

# 行政院所屬各機關出國報告

(出國類別：會議)

## 出席 2014 年亞洲有線暨衛星廣播電視協會 (Cable and Satellite Broadcast Association of Asia, CASBAA) 年會及政策圓桌論壇報告

服務機關：國家通訊傳播委員會

姓名職稱：陳憶寧 委員

陳慧紋 內容事務處科長

許琦雪 綜合規劃處專員

派赴地點：香港

出國期間：2014 年 10 月 27 日至 10 月 29 日

報告日期：2014 年 12 月 31 日



## 摘 要

本會此次由陳憶寧委員率陳慧紋科長及許琦雪專員代表出席 2014 年亞洲有線暨衛星廣播電視協會 (Cable and Satellite Broadcast Association of Asia, CASBAA) 年會和政策圓桌論壇。CASBAA 成立於 1991 年，自 1993 年在香港開始舉辦第 1 屆年會迄今，已邁入第 21 個年頭。

首先登場的是 2014 年 10 月 27 日召開的 CASBAA 政策圓桌論壇。來自亞太地區國家 (城市) 管制者齊聚一堂，以「電視無疆界的時代真的已經到來了嗎? (TV Without Borders – Already Here?)」為主題，與產業界資深經理人共同討論通訊傳播政策議題。此次有三大議程，包括：(一) 線上侵權問題的因應之道 (Online Piracy – What is To Be Done?); (二) 電視無疆界—OTT 要將亞洲帶到何處? (TV Without Borders – Where is OTT Taking Asia?)。在議程中並穿插由產業界代表就不同議題進行個案簡報。與會者尤其是來自新加坡的業者，例如 HBO、SingTel 代表均紛紛發言抱怨新加坡政府對 OTT 實在管得太多。本會陳憶寧委員發言表示，台灣對於 OTT 業者的管制相對較為寬鬆，誠摯歡迎國際頻道業者加入台灣市場。不過，有境外頻道業者抱怨我國的電視節目分級制度未能和國際接軌。

2014 年 CASBAA 年會主題是「跳脫傳統電視盒 (Beyond the Box)」，從 10 月 28 日到 10 月 29 日止共計 2 日，有三大議程：(一) 超出線性頻道電視疆界會是什麼樣的世界? ; (二) 消費者想獲得什麼內容，如何得知想要的內容訊息及付費? 2014 年 CASBAA 年會由香港財政司財經事務及庫務局局長陳家強開幕致詞。和去年代表香港政府致詞的財政司司長曾俊華致詞內容相比，大抵仍圍繞在近年來香港通訊傳播產業發展的概況，以及重申香港與中國大陸簽訂更緊密經貿關係協議，投資電影產業有利於進軍中國大陸市場。

此次，亦特別請台北經濟文化辦事處協助安排拜會香港通訊事務管理局辦公室，以及擁有超過 127 萬 IPTV 訂戶的電訊盈科公司 (PCCW)。惟通訊辦表示業務繁忙而婉拒，採書面回覆本會提問。PCCW 集團由旗下電訊盈科媒體公司付費電視部門執行副總譚樂琮女士等人接見，她以在台灣長達 7 年的工作經驗，給予本會有關通訊傳播管制實務的看法和中肯的建議。另外，時值香港學生不滿中國大陸確定行政長官選舉方式，發起「占中運動 (又稱雨傘運動)」，回顧 2013 年 10 月香港民眾 12 萬人上街抗議港府核發免費電視牌照不公、2014 年 3 月間台灣學生抗議《兩岸服務貿易協議》審查過程而發起「太陽花運動」占領立法院，到了 2014 年 9 月香港學生不滿香港行政長官普選機制的決定，發起「占中運動」，這些社會運動背後都隱藏了「中國因素」。

本次赴香港參加 CASBAA 年會期間之主要觀察與心得：(一) OTT 的未來就是現在、創新服務及內容、相關版權問題、市場的公平競爭及消費者權益保護問題應予正視，各國皆面臨法規落後困境；(二)「中國因素」是政府制定政策時必須納入考量的面向；(三) 鼓勵本國頻道走向國際。



# 目錄

<b>壹、前言</b> .....	<b>1</b>
<b>貳、亞洲有線暨衛星廣播電視協會（CASBAA）簡介及本會歷年參與情形</b> .....	<b>2</b>
一、亞洲有線暨衛星廣播電視協會（CASBAA）簡介 .....	2
二、本會歷年參與情形 .....	4
<b>參、出席 2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇</b> .....	<b>5</b>
一、2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇概況介紹 .....	5
二、2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇紀要 .....	7
（一）議程一：線上侵權問題的因應之道 .....	8
（二）議程二：電視無疆界—OTT 要將亞洲帶到何處？ .....	10
（三）綜合討論 .....	13
<b>肆、出席 2014 年 CASBAA 年會</b> .....	<b>16</b>
一、2014 年 CASBAA 年會概況介紹 .....	16
二、2014 年 CASBAA 年會紀要 .....	18
（一）第一天議程：超出線性頻道電視疆界會是什麼樣的世界？ .....	18
（二）第二天議程：消費者想獲得什麼內容，如何得知想要的內容訊息及付費？ .....	29
（三）CASBAA 公布 2015 年亞太多頻道電視廣告市場報告 .....	36
<b>伍、香港通訊傳播產業及社會發展觀察</b> .....	<b>43</b>
一、拜會電訊盈科（PCCW）集團及香港通訊事務管理局辦公室書面回覆本會提問 ...	43
（一）拜會電訊盈科（PCCW）集團 .....	43
（二）香港通訊事務管理局辦公室書面回覆本會提問 .....	46
二、香港雨傘運動（UMBERLLA MOVEMENT） .....	51
三、香港通訊傳播產業管制架構介紹 .....	54

(一) 香港電信產業管制架構.....	57
(二) 香港廣電產業管制架構.....	63
(三) 管制機關和競爭法.....	71
<b>陸、結語.....</b>	<b>80</b>
一、OTT 的未來就是現在，各國皆面臨法規落後困境.....	80
(一) 類比時代的法律如何因應數位時代的思維？.....	80
(二) 香港流動電視應否適用《廣播條例》爭議.....	81
(三) 美國 FCC 就付費電視規定是否擴張適用 OTT 徵詢意見.....	82
(四) 傳統通傳產業經營思維與彈性監理機制.....	83
二、「中國因素」是政府制定政策時必須納入考量的面向.....	84
三、鼓勵本國頻道走向國際.....	84
<b>柒、致謝.....</b>	<b>86</b>
<b>附錄.....</b>	<b>87</b>
附錄一：2014 年 CASBAA 年會相關資料.....	87
一、2014 年 CASBAA 年會議程手冊.....	87
二、參加 2014 年 CASBAA 年會實用資訊.....	87
三、2014 年 CASBAA 年會議程確認版.....	87
四、香港財政司財經事務及庫務局局長陳家強開幕致詞稿(英文).....	87
五、Ericsson《電視的未來展望》簡報.....	87
六、Brightcover《在 OTT 泡沫中勝出—不同思維》簡報.....	87
七、comScore《亞太地區線上視訊消費和全方位視訊》簡報.....	87
附錄二：2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇相關資料.....	87

一、2014 年 CASBAA Policy Roundtable 議程.....	87
二、Matt Pollins 《亞洲人上網收看哪些內容》簡報.....	87
三、Mark Weatherley 《蒐尋引擎與盜版》討論文件.....	87
四、Mark Weatherley 《資金補助對抗線上侵權戰爭》討論文件.....	87
五、Mark Weatherley 《著作權教育與意識覺醒》討論文件.....	87
六、Matthew A. Kurlanzik 《亞洲 OTT 市場發展》簡報.....	87
七、Time Goodchild 《新競爭局勢下的亞洲政府如何管制電視市場》簡報.....	87
附錄三：亞太地區 2015 年多頻道電視廣告趨勢調查報告.....	88
附錄四：香港通訊傳播產業資料.....	88
一、2014 年 10 月香港電訊盈科 nowTV 業務簡報.....	88
二、香港通訊事務管理局辦公室書面回覆本會提問.....	88
附錄五：訪香港期間會晤相關人士名片集成.....	88

## 圖表目錄

圖表 1：CASBAA 組織架構.....	2
圖表 2：2014 年 CASBAA 企業會員識別標章.....	3
圖表 3：國家通訊傳播委員會歷次參與 CASBAA 年會人員及主題.....	4
圖表 4：近年 CASBAA 政策圓桌論壇討論議題一覽表.....	5
圖表 5：2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇召開情形.....	6
圖表 6：2014 年政策圓桌論壇議程.....	7
圖表 7：2014 年政策圓桌論壇會場，熱烈討論通訊傳播產業發展議題.....	8
圖表 8：亞洲地區付費電視和 OTT 管制情形比較表.....	11
圖表 9：MATTHEW KURLANZIK 《亞洲 OTT 市場發展-亞洲 OTT 服務地圖》簡報.....	14
圖表 10：陳憶寧委員於政策圓桌論壇發言情形.....	15
圖表 11：2014 年 CASBAA 年會召開情形.....	16
圖表 12：2014 年 CASBAA 年會主題主視覺設計.....	17

圖表 13：2014 年 CASBAA 年會第一天議程概況 .....	19
圖表 14：2014 年 CASBAA 年會第一天議程內容整理表 .....	23
圖表 15：2014 年 CASBAA 年會第二天議程概況 .....	30
圖表 16：2014 年 CASBAA 年會第二天議程內容整理表 .....	31
圖表 17：NOW TV 發展歷程 .....	44
圖表 18：「占中運動」現場情形及 TIME 對「雨傘革命」作專題報導封面.....	51
圖表 19：2014 年世界新聞自由地圖.....	53
圖表 20：香港主要電視事業一覽表.....	54
圖表 21：香港通訊傳播事業管制機關變遷示意圖.....	55
圖表 22：香港通訊事務管理局辦公室（OFCA）—廣播事務部組織架構及職掌.....	56



# 壹、前言

亞洲有線暨衛星廣播電視協會（**Cable and Satellite Broadcast Association of Asia**，以下簡稱 CASBAA）是由亞洲地區有線及衛星廣播電視上下游產業所組成的協會。成立目的在向各國政府倡議推動保護智慧財產權、公平競爭，以及對市場友善的管制規範，以提升付費電視訂閱率和廣告收入。

為達成上揭目的，CASBAA 不僅每年定期邀請遍及亞洲各國的產業會員在香港召開年會，在年會進行期間，亦同步召開政策圓桌論壇（**the Policy Roundtable**），設定若干廣播電視管制政策議題，邀請亞洲國家通訊傳播機關官員出席，與產業界代表交流對話。

CASBAA 此次以「跳脫傳統電視盒（**Beyond the Box**）」為主題，在 2014 年 10 月 27-29 日於香港召開政策圓桌論壇及年會。今年本會由陳憶寧委員率陳科長慧紋及許專員琦雪參加，除了參與 CASBAA 年會及政策圓桌論壇外，特別請台北經濟文化辦事處協助安排拜會香港通訊事務管理局辦公室，以及擁有超過 127 萬 IPTV 訂戶的電訊盈科公司，希望不只是在 CASBAA 年會的會場內與國際頻道業者交流而已，更能走進香港，實地了解當地通傳管制機關政策思維，以及香港通傳產業發展最新趨勢。惟通訊辦表示因業務繁忙而婉拒，採書面回覆本會提問。

另外，時值香港學生不滿中國大陸確定行政長官選舉方式，發起「占中運動（又稱雨傘運動）」，抗議者以雨傘遮擋香港鎮暴警察發射的胡椒噴霧及催淚彈，此景躍上各大國際媒體版面。

本報告結構如下：

第一部分：前言

第二部分：介紹 CASBAA 組織及本會歷年參與情形；

第三部分：說明參與政策圓桌論壇過程；

第四部分：說明本次參與年會議程內容重點；

第五部分：說明訪港期間拜會 PCCW，並介紹香港通訊傳播產業管制架構；

第六部分：綜合上述內容提出此行主要觀察與心得。

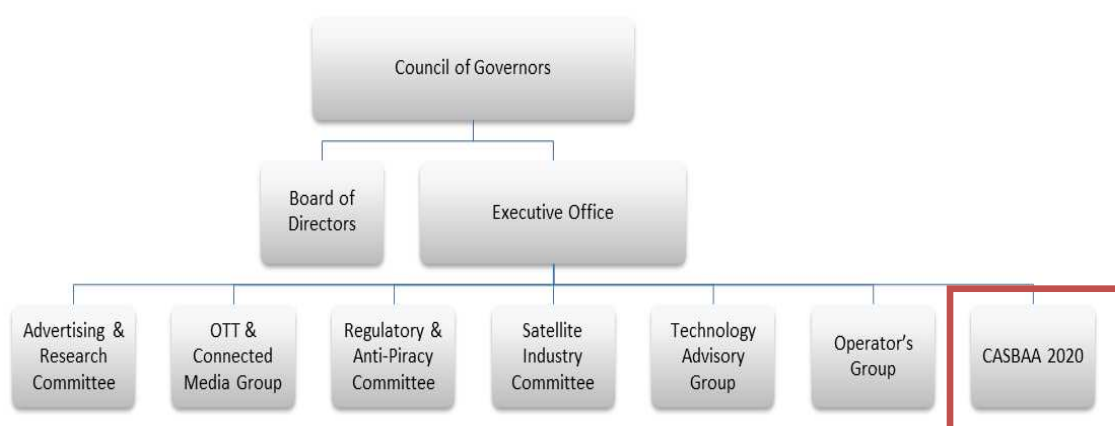
## 貳、亞洲有線暨衛星廣播電視協會（CASBAA）簡介及本會歷年參與情形

### 一、亞洲有線暨衛星廣播電視協會（CASBAA）簡介

CASBAA 於 1991 年 5 月 28 日在香港成立。創始企業會員包括 HBO 亞洲公司、ESPN、Star TV、CNN 及 Discovery 頻道。其會員提供的有線及衛星廣播電視服務範圍，涵蓋亞太 18 個區域市場、收視人口估計達 4 億 4500 萬人；130 個會員包括頻道及視訊內容提供者、有線廣播電視及新興媒體平台提供者、媒介傳輸服務提供者、廣告行銷媒體服務提供者。

因應環境變化及產業趨勢，CASBAA 組織結構也隨之調整。該協會在 2012 年<sup>1</sup>新設立「OTT 及聯網媒體小組」（The OTT & Connected Media Group），促進會員透過數位平台傳輸的視訊內容，朝付費市場成長發展；同時也增進相關產業如 OTT、寬頻、行動裝置（手機、平板等）、聯網電視、社群媒體及雲端技術服務等商業營運模式的知識及可行性。2013 年再增設「CASBAA 2020 小組」，成立目的在於號召下一世代的電視產業領導者加入，為 CASBAA 未來需求、所扮演的角色及活動注入新活力。這個小組的重點將放在「CASBAA 如何跟上媒體產業版圖快速變化的未來」。因此，「CASBAA 2020 小組」將在 CASBAA 董事會的指導和支援下，由組成會員決定與型塑。

圖表 1：CASBAA 組織架構



資料來源：CASBAA 網站

<sup>1</sup> 《出席 2012 亞洲有線暨衛星廣播電視協會圓桌論壇及年會報告》、《出席 2009 亞洲有線暨衛星廣播電視協會年會暨參訪香港廣播電視監理單位及相關業者報告》，詳見公務出國報告資訊網（網址 [http://report.nat.gov.tw/ReportFront/report\\_detail.aspx?sysId=C10103397](http://report.nat.gov.tw/ReportFront/report_detail.aspx?sysId=C10103397) 及 [http://report.nat.gov.tw/ReportFront/report\\_detail.aspx?sysId=C09803434](http://report.nat.gov.tw/ReportFront/report_detail.aspx?sysId=C09803434)）。

CASBAA 會員涵蓋亞太地區媒體服務產業，加入會員的台灣業者有台灣寬頻通訊顧問股份有限公司（Taiwan Broadband Communications, TBC）和中華電信（Chunghwa Telecom）。而去年亦為 CASBAA 會員的凱擘股份有限公司（Kbro），和以台灣大寬頻加入的台灣大哥大股份有限公司，在今年並未出現。

圖表 2：2014 年 CASBAA 企業會員識別標章



資料來源：CASBAA 網站，○年○月○日

([http://www.casbaa.com/ftpdire/membership/CASBAA%20%20logo%20spread%2016%20Dec%20DPS\\_lowres.pdf](http://www.casbaa.com/ftpdire/membership/CASBAA%20%20logo%20spread%2016%20Dec%20DPS_lowres.pdf))

## 二、本會歷年參與情形

本會為持續加強與該國際組織合作關係，並增進瞭解亞太地區廣電產業之發展動態及經營策略，自 2006 年起即參與 CASBAA 政策圓桌論壇及年會，本年度為第 8 次參加。歷次奉派出席人員及主題如下：

圖表 3：國家通訊傳播委員會歷次參與 CASBAA 年會人員及主題

年度	主 題	出席者	(出席時)單位職稱
2006	From Bandwidth to Brandwidth 從頻寬到品牌寬度	石世豪	副主任委員
		周永津	營運管理處簡任技正
		簡淑如	傳播內容處科長
2007	It's All About Content. 一切都關乎內容	何吉森	傳播內容處處長
2008	Subscribe to the Future 訂閱未來	(未派員)	
2009	Extending Your Reach 延伸你的觸角	何吉森	傳播內容處處長
		林慧玲	傳播內容處簡任視察
		簡淑如	傳播內容處科長
2010	Unlock Your Network 解鎖你的網絡	許志麟	傳播內容處簡任視察
2011	TV365 電視 365	何吉森	傳播內容處處長
		朱其慧	傳播內容處薦任視察
		曾秉芳	傳播內容處薦任科員
2012	18 Reasons Why 18 個理由	陳元玲	委員
		談如芬	內容事務處薦任科員
2013	Change is ON THE AIR 變化，正在播送中	彭心儀	委員
		陳慧紋	內容事務處科長
2014	Beyond the Box 跳脫傳統電視盒	陳憶寧	委員
		陳慧紋	內容事務處科長
		許琦雪	綜合企劃處專員

資料來源：根據本會歷年出席亞洲有線暨衛星廣播電視協會圓桌論壇及年會報告資料整理而成。

## 參、出席 2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇

CASBAA 以促進付費電視和影音內容市場發展為成立宗旨，因此，政策和管制議題向來是 CASBAA 高度重視的領域。代表亞太地區付費電視產業利益的 CASBAA，採取各種形式的倡議，推動著作權保護、提供各國政府最佳實務作法、進行教育類的研習會、各種遊說和資訊提供等活動，而召開政策圓桌論壇，就是其中一項向各國政府倡議的作法。

### 一、2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇概況介紹

CASBAA 在年會既定的議程進行期間，同時召開政策圓桌論壇（CASBAA Policy Roundtable），邀請亞太地區各國通訊傳播管制機關代表出席。政策圓桌論壇進行的方式，通常先由相關產業代表針對所設定的管制議題進行簡報，再開放由各國政府代表與產業界對話。

從歷年本會參與 CASBAA 政策圓桌論壇設的議題來看，以智慧財產權保護、新興媒體、數位匯流下的內容管制政策等議題為主軸，相當程度反映廣電產業在經營上關心的面向。

圖表 4：近年 CASBAA 政策圓桌論壇討論議題一覽表

年度	2006	2007	2009	2010	2011	2012	2013
<b>年會主題</b>	從頻寬到品牌寬度	一切都關乎內容	延伸你的觸角	解鎖你的網絡	電視 365	18 個理由	變化，正在播送中
<b>政策圓桌論壇議題</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>數位內容管理體系－商業現況與法制支撐</li> <li>手機電視：科技發展、商業發展及管制問題</li> <li>網路電視：匯流與管制的問題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>來自有效規範的數位紅利：反盜接收視</li> <li>投資付費電視：甚麼是全球投資者所尋求的？</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>從類比到數位</li> <li>數位匯流</li> <li>未受管制的數位網及信號私接</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>語言政策</li> <li>寬頻網路與內容可得性</li> <li>內容管理政策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>政府對 OTT(over-the-top) 服務的管制</li> <li>智慧財產權保護</li> <li>內容在地化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>內容規管—線上傳輸與傳統廣電的差異</li> <li>內容傳輸技術之創新</li> <li>市場觀點—從平台競爭的角度</li> <li>一窺黑暗面—寬頻成長與線上侵權</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>著作權對亞洲視訊內容發展的重要性</li> <li>匯流視訊市場的內容、服務及技術規範</li> <li>電視產業為何關心衛星頻譜</li> </ul>

資料來源：整理自本會歷年出席亞洲有線暨衛星廣播電視協會圓桌論壇及年會報告。

此次政策圓桌論壇於 2014 年 10 月 27 日下午召開，以「電視無疆界的時代真的已經到來了嗎? (TV Without Borders – Already Here?)」為主題，有三大議程，包括：(一) 線上侵權問題的因應之道 (Online Piracy – What is To Be Done?); (二) 電視無疆界—OTT 要將亞洲帶到何處? (TV Without Borders – Where is OTT Taking Asia?)。在議程中並穿插由產業界代表就不同議題進行個案簡報。

圖表 5：2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇召開情形



來源：CASBAA 網站

## 二、2014 年 CASBAA 政策圓桌論壇紀要

CASBAA 每年召開的政策圓桌論壇，均為閉門高峰會議，讓來自產業的法務和政策專家，和受邀的請亞太地區國家相關政府官員會面，提供產業界和政府互動坦誠討論熾手可熱的議題、管制最佳典範的個案研究，以及資訊分享的簡報。

詳細議程如下表所示：

圖表 6：2014 年政策圓桌論壇議程

時間	議程
1330	1. 歡迎致詞及引言—Andrew Marshall (Disney) /Joe Welch (Fox)
1340	2. 議程一：線上侵權問題的因應之道 Online Piracy – What is To Be Done? a) 情境設定 (15 分鐘) 亞洲人上網收看哪些內容？為什麼我們要關心這些事情？ 報告人：Matt Pollins，Olswang 律師事務所 b) 簡報 (30 分鐘) 英國的作法—哪些有效？哪些沒效？ 報告人：Mike Weatherley，英國國會議員，曾任英國首相 David Cameron 智慧財產權顧問 b) 簡報 (15 分鐘) 亞洲的作法—管制與立法的最新發展 報告人：Frank Rittman，美國電影協會亞洲副總裁 c) 討論 (30 分鐘)
1515	休息時間
1530	3. 議程二：電視無疆界—OTT 要將亞洲帶到何處？ TV Without Borders – Where is OTT taking Asia? a) 科技/商業面向：亞洲 OTT 電視市場發展—產業如何面對新進者？ 報告人：Matt Kurlanzik，21 世紀福斯亞洲政府關係處主任 b) 競爭面向：新競爭局勢下的亞洲政府如何管制電視市場？ 報告人：Tim Goodchild，新加坡星和(Starhub)公司法規暨策略長 c) 內容規範和 OTT：OTT 的內容規範、付費電視和盜版平臺如何影響內容提供者進入亞洲市場？ 報告人：Avinash Himatsinghani，新加坡 Rewind Networks 公司創辦人暨執行長
1700	結束

圖表 7：2014 年政策圓桌論壇會場，熱烈討論通訊傳播產業發展議題



## (一) 議程一：線上侵權問題的因應之道

CASBAA 在去年的政策圓桌論壇第一項議題為「著作權對亞洲視訊內容發展的重要性」，2014 年以「線上侵權問題的因應之道」為主題，顯見著作權保護向來是 CASBAA 高度重視的領域。

### 1. Matt Pollins，新加坡 Olswang 律師事務所律師



資料來源：CASBAA 網站

Pollins 是媒體和科技產業法律的律師，他以「亞洲人上網收看哪些內容？為什麼我們要關心這些事情？」為主題，談到線上侵權對影視產業的衝擊及法規管制挑戰。

他舉今年最熱門的電影「冰雪奇緣 (Frozen)」或英格蘭足球超級聯賽 (Premier League) 為例，觀眾如果想在網路上收看，只要上 Google 網站輸入「xx 線上、串流、streaming、download、online…」等等關鍵字，就會出現十多萬筆蒐尋結果，觀眾不需額外付費，就可即時收看或是下載這些受歡迎的內容。

Pollins 進一步指出，線上視頻網站 Netflix 並沒有在新加坡提供服務，所以必須通過虛擬私人網路帳號 (VPN account) 才能收看這個網站提供的外國電視影集。他說，一般人以為要建立一個 VPN 帳號需要很高的技術，其實不然，只要 15 分鐘，二個步驟登入 hidemyass 網頁，做好設定，就可以隱藏自己的 IP，透過中介伺服器連上被封鎖的 Netflix 網頁。

到底是什麼樣的人在收看線上侵權內容呢？Pollin 根據 2014 年 3 月 Sycamore Research 公布的「新加坡線上侵權行為和態度」調查報告指出，亞洲地區大多數的網際網路使用者都曾經有過線上侵權的行為，尤其以年輕族群居多，在新加坡 10 個年輕人當中，大約有 7 個經常線上侵權。在提到為什麼下載未經合法授權的



影視內容時，大多數觀眾的理由是因為想看、希望有主動控制權、很容易找得到、因為免費…等等，至於所收看的內容是否合法授權，並不在觀眾考慮的範圍。

他在簡報最後提出結論是，侵害本國和國際創意產業著作權所導致的損害，眾所周知，但是這些侵權網站帶來其他的法律和管制議題。事實上，侵權網站上的內容以及透過 VPN 傳輸的服務並沒有遵守在地國家的內容管制規範。這些侵權網站並未考慮使用者年齡，呈現非法的活動包括非法賭博、色情內容，以及電腦病毒給這些使用者。

## 2. Mike Weatherley，英國國會議員，曾任英國首相 David Cameron 智慧財產權顧問



資料來源：CASBAA 網站

英國國會議員 Mike Weatherley，是首相卡麥隆（David Cameron）的前智慧財產權顧問。他對於解決線上侵權的方法，提出了三部曲。

首先，在他向卡麥隆提出《蒐尋引擎與盜版》的討論文件中，他強調蒐尋引擎並不是線上侵權的原因，不過數據卻顯示，蒐尋引擎扮演了很重要的角色，在不經意之間，將消費者引導到非法內容，成為侵權的幫兇。Weatherley 說，他在相關報告中建議，網路蒐尋引擎業者應該坐下來，和政府及產業界共同研究如何解決問題。

接著，在首相卡麥隆和文化媒體暨體育部部長 Sajid Javid 的支持下，Weatherley 公布了第二份討論文件《跟著金錢走》。這份文件強調非法網站從廣告中獲取暴利，以及對於內容產業所帶來的影響。

第三份討論文件是《著作權教育與意識覺醒》，這份文件檢視了智慧財產權教育的現況，希望強化民眾尊重智財權，為內容付出合理的價錢。

Weatherley 介紹自己的背景，他說他經營一家公司，將客製化產品出口到世界各地，因此擁有專利和商標的相關知識。後來他從事音樂和電影產業的授權生意，這就是為什麼他在國會時擁有這些專業。英國當時起訴侵權案件的最大缺點，就是相關權責機關缺乏整合。Weatherley 提倡應該有一個國家防制智慧財產權犯罪警政單位（the national Police Intellectual Property Crime Unit，PIPCU）統籌處理侵權問題，後來在 2012 年 9 月成立。他說，有了資深政治人物的支持，讓權責機關執法更有力。英國政府負責智慧財產權政策、教育企業和消費者智慧財產權與責任觀念，並且支持全英國智慧財產權執法和核准專利、商標，以及設計權。

Weatherley 建議每個國家都應該建立整合的機關，處理侵害著作權的議題。一旦整合，智慧財產權的保護就更加完善。不過，Weatherley 也知道，教育民眾尊重著作權和意識覺醒的成效有限。因此，不僅要有「胡蘿蔔」，也必須要有「棍子」。

他說，所謂的「胡蘿蔔」包括創意產業必須改變方式，讓消費者可以更容易合法地接觸到他們的產品。因為鼓吹盜版的人士說，要合法下載內容太複雜了，所以，產業界需要找到創新方式確保內容可以很簡單就被消費者取得，以減少侵權的誘因。Weatherley 認為，必須開始擁抱像是 Spotify 和 Bloom.fm 這樣一次授權模式的解決方案。

而在亮出「棍子」這方面，Weatherly 認為應該合乎比例原則。雖然權利擁有者可能將矛頭部分指向侵權的終端使用者，但絕大部分還是應該向上游的提供者追究侵權責任。

Weatherley 在 2014 年 10 月卸下英國首相卡麥隆的智慧財產權顧問一職，明年也不再尋求任國會議員。不過，他希望他可以在國會外部持續關注智慧財產權議題。

## (二) 議程二：電視無疆界—OTT 要將亞洲帶到何處？

### 1. Matthew A. Kurlanzik，21 世紀福斯亞洲政府關係處主任



資料來源：CASBAA 大會手冊

Matthew A. Kurlanzik 以「亞洲 OTT 電視市場發展—產業如何面對新進者？」為主題，從（一）電視和線上視訊的演進；（二）亞洲發展環境；（三）亞洲 OTT 和線上視訊的消費者和潛力等三個面向介紹。

Kurlanzik 表示，隨著連網和創新技術的增加，消費者從多樣化的行動裝置享受高品質視聽內容的需求，帶動了 OTT 產業的發展。

就亞洲 OTT 服務的情況來說，目前印度有 20 家 OTT 業者；日本有 16 家；韓國 11 家；澳大利亞 7 家；香港 5 家；台灣、泰國、馬來西亞、菲律賓、新加坡均為有 3 家 OTT 業者；印尼為 2 家。

雖然付費電視、內容產製者、電信業者都是 OTT 產業的基本參進者，不過，在亞洲卻沒有任何一家 OTT 業者的訂戶數達到關鍵規模（critical mass）。以 Netflix 為例，在美國地區的訂戶就有 3720 萬戶，而該公司總訂戶數實則達到 5310 萬戶。

但是，從觀賞娛樂內容的網際網路流量主力來看，亞洲地區的網際網路使用者消費線

上娛樂的網路流量，在全世界占有相當份量。對消費者來說，透過 OTT 觀賞內容更加方便，但是技術卻是一大障礙。消費者認為使用 OTT 服務的前三大理由是：方便、便宜、可以使用智慧型裝置連續觀看多部影集或電視節目（Binge Watch）；而使用 OTT 服務時最感到挫折的是：廣告、串流不穩定、視訊品質不佳。

Kurlanzik 從八個面向比較付費電視和 OTT，認為 OTT 在亞洲地區受到的管制規範比較少。

圖表 8：亞洲地區付費電視和 OTT 管制情形比較表

	付費電視	OTT
內容管制	有不同文化的、政治的指導原則/審查規定。	一些指導原則很少執行，加上有「境外（off-shore）的元素，讓執法更加困難。
	例如：HBO 在香港受到管制，但是 HBO GO <sup>2</sup> 卻沒有管制。	
費率管制	商業模式受到費率管制規範和政府監督。	OTT 服務通常沒有費率管制。
	例如：中國大陸、日本、馬來西亞、韓國、泰國，以及越南的付費電視費率有監督管理，但對 OTT 費率卻無。	
著作權	「反規避（Anti-circumvention <sup>3</sup> ）」及其他政策防止訊號竊取情形發生。	亞洲少數國家宣示將處理線上侵權。

<sup>2</sup> HBO GO 是一項網路服務，讓付費電視上 HBO 的訂閱觀眾可透過它來欣賞獨家的 HBO 原創節目，包括：影集、HBO 電影、紀錄片、喜劇、適合闔家觀賞的節目以及其他娛樂節目。不管是透過個人電腦、蘋果電腦、iOS/Android 手機系統及平板相關設備都可收看，且不需額外付費。目前可使用 HBO GO 服務的有香港 Now TV 的 HBO SUPER PAK 訂戶和菲律賓 SKYcable 的訂戶。HBO GO 讓訂戶可於美國播出 12 小時後，即可不受時間與空間限制，透過筆記型電腦，平板電腦以及智慧型手機觀賞 HBO 原創自製作品。HBO GO 提供超過 1000 個小時的 HBO 原創自製節目片庫，包括影集、電視電影以及其他特殊節目，如：紀錄片、特別娛樂節目、適合闔家觀賞的家庭娛樂片以及脫口秀。最新的金獎作品與榮獲各界好評的電視影集都包含在精彩的節目安排中，包括：《冰與火之歌：權力遊戲》、《女孩我最大》、《末世餘生》、《無間警探》、《噬血真愛》。廣受影迷喜愛的熱門影集，包括：《諾曼第大空降》、《太平洋戰爭》與《新聞急先鋒》都可於本服務收看。HBO GO 讓訂戶可自行決定利用何種裝置收看節目，享有更彈性的收視自由度。HBO GO 目前可於香港和菲律賓收視。（資料來源：<http://hboasia.com/Go/zh-tw>）

<sup>3</sup>反規避（Anti-circumvention）條款禁止任何人規避有效控制對著作接觸的科技保護措施。

	付費電視	OTT
	例如：新加坡在未來幾個月內將通過封鎖侵權網站的立法，但仍有許多國家立法進度落後。	
課稅	許多媒體公司繳交比一般還高的企業稅率。	境外 OTT 經營者在稅捐方面處於「灰色地帶 (grey zone)」。
	例如：印度直播衛星要繳交極高的稅；泰國、台灣、馬來西亞，以及新加坡的付費電視公司要付出很高比例的費用。	
所有權限制	外國人經營者和資金在亞洲付費電視經營上受到高度限制和監管。	本國 OTT 提供者可能適用外國人投資限制，但這些規範並不適用境外 OTT 業者。
	例如：泰國付費電視的外資上限是 25%；但對於網際網路上的廣電業者卻沒有限制。	
本國內容配額	本國內容配額通常只適用於付費電視提供者。	本國內容配額對 OTT 來說並不存在，而且實際上也很難執行。
	例如：印尼付費電視經營者必須播送 20% 的本國內容。	
獨家播送	在許多國家，付費電視內容和服務提供者適用獨家內容的限制或禁止獨家的規定。	OTT 業者並不適用獨家內容的限制規定，事實上，反而是 OTT 業者的主力賣點。
	例如：YouTube、Netflix、Youku 都在開發獨家內容，做為爭取訂戶策略的重點。	
廣告限制	付費電視平台有多項限制（廣告分鐘數、營收上限、政府許可）。	網際網路廣告沒有限制，有許多 OTT 業者是靠廣告盈收營運。
	例如：澳大利亞和新加坡付費電視有廣告盈收的上限，但 OTT 業者則沒有規定。	

資料來源：翻譯自 Matthew A. Kurlanzik 《亞洲 OTT 市場發展》簡報。

## 2. Tim Goodchild，新加坡星和(Starhub)公司法規暨策略長



星和(Starhub)公司是新加坡付費電視經營者，透過寬頻、行動網路和付費電視網路提供內容給消費者。該公司法規暨策略長 Tim Goodchild 以「新競爭局勢下的亞洲政府如何管制電視市場」為主題，介紹新加坡如何管制廣電市場競爭。

Tim Goodchild 表示，新加坡的付費電視必須遵守許多法律

資料來源：CASBAA 網站

規定，包括：繳交營業額 2% 的執照費、所有新聞頻道營運的事前許可、播出內容、廣告的各種限制、跨平臺播送義務…等。但如同許多其他國家一樣，新加坡也面臨市場新競爭者 OTT 和虛擬私人網路（VPN）服務的挑戰，這些經營者都不在新加坡管轄範圍內，因此毋需和付費電視一樣遵守相同的法律規定。

他說，所謂「傾斜的競爭環境（Tilted Playing Field）」代表政府並沒有從這些境外經營者收取到執照費，而新加坡的消費者可能曝露在政府認為不妥的內容威脅下。他以民眾透過虛擬私人網路服務規避被封鎖的網站為例，新加坡至少有 3 萬名以上的消費者使用這種虛擬私人網路服務繞道服務（VPN Bypass），連到線上賭博網站，或其他因當地政府法律不允許而被封鎖的內容。

Tim Goodchild 認為，要創造一個公平競爭的環境，可能可以採取二種作法：一是對境外業者提高管制強度（leveling up）；一是對境內業者降低管制義務（leveling down）。在管制以新加坡為目標播送內容的境外業者方面，新加坡政府面臨的挑戰是：如何管制一個在國內無論是實體/法制上都沒有的對象？他說，Apple TV 在 2012 年開始營運，新加坡政府表示「所有提供媒體內容給新加坡民眾的公司，就應該遵守本國法律規範，並且以符合當地規範和價值的方式營運。」

在管制新加坡境內容業者方面，Tim Goodchild 提出二個問題：「在 OTT/IPTV 的世界中，是否仍然適用傳統的管制措施？」、「這些措施的某些部分有沒有可能對所有的經營者鬆綁？」他認為新加坡政府面臨的挑戰是：如何處理來自家長和保守團體的關切和質疑。

他認為，新加坡政府仍然對於如何管制新競爭者這項議題高度關注，或許提高管制強度和降低管制義務都有其挑戰，不過，最關鍵的議題，仍是對所有業者建立一個公平的競爭環境。

### （三）綜合討論

在上述議題報告人簡報結束後，與會者尤其是來自新加坡的業者，例如 HBO、SingTel 代表均紛紛發言抱怨新加坡政府實在管得太多。也有與會代表補充說，Netflix 進軍法國市場，但卻不需遵循法國的規範。

本會陳憶寧委員發言表示，台灣對於 OTT 業者的管制相對較為寬鬆，誠摯歡迎國際頻道業者加入台灣市場。不過，有境外頻道業者對於我國的電視節目分級制度抱怨，覺得台灣反而比新加坡嚴格，該名業者認為台灣的電視節目分級標識是用「普」、「護」、「輔」、「限」等中文字，但是一般國際頻道業者未必能確切了解這些中文字所

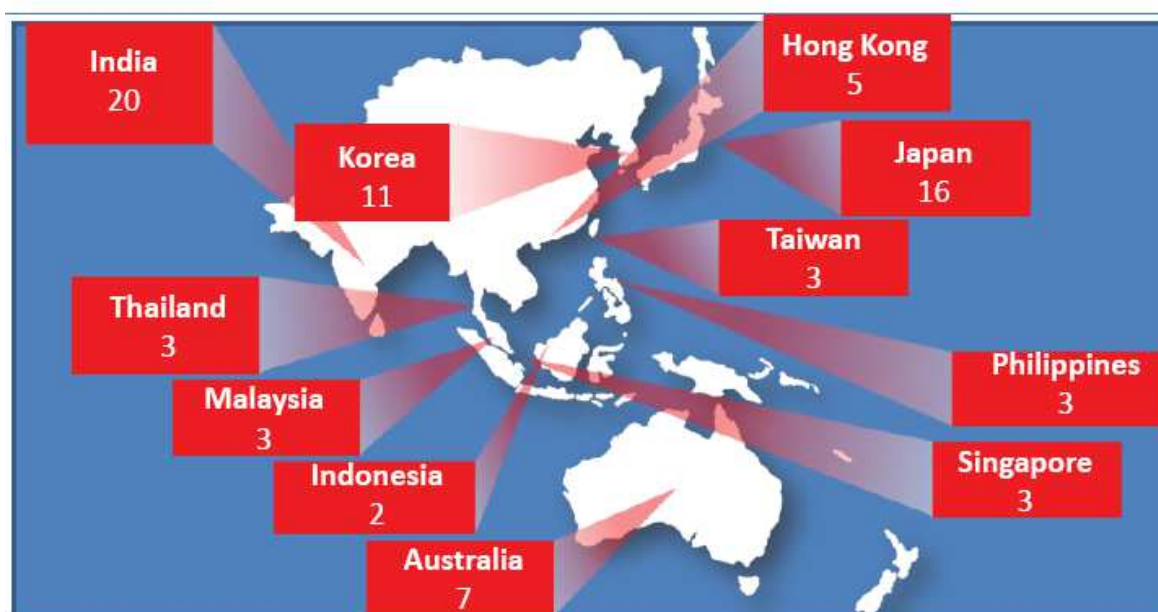
代表的級別意涵，不如用數字或英文字標識更廣為被國際接受，而且強制要求在台灣落地的境外頻道必須標識中文的電視節目分級級別，造成許多困擾。

另外，不少與會者亦對於報告人 Kurlanzik 簡報中列出亞洲各國 OTT 業者的地圖感到好奇，他們認為自己的國家似乎沒有 OTT 業者。Kurlanzik 的回應是，OTT 和 OTT 服務仍然是相對模糊的概念，因此，或許各國政府對 OTT 定義不同，對於是否有 OTT 業者也就有不同的看法。

會後，Kurlanzik 特別回覆陳憶寧委員的疑問，他說這張簡報的資料來源取自《Media Partner Asia》的研究報告，他列出台灣有三家 OTT 業者分別是：凱擘 SMOD 服務、台灣大哥大的 myVideo 影音隨看，以及中華電信的隨選視訊。

圖表 9：Matthew Kurlanzik 《亞洲 OTT 市場發展-亞洲 OTT 服務地圖》簡報

### Current environment for OTT services in Asia



圖表 10：陳憶寧委員於政策圓桌論壇發言情形



在參與此次論壇的過程中，發現各國政府代表與業界間對話交流氣氛很熱絡，不僅了解國際電視頻道業者的想法和他們對各國政府政策的期待，也得知亞太地區國家對相同議題，因國情不同而有不同的管制思維和遭遇不同問題。因此，與其說 CASBAA 召開政策圓桌論壇是為了讓產業界單方面向各國管制機關提出倡議，不如說這確實是一個讓產業界和各國通傳管制機關可彼此對話溝通的平台。

# 肆、出席 2014 年 CASBAA 年會

## 一、2014 年 CASBAA 年會概況介紹

CASBAA 年會於 2014 年 10 月 27-29 日在香港君悅飯店 (Grand Hyatt Hong Kong) 舉行。今年的主題是「跳脫傳統電視盒 (Beyond the Box)」。出席成員來自全球和亞洲地區重要的廣播電視上下游產業業者、管制者、媒體記者和技術工程人員。

圖表 11 : 2014 年 CASBAA 年會召開情形





CASBAA 是由有線和衛星廣播電視產業所組成，由會員出資贊助辦理年會，因此，不論是會場內外布置、大會手冊文件、議程設計、餐飲提供…，處處可見贊助廠商露出資訊。從 CASBAA 年會展現的形式來看，CASBAA 邀請了廣電產業上下游代表討論廣電市場趨勢議題，會議進行的節奏明朗絢爛，由亞洲受歡迎的節目主持人在議程之間串場，穿插播送贊助年會企業宣傳影片，令人目不暇給。

大會事前建置互動網站，在會議現場提供免費 Wi-Fi 上網帳號密碼供與會者上網使用。當台上來賓討論議題的同時，台下的觀眾就可以透過自己的智慧型手機或平板電腦，利用互動網站即時發問，台上大型液晶背板同步呈現發問投票結果，議程主持人會依發問熱門程度立刻調整談話議題。會場外則是年會贊助商的攤位，展示介紹最新廣電應用技術、最熱門電視節目頻道，業者之間交談熱絡，談近一年在各國市場發展情況或趨勢，有如各家廣電業者較勁實力的華麗競技場。

圖表 12：2014 年 CASBAA 年會主題主視覺設計



## 二、2014 年 CASBAA 年會紀要

### (一) 第一天議程：超出線性頻道電視疆界會是什麼樣的世界？

CASBAA 年會第一天探討內容世界將因為 OTT 串流媒體服務和數位內容的出現而如何改變。在會議的主題「跳脫傳統電視盒(Beyond the Box)」下，主辦單位邀集來自有線和衛星廣電產業專業人士，從主要廣電業者、技術設備商、內容提供者、市場行銷和媒體等，齊聚一堂討論這產業目前正面臨的主題，以及亞洲廣播業者如何在這個領域保持創意內容領先地位。

#### 1. 第一天議程重點摘要

**CASBAA 年會由香港財政司財經事務及庫務局局長陳家強開幕致詞。**和去年代表香港政府出席 CASBAA 年會的財政司司長曾俊華致詞內容相比，大抵仍圍繞在近年來香港通訊傳播產業發展的概況，以及重申香港與中國大陸簽訂更緊密經貿關係協議，投資電影產業有利於進軍中國大陸市場。不過，時值會場外不遠處發生民眾的「雨傘運動 (Umbrella Movement)」，抗議 2017 年行政長官選舉方式，聽到陳家強致詞時提到「香港的廣電業者可以有信心地在強烈維護言論和訊息自由的地方工作。在這地方，廣電內容不會被預先審查，並有完善的智慧產財權保護制度。我們政府的監管模式是以市場機制及自由為導向的輕度管制。」這段話，場外場內兩相對照，令人有無限的想像空間。

**現行商業模式無法避免的改變，是年會第一天所要探討的主題。**Lionsgate 公司的執行長 Jon Feltheimer 表示，身為產業的中堅分子應體認到「我們越能抓住今天的商業模式，就越能敞開大門改變未來的決策者和企業家」，而路透社執行長 Andrew Rashbass 談到「發展與現行服務全然不同成本基礎的新商業模式」是必須的。Discovery 傳播集團執行副總裁 James Rosenstock 點出該公司未來在促進頻道露出以播出內容的看法將是「我們如何播出我們的內容是不可知的」。

**另一個核心主題是在回應消費者的胃口。**Jon Feltheimer 將他們的工作視為「適應破壞性消費者」，而 Scripps Networks Interactive 國際總裁 Jim Samples 評論說：「技術在改變，然而了解消費者、知道他們想要什麼的理念是不會改變的」。

**根據 Jon Feltheimer 的看法，與會者熱烈討論著內容及其產製也在「最好的內容是沒有疆界」。**NHNZ 執行長 David Haslingden 認為這是內容產製業千載難逢的時間點，「這將是電視無處不在的黃金時代」。他談到了跨媒體製作，消費者可以透過平板電腦，電視甚至任何終端設備接收內容。Jim Samples 則強調他們在「了解競爭激烈的市場

發展，並調整其相應作法」的需要下，如何尋求「在地生產，但可擴展的內容」。座談會揭示了 HBO, A+E Networks, Universal Networks International, Tata Sky and Viacom I8 Media 如何成功進軍本地內容，在地影集例如 24 India, Grace, Serangoon Road and Super Model Me。Sander/Moses 公司的 Kim Moses 對於本地內容有不同的詮釋，並表示她意圖「更積極地尋找其他市場(將他們的格式)帶給好萊塢」。

**新聞內容的即時性**是由路透社 Andrew Rashbass 進行討論，因為路透社電視開始推出一個「永遠在線」的新聞頻道。Andrew 評論說，在線新聞數量顯示，消費者仍然對新聞感興趣，但是今天的收視聽眾不再需要固定每天晚上 9 點收視聽新聞，「高品質電視新聞的未來必需能回應【始終在線】的客製化內容需求。」

圖表 13：2014 年 CASBAA 年會第一天議程概況



前英國首相、國會智慧財產權顧問 Mike Weatherley MP 對於亞洲的盜版問題進行了廣泛談論，並舉例英國政府如何逐步打擊盜版行業，保護智慧財產權的措施。他評論說政府如何不能單獨贏得戰爭，以及必須問責諸如搜索引擎、廣告商、甚至付費供應商「錢的流向已成為世界各地的盜版網站主要的破壞者」。他強調，產業應如何一步一步有效地解決問題。即使是谷歌 Google 也已著手初步討論該怎麼做以保護智慧財產權。來自 Irdeto 的 Stuart Rosove 有不同的看法，他認為盜版尚未達到高峰，並指出「我們將看到一個秒殺的盜版」。

在行動視訊消費方面，主要討論的是技術問題。一個討論 4G 的小型座談會中談論到只有 4G 獨顯不夠，應該發展新技術以協助 4G 同時處理巨大的通信量。Ericsson 區

域銷售總監 Tim Wai 談論他們正如何「建置規模以處理該類型的內容」。Samsung 媒體解決方案中心副總裁尼古拉斯 Nicholas Wodkte 提到，有些業者正尋求另一種「方式來規避 4G 的高昂成本。」會中也討論到，內容提供商另一項創造收入的方式是與電信公司合作。FOX International Channels 亞太地區行動及數位夥伴關係執行副總裁 Alex Lambeek 提出熱門話題：「我們怎樣才能讓消費者為內容付費？」並建議好萊塢製片商需要智慧以了解當地市場情況並建立相應的薪酬結構。

經由這些頻道上所播出受歡迎的內容類型觀之，多頻道網路也佔據一個關鍵地位，為廣告創造「品牌的安全」。優酷土豆網執行長 Victor Koo，以談論「多屏(螢)融合」以及大數據已經如何或未來將會幫助他們「節目客製化並更快速地呈現給觀眾」來結束今天的座談。他認為，優酷土豆網「在技術和媒體匯流之際具得天獨厚優勢地位」有助於他們藉由自己的粉絲經濟，將內容貨幣化，創造營收。與製作商合作聯盟關係也是優酷土豆網一個成功的經營策略，例如將與世界領先的多平台娛樂公司 Endemol 在北京成立的 Endemol China 合作聯手推出為期 10 週的全球經典真人秀節目《老大哥》首創中文版本。

## 2. 香港財政司財經事務及庫務局局長陳家強開幕致詞內容（中譯）



Marcel (Fenez)、Christopher (Slaughter)、各位來賓、先生及女士，早安：

首先，我要感謝亞洲有線與衛星電視廣播協會(CASBAA)在香港舉辦一年一度的年會盛事。本人很高興看到來自各方的產業界代表人物，各位的蒞臨是肯定這個會議對亞太廣播產業發展的重要性。

今年會議的主題非常符合即時的時勢發展。現今新技術的快速引進和視聽眾收視聽模式的變化，為這個產業帶來了新的挑戰和機會。新媒體如雨後春筍般的出現，提供廣電業者超越傳統電視的新方式來接觸觀眾。我相信，我們都知道思考電視機以外的創新服務之重要性並抓住這個轉機，擬訂新經營模式以因應在這擁擠市場中新興媒體所帶來的挑戰。我認為今年的議程安排正可以協助與會各位嘉賓如何妥適因應未來的變化。

### 廣電產業的發展

讓我再談談香港的廣電和電信產業令人振奮的一些新發展。

六年前，我們開始推動一項雄心勃勃的無線電視數位轉換計畫。我很榮幸地說，這項計畫非常地成功。現在，**香港高達約 99%的家戶可接收數位無線電視訊號，其中超過 80%享有更多元、多樣化的節目內容和更高品質的服務。我們將持續提升服務品質及進一步提高覆蓋率。**

香港人民可一飽眼福，有眾多的節目內容可選擇。現在，免費及付費電視總計提供超過 400 個電視頻道可讓香港人民選擇，其中 3 家付費電視播送 398 個頻道。最近幾年在付費電視產業的主要發展，包括高畫質電視節目內容和產製技術、互動電視和網路升級與維護，以維持或擴大快速發展的業務範疇。而這三家付費電視公司提供了 71 個高畫質頻道，比去年同期增長 14%。

香港廣電業者的主要優勢之一是我們政府的「開放天空」("open sky")政策，這有助於香港成為區域廣電營運中心。在香港，有 19 張境外衛星廣播電視節目供應者執照，在亞太地區播送約 270 個衛星頻道。超過 400 個衛星電視頻道可以在香港自由地接收。「開放天空」政策，使香港人民能夠接收來自香港及其他地區上行未加密的衛星電視節目。

**數位化技術也為廣播收聽眾帶來好處。在 2012 年，數位廣播的推出，改造香港的廣播電台，明顯提高廣播能力，提供聽眾更多的頻道。**我們的 4 家數位廣播公司提供了 17 個數位廣播頻道，比類比頻道數量增加一倍。更多的頻道當然意味著可帶給聽眾更多元的節目內容及更多的選擇。

隨著數位化革命帶來的廣泛節目型態，香港人民現在可以在電視和廣播電台收視聽更多的優質新聞、娛樂和教育內容。隨著這些耳熟能詳的廣播電視節目之進步，行動廣播也加快步伐。事實上，廣電和電信之間的緊密合作關係，高度促進了各種廣播服務形式的擴張。

## **電信方面的發展**

談到智慧型手機和互聯網電視，香港名列前茅。搭乘大眾運輸工具來這裡的你們，會看到香港人民對智慧型手機的喜愛。因此，香港手機普及率高達 237%，是世界上最高的手機普及率之一，也就不足為奇了。智慧型手機的普及，戲劇性地促進了行動數據的消費，行動數據服務繼續推動整個市場的增長。**截至 2014 年 6 月，在 1720 萬行動用戶中，超過 1200 萬是 3G 和 4G 用戶。同月，行動數據使用量激增至 13.3 Gigabytes，比去年同期成長 1.45 倍。更重要的是，4G LTE 已經能夠讓服務提供者提供各種創新、高速的行動數據服務，這大大的提高了用戶體驗上的滿足。**

香港的寬頻普及率也位居全球之冠，高達約 83%的家戶普及率。依據網際網路內容傳輸業者 Akamai 2014 年有關第一季網際網路概況的報告，**香港是固定寬頻服務速度最快的國家之一，其平均尖峰連接速度是 66 Mbps。**固定寬頻用戶可享受高達 1Gbps

的高速服務。寬頻接取是目前幾乎香港所有的商業和住宅大樓都可提供的服務。我們的城市也有超過 28,000 個公共 Wi-Fi 熱點，而且熱點數量持續增長中。

各位女士、先生們，所有這些事態發展都呈現出香港居於全球通信服務的領導者地位。同樣地，也代表我們堅定地致力於提供我們的廣電產業，特別是有線電視和衛星電視一個最好的發展環境。

**香港的廣電業者可以有信心地在強烈維護言論和訊息自由的地方工作。在這地方，廣播內容不會被預先審查，並有完善的智慧產財權保護制度。我們政府的監管模式是以市場機制及自由為導向的輕度管制。**

### **支持創意產業**

當然，廣電產業的成功不僅取決於企業的戰略和技術，同時也取決於創新的能力。香港特區政府致力於推動香港創意產業的發展。從 2009 年至 2014 年 8 月，政府資助的「**創意智優計劃**」提供 3.78 億港元支持 188 項非營利項目，目的是培養人才和促進**創業、開拓市場，締造香港為亞洲創意之都**。我們力求建置有利於創新的環境和發展創意集群，以實現創意之都的目標。事實上，在過去的幾年來，CASBAA 也是這一計畫的受益者，「**創意智優計劃**」贊助與這年會相關的其他項目，以鼓勵本地中小型企業和學生前來參加年會，從中學習及獲得知識。

**電影產業在短期間也受益於香港及中國內地，或 CEPA（更緊密經貿關係協議）的特別自由貿易協定**。在這協議下，自由化措施為香港電影工作者和電影公司提供了顯著的機會。香港與內地合作拍片，已從這一協定中獲得好處，有顯著的票房成績。事實上，去年中國內地國語片前 10 大票房中，有 5 部影片是香港與內地合作拍攝的。香港電影公司也受益於 CEPA——他們可以在內地以獨資方式經營電影事業。

### **結語**

各位女士、先生們，新的挑戰往往帶有很大的機會。在廣電的區域性和全球性快速發展下，我們都必須思考如何超越傳統的廣電服務，推動產業向前發展。我相信，與會的先進將繼續帶領亞洲的廣播產業到新的高度，提供觀眾及時的訊息、有價值的教育和優質的娛樂，同時促進產業創造力。



最後，我要感謝 CASBAA 再次選擇在香港舉辦這一年一度的大會，也敬祝大會成功，更希望各位喜歡這段停留香港的愉快時光。

謝謝。


### 3.第一天議程內容整理

CASBAA 議程討論內容豐富多元，獲邀的與談人皆為產業高階主管，透過不同議題的交流，暢談他們長年在這個產業的實務經驗。本報告以表格方式整理呈現議程內容，並於註腳中簡要介紹與談人所代表的公司背景，亦可了解整個廣電產業上下游有哪些參與者。

圖表 14：2014 年 CASBAA 年會第一天議程內容整理表

2014 年 10 月 28 日 (二)		
時間	議題內容	贊助者
7:00am	報到	Bloomberg
7:30am-8:30am	<p><b>ARRIS 早餐會</b> (必須事前報名，先到先得)</p> <p><b>超高畫質電視 UHDTV</b> 以更高的解析度、更快的訊框速率，以及彩域的擴展等先進能力，超高畫質已攫取了電視製造商、內容製作人和服務供應商等業者的注意，並作為帶給消費者前所未有更逼真的收視經驗。這場簡報將檢視這項新科技所帶來的效益，並為超高畫質版圖提供一些觀點。</p> <p><b>演講人：Joshua Eum, ARRIS 技術首席</b></p> <p><b>地點：Salon I - II, M/F, Grand Hyatt</b></p> 	<p><b>Elemental 早餐會</b> (必須事前報名，先到先得)</p> <p><b>將軟體定義的視訊基礎建設和雲端管理 視訊應用程式導入亞太付費電視</b> 我們的產業在視訊服務傳遞的方式上正面臨劇烈的轉變，還有視訊服務結構設計和整合方式，也面臨同樣的挑戰。Elemental, Verimatrix 和 Accedo 公司將展示如何結合軟體定義的視訊處理和傳遞方式，還有在亞太地區如何運用安全技術和雲端管理技術，加速付費電視業者的布署、將營運成本效益最大化，以及提供企業更大的彈性。</p> <p><b>演講人：</b> <b>Sam Blackman</b>，Elemental Technologies<sup>4</sup> 公司執行長暨共同創辦人 <b>Reuben Verghese</b>，IPTV 應用程式公司 Accedo 電視隨處看解決方案亞洲全球副總裁 <b>Tom Munro</b>，全球多螢幕數位電視安全及增值服務專業提供商 Verimatrix 執行長</p> <p><b>地點：Salon III-IV, M/F, Grand Hyatt</b></p> 
9:00am	歡迎致詞	

<sup>4</sup>針對影像應用提供大型平行處理解決方案的業者。

	<b>演講人：Marcel Fenez</b> ，CASBAA 主席；資誠會計師事務所 (PricewaterhouseCoopers, PwC <sup>5</sup> ) 全球娛樂與媒體部門主管	
9:05am	<b>開幕致詞</b> <b>演講人：陳家強</b> (Professor K C Chan)，香港政府財經事務及庫務局局長	
9:20am	<b>開幕專題演講</b> <b>引言人：Todd Miller</b> ，映嘉娛樂有限公司 (Celestial Tiger Entertainment) 執行長 大卡司大製作電影像是《飢餓遊戲 (The Hunger Games <sup>6</sup> )》、《暮光之城 (Twilight <sup>7</sup> )》、《分歧者 (Divergent <sup>8</sup> )》，在背後擁有其經銷權的製片廠，也同樣是大卡司大製作電視劇的本源，像是《廣告狂人 (Mad Men <sup>9</sup> )》、《鐵窗紅顏 (Orange Is The New Black <sup>10</sup> )》，以及《護士當家 (Nurse Jackie <sup>11</sup> )》，還	 your satellite company

<sup>5</sup>資誠也是四大國際會計師事務所之首，與其並列的其他三大是安侯建業、勤業眾信和安永。

<sup>6</sup>《飢餓遊戲 (The Hunger Games)》是一部美國科幻動作電影，此片改編自蘇珊·柯林斯著作的同名小說，由蓋瑞·羅斯執導，珍妮佛·勞倫斯、喬許·哈卻森及連恩·漢斯沃等人主演。其內容背景為一個位於北美洲的虛構國家「施惠國」，其都城的人們為了制裁其他行政區叛亂而舉辦名為「飢餓遊戲」的殘酷遊戲。

<sup>7</sup>《暮光之城 (Twilight)》是美國在 2008 年攝製的一部愛情—科幻電影，基於史蒂芬妮·梅爾創作的同名小說改編，由嘉美連·赫域姬導演。在電影中，電影明星克莉絲汀·史都華飾演的年輕女孩貝拉·史旺愛上了羅伯·派汀森飾演的吸血鬼愛德華·庫倫。

<sup>8</sup>《分歧者 (Divergent)》是一部 2014 年美國科幻冒險青春電影，由尼爾·伯格導演，改編自薇若妮卡·羅斯同名暢銷小說 3 部曲的第一部作品《分歧者》，由露西·費雪、Pouya Shabazian 和道格拉斯·威克監製。劇本則由凡妮莎·泰勒和伊雲·多洛堤撰寫。

<sup>9</sup>《廣告狂人 (Mad Men)》是由馬修·維納製作的一部歷史劇。該劇於 2007 年 7 月 19 日首播於 AMC，由獅門製作。在 2013 年 4 月 7 日，廣告狂人又續訂了第六季。《廣告狂人》的時間背景是二十世紀六十年代，場景是在美國紐約市麥迪遜大道上一家名為斯特林庫珀的廣告公司。

<sup>10</sup>《鐵窗紅顏 (Orange Is The New Black)》又譯為《女子監獄》，是一部美國電視劇。製作人為 Jenji Kohan，2013 年 7 月 11 日在 Netflix 首播。製作公司為獅門電視，根據 Piper Kerman 的監獄經歷回憶錄《Orange Is the New Black》改編。主要角色有因為參與運輸毒品而入獄的 Piper Chapman (泰勒·席林飾演)，Piper 的毒販前女友 Alex Vause (蘿拉·普萊潘飾演)。2013 年 6 月 27 日，Netflix 宣布拍攝第二季並於 2014 年播出。

<sup>11</sup>《護士當家 (Nurse Jackie)》是一部黑色醫務劇，由獲得艾美獎和金球獎的 Edie Falco 擔任女主角，飾演一位另類不羈，做事獨斷獨行的護士，她會對忽視自己的建議而害死病人的自大醫生冷嘲熱諷，挖苦揶揄，不肯罷休；會從一個刺殺妓女的男人身上偷出錢來救濟他人；也會為一個剛死的病人偽造器官捐贈卡；她還把病人掉下來的耳朵沖進下水道；更糟的是，她更嗑藥成癮，為了拿到藥，不惜與藥劑師上床，而在這所紐約的醫院裏，並非是醫生大過天，在這裏，護士也能當家做主，不可或缺。這是一部深度探討生命無常及人生的無奈，帶來了一出黑色又糜爛的喜劇。



	<p>有在 20 個電視網上映的 30 部電視劇。這些都是 JV Epix<sup>12</sup>的一部分，被形容為「…一個在你家機上盒中的有線電視頻道、…一種隨選視訊服務…一個滿滿是電影的網站。」執行長 Jon Feltheimer 將分享他的觀點，談談要了解複雜的媒體版圖，需要採取哪些作法，以及如何在變化的年代中，處於不敗之地。</p> <p><b>與談人：</b> Jon Feltheimer，獅門娛樂公司（Lionsgate Entertainment<sup>13</sup>）執行長</p> <p><b>主持人：</b> Marcel Fenez，CASBAA 主席；資誠會計師事務所（PricewaterhouseCoopers，PwC<sup>14</sup>）全球娛樂與媒體部門主管</p>	
9:55am	<p><b>媒體專題演講</b></p> <p>Andrew Rashbass 擔任遠近馳名的全球新聞機構近一年才新創的職務主管，他面臨著一項挑戰，即：如何帶領這個擁有歷史傳統品牌最新的數位時代。他能以更大的規模，複製在經濟學人集團的成功經驗嗎？其他媒體組織可以從中學到什麼經驗呢？</p> <p><b>與談人：</b> Andrew Rashbass，Reuters 執行長</p> <p><b>主持人：</b> Sharanjit Leyl，BBC World News 主持人/製作人</p>	
10:25am	<p><b>對談</b></p> <p>David Haslingden 自離開國家地理頻道之後，創辦了亞洲第一個「超級獨立製作（super indie）」製片公司，結合了澳大利亞、紐西蘭、美國、新加坡，以及台灣無形有形資產，成立了整合公司。對於原創內容市場如何在亞洲成形、應該注意什麼樣的趨勢，以及必須留意哪些陷阱？讓我們來聽聽他的看法。</p> <p><b>來賓：</b> <b>David Haslingden</b>，紐西蘭自然歷史公司（NHNZ<sup>15</sup>）執行長</p>	

<sup>12</sup> Epix 是由派拉蒙、米高梅和獅門影業三家公司正在準備一家新網站 epixHD.com，準備用高質量的正版影片與風頭正勁的 Hulu 和 YouTube 進行競爭。epixHD 原本是派拉蒙、米高梅和獅門共同籌劃的付費電影頻道和 VOD 視頻點播服務，目標是對抗時代華納旗下的 HBO 和 CBS 旗下的 Showtime。不過，三家公司打算將電影頻道中的影片搬到網上，只要是 epixHD 頻道的付費訂戶即可隨時打開瀏覽器觀看影片。epixHD 聘請了原 AOL 高管 Emil Rensing 作為公司的「首席數位長」，主管線上視頻網站業務。epixHD.com 目前已經開始內部測試，預計 10 月前就會正式上線，隨後幾個月內即可將派拉蒙、米高梅和獅門的大批影片和第一手電視節目內容上傳至伺服器。依靠和電影公司的親密關係，epixHD 除了提供高清影片外還會擁有其他優勢，比如在觀看影片同時提供劇情梗概、演員表、相關花絮、預告片等。另外，該網站還提供一項獨特的「共享功能」，付費訂閱用戶在觀看影片時，可邀請最多四位好友（非 epixHD 訂戶）免費觀看該片。

<sup>13</sup> 獅門娛樂公司是一家北美娛樂公司。1997 年公司始創於加拿大溫哥華，目前總部位於美國加州的聖莫尼卡。截止 2011 年，它已成為北美商業上最成功的獨立電影和電視發行公司。


<sup>14</sup> 資誠也是四大國際會計師事務所之首，與其並列的其他三大是安侯建業、勤業眾信和安永。

<sup>15</sup> 新西蘭自然歷史公司 (NHNZ) 在業界 30 多年，是世界紀錄片行業的領軍者。作為一家跨國製作公司，在北京和華盛頓設有辦公室，在新加坡擁和南非分別擁有製作公司（BHP 和 Aquavision）。每年製作超過 150 小時的節目。這其中有為 A&E 電視網傳記頻道製作的廣受歡迎的《劫後餘生（I

	和 <b>Christopher Slaughter</b> , CASBAA 執行長	
11:00am	休息時間	
11:35am	<b>對談：</b> 2014 年第一季公布的大型媒體交易量，比去年多了 50%，顯示娛樂、媒體和通訊傳播交易市場的熱絡。我們將帶各位一窺 Discovery Education International 事業版圖的拓展，包括 Discovery 與 SBS Nordics 史上最大的一筆交易，還有收購 Eurosport International 的控制股權。讓我們聽聽這位 Discovery 執行長老兵，如何在這些指標性的併購交易案中扮演關鍵角色，如何找出下一個併購目標的策略。 <b>來賓：</b> <b>James Rosenstock</b> , Discovery Education International 總裁暨 Discovery Communications & President 全球企業發展部門執行副總裁 和 <b>Stephen Engle</b> , 彭博電視中國特派員	
11:55am	<b>對談：</b> 作為英國首相的智慧財產權顧問， <b>Mike Weatherley</b> 負責帶領英國政府致力於打擊侵權和激發民眾對著作權保護意識。曾擔任過（歐洲）電影授權公司副總裁， <b>Weatherley</b> 利用他的媒體產業經驗處理侵權議題，以創新方式提昇民眾尊重著作權意識。 <b>來賓：</b> <b>Mike Weatherley MP</b> , 英國首相卡麥隆前智慧財產權顧問，英國國會 和 <b>John Medeiros</b> , CASBAA 首席政策總裁	
12:30 pm	<b>對談：</b> 自 19 世紀起以報業起家的 <b>Scripps</b> 公司，成為美國最大的有線電視系統經營者之一，並且成為帶動生活節目的先驅。在去年收購了亞洲美食頻道之後， <b>Scripps Networks</b> 已以各種有意義的方式進入了亞太地區市場。他們的生活風格頻道如何吃進亞洲市場呢？ <b>來賓：</b> <b>Jim Samples</b> , <b>Scripps Networks Interactive</b> 國際部總裁 和 <b>John Medeiros</b> , CASBAA 首席政策總裁	
1:00 pm	午餐時間	
2:00 pm	<b>內容為王，但本地內容是帝王</b> 內容朝在地化成長趨勢，並進一步延伸到以本土語言產製。探索此現象並分析什麼可行，什麼不可行。 <b>與談人</b> <b>Michele Schofield</b> , SVP Programming & Marketing, A+E Networks <b>Erika North</b> , Head, Programming & Production, HBO Asia	

Survived)》系列，為美國國家地理頻道製作的《大狒狒的一家 (Big Baboon House)》和為 AETN 亞洲電視網製作的《都市密碼 (Hidden Cities)》系列等節目。NHNZ 已經進入中國市場 15 年，在這期間製作了超過 50 小時關於中國題材的紀錄片在全球媒體播放。

	<p><b>Scott Mackenzie, VP Channels, NBCUniversal</b>  <b>Paolo Agostinelli, Chief Content &amp; Business Development Officer, Tata Sky</b>  <b>Sudhanshu Vats, Group CEO, Viacom 18</b></p> <p><b>主持人</b>  <b>Laura Jayes, Political Reporter, Sky News Australia</b></p>	
2:45 pm	<p><b>經營者與「物聯網」的機會</b>          隨著節目製作成本和傳統業務線壓力的上升，經營者正在尋找開闢新的營收來源。同時，IDC 預測，到 2020 年「物聯網」市場將是 7.1 兆美元。本場次是一對一的訪談，技術與營運副總裁 Patch Khan 將採訪 Stuart Rosove，探討在物聯網實際運行下，經營者未來的機會和挑戰。</p> <p><b>與談人</b>  <b>Stuart Rosove, VP, Advanced Solutions, Irdeto</b>  <b>Patch Khan, VP, Technology &amp; Operations, APAC, Turner International</b></p>	
3:05 pm	<p><b>LTE 在亞洲的機會：4G 或不是 4G ?</b>          據預測，到 2019 年，亞洲 80% 的行動用戶將是 3G 或 4G 用戶。隨著 4G 網路在許多亞洲市場推出，媒體公司和行動電話業者間的合作夥伴關係不斷湧現新的機會。本場次將探討技術創造什麼可能性，且新的商業模式如何不斷地湧現。</p> <p><b>與談人</b>  <b>Justin Chuang, VP &amp; Group Director, Communications Technologies Group, ASTRI</b>  <b>Tim Wai, Regional Sales Director, Ericsson</b>  <b>Alex Lambeek, EVP Mobile &amp; Digital Partnerships, APAC, Fox International Channels</b>  <b>Nicholas Wodtke, VP, Media Solution Center, SEA &amp; Oceania, Samsung Electronics</b></p> <p><b>主持人：</b>  <b>Nick Pilbeam, Executive Director, Consulting, PwC Japan</b></p>	
3:40 pm	<p><b>拯救我們的頻譜！</b>          C 波段頻率對於衛星業務的運作極為重要，特別是在熱帶和亞熱帶地區。但其他團體注意到這段頻譜在幾個主管部門將部分頻段分配給無線寬頻系統下，帶來災難性的後果。現在，ITU 被要求開放 C 頻段給未來的 4G 電話系統使用，衛星產業該如何因應這種打擊呢？</p> <p><b>與談人</b>  <b>Andrew Jordan, EVP, Strategic Projects, Eutelsat</b>  <b>Paul Brown-Kenyon, CEO, MEASAT</b></p> <p><b>主持人：</b>  <b>Gregg Daffner, CEO, GapSat; Chairman, CASBAA Wireless Action Group</b></p>	
4:00 pm	<b>休息時間</b>	
4:25 pm	<p><b>座談</b>          Kim Moses 在電視行業已經超過 20 年，擔任成功的網絡電視節目如 Ghost Whisperer and Reckless 的執行製作。她共同創立 Sander/Moses Productions 製作團隊，並且是一個主要倡導者，進一步幫助婦女在媒體所扮演的角色。</p> <p><b>與談人</b>  <b>Kim Moses, Co-founder, Sander/Moses Productions</b></p>	

	<b>Tara Joseph, Editor in Charge- Reuters Digital Video, Asia, Reuters</b>	
5:00 pm	<p><b>多頻道聯播網 (MCN)</b>  在 2013 年，亞洲視頻服務一片欣欣向榮中，多頻道聯播網 (MCNS) 是亞洲最被認可的眾多區隔市場之一，即使他們聚集成千上萬的視訊頻道提供全球 1.2 兆人觀看。  在這場次上，我們會看到大量的 MCN 觀眾收視短片線上內容、廣告銷售機會，以及製作這些節目的人。  基本原理在那裡，且其所創造的收入與價值，現在也已經被看見。但這幅景緻中，亞洲在那裏？</p> <p><b>與談人</b>  <b>Jak Severson, CEO, Thoughtful Media Group</b>  <b>Cindy Deng, MD APAC, TURN</b>  <b>Virat Patel, MD Asia, Venture Consulting</b></p> <p><b>主持人</b>  <b>Tom Doctoroff, CEO, APAC, JWT</b></p>	
5:35 pm	<p><b>中國主題</b>  橫跨多屏、擁有每月 500 多萬觀眾的優酷土豆網是中國最大的線上視頻內容供應商。該公司集團係 2012 年由互為競爭對手的優酷網和土豆網合併成立的，並且成為同業間第一個在去年年底轉虧為盈的公司。  但是，由於在官方較高度審查下面臨市場激烈的競爭，優酷土豆網如何能確保它的龍頭地位？</p> <p><b>與談人</b>  <b>Victor Koo, Chairman and CEO, Youku Tudou Inc.</b></p> <p><b>主持人</b>  <b>Stephen Engle, China Correspondent, Bloomberg Television</b></p>	
6:05 pm	<p><b>閉幕致詞</b>  <b>Marcel Fenez, Chairman, CASBAA; Global Leader Entertainment and Media, PwC</b></p>	

### CASBAA 年會加碼研討會

下午 3:00 ~5:00	<p><b>Brightcove 研討會 - “在 OTT 泡沫中勝出—不同思維”</b>  (開放給所有註冊來賓)</p> <p>本研討會將略述一個成功 OTT 服務的 4 項必要條件。探討在擬訂 1 項 OTT 服務時所應分析的市場和產品生命週期趨勢；以及為什麼有些廣電業者能成功地提供 OTT 服務，而有些卻失敗。廣電業者在評估他們的 OTT 平台時應考量什麼策略措施。而分析論和貨幣化策略如何扮演一個關鍵的重大角色？最後，再分享我們關注 OTT 發展的一些世界各地案例成功之處。</p>	
---------------------	---	--

## (二) 第二天議程：消費者想獲得什麼內容，如何得知想要的內容訊息及付費？

2014 年 CASBAA 年會第二天，與談人來自技術層面、廣告和內容產業，更深入地探討如何因應未來內容「跳脫傳統電視盒」的新商業型態。隨著廣播產業進入內容傳輸的新態樣，例如數位串流和 OTT( over-the-top)服務，當日會議討論這些變化，以及如何創建一個適合當今消費者需求的新商業模式。

### 1. 第二天議程重點摘要

**思考超跳脫傳統電視盒，走進新興媒體內容內容和技術發展有其必要性，但線性電視仍將成為主要收視型態，這是年會的普遍共識。** 微博全球電視網主席 Danny Keens 評論說，「在城市裡，電視還是最大的娛樂」； Omnicom Media Group 全球投資執行長 Barry Cupples 表示他覺得「只要內容好，電視仍是有前景的」。 AMC and Sundance Channels Global 總裁 Bruce Tuchman 表示過去五年來，小說敘事如何增加了一倍多的供應量「觀眾比從前看更多的電視」。他認為目前 OTT 仍未大量發展，「絕大多數收視經驗仍然是線性頻道節目」。

關於電視的經濟學，Haldanes 法律顧問公司商業、媒體及娛樂部門主管 John McLellan 說：「電視訂閱率將開創黃金時代」，但 Accedo 高級業務發展經理 Sushant Sharma 反駁說「網際網路將是未來內容傳輸的媒介」。Ericsson 亞太地區解決方案主管 Khush Kundi 表示，電視將生存下來，如果他們以盜版為榜樣朝向設定新型態消費群方向發展：「盜版收視聽經營模式正在創建新領域客戶和創造未來新的電視平台」。

**另一個熱門話題是內容和廣告消費議題。** 在一場小組座談中，Danny Keens 談論如何有「電視收視率 29%的凸點」，由於研究顯示，使用微博對話的觀眾在電視停留的時間更長。事實上，微博的電視戰略有系統地發展，因為他們了解與電視節目巨大的互動層面及吸引潛在閱聽眾登入微博網站。Barry Cupples 評論說，這是一個他們不斷地學習的領域，並且他們「一直試圖找出因應消費者需求的價值。」

**會中還討論了其他可作為互動廣告媒介的第二個螢幕。** FOX 國際頻道的亞太、中東地區廣告銷售和夥伴關係執行副總 Simeon Dawes 談論到如何有必要「真正吸引觀眾和提供機會予贊助商」。 GroupM Asia Pacific 執行長兼內容總監 Josh Black 談到了廣告主現在面臨的挑戰是「如何有一個平台讓他們覺得可以自然和真實地呈現他們的品牌。」 ScanAd 創辦人 Christophe Hochart 強調如何透過第二螢幕甚至能一次點擊訂購快餐或美容產品。

**Turner International Asia Pacific 總裁 Ricky Ow 及 Astro 營運長 Henry Tan 論及既有電視收視率的測量對呈現廣告價值的失敗**，兩者皆同意他們將致力投資於較能呈現廣告價值的更好方法。Henry Tan 說「廣告狂人和數學達人需要同聚一堂一起找到一個突破性的解決方案」。Ricky Ow 說，然而 OTT 觸到達特定人群「OTT 提供以寬頻經營模式從家戶傳播到消費個體。我們需要攜手合作廣告。我們需要贏得消費者的信任，使他們打開錢包。」 Henry Tan 再表示「我們須要考慮消費者的價值主張」才能迎合他們的需求。

圖表 15：2014 年 CASBAA 年會第二天議程概況



在技術方面的對話主要集中在 4K 的採用。與會者一致認為，4K 確實提供了視覺效果的卓越標準，Akamai 媒體、亞太及日本地區首席策略長 David Habben 表示「任何收視過 4K 超高畫質產品的人會說，再也回不去傳統畫質了」，而 SES 亞太和中東地區商業部門高級副總裁 Deepak Mathur 認為「4k 基本上是更逼真的體驗，更接近於身入其境的感受」。雖依照 Elemental Technologies 首席執行長兼共同創始人 Sam Blackman 說法「在 4K 概念的試驗上亞洲是領先於世界其他地區」，然而普遍共識為採用 4K 仍具有挑戰性的。Deepak

Mathur 談到了制定這個產業的標準，「我們需要確保消費者對於標準是什麼及其所代表的意義不會產生混淆。」

會中還討論了 OTT 的商業模式。馬來西亞電訊公司 (TM) 新媒體執行副總裁 Jeremy 評論說，他們在 OTT 上的努力「開始朝正確的方向前進」，但佈局的不多。他們正利

用新的平台或服務向 OTT 邁進。電訊盈科電視暨新媒體部董事總經理 Janice Lee 認為「最終金錢將伴隨而來」，真正的贏家將是內容提供商。儘管 OTT 發展平台的初期成功，她看到了服務更像是「長期的事業，它需要資金、資源才能成功。」她覺得「說服廣告主這種價值是目前的挑戰」。RTL Group 中東歐及亞洲區域營運暨商業開發執行副總裁 Andreas Rudas 預測，未來四年 RTL 集團在 OTT 的營收將提高到 15-20%，但大部分收入仍來自線性節目。Kaltura 產品行銷副總裁 Amir Eilat 分享很重要的觀察「內容為王，但可得性是新的女皇」。


由於澳大利亞新聞頻道宣布自在亞洲推出澳洲頻道，在付費電視與 OTT 平台皆可收視的新聞節目也被提出討論。彭博傳媒亞太地區董事長經理 Parry Ravindranthan 表示他們採取了多平台方式以達到最大的觸達率；澳大利亞天空新聞首席執行長 Angelos Frangopoulos 則採取不同的方法，相信「內容的價值需要被保存，如果你提供免費內容，無異於是殺雞取卵」。

CASBAA 首席執行長 Christopher Slaughter 認為今年的大會對於開創及播出「跳脫傳統電視盒」的新型態內容提供了各種面向的寶貴見解，今年我們討論了很多，探討消費者想要什麼，他們如何接取他們想要的東西，以及他們所想要接取的平台。我們亦思維未來的商業模式和收入來源，以及智慧產財權的保護。毫無疑問地，在可預見的未來，傳統電視仍將繼續走強整個地區，但一個普遍的共識是傳統電視面臨其他視訊平台的激烈競爭已迫在眉睫。我們的會員有幸能看到「跳脫傳統電視盒」的內容出現在眼前並將會長期受影響」。

## 2. 第二天議程內容整理

CASBAA 議程討論內容豐富多元，獲邀的與談人皆為產業高階主管，透過不同議題的交流，暢談他們長年在這個產業的實務經驗，本報告以表格方式整理呈現議程內容。

圖表 16：2014 年 CASBAA 年會第二天議程內容整理表

2014 年 10 月 30 日 (三)		
7:00am	報到	Bloomberg TELEVISION
8:00 am	<p><b>Ericsson 早餐會</b> (必須預先註冊，先到先入座)</p> <p><b>展望電視的未來</b> 從形塑未來幾年電視產業的消費趨勢、技術和商業模式，探索電視正在改變的面向。</p> <p>與談人</p>	

	<b>Khush Kundi</b> , Head of Compression Solutions, APAC, <b>Ericsson</b>	
9:30 am	<b>歡迎致詞</b> <b>Marcel Fenez</b> , Chairman, <b>CASBAA</b> ; Global Leader Entertainment and Media, <b>PwC</b>	
9:35 am	<b>廣告主題</b> 身為宏盟媒體集團負責投資能力的全球執行長Barry專注於不斷地提高該集團及旗下品牌的業績、信譽和價值。Barry 熱衷於透過為顧客發展新的成功標準，推動變革，發展現有商業模式，以及利用潛在的新貨幣，幫助他們實現及時可衡量的業務增長。  <b>與談人</b> <b>Barry Cupples</b> , CEO, Investment, Omnicom Media Group, <b>Omnicom Group Worldwide</b>  <b>主持人： Laura Jayes</b> , Political Reporter, <b>Sky News Australia</b>	
10:10 am	<b>我們訂婚了！</b> 探討廣電業者和廣告商如何繼續建立與觀眾的關係。從第二個螢幕的使用到社交媒體驅動收視率和技術性地吸引更多的互動。看看一些確保消費者維持收視、聽關係的最創新理念和最佳實踐案例。  <b>開場白</b> <b>Danny Keens</b> , Global Chair TV, <b>Twitter</b>  <b>與談人</b> <b>Simeon Dawes</b> , EVP Advertising Sales and Partnerships APAC & ME, and MD Middle East <b>FOX International Channels</b> <b>Josh Black</b> , CEO & Head of Content, <b>GroupM Asia Pacific</b> <b>Michael Rees</b> , VP APAC, <b>Mirriad</b> <b>Christophe Hochart</b> , Founder, <b>ScanAd.tv</b> <b>Ben Reneker</b> , Associate Director, <b>SNL Kagan</b>  <b>主持人</b> <b>Tom Crampton</b> , Global MD, <b>Social@Ogilvy</b>	
10:55 am	<b>頻道展示櫥窗</b> 介紹新頻道，可能成為你所在地區業者播出的頻道。  <b>與談人</b> <b>John Ovrutsky</b> , Director of Global Distribution, <b>The Indonesia Channel</b>  <b>主持人</b> <b>Mark Lay</b> ，CASBAA副總裁（新加坡分部）	
11:00 am	<b>休息時間</b>	
11:25 am	<b>座談</b> Bruce Tuchman引領 AMC and Sundance Channel Global 公司的全球戰略佈局、業務規劃、開發和市場行銷；以及AMC 電視網國際頻道在亞洲的戰略佈局、業務規劃、開發和市場行銷。	



	<p><b>與談人：Bruce Tuchman</b>, President, <b>AMC &amp; Sundance Channels Global</b></p> <p><b>主持人：</b> <b>Christopher Slaughter</b> , CASBAA執行長</p>	
11:50 am	<p><b>頻道展示櫥窗</b> 介紹新頻道，可能成為你所在地區業者播出的頻道。</p> <p><b>與談人</b> <b>Vu Thi Giang</b>, Deputy General Director, <b>NETVIET Multimedia JSC</b></p> <p><b>主持人</b> <b>Mark Lay</b> , CASBAA副總裁（新加坡分部）</p>	
12:00 pm	<p><b>OTT/ Hybrid業者的新類型安全威脅</b> 整合廣播電視與VOD服務的Hybrid and OTT 機上盒，配備了簡單的DRM技術，可用於非優質內容。這顯示了由於業者設備的連通性而產生了重大的安全威脅。安全受攻擊的報告名單一天比一天長，有更多的攻擊事件並沒有被報告出來。您的Hybrid and OTT機上盒可避免被攔劫和勒索嗎？或者更糟的是，當在殭屍網絡(BotNet)病毒攻擊基礎下，他們被充分保護而無法使用（分佈式拒絕服務）？您的網絡PVR、catch-up TV及其他以IP為基礎的服務，有很好的防止攻擊功能嗎？Conax將提出一些付費電視業者應注意的新威脅。</p> <p><b>與談人</b> <b>Hans Kwaaitaal</b>, VP Strategic Partner Relations, <b>Conax</b></p> <p><b>主持人</b> <b>Divya Gopalan</b>, <b>Al Jazeera</b> 主播暨特派員</p>	
12:20 pm	<p><b>4K的案例</b> 廣電的未來就在4K這裡，事實上已經有一段時間。4K測試過了，並在多個市場運行，而第一個4K頻道已經在日本開播。頻道和業者已經轉至提供HD服務、擴充路徑至和類似4K的服務。</p> <p><b>與談人</b> <b>Bill Wheaton</b>, SVP &amp; GM, Media Products Division, <b>Akamai</b> <b>Sam Blackman</b>, CEO, <b>Elemental Technologies</b> <b>Pierre Benoist</b>, Deputy CEO Asia, <b>Eutelsat</b> <b>Deepak Mathur</b>, SVP, Commercial Asia and the Middle East, <b>SES</b></p> <p><b>主持人</b> <b>Simon Twiston Davies</b>, CEO, <b>Simon TD &amp; Associates Asia</b></p>	
12:55 pm	<b>CASBAA 主席獎</b>	
1:00 pm	<b>午餐時間</b>	
2:10 pm	<p><b>跳脫傳統電視盒，走入新媒體世界</b> 「Beyond the Box」意味著不僅僅是電視機用途這麼多，在這個數位時代，這也意味著服務的提供是超出機上盒的收視範圍。一起來看看頻道和業者正如何開發自己的數位戰略，以及對產業生態的意義是什麼？從提供非線性的內容，打破原有的傳統地域界限到創造各種可能服務。</p> <p><b>與談人</b> <b>Dennis Rose</b>, SVP APAC &amp; Japan, <b>Brightcove</b> <b>Andreas Rudas</b>, EVP, <b>Regional Operations</b> &amp; Business Development CEE &amp; Asia, <b>RTL Group</b></p>	

	<p><b>Jeremy Kung</b>, EVP-New Media, <b>Telekom Malaysia Berhad (TM)</b>; CEO-<b>TM Net Sdn Bhd (TM Net)</b></p> <p><b>主持人：Mike Graham</b> , Executive Director, Telecoms &amp; Media Practice</p>	
2:55 pm	<p><b>頻道展示櫥窗</b> 介紹新頻道，可能成為你所在地區業者播出的頻道。</p> <p><b>與談人</b> <b>Avinash Himatsinghani</b>, Founder &amp; CEO, <b>Rewind Networks</b></p> <p>Host: <b>Mark Lay</b>, VP Singapore, <b>CASBAA</b></p>	
3:05 pm	<p><b>今天的新聞性節目</b> 由於我們的許多媒體已經數位化，電視新聞組織正進入手忙腳亂地保持與時勢的關聯性。有線新聞頻道創造了24小時新聞週期循環，但他們如何能保持自己在“超級連接即時”的時代邊緣。</p> <p><b>與談人</b> <b>Parry Ravindranathan</b>, MD, <b>Bloomberg Media APAC</b> <b>Angelos Frangopoulos</b>, CEO, <b>SKY News Australia</b> <b>Sompan Charumilinda</b>, President &amp; CEO, Thai News Network &amp; Executive Vice Chairman, <b>TrueVisions</b></p> <p><b>主持人</b> <b>Adam Najberg</b>, Asia Digital Editor, <b>The Wall Street Journal</b></p>	<b>true visions</b>
3:50 pm	<p><b>頻道展示櫥窗</b> 介紹新頻道，可能成為你所在地區業者播出的頻道。</p> <p><b>與談人</b> <b>Mathieu Sibille</b>, CEO, <b>iConcerts</b></p> <p><b>主持人：Mark Lay</b>, VP Singapore, <b>CASBAA</b></p>	
4:00 pm	<b>休息時間</b>	
4:20 pm	<p><b>座談</b> Reliance是印度最大的綜合服務提供商之一，該公司已建立了泛印度的下世代數位網路。在繼續推動作數位化和OTT的發展下，我們來看看真正的行業巨頭之一，接下來的發展什麼？</p> <p><b>與談人</b> <b>Adil Zainulbhai</b>, Senior Advisor, <b>McKinsey &amp; Company</b> <b>Christopher Slaughter</b>, CEO, <b>CASBAA</b></p>	
4:55 pm	<p><b>體育生活節目</b> 體育節目是世界各地付費電視驅動用戶增長的一個關鍵。與一般的看法相反，這並非全部是超級足球聯賽的權利問題。除了全球知名品牌的優質頻道外，愈來愈多的新頻道已經進入亞洲市場，提供觀眾比以前更廣泛的運動賽事。但是，會有過多的選擇情事出現嗎？</p> <p><b>與談人</b> <b>Rohit D' Silva</b>, SVP of Sports, APAC, <b>FOX International Channels</b> <b>Peter Hutton</b>, Co CEO, <b>MP &amp; Silva</b> <b>Géraldine Pamphile</b>, VP, International Media Distribution &amp; Merchandising, <b>NBA Asia</b> <b>Conor Woods</b>, Managing Director APAC, <b>Setanta Sports</b></p> <p><b>主持人</b></p>	

	<b>Jasper Donat, CEO, Branded, President, Asian Sponsorship Association</b>	
5:30 pm	<p><b>5個理由，為什麼...</b></p> <p>是該認真看看形塑2年後的付費電視產業真正議題的時候了。在過去幾天，我們現場訪談到本次研討會的業界領袖，分享他們的專業知識，讓我們了解這個行業有一個光明未來的5個理由。</p> <p><b>與談人</b>  <b>Henry Tan, COO, Astro</b>  <b>Ricky Ow, President, Turner</b></p> <p><b>持人</b>  <b>Marcel Fenez, Chairman, CASBAA; Global Leader Entertainment and Media, PwC</b></p>	
6:00 pm	<b>閉幕致詞</b>	

### CASBAA 年會加碼研討會

9:00 – 9:30 am	<p><b>千禧年後將不再有付費電視的訂閱</b></p> <p><b>與談人</b>  <b>Matthew Kurlanzik, Director Government Relations, Asia, 21st Century Fox</b>  <b>Sushant Sharma, Senior Business Development Manager, Accedo</b></p> <p><b>盜版服務正不經意間構築未來的付費電視市場。</b></p> <p><b>與談人</b>  <b>Matt Pollins, Associate, Olswang</b>  <b>Khush Kundi, Head of Solutions, APAC, Ericsson</b></p> <p>無論你是否支持這些激進的言論，大家都在絞盡腦汁地因應技術演進不再有訂閱付費電視的可能，對他們的銷售策略和商業模式的影響。一些人認為這些事態發展代表了巨大的機會；對於其他人而言，他們在經營業務上將承受著巨大緊張與前所未有的壓力。這項互動討論會由2020年CASBAA委員會主辦。</p> <p><b>主持人: John McLellan, Haldanes</b></p>	
----------------	---	--

### (三) CASBAA 公布 2015 年亞太多頻道電視廣告市場報告



CASBAA 每年召開年會時，通常會更新亞太地區各國付費電視管制政策最新動態，以及付費電視市場發展趨勢相關報告。「2014 年亞洲付費電視政策：成長管理 (Pay-TV Policies in Asia: Regulating for Growth)」於 2014 年初發布，本報告已將中文翻譯整理於附錄三。此次 CASBAA 在年會召開期間公布的則是「2015 年亞太地區多頻道電視廣告市場報告 (Asia Pacific Multichannel TV Advertising 2015)」(以下簡稱 2015 亞太電視廣告報告)。

這份報告主要是從近幾年隨看電視 (TV Everywhere) 和 OTT (Over the Top) 服務興起的角度，從收視行為、廣告營收、新興媒體發展等面向，探討亞太地區多頻道電視市場的發展趨勢。

「2015 亞太電視廣告報告」相關數據顯示，在中國、印尼、馬來西亞、新加坡、南韓，以及台灣等跨 23 個市場接受訪問的民眾中，**有 75% 的人是以串流方式看電視 (streaming video)**。這個數字證明了消費者會因為隨時隨地可收看的方便性，而增加付費收視的意願，因此，隨著有越來越多好的內容，收視的情形也會跟著增加。

「2015 亞太電視廣告報告」從多項調查資料發現，世界的行動性日益增加，收視習慣也隨之調整。當消費者利用一個裝置開始收看視訊內容，所在位置改變了，仍然可以用另一個裝置繼續收看。當新服務可以無縫隙接取視訊內容時，這樣的收視行為越來越普遍。科技也可以挾帶著更有威力的網際網路連結和裝置(像是智慧手機、平板，手提電腦)，讓民眾隨時隨地快速接取收看受歡迎的節目，使得收視更簡單。

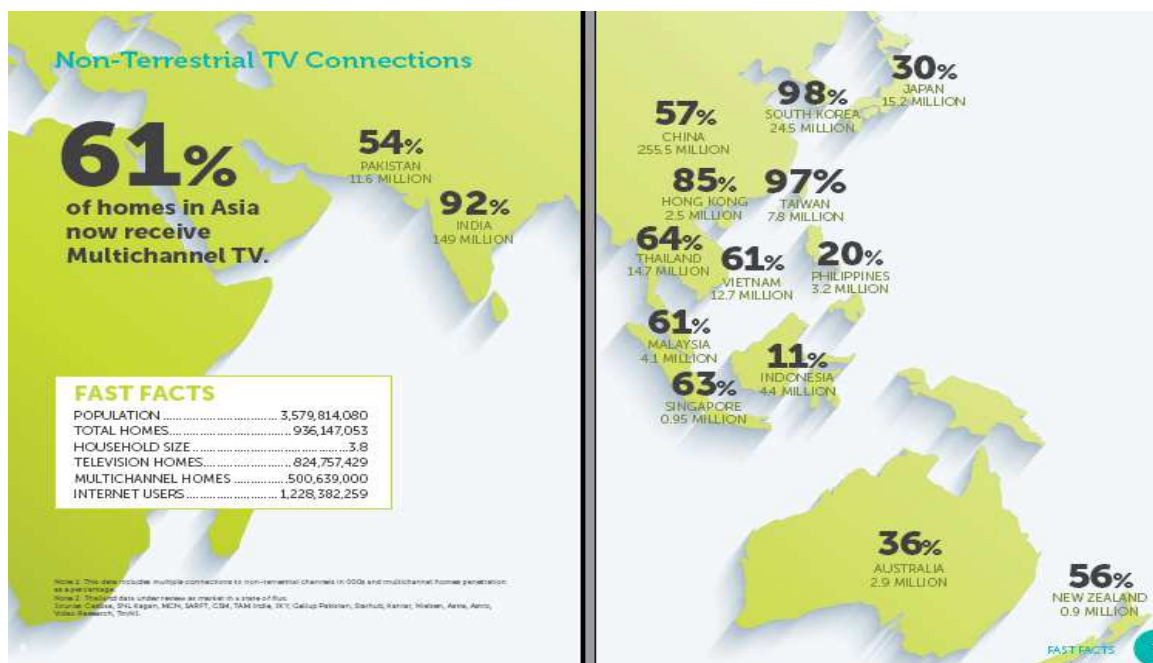
不過，「2015 亞太電視廣告報告」認為，線性電視不應該就此走入歷史。

在亞太地區，多頻道電視家戶數的成長現在已超過 5 億戶，一是今日全世界最多的區域。數量以及商機驚人的觀眾，其收視情形增加則展現了付費電視的力量；亞太地區的廣告量成長中，而且個別市場像是印尼、中國、馬來西亞，以及印度都有強勁的成長力道。廣播電視的未來可能要靠隨看電視 (TV Everywhere) 和 OTT (Over the Top) 服務帶動，不可否認的，在亞太區域中，線性電視仍然有著無數的潛能待實現—能否

成功，將視我們如何平衡這二種事業的潮流而定。

## 1.基本概況（Fast Facts）

「2015 亞太電視廣告報告」先從亞洲付費電視市場的基本概況談起。資料顯示，亞洲約有 3,579,814,080 人口數，總家戶數為 936,147,053 戶，家庭人口數平均 3.8 人，擁有電視的家庭為 824,757,429 戶，擁有多頻道電視的家庭為 500,639,000 戶，網際網路使用者則估計有 1,228,382,259 人。



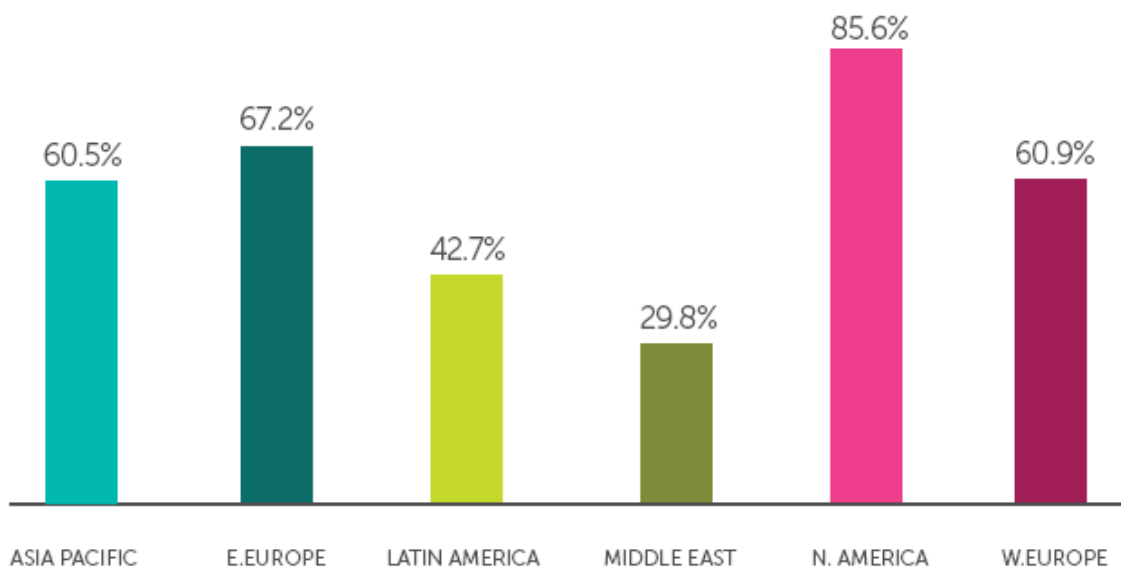
擁有多頻道電視的家庭，從 2004 年起約有 2 億 1800 萬戶，到 2014 年已達 5 億 100 萬戶左右。

單位：百萬家庭

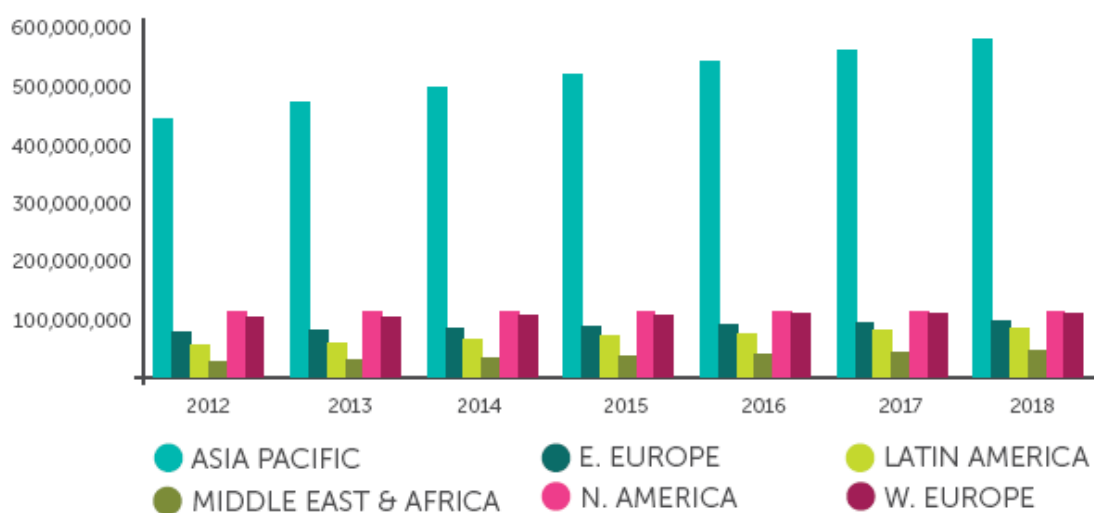
資料來源：CASBAA、SNL Kagan、MCN、SARFT、CSM、TAM India、SKY、Gallup Pakistan、Starhub、SingTel、Kantar、Nielsen、OzTAM、Video Research

## 2.全球綜觀 (Global Overview)

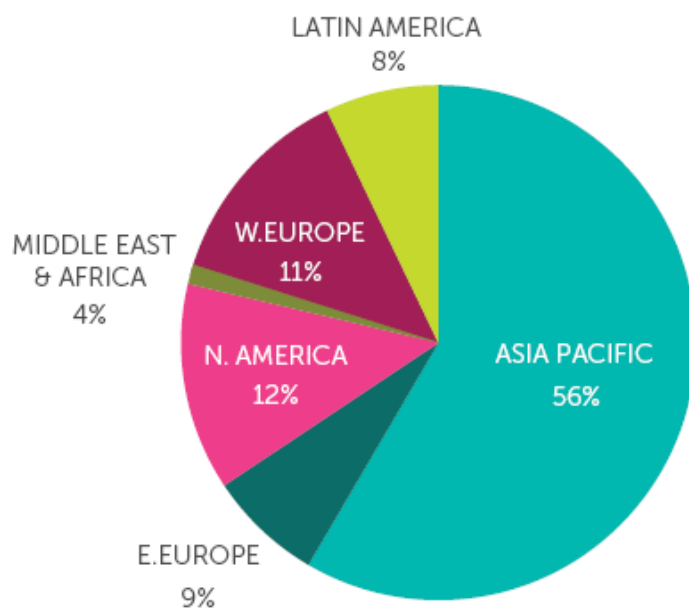
### 2015 年多頻道電視家戶滲透率



### 2012-2018 年多頻道電視家戶總戶數



## 2015 年依區域預估多頻道家庭所占比例



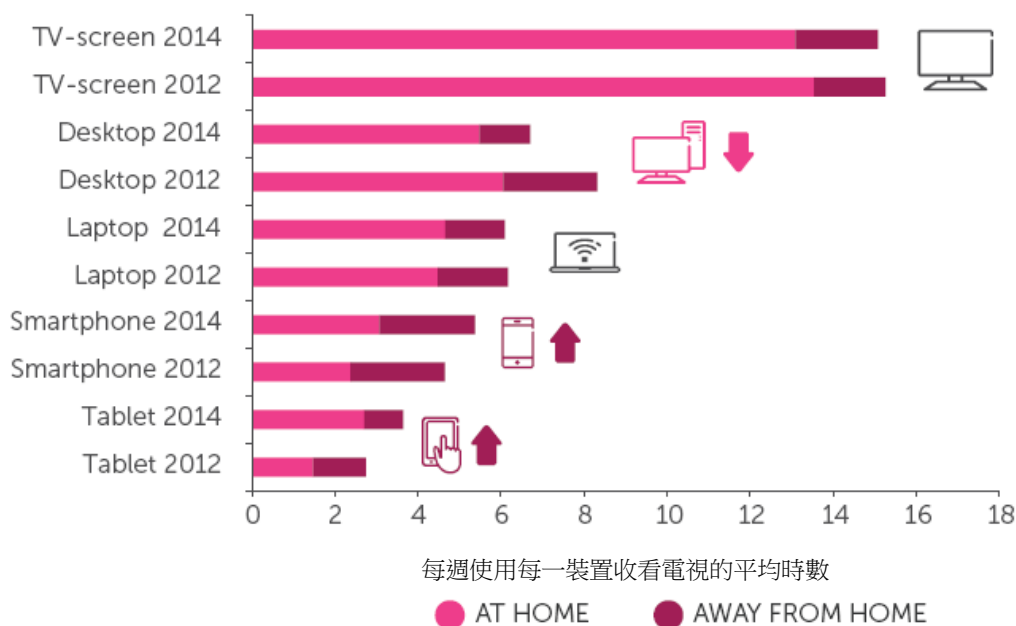
Source: SNL Kagan

### 3 跳脫電視盒 (Beyond the Box)

2014 年 Ericsson 消費者觀察報告焦點

#### 以各種裝置收看電視

與 2012 年相比，因為可隨處收看電視而願意付費的比例增加了 25%。



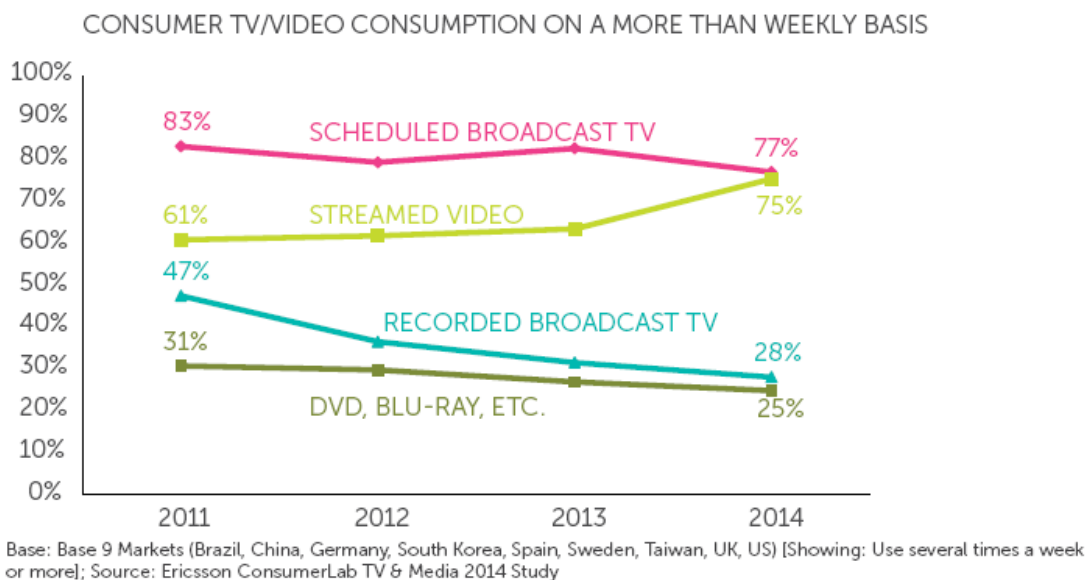
Base: Base 9 Markets [Those who have and use respective device]; Source: Ericsson ConsumerLab TV & Media 2014 Study

圖表：每週使用每一裝置收看電視的平均時數

統計基礎：9 個市場〔分別擁有並且使用收視裝置的人〕  
資料來源：Ericsson 消費者研究室 2014 年電視與媒體研究

## 收視行為的改變

隨選視訊，讓消費者收視行為增加（特別是在串流方面）。



圖表：一週以上的消費者電視/視訊消費增加比例

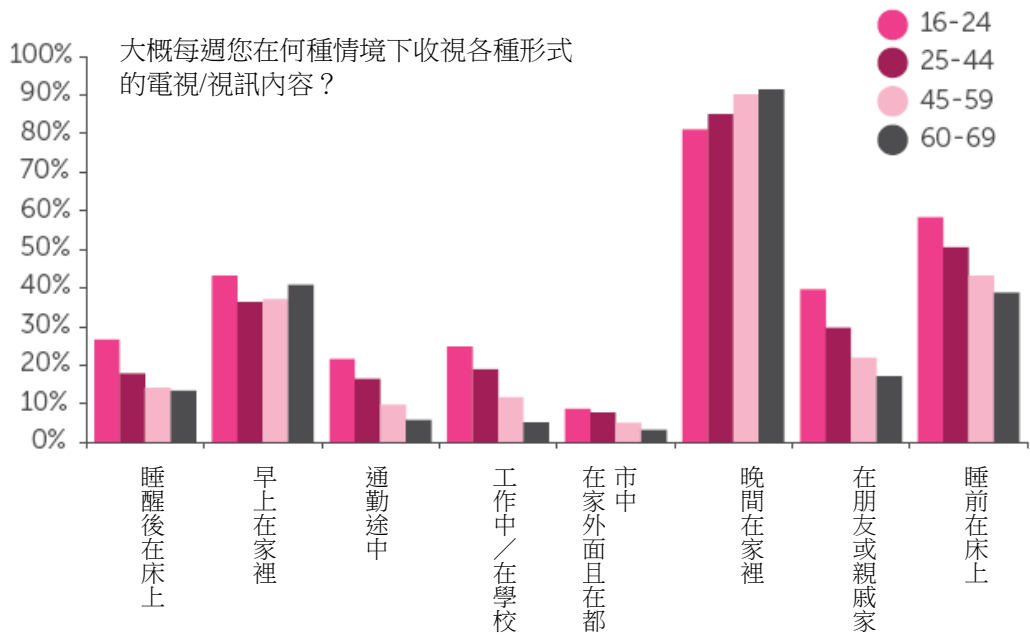
資料來源：Ericsson 消費者研究室 2014 年電視與媒體研究

統計基礎：9 個市場（巴西、中國、德國、南韓、西班牙、瑞典、台灣、英國、美國）〔資料呈現：每週使用多次以上〕

## 收視情境

較年輕的電視收視觀眾的收視行為較有彈性。和年長的觀眾比起來，較多年輕的觀眾在非傳統收視情形看電視。





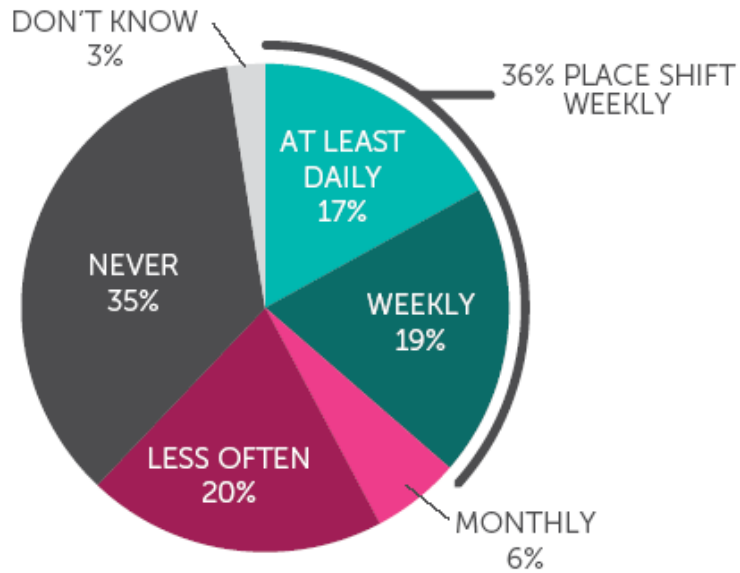
Base: Base 23 markets; Source: Ericsson ConsumerLab TV & Media 2014 Study

統計基礎：6 個市場

資料來源：Ericsson 消費者研究室 2014 年電視與媒體研究

## 收視地點移動

使用串流 S-VOD 服務的方便性造成收視地點移動行為普遍



收視地點移動習慣

Source: Ericsson ConsumerLab TV & Media 2014 Study

圖表：收視地點移動習慣

資料來源：Ericsson 消費者研究室 2014 年電視與媒體研究

## 引領亞太地區—電視隨看 (TV Everwhere)

國家	經營者	平臺	隨看電視 營運日期	支援電視隨看服務的聯網裝置						可用裝置完整 度得分	可看電視頻道數
				智慧型電視	智慧型手機	平板電腦	遊戲機	PC/MAC			
澳大利亞	FOXTEL	DTH/Cable	Oct-09	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	5	達 74 個頻道	
南韓	CJ HelloVision	Cable	May-10	Yes	Yes	Yes	No	Yes	4	199 個頻道	
日本	NTT Plala Inc.	IPTV	Aug-11	Yes	Yes	Yes	No	Yes	4	N/A	
新加坡	StarHub Ltd	Cable	Jun-12	Yes	Yes	Yes	No	Yes	4	達 71 個頻道	
台灣	Vee Telecom Multimedia <sup>16</sup>	Cable	Oct-12	No	Yes	Yes	Yes	Yes	4	N/A	
日本	SKY Perfect JSAT Corporation	DTH/IPTV	Oct-11	Yes	Yes	Yes	No	Yes	4	59 個頻道	
香港	PCCW	IPTV	Dec-09	No	Yes	Yes	Yes	Yes	4	6 個頻道	
泰國	TOT	IPTV	Jan-13	Yes	Yes	Yes	No	Yes	4	145 個頻道	
台灣	Chunhwa Telecom <sup>17</sup>	IPTV	Dec-09	No	Yes	Yes	No	Yes	3	N/A	
紐西蘭	SKY Network Television Ltd	DTH	Jan-11	No	Yes	Yes	No	Yes	3	達 11 個頻道	
南韓	KT Corporation	DTH/IPTV	Apr-11	No	Yes	Yes	No	Yes	3	70 個頻道	
日本	J:COM	Cable	May-12	No	Yes	Yes	No	Yes	3	達 77 個頻道	
新加坡	SingTel	IPTV	Jul-12	Yes	Yes	Yes	No	No	3	達 19 個頻道	
馬來西亞	Astro	DTH/IPTV	Jun-12	No	Yes	Yes	No	Yes	3	達 30 個頻道	
泰國	TrueVisions	DTH/Cable	May-13	No	Yes	Yes	No	Yes	3	達 102 個頻道	
中國大陸	Beijing Gehua <sup>18</sup>	Cable	Jun-11	No	Yes	Yes	No	Yes	3	達 46 個頻道	
印度	Dish TV India Ltd.	DTH	Oct-13	No	Yes	Yes	No	Yes	3	27 個頻道	
印度	Tata Sky Ltd.	DTH	Oct-13	No	Yes	Yes	No	Yes	3	54 個頻道	
馬來西亞	Telekom Malaysia	IPTV	Jul-13	No	Yes	Yes	No	Yes	3	達 57 個頻道	
印尼	First Media	Cable	Feb-14	No	Yes	Yes	No	Yes	3	50 個頻道	
印尼	PT MNC Sky Vision	DTH	Jun-14	No	Yes	Yes	No	Yes	3	N/A	
菲律賓	Cignal TV	DTH	Jul-13	No	Yes	Yes	No	No	2	達 14 個頻道	
澳大利亞	FetchTV	IPTV	Dec-13	No	Yes	Yes	No	No	2	N/A	
印度	Bharti Airtel	DTH	Mar-14	No	Yes	No	No	No	1	150 個頻道	
香港	i-Cable Communications	Cable	Feb-12	No	Yes	No	No	No	1	6 個頻道	
<b>總計</b>	<b>25</b>			<b>7</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>3</b>	<b>20</b>			

<sup>16</sup> “Vee Telecom Multimedia”即威達雲端電訊股份有限公司，簡稱威達雲端電訊 (Vee Telecom)，1997 年 3 月 5 日成立，於 2003 年 10 月完成大台中地區雙向寬頻網路建置，並於 2007 年取得固網市內電話經營核可，且在 2007 年 7 月獲得無線寬頻網路接取業務 (WiMAX) 執照，提供有線電視、固網、行動、寬頻「四網合一」的服務。

<sup>17</sup> “Chunhwa Telecom”即中華電信。

<sup>18</sup> “Beijing Gehua”即北京歌華有線電視網絡股份有限公司，成立於 1999 年 9 月，主要的經營項目有廣播電視網絡的建設開發、經營管理和維護；廣播電視節目收轉、傳送；廣播電視網絡信息服務；辦理(不含發佈)外省市衛星電視節目落地頻道在北京有線電視台發佈的廣告業務；有線電視站等。

## 伍、香港通訊傳播產業及社會發展觀察

此次到香港，特別請台北經濟文化辦事處協助安排拜會香港通訊事務管理局辦公室（以下簡稱「通訊辦」），以及擁有超過 127 萬 IPTV 訂戶的電訊盈科公司（以下簡稱「PCCW」），希望不只是在 CASBAA 年會的會場內與國際頻道業者交流而已，更能走進香港，實地了解當地通傳管制機關政策思維，以及香港通傳產業發展最新趨勢。惟通訊辦表示因業務繁忙而婉拒，採書面回覆本會提問。

另外，時值香港學生不滿中國大陸確定行政長官選舉方式，發起「占中運動（又稱雨傘運動）」，抗議者以雨傘遮擋香港鎮暴警察發射的胡椒噴霧及催淚彈，此景躍上各大國際媒體版面。以下就訪港期間拜會 PCCW 公司、香港雨傘運動現象之觀察、通傳產業現況及管制架構等三部分逐一說明：

### 一、拜會電訊盈科（PCCW）集團及香港通訊事務管理局辦公室書面回覆本會提問

#### （一）拜會電訊盈科（PCCW）集團

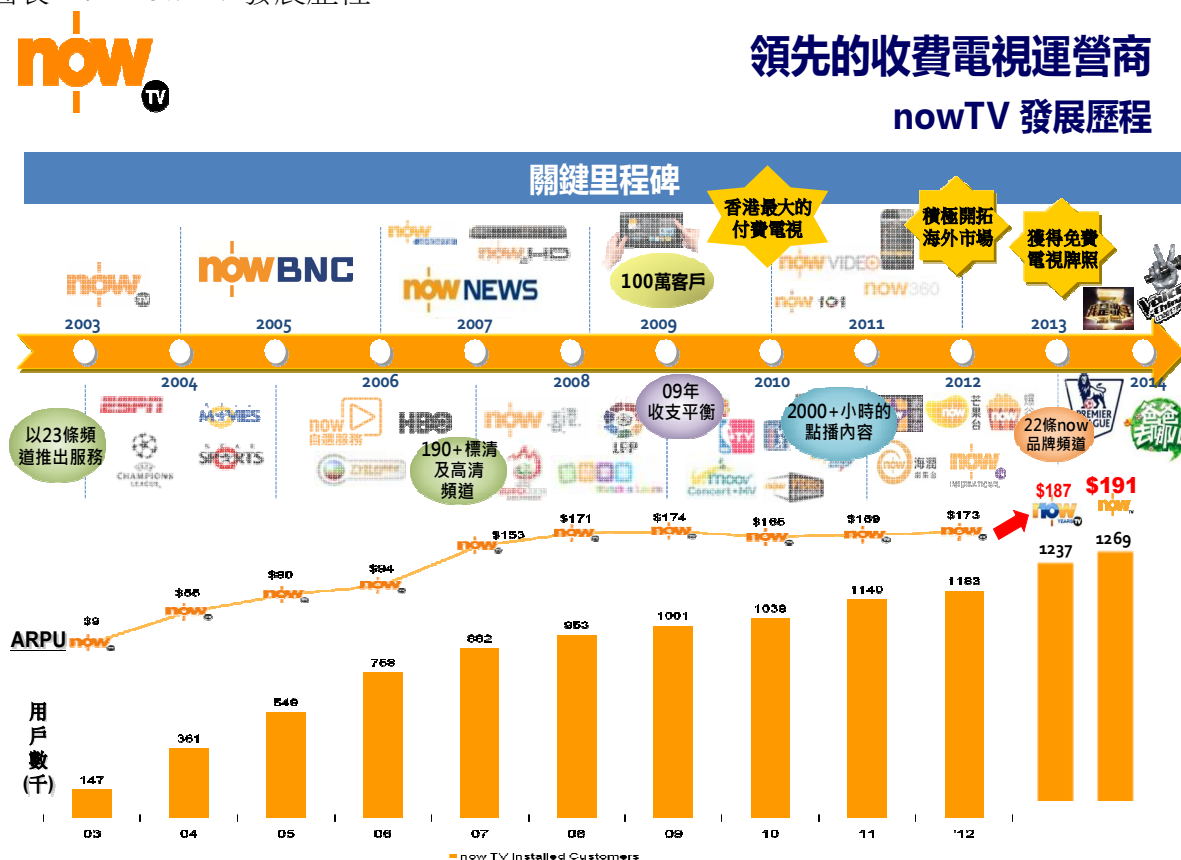
電訊盈科（以下稱 PCCW）集團前身為 1925 年成立的香港電話公司，於 2000 年 8 月併購香港電訊公司，成為香港最大的電信公司，主要業務橫跨電信和傳播，包括固網、寬頻互聯網、流動通訊、綜合環球通訊業務、基礎建設業務、客戶聯絡中心、寬頻電視、廣告及互動業務、資訊科技服務方案、數據中心等。其中，PCCW 旗下經營的 IPTV/OTT 業務—now TV，擁有超過 127 萬訂戶數，是香港最大的付費電視公司。

此行拜會 PCCW 集團，由該旗下電訊盈科媒體公司的付費電視部門執行副總譚樂琮女士、now TV 部門市務及策劃主管何立嘉女士、電視及新媒體部門國際業務助理副總裁黎兆文先生以及陳松銘先生，與本會陳憶寧委員等代表會面，並由台北經濟文化辦事處李佩真專案主任陪同，針對香港 IPTV 及新媒體市場發展各面向問題交流討論。

根據 PCCW 的簡報，now TV 成立於 2003 年，在 2009 年時訂戶數即超過 100 萬戶。目前提供 190 個本地及國際頻道，還有超過 4500 個小時的隨選節目服務。now TV 不僅提供收費電視服務，也是主要的內容製作商，製作受歡迎的中文節目，包括新聞、財經消息、體育、娛樂節目、音樂會及活動，同時也加強海外市場的節目推廣和頻道營銷，打造 now TV 自身品牌。now TV 最新的發展趨勢，則是推出多屏互動體驗

(Interaction and Engagement with the Multi-Screen Experience)，提供訂戶個性化節目觀看時間表及提醒功能，隨時隨地通過 on-the-go 服務觀看，包括 now Player App (下載量達 150 萬次)。

圖表 17：now TV 發展歷程



資料來源：電訊盈科媒體有限公司提供

陳憶寧委員在電視及新媒體部門國際業務助理副總裁黎兆文先生簡報結束後，提出問題請教 PCCW，主要包括：

### (1) 香港市場經營 IPTV 面臨哪些機會與挑戰？

PCCW 譚樂琮女士表示，其實剛開始經營前十年，now TV 和有線電視系統競爭非常辛苦，直到 2005 年爭取英格蘭足球超級聯賽 (Premier League) 獨家播映權後，才讓訂戶數有初步突破。英超雖然能增加訂戶數，但並不是讓 PCCW 取得市場領先地位的原因。這幾年能夠維持市場主導地位的另一項重要因素，是 PCCW 決定投資本土內容製作，投資許多資金和人力製播新聞和娛樂頻道，但是製作如此多頻道，想在香港這麼小的市場回收，是很難的，因此必須向海外推廣銷售，才有獲利的可能。在香港還有一項優勢，就是 content regulator

在內容管制上較鬆，PCCW 製作節目主要收入來源是廣告，有廣告商的贊助才能收支平衡。

**(2) IPTV 與傳統無線電視最大不同，在於可以雙向傳播。請教 貴公司如何利用以海量數據 (big data) 分析電視影音或各項服務使用行為？**

PCCW 譚樂琮女士表示，訂戶使用各項服務的的數據來自機上盒，需要訂戶同意才能蒐集。PCCW 會在所有訂戶中抽樣一千多戶(具有統計意義的數據)，一定會打電話取得訂戶的同意。

**(3) 是否有任何法律規範 IPTV 收費標準？**

PCCW 譚樂琮女士表示，這方面的管制是很少的。**但她反而提到台灣對於頻道執照核發的管制似乎比新加坡還嚴**，她舉例來說，台灣的有線廣播電視法規規定，付費頻道不得播送廣告，這對於已經在所有亞洲國家落地很多年的境外頻道來說，是很不可思議的事，因為境外頻道衛星訊號一灑下去就是涵蓋全亞洲地區，不太可能單獨有一個完全沒有廣告的頻道訊號源在台灣落地。

實務上，境外頻道在銷售廣告時，除非台灣市場真的大到足以單獨製作，否則頻道業者在向廣告主銷售廣告時段時，通常是以亞太地區為訴求，頂多給當地一分鐘時段，增加在地業者的收入。但即使可以從合約上簽協定由當地業者負擔風險，境外頻道仍不敢如此做。在台灣如果廣告的收入受到限制，內容的呈現就不多。

任何一個新 IPTV 業者在進入市場時，會組裝各種 packages，讓消費者有不同的選擇，能讓消費者願意選最大的 packages，頻道所收到的廣告收入就會增加，自然就會投入更多內容製作，回饋到授權金上，平台業者也才有機會將這些收入回饋到消費者所付的訂閱費上。

此外，她認為要取得台灣核發的落地執照，其難度比新加坡高，就她所知，某一境外衛星頻道向台灣申請落地執照 (landing license) 耗費了多年，但新加坡核發執照至多一個月，其他亞洲國家幾乎不需要申請 landing license，甚至退出市場也不需要向管制機關申請許可，這方有利系統業者快速反映市場需要，如果消費者喜歡某個頻道，系統業者可以很快組裝，將消費者喜歡的頻道上架，如果頻道不受歡迎，也能事前通知消費者，作出適當補償，立即下架，但台灣規定(必須事前申請營運計畫變更許可後才可變更)壓縮了這種可能性。

## **(二) 香港通訊事務管理局辦公室書面回覆本會提問**

本會向通訊辦計提出 7 個問題，包括 (1) 監理核心價值及如何因應匯流修法；(2) 電視節目置入贊助管制方式；(3) 民眾申訴廣電節目處理機制；(4) 如何管制 IPTV/OTT；(5) 身障通傳近用措施；(6) 如何思考跨平台節目內容分級；(7) 獎勵輔導廣電業者製播節目措施等。其中，針對第 6 及 7 題，通訊辦表示，因香港沒有推動以上措施，無法提供有關資料。至於第 1 至 5 題，通訊辦則提供說明如下：

**問題 1—2012 年 4 月 1 日後，廣播事務管理局及電訊管理局整合為通訊事務管理局，執行單位則為通訊事務管理局辦公室。香港負責通訊和傳播產業管制的二個單位合而為一後，哪些監理核心價值是必須延續和改變的？如何因應數位匯流修正通訊傳播相關法律？有哪些修正方向和重點？**

**通訊辦答覆：**

通訊局與前廣播事務管理局同樣採取寬鬆及鼓勵競爭的規管模式，以公平、公正，及不偏不倚的原則處理規管事務及投訴。在維護市民利益的同時，顧及持牌廣播機構有充足的創作空間和編輯自主。至於廣播及電訊法例的檢討工作，由香港特別行政區政府商務及經濟發展局負責，無法提供所需資料。

**問題 2—有關廣電節目的管理方面，對於廣告主置入電視節目 (product placement) 和電視節目冠名 (title sponsorship) 有無任何限制？**

**通訊辦答覆：**

在《電視通用業務守則—廣告標準 (以下簡稱「《電視通用業務守則》」)》中，載有規管產品/服務贊助及冠名贊助的條文—

### **1. 「節目內的产品／服務贊助 (Product Placement)」**

《電視通用業務守則》第 9 章第 10 段規定，節目可包含一種或多種產品/服務，但須符合有關規定，包括產品/服務的展示或使用要明顯配合節目的編輯需要：須在節目的片頭/或片尾的贊助聲明中清楚識別贊助商；以及節目提及的產品或服務不得屬於不可在電視播放廣告的產品或服務等。

### **2. 「冠名贊助 (Title Sponsorship)」**

持牌人可播放片頭或片尾的贊助聲明；在節目名稱、節目環節名稱或節目項目名稱內加上贊助商的名稱、商標/標識、廣告口號等字眼，並在節目內提及該名稱；以及在可受贊助的材料旁邊（包括本地日期、時間和天氣資訊、節目內的宣傳以及旅旅或廚藝節目或環節的相關資訊），顯示贊助商的名稱、商標/標識、廣告口號等字眼。

有關節目須遵守《電視廣告守則》第 9 章的規定，包括贊助節目須清楚列明其為贊助節目；贊助識別須與廣告有所區別；贊助識別不得過度分散觀眾的注意力和干擾節目的觀賞趣味或娛樂成分；以及贊助識別須符合播放次數、時限，以及占畫面大小等規定。

### 3.公眾秩序

在《電視通用業務守則—節目標準（以下簡稱「《電視通用業務守則》」）》，以及《廣播條例》中，規範了持牌機構播放影響公眾秩序內容的條文：

- (1)《電視通用業務守則》第 3 章第 2(c)段規定，持牌人不得在節目內加入任何違法的事務。節目守則內亦有條文規管言詞運用、色情、暴力、不適合兒童觀看的內容等事宜。
- (2)《廣播條例》（第 562 章）第 36 條規定，凡香港特別行政區政務司司長（司長）合理地相信持牌人播放的節目會導致香港的法律與秩序全面崩潰或嚴重損害香港的公共衛生或道德風化，司長可向原訟法庭申請作出命令。原訟法庭如信納將任何電視節目或其任何部分納入某領牌服務內會違反上述條例，則可作出命令，禁止持牌人播放該節目或其任何部分。

**問題 3—有關廣播電視節目投訴機制方面，目前平均每月民眾投訴件數、從各投訴管道（例如電子郵件、電話...）分布情形及申訴的類別有哪些？貴單位多少人力處理民眾申訴廣電內容？其處理流程如何？處理民眾申訴廣電內容業務最大的挑戰是什麼？**

**通訊辦答覆：**

#### 1.處理廣播投訴機制

除了一些輕微違規個案外，凡表面證據成立的投訴，均會交由通訊局轄下的廣播投訴委員會處理。廣播投訴委員會邀請相關的廣播機構針對投訴作陳述，再向通訊局作出建議。通訊局在考慮廣播投訴委員會建議後，如初步結論是有違規之處，會邀請該廣播機構就初步結論進一步陳述，通訊局在考慮廣播機構陳述意見後，會作出最終決定。

通訊局會依廣電業者違規的嚴重程度、性質和違規紀錄，作出勸喻、警告、要求作出修正或道歉、罰款，以及暫時吊銷牌照等懲處。

## 2.處理投訴的人力

目前有關廣播內容的投訴，由通訊辦廣播事務部的內容規管科負責處理，該科共有 17 名職員。

## 3.投訴數字

通訊局在 2013 年共收到超過 3,9000 件廣播內容的投訴，即平均每月接獲約 3,200 多件。大部分投訴透過電子郵件提出（包括採用載用於通訊局網頁的電子投訴表格），其投訴管道包括郵寄、傳真及致電通訊局的投訴熱線。

在 2013 年通訊局裁定的 95 件投訴個案（涉及 5,025 件投訴）成立，相關違規情況包括：節目偏頗、誤導及不公正；節目涉及植入廣告宣傳；節目內容不適合兒童觀看；以及一些輕微不正確資訊（例如：新聞資訊節目內的錯誤字幕及天氣報告中的輕微誤差）等。

**問題 4—隨著網際網路科技普及化，青少年和兒童透過網路觀賞視訊節目已成為趨勢，新加坡、澳大利亞等國家已開始思考建立一套因應數位匯流的跨平台內容分級標準。例如：新加坡認為當某一媒體內容跨越不同平台的匯流環境時，內容分級的管制規範會隨著媒體種類而異，這種管制方式很可能為分級的種類帶來影響，最後將可能影響整體分級架構的有效性。貴單位如何思考跨平臺的節目分級議題？**

**通訊辦答覆：**

如以 OTT（Over-The-Top）形式播放電視節目，因為只是透過網際網路傳送，相關服務不受《廣播條例》規範。

**問題 5—有關身心障礙者近用通訊傳播有何規範措施？**

**通訊辦答覆：**

為照顧聽障人士需要，目前香港二家免費電視持牌機構（註：即我國所稱無線電視事業）—亞洲電視有限公司，以及電視廣播有限公司，均須按照其牌照條款，為所有在模擬/同步廣播數碼頻道包括中文台及英文台（註：「模擬頻道」即類比頻道，數碼頻道即「數位頻道」）播出的新聞報導、天氣報告、時事節目及緊急通告提供字幕。



所有在中文台播放的劇集亦須提供中文字幕。英文台方面，兩家持牌機構每週要播放 2 小時以青少年為對象的具教育意義的英語節目，這些節目亦必須配上字幕。

除了個別類別節目的字幕規定外，就播放時間而言，二家持牌機構亦須於晚上 7 時至 11 時，在其中文台播放的所有節目內提供中文字幕；以及在英文台晚上 8 時至 11 時 30 分播放的所有節目提供英文字幕。

**問題 6—有關新興媒體的發展方面，香港 IPTV/OTT 的發展狀況如何？**

**近年來視頻網站快速興起，對香港線性（linear）頻道的廣電產業節目和廣告量有哪些影響和變化？通訊事務管理局辦公室處理新興媒體違反當地法律的內容，與處理傳統廣電節目內容所適用的法律和管理方式有何不同？**

**問題 7—除了廣電內容的管理，貴單位在獎勵輔導廣播電視業者製播節目方面，有哪些具體措施？**

**通訊辦答覆：**因香港沒有推行以上措施，未能提供相關資訊。

綜結來說，從通訊辦的回覆中，有幾個面向可以思考：

- (1) 雖然香港和台灣使用相同文字語言，但是在通傳專業領域中，對於同樣的概念或事物，所使用的名詞仍有些微差異。例如：通訊辦答覆中凡提到「廣播」一詞，是指英文的“broadcasting”，對映到我國慣用語則為「廣播電視」。又，提到「牌照」，即我國所說「執照」之意。
- (2) 在通訊辦的回覆處理申訴機制上，和本會受理民眾申訴廣電內容的機制相比，**其相似之處包括：**均由負責內容監理業務的單位受理民眾申訴廣電內容的案件。香港是由通訊辦廣播事務部內規管科負責，而我國則主要由本會內容事務處無線、衛星廣播電視內容科負責。該內容如有違法之虞，均會轉由一諮詢委員會作出建議，再交由具有裁處權力的單位考量嚴重程度及違規紀錄，再決定是否處分、如何處分。

**但是香港內容申訴機制與我國相異之處則是，**處理投訴的人力似乎相距不大，但通訊局 2103 年一整年受理的內容申訴案件超過 3 萬 9000 件以上，而本會同一年受理的內容申訴案件為 1,807 件，大約是本會的 22 倍之多。通訊辦表示，近年申訴量大增，特別是某些高度爭議的個案，往往收到的申訴量龐大，必須重新調配人手和資源處理。

對於處理申訴案的人力是專職或兼辦？受理民眾申訴每一個案，是否均需調閱側錄帶檢視？每一申訴案件從受理到結案，花費多少時間？這些問題，單從通訊辦書面回覆無從得知。

- (3) 有關廣電業者在提供身障人士近用服務方面，通訊辦表示香港二家無線電視台必須在特定類型節目、特定時段提供字幕。至於電信業者對近用服務有哪些義務，則未說明。
- (4) 另外，有一個重要的議題雖然未在此次提問，卻值得本會及早思考並預先準備：這項議題的背景追溯到 2012 年 12 月，國際電信聯合會（ITU）修訂了國際條約《國際電信規則》，修正的條約將於 2015 年 1 月 1 日起生效。新條文涉及號碼資源的使用、來電線路識別資料的傳輸、國際漫遊服務、網路安全、節能和電子廢棄物，以及使身心障礙人士得以無障礙接取服務。因此，通訊辦所公布的《2014-2015 年主要工作和計劃<sup>19</sup>》，列出優先處理的項目之一就是「為確保香港能符合經修訂後的《國際電信規則》的高層次原則，我們正檢討我們的規管制度，並會於規則生效日期（2015 年 1 月）前，經諮詢業界後，完成修訂相關規管指引或業務守則」。我國因國際及兩岸關係的盤根錯節之故，一直無法成為 ITU 會員，但通訊傳播產業必須能和國際接軌互連，才可能發揮其價值，本會一直不斷制定修正通訊傳播匯流法規，宜持續關注鄰近國家與 ITU 發展動態。

---

<sup>19</sup> 詳參 [http://www.ofca.gov.hk/filemanager/ofca/tc/content\\_92/majortasks\\_14-15\\_c.pdf](http://www.ofca.gov.hk/filemanager/ofca/tc/content_92/majortasks_14-15_c.pdf)

## 二、香港雨傘運動（Umbrella Movement）

香港，號稱資本主義的天堂，貿易自由度高、賦稅低，政府將一切經濟活動交由市場決定。但 1997 年香港回歸中國大陸後，香港政府所進行一連串小改變，累積起來，在在顯示香港在各方面加入政府監管的角色，不再只聽任市場那隻看不見的手。香港政府各項措施逐漸從極右向左調整，卻未解決香港貧富差距過大的問題，香港民眾的不滿，從近年社會抗爭運動情緒升高，可見一斑。

圖表 18：「占中運動」現場情形及 Time 對「雨傘革命」作專題報導封面



舉例來說，去年 10 月本會代表訪港期間，正巧發生香港政府核發新免費電視牌照（即無線電視執照），因審核程序不透明而引發 12 萬港人上街抗議事件。一年之後，在 2014 年 9 月發生的社會運動事件，民眾不滿情緒更為擴大，即香港民眾抗議中國大陸全國人大常委會對香港行政長官普選問題的決定，而發起「占中（佔領中環）運動」，至 12 月中旬警方清場行動為止，約歷時三個月，整個過程參與該社會運動的人數估計約達 120 萬人，占全香港人口的 1/6<sup>20</sup>。

此次，在 2014 年 9 月 28 日下午時，香港警方派出鎮暴警察，施放胡椒噴霧及發射催淚彈，阻嚇及驅離香港民眾，抗議民眾以雨傘遮擋護身且未散去，此舉反而讓國際各主要傳媒大幅報導，並稱為「雨傘運動（Umbrella Movement）」<sup>21</sup>。由於 CASBAA 年會地點距抗議現場並不遠，從就近觀察香港民眾上下班通勤、平面或電子媒體報導情形、與當地民眾互動過程來看，香港民眾仍享有集會、遊行與言論等基本人權，但近年仍時有傳出香港媒體報導中國大陸事務議題時有自我審查現象、中國大陸為主導輿論介入干預媒體<sup>21</sup>、新聞從業人員因批評大陸而遭解雇<sup>22</sup>，甚至暴力傷害威脅等情形。

---

<sup>20</sup> 根據 2014 年 12 月 18 日香港中文大學傳播與民意調查中心發布「香港民意與政治發展」調查結果，有 20.1% 的受訪民眾表示曾經到過現場參與支持佔領運動（[http://www.com.cuhk.edu.hk/ccpos/images/news/TaskForce\\_PressRelease\\_141218\\_Chinese.pdf](http://www.com.cuhk.edu.hk/ccpos/images/news/TaskForce_PressRelease_141218_Chinese.pdf)）。如照人口比例推估，整場運動參與人數達 120 萬人，占全香港人口的 1/6。

<sup>21</sup> 香港《蘋果日報》2014 年 1 月 15 日〈「am730」、「蘋果」因編採立場被抽廣告 記協疑北京施壓 逼大財團打壓占中〉報導，繼《明報》被撤換總編輯後，免費報章《am730》及《蘋果日報》，也疑因新聞報道編採方針問題而被銀行大戶抽廣告。每天發行量約 40 萬份的免費報章《am730》創辦人施永青 1 月 14 日在商台節目中爆料，稱有廣告商疑因該報的報道編採立場而抽廣告，致盈利大跌。《am730》被抽廣告的差不多同一時間，《蘋果日報》數個廣告「熟客」也突然停止在《蘋果》落廣告。壹傳媒平面媒體總裁葉一堅證實，2013 年 11 月起，數個廣告大戶突然從《蘋果》中消失，而時間與無綫宣佈封殺壹傳媒的決定差不多。

#### **近年香港傳媒被抽廣告事件包括：**

- 2010 年 3 月：《明報》揭發豪宅天匯可疑天價交易，遭地產商停落廣告，損失約 1,000 萬元。
- 2011 年 4 月：《明報》將港鐵趕建發水樓的報道與港鐵廣告編排在同一版。其後代表港鐵的廣告公司 OMD（浩騰媒體）向各媒體的廣告部經理發指引，表明若傳媒刊登有關港鐵事故或負面新聞，港鐵保留權利取消或更改已預訂的廣告位。《明報》未有在翌日報道事件，拍板不報道的總編輯張健波被批自我審查。
- 2013 年 11 月：《am730》疑因新聞報道的編採方針及個別專欄問題，被中資廣告客戶抽廣告，盈利大跌。
- 2013 年底：《蘋果日報》疑因報道普選及占中運動立場與北京及商界立場有抵觸，大集團停止落廣告。

根據自由之家（Freedom House）所公布 2014 年新聞自由報告（FREEDOM OF THE PRESS 2014）顯示，當年度香港的新聞自由度分數是近十年新低，全世界排名第 74；亞太地區排名第 18，為部分自由（partly free）的狀態。相較之下，台灣新聞自由度世界排名第 47；亞太地區排名第 8，為自由（free）狀態。

圖表 19：2014 年世界新聞自由地圖



回顧過去這二年香港和台灣的社會運動，從 2013 年 10 月香港民眾 12 萬人上街抗議港府核發免費電視牌照不公、2014 年 3 月間台灣學生抗議《兩岸服務貿易協議》審查過程而發起「太陽花運動」占領立法院，到了 2014 年 9 月香港學生不滿香港行政長官普選機制的決定，這些社會運動背後都隱藏了「中國因素」。香港民眾反對中國大陸對於特區逐漸加大力度緊縮的措施，台灣民眾反對執政黨政策過於向中國大陸靠攏，這些抗議分貝高漲的民主社會運動，均對社會產生立場激化與動盪，有待政府和人民以更多的時間、耐心和智慧解決。

（資料來源：<http://hk.apple.nextmedia.com/news/art/20140115/18593348>）

<sup>22</sup>香港《蘋果日報》2014 年 11 月 4 日〈TVB 涉秋後算賬 記協表遺憾〉報導，無綫電視最近將負責報道七警暗角「拳打腳踢」曾健超的助理採訪主任何永康調職。記協就該事件發出聲明，對無綫新聞部管理層處理手法表示遺憾，質疑此舉或涉秋後算賬。記協主席岑倚蘭又透露，還有其他新聞工作者，懷疑因組織媒體活動而遭降職。（資料來源：<http://hk.apple.nextmedia.com/news/art/20141104/18923038>）

### 三、香港通訊傳播產業管制架構介紹

香港在2012年4月1日之前，廣播電視和電信分屬於廣播事務管理局(the Broadcasting Authority, BA)和電訊管理局(the Telecommunications Authority, TA)所規管。自2011年6月30日香港特別行政區立法會通過《通訊事務管理局條例》後，電訊管理局(TA)和廣播事務管理局(BA)整併成通訊事務管理局(the Office of the Communications Authority, 以下簡稱 OFCA)。通訊事務管理局(CA)執行部門及秘書處為通訊事務管理局辦公室(the Office of the Communications Authority, 以下簡稱 OFCA)，《電訊條例》及《廣播條例》規定負責核發執照及對政府提出政策建議。

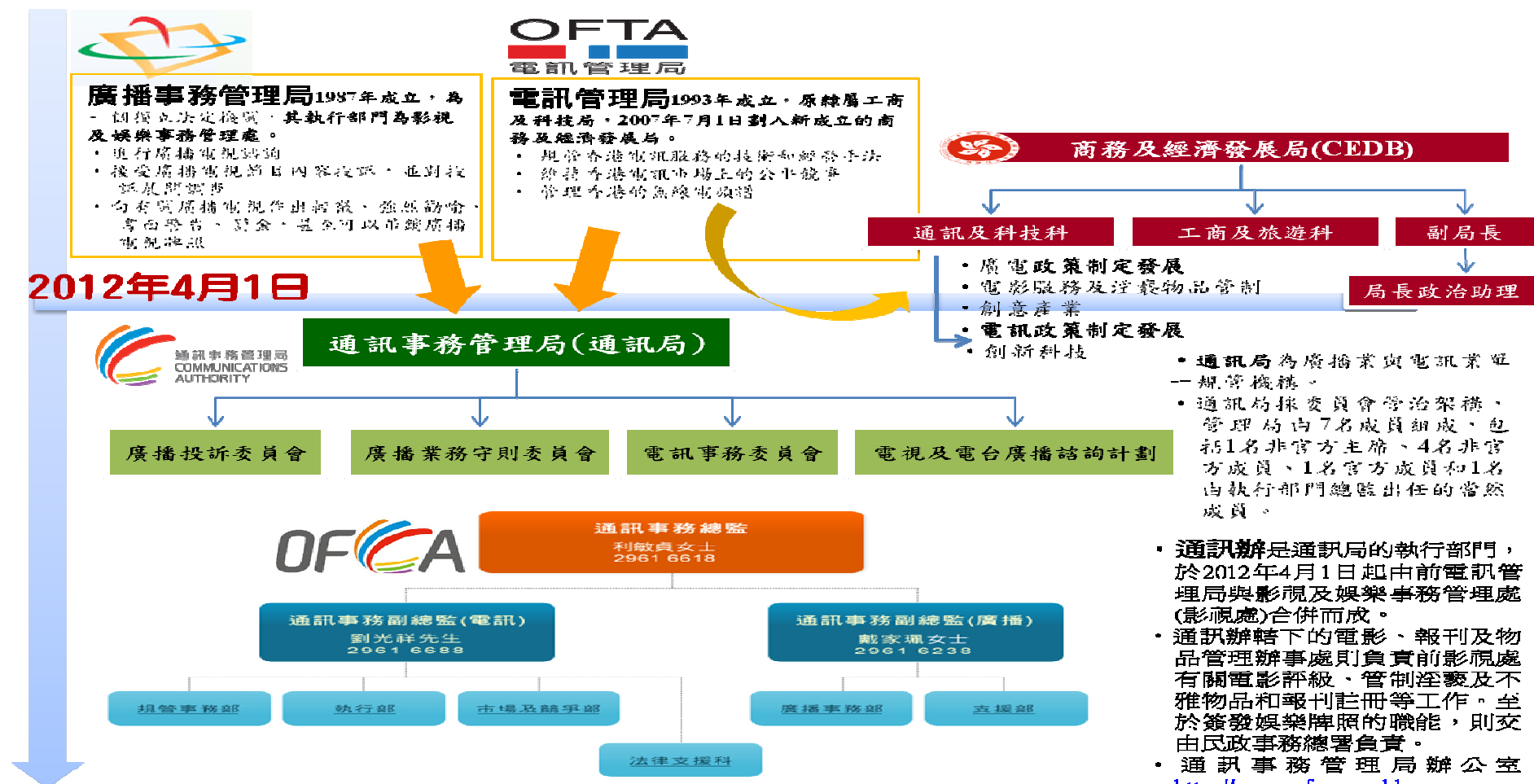
至於香港通訊傳播政策制定與發展，仍由於商務及經濟發展局(the Commerce and Economic Development Bureau, CEDB)轄下的通訊及科技科所掌管。

至於香港主要的電視事業，在免費電視(即我國所稱無線電視，例如：台視、中視、華視、民視、公視等)方面，自2013年10月香港政府公布再核發二張免費電視牌照給香港有線電視公司和電訊盈科公司，打破了長久以來僅亞洲電視公司和電視廣播有限公司(TVB)二家免費電視的局面。在收費電視方面，主要的業者包括：電訊盈科公司、香港有線電視公司、無線收費電視公司，以及城市電訊公司(香港寬頻)。

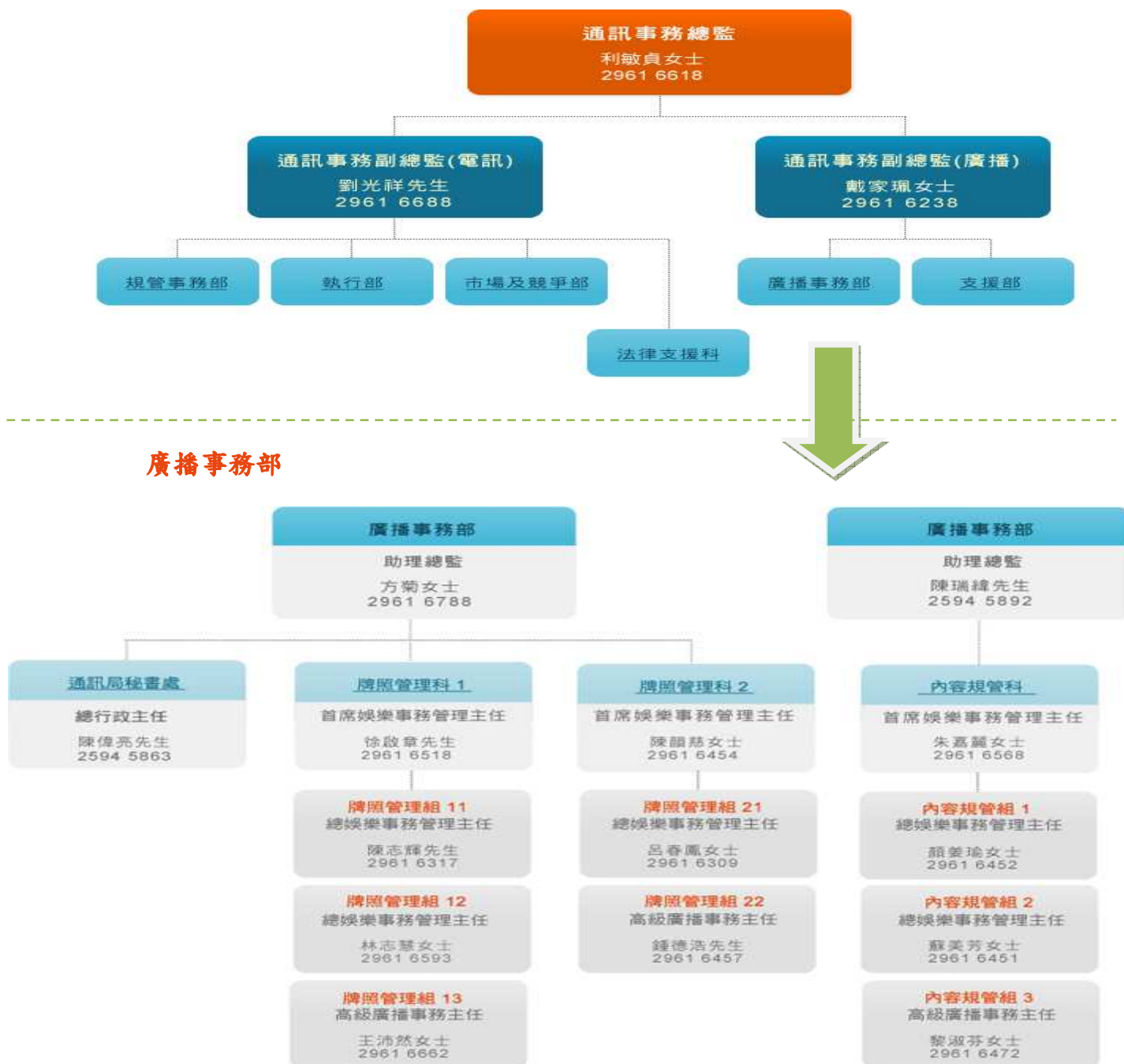
圖表 20：香港主要電視事業一覽表

免費電視	 亞洲電視 ASIA TELEVISION LIMITED	 TVB	 有線寬頻 I-CABLE	
	亞洲電視有限公司(亞視)	電視廣播有限公司(無線)	香港有線電視有限公司	電訊盈科媒體有限公司
收費電視		 有線寬頻 I-CABLE	 TVB 收費電視 PAY VISION	 bbTV 香港寬頻
	電訊盈科媒體有限公司	香港有線電視有限公司	無線收費電視有限公司	城市電訊有限公司(香港寬頻)

圖表 21：香港通訊傳播事業管制機關變遷示意圖



圖表 22：香港通訊事務管理局辦公室（OFCA）—廣播事務部組織架構及職掌



## 職能：

- 管理所有廣播牌照，並確保相關條例獲得遵循
- 支援通訊局就本地免費及收費電視節目服務牌照和聲音廣播牌照的批出和續期事宜，向行政長官會同行政會議作出建議
- 支援通訊局處理有關非本地及其他須領牌電視節目服務牌照的申請，並批出和續發相關牌照
- 進行有關本地免費電視節目服務牌照和聲音廣播牌照的覆檢
- 確保廣播服務維持適當的標準，並處理有關廣播服務的投訴
- 向通訊局提供秘書處支援服務

資料來源：香港通訊事務管理局辦公室網站（[http://ofca.gov.hk/tc/about\\_us/organisation\\_chart/index.html](http://ofca.gov.hk/tc/about_us/organisation_chart/index.html)）



## (一) 香港電信產業管制架構

### 1. 通訊傳播主管機關及外資限制

通訊事務管理局 (Communications Authority, 以下簡稱 CA) 係為獨立的法定組織，於 2012 年 4 月 1 日根據《通訊事務管理局條例》(第 616 章) 成立，作為香港規管電信及廣電產業的單一監理機構。前電信產業單一監管機構**電訊管理局** (the Telecommunications Authority, 以下簡稱 TA) 及廣電產業單一監管機構**廣播事務管理局** (the Broadcasting Authority, 以下簡稱 BA) 的所有權力與職責，於 2012 年 4 月 1 日全部轉移至**通訊事務管理局(CA)**。

**通訊事務管理局(CA)** 的執行部門及秘書處—通訊事務管理局辦公室 (the Office of the Communications Authority, 以下簡稱 OFCA) 係由**電訊管理局辦公室** (the Office of the Telecommunications Authority, 以下簡稱 OFTA) 與**影視及娛樂事務管理處** (the television and entertainment licensing authority, 以下簡稱 TELA) 整併而成立。該監理機構根據《電訊條例》及《廣播條例》運作，並負責核發執照及對政府提出政策建議。**通訊事務管理局(CA)** 的 12 位成員係由政府指派擔任。

**通訊事務管理局辦公室 (OFCA)** 的使命：

- 電訊條例、廣播條例及其相關規定之管理及執行。
- 通訊傳播事業之監督管理及證照核換發。
- 在兼顧產業公平有效率競爭及消費權益維護下，確保香港通傳產業有效率經營及蓬勃發展。

香港法規對於外國投資香港網路事業經營者及服務提供者沒有明確限制，對於投資大小及性質亦無限制。此外，對資本流動或盈利匯回母國亦無限制。然而，**通訊事務管理局辦公室(OFCA)** 公布的執照申請指南，一般要求申請人必須根據香港法律註冊或成立股份公司。

### 2. 授權/執照核發機制 (Authorisation/licensing regime)

固定及行動通信服務的監理，是根據電訊條例及其附屬法規。《電訊條例》明訂核發執照機制，要求電信設施提供者和電信服務經營者分別獲得許可證始得營運。電訊管理規則規範包含通訊事務管理局(CA)依據電訊條例訂定的許可證類型，這些許可證包括三個重要部分：

- 執照持有人提供的服務概述。
- 管理規則明訂之一般條件及對於同一類的所有許可證的共同規定。
- 通訊事務管理局(CA)對於許可證的某類型服務或執照持有人的特殊條件。

除了這些規定的執照類型，香港行政長官亦可在符合法令規定下，授予其他類型的許可證。自 2008 年以來，以統一電信業務經營者執照形式之單一執照機制(綜合執照)管理所有類型的固定、行動和匯流的電信服務，包括 3G，3.5G 及 4G 行動服務，不再針對固定通信業務及行動通信業務分別核發固定通信業務執照及行動通信業務執照。至目前止，香港政府共核發 18 張綜合業務執照(綜合傳送者牌照)。

第 3 類通信業務經營者執照 (services-based operator, SBO) 之業務項目包括「國際增值電訊網絡服務」、「對外電訊服務」及無設置機線設備所提供的本地語音電話服務。

無線服務所使用的無線電頻率在無線電通信服務執照授予時同時分配，不需再單獨許可。根據電訊條例，通訊事務管理局(CA)應有效地分配和使用頻率作為公共資源。通訊事務管理局(CA)則尊重市場機制採用拍賣方式來分配 3G 和 4G 行動服務所需的頻率。政府公布了無線電頻譜政策綱要，指出每年將公布包括透過公開、競爭性招標程序的頻譜釋出計畫。2012 至 2014 年的頻譜釋出計畫及頻率分配表修定版已於 2011 年公布。

如果通訊事務管理局(CA)經檢視無線電通信服務執照持有者未有效利用該核配之頻率，該局得廢止該頻率的許可。根據太空條例規定，衛星的發射和運行應個案取得行政長官的許可執照。衛星系統和地球電臺受分別管理，由行政長官依太空條例授予執照。香港在衛星服務的提供係採取「開放天空」政策，意味著沒有禁止外國衛星業務經營者提供香港本地消費者衛星服務。《電訊條例》亦規管在衛星電視共用天線 (SMATV) 執照下，從衛星接收電信訊號應公平競爭及無排他性。對於第 3 類通信業務經營者 SBO 執照和大多數其他執照，申請期間為 14 個工作日，給予申請人提報所有必需的資訊給通訊事務管理局(CA)審核。綜合業務執照的申請程序複雜多了，可能需要數月或更長時間。

執照依不同的服務有不同的效期。綜合業務執照效期為 15 年；太空電臺經營者執照 (space station carrier licence)效期為 20 年。執照屆期，應申請新執照。

在《電訊條例》規範中，無機線設備的服務經營者執照(service-based operator licences)和大多數其他執照的效期為 1 年，1 次僅得再重獲效期 1 年，通訊事務管理局 (CA) 有自由裁量權。

根據《電訊條例》，重要執照須繳付費用如下：

### **綜合傳送者牌照 (Unified carrier licence, UCL)<sup>23</sup>**

採執照拍賣之方式 (例如最近拍賣的寬頻無線電頻譜), 得標者應依得標結果預先繳交該一次性頻譜使用費 (SUF)。取得綜合傳送者牌照之業者應再繳交每年固定執照費 100 萬港幣 (除非該執照單純僅提供對外服務; 陸地行動業務以外的行動服務或兩者皆提供, 年費是 10 萬港幣); 每年之用戶接續費為每 100 用戶 700 港幣; 不論號碼有否編配, 執照持有人的電號號碼, 每個號碼收取年費 3 港幣。此外, 執照持有人亦須繳納使用基地台的年費 (每一站台從 100 到 1000 港幣不等) 和頻率使用費年費 (每 kHz 從 1 到 50 港幣不等)。

### **第三類服務營運商牌照 (Class 3 SBO)<sup>24</sup>**

第三類服務營辦商牌照項下每一服務種類在續照時收取 700 港幣年費, 用戶號碼使用費年費每個號碼 3 港幣。

## **3. 頻譜的彈性使用 (Flexibility in spectrum use)**

根據《電訊條例》, 通訊事務管理局(CA)法定職責之一係促進無線電頻譜有效地分配和使用作為香港的公共資源。通訊事務管理局(CA)執行這項義務時, 可能更改或撤回頻率或頻段, 或改變頻率或頻段用途, 以及訂定頻率或頻段的使用條件。但是, 在將無線電頻譜分割成頻段和頻道、指定頻段和頻道的基本用途、依頻率使用費指配頻率之前, 通訊事務管理局(CA)必須對產業界及任何可能受直接影響的人士進行諮詢。

執照上一般規定有頻譜使用的條款和條件, 包括所允許的傳輸設備特性。例如在聲音廣播方面, 這三類執照都授權許可執照持有人在符合廣告的限制、有責任確保均衡的

---

<sup>23</sup> 綜合傳送者牌照是用於批准提供設施為本的電訊服務, 持牌人可按其牌照指定的服務範圍, 鋪設電訊網絡及線路提供對外固定服務、對內固定服務及 / 或流動服務。綜合傳送者牌照制度自二零零八年八月起實施, 取代固定傳送者牌照及移動傳送者牌照。(資料來源:

<http://www.coms-auth.hk/tc/licensing/telecommunications/carrier/index.html>)

<sup>24</sup> 牌照涵蓋範圍包括: 對外電訊服務 (External Telecommunications Services, ETS), 國際增值電訊網絡服務(包括互聯網接達服務) (International Value-added Network Services, IVANS), 流動虛擬網絡 (MVNO services licensees), 私人收費電話機服務 (private pay phone service operators), 公共無線電通訊轉播服務 (public radio communication relay service operators), 保安及火警警報訊號傳送服務 (security and fire alarm signals transmission service operators), 顯像傳真會議服務 (teleconferencing service operators), 航空器上流動通訊服務 Mobile communications services on board an aircraft。(資料來源:

<http://www.coms-auth.hk/sc/licensing/telecommunications/apply/index.html>)

節目及服務的數量、語言、服務時間下，建立和維持廣播服務。規定這些條件的理由是頻譜是一種有限的資源，其中一方使用可能對另一方產生不利影響。因此，頻譜的使用不能完全不管制，而且有必要對頻譜使用進行管理，以管理頻譜需求和包含可接受的干擾。由於頻率屬政府所有，不能進行交易或私下拍賣。

#### **4.事前管制義務(Ex-ante regulatory obligations)**

在 2005 年，電訊管理局 (OFTA) 決定廢止既有業者香港電話有限公司 PCCW 有關零售價格須事先經主管機關核定的規定。撤銷事前管制的理由係基於市場競爭激烈。既有業者的反競爭價格由《電訊條例》及競爭條例中有關公平競爭的相關規定處理。

#### **5.結構或功能性分離(Structural or functional separation)**

根據《電訊條例》，通訊事務管理局(CA)可發出指示，要求執照持有人應確保遵守電信條例包括抵制反競爭行為和濫用市場支配力量的條款。在 2011 年，當時的 TA 公佈準則協助執照持有人遵守《電訊條例》中的競爭規定。其明確提到作為一個潛在的補救措施，既不是在電信經營者網路與服務之間進行結構分離，也不是功能分離。可強制實行的補救措施類型之一是該準則規定通訊事務管理局(CA)可發出指示，制止執照持有人違反《電訊條例》的競爭規定。該準則指出，這種指示可能會要求執照持有人修改現有協議或行使合約權利的方式，終止侵權協議或以其他方式停止正在討論中的行為。這種指示亦得要求積極行動，例如通知第三方，侵權已經宣告結束。

此外，通訊事務管理局(CA)的準則中有關的併購的規範為通訊事務管理局(CA)經反壟斷併購審查認為該交易案具有或可能有嚴重削弱電信市場競爭之虞，該局得命令執照持有人採取一切必要行動，以解決競爭問題。如此，通訊事務管理局(CA)可能會同時加諸結構上和行為上的補救措施，在理論上，這可能包括強迫合併後的事業出售一部分資產或股權。

#### **6.普及服務義務與財務支援 (Universal service obligation and financing)**

根據綜合傳送者牌照 (第 25 號) 的條款及條件，香港電話有限公司和 Hong Kong Telecommunications (HKT) Limited (統稱為「HKT」) 須共同和分別地遵守電信普及服務義務。在普及服務義務下，HKT 是香港普及服務提供者，有權向須攤分普及服務的各方收取就其履行普及服務義務的淨成本。該公司應以合理成本、無差別待遇提供用戶在香港得以享有良好品質、高效能、無間斷的電信基本服務。各方攤分金額係由 CA 依據普及服務攤分計算方式(Universal Service Contribution (USC) Calculation

Methodology)決定。普及服務攤分業者包括「固定傳送者牌照」持有者(fixed carrier licensee)、「固定電訊網絡服務牌照」持有者(local FTNs licensees)、「移動傳送者牌照」持有者(mobile carrier licensees)、提供「本地固定或移動電訊服務的綜合傳送者牌照」持有者(unified carrier licensees authorized to provide local fixed or mobile services)、「流動虛擬網絡牌照」持有者(MVNO licensees) 以及「第一類服務、第二類服務營辦商牌照」持有者。自 2009 年 5 月起，普及服務攤分基礎係以該普及服務攤分業者所分配的電話號碼總數計算，因此，每普及服務攤分業者必須：每季向 CA 報告目前所分配(發出)的電話號碼總數(包括攜碼用戶數目)；並提交年度審計報告，以證明在普及服務基金攤分所依據的電話號碼的分配(發出)總數(包括攜碼用戶數目)是否正確。

## **7. 號碼可攜 (Number portability)**

香港於 1995 年及 1999 年分別推出固定號碼及行動號碼可攜制度，然而，在固定通信及行動通信網路之間的號碼可攜服務(fixed mobile number portability, FMNP)直到 2009 年 7 月 10 日始以業者自主性推出。對於實施 FMNP，電信事業可在商業基礎上相互洽談合作的條款和條件，但應向 CA 提交實施 FMNP 方案並應載明相關的技術和業務問題。

## **8. 客戶條款與條件 (Customer terms and conditions)**

雖然按許可的一般條件，電信業者須公布客戶條款與條件，但這些條款和條件不需要申請 CA 或其他機關的核准。

## **9. 網路中立性 (Net neutrality)**

網際網路服務提供者執照的一般條件，即是 ISP 在執照有效期間必須提供符合 CA 要求的服務及維持一定品質(例如數據通信服務)。這意味著維持一定服務品質的義務可能因為 ISP 控制網路流量或設定數據傳輸優先順序而受到某種程度的影響。許可執照還規定了國際專線的數據通信許可模式，即代碼、格式轉換、協議轉換、存儲和轉發，或存儲和檢索。這種數據處理方式的規定可有效地限制 ISP 控制網路流量或設定數據傳輸優先順序的自由。但是，香港沒有針對實現網路中立性的具體規定。

## 10. 下一代接取網路 (Next Generation Access (NGA) networks)

香港對於下一代接取網路無特別的規定。自 2012 年 7 月，CA 已召開了 NGN 工作小組研討下列議題：NGN 的互連架構和業者之間的互連試驗；從既有網路攜碼到以 IP 為基礎的 NGN 環境；以及建立 NGN 發展指標。

在 2010 年，當時的電訊管理局 OFTA 發布了下一代網路的安全指導方針，提供所有 NGN 業者(擁有基礎設施業者)及服務提供者(無基礎設施業者)應該觀察到的下一代網路營運和使用網路服務的安全保護措施。

## 11. 資料保護 (Data protection)

香港個人資料(隱私)條例(隱私條例)(Hong Kong Personal Data (privacy) Ordinance (PDPO))是一部跨部門的資料隱私法，該法適用於所有個人資料的收集和使用(如在該條例中之定義)，電信產業亦包括在內。該條例參照經濟合作與發展組織(OECD)的指引，制定業者在處理個人資料時必須依循的資料隱私保護原則。該資料隱私保護原則要求個人資料應以公平、透明的方式收集，且僅能為當事人同意之目的上使用及揭露。當事人有接取及更正其個人資料的權利，而業者則必須以安全方式處理個人資料，以及在符合必須收集個人資料目的性下，始得保留個人資料。

《電訊條例》沒有明確要求電信業者保留客戶的資料。然而，業者必須提供 CA 合理監理所需之業務相關資料。《電訊條例》賦予行政長官，基於公共利益得進行通信監察、命令業者阻斷通信，以及向政府揭露通信資料。業者如違反規定，可能被處以高達 2,5000 港幣罰款和長達 12 個月監禁。

## 12. 重要趨勢和預期變化 (Key trends and expected changes)

香港電信產業是一個非常成熟的市場，呈現高度自由化，無外國投資限制，以及富裕、技術成熟的消費市場。在 2013 年，依香港通訊事務管理局辦公室(OFCA)官方統計數據，香港 700 萬人口中，行動用戶普及率為 236.8%，其中 57% 的用戶使用 3G 或 4G 服務，香港已然成為世界上行動電話普及率最高的地區之一。大多數的主要業者仍持續發展 4G 和 LET 服務。在 2013 年，當家戶寬頻普及率 87% 下，影響寬頻用戶的 4G 用戶以低於百分之 1 的年增率增加。

在香港通訊事務管理局(CA)宣布將於 2016 年 4 家 3G 既有業者執照屆期時，拍賣三分之一的 3G 頻譜，每一家業者對於他們目前所核配的三分之二 3G 頻譜有優先購買權利。重新拍賣部分 3G 頻譜的目的是允許頻譜使用更高效率及引入新參者以促進

行動通信業者的競爭。

2012年12月中國移動香港在中國移動多媒體廣播（CMMB）技術平台上以「UTV」品牌推出行動電視廣播服務。這項服務提供給所有香港的行動用戶皆可申請而不論用戶的行動網路提供業者是誰，並提供8個電視頻道，其中兩個為免費收視，其餘須支付訂購費用。

中國移動香港也推出了雙模FDD/TDD網路的跨境數據共享服務，促使香港的行動用戶在中國能夠接取更便宜的數據服務。

香港作為一個全球性的網路中心，在中國移動香港投資1億2千2百50萬美元下更進一步提升，在香港建構全球性網路中心（GNC），作為一個海底電纜登陸站和傳輸樞紐、網際網路數據中心、雲端中心和全球網路營運中心。經由既有和新的電纜系統登陸香港連接中國，成為集團的國際電信業務世界運作的基地。

## （二）香港廣電產業管制架構

### 1. 媒體所有權

#### 本地免費電視節目服務牌照

持牌人主要董事必須是有效參與公司方向，而且必須任何公曆年內，居於香港不少於180天，或在任何連續2個公曆年內，居於香港不少於300天，以及最少曾於一段連續不少於7年的期間居於香港。持牌人的控制和管理必須真正在香港作出及進行。

如果「受限制（unqualified）」的控權人<sup>25</sup>取得或進行表決控制權（voting control）（例如：並未遵上述要求的個體），則必須取得主管機關的書面同意：

- 2%或以上但低於6%；
- 6%或以上但低於10%；或
- 加總超過該持牌公司的總表決控制權10%。

當受限制表決控權人行使表決控制權的比例，超過該持牌公司在股東大會總表決控制權的49%時，則應依《廣播條例》附表1的第19(1)節所定公式<sup>26</sup>扣減。

<sup>25</sup>依《廣播條例》之「附表1：不符合本地免費或收費電視節目服務的持牌資格以及對表決控權人的表決控制權的限制」第1部釋義及適用範圍「1釋義(1)」明定，「受限制表決控權人(unqualified voting controller)」指不屬一般表決控權人的表決控權人」。

<sup>26</sup>《廣播條例》附表1的第19(1)節「對受限制表決控權人的表決控制權的百分率的限制」：

## 本地收費電視節目服務牌照

持牌人主要董事必須是有效參與公司方向，而且必須任何公曆年內，居於香港不少於 180 天，或在任何連續 2 個公曆年內，居於香港不少於 300 天，以及最少曾於一段連續不少於 7 年的期間居於香港。持牌人的控制和管理必須真正在香港作出及進行。不過，對於非香港居民表決權股份並未限制。

## 非本地電視節目服務牌照

---

(1) 除第(2)款另有規定外，即使持牌人的組織章程大綱或章程細則載有任何規定或有本條以外的任何法律條文，凡有問題或事宜須於持牌人的股東大會上藉投票決定，下列規定即適用—

(a) 在該次投票中，只有符合以下條件的人方可親身投票或由代表代為投票，其他人不得親身或由代表代為投票：該人在該股東大會舉行時是持牌人的有表決權股份的註冊股東，而就該股份而言，是已有第 22(1)(b)條所述的文件按照管理局根據第 30 條就此而發出的指示填具並交回該持牌人；(由 2011 年第 17 號第 28 條修訂)

(b) 如受限制表決控權人所行使的總計表決控制權的總數，本會超逾由一般表決控權人與受限制表決控權人兩者在該次投票中行使的總計表決控制權的 49%，則就決定該問題或事宜而言，須將受限制表決控權人在該次投票中所投的票數藉乘以按 (c) 段指明的公式釐定的百分率而予以扣減；

(c) 為(b)段的目的而定出的公式為—

$$1/B \times (49 \times A) / 51 \times 100$$

在公式中 A=在該次投票中，由一般表決控權人作為表決控權人所投的總票數所佔的百分率；

B=在該次投票中，由受限制表決控權人作為表決控權人所投的總票數所佔的百分率。

(2) 即使持牌人的組織章程大綱或章程細則載有任何規定，本條於以下情況下不適用—

(a) 在持牌人的股東大會上藉投票決定的問題或事宜是就持牌人設立不同類別的股份；或

(b) (如持牌人的股本當其時正分為不同類別的股份)對任何附於該等不同類別的股份的特別權利的更改，包括廢止在內。

(3) 管理局可在持牌人的任何股東大會舉行之前、之時或期間的任何時間，以口頭方式或藉書面通知指示持牌人就任何決議進行投票，而如有該項指示作出，持牌人即須遵從。(由 2011 年第 17 號第 28 條修訂)



對於外資並無限制，但持牌公司必須依《公司條例（Companies Ordinance）》在香港成立和註冊。

### 其他須領牌電視節目服務牌照

對於外資並無限制，但持牌公司必須依《公司條例（Companies Ordinance）》在香港成立和註冊。

### 聲音廣播服務牌照

持牌人依《公司條例（Companies Ordinance）》必須為在香港成立且註冊的公司。「受限制（unqualified）」的控權人持有有表決權股份（voting shares）<sup>27</sup>加總不得超過該持牌人所有有表決權股份的 49%。

## 2. 跨媒體所有權

《廣播條例》對媒體公司的跨媒體所有權定有規範。依該條例，「不符合持牌資格人士（disqualified person）」不得持有本地免費電視牌照或本地收費電視牌照，或是控制該牌照持牌人，但如有事前經行政長官會同行政會議許可，則可以排除外（except with the prior approval of the chief executive in council）。

「不符合持牌資格人士（disqualified person）」定義如下：

- 同類牌照的持牌人
- 不同類牌照(包括非本地電視節目服務牌照及其他電視節目服務牌照)的持牌人(但就本地收費電視節目服務牌照而言，非本地電視節目服務持牌人並非不符合持牌資格人<sup>28</sup>(註解大小有點怪))
- 廣告宣傳代理商（an advertising agent）；
- 聲音廣播持牌人；
- 指在香港印刷或製作的報刊的東主<sup>29</sup>；

---

<sup>27</sup> 依《廣播條例》第 2 條(1)釋義明定，「有表決權股份（voting share）」就任何法團而言，在某類股份使其註冊擁有人有權在該法團股東會議上投票的情況下，指該類股份。」

<sup>28</sup> 依《廣播條例》附表 1 第 2 部「不符合本地免費或收費電視節目服務的持牌資格以及對表決控制權的限制」第 4 節「持牌人不符合資格的情況」規定。

<sup>29</sup> 同上註釋。

- 任何對上述之人行使控制權之人；或
- 任何上述之人的相聯者（associate）。

有關聲音廣播的部分，《電訊條例》規定以下「不符合持牌資格人士(disqualified person)」不得持有聲音廣播牌照，或對該牌照持牌人具有控制權：

- 廣告宣傳代理商（an advertising agent）；
- 任何在商業過程提供持牌人材料（material）<sup>30</sup>之人；
- 依《電訊條例》規定之持牌人；
- 任何在商業過程，傳輸聲音或電視材料，不論是否居於香港之人；
- 本地免費或本地收費電視持牌人，或類此牌照之相聯者（associate）；或
- 任何對上述之人行使控制權之人。

香港政府對於「新興媒體」平台的出現，尚未有任何賦予跨媒體所有權額外管制的正式的提案。

### 3. 廣播電視執照之核發

#### 電視節目牌照

任何想要提供以下服務之人必須依《廣播條例》取得適當牌照：

- **本地免費電視節目服務（Domestic free television programme service, 簡稱 DFTPS）**：這項服務係指擬供或可供公眾在香港免費接收、擬供或可供由超過 5000 個指明處所組成的觀眾接收，以及以香港為主要目標市場的電視節目服務<sup>31</sup>。現行的年費包括港幣\$4,701,400 元（折合新台幣約 1,794 萬 1000 元）的固定費用，以及港幣\$13,200 元（折合新台幣約 5 萬 373 元）的可變動費用（variable fee）。可變動費用的計算方法：首 17 000 小時電視節目時間，每 100 小時 13,200 元；首 17 000 小時後的電視節目時間，每 100 小時 1,630 元<sup>32</sup>。
- **本地收費電視節目服務（Domestic pay television programme service）**：這項服務係

<sup>30</sup> 依《廣播條例》第 2(1)節釋義明定，「**材料(material)**」包括圖畫（不論是否活動）、言語文字、音樂及其他聲音，不論是否同時製作、說出或發出的。」

<sup>31</sup> 《廣播條例》第 2 條釋義。

<sup>32</sup> 依《廣播(牌照費)規例》(第 562A 章)附表 1 指明的方式計算。

指擬供或可供公眾在定期或以其他方式繳付收看費的情況下在香港接收、擬供或可供由超過 5,000 個指明處所組成的觀眾接收，以及以香港為主要目標市場。現行的年費包括包括港幣\$1,533,000 元（折合新台幣約 585 萬 100 元）的固定費用，以及港幣\$4 元乘以根據該牌照提供的電視節目服務（在有關日期）的訂戶數所得出的可變動費用（variable fee）<sup>33</sup>。

- **非本地電視節目服務（Non-domestic television programme service）**：這項服務係指擬供收視的觀眾非以香港為目標市場<sup>34</sup>。此類牌照可細分二類：甲類為免費服務；乙類則為收費服務。甲類非本地電視節目服務牌照年費是港幣\$56,400 元（折合新台幣約 21 萬 4830 元）；乙類非本地電視節目服務牌照年費是港幣\$74,000 元（折合新台幣約 28 萬 1870 元），以及港幣\$4 元乘以根據該牌照提供的電視節目服務（在有關日期）的訂戶數所得出的可變動費用（variable fee）。
- **其他須領牌電視節目服務牌照（Other licensable television programme service）**：此類牌照再細分為二類：甲類是為不超過 5,000 個指明處所的觀眾提供的電視服務，乙類則為酒店房間提供的電視服務。現行甲類其他須領牌電視服務牌照年費，包括固定費用為港幣\$73,500 元（折合新台幣約 28 萬 150 元），以及港幣\$4 元乘以根據該牌照提供的電視節目服務（在有關日期）的訂戶數所得出的可變動費用（variable fee）。乙類其他須領牌電視服務牌照年費，固定費用為港幣\$16,800 元（折合新台幣約 6 萬 4033 元），以及每間酒店港幣\$5,400 元的可變動費用（variable fee）。

## 聲音廣播牌照

任何人在香港想利用調幅（AM）526.5 到 1606.5kHz 和調頻（FM）88 到 108MHz 提供聲音廣播服務，必須依《電訊條例》取得聲音廣播執照。現行年費是港幣\$3,540,410 元（折合新台幣約 1349 萬 4000 元）（就新城廣播有限公司和香港商業廣播有限公司來說），或是港幣\$2,129,774 元（折合新台幣約 811 萬 7600 元）（就雄濤廣播有限公司來說）。在第一年的牌照費都是固定的（新城廣播有限公司和香港商業廣播有限公司從 2004 年 8 月起、雄濤廣播有限公司從 2008 年 11 月起），然後逐年依政府公布的經濟指數變動。

## 時程表

一般來說，從受理所有必須繳交的文件和釐清申請人的相關資格條件，到進行所有電視節目服務牌照的申請程序，大約需要 4 個月的時間。但乙類其他須領牌電視節目服務牌照申請除外，大約只需要 6 到 8 週的時間。

<sup>33</sup> 根據《廣播(牌照費)規例》第 3 條及附表 2、《2006 年廣播（調整牌照費）條例》第 3 條規定，本地收費電視節目服務牌照的首筆周年牌費，有關日期為牌照的生效日期；就其後任何一筆周年牌費而言，有關日期則為牌照生效日期的每個周年日。

<sup>34</sup> 譯註：主要是在香港上鏈，以亞太地區觀眾為對象的衛星電視服務。

《電訊條例》並未具體訂定聲音廣播牌照申請的時程表。

#### 4.外國節目與本國節目內容之要求

有關外國產製的節目播送方面，並無特殊規範。不過，就本地免費電視節目服務（DFTPS）牌照和聲音廣播牌照的一般規定而言，持牌人必須在指定時段播放不少於指定數量的詳盡新聞報導、時事節目、記實節目（documentaries）、輔導性節目（advisory）、教育、藝術及文化節目等。

對於本地免費電視節目服務（DFTPS）持牌人更進一步的要求，包括：

- 設有 1 個中文台及 1 個英文台；
- 於廣告宣傳時間方面，在每天下午 5 時至晚上 11 時的時段內，就每個時鐘小時而言合計不得超逾 10 分鐘，而在其他時間，廣告宣傳時間佔在有關時段內提供的節目服務的總時間合計不得超逾 18%；
- 播放不少於指定數量的兒童節目，其中包括一定比例的本地製作；及
- 播放政府為學校提供的節目。

#### 5.電視廣告規範

廣電媒體廣告，是依據主管機關所公布的廣告守則所規範，該守則設定了廣告及贊助節目的呈現和內容標準。《電視通用業務守則—廣告標準<sup>35</sup>》規範電視廣告；《電台業務守則—廣告標準<sup>36</sup>》則規範廣播電台廣告。前廣播事務管理局（BA）在 2011 年 3 月針對數位廣播（digital audio broadcasting, DAB）服務附帶影像服務標準，公開徵詢一套全新的電台業務守則，特別提出了二項守則：《電台業務守則 — 附帶視像服務標準<sup>37</sup>》，此為附帶視像的一般規範，還有《電台業務守則—附帶視像服務廣告標準<sup>38</sup>》，特別針對附帶視視像廣告作規範。該提案拓展出管制架構的方法，亦即在符合現行守則的情況下，數位廣播服務的廣播頻道音訊內容則依現行電台守則規範，而附帶視像內容則依新守則規範。

<sup>35</sup> 詳見香港通訊事務管理局於 2013 年 1 月公布的《電視通用業務守則—廣告標準》（[http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies\\_regulations/cop/code\\_tvad\\_c.pdf](http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies_regulations/cop/code_tvad_c.pdf)）

<sup>36</sup> 詳見香港通訊事務管理局於 2013 年 1 月公布的《電台業務守則—廣告標準》（[http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies\\_regulations/cop/code\\_radioad\\_c.pdf](http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies_regulations/cop/code_radioad_c.pdf)）

<sup>37</sup> 詳見香港通訊事務管理局於 2012 年 4 月公布的《電台業務守則 — 附帶視像服務標準》（[http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies\\_regulations/cop/avs\\_content\\_code\\_c.pdf](http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies_regulations/cop/avs_content_code_c.pdf)）

<sup>38</sup> 詳見香港通訊事務管理局於 2013 年 1 月公布的《電台業務守則—附帶視像服務廣告標準》（[http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies\\_regulations/cop/avs\\_advertising\\_code\\_c.pdf](http://www.coms-auth.hk/filemanager/common/policies_regulations/cop/avs_advertising_code_c.pdf)）

線上廣告除非包含特殊內容（例如：色情內容依《淫褻及不雅物品管制條例》規範<sup>39</sup>），否則在香港並未有專屬規範，或特定專屬規管部門（例如，銀行部門—依《銀行業條例》規定，網際網路的廣告不得有邀請大眾入會存款，否則將被逮捕。）

## 6. 必載義務

主管機關依《廣播條例》得要求本地免費電視節目服務（DFTPS）持牌人無償播送政府提供的教育電視節目。此外，本地免費電視節目服務（DFTPS）持牌人依主管機關不定時要求，必須在指定期間播送至少符合最低法定數量的「正面」節目。這些正面節目可能至少包括新聞節目、兒童節目、時事節目、記實節目（documentaries）、以青少年和年長者為對象的節目，以及藝文節目。香港並無任何補助這些義務履行的機制。

## 7. 廣播電視法律之修正

依據提供流動電視服務<sup>40</sup>的第一回合諮詢（在 2007 年 4 月 25 日結束），商務及經濟發展局（CEDB）和電訊管理局（TA）在 2008 年 1 月 29 日公布了第二回合的諮詢文件，針對香港流動電視服務發展的實施架構草案，進一步徵求各界意見。在徵詢各界意見後，商務及經濟發展局（CEDB）在 2008 年 12 月 22 日宣布實施「香港流動電視服務發展架構」。該架構內容如下：

- 電訊管理局（TA）將在特高頻(UHF)頻段保留頻率供 1 多工平台，在頻段 III 保留頻率供 2 數位多工平台，俾利頻譜拍賣。
- 可能的經營者必須依拍賣決定頻譜使用費支付。
- 香港採取「支持流動電視（pro-mobile television）」的作法，成功競標者會被要求至少利用一半的傳輸容量，作流動電視服務之用。

---

39 在香港，電影報刊辦和香港警務處及香港海關都是執行《淫褻及不雅物品管制條例》的部門，一般而言，電影報刊辦主要處理不雅物品的個案，而香港警務處主要處理淫褻物品的個案。如有需要，兩個部門之間會互相轉介。警方主要着重打擊嚴重電腦罪行，例如盜取身份、電子商貿詐騙、電腦欺詐、網上兒童色情、打擊駭客、防止及偵查侵襲網上主要資訊系統的罪行等。警方亦會就網上發布淫褻物品採取執法行動，尤其當這些個案牽涉有組織罪行或三合會活動。（<http://www.coiao.gov.hk/b5/faq.htm>）

40 譯註：台灣將 Mobile Television Service 稱為「行動電視服務」，在香港則稱「流動電視服務」，所指為流動電視指透過廣播網絡傳送至手提器材的點至多點式（即廣播類）流動電視，以及透過現有第二代半或第三代流動通訊（2.5G/3G）網絡傳送至手提器材的點至點式（即串流類）流動電視。

- 經營者必須發展自己的作業守以自律。
- 其他電信或增值服務包括數位廣播服務，如果是利用流動電視服務頻段週邊，必須持續附屬在現行牌照範疇，以及
- 對於人口涵蓋率達 50%的廣電型的流動電視服務，將會要求把頻率稀有性納入考量。涵蓋率的要求會藉由可能的流動電視經營者繳交履約保證金實現。

## 7.新興媒體內容之管制

### 網際網路為基礎的內容 (INTERNET-BASED CONTENT)

以網際網路為基礎的內容傳輸，像是網際網路協定電視 (internet protocol television, IPTV) 是受訊號和節目內容傳輸的相關管制所規範。依《電訊條例》規定，線上內容提供者必須向主管機關取得傳送者牌照<sup>41</sup> (carrier license)。「任何服務透過網際網路所提供」則豁免適用《廣播條例》；這類的服務並不被視為電視節目服務，因此也不需要取得廣播牌照。

不過，當 IPTV 是透過寬頻網路所提供，而且是以電視觀賞為目的時（類似由有線電視經營者所提供的服務，例如：香港有線電視服務有限公司），此類的內容傳輸就很可能被認定為本地付費電視節目服務，而且 IPTV 提供者必須取得一張廣播牌照，還必須提供符合該牌照所要求的電視節目服務。更進一步來說，其所提供的內容必須遵守《淫褻及不雅物品管制條例》的規定。此外，線上賭博在香港是落在《賭博條例 (Gambling Ordinance)》禁止的範圍。

在香港的每項 IPTV 服務（例如：電訊盈科有限公司 PCCW 的 now 寬頻電視，香港寬頻和 Supersun 新電視）都以些微不同的技術提供，像是透過 ADSL 提供服務、透過寬頻網路的網站伺服器提供接收服務，還有透過衛星或 VDSL 寬頻提供接收服務。規管這些提供服務的方式都特定的際標準，包括接收頻寬、互連服務的可開放性，以及網路互連性，這些全都影響到整體服務水準品質。國際電信聯合會 (ITU) 和其他標準發展組織目前正進一步發展相關標準。

---

<sup>41</sup> 依《電訊條例》第 2(1)條釋義，「傳送者牌照(carrier licence)」指就設置或維持向公眾往來傳送通訊的電訊網絡而發出的牌照，而該等通訊是以點對點、點對多點或廣播形式在位於香港的固定地點之間、移動地點之間或固定地點與移動地點之間傳送的，或是以該等形式在位於香港與香港以外地方的固定地點之間、移動地點之間或固定地點與移動地點之間傳送的，而該等位於香港的地點是被未批租政府土地所分開的，但該等牌照並不包括附表 1 所列的牌照；（由 2003 年第 30 號第 2 條修訂）

## **數位廣播 (DIGITAL AUDIO BROADCASTING, DAB)**

前廣播事務管理局 (BA) 針對數位廣播 (DAB) 附帶影像服務 (ancillary visual service, AVS)，提出一系列的《電台業務守則 (Radio Codes of Radio)》，並在 2011 年 3 月啟動公開徵詢。

## **8. 媒體多元 (Media Plurality)**

和電信產業不同，依照現行管制規範，廣電產業的併購並沒有管制或競爭法律可加以審查。在 2012 年 6 月通過了跨產業一般的競爭法律——《競爭條例》。根據《競爭條例》規定，競爭委員會是負責整體一般競爭業務的主管機關。通訊事務管理局 (CA) 和競爭委員會有共同的管轄權，可針對廣電事業進行調查和執行競爭相關公權力。當通訊事務管理局 (CA) 和競爭委員會都有管轄權時，這二個機關得協調由哪一個機關處理競爭事宜。

## **9. 重要趨勢和預期變化**

隨著 2013 年 10 月港府核發出二張新的免費電視 (無線電視) 執照，本國免費電視產業已可預見有擴大競爭的趨勢。這二張新執照分別由有線寬頻集團的奇妙電視、電訊盈科集團經營的香港電視娛樂所取得，二家新業者的加入，打破了無線電視市場長期由電視廣播有限公司 (TV) 和亞洲電視有限公司壟斷的局面。而原本呼聲甚高由電訊商人王維基經營的香港電視網絡 (HKTV) 竟意外落榜，香港政府已解釋在審批過程已充分考量了申請者的財務能力、投計畫、預期廣告營收、節目品質，以及發展穩定性，才作成以上決定。在 2014 年 1 月，香港電視網絡 (HKTV) 已向法庭提出申請重新審查港府駁回申請執照的決定。

### **(三) 管制機關和競爭法**

#### **1. 管制機關 (Regulatory agencies)**

通訊事務管理局 (CA) 是目前香港負責執行通訊傳播產業涉競爭法規範的主管機關。

《電訊條例》規定包含禁止電信市場的反競爭行為、市場主導地位的濫用以及市場主導者的差別待遇。《電訊條例》亦訂有包含對於併購的管制規定，允許 CA 審查交易案作為是否予以換照。

《廣播條例》規定包含禁止服務執照持有者的反競爭行為和市場主導力量的濫用。然而，不像《電訊條例》，《廣播條例》對於處理差別待遇、合併控制等方面並沒有相關規定。

一般的跨業競爭法--競爭條例，將在 2014 年正式生效。依據競爭條例，競爭委員會將調查涉嫌反競爭行為或協議，並在競爭法庭召開時納入公眾意見。

競爭條例正面臨過渡時期，競爭條例的條款生效時，將是電信條例中部分競爭條文及《廣播條例》中全部競爭條文的廢止。依據競爭條例，競爭委員會和通訊事務管理局（CA）將在這個過渡時期協調兩者在競爭條例規定上的職能。CA 將和委員會同時擁有對於電信和廣電事業行為的司法管轄權。

## 2.不服管制機關所作決定之上訴程序

有關反競爭事務方面，任何人因主管機關的意見、裁定（**determination**）、指示或是決定（**decision**），或者依《電訊條例》規定制裁或補救，致使其權利受到侵害時，得向香港電信（競爭條款）上訴委員會提出上訴。上訴委員會可用呈述案件的方式，將上訴中出現的法律問題交由上訴法庭裁定。不過，上訴委員會所作的上訴裁定（**determination**）即為最終決定<sup>42</sup>。

上訴委員會在 2010 年 11 月公布了其實務與程序指導原則。此外，該指導原則規定，在上訴委員會作成決定前，任何因未能遵守該指導原則規定所導致的任何不當或違法行為，不會使法律程序無效。

廣播持牌人（包括正申請取得牌照之人）因主管機關的決定，致使權利受到侵害，得向主管機關主席提出訴願。主席的管轄權包括反競爭事務的相關決定。

雖然香港另有行政上訴委員會，但主管機關所作的決定並不在其管轄範圍內。因此，此類決定只透過普通法的依據申請司法審查，此類申請司法審查案件的提出必須止法院的許可下提出，申請人必須證明在系爭決定中有相當的利益，致使必須提出司法挑戰。可能的司法審查的依據包括：

- 不法；
- 違法不當；和
- 程序不當。

---

<sup>42</sup>詳見《電訊條例》第 32L 條（上訴委員會釋義）、第 32M 條（上訴委員會的成立及成員資格）、第 32N 條（向上訴委員提出上訴）、第 32O 條（上訴委員會的權利及程序）、第 32P 條（不作披露的特權）、第 32Q 條（上訴委員會的決定為最終決定）、第 32R 條（向上訴法庭呈述案件）、第 32S 條（與上訴有關的罪行）、第 32T 條（豁免權）、第 32U 條（規則）。



此外，當有人宣稱遭受某些政府門（或官員）的不公平待遇時，包括主管機關在內，此人可要求公評人調查申訴根據《電訊條例》第33條規定，在符合公共利益的情況下。行政長官得命令截取（interception）、留存（detention）和揭露（disclosure）電信傳送的訊息給政府。未遵守規定者，將處港幣2萬元及拘役12個月。

2006年2月9日正式宣判的「梁國雄及其他人對香港特別行政區(Leung Kwok Hung and another v HKSAR) (案號：HCAL 107/2005)」司法案件中，第一審法院發現《電訊條例》第33條的規定，與《香港基本法（Basic Law）》和《香港人權法案條例（Hong Kong Bill of Rights Ordinance）》所規定的憲法層次保障要件不一致，前揭法律保障通訊傳播自由和隱私權。不過，法院發出一項命令要求暫時停止其宣判效力六個月，以讓香港政府能適當修法。本案例接著上訴到終審法院（Court of Final Appeal，案號：FACV 12/2006），該上訴案要求擱置這項暫時處分。在本案中，為了給予香港政府修正法律的機會，法院暫停這項認定《電訊條例》第33條違憲的處分直到2006年8月8日。立法會通過《截取通訊及監察條例（the Interception of Communications and Surveillance Bill）》，並且在2006年8月9日公布並生效。依《截取通訊及監察條例》規定，電信業者必須在訂明授權（prescribed authorization）的情況下協助政府截取訊息，所謂的「訂明授權（prescribed authorization）」是指法官授權、行政授權或緊急授權。案件。當公評人的發現具有足夠的說服力時，對政府部門未必有法律上的拘束力。

### 3.有關電信和廣播電視產業的競爭法律

依《電訊條例》和《廣播條例》規定，電信產業和廣電產業分別有二個產業特定的競爭管制機關，但如果新競爭條例通過之後，將由新法取代適用。

在電信產業反競爭行為是由主管機關透過《電訊條例》以牌照條件加以管制。違反牌照條件或違反《電訊條例》，最高可處罰款港幣 1000 萬元，或每次違反時，處該牌照營業額的 10%罰款。

《電訊條例》有關競爭的重要規範在第 7K、7L、7M 和 7N 條：

#### • 第7K條（反競爭行為）：

- (1)持牌人不得作出管理局認為目的是在於防止或大幅限制電訊市場的競爭的行為，亦不得作出管理局認為會有如此效果的行為。
- (2)管理局在考慮某行為是否具有第(1)款所訂明的目的或效果時，須顧及有關事宜，包括(但不限於)— (由2011年第17號第28條修訂)
  - (a) 電訊市場內釐定價格的協議；

- (b) 防止或限制向競爭者提供貨品或服務的行動；
  - (c) 持牌人之間按議定的地域或顧客界限分享電訊市場的協議；
  - (d) 有關牌照的條件。
- (3) 在不局限第(1)款的一般性質的原則下，如任何持牌人—
- (a) 訂立具有該款所訂明的目的或效果的協議、安排或協定；
  - (b) 在沒有管理局的事先書面授權下，規定獲取電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務的人亦須從該持牌人或任何其他人處獲取指明的電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務，或規定該人不得從該持牌人或任何其他人處獲取指明的電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務，作為提供或接駁至該等電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務的條件；
  - (c) 給予相聯人士不當的優惠，或從相聯人士處收取不公平的利益，而管理局認為因此會能夠將任何競爭者置於重大不利位置或會防止或大幅限制競爭，則該持牌人即屬作出第(1)款所訂明的行為。

• **第 7L 條（濫用優勢）：**

- (1) 在電訊市場處於優勢的持牌人，不得濫用其優勢。
- (2) 如管理局認為某持牌人能夠在不受其競爭者及顧客的重大競爭性限制下行事，則該持牌人即屬處於優勢。
  - (3) 管理局在考慮某持牌人是否處於優勢時，須顧及有關事宜，包括(但不限於)— (由2011年第17號第28條修訂)
    - (a) 持牌人的市場佔有率；
    - (b) 持牌人作出定價及其他決定的權力；
    - (c) 競爭者進入有關電訊市場的任何障礙；
    - (d) 產品差異及促銷的程度；
    - (e) 管理局在第6D(4)(a)條所提述的指引內規定的其他有關事宜。
  - (4) 如管理局認為某名處於優勢的持牌人已作出目的是在於防止或大幅限制電訊市場的競爭的行為，或已作出有如此效果的行為，則該名持牌人即當作已濫用其優勢。

(5) 管理局可認為以下行為(但不限於以下行為)屬於第(4)款所提述的行為—(由2011年第17號第28條修訂)

(a) 掠奪式定價；

(b) 在價格上的歧視，除非該歧視只是為合理地顧及提供電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務的成本或可能成本的差別而作出的；

(c) 規定合約的其他各方須接納苛刻或與合約標的無關的條款或條件，方與其訂立合約；

(d) 有關持牌人作出安排(第7K(3)(b)條提述的授權所針對的安排除外)，規定獲取電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務的人亦須從該持牌人或另一人處獲取指明的電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務，或規定該人不得從該持牌人或另一人處獲取指明的電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務，作為該持牌人提供或接駁至該等電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務的條件；

(e) 在向競爭者提供服務方面存有歧視。

• **第 7M 條**<sup>43</sup>：禁止持牌人以誤導或欺騙行為提供或取得網路服務或網路等，以及；

• **第 7N 條 (不得歧視)：**

(1) 在符合第(4)款的規定並在不損害第7K條的實施的原則下，在電訊市場處於優勢的持牌人，不得在收費或提供服務條件方面對在市場獲取服務的人之間存有歧視。

(2) 在符合第(4)款的規定下，專利牌照持牌人或傳送者牌照持牌人，不得對合法地獲取和使用電訊網絡、電訊系統、電訊裝置、顧客設備或服務以向公眾提供服務的人，及其他沒有向公眾提供服務的人之間存有歧視。

(3) 歧視包括—

(a) 收費方面的歧視，除非該歧視只是為合理地顧及提供服務的成本或可能成本的差別而作出的；

---

43 已由2012年第25號第37條廢除。

- (b) 在功能特性方面的歧視；及
  - (c) 在其他提供服務條款或條件方面的歧視。
- (4) 只有在管理局認為有關歧視具有防止或大幅限制電訊市場的競爭的目的或效果時，第(1)及(2)款的禁止規定才適用。(由2011年第17號第28條修訂)

《電訊條例》和《廣播條例》有關競爭規定出現的大約四年後，企業合併管制規定在2004年7月於香港生效。企業合併指引也在2004年7月發布生效。主管機關負責執行合併管制的規範，該規定見諸於《電訊條例》第7P條<sup>44</sup>，並以《香港電訊市場的合併收購指引》補充說明。該指引規定主管機關如何落實企業合併控制管制規範的實務。

廣電產業的反競爭行為是由主管機關依《廣播條例》管制。該條例明文禁止反競爭行為以及濫用電視節目服務市場支配優勢地位。不過，和《電訊條例》不同的是，《廣播條例》未對誤導及欺騙行為、差別待遇或企業合併等有明文規定。前廣播事務管理局(BA)在2007年5月11日公布了《廣播條例保障競爭條文援引指南》。該指南載明前廣播事務管理局(BA)在執行競爭條文時將運用的分析架構。主管機關也公布了《競爭調查程序(Competition Investigation Procedures)》詳載該指南細節。

#### 4. 通訊傳播產業合併、併購和聯合投資之審查門檻

依《電訊條例》規定，企業合併和收購的規管是事後審查(on an ex post basis) — 也就是說，傳送者牌照<sup>45</sup>持牌人(carrier licensee)任何打算變更所有權和控制權的情況，縱然有可能是出於自願，亦不需取得主管機關的事前同意。以下的改變受到《電訊條

---

<sup>44</sup> 依《電訊條例》第41條規定：「為免生疑問，特此聲明：凡於《1982年電訊(修訂)條例》\*(1982年第57號)生效日期前任何時間，電訊管理局局長就任何廣播轉播電台或閉路電視批給任何牌照而其意是在行使其根據第7條所具有的權力，則該項批給不得僅因該牌照當時不屬《電訊規例》(第106章，附屬法例A)附表1第2欄所指明的牌照而無效。」

<sup>45</sup> 依《電訊條例》第2條釋義，所謂傳送者牌照(carrier licence)，指就設置或維持向公眾往來傳送通訊的電訊網絡而發出的牌照，而該等通訊是以點對點、點對多點或廣播形式在位於香港的固定地點之間、移動地點之間或固定地點與移動地點之間傳送的，或是以該等形式在位於香港與香港以外地方的固定地點之間、移動地點之間或固定地點與移動地點之間傳送的，而該等位於香港的地點是被未批租政府土地所分開的，但該等牌照並不包括附表1所列的牌照；(由2003年第30號第2條修訂)。所謂傳送者牌照持牌人(carrier licensee)指傳送者牌照的持有人。

例》的規範：

- 傳送者牌照持牌人中，其實益擁有人的表決權；
- 傳送者牌照持牌人中，其表決控制權的表決股份；以及
- 透過傳送者牌照持牌人的事務執行的控制。

特別的是，立法規範授權主管機關在達到四個特定門檻時可啟動調查。當某人不論是單獨或是和任何關聯之人在一電信事業成為實益擁有人，其表決權股份或表決控制權超過 15%，30%或 50%時，主管機關得進行調查，以決定此類改變是否、或者很有可能造成不利電信市場競爭的情形。不過，15%的門檻對任何新進業者來說並不適用(包括任何收購方在另一家電信事業都沒有、或不同時收購超過 5%有表決權股份或影響事務的權力)。

另一個可讓主管機關啟動審查的變動是，當某人或是相關聯之人取得了該電信事業事務的控制權。換言之，公司管理控制權的取得將足以讓主管機關啟動審查，不管是否透過購買股份或其他方式都算。

此外，主管機關發布的企業合併指引指出，將採用四家公司集中率 (CR4) 和赫氏競爭指數 (Herfindahl-Hirschman 指數, HHI 指數) 共同作為評估門檻。換言之，交易只要符合任一測試都算是在「安全港 (safe harbour)」內。

依第一項測試指標 (即熟知的 CR4 測試)，如有以下情形，主管機關不太可能介入：

- 如果企業合併後所占市場比率低於40%，而CR4低於75%。或者
- CR4高於75%，企業合併後所占市場比率低於15%。

在任何情況下，如果企業合併後的該項交易所涉各方所占市場比率達 40%或更高，則主管機關就有可能對於該項交易的競爭效果進行調查。

依照第二項測試指標，即 HHI 指數，如有以下情形，主管機關不太可能介入：

- 企業合併後在相關的市場中，HHI 指數低於 1000，這代表了市場並未集中；
- 企業合併後在相關的市場中，HHI 指數介於 1000 到 1800 之間，這代表了可能的交易將使相關市場集中度的 HHI 指數提高不到 100。
- 企業合併後在相關的市場中，HHI 指數在 1800 以上，則這代表了可能的交易將使相關市場集中度的 HHI 指數提高不到 50。

和《電訊條例》不同，《廣播條例》並沒有和競爭管制一樣的條文，沒有管制廣電產業審查合併和收購的相關規定。

依《電訊條例》規定，主管機關和其執行機構負責落實和執行電信事業合併管制規範。和電信事業不同，在廣電事業方面，並沒有管制規範或競爭法審查企業合併或收購活動。

## **5. 通傳產業合併、併購和聯合投資之審查和核准程序及時程**

依主管機關發布的企業合併指引，可能以下列幾種方式啟動審查機制：

### **針對可能的交易案，要求提交非正式建議給主管機關**

主管機關準備非公開地建議可能的交易案，而這項交易案尚未公開。此類建議不具拘束力，也沒有提供建議的時間表。不過，主管機關會依利害關係人的要求在期間內，試著處理這些要求。

### **針對可能的交易案，要求提交申請事前同意書**

主管機關得以附款或無條件的方式，核發或拒絕核發正式同意書。類此所作的決定具有拘束力。在形成看法前，主管機關必須就此項交易案，給予利害關係人和所有傳送者牌照持牌人合理的機會陳述意見。如果交易提案並未產生嚴重的競爭議題，主管機關將在受理申請的一個月內核發同意書。對於那些要求詳細調查的申請案，主管機關將在受理這些申請案三個月內，作成最終決定。

### **由主管機關發動企業合併交易案完成後的調查**

完成易案二週後必須對外公布，或通知主管機關，主管機關將會通知利害關係人，如果希望的話將進行細節的調查。利害關係人必須提供主管機關必須的資訊，以供評估是否有必要介入調查該交易案。作為調查的一部分，主管機關必須諮詢市場上所有傳送者牌照持牌人的意見。主管機關在形成看法時必須額外考慮相關因素，並且可以向非傳送者牌照持牌人進行市場調查，例如：消費者、供應商、產業協會和消費者團體等。除非利害關係人未能在截止日期要求提供特定資訊，否則詳細的調查必須在三個月內完成。

在廣電產業部分，現行無特定管制規範或競爭法的規定管理企業合併或收購事宜。

## **6. 香港反壟斷管制機關過去一年對於通傳產業重大併購及反壟斷的裁決**

2013年12月20日，香港電視網路有限公司(Hong Kong Television Network Limited，HKTVN)宣布從中國移動香港有限公司(China Mobile Hong Kong Company Limited，CMHK)，香港五個行動網路業者之一，收購China Mobile Hong Kong Corporation Limited中國移動香港有限公司(CMHKC)100%股權。由於CMHKC持

有按《電訊條例》所發出的綜合傳送者牌照，故該收購構成「傳送者牌照持牌人作出的改變」，因而啟動《電訊條例》中規範併購涉及傳送者牌照持有的規定，使通訊事務管理局(CA)展開調查，以決定該項交易是否具有或相當可能具有大幅減少電訊市場中的競爭效果。通訊事務管理局(CA)在 2014 年 1 月 3 日宣布，經評估後，認為這項併購案並無影響電信相關市場的實質競爭，決定不展開調查。

通訊事務管理局(CA)於 2013 年 10 月 4 日收到由香港電訊 HKT (傳送者牌照持牌人)的申請，要求通訊局就香港電訊有限公司(即傳送者牌照持牌人 Hong Kong Telecommunications (HKT) Limited 的控股公司)，擬收購 CSL New World Mobility Limited (即傳送者牌照持牌人香港移動通訊有限公司的控股公司)100%股份一事給予事先同意。由於該交易案會涉及香港移動通訊作為傳送者牌照持牌人被香港電訊收購，因而構成《電訊條例》第 7P(16)條所指的「就某傳送者牌照持牌人作出的改變」。通訊事務管理局(CA)必須考慮此交易是否會實質影響電信市場的競爭，是故，該局隨後發出諮詢文件，徵求各營運商持牌人及任何對此交易感興趣的人表示意見。

在 2013 年 9 月 19 日，通訊事務管理局(CA)核處了第一個反壟斷罰款（9 萬港幣），並糾正 TVB 從事反競爭行為和濫用其市場主導地位。該調查從 2009 年 12 月 10 日 ATV 向前廣播事務管理局正式投訴 TVB 開始。ATV 聲稱 TVB 與旗下藝人、歌手的合約中某些條款以及某些 TVB 非正式的政策和做法，有防止、扭曲和實質限制競爭的目的或效果，違反了《廣播條例》競爭條文的規定。而對於通訊事務管理局(CA)的決定，TVB 已經申請了司法審查。

## 陸、結語

回顧此次赴香港參加 CASBAA 年會活動過程，主要的觀察與心得，說明如下：

### 一、OTT 的未來就是現在，各國皆面臨法規落後困境

在過去幾年，OTT（Over-The-Top）和隨看電視（TV Everywhere）僅僅是討論的話題，但是這二年隨著寬頻建設普及和消費者接受度提高，OTT 和隨看電視服務的發展，已經讓傳統電視業者的思維，逐漸從以往的對抗轉為積極加入新媒體的行列。幾年過去，當時熱烈討論 OTT 的未來已是現在，各國通傳管制單位均面臨法規修正進度落後及執法的困境，如何發展創新內容、新營運型態、妥適解決相關版權問題及建立市場的公平競爭環境是業者與政府應共同正視的課題，：

#### （一）類比時代的法律如何因應數位時代的思維？

此次出席香港 CASBAA 年會期間，無論是在政策圓桌論壇的場合，或是拜會香港最大 IPTV 業者 PCCW 的交流對話過程中，本會代表均接收到境外頻道業者認為我國廣電產業管制強度偏高的訊息。

在拜會 PCCW 時，電訊盈科媒體公司付費電視部門執行副總譚樂琮女士認為台灣核發境外衛星頻道落地執照（landing license）的管制力道太高。譚樂琮女士曾在台灣寬頻工作長達 7 年，她認為，香港市場雖然不大，但是香港通傳管制部門對於廣電產業的管制相對較寬鬆，這是香港吸引國際頻道業者進入市場的最大優勢。

在 CASBAA 政策圓桌論壇中，雖然很多業者抱怨新加坡政府對 OTT 實在管得太多，但是也有境外頻道業者認為我國的電視節目分級制度反而比新加坡嚴格，未能與國際接軌。該名業者認為台灣的電視節目分級標識是用「普」、「護」、「輔」、「限」等中文字，但是一般國際頻道業者未必能確切了解這些中文字所代表的級別意涵，不如用數字或英文字等一望即知的標識，更廣為被國際接受。該業者進一步指出，他們不了解為何在亞洲其他國家可以接受的電視分級標識，一到台灣就必須另外規定，而且國際衛星電視頻道的衛星訊號一傳播出去，涵蓋範圍就是針對整個亞洲地區，除非台灣的市場利益大到足以讓所有國際頻道製作符合台灣電視節目分級標識的單一節目訊號源，否則只會降低國際頻道進入台灣市場的意願。

上述國際頻道業者所反映的問題皆屬類比時代所訂定的法律規範。就電視節目分級制度來說，隨著電視無疆界和網路科技的普及化，青少年和兒童透過網路觀賞視訊節目已逐漸成為趨勢，傳統電視節目依時段分級的制度是否仍要維持？或者改以跨平台內



容分級標準，取代我國現行的各種不同平台的分級制度？我國是否可參考歐盟視聽媒體服務指令所採「原屬國法則（The Country of Origin Principle）<sup>46</sup>」，即當電視服務屬於跨國服務時，該服務提供者只要遵守的是原註冊國的法律，營業地（國家）的法律即承認其原註冊國的法律效力？在數位匯流時代，內容可在不同平台流通，以跨平台思維制定一套內容分級制度，讓分級標準趨於一致，或許是可以考慮的方向，不過目前我國這幾個分級制度分散在不同行政機關，是否要推動匯流的規範架構，牽涉到各行政機關職掌和相關法律修正，仍需審慎廣泛徵詢相關各界意見，而這些議題在本會已討論多年，惟因各方意見分歧，迄今仍遲遲無定案。

## （二）香港流動電視<sup>47</sup>應否適用《廣播條例》爭議

觀察香港 2014 年通訊傳播產業管制動態上，有項訊息值得一提：2013 年 12 月由電訊商人王維基經營的香港電視網絡（HKTV）宣布，併購中國移動的一家全資附屬公司，改辦移動電視和互聯網電視，原本預計在 2014 年 7 月開台，沒想到 2014 年 3 月 12 日又收到通訊事務管理局的通知<sup>48</sup>，如果香港電視網絡（HKTV）使用 DTMB 制式（**Digital Terrestrial Multimedia Broadcast**，即地面數位多媒體廣播技術標準），讓多於 5,000 戶住戶接收到流動電視節目，就必須依《廣播條例》申請免費或收費電視牌照<sup>49</sup>。

---

<sup>46</sup>在歐盟視聽媒體服務指令前言第 33 點載明：「原屬國法則（the country of origin principle）」應該被視為視聽媒體服務指令的核心，因為這是一個創造單一市場的必須要項。這項原則應適用在所有視聽媒體服務上，以確保媒體服務提供者法規的穩定性，這是新商業模式建立的基礎，也是確保資訊和視聽節目，在這個單一市場內部自由流通的必要條件。（原文：The country of origin principle should be regarded as the core of this Directive, as it is essential for the creation of an internal market. This principle should be applied to all audiovisual media services in order to ensure legal certainty for media service providers as the necessary basis for new business models and the deployment of such services. It is also essential in order to ensure the free flow of information and audiovisual programmes in the internal market.）

<sup>47</sup>「流動電視服務」定義詳見註釋 40。

<sup>48</sup> 本項爭議始末可見通訊辦 2014 年 3 月 19 日《流動電視服務爭拗的發展時序事件發展就壹週刊有關廣播類流動電視服務的文章所發出的聲明》新聞公報（資料來源：  
[http://www.ofca.gov.hk/tc/media\\_focus/press\\_releases/index\\_id\\_662.html](http://www.ofca.gov.hk/tc/media_focus/press_releases/index_id_662.html)）

<sup>49</sup> 詳見註釋 31。

由於 2013 年 10 月王維基申請免費電視牌照意外落榜，隔年改以 DTMB 制式提供流動電視服務，再度受挫，甚至被迫辭去大部分員工，令王維基高聲貝批評港府此舉是「搬龍門<sup>50</sup>」，並向高等法院提司法覆核。在 2014 年 3 月 27 日香港立法會資訊科技委員會召開特別會議<sup>51</sup>，討論香港電視網絡流動電視服務風波。王維基與港府雙方各執一詞，商務及經濟發展局與通訊事務管理局指出，政府沒有「搬龍門」，強調現行的《廣播條例》無法律漏洞，相關法例和政策亦不是追不上技術。對於有議員建議港視直接違法開台，香港電視主席王維基則回應：「我也想，但政府現時連我申請的第一個基站亦未批准」<sup>52</sup>。

香港電視（HKTV）因採取 DTMB 技術標準，接收到訊號的家戶可能超過 5,000 戶，香港政府即認定應適用《廣播條例》進而要求必須申請免費電視牌照，在無線通訊科技一日千里的時代，香港政府卻限制流動電視不得以 DTMB 技術傳送訊號、不得讓 5,000 戶以上接收訊號，引發香港通訊傳播產業對於港府向來奉行「技術中立」，產生高度質疑。這也突顯出香港政府在數位匯流時代，類比時代訂定的《廣播條例》和《電訊條例》已面臨新技術出現的嚴峻挑戰。

### （三）美國 FCC 就付費電視規定是否擴張適用 OTT 徵詢意見

美國聯邦通訊傳播委員會（Federal Communications Commission，FCC）在 2014 年 12 月 9 日公布一份諮詢文件<sup>53</sup>，針對線上視訊提供者（online video providers）是否應該和傳統有線及衛星電視公司一樣有相同待遇，邀請各界提供意見。這項公開徵詢重點包括：

- 重新定義「多頻道視訊節目提供者（Multichannel Video Programming

---

<sup>50</sup> 「搬龍門」，是香港近年流行的「潮語」。搬龍門表面的意思，是踢足球時，移動龍門來遷就不準繩的射球，來製造入球（或將原本射中球門的入球變成不入），實際上是形容某些人或機構，無論說話及做事，甚至定下來的規則，都「一時一樣」，無論怎樣自己也是對的，也令別人無所適從，而成語「朝令夕改」亦有類似的意思。在政治話題上，搬龍門指某些當政者隨意改變規則，來自圓其說；在網路討論上，搬龍門則指某些網民在討論當中轉換話題，以轉移自己不利的狀況。有指搬龍門此詞源自英文諺語「Moving the Goal posts」。

<sup>51</sup> 詳見香港立法會資訊科技及廣播事務委員會特別會議紀要（資料來源：<http://www.legco.gov.hk/yr13-14/chinese/panels/itb/minutes/itb20140327.pdf>）

<sup>52</sup> 詳見《香港成報》2014 年 3 月 28 日〈政府港視首次正面交鋒 何沛謙：沒搬龍門 王維基：混淆視聽〉（資料來源：[http://www.singpao.com/xw/gat/201403/t20140328\\_497169.html](http://www.singpao.com/xw/gat/201403/t20140328_497169.html)）

<sup>53</sup> 詳見 FCC 網站（[https://apps.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/FCC-14-210A1.doc](https://apps.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-14-210A1.doc)）。

Distributor，MVPD)」，重新檢討該提供者對於傳輸節目訊號的路徑是否需有控制權。

- 不同的定義將如何影響多頻道視訊節目提供者（MVPDs）、消費者、內容擁有者、以及如何提升競爭和裝接寬頻。
- FCC 應該如何援引其再傳送協議（retransmission consent）、「誠信原則（good faith）」協商的原則，到以網際網路為基礎的多頻道視訊節目提供者身上，以保護地方無線電視臺。以及
- 是否 FCC 這樣的修正提案如何影響目前透過有線電視系統的 IP 傳輸的視訊服務，和直播衛星電視業者間的法律規管現況。

具體而言，FCC 的案提議意謂著，透過網際網路提供即時電視服務的公司—像是已停業的 Aereo—將和 Comcast 或 Time Warner Cable 這樣的公司一樣，可以有相同的特權（以及相同的義務）。

理論上，這表示線上視訊提供者將能夠利用某種保護措施，和節目供應商談判播送內容授權。同時，節目供應商也可以開始向這些經銷管道收費。值得注意的是，FCC 的規定僅適用於那些提供「有預先排定的串流視訊節目」的公司。因此，YouTube 和 Hulu 這類提供可隨選錄放的服務將不適用這項規定。

依照 FCC 提案修正的規定，CBS 名稱為「All Access」的新串流 app 也不適用這項規定。理由是 CBS 僅在 app 上串流自己所擁有的內容，也不會在「多樣的」管道提供內容。隨著越來越多民眾開始透過 OTT 收看電視，FCC 相信修正這些規定後，將可以協助更新、較小型的視訊提供者成長。

#### （四）傳統通傳產業經營思維與彈性監理機制

OTT 有別於電信業者 IPTV 的 Walled garden 封閉式網路架構，由 OTT 服務商在未受到 QoS 保證與 IP 管理環境的網路上，以至少一台 STB 或電視機來提供影音服務。

OTT 服務發展趨勢銳不可擋，衝擊傳統電信及電視產業，台灣傳統通傳產業將面臨經營思維的轉換，在內容提供、網路傳輸與終端設備上可思考：

1. 鑑於新媒體用戶多為「逐節目而居」，內容為王，宜鼓勵製作團隊進行跨界合作，創作吸引目標客群的優質影劇。

2. 網路傳輸：傳輸業者如何提供更好的品質、提高傳輸效率，讓用戶享有更好使用者體驗，也是 OTT 產業鏈中不可或缺的部分。

3.終端設備：終端設備扮演網路傳輸重要的角色，更促使內容業者有更多的加值空間，如何鼓勵目標客群多元使用終端設備，以博取更多用戶群亦是一大關鍵。

在美國由於 OTT 各種付費與免費內容豐富多元，OTT 市場最為熱絡，而歐洲與亞洲的 OTT 服務則相對處於初期發展階段。各國政府主管機關基於促進產業發展及維護消費者權益，正需思考如何發展 OTT 創新服務內容、妥適解決相關版權問題、內容監理、消保問題及建立市場的公平競爭環境。對於是否將 OTT 納管，新加坡及中國大陸採以執照核發方式來管理，美國 FCC 亦考慮給予 OTT 準有線電視的身份，而本會刻正研訂匯流修法，如何創造誘因，解決 OTT 業者內容版權及傳輸品質問題，在不損及用戶權益下，以彈性管理但可究責方式，讓業者有更大發展空間的合理監理機制應是未來可思考的方向。

有一首流行歌曲歌詞是：「未來就是現在，決賽之後還有決賽，未必有彩排…」。數位匯流的趨勢，帶動通訊傳播產業間不斷處於競爭、合作的狀態，各國通訊傳播同儕管制機關亦然，不僅談跨域治理合作機制，彼此之間其實也在互相較勁制定通傳管制政策法律的前瞻性。幾年前各國開始談論 OTT 的未來，其實 OTT 已是現在，當錯失抓住新通訊傳播媒體議題的契機時，下一個新議題競賽又立即到來，每一次的議題對各國通傳管制機關來都是新局，需要加速腳步以更開放的視野處理。

## 二、「中國因素」是政府制定政策時必須納入考量的面向

回顧過去這二年香港和台灣的社會運動，從 2013 年 10 月香港民眾 12 萬人上街抗議港府核發免費電視牌照不公、2014 年 3 月間台灣學生抗議《兩岸服務貿易協議》審查過程而發起「太陽花運動」占領立法院，到了 2014 年 9 月香港學生不滿香港行政長官普選機制的決定，這些社會運動背後都隱藏了「中國因素」。

香港民眾反對中國大陸對於特區逐漸加大力度緊縮的措施，台灣民眾反對執政黨政策過於向中國大陸靠攏，這些抗議分貝高漲的民主社會運動，均對社會產生立場激化與動盪，有待政府和人民以更多的時間、耐心和智慧解決。

## 三、鼓勵本國頻道走向國際

普普藝術大師 Andy Warhol 曾說：「在未來，每個人都有十五分鐘成名的機會（In the future everyone will be famous for fifteen minutes.）」。此次 CASBAA 年會推出一個單位「頻道展示櫥窗」，以 15 分鐘的時間，讓新頻道經營者向所有亞太地區衛星電視業者

介紹他們的電視服務。在聲光影像俱佳的情境下，新頻道有了最好的露出舞臺，提高知名度。

台灣有不少受歡迎的電視頻道，所製作的節目不止受台灣觀眾喜愛，也銷售到華人文化圈。但在 CASBAA 年會中，卻很少見到台灣的頻道品牌。有業者私下表示，這可能受限於語言的關係，多多少少減低了台灣本土頻道參與 CASBAA 的意願。這方面問題或許可由政府相關機關再進一步深入了解。

## 柒、致謝

此行陳憶寧委員率陳慧紋科長、許琦雪專員代表參加 2014 年 CASBAA 年會及政策圓桌論壇，在與亞太地區各國管制機關代表、產業高階經理人對話交流過程中，不僅蒐集並掌握產業最新動態，也強化了本會與國際通傳管制機關及業界的溝通管道。在此必須感謝本會內容事務處簡旭徵副處長、林慧玲簡任視察在行政上給予最大的支援，而本案承辦人申雅君小姐在行程安排聯繫上，細心負責，是此次任務成功的關鍵。謹向協助本案的本會長官及同事們，表達由衷的敬意。

此外，出席香港 CASBAA 年會期間，承蒙台北經濟文化辦事處聯絡組黃新華組長及李佩真專案主任鼎力協助，費心安排拜會香港通訊傳播管制機構及通訊傳播產業，尤其是黃新華組長，熟稔香港政經情勢及媒體產業發展，分析觀點獨到，所提供資訊對此行助益甚大，特此致謝。



