

第肆章 網路咖啡業之競爭力分析

第一節 網路咖啡業發展背景

本節主要探討台灣與韓國網咖業之發展背景，瞭解並比較兩地網咖業發展的因素有何異同之處。

台灣與韓國的網咖產業能夠如此興盛固然有許多大小不等的原因，然而經過歸納整理蒐集的資料後，我們可以發現三個比較明顯的大方向，包括：兩國政府之相關作為、上網人口急速成長及上網習慣、網咖相關產業發展，以下將以此三個面向加以說明，同時分析兩地網咖產業的發展背景。

一、兩國政府之相關作為

二十一世紀可說是電子資訊稱霸的時代，資訊和通信科技的普及應用與一國經濟的成長有正向的連動關係。根據國際電信聯盟（International Telecommunication Union, ITU）在 2000 年以「數位機會」為題所公佈的一份研究資料顯示，一國的資訊和通信科技技術的應用普及率愈高，則國民生產毛額（Gross Domestic Product, GDP）也愈高；反之，若一個國家的資訊和通信基礎建設不足，且缺乏系統性之推動政策時，該國將與電子化整備程度高之國家形成明顯的數位落差，而頓失經濟成長的動力。在台灣，電信市場開放是配合產業電子化政策之推動，厚植台灣競逐全球數位經濟地位的基礎【5】。

因此，探討台灣與韓國之國家資訊政策推動方向與作法將是本節的重點之一。以下將說明台灣政府與韓國政府的網路基礎建設政策，政府對資訊業之態度，以及政府對網咖業之態度。

(一) Infrastructure (網路基礎建設)

1、台灣

首先，台灣政府為了積極推動資訊化社會建設，先後提出「知識經濟方案(2000年)」與「國家資訊通信發展方案(2001年)」(National Information & Communication Initiative, NICI 方案)，持續推動寬頻網路建設。

其次，台灣為提升產業 e 化之推動效率，特別於 2002 年 7 月提出的「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，「數位台灣(e-Taiwan)計畫」裡將「推動寬頻網路建設及應用」列為重點工作項目之一。

台灣對寬頻網路建設之推動係採行以「政府帶動 民間主導」的方式來進行，也就是說，政府從制度面建立寬頻網路發展之有利環境，並全力協助業者排除建設之障礙，使其能儘速鋪設高速寬頻網路，然後藉由政府與民間合作，共同推動寬頻網路建設與發展，並期望於 2007 年底達成下列目標：

- (1) 骨幹網路建設：台灣本島南北向主要骨幹頻寬達 1,250Gbps，連外國際海纜頻寬達 250Gbps。
- (2) 接取網路寬頻化：光纖到路邊交接箱(Fiber to the Cabinet, FTTC)之固定供線區光纖涵蓋率達到 95%，寬頻網路用戶數達到 600 萬戶。

在台灣，至 2002 年 6 月底時，台灣南北向主要骨幹網路頻寬達到約 981Gbps，較 2001 年底成長約 50%，而連外國際海纜電路頻寬則達到約 116Gbps，較 2001 年底成長約 11%【31】。

另外，台灣學術網路(Taiwan Academic Network，以下簡稱 TANet)是台灣網路基礎環境建設的很重要一部份。TANet 係由 11 個國立大學校院及教育部，於 1990 年 7 月起，所共同建立的一個全國性教育與學術用之電腦網路。它的主要目的是為了支援全國各級學校及部份研究機構間之教學研究活動，以相互分享資源並提供合作機會，為國內各級學校與學術相關單位資訊應用之網路基礎平台。

TANet 網路架構分為三個階層，分別是區域網路、縣市網路及校園網路(如

圖4-1)。國際電路從教育部電算中心連線到美國加州PAIX Seattle，國際電路頻寬於2001年10月底擴充為二路STM1（一路STM1=155Mbps，兩路STM1=310Mbps）。此國際電路是由國家科學委員會（以下簡稱國科會）國家高速電腦中心、中央研究院與教育部共同分攤經費並依比率分配網路頻寬【31】。

區域網路為骨幹網路的第一層，由教育部及區域網路中心共同負責維護工作，日常區域網路間互連線路之通暢與單位連線之服務，並與國內其他網路（政府資訊網路、HiNet、Seednet等ISP網路）互相連接，達到網網互連。

每個縣市建立一個縣市教育網路中心，服務該縣市內之高中職及國中小學校，為第二層骨幹網路，縣市教育網路中心經由區域網路中心與骨幹網路相連接

第三層為校園網路，各級學校、研究單位、教育行政單位、社教機構諸如圖書館及文化中心等連線單位，視單位規模之大小與需求，依使用網路之經驗及經費之多寡，建立具有骨幹之校園網路或簡易之網路，未來大專院校與高中職、國中小學校對外網路頻寬分別為Giga Ethernet及Fast Ethernet。

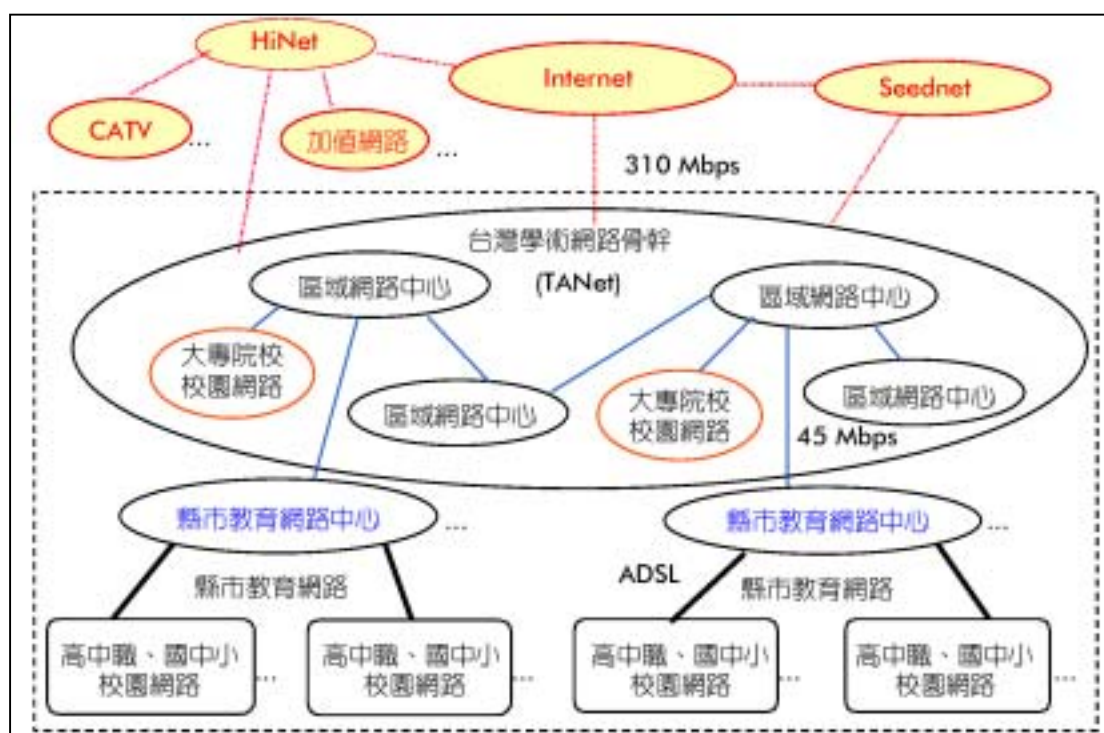


圖 4-1 台灣學術網路架構示意圖

資料來源：龔仁文，網際網路發展及應用年鑑，工業策進會,2002, P.100.

根據資策會電子商務應用推廣中心FIND研究群、台灣網路資訊中心 (TWNIC)、中華民國網路消費協會，在交通部電信總局的指導下，進行各單位彼此間以及國內外連線頻寬佈建情形之調查。該項調查中台灣國內連線寬頻統計 (表4-1)【31】可知，2002年第二季調查結果發現，以TANet的寬頻居之冠，達29,403.6Mbps。另外，由於DSL、Cable、及線上遊戲盛行，使得網路頻寬的需求日益提高，許多業者也隨著這股潮流大力擴建現有頻寬。

表 4-1 台灣國內連線寬頻統計表 (單位：Mbps)

排名	連線單位 (英文)	連線單位 (中文)	2002年6月 (Q2)	2002年3月 (Q1)
1	TANet	教育部	29,403.60	19,652.50
2	ASNet	中央研究院	14,834.70	14,834.70
3	HiNet	中華電信	12,934.50	3,587.45
4	Giga	和信超媒體	12,212.30	7,656.54
5	KBT	和網寬頻	8,104.10	3,100.00
6	KGEx	和宇寬頻	6,092.93	3,337.66
7	EBT/APOL	東森寬頻/亞太線上	5,772.34	1,983.96
8	TWIX	台灣網際網路交換中心	5,387.74	4,499.35
9	ETWebs	東森寬帶	5,034.98	5,034.98
10	Seednet	數位聯合	4,802.91	4,217.30
11	Gamania	遊戲橘子	4,292.30	3,192.04
12	TWNAP	中華民國網際網路交換中心	3,834.77	3,934.77
13	TFN	台灣固網	3,222.72	2,739.40
14	TPIX	台北網際網路交換中心	3,134.21	3,234.21

資料來源：TWNIC (2002.8)

註：上表主列出2002年第二季連線寬頻大於3,000Mbps的業者。

2、韓國

韓國的資訊化政策願景為「建設韓國成為充滿創造力的知識經濟大國」，其特點在於扶植資訊通信產業、網路產業，以及建設寬頻網路。

韓國在1994年成立情報通信部 (Ministry of Information and Communication, MIC Korea)，負責國家資訊政策的規劃，其資訊化促進基本計畫有三個，除了「境內的高速國家資訊基礎建設計畫」(High-speed National Information Infrastructure

Plan , 1995~2010) , 以及藉由先進的網路環境來推動韓國發展知識經濟的「Cyber-Korea 21」計畫(1998~2002)外 ,還在 2002 年 4 月提出 :「e-Korea Vision 2006 , 以下簡稱 e-Korea」國家發展計畫 (2002~2006)。

在「境內的高速國家資訊基礎建設計畫」中 ,自 1995 年到 2000 年之間 ,韓國投資了 3953 億韓圓 (133 億台幣 , 以台幣 : 韓圓 = 1 : 35 匯率換算) 以建設國家骨幹與 ATM 交換網路。也因此 , 韓國在大城市之間 (2.5~5Gbps)、中小城市之間 (155~622Mbps) 的高速與高容量的光纖傳輸網路已經在主要的 144 個城市架設好 , 而商業化的 ATM 網路也已設置好 272 個 ATM 交換器以及 188 個連網機台 (Subscribers Access Equipment) 在全國主要的城市 (至 2002. 6 為止) 【41】。

另外 , 金大中政府在 2002 年開始的 : 「e-Korea」計畫 , 主要是提出了 : 強化資訊基礎建設、提高政府行政效率、促進網際網路產業發展等三大政策目標。其具體的推動方向則包括 : (1) 建置光纖網路基礎建設。(2) 推廣並發展電子商務。(3) 培育資訊科技人才。(4) 研發網路新興技術。(5) 消弭城鄉數位落差。韓國政府並預估在 2005 年將有 3 萬 2 千個 Public Agency 使用全國資訊高速公路。

韓國學術網路建設方面 , 韓國科學技術研究院 (Korea Institute of Science and Technology, KIST) 主管的韓國研究環境開放網 (Korea Research Environment Open Network, 以下簡稱 KREONet) 在 1988 年開始針對國內、外大學及研究機關提供高速網路與 Ipv6, Multicast, QoS 等的技術。雖然 1988 年成立 , 但到 1998 年加入本網路的學校與研究單位數較少。在 1999 年 KREONet 強化其功能之後 , 開始大量加入本網路 , 目前國內 250 餘所大學與研究機關在 KREONet 內。

在 2000 年 KREONet 的網內速度國內大都市間 155M , 小城市間達 10M 至 45M。國外連接方面 , 與美國「NSFNET」間 16M , 與日本「IMNET」間 25Kbps。表 4-5 為韓國國內通訊網路骨幹速度現況 , 由表 4-2 看來 , 韓國 KREONet 的速度相較國家其他通訊網路或國內 ISP 建設的網路速度與功能不佳【38】。

表 4-2 韓國國內通訊網路骨幹速度現況

通訊網路名稱	主管單位	骨幹速度
Pubnet (超高速國家網)	韓國電算院, KT	622M 2.5G
Boronet	Dacom (ISP)	620M~5G
Kornet	KT (ISP)	45M 2.5G
KREONet	KIST	45M 155M

資料來源：教育電算網發展方案，漢城大學電子電腦學系，2002.5

3、小結

表 4-3 台灣與韓國網路基礎建設比較

	台灣	韓國
現行國家資訊化計畫	「挑戰 2008：國家發展重點計畫」中，「數位台灣 (e-Taiwan) 計畫」(2002)	「e-Korea Vision 2006，以下簡稱 e-Korea」國家發展計畫 (2002)
學術網路	TANet 國內寬頻之中最大	KREONet 國內其他 ISP 寬頻比較大

在基礎建設方面，由於頻寬的需求日益殷切，全球各先進國家莫不積極籌建寬頻網路、開放競爭，以提供民眾質優價廉的寬頻網路服務。對網路基礎建設方面，台灣與韓國亦不列外。目前兩國各有「e-Taiwan」計畫與「e-Korea」計畫在執行中，這些長期性的計畫對未來網咖發展重要的影響。

兩國具有早期網咖形成的不同背景。台灣 TANet 的寬頻在台灣國內最大，在這種影響下，台灣潛在的客戶對早期網咖並沒有需求。相對在韓國建設 KREONet 比台灣早，但其寬頻與功能不佳，韓國客戶對網咖的需求較高，早期網咖發展而言，韓國比較有利發展網咖產業。

(二) 政府對資訊業之態度

網咖業需要電腦軟硬體設備，其營業領域與資訊業相關。因此，我們必須了解兩國政府針對整個資訊業的態度。

1、 台灣

(1) 資訊產業及市場特性分析

台灣政府重視中小企業的支援，中華民國經濟部中小企業處特別針對中小企業規劃了五大政策計畫，從人力協助、產業振興活動、升級轉型輔導、資金融通與紓困宣導著手。中小企業處處長賴杉桂指出，為了提升中小企業規模與經營體質，亟需政府協助規劃相關發展政策及輔導措施，鼓勵中小企業提供就業機會，促進商機，也為刺激民眾消費意願。中小企業處可補助其宣傳、推廣等費用經費，藉此以協助相關業者進行產業促銷，帶動國人前往各地方消費。有關資金融通計畫，中小企業處將協助中小企業取得資金融通，其中包括：(一) 加強推動「微型企業創業貸款」；(二) 加強推動中小企業小額簡便貸款；(三) 充實信保基金保證能量，有效協助中小企業取得融資。

(2) 重點育成產業

為了推動重點產業，政府除了籌設新竹科學園區外，也致力於推動資訊產業的發展，一方面強化工研院電子所，增設能源、工業材料及機械等三個所。另一方面於 1979 年成立資策會，扮演資訊業務推動及相關人才培育的角色，有助於台灣資訊教育的紮根，也為未來資訊工業的發展鋪下坦途。

在新竹科學園區的籌劃上，為了擺脫勞力密集的脆弱產業結構，提高對景氣低迷的承受力，發展高科技、高附加價值產業成為台灣必走之路，而為了吸引國外高科技工業的投資、移轉技術，政府必須提供一有利的環境，因此，模仿美國加州矽谷而成立了新竹科學園區。園區地點的選擇，人才的充沛供應及技術的支援均為不可或缺的條件，而新竹擁有清華、交通兩所以理工見長的大學，人才供應上無虞匱乏，加上工業技術研究院設立的技術支援，新竹乃脫穎而出。除了人才的供應、土地、廠房上的優惠措施外，政府於 1980 年設立新竹科學園區，並在前一年（1979 年）通過實施「科學園區設置管理」條例（以下簡稱「園區條例」）提供園區廠商五年免稅（「園區條例」第 15 條）自國外輸入自用機器設備或原料、物料及半成品等免徵進口稅捐、貨物稅及營業稅（「園區條例」第 17 條）等租稅獎勵措施。科學園區透過低廉土地提供單一窗口服務，以及租稅獎勵

誘因，鼓勵企業界進駐，除了提供企業群聚空間降低企業投資成本之外，也強化了資訊、技術傳播的效益。

新竹科學園區已成為台灣工業發展的重鎮。1998年園區廠商平均的研發經費占營業額的比重高達7%；僱用員工人數由1985年的6,670人增加至1999年的82,822人；營業額也由1985年的105億元新台幣上升至1999年的6,509億元。目前園區已吸引大批的海外華裔科技人才回國，不論他們是投資設廠還是從事生產或開發研究，均已對我國相關工業的技術水準提昇有非常顯著的貢獻。因此，有效地引進國外技術，促成海外技術人才回流，亦是新竹科學園區對台灣產業發展的主要貢獻【24】。

2、 韓國

(1) 資訊產業及市場特性分析

在韓國的產業特性上，韓國的經濟由國內幾家大型企業財團支撐，政府在這幾家財團背後給與資金上的各項通融，讓其無後顧之憂的全力發展，而韓國政府之所以選擇此發展方式，無疑與其環境與民族特性有不可分的關係。首先，由歷史的角度來看，韓國受過日本的統治，歷經韓戰，再加上寒冷的氣候等的因素造成韓國人一切講求速度的天性。這些皆因其所處環境所造成的影響，也是形成其產業特性的最基本因素【57】。

另外，韓國歷代的總統大部分為軍人出身，在政策的規劃上較著重在如何於最短期內讓國家能在國際上佔有地位。而在實際作法上則是採取進強勢的作法，以國家的資源搭配特定廠商進行。因此，在韓國市場中最不可忽視的當屬其政府政策的影響力，然而，韓國的產業不是由資本與技術而成長的，而是以技術基礎，由政府的各種支援與優惠而成長的【32】。

(2) 重點育成產業

韓國政府在推動「Cyber Korea 21」的發展過程中，在供給面是以技術研發為主，在需求面上是以降低成本為主。技術研發方面，透過與先進國家齊頭的網際網路先進技術的應用與接軌，提昇網際網路的傳輸速度；在降低成本方面，則透過電信產業的自由化與對於電信業者的補貼，讓消費者的連線成本降低。讓消

費者的連線速度與連線成本比最大化，以降低連線成本。因為資訊高速公路構建完備，上網的流量顯著爬升後，產生了網際網路的商機，使得電子商務蓬勃發展，韓國線上遊戲發展即以此基礎而有相當優秀的表現。透過韓國發展的案例，韓國寬頻網路的成功除了政府的大力推動之外，韓國的電信及網路相關業者亦扮演了重要的角色；韓國政府、電信及網路相關業者對寬頻市場發展潛力擁有共識，共同推動境內寬頻市場的硬軟體建設，因此促成寬頻網路的蓬勃發展。進一步值得觀察的是當資訊基礎建設漸趨完備，網際網路的用戶數達到飽和時，韓國政府將如何繼線上遊戲產業後，與民間業者共同為網路的內容產業開創出更多、更新的產業競爭力。

韓國針對遊戲產業方面特別補助。韓國政府主管遊戲事業的文化觀光部於1999年3月就已設立專職機構「韓國遊戲推廣中心(Korea Game Promotion Center, KGPC)」，專門補助培育遊戲相關產業，並透過推廣中心貸款方式每年補助金額約台幣5億元，使韓國遊戲廠商得以致力於遊戲的研發，並以三年的國防替代役方式解決人才荒。

此外，韓國的公、私立教育單位及遊戲廠商也大量培養遊戲軟體開發人才，甚至有大學成立遊戲相關科系。根據2003年3月「韓國世宗網路大學遊戲開發系」主任張昌益教授在台灣舉辦的「韓國遊戲產業與遊戲教育之現況研討會」說明韓國遊戲相關大學、研究所現況（如表4-4）【40】，2001年到2002年成長率達80%。

表 4-4 韓國遊戲相關大學、研究所現況

	2001 年	2002 年
專科學校	16 所	22 所
大學	3 所	14 所
研究所	2 所	7 所

資料來源：韓國遊戲產業與遊戲教育之現況研討會，韓國世宗網路大學遊戲開發系（2003.3.27.）

張教授所說明的遊戲人力展望與課題如下：

- 由於遊戲產業浮上遊戲相關職業備受矚目
- 強化持續培育遊戲專門人力

- 遊戲專門人力除了量的增加除了專門人力質的提升也是重要課題
- 建立培育極優秀遊戲專門人力之教育系統也是重要課題

歸納韓國線上遊戲應用領先的現象，一方面是韓國的高速上網環境所促成，另一方面，韓國境內遊戲軟體產業的高度發展亦提供了推波助瀾之效。

韓國不僅有許多業者爭相投入遊戲轉體的開發，文化觀光部亦全力贊助，支持遊戲產業的五個主要方向在於「遊戲內容開發」、「遊戲學院(Game Academy) 培養遊戲人才」、「遊戲技術開發」、「海外營業」、「遊戲之社會文化的健全性」。

另外，韓國政府 1999 年成立「韓國遊戲產業開發院(原名：遊戲支援中心，Integrated Game Support Center, IGSC)」後，政府投資了 120 億韓圓 (新台幣 3 億 5 千萬)。在院內 2000 年 11 月開設遊戲學院(Game Academy) 培養遊戲專門開發人員，而支援該院內進駐的 50 餘家韓國最優秀的遊戲公司。這些公司可以在該院內使用政府出錢購買的高級設備，如 Motion Catcher (影像擷取) 模擬工作室等，這些設備都很貴，政府出資來買這些設備，然後借給那些開發業者來使用。而且，在該院內設有辦公室的公司，韓國政府又再補助費用三分之二，在課稅方面也會給這些公司很多優惠。這些都已在實施，也可以看出韓國政府確實有計劃要發展電子遊戲機這產業，因為韓國總統金大中也說過，電子遊戲機是廿一世紀高附加價值的產業，一定要支源它，幫助它發展。

3、 小結

表 4-5 兩國政府對資訊業之態度

	台灣	韓國
主要育成及支援產業	軟、硬體產業	軟體(遊戲軟體) 產業
設立支援中心	科學園區	遊戲產業開發院
兩國政府對產業支援的特性	中小企業支援	國家經濟依靠大企業 政府政策為市場成長重要動力

在兩國產業及市場特性上，台灣支援中小企業，且鼓勵創業，均幫助發展網咖產業。相對在韓國政府與大企業的特殊關係之下，過去中小企業的生存環境不利成長。而且，韓國政府的政策在市場或產業成長上重要的動力，現在政府針對

遊戲產業的支援與特別補助，讓其產業以及網咖產業確保可發展的空間。相對在台灣資訊產業方面，原有的軟、硬體產業的發展，尤其是硬體產業及電腦製造業的發展善於網咖產業的成長。

（三）政府對網咖的態度

1、台灣

台灣資策會在網路咖啡產業發展現況與趨勢探討中表示，2001 年起網咖發展正加速台灣軟體及娛樂產業的發展，提供台灣轉型為以軟體、娛樂為主的資訊服務產業【26】。

但台灣由於過去電玩業蓬勃發展，有開發軟體發展等的正面影響以外，衍生各種社會問題的負面影響也不少。因此，台灣政府從過去的電玩業管理經驗來看網咖產業。

刑事局電腦犯罪小組表示，網咖在電腦犯罪中確實是死角，由於顧客只要繳費即可使用店內的電腦上網，除玩電子遊戲外，少女援助交際、販售盜版色情光碟、散佈不實言論作人身攻擊、誹謗他人名譽等情形，時而可見，對社會治安有嚴重影響。因此，台灣政府在網咖的設置及管理辦法上則採取嚴格立法、嚴格檢驗的措施，以防止劣幣驅除良幣的效果。

網際網路讓資訊傳遞的管道發生了革命性的變化，許多學者專家憂心網路廣泛且快速傳遞的功能，將使其成為犯罪者的天然避風港，因而希望政府能針對網路犯罪與脫序行為制定一套特別的管理法，藉由現代化的法令管制監控網路內容，以匡正網路秩序，是政府面臨的重大課題。

為了避免 18 歲以下網路使用者受不良網站或不當資訊影響，希望結合教育部、內政部、交通部、經濟部、行政院新聞局等政府單位、學者專家與民間組織共同防範。除了上述對家長、學生及社會大眾加強宣導網路使用安全的基本知識及基本防護措施。並且協助推動網路服務業者管理單位，配合不當資訊防治措施，保護兒童及青少年免受不良網站內容影響，包括下列重要事項，完成於 2002

年 12 月：

- (1) 成立 TANet 防範不當資訊工作小組。
- (2) 建立收集不良網站資訊機制，提供相關單位管理防制。
- (3) 在 TANet 建置不當資訊防範措施，過濾不當資訊。

2、韓國

韓國在 1998 年情報通信部提出的「Cyber Korea21」規劃中提了網咖的概念，並宣布將透過育成健全的網咖計畫，一方面當作網際網路應用之基礎，一方面鼓勵及民眾利用網咖建立民間的資訊化空間【59】。

1999 年韓國文化觀光部還發表「多媒體文化內容提供業育成及支援計畫」，以落實國家前瞻的政策執行。其內容包括：

- (1) 施行「模範網咖認證制」，文化產業振興基金補助當選模範網咖，加強對該網咖支援。
- (2) 為了網咖及遊戲產業之育成，管制予以寬鬆。「音盤法」之改正主要目標為支援該產業。
- (3) 為防網咖內違法物、色情物等的流通，保護軟體之普及、擴散「Net-Clean21 活動」等，與相關業界支援網路淨化活動「Net-Clean21」活動內容包含網咖業者把網站內容過濾軟體必須安裝每台 PC 上，以及在店面免費提供該軟體。

3、小結

表 4-6 兩國政府對網咖之態度

	台灣	韓國
對網咖態度	(電玩業的影響) 保守	開放
國家網咖發展策略	沒有輔導網咖產業的策略	文化觀光部：「多媒體文化內容提供業育成及支援計畫」
防違法物 色情物流通的措施	TANET 建構學術網路不當資訊防制系統	透過「Net-Clean21 活動」，保護軟體之普及、擴散

台灣政府對網咖取比較保守的態度。對網咖產業成長而言，政府的嚴格管制則是一種障礙。相對在韓國，由於政府對網咖經營採取開放態度，使得韓國境內網咖蓬勃發展。尤其，文化觀光部推動「多媒體文化內容提供業育成及支援計畫」，讓韓國的網咖之快速普及、興起是由許多因素推動所致。韓國政府在其中扮演了重要的推手角色，則無庸置疑。

二、上網人口急速成長與上網習慣

(一) 上網人口急速成長

1、台灣

台灣由於電信市場的逐步開放及業者的大力推廣的助力下，各界應用資訊通信科技的情形近年來有相當大的成果。根據調查的統計資料顯示，截至 2003 年 3 月底為止，台灣的上網人口已達 859 萬人，整體人口上網普及率達 38%。相較於 1999 年 480 萬的上網人口，台灣的上網人口在三年內成長了 1.7 倍之多（圖 4-2）【10】。

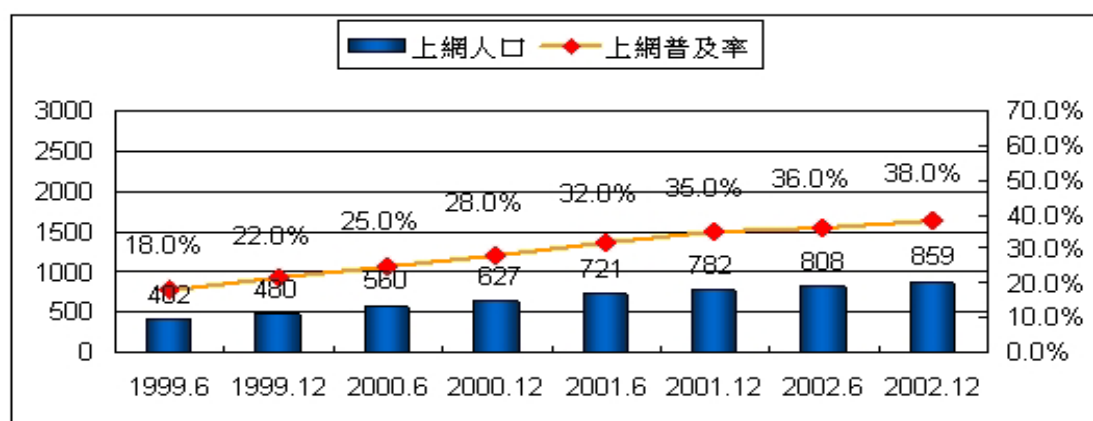


圖 4-2 台灣上網人口與普及率及率成長情形（單位：%，萬人）

資料來源：經濟部技術處-產業電子化指標與標準研究科專計畫/資策會 ECRC-FIND，2003.4

由 2003 年第一季「網際網路用戶數調查」的數據顯示，台灣上網人口成長已經趨緩，網際網路接取服務市場不如以往熱絡，而寬頻用戶雖然仍呈現持續成

長，但其成長量有逐漸減少之趨勢。長此以往，若是上網人口成長漸趨飽和，對於未來寬頻市場的發展必然受限，所以寬頻業者除了對於既有的網路用戶作推廣之外，更致力積極開發未使用網路族群。

2、韓國

到 2002 年 12 月韓國約有兩千餘六百萬人口上網(圖 4-3)，上網人數占總人口數之 59.4%，相較於 1999 年 10 月僅 943 萬的上網人口，韓國的上網人口在三年內成長了約 3 倍之多【45】。

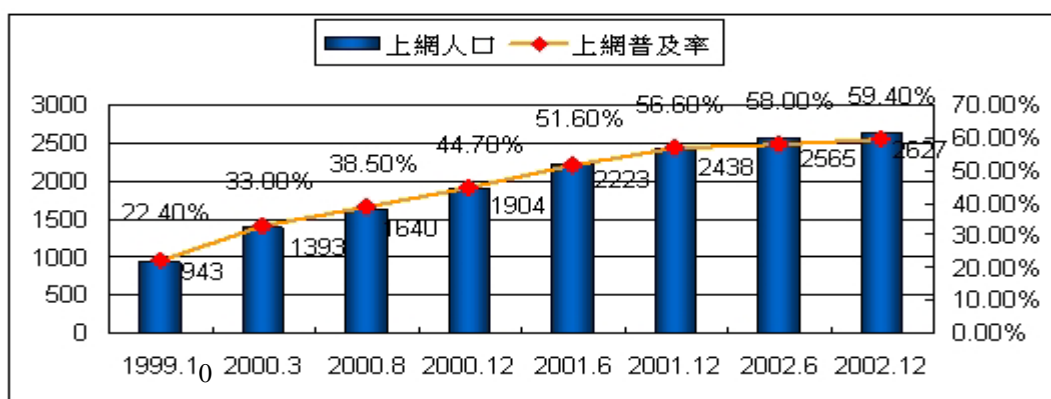


圖 4-3 韓國上網人口與上網普及率成長情形 (單位：%，萬人)

資料來源：KRNIC (2003.1)

3、小結

表 4-7 兩國上網普及率比較

	台灣	韓國
上網普及率	38% (2002.12)	59.4% (2002.12)

至 2002 年 12 月資料，台灣上網普及率比韓國低，可說韓國的上網普及率收到網咖普及率的影響。另外，在台灣 2001 年成長速度最快，韓國在 1999 年急速成長，兩國在這時段的網咖急速成長。

(二) 上網習慣

1、台灣

在 2002 年資訊工業年鑑中「台灣網路使用者主要上網地點分析」表示，2001 年 12 月台灣上網人口之中在上網地點方面，家庭仍為上網的主要地點(56.6%)，在網咖上網比率為 5.28%【4】。

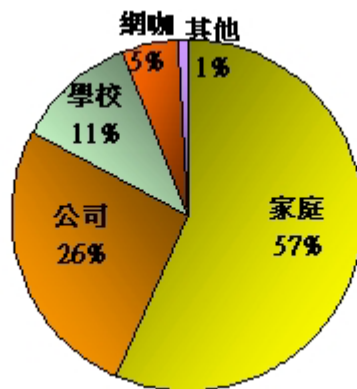


圖 4-4 台灣網路使用者主要上網地點分析

資料來源：台灣資訊市場情報中心（2002），《資訊工業年鑑-第四章 電子化社會重要指標》

2、韓國

根據韓國網際網路資訊中心的「韓國網路使用者主要上網地點分析」表示，2001 年 12 月全上網人口之中佔有 71.7% 在家庭上網，6.1% 的人主要上網地點為網咖【45】。

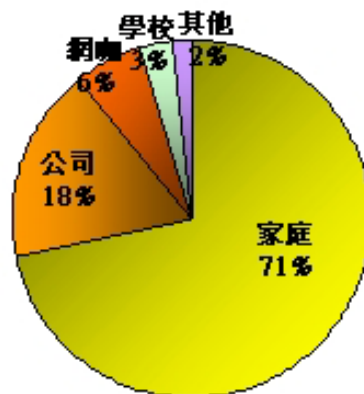


圖 4-5 韓國網路使用者主要上網地點分析

資料來源：韓國網際網路資訊中心（KRNIC），2002.12

3、小結

表 4-8 兩國主要上網地點比較

	台灣	韓國
上網地點	1) 家庭 56.6% 2) 公司 26.3% 3) 學校 11% 4) 網咖 5.3% (2001.12)	1) 家庭 71.7% 2) 公司 17.5% 3) 網咖 6.1% 4) 學校 2.9% (2001.12)

主要上網地點方面，台灣與韓國在家裡上網最多，台灣在學校上網比在網咖上網多。這一點與韓國不同，韓國在網咖上網比在學校上網多。如此的結果可代表由於建設 TAnet 幫助台灣具有完整的學校網路設備，在早期網咖產業並沒有需求，對台灣形成早期的網咖市場不利的因素。韓國學校上網比率較低，亦是幫助韓國網咖發展的一個原因。

三、網咖相關產業發展

網路咖啡產業不僅能帶動寬頻發展，還牽動遊戲軟體、線上遊戲及電腦軟體等產業的成長，簡言之，「網咖、寬頻網路、線上遊戲是生命共同體」【22】。

我們觀察網咖產業發展對其他相關產業的影響，探討網咖與通訊服務業、娛樂與遊戲產業之間的相互關係。

(一) 通訊服務業

根據 Point-topic 調查公司在 2003 年報告中統計，在 2001 年到 2002 年從各國非對稱數位迴路 ADSL(Asymmetric Digital Subscriber Line, ADSL)用戶數(包括家庭及企業用戶)佔總人口的比率來看，韓國 ADSL 寬頻普及率以 10.95% 高居全球第一名，其次為香港 5.56%，第三為台灣 4.83% (圖 4-6)【3】。

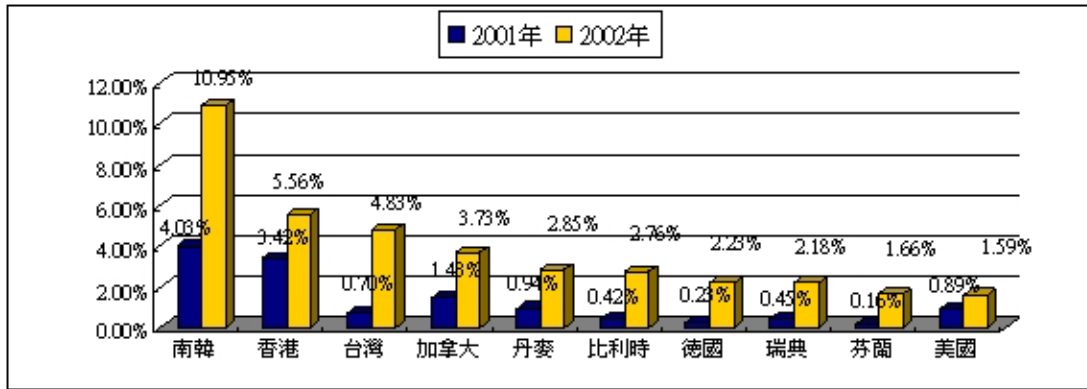


圖 4-6 全球 ADSL 寬頻網路普及率排名

資料來源：中華民國經濟部技術處科專計畫 / 資策會 ECRC-FIND, 2002 年

資料顯示，台灣與韓國的 ADSL 的排名都很高，而成長速度比其他國家高。我們比較兩國的通訊服務業的狀況，而了解兩國的通訊服務業與網咖發展之間的關係。

1、台灣

台灣寬頻網路用戶自 1999 年推出纜線數據機寬頻上網 (Cable Modem) 與數位用戶迴路 DSL (Digital Subscriber Line, DSL) 服務以來，截至 2003 年 3 月底止，台灣透過電話撥接上網的帳號數有 480 萬戶，固接專線用戶數為 1.5 萬戶，DSL 用戶數為 198.6 萬戶，Cable Modem 用戶數達 27.7 萬戶，整合服務數位網路 ISDN (Integrated Services Digital Network, ISDN) 用戶數為 1.1 萬戶，衛星用戶數約 4 千戶。在這些用戶當中，使用 DSL 及 Cable Modem 的寬頻網路用戶數共計達 226 萬戶。

表 4-9 台灣寬頻使用現況

連網方式	用戶數
電話撥接	480 萬戶
固接專線	1.5 萬戶
xDSL	198.6 萬戶
Cable Modem	27.7 萬戶
ISDN	1.1 萬戶
衛星	0.4 萬戶

資料來源：經濟部技術處 eB 指標研究科專計畫/資策會 ECRC-FIND (2003.3)

隨著寬頻市場的日益成熟，台灣寬頻用戶繼 2001 年底突破百萬之後，用戶數每季持續攀升，截至 2002 年底，台灣寬頻用戶數突破 200 萬戶，達 210 萬戶（圖 4-7）【10】，總計一年內增加了近百萬戶（96 萬戶），成長率達 85%。以此成長速度來看，預計台灣寬頻用戶將可於 2003 年底達到 280 萬用戶的規模。

由於台灣擁有近 100% 的電話普及率與逾 80% 的有線電視普及率等有利條件，DSL 與 Cable Modem 得以迅速進入寬頻市場，成為台灣目前的寬頻主流。

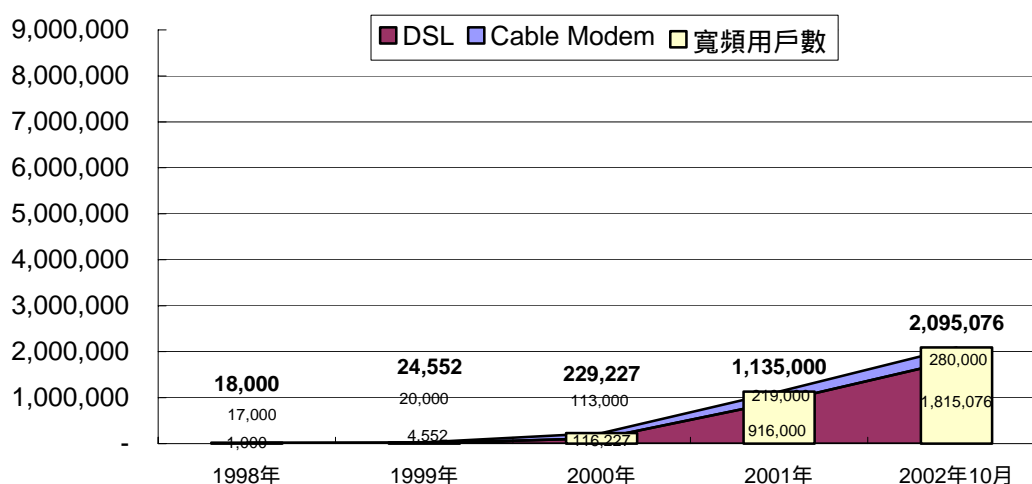


圖 4-7 台灣寬頻用戶數成長情況（單位：戶）

資料來源：中華民國經濟部技術處 Internet 科專計畫，資策會 ECRC-FIND（2002.12）

在寬頻網路市場方面，台灣 HiNet 掌握超過四分之三的 ADSL 用戶數市佔率，其他不到四分之一的市場卻由將近十家的 ISP 業者分食，目前 HiNet 極欲鞏固市場龍頭地位，其他 ISP 業者則力圖擴展市佔率，再加上越來越多 ISP 業者投入 ADSL 市場的情況下，使得此一市場競爭異常激烈。

由於網咖主要提供上網服務，為了要提供高品質的網路頻寬，網咖業者紛紛與各地的網路服務業者合作。網咖向各 ISP 租用各種上網頻寬，主要以 ADSL 及固接專線網路為主。同時，在費用及地區網路頻寬線路之限制等因素下，網咖業者將依其規模大小、用途，而決定採用何種頻寬。

ISP 部份，過去以中華電信（HiNet）、數位聯合（Seednet）、英普達（Is.net）為主，目前除中華電信之外，固網業者挾其擁有實體線路之利，已漸次佔有部分市場。由於目前仍以中華電信一家獨大，電路費及網路費之收費標準亦以中華電

信馬首是瞻。由於 ADSL 有價格便宜的優勢，但網路品質較不穩定，較適用於中（40 台以上 PC）小型網咖（40 台以下 PC）。

相對，由於固接專線網路有頻寬穩定、提供較多實體 IP 位址及較不易斷線的優勢，雖然價格較貴，但也廣為中、大型網咖採用，尤其是超大型（80 部 PC 以上）更是唯一選擇。

以 HiNet 的 T1（1.5M）寬頻為例，2002 年 11 月所公布的網咖專線費用如下：

第一次裝設電路時，付接線費 20,000 元以外，每個月付電路月租費（中華電信線路費）+ 寬頻月租費（HiNet）（如表 4-11）。

表 4-10 HiNet 網咖專用 T1 寬頻月租費（每月收費）

級數	月租費		總計 (都會區 / 非都會區)	IP 配發 數量 (上限)
	電路 (都會區 / 非都會區)	HiNet		
第一級 (限 1~29 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	12,500	22,660 / 23,700	32
第二級 (限 30~45 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	17,750	27,910 / 28,950	48
第三級 (限 46~61 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	23,000	33,160 / 34,200	64
第四級 (限 62~93 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	34,000	44,160 / 45,200	96
第五級 (限 94~125 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	45,000	55,160 / 56,200	128
第六級 (限 126~189 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	57,500	67,660 / 68,700	192
第七級 (限 190~253 部 PC 使用)	10,160 / 11,200	70,000	80,160 / 81,200	256

資料來源：藍語生活網 http://www.blueword.com.tw/main1/adv.2002_11_7

譬如，若經營在都會區，擁有 40 台 PC 的網咖與擁有 100 台 PC 的網咖的專線費用如下：

表 4-11 台灣網咖專線費用例子

	第一次收費	月租費
40 台 PC	HiNet 接線費 20,000 元	電路月租費 10,160 元+HiNet 月租費 17,750 元 = 27,910 元
100 台 PC	HiNet 接線費 20,000 元	電路月租費 10,160 元+HiNet 月租費 45,000 元 = 55,160 元

2、 韓國

韓國的寬頻網路應用情形自 1998 年 6 月推出寬頻網路服務以來便持續成長,截至 2002 年 10 月底止,韓國透過 DSL 上網的用戶數有 538 萬戶, Cable Modem 用戶數達 345 萬戶, LAN 及衛星用戶數約 117 萬戶。在這些用戶當中,使用 DSL 及 Cable Modem 的寬頻網路用戶數共計達 883 萬戶,較 2001 年同期成長率達 26 %。

韓國情報通信部資料顯示,1999 年底時韓國寬頻網路用戶數約為 37 萬,2000 年為 402 萬,2001 年則成長到 781 萬,而 2002 年 10 月時已突破 1000 萬用戶規模。與韓國總人口相較,則韓國約有 21%的用戶使用寬頻上網。尤其在 1999 年從 37 萬爆炸性地成長到 2000 年 402 萬【42】。

寬頻的普及與網咖成長的互相影響之下,這時候的網咖也急速成長。根據韓國網際網路 PC 文化協會 (Internet PC Culture Association, IPCA) 針對韓國所做的「全國網咖發展現況調查 (2000)」表示,全國網咖店數總計 1999 年初從約兩千家店面爆炸性地成長到 1999 年底約一萬兩千家。

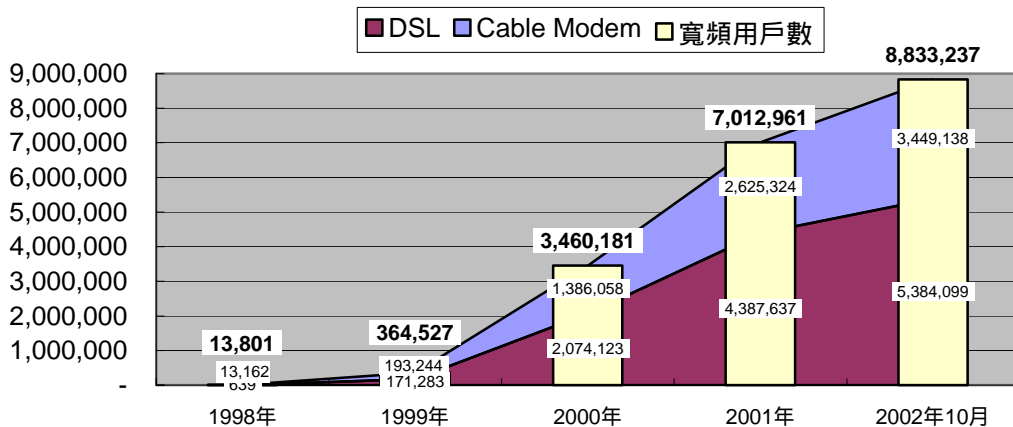
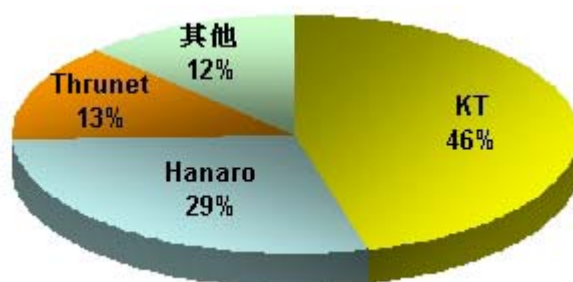


圖 4-8 韓國寬頻用戶數成長情況 (單位：戶)

資料來源：韓國情報通訊部 MIC, Korea (2002.11.6)

韓國前三大的 ISP 業，Korea Telecom、Hanaro Telecom 及 Thrunet 掌握近九成的用戶數市佔率，其他不到 10% 的市場卻由將近 80 餘家的 ISP 業者分食，因眾多 ISP 同業競爭壓力，各家 ISP 不時掀起 ADSL 的價格戰，以擴大自己的產業版圖【41】。

圖 4-9 韓國國內重要 ISP 服務內容與市場佔有率



資料來源：韓國情報通訊部 MIC, Korea (2002.11.)

韓國網咖主要使用 512K，T1 (1.5M)，E1 (2.048M) 的專線。其中，擁有 40 台以下的小規模網咖最普遍使用 512K 寬頻，網咖業者選擇價格的優勢。T1 專線有 1.544M 的速度，適合 40 台以上 80 台 PC 以下的中型網咖。E1 專線的優勢在於支援高速，適合 80 台 PC 以上的大型網咖。

專線費用方面，2002 年 8 月以韓國的 KT (5-6M) 為例，算法如下：

第一次付裝設備 300,000 韓圓 (新台幣 8600 元) 以外，每月基本費 300,000 韓圓 (新台幣 8600 元) + 使用費 (表 4-12) + 裝備月租費 48,000 韓圓 (新台幣 1400 元)。

表 4-12 韓國 KT 的網咖專用專線使用費

	使用費/月	約 1 年	約 2 年	約 3 年
PC80 台以下	每台 15,000 韓圓 (新台幣 430 元)	5% 優惠價	10% 優惠價	15% 優惠價
PC80 台以上	每台 10,000 韓圓 (新台幣 290 元)	5% 優惠價	10% 優惠價	15% 優惠價

資料來源：<http://pcbangv.com.business/notice04.htm>

譬如，若在韓國經營擁有 40 台 PC 的網咖與擁有 100 台 PC 的網咖專線費用如下：

表 4-13 韓國網咖專線費用例子

	第一次收費	月租費
40 台 PC	裝 設 備 (300,000 韓圓 NT8,570 元)	每月基本費 300,000 韓圓+使用費(15,000 韓圓 X40 台) 600,000 韓圓+裝備月租費 48,000 韓圓 = 9,480,00 韓圓 (新台幣 27,000 元)
100 台 PC	裝 設 備 (300,000 韓圓 NT8,570 元)	每月基本費 300,000 韓圓+使用費(15,000 韓圓 X100 台 = 1,500,000 韓圓)+裝備月租費 48,000 韓圓 = 1,848,000 韓圓 (新台幣 52,800 元)

3、小結

表 4-14 兩國通訊服務業比較

	台灣	韓國
寬頻用戶數之成長	(1998.12) 1.8 萬戶 (2002.12) 210 萬戶	(1998.12) 1.3 萬戶 (2002.10) 883 萬戶
專線接線費 (首次收費)	20,000 元	300,000 韓圓 (NT.8570 元)
專線月租費 (以 40 台為基準)	27,910 元	9,480,00 韓圓 (NT.27,085 元)
專線月租費 (以 100 台為基準)	55,160 元	1,848,000 韓圓 (NT.52,800 元)

兩國的寬頻成長速度很快，在 1998 年台灣的寬頻用戶比韓國多，但 1999 年至 2000 年韓國的寬頻用戶數急速成長，寬頻成長趨勢與網咖成長相似，可能寬頻與網咖之間互相影響。

兩國現在 ISP 業者的激烈的競爭環境產生寬頻價格下降，也許網咖的反映價格也會下降。如此網咖業的基礎營運成本不斷下降，網咖業者可以專注於增值內容服務，服務的多元化，價格的合理化等的創造性競爭經營的策略。

兩國的專線接線費方面，韓國比台灣便宜，韓國網咖比較有價格優勢。但，專線月租費差異並不多。

(二) 娛樂及遊戲產業

線上遊戲與網路咖啡店可說是息息相關，網咖提供高速的「頻寬」與「互動空間」，使顧客在其中享受高品質線上遊戲，兩者可以說是相輔相成的效果。以

下比較台灣與韓國的遊戲產業的狀況。

1、台灣

由台灣資策會資料顯示，台灣的線上遊戲市場由 1999-2000 年萌芽，2001 大幅成長 255%，市場規模達 17.1 億元，2002 年台灣國內遊戲產業也有 75.6 億台幣產值，並預估 2006 年產值可達 300 億元台幣【20】。

台灣遊戲軟體廠商除了銷售自製遊戲軟體外，業者一般都還從事經銷代理國外遊戲軟體，其中主要以軟體授權費、軟體銷售或販賣點數卡為收益來源【19】。

在行銷管理、通路佈建成本的考量下，台灣國內部分的遊戲軟體廠商如：宇峻、昱泉亦將其開發的遊戲產品交由軟體通路商鋪貨。這些通路商包括第三波、松崗、智冠、華彩等，皆為市場上以通路能力見長之遊戲廠商。

如表 4-16 所示，國外代理廠商則包括「松網」代理美國的「Blizzard」之『戰慄時空 (CS)』、「遊戲橘子」代理韓國「NCSoft」之『天堂』、「宏碁戲谷」代理韓國「eSoftnet」之『龍族』、「聖教士」代理韓國「Actoz Soft」之『千年』與韓國「JC Entertainment」之『紅月』、「大宇」代理韓國「Eyagi」之『英雄』、「華義」推出的線上遊戲『石器時代』則為日商「JSS」的產品。

表 4-15 國外代理的代表遊戲與代理公司

台灣遊戲代理公司	國外遊戲公司	遊戲名稱
松網	美國「Blizzard」	戰慄時空 (CS)
遊戲橘子	韓國「NCSoft」	天堂
宏碁戲谷	韓國「eSoftnet」	龍族
聖教士	韓國「Actoz Soft」 韓國「JC Entertainment」	千年 紅月
大宇	韓國「Eyagi」	英雄
華義	日本「JSS」	石器時代

其中，從 2000 年 4 月才成立的「松網」，間接從「松崗」取得當時最紅的「戰慄時空 (CS)」的網咖代理權 (2001 年 2 月起改由松崗子公司「柏崗」代理)，第一年的營業額就有新台幣一億多元。

而「遊戲橘子」從韓國引進最熱門的遊戲「天堂」，在台灣一次可容納

5,000-6,000 人上網的伺服主機就架設了 30 部，也就是說最多可同時容納 18 萬人上網，還經常發生塞機現象，粗估每個月光是點數卡的營業額就有新台幣一億多元，更遑論其他延伸商品所帶來的效益了。

台灣的線上遊戲內容供應商大約有 30 家。一般而言，在遊戲軟體業者與網咖業者之間都有網咖遊戲代理業者，扮演橋樑，替網咖業者拿到好玩遊戲的合法授權，如「松網」、「創網」、「寶網」等。

網咖與線上遊戲業者之間的關係密不可分，網咖對其他資訊產業的附加價值也頗具潛在。

2、韓國

根據韓國世宗網路大學張昌益教授在「韓國遊戲產業與遊戲教育之現況研討會」（2003 年）上指出，韓國線上遊戲市場於 1994 年開始發展，至 1998 年，韓國線上遊戲市場大幅成長，該年韓國業者同時也發現遊戲外銷市場的莫大效益。

韓國線上遊戲市場規模約為 61 億韓圓（1 億 7 千萬新台幣）。由於從美國引進的線上遊戲「Star Craft」的影響，使韓國網咖大幅增加，1999 年營業額也大幅成長為 216 億韓圓（6 億新台幣），遊戲人口也從 1997 年的 371 萬增加到 721 萬人。

據韓國遊戲產業協會（Korea Entertainment System Industry Association, KESA）統計，韓國網咖在 1999 年底有 15,150 家，總營業額約 6,000 億韓圓（125 億新台幣），2000 年底則成長至 22,000 家【43】。

韓國政府把 2001 年定為遊戲產業元年，預計在 2005 年，達到遊戲軟體出口值十億美元的目標，屆時，韓國將成為僅次於美、日的世界前三大遊戲王國。

韓國在 2003 年遊戲產業白皮書中，根據 2003 年 3 月至 4 月調查韓國目前的 2,600 餘家遊戲研發公司及發行商中抽 800 家，以及 1000 家電腦遊戲場所與網咖業者為樣本，整體檢驗 2003 年度韓國遊戲產業產值的調查結果顯示，2002 年韓國的遊戲市場規模為 1 兆 2513 億韓圓（新台幣 358 億元）產值，較 2001

年的 1 兆 201 億韓圓（新台幣 291 億元）成長 22.7%。

2002 年的 1 兆 2513 億韓圓產值中，遊戲研發部分的產值 8,080 億元佔了 65%，發行部分的產值 4,433 億元佔了 35%，就遊戲產業的經濟效益而言，韓國遊戲具優勢的是遊戲內容開發部份。

根據該項調查指出，韓國網咖在 2002 年締造 1 兆 4751 億韓圓（新台幣 421 億元）產值，較 2001 年的 1 兆 2014 億韓圓（新台幣 343 億元）成長 22.7%。

線上遊戲不僅帶動網咖高度發展，網咖的蓬勃發展也帶動線上遊戲玩家增加。在韓國，網咖已成為線上遊戲開發業者主要收入來源。雖然韓國家庭的寬頻上網繼續增加，但網咖佔線上遊戲業者收入比率仍然高達 50~80%【43】。

韓國線上遊戲與網咖相輔相成，使遊戲產業儼然成為韓國對抗全球不景氣的最佳利器。不可諱言的，與網咖共生共榮的連線遊戲，在韓國寬頻的溫床上，迅速成長為一個龐大產業。

3、小結

表 4-16 兩國的遊戲產業比較

	台灣	韓國
遊戲產值	75.6 億台幣 (2002)	1 兆 2513 億韓圓 (358 億台幣) (2002)
遊戲廠商特性	代理商為主	開發商為主

台灣與韓國的的遊戲產業快速成長，也許與網咖的成長有相當密切關係。不過相較韓國多為自製遊戲，台灣遊戲公司開發的軟體並不多，國外代理及與國外遊戲軟體公司合作開發為主。由於網咖內使用的遊戲的授權關係，網咖業者一部份收入給遊戲開發或發行廠商，可能台灣網咖業者的負擔比較重，因此對網咖經營上造成困難。

第二節 網路咖啡業現況

一、 網路咖啡業市場現況

(一) 台灣

葉治明(2002)以台灣的網咖產業發展歷程來整理，台灣網咖發展分成三階段【29】。

第一代的網咖出現在 1995 1996 年間。這一代的網咖定位，主要是針對商務人士，提供他們一個可以即時上網的環境，或收發電子郵件、或瀏覽網頁吸取新知、或透過網路來與遠地公司保持聯絡。有的網咖則與餐廳、咖啡館、書店合作，作為複合式增值型的服務，但成效相當有限【30】。

第二代的網咖則隨著網路技術的進步、寬頻發展及線上遊戲的興起而成長，除了上網服務之外，尚提供相關線上遊戲服務。

因此，台灣到 2000 年網咖才真正展開流行。但這一代網咖的大部分為傳統電動玩具店改裝而成，或是原本經營銷售電腦之店家所投資改裝而成，店面狹窄，機台面壁放置，收費相當低廉，出現地點以鄉鎮居多。而在第二代的網咖，由於開設網咖技術層次不高，投資成本可大可小，進入障礙較低，以致網咖家數快速成長。為爭奪有限的市場，網咖業者也開始興起價格戰，台北市地區每小時收費 20-40 元已成定價。

台灣 2001 年到目前發展出第三代網路咖啡，肇因於財團及連鎖體系競爭者的加入網咖市場。第三代網路咖啡強調的是空間設計、附加服務多，提供裝潢漂亮又舒適的消費環境。而且，這些網咖業者除了提供必要的上網服務、遊戲服務之外，更提供不同的增值服務，如：行動辦公室、漫畫、小說，甚至有業者準備與社區大學合作，提供資訊教學服務等，提供多元功能的增值服務【18】。

另外，台灣網咖連鎖體系具有同文同種的優勢，開始進入大中國區市場。

儘管第三代網路咖啡連鎖店的收費比傳統網咖店高（每小時收費約 60 至 80

元)，但由於具有規模經濟及專業精良的軟硬體設備等的優勢，掌握都會區或商圈的市場【28】。

台灣根據經濟部 2003 年 6 月 19 日經商字第 09202126090 號函表示，全國網咖家數計有 4073 家。在主要廠商方面，台灣所有的連鎖網咖體系中以「戰略高手」發跡最早，知名度也最高，它開店的地點集中在中、大型都會區，走大型化及多功能複合式經營路線。但在 2002 年 9 月其財團發生財務危機後，由於連鎖店管理及店面事後處理不完整，目前該網咖經營由各店面自治管理。

皇統光碟及十大書坊轉投資的「網路星球」應是市場上展店速度最快的，與同樣由租書業皇冠租書城投資的「網際先鋒」皆已突破 167 家。

「戲骨資訊」這個連鎖體系也有不錯的表現，總店數約 157 家。此外，新聯陽集團也朝大型化網咖發展，最近新聯陽就在西門町開設了佔地千坪的「WaKa 連鎖網咖」西門町旗艦店，在北台灣也已有 267 個據點。以上是台灣網咖業主要廠商的概述。

由於目前台灣網路咖啡產業正由成長期邁入成熟期，營收減少的結果將引發進一步的殺價競爭，而為了提高來店的誘因，勢必要加速更新設備、增加服務項目，再度將已回收的成本投入網咖事業中。

（二）韓國

網路咖啡在韓國被視為推廣網際網路的重要一環，甚至帶動網際網路基礎建設、電腦軟硬體等產業的發展。大體而言，韓國網路咖啡產業的發展經驗可說非常成功。

以韓國的網咖產業發展歷程來看，韓國網咖也可分三階段【37】。

第一代的網咖出現在 1997 年 1998 年間。1997 年底，網咖在韓國開始形成在大學附近。

早期的網咖經營是原有的傳統咖啡店提供電腦設備及網際網路服務的經營型態。因為這時候在韓國國內大學的網路設備與可使用電腦的空間不足，所以這一代的網咖主要提供給大學生使用電腦、網際網路及列印等的服務。另外，在

1997 年底發生金融風暴危機後造成的一百餘萬人失業群，其失業群之間流行小規模性創業之因素的影響下，而開始形成第一代的網咖產業。

在 1999 年，韓國網咖產業的發展歷程進入第二代。根據韓國網際網路 PC 文化協會（Internet PC Culture Association, IPCA）針對韓國所做的「全國網咖發展現況調查（2000）」表示，全國網咖店數總計 1999 年初從約兩千家店面爆炸性地成長到 1999 年底約一萬兩千家。

在 1998 年，由於金大中政府要解決國家面臨的金融危機，於是選擇符合世界資訊潮流並具發展潛力之網路事業，在政府全面投入輔導開發的努力下，網路咖啡果然蓬勃展，也協助韓國經濟自 1999 年起開始景氣回復。也因此，業者更加積極投資中、小規模的連鎖網咖店，並使韓國進入競爭激烈的網咖市場。在這同時，韓國也出現從美國進口線上遊戲「Star Craft」的風行的現象，促使這段時間韓國網咖產業大幅發展而茂盛。

韓國從 2000 年到目前之間形成的網咖屬於第三代。2000 年以後，韓國網咖的增加速度趨緩，代表韓國網咖市場進入飽和期。同時，由於這一代的網咖大部分是大財團投資而成的，朝大型化及國際化的網咖發展，開始投資日本與中國大陸等的國外市場，以及採取相關產業之間合作策略等，成為重要的電子商務行銷通路。

根據 2003 年韓國遊戲產業開發院（Korea Game Development & Promotion Institute, KGDI）提出的「韓國遊戲產業白皮書」中表示，2000 年至 2001 年之間，韓國的網咖市場規模高達 67% 的成長率，但 2001 年至 2002 年之間，市場規模成長 23%，盛況已不復見。

因此，現在的網咖業者開始朝著多角化的經營，所採取的策略就是異業結盟。例如，有大部份的區域租給電信業者，讓該公司提供手機用戶在此地上網，還有電信業者也將網咖的空間改建為小型視聽室，讓手機用戶可以到櫃台租借 DVD 影片欣賞。

另外，網咖也結合電視節目，在該網咖舉行電玩比賽的同時，做同步現場轉播。在韓國這樣的努力下，根據韓國遊戲產業開發院（KGDI）所提出的「韓國

遊戲產業白皮書(2003)」中表示，韓國網咖業者從2003年至2004年的市場規模成長率大約維持在16%左右【44】。

根據韓國文化觀光部2002年底合計，全國計有網咖業五萬餘家。

在韓國網咖業主要廠商方面，則以「H&C」與「東陽財團」投資的「Mega Web」的知名度最高。「Mega Web」場地總計有1200餘坪，是具有1000多台以上的超大型網咖，主要服務內容除了線上遊戲以外，還包括虛擬股票交易、網路銀行業務、網路企業資訊中心服務等。「Mega Web」店面設於韓國「國際國貿中心展覽館」大樓裡面，流動人口每天平均40萬人，客戶平均每天約3300人，除了遊戲玩家以外，還有展覽參觀者、國外人士等多樣的客戶層。

此外，「SeHwa 資訊通訊」則與「Chung-Oh 資訊通訊」合資投資開設「Geto Korea」，除了新開設2300餘家的連鎖店以外，還與3000餘家經營狀態不佳的小規模網咖合併、管理各店面。

「Wide 資訊通訊」投資的「LifeZone」連鎖體系則分佈在漢城及釜山等的大都會區，加盟店有300餘家，採取主辦遊戲比賽策略吸引消費者。

韓國電腦製造公司「Hyun-Joo 電腦」也開了「Hunter24」這個連鎖體系，具有比較低廉的電腦設備供應優勢，加盟店家數約100餘家。

韓國網咖競爭激烈，大部分的中、小網咖業者都利用會員管理策略，使會員享受低廉費用的優惠。大型網咖雖然費用較高，但它提供增值服務。例如，有些業者經營主題式網咖，為了專門遊戲比賽參加選手提供專門遊戲用高品質滑鼠、借用遊戲相關雜誌及書籍、邀請遊戲專門選手舉辦遊戲模擬比賽。有些網咖具有補習班的功能，提供給學生教學服務等，客戶可享受折價以外的各種優惠，使其能繼續生存。所以，目前韓國網咖的消費從每小時500韓圓(新台幣14.2元)至1500韓圓(新台幣37.5元)都有。

(三) 小結

表 4-17 兩國網咖發展現況比較

	台灣	韓國
第一代網咖	1995 年 1996 年 針對商務人士經營符合式價值性服務	1997 年 1998 年 針對大學生提供可用上網服務及電腦設備的空間
第二代網咖	2000 年 2001 年 寬頻發展與線上遊戲興起	1999 年 景氣回復與線上遊戲興起
第三代網咖	2002 年 進入飽和期 連鎖店系列，大型化，投資大陸網咖市場	2000 年 進入飽和期 大財團投資，開發國外網咖市場
網咖收費 (/1hr)	20 元至 80 元	500 韓圓 (NT.14.2 元) 至 1500 韓圓 (NT.37.5 元)
全國網咖家數	4073 家 (2003 年 6 月)	五萬餘家 (2002 年 12 月)

以網咖發展歷程而言，雖然台灣網咖的誕生比韓國早兩年，但其目的不太一樣。兩國的網路設備環境的影響之下，韓國的第一代網咖的消費者對網咖市場的需求比台灣高，對韓國網咖盛行有利。第二代的網咖在韓國比台灣早出現，而隨著線上遊戲的興起與寬頻申設費用的降低等的因素之下，兩國的網咖快速成長。第三代網咖在韓國比台灣早出現，第三代的網咖共同點在兩國的網咖市場已經進入飽和期，而且網咖業連鎖化及大型化的轉換，也開始投資國外網咖市場。

目前台灣全國有 4000 餘家網咖在經營，韓國有大約五萬家網咖。比較兩國的人口與面積比例而言，韓國的網咖市場密度比台灣高，因此，其市場的競爭狀況也比台灣激烈。

比較兩國的網咖平均收費方面，在台灣每小時 20 到 80 元都有，在韓國每小時 500 韓圓 (NT.14.2 元) 到 1500 韓圓 (NT.37.5 元) 之間，韓國收費比較低廉，對韓國網咖而言，網咖發展優勢之一。

二、 網路咖啡業管理現況

(一) 台灣

台灣的網咖業，在現階段最大的問題就是法律依據。由於網咖為新興行業，在 2001 年「資訊休閒服務業」之營業項目尚未訂定前，中央與地方政府對於網咖之性質認定歧異。經濟部認為網咖應屬於「其他娛樂業」，地方政府則認應屬「電子遊戲場業」。由於電子遊戲場業管理條例對於「電子遊戲機」之定義並不明確，以致「利用電腦連結網路供人下載或擷取遊戲」之網咖易被認定為電子遊戲場業，而受到該條例之嚴格規範。惟自 2000 年以來，主管機關與法院判決多肯定網咖業者毋庸受電子遊戲場業管理條例所拘束，且經濟部商業司已於 2001 年 3 月 20 日，在公司行號營業項目中增列「J701070 資訊休閒服務業」之代碼，給予合法登記營業類別，將網咖定義為「提供場所及電腦設備採收費方式，供人透過電腦連線擷取網路上資源或利用電腦功能以磁碟、光碟供人使用」之資訊休閒服務行業。

除了新營業項目公告增列以外，張俊雄行政院長於 2001 年 5 月行政院院會中，指示訂定專法管理網路咖啡業，請經濟部於二個月內研訂草案報行政院，在完成立法程序之前，依「資訊休閒服務業輔導管理方案」善盡管理輔導之責。不到目前「資訊休閒業管理條例」專法管理的提案未正式通過。

目前政府對網咖業者的管理依據，為經濟部 2001 年 4 月 16 日發佈的「資訊休閒服務業輔導管理措施方案」；根據本方案，資訊休閒服務業之主管機關在中央為經濟部，在直轄市為直轄市政府，在縣（市）即為縣（市）政府。因此，「台北市資訊休閒服務業管理自治條例」即據此權責劃分，於 2001 年 11 月 14 日通過在施行中。但，待中央版的網咖管理條例確定之後，現行已成形的台北市版管理條例，勢必也將修正以符合中央標準。目前中央版的網咖管理條例在審查當中，原本立法院已經排入 2003 年 6 月開會期優先法案的「資訊休閒業管理條例」，延到 2003 年 9 月 5 日開議的會期再提案。

法律問題直接影響網咖業的生存空間，由台灣國內網咖業者聯合發起，2001年成立「中華民國網路咖啡產業發展協會」（被2003年5月正式成立的「台灣資訊休閒商業（網咖）同業公會全國總會」所取代），還有各大縣市的網際網路相關團體，這些團體長久以來都一直為網咖業的生存權利而努力。

為了共同輔導及管理網咖，行政院在「資訊休閒業輔導管理措施」中建議的相關單位負責管理網咖業的權責如下表 4-18：

表 4-18 網咖相關單位負責與權責

負責單位	權責
經濟部（主政）	負責網咖業執照的申請設立與輔導合法
內政部	釐定土地使用分區管制、建築、消防管理等
交通部電信總局及新聞局	推動網站內容分級
法務部	網路犯罪防制
教育部	加強教育宣導

資料來源：台灣資訊休閒商業（網咖）同業公會全國總會（2003.6.）

目前在台灣除了「資訊休閒服務業輔導管理措施」外，還有「資訊休閒業管理條例草案」、「台北市資訊休閒服務業管理自治條例」、「少年福利法」、「建築法」、「消防法」等的法規在管理網咖業。

以下整理台灣網咖的相關法規之主要內容，雖然目前中央版的「資訊休閒業管理條例草案」還沒立法院三讀通過，但本研究與韓國比較的台灣網咖相關法規以中央版的草案為主。

1、網咖相關法規主要內容

表 4-19 台灣網咖相關法規之主要內容

重要項目	內容	根據法案
營業定義	提供特定場所及電腦設備，透過電腦連線擷取網路上資源或以磁碟、光碟、硬碟、卡匣，結合電腦裝置，供不特定人娛樂使用之營利事業。	資訊休閒業管理條例草案第三條
營業時段限制	資訊休閒業之營業場所應禁止未滿十八歲之人，於上課時間及下午十時至翌日上午八時進入。	資訊休閒業管理條例草案第十條
營業場所內必須設置裝置	經營資訊休閒業，應於營業場所內設置下列設施裝置： A、可連接控管每部電腦之網路內容篩選過濾設備。 B、現場錄影監視器。 C、使用者登錄之歷史紀錄檔設施。 前項所訂設施，應於營業時間全程使用；錄影集歷史紀錄檔資料，應至少保存三個月，保存期間內不得任意修改或刪除。	資訊休閒業管理條例草案第十二條
營業場所距離限制規定	營業場所位於實施都市計畫地區者，應符合都市計畫法及都市土地使用分區管制之規定；於非都市計畫地區者，應符合區域計畫法及非都市土地使用管制之規定。	資訊休閒業管理條例草案第四條第一項
	資訊休閒業之營業場所，距離國民中、小學、高職、中、職校五十公尺以內，不得設置。	資訊休閒業管理條例草案第五條

2、網咖業者遵守事項（資訊休閒業管理條例草案第十一條）

- (1) 於營業場所明顯處懸掛公司登記或商業登記文件。
- (2) 於營業場所入口明顯處，標示未滿十八歲之人營業時段規定。
- (3) 不得涉及賭博、妨害風化或其他犯罪行為。
- (4) 不得提供盜版或未經合法授權之軟體。
- (5) 不得提供兌換現金或獎品。
- (6) 不得提供開分、押分、倍數等押注性或具射倖性之軟體。
- (7) 不得於營業場所設置包廂。
- (8) 營業場所不得抽煙。

(9) 登錄消費者身分資料。

3、網咖相關軟體及分級之法規

(1) 資訊休閒業所使用軟體之製造者、進口人，應於軟體出版發行或進口前，向中央主管機關申請審核。(資訊休閒業管理條例草案第七條)

中央主管機關得設立軟體審核委員會，審核前項軟體；其組織、審核作業程序、審核標準、審核範圍、審核費用、公告程序及其他應遵循事項，由中央主管機關定之。第一項所訂審核，中央主管機關於必要時，得委託或委任機關或團體設立軟體審核委員會辦理之。審核通過之軟體經修改者，視為新型軟體，應依規定申請審核。

(2) 經營資訊休閒業，不得使用未經前條所定審核範圍審核通過並公告之軟體。(資訊休閒業管理條例草案第八條)

4、相關法規與主要內容

表 4-20 網咖相關法規與主要內容

相關法規	時程	主要內容
資訊休閒服務業輔導管理措施方案	經濟部 2001.4.16 發佈	主管機關：在中央為經濟部，在直轄市為直轄市政府，在縣(市)為縣(市)政府 營業時間限制：禁止進入營業場所 未滿 15 歲：(非假日) 8 時~17 時、 (每日) 22 時~翌日 8 時 15 歲~未滿 18 歲：每日 23 時~翌日 8 時
台北市資訊休閒服務業管理自治條例	台北市議會 2001.11.14 通過施行	主管機關：市政府建設局 權限委任台北市商業管理處執行 營業場所距離限制：離學校 200 公尺內不得設置 營業時間限制：禁止進入營業場所 未滿 18 歲：(非假日) 8 時~18 時、 (每日) 22 時~翌日 8 時 未滿 15 歲之人進入電腦遊戲業營業場所，但有父母或監護人陪同者，不在此限。 電腦遊戲的分類：普遍級、限制級
資訊休閒業管理條例草案	行政院提出 2001.12.5 行政院通過	主管機關：在中央為經濟部；在直轄市為直轄市政府；在縣(市)為縣(市)政府。 營業場所距離限制：離學校 50 公尺內不得設置

	2002.4.3 立法院初審 通過： 2002.5.22	營業時間限制：禁止進入營業場所 未滿 18 歲：上課時間及 22 時~翌日 8 時 遊戲軟體相關：中央主管機關申請評鑑（遊戲軟體之製造、發行、進口）
少年福利法	民國 89 年 06 月 14 日修正	第 18 條 少年不得吸菸、飲酒、嚼檳榔。 少年之父母、養父母或監護人應禁止少年吸菸、飲酒、嚼檳榔。菸、酒、檳榔營業之負責人或從業人員，不得供售菸、酒、檳榔予少年吸食。 第 20 條 少年之父母、養父母或監護人應禁止少年施用毒品、迷幻物品或管制藥品，並應防止少年觀看或閱覽有關暴力、猥褻之錄影帶或書刊。
消防法		營業場所之消防設備，應符合消防法令之規定。
建築法	民國 89 年 12 月 20 日修正	營業場所建築物之構造、設備，應符合建築法令規定。

（二）韓國

在 1999 年前，韓國網咖業還屬於遊戲提供業，由「保健福祉部（以下簡稱保健部）」的「公眾衛生法」與「文化觀光部」的「公演法」分別在管理。但，保健部的管理作法較嚴格，許多業者違反規定，就把營業執照取銷。後來，政府為了輔導健全的網咖產業的發展及效率的管理，並為促進網咖相關產業之振興，1999 年改由「文化觀光部」管理，管理法亦被新制訂的「音盤法」所取代。

既然由「文化觀光部」在 1999 年 2 月 8 日公布的「音盤法」管理，但網咖還是屬於遊戲提供業。在 2001 年 5 月通過「音盤法」改正，新增「多媒體文化內容設備提供業」項目，並進行現形登記制改成申告制之後，業者才能放寬限制下發展其產業，這是一個大環境的變化。

目前除了「音盤法」外，還有一些網咖業相關法規。例如，「電氣通信事業法」、「學校保健法」、「青少年保護法」、「電腦軟體保護法」、「建築法」、「消防法」等，以下整理其相關法規之主要內容。

1、網咖相關法規之主要內容

表 4-21 韓國網咖相關法規之主要內容

重要項目	內容	根據法案
營業定義	指使用電腦提供大眾娛樂及其他娛樂的營業，營業範圍包括遊戲的提供、資料查詢、網路聊天、音樂欣賞及文書課業之製作、以及可透過電腦使用之所有項目。	「音盤法」第二條第十號
	遊戲指使用電腦程式等資訊處理技術或機械裝置，而製作成娛樂休閒、學習及運動等效果之影像及機器。	「音盤法」第二條第三號
營業時段限制	A、 禁止未滿十八歲之兒童及青少年於夜間十時以後至翌日九時出入。 B、 未滿十八歲之兒童及青少年，由父母親陪同或出具同意書允許其超出上開營業時段限制者，不在此限。	「音盤法」施行令第十三條
營業場所內必須設置裝置	為了保護青少年，多媒體文化內容設備提供業者必須安裝防色情軟體。	「音盤法」第三十二條第五號
營業場所距離限制規定：	A、 對淨化區禁止規定：距離國民中、小學、高中五十公尺以內不得設立。 B、 相對淨化區禁止規定：距離國民中、小學、高中五十公尺以上，二百公尺以內者，必須經周邊社區家長或學校校長同意，始可設立。 此外，1999 年 5 月以前開設在淨化區內業者 2004 年 12 月 31 日前必須遷移營業場所或關閉營業。	「學校保健法」第五條

2、網咖業者應遵守事項

- (1) 不得製作、流通或提供未經「影像物等級委員會」評鑑分類之遊戲軟體。
- (2) 不得使用一切非法拷貝之軟體。
- (3) 應於營業場所內妥置火災及安全事故預防設施。
- (4) 不得利用遊戲軟體從事賭博行為；不得提供未經「影像物等級委員會」審查通過之遊戲軟體。

- (5) 遊戲結果不得兌換獎金，但經「文化觀光物部」公告獎品除外。
- (6) 不得違反遊戲區陳列使用軟體等級區分，且必須設置過濾網路色情、賭博之軟體設施，以阻絕不良網站。

3、網咖相關軟體之法規主要內容

目前適用之「音盤法」尚無對遊戲等軟體實施等級分類制度，網咖業營業用之軟體，均屬各年齡均層可使用等級之遊戲（普通級），另屬「邪行性」、「煽情性」及「暴力性」之遊戲軟體，均排除於網咖業營業使用之外。目前韓國網咖相關軟體的分級認定如下：

(1) 事前審查：

由韓國「文化觀光部」依據「公演法」授權成立非政府機構之「影像物等級委員會」負責審查相關軟體內容，該委員會審查對象廣泛，包括錄影帶、碟片、視聽歌唱伴唱帶、電影等，遊戲軟體亦在審查之列，凡審核結果涉及「邪行性」、「煽情性」及「暴力性」等內容之遊戲軟體，均不得於網路咖啡業中陳列營運，並要求軟體製造商於包裝時以「橘燈」、「綠燈」標示，網路咖啡業祇可提供綠燈標示之遊戲軟體，是以，「影像物等級委員會」之審核內容雖有燈色標示之分，但於網咖業內使用之遊戲物均為綠燈標示，並無等級分別。

但按修正於 2001 年 9 月實施之「音盤法」，即定有「影像類分級委員會」專章，取代「公演法」授權成立之「影像物等級委員會」，針對電影、碟片、錄影帶、遊戲物等評鑑分類，其中對遊戲軟體分類方面，擬以十八歲為界定，劃分等級，網咖業應依軟體等級分設不同遊戲區營業。然一般家庭使用之遊戲軟體則無此限制，可購買橘燈標示之遊戲軟體（由家長監護管理）；至於對線上遊戲及網站內容方面，基於網路自由化原則，較難以事前審查，係藉由「情報通信倫理委員會」之取締，採事後監督管理方式，防制不良網站。

(2) 事後管理：

由韓國情報通信部主管之「電氣通信事業法」授權成立非政府機構之「情報通信倫理委員會」（Information Communication Ethics Committee，以下簡稱 ICEC）審查網路內容，審查對象以線上遊戲為主。ICEC 係屬事後取締管理機構，凡經

查獲不良網站，先由 ICEC 責令 ISP 業者修正改善，屆期仍不修正改善者，則通報情報通信部或警察機關依法處理，至遊戲內容是否屬色情、暴力、血腥等內容，完全由 ICEC 委員會判斷，目前尚無分級分類機制，至於將來是否實施分級分類管理，ICEC 尚在規劃中。

表 4-22 網咖相關法規與主要內容

相關法規	時程	主要內容
公演法		負責審查相關軟體內容 依據「公演法」授權成立非政府機構之「影像物等級委員會」審查錄影帶、碟片、視聽歌唱伴唱帶、電影、遊戲軟體等
音盤法	制訂： 1999.2.8 法律第 5925 號 最新版： 2001.12.29 第 6552 號	營業定義：指使用電腦提供大眾娛樂及其他娛樂的營業，營業範圍包括遊戲的提供、資料查詢、網路聊天、音樂欣賞及文書課業之製作、以及可透過電腦使用之所有項目 營業時間限制：禁止進入營業場所（施行令第 13 條） 未滿 18 歲：22 時 翌日 9 時，但由父母親陪同或出具同意書允許其超出上開營業時段限制者，不在此限。
電氣通信事業法	制訂：1997.3.7 法律第 5297 號 最新版 2000.2.3	「電氣通信事業法」授權成立非政府機構之「情報通信倫理委員會」審查網路內容，審查對象以線上遊戲為主。
學校保健法	法律第 6218 號 2000.1.28 改正	營業場所距離限制： A、絕對淨化區禁止規定：距離國民中、小學、高中五十公尺以內不得設立。 B、相對淨化區禁止規定：距離國民中、小學、高中五十公尺以上，二百公尺以內者，必須經周邊社區家長或學校校長同意，始可設立。 1999 年 5 月以前開設在淨化區內業者 2004 年 12 月 31 日前必須遷移營業場所或關閉營業。
青少年保護法	法律第 6261 號 2000.2.3 改正	網咖內不准賣青少年有害藥物（含酒、煙類）。（第 26 條之第 1 項） 網咖內不准賣青少年有害媒體物。（第 17 條之第 1 項）
建築法		營業場所之消防設備，應符合建築法令之規定。

消防法		營業場所之消防設備，應符合消防法令之規定。
電腦軟體保護法	法律第 6233 號 2000.1.28 改正	MS 產品：每台 PC 必須有一個原版認證書，每台 PC 必須輸入一個序號，每張 CD 開封之後必須登記客戶。 Game CD：Star Craft：每台原版 CD 備份。EA Sports 系列：每台原版 CD 備份，允許安裝。（第 34 條）

(三) 小結

表 4-23 兩國網咖管理現況比較

	台灣	韓國
相關機關	經濟部主管（跨部門管理）	文化觀光部主管
營業時間限制	未滿 18 歲：上課時間及 22 時~翌日 8 時	未滿 18 歲：22 時 翌日 9 時， 但由父母親陪同或出具同意書允許其超出上開營業時段限制者，不在此限。
營業場所距離限制	營業場所距離限制：離學校 50 公尺內不得設置	A、對淨化區禁止規定：離學校 50 公尺以內不得設立。 B、相對淨化區禁止規定：離學校 50 公尺 200 公尺以內，必須經周邊社區家長或學校校長同意，始可設立。
遊戲軟體相關	中央主管機關申請評鑑（遊戲軟體之製造、發行、進口）	「影像物等級委員會」負責審查相關軟體內容 「情報通信倫理委員會」審查線上遊戲內容

台灣的網咖相關法規比較嚴格，對網咖市場成長不利。不過「資訊休閒管理條例」通過之後，相信網咖市場上的眾多店家，也將會依照法律規定進行大洗牌，就地合法或遷移、進入或退出市場，經過一翻產業重整之後，才是網路咖啡業以合乎法規的正常化經營，朝向以網路科技為人類生活帶來新應用發展的第四代網咖出現。

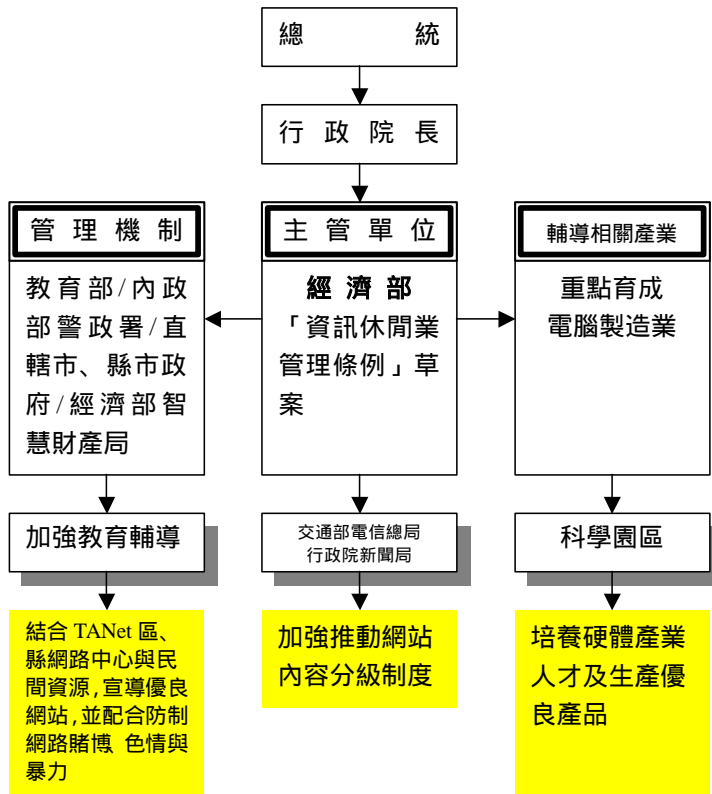


圖 0-10 台灣輔導管理網路咖啡業暨相關產業示意圖

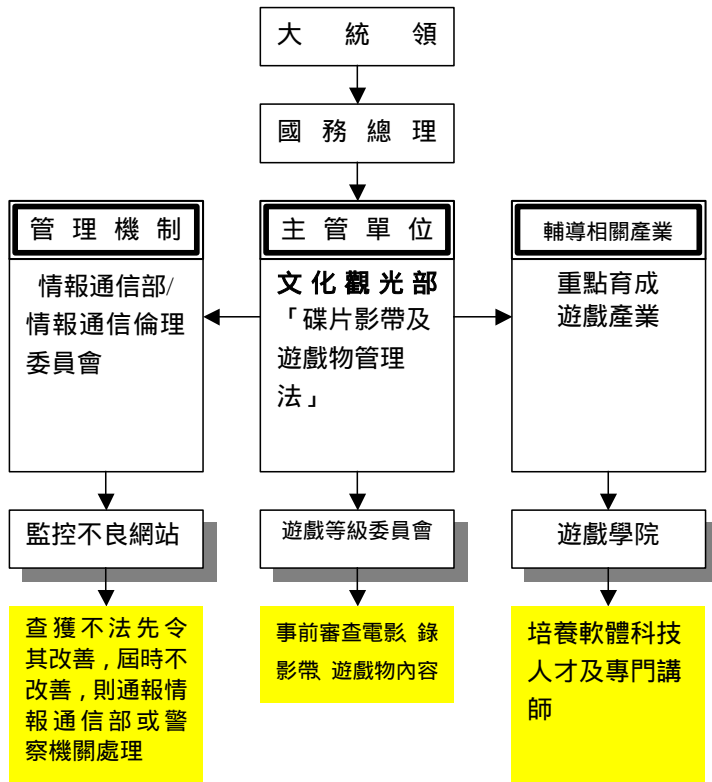


圖 0-11 韓國輔導管理網路咖啡業暨相關產業示意圖

第三節 網咖產業之國家競爭力分析

Porter (1990) 「國家競爭優勢」一書中提出鑽石模型來比較分析國家之間的競爭力。本研究應用 Porter 之國家競爭優勢鑽石理論來檢視台灣與韓國的網咖產業之競爭優勢決定因素。

表 4-24 兩國網咖產業之鑽石模型分析

	內容	台灣	韓國
生產因素	基礎建設 (Infrastructure)	執行 e-Taiwan 計畫中 TANet 學術網路在台灣國內提供了大量的服務，導致台灣早期對網咖需求較低。	現行 e-Korea 計畫有 KREONet 學術網路存在，但速度與功能不佳。大學網路設備未完整，早期網咖市場的形成是必要的。
需求因素	早期形成網咖市場	1995 年 1996 年 針對商務人士經營符合式價值性服務，當時對網咖的需求較低。	1997 年 1998 年 大學周邊開始形成，當時大學網路設備未完整，對早期網咖的需求很高。
	上網普及率	上網普及率 38 % (2002.12) 上網普及率 2001 年急速成長，這時網咖蓬勃發展	上網普及率 59.4 % (2002.12) 上網普及率 1999 年急速成長，這時網咖蓬勃發展：網咖家數增加與上網普及率趨勢相似
	網咖家數成長	網咖家數 4073 家 (2003 年 6 月)	網咖家數 5 萬餘家 (2002 年 12 月)：人口與面積比例，韓國的網咖市場密度較高。
	客戶 (上網習慣)	家庭 > 公司 > 學校 > 網咖：學校上網比率比網咖高。(學術網路的影響) 網咖 5.28 % (與韓國比較低)	家庭 > 公司 > 網咖 > 學校：網咖上網比率比學校高，對韓國網咖成長比較有利。 網咖 6.1 % (比台灣比較高)
	客戶 (逗留網咖的平均時間)	平均時間;8.5hr/week 逗留網咖的時間比較短，對網咖業成長不利。	平均時間;10.5hr/week 逗留網咖的時間比較長，對網咖業有利成長。

相關與支援產業	通訊服務業 (DSL/Cable modem 用戶數)	(1998.12) 1.8 萬戶 (比韓國發達) (2002.12) 210 萬戶	(1998.12) 1.3 萬戶 (2002.10) 883 萬戶 1999 年至 2000 年急速成長, 與網咖產業發展互相影響。
	通訊服務業 (寬頻使用費)	ISP 業者競爭結果價格下降, 網咖寬頻月租費用下降, 業者減少負擔。	ISP 業者競爭結果價格下降, 網咖寬頻月租費用下降, 業者減少負擔。
	通訊服務業 (接線費)	以 HINet 的 T1 線為例, NT. 20,000 元 專線接線費較貴	以 KT 的 E1 線為例, NT. 8,570 元 (300,000 韓圓) 專線接線費韓國較便宜,。開設網咖可成本降低, 具有低成本優勢
	遊戲軟體產業 (遊戲產值)	75.6 億台幣 (2002 年)	358 億台幣 (2002 年) (1 兆 2513 億韓圓)
	遊戲廠商特徵	代理商為主 遊戲軟體的最大的通路為網咖, 台灣網咖對遊戲軟體授權費用比較高。	開發商為主 韓國網咖與本土遊戲軟體廠商配合, 網咖對遊戲軟體授權費用的負擔較低。
企業策略、結構和競爭程度	網咖收費	每小時收費為 20 元至 80 元 網咖之間收費差異大, 比韓國網咖收費較高。	每小時收費為 14.2 元 (500 韓圓) 至 37.5 元 (1500 韓圓) 收費較低廉, 對韓國網咖發展有利。
	採取的競爭策略	低價收費策略	大財團投資, 多角化服務 長期來看, 韓國網咖比較有利發展。
	海外市場開發	擴大 (中國大陸網咖) 市場。 : 台灣具有同文同種優勢, 投資大陸網咖市場有利。	開發國外 (中國包含大陸) 網咖市場。
機會角色	網際網路與線上遊戲的興起	網際網路的興起, 線上遊戲的需求高, 幫助網咖產業成長。	網際網路的興起, 線上遊戲的需求高, 幫助網咖產業成長。
政府角色	(政策) 政府對資訊業之態度	台灣不支持特種服務業, 難以融資擴大規模。(大部分小規模網咖為主)	大企業為主 (大部分網咖是大企業投資)

重點支援產業	重視硬、軟體產業（開設網咖第一次成本下降）	支援遊戲產業（政府與社會對遊戲的看法好轉，刺激網咖產業）
專門支援相關廠商與人才	科學園區專門育成及支援硬體產業相關廠商與人才。	遊戲開發院專門育成及支援相遊戲產業關廠商與人才。
政府對網咖業之態度	過去電玩業的影響下，對網咖維持保守的態度（不利網咖成長）	對所有相關 IT 產業的一切開放的態度而支援（有利網咖成長）
支援網咖產業策略	無特定輔導網咖策略	文化觀光部推動「多媒體文化內容提供業」育成及支援計畫
管理網咖法規	「資訊休閒業管理條例」草案中的營業時間、營業場所限制等比較嚴格。	「音盤法」中提的營業時間、營業場所限制等比較寬鬆。

第四節 產業結構分析

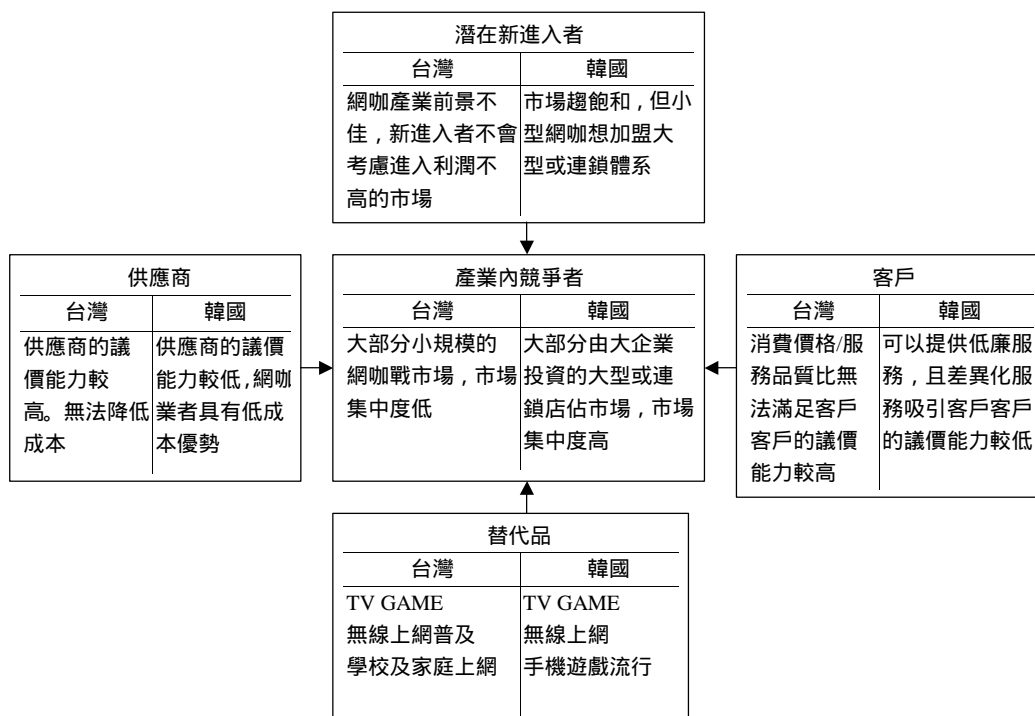


圖 4-12 兩國網咖產業競爭力比較：五力分析

一、 現有競爭者競爭

一般來說，現存競爭者之間的對抗，影響廠商的獨占力最大。某家廠商的競爭活動，易引起其他家的報復措施，而在相互競爭之下，對整個產業是極為不利的影響。接下來，我們將針對網咖來做此點的分析：

1、市場集中度

韓國網咖業進入第三代之後，大型店及連鎖店為主佔市場，而其市場集中度高，與現有競爭者間競爭強度降低。相較台灣網咖業雖然進入第三代網咖的成長，但市場內網咖規模還是以小型店為主。因此，市場集中度低，與現有競爭者間競爭強度較高。

2、市場飽和、營運漸趨多元化

但是兩國網咖發展漸趨穩定，網咖業者為吸引消費者，無不採取對策，如：價格競爭、營運多元化等，其中「營運多元化」更是網咖日後發展的策略重點，而因此造成同業競爭強度減弱。

韓國由大企業的投資下，不斷的更新電腦，開始多角化經營，相較台灣網咖的大部分以小規模營運，採取價格競爭策略。

雖然目前台灣的大部份業者採取價格策略造成同業競爭，然而，這僅是短暫的應對措施。韓國大部分的網咖業者主要是著眼於營運多元化，企圖提供不同於競爭者的產品及服務，以吸引消費者，而其產品差異化將使彼此競爭趨於和緩。

整體而言，韓國網咖業的同業對抗強度降低，在同業的對抗強度為低的情況下，業者進入網咖市場的吸引力高。相較台灣網咖的大部分採取價格競爭，然而同業競爭較高，對新進者而言，市場的吸引力不高。

二、 新進入者的威脅

當新進入者進入市場時，雖會帶來新產能，但也會分享現有的市場，帶走一

些資源，給予原廠商的威脅增加，如獨占力下降、成本上漲，產品價格壓低... ..等。但是也是與前一項「進入障礙」高低，以及進入者預期現有廠商的反應所影響，因為，新進入者也可能受到現有廠商的尖銳報復。接下來，我們將針對網咖來做此點的分析：

1、進入障礙低、景氣低迷

韓國的網咖的進入障礙不高，使得競爭者很容易進入產業中，對現有的業者造成威脅，再加上景氣低迷的影響，而網咖又為少數保有獲利率的產業，更使得投資者紛紛加入市場，使得新進入者對現有廠商的威脅有增加的趨勢。相對台灣網咖市場而言，雖然進入障礙一樣不高，但市場飽和之後，業者遇到利潤下降的困難，不敢進入市場。

2、價格戰造成回收期間加長

由於兩國網咖的數目成長過快，造成更激烈的競爭情勢。在台灣各家網咖拼命打價格戰以求吸引消費者青睞，對現存業者來說具有極大的威脅力。而也因價格戰，使得許多廠商雖然會看到網咖良好的獲利能力，卻又需考慮到目前各家業者打價格戰導致「回收時間」比以往延長。相對在韓國網咖業者進入第三代之後，放棄價格戰，而朝向多角化經營。

三、對購買者的議價能力

購買者的議價能力，也是影響產業競爭強度的重要因素；而本研究以二個方面來分析購買者的議價力量。

1、供需關係

過去當兩國網咖的數量還不多時，廠商對消費者的議價能力是相當高的。但是隨著進入者越來越多，消費者的選擇也相對增加，因此顧客對廠商的議價能力也逐漸提高。

2、顧客的忠誠度

由於每家網咖所提供的服務產品內容大同小異，主要是提供消費者網路連線的使用，次要也提供如：雜誌、漫畫及無限飲料的服務項目。目前在韓國的有些網咖兼備行動辦公室的傳真、列印等設備，使得商務人士或大學生能在其中處理公事。有些網咖為了專門遊戲參賽者，與遊戲廠商合作發出許多促銷活動及行銷策略，消費者對此類的資訊獲取容易。因此，韓國購買者轉而使用其他網咖的可能性低，而客戶的忠誠度較高。但在台灣大部分網咖提供遊戲客戶為主的服務，上網、線上遊戲與餐飲服務，因其服務之間相似度高，因此其顧客的忠誠度低。

四、對供應者的議價能力

供應商能藉著提高勞務或零組件的價格，或降低品質，來對產業的成員施加壓力如果產業無法跟著調整售價來因應，則該產業的利潤會轉移到供應者的手中。而本組所歸納之網咖的供應商分別有 ISP、軟體及硬體業者，以下為供應商的說明：

1、ISP 業者

網咖對 ISP 的要求是相當嚴格的，因為網咖業者向 ISP 業者要求的就是品質跟服務，台灣大部分網咖業者擁有尋找最能提供自身適用的 ISP 業者配合的權力。在台灣大部分的網咖業以小型店為多，因此，台灣網咖業者對 ISP 業者議價較低。在韓國大部分以大型或連鎖體系為主，因此，韓國 ISP 業者為與網咖作出結合專線租用、主機代管、收費機制等套裝方案，甚至透過網咖業者，ISP 業者可以在網咖放置小型機房，作為其網路基礎建設的節點，更可以作為與企業用戶的就近連接據點。因此，韓國網咖業者對於 ISP 業者比台灣網咖較多的議價空間與彈性，故議價能力高。

2、遊戲軟體業者

現在軟體業者對於網咖業者採取授權方式。目前在大部分還是依照電腦個量及購買版權數量進行折扣，也使得網咖業者可以以數量而向軟體業者壓低授權金額，當然大型或連鎖的網咖更擁有此優勢，然而大型網咖為主的韓國網咖業者比台灣具有此優勢。不過，因為每種軟體性質與每家軟體業者的政策不同，造成授權制度的不統一。以網咖業者而言，流行遊戲軟體的授權制度比非流行遊戲軟體較不利，因此，其議價能力提高。

另外，現在的遊戲軟體也愈來愈多，可以選擇的彈性變大。為了滿足對網咖業者授權方案，現在已經有許多軟體業者開始推行免費授權方案，顯示軟體業者對於網咖的議價能力降低許多。而且網咖更是軟體試用及購買的最佳場所，軟體業者可以與網咖業者合作，以網咖作為其配銷通路，這樣軟體業者與網咖的合作關係自然更為緊密。

在台灣缺乏本土遊戲軟體業配合，台灣網咖業者對遊戲軟體業者的議價能力較低。相對韓國具有本土遊戲軟體業者配合，且不斷的與網咖合作促銷與廣告活動，帶動網咖發展。

3、電腦製造業者

相同與軟體業者的是網咖業者對硬體提供的廠商一樣有數量折扣的優勢，而且網咖業者多是使用同一規格的電腦配備，這樣對於硬體業者無不是一項方便的情況，致使網咖業者可以與硬體業者有更多的議價空間。網咖業者就可以與其合作的硬體廠商作長期合作的契約關係，這樣也是提高網咖業者對硬體廠商的議價能力。況且利用網咖來銷售硬體周邊更是一項不錯的展示及販賣場所，這樣一來，硬體業者與網咖之間的關係便日益相關了。

目前大型網咖為主的韓國網咖業者為滿足消費者的需求，不斷的投資在於硬體設備，而且具有大量折扣的優勢，可提高對硬體業者議價能力。相對台灣網咖業者網咖，雖然規模比較小，但台灣電腦硬體產業相當發達，提供便捷且成本低

廉的設備供應優勢。

五、 替代品的威脅

替代品的存在，會降低廠商的獨占利益，因為他會決定了本產業廠商的上限，等於是限制了一個產業可能獲得的投資報酬率；而經過本組的討論後，以下為針對數種代表性替代品所做的分析。網咖的主要產品為線上連線遊戲，附加的服務則包括飲料、餐點、同樂、漫畫及議事等等，而只要是能取代休閒娛樂時間的產業皆為其替代品，本組則將代表性之替代品提出加以討論：

1、 家庭上網普及

現在寬頻降價，家裡也可以有寬頻的享受，再加上政府法令的限制，因此會連帶影響到網咖的市場。目前兩國家庭上網比率越來越高，因此，對兩國網咖業者而言，替代品的威脅均高。

2、 無線上網普及

目前已經有些咖啡廳的業者在店內提供無線上網的設備，只要顧客自備筆記型電腦，便可立即上網。同時，咖啡廳除了有飲料和餐點外，也提供休閒的功能。兩國的無線上網普及率越來越高，但網咖客戶大部分為青少年，考量青少年的筆記型電腦普及率，無線上網的威脅對兩國網咖業者影響不大。

3、 Video Game 的網路連接

過去 Video Game 是家庭用單機遊戲為主，但目前 Xbox 與 PS2 開始透過網路連接，要加入線上遊戲市場。台灣遊戲產業中 Video Game 占的比率較高，也許影響到多些客戶移轉的可能。相較韓國 Video Game 而言，在 2002 年才開始正式進口，剛興起該市場。而且最近韓國網咖業者與 Video Game 公司進行合作創造另外一個新的商機，網咖內開設 PS2。因此，該替代品的威脅會對台灣網咖比韓國網咖高。

第五節 競爭地位分析

台灣與韓國網咖產業之競爭策略相異。從成本、服務的價格、服務的加值比較兩國網咖產業之競爭優勢。其臺灣與韓國網咖產業的競爭地位分析如表 4-25 所示：

表 4-25 兩國網咖產業之競爭優勢

	台灣	韓國
成本	高	低
服務的價格	高	低
加值服務	低	高

一、台灣網咖產業

台灣網咖產業成本偏高，其困難主要來自缺乏政府法令支持與相關軟體業的配合。且因其他網路服務業者之擠壓而難達成差異化之效果。網咖業者面臨成本/利潤比過低的困難。

二、韓國網咖產業

因具有線上遊戲軟體業者配合，韓國的網咖產業具有低成本的優勢。為了因應未來網咖市場的趨勢，透過不斷投資並和大企業或相關產業合作，易開發加值服務，採取多樣化服務路線。