airiti

・廣播與電視・ 第三十七期
民103年12月 頁127-136

【傳播媒體新趨勢】

從日本 IPTV 發展，看臺灣 IPTV 之經營*

洪 韶 君**

* 本文為 2014 年暑假政治大學傳播學院在職專班研究生與廣電系劉幼琍老師赴日考察電信媒體產業之參訪心得。

** 作者為國立政治大學傳播學院在職專班研究生，E-mail: hung1976@cht.com.tw。

airiti

壹、前言

台灣預計於民國 106 年即將邁入電視全面數位化的年代，一旦電視數位化後將會對台灣現有電視生態造成什麼樣的改變？根據國家通訊傳播委員會（NCC）統計，截至 2013 年 3 月底，總計台灣有線電視整體收視戶為 497.98 萬戶，總家戶數為 820.39 萬戶，換算有線電視服務普及率為 60.7%，且此普及率數字尚未包含私接率。台灣面臨數位匯流時代到來後，是否會因為 IPTV 服務的產生，面臨到收視戶快速流失的衝擊？另外，除了經營層面的問題外，IPTV 與有線電視將如何被國家重新界定，針對必載頻道規定，是否要有所區分？或應一視同仁適用相同的規定，這些問題，將隨著全球化、數位化及媒體匯流趨勢到來，一一浮上檯面。

希望藉由本次訪問日本 IPTV，對日本 IPTV 發展有較深入的瞭解，並以他山之石作為我國 IPTV 未來市場發展，以及對於 IPTV 與有線電視未來法律修訂之參考。

本次參訪 NTT Hikari 光 TV，希望透過參訪日本最大 IPTV，瞭解目前日本 IPTV 的經營狀況，其中針對市場經營、內容提供及「必載頻道」法規進行交流，並提出面臨與有線電視競爭時，NTT 採取如何的策略去與有線電視競爭，以吸引更多的閱聽者；此外，也將針對 NTT Hikari 光 TV 目前 IPTV 經營的市場為何？是否有朝海外佈局的想法等經營層面問題進行訪問。

本次訪談中，事先擬定的問題如下：

（一）有關 IPTV 經營部分：

1. 相較於無線電視與有線電視，光 TV 的優勢為何？
2. 目前日本有線電視與 IPTV 的用戶分佈為何？
3. 光 TV 目前內容上架授權取得策略為何？（多螢一次取得）？
4. 光 TV 是否有海外佈局的計畫？
5. 光 TV 未來的營運方向（目標）為何？

（二）有關必載法規規定部分？

1. 目前日本對於必載頻道的規定為何？
2. 必載頻道規定是否於 IPTV 及有線電視均有適用？
3. 必載頻道規範對於 IPTV 與有線電視競爭，造成什麼樣的影響？

airiti

貳、考察報告

一、日本 IPTV 現況說明

日本 ROA 調研公司把 IPTV 定義為通過閉域網（Closed IP Network）傳輸的視頻，可利用機上盒及電視機進行視聽的服務。IIP 傳送方式和 CATV 有所不同，利用 Open Internet 網的互聯網 TV 也不包含在 IPTV 裡面。關於日本 IPTV 前景預估，ROA 調查報告顯示，在 2007 年 3 月時達到 17.2 萬，從 09 年開始，才真正開始向日本主要城市區域擴大服務，預計到 2012 年可以突破 300 萬。目前 IPTV 在日本依然沒有大規模的增長。這和日本市場原本的電視、視頻業務發展形態也有一關係。

日本在 2011 年 7 月正式停止了類比信號電視業務，目前日本市場全面開展地面數位電視服務，另外，CATV、視頻內容等等也呈多樣化發展，這樣的情況使得 IPTV 的發展沒有得到很大的推動力度，也沒有非常大的吸引力。但整體而言，IPTV 在日本逐漸受到重視，近年來，各運營商對開展 IPTV 事業的積極性也逐漸高漲，業務內容逐漸豐富多彩。

二、日本 NTT Hikari TV 訪談整理與發現

A. Hikari TV 目前經營概況：

ひかり在日語裡是「光」的意思，「ひかり TV」也就是光纖 TV，運營 Hikari TV 的企業是 NTT Plala，NTT Plala 是 NTT Comunications、Sony 和 Sony Finance International 共同出資成立的一家公司。Hikari TV 創於 1995 年 12 月 18 日，目前員工約有 400 人，平均年齡為 35 歲，資本額為日幣 12.3M。目前 NTT Plala 集團旗下有 IP TV, Internet 與 IP Technology 三個事業部門。

B. Hikari TV 從創始到現今整個經營歷程：

1. Hikari TV 經營的三個目標階段：

第一階段：營運初期希望達成兩年內，有一百萬人申辦收看。

第二階段：VOD 的發展。

第三階段：VOD 節目在所有視屏上達到 2,000 萬次收視率。

2. Hikari TV 目前推出 Android TV，其特色如下：

airiti

VI/VX 介面；

錄影功能；

藍光 DVD。

3. Hikari TV 採用 IPv6 技術

NTT Plala 的 Hikari TV 是全球首個基於 IPv6 協議的大規模商用 IPTV 電視服務，運行於 NTT 下一代 IPv6 網路上，不過同時也相容於基於 IPv4 的網路服務，IPv6 能為電子設備提供更多 IP 網路空間。NTT 已經啟動了 IPv6 的配置工作。該網路上有 76 個標準和高清電視頻道，超過 1,000 個視頻點播節目，其卡拉 OK 服務提供的歌曲有 13,000 首，該網路已經向日本 1,000 萬使用者提供網際網路服務，Hikari TV 服務目前正逐步向成千上萬戶家庭滲透。日本消費者可以購買 Hikari 支援 IPv6 的機上盒。透過 IPv6 網路的建置，NTT Hikari TV 具有未來不斷提升服務使用者數量和功能的能力。

C. Hikari TV 收費及使用限制：

1. 目前一個帳戶同時可以有五個裝置，同時兩人上線。
2. 收費情況，一戶月租費日幣 500，setbox 若一定要去區別出來，一台大概日幣兩萬。

D. Hikari TV 目前有頻道經營與自製節目狀況：

目前共有九十幾個頻道，有兩個專屬頻道，且有自製節目，但大多數節目仍非自製節目。其他還有一些專門的電影、動漫、電視劇、音樂等頻道，另外還提供 20,000 個以上的視頻分享、18,000 首歌曲的卡拉 OK，而且還提供電視購物。Hikari TV 可以提供高清畫質的視頻，而且可以隨心所欲選擇多個頻道和內容，操作簡單，也可以像一般電視一樣進行預約收看節目等等功能。

E. 網路電視崛起後，對於 Hikari TV 之影響：

網路電視開始後，IPTV 用戶這兩、三年有下跌的現象，但整體仍是成長的，只是成長趨緩。網路電視未造成很大的衝擊，原因在於家庭用戶仍需要 IPTV。在日本，IPTV、cable TV 以及網路電視族群都可能發生互換的現象。

F. 相較於無線電視與有線電視，Hikari TV 優勢：

Hikari TV 具有多媒體、多螢及可多處銜接回看的功能，其主要優勢如下：

1. 提供豐富的頻道及內容

airiti

Hikari TV 提供的內容類型多樣，最主要的就是電視節目內容服務，還有一些專門的電影、動漫、電視劇、音樂等頻道，另外還提供 20,000 個以上的視頻分享、卡拉 OK，還提供電視購物。Hikari TV 可以提供高清畫質的視頻，而且可以隨心所欲選擇多個頻道和內容，操作簡單，也可以像一般電視一樣進行預約收看節目等等功能。除了使用電視收看以外，用戶使用智慧手機也同樣可以進行收看。在設置上也不需要天線。

2. 廣大用戶基數

用戶申請 Hikari TV 業務時，必須加入或已經加入 NTT 東日本和 NTT 西日本（NTT 把電信業務按照區域劃分為 NTT 東日本和 NTT 西日本兩塊）的「FLET’S 光」服務，FLET’S 光是 NTT 東西日本推出的光纖寬頻服務，截止到 2011 年，用戶數已經超過 1,000 萬。在這樣的用戶基數下，對於 Hikari TV 的用戶發展，也會更加有利。

3. 制定合理的收費標準

在費用方面，Hikari TV 提供許多具有彈性的套裝供消費者選擇，不收取任何的初期費用，使用者需要支付的費用主要包括三個部分：月租、調諧器租金、基本服務以外的內容費用。消費者可依據具體服務內容付費。

G. Hikari TV 目前內容上架授權取得策略：

目前內容在電視上都可以看到，但平版的部分就要看授權條件決定。

H. Hikari TV 海外佈局計畫：

Hikari TV 未來會向海外發展。

I. Hikari TV 未來中長期的經營目標：

目前 Hikari TV 營收每年 850E，未來希望可以邁向 1000E 的大關。這部分仍要有賴加值服務的推廣。

J. 目前日本必載頻道規定：

對於播放 NHK、Fuji TV 並未特別付費，且全部都有播，但之後可能要付權利金（今年以後）。

K. 必載頻道規定對於 IPTV 及有線電視之適用：

日本仍有必載頻道的規定，但僅限於無線電視台傳送被阻擋時，有線 TV 才需

airiti

要協助播送。對於播放無線電視台，目前均無庸負擔權利金。

關於必載法規的部分，IPTV 與 Cable TV 並無差異。

三、小結

（一）關於日本 IPTV 經營策略

1. 豐富的內容+VOD，用戶自由度更高

日本運營商為了吸引用戶，開展 IPTV 的時候都注重內容的豐富多彩，同時也都提供點播服務，讓使用者的選擇自由度可以更多。

2. 收費內容+免費內容

運營商為了 IPTV 的順利推廣，都會提供一部分免費的節目給用戶收看，吸引用戶先去使用，但對於部分較精緻的節目則會採取收費的形式，兩者結合，兼顧用戶和收益。

3. 多樣化服務方向的發展

除了傳統的電視節目內容以外，日本的 IPTV 也正朝著多種服務方向開拓具體的業務內容，例如電子商務、視頻電話、教育、音樂等，形成差異化競爭。

4. 支援終端的擴大

支援 IPTV 的終端，除了電視以外，PC 甚至目前普及的智慧手機，也都被拓展為可支援的終端，使用者使用更便利的同時，利於發展更多的新用戶。

（二）關於必載法規的探討：

本次參訪日本，在面對必載頻道議題時，許多業者（光 TV、J:com 等）均表示日本對於無線電視節目沒有所謂的必載規範。但事實上，在日本針對無線電視節目的轉播，有另一套規範：「再轉播（Retransmission）」。關於「再轉播」必須事先取得無線電視公司的同意，始得「再轉播」，此與「必載（Must Carry）」的概念有所不同。利用電信服務播送業者所提供之播送服務內容，準用「放送法」之相關規範。就無線電視節目再轉播（Retransmission）的問題而言，基本上美國和英國對其有線電視業者課以「必載（Must Carry）」之義務，我國亦同。日本有線電視法雖規範有線電視業者在主管機關指定收視不良的地區應提供再轉播的服務，但提供再轉播前，必須先取得無線電視公司的同意始得進行再轉播。

日本〈利用電信服務播送法〉和有線電視一樣採取「同意再轉播」的管制原則。

airiti

因此，日本利用電信服務播送業者所提供的服務，亦可按其是否取得「同意再轉播」之有無，區分「有再轉播服務」與「無再轉播服務」兩大類。電視業者是否同意其他業者「再轉播」的基本考量，主要在於著作權保護的問題。利用寬頻網路傳送電視節目時，如果是採用 IP 方式（即網際網路的通訊協定）的話，則著作權的問題直接面臨通訊處理安全上的顧慮；著作權若未能獲得有效的保護，則品質越好的節目內容越難取得同意在 IP 網路上流通播送。

叁、學習成長：理解當地與台灣的差異

一、目前台灣 IPTV 產業面臨幾個挑戰如下：

（一）內容業者與電信業者產業匯流知識缺乏：

以內容業者而言，其本身的專業為製作具吸引力的媒介內容，但缺乏電信的知識及技術。電信營運商也面臨一樣的困境，有著豐富的電信網路技術，但卻不諳媒體操作，所提供的服務無法滿足觀眾需求。電信與媒體業也因過往產業領域相差甚多，彼此掌握資源卻不願意釋放，這使得台灣 IPTV 發展產生障礙。

（二）有線電視業者競爭：

目前台灣因過往收視生態及有線電視申辦率普及性高，目前 IPTV 服務的電視節目內容部分大多與有線電視業者所提供的內容有所重疊或重播性高，導致收視觀眾，認為 IPTV 服務只是以另一種形式收看節目而已，並不會想要從有線電視的手中離開到 IPTV 服務裡頭，因此台灣 IPTV 服務就會出現障礙。

（三）內容取得不易：

由於有線電視系統業者認知到 IPTV 三網合一力量，在不願意收視戶被瓜分的情況下，便開始限制頻道業者提供內容給電信業者使用，造成電信業者在經營 IPTV 服務時面臨到強大的阻礙。

（四）網路設備軟硬體整合不易：

目前有關 IPTV 設備的規格並無統一，因此出現各家 IPTV 業者在採用設備上的紛亂。以中華電信 MOD 為例，因不同申辦時期、不同得標供應商使得機上盒設

airiti

備採購變得非常複雜，這將導致系統整合上的困難。

（五）無法掌握觀眾需求：

IPTV 服務有另一個很重要的特色，就是提供「互動式服務」。業者在開發互動式內容時，似乎還是無法精準掌握消費者需求，或進一步去激發消費者需求，這將導致 IPTV 一個很大特質卻無法被開發的窘境。

二、從日本 IPTV 產業，看 IPTV 服務經營成功關鍵要素

（一）多樣且豐富的服務內容

目前 IPTV 的節目內容大多老舊且無法突破有線電視業者的包圍，因此勢必要想其他方式來增加內容的豐富度。由於 IPTV 的重點就在於內容，IPTV 應善用自身互動的特質，提供客製化、分眾的服務，讓收視戶能在同一平臺上選擇喜好的內容，滿足不同層面觀眾。另一方面，做到分眾行銷也可以讓廣告主更精確的鎖定目標以獲得效用，對於 IPTV 業者以及廣告主都有好處。

（二）差異化服務

有了豐富的內容後還要有差異化服務，讓消費者認為 IPTV 與其他媒體的不同。例如可以提供線上互動遊戲、互動購物等等的內容，讓消費者願意掏出花費來進行 IPTV 的服務。

（三）制訂更符合觀眾需求的收費機制

傳統電視業者有一個很大的缺點就是提供「吃到飽」服務，但事實上收視戶也不是每一台都有收看，因此可以說觀眾的需求被忽略了，因此 IPTV 便可以此缺點來建立符合觀眾需求的包裝內容，將決定權回歸觀眾手上，且提供多樣化資費方案，讓消費者覺得合理，如此才能提升用戶量。

肆、結論

IPTV 業務面臨許多的競爭，數位電視、視頻網站都在大範圍普及的趨勢當中，因為 IPTV 的發展，在內容業務上必須具備自己的競爭力，並結合適當的資費，才可以吸引用戶。IPTV 業務面向的終端並不僅限於電視，可擴展到 PC，以及

airiti

目前盛行的智慧終端機上，可以覆蓋更大更廣的用戶群。針對不同的使用者群，在業務內容的發展上，可以考慮一些特別的措施，提供使用者選擇。吸引使用者對 IPTV 業務的使用。

另外，針對台灣目前 IPTV 經營上，建議仍有以下幾個面向可觀摩日本 IPTV 發展環境學習：

一、建立完整且公平之法令規範：

法令完整對於 IPTV 業者也是一個重要關鍵。由於 IPTV 是新興產業，目前無法可管，NCC 先前雖以固網管理條例讓中華電信 MOD 找到一個棲身之處，但這將影響 IPTV 長久發展。且礙於中華電信無法自製節目的法規限制，將使 IPTV 的內容與資費調整上，都有綁手綁腳之嫌，更不利於 IPTV 全面性的發展。電信業者提供通訊服務時，基於「人民有秘密通訊之自由」原則，對於電信用戶的通訊內容，被課以嚴守秘密的義務；廣電業者一方面基於「言論自由」的權利，原則上得自由製播節目，但另一方面基於維護國家利益及良風善俗等社會責任的要求，節目內容的製播，則受到一定程度的規範。

因此，當電信業者跨業經營廣電事業時，並不等同廣電業者直接適用電信法，即可直接進入市場般地單純。對於跨業經營廣播電視的電信業者，尚須考量其節目播送時對社會大眾和文化發展影響面的管制機制。針對電信業者跨業經營廣電事業方面，我國在立法上不妨仿效日本，日本政府於 2001 年 6 月通過「利用電信服務播送法」，提供電信業者跨業經營廣電事業的法源依據。所謂「利用電信服務播送」，係指「以公眾直接收訊為目的之電信發訊，該發訊之全部或部分，係利用電信業者所提供之電信服務為之」，作為「利用電信服務播送業者」的資格條件，並無外資管制的限制，只要向主管機關登記核備，即可向電信業者租借電信網路提供節目播送服務，大幅降低市場進入門檻且無經營地區的限制，可提供全國性的播送服務。

二、整合電信與多媒體產業技術：

以多媒體產業來說，上游的內容製造商以前面對的通路是有線電視、衛星或是電影院等，如今通路變成網路，就會出現許多技術性如壓縮技術的障礙；對於網路服務提供者或電信營運商而言，網路技術是本身優勢，但能夠讓 IPTV 成功的因素

airiti

不只有技術，內容才是重點。因此，若在未來 IPTV 要順利發展，兩種產業知識必須加以整合，因為兩者都是影響 IPTV 發展成功的重要因素。

參考文獻

段陶喻（2013）。《電視數位化之必載法律爭議》，清華大學科技法律研究所碩士論文。

彭心儀、段陶喻（2013 年 5 月）。〈有線電視數位化後之必載規範〉，《網路通訊國家型科技計畫簡訊》，51。台北：科技部。

劉貞宛（2005）。〈數位電視時代的必載規範〉。《傳播與管理研究》，5(1): 3-128。

劉柏立、魏裕昌（2005 年 7 月）。〈通訊傳播匯流機制之研究－開放電信網路提供廣電播送之研析〉。《現代化、全球化與跨文化傳播國際學術研討會論文集》，頁 156-186。

網路資料：

陳慶立（2010 年 3 月）。〈日本有線電視的發展〉，取自 http://rnd.pts.org.tw/p1/2010/03/Japan%20CATV.pdf。上網日期 2014 年 5 月 14 日。

陳慶立（2010 年 4 月）。〈日本 IPTV 的發展〉。取自 http://rnd.pts.org.tw/p9/2010/04/Japan%20IPTV.pdf。上網日期 2014 年 5 月 14 日。

陳建勳（2009 年 10 月）。〈日本有線電視數位化發展分析〉。取自 http://mic.iii.org.tw/aisp/reports/reportdetail_register.asp?docid=2737。上網日期 2014 年 5 月 13 日。