

# 公平交易委員會處分書

公處字第 106103 號

被處分人：大豐有線電視股份有限公司

統一編號：96974228

址 設：新北市土城區中華路 2 段 207 號 5 樓

代 表 人：○○○

地 址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

## 主 文

- 一、被處分人實施「第四台回娘家優惠方案—0 元看一年」，核屬以低價利誘方式阻礙競爭者參與或從事競爭之行為，而有限制競爭之虞，違反公平交易法第 20 條第 3 款規定。
- 二、處新臺幣 100 萬元罰鍰。

## 事 實

- 一、緣全國數位有線電視股份有限公司（下稱全國數位公司、檢舉人）來函檢舉，略以：大豐有線電視股份有限公司（下稱被處分人）105 年 7 月起以寄發內容為「您好：這邊是大豐有線電視-大大寬頻…我們現在有一個整年 0 元，完全免費收視收看第四台回娘家優惠方案…」之簡訊，以及對話內容為「…現在就是我們針對轉到全國的用戶，只要你以前是大豐轉去全國的，我們就幫你開通第四台的訊號，也就是我們提供給你第四台直接送你一年免費…」之電話等方式，針對曾使用被處分人有線電視服務嗣轉而使用全國數位公司有線電視服務之板橋區用戶，推出「第四台回娘家優惠方案-0 元看一年」（下稱系爭優惠方案），以低於成本之掠奪性定價方式，誘使全國數位公司客戶轉換交易對象，改與被處分人締約，且系爭優惠方案與收視戶契約期間長達 1 年，將發生迅速掠奪全國數位公司客戶之效果，期間必將影響其交易機會及嚴重阻礙其參進市場，藉此迫其退出市場以獲取長期超額利潤，穩固被處分人於新北市

板橋區有線電視市場業者之既有優勢地位。

## 二、調查經過：

(一) 函請全國數位公司提供相關事證、陳述書並到會說明，略以：

1. 被處分人確實僅針對全國數位公司訂戶實行系爭優惠方案，據悉未對同經營區即新北市板橋區之競爭同業數位天空服務股份有限公司（下稱數位天空公司）實行，對其既有訂戶亦無實行系爭優惠方案。然因被處分人對全國數位公司訂戶實行系爭優惠方案之其他相關事證尚難取得，僅以署名大大寬頻（為被處分人關係企業）之 4 紙系爭優惠方案收據及前揭收據所載地址之客戶之全國數位公司服務裝機單，其中 3 名客戶已向全國數位公司辦理退機之退費申請表佐證。
2. 被處分人 105 年 7 月至 8 月間推出系爭優惠方案，致全國數位公司 105 年 7 月、8 月退機戶數達○戶，而受有總計新臺幣（下同）○萬餘元之退費損害，另提供全國數位公司 105 年 7 月至 9 月退機名單供參。
3. 一般有線電視系統經營者（下稱有線電視業者）營業成本結構可分為訂戶安裝維修成本、節目版權成本、節目播映成本、節目製作成本、折舊費用及其他。其中節目版權成本，依有線廣播電視法相關規定，係依實際訂戶數計算成本，隨訂戶數之增加，版權費隨之增加，故業界將此視為變動成本，可用平均訂戶數去除，求得平均每戶每月版權費成本，即為平均變動成本，而被處分人 103 年度、104 年度因財報適用 IFRS（即國際財務報導準則）後，其財報表達方式未細分節目版權成本、節目播映成本、節目製作成本，而將之併為節目版權成本。
4. 全國數位公司計算被處分人 102 年至 104 年度平均每戶每月版權成本（即平均變動成本）分別約○元、○元及○元，104 年度係因被處分人跨區經營後，在該等跨區經營之營業區係以行政戶數 15% 計費，故墊高該年度平均每戶每月版權成本，而前揭版權成本包含

全部頻道商及頻道代理商之版權成本。

5. 全國數位公司 104 年開播迄今，除有推出限時優惠方案期間，原則均依新北市政府頻道分類審定費率之「基本普及組」收費，每月為 450 元。前曾於 104 年 8 月至 12 月推出買 6 個月看 7 個月，平均每月○元之優惠方案，另於 105 年 1 月至 8 月 15 日因應同業推出買 3 送 3 優惠方案，亦推出針對首裝客戶買 3 送 3 之促銷方案，平均每月○元，並無採取低於平均變動成本之不公平競爭方式參進市場。

(二) 函請被處分人提供相關事證、陳述書並到會說明，略以：

1. 系爭優惠方案係被處分人就 104 年 5 月至 105 年 6 月間之「拆機客戶名單」，自 105 年 6 月 20 日起試辦實施，復於 105 年 7 月起每月 10 日抽籤○名拆機客戶，預計執行至 105 年 12 月，由被處分人電銷組人員電洽通知中獎之拆機客戶，可享免費收視 1 年被處分人有線電視之權利，並同時推廣寬頻網路服務（需收費）。系爭優惠方案 105 年 7 月成交率約 2 成，嗣因開放中獎之拆機客戶可指定其他舊拆機訂戶遞補，故 105 年 8 月後成交率上升至 8 成，目前取得系爭優惠方案客戶數約 1,000 餘戶。中獎之拆機客戶主要為被處分人既有經營區之板橋區、土城區之拆機客戶，至於新經營區如中和區、永和區、樹林區、三峽區及鶯歌區，因客戶甫裝機，尚無拆機情形。
2. 檢舉人提供簡訊內容所載業務員為被處分人員工，此類簡訊係因要求電銷組人員每月系爭優惠方案成交率，例如每人要求打 10 通電話，至少須成功拉回 5、6 名客戶。因業績壓力，故電銷組人員於電洽系爭優惠方案中籤客戶未果時，即可能寄發此類簡訊予該客戶，而簡訊發送對象及其電話號碼則由前述「拆機客戶名單」取得。
3. 中獎客戶裝機完成後，因係抽獎贈送而無收費收據，惟如客戶要求時，則提供可收視到期時間證明之單據供客戶留存，又「裝機工單（服務裝機單或申裝書）」

由客戶簽名後，存根聯由工程單位繳回公司留存，例如申裝書中所載之「CATV\_視訊收入」每期金額 1,500 元，收費金額則為 0 元，而另有客戶因安裝寬頻服務，故申裝書載有「26M/26M\_寬頻連線費」每期金額 1,200 元，收費金額 1,200 元。

4. 檢舉人提供署名大大寬頻之 4 紙系爭優惠方案收據，為被處分人 105 年 7 月推廣系爭優惠方案所簽發，因起初認為提供免費收視 1 年，即 105 年 7 月某日與系爭優惠方案中獎之拆機客戶談妥約裝後，則提供至翌(106)年 6 月底之免費有線電視服務，此即系爭收據所載「有線電視收視費用已結清至 106 年 6 月 30 日止」意涵，惟因嗣有客戶反映應提供完整 1 年之免費有線電視服務，故 105 年 8 月推廣系爭優惠方案時，如客戶於 105 年 8 月接受系爭優惠方案，則可免費收視至 106 年 8 月底。提供系爭收據所載地址之收視戶取得系爭優惠方案之申裝書及 105 年 7 月至 10 月間取得系爭優惠方案之收視戶之申裝書數份供參。
5. 節目版權成本、節目製作成本即為與頻道代理商洽談成交之節目版權費用，係以固定訂戶數為基礎計算，不因節目版權購買期間訂戶數之變動而增減，故認此二成本項目為固定成本。又有線電視業者係屬資本密集產業，除節目製作及頻道版權購置成本外，建置初期投入骨幹網路建設亦需投入大量資金，另為配合主管機關數位化政策，被處分人建置高畫質數位機房並推出高畫質 HD 數位機上盒，於 104 年度已 100% 數位化，因此固定成本佔整體營業成本比重極高，伴隨用戶數之變動成本主係安裝機上盒之相關成本。
6. 系爭優惠方案按公平交易法第 23 條及事業提供贈品贈獎額度辦法第 3 條規定，依法不屬贈品、贈獎之適用範圍，應屬不以交易為要件之促銷行為，或服務本身之價格折扣促銷行為，故不受第 4 條第 1 項贈品價值上限二分之一之限制。退步言，縱屬贈獎（抽籤中獎所無償提供之服務），亦未超過第 5 條第 3 項贈獎總

額及第 6 條最大獎項金額之上限。

7. 系爭優惠方案從舊有拆機客戶中以抽獎方式限量辦理，並無針對特定競爭業者實施之意圖。本次拆機回娘家方案之客戶族群，統計當時拆機原因以及各該原因之戶數占取得系爭優惠方案總客戶數 1,085 戶之比例，涵蓋轉去「收看無線電視（共 9 戶，1%）」、「收看中華 MOD（共 8 戶，1%）」、「收看全國有線電視（共 397 戶，37%）」、「收看數位天空有線電視（共 257 戶，24%）」，更多是屬於客戶表明「已搬家（共 36 戶，3%）」或「無收視需求（共 56 戶，5%）」等。
8. 被處分人為獨立系統業者，在新北市積極投入大量成本建置數位光纖網路以提升有線電視服務品質，而同時兼具既有及跨區經營業者身分，與其他既有業者單純寡占地位不同。然今（105）年在面臨數位天空、全國等新進業者競相推出超低特價促銷，而同時中華 MOD、網路電視 IPTV 如 Netflix、愛奇藝等紛紛祭出免費收視方案搶客，造成用戶收視習慣改變，拆第四台轉去收看 OTT 網路電視、手機 APP 等熱門新聞綜藝節目線上免費直播。被處分人在既有經營區客戶數迄今明顯流失近 2 萬戶，而擴增經營區訂戶數卻未能突破行政戶數 15% 之 MG 門檻，更遑論實際收益，腹背受敵情況下不得已被迫跟進採取系爭促銷策略防禦。
9. 系爭優惠方案之消息絕不樂見對外流露至非中籤拆機客戶，檢舉人提供被處分人業務員發出之手機簡訊，經查係少數業務員個人行為，目的僅為通知未接電話之中獎客戶，提醒客戶注意領獎訊息，尚無大量或針對不特定對象致有散佈廣告之情事，會約束電銷組人員不可再為。且如非屬中獎之舊拆機客戶，縱經轉寄而收受系爭簡訊者，亦無法參與優惠專案，當不致造成無限制數量之客戶轉與被處分人交易。因受調查之故，為避免後續衍生爭議，決定自 105 年 11 月 11 日起主動停止實施系爭優惠方案。

## 理 由

### 一、本案相關市場及被處分人市場占有率：

#### (一) 相關市場界定：

##### 1. 產品市場：

- (1) 被處分人、台灣數位寬頻有線電視股份有限公司（下稱台灣數位寬頻公司）、全國數位公司及數位天空公司均係依有線廣播電視法向通傳會申請取得經營許可之有線廣播電視系統經營者，主要業務為以設置有線廣播電視系統，播送影像、聲音或數據，供公眾收視、聽或接取之服務。雖目前國內可提供「傳播影像、聲音供公眾直接視、聽」之服務者，除有線廣播電視外，尚包括無線廣播電視、直播衛星廣播電視、網路視聽平臺及多媒體內容傳輸平臺（如中華電信 MOD），均能承載語音、視訊、寬頻上網等服務。惟參酌本會 105 年 11 月 28 日委外辦理「有線電視與 MOD 等視聽媒體服務平台替代性意見調查」內容顯示，民眾以有線電視為主要收視管道占 70.7%、無線數位電視占 12.7%、MOD 占 10.9%、免費網路視聽平台占 5.0% 及付費網路視聽平台占 0.7%（後二者即 OTT）。主要使用有線電視收看電視節目者，重視頻道節目內容選擇多元性、頻道節目符合需求及收視習慣（包含操作方式、頻道位置等），最近一年改變主要收視管道者比例僅 1.7%。另據通傳會公布之「有線電視（播送）系統全國總訂戶數統計表」及「中華電信 MOD 累計用戶數」觀之，前者訂戶數由 101 年第 1 季 504 萬 1,259 戶成長至 106 年第 1 季 522 萬 4,462 戶，後者用戶數亦由 101 年第 1 季 110 萬 6,070 戶成長至 106 年第 1 季 133 萬 8,071 戶，有線電視訂戶並未因中華電信 MOD 用戶增加而有訂戶數衰退之情事，亦可證二者之增減未必有關連性，爰可認二者未有顯著替代性。從前述消費者於有線電視與 MOD、網路視聽平台間轉換情形與用戶使用行為發

現，有線電視與 MOD、網路視聽平台等服務互不為替代。

(2) 另衡酌中華電信 MOD 與有線電視目前仍係分別以電信法與有線廣播電視法管制，中華電信 MOD 服務之營運模式係以固網增值服務方式提供電信傳輸平台，非頻道節目內容提供者，亦不得規劃頻道，與有線電視業者對於編排頻道位置有相當自主權不同，且 MOD 收視費用包含平臺服務費及頻道節目內容、隨選視訊內容、應用內容等各項服務費用，而有線電視收視費用主要為視訊服務費用，並無平臺服務費，二者收視費用結構及費率管制密度迥異，顯示二者於法令管制與供給面應尚不具緊密替代性。

(3) 經審酌有線廣播電視系統服務與網路視聽平臺服務、多媒體內容傳輸平臺服務、無線廣播電視服務及直播衛星廣播電視服務間，渠等所提供之頻道數量、頻道內容、法令管制、收視戶替代關係等因素，現階段尚缺乏顯著之替代性，是以本案應以「有線廣播電視服務」為產品市場。

2. 地理市場：查被處分人及台灣數位寬頻公司向通傳會申請之有線廣播電視系統經營區「新北市板橋區」，涵蓋範圍包括新北市板橋區及土城區，而新進業者全國數位公司係 104 年 5 月於新北市板橋區、三重區及新莊區開播，並於 105 年 6 月 13 日取得有線廣播電視系統經營者經營許可執照（第 2 期），可經營區域除前揭 3 行政區外，尚涵蓋土城區、中和區、樹林區、三峽區、鶯歌區、蘆洲區、五股區、汐止區及泰山區；數位天空公司係於新北市板橋區、土城區及中和區開播。由於前等事業重疊且相互競爭之區域或範圍為新北市板橋區及土城區，縱全國數位公司尚未正式於土城區開播，惟全國數位公司業取得該行政區之經營許可執照，故無礙於該業者得隨時於土城區提供有線廣播電視服務；而新北市板橋區及土城區之有線電視收視戶

等交易相對人亦僅能選擇訂閱收視其所在區域提供有線廣播電視服務之事業，故應以「新北市板橋區及土城區」構成本案地理市場。

(二)市場占有率：按前述市場範圍之界定，本案所涉相關市場為「新北市板橋區及土城區」有線廣播電視系統服務市場。經查被處分人於通傳會原劃分有線電視經營區內（即新北市板橋區及土城區）之其他經營者僅台灣數位寬頻公司），全國數位公司及數位天空公司則分別於 104 年 5 月、104 年 11 月開播。依通傳會公布之「106 年第 1 季有線廣播電視訂戶數（依經營區）」統計資料及案關業者提供各行政區訂戶數資料，截至 106 年 3 月被處分人、台灣數位寬頻公司、全國數位公司（該公司於土城區尚未開播，故該區訂戶數為 0）及數位天空公司在新北市板橋區及土城區分別為 78,313 戶、85,834 戶、24,308 戶及 40,299 戶，則其等市場占有率分別約為 34.2%、37.5%、10.6%及 17.6%，是得認被處分人於「新北市板橋區及土城區有線廣播電視服務市場」顯然具有相當市場地位。

二、按公平交易法第 20 條第 3 款規定：「有下列各款行為之一，而有限制競爭之虞者，事業不得為之：…3、以低價利誘或其他不正當方法，阻礙競爭者參與或從事競爭之行為。」第 40 條第 1 項規定：「主管機關對於違反第 9 條、第 15 條、第 19 條及第 20 條規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣 10 萬元以上 5 千萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣 20 萬元以上 1 億元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。」第 20 條第 3 款立法理由表示，係就具有相當市場地位之事業從事不當低價競爭或其他阻礙競爭之行為，雖未構成掠奪性訂價，但對市場造成限制競爭效果者，予以明文規定，以維市場競爭秩序。另公平交易法施行細則第 27 條規定：「本法第 20 條第 3 款所稱低價利誘，指事業以低於成本或顯不相當之價格，阻礙競爭者參與或從事競爭。低價利誘



是否有限制競爭之虞，應綜合當事人之意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品或服務特性及實施情況對市場競爭之影響等加以判斷。」而該條立法理由謂判斷是否低價利誘，原則以平均變動成本為標準，例外於個案參酌市場結構、產業特性等因素，亦可採用平均避免成本、平均增支成本或進貨成本等標準認定之。

三、被處分人 105 年 6 月下旬起實施系爭優惠方案之行為，已構成公平交易法第 20 條第 3 款所稱以低價利誘方式阻礙競爭者參與或從事競爭之行為：

(一) 按有線廣播電視服務具各家有線電視業者提供之基本頻道服務同質性高之特性，故同一時空下，用戶僅須單一業者提供服務即已滿足，則用戶選擇交易對象著眼點即轉而為價格、品質或其他條件，是倘既有業者憑恃其市場優勢地位實施具低價利誘性質甚或免費收視之促銷優惠方案，一經締約即可取得約定期間內單獨供應用戶有線電視服務之交易機會，新進業者倘欲與其競爭，勢必須以更低廉價格爭取用戶，惟新進業者營運初期尚須負擔高額基礎建設成本及頻道授權費用，恐難長期比照以低於成本之收視費用提供服務，甚或提出免費收視方案，是倘具有相當市場地位之既有業者實施具低價利誘性質甚或免費之促銷優惠方案，將阻礙新進業者以價格、品質或其他條件爭取交易相對人之競爭。

(二) 被處分人系爭優惠方案係以低於成本且顯不相當之價格，阻礙新進業者參與或從事競爭：

1. 查有關事業低價行為存在之量化檢驗方法，依所選定事業成本種類之不同，可分為邊際成本檢驗法（實務上以平均變動成本替代之）、平均避免成本檢驗法、平均增量成本檢驗法、平均成本檢驗法。倘以實務上常見平均變動成本法檢驗，全國數位公司係將節目版權成本、節目播映成本、節目製作成本歸為變動成本，隨訂戶數之增加而增加，而被處分人則認節目版權成本及節目製作成本，本為其與頻道代理商洽談成交之節目版權費用，係以固定訂戶數為基礎計算，故屬固

定成本，而伴隨用戶數之變動成本主係安裝機上盒之相關成本，檢舉雙方對於有線電視服務之變動成本見解歧異。惟查，103年起頻道代理商為因應通傳會有線電視分組付費政策，對各有線電視業者收取之頻道授權費用及其銷售辦法係以「基本頻道」作為洽談標的，並以「簽約戶數」為計價基礎，105年頻道代理商對各有線電視業者提出之基本頻道銷售辦法，亦以「每月每戶單價」報價，並以「訂戶數」為簽約計價基礎，又雙方所簽訂之頻道授權契約之授權條件及內容須每年重新協商洽簽，每年雙方所議定之頻道授權費用亦因「訂戶數」之變動而有所調整，故有線電視業者支付予頻道代理商之頻道授權費用（此費用即屬有線電視業者所稱節目版權成本）係依訂戶數之變動而變動，仍屬變動成本，殆無疑義。復按被處分人表示安裝機上盒之相關成本屬變動成本，而有線電視業者之維修成本與安裝服務相關，亦將隨訂戶數之變動而調整，亦同屬變動成本，爰據被處分人所提供近年營業成本明細，將其內「版權成本」、「安裝成本」及「維修成本」等項目併計為變動成本計算，則被處分人既有經營區板橋區、土城區103年、104年及105年上半年度之每戶每月平均變動成本分別約為○元、○元及○元，另就有線電視相關產業之商業模式、交易特性及經營性質等面向觀察，其等事業之營業成本（尤其是變動成本）殊無可能為0，故被處分人系爭優惠方案針對其舊有拆機客戶，提供享有免費收視1年被處分人有線電視之權利，就一般收視戶而言，本案系爭優惠方案無異於以無償方式收視被處分人所供播之基本頻道節目，顯見被處分人係以低於平均變動成本之免費方案，藉以利誘及影響有線電視收視戶對交易對象之選擇，應堪認定。

2. 次查被處分人網站刊載之資費方案顯示，其數位有線電視收視費月繳500元、季繳1,500元、半年繳2,980元及年繳5,960元，而取得本案系爭優惠方案之用戶之

「數位視訊暨寬頻服務申裝書」收費/設備項目欄亦載明「CATV\_視訊收入」每期金額應為 1,500 元，另查被處分人曾推出收視費每戶每月平均○元至○元之優惠方案、數位天空公司亦曾推出收視費每戶每月平均○元至○元之優惠方案，以及全國數位公司曾推出收視費每戶每月平均○元至○元之優惠方案。故被處分人推出給予舊有拆機用戶免費收視 1 年之系爭優惠方案，無論與其過去對訂戶之收費價格，或其他有線電視業者收費情形相較，依照市場之商業通念，抑或有線電視之一般消費通念以觀，皆係為顯不相當之價格。

(三) 被處分人實施系爭優惠方案之意圖及目的，乃在阻礙新進業者參與或從事競爭：

1. 查被處分人自承系爭優惠方案自 105 年 6 月 20 日起試辦實施，實施對象為被處分人 104 年 5 月至 105 年 6 月間之拆機客戶，並自承前等實施對象主要為被處分人既有經營區新北市板橋區、土城區之拆機客戶，是以，系爭優惠方案實施對象未包含被處分人之「既有客戶」。次查，被處分人自承系爭優惠方案之消息不樂見對外流露至非中籤拆機客戶，並表示系爭簡訊係由被處分人電銷組人員電洽通知中獎之拆機客戶，得認系爭優惠方案並無對外公開促銷，爰非屬針對不特定對象所實施之一般促銷方案。且查 104 年 5 月、104 年 11 月恰為新進業者全國數位公司、數位天空公司開播時點，其等開播地區恰含新北市板橋區、土城區，且系爭優惠方案實施日期在於新進業者全國數位公司、數位天空公司開播營運時點之後，綜合前等事實觀之，可證系爭優惠方案係為因應新進業者參進本案相關市場，所為低價利誘新進業者之客戶以阻礙新進業者參與或從事競爭行為之意圖甚明。
2. 復據被處分人提供系爭優惠方案復機客戶之拆機原因統計表顯示，取得系爭優惠方案之 1,085 戶中，雖有部分客戶當時拆機原因為逾期未繳、搬家、無人居住或很少使用等因素，惟查其中 397 戶 (36.59%) 及 257

戶（23.69%）為收視全國數位公司、數位天空公司，合計 654 戶（60.28%），倘併計拆機原因為「客不願告知（共 164 戶，占 15.16%）」者中或有部分亦係轉換由新進業者提供服務，則取得系爭優惠方案之客戶來自於新進業者之比例，將高於前所統計之 6 成比例，益發凸顯被處分人系爭優惠方案實施對象係以新進業者之客戶為主，揆其意圖及目的，應係以免費服務爭取新進業者之客戶為手段，使其競爭者難以與其競爭。準此，被處分人辯稱系爭優惠方案從舊有拆機客戶中以抽獎方式限量辦理，客戶當時拆機因素多元，並無針對特定競爭業者實施之意圖等語，顯屬規避卸責之詞，要無可採。

- (四) 被處分人實施系爭優惠方案之行為，已阻礙競爭者參與或從事競爭：勾稽被處分人系爭優惠方案 105 年 7 月至 10 月復機客戶名單及全國數位公司、數位天空公司同期拆機名單，合計逾 300 戶之用戶名稱一致；復由全國數位公司提供署名大大寬頻之 4 紙系爭優惠方案收據及前揭收據所載地址之客戶之全國數位公司服務裝機單，其中 3 名客戶已向全國數位公司辦理退機，以及經向被處分人證實，前揭收據所載地址之收視戶業已取得系爭優惠方案等事證觀之，可證被處分人系爭優惠方案已影響交易相對人對有線電視服務提供者之決定，而使得新進業者蒙受立即流失客戶及退租退費之損害，就市場競爭或市場進入所產生之效果而言，已對競爭者產生阻礙競爭之效果。

四、被處分人實施系爭優惠方案之行為已有限制競爭之虞，理由如下：

(一) 對市場競爭及競爭事業之影響：

1. 衡諸被處分人為既有業者，於系爭相關市場之市場占有率為 34.23%，業具有相當市場力量，鑒於前揭有線電視服務特性，有線電視業者爭取交易機會，客源不外乎「開發本非有線電視之收視新客戶」及「爭取其他競爭同業之收視舊客戶」，而本案系爭優惠方案招徠

對象高達 6 成即屬後者，且均來自於新進業者，顯示被處分人阻礙新進業者參與或從事競爭之意圖甚明。由於新進業者參進市場初期，除須面臨開發新客戶不易之現況，尚須負擔高額網路佈建成本及頻道授權費用，本即處於相對不利之競爭地位，其競爭對手被處分人再以低於成本且顯不相當之價格從事競爭，將形成對新進業者之競爭屏障，而對相關市場之效能競爭產生不利影響。另按本案因本會調查致被處分人主動停止實施系爭優惠方案，倘未有調查或及時遏止系爭違法行為，依被處分人原所規劃，系爭優惠方案預計執行至 105 年 12 月，每月招徠 300 名拆機客戶，則可合理預期取得系爭優惠方案之新進業者用戶勢必增加，且因被處分人擁有台灣數位寬頻公司 100% 股份，二事業具控制從屬關係而有事業集團經濟上一體性，不排除台灣數位寬頻公司未來亦採行相類優惠方案，則被處分人系爭優惠方案對市場競爭之影響程度將更為顯著。

2. 復查被處分人 105 年 6 月實施系爭優惠方案前之市場占有率，因新進業者全國數位公司、數位天空公司參進市場而下降，然對照被處分人 105 年 6 月下旬起實施系爭優惠方案後，其市場占有率之降幅已有減緩趨勢，反觀新進業者全國數位公司、數位天空公司同期市場占有率之增幅亦呈現趨緩現象，故尚難認被處分人實施系爭優惠方案對本案相關市場之競爭程度不具影響力。
3. 此外，對欲爭取已取得系爭優惠方案用戶之競爭者而言，除比照被處分人提供免費收視優惠外，恐須提供較系爭優惠方案為長之免費服務期間或額外提供贈品、禮券或等值物資，始能成功爭取系爭優惠方案用戶，是系爭優惠方案無疑墊高競爭者經營成本。

(二) 對系爭優惠方案用戶及消費者之影響：就已取得系爭優惠方案之用戶短期而言，乍似無償取得 1 年有線電視服務，惟「天下沒有白吃的午餐」，考量有線電視業者之設

立係特許性質，所提供之服務均受有線廣播電視法相關規定及目的事業主管機關通傳會之高度管制，故其在設立、所提供之有線電視視訊服務進入相關市場受有法令限制情況下，待現有新進業者因被處分人系爭優惠方案而退出相關市場，於本案相關市場一時亦難有後繼之經營者參進，將剝奪消費者未來有線電視服務交易對象及多元服務方案之選擇權，而被處分人在無其他競爭者參與競爭狀態下，極有可能恢復原本之收視費用，抑或縮減、不再提供先前所提供之優惠措施，且就消費者利益評估，案關消費者原可自新進業者參進市場初期與既有業者競爭之際取得若干利益，如較高收視品質、網路頻寬等亦將不復見，如此終將減損本案相關市場之效能競爭及整體消費者利益。

(三) 綜上，被處分人實施系爭優惠方案之行為對新北市板橋區及土城區有線廣播電視服務市場之競爭及消費者利益顯有負面影響，而有限制競爭之虞。

五、綜合考量被處分人市場地位、所屬市場結構、案關服務特性；系爭行為之意圖、目的、系爭優惠方案實施情況對市場競爭之影響，被處分人105年6月下旬起實施系爭優惠方案，核屬以低價利誘方式阻礙競爭者參與或從事競爭之行為，且依其在本案相關市場占有率以觀，藉系爭優惠方案之實施，於案關服務特性同質性高情況下，將阻礙其他有線電視業者以價格、品質或其他條件爭取交易相對人之競爭，導致競爭者銷售困難，系爭行為無疑限制競爭可非難性甚高，而有限制競爭之虞，構成違反公平交易法第20條第3款規定。

六、至被處分人另辯稱本案為腹背受敵情況下不得已被迫跟進採取系爭促銷策略防禦等語，蓋被處分人於本案相關市場屬具相當市場地位之既有業者，卻以免費服務不當利誘本案相關市場內之交易相對人，兼之系爭優惠方案實施時間已逾4個月，提供免費服務時間長達1年，對競爭者及市場競爭秩序已產生一定程度之影響，故被處分人尚不得以贈獎促銷策略或價格競爭行為作為合理抗辯事由。

七、綜上，被處分人 105 年 6 月下旬起實施系爭優惠方案，係以低價利誘方式阻礙競爭者參與或從事競爭之行為，而有限制競爭之虞，違反公平交易法第 20 條第 3 款規定。依據公平交易法施行細則第 36 條規定，經審酌被處分人之市場地位、阻礙新進業者參與或從事競爭之意圖、目的、實施系爭優惠方案之行為不法性及持續期間（105 年 6 月 20 日至同年 11 月 10 日）、105 年度營業額、訂戶數、受影響戶數、初次違反公平交易法第 20 條規定及配合調查態度良好等因素，爰依同法第 40 條第 1 項前段規定處分如主文。

中 華 民 國 1 0 6 年 1 1 月 1 0 日  
被處分人如不服本處分，得於本處分書達到之次日起 2 個月內，  
向臺北高等行政法院提起行政訴訟。