

行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

電信與有線電視集團化競爭：是對抗媒體帝國？還是壟斷資訊市場？

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC92-2412-H-004-026-

執行期間：92年08月01日至93年07月31日

執行單位：國立政治大學廣播電視學系

計畫主持人：曾國峰

計畫參與人員：劉嘉皓、李#32655；

報告類型：精簡報告

處理方式：本計畫可公開查詢

中 華 民 國 93 年 11 月 3 日

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告

電信與有線電視集團化競爭： 是對抗媒體帝國？還是壟斷資訊市場？

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC-92-2412-H-004-026-

執行期間：92年8月1日至93年7月31日

計畫主持人：曾國峰

計畫參與人員：劉嘉皓、李彰

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交)：精簡報告

執行單位：國立政治大學廣播電視學系

中華民國 93 年 10 月 29 日

研究計畫中英文摘要：

(一) 計畫中文摘要

關鍵詞：電信、有線電視、集團化、數位匯流、寬頻產業

中文摘要

在中華電信投入經營「多媒體隨選視訊服務」(MOD)後，有線電視系統業者要求新聞局加速修正有線廣播電視法，包括取消分區和經營規模限制、費率審議權收歸中央、取消增值服務的費率限制、與外資比例比照電信法等。新聞局計劃將目前有線電視系統的 47 區，逐年合併分區增加經濟規模，最後合併成單一經營區，以增加同一經營區內的有線電視家數。不過也有研究擔心分區合併後並不會增加新的家數，集團反而會透過併購獨立業者，影響消費者權益。

本研究透過深度訪談五位獨立有線系統業者 四位有線電視集團業者與中華電信 MOD 的經營者，來思考分區合併後的衝擊。研究發現幾乎所有的有線電視業者均不同意在九年執照到期前，改變現有的經營區大小。主要原因是擔心會改變目前有線電視的競爭平衡，影響收視戶數與財務營收計劃，因此並不贊同意經營區重新劃分，短期內也不會考慮跨入其他業者的經營範圍。同時也發現，如果即使在同一經營區內有兩家的業者，也由於在彼此互相競爭數年後，已經了解不採取削價競爭，再加上現有頻道節目類似，所以其實一區兩家與一區一家的狀況並沒有太大的差別。而目前由於 MOD 沒有得到足夠的節目頻道，有線電視系統業者並不把中華電信的 MOD 服務視為競爭者，不過也擔心未來中華電信如果解決內容不足的問題後，將會是有線電視的主要競爭對手。

(二) 計畫英文摘要

Keywords: Telecommunications , Cable Television, Convergence, Conglomerate, Broadband Industry.

Abstract

As the telecommunications company begins to provide the service of the multimedia on demand (MOD), the cable industry asks for the deregulation of cable rate, franchise area and foreign investment in order to compete with. The Government Information Office (GIO) is going to response the cable industry requests which may increase the merger & acquisition and create bigger cable conglomerates.

The research interviewed five independent cable systems, four conglomerate cable systems and the MOD system. It found that most of the cable systems did not agree to deregulate the franchise areas, even the conglomerate in the short time, because they are afraid of new businesses competing with limited subscribers. In addition, the deregulations of cable rate and franchise area are based on the increasing competition from the telecommunications MOD. However, without other supplement policies, such as the cable conglomerates allowing their vertical programming sources for MOD, the telecommunications may not be able to have enough market power of contents to compete with the cable conglomerates.

一、前言與研究目的

電信與有線電視的競爭起源於寬頻網路的崛起，進而跨入彼此原有的電話與有線電視服務（謝進男，2001；龔小文，2001），在數位科技不斷的發展下，目前有線電視系統已經可以透過網路提供加值語音服務（高行健，2001；江洽煌，2001），而電信業者也可以 ADSL 的寬頻網路，播放互動網路電視與 MOD（Multimedia On Demand）等的影音服務（陳如嬌，2003）。

在數位科技的匯流下，自 1990 年代初起，便開始有相關電信與有線電視產業互跨的研究（Foley, 1992；Baker, 1994；），例如美國早期的研究主要是集中在是否應該開放電信與有線電視產業互跨經營投資（Werner, 1995）？以 FCC 的行政限制是否違憲（Calabrese, 1990；Bresnahan, 1997；張美滿、陳百齡，1999）？開放互跨後是否會造成大集團壟斷市場等（Barett, 1998；Blake, 1998）？但在 1996 年美國國會通過電信法案，解除電信與媒體產業互跨的限制後，研究的重心轉移到電信與媒體產業間的競爭與併購，討論單純以市場競爭是否足以保障消費者的權益等（McFadden, 1999；Sidak, 1999）？

台灣的電信產業在 1996 年通過電信三法後，在 WTO 的壓力下，到 2002 年已經大致完成階段性的電信自由化（高凱聲，1996；）；同時也修正有線廣播電視法，允許電信與有線電視系統間的投資（簡陳中，1998，葉志良，1999；廖慧君，1999）。在開放行動電話、固網與 3G 等電信服務時，除了有所謂的「力霸條款」，允許當時的力霸集團可以將有線電視系統網路折合固定資本外，有線電視集團跨入電信服務並沒有引起太大的爭議（謝穎青、劉志祥，1999；吳嘉輝，2001）。然而自 2002 年中開始，在中華電信決定推出 MOD 後，便引起一波波有線電視系統業者的抗議，主要問題在於目前的 ADSL 寬頻技術已趨成熟，互動的網路電視透過現有的電話線，可以在一定的距離內，在收視戶的電視上播放媲美有線電視畫質的節目（江睿智、何伯陽，2003）。而如果電信業者不受有線廣播電視法在分區、費率上限與 1/3 市場佔有率等限制，有線電視業者認為將對其有不公平的不對稱管制，因而一方面拖延中華電信 MOD 實施的時間，一方面要求新聞局解除對有線電視在分區經營、費率上限、與市場佔有率等的限制（江睿智，2003）。

在立法院各方的壓力下，目前新聞局有條件的允許中華電信在北部地區實驗性的提供兩萬用戶非立即性的付費節目，同時也將檢討有線廣播法，回應業者的要求，解除相關限制（何伯陽，2003e；江睿智，2003）。不過，從其他國家開放電信與有線電視產業時，如果沒有相關的配套措施，企業間的併購規模將加大、市場最後將會被少數的集團所壟斷、費率也將快速上揚（余淑美，1998；Barrett, 1998；Sidak, 1999）。

在全球化的市場與跨國電信媒體的競爭下，贊成台灣電信與媒體集團化者認為台灣市場小，唯有大型集團化，台灣電信媒體才有發展的空間，也才不會免於被跨國企業併購的結果（黃淑蕙，1998；李天鐸、陳思敬，1998）。台灣傳播媒體在一九八〇年代末期逐漸解禁，先首是報禁的開放、接著有線電視的合法化、開放廣播電台與第四家無線電線台，台灣媒體產業相較於十年前確實是市場蓬勃發展。同時電信產業在一九九六年通過電信三法後，行動電話、固網、第三代行動電話相繼開放，台灣的電信產業也邁向電信自由化。然而，在媒體開放後的幾年內，媒體間的併購愈趨嚴重，例如有線電視便從原本的一百六十多家系統，併購成只剩下六十多家系統，而且前三大家系統已經控制了超過七成的收視戶

了（楊瑪利，2000；黃德琪、王曉晴，2000）。

對媒體企業來說，集團化的好處是可以降低生產成本，增加經營效率與綜效，在全球化跨國企業的競爭，與媒體求生存的壓力下，所謂的台灣大型媒體企業集團已逐漸形成（鄭呈皇，2000），例如：東森集團、和信集團等，而各種不同的策略聯盟也橫跨不同的產業（鄭麗琪，2001；謝文，2001）。理論上，媒體企業集團化可降低生產成本，應該也可以回饋給消費者，然而，如果在資訊市場上，只剩下少數的媒體提供產品的話，那消費者不但無法有低廉的媒介商品，可能連選擇的權利都沒有（楊瑪利，2000），因此相關的配套措施非常重要。

本研究主要將檢視目前的有線廣播電視法與電信法中互跨但不對稱的管制，提出相關的配套規範。例如，在行政機關即將解除有線電視的分區與費率上限等，如果沒有限制垂直壟斷節目，與電信業者有足夠的競爭力量時便擴的經營區，可能會加快有線電視集團更大型化，與獨占市場的力量。另外也將訪談獨立有線電視系統業者，了解在集團化的有線電視與電信業的壓力下，如何還生存並保有獨立自主的營運。

二、 文獻探討

首先將介紹 2002 年底，由東森與中嘉集團所推出的數位互動有線電視，與中華電信的 MOD 服務，了解在數位匯流的趨勢下，雙方是如何競爭與跨入彼此的產業？接著討論 MOD 服務對有線電視系統業者的競爭壓力，與要求有線廣播電視的修正與影響？最後將分析在目前新聞局的規劃解禁中所可能產生的問題，進而提出本研究計畫可能的建議方向。

壹、 電信與傳播數位科技匯流

隨著 3 C 匯流趨勢，電信和廣播電視的界限愈來愈模糊，首先「越界」的是有線電視業者，原來有線電視的家庭，只要再加裝一具機上盒，同一條線可以收看有線電視、寬頻上網、還可以同時打電話，有線電視業者也可以成為電信業者。同樣地，現在家裡裝有 ADSL（非對稱數位迴路）的消費者，除了平時可以上網外，還可以將 ADSL 拉到客廳，再加上一個機上盒（Set Top Box），就可以透過電視點選想要看的節目。更重要的是，不同於有線電視是照節目表看電視，MOD 卻可以提供個人化的節目，隨選播放兼具快轉、倒帶、暫停、與媒體內容產生即時互動（江睿智，2003a）。

因應 2002 年底新聞局通過固網業者跨足經營有線電視的相關規範，以及有線電視業者經營增值付費頻道申請，電信固網及有線電視業者用戶大戰提前引爆。東森媒體科技預估 2003 年將開闢三個付費頻道，拿下二萬用戶數；中嘉網路則有別東森推出整個付費頻道，將推廣按次計費的內容服務，計劃五年內拿下一萬用戶（不過到目前為止，實際數位頻道的收視戶遠遠落後預期）；而中華電信 MOD 計劃今年用戶數規模可擴大到六萬戶（何伯陽，2003b；何伯陽、邱慧雯，2003）。

1. 東森寬頻

東森集團的付費頻道是由東森媒體科技（EMC）和東森電視台（ETTV）聯手推廣，由 EMC 負責數位傳輸平台建置，ETTV 負責提供內容服務，東森的付費頻道節目將於 2003

年二月一日開通。為了推廣付費頻道服務，EMC 不含機上盒（STB）已投資四億台幣採購頭端和傳輸設備，今年預計提供三個付費頻道，預估年底要拿下二萬用戶數，二年內再投資二到三億元擴大為一個付費頻道。調查資料顯示有線電視用戶每個月收視費用約在五五到六元，部分消費者也有意願支付同樣金額來收視付費節目（何伯陽、邱慧雯，2003）。目前東森已擁有二萬多小時的片庫，足以發展出四十多個付費頻道，未來則計劃和國外專業頻道業者合作，導入境外頻道節目（何伯陽，2003b）。

東森的付費頻道內容將採會員制方式推廣，初期以東森電視台自製的節目為主，鎖定學習教材、英語教學、醫療或運動等內容，現已推出幼幼英語教學、女性學苑、高爾夫球教學、戲曲教學和醫療健康等五個付費頻道。儘管法令對有線電視 600 元月費上限仍未鬆綁、頻道按月或計次收費也無明確規定，但每個頻道預計收費約在二到三元；另外，二月一日將再增加「英國 BBC World」、「法國 TV5」、「澳洲 ABC 公共電視」、「韓國阿里郎」、「新加坡 Channel News Asia」及「德國 DW」等境外頻道（何伯陽，2003b）。

除了付費頻道外，東森寬頻 2003 年初推出的四合一服務，是透過雙向的有線電視同軸光纖電纜（HFC）網路及一個數位機上盒的整合，同時提供上網、打電話、看有線電視及隨選付費頻道等服務。這套系統所使用的技術是將語音訊號調變為數據訊號後，以專屬頻道傳送，所以不會影響上網速度及頻寬，也不影響有線電視的收看。據了解，東森的四合一服務，推出初期價格可能在一千六百元上下，和中華電信的 MOD 相近，但因多了有線電視，預料將極具競爭力。

2. 中嘉網路

相較於東森電視台以自製節目為主，中嘉網路則鎖定增值服務平台，除了將導入 ETTV 製作提供的付費節目內容外，部份節目也會來自緯來和 STAR TV，中嘉網路的外資伙伴（STAR Group）已投資二四億美元，做為推展互動電視及相關網路設備投資之用。此外，中嘉還將發展互動式按次計費的 pay per view 服務，不同於用戶向東森訂閱付費頻道全天候收視節目，中嘉的 pay per view 類似隨選視訊（VOD），用戶按收視次數計費，費用將比租用一片 VCD 便宜（何伯陽，2003b；何伯陽、邱慧雯，2003）。

現階段中嘉已投資新台幣七億元，在基隆吉隆有線電視完成頭端機房建置，並在中和的新視波有線電視推廣，現有數千個用戶。除了以數位化播出一般有線電視的基本頻道外，還提供大愛 2、全天候報導影視娛樂的香港 TVB8、西洋流行音樂的 Channel V、國家地理頻道的 Adventure One 等四個免費頻道，以及三個全天候無廣告和 DJ 的數位音樂廣播平台。另外，互動電視架構也已具雛形，遙控器支配的電視生活將大幅改觀，可以預覽三天內的節目表及介紹，設定節目預約提醒，出門前先開電視看路況實況，新聞、氣象、星座運勢、個人理財、遊戲、音樂、購物全透過電視，未來甚至能做到在觀看球賽的同時隨意切換角度、球員紀錄等，自己做電視的主宰。另外，還提供類以網際網路首頁的互動平台，內含即時資訊、遊戲娛樂、飲食購物、金融理財、生活休閒、文化教育等（何伯陽，2003b）。

3. 中華電信的 MOD 服務

中華電信的 MOD 是利用既有電話線和 ADSL 寬頻傳輸數位影像的一種服務，消費者在電視加裝數位訊號轉換機，就能依個人喜好觀賞電影、音樂、理財、遊戲、卡拉 OK、線

上學習、電視線上購物等多元服務，並可隨時選擇節目內容，決定暫停、重看等，如果 ADSL 數據機再接電腦則可同時寬頻上網，是中華電信寬頻時代從傳統電信跨入電視市場的重要嘗試（陳如嬌，2003）。

中華電信在新聞局 2002 年底公告可經營 MOD 後，目前也正積極撰寫營運計劃書，最快在二月底內便可送出，距中華電信機房 2.5 公里內，約 8、9 成用戶可申裝。MOD 將以半年內達成 2 萬戶，今年用戶規模可達六萬的目標，初期鎖定北台灣的基隆、台北縣市、桃園和新竹等地區，用戶申裝 MOD 服務的機上盒（STB）採月租制，月租費 200 元至 400 元，月租費可抵看片費，提供的內容包括四家無線電視、娛樂、教育、理財、健康節目等為主（何伯陽，2003b；何伯陽、邱慧雯，2003）。

另外，中華電信已取得美國八大電影公司的網路版權，未來在 MOD 上播放的影片，有相當比率將是現在市場上的院線片，每片的價格在新台幣五十至二百元間。MOD 推出初期將提供一百多部電影及連續劇，總時數約兩百小時，每半個月換片。用戶在點選影片後，可先看免費的預告片再決定是否取用，但必須在廿四小時內看完，除前述所提各類影片外，還有音樂、理財、旅遊、知識及學習等類節目，其中學習頻道由階梯英語提供的節目月費在 500 元以內，和東森 YOYO ABC 數位頻道節目 500 元的定價拚市場，理財月費則依內容提供業者在 200 元到 600 元不等（何伯陽、邱慧雯，2003）。

貳、 電信跨足有線電視的不對稱管制問題

新聞局是在 2002 年十一月正式接獲中華電信提出的「MOD 實驗營運計劃書」，新聞局決定依法律及依有線電視業者申請案例，但中華電信不願申請分區數十張執照，因此退回其計劃書。之後，新聞局在 2003 年十二月三十一日，公告固網業者可以跨業經營有線電視廣播服務，無經營地區的限制，申請得依營運計劃書提出實際經營區域，並自公告發佈起五日後提出申請，其他民營固網業者也可提出申請（江睿智，2003b；何伯陽，2003e；費家琪，2003a）。

由於中華電信擁有一千三百萬市話用戶及二百萬 ADSL 用戶，跨足視訊傳送市場，有線電視業者甚感威脅。以目前中華電信的規畫，為避免引起有線電視業者反彈，MOD 現階段不會播放即時（LIVE）節目。但因有線電視業者認為中華電信這項服務違反現行有線電視規定，且會對現有業者造成嚴重打擊，強力反彈，新聞局在協調後，要求中華電信初期先以「實驗性質」推出，限於北部地區，且用戶不得超過六萬戶。儘管有線電視業者要求中華電信不得提出即時節目申請，但中華電信向新聞局提出的營運計畫中，包括了十至十五個電視頻道，其中含五個無線電視台及五個以上的優質有線電視頻道，這個部分的收視都不必另外付費。不過因這個部分直接和有線電視系統重疊，新聞局持保留態度，而日前中華電信釋股進帳六百多億現金充實子彈，更讓業者備感威脅（羅如蘭，2003a；陳如嬌，2003；江睿智、何伯陽，2003）。

在數位匯流的時代，電信與有線電視的跨業經營是技術與潮流的必然趨勢。我國的法律雖然沒有禁止電信事業經營視訊服務，也沒有剝奪有線電視經營通訊業務，但是電信法與有線電視法對於各自產業的水平與垂直市場結構卻有不同的管制（張慧君，2002；施俊吉，2002）。以經營區而言，有線電視係分區經營，電信卻是全國不分區。以水平經營規模而論，有線電視集團的市場占有率不得超過全國總訂戶數的三分之一，電信則無類似限

制。以垂直市場結構而言，有線電視系統所播送的頻道節目中，由自家集團供應者不得超過四分之一，而電信法則未限制電信集團上、下游的整合程度。不對稱的管制環境，造成跨業經營上的困難：按照現行的法律，電信事業若欲跨足有線電視市場，即需向新聞局申請全國五十一區的有線電視經營執照（工商社論，2003b）。

另外，現在修法讓中華電信 MOD 業務上線，在 MOD 收費沒有上限下，政府卻要求有線電視業者需提供八十個基本頻道，收視費率以六百元為上限，有線電視業者也認為相當不公平（何伯陽，2003g）；台灣市場的經濟規模不大，由南到北播出的內容也大同小異，各地方政府卻有不同收費標準（何伯陽，2003a）。有線電視業者指出目前收視費率是在四、五年前，就由中央及專業學者訂定，多年來始終未曾打破過，這些年來著作權費增加，頻道業者增加，出現惡性的頻道競爭，對於費率的管制，希望能僅止於基本頻道（Basic Channel）部分，對於增值頻道，業者希望能讓市場機制來決定，例如婦女頻道的價格定在 300 或 500 元，應由民眾自行衡量值不值得、要不要訂閱（何伯陽，2003h）。

參、 有線電視系統要求解除相關管制

因此支持有線電視業者的委員在立法院科委會提案，要求新聞局應考量數位匯流趨勢和公平競爭原則，在開放固網業者跨業經營時，應於 2003 年會期修正有線廣播電視法相關管制規定，包括取消分區和經營規模限制、費率審議收歸中央、外資比例比照電信法、取消增值服務的費率限制、由市場機制決定付費頻道的費率等（郭錦萍，2002c；羅如蘭，2003a；江睿智、何伯陽，2003）。

目前新聞局擬提出廣電三法的新法案，將取消現行有線電視 47 區的分區經營限制，逐步走向全區制、費率管制由地方回歸中央、終止收視費率上限的限制，以及提高直接外資比率，由現行的 20% 增至 49%（何伯陽，2003a；江睿智，2003b；費家琪，2003a）。新聞局規劃在二到三年內，將目前有線電視的四十七個經營區整併為十八個經營區，第二階段再整併為四個經營區，最後調整為不分區。十八區是如何計算？是以廿三個縣市，每個縣市一區為基礎，再扣除新竹縣市、台中縣市、嘉義縣市、台南縣市、高雄縣市等五個縣市合併一區，四區則是指北、中、南、東，以緩和步調改變現有集團的版圖與結構，未來有線系統將朝向大型化及財團化競爭。另外，新聞局也加速推動仿造國外有線電視頻道分級付費制度，未來費率審議權將由地方收回中央，只有基本頻道費率是由中央審議上限，付費頻道均回歸市場機制，讓消費者有更大的空間選擇系統業者（呂雪慧，2003a；2003c）。

三、 研究方法

本研究主要以深度訪談法，訪問電信與有線電視業者對新聞局可能修正相關法規的看法，受訪者中尤其是納入獨立的有線電視系統業者。過去的相關研究中，獨立業者的聲音很少研究者所重視，產業意見大都來自幾個大型集團，因此本研究特別要針對獨立有線電視系統，了解其經營的問題與集團間的互動。

本研究成功訪問了五位有線電視的獨立系統業者、四位集團業者與一位中華電信 MOD 的經營業者（詳細名單如附件一），每位訪談者約二小時的訪談時間（訪談問），全部的訪問過程完全由研究主持人訪問而不透過研究助理，以方便在實際訪談中隨時可以有新的問題互動，而超過二十小時的訪談內容也全部由兩位助理逐字整理成文字稿。

另外本研究也收集幾個與台灣電信與有線電信市場大小相當的國家，例如韓國、香港、新加坡與歐洲的電信與有線電視互跨的市場現況，與相關政策法規。這部份以個案研究的方法執行，在本申請計畫中，電信與有線電視互跨的相關法規，便是所要討論的要點，以多個案研究方式加以比較。本研究要分析的單元包括歷年有線電視各區的市場結構併購趨勢、市場競爭與費率間的關係、各系統的經濟規模、有線電視與電信競爭的優劣策略等，進而討論如何調整相關的不對稱管制。

四、 結果與討論

壹、 有線電視系統業者是否期望調整經營區域：

新聞局提出擴大有線電視經營區的提議，原本是希望能夠打破目前一區一家或兩家系統業者壟斷的問題，例如原本有四個獨占的經營區，如果四區整合成一個經營區後，將會有四家系統業者在同一經營區，可以大幅增加一區內的有線電視系統競爭。因此，透過經營區的擴大，促使原本不同經營區的業者跨入其他地區，可增加消費者在同一經營區內更多的選擇。

不過從有線電視系統業者的回應，不論是獨立或集團業者，並不同意在短時間內改變經營區成為較大的區域後，可以吸引既有業者互跨，並進而增加各地區的競爭。主要原因是以台灣目前超過八成的有線電視收視率來說，其實已經是接近飽和了，有意願裝置有線電視的收視戶大概都已經申請了，新進業者並不容易吸引到新的收視戶。因此，如果有新進業者重新鋪設纜線經營，只能瓜分既有業者的收視戶，但在價格與節目頻道並沒有太大差異的情況下，新進業者在短時間內大量增加收視戶的機會並不大。

例如，如果四個獨占區整合成一區，原本新聞局是希望最好每一家都能夠進入其他三家的經營區內，如此，便同時會有四家有線電視系統在同一經營區內。不過除非是整合後的經營區夠大，可能是全台灣分成四區或甚至是一區，能夠同時容納三到四家的業者願意重覆鋪設新的纜線且能生存。不然，經營區合併後的結果，便是業者透過併購來跨區經營，而不是再新鋪設新的纜線。

另外，當初有線電視系統業申請營運執照時，大都以九年的營運時間做為整個財務規劃，現有的業者大都在此之前投入大筆資金收購經營區內的其他業者，達到掌控市場目的。目前大致上達成收視戶穩定，收支平衡且能有盈餘，因此業者們並不希望在執照到期前有任何可能改變經營區結構的問題，影響財務收支計劃。

如果進一步詢問有無在怎樣的條件下，貴系統會考慮擴大經營區，又將如何達成？例如併購其他相鄰系統，大都回答的非常模糊，僅以可能在當時的營運條件下，不排除會有跨入其他經營區的可能。但是更進一步詢問是否將重新鋪設新的纜線來進入時，則幾乎所有的業者都認為不可能。也就是目前一區最多兩家系統已經是業者們的上限了，沒有業者願意成為經營區內的第三個系統，即使是跨入目前為完全獨佔的經營區內，成為第二個系統，也是認為還是需要仔細評估。

至於獨立業者在怎樣的條件下會考慮被併購，大都數的業者都認為自己的系統是要永續經營的，目前並不考慮。不過從其他資料顯示，其實很多的所謂獨立系統業者的股份中，其實有很高的比例是被集團業所擁有，雖然並未超過一半的股份，進而掌控所有的經營權，但是其實已經對獨立業者形成壓力了。而其實在訪談的過程中，其中就有一家獨立業者剛被一家集團收購。

新聞局以擴大經營區打破有線電視壟斷現象，是希望較大的市場可以維持兩家以上的系統業者，但若無配套措施，在擴大經營區後又被財團壟斷，則收視戶與獨立頻道將更無力對抗有線電視系統集團。理論上，經營區域愈大，區域內競爭愈激烈，可以防止壟斷，但經營區域大，「進入障礙」也隨之提高，新聞局推出有線電視經營區域變革方案，未來的有線電視市場，必定是大者恆大，小型系統業者很難生存。經多年購併後，目前甲區與乙區各只有一家有線電視業者，擴大經營區之後，可能根本沒有新業者會想進入市場，原來二區的舊業者產生新的競爭與整併，最後將只有一家擴大經營原有的甲乙區；隨著經營區的漸進擴大，業者不斷整併的結果，可以想像整個台灣最後將只剩下一家財團獨佔經營全台灣的有線電視。新聞局訂出二年緩衝期，不敢遽然將四十七區整併為十八區，就是為小型系統業者保留合併、轉型空間。

貳、 普及服務有線電視的義務：

業者們被問到是否會考慮進入其他經營區時，大都保留重新鋪設纜線，比較可能以併購方式擴大經營區，唯一比較可能的是如果當另一經營區是人口密度與消費能力高，則可能考慮優先進入這些地區，但可能偏遠地區就不會重覆鋪線。在現行模式下，有線電視法中規定，業者無正當理由不得拒絕各該區民眾請求收視的權利。所以，每一區的業者都必須將網路遍鋪全區，否則無法取得經營執照，也就是各區業者皆負有普及化有線電視的義務。如果繼續執行現行的規定，每一家業者都要先擴建網路以涵蓋新增地區，如此一來，競爭的實現將曠日廢時，例如，如果我們期望一區有五家經營，便需有五家系統鋪設，而有網路重複投資的浪費發生。如果中止普及化服務制度，則外來的有線電視業者會優先選擇人口稠密的肥沃區塊布線，而將偏遠地區留給原來的業者經營。這種「挑食」的策略，叫做「刮脂」。刮脂行為一旦興起，後果各區中的精華區塊競爭激烈，區塊內的收視戶有多家系統可資選擇。但是，在同一經營區中的偏遠區塊則乏人聞問，如果網路日久損壞，業者可能無意維修，終將停播這些偏遠地區的有線電視。

新的有線電視普及化服務機制，可以向電信部門學習設置「電信普及化服務基金」，該項制度如果移植到有線電視市場，即應遵循下述兩項原則建制：第一，各有線電視業者必須在舊經營區內繼續提供普及化服務，以避免偏遠地區的民眾斷訊；第二，跨入競爭的新來業者必須從新增的營收中提撥部分金額補貼舊業者，以分攤舊業者經營偏遠地區的經濟損失。不過目前新聞局對於有線電視的營業稽核，在制度上並不完善，致使各家有線電視的訂戶數至今隱晦不明，更遑論如何正確計算「經營偏遠地區的虧損總額」和「新來業者的新增營收總額」究竟是多少。缺乏這些關鍵性的資料，就無法實施新的有線電視普及化制度，整併經營區的負面影響也將隨之浮現。

參、 一區兩家有線電視系統的競爭：

從過去的文獻可知，一區兩家的有線電視競爭，大都是透過價格、節目差異與服務品

質等，來與對手競爭收視戶。在台灣，由於中央與地方政府有權力決定價格上限，因此系統業者無法收取超過上限的費用；同時，在經過幾年的價格戰後，業者們也學習到不可能如同剛開台時的殺價競爭。因此，目前同一區的兩家有線電視系統業者的收費標準幾乎完全一樣。

同樣的，原本節目頻道差異是業者爭取收視戶的競爭優勢，但在台灣，由於大部分的節目頻道都已定頻，而且集團業者與獨立業者大都透過聯買頻道的機制採購所需的頻道，結果是目前在台灣，幾乎大部分有線電視系統的節目頻道的差異相差不大，主要的節目頻道，例如新聞、電影、球賽、綜藝節目等幾乎完全相同。對收視戶來說，也就沒有更換系統業者的誘因，造成缺乏競爭的結果。

在經過這幾年的競爭，一區兩家的業者由於無法在價格與節目頻道差異化上有競爭力，因此也希望在服務品質部分，例如，在裝機與故障排除時間上，能夠讓收視戶有比較滿意的要求。不過服務品質最多也只能留住既有收視戶，對增加新的收視戶來說並沒有太大的幫助。

除此之外，數位化有線電視服務，包括更多的節目選擇、更好的影音品質、或是資料與語音服務等，理應是業者可能的競爭服務。不過由於在同一經營區內缺乏其他的競爭，並不了解消費者真正的需求，以及經營獲利模式不清的狀況下，大多數的業者不敢冒然投入資金將系統設備數位化。即使是幾個集團化系統，已經喊了好幾年了，還是停留在部分的試驗地區。直到 2004 年中，中華電信的 MOD 開始大量推出時，有線電視系統業者才開始積極數位化的進程。

因此目前對一區兩家的系統業者來說，各家的收視總戶數幾乎沒有太大的變動。原有收視戶在價格、節目與服務都大同小異下，在考量收視習慣與更動系統可能尚要額外付出裝機費的轉換成本（transaction cost）下，目前新增加的收視戶，大都是該地區新搬進的住戶。也因此一區兩家的有線電視系統，與一區一家的有線電視系統並沒有太大的不同。

肆、 中華電信 MOD 進入有線電視市場的困難：

從前面的討論了解，由於六成以上地區的有線電視系統是一家獨占，其他四成地區雖有兩家有線電視系統，但隨著時間學習如何寡占，已經與獨占市場的相差不大。因此，如果要單靠有線電視間互跨來達成有效競爭，其實是不太可能。由於台灣並沒有如國外的直播衛星系統提供電視服務，電信業的寬頻網路便成為最可能的競爭者。由於中華電信擁有完整的電話網路，目前極力在發展 MOD，沒有併購其他有線電視系統的計劃，中華電信計劃在 2004 年底的 MOD 服務將達到四萬戶，明年底如果能順利在台灣中南部地區推出 MOD 服務，希望能有三十萬戶的訂戶，進而達到損益平衡。

中華電信認為目前在推出 MOD 的過程中，有兩個需優先解決的問題，才能增加其競爭力。第一，由於目前交換機所能服務 MOD 的距離大約是四公里而不是原本預估的六公里，導致 MOD 服務的系統涵蓋範圍從 80% 降至可能不到 50%。也就是可能有一半的消費者即使是想要向中華電信申請 MOD 服務，也將因為系統尚未升級而無法成為收視戶。因此，目前中華電信的當務之急，便是從 2004 年中開始至 2005 底前，全面更新目前的交換

機設備，使 MOD 的服務能夠達到至少 80~90%的收視戶。

另一個主要問題當然就是節目頻道的取得。由於目前有線電視系統業者消極的不合作，中華電信在節目的獲得上一直不甚順利。目前除了無線電視頻道與其他宗教性頻道外，MOD 並沒有現在大眾普遍收視的有線電視頻道，因此目前 MOD 服務只能提供部分的隨選視訊服務（Video On Demand）。不過同樣的，由於節目內容不多，同時一般消費者其實並還未建立起每看一次節目即付費一次的收視習慣，因此，目前 2~3 萬收視用戶並沒有與有線電視有真正直接的競爭。

伍、 其他國家的例子

從收集到的其他國家例子發現，例如新加坡與香港，即使是人口密度高與消費能力強，只有分為一個經營區，也並沒有產生二家以上的有線電視系統，原因就在於有線電視自然壟斷的特性，由一家經營所有的所視戶，會比二家各經營一半的所視戶的成本低。而這也是台灣各經營區由原本的五家左右，併購到今天的一至二家。如果再從業者們的訪談來看，新聞局將經營區擴大後，勢必造成業者們會再次透過併購，而不是重新鋪線來擴大經營範圍。

另一方面，如果不可能有太多的誘因讓有線電視業者們重覆鋪線的話，在新科技的發展下，透過其他衛星與電信網路來增加有線電視市場的競爭，便是最好的選擇。目前其他國家，不管是韓國、香港與新加坡等大都已經開放有線電視與電信業者間的直接競爭，同時也需相對的提供配套措施，例如，如果有線電視集團掌控節目頻道而消極的不願意提供給電信業者，將不可能讓電信業者能跨入有線電視服務。

台灣現有的有線電視有效訂戶數約為三百六十萬戶，三分之一在台灣就是一百二十萬戶。贊成解除水平占有率管制的業者認為，美國有六千八百萬戶有線電視訂戶，美國前五大的 MSO 集團各約有五百萬至兩千兩百萬戶，相較之下，經濟規模小如我國的有線電視，如果要在免費的基本頻道內購置眾多的優質節目仍屬困難。不過台灣媒體市場規模與美國來比的話確實是小的多了，如果因此要合理化台灣傳播電信的集團化，那整個台灣的媒體電信市場就算是完全由一家集團壟斷經營，也無法與跨國媒體相比。

從其他國家的例子可知，在數位匯流的時代，由於科技的改變，確實不可能阻止跨媒體間的競爭，在面對全球化與跨國集團的壓力，也不可能要求台灣的媒體還是以中小企業精神來因應，適當規模的媒體集團將有助於台灣媒體與各國競爭。但是要允許單一媒體更高的市場佔有率與集團化（例如有線電視），就需要有其他的配套措施（例如頻道節目來源的開放），讓其他的可能的新進競爭者（衛星與電信）可以有機會競爭，而不會讓消費者再還沒有享受到競爭的好處前，就沒有選擇的機會了。

計劃成果自評：

本研究成功訪問了五位有線電視的獨立系統業者、四位集團業者與一位中華電信 MOD 的經營業者。每位訪談者約二小時的訪談時間。超過二十小時的訪談內容也全部逐字整理成文字稿；另外也收集了韓國、香港、新加坡與歐洲的電信與有線電視互跨的市場現況，與相關政策法規，因此本研究大致上完成了所要收集的所有相關資料。

另外，研究主持人也籍由此次機會能夠與十家業者互動，了解經營上的問題，並實地觀察各家系統業者的經營現況，有助於整合學術與實務間的落差。而二位研究助理，也在本次的研究中學習如何訪談業者，資料收集與整理，並從其中整理出相關的政策建議。本研究將會把所收集的資料寫成約二篇的學術論文，投稿到相關的學術期刊。

其中在資料收集中面臨可能的問題是，與這十位業者經理人訪談中，少部份的經理人有實問虛答的問題，雖然研究者不斷以其他數據與問題間接詢問，還是不易得到實際的公司運作問題，有些人有既定的想法，造成彼此間的互動有限。

媒體產業已不再單純為報紙、廣播、電視，而是整合電信、電腦網路的所謂「超媒體」，固網與有線電視系統是未來寬頻網路的主要提供者，因此，如何規範匯流後的電信與有線電視，使其維持競爭的市場機制，將會對未來的無線寬頻 3G 進入影音市場奠下基礎，也同時讓數位內容產業有一個可多元發展的空間。本研究所建議的配套措施，將不只是可解決目前 MOD 進入有線電視的爭議，也可以當作目前廣電三法中，針對「新興媒體」(例如 B3G 等) 對未來電信與廣電產業所可能有的衝擊提出參考建議。

附件一：業者訪談資料

系統	受訪者姓名	職稱
大豐	洪世國	工程部經理
天外天	周詳人	副總經理
聯維	黃景南	工程部經理
寶福	莊耀聖	行銷部經理
北桃園	林國俊	總經理
中嘉	蔡俊榮	副總經理
中嘉	嚴天立	台北市總經理
東森	彭振東	北區總經理
台基網	江溫良	總經理
中華電信	薛紀建	副總經理

附件二：有線電視業者訪談問卷

1. 在中華電信開始提供 MOD 服務後，新聞局考慮調整目前的 51 經營區成為較大的區域，例如劃分成十八區、四區、甚至是全區：
 - A. 請問在怎樣的條件下，貴系統會考慮擴大經營區，又將如何達成？例如，將相鄰自家系統整合？或併購其他相鄰系統？
 - B. 怎樣的條件下會考慮進入目前為有線電視「獨佔」的地區？
 - C. 經營區擴大後，如果有集團提出併購計劃，在怎樣的機會條件下，會同意其下子系統被併購的可能（例如系統互換）？
 - D. 如果經營區擴大後，對「普及服務」如何達成有何建議？
2. 請問對目前有線電視水平整合 1/3 上限有何評論：
 - A. 在全球化跨國媒體進入台灣市場，相對於跨國公司，台灣媒體集團的規模其實相對小了許多，是否應該鬆綁市場佔有率的限制？
 - B. 貴公司的立場認為是否應該有此規定，尤其是如果在經營區擴大後，是否該規定有其意義？例如將影響其他節目進入系統的可能？
 - C. 貴公司認為合理的系統規模大小應該為何才可有效經營例如：5 萬、10 萬、20 萬，或是越大越好？
3. 請問兩家系統在同一經營區的競爭現況：
 - A. 是否有同一經營區的兩家業者默契上有各自分區壟斷的情形，如何在現有法律規範下達成？（例如萬象（中嘉）vs 大安文山（東森））
 - B. 請問貴公司目前如何與同區對手競爭（如果有的話），例如節目編排、價格策略、品質服務等？如果是獨佔業者，是否有何不同？
 - C. 獨立系統業者在經營上是否對頻道節目獲得、資金調度與經濟規模上相較於集團業者比較不利？
 - D. 請問貴公司是否有「自製」節目內容？例如社區新聞，PEG channel 等。
4. 請問貴公司對於分級付費的立場為何：
 - A. 數位機上盒與分級付費成為兩個無法同時解決的問題，是否同意在機上盒普及前就推出分級付費，為什麼？
 - B. 認為月費應該在怎樣的條件下才可以有調漲的可能？
 - C. 目前成本中對節目支出、人事經營、系統升級等的比例？
5. 請問貴系統目前是否有數位化的進度？
 - A. 目前遇到的最大困難為何，例如資金、技術、節目與行銷等？
 - B. 面對中華電信 MOD 的挑戰，請問貴公司有何應計劃，例如在節目取得（program differentiation）、價格戰（price strategies）、與異業聯盟等？
 - C. 請問貴公司是否有提供寬頻上網與數位電話的服務，您認為這些服務是否影響貴系統的競爭力？
 - D. 目前推出的數位化無線電視是否會對貴公司在廣告、收視率等有何影響？請問貴公司有何因應計劃？

附件三：中華電信訪談問卷

1. 新聞局有打算將擴大有線電視的經營區域，由目前的五十二區，減少為十八區到四區，最後目標甚至可能成為全區，以增加有線電視與電信業的對稱管制，請問可能會對貴公司有何影響？
2. 經營 MOD 的視訊服務，與經營 Hichanel 或是 ADSL 是否有差別？如果中華電信的 MOD 服務分成如有線電視的 51 區，或是 18、4、與全區，對經營是比較有效率或是較不利？
3. 貴公司認為合理的 MOD 系統規模大小應該為何才可有效經營例如：5 萬、10 萬、20 萬、100 萬、300 萬，或是越大越好？
4. 您認為中華電信的 MOD 服務與數位化的有線電視，從工程系統的角度來看，如果兩者都成為全區經營，何者比較有利？例如目前中華電信的 ADSL 在技術上是如何劃分經營區的？與有線電視頭端經營區的劃分有何不同？
5. 如果可能的話，請問貴公司是否有打算併購其他有線電視系統，或是節目頻道與其他內容提供者的計劃？在怎樣的機會條件下會有這些併購的可能？
6. 過去在其他國家電信業發展視訊服務時（例如香港），並不易真得能對有線電視業者產生衝擊，你認為從其他國家的經驗來看，中華電信如何能與台灣的有線電視業者競爭？
7. 請問中華電信目前在推動 MOD 服務時，有無在資金、技術、節目與行銷方面的困難？還是法令與政策方面的問題？有線電視業者是否以任何方式阻礙 MOD 的發展？同樣的，有線電視業者認為 MOD 提供類似服務，卻不受有線電視廣播法的規範，也不盡合理。
8. 目前中華電信 MOD 的規模大約是 3 萬，不過最近也再採購了四十三萬的機上盒，如何能讓 MOD 的服務如同 ADSL 的快速成長？其中的殺手級應用可能為何？
9. 針對有線電視業者提出中華電信並沒有受到水平 1/3 經營上限的限制，請問未來如果中華電信的服務更直接與有線電視競爭時，是否同意也需要有 1/3 水平上限？
10. 相對於有線電視，目前中華電信的 MOD 服務並沒有充足與吸引人的節目內容，請問貴公司對節目來源有何計劃？
11. 雖然貴公司並不與目前的有線電視節目直接競爭，而是強調隨選視訊的功能，不過有線電視數位化後必然將會與 MOD 有更多服務直接競爭，請問貴公司認為你們的優勢為何？例如：技術、節目來源、平台使用、價格 等？
12. 相較於美國 Cable Modem 的市場佔有率是 ADSL 的兩倍之多，台灣寬頻市場，中華電信的 ADSL 是如何維持市場的獨大？在行銷、資金、與關鍵技術上有何優勢？
13. 除了寬頻視訊服務的競爭外，VOIP 也將會是未來的競爭對手，目前中華電信也提到將新增光纖到家的服務，未來中華電信的服務空間為何？

中文參考文獻：

期刊論文：

1. 王郁琦 (2001)。 美國 1996 通訊法對數位網路產業整合的立場 ,《輔仁學誌》, 32, 頁 39-56。
2. 王郁琦、張欣玲 (1999)。 有線電視新進業者的競爭管制--法規與政策分析 ,《理論與政策》, 51, 頁 89-111。
3. 石世豪 (1999) 有線電視相關產業之結構管制規範架構 ,《月旦法學》, 46, 頁 35-46。
4. 石世豪、官智卿 (1999)。 我國有線電視相關產業結構概況 ,《月旦法學》, 46, 頁 20-24。
5. 江耀國、周韻采 (2002)。 有線電視與電信產業匯流之法律問題研究 ,《政大法學評論》, 70, 頁 87-148。
6. 江耀國 (1998)。 美國有線電視的特許、整合及競爭管制--市場與法律政策的分析 ,《人文及社會科學集刊》, 10:4, 頁 515-574。
7. 江耀國 (1999)。 一九九八年美國有線電視新市場--從結構管制的觀點分析 ,《月旦法學》, 47, 頁 133-150。
8. 江耀國 (1999) 美國有線電視的費率管制--兼論我國的情形 ,《政大法學評論》, 62, 頁 327-363。
9. 江耀國 (2002) 論對寬頻多媒體(MOD)服務的法律管制 ,《律師雜誌》, 276, 頁 34-43。
10. 吳大任、彭建強 (1998)。 有線電視產業之區域市場結構均衡及福利分析 ,《公平交易季刊》, 6:3, 頁 37-50。
11. 李天鐸、陳思敬 (1998) 影視媒介整合時代的跨國競爭 ,《廣播與電視》, 12, 115-141。
12. 李秀珠、陳忠勝 (2002) 政府政策與臺灣有線電視數位化之研究 ,《廣播與電視》, 18, 頁 1-26。
13. 周善瑜、吳基逞 (2000)。 有線電視產業系統業者頻道組合與訂價策略之研究 ,《管理學報》, 17:1, 頁 71-100。
14. 高凱聲 (1996) 電信與有線電視跨業經營之探討 ,《臺灣經濟研究月刊》, 223, 頁 61-72。
15. 張美滿 (1998) 美國有線電視與電信事業跨業經營管制歷程之研究 ,《廣播與電視》, 11, 頁 39-88。
16. 張美滿、陳百齡 (1999) 美國有線電視與電信事業跨業經營禁令違憲審查之分析 ,《美歐季刊》, 133, 頁 63-83。
17. 陳炳宏 (1999) 臺灣有線電視產業集團化趨勢研究-以和信與力霸企業集團為例 ,《廣播與電視》, 14, 頁 89-110。
18. 陳嘉彰 (2001) 從全球化角度思考加入 WTO 後的兩岸影視文化交流 ,《國家政策論壇》 1:10, 頁 89-91。
19. 馮建三 (1999) 地方政府的隱身：論臺灣音像政策的特徵，以歐美為對照 ,《臺灣社會研究》, 36, 頁 187-216。
20. 黃淑蕙 (1998) 全球傳播集團併購的新趨勢及其對臺灣電視媒體之意義 ,《廣播與電視》, 11, 頁 1-19。
21. 廖元豪 (1997) 從媒體結構多樣化，論開放電話業者從事有線電視服務之可行性 ,

《經社法制論叢》，20，頁 59-99。

22. 賴祥蔚(2002) 中國大陸廣播影視集團政策的政治經濟分析，《廣播與電視》，18，115-139。
23. 謝穎青、劉志祥(1999) NII 概念下有線電視與電信事業互跨的另類思考，《月旦法學》，46，頁 25-35。

雜誌：

1. 楊瑪利(2000) 超媒體掌控臺灣？辜啟允 王令麟爭霸，《天下雜誌》，226，頁 36-49。
2. 張慧君、梁淑芸、許績偉(2001) 電視廣播與電信服務互跨經營-因「法」卡住了，《廣電人》，81，頁 33-39。
3. 高行健(2001) 有線電視積極搶攻電信市場-申請固定通信網路業務：電路出租業務概況，《廣電人》，79，頁 41-43。
4. 江洽煌(2001) 電話系統新選擇--有線電視電話系統 Cable Telephony 網路，《通訊雜誌》，117，頁 114-118。
5. 林星宏(2001) 有線電視系統數位化的技術探討與未來，《廣電人》，77，頁 26-29。
6. 謝進男(2001) 利用科技開創有線電視新版圖，《廣電人》，77，頁 16-17。
7. 杜竟堂、蔡可娟整理(2001) 寬頻時代最積極搶進的目標--通訊網路的價值與時代意義，《廣電人》，78，頁 20-21。
8. 黃德琪(2001) 有線電視後來居上網路蓄勢待發--1996-2000 年臺灣媒體廣告量與收視行為的比較分析，《廣告雜誌》，118，頁 118-121。
9. 林南谷(2000) 有線電視的版圖之爭，《廣電人》，67，頁 56-58。
10. 羅淑貞(2000) 寬頻上網三國鼎立--有線電視系統業者瓜分寬頻網路市場大餅，《廣告雜誌》，112，頁 28-31。
11. 黃德琪、王曉晴(2000) 有線電視的「占」國時代，《廣告雜誌》，108，頁 110-113。
12. 呂宗熹(1999) 有線電視春天何時到？--費率之爭擾攘未休「分級付費」前途多艱，《廣告雜誌》，98，頁 120-123。
13. 盧景海(1999) 有線電視未來發展--從寬頻網路服務面向觀察，《廣電人》，52，頁 53-57。
14. 施志紂(1998) 有線電視跨足電信產業之第一步，《衛星與有線電視雜誌》，123，頁 42-44。
15. 劉見賢(1998) CATV 業者在固網爭霸賽中的戰略，《衛星與有線電視雜誌》，123，頁 33-41。
16. 黃進芳(1998) 有線電視經營電信業務的思考，《無線電界月刊》，79:5，頁 73-88。
17. 柯慧貞(1998) 臺北市有線電視市場集中化趨勢分析，《衛星與有線電視雜誌》，113，頁 35-38。
18. 劉見東(1997) 漫談有線電視業者經營電信業務策略，《衛星與有線電視雜誌》，110，頁 38-42。
19. 謝穎青、劉志祥(1999) 有線電視與電信業互跨思考，《通訊雜誌》，62，頁 13-20。
20. 余淑美(1998) 綜析 AT&T 購併 TCI 對有線電視業與電信業的衝擊，《數位視訊多媒體月刊》，頁 1-6。
21. 黃嘉珍(1998) 財團兼併與有線電視法修正，《通訊雜誌》，50，頁 26-29。
22. 辛澎祥(1998) 媒體集團大和解時代的來臨？，《廣告雜誌》，86，頁 106-107。
23. 王韻茹(2001) 象山集團能圓傳媒大夢？，《動腦》，297，頁 72-74。

24. 程予誠 (1996) 全球化下的臺灣電視生態變化 ,《廣電人》, 23, 頁 14-20。
25. 何吉森 (2001) 數位匯流趨勢下藉執照監管媒體制度的再省思 ,《廣電人》, 84, 頁 50-53。
26. 吳嘉輝 (2001) 推動電信資訊傳播匯流之發展 ,《廣電人》, 82, 頁 47-51。
27. 沈嘉信 (2000) 集團爭霸戰 比資金 . 比知識 . 比網絡 ,《天下雜誌特刊》, 28, 頁 361-366。
28. 簡佩如 (2002) 四 C 事業跨業經營行為之規範 -1- ,《通訊雜誌》, 99, 頁 27-28。
29. 簡佩如 (2002) 四 C 事業跨業經營行為之規範 -2- ,《通訊雜誌》, 100, 頁 49-50。
30. 簡佩如 (2002) 四 C 事業跨業經營行為之規範 -3- ,《通訊雜誌》, 101, 頁 39-41。
31. 高行健 (2001) 韓國 CATV 寬頻價值遠大於高麗人蔘 ,《廣電人》, 83, 頁 41-45。
32. 張慧君 (2002) 有線電視期待野百合也有春天 ,《通訊雜誌》, 96, 頁 46-49。
33. 楊瑪利 (2001) 誰將掌控你的視聽? 《天下雜誌》, 238, 頁 136-155。
34. 施俊吉 (2002) CATV 不對稱管制鬆綁? 緊縮? ,《通訊雜誌》, 103, 頁 6-8。
35. 高行健 (2001) 日本國際聯網再創 CATV 江戶幕府時代 ,《廣電人》, 82, 頁 14-17。

報紙：

1. 江睿智 (2003a) 新聞分析：跨業、跨區經營，大勢所趨 ,《工商時報》，資訊科技，920110。
2. 王皓正 (2002a) 推動數位電視服務，須速修法 , 2002-11-04,《經濟日報》，5 版，綜合新聞。
3. 王皓正 (2002b) 揭開數位電視的面紗，數位電視收費法源亟待建立 , 2002-09-30,《經濟日報》，35 版，綜合產業。
4. 王皓正 (2003a) 五大系統業將積極整合 , 2003-01-16,《經濟日報》，4 版，綜合新聞。
5. 王皓正、費家琪、林信昌 (2002) 政府應速修法，正視中華電信不公平競爭，讓固網等業者有生存空間 , 2002-11-19,《經濟日報》，5 版，企業要聞。
6. 王蕙君 (2002) 美寬頻市場成長趨緩 , 2002-06-30,《經濟日報》，21 版，產業趨勢。
7. 江睿智 (2003b) 新聞局：修法 固網、有線電視立足點平等 ,《工商時報》，資訊科技，920110。
8. 江睿智、何伯陽 (2003) 固網挑戰有線電視，中華電 MOD 點燃戰火 ,《工商時報》，資訊科技，920110。
9. 江聰明 (2003) 有線電視系統 六大聯盟分占 ,《聯合報》，國內要聞，2003/01/16。
10. 何伯陽 (2003a) 費率審核，被剝兩層皮，有線電視業鳴不平 ,《工商時報》，焦點新聞，920120。
11. 何伯陽 (2003b) 搶食付費頻道大餅 業者各顯神通 ,《工商時報》，焦點新聞，920120。
12. 何伯陽 (2003c) NTT DoCoMo 高層密訪台灣大、遠傳 ,《工商時報》，資訊科技，920108。
13. 何伯陽 (2003d) 中華電信遠傳、台固、東森 各出奇招 ,《工商時報》，資訊科技，920113。
14. 何伯陽 (2003e) 加速數位產業發展，新聞局快馬加鞭 ,《工商時報》，資訊科技，920104。
15. 何伯陽 (2003g) 有線電視業者籲費率審查權回歸中央 ,《工商時報》，資訊科技，920101。
16. 何伯陽 (2003h) 東森媒體：付費頻道應取消費率上限 ,《工商時報》，資訊科技，

920101。

17. 何伯陽、邱慧雯 (2003)。 固網「撈過界」 有線電視業者備戰 ，《工商時報》，資訊科技，920115。
18. 吳正弘 (2002)。 固網與有線電視業，競爭加劇 ，2001-12-06，《經濟日報》，37 版，電信網路。
19. 吳梓生 (2002)。 如何因應傳播通訊服務的匯流現象--由 MOD 談起 ，2002-11-14，經濟日報，6 版，企業要聞。
20. 吳德威 (2003)。 數位多媒體服務的典範爭議 ，《中國時報》，論壇，920109。
21. 呂雪慧 (2003a)。 47 個有線電視經營區 將先併成 18 個 ，《工商時報》，資訊科技，920116。
22. 呂雪慧 (2003b)。 有線電視走向財團化，未必是壞事 ，《工商時報》，資訊科技，920116。
23. 呂雪慧 (2003c)。 固網業跨足有線電視 可望鬆綁 ，《工商時報》，資訊科技，920114。
24. 周韻采 (2003)。 「公平競爭」的政治正確 ，《中國時報》，論壇，920106。
25. 林信昌 (2002)。 固網業跨足 MOD 年底解套 ，2002-09-24，《經濟日報》，34 版，科技產業。
26. 林淑玲 (2003a)。 有線電視產業，將大者恆大 。《中國時報》，焦點新聞，920116。
27. 林淑玲 (2003b)。 有線電視 朝「全台一區」整併 。《中國時報》，焦點新聞，920116。
28. 林瑞陽 (2002)。 外資投資有線電視上限，立委連署修法提高至 50% ，2002-10-02，《經濟日報》，6 版，綜合新聞。
29. 馬道容 (2003)。 打破壟斷，有線電視擬取消分區 ，《聯合報》，國內要聞，2003/01/16。
30. 張文輝 (2003a)。 有線電視占有率將再壓縮 ，《聯合報》，國內要聞，2003/01/17。
31. 張文輝 (2003b)。 新聞局：經營區重畫 多通路時代來臨 ，《聯合報》，國內要聞，2003/01/16。
32. 郭錦萍 (2002a)。 ADSL 傳送隨選視訊，政策逆轉 ，2002-09-02，《聯合報》，1 版，要聞。
33. 郭錦萍 (2002b)。 東森 12 月推四合一服務 ，2002-11-04，《聯合報》，6 版，生活。
34. 郭錦萍 (2002c)。 訂廣電法時，沒想到加裝小盒子就能跨足另一行業 ，2002-09-02，《聯合報》，3 版，焦點。
35. 郭錦萍 (2002d)。 第四台大集結，擬進軍固網業 ，2002-09-23，《聯合報》，9 版，社會話題。
36. 郭錦萍 (2002e)。 電信越界大戰，一觸即發 ，2002-09-02，《聯合報》，3 版，焦點。
37. 郭錦萍 (2002f)。 隨選視訊、付費頻道，搶商機 ，2002-12-02，《聯合報》，5 版，話題。
38. 陳民峰 (2003)。 競爭機制 比擴大經營區重要 ，《聯合報》，國內要聞，2003/01/16。
39. 陳如嬌 (2003)。 中華電信將推出 MOD 服務 ，《中國時報》，焦點新聞，920116。
40. 陳怡如 (2002)。 立院科委會通過提案，中華電信 MOD 服務有條件推出 ，2002-10-17，《聯合報》，21 版，大台北。
41. 費家琪 (2002a)。 有線電視擬取消分區，費率回歸中央管 ，2003-01-16，《經濟日報》，4 版/綜合新聞。
42. 費家琪 (2002b)。 有線電視分區限制擬鬆綁 ，2002-10-17，《經濟日報》，35 版，科技產業。
43. 費家琪 (2002c)。 固網執照明年 3 月再釋出 ，2002-10-04，《經濟日報》，33 版，產業要聞。
44. 費家琪 (2002d)。 固網執照將再開放，引起反彈 ，2002-07-09，《經濟日報》，33 版，

產業要聞。

45. 費家琪 (2002e) 東森寬頻搶攻網路電話市場 , 2002-11-01, 《經濟日報》, 33 版, 產業要聞。
46. 費家琪、王皓正 (2002a) 東森決放棄收購和信寬頻用戶 , 2002-10-07, 《經濟日報》, 28 版, 未上市公司。
47. 費家琪、王皓正 (2002b) 版圖重劃東森獨大 , 2002-07-25, 《經濟日報》, 35 版, 科技產業。
48. 馮建三 (2002) 管制有線電視太嚴格? , 《中國時報》, 論壇, 911201。
49. 經濟日報社論 (2003) 將有線電視市場再還給市場 , 《經濟日報》, 社論, 2003-01-18。
50. 劉立行 (2002) 付費看電視後的思考 , 《中國時報》, 論壇, 911206。
51. 劉時榮 (2003) 立委: 擴大經營區, 未必可打破財團壟斷 , 《聯合報》, 國內要聞, 2003/01/16。
52. 蕭君暉 (2002) 競爭環境不公平, 寬頻業吐槽 , 2002-08-03, 《經濟日報》, 4 版, 綜合新聞。
53. 聯合晚報社論 (2002) 異業對抗, 消費者在哪? , 《聯合晚報》, 2002-09-02/ /2 版/話題新聞。
54. 聯合晚報社論 (2003) 有線天空的寡佔化 , 《聯合晚報》, 社論, 2003/01/16。
55. 龐建國 (2003) 中華電信 MOD 若獨大, 也是壟斷 , 《聯合報》, 意見評論, 2003/01/17。
56. 羅如蘭 (2003a) 電視跨業戰國時代將來臨 , 《中國時報》, 焦點新聞, 920116。
57. 羅如蘭 (2003b) 圖利財團? 潮流所趨? 立委看法不一 , 《中國時報》, 焦點新聞, 920116。
58. 龔小文 (2001) 民營固網 VS. 中華電信, 寬頻互動式多媒體大戰 , 2001-02-08, 《民生報》, D6 版, e 世代。
59. 龔小文 (2002a) Cable Modem 不敵 ADSL, 紛紛轉型 , 2002-09-18, 《民生報》, a8 版, 3C, 新聞網。
60. 龔小文 (2002b) 中華電信 MOD 服務, 臨上市又喊停 , 2002-12-24, 《民生報》, A8 版, 3C, 新聞網。
61. 龔小文 (2002d) 電視電話上網, 愛綁在一起 , 2002-07-11, 《民生報》, A11 版, 3C, 新聞網。
62. 龔小文 (2002e) 寬頻業者促銷 Cable 網路電話試打看看 , 2002-07-30, 民生報, A8 版, 3C, 新聞網。
63. 龔小文 (2002f) 數位電視邁入卡位戰 , 2002-10-24, 《民生報》, A10 版, e 世代。

碩博士論文

1. 任惠光 (2000) 《企業集團進入有線電視產業之競爭與併購策略規劃》, 國立臺灣大學國際企業學研究所碩士論文。
2. 吳祥寬 (2000) 《政治、金權、線纜: 台灣有線電視產業的政治經濟分析》, 國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
3. 汪嘉偉 (2001) 《通訊、媒體、娛樂產業跨業整合之分析》, 國立臺灣大學國際企業學研究所碩士論文。
4. 官智卿 (1999) 《論臺灣地區有線電視「垂直整合」問題及其規範 - - 以「斷訊」爭議為核心》, 國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。
5. 孫耀清 (2000) 《電信業者跨足多媒體產業之研究》, 國立成功大學交通管理學系研

究所碩士論文。

6. 張簡博文 (2002)。《我國通信資訊暨傳播委員會規劃之探討》，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
7. 郭裕昇 (2000)。《有線電視產業與電信事業跨業經營之行為探討》，淡江大學資訊管理學系碩士論文。
8. 陳立興 (2000)。《數位媒介整合下之有線電視與電信事業的相關管制規範與競爭機制研究》，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
9. 陳虹妙 (1998)。《美國聯邦反托拉斯政策與電信事業購併問題之研究》，淡江大學美國研究所碩士論文。
10. 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碩士論文。
11. 彭嘉慧 (2002)。《東森媒體集團化的個案研究》，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
12. 楊雅雯 (2002)。《有線電視系統業者邁入寬頻產業之核心資源分析研究》，國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
13. 葉志良 (1999)。《電信與有線電視在媒介整合下相關管制規範之研究》，東吳大學法律學系研究所碩士論文。
14. 廖慧君 (1999)。《電信產業與有線電視整合趨勢之研究 - 建立公平競爭環境相關議題之探討》，國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
15. 劉建君 (2001)。《多媒體網路產業之購併與管制 - 以美國線上時代華納合併案為例》，國立臺灣大學商學研究所碩士論文。
16. 劉貞萍 (2001)。《企業集團經營有線電視競爭策略之研究》，國立台北大學企業管理學系碩士論文。
17. 鄭呈皇 (2000)。《跨國傳播集團與台灣影視產業的競爭論述》，輔仁大學大眾傳播學研究所碩士論文。
18. 鄭麗琪 (2001)。《傳播產業集團化與多角化研究--以中視媒體集團為例》，國立臺灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
19. 鄭敏惠 (2002)。《跨媒體經營法規政策之探討-以中華電信與東森集團為例》，世新大學傳播研究所碩士論文。
20. 賴祥蔚 (2002)。《中國大陸廣電集團的政治經濟分析》，台北：國立政治大學政治研究所博士論文。
21. 戴伯芬 (2000)。《媒體產業的全球地方形構 - 台灣有線電視的政治經濟學分析》，國立臺灣大學建築與城鄉研究所博士論文。
22. 謝孟儒 (2001)。《有線電視市場集中趨勢之研究—以東森、和信兩集團為例》，東吳大學法律學系研究所碩士論文。
23. 簡陳中 (1998)。《我國有線電視與電信產業跨業經營之前景研究》，銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
24. 楊佳峰 (2002)。《寬頻網路服務市場之競爭策略研究--以東森國際網路及中華電信為例》，國立台北大學企業管理學系碩士論文。

英文參考文獻：

1. Adams, Edward E. (1995). Chain growth and merger waves: A macroeconomic historical perspective on press consolidation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 72 (2, Summer), 376-389.
2. Ahn, Hoekyun, and Litman, Barry. (1997). Vertical integration and consumer welfare in the cable industry. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. 41 (Fall, 4), 453-477.
3. Albarran, Alan B. & Chan-Olmsted, Sylvia M. edited (1998). *Global media economics commercialization, concentration, and integration of world media markets*. Ames : Iowa State University Press.
4. Atkin, David J. (1999). Video dialtone reconsidered: Prospects for competition in the wake of the Telecommunications Act of 1996. *Communication Law and Policy*. 4 (1, Winter), 35-58.
5. Baker, Edwin C. (1994). Merging phone and cable. *Hastings Communications and Entertainment Law Journal*, 17, 97-136.
6. Barrett, Andrew C. (1998). Shifting foundations: The regulation of telecommunications in an era of change. *Federal Communications Law Journal*, 46, 39-62.
7. Barrett, Marianne. (1996). Strategic behavior and competition in cable television: Evidence from two overbuilt markets. *Journal of Media Economics*. 9 (2), 43-62.
8. Blake, Jonathan D. (1998). The national information infrastructure initiative and the emergence of the electronic superhighway. *Federal Communication Law Journal*, 46, 397-432.
9. Brennan, Timothy J. (1990). Vertical integration, monopoly, and the First Amendment, 2(1), 57-76.
10. Bresnahan, Arthur (1997). The unconstitutional telco-cable cross-ownership ban: It seemed like a good idea at the time. <<http://www.umich.edu/~mttlr/VolOne/Bresnahan.html>>
11. Calabrese, Andrew M. (1990). Telephone-cable cross-ownership: The push for video common carriage. *Communications and the Law*, 19-36.
12. Chan-Olmsted, Sylvia M. & Litman, Barry R. (1988). Antitrust and horizontal mergers in the cable industry. *Journal of Media Economics*, 1(3), 3-28.
13. Chan-Olmsted, Sylvia M. (1996). Market competition for cable television: Reexamining its horizontal mergers and industry concentration. *Journal of Media Economics*. 9 (2), 25-41.
14. Chipty, Tasneem (1995). Horizontal integration for bargaining Power: evidence from the cable television industry. *Journal of Economics & Management Strategy*, 4(2), 375-397.
15. Compaine, Benjamin M. & Gomery, Douglas, (2000). *Who owns the media? : competition and concentration in the mass media industry*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates.
16. Crandall, Robert W. & Furchtgott-Roth, Harold, (1996). *Cable TV: Regulation or competition*. Washington, DC: The Brookings Institution.
17. Crandall, Robert W. (1997). Competition and regulation in the US video market. *Telecommunications Policy*, 21(7), 649-660.
18. Emmons III, William M. & Prager, Robin A. (1997). The effects of market structure and ownership on prices and service offerings in the U.S. cable television industry. *RAND Journal of Economics* 28(4), 732-750.
19. Foley, Joseph M. (1992). Economic factors underlying telephone company efforts to enter home video distribution. *Journal of Media Economics*, 5(3), 57-68.

20. Ford, George S. & Jackson, John D. (1997). Horizontal concentration and vertical integration in the cable television industry. *Review of Industrial Organization*, 501-518.
21. Hazlett, Thomas W, & Spitzer, Matthew L. (1997). Public policy toward cable television: The economics of rate controls. *AEI Studies in Telecommunications Deegulation*. Cambridge, MA: The MIT Press.
22. McFadden, Douglas B. (1999). Antitrust and communications: Changes after the telecommunications Act of 1996. *Federal Communications Law Journal*, 49, 457-472.
23. Mosco, Vince (1996). *The political economy of communication*. Landon: Sage.
24. Noam, Eli M. edited (1985). *Video media competition: Regulation, economics, and technology*. New York : Columbia University Press.
25. Owen, Bruce M. & Wildman, Steven S. (1992). *Video economics*. Cambridge, Mass. : Harvard University Press.
26. Oxley, Michael G. (1998). The cable-telco cross-ownership prohibition: First Amendment infringement through obsolescence. *Federal Communications Law Journal*, 46, 7-37.
27. Parsons, Patrick R. & Frieden, Robert M. (1998). *The cable and satellite television industries*. Boston: Allyn and Bacon.
28. Picard, Robert G. (1989). *Media economics: concepts and issues*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications.
29. Perrucci, Antonio & Cimatoribus, Michela (1997). Competition, convergence and asymmetry in telecommunications regulation. *Telecommunication Policy*, 21(6), 493-512.
30. Ramstad, Georg O. (1997). A model for structural analysis of the media market. *Journal of Media Economics*. 10 (3), 45-50.
31. Scherer F. M. & Ross David (1990). *Industrial market structure and economic performance*. Boston: Houghton Mifflin Company.
32. Sidak, Gregory (1999). *Is the Telecommunications Act of 1996 Broken? If so, how can we fix it?* Washington DC: The AEI Press.
33. Tseng, Kuo-Feng, and Litman, Barry. (1998). The impact of the Telecommunications Act of 1996 on the merger of RBOCs and MSOs: Case Study: The merger of US West and Continental Cablevision. *The Journal of Media Economics*. 11 (3), 47-64.
34. Waldman, Don E. & Jensen, Elizabeth J. (2001). *Industrial organization: Theory and practice*. Boston: Addison Wesley Longman, Inc.
35. Waterman, David & Weiss Andrew A. (1997). *Vertical integration in cable television*. AEI Studies in Telecommunications Deregulation. Cambridge, MA: The MIT Press.
36. Waterman, David (1997). Vertical integration and program access in the cable television industry. *Federal Communications Law Journal*, 47, 511-534.
37. Werner, Eric T. (1995). Something's gotta give: Antitrust consequences of telephone companies' entry into cable television. *Federal Communications Law Journal*, 43, 215-253.
38. Wirth, Michael O., and Bloch, Harry (1995). Industrial organization theory and media industry analysis. *Journal of Media Economics*. 8 (2), 15-26.