

匯流政策研究室電子報

發行人 / 彭芸

採訪編輯 / 曾筱媛、王怡蓁、王千綸

發行 / 匯流政策研究室 每月一號發行

聯絡信箱 / convergence.policy@gmail.com

正式號第三十二期 104 年 03 月 March 2015

▼ 2 月論壇報導

檢視我國無線電視的困境與出路



▲ 左起師範大學大眾傳播研究所教授胡幼偉、通傳會主任秘書何吉森、元智大學教授彭芸、臺北藝術大學藝術行政與管理研究所助理教授劉蕙苓、民視總經理特助陳申青。

國家通訊傳播委員會提出的廣電法小修版上個會期在立法院角力甚深，最後還是未能過關，究竟廣電三法與現有我國無線電視的問題有直接關連嗎？通過後可以解決我國無線電視台存在的諸多問題嗎？匯流政策研究室於二月論壇探討「我國無線電視的困境與出路」，論壇中邀集產官學界一同探討問題之所在，並提出修法方向與未來規劃建議。



▲ 文化部影視及流行音樂產業局局長張崇仁

眾所皆知無線電視在台灣媒體的發展史上有其重要地位，然而，面對有線電視的競爭與數位化挑戰，無線電視逐漸被忽視與遺忘。文化部影視及流行音樂產業局局長張崇仁表示，無線電視的確成為艱困的產業，他認為應該討論的是未來無線電視的整體營運模式，以及如何協助內容業者，而不該只在乎必載的頻道數量。目前在國家通訊傳播委員會修法遇到的困境牽一髮而動全身，像是美國 FCC 很少修法，僅以行政命令來因應時代的轉變，只是兩國的機關權限不同，美國 FCC 具有行政與司法權，但通傳會沒有，因此，遇到問題要修法，卻窒礙難行。

世新大學廣播電視電影學系副教授關尚仁曾擔任華視總經理，他以學者及業者的觀察，來分析目前的無線電視困境。他認為無線電視有三個問題，第一個是，無線電視「有人管，沒人愛」，無線電視的主要監理機關為通傳會，但是產業政策的規劃卻完全沒有，目前最大的問題是，通傳會跟文化部這兩個主管機關各做各的。第二個是黨政軍三退後，為德不卒，政府的配套和輔導不足，譬如情況最不樂觀的華視，就是當初民股未買完，因而導致不公不民的經營。而第三個問題在於數位化，無線電視按照通傳會規範，也花了許多錢，但是頻道內容卻沒有真正讓民眾接收到，效果有限。

除上述困境之外，關尚仁教授認為無線電視也要自我檢討，最重要的是提升無線電視的核心產製能力，他認為無線電視不是通路商，而是內容產製者。現在無線電視缺乏（接下頁）

檢視我國無線電視的困境與出路

(呈上頁)產製能力，多以外包形式來執行工作。然而，無線電視產業中並不是沒有良好的製作環境與能力，而是缺乏培養人才和沿襲舊制的習慣導致。

2

國家通訊傳播委員會主任秘書何吉森從政策面來做說明，解釋無線電視必載的現有爭議。廣電產業對於無線電視必載並無共識，無線電視希望增加一個頻道，有線電視則希望維持現狀，衛星頻道業者更持反對立場，何主任表示經過通傳會協調後，多數業者能接受有條件基本頻道版條文。

而從未來的出路來看，何吉森提到新版的匯流法規劃下有五大主軸，而「豐富影音內容服務」與無線電視相關，未來將與文化部合作，內容包含：鼓勵多元文化內容、提升影音內容製作、健全廣告交易市場交易機制。而針對無線電視修法部份，在今年底前預計進行第一階段修法，把廣電法和衛廣法合併為無線與衛星廣播電視條例；而第二階段才會進行匯流法修法，預計於明年提出。



▲世新大學廣播電視電影學系副教授關尚仁

針對何主任的發言，關尚仁教授提出建議，他認為國人自製節目的內容，定義不是很明確，應該還是要培養電視台內部的產製能力，而非外包給其他業者。另外，張崇仁局長也表示，通傳會規範黃金時段播出自製內容也許不合時宜，因為年輕的收視眾已經不看電視，應該考慮目標群眾。

民視總經理特助陳申青從三個面向作說明，首先，以民視來說，廣告目前占收入的五成，但已經比過去低許多，他表示，如果沒有錢，要怎麼做好內容？陳特助認為政府要從頻寬、版權、與營運管理三個方面來加以協助。另外，他提到資源與內容的部分，認為民眾付出的有線電視費用每年約有三百億，但是跑哪裡去？這三百億應該重新分配，做好內容，不應再從民眾口袋掏出更多錢。最後談到廣電三法，因為牽扯到政治與商業利益，如果能做好妥協，找出關鍵人物，堅持下去應該有機會過關。

國立臺北藝術大學藝術行政與管理研究所助理教授劉蕙苓曾經服務兩家無線台，眼見「起高樓」，年終獎金拿到笑呵呵，現在呢？她進一步從自己的研究發現台灣人為什麼都不看無線電視，原因在於觀眾遺忘了無線電視，僅記得二三十年前的當紅戲劇。她表示無線電視的困境來自以下原因：第一個是廣告收入減少，去年的報告指出僅占所有媒體的百分之八，接下來是無線電視經營的頻道太多，入不敷出，另外則是無線電視進入數位市場的時間太晚，由於兩千年左右在試營運時，無線電視未做好良好準備，錯失了機會。因此，劉蕙苓呼籲，無線電視應該先從小而美做起，製作優質節目，再去擴張，並且思考如何創新，找出新的出路。

國立師範大學大眾傳播研究所教授胡幼偉表示，只要還有人看電視，無線電視的市場就沒有消失，但是過去寡占的市場轉變為多元競爭，以及內容接收的方式改變了，這兩個因素導致了無線電視的問題。他認為目前的內容提供者與頻道太多，解決之道是先從好節目做起，也不用太貪心，做出一、兩個記教好又叫座的節目就很不錯，讓觀眾記得，解決品牌的問題。另外，他觀察到了一個矛盾的狀況，認為主管機關一方面鼓勵資金投入，但另一方面又限制投資者不能獨佔市場，導致投資者卻步。最後，他認為無線電視有其歷史地位的優勢，還是可以吸引到人才和資金，好節目未必需要很多錢，但好的故事內容與創意人才的投入絕對不可或缺。

主持人，元智大學彭芸教授結論時強調無線電視台在過去是人們資訊與娛樂的必須，各國媒體發展史，無線電視台對國家進步、凝聚共識、社會和諧，有一定貢獻，台灣無線電視台錯過幾次轉型的契機，現在固然觀眾流失，但其品牌尚存，其價值要政府、業者齊心面對，修法的面向要廣、業者自救的決心要夠，難道一定要等「酒店打烊」？（文 / 王怡蓁）

面對匯流，我國無線電視坐失良機

隨著衛星頻道產業日益成長，台灣的所謂老三台：台視、中視、華視因長期節目外製或委製，失去創製影視內容的核心能耐而無力競爭，廣告業績在近十年一路滑落。由於無能創製節目內容，無線電視台甚至與衛星頻道合作，引進後者製作之戲劇節目於八點檔全國首播，同時為降低經營成本直接採取以購片代替製片的策略，導致無線電視台在國內電視市場的競爭力弱化。由於這三家無線電視台老態畢露，「老三台」的稱法就廣泛傳用，形構了負面的刻板印象。

無線電視台的版塊隨著「黨政軍退出無線三台」而大幅挪移。在政黨、政府、軍方之公股釋出後，中視與台視變成更純正的民營電視臺，華視則成為公共廣播電視集團的一份子。五家無線電視台，三家為民營，兩家為公共系統。在社會的理想與期待中，運用公共電波資源的無線電視台，不論在影視內容創製、業務市場競爭、或公共服務均可扮演更適當的角色，可惜一切多未從人願。在有了新的經營者，「老三台」大幅精減人力後，未見振興，除台視勉能穩住腳步，中視則是一落千丈，華視也邁入經營管理的動盪而狀況百出的窘境，當然營運就遲滯不前。

為運用數位電視高品質影音的製播條件，且為促進數位電視產業健全發展，提升國內高畫質電視節目製作水準，政府自 95 年度起，辦理高畫質電視節目徵選案，補助涵蓋動畫、兒童少年節目、紀錄片、電視電影及連續劇等不同類別節目。無線電視台於 2012 年 7 月正式全面邁入無線電視數位時代，我國五家無線電視台業者以多頻道型態經營數位電視事業，包含客家電視臺，共計有十五個標準畫質頻道及五個 HD 高畫質電視頻道，針對不同目標族群製播專門屬性的頻道，例如華視教學台強調終身學習，提供無廣告干擾的純教育使用的教學環境；而民視的交通電視台提供即時路況，加強頻道的行動服務性。數位化後的無線電視，仍本既有之公有電波服務公眾的思維，採傳統營運模式，免費提供收看。

無線電視數位化是極具時代意義的好事，雖然比起先進國家已經算是落後，但對於在市場上節節敗退的無線電視台來說應該是一個再創新猷的契機。可惜由於政策配套的不足，在廣電產業被要求率先數位化反而讓無線電視台形同風中孤兒，要單獨面對所有的不確實性；契機沒有，危機重重。從買數位器材不能援用產業生級方案減稅，到高解析電視機用的機上盒，以及數位天線的安裝服務，到有線電視系統之「必載」仍堅持於原來的類比頻道；政府全無配套措施，祇是以行政命令要求無線電視進入一個空洞的數位化市場。無線電視台在 2012 年 6 月 30 日繳回類比頻道，全面改用數位訊號播出，原有超過 90% 的全國用戶市場涵蓋，淪為祇有不到 20% 的用戶市場，故而必須依賴訂戶超過用戶市場八成的有線電視系統來補充市場涵蓋；卻由於有線電視系統尚未數位化，反而將接收到無線電視 HD 訊號降轉為類比訊號。

無線電視數位化播出後，孤獨而淒涼的面對巨幅萎縮的電視市場，卻每天還要依通傳會的規定，投資製播 HD 的節目，再將這些 HD 節目用數位訊號播向微量用戶市場，營運的困境可想而知。為了生存，無線電視台於 2012 年起，透過沈寂已久的電視學會，向總統府、立法院及黨團、通傳會、文化部不斷陳情，希望能依有線電視法 37 條無線電視訊號必載之精神，將一個 HD 主頻及兩個標準畫質頻道都一併涵蓋，讓政府推動數位電視的美意得以快速落實，數位電視市場因而得以加速發展，無線電視產業才能作為數位電視的領頭羊。（文 / 關尚仁）

台灣無線電視的必載爭議

國家通訊傳播委員會（NCC）於 2014 年 10 月 17 日發佈新聞稿，直指廣電三法的修正案一拖再拖的原因，關鍵就卡在有線廣播電視法修正草案第 33 條的「必載條款」，無線電視、有線電視以及衛星電視各有考量，對於利益的分配無法取得共識。無線電視業者認為，隨著有線電視系統數位化後，其頻寬可容納的頻道近 600 個，因而主張台灣數位有線系統應在既有的必載頻道上，多給予一個必載頻的「1+1」方案；然衛星電視業者則持反對意見，認為我國目前之無線電視台已全面民營化，過去的「公營」色彩不再，主張修正現行有廣法第 37 條（備註 1），廢除公視以外之無線電視頻道必載之規定。在無線電視與衛星電視業者僵持不下之時，有線電視則傾向於維持現行必載的各家主頻道，其餘非必載頻道則透過市場之商業機制進行協商。

然究竟我國必載之必要性與考量因素為何？美國從有線電視系統出現，就必載無線電視的節目，美國 1992 年的有線電視消費者保護及競爭法（The Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992），主要規範有線電視業者必須「無償」轉播當地非商業電視台以及低發射功率電視台的節目給予閱聽眾。其目的在於保護一般大眾「知的權利」（Burger & Gray, 1998, 轉引自劉貞宛, 2006），並且設法擺平現實的巨大商業利益分配（通訊傳播政策小組, 2012），然而隨著多頻道時代的來臨，多以「必載協商」的再傳輸同意來處理無線、有線頻道之間的關係。

簡單說，無線廣播業者認為有線電視並沒有為其節目內容給付報酬，但有線電視業者則反駁有線電視的「必載」為其節目帶來了廣大的閱聽眾以及更好的訊號品質（Creech, C. K., 2014）。為了平衡利益的分配問題，美國發展了「必載」（must-carry）以及「再傳輸同意」（Retransmission consent）之規定，除了非商業電視以及低功率電視台外，美國之商業電視台，有權於「再傳輸同意」與「必載」兩者之間作選擇（Creech, C. K., 2014），該選擇有效期間為三年，每三年得重新作選擇（張慧君, 1999b; Benjamin, Lichtman & Shelanski, 2001: 456; Timmer, 2004）。

再傳輸同意（Retransmission consent）指的是，有線電視業者和其他多頻道節目提供者，在沒有取得無線電視台的再傳輸同意之前，不能傳送無線電視台的節目訊號，除非無線電視台行使必載權利（備註 2），藉由此市場的協商機制，來均衡不同產業間的利益考量。

我國於 2012 年 6 月 30 日關閉竹子山站的主站訊號，開啟無線電視全面數位化後（備註 3），雖然傳輸技術全面數位化，提供更多的播映頻道數，但無線電視產業卻無力給予相應的節目品質內容，順利實現市場競爭、消費者受益的良性結果。根據國會政策中心通訊傳播政策小組的統計，自 2004 年 7 月數位無線電視正式開播以來，無線電視體質殘破的情況實在令人不忍卒睹，其重播率甚至高達 40.86（通訊傳播政策小組, 2012; 備註 4）。原因在於我國之市場規模不如美國等大國，廣告市場極為有限，卻是無線電視業者的主要收入來源，導致其難以因應大量的節目製作需求，因此美國「交付商業市場機制」的解決方案並不適用於我國之產業現況。國家通訊傳播委員會委員彭心儀（2014）認為，透過或許能以修改廣播電視法第四條禁止頻率租賃等規定，使無線電視業者能在僅能倚賴廣告營收，是為關鍵。

而回顧歐洲之必載規範，則是基於頻譜的公共與稀缺性，歐洲的公共廣播體系擔負起教化合一的公共任務，加上其製播能力具有高度水準，在其公共服務的特性下，公共廣播體系製作之節目內容自然有其絕對必要，同時，歐洲有線系統發展亦以「公共服務」為初衷，與美國商營的本質相當不同。（接下頁）

台灣無線電視的必載爭議

5

(呈上頁) 雖然我國無線電視業者除公視外之已全數民營化，「公共性」卻仍為無線電視的本質，至少在廣電法尚未修正前，廣播電視法對無線電視的規定相對嚴苛。彭心儀 (2014) 就認為，無線電視業者使用國家所擁有的無線電頻率，加上政府近年又投入大量資源發展無線電視數位化，無線電視公共性質並未徹底消失，法規上更存有不得收費等諸多限制，因此將其全面商業化並由市場機制決定生存，與其本質產生扞格之處，因此必載爭議能否順利解決，則希冀於透過議題網綁以及利益平衡的方式來換取共識。

而通傳會亦據此原則，提出「不區分衛星頻道或無線電視，只要符合自製節目比率，即可成為基本頻道，有線電視轉播免付費用亦不構成侵權」的解套方案舉例，試圖透過「雙免」的方式，來為必載問題解套，同時為分組付費鋪路。但必載議題攸關人民的基本視聽權益，因而未來無線電視產業是否增加其必載頻道數，亦應同時考量無線電視業者能否提供相應的製播能力，無論如何，都應以公共利益的精神為最高原則，才能確保協商結果有利於閱聽大眾。(文 / 王千綸)

備註：

1. 《有線廣播電視法》第 37 條：系統經營者應同時轉播依法設立無線電視電台之節目及廣告，不得變更其形式、內容及頻道，並應列為基本頻道。但經中央主管機關許可者，得變更頻道。系統經營者為前項轉播，免付費用，不構成侵害著作權。系統經營者不得播送未經中央主管機關許可之境外衛星廣播電視事業之節目或廣告。

2. 再傳輸同意之規定不適用於非商業性電視台或超級電視台 (Benjamin, Lichtman & Shelanski, 2001)。

3. 此處所指的無線電視數位化，是指由原來的「台視、中視、華視、民視及公視」共 5 個無線電視電臺，透過地面波分別傳送 1 個節目頻道，而轉為傳送 15 個數位節目頻道給具備數位接收天線與機上盒的閱聽眾，包括：台視主頻、台視財經、台視綜合；中視主頻、中視新聞、中視綜藝；華視主頻、華視教育文化、華視休閒頻道；民視主頻、民視交通台、民視新聞台；公視主頻、公視 DiMo 台、公視 Hi HD。

4. 數據來源：數位匯流與國民視聽基本權利—檢討有一視必載無線電視的必要性，通訊傳播政策小組，國會政策中心，2010，頁 4。

▼ 有線電視專題報導：

有線電視發展之關鍵議題

台灣通訊學會於 2014 年年底舉辦「數位傳播前瞻與挑戰研討會」，特別針對有線電視發展的關鍵議題，進行廣泛討論。

首先，國家通訊傳播委員會委員翁柏忠就我國有線電視數位化政策做簡單的回顧報告，他表示，在 103 年底有線電視總訂戶約為五百萬戶、機上盒數三百八十一萬戶、訂戶普及率為百分之五十九。他接著強調有線電視數位化應達成整體多贏的目標，數位化的利基有以下幾點：戶數成長，落實使用者付費；停止雙載，業者應加速關閉類比頻譜，釋放頻寬避開 4G 干擾；數位化可以提供高速寬頻服務，發揮頻譜最大效益；豐富節目內容，增加高畫質頻道；以及異業結盟頻寬出租。他認為機上盒帶來智慧家居，智慧家居整合了業者的努力，帶給民眾生活更多便利。最後他提出幾點建議：有線電視系統不能只是纜線系統，要兼顧行動、在地、多螢、互動，以及節目內容要能滿足消費者需求。

台灣寬頻通訊副總裁林志峰從業者的角度來分享。他說雖然台灣有線電視數位 (接下頁)

有線電視發展之關鍵議題

6

(呈上頁)化普及率迅速攀升，但成本十分之高，是一項昂貴的投資，而實質的費率、資產報酬率卻在逐年下降。他提到我國有線電視產業主要面臨兩大競爭，中華電信 MOD 以及 OTT，MOD 市佔率已達百分之二十，這已算有效的競爭。但林志峰強調，在 OTT 方面更是衝擊甚大，網路上非法侵權的 OTT，涉及了對兒少保護的漏洞、對我們文創內產業的危害、廣告的下降、有線電視客戶的減少，他認為 OTT 的管制應該會成為 NCC 面臨的重大議題，呼籲主管機關要適當管制非法 OTT，而在有線電視產業面臨 OTT 競爭時，則應該解除管制。

衛星電視公會秘書長鍾瑞昌提出衛星電視公會的看法，他表示：現在仍以封閉網路為主要傳輸平台，像是有線電視和 IPTV；在開放網路上則是 OTT，但其發展對現狀仍存在雙重的衝突；固然節目版權與廣告尚稱穩定，但面對網路廣告、人事、管銷等成本上升，帶來不小衝擊；另外則是高額的投入是否能帶來實質收益。他針對有線電視產業提出三點關鍵議題：首先是不安定的政策環境，鍾秘書長認為分組付費是一個市場競爭的手段，應由系統決定，政府不要管太多，政府應該鼓勵促進競爭，透過競爭讓消費者選擇，接著是無線電視增加必載的爭議，商業無線電視的必載不應讓政府介入，而是可跟系統業者協商；接下來要正視的是台灣市場規模太小，導致資金投入少，影響節目內容的發展，應爭取與大陸合作，讓市場變大；最後，法令規管的強度方面，他認為電視節目內容的法律規管嚴峻，而網路內容多以自律、輔導為主，規管強度明顯有所落差。

台灣有線寬頻協會秘書長彭淑芬表示，面對 OTT 時，就如同小蝦米對抗巨獸，可以預見 OTT 將成為這一兩年最大的議題。彭秘書長表示很高興主管機關有看見此問題，但如何跨境管理需要更多面向的努力。另外，有線電視的議題，包含了與其他平台的競爭、有線電視不再是收視的主要來源、法律規管強度不一的問題。最後，她提出對政策及修法的建議：首先，國內有線電視的監理政策比起國外嚴苛，建議修改舊法及鬆綁；其次，是網路內容加以規管，維持視訊市場的公平性；最後，她認為有線電視費率應回歸市場機制，由業者自行規劃分組。彭淑芬呼籲，期待要有相同服務相同管制，有線電視不怕 OTT 與手機業者的競爭，是怕不公平，希望主管機關正視，依照消費者選擇定價。（文 / 王怡秦）



▲台灣有線寬頻協會秘書長彭淑芬。

三月論壇預告 「智慧城市」

會議時間： 2015 年 3 月 19 日 (四) 下午 2 時	講者與議程
會議地點： 政治大學公企中心 501 會議室	引言人： 經濟部工業局 吳明機 局長
主辦單位： 電信技術中心與匯流政策研究室合辦	主題一：智慧、綠能、低碳的城市新面貌 - 完備網路建設、靈活頻譜政策
連絡資訊： convergence.policy@gmail.com	主持人： 電信技術中心 李大嵩 董事長
誠摯邀請您一起參與討論	與談人： 臺灣大學電機工程系 張時中 教授
	國家通訊傳播委員會 陳子聖 處長
	臺北市政府資訊局 李維斌 局長
	中華電信行動分公司 林國豐 總經理
	臺灣智慧光網 張聖 執行長
	主題二：創新、智慧、便利的生活新視野 - 建構創新環境、開創智慧服務
	主持人： 臺灣大學電機工程系 蔡志宏 教授
	與談人： 工研院服務系統科技中心主任 唐震寰 教授
	行政院資通安全辦公室 吳啟文 副主任
	新北市政府資訊中心 高永煌 主任
	研華科技 楊瑞祥 技術長
	遠傳電信 李浩正 副總經理
	台灣大哥大 李芃君 副總經理

「滅頂」不死！近7成民眾反頂新併中嘉

【蘋果電子報 張為竣 / 2015-02-12】

台灣數位匯流發展協會公布「2014下半年數位匯流大調查」，對於媒體壟斷議題，高達約九成民眾認為台灣媒體被單一言論壟斷（看不懂）；在媒金分離的支持度，約七成民眾支持媒金分離立法；約七成認為立法應溯及既往。

調查指出，有高於六成的民眾擔心中國藉由台商回台併購媒體影響台灣輿論；有約六成民眾認為應該禁止中國台商併購媒體；對於中嘉案，約七成民眾認為政府應該禁止頂新併購，也有七成不同意政府開放其他親中台商購買中嘉。對於兩大主要收視平台，有線電視的滿意度為五成六，MOD則是三成。台北科技大學智慧財產研究所教授江雅綺指出，數位硬體完成度愈來愈高，民眾對滿意度沒有提高，軟體內容卻沒有提高，是媒體內容產業的隱憂。

4G新頻段最快今年第3季釋出標金上看500億

【聯合報 彭慧明 / 2015-02-26】【中時電子報林淑惠 / 2015-02-26】

國家通訊傳播委員會（NCC）主委石世豪昨天表示，最快第三季底，將啟動2500MHz到2600MHz頻段間共190MHz頻寬的4G競價釋照作業，市場預估決標總金額將超過500億元，希望在年底競價完畢，底標從250億元起。

根據NCC規劃，190MHz的頻寬有四種組合，可提供三到六家業者使用。除了底標總金額從250億元起跳，競標業者只要經過身分認證，可透過網路參與。石世豪表示，根據國際電信組織，2600MHz頻段上可用的4G技術包括FDD（分頻多工）以及TDD（分時多工），中國大陸全部使用TDD技術，歐盟則採用FDD搭配TDD技術。相較上次4G以發展LTE技術為主，這次雖維持技術中立原則，但首度釋出大陸中移動全力推展的TD-LTE技術頻譜，石世豪昨天也引用ITU國際電信組織最近力推的融合技術SDL，期許業者採用跟進國際趨勢。石世豪也預告，明年起NCC將規畫3G業務到期後，2100MHz等各段頻譜回收的拍賣頻寬計畫，這兩波頻譜的競標，使用期限都到2033年底。

NCC擬制定機上盒共通規格

【中央社 鄭景雯 / 2015-02-25】

國家通訊傳播委員會（NCC）主委石世豪表示，目前全台有500萬有線電視收視戶，平均安裝2.2台機上盒，等同全台有超過1100萬台機上盒，但現在各家系統業者規格都不同，未來希望透過共通規格，提升頻道使用效率。

NCC表示，因強制更換現有機上盒對於現有系統業者、用戶衝擊過大，現預計採非強制性、前瞻性標準，鼓勵業者朝此方向規劃，除在電磁波干擾、共通介面、使用環境要求、切換頻道時間等進行要求，希望納入功能方面，包含可遠端更新軟體、內建多重字幕功能、增緊急廣播功能等。石世豪表示，草案內容還要與系統業者、廠商等交換意見，正式推出時程未定，但目前技術都已可達到，未來如有共同規格要求，一定程度也能壓低業者設備成本。

有線電視數位化率 花東不到1%

【聯合報 彭慧明 / 2015-02-16】

離島與花東地區有線電視數位化比率仍然偏低，金門與連江數位化比率掛零。台東縣以東台有線播送提供三區域的有線電視，關山區、成功區數位化為零，東台區數位化比率僅百分之零點六八；花蓮縣以洄瀾有線電視為主要業者，花蓮區數位化比率百分之零點六，玉里區數位化也為零。

國家通訊傳播委員（NCC）統計，去年底台灣有線電視數位化比率高達七成八九，有線電視數位化改用數位機上盒，私接戶銳減，但仍面臨Google TV等OTT視頻業者，以及中華電信MOD競爭，中華電信MOD目前用戶數近一百卅萬戶。NCC表示，今年將推動專案計畫，補助花東及離島數位化。

美FCC新法規捍衛網路中立 電信業者不服

【風傳媒 傅莞淇/ 2015-02-27】

長達10年爭議後，美國聯邦通訊傳播委員會（FCC）26日做出歷史性的表決，通過新的網路中立性（net neutrality）法規。新法要求網路服務供應商（ISP）須對所有合法內容平等視之，不得歧視、封鎖或讓特定內容業者享有較高的傳輸速度；並首度將行動網路供應商納入規範範圍。但不服的ISP業者也準備告上法院，試圖阻止新法正式生效。



主導提案的FCC主席惠勒（Tom Wheeler）表示，新法規的基本精神在於確保網路保持平等、開放且迅速，「網路的重要性不容網路供應商制定其規則。」投下贊成票的委員會成員羅森沃賽爾（Jessica Rosenworcel）也表示，網路不應被分級，「我們可以看出什麼、瀏覽哪些網站，這不應由某些守門員來決定。」FCC此舉強化了自己對全國網路供應業者的管控權，也顯示其平衡各方參與者利益的努力；這包括具影響力的內容提供者（如Netflix）與付出高成本維護網路服務的ISP。

惠勒提案將ISP視為公共事業，其法律權力來自1934年制定的《通訊法》（Communications Act）第2章。這原本是為電話公司設立的規範，要求業者平等對待所有消費者。但提案也主張放棄一些較不適合應用於ISP的法規，包括FCC有權設定零售價格；這是ISP最擔心的一環。

隨選視訊夯 有線電視業者收入下滑

【中時電子報 顏嘉南/ 2015-02-23】

據英國金融時報報導，看電視向來是美國年輕族群的娛樂消遣之一，不過青少年越漸被YouTube視訊，或是線上影片業者Netflix和Hulu的隨選節目吸引，使得有線電視收視率節節下滑，進而衝擊業者的收入。

自去年第4季起，美國有線電視業者格外感受到消費者收視習慣轉變，維康（Viacom）、21世紀福斯、Comcast和迪士尼的財報，紛紛出現旗下頻道廣告收入萎縮的情形。

美國FCC重新定義寬頻：下載速率至少25Mbps

【iThome陳曉莉/ 2015-01-30】

美國聯邦交易委員會（Federal Communications Commission，FCC）指出，為了反應寬頻技術及市場的成長與消費者需求，修改寬頻的定義，把2010年設定的下載4Mbps、上傳1Mbps的寬頻標準提高到下載25Mbps與上傳3Mbps。

FCC主席Tom Wheeler表示，原來每秒4MB的下載速度（4Mbps）是在2010年所設定的寬頻標準，當時蘋果甚至還未推出iPad，而這幾年來，消費者的使用習慣與市場皆已有所改變，4Mbps已不足以順暢地串流一部高畫質影片，更何況具備網路的美國家庭平均擁有7台連網裝置，4Mbps顯然已不敷使用。

25Mbps的新標準則是來自應用程式暨服務供應商、消費者與寬頻服務供應商的共識，ISP業者通常會建議使用多款連網裝置的消費者選擇25Mbps以上的速率服務，只有單一連網裝置才會推薦10Mbps，而且愈來愈多的高品質內容也愈來愈耗寬頻。

美標售無線頻譜 Dish大贏家

【經濟日報 余曉惠/ 2015-02-01】

美國聯邦通訊委員會 (FCC) 六年來首度大批標售無線頻譜，募得破紀錄的413億美元，這些頻譜未來可供行動電信業者透過無線傳輸更多資料與影片。

美國衛星電視業者Dish Network成為無線頻譜大贏家，以133億美元囊括政府標售的近半數執照，包括紐約、芝加哥和波士頓等重要市場，對行動電信業者構成挑戰。由於Dish並未提供手機服務，未來如何應用這麼大批的稀有資源，令人關注。AT&T則以182億美元投標價領先，美國無線龍頭威瑞森 (Verizon) 出價104億美元，第四大的T-Mobile US出價18億美元。

美國無線頻譜標售結果



Dish在FCC標售的1,600多張執照中囊括702張，在重要的紐約、芝加哥和波士頓擠掉威瑞森。雖然Dish未親自出價，但透過其投資的兩家小公司以133億美元得標，而且因為過程符合FCC給小企業的折扣規定，實際上只需支付約100億美元。

歐盟峰會提出反恐對策：加強網路內容審查

【北京新浪網沈晨/ 2015-02-13】

法國巴黎《查理周刊》恐怖襲擊事件將「反恐」大計變為歐盟峰會議事日程的「頭條」。歐盟領導人在2015年首次峰會上提出了一系列反恐對策，強化邊境管控、加強網路內容審查均在其中。

歐盟峰會聲明指出，歐盟將加強對網路激進內容的檢查和刪除，促進不同信仰人群間的交流和社區間的對話，宣揚容忍、非歧視，維護自由和團結，促進社會融合。而在安全和反恐問題上注重與第三國的合作，特別是在中東、非洲薩赫勒和西巴爾幹地區，開展邊境合作並相互援助。

Akamai調查：韓國網速25.3Mbps冠全球

【iThome 胡瑋佳/ 2015-01-28】

Akamai公布2014年第三季全球網路報告，全球平均網速不升反降，2014年第三季全球平均網速小幅下滑，降至4.5Mbps。南韓以25.3Mbps均速居第一，其次為香港的16.3Mbps，第三名為日本的15Mbps，第4到第9名則由歐洲包辦，新加坡以12.2Mbps排名第10。全球平均網速最快的前10個國家地區平均網速都超過10Mbps的高速寬頻門檻。

另外，以亞洲行動網路發展來看，仍以南韓最快，南韓行動網路平均速度為18.2Mbps，日本為6.7 Mbps，香港6 Mbps、新加坡9.1Mbps、中國6.2Mbps，臺灣則是3.5Mbps。

中國匯流新聞集錦

10

陸行動4G用戶破億，調查超四成3G用戶希望升級到4G

【中時電子報 李鈺銅 / 2015-02-15】

中國移動表示，截至今年1月底，4G客戶數已突破1億戶。今年全年4G發展計劃將建成100萬個基地台，發展2.5億客戶，銷售2億部終端裝置。

截至今年1月底，中國移動已建成超過70萬個4G基站，實現絕大部分城市、縣城的連續覆蓋和發達鄉鎮的熱點覆蓋，4G網絡覆蓋人口已達10億以上，並已與71個國家和地區實現4G漫遊，是全球最大的4G網絡。而愛立信消費者研究室日前發布2014中國城市消費者通信行為研究，超過40%的3G用戶希望升級到4G。42%的3G網絡用戶希望在未來3個月將他們的移動服務升級到4G，因此移動網路在中國還將有很大的發展空間。

工信部提商業簡訊管理規定

【北京新浪網 萬靜/2015-02-25】

工信部公布了《通信簡訊息服務管理規定(徵求意見稿)》(下稱意見稿)，將所有推銷商品或服務的信息統稱為商業簡訊，而且按照其規定，任何組織和個人未經接收者同意或請求，不得發送商業性簡訊息。

意見稿在第二十條中提到：「簡訊息服務提供者和簡訊息內容提供者向接收者發送商業性簡訊息，應當提供免費、便捷和有效的拒絕接收方式並隨簡訊息告知接收者，不得以任何形式對接收者拒絕接收簡訊息設置障礙。」

大陸發佈5G白皮書 促統一5G概念

【中時電子報 陳昶睿 / 2015-02-11】

中國IMT-2020(5G)推進組11日在北京召開5G概念白皮書發布會。推進組組長、中國資訊通信研究院院長曹淑敏介紹了5G需求、技術、頻譜及國際合作等方面取得的重要階段性研究成果。

曹淑敏指出，當前5G工作正在從前期研究進入至標準制定階段，「制定全球統一的5G標準」已成為全球業界共同的呼聲，迫切需要儘快確定統一的5G概念。中國資訊通信研究院羅振東博士代表推進組，發佈了推進組5G概念白皮書。白皮書從移動互聯網和物聯網主要應用場景、業務需求及挑戰出發，歸納出連續廣域覆蓋、熱點大容量、低功耗大連接和低時延高可靠四個5G主要技術場景。同時，結合5G關鍵能力與核心技術，提出了由「標誌性能力指標+一組核心關鍵技術」共同定義的5G概念。

陸全面進入4G時代

【聯合報 陳致奮 / 2015-02-28】

大陸工信部昨天宣布，發給中國電信和中國聯通FDD LTE (數位蜂窩行動通訊業務，或叫分頻雙工長期演進技術) 經營許可牌照，大陸通信今年全面進入4G規模商用時代。

截至今年一月，中國大陸4G用戶數量已突破一億，其中百分之九十以上是中國移動的TD-LTE (分時長期演進技術) 用戶；每月戶均行動網路接入流量突破200M。目前大陸已是全球最大的4G網路市場。大陸第一張4G牌照TD-LTE於二〇一三年底發放。中國移動憑藉先發優勢，至去年底，已在大陸建立超過七十三萬個TD-LTE基地台，涵蓋超過三百個城市、七十多個國家可以4G漫遊。今年計畫建立一百個4G基站，發展二點五億用戶，銷售兩億部手機。

協辦單位：台灣電信產業發展協會、台灣有線寬頻產業協會
歡迎各界持續關注匯流政策研究室相關訊息，與我們共同努力
聯絡方式：convergence.policy@gmail.com