通話費連年降，消費者還是無感？NCC 應要求實質、全面降價！

發佈日期：
2011.04.07

我國行動電話用戶數年年攀高，根據國家通訊傳播委員會（以下稱 NCC）的統計，99 年累計用戶數爲 2,784 萬，至 100 年 2 月底又成長至 2,800 餘萬，等於每個月約以 10 萬戶的數量在增加，顯見行動通訊已經成爲民眾日常生活中，不可或缺的一項服務。

然而，電信業者大作生意之餘，消費者對行動通訊費率過高的抱怨聲也不絕於耳，NCC 迫於輿論壓力，去年公布新的電信資費調降公式，將持續三年調降，因考量物價，3 月底宣布今年的降幅爲 4.04%，較去年 5.87%低。

如此的決策，在當時即飽受「不痛不癢」的抨擊，而今年的降幅 4.04%，又被媒體譏諷爲「無感降價」！原來，如果消費者選擇的資費方案屬「贈送分鐘數」的性質，業者就不需要隨 NCC 要求的電信資費調整係數「X 值」調降，除非消費者先把贈送的分鐘數打完，超出的秒數才會降價，導致許多用戶「看得到、用不到」。媒體也指出，業者算盤打得很精，近年來由於智慧型手機大行其道，不少消費者想換機或再買一支新機，業者就趁機遊說消費者將原本「月租費抵通話費」的方案，換成「贈送分鐘數」的方案，以降低主管機關要求每年調降「X 值」的衝擊，因此無論「X 值」再怎麼降，電信業者也只是「皮肉傷」！

＊ 略施小惠、引人錯誤，NCC 如何對消費者所有交代？

此次的調價行動，引起消費者的反彈不是沒有理由的，因爲原本大家以爲所謂的調降 4.04%，就是譬如月租費是 500 元，降價之後可以少繳 20 元，但結果不是，而是消費者若選擇的是贈送分鐘數的方案，那麼只有超出 500 元的部分，可以受到降價優惠。

消基會工作人員也於 3 月 31 日以一般用戶的身分，分別致電三大電信業者，詢問以目前正使用中的「月租費抵通話費」費率方案來看，4 月 1 日後會調降多少錢。

結果三大電業都告知，網內部分的通話費是沒有調降的，只調降網外與行動打市話部分的通話費，這也與一般消費者的認知有差異，因爲消費者得到的印象是「通話費」將調降 4.04%！而在撥打網外與市話方面，每分鐘通話費的變更，僅 0.31 元至 0.35 元間（見附件表一），實在只是略施小惠，加上贈送分鐘數的方案又沒有實質調降，難怪讓消費者「無感」！一般企業如果廣告不實，會受到行政院公平交易委員會的處分，政府主管機關的政策出門結果若是引人錯誤，又要如果處理？

＊ 營業收入有成長，爲何還大呼降價決策讓電信業者「吃不消」？

（1）中華電信：100 年 1 至 2 月合計在「行動通信類」的收入約 128 億元，比去年同期增

加 0.66%；又 99 年自結合併營收 2,024.9 億元，較 98 年成長 2.1%。各主要營收項目比重爲：行動通信業務 44.0%、網際網路業務 12.1%……，營收成長主要是來自行動加值、手機銷售及網際網路業務營收之成長。

（2）台灣大哥大：98 年營業收入約 684 億元、99 年增加至 701 億，成長 17 億元。

（3）遠傳電信：98 年全年合併總營收爲 600.62 億元，99 年全年度，合併總營收爲 634.36 億元，約增加 34 億元。

由以上的資料可以發現，電信三雄的營業收入，均呈現成長的趨勢，且由季營收財報表可以發現（見附件表二），雖然從 99 年 4 月起，電信業者即配合 NCC 政策調降電信資費的 X 值，但 Q3、Q4 的營業收入不減反增，今年再度面對降價，業者又大喊吃不消，還說高資費方案的單位通話費本來就比較低，希望 NCC 不要干涉過多，結果就是讓許多消費者享受不到降價的好處。

＊ 電信帳單看得「霧煞煞」、適用費率方案怎麼選，也是「莫宰羊」！

消基會曾於 97 年 6 月間針對 1,063 位消費者進行一項問卷調查，結果總計有 376 位填答者認爲，要弄清楚行動電話帳單上的費用資訊是有障礙的，比例爲 35.4%，顯示在約每 3 個人當中，就有一個人覺得電信費帳單讓人「霧煞煞」！

再根據各業者於網站上公布的行動電話資費方案（2G、3G 合計），中華電信 25 種；台灣大哥大達 32 種；遠傳電信最多，共 36 種，但看似有這麼多的選擇，又有多少人真正瞭解其中的差異？消費者到底要怎麼選最適用？在 4 月 1 日調降 4.04%後，哪些使用習慣的消費者有變更費率方案的需要？業者都應該讓消費者清楚的瞭解才對！

<u>消基會呼籲</u>

（1）對 NCC：由於各界頻頻抱怨行動通話費率降價，對節省電信費支出，幫助不大，NCC 於是要求業者於一個月內，提出再加贈額外分鐘數的方案，否則將逕行幫業者公告需要額外加贈的分鐘數。不過消基會認爲，再加贈額外分鐘數的辦法仍然是治標不治本，因爲對於打不到這麼多時間的消費者來說，根本是「好看不好用」的措施。因此，消基會強烈呼籲**，應全面、實質調降各種資費方案的通話費，直接反應到月租費上，才是最簡單、最直接讓使用者受惠的作法**。

另外消基會也一併呼籲NCC，**督促業者重新規劃電信帳單的呈現方式，務求清楚、易懂、詳盡，**目前消費者拿到的帳單，都沒有每秒鐘的費率、網內打了幾分鐘、網外打了幾分鐘（有需要還要另外申請通話明細）、多少時間是贈送的、月租費抵通話費的折抵順序等資訊，如此消費者要如何瞭解自身的使用習慣與電信費支出結構，變更其他更適用的方案？

（2）對業者：電信資費方案五花八門，又會推陳出新，消費者用了一段時間後，並無從瞭解是否有其他方案更符合自身的使用需求、更划算，聯絡對象是網內多還是網外多，更攸關應選擇哪一種費率方案最適用，但是消費者都不清楚，尤其在門號可攜服務上路後，已經無法透過編碼原則（如過去 0932 一定是中華電信、0935 一定是台灣大哥大……）瞭解欲撥打的對象「是你的網內嗎？」以致於不能有效控制電信費用的支出。

因此，**消基會建議，電信業者應主動提供用戶詳細的使用習慣統計資料，以利消費者選擇最有利的方案，並提供網內外提示服務，**在 NCC 的要求下，電信業者已提供「57016」這個號碼，讓客戶查詢所撥打的電話是屬於網內還是網外，但是感覺上業者刻意低調行事，因爲並沒有多少人知道有這個服務。再者，該服務屬於一般通話服務，每通查詢電話都必須依照撥打網內電話的方式收取費用，使得消費者還沒有獲得網內減價（或免費）的好處前，就必須先付出一筆費用，極爲不合理、更沒有誠意。

因此，建議電信業者應該在每一通電話接通時，以提示音的方式提醒消費者，此通電話是屬於網內或是網外電話，例如使用「嘟！」一長音表示網內通話；「嘟、嘟！」兩短音表示網外通話。

（3）對消費者：面對業者推銷新費率方案時，應冷靜並詳細瞭解內容後再決定是否接受，否則很可能白白損失電信費降價的好處，也會由於綁約的限制，而無法在期限內變更爲更有利的方案。

摘錄自<財團法人中華民國消費者文教基金會>