

中央政府主管廣播電臺及電視臺營運問題之研析目錄

頁次

壹、前言	1
貳、中央政府主管廣播電臺、電視臺及相關產業現況	1
一、廣播電臺及產業部分	1
二、無線電視臺及其相關產業部分	11
參、問題探討	16
一、公營廣播及電視臺之財團法人雖具公益性質，惟近年中央政府補捐助營運金額逐年攀升，收支短絀情形有待改善	16
二、近年我國電視頻道業產值呈衰退趨勢，線上影片播送業產值呈成長趨勢，研究報告預期 OTT 產業將持續發展且在娛樂及媒體市場占比逐年增加，亟須妥善規劃營運	19
三、我國民眾使用網路影音播送平臺觀看節目，係以國際影音平臺為主，而國內影音平臺之經營成效尚待輔導提升	21
四、通傳會推動網路廣播之發展，公營廣播電臺雖已投入網路廣播平臺之經營，惟部分電臺在開發電臺 APP 方面，有尚待改善情形	22
五、華視公司連年經營虧損，主要係經營體制定位不明，致生「公共化」與「追求利潤」之衝突，影響其財務表現，且導致公視基金會鉅額累積短絀	25
六、部分公營電視臺之節目已在國際、國內與大陸地區 OTT 平臺上架，惟原視於 OTT 平臺合作方面尚待加速進行	27
七、我國數位匯流有關法制作業時程落後，致生 OTT TV 與電視產業、電信產業等不公平競爭等問題，亟待研謀處理	29
肆、結論及建議	31
一、公營廣播電臺得以通案方式向通傳會申請播送廣告之許可以增收(歲)入，公營電視臺允宜積極拓展節目在 OTT 平臺上架以增收入	31
二、行政院允宜推動公營廣播電臺共用 APP，降低各公營電臺之開發、更新及維護	

成本，提供一站式之收聽資訊，以便利民眾收聽 -----	32
三、文化部允宜加速進行國家級 OTT 平臺之建置，帶動我國影視節目向國際輸出， 以提升我國影視產業之發展 -----	33
四、行政院允宜儘速完成公共電視法修正草案及網際網路視聽服務管理法草案之 研議，以維護媒體產業之健全發展 -----	35
參考資料 -----	37

中央政府主管廣播電臺及電視臺營運問題之研析

壹、前言

中央政府主管有 8 家廣播電臺¹(簡稱公營廣播電臺)及 4 家電視臺(簡稱公營電視臺)，惟近年廣播及電視產業面臨數位匯流衝擊，並改變民眾傳統視聽習慣；是以，目前公營廣播電臺及電視臺，除有營運短絀問題，尚有數位匯流衝擊改變產業結構，如何於經營環境劇烈變動之際，發揮公益傳播媒體功能，為刻不容緩的議題。爰此，本報告將探討中央政府主管廣播電臺及電視臺營運短絀及數位匯流衝擊問題，並提出意見，以供參考。

貳、中央政府主管廣播電臺、電視臺及相關產業現況

一、廣播電臺及產業部分

(一)廣播事業之評鑑及換照

廣播電視法之立法目的係為促進廣播、電視事業之健全發展，維護媒體專業自主，保障公眾視聽權益，增進公共利益及福祉，維護視聽多元化；該法第 12 條至第 12 條之 2 規定有關廣播執照之換照及廣播事業之評鑑規定。茲說明如下：

1. 廣播事業之評鑑

廣播電視法第 12 條第 6 項規定，國家通訊傳播委員會(簡稱通傳會)應就廣播事業所提出之營運計畫執行情形，每 3 年評鑑 1 次。同條第 7 項規定，廣播事業之評鑑結果未達營運計畫且得改正者，通傳會應通知限期改正；無法改正者，通傳會得廢止其許可並註銷廣播執照。另第 12 條之 1 規定，主管機關審查申請換發廣播或電視執照案件，應審酌相關評鑑結果。

查 99 至 108 年度，通傳會總共辦理 339 件評鑑工作，評

¹ 不含學校實習廣播電臺。

鑑結果全數為「合格」，「優良」及「不合格」件數均為 0(詳附表 1)。

附表 1：99 至 108 年度廣播事業評鑑結果

單位：件

評鑑結果	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	合計
優良	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合格	46	1	0	46	77	46	1	43	33	46	339
不合格	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	46	1	0	46	77	46	1	43	33	46	339

※註：1. 資料來源，通傳會提供。

2. 廣播執照之換照

廣播電視法第 12 條第 1 項規定，廣播執照有效期間為 9 年。同條第 2 項前段規定，廣播執照於有效期間屆滿前，應依通傳會之公告，申請換發執照。依廣播事業申請換發執照辦法第 15 條規定，廣播事業申請換發執照，須經通傳會設置之審查諮詢委員會審議，獲半數以上諮詢委員評為合格或優良者，審查諮詢委員會應為許可換發執照之建議。

查 99 至 108 年度間，依廣播電視法提出換照申請者共 267 件，僅 106 年度澎湖灣廣播股份有限公司因營運不善有重大缺失，駁回其換照申請外²，其餘 266 件均許可業者之換照申請(詳附表 2)。

² 參閱 106 年 8 月 16 日通傳會第 761 次委員會會議紀錄。澎湖灣廣播股份有限公司明顯有營運空轉、內控機制失靈等經營不善之情形，衡酌廣播電視法第 12 條之 1 審查換照案應審酌事項，顯見該公司於過去之營運計畫執行情形及頻率運用績效有重大缺失、未來營運計畫顯不可行、財務嚴重虧損，足已影響電臺正常營運，致不具備繼續經營業務之能力。依廣播電視法第 12 條之 1 第 2 項及廣播事業申請換發執照辦法第 17 條第 2 項後段規定，駁回其換照之申請。

附表 2：99 至 108 年度廣播事業申請換照情形

單位：件

項目	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	合計
申請件數	76	60	33	1	3	0	76	18	0	0	267
結果	許可	76	60	33	1	3	0	76	17	0	266
	駁回	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1

※註：1. 資料來源，通傳會提供。

(二)廣播產業現況

政府開放民營廣播電臺設立前即已存在之電臺計 28 家(含中央廣播電臺)；解嚴後，交通部與行政院新聞局將可供民間設立調頻及調幅廣播電臺之頻率加以整理，自 82 年 2 月至 91 年期間，分 10 個梯次開放廣播頻道供民間申設廣播電臺，迄 106 年 8 月 31 日廣播電臺家數達 141 家，另 106 年度再新設公營之講客廣播電臺及原住民族廣播電臺，爰連同前揭原已存在家數達 171 家；而 109 年度第 11 梯次開放民間申設廣播電臺新增 5 家民營廣播電臺，其後未再核准新設。爰截至 109 年 5 月底止，計有 176 家廣播電臺。

此外，在數位廣播電臺發展方面，行政院新聞局在 94 年開放第 1 梯次數位廣播電臺籌設，共有 6 家獲准籌設，惟後續業者對於市場發展前景不甚樂觀，爰未再有積極申設情況，且迄 102 年底計有 5 家業者主動撤回或經主管機關廢止籌設；至寶島新聲廣播電臺股份有限公司則未於通傳會決議之期限內完成電臺建設，經該會於 105 年 12 月 7 日決議廢止其籌設許可，因此未有數位廣播電臺完成籌設。茲將該產業現況說明如下：

1. 廣播電臺家數

100 至 109 年度廣播事業家數呈增加趨勢，依通傳會資料，100 至 104 年度間廣播事業家數維持 171 家，105 年度金

禧廣播事業股份有限公司終止經營³，106 年度新設講客廣播電臺及原住民族廣播電臺，另駁回澎湖灣廣播股份有限公司之換照申請，109 年度則新增綠川之聲廣播電臺等 5 家民營廣播電臺，故截至 109 年 5 月止計有 176 家廣播電臺(詳附表 3)。

附表 3：100 至 109 年度廣播電臺家數 單位：家

項目	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
家數	171	171	171	171	171	170	171	171	171	176

- ※註：1. 資料來源，通傳會網站資料。
2. 109 年度為截至 5 月底之統計數；其餘為年度數。

2. 廣播產業之產值

102 至 108 年度廣播產業營業收入概呈先減後增現象，102 年度為 42.82 億元，105 年度衰退至 37.83 億元，107 年度復回升至 42.8 億元，惟 108 年度初估數則略下降為 42.45 億元(詳附表 4)。

附表 4：102 至 108 年度廣播產業營業收入 單位：新臺幣億元

項目	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度
營業收入	42.82	43.35	40.3	37.83	40.16	42.8	42.45

- ※註：1. 資料來源，通傳會提供。
2. 108 年度營業收入因通傳會尚未完成所有財務報表核對工作，尚非最終確認數據。

3. 廣播產業之廣告收入占比

文化部影視及流行音樂產業局(簡稱影視局)統計，100 年度廣播產業產值為 82.08 億元，廣播媒體廣告量為 41.4 億元，廣播媒體廣告量占廣播產業產值為 50.43%；然而，107 年度廣播產業產值為 62.37 億元，廣播媒體廣告收入為 18.74 億元，廣播媒體廣告收入僅占廣播產業產值為 30.05%(詳附表 5)。廣播產業產值、廣播媒體廣告收入及廣播媒體廣告收入占廣播產業產值均呈現下滑趨勢，反映整體廣播產業萎縮現

³ 104 年 12 月 30 日通傳會第 678 次委員會議紀錄。

象。

附表 5：100 至 107 年度廣播產業產值與廣播媒體廣告量一覽表

單位：新臺幣億元、%

項 目	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
廣播產業產值	82.08	72.38	71.65	70.26	69.09	65.32	64.8	62.37
廣播媒體廣告收入	41.4	35.55	31.21	31.22	27.31	20.81	17.4	18.74
廣播媒體廣告收入 占廣播產業產值(%)	50.43	49.12	43.56	44.43	39.53	31.86	26.85	30.05

※註：1. 資料來源，2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告第 225、226 頁。

2. 廣播產業包含廣播電臺經營、廣播節目製作及發行。

依台北市媒體服務代理商協會之調查顯示，數位匯流趨勢下，廣播媒體逐漸不受廣告主青睞。廣播媒體廣告收入占整體廣告收入之比率逐年衰退，由 100 年度之 6.85% 下滑至 106 及 107 年度之 2.62%，為近年新低(詳附表 6)。

附表 6：100 至 107 年度廣播媒體廣告量與整體廣告量之占比

單位：新臺幣億元

項 目	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度
廣播媒體廣告收入	41.4	35.55	31.21	31.22	27.31	20.81	17.4	18.74
整體廣告收入	604.62	576.70	597.52	609.25	610.43	625.51	663.43	714.07
廣播媒體廣告收入 占整體廣告收入	6.85	6.16	5.22	5.12	4.47	3.33	2.62	2.62

※註：1. 資料來源，2019 年台灣媒體白皮書第 5 頁。

2. 整體廣告收入包含廣播、無線電視、有線電視、報紙、雜誌、戶外及網路等收入。

(三) 中央政府主管廣播電臺

中央政府各部會合計主管 8 家廣播電臺，除國防部主管 2 家外，內政部、教育部、農業委員會(簡稱農委會)、文化部、客家委員會(簡稱客委會)及原住民族委員會(簡稱原民會)各主管 1 家(詳附表 7)。此外，各國立大學依據「學校實習無線廣播電臺設置使用管理辦法」合計設置 4 家實習廣播電臺⁴(詳附表

⁴ 學校實習無線廣播電臺設置使用管理辦法係依據電信法第 46 條第 3 項規定訂

8)。

附表 7：中央政府各部會主管之廣播電臺

電臺名稱及簡稱	主管部會	設立法源	組織型態	電臺頻道	成立年度
內政部警政署警察廣播電臺(簡稱警廣)	內政部	內政部警政署警察廣播電臺組織規程	政府機關	AM FM	43
漢聲廣播電臺(簡稱漢聲)	國防部	-	政府機關	AM FM	31
復興廣播電臺(簡稱復興)	國防部	-	政府機關	AM FM	46
國立教育廣播電臺(簡稱教育)	教育部	國立教育廣播電臺組織法	政府機關	AM FM	49
漁業廣播電臺(簡稱漁業)	農委會	行政院農業委員會漁業署漁業廣播電臺組織規程	政府機關	AM FM	72
財團法人中央廣播電臺(簡稱央廣)	文化部	中央廣播電臺設置條例	財團法人	AM 短波	86
講客廣播電臺(簡稱講客)	客委會	財團法人客家公共傳播基金會設置條例	財團法人	FM	106
原住民族廣播電臺(簡稱原廣)	原民會	財團法人原住民族文化事業基金會設置條例	財團法人	FM	106

※註：1. 資料來源，各電臺提供。

2. 講客電臺原由客委會營運，108年1月7日財團法人客家公共傳播基金會設置條例公布，109年1月1日起改由財團法人客家公共傳播基金會負責該電臺之營運。

附表 8：學校實習廣播電臺一覽表

設立法源	學校名稱	電臺名稱	電臺頻道	成立年度
學校實習無線廣播電臺設置使用管理辦法	國防大學	復興崗實習廣播電臺	AM1278	54
	國立政治大學	政大之聲學校實習廣播電臺	FM88.7	52
	國立中正大學	國立中正大學學校實習廣播電臺	FM88.1	101
	國立臺灣藝術大學	國立臺灣藝術大學教育實習廣播電臺	FM88.3	88

※註：1. 資料來源，各學校提供。

1. 近年政府預算補助情形

中央政府主管廣播電臺，依組織型態不同，區分為政府

定。學校實習廣播電臺，因不適用廣播電視法，故不列入本報告討論範圍。

機關及財團法人(詳附表 7)。政府機關型態之廣播電臺，其預算全數來自國庫；財團法人型態之廣播電臺，其預算部分來其主管部會之補捐助款。

檢視 100 至 109 年度各部會補捐助所屬財團法人型態之廣播電臺情形，其中文化部 100 至 107 年度間補捐助央廣數額呈略減趨勢，係自 100 年度 4.9 億元降至 107 年度 4.2 億元，108 及 109 年度則略增至 4.5 億元；另 106 年度原廣成立，原民會補捐數自 106 年度之 0.97 億元概增至 109 年度之 1.42 億元；至講客於 109 年度改由財團法人客家公共傳播基金會負責營運，客委會 109 年度補捐助數為 0.87 億元，爰 109 年度中央政府各主管機關補捐助財團法人型態之廣播電臺合計達 6.79 億元(詳附表 9)。

附表 9: 100 至 109 年度各主管機關補捐助所屬財團法人型態之廣播電臺

單位：新臺幣百萬元

主管機關	電臺名稱	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
文化部	央廣	490	466	443	443	443	443	420	420	450	450
原民會	原廣	-	-	-	-	-	-	97	65	67	142
客委會	講客	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87
合計		490	466	443	443	443	443	517	485	517	679

- ※註：1. 資料來源，各電臺提供。
 2. 100 至 108 年度為決算數，109 年度為預算數。
 3. 原廣於 106 年度成立，成立迄今均由財團法人原住民族文化事業基金會負責營運。
 4. 講客於 106 年成立，106 至 108 年度間由客委會營運(編列公務預算)，108 年底財團法人客家公共傳播基金會成立，講客自 109 年起由財團法人客家公共傳播基金會負責營運。

2. 廣告收入趨勢

廣播電視法第 30 條規定，民營電臺具有商業性質者，得播送廣告，其餘電臺非經通傳會許可者，不得播送廣告。截

至 109 年 5 月底，中央政府各部會主管之廣播電臺，僅警廣有向通傳會申請播送「政策宣導」廣告且經該會許可，因此警廣列有廣告收入(詳附表 10)，其餘廣播電臺則無是項收入。

附表 10：100 至 109 年度警廣之廣告收入及歲入一覽表

單位：新臺幣千元

項 目	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
廣告收入	31,966	36,335	35,642	38,185	37,091	38,133	36,035	35,082	36,204	34,000
相關警廣歲入合計	32,006	36,749	36,832	38,353	37,151	39,399	36,265	35,629	36,415	34,165
廣告收入占歲入百分比	99.88	98.87	96.77	99.56	99.84	96.79	99.37	98.46	99.42	99.52

※註：1. 資料來源，警廣提供。

2. 100 至 108 年度為決算數，109 年度為預算數。

3. 自籌收入占比

央廣、講客及原廣等 3 家財團法人型態之廣播電臺，僅央廣有自籌收入⁵，該臺 100 至 109 年度自籌收入占比介於 12.24%至 28.42%間(詳附表 11)；講客及原廣電臺收入全數來自主管機關之補捐助。

附表 11：100 至 109 年度財團法人型態之廣播電臺其自籌收入占比

單位：%

電 臺 名 稱	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
央廣	28.42	27.84	20.07	13.18	12.26	12.24	15.47	23.57	23.00	23.62
原廣	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
講客	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

※註：1. 資料來源，各電臺提供。

2. 自籌收入係指業務收入(勞務收入及受贈收入)及業務外收入等。

3. 100 至 108 年度為決算數，109 年度為預算數。

4. 原廣於 106 年度成立，成立迄今均由財團法人原住民族文化事業基金會負責營運。

5. 講客於 106 年度成立，106 至 108 年度間由客委會營運(編列公務預算)，108 年底財團法人客家公共傳播基金會成立，講客自 109 年度起由財團法

⁵ 國際代播收入、利息收入及報廢資產收入。

人客家公共傳播基金會負責營運。

4. 盈虧情形

警廣編列單位預算之分預算，漢聲及復興電臺編列於國防部所屬單位預算中，教育電臺編列國立教育廣播電臺單位預算，漁業電臺則編列於農委會漁業署及所屬單位預算中。警廣經通傳會許可得從事「政策宣導」廣告，因此每年歲入數介於 3,200 萬元至 3,900 萬元之間，其餘電臺無歲入數或僅為數百萬元(詳附表 12)。

央廣、講客及原廣為財團法人型態之廣播電臺，查客委會及原民會分別編列預算補助財團法人客家公共傳播基金會(簡稱客家公共傳播基金會)及財團法人原住民族文化事業基金會(簡稱原住民族文化事業基金會)，客家公共傳播基金會及原住民族文化事業基金會將主管機關之相關補助經費，全數作為電臺營運支出，因此電臺各年度收支賸餘均為 0。另央廣 100 及 101 年度收支決算為賸餘數，惟自 102 年度起收支決算均呈短絀，108 年度決算短絀 7,500 萬元，109 年度預算短絀則預計擴增為 1 億 500 萬元(詳附表 13)。

附表 12：100 至 109 年度政府機關型態廣播電臺之歲入及歲出

單位：新臺幣百萬元

電臺名稱	歲入 / 出	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
警廣	歲入	32	37	37	38	37	39	36	36	36	34
	歲出	203	217	208	201	224	205	223	261	208	196
漢聲	歲入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	歲出	28	42	51	61	10	13	13	13	13	13
復興	歲入	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	歲出	28	28	28	28	28	28	23	23	23	23
教育	歲入	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
	歲出	203	197	181	181	185	191	198	207	221	222
漁業	歲入	0.2	0.4	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	0.1	0.1	0
	歲出	62	64	87	58	60	63	62	60	57	57

- ※註：1. 資料來源，各電臺提供。
 2. 100 至 108 年度為決算數，109 年度為預算數。
 3. 講客 106 至 108 年度由客委會以公務預算營運，惟該會未獨立計算電臺

之歲入及歲出金額，故無法詳列。

附表 13：100 至 109 年度財團法人型態廣播電臺之收支賸餘(短絀)

單位：新臺幣百萬元

電臺名稱	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
央廣	63	15	-152	-102	-192	-290	-99	-104	-75	-105
原廣	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
講客	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0

※註：1. 資料來源，各電臺提供。

2. 100 至 108 年度為決算數，109 年度為預算數。

3. 講客自 109 年起由財團法人客家公共傳播基金會負責營運。

5. 廣播電臺收聽行為調查結果

通傳會每 3 年進行廣播電臺收聽行為調查，在聽眾常聽之廣播電臺方面，108 年度以警廣全國治安交通網為公營電臺各頻道中最高者達 13.1%，其次為警廣其他分臺 9.1%、教育電臺調幅頻道 1.1%，其餘電臺頻道之比率均未達 1%(詳附表 14)⁶。

附表 14：102、105 及 108 年度聽眾常聽之廣播電臺

單位：%

電臺名稱及頻道		102 年度	105 年度	108 年度
警廣	全國交通網/FM104.9	9.2	8.8	13.1
	地區交通臺/FM94.3	6.7	5	3.5
	長青網/AM1260	0.1	-	0.1
	其他分臺	9.4	9	9.1
漢聲	調幅/FM106.5	0.5	0.3	0.6
	調幅/AM684(AM1116)	0	0.0	-
復興	AM558(AM594/AM909/AM1089)	0.3	0.2	0.1
教育	調幅/FM101.7	1.1	0.8	1.1
	調幅/AM1494	0.1	-	0.1
	漁業	-	-	-
	央廣	0.1	-	-
	講客	-	-	0.1
	原廣	-	-	0.5

⁶ 目前通傳會並未規定廣播電臺須進行收聽率調查，且通傳會及文化部影視局亦未進行收聽率調查，雖有部分電臺每年度進行聽眾調查，惟各家電臺及各年度調查基礎均不相同，致欠缺比較性，爰以通傳會之調查結果呈現聽眾對公營電臺頻道之偏好情形。

※註：1. 資料來源，整理自 2013 年廣播電臺收聽行為調查研究、2016 年廣播電臺收聽行為調查研究、2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查；該調查為複選題，各年度百分比總和會超過 100%。

二、無線電視臺及其相關產業部分

(一) 依據廣播電視法執行頻率運用績效評鑑之辦理情形及結果

廣播電視法第 12 條第 6 項規定，通傳會應就電視事業所提出之營運計畫執行情形，每 3 年評鑑 1 次。同條第 7 項規定，評鑑結果未達營運計畫且得改善者，通傳會應通知限期改正；無法改正者，通傳會得廢止其許可並註銷電視執照。說明如下：

1. 評鑑情形

99 至 108 年度，無線電視臺依據廣播電視法向通傳會申請評鑑共計 10 件，評鑑結果均為「合格」(詳附表 15)。

附表 15：99 至 108 年度無線電視臺評鑑情形一覽表

單位：件

評鑑結果	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	合計
優良	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合格	0	0	0	4	1	1	0	0	1	3	10
不合格	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	0	0	0	4	1	1	0	0	1	3	10

※註：1. 資料來源，通傳會。

2. 換照情形

99 至 108 年度無線電視臺依據廣播電視法向通傳會申請換照共計 11 件，經通傳會審查，該會同意全數之換照申請(詳附表 16)。

附表 16：99 至 108 年度無線電視臺換照情形一覽表

單位：件

項目	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	合計
申請換照	4	1	1	0	0	0	4	1	0	0	11
同意換照	4	1	1	0	0	0	4	1	0	0	11

項目	99 年度	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	合計
廢止執照	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

※註：1. 資料來源，通傳會。

(二)無線電視產業現況

我國現有中國電視事業股份有限公司(簡稱中視公司)、民間全民電視股份有限公司(簡稱民視公司)、臺灣電視事業股份有限公司(簡稱臺視公司)、中華電視股份有限公司(簡稱華視公司)、財團法人公共電視文化事業基金會(簡稱公視基金會)等 5 家無線電視事業，共有 22 個頻道(詳附表 17)。

附表 17：5 家無線電視事業及頻道一覽表

無線電視事業名稱	頻道名稱
中國電視事業股份有限公司	中視綜合臺
	中視新聞臺
	中視經典臺
	中視菁采臺
民間全民電視股份有限公司	民視無線臺
	民視第一臺
	民視新聞臺
	民視台灣臺
臺灣電視事業股份有限公司	臺灣電視臺
	臺視新聞臺
	臺視財經臺
	臺視綜合臺
中華電視股份有限公司	中華電視臺
	華視教育體育文化臺
	華視新聞資訊臺
	國會頻道 1 臺
財團法人公共電視文化事業基金會	國會頻道 2 臺
	公共電視臺
	公視台語臺
	公視 3 臺
	客家電視臺(簡稱客臺)
原住民族電視臺(簡稱原視)	

※註：1. 資料來源，通傳會提供。

2. 本表並非權屬關係。客臺係客委會委託公視基金會營運，並使用公視基金會之無線電視頻道播送。原視係財團法人原住民族文化事業基金會營運，惟使用公視基金會之無線電視頻道播送。

1. 無線電視產業營業收入及廣告收入

依通傳會統計，102 至 108 年度無線電視產業營業收入呈衰退趨勢，102 年度為 87.57 億元，108 年度為 78.98 億元(較 102 年度減幅 9.81%)；至其中無線電視產業廣告收入部分，亦呈現衰退趨勢，102 年度為 35.57 億元，108 年度為 20.78 億元(較 102 年度減幅 41.58%)；廣告收入占營業收入百分比，則由 102 年度之 40.62%，逐年下降至 108 年度之 26.31%(詳附表 18)。

附表 18：102 至 108 年度無線電視產業之營業收入及廣告收入

單位：新臺幣億元；%

項 目	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度
營業收入	87.57	82.85	81.43	80.64	82.72	79.71	78.98
廣告收入	35.57	33.60	30.48	28.54	23.53	23.15	20.78
廣告收入占營業收入百分比	40.62	40.56	37.43	35.39	28.45	29.04	26.31

※註：1. 資料來源，通傳會。

2. 無線電視臺收視率

107 年各家無線電視事業所屬頻道之平均收視率，依次為民視無線臺 0.72% 最高，其次分別為臺灣電視臺 0.29%、中視綜合臺 0.27%、中華電視臺 0.2% 等(詳附表 19)

附表 19：107 年無線電視事業所屬頻道之平均收視率

單位：%

無線電視事業名稱	頻道名稱	平均收視率
中視公司	中視綜合臺	0.27
	中視新聞臺	0.09
	中視經典臺	0.03
	中視菁采臺	0.02
民視公司	民視無線臺	0.72
	民視第一臺	0.03
	民視新聞臺	-
	民視台灣臺	0.02
臺視公司	臺灣電視臺	0.29
	臺視新聞臺	0.08
	臺視財經臺	0.05
	臺視綜合臺	0.05
華視公司	中華電視臺	0.20

無線電視事業名稱	頻道名稱	平均收視率
	華視教育體育文化臺	0.00
	華視新聞資訊臺	0.02
	國會頻道 1 臺	0.00
	國會頻道 2 臺	0.00
公視基金會	公共電視臺	0.10
	公視台語臺	-
	公視 3 臺	-
	客家電視臺(簡稱客臺)	-
	原住民族電視臺(簡稱原視)	-

※註：1. 資料來源，整理自 2019 年台灣媒體白皮書第 18 頁，其資料來自 Nielsen 電視收視率調查。

2. 客臺係客委會委託公視基金會營運，並使用公視基金會之無線電視頻道播送。原視係財團法人原住民族文化事業基金會營運，惟使用公視基金會之無線電視頻道播送。

(三) 中央政府主管電視臺現況

中央政府於 87 年 7 月 1 日依據公共電視法成立公視基金會，並依公共電視法第 2 條規定經營公共電視臺。

95 年公視基金會依據無線電視事業公股處理條例承受財政部及財團法人黎明文化事業基金會所持有華視公司股票，公視基金會與華視公司合組臺灣公共廣播電視集團(簡稱公廣集團)。

客家電視臺(簡稱客臺)於 92 年 7 月 1 日開播，96 年依據無線電視事業公股處理條例規定，由公視基金會辦理該臺節目之製播，並成為公廣集團成員。

原住民族電視臺(簡稱原視)於 94 年 7 月 1 日開播，96 年依據無線電視事業公股處理條例規定，由公視基金會辦理該臺節目之製播，亦成為公廣集團成員，103 年原視改由財團法人原住民族文化事業基金會經營⁷。說明如下：

1. 中央政府各部會主管電視臺之補捐助，及電視臺之廣告收入、自籌收入占比

⁷ 財團法人原住民族文化事業基金會取得衛星廣播電視事業執照，經營原住民族電視臺。

(1) 中央政府各部會補捐助主管電視臺情形

100 至 109 年度中央政府各部會對主管之電視臺補捐助金額合計數，自 100 年度之 7.28 億元概增至 109 年度之 18.23 億元(增幅 150.76%)，主要係主管機關對公視基金會及原視之補捐助金額提高，且自 107 年度起文化部對華視公司進行補捐助所致(詳附表 20)。

附表 20：100 至 109 年度各主管機關補、捐助所屬電視臺一覽表

單位：新臺幣百萬元

主管機關	電視事業/ 電視臺	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
文化部	公視基金會	25	156	86	179	137	149	262	755	467	808
	華視公司	0	0	0	0	0	0	0	3	80	109
客委會	客 臺	393	399	401	403	387	413	404	417	408	391
原民會	原 視	310	314	316	252	333	344	345	470	455	515
合 計		728	869	803	834	857	906	1,011	1,645	1,410	1,823

※註：1. 資料來源，各電視臺提供。

2. 客委會委託公視基金會營運客臺，本報告爰將客委會之委辦費依支出實質情況視同對客臺之補捐助。

(2) 電視臺之自籌收入占比及廣告收入趨勢

100 至 109 年度公營電視臺自籌收入占比部分，公視基金會 100 年度為 20.82%，101 至 109 年度介於 13.41%至 17.72%間；華視公司 100 至 106 年度收入全數為自籌收入，惟 107 年度起文化部開始補助該公司，致該公司自籌收入占比由 99.72%逐年下降至 109 年度 91.55%。原視自籌收入占比介於 0.16%至 3.5%之間；客臺之營運係由客委會委託公視基金會辦理，無節目授權收入及廣告收入等，故無自籌收入(詳附表 21)。

華視公司雖然為公廣集團成員，惟該公司原為商業電

臺，經通傳會同意得進行廣告，故該公司收入部分係來自廣告收入，100 年度之總收入 14.72 億元，108 年度降為 10.24 億元(較 100 年度減幅 30.43%)；廣告收入 100 年度為 7.87 億元(占總收入 53.46%)，108 年度為 2.59 億元(占總收入 25.29%)，廣告收入數及占總收入比率均鉅減(詳附表 22)。

附表 21：100 至 109 年度公營電視臺之自籌收入占比

單位：%

電視事業/ 電視臺	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度	109 年度
公視基金會	20.82	17.27	16.33	15.21	16.05	17.72	17.02	13.41	16.09	13.58
華視公司	100	100	100	100	100	100	100	99.72	92.23	91.55
客臺	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
原視	0.96	0.95	0.16	3.5	1.48	0.84	1.18	1.03	1.85	1.44

※註：1. 資料來源，本報告整理。

2. 公視基金會部分，未含原視、客臺及宏觀電視收入。

3. 100 至 108 年度為決算數，109 年度為預算數。

附表 22：100 至 108 年度華視公司之廣告收入及總收入

單位：新臺幣百萬元；%

項 目	100 年度	101 年度	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度
廣告收入	787	717	589	639	528	506	438	396	259
總收入	1,472	1,339	1,171	1,341	1,208	1,148	1,428	1,099	1,024
廣告收入 占總收入	53.46	53.55	50.3	47.65	43.71	44.08	30.67	36.03	25.29

※註：1. 資料來源，華視公司提供。

2. 100 至 108 年度為決算數。

參、問題探討

一、公營廣播及電視臺之財團法人雖具公益性質，惟近年中央政府補助營運金額逐年攀升，收支短絀情形有待改善

(一) 補助公營廣播及電視臺相關財團法人之金額逐年增加

中央政府依法設置之財團法人中營運廣播電臺及電視臺包括財團法人中央廣播電臺、財團法人公共電視文化事業基金會、財團法人原住民族文化事業基金會及財團法人客家公共傳播基金會等 4 家。104 至 108 年度主管機關補助各家財團法人決算合計數分別為 17 億 6,721 萬 1 千元、17 億 9,759 萬元、17 億 4,184 萬 4 千元、18 億 8,950 萬 6 千元及 19 億 834 萬 7 千元(詳附表 23)，補助金額合計數呈現增長趨勢，108 年度決算合計數較 106 年度成長 7.99%。

107 年 12 月 25 日本院通過財團法人客家公共傳播基金會設置條例，該條例於 108 年 1 月 7 日公布施行，108 年 10 月 1 日財團法人客家公共傳播基金會完成立案登記。109 年度客委會補助財團法人客家公共傳播基金會 1 億 8,800 萬元，爰此 109 年度各主管機關補助所屬廣播及電視臺相關財團法人預算合計達 21 億 6,043 萬 7 千元(詳附表 23)。

附表 23：104 至 109 年度各主管機關補助所屬廣播及電視臺相關財團法人之預決算數 單位：新臺幣千元

主管機關	財團法人名稱	104 年度決算數	105 年度決算數	106 年度決算數	107 年度決算數	108 年度決算數	109 年度預算數
文化部	財團法人中央廣播電臺	442,547	442,547	420,420	420,420	450,420	450,420
文化部	財團法人公共電視文化事業基金會	1,010,470	1,011,202	1,008,524	1,007,373	1,002,619	1,007,373
原民會	財團法人原住民族文化事業基金會	314,194	343,841	312,900	461,713	455,308	514,644
客委會	財團法人客家公共傳播基金會	-	-	-	-	-	188,000
合計		1,767,211	1,797,590	1,741,844	1,889,506	1,908,347	2,160,437

※註：1. 資料來源，各家財團法人之預、決算書。

2. 財團法人客家公共傳播基金會於 108 年度成立。

(二)政府補助收入占部分公營廣播及電視臺相關財團法人總收

入 9 成以上

104 至 108 年度公營廣播及電視臺所屬財團法人之政府補助收入占比，除財團法人中央廣播電臺及財團法人公共電視文化事業基金會呈減少趨勢外，財團法人原住民族文化事業基金會之政府補助收入占比於 108 年度達 98.15%，較 106 年度 89.54%及 107 年度 97.3%增加；另財團法人客家公共傳播基金會 109 年度收入全數仰賴政府補助(詳附表 24)。爰此，部分財團法人政府補助收入占比甚高。

附表 24：104 至 109 年度公營廣播及電視臺所屬財團法人之政府補助收入占比 單位：%

主管機關	財團法人名稱	104 年度 決算數	105 年度 決算數	106 年度 決算數	107 年度 決算數	108 年度 決算數	109 年度 預算數
文化部	財團法人中央廣播電臺	87.74	87.76	84.53	76.43	77	76.38
文化部	財團法人公共電視文化事業基金會	54.6	52.68	49.38	40.21	45.06	38.82
原民會	財團法人原住民族文化事業基金會	93.04	99.16	89.54	97.3	98.15	98.56
客委會	財團法人客家公共傳播基金會	-	-	-	-	-	100

- ※註：1. 資料來源，本報告整理。
 2. 財團法人客家公共傳播基金會於 108 年成立。
 3. 占比=政府補助基本營運收入/收入合計數。

(三)部分財團法人 108 年度決算短絀已較上年度改善，惟尚有財團法人決算短絀持續增加

104 至 108 年度間，公營廣播及電視臺相關財團法人收支決算數均為短絀，4 家財團法人決算數合計短絀 7 億 5,646 萬 7 千元、8 億 864 萬 6 千元、4 億 3,722 萬 8 千元、5 億 9,096 萬 7 千元及 5 億 4,142 萬 2 千元；109 年度收支預算數合計短絀 5 億 4,724 萬 4 千元(詳附表 25)。108 年度決算短絀已較 104、105 及 107 年度減少，主要係財團法人中央廣播電臺及財團法

人公共電視文化事業基金會決算短絀減少所致，惟財團法人原住民民族文化事業基金會之決算短絀逐年增加。

附表 25：104 至 109 年度公營廣播及電視臺相關財團法人收支預決算數
單位：新臺幣千元

財團法人名稱	104 年度 決算數	105 年度 決算數	106 年度 決算數	107 年度 決算數	108 年度 決算數	109 年度 預算數
財團法人中央廣播電臺	-191,743	-290,088	-98,779	-103,546	-74,648	-104,962
財團法人公共電視文化事業基金會	-545,985	-467,683	-277,612	-410,465	-375,758	-339,802
財團法人原住民族文化事業基金會	-18,739	-50,875	-60,837	-76,956	-88,177	-95,102
財團法人客家公共傳播基金會	-	-	-	-	-2,839	-7,378
合計	-756,467	-808,646	-437,228	-590,967	-541,422	-547,244

※註：1. 資料來源，各家財團法人之預、決算書。
2. 財團法人客家公共傳播基金會於 108 年度成立。

綜上，公營廣播及電視臺之財團法人雖具公益性質，惟中央政府補助相關財團法人之金額逐年增加，且政府補助收入占總收入 9 成以上；另部分財團法人決算短絀雖已見改善，惟尚有財團法人決算短絀持續增加。

二、近年我國電視頻道業產值呈衰退趨勢，線上影片播送業產值呈成長趨勢，研究報告預期 OTT 產業將持續發展且在娛樂及媒體市場占比逐年增加，亟須妥善規劃營運

(一)近年電視頻道業產值呈衰退趨勢，線上影片播送業產值呈成長趨勢

依文化部影視局統計，104 年度電視頻道業產值為 588.76 億元，105 年度驟減為 525.17 億元(減幅 10.8%)，107 年度略為回升至 532.3 億元；線上影片播送業產值，103 年度為 6.56 億元，逐年成長，107 年度則達 44.99 億元(詳附表 26)。

附表 26：103 至 107 年度電視頻道業及線上影片播送業之產值

單位：新臺幣億元；%

產 值	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	103 至 107 年 度之變動率
電 視 頻 道 業	575.89	588.76	525.17	535.84	532.3	-7.57
線 上 影 片 播 送 業	6.56	11.5	13.08	37.47	44.99	585.82

※註：1. 資料來源，整理自 2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告第 82 頁。

2. 電視頻道業包含無線電視事業及衛星廣播電視事業。

3. 線上影片播送業，僅包含以經營線上影片播送為主之公司，不含電信業者。

(二) 研究報告預期我國 OTT 產業將持續發展，且在娛樂及媒體市場之占比逐漸增加

按資誠聯合會計師事務所之研究報告顯示，107 至 112 年度臺灣娛樂暨媒體市場營收之年複合成長率為 3.7%，其中 OTT(網路串流平臺)⁸影音營收之年複合成長率為 15.6%，實體家庭影音營收之年複合成長率為-14.8%；108 年度 OTT 數位影音營收業超越實體家庭影音營收(詳附表 27)。該研究報告預期未來我國 OTT 產業前景可期，在娛樂暨媒體市場之占比逐年增加。

附表 27：103 至 112 年度臺灣娛樂暨媒體市場營收 單位：百萬美元；%

項 目	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度	107 年度	108 年度 (預測)	112 年度 (預測)	107-112 年度年複 合成長率
臺灣娛樂暨媒體市場營收	13,461	14,555	15,232	15,867	16,474	17,154	19,763	3.7
OTT 影音營收	16	101	232	396	537	668	1,107	15.6
實體家庭影音 營收	916	889	877	795	703	605	315	-14.8

註：1. 資料來源，2019-2023 臺灣娛樂暨媒體業展望第 6 及 16 頁。

2. 臺灣娛樂暨媒體市場包含圖書、B2B 中介媒體、電影、數據流量、網際網路服務、網路廣告、音樂廣播及播客(podcasts)、報紙與消費性雜誌、OTT 影音、家外廣告、傳統電視與家庭影音、電視廣告、電玩遊戲與電競、虛擬

⁸ OTT(Over The Top)泛指在既有的網際網路之上提供之應用服務；歐盟會員國電子通訊規管機關 BEREC 將 OTT 服務定義為「透過網際網路向終端使用者提供的內容、服務或應用」。參閱政府如何因應 OTT 產業新發展趨勢，立法院第 9 屆第 2 會期教育及文化委員會-文化部報告，105 年 10 月 13 日。

實境等。

綜上，近年電視頻道業(含無線電視事業)產值呈衰退趨勢，線上影片播送業產值則呈成長趨勢，另有研究報告預期我國 OTT 產業將持續發展，且在娛樂及媒體市場之占比逐年增加，亟須妥善規劃營運。

三、我國民眾使用網路影音播送平臺觀看節目，係以國際影音平臺為主，而國內影音平臺之經營成效尚待輔導提升

(一)我國民眾使用網路影音播送平臺觀看節目，以國際影音平臺為主

依 105 至 107 年度文化部影視局之調查結果顯示，我國民眾觀看節目之主要網路影音播送平臺，國際影音平臺(含 YouTube、LINETV 及 Netflix)占比達 50%以上，其次為中國大陸影音平臺或轉載、分享網站及論壇。以 107 年度為例，以 YouTube 為主者 54.77%、LINETV 3.46%、Netflix 5.31%，合計達 63.54%；以中國大陸影音平臺為主者 13.72%，以國內影音平臺為主者 7.22%(詳附表 28)。

附表 28：105 至 107 年度我國民眾觀看之主要網路影音播送平臺

單位：%

網路影音播送平臺名稱	105 年度	106 年度	107 年度
YouTube	47.05	49.01	54.77
LINETV	2.54	2.42	3.46
Netflix	1.71	0.88	5.31
中國大陸影音平臺	20.08	12.75	13.72
國內影音平臺	5.21	10.77	7.22
轉載、分享網站及論壇	15.63	13.41	4.92
其他	7.78	10.76	10.6
合計	100	100	100

註：1. 資料來源，整理自 2016、2017、2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告。

(二)國內影音平臺家數眾多，民眾偏好較為分散

國內影音平臺部分，有電視臺成立之 OTT 平臺例如公視+(公

視)、四季影視(民視)、Vidol(三立電視),有電信業者成立之OTT平臺例如HamiVideo(中華電信)、friDay 影音(遠傳電信)、myVideo(台灣大哥大)。

依 107 年度調查結果顯示,我國民眾選擇國內影音平臺為主者,LiTV 占國內平臺之 16.07%,其次為公視+為 15.93%、KKTV 為 14.27%、Vidol 為 10.11%,其餘平臺則低於 10%(詳附表 29)。是以,國內影音平臺 107 年度整體收視狀況未能提升(詳附表 28)且因家數眾多,民眾偏好分散致經營績效均待提升。

附表 29:105 至 107 年度我國民眾觀看之主要網路影音播送平臺-國內影音平臺部分 單位: %

國內影音平臺名稱	105 年度	106 年度	107 年度
LiTV	19.00	6.13	16.07
公視+	14.20	2.04	15.93
KKTV	-	2.04	14.27
Vidol	-	-	10.11
四季影視	8.45	6.13	8.31
YahooTV	26.49	14.30	8.31
Hami Video	12.86	38.81	6.09
FOX+	-	-	5.68
friDay 影音	2.11	-	5.54
麥卡貝	-	12.26	2.63
其他	16.89	18.29	7.06
合計	100	100	100

註:1. 資料來源,整理自 2016、2017、2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告。

綜上,我國民眾使用網路影音播送平臺觀看節目,以國際影音平臺為主,107 年度使用比率尚低於 106 年度,而國內影音平臺因民眾偏好分散並未集中特定平臺,國內影音平臺經營績效容待提升。

四、通傳會推動網路廣播之發展,公營廣播電臺雖已投入網路廣播平臺之經營,惟部分電臺在開發電臺 APP 方面,有尚待改善情形

(一)央廣已完成數位廣播系統建置,惟礙於主管機關未開放數位廣播執照,而無法進行播送

行政院新聞局 94 年辦理第 1 梯次數位廣播電臺釋照，共有 6 家業者得標，惟最終 6 家業者均未完成設置，而廢止設立許可。

據央廣表示，該臺為因應廣播數位化趨勢，在發射機設備汰換時，選擇可提供類比、數位或類比與數位同步等 3 種模式播音之數位(DRM Ready)機種，分別於 96 年建置 50kW 中波數位 DRM 發射機 1 部，102 年至 105 年建置 300kW 短波數位 DRM 發射機 10 部，其間試播效果良好，且聽友反應收聽清晰，俟主管機關開放數位廣播執照，該臺即可提供數位廣播服務。

查各國數位廣播發展現況，除挪威已於 2017 年完成數位化轉換，關閉全國調頻 FM 廣播網而改用數位音訊廣播(digital audio broadcasting, DAB)外，其他國家都因終端設備無法普及而採取觀望態度；展望未來發展，將暫發展為類比、數位與網路廣播併存之型態。

(二)通傳會目前推廣廣義數位廣播之網路廣播為主

國家通訊傳播委員會於 2018 年 9 月 21 日召開「公、民營廣播電臺業者既有廣播電臺數位化技術需求及後續配套措施交流座談會」，與會業者表示 2004 年政府推動之數位廣播實驗性試播均未能成功，致狹義之廣播產業數位化發展面臨考驗，且行動應用程式(mobile application，簡稱 APP)、中華電信廣播網(hichannel)等播送技術及平臺皆比數位廣播更具終端設備優勢，且通傳會之委託研究調查發現，廣播產業已朝向廣義的數位廣播軟硬體建設發展，並引導聽眾使用廣義之數位廣播及 APP 等，爰通傳會鼓勵業者朝向整合 APP 或線上平臺，共同降低開發成本。

(三)公營廣播電臺經營網路廣播收聽平臺，惟部分電臺在開發電臺 APP 方面，有尚待改善情形

公營廣播電臺除了提供聽眾以收音機收聽廣播節目外，同時經營網路廣播收聽平臺(電臺網站、電臺專屬 APP、YouTube、hichannel、Podcast)，提供民眾多元收聽管道(詳附表 30)。

經查，部分公營電臺在開發電臺 APP 方面，有尚待改善情形如下：

1. **電臺經費不足，致 APP 無法持續更新：**漢聲電臺表示，該臺囿於資源不足，以致 104 年度開發之 APP 無法進行改版，目前該應用程式在 Android 10 及 iOS 12 作業系統已無法正常開啟；再者，該臺考量例行維護成本及預期效益，在經費不敷情況下，爰無法持續更新系統。
2. **電臺 APP 僅限特定作業系統使用：**復興電臺 APP 僅限於 Android 作業系統使用。另央廣「央廣 Radio」及「央廣 News」APP 未能於 iOS 作業系統使用⁹，惟該臺已於 109 年度編列預算進行應用程式更新。
3. **電臺 APP 使用率有待提升：**復興電臺 APP 自 106 年度開發迄今，下載數僅達 500 次。

附表 30：公營廣播電臺使用之網路廣播平臺

電臺名稱	電臺網站	電臺專屬 APP	YouTube	中華電信 hichannel	Podcast
警 廣	✓	✓		✓	
漢 聲	✓	✓	✓	✓	✓
復 興	✓	✓		✓	
教 育	✓	✓	✓		✓
漁 業	✓			✓	
央 廣	✓	✓	✓	✓	✓
講 客	✓	✓		✓	
原 廣	✓			✓	

※註：1. 資料來源，各電臺提供。

綜上，央廣已完成數位廣播系統建置，惟礙於主管機關未開

⁹ 參閱 107 年度中央政府總決算暨附屬單位決算及綜計表審核報告(附冊-總決算部分)，第丁-78 頁。

放數位廣播執照，而無法進行播送。通傳會目前改推動網路廣播發展，公營廣播電臺雖已投入網路廣播平臺之經營，惟部分電臺在開發電臺 APP 方面，有尚待改善情形。

五、華視公司連年經營虧損，主要係經營體制定位不明，致生「公共化」與「追求利潤」之衝突，影響其財務表現，且導致公視基金會鉅額累積短絀

(一)華視公司連年經營虧損，導致公視基金會鉅額累積短絀

公視基金會於 95 年間，依據無線電視事業公股處理條例第 11 條第 2 項規定：「政府機關（構）應將持有公共化無線電視事業之股份，附負擔捐贈財團法人公共電視文化事業基金會（以下簡稱公視基金會），不受廣播電視法第 5 條、預算法第 25 條、國有財產法第 28 條、第 60 條及民法第 413 條規定之限制。」承受財政部及財團法人黎明文化事業基金會所持有華視公司共計 1 億 4,072 萬 2,244 股之股票，目前持股比率 83.24%¹⁰，並自此一併承受華視公司之營運盈虧。

公視基金會於承接華視公司股權前，94 年度收支決算為盈餘 931 萬元，惟 95 年度獲贈華視股權後，因該年度採取權益法認列股權投資損失 7 億 9,957 萬 7 千元，致短絀金額高達 8 億 4,132 萬 7 千元；95 年度至 105 年度間，該基金會各年度決算均認列鉅額投資股權損失（除 99 年度華視公司認列非常利益使該年度公視認列投資收益外），至 108 年度止，已累計認列華視投資損失 27 億 2,563 萬元（詳附表 31）。

¹⁰按該基金會受贈華視公司股票計 1 億 4,072 萬 2,244 股，受贈時之股權為 71.16%；嗣後因該公司於 98 年 9 月自民間買回庫藏股 2,868 萬 3,372 股，故在原始發股數註銷減少下，該基金會持股數雖未變動，但持股比率已調整為 83.24%。

附表 31：公視基金會 95 至 108 年度認列華視股權投資損益一覽表

單位：新臺幣千元

年度	認列投資損益	年度	認列投資損益
95	-799,577	102	-196,203
96	-362,294	103	-181,667
97	-233,174	104	-234,109
98	-139,291	105	-278,143
99	730,401	106	-144,603
100	-229,039	107	-236,517
101	-145,651	108	-275,763

※註：1. 資料來源，財團法人公共電視文化事業基金會歷年決算書。

2. 95 年度至 108 年度為決算數。

3. 公視基金會 99 年度按持股比率 83.24%認列華視公司股權投資利益 7 億 3,040 萬 1 千元，係因華視公司於 99 年度認列 10 億 4,615 萬元新聞局捐贈收入之「非常利益」，致當年度之收支盈餘為 8 億 7,746 萬 4 千元，惟如扣除該筆鉅額非常利益後，華視本業實質上仍虧損 1 億 6,868 萬 6 千元。

(二) 華視公司經營體制定位不明，致生「公共化」與「追求利潤」之衝突，影響該公司財務表現

華視公司 108 年度向通傳會提出評鑑申請，該公司於評鑑時提出，95 年度依據「無線電視事業公股處理條例」將華視公司之公股釋出予公視基金會，該公司成為「公共化之無線電視事業」，在經營體制定位不明之情況下，公司經營目標在「符合公共價值」與「追求利潤」之間調整，使得該公司擁有之 5 個頻道，部分頻道(中華電視臺、華視新聞資訊臺)有播送廣告，部分頻道(華視體育教育文化臺、國會頻道 1 臺及國會頻道 2 臺)則定位為公益頻道性質而無播送廣告。

109 年 4 月 22 日通傳會決議，華視公司應持續改善財務、提升績效，其執行情形將列為下次評鑑重點審查項目，該會並表示，「無線電視事業公股處理條例」通過後，政府迄未編足預算買回民股，造成該公司處於公私定位不明之困境，影響其財務表現¹¹。

¹¹ 109 年 4 月 22 日國家通訊傳播委員會新聞稿。

有關華視公司定位問題，懸宕已久。文化部表示，該部刻正研修「公共電視法」(修正草案)已明定應適時取得華視公司之民股持股，以期未來公共媒體基金會¹²能完全持有華視公司股份，達成華視公共化之目標。

綜上，華視公司連年經營虧損，主要係經營體制定位不明，致生「公共化」與「追求利潤」之衝突，影響其財務表現，並且導致公視基金會鉅額累積短絀。

六、部分公營電視臺之節目已在國際、國內與大陸地區 OTT 平臺上架，惟原視於 OTT 平臺合作方面尚待加速進行

108 年度公視戲劇節目，以國際市場輸出為首要目標之下，《阮三个》在新加坡 SingTel、日本 Video Market 網路平臺及 Rakuten(樂天)數位 OTT 平臺發行，《農村的遠見》在香港 TVB 及澳洲 Looking Glass International(LGI)發行。與國際 OTT 平臺同步播出方面，《魂囚西門》、《生死接線員》、《糖糖 Online》在國內與 Netflix 同步播出，《我們與惡的距離》則於國內與 HBO ASIA 同步播出¹³。經查：

(一)部分公營電視臺之節目已在國際 OTT 平臺上架

公視、華視、客臺及原視等 4 家公營電視臺，均有使用 YouTube 進行節目播送或節目推廣；其他國際平臺合作方面，公視及華視已有部分節目在 Netflix 及 LINETV 播送，惟原視節目與國際平臺合作情況尚待努力(詳附表 32)。

¹² 公共電視法修正草案(更名為公共媒體法)將整合現有之財團法人公共電視文化事業基金會、客家電視臺、財團法人中央廣播電臺及財團法人中央通訊社，並適時取得民間持有之華視公司股權以期公共媒體基金會完全持有華視公司股份。公共媒體基金會取得民間持有之華視公司股權，包括直接或間接買賣、贈與，或依公司法、企業併購法或其他法律所定之交易方式，及其取得股份之必要行為，所需經費由主管機關編列預算支應。

¹³ 參閱公視基金會 108 年度決算報告書，第 4、5 頁。

據客臺表示，該臺與 OTT 平臺合作，主要基於「平等、互惠、資源共享」原則，雙方互提廣告、活動、影片等行銷資源回饋，爰 106 至 109 年度並無廣告收入或節目授權收入。

附表 32：106 年度至 109 年 5 月底公營電視臺與國際 OTT 平臺合作情形
單位：集(部)

電視臺	YouTube	Netflix	LINETV	其他	收入
公視	*	121	211	0	✓
華視	138,411	60	92	367	✓
客臺	4,319	0	900	0	0
原視	33,308	0	0	0	0

- ※註：1. 資料來源，各電視臺提供。
2. 以上數據為 106 年度至 109 年 5 月底之合計數。
3. 各電視臺表示，收入金額涉及商業機密，不宜公開；爰將收入情形，改採「✓」方式標示。
4. 公視各 YouTube 頻道，提供新聞類、公益服務、兒少節目、網路直播及各類節目精彩花絮、預告。

(二)公視除利用國內 OTT 平臺播送節目外，並開發自有 OTT 平臺「公視+」加強節目推廣

國內 OTT 平臺方面，公視開發自有 OTT 平臺「公視+」，截至 109 年 5 月底公視已有 9,257 小時之節目於該平臺播送，客臺亦有 394 集節目於該平臺播送。惟截至 109 年 5 月底，原視尚無節目與國內平臺合作情形(詳附表 33)。

附表 33：106 至 109 年 5 月底公營電視臺與國內 OTT 平臺合作情形
單位：集(部)

電視臺	中華電信 MOD	CATCH PLAY	LiTV	KKTV	公視+	其他	收入
公視	97	31	0	72	9,257 (小時)	0	✓
華視	112	20	2,057	40	-	111	✓
客臺	0	0	2,226	931	394	710	0
原視	0	0	0	0	0	0	0

- ※註：1. 資料來源，各電視臺提供。
2. 以上數據為 106 年度至 109 年 5 月底之合計數。
3. 各電視臺表示，收入金額涉及商業機密，不宜公開；爰將收入情形，改採「✓」方式標示。客臺與 OTT 平臺合作，雙方互提廣告、活動、影片等行銷資源回饋，爰無相關收入。
4. 公視+為公視營運平臺，目前以公共服務推廣上架，提供觀眾多元收看管道。

(三)公視及華視部分節目在大陸地區 OTT 平臺(騰訊、愛奇藝)播送

截至 109 年 5 月底，公視及華視已有部分節目在大陸地區 OTT 平臺(騰訊、愛奇藝)播送，惟客臺及原視尚未與大陸地區 OTT 平臺合作(詳附表 34)。

附表 34：106 至 109 年 5 月底公營電視臺與大陸地區 OTT 平臺合作情形
單位：集(部)

電視臺	騰訊	愛奇藝	優酷	其他	收入
公視	20	133	0	0	✓
華視	441	0	0	330	✓
客臺	0	0	0	0	0
原視	0	0	0	0	0

※註：1. 資料來源，各電視臺提供。
2. 各電視臺表示，收入金額涉及商業機密，不宜公開；爰將收入情形，改採「✓」方式標示。客臺與 OTT 平臺合作，雙方互提廣告、活動、影片等行銷資源回饋，爰無相關收入。

綜上，部分公營電視臺之節目已在國際、國內及大陸地區之 OTT 平臺上架，惟原視在 OTT 平臺合作方面有待加速進行。

七、我國數位匯流有關法制作業時程落後，致生 OTT TV 與電視產業、電信產業等不公平競爭等問題，亟待研謀處理

(一)監察院 107 年度糾正通傳會在數位匯流有關法制作業時程落後

監察院 107 年 10 月 9 日糾正案文指出「通傳會承擔『通訊傳播基本法』第 1 條『為因應科技匯流，促進通訊傳播健全發展，維護國民權利，保障消費者利益，提升多元文化』之付託，先進國家為因應數位匯流之健全發展，莫不積極進行法制革新，裨益數位經濟時代的發展需求，相對於此，我國在相關法制作業，延宕已久。值此數位匯流影視音跨平臺競爭與合作及上下游產業環境劇烈變化之際，有線電視業者亦正面臨後數位

匯流時代通訊傳播產業轉型時刻，通傳會雖已於 99 年依據行政院核定之『數位匯流發展方案』，直至 104 年底始擬具匯流法制相關立法草案，嗣於 106 年 4 月 5 日提出最新框架性草案，惟對於有線電視與 IPTV 及 OTT TV 之規管強度不一，未維持市場公平競爭，且迄未完成通訊傳播事業朝向平臺匯流發展相關法規研修作業，致使現有不合時宜之法規礙難順應匯流時代發展現況及未來趨勢之迫切需求，殊有怠失」¹⁴。

(二) OTT TV 與電視產業、電信產業等不公平競爭情形，通傳會允宜積極處理

108 年 9 月 26 日行政院邀集經濟部、文化部及通傳會共同研商 OTT 相關事宜，決議通傳會為 OTT TV 之主政機關¹⁵。

邇來中國大陸 OTT TV 委託臺灣業者在臺招募會員及推廣業務，We TV(騰訊)在臺北地區之公車內外裝、公車亭及大樓電梯等處登載廣告等。通傳會表示，依據臺灣地區與大陸地區人民關係條例，中國業者來臺投資須經許可且採正面表列，而中國大陸 OTT TV 不屬於許可之範圍；該會正研議「網際網路視聽服務法」草案，處理中國 OTT TV 來臺問題¹⁶；該會亦要求未經許可之大陸地區 OTT TV 服務，不得在臺灣地區從事廣告播映、刊登及促銷推廣活動等¹⁷。

再者，廣播電視法管理無線電視、有線電視及公共電視，電信法管理中華電信 MOD，但目前尚無法令規範 OTT TV，以致 OTT TV 提供之影音內容比起無線電視、有線電視、中華電信 MOD 等更自由、更有彈性，在吸引觀眾方面具有優勢地位¹⁸。

¹⁴ 監察院 107 交政 0006 糾正案文。

¹⁵ 參閱國家通訊傳播委員會 109 年 4 月 23 日新聞稿。

¹⁶ 參閱國家通訊傳播委員會 109 年 4 月 23 日新聞稿。

¹⁷ 參閱國家通訊傳播委員會 109 年 5 月 15 日新聞稿。

¹⁸ 參閱整合內容技術供應鏈 OTT 臺灣隊衝出新「視」力，能力雜誌，第 772 期，

綜上，我國數位匯流有關法制作業時程落後，且面臨 OTT TV 與電視產業、電信產業等不公平競爭等問題亟待處理。

肆、結論及建議

一、公營廣播電臺得以通案方式向通傳會申請播送廣告之許可可以增收(歲)入，公營電視臺允宜積極拓展節目在 OTT 平臺上架以增收入

(一)公營廣播電臺得以通案方式向通傳會申請播送廣告之許可，除增加電臺之收(歲)入外，同時可協助政府機關(構)從事政策宣傳

現有中央政府主管之 8 家公營電臺僅警廣有「政策宣導」之廣告收入，其餘 7 家電臺均表示受限於廣播電視法第 30 條不得播送廣告之規定，因此無是項收入。

經函詢通傳會，該會表示現有公營電臺經許可得播送廣告有警廣及臺北廣播電臺¹⁹，惟限於「政策宣導」廣告；其他公營電臺則未向該會提出播送「政策宣導」廣告之申請。該會曾於 104 年 8 月 27 日通函各公營電臺有關播送廣告之注意事項²⁰，摘要內容如下：

1. 廣告主為政府機關(構)者：公營廣播電臺播送「政策宣導」內容時，不論有無製作費用等對價關係，均須依預算法第 62 條之 1 規定，明確宣告其為廣告，且應宣告辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式為之。
2. 廣告主為財團法人及公益社團法人者：可能按是否收費播送，認定該廣告是否為商業廣告；若屬商業廣告，未經許可，依法不得播送。

第 43 頁，2020 年 6 月。

¹⁹ 隸屬於臺北市政府觀光傳播局。

²⁰ 104 年 8 月 27 日通傳內容字第 10448025310 號函。

3. 廣告主為營利社團法人者：可能認定為商業廣告，因而除受政府託播之廣告外，其餘廣告未經許可，依法不得播送。

4. 公營廣播電臺為符合預算法及廣播電視法第 30 條規定，須向本會以通案方式申請播送廣告之許可。

爰此，公營廣播電臺並非所有廣告均不得播送，廣告主為政府機關(構)等，且為播送「政策宣導」內容，公營廣播電臺得以通案方式向通傳會申請播送廣告之許可，除增加電臺之收(歲)入外，同時可協助政府機關(構)從事政策宣傳。

(二)公營電視臺允宜積極拓展節目在 OTT 平臺上架以增收入

目前部分公營電視臺已積極將節目在國際、國內及大陸地區之 OTT 平臺上架，惟部分公營電視臺與 OTT 平臺合作有待加速進行。

相關研究報告顯示，近年電視臺之營業收入及廣告收入均呈下降，且預期未來 OTT 產業逐年成長，公營電視臺允宜積極拓展節目在 OTT 平臺上架，除增加觀眾客群及媒體曝光度外，同時可以帶動版權收入及周邊商品收入等。

綜上，公營廣播電臺得以通案方式向通傳會申請播送廣告之許可，除增加電臺之收(歲)入外，同時可協助政府機關(構)從事政策宣傳；公營電視臺允宜積極拓展節目在 OTT 平臺上架以增收入。

二、行政院允宜推動公營廣播電臺共用 APP，降低各公營電臺之開發、更新及維護成本，提供一站式之收聽資訊，以便利民眾收聽

公營廣播電臺除利用電臺網站進行網路廣播之播送外，並且開發電臺專屬 APP，或使用中華電信 hichannel 平臺進行播送。惟電臺各自開發專屬 APP，必須自行負擔開發成本，及後續更新及維

護成本。經查，漢聲電臺因經費不足，以致電臺專屬 APP 無法進行更新；復興電臺專屬 APP 僅限特定作業系統使用，及下載次數不高等問題。

國家通訊委員會為引導廣播產業轉型，順應網際網路化之使用環境，將鼓勵各類廣播業者整合 APP 或線上平臺。公營廣播電臺在天然災害來臨時，負有提供資訊之功能，且電臺本身負有政策任務，為提升政府服務民眾之功能，並降低服務成本，行政院允宜對於現有之公營電臺進行 APP 整合，以降低 APP 之開發及維護成本，提供一站式之收聽資訊以饗聽眾，及提升民眾觸及率。

綜上，行政院允宜推動公營廣播電臺共用 APP，以降低各公營廣播電臺之開發、更新及維護成本，提供一站式之收聽資訊，以便利民眾之收聽。

三、文化部允宜加速進行國家級 OTT 平臺之建置，帶動我國影視節目向國際輸出，以提升我國影視產業之發展

韓國 3 大無線電視臺 KBS、MBC、SBS 曾合作推出 OTT 平臺「Pooq」，嗣後與韓國行動電信服務公司 SK Telecom 期下 OTT 平臺「Oksusu」共同成立「Wavve」，結合電視臺產製之節目與 SK Telecom 挹注資金之下，集合內容、技術、資金等資源，形成產業價值鏈並進而向國際輸出²¹。

公視近年自製 IP²²影劇品質呈提升，例如《你的孩子不是你的孩子》、《我們與惡的距離》及《誰是被害者》等，但因我國市場胃納太小，業者惟有走出臺灣才能長久立足，但是僅靠企業自身

²¹ 參閱 OTT 為什麼成為防疫新生活大贏家!?, 能力雜誌, 第 772 期, 第 46 頁, 2020 年 6 月。

²² IP 即 Intellectual Property。IP 劇係指將具有人氣之動漫、小說、遊戲及歌曲等具有智慧財產權之資產，作為影視主題並且進行再創造而成為影視劇。

力量難以達成，應整合國家隊概念，以達成規模、格局、創意、文化及國際化；當我國能全面性整合內容(Contents)、平臺(Platform)、網路(Network)、載體(Device)，即可打造 OTT 國家隊與國際平臺競爭²³。

文化部表示，該部目前係透過政策及經費挹注，扶持數位文化產業發展、協助我國影視產業順應數位匯流趨勢轉型，鼓勵培育影視專業人才、發展本土原生 IP 及跨平臺資源整合，並使業者瞭解國際產業市場、提供國際跨域合作與交流機會，達成提升國內影視產製技術與國際接軌、豐沛文化量能等目標。此外，面對嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)影響之廣播及電視臺，文化部依「文化部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法」提供減輕營運衝擊補助、員工薪資及營運補助、貸款利息補貼、文化場館租金減免或規費補貼等紓困措施²⁴。

另文化部表示，該部與通傳會目前倡議以官民合作方式從國家戰略地位之角色帶動產業發展，建置國家級 OTT 平臺播出臺灣影音內容，將影視產業走出臺灣帶入國際，促進臺灣影視內容產業健全化發展，提升原生影視內容產製、內容版權授權、臺灣節目海外排播規劃、行銷包裝等。該部目前亦會同通傳會、法務部、經濟部智慧財產局等相關部會與 OTT 產業成立「臺灣 OTT 交流平臺」，就相關議題召開會議進行討論及推動，共同協助業者就產業發展所遭遇困境，提供相關諮詢意見及解決機制，以提升我國 OTT 產業競爭力。

綜上，文化部為影視產業之主管機關，允宜加速進行國家級

²³ 參閱 OTT 為什麼成為防疫新生活大贏家!?, 能力雜誌, 第 772 期, 第 34、35 頁, 2020 年 6 月。

²⁴ 嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別預算(含追加預算), 文化部辦理藝文產業紓困振興經費合計 40 億 2,000 萬元。截至 109 年 6 月底對於廣播電臺紓困 11 件計 1,070 萬 2,741 元, 對於無線電視臺紓困 3 件計 3,866 萬 8,747 元。

OTT 平臺之建置，帶動我國影視節目向國際輸出，以提升我國影視產業之發展。

四、行政院允宜儘速完成公共電視法修正草案及網際網路視聽服務管理法草案之研議，以維護媒體產業之健全發展

(一)公共電視法修正草案刻正於行政院審查，行政院允宜儘速完成修正草案之審定，以確定公共媒體之發展方向

華視公司虧損問題懸宕已久，以致該公司在「公共化」與「追求利潤」之衝突，除影響其財務表現外，並且導致公視基金會鉅額累積短絀。文化部研擬之公共電視法(將更名為公共媒體法)修正草案，整合範圍包括公視基金會(含客家電視臺)、央廣及財團法人中央通訊社，並且將適時取得華視公司之民股持股，以達成華視公共化之目標。

文化部表示公共電視法修正草案已於 107 年 12 月 27 日函送行政院，行政院於 108 年 1 月及 2 月召開 3 場審查會議。該部為鼓勵民間企業團體或個人捐助公共媒體基金會(由公視基金會更名)，於修正草案中再增訂國內外公私機構、團體或個人對公共媒體基金會之捐贈，視同對政府之捐贈，於 109 年 3 月 3 日將修正草案重新函送行政院；其中涉及租稅減免部分，該部正委託進行「稅式支出評估報告」之撰擬，將於完成後補送行政院進行後續審查。

(二)通傳會刻正研議網際網路視聽服務管理法，以維護視聽內容產業之發展

通傳會表示，現有大陸地區 OTT TV 在臺上架相關問題及 OTT TV 與電視產業、電信產業等不公平競爭情形。該會正積極研議網際網路視聽服務管理法草案，藉由跨部會之通力合作，處理

大陸地區 OTT TV 來臺的問題，並針對以規避手段來臺上架之大陸地區業者、代理商、伺服器等依法進行處置，以維護本國視聽內容產業發展。

綜上，公共電視法修正草案刻正於行政院審查，行政院允宜儘速完成修正草案之審定，以確定未來公共媒體之發展方向；通傳會刻正研議網際網路視聽服務管理法，以維護視聽內容產業之發展。爰此，行政院允宜儘速完成前揭 2 草案之研議，以維護媒體產業之健全發展。

參考資料

1. 100 年通訊傳播績效報告，國家通訊傳播委員會，2011 年 8 月。
2. 2013 年廣播電臺收聽行為調查研究，國家通訊傳播委員會委託研究報告，2013 年 12 月。
3. 2016 年廣播電臺收聽行為調查研究，國家通訊傳播委員會委託研究報告，2017 年 7 月。
4. 2016 影視廣播產業趨勢研究調查報告，文化部影視及流行音樂產業局，2017 年 12 月。
5. 2017 影視廣播產業趨勢研究調查報告，文化部影視及流行音樂產業局，2018 年 12 月。
6. 2018 影視廣播產業趨勢研究調查報告，文化部影視及流行音樂產業局，2019 年 12 月。
7. 2019-2023 臺灣娛樂暨媒體業展望，資誠聯合會計師事務所，2019 年 6 月。
8. 2019 年台灣媒體白皮書，台北市媒體服務代理商協會，2019 年 7 月。
9. 2019 年廣播發展趨勢與收聽行為調查，國家通訊傳播委員會委託研究報告，2019 年 11 月。
10. 中華民國年鑑-中華民國 97 年，行政院新聞局，2009 年 11 月。
11. 我國影音媒體政策及其執行績效總體檢，監察院，2005 年 9 月。
12. 傳播政策白皮書，國家通訊傳播委員會，2020 年 2 月。