

公平交易委員會處分書

公處字第 106082 號

被處分人：全聯有線電視股份有限公司
統一編號：96973620
址 設：新北市蘆洲區中山一路 12 號 3 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「0 元收看有線電視一年」及「1,500 元收看有線電視一年半」之優惠方案，係以低價利誘方式阻礙新進業者參與或從事競爭之行為，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、案據甲公司來函檢舉，被處分人自 105 年 7 月起於新北市三重區與競爭同業之既有客戶簽訂 0 元收看有線電視一年方案，以低於成本之掠奪性定價方式，誘使競爭同業之客戶轉換交易對象，涉及違反公平交易法第 20 條第 3 款規定情事，爰進行調查。

二、調查經過：

(一) 請甲公司提供陳述意見、相關事證及到會說明，略以：

- 1、被處分人於 105 年 7 月起推出「0 元看一年方案」，並主動向甲公司於新北市三重區內之既有客戶邀約簽訂無對價之申裝預約單，服務裝機單載明：「專案優惠首期 12 個月 0 元，次期預繳 3 個月送 3 個月，若活動期間退租，已收視之月份需以牌價計算。」被處分人 105 年度費率為每月新臺幣（下同）500 元，每年應為 6,000 元，而該「0 元看一年方案」之簽約客戶於 105 年 7 月至 106 年 6 月 30 日可免費收視，106 年 7 月 1

日至 106 年 12 月 31 日繳費 1,500 元，平均每月僅 83 元之促銷方式，明顯低於合理價格，藉以誘使○公司之客戶轉換交易對象，並綁約一年半，惟在同一時期，被處分人對其他新申裝客戶，仍維持全年○元以上之費率收費，且於其網站及廣告傳單均未揭示系爭「0 元看一年方案」之資訊。

- 2、被處分人之服務裝機單顯示裝機費用、數位新特選頻道及數位優選頻道均為「0 元」，派工備註欄註記「英雄本色方案…請工程收取全國工單或拍照，謝謝！」。另裝機單上首次費用明細欄位以手書寫加註之「499 元」係寬頻費用，並載明合約日期至「2017/7/31」，足證合約期間自 105 年 7 月 22 日至 106 年 7 月 31 日止，共計 12 個月，且方案備註欄位標註「合約期未滿中途解約或異動須補繳違約金 3,000 及專案設定費 600 元。退用任一服務視同違約，剩餘服務恢復牌價收費…」。另有客戶某君於 105 年 7 月 14 日以 LINE 通訊軟體向甲公司之業務員表示：「…因為全聯 2 年只收 1 年的費用，平均我 1 個月是○元，如果你們的我繳一年○乘 12=○，送 2 個月，○/14=○元，那我差沒很多，就可以繼續看你們的第四台不用換。」顯示被處分人以 0 元及低價提供有線電視服務利誘競爭同業之客戶。
- 3、被處分人 105 年 7 月至 8 月間推出系爭優惠方案，致甲公司 105 年 7 月、8 月退機戶數達○戶，而受有總計 4 萬 5 千餘元之退費損害，另提供甲公司 105 年 7 月至 8 月退機名單供參。
- 4、有線電視業者之經營成本包含節目版權成本、訂戶安裝維修成本、節目播映成本及其他項，依有線廣播電視法相關規定，節目版權成本需依實際訂戶數計算，故訂戶數增減，版權費亦隨之變動，業界將此視為變動成本，可用平均訂戶數作為基準加以計算得出每戶每月版權費用成本，即為平均變動成本。至於訂戶安裝維修成本、折舊費用及其他等項目包含人事成本、

辦公機房租金、機房端傳輸設備相關折舊等，在業界視為固定成本，不會隨訂戶數增減而變動，故業界係以總固定成本之概念呈現。復經甲公司計算被處分人102年至104年度平均每戶每月版權成本分別約○元、○元及○元。

- 5、甲公司自104年開播以來，曾於104年8月至12月31日止，推出買6個月看7個月，平均每月費率○元之優惠方案，另於105年1月至105年8月15日止，因應競爭同業均推出買三送三方案，故推出平均每月費率○元之優惠方案。除實行前揭優惠方案期間外，原則均依照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。

(二) 請被處分人提出陳述意見、到會說明及提出105年7月至8月間所有「英雄本色專案」與「標靶專案」(下合併稱該等專案)之裝機單及其他相關事證資料，略以：

- 1、被處分人為評估新興媒體跨平台競爭帶來商業模式及消費習慣的改變與OTT影音消費趨勢變化，部分價格敏感用戶未來可能因為新興媒體因素而流失，故推出「標靶專案」與「英雄本色專案」，兩方案之內容均相同(下併稱該等專案)，提供特定價格敏感用戶及對照用的公關戶收視18個月總計1,500元之優惠方案，該等專案部分裝機單上「方案備註」欄位即載明「...專案優惠首期12個月0元，次期預繳3個月贈送3個月，...」。簽署該等專案之用戶不以同時申裝被處分人之寬頻網路服務為必要，又倘該等專案之用戶中途退租，自應回歸一般用戶之費用收費。
- 2、該等專案之實施對象包含價格敏感戶以及部分免費公關戶(即供電戶、提供架設設備住戶以及低收入戶等，此等用戶原即免費收視戶)，而價格敏感戶即被處分人之原有客戶因近年來市場競爭加劇及競爭對手實施價格戰而逐步流失之客戶，例如被處分人原有用戶因甲公司提供收視用戶每月收視費用○元至○元不等之優惠而退租之情形。該等方案實施期間為105年6

月至 8 月，期間內簽約英雄本色專案的價格敏感戶約 ○ 戶。該等方案於 105 年 6 月仍處於研議階段，僅先就部份免費公關戶實行，於 105 年 7 月正式提出，除價格敏感戶之外，原公關性質之用戶亦適用。

- 3、該等專案非意圖藉由訂價行為排除競爭者，施行對象亦僅限極少部分用戶，故未以文宣或廣告等方式公開周知，與跨區有線電視經營業者無涉。部分裝機單上載有「請工程收取甲工單或拍照」係因該專案之部分對象包含價格敏感戶（例如因甲公司價格戰而流失之用戶），為瞭解如何挽留此類價格敏感用戶以及挽留後是否可創造收益，故將此類用戶列為該等專案評估範圍，一般收視用戶在評估上不具有參考性，故被處分人會要求簽署該等專案之用戶提供一定資料以確認渠等為價格敏感用戶。至於「500 跨區」、「1233」等文字僅為標靶方案之名稱，無特別意涵。
- 4、被處分人營業之變動成本包含加值服務成本、訂戶安裝維修成本，固定成本包含節目版權成本、節目播映成本、加值服務成本—成本折舊攤提、訂戶安裝維修—成本折舊攤提及其他—折舊及攤提。變動成本中之加值服務成本為寬頻上網安裝及派工等相關人力（含外包人力及部分自有工程人員）及零件費用，訂戶安裝維修成本為有線電視及數位服務安裝及派工等相關人力（含外包人力及部分自有工程人員）及零件費用。因年度版權授權費用簽訂時係以固定戶數計算，故將節目版權成本列為固定成本。節目播映成本則為被處分人製作節目（如地方新聞台等）之相關成本支出，至於加值服務成本—折舊及攤提、訂戶安裝維修成本—成本折舊攤提及其他—折舊及攤提等項目則為被處分人內部人員、硬體及設備等費用。
- 5、新北市三重區提供視訊服務之業者，除被處分人、天外天有線電視股份有限公司（下稱天外天公司）及全國數位有線電視股份有限公司（下稱全國數位公司）等有線電視業者外，尚有中華電信 MOD、OTT 以及各

家 IPTV 業者，均與被處分人提供之視訊服務具替代性，故被處分人於三重地區之市場占有率極低。

理 由

一、本案相關市場界定及被處分人市場占有率：

(一) 相關市場界定：

1、產品市場：

- (1) 本案被處分人與天外天公司、全國數位公司及新北市有線電視股份有限公司（下稱新北市有線電視公司）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电视節目者，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，亦可證明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 之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「有線廣播電視系統服務」為產品市場。

2、地理市場：被處分人及天外天公司向通傳會申請之有線廣播電視系統經營區「新北市三重區」，涵蓋範圍包括新北市三重區、蘆洲區及八里區，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，尚涵蓋蘆洲區、土城區、中和區、樹林區、三峽區、鶯歌區、五股區、汐止區及泰山區。新北市有線電視公司之經營區則為新北市三重區、蘆洲區、新莊區、淡水區、五股區及泰山區，惟現階段開播區域為三重區、淡水區、五股區、泰山區及新莊區。由於前等事業重疊且相互競爭之區域或範圍為新北市三重區及蘆洲區，縱全國數位公司及新北

市有線電視公司尚未正式於蘆洲區開播，惟該 2 業者已取得該包含蘆洲區之經營許可執照，故無礙於該業者得隨時於蘆洲區提供有線廣播電視服務；而新北市三重區及蘆洲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「新北市三重區及蘆洲區」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「新北市三重區及蘆洲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競爭者僅天外天公司，全國數位公司與新北市有線電視公司則分別於 104 年 5 月及 105 年 3 月在新北市三重區開播。依通傳會公布之「105 年第 3 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 105 年 8 月被處分人、天外天公司、全國數位公司及新北市有線電視公司在新北市三重區及蘆洲區分別為 75,426 戶、62,750 戶、11,727 戶及 9 戶，則渠等市場占有率分別為 50.31%、41.86%、7.82% 及 0.01%，是得認本案被處分人於「新北市三重區及蘆洲區有線廣播電視系統服務市場」顯然具有相當市場力量。

二、被處分人於本案相關市場之占有率為 50.31%，雖達二分之一，得依公平交易法第 8 條規定列入獨占事業認定範圍，惟考量天外天公司於本案相關市場之占有率仍有 41.86%，得與被處分人競爭，且新進業者全國數位公司於 104 年 5 月參進市場，被處分人及天外天公司市場占有率略減，就本案相關市場競爭情形觀之，尚難合致公平交易法第 7 條第 1 項「事業在相關市場處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力」有關獨占定義之構成要件，爰應就被處分人案關行為是否涉及違反公平交易法第 20 條第 3 款規定予以論處，合先敘明。

三、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：…三、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。」同法第 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。」次按公平交易法第 20 條第 3 款之立法理由表示，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。又「有限制競爭之虞」並不以實際已生限制競爭結果為限，而以客觀上有限制競爭之危險可能性為已足。

四、被處分人 105 年 6 月下旬起實施該等優惠方案之行為，已構成公平交易法第 20 條第 3 款所稱「以低價利誘阻礙競爭者參與或從事競爭之行為」：

- (一) 按有線廣播電視系統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，是倘具有市場優勢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) 查被處分人提供包含該等專案之有線電視服務裝機單共計○份（已刪除註記為低收入戶及公關戶者），其中包含「0元資費收視一年」以及「第一年0元，第二年買3個月送3個月」，換算即收視18個月平均每月只需83.3元（下簡稱「1,500元收視一年半」）等2種優惠方案，雖被處分人辯稱本案所涉優惠方案應以「綁約18個月共1,500元」認定，惟經檢視所提○份裝機單，0元收視一年資費計有○份，1,500元收視一年半之資費僅有○份，故可認被處分人實施之優惠方案仍係以「0元看一年」為主，「1,500元收視一年半」僅占少部份，故本案應以被處分人實施「0元資費收視一年」及「1,500元收視一年半」等優惠方案，是否構成低價利誘方式阻礙競爭者參與或從事競爭行為論處。

五、被處分人實施該等優惠方案係以低於成本，顯不相當之價格，阻礙新進業者參與或從事競爭：

- (一) 查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，本為其與頻道代理商洽談成交之節目版權年度授權費用，係以固定訂戶數為基礎計算，故屬固定成本；節目播映成本係被處分人製作地方新聞台等節目之相關成本支出，故在其營業成本明細中亦列為固定成本；會伴隨用戶數之變動成本主要為加值服務成本以及訂戶安裝維修成本。是以，

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。復按被處分人表示訂戶安裝維修成本屬該公司經營之變動成本，爰據被處人所提供近年營業成本明細，將其「訂戶安裝維修成本」與「節目版權成本」併計為變動成本，則被處分人 103 年、104 年及 105 年度之每戶每月平均變動成本應分別約為○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，縱以「1,500 元收視一年半」之優惠觀之，平均每戶每月僅需 83.3 元之收視費亦低於其平均變動成本，故被處分人提供 0 元收視一年以及 1,500 元收視一年半有線電視之優惠方案，顯見其係以低於平均變動成本之低價方案，藉以利誘及影響有線電視收視戶對交易對象之正常選擇。

- (二) 次查 105 年 8 月間被處分人網站刊載「CATV 有線電視收費標準」之資費方案顯示，其數位有線電視收視費區分為月繳 500 元、季繳 1,500 元、半年繳 2,990 元及年繳 5,970 元，另查全國數位公司開播以來僅曾推出收視費每月平均○元至○元之優惠方案、天外天公司自 105 年 1 月起為因應新進業者競爭曾給予半年繳以上客戶延長收視○至○個月不等之優惠。故被處分人給予該等專案用戶 0 元免費收視一年或 1,500 收視一年半之優惠，無論與其過去對一般訂戶之收費價格，或其他有線電視

業者之收費情形相較，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。至於新北市有線電視公司雖曾於 105 年 3 月推出平均每月最低○元起之優惠方案，惟並未提供平均每月○元以下之優惠，且該公司向來未採購主流頻道，其節目內容與前等業者尚有差異，節目版權等成本結構與其他有線電視業者亦不相同，爰尚難逕與前等業者之優惠費率加以比較。

六、被處分人實施該等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、查被處分人自承該等優惠方案自 105 年 6 月起試辦，並在同年 7 月正式實施，主要鎖定曾遭競爭同業以價格戰轉換交易對象之訂戶，以及該等專案因客戶範圍小故未公開宣傳。經查，同一時期被處分人網站公告之費率仍為每月 500 元，且其自承該等專案優惠並無對外公開宣傳，以及實施對象未包含被處分人之「既有客戶」，爰得認該等方案非屬針對不特定對象所實施之一般促銷方案。另查，天外天公司自 101 年以來多以公告牌價收費，縱係年繳用戶亦僅優惠繳費總額之○元，平均每月僅優惠○元；以及自 105 年推出優惠半年繳以上客戶延長收視期間 2 至 4 個月不等，此等措施實難以「價格戰」稱之。再查，被處分人該等專案之實施日期恰為新進業者全國數位公司及新北市有線電視公司於三重區開播營運時點之後，且更緊接全國數位公司即將於被處分人既有經營區新北市蘆洲區開播營運之時間點。綜上事證觀之，可證被處分人該等專案實施對象係以新進業者之客戶為主，揆其意圖及目的，當係為因應新進業者參進本案相關市場，故推出「0 元免費收視一年」及「1,500 元收視一年半」之優惠方案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。

2、復經檢視該等專案所有裝機單，該等專案之訂戶除位於「新北市三重區」，亦包括「新北市蘆洲區」，且

部分裝機單上有「標靶挽回」及本會調查所得事證尚有「收取全國工單」等文字註記，綜合前等事證觀之，可證被處分人實施該等方案係為因應新進業者（尤為全國數位公司）參進本案相關市場，所為低價利誘新進業者之客戶以阻礙其參與或從事競爭行為之意圖甚明。

- 七、被處分人實施該等專案之行為已生阻礙競爭者參與或從事競爭之效果：據甲公司提出之退機彙整表 105 年 7 至 8 月間因被處分人實施該等專案而退機轉換交易對象之數量達 ○ 戶，且客戶之退費申請理由即載明「凱擘（按被處分人從屬於凱擘股份有限公司）優惠 1 年半 \$1500 元，客戶已轉換，經挽留無效。」並經申請該退費客戶簽名，亦可證被處分人該等優惠方案已影響交易相對人對有線電視服務提供者之正常決定，而使得新進業者蒙受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，已生阻礙競爭者參與或從事競爭之效果。
- 八、被處分人實施該等優惠方案之行為已有限制競爭之虞，理由如下：
 - （一）對競爭事業之影響：
 - 1、該等優惠方案除可以 0 元免費收視一年或者以 1,500 元收視一年半外，裝機單「方案備註」欄位尚載有倘用戶中途退租，除補收裝機費 1,500 元外，「且已收視之月份需以牌價計費」之違約條款，故倘用戶合約期間內中途終止有線電視服務，則已收視之月份仍需以 500 元計費，將墊高用戶轉換交易對象之成本，使其在合約期間不致與其他競爭者交易，以避免被索討裝機費用及違約金。故對於欲爭取已簽訂該等優惠方案用戶之競爭者而言，除比照被處分人提供免費或低價收視優惠，恐須提供較該等優惠方案更長之免費服務期間，或額外提供贈品、禮券或等值物資作為回饋，並吸收自被處分人解約之裝機費與違約金至少 1,500 元以上，始能成功爭取該等優惠方案用戶，故該等優惠方案無疑墊高競爭者（尤為新進業者）經營成本。

2、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 50.31%，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」，而本案該等優惠方案招徠對象即屬後者，且多來自於新進業者。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，其競爭對手再以低於成本且顯不相當之價格從事競爭，並藉違約條款嚇阻用戶與其他競爭者交易，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，最終恐致新進業者退出相關市場。是以，被處分人實施該等專案，實際上已對競爭者產生阻礙競爭之效果，對市場競爭之影響程度難謂不顯著，縱其辯稱系爭專案係為評估新興媒體消費趨勢，其競爭手段亦難謂具正當性。

(二) 對該等優惠方案用戶及消費者之影響：就已取得該等優惠方案之用戶短期而言，乍似無償取得可免費收看有線電視一年，或者 1,500 元收視一年半，每月只要 83.3 元之優惠，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該等優惠方案而退出相關市場，一時亦難有後繼之競爭者參進，將剝奪消費者未來有線電視服務交易對象及多元方案之選擇權。且被處分人在無其他新進競爭者的情況下，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，如此終將損及系爭相關市場之競爭及整體消費者利益，此自新北市三重區、蘆洲區以及八里區之有線廣播電視系統服務市場長期為被處分人以及天外天公司寡占把持，該二事業於經營區開放前均依（或接近於）公告費率上限收費，如被處分人僅優

惠簽約社區半年繳費總額○元，與天外天公司年繳用戶全年亦僅優惠○元，業者均甚少給予收視戶優惠乙事，可見一斑。

(三) 綜上，被處分人實施該等優惠方案之行為對新北市三重區及蘆洲區有線廣播電視系統服務市場之正常競爭及消費者利益顯有負面影響，而有限制競爭之虞。

九、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、該等優惠方案實施情況對市場競爭之影響，被處分人 105 年 7 月起正式實施該等優惠方案，核屬以低價利誘方式阻礙競爭者（尤針對新進業者）參與或從事競爭之行為，且以其在本案相關市場占有率已達 50.31% 以觀，藉該等優惠方案之實施，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（尤針對新進業者）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，系爭行為無疑具極高限制競爭非難性，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。

十、至於被處分人稱全國數位公司亦推出每月○元之收視服務等語，查新進業者營運初期市場占有率極低，於本案相關市場尚不具相對市場優勢地位，參進市場初期以提供較優惠價格吸引新客戶使用其服務之促銷行為，其目的非在透過低價排除競爭，而是藉此得以順利進入市場參與競爭，實無減損市場競爭之機能，與既有業者透過低於成本或顯不相當之低價，形成競爭屏障以阻礙新進業者參與或從事競爭之情形，尚屬有別，況新進業者開播迄今並無提供免費收視。是以，縱被處分人執新進業者亦從事低價競爭為辯詞，仍無礙其違法行為之成立。

十一、綜上論述，被處分人實施 0 元收看有線電視一年以及 1,500 元收看有線電視一年半之優惠方案，係以低價利誘方式阻礙新進業者參與或從事競爭之行為，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 7 月至同年 8 月）、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 106 年 9 月 29 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。