

國家通訊傳播委員會第 999 次委員會議第 2 案 「衛星廣播電視事業鏡電視新聞台申設」續行討論案 不同意見書

國家通訊傳播委員會（以下簡稱本會或 NCC）於 2022 年 1 月 19 日第 999 次委員會議審議通過「衛星廣播電視事業鏡電視新聞台申設」續行討論案。基於衛星廣播電視法促進衛星廣播電視健全發展、保障公眾視聽權益、維護視聽多元化等立法精神（第一條），以及同法第十條第一項第三款及第四款，另依本會組織法第十條第三款及本會委員會議議事要點第七點規定，提出全部不同意見書如下：

壹、鏡電視（以下稱申請人）規劃之新聞頻道營運樣態已達市場飽和，無助視聽多元化，反恐導致惡性競爭、降低新聞品質，無助衛星廣播電視健全發展與公眾視聽權益

台灣以 2337 萬人口，900 萬 6580 戶家戶計，目前電視新聞頻道已有 18 家之多（計有無線新聞頻道 5 個，境內衛廣新聞頻道 13 個），其市場密度之高在全世界實屬罕見現象，由於眾多新聞頻道分食廣告與閱聽眾市場，業者獲利不足，生產投資低落，以致新聞品質與內容多元性表現長期未見起色。且本會在產業監理上對市場結構問題缺乏長期擘劃，也未規劃明確退場機制，業者即使獲利低或虧損，仍留在市場上，並採低成本策略因應，導致整體台灣電視新聞呈現低成本競爭市場，充斥同質化、淺碟、重複、訴諸感官刺激、缺乏意見多元性等現象，持續增加社會之負面外部性。而在國內現今電視新聞產業結構下，申請人其產製內容難與既有新聞台有明顯區隔，也難提升閱聽人整體權益。

憲法、傳播法與言論自由領域知名學者 Baker 於 2001 年即指出，過度競爭反使媒介生產變得缺乏效率，閱聽眾想要的某些傳媒產品若非無從存在就是分配不足，市場競爭效果反而減少了閱聽人的滿足，傳媒多樣性喪失，傳媒回應多元或少數品味的機會也越來越罕見。類似的毀滅性競爭及市場失靈，帶來的是貌似過多產品但實際虛假之多元，傳媒競相生產可爭取最多閱聽眾之商品，導致社會產製過多近乎相同之產品，造成生產資源浪費（Baker, 2001）。

而台灣的電視新聞問題似更嚴重。台灣電視新聞台數量多，呈現僧多粥少的窘境，有線電視廣告與授權金相當有限。首先，在廣告方面，有線電視的年廣告金額過去七年來，年年衰退（年平均衰退率達 5% 以上），在 2015 年尚有 205 億，到了 2019 年只剩 165 億，近兩年的減少幅度更達一成，至 2020 年僅剩 149 億（台北市媒體服務代理商協會，2021：5）。其次，在有線電視頻道授權金方面，只有部分位在黃金區位的新聞台方可從系統商拿到授權金，新進者無法取得有線電視授權金，反需另付上架費。依學者觀察（曾國峰，2010），台灣電視新聞頻道在廣告與授權金停滯甚或衰退狀況下，營業收入增加有限，因此為要維持營運，置入性行銷與業配、依靠政府補貼之狀況明顯增加，同時媒體也不斷透過刪減人事成本、降低製作成本等方式縮減預算，使新聞台沒有足夠資源聘用優秀記者，也沒有資源製作足夠的深入報導與專題報導，新聞品質難以維持且持續惡化。而台灣新聞頻道雖藍綠有別，但大致依循相同商業邏輯，商業新聞頻道追求分秒的收視率，跟進模仿炒作、灌票造假，有議題同質等問題，學者認為台灣電視新聞早已是「失控的商品」（馮建三，2012）。另外，依本會委託研究指出，民眾對台灣電視新聞多有抱怨，在一項網路問卷中，近七成（68%）民眾認為電視新聞針對單一新聞議題大量重複報導，六成以上的民眾認為新聞台整體新聞報導不公正，可信度不高，對台灣整體社會的正面影響力不高（趨勢民意調查股份有限公司，2021：278）。

由此可見，新聞台數量眾多並不必然增加新聞內容之多元性；反之，市場過度競爭將促使媒體放棄財務投入承諾及產品差異化策略，因高度競爭導致新聞媒體缺乏定價權，僅能採取降低成本策略，轉向依賴既有媒體生產常規，施行樽節政策及低組合成本模式，用腥羶色和低廉新聞產品，配合特定意識形態訴求，以快速吸引觀眾並增加利潤，但也因此減損內容品質、創新與多元性。（Becker & Hollifield，2009；Lacy，1992；Wurff & Cuilenburg,2001；Wirth & Wollert，1984；牛隆光，2006；曾國峰，2010）。

此外，在過度競爭環境中，商業新聞台傾向將報導公共事務議題之責任丟給公共性質之新聞台，而以腥羶色、軟性、刺激感官的新聞為重點，因公共性質強的新聞報導不會為商業電視新聞台帶來較多利潤。因此，過度競爭將減損新聞媒體積極服務社會公益而扮演政治和商業監督者之能力，升高的競爭關係

也使每家媒體更加重視產品的短期盈利能力、利潤一致性、及可預見性，當市場出現利潤波動時，將輕易做出削減成本支出及對公司資源重新分配之決定（Yan & Napoli, 2006；Yan & Park, 2009）。

總言之，電視新聞產業過於飽和、市場過於競爭，可能不會帶來實質多元，而是帶來充斥同質性產品之類毀滅性競爭與市場失靈。然而，新聞是民主政治的基石，是公民知曉各種觀點、表達並參與公共事務的重要媒介，爰此社會各方將更有可能在事實基礎上進行溝通對話，故而，本會委員會在 2017 年審理八大新聞台的申設案時即指出，本會對新聞頻道之增設向來謹慎審理（國家通訊傳播委員會，2017 年 7 月 12 日：4）。因長期來看台灣電視新聞環境體質與結構並不理想，自 1990 年代以來新聞頻道數量過多也一直深為社會詬病。當今產業結構單靠廣告、授權等正常收入，是否足以支撐 18 家新聞頻道營運？新增新聞頻道對於目前台灣電視新聞產業環境以及對台灣的社會政治影響為何？均令人難以樂觀視之。

貳、申請人之頻道定位、財務規劃以及實質控制權等有所疑義

我國對於廣電媒體乃透過核發執照等制度，責成業者負擔社會責任並建立問責機制（羅世宏，2003；王亞維，2011；洪貞玲，2006；曾國峰，2008）。針對「衛星廣播電視事業」的申設，主要法規依據為衛星廣播電視法，該法主要目標包括促進衛星廣播電視健全發展、保障公眾視聽權益、維護視聽多元化等（第一條）。審查頻道申設考量的因素包括：申請人營運計畫有違反法律強制或禁止規定之虞或對國家安全、產業整體發展、公共秩序或善良風俗有不利影響。以及申請人之資金及執行能力，不足以實現其營運計畫（第十條第一項第三款及第四款）。依照上述，新聞頻道之申設，除考量申請人的消極條件外，更需考量對整體產業之影響，是否有負面外部性，以及申請人之資金及執行能力能否實現其營運計畫等。例如，本會委員會在 2017 年駁回「八大新聞台」頻道申設案，主要理由即包括「〔申請人〕缺乏差異性…，並無突破現有電視產業困境與市場邏輯，其規劃之經營方式與既有業者更未見明顯差異化。對於整體新聞產業健全發展仍乏正向效益」（國家通訊傳播委員會，2017 年 7 月 12 日：4）。本會委員會又於 2018 年再度駁回八大案時所持之主要理由仍是「其

經營模式與規劃，與既有業者未有明顯差異化」（國家通訊傳播委員會，2018年7月25日：2）。

同理，根據衛廣法規定以及近年本會的審理原則，我們認為本申請案之營運計畫至少也有三個主要問題：第一、申請人的頻道定位不明，目標觀眾不清，難謂可對電視新聞產業有正面影響。第二、申請人的資金及執行能力，難謂可實現其營運計畫。第三、該頻道的實質控制人隱晦不明，公司治理有潛在風險。以下申述。

（一）申請人的頻道定位不明，目標觀眾不清，難謂可對電視新聞產業有正面影響

申請人標榜是「民間的公共媒體」，但本質上卻仍是私人商業媒體，與現有新聞台差別有限。申請人到本會說明時，宣稱是「民間的公共媒體」（到會之本會影片1分15秒；鏡電視，2021年12月1日：6）。然而根據歐洲廣電聯盟的定義，公共媒體的定義是，為公眾而作（made for the public），由公眾資助（financed by the public），由公眾控制（controlled by the public）」，而且通常也有法律上的保障，制度不會輕易改變（European Broadcasting Union, 2022）。根據上述公共媒體定義，申請人本質上不是公共媒體，仍是私人商業新聞台，是由私人以自然人身份投資，也由股東指派代表擔任董事，參與董事會治理，產權仍屬私人。

本會委員曾向申請人確認其產權結構為私人，無變更為公益性質之可能。本會委員曾詢問：申請人自期是「民間公視」，標竿媒體為何？本會委員也曾請申請人考量產權是否可能由私人轉變為公益性質，以符合申請人所說之「民間的公共媒體」。然而，針對上述詢問，申請人之回覆為：「實不敢僭越自詡為『公共電視』」，也無法提出具體的「民間公共媒體」標竿（鏡電視，2021a：7），申請人也說明，該公司股東並無計劃要變更為公益信託性質（鏡電視，2021b：3），換言之，經本會委員再三確認，該公司在產權上是私人持股之商營媒體，與現有新聞台相同，產權性質上並無差異。而如前節所述，市場結構勢必影響商業新聞台之行為表現，包括競爭與媒體績效表現間之關係、市場中競爭者關係對媒體表現之影響、以及所有權結構與成本利潤考慮對廠商

行為和最終整體市場績效之影響等。但申請人對其如何超越台灣過度飽和之市場競爭結構限制、自身所有權結構限制、以及對營利與成本效益考量等之限制，而能達到「民間的公共媒體」定位與目標？並無合理明確之說明，導致其頻道定位混亂可疑且無現實上可落實之確信。

其次，就商業媒體的市場定位而言，申請人其營運內容也與現有業者差異有限，難謂可增加視聽多元化。申請人在營運計畫書中宣稱頻道內容具有六大特色：多元，專業，深度，國際，藝文及弱勢（鏡電視，2021 年 5 月 4 日：67-70），與現有電視台營運計畫書所述差異不大。例如 TVBS 新聞台的頻道定位亦包括：報導多元議題，報導國際趨勢，深入角度紀錄，建立專業新聞權威，深度調查報導，以及呈現藝術文化觀點。另 2017 年 7 月及 2018 年 7 月兩度被 NCC 駁回申請之八大新聞台亦提出不做三器新聞、不做腥羶色新聞，也不做只分藍綠的政治新聞、國際新聞在主要收視時段占比至少 30%、製播東南亞國際新聞、本國自製兒少新聞內容、每周一小時讓兒少參與新聞規劃與製播、提供客語新聞、每日提供一小時手語新聞服務、與中華民國聽障人協會合作，並開發聽障、語障服務以落實資訊平權等相似之內容承諾，但該申設案並未獲本會認可，並兩度駁回其申請。

而申請人所要服務的目標觀眾也不明，難謂可增進對公眾視聽權益之保障。本會委員曾向申請人確認其定位為何？目標觀眾為何？可有觀眾需求之市場分析？如何增進其收視權益等？但申請人未回答目標觀眾定位以及如何增進觀眾權益等重要事項，而是以尚未開播為由，表示尚未進行觀眾調查，無法確知觀眾之需求（鏡電視，2021b：12-13）。由此可知，申請人的目標觀眾定位不清楚，也未有針對觀眾需求之市場分析，更難謂有積極促進觀眾權益之作法。

（二）申請人之資金及執行能力，難謂可實現其營運計畫

該頻道預估收入高度仰賴政府標案，所承諾及規劃製播之內容有低估節目製作成本與人事費用等情形，且申請人財務規畫似太樂觀，恐難實現其營運計畫。申請人宣稱「新聞頻道之經營與獲利，在有線電視產業並非難事」（鏡電視，2021c：17）。申請人在營運計畫中預估在未來六年的執照期間仍然虧損（鏡電視，2021 年 5 月 4 日），但在第七年即可達到損益兩平（鏡電視，

2022：9）。

根據申請人的營運計畫書，申請人的主要收入有三：廣告，授權金以及政府標案，但每項估算均可能過於樂觀，可行性有限。

就第一項廣告而言，申請人的財務規畫乃根據頻位位置移動而調整；越往前面的頻位，廣告收入越多。申請人規畫三個階段如下：未來兩年（2022 與 2023）在有線電視 100 頻道後，預計廣告年收入 0.78 億元到 0.93 億元。第三與第四年（2024 與 2025）進入 80~90 頻道，預計廣告年收入增加到 1.32 億元到 1.87 億元。第五與第六年（2026 到 2027），進入黃金新聞區塊（48 或 59），預計廣告年收入增加到 2.73 億元到 2.8 億元（鏡電視，2021，5 月 4 日：198-199）。但此財務規畫有高度不確定性，第一，它的前提是：申請人能如預期取得較好的頻位，但在現實上系統商未必支持，且現有頻道業者（如目前 48 頻位為三立財經台或購物台、59 頻位為 VIVA 或是東森購物台）也未必同意移頻。第二，在此規畫下廣告收入仍極有限，前兩年的年廣告收入不到 1 億元，前四年年廣告收入不到 2 億元，即使申請人在第五，六年順利進入黃金新聞區塊，廣告年收入雖達 2.7 億元，但還需付年上架費 1.2 億元（申請人估計每戶要付 2 元上架，全台灣如有有線電視 500 萬戶，每月要付出 1000 萬元）。由此可知，申請人在執照期間，電視廣告收入相當有限，也未必能照申請人所預計增加，且欲移往較好頻位之上架費成本壓力更為沉重。

就第二項授權金而言，申請人的財務規畫也過度樂觀。申請人評估無法從有線電視中拿到授權金，卻另外規畫其他授權金，來源包括其他媒體（如平面或電視媒體）及網路平台（如 Youtube）。申請人估計第一年（2022）相關平台年授權收入達 1.5 億元，之後每年成長 5 至 7%不等，至第六年（2027）年授權收入達 1.9 億元（鏡電視，2021，5 月 4 日：199），但申請人並未提供相關計算基礎與規畫，難以評估相關金額及成長率之合理性與可行性。

就第三項政府標案而言，申請人的財務規畫也可能過度樂觀。在申請人的評估中，一家電視公司一年可從到政府標案約 11.7 億（鏡電視，2021b: 附件一）。申請人的財務規畫中，第一年（2022）標案可達 0.2 億元，第三年（2024）近 1 億元（0.93 億元），第四年（2025）1.25 億元，第五年（2026）1.5 億元，第六年（2027）近 2 億元（1.83 億元）。到了 2027 年之後，收入中近二

成五來自政府標案，僅次於廣告（三到四成），顯示在其財務規畫中，政府標案收入將是不可或缺且相當吃重的部份，但如此財務規畫，將引發更深疑慮。首先，申請人稱電視台總計一年可取得十幾億元之政府標案，但各級政府標案，係由各媒體及行銷公關公司一起競爭，申請人難確保可得到預期數額，為相當不確定之財務規劃。第二，政府標案中有的項目是在節目中置入，但依《電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法》第七條明訂，新聞節目不得置入，部分電視公司會在綜合頻道的非新聞節目中進行置入，但本案申請人只有經營電視新聞頻道，沒有其他綜合頻道，其節目中不得進行置入，因此本案申請人應無法承接有置入項目之標案，否則可能無法執行，或可能違法並違反申請人自己之承諾。第三，且最為堪慮者是新聞獨立性問題。在上述競爭者眾以及無法執行置入項目的情況下，申請人要得到預期的標案金額，必須與各級政府維持友好關係，將致使媒體成為依賴政府豢養之工具，嚴重影響新聞獨立性與監督政府之責任，也違背營運計畫書所言要獨立於權勢者之承諾。

（三）該頻道之實質控制人隱晦不明，公司治理有潛在風險

該頻道採取分散股權模式，即單一持股不超過一成五，但此模式問題是具實質影響力者為何？誰應被究責？誰應承擔公司經營的最終責任？此模式也為未來公司治理埋下不確定的種子。且該公司前董事長長期從事新聞工作，難謂無爭議，依目前事證，也尚難產生該公司董事長並無幕後操盤之確信。另根據公司治理理論，在股權分散公司中，少數股東仍能對公司有實質影響（王文宇，2005，2007），台灣有的新聞台採大眾持股模式，即發生單一股東實質控制且介入節目內容情事（黃立偉、張梓嘉，2019年3月29日；劉煥彥，2020年5月13日）。

在本申請案中，該公司前董事長、鏡週刊負責人持有鏡電視一成股份，雖然申請人宣稱鏡週刊負責人已不在鏡電視擔任任何職務（鏡電視，2021b：2），但單一股東仍可能有實質影響力，且經過初審諮詢委員及本會委員要求申請人釐清兩家媒體之關係，申請人仍堅持以「鏡」為名，仍與鏡週刊同名，二者間之關係始終難以分割釐清。因此，部份初審委員所顧慮者，如申請人可能受到鏡週刊狗仔文化影響，而產生市場負面外部性，包括侵犯隱私，物化女

性、販賣腥羶色等對公共秩序或善良風俗有不利影響之情況等，難謂其將不會存在。

參、衛星廣播電視新聞頻道申設制度缺失與 NCC 對該產業市場政策之缺席

衛星廣播電視新聞頻道其執照申設標準，應與主管機關對於該產業市場之管制目的相契合，方能發揮管制之實效。然而多年來本會對衛廣新聞頻道市場及其申設之相關管制目的並不清楚，加之以衛廣電視事業及境外衛廣電視事業申設審查辦法和據以衍生之申設審查評分表，十分缺乏高位目標與高位標準，無法反映新聞台申設之重大議題，諸如衛星廣播電視法第一條所高揭之目標（產業健全發展、保障公眾視聽權益、維護視聽多元化等）並未納入審查表格之評分當中。其所規定之審查評分項目以個案申請書及營運計畫審查之事務性項目為主，致新聞頻道申設審查已淪為作文評分比賽及文件審查主義，形同主管機關變相放棄產業市場管制責任，實屬不該與不當。更有甚者，因評分項目細瑣化與事務化，部分項目要得低分非屬易事，申設審查辦法甚至更設置加分項目，包括國際新聞製播規劃、本國自製兒少節目製播規劃、身心障礙進用服務規劃、創新服務或有助產業發展之規畫等，使得總體得分高達 140 分，但不及格為 60 分以下，致使衛廣申設換照諮詢會議及委員會會議要藉由申設審查評分來進行實質把關變得困難，可能導致主管機關逃脫對電視新聞產業市場管制之責任而消極不作為，或想積極協助產業市場秩序，卻因現行申設審查辦法而深受限制。

其次，現行申設審查制度漏洞亦可能產生業者對程序與制度之濫用，導致主管機關實質審查權力空洞化。相關制度與程序問題包括申設費用過低（新台幣 5 萬元）、重新送審無條件限制，均導致重新送件門檻過低，主管機關對申設審查實質把關權力喪失。另，申請審查過程中，補件次數無限制，也導致缺乏審查標準一致性，恐生徇私及濫用審查權力之弊端等。

再之，現行制度並無規畫適當的新聞頻道退場機制，既有評鑑與換照制度之審查實質過於寬鬆，形成管制俘虜現象，無法讓產業適度淘汰不適任之經營者，引進產業市場活水，使得整體新聞頻道市場發展僵滯，但新聞頻道數量卻居高不下，新聞內容品質惡化，嚴重損害閱聽大眾權益。

至於在電視新聞產業市場政策方面，本會長期以來均缺乏明確的政策態度與政策目標，特別對於重要的經濟性管制，如市場結構與市場秩序政策等尤其是，也因此相關的電視新聞市場結構問題，如市場是否過度飽和、是否應進行動態總量管制等重要議題，均未有明確態度及目標，而這也或許是台灣電視新聞產業市場混亂與競爭惡化的重要因素之一，導致目前市場生產投入不足、收入高度依賴政府標案與違法置入行銷（劉蕙苓，2011），造成長期依賴政商集團，不但侵蝕新聞媒體獨立性，也進一步影響社會民主及公民傳播權益。

即使在大環境不利（經濟利潤有限及過度競爭）情況下，新聞台數目並未減少，既有新聞台也未退場，近年來又有參進者欲申設新聞頻道，例如 2016 年與 2017 年，永在投資公司欲投資申設「八大新聞台」，2021 年又有長和傳媒集團申設東森亞洲新聞台、鑫傳視訊欲申設「中台灣新聞網」。參進者主要用意包括保護自家集團利益，增加社會影響力及厚植政商關係（馮建三，2012）。特別是在兩岸關係中媒體大亨也能成為代理人（吳介民，2012），如此電視新聞台也恐成為國家與經濟安全之破口。

肆、對衛廣新聞頻道申設政策與制度改善之建議

作為衛廣電視新聞產業主管機關，本會的新聞頻道申設辦法、制度與政策，都應從思考管制目的著手，特別是因應科技、產業及環境變革，相關規範也應隨時代環境變遷而有所檢討更動。通訊傳播產業管制目的，據通訊傳播基本法第一條與國家通訊傳播委員會組織法第一條，包括保障言論自由、促進通訊傳播健全發展、維護媒體專業自主、確保通訊傳播市場公平有效競爭、保障消費者與尊重弱勢權益、促進多元文化均衡發展、提升國家競爭力等。而依據國家通訊傳播委員會組織法第三條，國家通訊傳播委員會應負責通訊傳播監理政策訂定、通訊傳播事業營運之監管、通訊傳播競爭秩序之維護、與消費者權益保護等。因此維護市場秩序、促進市場良性競爭、避免市場失靈、避免外部成本、成本效益分析等經濟性管制，和關切傳播潛在之政治、社會、道德、美學影響等社會性管制，以及鞏固媒體公共領域，建立免於國家與市場控制，能相對自主之媒體等，均是傳播管制機構的重要管制目的。而歷來審查新聞頻道申設所關注之議題，亦包括促進多元、產業健全發展、落實新聞專業自主、維

護消費者權益、確保經營能力等。

我們主張本會委員會應正視其對維護媒體產業市場秩序無可迴避之責任，盡力建構合宜的市場結構管制模式，改善電視新聞市場過度飽和、惡性競爭甚至市場失靈之現況。首先應定期提出台灣電視新聞市場結構與多元性分析報告，檢討台灣電視新聞頻道數量與競爭結構之較適規模，維持可運作競爭之最適性，以作為浮動式檢討之總量管制基礎。其次，應研析頻道執照持有者應有哪些社會責任，在申設審查中除了消極的資格要求外，執照持有者應對傳播生態發揮積極正向的作用，如促進衛星廣播電視健全發展，保障公眾視聽權益，維護視聽多元化等，以符合衛星廣播電視法的立法意旨。再次，應修正制度性且得合理落實之退場機制，包括檢討現行評鑑、換照機制之實質效能，研析更公開透明的頻道評鑑換照及進退場機制，建立評鑑指標與評分，公開評鑑結果，促進社會參與並達到社會共管。

至於現行之衛星廣播電視事業及境外衛星廣播電視事業申設審查辦法與申設審查評分表，以及目前的申設審查程序流程，我們也提出以下四點改善方向：一、目前審查將產業整體發展評估列為第一階段准駁項目而非第二階段評分項目，使得該項評估淪為虛設，實應重思檢討。二、現行評分項目僅對申請書及營運計畫書進行審查，申設審查淪為作文評分比賽，且評分項目多屬營運計劃中事務性項目，無法反映新聞台申設之重大議題。三、申設費過低、重新送件無條件限制，使新聞頻道申設幾無門檻且低成本，主管機關可能喪失實質把關權力，應檢討提高申請費與重新送件之條件限制。四、補件次數無限制導致缺乏審查標準一致性與公平性，恐生徇私及審查權力濫用之弊端，實應對每一案件之補件次數及補件期間建立公正透明的裁量方式。

伍、結論

綜上所述，新聞是民主政治之基石，但我國電視新聞產業卻有過度競爭、內容同質化及市場失靈等問題，故本會對新聞頻道增設向來謹慎審理。依照相關法規及過往審查原則，本會對新聞頻道之申設考量因素，除申請人的消極條件外，還應考量對整體產業之影響、市場外部性以及申請人之資金與執行能力能否實現其營運計畫等。

基於相關法規與原則，我們對於本案有以下主要疑慮。第一、申請人所規劃之新聞頻道營運樣態已達市場飽和，無助視聽多元化，反恐導致惡性競爭、降低新聞品質，無助衛星廣播電視健全發展與公眾視聽權益。第二、申請頻道定位不明、目標觀眾不清，難謂可對電視新聞產業有正面影響。申請人雖標榜是「民間公共媒體」，但本質上仍是私有的商業新聞台，就商業媒體而言，申請人之定位不明，目標觀眾不清，難謂與現有電視台有差異。第三、申請人之資金及執行能力，難謂可實現其營運計畫，且高度仰賴政府標案收入之財務規劃，有害新聞獨立性。第四、申請頻道之實質控制人隱晦不明，公司治理有潛在風險。前董事長長期從事新聞工作，難謂無爭議，且依目前事證，尚難產生該公司前董事長無幕後實際操盤之確信。

我們也列舉衛廣新聞頻道申設制度問題與本會對該產業市場政策缺席所致之害，並提議對衛廣新聞頻道申設政策與制度改善方向，包括：定期提出台灣電視新聞市場結構與多元性分析報告，以維持可運作競爭之最適性，並作為是否建構動態總量管制之基礎；研析新聞頻道申請者的社會責任與義務；修正制度以落實合理公正透明之進退場與評鑑換照機制；以及對現有申設審查辦法和審查程序之修正建議。以此期望未來台灣電視新聞產業市場能逐步擺脫過度競爭、市場失靈之惡性循環，好善盡新聞媒體對國家社會的民主守望之責。

委員簽名：



提出日期： 中華民國 111 年 2 月 8 日

參考書目

英文部份

- European Broadcasting Union (2022). What is public service media? *European Broadcasting Union Website*, Retrieved from, <https://www.ebu.ch/about/public-service-media>
- Franklin, M. A., Anderson, D. A. and Cate, F. H. (2000). *Mass media law: Cases and materials* (6th ed.). Eagan, MN: West Group.
- McQuail, D., & Siune, K. (1986). *New media politics: Comparative perspectives in Western Europe*. London: Sage.
- Baker, C. E. (2001). *Media, markets, and democracy*. Cambridge University Press.
- Becker, L. B., Hollifield, C. A., Jacobsson, A., Jacobsson, E. M., & Vlad, T. (2009). Is more always better? Examining the adverse effects of competition on media performance. *Journalism Studies*, 10 (3), 368-385.
- Lacy, S. (1992). The financial commitment approach to news media competition. *Journal of Media Economics*, 5 (2), 5-21.
- Van der Wurff, R., & Van Cuilenburg, J. (2001). Impact of moderate and ruinous competition on diversity: The Dutch television market. *The Journal of Media Economics*, 14 (4), 213-229.
- Wirth, M. O., & Wollert, J. A. (1984). The effects of market structure on television news pricing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 28 (2), 215-224.
- Yan, M. Z., & Napoli, P. M. (2006). Market competition, station ownership, and local public affairs programming on broadcast television. *Journal of Communication*, 56 (4), 795-812.
- Yan, M. Z., & Park, Y. J. (2009). Duopoly ownership and local informational programming on broadcast television: Before-after comparisons. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53 (3), 383-399.

中文部份

- 牛隆光 (2005)。《電視新聞「小報化」及其守門行為研究》，國立政治大學新聞研究所博士論文。
- 王文字 (2005)。〈從股權結構論公司治理法制台灣〉，《月旦民商法雜誌》，48：5-24。
- 王文字 (2007)。《公司與企業法制 (二)》。台北。元照出版公司。
- 王亞維 (2011)。《電視媒體製播新聞問責機制研究》。國家通訊傳播委員會委託研究案。(計畫主持人：王亞維，協同主持人：陳百齡)
- 台北市媒體服務代理商協會 (2021)。《2021 年 MAA 台灣媒體白皮書》，網址 <https://maataipei.org/download/2020%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%99%BD%E7%9A%AE%E6%9B%B8-2-2/>
- 吳介民 (2012)。《第三種中國想像》。台北：左岸文化。
- 洪貞玲 (2006)。〈國家管制與言論自由－從衛星電視換照爭議談起〉，《廣播與電視》(26)：51-75。
- 國家通訊傳播委員會 (2017 年 7 月 12 日)。〈國家通訊傳播委員會第 756 次委員會會議紀錄〉。
https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/17071/67_37678_170719_1.pdf

國家通訊傳播委員會（2018 年 7 月 25 日）。〈國家通訊傳播委員會第 814 次委員會會議紀錄〉。

https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/18072/67_40177_180726_1.pdf

曾國峰（2008）。〈反思衛星廣播電視換照之程序問題〉，《傳播與管理研究》，8（1）：125-154。

曾國峰（2010）。《有線電視新聞台的賽局競爭分析》。新聞學研究，（103），83-131。

馮建三（2012）。〈失控的商品〉。《傳媒公共性與市場》。頁 303-327。台北：巨流圖書公司。

黃立偉與張梓嘉（2019 年 3 月 29 日）。〈民視經營權之爭 董事長郭倍宏砲轟總經理〉。《公視新聞網》。網址，<https://news.pts.org.tw/article/427294>

劉煥彥（2020 年 5 月 13 日）。〈民視家變後重生〉前董事長搞砸連 18 年獲利紀錄後下台 新團隊如何轉盈 去年再賺上億元？〉。《今週刊》。網址，<https://www.bustoday.com.tw/article/category/183016/post/202005130062/>

劉蕙苓（2011）。《新聞，多少錢?! 探索置入性行銷對電視新聞的影響》。台北：巨流圖書有限公司。

趨勢民意調查股份有限公司（2021）。《109 年度電視使用行為及滿意度調查 研究報告》。委託單位：國家通訊傳播委員會。

羅世宏（2003）。〈廣電媒體產權再管制論〉，《台灣社會研究季刊》（50）：1-48。

鏡電視（2021a）。〈鏡電視股份有限公司申設「鏡電視新聞台」應補正事項，110 年 11 月 17 日第 990 次委員會議後增修〉。

鏡電視（2021b）。〈鏡電視股份有限公司申設「鏡電視新聞台」應補正事項補正，110 年 12 月 1 日到會陳述後 110 年 12 月 15 日補正〉。

鏡電視（2021c）。〈鏡電視股份有限公司申設「鏡電視新聞台」應補正事項補正，110 年 7 月 9 日補正〉。

鏡電視（2021 年 12 月 1 日 a）。〈鏡新聞營運計畫簡報〉。

鏡電視（2021 年 12 月 1 日 b）。〈鏡新聞到會說明影片〉。

鏡電視（2021 年 5 月 4 日）。〈鏡新聞營運計畫書〉。

鏡電視（2022）。〈鏡電視股份有限公司申設「鏡電視新聞台」應補正事項補正，110 年 1 月 3 日到會陳述後〉。

