

「廣電媒體專業素養培訓」全媒體環境下

廣電媒體的經營策略與創新發展 — 先找到價值吧!



STBA 中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會
秘書長陳依玫

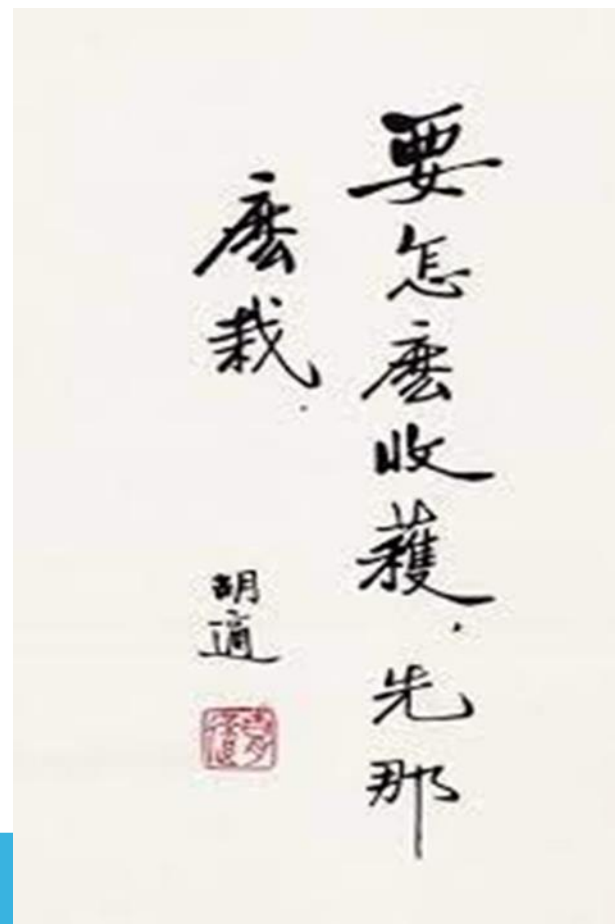
113/10/03

僅供內參 本次講座使用 請勿對外提供

先找到價值吧!!!!

不要問我
要問你自己

你希望收穫怎樣的我國媒體
就需要那麼栽



- 本會會員領有國家執照
- 受政府高密度監理
- 是PGC
- 有集客力 因內容而有使用者與足跡 供平台變現
- 有相當之人事、設備、製播、營運、社會責任成本——不是成本外部化、不是網紅研習營培力計畫，是依照勞基法保障本國就業條件、是雇主要相對提撥\$
- 是我國影視內容產業生態系的核心——24小時 365天的排播、是大量而持續的實作場，不是一片一人一時、是產業鏈是生態系 TV Station based

電視是家庭娛樂的核心

在當今多媒體海量的生態系統中，電視依然保持其不可動搖的地位，報告指出，電視，無疑仍是「現代家庭娛樂的核心」。

電視具備穩定性可靠性 重大事件、直播首選

報告指出，電視媒體的「穩定性」和「可靠性」，成為觀眾在重大事件直播時的首選資訊來源。

尤其電視的高畫質和穩定訊號，能讓觀眾享受無干擾的觀看體驗，特別是在35歲以上的觀眾，看電視時間顯著高於其他年齡層。

很苦 但我們還在努力

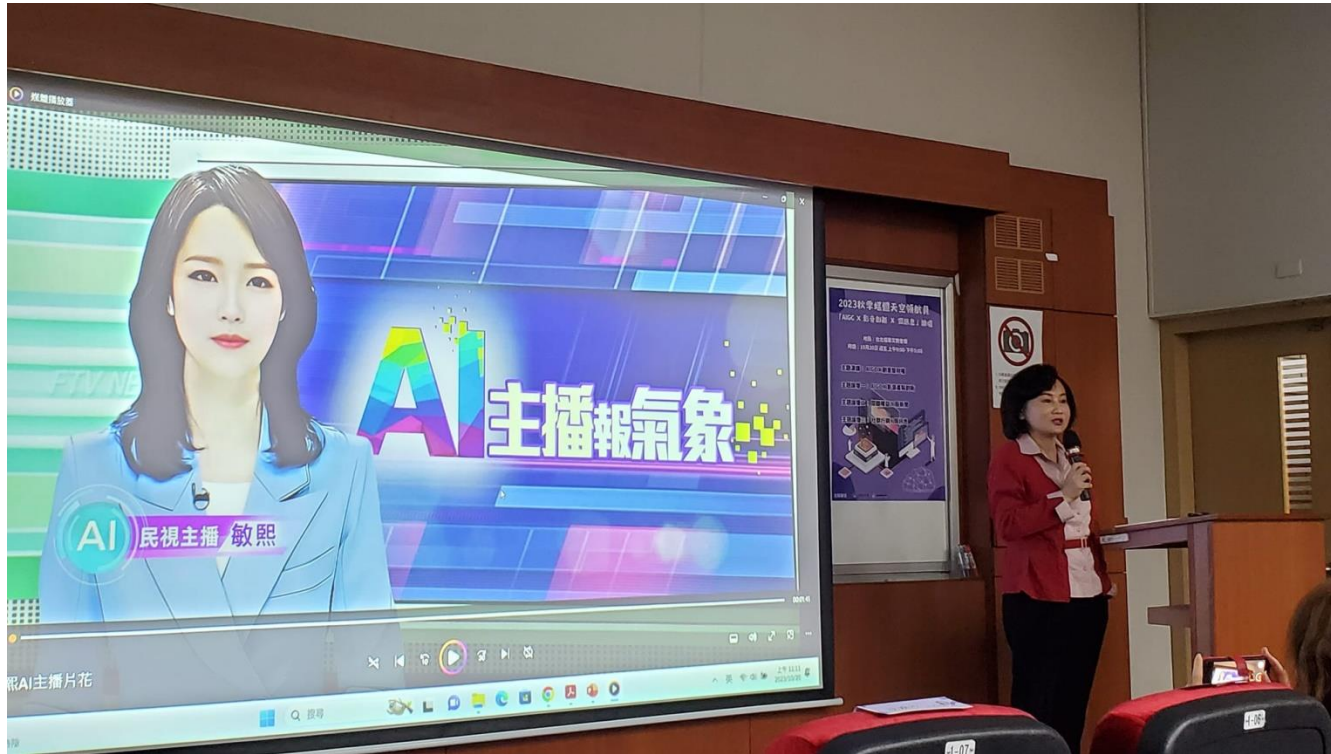
第57屆金鐘獎落幕了，大約1千784萬電視及新媒體總收視人口，陪著電視人笑著哭、哭著笑。

最佳女配角茶金李杏嚴重超時，也堅持要許的心願是：「改善工時、薪資好一點、創意多一點」。

5年前，因酸甜之味敲響金鐘的導演許肇任，像一頭大熊的他，在台上掉下眼淚說：「片尾的感謝名單其實是對不起名單，在台灣做電視真苦」。



誰負責 #搶飯碗



#電視台當責、掛保證 那其他呢?

網路省錢省事碎片化 vs. 電視台生態系 取之台灣用在台灣



僅供內參 本次講座使用 請勿對外提供

電視台是生態系—資源不足以健全發展

電視收視持續成長 本土三級警戒收視率+26%

圖二、近兩年電視收視表現變化

TVR 14.52
YOY +26%

15M+ reach
YOY +6%

288 mins
YOY +18%

平日收視顯著上揚族群

- 4-19歲 +79%
- 學生 +81%

假日收視顯著上揚族群

- 工作女性 +31%
- 大台北 +36%



Source: Nielsen TAM Service

Date: 2020 Jan~2021 Nov, 02:00~25:59 Base: All 4+ /Total TVTVR%

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

電視台是生態系—資源不足以健全發展

人力/製播/營運/責任成本仍高 但廣告收入-3% 乾燒

圖六、疫情期間廣告市場變化

單位：百萬元



Source: Nielsen Advertising Information System

2020年權值：無線0.050,有線0.046,報紙0.230,雜誌0.280,廣播0.190,戶外0.700

2021年年中權值：無線0.051,有線0.048,報紙0.200,雜誌0.290,廣播0.200,戶外0.600

Copyright © 2021 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

需要一場 改變網路(巨擘)架構 的全民運動



數位翻轉

急須
快速停損、痛受害者所痛
的數位問責

取之於用之於我國
的平台納管



數位翻轉

天下Web only 2017-07-12 編譯 張詠晴 摘錄

「他們沒有聘僱記者、不會挖掘公開資料揭發貪腐、不會把記者送到戰區，也不會親臨體育賽事捕捉精華畫面。」

新聞媒體聯盟主席兼執行長查維恩（David Chavern）說：「好新聞對於鞏固民主體制至關重要，也是公民社會的核心。為了確保這類新聞仍有未來，投資這類新聞的媒體組織必須能夠與兩大數位平台集體談判。在數位時代裡，這些平台有效掌握了新聞傳播、掌握了讀者可以看到哪些內容」。

簡言之，新聞媒體聯盟的訊息很簡單：好的新聞報導需要記者投入時間、精力，成本高昂。在網際網路充斥有疑慮新聞、以個人意見包裝為事實的帶風向新聞，甚至是惡搞新聞、假新聞的當下，翔實報導的角色更是舉足輕重。

根據皮尤研究中心（Pew Research Center），美國730億美元線上廣告大餅中，Google和Facebook就賺走7成以上。相較之下，報業2016年廣告收益為180億美元，大幅低於10年前的500億美元。

不只公平、國本液化_品牌品質無法變現

20年後，更嚴厲的結構性挑戰全面襲來，網路平台巨擘谷歌與臉書主宰的新世界，流量是唯一變現標準，即使團隊獲得七座金鐘獎的頂級優質電視新聞節目，在平台上跟內容農場得到的推播、分潤比重是一樣的，甚至更差，品質、品牌在巨擘的平台上只是公關話術，實際上是一文不值，根本無法變現。

當總編輯變成演算法之後，鋪天蓋地的課程都在教新聞小編如何配合平台的大蜘蛛，比如鐵則一：「唯快不破」先發先搶之後再更新(正)，鐵則二：「眾星拱月」一個新聞主題切好幾篇發，拱上谷歌搜尋榜首。臉友黃郁棋說得很內行「為了讓FB推薦，所以要下釣魚標題，找搶眼農場文。為了最大化SEO效果，所以一篇文最好拆成5篇來發，標題塞滿關鍵字。為了在PTT發酵，文章講求又快又有話題，千萬不能查證與平衡，一查下去就沒故事性了，一平衡就沒人要看了。」

他說：「技術架構下，扭曲的媒體生存環境。」

電視台取之於台灣用在台灣，成就本國就業人口、改善勞動條件、投入製播與營運環境。

盜版電視盒最惡質 大量頻道遭整碗捧去 我國內容生態系瀕崩解危機

電視台不是一年生產一片兩片的公司，電視台是24小時365天不間斷排播的全頻道營運模式，是完整的生態系來運作。也因此，電視台需要大量的營運成本，包括硬體的不斷升級、製作費及大量的IP版權，大量的本國人力投入，不論是自製委製採購，**都是海量的運轉。**

盜版APP機上盒，**不只侵害個別的**影視作品或個別的事件（比如奧運、亞運），更把大量頻道，**全頻道整批盜版到機上盒裡面**，導致正版業者耗費巨資取得轉播權、投入高額營運成本，卻無法回收，整個生態系面臨崩解。**這不是一兩家公司的問題，是我國影視內容生態系可能會崩解的危機。**



2023年亞運 電視台支付天價權利金 司機大哥在安博看到飽

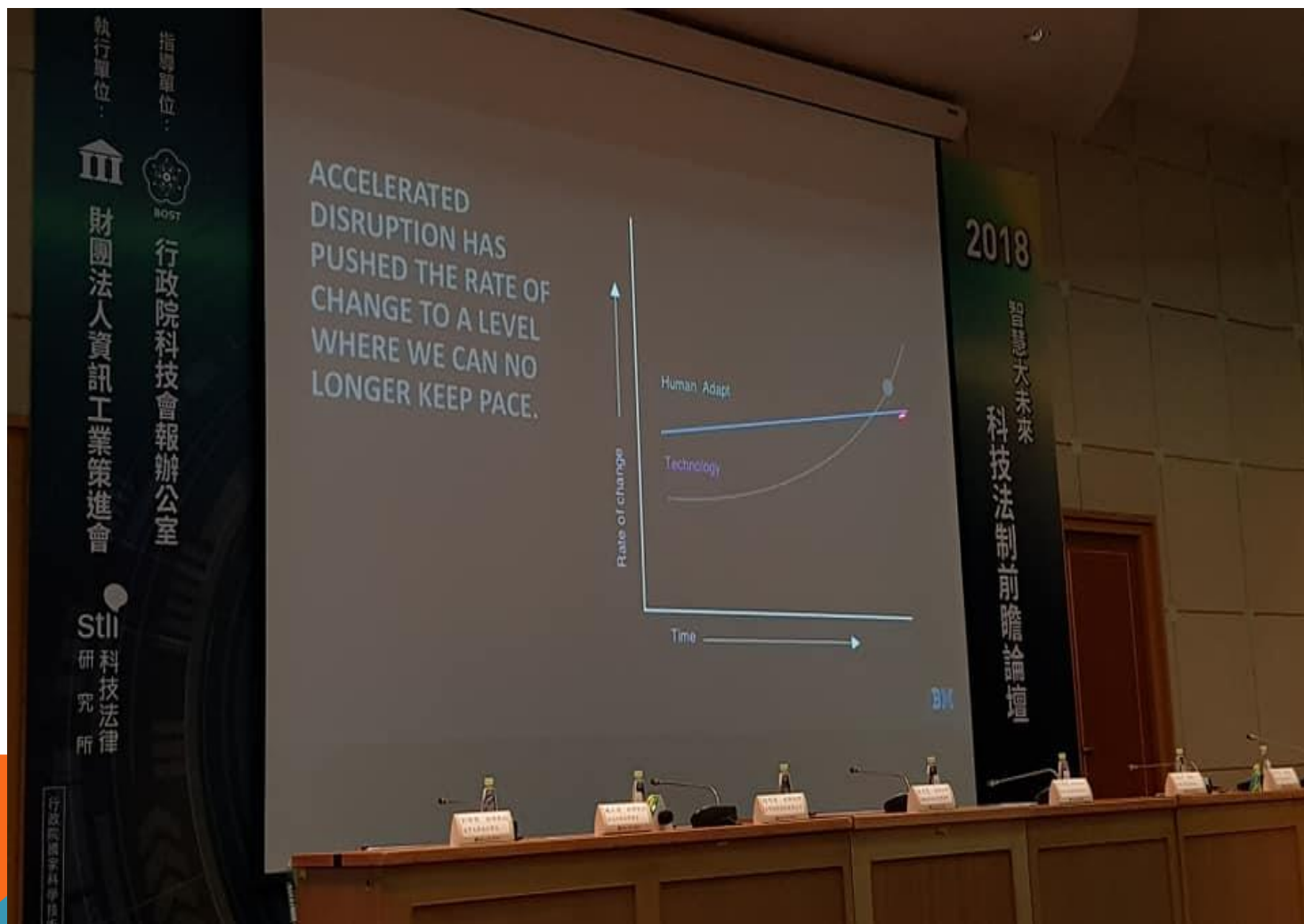
以人為本



科技是工具 人本是價值

113/10/03

當科技與人類演進和諧共振的兩條線 不再一致



113/10/03

2018 IBM 人工智慧倫委會

僅供內參 本次講座使用 請勿對外提供

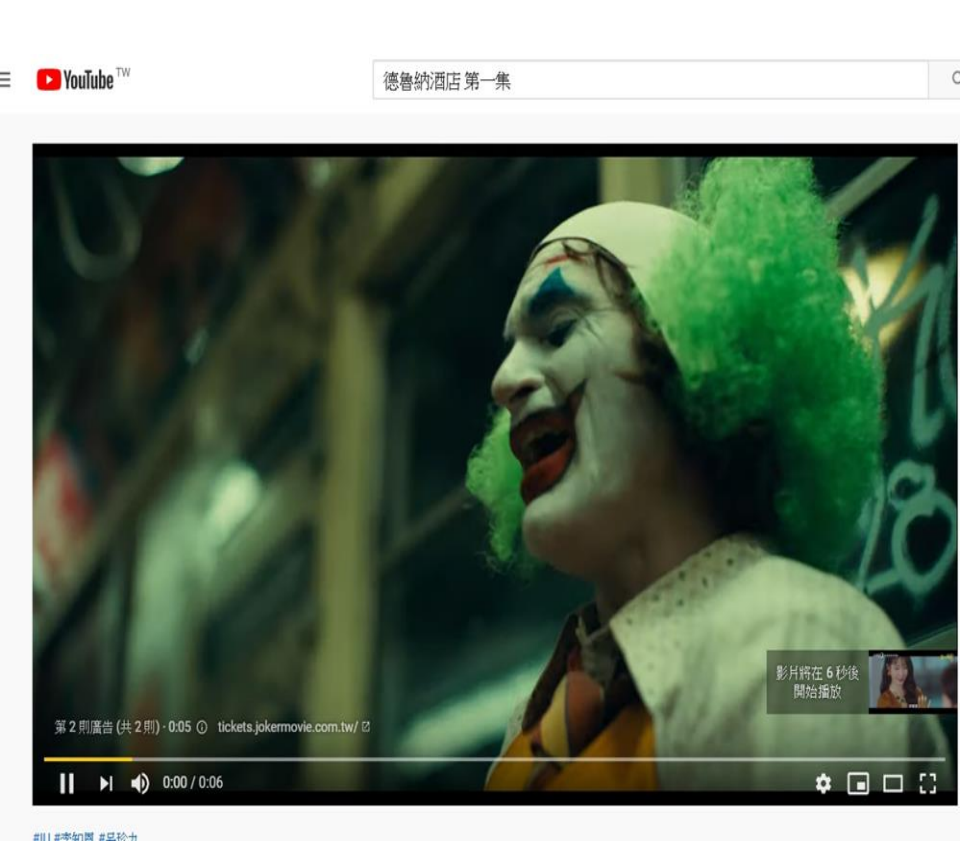
16

家人一起幸福

家人最遠的距離



看電視安全又自主 無追蹤碼、不洩個資 遙控器在手



113/10/03