

中文摘要

台灣有線電視早期因業者惡性競爭，採大量增加頻道、降價促銷方式爭取訂戶，形成獨特的「大碗公」收視文化，民眾支付六百元月租費，即可收看約一百個基本頻道。有線電視頻道雖多，但消費者事實上無力收視，卻仍需為其付費，同時無法選擇符合個人需求的頻道內容。在「大碗公」收視文化下，消費者收視權益難以保障，頻譜無法有效利用則造成社會資源浪費。

近年來消費者意識抬頭，反應希望收看較少的頻道並支付較少費用；為回應消費者擇其所好之收視需求，政府方面提倡實施「分組付費制度」。分組付費制度可落實使用者付費觀念，有助於業者提高市場運作績效、杜絕私接戶，並可保護青少兒收視環境。

過去業者曾經實施分級付費，然而並不成功；其後，政府方面亦提出數種分組付費模式，但截至目前各界仍未達成共識。分組付費立意良善，未能推動實為可惜，因此研究者針對產、官、學進行深度訪談，探討分組付費過去失敗因素、目前面臨問題、各界對分組付費之態度，試圖匯整不同意見，探討分組付費未來可能實施之方式。

研究結果發現，現階段分組付費面臨諸多問題。「大碗公」收視文化使消費者欠缺「使用者付費」精神；加上消費者對於目前有線電視滿意度頗高，推動新制動力不足。此外數位機上盒裝機意願低，亦影響分組付費之推動。業者方面，分組付費將使系統業者收視費之收益降低、購片成本提高；頻道業者廣告收益大幅減少，宣傳行銷成本上升，因此業者反對實施。政府方面認為現階段推動分組付費確有一定困難，但為維護消費者收視權益，未來仍應繼續推動。學者專家則呈現市場開放與加強管制的兩極意見。

雖然分組付費議題目前仍然缺乏共識，但研究者由研究過程中釐清現階段分組付費面臨問題，可供未來研究者針對問題擬定解決方案。研究者亦發現，分組付費並非孤立之政策，其與產業結構、數位化…等議題息息相關，建議未來可由結構面進行探討，同時思考有線電視數位化、相關法規之研議修訂…等議題。此外，為促使有線電視費率合理化，建議相關單位積極輔導其他媒體平台，促成市場公平競爭機制，並擬定具體之數位化政策，提供有線電視業者誘因與獎勵，以較有彈性的角度來思考分組付費問題。