

健全行動生活法制環境

報告人 高凱聲博士
交通部電信總局

中華民國93年8月23日



報告大綱

- 前言
- 頻率之有效利用與執照制度之變革
- 建立行動生活應用服務便利授權機制
- 行動生活之隱私保障
- 結語

前言

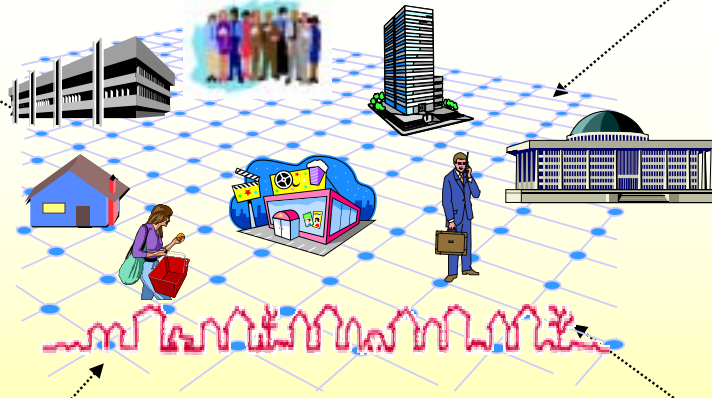


優質人性化行動生活之情境與應用

Personalized Contents
不同年齡提供不同的內容呈現



Location-based Services
追蹤定位並提供相關服務



Service Discovery
無所不在的隨選服務

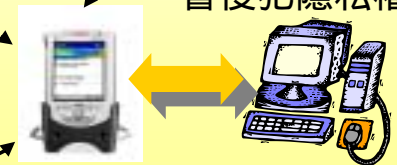
Semantic Web
對數位內容進行語意標註、索引及數位版權管理



Search & Browsing
即時語意Q&A
按圖索驥查詢



Privacy
瞭解使用者而不會侵犯隱私權



Task-Driven Service
對異質裝置可以正確上下載

頻率之有效利用 與執照制度之變革



背景分析與課題之提出

➤ 行動生活之頻率需求

- ◆ 1997年釋出商務頻率資源，採與業務發照一併核配之方式實施
- ◆ 目前通信市場呈現大者恆大現象，使其他第一類通信業者之頻率未能充分應用

頻率如何充分應用
頻率核配方式如何適度變革
調和既有業者使用頻率之權益



解決構想與預期效果 (1/2)

➤ 落實頻率管理政策

- ◆ 稀有頻率資源仍採較嚴格管制
- ◆ 參考國際電聯會頻率使用劃分建議，進一步規劃我國免執照頻段[如工、科、醫頻段(I.S.M.)]，並採低度管制，以利該頻段應用服務之創新及研發
- ◆ 建立頻率釋出與業務執照分離發照制度之架構
- ◆ 建立以拍賣方式取得頻率之業者，得將其頻率轉讓他人使用之機制，以增進無線頻率之使用效率
- ◆ 採核配方式授予業者使用之頻率，在業者未充分應用情況下，主管機關仍可應用頻率回收機制予收回，以確保整體頻率資源之有效應用



解決構想與預期效果 (2/2)

➤ 確保頻率釋出目標

- ◆ 維持頻率資源有效使用
- ◆ 確保無線通信業務發展
- ◆ 提供穩定投資環境
- ◆ 在不影響市場公平競爭、使用效率、服務品質及技術規範下，對同一業務應採技術中立原則，俾避免影響技術發展



建議策略與執行規劃 (1/2)

➤ 頻率收費

- ◆ 落實使用者付費原則
- ◆ 反映商業用頻率之合理價值
- ◆ 提昇頻率使用效率
- ◆ 各業務間之頻率收費應公平合理

➤ 評估建立頻率回收機制

- ◆ 使用效率不佳
- ◆ 國家政策需要



建議策略與執行規劃 (2/2)

➤ 電信業務執照制度之變革

- ◆ 從垂直電信事業業務監理調整為水平電信事業業務監理
- ◆ 僅就需公共資源(如路權、頻率及號碼)之通信網路營運之電信事業，採取個別許可制度
- ◆ 經營電信業務之電信事業，採用報備制

**建立行動生活應用服務
便利授權機制**



背景分析與課題之提出

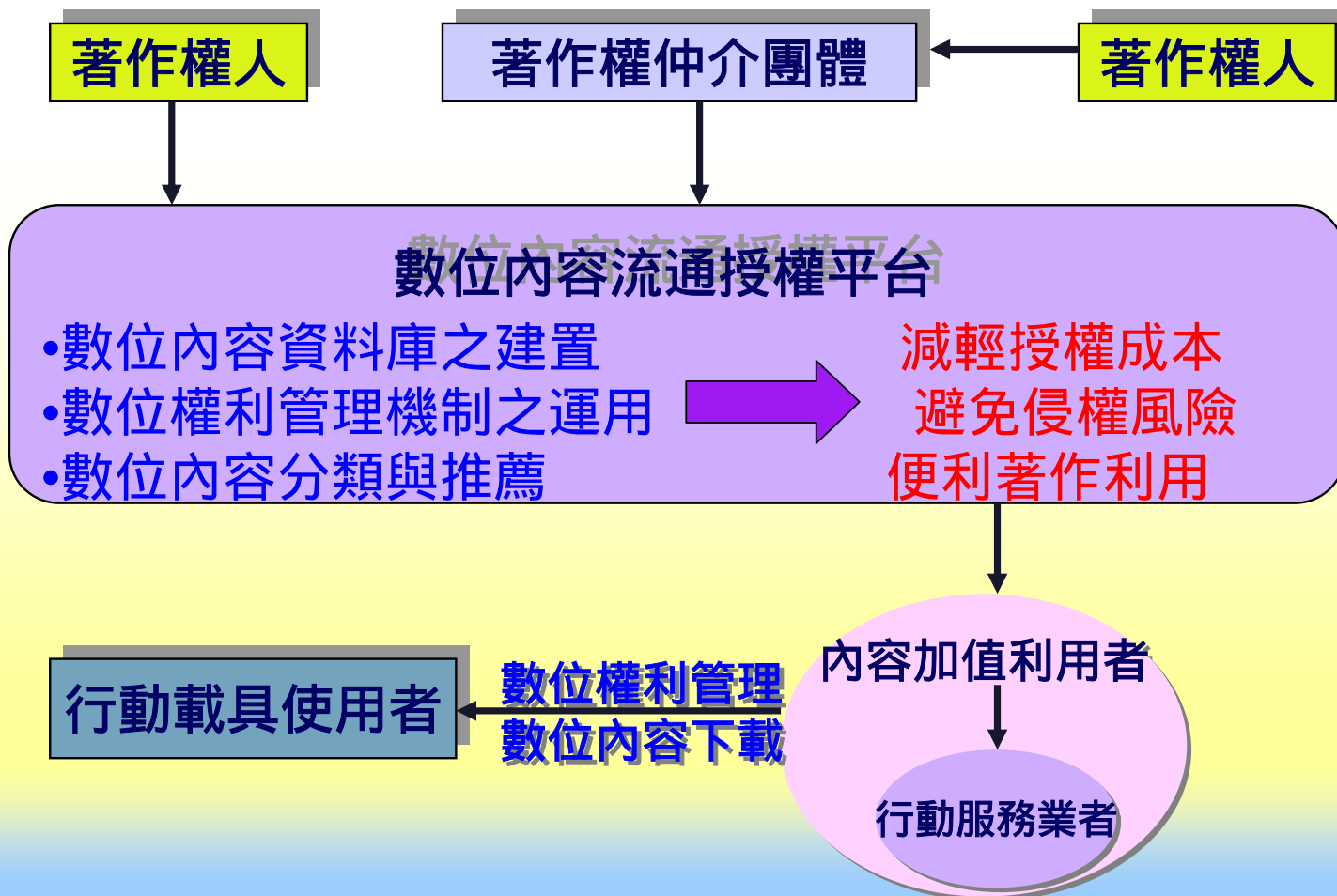
- 行動載具的普及與數位內容的多元化
 - ◆ 行動電話持有率早在2002年已突破百分之百
 - ◆ 隨著行動生活科技發展迅速，透過行動載具下載圖鈴、音樂、多媒體等數位內容漸趨便利
 - ◆ 網路上數位內容之授權不易取得

數位權利管理機制應否納入授權平台
增加科技保護措施條款之必要
增加著作權人加入授權平台之誘因
專屬授權應否放寬
如何建立一個公平競爭的機制



解決構想與預期效果

建立數位內容流通授權平台





建議策略與執行規劃

- 由政府成立或協助業者建立具公信力之數位內容授權機制
 - ◆ 如由政府與民間共同籌組一財團法人負責授權平台之建立與運作
 - ◆ 著作權主管機關監督平台之運作
- 數位權利管理機制納入法制規範
 - ◆ 如將科技保護措施納入著作權法，以符合國際著作權組織之著作權保護標準
- 著作權仲介團體專屬授權限制之放寬
 - ◆ 提升著作權人創作意願，並使消費者有更多選擇

行動生活之隱私保障



背景分析與課題之提出

➤ 定位技術衍生客製化服務的發展

- ◆ 行動商務世紀電子商務後之下一波商務主流
- ◆ 定位服務有利於行動商務業者提供差異化服務
- ◆ 利用所在位置為基礎進行行銷（如：餐廳、百貨、活動特惠或折價訊息）
- ◆ 租車公司利用定位設備紀錄出租車輛位址與時速，測定超速與否並向租車者要求罰款

如何強化行動生活中之隱私保障
避免位址資訊之不當利用



解決構想與預期效果

➤ 對位址資訊之規範

◆ 事前同意

- ✓ 電信業者未得使用者事前同意，除了收取電信費用與結算互連費用，不得使用

◆ 告知義務

- ✓ 取得同意前，業者應告知使用者其利用的資料類型、用途及使用期間、另告知資料是否傳輸予第三人

◆ 隨時撤回性

- ✓ 使用者可隨時撤回傳輸電信資料的同意，不需負擔任何費用。亦可再行使同意權。

◆ 使用原則

- ✓ 業者僅能於消費者已使用之同類商品範疇內利用個人資料進行行銷



建議策略與執行規劃

- 將位址資料納入個人資料保護法之個人資料定義中
- 評估利用位址資訊採事前同意或事後拒絕
 - ◆ 事前同意較能保障消費者之隱私
 - ◆ 事後拒絕則能促進行動商務的發展



結語

- 對已釋出頻率建立收回、出租或轉讓等機制，以增進頻率之有效利用
- 由政府與民間共同籌組財團法人建立數位內容授權流通平台，以增加著作權人創作意願
- 對位址資料之蒐集、處理與利用相關規範之制訂，以確保行動生活中消費者隱私權

敬請指教