



科技法学论丛
Science and Technology Law Series

Law and Market in Cable Television Industry

有线电视市场与法律

江耀国 ①著



Law and Market in Cable Television Industry

有线电视市场与法律

江耀国 ©著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局登记号图字:01-2005-3896

图书在版编目(CIP)数据

有线电视市场与法律/江耀国著. —北京:北京大学出版社, 2006. 1
(科技法学论丛)

ISBN 7-301-10365-4

I. 有… II. 江… III. 有线电视-市场管理-立法-研究-台湾省
IV. D927.582.164

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第150600号

簡體中文版由元照出版有限公司(臺灣地區)授權出版發行

江耀國著:《有線電視市場與法律》, 2003年, 第1版, ISBN 957-41-0650-0

书 名: 有线电视市场与法律

著作责任者: 江耀国 著

责任编辑: 汪 艳 郭瑞洁

标准书号: ISBN 7-301-10365-4/D·1402

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

电子信箱: pl@pup.pku.edu.cn

排版者: 北京高新特打字服务社 82350640

印刷者: 三河市新世纪印务有限公司

经销者: 新华书店

650毫米×980毫米 16开本 17.25印张 287千字

2006年1月第1版 2006年1月第1次印刷

定 价: 27.00元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 翻版必究

出版说明

当今社会是信息社会。信息的交流和互动使我们可以站在巨人的肩膀上俯瞰整个学科的发展,进而推动该领域学科的发展壮大。我国台湾地区的法学研究较为成熟,但目前大量读者还不易直接在祖国大陆购买台湾地区的书籍,而大量复印又有违著作权法的有关规定。在这种情况下,我社引进了一些已经在我国台湾地区出版的优秀法学著作。我们希望通过这种方式给祖国大陆读者提供一种获取信息的捷径,从而可以比较迅速地了解各个地区的教学和学术成果,为深入学习和研究打下更坚实的基础。

我们引进这些学术著作,主要目的在于介绍我国台湾地区的相关法学理论和方法,推动学术交流,促进学科发展,完善教学体系。而其著作者的出发点、指导思想、基本观点和结论等,属于学术范畴的讨论,均不代表北京大学出版社的立场和观点。

由于海峡两岸的具体情况不尽相同,为方便读者,经授权出版社同意,我们在排版时对原书的某些行文方式作了少量技术性处理。至于原书内容,我们遵从著者的意愿,未作任何改动。需要特别说明的是:(1)台湾地区是中国不可分割的一部分,这是不争的事实。但目前由于特殊原因,台湾地区还实行本地区的法律、法规,包括“宪法”。学界从宪法的视角研究、审视法律已经成为一种趋势和必然。因此,从学术研究出发,对书中涉及的“宪法”规定及其分析,并没有加以删减。(2)一些机关和机构,比如行政法院、学会等,系指我国台湾地区之机构,为了保持行文顺畅,并使读者明确地查证,一般按照原有的称呼,没有进行特别的处理。(3)为了行文的简洁,对具体的法律、法规没有一一加以说明,因此如果没有特殊标注,书中所涉及的法律、法规均为我国台湾地区的法

律。(4) 我国台湾地区法学领域有些用语与祖国大陆不尽一致。比如一些国际条约的翻译、学科设置等,为了保持作品原貌,也没有加以修改。特此一并声明,敬请读者注意,以免产生误会和质疑。

北京大学出版社

马 序

电视为科技发展之一大成果,其进步快速而影响人类社会生活之层面亦不断扩增,其中涉及权利之享有与义务之负担者多端。因此,电视与法律之关系随之日益受到重视。

台湾地区原有之《广播电视法》仅规范无线广播电视事业,如以往之台视、中视与华视及其节目。至播送三台以外节目之有线电视,起源于社区共同天线,在当时则属非法业者。嗣因民间需要甚殷,有线电视乃蓬勃发展。政府不得不另外制定《有线电视法》,使业者取得合法地位。且因市场急速整合集中,为管制上之需要,复将《有线电视法》大幅修正,并改称《有线广播电视法》。凡此市场变化及法律管制革新之经过,均值得学术界与实务界加以探讨与研究。

江君耀国,肄业台湾大学法律学系及法律研究所期间,曾修余所授课程。毕业後,并经余推荐进入美国西雅图华盛顿大学法学院深造。获法学博士学位后返回台湾,现执教世新大学法学院,已有数载。近年则专心钻研电视与法律之关系。著有论文多篇,均发表于台湾地区主要法律学术出版物,颇得好评。兹为便于与学界切磋,拟将上述论文集印成书,即以《有线电视市场与法律》为名。其内容系以有线电视产业之结构管制为核心,比较美国之制度,对于市场进入、厂商家数、特许核发、费率管制、媒体水平及垂直整合等议题,作详尽而深入的论述。以付梓在即,丐序於余,因乐缀数语以应。

马汉宝

于台北思上书屋

2003年7月25日

自序

此书为笔者自美返回台湾地区后六年期间于有线电视法律领域所撰写之学术著作的文集。全书共分七章,第一章至第六章的内容已公开发表。为本书之出版,笔者新撰写第七章《2000年后台湾地区有线电视市场与法律的新发展》(资料搜集更新至2003年4月),以期了解最新之现况。本书能够诞生首先感谢台湾大学法律学系的马汉宝教授。马教授是我学习法律的启蒙老师,更是我在台大法研所就读期间,推荐我前往美国华盛顿大学法学院深造的恩师。师恩浩瀚,恩重如山。

笔者返回台湾地区后先后服务于“中央研究院”社科所及世新大学法律学系,这两个机构提供了良好的研究环境,并且同事间相处和乐,惠我良多。本书第五章《有线电视与电信产业汇流之法律问题研究》为笔者与元智大学资讯传播系周韵采教授合写之论文,周教授慷慨地同意该文于本书中出版,笔者谨申谢忱。又本书承世新大学法研所研究生张维中先生协助校对工作,备极辛劳,笔者一并致谢。

最后要感谢的是,家人多年来在背后默默地付出与关怀。对家父江涛声先生给予我最大的自由与无条件的支持,笔者要献上最深切的感激之意。

Lastly, I would like to thank Professor John O. Haley for his valuable instruction and advice during the period of my study in the LL. M. and Ph. D. program at the University of Washington School of Law, Seattle, Washington.

江耀国

于世新大学教研室

2003年7月28日

目 录

第一章	美国有线电视的特许、整合及竞争管制	
	——市场与法律政策的分析	(1)
第二章	1998 年美国有线电视新市场	
	——从结构管制的观点分析	(51)
第三章	美国有线电视的费率管制	
	——兼论台湾地区的情形	(72)
第四章	台湾地区有线电视第二次管制革新	
	——从市场转型论《有线广播电视法》.....	(111)
第五章	有线电视与电信产业汇流之法律问题研究	
	(与周韵采合著)	(154)
第六章	论对宽频多媒体(MOD)服务的法律管制	(195)
第七章	2000 年后台湾地区有线电视市场与法律的新发展.....	(206)
附录一	台湾地区《有线广播电视法》	
	(2003 年 1 月 15 日修正)	(243)
附录二	台湾地区《有线广播电视法施行细则》	
	(2001 年 9 月 25 日修正)	(259)
	本书重点索引	(266)

目 录

Chapter 1	Regulation on Cable Television Franchising, Integration and Competition in the U. S. —Analysis of the Market, Law and Policy	(1)
Chapter 2	The 1998 New Cable Market in the U. S. —Structural Analysis	(51)
Chapter 3	Rate Regulation of Cable Television in the U. S. —with Comments on Taiwan's Case	(72)
Chapter 4	The Second Cable Regulatory Reform in Taiwan—Comments on the Cable Broadcast and Television Law from the View of Market Transformation	(111)
Chapter 5	The Legal Problems Arising from the Convergence of Cable and Telecommunications Industry	(154)
Chapter 6	Legal Regulation of Multimedia on Demand (MOD) Service	(195)
Chapter 7	New Developments of Cable Market and Law in Taiwan after 2000	(206)
Appendix 1	Cable Broadcast and Television Law	(243)
Appendix 2	Enforcement Rules for the Cable Broadcast and Television Law	(259)
Index		(266)

第一章 美国有线电视的特许、整合及竞争管制

——市场与法律政策的分析

壹、前言

在1997年一年之内,台湾地区陆续出现六起有线电视业者“断讯”事件(曾正仪,1997:37)。1998年元旦,因和信与力霸东森两大有线电视集团的角力,再度发生大规模的断讯,除了台北地区外,全省有超过一百多万收视户受到影响。(《卫星与有线电视》,1998;《中国时报》,1998年1月1日,1、3版)元旦断讯事件实为台湾地区有线电视市场整合后,出现两大有线电视集团的伴随物。这两大集团,除了大规模水平并购其他的系统业者外,也垂直经营或整合上游的频道业。目前立法部门准备大幅修改《有线电视法》^①,期使能有效管制有线电视产业及市场秩序。这使得我们有必要重新思考有线电视产业及其竞争的基本问题,例如是否应该分区独家经营、系统间的水平整合是否应该加以鼓励或限制、频道与系统间的垂直整合又当如何、有妨碍竞争之虞的行为(如独家代理、统卖等)又该如何加以评价。

本文拟介绍美国有线电视的特许、整合及竞争的管制经验。论述重点在于介绍管制制度的社会基础(产业及市场)、管制制度及政策(法律规定、司法判决),及管制的实施(相关案例以及在可能的范围内评估其实施成效),以期了解产业实况如何、为何要管制、如何管制、管制实施成果如何等问题。希望以美国居领先地位的有线电视产业及科技的发达程度,

^① “行政院”院会在1997年12月26日通过《有线电视法修正草案》后,送“立法院”审议。见《卫星与有线电视》,1998年1月号,第12页。在“立法院”中,此案获得委员们的重视。除“行政院”版之外,还有朱凤芝、柯建铭、谢聪敏、范巽绿、谢锦川、洪秀柱、朱惠良等立法委员纷纷提出相对修正草案,形成多案并列的热闹局面。见《卫星与有线电视》,1998年4月号,第13页。

以及其超过 1/4 世纪的丰富管制经验,提供台湾地区有线电视产业政策及修法上的参考。

长久以来,美国绝大多数的有线电视为分区特许独占,也就是在一个有线电视区中,只能有一家有线电视系统。在 1991 年,全美有一万家有线电视系统,但只有 53 家系统在其经营区内,面临另一家系统的竞争。传统上,无论是经济学界、政府主管机关,甚至系统业者,大都认为有线电视属“自然独占”。这样的观念,到了 20 世纪 80 年代前期,逐渐受到挑战。除了经济学界的讨论外,业界开始有兴趣进入既有的经营区,成为第二家系统,并在法院起诉挑战自然独占的观念。

经过 20 世纪 80 年代以来有线电视的蓬勃发展,出现了明显的水平及垂直整合的现象。水平整合主要指系统与系统之间的整合。大型的“MSO”(Multiple System Operators,多系统经营者)不断合并其他的小系统,在 1990 年代,前四大的 MSO 逐渐取得全国一半的市场。垂直整合则指系统业者(即 MSO)与频道商之间的整合。垂直整合在过去十余年间,有逐渐扩大的情形。去年,前五十大频道中,被 MSO 入股超过 50% 者有 21 家。有线电视产业的缺乏竞争及高度集中,随着费率的节节上升及服务品质低落成为国会调查的课题。于 1992 年“国会”完成调查结论,并制定《有线电视消费者保护及竞争法》。其后,“促进竞争”成为新的有线电视管制政策。1996 年《电信法》通过后,更取消跨业经营(cross-ownership)的禁令,使得电信业者可以经营有线电视,而被认为是原有系统业者的新的竞争对手。

本文以下的第贰部分将介绍美国有线电视的特许管制,包括特许法律制度、经济观念及司法判决。本部分的重点在于特许的家数——特许独占是否适当。第叁部分将对有线电视产业的市场进行实证分析,主要在于说明水平及垂直集中的程度。第肆部分则介绍 1992 年有线电视法所制定的新竞争法制度及其实施情况,包括 MSO 订户数的限制、整合关系频道数的限制、节目取得,及播放频道约定的管制。第伍部分则是综合结论,总括对美国经验的观察及对台湾地区的初步启示。

贰、有线电视的特许管制

一、概述

(一) 联邦与地方双重管辖

在美国,有线电视产业受到地方与联邦政府的双重管制。地方政府

于此的管制权力源自于有线电视系统(及其缆线)必须使用地方政府的街道及其他路权。(Carter et al. 1996: 397)因此,有线电视系统的设立必须取得地方政府的“特许”(franchise)。至于联邦政府层级的联邦通讯委员会(Federal Communications Commission, FCC)(以下称“通讯委员会”),在早期的20世纪50年代,并不愿对于有线电视(当时实为地方性质的社区共同天线)进行管制。唯自1962年起,通讯委员会改变政策,开始对有线电视采取管制措施。(Arnesen & Blizinsky, 1995: 629; Carter et al. 1996: 394)1966年后,更在前一百大的电视市场中,禁止有线电视传输当地无线电视频道以外的讯号。^② (Owen & Gottlieb, 1986: 83)由于没有国会的明示授权,通讯委员会对有线电视的管辖权在 *United States v. Southwestern Cable Co.*, 392 U. S. 157 (1968)一案中受到挑战,联邦最高法院支持通讯委员会,将《管制(无线)广播电视的通讯法》(The Communications Act)第2条a作广义解释,而成为委员会管辖有线电视的法律基础。其后,联邦最高法院也在 *Capital Cities Cable, Inc. v. Crisp*, 467 U. S. 691 (1984)一案中宣告,当联邦与地方的管制有冲突时,通讯委员会的法令“优先于”(preempt)地方法规。(Cartel et al. 1996: 395—396, 397—404)

于1972年,通讯委员会首次对有线电视制定全面性的管制规则。^③国会则在1984年才制定《有线传播政策法》(The Cable Communications Policy Act of 1984)^④,成为第一部国会立法的有线电视法,而取代1972年通讯委员会的规则。第二次国会立法则是1992年《有线电视消费者保护及竞争法》(Cable Television Consumer Protection and Competition Act of 1992)^⑤(以下简称1992年《有线电视法》)。晚近的1996年《电信法》(The Telecommunications Act of 1996)^⑥也包括若干条文规范有线电视。

(二) 特许程序、特许费、年限及续约

核发特许是地方政府(通常是市级政府)的专属权力。一般而言,特许是透过竞标(bidding)的程序。以华盛顿哥伦比亚特区(Washington, D. C.)为例,有线电视的特许应经过公告招标(Request for Proposals, RFP)

② 此禁令的实质效果,即是有线电视在主要的城市地区无法设立。此禁令于1972年解除。Straubhaar & LaRose, 1996: 236.

③ *Cable Television*, 36 F. C. C. 2d 143 (1972) (Report and Order) modified on reconsideration, 36 F. C. C. 2d 326 (1972). 关于1972年通讯委员会管制规则的介绍,参见Owen & Gottlieb, 1986: 85—88.

④ Pub. L. No. 98—549, 98 Stat. 2779 (1984).

⑤ Pub. L. No. 102—385, 106 Stat. 1460 (1992).

⑥ Pub. L. No. 104—104, 110 Stat. 56 (1996).

的过程。在公告中,主管机关应制定有关系统建设、技术能力,及服务品质等方面的最低标准(minimum requirements),符合最低标准者,才进入审查程序。审查的相关考量因素众多,可归纳为以下十大类,并针对不同的因素项目作不同百分比的加权计分:经营者的身份、经验及能力、财源及承诺、营运计划及效率、建设及营业时程、系统规划及容量、节目内容比例、基本费率、雇用及训练承诺、设施设备及人员的支持。(林亦堂,1997: 72—82)(对于各类评估项目、标准及加权计算,请见附录。)联邦法律也肯认地方政府核发特许的权限,在1984年有线传播政策法中,规定有线电视系统未取得特许者,不得营业。^⑦

获得特许的有线电视业者必须支付特许费(franchise fee)给地方政府。为防止地方政府要求过高,1984年《有线传播政策法》规定,地方政府的特许费不得超过有线电视毛收入的5%。^⑧实务上,大多数的地方政府即以此额度收费。^⑨

特许的年限由地方政府规定,通常为期15年(Baldwin et al. 1997: 472)。由于有线电视的经营投资甚巨,期满之后特许是否能续约(renewal),亦成为重要课题。1984年有线传播政策法设有利于业者续约的规定。当特许期满前业者提出续约申请时,地方机关经过初步审查后,若拟不予核准,必须展开正式行政程序以审查四个法定续约标准:(1)业者是否实质上遵守特许条款及相关法令;(2)以地方的需求而言,业者的服务品质是否令人满意;(3)业者是否有足够财务上、法律上、技术上的能力,以达成其营运计划中的承诺;(4)业者的营运计划是否符合未来地方上的需求与利益(并将所需成本列入考虑)。^⑩特许续约的有效期间,一般为7年至10年。(Baldwin et al. 1997: 473)

(三) 特许家数

至于地方政府会核发几张特许?实务上,在绝大多数的地区,地方政府只核发一张特许。换言之,绝大多数的有线电视系统都是事实上的独占(*de facto monopolies*)。以1991年为例,只有53家有线电视在其经营区内有另一家系统。(Arnesen & Blizinsky, 1995: 633; Johnson, 1994: 18)

⑦ Section 2 of the 1984 Cable Communications Policy Act adding section 621 to the Communications Act. [47 U. S. C. section 541]

⑧ Section 622(b) of the Communications Act. [47 U. S. C. section 542(b)]

⑨ 这通常为地方政府带来可观的收益。据估计,一个有十万人口的城市,5%的特许费将达每年五十万美元。Baldwin et al. 1997: 472.

⑩ Section 626(c)(1) of the Communications Act. [47 U. S. C. section 546(c)(1)]

以该年度全美有线电视的总数为 10704 家来计算(见表一),99.5% 的有线电视均为实际上的独占厂商。

以减少管制为目标的 1984 年有线传播政策法,并未对有线电视系统的特许独占现象,有所限制。该法允许地方政府可以核发一张或多张的特许。^①换言之,特许独占并不为该法所禁止。以下本节就以特许家数的问题为核心,探讨特许独占的成因、经济观念、司法判决及新的立法政策。

二、对于有线电视的传统见解——自然独占

传统上,无论是经济学界、地方政府、联邦通讯委员会,甚至是有线电视业者本身,大都认为有线电视在其经营区是自然独占,适合独家经营。(Brenner, 1990: 396, 407—408, 410—411)

在经济学上,所谓的“自然独占”(natural monopoly)是指在一个产业中,单一厂商比起复数厂商可以更低成本,提供同样数量的产出。(Bell, 1991: 63)公用事业,比如电力及自来水公司,是自然独占的适例。自然独占的产生是因为“规模经济”(economies of scale)的缘故,由于需要高资本的固定成本(设厂成本及铺设管线),在单一厂商的经营下,使用者越多将使平均成本越低,符合经济效率。如果允许其他厂商进入此产业,竞争的结果也会只剩下一家厂商。换言之,在自由竞争之下,也将“自然”形成“独占”。(张清溪等,1991:195,301;刘静怡,1993:61—62)

有线电视系统,由于必须架设缆线到订户家中,并借由缆线传送电视讯号,像极了公用事业(例如自来水系统)。再者,经济规模的现象,也同样适用在有线电视的情形,因而,经济学界传统上认为有线电视属于自然独占。管制经济学大师 Alfred E. Kahn^②在其 20 世纪 70 年代的早期著作中,就认为有线电视是自然独占,在同一区域如果有一家以上的有线电视系统,将会是没有效率的。(Kahn, 1971: 34)类似的,法律的经济分析专家(其后成为联邦上诉法院法官)Richard A. Posner 在其主审的 *Omega Satellite Products Co. v. Indianapolis*, 694 F.2d 119(7th Cir. 1982)一案中,也判决有线电视产业,适合独占经营。他认为即使开放有线电视市场,允许多家经营,竞争的结果也会只剩单独一家,这是因为有线电视系统会一直想要扩张,或用竞争,或用并购的方式,拿下整个市场,以减低其平均成

^① Section 621(a)(1) of the Communications Act. [47 U.S.C. section 541(a)(1)]

^② 原为康乃尔大学教授的 Kahn 于 1977 年接任“民航委员会”(Civil Aeronautics Board)主任委员,其后主导航空业界大规模的解除管制,而成为美国管制改革风潮的代表性人物之一。

本,增加获利。在这多家竞争的过程中,将会有重复铺设线路等的资源浪费。而这资源的浪费将导致成本的增加及订费的调高。因此,不如挑选出一家最有效率的系统,授予独占权,并对其进行费率管制。(694 F.2d at 126, cited in Brenner, 1990: 395—396)

就过去市场实际的发展情况来看,有线电视间的竞争,也往往只存留一家业者,而进一步倾向于印证自然独占的理论。在1987年以前,有线电视的历史中,只有65次的直接竞争(head to head competition)(即同一地区有两家重叠经营(overbuild))的案例(显然在绝大多数的地区,并未发出第二张有线电视特许)。而这65次的直接竞争案例中,只有3个地区,其内的两家有线电视,能够同时并存3年以上。^⑬在所有其他的案例中,竞争的结果都只存留一家系统,另一家系统不是倒闭,就是被对方并购。(Bell, 1991: 67)在3个直接竞争并能并存的地区中,持续最久的是位于宾州的Allentown,在该市有长达20年的系统间的并存竞争,但该市的有线电视定价并不比全国平均定价为低,显示竞争并不一定导致较低的价格。(Brenner, 1990: 371—372)在这样不利竞争的市场情况下,有线电视业者,传统以来,不热衷于重叠经营(即加入已有经营者的地区,成为第二家经营者)。在亚利桑那州的凤凰城(Phoenix)虽在20世纪70年代后期,允许自由竞争,但业者宁愿将经营地盘区隔开来,避免直接的竞争。(Brenner, 1990: 408)

核发有线电视特许的各地方政府,绝大多数将有线电视当作是独占市场,鲜少将市场开放允许第二家来竞争。在1987年,全美各地方政府总共只发出165张第二家有线电视特许(Hazlett, 1990: 69),而当年全国有7900家有线电视系统。而事实上在一区内有两家重叠经营的情况,以1989年为例,只存在于55个地区。(Bourdreaux & Ekelund, 1993: 365)联邦政府的有线电视管制机关——通讯委员会,在1970及1980年代也以有线电视为独占市场作为管制模式,并在非正式的意见中认为有线电视属于独占,排斥有线电视的重叠经营模式。(Brenner, 1990: 410—411)

三、缺乏竞争的综合性的解释

先不论有线电视是否确为自然独占,在美国长期以来很少有两家有线电视在同一地区直接面对面竞争,倒是一件不可忽视的事实。综合来说,对

^⑬ Bell, 1991: 66. 这三个地区是 Allentown, Pennsylvania; Frankfort, Kentucky; Waldport, Oregon. (Bell, 1991: footnote 110)

这个鲜少竞争的长期历史事实,若要探究其原因,可以作以下的说明:

(一) 各地方政府的“人为”独占政策

绝大多数的地方政府事实上只核发单一的有线电视特许,人为性质地禁止第二家经营。如上所述,在1987年,全美只发出165张第二家经营的许可,只占了全国近八千家系统的2%。

有学者曾分析地方政府之偏好有线电视独占,是一种“竞租”(rent-seeking)的行为,因此地方政府本身并不愿开放有线电视市场。例如,地方政府每年可获得5%特许费,以及其他的好处,诸如迈阿密市政府可以“反毒”为名,向系统业者取得每年20万美元的捐款。(Bourdreaux & Ekelund, 1993: 362—366)

(二) 新进者经营不易

即使只有2%的市场,开放允许第二家经营,问题是在这些少数获得竞争机会的新进者,也常常经营不易、无法维持。这原因到底为何?一种解释认为这与有线电视的规模经济有关,由于旧的系统业者已花了一大笔投资(硬体设备、铺设管线),这些已属沉入(sunk)成本。因而旧系统将会以不惜代价的方式(如大降价)来对付新进者的设立。这使得新进者难以生存。(Crandall & Furchtgott-Roth, 1996: 86)另一种解释是新进者的竞争有可能会被MSO之间的合并或购并所中止。因为直接竞争将导致该地区的系统业之间削价竞争而降低利润,不如以合并或购并的方式,回复独家经营,维持利润。(Crandall & Furchtgott-Roth, 1996: 85—86)以上两个解释固有成立的可能,但笔者认为要解释美国有线电视市场长期以来缺乏竞争,应自有线电视本身的“市场规模”加以观察。

(三) 有线电视市场规模的发展

在美国,有线电视发展早期的20世纪60年代甚至20世纪70年代前期,有线电视主要是在转播无线电视频道,为收讯不良的地区或住户提供清晰的节目,系统提供无线频道以外的节目,并不很多,(Brenner, 1990: 410)因此有线电视的订户数量也不多。这可以从有线电视的普及率中得到印证。如(表一)所显示,在1972年之前,有线电视普及率,均在一成以下,而每系统平均拥有的订户在2000户以下;1978年之前,普及率恒在两成以下,系统的平均订户数则在3000户以下。可见20世纪70年代之前,有线电视的市场规模及产业规模都不大。有线电视产业真正的蓬勃发展应在于1980年代,在10年当中,普及率由两成(1980年的22.6%)一跃为将近六成(1989年的57.1%),系统数由4000家增加为9000家,平均每系统可掌握的客户,也由4000户提升为将近6000户。

表一 美国有线电视订户数、普及率及系统数(1960—1995)

年份	全国订户数 (百万)	普及率(%) (订户数/有电视机的家庭数)	有线电视 系统数	* 平均每系统 拥有的订户数
1960	0.65	—	640	1016
1962	0.85	—	800	1063
1964	1.09	—	1200	908
1966	1.58	—	1570	1006
1968	2.80	—	2000	1400
1970	4.50	7.5	2490	1807
1972	6.00	9.5	2841	2112
1974	8.70	13.0	3158	2755
1976	10.80	15.1	3681	2934
1978	13.40	17.9	3875	3458
1980	17.7	22.6	4225	4189
1982	29.3	35.0	4825	6073
1984	37.3	43.7	6200	6016
1985	39.9	46.2	6600	6045
1986	42.2	48.1	7500	5627
1987	45.0	50.5	7900	5696
1988	48.6	53.8	8500	5718
1989	52.6	57.1	9050	5812
1990	54.9	59.0	9575	5734
1991	55.8	60.6	10704	5213
1992	57.2	61.5	11035	5184
1993	58.8	62.5	11108	5293
1994	60.5	63.4	11214	5395
1995	63.0	65.7	11351	5550

* 此项平均订户数由作者以(全国订户数÷系统数)而得之数据。

资料来源:1. Crandall & Furchtgott-Roth, 1996: 5, Table 1-1.

2. Crandall, 1997: 651, Table 1.

换言之,在20世纪80年代以前,有线电视的观众群有限,普及率不到两成,每系统平均掌握的客源也在4000户以下,这样的市场规模很难吸引第二家有线电视业者前来竞争。如果再仔细观察,可以发现有线电视订户数增长最快的是在20世纪80年代前期,全国订户数在1980年是1770万,到1982年则增加为2930万,两年之间市场成长了65%,有线电视普及率则从22.6%一跃为35%,平均每系统可掌握的客户数,也从4000户遽升至6000户。到了1984年则订户数更增加为3730万,普及率达43.7%。

20世纪80年代之后有线电视市场的蓬勃发展,使得有兴趣经营有线电视的业者增加。再加上并购一个系统(即买下该系统的收视户)的费用,还