

# 有線電視市場結構與經營區調整政策

施俊吉\*

中央研究院人文社會科學研究中心研究員

本研究旨在探討台灣有線電視系統市場的產業結構，並分析 NCC 之經營區調整政策。研究發現：2009 年時每一系統的平均訂戶數為 8.8 萬戶，平均營收為 6.2 億元，全國的總營收為 372 億元，總毛利為 156 億元，毛利率為 42%。至於有線電視系統市場則屬高度集中之市場，其 HHI 指數高達 8,372。此外，經營區調整政策固然能提供跨區經營的機會，但是系統經營者卻不一定會跨區經營，反而會合併成一家跨區獨占的大系統或繼續維持分區獨占的局面。因此建議 NCC 應該從「增加其他類型之電視對有線電視之競爭」及「做好有線電視獨占管制工作」等方面著手治理有線電視因為分區獨寡占所衍生的問題。

關鍵字：有線電視、市場結構、經營區政策

## 壹、緒論

產業經濟學的「結構、行為與績效學派」強調：市場結構決定廠商的競爭行為，而競爭行為則決定產業的績效表現。因此，若欲探究台灣有線電視市場的競爭行為，以及產業的發展，即須從有線電視的市場結構著手研究。

台灣有線電視的市場結構，具備兩大公認之特徵：

- 一、下游系統市場的獨、寡占情形嚴重，在全國 47 個有線電視經營區中，34 區已經淪為獨占，其餘之 13 區為雙占。<sup>1</sup>

---

\* 作者感謝簡季婕小姐協助整理與分析資料。

收稿日期：100 年 5 月 16 日；接受刊登日期：101 年 1 月 12 日

1 根據表 1 的經營區及各區之系統家數計算而得。

二、上下游垂直整合之程度極高，集團同時控制上游頻道台與下游的有線電視系統台。

這兩大結構特徵，影響市場競爭，左右廣電媒體與視訊傳輸平臺之發展。特別是，下游之系統市場因獨、寡占之故，致使收視戶權益常遭系統經營者侵犯，因此，主管機關不得不投入龐大的行政資源，監管有線電視之營運。而上下游垂直整合體的市場力量如果太過強大，則集團與獨立業者之間的關係必趨緊張，過去經常發生的頻道節目授權費爭議與斷訊事件，皆與有線電視垂直整合體濫用其市場獨占力息息相關。<sup>2</sup>

因此，本文的第一項研究主題，即在分析有線電視的市場結構。此項研究以 2009 年之產業資料為依據，其內容包含三點：第一是統計並分析全國系統經營者的訂戶數、營業收入、營業成本與毛利率等資料，目的在瞭解此一產業的平均經營規模與經營績效；第二是計算多系統經營者（multi-system operators, MSO）的市場占有率，以呈現有線電視的集團化程度；第三是分析系統市場的集中度，以瞭解實際的獨寡占情形。此項研究基本上延續了施俊吉、劉孔中、葉疏、周韻采（2003）以及施俊吉、劉孔中、許志義、鍾俊文（2005）之分析。

本文的第二項研究主題，在探討有線電視經營區的調整政策。有線電視採分區經營制，當年在劃分經營區時，是以新聞局（1990）的「台灣地區有線電視分區之研究」為依據，將全國分成 51 個經營區。此項分區規劃的理由有二：

- 一、有線電視系統是自然獨占產業，其與電力、自來水及導管瓦斯等公用事業一樣，具備規模經濟。因此，一經營區僅能容納一家業者。
- 二、有線電視系統的最適經營規模預估為 15 萬戶，因此，經營區的大小應以此為標準。

準此，當時的中央主管機關新聞局即以 15 萬戶作為一個經營區的大小

---

2 Chipty (2001) 曾經從理論與實證上分析美國有線電視上下游垂直整合對市場競爭與消費者福利的影響，而 Yoo (2002) 則曾就此議題提出管制分析。至於我國的競爭法主管機關公平會則訂定〈行政院公平交易委員會對有線電視相關事業之規範說明〉，作為管制之依據。

規模，將全國劃分成 51 區，<sup>3</sup> 並朝「同一地區僅准一家經營」的方向，制訂「有線電視法草案」。惟立法院於 1993 年審查此法時，顧及民間為數眾多的「第四台」之出路問題，乃將草案中的「一區一家」政策，修改為「一區以不超過五家為限」，以增加有線電視系統經營者的執照張數，試圖解決僧多粥少的問題。

有線電視自開放起，新聞局共受理 229 件設立申請案，<sup>4</sup> 經過 6 個梯次的審議後，計有 156 家業者獲得籌設許可。但是，截至 2009 年 10 月，取得營運許可並開播之系統僅剩 60 家，有線電視「播送系統」則有 3 家，<sup>5</sup> 其餘業者皆遭合併而消滅，致使今之 47 個經營區中，獨占經營者（一區一家）高達 34 區，雙占經營者（一區二家）13 區。換言之，沒有任何一個經營區存在著 3 家或 3 家以上的業者。由此可見，將近二十年來的市場變革，其方向是朝「一區一家」的結構收斂。

有線電視之市場規劃，從「一區一家」變成「一區五家」，是立法院的意旨，不是中央主管機關的藍圖。至於市場結構由「一區五家」朝「一區一家」的方向收斂，則是產業自主性的調整，不是管制者的導引。惟公眾對於有線電視的各種亂象，眾口同聲，皆將其歸咎於經營區遭獨、寡占所致。<sup>6</sup>

因此，今之中央主管機關「國家通訊傳播委員會」（NCC）在 2010 年 4 月提出「有線廣播電視法修法草案」，<sup>7</sup> 其中第 6 條條文即為本文所稱「經營區調整政策」，此項政策試圖解決獨、寡占問題，根據 NCC 的說明其主要內容為：

3 其中金門縣、連江縣、台東縣成功區及關山區等有線電視經營區因當地人口相對稀少，不符經營效率，故中央主管機關將之暫時「劃離經營區」，所以現有之經營區為 47 個。各經營區所涵蓋之行政區域以及各區之系統經營者的名稱可參閱本文所附之附表 1。

4 不含中華電信公司於 2003 年間申請於台北市、台北縣及基隆市等 13 個有線電視經營區開播 MOD 業務之申請案。

5 早年的「第四台」在就地合法化後，於新聞局的行政法規上稱為「有線電視節目播送系統」。這些播送系統在過去十數年間，有的依法取得經營執照，成為正式的「有線電視系統經營者」，有的則維持原狀，繼續營業。因此，今之有線電視市場「系統經營者」與「播送系統」並存。但是，播送系統的家數在持續減少中，而且經營規模都很小。

6 參見戴伯芬（2007）之分析與評論。

7 此項修法草案已於 2011 年送立法院審議，其詳細內容可從下述網址下載（國家通訊傳播委員會，2010c）：[http://www.ncc.gov.tw/chinese/news\\_detail.aspx?site\\_content\\_sn=8&is\\_history=0&pages=0&sn\\_f=14786](http://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=8&is_history=0&pages=0&sn_f=14786)

- 一、擴大有線電視經營區的地理範圍：鑒於有線電視於特定經營區內具有自然獨占的特性，致使現行有線電視市場欠缺有效競爭。為因應數位匯流發展趨勢，促進有線廣播電視市場有效競爭，爰將現行條文第 22 條及第 23 條規定特定經營區之劃分及禁止跨區經營之限制，調整為以直轄市、縣（市）為最小經營區域，新申設者及既有業者可自行決定其經營地區範圍。
- 二、基於保護既有經營者之信賴利益，修正條文第 6 條第 3 項明定既有經營者得於原經營地區繼續經營或與其他系統經營者合併，其經營地區於法律修正後不受以縣（市）為最小經營區之限制。

調整經營區所必須考慮的問題，大致包含以下幾項：調整經營區是否真的能引進競爭？有線電視集團將因此受到限制或趁機擴張？調整經營區後，何方將受益，何方將受損？損益相抵之後，對整體經濟的貢獻是正或負？而此即為本文的第二項研究主題。<sup>8</sup> 針對此項主題，本文之經濟分析顯示：如果 NCC 按照修法草案調整有線電視經營區，原本分區獨占的系統經營者不是維持原狀，就是合併成一家規模更大的獨占。因此，NCC 的有線電視經營區調整政策能否達成促進競爭之目的是有疑問的。

## 貳、系統台之收視戶規模

根據有線廣播電視法第 51 條第 4 項之規定，系統經營者應於每年 1 月、4 月、7 月及 10 月，向中央主管機關申報前 3 個月的訂戶數。此項申報制度的用意有二：一是統計各系統經營者的市場規模；二是根據訂戶數多寡推估系統經營者的營業額之正確性。<sup>9</sup> 根據 2010 年 5 月份的訂戶數申報資料，

8 事實上，在 NCC 成立前，當新聞局仍然是有線電視之主管機關時即曾委託中央研究院社科所研究有線電視經營區調整政策，當時的研究報告（施俊吉、陳炳宏、劉孔中（2003））即曾質疑調整經營區的效果。

9 同法第 53 條第 1 項規定：「系統經營者應每年提撥當年營業額百分之一之金額，提繳中央主管機關成立特種基金。」訂戶數多寡直接影響營業額，故訂戶數申報制度有助於中央主管機關稽核系統經營者的營業額。而確保營業額之正確性，才能保障特種基金「有線廣播電視事業發展基金」的財務收入來源。

各有線電視系統經營者（共 60 家）及有線電視播送系統（共 3 家），總計 63 家業者的訂戶數資料如表 1 所示。

表 1：全國系統經營者訂戶數及市場占有率總表

縣市別	經營區	總戶數	總訂戶數	普及率	系統名稱	系統訂戶數	系統市占率
基隆市		146,136	95,291	65.21%	吉隆 <sup>c</sup>	88,459	92.83%
					大世界 <sup>i</sup>	6,832	7.17%
台北市	中山區	213,739	149,094	69.76%	長德 <sup>c</sup>	73,014	48.97%
					金頻道 <sup>e</sup>	76,080	51.03%
	大安區	211,907	137,341	64.81%	大安文山 <sup>e</sup>	76,846	55.95%
					萬象 <sup>c</sup>	60,495	44.05%
	萬華區	134,626	66,624	49.49%	寶福 <sup>i</sup>	18,013	27.04%
					聯維 <sup>i</sup>	48,611	72.96%
	北投區	187,925	122,103	64.97%	陽明山 <sup>e</sup>	122,103	100.00%
	內湖區	221,221	150,011	67.81%	新台北 <sup>e</sup>	92,473	61.64%
					麗冠 <sup>c</sup>	57,538	38.36%
台北縣	新莊區	214,908	159,515	74.22%	永佳樂 <sup>p</sup>	159,515	100.00%
	板橋區	271,714	206,097	75.85%	大豐 <sup>i</sup>	90,848	44.08%
					台灣數位寬頻 <sup>i</sup>	115,249	55.92%
	中和區	242,558	191,743	79.05%	興雙和 <sup>i</sup>	53,035	27.66%
					新視波 <sup>c</sup>	138,708	72.34%
	三重區	213,276	152,615	71.56%	全聯 <sup>e</sup>	84,554	55.40%
					天外天 <sup>i</sup>	68,061	44.60%
	淡水區	81,131	57,773	71.21%	紅樹林 <sup>p</sup>	57,773	100.00%
	新店區	130,198	98,102	75.35%	大新店民主 <sup>i</sup>	48,948	49.90%
					新唐城 <sup>e</sup>	49,154	50.10%
	瑞芳區	103,501	71,316	68.90%	觀天下 <sup>p</sup>	71,316	100.00%
	樹林區	117,982	88,366	74.90%	家和 <sup>c</sup>	88,366	100.00%
桃園縣	北區	316,565	237,440	75.01%	北桃園 <sup>e</sup>	118,838	50.05%
					北健 <sup>c</sup>	118,602	49.95%
	南區	337,541	230,071	68.16%	南桃園 <sup>k</sup>	230,071	100.00%
新竹市		138,505	110,513	79.79%	新竹振道 <sup>e</sup>	110,513	100.00%
新竹縣		157,821	109,924	69.65%	北視 <sup>k</sup>	109,924	100.00%
苗栗縣	北區	62,565	44,578	71.25%	信和 <sup>k</sup>	44,578	100.00%
	南區	107,539	57,732	53.68%	吉元 <sup>k</sup>	57,732	100.00%
台中市		377,296	288,358	76.43%	群健 <sup>k</sup>	288,358	100.00%
台中縣	沙鹿區	125,957	78,231	62.11%	西海岸 <sup>t</sup>	78,231	100.00%
	豐原區	180,838	111,732	61.79%	豐盟 <sup>e</sup>	111,732	100.00%

	大里區	152,951	97,405	63.68%	大屯 <sup>t</sup>	57,566	59.10%
					威達 <sup>i</sup>	39,839	40.90%
南投縣		169,274	79,999	47.26%	中投 <sup>t</sup>	79,999	100.00%
彰化縣	彰化區	189,452	109,078	57.58%	新頻道 <sup>e</sup>	109,078	100.00%
	員林區	169,889	82,706	48.68%	三大 <sup>i</sup>	82,706	100.00%
雲林縣	斗六區	134,548	75,774	56.32%	佳聯 <sup>t</sup>	75,774	100.00%
	元長區	92,573	34,154	36.89%	北港 <sup>i</sup>	34,154	100.00%
嘉義市		94,513	57,479	60.82%	世新 <sup>i</sup>	57,479	100.00%
嘉義縣	大林區	79,720	32,836	41.19%	國聲 <sup>i</sup>	32,836	100.00%
	朴子區	94,592	40,927	43.27%	大揚 <sup>i</sup>	40,927	100.00%
台南市	南區	142,952	104,149	72.86%	三冠王 <sup>c</sup>	104,149	100.00%
	北區	123,424	94,094	76.24%	雙子星 <sup>i</sup>	94,094	100.00%
台南縣	永康區	198,216	133,045	67.12%	新永安 <sup>i</sup>	133,045	100.00%
	下營區	167,294	79,705	47.64%	南天 <sup>e</sup>	79,705	100.00%
高雄市	北區	336,400	233,495	69.41%	慶聯 <sup>c</sup>	193,060	82.68%
					大信 <sup>i</sup>	40,435	17.32%
	南區	244,270	155,868	63.81%	港都 <sup>c</sup>	136,510	87.58%
					大高雄 <sup>i</sup>	19,358	12.42%
高雄縣	岡山區	175,072	87,412	49.93%	南國 <sup>i</sup>	87,412	100.00%
	鳳山區	252,009	177,384	70.39%	鳳信 <sup>p</sup>	177,384	100.00%
屏東縣	屏東區	166,048	93,993	56.61%	觀昇 <sup>e</sup>	93,993	100.00%
	新埤區	108,697	55,007	50.61%	屏南 <sup>i</sup>	55,007	100.00%
台東縣	關山區	18,271	5,995	32.81%	東台 <sup>*</sup>	5,995	100.00%
	台東區	47,268	23,257	49.20%	東台 <sup>i</sup>	23,257	100.00%
	成功區	14,217	3,771	26.52%	東台 <sup>*</sup>	3,771	100.00%
宜蘭縣		151,942	83,190	54.75%	聯禾 <sup>p</sup>	83,190	100.00%
花蓮縣	花蓮區	80,541	49,779	61.81%	洄瀾 <sup>i</sup>	49,779	100.00%
	玉里區	39,375	13,697	34.79%	東亞 <sup>i</sup>	13,697	100.00%
金門縣		31,688	6,248	19.72%	名城 <sup>*</sup>	6,248	100.00%
澎湖縣		33,134	16,809	50.73%	澎湖 <sup>i</sup>	16,809	100.00%
連江縣		2,055	951	46.28%	祥通 <sup>*</sup>	951	100.00%
總計		7,805,834	5,042,777	64.60%		5,042,777	

資料來源及說明：

- 經營區總戶數摘自內政部（2009）〈社會經濟資料庫〉所公佈之2009年12月份統計數據；訂戶數資料係各有線電視（播送）系統向國家通訊傳播委員會（2010a）申報之2010年6月份資料。普及率與系統市占率是本研究計算所得。
- 系統名稱之後，加註c代表「中嘉」集團，e代表「凱擘」集團，k代表「台灣寬頻」集團，p代表「台固媒體」集團，t代表「台灣數位光訊」集團，i代表「獨立系統業者」；加註\*標記者為「播送系統」。各系統之集團屬性係NCC依系統經營者於2010年5月所提報之股權資料研判而得，國家通訊傳播委員會（2010b）。

根據表 1「全國系統業者訂戶數及市場占有率總表」，可以整理歸納出幾項特點：

第一，全國總戶數為 7,805,834 戶（2009 年 12 月份之資料），全國的有線電視總訂戶數則為 5,042,777 戶（2010 年 6 月份之資料）。因此，有線電視系統業者所申報的普及率為 64.60%。但是，根據行政院主計處（2009）的家庭收支調查，2009 年台灣有線電視的普及率為 81.97%。<sup>10</sup> 因此，業者的申報數比行政院主計處的調查報告少了 17.37%，換算成訂戶數等於少了 136 萬戶左右。

第二，訂戶數之短差，對於「有線廣播電視事業發展基金」之收入，以及有線電視市場之交易秩序將產生如下之影響：

- 一、「有線廣播電視事業發展基金」可能漏徵之金額估計高達 8,160 萬元：現行辦法規定有線電視系統經營業每年應提撥 1% 的營業額供發展基金運用；如果短報之訂戶數為前述之 136 萬戶，且每年每戶之視訊收入以 6,000 元（即每月 500 元）計算，則發展基金每年短徵之金額將達 8,160 萬元。
- 二、頻道向系統所收取的節目授權費係以系統之訂戶數為計算基礎，單位是「每月每戶若干元」。設若系統短報訂戶數，則易造成頻道與系統在年度換約時的糾紛，嚴重者並將導致斷訊。故訂戶數之資訊不透明，勢必影響有線電視上下游頻道節目交易的秩序，如果斷訊就會損害收視戶之權益。

第三，根據表 1 可以計算有線電視系統經營者的平均訂戶數及標準差，結果詳如表 2。在此表中，如果以全部業者的資料為母體，計算所得的平均訂戶數為 78,793 戶。若以這項數值代表台灣有線電視系統的平均規模，顯然低估。低估的原因有二，一是，分佈在東部地區以及外島的播送系統，<sup>11</sup> 規模都太小，例如連江縣的「祥通」只有 951 戶。其次，基隆區的「大世界」

10 如果根據民間的電子媒體收視率調查業者 AC Neilson 之推估，在 2002 年時有線電視的普及率即已高達 84.6%。

11 包括台東縣關山區的「東台」，成功區的「東台」，金門縣的「名城」，以及連江縣的「祥通」等 4 家有線電視播送系統。

系統於 2002 年間以「零客戶」之狀態參進市場，其訂戶數現僅 6,832 戶。所以，應先剔除這兩組造成低估的樣本，再計算平均數與標準差。至於調整後的結果即如表 2「調整一」的資料所示。

表 2：有線電視系統之平均訂戶數規模（單位：戶）

	未調整	調整一	調整二
訂戶平均數	78,793	85,067	88,664
訂戶標準差	53,626	51,095	49,931

說明：「未調整」的樣本包括全部的有線電視系統及播送系統，計 65 家。若剔除 4 家播送系統與基隆區的「大世界」後之樣本稱「調整一」，計 60 家。如果再剔除台東區的「東台」、玉里區的「東亞」與澎湖區的「澎湖」後之樣本稱「調整二」，計 57 家。

「調整一」顯示，系統台的平均訂戶數為 85,067 戶，標準差是 51,094 戶。調整後的平均訂戶數較調整前約增加 6 千戶，此項修正，結果顯著。但是，這項數字是否能代表台灣有線電視系統的一般規模，仍有檢討之必要。因為，有線電視經營區中的台東區、玉里區與澎湖等區的人口總戶數皆低於 5 萬戶。由於經營區人口過低，勢必造成系統規模偏小。所以，表 2 第四欄的「調整二」進一步剔除了經營區總戶數低於 5 萬戶的系統經營者，包括台東區的「東台」、玉里區的「東亞」與澎湖區的「澎湖」等，然後再計算平均訂戶數。

第二次修正所得的平均訂戶數為 88,664 戶，標準差是 49,931 戶。這項數字顯示：台灣有線電視系統的平均訂戶數在 8.8 萬戶之譜，低於平均數一個標準差的訂戶數規模在 4 萬戶左右，高於平均數一個標準差的訂戶數規模則在 14 萬戶左右。這組數字頗能代表台灣有線電視系統台的平均訂戶數規模。但是，即便是經過上述兩次調整，有線電視系統的平均訂戶數仍然遠低於開放之初所設想的最適經營規模 15 萬戶。

最後，若論個別系統經營者之規模，訂戶數最多的系統台是台中市的「群健」（288,358 戶，屬 K 集團，區域獨占者）。其他介於 10 萬戶至 20 萬戶的系統台共有 15 家。換言之，台灣系統台當中，訂戶數超過 10 萬戶的僅有 16 家，其中 9 家是一區一家的區域獨占者。若以集團之屬性論，K 集團所擁

有的大系統台最多，共有兩家，包括最大的「群健」，以及次大的「南桃園」。

## 參、多系統經營者之收視戶規模

2009 年時，台灣共有五個多系統經營者，分別是：凱擘（E 集團）、中嘉（C 集團）、台灣寬頻（K 集團）、台固媒體（P 集團）與台灣數位光訊（T 集團）。<sup>12</sup> 這五大集團各自所擁有的系統家數及訂戶總數，詳如表 3。

表 3：多系統經營者之市場占有率（按訂戶數計算）

市場排名	集團（家數）	訂戶數	市場占有率
第一位	E 集團（12）	1,125,069	22.31%
第二位	C 集團（10）	1,058,901	21.00%
第三位	K 集團（4）	672,931	13.34%
第四位	P 集團（5）	549,178	10.89%
第五位	T 集團（4）	291,570	5.78%
其他	獨立台（26）	1,315,417	26.09%
	播送系統（4）	29,711	0.59%
總計	65	5,042,777	100%

資料來源：訂戶數取自系統經營者向新聞局所申報之 2010 年 6 月份資料，國家通訊傳播委員會（2010a, 2010b）。

根據此表之資料，可以整理歸納出以下幾項重點：

第一，MSO 的排名順序為：E 集團、C 集團、K 集團、P 集團、T 集團。其中，排名第一位的 E 集團，其總戶數達 1,125,069 戶，不過市場占有率並未超過四分之一。

第二，K 集團雖然只有五家系統台，但是總戶數卻排名第三位。此乃因為，K 集團所屬的系統台其訂戶數規模都很大，例如訂戶數最多的「群健」

<sup>12</sup> 其中，凱擘已於 2010 年被富邦金控之大股東蔡明忠及蔡明興兄弟所成立的大富公司所併購，而中嘉則於 2011 年為中時集團（旺旺集團）之蔡衍明所成立的旺中公司所併購，此案已於 2011 年 4 月 27 日通過公平會的結合審查，下一步將由 NCC 作最終之裁定。

(288,358 戶)，以及次多的「南桃園」(230,071 戶) 皆屬於此一集團。

第三，獨立系統共有 26 家，其市場占有率合計達 26.09%，舉足輕重。獨立系統台的訂戶數規模變化極大，其中不乏大型業者，例如：桃園縣北區的「北桃園」(118,838 戶，區域雙占者)、台北縣板橋區的「台灣數位寬頻」(115,249 戶，區域雙占者)，以及板橋區的「大豐」(90,848 戶，區域雙占者) 等。這五家獨立系統台的訂戶數皆超過 8.8 萬戶，即高於全台系統台的平均訂戶數規模。

## 肆、系統台之營業收入

前兩節從訂戶的數目探討系統台的經營規模與規模分佈，本節則從營業收入與獲利情況，進一步分析系統台的一般經營及獲利狀況。

表 4 是全國系統經營者的營業收入、營業成本、毛利與毛利率一覽表。

表 4：全國系統經營者營收及毛利總表

縣市別	系 統	營業收入	營業成本	毛 利	毛利率
基隆市	吉隆	625,692	351,619	274,073	44%
	大世界	50,345	28,073	22,272	44%
台北市	長德	508,825	389,665	119,160	23%
	金頻道	573,841	423,633	150,208	26%
	大安文山	573,104	396,418	176,686	31%
	萬象	414,975	303,849	111,126	27%
	寶福	148,187	107,548	40,639	27%
	聯維	391,094	243,824	147,270	38%
	陽明山	910,473	651,713	258,760	28%
	新台北	693,436	500,073	193,363	28%
台北縣	麗冠	387,279	299,994	87,285	23%
	永佳樂	1,035,706	658,312	377,394	36%
	大豐	642,767	266,766	376,001	58%
	台灣數位寬頻	846,216	437,940	408,276	48%
	興雙和	397,215	167,168	230,047	58%

	新視波	985,098	489,633	495,465	50%
	全聯	600,773	338,394	262,379	44%
	天外天	501,105	221,433	279,672	56%
	紅樹林	379,541	242,603	136,938	36%
	新店民主	422,430	200,885	221,545	52%
	新唐城	363,079	199,678	163,401	45%
	觀天下	466,717	312,447	154,270	33%
	家和	600,255	315,403	284,852	47%
桃園縣	北桃園	888,167	557,061	331,106	37%
	北健	872,089	489,907	382,182	44%
	南桃園	1,796,995	607,855	1,189,140	66%
新竹市	新竹振道	900,008	491,629	408,379	45%
新竹縣	北視	880,459	305,170	575,289	65%
苗栗縣	信和	376,301	119,484	256,817	68%
	吉元	490,230	175,000	315,230	64%
台中市	群健	2,308,142	762,094	1,546,048	67%
台中縣	西海岸	553,373	339,952	213,421	39%
	豐盟	874,354	539,648	334,706	38%
	大屯	422,703	265,209	157,494	37%
	威達	704,850	617,246	87,604	12%
南投縣	中投	603,983	376,703	227,280	38%
彰化縣	新頻道	845,551	589,675	255,876	30%
	三大	648,537	494,670	153,867	24%
雲林縣	佳聯	481,540	318,062	163,478	34%
	北港	227,030	159,705	67,325	30%
嘉義市	世新	453,023	253,072	199,951	44%
嘉義縣	國聲	231,705	140,637	91,068	39%
	大揚	314,079	161,228	152,851	49%
台南市	三冠王	706,761	434,108	272,653	39%
	雙子星	604,683	381,317	223,366	37%
台南縣	新永安	1,044,749	500,531	544,218	52%
	南天	594,756	426,543	168,213	28%
高雄市	慶聯	1,215,837	716,090	499,747	41%
	大信	278,064	222,818	55,246	20%

	港都	865,603	475,613	389,990	45%
	大高雄	143,233	161,536	-18,303	-13%
高雄縣	南國	647,647	472,462	175,185	27%
	鳳信	1,117,616	726,763	390,853	35%
屏東縣	觀昇	681,868	501,201	180,667	26%
	屏南	399,548	273,817	125,731	31%
台東縣	東台	187,928	129,861	58,067	31%
宜蘭縣	聯禾	613,516	355,146	258,370	42%
花蓮縣	洄瀾	492,532	339,936	152,596	31%
	東亞	118,184	84,946	33,238	28%
澎湖縣	澎湖	125,890	62,193	63,697	51%
總計		37,229,687	21,575,959	15,653,728	42.05%
平均		620,495	359,599	260,895	42%
標準差		381,014	178,676	248,518	

資料來源及說明：營業收入、營業成本之資料取自系統經營者 2009 年之財務報表，資料來自於台灣證券交易所（2009）公開資訊觀測站 (<http://mops.twse.com.tw/mops/web/index>)；毛利等於營業收入減營業成本；此三種數值之單位為新台幣千元。毛利率等於毛利除以營業收入。

根據表 4 之資料，可以整理歸納出以下之重點：

第一，有線電視下游的系統市場，其營業收入總額達 37,229,687,000 元，即 372 餘億元。這項數字可以作為產業的正式統計數據，即「2009 年有線電視系統的營業總額是 372 億元」。

第二，系統台的平均營收為 620,495,000 元，即 6.2 億元左右。其中，營收超過 10 億元的系統台只有兩家，一是台中市的「群健」（同時也是訂戶數最多的系統台，屬 K 集團，為區域獨占者），一是桃園南區的「南桃園」（同時也是訂戶數次多的系統台，同屬 K 集團，亦為區域獨占者）。

第三，毛利之總額達 15,653,728,000 元，即 157 億元左右。此數額可觀，足證有線電視系統不僅是主要的廣電視訊傳播平臺，更是重要的經濟產業。

第四，系統經營者的平均毛利率為 42%。換言之，系統業者在每一元的營收中，六角用於支付成本，而毛利則在四角左右。

第五，將總營業收入除以總訂戶數，可得每戶的平均營收為 6,913 元。

## 伍、多系統經營者之營業收入

根據表 4 的資料，可以計算台灣五大有線電視多系統經營者的營業總收入與市場占有率。各項統計數值，詳如表 5 所示。

表 5：多系統經營者之市場占有率（按營業收入計算）

市場排名	集團（家數）	營業收入（仟元）	市場占有率
第一位	E 集團（12）	8,499,410	22.83%
第二位	C 集團（10）	7,182,414	19.29%
第三位	K 集團（4）	5,361,897	14.40%
第四位	P 集團（5）	3,613,096	9.70%
第五位	T 集團（4）	2,061,599	5.54%
總計		37,229,687	71.77%

資料來源：營業收入取自各系統經營者 2009 年公開財務報表，資料來自台灣證券交易所(2009) 公開資訊觀測站；MSO 之營業收入及市場占有率為本研究自行計算。

在表 5 中，各集團營業收入的排序，分別為：第一位，E 集團；第二位，C 集團；第三位，K 集團；第四位，P 集團；第五位，T 集團。

上項根據營業收入高低的排序與前文根據訂戶數多寡的排序（表 3），並無差異。此外，各集團的市場占有率不論按訂戶數計算，或按營業收入計算，基本上實無太大之不同。準此，在計算多系統經營者的市場占有率時，訂戶數與營業收入這兩項數字均具有代表性。

總結上文之分析，可以用「二大，二中，一小」形容 2009 年時台灣有線電視多系統經營者的規模分佈。其中，「二大」是指 E 集團與 C 集團，「二中」係指 K 集團與 P 集團，至於「一小」則是 T 集團。「二大」的市場占有率約在 20% 至 25% 之間；「二中」之市場占有率在 10% 至 15% 之間；「一小」的市場占有率則在 5% 左右。

## 陸、市場集中度分析

產業經濟學通常以 Herfindahl-Hirschman Index (HHI 指標) 衡量「市場集中度」(market concentration)。因此，本節將以這項指標衡量有線電視系統市場的獨寡占程度。<sup>13</sup>

市場集中度就是市場的獨寡占程度。是以，獨占市場乃是集中度最高的市場；而雙占市場中的兩個廠商其市場占有率如果愈不平均，則該市場所對應的集中度就愈高。換言之，同樣是雙占市場，集中度仍有高低之別：勢力愈不均等的雙占市場，其集中程度愈高；勢力愈均等的雙占市場，其集中度較低。<sup>14</sup>

根據表 1 的資料，可以計算以訂戶數為基礎的 HHI 指數，計算結果顯示：2009 年台灣有線電視系統市場的 HHI 指數為 8,372，而 N 值則為 1.19。<sup>15</sup> 此項數值反映有線電視系統市場是一個極度集中的市場。因為，根據美國法務部及聯邦交易委員會所公佈的「水平結合指導原則」：<sup>16</sup> HHI 指數在 1,000 以

13 HHI 指標的計算公式為：先將各廠商的市場占有率乘上 100，再取平方，然後加總，其和就是傳統的 HHI 指數。舉例而言：如果雙占市場上甲廠商的市場占有率為 0.7，乙廠商的市場占有率為 0.3；則 0.7 乘以 100 再取平方可得 4,900，而 0.3 乘以 100 再取平方可得 900；最後，HHI 指數就等於 4,900 加上 900，即等於 5,800。但是，此項公式運用於台灣的有線電視市場時，應將分區經營的特性考慮在內，所以各系統在其經營區的市占率乘上 100 再取平方後，必須先乘上該區之訂戶數占全國總訂戶數的比率作為加權，然後再加總以後才能得到分區經營下的全國集中度指數。柯舜智、莊春發（2008）一文利用此項公式修正了施俊吉、劉孔中、葉疏、周韻采（2003）以及施俊吉、劉孔中、許志義、鍾俊文（2005）之分析。關於此一公式之詳細計算過程與步驟，可參閱柯舜智、莊春發（2008：170-173）。

14 HHI 指標有四項重要的性質，其分別為：第一，指數的最大值為 10,000，此對應獨占之情況；第二，指數的最小值趨近於 0，此對應完全競爭之情形；第三，HHI 指數愈大，代表該市場的集中度愈高，即獨寡占之程度愈嚴重；第四，若以 10,000 作分子，以 HHI 指數為分母，相除後可得一商數，現以 N 代表此一商數，則「該市場的集中程度，就像 N 家廠商平均分配市場一樣」。最後一項性質，對於理解市場的獨寡占程度，極有助益。

15 N 值之意義，請參見前註。

16 *Horizontal Merger Guidelines*, April 2, 1992, Issued U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission。參見行政院公平交易委員會，1995《美國公平交易相關法規彙編》。

下者是「低度集中市場」；HHI 指數在 1,000 至 1,800 之間者是「中度集中市場」；而 HHI 指數在 1,800 以上者，則是「高度集中市場」。台灣有線電視市場的 HHI 指數超過 8,000，以美國的執法標準而言，顯然是超標的「高度集中市場」。<sup>17</sup>

## 柒、調整經營區之經濟分析模型

台灣有線電視經營區的獨、寡占情況嚴重，HHI 指數超過 8,000。因此，NCC 亟思以調整經營區的方式，增加有線電視的內部競爭。但是，調整經營區是否真能引進競爭，各 MSO 是否會趁機擴張，反而加深市場的集中度？此乃必須評估的問題，故下文利用產業經濟學與賽局理論，探討經營區調整政策的可能影響。

假設有甲、乙兩個有線電視經營區，各區均已淪為一區一家之獨占經營狀態。其中，甲經營區的系統經營者稱為「甲系統」，乙經營區的系統經營者稱為「乙系統」。各區之家戶對有線電視的收視需求分別為：

$$p_1 = 1 - \frac{1}{2} q_1 \quad (1)$$

$$p_2 = 1 - q_2 \quad (2)$$

式中之  $p_i$  代表收視費， $q_i$  代表訂戶數，下標  $i=1$  代表甲經營區與甲系統， $i=2$  代表乙經營區與乙系統。

上式隱含假定：甲經營區的市場規模大於乙經營區的市場規模，且甲系統大於乙系統。因為在相同的收視費水準下，甲區的訂戶數大於乙區訂戶數。例如，當  $p_1 = p_2 = 1/2$  時， $q_1 = 1$ ， $q_2 = 1/2$  故  $q_1 > q_2$ 。在模型設定上刻意讓兩家系統的規模大小不一，其目的是為了探討規模不同的系統業者，何者有較強烈的跨區經營意願。

其次，在系統經營成本方面，假定：甲系統在甲區的網路布設成本為「沈沒成本」(sunk costs)，乙系統在乙區的網路布設成本亦然。但是，甲系統若跨入乙區經營有線電視，則其新增的網路布設成本為  $F_2$ ；乙系統若跨

17 柯舜智、莊春發(2008)曾計算 2006 年的 HHI 指數，其數值為 8,084。

入甲區經營有線電視，則其新增的網路布設成本為  $F_1$ ；由於  $F_1$  與  $F_2$  皆為跨區經營時才會發生的成本，故非沈沒成本，而是各系統業者之利潤的減項。

系統經營者另有三項重要的經營成本：一是隨訂戶數而變動的「購片費」，二是網路維護成本，三是營運管理成本。此三項成本中的購片費是變動成本無疑，另兩項成本的性質接近固定成本。但是，為了便於數學演算及經濟分析起見，下文令上述三項成本皆等於 0，此項假定對於研究結論並無影響。

在上述假定下，當各系統業者獨占其經營區時，其利潤函數分別為：

$$\pi_1 = (1 - \frac{1}{2}q_1)q_1 \quad (3)$$

$$\pi_2 = (1 - q_2)q_2 \quad (4)$$

上式中，兩系統經營者的利潤分別以  $\pi_1$  及  $\pi_2$  表示。在分區獨占的情況下，利潤水準即等於收視費  $p_i$  乘上收視戶數  $q_i$ ，如上式所示。

甲與乙兩系統若極大化其利潤，可得下述之「分區獨占解」：

$$\begin{aligned} \pi_1^* &= \frac{1}{2} & \pi_2^* &= \frac{1}{4} \\ p_1^* &= \frac{1}{2} & p_2^* &= \frac{1}{2} \\ q_1^* &= 1 & q_2^* &= \frac{1}{2} \end{aligned} \quad (5)$$

上式中的  $\pi_1^* > \pi_2^*$ ，且  $q_1^* > q_2^*$ ，顯示甲系統的利潤與訂戶數都較乙系統多，此乃因為前文假定甲區的市場規模大於乙區的市場規模使然。此外，在本分析架構下，系統經營者的利潤、訂戶數及收視費之絕對數字，並不重要。重要的是，這些數字與其他數字之間的大小關係所代表的意義，例如，「 $\pi_1^* = 1/2$ ， $\pi_2^* = 1/4$ 」，強調的不是「前者是後者的兩倍」，而是「前者大於後者」這項事實。換言之，本研究雖然求算各個變數的數值，但是在分析上只取「相對大小」作為討論之用，本文並不依賴「絕對數值」作為立論之根據。

現在 NCC 若調整經營區，將甲、乙兩區整併成爲一個單獨的有線電視經營區，則系統業者將作何反應？

首先，經營區整併後，每一個系統業者皆有兩種選擇：一是跨入對方的

經營區，另一是不跨入對方的經營區。所以，最終結果有四種可能：

情況 I：甲系統與乙系統互跨經營，因此，甲、乙兩個經營區都從獨占變成雙占市場。

情況 II：甲系統跨入乙經營區，乙經營區變成雙占市場。但是，乙系統不跨入甲經營區，所以，甲經營區繼續維持獨占。

情況 III：甲系統不跨入乙經營區，因此，乙經營區繼續維持獨占。但是，乙系統跨入甲經營區，所以，甲經營區從獨占變成雙占市場。

情況 IV：甲系統與乙系統不互跨，故兩個經營區繼續維持獨占。此情況等於經營區整併之前的情況，即整併政策不產生影響。

上述情況可以用表 6 呈現：

表 6：策略組合表

	乙跨入甲區	乙不跨甲區
甲跨入乙區	I	II
甲不跨乙區	III	IV

表 6 中的第一欄是甲系統的兩種策略：「甲跨入乙區」，以及「甲不跨入乙區」。至於乙系統的兩種策略，「乙跨入甲區」與「乙不跨入甲區」，則列在第一列中。因此，兩家系統業者所採之策略，共可形成四種策略組合，每一策略組合所對應的情況即如表 6 所示。

現將各種情況之下的均衡利潤水準列示成下述之「賽局報償表」：<sup>18</sup>

表 7：賽局報償表

	乙跨入甲區	乙不跨甲區
甲跨入乙區	$\frac{1}{3} - F_2, \frac{1}{3} - F_1$	$\frac{27}{49} - F_2, \frac{9}{49}$
甲不跨乙區	$\frac{9}{32}, \frac{27}{64} - F_1$	$\frac{1}{2}, \frac{1}{4}$

18 情況 IV 就是前文的「分區獨占解」，其均衡即如(5)式所示。至於其他三種狀況的均衡解，演算過程備索。

表 7 與表 6 的差異在於：表 6 顯示策略組合所對應的市場競爭情況，表 7 則顯示策略組合所對應的利潤水準。在表 7 中，每一個格內的第一個數值是甲系統所能獲得的利潤水準，第二個數值則是乙系統所能獲得的利潤。檢視此表，不難發現：採取「跨入」策略的系統皆須投入在對方的經營區內布線的「網路布設」成本。亦即，當甲系統跨入乙區時，甲系統需支付  $F_2$  的網路布設成本；當乙系統跨入甲區時，乙系統所需支付的網路布設成本為  $F_1$ 。

## 捌、調整經營區之結果

調整經營區的旨在打破分區獨占，希望甲、乙兩系統互跨對方之經營區以提供競爭性的有線電視服務。換言之，此政策期望市場均衡能從「分區獨占解」的情況 IV 改變成情況 I。此一政策預期能否實現？下文是理論分析。

表 7 既已列出甲、乙兩系統的策略組合及其所對應的利潤水準，現根據此一「賽局報償表」，運用賽局理論的「Nash 均衡解」，經過計算之後，即可得證下述定理：<sup>19</sup>

定理 1：有線電視經營區整併後，市場的純策略 Nash 均衡（pure strategy Nash equilibrium）為：<sup>20</sup>

1. 若  $F_1 \leq \frac{22}{147}$ ， $F_2 \leq \frac{5}{96}$  則情況 I 是均衡。
2. 若  $F_1 \geq \frac{22}{147}$ ， $F_2 \leq \frac{5}{98}$  則情況 II 是均衡。
3. 若  $F_1 \leq \frac{11}{64}$ ， $F_2 \geq \frac{5}{96}$  則情況 III 是均衡。

<sup>19</sup> 計算及證明過程備索。

<sup>20</sup> 本賽局另有一個混合策略 Nash 均衡（mixed strategy Nash equilibrium），此項均衡出現的情況為：若  $(22/147) < F_1 < (11/64)$ ，且  $(5/96) < F_2 < (5/98)$ 。本文不擬討論此項均衡，因為混合策略均衡甚難賦予經濟意義。所以，本文假定參與賽局的兩家系統業者，不以隨機之方式決定是否跨區經營，如此即可合理排除出現混合策略均衡的情形。至於純粹策略 Nash 均衡與混合策略 Nash 均衡的性質及其差異，可參考任何一本賽局理論之專書，例如 Myerson (1991)。

4. 若  $F_1 \geq \frac{11}{64}$ ， $F_2 \geq \frac{5}{98}$  則情況 IV 是均衡。

在此一定理中出現了兩個與  $F_1$  有關的數字，即 (22/147) 以及 (11/64)；前者較小，後者較大；當  $F_1$  小於這兩個數字中的任意一個時，本分析籠統稱其為「當  $F_1$  很低時」；反之，當  $F_1$  大於這兩個數字中的任意一個時，本分析稱其為「當  $F_1$  很高時」。同理，在上述定理中也有兩個與  $F_2$  有關的數字，即 (5/96) 以及 (5/98)；前者較大，後者較小；當  $F_2$  小於這兩個數字中的任意一個時，本分析籠統稱其為「當  $F_2$  很低時」；反之，當  $F_2$  大於這兩個數字中的任意一個時，本分析稱其為「當  $F_2$  很高時」。此項說明再度強調：本研究只取數字的「相對大小」作為推理之用，並不依賴數字的「絕對大小」作為立論根據。

上述定理顯示：

- 一、經營區調整後，四種情況皆有可能成為均衡。最終結果須視網路布建成本  $F_1$  與  $F_2$  的高低而定。
- 二、當跨區經營所需支付的網路布建成本都很低的時候，甲、乙兩系統才有可能互跨對方的經營區經營。此即如定理中的第一種情況所示。
- 三、反之，當網路布建成本都很高的時候，即便調整經營區，也不會發生業者跨區經營的情事。此即如定理中的第四種情況所示，這時甲、乙兩區將繼續維持獨占的局面，經營區整併政策不發生任何影響。
- 四、當網路布建成本一高一低時，網路布建成本較低的經營區會吸引其他系統業者的參進，而形成雙占競爭；至於網路布建成本較高的經營區則無跨區參進發生，該區將繼續維持獨占。此即如定理中的第二及第三種情況所示。

透過上述分析，驗證了一項臆測：調整經營區可能只是一種「築巢引鳥」的空想，巢築好了，鳥不一定就來。經營區調整政策提供跨區經營的機會，但是系統經營者卻不一定真的會跨區參進對方的市場。

經營區調整政策另有一項隱憂，亦即，擴大經營區將造成「系統間的併購風潮」，以及「強者更強，弱者更弱」的現象。下述定理顯示，調整經營區確實將掀起併購風。

定理 2：如果整併經營區，兩家分區獨占的系統不是維持原狀，就是合併成一家「跨區獨占」的大系統。

此項定理之證明如下。首先，根據表 7 的數值，可以計算出四種情況下的總合利潤，其分別是：

情況 I：兩系統互跨經營；兩系統之總合利潤為  $\Pi_I = \frac{2}{3} - (F_1 + F_2)$ 。

情況 II：甲系統跨入乙經營區，但乙系統不跨入甲經營區；兩系統之總合利潤為  $\Pi_{II} = \frac{36}{49} - F_2$ 。

情況 III：甲系統不跨入乙經營區，但乙系統跨入甲經營區；兩系統之總合利潤為  $\Pi_{III} = \frac{45}{64} - F_1$ 。

情況 IV：甲、乙兩經營區繼續維持獨占；兩系統之總合利潤為  $\Pi_{IV} = \frac{3}{4}$ 。

其次，兩家系統若合併成一家大系統，則其總利潤將等於兩家分區獨占系統的利潤之總合。現以  $\Pi$  代表此一大系統的獨占利潤水準，則  $\Pi = \Pi_{IV} = 3/4$ 。準此，如果網路布設成本都很高，致使定理 1 的第四種情況成立時，則調整經營區之前、調整經營區之後，以及兩家系統合併成一家大系統，這三種狀況下的總利潤水準是一樣的。故知，如果情況 IV 是均衡，調整經營區後，兩家系統將無差異於繼續「分區獨占」或合併成一個「跨區獨占」的大系統。

最後，由於  $F_1 > 0$  且  $F_2 > 0$ ，故  $\Pi$  無條件大於  $\Pi_I$ ， $\Pi_{II}$  與  $\Pi_{III}$ 。換言之，兩系統合併後的總利潤高於「互跨經營」時的總利潤，亦高於「一跨、一不跨」時的總利潤水準。因此，兩家分區獨占的系統在經營區調整後，只要有任何一方萌生跨區經營念頭，雙方將立刻發現其實合併才是最有利的舉動。

如此即得證本定理：如果整併經營區，兩家分區獨占的系統業者不是維持原狀，就是合併成一家「跨區獨占」的大系統。這項結論顯示：修法者原本想打破獨占，結果卻創造出規模更龐大的獨占，豈不諷刺？

## 玖、結論與建議

本研究發現 2009 年時，台灣的有線電視系統市場具備下述特性：

一、全國有線電視之訂戶數為 5,042,777 戶，普及率為 64.60%，此一申

報數字與實際數字可能有 136 萬戶的落差。

- 二、有線電視系統的平均訂戶數約為 8.8 萬戶，此一數字距當年之規畫，即每家系統之規模為 15 萬戶，落差極大。
- 三、台灣共有五家 MSO，其規模呈「兩大、兩中、一小」的分配態勢。排名第一位的集團，其市場占有率為 22%，未達四分之一。
- 四、系統經營者的年平均營收為 6.2 億元；全國系統的總營收為 372 億元；總毛利為 156 億元；毛利率是 42%。
- 五、有線電視系統市場的產業集中度屬於極端的「高度集中市場」。因為 HHI 指數高達 8,372。

此外，針對有線電視經營區調整政策，本文之分析顯示：

- 一、經營區整併政策提供跨區經營的機會，但是系統經營者卻不一定會跨區參進對方的市場；換言之，整併經營區可能只是一種「築巢引鳥」的空想，巢築好了，鳥不一定就來。
- 二、如果整併經營區，兩家原本分區獨占的系統不是維持原狀，就是會合併成一家「跨區獨占」的大系統。

如果根據有線電視前主管機關新聞局於 2003 年 2 月所提出的「處理有線電視一區一家問題報告」，當時認為促進有線電視競爭的方案共有三項：

- 一、強化有線電視系統的內部競爭。
- 二、增加其他類型廣電業務對有線電視之競爭。
- 三、做好有線電視獨占管制工作。

顯然，調整有線電視經營區只是促進有線電視競爭的對策之一，亦即「強化有線電視系統的內部競爭」，而非唯一的對策。現根據本文之分析，調整經營區既然無法促進有線電視的內部競爭，故建議 NCC 應從另外兩個途徑，即「增加其他類型廣電業務對有線電視之競爭」及「做好有線電視獨占管制工作」著手，以治理有線電視因為分區獨、寡占所衍生的問題。

## 參考資料

### A. 中文部分

中興大學都市計畫研究所

1990 〈台灣地區有線電視分區之研究〉，行政院有線電視規劃小組委託中興大學都市計畫研究所執行。

內政部

2009 〈社會經濟資料庫〉。2010年8月15日，取自 [http://www.moi.gov.tw/STAT/Web/Portal/NGISType/STAT\\_NG](http://www.moi.gov.tw/STAT/Web/Portal/NGISType/STAT_NG)

台灣證券交易所

2009 〈公開資訊觀測站〉。2010年8月15日，取自 <http://mops.twse.com.tw/mops/web/index>

行政院公平交易委員會

1995 《美國公平交易相關法規彙編》。台北：行政院公平交易委員會。〔原著 U.S. Department of Justice, 1992, *Horizontal Merger Guidelines*. Issued by U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission, April 2, 1992.〕

行政院主計處

2009 〈台灣地區家庭收支調查〉。2012年8月15日，取自 <http://win.dgbas.gov.tw/fies/index.asp>

行政院新聞局

1990 《台灣地區有線電視分區之研究》。台北：行政院新聞局。

施俊吉、陳炳宏、劉孔中

2003 〈有線廣播電視經營區重新調整之可行性分析〉，行政院新聞局研究報告。台北：行政院新聞局。

施俊吉、劉孔中、許志義、鍾俊文

2005 〈有線廣播電視市場結構調查及競爭政策分析研究〉，行政院新聞局研究報告。台北：行政院新聞局。

施俊吉、劉孔中、葉疏、周韻采

2003 〈有線廣播電視市場結構調查及競爭政策分析研究〉，行政院新聞局研究報告。台北：行政院新聞局。

柯舜智、莊春發

2008 〈再探台灣有線電視市場集中度〉，《新聞學研究》94: 149-192。

國家通訊傳播委員會

2009 〈有線電視經營區劃分及該經營區內現有系統一覽表〉。2010年8月15日，取自 <http://www.ncc.gov.tw/>

2010a 〈各有線電視（播送）系統訂戶數統計表（截至99年6月底）〉。2010年8月15日，取自 <http://info.gio.gov.tw/chinese/files/10083/1979-16908-100831-1>

2010b 〈有線廣播電視系統經營者基本資料〉。2010年8月15日，取自 <http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/11052/2022-20240-11052>

2010c 〈有線廣播電視法修法草案〉。2012年3月20日，取自 <http://www.ncc.gov.tw/chi->

nese/news\_detail.aspx?site\_content\_sn=8&is\_history=0&pages=0&sn\_f=14786

戴伯芬

- 2007 〈無法執法與有法放任：台灣有線電視產業的制度論分析〉，《人文及社會科學集刊》19(2): 169-201。

## B. 英文部分

Chipty, Tasneem

- 2001 “Vertical Integration, Market Foreclosure, and Consumer Welfare in the Cable Television Industry,” *American Economic Review* 91: 428-453.

Myerson, Roger B.

- 1991 *Game Theory—Analysis of Conflict*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Yoo, Christopher S.

- 2002 “Vertical Integration and Media Regulation in the New Economy,” *Yale Journal on Regulation* 19: 171-300.

附表 1：有線電視經營區劃分及該經營區內現有系統一覽表

	縣市別	業者經營區域與涵蓋鄉鎮市區	系統名稱	
全國有線電視及播送系統業者	臺北市	中山區	松山區、大同區、中山區	長德、金頻道
		大安區	文山區、大安區	萬象、大安文山
		萬華區	中正區、萬華區	寶福、聯維
		北投區	士林區、北投區	陽明山
		內湖區	信義區、南港區、內湖區	麗冠、新台北
	高雄市	北區	左營區、楠梓區、三民區、鼓山區、旗津區、鹽埕區	慶聯、大信
		南區	新興區、前金區、苓雅區、小港區、前鎮區	港都、大高雄
	臺北縣	新莊區	泰山鄉、新莊市、林口鄉、五股鄉	永佳樂
		板橋區	土城市、板橋市	大豐、台灣數位寬頻
		中和區	永和市、中和市	興雙和、新視波
		三重區	蘆洲市、八里鄉、三重市	全聯、天外天
		淡水區	三芝鄉、石門鄉、金山鄉、萬里鄉、淡水鎮	紅樹林
		新店區	深坑鄉、石碇鄉、烏來鄉、坪林鄉、新店市	新唐城、大新店民主
		瑞芳區	平溪鄉、雙溪鄉、貢寮鄉、汐止鎮、瑞芳鎮	觀天下
	樹林區	三峽鎮、鶯歌鎮、樹林鎮	家和	
	宜蘭縣		壯圍鄉、頭城鎮、礁溪鄉、員山鄉、宜蘭市、蘇澳鎮、冬山鄉、五結鄉、三星鄉、大同鄉、南澳鄉、羅東鎮	聯禾
	桃園縣	北區	桃園市、龜山鄉、蘆竹鄉、八德市、大園鄉	北桃園、北健
		南區	中壢市、平鎮市、楊梅鎮、龍潭鄉、新屋鄉、觀音鄉、大溪鎮、復興鄉	南桃園
	新竹縣		竹北市、新豐鄉、湖口鄉、新埔鎮、關西鎮、竹東鎮、寶山鄉、北埔鄉、峨眉鄉、芎林鄉、橫山鄉、尖石鄉、五峰鄉	北視
	苗栗縣	北區	竹南鎮、頭份鎮、造橋鄉、三灣鄉、南庄鄉	信和
		南區	頭屋鄉、後龍鎮、獅潭鄉、泰安鄉、苗栗市、西湖鄉、苑裡鎮、銅鑼鄉、三義鄉、公館鄉、大湖鄉、卓蘭鎮、通霄鎮	吉元
臺中縣	沙鹿區	大肚鄉、龍井鄉、梧棲鎮、清水鎮、大安鄉、大甲鎮、沙鹿鎮	西海岸	
	豐原區	和平鄉、豐原市、新社鄉、東勢鎮、石岡鄉、潭子鄉、后里鄉、神岡鄉、大雅鄉、外埔鄉	豐盟	
	大里區	烏日鄉、霧峰鄉、太平市、大里市	大屯、威達	

縣市別	業者經營區域與涵蓋鄉鎮市區		系統名稱
彰化縣	彰化區	和美鎮、鹿港鎮、秀水鄉、芬園鄉、線西鄉、伸港鄉、花壇鄉、福興鄉、彰化市、埔鹽鄉、大村鄉	新頻道
	員林區	員林鎮、埤頭鄉、田中鎮、埔心鄉、溪州鄉、社頭鄉、芳苑鄉、大城鄉、二林鎮、二水鄉、永靖鄉、溪湖鎮、田尾鄉、竹塘鎮、北斗鎮	三大
南投縣		南投市、鹿谷鄉、竹山鎮、集集鎮、名間鄉、水里鄉、仁愛鄉、信義鄉、埔里鎮、魚池鄉、國姓鄉、草屯鎮、中寮鄉	中投
雲林縣	斗六區	斗六市、古坑鄉、林內鄉、土庫鎮、大埤鄉、虎尾鎮、莿桐鄉、西螺鎮、二崙鄉、斗南鎮	佳聯
	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	北港
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	國聲
	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	大揚
臺南縣	永康區	新化鎮、善化鎮、新市鄉、永康鄉、仁德鄉、歸仁鄉、關廟鄉、山上鄉、大內鄉、玉井鄉、南化鄉、左鎮鄉、龍崎鄉、安定鄉、楠西鄉	新永安
	下營區	新營市、鹽水鎮、下營鄉、柳營鄉、後壁鄉、白河鎮、東山鄉、六甲鄉、官田鄉、佳里鎮、麻豆鎮、西港鄉、七股鄉、將軍鄉、北門鄉、學甲鎮	南天
高雄縣	岡山區	梓官鄉、橋頭鄉、燕巢鄉、田寮鄉、阿蓮鄉、路竹鄉、湖內鄉、茄萣鄉、永安鄉、彌陀鄉、岡山鎮、美濃鎮、旗山鎮、內門鄉、杉林鄉、六龜鄉、茂林鄉、甲仙鄉、三民鄉、桃源鄉	南國
	鳳山區	林園鄉、大寮鄉、烏松鄉、仁武鄉、大樹鄉、大社鄉、鳳山市	鳳信
屏東縣	屏東區	長治鄉、鹽埔鄉、高樹鄉、九如鄉、霧台鄉、萬丹鄉、里港鄉、麟洛鄉、瑪家鄉、新園鄉、三地鄉、內埔鄉、泰武鄉、屏東市	觀昇
	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	屏南

縣市別	業者經營區域與涵蓋鄉鎮市區		系統名稱	
臺東縣	關山區	關山鎮、鹿野鄉、延平鄉、海端鄉、池上鄉、卑南鄉	東台播送(播送系統)	
	台東區	台東市、金峰鄉、太麻里鄉、大武鄉、達仁鄉	東台	
	成功區	成功鎮、長濱鄉、東河鎮、綠島鄉、蘭嶼鄉	東台播送(播送系統)	
花蓮縣	花蓮區	花蓮市、吉安鄉、新城鄉、秀林鄉	洄瀾	
	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	東亞	
澎湖縣		馬公市、湖西鄉、白沙鄉、西嶼鄉、望安鄉、七美鄉	澎湖	
基隆市		中正區、信義區、中山區、七堵區、暖暖區、仁愛區、安樂區	吉隆、大世界	
新竹市		北區、東區、香山區	新竹振道	
臺中市		北區、中區、西屯區、北屯區、東區、南區、西區、南屯區	群健	
嘉義市		東區、西區	世新	
臺南市	南區	西區、中區、東區、南區	三冠王	
	北區	北區、安南區、安平區	雙子星	
金門縣		金城鎮、金湖鎮、金沙鎮、金寧鄉、烈嶼鄉、烏坵鄉	名城播送(播送系統)	
連江縣		南竿鄉、北竿鄉、莒光鄉、東引鄉	祥通播送(播送系統)	
總計	25	51	369	63

資料來源：國家通訊傳播委員會（2009）（98年10月15日更新）

備註：1. 現行有線電視經營區之劃分，係參考79年委託中興大學都市計畫研究所（1990）所做「台灣地區有線電視分區之研究」（該研究考量纜線附掛所需之社會成本而以「一區一家」為前提、15萬戶為分區基準），將全國經營區劃分為51區，其中金門縣、連江縣及台東縣成功區、關山區因經濟效益之考量，暫時劃離經營區，故現有經營區僅為47個。

2. 台東縣有線播送統之經營區域如後：東台有線播送統之經營區域為成功鎮、長濱鄉、東河鎮、綠島鄉、蘭嶼鄉、關山鎮、鹿野鄉、延平鄉、海端鄉、池上鄉、卑南鄉。
3. 依有線廣播電視法第七十二條第二項規定：「系統經營者自開始播送節目之日起十五日內，該地區內前項有線電視節目播送系統應停止播送，原登記證所載該地區失其效力；仍繼續播送者，依第七十條規定處罰。但經中央主管機關許可得繼續經營者，不在此限」。

# Market Structure and Cable Franchise Policy Reform

Jun-ji Shih

Research Fellow, Research Center for Humanities and Social Sciences, Academia Sinica

## ABSTRACT

The study aims to investigate the market structure in Taiwan's cable television industry and assess the National Communication Commission (NCC)'s approach to reforming Taiwan's cable franchise policy. The study finds that in 2009, the average number of household subscribers per cable system was 88,000, and the average revenue per system was NTD620 million; the total revenue of Taiwan's cable system market was NTD37.2 billion, with a gross profit of NTD15.6 billion and a gross profit margin of 42%; the market was a highly concentrated one with an HHI of 8,372. While cable franchise policy reform may provide an opportunity for cable system operators to expand their operation across multiple franchises, they will not necessarily do so. It is more likely cable systems will either merge into a larger player having exclusive control over several franchises or remain as a monopoly in their respective franchise markets. The study therefore recommends the NCC should seek to address problems rising from cable franchise monopolies by two approaches: "increasing inter-modal competition by introducing other types of television services," and "implementing good regulation to manage a monopolistic/oligopolistic cable industry."

Key Words: cable television, market structure, cable franchise policy