 (而非政策性) 的整理。

國際電訊傳播社會與我國關係甚密，2011 年會在台灣舉辦，盛況令許多參與嘉賓迄今難忘，通傳會第一屆委員劉幼墀更是該會的執委，在她的號召下，今年在歐洲舉辦的歐洲區年會，我國也有一些學者積極參加 (如圖)。

我的論文安排在「頻譜組」，這是最熱門的一組，每一場都坐滿，我就開玩笑，因為這一組牽涉的金額最大，從頻譜買賣、分享、交易成本等，每一個決定都牽涉到好多零的金額，不管是規約者、智庫、業者，以及一些電訊經濟學者，都參與熱烈，並討論深入。

大會主題是「科技、投資與不確定性」，就將通訊傳播產業最關鍵的幾個概念說出來了，除了頻譜，其它如媒介、定價、行動、寬頻、規約、數位服務、隱私、創新、市場、新世代接取、消費者等，都相當精采，由於是論文發表，都經過評審篩選，因此不少論文相當有內容，就與我過去參加一些完全與政策為主的會議不同，自己收穫很大。

歐盟架構指令 (2003, 2009) 提及「電信、媒體、資訊科技產業的匯流，意謂所有傳輸網路都應涵蓋在單一管制架構下規管。」歐盟利用這樣的架構指令來要求其成員國追求數位匯流，並考慮其重大議題，因此在歐洲舉辦的年會，當然特別重視這方面的發展。會議在位於佛羅倫斯的歐洲大學舉辦，這所大學的一些中心由歐盟支助，並號召歐洲許多頂尖學者到此研究、教課，風景優美，真是個做研究的好所在。

## 活動預告

論壇主題：從寬頻人權看我國 4G 頻譜拍賣

主辦單位：元智大學

時間：2013 年 11 月 22 日 (周五) 下午 13:30 至 17:00

地點：市長官邸藝文沙龍 表演廳 (台北市徐州路 46 號)

詳情請見：<http://convergence-policy.blogspot.tw/>



# 台灣匯流新聞集錦

## 4G各頻段 得標者出爐

【中央社 江明晏、聯合晚報 馬瑞璿／2013-10-30】

4G 競價自 9 月 3 日起每天進行 10 回合，近兩個月的 4G 銀彈大戰於 30 日正式結束，總標金達新台幣 1186.5 億元，高於底價 359 億元約 2.3 倍。電信三雄老大中華電斥資 390.75 億元，取得 B2、C2、C5 頻段。遠傳不干示弱，連續拿下 C3、C4 共 20MHz 頻譜，可望提供全台最快 4G 服務，遠傳表示，將致力成為全台第一家 4G 開台的業者。而成為這次唯一拿下 35MHz 的業者，中華電信行動通訊分公司總經理林國豐表示，會給消費者最好的服務，預計明年下半年推出 4G 服務，全台涵蓋率將遠超過 NCC 所規定的五年內涵蓋率 50% 的規定，資費方面，會以多元資費方案，滿足不同客戶的需求和選擇。

遠傳電信則可說是六家電信業者的另一個贏家，同樣也拿下三個頻段，分別是 A2、C3、C4 頻段，雖然總計只拿下 30MHz，但是，其中 C3、C4 是連續 20MHz 不斷的頻段。遠傳發言人郎亞玲表示，現在全球 4G LTE 中，僅有拿下連續 20MHz 頻段的業者才能提供用戶傳輸速率最高、最快的服務。台灣大獲得 A4、C1 兩頻段，亞太電信獲得 A1 頻段，鴻海獲得 A3、B3 頻段，頂新集團的台灣之星則獲得 B1 頻段。

## 頻譜政策不確定 行動通訊產業埋隱憂

【經濟日報 陳俁任／2013-10-21】

第四代行動通訊（4G）競標，總標金從 1,000 億元起持續墊高，競標業者不僅面臨標金衝高、股價下挫的短期壓力，更擔憂政府對頻譜政策的不確定性，以及流於空泛的產業發展高調，將成為長期隱憂。4G 標金一路衝高，六家參與競標業者成本壓力大，也讓市場憂心成為短期營運牽絆，紛紛拋售持股，電信三雄中華電、台灣大、遠傳股價陸續下探波段低點，顯示市場已開始反應「4G 成本效應」。

業者透露，交通部可能在後年再釋出近 100MHz 的 2.6G 頻段，但既有的 WiMAX 頻段要怎麼整合、時程如何規劃？會採哪種競標模式？都仍無方向，電信業者此刻很難對 4G 做整體戰略布局，更難合理判斷競標中的頻譜價值。政府基於保護消費者立場，在 4G 市場主導者的定義與基本費率應有所本，並在競標遊戲規則中明白記載。

## 國內行動上網平均下載速度已達近 4Mbps

【iThome 蘇文彬／2013-10-04】

財團法人電信技術中心（TTC）最新行動上網測量報告指出，民眾實測回傳數據顯示，我國行動上網平均下載速度比去年大幅成長 57%，從去年測量的 2.52Mbps 提高到 3.95Mbps。TTC 定點、移動測量結果更為明顯，在 351 處定點測量行動上網速度，平均下載速度達到 5.17Mbps，比上次的 2.07Mbps 高出許多，定點的平均上傳速度則有 1.17Mbps。

民眾實測從縣市別來看各地行動上網速度，因行動網路同時間使用者愈多速度愈慢，上網速度最快的出現在金門縣，速度最慢的是花蓮縣，下載速度只有 3.27Mbps。整體而言，各地上網速度差距縮小。NCC 去年開始委託 TTC 進行全國行動上網速度調查，主要是為了提供民眾參考，TTC 指出影響 3G 上網速度除了各家電信業者設備、網路差異，還包括用戶使用當下環境的干擾、上網設備、共用網路資源的人數多寡等等。

## NCC：正規劃獎勵本土優質節目

【蘋果日報 徐毓莉／2013-10-16】

立委羅淑蕾表示，國家通訊傳播委員會（NCC）未來要實施有線電視分組付費，其中有一個基本組，以前收看無線電視不需要付費，但無線電視被歸類到基本組後，民眾要付費收看，且誰能被選入基本組就形同受保護，若有一些不好的頻道內容，也要被迫接受並付錢去看。

NCC 主委石世豪表示，正在規劃獎勵本土優質節目。石世豪指出，基本組至少會有 11 台以上，為獎勵本土優質節目，不管境內或境外頻道，重點在於本土製作的優質節目，已與文化部連繫，希望能訂定外界認為可行的辦法。

# 國際匯流新聞集錦

## 英國73%民眾使用30Mbps以上超快寬頻

【網易科技／2013-10-25】

英國Ofcom發表年度報告指出，英國約73%的網路使用者現在使用30Mbps以上的高速寬頻，比2012年的數據提高了近10%。Ofcom發表的年度《基礎設施報告》，調查數據截至今年6月，發現願意購買30Mbps以上寬頻的用戶數量增長了一倍多，所佔比例從10%提高到22%。

單是六月份，英國固網寬頻的流量就達到約6.5億GB。報告還首次調查了英國道路的行動網路覆蓋，發現只有9%的公路完全沒有3G覆蓋。此外，公共網路熱點在餐館、咖啡館和其他地方的數量，從1.6萬個增長到今年3.4萬個。報告指出，當前英國處於新網路技術大投資階段，過去一年裡基礎設施獲得顯著發展，取得的成就包括：超快寬頻的可用性和申請率增加、開始部署4G行動寬頻網路、WiFi熱點的可用性和使用率顯著增長。

## 車商顧安全 搶無線頻譜

【經濟日報 賴美君／2013-10-02】

汽車製造商陷入無線頻譜壅塞的困境，希望與有線電視業者爭搶更多WiFi所需的無線頻譜，以順利推廣「車對車通訊」，避免因通訊中斷危害駕駛安全，並將汽車連至紅綠燈等基礎設備，使交通更為順暢。車商、有線電視業者與美國FCC於九月底會商，提出需要更多WiFi所需的無線頻譜，既有頻道已日益擁擠。美國眾院通訊科技小組委員會訂11月1日就無線頻譜紛爭舉辦公聽會，希望找出解決之道，但FCC仍掌控最後決定權。

WiFi之爭已使通用汽車（GM）與福特汽車（Ford）等車商槓上康凱斯特（Comcast）與時代華納（Time Warner）等有線電視業者，也凸顯政府配置頻譜的難題。微軟與Google也擔心網路變慢將阻礙消費者存取他們的服務，希望汽車業者能分享更多頻譜。美國國家公路交通安全管理局（NHTSA）估算，美國每年有三萬件交通意外事故，車對車通訊可望降低正常駕駛的意外事故80%。

## ITU：行動寬頻需求不斷增長 無線頻譜需提高十倍效率

【通信世界網／2013-10-24】

國際電信聯盟（ITU）日前發布的報告指出，從全球範圍來看，無線頻譜需要提高十倍的使用效率才能滿足不斷增長的行動寬頻用戶的需求。ITU表示，目前行動寬頻用戶數量已經比固網寬頻用戶數多兩倍，到2013年年底，全球將有21億行動寬頻用戶，到2018年，全球行動寬頻用戶數量將以每年30%的速度增長。屆時，行動寬頻用戶數量將超過90億。ITU還表示，到2017年，全球行動數據流量將增加為2012年的13倍。

ITU曾在2012年的《寬頻現狀報告》中指出，行動數據流量的強勁增長促使各國對行動寬頻和頻譜資源的需求越來越大，但這類資源是有限的，因此，要將頻譜的使用率提高十倍才能滿足目前對頻譜資源的增長需求，ITU目前正在為提高頻譜使用效率進行技術研究。

## comScore：歐洲七分之一智慧型手機用戶透過裝置購物

【精實新聞 賴宏昌／2013-10-22】

研調機構comScore, Inc. 21日公佈，2013年6月至8月期間，歐洲五大市場（英國、法國、義大利、西班牙、德國）行動網購客戶人口增加43.3%至3,180萬，佔整體智慧型手機用戶比重20.4%，較一年前增加2.8個百分點。西班牙、義大利、德國的行動網購人口分別年增66.5%、61.3%、45.2%，英國、德國分別有27.6%、27.2%的智慧型手機用戶進行網購，比例明顯高於其他三個國家。大約有七分之一（14.6%）的歐洲智慧機用戶透過手上的裝置購物或預約服務，主要購買的項目包括服飾、配件（佔整體智慧型手機用戶5.4%）、消費電子產品或家電（3.8%）、書籍（3.8%；不包括電子書）、門票（3.4%）和衛生用品（2.6%）。

當歐洲五國智慧型手機用戶在實體商店時，他們會做什麼？23.5%表示會對商品進行拍照，14.3%表示會將產品照片傳給家人或朋友看，14%則說他們會透過簡訊或電話詢問朋友對特定產品的意見，10.9%表示會掃描產品的條碼，7.9%表示他們會上網比價。歐洲行動電子商務交易人口成長37%，自2012年8月的1,660萬升至2,280萬。

# 中國匯流新聞集錦

## 滬自貿區邀國外電信商登陸

【工商時報 林殿唯／2013-09-25】

電信事業在大陸屬中央直接控管的重點事業，被三大國有電信業者獨家把持，但這樣的壟斷情況卻可能在上海出現改變，因為上海自由貿易區在選擇網路基礎服務商時，可能會允許和邀請國外電信商參與。

南華早報引述消息人士的說法指出，上海自貿區的管理部門將邀請國外電信公司競標自貿區內的網路服務執照，此決定已獲得高層批准，而且中移動、中聯通、中國電信等三大電信業者均不反對此事。根據騰訊科技報導，國外電信業者與大陸業者已有多次合作，協助在大陸的跨國外資企業建設企業間的高速網路，但目前還沒有獨立的外國電信商在大陸市場營運的先例。

## 拓璞估明年陸 ICT 成長 13.8% 亮點來自 4G、行動上網與半導體

【鉅亨網 蔡宗憲／2013-10-03】

今年中國大陸將 GDP 成長目標定位在 7.5%，拉動內需成為發展主軸，展望 2014 年，拓璞產業研究所所長楊勝帆預估，4G 進入試點、行動上網受惠終端智慧行動裝置需求帶動、另外 IC 設計與製造逐步擴展，這三大亮點將帶動中國大陸 ICT 產業持續成長，預期明年中國大陸 ICT 產業將較今年成長 13.8%，估達 10.9 兆元人民幣，較今年 9.6 兆元人民幣大幅成長。

拓璞表示，明年中國大陸產業 3 大亮點，包含 4G、行動上網與半導體，其中 4G 釋照，今年中國大陸有機會發放 3 張 TD-LTE 牌照，而 LTE 牌照預計 2 年後發放，4G 動能啟動。行動上網則是在智慧型手機等產品帶動下快速成長，拓璞認為，各戶聯網皆將手伸進移動領域，建構自己的生態系統，吸引用戶採用，如騰訊以微信、阿里巴巴支付寶打造行動上網生態系統，還有手機遊戲與社群網絡的結合。

## 陸聯網電視滲透率達 49% 全球第一

【經濟日報 蕭君暉／2013-10-14】

NPD DisplaySearch 發布報告指出，過去大陸曾是全球彩色電視追隨者，但最近幾年，大陸的彩色電視已成為全球平面電視領導者，並且在電視產品主要規格進展過程、成長速度都明顯比亞太、拉丁美洲、中東、非洲等地區快速，其中在聯網電視滲透率目前已達到 49%，甚至還高於日本的 48%。西歐、東歐及北美的滲透率則分別為 45%、38% 與 31%。

另外，NPD DisplaySearch 表示，大陸電視在超大尺寸的出貨占比上，迄今也只落後於北美地區。至於當前最熱門的 4K2K 超高解析度平面電視銷售量，大陸市場更是遙遙領先其他市場，據估計，目前全球大約 6 成左右 4K2K 平面電是出貨到大陸市場。

## 大陸 4G 手機售價跌很大

【工商時報 吳筱雯／2013-10-21】

中國 4G 手機售價明年第 2 季大跳水。中國最大電信業者中移動為了快速衝刺 4G 用戶數，據了解，明年第 2 季中國 4G 智慧型手機就將降價至 1,499 元人民幣以下、直逼 3G，規格也不馬虎，搭載 5.5 吋 720p 高解析度螢幕的千元人民幣 4G 機種，比比皆是，高通則可望是中國 4G 手機低價化的第一波贏家，聯發科則要等到明年第 3 季起，才會在千元人民幣 TD-LTE 領域有表現機會。

中國最快將在今年底釋出 4G 執照，而在 4G 手機補貼銀彈、網路建設均準備最充分的中國移動，面對 4G 到來也最積極，包括三星、索尼、宏達電等一線品牌多款高階 TD-LTE 智慧型手機，均已通過中國工信部的入網許可，中移動在高階 TD-LTE 手機已經完成準備。